

ESTUDIO DE MERCADO VINO - RUSIA

ProChile Moscú, Marzo 2009

PRODUCTO

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH Y DESCRIPCION

22.04.00.0	Vinos de uva, vinos fuertes, mostos de uva, salvo aquellos indicados en la glosa 20.09
22.04.10.00	Vinos espumantes, champaña entre ellos
22.04.21.0	Otros vinos de uva naturales, mosto de uva, cuya fermentación fue prevenida o interrumpida agregándose alcohol, en botellas de capacidad menos o igual a 2 litros
22.04.29.00	Otros vinos de uva
22.04.30.00	Otros mostos de uva

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

El arancel base para las glosas 22.04.10, 22.04.21 y 22.04.29 es de 20%

El arancel base para 22.04.30 es de 5%.

Ver Tarifa de la Aduana de Rusia (decreto Nro. 718 del 27.11.2006)

Orden del Comité Estatal de la Aduana rusa Nro. 1539 del 25.12.2003 (Anexos 4 y 1).

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

Estas glosas no gozan de preferencias.

OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

No existen países que se beneficien de régimen especial en la exportación de las glosas arriba mencionadas.

OTROS IMPUESTOS

- Las glosas 22.04.21, 22.04.29 y 22.04.10 pagan además un impuesto llamado acciza, cuya tasa base es de 2,60 rublos por un litro de vino (US\$0,08) para las primeras dos, y 10,5 rublos por un litro para la champaña y espumantes (US\$ 0,3). La glosa 22.04.30 no paga accizas.
- Se paga también el IVA que se calcula en base de la siguiente fórmula: (valor declarado del producto+ arancel + acciza) x 18%.

Nota: en estos casos la tasa de accizas está indicada por 1 litro del producto.

Los vinos no naturales (la Aduana rusa considera todos los vinos cuyo grado de alcohol etílico sobrepase 9° del volumen, salvo los vinos naturales y mostos) pagan 191 rublos de acciza por un litro de alcohol etílico 100% (US\$ 5,8). Otras bebidas llamadas BAL (bebidas alcohólicas livianas, ejemplo – cocktails enlatados), cuyo grado de alcohol es de 1,5 – 9%, pagan 121 rublos (US\$ 3,7) por un litro de 100% alcohol etílico. (Ver Ley Federal Nro. 142-FZ del 22.07.2008 y Carta de la Aduana Nro.01-11/56081 del 29.12.2008).

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Para realizar una importación de vino a Rusia es necesario contar con un contrato y "el pasaporte del negocio", los cuales permiten obtener banderolas, sin las cuales el vino embotellado no puede ingresar en el territorio del país.

En principio, la banderola contiene la información sobre el origen del producto, sin embargo el certificado de origen nunca sobra (según la legislación, el certificado de origen se exige de los proveedores de los países de CEI, excepto Belarús). Es muy importante que el vino cuente con una certificación para su ingreso a Rusia (salvo el vino de uva en los envases superiores a 10 litros, mostos de uva y vino para procesar).

Para la certificación en Rusia se presentan el certificado de la prueba, emitido por un laboratorio independiente (preferentemente que no pertenezca a la bodega), 4 botellas de cada denominación y "el acta de la selección de las pruebas" (se trata de una carta que diga que las botellas fueron seleccionadas, selladas y empaquetadas para el envío a Rusia). Las banderolas pueden ser pegadas tanto en el territorio de Chile como en cualquier otro puerto donde el barco ingrese camino a Rusia (ejemplo – Riga), pero sí el vino debe ingresar en el país con una banderola requerida por las autoridades de aduana. La contra etiqueta debe comprender toda la información sobre el vino en el idioma ruso. Se exige la frase sobre el daño del alcohol, sobre los transgénicos y sobre el valor energético del producto.

Ejemplo de la contra-etiqueta de un vino chileno que ingresa a Rusia en marzo de 2009 **(traducción del ruso)**

XXXXXXX (marca) Chardonnay 2003
El mismo nombre en ruso

Vino seco blanco con denominación de origen controlada

Origen: Casablanca

Variedad de la uva: Chardonnay

Grado de alcohol: 13,5% Capacidad: 0,75l

Duración: indefinida

Almacenar con temperatura de +5°C hasta +20°C

y la humedad relativa no superior a 85%

Valor energético: 79,7 kcal/100 ml

Fabricante: XXXX nombre y dirección

Importador y distribuidor en el territorio de Rusia: XXX nombre, dirección, teléfono, sitio WEB.

Alcohol es dañino para los niños y adolescentes de la edad inferior a 18 años, mujeres embarazadas y las que alimentan sus bebés con leche materna, personas con enfermedades de nervios, hígado y órganos de digestión. El contenido de sustancias nocivas en el producto no sobrepasa normas establecidas por el SanPiN 2.3.2.1078-01, anexo 1, ind.1.8.7, SanPiN 2.3.2.1293-03, anexo 3, ind.3.3.19. Suplementos biológicamente activos y componentes, obtenido mediante el uso de organismos transgénicos están ausentes.

EL ABUSO DE ALCOHOL ES DAÑINO PARA SU SALUD.

Fecha de embotellado: 24.06.2004

Hasta el año 2007 estaba vigente el GOST 7208 para vinos naturales de uva, que se subdividían en "vinos ordinarios" y "vinos de marca". A partir del 1 de enero de 2008 este GOST dejó de existir. Ahora para los vinos naturales de uva se aplica el nuevo GOST para vinos de mesa: GOST R 52523 – 2006, el cual ampara también "vinos con denominación de origen", "vinos con denominación de origen reservados", y "vinos con denominación de origen de colección" (redacción rusa).

Los empresarios que no pretenden especificar la zona de origen del vino escriben "vino de mesa". Pero, tomando en consideración que en Chile el concepto de vino de mesa no es común, los proveedores indican en la contraetiqueta "vino con denominación de origen geográfica" (para que el vino se describa así, tiene que coincidir la zona de producción de la uva con el lugar del embotellamiento del vino). Esta categoría puede ser representada por:

- a. Vino con denominación de origen
- b. Vino reservado con denominación de origen (mantención no menos de 12 meses antes de embotellar)
- c. Vino con denominación de origen de colección (mantención en botella al menos de 3 años – en este caso está permitida sedimentación en la botella, en otros casos el vino tiene que ser transparente, sin impurezas y partículas ajenas).

Hablando de las modificaciones de las normativas de los últimos años, cabe destacar las normas de contenido de azúcar en el vino:

Producto	Antes (g/ decímetro cúbico)	Ahora (g/ decímetro cúbico)
Vino seco	hasta 3	hasta 4
Vino semiseco	5-25	4-18
Vino semidulce	30-50	18-45
Vino dulce	-	más de 45

Luego de la publicación en febrero de 2006 de la resolución del médico principal sanitario de Rusia, relacionada con el estado de la salud de la nación, se presta una gran atención a un tal "certificado del uso de pesticidas", el cual debe ser proporcionado por el fabricante del vino para informar qué tipo de pesticidas fueron aplicadas en el proceso de producción de la uva.

La aduana realiza el control estricto de la descripción del producto y del valor declarado. Asimismo se requiere depositar previo a la importación, en la cuenta de la aduana unos montos que aseguren el pago de los trámites aduaneros (solo para glosas 22.04.21 y 22.04.29). En cuanto a la glosa 22.04.30 (con este código se importa el vino a granel a Rusia desde Chile), se requiere una Resolución de la Aduana regional donde se realice el desaduanamiento del producto, y una solicitud de una planta de procesamiento del vino, donde se indiquen todas las operaciones a las cuales estaría sometido el vino. En lo demás los requerimientos son iguales.

Cuando se llevan a cabo los trámites de aduana para los vinos de uva naturales, excepto a los de alta calidad, es posible que se pidan muestras de vinos para realizar una prueba en laboratorio de la aduana.

Aclaraciones sobre el procedimiento de la codificación de las banderolas en el marco del sistema EGAIS – Sistema Estatal Único Automatizado de Información (datos proporcionados por uno de principales importadores de nuestro vino):

- a) Previo al embarque del vino, el importador ruso debe reportar a la Fiscalía todos los antecedentes, recibiendo un código, por ejemplo 123. Luego a este código se agregan tres cifras más que significan la variedad del vino (Cabernet Sauvignon o Chardonnay, por ejemplo), quedándose el número en 123456 (ejemplo).
- b) Luego de la certificación se le asigna el código AP (incluye otra información adicional sobre el productor, vino etc.), llegando a 9 cifras, por decir 123456389.
- c) La aduana asigna el código adicional que comprende la información sobre el importador, su R.U.T., el pasaporte de negocio etc.), ampliando el anterior de 9 cifras hasta 14.
- d) El importador adquiere equipos para imprimir las banderolas, inserta el rollo e imprime, por decir 300 unidades para el primer embarque de 300 botellas con el mismo código.
- e) Se envían las banderolas al proveedor que tiene que pegarlas en las botellas para asegurar su envío a Rusia.

Fuentes de información:

- Tarifa de Aduana de la Federación de Rusia. Edición Oficial (www.customs.ru)
- Programa computacional TNVED
- Importadores rusos del vino

ESTADISTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

Glosa 22.04

AÑO 2008

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Argentina	97.712	67.483	19,8
España	94.796	96.684	19,2
Bulgaria	54.213	64.705	11,0
Francia	47.714	207.506	9,7
Subtotal	294.435	436.378	59,7
Chile (10 lugar)	16.957	37.429	3,4
TOTAL IMPORTADO	493.230	837.574	100,0

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
España	110.417	107.692	21,7
Francia	80.685	189.231	15,9
Bulgaria	79.338	79.096	15,6
Argentina	72.218	59.757	14,2
Subtotal	342.658	435.776	67,4
Chile (6 lugar)	26.047	43.167	5,1
TOTAL IMPORTADO	508.549	753.152	100,0

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
España	130.411	82.458	25,6
Francia	92.814	115.244	18,2
Bulgaria	65.626	50.758	12,9
Argentina	54.611	32.881	10,7
Subtotal	343.462	281.341	67,4
Chile (7 lugar)	19.876	26.176	3,9
TOTAL IMPORTADO	509.536	514.196	100,0

Glosa 22.04.21**AÑO 2008**

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Bulgaria	44.450	55.446	20,6
Francia	41.025	151.402	19,1
Moldova	22.358	37.211	10,4
España	21.972	44.854	10,2
Subtotal	129.805	288.913	60,3
Chile (7 lugar)	10.885	32.394	5,1
TOTAL IMPORTADO	215.168	515.020	100,0

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Bulgaria	65.264	67.649	28,8
Francia	43.627	129.145	19,2
España	26.304	46.893	11,6
Alemania	19.931	32.189	8,8
Subtotal	155.126	275.876	68,4
Chile (6 lugar)	14.396	35.597	6,3
TOTAL IMPORTADO	226.963	443.822	100,0

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Bulgaria	51.342	41.697	24,6
Moldavia	35.181	37.970	16,8
Francia	31.247	68.041	14,9
España	18.991	27.551	9,1
Subtotal	136.761	175.259	65,4
Chile (7 lugar)	8.813	19.488	4,2
TOTAL IMPORTADO	209.154	307.025	100,0

Glosa 22.04.29

AÑO 2008

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Bulgaria	9.065	8.795	28,2
Brasil	3.191	1.659	9,9
Argentina	3.160	2.035	9,8
Sudáfrica	2.962	2.652	9,2
SUBTOTAL	18.378	15.141	57,1
Chile (8 lugar)	896	1.610	2,8
TOTAL IMPORTADO	32.183	33.436	100,0

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Bulgaria	14.074	11.447	56,8
España	2.576	3.157	10,4
Francia	1.528	2.275	6,2
Argentina	1.034	757	4,1
SUBTOTAL	19.212	17.636	77,5
Chile (8 lugar)	684	878	2,8
TOTAL IMPORTADO	24.789	25.404	100,0

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Bulgaria	13.888	8.759	54,8
Moldavia	2.548	2.623	10,0
España	1.882	2.377	7,4
Alemania	1.234	1.881	4,9
SUBTOTAL	19.552	15.640	77,1
Chile (11 lugar)	324	393	1,3
TOTAL IMPORTADO	25.352	21.770	100,0

Glosa 22.04.30

AÑO 2008

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Argentina	87.616	54.671	38,6
España	70.179	46.618	30,9
Sudáfrica	13.374	9.735	5,9
Uzbekistán	13.105	7.955	5,8
SUBTOTAL	184.274	118.979	81,2
Chile (8 lugar)	5.127	3.243	2,3
TOTAL IMPORTADO	226.834	147.567	100,0

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
España	81.175	55.212	33,7
Argentina	60.770	44.610	25,3
Francia	33.303	19.968	13,8
Uzbekistán	14.996	10.133	6,2
SUBTOTAL	190.244	129.923	79,0
Chile (6 lugar)	10.961	6.667	4,6
TOTAL IMPORTADO	240.764	167.692	100,0

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
España	109.302	51.420	41,1
Francia	59.114	25.401	22,2
Argentina	46.308	22.846	17,4
Uzbekistán	12.464	6.296	4,7
SUBTOTAL	227.188	105.963	85,4
Chile (5 lugar)	10.699	6.144	4,0
TOTAL IMPORTADO	265.889	127.030	100,0

Glosa 22.04.10**AÑO 2008**

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Italia	9.770	67.485	51,3
Francia	3.180	51.155	16,7
Ucrania	2.972	12.663	15,6
Moldova	1.127	2.387	5,9
SUBTOTAL	17.049	133.690	89,5
Chile (10 lugar)	49	182	0,3
TOTAL IMPORTADO	19.045	141.550	100,0

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Italia	8.553	58.742	53,2
Ucrania	3.172	12.104	19,8
Francia	2.227	37.843	13,9
Alemania	535	2.047	3,3
SUBTOTAL	14.487	110.736	90,2
Chile (14 lugar)	6	25	0,04
TOTAL IMPORTADO	16.033	116.233	100,0

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (en términos físicos)
Italia	4.500	26.993	49,2
Ucrania	2.194	7.887	24,0
Francia	1.228	20.110	13,4
Moldavia	343	524	3,8
SUBTOTAL	8.265	55.514	90,4
Chile (9 lugar)	40	151	0,4
TOTAL IMPORTADO	9.140	58.371	100,0

POTENCIAL DEL PRODUCTO

**PRECIOS DE REFERENCIA Y MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN RELEVANTES
PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO CADENA
DE SUPERMERCADOS "SEPTIMO CONTINENTE" DE MOSCU
(lista de precios oficial en rublos por una botella)
Marzo de 2009, tasa oficial de cambio rublo/US\$ = 33,00**

Vinos chilenos tintos

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Sunrise Cabernet Sauvignon alc. 13% red dry 0.75l Chile</u>	329.00
<u>Wine Trio Merlot alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	529.00
<u>Wine Trio Cabernet Sauvignon alc.13.5% red dry 0.75l Chile</u>	529.00
<u>Wine Casillero del Diablo Merlot alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Wine Los Boldos Requinoa Merlot alc. 12.5% red dry 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Wine Sunrise Merlot alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	329.00
<u>Wine Sunrise Carmener alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	329.00
<u>Wine Sunrise Shiras alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	329.00
<u>Wine Los Boldos Rquinoa Cabernet Sauvignon alc.13.5% red dry 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Wine Casillero del Diablo Cabernet Sauvignon red dry alc. 13.5% 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Wine Montgras Cabernet Sovegnon alc 13% red</u>	409.00

<u>dry 0.75l Chile</u>	
<u>Wine Montgras Reserv Merlot red dry alc.14% 0.75l Chile</u>	629.00
<u>Wine Frontiera Merlot alc. 12.5% red halfdry 0.75l Chile</u>	251.90
<u>Baron Phillip de Rothschild Merlot red dry wine 0.75l alcohol 13% Chile</u>	539.00
<u>Wine Santa Regina Cabernet Sauvignon red dry 0.75l 14% Chile</u>	290.90
<u>Wine Kasillero del Diablo Sira red dry 0.75l 14,5% Chile</u>	449.00
<u>Wine Los Boldos Cabernet Sauvignon alc.13% ed dry 0.75l Chile</u>	1139.00
<u>Vino Millaman Merlo krasn/syx 12.5% 0.75l Chili</u>	449.00
<u>Vino Millan Cabernet Sauvignon 2002 g.12.5% 0.75l red dry Chili</u>	449.00
<u>Wine Konvento Veho alc. 13% red dry 0.75l Argentina</u>	297.90
<u>Wine Konvento Veho alc. 13% red dry 0.75l</u>	297.90
<u>Wine Kaziliero del Diablo alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	509.00
<u>Wine Frontiera Sauvignon alc. 13% red halfdry 0.75l Chile</u>	251.90
<u>Wine Sanraiz Merlo roze dry 13% 0.7l Chili</u>	329.00
<u>Wine Markiz Deka Koncha alc. 14% red dry 0.75l</u>	849.00
<u>Wine Montgras Carvener alc 13% red dry 0.75l Chile</u>	629.00
<u>Wine Markiz Koncha alc. 14% white dry 0.75l</u>	849.00
<u>Wine Kaziliero del Diablo alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Wine Sunrise Camerner alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	409.00
<u>Vino Estas'on Karmener alk. 14.5% krasnor syxoe 0.75l Chili</u>	339.00
<u>Vino Estas'jn Merlo 14.5% krasnoe syxoe Hcili</u>	339.00

<u>Vino Escudo Roho red dry wine 0.75l alc. 13% Chili</u>	979.00
<u>Wine Cabernet Sauvignon Reserva alc. 13.5% red dry 0.75l Chile</u>	409.00
<u>Wine Reserva Merlot alc. 13% red dry 0.75l Chile</u>	409.00
<u>Wine Los Boldos Cabernet Sauvignon alc.13.5% ed dry 0.75l Chile</u>	1139.00
<u>Wine Frontiera Sauvignon alc. 13.5% red halfdry 0.75l Chile</u>	439.00
<u>Wine Merlot alc. 14% red dry 0.75l Chile</u>	439.00
<u>Vino Sutil Sira alk. 14% krasnoe syxoe 0.75l Chile</u>	439.00
<u>Wine Frontera Carmener alc. 13% red halfdry 0.75l Chile</u>	251.90
<u>Wine Baron Filip de Rotshild Caberne Sovion red dry 13.5% Chili</u>	689.00
<u>Wine Cabernet Sauvignon Reserva alc. 14% red dry 0.75l Chile</u>	629.00
<u>Vino Simbola Merlo krasnoe suhoe 12% 0.75l 2007q CHili</u>	319.00
<u>Wine Cabernet</u>	319.00

Vinos chilenos blancos

<u>Denominación</u>	<u>Precio Rublos</u>
<u>Wine Sunrise Chardonney alc. 12.5% white dry 0.75l Chile</u>	329.00
<u>Wine Chateau Los Boldas Reckionoa Chardonney alc. 13% white dry 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Wine Casillero del Diablo Diablo Chardonney alc. 13.5% white dry 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Wine Frontera Chardonney alc.13% white halfdry 0.75l Chile</u>	251.90
<u>Wine Frontera Sauvignon Blan alc. 13% white halfdry 0.75l Chile</u>	251.90
<u>Vino Filip de Rotshild belowe suhoe 13% 0.75l</u>	689.00
<u>Vino Trio shardone belowe suhoe 0.7l</u>	529.00

<u>Wine Los Boldos Cabernet Sauvignon alc.13% ed dry 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Wine Convento Viejo Chardonney alc. 13.5% white dry 0.75l Chile</u>	297.90
<u>Wine Casillero del Diablo alc. 13% white dry 0.75l Chile</u>	449.00
<u>Vino Milliman Shardone 12.5% 0.75l dry Chili</u>	449.00
<u>Vino Milliman Sauvignon 12.5% 0.75l dry Chili</u>	449.00
<u>Wine Bushon Sovinon Blan whait dry 13.5% 0.75l Chile</u>	409.00
<u>Wine Sanrise Sovinon whait dry 13% 0.75 Chili</u>	329.00
<u>Whine Sutil Shardone white dry 13.5% 0.75l Chili</u>	439.00
<u>Vino Simbolo Sovinion Blan beloeshoe 12.5% 0.75l Chile</u>	319.00
<u>Vino Simbola Chardonney white dry 12.5% 0.75l Cpili</u>	319.00
<u>Wine 0.75l</u>	519.00

Vinos argentinos tintos

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Toso Malbec Bonarda alc. 11.9% red dry 0.75l Argentina</u>	251.90
<u>Wine Terrazas Malbec alc. 13.1% red dry 0.75l Argentina</u>	569.00
<u>Wine Terrazas Alto Cabernet Sauvignon alc. 13.2% red dry 0.75l Argentina</u>	569.00
<u>Wine Toso Tempranillo alc. 12.2% red dry 0.75l Argentina</u>	251.90
<u>Wine Sandgoveze alc. 12% red dry 0.75l Argentina</u>	251.90
<u>Wine Toso Cabernet Sauvignon alc.12% red dry 0.75l Argentina</u>	251.90
<u>Wine Terrazas Malbec alc. 13.5% red dry 0.75l Argentina</u>	969.00

Vinos argentinos blancos

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Toso Malbec Bonarda alc. 11.9% red dry 0.75l Argentina</u>	251.90
<u>Wine Terrazas Malbec alc. 13.1% red dry 0.75l Argentina</u>	569.00
<u>Wine Terrazas Alto Cabernet Sauvignon alc. 13.2% red dry 0.75l Argentina</u>	569.00
<u>Wine Toso Tempranillo alc. 12.2% red dry 0.75l Argentina</u>	251.90
<u>Wine Sandgoveze alc. 12% red dry 0.75l Argentina</u>	251.90
<u>Wine Toso Cabernet Sauvignon alc.12% red dry 0.75l Argentina</u>	251.90
<u>Wine Terrazas Malbec alc. 13.5% red dry 0.75l Argentina</u>	969.00

Vinos franceses tintos

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Cordie Cabernet Sauvignon France alc. 12.5% red dry 0.75l France</u>	449.00
<u>Chateau La Couronne red dry wine 0.75l alcohol 12.5% France</u>	1769.00
<u>Chateau Cardus Bordeaux Medoc wine red dry 0.75l alcohol 12% France</u>	1079.00
<u>Wine Cordie Bordeaux alc. 12% red dry 0.75l France</u>	759.00
<u>Wine Cordie Labotier alc. 12% red dry 0.75l France</u>	679.00
<u>Wine Shavron Rouge Muale red semisweet alc 11% 0.75 gl.bottle France</u>	252.90
<u>Louis Max Beaujolais red dry wine 0.75l gl.bottle alcohol 12% France</u>	769.00
<u>Chateau D` Hauret red dry wine 0.75l alcohol 12% France</u>	629.00

<u>Chateau Barrail des Pretres red dry wine 0.75l alcohol 12.5% France</u>	749.00
<u>Wine Shavron red dry alc. 12% 0.75l France</u>	319.00
<u>Wine Shavron Rouge red dry alc. 11% 0.75l France</u>	238.90
<u>Wine Cabernet -Sira Gan Pol Shener red dry 12% alc 0.75l France</u>	519.00
<u>Louis Max Burgundy Rouge red dry wine 0.75l alcohol 12.5% France</u>	1059.00
<u>Barton & Guestier Cabernet Sauvignon red dry wine 0.75l alcohol 11.5% France</u>	469.00
<u>Wine Cordie Merlot red dry alc.12% 0.75l France</u>	449.00
<u>Chateau Le Viviers Medoc red dry wine 0.75l alcohol 12.5% France</u>	1079.00
<u>Wine Lui Bogole Villag alc. 12.5% red dry 0.75l France</u>	849.00
<u>Vino De Franz red 11% 0.75l Franzia</u>	222.90
<u>Wine Baron Philipp de Rotshild Merlot red dry alc.2001g 12.5% 0.75l France</u>	739.00
<u>Wine Cabernet Sauvignon alc. 12% red dry 0.75l</u>	299.90
<u>Wine C hato Belgrav red dry 97g alc. 12.5% 0.75l France</u>	989.00
<u>Vino Shato Sinore Bordo 12% 0.75l</u>	489.00
<u>Vino Shato O-Medu red dry 0.75l 12% France</u>	679.00
<u>Vino Mouton Cadet 2000 red dry 0.75l France</u>	1069.00
<u>Vino Shato Kalon Segur 13% krasnoe suhoe 0.75l</u>	14449.00
<u>Wine Cuve Specal alc. 11% red drysweet 0.75 l France</u>	234.90
<u>Wino baschnja Mandelot medok krasnoe suxoe 0.75l Franzia</u>	539.00
<u>Vino Kuve Spesyal` suhoe 0.75l Franciya</u>	222.90
<u>Chateau Bashnya Mandelot red dry wine 0.75l alcohol 12% France</u>	389.00
<u>Wine Chateau Bashnya Mandelot alc.12% red dry 0.75l France</u>	479.00
<u>Wine Gineste 12% 0.75l France</u>	599.00

<u>Wine Chateau Le Kastelo red dry 12.5% 2001 0.75l France</u>	1989.00
<u>Wine Sent Emilion alc. 12% red dry 0.75l France</u>	819.00
<u>Wine Shabro red sweet 11% 0.75l France</u>	239.90
<u>Wine Shato Gran Medok Fere red dry 12.5% 0.75l France</u>	849.00
<u>Wine alc.13% ed dry 0.75l</u>	799.00
<u>Chateau red dry wine 0.75l alcohol 12% France</u>	359.00
<u>Wine Angue alc.12% 0.75l red halfdry France</u>	419.00
<u>Wine La Krya du Pen alc. 13% white semisweet 0.75l</u>	309.00
<u>Wine La Krya du Pen alc. 13% white semisweet 0.75l</u>	309.00
<u>Wine Cote Du Rone Vilag red dry 13% 0.75l France</u>	769.00
<u>Chateau Andron red dry wine 0.75l alcohol 12.5% France</u>	549.00
<u>Wine Shato Mene alc. 13.5% red dry 0.75l Italy</u>	3129.00
<u>Wine Baron de Lirondo table red semisweet alc.11% 0.75l France</u>	224.90
<u>Wine Shato Medok Cru red dry alc. 12.5% 0.75l France</u>	969.00
<u>Wine Shato De Kruanon Bordo red dry 12.5% 0.75l glass France</u>	649.00
<u>Vino seleksen kr/suhoe 11.5% 3l</u>	639.00
<u>Vino Hato krasnoe syxoe 12,5% 0.75l Franzij</u>	9079.00
<u>Wine Barton i Gest'e 0.75l st. butilka France</u>	1039.00
<u>Wine Shato Dersh red dry 12.5% 0.75l France</u>	2259.00
<u>Wine Shato Lay Crua Tulifo red dry 12% 0.75l France</u>	3709.00
<u>Wine Barton and Geste Shatonef du Pap alc.2003g alk.14% red dry 0.75l France</u>	1579.00
<u>Wine Merlet red dry 0.75l France</u>	689.00
<u>Wine alc. 12% red driesweet 0.75 l France</u>	223.90
<u>Wine Shavron Rouge Muale red semisweet alc 11% 0.75 gl</u>	349.00

<u>Vine Shato red dry alc. 14.5% 0.75L France</u>	1319.00
<u>Wine Chateau alc. 13% red dry 0.75l France</u>	3669.00
<u>Vino 0.75l</u>	959.00
<u>Vino Shato Le Roshe Bordo Krasnoe suhoe 0.75l alk 12.5% France</u>	274.90
<u>Vino Malezan Bordo krasnoe suhoe akl 12.5% 0.75l France</u>	989.00
<u>Vino ShatoLe Kon Merlo Bordo Syperier krasnoe suhoe alk 12.5% 0.75l France</u>	779.00
<u>Vino Shato Le Kon Premier Kot de Ble Kry Burjua 2003 krasnoe sehoe alk 12.5% 0.75l France</u>	1219.00
<u>Vino Shato vie Perron Sent-Emilion krasnoe suhoe 12.5% 0.75l France</u>	879.00

Vinos franceses blancos

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Cordie Labotier alc. 12%white dry 0.75l France</u>	629.00
<u>Wine Cordie Bordeaux alc.12% white dry 0.75l France</u>	719.00
<u>Wine Markiz Sent-Mishel alc. 11% white semisweet 0.75l France</u>	273.90
<u>Wine Cordie Chardonney alc. 12% white dry 0.75l France</u>	489.00
<u>Wine Malesan Bordeaux AOS alc.11% white semisweet 0.75 l France</u>	989.00
<u>Wine Chavron Chardonney alc. 12 % white dry 0.75l</u>	319.00
<u>Wine Petit Chablis Reniar alc. 12.5% white dry 0.75 l France</u>	1149.00
<u>Wine Shavron Blan Muale white semisweet alc 11% 0.75 gl.bottle France</u>	255.90
<u>Wine Shavron Blan Muale white dry alc 11% 0.75 gl.bottle France</u>	224.90
<u>Wine Chablis la Shablissien alc. 12.5% white dry 0.75l France</u>	1339.00

<u>Wine Chablis Ch?teau de Vivier alc 12.5% 0.75l France</u>	1689.00
<u>Louis Max Burgundy Blanc 1995 white dry wine 0.75l alcohol 12.5% France</u>	1059.00
<u>Wine Chardonney Burgundskoe Les Ribelottes 0.75l alc.12% white dry France</u>	739.00
<u>Wine Chablis le Velieron white dry alc12.5% 0.75l France</u>	1229.00
<u>Vino Kuve Spesyal` belor polusladkoe 0.75l Franciya</u>	249.90
<u>Wine Shardone Luis Max alc. 12.5% white dry 0.75l gl. Bottle France</u>	569.00
<u>Vino Mouton Cadet 1998g 12% dry 0.75l France</u>	969.00
<u>Wine Bashnya Mandelot Bordo alc.11.5% beloe polusladkoe 0.75l st.butilka France</u>	389.00
<u>Wine Ivkur Borbo Blan 11.5% 0.75l dry</u>	519.00
<u>Vino Gran Kru Blasho dry 0.75l France</u>	3839.00
<u>Wine Petit alc. 12% white dry 0.75l France</u>	1409.00
<u>Wine Shcabli Barton i Gest'e white dry 0.75l st. butilka France</u>	1179.00
<u>Wino Scabli Gran Renar alk.12.5% beloe suxoe 0,75l st.butilka France</u>	2239.00
<u>Wine Sauvignon alc. 12% white dry 0.75l</u>	309.00
<u>Wine Shcabli white dry 0.75l st. butilka France</u>	1109.00
<u>Wine Bordo wait dry 12% 0.75l</u>	469.00
<u>Vino Shabli Premier Kru Monmein La Shablis dry 0.75l France</u>	1749.00
<u>Wine Angue alc.11% 0.75l red halfdry France</u>	419.00
<u>Baron Phillip de Rothschild Bordo white dry wine 0.75l alcohol 13%</u>	739.00
<u>Wine La Krya du Pen alc. 13% white semisweet 0.75l</u>	329.00
<u>Wine Shabrp De Kuverte whait 11% 0.75l France</u>	249.90
<u>Vino Baron de Al 0.75l white dry Franciya</u>	4619.00
<u>Wine Baron and Geste Sovinon 11.5% white dry France</u>	469.00
<u>Wine Chardonney alc. 12% white dry 0.75l France</u>	319.00

<u>Wine Chardonney Burgund 0.75l alc.12% white dry France</u>	489.00
<u>Wino Gran Renar alk.12.5% beloe suxoe 0,75l st.butilka France</u>	3839.00
<u>Wine Chateau Merlet Bordeaux white dry 0.75l France</u>	689.00
<u>Wine Chardonney alc. 13.7% white dry 0.75l France</u>	759.00
<u>Vino Shabli Premier Kry Vayon beloe suhoe 13% 0.75l France</u>	1599.00
<u>Vino</u>	419.00
<u>Vino Barton i Gestie Blan 2003 beloe suhoe alk 12.5% 0.75l France</u>	719.00
<u>Wine Shato La Kon de Mons 12% 0.75l</u>	659.00
<u>Wine Cordie Labotier alc. 12%white dry 0.75l France</u>	629.00
<u>Wine Cordie Bordeaux alc.12% white dry 0.75l France</u>	719.00
<u>Wine Markiz Sent-Mishel alc. 11% white semisweet 0.75l France</u>	273.90
<u>Wine Cordie Chardonney alc. 12% white dry 0.75l France</u>	489.00
<u>Wine Malesan Bordeaux AOS alc.11% white semisweet 0.75 l France</u>	989.00
<u>Wine Chavron Chardonney alc. 12 % white dry 0.75l</u>	319.00
<u>Wine Petit Chablis Reniar alc. 12.5% white dry 0.75 l France</u>	1149.00
<u>Wine Shavron Blan Muale white semisweet alc 11% 0.75 gl.bottle France</u>	255.90
<u>Wine Shavron Blan Muale white dry alc 11% 0.75 gl.bottle France</u>	224.90
<u>Wine Chablis la Shablissien alc. 12.5% white dry 0.75l France</u>	1339.00
<u>Wine Chablis Ch?teau de Vivier alc 12.5% 0.75l France</u>	1689.00
<u>Louis Max Burgundy Blanc 1995 white dry wine 0.75l alcohol 12.5% France</u>	1059.00
<u>Wine Chardonney Burgundskoe Les Ribelottes 0.75l alc.12% white dry France</u>	739.00

<u>Wine Chablis le Velieron white dry alc12.5% 0.75l France</u>	1229.00
<u>Vino Kuve Spesyal` belor polusladkoe 0.75l Franciya</u>	249.90
<u>Wine Shardone Luis Max alc. 12.5% white dry 0.75l gl. Bottle France</u>	569.00
<u>Vino Mouton Cadet 1998g 12% dry 0.75l France</u>	969.00
<u>Wine Bashnya Mandelot Bordo alc.11.5% beloe polusladkoe 0.75l st.butilka France</u>	389.00
<u>Wine Ivkur Borbo Blan 11.5% 0.75l dry</u>	519.00
<u>Vino Gran Kru Blasho dry 0.75l France</u>	3839.00
<u>Wine Petit alc. 12% white dry 0.75l France</u>	1409.00
<u>Wine Shcabli Barton i Gest'e white dry 0.75l st. butilka France</u>	1179.00
<u>Wino Scabli Gran Renar alk.12.5% beloe suxoe 0,75l st.butilka France</u>	2239.00
<u>Wine Sauvignon alc. 12% white dry 0.75l</u>	309.00
<u>Wine Shcabli white dry 0.75l st. butilka France</u>	1109.00
<u>Wine Bordo wait dry 12% 0.75l</u>	469.00
<u>Vino Shabli Premier Kru Monmein La Shablis dry 0.75l France</u>	1749.00
<u>Wine Angue alc.11% 0.75l red halfdry France</u>	419.00
<u>Baron Phillip de Rothschild Bordo white dry wine 0.75l alcohol 13%</u>	739.00
<u>Wine La Krya du Pen alc. 13% white semisweet 0.75l</u>	329.00
<u>Wine Shabrp De Kuverte whait 11% 0.75l France</u>	249.90
<u>Vino Baron de Al 0.75l white dry Franciya</u>	4619.00
<u>Wine Baron and Geste Sovinon 11.5% white dry France</u>	469.00
<u>Wine Chardonney alc. 12% white dry 0.75l France</u>	319.00
<u>Wine Chardonney Burgund 0.75l alc.12% white dry France</u>	489.00
<u>Wino Gran Renar alk.12.5% beloe suxoe 0,75l st.butilka France</u>	3839.00
<u>Wine Chateau Merlet Bordeaux white dry 0.75l France</u>	689.00

<u>Wine Chardonney alc. 13.7% white dry 0.75l France</u>	759.00
<u>Vino Shabli Premier Kry Vayon beloe suhoe 13% 0.75l France</u>	1599.00
<u>Vino</u>	419.00
<u>Vino Barton i Gestie Blan 2003 beloe suhoe alk 12.5% 0.75l France</u>	719.00
<u>Wine Shato La Kon de Mons 12% 0.75l</u>	659.00
<u>Wine Cordie Labotier alc. 12%white dry 0.75l France</u>	629.00
<u>Wine Cordie Bordeaux alc.12% white dry 0.75l France</u>	719.00
<u>Wine Markiz Sent-Mishel alc. 11% white semisweet 0.75l France</u>	273.90
<u>Wine Cordie Chardonney alc. 12% white dry 0.75l France</u>	489.00
<u>Wine Malesan Bordeaux AOS alc.11% white semisweet 0.75 l France</u>	989.00
<u>Wine Chavron Chardonney alc. 12 % white dry 0.75l</u>	319.00
<u>Wine Petit Chablis Reniar alc. 12.5% white dry 0.75 l France</u>	1149.00
<u>Wine Shavron Blan Muale white semisweet alc 11% 0.75 gl.bottle France</u>	255.90
<u>Wine Shavron Blan Muale white dry alc 11% 0.75 gl.bottle France</u>	224.90
<u>Wine Chablis la Shablissien alc. 12.5% white dry 0.75l France</u>	1339.00
<u>Wine Chablis Ch?teau de Vivier alc 12.5% 0.75l France</u>	1689.00
<u>Louis Max Burgundy Blanc 1995 white dry wine 0.75l alcohol 12.5% France</u>	1059.00
<u>Wine Chardonney Burgundskoe Les Ribelottes 0.75l alc.12% white dry France</u>	739.00
<u>Wine Chablis le Velieron white dry alc12.5% 0.75l France</u>	1229.00
<u>Vino Kuve Spesyal` belor polusladkoe 0.75l Franciya</u>	249.90
<u>Wine Shardone Luis Max alc. 12.5% white dry 0.75l gl. Bottle France</u>	569.00
<u>Vino Mouton Cadet 1998g 12% dry 0.75l France</u>	969.00

<u>Wine Bashnya Mandelot Bordo alc.11.5% beloe polusladkoe 0.75l st.butilka France</u>	389.00
<u>Wine Ivkur Borbo Blan 11.5% 0.75l dry</u>	519.00
<u>Vino Gran Kru Blasho dry 0.75l France</u>	3839.00
<u>Wine Petit alc. 12% white dry 0.75l France</u>	1409.00
<u>Wine Shcabli Barton i Gest'e white dry 0.75l st. butilka France</u>	1179.00
<u>Wino Scabli Gran Renar alk.12.5% beloe suxoe 0,75l st.butilka France</u>	2239.00
<u>Wine Sauvignon alc. 12% white dry 0.75l</u>	309.00
<u>Wine Shcabli white dry 0.75l st. butilka France</u>	1109.00
<u>Wine Bordo wait dry 12% 0.75l</u>	469.00
<u>Vino Shabli Premier Kru Monmein La Shablis dry 0.75l France</u>	1749.00
<u>Wine Angue alc.11% 0.75l red halfdry France</u>	419.00
<u>Baron Phillip de Rothschild Bordo white dry wine 0.75l alcohol 13%</u>	739.00
<u>Wine La Krya du Pen alc. 13% white semisweet 0.75l</u>	329.00
<u>Wine Shabrp De Kuverte whait 11% 0.75l France</u>	249.90
<u>Vino Baron de Al 0.75l white dry Franciya</u>	4619.00
<u>Wine Baron and Geste Sovinon 11.5% white dry France</u>	469.00
<u>Wine Chardonney alc. 12% white dry 0.75l France</u>	319.00
<u>Wine Chardonney Burgund 0.75l alc.12% white dry France</u>	489.00
<u>Wino Gran Renar alk.12.5% beloe suxoe 0,75l st.butilka France</u>	3839.00
<u>Wine Chateau Merlet Bordeaux white dry 0.75l France</u>	689.00
<u>Wine Chardonney alc. 13.7% white dry 0.75l France</u>	759.00
<u>Vino Shabli Premier Kry Vayon beloe suhoe 13% 0.75l France</u>	1599.00
<u>Vino</u>	419.00
<u>Vino Barton i Gestie Blan 2003 beloe suhoe alk 12.5% 0.75l France</u>	719.00

Wine Shato La Kon de Mons 12% 0.75l 659.00

Vinos españoles tintos

<u>Denominación</u>	<u>Precio Rublos</u>
<u>Wine Rioja Campo Viejo Reserva red dry 1997 12,5% 0,75l Spain</u>	779.00
<u>Wine Baron Romero red semisweet alc.11% 0.75l Ispan</u>	339.00
<u>Vino Baroha Tinto kr/suhoe 12% 0.75l</u>	559.00
<u>Vino Castillo del Clavijo Reserva</u>	619.00
<u>Wine Vina Tendida alc. 12% red semi-dry 0.75l Spain</u>	329.00
<u>Wine Castillo De Clavio Crianza red dry 12.5% Ispan</u>	429.00
<u>Wine Castillo red dry 12% 0.75l Spain</u>	499.00
<u>Vino Ontanion Crianza 12.5% 0.75l Spain</u>	629.00
<u>Vino Rayses Gran Reserva 12.5% 0.75l Spain</u>	429.00
<u>Vino Don Simon Tempranillo 12.5% 0.75l Spain</u>	195.90
<u>Vino Rayses Reserva krasnoe suhoe alk. 12.5% 0.75l Spain</u>	359.00
<u>Wine Rioha Campo Vieha Reserva red dry 1997 12,5% 0,75l Spain</u>	779.00
<u>Wine Baron Romero red semisweet alc.11% 0.75l</u>	339.00
<u>Vino Baroha Tinto kr/suhoe 12% 0.75l</u>	559.00
<u>Vino Cstillo del Clavijo Reserva</u>	619.00
<u>Wine Vina Tendida alc. 12% red semi-dry 0.75l Spain</u>	329.00
<u>Wine Castillo De Clavio Crianza red dry 12.5%</u>	429.00
<u>Wine Castillo red dry 12% 0.75l Spain</u>	499.00
<u>Vino Ontanion Crianza krasnoe suhoe 12.5% 0.75l Spain</u>	629.00
<u>Vino Rayses Gran Reserva Krasnoe suhoe 12.5% 0.75l Spain</u>	429.00
<u>Vino Don Simon Tempranillo krasnoe suhoe</u>	195.90

12.5% 0.75l st.butilka Spain

Vino Rayses Reserva krasnoe suhoe alk. 12.5%
0.75l st.butilka Spain 359.00

Vinos españoles blancos

<u>Denominación</u>	<u>Precio Rublos</u>
<u>Wine Tendida whait 11% 0.75l</u>	329.00
<u>Vino igristoe vintal bryt Vintaj bryt Segura viudas bryt 1999g beloe 11.5% Spanish 0.75l</u>	999.00
<u>Vino Don Simon Ayer Beloe Suhoe 11.5% 0.75l st.butilka Spain</u>	195.90

Vinos italianos tintos

<u>Denominación</u>	<u>Precio Rublos</u>
<u>Wine Bardolino alc. 11.5% red dry 0.75l Italy</u>	489.00
<u>Wine Chianti Dokg alc. 12% red dry 1.5in straw basket Italy</u>	1029.00
<u>Wine Fabiano Cianti Dokg alc. 12% red dry 0.75l Italy</u>	609.00
<u>Wine Casa Vinicola Caldirola Lambrusco alc. 9- 12% red semisweet 0.75l Italy</u>	339.00
<u>Wine Fabiano Valpolicella DOC alc. 11.5% red dry 0.75l Italy</u>	589.00
<u>Wine Fabiano Delle Venecia IGT Merlot alc. 11.5% red dry 0.75l Italy</u>	509.00
<u>Wine Donna Eliza Lambrusko Emilia alc. 5% red sweet 0.75 l Italy</u>	339.00
<u>Wine Piccini Cianti Dokg alc. 12% red dry 0.75l Italy</u>	499.00
<u>Wine Fabiano Valpolicella DOC Classico alc. 12% red dry 0.75l Italy</u>	769.00
<u>Wine Lambrusko Medici alc. 8% red semisweet 0.75l gl.bottle Italy</u>	349.00
<u>Villa Antinori Chianti Classico Riserva red dry wine 0.75l alcohol 13% Italy</u>	1279.00
<u>Wine Lambrusco Emilia Maestro Cantiniery red semisweet alc. 9-11% 0.75l Italy</u>	319.00

<u>Wine Sartori Valpolicello Doc red dry alc 11% 0.75l Italy</u>	399.00
<u>Wine Lorenzo Sormani Cianti Classico alc. 13% red dry 0.75l Italy</u>	1109.00
<u>Wine Dgineprone Cianti 2000y red dry 0.75l alc. 13% Italy</u>	849.00
<u>Wine Chianti Dokg alc.12.5% red dry 1l in straw basket Italy</u>	809.00
<u>Wine Cianti Classico red dry 0.75l alc.12.5% Italy</u>	699.00
<u>Vino Peppoli K`aynti Classico Dokg 2000g alc. 13% krasnoe suhoe Italia</u>	1319.00
<u>Wine Santa-Kristina alc. 12.5% red dry 0.75l Italy</u>	649.00
<u>Wine Barbera Asty alc. 12.0+0.5% red dry 1.5</u>	399.00
<u>Wine Valpolicella DOC Classico alc. 12% red dry 0.75l Italy</u>	989.00
<u>Wine Guado Tasso 2001 alc. 13.5% red dry 0.75l Italy</u>	4579.00
<u>Vino Chianti 2004 Nobile Rustiko 0.75 red dry Italy</u>	759.00
<u>Wine Bardolino red dry wine 0.75l alcohol 11.5% Italy</u>	329.00
<u>Vino Tomaresko Rosso alc. 13% red dry wine 0.75l alcohol 13% Italy</u>	629.00
<u>Wine Monica Disardinua red dry alc. 13.5% 0.75l Chile</u>	809.00
<u>Wine Cianti alc. 13% red dry 0.75l Italy</u>	679.00
<u>Wine Merlot alc. 11.5% red dry 1l Italy</u>	183.90
<u>Wine Nadaria red dry alc. 12% 0.75l Italy</u>	369.00
<u>Wine Chianti Gonfal alc. 12% red dry 1l Italy</u>	939.00
<u>Wine Lambrusko Emilia alc. 8% red 0.75l gl.bottle Italy</u>	274.90
<u>Wine Bardolino DOC Classico alc. 12% red dry 0.75l Italy</u>	809.00
<u>Wine Freskello dry 10.5% 0.75l Itali</u>	309.00

<u>Villa Toscana white dry wine 0.75l alcohol12% Italy</u>	829.00
<u>Vino Vilpolichella krasnoe suxoe 0.75l 11.5% Italia</u>	489.00
<u>Wine Serpiko Dei Feudi di San Gregorio alc. 13.5% red dry 1.5l Italy</u>	8399.00
<u>Vino Lambrusco Modena Poderi Alti krasno polusladkoe 7.5% 0.75l Italia</u>	399.00
<u>Vino Kiynti krasnoe suhoe v pletenoy butilke 12% 0,75l Italia</u>	639.00
<u>Wine Terre dei Solari Barbera de`Asti alc. 13% red dry 0.75l Italy</u>	251.90
<u>Wine Terre dei Solari Cianti Dokg alc. 12% red dry 0.75l Italy</u>	309.00
<u>Wine Terre dei Solari Montepulchano Doc alc. 12% red dry 0.75l Italy</u>	236.90
<u>Wine Terre dei Solari Nero d`Avola Cicilia IGT alc. 13% red dry 0.75l Italy</u>	251.90
<u>Wine Bardolino DOC Classico alc. 11.5% red dry 0.75l Italy</u>	669.00
<u>Vino Cianti Klassik 0.75l</u>	1239.00
<u>Vino Palmento Rosso Sicilia Krasnoe Suhoe alk 13.5 0.75 Itali</u>	329.00
<u>Wine 0.75l New!</u>	309.00

Vinos italianos blancos

<u>Denominación</u>	<u>Precio Rublos</u>
<u>Wine Pino Gridgio Delle Venecia IGT alc. 11.5% white dry 0.75l Italy</u>	589.00
<u>Wine Orvietta Classica Compogrande alc. 12.5% white dry 0.75l Italy</u>	619.00
<u>Villa Antinori Bianco di Toscana white dry wine 0.75l alcohol12.5% Italy</u>	759.00
<u>Wine Pino Bianco Delle Venecia IGT alc. 11.5% white dry 0.75l Italy</u>	479.00
<u>Wine Fabiano Soave Doc alc. 11.5% white dry 0.75l Italy</u>	479.00
<u>Vino Soave Dok Sartory what dry 11.5% 0.75l Itali</u>	399.00

<u>Wine Pino Gridgio alc. 12.5% white dry 0.75l Italy</u>	789.00
<u>Wine Suave Chelo 2004g dry 11.5% 0.75l</u>	419.00
<u>Wine Pino Gridgio Sant Atrino alc. 12% white dry 0.75l Italy</u>	909.00
<u>Wine Asti Gancha Dog white sweet 7.5% 0.375l Itali</u>	459.00
<u>Wine Soave white dry 11.5%alc 0.75l Italy</u>	309.00
<u>Vino Garganego Hardone 2004g. alk. 11.5 below syxoe Italiy</u>	349.00
<u>Wine Trebbiano alc. 10.5% white dry 1l Italy</u>	183.90
<u>Wine Freskello Blanco dry 10.5% 0.75l Itali</u>	309.00
<u>Wine Gancha white sweet 11% 0.75l Itali</u>	769.00
<u>Wine "Orvietto Classico" alc. 12% white dry 0.75l gl. bottle Italy</u>	499.00
<u>Wine</u>	789.00
<u>Wine sparkling Martitni Asty alc. 7% white semisweet 0.75l Italy</u>	1119.00
<u>Wine Danzant Pino Gridzo whait dry 12.5% 0.75l Itali</u>	949.00
<u>Wine Bella alc. 11%</u>	379.00
<u>Wine Lambrusko D Or alc. 8% white semisweet 0.75l gl.bottle Italy</u>	274.90
<u>Wine Batar Agricola Kverchabella 2004g alc. 14% white dry 1.5l Italy</u>	5399.00
<u>Vino igristoe asti santero 0.75l Italia</u>	609.00
<u>Wine Nadariya 12.5%</u>	369.00
<u>Wine Grun alc. 7.5% white sweet 0.75l Italy</u>	679.00
<u>Vino Palmento Bianco Sicilia below suhoe 15% 075l Italia</u>	329.00
<u>Wine Terre dei Solari Soave Doc alc. 12% white dry 0.75l Italy</u>	230.90
<u>Vino Pino Gridglo del Vineto below suhoe 0.75l alk 12%</u>	499.00
<u>Vino Shardone del Veneto below suhoe 0.75l alk 11% Italia</u>	399.00

<u>vino lamberti pino gridgio beloe suhoe alk 12.5% 0.75l Italia</u>	409.00
<u>Vino Beloe sladkoe igrystoe Atto Primo Asti alk.7.5% 0.75l Italia</u>	489.00
<u>Wine 0.375l New!</u>	349.00

Vino sudafricano tinto

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Pearl lagoon alc. 12.5% red dry 0.75l SAR</u>	329.00
<u>Wine Golden Kaan Shiraz red dry alc.13% 0.75l SAR</u>	499.00
<u>Wine Shiraz red dry 13.5% 0.75l</u>	519.00
<u>Wine Shiraz red dry 13.5% 0.75l</u>	519.00
<u>Wine Shiraz red dry 13.5% 0.75l</u>	519.00
<u>Wine Shiraz red dry 14% 0.75l</u>	519.00
<u>Vino Golden kaan Merlo krasnoe suhoe alk 13.5% 0.75l Yjno afrikanskaya respublika</u>	499.00

Vino sudafricano blanco

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Pearl lagoon alc. 12% white dry 0.75 l SAR</u>	276.90
<u>Vino Long Mauti Shardone beloe suhoe alk 13% 0.7l st.butilka YAR</u>	459.00
<u>Vino Long Mauti Shenen beloe suhoe alk 13% 0.7l st.butilka YAR</u>	459.00
<u>Vino Golden Kaan Sovinion Blan Beloe suhoe alk 12.5% 0.75l YAR</u>	499.00

Vino alemán tinto

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Peter Mertes nonalcoholic red 0.75l Germany</u>	349.00

<u>Wine Cadarca collection red s/s 10% 0.75 Germany</u>	379.00
<u>Wine Henkell Sohnlein Sertkellerei alc.11.5% red dry 0.75 Germany</u>	679.00

Vino alemán blanco

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Peter Mertes Milk of favourite woman alc. 9% white semisweet 0.75l Germany</u>	319.00
<u>Wine gift Milk of favourite woman white semisweet 0.5l Germany</u>	281.90
<u>Wine Dr. Zen Plum alc. 10% white sweet 0.5l Gemany</u>	290.90
<u>Wine Peter Mertes white nonalcoholic 0.75l Germany</u>	349.00
<u>wine Liberfraumilk 0.75l</u>	285.90
<u>Wine Milk of favourite woman St. Elena alc. 9.5% white halfdry 0.75l Germany</u>	286.90
<u>Vino Blu scay white poluslad 9.5% 0.75l Germani</u>	290.90
<u>Wine Peter Mertes Reinhessen Libfraumilch alc. 9.5% middle dry 0.75l</u>	329.00
<u>Wine Klays Langolff Milk woman 9% 1l Germany</u>	278.90
<u>Wine Doktor Cenzen Milk Madonna whait sweet 9.5% 0.75k Germany</u>	359.00
<u>Wine sparkling Henkel Troken 11.5% 0.75l Germaniy</u>	679.00
<u>Wine Xengel whait drut 11.5% 0.75l Germany</u>	709.00

Vinos de otros países, tintos

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Wine Chardonnay Kenguru Ridge14%. 0.75 gl.bottle Australia</u>	369.00
<u>Vino Drevniy Hersones krasnoe polusladkoe 0.75l</u>	369.00
<u>Wine Vardarskaya valley Cadarka alc.12% red 0.75 l Macedonia</u>	241.90

<u>Wine Shiraz Cabernet Kenguru Ridge Australia</u>	379.00
<u>Portvein Baron de Forrester Offley alc. 20%0.75l Portugal</u>	1549.00
<u>Wine Kaberne Sovinion Kenguru Ridge alc. 13%. 0.75 gl.bottle Australia</u>	309.00
<u>Vino Sauvignon k/s 0.75l</u>	509.00
<u>Wine Selección red dry 13.5% 0.75l</u>	449.00
<u>Wine Cagor red dry 12% 0.7l Ukraine</u>	209.90
<u>Wine Cagor special red 16% 0.75l Ukraina</u>	319.00
<u>Vino Kagor desertnoe alk. 16% krasnoe 0.75l Ukraina</u>	399.00
<u>Wine plum with plums white sweet 0.72l alc.12% China</u>	549.00
<u>Portvein Porto Krou red 19% 0.75l</u>	899.00
<u>Wine Shirazes 0.75l Australia</u>	539.00
<u>Vino Djeykobs Krik Shiraz Kaberne krasnoe suhoe alk 13.5% 0.75l st.butilka Avstralia</u>	509.00
<u>Vino Elloy Teyl Merlo Krasnoe Sehoe alk 13.5% 0.75lc Avstralia</u>	459.00
<u>Vino Ellou Teyl Shardone beloe suhoe alk 13% 0.75l Australia</u>	459.00
<u>Vino Ellou Teyl Shiraz krasnoe suhoe alk 13.5% 0.75l Australia</u>	459.00
<u>Vino Shiraz Cabernet Sauvignon 14% 0.75l st.butilka Avstralia</u>	449.00

Vinos de otros países, blancos

<u>Denominación</u>	Precio Rublos
<u>Chineese plum wine "Tiani" white sweet with plums 0.72l gl. bottle China</u>	519.00
<u>Vino Tokay beloe p/cl 11.5% 0.75l Vengria</u>	268.90
<u>Wine Tokaj 11.5% 0.7l Hungara</u>	268.90
<u>Chineese plum wine white sweet with plums 0.75l gl. bottle China</u>	419.00

Vino Jackobs Krik Shardone 13% 0.85l st.butilka 449.00
Avstralia

Vino vinogradnoe Hardis VR Shardone belo polusuhoe 369.00
alk. 13% 0.75l st.butilka Avstralia

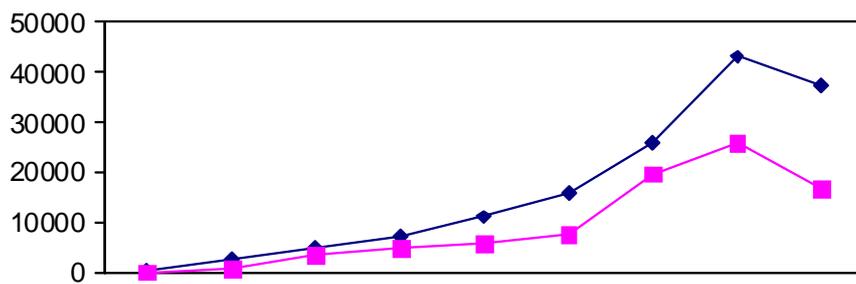
Nota: en los últimos meses, debido a la crisis que sufre también el sector retail, se ha reducido considerablemente el surtido de vinos, incluso en los supermercados gourmet donde antes abundaban. A esto se refiere una lista bastante reducida y la declinación hacia los vinos más económicos, pero de calidad.

OPINION DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE EL POTENCIAL QUE TIENE EL PRODUCTO

PRESENCIA DE CHILE EN EL MERCADO RUSO

Glosa	2004		2005		2006		2007		2008		Posición el mercado 2008 (2007)
	Peso Ton. /Miles de	Valo /Miles de									
22.04.21	4.054	9.9	7.396 15.609		8.813	1	14.396	35.5	10.885	32	7 (6)
22.04.29	636	52	265		324		684	8	896	1	8 (8)
22.04.30	1.386	6	70	28	10.699	6	10.961	6.0	5.127	3	8 (6)
22.04.10	32	1	43		40		6		49		10 (14)
Total: 22.04	6.108	11.2	7.774	10	19.876	26.176	26.047	43.0	16.957	37	10 (6)

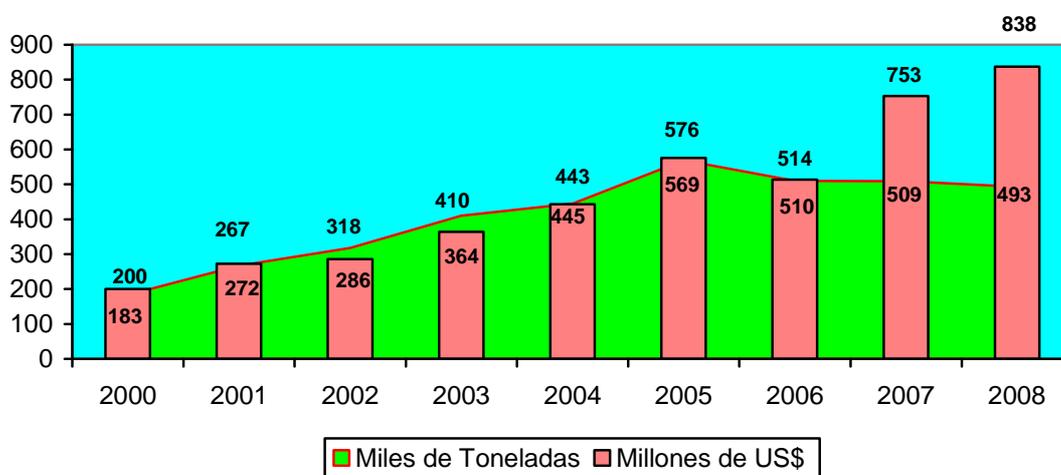
Dinámica de las importaciones del vino chileno a Rusia en valores y volúmenes físicos



Fuente: Aduana de Rusia (2008)

◆ Miles de US\$ ■ Toneladas

Variación de las importaciones del vino a Rusia en valores y volúmenes físicos



Fuente: Aduana de Rusia (2008)

Indudablemente el año más exitoso para nuestros vinos fue 2007, cuando el mercado se recuperó de las innovaciones burocráticas y se tranquilizó un poco, concentrando los esfuerzos en los programas de la educación del consumidor, en el abastecimiento del sector retail y HoReCa con los vinos de calidad superior, en la búsqueda de productos novedosos, incluso se hicieron las primeras pruebas de la introducción del vino orgánico. En el período de 1998 – 2007 las importaciones de nuestro producto crecieron de US\$ 97 mil a US\$ 43 millones. En 2007 Chile aumentó su presencia en el mercado ruso al 5,1% respecto al 3,9% en 2006, dejando atrás a antiguos proveedores tradicionales. Un ascenso del 7mo al 6to lugar en el período de 2006-2007 tiene por detrás el aumento de nuestras exportaciones de vino en 31% en volumen físico y en 65% en valores. La dinámica positiva se observó en todas las glosas, salvo la de espumantes.

Sin embargo, en 2008 la situación no fue tan favorable: la subida paulatina de tasas de cambio de US\$ junto con la crisis que comenzó a dar señales de vida en septiembre, tuvieron como consecuencia que, según las estadísticas rusas, Chile ocupó el 10mo lugar entre 50 proveedores de la partida 2204, quedándose con 3,4% del mercado ruso de vino (la declinación representó casi 35% en volumen y un 13% en valores).

Un factor que fue bastante sensible para los proveedores de los países del Nuevo Mundo fue la renovación de los suministros del vino moldavo, el cual pese a los pronósticos pesimistas de los expertos, lograron a re-estructurar su producción y comercio exterior, volviendo a ganar altas posiciones en el mercado. De hecho, el 6to lugar en el contexto global de las importaciones rusas, el 4to lugar en espumantes, el 3ero en los vinos embotellados 220421 y el 5to en 220429 muestran intenciones serias de los proveedores moldavos en cuanto a la recuperación de las posiciones perdidas. Cabe señalar que la única glosa donde no está presente Moldova es 220430 – mostos de uva, lo cual confirma la opinión de que el país no cuenta con sus propios inmensos volúmenes de producción del vino para exportar y que estaba re-exportando el vino ajeno antes del embargo.

Las exportaciones de nuestros vinos embotellados bajaron en 2008 24,4% en términos de volumen y en 9% en valores, las del vino a granel y mostos – en 53,2% y 51% respectivamente (Argentina, con sus bajos precios de ese producto, no dio chance a nadie,

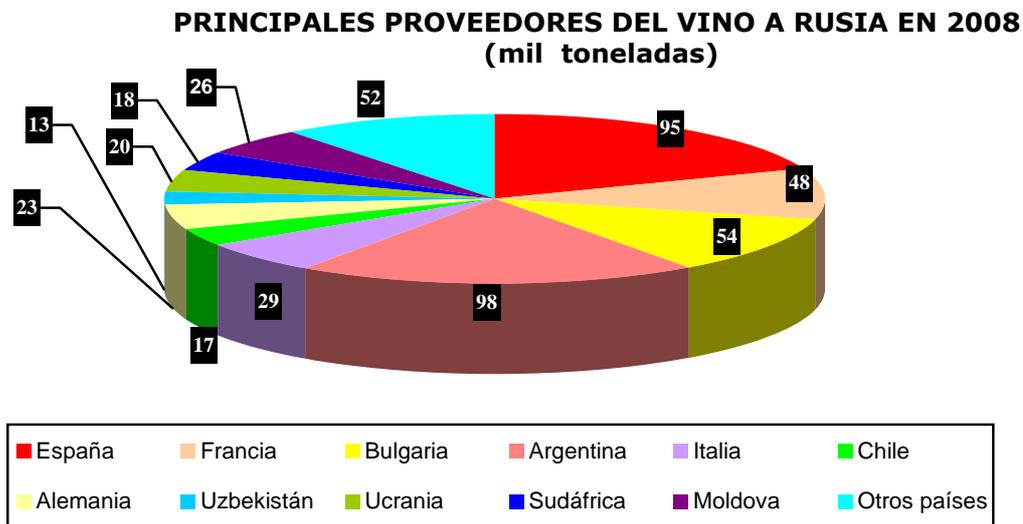
siendo con España casi monopolistas del abastecimiento de plantas productoras rusas con la materia prima). La única glosa donde se ha observado la dinámica estable positiva es la glosa 220429, pero nuestra participación sigue siendo bastante baja.

Donde menos esperábamos el crecimiento fue la glosa 220410, vinos espumantes, porque la producción nacional y la competencia de los proveedores tradicionales históricamente han sido muy fuertes. 2007 fue un fracaso, pero en 2008 nuestros espumantes mejoraron sus posiciones, ocupando Chile el 10mo lugar entre 24 proveedores extranjeros.

Analizando las estadísticas oficiales de importaciones rusas del vino de 2005-2008, saltan a la vista cambios sustanciales en la geografía de los embarques. Hubo cambio de líderes tradicionales, algunos mejoraron sus posiciones. Se trata sobre todo de Bulgaria, España y Argentina, aunque 90% de las exportaciones de esta última se debe al vino a granel. En los vinos embotellados de calidad Chile ocupa posiciones estables, ganadas en una fuerte competencia con otros países del Nuevo Mundo y con los proveedores europeos, siendo declinado el factor precio/calidad a favor nuestro.

Históricamente los jugadores principales en el mercado ruso de vino fueron Moldova y Georgia. Cuando en 2006 las autoridades rusas pusieron embargo en sus importaciones, para ambas economías fue un golpe brutal. De modo de ejemplo, en Moldova la industria vitivinícola aporta 20-22% del PIB, exportándose a Rusia hasta 80% de la producción global (en otras palabras, un 15-16% del PIB); Georgia exportaba a Rusia 5% del PIB sólo en vinos. Según la agencia de información rusa "Business Analítica", el vino moldavo ocupaba, en términos de valores, 38,2% del mercado ruso del vino, el vino georgiano - 10,7% y el vino nacional - 29,7%. En 2006 las exportaciones moldavas del vino cayeron de 252 millones de litros en 2005 a 43 millones.

Las cifras de 2008 muestran que los esfuerzos de Moldova y sus inversiones en el asunto de la regularización de relaciones comerciales con Rusia dieron ciertos resultados positivos, aunque la posición del país sigue siendo modesta (6to lugar entre 50 proveedores, 26.133 mil litros exportados a Rusia por un valor de US\$ 43 millones), mientras que Georgia logró ocupar sólo un pequeño nicho en vinos embotellados de calidad (siendo estos bastante caros) al vender 1.668 mil litros por US\$ 6,4 millones, sin tener expectativas promisorias para el futuro inmediato. En el contexto global, en 2008 líderes en el abastecimiento del vino en volumen físico fueron Argentina (98 millones de litros/ US\$ 67 millones) y España (95 millones de litros/ US\$ 97 millones), les siguieron Bulgaria (54 millones de litros/US\$ 65 millones), Francia (48 millones de litros/ US\$ 208 millones), Italia (29 millones de litros/ US\$142 millones), Moldova, Alemania (23 millones de litros/ US\$ 40 millones), Ucrania (20 millones de litros/ US\$ 41 millones) y Sudáfrica (18 millones de litros/ US\$ 19 millones). Nuestro país cierra la lista de Top 10.



Fuente: Aduana de Rusia (2008)

Operadores del mercado de vino de Rusia

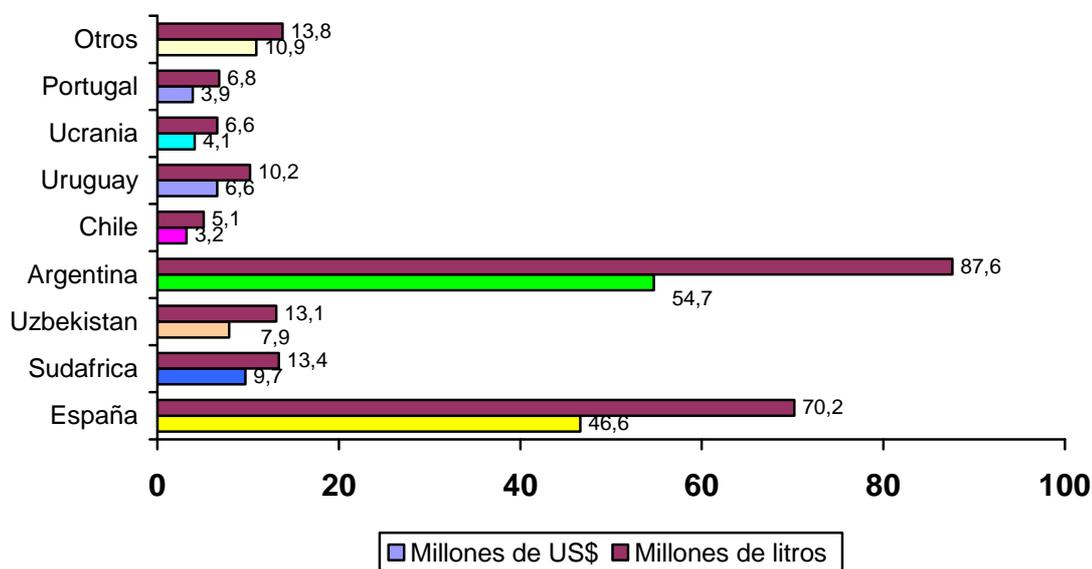
La mayor parte de las importaciones del vino a Rusia está manejada por un grupo de empresas grandes. Estas se dedican a las importaciones directas desde Francia, Italia, Alemania, España, África del Sur, Argentina, EE.UU., Chile etc., vendiendo, a su vez, a mayoristas, supermercados y restaurantes a través de los departamentos de HoReCa que forman parte de su estructura. La mayoría de estos importadores tienen filiales en grandes ciudades de Rusia o agentes exclusivos en las regiones que permiten llevar el producto al consumidor final.

Luego de la crisis de Moldova y Georgia, importadores que anteriormente estaban concentrados en los vinos procedentes de aquellos países, se vieron obligados a buscar alternativas, diversificando su portafolio e incluyendo en un 90% de los casos vinos de Chile y Argentina. Al mismo tiempo algunos productores importantes de vodka, procurando aprovechar sus cadenas de distribución tanto en las capitales como en las regiones del país, inauguraron departamentos de vino, incorporando en primer término los vinos del Nuevo Mundo (ejemplo: empresa Cristal-Lefortovo). Una de las últimas tendencias es aparición de los importadores directos en las regiones (ejemplo: Ekaterinburgo, Nizhny Novgorod, Rostov-Don), los cuales viajan a las ferias internacionales buscando nuevos productos, tratando de ser importadores exclusivos y eliminar a los intermediarios capitalinos en el camino hacia los consumidores de su región.

Hablando de la **competencia**, se están consolidando las posiciones de España, Argentina, California, África del Sur, Australia y Grecia (este país aplica una política agresiva en el mercado, llevando a cabo Muestras y Catas, seminarios, Master Class sobre sus vinos, invitando a los importadores, representantes de cadenas de supermercados y restaurantes a visitar las viñas de sus países). Los productores nacionales y de ex-URSS nunca han representado competencia para nuestros vinos, siendo muy diferentes por sus características y cubriendo otro nicho del mercado (aunque, existen opiniones de que respetándose las tecnologías de producción del vino nacional a raíz de los vinos y mostos importados, éste, a la larga, puede competir con los vinos embotellados en el país de origen). Cabe destacar que debido a la política de posicionamiento de vinos chilenos, aplicada por ProChile durante todo el período de 2000 – 2008, y las inversiones en la promoción hechas por los importadores rusos, nuestros vinos son capaces de competir con los franceses, italianos y españoles, en muchos casos ganando la competencia, siendo más baratos, bien reconocidos por el consumidor, y simplemente porque Chile goza de buena fama en el mundo empresarial ruso y está de moda, tanto que los rusos tratan de descubrir cada día más algo nuevo, chileno.

Las estadísticas de **exportaciones del vino a granel** en 2008 muestran que nuestro vecino Argentina pasó a ser un líder, dejando atrás España, Francia, Uzbekistán y otros proveedores tradicionales. Argentina y España ocuparon casi 70% del mercado del vino a granel importado, dejando poco espacio a otros proveedores. Mejoraron sus embarques Sudáfrica y Uruguay. Chile al suministrar tan sólo 5,1 mil toneladas por US\$ 6,6 millones, marcó un decremento de 53% en términos de volumen y 51% en valores.

PRINCIPALES PROVEEDORES DE VINOS A GRANEL Y MOSTOS A RUSIA EN 2008



Fuente: Aduana de Rusia (2008)

Producción

La producción de vino en Rusia es muy baja y, por lo general, de mala calidad. No es probable que esta situación cambie en forma radical a mediano plazo. La mayor parte del país tiene un clima frío que imposibilita el cultivo de la vid. Sólo las regiones del sur ribereñas del mar Negro (estrecho de Kerch, regiones de Krasnodar, Stavropol y la planicie del Don) cuentan con condiciones climatológicas adecuadas para la uva y es donde se ha concentrado tradicionalmente la producción rusa de vino. Al desaparecer la Unión Soviética, las compañías productoras de vino de la región del sur de Rusia se dieron cuenta de que el vino ruso era de ínfima calidad y que, al mismo tiempo, tenían la posibilidad de importar vinos a granel de calidad muy superior y a precios económicos de los países como España o Francia. Por eso, muchas de las antiguas "bodegas" soviéticas se reconvirtieron en empresas importadoras y embotelladoras de vino a granel, que después comercializan bajo su propia marca rusa. Algunas de estas empresas, como Fanagoria, Millstream o Kuban Vino, tienen viñedos y producen también su propio vino.

Las causas de la mala calidad del vino ruso hay que buscarlas en los procedimientos tradicionales de producción que imperaban en la época soviética:

- La recolección de toda la cosecha de uva de una sola vez, lo cual reducía el contenido de azúcar y generaba vinos de muy bajo grado de alcohol y acidez muy superior a los vinos occidentales;
- El sistema de filtrado del vino antes de su embotellado sometiéndolo a temperaturas de 70-80 grados con el fin de eliminar todas las aromas salvo la específica del vino. En la actualidad, la incorporación de nuevas tecnologías y la capacitación del personal permiten a las bodegas rusas producir vinos de mejor calidad. Esta es la idea. Los expertos pronostican que si la tendencia positiva se mantiene, existe la posibilidad de

que a mediano plazo aparezcan vinos rusos que puedan posicionarse en el segmento de calidad media, y que sean capaces de competir con vinos búlgaros, rumanos y españoles de mesa.

Hablando de los tipos del vino, vinos blancos de producción rusa (variedades Chardonnay, Sauvignon Blanc o Muskat) son por lo general de mejor calidad que los tintos (Cabernet Sauvignon, Merlot, Isabella y Saperavy). Los vinos rusos que se comercializan actualmente son principalmente vinos jóvenes, existiendo pocas bodegas rusas que producen vino envejecido en las barricas y en botellas.

Los factores que regirán el futuro del sector vitivinícola en Rusia son los siguientes:

1. Lagunas normativas: Rusia no dispone de una legislación moderna y mecanismos para incentivar la inversión en el sector.
2. Complejidad de la forma de hacer negocios – cosa que es difícil de cambiar.
3. Costos de producción elevados, en gran medida debido al marco legal, a la ausencia de mano de obra capacitada y a la escasez de la infraestructura moderna.
4. Mentalidad del consumidor, que con toda la razón, tiene una imagen pésima del vino ruso. Cambiar este estereotipo es muy difícil.

En 2008 el Gobierno ruso aprobó el programa federal “Desarrollo de la agricultura y regulación de mercados de productos agrícolas, insumos y alimentos para el período de 2008-2012”. La vinicultura y viticultura forman parte de este programa como subsectores prioritarios de la agricultura.

Indicador	2002-2006	2008-2012	Tasa de crecimiento 2006-2012/2002-2006 %
Plantación de nuevos viñedos, total, mil hectáreas	25,5	47,56	186,5
Asignación de fondos presupuestarios para nuevas plantaciones, millones de rublos	731	3.167	433,2

Según el programa, la plantación de nuevos viñedos en el período de 2008-2012 debería superar dos veces la del período anterior, llegando a 47.560 hectáreas. Las asignaciones presupuestarias federales serían 4 veces mayor y alcanzarían 3.167 millones de rublos. Está previsto aumentar la cosecha global para 2012 hasta 400 mil toneladas, y las metas a largo plazo, 2020, son las siguientes: el área de los viñedos – 160 mil hectáreas y la producción de la uva – 750 – 800 mil toneladas.

Principales productores rusos de vinos de uva

NºNº	Empresa productora	Participación en el mercado, %
1	Grupo MMVZ (MMVZ+Milstream –chernomorskie vina)	7,72
2	RPK Krasnoarmeisky	6,97
3	Krayagroservice	6,28
4	Gerrus-group	4,59
5	Holding Ariant	4,27
6	Fanagoria	4,10
7	Russkaya loza	2,82
8	Bodegas Valdepablo-Neva	2,75
9	Igristie vina	2,73
10	Troniks	2,68
11	Vinexport	2,21
12	RPSHK Slaviansky	2,10
13	Dolina	2,06
14	Istok	1,35
15	Bahus	1,24
16	Vengerskie vina	1,16
17	Agat	1,10
18	Vintrest-7	1,02
19	Moskovsky	1,00
20	Vinograd-4	0,95
Total		59,00

Fuente: SUAR

Partiendo de este rating, las primeras tres empresas productoras controlan 21% del mercado ruso legal de producción de vino de uva, las primeras 10 – 45%, las primeras 12 – 50% y el total de las 20 – 59%. Del total de 200 productores de vino rusos en enero-mayo de 2007 58 controlaban 76% del mercado de producción de vinos de uva de Rusia.

Según informa SUAR, en 2008 la producción de Fanagoria fue 16,5% menos de lo pronosticado (18 millones de litros), el volumen de producción de Kubán cayó en 27,5% hasta 9,8 millones de litros. Para 2009 Fanagoria y la planta Millerovsky vinzavod tratarán de mantener la producción a nivel de 2008, mientras que Kubán seguirá reduciéndola en 18%.

Productores de champaña y espumantes de Rusia

NºNº	Empresa productora	Participación en el mercado, %
1	Istok	16,98
2	Igristiye vina	13,76
3	MKSHV	12,59
4	Kornet	8,74
5	RISP	8,02
6	Derbentsky zavod igristikh vin	7,68
7	Tsimlianskie vina	4,42
8	RKSHV	4,38

9	KSHVK Rosinka	4,02
10	Abrau-Dyurso	3,97
11	NZSHV	3,50
12	Olimp-Imperial	2,14
13	Salyut	2,02
14	TSPI-Ariant	1,88
15	Severnaya Venecia	1,03
16	Vintrest-7	0,85
17	Krimsky vinzavod	0,77
18	Makhachkalinsky KSHV	0,65
19	Kuban-vino	0,60
20	Milstream-chernomorskie vina	0,53
21	Vilash	0,45
22	Tatspirtprom	0,32
Total		99,32

Fuente: SUAR

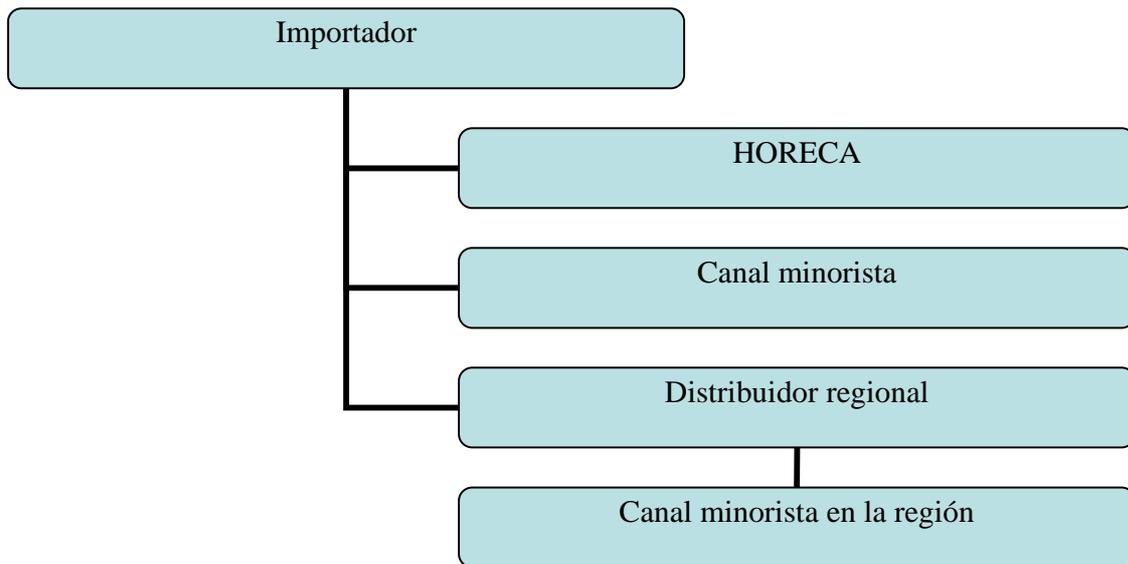
El mercado de champaña y espumantes está prácticamente monopolizado por las primeras 3 empresas que controlan 43,33% de la producción; las primeras 5 empresas manejan 60,1% del mercado y las primeras 10 – casi 77%.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En Rusia existen dos canales distintos de distribución según el vino sea embotellado (o envasado) o a granel.

VINOS EMBOTELLADOS

El canal de distribución es el importador, empresa que suele estar ubicada en Moscú o San Petersburgo y que se encarga de distribuir el producto a los establecimientos de venta al detalle y al canal HORECA. Algunos importadores, como Whitehall, Aroma, Veld, Simple o DP-trade disponen incluso de su propia red de tiendas. Este canal es más largo en el caso de la venta de vinos a regiones: el importador de Moscú o San Petersburgo vende el vino a un mayorista o dueño de bodega regional, el cual suministra el vino al establecimiento minorista. Con el fin de controlar mejor estas operaciones y a sus clientes fuera de Moscú, algunos grandes importadores disponen de oficinas de representación con bodegas.



Dentro del grupo “vino embotellado” se puede hacer otra subdivisión más:

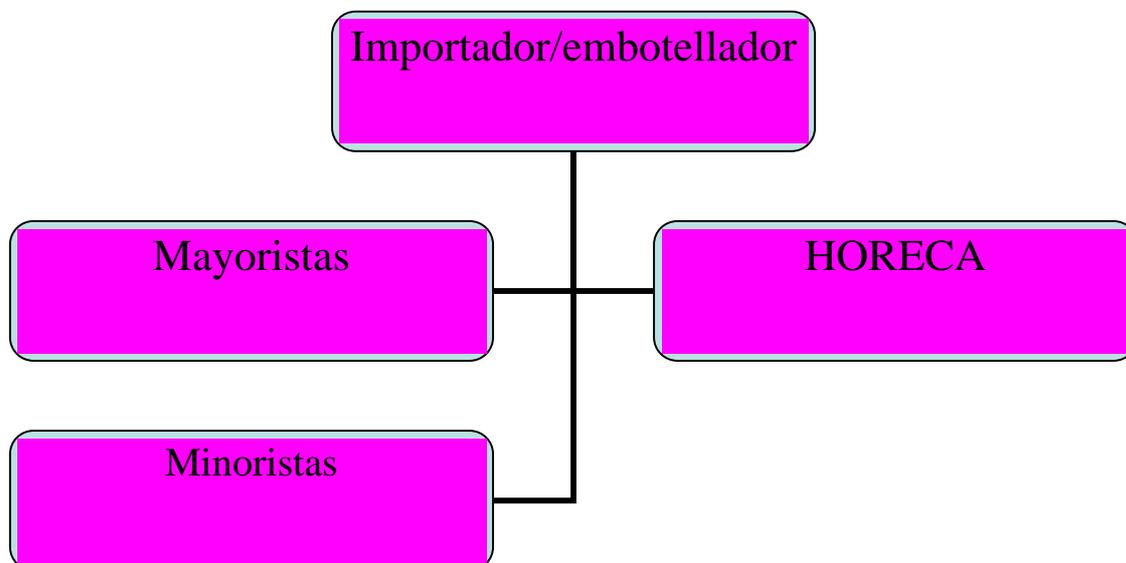
- Vino de mesa con un precio final inferior a los 180 rublos (US\$ 5,50): se venden principalmente en hipermercados, en tiendas pequeñas y kioskos.
- Vinos de calidad cuyo precio de venta al público oscile entre los 180 y los 550 rublos (US\$ 5,50 -16,60): se comercializan prácticamente en todas las cadenas de supermercados y en restaurantes de tipo “democrático”.
- Vinos de calidad superior o “premium” (con precio final superior a US\$ 20 por una botella): su presencia en cadenas es más escasa y suelen estar mejor representados en algunas redes de establecimientos con una clientela de poder adquisitivo medio-alto o alto (Azbuka Vkusa, Séptimo Continente), en el canal HORECA o en butikhs especializados.

VINOS A GRANEL

En este caso, el canal de ingreso a Rusia es el importador que en muchos casos cumple las funciones del embotellador de vino. Una gran parte de estas empresas se encuentran en el sur de Rusia debido a que son también fabricantes (Fanagoria, Kuban Vino, Millstream). Cabe mencionar a la empresa NWT (National Wine Terminal), que es uno de principales importadores del vino a granel de Rusia, con casa matriz en Moscú y el terminal por donde ingresa el vino, junto a la planta embotelladora, en la ciudad de Vyborg (noroeste de Rusia, en al frontera con Finlandia). Existen empresas en San Petersburgo o en Moscú que son únicamente embotelladores de vino a granel, que luego comercializan vinos bajo su propia marca (ejemplo, MMVZ).

Una vez embotellado, el vino es suministrado al canal minorista u HORECA (en raras ocasiones). El sector de la distribución se caracteriza por altas tasas de dinamismo. El país cada día más se incorpora en los procesos globales cuando los supermercados e hipermercados están ganando popularidad. Los esfuerzos invertidos en disminuir las barreras administrativas y legislativas y para introducir un sistema fiscal más amigable tuvieron como consecuencia que la inversión extranjera en el sector creció

considerablemente en los últimos 5 años. El comercio al por menor de productos alimenticios puede convertirse en uno de los más atractivos, debido a que es el más importante, y actualmente no está densamente ocupado por las grandes cadenas. Según pronósticos de los expertos, en dos años la inversión en la distribución mayorista y detallista de productos alimenticios se incrementará en un 15%.



Se hace notar que los vinos de calidad media-alta se distribuyen casi exclusivamente en supermercados e hipermercados de corte occidental así como en las tiendas especializadas que empiezan a aparecer en Rusia y en el canal HORECA. Los únicos vinos representados en otros tipos de establecimientos son los vinos dirigidos a consumidores de poder adquisitivo más bajo.

Supermercados e hipermercados de estilo occidental:

Este tipo de establecimientos apareció en Moscú a mitad de los años 90 (cadenas de supermercados Azbuka Vkusa o Séptimo Continente) y en su momento supusieron una innovación, puesto que en ellos el consumidor tiene libre acceso a los productos, aumentan las posibilidades de elección de productos y la superficie de venta es utilizada de forma mucho más racional.

En 1997, abrió el primer gran hipermercado, de la empresa Ramstore, de capital turco, y que en la actualidad es la mayor empresa de distribución en Rusia. Ramstore dispone hoy de 6 hipermercados y 16 supermercados en Moscú. No obstante, fue a partir del año 2000 cuando comenzó a tomar vigor la apertura de supermercados y la competencia de las grandes cadenas por conseguir las mejores ubicaciones para sus establecimientos. En la actualidad la mayoría de las empresas de distribución están iniciando su expansión en las regiones y han adoptado una estrategia multiformato que prevé la apertura de distintos tipos de establecimientos: hipermercados, supermercados de tamaño mediano y pequeñas tiendas de proximidad o de barrio.

Principales empresas de distribución minorista en Rusia son las siguientes:

- Auchan
- Magnit
- Perekriostok/Pyatirochka/Karusel
- Séptimo Continente (7 Continent)
- Azbuka Vkusa
- Globus Gourmet
- Lenta
- OKey
- Ramstore
- Paterson
- Kalinka Stockmann
- Metro
- Kopeyka
- Dixy

* Dentro de este grupo, Pyatirochka, Kopeyka y Dixy representan el segmento inferior.

Actualmente, las cadenas extranjeras de distribución de productos alimenticios suponen un 10% del total del mercado de venta al detalle de este tipo de productos. La mayor parte de las cadenas se abastecen mediante entregas directas de los distribuidores / importadores.

En muy contadas ocasiones las cadenas compran directamente al fabricante (ya sea producto importado o de producción rusa) y en algunos casos (Séptimo Continente) no disponen ni siquiera de almacenes propios. En las ventas de un supermercado cualquiera en la Federación de Rusia, las bebidas alcohólicas suponen entre el 20 y el 30% de la recaudación final del día, y particularmente las ventas de vino representan no menos del 2%.

En cuanto a la disposición de los productos en el establecimiento, el vino suele estar situado en el centro del mismo o cercano a la salida. En el caso de que el supermercado disponga de una sala especial para la venta del vino, está comprobado que el consumidor visita dicha sala y es probable que adquiera alguna botella. En relación a su disposición en el lineal de venta, en Rusia los vinos deben estar ordenados por país de origen, por categoría de vino, y dentro del país, por su costo. A su vez, en los estantes, los productos son dispuestos verticalmente en función de su graduación alcohólica; horizontalmente en base a su precio – primero los más baratos y finalmente los más caros -, situando a la altura de los ojos del consumidor los productos de mayor consumo, y en los estantes de abajo y en los de arriba, los menos demandados. También los clasifican según la capacidad del envase, de tal forma que colocan primero los de menor tamaño, y luego los de tamaños mayores. Finalmente, de cada marca suelen tener una media de tres productos.

Respecto a los márgenes comerciales, estos varían desde el 45% que aplica la cadena de supermercados Perekryostok, hasta el 17% que aplica Metro. El margen medio que suelen aplicar otros establecimientos (tiendas) está en torno al 20% (cifras bastante relativas, comentadas por unos importadores).

Tiendas especializadas

Últimamente han aparecido unos butiks especializadas en la venta de vinos de calidad, bebidas alcohólicas importadas y tabacos. Cabe mencionar la cadena de licorerías "Aromatny Mir", que pertenece al grupo importador "Aroma" y que cuenta con más de 40 establecimientos en Moscú, cada uno de los cuales comercializa un surtido muy variado, a

partir de los vinos de mesa hasta las mejores "Grands crus" de Bordeaux. Paralelamente existe un grupo cada vez mayor de establecimientos "exclusivos" (no más de 10 en Moscú) como las tiendas Kaufman Collection, Massandra, Grand Cru (de Simple), Veld21, Kollektzia Vin, Vinoteka o Le Sommelier que comercializan únicamente vinos y licores de importación y de altísima calidad.

Universams y Gastronoms

Suelen estar situados en los barrios periféricos, especialmente los Universams. Tienen una vocación más destinada a la distribución de productos alimenticios de calidad media, ofreciendo una variedad más o menos amplia. Su superficie es superior a los 400 m².

Algunos pequeños mostradores adicionales (especializados) ofrecen una variedad de productos similar a la de los quioscos situados en la calle. El surtido es relativamente amplio y combinado. Numerosos Gastronoms que tiempo atrás se ubicaban en el centro de Moscú, perdieron su competitividad, cuando los precios de arriendo de superficies, tanto comerciales, como de oficina, se dispararon. La mayoría de ellos se reconvirtieron en oficinas, y fueron sustituidos por pequeñas tiendas "Producty" (Alimentos).

De hecho, actualmente en el centro de Moscú no es fácil encontrar una tienda grande de alimentos y bebidas (excepción – el Gastronom Novoarbatsky, bien conocido en los tiempos de la Unión Soviética que logró captar inversiones, reconvirtiéndose en supermercado de corte occidental, vendiendo actualmente bebidas y productos del segmento alto). Por lo general, volviendo al tema de los gastronoms, los vinos que comercializan son de calidad y precios medianos y bajos.

Kioscos

Los kioscos (a menudo llamados "palatki"), situados en la salida del metro, así como prácticamente en cada esquina, son un modo de distribución de proximidad, prácticos y frecuentemente abiertos las 24 horas del día. Suelen disponer de un importante surtido de productos (alcohol, tabaco, dulces) de compra por impulso. Se convirtieron en una de las opciones de compra más populares a principios de los 90, debido a la falta de accesibilidad de bienes y de puntos de venta del estilo occidental. Su rol en el comercio minorista se mantiene, aunque se está disminuyendo a la medida de que éstos se sustituyen por los formatos de comercio modernos. La oferta de los vinos comercializados en los quioscos era muy pobre, siendo los vinos de calidad baja.

Mercados

Los mercados de barrio que históricamente estaban comercializando frutas, hortalizas, carnes y productos lácteos, se convirtieron en importantes centros de abastecimiento de la población en los años 90, cuando los formatos de comercio nuevos recién se comenzaron a surgir. Se abastecían de productos de haciendas campesinas de las cercanas afueras de la ciudad, donde todas las casas tienen su huerto. Luego a éstos se agregaron los productos traídos de otras provincias, regiones de Rusia, países de CEI e incluso de los países extranjeros. Algunos de estos complejos también ofrecen al público otro tipo de mercaderías como ropas, juguetes, artículos de droguería y se están modernizando de año a año gracias al apoyo de las Municipalidades. El negocio de los mercados se desarrolla bajo el control estricto de las autoridades municipales. En el período cuando los supermercados eran escasos y los precios de productos que ofrecían eran muy elevados, los mercados representaban una buena alternativa para la población, que tenía posibilidad de comprar

comprar allá productos similares a precios más económicos. Se espera que con la crisis el rol de los mercados aumente, sobre todo en los segmentos de verduras y carnes.

Es importante hacer notar que según las Reglas del Comercio Minorista (reglamento oficial), está prohibido vender vinos y licores en los lugares de la acumulación masiva de la gente (metro, pases subterráneos, estadios, mercados u otros). Para vender bebidas alcohólicas el centro comercial debe contar con una licencia y la infraestructura requerida para este tipo de actividades (por ejemplo, el espacio del comercio debe exceder 50 m², debe contar con bodegas etc.). Está prohibido vender bebidas alcohólicas a los menores de 18 años.

El vino en los restaurantes

El sector HORECA en los últimos años mostraba tasas de crecimiento más altas. A pesar de elevados precios en las cartas de vino, el restaurante sigue siendo uno de los lugares donde los rusos consumen el vino. En las cartas de los restaurantes los vinos aparecen ordenados por país de origen (Francia, Italia, Chile, España, Alemania, Argentina, Sudáfrica) y por tipo (blanco, tinto, espumante, dulce). Además, suelen ofrecer "vino de casa" (sin marca) y algunos tipos de vino también se comercializan por copas. Los somelieres juegan un papel relevante en la elección del vino por el cliente.

En Moscú hay aproximadamente 3.000 restaurantes - cifra muy baja comparado con las ciudades más pequeñas del mundo. Los expertos destacan que en raras ocasiones las cartas de vino consideran una relación óptima calidad-precio. El precio del vino en los restaurantes tiene poco que ver con su costo real: a veces el vino que en una tienda cuesta 15-20 euros, en un restaurante vale 3-4 veces más.

Teniendo aún escaso conocimiento de la cultura de elección y consumo de vinos, el consumidor se ve obligado a confiar en las recomendaciones de los camareros y somelieres que son capaces de vender a precios elevados cualquier vino. Esta situación que no es fácil de cambiar, es conveniente para los distribuidores de vino, que dan preferencia a aquellas marcas cuyos proveedores invierten fondos en su promoción y posicionamiento, independientemente de la calidad del vino.

En 2008 el consumo de vino en los restaurantes quedó estancado mientras el de la cerveza marcó un crecimiento sustancial, siendo una de las razones principales de este hecho los precios elevados que desaniman a los clientes.

No existen datos cuantitativos oficiales sobre la participación de diferentes tipos de establecimientos o canales en la distribución del vino en Rusia. No obstante, podemos deducir que alrededor de un 90% de compradores del vino de calidad lo adquieren en supermercados, tiendas especializadas y restaurantes.

HÁBITOS DE CONSUMO

Independientemente de la sofisticación de los gustos de los rusos, históricamente el consumidor común y corriente estaba acostumbrado a tomar bebidas de alto grado de alcohol. Las investigaciones más recientes reflejan un estancamiento en las ventas del vodka y un aumento importante del consumo de vino, cerveza y así llamadas "bebidas nobles" importadas de alto grado de alcohol, como el whisky, brandy, coñac, tequila y ron.

Son muy preferidos también los cócteles con bajo contenido de alcohol, cuya demanda, sobre todo entre la generación joven, va creciendo. El consumo anual del vino per capita en

Rusia es aproximadamente 8 litros - cifra muy modesta, siendo comparada con otros no productores de vino como el Reino Unido o los países escandinavos (15-17 litros al año). No obstante, el potencial del mercado es inmenso, con las expectativas de alcanzar 10 litros per cápita en unos diez años más. El vino supone aproximadamente un 7% del alcohol que se consume en Rusia, lo que da una idea de la magnitud del consumo de alcohol en este país. El vodka representa un 68% del total de alcohol consumido y el de cerveza un 22%.

La agencia de marketing RBC señala que las ventas de la cerveza crecen en 10-12% al año, las del vino también se caracterizan por alto dinamismo: la tasa de crecimiento de ventas de vinos de uva es alrededor de un 10%, la de champaña y espumantes – entre 30 y 40% al año. El peso mayor en el consumo de los rusos lo tienen cervezas – 58-60 litros per cápita (es menos que en la República Checa, donde se consumen unos 160 litros per cápita, y en Alemania – 120 – 130 litros, pero más que en los países vitivinícolas). El consumo de vodka es de 10-11 litros. Luego sigue el vino (8 litros), los coñac y brandy se consumen en cantidades mucho más restringidas. Últimos estudios están detectando que las familias con el ingreso per cápita superior a US\$ 400 mensuales (la clase media), prácticamente no compran vinos y vodka baratos.

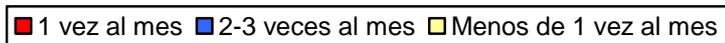
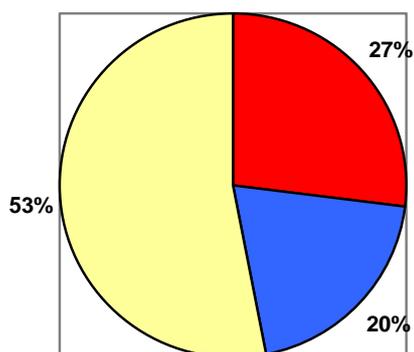
Por otro lado, las conclusiones hechas por la empresa de consultoría VTsIOM sobre las preferencias de los consumidores rusos en cuanto a las bebidas alcohólicas, muestra lo siguiente:

- a) la cerveza es la bebida más popular, que prefieren 47% de la población; la siguen el vodka y el vino;
- b) un 41% de la población entre 20 y 44 años de edad consume el vino. La población mayor de 50 años de edad tiene el consumo del vino bastante inferior, debido a los ingresos bajos. Considerándose sólo los consumidores de clase media-alta de mediana edad, el vino sería la bebida más popular, tras la cerveza;
- c) las mujeres consumen vino con mayor frecuencia que los hombres (un 39,7% frente a un 25,8%);
- d) el consumo de vino es más común entre la población que tiene el nivel de la educación secundaria y superior;
- e) el consumo de vino en Moscú y San Petersburgo es muy superiora él de otras regiones del país; el consumidor en las regiones aún prefiere vinos dulces o semidulces rusos, moldavos, búlgaros o rumanos;
- f) un 66% de los consumidores rusos prefieren vinos tintos y sólo un 30% vinos blancos. Siendo más fuertes, vinos tintos con buen cuerpo calientan el organismo en los fríos que duran 7 meses al año. Sin embargo, en la temporada de la primavera – verano se consume bastante vino blanco, incluso este compite con la champaña y espumantes en las temporadas de fiestas del Año Nuevo y el Día Internacional de la Mujer. El vino rosado no es muy conocido tanto en Moscú como en las regiones.

Nota: Debido a que las cifras proceden de diferentes fuentes (estadísticas oficiales, estudios marketing, encuestas públicas) pueden presentarse ciertas discrepancias, las cuales, sin embargo, no pueden ocultar las tendencias evidentes del cambio en las preferencias de los rusos.

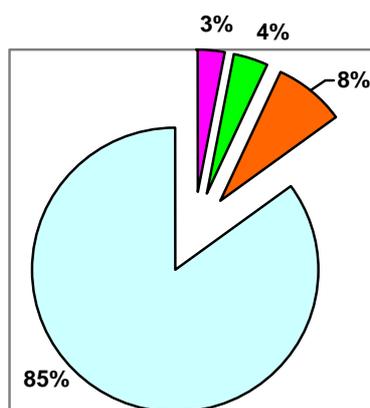
A pesar del avance significativo de los vinos en los últimos años, este producto aún no se consume con una frecuencia regular, acompañando las comidas, sino más bien suele tomarse en ocasiones especiales. En Rusia la costumbre de almorzar o comer en los restaurantes tampoco ha sido demasiado habitual y está generalizada sólo en Moscú, San Petersburgo y grandes centros regionales, mientras que la mayoría de los rusos prefieren juntarse en las casas, propias o de los amigos y familiares, para compartir un trago. Esta es la razón de por qué una gran parte del vino se consume en los hogares.

FRECUENCIA DE CONSUMO DEL VINO, % (2006)



Fuente: Komkon

LUGARES DE CONSUMO DEL VINO, % (2006)



Fuente: Komkon

Los analistas señalan que los rusos son muy atentos a las recomendaciones de los profesionales, cuando eligen el vino en los restaurantes y supermercados. Se considera que el lugar en el que el consumidor ruso prueba vinos que no conoce es el restaurante, luego,

si el vino le gusta, comienza a buscarlo en supermercados o butiks. De ahí es relevante el papel que juegan en Rusia las cartas de vino en los restaurantes y los sumelleres en la popularización de vinos de calidad.

HÁBITOS DE COMPRA

En la compra y consumo de los vinos se refleja la estratificación de la sociedad rusa. Los clientes con alto poder adquisitivo consumen vinos de calidad, con denominación de origen, generalmente importados desde Europa occidental o de los países del Nuevo Mundo (Chile, Australia, Estados Unidos, Argentina, Sudáfrica, etc.). En cambio los consumidores de clase media-baja adquieren vinos más baratos - rusos, ucranianos, españoles (vinos de mesa).

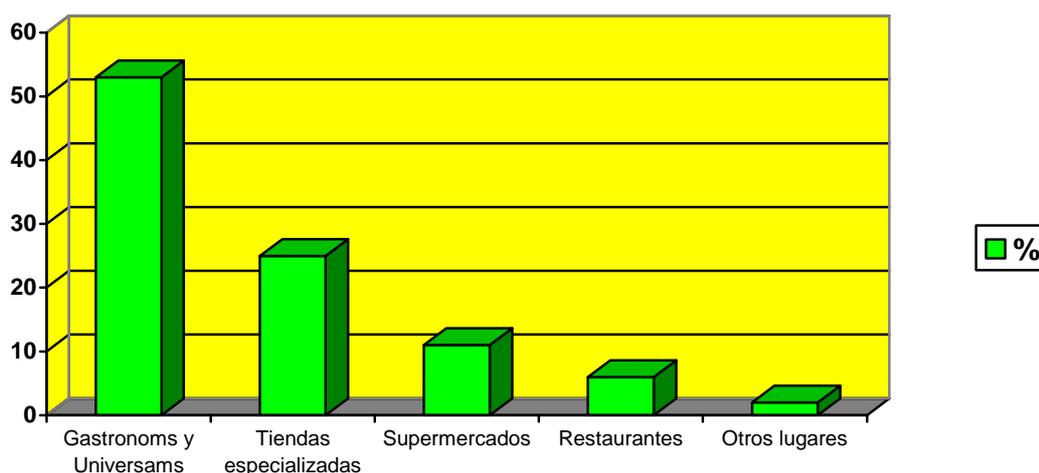
Por lo general, el consumidor ruso no cuenta con una educación que le permita elegir un vino de manera inequívoca, por lo cual debe ser asesorado por los profesionales. Este asesoramiento se proporciona por el personal del propio comercio que invierte en los programas educacionales para los product managers y vendedores. Habitualmente el comprador se lleva una o dos botellas.

Las tiendas especializadas en vinos y licores ofrecen un asesoramiento muy profesional a sus clientes, e incluso servicios de venta a domicilio y asistencia en la formación de bodegas privadas.

El consumidor ruso se ve obligado a soportar los elevados márgenes de todos los intermediarios de la cadena, ninguno de los cuales es inferior a 50%. Los restaurantes son famosos por cargar a las bebidas márgenes mayores de 100%, que pueden llegar en algunos casos hasta 500%, por lo cual pedir una botella de vino de calidad en un restaurante se convierte en una hazaña para el cliente.

LUGARES DE COMPRA DEL VINO, %

Fuente:



Fuente: Komkon

Si se tratara sólo de vinos de calidad, la participación de supermercados sería mucho mayor.

Preferencias

La cultura de consumo de vinos naturales en Rusia cuenta con muy pocos años para poder declarar que los gustos masivos se inclinaron definitivamente a favor de ellos. Históricamente un ruso común y corriente prefería los vinos dulces y semidulces, debido a que los proveedores tradicionales eran Georgia y Moldova, cuya especialidad eran justo ese tipo de vinos (en las regiones, donde la penetración de vinos de calidad aún no es alta, siguen tomando muchos vinos dulces). Por otro lado, los consumidores de grandes centros regionales donde hay mayor presencia de vinos secos y donde se hacen degustaciones y otros eventos de promoción en puntos de venta, tienen mayor conocimiento de vino y suelen optar por los vinos secos.

En lo que respecta a los factores de compra, cabe destacar tres grupos de consumidores:

- los de ingresos de nivel medio- bajo y bajo- por supuesto, optan por los vinos baratos de producción nacional. No obstante, si hay vinos extranjeros de precio similar o equivalente, prefieren probarlos, teniendo en la mente la imagen del país de origen y la marca (ejemplo: en una tienda de la cadena Kopeyka donde compran básicamente los estratos de la población con los ingresos bajos, comenzó a comercializarse la marca El Enigma del Inca, fabricada a raíz del vino chileno a granel por la empresa rusa Maleta, con una etiqueta muy atractiva y al precio razonable; en seguida tuvo buena aceptación y la empresa comenzó a producir vinos de la misma marca, pero de mejor imagen y contenido, destinado ya para otro segmento). Cuando este mismo consumidor tiene recursos suficientes o para una ocasión especial se opta por vinos de procedencia occidental;

- los de ingresos de nivel medio – consumen básicamente vinos búlgaros, moldavos y ucranianos de calidad, pero cada día más aumenta su consumo de vinos occidentales, sean españoles, chilenos, argentinos, franceses o australianos, siempre y cuando el precio sea atractivo (en muchos casos los supermercados presentan ofertas especiales para tal o cual vino para promoverlo o vender un stock);

- los consumidores de ingresos altos: para ellos el factor de precio es secundario. Le interesa la calidad y el origen del vino, le gusta experimentar para comprobar la información que escuchó o leyó sobre tal o cual vino, lee con atención la información que contiene la contra-etiqueta, tratando de descubrir nuevos sabores.

Cada día más el consumidor ruso pone mayor atención a la presentación del vino: forma de botella, etiqueta, banderola, corcho, exclusividad en los detalles (formas originales, sellos de lacre, motas en la botella, los envoltorios especiales) – todo esto puede ser un factor decisivo en el momento de optar por la compra de tal o cual vino, tanto por el consumidor final, como por el distribuidor o importador que está en búsqueda de nuevos proveedores.

El mercado ruso de alcohol en las condiciones de la crisis

Los primeros síntomas de la crisis comenzaron a ponerse en evidencia en el cuarto trimestre de 2008. Las tasas de cambio del rublo a US\$ y Euro empezaron a crecer, provocando el encarecimiento de vinos y licores importados, afectando la actividad importadora y causándole problemas financieros. Casi todos los importadores “congelaron” sus compras hasta marzo de 2009. Los importadores de las regiones que recién hicieron sus primeras compras directas, en noviembre dejaron de importar, volviendo a los antiguos esquemas de trabajo con los importadores de Moscú y San Petersburgo, los cuales también están

sufriendo cambios muy sensibles (según pronósticos, los negocios se van a concentrar en manos de los importadores más grandes).

En las condiciones de la crisis el vino representa un producto menos protegido. Los expertos señalan que todos los licores importados siempre eran caros, por lo tanto las tasas de cambio no van a suponer el aumento brusco de sus precios. En cuanto al vino Rusia depende al 100% de las importaciones, tratándose de vinos de calidad y de los vinos embotellados en el país, puesto a que se producen a raíz del vino a granel importado.

De acuerdo a la información proporcionada por la SUAR (Unión de participantes del mercado de alcohol ruso), el volumen de producción de vinos nacionales a partir de la materia prima importada fue de 159,8 millones de litros, quedando alrededor de 50 millones de litros del vino a granel sin elaborar y embotellar, lo cual suma 210 millones de litros. Mientras tanto, la demanda del mercado global (vino de uva, espumantes, champañas, coñac y brandy, cuya producción requiere materia prima de uva) debería superar 870 millones de litros (510 millones – en el vino de uva, 210 millones en espumantes y champaña, no menos de 150 millones en los brandy). De esta manera, hoy día hay una brecha de 660 millones de litros de materia prima, una parte de la cual se cubre con los vinos y mostos importados y la otra, con los productos falsificados. Todo el vino ruso del segmento inferior se produce a raíz de la materia prima importada, cuyos costos elevados se reflejan inmediatamente en el precio final del vino embotellado ruso. Incluso, algunos productores se aprovecharon y subieron los precios de sus vinos, producidos del vino a granel, importado a precios antiguos.

La mercadería que se importaba en el cuarto trimestre, fue encargada antes de la crisis. Sin embargo, en octubre la mayoría de los importadores comenzaron a tener problemas financieros, que provocaron una situación caótica en la Aduana (se acumularon muchas cargas sin aduanar). A fines de 2008 algunos importadores dejaron de encargar banderolas, congelando las compras futuras.

**INCREMENTO/DECREMENTO DE LAS IMPORTACIONES RUSAS
EN EL 4 TRIMESTRE DE 2008 (%)**

Producto	Oct.2008/oct.2007	Nov.2008/nov.2007	Dic.2008/dic.2007	Ene-dic.2008/ ene-dic.2007
Licores fuertes				
Vodka y licores	- 5,3	- 33,7	- 45,0	- 0,8
Coñac y brandy	+ 86,7	+5,3	+ 14,3	+ 50,6
Whisky, gin, ron, tequila, absent	+ 43,7	- 1,2	- 20,0	+ 12,2
Vinos				
Vino de uva	+ 2,1	- 8,1	- 3,0	+ 2,95
Champaña y espumantes	+ 233,0	+ 25,6	- 27,0	+ 62,0
Vermut, cidra y vinos aromatizados	+ 89,0	+ 6,6	+ 10,0	+ 20,3

Vinos de fruta	+ 366,0	+ 16,8	0	+ 101,0
Subgrupo vinos de uva				
Vinos blancos de calidad	+ 93,0	- 4,0	- 6,5	+ 38,0
Vinos blancos otros	- 6,0	- 16,0	- 0,2	- 2,3
Vinos tintos de calidad	+ 17,4	+ 21,0	+ 4,6	+ 38,6
Vinos tintos otros	- 9,0	- 13,4	- 5,3	+ 0,1
Vinos dulces de calidad	+ 76,0	- 12,3	- 17,7	- 38,0
Vinos dulces otros	- 8,0	+ 5,7	- 5,4	- 34,0

Fuente: SUAR

Según el cuadro, en noviembre – diciembre los productos que más fueron afectados eran vodka y licores importados (- 33,7% y - 45,0%). Los coñac y brandy fueron los únicos que no presentaron problemas.

El vino de uva logró mantener + según resultados del año (+2,95%), mientras que mostos de uva marcaron un descenso de 16%. El comportamiento de las importaciones del vino en octubre – diciembre de 2008 fue negativo prácticamente en todas las glosas, menos vinos tintos de calidad y vinos de fruta. En el fondo, las cifras anuales podrían ser peores si no fuera por altas tasas de crecimiento de los primeros 9 meses del año.

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA DESARROLLAR EL MERCADO PARA EL PRODUCTO CHILENO

A las viñas que pretenden colocar su producto en el mercado ruso se sugiere tener presentes los siguientes aspectos:

A. ALTO NIVEL DE PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR

En poco más de 10 años el importador ruso logró convertirse en el comprador muy profesional y exigente, al visitar en forma regular ferias internacionales de vino y al conocer perfectamente la oferta de vinos de cada país, sus ventajas, terroires, características, precios, variedades, etc. En otras palabras, el importador actual ruso sabe qué vino quiere comprar y a qué precio.

Conviene también tener presente que los importadores rusos son extremadamente susceptibles a las valoraciones de vinos que hacen los sumilleres y enólogos de primer orden, como por ejemplo el norteamericano Robert Parker o el británico Robert Joseph. Al igual que en otros países, cualquier distribuidor ruso estaría dispuesto a trabajar con aquellos vinos que hayan recibido una buena calificación en las guías profesionales de vino.

B. GRADO DE COMPROMISO CON EL MERCADO RUSO

Los rusos aprecian a aquellos proveedores extranjeros que tienen un compromiso serio y de largo plazo con el mercado ruso frente a aquellos, que prefieren los negocios spot o consideran a Rusia como un país marginal que nunca supondrá una cifra importante de sus ventas.

C. RELACIONES INTERPERSONALES

A primera vista, los rusos pueden parecer gente fría y dura, pero no es así. Respetan mucho las relaciones particulares con sus socios extranjeros, que en muchos casos salen de los marcos de las relaciones estrictamente comerciales. En este sentido, en Rusia es importante "hacerse amigo del socio ruso", mostrar intenciones serias y la preocupación por el destino de los vinos en todos los eslabones de su comercialización. Una vez que establezcan relaciones de negocio, se sugiere apoyar al socio ruso en numerosos trámites burocráticos de certificación y desaduanamiento del producto, proveyéndolo con los documentos y materiales necesarios que exigen las autoridades. Si por alguna razón surge una desconfianza respecto a tal o cual sugerencia del importador, se recomienda consultar a la OFICOM.

D. NEGOCIACIÓN

Por lo general, el estilo de negociación ruso es directo y reivindicativo, aunque esto quizás no es tan evidente tratándose de los vinos de calidad, pero en el segmento de vinos baratos y graneles es conocida la dureza de los rusos y su capacidad de "apretar" al máximo los precios.

E. DERECHOS DE EXCLUSIVIDAD

Una fuerte competencia en el sector obliga al importador a exigir de su proveedor la exclusividad en la venta de una marca de vino para todo el país. Esta exigencia tiene sentido siempre y cuando el socio es una empresa importante que está operando en todo el territorio de la Federación de Rusia y puede asegurar un volumen significativo de las ventas. Lo más conveniente sería ofrecerle al importador un período de prueba para ver su evolución en el transcurso del mismo.

F. FORMA DE PAGO

Todos los importadores rusos comenzaban con cartas de crédito que siempre era una traba, por tener un costo muy alto en los bancos rusos, o por un pago anticipado. Últimamente la situación ha cambiado según la propia evolución del sector: grandes importadores rusos son empresas conocidas y solventes, y el aplazamiento se ha extendido hasta tal punto que sólo se utiliza el prepago de la totalidad del importe.

G. INVERSIÓN EN LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Los vinos de calidad requieren inyecciones permanentes en la promoción para poder mantener sus nichos frente a una competencia feroz. A raíz de esto, los importadores, con toda la razón, piden apoyo al proveedor para diferentes acciones que se cree conveniente llevar a cabo, con el propósito de lograr el mejor posicionamiento de la marca. Sería de gran utilidad que los proveedores participen en los programas educacionales del personal de la empresa importadora, al igual que de sus distribuidores regionales, on-trade, off-trade etc., que comparta los gastos en publicaciones en la prensa especializada y en el ingreso en las cadenas minoristas. También es común que el proveedor invite al importador y a sus clientes a visitar sus instalaciones, viñedos, bodegas, coincidiendo en muchos casos las fechas de estas visitas con la vendimia.

Las acciones que pueden mejorar la presencia de vinos chilenos en el mercado ruso son las siguientes:

1. Inserción de publicidad en revistas especializadas en vino o de gastronomía en general.
2. Organización de degustaciones y presentaciones para los profesionales. El formato de la Muestra y Cata es óptimo, siendo para muchos importadores potenciales la primera posibilidad de conocer un abanico de proveedores y vinos. Sin embargo, muchos de ellos asisten además a las ferias internacionales de vino como las de Bordeaux, Prowein, VinItaly y Londres donde hacen el primer acercamiento a tal o cual proveedor que tienen en vista.
3. Participación en ferias internacionales que se realizan en Moscú y que tienen que ver con el vino (ver listado de ferias).
Ha sido muy positiva la experiencia de nuestras viñas que participaron en la feria de alimentos y bebidas Prodexpo en forma individual, siempre con el apoyo de la Oficina Comercial. Considerando el gran potencial de las regiones de Rusia, se cree conveniente llevar a cabo eventos de promoción en grandes ciudades como Rostov-Don, Krasnodar, Sochi, Ekaterinburgo, Samara, Nizhny Novgorod, Krasnoyarsk y Novosibirsk. La mayoría de los importadores grandes cuentan con oficinas allá, y sería de gran apoyo para ellos realizar un festival de vinos chilenos, acompañados con muestras de cocina chilena, seminarios y master class para los sumilleres y otros profesionales que tengan que ver con nuestros productos. El formato debe ser diferente a la MyC, porque en los centros regionales aún no hay suficiente importadores y distribuidores capaces de comenzar compras directas, pero no cabe ni menor duda de que tenemos que promover nuestro vino en las regiones de manera más activa.
4. Promociones en puntos de venta (supermercados o restaurantes) de tipos concretos del vino (los franceses que llevan a cabo festivales anuales de "beaujolais" y de otros vinos de alto nivel de consumo han logrado excelentes con esta acción).
5. Viajes de importadores, periodistas, sumilleres o expertos (se realizaron varios en conjunto con Wines of Chile y ProChile Santiago).
6. Edición y distribución de material promocional en el idioma ruso con el propósito de difundirlo en puntos de venta y actividades relacionadas con la promoción del vino (ejemplo: en 2007 fue publicado un suplemento a la revista Magnum sobre vinos chilenos, el cual fue distribuido tanto entre los lectores de la revista, como los visitantes de la feria Prodexpo y otros eventos, realizados por ProChile y sus socios. Esto fue un proyecto conjunto de Wines of Chile, ProChile y la revista Magnum, coordinado por ProChile Moscú. Representa un gran interés el proyecto de la edición de la Guía de Vinos Chilenos en ruso por el famoso periodista y catador Mikhail Umnov. Esta Guía se distribuye en los restaurantes, butiks de vino, vía internet y sería de apoyo al consumidor final que pretende conocer más sobre nuestros vinos y lugares dónde adquirirlos).
7. Patrocinio de eventos – es una de las herramientas más eficientes que usan los importadores rusos para promover sus marcas.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

PRODEXPO 2010, 17 EDICION

País: Rusia

Ciudad: Moscú

Recinto ferial: EXPOCENTR en Krasnaya Presnya

Fechas: 08-12 de Febrero, 2010

Página web de la feria: www.expoctr.ru/expo; www.prod-expo.ru

-Contacto de la organización ferial :

Nombre: Sra.Tatiana Piskariova

Cargo: Directora Feria

e-mail: mezvist@expoctr.ru; piskareva@expoctr.ru;

galina@expoctr.ru; voronin@expoctr.ru

Teléfono: (7-495) 795 3735

Fax: (7-495) 609 4168

WORLD FOOD MOSCOW 2009– 18 Edición

Feria Internacional de Alimentos, Bebidas, Tecnologías y Servicios Relacionados.

Incluye como capítulos especiales WORLD SEAFOOD, WORLD SWEETS, WORLD DRINKS RUSSIA y TABACEX

-País: RUSIA

Ciudad: MOSCU

Recinto ferial: EXPOCENTR en Krasnaya Presnya

Fechas: 2009, SEPTIEMBRE 15 al 18

13.- Página web de la feria: www.feriasalimentarias.com/worldfood-moscow; www.world-food.ru

-Contacto de la organización ferial:

Nombre: Sr. Martín Alejo Diez

Cargo: CEO

Sra.Cecilia Rodríguez di Sanzo – coordinadora

e-mail: madiez@feriasalimentarias.com

Teléfono: 54 11 4555 0195

Fax: 54 11 4554 7455

PIR 2009– 12 Edición

Feria Internacional de Hostelería y Restaurantes

País: RUSIA

Ciudad: MOSCU

Recinto ferial: Crocus Expo (www.crocus-expo.ru)

Fechas: 2009, 30 de septiembre -03 de octubre

Página web de la feria: www.pir.ru

Contacto de la organización ferial:

Nombre: Sr.Serguey Mordvintsev

Cargo: coordinador

e-mail: serguey@pir.ru

Teléfono: 7 495 257 3807

Fax: 7 499 257 0470

DRINKS INDUSTRY MOSCOW 2009– 10 Edición
Feria Internacional de Bebidas

País: RUSIA

Ciudad: MOSCU

Recinto ferial: Crocus Expo (www.crocus-expo.ru) Pabellón 2, sala 8

Fechas: 2009, NOVIEMBRE (fecha aún no está definida)

Página web de la feria: www.drinksindustry.ru

-Contacto de la organización ferial:

Nombre: Sra.Nariné Bagmanyan

Cargo: coordinadora

e-mail: nariner@astigroup.ru

Teléfono: 7 495 797 6914

Fax: 7 495 797 6915

CUALQUIER OTRA INFORMACION RELEVANTE

LISTADO DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS
EN LOS TEMAS DE VINOS Y LICORES

VINOMANIA: Revista especializada en el sector del vino que colabora en multitud de actividades, acciones y eventos del sector. Se edita mensualmente y tiene una tirada de 25.000 ejemplares.

Internet: www.vinomania.ru

E-mail : naddin@vinomania.ru

Contacto: Sra.Nadia Bakhromkina, Redactora Jefe

Tel/fax : +7-495-5105102/ 5105103/ 7226296

MÁGNUM: Revista del sector de vino y bebidas alcohólicas que lanzó su primer ejemplar en septiembre de 2005. Es, junto con Vinomania y SimpleNews la mejor revista del sector. Se edita mensualmente con una tirada de 15.000 – 18.000 ejemplares. Su editor jefe es Igor Serdyuk, antiguo redactor de Vinnaya Karta y uno de los periodistas rusos especializados más conocidos. El Sr. Serdyuk ha sido el primer periodista ruso en hacer una entrevista a Robert Parker. Viajó varias veces a Chile, participó en los concursos de vino en Chile y otros países en calidad de juez. Colabora con la OFICOM en la realización de Master Class de vinos chilenos, y seminarios para los profesionales del mercado ruso.

E-mail: serdyuk@magnum.su

iserdyuk@yandex.ru

Contacto: Sr.Igor Serdyuk, Redactor Jefe

Tel/fax: +7-495-7558721/ 7850676

SIMPLE NEWS: Revista editada por "Simple", empresa importadora de vinos de calidad. Revista de calidad excepcional tanto por contenidos como diseño y acabados. El único comentario es que es demasiado partidista de los vinos comercializados por "Simple", prácticamente no dejando espacio para vinos representados por otros importadores. Se edita mensualmente y su tirada es de 30.000 ejemplares.

E-mail : aprohorova@simplewine.ru

Contacto: Sra.Anastasia Prokhorova, Redactora Jefe

Tel/fax : +7-495-1055544

VINNAYA KARTA: Revista perteneciente a la editorial Vitrina. Se edita mensualmente y tiene una tirada de 60.000 ejemplares. Se distribuye gratuitamente en restaurantes, supermercados y otros eventos. Es la revista de mayor tirada del sector aunque en el último año ha disminuido sensiblemente sus puntos de distribución.

Internet: www.vitrinapress.ru

E-mail: krasnogor@vitrina.com.ru

Contacto : Sra.Olga Krasnogor, Redactora Jefe

Tel/fax: +7-495 933-0229

KOLLEKTSIA VIN: Revista editada por la cadena de tiendas del mismo nombre y la empresa importadora Concept Trade. Es una publicación dirigida al consumidor final, sencilla pero de calidad y con artículos interesantes. Tiene una tirada de 20.000 ejemplares y se edita mensualmente.

Internet: www.vine.ru

E-mail: pr@vine.ru

Contacto : Sra.Irina Veterennikova, Redactora Jefe

Tel/fax: +7-495 5409123 / 789 1637

ENOTEKA: Revista algo inferior a Vinomania en calidades, aunque similar en contenidos y tirada.

Internet: www.enoteka.ru

E-mail : alexhist@mail.ru

Tel/fax : +7-495 213-8289/ 213-8309 / 213-1155/ 213-2156

Contacto: Sr. Alexander Sidorov, Redactor Jefe

IMPERIA VKUSA: Revista especializada en bebidas alcohólicas y gastronomía distribuida gratuitamente en restaurantes y cadenas de distribución. Tiene una tirada de 70.000 ejemplares y cuenta con una buena distribución en regiones rusas. Organizan cada año en San Petersburgo un concurso de sumilleres.

Internet: www.imperiavkusa.ru

Tel/fax : +7-812-3809349 /1176827

E-mail : nata-li@imperiavkusa.ru

Contacto : Sra.Natalia Aksenova, Redactora Jefe

NAPITKI: Publicación del sector bebidas alcohólicas y vinos de edición bimensual y una tirada de 34.000 ejemplares. Dirigida a los importadores, distribuidores y productores de vino y bebidas alcohólicas, se distribuye por suscripción y en todas las ferias especializadas de Rusia, Ucrania y Belarús.

Internet: www.napitki.com

(portal temático de vinos y bebidas alcohólicas)

E-mail : editor@napitki.com

Contacto: Sr.Yury Yudich

Tel/fax : +7- 495-740-3978/ 250-3862/ 3797

PRO ALCOHOL : Es una nueva publicación, editada por la empresa Alconews. Muy profesional y de calidad, está dirigida exclusivamente a profesionales (distribuidores, sumilleres, productores) del sector de bebidas alcohólicas en general. Se edita mensualmente y tiene una tirada de 29.000 ejemplares.

Internet: www.alconews.ru

Contacto: Sra.Ekaterina Kungurova

E-mail: ekungurova@alconews.ru

Tel/fax: +7-495-9884534

MOYO DELO – RESTORAN: Del mismo estilo que la anterior, tiene una tirada de 16.000 ejemplares y se edita mensualmente. Especializada en el sector de restauración va dirigida a directores, chefs y managers de restaurantes y otras empresas de restauración. Es una revista de muy buena calidad.

Internet: www.moyo-delo.ru

E-mail : inga@moyo-delo.ru

Tel/fax: +7-095-7480103

DIRECCIONES DE INTERÉS

Asociación Rusa de Sommelieres

www.sommelier.ru

E-mail: alkuptz@yandex.ru

Tel./fax : +7-495-129 03 08

Contacto : Sr.Alexander Kuptsov, Vice-presidente

Club Independiente del Vino

www.winepages.ru

E-mail: nwk@narod.ru

volkov-iwc@yandex.ru

Tel.: +7-495 737-4492/ 208-5181

Fax: +7-495 737-4493

Contacto : Sr.Vladimir Tsapelik (Presidente) y Sr.Vladislav Volkov (Vicepresidente) El Club Independiente del Vino es uno de los primeros de su género que aparecieron en Moscú. El objetivo principal del Club es el de extender el consumo de vinos de calidad en Rusia para lo cual siempre están dispuestos a poner en contacto a bodegas extranjeras con potenciales distribuidores en Rusia a los que ofrecen servicios de consultoría. También colaboran en la promoción de ferias especializadas y con revistas del sector (Vinnaya Karta, Magnum, Gastronom).

PORTALES ESPECIALIZADOS DE INTERNET

www.winepages.ru

www.suar.ru

www.vinoclub.ru

www.product.ru

www.winenews.ru

www.alconews.ru

www.alco-online.ru

www.napitki.com

También se recomienda visitar los sitios WEB de importadores rusos, la mayoría de los cuales son bastante informativos.