

VINITALY RUSSIA 2010 - SIMPLY ITALIAN

DATI DI MERCATO

San Pietroburgo, 15 giugno & Mosca, 16-17 giugno 2010

LE DIMENSIONI DEL MERCATO

Con una popolazione di oltre 140 milioni di abitanti e un reddito medio pro-capite ormai elevato, la Russia rappresenta uno dei mercati più importanti a livello mondiale per una varietà di settori. I dati riferiti ai primi 11 mesi del 2009 vedono la bilancia commerciale russa in attivo di 99.5 miliardi di dollari. Nonostante la grossa difficoltà che ha subito l'economia russa nel 2009, l'Istituto Renaissance Capital proclama che la ripresa economica russa si sta dimostrando più veloce del previsto e l'aumento del prodotto interno lordo nel primo trimestre 2010 potrebbe attestarsi al 3,5% rispetto allo stesso periodo del 2009. Se il trend di crescita dovesse confermarsi, già entro il 2020 l'economia russa supererà quella tedesca, divenendo la più grande a livello europeo.

L'Italia è il terzo partner commerciale della Federazione Russa. Tutti i settori del Made in Italy godono di un'immagine forte e di grande qualità e il consumatore russo dimostra una vera e propria passione per i prodotti italiani, in particolare per il vino, una delle punte di diamante del nostro export.

LE ABITUDINI DEI CONSUMATORI

I russi rappresentano un bacino di 30 milioni di potenziali consumatori di vino con un consumo che è cresciuto dal 2008 al 2009 del 12%. Negli ultimi cinque anni il consumo di vino è cresciuto di oltre il 30%, il che prova che il gusto per il vino sta prendendo piede su questo mercato tradizionalmente costituito da bevitori di vodka. Con un consumo procapite di 7 litri l'anno, il consumatore russo oggi si classifica al settimo posto mondiale dietro agli americani con 9-10 litri procapite, la Germania con 26, il Regno Unito con 30 litri e la Francia e l'Italia con oltre 50-55 litri pro capite annui. Il consumo risulta considerevolmente maggiore nelle grandi città come Mosca, San Pietroburgo, Kazan, Novosibirsk, e Yekaterinburg.

L'agenzia Interfax rende noto che secondo un sondaggio condotto nel gennaio 2010, il vino avrebbe per la prima volta superato la birra nelle preferenze dei consumatori russi. L'indagine è stata condotta in 44 città russe, su un campione di 2.000 persone; il 33% degli intervistati ha indicato il vino come propria prima scelta, seguito dalla vodka (32%) e dalla birra (29%). Un trend importante, che indica il cambiamento delle preferenze di consumo dei russi, sempre più orientati verso un bere di qualità. Il vino cessa di essere percepito esclusivamente come la bevanda delle "grandi occasioni", entrando nel menu quotidiano di un numero crescente di famiglie.

Le condizioni economiche favorevoli incoraggiano il consumo di vino non solo presso i "nuovi ricchi" sempre più attenti alla qualità, al mangiar bene, al saper scegliere i prodotti, ma anche presso una nuova categoria emergente, la "classe media". Si tratta di una nuova middle classe russa che registra redditi tra i più elevati in Europa, abita in prevalenza a Mosca e San Pietroburgo, beve vino a casa, in abbinamento al cibo ed è disposta a spendere per qualità e valore. Il Ministro per lo Sviluppo economico ha recentemente annunciato che la classe media russa crescerà nei prossimi diciotto

mesi, passando dall'attuale 21% della popolazione totale al 30%, per arrivare a costituire, nel 2020, ben il 50% della popolazione, contemporaneamente si prevede che la popolazione "povera" diminuirà, passando da circa un terzo ad un quarto del totale.

La scelta del consumatore è molto influenzata dalle caratteristiche commerciali del prodotto, rappresentate dal marchio, ma anche dalla forma della bottiglia e dagli involucri speciali. I vini rossi rappresentano l'80% delle vendite ed i vini con contenuto zuccherino elevato sono preferiti perché accompagnano meglio i cibi dai gusti forti, agrodolci e speziati, ai quali però si abbinano bene anche gli spumanti.

I Russi di solito prediligono i vini di fascia alta ma non sono dei veri intenditori, per questo motivo le aziende importatrici negli ultimi anni investono nella formazione e nella educazione tecnica dei loro incaricati con programmi professionali completi per sommelier, consulenti e giornalisti. Un aiuto alla conoscenza della produzione enologica italiana viene anche dal turismo outgoing verso l'Italia. Alcuni importatori organizzano loro stessi dei tour presso le migliori cantine e distillerie europee per introdurli nella cultura enogastronomica locale. Il consumatore russo sta così sviluppando una certa cultura sul vino, che percepisce come un prodotto da degustare in abbinamento con cibo e cucina mediterranea.

La quota maggiore di vendite di vino in Russia riguarda le fasce di prezzo basso (meno di 4 dollari) e medio (4-7,5 dollari). Gli acquisti nella fascia di prezzo alta (oltre 7,5 dollari) ossia la fascia in cui si collocano i vini d'importazione, costituiscono solo il 6% del mercato, anche se il segmento sta crescendo costantemente dal 2000. Il prezzo finale di una bottiglia di vino è fortemente legato alle condizioni del mercato locale e quindi può variare di area in area. Sulla determinazione del prezzo incide comunque l'impatto del sistema di tassazione russo che prevede diritti di importazione, Iva al 18%, costi di sdoganamento e una profit tax per il 39% del margine lordo. Una bottiglia al ristorante in media costa 10 volte di più rispetto al prezzo di partenza.

LE IMPORTAZIONI DI VINO

Una volta la Russia era un grande produttore di vino con oltre 170 mila ettari di vite piantate, dopo la campagna antialcolica gli ettari si sono ridotti a 60 mila e le importazioni da Moldavia e Georgia coprivano la fascia bassa. Nel 2006 il governo russo ha vietato le importazioni da questi paesi determinando un vuoto nella fascia bassa e nuove opportunità sia per i produttori locali che per gli altri produttori esteri di vino di tavola. L'attuale piano del governo russo conta di aumentare la superficie vitata per tornare a 150 mila ettari di vigneti entro il 2020, accrescendo quindi la percentuale di vino russo sul mercato. La società Business-Analitica prevede che se nella prima metà del 2009 il vino locale sul mercato russo era il 65,9% del totale a fronte del 34,1% di vino importato, nel 2010 arriverà a coprire oltre il 73-74% del mercato, contro il 26-27% di vino d'importazione. Oggi le importazioni di vino in Russia contano un totale di 430 milioni di litri di vino tra imbottigliato, frizzante e sfuso, circa il 20% in meno rispetto al 2008.

Di questo vino importato, l'80% proviene dai seguenti paesi: Spagna, Ucraina, Italia, Francia, Argentina, Moldavia, Bulgaria, Brasile e Germania. Tra queste nazioni Italia, Ucraina, Moldavia e Brasile sono i Paesi che hanno registrato una sostanziale crescita delle esportazioni in Russia nel 2009.

Nel 2009 la Russia ha importato 105,8 milioni di litri di vino sfuso, il 60 per cento in meno rispetto al 2008, calo dovuto sicuramente in parte all'aumento delle tasse sul vino sfuso da 5% a 20% - in linea con le tasse sul vino imbottigliato. Nella seconda metà del 2009, infatti, la Russia ha bloccato in tutto o in parte le importazioni di vino sfuso da Ucraina, Sud Africa, Uruguay, Bulgaria e Francia. Mentre le quantità di importazioni da Spagna, Brasile e Cile sono rimaste stabili, quelle di Argentina e Italia si sono dimezzate.



Il vino imbottigliato domina la categoria delle importazioni con una percentuale del 41%. La Francia è stata superata dalla Bulgaria che detiene il primo posto in quantità. Le importazioni di vino imbottigliato sono calate del 20 per cento e l'unico Paese che ha dimostrato una crescita nell'importazione del vino imbottigliato è l'Italia.

Il settore del vino spumante è quello in cui l'Italia domina in assoluto con il 45.6% del mercato, primo esportatore seguito dall'Ucraina (che ha visto un aumento del 48%) e dalla Francia con il 22%.

E' da rilevare come, nonostante il periodo di profonda crisi, il vino italiano nel suo complesso abbia segnato un risultato estremamente positivo; da una analisi di Coldiretti risulta infatti che nel 2009 il consumo di vino italiano in Russia è raddoppiato e le esportazioni sono aumentate addirittura del 122 per cento nei primi dieci mesi dell'anno.

Per quanto riguarda le procedure d'importazione del vino italiano e il percorso che tale vino compie per arrivare al consumatore finale russo si possono riassumere come segue: il vino viene regolarmente acquistato da aziende private aventi licenza di importazione in Russia. Ogni etichetta importata deve riportare la necessaria certificazione in rispetto della nuova legislazione russa. Una volta che il vino è stato sdoganato, l'importatore può avere facoltà di agire solamente come distributore (regionale o nazionale) oppure anche come rivenditore all'Ho.re.ca. o addirittura come rivenditore diretto nei propri punti vendita.

Possono effettuare importazioni aventi finalità commerciali sia persone fisiche o giuridiche russe, sia rappresentanti di società straniere. Le società russe possono sdoganare le merci presentando una dichiarazione di importazione per conto o tramite broker doganali, società commerciali operanti in base ad una licenza concessa dal Comitato Statale delle Dogane e abilitate a rappresentare importatori ed esportatori. Chi è impegnato nel commercio estero è obbligato a registrarsi presso l'ufficio doganale competente per la zona in cui opera. Per ottenere la licenza, il broker deve assumere personale debitamente qualificato in materia. Il rapporto tra broker e operatore deve essere disciplinato da un contratto registrato presso un notaio. Le società e gli enti di origine straniera invece sono tenuti a dichiarare le merci tramite un intermediario.

IL SISTEMA DISTRIBUTIVO

Un ruolo essenziale nella diffusione dell'immagine e dei prodotti Made In Italy viene svolto dalla ristorazione italiana, sempre più diffusa nelle grandi città come Mosca, San Pietroburgo, Ekaterinburg. La cucina italiana si classifica al terzo posto nelle preferenze dei russi, dopo quella nazionale e caucasica, staccando almeno di 10 punti percentuali tutte le altre, tra cui la cinese e la francese.

Accanto alla ristorazione, anche le enoteche e la grande distribuzione stanno assumendo molta importanza per volumi e valori di vendita. Le grandi catene internazionali stanno diffondendo la loro rete commerciale, aprendo nuovi supermercati in tutte le grandi città, ma si ritiene che in tre, quattro anni supereranno la ristorazione offrendo notevoli opportunità alle aziende vinicole italiane per espandere e confermare la propria presenza sul mercato russo. Nella GDO la capacità di competere dei vini italiani è però sempre più legata alla forza delle aziende, soprattutto quelle medio grandi, di essere presenti sul mercato con una visione di lungo periodo e con un marketing aggressivo. In generale nella GDO sono presenti soprattutto i vini provenienti da Veneto, Puglia e Toscana.

Tra le varie catene distributive, Azbuka Vkusa ha un'ottima selezione di vini di varie fasce di prezzo, dalle più basse alle più costose. Oltre alle GDO già presenti sul mercato quali Sedmoi Kontinent, AM, Globus Gourmet e Auchan, nuovi colossi internazionali si stanno affacciando sul mercato russo, tra questi la francese Carrefour che a giugno a Mosca ha aperto il suo primo ipermercato di 80.000 metri quadri, in cui sono venduti 15.000 tipi di generi alimentari e che aprirà altri ipermercati nelle città di Krasnodar e Lipetsk. Un ulteriore balzo in avanti è stato fatto il 2 febbraio 2010 con l'inaugurazione



del nuovo complesso produttivo e distributivo, MARR Russia di Inalca del Gruppo Cremonini, che gestirà la distribuzione ad oltre mille clienti russi di 1.600 prodotti della tradizione alimentare italiana.

Un altro fenomeno che si sta sviluppando molto rapidamente negli ultimi 4 anni è la diffusione delle **enoteche**. La maggior parte delle enoteche sono aperte dagli stessi importatori come punto di distribuzione: Magnum, Vinum e Decanter sono dell'importatore DP Trade, Grand Cru di Simple Wines, Kauffman di VX import. Solo a Mosca ce ne sono almeno 50 e circa 25 a San Pietroburgo. La maggior parte di questi negozi sono specializzati in vini di alta qualità, ma ci sono anche enoteche che commerciano vini di consumo giornaliero.

Negli ultimi due anni, inoltre, si sta diffondendo, soprattutto a Mosca, una nuova categoria di **boutiques gastronomiche** per i consumatori più sofisticati e abbienti, con vini e prodotti alimentari soprattutto di provenienza straniera, anche se non mancano anche i prodotti russi d'alta gamma.

LA STRUTTURA DELL'EVENTO

Vinitaly Russia, giunto ormai alla sua settima edizione, è una rassegna tutta italiana che offre un connubio di degustazioni e workshop B2B: un'ottima occasione sia per le aziende vinicole italiane che vogliono consolidare la propria posizione che per quelle che vogliono fare il proprio ingresso su questo mercato. Simply Italian identifica gli eventi curati da IEM che dal 1999 organizza eventi promozionali a favore del vino Italiano nel mondo.

Vinitaly Russia 2010 si svolgerà a San Pietroburgo il 15 giugno e a Mosca il 16 e 17 giugno 2010 e oltre al workshop rivolto ai maggiori importatori, distributori, ristoratori e stampa del settore, prevede la realizzazione di un ricco programma di degustazioni guidate riservate ad un pubblico selezionato di ristoratori, sommelier e stampa.

Città da cui non si può prescindere per la promozione del vino in Russia è Mosca. Con oltre 14 milioni di abitanti, raccoglie infatti il 10% dell'intera popolazione russa e copre da sola tra il 60 e il 70 per cento dell'intero mercato di vino imbottigliato del Paese. Inoltre Mosca è entrata nelle prime 10 posizioni della prestigiosa lista delle città europee più adatte al business commerciale con un volume di spese annue al consumo che raggiunge 4.057 miliardi di euro, elemento identificativo della ricchezza sociale e della sua propensione al lusso. Tutti i principali importatori di vino russi, inoltre, hanno sede a Mosca.

Non bisogna però sottovalutare anche le grandissime potenzialità di San Pietroburgo, una delle più belle e affascinanti città d'Europa oltre che una delle più ricche da un punto di vista culturale. Con quattro milioni di visitatori e turisti ogni anno, 4000 ristoranti e 15 alberghi appartenenti alle catene internazionali, oggi San Pietroburgo presenta considerevoli opportunità per i vini italiani.