



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej



POLONIA

**Cenni sul Mercato dei
Vini**



ICE Varsavia: giugno 2018

biuro ICE Warszawa
ul. Marszałkowska 72, 00-545 Warszawa - PL
T +48 22.6280243 F +48 22.6280600
varsavia@ice.it
www.italtrade.com/Polska - www.investinitaly.com
NIP 526-22-85-207

ICE-Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane
Via Liszt, 21 – 00144 - Roma – Italia
T +39 0659921
www.ice.gov.it – www.italtrade.com
Part. Iva 12020391004

Certificate N. IT16/0545
ISO 9001 / UNI EN ISO 9001:2008





ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

INDICE CONTENUTI

| | |
|---|----|
| Quadro Macroeconomico del Paese | 3 |
| Definizione del settore..... | 6 |
| Produzione locale | 7 |
| Valutazione del mercato..... | 8 |
| Concorrenza e posizionamento dell'Italia | 9 |
| Canali commerciali e sistema distributivo | 15 |
| Previsioni del mercato..... | 17 |
| Media e manifestazioni..... | 18 |

L'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, con la propria rete di Uffici nel mondo e con le attività di promozione e di assistenza, costituisce un osservatorio sui mercati internazionali al servizio delle imprese italiane.

Per ulteriori informazioni ed assistenza sul settore contattare direttamente:

ICE Varsavia
ul. Marszałkowska 72, 00-545 Warszawa - PL
T +48 (0)22 6280243 F +48 (0)22 6280600
varsavia@ice.it www.ice.it



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

Quadro Macroeconomico del Paese

La Polonia negli ultimi anni ha tratto notevole beneficio dalle dimensioni territoriali e demografiche che la pongono al sesto posto fra i 28 Paesi dell'UE, favorita tra l'altro da una posizione geografica strategica che la colloca al centro di importanti direttrici europee nord-sud ed est-ovest.

Il Paese attrae il crescente interesse di aziende europee ed extra-europee (statunitensi, giapponesi, coreane e cinesi) operanti anche in settori ad alto contenuto tecnologico e dell'*outsourcing* (servizi informatici, telecomunicazioni, contabilità, ecc.), grazie non solo alla disponibilità e apertura delle Autorità polacche verso gli investimenti esteri e alle agevolazioni fiscali e logistiche offerte nelle Zone Economiche Speciali – Z.E.S. (prorogate al 31.12.2026) ma anche alla presenza di manodopera giovane e qualificata e alla disponibilità di ingenti risorse finanziarie derivanti dal bilancio UE.

La Polonia è diventato membro dell'Unione Europea dal 1° maggio 2004 e se da un lato è uno dei Paesi meno ricchi dell'Europa, quart'ultimo tra i membri UE con un PIL pro capite inferiore 3 volte in termini nominali e 2 volte in termini reali (potere d'acquisto) rispetto a quello Italiano, d'altro lato è l'unico Paese europeo che nell'arco degli ultimi 5 anni ha sempre registrato il proprio PIL in crescita pur se a ritmi oscillanti.

Tale fenomeno è dovuto perché è il più grande ed il più stabile dei mercati tra i Paesi UE Emergenti; è un mercato con fortissimi legami con quello tedesco; è un Paese che dal 2007 gode dei maggiori e cospicui finanziamenti europei ed è un Paese che adotta tuttora la propria valuta nazionale.

Nel 2017 si è registrata una crescita del PIL (4,6%) superiore a quella del biennio precedente. La spinta maggiore è stata data dall'aumento dei consumi privati (4,8%).

Nel corso dell'anno si è avuta una massiccia ripresa dei lavori legati a grandi progetti infrastrutturali finanziati dalla UE nell'ambito della prospettiva finanziaria 2013-2020, che avevano subito una battuta d'arresto nel 2015-2016.

La disoccupazione (il 6,6% pubblicato dal governo polacco, il 4,4% secondo Eurostat) è ai minimi storici e nelle principali aree industriali vi è carenza di manodopera di base, con conseguente, rapido, aumento dei salari.

I contrasti con l'Unione Europea hanno attivato un percorso che potrebbe, teoricamente, portare a sanzioni economiche, non sembrano influenzare il positivo andamento della congiuntura e l'attrattiva del Paese agli occhi degli investitori.

Importazioni ed esportazioni continuano ad aumentare, rispettivamente del 12,3% e del 10,2% e la bilancia commerciale polacca è in perfetto equilibrio.

In crescita l'interscambio con l'Italia che ha superato i 20 miliardi di Euro, con un saldo positivo per l'Italia pari a Euro 684 milioni, quarto paese fornitore e quinto Paese cliente.



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

In assoluto la Polonia è il 9 Paese-destinatario del Made in Italy.

Negli anni 2005-2008 lo Zloty ha mantenuto una valutazione crescente rispetto all'Euro sino a raggiungere i 3,3 Zloty per 1 Euro. Negli anni successivi vi è stato un ritorno ad un cambio superiore a 4 Zloty/Euro, sostanzialmente stabile dal 2011.

Attualmente il cambio si aggira attorno a PLN 4,20 = EUR 1,00

Le dichiarazioni del precedente Governo, incaricato per 8 anni, indicavano il 2016-2018 come la data più realistica per l'entrata nella zona Euro.

Il nuovo Governo, in carica dal novembre 2015, pare molto legato al mantenimento della valuta nazionale Zloty, ovvero, tutt'altro che favorevole ad un immediato ingresso nell'Area Euro, e pertanto rimanda la decisione a dopo il 2020.

Da notare, infine, che dalla fine del 2011 la Polonia rientra già nei parametri di Maastricht solamente per i tassi d'interesse a lungo termine e per il rapporto debito pubblico/PIL, che non supera il 60%.

COMMERCIO INTERNAZIONALE

La Polonia, Paese UE, non presenta alcun problema doganale e vigono tutte le norme simboleggiate dal marchio CE.

Il commercio estero polacco rappresenta un'importante risorsa di sviluppo del Paese ed i dati statistici polacchi GUS, confermano che la Polonia scambia con l'UE quasi il 60% (import) e quasi l'80% (export) dei suoi scambi internazionali. Nel 2017 il valore delle esportazioni pari a € 203,7 miliardi (+ 10,2%) registra per il terzo anno consecutivo un livello superiore al valore delle importazioni pari a € 203,3 miliardi (+12,3%).

Di seguito alcune elaborazioni sulle statistiche settoriali relative all'andamento del **2017**.

Più precisamente il saldo commerciale, raggiunto nel 2017, risulta per il 3° anno consecutivo positivo pari a € 0,44 miliardi, rispetto a 3,92 miliardi nel 2016 ed a 2,35 miliardi nel 2015, nonché a -2,66 miliardi dell'ultimo saldo negativo nel 2014

Gli acquisti del **2017**, vedono in prima posizione le importazioni della meccanica strumentale (12,3%), elettrotecnica ed elettronica (11,7%), metallurgia con utensileria e ferramenta (10,8%), chimica e farmaceutica (10,1%), veicoli stradali (9,7%), agro-alimentare (9,3%), minerali e combustibili (7,9%), articoli materie plastiche e gomma (7,8%) e, infine, sistema moda (7,0%)

Le forniture all'estero nel **2017** evidenziano, invece, l'importanza di meccanica strumentale (13,4%), agro-alimentare (13,1%), veicoli stradali (11,8%), elettrotecnica ed elettronica (10,8%), metallurgia con utensileria e ferramenta (10,0%), articoli in materie plastiche e gomma (7,3%), chimica e farmaceutica (7,1%) ed arredi (5,8%).

Nel **2017**, i **principali Paesi fornitori della Polonia** sono stati **Germania** (importazioni pari a € 46,9 miliardi, +11,3% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 23,1%), **Cina** (importazioni pari a € 24,1 miliardi, +11,2% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari all'11,9%), **Russia** (importazioni pari a € 13,2 miliardi, +26,2% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 6,5%)



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

ed **Italia in 4° posizione** con importazioni pari a € 10,7 miliardi, +6,1% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 5,3%.

Tra i **principali mercati di sbocco dell'export della Polonia**, nel 2017 emergono tra i **Paesi acquirenti Germania** (€ 55,8 miliardi con +10,3% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 27,4%), **Repubblica Ceca** (€ 13,0 miliardi con +7,4% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 6,4%), **Regno Unito** (€ 12,9 miliardi con +5,5% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 6,4%), **Francia** (€ 11,4 miliardi con +12,5% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 5,6%) e **Italia in 5° posizione** (€ 10,0 miliardi con +13,3% al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 4,9%).

INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI (IDE)

La Polonia continua ad attrarre investimenti esteri, pur se gli anni 2012 e 2013 sono stato tra i più difficili. La Banca Nazionale Polacca (Narodowy Bank Polski - NBP) nella sua annuale relazione annuale sugli IDE in Polonia evidenzia infatti che l'afflusso netto di **IDE nel 2016** è stato pari ad oltre € 12,6 miliardi, dopo aver registrato € 12,2 miliardi nel 2015 e € 8,8 miliardi nel 2014.

Gli IDE di provenienza italiana posizionano l'**Italia** come il **10° Paese con € 7,4 miliardi** investiti in Polonia nel periodo 1990/2016), nel 2016 si è registrato un deflusso (disinvestimento) di € -378 milioni (l'anno in cui Unicredit ha venduto la maggioranza del suo pacchetto azionario nella Banca Pekao), dopo l'afflusso di investimenti di € 127 milioni nel 2015 e dopo l'afflusso di € 179 milioni.

Gli altri 9 principali Paesi investitori che precedono l'Italia, per valori accumulati dal 1990 al 2016, si confermano la **Germania**, in prima posizione con € 38,2 miliardi, la **Francia** con € 30,0 miliardi, i **Paesi Bassi** con € 25,1 miliardi, il **Lussemburgo** con € 18,5 miliardi, il **Regno Unito** con € 14,2 miliardi, gli **Stati Uniti d'America** con € 10,5 miliardi, la **Spagna** con € 9,9 miliardi, la **Svezia** con € 9,5 miliardi ed il **Belgio** con € 7,9 miliardi.

L'afflusso complessivo degli IDE in Polonia nel periodo 1990-2016, quindi a partire dal primo anno dello storico passaggio all'economia di mercato, ha superato gli € 208,3 miliardi, crescendo da € 196 miliardi nel 2015, € 183,5 miliardi nel 2014 e € 174,5 miliardi nel 2013. Nell'ultima classifica "Doing Business 2016" pubblicata dalla Banca Mondiale, su quasi 200 Paesi la Polonia è salita alla 25° dalle posizioni 32°, 45° e 48° negli anni scorsi, e 76° nel 2009.

RAPPORTI ECONOMICI TRA L'ITALIA E POLONIA

I dati rilasciati dall'Ufficio di Statistica Polacco (GUS) confermano l'Italia il quarto fornitore della Polonia con le esportazioni pari a € 10,7 miliardi ed importazioni pari a € 10,0 miliardi, con un saldo positivo per l'Italia di € 684 milioni.

In termine di quote settoriali nel commercio bilaterale elaborate relativamente ai dati disponibili al **2017** l'Italia resta un importante fornitore nei seguenti settori: **Meccanica Strumentale** (il 19,9% pari a € 2,1 miliardi con una dinamica negativa del -2,1% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente, preceduto da un aumento 2016/15 pari al +0,2% ed



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

un calo 2015/14 pari al -1,6%), **Metallurgia** con ferramenta ed utensileria (il 14,1% pari a € 1,5 miliardi con una dinamica pari al 17,5% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente, preceduto da un aumento pari al 7,7% nel caso 2016/15, ed allo 0,5% nel caso 2015/14), **Veicoli stradali** (il 10,7% pari a € 1,1 miliardi con una dinamica negativa del -11,6%, però positiva nel caso 2016/15 al +6,5% e nel caso 2015/14 pari a +8,7%), **Articoli in Plastica e Gomma** per il 10,0% pari a € 1,1 miliardi in aumento del +5,5%, il 10,4% nel caso 2016/15 ed il 5,3% nel caso 2015/14), **Chimica e Farmaceutica** (il 9,6% pari a € 1,0 miliardo, in aumento del +14,4%, preceduto da aumenti annui 2016/15 pari al 4,3% e 2015/14 pari al 7,2%), **Sistema Moda** (l'8,6% pari a € 921 milioni, con un aumento dell'1,8% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente, con dinamiche 2015/14 e 2014/13 pari rispettivamente al 14,1% ed il 2,1%), **Elettrotecnica ed Elettronica** (l'8,2% pari a € 877 milioni con una dinamica del 5,3%, preceduto da aumenti annui 2016/15 pari al 6,8% e nel caso del 2015/14 imponente del 19,8%) ed in fine la filiera dell'**Agroalimentare** per un valore di € 833 milioni (7,8% del nostro export) con una crescita del 12,8% rispetto al 2016 ed una quota di mercato del 4,4%.

Le **esportazioni polacche in Italia** in continua crescita da 5 anni nel 2017 hanno raggiunto quasi € 10 miliardi (+13,3% rispetto all'anno precedente) confermano **l'Italia quale 5° principale mercato di sbocco** (dal 2014). In quest'ultimo periodo la struttura settoriale delle esportazioni polacche in Italia si presenta come segue. Al primo posto troviamo **Veicoli stradali** con € 2,1 miliardi (il 20,7% dell'export polacco in Italia, con una dinamica pari al +10,3%, il +5,5 nel 2016/15 ed il +25,8% nel 2015/14). Seguono: **Agroalimentare** con € 1,5 miliardi (il 15,2% dell'export polacco in Italia, registrando un forte aumento del 14,1% rispetto all'anno precedente, preceduto da un calo nel caso 2016/15 del -5,7% ed un aumento del 15,9% nel 2015/14), **Meccanica Strumentale** con € 1,4 miliardi (13,7% dell'export polacco in Italia, il +4,2% rispetto al 2016, ma anche il 6,2% nel 2016/15 e +15,9% nel 2015/14), **Elettrotecnica ed Elettronica** con € 1,1 miliardi (10,6% dell'export polacco in Italia, il +11,9% rispetto al 2016, preceduto dal +9,1 nel 2016/15 e +12,7% nel 2015/14), **Metallurgia** con ferramenta ed utensileria con € 896 milioni (9,0% dell'export polacco in Italia, con un imponente crescita del +38,4% rispetto al 2016, preceduto da un calo del -11,0% nel caso 2016/15 e da aumento del +7,2% nel caso 2015/14) ed il settore di **Articoli in Plastica e Gomma** con € 753 milioni (il 7,5% dell'export polacco in Italia, il +10,8% rispetto al 2016, il +3,0% nel caso 2016/15 ed il 12,2% nel caso 2015/14).

Definizione del settore

Per comprendere appieno il mercato polacco del vino è necessario sottolineare alcune peculiari caratteristiche relative ai diversi tipi di vino prodotti e commercializzati in Polonia dove vengono chiamate "wino" anche bevande alcoliche non a base di uva.

Sono commercializzati:

1. vini d'uva, ottenuti a seguito della fermentazione alcolica dell'uva o del mosto, di gradazione alcolica da 8,5% a 18%,



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agencja Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

2. vini a base di frutta, ottenuti a seguito della fermentazione alcolica di frutta a granella, a bacche, di pomacee o dei rispettivi succhi, di gradazione alcolica da 9% a 18%,
3. idromele, ottenuti a seguito della fermentazione alcolica di una soluzione acquosa di miele naturale, di gradazione alcolica da 9% a 18%,
4. bevande vino-derivate (con una percentuale di vino), ottenute a seguito della fermentazione alcolica totale o parziale di succhi di frutta o di mosto.

Un'altra classificazione dei vini è:

- vini "da tavola" (così sono chiamati tutti i vini a base di uva),
- vini frizzanti (inclusi i vini spumante),
- vini da dessert (questa voce include vermouth, sangria, vini a base di frutta, vini aromatizzati).

L'analisi dei dati ai fini di questa nota fa riferimento alla voce doganale 2204, definita nel codice Taric come: *Vini di uve fresche, compresi i vini arricchiti d'alcole; mosti di uva, diversi da quelli della voce 2009.*

Produzione locale

Per "produzione di vini a base d'uva", in ragione della limitata produzione in Polonia provenienza locale, si intende in Polonia l'imbottigliamento di vino sfuso d'importazione. È interessante notare tuttavia come la recente comparsa di viticoltori/vinificatori polacchi stia a dimostrare come il vino riscuota sempre più interesse tra i consumatori polacchi.

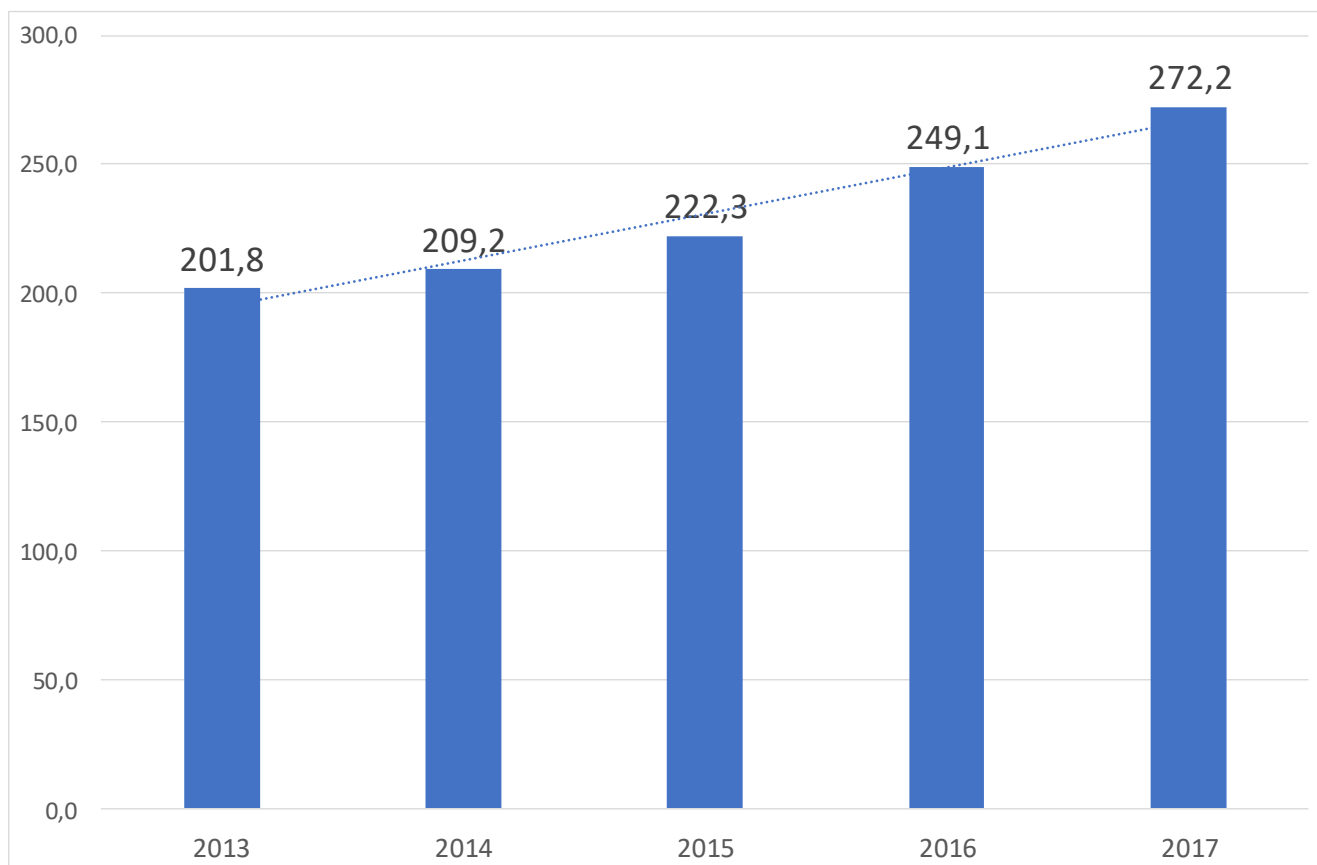
Secondo i dati della Agricultural Market Agency in 2016 in Polonia operavano 150 soggetti che coltivavano i vigneti, ubicati in 15 voivodati.

Secondo i dati pubblicati dall'Agencia polacca risulta che nella stagione 2016/2017 (stato al 20 aprile 2017) in Polonia:

- la superficie di vigneti coltivati per i vini è stata 221,94 ha,
- la superficie di vigneti da quali è stata effettuata la raccolta di uva è stata 204,60 ha,
- da questa superficie sono state raccolte 10.933,48 quintali di uva,
- di cui sono state prodotte 6.993,82 hl di vini, di cui 3.874,26 hl di vini bianchi.

Valutazione del mercato

Grafico 1 Andamento delle importazioni polacche di vino ad valorem in milioni di Euro



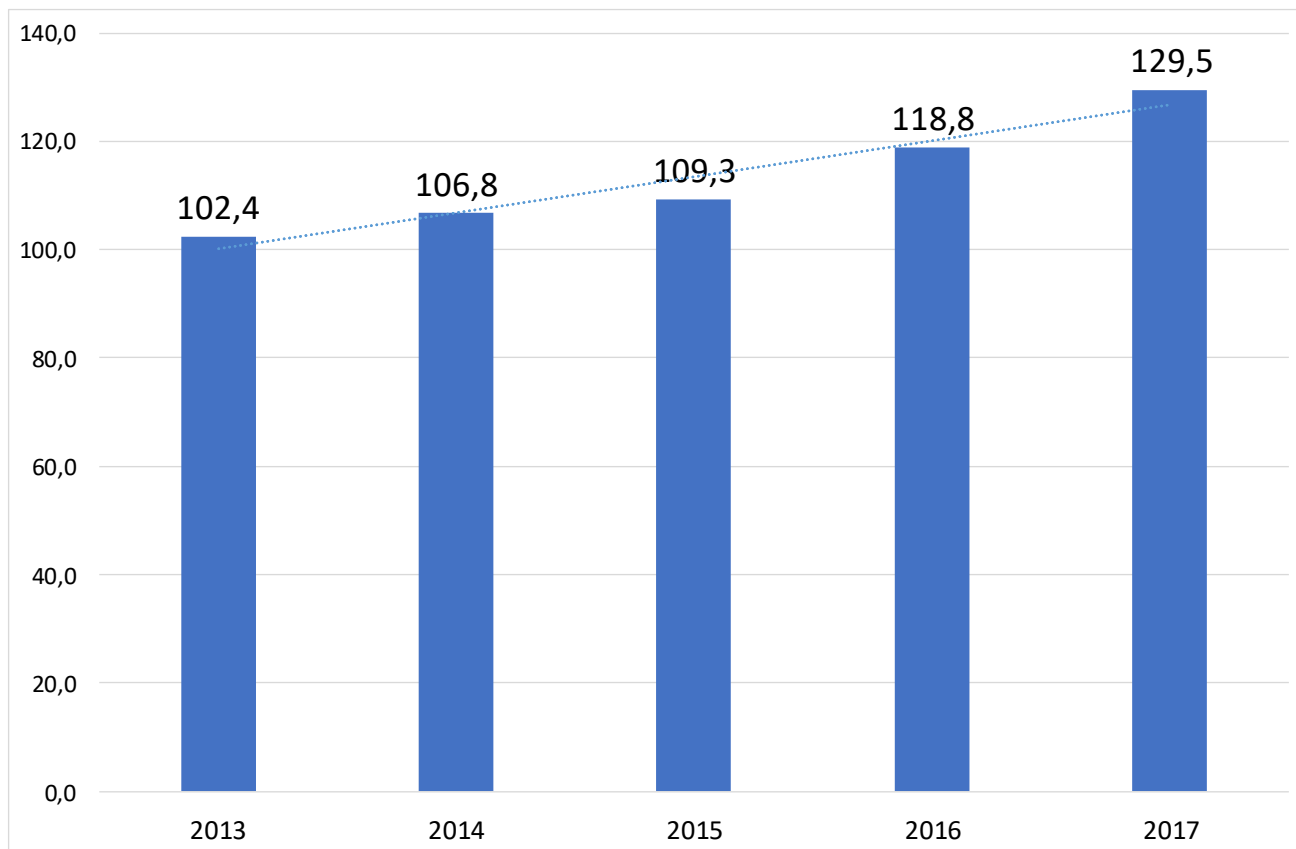
Fonte: Elaborazione ICE Varsavia sui dati GUS

Negli ultimi 5 anni le importazioni polacche dei vini sono cresciute del 34,9% in valore ed il 26,5% in volume.

Tale trend di crescita ha continuato anche nel 2017, in cui le importazioni sono cresciute solo in un anno del 9,3% in valore e del 9,0 % in volume rispetto all'anno precedente.

Secondo le stime della società Ambra i vini più consumati in Polonia sono quelli rossi (il 60%), seguono i vini bianchi (30%) e rosati (10%).

Grafico 2 Andamento delle importazioni polacche di vino ad volumen in milioni di litri



Fonte: Elaborazione ICE Varsavia sui dati GUS

Dal confronto tra le importazioni in valore ed in volume emerge altresì un trend di crescita del costo medio al litro del vino importato, passato da € 1,97 nel 2013 a € 2,10 nel 2017.

Concorrenza e posizionamento dell'Italia

Per quanto riguarda i principali fornitori in valore del mercato polacco, da qualche anno i principali fornitori di vino sono Italia, Stati Uniti, Francia, Spagna e Germania

L'Italia dal 2011 è il primo fornitore ad valorem e il secondo fornitore ad volumen, preceduto dalla Bulgaria.

Tabella 1. Principali fornitori di vini in Polonia 2013 - 2017 (in MLN Euro)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TOTALE SETTORE | 201,8 | 209,2 | 222,3 | 249,1 | 272,2 |
| ITALIA | 31,8 | 37,5 | 39,1 | 46,5 | 53,1 |
| Stati Uniti | 26,3 | 26,9 | 29,5 | 36,1 | 37,4 |
| Francia | 26,8 | 28,4 | 27,9 | 29,4 | 29,7 |
| Spagna | 24,5 | 22,4 | 20,9 | 24,4 | 29,4 |
| Germania | 21,6 | 22,5 | 27,1 | 21,0 | 28,8 |
| Portogallo | 14,1 | 14,00 | 15,5 | 19,9 | 17,1 |
| Cile | 12,1 | 13,1 | 14,7 | 16,4 | 16,1 |
| Bulgaria | 12,9 | 11,9 | 12,7 | 14,3 | 14,6 |
| Moldova | 6,9 | 7,0 | 6,9 | 8,3 | 8,5 |
| Ungheria | 4,0 | 3,6 | 4,1 | 6,5 | 6,7 |

Fonte: Elaborazione ICE Varsavia sui dati GUS

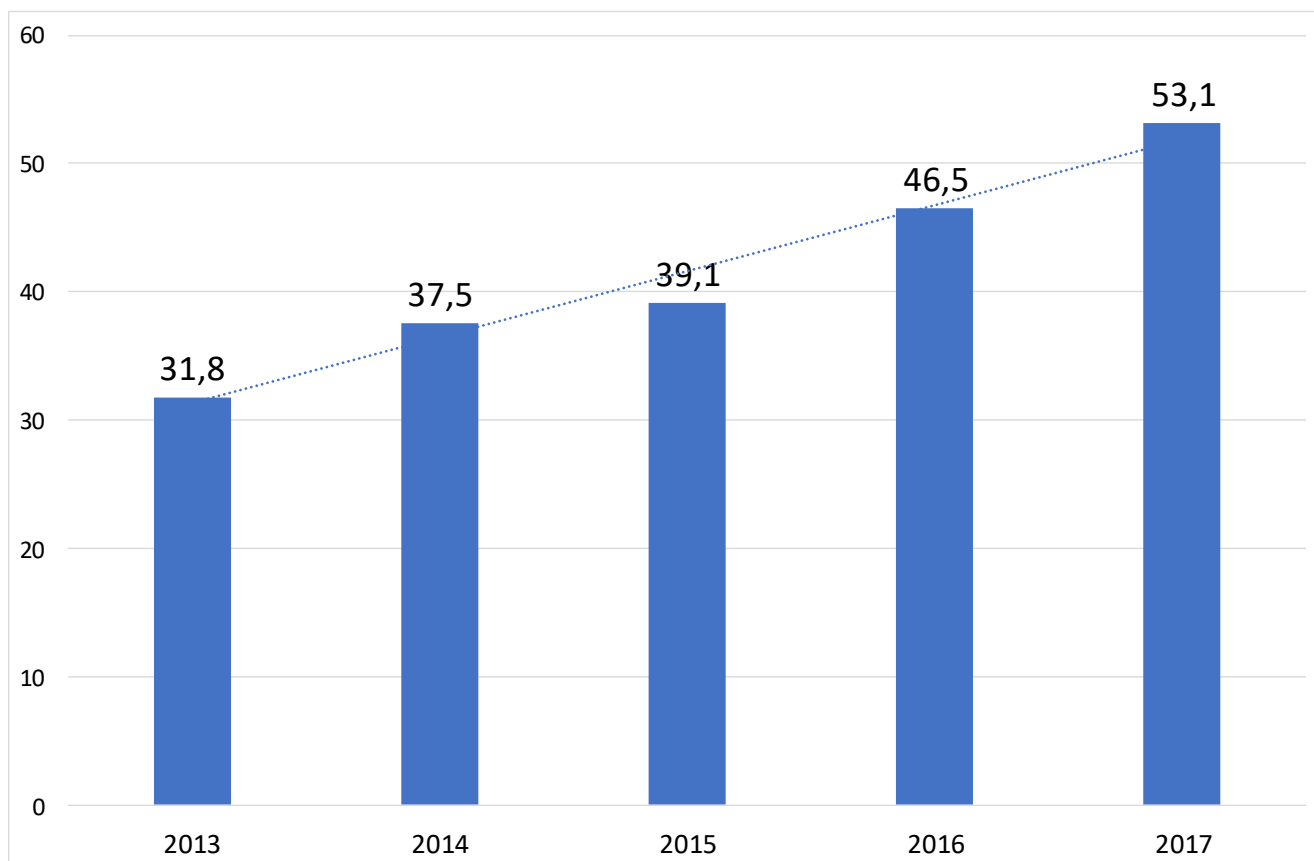
Tutti i principali fornitori registreranno la crescita del valore delle esportazioni verso la Polonia tranne il Portogallo e Cile.

Nel 2017 l'Italia ha posseduto la quota di mercato del 19,5% e le sue esportazioni verso la Polonia sono ammontate a 53,1 milioni di Euro, registrando una crescita del 14,3% rispetto al 2016.

Al secondo posto si sono posizionati gli Stati Uniti con una quota di mercato pari a 13,8% e con un valore delle esportazioni verso la Polonia pari a 37,4 milioni di Euro, una crescita del 3,6% rispetto all'anno precedente.

Segue la Francia con quota di mercato pari al 10,9%, un valore delle esportazioni pari a 29,7 milioni di Euro e la crescita delle esportazioni verso la Polonia pari all'1,0%.

Grafico 3 Andamento delle importazioni polacche di vino dall'Italia ad valorem in milioni di Euro



Fonte: Elaborazione ICE Varsavia sui dati GUS

Nel 2017 fra i 10 principali fornitori di vini in Polonia, i fornitori europei detenevano nel complesso una quota dell'import di vini in Polonia pari al 80,3% a fronte del 19,7% proveniente dai principali fornitori del "Nuovo Mondo", ed in particolare da Stati Uniti e Cile (che da solo detiene il 5,9% del mercato). Negli ultimi 5 anni si può notare che tale proporzione cresce a favore dei fornitori dei vini europei.

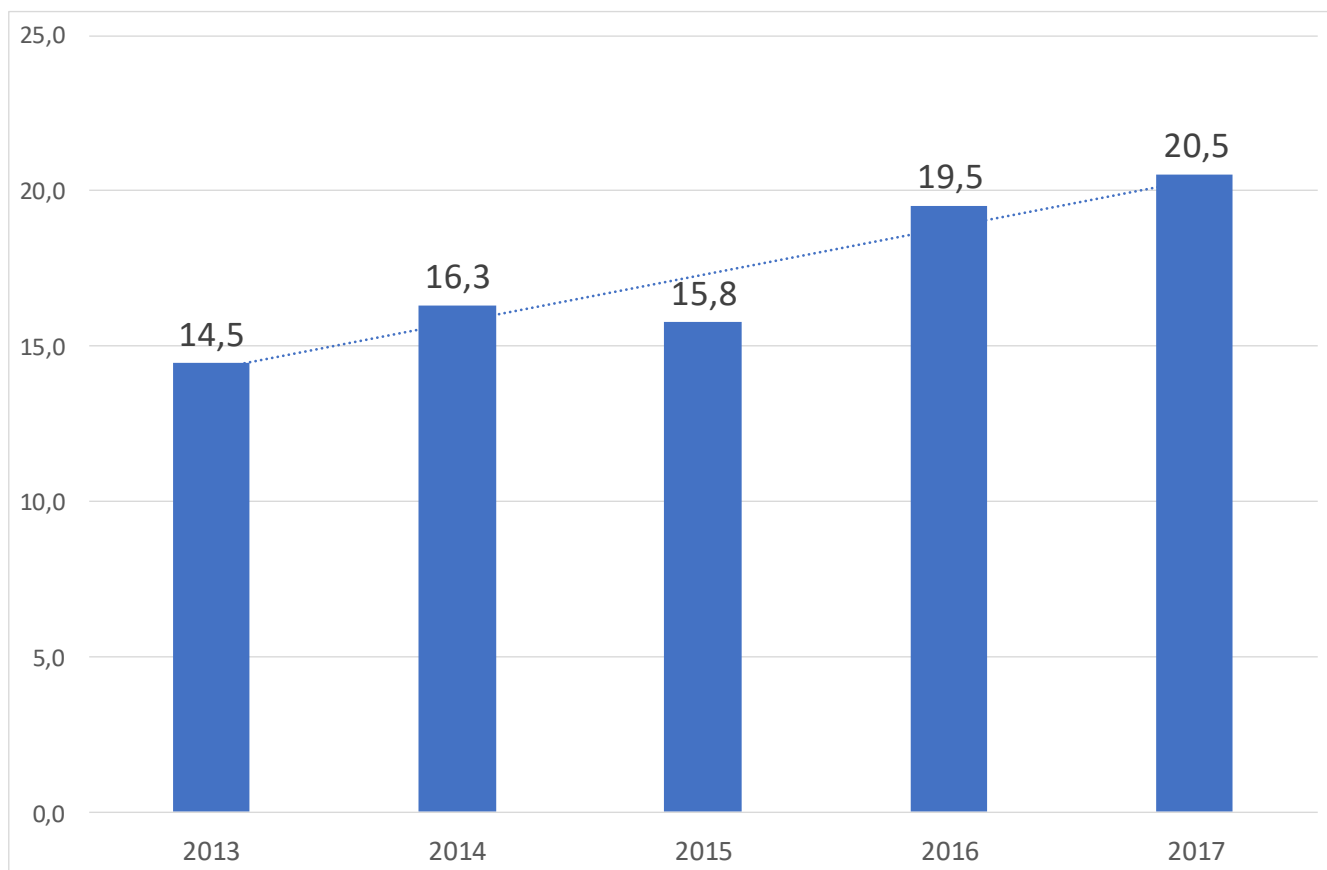
Negli ultimi 5 anni le più significative crescite delle importazioni polacche tra i paesi europei sono dovute a: Ungheria (+67,8%), Italia (+67,1%) e Germania (+33,4%).

Passando ad analizzare le importazioni di vino dall'Italia si evidenzia che da 5 anni si nota la costante crescita e che negli ultimi 5 anni tali importazioni sono scresciute del 67,1% ed è stata la crescita più notevole fra i più importanti fornitori di vino in Polonia.

Per quanto riguarda in particolare le importazioni dall'Italia espresse in volume, esse sono cresciute negli ultimi cinque anni ben 41,6% e nel 2017 hanno raggiunto 20,5 milioni di litri. Le importazioni di vini dall'Italia in volume sono cresciute nel 2017 del 5,0% a fronte della crescita del 14,3% "ad valorem" rispetto al 2016.

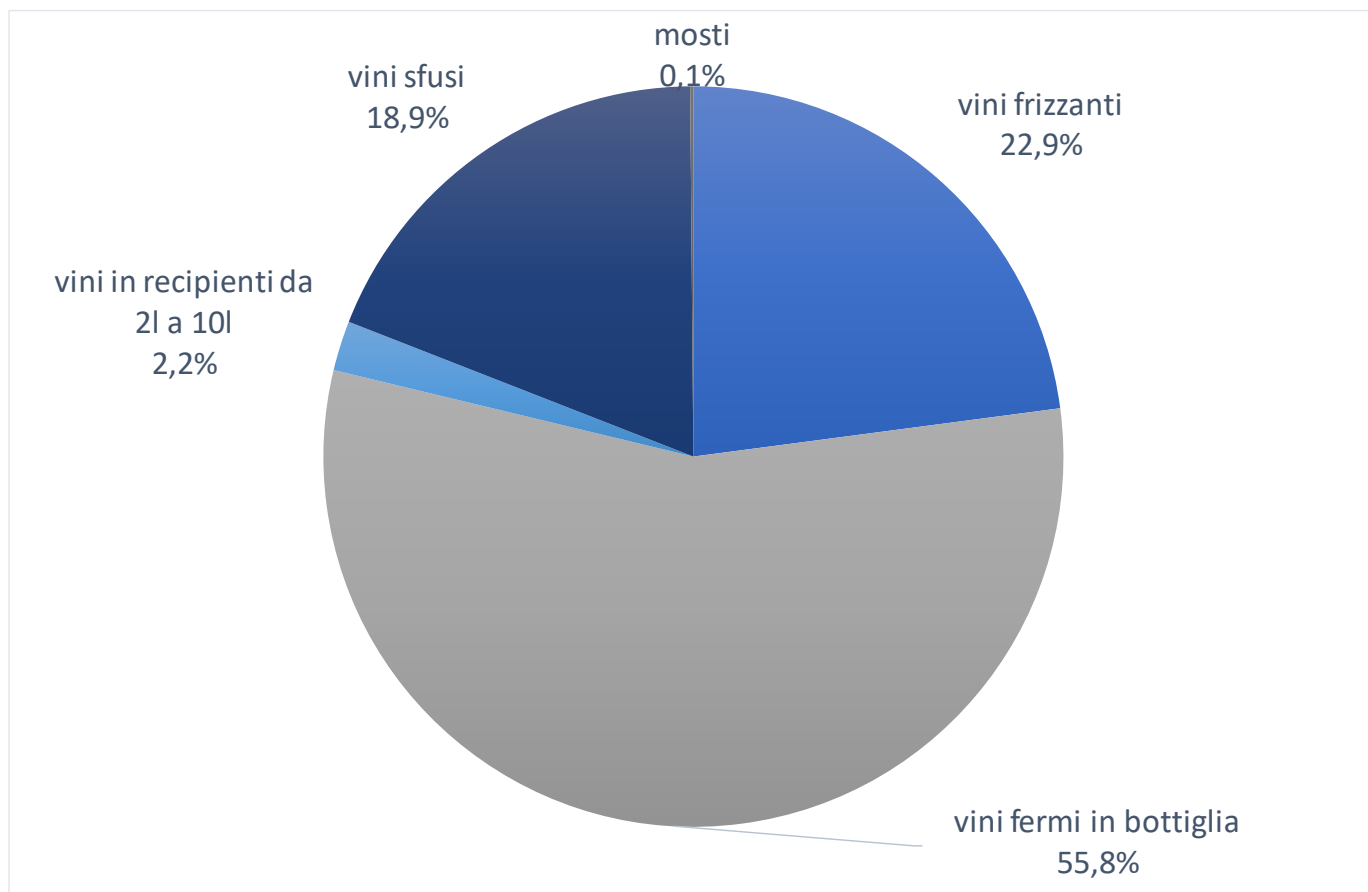
Dal confronto tra le importazioni in valore ed in volume risulta che il valore medio al litro del vino importato dall'Italia ha raggiunto nel 2017 il valore di € 2,60 rispetto a € 2,19 nel 2013.

Grafico 4 Andamento delle importazioni polacche di vino dall'Italia ad volumen in milioni di litri



Fonte: Elaborazione ICE Varsavia sui dati GUS

Grafico 5 Struttura delle importazioni polacche di vino dall'Italia nel 2017 in volume



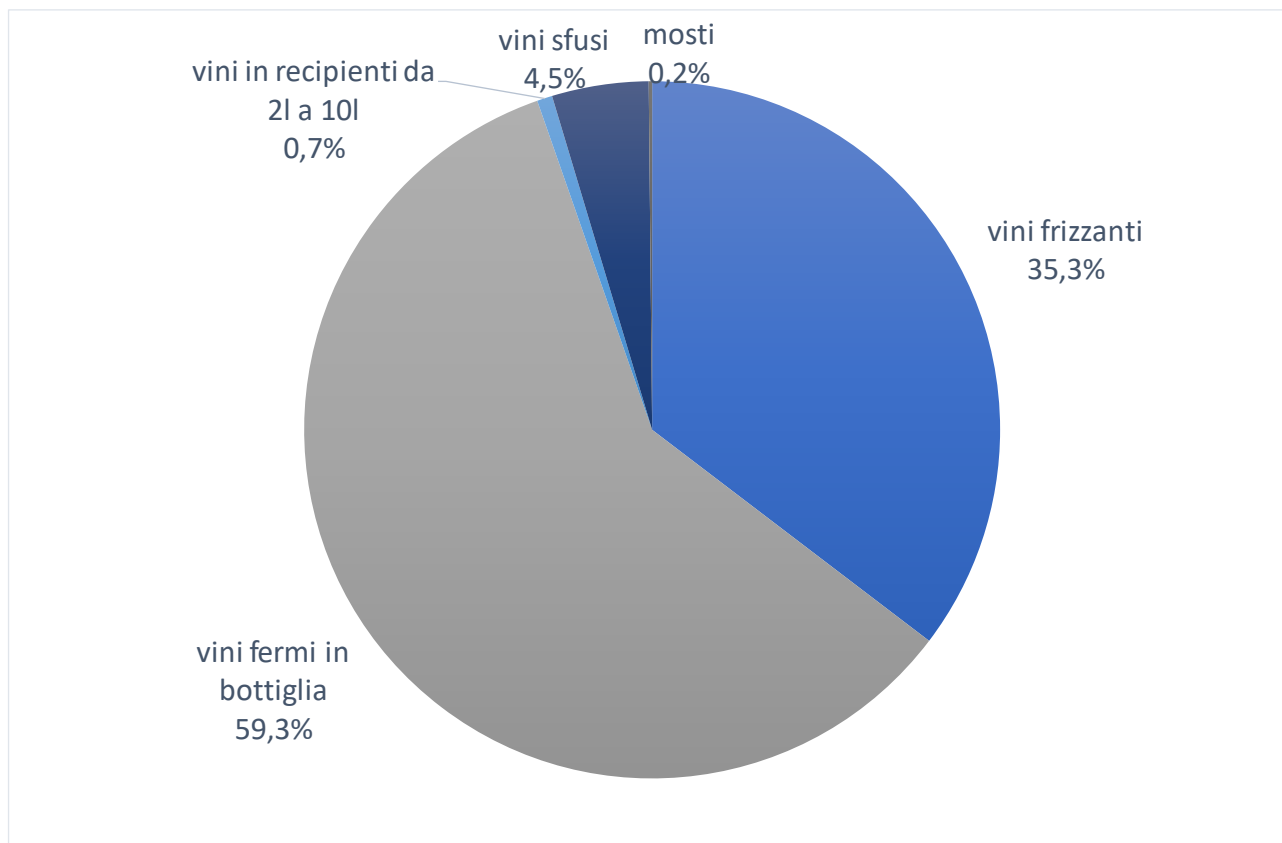
Fonte: Elaborazione ICE Varsavia sui dati GUS

Andando ad analizzare in maniera disaggregata la struttura delle importazioni di vino italiano in Polonia, emerge che oltre la metà del volume dell'import dall'Italia nel 2017 è costituito dai vini fermi in bottiglia.

Quasi un quarto delle importazioni polacche di vini dall'Italia è costituito da vini frizzanti.

Analizzando invece la struttura "ad valorem" delle importazioni dall'Italia la quota dei vini frizzanti cresce notevolmente, rispetto al grafico precedente. La quota di vini fermi in bottiglia ammonta al 59,3% delle importazioni complessive dei vini dall'Italia.

Grafico 6 Struttura delle importazioni polacche di vino dall'Italia nel 2017 in valore



Fonte: Elaborazione ICE Varsavia sui dati GUS

Per quanto riguarda i vini frizzanti:

- l'Italia è contemporaneamente il primo fornitore in Polonia di vino frizzante in valore (58,1% della quota del mercato) ed in volume (65,9%);
- negli ultimi cinque anni il valore di vino frizzante importato dall'Italia si è triplicato ed in un solo 2017 il valore del vino importato dall'Italia è cresciuto del 19,5% rispetto all'anno precedente;
- prendendo in considerazione il valore delle importazioni polacche al secondo posto si è posizionata la Francia con una quota di mercato pari al 23,7% e la Spagna – l'8,8%;
- il costo medio di una bottiglia (0,75l) di vino frizzante importato dall'Italia nel 2017 è ammontato a € 3,0 (rispetto a € 2,75 nel 2013).

Per quanto riguarda i vini fermi in bottiglia:

- l'Italia si è classificata al secondo posto in valore, dopo gli Stati Uniti (16,1%) e prima della Germania (11,7%) con una quota di mercato pari al 13,9%,

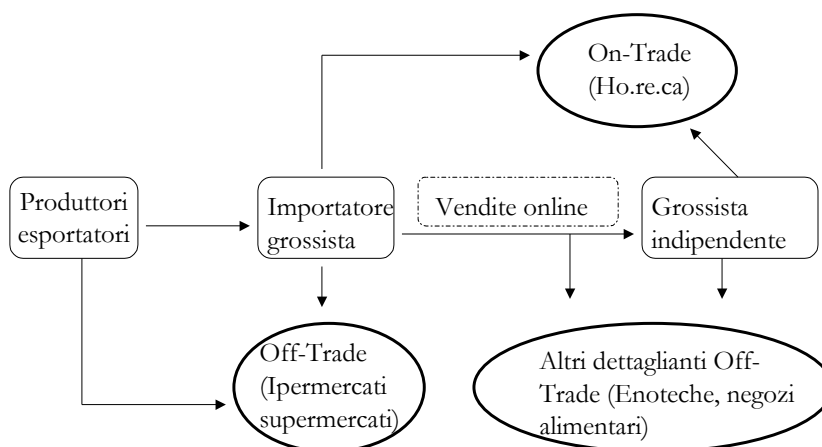
- negli ultimi cinque anni il valore del vino fermo in bottiglia importato dall'Italia è cresciuto del 41,3% e in un solo 2017 il valore del vino fermo in bottiglia importato dall'Italia è cresciuto del 10,8% rispetto all'anno precedente;
- per quanto riguarda il volume del vino fermo in bottiglia importato, l'Italia si è classificata al terzo posto, dopo la Spagna (12,9%) e gli Stati Uniti (12,8%) con una quota di mercato del 11,4%;
- il costo medio di una bottiglia (0,75 l) di vino fermo importata dall'Italia nel 2017 è ammontato a € 2,07 (rispetto a € 2,09 nel 2013).

Canali commerciali e sistema distributivo

Per quanto riguarda la tipologia di negozi dove i polacchi acquistano i vini, secondo l'indagine dell'azienda Nielsen (dati 2016) i polacchi comprano i vini principalmente presso super ed ipermercati (36%) e nei discount (32%). Il mercato tradizionale, cioè i negozi fino a 300mq, generano il 32% delle vendite dei vini.

Diventare fornitori diretti di GDO è però possibile solo nei casi di grandi produttori con brand conosciuti, grandi valori di ordinativi e prezzi estremamente competitivi. Per i piccoli e medi produttori di vini, meno conosciuti oppure di segmento medio ed alto, il canale di accesso privilegiato al mercato rimane l'importatore/distributore specializzato, il quale veicola il prodotto anche ai dettaglianti specializzati ed al canale Ho.re.ca.

Canali commerciali per il vino in Polonia



Da notare come anche la GDO in Polonia si rivolga spesso, per ampliare la propria offerta, agli importatori specializzati. La maggioranza dei grandi e medi importatori distribuiscono

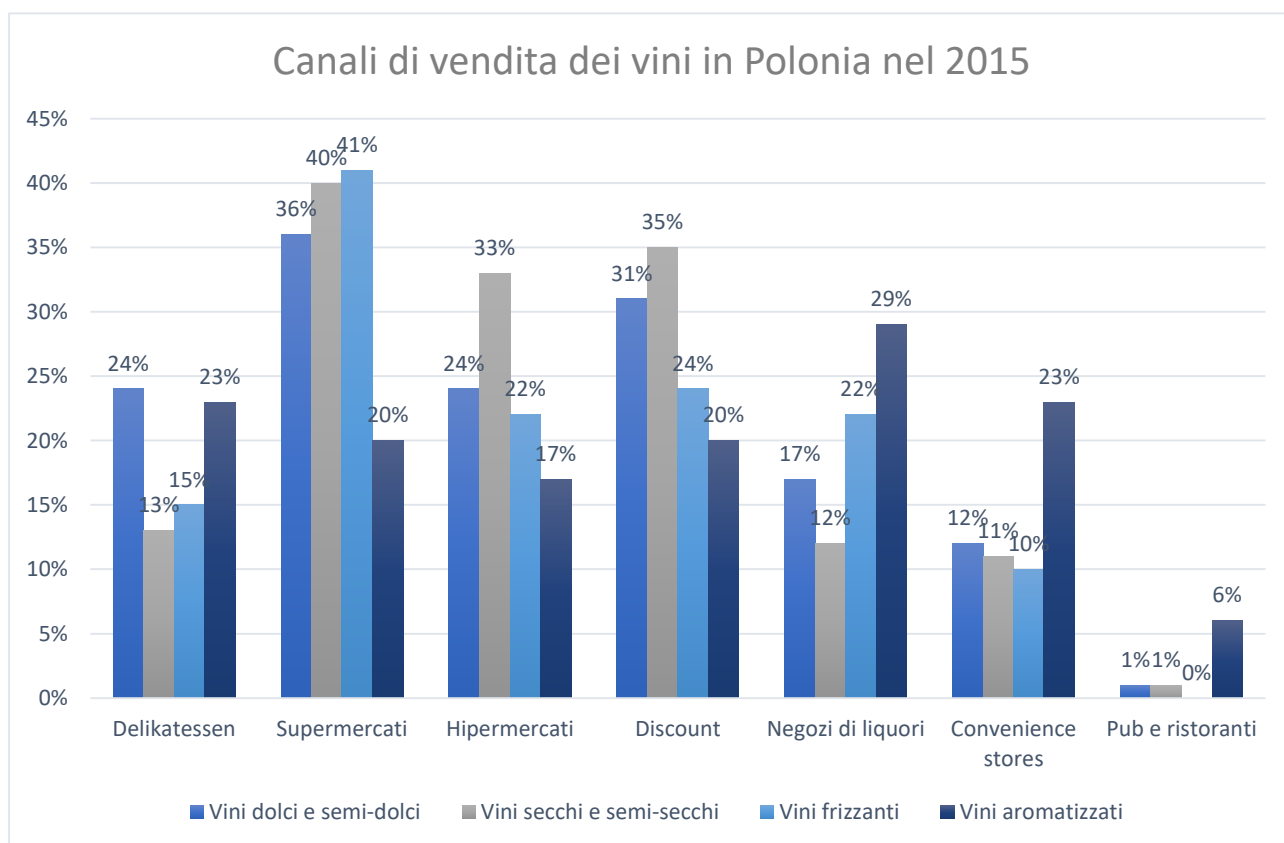
direttamente il prodotto oppure lo veicola attraverso grossisti specializzati che dispongono di una rete di distribuzione capillare.

Ovviamente differenti prezzi e margini si riscontrano e si applicano nei diversi canali commerciali analizzati. Essendo impraticabile fornire indicazioni circa i margini di prezzo applicabili ai diversi vini, che hanno mediamente un ricarico triplo rispetto al prezzo ex works.

Il vino in Polonia, come detto, viene commercializzato al dettaglio principalmente attraverso la GDO che vende vini il cui prezzo massimo praticato al dettaglio è di circa € 10,00 € a bottiglia, con una concentrazione di oltre l'80% del venduto nella fascia fino a € 4,00 - € 5,00 a bottiglia.

Sta crescendo il numero di aziende che ottengono la licenza per l'importazione dei vini, fenomeno legato alla crescita dei consumi. Ed i più grandi importatori aprono propri negozi specializzati, spesso ubicati nei grandi centri commerciali.

Grafico 7 Canali di vendita di vino in Polonia nel 2015



Nella scelta dei vini il consumatore polacco dichiara di prendere in considerazione in ugual misura sia la qualità (41,7%) che il rapporto qualità/prezzo (41,7%). Il costo della bottiglia



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agencja Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

influisce sulla scelta del 16,6% degli intervistati¹. Tra gli altri fattori di scelta i consumatori intervistati hanno menzionato il gusto (59,9%), l'abitudine (41,5%) e l'opinione degli amici (31,9%).

La barriera psicologica di un medio acquirente polacco si posiziona al prezzo di PLN 30,00 (€ 7,00 circa) sullo scaffale.

Presenza di eventuali barriere all'entrata

Anche se con l'entrata della Polonia nella UE sono state abolite le tasse doganali per i vini di provenienza UE, le importazioni di vino prodotto con uva fresca sono soggette al pagamento dell'accisa, pari attualmente a PLN 158,00 per ettolitro. Va anche accennato che un importatore polacco per la commercializzazione di vini ed altre bevande alcoliche ha bisogno di autorizzazioni particolari – la cosiddetta “concessione” - da parte del Ministero dell'Economia, per le bevande alcoliche oltre il 18% di gradazione alcolica, oppure da parte del preposto Ufficio del Maresciallo del Voivodato², per i vini.

Il vino può essere importato soltanto da un distributore registrato. L'importatore consegna le banderuole al produttore del vino che è obbligato ad incollarle sulle bottiglie. Il produttore deve consegnare con la merce, oltre alla fattura, il documento ADT (Documento Amministrativo Accompagnatorio) destinato al trasporto dei prodotti con accisa oppure il documento UDT (Documento Accompagnatorio Semplificato=DAS). Prima dell'introduzione della merce sul mercato, l'apposizione delle banderuole viene controllata dall'Ufficio doganale competente.

Le banderuole possono essere incollate anche in Polonia prima della distribuzione, ma soltanto presso un deposito doganale.

Previsioni del mercato

Il consumo di vini d'uva si basa in Polonia sull'importazione in quanto, come detto, la produzione locale di vino nel sud della Polonia è molto limitata e fino al 2009 non era destinata alla commercializzazione.

Secondo un recente rapporto AC Nielsen per conto di Ambra (grossa società di produzione ed importazione di vini) sono stati venduti in Polonia 127 mln di litri di vino (da tavola³, certificato e non) per un valore di PLN 2,46 mld nel 2016 e hanno registrato un aumento del 5,7% rispetto all'anno precedente. La vendita di vini frizzanti è aumentata del 11,3% invece di vini fermi in del 7,5%.

Il vino, dopo la birra e la vodka, è al terzo posto tra gli alcolici più venduti in Polonia. Occorre però sottolineare la distanza tuttora esistente fra la quota di mercato del vino e quella degli altri due prodotti. Fra tutte le spese per gli alcolici le spese per la birra costituiscono il 50%

¹ “I fattori di scelta dei marchi di alcool”, sondaggio a cura di Indicator; *Rynki Alkoholowe nr 9/2009*

² Voivodato = regione, 16 in Polonia

³ Vedi infra



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agencja Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

(10 anni fa era il 53%), per la vodka il 35% (10 anni fa era 37%), per il vino l'8% (10 anni fa era il 6,5%) e il 5,6% per whisky (10 anni fa era il 1,2%).

Nel complesso si osserva negli ultimi anni un cambiamento nella dinamica del consumo di alcool in Polonia, ricalcato sui modelli dell'Europa occidentale. Ciò si traduce anche nella crescita dei consumi di birra e di vino d'uva a scapito dei superalcolici.

Le previsioni riguardanti il consumo di questa bevanda nei prossimi anni sono positive. Questo perché il consumo di vino pro capite è il più basso in Europa ed è stimato al 3,2 litri a testa mentre in Spagna è 18,4 litri, in Gran Bretagna è 24,6 litri, in Slovacchia 25,5 litri, in Romania 27 litri, in Ungheria 31 litri, in Germania 36,5 litri, in Austria 42,1 litri, in Italia 45 litri ed in Francia 45,1 litri (dati di Statista – Statistical Portal, previsioni per il 2018).

Dato il progressivo aumento dei consumi, le attività di promozione nel mercato del vino dovrebbero essere diversificate e puntare sulla valorizzazione del vino di qualità e della sua combinazione con le pietanze nonché su un assortimento sempre più ampio dei vini in offerta. Dovranno essere avviate campagne di informazione atte a promuovere l'immagine del vino non solo come bevanda, ma come il migliore coronamento nel consumo dei pasti. Il lancio dei vini sul mercato dovrà essere realizzato utilizzando due canali: le grandi reti commerciali ed i locali negozi al dettaglio. Con questi ultimi, che possono promuovere capillarmente il prodotto, è indispensabile l'instaurazione di contatti diretti, oltre ad assicurare la presenza costante del prodotto.

Media e manifestazioni

E' vietata in Polonia la pubblicità delle bevande alcoliche (tranne la birra) sui quotidiani, outdoor ed in TV ad eccezione delle riviste specializzate.

media

| | |
|-------------------|---|
| titolo testata | Rynki Alkoholowe <i>I mercati degli alcolici</i> |
| Periodicità | mensile |
| tiratura | 10.000 |
| target e tematica | Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, società di catering |
| sito | www.rynki.pl |
| titolo testata | Ferment <i>La rivista del vino</i> |
| Periodicità | trimestrale |
| tiratura | 5.000 |
| target e tematica | Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, società di catering |



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej

sito <https://pl-pl.facebook.com/fermentpismo/>

titolo testata Czas wina
Il tempo del vino

Periodicità bimestrale

tiratura 10.000

target e tematica Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, società catering
sito www.czaswina.pl

titolo testata Vinisfera - portale
target e tematica Amanti del vino, enoteche
sito www.vinisfera.pl

titolo testata Winicjatywa - portale
target e tematica Amanti del vino, enoteche
sito www.winicjatywa.pl

principali fiere del settore

nome fiera Międzynarodowe Targi Wina w Krakowie ENOEXPO
luogo Cracovia
periodicità e prossima edizione annuale, 7-9.11.2018
descrizione profilo Gastronomia, salone del vino
sito www.enoexpo.krakow.pl

* * *