



Маркет Аналитика

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВИНА. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Данное маркетинговое исследование российского рынка вина подготовлено компанией «Маркет Аналитика» исключительно в информационных целях. Компания «Маркет Аналитика» не дает гарантии полноты и точности информации. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная по ведению бизнеса.

Информация, представленная в данном исследовании, была получена из открытых источников, баз данных и собственного информационного архива, а также обработана и проанализирована специалистами компании «Маркет Аналитика» с помощью различных маркетинговых инструментов.

Данное исследование или его часть не может тиражироваться или распространяться третьим лицам без письменного на то разрешения компании «Маркет Аналитика»

Москва, март 2015



СОДЕРЖАНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВИНА

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Понятие продукции
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Российский рынок алкогольной продукции
- 1.4. Винодельческая отрасль в РФ
- 1.5. Влияющие и смежные рынки
- 1.6. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВИНА

- 2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции
- 2.2. Сегментация Рынка по географическому происхождению вин
- 2.3. Ценовая сегментация Рынка
- 2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ВИНА

- 3.1. Объем производства
- 3.2. Объем импорта и экспорта
- 3.3. Объем и темпы роста Рынка
- 3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ВИНА

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции



- 4.2. Сегментация игроков Рынка
- 4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка
- 4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ВИНА

- 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
- 5.2. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке
- 5.3. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ВИНА

- 6.1. Описание потребителей на Рынке
- 6.2. Потребительские предпочтения на Рынке
- 6.3. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

- 7.1. Основные тенденции Рынка
- 7.2. STEERPLE-анализ рынка
- 7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок
- 7.4. Перспективы развития рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

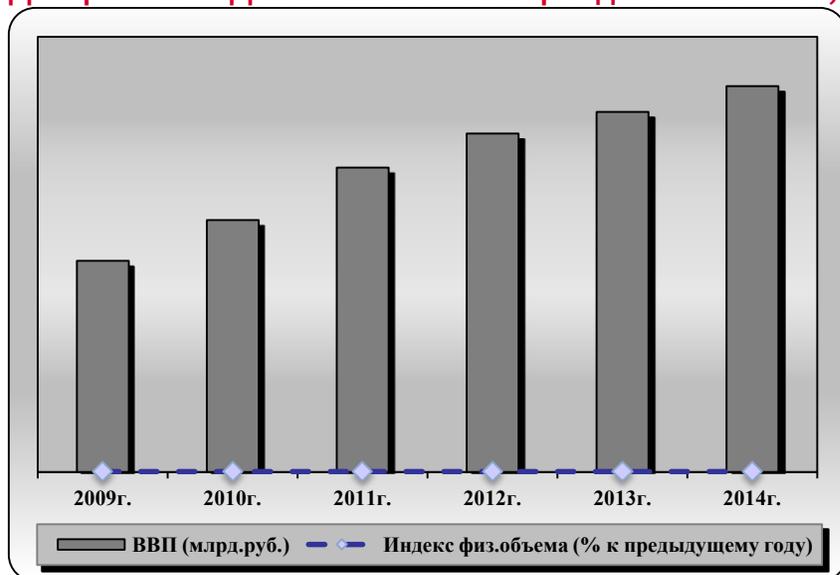


1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2014г. составил в текущих ценах *** млрд. руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2013г. составил *** %. Индекс-дефлятор ВВП за 2014г. по отношению к ценам 2013г. составил *** %.

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2007-2014гг., в текущих ценах, млрд. руб.



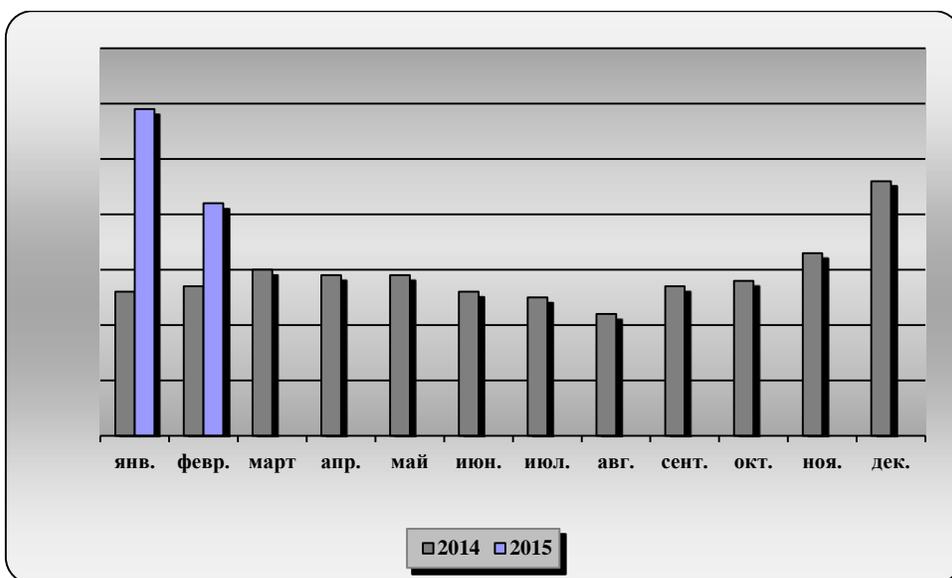
Источник: *** , 2015г.



Уровень инфляции

Официальная статистика для определения уровня инфляции в стране использует **индекс потребительских цен** (ИПЦ).¹ В январе 2015г. инфляция в России стала максимальной за последние 16 лет (***) %)

Диаграмма 2. Индекс потребительских цен, в 2014-2015г.г., % к предыдущему месяцу



Источник: ***, 2015 г.

В феврале в 6 субъектах Российской Федерации потребительские цены на товары и услуги выросли на *** % и более, в основном в результате увеличения цен на продукты питания. В Москве индекс потребительских цен за месяц составил *** %, в Санкт-Петербурге - *** %.

¹ **Индекс потребительских цен** рассчитывается как частное суммы произведений цен текущего года на выпуск базового года к сумме произведения уровня цен и выпуска базисного года. Вся дробь затем умножается на 100%.

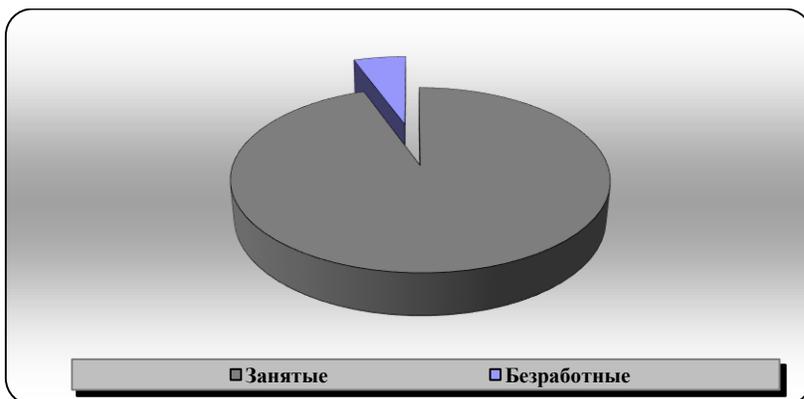


Уровень занятости

В январе 2015 г. «Росстат» подвел итоги выборочного обследования населения по проблемам занятости, согласно которому численность **экономически активного населения** в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) составила *** млн. чел., или около ***% от общей численности населения страны.

При этом, в численности экономически активного населения *** % (***) млн. чел.) классифицировались как занятые и *** % (***) млн. чел.) - как безработные с применением критериев МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

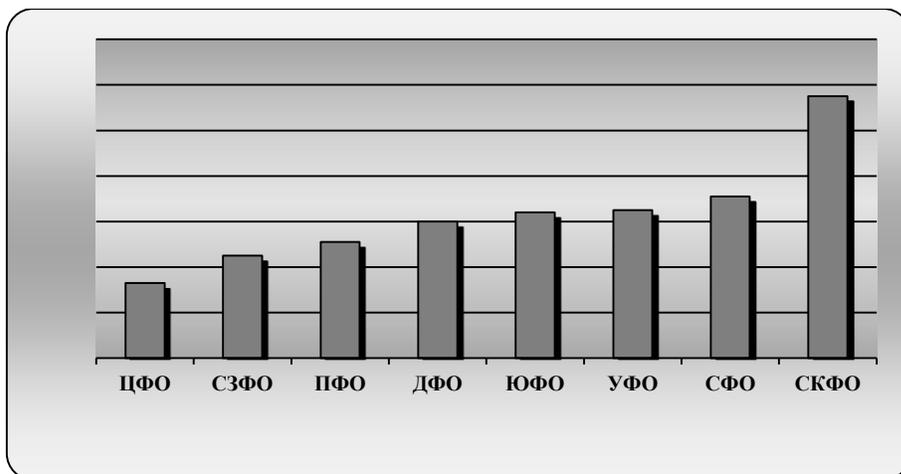
Диаграмма 3. Уровень занятости в январе 2015г., %



Источник: ***, 2015г.



Диаграмма 4. Уровень безработицы по федеральным округам в январе 2015г. (% от численности экономически активного населения)



Источник: ***, 2015 г.

1.1. Российский рынок алкогольной продукции

По данным ***, в 2014г. оборот розничной торговли алкоголем в натуральном выражении составил - *** млн. декалитров, что на ***% больше, чем в 2013 г. В данном случае под понятием «алкоголь» подразумеваются:

- Водка
- ЛВИ
- Вино
- Вина шампанские и игристые
- Виски
- Коньяки
- Пиво
- Слабоалкогольные напитки



Диаграмма 7. Динамика продаж алкогольных напитков и пива населению в 2010-2014г.г., млн. дал.

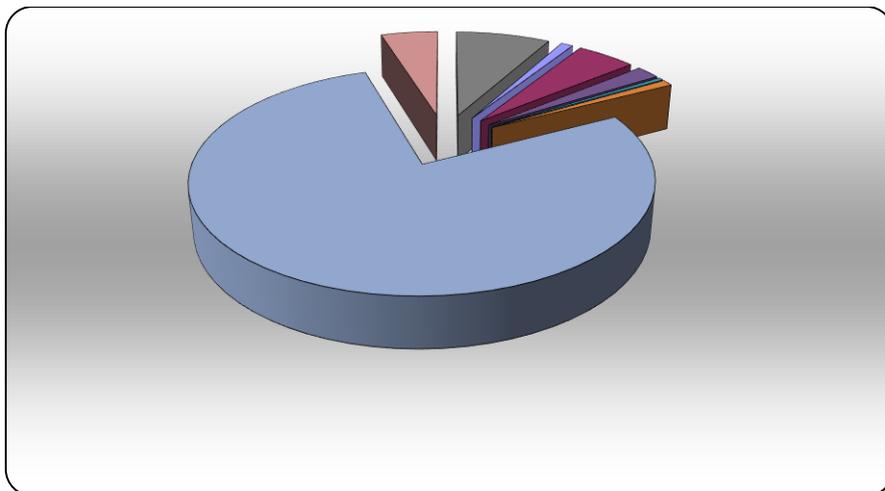


Источник: ***, 2015 г.

Лидирующую позицию в структуре продаж алкогольной продукции (в натуральном выражении) занимает пиво – ***%. Далее, с заметным отставанием следует водка – ***%. Замыкают тройку виноградные и плодовые вина – ***%.



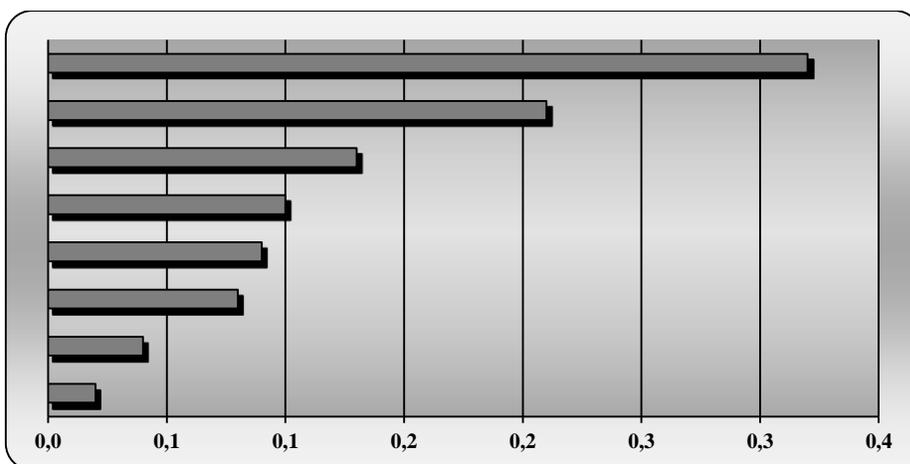
Диаграмма 8. Структура продажи алкогольных напитков и пива в 2014г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2015 г.

Наиболее динамично развивался сегмент шампанского и игристых вин – прирост составил около 4%. В сегменте пива также наблюдается рост – 1,7%. По другим сегментам алкогольного рынка наблюдался спад.

Диаграмма 9. Структура рынка алкогольных напитков и пива по регионам в натуральном выражении в 2014г., %



Источник: ***, 2015 г.



Наибольшая доля в объеме алкогольного рынка принадлежит Центральному федеральному округу – 32%. Также велика доля Приволжского и Сибирского федеральных округов – 21% и 13% соответственно.

1.2. Винодельческая отрасль в РФ

Диаграмма 10. Урожай винограда в 2011-2014г.г., тыс. тонн



Источник: ***, 2015г.

По данным «Союза виноградарей и виноделов России», после резкого спада урожая в 2012г., уже по итогам 2013г. сбор урожая винограда в России увеличился на *** %. В дальнейшем, благодаря поддержке государства, планируется увеличение площади виноградарских насаждений. В 2013г. на закладку и уход за виноградниками в РФ было выделено *** млн. руб. бюджетных средств, к 2020г. планируется увеличение выделяемых средств до *** млн. руб. ежегодно. В 2014 г урожай винограда достиг рекордных показателей благодаря присоединению Крымского полуострова к РФ, увеличившись еще на ***% и достигнув отметки в *** тыс. тонн.



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВИНА

2.1. Ценовая сегментация Рынка

Для рынка вина характерны следующие ценовые сегменты:

- Низкий – до 150 руб./бут.
- Средний – 150-250 руб./бут.
- Высший средний – 250-500 руб./бут.
- Премиум – от 500 руб./руб.

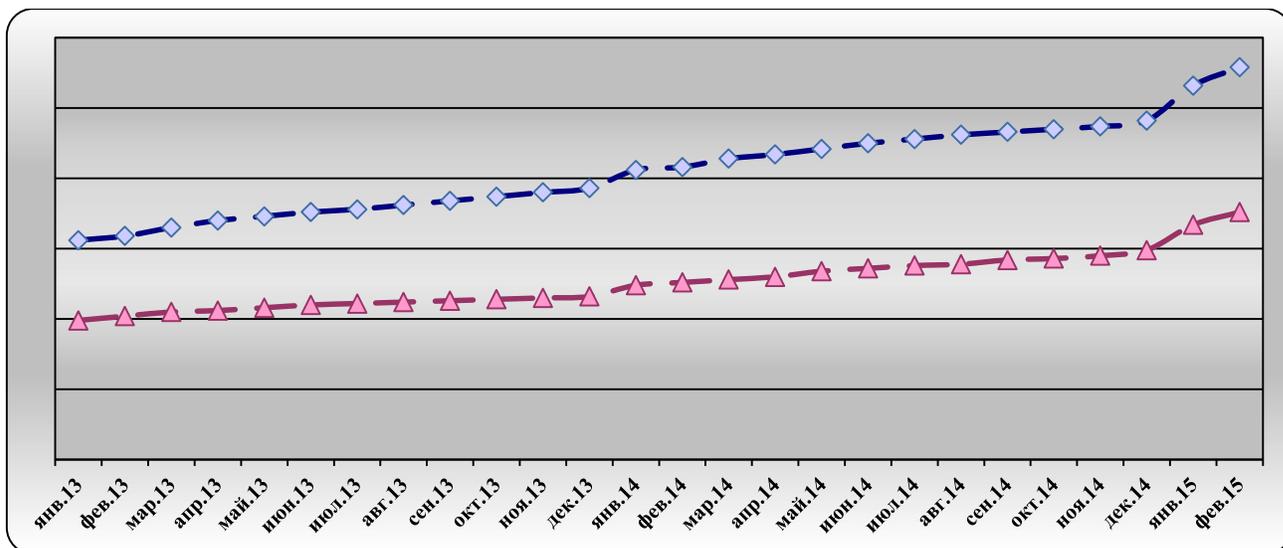
По данным экспертов рынка, опрошенных ***, около *** % российского вина приходится на низкий сегмент до 150 рублей за бутылку. *** % рынка занимают вина среднего сегмента и лишь *** % приходится на продукцию премиум сегмента.

Эксперты агентства *** следующим образом оценивают доли сегментов на рынке вина: *** % российского вина приходится на низкий сегмент до 150 рублей, *** % вина ценовой категории до 300 рублей, *** % вина высокого ценового сегмента (до 500 рублей) и *** % рынка приходится на самые премиальные вина

Цены на вино растут. Средняя стоимость 1л виноградного столового вина в феврале 2015г. составила *** руб., что на *** % выше, чем за аналогичный период прошлого года. Стоимость крепленого вина за год увеличилась на *** % до *** руб./л



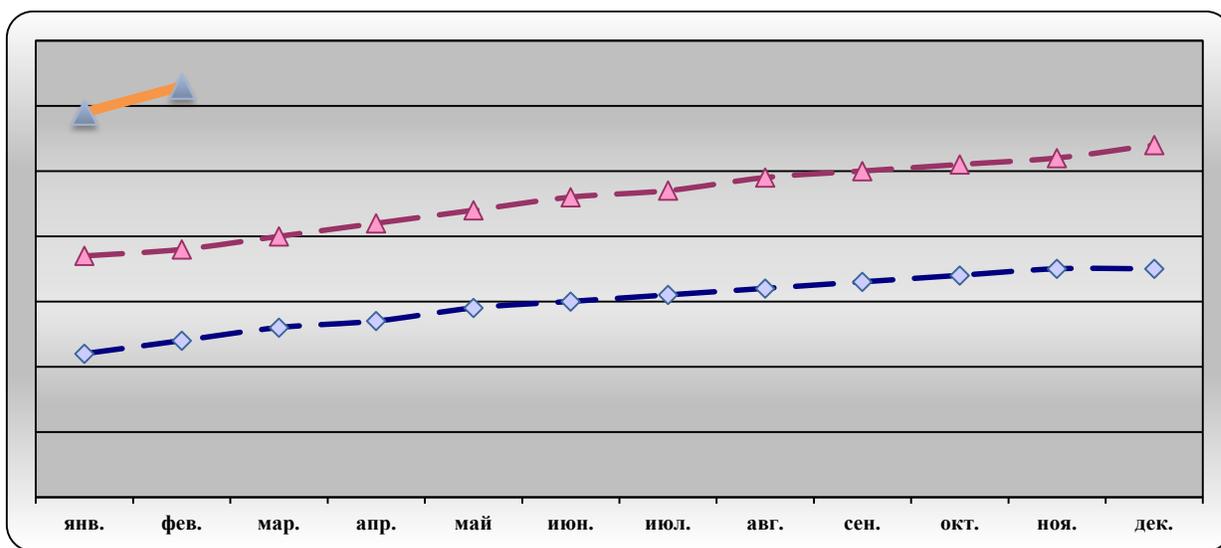
Диаграмма 13. Средняя цена на столовые и крепленые вина в 2013-2015г.г., руб./л



Источник: ***, 2015г.

Что касается игристых вин, то в феврале 2015г. средняя стоимость литра отечественного игристого вина увеличилась на *** % до *** руб. (в февраль 2014г. –*** руб.).

Диаграмма 14. Средняя цена на отечественное игристое вино в 2013-2015г.г., руб./л



Источник: ***, 2015г.

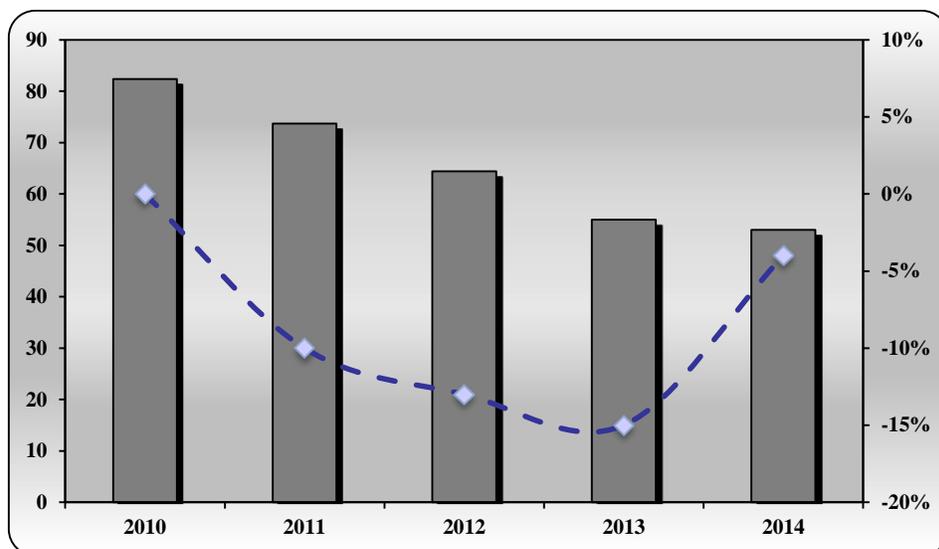


3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ВИНА

3.1. Объем производства

Последние несколько лет производство вина в России сокращается, так по данным *** в 2012г. в России было произведено *** млн. дал. вина, что на *** % меньше, чем в 2011г. За 2013г. выпуск вина сократился на *** % до *** млн. дал. В 2014г. производство вина продолжило сокращение, однако темпы снижения составили всего *** %. В 2014 году было произведено *** млн. дал. вина.

Диаграмма 16. Динамика производства вина в РФ за 2010-2014г.г., млн. дал

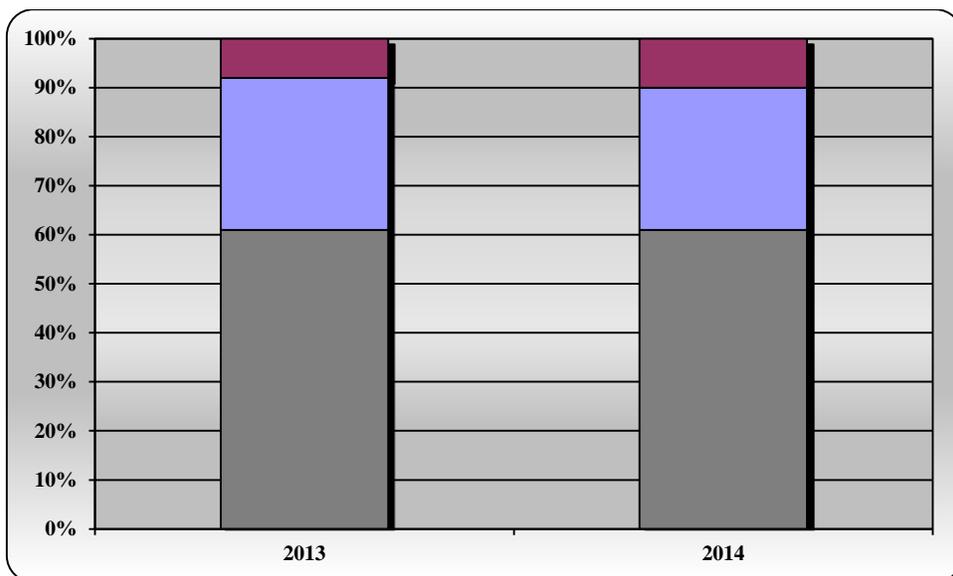


Источник: ***, 2015г.

В структуре производства вина наибольшую долю занимают столовые виноградные вина – *** %. Далее следуют игристые вина – *** % и плодовые – *** %. По сравнению с 2013г. в 2014 не наблюдается серьезных изменений. Незначительно уменьшилась доля игристых вин, а доля плодовых увеличилась на *** %, в то время как доля столовых вин осталась прежней.

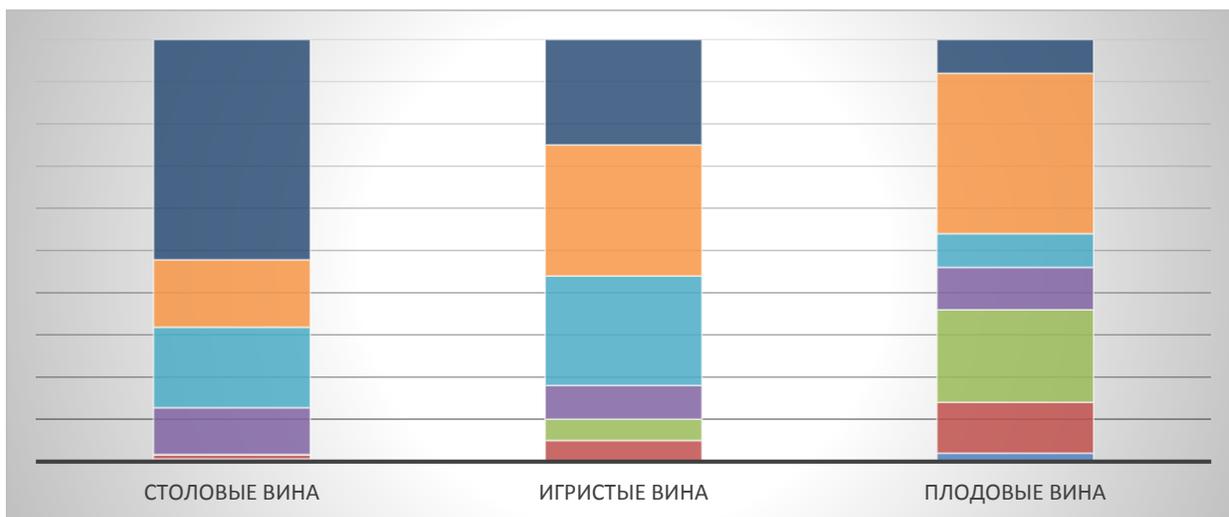


Диаграмма 17. Структура производства вина в РФ (по видам вина) за 2014г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2015г.

Диаграмма 19. География производства вин (по видам) в РФ за 2014г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2015г.

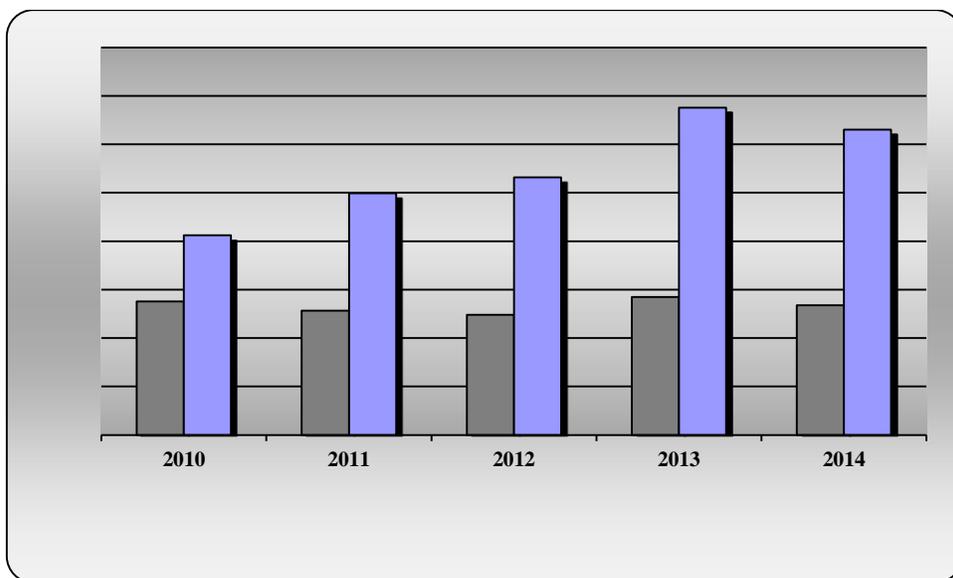


3.2. Объем импорта и экспорта

Импорт

По данным ***, в 2014г. в Россию было ввезено *** млн. литров натурального вина и винного суслу на сумму в *** млн. долларов. Кризисные явления в экономике негативно отразились на внешнеторговых операциях РФ. В 2014 году объем импорта упал по сравнению с 2013 на *** % в натуральном выражении и на *** % в стоимостном выражении. В последние годы сохраняется тенденция ввоза в Россию более дорогих видов продукции.

Диаграмма 20. Динамика импорта вина и винного суслу за 2010-2014г.г.

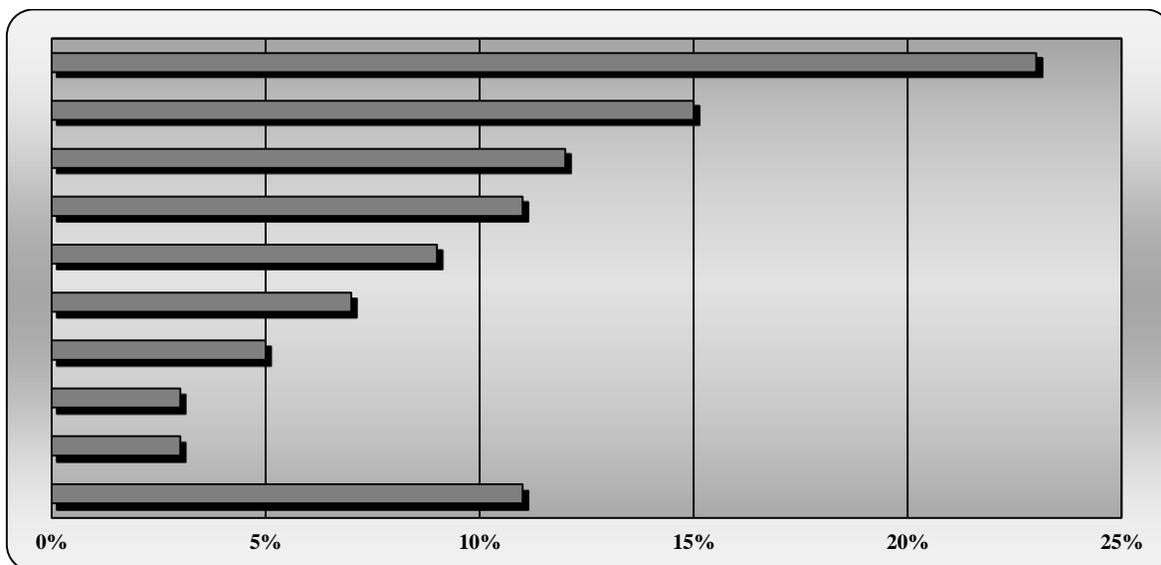


Источник: ***, 2015г.



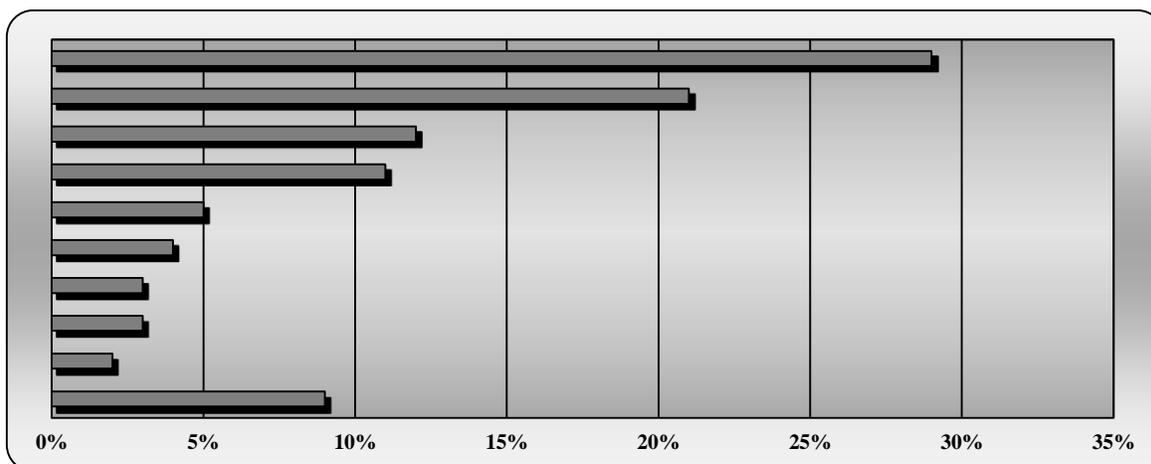
Что касается стран-поставщиков, то бóльшая часть винной продукции ввозится в Россию из Испании, Италии, Молдовы и Франции.

Диаграмма 23. Крупнейшие страны-поставщики винной продукции в 2014г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2015г.

Диаграмма 24. Крупнейшие страны-поставщики винной продукции в 2014г., % (в стоимостном выражении)



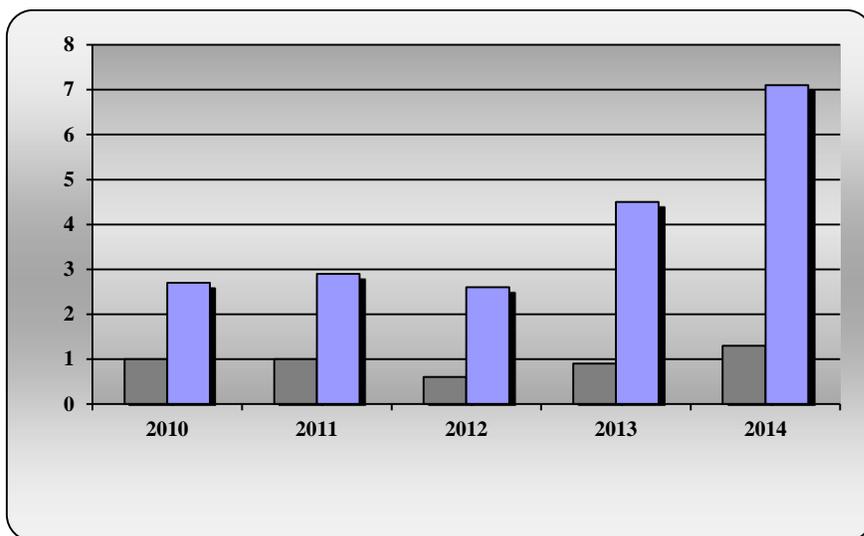
Источник: ***, 2015г.



Экспорт

По данным таможенной статистики, в 2014г. Россия поставила в другие страны *** млн. литров вина на сумму в *** млн. долларов. Несмотря, на неблагоприятную внешнеполитическую обстановку и введенные по отношению к РФ санкции, объем экспорта вина вырос - в натуральном выражении на *** %, а в стоимостном выражении на *** %.

Диаграмма 25. Динамика экспорта вина и винного сусла за 2010-2014г.г.

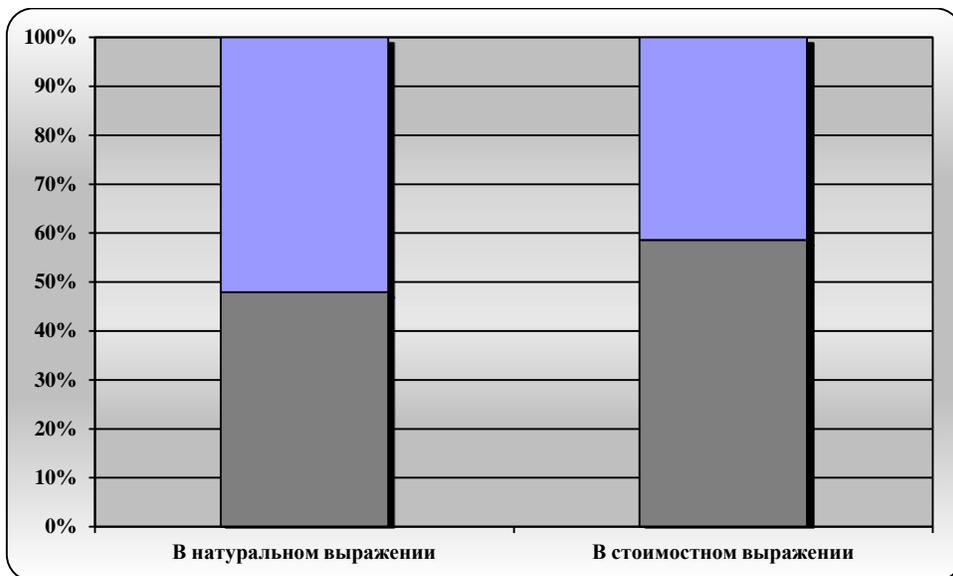


Источник: ***, 2015г.

В отличие от импорта, в структуре экспорта винной продукции значительный объем поставок в натуральном выражении приходится на игристые вина – *** %, в то время как экспорт натуральных вин в денежном выражении преобладает над экспортом игристых вин. Также необходимо отметить, что Россия не поставляет в другие страны винное сусло.



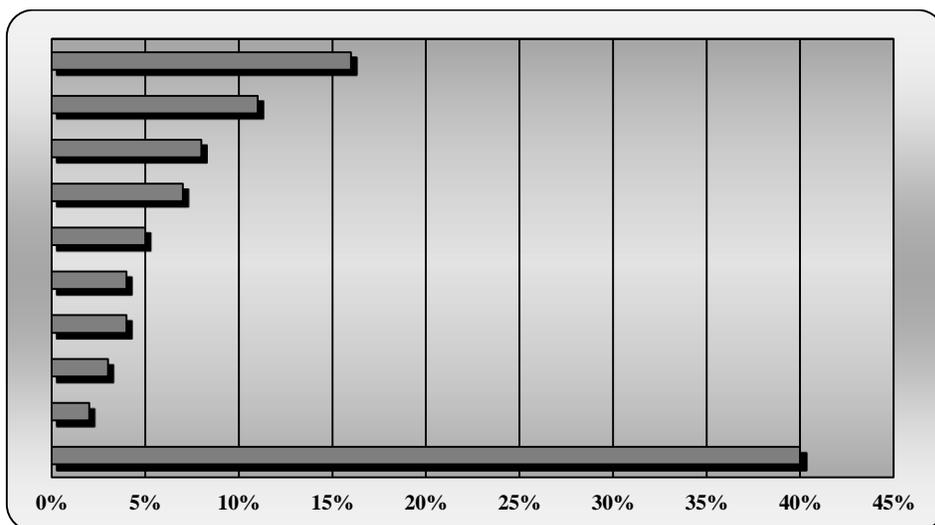
Диаграмма 27. Структура экспорта вина в РФ по странам за 2014г., %



Источник: ***, 2015г.

В качестве основных покупателей отечественной винной продукции в натуральном выражении выступают Китай и Грузия, на долю которых приходится ***% и ***% экспорта. Далее следуют: Израиль (***%), Латвия (***%), и другие.

Диаграмма 28. Крупнейшие покупатели отечественного вина за 2014 г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2015г.



Как было отмечено ранее, объем экспорта отечественных вин в 2014 году вырос на *** % в натуральном и на *** % в стоимостном выражении. Рассмотрим, как эти показатели изменялись по ведущим странам-покупателям отечественного вина.

Таблица 1. Структура экспорта винной продукции по странам покупателям за 2013-2014г.г.

№	Страна	Литров		Темпы роста, %	Долларов США		Темпы роста, %
		2013	2014		2013	2014	
1	Китай						
2	Грузия						
3	Израиль						
4	Латвия						
5	Египет						
6	Туркменистан						
7	США						
8	Молдова						
9	Вьетнам						
10	Другие						
	Всего						

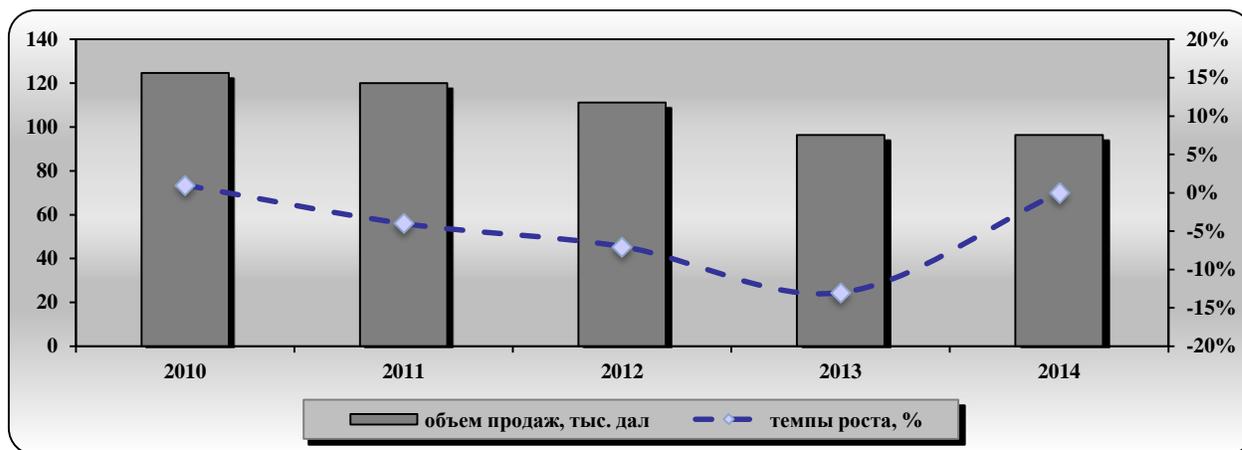
Источник: ***, 2015г.



3.3. Объем и темпы роста Рынка

В 2014г. отмечается повторение показателей продаж предыдущего периода, таким образом снижение объема продаж, продолжавшееся с 2010г., в этом году остановилось. Объем продаж составил *** тыс. декалитров, так же как в 2013.

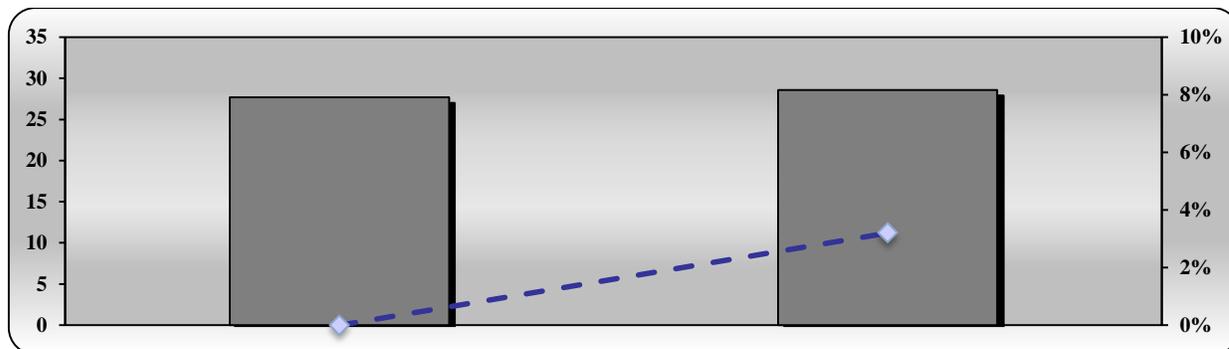
Диаграмма 30. Динамика продаж вина населению за 2010-2014г.г., тыс. дал



Источник: ***, 2015г.

По итогам 2014г. продажи игристых вин выросли по сравнению с 2013 на *** % и составили *** тыс. дал.

Диаграмма 31. Динамика розничных продаж игристых вин в РФ в 2013-2014г., тыс. дал

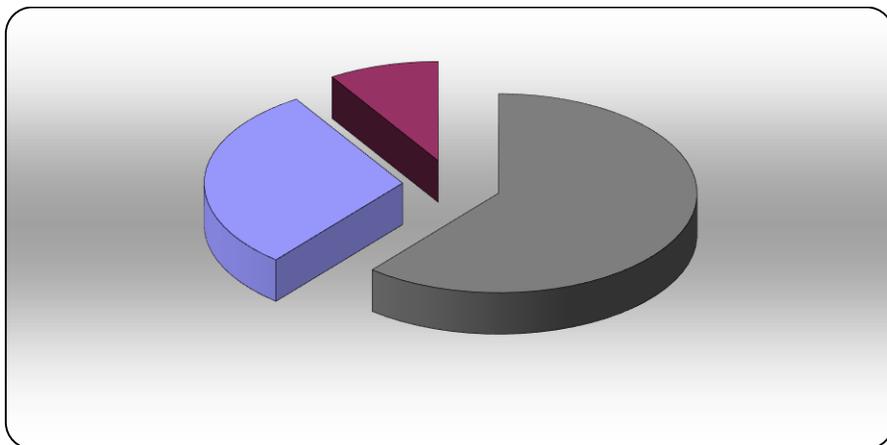


Источник: ***, 2015г.



Более половины розничных продаж вина приходятся на в столовые вина (**%). Далее следуют игристые вина (**%) и плодовые вина (**%).

Диаграмма 32. Структура розничных продаж вина в РФ (по видам) в 2014г., % (в натуральном выражении)



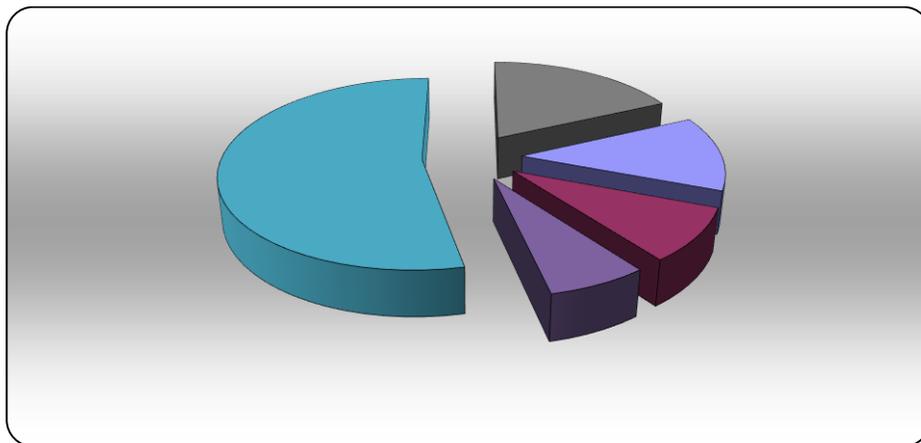
Источник: **, 2015г.



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ВИНА

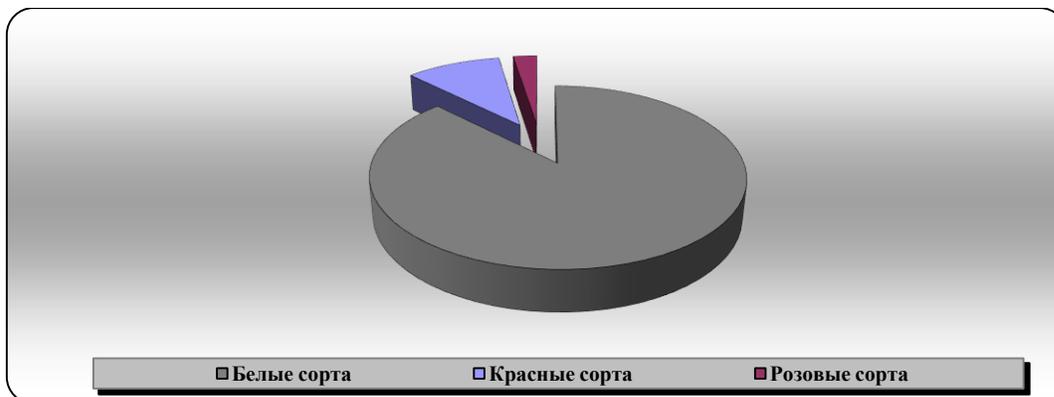
4.1. Сегментация игроков Рынка

Диаграмма 35. Крупнейшие производители игристых вин в РФ в 2014 г., %
(в натуральном выражении)



Источник: ***, 2014

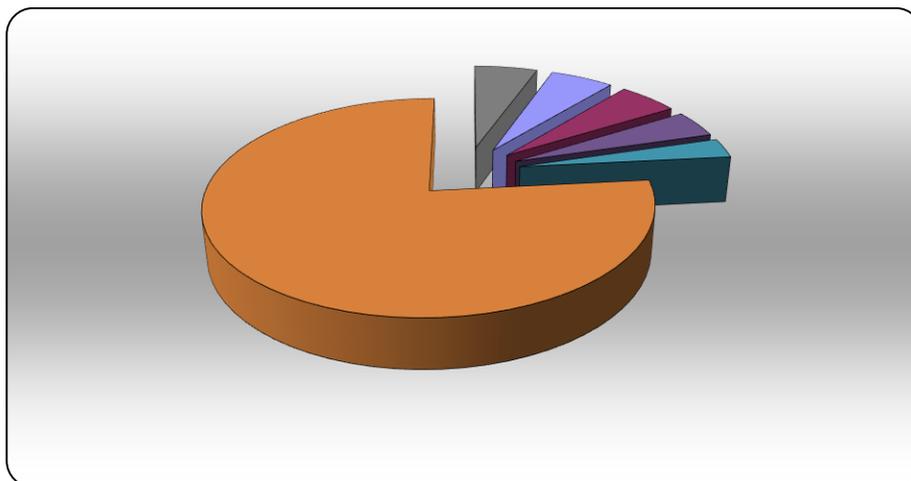
Диаграмма 36. Объемы продаж по ассортименту шампанских вин



Источник: ***, 2014



Диаграмма 37. Крупнейшие производители столовых вин в РФ за 2014г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2014г.

Присоединение Крыма существенно влияет на рынок РФ. Виноделие является одним из основных производств в Крыму.

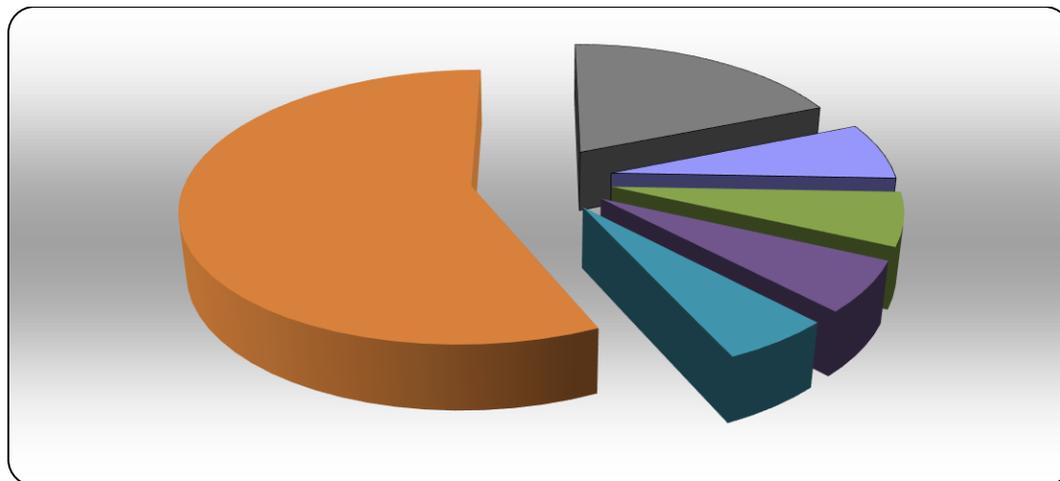
На территории Крыма действует несколько крупнейших производителей вина и шампанских вин:

- Винзавод «Массандра»
- ***
- ***
- ***

В связи с переходным периодом на некоторых предприятиях Крыма временно было приостановлено производство, поэтому объективно оценить объемы производства за 2014 год сложно. Для понимания распределения долей рынка на винном производстве Крыма рассмотрим данные за 2013 год.



Диаграмма 38. Крупнейшие производители столового вина на территории Крыма за 2013 г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2014г.

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Таблица 4. Сравнительные характеристики игроков Рынка

Название компании	Дата основания	Ассортимент	Портфель брендов	География	Показатели деятельности	Сильные стороны	Планы развития
Игристые и шампанские вина							
«Игристые вина» (Санкт-Петербург)							
Столовые вина							
«Фанагория»							

Источник: ***, 2014

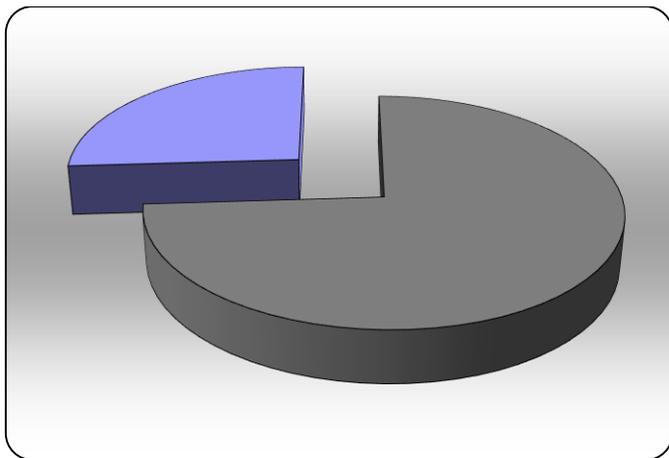


5. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ВИНА

5.1. Описание потребителей на Рынке

Рынок представлен физическими лицами, которые являются основными потребителями виной продукции. По данным «Госкомстата» численность населения России по состоянию на 1 января 2015 года составила *** млн. человек, из которых *** млн. проживает в городе.

Диаграмма 39. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2015г., %



Источник: ***, 2015г.

Имея данные о численности населения, а также о структуре рынка кондитерских изделий, полученные ранее, можно рассчитать уровень потребления по каждому из сегментов рынка.



**Таблица 5. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов,
%**

Уровень доходов, руб.	2012г.				2013г.			
	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год
до 5000,0								
5000,1 - 7000,0								
7000,1 - 10000,0								
10000,1 - 14000,0								
14000,1 - 19000,0								
19000,1 - 27000,0								
27000,1 - 45000,0								
свыше 45000,0								

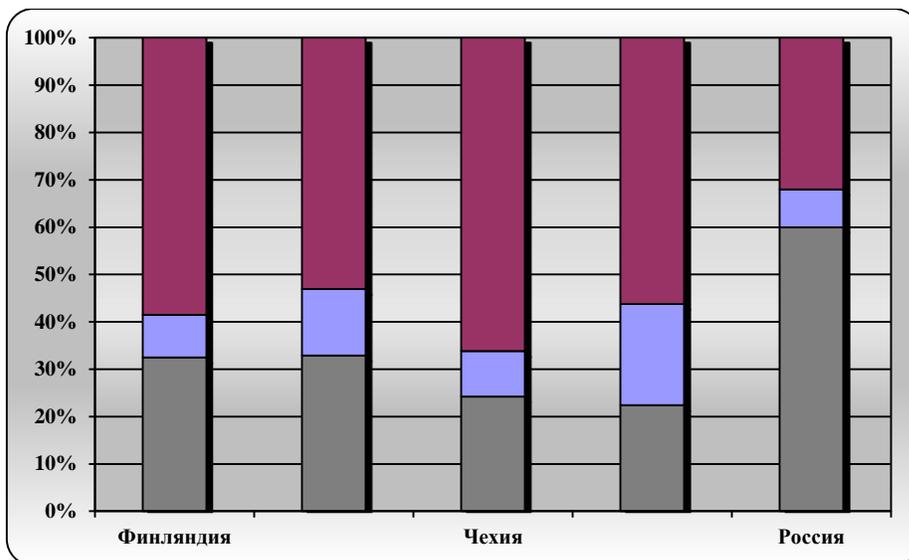
Источник: ***, 2014г.

Таким образом, наибольшая доля населения приходится на людей с уровнем дохода *** тыс. рублей и *** тыс. рублей в месяц. Именно эта категория является основной в приобретении виной продукции. Отметим положительную тенденцию в распределении доходов населения, так если в I квартале 2013г. число людей с доходом свыше 45 тыс. рублей составляло ***, то уже по итогам года их число увеличилось до ** %.

Согласно оценкам экспертов компании «Финам Менеджмент» в среднем человек в России за 2014 год потреблял *** литров вина. Следует отметить, что это в *** раз ниже уровня потребления европейских стран. Так, например, по данным исследования California Wine Institute больше всего вина в мире употребляется в Ватикане (*** л на душу населения). В Италии данный показатель составляет *** литров.



Диаграмма 40. Структура потребления крепких спиртных напитков, вина и пива по странам Европы, в пересчете на чистый спирт в год на душу населения



Источник: ***

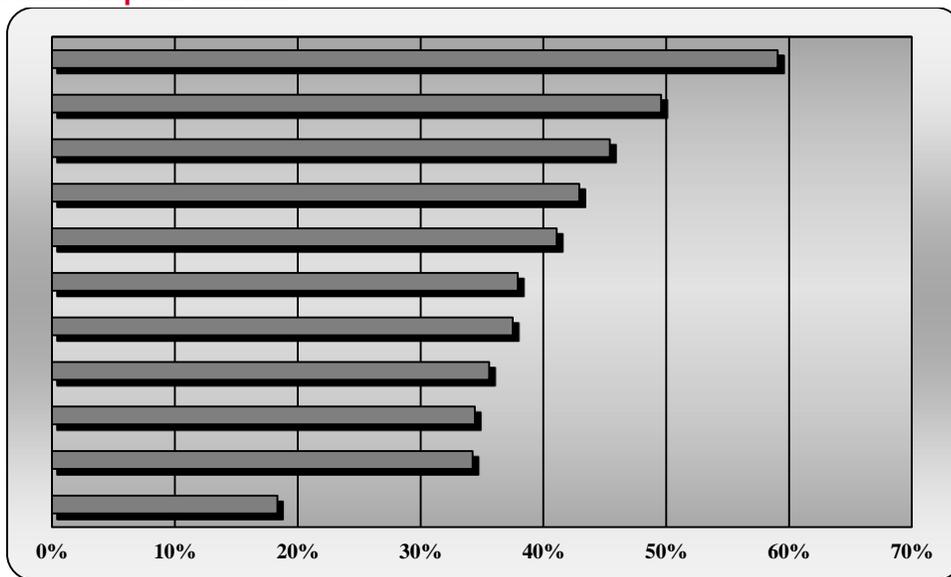
5.2. Потребительские предпочтения на Рынке

По данным ***, большинство россиян отдают предпочтение столовым винам перед сухими винами, которые популярны в Европе и Америке. Наибольшей популярностью пользуется красное полусладкое вино – *** %.



По результатам был составлен рейтинг известности отечественных торговых марок вина.

Диаграмма 44. Известность торговых марок российских вин, % респондентов от общего числа опрошенных



Источник: ***, 2014

Лидирующие позиции в сознании потребителей вина занимают ТМ «Монастырская Изба» и «Монастырская Трапеза». Эти ТМ знают *** % и *** % респондентов соответственно.

Рейтинг известности по регионам исследования можно посмотреть здесь.



6. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

6.1. STEEPLE-анализ рынка

STEEPLE-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления социальных (Social), технологических (Technological), экономических (Economic), экологических (Ecology), политических (Political), правовых (legal), и этических (Ethic) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок.

Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Рынок вина в России демонстрирует постепенный рост, что напрямую свидетельствует о повышении интереса отечественных потребителей к этому продукту. Российские покупатели становятся более образованными в вопросах винной культуры и более требовательными к качеству напитков. (+)• ...• ...
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Экономические ограничения в стране, как следствие напряженной политической обстановки в мире, дают импульс развитию внутреннего производства, уменьшению доли импорта в общем объеме рынка (+)• ...• ...• ...• ...
E	Факторы окружающей среды
	<ul style="list-style-type: none">• ...
P	Политические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...• ...



L	Правовые факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Отсутствие проработанной законодательной базы, в частности, отсутствие закона о вине и виноградарстве, тормозит развитие отрасли в целом и создает предпосылки появления на Рынке продукции низкого качества. (-)• ...
E	Этические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...

Источник: «Маркет Аналитика»

6.2. Перспективы развития рынка

Эксперты прогнозируют и дальнейший рост продаж вин в России в 2015-2019 гг.

По оценкам ***, в 2015-2019 гг. среднегодовой рост спроса относительно предыдущего года составит *** %. В 2015 г ожидается резкое увеличение объемов спроса на *** % за счет увеличения покупателей и производства в связи с присоединением Крыма. После 2015 г. спрос на вина в России будет расти небольшими темпами. В 2019 г ожидается объёма спроса в *** млн л. Рост спроса будет происходить, в первую очередь, за счёт увеличения внутренних продаж.