



ЭКСПОРТ ВИНА MANUAL

ПОСОБИЕ ДЛЯ
УКРАИНСКИХ ВИНОДЕЛОВ

Предпосылки

Международное сообщество сейчас поддерживает Украину, ее граждан и бизнесы на всех уровнях, в том числе — из-за повышенного интереса к украинским продуктам виноделия. Такая ситуация способствует налаживанию торговых отношений с зарубежными рынками. Предлагаем несколько важных шагов и инструментов по организации экспорта вина из Украины в современных условиях.

Стратегии выхода на новые рынки с учетом разновидностей экспорта

Прямой экспорт	Непрямой экспорт	Производство продукции на целевом рынке
<p>Вы экспортируете продукцию на новый рынок. Вам придется самостоятельно обрабатывать все этапы процесса — от транспортировки и платежей до совершения сделок на новом рынке.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • С закупщиками • С помощью дистрибьюторов • С помощью торговых и управляющих компаний • За счет нескольких сочетаний 	
<p>Рискованно в условиях внутренней нестабильности.</p>	<p>Организация online-продаж на маркетплейсах</p>	<p>Private Label — изготовление продукции импортера под его торговой маркой. Не</p>

Alibaba или Taobao очень эффективна.

рекомендуется это делать в современных условиях, когда лучше подчеркивать украинское происхождение вина.

Как определить готовность компании к экспорту?

- Наличие англоязычного сайта
- Есть сотрудник, ответственный за экспорт
- Достаточные производственные мощности
- Наличие свободных ресурсов/услуги аутсорсинговой компании

Четыре шага для расширения бизнеса за счет развития новых рынков:

ШАГ 1. Определите новый целевой рынок(ы)

На этом этапе вам поможет первоначальное сканирование потенциала рынка <https://www.trademap.org/>. Сайт предоставляет информацию о развитии экспорта и импорта на разных рынках по конкретным товарам. Все, что вам нужно знать – это код товара. 220429 – код для вина из натурального винограда.

Для использования сайта необходимо зарегистрироваться и активировать профиль через email.

The screenshot shows the website's search interface with the following elements:

- Imports/Exports:** A red arrow points to the 'Imports' tab.
- Service/Product:** 'Single' is selected, and the product is '220429 - Wine of fresh grapes, incl. fortified wines, and grape must whose fermentation has ...'.
- Country/Region:** 'Country' is selected, with a search box for 'Please enter a country/territory or region name (optional)'.
- Time Series:** 'Yearly Time Series' is selected.
- Charts:**
 - Concentration and average distance in 2021:** A bubble chart showing countries like China, Denmark, United Kingdom, United States of America, France, and Australia.
 - Importing markets in 2021:** A world map highlighting countries like Canada, Russian Federation, China, India, Brazil, and the United States.
 - Growth of countries' imports:** A scatter plot showing growth rates for countries like China, United States of America, Australia, Germany, United Kingdom, Denmark, and France.

Сайт также предоставляет подробную статистику по количеству импортируемых товаров в разные страны мира. Ниже отражена статистика по ним:

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

World Country 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 ...

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: [Icons] Rows per page: Default (25 per page)

HS8	Importers	Select your indicators											
		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

Вы также можете посмотреть статистику по конкретным регионам, выбрав Country Group:



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	Select your indicators										
		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
	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
	France	229,593	36,358	445,907	Tons	515	-9	-7	-16	7.3	2,917	0.37
	Denmark	107,295	-89,012	81,583	Tons	1,315	4	7	-3	3.4	8,595	0.13
	Portugal	95,982	-67,041	202,182	Tons	475	7	12	-9	3.1	602	0.97
	Italy	95,462	215,658	233,686	Tons	409	-5	5	42	3	1,673	0.67
	Belgium	65,818	-32,681	56,970	Tons	1,155	-7		-1	2.1	6,041	0.16
	Sweden	65,422	-63,494	23,826	Tons	2,746	-4	-9	-21	2.1	3,554	0.21
	Czech Republic	47,933	-47,517	74,743	Tons	641	-6	-5	-6	1.5	1,744	0.2
	Netherlands	43,824	-29,859	34,770	Tons	1,260	-8	-10	-14	1.4	4,033	0.2
	Slovakia	27,256	11,507	0	No quantity		19		59	0.9	707	0.38

ШАГ 2. Проведите маркетинговое исследование

Маркетинговое исследование состоит из следующих этапов:

1. PEST-анализ (анализ политических, экономических, социальных и технических факторов на рынке страны).
2. Анализ потребителей на рынке: потребительские тренды, портрет потребителя, история развития рынка вина в стране.
3. Анализ потребительской способности и ценовой политики на вино страны.
4. Анализ налогов и сборов на импортную продукцию и, прежде всего, алкоголь. Акциз, налоги, сборы и другие тарифы можно проанализировать для каждой страны на сайте <https://www.mastar.org>.

5. Затруднения и преимущества для винных импортеров в стране.
6. Анализ мест продаж: online\offline каналы продаж алкоголя, дистрибьюторы, особенности заключения договоренностей.

ШАГ 3. Примите решение о входе на этот рынок или найдите другой целевой рынок.

Если маркетинговое исследование и анализ конкурентов доказывают, что этот рынок не является вашим целевым и не принесет вам прибыли, вернитесь к **ШАГУ 1**, чтобы найти релевантный для себя рынок.

Анализ рынка и формирование **стратегии** развития на нем – ключевые моменты подготовки к экспорту. Без тщательной подготовки очень высока вероятность потерпеть неудачу. После того как рынок выбран и принято решение развивать свой продукт на нем, необходимо сформировать **цену**, которая будет конкурентоспособной.

Формирование цены (для внешнего и внутреннего рынков)



СЕБЕСТОИМОСТЬ



НАЦЕНКА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

20-30%

НАЦЕНКА ПРОДАВЦА

РОЗНИЦА

ДИСТРИБЬЮТОР

Наценка дистрибьютора 20-30%

Наценка точки продаж 20-50%

СЕТЬ

30-40%

НORECA

100-300%

ШАГ 4. Разработайте стратегию выхода на рынок

Стратегия выхода на рынок должна включать в себя:

1. **Выводы по анализу рынка и исходные данные** (ассортимент товара компании, технические возможности расширения производства, перспективы оптимизации себестоимости).
2. Возможные варианты развития на рынке, учитывая анализ стратегий основных конкурентов.
3. SWOT-анализ компании.
4. Стратегические цели компании на новом рынке.
5. Наиболее эффективные направления развития бизнеса на новом рынке.
6. Формирование уникального торгового предложения (**УТП**).
7. Портрет потребителя бренда компании.
8. Предложения по развитию компании на новом рынке по направлениям **5P**:
Product – разработка ассортиментного портфеля.
Price – формирование цены (отгрузочная цена и цена на полке) в разных каналах сбыта.
Place – каналы сбыта. На наш взгляд, наиболее релевантными каналами сбыта могут быть онлайн-платформы для продажи вина (E-commerce) и работа с крупными дистрибьюторами.
Promotion – продвижение продукции в каналах сбыта (может включать маркетинговый план и бюджет).
People – команда для обслуживания проекта.

Международные винные **выставки и конкурсы** — важный компонент продвижения продукции на экспортных рынках.

Список крупных международных винных конкурсов и выставок 2022-2023, в которых следует принять участие, чтобы презентовать свою продукцию международному сообществу и подтвердить качество вина:

Название конкурса/выставки	Дата и место проведения	Описание	Веб-сайт
London Wine Competition	20-21 марта 2023, Лондон	Международный дегустационный конкурс, в котором нужно принять участие, если хотите продавать вино в Великобритании	https://londonwincompetition.com/
International Wine Challenge	Март-апрель 2023, Великобритания	Международный дегустационный конкурс, признанный во всем мире, очень важен для продаж в ЕС и Великобритании	https://www.internationalwinechallenge.com/
Decanter World Wine Awards	Май 2023, Лондон	Самый престижный дегустационный конкурс, признан экспертами во всем мире. Важен для продажи в ЕС, Азии, США, Британии	https://www.decanter.com/decanter-awards/
London Wine Fair	Май 2023, Лондон	Международная выставка вина, особенно важная для тех, кто планирует выход на рынок Великобритании	https://www.londonwinefair.com/
Mundus Vini	Март 2023, Германия	Международный дегустационный конкурс проходит раз в год в рамках выставки ProWein, широко признанной в ЕС	https://www.meininger-online.de/en/mundus-vini

ProWein	19-23 марта 2023, Дюссельдорф	Крупнейшая международная выставка, обязательная для участия тем, кто планирует наладить экспорт	https://www.prowein.de/
IWCS 2023 Wine Communicator	19 августа 2023, США	Международный дегустационный конкурс, очень важный для продаж в ЕС, Азии и США	https://iwsc.net/
Challenge International du Vin	21-22 апреля 2023, Франция	Международный дегустационный конкурс, очень важный для продажи в ЕС	https://www.challengeduvin.com/en/
Concours Mondial de Bruxelles	Май 2023, Бельгия	Международный дегустационный конкурс, престижный и важный для продаж в ЕС	https://concoursmondial.com/fr/
Vinitaly	2-5 апреля 2023, Верона	Международная винная выставка, важная для продвижения на рынке ЕС	https://www.vinitaly.com/en/verona/
Специфично для рынка США:			
Los Angeles International Wine Competition	Июнь 2023, Лос-Анджелес	Американский престижный дегустационный конкурс	https://fairplex.com/competitions/wine-competition
Специфично для рынка Азии:			
Vinexpo Asia	23-25 мая 2023,		https://www.vine

	Сингапур		xposium.com/vin expo-asia/
Prowein Asia	25-28 апреля 2023, Сингапур 10-12 мая 2023, Гонконг	Выдающаяся международная выставка в Азии	https://www.expo beds.com/event/ prowine-asia

Планирование участия в международных конкурсах и выставках рекомендуем начинать **минимум за год** до начала, чтобы успеть подготовить ассортимент продукции и ее отправку на конкурс, забронировать место размещения, сделать дизайн и изготовить стенд.

Другие полезные платформы для экспорта

Анализ требований рынка, тарифное регулирование (пошлины, сертификаты происхождения) и нетарифное регулирование (тех. стандарты, дизайн и др.)

<https://www.macmap.org>

Taric ресурс для Европы

<https://ec.europa.eu/>

Access2 Market требования к товару

<https://trade.ec.europa.eu/>

Офис по развитию предпринимательства и экспорта

<https://helpdesk.epo.org.ua>

Сертификаты происхождения и аналитика требований рынка

<https://findrulesoforigin.org>

Пан-Евро-Мед-конвенция, универсальные правила торговли

<https://zakon.rada.gov.ua/rada/>

Европейское законодательство: общие для всех стандарты

<https://standards.cen.eu/>

Украинское законодательство

<https://www.me.gov.ua/>

Подробный анализ привлекательности

[statista.com](https://www.statista.com) & ec.europa.eu/eurostat

Выводы

С помощью этого мануала вы можете пройти процесс подготовки, определиться с направлением экспорта и наладить поставку продукции в течение **3-6 месяцев**. Если вы хотите ускорить этот процесс, мы рекомендуем обратиться к аутсорсинговой компании, специализирующиеся на исследованиях международных рынков и формировании стратегий экспорта.

Спасибо за внимание!