



www.enogrup.com

Комплексные технологические решения в виноделии

Вино в цифрах 2017

Страны Старого 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





АВСТРАЛИЯ

Австралия и Чили – страны, которые сосредоточились на повышении экспорта вина за границу. Это касалось и собственных рынков сбыта и чужих рынков по всему миру.

Развитие экспорта Австралии

В 2005 году около 50% оборота Австралии составляли продажи в Европе. Успешнее всего Австралия развилась на немецком и английском рынках. Практически $\frac{3}{4}$ бутылкированного вина в Великобритании и Германии было австралийским.

Десять лет спустя, продажи в Европе сократились до 25%. В игру вступила Азия во главе с Китаем, который становится лидером по продажам бутылкированного вина. 45% всего вина на европейском рынке было произведено в Китае, хотя еще в 2005 году китайского винного рынка фактически не существовало.

США и Канада стали вторым по важности континентальным блоком после резкого спада продаж в Австралии между 2005 и 2011 годами. Стабильный оборот США и Канады – около 700 миллионов австралийских долларов. Хотя десять лет назад эта цифра была в два раза больше.



За последние пять лет, благодаря развитию рынков на разных континентах Австралии, удалось добиться успехов в Азии. За последние две пятилетки рынок Австралии в Азии вырос на 13%. В Америке и Европе в первую пятилетку произошел большой спад, во второй пятилетке рынок восстановился.

Низкие цифры были зарегистрированы и на африканском континенте, а также в Центральной и Южной Америке. Экспорт игристых вин все еще низок, несмотря на успешность этой винной отрасли в последнее время.

Подведем итоги

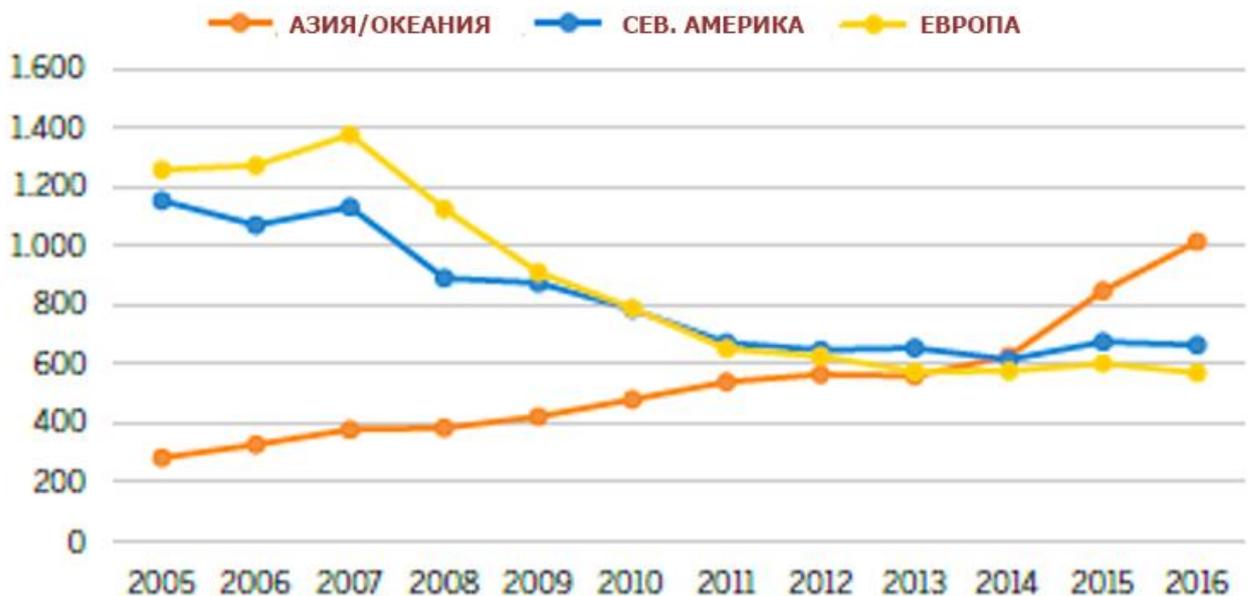


Благодаря удачным вложениям в Азию Австралия показывает рост общего объема экспорта на 4%. С 2005 по 2010 объем экспорта был на 5% ниже.

В целом, мы можем описать ситуацию в Австралии, как положительную. Но нужно быть осторожным. Внезапная любовь Америки и Европы к австралийскому вину может измениться в любой момент. Австралии необходимо выстроить более крепкие отношения с Азией. Нужно сосредоточиться на долгосрочном сотрудничестве и задуматься о повышении эффективности продаж. Это создаст пространство для маневров. Так Австралия сможет построить новые и более стабильные отношения с западным потребителем. Ведь они пока доверяют австралийскому бренду, хоть это и может измениться.

Часто говорят, что важно качество, а не количество. Этим принципом необходимо воспользоваться и австралийцам.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН АВСТРАЛИЙСКИХ ДОЛЛАРОВ)





НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ

В отличие от Австралии, Новая Зеландия неоднократно совершенствовала свой экспорт. Меняла направления и объемы поставок в Европе, Америке и Азии. В период с 2005 по 2010 год Новая Зеландия была успешна во всех трех континентах. Рекордный результат Новая Зеландия показала в Азии – 28%. Основной рынок Новозеландских вин расположился в Китае. Таким образом Азия получила 37% мирового рынка, опередив Европу.

В 2011 году основная часть рынка переместилась в Северную Америку, а затем в Европу. Среднегодовой темп роста второй пятилетки в Азии составил +1%, в Европе +6%, а в Америке - +15%.



Экспортный баланс Новой Зеландии (2011 г.)

- 38% рынка – Америка
- 34% рынка – Европа
- 28% рынка – Азия

Благодаря этим изменениям экспортный баланс Новой Зеландии во второй пятилетке повысился на 7%, не смотря на потери после 2005 года. Южная Америка и Африка – континенты, которые не стали клиентами Новой Зеландии.

Производство игристых вин очень невелико. Соотношение сухого и булированного вина по прежнему остается 65/35, а соотношение акций в Новой Зеландии пришло в норму (кстати говоря, большая часть сухого вина Новой Зеландии продается в Австралии).

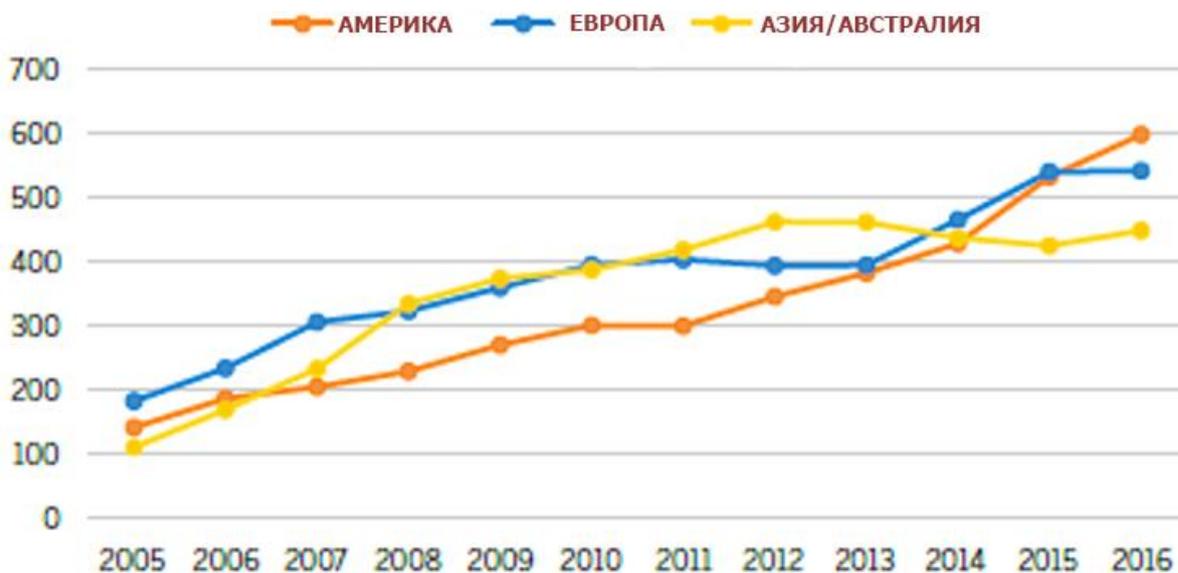
Подведем итоги

За последние три-четыре года, Новая Зеландия обрела свой собственный тренд и не равняется на другие страны. Новозеландцы больше продают в Америке и Европе, меньше – в Азии. Тем не менее, сейчас Австралия имеет приблизительно одинаковый объем рынка в трех континентальных блоках.

Пока что не ясно, сознательно ли Новая Зеландия избрала эту стратегию для совершенствования своего производства и продаж. Возможно, они просто гонятся за прибыльным рынком и делают упор на эксклюзивном и премиальном продукте, который будет доступен в ограниченных количествах.

Мы должны отдать должное новозеландцам. Ведь именно они с легкостью преодолевают любые трудности и легко подстраиваются под новые обстоятельства. Так они смогли избежать кризиса 2010 года.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН НОВОЗЕЛАНДСКИХ ДОЛЛАРОВ)





Южная Африка стабильна в выборе стран экспорта. Несмотря на потерянные 20 пунктов за 10 лет (17 из них были потеряны в последнюю пятилетку), европейский блок является для южноафриканцев важным рынком, который поглощает 60% экспорта. Основные страны для Южной Африки в Европе – это Великобритания, Германия, Северная Европа и Скандинавия.

Распределение экспорта

Ситуация очень схожа с другими странами: высокая производительность в период с 2005 по 2010 год с рекордным экспортом в Азию (+ 45%). С 2011 по 2016 год показатели снижаются, только два континента для Южной Африки остаются в плюсе. Азия - +7% и Африка - +2%.

Не смотря на спады и очень сложный период с 2012 по 2014 год, в 2015 году Южная Африка снова начала получать внушительную прибыль от экспорта. Конечно, такие скачки не могли не пошатнуть экономическую систему большей части национальной винодельческой промышленности.



За последние 10 лет общая динамика ушла вниз на 3%. Хотя в Африканском блоке экспорт составил 14% по сравнению с 5% 10 лет назад, а в Азии – 13%. Большую часть экспорта в Азию, конечно, поглощает Китай. Объемы поставок в Китай настолько велики, что эта страна занимает пятое место среди всех стран, куда экспортируют вино. Расчёты производились по количеству полученных от стран средств.



Если понаблюдать за распределением товаров на рынке, можно заметить, что игристые вина не пользуются таким большим спросом. Соотношение тихих и игристых бутылированных вин в течение десяти лет и сегодня составляет около 62/38 (однако это ниже рекордного количества в 70% в 2013 году).

Сферы влияния

Распределение, так называемых, сфер влияния довольно открытый процесс, не смотря на закрытость двух стран Океании. А также, несмотря на то, что

Южно-Центрального Американского блока в странах Океании фактически не существует. Весь экспорт этого блока отправляется в Бразилию.

Подведем итоги

Даже в Южной Африке произошло распределение экспорта. Это подразумевает создание трех континентальных блоков, которые смогут конкурировать с Европой. Сегодня эти блоки занимают уже 40% от общего экспорта, хотя 10 лет назад составляли всего 20%. Последние показатели выглядят положительными. Южной Африке стоит взять пример с Новой Зеландии: определить свои лучшие товары и экспортировать их на наиболее прибыльные рынки. При необходимости жертвовать европейскими областями, которые уже не приносят прежней прибыли.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН РЭНДОВ)





Американцы попытались изменить направления своего экспорта, но остановились на полпути. Европа снова стала центром их экспорта. Основные их клиенты – Великобритания и Германия. Сегодня этот континент поглощает 43% всего мирового экспорта.

После принятия такого решения американцы скатились к позициям 2005 года, хотя в 2011 заняли первое место среди всех стран. Азия для Америки тоже благоприятный рынок, около пятой части продукции США экспортируется в Китай и соседние ему страны.



Результаты в разных континентальных блоках

Что же произошло в разных континентальных блоках? Хороший результат был зафиксирован в Европе. Во второй пятилетке он увеличился на 9 процентных пунктов, благодаря благоприятной динамике валюты евро. Она была стабильной и сильной в период с 2013 по 2014 года.

В американский блок США также успешны. Особенно в Канаде, несмотря на то, что во второй пятилетке экспорт снизился на 12 процентных пунктов. Сейчас подъемов не наблюдается. Рынок стабилен или идет на понижение, пусть пока и небольшое.

В Азии рынок США не развивался на протяжении обеих пятилеток. С 2011 года Китай, Япония и другие страны Азии остановились на цифре в 300 миллионов.

Подведем итоги

В результате, Америка имеет позитивный баланс и даже зарабатывает +5%, хотя развитие рынков уменьшилось вдвое. Большая часть товаров экспорта – это бутылированное вино (учитывая, что большое количество порошкового вина экспортируется в Италию, а затем реэкспортируется в Великобританию). Игристых вин Америка экспортирует все также мало. Африканский континент почти не освоен Соединенными Штатами.

Как будут развиваться США дальше, вполне очевидно: экспорт в Европу растет, но внезапные изменения, такие как Брексит, например, отворачивают Америку и дают ей повод сомневаться. В Азии США достигли границы и больше не могут продолжать развитие так же, как раньше.

До этого Азия компенсировала все неудачи в Европе. В Канаде и Мексике США тоже прекратили свой рост. Тем более, что следующие решения администрации Трампа о свободной торговле или строгой территориальной защите могут довольно негативно повлиять на винодельческую отрасль. Ведь она нуждается в дешевой рабочей силе, чтобы оставаться на плаву.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН ДОЛЛАРОВ США)





Азия для Чили – это земля обетованная. Это их возможность развиваться и улучшать свои продажи. Чилийцы так же показывают положительные результаты в Южной Америке - +2%, но двузначное число они могут показать только в Азии. За пять лет в Азии Чили достигли отметки в 500 миллионов долларов и роста в +14%. Таким образом разрыв с Европой составляет всего 4 процентных пункта, а десять лет назад это было целых 40 пунктов.

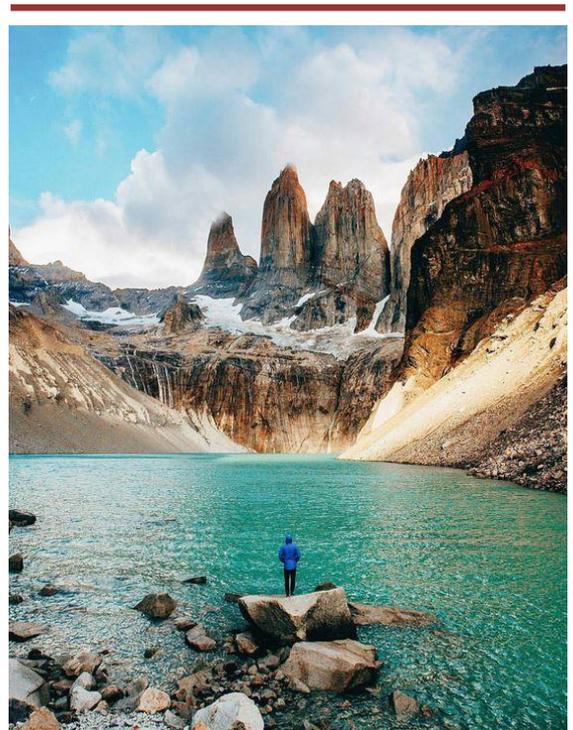
Развитие Чили в последние 10 лет

До того, как чилийцы отдали 30% своего экспорта Азии, они активно работали над рынком Северной Америки. Он стал для них вторым по значимости в 2011 году. Но после было потеряно шесть процентных пунктов и баланс уменьшился на 3%. Хотя Европа в это же время показывала +3%.

США и Канада сегодня не могут порадовать положительными результатами, как и Европа. На соседних рынках ситуация получше, но роста тоже нет, все стабильно и тихо. Тем не менее, Центральная и Южная Америка подтягиваются к результатам Северной Америки и показывают около 17-18%.

Несмотря на все вышеперечисленное, общий экспорт 2010-2016 году остается положительным - +1%. Что касается разнообразия товаров, то тихих вин Чили экспортируют около 40% от общего количества. Основные направления – США, Великобритания, Китай. В отличие от Австралии, Чили в основном экспортируют не готовый брендированный продукт, а вино, которое еще будет поддаваться переработке.

Рост также наблюдается и в сегменте игристых вин. На некоторых рынках игристые вина буквально взорвали рынок, например, в Японии. Хотя доля экспорта в общем по-прежнему остается незначительной.



Подведем итоги

За последние 10 лет чилийцы внесли изменения в список стран экспорта. Сейчас на каждый из трех главных континентальных блоков приходится около трети экспорта. До этого в Европу Чили экспортировали 50% своей продукции. Это изменение было оговорено в нескольких соглашениях.

Такое перераспределение позволит Чили создать стратегию, которая будет основана на доступных ценах, новой концепции качества и территориальной идентичности. Слишком часто компании забывают, что это действительно важные и ценные показатели. Многие надеются на крупные и известные компании с мировыми именами, но ведь и маленькие компании являются лицом страны. И каждая из них может добиться успеха.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН ДОЛЛАРОВ США)





Среди стран Нового Света Аргентина – единственная страна, которая не может похвастаться высокими показателями роста. Да и вообще показателями роста. Во второй пятилетке во всех отраслях и направлениях наблюдается спад. Даже в Северной Америке, которая является основным направлением Аргентины, после достижения отметки в 45%, мы видим отрицательную динамику. В Азии Аргентине удалось достичь роста в 5% и потерять 14 процентных пункта за последние 10 лет.

Результаты Аргентины

В качестве утешительного приза Европа дает Аргентине +3%. Это происходит благодаря недавнему повышению цен на британском рынке. Ведь Англия – второй по значению рынок экспорта Аргентины.

Кое-какие изменения произошли лишь однажды, в 2011 году, когда Европа и Северная Америка поменялись местами. Но пять лет спустя ситуация вернулась на круги своя. Ежегодные графики показывают застой на всех рынках, с отрицательной тенденцией по всей Америке, как в США, так и в Канаде. Таким образом весь рост накопленный с 2011 по 2016 год Аргентина потеряла.



Альтернативных путей Аргентина еще не продумала. В это время Мальбек становится одним из самых худших сортов в рейтинге Нильсена, уступает ему только австралийский Шираз.

Они также смогли найти баланс в разнообразии поставляемой продукции. Особенно в том, что касается бутылочного вина. Так как большинство своей продукции они отправляют в Калифорнию, то аргентинцы напрямую зависят от того, каким будет американский урожай. В отрасли игристых вин Аргентина еще не смогла достигнуть тех высот, которые могли бы существенно изменить ситуацию.

Подведем итоги

Несмотря на все показатели, аргентинцы могут быть довольны своим регулярным экспортом. Да, роста не наблюдается, но и значительных снижений – тоже. Такая тенденция может перетекать из года в год, не нанося винодельческой отрасли Аргентины никакого ущерба

Проблема заключается лишь в том, что Аргентина зависит от своих экономических и политических изменений, а также от ситуации в странах своего экспорта. Иногда определенное стечение обстоятельств может привести к застою, что отрицательно скажется на стоимости конечного продукта. Это в свою очередь ставит рентабельность многих предприятий под сомнение. Если бы не эта проблема, возможно, мы могли бы рассказать вам совершенно другую историю об Аргентине.

ЭКСПОРТ СТРАНЫ (МЛН ДОЛЛАРОВ США)

