



V. évfolyam / 4. szám

Borpiaci információk

2007. március 14.



8-9. hét

Borpiaci jelentés

Hazai borpiaci tendenciák	2. old.
A francia borpiac bemutatása	2. old.
1-2./táblázat, 1-8. ábra Belföldi vörös és rozé borok értékesítési árai és mennyiségi adatai	3-7. old.

Készítette: Györe Dániel

KIADÓ:

Agrárgazdasági Kutató Intézet,
Piac-árinformációs Szolgálat
Magyarország H-1093
Budapest, Zsil u. 3-5.
Telefon: (00 36) 476-3286
Fax: (00 36) 217-8111

BORPIACI INFORMÁCIÓK

Hazai borpiaci tendenciák

A fehér asztali borok értékesített mennyisége februárban 30%-kal esett vissza az egy évvel korábbi értékhez képest (1. táblázat). Az összes kiszérés eladása számottevően csökkent a megfigyelt időszakban: az üvegpalackosé 54,7%-kal, a kannásé 41,9%-kal, a lédigé 41,1%-kal, a PET palackosé pedig 15,8 %-kal.

A fehér asztali borok értékesítési ára februárban 18,1%-kal volt magasabb, mint egy évvel korábban, ami a borszőlő árának növekedésével és a kínálat csökkenésével magyarázható (2. táblázat). Legnagyobb mértékben a lédig kiszérésű fehér asztali borok ára emelkedett, 38,7%-kal. A PET palackos kiszérésű fehér asztali borok ára 11,5%-kal, a kannásé 13,7%-kal, az üvegpalackosé pedig 16,5%-kal volt magasabb februárban, mint egy évvel korábban.

A fehér tájborok értékesített volumene februárban 15%-kal növekedett az előző évhez képest. Bővülés a megfigyelt időszakban csak a lédig kiszérés szegmensében történt (+89%), a többi kiszérés vonatkozásában az eladások csökkentek: a PET palackosé 44,5%-kal, a kannásé 36%-kal, az üvegpalackosé pedig 11,8%-kal. A lédig kiszérésű fehér tájborok értékesítése februárban a belpiacon, a palackozók és a kereskedők irányába bővült számottevően, a tavalyi év többszörösére, míg az export volumene a tavalyi volumen felére esett vissza.

A fehér tájborok értékesítési átlagára az év második hónapjában 7,1%-kal volt alacsonyabb, mint 2006 februárjában. Az átlagár csökkenésének oka, hogy az értékesítés 55,9%-át kitevő lédig kiszérésű fehér tájborok átlagára 15,9%-ot esett vissza, míg a többi kiszérés esetében a megfigyelt időszakban az árak kis mértékű emelkedése figyelhető meg.

A francia borpiac bemutatása

Franciaország a világ legnagyobb bortermelője. A francia bortermelés 2006-ban

53,4 millió hl volt (ez a magyar bortermelésnek 18-szorosa), ami csaknem megegyezik a 2005-ös évi értékkel, de 11%-kal elmarad a 2000-2005-ös évek átlagától. A francia bortermelés 25%-a az Európai Unió piacára kerül (elsősorban Nagy-Britannia, Németország, Belgium és Hollandia piacaira). A közös piacon kívül az USA, Japán, Kanada és Svájc számít elsődleges exportpiacnak.

Az elmúlt években megállni látszik a francia borfogyasztás csökkenése. 2005-ben az előző évhez képest 1,2%-kal volt magasabb az egy főre eső borfogyasztás Franciaországban. A fogyasztáson belül a védett eredetű borok (AOC) esetében növekedés, míg az asztali borok esetében csökkenés figyelhető meg.

A francia borexport 2005-ben 14,1 millió hl volt (értékben 5,63 milliárd euró) ami 2004-hez képest 2%-os visszaesést jelent. A kivitel csökkenése az „újvilági” borok piaci részesedésének növekedésével függ össze. 2006 első 10 hónapjában a kivitel mennyiségben 2,6%-kal, értékben 11%-kal haladta meg 2005 első 10 hónapjának értékét. Számottevő mértékben, 15%-kal növekedett az USA-ba irányuló kivitel volumene a megfigyelt időszakban.

A francia borimport 2005-ben 5,5 millió hl-t tett ki (értékben 488 millió euró). Legnagyobb mennyiségben Spanyolországból (2,8 millió hl) és Olaszországból (1,1 millió hl) érkezett, elsősorban olcsó asztali bor az országba.

Az egész világban érzékelhető borpiaci verseny növekedése hatással van a francia borpiacra is. A francia bortermelőket a túltermelés, a csökkenő export, az alkoholos italok reklámtilalma és az alkoholos italok elleni harc egyaránt negatívan érinti. A francia kormány arra ösztönzi a termelőket, hogy a piaci kereslethez igazítsák termelésüket, hogy fel tudják venni a versenyt a tengerentúli bortermelő országokkal. A francia állam 2005-ben 12 millió eurót (csaknem 3 milliárd forintot) fordított a francia borok nemzetközi reklámozására.

Forrás: USDA – France, Wine Annual Report

1. táblázat

Belföldön termelt fehérborok értékesített mennyisége (hl)

Borkategória	Kiszereelés	2006. február	2007. január	2007. február	2007. feb.* / 2006. feb. (%)	2007. feb.* / 2007. jan. (%)
Asztali bor	lédig	8 578	1 720	5 055	58,9	293,9
	kannás	2 773	1 383	1 612	58,1	116,6
	PET palackos	13 112	11 852	11 039	84,2	93,1
	üvegpalackos	2 394	1 545	1 083	45,3	70,1
	összesen	26 858	16 499	18 790	70,0	113,9
Tájbor	lédig	5 425	6 631	10 258	189,1	154,7
	kannás	2 187	2 018	1 401	64,0	69,4
	PET palackos	2 054	1 481	1 140	55,5	77,0
	üvegpalackos	6 287	6 429	5 543	88,2	86,2
	összesen	15 953	16 559	18 342	115,0	110,8
Asztali- és tájbor összesen		42 811	33 058	37 132	86,7	112,3

Forrás: AKI, Piaci Információs Osztály

2. táblázat

Belföldön termelt fehérborok értékesítési ára (Ft/hl)

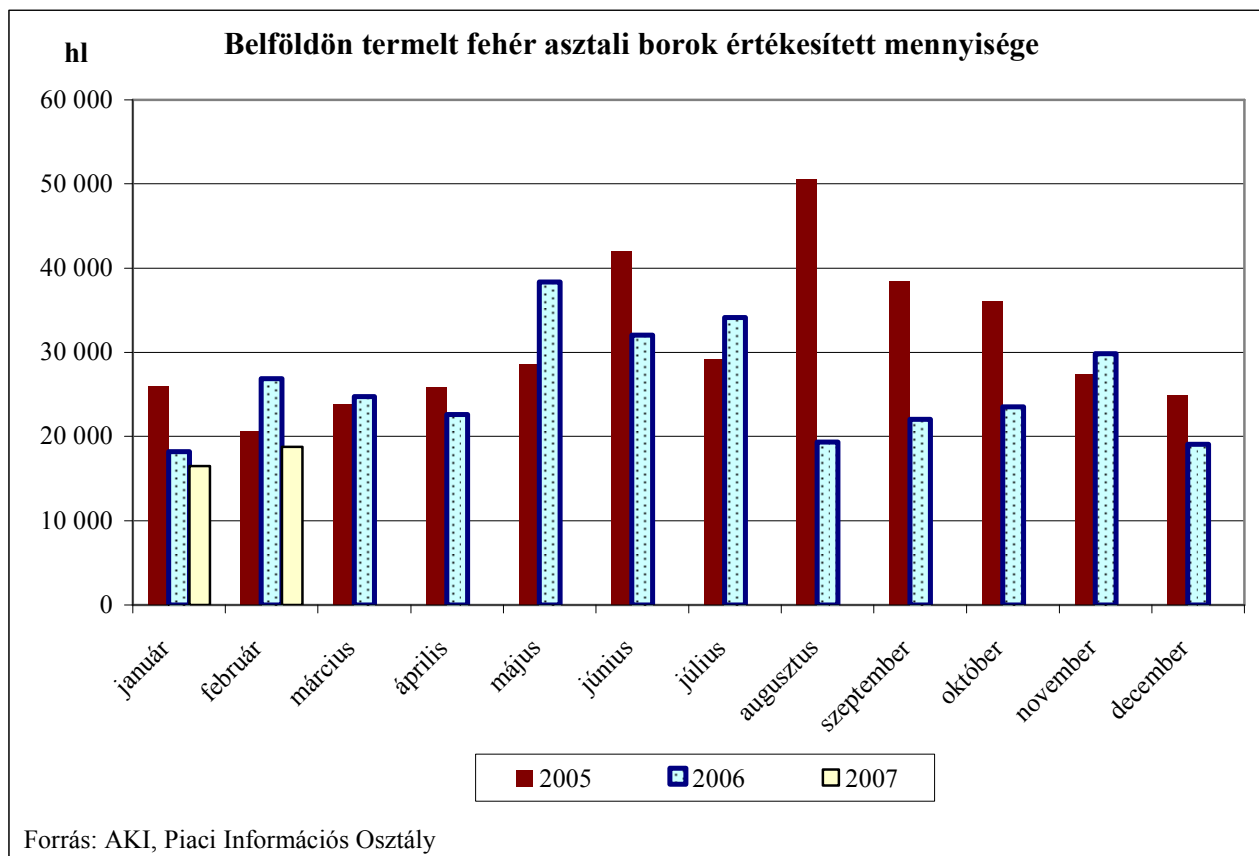
Borkategória	Kiszereelés	2006. február	2007. január	2007. február			2007. feb.* / 2006. feb. (%)	2007. feb.* / 2007. jan. (%)
		átlagár	átlagár	min.	max.	átlagár		
Asztali bor	lédig	8 218	10 431	9 000	20 237	11 396	138,7	109,2
	kannás	11 393	11 189	8 000	25 315	12 958	113,7	115,8
	PET palackos	10 771	11 976	8 400	15 613	12 013	111,5	100,3
	üvegpalackos	13 967	17 226	9 000	24 000	16 271	116,5	94,5
	összesen	10 305	12 241			12 173	118,1	99,4
Tájbor	lédig	13 784	14 923	8 900	19 015	11 597	84,1	77,7
	kannás	14 151	14 784	9 500	16 988	14 548	102,8	98,4
	PET palackos	12 324	13 880	9 500	31 814	13 649	110,8	98,3
	üvegpalackos	18 891	20 534	11 500	11 500	20 171	106,8	98,2
	összesen	15 659	16 991			14 541	92,9	85,6
Asztali- és tájbor összesen		12 300	14 620			13 343	108,5	91,3

* az adott hét átlagára

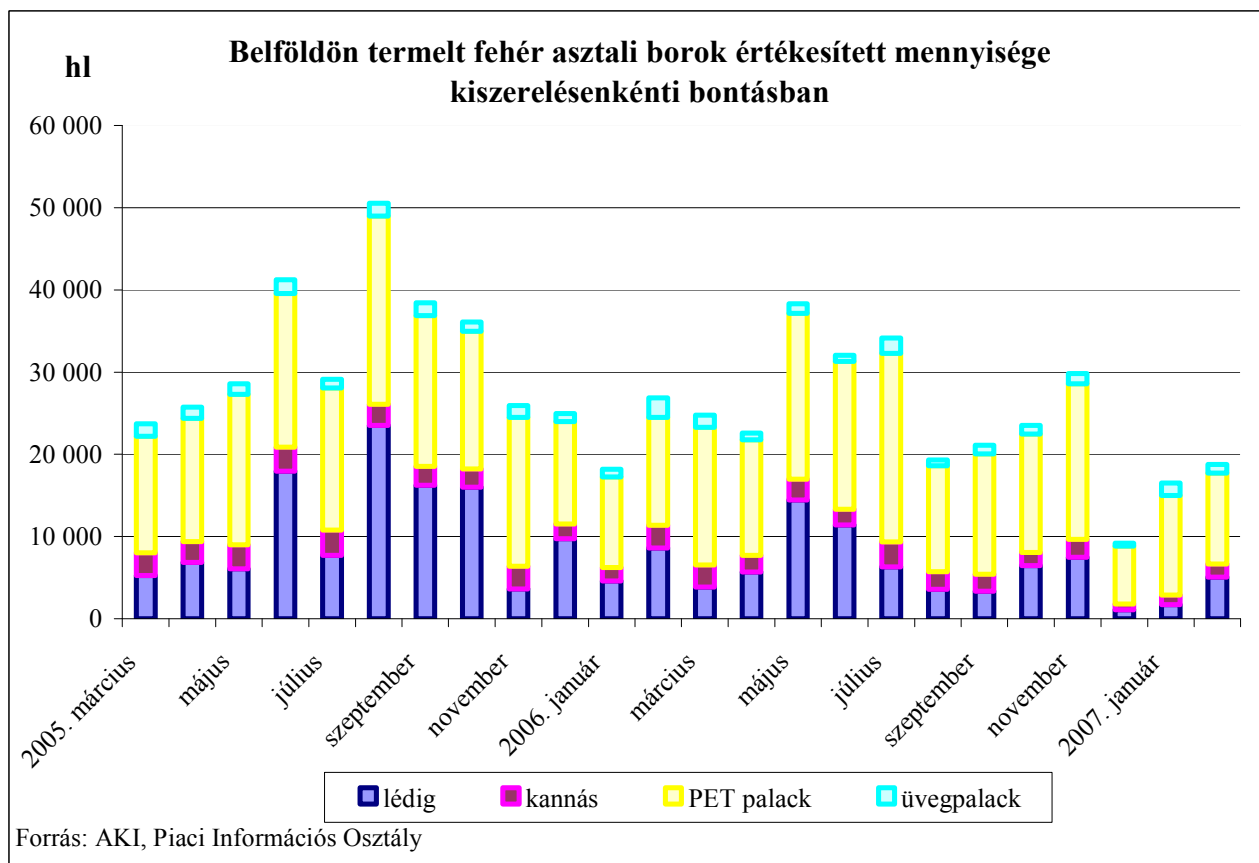
A fenti átlagárak nem tartalmazzák a csomagolóanyagok árát, a szállítás költségét és az ÁFÁ-t

Forrás: AKI, Piaci Információs Osztály

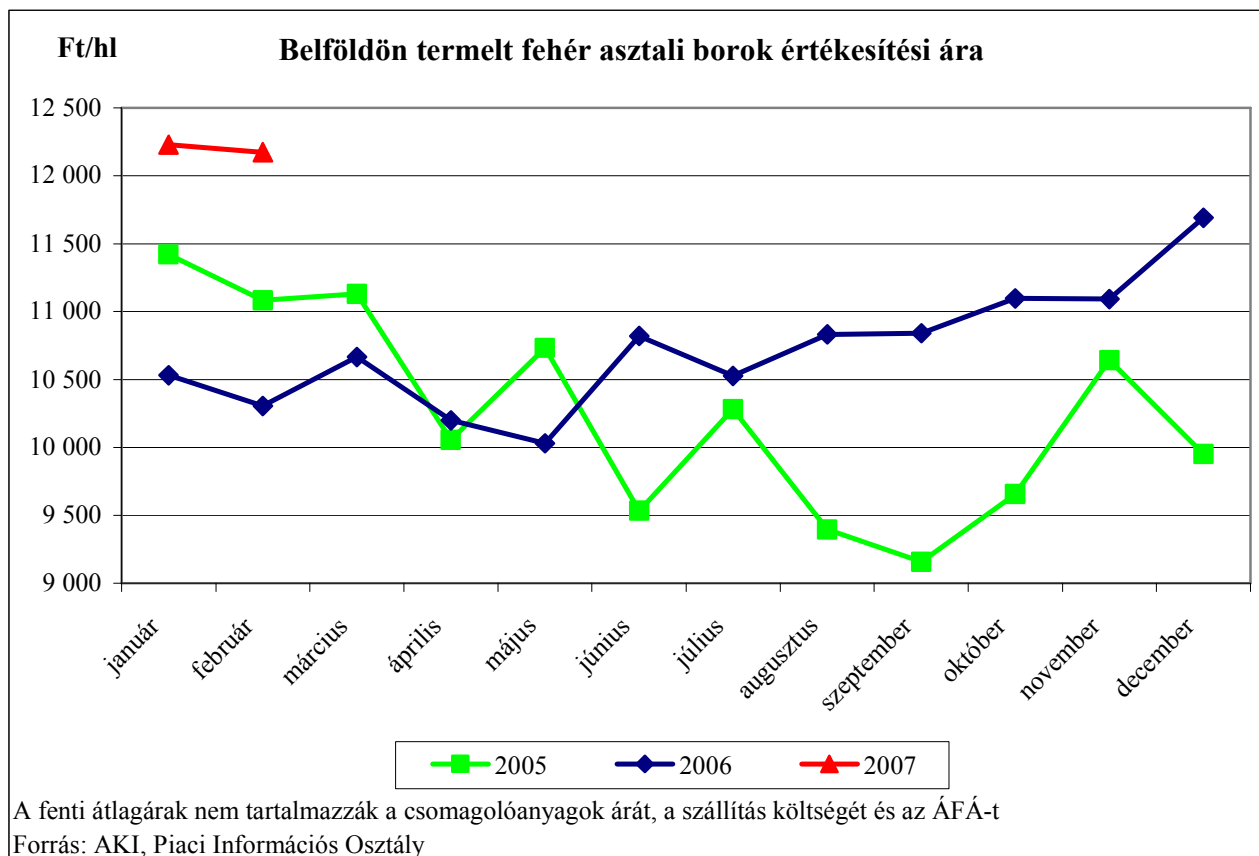
1. ábra



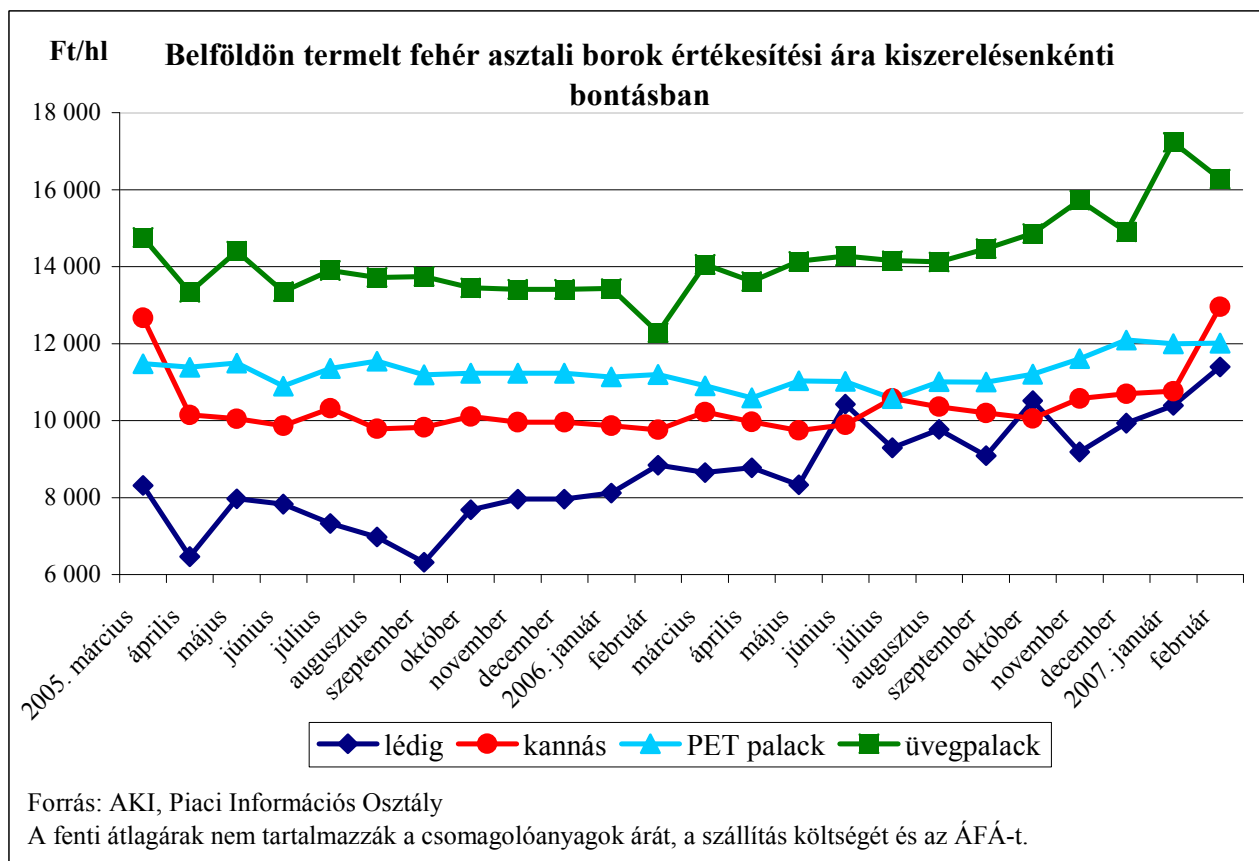
2. ábra



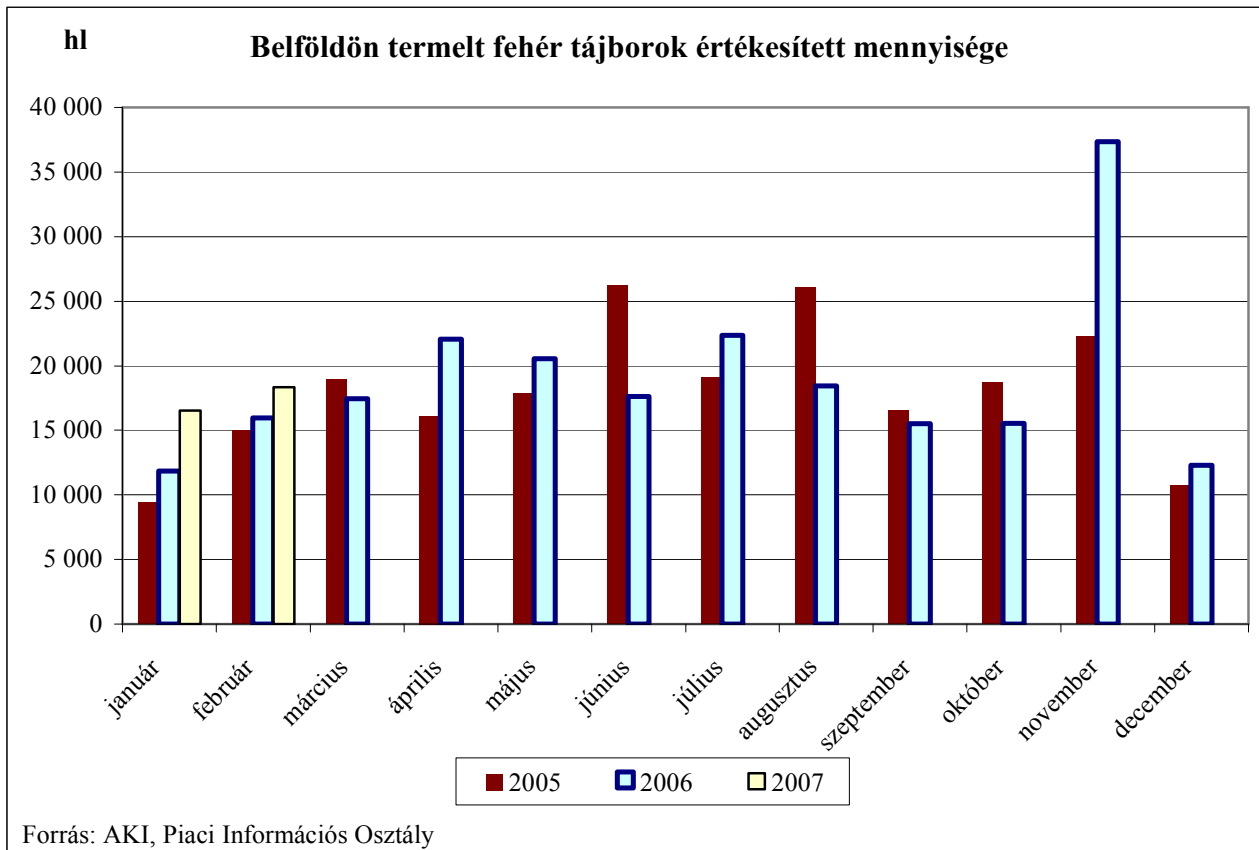
3. ábra



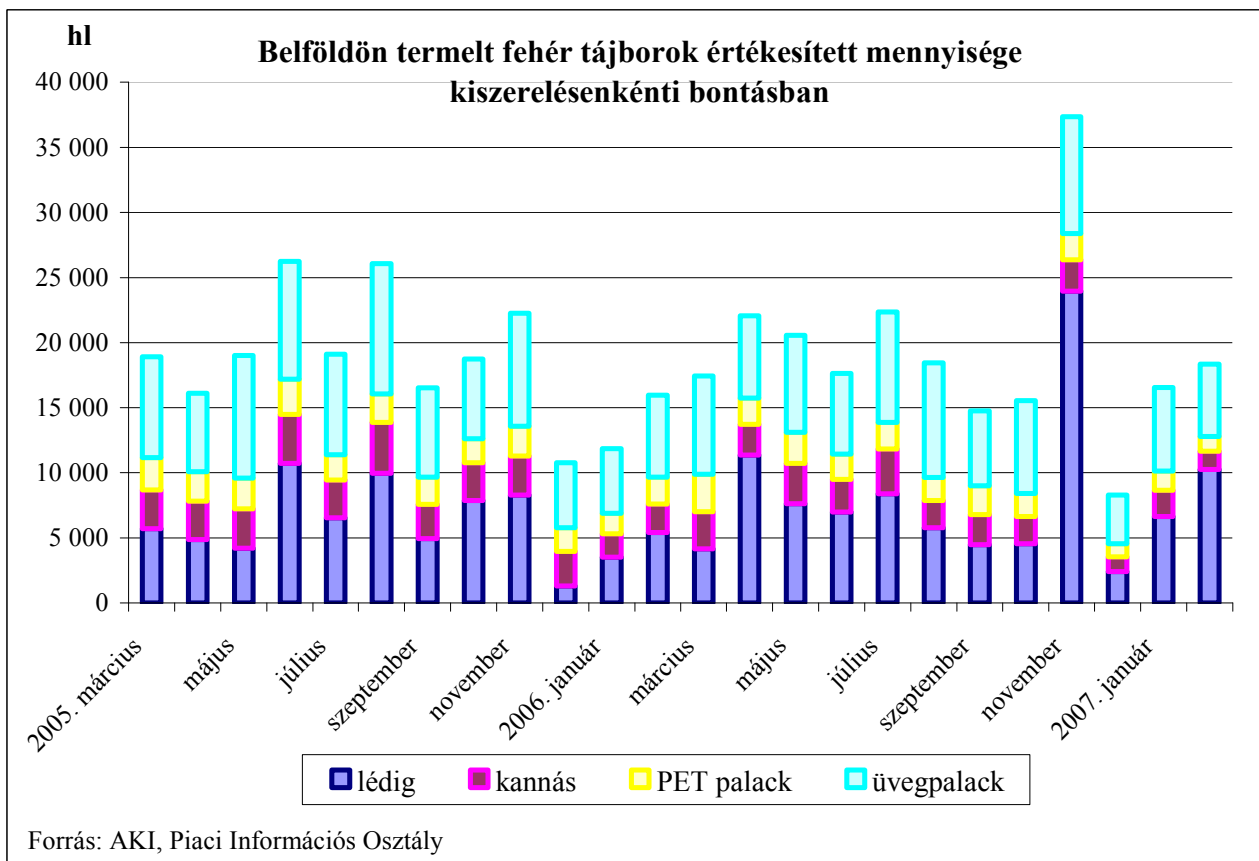
4. ábra



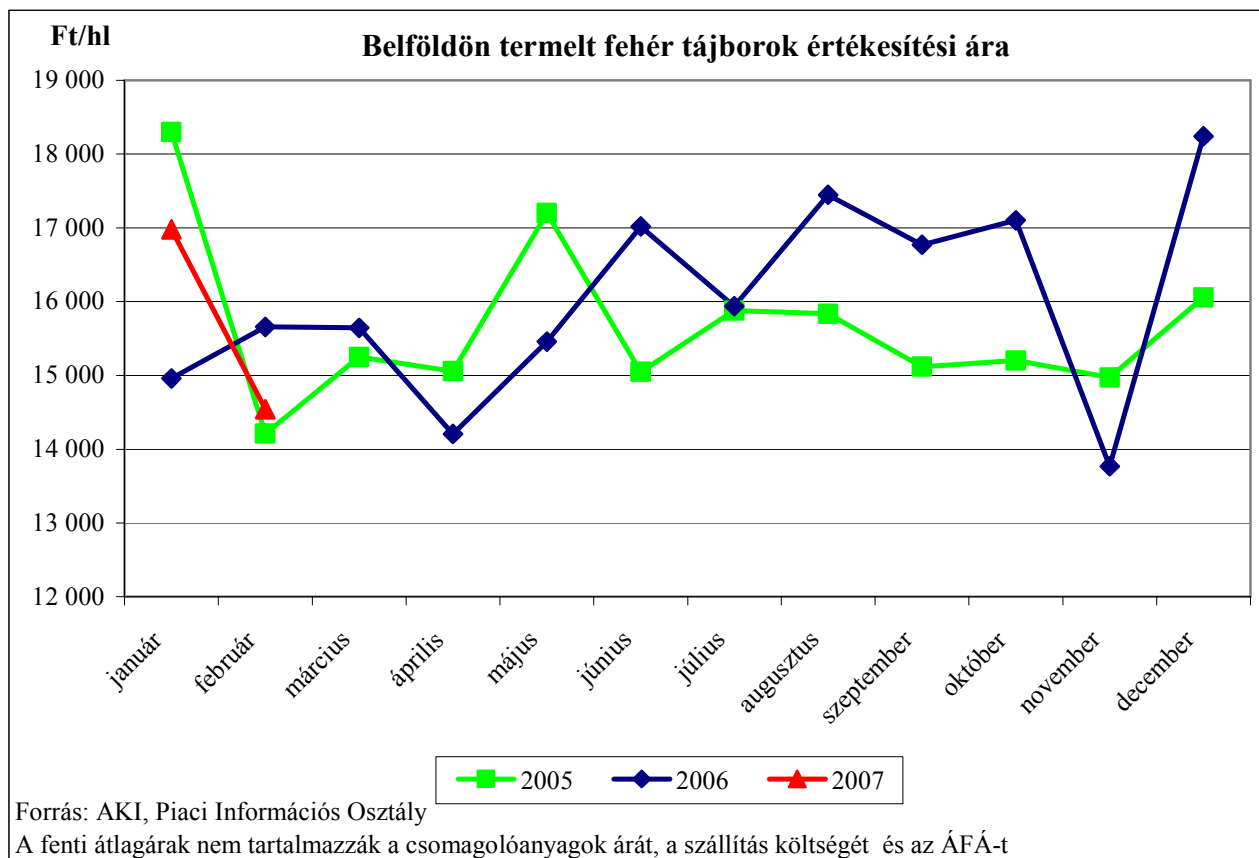
5. ábra



6. ábra



7. ábra



8. ábra

