



MOŽNOSTI ZA VSTOP TUJIH PODJETIJ NA POLJSKI ŽIVILSKI TRG

Na Poljskem je tuja konkurenca na živilskem trgu precej močna. Najboljša pot do morebitnih partnerjev gre:

- preko največjega poljskega živilskega sejma v Poznanu: Polagra Food - International Trade Fair for Food, <http://www.polagra-food.pl/en/> (organizator: Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o., <https://www.mtp.pl/pl/>);
- preko trgovinskih mrež in njihovih distributerjev (pogoj: analiza konkurenčne ponudbe, ponudba vzorcev in opisov v poljskem jeziku, izvedba strokovne raziskave trga, prilagoditev ponudbe okusu domačega prebivalstva). Poljaki radi opravljajo nakupe v trgovinskih centrih, ki so odprti tudi čez vikend;
- glede na zelo široko mrežo distribucije in dejstvo, da je težko določiti ustrezne partnerje v posameznih sektorjih, je potrebno določiti seznam izdelkov, ki jih podjetja nameravajo tržiti na poljskem trgu. Podjetje mora najti nišo, ponuditi izdelke, ki bi lahko bili nekaj novega in zanimivega na poljskem trgu, neko »slovensko specialiteto«. Na Poljskem je tuja konkurenca zelo močna – potrebno je investirati v promocijo izdelkov.

NEKATERE TRGOVINSKE MREŽE

- Dino, <http://marketdino.pl/>
- Intermarché, <https://intermarche.pl/>
- Piotr i Paweł, <http://www.piotripawel.pl/>
- POLOmarket, <https://www.polomarket.pl/>
- E.Leclerc, <https://leclerc.pl/>
- Stokrotka, <https://stokrotka.pl/>
- Carrefour, <https://www.carrefour.pl/>
- Tesco, <https://tesco.pl/>
- Lidl, <https://www.lidl.pl/pl/index.htm>
- Kuchnie Świata /Sanechem, <https://www.kuchnieswiata.com.pl/>