Възможности за български винопроизводители и производители на алкохолни напитки за навлизане на индийския пазар

1. Анализ на индийския пазар

Индийският пазар на алкохолни напитки се характеризира с огромен потенциал, базирано на значителната годишна консумация на вино и на алкохол с висока концентрация в страната.

Преобладаващата консумация на високоалкохолни напитки поставя страната на първо място в света в този пазарен дял - годишната консумация на уиски е около 300 млн. стандартни каси.

Пазарът на вино възлиза годишно на около 2.3 млн. каси (9 бутилки в каса), като годишният внос на вино от целия свят е едва около 330 000 каси (14%).

Независимо от липсата на винарски традиции в Индия дори и сред средната класа на населението се наблюдава тенденция към постоянно и устойчиво увеличаване консумацията на вино с около 15-20% на годишна база. Това се дължи както на засилващото се влияние на западната култура, така и на повишаване значението на здравословния начин на сред висшия слой на индийското платежоспособно население.

2. Внос и местно производство на алкохолни напитки в Индия

Общият годишен пазар на вино от 2.3 млн. каси (9 бутилки/каса) е разпределен, както следва:

- 1.2 млн. каси вино, произведено в Индия от индийски производители, с много ниска крайна цена от около 2 евро/бутилка;
- 800 000 каси вино, произведено в Индия от индийски производители, с по-висока крайна цена от около 5-6 евро/бутилка;
- 330 000 каси вино, внасяно от целия свят и/или бутилирано в Индия от чуждестранни производители, с крайни цени започващи от около 11 евро/бутилка и достигащи до около 90-100 евро/бутилка;

Вносните марки вино в Индия са разпределени основно между австралийски, френски италиански и испански износители. Основните индийски производители на вино са Grover Vineyards, SULA Vineyards, Chateau Indage и др. С най-висока консумация на вино в Индия се открояват градовете Делхи, Мумбай и Бангалор.

3. Протекционистична политика на държавата

Поради липсата на широко разпространени винарски традиции в Индия и особеността на страната като ценово-чувствителен пазар, на индийският пазар на вино и алкохолни напитки са наложени вина и напитки от най-нисък ценови сегмент. Дори и при вносните вина, наложени са тези с

възможно най-ниски цени предвид наличието на високи вносни мита, местни данъци и такси и допълнителни трудности в достъпа до индийския пазар на чуждестранните вина. За наложените възможно най-ниски цени на вносните вина допринася и обезценяването на индийската рупия спрямо чуждестранните валути през последните няколко години.

Ценовите нива на виното след вноса му в Индия се формират, като се включват допълнителни мита и такси:

- Облагане на виното със 150% вносно мито (Basic customs duty);
- Облагане на виното с между 300% и 400% допълнителни данъци, акцизи и такси;

Така например бутилка вносно вино с доставна цена от 10 евро преди постъпване в митница би струвала 65 евро след освобождаването й от митница. Тази огромна ценова разлика предизвиква препоръките на вносителите на вино в Индия към чуждестранните производители да предлагат чуждестранни вина на индийския пазар с най-ниска доставна цена на база CIF/CIP индийско пристанище/летище - не по-висока от 3 евро/бутилка.

Особеност е, че индийските 5-звездни хотели са освободени от вносно мито при внос на вина и алкохолни напитки, което ги прави един подходящ обект при първоначалното навлизане на този пазар.

4. Перспективи, базирани на отношенията Индия - ЕС

Съществен момент от преговорите между ЕС и Индия по сключването на Споразумение за свободна търговия е намаляването на вносните мита за алкохолните напитки със стъпки от 150% до 30%. Според икономически анализатори в страната в момента индийската страна обаче не е фокусирана в постигане на такава договореност и бъдещото развитие по ССТ все още остава неясно.

5. Пътища за навлизане на български производители във винарския и алкохолен пазарен дял

5.1. Конвенционален път

Индийската Служба за безопасност на храните и стандартите (Food Safety and Standards Authority of India - FSSAI) е въвела специфични изисквания по отношение на етикетировката на алкохолните напитки, внасяни в Индия. В оригиналния етикет на гърба на бутилката (не се позволява допълнително залепен) е необходимо да бъдат описани 8 задължителни характеристики на продукта в определен формат, съгласно инструкциите на Службата и законовите разпоредби в Индия. Приложено

изпращаме инструкции за етикетировката към производителите на английски език.

Конкретни стъпки за стартиране на износ на българско вино/алкохолни напитки за Индия

1. Необходимо е предварително организиране на срещи с най-големите вносители на вино и алкохолни напитки с представители на българските производители на място в Индия.
2. След идентифициране на подходящи партньори на българските компании, желаещи да осъществяват внос на българско вино, е необходимо съгласуване с индийския вносител на маркетингов план и бюджет по популяризиране на вината и навлизането им на индийския пазар при ясно идентифицирани пазарни сектори (например фокусиране върху два големи града – Делхи и Мумбай, организиране на серия от дегустации и представяне на вината в 5-звездни хотели и др.).
3. Подготовка и съгласуване с вносителя на съдържанието на задължителния етикет на бутилката, който е необходимо да включва всички възможни атрибути, изисквани от Индийската Агенция за безопасност на храните и стандартите.
4. Стартиране на процедурата по регистрация на етикет пред индийските власти във всеки от щатите, на чиято територия ще се осъществява продажбата на продуктите, в съответствие с изискванията на индийската Служба за безопасност на храните и стандартите.
5. Пристъпване към износ от България на пробни количества, заявени от вносителя, за стартиране популяризирането на българското вино в Индия.

Българските износители трябва да се въоръжат с упоритост и търпение за постигането на търсене на техния продукт на индийския пазар. Предвид големината на пазара, силната конкуренция и неизвестността на българските вина в Индия, е необходимо време за налагане на марката и създаване на търсене на пазара на вина и алкохолни напитки.

5.2. Ускорен път за навлизане на индийския пазар

В светлината на протекционистичната политика на Индия по защита на местното производство и създаване на нови работни места и с оглед политиката на новото индийско правителство за разширяване възможностите за преки чуждестранни инвестиции в страната, съществуват възможности на базата на успешни примери по реализирането на джоинт-

венчъри и местни производства в сферата на производството на вино и високоалкохолни напитки в Индия. Френската компания „Moet Hennesy" е реализирала инвестиция в завод за производство на пенливо вино под марката „Chandon" в Индия, използвайки местни суровини и работна ръка. По този начин, компанията е осигурила продукт в крайна цена от 14 евро/бутилка за масова консумация от средната класа при цена на вносен аналог на марката от Франция на крайна цена 73 евро/бутилка.

6. Потенциалните индийски партньори - вносители на вина и висококонцентрирани напитки в Индия

Най-големите вносители на алкохолни напитки в Индия, формиращи около 70% от вноса на чуждестранни вина, са:

1. Brindco;
2. Aspri;
3. Hema Connoisseur;
4. Mohan Bros;
5. Global Tax Free;

Приложено изпращаме списък на индийските вносители на алкохол със съответните данни за контакт.

Приложение:

- Инструкции за етикетировка за вносни алкохолни напитки на английски език – 4 стр.
- Списък с контакти на индийски вносители на вино- 4 стр.

Изготвил:
Стефан Йонков
Ръководител СТИВ-Делхи

Ню Делхи, 01.07.2014

ISWAI

LIST OF MANDATORY DECLARATIONS ON THE LABEL

a. **The Name of the Food** : e.g. Scotch whisky, Wine, Vodka etc

b. **List of Ingredients**: These have to appear in descending order of their composition by weight or volume at the time of its manufacture. The FSSAI rules also state that water should not be declared if it forms part of an ingredient. **So, for Scotch Whisky, the water used in the distillation process is not an ingredient; it forms part of the ingredient 'Scotch Whisky'.** The water added to bulk Scotch to bring it down to alcoholic strength would now be treated as an ingredient, and hence be listed. A separate statement has to appear for any additives and/or flavours added to the final product in capital letters in a box.

Thus for Scotch whisky the LoI would read as under preceded by the word 'Ingredients' :

Ingredients: Scotch whisky, water

CONTAINS PERMITTED NATURAL COLOUR 150a

FOR COGNAC
Ingredients: Cognac, water

CONTAINS PERMITTED NATURAL COLOUR 150a

FOR VODKA - PLAIN
Ingredients: Vodka, water

FOR VODKA - FLAVORED
Ingredients: Vodka, water

CONTAINS PERMITTED NATURAL COLOUR 150a or XXXX AND ADDED FLAVOUR STRAWBERRY or YYYYY

where XXXX is the number of the color other than 150a and YYYY is the name of the flavor other than Strawberry

FOR WINES/CHAMPAGNES
Ingredients: Fermented grape juice, Antioxidant (224)

CONTAINS SULFITES

The colors have been given to differentiate between the various products in this note and are not stipulated by FSSAI and used in the label

c. Nutritional information (AB exempt from this provision): Not required

d. Declaration regarding Veg or Non-veg (AB exempt from this provision): Not required

e. **Declaration regarding food additive**: As explained in point 'b' above

f. **Name and complete address of manufacturer**: Has to be on the main label. This has to be preceded by any one of the following statements:

i. Manufactured and Bottled By:
ii. Produced and Bottled By:
iii. Distilled and Bottled By:
iv. Bottled and Packed By:

g. **Net Quantity**: Has to be in metric system only and preceded by the words Net quantity.

h. **Lot/ Code/ Batch identification**: Has to be on main label and can also be blown, formed or moulded on a glass or plastic surface; however, view through liquid on glass bottle is inadmissible. This could appear as any one of the following:

i. Lot No. – xxxxxx or See the bottle (in case of embossing on the bottle)
ii. Batch no. ---- same as stated above under Lot No.
iii. Code: ---- same as stated above under Lot No.

i. **Date of manufacture or packing**: Being negotiated with FSSAI, but date of bottling is currently appearing as part of the lot/code/batch identification in most cases

i. In DD/YYYY format or format being currently used by respective companies

j. Best Before and Use By Date (AB exempt from this provision): Not required

k. **Country of origin for imported food:** Has to appear on the label, separately from the manufacturers name and complete address and preceded by the words Country of Origin. e.g. Country of Origin – Scotland

A package provided with an outside container or wrapper shall also contain all the declarations required to appear on the package.

In case of wholesale packages the particulars regarding list of ingredients, date of manufacture/ packing may not be specified.

ISWAI

General conditions:

(i) **Legible and prominent, definite, plain and unambiguous**
(in such style or type of lettering as to be boldly, clearly and conspicuously present in distinct contrast to the other type, lettering or graphic material used on the package, and shall be printed or inscribed on the package in a color that contrasts conspicuously with the background of the label).

(ii) Conspicuous as to size number and colour.

iii). Area of the principal display panel

The area of principal Display panel shall not be less than —
(*a*) In the case of a rectangular container, forty percent of the product of height and width of the panel of such container having the largest area;

(*b*) In case of cylindrical or nearly cylindrical, round or nearly round, oval or nearly oval container, twenty percent of the product of the height and average circumference of such container; or
(*c*) In the case of container of any other shape, twenty percent of the total surface area of the cohtainer
except where there is label, securely affixed to the container, such label shall give a surface area of not less than ten percent of the total surface area of the container.
Provided that in the case of package having a capacity of five cubic centimeters or less, the principal display panel may be card or tape affixed firmly to the package or container and bearing the required information under these regulations.

TABLE – I - When net quantity is in weight or volume

Sl. No	Weight/volume	Minimum height of numeral in mm	
		Normal case	When blown, formed Moulded, or perforated on container
1.	Upto 50g/ml	1	2
2.	Above 50g/ml upto 200g/ml	2	4
3.	Above 200 g/ml upto 1 kg/litre	4	6
4.	Above 1 kg/litre	6	8

The **height of letters** in the declaration under regulation 2.2 shall not be less than 1 mm height. When blown, formed, moulded, embossed or perforated, the height of letters shall not be less than 2mm.
Provided that the width of the letter or numeral shall not be less than one –third of its height, but this proviso shall not apply in the case of numeral "I" and letters I, I&I:

ISWAI

The **FSSAI logo and license number** of the brand owner shall be displayed on the label of the food package in colour that is in contrast to the background in case of multiple units(manufacturer/packer/relabeller/marketer) as below.

fssai

LIST - INDIAN IMPORTERS OF WINE

S.No.	Company	Address	Website	Contact Person
1	**Radico Khaitan Ltd.**	B-1/J-1, Mohan Co-op. Industrial Area, Mathura Road, New Delhi-110 044	www.radicokhaitan.com	Mr. Lalit Khaitan Managing Director
2	**Global Tax Free Traders Inc.**	87, Sainik Farms, Central Avenue, Khanpur, New Delhi-110 062	www.globaltaxfreetraders.com	Mr. Mukul Mehra President
3	**Diplomat Impex Pvt. Ltd.**	B-90, Hill View Apartments, Vasant Vihar, New Delhi-110 057		Mr. D.K. Khanna Chief Executive Mr. Subhash Wadha Director
4	**Brindco Sales Ltd.**	S-53, Okhla Industrial Area, Phase-II, New Delhi-110 020	www.brindco.com	Mr. Amandeep Dhall Executive Director Mr. Rahul Bal
5	**Francis Wacziarg**	A-58, Nizamuddin East, New Delhi-110 013	www.fwacziarg.com	Ms. Firdaus Khan Chaudhary Director
6	**Mohan Brothers Pvt. Ltd.**	2nd Floor, Plaza Cinema Building, Connaught Place, New Delhi-110 001	-	Mr. Ashok Chadha General Manager Mr. Suhail Mehra Executive Director
7	**Hema Connoisseur Collections (P) Ltd.**	D-180, 1st Floor, Savitri Nagar, New Delhi-110 017	www.hema.in	Mr. Amit Agarwal
8	**Sonarys Co-Brands Pvt. Ltd.**	506, Ashok Bhawan, 93, Nehru Place,		Mr. Deepak Singh

		New Delhi-110 019		
9	**World Wines & Spirits**	65 A, Himgiri Apartments, Pocket A -14, Kalkaji Extn., New Delhi-110 019	www.worldwinesandspirits.net	Mr. B.K. Pardal President
10	**High Spirits**	187 D, Pocket-C, Siddhartha Extn., New Delhi-110 014		Mr. Sanjeev Gupta
11	**Continental Sales Emporium Pvt. Ltd.**	5 H, 2nd Foor, Shahpur Jat, New Delhi-110 049	www.cseptd.com	Mr. Gurdeep Bagga Director
12	**Sovereign Impex (P) Ltd.**	C-15, Community Centre, Safdarjung Development Area, New Delhi-110 016	www.sovereignindia.com	Mr. Naresh Uttamchandani
S.No.	***Company***	***Address***	***Website***	***Contact Person***
13	**Dhall Foods & Beverages Pvt. Ltd.**	"Indra Tower", F-90/32, Okhla Industrial Area, Phase-I, New Delhi-110 020	www.dhallgroup.net	Mr. Arjun Dhall
14	**Amfora Wine & Foods Pvt. Ltd.**	27-A, Zamrudpur, Behind Kailash Apartments, New Delhi-110 048	www.amforawine.com	Mr. Ranjit Gupta CEO Ms. Nanda Gupta Director
15	**Kyndal India Pvt. Ltd.**	218, 218 A, Enkay Towers, Udyog Vihar Phase-V, Gurgaon-122 001 Haryana	www.kyndalindia.net	Ms. Gargi Sarkar Marketing Manager
16	**Two Friends**	D-49, South Extension Part-I, New Delhi-110 049	www.twofriendsoverseas.com	Mr. Satinder Manocha CEO

				Mr. Sanil Manocha
17	**Pearl Wines**	1502, 15th Floor, Statesman House, Barakhamba Road, Connaught Place, New Delhi-110 001		Mr. K.P. Singh
18	**P.V. Beverages Pvt. Ltd.**	515, Ansal Chambers-II, 6, Bhikaji Cama Place, New Delhi-110 066	-	Mr. Praveen Vats Managing Director
19	**Rama & Company**	16/58, Joshi Road, Karol Bagh, New Delhi-110 005		Mr. Rajeev Singal Director
20	**Vinner Enoteca Wines Pvt. Ltd.**	129, Sector-IV, IMT - Manesar, Gurgaon-122 050 Haryana	www.operawines.com	Ms. Meera Kakar Brand Director
21	**Chandail Wines Pvt. Ltd.**	E-82, Anand Niketan, New Delhi-110 021	www.chandailwines.com	Mr. Andreas De Rosi Director
22	**S.K. Beverages Pvt. Ltd.**	D-14, Shopping Complex, Niti Bagh, New Delhi-110 049		Mr. Luv Gupta Director
23	**Indospirit Distribution Ltd.**	B-230, Okhla Industrial Area, Phase-I, New Delhi-110 020	www.indospirit.com	

S.No.	Company	Address	Website	Contact Person
24	**Prestige Wines & Spirits Pvt. Ltd.**	Thapar House, 124, Janpath, New Delhi-110 001		
25	**Shervick Services Pvt. Ltd.**	Shervick Villa, House No. 28, Sector-37, Faridabad Haryana		Mr. Vikram Sethi Director
26	**Seven Seas Agro Pvt. Ltd.**	34, Netaji Subhash Marg, Daryaganj, New Delhi-110 002	www.manash.in	Mr. Abhishek Jani