

**Borpiaci információk**

V. évfolyam / 6. szám

2007. április 12.

12-13. hét

**Borpiaci jelentés**

Borpiaci információk	2. oldal
A spanyol borpiac bemutatása	2. oldal
<b>1-2. táblázat, 6-11. ábra:</b> Belföldi fehér asztali és tájborok értékesítési árai és mennyiségi adatai	5-9. oldal

Készítette: Györe Dániel

**KIADÓ:**

Agrárgazdasági Kutató Intézet,  
Piac-árinformációs Szolgálat  
Magyarország H-1093  
Budapest, Zsil u. 3-5.  
Telefon: (00 36) 476-3288  
Fax: (00 36) 217-8111

### Belföldi piaci tendenciák

Az év harmadik hónapjában a fehér asztali és tájborok értékesítése 2006 azonos időszakához képest 8,2%-kal esett vissza, míg az eladott borok átlagára 9,9%-kal volt magasabb (1-2. táblázat).

A fehér asztali borok értékesített mennyisége márciusban 2,5%-kal maradt el az egy évvel korábbi értéktől. A volumen bővülése csak a lédig kiszérés (+98%) esetében volt megfigyelhető, ami a magasabb árú belpiaci értékesítés élénkülésével magyarázható. Az összes többi kiszérés eladása jelentősen visszaesett: a PET palackosé 17,8%-kal, a kannásé 28,5%-kal, míg az üvegpalackosé 43,4%-kal.

A fehér asztali borok értékesítési átlagára a megfigyelt időszakban megközelítette a 12 ezer Ft/hl-t, ami 2006 azonos időszakához képest 11,9%-os emelkedésnek felel meg. Az összes kiszérés vonatkozásában 10% feletti árnövekedés figyelhető meg egy év leforgása alatt. A PET palackos kiszérésű fehér asztali borok ára 10,5%-kal, az üvegpalackosé 19,3%-kal, a kannás boroké 20,4%-kal, míg a lédig boroké 28,5%-kal növekedett. A belföldi fehér asztali borok árai az emelkedés ellenére még mindig elmaradnak a nemzetközi árszinttől, így az elkövetkező hónapokban az árak további emelkedésére lehet számítani.

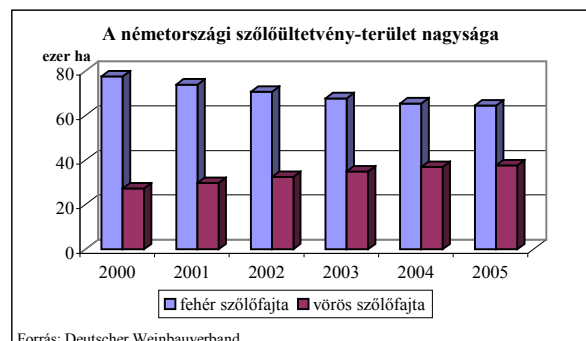
A fehér tájborok értékesített volumene márciusban 16,3%-kal volt alacsonyabb, mint egy évvel korábban. Az asztali borokhoz hasonlóan a fehér tájborok esetében is csupán a lédig kiszérés esetében figyelhető meg az eladások bővülése (+15,2%). A többi kiszérés vonatkozásában a volumen mérséklődése tapasztalható.

A fehér tájborok értékesítési átlagára márciusban 11%-kal volt magasabb, mint 2006 márciusában. A PET palackos kiszérés átlagára a megfigyelt időszakban 16,8%-kal emelkedett, míg a többi kiszérésnél 5-10% közötti árnövekedés történt.

### A német borpiac bemutatása

A németországi szőlőterület 102 ezer hektárt tesz ki, ami az Unió hatodik legnagyobb szőlőültetvényének felel meg. A szőlőültetvények 63%-át 2005-ben a fehérbort adó szőlőfajták alkották. A fehér borszőlők aránya folyamatosan csökken a vörös borszőlőkkel szemben, 1995-ben ugyanis még a szőlőültetvények 80%-án természetek fehér borszőlőt. (1. ábra).

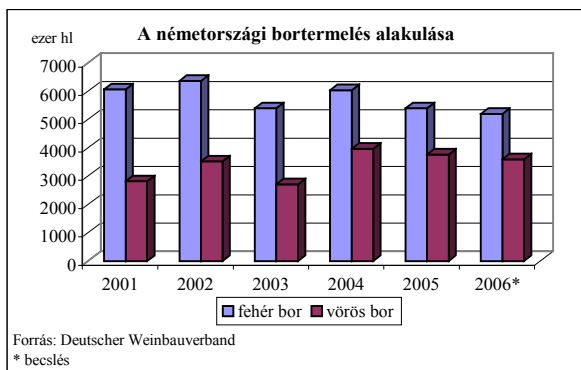
1. ábra



A vezető szőlőfajta jelenleg a Rizling és a Müller-Thurgau. E két szőlőfajta aránya a termesztésben eléri a 34%-ot. Az elmúlt években a Fehér Burgundi, a Chardonnay és a Ruländer fajták aránya nőtt elsősorban a Müller-Thurgau fajta ellenében. A vörös szőlőfajták aránya az összes ültetvényterület 36%-át teszi ki, azonban területük minden évben 1500 hektárral nő. A legkedveltebb kékszőlőfajták közé a Kékburgundi, a Bornfelder és a Portugieser tartozik. Az EU ültetvény-átalakítási programjának keretében Németország az elmúlt évben 12,7 millió euró (mintegy 3,15 milliárd forint) támogatáshoz jutott.

2006 őszén a német bortermelők megközelítőleg 8,81 millió hektoliter bort állítottak elő, ami 0,4 millió hektoliterrel marad el a 2005-ös évi értéktől. A szőlőtermelők a csökkenést a júniusi, júliusi hőséggel és a hűvös augusztusi időjárással magyarázzák. A minőség az átlagosnál jobbnak ígérkezik. Az elmúlt években a német bortermelés mennyisége 8-10 millió hektoliter között alakult (2. ábra).

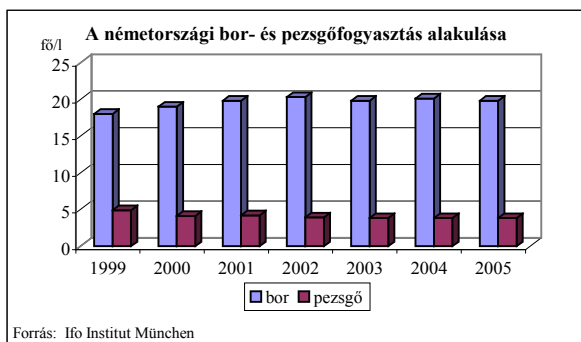
2. ábra



A gazdasági élénkülés jótékony hatással van a borfogyasztásra. A gazdasági növekedés 2006-ban elérte a 2,4%-ot. A munkanélküliség 2006 végére 4%-ra csökkent, s 2007-re további félmillió fős csökkenésre lehet számítani. Ezek a pozitív üzenetek általános optimizmust sugároznak az egész német társadalom irányába, ami kedvező hatással van a háztartások kiadásaira is.

Az elmúlt években a bor a német fogyasztók körében egyre nagyobb népszerűségnek örvend. Az egy főre eső borfogyasztás 1999-2005 között 10%-kal növekedett, míg az összes többi alkoholtartalmú ital fogyasztása csökkent. Az egy főre eső borfogyasztás 2005-ben 19,8 liter volt, míg a pezsgőfogyasztás 3,8 liter (3. ábra).

3. ábra



Bár a felmérések szerint Németországban alapjában a vörös borok kedveltsége a magasabb (62%-os), mégis az elfogyasztott borok 53%-át a fehér borok teszik ki. A vörös borok aránya 37%-ra, a rozé boroké 10%-ra tehető.

A kiskereskedelmi boreladások volumenben 6,4, értékben 7,7%-ot emelkedtek egy év leforgása alatt. A rozék

eladása 23,8, a vörösboroké 5,2, míg a fehér boroké 4,3%-kal nőtt. A kiskereskedelmi fehérbor-eladások 52%-át teszik ki a német borok, amit az olasz (17,1%) és a francia (5%) borok követnek. A vörös borok esetében is a német borok a legkedveltebbek (26%), ezután következnek a francia (20%) és az olasz (16%) borok.

A német fogyasztók előtérbe helyezik a száraz (41%) és a félszáraz (41%) borokat az édes borokkal (18%) szemben. A fogyasztók a kisebb alkoholtartalmú, könnyebb borokat kedvelik, ami a fiatal fehér és a rozé borok fogyasztásának kedvez.

Az összes boreladás 75%-át a kiskereskedelmi láncok teszik ki. Ezt követik a borászatok közvetlen értékesítései, mintegy 20%-kal. A maradék 5%-on a HoReCa szektor és a borszaküzletek osztoznak.

Az AC Nielsen felmérése szerint a kiskereskedelmen belül a hard diszkontokban (Aldi, Penny Market, Lidl, Plus, Norma) értékesítik a borok 62%-át, ami 2005-höz képest 4%-os növekedést jelentett.

A kiskereskedelemben a borok többsége (75,4%-a) palackosként (0,75l) 2 eurónál alacsonyabb áron kerül értékesítésre, ami a hard diszkontok piaci dominanciájára utal. Az eladások 18,2 %-át a 2.00-2.99 euro/palack árú borok képviselik, a 3.00-4.99 euro/palack értékű borok aránya 5,6, az 5 euro/palack feletti aránya mindössze 0,8%-ot tesz ki.

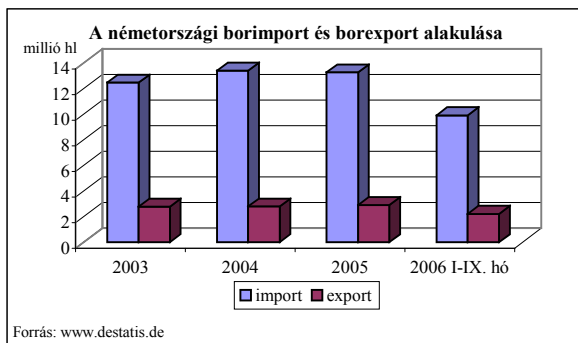
A borászatokban és a borszaküzletekben eladott borok átlagára ennél sokkal magasabb. Az értékesítésben betöltött jelenlegi arányuk a jövőben várhatóan emelkedni fog.

Németország a világ legnagyobb borimportőre. A német borfogyasztás 57%-a importból származik. A borimport 2005-ben 13,3 millió hektoliter volt (4. ábra). A borimport 2006 első 9 hónapjában megközelítette a 10 millió hektolitert. A három legjelentősebb beszállító sorrendben Olaszország (5,3 millió hl) Franciaország (2,4 millió hl) és Spanyolország (2,2 millió hl) voltak.

Az elmúlt években az újvilági borok

előretörése figyelhető meg a német piacon. Míg az újvilági borok behozatala 1999-ben az import 4%-át, addig 2004-re az import 12,8%-át tette ki. A legjelentősebb újvilági beszállítók Chile (574,3 ezer hl) az USA (449,3 ezer hl) és Ausztrália (404 ezer hl). Az importált újvilági boroknak azonban jelentős része nem a német piacon, hanem az EU más országaiban kerül elfogyasztásra. A Németországba beérkezett lédig kiszerezésű borokat ugyanis palackozzák, majd az országon belül és az EU más tagállamaiban értékesítik. Az Unióban nem vezetnek külön statisztikát az újraexportált áruk mennyiségéről, így ennek pontos meghatározása nem lehetséges.

4. ábra

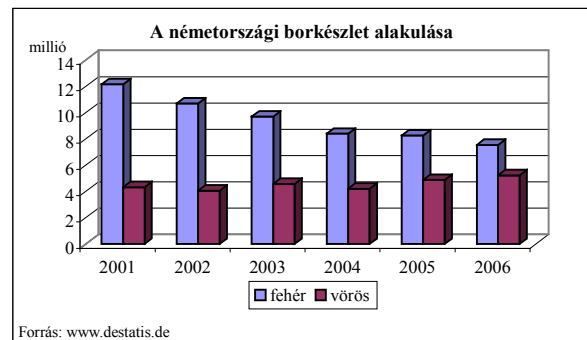


A német borexport a termelés 20-25%-át teszi ki. 2005-ben az export volumene 2,9 millió hl-t tett ki, ami 2004-hez képest 5%-os növekedést jelentett (4. ábra). Értékben a növekedés elérte a 12%-ot. Az export növekedésében a reexport is szerepet játszik. A legjelentősebb célpiacok közé Nagy-Britannia (924,6 ezer hl 2005-ben), Hollandia (433,8 ezer hl) és az USA (254 ezer hl) tartozik. Az elmúlt években a német bormarketing a német borok jó minőségét hangoztatja és arra fókuszál. Az ország

zászlósborának a száraz Rizlinget tekinti. A Deutsches Weinstitute évente mintegy 3,5 millió eurót (mintegy 868 millió Ft-ot) fordít a német borok külpiacon népszerűsítésére, elsősorban az EU tagállamaiban, az USA-ban, Közél-Keleten, és az utóbbi időben Kínában is.

2006. július 31-én a német borkészlet nagysága 12,8 millió hl-t tett ki, ami 2005-höz képest 300 ezer hl-es, 2001-hez képest pedig 3,7 millió hl-es csökkenést jelent (5. ábra).

5. ábra



A készleten lévő borok 53%-a borászatokban, 47%-a a kereskedőknél található. A feleslegek további csökkenése az árak emelkedését vonná maga után.

A német borok népszerűsítése a Deutsches Weinstitute közreműködésével zajlik. A promócióra fordított összeg meghatározó része a szőlőtermelők és a borászatok felajánlásaiból érkezik. Évente mintegy 11,5 millió eurót (2,85 milliárd Ft-ot) fordítanak a német borstratégia megvalósítására, ami a közép és magas árkategóriájú, pillanatnyilag a fogyasztásban kisebb részt képviselő borok promóciójára összpontosít.

Forrás: USDA – Germany, Wine Annual Report, 2006

1. táblázat

**Belföldön termelt fehérborok értékesített mennyisége (hl)**

Borkategória	Kiszerezés	2006. március	2007. február	2007. március	2007. márc.*/ 2006. márc. (%)	2007. márc.*/ 2006. feb. (%)
Asztali bor	lédig	3 842	4 953	7 610	198,0	153,6
	kannás	2 699	1 685	1 929	71,5	114,5
	PET palackos	16 732	11 539	13 754	82,2	119,2
	üvegpalackos	1 468	1 081	832	56,6	77,0
	<b>összesen</b>	<b>24 742</b>	<b>19 257</b>	<b>24 125</b>	<b>97,5</b>	<b>125,3</b>
Tájbor	lédig	4 158	10 258	4 792	115,2	46,7
	kannás	2 854	1 401	1 503	52,6	107,3
	PET palackos	2 876	1 140	1 323	46,0	116,0
	üvegpalackos	7 548	6 131	6 972	92,4	113,7
	<b>összesen</b>	<b>17 436</b>	<b>18 929</b>	<b>14 589</b>	<b>83,7</b>	<b>77,1</b>
<b>Asztali- és tájbor összesen</b>		<b>42 178</b>	<b>38 187</b>	<b>38 714</b>	<b>91,8</b>	<b>101,4</b>

Forrás: AKI, Piaci Információs Osztály

2. táblázat

**Belföldön termelt fehérborok értékesítési ára (Ft/hl)**

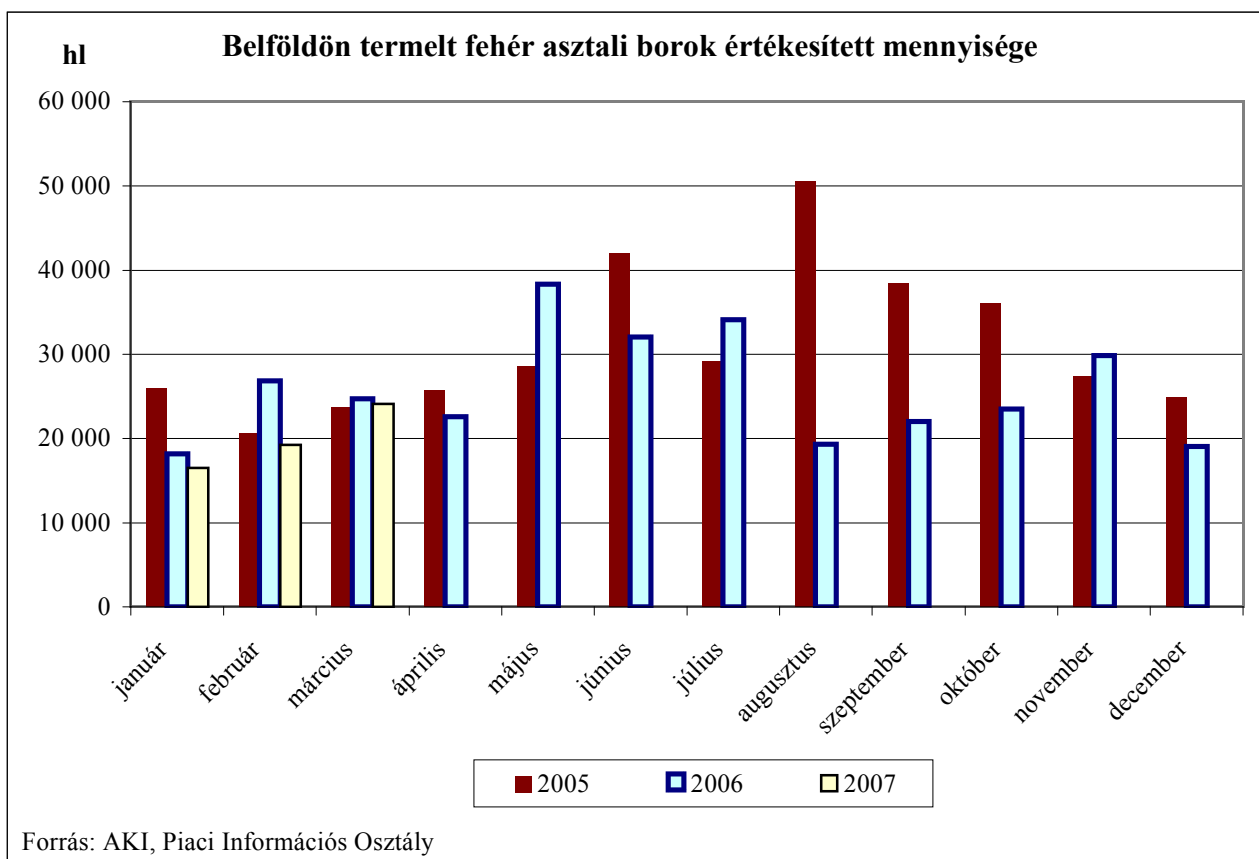
Borkategória	Kiszerezés	2006. március	2007. február	2007. március			2007. márc.*/ 2006. márc. (%)	2007. márc.*/ 2007. feb. (%)
		átlagár	átlagár	min.	max.	átlagár		
Asztali bor	lédig	8 656	11 371	9 000	15 076	11 121	128,5	97,8
	kannás	10 220	12 857	9 000	18 893	12 307	120,4	95,7
	PET palackos	10 900	12 066	9 000	16 411	12 048	110,5	99,9
	üvegpalackos	14 060	16 266	9 000	23 141	16 767	119,3	103,1
	<b>összesen</b>	<b>10 665</b>	<b>12 192</b>			<b>11 939</b>	<b>111,9</b>	<b>97,9</b>
Tájbor	lédig	14 198	11 597	8 860	17 300	15 282	107,6	131,8
	kannás	14 257	14 548	10 611	19 171	14 968	105,0	102,9
	PET palackos	12 317	13 649	9 500	19 979	14 384	116,8	105,4
	üvegpalackos	18 230	19 798	9 500	35 693	19 889	109,1	100,5
	<b>összesen</b>	<b>15 643</b>	<b>14 595</b>			<b>17 370</b>	<b>111,0</b>	<b>119,0</b>
<b>Asztali- és tájbor összesen</b>		<b>12 723</b>	<b>13 383</b>			<b>13 985</b>	<b>109,9</b>	<b>104,5</b>

\* az adott hét átlagára

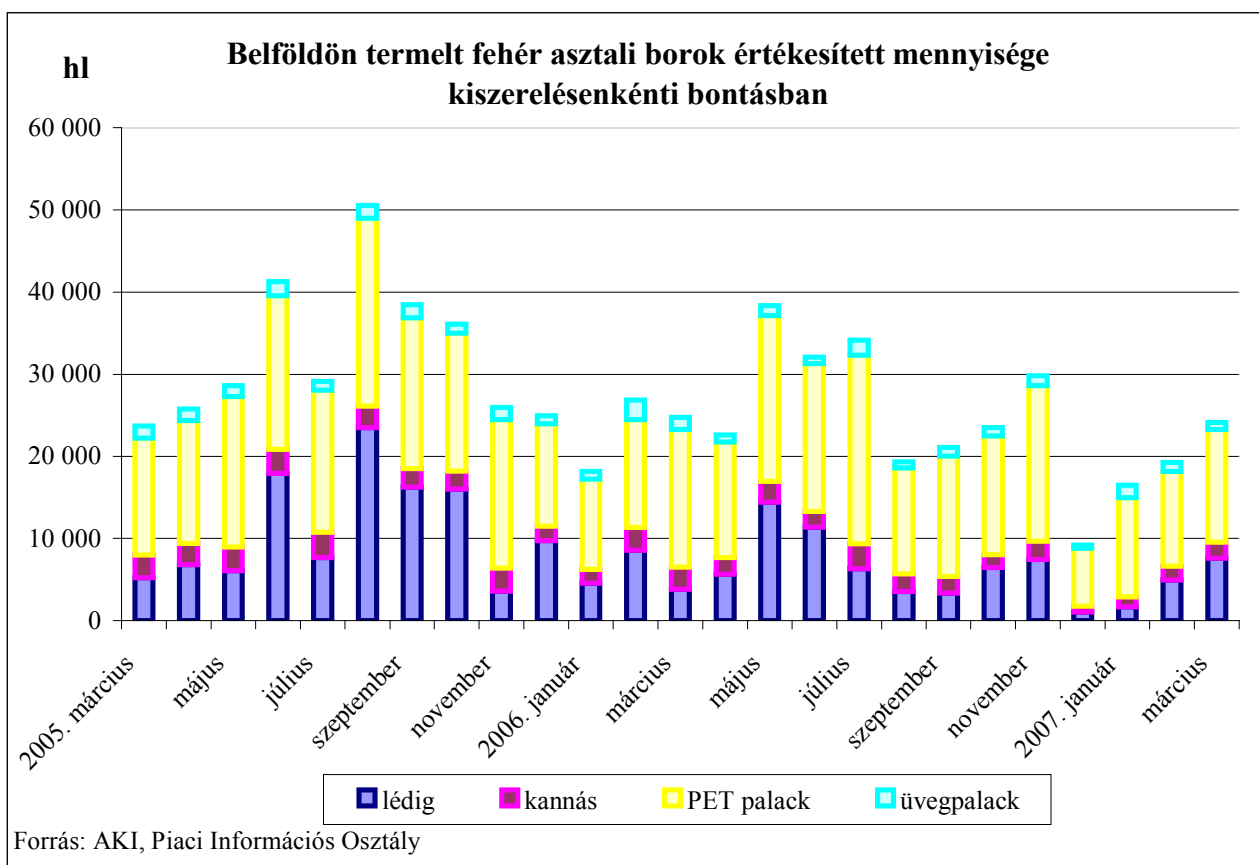
A fenti átlagárak nem tartalmazzák a csomagolóanyagok árát, a szállítás költségét és az ÁFÁ-t

Forrás: AKI, Piaci Információs Osztály

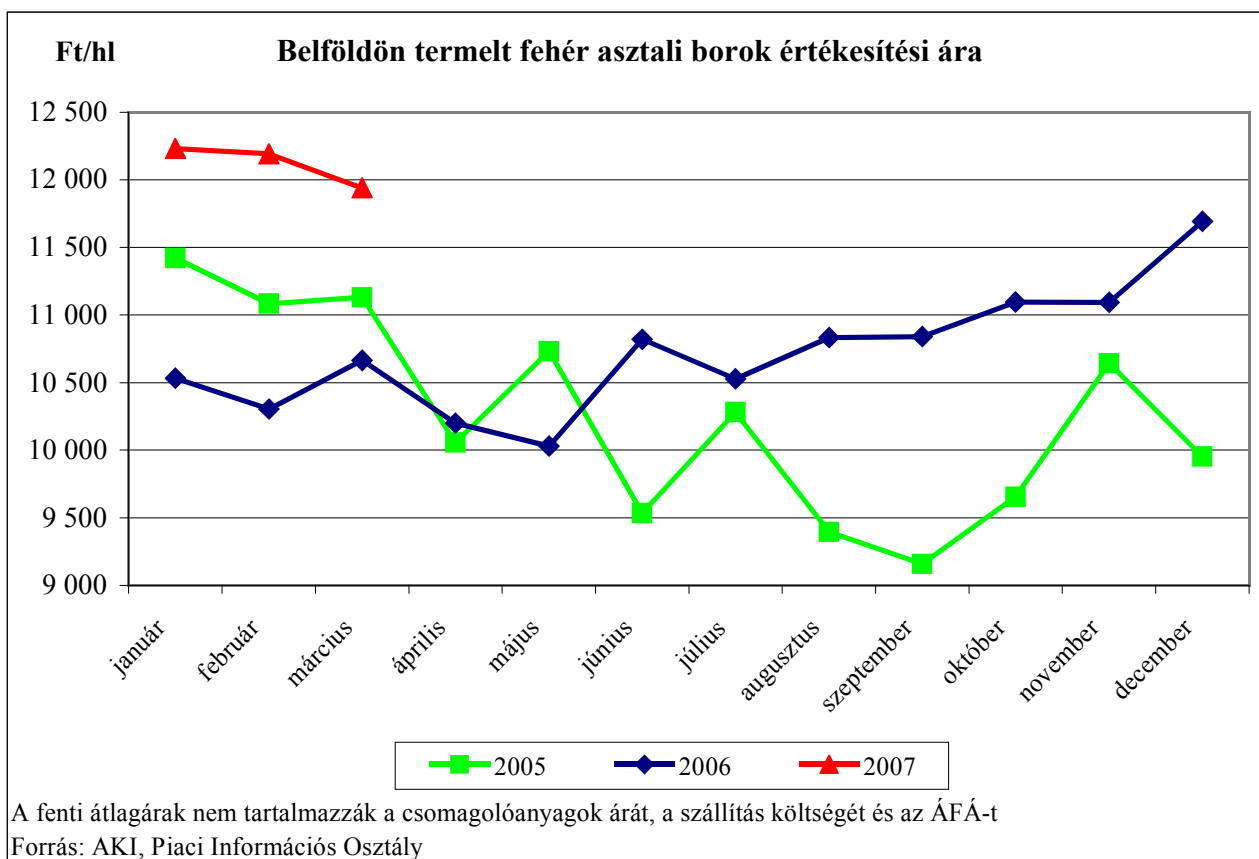
6. ábra



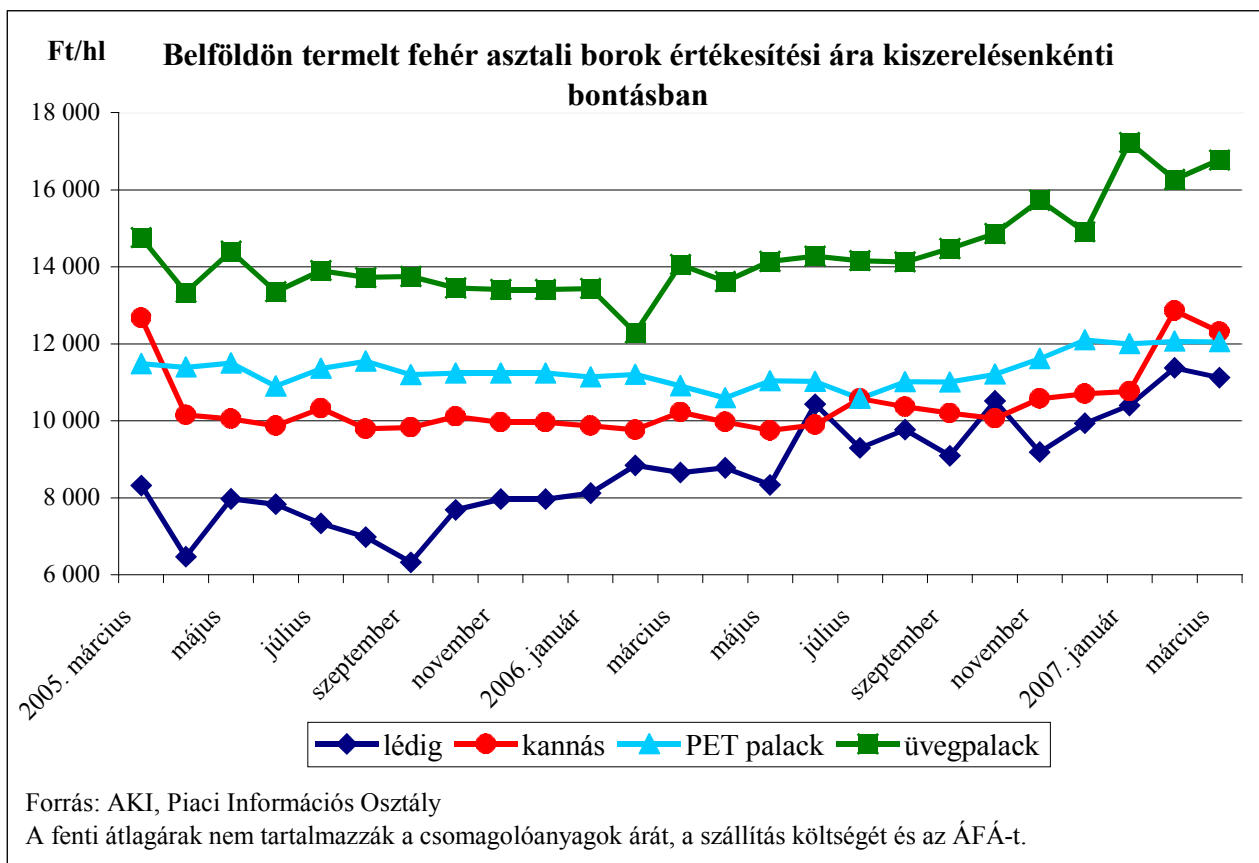
7. ábra



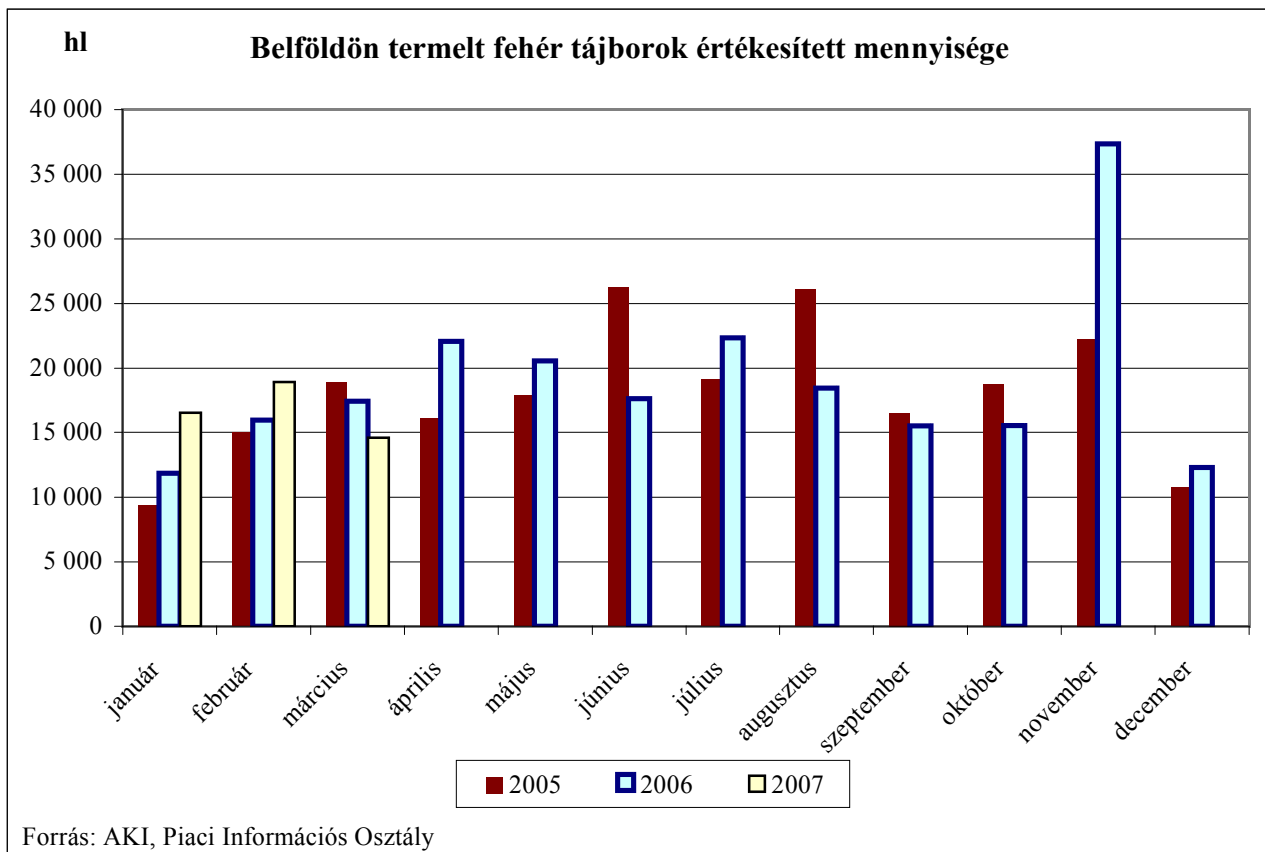
8. ábra



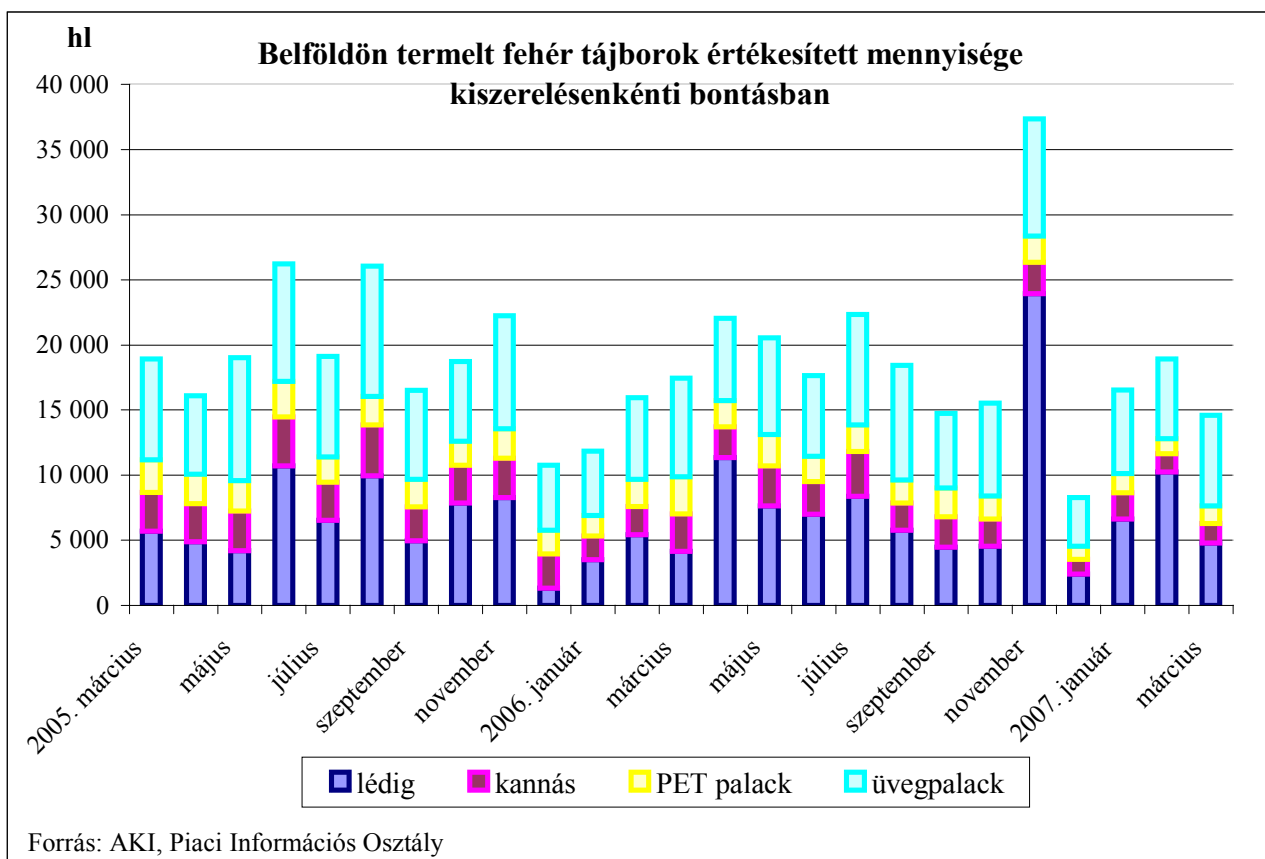
9. ábra



10. ábra

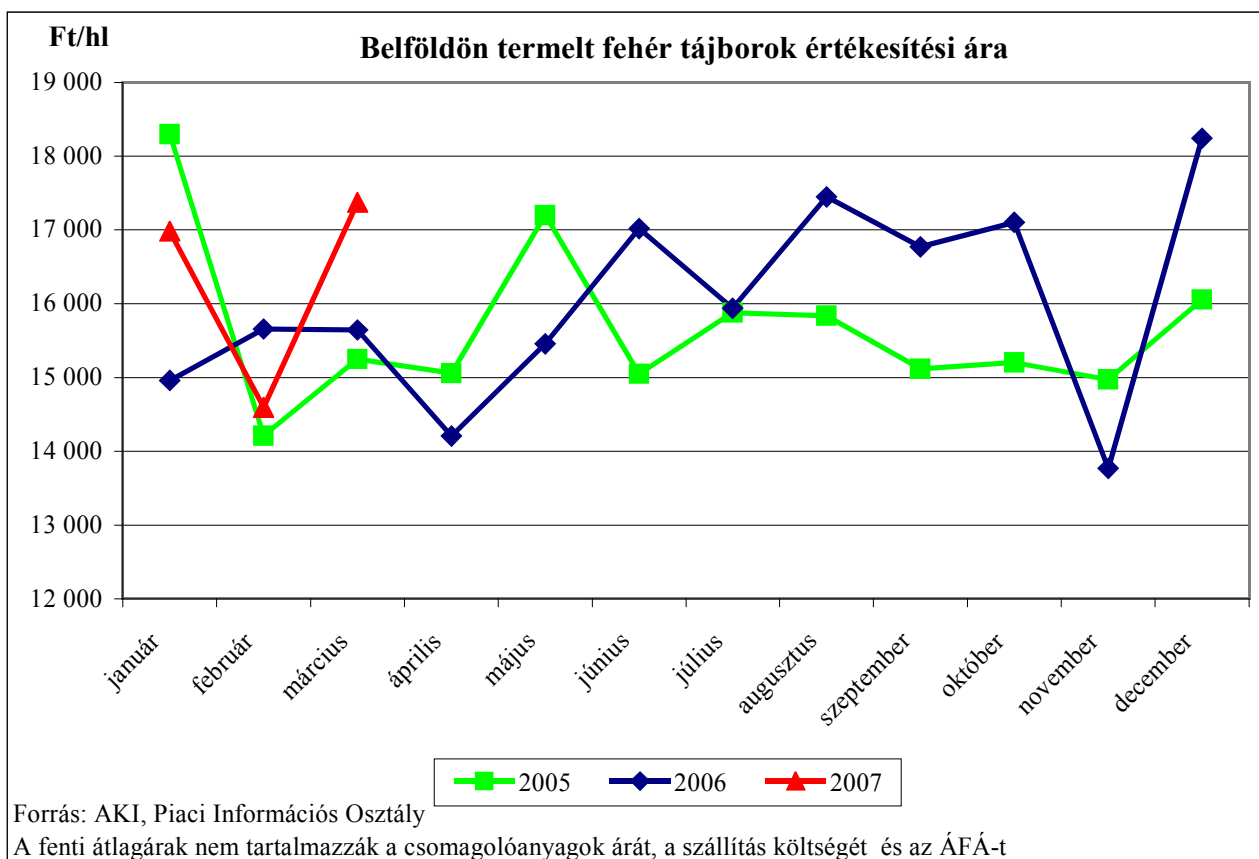


11. ábra





12. ábra



13. ábra

