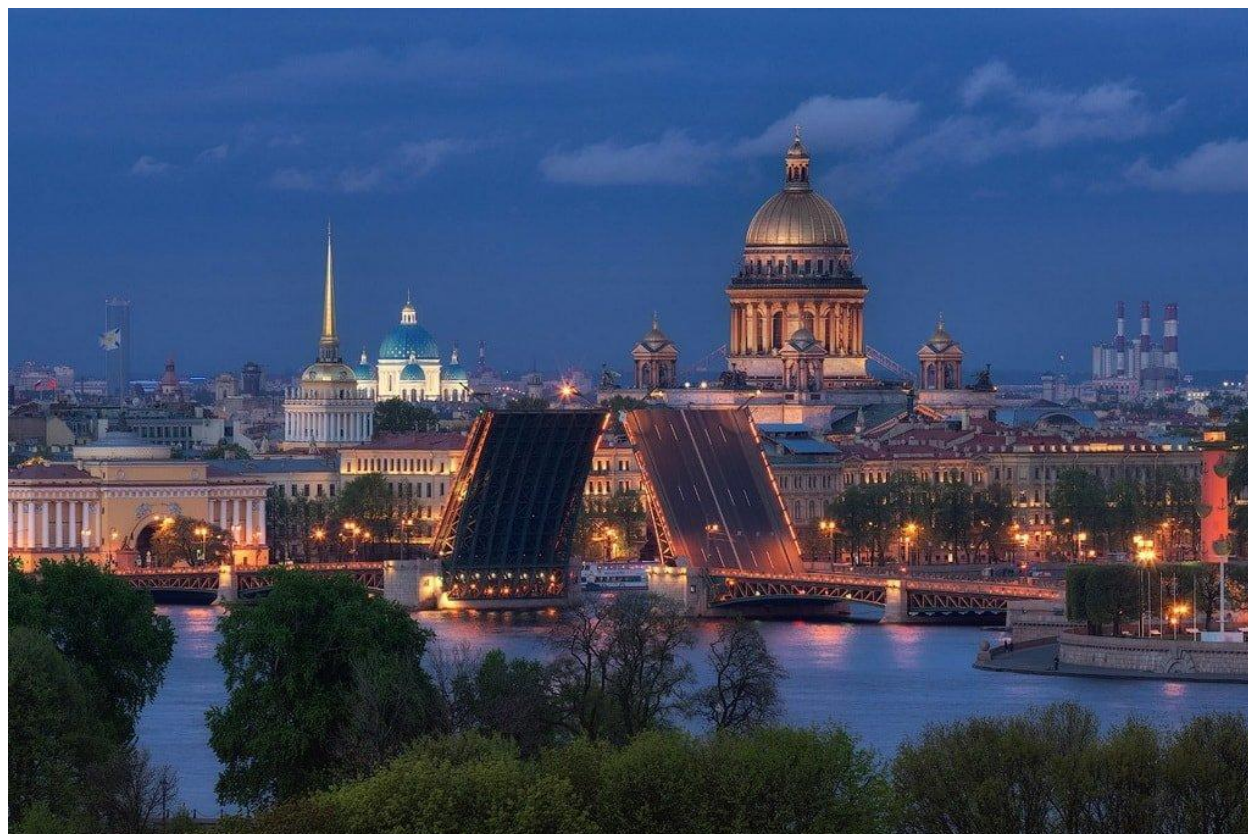


Написано Леонидом Фадеевым

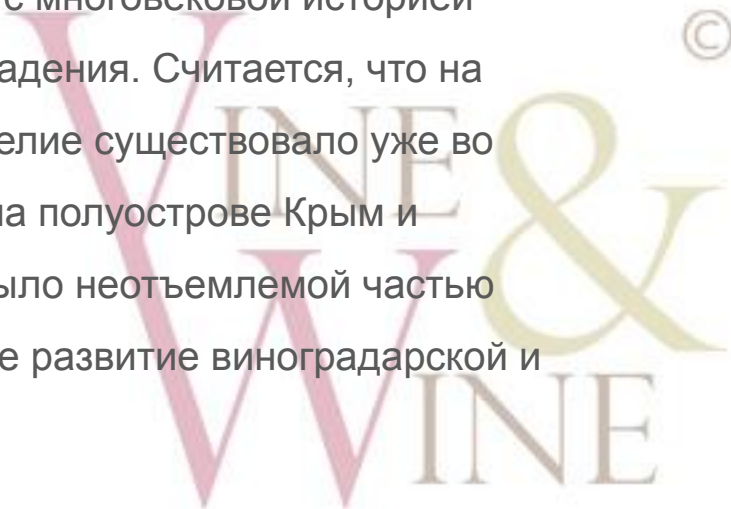
4 июля 2020 г.



Винная индустрия России от А до Я (2020)

ВВЕДЕНИЕ

Виноделие и собственно вино всегда играли, играют и будут играть важную роль в жизни России — страны с многовековой историей виноделия, которое знало и взлеты, и падения. Считается, что на территории современной России виноделие существовало уже во времена Древней Греции, в частности на полуострове Крым и Таманском полуострове. Вино всегда было неотъемлемой частью императорских приемов и балов. Бурное развитие виноградарской и



винной промышленности началось в период СССР, но антиалкогольная кампания Михаила Горбачева серьезно подорвала отрасль. Лишь в 2000-х годах с притоком новых инвестиций, а также привлечением иностранных специалистов и молодых российских виноделов начался новый этап развития. С каждым годом качество произведенных в России вин улучшается, равно как и растет потребление вина в стране.

В настоящей аналитической работе представлено современное положение дел в винной индустрии России. Само понятие «винная индустрия» включает в себя виноградарство, виноделие, винный рынок и винный бизнес.

ВИНОГРАДАРСТВО

Общая площадь виноградников в России

По сведениям Федеральной службы государственной статистики России (далее — Росстат), в 2019 г. площадь виноградных насаждений в хозяйствах всех категорий составляла 95 900 гектаров.

Основные регионы культивирования винограда в России

Климат в южных регионах России является благоприятным для культивирования винограда с целью использования в винодельческой промышленности.

Краснодарский край — крупнейший российский регион по площадям



виноградников. На 1 января 2020 г., по данным Управления по виноградарству и винодельческой промышленности Министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края, площади виноградников в регионе составляли 27 520 гектаров, из них 20 600 гектаров в плодоносящем возрасте и 4500 гектаров под столовыми сортами. Виноградарством в Краснодарском крае занимаются более 70 специализированных предприятий и около 150 малых форм хозяйствования.

К основным регионам культивирования винограда в России также относятся:

- Крым (Республика Крым и Севастополь);
- Республика Дагестан;
- Ставропольский край;
- Ростовская область;
- Кабардино-Балкарская Республика;
- Волгоградская область.

Основные культивируемые сорта винограда в России

В России культивируются как автохтонные, так и международные сорта винограда. Согласно статистическим данным винного конкурса **Russian Wines Competition 2020**, к наиболее популярным международным сортам винограда можно отнести следующие: белые сорта — **Алиготе**, **семейство Мускат**, **Пино Блан**, **Рислинг**, **Совиньон Блан**, **Шардоне**; черные сорта — **Каберне Совиньон**, **Мерло**, **Пино Нуар**.

Среди популярных автохтонных сортов можно выделить следующие: белые сорта — Кокур Белый, Ркацители, Сары Пандас, Сибирьковый; черные сорта — Бастардо Магарачский, Голубок, Кефесия, Красностоп Золотовский, Саперави, Цимлянский Черный.

Валовый сбор винограда в России

По информации Росстата, валовый сбор винограда в 2019 г. составил 678 000 тонн.

Развитие виноградарства в России

Развитие виноградарства в России проходит при активной поддержке государства. На эти цели, согласно данным Управления по виноградарству и винодельческой промышленности Министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края, в 2019 г. было выделено 1 037,1 млн рублей, в том числе из средств краевого бюджета 325,7 млн рублей, из федерального — 711,4 млн рублей. По направлениям поддержки средства распределились следующим образом: на закладку виноградников, установку шпалеры и уходные работы — 937,1 млн рублей, на развитие питомниководства и установку капельного орошения — 100,0 млн рублей.

Подготовка специалистов для виноградарской отрасли России

Ведущими учебными заведениями, готовящими кадры для



виноградарской отрасли России, являются следующие: Кубанский государственный аграрный университет — один из признанных лидеров высшего аграрного образования в России, крупнейший в Южном федеральном округе центр науки, образования и инноваций; Российский государственный аграрный университет — МСХА им. К. А. Тимирязева, за полтора века в стенах академии подготовлено свыше 200 000 специалистов.

ВИНОДЕЛИЕ

Основные винодельческие регионы России

Краснодарский край занимает 1-е место в России по объемам производства тихого и игристого вина. Удельный вес этого региона в общероссийском производстве тихого вина в 2019 г. составил 43%, игристого — 36% (по данным Управления по виноградарству и винодельческой промышленности Министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края).

К основным винодельческим регионам России также относятся:

- Крым (Республика Крым и Севастополь);
- Республика Дагестан;
- Ставропольский край;
- Ростовская область;
- Волгоградская область;
- Санкт-Петербург (здесь находится одно из крупнейших



винодельческих предприятий России ЗАО «Игристые вина»; производит вина из привозного виноматериала).

Количество виноделен в России

В рамках подготовки к винному конкурсу [Russian Wines Competition 2020](#) проведено исследование российских вин, находящихся в розничной продаже. Опираясь на проделанную работу, можно утверждать, что на сегодняшний день в России порядка 70 популярных среди любителей вина виноделен, представленных на рынке.

Объем производства вина в России

По информации Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка (далее — Росалкогольрегулирование), в 2019 г. в России произведено 328 млн литров тихих вин и 132 млн литров игристых вин, это на 8% и 6% больше, чем в 2018 г. Производство по итогам 2019 г. выросло впервые за последние 4 года. Применительно к тихим винам, опираясь на статистику винного конкурса [Russian Wines Competition 2020](#), в России больше производят красных вин, чем белых.

Соотношение тихих красных и белых вин составляет 58% и 42% соответственно.

К крупнейшим производителям вина в России по объему выручки можно отнести следующие компании:



- Группа «АРИАНТ» (ООО «Кубань-Вино», Краснодарский край; ООО «ЦПИ — АРИАНТ», Челябинская область);
- ЗАО «Абрау-Дюрсо» (Краснодарский край);
- Группа «Игристые вина» (ЗАО «Игристые вина», г. Санкт-Петербург; ЗАО «Комбинат шампанских вин и коньяков «Росинка», Самарская область);
- ОАО «АПФ «Фанагория» (Краснодарский край);
- ФГУП «ПАО «Массандра» (Республика Крым).

Гаражное виноделие в России

В России достаточно распространенным является так называемое «гаражное виноделие». Гаражисты (физические лица) покупают небольшие партии винограда в виноградарских хозяйствах и производят вино в домашних условиях в малых объемах.

Принимая во внимание ужесточение контроля за нелегальным производством и продажей алкоголя и вина в России, многие гаражисты заложили собственные небольшие виноградники, получили статус крестьянских (фермерских) хозяйств и соответствующие лицензии, и теперь работают абсолютно легально.

Подготовка специалистов для винодельческой отрасли России

Ведущими учебными заведениями, готовящими кадры для винодельческой отрасли России, являются следующие: Кубанский государственный технологический университет — основан в 1918 г., по



праву считается ведущим вузом России в данном направлении; Московский государственный университет пищевых производств — в течение 90 лет является ведущим учебным и научным учреждением России, общепризнанной кузницей высококвалифицированных кадров в области технологий пищевых производств.

ВИННЫЙ РЫНОК

Легальный возраст приобретения и употребления алкоголя в России

В России розничная продажа алкогольной продукции и розничная продажа алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания допускаются гражданам, достигшим совершеннолетнего возраста — 18 лет.

Потребление вина в России

Согласно отчету Всемирной организации здравоохранения (WHO) за 2018 г., количество выпитого алкоголя на душу населения в мире не снижается с 2010 г. Вино занимает 3-е место по популярности в мире (11,7%) после крепких алкогольных напитков (44,8%) и пива (34,3%).

По сведениям Международной организации виноградарства и виноделия (OIV), в России наблюдается рост потребления вина, с 2014 по 2018 г. он составил 7,7%. В 2018 г. в России употребили 1 190 млн литров вина.



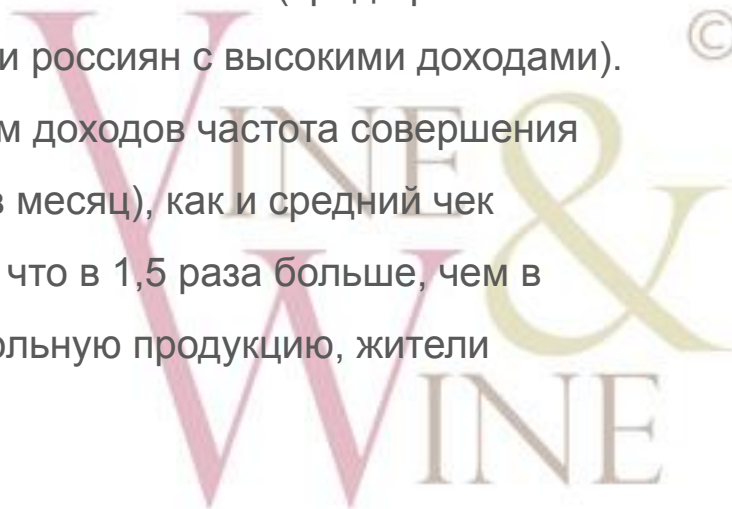
По данным отчета «Потребительский сектор в России — 2019», подготовленного Исследовательским центром компании «Делойт» (далее — отчет «Потребительский сектор в России — 2019»), наиболее популярными алкогольными напитками среди россиян являются пиво (63%), тихое вино (59%), коньяк (45%), игристое вино (41%) и водка (36%).

Опираясь на эту информацию, можно сделать однозначный вывод — спрос на вино в России есть, он значительный и растущий.

Потребители вина в России

Исследовательский центр компании «Делойт» установил, что в среднем 82% россиян совершеннолетнего возраста приобретают алкогольную продукцию. Портрет типичного покупателя алкогольной продукции: мужчина, 26–45 лет, трудоустроенный, материальное положение не ниже среднего. Респонденты в возрасте до 35 лет чаще отдают предпочтение тихому вину. Россияне старше 60 лет больше внимания уделяют крепким алкогольным напиткам.

При этом по мере увеличения дохода склонность россиян к приобретению алкогольной продукции растет: от 74% (среди россиян с низким уровнем доходов) до 90% (среди россиян с высокими доходами). Среди респондентов с высоким уровнем доходов частота совершения покупок значительно выше (в 6,5 раза в месяц), как и средний чек отдельной покупки (около 1200 рублей, что в 1,5 раза больше, чем в среднем по стране). Приобретая алкогольную продукцию, жители



Москвы и Санкт-Петербурга в среднем единовременно тратят более 1000 рублей.

Порядка 18% россиян не приобретают алкогольные напитки, а 82% — делают это в традиционных магазинах. Средний чек одной покупки — 800 рублей. Жители городов-миллионников (например, Москвы и Санкт-Петербурга) тратят на покупки больше, чем жители городов с меньшей численностью населения, это связано с разным уровнем жизни. Как правило, россияне готовы экономить на алкогольной продукции (74%). Мужчины покупают алкоголь чаще, чем женщины (6 раз в месяц против 4), и тратят на отдельную покупку почти на 20% больше.

Большинство россиян (93%) положительно относится к скидкам, в том числе на алкогольную продукцию, особенно женщины, население в возрасте от 18 до 35 лет и лица с высшим образованием.

Потребительские предпочтения на вина в России

Согласно отчету «Потребительский сектор в России — 2019», мужчины предпочитают пиво и крепкие алкогольные напитки, а женщины — тихие и игристые вина. Однако, в общем и целом, вино занимает 2-е место по популярности («покупаемости») после пива, особенно в Москве и Санкт-Петербурге.

При выборе игристого вина 53% россиян отдадут предпочтение отечественной продукции и 34% иностранной. Что касается тихих вин



российского производства, их предпочитают 32% жителей России, а 52% — зарубежные тихие вина.

Жители винодельческих регионов России, Южного и Северо-Кавказского федеральных округов, покупая тихие и игристые вина, значительно чаще, чем в среднем по стране, отдают предпочтение продукции российского производства. В то же время молодежь от 18 до 25 лет предпочитает игристые вина зарубежного производства. Жители Москвы и Санкт-Петербурга чаще, чем в среднем по стране, отдают предпочтение зарубежным тихим и игристым винам. Различия в материальном положении практически не оказывают влияния на выбор российской или зарубежной продукции. Те россияне, которые выбирают зарубежные тихие и игристые вина, отдают предпочтение европейским производителям.

Алкогольные напитки находятся на 3-м месте по популярности (после продуктов питания, бытовой химии и средств обихода) среди товаров, приобретаемых в период распродаж.

В большинстве случаев стоимость играет решающее значение для потребителя при выборе вина. По статистике винного конкурса **Russian Wines Competition 2020**, цена на российские вина на полке в магазине может различаться от 180 рублей (АПК «Геленджик» > вино «Рислинг») до 6500 рублей (ООО «Лефкадия» > премиальная линейка вин «Коллекция холостяка» > «Шираз 2011») за бутылку 0,75 л. Высокая стоимость вина не всегда означает его высокое качество, и наоборот.



Предложение вина в России

Объем вин, предложенный к продаже в стране, равен сумме складских остатков вин на начало года и вин, которые были произведены внутри страны и завезены в Россию в течение года.

Согласно отчету «Анализ рынка вин в России в 2015–2019 гг., оценка влияния коронавируса и прогноз на 2020–2024 гг.» аналитического агентства BusinesStat, с 2015 по 2019 г. объем предложения вин на российском рынке уменьшился на 3,2%: с 1 200,2 до 1 161,6 млн литров. В 2015–2018 гг. этот показатель ежегодно снижался (относительно предыдущих лет). Сокращение предложения вин в стране в наибольшей степени было связано с падением российского производства. Так, в указанные выше годы объем выпуска упал на 23,2%: с 800,4 млн литров в 2015 г. до 614,4 млн литров в 2018 г. В натуральном выражении российское производство вин в 2015–2018 гг. снизилось на 186 млн литров, а объем предложения — на 108,1 млн литров.

В 2019 г. предложение продемонстрировало рост на 6,4%, или на 69,5 млн литров, благодаря наращиванию импортных поставок (на 46,7 млн литров) и внутреннего производства (на 38,4 млн литров). При этом складские запасы снизились на 15,5 млн литров.

Как ожидается, в 2020 г. предложение вин в России снизится на 8,4% к уровню предшествующего года. Сокращение предложения последует за падением спроса, на которое окажет влияние экономический кризис в стране, усугубленный пандемией коронавируса. В 2020 г. предложение



вин в России снизится за счет сокращения объемов как внутреннего выпуска, так и импорта.

Восстановительный рост предложения вин в стране прогнозируется в 2021–2024 гг. В него внесут свой вклад увеличение объемов внутреннего производства и рост поставок из-за рубежа. В 2024 г. предложение вин может составить порядка 1 157,3 млн литров.

Продажи вина в России

По сведениям BusinessStat, крупнейшего в России и странах СНГ разработчика готовых обзоров промышленных и потребительских рынков, в 2015–2018 гг. натуральный объем продаж вина в нашей стране демонстрировал нисходящую динамику, темпы спада колебались от -0,9% до -5,4%. Снижение продаж в эти годы напрямую связано с регулярным повышением цен. Цены же росли вслед за постоянным увеличением акцизных ставок, дорожающим импортным сырьем, комплектующими и пр. Кроме того, в условиях падения реальных доходов потребители стремились к экономии, поэтому сокращали объемы покупки вин. Таким образом, в 2015–2018 гг. объем продаж вин в России снизился на 9,1%, или 92,3 млн литров. Однако эта информация является противоречивой на фоне данных о росте потребления вина в России согласно OIV.

В 2019 г. впервые за пятилетие продажи вин продемонстрировали рост на 4,4% к уровню 2018 г., или на 40,9 млн литров в натуральном выражении. Основная причина — адаптация населения к экономической



ситуации и впервые зафиксированный с 2013 г. рост реальных доходов населения.

На российском рынке вин в структуре натуральных продаж лидируют тихие вина. В 2019 г. их доля от общего объема продаж составила 76,3%, или 734,1 млн литров. На 2-м месте — игристые и газированные вина с долей 21,9%, или 210,5 млн литров. Соответственно, доля продаж специальных (крепленых) вин в России в том же году составила 1,8%, или 17,7 млн литров.

В 2020 г. ожидается падение продаж вин в России на 10,1% относительно 2019 г. Основная причина — снижение реальных доходов населения под влиянием экономического кризиса. В период пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 весомый «вклад» в сокращение продаж внесет падение спроса на вина со стороны сектора HoReCa: в течение действия карантинных мероприятий он был практически нулевым.

В 2021–2024 гг. BusinesStat прогнозирует восстановление продаж вин в России темпами 4,6–4,9% в год. Однако объем продаж 2015 г. так и не будет достигнут. По итогам прогнозного пятилетия упадет не только численность населения страны, но и его реальные доходы, что затормозит рост продаж. В 2024 г. продажи достигнут 970 млн литров, и это на 4,3% ниже уровня 2015 г.

Каналы сбыта вина потребителю в России



По каналам сбыта вина потребителю винный рынок России делят на два сектора: HoReCa (HOfel, REstaurant, CAtering/CAfe) и розничные продажи. Сектор розничной торговли продает уже готовый продукт конечному потребителю, не перерабатывая его в другие продукты или блюда. Сектор HoReCa реализует и готовую продукцию, и переработанную — в виде коктейлей и напитков на основе игристых и тихих вин.

В структуре продаж, как в натуральном, так и в стоимостном выражении, в России преобладает розничная торговля вином, что обусловлено особенностями культуры потребления и уровнем доходов населения: в России вино чаще пьют в домашних условиях, нежели в общественных местах (ресторанах, барах, кафе).

Если заглянуть в отчет «Потребительский сектор в России — 2019», то наибольшее доверие у россиян для покупки алкоголя вызывают, во-первых, магазины Duty Free, а во-вторых, специализированные алкогольные магазины. Кроме того, у россиян наблюдается высокая степень обеспокоенности относительно приобретения контрафактной алкогольной продукции в традиционных магазинах.

Россияне чаще всего покупают алкоголь в одних и тех же магазинах (55% респондентов), особенно в городах с численностью населения до 1 млн.

Москва, Московская область и Санкт-Петербург занимают лидирующие позиции в региональной структуре розничных продаж в натуральном



выражении.

В топ-10 регионов России с самыми крупными розничными продажами вин в стоимостном и натуральном выражении вошли:

- Москва;
- Московская область;
- Санкт-Петербург;
- Краснодарский край;
- Свердловская область;
- Нижегородская область;
- Тюменская область;
- Ростовская область;
- Самарская область;
- Челябинская область.

Ценовые сегменты вина на полках в магазинах России

Вина на полках в российских магазинах условно можно разделить на следующие ценовые сегменты (цены на полке в магазине):

- недорогие вина (масс-маркет) — до 500 рублей;
- медиум — от 500 до 1000 рублей;
- премиум — от 1000 до 2000 рублей;
- суперпремиум — свыше 2000 рублей.



По данным статистики винного конкурса **Russian Wines Competition 2020**, опираясь на ассортимент виноделен в розничной продаже, российские вина сегмента медиум представлены в наибольшей степени, на их долю приходится 31,1%. На 2-м месте — вина сегмента масс-маркет, порядка 28,6%. Третье место — за сегментом премиум, порядка 26,6%. Соответственно, на вина сегмента суперпремиум приходится 13,7%. Стоит отметить, что потребители с недоверием относятся к российским винам сегментов премиум и суперпремиум и в большинстве случаев предпочитают зарубежные аналоги.

В общем и целом, в сегментах недорогих вин (масс-маркет) и медиум, представленных в розничной продаже в России, отмечается высокая конкуренция между российскими и зарубежными производителями.

Сегменты премиум и суперпремиум на российском рынке практически полностью принадлежат зарубежным производителям, поскольку отечественное производство таких вин незначительно. Цена и спрос на рассматриваемую категорию вин на внутреннем рынке остаются стабильными ввиду покупательской способности целевой аудитории (особенно в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Краснодарском крае) и ее нежеланием изменять своим привычкам и приоритетам.

Следует отметить, что для российского рынка вина характерна следующая тенденция: чем сильнее растут цены, тем сильнее дифференцируется спрос, а именно покупают либо недорогие, либо вина суперпремиального сегмента.



ВИННЫЙ БИЗНЕС

Законодательное регулирование винной индустрии в России

Винная индустрия в России регулируется следующими основными законодательными актами:

- Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции». Этот закон регулирует отношения, связанные с производством и оборотом этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, и отношения, связанные с потреблением (распитием) алкогольной продукции, определяет виды деятельности, подлежащие лицензированию в данной области, а также устанавливает порядок выдачи лицензий.
- Федеральный закон от 27 декабря 2019 г. № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» вступил в силу 26 июня 2020 г. Этот закон регулирует отношения, возникающие между организациями, сельскохозяйственными потребительскими кооперативами, крестьянско-фермерскими хозяйствами, физическими лицами, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления в области виноградарства и виноделия. Федеральный закон устанавливает правовые, организационные,

технологические и экономические основы в области производства, оборота и потребления продукции виноградарства и винодельческой продукции, формы, условия и порядок осуществления государственной поддержки в области виноградарства и виноделия; полномочия органов государственной власти и местного самоуправления в области виноградарства и виноделия; правовое положение субъектов виноградарства и виноделия при осуществлении деятельности в области виноградарства и виноделия. Федеральный закон определяет специальные меры поддержки для производителей, выпускающих вина, изготовленные из винограда, который выращен на территории России, а также ограничивает использование импортных виноматериалов и смешивание их с вином, произведенным в России. В соответствии с новым законом «вином России» называется только вино, произведенное на 100% из винограда, выращенного на территории России.

ЕГАИС/РАР

Все участники алкогольного рынка в России должны быть подключены к Единой государственной автоматизированной информационной системе учета объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции (ЕГАИС). Фактически с помощью ЕГАИС государство контролирует производство и движение всего алкоголя в стране. Информация о каждой проданной бутылке вина в России поступает в ЕГАИС. Полномочия по ведению ЕГАИС находятся у Росалкогольрегулирования (РАР) — это федеральный орган



исполнительной власти, который осуществляет функции по контролю за производством и оборотом этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, по надзору и оказанию услуг в этой сфере, а также выдает соответствующие лицензии.

Лицензирование

В соответствии со ст. 18 ФЗ № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» в России лицензии выдаются на осуществление следующих видов деятельности:

- производство, хранение и поставки произведенной алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции;
- хранение этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции;
- закупка, хранение и поставки алкогольной и спиртосодержащей продукции;
- розничная продажа алкогольной продукции;
- производство, хранение, поставки и розничная продажа произведенной сельскохозяйственными производителями винодельческой продукции.

Получение соответствующей лицензии сопровождается уплатой госпошлины на основании ст. 333.33 Налогового кодекса Российской Федерации:



- предоставление лицензии на производство, хранение и поставки произведенных вина, игристого вина (шампанского) (за исключением вина и (или) игристого вина (шампанского), произведенных крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, индивидуальными предпринимателями, признаваемыми сельскохозяйственными товаропроизводителями в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2006 г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства», и произведенных вина с защищенным наименованием места происхождения, вина с защищенным географическим указанием, игристого вина (шампанского) с защищенным наименованием места происхождения, игристого вина (шампанского) с защищенным географическим указанием), ликерного вина, в том числе ликерного вина с защищенным наименованием места происхождения, ликерного вина с защищенным географическим указанием, ликерного вина с защищенным наименованием места происхождения (специального вина), ликерного вина с защищенным географическим указанием (специального вина), фруктового вина, винных напитков, изготавливаемых без добавления этилового спирта, — **800 000 рублей**;
- предоставление лицензии на производство, хранение и поставки произведенных крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, индивидуальными предпринимателями, признаваемыми сельскохозяйственными товаропроизводителями в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2006 г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства», вина и (или) игристого вина (шампанского) — **65 000 рублей**;



- предоставление лицензии на производство, хранение и поставки произведенных вина с защищенным наименованием места происхождения, вина с защищенным географическим указанием, игристого вина (шампанского) с защищенным наименованием места происхождения, игристого вина (шампанского) с защищенным географическим указанием — **65 000 рублей**;
- предоставление лицензии на производство, хранение и поставки произведенной спиртосодержащей пищевой продукции — **800 000 рублей**;
- предоставление лицензии на закупку, хранение и поставки алкогольной продукции — **800 000 рублей**;
- предоставление лицензии на хранение этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции — **800 000 рублей**;
- предоставление лицензии на закупку, хранение и поставки спиртосодержащей пищевой продукции — **800 000 рублей**;
- предоставление лицензии на перевозки нефасованной спиртосодержащей пищевой продукции с содержанием этилового спирта более 25 процентов объема готовой продукции — **800 000 рублей**;
- предоставление лицензии на производство, хранение, поставки и розничную продажу произведенных крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, индивидуальными предпринимателями, признаваемыми сельскохозяйственными товаропроизводителями в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2006 г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства», вина и (или) игристого вина (шампанского) — **65 000 рублей**;



- предоставление или продление срока действия лицензии на розничную продажу алкогольной продукции — **65 000 рублей** за каждый год срока действия лицензии.

Профессиональные союзы и ассоциации в России

В России могут создаваться саморегулируемые организации виноградарей и виноделов (ассоциации) в виде некоммерческих организаций, которые основаны на членстве и объединяют в своем составе организации, осуществляющие производство и оборот винодельческой продукции, и (или) сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Саморегулируемые организации виноградарей и виноделов, наряду с функциями, установленными Федеральным законом от 1 декабря 2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях», осуществляют следующие:

- установление не противоречащих требованиям технических регламентов стандартов качества винодельческой продукции, производимой членами такой саморегулируемой организации, и осуществление контроля за соблюдением данных стандартов;
- составление расчета потребности в федеральных специальных марках для членов такой саморегулируемой организации;
- установление особых требований к коллекции винодельческой продукции.



Основной целью деятельности Российской ассоциации сомелье является координация действий и консолидация усилий, направленных на становление профессии сомелье и создание оптимальных условий деятельности сомелье в России, а также формирование высокой культуры потребления вина и спиртных напитков в стране. Головной офис Российской ассоциации сомелье расположен в Москве. У ассоциации есть филиалы в ряде регионов России.

Реклама вина в России

Реклама алкоголя, вина в частности, запрещена в России с 2013 г. Определенные исключения сделаны для российских вин.

Согласно ст. 21 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», рекламировать вино, произведенное в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, разрешается:

- в периодических печатных изданиях, за исключением первой и последней полос газет, на первой и последней страницах и обложках журналов;
- на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания;
- в телепрограммах и в радиопрограммах (за исключением трансляции в прямом эфире или в записи детско-юношеских спортивных соревнований) с 23 до 7 часов местного времени.



Согласно отчету «Потребительский сектор в России — 2019», общее восприятие россиянами того, чтобы реклама алкогольной продукции снова размещалась свободно на различных площадках (телевидение, пресса, интернет), характеризуется как негативное. Положительно к этому относится только каждый пятый потребитель. Крайне негативное отношение — к рекламе алкоголя на телевидении. Россияне заметно более толерантны к рекламе алкоголя в интернете и в прессе. Мужчины заметно терпимее восприняли бы возврат рекламы алкоголя в различных форматах, как и в целом россияне в возрасте от 18 до 30 лет.

Продажа вина через интернет в России

Продажа алкоголя через интернет (дистанционный способ) в России запрещена.

В соответствии с Федеральным законом от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» розничная продажа алкогольной продукции дистанционным способом не допускается.

Однако далеко не все россияне считают такой запрет правильным. По данным отчета «Потребительский сектор в России — 2019», 44% опрошенных положительно относятся к идее разрешения продажи алкогольной продукции через интернет, 43% — отрицательно, а 13% — безразлично. Если продажа алкогольной продукции через интернет будет разрешена, 39% россиян готовы воспользоваться этой



возможностью. Основные причины подобного решения — удобно покупать, более низкая цена и возможность сравнивать предложения от разных продавцов. Противники легализации продажи алкогольной продукции через интернет в большей мере обеспокоены увеличением риска приобретения алкоголя несовершеннолетними лицами.

В настоящее время для 50% россиян покупка алкоголя через интернет не является актуальной, они предпочитают традиционные магазины. Жители Москвы, Санкт-Петербурга и городов-миллионников, а также мужчины, лица возрастной категории от 18 до 30 лет и лица с высоким уровнем доходов готовы приобретать алкоголь через интернет.

Жители Москвы и Санкт-Петербурга, мужчины и лица с высоким уровнем доходов значительно чаще выступают за легализацию продажи алкогольной продукции в интернете. Основная причина — удобно совершать покупку. Порядка 87% россиян время от времени делают покупки различных категорий товаров в онлайн-магазинах. Наиболее активная возрастная группа — 26–35 лет. Кроме того, больше остальных склонны к покупкам в режиме онлайн женщины и лица с высшим образованием. Однако продукты питания россияне предпочитают покупать в обычных магазинах.

Дистрибуторы вина в России

Крупнейшими ретейлерами вина в России являются такие сети, как «Перекресток», «Пятерочка», «Карусель», «Лента» и «Магнит».



К крупнейшим специализированным сетям относятся такие бренды, как «Красное и Белое», «Бристоль», «Ароматный мир», «ВинЛаб» и «Маркет».

Импорт вина в Россию

По данным OIV, в 2018 г. импорт вина в Россию составил 410 млн литров. Кроме того, с 2014 по 2018 г. наблюдается снижение Россией импорта вина на 13% в натуральном выражении.

Снижение Россией импорта вина на фоне роста потребления свидетельствует о растущем спросе на российские вина на внутреннем рынке.

В 2019 г. крупнейшими экспортерами вина в Россию были Испания, Италия, Грузия, Франция и Молдова (по сведениям Федеральной таможенной службы России).

Крупнейшими импортерами вина в Россию являются компании Simple, «Лудинг», «Мистраль Алко», «Алианта», «Арома» и «Полини Импорт».

По российскому законодательству индивидуальные предприниматели не могут заниматься экспортом и импортом алкогольной продукции, так как не могут получить лицензию Росалкогольрегулирования на оптовую торговлю.

Юридические лица не имеют ограничений в объемах поставок



алкогольной продукции из-за рубежа, но для выхода на этот рынок установлены определенные требования.

Юридические лица, осуществляющие коммерческую деятельность, связанную с ввозом алкоголя, его хранением и оборотом на территории нашей страны, должны:

- получить лицензию Росалкогольрегулирования;
- зарегистрироваться в ЕГАИС;
- ввезти в Россию (страны ЕАЭС) образцы товаров для проведения лабораторных испытаний и сертификации, чтобы получить сертификат соответствия продукции требованиям технического регламента Таможенного союза (техническому регламенту ЕАЭС);
- приобрести в Акцизной таможене акцизные марки и нанести их на потребительскую тару;
- выполнить таможенное оформление алкогольной продукции и выплатить таможенные пошлины, налоги и акцизы в установленном размере.

Экспорт вина из России

По данным Федеральной таможенной службы России, в 2019 г. экспорт вина из России составил 4 338 тыс. литров. По сравнению с 2018 г. рост в физическом объеме — 31,1%. Крупнейшими странами — импортерами российского вина в 2019 г. были Украина, Китай, Казахстан, Молдова и Беларусь. По сравнению с 2018 г. в денежном выражении поставки за границу российских вин выросли на 32,5% и составили \$ 9,9 млн.

По сведениям BusinesStat, в 2019 г. российские вина экспортировались в среднем по цене \$ 2,36 за 1 литр, что на 11,4% превышало значения 2015 г. Средняя цена экспорта является частным от деления стоимостного объема экспорта на натуральный объем. В рублевом выражении цена за аналогичный период времени выросла на 17,4%: с 130,1 до 152,8 рублей за 1 литр.

По прогнозам BusinesStat, в 2024 г. российские вина будут экспортироваться по средней цене \$ 2,51 за 1 литр. В рублевом эквиваленте экспортная цена составит 201,2 рублей за 1 литр.

Акцизы / таможенная пошлина / НДС

С 2020 г. Министерство финансов Российской Федерации повысило ставки акцизов на вина: тихие вина — 31 рубль за 1 литр, игристые вина — 40 рублей за 1 литр. Более того, с 2020 г. подакцизным товаром стал и виноград, используемый для производства вина: 30 рублей за 1 тонну. Ставка НДС в России составляет 20%, размер таможенной пошлины — 12,5%.

Что касается физических лиц, то без уплаты таможенной пошлины на территорию России физическое лицо может ввезти не более 3 литров алкоголя, в том числе вина. За каждый ввозимый литр свыше разрешенных 3 литров нужно будет заплатить 10 евро, заполнив пассажирскую таможенную декларацию. Суммарно физическое лицо может ввезти не более 5 литров алкоголя. Вывоз алкоголя за пределы



территории России физическими лицами не ограничивается.

Винный маркетинг в России

Очень сложно вырастить качественный и достигший оптимальной физиологической зрелости виноград, а потом произвести из него качественное вино. Не менее сложно продать произведенное вино. Поэтому только активные и креативные производители вместе с компетентными специалистами могут добиться успеха в этом вопросе и завоевать лояльность покупателя.

К наиболее популярным маркетинговым инструментам в арсенале российских производителей для продвижения своих вин на рынке можно отнести следующие:

- участие в винных конкурсах, как в России, так и за рубежом. На сегодняшний день в России конкурсную оценку вин осуществляют 8 площадок;
- участие в винных выставках, как в России, так и за рубежом. В России ежегодно проводится порядка 9 винных выставок;
- работа с винными экспертами, сомелье, винными критиками, журналистами и блогерами (как зарубежными, так и российскими);
- развитие винного туризма;
- проведение маркетинговых мероприятий со своей продукцией (PR-дегустации, мастер-классы, эногастрономические ужины, винные фестивали и т. д.);



- открытие фирменных магазинов и винных баров;
- работа в социальных сетях;
- привлечение иностранных «летающих» энологов;
- работа со СМИ;
- реклама в специализированных журналах, на сайтах, на телевидении (в разрешенное время);
- создание винных школ и клубов;
- работа с поп-звездами и публичными личностями.

Некоторые из перечисленных маркетинговых инструментов действительно являются эффективными и прямо влияют на увеличение продаж вина, а другие менее эффективны.

Винное образование в России

Винное образование в России становится все более популярным. На основании отзывов от ряда руководителей российских винных школ можно утверждать, что спрос на профессиональные и любительские курсы до начала пандемии COVID-19 стремительно рос, равно как и требования к квалификации преподавательского состава.

На сегодняшний день в России винное образование предоставляют порядка 38 школ. Большая их часть, 50%, приходится на Москву, на Санкт-Петербург — 27,8%, на другие города — 22,2%.

В России набирают популярность и курсы WSET (Wine & Spirit Education Trust) уровней 1, 2 и 3, растет число аккредитованных провайдеров, на



сегодняшний день их уже 9.

Россияне, которым позволяют знания английского языка и материальное положение, предпочитают получать винное образование за границей.

Растет и винная грамотность среди россиян. По данным отчета «Потребительский сектор в России — 2019», 46% россиян считают, что хорошо разбираются в алкогольной продукции, и уверены в своем выборе. Жители Москвы, Санкт-Петербурга и других городов-миллионников лучше остальных разбираются в алкогольной продукции. Мужчины, как правило, отличаются бóльшей уверенностью при выборе алкоголя, чем женщины (59% против 33%). По мере увеличения уровня доходов растет и доля тех, кто достаточно хорошо разбирается в алкогольной продукции: от 38% (среди респондентов с низким уровнем доходов) до 57% (с высоким уровнем доходов).

Винные блогеры в России

Винное блогерство является весьма популярным явлением в современной России. Причем популярность винных блогеров никак не связана с уровнем их винного образования или опытом работы в индустрии. Каждый случай индивидуален. Какой-либо цензуры по отношению к этому роду деятельности в России не существует — каждый вправе выражать свои мысли. Наиболее популярными социальными сетями среди российских винных блогеров являются Instagram, Facebook, Telegram и видеохостинг YouTube.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблемы винной индустрии в России

К основным текущим проблемам винной индустрии в России можно отнести следующие:

- нестабильный курс рубля влияет на стоимость импортных виноградных саженцев, сельскохозяйственного и технологического оборудования, комплектующих и вспомогательных материалов, импортного вина;
- запрет рекламы алкоголя усложняет маркетинговую политику;
- запрет на онлайн-торговлю алкоголем лимитирует работу по принципу Direct-To-Consumer (DTC);
- ограничительные меры, введенные из-за пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, практически полностью парализовали сектор HoReCa, винный туризм и использование различных маркетинговых мероприятий;
- противоречия в законодательстве, регулирующем винную индустрию, ограничивают ее развитие;
- последствия экономического кризиса могут привести к снижению покупательской активности.

Перспективы винной индустрии в России

По сведениям бизнес-отчета ProWein 2019, Россия относится к числу стран с наибольшим ожидаемым увеличением рыночной



привлекательности. В то же время она рассматривается как страна с высокими рисками.

В связи с развернутой антибалковой пропагандой и принятием закона о виноградарстве и виноделии в Российской Федерации площади виноградников в России постепенно будут увеличиваться, а внутреннее производство и спрос на отечественные вина расти.

Наиболее привлекательными в долгосрочной перспективе сегментами для развития винодельческих хозяйств являются сегменты вин классов премиум и суперпремиум, что связано с отсутствием достаточного предложения высококачественных вин со стороны российских производителей и прогнозируемым удорожанием импортного вина.

В ближнесрочной перспективе наиболее привлекательными с точки зрения быстрого возврата вложенных денежных средств являются вина сегмента масс-маркет.

Спрос на винное образование продолжит расти, будут появляться онлайн-курсы, квалифицированных специалистов данного профиля в России станет больше.

Есть предпосылки к разрешению продажи алкогольной продукции, в том числе вина, через сеть интернет. Также прогнозируется увеличение до 21 года минимального возраста, с которого разрешено употребление алкоголя в России.



В перспективе потребление вина в России, несомненно, будет расти, на фоне повышения винной грамотности населения и его популяризации, однако не среди молодого поколения.

ЛЕОНИД ФАДЕЕВ, Stage 2 MW Student, лауреат премии WSET/IWSC “The Future 50”, винный академик, DipWSET, WorldSom Magister Sommelier, исполнительный директор АО «Скалистый берег»

VINE & WINE ©