**Grudniowa gorączka w branży alkoholowej**

**Choć tegoroczne Święta Bożego Narodzenia oraz Sylwestra wielu Polaków spędziło w mniejszym gronie niż zwykle, nic nie wskazuje na to, by miało to znaczący wpływ na wydatki związane z zakupami. Dla firm z branży alkoholowej grudzień pozostaje najważniejszym miesiącem w roku.**

To nie przelewki – w niektórych przypadkach sprzedaż w ostatnim kwartale roku możeodpowiadać nawet za 60% całorocznego budżetu importerów i dystrybutorów. To właśnie w ostatnich miesiącach roku firmy z branży alkoholowej muszą zarobić pieniądze na kolejny rok funkcjonowania.

W sklepach szczyt sprzedaży następuje zdecydowanie w grudniu. Sprzedaje się nie tylko więcej alkoholi, ale również trunki droższe, najczęściej pomijane w zakupach przez resztę roku. Coś, co przeciętnemu Kowalskiemu wydaje się „za drogie” na co dzień, nagle ma odpowiednią cenę, gdy szuka alkoholu na prezent, na świąteczny stół lub na sylwestrowy wieczór. Chcemy, by końcówka roku była dla nas wyjątkowa i jesteśmy gotowi zapłacić za to stosunkowo dużo.

Korzystają na tym producenci, importerzy i dystrybutorzy alkoholi, szczególnie zaś win, które w Polsce wciąż kupowane są głównie na „specjalne” okazje. Aby jednak skorzystać na tym wzmożonym zainteresowaniu w grudniu, tematem świątecznych zakupów trzeba zainteresować się jeszcze latem.

Ostatnie tygodnie w roku mogą być dochodowe, ale nie muszą, jeśli firmy nie wykażą się organizacyjną sprawnością. Potrzeba mnóstwo czasu i wysiłku, by skoordynować ze sobą mnóstwo rozmaitych elementów, a po drodze trzeba przewidzieć także nieoczekiwane sytuacje i problemy. A musimy pamiętać, że z alkoholem jest trudniej niż z większością innych produktów ze względu na ogrom formalności, jakich wymaga prawo.

**Prezenty zamawia się w sierpniu**

Zakupowa gorączkowa, której szczyt obserwujemy pomiędzy Mikołajkami a Bożym Narodzeniem stanowi finał, do którego firmy przygotowywały się przez kilka wcześniejszych miesięcy. W branży alkoholowej o Bożym Narodzeniu zaczyna się mówić już w sierpniu. Wtedy właśnie ustalane są plany dostępności towarów i podpisywane są umowy.

Nie jest niestety tak, że wszyscy odbiorcy mają równy dostęp do towaru. Producentom win lub innych alkoholi najbardziej opłaca się współpraca z dużymi sieciami handlowymi, więc to one mają zazwyczaj pierwszeństwo. One też mogą mieć największą pewność co do tego, że producent dołoży wszelkich starań, by zamówienie było zgodne ze specyfikacją. Jeśli alkohol ma trafić do Polski, etykiety powinny być przygotowane w języku polskim, a butelki muszą mieć odpowiednio naklejone znaki akcyzy.

Jeśli zamówienie składa duża sieć handlowa lub dany producent koncentruje się na polskim rynku, wtedy nie będzie z tym problemu. Ale nie zawsze tak jest. Wcale nierzadko zdarza się, że niewielki dystrybutor z Polski jest zainteresowany współpracą z daną winnicą właśnie dlatego, że dana marka nie jest jeszcze obecna w Polsce. W takiej sytuacji mogą pojawić problemy.

- Technologia nałożenia polskich znaków akcyzy jest czymś, co często zniechęca producenta alkoholu. Może się zdarzyć, że w przypadku niewielkich partii zamówień dotyczących niezbyt drogiego wina, producent nie będzie chciał świadczyć tego typu usług dodatkowych – mówi Remigiusz Zdrojkowski z firmy PRO-LOG, zajmującej się logistyką towarów akcyzowych.

Nawet, jeśli firma zgodzi się na banderolowanie, to taka usługa nie zostanie wykonana „od ręki”. To z kolei oznacza, że towar, na który mają zostać naniesione znaki akcyzy musi czekać w kolejce. A gdy już właściwa kolej nadejdzie, może się okazać, że banderole nie zostaną naklejone właściwie, przez co mogą się odklejać czy to na półce w sklepie lub – co gorsza – już na etapie transportu.

**Świąteczne oczekiwanie w innym wymiarze**

Zanim jeszcze klienci zaczną oczekiwać pierwszej gwiazdki, importerzy z niecierpliwością oczekują swoich dostaw. Warto uzbroić się w cierpliwość, ponieważ transport drogą morską trwa kilka tygodni, a jeśli warunki pogodowe będą szczególnie trudne, doliczyć trzeba kilka kolejnych. Poza tym duże statki rzadko dopływają bezpośrednio do polskiego portu. Najczęściej transport trafia najpierw do Niemiec lub Holandii, a dopiero tam następuje przeładunek na mniejsze jednostki. Pamiętajmy także, że towar spoza Unii Europejskiej musi przejść odprawę celną.

- W przypadku alkoholu, zakończenie wszystkich formalności w Holandii lub Niemczech nie jest możliwe. Trzeba pamiętać o obowiązujących procedurach związanych z przemieszczaniem towarów akcyzowych na terenie Unii Europejskiej, a w przypadku Polski, także o kontroli i rozliczeniu znaków akcyzy. Poza tym w przypadku stwierdzenia przez zagraniczną administrację podatkową niezgodności, pojawić mogą się zarówno dodatkowe opóźnienia, jak i koszty związane chociażby ze składowaniem wstrzymanego towaru – podkreśla Remigiusz Zdrojkowski.

W przypadku zakupu towaru we Francji, Włoszech czy Hiszpanii można się zdecydować na transport kolejowy (jeśli zamówienie jest bardzo duże) lub drogowe. Jeśli jednak importerowi zależy na czasie, może się okazać, że przewoźnika drogowego będzie trzeba opłacić dwukrotnie – najpierw w celu dotarcia do miejsca odbioru, a później w celu dostawy alkoholu do Polski.

**Na świąteczny alkohol potrzeba dużo miejsca**

To jednak nie wszystkie powody, dla których z przygotowaniami do świąt importerzy nie powinni zwlekać. Niemniej ważna jest dostępność powierzchni magazynowej w Polsce oraz koordynacja akcji promocyjnych w sklepach.

Na okres świąteczny wielu dystrybutorów potrzebuje większego magazynu. Jeśli dysponują małą powierzchnią, mogą wstrzymywać się na ostatnią chwilę z większymi zakupami towaru, aby jak najdalej odroczyć wynajem większej powierzchni. Efekt jest taki, że później szukają wolnych magazynów na ostatnią chwilę.

- Powszechne w branży jest zamawianie większej powierzchni na wysoki sezon. Warto jednak mieć świadomość, że powierzchnia spekulacyjna jest droższa i nie zawsze dostępna, a poza tym może nie spełniać wymagań dotyczących jakości czy bezpieczeństwa – mówi przedstawiciel firmy PRO-LOG.

W związku z tym o powierzchni magazynowej również należałoby pomyśleć z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem, dokonując rezerwacji w firmie, która spełnia wymagania dotyczące towarów akcyzowych, a standard jej usług potwierdzają certyfikaty jakości.

**Dobrze mieć wszystko w pakiecie**

Szukając powierzchni magazynowej można pójść o kilka kroków dalej i nawiązać współpracę z firmą, która posiada nie tylko odpowiedni magazyn, ale również własny skład celny lub podatkowy. Pozwoli to na usprawnienie formalności. Jeszcze innym atutem będzie, jeśli taka firma sama nakleja znaki akcyzy. W takiej sytuacji towar można wysyłać do Polski bez czekania aż producent z innego kraju znajdzie czas na ich naklejenie.

Dodatkowo, jeśli alkohol ma być dostępny w sklepach w formie zestawów prezentowych, konieczne będzie zlecenie usługi co-packingu. Przepakowywanie produktów w zestawy wymaga odpowiedniego zarządzania powierzchnią. Trzeba np. wziąć pod uwagę, że te same produkty po przepakowaniu będą zajmowały wielokrotnie więcej miejsc paletowych niż przed tą operacją. Im więcej elementów będą zawierały zestawy oraz im większe będzie ich skomplikowanie, tym dłużej będzie trwało przepakowywanie.

- Większość budowanego przez kilka miesięcy świątecznego stoku towarowego jest wydawana z magazynu w kilkanaście dni. Wymaga to bardzo dużej sprawności organizacyjnej, a wcześniej bardzo precyzyjnego planu – mówi Remigiusz Zdrojkowski.

W tym roku czynności związane z przygotowywaniem, magazynowaniem czy wydawaniem towaru są jeszcze trudniejsze z powodu pandemii. Koniecznością stało się np. zorganizowanie stanowisk z zachowaniem dystansu społecznego, co oznacza, że na te same czynności trzeba przeznaczyć nawet dwukrotnie większą powierzchnię operacyjną.

**Wielki finał lub wielka klapa**

Cały proces logistyczny nie kończy się jednak na etapie magazynowania. Alkohol musi na czas trafić do sklepów, a tam na właściwą półkę.

- Trzeba pamiętać, że firma, która chce w okresie świątecznym wyeksponować swoje produkty, musi z dużym wyprzedzeniem dokonać chociażby płatnej rezerwacji miejsca w wybranych sieciach handlowych – mówi przedstawiciel PRO-LOG-u.

Jeśli dodatkowo w sklepach mają pojawić się reklamy lub ekspozytory produktów, je także należy zamówić dużo wcześniej, by uniknąć typowego dla sezonu świątecznego tłoku i ewentualnych opóźnień. Łatwo sobie wyobrazić, jak dużym problemem może być sytuacja, gdy właśnie w czasie największej zakupowej gorączki w sklepie stoją puste stojaki (przeznaczone na alkohol, który nie dojechał) lub nie ma miejsca na wystawienie alkoholu (bo zabrakło stojaków).

O koordynację wszystkich ogniw łańcucha dostaw może zadbać albo importer samodzielnie, albo kompleksowy operator logistyczny. W tym miejscu najłatwiej dostrzec różnicę w dwóch typach obsługi logistycznej. Za typ uproszczony można uznać logistykę alkoholu opartą wyłącznie na przyjęciu i wydaniu towaru, a następnie na przetransportowaniu go w wyznaczone miejsce. W takim przypadku to dystrybutor musi pilnować, aby wszystkie terminy i formalności zostały dotrzymane. To z kolei może wiązać się z dużym stresem wynikającym z problemów na styku różnych usługodawców.

Drugi typ współpracy, to logistyka kompleksowa, w której wszystkie elementy łańcucha są ze sobą skoordynowane i realizowane w jednej firmie. W efekcie cały proces odbywa się sprawniej, szybciej, a w razie problemów łatwo określić, kto jest odpowiedzialny za błędy czy opóźnienia.

Dopiero wtedy, gdy wszystkie elementy uda się ze sobą połączyć, a świąteczna sprzedaż zakończy się zyskiem, będzie można mówić o sukcesie. Na podsumowanie świątecznej gorączki przyjdzie jednak czas dopiero po Nowym Roku. Wtedy też wielu importerów znów będzie sobie obiecywać, że następne przygotowania do sezonu świątecznego rozpoczną z większym wyprzedzeniem…

Źródło: [PRO-LOG S.A.](http://pro-log.com.pl/)

Fot. Pixabay (CC0)