

Winny zawrót głowy Polaków

Beata Drewnowska 06-03-2011, ostatnia aktualizacja 06-03-2011 00:01

 Liczba osób, które to polecają: 90. Bądź pierwszym znajomym.

W tym roku Polacy przeznaczą na wino o ok. 10 proc. więcej niż przed rokiem. Za pięć lat nasze wydatki na nie mogą sięgać niemal 4 mld zł



autor: Rafał Guz
 źródło: Fotorzepa

[+zobacz więcej](#)

• [Polacy wybierają wódkę](#)

– W 2011 r. sprzedaż wina powinna rosnać szybciej niż w 2010 r. Ożywienie było widoczne już w czwartym kwartale ubiegłego roku – mówi „Rz” Robert Ogór, prezes grupy Ambra, czołowej firmy winiarskiej w Polsce notowanej na GPW. Jego zdaniem można się spodziewać, że w tym roku wydatki Polaków na wina zwiększą się nawet o jedną dziesiątą.

O co najmniej 20 proc. chciałyby w 2011 r. zwiększyć przychody spółka Sobiesław Zasada Import Win. – W styczniu i lutym tego roku średnio nasza sprzedaż urosła o 70 proc. – mówi Katarzyna Piskorz-Palusińska, prezes spółki Sobiesław Zasada Import Win.

Przez większość ubiegłego roku branża odczuwała skutki spowolnienia gospodarczego. Firma Nielsen policzyła, że łączne wydatki Polaków na wina, nie licząc gastronomii, wzrosły o 3,8 proc. i sięgnęły 1,8 mld zł. Kupiliśmy ich 100 mln litrów, o 1,4 proc. więcej niż w 2009 r.

Zdaniem Roberta Ogóra ubiegłorocznym zwycięzcą na polskim rynku win są dyskonty. Ich sprzedaż zwiększyła się o kilkadziesiąt procent. Nielsen szacuje, że w 2010 r. do sklepów dyskontowych z Biedronką na czele trafiło 20 proc. kwoty, którą wydaliśmy w sumie na wina. Rok wcześniej udział ten był o 5 pkt. proc. niższy.

– Najszybciej, i to nie tylko w tym roku, ale także w najbliższych latach, będzie rósł popyt na wina spokojne – uważa Robert Ogór. Już teraz wydajemy na te klasyczne, niemusujące wina gronowe nieco ponad 1 mld zł, a w ubiegłym roku ich sprzedaż zwiększyła się o prawie 8 proc.

Ambra, do której należy m.in. marka El Sol, szacuje swój udział w segmencie win spokojnych na 20 proc., co daje jej w nim pozycję lidera. W pierwszej połowie roku obrotowego, który zaczął się 1 lipca 2010 r., zwiększyła ich sprzedaż o ok. 17 proc. Podobnego tempa spodziewa się także w drugim półroczu. Natomiast do końca przyszłego roku obrotowego chce zwiększyć swoje udziały o kilka punktów proc.

Powody do zadowolenia ma także notowany na GPW CEDC, czołowy dystrybutor wina w Polsce. Oferuje u nas m.in. markę Carlo Rossi, numer jeden w segmencie win spokojnych. – W 2010 r. jej sprzedaż w ujęciu wartościowym zwiększyła się o 11,2 proc. – mówi William Carey, prezes CEDC.

Polski rynek wina będzie nadal się rozwijał, ponieważ jego spożycie jest u nas znacznie niższe niż w wielu krajach europejskich. W 2010 r. Euromonitor International szacował je na, łącznie z winami owocowymi, 7,1 l na osobę. W tym czasie przeciętny Włoch wypił prawie 42 l, a Niemiec ponad 26 l. – Nie jest wykluczone, że w ciągu pięciu lat wartość polskiego rynku wina podwoi się – szacuje Robert Ogór.

Rosnący popyt na wino w Polsce chcą wykorzystać jego największy producenci w Europie. – Polski rynek stał się jednym z tych, którymi przede wszystkim zainteresowani są włoscy producenci win – mówi Domenico Brosio, dyrektor Włoskiego Instytutu Handlu Zagranicznego (ICE). Szacuje ona, że już teraz dwie trzecie win sprowadzanych do Polski, pod względem wartości sprzedaży, to alkohole włoskie. Aby jeszcze bardziej wypromować trunki z Italii w naszym kraju, ICE w połowie 2010 r. uruchomił branżowy portal finansowany przez włoski rząd.

