Nuvole sempre più nere sul mercato russo

scritto da Lavinia Furlani | 24 Aprile 2014



I numerosi focus sui mercati internazionali, organizzati dal Consorzio di tutela del Soave nell'ultima edizione di Vinitaly, sono stati un'occasione straordinaria per capire le dinamiche di sviluppo, le problematiche di alcuni dei Paesi più interessanti sul fronte del wine business.

Tra questi vi è sicuramente la Russia. E parlare del mercato russo in un momento di così grandi tensioni anche a livello politico, con venti di guerra che spirano ormai sempre più forti, è stato un ulteriore motivo di interesse.

Ad illustrare le opportunità e i limiti attuali del mercato dei vini in Russia vi erano: Aleksandr Mamedov, presidente di Rusimport, una delle maggiori società di importazione in Russia, Andrey Ushakov, responsabile di L-wine (Luding), Andrey Savchenko, direttore delle importazioni di AST International Environment, Vladislav Volkov, general manager,

di Vinoterra e Anna Alekseyeva, consulente, residente da alcuni anni a Verona.
L'incontro è stato innanzitutto l'occasione per fare una cronistoria dell'evoluzione del mercato del vino in Russia. Le tappe fondamentali sono state: anni 60-70 consumi di vino attorno ai 15 litri pro-capite; metà anni 70 grande lotta all'alcolismo che influisce anche sui consumi di vino che precipitano a 5 litri pro capite; il declino dei consumi prosegue anche negli anni 80; il periodo 1991-96 con la fine dell'Unione Sovietica e l'apertura del mercato e la nascita dei maggiori importatori di vino attuali; nel 2005 il consumo pro-capite di vino in Russia raggiunge i 5 litri; nel 2006 la Russia mette al bando, per questioni politiche, le importazioni di vino da Georgia e Moldavia aprendo a vini provenienti da altri Paesi una straordinaria opportunità; nel 2006 il nuovo sistema di certificazione blocca virtualmente tutte le importazioni; nel 2008 la crisi economica fa calare le vendite di vino tra il 20-50%; nel 2011 la nuova crisi dettata dal blocco delle licenze agli importatori; nel 2013 vengono proibite le pubblicità a vini e a super alcolici sia online che offline, mentre vengono permesse pubblicità solo nei punti vendita; nel 2014 la nuova crisi economica sta influendo notevolmente sui consumi di vino.
Se a queste tappe si aggiunge che quest'anno sta proseguendo il declino della popolazione russa che è scesa a 138 milioni di abitanti, una forte svalutazione del rublo, una iper-inflazione dei prodotti importati con prezzi cresciuti del 30% rispetto al 2013, è chiaro che anche per il mercato del vino la notte appare "abbastanza fonda".
E sarebbe un vero peccato perchè l'export italiano di vino nell'ultimo decennio in Russia è cresciuto di oltre il 350% raggiungendo lo scorso anno un valore di circa 210 milioni di euro.
Senza dimenticare le potenzialità di sviluppo considerando che attualmente il vino rappresenta solo il 7% del consumo di bevande alcoliche in Russia (la parte del leone la continua a fare la vodka con il 68%, seguita dalla birra al 22%) e il 41%

della popolazione tra i 20 e i 44 anni beve vino occasionalmente. Sono le donne le principali consumatrici di vino e circa l'85% lo consuma a casa (solo l'8% nei ristoranti). I vini pi generici vengono venduti nei piccoli supermercati vicini a casa o nei grandi supermercati (Metro, Auchan, ecc.).
Nonostante alcune notizie che ci erano giunte recentemente, allo stato attuale non nessuna campagna governativa riguardo ad un miglioramento dello stile di vita abbinato anche ad un consumo moderato di vino (sicuramente la lobby della vodka molto potente e si oppone a politiche di questa natura). I vini importati continuano ad essere oggetto del 20% di tasse di importazione e 18% di Vat. La burocrazia russa riesce ad essere peggiore della nostra, ed tutto dire. Le vendite di vino online sono tuttoggi non autorizzate in Russia.
Dobbiamo essere allora pessimisti sul futuro? Secondo i relatori russi intervenuti qualche spiraglio di speranza si deve averlo ed legato, in particolare, alla continua apertura di wine shop nella maggiori citt russe, l'aumento delle trasmissioni e dei media dedicati al food and beverage, alle affinit culturali tra Russia e Italia che continuano ad essere molte e potrebbero agevolare il futuro del vino italiano in questo grande Paese.guerre permettendo.