

Обзор алкогольных событий — заметки дежурного эксперта Центра «ЦИФРРА».

Поделимся информацией из Отчета «ЦИФРРА»

Очень проблемен наш винный рынок, очень. И очень медленно растет потребление вина в целом в России. Пока. Не создает государство наше необходимых для того условий. И еще не один раз повторим нашу мысль о том, что именно реформа Горбачева превратила Россию из вино—водочной страны в страну крепкого алкоголя. Пили мы 20 л вина в до реформы на душу в год, а в ходе реформы были созданы условия для уничтожения потребления вина в России. И к 1995 г. потребление вина упало до 3 л. А крепкий на самом деле с учетом домашнего производства очень быстро восстановился и начал расти. Затем страна пошла по пивному пути. И к 2008 г. мы имели не менее 15 л крепкого алокоголя и суррогатов на душу населения, 6 л вина и 80 л пива (вместо советских 20). Сегодня государство хочет уронить пиво и САН. НО если ничего не сделать для роста винного рынка, свободное место займет крепкий алкоголь.

О том, как рос рынок легального вина в России – [Таблица 1](#) . Она учитывает: Производство вина + Импорт –Экспорт. Говорить о рынке вина с точки зрения росстатовских данных о продажах мы не хотим. Слишком все это не точно.

«В условиях отсутствия условий» для роста потребления вина наш рынок с 2005 по 2008 г.г. вырос в объеме с 73,25 млн дал (с учетом импортных вермутов) до 77,88 млн дал или на 6,3%. Ниже есть материал про американцев, так вот мы здесь с ними похожи. С шампанскими и игристыми винами картина иная. Мы уже писали, что если считать виноградный винный рынок в целом (тихие + игристые), то рост с 2005 по 2008 г.г. составил с 88,45 млн дал в 2005 до 100,73 млн дал или на 13,9%. А могло быть больше.

Неблестяще обстоят дела на рынке и по итогам 1 полугодия. ([Таблица 2](#)). Спад по вину виноградному в 1 полугодии 2009 относительно 2008 г. 15%. По шампанскому и игристому спад на 19,5%; по импортным вермута— на 39,3%. Но мы считаем, что рынок вина в 1 полугодии (в отличии от российской экономике) дошел до своей минимальной точки. Назад для него пути пока нет даже в нынешней системе законодательных координат. А дальше все будет зависеть от новых инициатив государства в отношении вина.

Тем более, что в последние 2–3 месяца показатели как-то пытаются оттолкнуться и уйти вверх. Производство вина виноградного в августе вышло в плюс (+4,4% к августу 2008). Производство российского шампанского и игристого вновь упало, но до уровня (-8,9%), а это в два раза меньше сохраняющегося уровня спада. А импорт сегодня уже не столько результат упавшего спада потребления (не берем импорт, который в магазинах дороже 500 рублей за бутылку), сколько заложник финансовых неурядиц у наших импортеров. У самих импортеров нет ни денег, ни необходимого имущества, которое банки требуют в залог с «коэффициентом уценки» в 50%. С таким подходом мы после нового года вообще без импорта вина останемся.

Таблица 3. Динамика изменения объемов российского легального алкогольного рынка (помесячно в период кризиса) с учетом производства, импорта и экспорта.

Ждем разумных и не губительных для винного рынка как единственной альтернативы алкоголизации населения России (кроме быстрого роста уровня жизни нашего населения) законодательных инициатив от Правительства и депутатов для (цитируем Л. Поповича, Директора «Миллеровского» завода) «вина, застрявшего на полпути между «Минсельхозом», который отвечает за виноградарство, и «Росалкоголем», который отвечает за «алкоголь».

Нас уже во всю упрекают за то, что «ЦИФРРА» продалась винникам и только их защищает». Это не так. Просто мы в во взрослом состоянии пережили компанию 1985 – 1989 г. и понимаем, что водку никакой реформой не убьешь— на ее производство надо месяц. И любой другой алкоголь, помимо продуктов из винограда. Либо мы останемся вечно импортозависимой страной – разливочным цехом из импортных виноматериалов, либо будем развивать свое виноградарство. Занимать своих людей работой. А сегодня даже столового винограда у нас (который мы так едим) – 90% импорта. Так нельзя.

Первое заседание Пресс— клуба в 2009 г. (пока кратко).

Основную идею собрания в одной фразе выразил В. Дробиз, открывая первое после трехлетнего перерыва заседание пресс— клуба для журналистов, пишущих на алкогольные и антиалкогольные темы, — попытаться консолидировать здоровые силы нашего общества вокруг качественного российского виноградного вина из отечественного винограда. Очень поддерживаем и идею Л. Поповича о том, что

не виноделы на своих заводах делают вино, а виноградари делают вино. Еще несколько мыслей Л. Поповича с заседания Пресс-клуба.

Площадь виноградников России составляет сегодня около 70% площади Москвы. Было гораздо больше, но и это уже позволяет всем напомнить, что виноградарство в России есть. И еще: зона ростовского виноделия – северная с типом укрывного виноградарства (на зиму лозу укрывают от морозов). Так вот от его виноградников (северных) до самых южных российских виноградников с севера на юг – 1 500 км. На этой территории могут поместиться практически все виноградники мира. Если понадобится, но пока такая задача не стоит.

Мы надеемся, что сможем убедить государство в том, что «настоящее российское вино – альтернатива алкоголизации населения России». Поэтому 17 сентября 2009 года при поддержке ГУП Правительства города Москвы «Московское качество» состоялось возрождение работы Пресс-клуба для журналистов, пишущих на алкогольные и антиалкогольные темы. ГУП «Московское качество» выбран в качестве партнера не случайно. Качественного российского вина практически не видно в Москве (ресторанах и магазинах), его сюда просто не пускают; а это выставочная площадка России. Продукция, предлагаемая для ознакомления журналистам, проходит предварительно проверку в системе добровольной сертификации ГУП «Московское качество». Мы рассчитываем на «московскую поддержку» в этом вопросе. На заседание собралось более 40 журналистов из профильных и непрофильных изданий. Более подробно о событии расскажем в пресс— релизе.

В ходе заседания мы постарались убедить журналистов в том, что:

— в России в рамках аграрного сектора существует виноградарство (а Россия входит в число первых 20 стран мира по производству винограда); из российского винограда производятся отечественные высококачественные вино, шампанское и коньяк, писать о которых наши журналисты избегают;

— вино — это продукт, который реально может изменить структуру потребления алкоголя в России, а развитие виноградарства и виноделия в России может помочь государству и обществу в преодолении избыточной алкоголизации населения;

— развитие виноградарства и виноделия в позитивном плане должно стать частью алкогольной и антиалкогольной политики государства и общества;

Кроме того, журналистскому сообществу и экспертам были представлены вина «Миллеровского винзавода», произведенные из винограда, выращиваемого на правом берегу реки Дон вблизи х. Ведерников Ростовской области РФ. На встрече в октябре будут представлены вина не менее известного производителя качественных вин – АПФ «Фанагория» (Краснодарский Край).

Пресс-клуб был создан в октябре 2005 г. и активно работал в 2005 и 2006 г.г., сыграл очень важную роль в период кризиса 2006 г. в плане достоверного, честного и профессионального освещения ситуации на алкогольном рынке в тот период и формирования общественного мнения. В настоящее время в России активно формируется алкогольная и антиалкогольная политика государства и общества, абсолютно верной целью которой является снижение алкоголизации России. Главной задачей работы нашего Пресс-клуба мы хотели бы видеть помощь государству в формировании профессиональной и эффективной политики преодоления алкоголизации страны.

Водка без пива – все по ветру!

Вызывает много вопросов пункт 4 из Президентской программы. Звучит он так: «Также до 1 декабря предстоит обеспечить разработку и принятие технических регламентов на алкогольную продукцию и пиво, предусмотрев при этом следующее...». Разработка и принятие технических регламентов – дело трудное, нудное, длительное и за 2 месяца неосуществимое. Разве что винники— молодцы в кои-то веки обскачут водочников: у винников даже несколько вариантов техрегламентов есть.

Обвинение пивной отрасли ритейла в продаже нелегальной водки крайне невыгодно ритейлу. Они столько боролись за смягчение Закона о торговле, который и принимается (по задумке) как сдерживающий фактор абсолютно бессмысленному протекционистскому развитию федеральной сетевой торговли. А тут оказывается, что и они не безгрешны. Правительство Москвы всю весну боролось с московским ритейлом по поводу продажи водки по 40— 50 руб. и в результате ничего не смогло сделать. Им, правда, предъявляли не договора с компаниями— производителями о проведении временных маркетинговых акций (до этого тогда ритейлеры еще

не додумались), а документы о легальности этой водки из органов ФНС (может, теперь пора и эти органы ФНС проверить?).

Что такое мощь пивного лобби? Стоило только пиву заговорить в разрезе роста будущего пивного акциза на 200% о примерном равенстве в этом случае цены на пиво и самую дешевую нелегальную водку, которая продается даже в ритейле, как ритейл тут же оправдался проведением якобы акций. А договора на эти акции с производителями они уже успели сляпать? Или еще нет? Пивная отрасль в своих интересах стала (спасибо Д. Бриману) стала невольным союзником производителей легальной водки. Возможно, что с помощью пивного лобби уйдет из ритейла водка по 40— 65 рублей. Но тут сыграет роль и «принцип домино»— кто ж из бедных будет покупать подорожавшую в ритейле водку в этих магазинах, если эта водка в соседнем несетевом будет стоить те же 40— 65 руб. И тут надо учитывать лоббистские возможности ритейла— они весьма неплохи (какой бы в результате ни был принят Закон о розничной торговле). И нашим союзником в борьбе с нелегальной водкой в несетевых магазинах, хотя бы расположенных рядом с сетевыми, станет федеральный ритейл. Как интересно все закручивается!

И еще одна новость пивного рынка, которую кто-то явно сочтет знаковой — с пивного рынка совсем уходит Тиньков. Он обсуждает продажу доли в ресторанном бизнесе миноритарии сети ресторанов «Тинькофф», инвестфонду Mint Capital. Он всегда уходил вовремя.

На радость Роспотребнадзору и депутатам прогнозирует остановку целой отрасли по производству САН сама отрасль. Вряд ли отрасль выдаст на-гора техрегламент на САН к 1 декабря 2009 г. Кроме того, планируется ввести ограничения на объем тары для слабоалкогольных напитков. Она не должна быть более 0,33 л. С какого момента это введут – пока сказать трудно. Переоборудование линии по розливу в меньшую тару может стоить сотни тысяч долларов. Снижение градусов в коктейлях технически осуществимо, но из-за этого потребуются новые рецептуры, разработка которых занимает больше года. То есть, все теоретически может встать. Пострадает только бизнес – производитель и продавец. Отрасль с 2007 г. падающая. В 2009 г. произведут не более 350 млн л, а в лучшие времена в 2004— 2005 около 470 млн л было. Акциза с этой продукции мало; на нее уйдет в 2009 г. не более 31 млн л чистого спирта. То есть, в деньгах – не более 4 млрд руб. Государство легко может похоронить отрасль: денег в казну мало, а воплей из недр общества – много. В одной из статей один толковый специалист предлагает перейти на выпуск коктейлей на основе пива и вина, что позволит производить продукт в таре любого объема и при этом по более привычной потребителю цене. Сейчас такие напитки уже занимают 5% от всех коктейлей с содержанием алкоголя. Но надо будет в этом еще убедить потребителя. Что-то

не очень нравятся винные коктейли в баночках публике нашей. Что интересно – государство запросто может пожертвовать отраслью в кризис, задав неосуществимые сроки реформы для САН.

В Чечне – просто молодцы. Сами вроде по отчетам чуть ли не бросили пить. Но при этом собираются выпускать алкоголь для России. И что очень важно, в первую очередь, для республики - принята программа развития виноградарства на 2009–2012 годы. Инвестиции в проект составят около 950 млн рублей. К 2013 году площадь новой посадки виноградников составит 2,7 тыс. га. Площадь плодоносящих виноградников составит около трех тысяч гектаров. Источниками финансирования программы являются средства федерального, республиканского бюджетов и внебюджетные источники. На реализацию программы необходимо 948,6 млн рублей. Из республиканского бюджета будет выделено 207,2 млн рублей.

За рубежом (мозаика)

Антикризисные программы работают. «Pernod Ricard» выпустит вина «Jacob's Creek» в бутылках емкостью 0,5 л. Решение об объеме новой упаковки связывают с данными собственного исследования «Jacob's Creek», согласно которым, осуществляя выбор в определенном ценовом диапазоне, потребители, скорее, отдадут предпочтение продукции знакомых брендов – пусть и в меньших упаковках. А ведь действительно: 0,5 вина вполне на ужин на двоих достаточно. В России еще лет 7 назад были российские вина в узких симпатичных поллитровых высоких бутылках (пришла на память такая продукция «Фанагории»); и ведь была продукция популярна тогда. Может быть, и нашим пора какие-то исследования в этой области пора провести. Может, наши дорогие российские вина в таком объеме продавать начать?

Мы – не вредные. Мы- ; за честность в маркетинге. Специалисты винного рынка должны помнить те сказки о росте американского рынка вина, которыми нас пичкали и продолжают пичкать международные исследовательские компании. Замазали многолетний винный мировой кризис продажной похвальбой. Вот факты— потребление вина в США выросло на 3% за период 2004–2008 годов. Это за 5 лет. Надо сказать, что Россия не намного опередила американцев. У нас примерно – на 10% при примерно равном душевом потреблении (у нас 6 л, у них 9 л.). Поэтому не спас американский рынок от винного кризиса европейский до общемирового экономического кризиса. И сегодня не собирается. Но ведь иностранцы даже эту ситуацию характеризуют так: «Современный финансовый кризис росту потребления также не помеха. Ожидается, что в ближайшие несколько лет (4 года) американцы станут

пить еще на 3% больше». То ли смеяться, то ли плакать? Но это гораздо честнее чем раньше. Наш прогноз октября 2008 г. остается прежним – спад физического потребления вина в США в 2009— 2011 на 10% минимум. Что американцам –то мешало прибавлять активнее до 2008?. У нас хоть кризис 2006 г. все тенденции роста винного рынка угробил отсечением молдавского вина. Ушло дешевое импортное вино и развитие рынка встало – экстенсивно российское заполнило нишу молдавского и все. И мы продолжаем стоять (а точнее уже год пятимся назад) в своем объемном развитии рынка вина до сих пор.

А вообще на рынке творится черт те что. Опять цитируем очевидную ложь из западной прессы: «На рынке алкоголя ЮАР тенденции, как во всем мире – прибыль снижается, но продажи вина растут». Зачем выдавать успехи отдельных компаний за мировые тенденции рынка вина? Когда об успехах заявляет Новая Зеландия, то верить ей можно. Там всего производится вина менее 10 млн дал и основной рынок – Австралия (где все свое вино падает).

Раньше рынок кичился тем, что вина старались нести свой первоначальный образ с другие страны. И только мы для своих бедных россиян старались в ближнем и дальнем зарубежье сделать понятные россиянам винные образы. А сейчас и западники во всю адаптируют продукции в кризис. «Брендинговое агентство Mayday (Лондон) разработало дизайн упаковки красных испанских вин Pedro Luis Martinez для винодельческой компании Direct Wines. Перед агентством была поставлена задача создать креативный и нестандартный образ, который выделял бы продукцию Direct Wines среди конкурентов, но в то же время был классическим, т.к. целевая аудитория — это мужчины и женщины 35–60 лет, ценящие хорошие региональные вина «с характером». Это так в прессе написано. А на самом деле – адаптировали образ испанского вина для аборигенов Англии.

Хочется опять про Китай упомянуть. Которые все еще спасителем мирового рынка считают. Вот и в Бордо радуются, что в 2009 г. экспорт в Китай бордосских вин вырос на 62%. Китай в целом со всего мира завозит около 10 млн дал вина. 2009 г. был не самым удачным для Бордо, экспорт которого упал до уровня трехлетней давности. С 1 июля 2008 г. по 30 июня 2009 г. экспорт упал, в среднем, на 16%, в такие страны, как Германия и Бельгия, которые являются традиционными импортерами этого вина. Экспорт в США сократился на 23%, в Великобританию на 25%. Мы разделяем мнение некоторых экспертов по международным винным рынкам— Китай все равно будет пить свое вино. И не спасет ни одну страну мира своим рынком в кризис. И дополняем это мнение своим — сейчас он все это развивает с помощью запада, а потом заставит мировой рынок пить китайские виноградные вина.

На молдавском сайте «винмолдова» очень честная статья о ситуации в молдавском виноделии, которое стало разменной монетой в российско— молдавских разногласиях. Пересказывать статью не будем. Статья большая. Автор – известный в России человек— Константин Житару - «Где точка невозврата?». С его компанией «Аскони» работали очень многие операторы в России. Его оценка ситуации- «дефицит истины, и виноделие в коме. До сих пор не было сказано правды о кризисе 2006 г. После объявления эмбарго некоторые коллеги начали поднимать голос. Чтобы они много не выступали, на эти предприятия посылались различные проверки. Любой винзавод – сложное хозяйство, где всегда можно к чему-нибудь придраться. Все и замолчали. Когда ложь накладывается слоями, теряешь ориентир и не знаешь, куда двигаться. Только действия, основанные на истине, могут спасти нас. Правительство называло прямые убытки от эмбарго в размере 120 млн дол, некоторые производители их оценили в 180 млн дол, а по моему видению, долги российских покупателей — 300–320 млн дол и примерно 200 млн дол – косвенные потери. В то время я был акционером трех предприятий – «Asconi», «Vitis-Hincesti» и «Orhei-vin» и могу привести пример наших косвенных потерь. Мы работали с 17 видами эксклюзивных бутылок, которые стекольный завод производил только для нас. Когда остановился экспорт в Россию, остались миллионы бутылок, 3,5 млн термоусадочных колпачков – только на «Orhei-vin», миллионы этикеток, пробок, коробок, которые нигде нельзя реализовать. Помимо тех убытков, еще 200 млн дол составляли кредиты предприятий, которые они до сих пор с трудом возвращают банкам. Поэтому общие потери отрасли – порядка 700 млн дол. Это удар прямо в сердце, на поражение. Ответственно заявляю, что все виноделие, кроме трех предприятий, которые не берут кредитов в банках, находится в коме и на грани банкротства». Очень рекомендуем всем эту статью. Россия ту винную Молдавию создала, Россия ее и «закрыла».

Нарастает количество информации о грядущем потеплении климата и постепенном закате старой винодельческой Европы. А также все больше информации о развитии виноделия в Великобритании. И все меньше по этому поводу иронии раздается. Уже историки подготовили легенды. В начале XII века собственная винодельня была при Виндзорском королевском замке. К 1509 году количество виноградников в Англии дошло до 139. Так ведь и в России вино с 16 века делали, иностранные мастера – виноделы приглашались, и на царский двор поставляли. А В. Цапелик нашел подтверждение в российской истории том, что российское вино – из 12 века. Сейчас 2 млн бутылок вина, ежегодно производимые в Англии и Уэльсе, едва удовлетворяют спрос на внутреннем рынке. Найти в Англии бутылку местного вина – задача не из легких. Да и удовольствие это стоит, как правило, дорого. Но купцов на этот товар хватает. «Английское вино – капля в море. Но очень дорогая капля». И вот что интересно— ведь мир примет английское вино гораздо легче чем российское. Оно ведь часть той (их) цивилизации. А Россия остается чужой для западного мира. И культура наша для них чужая, сколько бы не рассказывали об их признании нашего Достоевского и Толстого. Наша винная история уж точно не слабее английской. Для признания

О разном понемногу

Автор:

18.09.2009 13:08 -

российского вина в мире необходимо вовсе не феноменальное качество продукции, а признание наличия нынешней общей российской культуры в мире, а ее-то как раз и нет. Мы до сих пор живы во многом классикой 19 века, поскольку все российские завоевания 20 века разрушили в угоду тому же западу.

<http://www.alconews.ru>