

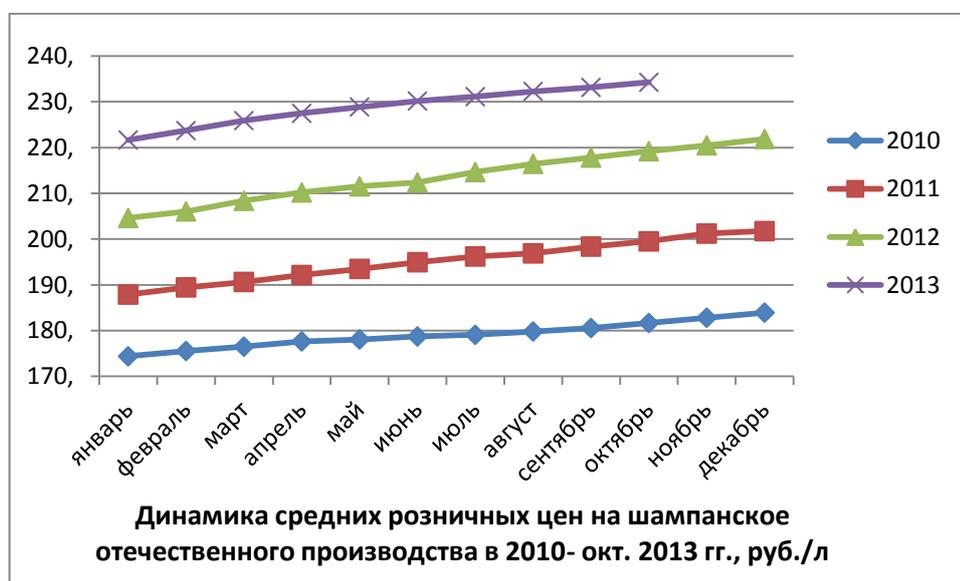
Импортированное игристое вино в 4 раза дороже игристого вина отечественного производства

Шампанское, выпитое под бой курантов, стало привычным атрибутом новогоднего праздника, обещающим исполнение в новом году загаданных желаний. В ход идет как игристое вино отечественного производства, так и импортное, включая то, что по праву именуется шампанским.

Сегодня ведущие российские производители шампанского, такие как, например, ЗАО «Игристые вина» или ОАО «Дербентский завод игристых вин», - это современные предприятия, где установлено высокотехнологичное оборудование, с разнообразным ассортиментом.

С 2000 г. бутылка шампанского отечественного производства в среднем подорожала в полтора раза, наиболее заметный рост пришелся на 2001 г., когда цена выросла на 14%, в следующие четыре года прирост составлял 4-6%. Начиная с 2007 г. средняя цена на игристое вино с каждым годом растет на 8-10%. В течение года цены увеличивались равномерно, без резких скачков.

График 1. Динамика средних розничных цен на шампанское отечественного производства в 2010- окт. 2013 гг., руб./л



Источник: Федеральная служба государственной статистики

До 2006 г. была доступна официальная статистика по розничным ценам на импортные игристые вина, более актуальных данных, к сожалению, нет. В 2001 г. вместе с

отечественным игристым вином подорожало и импортное, но на 60%, а в следующем году цена выросла еще на 21%.

Отметим, что в 2000-2006 г. разрыв в цене между игристыми винами отечественного и иностранного производства постепенно увеличивался. Если вначале он составлял 2,4 раза, то к 2004 г. достиг 4,5 раза, но в следующие два года снизился до 4,2 раза. При сохранении наблюдаемых до 2006 г. тенденций, средняя розничная цена импортного шампанского к 2012 г. составила 800-1000 рублей за литр, при том, что игристое вино отечественного производства стоило чуть более 200 рублей за литр.

Динамика объема розничных продаж не совпадала с изменением средних цен: с 2010 г. объем розницы вырос на 13%, но при этом основной прирост пришелся на 2011 г., в 2012 г. объем розничных продаж вырос всего на один процент, а в 2013 г., по предварительным оценкам, снизился. Как уже было сказано в начале, шампанское – новогодний напиток, это подтверждает статистика розничных продаж: на четвертый квартал приходится более трети совокупного объема продаж за год. Второе место в годовой динамике занимает первый квартал – его доля в общем объеме розничных продаж 22-26%.

Более подробную информацию вы можете узнать из исследования **«Рынок вина и винодельческих изделий. Текущая ситуация и прогноз»** компании **Intesco Research Group**.

Приведенные значения посчитаны аналитиками компании Intesco Research Group на основе официальной статистики