



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Ul. Gornoslaska 35, 00-432 Warszawa
Tel.: 0048 22 622 94 66, Fax: 0048 22 622 94 64
E-mail: ecocom-warsaw@mfa.gr
Facebook: www.facebook.com/Ambasada.Grecji.w.Polsce

28.02.2019
ΑΠ Φ2215/ΑΣ 5

ΘΕΜΑ: ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΟΙΝΟΥ ΣΤΗΝ ΠΟΛΩΝΙΑ

Περιεχόμενα:

- Τάσεις στην αγορά
 - Διανομή
 - Ανταγωνισμός
 - Εισαγωγές και κατανάλωση εγχώριου και εισαγόμενου οίνου
 - Ελληνικός Οίνος - Διμερές εμπόριο
 - Προδιαγραφές και φορολογία
-

Συνοπτική ανάλυση:

Λιανική πώληση: Η μεγαλύτερη αλυσίδα στην Πολωνία Biedronka που ανήκει στην πορτογαλική Jeronimo Martins και η Lidl κυριαρχούν στον χώρο της λιανικής πώλησης. Οι αλυσίδες αυτές δεν θεωρούνται πλέον discounters καθότι η τιμολογιακή τους πολιτική και η ποικιλία που διαθέτουν προσομοιάζει με παραδοσιακή αγορά λιανικής. Το μερίδιο των δύο αυτών αλυσίδων έχει αυξηθεί σημαντικά σε βάρος μικρότερων καταστημάτων λιανικής τα τελευταία χρόνια, ωστόσο η τάση για 2017-2018 άρχισε να αλλάζει για την παραδοσιακή λιανική.

Ο αριθμός των μικρών καταστημάτων super market / convenience stores (Zabka, Lewiatan, Groszek and Carrefour Express) αυξάνεται ταχέως. Μειώνεται ο αριθμός των οικογενειακών καταστημάτων αλλά αυξάνονται τα καταστήματα 24 ωρών.

Μεγάλο ποσοστό εισαγομένων οίνων και ποτών πωλούνται στα μεγάλα αστικά κέντρα, ωστόσο η τάση αυτή αλλάζει καθώς οι Biedronka και Lidl ανοίγουν καταστήματα και σε μη αστικές περιοχές.

On-premise Πώληση και κατανάλωση στα καταστήματα: Η Πολωνία δεν έχει ανεπτυγμένο τομέα on-trade. Ο τομέας αυτός εξελίσσεται σχετικά γρήγορα αλλά από πολύ μικρή βάση κυρίως στις μεγάλες πόλεις και τουριστικά κέντρα Βαρσοβία, Κρακοβία, Βρότσλαβ, Γκντάνσκ.

Εξελίξεις την τελευταία τριετία:

Οίνος (μη αφρώδης): Η κατανάλωση οίνου στην Πολωνία έχει αυξηθεί κατακόρυφα κατά την τελευταία δεκαετία ωστόσο, ο ρυθμός αύξησης επιβραδύνεται πρόσφατα. Αυτό έγκειται στον ανταγωνισμό με άλλες κατηγορίες – φθηνή vodka, μπύρα από μικροζυθοποιία και προσφάτως prosecco.

Η γνώση και η αντίληψη οίνου στην κατανάλωση του μέσου Πολωνού έχει αναμφισβήτητα βελτιωθεί. Στην λιανική η Biedronka και Lidl έχουν αναδιοργανώσει την αγορά οίνου στην Πολωνία. Και οι δύο αλυσίδες προσφέρουν στην καταναλωτή εύκολη πρόσβαση σε νέες ετικέτες και είδη οίνου σε προσιτές τιμές. Πολλά κέντρα λιανικής οργανώνουν φεστιβάλ οίνου όπου προωθούν οίνους από συγκεκριμένη χώρα ή οινική περιοχή.

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Τα Carrefour και Makro Cash & Carry εστιάζουν σε οίνους premium αφρώδεις και μη. Οι οίνοι με τιμή άνω των PLN40.00 είναι η ταχύτερα ανερχόμενη κατηγορία στην Πολωνία. Οι μη αφρώδεις οίνοι είναι η κατηγορία που αυξάνεται στην επί τόπου κατανάλωση καθώς αυξάνεται ο αριθμός των μπαρ και εστιατορίων στις μεγάλες πόλεις. Δεν υπάρχει μόνιμη προτίμηση σε μία ετικέτα (brand loyalty) στην κατηγορία των μη αφρωδών οίνων. Οι καταναλωτές επιλέγουν οίνους ανάλογα με το χρώμα, τη γεύση, την τιμή, την προέλευση και συχνά την περιεκτικότητα σε αλκοόλ. Οι γλυκοί οίνοι καταλαμβάνουν περίπου το ένα τρίτο της αγοράς, ίσο μερίδιο καταλαμβάνουν οι ημίγλυκοι και οι ξηροί οι τελευταίοι, δε αυξάνονται σε προτιμήσεις.

Αφρώδεις Οίνοι:

Οι ντόπιοι ανθρακούχοι βρίσκονται σε μείωση αλλά οι εισαγόμενοι παρουσιάζουν σταθερή ετήσια άνοδο, οι καταναλωτές στρέφονται σε prosecco προσιτής τιμής και άλλα εισαγόμενα. Το prosecco ειδικά, παρουσιάζει τεράστια αύξηση καθώς οι καταναλωτές αναζητούν κάτι νέο. Δεν υπάρχουν στοιχεία ακριβώς για την κατανάλωση σε discount super market αλλά εκτίμηση της IWSR τοποθετεί το μερίδιό τους στο ήμισυ της αγοράς.

Συνοπτική εικόνα πωλήσεων Οίνων στην Πολωνία

	Πωλήσεις Ποσότητα [1 000 L]			Πωλήσεις Τιμή [1 000 PLN]		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
ΟΙΝΟΙ	82.538	87.914	92.380	1.655.045	1.780.125	1.903.976
ECONOMY (<12 PLN)	29.070	30.544	31.615	359.452	373.033	388.691
MAINSTREAM(12-20 PLN)	41.054	44.322	45.898	876.183	957.775	1.011.504
PREMIUM (20-30 PLN)	8.534	9.504	11.196	265.231	298.149	349.105
TOP PREMIUM (>30 PLN)	3.881	3.544	3.671	154.179	151.168	154.675
ΕΡΥΘΡΟΣ	47.067	47.041	48.290	944.486	977.291	1.026.332
ΛΕΥΚΟΣ	24.598	27.674	29.266	506.907	565.659	595.780
ΡΟΖΕ	10.602	12.982	14.641	197.167	232.210	277.889
ΞΗΡΟΣ	26.134	26.808	27.279	607.111	638.820	653.533
ΗΜΙΞΗΡΟΣ	17.653	19.073	19.458	383.456	413.820	431.894
ΗΜΙΓΛΥΚΟΣ	31.303	33.032	34.109	492.655	525.544	548.760
ΓΛΥΚΟΣ	5.454	6.300	8.612	122.649	145.276	205.745
<0,75L	427	384	397	10.850	10.874	12.372
0,75L- 1L	79.052	84.382	88.159	1.605.509	1.730.507	1.846.463
>1L	3.051	3.143	3.819	38.486	38.601	45.032
ΟΙΝΟΙ ΑΦΡΩΔΕΙΣ	19.576	20.133	21.120	301.413	326.377	353.018
ECONOMY (<12 PLN)	11.880	11.476	11.509	103.646	95.459	94.668
MAINSTREAM(12-20 PLN)	5.684	6.317	6.951	104.338	122.141	136.480
PREMIUM (20-40 PLN)	1.939	2.260	2.584	77.353	90.999	105.759
TOP PREMIUM (>40 PLN)	74	81	76	16.077	17.777	16.110
ΛΕΥΚΟΣ	18.210	18.130	18.881	270.481	286.990	307.594
ΕΡΥΘΡΟΣ	563	933	709	14.605	20.440	17.541
ΡΟΖΕ	479	648	859	12.237	15.058	20.269
ΞΗΡΟΣ	1.822	2.392	2.643	64.479	86.353	97.639
ΗΜΙΞΗΡΟΣ	880	857	991	24.488	24.875	27.465
ΗΜΙΓΛΥΚΟΣ	13.035	12.516	12.713	137.491	134.297	138.911
ΓΛΥΚΟΣ	3.050	3.131	3.390	66.898	69.396	75.125

Πηγή: Nielsen

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

	Δυναμική σε ποσότητα		Δυναμική σε τιμή			Δυναμική σε ποσότητα		Δυναμική σε τιμή	
	2016	2017	2016	2017		2016	2017	2016	2017
ΟΙΝΟΙ	6,5%	5,1%	7,6%	7,0%	ΟΙΝΟΙ ΑΦΡΩΔΕΙΣ	2,8%	4,9%	8,3%	8,2%
ECONOMY (<12 PLN)	5,1%	3,5%	3,8%	4,2%	ECONOMY (<12 PLN)	-3,4%	0,3%	-7,9%	-0,8%
MAINSTREAM (12-20 PLN)	8,0%	3,6%	9,3%	5,6%	MAINSTREAM (12-20 PLN)	11,1%	10,0%	17,1%	11,7%
PREMIUM (20-30 PLN)	11,4%	17,8%	12,4%	17,1%	PREMIUM (20-40 PLN)	16,6%	14,3%	17,6%	16,2%
TOP PREMIUM (>30PLN)	-8,7%	3,6%	-2,0%	2,3%	TOP PREMIUM (>40 PLN)	9,5%	-5,8%	10,6%	-9,4%
ΕΡΥΘΡΟΣ	-0,1%	2,7%	3,5%	5,0%	ΛΕΥΚΟΣ	-0,4%	4,1%	6,1%	7,2%
ΛΕΥΚΟΣ	12,5%	5,8%	11,6%	5,3%	ΕΡΥΘΡΟΣ	65,5%	24,0%	40,0%	-14,2%
ΡΟΖΕ	22,4%	12,8%	17,8%	19,7%	ΡΟΖΕ	35,2%	32,5%	23,1%	34,6%
ΞΗΡΟΣ	2,6%	1,8%	5,2%	2,3%	ΞΗΡΟΣ	31,3%	10,5%	33,9%	13,1%
ΗΜΙΞΗΡΟΣ	8,0%	2,0%	7,9%	4,4%	ΗΜΙΞΗΡΟΣ	-2,6%	15,6%	1,6%	10,4%
ΗΜΙΓΛΥΚΟΣ	5,5%	3,3%	6,7%	4,4%	ΗΜΙΓΛΥΚΟΣ	-4,0%	1,6%	-2,3%	3,4%
ΓΛΥΚΟΣ	15,5%	36,7%	18,4%	41,6%	ΓΛΥΚΟΣ	2,6%	8,3%	3,7%	8,3%
<0,75L	-10,2%	3,6%	0,2%	13,8%					
0,75L- 1L	6,7%	4,5%	7,8%	6,7%					
>1L	3,0%	21,5%	0,3%	16,7%					

Πηγή: Nielsen

Τάσεις στην αγορά

Τα τελευταία χρόνια, η πολωνική αγορά οίνου μεγαθύνεται ετησίως με ρυθμούς της τάξης του 5% και άνω. Βεβαίως, το μέγεθός της υπολείπεται των εγχώριων δυνατοτήτων (περίπου 32 εκ. άνω των 15 ετών επί συνόλου 38 εκ.).

Η μέση κατανάλωση οίνου στη Πολωνία είναι σημαντική χαμηλότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου:

ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΝΑ ΚΑΤΟΙΚΟ

	Μονάδα Μέτρησης	2005	2010	2014	2015	2016	2017
Οίνος	Lt.	8.6	6.9	6.3	6.3	5.9	6.1

Πηγή: www.GUS.pl

Η βελτιούμενη οικονομική κατάσταση του πληθυσμού έχει ως αποτέλεσμα τη μεταβολή των καταναλωτικών συνθηκών και προτιμήσεων. Αυτή, με τη σειρά της, δημιουργεί νέες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις αλλά και συνθήκες έντονου ανταγωνισμού, ειδικά για τους νεοεισερχόμενους. Μεταξύ των ετών 2004 και 2013 η αγορά οίνου μεγαθύνθηκε κατά 56% και αυτό το γεγονός προσέλκυσε πολλούς νέους προμηθευτές. Πέραν αυτών, δυναμικές κινήσεις στο πεδίο των συγχωνεύσεων και εξαγορών επιχειρήσεων του κλάδου δείχνουν ότι οι προσδοκίες σχετικά με την περαιτέρω μεγέθυνση της αγοράς είναι μεγάλες.

Μολονότι τα μεγαλύτερα μερίδια αγοράς συνεχίζουν να αντιστοιχούν στη μπίρα και τη βότκα, **το κρασί αποτελεί την ταχύτερα αναπτυσσόμενη κατηγορία** στην αγορά οινοπνευματωδών. Οι εταιρείες του κλάδου

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

εκτιμούν ότι η αγορά κρασιού προερχόμενου από σταφύλια θα συνεχίσει να αυξάνεται με ετήσιο ρυθμό 7% τα επόμενα χρόνια.

Όσον αφορά το κρασί, αυξάνεται σταδιακά το ενδιαφέρον των καταναλωτών για λευκά και ροζέ, ενώ οι αφρώδεις οίνοι παραμένουν σταθεροί σε ποσοστό της τάξης του 20% των συνολικών πωλήσεων οίνου. Σημαντική για την αύξηση της ζήτησης είναι η συμβολή του τμήματος του αγοραστικού κοινού που αντιστοιχεί στους **νέους, αστούς, επαγγελματίες** καταναλωτές. Αυτοί οι αγοραστές ταξιδεύουν συχνότερα σε άλλες χώρες (με παράδοση στην κατανάλωση κρασιού), αντιγράφουν πρότυπα του εξωτερικού και έχουν ταυτίσει στη συνείδησή τους το κρασί με έναν επιθυμητό «δυτικό» τρόπο ζωής. Επιπλέον, έχουν την οικονομική δυνατότητα να αγοράσουν κρασί, το οποίο είναι συνήθως ακριβότερο από παραδοσιακά ποτά όπως η βότκα. Πρώτη επιλογή αυτού του αγοραστικού κοινού είναι ο ερυθρός οίνος. Το 45% των Πολωνών πίνει κρασί αρκετές φορές στη διάρκεια του έτους. Το 60% της τελευταίας κατηγορίας είναι **γυναίκες**, ενώ πιο «πιστοί φίλοι» του κρασιού θεωρούνται οι **άνω των 40 ετών** που είναι επίσης **απόφοιτοι πανεπιστημίου**.

Στην εγχώρια αγορά κυριαρχούν οι ημίγλυκοι οίνοι, οι οποίοι επιλέγονται από τις μεγαλύτερες σε ηλικία καταναλώτριες, που τους προτιμούν αντί για ποτά με υψηλή περιεκτικότητα αλκοόλ. Μολονότι αυτή η τάση δε φαίνεται να εξασθενεί, ενδιαφέρουσα είναι η στροφή των νέων σε ηλικία και καινούριων καταναλωτών κρασιού στους ημίξηρους και ξηρούς οίνους.

Η αγορά ενδέχεται να επηρεαστεί μελλοντικά από την ευδιάκριτη στροφή αρκετών καταναλωτών σε τρόφιμα και ποτά που θεωρείται ότι ταιριάζουν με έναν «υγιεινό» τρόπο ζωής. Η λελογισμένη κατανάλωση κρασιού εκτιμάται ότι είναι συμβατή με αυτή την αντίληψη, αλλά δε μπορεί να αποκλειστεί το ενδεχόμενο της μετατόπισης των καταναλωτών με τις συγκεκριμένες προτεραιότητες προς ποτά χαμηλής περιεκτικότητας αλκοόλ, πράγμα το οποίο παρατηρείται ήδη σε ορισμένες δυτικοευρωπαϊκές αγορές.

Αναφορικά με τη **δημοφιλία των κρασιών** που διατίθενται στην εδώ αγορά **ανάλογα με τη χώρα προέλευσής** τους, σημειώνεται ότι τα ανατολικοευρωπαϊκά κρασιά (που ήταν τα μόνα διαθέσιμα την εποχή της κομμουνιστικής διακυβέρνησης) έχουν εκτοπιστεί από τις πρώτες θέσεις. Μολονότι τα κρασιά της Ανατολικής Ευρώπης (π.χ. Βουλγαρίας, Μολδαβίας, Γεωργίας) συνεχίζουν να έχουν δυναμική παρουσία, λόγω και της ανταγωνιστικής τιμής πώλησής τους (περίπου € 3 / μπουκάλι), στα ράφια των καταστημάτων κυριαρχούν πλέον κρασιά από τη Γαλλία, την Ισπανία, την Ιταλία, τις ΗΠΑ, την Αυστραλία, τη Νότια Αφρική και τη Χιλή. Είναι ενδεικτικό ότι στις πρώτες θέσεις της εγχώριας κατάταξης (κατανάλωσης οίνου) συναντά κανείς κρασιά όπως το “Carlo Rossi” της καλιφορνέζικης “E & J Gallo Winery” (το οποίο κυκλοφόρησε αρχικά με χαμηλότερη τιμή λιανικής και ακρίβυνε στην πορεία) και το χιλιανό “Concha y Toro”.

Η **κυριαρχία του ερυθρού οίνου** δε φαίνεται να αμφισβητείται προς το παρόν. Τα κόκκινα κρασιά προτιμώνται από τους νέους, επαγγελματίες και αστούς καταναλωτές, ενώ τα λευκά κρασιά, τα ροζέ και ειδικά τα καινοτομικά προϊόντα με βάση το κρασί (αρωματικά ποτά με βάση το κρασί ή κοκτέιλ κρασιού) δεν είναι πολύ δημοφιλή. Στα κόκκινα κρασιά αντιστοιχεί το 32% των συνολικών εγχώριων πωλήσεων οίνου. Στα λευκά κρασιά αντιστοιχεί το 25,5% των πωλήσεων, στα αφρώδη κρασιά και τη σαμπάνια το 20,5% και στα ροζέ μόλις 1,8%.

Παρ’ όλα αυτά, υπάρχουν κάποιες ενδείξεις μεταβολής των προτιμήσεων. Η μικρή αύξηση της κατανάλωσης «μη κόκκινων» κρασιών συμβαδίζει με την τάση που έχει εκδηλωθεί ή εκδηλώνεται σε δυτικοευρωπαϊκές αγορές. Επίσης, οι καταναλωτές γίνονται ολοένα και πιο δεκτικοί σε προϊόντα διαφορετικών χωρών

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ

ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

προέλευσης (π.χ. κρασιά Αμερικής), διαφορετικών ποικιλιών και με διαφορετικό εμπορικό σήμα. Είναι, δηλαδή, περισσότερο πρόθυμοι σε σχέση με το παρελθόν να δοκιμάσουν νέα προϊόντα.

Όσον αφορά τις **συσκευασίες**, μολονότι οι εξελίξεις στην εγχώρια αγορά ακολουθούν τις τάσεις των δυτικοευρωπαϊκών αγορών, τα βιδωτά πώματα των φιαλών εξακολουθούν να μη γίνονται εύκολα αποδεκτά, καθώς στη συνείδηση των καταναλωτών κρασιού συνδέονται με φθηνά οινοπνευματώδη ποτά όπως η βότκα. Ως εκ τούτου, τα μπουκάλια που είναι σφραγισμένα με φελλό συνεχίζουν να συναντώνται συχνότερα στα καταστήματα, αν και τα βιδωτά πώματα αρχίζουν να ενισχύουν τη θέση τους. Επίσης, περιθωριακή (στην καλύτερη περίπτωση) είναι προς το παρόν η παρουσία των κρασιών σε πλαστικά μπουκάλια (PET), των κουτιών αλουμινίου και των συσκευασιών bag-in-box.

Ως προς τις **τιμές** διάθεσης των διαφόρων κρασιών, σημειώνεται ότι το κρασί παραμένει ένα σχετικά ακριβό προϊόν στην πολωνική αγορά, λαμβανομένων υπ' όψιν των εισοδημάτων της πλειονότητας των καταναλωτών. Βεβαίως, συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών (βλ. «νέους, αστούς, επαγγελματίες») είναι περισσότερο δεκτικές σε μικρές αυξήσεις των τιμών λιανικής πώλησης, ιδίως όταν πρόκειται για κόκκινα κρασιά. Οι τιμές κινούνται και εκτιμάται ότι θα συνεχίσουν να κινούνται καθοδικά το επόμενο διάστημα, λόγω της δυναμικότερης δραστηριοποίησης των εμπόρων discount και μικρότερων αλυσίδων λιανεμπορίου, επιτρέποντας το «άνοιγμα» σε νέες κατηγορίες καταναλωτών χαμηλότερου εισοδήματος και την ανασυγκρότηση-αναδιάρθρωση των κατηγοριών των κρασιών που κυκλοφορούν ανάλογα με την τιμή διάθεσής τους. Χαμηλές είναι οι τιμές πώλησης κρασιών που εισάγονται ασυσκευάστα (χύμα) από χώρες όπως η Χιλή και εμφανίζονται στην Πολωνία.

Διανομή

Σημαντικό θεωρείται το κόστος «εισόδου» στα ράφια των πολωνικών supermarket. Η συνεργασία με διανομείς που έχουν ήδη πρόσβαση σε αυτά είναι ένας τρόπος αντιμετώπισης αυτής της δυσκολίας, με συγκεκριμένα, ασφαλώς, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

Οι ενδιαφερόμενοι δεν πρέπει να ξεχνούν ότι τα κρασιά με τη χαμηλότερη τιμή πώλησης εξακολουθούν να διαδραματίζουν τον σημαντικότερο ρόλο. Τα κρασιά αυτής της κατηγορίας συναντώνται σε τιμές που δεν ξεπερνούν τα 4-5 Ευρώ ανά φιάλη, κυρίως στις αλυσίδες discount, μέσω των οποίων διατίθεται το 45% του συνολικού όγκου του κρασιού που πωλείται στη χώρα. Περίπου 30% του κρασιού που καταναλώνεται εγχωρίως πωλείται μέσω άλλων καταστημάτων «μεγάλης επιφάνειας», ενώ στον τομέα HoReCa αντιστοιχεί ποσοστό 4% και στα εξειδικευμένα καταστήματα ποσοστό 5% των συνολικών πωλήσεων.

Υπολογίζεται ότι δραστηριοποιούνται σχεδόν χίλιοι εισαγωγείς οίνου, σε μια κατακεραματισμένη αγορά. Πλάι σε μεγάλες και καθιερωμένες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται πολλές μεσαίες και ακόμη περισσότερες μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις. Μια πρώτη προσπάθεια οργάνωσης των κύριων παικτών του κλάδου έγινε σχετικά πρόσφατα, με την ίδρυση ένωσης εισαγωγέων και διανομέων οίνου (<http://kulturawina.pl>). Η συνεργασία με αλυσίδες discount εγγυάται σε μεγάλο βαθμό την πρόσβαση σημαντικού αριθμού αγοραστών στα προϊόντα του ενδιαφερόμενου αλλά προϋποθέτει την ετοιμότητα του προμηθευτή να ανταποκριθεί στις προσδοκίες των εν λόγω αλυσίδων όσον αφορά τη χαμηλή τιμή πώλησης. Η σταδιακή αύξηση του αριθμού των καταναλωτών με την προσθήκη ομάδων υψηλότερου εισοδήματος σημαίνει ότι και ακριβότερα κρασιά θα βρουν προοδευτικά θέση στα ράφια των καταστημάτων που απευθύνονται στο ευρύ κοινό. Οι περισσότεροι αναλυτές της εδώ αγοράς είναι της άποψης ότι αξιοσημείωτη αύξηση της ζήτησης αναμένεται να καταγραφεί στην κατηγορία (τιμής λιανικής) των 7-15 Ευρώ / φιάλη.

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Συνοψίζοντας, σημειώνεται ότι οι ποσότητες κρασιού που καταναλώνονται εγχωρίως πωλούνται από τις αλλοδαπές εξαγωγικές επιχειρήσεις:

- Απευθείας σε εισαγωγείς/διανομείς που εφοδιάζουν supermarkets, εξειδικευμένα καταστήματα (οινοπνευματωδών ποτών) και μικρά καταστήματα τροφίμων/ποτών. Πρόκειται για το κύριο κανάλι διανομής
- Μέσω μεσαζόντων σε εισαγωγείς/διανομείς που εφοδιάζουν supermarkets, εξειδικευμένα καταστήματα (οινοπνευματωδών ποτών) και μικρά καταστήματα τροφίμων/ποτών
- Απευθείας ή μέσω μεσαζόντων σε αλυσίδες supermarket.
- Απευθείας ή μέσω μεσαζόντων σε εισαγωγείς/διανομείς που εφοδιάζουν εστιατόρια, ξενοδοχεία, μπαρ κλπ
- Απευθείας σε χονδρεμπόρους (Cash & Carry τύπου Makro) που εφοδιάζουν εστιατόρια, ξενοδοχεία, μπαρ κλπ

Η προμήθεια των μεσαζόντων είναι της τάξης του 3-5% για μεγάλες ποσότητες και του 10% για μικρότερες ποσότητες. Οι εισαγωγείς/διανομείς διεκδικούν (margin) περίπου το 30-40% της τιμής πώλησης, που μπορεί να διαμορφωθεί στο 20% στην περίπτωση εφοδιασμού supermarket. Συνήθως, προϋπόθεση για την απευθείας συνεργασία με supermarket αποτελεί η δυνατότητα του εξαγωγέα να γεμίσει τουλάχιστον ένα ολόκληρο εμπορευματοκιβώτιο (container). Όπως προαναφέρθηκε, οι αλυσίδες λιανεμπορίου δίνουν έμφαση στην τιμή και διεκδικούν από 15% στην περίπτωση των αλυσίδων discount έως 30% στις υπόλοιπες αλυσίδες (υπεραγορές κλπ.). Τα μικρά καταστήματα τροφίμων/ποτών προμηθεύονται κρασιά κυρίως μέσω διανομένων και διεκδικούν 15-20%. Τα μικρά εξειδικευμένα καταστήματα οινοπνευματωδών (κάβες, delicatessen κλπ.), που διεκδικούν ποσοστό 30% ή υψηλότερο, ενδιαφέρονται για κρασιά καλύτερης ποιότητας, που προμηθεύονται κατά κανόνα από μικρότερους εισαγωγείς/διανομείς. Η πώληση κρασιού σε επιχειρήσεις εστίασης (ξενοδοχεία, εστιατόρια, μπαρ κλπ.) προϋποθέτει τις περισσότερες φορές τη συνεργασία του εξαγωγέα με διανομείς που εφοδιάζουν τις συγκεκριμένες επιχειρήσεις, καθώς οι τελευταίες δε συνηθίζουν να εισάγουν απευθείας τα κρασιά που πωλούν στους τελικούς καταναλωτές.

Οι επιχειρήσεις εστίασης (μερίδιο αγοράς 4% και ενδεικτική τιμή πώλησης € 17,50 / φιάλη) και τα εξειδικευμένα καταστήματα οινοπνευματωδών (μερίδιο αγοράς 5% και ενδεικτική τιμή πώλησης € 6 / φιάλη) εμπορεύονται μόνο εμφιαλωμένα/τυποποιημένα κρασιά. Τα μικρά καταστήματα τροφίμων/ποτών (μερίδιο αγοράς 21% και ενδεικτική τιμή πώλησης € 4 / φιάλη) και τα supermarket (μερίδιο αγοράς 70% και ενδεικτική τιμή πώλησης € 3,5 / φιάλη) εμπορεύονται τόσο εμφιαλωμένα/τυποποιημένα όσο και μη τυποποιημένα (χύμα) κρασιά.

Συνήθως, προϋπόθεση για την αγορά μη τυποποιημένου κρασιού (χύμα) από έναν εισαγωγέα αποτελεί η δυνατότητα του εξαγωγέα να προμηθεύσει τουλάχιστον 60.000 λίτρα.

Οι **διαδικτυακές πωλήσεις** δεν είναι αξιοσημείωτες (υπολογίζονται στο 1% των συνολικών) τόσο λόγω της τάσης των καταναλωτών να εντοπίζουν τα κρασιά που τους ενδιαφέρουν διαδικτυακά αλλά να τα αγοράζουν «επί τόπου» από συμβατικά καταστήματα, όσο και λόγω περιορισμών που επιβάλλονται από την εφαρμογή της νομοθεσίας για την καταπολέμηση του αλκοολισμού. Αυτή η πραγματικότητα μπορεί να μεταβληθεί με την τροποποίηση των οικείων διατάξεων. Είναι πιθανό να αναληφθούν σχετικές πρωτοβουλίες τα επόμενα έτη, καθώς το διαδικτυακό εμπόριο είναι αρκετά δημοφιλές στην Πολωνία. Οι πετυχημένοι ιστότοποι είναι: Winezja, Wina.pl και marekkondrat.pl.

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Επιτρέπεται η πώληση οινοπνευματωδών ποτών και στα **πρατήρια καυσίμων**. Οι τιμές των προϊόντων που διατίθενται μέσω αυτής της οδού είναι κατά κανόνα προσιτές. Τέλος, σημειώνεται ότι, πέραν των κρασιών που καταναλώνονται εντός εστιατορίου, συχνά υπάρχει δυνατότητα αγοράς – από εστιατόρια – κρασιού που προορίζεται για κατανάλωση εκτός του καταστήματος.

Ανταγωνισμός

Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την εμπορία προϊόντων χαμηλής τιμής (low-end) έχουν να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό των μεγάλων δυτικοευρωπαϊκών αλυσίδων λιανεμπορίου. Αυτές οι αλυσίδες εισάγουν συνήθως μεγάλες ποσότητες απευθείας από τις χώρες παραγωγής και μπορούν να ασκήσουν μεγάλη πίεση μέσω των κεντρικών τους. Στη χώρα λειτουργούν περισσότερες από 40 αλυσίδες Super Market. Περίπου 15 διαθέτουν καταστήματα σε ολόκληρη την επικράτεια, ενώ οι υπόλοιπες δραστηριοποιούνται σε περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο. Σημαντικές αλυσίδες λιανεμπορίου τροφίμων και ποτών είναι οι: Biedronka, POLOMarket, Top Market, Lewiatan, Carrefour, Lidl, Aldi, Netto, Kaufland, Tesco, Real, Marcpol, Mokpol, Stokrotka, E.Leclerc, Intermarché, Małpka Express, Żabka, Auchan και το (αποκλειστικά) διαδικτυακό supermarket Frisco.

Η περίπτωση της Biedronka: η αλυσίδα άρχισε προ 20ετίας περίπου να εισάγει μικρές ποσότητες οίνου και να προμηθεύεται εγχωρίως από προμηθευτές οίνους χαμηλής τιμής. Σταδιακά εστιάστηκε σε ίδιες εισαγωγές και εισήγαγε το θεσμό του “wine festival” που απογείωσε την κατηγορία. Είναι δύσκολο να υπολογισθούν οι πωλήσεις της αλυσίδας (δεν δημοσιεύει τέτοια στοιχεία) αλλά υπολογίζεται στο 35% της αγοράς μη αφρώδους οίνου. Τα φεστιβάλ προωθούν 20 με 30 οίνους από συγκεκριμένη χώρα ή περιοχή σε τιμές περίπου 14.99 έως 19.99 PLN. Η Biedronka δεν έχει δική της ετικέτα ωστόσο κάποιοι οινοπαραγωγοί δημιουργούν οίνους ειδικά για την αλυσίδα. Η επιτυχία του ομίλου έγκειται (α) στην απλοποίηση της οινικής προφοράς (β) στο τμήμα των ημίγλυκων 14.99 PLN και (γ) στο μάρκετινγκ. Τα markups υπολογίζονται σε 50% [για οίνο που πωλείται 14.99 PLN (\$3.72, εκ του οποίου ο φόρος είναι \$1.04) υπολογίζεται ότι αγοράστηκε \$1.70 έως \$1.85. πρόκειται, επίσης για δύσκολο και σκληρό διαπραγματευτή με πίεση έως και 15% επί της αρχικής τιμής (ενώ –σύμφωνα με το περιοδικό WBI- πίεση στις τιμές ασκείται πολλές φορές και μετά την αρχική συμφωνία).

Μολονότι η εγχώρια αγορά κρασιού είναι σχετικά νέα, ο ανταγωνισμός γίνεται ολοένα και πιο έντονος με την πάροδο του χρόνου. Λόγω του μικρού μεγέθους της αγοράς, μόνο λίγοι παίκτες έχουν καταφέρει να εξελιχθούν σε αγοραστές μείζονος σημασίας. Στο τμήμα της αγοράς που αντιστοιχεί στη διακίνηση μεγάλων ποσοτήτων κυριαρχούν λίγες μεγάλες επιχειρήσεις όπως οι Ambra (www.ambra.com.pl), Bartex-Bartol (www.bartex.com.pl), Domain Menada (www.domainmenada.pl), Partner Center (<http://wina.net.pl>) και CEDC (www.cedc.com).

Πολωνική Οινοπαραγωγή:

Καλλιεργήσιμη έκταση: 222 εκτάρια, 197 αδειοδοτημένα οινοποιεία. Κύριες ποικιλίες λευκού: Hibernial, Johanniter, Solaris, Riesling Κύριες ποικιλίες ερυθρού: Rondo, Regent, Pinot Noir. Οινοπαραγωγικές περιοχές: Zielona Gora (Δυτικά), Νότια Silesia (Νοτιο-δυτικά), Subcarpathia (Νοτιοανατολικά) Malopolski Przelom Wisly (κεντρική Πολωνία).

Ο πολωνικός οίνος είναι αναμφισβήτητα ακριβός για την ποιότητά του, λόγω κυρίως της έλλειψης οινομιών κλίμακας στην παραγωγή (υπολογίζεται το κόστος παραγωγής σε 20PLN/φιάλη. Άλλος ανασταλτικός παράγοντας είναι η γραφειοκρατία που λειτουργεί ως τροχοπέδη.

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Εισαγωγές και κατανάλωση εγχώριου και εισαγόμενου οίνου

Κατανάλωση Οίνου

000ς κιβώτια 9 λίτρων	2016	2017
Σύνολο Οίνου	23.721,25	23.621,50
Εγχώριοι	10.318,00	9.654,00
Εισαγόμενοι	13.403,25	13.967,50
Οίνοι (μη αφρώδεις)	11.745,00	12.175,00
Εγχώριοι	17,00	24,00
Εισαγόμενοι	11.728,00	12.151,00
Αφρώδεις Οίνοι	3.400,00	3.350,00
Εγχώριοι	2.750,00	2.650,00
Εισαγόμενοι	650,00	700,00
Ενισχυμένοι Οίνοι	23,75	24,50
Εγχώριοι	-	-
Εισαγόμενοι	23,75	24,50
Ελαφρά Απεριτίφ	1.272,50	1.172,00
Εγχώριοι	625,00	585,00
Εισαγόμενα	647,50	587,00
Άλλοι οίνοι	7.280,00	6.900,00
Εγχώριοι	6.926,00	6.395,00
Εισαγόμενοι	354,00	505,00

Πηγή: IWSR

Κατανάλωση: Μη αφρώδεις Εγχώριοι / εισαγόμενοι ανά χώρα

000ς κιβώτια 9 λίτρων	2016	2017
Μη αφρώδεις σύνολο	11.745,00	12.175,00
Εγχώριοι	17,00	24,00
Εισαγόμενοι	11.728,00	12.151,00
ΗΠΑ	1.555,00	1.690,00
Ιταλία	940,00	960,00
Γαλλία	840,00	895,00
Χιλή	785,00	845,00
Βουλγαρία	690,00	675,00
Μολδαβία	650,00	695,00
Πορτογαλία	605,00	615,00
Ισπανία	505,00	525,00
Ουγγαρία	355,00	375,00
Ελλάδα	160,00	175,00
Αυστραλία	150,00	152,00
Γεωργία	150,00	170,00
Νότιος Αφρική	142,00	135,00
Γερμανία	125,00	120,00
Αργεντινή	97,75	90,00

Πηγή: IWSR

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Κατανάλωση: Μη αφρώδεις Εγχώριοι / εισαγόμενοι

000ς κιβώτια 9 λίτρων	2016	2017
Μη αφρώδεις σύνολο	11.745,00	12.175,00
Ερυθροί	6.275,00	6.625,00
Ροζέ	525,00	550,00
Λευκοί	4.945,00	5.000,00

Πηγή: IWSR

Κατανάλωση: Αφρώδεις Εγχώριοι / εισαγόμενοι ανά χώρα

000ς κιβώτια 9 λίτρων	2016	2017
Αφρώδεις Οίνοι	3.400,00	3.350,00
Ντόπιοι	2.750,00	2.650,00
Champagne	38,00	45,00
Ιταλία	405,00	455,00
Ισπανία	90,00	95,00
Γερμανία	35,75	30,00
Γαλλία	26,75	24,00
Λεττονία	23,00	25,00
ΗΠΑ	5,00	4,00

Πηγή: IWSR

Άξιο αναφοράς είναι το γεγονός ότι εισάγονται κρασιά όχι μόνον απευθείας από τις χώρες παραγωγής αλλά και μέσω τρίτων χωρών. Στην περίπτωση των μεγάλων οινοπαραγωγών χωρών ακολουθούνται παράλληλα και οι δύο διαδρομές. Οι ακόλουθες ενδεικτικές περιπτώσεις δίνουν το περίγραμμα αυτής της πραγματικότητας.

Κρασιά από την Κύπρο εισάγονται μέσω Γερμανίας.

Κρασιά από τις ΗΠΑ εισάγονται κατά πρώτο λόγο μέσω Γερμανίας (80%) και κατά δεύτερο απευθείας ή μέσω άλλων χωρών (Ην. Βασίλειο, Ιταλία, Βέλγιο, Τσεχία, Γαλλία και Σουηδία).

Κρασιά Ισπανίας, Ιταλίας, Γαλλίας, Χιλής, Πορτογαλίας και Αργεντινής εισάγονται κατά κύριο λόγο (>85%) απευθείας από τις αντίστοιχες χώρες. Μικρότερες ποσότητες κρασιών αυτών των χωρών εισάγονται μέσω Γερμανίας, Ην. Βασιλείου, Τσεχίας και Βελγίου.

Κρασιά Αυστραλίας και Ν. Αφρικής εισάγονται είτε απευθείας (>55%) είτε μέσω ενδιάμεσων χωρών και κυρίως μέσω Γερμανίας.

Η μη καταγεγραμμένη αγορά δεν είναι ευκαταφρόνητη στην Πολωνία, υπολογίζεται σε 20% γενικά για αλκοολούχα (λιγότερο για οίνους).

Υπάρχουν ποσότητες παράνομης vodka που εισέρχονται από τα ανατολικά σύνορα. Αυξάνεται η κατ' οίκον παραγωγή φρουτώδους vodka και συναφών.

Στην Δυτική Πολωνία υπάρχουν μη καταγεγραμμένες εισαγωγές οίνου

Ελληνικός Οίνος - Διμερές εμπόριο

Μέσω μεγάλων εισαγωγέων διακινούνται κυρίως οίνοι των επιχειρήσεων Μπουτάρη, Τσάνταλη και Κουρτάκη. Ελληνικοί οίνοι άλλων παραγωγών διακινούνται μέσω μικρότερων εισαγωγέων τοπικής εμβέλειας. Ιδιαίτερα δημοφιλής, μεταξύ των εδώ διατιθέμενων ελληνικών οίνων, είναι ο «Ημίγλυκος» (3 στις 5 πωλούμενες φιάλες

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ

ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

ελληνικού κρασιού). Όπως δείχνουν τα στοιχεία της προηγούμενης ενότητας, στα ελληνικά κρασιά αντιστοιχεί μικρό μερίδιο των συνολικών πολωνικών εισαγωγών οίνου. Τα σχετικά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τις εξαγωγές οίνου το 2017 είναι:

Κρασιά από νωπά σταφύλια, στα οποία περιλαμβάνονται και τα εμπλουτισμένα με αλκοόλη κρασιά. Μούστος σταφυλιών, που έχει υποστεί μερική ζύμωση και που έχει αποκτημένο αλκοολικό τίτλο.	ΑΞΙΑ (ευρώ) 1.082.617	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (κιλά) 501.330
--	--------------------------	----------------------------

Η υστέρηση αποδίδεται, κυρίως, στους ακόλουθους παράγοντες:

- Ανταγωνισμός: Ο ανταγωνισμός είναι ιδιαίτερα έντονος σε μια ανερχόμενη αγορά 38,5 εκ. κατοίκων, αφού, όπως προαναφέρθηκε, εισάγονται κρασιά από όλες σχεδόν τις οινοπαραγωγούς χώρες
- Τιμή: Η τελική τιμή πώλησης των ελληνικών κρασιών υπερβαίνει σημαντικά τον μ.ό. των ανταγωνιστικών προϊόντων (το 85% της αγοράς λιανικής κινείται στην τιμή των 25 Ζλότυ)
- Προβολή / Αναγνωρισιμότητα: Η σχετικά υψηλή τιμή πώλησης των ελληνικών κρασιών δε συνοδεύεται από αυξημένη αναγνωρισιμότητα, η οποία θα δικαιολογούσε τη διαφορά στην τιμή. Οι Πολωνοί καταναλωτές θα ήταν ίσως διατεθειμένοι να προτιμήσουν το ακριβότερο ελληνικό προϊόν εάν η φήμη του ήταν εξίσου ελκυστική με εκείνη του γαλλικού ή του ισπανικού. Το ελληνικό brand name γίνεται βεβαίως θετικά δεκτό στην εδώ αγορά, καθώς τη χώρα μας επισκέφθηκαν σχεδόν 1.000.000 Πολωνοί το 2017. Ωστόσο, ειδικά στο σκέλος του κρασιού, δεν υπάρχει ούτε η «αναγνωρισμένη υπεροχή» των γαλλικών κρασιών ούτε η έντονη και συστηματική προβολή των ιταλικών και άλλων κρασιών, μέσω εκδηλώσεων, διαφημίσεων και άλλων δράσεων.
- Ομογένεια / Επιχειρήσεις: Δεν υπάρχει ελληνική ομογένεια του μεγέθους άλλων χωρών (π.χ. Γερμανία), που θα μπορούσε να υποστηρίξει αποτελεσματικά την αγορά ελληνικών κρασιών. Δεν υφίσταται, επίσης, ελληνική αλυσίδα supermarket, μέσω της οποίας θα μπορούσαν να διακινηθούν ευκολότερα τα ελληνικά προϊόντα. Για λόγους σύγκρισης, αναφέρεται ότι η αλυσίδα BIEDRONKA (συμφερόντων Jeronimo Martins) έχει διευκολύνει κατά πολύ την είσοδο των πορτογαλικών προϊόντων στην εδώ αγορά. Μικρός είναι ο αριθμός των ελληνικών εστιατορίων (30-40) που θα μπορούσαν να απορροφήσουν ποσότητες ελληνικών κρασιών. Δεν υφίστανται, τέλος, πλην ελαχίστων εξαιρέσεων πολύ μικρής εμβέλειας, σημεία λιανικής πώλησης αποκλειστικά ελληνικών προϊόντων
- Κατηγοριοποίηση: Μια συχνά εμφανιζόμενη πρακτική δυσκολία αφορά την ταξινόμηση ελληνικών ποικιλιών (π.χ. Αγιωργίτικο, Αθήρι, Μαλαγουζιά, Μοσχάτο, Ξυνόμαυρο κλπ.) σε γνωστές κατηγορίες με τις οποίες είναι εξοικειωμένοι εισαγωγείς, πωλητές και καταναλωτές (Pinot Noir, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah κλπ.). Η ταξινόμηση αυτή, αν και δεν είναι συμβατή με την επιθυμητή εικόνα των διακριτών ελληνικών ποικιλιών, μπορεί να αποδειχθεί χρήσιμη, ιδίως στην περίπτωση της ένταξης των ελληνικών προϊόντων στα μενού εστιατορίων, δεδομένης της συγκριτικά μειωμένης αναγνωρισιμότητας των ελληνικών κρασιών.

Προδιαγραφές και φορολογία

Πέραν των προτιμήσεων που αφορούν το πώμα (προτιμώνται οι φελλοί και όχι τα βιδωτά πώματα), τη συσκευασία (προτιμώνται οι γυάλινες φιάλες) και την τιμή, κρίνεται σκόπιμο να ληφθούν υπ' όψιν οι προσδοκίες που σχετίζονται με τις ετικέτες των προϊόντων. Κατά τους ειδικούς της πολωνικής αγοράς, η ετικέτα/επιγραφή πρέπει να είναι λιτή, ευανάγνωστη και σύγχρονη. Η φιάλη μπορεί να εισάγεται με την

ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

ετικέτα της χώρας προέλευσης αλλά σε αυτήν την περίπτωση χρειάζεται να προστεθεί σήμανση στην οποία να αναγράφονται στην πολωνική:

- το όνομα του προϊόντος
- η επωνυμία και η διεύθυνση του παραγωγού
- η επωνυμία και η διεύθυνση του εισαγωγέα
- η περιεκτικότητα του ποτού σε οινόπνευμα

Το βασικό νομικό πλαίσιο της εμπορίας οινοπνευματωδών τίθεται από το νόμο της 26/10/1982 (D.U. z 2002 r. nr 147, roz. 1231) για την «προστασία από την υπερβολική κατανάλωση οινοπνευματωδών» και τις τροποποιήσεις αυτού.

Τα οινοπνευματώδη ποτά μπορούν να διατίθενται ελεύθερα στην Πολωνία όπως και στα υπόλοιπα κράτη-μέλη της ΕΕ. Η διακίνηση αλκοολούχων ποτών επιτρέπεται σε επιχειρήσεις που έχουν εξασφαλίσει σχετική άδεια, που χορηγείται από τις δεκαέξι περιφέρειες της χώρας για ποτά με περιεκτικότητα οινοπνεύματος μικρότερη του 18% ή από το Υπουργείο Οικονομικών για ποτά με περιεκτικότητα οινοπνεύματος μεγαλύτερη του 18%. Αυτές οι άδειες έχουν διετή ισχύ όσον αφορά το κρασί (περιεκτ.<18%) και μονοετή ισχύ όσον αφορά ποτά με περιεκτικότητα οινοπνεύματος μεγαλύτερη του 18%.

Η διαφήμιση οινοπνευματωδών υπόκειται σε αυστηρούς περιορισμούς. Πλην ορισμένων εξαιρέσεων που αφορούν τη μπίρα, απαγορεύεται η διαφήμιση στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, στα θέατρα και στις αφίσες δρόμου. Έτσι, χρησιμοποιούνται εναλλακτικές μέθοδοι προώθησης όπως διαφημίσεις/αφιερώματα σε κλαδικά περιοδικά ή εκδηλώσεις γευσιγνωσίας σε εξειδικευμένα καταστήματα που διαθέτουν την ειδική άδεια πώλησης.

Στις φιάλες τοποθετούνται ειδικές φορολογικές ταινίες. Στο κρασί, συμπεριλαμβανομένων των αφρωδών οίνων, επιβάλλονται Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης (excise duty) της τάξης των 158,00 Ζλότυ / εκατόλιτρο και ΦΠΑ 23% (βλ. σχετικά:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/excise_duties/alcoholic_beverages/rates/excise_duties-part_i_alcohol_en.pdf).

Οι εισαγωγείς είναι εξοικειωμένοι με τις απαιτούμενες διαδικασίες και είναι σε θέση να καθοδηγήσουν τον εξαγωγέα. Οι μεγαλύτερες εισαγωγικές επιχειρήσεις είναι σε θέση να διευκολύνουν τον εξαγωγέα στη διαδικασία τοποθέτησης της ειδικής φορολογικής ταινίας, καθώς έχουν πολλές φορές δικαίωμα τοποθέτησης της ταινίας εντός της πολωνικής επικράτειας και συγκεκριμένα στις φορολογικές αποθήκες που συχνά διατηρούν. Οι μικρότερες εισαγωγικές επιχειρήσεις, που δε διαθέτουν φορολογικές αποθήκες, αποστέλλουν συνήθως τις ταινίες στον εξαγωγέα προκειμένου να τις τοποθετήσει εκείνος στις φιάλες εκτός πολωνικής επικράτειας. Ενδιαφέρουσα και χρήσιμη είναι η συνοπτική περιγραφή των προϋποθέσεων για την εισαγωγή και εμπορία κρασιού στην Πολωνία που μπορεί να βρει κανείς στον υπερσύνδεσμο www.vinifera.pl/wina,2082,149,0,0,F,news.html.

Βρίσκονται υπό σχεδιασμό οι εξής νομοθετικές παρεμβάσεις:

- Αναγραφή πληροφοριών θερμίδων για όλα τα αλκοολούχα ποτά
- Απαγόρευση πωλήσεων τη νύχτα για όλα τα οινοπνευματώδη
- Περιορισμός του αριθμού καταστημάτων που πωλούν οινοπνευματώδη ανα τετραγωνικό χιλιόμετρο

Οι ακόλουθοι ιστότοποι περιέχουν πληροφορίες για τιμές στην αγορά

Οίνοι:

<http://www.winkolekcja.pl/>
<http://www.wina.pl/>
<http://www.domwina.pl/>
<http://www.polskiewina.com.pl/>
<https://www.wine-express.pl/>

Αλκοολούχα ποτά:

<http://swiat-whisky.sklep.pl/>
<http://www.sklep-domwhisky.pl/>
<http://singlemalt.pl>

Ενδιαφέροντες και χρήσιμοι ιστότοποι		
Φορέας	Ιστότοπος	Παρατηρήσεις
Stowarzyszenie Importerów i Dystrybutorów Wina	http://kulturawina.pl	Association of Importers and Distributors of Wine
ZP PPS	http://zppps.pl	Association of Employers Polish Spirits Industry
Polagra Food	www.polagra-food.pl	Εμπορική έκθεση τροφίμων και ποτών
ENOEXPO	http://targi.krakow.pl και http://event.targi.krakow.pl/gb/stro-na-glowna/targi/targi/14-miedzynarodowe-targi-wina-w-krakowie/strona-glowna.html	Εμπορική έκθεση τροφίμων και ποτών
World Food Warsaw	www.worldfood.pl	Εμπορική έκθεση τροφίμων και ποτών
Wine Expo Poland	www.wineexpopoland.pl	Εμπορική έκθεση οίνου
Magazyn Wino	http://magazynwino.pl	Περιοδικό με θέμα το κρασί
Winicjatywa	http://winicjatywa.pl	Ιστότοπος με θέμα το κρασί
Czas Wina	http://czaswina.pl	Περιοδικό με θέμα το κρασί