

www.gruppobpc.com

Il Mercato del Vino

RUSSIA 2017 
GruppoBPC International



1. IL MERCATO DEL VINO NEL MONDO

Il mercato del vino a livello mondiale negli ultimi anni ha allargato notevolmente i propri confini, conquistando l'Asia, il Sudamerica, il Nord Europa, e anche l'Africa, oltre ai bacini storici di consumo, come l'Europa e gli Stati Uniti. In particolare nel 2016 in Cina si è registrata una crescita import del +16% rispetto all'anno precedente; il Brasile ha chiuso l'anno appena terminato con un leggero segno negativo a valore (-3%), ma in crescita sul fronte dei volumi (+12%), alla luce di un calo nelle importazioni di vini di fascia premium (in particolare lo Champagne, il cui import è diminuito di oltre il 40% in quantità solo nell'ultimo anno, ma quasi del 70% rispetto a cinque anni fa). Completa il quadro l'India, che continua a rimanere un mercato "marginale", con meno di 20 milioni di euro di vino importato (a cui corrispondono poco più di 41 mila ettolitri). Stabile, o leggermente in diminuzione l'import di vino in Russia, a fronte della recente crisi economica che ha attraversato il paese, che comunque è oggi in ripresa.

La produzione di vino nel 2016 risulta a livello globale, dalle stime di OIV, in decremento del 5%, per un totale di 259,4 milioni di ettolitri. Il primo Paese produttore è l'Italia, con 48,8 milioni di ettolitri, il 2% in meno rispetto al 2015. Al secondo posto la Francia con 41,9 milioni di ettolitri, in calo del 12% rispetto al 2015. Al terzo posto la Spagna, con 37,8 milioni di ettolitri e una crescita dell'1% sul 2015. Gli Stati Uniti sono il quarto produttore mondiale di vino, con 22,5 milioni di ettolitri e una crescita del 2%. Dietro gli Stati Uniti c'è l'Australia, con "soli" 12,5 milioni di ettolitri, ma una crescita record del 5%. In Cina la produzione vinicola è sostanzialmente stabile, con 11,5 milioni di ettolitri, mentre scende drasticamente la produzione nei Paesi dell'America del Sud e in Sudafrica: l'Argentina – con 8,8 milioni di ettolitri vinificati nel 2016 – ha una produzione inferiore del 35% rispetto al 2015, il Cile (10,1 milioni di ettolitri) scende del 21%, e il Sudafrica (9 milioni di ettolitri) registra un calo del 19%.

HI m	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015E	2016E	Media
Italia	43.4	44.7	40.6	38.3	45.0	39.7	47.7	48.8	44.0
Francia	46.8	45.4	51.1	42.1	42.4	46.7	47.8	41.9	46.4
Spagna	34.8	34.8	32.5	30.4	44.7	38.2	37.2	37.8	36.4
Germania	9.2	6.9	9.1	9.0	8.4	9.2	8.8	8.4	9.0
Portogallo	5.9	7.1	5.6	6.3	6.2	6.2	7.0	5.6	6.4
Russia		7.6	7.0	6.2	5.3	4.9	4.9	4.9	5.5
Romania		3.3	4.1	3.3	5.1	3.8	3.5	4.9	4.1
Ungheria	3.2	1.8	2.8	1.8	2.6	2.6	2.9	2.7	2.6
USA	22.0	20.9	19.1	21.7	23.6	23.7	22.1	22.5	21.5
Cina	12.8	13.0	13.2	13.5	11.1	11.1	11.5	11.5	12.2
Australia	11.8	11.4	11.2	12.3	12.3	11.9	11.9	12.5	11.7
Argentina	12.1	16.3	15.5	11.8	15.0	15.2	13.4	8.8	13.8
Cile	10.1	8.8	10.5	12.6	12.8	10.5	12.9	10.1	10.5
Sud Africa	10.0	9.3	9.7	10.6	11.0	11.5	11.2	9.1	10.2
Other	45.5	29.5	33.1	31.5	34.0	30.1	29.7	30.0	34.2
Total	268	261	265	251	280	265	272	260	267

Figura 1. Produzione mondiale di vino dal 2009 al 2016 (hl/milioni)

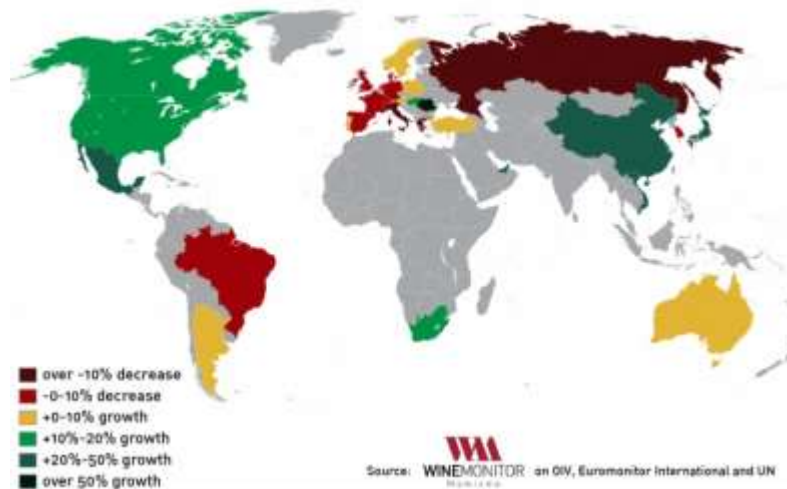


Figura 2. Trend mondiale nel consumo di vino dal 2011 al 2016

2. IL MERCATO DEL VINO IN ITALIA

La produzione italiana di vino registra numeri decisamente positivi: secondo i dati pubblicati dall' ISTAT ha raggiunto nel 2016 quota 50.1 milioni di ettolitri, con un incremento del 3% rispetto al 2015 e di ben il 13% sopra la media storica. Scorrendo i dati, per trovare produzioni così elevate bisogna andare indietro al 2004.

La produzione è stata particolarmente elevata nel segmento dei vini bianchi, 27.1m/hl, +4% sul 2015 che era già un massimo storico. I vini bianchi sono quindi il 54% della produzione di vino, il livello più elevato mai raggiunto, certamente grazie al contributo degli spumanti. La produzione di vino rosso è anch'essa in leggera crescita (+2%, 23m/hl), ma si tratta di un livello non lontano dalle medie storiche (+4%), quando invece per il vino bianco stiamo parlando di livelli produttivi di oltre il 20% superiori al passato.

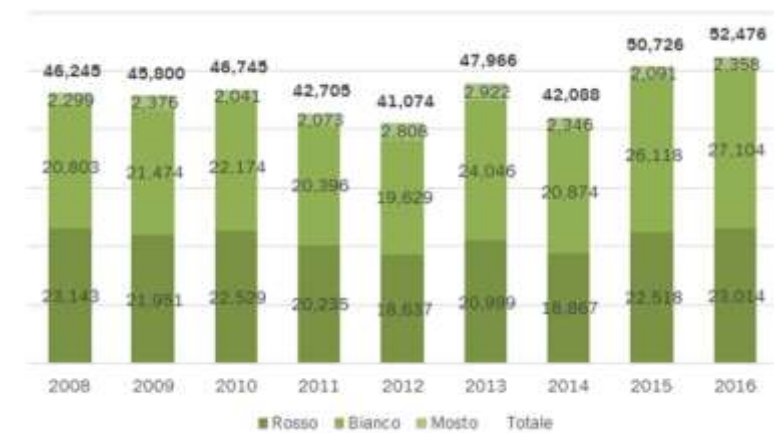


Figura 3. Produzione in Italia di vino e mosti 2008-2016 (hl/1000)

La produzione di vino DOC cresce di conseguenza, toccando quota 19.3 milioni di ettolitri, +2% e il 20% sopra media. La quota di vini DOC sul totale prodotto non cresce, restando intorno al 39% perché la categoria in forte crescita nel 2016 è in realtà quella dei vini da tavola, cresciuti del 12% a 16 milioni di ettolitri dopo il calo importante del 2013-14 e tornati a oltre il 30% della produzione. I vini IGT sono invece in calo a 14.8 milioni di ettolitri (-4%).

Da un punto di vista geografico, la produzione è in crescita sia al Nord sia al Sud (3% e 5% rispettivamente rispetto al 2015), mentre secondo ISTAT in leggero calo in centro Italia (-3%). Le stesse considerazioni si possono fare relativamente alle medie storiche: 15-16% in più per Nord e Sud, 2% in meno per il centro Italia. Da un punto di vista regionale, la Puglia ha incrementato la produzione del 20% a 8.8 milioni di ettolitri, mentre la maggior regione per produzione resta il Veneto con il suo record storico di 10.14 milioni di ettolitri, +4% e il 23% sopra le medie storiche. Sono invece in calo alcune regioni piuttosto importanti come la Campania, -20% a 1.3 milioni di ettolitri, il Trentino Alto Adige, -7% a 1.14 milioni di ettolitri, il Lazio, -9% a 1.5 milioni di ettolitri, la Sicilia e la Toscana, entrambe -3% a 5.3 e 2.7 milioni di ettolitri rispettivamente.

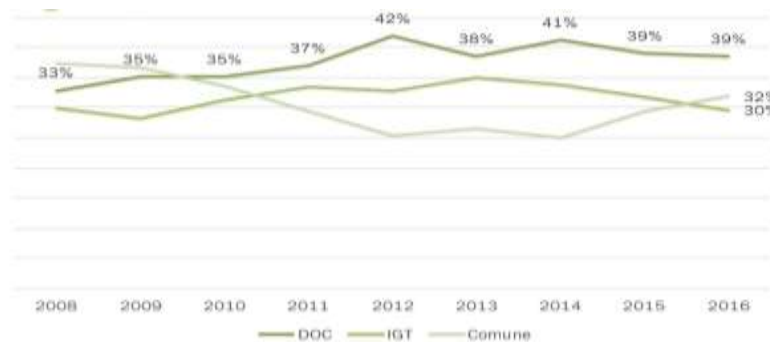


Figura 4. Produzione vino in Italia 2008-2016 (hl/1000)

Nel complesso il 2016 si configura come un anno positivo per l'Italia i cui livelli di export hanno raggiunto risultati da record: 5,6 miliardi di valore, il 4% in più rispetto al 2015. A trainare l'export tricolore nei primi 11 mesi del 2016 è stato soprattutto il prosecco (+37%); a molta distanza i rossi Dop Piemonte, +2,1%, e Veneto, +2%, in flessione i rossi Dop Toscana -4,6% e lo spumante Asti, -4,6%.

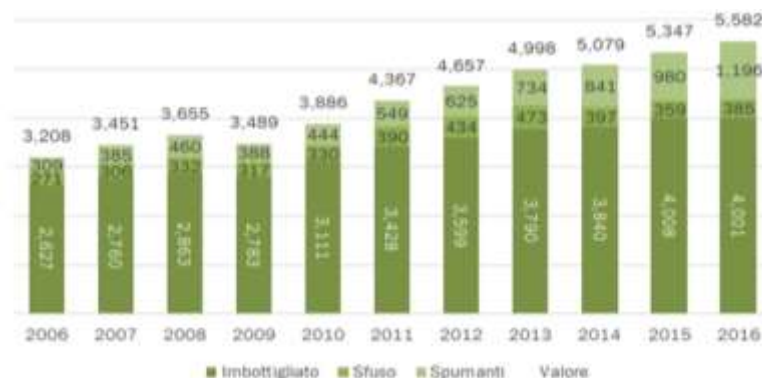


Figura 5. Esportazioni di vino italiano 2006-2016 (Euro m)

In particolare, relativamente alle esportazioni, si scopre il successo dei vini italiani nei paesi principali produttori. Gli acquisti crescono in Francia (+5%), Stati Uniti (+3%), Australia (+14%) e Spagna (+1%). Ma va sottolineato che nel Paese transalpino, patria dello Champagne, lo spumante tricolore fa addirittura segnare un incremento in doppia cifra, pari al +57%. Il risultato è che la quantità di vino Made in Italy consumato fuori dai confini nazionali è risultata addirittura superiore a quella bevuta dentro i confini nazionali. Anche negli Stati Uniti il 2016 è stato un anno record: le cantine tricolori hanno esportato per circa 1,8 miliardi dollari, +6,1%, e con quantitativi crescenti, +4%. Negli USA sono particolarmente apprezzati il Chianti, il Brunello di Montalcino, il Pinot Grigio, il Barolo e il Prosecco che piace però molto anche in Germania insieme all'Amarone della Valpolicella e al Collio.

Le risorse stanziare dal Governo italiano per la promozione nel triennio 2017-2019 ammontano a 25 milioni, di cui 20 milioni per aprire il Midwest al Made in Italy e gli altri 5 milioni per penetrare il grande mercato cinese, dove il nostro vino è quasi sconosciuto.

Dati meno positivi relativamente ai consumi interni italiani che raggiungono il minimo storico dai tempi dell'Unità d'Italia che lascia il primo posto a Germania, Francia e Stati Uniti, con la paradossale conseguenza che il vino italiano viene bevuto più all'estero che entro i confini nazionali; tutto questo mentre i consumi a livello globale salgono del 2%.

Il vino italiano continua a essere molto apprezzato sulle tavole straniere: Prosecco, Asti, Trento Doc e Franciacorta guidano la classifica dei più bevuti all'estero. Il risultato più significativo lo ottengono gli spumanti, che già lo scorso anno avevano battuto lo champagne francese e che stanno vendendo sempre di più in Gran Bretagna, Germania, Stati Uniti e Francia.

3. IL MERCATO DEL VINO IN RUSSIA

FEDERAZIONE RUSSA

Oggi la Russia si colloca solo all'11esimo posto nella classifica della produzione mondiale di vino, ma ha delle concrete potenzialità d'incrementare la produzione e di destinare dei volumi anche all'export. Il paese sta intensificando la produzione vinicola locale anche per far fronte al crescente consumo di vino, ad oggi pari a 7 litri all'anno per abitante. Negli ultimi 10 anni la superficie vitata è aumentata del 30%, raggiungendo gli 85mila ettari. Per diminuire maggiormente le importazioni entro il 2020 si dovrebbe arrivare a piantare altri 50mila ettari di nuovi vigneti.

Negli ultimi due-tre anni sono avvenuti in Russia dei cambiamenti profondi nel settore della produzione vinicola e della legislazione che lo riguarda: il prezzo delle licenze alle aziende vinicole è diminuito e la viticoltura ha assunto la stessa importanza dell'agricoltura col risultato che i produttori hanno potuto accedere alle sovvenzioni statali.

Gli aiuti da parte dello Stato ai viticoltori e ai produttori di vino sono stati quasi quadruplicati, passando da 9,5 milioni di euro (600 milioni di rubli) a 37,5 milioni (2,4 miliardi di rubli) nel 2016. Come confermato anche dal Ministero dell'Agricoltura della Federazione Russa, nel 2017 si prevede di estendere tali misure e di garantire a questo settore volumi di finanziamento non inferiori a quelli del 2016.

I vini russi vengono prodotti nel distretto di Krasnodar, in Crimea, a Sebastopoli, nella regione di Rostov e nelle repubbliche del Caucaso. L'associazione di viticoltori e produttori di vino russi ha attribuito la denominazione di origine protetta ai vini "Kuban" (distretto di Krasnodar), "Dolina Dona" (regione di Rostov), "Stavropol" (distretto di Stavropol), "Daghestan" (Repubblica del Daghestan), "Dolina Tereka" (Repubblica di Cabardino-Balcaria), "Nizhnyaya Volga" (regioni di Astrakhan e Volgograd), "Krym" (repubblica di Crimea).

Analizzando invece i volumi del vino importato, nel primo trimestre del 2016 si è registrato +16% (84,3mila tonnellate) rispetto allo stesso periodo del 2015. In termini di valore le importazioni di vino sempre nel primo trimestre del 2016 sono aumentate dello 0,6% (111 milioni di dollari).

Sempre in questo inizio d'anno, il paese leader nell'export di vino in Russia è stata la Spagna (33% del vino importato nella Federazione). Secondo posto per l'Italia, con il 19% del mercato. Al terzo posto si è collocata la Francia con il 10% e la Georgia con il 6%. Da segnalare anche la notevole crescita dell'import dei vini Italiani in Russia che hanno subito un aumento del 16% rispetto al 2015.

Sul fronte dei consumatori invece diverse ricerche di mercato hanno individuato che in questo periodo di crisi, incertezza e disoccupazione, la popolazione cerca di risparmiare soprattutto sull'acquisto di alcuni beni, tra cui i generi alimentari: il 51% del campione analizzato ha dichiarato infatti di scegliere prodotti più economici, facendo molta più attenzione allo scontrino. Si è inoltre riscontrato che in Russia la gente sta iniziando a cambiare il proprio stile di vita, diminuendo il consumo di bevande alcoliche e di tabacco. Nell'ottica di un maggior risparmio, nei supermercati sono sempre più richieste confezioni di dimensioni ridotte: si compra un prodotto più piccolo, ma si risparmia di più. Infatti nell'ultimo anno, le vendite delle confezioni da 0,5 litri sono aumentate del 6,5%, a scapito ovviamente di quelle da un litro, perché sullo scontrino finale incidono meno. Ciò vale anche per il settore degli alcolici.

Ucraina

Il principale esportatore di vino in Ucraina è l'Italia. Infatti nel 2016 sono stati importati 7,3 milioni di litri di vino per un valore di 24,5 milioni di dollari. Il secondo posto viene occupato dalla Francia che nel 2016 ha importato 2,7 milioni di litri per 13,2 milioni di dollari. La Georgia è al terzo posto con 2,7 milioni di litri per 12,2 milioni di dollari.

L'export dei vini ucraini ha subito un notevole calo, passando da 38,1 milioni di litri nel 2015 a 24,7 milioni nel 2016. I compratori principali dei vini ucraini sono la Georgia, l'Azerbaijan e la Germania.

Si potrebbe concludere che l'Ucraina è uno dei paesi con la minor quantità media di vino consumato ad abitante. La cifra individuata si aggira intorno ai 3 litri all'anno per abitante in Ucraina (contro 7 litri in Russia e 25 litri in Germania).

4. CANALI DI VENDITA NEL MERCATO RUSSO E CSI

L'analisi dei canali distributivi per i vini nel mercato Russo e dei Paesi del CSI copre i seguenti canali:

Negozi di alimentari - Produkti

I negozi di alimentari si presentano come una categoria piuttosto diversificata: vi sono negozi di piccole e piccolissime dimensioni, ospitati generalmente all'interno di chioschi e vi sono negozi di dimensioni maggiori, organizzati tipo mini market. I negozi di prodotti alimentari presentano una distribuzione capillare sul territorio, e sono presenti in numero elevatissimo. Pur presentando una scelta inferiore e prezzi leggermente superiori a quelli dei mercati, riescono comunque, in virtù di una notevole comodità di accesso, a calamitare un numero sufficiente di clienti. Gli acquirenti di tale tipologia di esercizio sono, fondamentalmente, gli stessi che acquistano sui mercati, e che si rivolgono ai negozi per acquisti di piccola entità ed occasionali.

Mercati all'ingrosso o al dettaglio

I mercati di generi alimentari hanno da sempre rappresentato il tradizionale canale di approvvigionamento di generi alimentari da parte della popolazione. Sono molto sviluppati nei piccoli centri dove la grande distribuzione non ha ancora fatto la propria comparsa, ma anche nei grandi centri costituiscono ancora il riferimento per i consumatori di quasi tutti i ceti sociali, ad esclusione di quelli a reddito alto. I mercati presentano un'offerta abbastanza diversificata nel comparto dei generi alimentari a condizioni di prezzo che risultano comunque solitamente vantaggiose rispetto alla grande distribuzione. Il grosso limite dei mercati è costituito soprattutto dalla loro scomodità.

Negozi specializzati

Offrono una vasta gamma di diversi prodotti alcolici. Alcuni di questi negozi sono controllati direttamente dal produttore delle merci in oggetto e ne riportano l'insegna.

Grande distribuzione

Supermercati, discount, ipermercati, centri commerciali, cioè grandi strutture che si trovano normalmente nelle aree residenziali delle città. I supermercati e gli ipermercati sono un'acquisizione piuttosto recente nel panorama commerciale russo. I supermercati, ovviamente, presentano una scelta vastissima, sia di prodotti locali sia di prodotti di importazione. Il numero di consumatori che si rivolgono alla grande distribuzione è in costante aumento, anche in considerazione dell'aumento dei redditi medi della popolazione.

Cash & Carry

Sono punti vendita presso i quali è possibile acquistare prodotti alimentari e non, sia al dettaglio (fermo restando un quantitativo minimo per tipologia di prodotto), sia all'ingrosso. A differenza del resto d'Europa, possono accedervi non solo commercianti/dettaglianti, ma dipendenti/addetti ai lavori di persone giuridiche di qualsiasi natura e non, nonché persone fisiche.

Convenience store

Catene di negozi alimentari dislocati nelle vicinanze di complessi residenziali e aperti 24 ore. Hanno sostituito i vecchi chioschi di quartiere e dispongono di una vasta gamma di generi alimentari. Spesso estendono la loro offerta commercializzando prodotti per la casa e l'igiene personale, giornali e riviste, alcolici e talvolta anche fiori.

Forecourt Retailers

Punti vendita al dettaglio dislocati presso i distributori di benzina, che offrono una vasta gamma di generi alimentari e hanno un orario prolungato di apertura al pubblico.

E-commerce

Importanti anche i distributori di alcol online (a volte hanno anche dei punti di vendita fisici). Molti di loro operano grazie ad un ampio network di distributori nel paese, altri si affidano ad un solo operatore logistico. Molti sono gli importatori di alcol, che sfruttando le proprie licenze sono diventati negli anni anche dei distributori.

5. FIERE DI SETTORE



RUSSIA

Vinorus Krasnodar

Krasnodar

Mese: Aprile

<http://www.vinorus.ru/en-GB>

Russian Wine Fair

Mosca

Mese: Giugno

<http://www.astigroup.ru/about/>

Vino, Vinodelie, Krim

Italia

Mese: Giugno

<http://vino.souzpromexpo.ru/>

Russian Wine Fair

Mosca

Mese: Giugno

<http://www.astigroup.ru/about>

CSI

Uzbekistan

Agrominitech Expo

Tashkent

Mese: Maggio

<http://agrominitech.mfer.uz/>

Azerbaijan

World Food Azerbaijan

Baku

Mese: Maggio

www.worldfood.az

Caspian Agro

Baku

Mese: Maggio

<http://caspianagro.az>

Kazakhstan

Interfood

Astana

Mese: Maggio

<http://www.interfoodastana.kz/en/>

World Food Kazakhstan

Almaty

Mese: Novembre

<http://www.worldfood.kz/en/>

GEORGIA

Winexpo Georgia

Tbilisi

Mese: Giugno

<http://winexpo.ge/>

6. OPPORTUNITA'

La percezione del Made in Italy presso il pubblico russo è legata prevalentemente al settore agroalimentare. Recenti sondaggi indicano che la cucina italiana è al terzo posto nelle preferenze dei russi: dopo quella nazionale e caucasica infatti tra i ristoranti stranieri quelli italiani risultano i più numerosi, soprattutto nelle grandi città. Nel 2015 l'Italia si è affermata come primo importatore in Russia. Dunque è sicuramente un'opportunità tendere al primo posto e consolidare la

posizione, sfruttando il podio già conquistato nella produzione del vino. Questo potrebbe essere fatto tramite un aggiuntivo sforzo di marketing e pubblicità grazie al quale si potrebbe conquistare la fiducia dei consumatori.

Il comportamento del consumatore medio russo si sta progressivamente orientando verso prodotti salutari, perciò un'altra opportunità potrebbe essere la proposta del vino biologico la cui domanda sta sempre più spopolando in Europa. (Un vino può essere definito biologico quando è fatto da uve coltivate senza l'aiuto di sostanze chimiche o organismi OGM e quando il processo di vinificazione utilizza solo processi enologici autorizzati secondo il regolamento di riferimento).

Come mostrato dai numerosi sondaggi, il consumatore russo, nell'ottica del maggior risparmio, preferisce sempre più le confezioni di dimensioni ridotte. Per questo motivo le vendite di confezioni da 0,5 litri sono aumentate del 6,5% rispetto a confezioni da 1 litro. Questa tendenza potrebbe essere adottata anche dalle aziende italiane che esportano vino in Russia, che in questo modo potrebbero aumentare le proprie vendite non cambiando il prodotto.

GruppoBPC International è il partner ideale per assistere la tua azienda nel delicato approccio al mercato della Russia e dei paesi del CSI, grazie al team locale che presidia direttamente il mercato. Attraverso una consolidata struttura organizzativa, una efficace metodologia di lavoro e una provata efficienza, siamo in grado di creare opportunità per lo sviluppo di relazioni commerciali di successo.

Vi offriamo:

EXPORT - supporto completo per l'ingresso nel mercato Russo e dei Paesi CSI, che prevede l'intera gestione delle attività di accompagnamento all'export, mediante la ricerca, selezione, negoziazione e definizione di contratti di vendita, grazie alla sede di Mosca.

EXHIBITION - supporto completo per la partecipazione a fiere di settore e per conoscere i principali attori del mercato.

STORE – ricerca e selezione di location, supporto organizzativo e di allestimento e piano marketing per l'apertura di un negozio o di uno showroom.

Per maggiori informazioni non esitate a contattarci

HEADQUARTER GRUPPOBPC IRELAND

Marina House, Adelphi Quay
Waterford, Ireland

T +353 51 879 120
F +353 51 879 140

 info@gruppobpc.com
 gruppobpc

GRUPPOBPC ITALY

Via De Amicis, 40
20123 Milan - Italy
Skype: gruppobpc.it

GRUPPOBPC RUSSIA

Tokmakov Pereulok, 20/31, building 1
105066 - Moscow - Russia
Skype: gruppobpc.ru

Antonio Borello

Email: antonio.borello@gruppobpc.com
Tel. +39 393.933.17.17

Luca Mazzetta

Email: luca.mazzetta@gruppobpc.com
Tel. +39 347.63.56.463

7. SOURCES

- Vinitaly
- Il Sole 24
- <http://winestrategies.eu/sochi-da-i-numeri-del-vino-in-russia/Coldiretti>
- Winemonitor

- Info e Mercati
- <http://pressorg24.com/news?id=324350>
- <https://lenta.ru/news/2016/11/07/wine/>

8. CREDITS

GruppoBPC International is an international consulting Group with offices in Ireland, Italy, Russia, USA and South East Asia, assisting companies in developing their business in the international markets, supporting trade and investment.

With its own international direct network, GruppoBPC International is able to provide top ranking corporate assistance with value added international services, specifically market entry strategy, international communication campaigns and ongoing management assistance, addressed to establish bridges between countries and to develop a global presence in the international markets.

For more information about our services check out our services' page at www.gruppobpc.com