

2019-11-22 Nr. 3PR-131

2019-11-08

Susitikimo „Giant/Martins“ atstovais atmintinė

- 1. Komandiruotės tikslas:** Susitikime su viena didžiausių JAV maisto prekybos tinklus valdančia įmonių grupe „Giant/Martins“ išklaudyti „Giant/Martins“ atstovų pageidavimus / pasiūlymus dėl galimų bendradarbiavimo formų su LT maisto pramonės verslu bei pristatyti Lietuvos maisto produktų eksporto galimybes.
- 2. Komandiruotės trukmė:** 2019 m. lapkričio 7 d.
- 3. Komandiruotės vieta:** Carlisle, Pensilvanijos valstija
- 4. Komandiruotės finansavimas:** komandiruotės išlaidos apmokamos iš ŽŪM lėšų.
- 5. Atlikto darbo komandiruotėje rezultatai:**

Susitikime su viena didžiausių JAV maisto prekybos tinklus valdančia įmonių grupe „Giant/Martins“ dalyvavo Lietuvos garbės konsulė Pensilvanijos valstijoje p. K. Bard, Pensilvanijos Tarptautinio verslo plėtros biuro, Tarptautinių investicijų vykdomasis direktorius p. D. Briel. Giant/Martins atskirų produktų kategorijų vadybininkai p. K. Kirkpatrick ir D. LaViola.

Giant/Martins atstovų buvo klausama kokiais būdais/metodais jie norėtų/galėtų bendrauti/komunikuoti su LT įmonėmis dėl galimo maisto produktų pristatymo/pateikimo į jų parduotuvių tinklą. Tiesiogiai su įmonėmis?, per importuotojus?, brokerius? ar reikalingas LT Ambasados tarpininkavimas? Akcentuota, kad daugiau LT įmonių, nei tos kurios su ŽŪ ministro delegacija lankėsi Giant/Martins kompanijoje š. m. birželio mėn. pabaigoje, domisi galimybėmis pristatyti savo produkciją Giant'ui. Kokie naujų įmonių prisistatymo būdai priimtinausiai /praktiškausiai. Ar turi Giant/Martins jau suplanavę, kokioms maisto produktų kategorijoms skirs daugiau dėmesio 2020 m.? Kokie LT įmonių teikiamų produktų išskirtiniai atributai (ekologiškumas, produkto dietiškumas, maži cukraus kiekiai ir pan.) jiems yra svarbiausi? Ar jie turi tiesioginio maisto paslaugų teikimo galimybių savo prekybos centruose? Ar paimtu LT produktus po savo prekės ženklu?

Buvo atsakyta, jog produktų pateikimas į Giant/Martins lentynas pagrinde vyksta per brokerius, kurie padeda atrinkti produktus Giant'ui ir sutvarko visus formalumus. Jų turi (dirba) apie 15 brokerių. Visų brokerių kontaktų mums negali atskleisti, gal būt mums duos 3-4 brokerių kontaktus. Nėra „uždari“ jei pas juos ateitų ir naujų brokerių (ta prasme, brokeriai su kuriomis dirba LT kompanijos), tačiau kol vieni su kitais susipažintu (Giant'as su naujais brokeriais) užtruktų laiko ir vis viena tai dar nereikštų ilgalaikio sėkmingo bendradarbiavimo. Nėra būtina, kad Ambasada tiesiogiai dalyvautų produktų tinkamumo Giant'ui derinime, tačiau Ambasada, garbės konsulė, D. Briel, gali sekti procesą. Giant atviri „priimti“ produktus po savo prekės ženklu.

2020 metams produktų pardavimo planus, įskatinat naujų produktų įvedimą į rinką, jie jau pasirėngė. Giant/Martins žinoma suinteresuoti lietuviškais ekologiškais produktais, įdomūs įvairūs

„sveiki/dietiški“ užkandžiai, „Keto“ dietai tinkantys produktai (*Ketogeninė dieta [Keto] yra maitinimosi būdas, kuriame dominuoja riebalai ir baltymai, o angliavandenių vartojama itin mažai*). „Ant bangos“ yra augalų pagrindu gaminami įvairūs produktai. Giant turi ir tiesioginio maisto paslaugų teikimo galimybes savo prekybos centruose. Be abejo LT įmonės Giant'ui gali pristatyti ir įvairius kitokius produktus, tačiau Giant/Martins atstovų „žinia mums“ buvo ta, kad tai neturėtų būti „masinis“ reiškinys, jog visi kas mano, jog nori parduoti savo produktus Giant/Martins tinkle nedelsiant turi teikti savo pasiūlymus. Pasak Giant/Martins atstovų gal vertėtų pradėti nuo 12-15 tikrai gerai pasiruošusių LT įmonių, kurios „jau šiandien“ yra pilnai pasirengusios JAV rinkai (*turi tinkamą/gerą produktą, sutvarkyti visi importo reikalavimai [atitinkami sertifikatai, ženklinimas ir pan.]*). Manoma, kad praktiškiausiais būdas būtų pirma paruošti norimo Giant pasiūlyti produkto „pardavimo aprašymą/lentelę/skaidrę“ (*Product sale pitch / sale sheet*), kuriame būtų pateikta visa info apie siūlomą produktą (product description, product condition, weight, preparation method, packaging, storage conditions, shelf life, Minimum quantity supplied, Preliminary delivery costs to the port, contacts of supplier (sale company) etc.). Manau, kad į JAV savo produktus eksportuojančios įmonės, tokius „sale sheet“ tikrai turi pasiruošusios. Tačiau, jei būtų papildomų pageidavimų pasikonsultuoti su JAV ekspertais/konsultantais (brokeriais) galėčiau rekomenduoti.

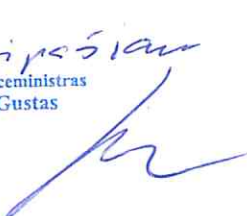
Su Giant/Martins atstovais sutarta, kad prieš tai kol jie duos 3-4 brokerių kontaktus, kad produktų aprašymai „nepasimestų/neužsigulėtų“ pas brokerius arba dėl netinkamo pateikimo nebūtų vertinami, praktiškiau būtų, jog juos (produktų aprašymus) persiųsti susitikime dalyvavusių Giant'o produktų vadybininkų peržiūrai. Produktų aprašymus galėtų jiems atsiųsti visus vienu metu Ambasada. Kada (iki kada) atsiųsti, laiko nebuvo sutarta/nustatyta. Tik, buvo atkreiptas dėmesys, jog jie šiuo metu yra/bus labai užsiėmę, nes vyksta pagrindiniai šių metų pardavimai (Padėkos dienos šventės, Kalėdos, Nauji metai ir pan.), todėl turėtume juos suprasti ir turėti kantrybės laukiant atsakymų.

Papildomai galima paminėti, jog Giant/Martins atstovams perduoti įvairių skonių Biovelos Karštai rūkytų Kabanos jautienos dešrelių „STIX“ pavyzdžiai. Užsiminta, jog tai galėtų būti tinkamas užkandis prie alus gėrimo. Nes šiuo metų jų parduotuvėse populiarios „sūrio lazdelės“ prie alaus. Taip pat perduota įmonių, kurios pagal mano el. žinutės prašymą pateikė papildomą/naują info apie savo siūlomus produktus.

Žemės ūkio ir komercijos atašė



Vaidotas Ašmonas


Žemės ūkio viceministras
Evaldas Gustas