

KOMUNIKAT PRASOWY

Allianz Trade

Globalne badanie

20 MAJA 2025 R.
PARYŻ - Warszawa

Badanie globalnego handlu: fragmentacja i friendshoring – eksporterzy starają się dostosować do wojny handlowej. Polskie firmy są świadome ryzyka i pełne obaw, ale też aktywne w walce o utrzymanie swojej rentowności

Ekskluzywne nowe badanie Allianz Trade, które wzięło pod uwagę szczyt wojny handlowej w USA (przed i po „Dniu Wyzwolenia” 2 kwietnia), ujawnia żniwo wojny handlowej i mechanizmy radzenia sobie z nią przez 4500 eksporterów w dziewięciu kluczowych krajach, które odpowiadają za blisko 60% światowego PKB.

Nieprzewidywalność amerykańskiej polityki taryfowej zwiększyła niepewność wśród globalnych przedsiębiorstw, zgodnie z wynikami opublikowanego dzisiaj globalnego badania Allianz Trade 2025. Obejmujące 4500 firm w Chinach, Francji, Niemczech, Włoszech, Polsce, Singapurze, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych, przeprowadzone w dwóch rundach - przed i po ogłoszeniu ceł w Dniu Wyzwolenia 2 kwietnia - wyniki ujawniają wyraźną zmianę oczekiwań dotyczących wzrostu, postrzegania ryzyka, zwłaszcza w odniesieniu do opóźnień w płatnościach, oraz różnych strategii łagodzenia skutków wojny handlowej. Nawet wraz z pojawieniem się dwustronnych umów handlowych w ostatnich tygodniach, mgła niepewności nie ustępuje. Niektóre ulgi mogą okazać się tymczasowe.

Badanie Allianz Trade Global Survey ujawnia, że blisko 60% firm spodziewa się negatywnego wpływu wojny handlowej, a 45% oczekuje spadku obrotów eksportowych. Wpływ ten wykracza poza wolumeny handlowe: więcej niż jedna na cztery firmy rozważa tymczasowe wstrzymanie produkcji ze względu na połączenie ceł i zmienności walut, szczególnie w sektorach zależnych od importowanych towarów pośrednich. Polski biznes nie tylko nie jest wolny od tych obaw, ale okazuje się, iż pomimo stosunkowo niskiego udziału bezpośredniej wymiany handlowej z USA w porównaniu z innymi krajami (bezpośrednio jest to nasz 8 rynek eksportowy) nie przekłada się wcale na spokój polskich eksporterów. Poziom obaw w Polsce jest najwyższy w porównaniu z innymi gospodarkami europejskimi, które znalazły się w naszym badaniu! Aż 58% badanych polskich firm spodziewa się negatywnych skutków wojny handlowej, w porównaniu do odpowiednio 47% wyrażających takie obawy w innych krajach europejskich z naszego badania. W efekcie 51% ankietowanych polskich firm spodziewa się negatywnego wpływu tych wydarzeń na poziom ich obrotów eksportowych w porównaniu do 41% firm wyrażających takie obawy w badanych krajach zachodnioeuropejskich.

"W przeciwieństwie do optymizmu obserwowanego przed falą ceł z 2 kwietnia, tegoroczne globalne badanie potwierdza to, co obserwujemy na rynkach: niepewność i fragmentacja stają się strukturalne. „Dzień Wyzwolenia” ujawnił słabości firm o wysoce skoncentrowanych łańcuchach dostaw i rynkach eksportowych. Liczby mówią same za siebie: globalne pozytywne oczekiwania eksportowe spadły z 80% do 40%, a 42% firm spodziewa się obecnie spadku obrotów eksportowych od -2% do -10%, w porównaniu do zaledwie 5% przed działaniami z 2 kwietnia. Pomimo niedawnych umów dwustronnych z Wielką Brytanią i Chinami, szacujemy, że globalne straty w eksporcie osiągną 305 mld USD w 2025 roku. Firmy nie stoją w miejscu. Po pokonaniu kolejnych wstrząsów od 2020 r., po raz kolejny dostosowują się, dywersyfikują partnerów, rekonfigurują logistykę i wprowadzają podział ryzyka w całym łańcuchu wartości. W dzisiejszym środowisku handlowym sukces w coraz większym stopniu zależy od zdolności adaptacyjnych" - mówi Aylin Somersan Coqui, dyrektor generalna Allianz Trade

Polskie firmy – wysoce świadome ryzyka związanego z wojną handlową

Wspomniany powyżej wysoki poziom obaw (w porównaniu z innymi badanymi krajami) wśród polskich przedsiębiorstw wynika z połączenia różnych czynników, takich jak świadomość ich udziału w (a tym samym zależności od) złożonych łańcuchów dostaw. Chociaż bezpośredni eksport do Stanów Zjednoczonych nie był znaczący (3-4% wartości polskiego eksportu), to po uwzględnieniu reeksportu polskich produktów przez rynki trzecie, odsetek ten wzrasta do 8,2% (źródło – Narodowy Bank Polski). Ponadto w eksporcie Polski do Stanów Zjednoczonych ważną rolę odgrywają usługi, które nie są często uwzględniane w statystykach handlowych dotyczących handlu towarami.

Jak wskazuje **Sławomir Bąk, członek Zarządu Allianz Trade w Polsce odpowiedzialny za ocenę ryzyka:** „Kolejnym ważnym czynnikiem są niewątpliwie obawy o słabość własnej pozycji negocjacyjnej – wynikające m.in. ze sprzedawania elementów, komponentów, towarów nieoznaczonych a nie wysokomarżowych produktów pod własną, znaną marką – a więc łatwiejszych do zastąpienia niż te drugie. Świadomość końca dotychczasowych atutów w postaci stosunkowo niskich kosztów produkcji, co jest istotne w dobie szukania przez wszystkich oszczędności na poczet nowych, wyższych ceł, jest kolejną istotną przyczyną ostrożności. Większa niż się może wydawać ekspozycja polskich firm na handel z USA w połączeniu ze świadomością braków w pozycji negocjacyjnej polskich firm (w porównaniu z firmami z wysokorozwiniętych krajów) tłumaczy obawy polskich firm – ich ostrożne a nie wyolbrzymione podejście do skutków wojny celnej”.

Firmy nadal pozostają w tyle, polegając na mechanizmach radzenia sobie, takich jak przenoszenie wyższych kosztów, dywersyfikacja i poszukiwanie alternatywnych szlaków żeglugowych.

Tymczasowa ulga prawdopodobnie zachęci firmy do kontynuowania frontloadingu do czasu wygaśnięcia 90-dniowej przerwy (12 sierpnia dla Chin i 8 lipca dla reszty świata), tak jak miało to miejsce na początku roku - 86% amerykańskich firm stwierdziło, że dokonało frontloadingu dostaw z Chin i UE przed wprowadzeniem ceł.

Niewiele firm zamierza zaabsorbować zwiększone koszty lub obniżyć ceny eksportowe, aby utrzymać udział w rynku, zwłaszcza w USA, gdzie ponad połowa firm planuje podnieść ceny (54%). Ze względu na dużą niepewność, zaopatrzenie z nowych rynków prawdopodobnie będzie kontynuowane, będąc drugą najbardziej preferowaną opcją wśród sposobów łagodzenia wpływu ceł, zwłaszcza w Polsce i Hiszpanii. Polscy eksporterzy starają się na ile to możliwe uniknąć wpływu wojny handlowej na ceny swoich produktów (zwiększenie cen uwzględnia w swoich oczekiwaniach 25% badanych polskich firm, tj. o średnio około 7% mniej niż przedsiębiorcy z innych badanych krajów europejskich), a 64% z nich deklaruje utrzymanie dotychczasowych cen! Zamiast podwyższania cen, bez kompromisów zamierzają poszukiwać

nowych, tańszych źródeł dostaw (45% ankietowanych z Polski – przy średniej 31% dla wszystkich krajów) oraz nowych, bardziej perspektywicznych rynków (30% ankietowanych polskich firm przy średniej z badania wynoszącej 24%). Dywersyfikacja łańcuchów dostaw i baz klientów jest trwałą strategią ograniczania ryzyka - nic dziwnego, biorąc pod uwagę, że 54% respondentów uważa ryzyko geopolityczne i polityczne oraz niepokoje społeczne za jedno z trzech największych zagrożeń dla ich łańcuchów dostaw. Ponad jedna trzecia ankietowanych firm znalazła już nowe rynki eksportowe, a prawie dwie trzecie planuje to zrobić.

Aby utrzymać koszty związane z cłami pod kontrolą, większość firm poszukuje alternatywnych szlaków żeglugowych, w tym 62% firm amerykańskich (co ułatwia spadek kosztów transportu o prawie -50% od początku 2025 r. i niższe ceny ropy naftowej - oczekujemy, że będą się on wahać do końca roku pomiędzy 65 USD a 70 USD za baryłkę).

Badanie ujawnia również, że w odniesieniu do warunków handlowych, firmy coraz częściej nakładają na swoich dostawców odpowiedzialność za zarządzanie logistyką i kosztami (w tym cłami) aż do lokalizacji nabywców. Interesujący wyjątek stanowią Stany Zjednoczone, gdzie "koszt, ubezpieczenie i fracht" (CIF) pozostaje królem. Firmy chcą również dzielić się kosztami zmienności kursów walut, a wprowadzenie klauzul cenowych w umowach w celu podziału ryzyka walutowego z klientami i dostawcami jest preferowaną opcją dla 59% z nich. W zarządzaniu kosztami ryzyka walutowego polskie firmy nie odbiegają znacząco od innych krajów ogółem, na tle partnerów europejskich – trochę częściej (o 2-3%) wskazują na narzędzia takie jak klauzule dzielące ryzyko z klientem bądź dostawcą (57% odpowiedzi polskich firm wobec 53% takich wskazań w innych krajach UE). Z drugiej strony – mimo iż polskie firmy renegocjują kontrakty z dostawcami i przewoźnikami, gdyż czyni tak 68% badanych polskich firm, to jest to wyraźnie niższy odsetek niż średnia z badań 79% (a umowy z nimi renegocjuje np. aż 90% ankietowanych firm francuskich czy 84% firm niemieckich), stąd aż 32% polskich firm deklaruje brak podejmowania przez siebie działań renegocjacyjnych...Więcej, bo 38% takich odpowiedzi pada tylko w Chinach – czyżby to potwierdzenie obaw o słabość pozycji negocjacyjnej polskich firm?

Oddzielenie USA od Chin, zbliżenie Europy i Azji oraz Ameryka Łacińska jako cichy zwycięzca wojny handlowej

W perspektywie średnioterminowej, pomimo 90-dniowej przerwy w taryfach celnych, prawdopodobnie utrzyma się rozłączenie między Stanami Zjednoczonymi a Chinami. Zamiar eksportu amerykańskich firm do Chin i Azji Wschodniej spadł o połowę do 10% po "Dniu Wyzwolenia", podczas gdy oczekiwania chińskich firm dotyczące eksportu do Ameryki Północnej spadły z 15% do 3%. Amerykańskie firmy prowadzące produkcję w Chinach coraz częściej szukają alternatyw poza Azją: jedna czwarta z nich rozważa Europę Zachodnią, a kolejna jedna czwarta Amerykę Łacińską. Specyficzne dla polskich firm jest wskazywanie jednocześnie sąsiednich krajów, z których prym wiedzie Białoruś z 5% wskazań (wobec 3% odpowiednio na Ukrainę czy Czechy, w grupie zainteresowania polskich firm były też kraje nadbałtyckie, Słowacja, ale też np. Chorwacja) – nie są to może wysoko skoncentrowane wyniki, ale wskazują na dostrzeganie perspektyw krajów całego regionu Europy Środkowo-Wschodniej, chociaż wskazywane są przez nich rzadziej niż rynki Chin, Niemiec, Francji czy USA.

"Mimo że nowa umowa handlowa obniża średnią stawkę cła importowego USA na Chiny do 39%, z oszałamiających 103%, pozostaje ona znacznie wyższa niż stawka 13% stosowana przed drugą administracją Trumpa. W tym kontekście friendshoring prawdopodobnie będzie nadal zyskiwał na popularności: Europa i Ameryka Łacińska stają się atrakcyjnymi alternatywami dla chińskich firm, a

Europejskie firmy są również coraz bardziej zainteresowane eksportem do Chin i Azji: między innymi badaniami zamiary eksportu wzrosły do 36%, a zainteresowanie rynkiem Azji Południowej i Południowo-Wschodniej podwoiło się do 14%. Tymczasem Ameryka Łacińska staje się zwycięzcą strategii przekierowywania i obchodzenia handlu, a zarówno chińskie, jak i europejskie firmy szukają w tym regionie dostępu do USA po niższych kosztach" - stwierdza **Françoise Huang, starszy ekonomista ds. Azji i Pacyfiku oraz handlu w Allianz Trade.**

Okolo połowa eksporterów przewiduje dłuższe terminy płatności i zwiększone ryzyko braku płatności.

Wojna handlowa wpłynęła na oczekiwania dotyczące warunków płatności: po Dniu Wolności 25% eksporterów przewiduje, że terminy płatności będą dłuższe o ponad 7 dni, co stanowi wzrost o +13 punktów procentowych. Prawie połowa eksporterów (48%) spodziewa się zwiększonego ryzyka braku płatności - szczególnie w Stanach Zjednoczonych, Włoszech i Wielkiej Brytanii - odzwierciedlając szersze pogorszenie warunków handlu światowego.

Tylko 11% firm eksportowych nadal otrzymuje płatności w ciągu 30 dni, ale liczba ta jest znacznie niższa wśród największych eksporterów, takich jak USA, Chiny i Niemcy. Okolo 70% firm otrzymuje płatności w terminie od 30 do 70 dni - liczba ta jest nieco wyższa w Wielkiej Brytanii (75%), Francji (73%), Włoszech (73%) i USA (73%) i różni się w zależności od sektora i wielkości firmy. Szybkość obiegu należności polskich eksporterów poprawiła się w stosunku do poprzednich badań - największa część, bo aż 43% badanych polskich firm (najwięcej spośród innych badanych krajów) deklaruje otrzymywanie należności w terminie pomiędzy 30 a 50 dni, gdy tymczasem w jeszcze w roku ubiegłym 32% ankietowanych polskich firm deklarowało otrzymywanie należności eksportowej po 70 dniach i więcej (a obecnie jest to jedynie 16% - podobnie jak w innych krajach)! To potwierdza większa świadomość ryzyka polskich firm i w efekcie - lepszy i skuteczniejszy monitoring płatności a przede wszystkim - zarządzanie sprzedażą, jej warunkami.

"Większe firmy częściej mają do czynienia z przedłużającymi się opóźnieniami w płatnościach, przy czym 26% ankietowanych firm o obrotach powyżej 5 mld EUR boryka się z terminami płatności przekraczającymi 70 dni, w porównaniu do 18% dla ogólnej średniej próby. Sugeruje to, że duże firmy w coraz większym stopniu przejmują rolę niewidzialnego banku dla mniejszych przedsiębiorstw. Ponieważ eksporterzy borykają się z dłuższymi cyklami płatności i rosnącym ryzykiem niewypłacalności, są pod presją, aby przenieść koszty, pozyskiwać z nowych rynków, a nawet ponownie rozważyć cały swój międzynarodowy zasięg" - kończy **Ana Boata, dyrektor ds. badań ekonomicznych w Allianz Trade.**

Kontakt z Allianz Trade
Grzegorz Błachnio
+48 601 056 830
grzegorz.blachnio@allianz-trade.com

Kontakt z multiAN PR
Artur Niewrzedowski
+ 48 509 433 874
artur.niewrzedowski@multian.pl

Informacje o Allianz Trade

Allianz Trade jest światowym liderem w zakresie ubezpieczeń kredytu kupieckiego i uznanym specjalistą w dziedzinie poręczeń, windykacji, strukturyzowanego kredytu kupieckiego i ryzyka politycznego. Nasza własna sieć zbierania danych gospodarczych pozwala na natychmiastowy dostęp do danych 289 milionów

przedsiębiorstw. Zapewniamy firmom pewność niezbędną do prowadzenia wymiany handlowej i świadczenia usług poprzez zabezpieczenie należnej im z tego tytułu zapłaty. Wypłacamy firmom odszkodowania z tytułu nieściągalnych należności, ale przede wszystkim pomagamy ich uniknąć. Zawsze, gdy oferujemy ubezpieczenie kredytu kupieckiego lub inne rozwiązania finansowe, naszym priorytetem jest ochrona przewidująca (niebezpieczeństwa) z wyprzedzeniem. Jeżeli jednak wystąpi nieoczekiwane zdarzenie, posiadany przez nas rating kredytowy na poziomie AA oznacza, że dysponujemy zasobami, gwarantowanymi przez Allianz, pozwalającymi na wypłatę odszkodowania umożliwiającego klientowi utrzymanie działalności. Allianz Trade z siedzibą w Paryżu jest obecny w ponad 40 krajach i zatrudnia 5800 pracowników. W 2024 r. nasze skonsolidowane obroty wyniosły 3,8 mld euro, a ubezpieczone globalne transakcje biznesowe odpowiadały ekspozycji o wartości 1 400 mld euro. Więcej informacji można znaleźć na stronie allianz-trade.com

Uwaga dotycząca stwierdzeń dotyczących przyszłości

Stwierdzenia zawarte w niniejszym dokumencie mogą obejmować perspektywy, przyszłe oczekiwania i inne stwierdzenia dotyczące przyszłości, które opierają się na bieżących poglądach i założeniach kierownictwa oraz wiążą się ze znanym i nieznanym ryzykiem i niepewnością. Rzeczywiste wyniki, osiągnięcia lub zdarzenia mogą istotnie różnić się od tych wyrażonych lub sugerowanych w takich stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Takie odchylenia mogą wynikać między innymi z (I) zmian ogólnych warunków gospodarczych i sytuacji konkurencyjnej, w szczególności w zakresie podstawowej działalności Grupy Allianz i jej głównych rynków, (II) wyników rynków finansowych (w szczególności zmienności rynku, płynności i zdarzeń kredytowych), (III) częstotliwości i dotkliwości ubezpieczonych zdarzeń szkodowych, w tym katastrof naturalnych, oraz rozwoju kosztów strat, (IV) poziomów i trendów śmiertelności i zachorowalności, (VI) w szczególności w sektorze bankowym, zakres niespłaconych kredytów, (VII) poziomy stóp procentowych, (VIII) kursy wymiany walut, w tym kurs wymiany euro do dolara amerykańskiego, (IX) zmiany w przepisach prawa i regulacjach, w tym regulacjach podatkowych, (X) wpływ przejęć, w tym związane z nimi kwestie integracji, oraz środki reorganizacyjne, a także (XI) ogólne czynniki konkurencyjne, w każdym przypadku w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i/lub globalnej. Wystąpienie wielu z tych czynników może być bardziej prawdopodobne lub bardziej wyraźne w wyniku działań terrorystycznych i ich konsekwencji.
