

Polska



Krótki przewodnik po rynku
alkoholowym w Indiach

2018-09-23 16:52:22



Przedstawiamy krótki raport o rynku alkoholowym w Indiach. Jeżeli potrzebowaliby Państwo więcej informacji, zapraszamy do kontaktu.

RYNEK ALHOKOŁOWY W INDIACH

Ogólny zarys sektora

Indie to trzeci pod względem wielkości światowy rynek napojów alkoholowych, zaraz po Chinach i Rosji, o łącznej wartości ponad 14 mld USD. Indyjski przemysł alkoholowy jest sektorem wysokiego ryzyka, ze względu na wysokie podatki i niezliczone regulacje, często różniące się w wielu stanach.

Rynek produktów alkoholowych uważa się za przemysł wschodzący ze względu na wysoki potencjał i rosnącą akceptację społeczną. Według badań, rynek napojów alkoholowych w Indiach ma wzrosnąć o 7,5% do 2022 r. Spożycie alkoholu per capita wzrosło z 2.2 li do 5.1 l na przestrzeni lat 2010-2016.

Czynniki wpływające na rozwój rynku alkoholowego w Indiach to:

1. Urbanizacja: coraz większej migracji ludności do większych miast, gdzie dostęp do alkoholu jest łatwiejszy, a oferta produktów bogatsza.
2. Struktura demograficzna: ponad 60% Indusów przypada na grupę wiekową 15-45 lat. Jest to zatem grupa docelowa rynku alkoholowego.
3. Akceptacja społeczna: Z biegiem lat zmieniło się także nastawienie do alkoholu, dzięki czemu spożywanie takich produktów jest bardziej akceptowane społecznie. Ta akceptowalność rozciąga się na spożywanie w środowisku rodzinnym, na imprezach towarzyskich, ale także przez kobiety i młodzież. Krajowy przemysł alkoholowy uznał, że młodzi ludzie i kobiety są dla nich obecnie kluczową grupą docelową.
4. Rosnąca klasa średnia: coraz więcej Indusów zbliża się do grupy osób o wyższym lub średnim dochodzie. Indusi częściej sięgają po alkohol, nierzadko markowy, ponieważ mają na to środki. Rosnące tendencje spożywania napędzają producentów do wprowadzania na rynek produktów o większej różnorodności. Obecnie na rynek wprowadza się konsekwentnie nowe produkty, takie jak aromatyzowane napoje alkoholowe, w celu wzbogacenia oferty.

Indyjski rynek alkoholowy składa się z czterech segmentów produkcyjnych:

1. alkohole destylowane
2. piwo
3. wino
4. trunki lokalnej produkcji

Alkohole destylowane

Najczęściej wybieranymi produktami alkoholowymi w całych Indiach są produkty należące do grupy alkoholi destylowanych, tzw. IMFL (Indian Made Foreign Liquor) – 88%. Spośród nich Indusi najczęściej wybierają whisky, co sprawia, że Indie to największy rynek whisky na świecie.

Obecnie w całym kraju zyskują także na popularności białe alkohole, takie jak wódka i gin. Indyjski przegląd rynku wódki 2018-2023, przewiduje, że sprzedaż wódki może osiągnąć dwucyfrowy wzrost (12%) w ciągu najbliższych pięciu lat, napędzany sprzedażą wódki smakowej - która według raportu przyciąga młodszą grupę konsumentów.

Piwo

Indie są obecnie piątym największym rynkiem piwnym w Azji Południowej o łącznej wartości 7 mld usd. Przewiduje się obecnie, że do 2021 r. zapotrzebowanie na piwo przekroczy 4.1 mld litrów. Po alkoholach destylowanych jest drugą najpopularniejszą grupą alkoholi - stanowi 10% wszystkich alkoholi spożywanych w Indiach. Czołowe marki to Kingfisher oraz Black Eagle. **Zapotrzebowanie na produkt piwny rośnie w tempie około 17% rocznie.**

Obecny niedojrzały rynek piwa w Indiach ma ogromny potencjał wzrostu i inwestycji. Zmieniające się postawy kulturowe, młoda i coraz bardziej zamożna baza konsumentów będą napędzać sprzedaż w ciągu najbliższych lat. W Indiach zauważalna jest także luka pod względem rynku piw rzemieślniczych, czyli piw kraftowych, które są uznawane za piwa bardziej aromatyczne i staranniej uwarzone w porównaniu do piwa typu mass-market. Wzrastająca świadomość konsumentów i oczekiwania względem smaku oraz wysokiej jakości piwa, powodują, że popyt na piwa rzemieślnicze będzie stale rósł.

Wino

Według raportu *Indyjski rynek wina, 2023*, konsumpcja wina w Indiach wzrasta wraz ze wzrostem świadomości wina jako dobrego napoju dla zdrowia. Na rynku wina w Indiach odnotowano wzrost z zainteresowania konsumpcją tego napoju alkoholowego o ponad 25% w ciągu ostatnich pięciu lat. Wino jest uważane za bardzo młodą kategorię napojów alkoholowych w Indiach, ale zainteresowanie się Indusów tym produktem wpływa na jego duży potencjał.

Wina czerwone są najpopularniejszym i najczęściej spożywanym winem o dużym udziale w rynku, podczas gdy białe, różowe i musujące wina są wyłaniającymi się segmentami. Rosnące warianty i nowe marki przewidują, że segmenty te będą rosły w porównaniu do segmentu czerwonego wina i uzyskają w przyszłości większy udział w rynku, co zmniejszy dominację czerwonego wina na indyjskim rynku wina.

Lokalne trunki

Indyjski krajowy alkohol produkowany jest w lokalnych licencjonowanych destylarniach, jednak jest wytwarzany z taniego surowca, głównie rektyfikowanego spirytusu z ziaren lub melasy, czyli pochodnej trzciny cukrowej. Koszt produkcji jest niski, co wpływa bezpośrednio na niską jakość lokalnych produktów alkoholowych.

Popularność alkoholu w poszczególnych stanach indyjskich

Południowe Indie dominują na lokalnym rynku alkoholi. Południowy region Indii odpowiada za około 60% całkowitej sprzedaży IMFL i 45% całkowitej sprzedaży piwa.

Dwa ze stanów w południowej części kraju, tj. Andhra Pradeś i Telangana, wykazuje najwyższą w skali kraju konsumpcję alkoholu. Poza wymienionymi dwoma stanami, konsumpcja alkoholu jest także wysoka w Kerali, Karnatace, Harijanie, Sikkimie oraz Himaćal Pradeś.

Warto także wspomnieć o dostępności produktów alkoholowych. Produkty alkoholowe takie jak wino i piwo w niektórych stanach można kupić w sklepach monopolowych, brak jednak sklepów sieciowych. Alkohol sprzedawany jest także w lepszych hotelach, barach, niektórych restauracjach oraz klubach.

Bariery wejścia na rynek

- **Importowany alkohol stanowi bardzo niewielką część konsumpcji w Indiach.** Zwykle jest spożywany przez bogatą i wyższą klasę średnią w dużych miastach i metropoliach. Alkohol importowany podlega cłu, co czyni go znacznie droższym. Mimo to rynek importowanych alkoholi w Indiach rośnie w tempie 25%.
- Podatki od importowanej whisky uniemożliwiają zdobycie większego udziału w rynku. Należności importowe zaczynają się od 150%, a dodatkowe podatki państwowe mogą nałożyć kolejne 150% lub więcej do ceny butelki. Wino i piwo mają podobne należności celne, a także dodatkowe i stale zmieniające się podatki i przepisy państwowe.
- Złożoność rynku oznacza, że tylko duzi producenci, tacy jak Jack Daniels i Jim Beam, mogą sobie pozwolić na samodzielne wejście na rynek Indii i zwykle tylko dzięki swoim produktom premium. W odpowiedzi na skargi w Światowej Organizacji Handlu, Indie obniżyły swoją taryfę bazową, ale importerzy alkoholu i przedstawiciele handlowi ze Stanów Zjednoczonych oraz Unii Europejskiej naciskają na Indie, aby jeszcze bardziej obniżyły opłaty podatkowe na alkohol.

Z punktu widzenia przedsiębiorcy z Polski

- W kontekście wejścia na rynek indyjski z produktami alkoholowymi powinniśmy raczej przyjąć kierunek koncentracji wejścia na rynek konkretnego indyjskiego stanu. Wynika to z ogólnej charakterystyki centralnej polityki indyjskiej nadającej swobodę w kwestii regulacji stanowych dotyczących dystrybucji alkoholu.
- Najbardziej perspektywiczne wydają się stany Andhra Pradeś i Telangana, Kerala, Karnataka, Harijana, Sikkim oraz Himaćal Pradeś ze względu na wysoki w skali kraju wskaźnik konsumpcji alkoholu.
- Wybór konkretnego stanu, jako potencjalnego rynku zbytu wiąże się z dostosowaniem do prawa stanowego, w tym np. opisu etykiet (element informacji minimalnego wieku spożywania alkoholu, który jest różny w każdym ze stanów)
- Należy pamiętać o zakazach związanych z promocją produktu alkoholowego. Zakaz ten dotyczy wszystkich producentów, więc walka o zaistnienie odbywa się na innej płaszczyźnie. W tym przypadku, należy skupić się nad elementem wizualnym produktu: ciekawa butelka stanowi tutaj istotną formę promocyjną.
- **Obecnie alkohol został zwolniony z GST (Goods and Services Tax). Rząd federalny narzucił 150% cło na importowane alkohole.** Dodatkowe stanowe opłaty licencyjne i podatki, sprawiają, że konsumenci kupują produkt często pięć lub sześć razy wyższy od ceny początkowej produktu.
- Kwestie prawne wiążą się z surowymi przepisami prawa i mnóstwem ceł i opłat, takich jak podatek akcyzowy, opłata licencyjna, podatek od sprzedaży, opłata za oznakowanie marki / etykiety, opłata importowa / eksportowa, opłata za sprzedaż, opłata za galonowanie, podatek obrotowy itp.
- Certyfikacja opiera się głównie na inspekcji wizualnej i rejestrach wcześniejszego importu. Dlatego importerzy nowych produktów mogą czasem spodziewać się opóźnień w procesie. Okres odprawy celnej może trwać od jednego dnia do jednego miesiąca, w zależności od produktu i doświadczenia importera. W przypadku sporu lub odrzucenia przesyłki importer może złożyć odwołanie w urzędzie celnym w porcie wejścia. Aby przyspieszyć proces, zaleca się jednak wyznaczenie agenta rozliczeniowego.

Przepisy

- Zgodnie z zapisem w indyjskiej konstytucji, każdy ze stanów ma inne regulacje dotyczące alkoholu. W niektórych stanach spożywanie alkoholu jest zakazane. Całkowita prohibicja dotyczy stanu Bihar, Gudźarat oraz Nagaland. Częściowa prohibicja dotyczy stanu Manipal. Zakaz został wprowadzony, a następnie wycofany w stanach Harijana oraz Andhra Pradeś.

W Indiach wprowadzono także „dry days”, czyli dni, w które nie można kupić alkoholu w sklepach, restauracjach

oraz klubach. Zakazy nie dotyczą hotelów 5-cio gwiazdkowych. W całym kraju zakaz sprzedaży alkoholu dotyczy Dnia Republiki (26 styczeń), Dnia Niepodległości (15 sierpień) oraz Dnia urodzin Gandhiego tzw. Gandhi Dżajanti (2 październik). Zakaz dotyczy także dni wyborów parlamentarnych. Dodatkowo każdy ze stanów może ustanowić dodatkowe dni objęte zakazem spożycia alkoholu.

- Dla ograniczenia szkodliwego spożywania alkoholu, Indie wprowadziły szczególną politykę cenową. Kluczowym czynnikiem sukcesu tej polityki jest skuteczny system opodatkowania.
- W Indiach 17 stanów ustaliło minimalną cenę sprzedaży w celu zapewnienia jednolitości i jakości oraz w celu zapobiegania nielegalnej sprzedaży.
- Alkohol w Indiach jest uważany za produkt spożywczy i podlega pod regulacje FSS Act. z 2006 r., które dodatkowo będzie objęte nowymi zasadami odnośnie informacji m.in. na opakowaniach od kwietnia 2019 r.
- W Indiach istnieje nakaz umieszczania ostrzeżenia zdrowotnego na butelkach z produktami alkoholowymi. W niektórych stanach ostrzeżenia dodawane są tylko na likierze IMFL.
- Istnieje ogólny zakaz reklamowania i promocji produktów alkoholowych. Zaliczają się w to także reklamy wystawowe znajdujące się przy kasach sklepowych. Całkowity zakaz obejmuje dziewięć stanów. Delhi oferuje wyjątek zagranicznym mediom drukowanym.

Obejście przepisów:

Firmy alkoholowe mogą promować swoje marki legalnie w punktach sprzedaży. Obecnie firmy stosują ukryte strategie reklamowe. Reklamy zastępcze obejmują reklamę produktów bezalkoholowych, które wykorzystują tę samą markę, co produkty alkoholowe. Przykładowo wiele firm alkoholowych reklamuje płyty CD lub wodę mineralną i inne artykuły pod tą samą marką, co swój produkt alkoholowy.

Wśród wielu innowacyjnych sposobów, które firmy alkoholowe opracowały w celu promowania swoich produktów, jednym z najbardziej skutecznych jest sponsorowanie wydarzeń kulturalnych i sportowych. W Indiach branża alkoholowa sponsoruje najważniejsze wydarzenia krykieta, ponieważ jest to sport narodowy i jest bardzo często obserwowany przez publikę w każdym wieku i każdej płci.

Atrakcyjne pakowanie i etykietowanie produktów alkoholowych stanowi kolejną bardzo istotną rolę w promocji produktów alkoholowych

- Sprzedaż alkoholu nie może następować jeśli lokal znajduje się w pobliżu placówki oświatowej, miejsca kultu, głównego dworca autobusowego, krematorium, miejsca pochówku, społeczno-ekonomicznie zacofanej kolonii, kolonii pracy, rynku lub ustanowionego siedliska. Ta wytyczna jest przestrzegana przez 14 stanów.
- Minimalny wiek spożywania alkoholu jest różny w zależności od stanu i waha się w przedziale od 18-25 lat. Maharasztra, Pendżab, Harijana i Delhi utrzymują maksymalny limit wieku.
- Zakaz sprzedaży i spożycia alkoholu w miejscach publicznych: wszystkie indyjskie stany wdrożyły ten

zakaz, z karami za naruszenie od 200 INR do 50 000 INR.

Lista głównych indyjskich dystrybutorów produktów alkoholowych

1) Rad Elán Distributors

<http://www.radelan.com/>

F-90/33, Okhla Industrial Area, Phase-1. New Delhi, India-110020

Tel: +91-11-2681-4432

Fax: +91-11-2681-4331

red@radelan.com

2) Premier Liquor Distributors Private Limited

308, 1st Floor, Clover Centre, A Wing, Gate No 1, M G Road, M G Road Pune, Maharashtra 411001 India.

+91 20 2613 5380

3) Amar Bulk Exports

Address : 205 South Soti Gunj, 1st Floor, Andhra Bank Building., Meerut, Uttar Pradesh - 250001, India.

Telephone : +91-121-2660841 / 4000841 Fax No : +91-121-4000841

<http://www.amarbulk.com> africachoice@gmail.com

4) Imperial Spirits Limited

Telephone : 91-422-2322440 Fax No : +91-422-4365828

Mobile Phone : +91-9994033330

Address : No. 1 Sundaram Brothers Layout, Opp all India Radio, Trichy Road, Coimbatore, Tamil Nadu - 641045, India.

<http://www.imperialspirits.info> ktsunil@imperialspirits.com

5) Aradhana Wines

Shop No 10, Cross Gate Building, Lokhandwala Complex, Next To Fantasy Collection, 4th Cross Road, Andheri West, Mumbai - 400053.

+(91)-22-49170734

6) Pushpalakshmi Wines

737, Adarsh Nagar, Near Mustakar Petrol Pump, New Link Road, Andheri West, Mumbai - 400053

+(91)-9820319948 | 9820043352 | 26741712 | 26741399 | 26741752

7) Mahalakshmi Wines

6/Mahaveer Shikhar, Veena Nagar, Lbs Marg, Mulund West, Mumbai - 400080.

+(91)-9967231185 | 9969025845 | 40127027 | 40127025 | 40127026

8) Sunny Wines

Shop No. 6, Opposite BMC Colony, Kherwadi Road, Bandra East, Mumbai - 400051.

+(91)-9821141781 | 9920411087 | 9820081757.

9) Fition Wines Stores & Boutique

Shop no,1/2, Juhu ekta society, Jvpd Scheme, Next To Karachi Society, New Link Rd, Andheri West, Mumbai - 400053.

+(91)-8454943760 | 9833006006 | 26247907 | 26243756 | 66013492 | 66013494.

10) K.B. WINES

Shop no.7, kanchanganga, four bungalow ., Near gurdwaras , J P Road, Andheri West, Mumbai - 400053.

+(91)-9221062222 | 26375493.

11) Enjay Wines

1/2 Takshila, Mahakali Caves Road, Andheri East, Mumbai - 400093.

+(91)-22-28300015 | 28351082

12) Candy Sprits Ltd

Gala No 2, Jayalaxmi Industrial Premises Cooperative Society, Piramall, Khetani Estate, Near Bazar Ward, Kurla West, Mumbai - 400070.

+(91)-9820319362 | 25034400 | 25034401 | 25034402 | 25034403

13) Ahuja Wines

13 Kedia Shopping Centre, Opp Rly Stn, Station Road, Malad West, Mumbai - 400064.

+(91)-22-28885642 | 28801107

14) Golden Cellar

323 Jariwala Stable, Bail Bazar, Kale Marg, Kurla West, Mumbai - 400070.

+(91)-22-65753305 | 65753308.

15) Sona Merchant Wines

Shop No 03, Neel Kanth Appartment, Amar Mahal , Chembur West, Mumbai - 400089

+(91)-9967470772.

16) Mahalakshmi Wines

6/Mahaveer Shikhar, Veena Nagar, Lbs Marg, Mulund West, Mumbai - 400080

+(91)-9967231185 | 9969025845 | 40127027 | 40127025 | 40127026

17) Jorini Hospitality PVT LTD

No 5, Krishna Cotton Press, Behind Balmer Lawrie & Co Ltd, Jakaria Bunder Road, Sewri, Mumbai - 400015

+(91)-9833122440 | 24151155 | 24161199 | 24165840

18) Rustom Wines Shop

Ground Floor,62 Chawla House Shop No 1A, Near Chiragdin, Wodehouse Road, Colaba, Mumbai - 400005

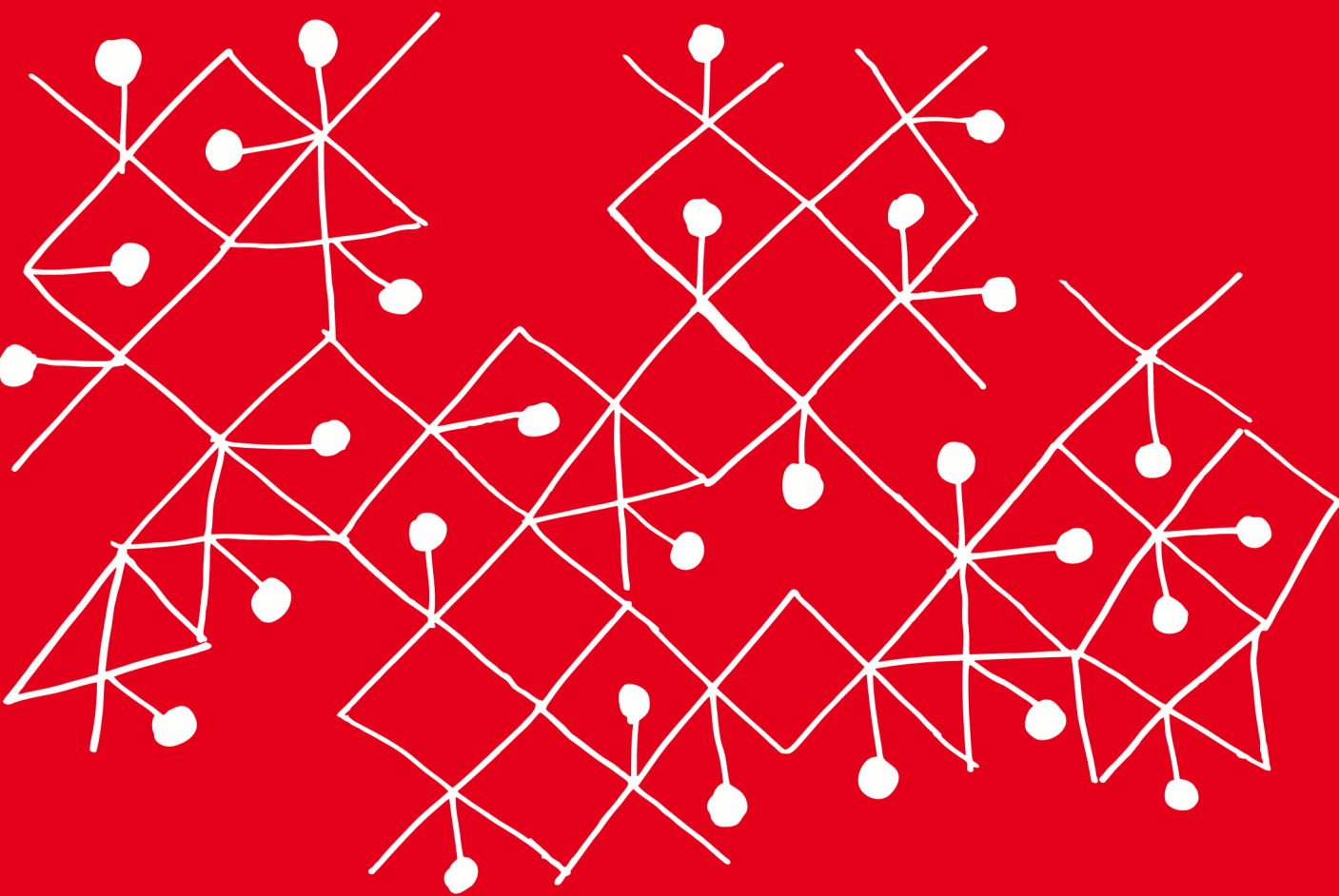
+(91)-9422484738 | 9820177318 | 22181609 | 22189509

19) Arvind Wines

Shop No 2 & 3, Near Kyabar Hotel & Wisling Plam Society, Aundh Wakad Road, Pimple Nilakh-Pimpri Chinchwad, Pune - 411027

+(91)-8888880500 | 9850409903 | 65106538.

Opracowała: Sandra Malgrab, Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego