



www.enogrup.com

Комплексные технологические решения в виноделии

Вино в цифрах 2017

Страны Нового Света



Украина, Одесса
+380 48 71 71 271
info_enogrup@te.net.ua

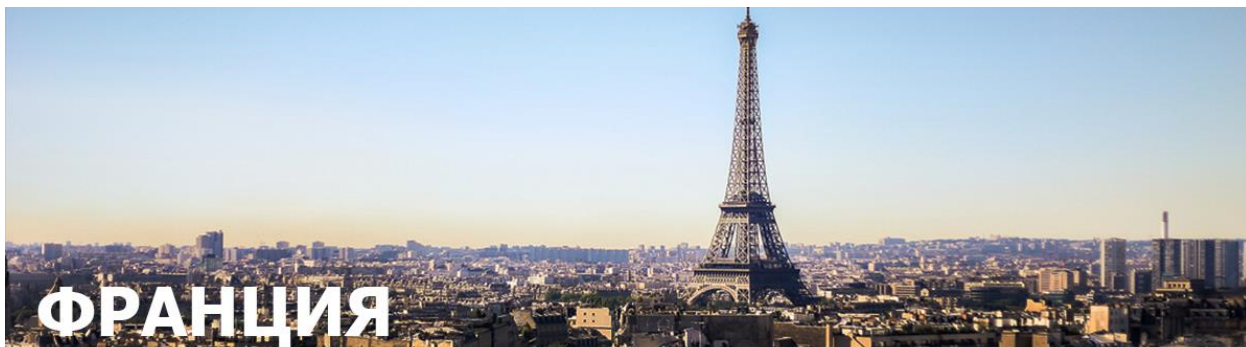
Молдова, Кишинев
+373 22 84 00 17
enology@mdl.net

Грузия, Телави
+995 599 65 35 45
info_enogrup@te.net.ua

Россия, Крымск
+7 861 31 22291
vintage.eno@mail.ru

www.enogrup.com





Франция переживает европоцентризм, который во многом обусловлен динамичным развитием европейских стран на протяжении последних десяти лет. После начала кризиса 2009 года, Франция смогла развить свои направления экспорта. Например, они начали активно работать в азиатском направлении, что позволило им уравновесить убытки на рынках Северной Америки и Европы. В результате оправданных движений в Азии, вскоре и Америка смогла уменьшить ценовой разрыв. Так Франция смогла перераспределить направления своего экспорта.

Сегодняшние показатели

Сегодня оборот Азии во главе с Китаем и Гонконгом составляет 2,3 миллиарда долларов. Они поглотили 30% всего экспортируемого вина и шампанского. Эта доля могла бы быть даже выше, если бы мы не брали в расчет игристые вина. Они никогда не умели успеха среди китайцев.

Особенно успешным периодом в Азии было время до 2010 года, французы достигли роста в +15%. Хотя и позже развитие азиатского рынка не прекращалось. При чем не только Бордо получило свое признание в Азии, но и вина АОР (вина, защищенные по месту происхождения) удвоили свои показатели за последние пять лет.



Пока Азия работала как «амортизатор» и закрывала все остальные косяки, у французов было время пересмотреть свои североамериканские планы. Они возобновили экспорт с новой силой и закрыли последнюю пятилетку с положительным результатом в +8%, а также возвратили свои показатели, которые были до спада продаж.

В Европе восстановить рынок и вывести его на положительные показатели не удалось. Французы закрылись с нулевым балансом как в 2011, так и в 2016 году. Общий объем экспорта за последние 10 лет снизился с 65% до 46%. В связи с этим произошли и другие изменения. Например, действия Великобритании негативно повлияли на закупку Бордо, Бургунди и Шампанского.

Высокие показатели мы видим в Африке – сумма экспортированных товаров составила 154 миллиона евро в 2016 году. Ведь из-за колониального наследия, Франция имеет монополии на некоторых африканских рынках. И в отличие от Азии, шампанское в Африке пользуется большой популярностью, учитывая, что на Африку приходится целых 3% всех вин Рейма.

Подведем итоги

Благодаря этой динамике французский экспорт, в общем, остается положительным в течение двух последних пятилетних периодов. Если быть совсем точными, то в 2016 году они заработали +3%. Францию не сломали неудачи в Америке и Европе, когда экономический кризис 2009 года пошатнул даже таких винных гигантов как Бордо, Бургендские вина и вина Шампани.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН ЕВРО)



Мы не можем не упомянуть «нокаутирование» Франции на китайском рынке между 2013 и 2014 годами. Тогда правительство решило, что вина Бордо не могут продаваться, как обычные вина и будут доступны только верхним эшелонам власти и высшим слоям общества. Сегодня же в Китае ситуация выравнилась.

В западных странах маркетологам пришлось взяться за голову и продумать новую рекламную кампанию и новые рекламные сообщения. Так добились успеха розовые вина Прованса и такие старожилы рынка, как Гренаш. Кроме того, производители Просекко организовали конкурс среди игристых вин, что может вывести Шампанское и другие виды игристого вина на новый уровень для потребителей Великобритании и США.



Испания может похвастаться самыми высокими и самыми постоянными показателями роста – около 4-5%. Во многом благодаря базовым ценам на продукцию, которых нет практически ни в одной стране Нового и Старого света.

Как и во Франции, в Испании в 2009 году наблюдалось определенное затишье. Экспорт в Европу перестал давать те же результаты. Но уже в 2011 году экспорт начал набирать обороты и достигнул среднегодового значения в 1,3 млрд евро. Европейский рынок давал прирост в 3% на протяжении 10 лет и занял долю в 62% в 2016 году.



Тем не менее, европейский рынок не настолько динамичен, как рынки Америки и Азии, которые сегодня поглощают 40% экспорта Испании. Как мы помним, у французов Азия опережает Америку, у испанцев роли распределялись по-разному. В среднем общий объем продаж на азиатском и американском рынках отличались на 150 миллионов евро в год. Во второй пятилетке Америка показала прирост в 7%, а Азии – 9%.

Как это ни странно, но для Испании, в отличие от других стран, американский рынок важнее азиатского. Испанцы захватили больший объем рынка не только в

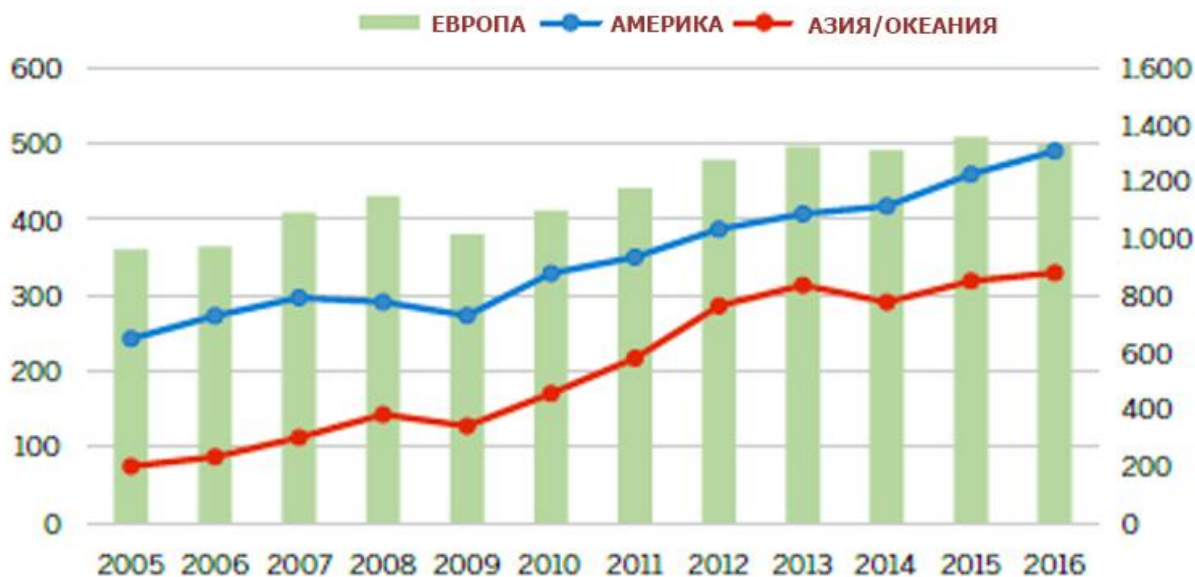
США, Канаде и Бразилии, но и в Мексике, и других странах испаноязычного региона Центральной Америки. Чего не смогли сделать другие поставщики. Но в Азии испанцы не так успешны, для них рынок ограничен Китаем и Японией.

Подведем итоги

В последние четыре года прирост в Европе остановился на уровне 1,3 миллиардов евро. Чтобы продолжался рост цен, но и оставался широкий ассортимент продукции по сравнительно низким ценам, Испания должна продолжать развитие и взять пример с американского блока.

Все возможно, если не заикливаться на классике, винах Риоджаны и разнообразить свою продукцию на рынках всей Азии, не только в Токио и Пекине. В то же время, испанцам необходимо отказаться от части крупной торговли и развиваться на рынках других стран. Особенно тех стран, которые могут предложить высокую прибыль. Выводы можно сделать по конкурентам, которые успешны развиваются в том или ином регионе.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН ДОЛЛАРОВ США)





Италию следует анализировать с особой осторожностью. С одной стороны, мы воспринимаем эту страну, как одну из лучших среди стран-экспортеров. Она показывает положительные и растущие на протяжении всего времени результаты на всех континентах. Их объем экспортированных игристых вин достиг отметки в +5%. С другой стороны, мы видим гиперконцентрацию на двух континентальных блоках, в Европе (61%) и в Америке (34%). Причем в Америке их рынок сосредоточен почти исключительно в США и Канаде. Что положительно, североамериканский блок увеличил рост между 2010 и 2016 годами на три пункта, достигши + 6%.

Экспорт Италии в Европу

Что касается Европы, даже если ее рынок продолжает расти, то очень медленно. По сравнению с +5% в 2016 году рынок вырос всего на одно очко. Чтобы лучше понять этот рынок, мы должны детально рассмотреть тихие вина, фризанте и игристые вина, при чем последние составляют 70% от всего оборота Европы. Игристые вина также показывают высокие показатели роста - +17%. Эти результаты перекрывают все остальные неудачи Италии на этом рынке. По сравнению с такой высокой цифрой, остальные проблемы кажутся незначительными. Хотя на самом деле это не так.



Экспорт тихих вин и вин фризанте стал снижаться, начиная с 2013 года (в Америке это произошло годом ранее). Во второй половине первой пятилетки рост возобновился и увеличился на три пункта. Эти различия не играют совершенно никакой роли, например, для Франции и Азии. У шампанского нет таких высоких показателей роста, чтобы повлиять на развитие и продажи бутылированного вина.



Теперь мы можем пересмотреть наши наблюдения об итальянском винном рынке. Тихие вина и фризанте составляют 60% от общего объема экспорта в самом крупном торговом блоке, 33% в американском блоке. Экспорт игристых вин в Америку увеличился на 19%, оставив только 7% для Азии. Сейчас Азия демонстрирует те же небольшие показатели: около 300 миллионов евро и 7%, из которых 50% приходится на Японию. Мы видим, что темпы роста Азии соответствуют американским, хотя мы ожидаем более стремительного развития. Ведь многие конкуренты заявляют, что это самый динамичный

регион, который постоянно расширяет свои базы. Более того, если мы сравним итальянский подход к Азии с французским и испанским, мы увидим значительные различия. Франция и Испания начали продвижение своих продуктов в Азии в один из самых благоприятных периодов. Это было одним из факторов, почему они быстро получили рост в 15% и 18%. В то время как Италия смогла достичь лишь + 10%.

Чтобы расширить свою сферу «винного влияния» Франция вкладывается экспорт в Гонконг и Юго-Восток. Из-за этого ее рост замедляется, но остается положительным - +4%. У Испании в это время показатели роста - + 9%, а Италия снижается до + 7% из-за спада в Японии и медленного роста в Пекине.

Подведем итоги

Мы можем надеяться и верить, что Италия достигнет большего, но так как она зашла на азиатский рынок позже, таких же успехов ей пока не достичь. Но если итальянцы смогут сохранить положительный баланс в долгосрочной перспективе, успех им практически гарантирован. В последние десять лет никто не пытался сменить рынки своего сбыта. Именно поэтому три основных блока остаются на тех же позициях.

Кроме того, значительный рост среди игристых вин, который начался в 2011 году, в конечном итоге оказал большое влияние. Особенно на те области, где итальянцы уже были влиятельны. Например, Европа и Северная Америка. Это позволяет Италии выигрывать на общем фоне, несмотря на неудачи в Великобритании и Германии.

В конечном счете, мы можем сказать, что Италия не очень-то жаждет изменений. Даже в ситуации с развитием игристого вина, итальянцы придерживаются своих традиций. До сих традиции позволяли им идти в ногу со временем, но может быть этого недостаточно? Когда пузырьки шампанского уже не смогут спасти итальянское виноделие.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН ЕВРО)

