



MARKETING | BRANDING | STRATEGY

EKSPORT WINA INSTRUKCJA

Wymagania wstępne

Społeczność międzynarodowa wspiera teraz Ukrainę, jej obywateli i biznes na wszystkich poziomach, w tym ze względu na zwiększone zainteresowanie ukraińskimi produktami winiarskimi. Sytuacja ta sprzyja nawiązywaniu kontaktów handlowych z rynkami zagranicznymi. Oferujemy kilka ważnych kroków i narzędzi do organizowania eksportu wina z Ukrainy w nowoczesnych warunkach.

Strategie wchodzenia na nowe rynki z uwzględnieniem odmian eksportu

Eksport bezpośredni	Eksport pośredni	Produkcja wyrobów na rynku docelowym
Eksportujesz produkty na nowy rynek. Będziesz musiał samodzielnie obsłużyć wszystkie etapy procesu, od transportu i płatności po zawieranie transakcji na nowym rynku.	• Z kupującymi • Z pomocą dystrybutorów • Z pomocą firm handlowych i zarządzających • Poprzez wiele kombinacji	
Ryzykowne w warunkach niestabilności wewnętrznej.	Organizowanie sprzedaży online na platformach typu Alibaba czy Taobao jest bardzo skuteczne.	Private Label — wytwarzanie produktów importera pod jego znakiem towarowym. Nie zaleca się tego robić w nowoczesnych warunkach, kiedy lepiej jest podkreślić ukraińskie pochodzenie wina.

Jak określić gotowość firmy do eksportu?

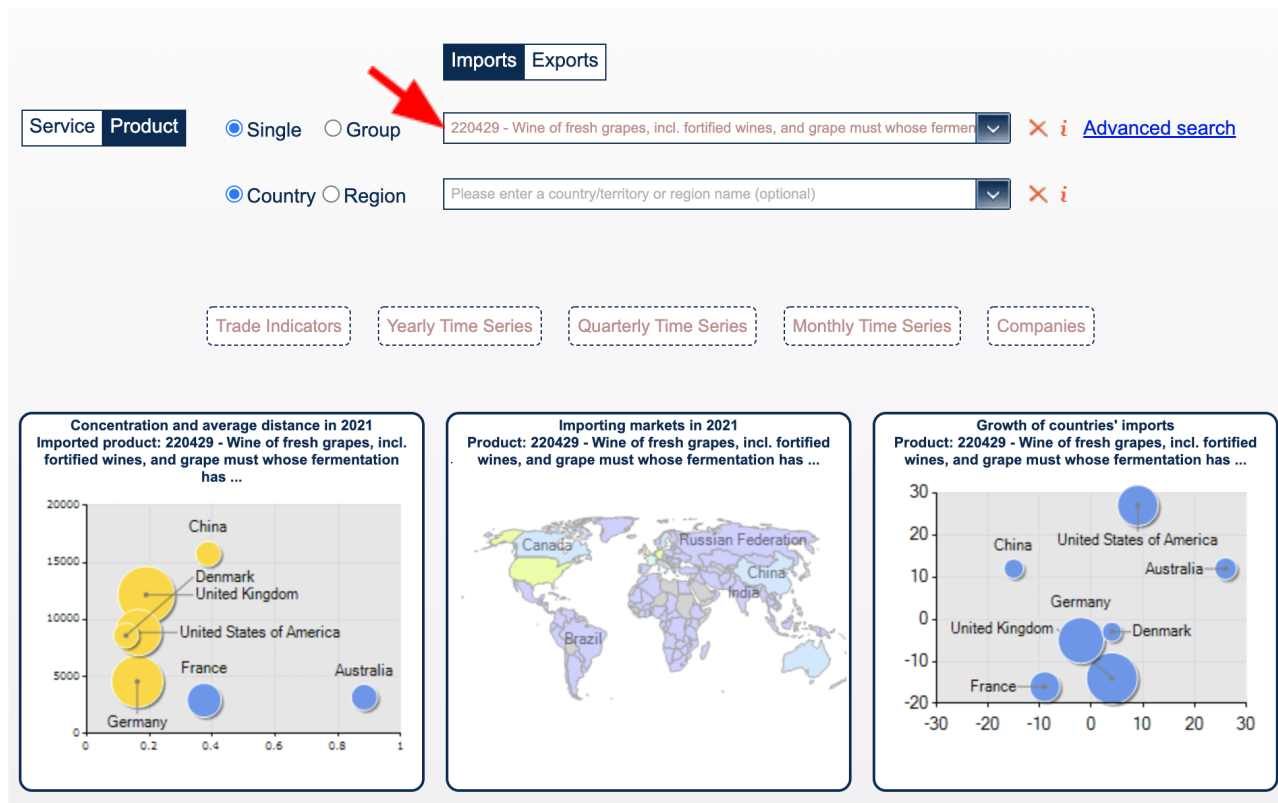
- Dostępność anglojęzycznej strony internetowej
- Jest pracownik odpowiedzialny za eksport
- Wystarczające zdolności produkcyjne
- Dostępność bezpłatnych zasobów / wykorzystanie usługi firmy outsourcingowej

Cztery kroki do rozszerzenia działalności poprzez rozwój nowych rynków:

KROK 1. Zdefiniuj nowe rynki docelowe

Wstępne skanowanie potencjału rynku <https://www.trademap.org/> pomoże Ci na tym etapie. Strona dostarcza informacji na temat rozwoju eksportu i importu na różnych rynkach dla określonych produktów. Wszystko, co musisz znać, to kod produktu. 220429 to kod wina z naturalnych winogron.

Aby korzystać z serwisu, musisz zarejestrować się i aktywować swój profil za pośrednictwem poczty elektronicznej.



Strona zawiera również szczegółowe statystyki dotyczące ilości importowanych towarów w różnych krajach świata. Poniżej statystyki dla nich:

Product: ... 220429 - Wine of fresh grapes, incl. fortified wines, ...

☒ World ☐ Country All

Partner All

other criteria Imports Trade indicators by country

Product Group: None

Country Group: None

Partner Group: None

List of importers for the selected product in 2021
Product : 220429 Wine of fresh grapes, incl. fortified wines, and grape must whose fermentation has been arrested ... [View correspondences](#)

The product code selected above has been reallocated in the 2017 HS revision.

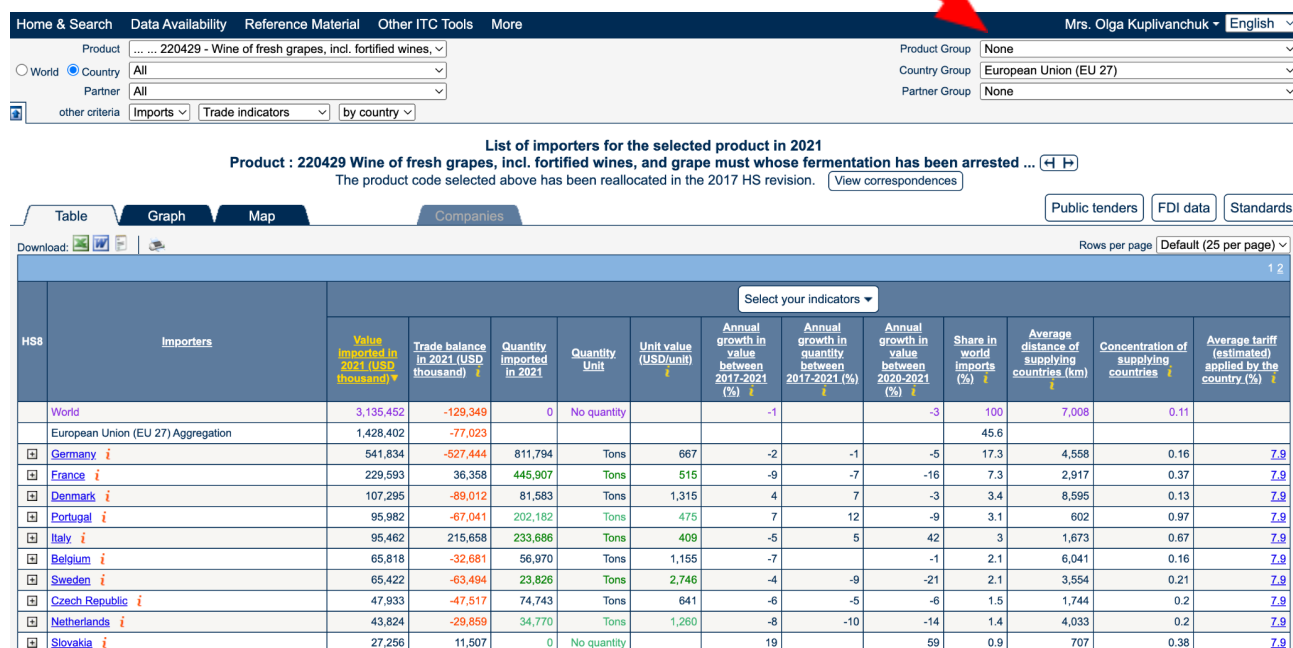
Table Graph Map Companies

Download: [Table](#) [Graph](#) [Map](#) [Companies](#)

Rows per page: Default (25 per page)

HS8	Importers	Value imported in 2021 (USD thousand)	Trade balance in 2021 (USD thousand)	Quantity imported in 2021	Quantity Unit	Unit value (USD/unit)	Annual growth in value between 2017-2021 (%)	Annual growth in quantity between 2017-2021 (%)	Annual growth in value between 2020-2021 (%)	Share in world imports (%)	Average distance of supplying countries (km)	Concentration of supplying countries	Average tariff (estimated) applied by the country (%)
	World	3,135,452	-129,349	0	No quantity		-1		-3	100	7,008	0.11	
	United Kingdom	670,091	-666,189	0	No quantity		4		-14	21.4	12,164	0.19	7.9
	Germany	541,834	-527,444	811,794	Tons	667	-2	-1	-5	17.3	4,558	0.16	7.9
	United States of America	422,498	-229,711	442,494	Cubic meters	955	9	12	27	13.5	8,857	0.16	8
	France	229,593	36,358	445,907	Tons	515	-9	-7	-16	7.3	2,917	0.37	7.9
	Australia	121,405	267,982	44,147	Cubic meters	2,750	26	24	12	3.9	3,173	0.88	3.2
	Denmark	107,295	-89,012	81,583	Tons	1,315	4	7	-3	3.4	8,595	0.13	7.9
	China	102,544	-102,491	115,052	Tons	891	-15	-12	12	3.3	15,760	0.39	30.7
	Portugal	95,982	-67,041	202,182	Tons	475	7	12	-9	3.1	602	0.97	7.9

Możesz także przeglądać statystyki dla określonych regionów, wybierając Grupę krajów:



Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More Mrs. Olga Kuplivanchuk English

Product: 220429 - Wine of fresh grapes, incl. fortified wines, Country: All, Partner: All, other criteria: Imports Trade indicators by country

Product Group: None, Country Group: European Union (EU 27), Partner Group: None

List of importers for the selected product in 2021
Product : 220429 Wine of fresh grapes, incl. fortified wines, and grape must whose fermentation has been arrested ...
The product code selected above has been reallocated in the 2017 HS revision. View correspondences

Table Graph Map Companies Public tenders FDI data Standards

Download: Rows per page Default (25 per page)

HS8	Importers	Value imported in 2021 (USD thousand)	Trade balance in 2021 (USD thousand)	Quantity imported in 2021	Quantity Unit	Unit value (USD/unit)	Annual growth in value between 2017-2021 (%)	Annual growth in quantity between 2017-2021 (%)	Annual growth in value between 2020-2021 (%)	Share in world imports (%)	Average distance of supplying countries (km)	Concentration of supplying countries	Average tariff (estimated) applied by the country (%)
World		3,135,452	-129,349	0	No quantity		-1		-3	100	7,008	0.11	
European Union (EU 27) Aggregation		1,428,402	-77,023							45.6			
Germany		541,834	-527,444	811,794	Tons	667	-2	-1	-5	17.3	4,558	0.16	7.9
France		229,593	36,358	445,907	Tons	515	-9	-7	-16	7.3	2,917	0.37	7.9
Denmark		107,295	-89,012	81,583	Tons	1,315	4	7	-3	3.4	8,595	0.13	7.9
Portugal		95,982	-67,041	202,182	Tons	475	7	12	-9	3.1	602	0.97	7.9
Italy		95,462	215,658	233,686	Tons	409	-5	5	42	3	1,673	0.67	7.9
Belgium		65,818	-32,681	56,970	Tons	1,155	-7		-1	2.1	6,041	0.16	7.9
Sweden		65,422	-63,494	23,826	Tons	2,746	-4	-9	-21	2.1	3,554	0.21	7.9
Czech Republic		47,933	-47,517	74,743	Tons	641	-6	-5	-6	1.5	1,744	0.2	7.9
Netherlands		43,824	-29,859	34,770	Tons	1,260	-8	-10	-14	1.4	4,033	0.2	7.9
Slovakia		27,256	11,507	0	No quantity		19		59	0.9	707	0.38	7.9

KROK 2. Przeprowadzaj badania rynku

Badania marketingowe składają się z następujących etapów:

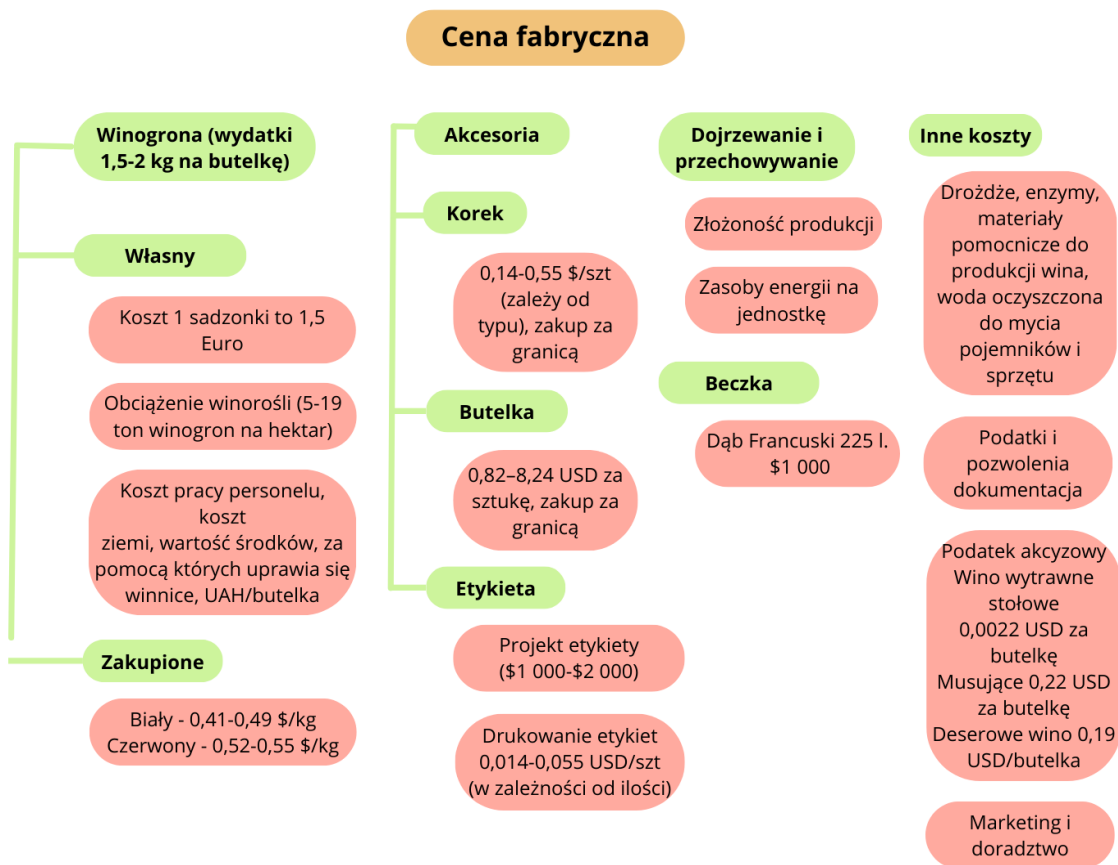
1. Analiza PEST (analiza czynników politycznych, ekonomicznych, społecznych i technicznych na rynku krajowym).
2. Analiza konsumentów na rynku: trendy konsumenckie, portret konsumenta, historia rozwoju rynku wina w kraju.
3. Analiza możliwości konsumentów i polityki cenowej dla wina kraju.
4. Analiza podatków i opłat od produktów importowanych, a przede wszystkim alkoholu. Akcyzę, podatki, opłaty i inne taryfy można przeanalizować dla każdego kraju na stronie <https://www.macmap.org>.
5. Wyzwania i korzyści dla importerów wina w kraju.
6. Analiza punktów sprzedaży: kanały sprzedaży alkoholu online \ offline, dystrybutorzy, cechy zawierania umów.

KROK 3. Zdecyduj, czy wejść na ten rynek, czy znaleźć inny rynek docelowy

Jeśli badania rynku i analiza konkurencji wykazą, że ten rynek nie jest Twoim celem i nie przyniesie Ci zysku, wróć do **KROKU 1**, aby znaleźć rynek, który jest dla Ciebie odpowiedni.

Analiza rynku i kształtowanie na nim **strategii** rozwoju to kluczowe punkty w przygotowaniach do eksportu. Bez starannego przygotowania prawdopodobieństwo niepowodzenia jest bardzo wysokie. Po wybraniu rynku i podjęciu decyzji o rozwijaniu na nim swojego produktu konieczne jest ukształtowanie **ceny**, która będzie konkurencyjna.

Kształtowanie ceny (na rynki zagraniczne i krajowe)



Marża produkcyjna

20-30%

Marża sprzedawcy

Sprzedaż detaliczna

Dystrybutor

Marża dystrybutora 20-30%

Marża punktu sprzedaży 20-50%

Sieci handlowe

30-40%

HORECA

100-300%

KROK 4. Opracuj strategię wejścia na rynek

Strategia wejścia na rynek powinna obejmować:

1. **Wnioski z analizy rynku** i dane wstępne (asortyment firmy, techniczne możliwości rozszerzenia produkcji, perspektywy optymalizacji kosztów).
2. Możliwe opcje rozwoju na rynku z uwzględnieniem analizy strategii głównych konkurentów.
3. Analiza SWOT firmy.
4. Cele strategiczne firmy na nowym rynku.
5. Najefektywniejsze kierunki rozwoju biznesu na nowym rynku.
6. Tworzenie unikalnej propozycji sprzedaży (**USP**).
7. Portret konsumenckiej marki firmy.
8. Propozycje rozwoju firmy na nowym rynku w obszarach **5P**:

Product - rozwój portfolio asortymentowego.

Price - kształtowanie się ceny (ceny wysyłkowej i ceny na półce) w różnych kanałach dystrybucji.

Place - kanały dystrybucji. Naszym zdaniem najbardziej odpowiednimi kanałami sprzedaży mogą być internetowe platformy sprzedaży wina (E-commerce) oraz współpraca z dużymi dystrybutorami.

Promotion - promocja produktów w kanałach dystrybucji (może obejmować plan marketingowy i budżet).

People to zespół, który ma służyć projektowi.

Międzynarodowe **wystawy i konkursy** winiarskie są ważnym elementem promocji produktów na rynkach eksportowych.

Lista najważniejszych międzynarodowych konkursów i wystaw winiarskich 2022-2023, w których warto wziąć udział, aby zaprezentować swoje produkty społeczności międzynarodowej i potwierdzić jakość wina:

Nazwa konkursu/wystawy	Data i miejsce	Opis	Strona internetowa
London Wine Competition	20-21 marca 2023, Londyn	Międzynarodowy konkurs degustacyjny, w którym możesz wziąć udział, jeśli chcesz sprzedawać wino w Wielkiej Brytanii	https://londonwinecompetition.com/
International Wine Challenge	marzec-kwiecień 2023 r., Wielka Brytania	Międzynarodowy konkurs degustacyjny, uznawany na całym świecie, jest bardzo ważny dla sprzedaży w UE i Wielkiej Brytanii	https://www.internationalwinechallenge.com/
Decanter World Wine Awards	maj 2023, Londyn	Najbardziej prestiżowy konkurs degustacyjny, doceniany przez ekspertów na całym świecie. Ważne do sprzedaży w UE, Azji, USA, Wielkiej Brytanii	https://www.decanter.com/decanter-awards/
London Wine Fair	maj 2023, Londyn	Międzynarodowe targi win o szczególnym znaczeniu dla osób planujących wejście na rynek Wielkiej Brytanii	https://www.londonwinefair.com/
Mundus Vini	marzec 2023, Niemcy	Międzynarodowy konkurs degustacyjny odbywa się raz w roku w ramach cieszącej się dużym uznaniem w UE wystawy ProWein	https://www.meininger-online.de/en/mundus-vini
ProWein	19-23 marca 2023, Dusseldorf	Największa międzynarodowa wystawa, obowiązkowa	https://www.prowein.de/

		dla tych, którzy planują eksport	
IWCS 2023 Wine Communicator	19 sierpnia 2023, Stany Zjednoczone Ameryki	Międzynarodowy konkurs degustacyjny, bardzo ważny dla sprzedaży w UE, Azji i SZA	https://iwsc.net/
Challenge International du Vin	21-22 kwietnia 2023 r., Francja	Międzynarodowy konkurs degustacyjny, bardzo ważny dla sprzedaży w UE	https://www.challengeduvin.com/en/
Concours Mondial de Bruxelles	Maj 2023, Belgia	Międzynarodowy konkurs degustacyjny, prestiżowy i ważny dla sprzedaży w UE	https://concoursmondial.com/fr/
Vinitaly	2-5 kwietnia 2023, Werona	Międzynarodowa wystawa wina ważna dla promocji na rynku UE	https://www.vinitaly.com/en/verona/
Specyfika rynku amerykańskiego:			
Los Angeles International Wine Competition	czerwiec 2023, Los Angeles	Amerykański prestiżowy konkurs degustacyjny	https://fairplex.com/competitions/wine-competition
Специфічно для ринку Азії:			
Vinexpo Asia	23-25 maja 2023, Singapur		https://www.vinexpoasia.com/vinexpo-asia/
Prowein Asia	25-28 kwietnia 2023, Singapur 10-12 maja 2023 r., Hongkong	Znakomita Międzynarodowa Wystawa w Azji	https://www.expo beds.com/event/prowine-asia

Planowanie udziału w międzynarodowych konkursach i wystawach zalecamy rozpocząć z co najmniej rocznym wyprzedzeniem, aby mieć czas na przygotowanie asortymentu i przesłanie go do konkursu, rezerwację miejsca, zaprojektowanie i wykonanie stoiska.

Inne przydatne platformy eksportowe

Analiza wymagań rynkowych, regulacji taryfowych (cła, świadectwa pochodzenia) i pozataryfowych (normy techniczne, wzornictwo itp.)	https://www.macmap.org
Taric zasób dla Europy	https://ec.europa.eu/
Wymagania dotyczące produktów Access2 Market	https://trade.ec.europa.eu/
Biuro Rozwoju Przedsiębiorczości i Eksportu	https://helpdesk.epo.org.ua
Świadectwa pochodzenia i analiza wymagań rynkowych	https://findrulesoforigin.org
Pan-Euro-Med-Convention, uniwersalne zasady handlu	https://zakon.rada.gov.ua/rada/
Prawodawstwo europejskie: wspólne standardy dla wszystkich	https://standards.cen.eu/
Ustawodawstwo ukraińskie	https://www.me.gov.ua/
Szczegółowa analiza atrakcyjności	statista.com & ec.europa.eu/eurostat

Wnioski

Z pomocą tej instrukcji można przejść przez proces przygotowania, zdecydować o kierunku eksportu i zorganizować dostawę produktów w ciągu **3-6 miesięcy**. Jeśli chcesz przyspieszyć ten proces, zalecamy skontaktowanie się z firmą outsourcingową specjalizującą się w badaniach rynku międzynarodowego i tworzeniu strategii eksportowych.

Dziękuję za uwagę!