



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, июнь 2016



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

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

Рынок промышленных виноматериалов

Рынок винной укупорки

- 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

Импорт

Экспорт

- 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



«Игристые вина»

«Дербентский завод игристых вин»

«Абрау-Дюрсо»

«Московский комбинат шампанских вин»

ОАО АПФ «Фанагория»

РПК «Славянский»

«Минераловодский завод виноградных вин» (ГК «АЛВИСА»)

ООО «Союз-вино»

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. STEEPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

7.4. Перспективы развития рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Структура продаж вина по субъектам РФ в 2015г., тыс. дал.

Приложение 2. Рейтинг известности торговых марок отечественных вин по регионам в 2014 году, % респондентов



ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

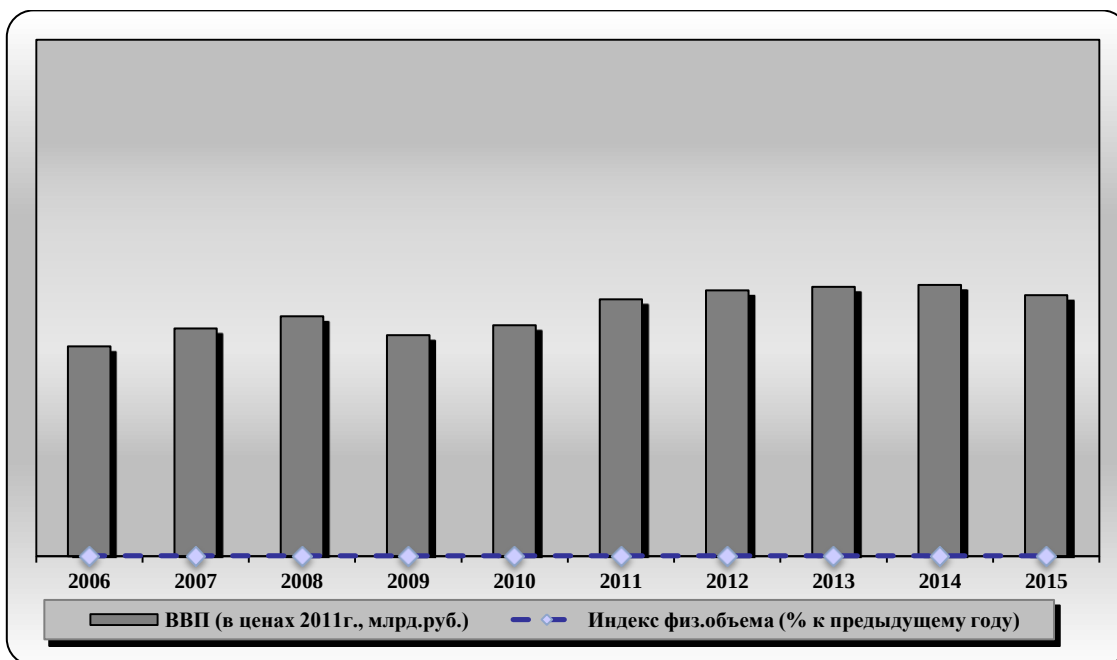
....

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2015г. составил в текущих ценах *** млрд. руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2014г. составил ***%. Индекс-дефлятор ВВП за 2015г. по отношению к ценам 2014г. составил ***%.

....

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2006-2015гг., в ценах *, млрд. руб.**



Источник: ***, 2016г.

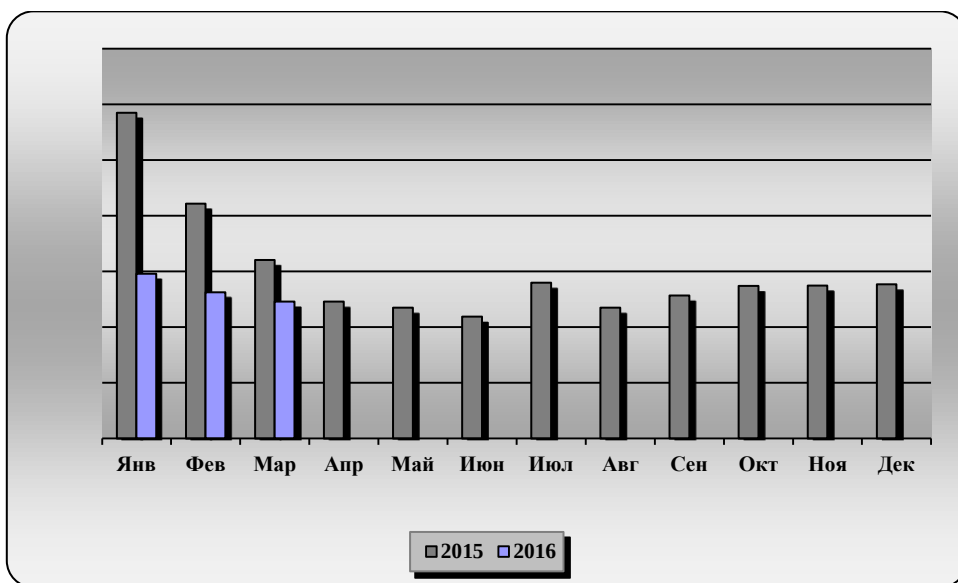
Уровень инфляции

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 (***%)....

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%.



Диаграмма. Индекс потребительских цен, в 2015-2016г.г., % к предыдущему месяцу



Источник: ***, 2016 г.

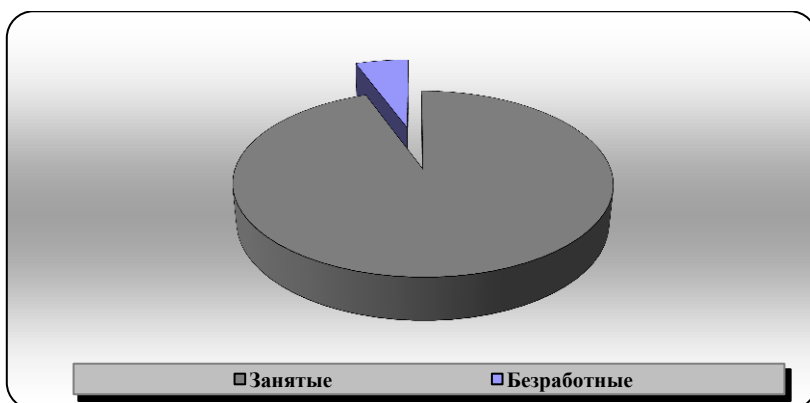
Уровень занятости

По итогам регулярного выборочного обследования населения по проблемам занятости, проводимого Росстатом, в 2015 году численность экономически активного населения в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) составила *** млн. чел., или ***% 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).



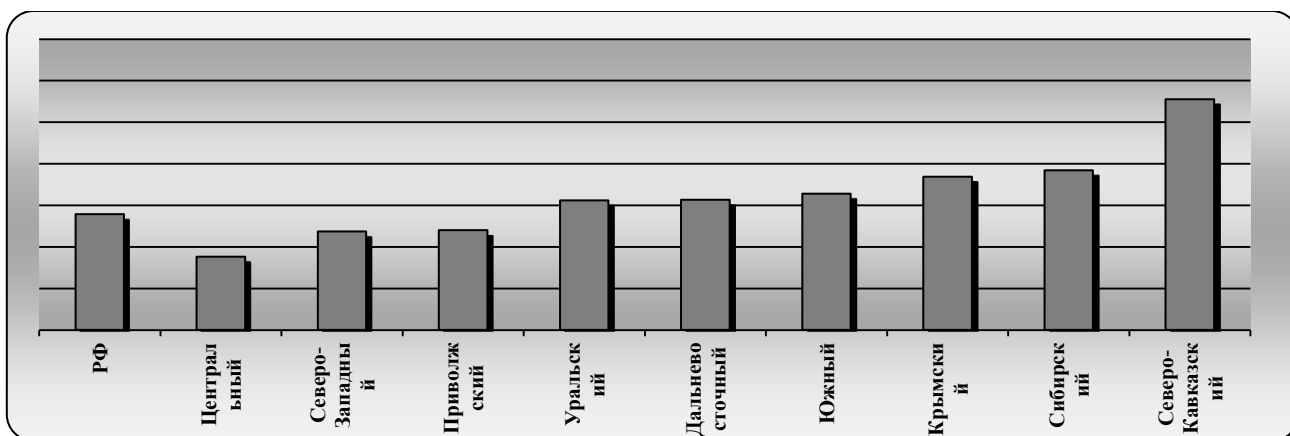
Диаграмма. Уровень занятости в 2015г., %



Источник: ***, 2016г.

....

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



Источник: ***, 2016 г.

1.1. Российский рынок алкогольной продукции

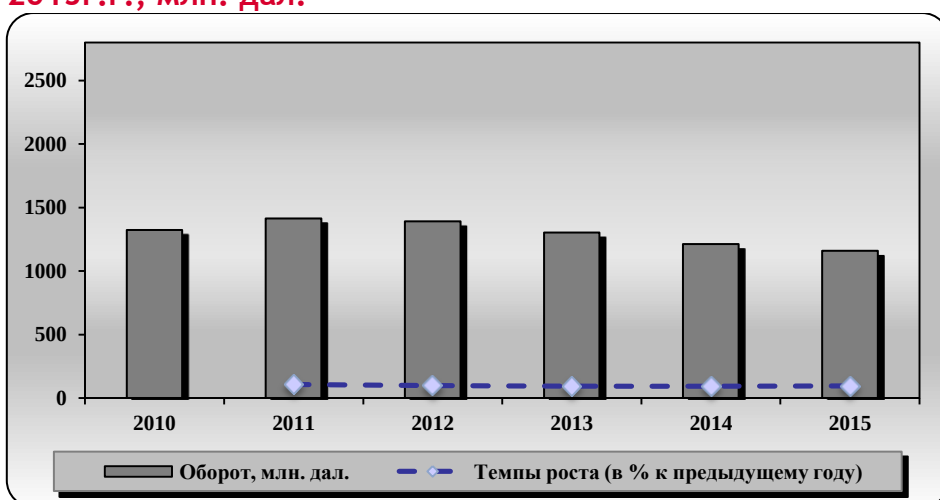
По данным ***, в 2015г. оборот розничной торговли алкоголем в натуральном выражении составил – *** млн. декалитров, что на ***% меньше, чем в 2014 г. В данном случае под понятием «алкоголь» подразумеваются:

- Водка



- Ликероводочные изделия
- Вино
- Вина шампанские и игристые
- Виски
- Коньяки
- Пиво
- Слабоалкогольные напитки

Диаграмма. Динамика продаж алкогольных напитков и пива населению в 2010-2015г.г., млн. дал.

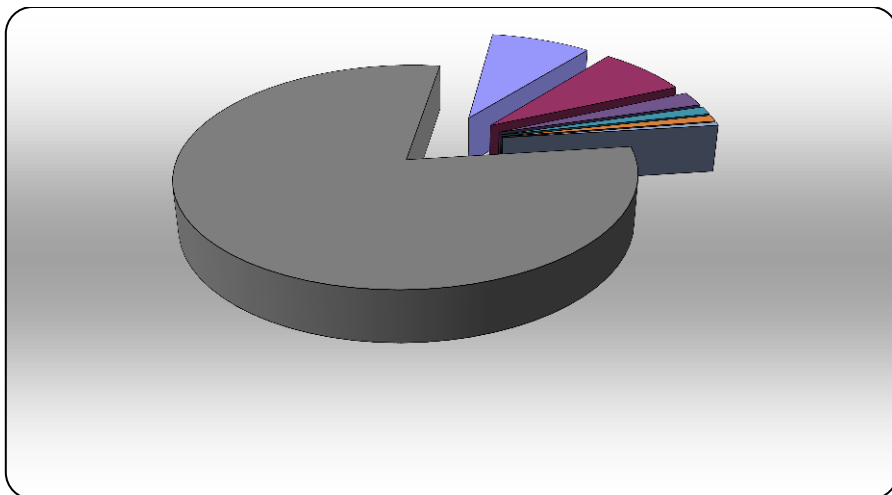


Источник: ***, 2016 г.

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



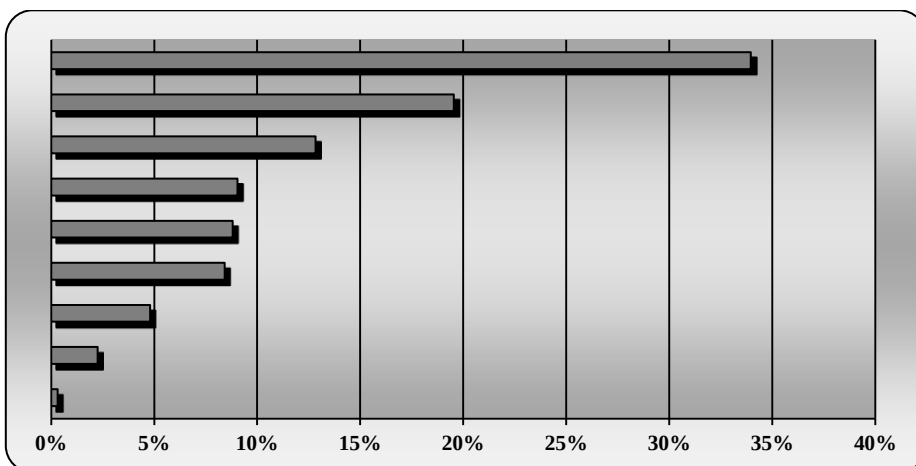
Диаграмма. Структура продажи алкогольных напитков и пива в 2015г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2016 г.

Все категории алкогольных напитков показали отрицательную динамику в 2015г. Сокращение объемов продаж составило в среднем 4,4% к предыдущему году для всей категории алкоголя. Наиболее стабильными были пиво и вино (сокращение к предыдущему году 3,7% и 3,2%, соответственно). Наиболее сильно из крупных категорий сократились продажи водки и ЛВИ (***% к предыдущему году).

Диаграмма. Структура рынка алкогольных напитков и пива по регионам в натуральном выражении в 2015г., %



Источник: ***, 2016 г.

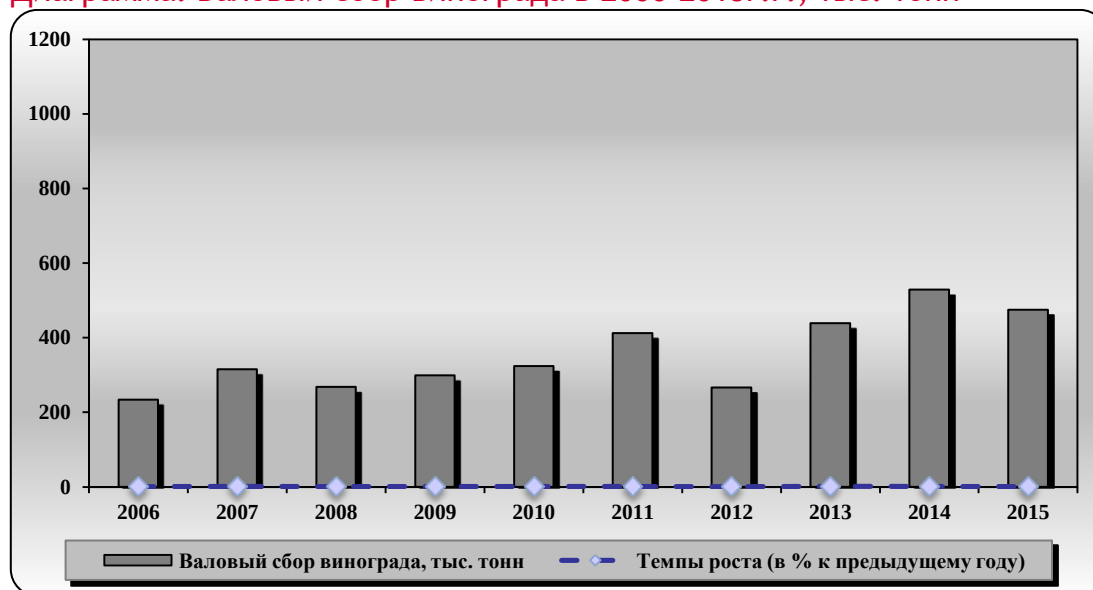


Наибольшая доля в объеме алкогольного рынка принадлежит Центральному федеральному округу – 34%. Также велика доля Приволжского и Сибирского федеральных округов – 20% и 13% соответственно.

1.2. Винодельческая отрасль в РФ

....

Диаграмма. Валовый сбор винограда в 2006-2015г.г., тыс. тонн



Источник: ***, 2016 г.

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

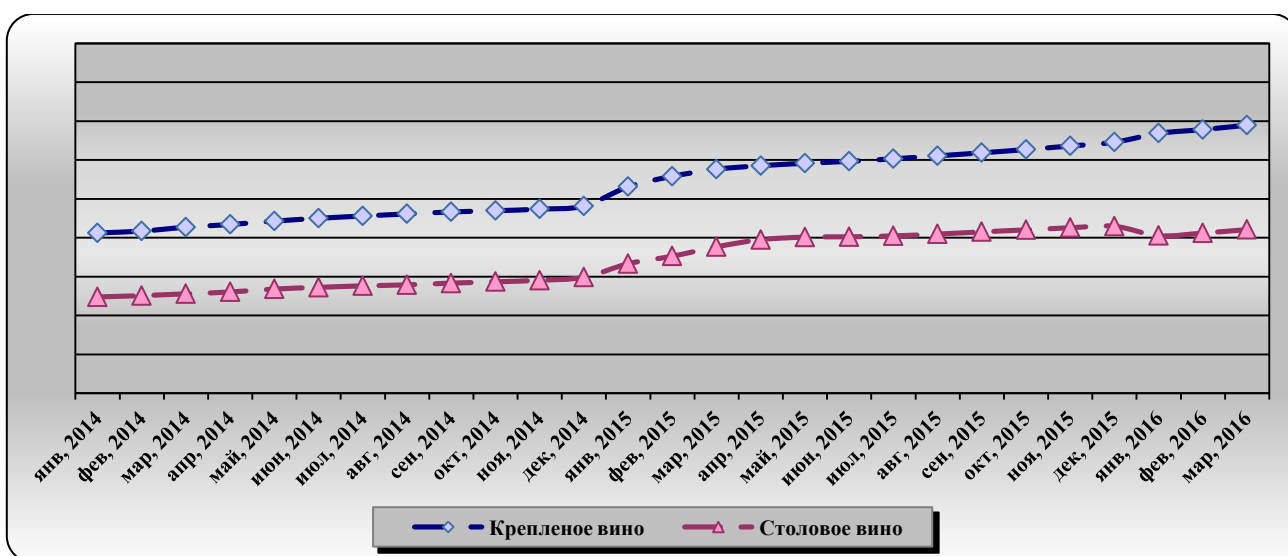


2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВИНА

2.1 Ценовая сегментация Рынка

....

Диаграмма. Средняя цена на столовые и крепленые вина в 2014-2016г.г., руб./л



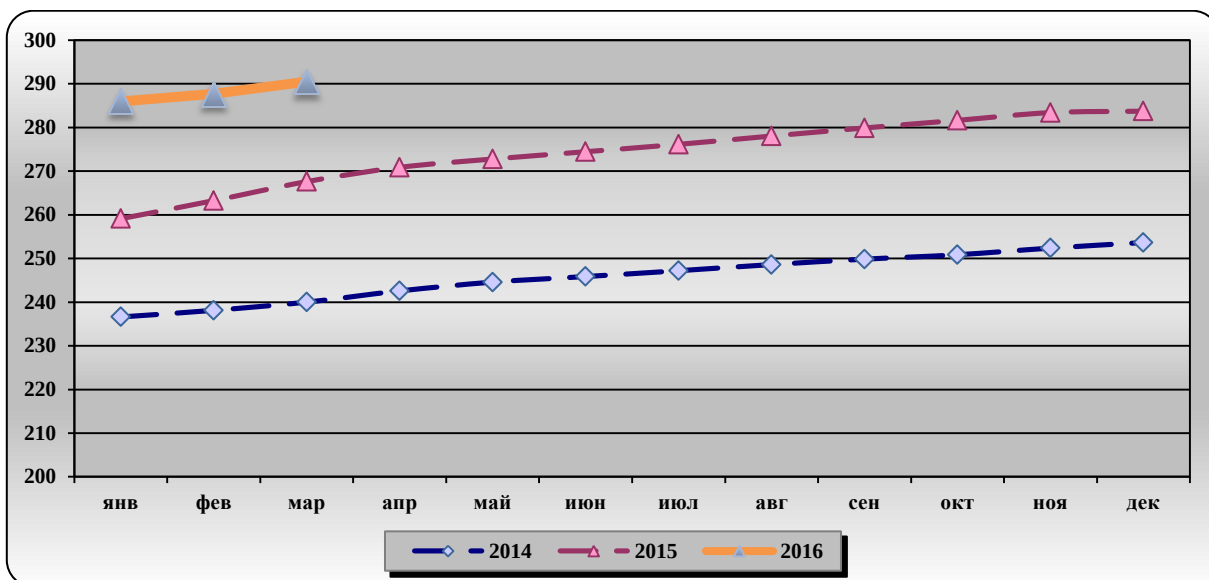
Источник: ***, 2016г.

Что касается игристых вин, то в марте 2016г. средняя стоимость литра отечественного игристого вина увеличилась на ***% до *** руб. (в марте 2015г. – *** руб.).

....



Диаграмма. Средняя цена на отечественное игристое вино в 2014-2016г.г.,
руб./л



Источник: ***, 2016г.

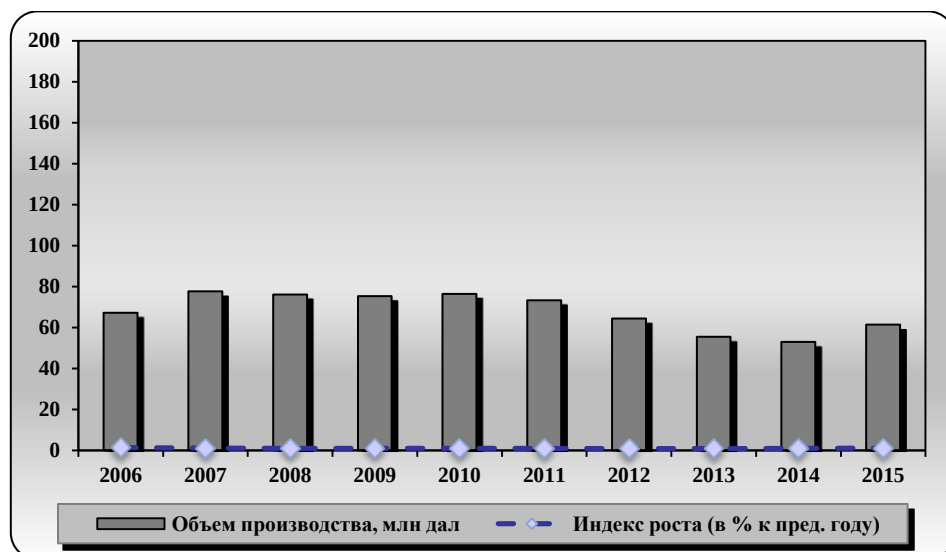


3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ВИНА

3.1 Объем производства

В 2010-х годах производство вина в России сокращалось на ****% в год. В 2015г. производство выросло на **%, что может быть связано как с присоединением Крыма к России, так и с высоким урожаем винограда *** года.

Диаграмма. Динамика производства вина в РФ за 2006-2015г.г., млн. дал

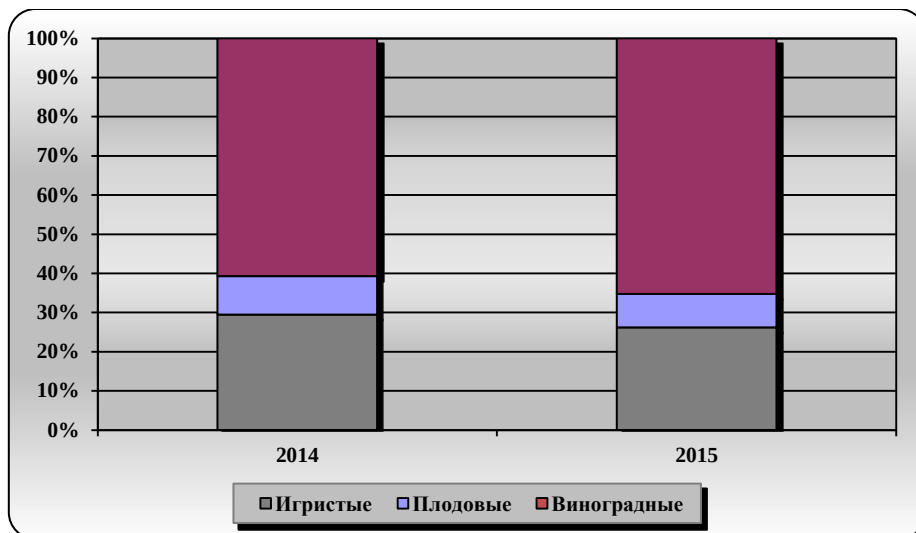


Источник: ***, 2016г.

В структуре производства вина наибольшую долю занимают столовые виноградные вина – ****%. Далее следуют игристые вина – ****% и плодовые – ****%. По сравнению с ***г. в *** не наблюдается серьезных изменений. Несколько уменьшилась доля игристых и плодовых вин, а доля тихих виноградных вин увеличилась на **%.

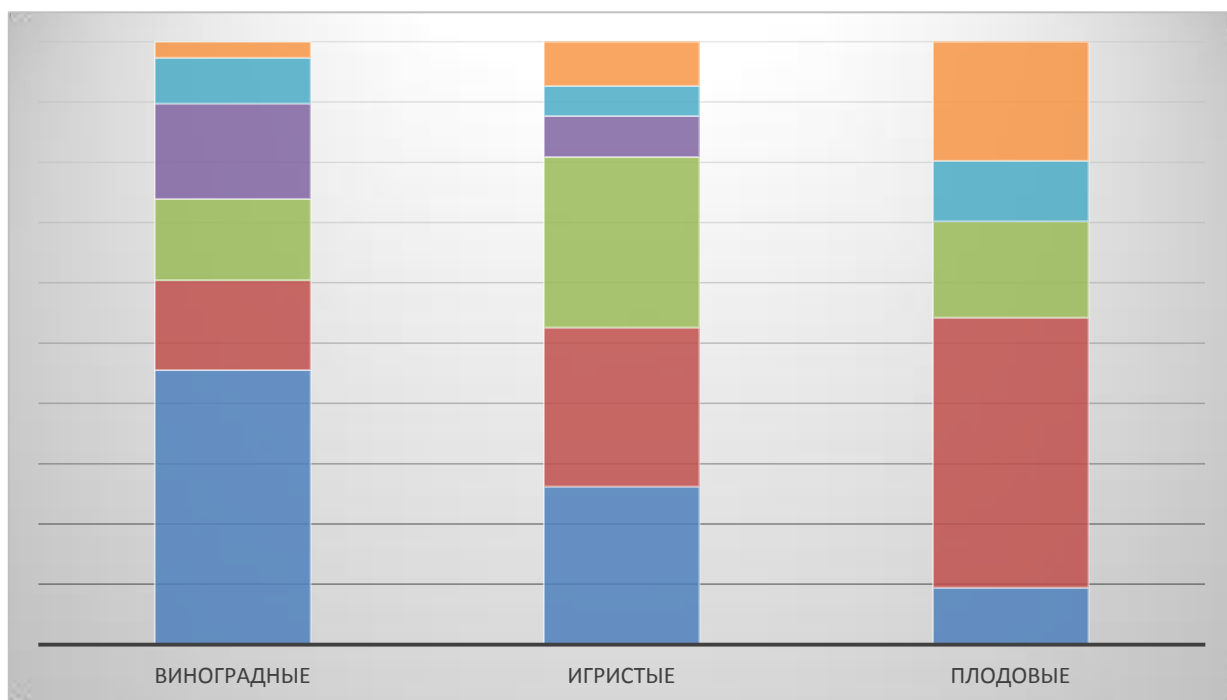


Диаграмма. Структура производства вина в РФ (по видам вина) за 2015г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2016г.

Диаграмма. География производства вин (по видам) в РФ за 2015г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2016г.



Виноградные тихие вина в основном производятся в Южном ФО (46%), игристые вина производятся в Северо-Западном ФО (26%), Северо-Кавказском ФО (28%) и Южном ФО (26%), в свою очередь крупнейшим производителем плодовых вин так же является Северо-Западный ФО (45%).

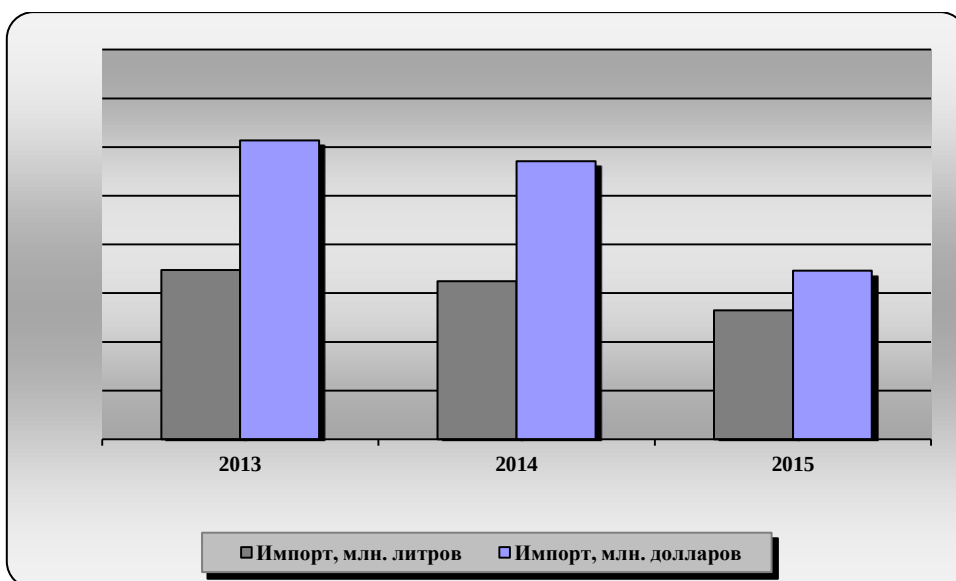
3.2 Объем импорта и экспорта

....

Импорт

Импорт вина и винного суслу в Россию сокращался за 2014-2015 годы как в стоимостном, так и в натуральном выражении. Наиболее заметно импорт сократился в ***г. в стоимостном выражении (на ***% от уровня *** г.). В этом году произошло заметное снижение средней цены ввозимой продукции – с *** долл./литр до *** долл./литр.

Диаграмма. Динамика импорта вина и винного суслу за 2013-2015г.г.



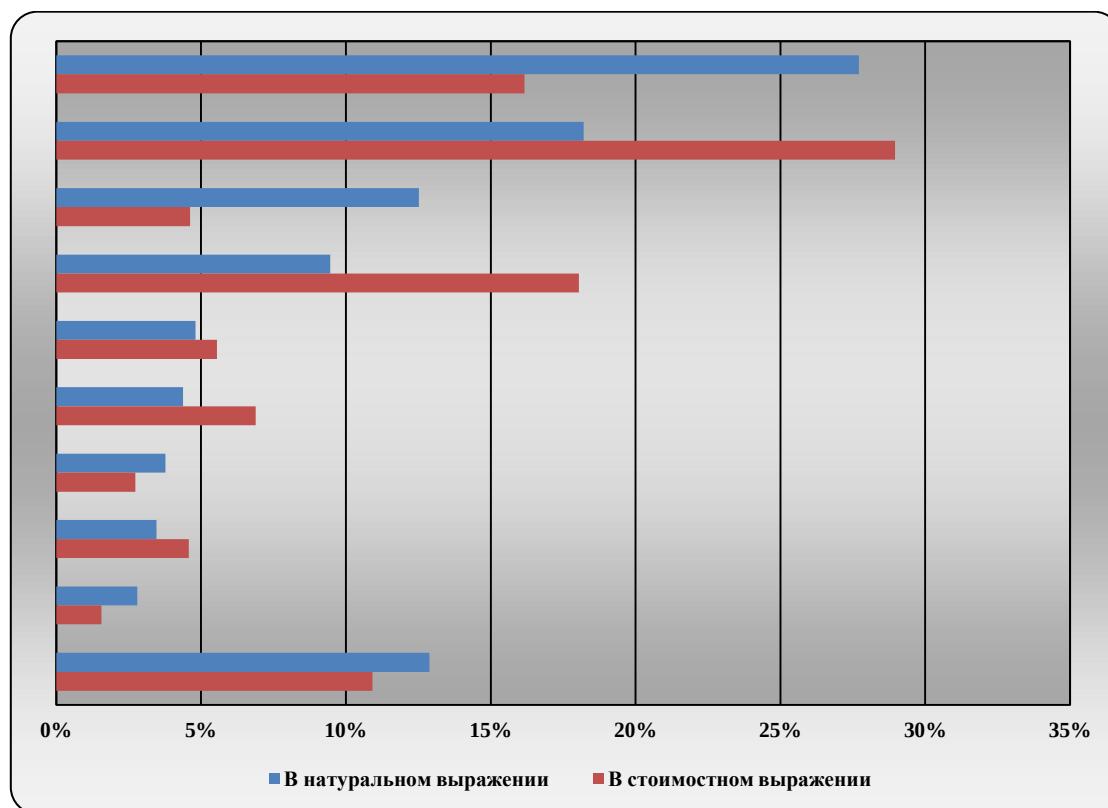
Источник: ***, 2016г.

Что касается стран-поставщиков, то бóльшая часть винной продукции ввозится в Россию из Западной Европы (Испания, Италия, Франция) как в натуральном выражении, так и в



стоимостном. Достаточно много вина ввозится из Украины в натуральном выражении, но по стоимости Украина существенно уступает европейским странам.

Диаграмма. Крупнейшие страны-поставщики винной продукции в 2015г., %



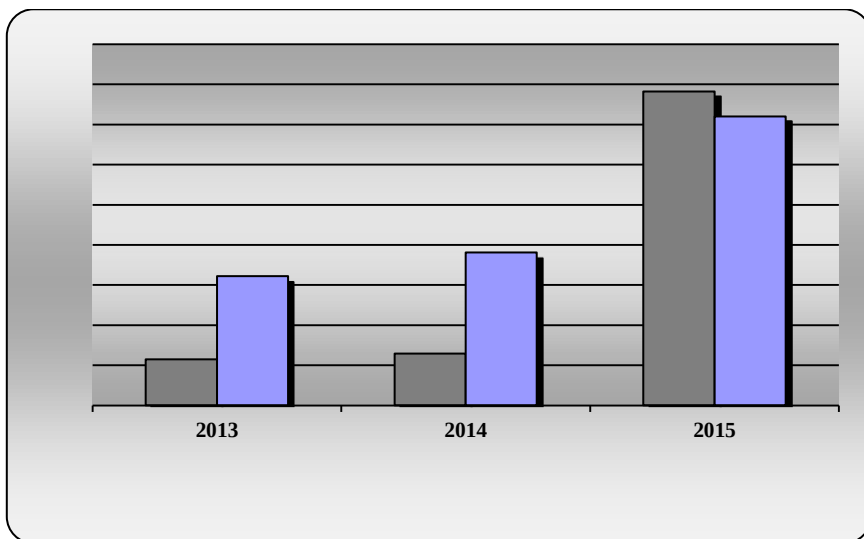
Источник: ***, 2016г.

Экспорт

По данным таможенной статистики, в ***г. 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 в *** раз, а в стоимостном выражении в *** раза.



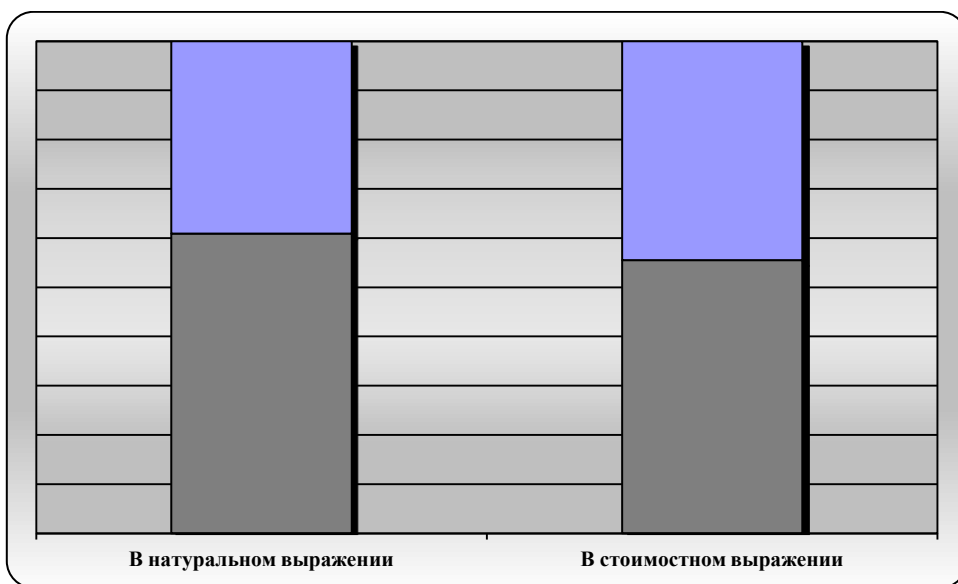
Диаграмма. Динамика экспорта вина и винного суслу за 2013-2015г.г.



Источник: ***, 2016г.

В отличие от импорта, в структуре экспорта винной продукции значительный объем поставок приходится на игристые вина – ***% в натуральном выражении и ***% в стоимостном выражении.

Диаграмма. Структура экспорта вина в РФ по странам за 2015г., %



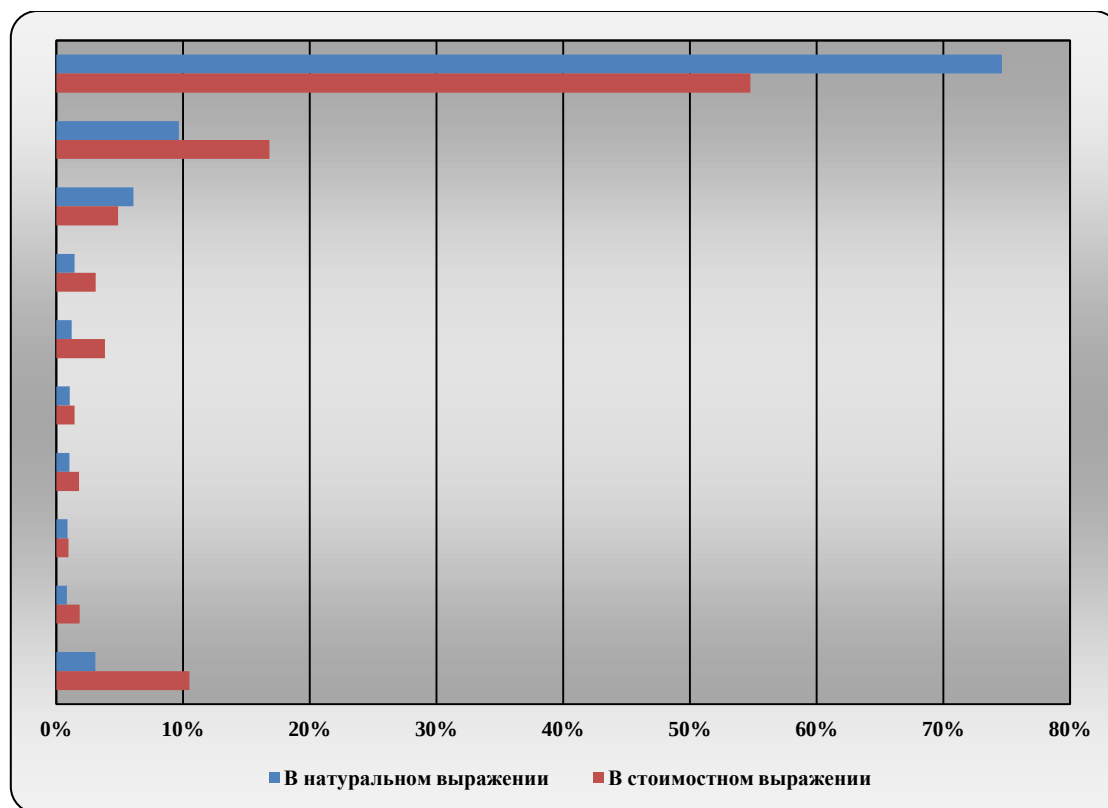
Источник: ***, 2016г.



Основным покупателем отечественной винной продукции в 2015 г. выступила ***, которая ранее не импортировала винную продукцию из России. Это в первую очередь связано с тем, что на *** ранее был налажен сбыт крымских вин. На Крымский Федеральный Округ приходится половина поставок на ***. Но также следует отметить, что и другие регионы России начали поставлять свою винную продукцию ***.

Помимо *** крупным покупателем российской винной продукции выступил ***. А также достаточно велики поставки в ***, не смотря на винодельческие традиции этой страны. Это может быть связано с тем, что *** производит тихие вина, а основной объем поставок приходится на игристые.

Диаграмма. Крупнейшие покупатели отечественного вина за 2015 г., %



Источник: ***, 2016г.



Таблица. Структура экспорта винной продукции по странам покупателям за 2013-2015г.г.

№	Страна	В натуральном выражении		В стоимостном выражении	
		Темпы роста 2013-2014, %	Темпы роста 2014-2015, %	Темпы роста 2013-2014, %	Темпы роста 2014-2015, %
1	***				
2	***				
3	***				
4	***				
5	***				
6	Армения				
7	Казахстан				
8	Киргизия				
9	Соединенные Штаты				
10	Другие				
	Всего				

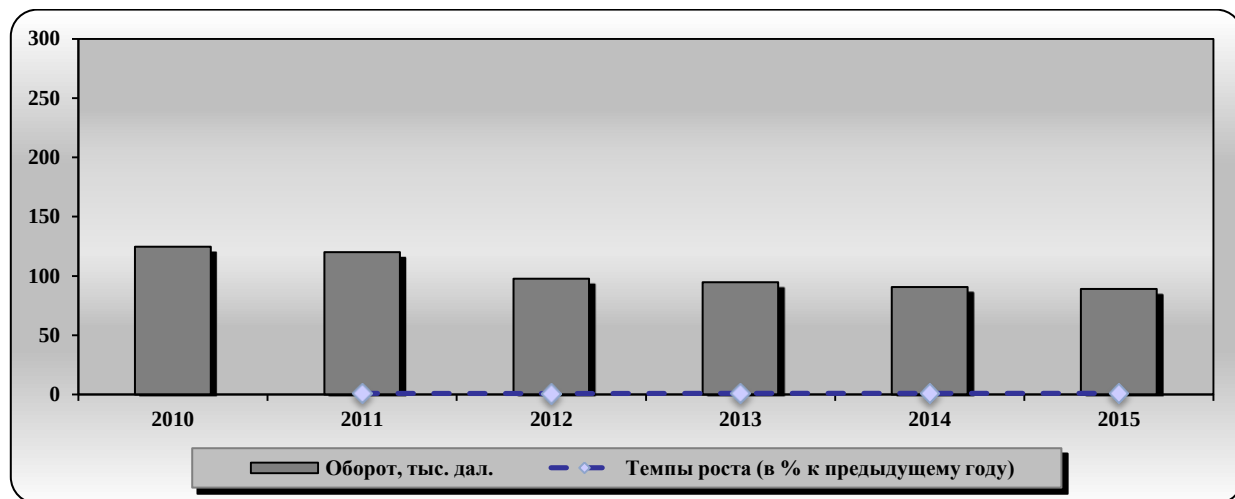
Источник: ***, 2016г.



3.3 Объем и темпы роста Рынка

В *** г. продолжилась тенденция плавного снижения объема розничных продаж вина в России, которая началась в *** г.

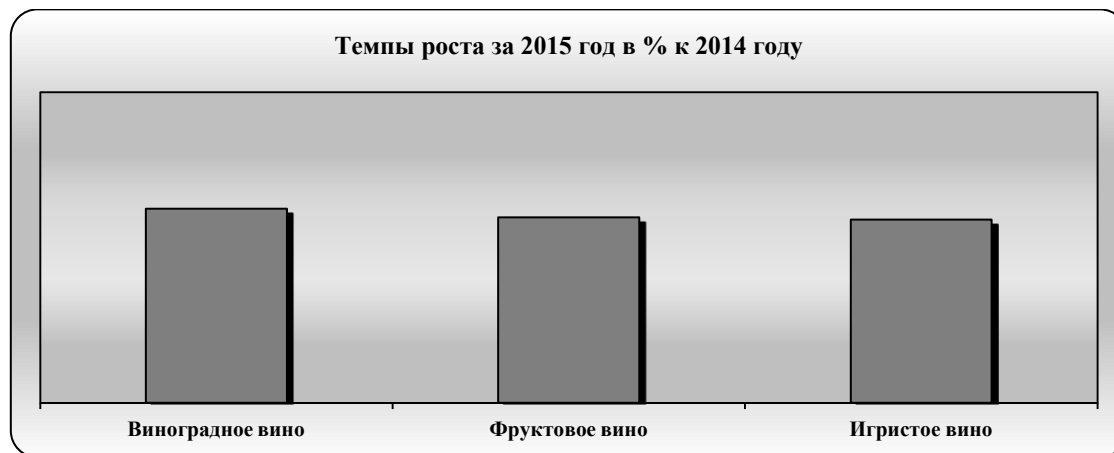
Диаграмма. Динамика продаж вина населению за 2010-2015г.г., млн. дал



Источник: ***, 2016г.

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

Диаграмма. Динамика розничных продаж вин в РФ в 2014-2015г. в %

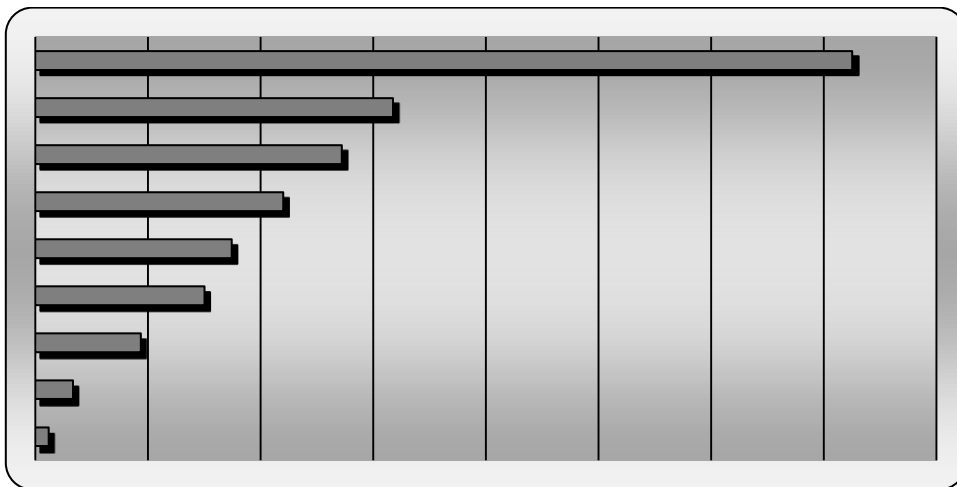


Источник: ***, 2015г.



Наибольшая доля в структуре рынка вина принадлежит *** округу – ***% в натуральном выражении. На втором и третьем местах по объему рынка следуют *** и *** округа, их доли составляют ***% и ***% соответственно.

Диаграмма. Продажа вина по субъектам РФ в 2015г., % (в натуральном выражении)



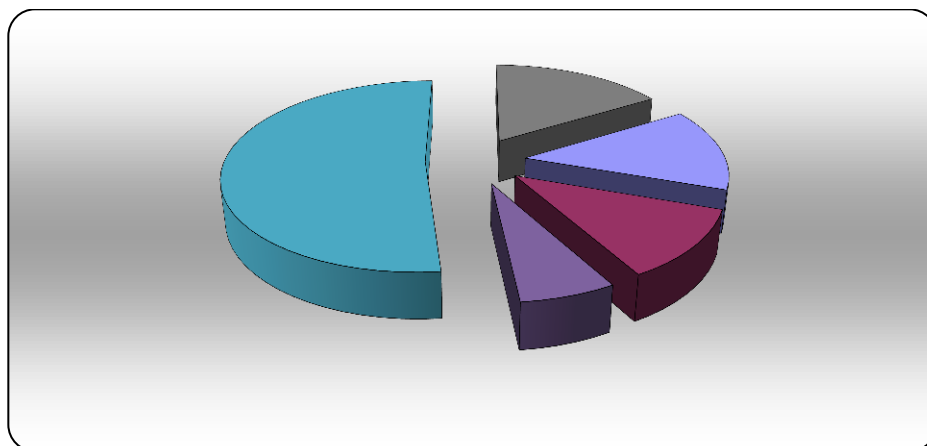
Источник: ***, 2016г.



4 КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ВИНА

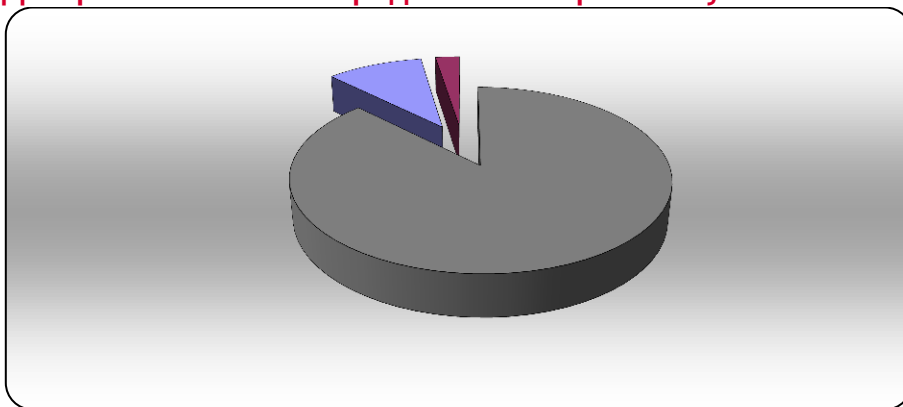
4.1 Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Диаграмма. Крупнейшие производители игристых вин в РФ в 2015 г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2016

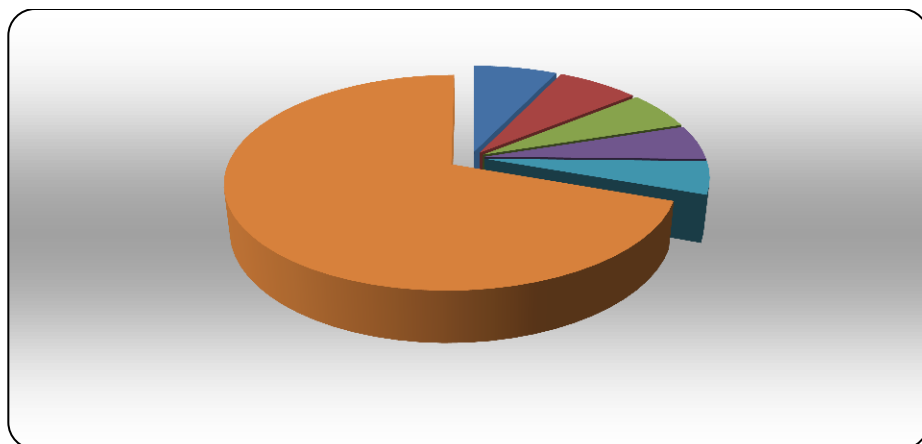
Диаграмма. Объемы продаж по ассортименту шампанских вин



Источник: ***, 2014



Диаграмма. Крупнейшие производители столовых вин в РФ за 2015г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2016г.

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

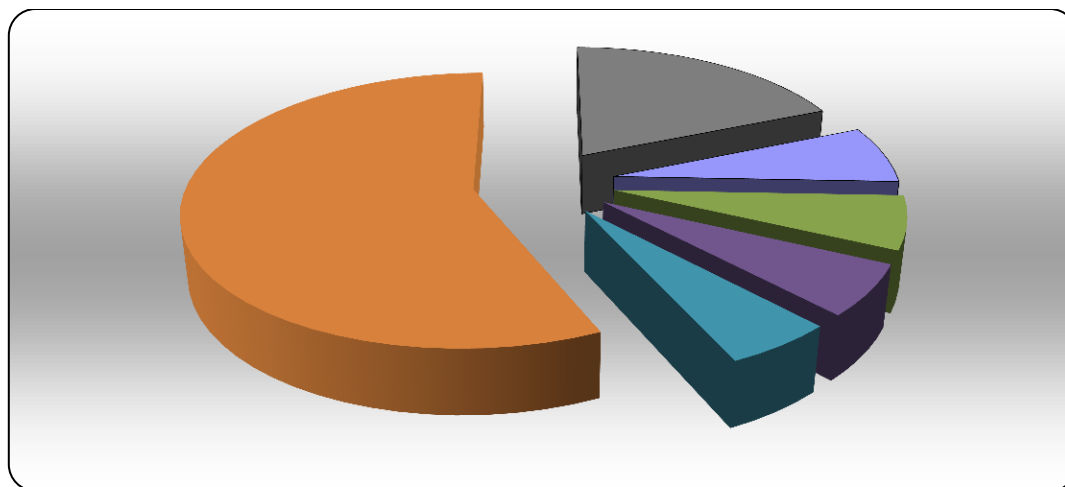
На территории Крыма действует несколько крупнейших производителей вина и шампанских вин:

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

В связи с переходным периодом на некоторых предприятиях Крыма временно было приостановлено производство, поэтому объективно оценить объемы производства за 2014-2015 годы сложно. Для понимания распределения долей рынка на винном производстве Крыма рассмотрим данные за 2013 год.



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



Источник: ***, 2014г.

4.2 Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Таблица. 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)							
«Фанагория»							

Источник: ***, 2016

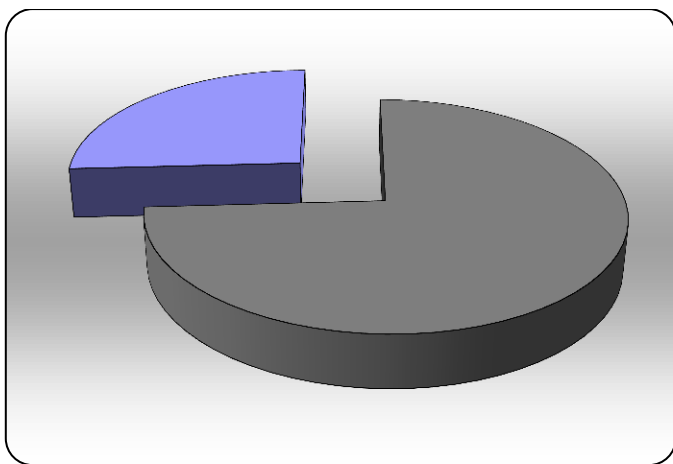


5 АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ВИНА

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 2016 года составила *** млн. человек, из которых *** млн. проживает в городе.

Диаграмма. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2016г., %



Источник: ***, 2016г.

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



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

	2012	2013	Изменение к предыдущем у году, %	2104	Изменение к предыдущем у году, %
До 5 000 р.					
5 000 - 7 000 р.					
7 000 - 10 000 р.					
10 000 - 14 000 р.					
14 000 - 19 000 р.					
19 000 - 27 000 р.					
27 000 - 45 000 р.					
Свыше 45 000 р.					

Источник: ***, 2016г.

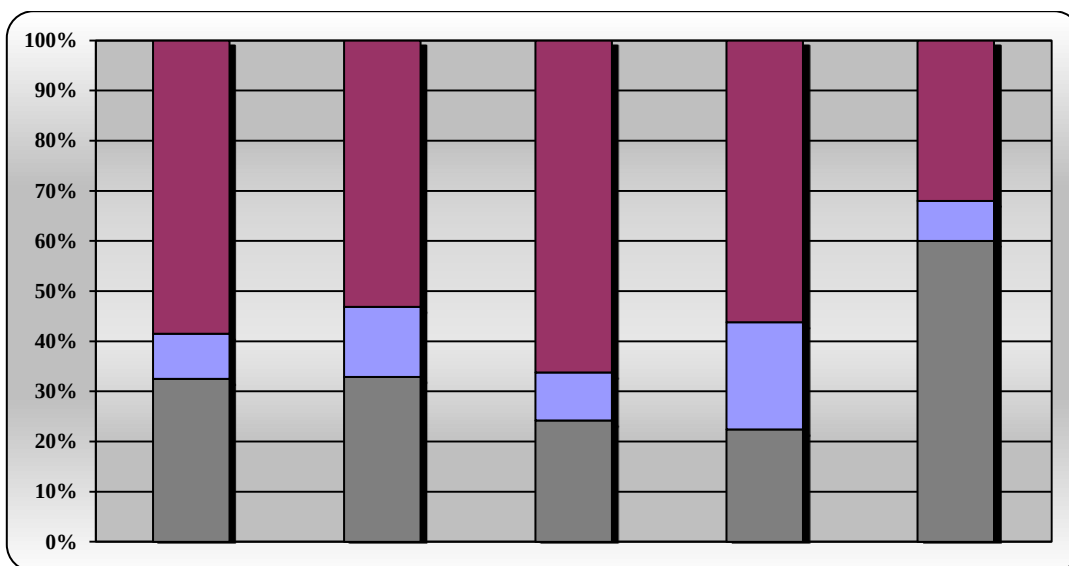
Таким образом, наибольшая доля населения приходится на людей с уровнем дохода *** тыс. рублей. и *** тыс. рублей в месяц. Именно эта категория является основной в приобретении винной продукции. Отметим положительную тенденцию в распределении доходов населения – в ***г.г. доля населения с доходами ***. и выше прирастала в среднем на ***% в год.

Уровень потребления вина на душу населения в России в 2014 году составил *** литров в год по данным California Wine Institute². В сравнении с другими странами Россия находится на *** месте по этому показателю. Для сравнения, *** стран потребляет более *** литров вина на душу, а *** стран – более *** литров.

² http://www.wineinstitute.org/files/World_Per_Capita_Wine_Consumption_Revised_Nov_2015.pdf



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



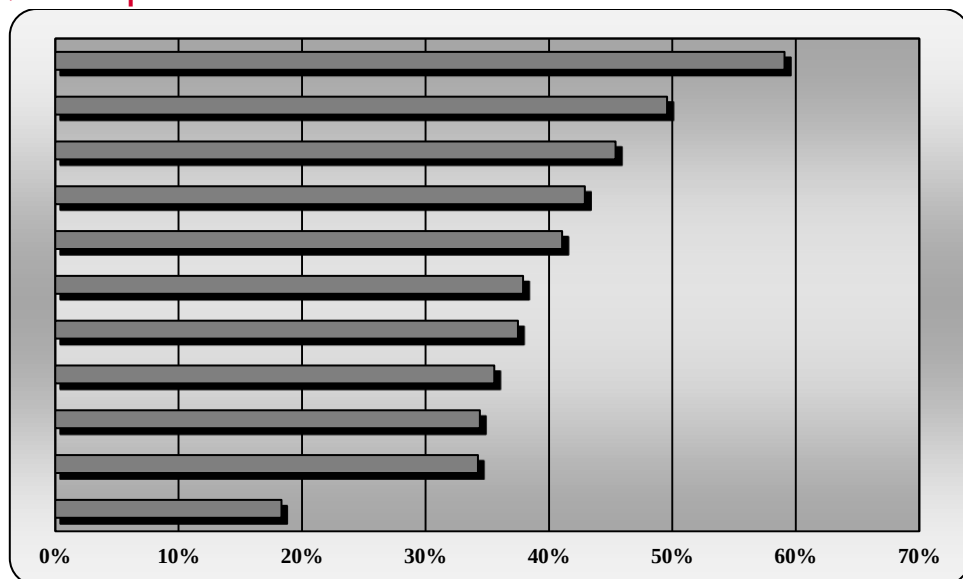
Источник: ***

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 – ***%.



Диаграмма. 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
	• Российские покупатели становятся более образованными в вопросах винной культуры и более требовательными к качеству напитков. (+) • ... • ...
T	Технологические факторы
	• ... • ...
E	Экономические факторы
	• 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
	• ... • ...
P	Политические факторы
	• ... • ... • ...



L	Правовые факторы
	• 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
	• ...

Источник: ***

6.2 Перспективы развития рынка

Эксперты прогнозируют рост продаж вин в России в 2016-2019 гг.

По оценкам ***, в 2016-2019 гг. среднегодовой рост спроса относительно предыдущего года составит ***%. В 2019 г ожидается объёма спроса в *** млн л. Рост спроса будет происходить, в первую очередь, за счёт увеличения внутренних продаж.