



Рисунок 1. ДИНАМИКА ПОСТАВОК ВИНОМАТЕРИАЛОВ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2011 год, млн л

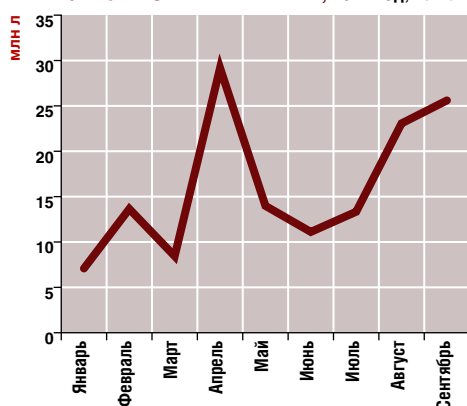
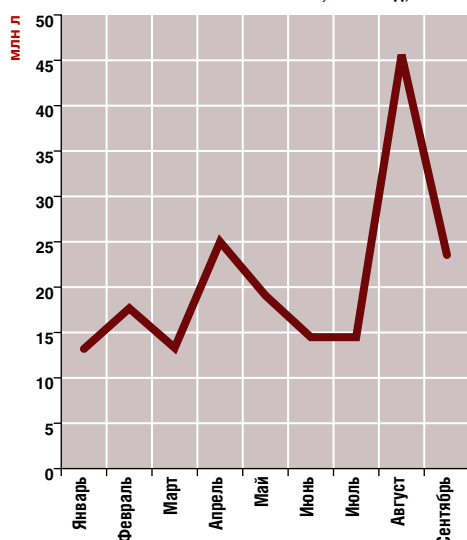
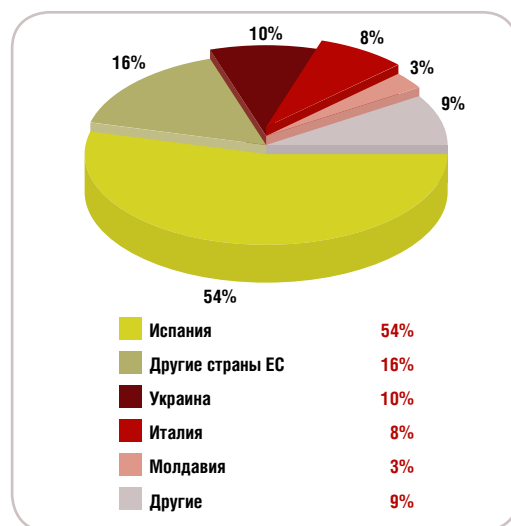


Рисунок 2. ДИНАМИКА ПОСТАВОК ВИНА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2011 год, млн л



Российский рынок вина весьма интересен, как с позиции зарубежных компаний — для развития экспансии на интересный рынок, так и для отечественных производителей, — поскольку Россия обладает достаточно большими площадями, пригодными для возделывания винограда и потенциалом для роста потребления вина. Россия входит в 15 стран — крупнейших потребителей вина и в десятку крупнейших производителей. Высокое место в рейтинге потребителей вина достигается за счет значительной (по-прежнему) численности населения, а не по параметру потребления вина на душу населения, которое в России весьма невысоко. Это объясняется тем,

Рисунок 3. СТРУКТУРА ИМПОРТА ВИНОМАТЕРИАЛОВ ПО СТРАНАМ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 9 месяцев 2011 года



что в России предпочтение отдается более крепким напиткам, а вино, по опросу общественного мнения, потребляют «по случаю» или в честь какого-либо праздника. Позиция вина в России также остается невыгодной исходя из традиционного соотношения «литр-рубли-градус».

Исходя из многообразия винной продукции, классификаций и методик подсчета, резонно будет указать условия, на которых производились расчеты рынка нашей компанией. В данном исследовании импорт по товарной группе 2204 был поделен на два сегмента: вино и вино-материалы. С одной стороны, это позволяет оценить уровень зависимости отечественных производителей вина от импортного сырья, с другой стороны — показывает реальный уровень импорта вин «из первых рук», а также дает возможность оценить долю некачественного товара на отечественном рынке вина. В данной работе объем импорта объединяет в себе все сегменты по видам вин, то есть тихие вина, игристые вина и специальные.

Интересна динамика соотношения ввозимых на территорию России вина и вино-материалов. Если в 2009 году более 50% ввоза составляли вино-материалы, то в 2010 году в связи с принятием единого размера пошлины на вино и вино-материалы импортеры стали открыто декларировать, что ввозимый продукт является вином, — и доля вино-материалов сократилась до 35%. Это позволяет сделать выводы об объемах материалов, закупаемых для производства в России игристых вин и шампанского, которые более чем на 90% импортозависимы.

В 2010 году объем импорта вино-материалов в Россию сократился на 20% — как уже отмечалось выше, это связано с тем, что импортеры стали указывать в декларациях не вино-материалы, а вино, так как лазейка с различиями в размере пошлины исчезла. По итогам 9 месяцев 2011 года, по сравнению с аналогичным периодом 2010 года, сокращение объемов ввозимого вино-материала продолжилось и составило 22%. Однако на октябрь и ноябрь приходится пик ввоза вино-материалов, и годовое количество может выравниваться, хотя говорить о том, сохранится ли данное соотношение по итогам года, рано (рис. 1, 2).

Средняя стоимость вино-материалов в 2010 году снизилась, на что повлиял «уход» более дорогого, чем вино-материалы, вина из статистики. Итоги 9 месяцев 2011 года говорят о реальном росте цен на вино-материалы, который составил 11%.

Вино-материалы из Испании планомерно увеличивали свое присутствие на российском рынке начиная с 2009 года: за 9 месяцев 2011 года свыше 50% объема всех ввозимых вино-материалов как в стоимостном, так и в натуральном выражении принадлежат этой стране (рис. 3). Для сравнения: в 2009 году объем поставок из Испании составлял 31%.

В основном на импортных вино-материалах работают российские предприятия, производящие игристые вина (и «шампанское»). По итогам 9 месяцев 2011 года, на топ-10 крупнейших предприятий-импортеров приходится порядка 70% объема всех ввозимых вино-материалов. При этом на три предприятия — ЗАО «Игристые вина», ЗАО «Детчинский завод» и ООО «Национальный винный терминал» — приходится свыше 40% объемов ввозимых вино-материалов (рис. 4).

В 2010 году объем импортированного вина в Россию, в том числе игристых вин и шампанского, увеличился в натуральном выражении почти на 80%. Однако это не отражает реальных темпов роста. Такой скачок в поставках связан с тем, что часть вина годом раньше ввозилась как вино-материалы. Исходя из разницы (объем сократившихся вино-материалов в 2010 году), реальный прирост объемов ввозимого вина не превысил 58%. А если учесть, что потребность в вино-материалах российских производителей игристых

вин и шампанского не сократилась, а увеличилась минимум на 10% в 2010 году, то темп роста импорта вина в 2010 году следует считать еще ниже — на уровне 40–45%. При пересчете по этой формуле рост объемов вина по итогам 9 месяцев 2011 года увеличился на 17%, а не сократился, как показывают данные формальной статистики ВЭД.

Основная конкуренция на рынке импортных вин разворачивалась в исследуемом периоде между классическими винными державами. В 2009 году лидером с долей в импорте 18% в натуральном выражении и 26% в стоимостном являлась Франция. Различия в долях в натуральном и стоимостном выражении говорят о том, что из этой страны в основном завозилась дорогая продукция премиум-класса. Второе-третье место делили между собой Италия и Молдавия, на которые приходилось суммарно 25% импорта в натуральном выражении. В 2010 году ситуация поменялась коренным образом: в натуральном выражении абсолютным лидером становится продукция из Испании — 22% импорта. На втором месте расположились итальянские вина и на третьем — продукция французских виноделов, но в стоимостном выражении испанские вина оказались лишь на третьем месте. По итогам 9 месяцев 2011 года Франция в натуральном выражении возвратила лидерство (рис. 5), но за продукцией из Италии осталось лидерство в стоимостном выражении — 28%.

Следует отметить, что российский рынок по итогам 9 месяцев 2011 года начинают завоевывать вина из Германии: по сравнению с 2010 годом, их доля увеличилась на 2 процентных пункта.

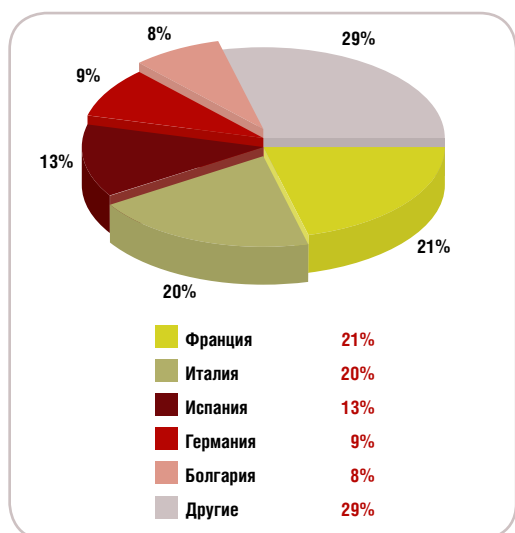
Если рассматривать сезонность поставок, то их пик приходится на предновогодние месяцы, достигая максимума в декабре, что характерно для всего исследуемого периода. На долю топ-10 компаний приходится более 50% всего импорта в Россию. Безусловным лидером в поставках вина является компания ООО «Лудинг-Трейд», также в числе лидеров ООО «Моро», ООО «Алианта групп», ООО «Русалкоимпорт», ЗАО «Мозель», торговый дом «Русьимпорт» и другие (рис. 6).

Если рассмотреть производство вина в России, то ситуация складывается удручающая. Исходя из данных государственной статистики, в 2010 году в России произведено 324

Рисунок 4. **КРУПНЕЙШИЕ ПОКУПАТЕЛИ**
ВИНОМАТЕРИАЛОВ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ,
9 месяцев 2011 года, %



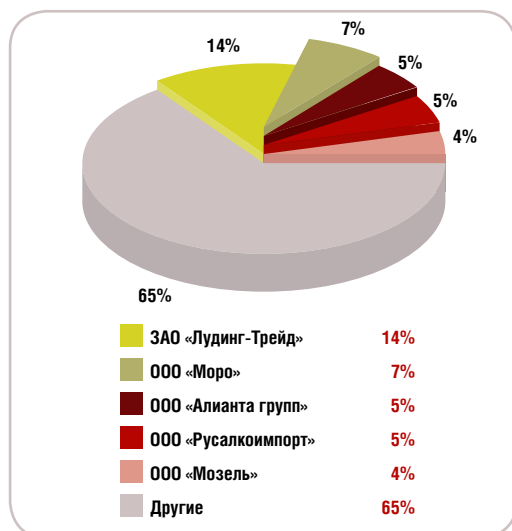
Рисунок 5. **СТРУКТУРА ИМПОРТА ВИНА ПО СТРАНАМ**
В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 9 месяцев 2011 года



тысячи тонн винограда. Если учесть, что доля столового винограда в производстве составляет в зависимости от хозяйств от 2 до 20%, и принять в расчет 5%, сделаем вывод, что винограда, пригодного для винного производства, в 2010 году было 307,8 тысячи тонн. По опросу виноделов, соблюдая технологию производства вина, из килограмма винограда в самом лучшем случае можно произвести 0,7 л вина. Исходя из простых расчетов можно утверждать, что отечественного сырья хватило на производство 215,5 млн литров вина. Однако в 2010 году было произведено 542 млн литров тихого и 223 млн литров игристого вина — итого 765 млн литров. Таким образом, отечественное производство вина обеспечено своими ресурсами лишь немногим более 20%.

Но если посмотреть далее, то ситуация с российским вином напоминает библейскую притчу о превращении воды в вино. Виноматериалов в 2010 году было ввезено 186 млн литров. То есть ввезенного материала и собственного (подчеркнем: при соблюдении технологии производства качественного натурального виноградного вина!) хватило бы для производства 401,5 млн литров вина. Возникает вопрос: из чего сделаны остальные 40% российского вина (следует отметить: вина, имеющего акцизную марку)?!

Рисунок 6. **КРУПНЕЙШИЕ ПОКУПАТЕЛИ ВИНА**
В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ,
9 месяцев 2011 года, %



По мнению специалистов, самым невинным способом увеличения выхода продукции является метод повторного сбраживания мезги и заливания ее водой. Причем этот метод фальсификации возможно определить только путем лабораторного исследования. Также «популярным» методом является разбавление виноградных вин более дешевыми плодовыми, с последующим доведением вина при помощи ароматизаторов и спирта до нужных органолептических свойств. Этот список можно еще продолжать. Именно из-за таких недобросовестных производителей, по-видимому, словосочетание «российское вино» еще долго будет в менталитете россиян ассоциироваться с некачественным продуктом.

Но если делать прогнозы о развитии отечественного виноделия и виноградарства, то они, тем не менее, являются весьма обнадеживающими. В 2011 году собран самый большой за последние 20 лет урожай винограда. Частный бизнес инвестирует в данную отрасль средства, также существует государственная программа поддержки. Опираясь на эти данные, можно прогнозировать, что если не случится климатическая и/или финансовая аномалия, то к 2015 году площади, занятые под виноград, в России могут составить 68,5 тысячи га, производство вина превысит 730 млн литров, а отрасль виноградарства и виноделия в целом вырастет на 35%.

Тимур Казанцев,
директор компании AS Marketing

Russian Wine Market

Russian wine market is quite interesting both to foreign companies — as a market to expand to — and to domestic manufacturers because Russia has a lot of lands good for vine farming and also because the market is very promising in terms of consumption growth. Russia is among 15 countries in the world with the highest consumption and among 10 countries with the largest production volume. High index in global wine consumption rating is provided to Russia rather by (still) numerous population of the country than by per capita consumption rate

which is actually far from high. This is related to the fact that Russians traditionally prefer harder drinks; according to public polls, wine is consumed from time to time and on special occasions. Besides, wine popularity in Russia is affected by quite uninteresting “liter-ruble-alcohol content” ratio.

Considering diversity of wine varieties, classification types and estimation methods, it makes sense to explain estimation conditions applied here. Wine import (product group 2204) splits into ready wine and the must. On the one hand, this shows dependence of domestic manufacturer on imported bulk wine, on the other — reveals actual “first hand” import and allows estimation of market share of low-quality and fraud wine in Russia. In this review import comprises all kinds of wine — still, sparkling and special.

It is interesting to analyze dynamics of import split into ready wine and the must. In 2009 more than 50% of import was provided by the must, meanwhile in 2010 when equal import tariffs were introduced both for ready wine and the must importers started to openly declare the imported product as ready bulk wine (not the must requiring further treatment) then share of the must went down to 35%. This allows conclusion on the amount of raw wine imported for production of sparkling wine and champagne in Russia — sectors of Russian winemaking with more than 90% import dependence.

In 2010 import of bulk wine and the must to Russia saw 20% decline — as it has been mentioned above, importers started to declare bulk wine as ready wine and not as the must because difference in import tariffs disappeared. In 2011 import decline in this category continued: during 9 months import of the must saw 22% period-to-period reduction. However traditionally peak of import in this category falls on October and November, so annual index can be leveled though forecasts are premature.

The average import price of the must reduced in 2010 which was related to exclusion of more expensive ready bulk wine from the statistics. Meanwhile 9 months of 2011 showed 11% increase of prices for the must.

Spanish must has been persistently increasing its presence on Russian market since 2009: during 9 months of 2011 more than 50% of the must imported to Russia — both in volume and value — originated from Spain. Compare: in 2009 Spain controlled 31% of import.

Imported must is mainly used by Russian manufacturers of sparkling wine (and “champagne”). During 9 months of 2011 top 10 manufacturers received about 70% of imported must. Three companies — “Igristye Vina (Sparkling Wines)” CJSC, “Detchinsky Zavod (Plant of Detchino)” CJSC and “Natsionalny Vinny Terminal (National Wine Terminal)” LLC — received more than 40% of imported must.

In 2010 wine import to Russia — including sparkling wine and champagne — saw almost 80% increase in volume. However this index does not reflect actual dynamics. This leap of import volume was determined by the fact that a year before imported bulk wine was declared as the must. Considering the decline in imported must, actual increase of ready wine import constituted no more than 58%. Meanwhile, demand of Russian manufacturers of sparkling wine and champagne for the must shows

no sign of decline, on the contrary, it saw at least 10% increase in 2010, so actual increase of ready wine import in 2010 was even less – about 40–45%. Using the same estimation method it can be revealed that during 9 months of 2011 ready wine import actually saw 17% period-to-period increase instead of decline demonstrated by official statistics on foreign trade.

During the review period major rivals in imported wine sector were traditional winemaking countries. In 2009 France was leading with 18% of import volume and 26% of import value. Larger share in segment value over volume was the evidence that import of French wines was mainly driven by expensive premium products. Second and third large importers of wine to Russia were Italy and Moldova with 25% of import volume aggregately. In 2010 competitive landscape changed drastically: Spain won the largest share in import volume – 22%. Second large importer in volume terms was Italy, and the third – France. Noteworthy, in import value share of Spain was only the third large. During 9 months of 2011 France regained the largest share in segment volume; however Spain still had the largest share in value – 28%.

It should be mentioned that German wines increased their presence on Russian market during 9 months of 2011 with 2% period-to-period increase.

Speaking about import seasonality, peak of supplies falls on months before the New Year season with maximum indices reached in December – this pattern was typical during the review period. Top 10 companies control over 50% of wine import to Russia. Unconditional leader of wine import was “Luding Trade” LLC; the group of leaders also included “MoRo” LLC,

“Alianta Group” LLC, “RusAlkoImport” LLC, “Mozel” CJSC, Trade House “Rusimport” and others.

Analysis of wine production in Russia reveals quite a sad picture. According to state statistics, in 2010 Russia harvested 324 thousand tons of grapes. Considering that share of table grapes constituted 2% to 20% of harvest volume in different farm, and accepting the most common index 5% for estimation purposes, we see that in 2010 Russia harvested 307.8 thousand tons of wine grapes. According to manufacturers, with production technology observed 1 kg of grapes can give 0.7 liter of wine tops. Simple calculation shows that domestically harvested grapes gave 215.5 million liters of wine. Meanwhile in 2010 Russia produced 542 million liters of still wine and 223 million liters of sparkling wine – 765 million liters total. Thus, domestic raw materials satisfied only 20% of domestic winemakers’ demand.

However with deeper analysis Russian winemaking industry starts to remind the Biblical story about water turned to wine. In 2010 import of the must constituted 186 million liters. Domestic raw materials could provide 401.5 million liters of wine (emphasis: production technology strictly observed!). So here comes the question: what was the rest 40% of Russian wine (wine with excise label) made from?!

According to industry experts the most innocent method “to boost” production volume is the second-time fermentation of the grapes pulp mixed with water. This adulteration can be revealed only with lab tests. Another “popular” method is mixing grape wine with cheaper fruit or berry wine; the mix is then treated with spirit and flavors to reach the desired

organoleptic properties. This list of cheating methods can be continued. Exactly manufacturers using unfair tricks like these are responsible for the lasting reputation of Russian wine as low quality product.

However future of Russian winemaking industry looks quite promising. In 2011 Russia saw the best harvest of grapes of the recent 20 years. Private capital invests into this industry, state also provides certain support. With all this considered and provided financial disasters and/or natural calamities pass Russia by, then total area of vineyards in Russia could reach 68.5 thousand ha by 2015 and domestic production of wine would exceed 730 million liters with viticulture and winemaking seeing 35% growth.

Timur Kazantsev
Director AS Marketing

AS MARKETING

Компания основана в 1994 году и специализируется на комплексном маркетинге и стратегическом консалтинге.

В активе компании:

- более 200 успешных проектов, реализованных на территории России, в странах ближнего и дальнего зарубежья;
- приобретен неоценимый опыт анализа различных рынков, как FMCG, так и отраслевых;
- компании AS MARKETING доверяют более 450 клиентов.

Специалисты компании благодаря богатому опыту, профессионализму и высокой квалификации помогут вам найти правильное решение.

+7 (495) 638-5559 • www.asmarketing.ru