

A BORPIAC HELYZETE ÉS KILÁTÁSAI



Budapest
2006

Kiadja:

az Agrárgazdasági Kutató Intézet

Főigazgató:

Udovecz Gábor

Szerkesztőbizottság:

Dorgai László, Kamarásné Hegedűs Nóra (titkár), Kapronczai István,
Kartali János, Kovács Gábor, Popp József, Potori Norbert
Udovecz Gábor

Készült:

az Agrárpolitikai Igazgatóság
Agrárpolitikai Kutatások Osztályán

Szerzők:

Radócné Kocsis Teréz
Györe Dániel

Közreműködött:

Gyánti Istvánné

Opponensek:

Dr. Kállay Miklós tanszékvezető egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem

Dr. Urbán András kandidátus
Hegyközségek Nemzeti Tanácsa

Tartalomjegyzék

Bevezetés	5
1. A világ borpiaca	7
1.1. A világ szőlőterülete	7
1.2. A világ bortermelése	10
1.3. A globális borfogyasztás alakulása	12
1.4. Külkereskedelem	17
2. Az Európai Unió borpiaca.....	25
2.1. Az Európai Unió bormérlege.....	25
2.2. A termelési potenciál helyzete	31
2.3. Külkereskedelem	33
2.2. Az Európai Unió borpiaci rendtartásának értékelése.....	36
3. Magyarország borpiaca.....	41
3.1. Magyarország bormérlege	41
3.2. A termelőalapok változása	45
3.3. A borfogyasztás alakulása Magyarországon.....	47
3.4. Magyarország bor külkereskedelme.....	49
4. A fontosabb bortermelő országok versenyképességének összehasonlítása	57
4.1. A termelőalapok versenyképessége	57
4.2. A szőlőtermelés területi hatékonysága.....	59
4.3. A borászati vállalatok piacszerzési képessége	60
4.4. Piaci portfóliók	63
4.5. A kiskereskedelemben forgalmazott borok árszegmentációja a világ legfontosabb importőr piacain.....	65
4.6. Az export fejlesztésének támogatása	67
4.7. A valutaárfolyamok változásának hatása.....	68
4.8. Az eredmények értékelése	70
5. A fogyasztói szokások változása a fontosabb borimportőr országokban.....	73
5.1. Egyesült Királyság.....	73
5.2. Németország	78
5.3. USA	82
5.4. Japán.....	86
5.5. Oroszország	90
6. Borpiaci kilátások	95
Összefoglalás	103
Summary.....	109
Kivonat.....	117
Abstract.....	118
Irodalomjegyzék	119
Mellékletek	123

Bevezetés

Az Agrárgazdasági Kutató Intézetben csaknem egy évtizedes hagyománya van a prognózisok készítésének és a világgiazi kilátások elemzésének. A HUSIM modell létrehozását az EU-csatlakozás magyar agrárgazdaságban várható hatásainak számszerűsítése ihlette, a csatlakozás óta pedig a szabályozórendszerben várható változások, például az összevont területalapú támogatásra (SPS) való áttérés hatásainak és a termelési szerkezetben várható változások vizsgálatára szolgál. A nemzetközi agrárgiazi kilátásokkal foglalkozó *Outlook Konferencia*, ami a fontosabb gabona- és olajnövények, állattenyésztési ágazatok piaci viszonyait mutatja be az elismert prognóziskészítő intézetek, szervezetek (FAO, USDA, OECD, FAPRI, Európai Bizottság) előrejelzéseinek felhasználásával, 2006-ban már 9. alkalommal került megrendezésre.

Már 2005-ben felmerült az igény arra, hogy a kertészeti ágazatok várható piaci helyzetéről is készüljön előrejelzés. Mivel a nemzetközi prognóziskészítő műhelyek nem foglalkoznak a kertészeti ágazatok és azon belül a borpiac kilátásaival, az 1990-es évek elejétől napjainkig végbement változások alapján próbálunk következtetni az előttünk álló évek várható folyamataira. Igazodva az *Outlook Konferenciák* tematikájához, külön foglalkozunk a világ, az Európai Unió és Magyarország borpiacának helyzetével és kilátásaival.

A tanulmány első fejezete a világ borpiacának bemutatását tartalmazza, a termelés, fogyasztás, külkereskedelem tendenciáin keresztül. Az ezt követő két fejezet ugyanezeket a kérdéseket, de mélyrehatóbban tárgyalja a világ legjelentősebb borgazdálkodója, az Európai Unió és Magyarország vonatkozásában. A jövő szempontjából meghatározó kérdésnek tekintjük az Európai Unió borpiaci szabályainak átalakítását, ezért részletes ismertetést adunk a most érvényes előírások közösségi borágazatra gyakorolt kedvező és kedvezőtlen hatásairól, továbbá az átalakulás várható irányairól. A negyedik fejezetet a jelentősebb bortermelő országok versenyképessége összehasonlításának szenteltük az általunk felállított kritériumrendszer alapján. Az ötödik fejezet a világ legfontosabb borimportőr országaiban tapasztalható fogyasztási és vásárlási szokások alakulását mutatja be. Végül megfogalmazzuk a világ és benne az Európai Unió, valamint Magyarország borágazatának kilátásait, lehetőségeit, reményeit az elkövetkezendő 5-10 évben. Ez utóbbi fejezetben áttekintettük az ausztrál kutatók által készített *World Wine Model* eredményeit is.

A tanulmány elkészítéséhez a hazai szakirodalmon túl az Európai Bizottság, az ONIVINS (*Office National Interprofessionel des Vins*), az USDA (*United States Department of Agriculture*), a Rabobank, az Euromonitor, a SAWIS (*South African Wine Industry Information & Systems*) és a Világbank vonatkozó elemzéseit használtuk fel. Munkánk során a FAO (*Food and Agriculture Organization*), az OIV (*International Organization of Vine and Wine*), az Eurostat (*Statistical Office of the European Commission*), az Európai Bizottság, az USDA, az ENSZ, a KSH, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa és az AKI adattaira támaszkodtunk. A munkát nehezítette, hogy a borpiacról – más ágazatoktól eltérően – nem álltak rendelkezésre a legfrissebb adatok, például a borfogyasztás és a bortermelés vonatkozásában.

Külön szeretnénk megköszönni a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa munkatársainak és főtítkárnak, Horváth Csabának a magyar borpiaccal kapcsolatos kérdésekben nyújtott szakmai segítségét.

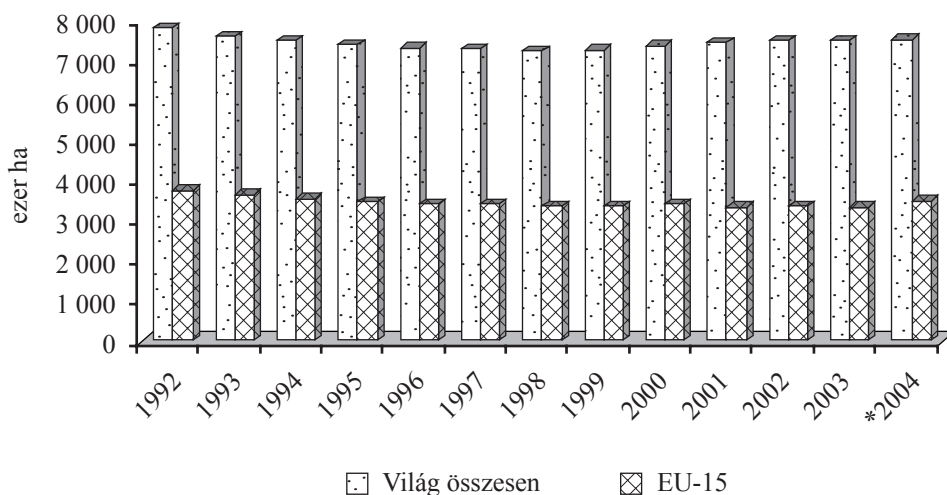
1. A világ borpiaca

1.1. A világ szőlőterülete

A világ szőlőültetvény-területe az 1980-as évek elejétől csökkenésnek indult és az akkor 9,3 millió hektárnyi ültetvényfelület 1992-re 7,8 millió hektárra esett vissza. A csökkenés egészen 1998-ig folyamatosnak tekinthető, hatására a szőlőültetvény-terület 7,25 millió hektárra apadt (1. ábra). A szőlőterület visszaesése mintegy kétharmad részben az Európai Unió ültetvénykivágásai miatt következett be. A FAO adatai szerint 2004-ben világszerte **7,5 millió hektárnyi szőlőültetvényt** műveltek, ami az előző évhez képest 0,5 százalékos emelkedést mutatott.

1. ábra

A világ és az EU-15 tagállamai szőlőültetvény-területének változása



* EU-25 adata
 Forrás: FAO

A jelentős területcsökkenés ellenére még ma is **Európa rendelkezik a legnagyobb ültetvényterülettel**: 2004-ben a felület 57 százalékával, azaz **4,3 millió hektárral** (1. táblázat). Az 1990-es évek gazdasági és politikai átrendeződése következtében az EU régi tagállamai mellett Európa közép-keleti és keleti részén (Magyarországon, Romániában, Bulgáriában és Oroszországban) is visszaesett a szőlőterület (1. melléklet).

Az EU-15 szőlőterülete 1992 és 2003 között 400 ezer hektárral csökkent. Az Európai Unió legfontosabb szőlőtermelő tagállamai közül **Olaszországban, Franciaországban és Portugáliában** a 2000-es években is **fogyott az ültetvények területe**, míg **Spanyolországban** 1998 és 2004 között csaknem 60 ezer hektárral **nőtt a szőlőterület** (2. ábra). Az EU borrendtartásának szőlőültetvények telepítésére vonatkozó előírásai megnehezítik a szőlőültetvény-terület változásának követését: az újratelepítési jog a bevételkiesés kivédésére előrehozható, amennyiben a termelő vállalja, hogy a telepítést követő 3 éven belül kivág egy azonos nagyságú ültetvényt. Elképzelhető, hogy a jövőben a közös kasszából finanszírozott szerkezetátalakítási támogatásokkal létrejött új ültetvények termőre fordulását követően Spanyolországban is visszaesik a szőlőültetvények területe.

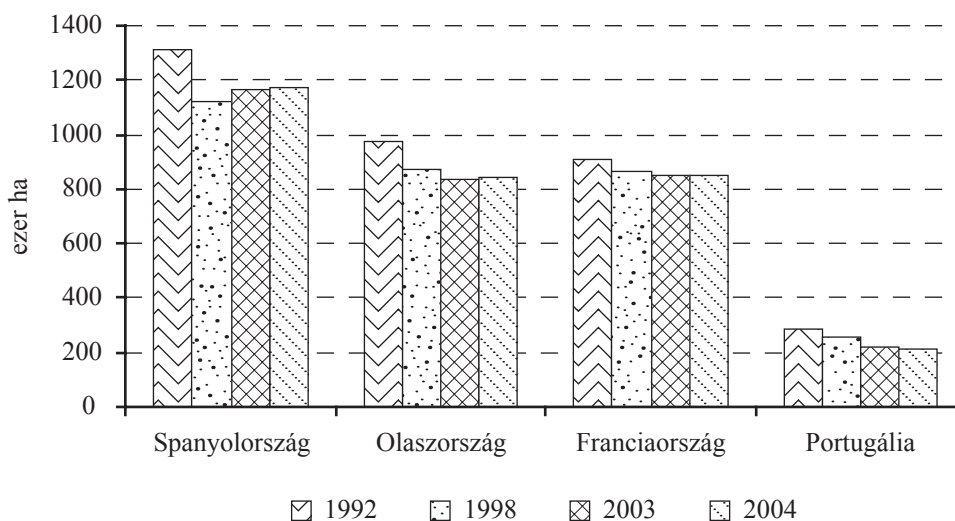
A világ szőlőültetvény-területének megoszlása világrészek szerint

Megnevezés	1992		2004	
	Terület, ezer ha	Részarány, %	Terület, ezer ha	Részarány, %
Afrika	323	4,1	330	4,4
Ázsia	1 766	22,5	1 841	24,4
Észak- és Közép-Amerika	352	4,5	428	5,7
Dél-Amerika	417	5,3	481	6,4
Európa	4 923	62,8	4 287	56,9
Óceánia	62	0,8	169	2,2
Világ összesen	7 843	100,0	7 536	100,0

Forrás: FAO

2. ábra

A szőlőültetvény-terület változása az Európai Unió főbb szőlőtermelő tagállamaiban



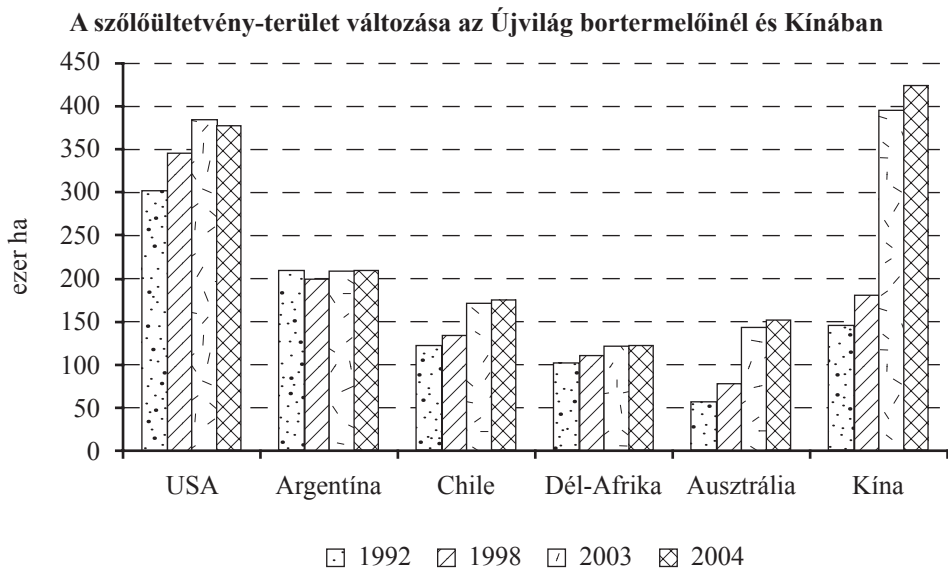
Forrás: FAO

Ázsia a világ szőlőterületéből 24 százalékkal részesedik, ami **1,8 millió hektárnyi ültetvényt** jelent. Ázsiában Törökország, Irán és Szíria területén döntő részben csemege- és mazsolaszőlő termesztése folyik. Ázsia részesedése a világ ültetvényterületéből 1992 és 2004 között 2 százalékponttal emelkedett, ami a **kínai ültetvénytelepítések és bortermelés expanziójának** köszönhető. 1992 és 2004 között Kína szőlőültetvény-területe 144 ezer hektárról 438 ezer hektárra nőtt, azaz megháromszorozódott (3. ábra). Kínában a legutóbbi időben sem állt le a terület növekedése, igaz a telepítési ütem 2004-ben kissé visszaesett: míg 2002 és 2003 között a terület 29 ezer hektárral nőtt, addig 2003 és 2004 között már csak 14 ezer hektárral bővült.

Az **afrikai és amerikai kontinensen**, valamint az **óceániai térségben** kisebb a szőlőtermesztés volumene mint Európában és Ázsiában, ám e térségek **mindegyikében nőtt a szőlőterület** az 1990-es évek folyamán. Együttes részesedésük a világ szőlőtermő területéből az 1992. évi 14,7 százalékról 2004-re 18,7 százalékra emelkedett. Az ültetvényterület bővülését az **újvilági bortermelők¹ sikeres exportpiaci terjeszkedése** ösztönözte. Ausztrália szőlőterülete 1992 és 2004 között 170 százalékkal (95 ezer hektárral), Új-Zéland területe 200 százalékkal (12 ezer hektárral), Chile ültetvényterülete 45 százalékkal (54 ezer hektárral), az USA területe 25 százalékkal (76 ezer hektárral), míg Dél-Afrikaé 20 százalékkal (20 ezer hektárral) emelkedett. Argentínában az ültetvények területe 1992-ben és 2004-ben azonos, 208 ezer hektárnyi volt, azonban a két időpont között jelentős ültetvénycserék történtek (3. ábra).

A termelőalapok növekedését előidéző **telepítési hullám azonban az újvilági termelőknél is megállapodni látszik**. Ennek oka, hogy a piac felvevőképessége már nem tud lépést tartani a termelés bővülésével, ami az újvilági bortermelőket is a termelési potenciál visszafogására készteti. 2003 és 2004 között már csak Ausztráliában és Új-Zélandon vett újra lendületet a szőlőtelepítés: Ausztráliában 8, Új-Zélandon 3 ezer hektárral nőtt a terület. Chilében folytatódott a lassú növekedés, Dél-Afrika szőlőterülete nem változott, míg Argentínáé ezer hektárral, az USA területe pedig 7 ezer hektárral lett kevesebb (1. melléklet).

3. ábra



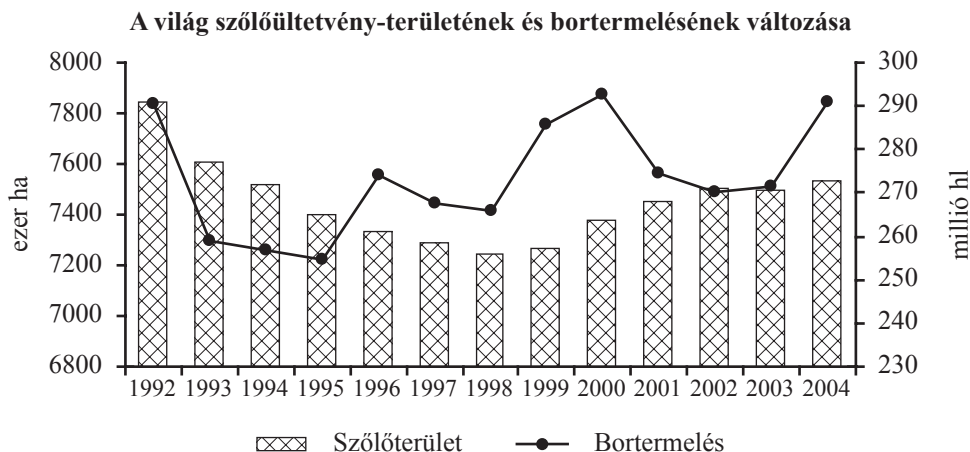
Forrás: FAO

¹ A borszakmában elterjedt Újvilág elnevezés alatt az USA, Ausztrália, Új-Zéland, Chile, Argentína és Dél-Afrika értendő.

1.2. A világ bortermelése

A világ bortermelése az évi ingadozások miatt nem követi teljes mértékben a terület alakulását (4. ábra). 1992 és 2004 között a világon előállított bor mennyisége **255-293 millió hektoliter között** változott (2. melléklet).

4. ábra



Forrás: FAO

A bortermelés kontinensek közötti megoszlását több év átlagában vizsgáltuk a termés évek közötti szóródása miatt (2. táblázat). A 2000-2003. évek átlagában a világon 12 millió hektoliterrel több bort állítottak elő, mint az 1990-es évek első felében. A 2000-2003 közötti időszakban **a legtöbb bort Európában termelték**, mintegy 192 millió hektolitert. Ez a világ termésének 69 százalékát adta, 5 százalékponttal kevesebbet, mint az 1992-1995. évek átlagában.

2. táblázat

A világ bortermelésének megoszlása világrészek szerint

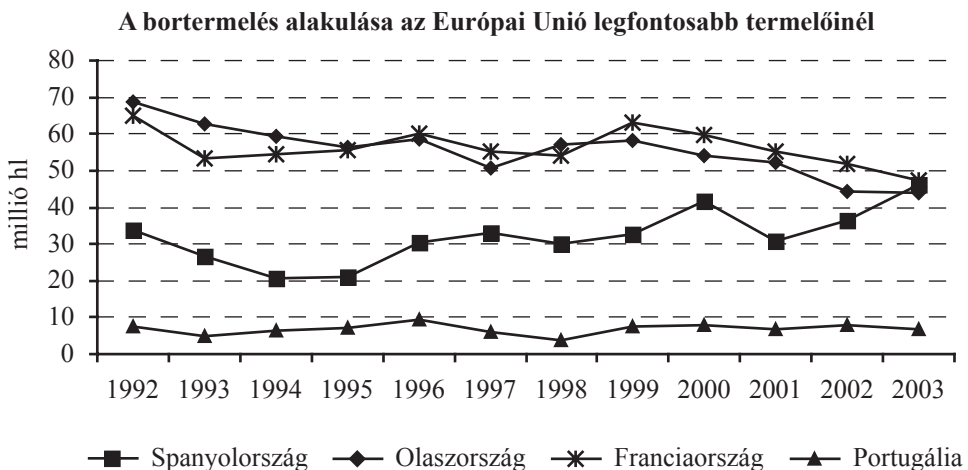
Megnevezés	1992-1995. évek átlaga		2000-2003. évek átlaga	
	Termelés, millió hl	Részarány, %	Termelés, millió hl	Részarány, %
Afrika	8,5	3,2	9,0	3,2
Ázsia	11,1	4,2	15,6	5,6
Észak- és Közép-Amerika	19,8	7,5	26,3	9,5
Dél-Amerika	23,4	8,8	23,2	8,4
Európa	197,0	74,3	191,5	69,1
Óceánia	5,5	2,1	11,7	5,6
Világ összesen	265,2	100,0	277,2	100,0

Forrás: FAO

Az amerikai kontinens a következő a sorban, csaknem 18 százalékos részesedéssel, ami 50 millió hektoliter bor termelését jelentette a 2000-2003. évek átlagában. Ázsia esetében a bortermelésből való részesedés elmarad a területi részesedésétől, aminek oka, hogy Ázsia szőlőültetvényein főleg csemege- és mazsolaszőlőt termesztnek. Óceánia a világ bortermelésének 6 százalékát adta a 2000-es évek elején, ezzel a világ bortermeléséből való részesedése több mint két és félszerese a területi arányának. Várható, hogy az új telepítésű ültetvények termőre fordulásával **az újvilági termelők együttes részesedése tovább nő** a világ borelőállításából.

A legtöbb bort az EU tagállamaiban termelik: Franciaországban a borelőállítás volumene 50 millió hektoliter körül alakul, de kedvező időjárás mellett elérheti a 60 millió hektolitert is. Az 1990-es évek első felében még Olaszország állította elő a legtöbb bort az Európai Unióban, ma azonban Franciaország után már csak a második helyen áll, ami az ültetvények viszonylag nagy méreteket öltő felszámolására vezethető vissza. Spanyolország bortermelése a magasabb termésátlagoknak köszönhetően az ezredforduló után növekedésnek indult és meghaladta a 40 millió hektolitert (5. ábra).

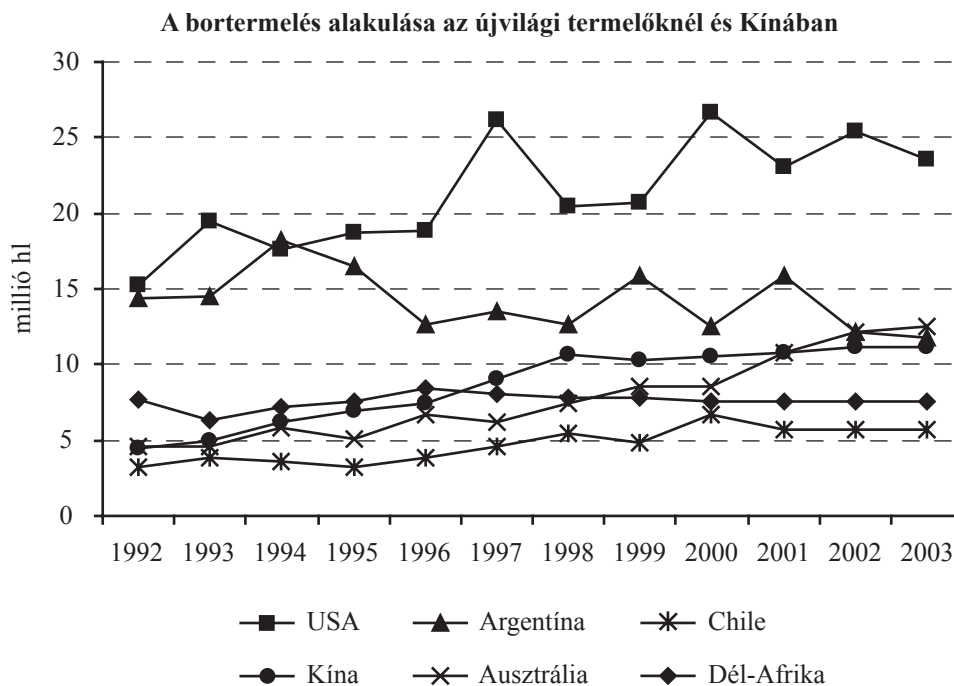
5. ábra



Forrás: FAO

Ázsiában lendületesen fejlődik Kína bortermelése, 1992 és 2003 között az előállított bor mennyisége 4,5 millió hektoliterről csaknem két és félszeresére, 11 millió hektoliterre nőtt (6. ábra).

Az Újvilág termelői között az USA kibocsátása kiemelkedően nagy, 20-26 millió hektoliter, amit magas átlagtermésekkel és nagy termésingadozásokkal ér el. Ausztráliában 1992 és 2003 között 4,6 millió hektoliterről 12,6 millió hektoliterre nőtt a bortermelés. Chile borelőállítása csaknem egyenletes ütemben fejlődik, míg Dél-Afrikáé még mindig a 2000. évi szinten van. Az Újvilág országai közül egyedül Argentínában csökkent a termelés (2. melléklet).



Forrás: FAO

Az OIV becslése alapján **2004-ben világszerte rekordtermést szüreteltek**, az előállított bor mennyisége 291 millió hektoliter volt, ami alig maradt el az elmúlt 10 év legmagasabb, 293 millió hektoliteres termésétől. Az EU kibocsátása (több mint 180 millió hektoliter) mintegy 30 millió hektoliterrel haladta meg a 2003. évi termést. A kedvező időjárás és az új ültetvények termőre fordulása következtében Új-Zélandon 92, Ausztráliában 44 százalékkal nőtt a termelés volumene az előző évhez képest. Chile kibocsátása a rossz idő miatt csökkent, Kaliforniában pedig az ültetvények kivágása miatt 8 százalékkal kevesebb bort állítottak elő.

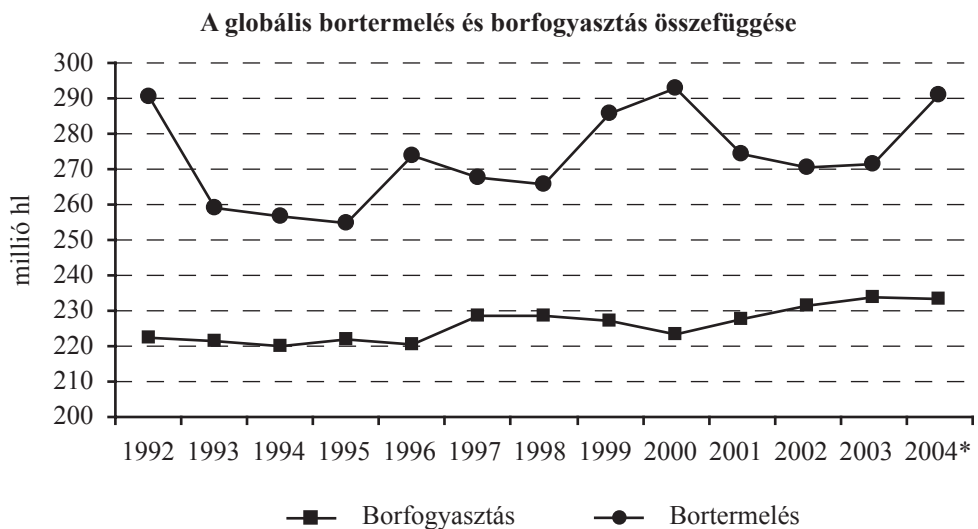
1.3. A globális borfogyasztás alakulása

A globális borfogyasztás mennyisége – a világ szőlőterületéhez hasonlóan – az 1980-as évek elejétől csökkenésnek indult. A mélypont 219,8 millió hektoliterrel 1994-ben következett be, ami 1981-hez képest 25 százalékos csökkenést jelentett. **A borfogyasztás volumene az 1990-es évek közepe óta újra nő**, bár egyes években némi visszaesés tapasztalható. Például 2000-ben az előző évhez képest majdnem 4 millió hektoliterrel esett vissza az összes borfogyasztás, ami főként az Európában tapasztalt fogyasztáscsökkenés miatt következett be (7. ábra és 4. melléklet). Az OIV becslése alapján 2004-ben a **világ borfogyasztása 233,4 millió hektolitert tett ki**, ami azt jelenti, hogy a megelőző évhez képest a borfogyasztás volumene minimálisan, kevesebb mint fél százalékkal nőtt.

Az utóbbi években a **bor globális keresletének lassú növekedése** a következő tényezőkre vezethető vissza:

- növekvő jövedelmek;
- a bor egészségre gyakorolt kedvező hatása (francia paradoxon)² miatt a bor iránti érdeklődés fokozódása;
- a nagy bortertermelő országokban a borfogyasztás csökkenésének mérséklődése;
- a minőségi borok iránti igény élénkülése;
- a nők körében tapasztalható növekvő alkoholfogyasztás;
- valamint a házon kívüli étkezések terjedése (a bor az ünnepi alkalmak italából mindennapi fogyasztási cikké válik).

7. ábra



* Becsült adat

Forrás: FAO és OIV

A globális bortertermelés és borfogyasztás nincs egyensúlyban (7. ábra). Noha a termelés állókultúra jellege ellenére is, elmaradásokkal bár, de reagál a piaci kereslet változására, az időjárási feltételeknek való kitettség és az Újvilág terjeszkedése következtében évente kisebb-nagyobb mértékű feleslegek képződnek. A **termelési többlet** az 1990-es évek elejétől napjainkig **évente 33-70 millió hektolitert** tett ki, amit brandy, konyak, boralapú szeszesitalok (pl. vermut) készítésére használnak fel. A feleslegek levezetésének további eszközei a támogatott tárolás és a borok lepárlása új ipari felhasználások (takarmányszárítás, üvegházak fűtése, bioetanol előállítás) céljából.

² A vörös bor emberi szervezetre gyakorolt hatásának tanulmányozását a francia paradoxon felismerése indította el. Az 1990-es évek elején a francia és az angol lakosság egészségi állapotát összevetve sajátos ellentmondásra bukkantak a kutatók: az angol lakosság körében mintegy négyszer magasabb volt a szívkoszorúér-megbetegedésekből eredő halálozások aránya, mint a franciáknál, noha mindkét ország lakói nagyjából azonos mennyiségű állati zsiradékot fogyasztottak. Alapos vizsgálatnak vetették alá a két nép étkezési szokásait és azt találták, hogy a franciák jóval több vörös bort isznak a mindennapi étkezések után, mint az angolok. Később számos vizsgálat támasztotta alá, hogy a vörös bor alkohol és bioflavonoid tartalma együttesen felelős a kimutatható pozitív hatásokért, a jó koleszterin szint (HDL-szint) növeléséért és a szabad gyökök hatástalanításáért. A bioflavonoidok ezen kívül érfalelgyógyító és vérrögképződés-gátló tulajdonságokkal is rendelkeznek. Megfigyelésekkel igazolták, hogy napi 1-2 pohár vörös bor rendszeres fogyasztása akár 30 százalékkal is csökkentheti a szívkoszorúér-megbetegedések kockázatát (Természetgyógyász Magazin, 2002).

A világ egy főre jutó fogyasztás tekintetében vezető 10 országában a **borfogyasztás fejenkénti mennyisége** 53,9 és 30,8 liter között alakult 2002-ben (3. táblázat). A TOP-10 ország között mindössze kettő olyan található (Dánia és Svájc), ahol nem, vagy csak kis mennyiségben termelnek bort, míg a többi hagyományos bortermelőnek számít. **A magas borfogyasztással jellemezhető országok mindegyikében csökkent a fejenkénti borfogyasztás 1992 és 2002 között.** Kivételnek csak Dánia és Magyarország, valamint Horvátország számít, ám az időszak végén már Dániában is csökkenő tendenciát mutatott az egy főre jutó borfogyasztás. Az igen magas (50 l/fő/év feletti) borfogyasztással rendelkező országokban volt a legnagyobb a visszaesés: 1992 és 2002 között Franciaországban 20, Argentínában 37, Portugáliában pedig 15 százalékkal csökkent az egy főre jutó borfogyasztás.

3. táblázat

A fejenkénti borfogyasztás alakulása a világ 10 legmagasabb fajlagos borfogyasztású országában

Me.: l/fő/év

Megnevezés	1992	1998	2001	2002	Változás, % 2002/1992
1. Olaszország	57,5	55,9	54,8	53,9	-6,3
2. Franciaország	65,2	59,7	53,3	52,5	-19,5
3. Horvátország	40,9	48,1	44,7	48,6	18,8
4. Portugália	54,8	51,8	43,6	46,5	-15,1
5. Svájc	43,9	41,8	42,8	42,8	-2,5
6. Spanyolország	41,2	36,6	36,7	36,6	-11,2
7. Dánia	24,9	31,0	34,0	32,7	31,3
8. Argentína	50,2	35,1	32,1	31,6	-37,1
9. Magyarország	29,7	33,1	33,8	34,1	14,8
10. Ausztria	33,6	31,0	30,5	30,8	-8,3

Forrás: FAO

A fejenkénti borfogyasztásban és a borfogyasztás abszolút mennyiségében vezető országok listája csak részben esik egybe, jó néhány ország kiszorul onnan az alacsony vagy közepes fajlagos fogyasztású, de nagy népességszámmal rendelkező országok javára (4. táblázat). Az összes borfogyasztás tekintetében a világon a harmadik helyen álló USA-ban például 2002-ben 7,8 liter volt a fejenkénti borfogyasztás, a negyedik helyen található Németországban 24,8 liter, illetve a hetedik Kínában mindössze 0,9 liter (3. melléklet).

A hagyományos bortermelő országokban természetesen az elfogyasztott bor abszolút mennyisége is csökkent 1992 és 2002 között, a fejenkénti borfogyasztás visszaesése és az alig növekvő népességszám miatt. Az USA-ban, Kínában és az Egyesült Királyságban ugyanakkor figyelemre méltó mértékben bővült a piac, sorrendben 38, 158 és 51 százalékkal. **Oroszország fogyasztása** a gazdasági fellendülés következtében **csak a 2000-es években kapcsolt nagyobb fokozatba** (4. melléklet).

Az 5. táblázat a növekvő borfogyasztású országok fajlagos és összes fogyasztásának alakulását, változását szemlélteti. **A nagy populációval rendelkező országokban 2001 és 2002 között csak az USA-ban és az Egyesült Királyságban volt ígéretes a fajlagos**

borfogyasztás fejlődése, míg Kanadában és Japánban alig nőtt, Kínában pedig nem változott a fejenkénti borfogyasztás. Lengyelországban az igen alacsony borfogyasztási szint és a nagy népességszám következtében számottevően bővílhet a piaci kereslet. **A kisebb nemzetek közül a vizsgált időszak végén is lendületes volt a borfogyasztás növekedése Cipruson, Írországon, a balti államokban, Svédországban és Finnországban.**

4. táblázat

Az összes borfogyasztás alakulása a világ legtöbb bort fogyasztó országaiban

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1998	2001	2002	Változás, % 2002/1992
1. Franciaország	37 359	35 129	31 724	31 430	-15,9
2. Olaszország	32 736	32 143	31 505	31 004	-5,3
3. USA	16 373	20 805	21 335	22 565	37,8
4. Németország	19 363	19 145	20 469	20 447	5,6
5. Spanyolország	16 284	14 794	15 003	15 007	-7,8
6. Argentína	16 777	11 284	12 046	12 013	-28,4
7. Kína	4 521	12 690	11 222	11 642	157,5
8. Egyesült Királyság	6 738	8 578	9 927	10 178	51,1
9. Oroszország	6 844	5 309	6 208	7 201	5,2
10. Portugália	5 422	5 170	4 375	4 668	-13,9

Forrás: FAO

Növekvő borfogyasztású országok

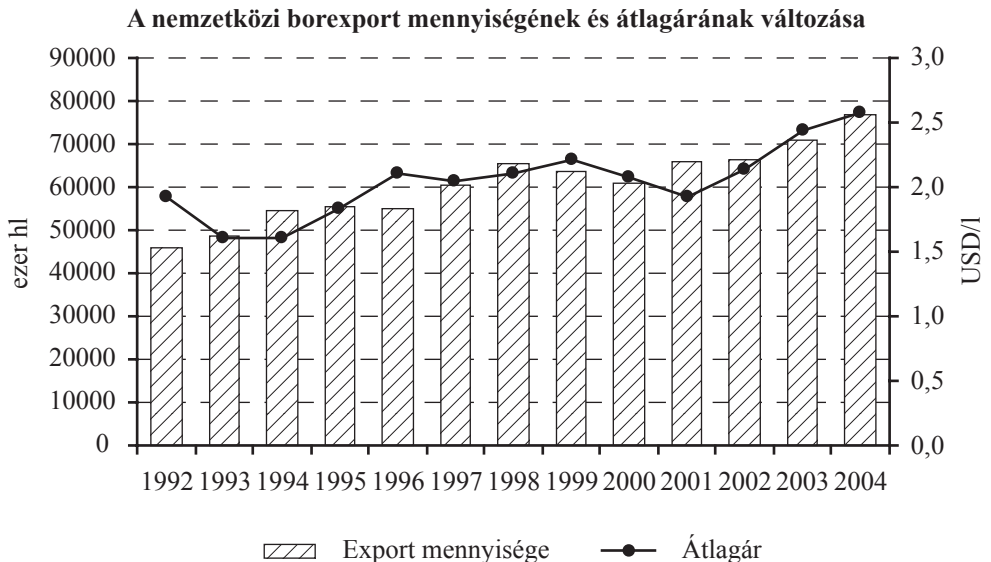
Megnevezés	Egy főre jutó fogyasztás, l/fő/év			Összes borfogyasztás, ezer hl		Összes borfogyasz- tás változása 1992-2002	
	1992	2001	2002	1992	2002	%	ezer hl
Kanada	6,2	9,2	9,3	1 773	2 923	64,9	1 150
USA	6,3	7,4	7,8	16 373	22 565	37,8	6 192
Kína	0,4	0,9	0,9	4 521	11 642	157,5	7 121
Japán	1,0	2,0	2,2	1 200	2 805	133,7	1 604
Ciprus	11,1	14,7	16,0	78	127	62,7	49
Dánia	24,9	34,0	32,7	1 290	1 752	35,8	462
Észtország	1,8	7,4	7,8	28	104	273,4	76
Finnország	5,4	8,4	8,9	274	464	69,6	191
Görögország	16,7	27,2	27,5	1 713	3 021	76,4	1 308
Izland	5,6	8,2	8,5	15	24	66,1	10
Írország	3,7	12,4	13,3	131	518	297,1	388
Litvánia	1,6	6,2	7,3	60	253	323,6	193
Lettország	2,2	5,7	7,1	59	166	181,4	107
Norvégia	6,6	13,9	13,5	282	610	116,0	328
Lengyelország	0,7	1,7	1,9	276	716	159,6	440
Svédország	12,2	15,1	16,8	1 062	1 491	40,5	430
Egyesült Királyság	11,8	16,8	17,2	6 738	10 178	51,1	3 440
Összesen				35 872	59 360	65,5	23 488

Forrás: FAO adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

1.4. Külkereskedelem

A világ borexportjának mennyisége 1992 és 2004 között 67 százalékkal, 46 millió hektoliterrel 77 millió hektoliterre nőtt (8. ábra). A borexport átlagára szintén emelkedett a vizsgált időszakban, literenként 1,92 dollárról 2,58 dollárra. Az átlagárak évek közötti alakulása a világ bortermelésének változásával mutat szoros összefüggést.

8. ábra



Forrás: FAO

A nemzetközi borkereskedelem egyre jelentősebb szerepet tölt be a világ bortermelésében és fogyasztásában. A borexport mennyisége az 1990-es évek első felében a termelés 19, a fogyasztás 23 százalékát tette ki. A 2002-2004. évek átlagában már a világon megtermelt bor 25 százalékát adták el külföldön és a borfogyasztás 30 százaléka származott idegen országból (6. táblázat).

6. táblázat

Az export aránya a megtermelt és az elfogyasztott bor mennyiségéből

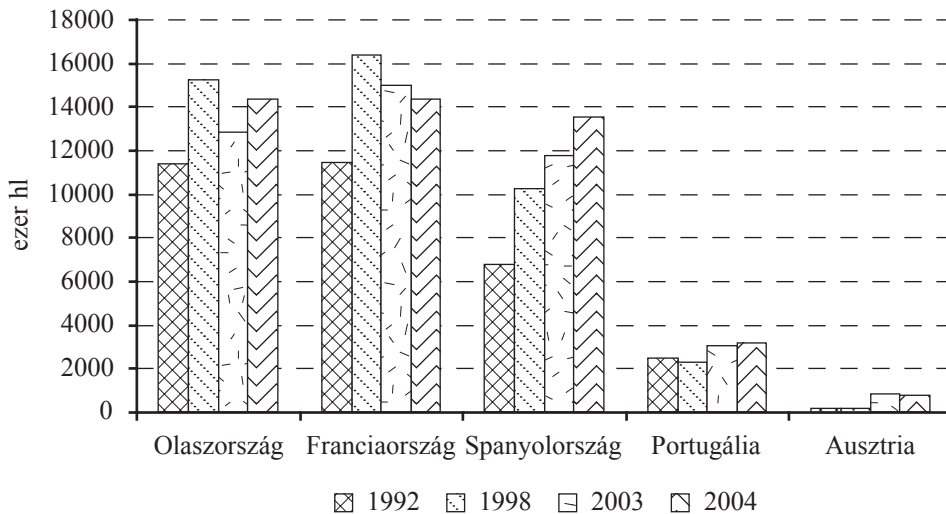
Megnevezés	1992-1995. évek átlaga	2002-2004. évek átlaga
Bortermelés, millió hl	265,2	277,5
Borfogyasztás, millió hl	221,4	232,4
Borexport, millió hl	51,3	70,1
Borexport aránya a termelésből, %	19,3	25,3
Borexport aránya a fogyasztásból, %	23,2	30,2

Forrás: FAO és OIV

A világ legnagyobb borexportőr országai Európában találhatók, ezek Franciaország, Olaszország és Spanyolország. Kivitelük (extra- és intra-EU) egyenként 13,5-14 millió hektoliteret tett ki 2004-ben (9. ábra). Franciaország exportja mintegy 2 millió hektoliterrel esett vissza 1998 és 2004 között, míg Olaszország esetében az ültetvénykivágások és a közbeeső évek alacsonyabb átlaghozamai vezettek az export árualap csökkenéséhez. A spanyol és portugál növekedés elsősorban annak köszönhető, hogy az olasz borok hiánya miatt keletkezett piaci rést a spanyol és portugál szállítók tölthették fel [USDA, 2005]. Európai viszonylatban kiemelkedő, de az újvilági termelőkkel is állja a versenyt az osztrák borexport fejlődése, ami 1992 és 2004 között 179 ezer hektoliterről 741 ezer hektoliterre, azaz több mint négyszeresére emelkedett.

9. ábra

A fontosabb európai bortermelők exportjának változása
(Extra- és intra-EU)

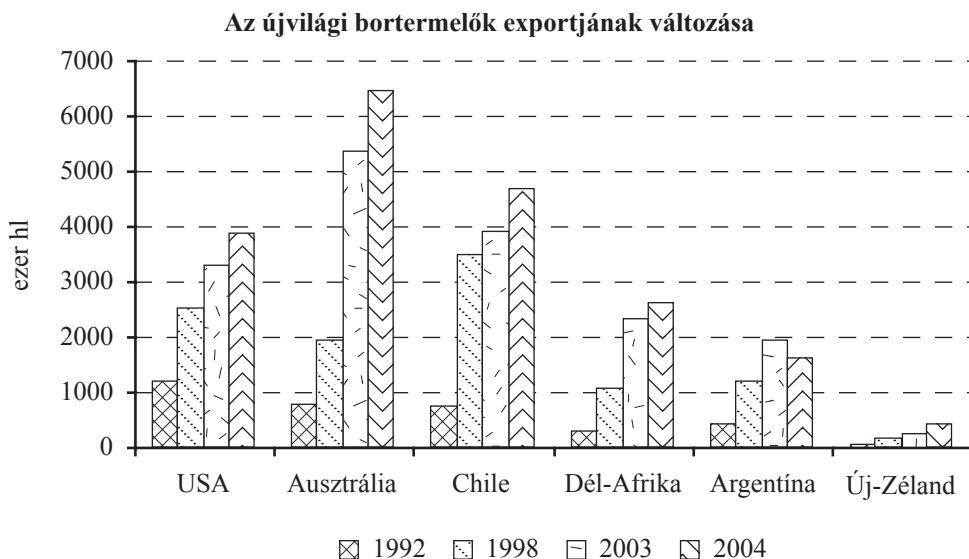


Forrás: FAO

A tengerentúli bortermelők együttes exportja 1992-ben 3,5 millió hektoliter körül alakult, ami **2004-re 19,6 millió hektoliterre nőtt**. Közülük a legtöbb bort Ausztrália exportálja, a kivitt mennyiség 2004-ben 6,5 millió hektoliteret tett ki (10. ábra).

Az elmúlt évtizedben az újvilági termelők közül Dél-Afrika és Ausztrália növelte legnagyobb mértékben kivitelét (9,5, illetve 6,8-szeresére). A legkisebb arányú kivitelbővülés az USA-ban történt (5. melléklet).

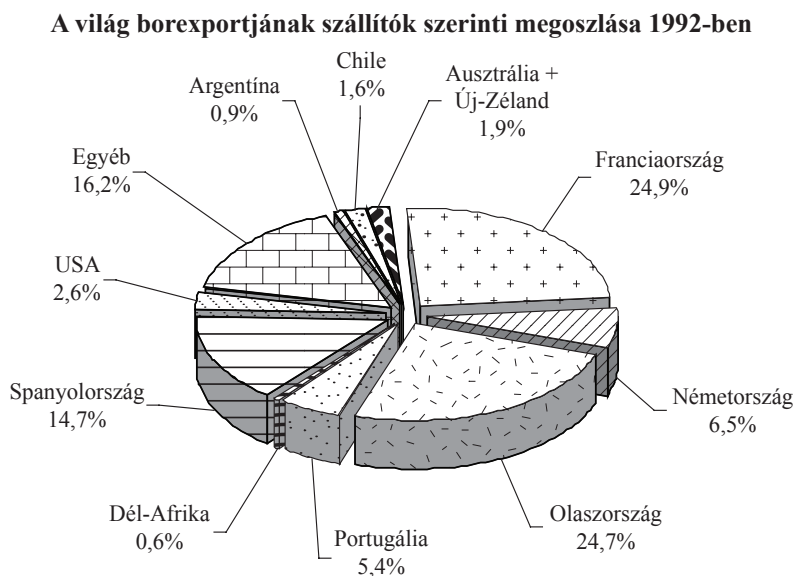
10. ábra



Forrás: FAO

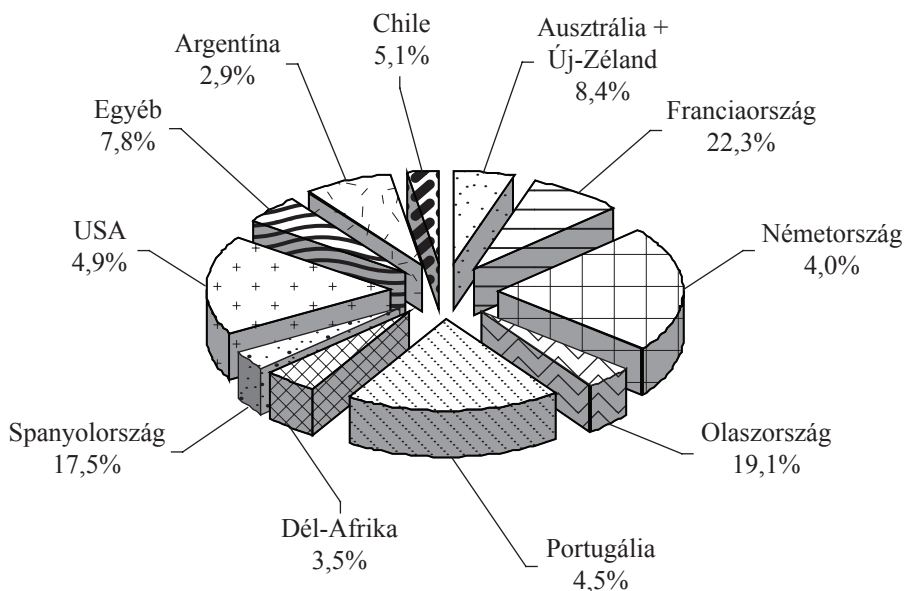
A termelésben és a kereskedelemben végbement változások eltérő iránya és mértéke következtében **átrendeződött a világ borpiaca** (11. és 12. ábrák). 1992 és 2004 között Franciaország 2,6, Olaszország 5,6, Németország pedig 2,5 százalékpontnyit veszített exportpiaci részesedéséből. Spanyolország az olasz exportpiacok megnyerésével pozíciót szerzett és 2004-ben a világpiac 17,5 százalékát kötötte le a korábbi 14,7 százalékkal szemben. Portugália piaci hányada 1 százalékponttal csökkent.

11. ábra



Forrás: FAO

A világ borexportjának szállítók szerinti megoszlása 2004-ben



Forrás: FAO

A világszerte zajló folyamatok nyertesei az újvilági szállítók, sorrendben Ausztrália és Új-Zéland, Chile, Dél-Afrika, az USA és Argentína. Ausztrália és Új-Zéland 1,9 százalékról 8,4-re, Chile 1,6 százalékról 5,1-re, Dél-Afrika 0,6 százalékról 3,5-re, az USA 2,6 százalékról 4,9-re, míg Argentína 0,9 százalékról 2,9 százalékra növelte exportpiaci részesedését. Az újvilági szállítók így az 1992. évi 7,6 százalékos piaci hányadukat 2004-re 24,8 százalékra növelték. Exportpiaci terjeszkedésük azonban nemcsak az Európai Unió bormelőinek rovására történt: az újvilági szállítások térnyerésével a kelet-európai országok is piacot veszítettek, export értékesítésük részaránya így az 1992. évi 14 százalékról 2004-ben 4 százalékra esett vissza.

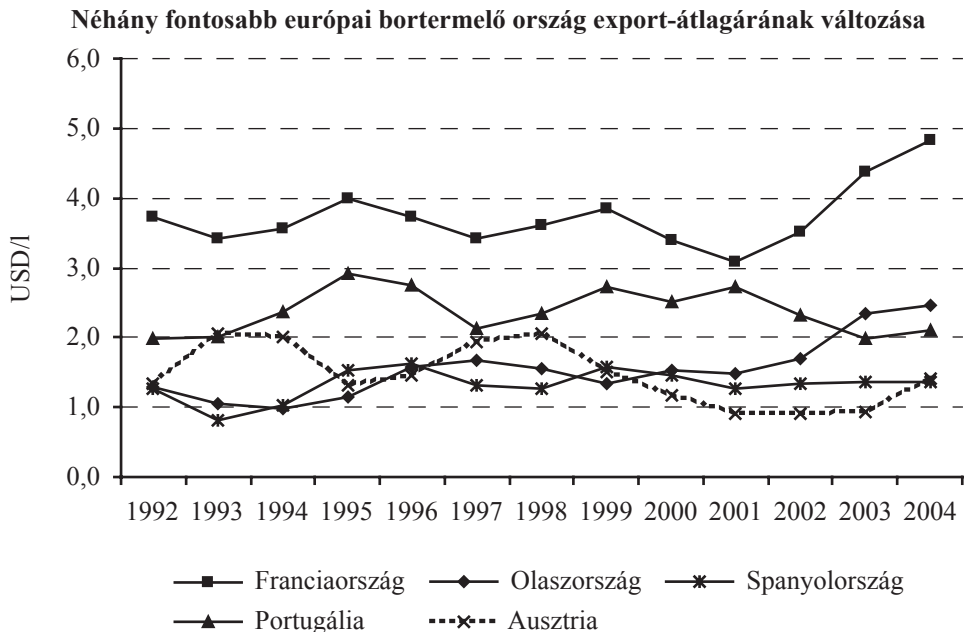
Az EU **elsősorban a belső piacon** maradt alul az újvilági szállítókkal folytatott versenyben. Erre példa, hogy az USA 1999 és 2003 között mennyiségben 55 százalékkal növelte kivitelét Franciaországba. Ez a növekedés a világ egyik legnagyobb borszáti vállalkozása, az amerikai *Gallo Winery* 1998. évi piacra lépésének tulajdonítható. Piaci erejének és attraktív kínálatának köszönhetően aktívan terjeszkedik a francia kiskereskedelmi láncokban és a HORECA (*Hotel-Restaurant-Catering*) szektorban egyaránt [Gauthier, 2004].

A világ és az európai bormelők között **Franciaország borexportja képviseli a legnagyobb fajlagos értéket**, köszönhetően hagyományosan erős imázsának és a minőségi borok páratlanul széles választékának. Exportárai az 1990-es években a bormelés alakulásának megfelelően ingadoztak, az 1999. és 2000. évi nagy termés következtében 2001-ben mélypontra jutottak, majd a mennyiségben gyengébb évszámok hatására 2004-ben 4,8 USD/l szintre emelkedtek, amely érték a legmagasabb volt a vizsgált időszakban (13. ábra).

Portugália export-átlagárai szintén magasnak tekinthetők, 2 és 3 USD/l között változtak az elmúlt évtizedben, ami az alkohollal erősített portói bor exportjára vezethető vissza. Portugália export-átlagára a 2000-es években csökkenő tendenciájú, a sorozatosan magas termékek miatt.

Olaszország és Spanyolország termelése fragmentált, továbbá magas a tömegborok aránya, ami az értékesítés átlagárain is érezhető. Olaszország és Ausztria nagy mennyiségű bort értékesít Németország piacán, ami alacsony árral jellemezhető. Az ültetvénykivágások és az alacsonyabb hozamok miatt csökkenő termelés az olasz árak emelkedését okozta 2002-2004-ben.

13. ábra



Forrás: FAO

Az 1990-es évek folyamán az újvilági bortermelő országok export-átlagárai növekedtek. A növekvő ártrendet a saját kibocsátás emelkedése és a világviszonylatban bőtermésű 1999. és 2000. évek törték meg, majd 2002-től ismét mérsékelt növekedés következett be (14. ábra). Az USA és Chile exportárai kiegyenlítettnak tekinthetők, kevésbé reagáltak a piaci változásokra.

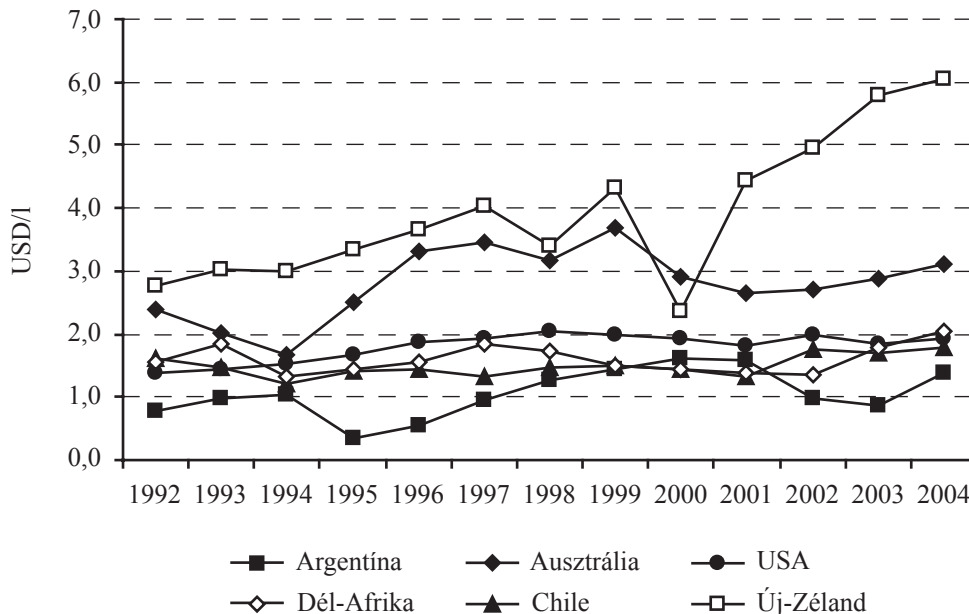
Az újvilági termelők között Argentína export-átlagárai a legalacsonyabbak, mivel a gazdasági és politikai helyzet nehezítette az ágazati fejlesztéseket és a külföldi tőkebefektetéseket. Chile és Dél-Afrika árai közel azonos szinten helyezkednek el. Chile megbízható borokat szállít elfogadható árakon. Bár megindult a magasabb minőségű, elegánsabb borok előállítására, Chile nehezen tör ki az „olcsó borok szállítója” szerepből.

Új-Zéland olyan szerencsés helyzetben van, hogy **nem tudja kielégíteni a borai iránt jelentkező keresletet**, ezért Franciaországot is lekörözve, igen magas exportárakat ér el. Új-Zéland borgazdasága erősen koncentrál a minőségre és a hűvös klímához igazodóan elsősorban fehér borokat (főleg Sauvignon blanc) állít elő.

Ausztrália jól profitál a kedvező iparági szerkezetből, nagyon erős márkáiból és pozitív országimázsából, ami jól illeszkedik borai modern stílusához. Erős piaci pozíciókkal rendelkezik, elsősorban az Egyesült Királyságban, de az USA piacon is megvetette a lábát. A 2000-es években a fokozott telepítési hullám miatt itt is jelentkeztek a túltermelés jelei, amelyek az árak visszaeséséhez és a későbbiekben csak gyenge emelkedéséhez vezettek (6. melléklet).

14. ábra

Az újvilági bortermelők export-átlagárának változása



Forrás: FAO

A világ 10 legnagyobb borimportőr országa közül 8 európai. Az első három helyet 2004-ben sorrendben Németország, az Egyesült Királyság és az USA foglalták el egyenként 13-13, illetve 6,4 millió hektoliteres importvolumennel (7. táblázat).

7. táblázat

A világ 10 legfontosabb borimportőr országának behozatala

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1998	2003	2004	Változás, % 2004/1992
1. Németország	9 956	11 631	11 906	13 043	31,0
2. Egyesült Királyság	6 389	8 573	11 340	12 976	103,1
3. USA	2 582	4 004	6 082	6 415	148,5
4. Oroszország	2 031	2 911	4 164	5 051	148,7
5. Franciaország	5 832	5 469	4 696	4 728	-18,9
6. Hollandia	2 432	1 999	3 259	3 188	31,1
7. Belgium-Luxemburg	2 231	2 520	2 867	2 998	34,4
8. Kanada	1 410	2 030	2 697	2 668	89,2
9. Dánia	1 266	1 699	2 051	2 006	58,5
10. Svájc	1 713	1 877	1 833	1 795	4,8

Forrás: FAO

A 8. táblázatban azokat a borimportőr országokat gyűjtöttük össze, amelyek importja 1992 és 2004 között 100 százalékot meghaladó vagy ahhoz közeli növekedést mutatott.

Látványos volt **Portugália és Kína bevitelének fejlődése**: előbbi közel hetvenszeresére, míg utóbbi több mint húszszorosára nőtt. Szintén figyelemreméltó módon, az 1992. évi többszörösére bővítette importját **Brazília, Dél-Korea, Görögország, Írország, Lettország, Szingapúr és Új-Zéland**. Jellemző, hogy ezekben az országokban az 1990-es évek elején az import mindössze néhány tízezer hektolitert tett ki, így a magas növekedési ráta ellenére is csak kisebb mértékben járultak hozzá a nemzetközi borkereskedelem bővüléséhez.

Ezzel szemben a több százezer, illetve millió hektoliter nagyságrendű importot bonyolító országokban a behozatal növekedésének mértéke 100-150 százalékot tett ki 1992 és 2004 között. A **növekedés motorjainak a volumen tekintetében** tehát a TOP-10 importőrök közé tartozó **Egyesült Királyság** (+6,6 millió hl), az **USA** (+3,8 millió hl), **Oroszország** (+3 millió hl) és **Kanada** (+1,3 millió hl) tekinthetők, együttesen 14,7 millió hektoliteres mennyiségi bővüléssel (7. melléklet).

2004-ben a **legmagasabb átlagáron importáló** országok Szingapúr (13,8 USD/l), Japán (6,3 USD/l), Ausztrália (6,1 USD/l), az USA (5,6 USD/l), Svájc (4,4 USD/l) és Írország (4,3 USD/l) voltak (8. melléklet).

Dinamikusan növekvő borimporttal rendelkező országok

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1998	2003	2004	Index, 2004/1992
Ausztria	215	605	534	646	3,00
Brazília	63	241	293	392	6,22
Dél-Korea	21	26	140	159	7,57
Egyesült Királyság	6 389	8 573	11 340	12 976	2,03
Finnország	270	349	508	517	1,91
Görögország	54	47	305	244	4,52
Írország	129	316	557	648	5,02
Japán	684	3 214	1 612	1 665	2,43
Kanada	1 410	2 030	2 697	2 668	1,89
Kína	27	618	505	563	20,85
Lengyelország	290	649	579	613	2,11
Lettország	28	158	196	144	5,14
Litvánia	78	163	205	146	1,87
Norvégia	269	433	685	728	2,71
Olaszország	703	863	1 447	1 625	2,31
Oroszország	2 031	2 911	4 164	5 051	2,49
Portugália	23	1 479	1 208	1 567	68,13
Szingapúr	40	68	123	152	3,80
Új-Zéland	85	282	472	380	4,47
USA	2 582	4 004	6 082	6 415	2,48
Összesen	15 389	27 029	33 650	37 299	2,42
Világ összesen	44 335	59 626	68 673	73 391	1,66

Forrás: FAO

2. Az Európai Unió borpiaca

2.1. Az Európai Unió bormérlege

Az Európai Unióban 1992 és 2005 között **150-190 millió hektoliter bort termeltek**, amihez az egyes években 7-11 millió hektoliternyi musttermelés társult (9. táblázat). A piacon rendelkezésre álló bormennyiség (termelés és a harmadik országokból származó import együttesen) 160-195 millió hektolitert tett ki.

Az EU összes **borimportja** az 1992/1993. és a legutóbbi bővülést megelőző 2003/2004. borpiaci évek³ között 29 millió hektoliterről 48 millió hektoliterre, azaz 65 százalékkal nőtt. Az összes import háromnegyed része a belső kereskedelem (intra-EU), ami az 1992/1993. borpiaci évben még majdnem 90 százalékos részesedéssel bírt. **Az intra-EU import növekedése (+44%) messze elmaradt a harmadik országokból származó import bővüléséhez (+231%) képest.** A behozatal növekedése a GATT Megállapodás következménye, a vámcsökkentés és a kedvezményes piacra jutás eredményeként az 1990-es évek elején 3 millió hektoliternél stabilizálódott borimport 1995/1996-ban 7 millió hektoliterre ugrott, majd a 2003/2004. borpiaci évben átlépte a 10 millió hektolitert. A harmadik országokból származó borimport 2003/2004-ben a teljes humán fogyasztás 9 százalékát adta és döntő része **bort nem termelő országokba** (Egyesült Királyság, Hollandia, Dánia) és **Németországba érkezett.**

Az összes **borfogyasztás** bár ingadozó, az 1990-es évek elejéhez képest **csökkenő trendet mutat.** A borfogyasztás az asztali borok szegmensében erősen visszaesett, de helyét fokozatosan elfoglalja a minőségi és egyéb⁴, ezen belül az importborok fogyasztása (15. ábra). 2003/2004-ben a közösségi borfogyasztás 121 millió hektoliterre esett vissza az egy évvel korábbi 130 millió hektoliterről, köszönhetően annak, hogy Olaszországban az asztali bor fogyasztása 28, az összes boré 23 százalékkal csökkent. A bormérlegben a borfogyasztást a többi tétel alapján kalkulálják, ezért valószínűsíthető, hogy a készletek számbavételénél hiba történt, másképp nehezen magyarázható a fogyasztás számottevő csökkenése [Európai Bizottság, 2006].

Az EU **borexportja** az 1992/1993. és a 2003/2004. borpiaci évek között 36 millió hektoliterről 50,5 millióra, azaz 41 százalékkal emelkedett, ezen belül a belső kereskedelem 44, a harmadik országokba irányuló export pedig 35 százalékkal nőtt. Az export bővülése a harmadik országok felé tulajdonképpen már 1996-1997 között végbement, azóta **12 és 13 millió hektoliter között stagnál.** Az EU tagállamok közötti belső kereskedelem az összes export 77 százalékát adta 2003/2004-ben.

³ Az Európai Unió borpiaci éve augusztus 1-jétől a következő év július 31-ig tart.

⁴ Az egyéb borok megnevezés alatt az importból származó és a kettős hasznosítású fajták borait tartják nyilván. Az egyéb borok meghatározó hányada importbor.

Az Európai Unió borpiaci mérlege

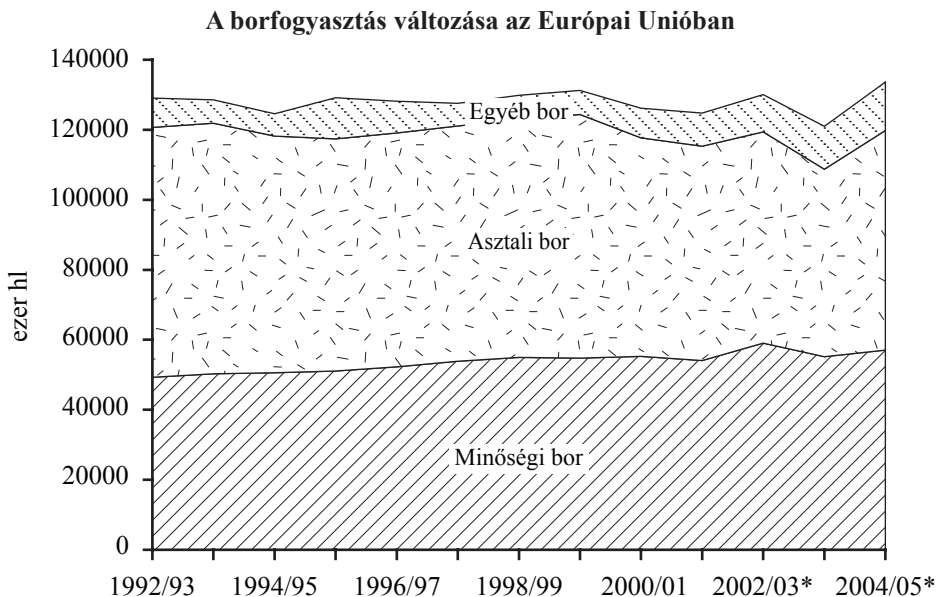
Me.: ezer hl

Sorszám	Megnevezés	1992/1993	1997/1998	1999/2000	2000/2001	2002/2003	2003/2004*	2004/2005*	2005/2006**
1.	Összes termés (2+3)	197 676	164 556	186 583	182 087	160 280	163 476	196 277	172 987
2.	Ebből: must	6 699	6 779	7 466	6 082	9 539	10 332	11 276	8 604
3.	bor	190 977	157 777	179 117	176 005	150 741	153 144	185 001	164 383
4.	Import (5+6)	29 145	39 888	39 876	40 911	45 685	48 023	50 427	51 500
5.	Ebből: intra-EU	25 847	34 118	33 576	32 286	36 039	37 106	38 571	39 000
6.	extra-EU	3 298	5 770	6 300	8 625	9 646	10 917	11 856	12 500
7.	Rendelkezésre álló mennyiség (3+6)	194 275	163 547	185 417	184 630	160 387	164 061	196 857	176 883
8.	Közvetlen fogyasztás	132 949	127 552	128 935	124 891	130 090	120 957	133 661	133 500
9.	Feldolgozás (10+13)	47 841	22 831	27 887	31 761	24 885	24 638	28 570	36 001
10.	Ebből: lepárlás (11+12)	47 119	21 531	24 978	27 982	20 461	20 989	24 921	32 352
11.	- konyak és brandy	8 470	4 210	3 800	4 100	4 245	4 389	4 389	5 000
12.	- támogatott lepárlás	38 649	17 321	21 178	23 882	16 216	16 600	20 532	27 352
13.	ecet- és vermutkészítés	722	1 300	2 909	3 779	4 424	3 649	3 649	3 649
14.	Veszteségek	..	985	1 371	1 311	959	1 055	1 055	1 055
15.	Export (16+17)	35 783	47 385	45 300	44 196	48 938	50 568	51 072	51 523
16.	Ebből: intra-EU	25 847	34 118	33 576	32 287	36 039	37 106	38 571	39 000
17.	extra-EU	9 936	13 267	11 724	11 909	12 899	13 462	12 501	12 523
18.	Felhasználás (8+9+17)	190 726	164 635	169 917	169 872	168 833	160 112	175 787	183 079
19.	Egyenleg (7-18)	3 549	-6 858	9 200	6 133	-18 092	-6 968	9 214	-18 696
20.	Nettó külkereskedelmi pozíció	6 638	7 497	5 424	3 284	3 253	2 545	645	23

* Előzetes adat. ** Becsült adat.

1992/1993-ban az EU-12 adata. 2004/2005-től az EU-25 adata

Forrás: Az Európai Bizottság adatai alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás.



* Előzetes adat

1995/1996-tól az EU-15 adata

2004/2005-ben az EU-25 adata

Forrás: Európai Bizottság

A 2004/2005. borpiaci év mérlege az első, ami a 25 tagállam adatait tartalmazza. A kibővítés legszembetűnőbb hatása, hogy míg az EU-15 2003/2004-ben 2,5 millió hektoliteres exporttöbblettel rendelkezett, addig **az EU-25 külkereskedelmi mérlege 2004/2005-ben mindössze 645 ezer hektoliteres aktívumot mutatott**. Ennek oka, hogy az új tagállamok nagy többsége nettó importőr borból, így az EU-15 korábbi, EU-10-be irányuló exportja 2004/2005-től belső kereskedelemnek minősül. Az Európai Bizottság becslése alapján **az EU-25 külkereskedelmi mérlege 2005/2006-ban tovább romlik**. Kétségtelen tény, hogy az Európai Unió harmadik országokból származó importja folyamatosan nő, míg exportja stagnál. A bővítés hatására nőtt a humán fogyasztás mennyisége 2004/2005-ben, továbbá Olaszország asztalibor-fogyasztása is visszaállt a korábbi szintre.

A **feldolgozott bor** mennyisége függ a bortermés mennyiségétől. A borpiaci egyensúly fenntartására irányuló intézkedések keretében lepárolt bor mennyisége a 2000-es években 16-27 millió hektoliter között változott. A borpiac tehermentesítését a lepárláson kívül az asztali borok és a must/mustsűrítmény magántárolási támogatása, a mustfelhasználás támogatása, illetve az export-visszatérítések segítik.

A 2004/2005. borpiaci évet túltermelés, stagnáló export és növekvő import jellemezte. A Bizottság a **szeszesitalpiac ellátását segítő lepárlási intézkedés** keretében 11 millió hektoliter asztali bor lepárlását kívánta finanszírozni, amire 13 millió hektoliteres igényt jelentettek be a tagállamok. Spanyolország 7,8 millió, Olaszország 4,2 millió hektoliter asztali bor lepárlását kezdeményezte. Ez Spanyolország asztalibor-termelésének a 28 százalékát jelentette.

A nagy termésre tekintettel 2004/2005-ben a tagállamok jelentős mennyiségű **krízislepárlásra** is kértek közösségi támogatást. Spanyolország kérését 4, Olaszországit 2, Franciaországit 1,5, Magyarországit 0,5, míg Görögországit igényét 0,38 millió hektoliter erejéig hagyta jóvá a Bizottság. A krízislepárlási intézkedés azonban nemcsak az asztali borokra terjedt ki: Franciaország esetében a jóváhagyott 1,5 millió hektoliteres mennyiség minőségi borok lepárlására irányult, ezen kívül Magyarország 100, Görögország pedig 40 ezer hektoliteres kerettel rendelkezett a minőségi borok lepárlására. Ténylegesen a megítélt mennyiség 89 százalékát, 7,5 millió hektolitert pároltak le 185 millió eurós költséggel. (Magyarországon, egyedülálló módon, a rendelkezésre bocsátott keretmennyiség nem egészen 10 százalékára érkezett felajánlás⁵.)

A 2004/2005. borpiaci évben a termelők 9,3 millió hektoliter asztali bor, 6,3 millió hektoliter szőlőmust és 0,2 millió hektoliter finomított mustsűrítmény átmeneti kivonására kötöttek **tárolási szerződést** az intervenció hivatalokkal. Az összes tárolt mennyiség 52 százalékát Spanyolországban, 30 százalékát Olaszországban, 8 százalékát pedig Franciaországban raktározták.

A **mustfelhasználás támogatása** a borok alkoholtartalmának kiegészítésére általában 1 millió hektoliternyi mustsűrítmény felhasználására terjed ki. Az intézkedés alkalmazása a déli tagállamokban szokásos, a támogatott mustmennyiség 60-70 százalékát Olaszországban használják fel.

A GATT vállalás értelmében évente 2,43 millió hektoliter asztali és likőrbor, valamint mustsűrítmény részesíthető **exporttámogatásban**, összesen 41,3 millió euró értékben. Az exporttámogatásra fordított összeg azonban 1999-től kezdve 22-27 millió euróra csökkent. A támogatott export az összes kivitel közel 20 százaléka, ami majdnem eléri a GATT vállalásban megszabott volument.

A **borfeleslegek leginkább az asztali borok kategóriájában keletkeznek**. A termelés és a felhasználás (fogyasztás + harmadik országokba irányuló export) különbsége ugyanis az asztali borok esetében nagyobb, mint a minőségi boroknál. Az asztalibor-termelés ugyan csökkenőben van, de bőtermésű években abszolút mennyisége és összes termelésen belüli aránya is emelkedik, míg fogyasztása folyamatosan csökken. A vizsgált években az asztali bor termelése az évjárattól függően 20-50 százalékkal (13-40 millió hektoliter) haladta meg a humán fogyasztás és a harmadik országokba irányuló export együttes volumenét (10. táblázat).

A **minőségi borok részaránya nő a termelésben és a fogyasztásban, a kivitelben viszont évről-évre ingadozik**. Az EU-15 átlagában a minőségibor-termelés aránya 31 százalékról 40 százalék fölé emelkedett 1992/1993 és 2003/2004 között (9. melléklet). Ugyanakkor a fogyasztásban a minőségi borok aránya 37 százalékról 45 százalékra nőtt. Az exportban nem határozható meg egyértelmű tendencia, a 2000-es években a harmadik országokba szállított borok 46-47 százaléka volt minőségi bor (10. és 11. mellékletek). A vizsgált évek közül a gyengébb évjáratokban egyensúlyban volt a minőségi borok kereslete és kínálata, nagyobb termésű években viszont 10-18 százalék (5-10 millió hektoliter) többlet keletkezett (10. táblázat).

⁵ Szakmai felmérés szerint a magyar termelők 2005. júliusában 224 ezer hektoliter krízislepárlási mennyiséget ajánlottak fel, a kormány ugyanakkor 500 ezer hektoliterre kért keretet. A brüsszeli döntés elhúzódtott egészen a 2005. évi szüret végéig, amikor az előző években termeltől jóval kevesebb, alig 3 millió hektoliter bort takarítottak be. Megjegyzendő, hogy az intervenció hivatal mintegy 11 ezer hektoliternyi felajánlást utasított el, mert nem teljesítették a melléktermék lepárlási kötelezettséget.

Az Európai Bizottság becslése szerint a 2005/2006. borpiaci év végén a készletek 6,5 millió hektoliteres csökkenése várható, ezen belül az asztali borok készlete 9 millió hektoliterrel csökken az alacsonyabb termés és az áthúzódó krízislejárás következtében, míg a **minőségi boroknál** ezzel ellentétben, a készletek **1,5 millió hektoliteres növekedését** vetítik előre.

10. táblázat

A bortermelés és -felhasználás alakulása borkategóriák szerint

Me.: millió hl

Megnevezés		1992/93	1998/99	2002/03	2003/04*	2004/05*
Asztali bor	Termelés	116,0	90,2	79,8	85,1	103,0
	Fogyasztás	71,4	68,0	60,3	53,6	62,7
	Export	5,2	6,9	6,9	7,1	6,5
	Fogyasztás+export	76,6	74,9	67,2	60,7	69,2
	Termelés/felhasználás, %	151,4	120,4	118,7	140,2	148,8
Minőségi bor	Termelés	59,1	65,8	64,8	62,1	74,1
	Fogyasztás	49,3	55,0	58,4	55,1	57,1
	Export	4,6	4,4	5,9	6,3	6,0
	Fogyasztás+export	53,9	59,4	64,3	61,4	63,0
	Termelés/felhasználás, %	109,6	110,8	100,6	101,1	117,6

* Előzetes adat

1992/1993-ban az EU-12 adata

2004/2005-ben az EU-25 adata

Forrás: Az Európai Bizottság adatai alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

Az Európai Unió kibővülése 10 tagállammal nem növelte a borpiaci feszültséget.

Az új tagállamok közül csak Magyarország rendelkezik számottevő bortermeléssel. Magyarországon kívül még Cipruson fedezi a hazai termelés a fogyasztást (11. táblázat). A fentiek alapján a bor külkereskedelem egyenlege csak Magyarország és Ciprus esetében pozitív, a többi tagállam nettó importőr (12. táblázat). Együttes importjuk (extra- és intra-EU) 2,4-2,5 millió hektolitert tesz ki.

Más a helyzet a várhatóan 2007-ben csatlakozó Románia és Bulgária borgazdaságában. Mindkét országban nagyobb méretű a bortermelés, Romániában 5-5,5, Bulgáriában mintegy 2 millió hektoliter évente. A bortermelés és -fogyasztás egyenlege pozitív, azaz bortöbblettel rendelkeznek, amit a külpiacokon értékesítenek. Borágazatuk exportorientált, importjuk elenyésző, pozitív szaldóval bír a bor külkereskedelmük (11. és 12. táblázatok). Mindkét ország bortermelői piacot veszítettek az 1990-es évek vége óta, exportjuk mennyisége 30-40 százalékkal esett vissza. Bulgáriában a borfogyasztás is csökkent, ami túlkínálathoz vezetett.

11. táblázat

**A bortermelés és -fogyasztás egyenlege az EU-10 tagállamaiban
és a 2007-ben csatlakozóknál**

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1998	2001	2002
Ciprus	567	622	387	113
Csehország	..	-109	-134	-193
Észtország	-7	-83	-70	-84
Magyarország	945	901	1 963	-129
Lettország	12	-59	-135	-166
Litvánia	3	-174	-157	-205
Málta	-1	-2	-6	-7
Lengyelország	-276	-760	-654	-716
Szlovákia	..	130	29	5
Szlovénia	-80	73	240	-7
Bulgária	1 131	1 501	771	1 053
Románia	-71	-143	389	507

Forrás: FAO adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

12. táblázat

**A bor külkereskedelem (export-import) egyenlege az EU-10 tagállamaiban
és a 2007-ben csatlakozóknál**

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1998	2001	2002	2003	2004
Ciprus	393	58	191	163	96	29
Csehország	..	-482	-918	-1 028	-1 043	-1 172
Észtország	-7	-66	-70	-84	-83	-102
Magyarország	644	987	659	712	621	473
Lettország	-28	-46	-135	-166	-166	-51
Litvánia	-77	-155	-157	-205	-202	-141
Málta	-4	-4	-8	-9	-6	-32
Lengyelország	-261	-628	-654	-716	-575	-611
Szlovákia	..	45	-71	-45	-11	204
Szlovénia	-268	19	76	76	12	10
Bulgária	745	1 300	776	748	817	915
Románia	-73	576	387	496	403	359

Forrás: FAO adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

2.2. A termelési potenciál helyzete

Az Európai Unióban a túltermelés hatására 1976-ban vezették be a telepítési tilalmat és indították el az első kivágási programot. A borpiaci reformok ellenére ezek az intézkedések ma is hatályban vannak, és 2010. július 31-ig **tilos a borszőlő-ültetvények területbővítési célú létesítése**. Kivételt jelent a telepítés tiltása alól a kísérleti célra vagy a saját fogyasztásra telepítés. A tagállamok ezen felül kiadhatnak telepítési jogokat olyan **minőségi bort, illetve földrajzi jelzéssel ellátott asztali bort (tájbort) termő ültetvények telepítésére**, amelyek esetében a piaci igények meghaladják a kínálatot. E célból az EU-15 tagállamára vonatkozóan 68 ezer hektár új telepítési jogot hoztak létre.

A telepítési jogokra vonatkozó fontosabb szabályok:

- A kivágott ültetvények után keletkezett újratelepítési jogok 5 vagy 8 éven keresztül felhasználhatók. A 2000 előtti szabályokkal ellentétben az újratelepítési jogok ezt követően sem vesznek el, mert bekerülve a tagállami jogtartalékba, onnan még további 5 évig telepítésre kiadhatók.
- A támogatással kivágott ültetvények után nem keletkezik újratelepítési jog.
- Az újratelepítési jog előrehozható. Ez azt jelenti, hogy a telepítési engedély az ültetvény kivágása előtt is kiadható, de a telepítő 3 éven belül köteles a leváltott ültetvénye kivágásával aktiválni az előzetesen igénybe vett újratelepítési jogot.
- Szőlőültetvény telepíthető a tagállami jogtartalékból vásárolt újonnan létrehozott telepítési jogok felhasználásával is.

Az Európai Unió szőlőültetvény-területe 1992-től 1999-ig csökkent, majd az új szabályok bevezetésével (újonnan létrehozott telepítési jogok kiosztása, előrehozott újratelepítési jogok felhasználása) 2000-ben átmenetileg nőtt. Az 1999/2000. és a 2000/2001. bőtermésű borpiaci években a strukturális feleslegek tovább gyarapodtak, az így kialakult piaci helyzet pedig további ültetvény-felszámolásokat eredményezett (13. táblázat).

13. táblázat

Az Európai Unió szőlőterületének változása

Me.: ezer ha

Megnevezés	1992	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
EU-15	3 765	3 417	3 386	3 379	3 410	3 347	3 375	3 347	3 506*

* EU-25 adata

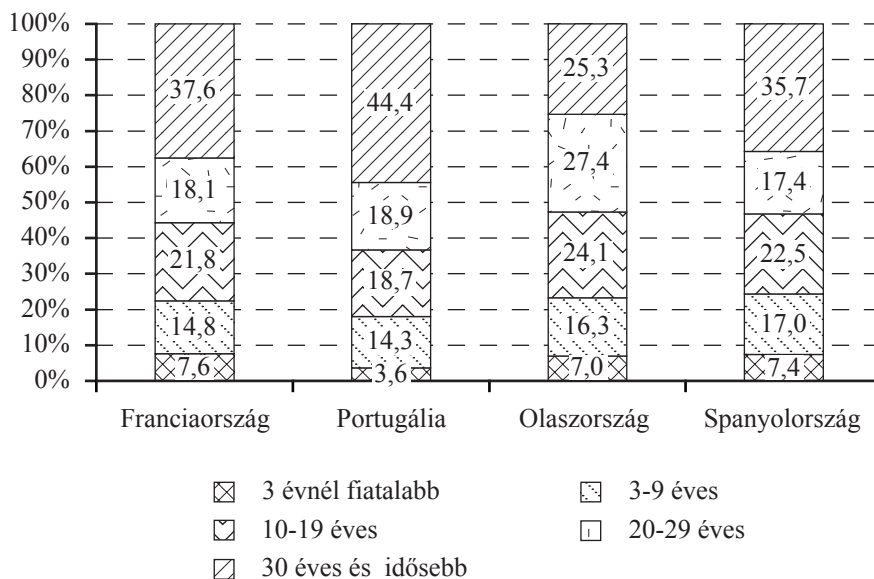
Forrás: FAO

A restriktív előírások akadályozták a szőlő- és bortermeles piacorientált fejlesztését. Az 1999. évi ültetvényösszírás adatai szerint rendkívül elavult ültetvény szerkezet alakult ki az Európai Unió tagállamaiban (16. és 17. ábrák).

A szőlőtermelő tagországokban 1999-ben igen magas volt az előregedett, 30 évnél idősebb szőlőültetvények aránya: Portugáliában 44, Franciaországban 38, Spanyolországban pedig 36 százalék. Az északi szőlőtermesztőknél (Ausztria, Németország) az ültetvények rövidebb élettartama miatt ugyanez igaz a 20 év feletti ültetvényekre. A kiöregedett szőlők aránya szinte minden tagállamban meghaladta az alatta levő korcsoportok részesedését a teljes ültetvényterületből, ami **az ültetvénycserék lassulására** utal. Különösen kevés ültetvényt telepítettek az összeírást közvetlenül megelőző időszakban Portugáliában és Ausztriában. A rossz ültetvény szerkezet hatása érezhető az évről-évre ingadozásokban is.

16. ábra

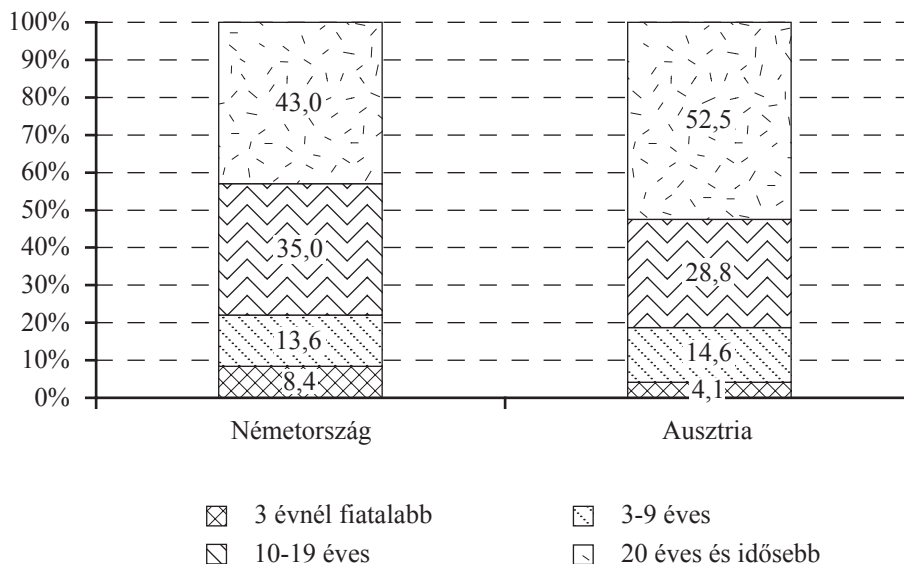
A szőlőültetvények kor szerinti összetétele Franciaországban, Portugáliában, Olaszországban és Spanyolországban



Forrás: Eurostat, Ültetvény összeírás adatai, 1999

17. ábra

A szőlőültetvények kor szerinti összetétele Németországban és Ausztriában



Forrás: Eurostat, Ültetvény összeírás adatai, 1999

A közösségi bortermelés versenyképességének javítását, a strukturális feleslegek felszámolását segíti az uniós forrásból finanszírozott **szerkezetátalakítási és átállítási intézkedés**. Ez a támogatás az elavult szőlőültetvények bármely természetstechnológiai elem megváltoztatásával, azaz korszerűbb fajtaival, művelésmóddal, kedvezőbb termőhelyen megvalósuló újratelepítéséhez nyújt támogatást.

Az intézkedést a 2000/2001. borpiaci évben alkalmazták először és az ültetvényfelület kb. 1,5 százalékanak újratelepítésére biztosítottak közösségi forrásokat. A 2005/2006. borpiaci évvel bezárólag mintegy 375 ezer hektáryi ültetvény korszerűsítésére 2,2 milliárd eurót költhettek/költhetnek el a tagállamok (12. melléklet). A 2004/2005. borpiaci évtől már az új belépők is részesülnek a szerkezetátalakítási forrásokból. A támogatás segítségével felújított ültetvények aránya az EU-25 ültetvényterületének kb. 10 százalékára terjed ki.

Mivel a támogatásokat az ültetvényfelület arányában osztotta el a Bizottság, a legtöbb ültetvényt Spanyolországban alakították át, 129 ezer hektárt, ami a támogatások 35 százalékanak felhasználását jelenti. Olaszország „vitte el” a támogatások további egynegyedét, Franciaország pedig 23 százalékat. Noha az átalakításra felhasznált források inkább nőttek, az évente átállított ültetvények területe 10 ezer hektárral csökkent a tagállamokban – főleg Franciaországban – a 2003/2004. és a 2004/2005. borpiaci évek között.

2.3. Külkereskedelem

Az Európai Unió legfontosabb **harmadik országbeli exportpiacai** sorrendben az USA, Svájc, Kanada és Japán (14. táblázat). A négy vevő együttes részesedése az extra-EU kivitelből 2004-ben 60 százalékot tett ki, ami 1998 óta gyakorlatilag nem változott. A négy rendeltetési hely között azonban lényeges arányeltolódás figyelhető meg: míg a japán piac 850 ezer hektoliterrel csökkent, addig az amerikai szállításokat csaknem 1 millió hektoliterrel növelték 1998 és 2004 között. Több, mint két és félszeresére növekedett az oroszországi kivitel és bővült a cseh piac is.

A volumenben vezető célpiacok a szállítások értékét és átlagárát tekintve is élen vannak. Az Unió legjobban fizető piacai az USA és Japán. A kelet-európai és afrikai szállítások fajlagos értéke meglehetősen alacsony, az EU ezért az ide eladott asztalibortételeket exporttámogatással segíti.

Az Európai Unió **harmadik országokból származó borimportját** az újvilági szállítók uralják. 2004-ben a szállítások volumenét tekintve az első 5 helyet ezek az országok foglalták el. Együttes részesedésük az extra-EU importból 86 százalékos volt, a legkisebb volumenben bort előállító Új-Zélanddal kiegyensúlyozva pedig megközelítették a 88 százalékos piaci részesedést. Az újvilági exportőrök szállításai 1998-ban az Európai Unió behozatalának még csak a 64 százalékat adták (15. táblázat).

Az EU-15 harmadik országokba irányuló borexportja rendeltetési hely szerint

Rendeltetési hely	1998				2004			
	Ezer hl	Millió euró	EUR/l	Menny. megoszlása, %	Ezer hl	Millió euró	EUR/l	Menny. megoszlása, %
1. USA	3 283	1 305	3,97	24,4	4 215	1 866	4,43	30,1
2. Svájc	1 719	522	3,04	12,8	1 613	576	3,57	11,5
3. Kanada	1 187	279	2,35	8,8	1 360	416	3,06	9,7
4. Japán	2 038	755	3,70	15,2	1 189	566	4,76	8,5
5. Oroszország	270	45	1,68	2,0	704	96	1,37	5,0
6. Angola	524	25	0,48	3,9	566	35	0,62	4,0
7. Csehország*	319	14	0,45	2,4	553	45	0,81	3,9
8. Norvégia	265	66	2,47	2,0	418	111	2,65	3,0
9. Lengyelország*	454	28	0,61	3,4	269	40	1,48	1,9
10. Brazília	184	58	3,18	1,4	170	44	2,62	1,2
Első 10 összesen	10 242	3 097	3,02	76,2	11 058	3 794	3,43	78,9
Mindösszesen**	13 433	3 668	2,73	100,0	14 020	4 549	3,25	100,0

* 2004. május 1-jétől belső piac

** A táblázatban szereplő összes export adata kissé eltér a borpiaci mérlegben szereplő adattól. Ennek oka, hogy az egyik adat naptári évre, míg a másik borpiaci évre vonatkozik. Gyakran előfordul, hogy a különböző forrásból (Eurostat, Európai Bizottság) származó uniós adatok kisebb-nagyobb mértékben különböznek.

Forrás: Eurostat adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

A piac mérete 1998 és 2004 között megduplázódott, azonban az újvilági szállítók bevétele ezt túlszárnyalva mennyiségben 2,8, értékben 2,3-szeresére nőtt. Ez azt jelenti, hogy kb. 3 millió hektoliteres piaci szegmenst hódítottak el az egyéb szállítóktól, köztük az EU piacán vámpreferenciákat is élvező kelet- és dél-európai országoktól (Magyarország, Bulgária, Románia, Macedónia)⁶.

Az import átlagárai az újvilági szállítók mindegyikénél csökkentek 1998 és 2004 között, kivételt csak Új-Zéland jelentett. Az újvilági bortermelők felduzzasztott termelésüket csak árengedményekkel, esetleg alacsonyabb feldolgozottsági szinten (hordós borként) tudják értékesíteni.

Az Újvilág exportértékesítése kitett az Európai Unió borpiaci változásainak. A függőség legnagyobb Dél-Afrika és az USA esetében, mivel kivitelük mintegy 70-80 százaléka kerül az EU piacára. A többiek esetében csak 50 százalék körüli az uniós export, míg Argentína eladásainak mindössze 30 százaléka kerül az EU-ba.

⁶ A bilaterális megállapodások a fontosabb exportőrök közül Bulgária, Magyarország, Románia, Macedónia, Svájc, Marokkó, Ciprus és Törökország számára biztosítanak (biztosítottak) kedvezményes importkvótát, továbbá 2000-től a Dél-Afrikából és 2004-től a Chiléből származó borok is vámkedvezményben részesülnek.

15. táblázat

Az EU-15 harmadik országból származó borimportja származási országok szerint

Származási ország	1998				2004			
	Ezer hl	Millió euró	EUR/l	Menny. megoszlása, %	Ezer hl	Millió euró	EUR/l	Menny. megoszlása, %
1. Ausztrália	1 143	348	3,05	18,4	3 113	895	2,87	24,8
2. USA	867	229	2,65	14,0	2 694	416	1,54	21,5
3. Chile	807	173	2,15	13,0	2 350	410	1,75	18,8
4. Dél-Afrika	813	172	2,12	13,1	2 234	437	1,96	17,8
5. Argentína	239	43	1,80	3,9	436	78	1,80	3,5
6. Macedónia	455	22	0,47	7,3	369	15	0,42	2,9
7. Magyarország*	443	53	1,21	7,1	296	38	1,30	2,4
8. Bulgária	633	66	1,05	10,2	197	22	1,10	1,6
9. Új-Zéland	111	45	4,06	1,8	190	98	5,13	1,5
10. Románia	270	23	0,86	4,4	179	14	0,76	1,4
Első 10 összesen	5 779	1 175	2,03	93,3	12 058	2 423	2,01	96,3
Mindösszesen	6 197	1 251	2,02	100,0	12 525	2 504	2,00	100,0

* 2004. május 1-jétől belső kereskedelem

Forrás: Eurostat adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

Az Eurostat adatai szerint az Európai Unió 15 tagállamának harmadik országból származó borimportja 2004-ben 12,5 millió hektoliter volt, aminek 62 százalékát a palackozott bor, 37 százalékát a hordós bor, 1 százalékát pedig a pezsgő behozatala adta (16. táblázat). 1998 és 2004 között **a hordós bor bevitele jobban nőtt (+127%)**, mint a palackozott boré (+91%).

Az összes borimport közel kétharmada vörös bor, a maradék fehér bor volt 2004-ben. A vizsgált időszakban **a vörös bor bevitele 115 százalékkal nőtt**, míg a fehér bor növekedési rátája mindössze 75 százalékot ért el. A fehér bor mintegy 70 százalékban palackozott formában érkezik, a vörös bornál a két kiszereles aránya 58:42 százalék a palackozott áru javára.

Az Eurostat adatai szerint az EU által importált borok mintegy 99 százaléka asztali bor. Az EU vámstatisztikája nem alkalmas a borbevétel minőség szerinti megoszlásának vizsgálatára. A minőségi borimport regisztrálására szolgáló vámtarifaszámok ugyanis az EU-ban a minőségi borok jelölésére használt termőhelyi megnevezésekhez kapcsolódnak, ami nem teszi lehetővé a harmadik országból származó borok besorolását a vámtarifaszámok alapján.

A minőségi összetétel jó közelítő mutatója lehet viszont az importált borok alkoholtartalom szerinti megoszlása. Az uniós vásárlások döntő részben két kategóriából, a 13 százalék alatti, valamint a 13-15 százalék közötti alkoholtartalommal rendelkező borokból állnak. Ezek csaknem fele-fele arányban részesedtek a teljes import volumenéből 2004-ben. **Az újvilági borok térnyerésének köszönhetően a 13-15 százalék alkoholtartalommal bíró italok importja 1998 óta igen jelentős mértékben nőtt**, az akkori 710 ezer

hektoliterről 2004-re csaknem 6,4 millió hektoliterre ugrott. Eközben az alacsonyabb alkoholtartalmat számláló borok bevitt mennyisége csak 12 százalékkal emelkedett. A 13-15 százalék alkoholtartalommal rendelkező borok importján belül természetesen a vörös borok bevétele erőteljesebb, közel tizenkétszeres növekedést ért el, míg a fehér borok volumenváltozása majdnem ötszörös volt.

16. táblázat

Az EU-15 harmadik országokból származó borimportjának termékszerkezete

Me.: ezer hl

Megnevezés	1998	2002	2003	2004	Index, 2004/1998
Összes bor	6 197	9 780	11 145	12 525	2,02
Ebből: pezsgőbor	93	107	119	121	1,30
palackozott bor	4 051	6 633	7 270	7 749	1,91
hordós bor	2 052	3 040	3 756	4 655	2,27
Összes fehér bor	2 381	3 702	4 211	4 427	1,75
Ebből: palackozott	1 770	2 740	2 978	3 093	2,18
hordós	611	962	1 233	1 334	1,86
Összes vörös bor	3 700	5 956	6 802	7 958	2,15
Ebből: palackozott	2 270	3 884	4 281	4 645	2,05
hordós	1 430	2 072	2 521	3 314	2,32
Minőségi bor	90	65	58	72	0,80
Asztali bor	5 990	9 593	10 955	12 313	2,06
Bor 13 % alatti alkoholtartalommal	5 370	6 006	5 506	6 011	1,12
Ebből: fehér	2 072	2 542	2 675	2 842	1,37
vörös	3 297	3 464	2 831	3 169	0,96
Bor 13-15% alkoholtartalommal	710	3 652	5 507	6 374	8,97
Ebből: fehér	308	1 160	1 536	1 585	5,14
vörös	402	2 492	3 971	4 789	11,91
Bor 15-18% alkoholtartalommal	11	6	10	16	1,46
Bor 18-22% alkoholtartalommal	11	9	2	2	0,18
Bor 22% feletti alkoholtartalommal	0,1	0,3	0,04	0,03	0,29

Forrás: Eurostat adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

Az alacsonyabb alkoholtartalmú kategóriában a fehér borok bevétele 37 százalékkal nőtt, míg a vörös borok importja 4 százalékkal csökkent 1998 és 2004 között. (Az EU borimport termékszerkezetének részletes bemutatását a 13-14. mellékletek tartalmazzák.)

2.2. Az Európai Unió borpiaci rendtartásának értékelése

Az Európai Unió a közösségi borrendtartás reformjára készül 2006-ban. A reformjavaslat megalapozásához az Európai Bizottság tanulmányt készített [Innova SpA, 2005], amiben értékeltette az érvényes borrendtartás intézkedéseinek hatásait. A tanulmány fő megállapításai az alábbiakban összegezhetők:

A telepítési jogok korlátozása és a kivágási támogatások ellenére a borpiaci feleslegek jelentősek maradtak. A ma is hatályos előírásokat tartalmazó 1999. évi reform telepítési jogokra vonatkozó szabályai ellentétben álltak a korábbi intézkedésekkel, nevezetesen, hogy 1988 és 1996 között mintegy 500 ezer hektár szőlő kivágására fizettek ki támogatást 4,4 milliárd euró értékben. Az 1999. évi reform hátterében az azt megelőző időszak szokatlanul alacsony átlagtermései álltak. A reform során **kiosztott új telepítési jogok,** az engedély nélküli telepítések legalizálásának lehetősége ellentétes hatást váltott ki és **semlegesítette a feleslegek megszüntetésére tett korábbi erőfeszítéseket.** A **fel nem használt újratelepítési jogok tartalékba helyezése** megakadályozta, hogy a tagállamok számára telepítési jogok vesszenek el, vagyis **hozzájárult a termelési potenciál megőrzéséhez.** A kivágási támogatások hatására lényegesen csökkent a nagyon gyenge minőségű asztali borok előállítására.

Miközben a kivágási támogatások hatására csökkent a felesleget termő területek nagysága, a telepítési jogok korlátozása merevséget vitt a rendszerbe: **megakadályozta a hatékony termelőket abban, hogy tevékenységüket bővítsék, illetve, hogy az európai borgazdaság reagáljon a piaci változásokra.**

Az intézkedések hatékonyságát csökkentette az is, hogy nem áll rendelkezésre megfelelő információ a szőlőterületekről.

A szerkezetátalakítási és átállítási támogatások célja, hogy ösztönözzék a termelőket szőlőültetvényeik átalakítására annak érdekében, hogy termelésük jobban igazodjon a fogyasztók igényeihez. A közösségi ültetvények mintegy 10 százaléka került átalakításra 2000 óta. Ez jelentős arány, a telepített ültetvények termőre fordulása azonban csak a közelmúltban kezdődött, ezért az intézkedés hatása még nem mérhető. A szerkezetátalakítási támogatások felhasználásával a gazdák kiemelkedő minőségű szőlőfajtákat telepítettek. Az új fajták ültetése együtt járt a művelésmód és a termesztéstechnológia korszerűsítésével, valamint az ültetvények gépesítésének fejlesztésével. Az intézkedés nyomán **csökkenni fog az asztali bort termő szőlőterületek nagysága, javul a Közösségből származó borok minősége,** azonban félő, hogy az új ültetvények nagyobb termőképessége miatt az elkövetkezendő években **megnő az előállított bor mennyisége is.** Erős kétségek vannak afelől is, hogy a piac képes lesz-e felvenni a szerkezetátalakítás során telepített nagy mennyiségű vörös szőlőfajta termését. Ez utóbbi azonban nemcsak a kereslet és kínálat alakulásától, hanem az értékesítési módszerektől is függ.

A lepárlások jövedelem-stabilizáló hatása érvényesül, ami az EU mezőgazdasági politikájának fontos célkitűzése, **de fenntartja a felesleges kapacitásokat, ezáltal hozzájárul a felesleg termeléséhez.** Néhány alacsony árszínvonalú piacon, különösen Spanyolországban és Olaszország egyes régióiban a lepárlásból származó bevételek elegendő jövedelemhez juttatják a termelőket, míg Franciaországban előfordult, hogy a krízislepárlás hatástalannak bizonyult kiegészítő nemzeti támogatások biztosítása nélkül. A lepárlási intézkedések, amelyek végrehajtása során olyan alkoholt állítanak elő, amit le kell adni az

intervenciós hivatalnak, mesterséges keresletet támasztanak, ezáltal indirekt módon segítik az importot is. A borfelesleg alkohollá történő feldolgozása a borpiaci túlkínálatot transzferálja az alkoholpiacra, hatalmas költségvetési kiadások árán, anélkül, hogy csökkentené a termelést. A szeszesitalpiac ellátását segítő borleparlás kiadásai a szeszipart is támogatják azáltal, hogy olcsó inputhoz juttatják. Az alkohol folyamatos előállítása **ösztönző** lehet a **hozamok emelésére**, hiszen az alkohol előállítása nem igényel különösebb minőséget. Ez a trend érvényesül például a tradicionálisan alacsony hozamú spanyol bortermelésben.

Ellentmondás van tehát a leparlási intézkedések, a telepítési jogok korlátozása és a szőlőterületek piaci igényekhez való alakítását célzó (kivágási és szerkezetátalakítási) intézkedések között. Az utóbbi években a leparlás és az alkohol értékesítés költsége 450-680 millió euróra rúgott, ami a szőlő- és borágazatra jutó összes közösségi kiadás 40-50 százalékát tette ki. Ezzel szemben a szőlőültetvények átalakítására 2001-től évente 380-440 millió eurót fizettek ki.

A jövőben a borpiacon a leparlásnál kevesebb kiadással járó intézkedéseket kellene alkalmazni. A szeszesitalpiacot támogató, a kettős hasznosítású fajták leparlását, valamint a krízisleparlást meg kell szüntetni. Szakértők szerint az alkalmanként jelentkező feleslegek eliminálására inkább olyan eszközöket kellene alkalmazni, mint például a zöld szüret premizálása. Ez segítené a bor minőségének javítását és növelné a termelők jövedelmét, míg a feleslegek elkerülnék az alkoholpiacot. A melléktermékek kötelező leparlásának fenntartása minőségi okokból indokolt, bár igen sokba kerül.

Az asztali borok és a szőlőmust magántárolási támogatása hozzájárul a piac átmeneti tehermentesítéséhez és enyhíti az árakra nehezedő nyomást, amennyiben kitolódik a tárolt tételek értékesítése. Megkérdezettek állítják, hogy az esetek 90 százalékában a tárolási támogatásban részesített borokat a piacon eladják és nem kerülnek megsemmisítésre. Regionális vizsgálatok igazolják, hogy az intézkedés hatékonyan járul hozzá az árak stabilizálásához. Az intézkedés végrehajtása az adminisztratív előírások teljesítése miatt aránytalanul drága, a támogatás így főleg a közepes és nagyobb termelőknél koncentrálódik.

A borászati eljárásokra vonatkozó szabályok sokak szerint rontják az uniós termelők árversenyképességét, különösen az újvilági termelőkkel szemben, és akadályozzák a technológiai fejlesztéseket. A bilaterális egyezményeknek köszönhetően a harmadik országokból olyan egyszerűbb, jobb, olcsóbb eljárásokkal készült borok kerülnek be az EU-ba, amelyek az uniós termelők számára nem engedélyezettek. A fogyasztók nagyra becsülik az Újvilág borait, mivel többségük általában nem tudja megkülönböztetni, hogy az elfogyasztott bort milyen eljárással készítették: barrique hordóban érlelték vagy tölgyfa chipset áztattak benne. A két eljárás költsége ugyanakkor számottevően különbözik: a barrique hordós érlelés kb. tízszer többbe kerül. A szerzők ezért arra a következtetésre jutnak, hogy **minden olyan eljárást, amelyet harmadik országokban alkalmaznak, engedélyezni kell az EU-ban is, feltéve, hogy az az egészséget nem veszélyeztetí**⁷. (Az EU gyakorlatilag „legalizálta” az uniós borászok számára tiltott eljárásokat az USA-val kötött borkereskedelmi megállapodásaival⁸.)

⁷ A Tanács 2165/2005/EK rendelete (2005. december 20.) a borpiac közös szervezéséről szóló 1493/1999/EK rendelet módosításáról az engedélyezett borászati eljárások és kezelések közé felvette a tölgyfadarabok alkalmazását a bor előállítása során.

⁸ 1037/2001/EK Tanácsi rendelet és Hivatalos Lap L 87, 2006. március 24. Ez utóbbi alkalmazásában a bor kifejezés egyéb feltételek mellett az olyan italokra vonatkozik, amelyek előállításánál a **technikailag szükséges felül** nem alkalmaztak mesterséges színezéket, ízesítést vagy hozzáadott vizet.

Az Európai Unió nem szól bele a minőségi borok részletes szabályozásába, csak keretszabályokat határoz meg a minimális követelmények biztosítására. Ennélfogva a tagállamok (bortermelő régiók) feladata és lehetősége, hogy a minőségi borokra vonatkozóan egyedi szabályokat alkossanak (területi lehatárolás, telepíthető szőlőfajták meghatározása, természetstechnológiai eljárások, terméskorlátozás, borászati eljárások, minimális természetes alkoholtartalom stb.). **A minőségi borok szabályozásának fontos szerepe van a tradicionális, egy-egy régióra jellemző termékek, borkészítési eljárások megőrzésében.** Ugyanakkor a szigorú (ez tagállamonként változó) szabályok **akadályozhatják a termékek fejlesztését.** Például nem hagyományos szőlőfajták termesztése esetén az abból származó bor csak asztali bor megnevezést kaphat több országban. Sokszor a fogyasztókat is megtéveszti a minőségi besorolás és az észlelt minőség közötti differencia.

A minőségi borrezsim egyes tagállamokban túl restriktív, ezért előfordul az is, hogy az uniós termelők (pl. Toszkánában) inkább az asztali borok készítése felé fordulnak, hogy kivonják magukat a minőségi bortermelés szigorú előírásai alól. Az asztali borok készítésének egyszerűbb szabályai kedvezőbb körülményeket biztosítanak az innovatív borok termeléséhez és a minősítés, termelésszabályozás költségei sem terhelik a borászatot. A minőségi borok előállítása sokkal többbe kerül, mint az asztali boroké, de ennek oka nem az uniós minőségi borrezsim, hanem a magasabb minőségi követelmények teljesítése.

Rendkívül széles a skálája az egyedi európai boroknak és bortípusoknak. Igen kicsiny az a fogyasztói kör, aki érti és el tud igazodni a minőségi borok megnevezései között. Az erős minőségi bor elnevezések úgy működnek mint a márkák, ezért sikeresek. A kisebbek nem képesek megfizetni a szükséges kommunikációs költségeket. Az újvilági versenytársak ezzel szemben a fogyasztók számára ún. „easy to understand” borokat készítenek, ami az egyik oka a piaci sikereiknek. Az újvilági borstílusok azért könnyen érthetők, mert a szőlőfajta megnevezésekre alapozódnak.

Nem a minőségi borok szabályozása, hanem a kapcsolódó információs rendszer lehet a kulcsa az európai borok piaci sikerének. Köztudott, hogy az újvilági borok értékesítését hatalmas vállalatok végzik, amelyek képesek finanszírozni a fogyasztói preferenciákra vonatkozó piackutatásokat. Sokak szerint a piaci információhiányt kell megszüntetni az európai borok versenyképességének javításához, amire az elaprózott, minőségi bort termelő gazdálkodók önmaguk nem képesek.

A közös vámtarifa jelentős védelmet nyújtott az importtal szemben az EU alacsony minőséget előállító termelőinek. Az **importvédelem** segítette a belső árak magas szinten tartásában, ami oda vezetett, hogy a kínálat a keresletet meghaladóan nőtt a fogyasztók költségére. Az EU termelői által élvezett előnyök azonban **hosszú távon hátránnyá váltak,** hiszen nem vették figyelembe a fogyasztói jelzéseket és azokra nem reagáltak. Ezt jól demonstrálja az importvolumen 1995 után bekövetkezett megugrása. Noha a versenytársak értékesítési kampányai is segítettek a piaci forgalom bővülését, az EU importjának növelésében a tarifacsökkentés és a kereskedelem liberalizációja jelentős hatással bírt. A vámcsökkentés következtében a piaci versenyben az ár szerepe csökkent, míg az ízlés, a marketing, a címkézés befolyása fokozódott. A piacnyitás hatása abból a szempontból pozitív, hogy teret nyitott a piaci kínálat diverzifikálásának.

A közösségi borrendtartás **termelési potenciál csökkentésére irányuló intézkedései** (a telepítési jogok korlátozása, a szőlőtermelés végleges feladására adott támogatások) **költséghatékonyabbak a feleslegek csökkentésében, mint a lepárlások**. A borrendtartás politikai szempontból viszont hatásos, amennyiben védi a termelők jövedelmét és csökkenti a szociális konfliktusok lehetőségét az Európai Unió néhány régiójában. Az új rendtartás célja nem az kell legyen, hogy irányítsa a piacot és közbelépjen a termelői jövedelem védelmében. Az ágazatot arra kellene ösztönözni, hogy **szüntesse meg a szerkezeti feleslegek termelését és tevékenységét mennyiségben és minőségben a piaci elvárásoknak megfelelően alakítsa**. A jövedelemtámogatásokat függetleníteni kell az áráktól, hogy elősegítsék a gazdák piacorientált termelési döntéseit.

Ahhoz, hogy a szektor termelése és értékesítése jobban megfeleljen a piac igényeinek, sokkal részletesebb, hozzáférhetőbb, megbízhatóbb, időben közelebb álló, aktuálisabb információkra van szükség. Az új szabályozás célja lehet **segíteni a kereslet és a kínálat alakulásával kapcsolatos információk gyűjtését** és gyors terítését, ami hozzájárulna a piaci transzparencia javításához a termelők és a fogyasztók oldalán egyaránt.

Az íz, csomagolás, imázs és a stílus azok a fő faktorok, amelyek például Ausztráliát és Chilét hozzásegítették ahhoz, hogy az Európai Unióban piaci részesedést szerezzenek. Ezért nagyobb erőfeszítéseket kell tenni a termékfejlesztés (márkák, címkézés, érzékszervi minőség), az értékesítési csatornák kutatása és a kommunikáció területén.

3. Magyarország borpiaca

3.1. Magyarország bormérlege

Magyarország **bortermelése** 3,3-5,4 millió hektoliter között változik nagy évjáratú ingadozások mellett (17. táblázat). A termelés a hazai fogyasztási igényeket majdnem minden évben fedezi, az **önellátottsági fok** 1998 és 2003 között 96 és 127 százalék között alakult, a termeléstől függően. A **borfogyasztás** volumene 3,3-3,4 millió hektoliter. A **fejenkénti borfogyasztás** 32-34 liter, ami az 1990-es évek elejéhez képest 2-4 liter többletet mutat. Az **ipari felhasználás** 100-150 ezer hektoliter, nagyobb részéből ecet, vermut készül.

Magyarország **borimportja** alacsony, hozzájárulása a hazai fogyasztás kielégítéséhez mindössze 1,0-2,5 százalék. A borbehozatal 2000 és 2003 között növekvő tendenciát mutatott, 30 ezer hektoliterről 82 ezer hektoliterre nőtt. A borimport volumene az EU-csatlakozás évében – ellentétben a várakozásokkal – az előző évi behozatal 70 százalékára csökkent.

A **borexport** trendje lefelé tart, 1999 óta szinte folyamatos a tendencia. Az export mennyiségének visszaesése különösen jelentős volt a csatlakozás évében, amikor 707 ezer hektoliterről 531 ezer hektoliterre, azaz 25 százalékkal csökkent a bor kivitele. Az export a termelésnek egyre kisebb hányadát teszi ki: az 1990-es évek közepén még 1/3:2/3 arányú volt az export és a belső felhasználás, majd az 1990-es évek végére az export részaránya 1/4 részre, a 2000-es évek közepére pedig – átlagos terméssel számolva is – 10 százalék közelébe esett vissza.

17. táblázat

Magyarország borpiaci mérlege

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Termelés **	4 024	4 297	3 339	4 299	5 406	3 333	3 880	5 272
Behozatal	85	25	21	29	34	54	82	58
Kivitel	672	1 100	909	793	697	768	707	531
Veszteség	229	163	167	135	113	105	84	..
Belföldi felhasználás	4 010	3 461	3 151	2 965	3 593	3 607	3 350	..
Hazai fogyasztás								..
Összesen	3 079	3 396	3 094	2 888	3 443	3 462	3 265	..
Egy főre jutó, l/fő/év	29,7	33,1	30,2	28,3	33,8	34,1	32,2	..
Egyenleg	-802	-412	-867	435	1 037	-1 093	-179	
Zárókészlet	5 151	3 633	2 828	3 264	6 170*	5 078	4 898	..
Önellátottsági fok, %	131	127	108	149	157	96	119	..
Behozatal/fogyasztás, %	0,6	0,7	0,7	1,0	1,0	1,6	2,5	..
Export/termelés, %	16,7	25,8	27,2	18,4	12,9	23,0	18,2	10,1

* A 2001. évi nyitókészlet 5132 ezer hektoliter

** Szőlőbor, a termelés újbortban számítva

Forrás: KSH Élelmiszermérlegek és tápanyagfogyasztás 2003. alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

A **készletek** szintje 2003-ban 5 millió hektoliter volt, szemben az 1999-2000. évek 3 millió hektoliteres mennyiségével. A közben eltelt időben egyetlen nagytermesű év volt, és az egyes éveket összevetve a többletek és a hiányok kiegyenlítik egymást. A forrás oldalt feltehetően gyarapítja az ellenőrizetlen borkészítés, míg a felhasználás oldalán **rendkívül bizonytalan** a borfogyasztás mennyisége.

A borvidékeken termelt bor háromnegyede fehér, negyede vörös bor volt 1998-ban (18. táblázat). Az új telepítések termőre fordulásának hatása már érezhető a szüreti adatokban: 2003-2004-ben az előállított bor mennyiségén belül **nőtt a vörös hányada**.

A bor értékesítésénél a fajta az egyik meghatározó tényező. Magyarországon **igen sok szőlőfajtát termesztenek**, ez a termőhelyek eltérő adottságai miatt alakult így. A vörös bor iránti kereslet növekedése miatt az 1990-es évek második felétől a vörös szőlők ültetése dominált, egészen 2001-ig. Az OMMI szaporítóanyag felhasználási adatai szerint 2002-ben az arány kiegyenlítődtött és 2003-ban ismét a fehér fajták telepítése került előtérbe. 1996 és 2003 között az igen jó minőséget adó világfajták (Chardonnay, Sauvignon blanc, Cabernet sauvignon, Cabernet franc, Merlot) felhasználása jelentős volt. A hungaricumok közül szinten maradt a Furmint, a Hárslevelű, kissé visszaesett az Olasz rizling telepítése. Az új fajták közül nagy igény volt a Cserszegi fűszeresre, a hagyományos fajták közül a Kékfrankosra. Az utóbbi években újra kezdték szaporítani a Kadarka, Juhfark, Kéknyelű fajtákat [Balikó-Tóth, 2004].

Az 1998 és 2004 közötti évek termelési adataiban nem láthatók egyértelmű jelek arra vonatkozóan, hogy a magyar szőlő- és bortermelés egésze a minőségi termékelőállítás irányába fejlődne. A borok minőségi osztályozásánál erősen tetten érhetők az évjáratból adódó következmények. A nagy mennyiséget termő években általában gyengébb a szőlő minősége, amiből többnyire csak asztali bor készíthető. Átlagos években a minőségi borok aránya 64-66 százalék, ami a felesleget termő években 50-60 százalék alá esik.

18. táblázat

A bortermés szín és minőség szerinti megoszlása a borvidékeken

Me.: %

Megnevezés	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Fehér bor	75,0	74,4	74,8	75,1	75,8	73,8	72,4
Vörös bor	25,0	25,6	25,2	24,9	24,2	26,2	27,6
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Asztali bor	37,3	34,9	35,9	52,6	28,7	33,7	41,3
Minőségi bor	62,8	65,1	64,1	47,5	71,3	66,3	58,7
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Országos bortermés, ezer hl	4 297	3 339	4 299	5 406	3 333	3 880	5 272

Forrás: Hegyközségek Nemzeti Tanácsa

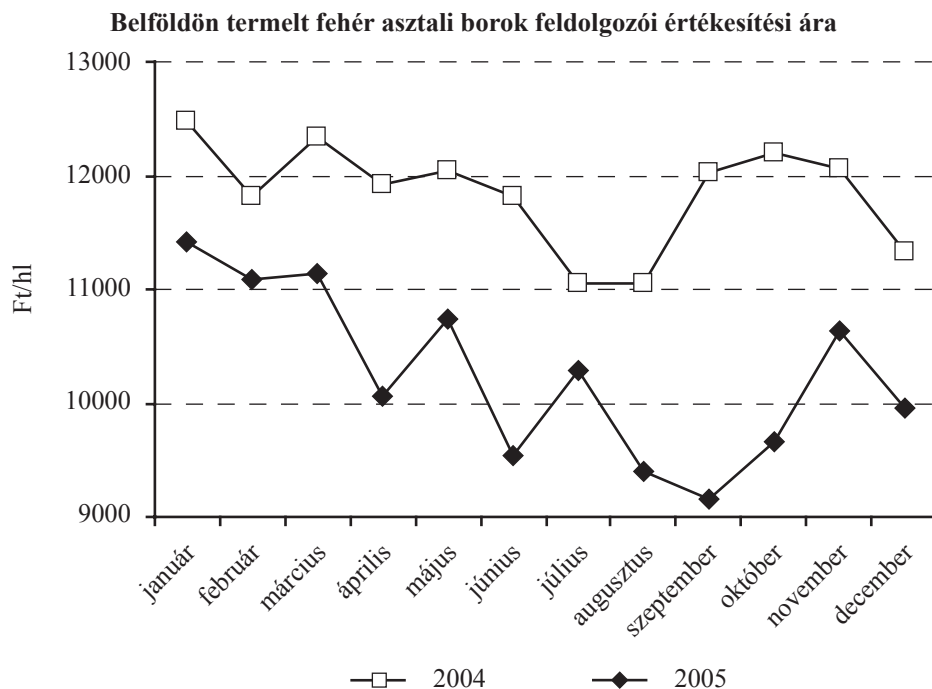
A szőlőtermelők **nem érdekeltek a bor minőségében** és eladhatóságában. Nagy részük ugyanis még mindig nem rendelkezik feldolgozóval és nem tagja termelői szervezetnek. 2003-ban 195,5 ezer gazdaságban foglalkoztak szőlőműveléssel. Ezek közül mindössze 10600 üzem készített bort és 465 gazdaságban álltak rendelkezésre a bor palackozásához szükséges eszközök. Az ágazatban működő felvásárlói típusú integrációkra a bizonytalanság és a kiszolgáltatottság jellemző, mintsem a korrek, hosszú távú szerződéses viszonyok.

A **2004/2005. borpiaci év kedvezőtlenül alakult** a szőlő- és bortermelők számára. A **túlertermelés következtében** az előző évvel összehasonlítva 25 százalékkal **esett a szőlő felvásárlási ára**. Noha a KSH előzetes adatai szerint a hazai borértékesítés volumene a 2003. évihez képest néhány százalékkal nőtt, **az export eközben 180 ezer hektoliterrel lett kevesebb**. A piaci helyzetet súlyosbította az **ellenőrizetlen forrásból származó hatalmas készlet** és az ágazat felkészületlensége az uniós intervenciók mechanizmusok alkalmazására. Később jelentek meg a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal (MVH) közleményei, szinte néhány nap alatt kellett az intézkedés végrehajtásához szükséges feltételeknek eleget tenni, például a magántárolásra, lepárlásra a szerződéseket megkötni. Emiatt a 2004/2005. borpiaci évben a termésmennyiséghez képest csak szerény mértékben vettek részt a bortermelők a magántárolási és a szeszesitalpiac ellátását szolgáló lepárlási intézkedésekben. A 400 ezer hektoliter asztali és 100 ezer hektoliter minőségi bor krízislepárlása akkor indult el, amikor befejeződött a következő évi szüret és látszott, hogy a 2005/2006. borpiaci évben minden korábbinál kevesebb szőlő termett.

A 2005. év nem kedvezett a szőlőtermelésnek. A nyár csapadékos és hűvös volt, a gombabetegségek kezelése sokba került, a cukorfelhalmozás vontatottan haladt. A nyár végi, kora őszi csapadékos időjárás miatt a korai fajták romlásnak indultak, a később érő fajtáknál azonban jobb minőséget lehetett elérni. A terméskiesés és a gyenge-közepes minőség mellett a felvásárlási árak a szüret elején az előző évhez képest tovább csökkentek. Összességében 2005-ben közel 3 millió hektoliter bor került a pincékbe, a felvásárlási árak pedig 5 százalékkal nőttek a megelőző szürethez képest. **Komoly feszültség alakult ki a vörös borok piacán, amely telítődni látszik.**

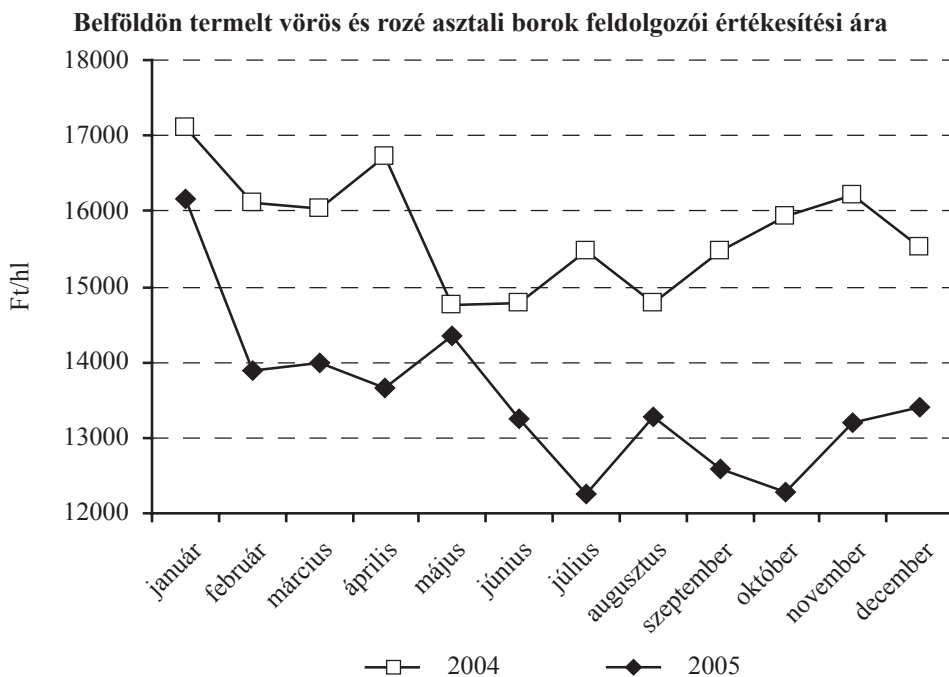
A **fehér asztali borok ára** a 2004. januári literenként 125 forintról 2004. július-augusztusára 110 forintra csökkent. Az árak süllyedése 2005-ben folytatódott, a mélypont szeptemberben volt 92 forinttal (18. ábra). A **vörös és rozé asztali borok** 2004. januári induló **ára** (170 forint/liter) 2005. elejére 160, 2005. októberre pedig 120 forint/liter közelébe esett (19. ábra). A fehér asztali borok feldolgozó értékesítési ára 2005. decemberében 100 forint, a vörös és rozé asztali boroké pedig 135 forint volt literenként.

18. ábra



Forrás: AKI Piaci Információs Osztály

19. ábra

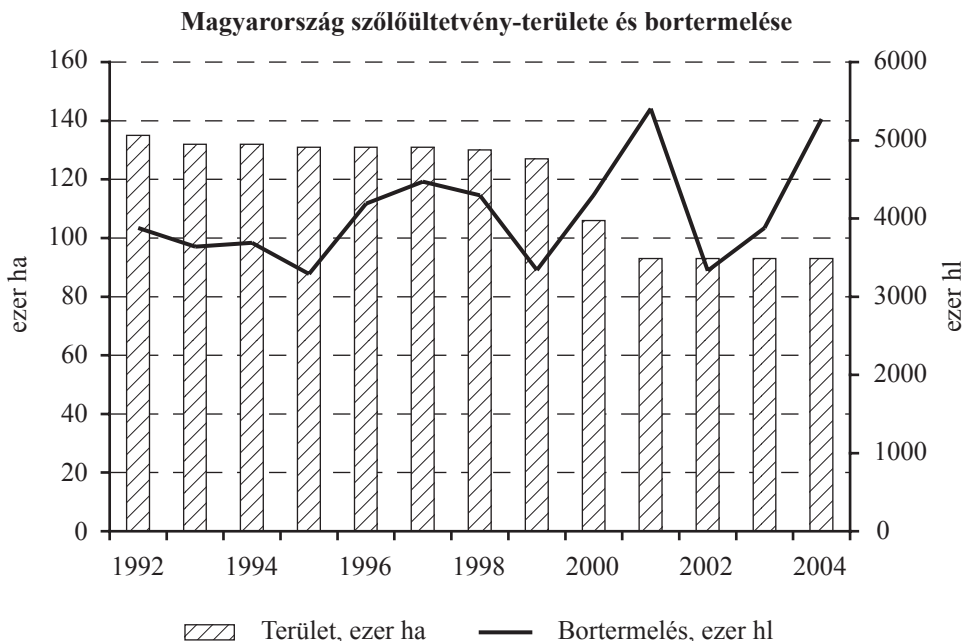


Forrás: AKI Piaci Információs Osztály

3.2. A termelőalapok változása

Az ágazat méretének zsugorodása a termelőalapok változásán is megfigyelhető (20. ábra). A **szőlőültetvények területe** 1992 és 2004 között több mint 30 százalékkal, 135 ezer hektárról 93 ezer hektárra csökkent.

20. ábra



Forrás: KSH

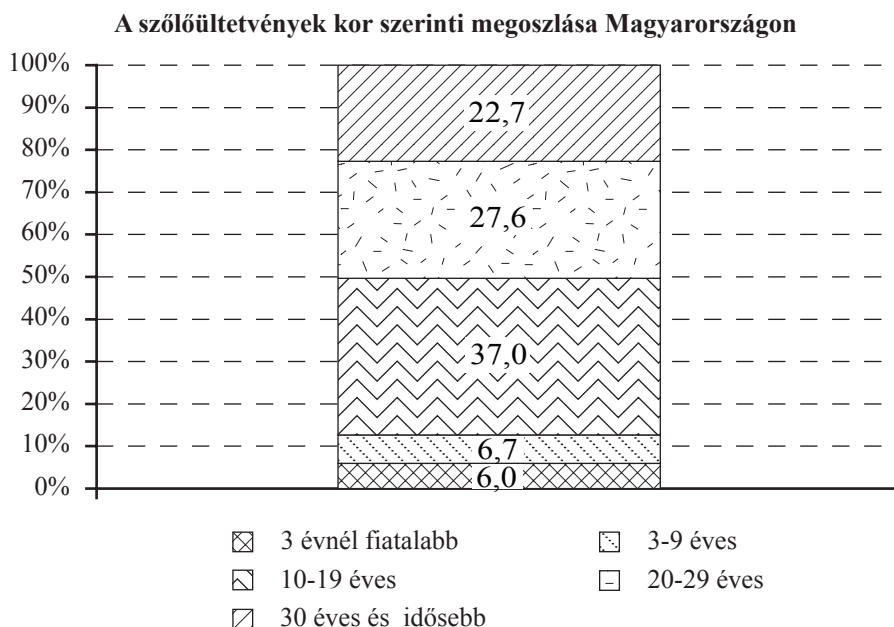
A területcsökkenés háttérében **piaci és jövedelmi problémák** állnak. A KGST felbomlása az 1990-es évek elején az exportpiacok egy részének (Szovjetunió, NDK) elvesztését okozta, majd 1998-tól ismét összeomlott a FÁK országaiba irányuló kivitel, azóta folyamatos az export csökkenése. A szőlő- és bortermelés elkülönült, ami negatív irányban befolyásolja a vertikumban képződő eredményt. Csaknem másfél évtized alatt sem sikerült felszámolni a borhamisítást, a jövedéki szabályozás bevezetése ahelyett, hogy elérte volna a célját, a sok adminisztráció következtében tovább rontotta a termelési kedvet.

A külföldi tőke – a pezsgőgyártás kivételével – kevés érdeklődést mutatott a hazai boripar iránt. Magyarországon 71 külföldi érdekeltségű borászat működött 2004-ben, ami számarányát tekintve magas az élelmiszeriparon belül (17,6%), de a boriparban jegyzett külföldi tőke csak 2,5 százaléka az élelmiszeriparban jegyzett külföldi tőke összegének. (A teljes boripar részesedése az élelmiszeripar jegyzett tőkéjéből 7,5 százalék volt 2004-ben.) A külföldi tőkebefektetések elmaradásának indoka egyrészt, hogy külföldiek nem lehettek tulajdonosai az ültetvényeknek, másrészt a befektetők figyelme a privatizáció idején megosztott volt az Újvilág felé, harmadrészt az ágazatba való belépés igen nagy befektetést igényel az ültetvénytelepítés, a borászati technológia és a piacépítés terén.

Az 1990-es évek első felében **alig történt az országban ültetvénytelepítés**. Ennek oka, hogy az ágazatban a mai napig nem képződik akkora jövedelem, ami támogatás nélkül fedezné az újratelepítés költségeit. A évtized második felében a vissza nem térítendő támogatások hatására lassan növekedni kezdett az új telepítések volumene, és 1998-1999-re meghaladta az évi 1000 hektárt. Az ültetvénytelepítések csak 2000-2001-ben érték el az 1980-as évtized második felének szintjét (évi 1400-1700 hektár). Mivel az EU-csatlakozás után az ültetvénytelepítés támogatása csökkent (illetve támogatás csak újratelepítésre jár), a csatlakozás előtt akinek érdekében állt, telepített. A 2002-ben támogatásra elfogadott ültetvénytelepítési pályázatok 1899, a 2003-ban elfogadottak pedig már 3505 hektárt tettek ki.

A fenti folyamatokat igazolják a 2001. évi ültetvényfelmérés adatai, amelyek szerint igen **kedvezőtlen korstruktúra** alakult ki. Az ültetvények 6 százaléka volt 3 évnél fiatalabb, 7 százalékot tett ki a fiatal, a közvetlenül termőre fordulás után álló 3-9 éves ültetvények aránya. Az összes ültetvényterületből 37 százalékkal rendelkeztek a 10-19 évesek, és felülmúlta az 50 százalékot a 20 évesnél idősebb ültetvények részesedése. A szokásos termesztésben tartás idejét, azaz a 30 éves kort meghaladta az ültetvények csaknem 23 százaléka (21. ábra).

21. ábra



Forrás: KSH, Ültetvényösszeírás, 2001.

A csatlakozáskor 87 ezer hektár borszőlő-ültetvény területet jelentettünk az Európai Unió felé, amit tilos bővíteni. Az 1996. május 1. és 2004. április 30. között engedéllyel kivágott szőlőültetvények után 12500 hektár újratelepítési jog keletkezett, ami a kivágástól számított 8 éven belül felhasználható. A fel nem használt újratelepítési jogok automatikusan a nemzeti jogtartalékba kerülnek, ahonnan 5 évig térítés ellenében vagy térítésmentesen kiadhatók. Gondot jelent, hogy Magyarországon még **nem állt fel a jogtartalék rendszer**, ami akadályozza a telepítési joghoz jutást és a telepítések végrehajtását. Az újratelepítési jog forgalomképes, ára a magánforgalomban Magyarországon 50-100 ezer forint/hektár között mozog.

Szerkezetátalakítási támogatást a 2004/2005. borpiaci évre 1261 hektárra 10 millió euró értékben kapott Magyarország, amit 1459 hektáron használtunk fel 9 millió euró értékben. A források felhasználásával mindössze 310 hektár ültetvénytelepítés valósult meg, a támogatást döntő részben támrendszer felújításra fizették ki. A 2005/2006. borpiaci évben támogatási keretünk 1331 hektár átalakítására 10,6 millió euró lesz. A 2006/2007. borpiaci évre várhatóan új szerkezetátalakítási terv készült, ami az **ültetvénytelepítéseket már magasabb, differenciált támogatásban részesíti.**

A borvidéki szerkezetátalakítási tervek szerint a 2005/2006. borpiaci évben 2156 hektár szőlőültetvény átállítására várható támogatási kérelem benyújtása, amiből 1000 hektár lesz fajtaváltás, illetve áttelepítés új termőhelyre. Az ültetvények átalakításával kapcsolatos intézkedések 43 százalékát a kunsági, 9 százalékát a villányi, 8 százalékát pedig a tokaji borvidéken kívánják végrehajtani.

Az ország ültetvényterülete 2006-ban várhatóan tovább csökken, a 2005/2006. borpiaci évben Magyarország 5 ezer hektáron hirdette meg az Európai Unió által finanszírozott **kivágási támogatásokat.** A Hegyközségek Nemzeti Tanácsa (HNT) felmérést készített a termelők körében a kivágási szándékról. A 2005/2006. borpiaci évben 6900 hektáron terveznek ültetvénykivágást, az ezt követő két borpiaci évben pedig további 4200 hektárra jelezték a kivágási igényt. A kivágási szándék a legerősebb a Kunsági borvidéken, itt majdnem 7100 hektárnyi területen tervezik a szőlőtermelés végleges feladását (15. melléklet).

3.3. A borfogyasztás alakulása Magyarországon

Magyarországon az egy főre jutó éves borfogyasztás 32-34 liter, amivel az európai középmezőnyhöz tartozunk. A hazai borfogyasztás egy főre jutó mennyisége 1992 és 2003 között 8,4 százalékkal nőtt, miközben a sörfogyasztás 20 százalékkal csökkent, a szeszesitalok fogyasztása pedig szinten maradt (19. táblázat).

19. táblázat

Az alkoholos italok fogyasztásának változása

Me.: l/fő/év

Megnevezés	1992	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Változás, % 2003/1992
Sör	94,0	69,1	69,0	71,6	71,0	72,7	75,1	-20,1
Bor	29,7	33,1	30,2	28,3	33,8	34,1	32,2	8,4
Szeszesital*	7,0	5,9	6,0	6,4	6,9	6,8	7,1	1,4

* Égetett szeszesital, 50°-os szeszre átszámítva
 Forrás: KSH

A hazai alkoholfogyasztási adatok viszonylag stabil szintet mutatnak, amelyen belül a fogyasztás összetétele árfüggő. Az alkoholt az ital hatása miatt fogyasztók többnyire a relatíve olcsóbb alkoholtartalmú italokat választják. A hazai és a nemzetközi fogyasztási tendenciák alapján valószínűsíthető, hogy a magyar borfogyasztás az alkoholos italok mindenkori árárányaitól függően fog alakulni. A borfogyasztás határait **30-40 liter/fő éves értékeknél** lehet meghúzni. A 40 liter abban az esetben érhető el, ha a nem-fogyasztókat (főként a fiatalabb korosztály és a nők) rá lehet venni a mértékletes borivásra. Magyarországon jelentős

azoknak az aránya – 35 százalék – akik antialkoholistának vallják magukat, azaz soha nem fogyasztanak alkoholt [Oszoli, 2003].

Magyarországon igen magas a boroknál a saját termelésű fogyasztás, ami 800-840 ezer hektolitert tett ki 2001-2003 között a KSH adatai alapján. Ez az összes borfogyasztás negyede.

A HNT belföldi értékesítésre vonatkozó adatgyűjtése 2003-ban 2,6 millió hektoliter borra terjedt ki. Az értékesített mennyiség 66 százaléka hordós, 33 százaléka palackozott, 1 százaléka pezsgőbor volt. Az értékesített borokon belül az asztali és tájborok mennyisége 2003-ban még 60 százalékot tett ki, 2004-ben pedig már 72 százalékot. A szüreti minőség ellenére a borokat az alacsonyabb termékkategóriákban adják el. A minőségi borok és a különleges minőségű (tokaji borkülönlegességek) értékesítése 2003-ban az összes piacra-vitel 40, 2004-ben 28 százalékát tette ki (20. táblázat).

20. táblázat

Belföldön értékesített borok termékszerkezete

Megnevezés	2003		2004	
	Mennyiség, hl	Megoszlás, %	Mennyiség, hl	Megoszlás, %
Hordós bor	1 750 644	66,4	1 306 880	65,3
Palackozott bor	853 386	32,6	679 655	34,0
Pezsgő	10 846	1,0	14 296	0,7
Összesen	2 614 876	100,0	2 000 831	100,0
Asztali bor	1 140 319	43,6	1 115 776	55,8
Tájbor	438 856	16,8	318 874	15,9
Minőségi bor	956 830	36,6	523 647	26,2
Bikavér	30 401	1,2	5 537	0,3
Különleges minőségű	37 624	1,4	22 701	1,1
Pezsgő	10 846	0,4	14 296	0,7
Összesen	2 614 876	100,0	2 000 831	100,0

Forrás: Hegyközségek Nemzeti Tanácsa

A GfK Piackutató Intézet felmérése szerint **2005-ben a magyar háztartások által elfogyasztott bor mennyisége stabilnak tekinthető.** Értékben nőtt, mennyiségben viszont valamelyest csökkent a piac. A GfK szerint a borok átlagárának drágulásához hozzájárult az importborok arányának növekedése. Míg 2004-ben a boltok polcain kínált termékek 99 százaléka magyar volt, addig a felmérésük szerint 2005. első félévében 7 százalékra nőtt az importborok aránya a kiskereskedelemben.

A kiszereles-típusokat elemezve megállapították, hogy **minőségi váltás** indult el, mivel a kannás borok teret vesztenek, míg pozitív változás történt a palackozott borok forgalmában (21. táblázat).

Mennyiségi borforgalom megoszlása kiszerelés-típusonként

Me.: %

Megnevezés	2004. I. félév	2005. II. félév
Palackozott	64	68
Kannás	7	3
Kimért	8	10
Műanyag palackos	21	19
Összesen	100	100

Forrás: GfK ConsumerScan

Az értékesített borok több mint fele a diszkontokban és a hipermarketekben kerül eladásra. A borokat kínáló értékesítési csatornák közül **a vásárlók a diszkontokat részesítik előnyben**, itt talál gazdára a borok 28 százaléka. A hipermarketekben történő értékesítés 26 százalékos piacrésszel bír. Egyes tényezők, mint a vásárlásra fordított idő, a minőség, az elérhetőség szerepe felértékelődött, és a hazai disztribúciós rendszer a fejlett országok mintájára alakult át.

3.4. Magyarország bor külkereskedelme

A magyar **borexport** 1998 és 2004 között 1 millió hektoliterről 531 ezer hektoliterre, azaz 47 százalékkal csökkent. A változás nem egyformán érvényesült a fő termékeknel, a hordós bor kivitele 47, a palackozotté 51 százalékkal lett kevesebb, miközben a pezsgő külpiaci értékesítése 34 százalékkal emelkedett. A kivitel termékszerkezetéből 2004-ben a pezsgőbor 5, a palackozott bor 41, a hordós bor pedig 54 százalékkal részesedett (22. táblázat).

Az exportált borok 73 százaléka fehér bor, 27 százaléka pedig vörös bor volt 2004-ben. A vizsgált időszakban a **fehér bor kivitele 46, míg a vöröse 56 százalékkal csökkent**. Az EU-csatlakozás után egyértelműen romlottak a vörös bor elhelyezési lehetőségei. A termelői jelzések is alátámasztják ezt a megállapítást, 2005-ben sok felvásárlónál esett a vörös szőlő ára, illetve előfordult, hogy meg sem vették például a korábban igen keresett Cabernet sauvignon fajtát.

A fehér borok kivitelében a hordós szállítás adja a nagyobb részt (61 százalék 2004-ben), míg a vörös borok inkább palackozott formában kerülnek exportra (56 százalék 2004-ben).

A minőségi borok aránya az exportban nagyon alacsony, 2004-ben a kivitt mennyiség 80 ezer hektoliter volt, szemben az asztalibor-kivitel 422 ezer hektoliteres mennyiségével. A magyar export összetétele (16 százalék minőségi) nem tükrözi az egyes borkategóriák termelésben elfoglalt helyét (60-70 százalék közötti minőségi arány). Sokszor szándékosan forgalmazzák a minőségi borokat tájborként (földrajzi megnevezéssel ellátott asztali bor) a termelés és kiszerelés liberálisabb előírásai miatt. Az árak vizsgálata ezt igazolja, gyakori, hogy az asztali borok magasabb áron kerülnek exportra, mint a minőségiek.

A magyar borexport termékszerkezete

Me.: ezer hl

Megnevezés	1998	2002	2003	2004	Index, 2004/1998
Összes bor	1 011	766	707	531	0,53
Ebből: pezsgőbor	19	18	20	26	1,34
palackozott bor	450	353	313	219	0,49
hordós bor	541	395	374	286	0,53
Összes fehér bor	679	501	457	366	0,54
Ebből: palackozott	260	220	196	143	0,55
hordós	418	281	262	223	0,53
Összes vörös bor	312	247	229	136	0,44
Ebből: palackozott	189	133	116	76	0,40
hordós	122	114	113	60	0,49
Minőségi bor	60	4	2	80	1,35
Asztali bor	931	744	684	422	0,45
Bor 13 % alatti alkoholtartalommal	977	741	671	476	0,49
Ebből: fehér	669	495	445	355	0,53
vörös	307	246	226	121	0,39
Bor 13-15% közötti alkoholtartalommal	14	7	16	25	1,86
Ebből: fehér	9	5	13	10	1,13
vörös	4	1	3	15	3,49
Bor 15-18% közötti alkoholtartalommal	0,36	0,28	0,04	0,05	0,14
Bor 18-22% közötti alkoholtartalommal	0,09	0,02	0,003	0,01	0,09
Bor 22% feletti alkoholtartalommal	0,03	0,04	0,20	0,04	1,20

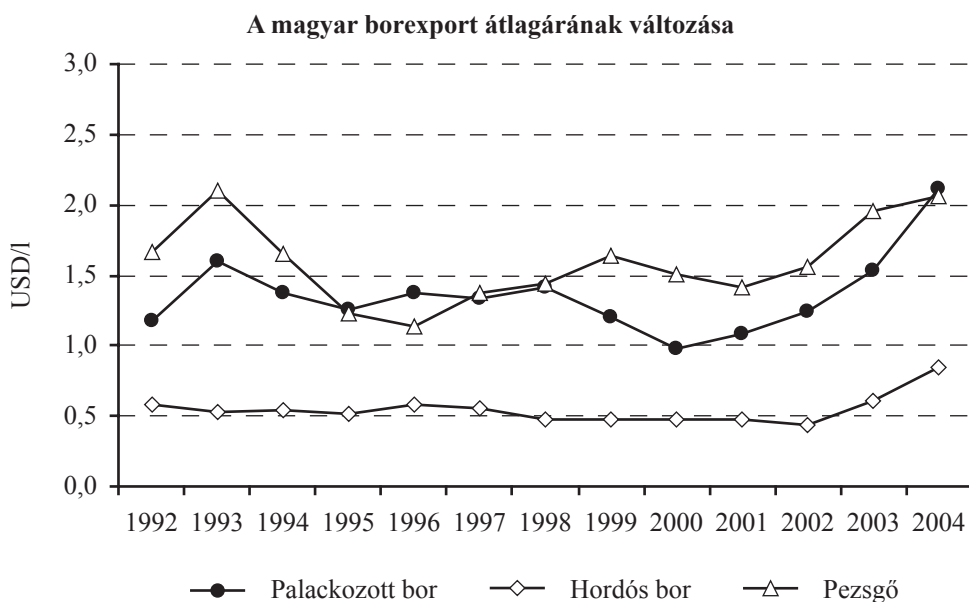
Forrás: KSH adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

A külpiacra értékesített magyar borok 95 százaléka kevesebb, mint 13 százalékos alkoholtartalommal bír. Nagyon alacsony (5%) a 13-15 százalékos közötti alkoholtartalmú termékek aránya a kivitelben. Az Európai Unió harmadik országokból származó importjából ez a kategória növekvő részesedéssel bír, 2004-ben behozatalának aránya meghaladta az 50 százalékosat. Ezek a borok az újvilági szállítóktól származnak, ahol a szőlő jó minőségben, magas mustfokkal érkezik, amiből koncentrált, magas alkoholtartalmú borok készíthetők. A magyar kivitel szinte minden borkategóriában csökkent, kivétel ez alól a 13-15 százalékos alkoholtartalommal bíró vörös borok szegmense. (Az export termékszerkezetének részletes bemutatását a 16. melléklet tartalmazza.)

Előzetes adatok alapján a borexport 2005-ben tovább csökkent: a 493 ezer hektoliternyi kivitelből 27 ezer hektolitert tett ki a pezsgő, 204 ezer hektolitert a palackozott bor és 262 ezer hektolitert a hordós bor exportja.

A magyar borok **export-átlagárai** nemzetközi összehasonlításban alacsonyak. (A fontosabb bortermelő országok export-átlagárait a 6. melléklet tartalmazza.) Ez olyan presztízs terméknel, mint a bor, **nem értékelhető versenyképességi előnyként**. Már csak azért sem tekinthető az alacsony ár a versenyképesség jelének, mert a versenytársakétól elmaradó áraink mellett évről-évre csökken az exportunk volumene [Kartali, 2004]. Boraink gyenge külpiazi megítélését mutatja, hogy az export átlagára 2002-ig mind a palackozott, mind pedig a pezsgő- és hordós bor esetében alatta maradt az 1992. évi értékeknek (22. ábra). Változás 2003-tól következett be, amikor mindhárom termék átlagára nőtt. Ebben szerepet játszott a dollár árfolyamának gyengülése is, ugyanis euróban mérve az áremelkedés sokkal kisebb mértékű volt.

22. ábra



Forrás: KSH

Pezsgőbor-kivitelünk legfontosabb célpiacai az Európai Unió régi és új tagállamai. Az EU-24 részesedése exportunkból 2003-ban 77 százalék volt, ami a csatlakozás után 79 százalékra nőtt. A legtöbb pezsgőt Svédországba, Észtországba és az Egyesült Királyságba szállítottuk 2004-ben. Ezekbe az országokba úgy növeltük a kivitelt, hogy közben az export-átlagár is emelkedett (23. táblázat). 2003 és 2004 között az EU-15-be irányuló szállításaink 53 százalékkal, míg az EU-9-be exportált volumen mindössze 3 százalékkal nőtt. A harmadik országok közül az Oroszországba irányuló kivitel mutatott számottevő növekedést.

A magyar pezsgőexport fontosabb célországai

Megnevezés	Export mennyisége, hl		Változás, % 2004/2003	Export átlagára, USD/l		Változás, % 2004/2003
	2003	2004		2003	2004	
Mindösszesen	20 208	25 662	27,00	1,96	2,10	7,1
Svédország	5 549	8 693	56,60	1,87	2,07	10,7
Észtország	3 626	4 761	31,30	1,64	1,78	8,8
Lengyelország	2 493	1 267	-49,20	1,42	2,81	98,2
Egyesült Királyság	1 350	2 230	65,10	1,86	2,19	17,8
Finnország	1 462	1 958	33,90	2,08	2,41	16,3
Vietnam	1 360	1 428	5,00	1,84	1,65	-10,8
Kanada	1 063	1 137	7,00	2,64	2,80	5,9
Lettország	833	1 001	20,20	1,54	1,68	9,0
Oroszország	524	1 412	169,30	1,60	1,74	8,4
Norvégia	296	335	13,00	1,94	2,12	9,2
EU-15 összesen	8 611	13 161	52,80	2,18	2,17	-0,3
EU-9 összesen	7 006	7 180	2,50	1,55	1,98	27,6
EU-24 aránya, %	77,3	79,3				

Forrás: KSH adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

A magyar **palackozottbor-export** 83 százalékát szállítottuk 2003-ban az Európai Unió régi és új tagállamaiba (24. táblázat). A csatlakozás után az EU-24-be irányuló kivitel részaránya az összes exportból 78 százalékra csökkent. A kivitel csökkenése az EU-15 esetében 35, az EU-9 országaiba 33 százalék volt. Az export teljes volumene ugyanakkor 30 százalékkal lett kevesebb. **A magyar borászok nem tudtak élni a piacnyitás nyújtotta lehetőségekkel.** Szinte nem volt olyan jelentősebb célország, ahol exportunk ne csökkent volna. Szlovákia (-3%) mellett legkevesbé az EU-n kívüli piacaink, az USA (-9%), Kanada (-14%) és Oroszország (-16%) vásárlásai csappantak meg.

A magyar **hordósbor-export** volumene 2004-ben 23 százalékkal csökkent az előző évhez képest. Míg az EU-15-be irányuló kivitel csökkenése 34 százalékot tett ki, addig az EU-9-é 6 százalékos növekedést mutatott. A hordósbor-kivitel hagyományos célországainak Németország, Csehország, Szlovákia, Dánia számítanak. A fontosabb piacok közül csak a Lengyelországba és Csehországba irányuló export ért el növekedést, a többi országba csökkent a kivitelünk (25. táblázat).

Az EU-csatlakozás előtt arra számítottunk, hogy a hordós borok kivitele növelhető lesz mind az EU-ba, mind pedig a velünk együtt csatlakozott országokba. Az EU vámmentes kontingensét ugyanis minden évben maradéktalanul kihasználtuk, sőt lényegesen túl is léptük [Kartali, 2004]. Ugyan hordósbor-exportunkat segítette az exporttámogatás is, az azonban nem terjedt ki a teljes exportált volumenre, mindössze 191 ezer hektolitert érinthetett a GATT vállalás szerint.

A magyar palackozottbor-export fontosabb célszágai

Megnevezés	Export mennyisége, hl		Változás, % 2004/2003	Export átlagára, USD/l		Változás, % 2004/2003
	2003	2004		2003	2004	
Mindösszesen	314 767	219 112	-30,4	1,53	2,11	37,7
Egyesült Királyság	82 568	65 676	-20,5	1,49	1,79	19,6
Németország	70 045	31 299	-55,3	1,43	3,16	121,3
Lengyelország	43 192	25 421	-41,1	1,38	2,14	55,6
Oroszország	26 575	22 410	-15,7	0,91	1,16	27,5
Csehország	16 994	11 180	-34,2	0,98	1,78	80,4
Szlovákia	14 747	14 294	-3,1	0,73	1,09	49,6
Svédország	12 468	6 731	-46,0	1,81	2,16	19,3
Kanada	9 272	7 999	-13,7	1,86	1,93	4,0
Egyesült Államok	7 639	6 942	-9,1	2,59	2,99	15,5
Hollandia	4 548	1 778	-60,9	1,31	1,78	36,4
Lettország	3 701	2 704	-26,9	1,02	1,44	41,2
Litvánia	3 446	2 022	-41,3	1,28	2,03	58,6
EU-15 összesen	177 319	115 347	-34,9	1,66	2,34	40,8
EU-9 összesen	83 665	56 470	-32,5	1,17	1,77	52,1
EU-24 aránya, %	82,9	78,4				

Forrás: KSH adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

A magyar hordósbor-export fontosabb célországai

Megnevezés	Export mennyisége, hl		Változás, % 2004/2003	Export átlagára, USD/l		Változás, % 2004/2003
	2003	2004		2003	2004	
Mindösszesen	373 839	286 257	-23,4	0,61	0,85	39,3
Németország	128 320	71 970	-43,9	0,74	1,44	94,2
Csehország	65 056	70 169	7,9	0,56	0,59	5,0
Szlovákia	34 435	30 275	-12,1	0,39	0,57	46,0
Dánia	29 884	28 238	-5,5	0,66	0,88	33,1
Finnország	22 518	17 551	-22,1	0,57	0,67	17,1
Olaszország	19 372	18 126	-6,4	0,50	0,62	25,7
Egyesült Királyság	15 785	3 777	-76,1	0,70	0,82	17,0
Litvánia	17 452	7 145	-59,1	0,48	0,91	91,3
Ukrajna	11 906	6 193	-48,0	0,28	0,28	2,1
Oroszország	5 811	3 237	-44,3	0,80	0,83	3,4
Svájc	5 026	4 529	-9,9	0,76	0,77	1,2
Lengyelország	3 247	19 741	507,9	0,50	0,41	-18,0
EU-15	216 685	142 647	-34,2	0,70	1,12	59,3
EU-9	120 430	127 359	5,8	0,50	0,58	15,4
EU-24 aránya, %	90,18	94,32				

Forrás: KSH adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

Ami a magyar borexport kilátásait illeti: az Egyesült Királyságba, Németországba irányuló kivitel jelentős mértékben visszaesett 2004-ben. A borimport tekintetében az elmúlt időszakban látványos fejlődést elért országok közül jelen vagyunk Litvániában és Lettországból néhány ezer hektoliteres export erejéig. Nagyobb mennyiségeket (néhány tízezer hektoliter) szállítunk palackozott borokból Lengyelországba, Oroszországba és Svédországba, de exportunk ezen piacok mindegyikén visszaesést mutat. A távolabbi piacok közül csekély mennyiség kerül Brazíliába, Kínába és Szingapúrba. A növekvő verseny hátrányosan érinti az USA-ba és Kanadába irányuló exportunkat is.

Az EU-csatlakozás után a **borimport** mennyisége Magyarországon nem növekedett, sőt, az előző évi mennyiség 70 százalékára mérséklődött. Az EU-csatlakozás következtében a bor 40 százalékos importvámja a **harmadik országokkal szemben** az egyes termékeknél 4-20 százalékra csökkent. Az EU importszabályainak alkalmazása főleg a palackozott termékeknél okozott védelmi szint csökkenést a specifikus vámok miatt. Az **EU részéről** nem vártuk a Magyarországra irányuló export növekedését, ugyanis a borkereskedelmi megállapodás vámmentes kvótáit az uniós exportőrök egyszer sem merítették ki a csatlakozást megelőző években [Kartali, 2004].

2004-ben a teljes borimport 42 százaléka pezsgő, 20 százaléka palackozott bor, további 38 százaléka pedig hordós bor volt. A **pezsgő importja** 1998 és 2004 között **több mint nyolcszorosára ugrott**, amiben szerepet játszott az **alacsony importár** (26. táblázat).

A vörös borok 87, a fehérek 13 százalékkal részesedtek a behozatalból 2004-ben. A fehér borok behozott mennyisége 2003-ban kiugróan magas volt, ez a nagy tétel fehér hordós bor Ausztriából érkezett pezsgőalapborként. A behozatalban az asztali és minőségi bor aránya 2004-ben 82:18 százalék volt az asztali borok javára. Az importborok túlnyomó része alacsony alkoholtartalmú. (Az import termékszerkezetének részletes bemutatását a 17. melléklet tartalmazza.)

A hordós és a palackozott borok importárai általában magasabbak, mint az exportárai, talán ez is magyarázatul szolgál arra, hogy miért alacsony az importborok keresettsége.

Előzetes adatok alapján **2005-ben a borimport tovább csökkent** 2004-hez képest: az 52 ezer hektoliternyi behozatalból 25 ezer hektolitert tett ki a pezsgő, 11 ezer hektolitert a palackozott bor és 16 ezer hektolitert a hordós bor importja.

A hazai pezsgőimport majdnem 100 százaléka az EU tagállamaiból származik, főleg Olaszországból. A palackozott boroknak több, mint 80 százaléka szintén az EU-ból érkezett 2004-ben, leginkább Spanyolországból, Franciaországból és Olaszországból. Az északolaszországi szállítások következtében a hordós boroknál is az EU-ból származó import dominál.

Az újvilági konkurensok nem növelték számottevően magyarországi exportjukat 2003 és 2004 között. A 2003-ban 1033 hektolitert számláló palackozottbor-importjuk 2004-ben mindössze 1160 hektoliterre emelkedett. Elsősorban a Dél-Afrikából származó behozatal nőtt. A HNT megbízásából a kiskereskedelmi láncok termékválasztékáról készült felmérés szerint **az import színesíti a választékot, de aránya és fogyása marginális a hazai borokéhoz képest** [Kisari-Sidlovits, 2005].

A magyar borimport termékszerkezete

Me.: hl

Megnevezés	1998	2002	2003	2004	Index, 2004/1998
Összes bor	24 462	54 261	81 516	57 961	2,37
Ebből: pezsgőbor	2 840	20 570	18 315	24 161	8,51
palackozott bor	6 856	6 115	10 359	11 442	1,67
hordós bor	14 765	27 576	52 842	22 358	1,51
Összes fehér bor	1 696	3 932	27 614	3 790	2,23
Ebből: palackozott	1 693	974	1 969	3 588	2,12
hordós	3	2 958	25 645	202	67,57
Összes vörös bor	19 494	27 916	33 896	24 758	1,27
Ebből: palackozott	4 738	3 573	6 729	5 675	1,20
hordós	14 756	24 344	27 167	19 082	1,29
Minőségi bor	5 883	8 501	9 729	5 167	0,88
Asztali bor	15 307	23 347	51 781	23 381	1,53
Bor 13 % alatti alkoholtartalommal	20 781	30 816	59 659	26 801	1,29
Ebből: fehér	1 540	3 831	27 422	2 396	1,56
vörös	19 241	26 986	32 237	24 405	1,27
Bor 13-15% közötti alkoholtartalommal	409	1 032	1 851	1 747	4,27
Ebből: fehér	156	102	192	1 394	8,92
vörös	253	931	1 659	353	1,40
Bor 15-18% közötti alkoholtartalommal	263	251	482	148	0,56
Bor 18-22% közötti alkoholtartalommal	66	265	134	137	2,08
Bor 22% feletti alkoholtartalommal	3	0	0	0	0,00

Forrás: KSH adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

4. A fontosabb bortermelő országok versenyképességének összehasonlítása

E fejezet megírásának célja az előzőekben bemutatott fontosabb bortermelő országok és Magyarország vonatkozásában **a versenyképesség egyes tényezőinek dokumentálása**, versenyképességi előnyeik és hátrányaik alapján **a bortermelő nemzetek pozícionálása**, végül pedig **az országok versenyképességi sorrendjének, köztük Magyarország helyzetének meghatározása** volt. A vizsgálatba vont országok a következők: Franciaország, Olaszország, Spanyolország, Magyarország, USA, Ausztrália, Chile, Argentína és Dél-Afrika.

A **termelőalapokhoz kapcsolódó** versenyképességi tényezők közül vizsgáltuk a termelési potenciál alakulását, a termelés szőlőfajta-összetételét és a területi hatékonyságot. A **piaci tényezők** oldaláról elemeztük a borászati vállalatok piaci erejét, a belső piacok nagyságát, importversenynek való kitettségét, az export volumenének és értékének változását, a német és a brit kiskereskedelmi forgalomban a vizsgált országokból származó borok árszegmentációját. Az **állami beavatkozás eszközei** közül az export fejlesztésének támogatását, valamint az adott kormányok árfolyam-politikájának borexportra gyakorolt hatását vettük figyelembe. A versenyképesség értékelését igyekeztünk minden olyan tényezőre kiterjeszteni, amire azonos forrásból származó, illetve azonos tartalmú, ennél fogva összehasonlítható adatokat találtunk.

4.1. A termelőalapok versenyképessége

Mint azt korábban említettük, az Európai Unióban a bor túltermelés miatt tilos az új szőlőültetvények telepítése, azonban a meglévő ültetvények szerkezetátalakítására biztosított támogatások hosszú távon a versenyképes szőlőfajták arányának bővüléséhez vezetnek. A telepítések tiltása csökkenti az uniós termelők versenyképességét, mert akadályozza a sikeres gazdaságok terjeszkedését, a piacképes méretek kialakítását, a telepítési jogok megszerzése pedig pótlólagos költségeket jelent. **Az EU tagállamok az új szőlőültetvények telepítésének tilalma miatt hátrányban vannak az Újvilág országaival szemben**, ahol a szőlőültetvényeket teljes egészében a piac igényeinek és a helyi klimatikus viszonyoknak megfelelően alakíthatják ki. Az Újvilág országaiban az elmúlt másfél évtizedben mind a régi szőlőültetvények átalakítására, mind az új szőlőültetvények létrehozására rengeteg pénzt és energiát fordítottak.

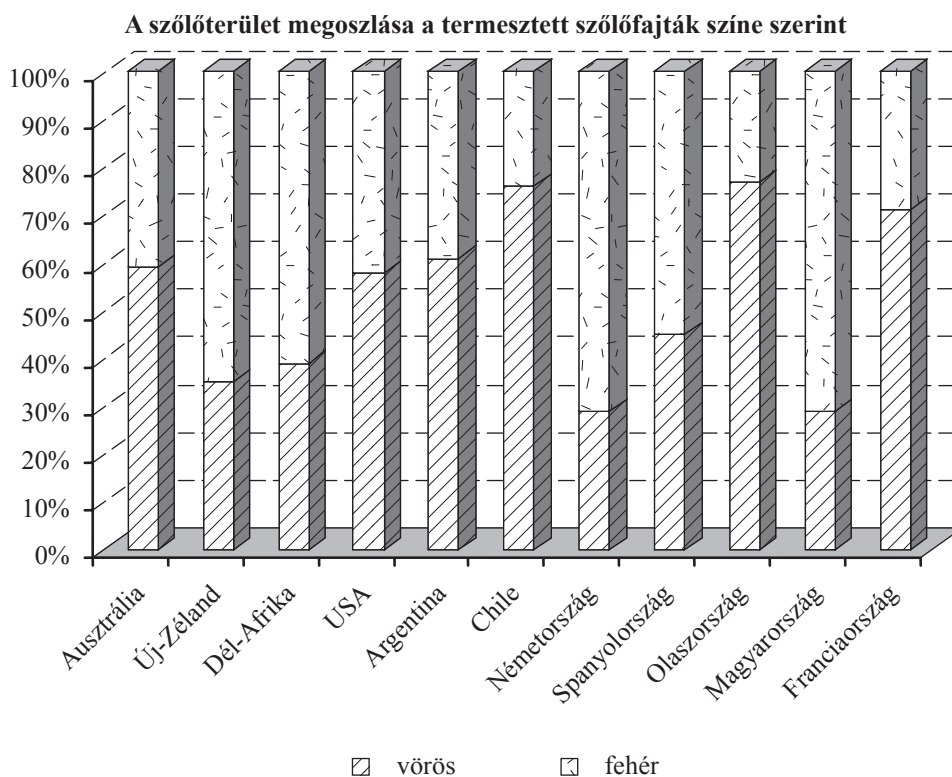
Európában a szőlőültetvények legnagyobb része a sajátos örökösödési politika miatt igen kisméretű, így a kisvállalkozások alapvető célja nagyméretű, versenyképes vállalatok létrehozása, külső források bevonásával [ONIVINS, 2004]. Az Újvilág országaiban ezzel szemben koncentrált birtokstruktúra alakult ki. Az Újvilág országai csak mint exportőrök vannak jelen Európában, arra nem vállalkoznak, hogy ilyen adottságok és szabályozók mellett a termelésben is részt vegyenek [Hoffmann, 2005].

Az 1990-es években a fogyasztók preferenciája a vörös borok irányába mozdult el. A világ legjelentősebb bortermelő országai közül Új-Zélandon, Dél-Afrikában, Németországban, Spanyolországban és Magyarországon dominálnak a fehér bort adó szőlőfajták (23. ábra).

A legmagasabb, 70 százalékot meghaladó a vörös szőlőfajták aránya Olaszországban és Chilében, illetve közelíti a 70 százalékos hányadot Franciaországban. Az USA, Ausztrália és Argentína bortermelésében a szín szerinti összetétel az előbbieknél kiegyenlítettebb, a vörös fajták részesedése 60 százalék közelében van. Argentínában 1990 és 2004 között a vörös szőlőfajták területe csaknem megduplázódott [Pirovano, 2005].

A szőlőfajták felhasználását a telepítéseknél – a piaci igények mellett – alapvetően az ökológiai adottságok határozzák meg. Valamely termelési szerkezet irányába való elmozdulás kockázatos lehet abban az esetben, ha változnak a fogyasztók preferenciái.

23. ábra



Forrás: ONIVINS és KSH

Az egyre erősödő piaci verseny a jól ismert világfajtáknak (Merlot, Cabernet sauvignon, Pinot noir, Syrah, Chardonnay, Sauvignon) **kedvez.** A bortermelők e szőlőfajtákból minden évben jó, illetve kiváló bort készíthetnek, ami a helyi fajtákról nem minden esetben mondható el. A termelők mellett a fogyasztók azért kedvelik az e fajtákból készített borokat, mert megszokott, standard ízvilágot nyújtanak a termelőtől, termőhelytől, évszámától függetlenül, ezáltal igen megkönnyítik a fogyasztók eligazodását és választását. Mivel a világ fogyasztói egyre inkább hozzászoknak ezekhez a „globalizált” ízekhez, egy új borfajtát csak rendkívül költséges reklámkampányok árán, hosszú évek alatt lehet megkedveltetni.

Az Újvilág országai szőlőtelepítéseinek közel felét a világfajták adják. Az Újvilág termelőinél 1997 és 2002 között a Cabernet sauvignon területe 150 százalékkal, a Syrahé 314 százalékkal, a Merlot területe 172 százalékkal, míg a Chardonnay-val beültetett terület 54 százalékkal növekedett [ONIVINS, 2004].

Chilében és Ausztráliában az ültetvények kétharmada világfajtákkal telepített.

Az USA-ban 60, Dél-Afrikában 44 százalék a világfajták aránya, míg Argentínában a terület 30 százalékát hasznosítják világfajtákkal. Jellemző, hogy az újvilági országok a világfajták mellett hagyományos fajtáikkal is próbálkoznak a világpiacon, erre példa az argentin Malbec (vörös), az amerikai Zinfandel (vörös) és a dél-afrikai Pinotage (vörös). Erre elsősorban azért vállalkoznak, mert az újvilági termelők igen hasonló termékszerkezete miatt erősödik az árverseny a világfajtákból készült borok piacán.

Európában Franciaországban a legnagyobb, 33 százalékos a világfajták aránya. Olaszországban ez az arány 8, Spanyolországban 2 százalék. A világfajták aránya az EU tagállamaiban a harmadik világ országaihoz képest azért alacsonyabb, mert ezekben az országokban nem a világfajtákra történő áttérést tekintették a legfontosabb célnak az elmúlt 20 évben, hanem a borok minőségének javítását. Emellett Európa bortermelő országaiban a borkultúra fejlettsége miatt a világfajták mellett a tradicionálisan helyi fajták fogyasztása is jelentős mértékű [ONIVINS, 2004].

Magyarországon a világfajták részesedése 1990-ben 7 százalék volt, ami 2001-re 11 százalékra emelkedett. Az új telepítéseknél a különleges minőséget adó világfajták (Chardonnay, Sauvignon blanc, Cabernet sauvignon, Cabernet franc, Merlot, Pinot noir) felhasználása 1996-tól többszörösére növekedett [Balikó-Tóth, 2004]. A hazai neves csúcshor termelők piaci sikereiket szintén a világfajtákra alapozott boraikkal érték el.

4.2. A szőlőtermelés területi hatékonysága

Az Újvilág országaiban a szőlő hektárhozama magasabb az európai versenytársakénál (24. ábra). A világ legfontosabb bortermelő államai közül területegységre vetítve a legnagyobb mennyiségű szőlőt az USA-ban szüretelik. Itt a hektáronkénti termésmennyiség eléri a 17-18 tonnát. A déli féltéke országaiban a termésátlag 11-13 t/ha között változik. Az Európai Unió legnagyobb bortermelőinek mezőnye a hektáronkénti hozamok tekintetében megoszlik: Olaszországban legmagasabbak a hozamok, az elmúlt 5 év átlagában 9,7 tonna szőlőt takarítottak be hektáronként. Ugyanez Franciaországban 8,3 tonna volt. Spanyolországban a szárazság és a helyenként gyenge talajok miatt a világ átlagától (8,5 t/ha körül) is jócskán elmarad a termésátlag, 5-5,5 t/ha, emelkedő trenddel. Magyarországon a 2000-2004. évek átlagában egységnyi területről 7,4 tonna szőlőt takarítottak be.

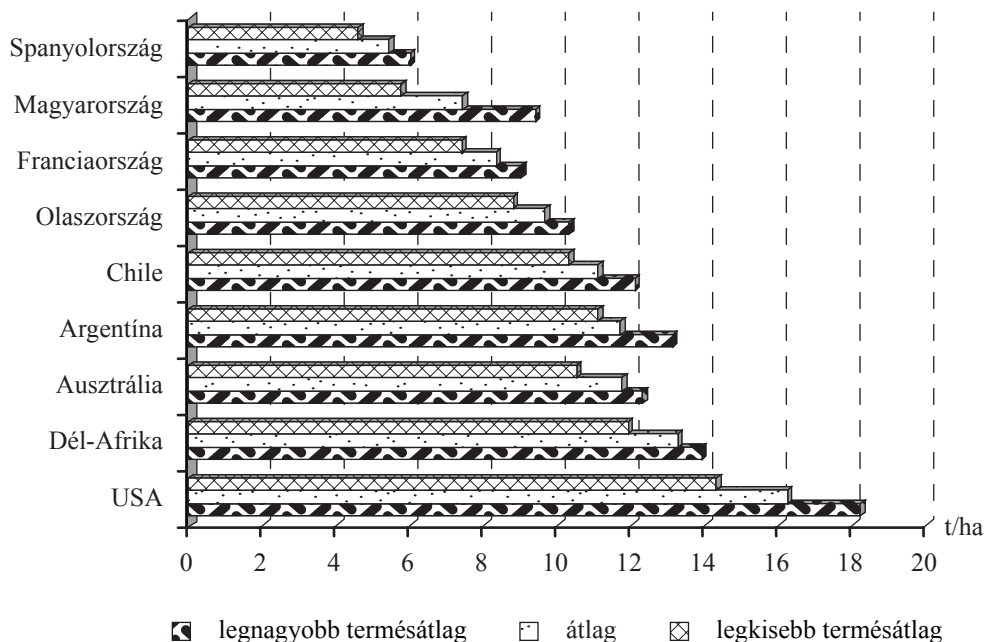
Az újvilági országok igen magas termésátlaga a világfajták használatára, a korszerű technológiára, a nagyobb birtokkoncentrációra, valamint a kedvezőbb klimatikus viszonyokra vezethető vissza. Európában igen kevés az öntözött szőlő területe, míg Dél-Afrikában, Argentínában, az USA-ban, Chilében kiépített öntözőberendezésekkel pótolják az elmaradt csapadékot. Chilében az öntözött ültetvények aránya megközelíti a 75 százalékot [Hennicke, 2005]. A szőlőkárosítók legnagyobb számban Európában és Óceániában fordulnak elő, a védekezés pedig a termelési költségek emelkedését okozza. Magyarországon gyakoriak a fagykarak a síkvidéki ültetvényekben.

Az elmúlt 5 évben a terméssingadozás a bortermelő államok többségénél 12-18 százalékos volt. Az USA átlagosnál magasabb (22%) terméssingadozása a rendkívül magas termésátlagra, Spanyolországban (22%) pedig az igen szélsőséges időjárásra vezethető vissza. **Magyarországon az alternancia a megfigyelt időszakban messze meghaladta**

a **versenyhátrányát**, a termésingadozás elérte a 39 százalékot. A nagy termésingadozás az előregedett, elaprózódott szőlőültetvényeknek, a szélsőséges időjárásnak, valamint a terméskorlátozás figyelmen kívül hagyásának tudható be.

24. ábra

A szőlő termésátlaga a világ legjelentősebb bortermelő országaiban (2000-2004)



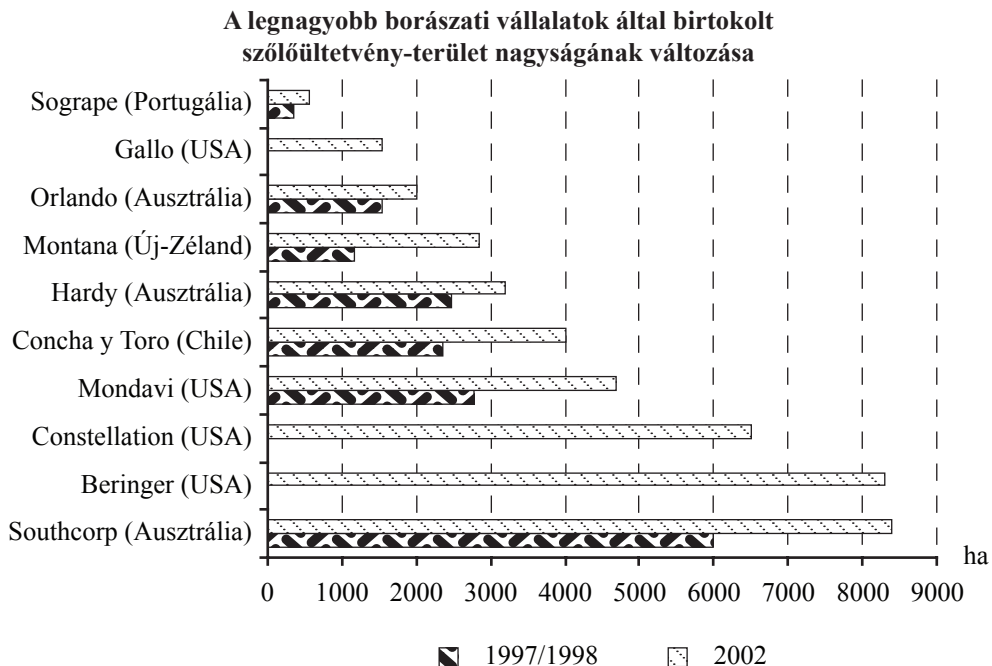
Forrás: FAO adatok alapján az AKI Piaci Információs Osztályán készült összeállítás

4.3. A borászati vállalatok piacszerzési képessége

A vállalatok piaci erejét a különböző mutatók közül a tulajdonukban lévő szőlőültetvények területének nagyságával és annak növekedésével, illetve a piaci koncentráció bemutatásával jellemezzük. Ebből az egyes vállalatok piaci stratégiájára is következtetni lehet (kisebb függőség az egyéni szőlőtermelőktől, a minőség és hatékonyság fokozása, piaci erőfölény megszerzése).

Az elmúlt években az **Újvilág országaiban egyes vállalatok jelentős tőkét fektettek a szőlőültetvényekbe** (25. ábra). Például a *Constellation* (USA) 2002-ben 6500 hektár szőlőültetvényvel rendelkezett, melyhez megszerezte a *Hardy* (Ausztrália) 3200 hektáros területét is. A *Beringer Blass*, különféle szeszesitalok, borok és a *Foster* sör forgalmazója, 8300 hektár szőlőültetvényt művel az USA-ban és Ausztráliában. A *Southcorp* (Ausztrália) 5 év alatt 40 százalékkal növelte szőlőterületeinek nagyságát, ami 2002-re elérte a 8400 hektárt. 1997 és 2002 között a szőlőterületek a chilei *Concha Y Toro* cégnél (4000 hektár) 67 százalékkal, a kaliforniai *Mondavinál* (4 690 hektár) 68 százalékkal növekedtek.

25. ábra

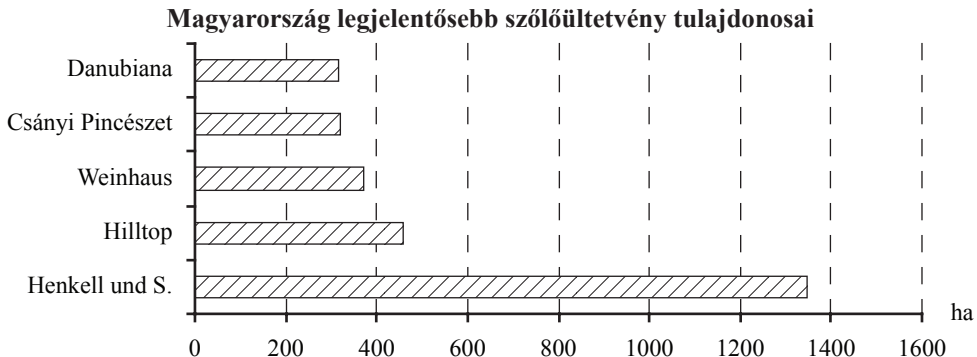


Forrás: ONIVINS

Európában legnagyobb területekkel a különböző szövetkezetek rendelkeznek. Az olasz *CAVIRO* szövetkezet 19 ezer tagja 40 ezer hektár, a francia *Val d'Orbieu* szövetkezet 4 ezer tagja 14 ezer hektár szőlőterületet művel [ONIVINS, 2004].

Magyarországon a nagyobb méretű borászatokhoz saját szőlőterület nem, vagy csak igen kis arányban tartozik. Egyedül a német tulajdonban lévő *Henkell und Söhnlein* rendelkezik 1000 hektár feletti területtel, az összes többi pincészet ettől jelentősen elmarad (26. ábra).

26. ábra



Forrás: Alkonyi, 2001 alapján az AKI Piaci Információs Osztályán készült összeállítás

A bortermelő országok versenyképességét jól jellemzi a **legnagyobb bortermelők részesedése a forgalmazott mennyiségből, illetve éves átlagos árbevételük**. A piaci koncentráció az Egyesült Államok esetében a legjelentősebb, a 4 legnagyobb ágazati szereplő piaci részaránya meghaladja a 60 százalékot, éves átlagos árbevétele pedig a 900 millió dollárt (27. ábra).

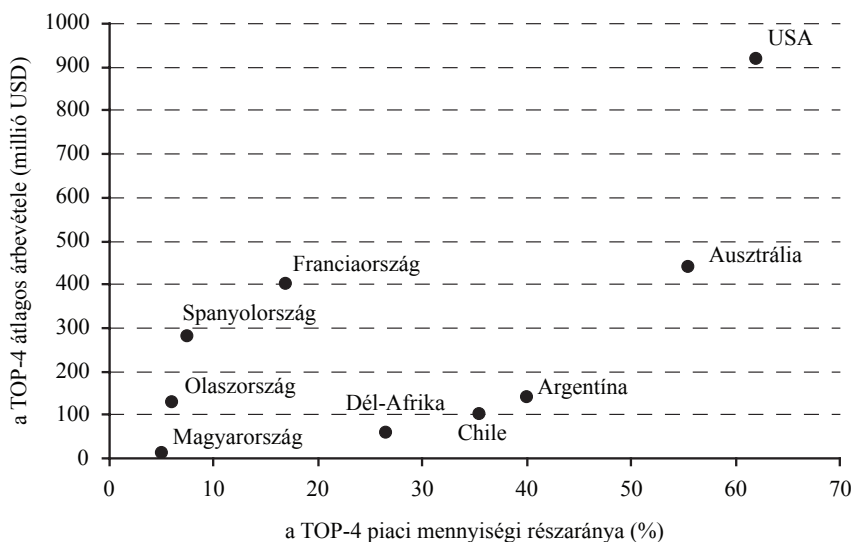
Hasonlóan magas, 55 százalékos Ausztráliában a TOP-4 borászat piaci részaránya, viszont átlagos árbevételük nem éri el az USA azonos értékének a felét sem. Argentína, Chile és Dél-Afrika borászata is igen koncentrált, azonban a legjelentősebb bortermelők átlagos árbevétele Ausztráliáétól és az Egyesült Államokétól jóval elmarad. Az európai kontinens tradicionális bortermelői esetében a termelés koncentrátsága alacsony, Franciaországban 17, Spanyolországban 7,5, Olaszországban 6 százalékos. Ezekben az országokban azonban – az alacsony piaci koncentrátság ellenére – a TOP-4 borászatok átlagos árbevétele igen magas.

Az eredmények azt mutatják, hogy míg az **Újvilág bortermelői esetében igen magas piaci koncentráció figyelhető meg**, addig **Európa legnagyobb bortermelői** – többek között a magasabb értékesítési árak miatt – **átlagosan nagyobb árbevételre tesznek szert**. Ez alól kivételt képez az USA, ahol az első 4 borászat magas piaci részaránya igen magas átlagos árbevétellel párosul.

Magyarországon a legnagyobb borászatok piaci koncentrációja, valamint az árbevétel átlaga jelentősen elmarad a világ vezető bortermelő államaitól. Országunkban a TOP-4 borászat piaci részaránya nem éri el az 5 százalékot sem, s éves átlagos árbevétele is csupán 13,6 millió dollárt tesz ki. Ez rámutat arra, hogy Magyarországon a szőlőültetvény-szerkezet mellett a borágazat is igen szétaprózódott. A nemzetközi mértékkel is jelentősnek mondható borászatok létrejöttét a széttagolt borvidékek, valamint a külföldi és jogi személyek átmeneti földvásárlási korlátozásai is hátráltatják.

27. ábra

A 4 legnagyobb borpiaci szereplő piaci részaránya, valamint átlagos árbevétele a legfontosabb bortermelő országokban (2003)



Forrás: Rabobank, APEH

A 2000-es évet követően a nemzetközi tőkemozgások az alábbi irányokba mozdultak el:

- Fokozódó koncentráció egy új, piacvezető cég létrehozásával: például a *BRL Hardy* (Ausztrália piacvezető borászati vállalata) tulajdonszerzése a *Constellation Brands*-ben (USA), valamint a *Foster's Group* összeolvadása a *Southcorp Wines* (mindkettő Ausztrália) céggel 2005-ben. Utóbbi esetben a világ legnagyobb prémium borokat előállító vállalata jött létre: éves termelésük együttesen 3,6 millió hektoliter, 2,6 milliárd dollár értékben. 20 borászat és tucatnyi márka tartozik hozzájuk, például a Penfolds, Lindemans, Wynns, Rosemount, Wolf Blass [Darby, 2005];
- A termékek egyre szélesebb palettáján történő folyamatos terjeszkedés: pl. az *Allied Domecq* (Egyesült Királyság) folyamatos tulajdonszerzése az egész világ területén egyes szeszesital, pezsgő és borforgalmazó cégek esetében;
- A spanyol *Freixenet* tovább folytatja nemzetközi terjeszkedési stratégiáját a csendes borok piacán Franciaországban (tulajdonszerzés az *Yvon Mau* cégben 2001-ben) és Ausztráliában. Spanyolországban szőlőültetvényeket vásárolt, s növelte tulajdoni hányadát a *Chandon-Espagne* bortartály-készítő vállalatban;
- A nemzetközi cégek egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a borászathoz kapcsolódó egyéb szolgáltatásokra. A *Foster's* eredményének 18 százaléka szállodáiból és szórakozó-egységeiből származik. Az elektronikus kereskedelembe történő befektetések is egyre jövedelmezőbbek: például a *Southcorp* és a *Gallo* (USA) borai a világhálót kihasználva terjedtek el Japánban [ONIVINS, 2004].

4.4. Piaci portfóliók

A világon a megtermelt borok egyre nagyobb hányadát, jelenleg mintegy harmadát nem a termelő ország területén fogyasztják el. A növekvő borkínálat és a világ lassan bővülő borfogyasztása együttesen a verseny fokozódását okozza az exportpiacokon. Kedvező helyzetben vannak azok az országok, amelyek erős belső piaccal rendelkeznek. A piacok liberalizálása, a fogyasztói igények változása azonban a hazai piacok megnyitásához, a konkurencia megjelenéséhez vezet. **Versenyképesnek azok a borexportőr országok tekinthetők, amelyek kiterjedt, igényes, fizetőképes, de nyitott belső piacra termelnek.**

Jelentős belső piaccal rendelkező országok

Olaszországban a belső fogyasztás a termelés 60 százalékot meghaladó hányadát adja, míg az exportált mennyiség mintegy 30 százalék. A termés többi része ipari felhasználásra kerül. Spanyolországban a kisebb mértékű belső fogyasztás (40%) miatt jelentősebb a lepárlás nagysága. A vezető európai bortermelők közül Olaszországban 51 liter/fő közelében stabilizálódott a fogyasztás [Perini, 2004], míg Spanyolországban a fejenkénti borfogyasztás további csökkenését prognosztizálják [Perez, 2003]. A tradicionális európai bortermelőknél az egészséges életmódra való törekvés és az alkoholelles kampányok következtében általában csökken a szeszesitalok fogyasztása az ásványvíz javára. Borkedvelőnek inkább az idősebb korú fogyasztók számítanak, míg a fiatalok körében nem divat a borivás, ők sokkal inkább az üdítőitalok irányába fordulnak.

Argentínában a termés 90 százalékát a határokon belül fogyasztják, ennél fogva az export csak 10 százalékot tesz ki. Dél-Afrikában a megtermelt borok fele belső fogyasztásra kerül, az export pedig eléri a termelés egyharmadát. Magyarországot is ide sorolhatjuk, mintegy 80-90 százalékot kitevő hazai fogyasztással, de egyre zsugorodó exportrészesedéssel.

Az e csoportba tartozó országok közös jellemzője, hogy belső piacaikon a fogyasztás csökken vagy stagnál. Nem számottevő az import versenye, a bevétel a belső fogyasztás kielégítésében csak néhány százalékkal vesz részt.

Nyitott piaccal rendelkező bortermelő országok

A Franciaországban termelt borok csaknem 60 százalékát teszi ki a belső fogyasztás, negyedét pedig az export. A fennmaradó rész ipari felhasználásra kerül. A Franciaország által importált bor 4,5-5 millió hektoliter, a belső fogyasztás 15 százaléka. Franciaországban mind a lakossági fogyasztás, mind pedig az import mennyisége enyhén csökken [Gauthier, 2004].

Az USA igen kiterjedt és növekvő belső piaccal rendelkezik, az elfogyasztott bor mennyisége 23-24 millió hektoliter, az éves termelés több mint 90 százaléka. Az USA éves bortermelésének 15 százalékát (3-4 millió hl) exportálja, s ennek mintegy kétszeresét (6 millió hl) importálja. Az import hányada a belső fogyasztásban 25 százalékra tehető, ami egyre növekvő trendet mutat.

Gyenge, illetve kis belső piaccal rendelkező exportőrök

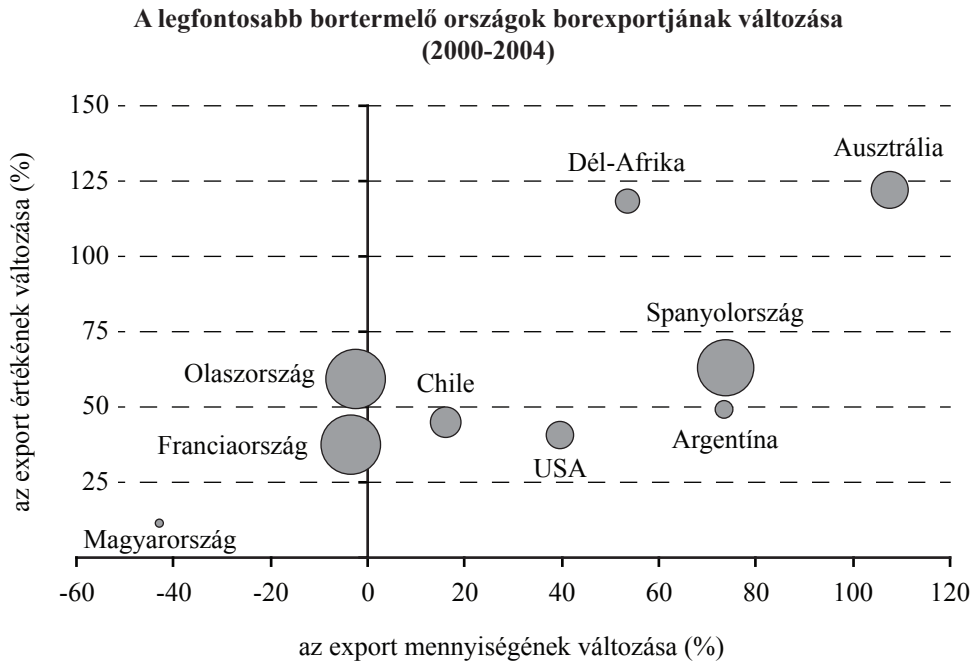
Chilében a termelés 70 százaléka kerül exportra, a csökkenő belső fogyasztást kis mennyiségű import egészíti ki, ami nagyjából alacsonyabb minőségű borok behozatalát jelenti Argentínából [Hennicke, 2005]. Ausztráliában a belső fogyasztás a termelésnek csupán egyharmadát teszi ki, míg az export meghaladja a 60 százalékot. A belső fogyasztás az erős gazdasági növekedésnek és az aktuális divatirányzatnak megfelelően emelkedik [Darby, 2005].

A borexport változása

A 2000 és 2004 közötti időszakban – a FAO adatai szerint – a világ borexportja 61 millió hektoliterről 77 millió hektoliterre nőtt, ami 26 százalékos növekedést jelentett. A 8 legjelentősebb borexportőr ország (Franciaország, Olaszország, Spanyolország, Ausztrália, Chile, USA, Dél-Afrika, Argentína) közül ebben az időszakban **csupán a francia és az olasz borok értékesített mennyisége csökkent** 3, illetve 2 százalékkal, **a többi országban az export mennyisége nőtt** (28. ábra).

2000 és 2004 között **majd minden ország export-átlagára emelkedett**, azaz a kivitelük értékének növekedése meghaladta a mennyiségi növekedés mértékét. A kivitel kisebb mértékű visszaesése mellett az olasz és francia export átlagára 63, illetve 47 százalékkal nőtt. Az export igen jelentős bővülése mellett a spanyol borok átlagára kismértékben csökkent. A megfigyelt időszakban az Újvilág országai között az USA és Chile borexportja növekedett a legkisebb mértékben, sőt az USA esetében a kivitel értéke is csak mérsékelten nőtt. A vizsgált években az ausztrál export bővült a legdinamikusabban: a kivitel mennyisége 108 százalékkal, a kivitel értéke pedig 121 százalékkal emelkedett.

Magyarországon 2000 és 2004 között a borexport folyamatos csökkenése figyelhető meg. Pozitívumként említhető a külpiacon értékesített magyar borok értékének növekedése, azonban az export átlagára még így is jelentősen elmarad a főbb bortermelő országok átlagától.



Megjegyzés: A korongok átmérője az egyes országok piaci részesedését szemlélteti.
 Forrás: FAO adatok alapján az AKI Piaci Információs Osztályán készült összeállítás

4.5. A kiskereskedelemben forgalmazott borok árszegmentációja a világ legfontosabb importőr piacain

A világ bortermelő országaiban a borimport mennyisége a belső termeléshez és fogyasztáshoz viszonyítva általában alacsony. **A bort nem termelő országokban azonban a piaci verseny ennél sokkal jelentősebb.** Kivételt Németország jelent, ahol a termeléssel közel azonos mennyiséget tesz ki a bor behozatala.

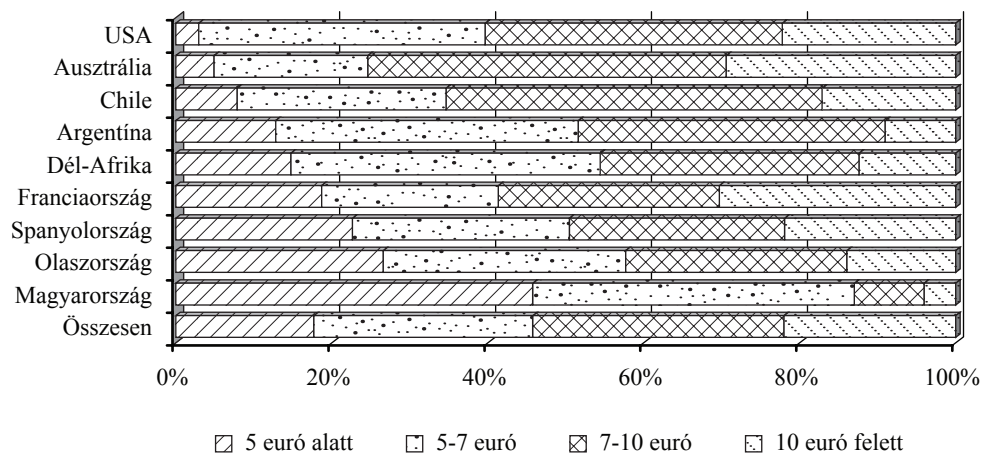
Az *UbiFrance* a német és brit piacokon felmérte a kiskereskedelemben kínált borok mennyiségét árkategóriák és származási országok szerint.

Európában a brit fogyasztók hajlandóak a legtöbbet áldozni egy-egy palack borért. Az Egyesült Királyságban a kiskereskedelemben eladott borok 60 százalékát az 5-10 euró/palack árkategóriában kínálják (29. ábra). Egyes európai bortermelő országok (például Spanyolország és Olaszország) nem pozicionálják boraikat egy kategóriában, hanem minden egyes fogyasztói árszegmensben szinte azonos arányban értékesítik boraikat. Az Újvilág országainak borai a 7-10 euró/palack kategóriában a legnépszerűbbek. Az innen származó borok közel felét ezen az árszinten értékesítik, ami mutatja, hogy **az Újvilág országai az európainál alacsonyabb termelési költségek mellett magasabb árbevételt tudnak realizálni a brit piacon, mint európai versenytársaik.** Az ausztrál és francia borok közel 30 százalékát 10 euró/palack feletti áron kínálják, de ebben a felső kategóriában megtalálhatók egyes spanyol, chilei és amerikai termékek is. A magyar borok elsősorban az

alacsonyabb árkategóriákban szerepelnek: a hazai borok 46 százalékát 5 euró/palack alatt, 42 százalékát pedig 5-7 euró/palack közötti áron értékesítik.

29. ábra

A kiskereskedelemben forgalmazott borok árszegmentációja az Egyesült Királyságban

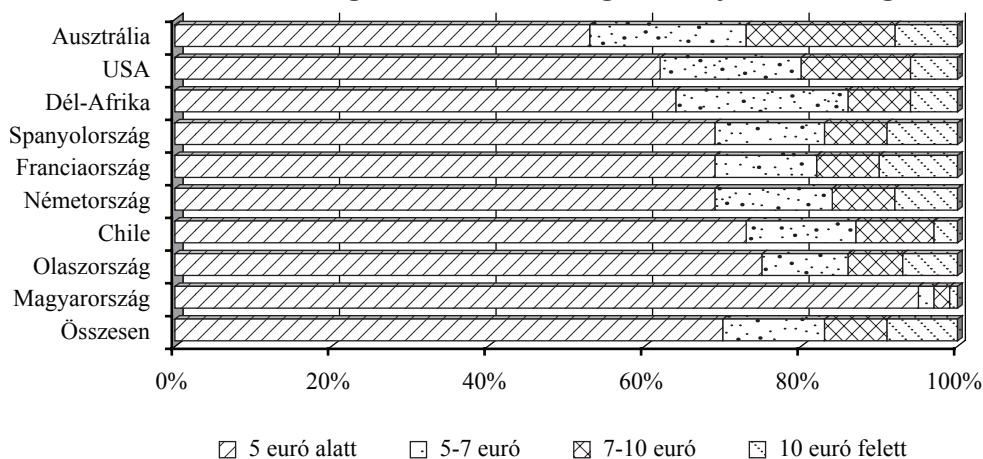


Forrás: Ubifrance vizsgálat alapján végzett ONIVINS számítások

Németországban az 5 euró/palack ár alatt kínált borok aránya a kiskereskedelemben eléri a 70 százalékot (30. ábra).

30. ábra

A kiskereskedelemben forgalmazott borok árszegmentációja Németországban



Forrás: Ubifrance vizsgálat alapján végzett ONIVINS számítások

Az alacsony átlagárú borok értékesítésében élen jár Magyarország. A Németországba exportált magyar borok 95 százaléka 5 euró/palack ár alatt kel el. **A legtöbb magasan (10 euró/palack ár felett) pozicionált bort Franciaország értékesíti**, míg az 5 eurónál drágább borok Ausztrália kínálatában jelennek meg legnagyobb arányban.

4.6. Az export fejlesztésének támogatása

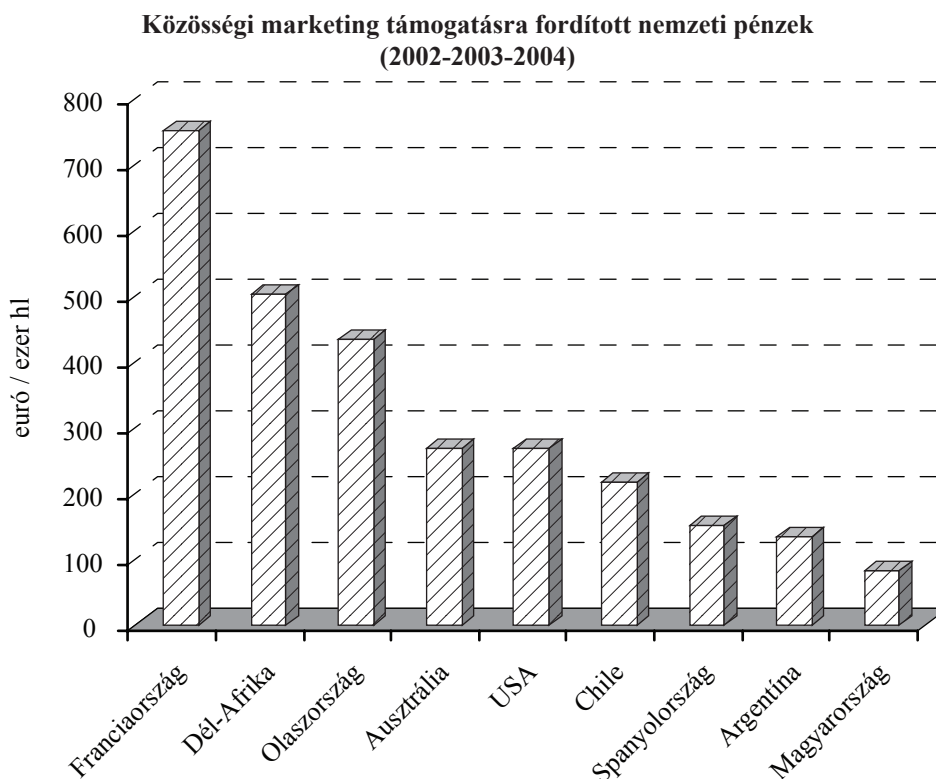
Az ONIVINS megbecsülte az egyes országokban az **egységnyi termékre fordított állami közösségi marketing kiadásokat**. A számításoknál azokat a forrásokat is figyelembe vették, amelyeket az államok állandó irodák létrehozására költenek a meghatározó fogyasztói piacokon. Ausztrália például 6 ügynökséget alapított a világ különböző területein (London, Frankfurt, Stockholm, New York, Toronto, Tokió), míg Chile az Egyesült Királyságban, Németországban és az USA-ban hozott létre kirendeltségeket [Henricke, 2005].

Franciaországban a borok nemzetközi promóciós kampányokra fordított költségvetése 2003-ban 10,3 millió eurót tett ki. Ehhez jönnek még a szakmaközi szervezetek forrásai, amelyek az állami támogatással együtt 40 millió euróra rúgnak. A programok elsősorban a minőségi borok népszerűsítésére fókuszálnak (Gauthier, 2004). Olaszországban nincs kimondottan borra irányuló marketingprogram, az része az olasz élelmiszerek és italok bemutatását célzó promóciós tevékenységnek. Becslések szerint évente mintegy 20 millió eurót fordítanak borkóstolókra, bemutatókra, eladáshelyi ösztönzésre [Perini, 2004]. A spanyol kormányzat a prémium borok promóciójára 50 millió eurót biztosít a 2004-től kezdődő 5 éves időszakra [USDA, 2005].

A 2020-ig szóló argentin borstratégia 15 millió dollár felhasználását irányozza elő belső piaci és exportpromócióra [USDA, 2005]. Cél, hogy Argentína exportpiaci részesedését 2020-ig 10 százalékra növeljék (2004-ben még mindössze 3 százalék volt). Chile marketingkampánya „*Tastes of Chile*” elnevezéssel sikeresen működik. A marketing források összege 6 millió dollár évente, amihez a kormányzat 15 százalékkal járul hozzá [Henricke, 2005].

Egységnyi termékre vetítve Franciaország fordítja a legtöbb pénzt borai népszerűsítésére. Előkelő helyen áll a promóciós kiadások terén Dél-Afrika és Olaszország is. **Magyarország lemaradása e tekintetben is jelentős** (31. ábra).

A magyar borágazat marketingprogramját jelenleg az Agrármarketing Centrum (AMC) finanszírozza. Az AMC feladatai közé tartoznak a külföldi kiállításokon, vásárokon való részvétel támogatása, eladásösztönző programok megszervezése, lebonyolítása, a magyar borok külföldi megismertetése. Fogyasztói reklámkampányt nem szerveznek, mert az lényegesen nagyobb ráfordítást igényelne. A bor szempontjából legfontosabbnak tartott angol piacon 2001-ig egy, az AMC által megbízott helyi iroda működött, amit a költségvetési megszorítások miatt kénytelenek voltak megszüntetni.



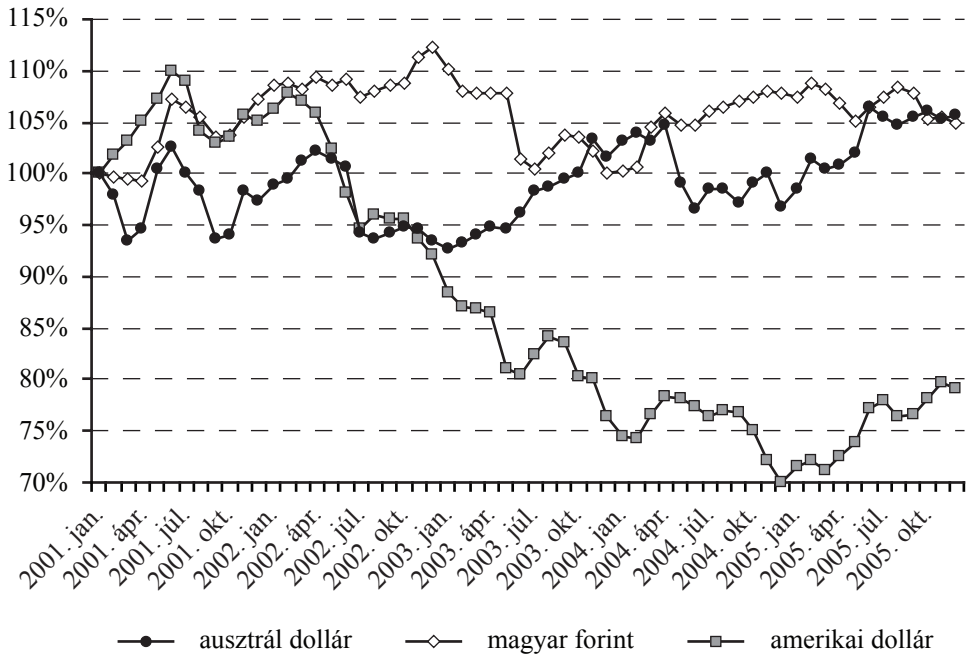
Forrás: ONIVINS

Az AMC jelenlegi feladatkörét 2007-ben várhatóan a Magyar Bormarketing Kht. veszi át. A támogatások forrását a jövedéki adó nulla kulcsossá tételét követően bevezetett literenként 8 forintos forgalomba hozatali járulék képezi, aminek 60 százalékát fordítják majd közösségi marketingprogramokra. Ez kb. 1 milliárd forint marketing célú felhasználását jelentheti.

4.7. A valutaárfolyamok változásának hatása

Az USA dollár árfolyama 2001. júniusa és 2005. januárja között mintegy 40 százalékkal gyengült az euróval szemben, ami jelentősen megnövelte az USA-ban az európai borok árát, másrészt csökkentette az amerikai borok európai árát (32. ábra). A magyar forint árfolyama az euróhoz rögzített sávban mozog, így jelentős eltérés a két valuta között nem figyelhető meg. Az azonban látszik, hogy a forint árfolyama 2001. májusa óta folyamatosan – 2005. decemberében mintegy 5 százalékkal – magasabb szinten helyezkedett el, mint az euró, ami rontotta a magyar borok uniós versenyképességét. Az ausztrál dollár árfolyama a megfigyelt időszakban az euróhoz képest +/- 7 százalékos sávban mozgott.

Nemzeti valutaárfolyamok euróhoz viszonyított alakulása Ausztráliában, Magyarországon és az USA-ban (2001. január – 2005. december)

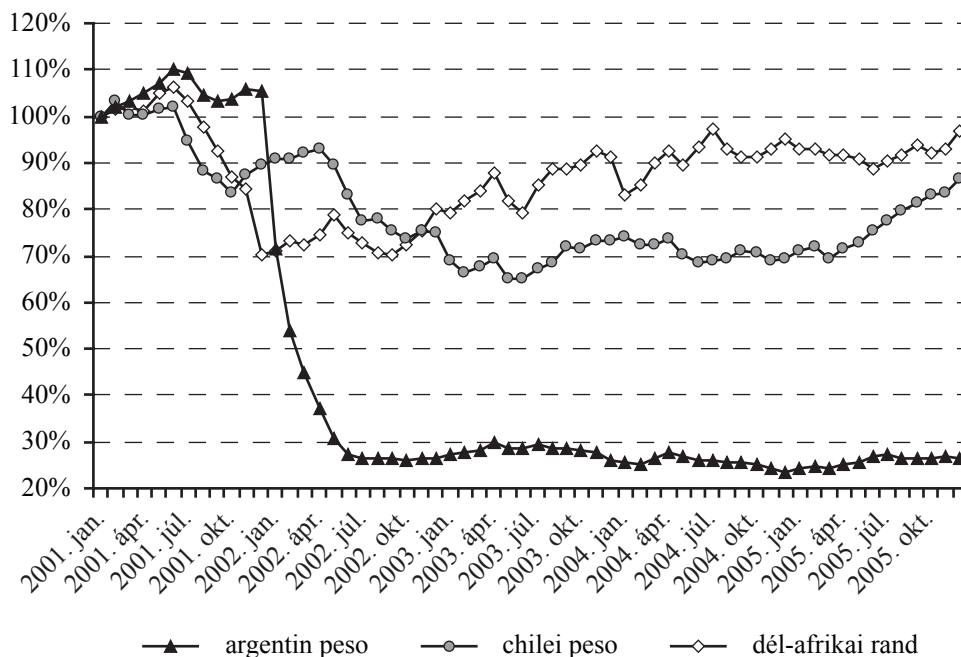


Forrás: Egyes országok jegybankjai

A 2001-2002-es argentin pénzügyi válság hatására néhány hónap alatt az argentin peso több mint 70 százalékkal gyengült az euróhoz képest (33. ábra). Az argentin gazdasági válság hatására csökkenő földárát és munkabér költségeket kihasználták a külföldi (francia, spanyol, chilei) befektetők, földterületeket és szőlőültetvényeket vásároltak, s ezzel ismét lendületbe hozták az argentin borágazatot és az exportot [Pirovano, 2005]. A chilei peso árfolyama 2003. januárjában az euróhoz képest 30 százalékkal csökkent, és csak 2005. áprilisában indult meg a chilei fizetőeszköz árfolyamának emelkedése. 2001-ben az euróhoz viszonyítva a dél-afrikai rand árfolyama is jelentősen, mintegy 30 százalékkal esett.

Összességében elmondható, hogy az euró az ausztrál dollár kivételével valamennyi versenytárs valutájánál magasabb árfolyamon helyezkedett el, ami **jelentősen gyengítette az európai termelők piaci pozícióit**, mind a Közösségen belül, mind a harmadik országokban. Az elmúlt években **az árfolyam alakulása elsősorban az USA-nak és a dél-amerikai bortermelő országoknak kedvezett**. Az erős forint a magyar borok drágulását okozta.

Nemzeti valutaárfolyamok euróhoz viszonyított alakulása Argentínában, Chilében és Dél-Afrikában (2001. január – 2005. december)



Forrás: Egyes országok jegybankjai

4.8. Az eredmények értékelése

Az eredmények értékelésénél minden egyes versenyképességi tényezőre felállítottuk a bortermelő országok rangsorát, azaz teljesítménye alapján minden országhoz hozzárendeltünk 1-től 9-ig egy rangszámot. Az adott változó szempontjából legjobbnak ítélt bortermelő kapta az 1-es, a leggyengébb a 9-es rangszámot. Ahol a vizsgált tényező szempontjából az országok között lényeges különbséget nem találtunk, a rangszámok összegének átlagolásával nyert azonos értékeket rendeltünk az érintett bortermelőkhöz. A végső eredményt az egyes országok rangszámainak összegzésével kaptuk (34. ábra).

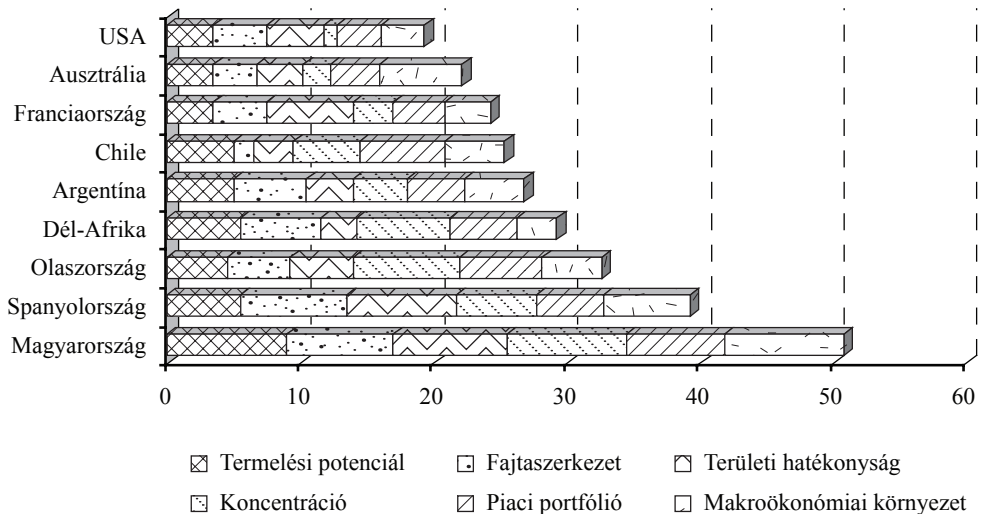
A kiválasztott versenytényezők alapján **az USA versenyképessége mutatkozik a legkedvezőbbnek**. Az elmúlt évtized lendületes szőlőtelepítései nyomán kedvező fajtaszerkezet jött létre. A termés nagyméretű, fejlődő, de nyitott belső piacra támaszkodik. A nagy vállalati méretek kedveznek a versenyképes, erős márkák kialakításának és jól igazodnak a kereskedelemben zajló koncentrációs folyamatokhoz. Az amerikai borok az igényes, fizetőképes piacokon a magasabb árkategóriákban pozícionáltak. A nemzetközi versenyben való helytállást segíti a magas területi hatékonyság és az alacsonyan tartott dollár árfolyam.

Az USA-t sorrendben Ausztrália, Chile és Franciaország követi. Ezek az országok erősségben és gyengeségben különböznek egymástól. **Ausztrália** versenyképességét a nagy mennyiségű új telepítés, a világfajták kiemelkedő részesedése, a magas és kiegyenlített

termésátlagok, a hatalmas borászatok piaci ereje, az export expanziója, az erős márkák és az ausztrál borok magas árszintje alapozza meg. **Chile** szőlőfajta-szerkezete kiváló, igen magas a vörös szőlők és a világfajták aránya. Termelése a legkiegyenlítettebb a mezőnyben, ami részben a területek öntözésének, részben a szőlőkárosítók kisebb elterjedtségének köszönhető. Hiányosságai a kis ágazati méretből, a kis felvevő képességű, igénytelen belső piacból, az exportban a folyó borok magas részarányából eredeztethetők. **Franciaország** borászati szektorának erősségei a termelőalapok kiterjedtsége, a vörös szőlőfajták kedvező aránya, a minőségi borászatok presztízs borainak széles skálája, piaci elismertsége és a minőségi borok exportpromóciójának állami támogatása. Gyengéségei leginkább a területi hatékonyságban és az exportpiacokról való kiszorulásban érhetők tetten, amihez hozzájárul az euró magas árfolyama is.

34. ábra

A vizsgált bortermelő országok versenyképességi rangszámainak összege



Forrás: Az AKI Agrárpolitikai Kutatások és Piaci Információs Osztályán készült számítások

Egyre közelebb kerül az USA-t követő csoporthoz két ország, Argentína és Dél-Afrika. Argentína, miután megszenvedte az általános gazdasági válságot, a kedvező valutaárfolyamnak köszönhetően betört az exportpiacokra, s a termelési tényezőket maximálisan figyelembe véve a minőségi bortermelést helyezte előtérbe. **Dél-Afrikában** hamarosan érezni lehet a borágazat átszervezésének jótékony hatását (vörös bort termő szőlőfajtákra való áttérés). Emellett a dél-afrikai állam támogatja a borágazatban tevékenykedőket abban, hogy a világban tapasztalható piaci lehetőségeket az ország termelői is kihasználhassák.

A mezőny végén foglal helyet a történelmi bornagyhatalmak közül Olaszország és Spanyolország. Olaszország lemaradását elsősorban az elaprózott, kisüzemi szerkezet, a világfajták alacsony aránya, a belső fogyasztás csökkenése okozza. Olaszország kivitele 2000 és 2004 között visszaesett, ami a kivágások és a kedvezőtlen időjárás miatt az exportárualap csökkenésének tudható be. **Spanyolországban** nem megfelelő a fajtaszerkezet, alacsonyak és ingadozóak a hozamok, a hazai piac szűk és csökkenő. A kedvezőtlen fajtaszerkezet ellenére bővíti exportját a volt olasz piacok elfoglalásával, az átlagárak kisebb mértékű

csökkenése mellett. Az olasz és spanyol termelésben magas az asztali borok aránya, ami az export átlagáraiban is tetten érhető.

A vizsgálat eredményei jól mutatják, hogy **Magyarország jelenleg nem képes felvenni a versenyt a világ legnagyobb bortermelő országaival**. Csaknem minden vizsgált tényező vonatkozásában az utolsó helyet foglalja el a versenytársakhoz képest. A szőlőterület erősen csökken, de ezt a bortermelés változása nem minden évben követi az alternáló terméshozam következtében. Égető szükség lenne az elavult ültetvények cseréjére, korszerűsítésére az uniós szerkezetátalakítási támogatások felhasználásával.

A szőlészeti és borászati szerkezet igen elaprózott, alacsony fokú az integráltság és a szervezettség. A termelés kockázatát csökkenti, hogy a belső piac a termelés meghatározó hányadát leköti, de a borhamisítás különféle formái akadályozzák a tisztességes versenyt, lenyomják az árakat, rontják a legális termelők jövedelmét. A piacok liberalizálásával és a fizetőképes kereslet növekedésével a kereslet szerkezete átalakulhat, ebben az esetben az import-fenyegetettség növekedni fog. A világfajták aránya az 1990-es évek végétől jellemző új telepítéseknek köszönhetően növekszik a termelésben, ami a külpiaci stratégia alapját jelenthetné. Ennek ellenére a magyar borexport évről-évre csökken, az EU-csatlakozás után a volumenhordozó piacaink (Egyesült Királyság, Németország) erősen visszaestek. Boraink kevéssé felelnek meg a külpiacok elvárásainak, ezért alacsony áron pozícionáltak. Vannak ugyan magas minőségű csúcsborok a kínálatban, de korlátozottan állnak rendelkezésre. Az export növekedését hátráltatja az erős forint és a bormarketing források szűkössége is. A magyar bor arculata a termőhelyek különbözősége, a borvidéki szerkezet, a termelés- és fajtaszerkezet atomizáltsága miatt összetett, a fogyasztó számára nehezen megtanulható.

A 34. ábrából leolvasható, hogy versenyképességi hátrányunk a világ élvonalához képest mind a termelőalapok, mind pedig a piaci tényezők tekintetében jelentős. Az USA példáján érzékelhető, hogy a piaci tényezők az állami beavatkozásokkal együtt kedvezően dönthetik el egy termelő versenyképességét abban az esetben is, ha a termelőalapok miatt a versenyben hátránnyal indul. A termelők összefogásának, a magyar borok piacra segítésének, a stratégiaalkotásnak, a helyes pozícionálásnak, a marketing források biztosításának, a belső piac megtisztításának döntő szerepe lehet a magyar szőlő- és bortermelés jövője szempontjából.

5. A fogyasztói szokások változása a fontosabb borimportőr országokban

A vizsgálatba vont borimportőr országok (Egyesült Királyság, Németország, USA, Oroszország és Japán) piaci méretüknél fogva alapvetően meghatározzák és befolyásolják a bor globális keresletének alakulását. Ugyanakkor ezek a piacok gazdaságuk fejlettségétől, a GDP növekedési ütemétől, a borfogyasztás hagyományaitól és a piac érettségétől függően különböző vásárlási szokásokkal rendelkeznek, illetve eltérő fogyasztási tendenciákat mutatnak.

5.1. Egyesült Királyság

Az Egyesült Királyság a világ egyik legnagyobb borpiaca. 19-20 literes fejenkénti éves fogyasztásával, 60 millió fős népességével az elfogyasztott bormennyiség 11-12 millió hektoliter, ami a globális borfogyasztás 5 százaléka. Az Egyesült Királyságban éghajlati okok miatt gyakorlatilag nem termelnek bort, csupán pár ezer hektolitert évente. 4,2 milliárd dolláros borimportjával 2004-ben a világ elsőszámú importőrének számított.

Az Egyesült Királyság az Eurostat adatai szerint 2004-ben 13 millió hektoliter bort importált, amiből 700 ezer hektolitert tett ki a pezsgő, 10,5 millió hektolitert a palackozott bor és 1,8 millió hektolitert a hordós bor behozatala. Az Egyesült Királyság nemzetközi összehasonlításban nagy felvevő képességű, igényes és fizetőképes piac, ezért **erős az importverseny az újvilági, valamint az európai termelők között**. A brit piac Magyarország számára is fontos, elsősorban a palackozottbor-export felvevője.

Az Egyesült Királyság legnagyobb palackozottbor-szállítói hagyományosan az európai országok voltak, elsősorban Franciaország. 1998 és 2004 között azonban a francia palackozott borok exportja 3,6 millió hektoliterről 1,9 millió hektoliterre esett vissza. Olaszország és Spanyolország palackozottbor-kivitelének volumene 12, illetve 18 százalékkal lett kevesebb. Eközben **Ausztrália palackozottbor-eladásai** a szigetországban **dinamikusan növekedtek** és 2004-ben már megközelítették az 1,9 millió hektolitert, ami Franciaorszáéhoz hasonló 18 százalékos, értékben pedig 23 százalékos piaci részesedést jelentett. A többi újvilági szállító terjeszkedése is kiemelhető, hiszen a vizsgált időszakban két-háromszorosára bővítették ide irányuló kivitelüket. Ma az Egyesült Királyság legfontosabb kereskedelmi partnerei Ausztrália, Franciaország és az USA, értékben pedig Franciaország, Ausztrália és Olaszország (27. táblázat).

Magyarország palackozottbor-értékesítése az Egyesült Királyságban 1998 és 2004 között csaknem a felére csökkent a korábbi 110 ezer hektoliterről, illetve 20 millió dollárról.

27. táblázat

Az Egyesült Királyság palackozottbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió EUR			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	9 634	9 472	10 453	1,09	100,0	2 104	2 490	2 689	1,28	100,0
Franciaország	3 568	1 878	1 890	0,53	18,1	738	667	641	0,87	23,8
Olaszország	1 570	1 054	1 378	0,88	13,2	256	235	292	1,14	10,9
Spanyolország	924	756	755	0,82	7,2	206	190	187	0,91	7,0
Németország	828	697	929	1,12	8,9	141	101	114	0,81	4,2
Ausztrália	820	1 746	1 863	2,27	17,8	263	546	626	2,38	23,3
USA	490	1 321	1 472	3,01	14,1	130	215	246	1,89	9,2
Chile	315	493	647	2,05	6,2	77	126	165	2,14	6,1
Dél-Afrika	271	818	852	3,15	8,2	80	188	195	2,43	7,3
Portugália	224	193	162	0,72	1,6	77	70	62	0,81	2,3
<i>Magyarország</i>	<i>110</i>	<i>68</i>	<i>48</i>	<i>0,44</i>	<i>0,5</i>	<i>21</i>	<i>12</i>	<i>11</i>	<i>0,53</i>	<i>0,4</i>
Argentína	86	164	169	1,97	1,6	18	38	35	1,99	1,3
Új-Zéland	74	113	152	2,04	1,5	32	59	75	2,31	2,8
Egyéb	354	172	135	0,38	1,3	65	44	38	0,59	1,4

Forrás: Eurostat

28. táblázat

Az Egyesült Királyság hordósbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió EUR			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	919	1 393	1 830	1,99	100,0	129	177	210	1,63	100,0
Franciaország	282	185	262	0,93	14,3	35	28	34	0,95	16,0
Németország	152	171	210	1,38	11,5	19	18	23	1,20	10,9
Dél-Afrika	134	209	235	1,75	12,8	20	29	30	1,56	14,5
Olaszország	84	57	104	1,25	5,7	10	8	13	1,32	6,4
Spanyolország	72	49	137	1,90	7,5	11	10	14	1,31	6,8
Ausztrália	72	356	384	5,35	21,0	15	43	42	2,87	20,1
Chile	40	105	179	4,46	9,8	6	12	17	2,99	8,2
USA	9	195	248	27,91	13,5	1	21	27	22,10	13,1
Egyéb	74	65	71	0,97	3,9	12	8	9	0,69	4,1

Forrás: Eurostat

Az Egyesült Királyság **hordósbor-importja** 1998 és 2004 között **megduplázódott**, míg a palackozott borok behozatala csak 10 százalékkal növekedett. Az Egyesült Királyság hordósbor-importjában már egyértelműen **Ausztrália a piacvezető** 21 százalékos mennyiségi részesedéssel. **A lédig behozatal mintegy 900 ezer hektoliteres növekedése elsősorban az**

újvilági szállítások eredménye, ezek az országok 1998 és 2004 között megsokszorozták az Egyesült Királyságba tartó exportjukat. Jelentős árcsökkentések mellett az USA Egyesült Királyságba irányuló hordósbor-exportja huszonnyolcszorosára, Ausztráliáé ötszörösére, Chiléé négy és félszeresére nőtt (28. táblázat).

Az importban a palackozott/hordós bor termékszerkezet átalakulása összefüggésben van az erős versenyhelyzetből adódó kényszerű árcsökkentésekkel, a szállítási költségek emelkedésével, valamint a kiskereskedelmi láncok koncentrációs folyamatával, piaci erejének növekedésével.

Az Egyesült Királyság **alkoholosital-eladásaiban** (kiskereskedelem és vendéglátás együtt) 2003-ban a sör vezetett 58 millió hektoliterrel, ami 1998-hoz képest 3 százalékos emelkedést mutatott. Ugyanezen időszakban a bor értékesítése 28, az alacsony alkoholtartalommal bíró FAB italoké (*Flavoured Alcoholic Beverages*) 165, a szeszesitaloké pedig 13 százalékkal nőtt (29. táblázat).

29. táblázat

Az alkoholos italok értékesítésének alakulása az Egyesült Királyságban

Megnevezés	1998	2003	Változás, % 2003/1998	1998	2003	Változás, % 2003/1998
	ezer hl			millió £		
Sör	56 968	58 459	2,6	17 467	19 637	12,4
Alma- és körtebor	5 252	5 724	9,0	1 461	1 587	8,6
FABs	876	2 317	164,5	479	1 260	163,1
Bor	9 659	12 331	27,7	7 458	10 626	42,5
Szeszesital	2 373	2 672	12,6	6 920	7 667	10,8
Összesen	75 128	81 503	8,5	33 784	40 776	20,7

Forrás: Euromonitor

Az Euromonitor prognózisa szerint 2003 és 2008 között az alkoholos italok értékesítésének volumene mindössze 0,3 százalékkal nő, az eladások értéke pedig 9 százalékkal emelkedik. Ezen belül a bor és a szeszesitalok eladása 7, illetve 6 százalékkal nő, a söré szinten marad, miközben a FAB italok értékesítése 40 százalékkal visszaesik. Az alkoholos italok piacára az egyéb italok, de különösen az üdítők versenye növekvő nyomást gyakorol majd a 2003-2008 közötti időszakban.

A fehér borok 33 százalékát férfiak, 67 százalékát a nők fogyasztják, a vörös borok fogyasztásánál a férfiak aránya 49, a nőké 51 százalék. **Az Egyesült Királyságban tehát a nők több bort isznak, mint a férfiak. A legnagyobb borfogyasztó szegmens az 50 évnél idősebbek csoportja**, a fehér borok fogyasztásának 40, a vörös borokénak 47 százalékát adja. A fiatalok (18-34 éves korig) a fehér borok fogyasztásából 27, a vörös borokéból 21 százalékkal részesednek (30. táblázat).

A borfogyasztók jellemzői az Egyesült Királyságban

Me.: %

Megnevezés		Fehér bor	Vörös bor
Nemek szerinti megoszlás	Férfiak	33	49
	Nők	67	51
	Összesen	100	100
Korcsoport	18-24 év	8	5
	25-34 év	19	16
	35-49 év	33	32
	50 év felett	40	47
	Összesen	100	100

Forrás: USDA

Az Egyesült Királyságban **értékesített borok** (kiskereskedelem és vendéglátás együtt) 40 százaléka vörös bor, 46 százaléka fehér bor, 3 százaléka rozé bor, 5 százaléka pezsgő és egyéb gyöngyöző bor, 6 százaléka pedig alkohollal erősített bor és vermut volt 2003-ban. 1998 és 2003 között mennyiségben és értékben az egyéb gyöngyöző bor, valamint a vörös bor értékesítése növekedett legnagyobb mértékben. Az ún. csendes borok kedveltségét mutatja, hogy az eladás értéke a mennyiségét jóval meghaladóan nőtt. A fehér boroknál az értékesített mennyiség 29 százalékkal, míg az érték 50 százalékkal emelkedett. A vörös borok értékesítése 37 százalékkal, az eladások értéke viszont 59 százalékkal nőtt (31. táblázat). A növekedés tényezői a jó minőségű borok elérhetősége és a fogyasztók magas életszínvonala.

A boreladás termszerkezete az Egyesült Királyságban

Megnevezés	1998	2003	Változás,% 2003/1998	1998	2003	Változás,% 2003/1998
	Ezer hl			millió £		
Vörös bor	3 601	4 938	37,1	2 545	4 057	59,4
Fehér bor	4 429	5 721	29,2	3 017	4 522	49,9
Rozé bor	245	327	33,5	107	157	46,8
Pezsgő	177	224	26,6	820	933	13,8
Egyéb gyöngyöző bor	227	363	59,9	240	380	58,2
Szeszesített bor és vermut	940	726	-22,8	698	546	-21,8
Nem szőlőbor	40	33	-17,5	31	31	0,0
Összesen	9 659	12 332	27,7	7 458	10 626	42,5

Forrás: Euromonitor

Az Euromonitor becslése szerint **2003 és 2008 között az Egyesült Királyság borforgalma mennyiségben 7 százalékkal, értékben pedig 16 százalékkal növekszik**, ami elmarad az ezt megelőző 5 éves időszak növekedésétől. A hajtóerőt továbbra is a csendes borok képviselik: a **rozé borok eladásainak növekedését 50 százalékra** prognosztizálják, miközben a vörös borok értékesítése 9, a fehér boroké 5 százalékkal lehet magasabb.

Értékben a növekedés a 2003. évi bázishoz képest a rozé borok esetében 51, a vörös boroknál 20, a fehér boroknál 17 százalék körül várható. Az **Egyesült Királyság borforgalmának növekedése tehát lelassul**, sokak szerint félő, hogy a piac eléri a telítettség szintjét [Wine Spirit International, 2005].

A nemzetközi borpiac a minőségi szegmensek széles skálájával rendelkezik, ezen belül mindegyiknek megvannak a maga trendjei, piaci követelményei, disztribúciós hálózata. Az Európai Unióban a minősítés alapja az ellenőrzött eredet, noha a származás nem minden esetben garantálja a minőséget. A legnyilvánvalóbb ismertetőjele a minőségnek az az érték, amit a piac elismer és ami a palackonkénti árban kifejeződik. Az egyes minőségi szegmensek ezért az árkategóriák szerint jöttek létre [Rabobank, 2003]⁹.

Az Egyesült Királyság piacán 1998 és 2003 között **világos trend mutatkozott a közepes és a drágább borok értékesítésének irányába**. A legerősebb növekedés a fehér és a vörös boroknál egyaránt a 3,01-4,00 és a 4,01-5,00 £/palack szegmensben történt. Az egyetlen hanyatló kategória a 3,00 £/palack alatti, amely a vörös borok esetében 11,8, a fehér boroknál 14,7 százalékpontot veszített piaci részesedéséből (32. táblázat). A fehér borok részesedése az alacsonyabb árkategóriákban magasabb, mint a vörös boroké, viszont kevésbé van jelen a drágább szegmensekben, noha a felzárkózás már megkezdődött.

32. táblázat

A kiskereskedelemben eladott borok árszegmentációja

Me.: %

Árkategóriák £/palack	Vörös borok		Fehér borok	
	1998	2003	1998	2003
3 £ és alatta	28,3	16,5	36,5	21,8
3,01-4,00 £	38,8	43,2	37,6	43,5
4,01-5,00 £	18,8	23,5	16,9	23,1
5,01-6,00 £	6,5	8,0	5,0	5,9
6,01-7,00 £	4,1	4,7	2,5	3,8
7 £ felett	3,5	4,1	1,5	1,9
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0

1998-ban 1USD=0,60£, 2003-ban 1USD=0,52£

Forrás: Euromonitor

Az elosztási csatornák minden eddiginél nagyobb hatással vannak a bortermelésre, a bortípusok kialakulására és a borfogyasztás változására. Az Egyesült Királyságban 2003-ban a boreladások mennyiségének 80 százalékát az elvitelre, illetve otthon fogyasztásra történő (*off-trade*) értékesítés tette ki. 1998 és 2003 között viszont 39 százalékkal nőtt a vendéglátásban (*on-trade*) értékesített borok mennyisége is, habár ez abszolút értékben nem sokat tesz ki (700 ezer hektoliter) az alacsony bázis miatt. Mindenesetre erősödik a szerepe, leginkább a magasabb minőségű borok kínálatában (33. táblázat). Az ***on-trade* boreladások**

⁹ Az ár/minőségi szegmensek piaconként változnak. Az európai fogyasztók számára általában a 3 euró/palack fogyasztói ár (*off-trade price*) alatti borok a *basic* borok, a 3-5 euró/palack közöttiek a *popular premium*, az 5-7 euró/palack közöttiek a *premium*, a 7-14 euró/palack közöttiek a *super-premium*, a 14-150 euró/palack közöttiek az *ultra-premium* és a 150 euró/palack ár feletti borok az ún. *icon* borok. A minőségi kategóriák elnevezései, a hozzájuk kapcsolódó észlelt minőség és a fogyasztói ár piaconként eltérő lehet. A fogyasztói árat az egyes országokban a fogyasztást terhelő adók és a keresleti viszonyok eltéríthetik.

növekedésének kedvez a házon kívüli étkezések terjedése, illetve, hogy ezeknél szignifikáns mértékben váltottak (elsősorban a férfiak) a tradicionális sörrel a bor fogyasztására. Ez leginkább a jó minőségű újvilági borok megjelenésének tudható be [SAWIS, 2004].

33. táblázat

A boreladások változása disztribúciós csatornák szerint

Megnevezés	1998	2003	Változás,% 2003/1998	1998	2003	Változás,% 2003/1998
	ezer hl			millió £		
Off-trade	7 856	9 826	25,1	4 488	5 960	32,8
On-trade	1 803	2 505	38,9	2 970	4 665	57,1
Összesen	9 659	12 331	27,7	7 458	10 626	42,5

Forrás: Euromonitor

A kiskereskedelmi **boreladások 67 százaléka a hiper- és szupermarketekben történik.** A kisszámú kiskereskedelmi lánc a piac jelentős részét birtokolja és arra törekszik, hogy **minél kevesebb beszállítótól, nagy mennyiségben, széles választékot, egyenletes minőségben nyújthasson, megfelelő ár/érték-arány mellett.** A nagyméretű (elsősorban amerikai és ausztrál) borászati vállalatok megjelenése volt a megfelelő válasz a kiskereskedelem kihívásaira. A kisméretű európai termelők nem képesek előállítani a kereskedelem igényeinek megfelelő kritikus tömeget, így számukra inkább a magas minőségű szegmensekben van hely. A hiper- és szupermarketek térnyerésével a borszaküzletek (specialisták) részesedése a kiskereskedelmi boreladásokból 22 százalékról 15 százalékra csökkent 1998 és 2003 között.

A hiper- és szupermarketek térhódításával együtt járt a márkázott borok eladásainak növekedése. A szaklapok a választék és a márkák minőségének csökkenéséről számolnak be az Egyesült Királyságban, ami új jelenség, a multinacionális kiskereskedelmi láncok növekedési és profit követelményeinek az eredménye [Wine Spirit International, 2005].

A kiskereskedelemben eladott borok 93 százaléka palackozott, míg a *bag-in-box*¹⁰ csomagolás részesedése 7 százalék volt 2003-ban.

5.2. Németország

Németország 80 millió fős népessége évente mintegy 20 millió hektoliter bort fogyaszt. Ez a világ borfogyasztásának 9 százaléka. A fogyasztás egy főre eső éves mennyisége 24-25 liter, ami 1992 óta gyakorlatilag stagnál. Németország számottevő bortermeléssel rendelkezik: az évente előállított bor mennyisége 8-10 millió hektoliter, amiből 2,3-2,7 millió hektoliter exportra kerül. A hazai fogyasztás fennmaradó részét az import fedezi, ami 2004-ben 13 millió hektolitert tett ki. Németország 2004-ben a globális borimportban világelső, az importált áru értékét tekintve pedig az Egyesült Királyság és az USA után a harmadik volt.

Az Eurostat adatai szerint Németország 2004-ben 13,4 millió hektoliter bort importált, amiből 800 ezer hektolitert tett ki a pezsgő, 6,1 millió hektolitert a palackozott bor és

¹⁰ A „zsák dobozban” csomagolás lényege, hogy a tetszetős grafikával készült dobozban („box”) 3 vagy 5 literes, rendkívül erős, nagy szakítószilárdságú, hajlékony falú műanyagtartály („bag”) rejtőzik, aminek töltőcsönkje és csapja van.

6,5 millió hektolitert a hordós bor behozatala. Németország **alacsony árszintű piacnak számít**: az Egyesült Királysággal összevetve a palackozott borok import-átlagára az előbbinél 2,1, utóbbinál 2,6, a hordós boroké 0,5, illetve 1,1 euró volt literenként 2004-ben.

Németország legfontosabb palackozottbor-beszállítói európai országok: Olaszország piaci részesedése 41, Franciaországé 27, Spanyolországé 11 százalék volt 2004-ben. Az újvilági termelők piaci jelenléte nem számottevő, bár exportjuk – alacsony szintről ugyan –, de kettő-négyszeresére bővült 1998 és 2004 között (34. táblázat).

34. táblázat

Németország palackozottbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió EUR			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	6 036	6 120	6 058	1,00	100,0	1 232	1 316	1 299	1,05	100,0
Olaszország	2 544	2 474	2 469	0,97	40,7	462	503	500	1,08	38,5
Franciaország	2 029	1 752	1 609	0,79	26,6	461	399	365	0,79	28,1
Spanyolország	436	595	636	1,46	10,5	102	126	139	1,36	10,7
Magyarország	147	71	62	0,42	1,0	16	9	7	0,46	0,6
Görögország	194	203	183	0,95	3,0	29	32	30	1,01	2,3
Ausztria	109	126	128	1,18	2,1	18	21	22	1,23	1,7
Bulgária	92	47	33	0,36	0,6	9	5	4	0,42	0,3
Portugália	72	69	66	0,92	1,1	18	20	19	1,06	1,4
Chile	45	82	102	2,28	1,7	13	22	26	2,01	2,0
Dél-Afrika	40	105	125	3,13	2,1	11	29	35	3,08	2,7
USA	36	24	19	0,53	0,3	15	11	8	0,52	0,6
Ausztrália	30	126	128	4,23	2,1	11	29	22	2,03	1,7
Egyéb	264	445	499	1,89	8,2	67	110	125	1,85	9,6

Forrás: Eurostat

A német borimportot a lédig borok magas aránya jellemzi, ami 1998 és 2004 között tovább emelkedett, 44 százalékról 49 százalékra. Árérzékeny piacról lévén szó, **ebben a szegmensben már nagyobb az újvilági szállítások mennyisége**: 1998 és 2004 között Chile behozatala 45 ezer hektoliterről 406 ezer hektoliterre, míg az USA-é 13 ezer hektoliterről 293 ezer hektoliterre nőtt (35. táblázat). A tradicionális bortermelők „tartják magukat”, főleg Spanyolország révén. Németországi hordósbor-eladásai volumene 1998 és 2004 között 4,2 millió hektoliterről 4,5 millió hektoliterre nőtt. Ennek oka, hogy az olasz és spanyol borok export-átlagárai jóval alacsonyabbak az ausztrál, kaliforniai és dél-afrikai borokénál.

A magyar exportban 1998-ban még kétharmad aránnyal vezetett a palackos bor, 2004-ben azonban már megfordult az arány a hordós bor javára úgy, hogy közben a teljes kivitel 27 százalékkal, a kivitel értéke pedig 30 százalékkal visszaesett.

35. táblázat

Németország hordósbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió EUR			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	5 337	5 520	6 548	1,23	100,0	248	267	313	1,26	100,0
Olaszország	2 031	1 754	2 085	1,03	31,8	81	76	85	1,05	27,3
Spanyolország	1 218	1 007	1 630	1,34	24,9	44	36	54	1,23	17,1
Franciaország	943	921	764	0,81	11,7	56	58	59	1,04	18,7
Macedónia	430	301	364	0,85	5,6	19	13	15	0,77	4,8
Románia	188	170	141	0,75	2,1	11	10	8	0,78	2,7
Bulgária	116	61	49	0,42	0,7	6	3	3	0,47	0,9
<i>Magyarország</i>	<i>76</i>	<i>129</i>	<i>103</i>	<i>1,34</i>	<i>1,6</i>	<i>5</i>	<i>9</i>	<i>7</i>	<i>1,48</i>	<i>2,4</i>
Ausztria	49	325	198	4,03	3,0	3	12	8	2,62	2,7
Chile	45	309	406	8,97	6,2	5	13	19	4,14	6,1
Dél-Afrika	27	75	107	3,92	1,6	3	5	8	3,03	2,6
Argentína	24	22	32	1,33	0,5	2	1	2	1,02	0,7
USA	13	186	293	21,84	4,5	1	11	18	17,21	5,8
Ausztrália	9	87	148	16,95	2,3	1	6	11	10,29	3,6
Egyéb	168	172	230	1,36	3,5	11	13	15	1,41	4,8

Forrás: Eurostat

Az **alkoholos italok értékesítésében** a sör piacvezető, 2003-ban 97 millió hektoliter fogyott belőle, ami enyhe csökkenést jelez 1998-hoz képest. A forgalmazott borok volumene 1998 és 2003 között 8 százalékos növekedést, a borforgalmazás értéke pedig 1 százalékos csökkenést mutatott. Az alacsony alkoholtartalmú, ízesített szeszesitalok értékesített mennyisége a háromszorosára, az eladások értéke pedig 6,5-szeresére nőtt 1998 és 2003 között (36. táblázat).

36. táblázat

Az alkoholos italok értékesítésének alakulása Németországban

Megnevezés	1998	2003	Változás, % 2003/1998	1998	2003	Változás, % 2003/1998
	ezer hl			millió EUR		
Sör	101 544	96 977	-4,5	21 328	20 376	-4,5
FABs	1 422	4 468	214,2	288	1 874	549,9
Bor	20 149	21 660	7,5	10 378	10 282	-0,9
Szeszesital	4 908	4 523	-7,8	6 130	6 384	4,1
Összesen	128 023	127 628	-0,3	38 124	38 916	2,1

Forrás: Euromonitor

A **német boreladásokban** a vörösbor-értékesítés vezet majdnem 9 millió hektoliterrel, ami a 21 millió hektoliteres összes értékesítésnek valamivel több, mint 40 százaléka. Ezt követi a fehér bor értékesítése 7 millió hektoliterrel és 33 százalékkal. A rozé borok piaci részaránya 6 százalék, ezen kívül a gyöngyöző borok rendelkeznek még nagyobb piaci részesedéssel (12%).

1998 és 2003 között a vörös és a fehér bor kivételével valamennyi termék értékesítése visszaesett mind mennyiségben mind pedig értékben. A fehér bor értékesítése stagnált, értéke 10 százalékkal csökkent. **A vörös bor értékesítése viszont 40, az eladás értéke pedig 42 százalékkal emelkedett** (37. táblázat).

Az Euromonitor becslése alapján **a német boreladások 2003 és 2008 között az átmeneti gazdasági pangás után növekedésnek indulnak, mennyiségben 9 százalékos élénkülés, míg értékben az alacsony kiskereskedelmi árak miatt csak 1 százalékos növekedés várható.** Mennyiségi növekedésre csak a vörös (+18%) és a fehér bornál (+11%) lehet számítani, a többi termék értékesítése esni fog, köztük a rozé boré 7 százalékkal. Németországban 2003-ban a szőlőterület 66 százalékán fehér, 34 százalékán vörös szőlőt termesztettek. A szerkezetátalakítás keretében megvalósított új ültetvények a vörös szőlők területét gyarapítják.

37. táblázat

A boreladás termékszerkezete Németországban

Megnevezés	1998	2003	Változás,% 2003/1998	1998	2003	Változás,% 2003/1998
	ezer hl			millió EUR		
Vörös bor	6 442	8 991	39,6	2 652	3 752	41,5
Fehér bor	7 099	7 106	0,1	2 798	2 515	-10,1
Rozé bor	1 294	1 255	-3,0	550	503	-8,5
Pezsgő	825	487	-41,0	2 088	1 547	-25,9
Egyéb gyöngyöző bor	2 877	2 592	-9,9	1 711	1 494	-12,6
Szeszesített bor és vermut	297	242	-18,5	230	196	-14,9
Almabor	978	715	-26,9	264	205	-22,5
Egyéb nem szőlőbor	335	272	-18,8	85	70	-17,7
Összesen	20 149	21 660	7,5	10 378	10 282	-0,9

Forrás: Euromonitor

A vörösbor-eladásokban a legerősebb szegmens a 2,6-3,5 euró/palack közötti. Bővülés csupán a legolcsóbb szegmensekben tapasztalható, az 1,5 eurónál olcsóbb vörös borok piaci részaránya 1998 és 2003 között 16,8 százalékról 23,4 százalékra nőtt. A legnagyobb vesztes a 3,6-5 euró/palack kategória volt, ahol a piaci részesedés 18,6 százalékról 12,7 százalékra csökkent (38. táblázat).

A fehér borok mintegy negyede a legolcsóbb kategóriában kel el, miután az 1,5 euró/palacknál alacsonyabb árú borok piaci hányada az 1998 és 2003 közötti periódusban 9,7 százalékról 24,7 százalékra nőtt. A növekvő értékesítés másik területe az 1,6-2 euró/palack kategória volt, ahol a piaci részesedés 10,7 százalékponttal nőtt. A közepes árkategóriájú borok értékesítése jobban, a magasabbaké (3,6 euró/palack felett) kevésbé csökkent.

A kiskereskedelemben eladott borok árszegmentációja

Me.: %

Árkatégoriák EUR/0,75l	Vörös borok		Fehér borok	
	1998	2003	1998	2003
1,5 EUR és alatta	16,8	23,4	9,7	24,7
1,6-2 EUR	11,2	8,0	20,9	31,6
2,1-2,5 EUR	16,4	22,5	26,6	12,4
2,6-3,5 EUR	30,8	29,9	25,5	17,8
3,6-5 EUR	18,6	12,7	13,3	9,8
5,0 EUR felett	6,2	3,5	4,0	3,7
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0

1998-ban 1USD=0,89ECU, 2003-ban 1USD=0,79EUR

Forrás: Euromonitor

A kiskereskedelmi értékesítés (*off-trade*) 1998 és 2003 között mennyiségben 11,5, értékben csak 4 százalékkal bővült. A vendéglátás értékesítése (*on-trade*) ezzel szemben mennyiségben 9, értékben 7,8 százalékkal csökkent. 2003-ban az *off-trade* eladás az összes értékesítés 83 százalékát adta (39. táblázat).

A boreladások változása disztribúciós csatornák szerint

Megnevezés	1998	2003	Változás,% 2003/1998	1998	2003	Változás,% 2003/1998
	ezer hl			millió EUR		
Off-trade	16 206	18 069	11,5	6 061	6 302	4,0
On-trade	3 943	3 588	-9,0	4 316	3 979	-7,8
Összesen	20 149	21 657	7,5	10 378	10 282	-0,9

Forrás: Euromonitor

2003. évi adatok alapján a kiskereskedelmi boreladások 43 százaléka növekvő trenddel a diszkont áruházakban megy végbe, a szuper- és hipermarketek eladásai csak 22 százalékot tesznek ki. A direkt értékesítés az összes eladás mintegy 18 százaléka volt 2003-ban. A többi terméket (17%) egyéb szaküzletben, kényelmi üzletben, független élelmiszerkereskedésekben értékesítették. A kiskereskedelemben forgalmazott borok 97 százaléka palackozott bor.

5.3. USA

Az USA borfogyasztása az elmúlt évtizedben 24 százalékkal növekedett és 2002-ben a FAO adata szerint fejenként 7,8 litert tett ki. Az USA összes borfogyasztása a világ élvonalához tartozik, köszönhetően mintegy 290 millió fős népességének. Az elfogyasztott összes bor volumene 2002-ben 22,5 millió hektoliter volt, ami a globális borfogyasztás közel 10 százalékát adta. Ezzel a mennyiséggel a hagyományos bortermelő

és borfogyasztó Franciaország és Olaszország után a harmadik helyet foglalta el a világ borfogyasztásában. Az USDA adatai szerint az USA borfogyasztása 2004-ben 25,3 millió hektoliterre nőtt.

Az USA a negyedik legnagyobb bortermelő ország a világon, évi 24-26 millió hektoliteres termelésével. A termelt mennyiséget és a fogyasztást tekintve önellátó is lehetne, de jelentős exporttal és importtal is rendelkezik. Importja 2004-ben 6,4 millió hektoliterre, illetve 3,6 milliárd dollárra rügött.

A ENSZ COMTRADE adatbázisa szerint 2004-ben az USA 6,4 millió hektoliteres borimportjából 420 ezer hektolitert tett ki a pezsgő, 5,7 millió hektolitert a palackozott bor és 260 ezer hektolitert a hordós bor behozatala.

Az USA legfontosabb palackozottbor-szállítója Olaszország. Az olasz eladások 1998 és 2004 között 54 százalékos növekedést mutattak. Az amerikai palackozottbor-importban 1998-ban még második helyen álló Franciaország értékesítése 2004-re kissé visszaesett. A kereslet 2 millió hektolitert meghaladó bővülését legjobban Ausztrália használta ki: 1998 és 2004 között 300 ezer hektoliterről 1,7 millió hektoliterre növelte exportját, és ezzel megközelítette Olaszország 30 százalékos piaci részesedését. Chile bevitele is számottevő 540 ezer hektoliterrel, ami 2004-ben 9 százalékos piaci részt eredményezett (40. táblázat).

40. táblázat

Az USA palackozottbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió USD			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	3 307	5 505	5 732	1,73	100,0	1 490	2 868	2 961	1,99	100,0
Olaszország	1 173	1 931	1 811	1,54	31,6	425	879	919	2,16	31,0
Franciaország	867	812	756	0,87	13,2	570	780	634	1,11	21,4
Ausztrália	299	1 445	1 695	5,67	29,6	155	651	752	4,86	25,4
Chile	446	512	537	1,20	9,4	117	151	164	1,40	5,5
Spanyolország	127	213	250	1,96	4,4	64	122	148	2,32	5,0
Németország	102	166	183	1,79	3,2	38	74	84	2,20	2,8
Argentína	90	132	153	1,70	2,7	21	39	49	2,30	1,7
Új-Zéland	13	63	84	6,49	1,5	8	47	64	7,69	2,2
Dél-Afrika	..	47	70	..	1,2	..	23	36	..	1,2
Magyarország	8	6	6	0,78	0,1	2	3	2	1,15	0,1
Egyéb	183	122	133	0,73	2,3	89	99	107	1,20	3,6

Forrás: ENSZ COMTRADE adatbázis

Az USA-ban a palackozott borok behozatala a domináns, a **hordós bor** 260 ezer hektoliteres importja a teljes import mindössze 4 százalékát jelentette 2004-ben. A hordósbor-import 70 százalékát ebben az évben két ország, Ausztrália (121 ezer hektoliter) és Argentína (66 ezer hektoliter) adta (41. táblázat).

Az USA igen magas árszintű piac, ami éles versenyt indukál. Különösen az európai szállítók átlagárai kiemelkedőek (Franciaországé 7,84 USD/l, Spanyolországé 5,56 USD/l volt 2004-ben). Az USDA szerint a francia borok továbbra is nagyra értékelték annak ellenére, hogy értékesítésük csökken.

41. táblázat

Az USA hordósbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió USD			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	346	165	264	0,76	100,0	54	32	39	0,73	100,0
Franciaország	155	30	19	0,12	7,1	22	5	4	0,17	9,5
Olaszország	93	42	32	0,34	12,1	15	12	9	0,60	23,3
Chile	39	5	5	0,12	1,8	9	0,4	1	0,10	2,2
Argentína	35	3	66	1,90	25,0	4	0,4	3	0,79	7,5
Ausztrália	17	67	121	6,97	45,9	3	10	19	6,61	47,6
Egyéb	7	18	22	3,17	8,2	2	4	4	2,37	9,8

Forrás: ENSZ COMTRADE adatbázis

Az **alkoholos italok értékesítésében** 239 millió hektoliteres forgalmával a sör piacvezető volt 2003-ban. A sörreladások a megelőző 5 évben 3 százalékkal nőttek. A borforgalom 22 millió hektolitert tett ki 2003-ban, ezzel az alkoholos italok értékesítésében a sör után a második helyen állt. 1998 és 2003 között a boreladás volumene – a szeszesitalokéhoz hasonlóan – 14 százalékkal, a boreladások értéke pedig 24 százalékkal nőtt. A FAB italok értékesítése kevésbé meredeken emelkedett, mint Németországban vagy az Egyesült Királyságban (42. táblázat).

Az Euromonitor prognózisa szerint 2003 és 2008 között az alkoholos italok értékesítése csak mérsékeltén növekszik. Kivétel a bor és a szeszesital, amelyeknél mennyiségben számottevő, 16-20 százalékos növekedést várnak. A sörvásárlások szinten maradnak, míg a FAB italok keresettsége 4 százalékkal csökkenhet.

42. táblázat

Az alkoholos italok értékesítésének alakulása az USA-ban

Megnevezés	1998	2003	Változás, % 2003/1998	1998	2003	Változás, % 2003/1998
	ezer hl			millió USD		
Sör	230 812	238 793	3,5	59 029	71 391	20,9
Alma- és körtebor	356	362	1,7	161	183	13,8
FABs	3 668	7 936	116,4	1 875	4 120	119,8
Bor	19 503	22 190	13,8	18 874	23 336	23,6
Szeszesital	12 346	13 902	12,6	32 916	41 483	26,0
Összesen	266 685	283 183	6,2	112 854	140 513	24,5

Forrás: Euromonitor

Az USA boreladásaiból (*on-trade* és *off-trade* együtt) a fehér és a vörös borok csaknem azonos arányban, 36, illetve 37 százalékkal részesedtek 2003-ban. A rozé borok értékesítése az összes értékesítés 17 százalékát adta. A gyöngyöző bor, valamint a szeszesített bor és vermut forgalma 4,4-4,5 százalék körül alakult (43. táblázat).

A boreladás várható termékszerkezete az USA-ban

Megnevezés	2003	2008	Változás,% 2008/2003	2003	2008	Változás,% 2008/2003
	ezer hl			millió USD		
Vörös bor	8 189	10 218	24,8	8 680	11 125	28,2
Fehér bor	7 990	8 947	12,0	7 845	9 477	20,8
Rozé bor	3 795	4 097	8,0	2 122	2 341	10,4
Pezsgő	96	106	10,4	703	804	14,4
Egyéb gyöngyöző bor	1 005	1 179	17,3	1 430	1 701	18,9
Szeszesített bor és vermut	996	984	-1,2	2 387	2 446	2,5
Nem szőlőbor	119	126	5,9	171	186	8,6
Összesen	22 190	25 657	15,6	23 336	28 079	20,3

Forrás: Euromonitor

Az Euromonitor prognózisa szerint 2003 és 2008 között az USA összes boreladása mennyiségben 16 százalékkal, értékben 20 százalékkal emelkedhet. Az összes borforgalmon belül leginkább a vörös bornak jólsznak szép jövőt, az értékesített mennyiség 25, az eladások értéke pedig 28 százalékkal növekedhet. Ugyanez a csendes fehér boroknál 12 és 21, a rozé boroknál 8 és 10, a gyöngyöző boroknál 17 és 19 százalék lehet.

A bor hatalmas népszerűsége és fogyasztásának növekedése annak köszönhető, hogy a bor a mindennapi étkezések kísérő italává vált. A borfogyasztó populáció 2000 és 2005 között 31 százalékkal nőtt. A fiatal felnőttek érdeklődése is nő a bor iránt, hasonlóan, mint a *baby boom* generációhoz tartozóké az 1970-es években. Az amerikai *Wine Market Council* felmérése azt mutatta, hogy a fiatalok szeretnének minél többet tudni a borokról és nyitottak arra, hogy a világ különböző részeiről származó borokat megismerjék [Decanter, 2006]. Az USA-n belül a borfogyasztás többnyire Kalifornia és New York államra koncentrálódik, a többi államban a borfogyasztás inkább a különleges alkalmakra korlátozódik [SAWIS, 2004].

Az USA kiskereskedelmi boreladásaiban jellemző, hogy a fogyasztók egyre inkább a magasabb árú prémium borokat vásárolják. Ez a váltás – bár a fehér és a vörös borokat nem egyforma mértékben érinti – jellemzőnek tekinthető a teljes borszektorra. Noha a drágább borok eladása nő, a recesszió következtében még mindig magas az ún. gazdaságosan árazott borok forgalma: a 3 USD/palack alatti kategória részesedése a vörös és fehér boroknál 25, illetve 31 százalék, a 3-6,99 USD/palack szegmens forgalma pedig 40, illetve 38 százalékkal részesedik a vörös és a fehér borok eladásaiból (44. táblázat).

44. táblázat

A kiskereskedelemben eladott borok árszegmentációja

Me.: %

Méretkategória USD/palack	Vörös borok		Fehér borok	
	1998	2003	1998	2003
3 USD alatt	29,6	25,1	35,6	31,3
3-6,99 USD	42,7	40,4	41,5	37,7
7-9,99 USD	17,7	19,8	15,4	19,1
10-13,99 USD	5,1	7,7	4,8	6,9
14 USD és felette	4,9	7,0	2,7	5,0
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: Euromonitor

Az USA-ban eladott borok mintegy 80 százalékát a kiskereskedelemben értékesítik és csak 20 százalékát helyben fogyasztva. 1998 és 2003 között kiegyensúlyozott volt a mennyiségi növekedés a két elosztási csatorna között. Értékben az *on-trade* értékesítés 26, az *off-trade* pedig ettől alig elmaradva, 21 százalékkal bővült (45. táblázat).

45. táblázat

A boreladások változása disztribúciós csatornák szerint

Megnevezés	1998	2003	Változás,% 2003/1998	1998	2003	Változás,% 2003/1998
	ezer hl			millió USD		
Off-trade	15 420	17 530	13,7	10 149	12 256	20,8
On-trade	4 083	4 660	14,1	8 826	11 080	25,5
Összesen	19 503	22 190	13,8	18 974	23 336	23,0

Forrás: Euromonitor

Az USA kiskereskedelmi boreladásaiban a szuper- és hipermarketek vezetnek, köszönhetően a kiskereskedelemben zajló koncentrációs folyamatoknak. A diszkont áruházak és a szaküzletek forgalma számottevő még, de utóbbiak eladásai csökkenő trendet jeleznek. A kiskereskedelemben eladott borok 91 százaléka palackozott, a *bag-in-box* csomagolás 4, az egyéb csomagolás pedig 5 százalékot tesz ki.

5.4. Japán

A FAO adatai szerint a Japánban 2002-ben elfogyasztott bor mennyisége 2,8 millió hektoliter volt, ami a 127 milliós lakosság létszámához viszonyítva igen kevés. Japán hagyományosan nem borfogyasztó ország, így az egy főre eső fogyasztás alacsony, 2002-ben 2,2 litert tett ki. Japán bortermelése minimális, évente 1-1,2 millió hektoliter. 2004. évi importja 1,7 millió hektoliter, értékben 1 milliárd dollár volt. Japán nemzetközi viszonylatban **magas árszintű** piacnak számít.

A ENSZ COMTRADE adatbázisa szerint Japán 1,67 millió hektoliteres borimportjából a pezsgő 160, a palackozott bor 1270, a hordós bor behozatala pedig 230 ezer hektolitert

tett ki 2004-ben. A japánok által importált bor mennyisége a felére, az import értéke pedig 80 százalékra csökkent 1998 és 2004 között.

Japán palackozott bor importpiacát európai országok, Franciaország és Olaszország vezetik. Franciaország piaci részesedése a mennyiséget tekintve 47 százalék, értékben viszont már 63 százalék volt 2004-ben. Olaszország volumenben az import 18 százalékát, az import értékének pedig 14 százalékát kötötte le. Az újvilági termelők közül egyedül az USA ért el jelentősebb pozíciót, 2004-ben 122 ezer hektoliteres exportjával a piac 10 százalékát birtokolta. Ausztrália palackozottbor-exportja még nem számottevő, de 1998 és 2004 között az exportőrök között egyedülként volt képes növelni a behozatalát (46. táblázat).

46. táblázat

Japán palackozottbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió USD			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	2 435	1 240	1 270	0,52	100,0	1 108	690	776	0,70	100,0
Franciaország	1 034	559	593	0,57	46,7	600	413	485	0,81	62,5
Olaszország	456	255	227	0,50	17,9	172	110	106	0,61	13,6
USA	184	122	122	0,66	9,6	73	50	50	0,68	6,4
Chile	276	74	79	0,29	6,2	91	25	27	0,29	3,5
Németország	172	67	58	0,33	4,5	63	28	27	0,44	3,5
Spanyolország	106	68	72	0,67	5,6	35	22	24	0,69	3,1
Ausztrália	45	50	67	1,48	5,3	20	21	30	1,51	3,9
Magyarország	11	2	2	0,18	0,2	4	1	1	0,36	0,2
Egyéb	150	43	50	0,33	3,9	51	21	26	0,52	3,4

Forrás: ENSZ COMTRADE adatbázis

47. táblázat

Japán hordósbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió USD			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	680	233	231	0,34	100,0	79	25	26	0,33	100,0
Bulgária	190	19	10	0,05	4,4	21	1	1	0,04	3,4
Argentína	98	53	52	0,53	22,4	9	3	3	0,38	12,5
Románia	88	3	4	0,04	1,6	8	0,3	0,4	0,04	1,3
USA	58	62	62	1,07	26,6	9	7	7	0,76	26,8
Franciaország	39	17	19	0,48	8,0	8	5	7	0,87	25,3
Spanyolország	39	7	6	0,14	2,4	5	1	1	0,12	2,3
Szerbia és Mont.	27	0	1	0,02	0,3	3	0	0,1	0,02	0,2
Macedónia	26	7	3	0,10	1,1	2	0,5	0,2	0,10	0,8
Chile	20	42	56	2,81	24,1	4	3	4	1,24	16,9
Olaszország	10	11	8	0,87	3,6	1	2	1	0,86	4,6
Egyéb	86	12	13	0,15	5,5	10	1	2	0,16	5,9

Forrás: ENSZ COMTRADE adatbázis

A teljes import 14 százalékát adó **hordósbor-importból** már jelentős résszel rendelkeznek az újvilági szállítók, az USA, Argentína és Chile. Az összmenyiség alacsony volta miatt azonban piaci részesedésük csak néhány tízezer hektoliter bor behozatalát jelenti (47. táblázat).

Japán 96 millió hektoliteres **alkoholosital-eladásaiból** 2003-ban a sör értékesítése 68 millió hektolitert tett ki. A söreladások mennyisége 1998 és 2003 között 7 százalékkal csökkent. A FAB italok fogyasztása ugyanebben az időszakban több mint háromszorosára nőtt. Japánban a bornak igen erős versenytársai a *shochu* és a különböző likőrök, amelyek népszerűsége növekszik (48. táblázat).

48. táblázat

Az alkoholos italok értékesítésének változása Japánban

Megnevezés	1998	2003	Változás, % 2003/1998	1998	2003	Változás, % 2003/1998
	ezer hl			millió ¥		
Sör	72 872	68 114	-6,5	7 606	5 488	-27,8
FABs	1 948	6 153	215,9	139	388	178,6
Bor	13 344	11 143	-16,5	2 675	2 259	-15,5
Szeszesital	9 356	10 946	17,0	2 588	2 616	1,1
Összesen	97 520	96 356	-1,2	13 007	10 750	-17,4

Forrás: Euromonitor

Japánban a **forgalomba hozott borok mennyisége** 11,1 millió hektoliter volt 2003-ban, ami 1998-hoz képest 17 százalékkal csökkent. A 11,1 millió hektoliterből 8,5 millió hektoliter (76 %) nem szőlőbor, hanem *sake* (tradicionális japán rizsbor). A *sake* fogyasztás 17 százalékkal zsugorodott 1998 és 2003 között, de nem került el a visszaesés a szőlőbort sem. Leginkább a vásárolt rozé és fehér bor volumene csökkent. 2003-ban az összes borfogyasztásból 15 százalékkal részesedett a vörös bor, 7 százalékkal a fehér és 1 százalékkal a rozé bor (49. táblázat).

49. táblázat

A boreladás termékszerkezete Japánban

Megnevezés	1998	2003	Változás, % 2003/1998	1998	2003	Változás, % 2003/1998
	ezer hl			millió ¥		
Vörös bor	1 796	1 642	-8,6	333	305	-8,2
Fehér bor	907	760	-16,2	162	135	-17,1
Rozé bor	297	121	-59,3	48	18	-62,2
Pezsgő	23	25	8,7	34	40	18,2
Egyéb gyöngyöző bor	52	80	53,8	10	15	55,6
Szeszesített bor és vermut	7	9	28,6	3	5	35,3
Nem szőlőbor	10 262	8 505	-17,1	2 085	1 741	-16,5
Összesen	13 344	11 142	-16,5	2 675	2 259	-15,6

Forrás: Euromonitor

Az Euromonitor prognózisa szerint **a japán boreladások mennyisége 2003 és 2008 között tovább csökken, mintegy 5 százalékkal, értékben 3 százalékkal.** Egyetlen termék lehet, ami **növekedést könyvelhet el, a vörös bor,** aminek forgalomnövekedését mennyiségben 5, értékben 7 százalékra becsülik. A japán borfogyasztók bíznak a vörös bor egészségre gyakorolt kedvező hatásában.

A japán borfogyasztási szokásokban is tetten érhető a minőségi váltás, **a fogyasztói igények a magasabb értékű borok felé fordulnak.** A fogyasztásban azonban még ma is az 501-1500 jen/palack (4,5-14 USD/palack) kategória a legerősebb, a vörös boroknál 71,8, a fehérénél 74,1 százalékos piaci részesedéssel. Az Euromonitor szakértői szerint ebben a szegmensben foglalnak helyet az újvilági termelők olcsóbb, de jó minőségű borai. 1998 és 2003 között a legdrágább és a legolcsóbb borok eladásai nőttek Japánban, míg a közép kategória értékesítése csökkent. (50. táblázat).

50. táblázat

A kiskereskedelemben eladott borok árszegmentációja

Me.: %

Árkatégória ¥/palack	Vörös bor		Fehér bor	
	1998	2003	1998	2003
500 ¥ és alatta	6,8	7,9	6,8	8,5
501-1000 ¥	34,6	41,8	38,0	45,2
1001-1500 ¥	38,4	30,0	39,5	28,9
1501-2000 ¥	15,5	14,5	11,8	13,1
2000 ¥ felett	4,7	5,8	3,9	4,3
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0

1998-ban 1USD=113,8¥, 2003-ban 1USD=106,9¥

Forrás: Euromonitor

Japánban a borok 69 százaléka a kiskereskedelemben kel el, de a borforgalmazásból származó jövedelem 35 százaléka a vendéglátásban realizálódik. 1998 és 2003 között mind a helyben fogyasztásra, mind pedig a kiskereskedelemben eladott borok mennyisége és értéke is csökkent. A csökkenés kiegyensúlyozott volt, azonos mértékben érintette mindkét disztribúciós csatornát (51. táblázat).

51. táblázat

A boreladások változása disztribúciós csatornák szerint

Megnevezés	1998	2003	Változás,% 2003/1998	1998	2003	Változás,% 2003/1998
	ezer hl			millió ¥		
Off-trade	922	768	-16,7	958	805	-16,0
On-trade	412	347	-16,0	1 717	1 454	-15,3
Összesen	1 334	1 114	-16,5	2 675	2 259	-15,5

Forrás: Euromonitor

Az italszaküzletek részesedése a kiskereskedelmi boreladásokból 43 százalék, ezzel piacvezetők, bár részesedésük 1 százalékponttal csökkent 1998 és 2003 között. A szupermarketek jelentősége a bor kiskereskedelmi értékesítésében sokat fejlődött, 13 százalékról 26 százalékra emelve részesedését. A szupermarketek előretörése a független áruházak és diszkontok rovására történt. Az *off-trade* eladásoknál a palackozott borok aránya 55 százalék, az egyéb csomagolás (karton) a nem szőlőboroknál jellemző.

Az egyes borok elosztási csatornái eltérő képet mutatnak. Az olcsóbb kaliforniai és chilei boroknál a szupermarketekben és diszkontokban való értékesítés dominál. Az olasz borokat főleg éttermekben kínálják az olasz konyha elterjedtsége miatt. A francia, német és olasz borok értékesítésében az italszaküzletek nagyobb súllyal vesznek részt, mint az újvilági borok eladásainál.

Az organikus borok aránya a teljes forgalmon belül 10 százalékra tehető, de az organikus bort fogyasztók száma határozottan nő. A japán vevők minden további nélkül hajlandók magasabb árat fizetni az ilyen típusú borokért [Japan-Haruta, 2004].

5.5. Oroszország

Oroszország egy főre jutó borfogyasztása 2002-ben 5 liter, a lakosság (145 millió fő) által elfogyasztott bormennyiség 7,2 millió hektoliter volt a FAO adatai szerint. Oroszország bortermelése 3,5-4 millió hektoliter, tehát a növekvő fogyasztás jelentős mennyiségű importot tesz szükségessé. Oroszországban az 1980-as évek közepéig (az alkoholelles kampányt megelőzően) a hazai termék dominált a piacon, ezt követően azonban a helyi kapacitások leépültek. Oroszország borimportja 2004-ben elérte az 5 millió hektolitert, az import értéke pedig 390 millió dollárra rúgott.

A ENSZ COMTRADE adatbázisa szerint Oroszország 5,1 millió hektoliteres borimportjából a pezsgő 250, a palackozott bor 4470, míg a hordós bor behozatala 330 ezer hektolitert tett ki 2004-ben.

Oroszország **palackozottbor-importja** 1998 és 2004 között 82 százalékkal bővült, a szállítások értéke azonban csak 2 százalékkal emelkedett. A behozatal átlagára 2004-ben 0,72 dollár volt literenként. Oroszország piacát **Moldávia** uralta 2004-ben mintegy 61 százalékos piaci részaránnyal (2,9 millió hektoliter). Borai minőségére utal, hogy az import értékéből mindössze 47 százalékos hányaddal rendelkezett. A volt Szovjetunió utódállamai közül jelentős szállítók Grúzia (372 ezer hektoliter 2004-ben) és Ukrajna (134 ezer hektoliter). Piaci helyzetüket magyarázza, hogy termékeik exportja vám- és illetékmentes. Igen olcsó borainak köszönhetően őrzi pozícióját Bulgária 11 százalékos mennyiségi részaránnyal. Az igényesebb borok szállítójának Franciaország számít, értékbeli részesedése duplája mennyiségi hányadának (52. táblázat).

Az újvilági exportőrök szinte alig vannak jelen az orosz piacon: 2004. évi együttes palackozottbor-exportjuk 137 ezer hektolitert tett ki, ami az összes import 3 százaléka, értékben 5 százaléka volt. A terjeszkedés dinamikája viszont szembetűnő, 1998 és 2004 között exportjuk a tízszeresére bővült. Ebben Argentína és Chile jártak az élen.

Oroszország **hordósbor-importja** a teljes import 7 százaléka volt 2004-ben. A behozatal 75 százaléka két országból, Moldáviából és Bulgáriából származott (53. táblázat).

52. táblázat

Oroszország palackozottbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió USD			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	2 456	3 803	4 472	1,82	100,0	313	266	321	1,02	100,0
Moldávia	1 749	2 497	2 739	1,57	61,2	203	132	149	0,73	46,6
Ukrajna	167	111	134	0,80	3,0	14	9	11	0,77	3,4
Grúzia	144	311	372	2,58	8,3	21	32	36	1,71	11,2
Németország	107	63	80	0,74	1,8	15	6	8	0,54	2,5
Franciaország	81	187	237	2,91	5,3	30	32	38	1,28	11,9
Bulgária	53	356	476	9,02	10,6	7	18	24	3,44	7,4
Olaszország	32	48	66	2,04	1,5	6	9	12	1,93	3,6
Spanyolország	17	89	143	8,57	3,2	4	9	15	3,78	4,7
Magyarország	46	34	36	0,78	0,8	5	3	3	0,59	0,9
USA	12	6	6	0,52	0,1	2	1	1	0,78	0,4
Ausztrália	0,3	6	5	21,48	0,1	0,1	1	1	10,98	0,3
Chile	0,5	35	63	130,71	1,4	0,1	6	10	138,21	3,1
Argentína	0,2	22	63	418,60	1,4	0,03	2	5	174,90	1,6
Egyéb	47	38	54	1,13	1,2	6	6	7	1,20	2,3

Forrás: ENSZ COMTRADE adatbázis

53. táblázat

Oroszország hordósbor-importja származási országok szerint

Származási ország	Mennyiség, ezer hl			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004	Érték, millió USD			Index, 2004/1998	Piaci rész, % 2004
	1998	2003	2004			1998	2003	2004		
Világ	316	180	329	1,04	100,0	25	14	24	0,99	100,0
Moldávia	13	71	172	13,71	52,3	1	5	12	11,72	48,1
Bulgária	0,6	37	75	131,65	22,8	0,04	2	4	122,23	17,6
Franciaország	0,5	17	12	25,56	3,7	0,1	2	1,4	14,03	5,8
Grúzia	25	13	15	0,57	4,4	2,1	1,3	1,3	0,63	5,5
Egyéb	277	43	55	0,20	16,7	21	4	6	0,26	23,1

Forrás: ENSZ COMTRADE adatbázis

Oroszország sörfogyasztása 2003-ban fejenként 53 litert tett ki, ami világviszonylatban közepesnek tekinthető. A fajlagos sörfogyasztás 1998 és 2003 között 128 százalékkal nőtt. A borfogyasztás alacsony, ami az 1998-as pénzügyi válság következtében a jelenlegi szint felére esett vissza. A szeszesitalok fogyasztása magas, 10 liter fejenként (54. táblázat). A fogyasztásban megfigyelhető tendencia, hogy a lakosság áttér a vodka fogyasztásáról az alacsonyabb alkoholtartalmú italokra, aminek következtében a borfogyasztás és borimport növekvő fázisba került. Ez a folyamat főleg a fiatalabb, tehetősebb fogyasztókat jellemzi.

54. táblázat

Az alkoholos italok fogyasztásának változása Oroszországban

Me.: l/fő/év

Megnevezés	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Változás, % 2003/1998
Sör	23,3	30,5	35,6	44,5	48,9	53,0	127,5
Bor	3,6	2,6	3,3	4,3	5,0	6,2	72,2
Szeszesital*	6,2	9,1	8,6	9,2	9,9	10,1	62,9

* Égetett szeszesital, 50°-os szeszre átszámítva

Forrás: FAO

Piaci szakértők szerint a bor a legbiztosabb jövőképpel rendelkezik az alkoholos italok között. Olyan becslések is napvilágot láttak, amelyek szerint Oroszországban a fejenkénti borfogyasztás a közeljövőben akár a 14-15 litert is elérheti. A nagyvárosok lakói ugyanis bármilyen bort megvesznek az árától függetlenül. Még a legdrágább borok is gazdára találnak valamely különleges alkalomra. A gazdasági növekedés az elmúlt 5 évben növelte a fogyasztók vásárlóerejét és a minőségi termékek keresletét. Ezt egyébként a kormányzati intézkedések is elősegítették: 2003-ban – egyedül az alkoholos italok közül – csökkentették a borok fogyasztási adóját, ami az importőrök számára lehetővé tette, hogy drágább, exkluzív borokat vezessenek be a piacra [Taybakhtina, 2004].

Az Euromonitor adatai szerint 2004-ben 11,8 millió hektoliter bort forgalmaztak Oroszországban, ami 8 literes fejenkénti fogyasztásnak felel meg. 2008-ra a forgalom bővülését 15 millió hektoliterre prognosztizálják (10 l/fő éves fogyasztás).

A borforgalom termékszerkezetében 26 százalékos a vörös bor részesedése, 22 százalékos a fehér boré, együttesen 36 százalékot adnak a pezsgő és a gyöngyöző borok és igen magas, 16 százalékos a szeszesített és ízesített borok részaránya az összes értékesítésen belül (55. táblázat). A **növekedés motorja a közeljövőben a vörös bor forgalmának** emelkedése lesz.

55. táblázat

A boreladás termékszerkezete Oroszországban

Me.: ezer hl

Megnevezés	1998	2004	Változás, % 2004/1998	Piaci rész, % 2004
Vörös bor	2 639	3 089	17,1	26,3
Fehér bor	2 331	2 567	10,1	21,8
Pezsgő	1 548	2 121	37,0	18,0
Egyéb gyöngyöző bor	1 547	2 118	36,9	18,0
Szeszesített bor és vermut	1 791	1 864	4,1	15,9
Összesen	9 856	11 759	19,3	100,0

Forrás: Euromonitor

Az alacsony és közepes minőségű moldáv borok 2-2,75 USD/palack áron kelnek el. A 4 USD/palack fölötti ár már kritikus az eladott mennyiség szempontjából. Növekvő az igény az 5-10 USD/palack átlagárú borokra is. Meg kell azonban jegyezni, noha az orosz fogyasztók készek megvásárolni a legdrágább borokat is, vonakodnak attól, hogy egyszerre nagy mennyiséget vegyenek, azaz sokat költsenek. Az alacsony minőségű szegmensben a félédes borokat keresik, míg az elit kategóriában a száraz borok vezetnek.

Az orosz vendéglátóipar lendületesen fejlődik és ezzel együtt az itt eladott bor mennyisége is. Moszkvában és Szentpéterváron nagyszámú új étterem, kávéház nyílt. Moszkvában minden hónapban kb. 30-40 új éttermet adnak át és több mint 200 szálloda épül 2010-ig.

A nyugati stílusú szupermarketek terjedése segíti a borok eladását. Ezek elsősorban a közepes és magas jövedelmű városi lakosságot vonzzák. A borok kiskereskedelmi eladásából a szuper- és hipermarketek 18,5 százalékkal részesedtek 2004-ben. **A borok mintegy 43 százalékát viszont még mindig a szabadtéri piacokon értékesítik.** Oroszországban 2000 előtt nem voltak borszaküzletek, ezért meglepő, hogy ma már a borforgalom 26 százaléka náluk bonyolódik.

6. Borpiaci kilátások

A borpiac várható alakulását nehéz megítélni. A bor mint élvezeti cikk pozitív jövedelem-rugalmasságú termék, a kereslet jövedelem-rugalmassága 1-nél nagyobb. **A borfogyasztás a gazdaság állapotának változására, a jövedelmek alakulására viszonylag széles amplitúdóval reagál.** A prognóziskészítést és véleményalkotást bizonytalanná teszi az is, hogy az **Európai Unió**, a világ legnagyobb bortermelő, -fogyasztó, -importőr és -exportőr régiója **a borpiaci rendtartás reformját tárgyalja 2006-tól.** Folyamatban van továbbá a **WTO Dohai Fordulója**, aminek eredményei a további piacnyitás és az exporttámogatások megszüntetése miatt lesznek hatással a borpiacra.

A magas borfogyasztási szinttel rendelkező országok döntő többsége hagyományos bortermelő ország, kisebb részük, például Dánia és Svájc esetében a teljesítőképes, erős gazdaságnak köszönhetően magas az egy főre jutó GDP. A növekvő borfogyasztású országoknál szintén kiemelkedő a jövedelem, például Kanadában, az Egyesült Királyságban, Írországon vagy Svédországban az egy főre jutó GDP vásárlóerő-paritáson mérve eléri a 30 ezer dollárt. A növekvő borfogyasztású országoknál, ahol nem ilyen magas a GDP fajlagos értéke, a felgyorsult gazdasági növekedés teremti meg a borfogyasztás növelésének feltételeit. Ez igaz a balti államokra, ahol 2001 és 2003 között 6-9 százalék volt a GDP éves növekedési rátája.

A GDP változásának hatása jól igazolható a bemutatott kulcspiacok borfogyasztási trendjein. Az újraegyesítés következtében a német gazdaság gyengélkedésére a borfogyasztás stagnálása és az olcsó borok importja volt a válasz. Oroszországban a jövedelem növekedésének hatására megugrott a borfogyasztás a 2000-es években.

A Világbank adatai alapján 2005-ben szinte minden országban csökkent a GDP növekedési üteme. Az eurózónában 2007-ben már 2 százalékos növekedést várnak a 2004. évi 1,7 százalékkal szemben, az USA-ban csak 3,6 százalékot a 2004. évi 4,2 százalék helyett. Japánban tovább tart a visszaesés, csakúgy, mint Kelet-Ázsiában, valamint Kelet- és Közép-Európa nem európai uniós országaiban.

Középtávon, 2006 és 2015 között az egy főre jutó GDP éves növekedési üteme a fejlődő világban (3,5%) nagyobb lesz, mint a magas jövedelemszinttel rendelkező országokban (2,4%), de a fejlődő országokban a gazdasági növekedés elmarad a 2001-2006-os szinttől. Különösen jellemző ez Kelet- és Közép-Ázsiában, valamint Európa legkevésbé fejlett régióiban. Az eurózána, az USA és Japán gazdasága hosszabb távon nagyobb sebességre kapcsol mint 2001-2006 között¹¹.

Gazdasági szempontból átmeneti visszaesés után **kedvezőek maradnak a feltételek a borfogyasztás növelésére Nyugat-Európában. Oroszországban** középtávon az olajjévedelmek elköltése növelheti a lakossági fogyasztást, de jelentősen **bővül a gazdaság rövid- és középtávon Kínában is.**

A fejlődő világban a borfogyasztás mennyisége csak lassan növekszik, míg az érettebb nyugati piacokon a jelentősebb mennyiségi növekedést meghaladó értékbeni bővüléssel számolhatunk. A **megnövekedett keresletet** nagyjából **az újvilági szállítók elégítik ki**, erre utal versenyképességi elemzésünk eredménye is.

¹¹ A GDP növekedési ütemét nagyban befolyásolja a nyersolaj árának változása: a Világbank számításai szerint a nyersolaj kitermelésének napi 2 millió hektoliterrel történő csökkenése a nyersolaj árának drasztikus, több mint 60 százalékos növekedését, a GDP növekedési ütemének pedig összességében mintegy 1,5 százalékpontos csökkenését idézné elő.

A borfogyasztási szokások változása jelentős hatást gyakorol a borfogyasztás alakulására. Erre példa a vörös bor kedvező egészségügyi hatásainak propagálása, ami az egész világon a vörös fajták keresletének megugrását okozta. A piac mostanában telítődni látszik, bár az egyes piacokon nem azonos időben és mértékben következnek be a változások. Az Egyesült Királyságban 2008-ig jobban nő a rozé borok keresettsége, mint a vörös boré. Németországban, az USA-ban, Japánban és Oroszországban ugyanakkor a borfogyasztás hajtóerejének továbbra is a vörös bor látszik. Ausztráliában viszont az új telepítéseknel a fehér fajtákat helyezik előtérbe, aminek oka a vörös fajták árának drasztikus csökkenése.

A borfogyasztás egészségre gyakorolt pozitív hatásán alapszik az USA borfogyasztásának növekedése is. A bor mérsékelt fogyasztás mellett a különleges alkalmak italából a mindennapok italává vált. A borfogyasztás terjedése a nők körében hozzájárul az Egyesült Királyság import pozíciójának kiteljesedéséhez.

Ausztrál kutatók a globális borfogyasztás alakulásának döntő momentumaként az asztali borok fogyasztásának csökkenését nevezik meg a hagyományos bortermelő Franciaországban, Olaszországban és Spanyolországban. A vezető borivóknál a borfogyasztás a jelenlegi szinten maradhat, amennyiben a magasabb minőségű borok fogyasztásbővülése ellentételezi az asztali borok fogyasztásának csökkenését. A piaci adatok erre vonatkozóan csupán Olaszország esetében biztatóak [Perini, 2004].

Középtávon a prémium borok egy főre jutó fogyasztásának növekedése várható. Az árszegmentáció alapján egyértelmű, hogy a fogyasztók a kiskereskedelembe is a magasabb minőségű borokat keresik (Németország kivétel). A fogyasztói szokások változása, a házon kívüli étkezések gyakoriságának növekedése és a jövedelmek emelkedése tovább növelheti az *on-trade* eladásokat és a magasán pozícionált borok keresletét.

Ausztrál kutatók a világ legfontosabb importpiacain, az Egyesült Királyságban és az USA-ban erős növekedést (16% és 29%) várnak 2010-ig. Németország piaca viszont csak mérsékeltén bővül [Gordon, 2005]. Az Euromonitor prognózisa a boreladások tekintetében az Egyesült Királyságban 7 (értékben 16), az USA-ban 16 (értékben 20), míg Németországban 9 (értékben csupán 1) százalékos forgalombővülést jelez 2003 és 2008 között. Az emelkedő borfogyasztású országokban, mint Írország, Svédország, Oroszország a borfogyasztás további növekedése várható. Kínában nagyon alacsony a borkultúra. Nem ismerik a borok értékeit, a fajtákat, a minőségi különbségeket. Erős a szürke gazdaság, az importborokat hamisítják. Borfogyasztási szokásaik következtében a nagyon olcsó borokat keresik. Kína a fogyasztók képzését követően, hosszabb távon potenciális piaci lehetőség [Lagos-Zhang, 2004].

Az Európai Unió nem bortermelő országai ellenzik a borpiaci rendtartás finanszírozására fordított magas kiadások fenntartását (évi 1,2-1,3 milliárd euró). Különösen úgy, hogy a feleslegek állandóan újratermelődnek. Az Európai Unióban egyes években 30-40 millió hektoliter olyan bor keletkezik, amit nem tudnak értékesíteni. A 2004/2005. borpiaci év túltermelési válsága, a tetemes krízislepárlás nyilvánvalóan hatással lesz a borpiaci reform alakulására.

A növekvő belső termelés és harmadik országokból származó import, a stagnáló export és a csökkenő humán fogyasztás azt jelenti, hogy az uniós borszektor reformja elkerülhetetlen, meg kell kezdeni a strukturális átalakítást. A reformjavaslat hivatalos jogi szövegének publikálása 2006. második félévére, a reformot illető megegyezés 2007. első felében várható [Agra Facts, 2005. július 2.].

Az Európai Bizottság a 2006. február 16-án Brüsszelben „Challenges and opportunities for the European wines” elnevezéssel rendezett bor szemináriumán a borreformmal kapcsolatos alapelveit a következőkben jelölte meg:

- A gazdasági szereplők (szőlő- és bortermelők, kereskedők) elsődleges felelőssége, hogy az EU bortermelését mind mennyiségben, mind pedig minőségben a fogyasztók igényeihez igazítsák. A borrendtartás feladata viszont olyan szabályozási keretet biztosítani, ami lehetővé teszi működésüket, miközben **megőrzi a termelés sajátosságait** (foglalkoztatás, termékek sokfélesége, a környezet védelme). Ezzel együtt olyan **modern és erős európai boripar** kialakítására van szükség, amely a belső és harmadik országok piacán is képes lesz eredményesen helytállni.
- Annak érdekében, hogy a költségvetési forrásokat hatékonyabban használják fel, a jövőbeni borrendtartásnak olyan új elemeket kell tartalmaznia, amelyek lehetővé teszik a **borszektor** alapvető és a kívánalmaknak megfelelő **szerkezetátalakítását**.
- A borszektor átalakításával a **termelési potenciál csökkentésére** is szükség lesz az elkövetkezendő években.
- A struktúraátalakítás magában foglalja a **szőlőültetvények piaci igényeknek megfelelő mennyiségi és minőségi adaptációját** is.
- A borreform illeszkedik a 2003-ban elindított KAP reform elveihez, különösen a piaci orientáció, a horizontális megközelítés és a keresztmegerősítés tekintetében. Ugyanakkor **termelésről leválasztott támogatás bevezetésére a borszektorban várhatóan nem kerül sor**.
- A borszektor vertikális fejlesztésénél a **következetesség érvényesítésére** van szükség. A telepítésekkel, a szőlőfeldolgozással és borkészítéssel, a borkategóriákkal, a bor megnevezésekkel, a címkézéssel és a marketinggel foglalkozó szabályoknak és intézkedéseknek **összhangban** kell lenniük, hogy előmozdítsák az ágazat versenyképességét és fenntarthatóságát.
- A **tagállamoknak annyi önállóságot kell hagyni** a döntésekkel kapcsolatban, amennyit csak lehetséges, természetesen a megfelelő anyagi eszközök biztosításával együtt. Lehetővé kell tenni a tagállamoknak (és a bortermelő régióknak), hogy a közösségi intézkedéseket pontosan a saját helyzetüknek és feltételeiknek megfelelően alkalmazzák.
- A bortermelő régiókban a borágazat nem kezelhető elkülönítetten a többi mezőgazdasági terméktől és a gazdaság többi részétől. Összhangban a borrendtartás előírásaival, a bortermelő régióknak és a gazdasági szereplőknek alkalmazniuk kell a nemrégiben megerősített **vidékfejlesztési intézkedéseket** annak érdekében, hogy a bortermelés **versenyképessége** növekedjen és a környezetre, **vidéki tájra gyakorolt pozitív hatása** – különösen az erózióveszélyes területeken – fokozódjon, továbbá hogy elősegítse a **helyi gazdaság diverzifikációját**.

A reform fontos törekvése lehet a **lepárlások megszüntetése** és helyette a **borászati modernizáció** ösztönzése, ami maga után vonná a **felesleges szőlőterületek felszámolását** is. Az EU számára megoldandó feladatként jelentkezik a **WTO kötelezettségvállalások végrehajtása** is, vagyis ebben az esetben további 2,4 millió hektoliter asztali bor export-támogatás nélküli elhelyezéséről kell gondoskodni 2013-ig. Az Európai Unióban biztonságosan megtermelhető és értékesíthető bor mennyisége nem több 150 millió hektoliternél. Ez abban az esetben növelhető, ha a szerkezetátalakítási intézkedéseket prolongálják és az így

létrehozott ültetvényeken valóban versenyképes, harmadik országokba exportálható, vagy a belső piac igényeinek megfelelő, az Újvilágból érkező fogyasztást kiszorító borokat állítanak elő. A Dohai Forduló egyik fő témája a vámsökkentés, aminek következtében a piacok még nyitottabbá, átjárhatóbbá válnak. A verseny éleződik, kimenetelét a minőség, a termelés és a marketing eszközök hatékonysága dönti el. Az uniós versenyképességet tovább növelhetné a **borkészítési eljárások, kiszerezési, minősítési előírások liberalizálása**. A lepárlás és exporttámogatás hiányában felszabaduló pénz felhasználása **reklámkampányokra, piaci információs adatbázis** felállítására, segíthetné a közösségi borok piacra jutását. A szerkezetátalakítási intézkedés keretein belül telepített ültetvények termőre fordulása hozzájárulhat a hozamszint emelkedéséhez és kiegyenlítetté válásához.

A globális bortermelés az előrejelzések szerint csak mérsékelten emelkedik középtávon. Ezt az újvilági szőlőterületek szerény növekedésére és az uniós szőlőtermelés csökkenésére alapozzák. Hogy mekkora lesz az uniós szőlőterületek csökkenése, azt természetesen a reformfolyamat dönti el. Ha drasztikus lépésre szánja el magát az Unió, a globális bortermelés középtávon akár több tíz millió hektoliterrel is csökkenhet.

Az elmúlt 10 évben az erős gazdasági növekedés és a kiegyenlített kereslet az Újvilágból származó prémium borok iránt ösztönözte a gyorsított ültetvénytelepítéseket az USA-ban, Chilében, Dél-Afrikában, Új-Zélandon és Ausztráliában. A folyamatot segítette a piacok nyitottabbá válása, a kereskedelmi egyezmények, a vámok harmonizálása és a logisztika robbanásszerű fejlődése. A világon a bortermelés és borfogyasztás különbsége 57 millió hektoliteres felesleget adott 2004-ben. Egyértelmű, hogy ilyen nagyságrendű felesleg előállításáért az Európai Unió önmagában nem tehető felelőssé. Az újvilági termelők ültetvénytelepítéseinek nagysága nem állt összhangban a piac felvevőképességével, így náluk is magas készletek halmozódtak fel. A következő néhány évben ezekben az országokban **az új ültetvények termőre fordulásával a borkínálat további növekedésére** kell számítani.

Az újvilági bortermelők nem először érzékelik a túltermelés jeleit, mintegy 5 éve annak, hogy kínálatuk meghaladja a termékeik iránti keresletet. A készletszint növekedése hatással volt a borszőlő árára, ami a bevételek visszaesése miatt az ültetvénytelepítés lassulását okozta. 2004-ben az újvilági termelők szőlőtelepítésének volumene nem érte el az 1 százalékot, sőt, az USA-ban ültetvény kivágásokra is sor került.

Ausztrália, Új-Zéland, Argentína, Dél-Afrika és Chile esetében középtávon a termőterület további növekedése várható. Az USA-ban a terület csak csekély mértékben változik, mivel Kaliforniában a városok terjeszkedése és a rendelkezésre álló vízkészlet szűkössége határt szab a terület jelentősebb növelésének. Chile esetében a meglévő terület évi 1-2 százalékos növelése várható. Ennek oka, hogy korlátozott az export lehetősége, pótlólagos mennyiségeket csak olcsó hordós borként tud elhelyezni [Rabobank, 2003]. Ausztráliában az elkövetkezendő 15 évben mintegy 15 százalékos területnövekedést várnak [Gordon, 2005].

A borpiac – az EU rendtartás átalakításától befolyásoltan – a termelés csökkenésével és a globális borfogyasztás növekedésével egyensúlyba kerülhet, ami az árakra nehezedő nyomást enyhítené. A fejlődő piacokon, mint Kelet-Európa, Kína azonban továbbra is az olcsóbb borokra lesz kereslet.

A korábban leírtakat megerősítik a Wittwer és Rothfield [2005] által készített *World Wine Model (WWM)* eredményei is. A modell 5 tényező hatását prognosztizálja egyenként és összesítve a termelői árak, a borkínálat, a fogyasztói árak, a borfogyasztás, valamint az export és import volumenének alakulására 2003-2010 között. Az említett 5 tényező a makroökonómiai kilátások (a jövedelem és a népességszám változása), a fogyasztók elfordulása a tömegboroktól a prémium borok irányába, a szőlő- és borkínálat növekedése, a fogyasztói ízlés eltolódása az újvilági borstílusok felé és a dollár leértékelésének hatása. A számításokat a prémium, a szuper-prémium és a *basic* (tömegbor) kategóriákra végezték el¹².

Az eredmények azt jelezték, hogy **a szuper-prémium borok kínálatában várható a legnagyobb növekedés**, ezt követi a prémium borok termelésének emelkedése. A *basic* borok előállítására kissé hanyatlik, mivel a makroökonómiai tényezők pozitív hatását a fogyasztók negatív preferenciái lerontják. Az új telepítések és boraik kedveltsége miatt **leginkább Új-Zélandon és Ausztráliában nő a prémium és szuper-prémium borok kibocsátása**, de nem sokkal marad el tőlük Chile borszektorának növekedése sem. Kaliforniában a korlátozott vízkészlet miatt nem bővül erőteljesen a termelési kapacitás. Olaszországban és Franciaországban szintén nő a minőségi borok termelése, de az erős verseny és borstílusaik háttérbe szorulása miatt kevésbé, mint az Újvilágban (18. melléklet).

A hagyományos bortermelő és borfogyasztó országokban, Franciaországban és Olaszországban 2010-ig tovább csökken az asztali borok fogyasztása, viszont ennél nagyobb ütemben bővülhet a prémium és szuper-prémium borok kereslete. Ugyanez igaz a borimportőr országokra, az Egyesült Királyságra és Japánra is. Az Egyesült Királyságban a szuper-prémium borok fogyasztásának bővülése 46, a prémium boroké 31 százalék lehet 2003-2010 között. A kedvező makroökonómiai tényezők mellett a szigetországi fogyasztás emelkedéséhez hozzájárul a fogyasztói árak csökkenése is, ami az újvilági exportőrök magas exportrészesedésének és megnövekedett kínálatának a következménye. Az USA-ban a dollár alacsony árfolyama a többi valutához képest növeli az export nyereségét és a hazai fogyasztói árakat. Összességében az USA-ban a prémium borok fogyasztása 22, a szuper-prémium boroké 33 százalékkal növekedhet 2010-ig, míg a *basic* borok fogyasztása várhatóan 4 százalékkal visszaesik (19. melléklet).

A globális **makroökonómiai kilátások kedveznek az export és az import növekedésének.** A fogyasztói ízlés változása következtében a *basic* borok külkereskedelme csökken. **Az Újvilág kínálatának erőteljes növekedése a tradicionális bortermelők exportpiacokról való kiszorítását eredményezi.** A modell szerint az Újvilág sikeres exportpromóciós kampányai ezt a hatást tovább fokozzák. Franciaország borexportja szinten marad, ugyanis míg a szuper-prémium kategóriába tartozó borok kivitele 1 millió hektoliterrel nő, addig a prémium és a *basic* borok exportja 430, illetve 540 ezer hektoliterrel csökken. Ezzel szemben Ausztrália megduplázza 2003. évi kivitelét, a prémium borok exportja 3, a szuper-prémium boroké 1,5 millió hektoliterrel növekedhet. Olaszország exportjában a két alacsonyabb kategória kivitelének csökkenését 2,6 millió hektoliterre prognosztizálják (20. melléklet).

¹² A bázis év adatainál a borok elkülönítését borkategóriákra a külkereskedelmi statisztika alapján végezték el. A hordós borként eladott borok teljes mennyisége a *basic* kategóriába került. Ha a palackozott borok egységára 2,5 és 5 USD/l közé esett, akkor az értékesített mennyiséget megosztották a prémium kategóriák között. Amennyiben 2,5 USD/l alatt volt az eladott palackozott borok átlagára, a prémium, ha 5 USD/l felett, akkor pedig a szuper-prémium kategóriába nyert besorolást a teljes mennyiség.

Az import változásának elemzése rámutat az egyes piacok fogyasztói szokásainak különbségeire. Németországban a vevők inkább az alacsonyabban árazott borokat fogják keresni, míg a szuper-prémium borok fogyasztása szinten marad. Ezzel szemben az Egyesült Királyságban és az USA-ban a szuper-prémium borok importja 540, illetve 1180 ezer hektoliterrel nő 2003 és 2010 között (21. melléklet).

Elemzők különösen érdekesnek tartják az Újvilág termelésének növekedését és hatását a termelői árakra és a fogyasztásra. A termelői árak esnek Ausztráliában, Új-Zélandon és Chilében a termelés bővülése következtében, de hatékony exportpromócióval ezt várhatóan csillapítani tudják. A boripar és a disztribúció növekvő koncentrációjának hatására számos hasonlóság figyelhető meg az egyes országok fogyasztói szokásaiban, ami a borpiac homogenitásához vezethet. Mások viszont azt sugallják, hogy a fogyasztói jólét növekedésével keresni fogják az eltérő szőlőfajtákból, a különböző országokból és régiókból származó borokat [Wittwer-Rothfield, 2005]. **A heterogenitás iránti igény növekedése segítheti a kisebb és közepes borászatok fennmaradását** a hatalmas boripari társaságok mellett. Az internetnek is nagy szerepe lehet abban, hogy a fogyasztók a kisebb borászatokat is felfedezzék, illetve, hogy megtalálják kedvenc boraik forgalmazóit.

Magyarország kilátásai **kedvezőtlennek ítélnéltek**, de nem reménytelenek. A 2004/2005. és a 2005/2006. borpiaci folyamatok felerősítették a termelők kivágási szándékát. A HNT felmérése szerint 3 év alatt mintegy 11 ezer hektár szőlőültetvény kivágását tervezik a termelők. Ezzel a meglévő borszőlő-ültetvények területe 76 ezer hektárra csökkenne. Vélemények szerint az is elképzelhető, hogy a szőlőterület akár 60 ezer hektárra esik. Szaporítóanyagra nincs igény, **szinte teljesen leálltak a telepítések**: a szerkezetátalakítási intézkedések kapcsán ültetvény újratelepítés alig történt. Csak bizni lehet benne, hogy ennek oka az intézkedés végrehajtásával kapcsolatos tapasztalatlanság, a források gyors felhasználása, a büntetés elkerülése, ami az uniós források ki nem használása esetén jár. Tény, hogy problémás a telepítési jogok kezelése, a nemzeti telepítési jogtartalékok költségvetési okokból még nem töltötték fel.

A hazai borfogyasztás nehezen növelhető, világviszonylatban magas, a bortermelő országok vonatkozásában átlagosnak tekinthető. A borfogyasztásnál azonban ketté kell választani a legális és hamis bor fogyasztását. Ha a kormányzati erőfeszítések sikerre vezetnek (ellenőrzések szigorítása és súlyosabb szankciók), a **legális forrásból származó borok fogyasztása növekedni fog**. Reményt jelent a borfogyasztás további kisebb mértékű növekedésére a 2006. január 1-jétől érvényes ÁFA-csökkentés 25 százalékról 20 százalékos mértékre. Kedvező az is, hogy a nagyobb mennyiségű importborok eddig elkerülték Magyarországot. Számítani kell azonban rá, hogy a vásárlóerő növekedésével, a piacok további liberalizálásával az importborok egyre nagyobb konkurenciát jelenthetnek.

A magyar borok számára – az export adatok alapján kétségtelenül látszik – e piacon kívül nemigen akad hely. A világ vezető bortermelő országaival való összevetés számos lemaradást tárt fel. Az exportban problémás a minőség, a pozicionálás, nincsenek olyan nagy borászatok, akik nagy tételben tudnának szállítani, a magyar fajták és borvidékek nem ismertek a külföldi fogyasztók körében.

A borvilág globalizálódott, a fogyasztók ízlése a standard minőség (újvilági fajtaborok) felé fordult. A világ borpiaca túlkínálattal és a hatalmas kiskereskedelmi láncok növekvő erejével jellemezhető. Jó pozícióban azok a vállalatok vannak, amelyek erős márkákkal rendelkeznek és elegendő pénzügyi eszközzel ezek népszerűsítésére. Ilyen piaci

körülmények között a „jó tartalom” – a bor minősége – nem nyújt elég garanciát a sikerhez. A kínált termékhez hozzátartozik még a design a csomagolás, palack vonatkozásában, a márka, a borászati vállalat identitása, az országimázs. Más szóval, a piacralépés pótlólagos beruházásokat igényel. Magyarországnak a felsorolt tényezők mindegyikében fejlődnie kell.

A piacra jutást segíti majd a **Magyar Bormarketing Kht.** létrejötte, amelyben valamennyi fontosabb bor érdekvédelmi és szakmai szervezet képviselteti magát. A tervek szerint 5 éves marketingprogram alapján dolgoztatnak pályázat alapján kiválasztott, marketingben járatos szervezetekkel. A források a literenként 8 forintos forgalomba hozatali járulék befizetéseiből származnak, aminek 60 százaléka bormarketing, 40 százaléka a hazai borpiac tisztulását, ellenőrzését szolgáló célokra fordítódik. Az uniós borrendtartás marketingközpontú átalakítása tovább erősítheti a magyar törekvéseket.

A Magyar Bormarketing Kht. célja a **magyar borok dominanciájának megtartása a hazai piacon** és a **nemzetközi piaci jelenlét fokozása** a borok ismertségének, imázsának javítása révén. A bormarketing önmagában nem elég, csak akkor lesz eredményes, ha megfelelő minőségű termék áll mögötte. Az ültetvények korszerűsítése, a megfelelő fajtaszerkezet kialakítása, a technológiai fejlesztések és innovációk, a megbízhatóság és a nyomon követhetőség, illetve a termelők képzése indirekt módon segítenék a bormarketing tevékenységet.

Magyarországon a szőlőtelepítések vonatkozásában az egyik legnagyobb problémát az **ágazati stratégia hiánya** jelenti. A hazai szőlő- és bortermelők így a nemzeti stratégia hiányában a nemzetközi trendekhez próbálnak meg igazodni. Ez a későbbiekben problémákhoz vezethet, ugyanis teljesen más fajtaháttérrel igényel egy export, illetve egy belpiaci stratégia kialakítása. Országunkban az egyre csökkenő export miatt a **belpiaci stratégiát kellene erősíteni**, s így a világfajták mellett – a belső kereslethez igazodva – a helyi fajták ültetvényeit korszerűsíteni, boraik versenyképességét növelni célszerű. A jelenlegi fajtaszerkezet a borutak fejlesztéséhez jól illeszthető. A **borturizmus** azonban nemcsak a hazai borkultúra fejlődésében lehet fontos tényező, de a **magyar borok nemzetközi keresettségének növeléséhez is hozzájárulhat** a hazánkba irányuló borturizmus szervezésén keresztül. További lehetőségként áll Magyarország előtt, és az ültetvények fogyasztásának is gátlóját jelentheti a fehér-vörös borfogyasztási trend megváltozása, hiszen klímánk elsősorban a fehér borok termeléséhez kiváló.

A nemzetközi borpiacon erős a koncentráció és a differenciálódás. Ez utóbbi azt jelenti, hogy a borpiac rendkívül szegmentált, azaz több (ár)kategóriára tagozódó. Magyarország az évjáratok és a termőhelyek változékonysága, valamint a termelés szerkezete miatt nem tud versenyezni a nagy tömegben egyenletes minőséget, kedvező áron előállító újvilági bortermelőkkel. Adottságai az egyedi karakterrel rendelkező borok termelésére kedvezőek, ezért leginkább a **kiemelkedő minőségű, eredetvédett borok fejlesztésére** kell helyezni a hangsúlyt.

A magyar borszektorban maximum **4 millió hektoliter bor termelését** kellene biztosítani középtávon, amiből 3,2-3,5 millió hektoliter hazai fogyasztásra, 500-800 ezer hektoliter pedig exportra kerülhetne. (Ágazati szakértők szerint maximum 1 millió hektoliternyi export lehet reális.) Ez 70-76 ezer hektár ültetvényterületen, kiegyenlített hozamokkal szűken, de megvalósítható. A termelés csökkenése mellett növekedni fog a piaci koncentráció, mind a szőlőterület, mind pedig a bor adóraktárak tekintetében.

Az ültetvények kivágása támogatással ebből a szempontból hátrányos, mert az újratelepítési jog elvesztésével jár és nem teszi lehetővé a versenyképes gazdálkodók növekedését. Sürgető feladat **a termelők összefogása** is, mert a kiskereskedelmi láncok kiszolgálásának képessége a minőség javításával együtt a piacok megtartásának és növelésének a kulcsa lesz.

Összefoglalás

1. A világ szőlőültetvény-területe 7,5 millió hektárt tett ki 2004-ben, ami 1992-höz képest 4 százalékos területcsökkenést jelent. A szőlőültetvények területe 1998-ig fogyott, majd onnan lassú növekedésnek indult. Csökkenés leginkább Európában volt megfigyelhető, itt 13 százalékkal esett vissza az ültetvényterület. Az EU-15 területcsökkenése 11 százalékot ért el, míg a kelet-európai országokban (Magyarország, Bulgária, Moldávia, Oroszország) a gazdasági és politikai átrendeződés következtében ennél nagyobb volt a szőlőterület eróziója. A világ más részein a szőlőterületek nagysága bővült, leginkább Ausztráliában, Kínában és Új-Zélandon, valamint Észak- és Dél-Amerikában.

Kínában 1992 és 2004 között a szőlőfelület nagysága háromszorosára nőtt. Az Újvilág termelői közül Ausztrália szőlőterülete 170 százalékkal (95 ezer hektárral), Új-Zéland területe 200 százalékkal (12 ezer hektárral), Chile ültetvényterülete 45 százalékkal (54 ezer hektárral), az USA területe 25 százalékkal (76 ezer hektárral), míg Dél-Afrikáé 20 százalékkal (20 ezer hektárral) emelkedett. Argentínában az ültetvények területe 1992-ben és 2004-ben azonos, 208 ezer hektárnyi volt, azonban a két időpont között jelentős ültetvénycserék zajlottak. Az újvilági termelők területbővítési törekvéseit az export expanziója ösztönözte. Mivel a piac felvevőképessége korlátozott, mára a telepítési hullám lecsillapodott. 2004-ben már csak Ausztráliában és Új-Zélandon volt jelentősebb mértékű ültetvénytelepítés, míg az USA-ban 7 ezer hektárral kisebb lett a terület.

2. A világ bortermelése 270-290 millió hektoliter között változik az évjárat függvényében. Ebből a mennyiségből 180-200 millió hektolitert Európában állítanak elő. A területcsökkenés nem vezetett a bortermelés számottevő visszaeséséhez, mivel a hozamok emelkedése és egyes években az évjárat hatások kompenzálták azt. A világ legnagyobb bortermelői az EU tagállamai. Franciaország termelése 47-60, Olaszorszáé 44-54, Spanyolorszáé 31-46 millió hektoliter között változott 2000-2003 között.

Az újvilági termelőknél – Argentína és Dél-Afrika kivételével – egyértelműen növekvő trend mutatkozik a bor előállításában. Az USA termelése 1992 és 2003 között 15 millió hektoliterről 25 millió hektoliterre, Ausztráliáé 5 millió hektoliterről 13 millió hektoliterre, Chiléé 3 millió hektoliterről 6 millió hektoliterre emelkedett.

3. A globális borfogyasztás az 1980-as évek elejétől 1994-ig csökkent, az azóta eltelt időben 6 százalékkal, 220 millió hektoliterről 233 millió hektoliterre nőtt. A csökkenést alapvetően a nagy bortermelő országokban az asztali bor mindennapos fogyasztásának visszaesése okozta, amit a minőségi borfogyasztás növekedése nem ellensúlyoz. A legmagasabb fejenkénti borfogyasztás – 50 liter/fő/év körül – ma is a hagyományos bortermelőket jellemzi (Olaszország, Franciaország, Horvátország), de az elfogyasztott abszolút mennyiség tekintetében felzárkózik hozzájuk az USA és Németország is. 1992 és 2002 között számottevő mértékben nőtt a fejenkénti borfogyasztás Írországbán, a balti államokban, Kínában, Japánban, Lengyelországban és Svédországban. A nagy volumennövekedés azonban a „nagyoktól” származik, az USA-tól, Kínától, az Egyesült Királyságtól és Kanadától. Az időszak végén is ígéretes volt a borfogyasztás fejlődése az Egyesült Királyságban, az USA-ban, a kis nemzetek közül pedig Cipruson, Írországbán, a balti államokban, Svédországban és Finnországban. A lengyel piac az alacsony fogyasztási szint miatt figyelemreméltó lehetőséget jelent. Oroszország fogyasztása a gazdasági fellendülés következtében csak a 2000-es években kapcsolt nagyobb fokozatba.

4. A világ bortermelése és -fogyasztása nincs egyensúlyban, a feleslegek évjáráttól függően 40-60 millió hektoliterre rúgnak, amit szeszipari termékek készítésére, illetve támogatott lepárlásra fordítanak. A termelés és fogyasztás különbsége, illetve az exportkényszer különösen nagy Európában: 2002-ben a világon termelődött felesleg 66 százalékát Európa állította elő.
5. A világ borkereskedelme 1992 és 2004 között 46 millió hektoliterről 77 millió hektoliterre nőtt. A globális borkereskedelem egyre nagyobb jelentőségű, a 2002-2004. évek átlagában a megtermelt bor 25 százalékát exportálták, a borfogyasztásnak pedig 30 százaléka származott idegen országból. A borexport növekedéséből is a tengerentúli termelők húztak hasznot, hiszen míg Európa exporttöbblete eliminálódott és csaknem nettó importőrré vált, addig Óceánia pozitív nettó külkereskedelmi pozíciója megsokszorozódott. A 2000-es évek elején a piac telítődése miatt az Újvilág lendülete megtört, exportját már csak az árak rovására képes bővíteni.

A világ első három borimportőre sorrendben Németország, az Egyesült Királyság és az USA. Import-átlagárai tekintetében kiemelkedő az USA, Japán, Svájc, Írország és Szingapúr borbevitel.

6. Az Európai Unió a világ legjelentősebb borgazdálkodója. Termelése és fogyasztása a világ termelésének és fogyasztásának közel 60, exportja (intra- és extra-EU) a világ összes borexportjának majdnem háromnegyedét adja. Az EU borpiacát ugyanakkor súlyos egyensúlyhiány jellemzi: a borfogyasztás az utóbbi időkhöz csökkent, mivel a minőségi borok keresletének növekedése nem kompenzálta az asztali borok fogyasztásának visszaesését. A harmadik országokba irányuló export stagnál, míg a borimport az Újvilág országaiból lendületesen nő a GATT Egyezmény végrehajtási időszakának kezdete óta. Az asztali borok szegmensében különösen szerencsétlen a helyzet, főleg a mennyiségileg kedvező évjáratokban. A túltermelés gondjait a termelési potenciál korlátozásával, különböző lepárlásformák támogatásával, a tárolás és a mustfelhasználás ösztönzésével, exporttámogatásokkal enyhítik. A termelési potenciál szabályozása következtében a termelőalapok előregedettek, amelyek rekonstrukcióját a 2000/2001. borpiaci évtől kezdve támogatások segítik. Ennek hatására az ültetvényfelület 10 százaléka megújult.
7. Az EU borpiaci szabályozását számos kritika éri:
 - A telepítési jogok korlátozása és a kivágási támogatások ellenére a piaci feleslegek jelentősek maradtak.
 - Az újratelepítési jogra vonatkozó szabályok a termelési potenciál fenntartását segítik, ugyanakkor a telepítési jogok korlátozása merevséget visz a rendszerbe, akadályozva a hatékony termelőket tevékenységük bővítésében és a piaci alkalmazkodásban.
 - A lepárlások stabilizálják a jövedelmeket, de fenntartják a felesleges kapacitásokat, túl drágák és egyes régiókban a hozamok emelkedéséhez vezettek.
 - A borászati eljárásokra vonatkozó szabályok rontják az uniós termelők árversenyképességét, az Uniót kívül alkalmazott hatékonyabb, olcsóbb borászati eljárások számukra tiltottak, ugyanakkor még a belső piacon is az ilyen technológiákkal előállított borokkal versenyeznek.

- Az egyes tagállamokban a minőségi borrezsím túl restriktív, hozzájárul a minőség biztosításához és a fogyasztók védelméhez, de gátolja az innovációkat. Gyakori, hogy emiatt a termelők asztali bor megnevezés alatt forgalmazzák termékeiket, ami a fogyasztók számára megtévesztő.
 - Ahhoz, hogy a termelés és értékesítés piacorientáltabb lehessen, részletesebb, pontosabb, aktuálisabb, hozzáférhetőbb információkra van szükség.
 - Nagyobb erőfeszítéseket kellene tenni a termékfejlesztés (márkák, címkézés, csomagolás, érzékszervi minőség), az értékesítési csatornák kutatása és a kommunikáció területén.
8. Magyarország borpiaci helyzete számos tekintetben hasonlít az Európai Unióéhoz. A szőlőterületek nagysága 1992 és 2004 között több mint 30 százalékkal csökkent. Az ültetvények elöregedettek, a csatlakozás előtt felgyorsult ugyan az új telepítések megvalósítása, de a csatlakozás után leálltak az ültetvénycserék. A bortermelés nagy hozamingadozásokat mutat, egyes években hiányokat más években jelentős piaci többletet okozva. A borimport kis mennyiségű az alacsony vásárlóerő miatt, de a belső piac nálunk is fenyegetett, mégpedig a hamis borok által. A magyar borok exportja a pezsgő kivételével csökkenő, nem sikerült kihasználni a csatlakozásból származó előnyöket sem. Mind az EU-15-ben, mind pedig az EU-9-ben csökkent exportunk volumene. A legnagyobb visszaesést Németország és az Egyesült Királyság piacán szenvedtük el. A magyar borok igen alacsony áron kerülnek külpiazi értékesítésre, exportunk átlagára elmarad mind az újvilági, mind az európai szállítók átlagáraitól. 2003-2004-ben az átlagárak felfelé mozdultak el, ami mögött két tényező húzódik meg. Az egyik a forint/dollár árfolyam erősödése, ami nem éppen kedvező a versenyképesség szempontjából, a másik tényező lehet a szállítói és termékkör átrendeződése. Exportunk termékszerkezete eltér az EU harmadik országokból származó importjának termékszerkezetétől: ott az újvilági szállítások nyomán a 13-15 százalék közötti alkoholtartalommal bíró, elsősorban vörös borok exportja futott fel, míg nálunk ez a kategória alig részesedik (5%) a kivitelből.

A magyar borgazdaság nehézségeit fokozta, hogy 2005-ben az előző évhez képest mintegy 2 millió hektoliteres terméscsökkenésre is csak enyhe áremelkedéssel válaszolt a piac. A szőlőtermelés feladására irányuló szándékok ennek nyomán felerősödtek, a kivágási igények a HNT felmérése alapján 11 ezer hektárban számszerűsíthetők.

9. Több szempontú versenyképességi elemzésünk alapján az Újvilág termelői lényegesen jobb helyzetben vannak európai és magyar versenytársaiknál:
- Az elmúlt másfél évtizedben ezekben az országokban sok pénzt és energiát fordítottak új ültetvények telepítésére.
 - A piaci igények az általuk termelt világfajták és vörös szőlők irányába tolódtak el.
 - A kiegyenlítettebb klíma, a fejlettebb szőlőművelési technikák, a koncentrált birtokméretek, az öntözés, a szőlőkárosítók kisebb elterjedtsége következtében nagyobb területi hatékonysággal, olcsóbban, jobb és kiegyenlítettebb minőségben képesek termelni a szőlőt.
 - A borászati vállalatok nagy kiterjedésű, több ezer hektáros szőlőültetvény-területekkel rendelkeznek. A piac megszerzésére irányuló képességüket mutatja a fokozott tőkekoncentráció, illetve a piaci terjeszkedésben elért sikereik. A 2000-es években megfigyelhető tőkemozgások, vállalati fúziók és felvásárlások a vállalati méret növelésére, új piacok megszerzésére, valamint a vállalati tevékenység

horizontális (termékpaletta szélesítése) és vertikális (kereskedelmi funkciók) kiterjesztésére irányultak.

- Exportjuk növekedését hatékonyan segítik a kollektív marketingre fordított állami források, de igen jótékony hatással van rá a kormányok árfolyam-politikája is.

Megállapítottuk, hogy Magyarország jelenleg nem képes felvenni a versenyt a világ legnagyobb bortermelő országaival.

10. A részletes vizsgálat alá vont nemzeti borpiacok (Egyesült Királyság, Németország, USA, Japán és Oroszország) a gazdasági helyzetétől, a fogyasztói szokásoktól, hagyományoktól, a piac érettségétől függően különböző trendeket mutatnak:

- Az Egyesült Királyság és az USA magas árszinten nagy mennyiségeket importáló országok. Piacaikon éppen ezért igen éles a verseny az európai és újvilági exportőrök között. Az Egyesült Királyságban az Újvilág – főleg Ausztrália és az USA révén – piaci részt szerzett, ezzel szemben Európa, elsősorban Franciaország piacot veszített. Az USA-ban Olaszország és Ausztrália piacvezetők, de az ausztrál bővülés sokkal dinamikusabb. Mindkét piacon Franciaország értékesít a legdrágábban.
- Németországban, Japánban és Oroszországban az újvilági exportőrök jelenléte elhanyagolható, de a terjeszkedés üteme – a japán piacot kivéve – meglehetősen gyors.
- Az Egyesült Királyságban a hordós bor importja növekszik, ami elsősorban az Újvilágból származik. Franciaország ide irányuló exportjában viszont a palackozott termék adja a döntő részt továbbra is.
- Az USA és Japán magas árszintű piacok, itt a hordós bor importja nem számottevő. Németország viszont az alacsony árú borok importőre, ahol a lédig bevétel aránya magas és növekvő.
- Az Egyesült Királyságban a fehérbor-fogyasztás aránya magasabb a vörösnél, az USA-ban közel azonos, míg a többi piacon a vörös bor kedveltsége nagyobb és az erősebb fogyasztásbővülést is ezeknél a fajtáknál prognosztizálják. Az Egyesült Királyságban várható, hogy inkább a rozé borok iránti igény növekszik. Németország és Oroszország piacán a csendes borok mellett nagyobb arányú a pezsgő és a gyöngyöző borok, Japánban a nem szőlőborok (*sake*) fogyasztása.
- Az Euromonitor szerint 2003 és 2008 között a borvásárlások növekedésének üteme az Egyesült Királyságban és az USA-ban elmarad az elmúlt 5 évhez képest, de az értékbeni bővülés meghaladja a mennyiségi növekedést. Németországban a borvásárlások értéke nem fog nőni, Japánban az eladások mennyisége a vörös bor kivételével csökken. Oroszországban lendületes növekedést várnak, elsősorban a vörös bor esetében.
- A kiskereskedelem eladott borok árszegmentációja sem mutat azonos trendeket az egyes piacokon. Az Egyesült Királyságban és az USA-ban 1998 és 2003 között a közepes és a magas árkategóriába tartozó borok eladásai növekedtek legjobban, az olcsó borok szegmense zsugorodott. Németországban a gazdasági pangás következtében a legalacsonyabb árszintű szegmens bővült, míg Japánban a legolcsóbb és a legdrágább borok iránt nőtt a kereslet. Oroszországban inkább az olcsóbb kelet-európai borokat veszik, de a gazdasági fejlődés növeli a fogyasztók vásárlóerejét és a drágább, jobb minőségű borok keresletét.
- Nyugat-Európában az eladások mennyiségéből a kiskereskedelem (*off-trade* értékesítés) mintegy 80 százalékkal részesedik, a fennmaradó részt a helyben fogyasztásra való (*on-trade*) értékesítés teszi ki. Az Egyesült Királyságban nő

a házon kívüli étkezések gyakorisága, ezért a vendéglátásban való értékesítés előretört. Németországban ezzel ellentétes folyamatok mennek végbe: míg az *off-trade* eladások növekednek, addig az *on-trade* értékesítés visszaesett.

- A kiskereskedelmi eladásoknál az Egyesült Királyságban és az USA-ban meghatározó a hiper- és szupermarketek szerepe, ami a borpiacok egyik lényeges hajtóereje. A kiskereskedelmi láncokba való szállítás képessége (nagy mennyiség, széles választék, egyenletes minőség, jó ár/érték-arány) eldöntheti a szállító országok és borászati vállalatok jövőjét. Németországban az olcsóbb diszkont áruházak értékesítik a legtöbb bort. Japánban az italszaküzletek vezetnek, de erőteljes a hiper- és szupermarketek fejlődése is. Oroszországban nagyobbrészt a szabadtéri piacokon folyik az eladás, de a borfogyasztó nagyvárosokban gyorsul a hipermarketek terjeszkedése is.
11. A globális borfogyasztás kilátásait alapvetően a világ nemzetgazdaságainak fejlődése és a borfogyasztási szokások változásai határozzák meg. A Világbank előrejelzése alapján a fejlődő országokban magasabb lesz az egy főre jutó GDP növekedése 2006 és 2015 között, mint a világ fejlett régióiban, de ez elmarad a 2001-2006-os időszak növekedésétől. Az euró-zóna, az USA és Japán gazdasága nagyobb sebességre kapcsol középtávon, de az olajjövendelmek elköltése Oroszországban is növelheti a lakossági fogyasztást. Jelentősen bővül a gazdaság középtávon Kínában is.

A gazdasági szempontok okán a borfogyasztás további lassú mennyiségi emelkedése valószínűsíthető. Az érettebb nyugati piacokon a fogyasztás értékben kifejezett bővülése meghaladja a mennyiség változását. Erősebb növekedést főleg a referenciapiacnak számító Egyesült Királyságban és az USA-ban jósolnak, de bővül a piac az emelkedő borfogyasztással rendelkező Írországban, Svédországban és Oroszországban is. Németországban csak mérsékelt növekedést várnak, Kína pedig csak hosszabb távon válhat potenciális piaccá. A globális borfogyasztás alakulásának döntő momentuma lehet, hogy a nagy bortermelő és borivó európai nemzeteknél (Franciaországban, Olaszországban és Spanyolországban) a jelenlegi szinten marad a borfogyasztás, amennyiben a magasabb minőségű borok fogyasztásának terjedése ellentétezi az asztali borok fogyasztásának csökkenését. Az erre vonatkozó adatok csupán Olaszországban biztatóak.

12. Az Európai Unió 2006-ban tárja a tagállamok elé a borpiaci rendtartás reformjára vonatkozó javaslatát. A nem bortermelő tagállamok általában támadják a magas költségvetési kiadásokat a borfeleslegek levezetésére. Logikus lépés lenne az Unió részéről, ha a különböző lepárlásokat megszüntetné. Ez esetben csökkenne a szőlőterület és az Unió elszántságától függően középtávon akár több tíz millió hektoliterrel a bortermelés is. A termelési korlátozások felszabadításával, a borászati eljárások liberalizálásával, a lepárlásból származó pénzek beruházási célú, illetve marketing szempontú felhasználásával az európai termelők versenyképessége javítható. Ezekre a lépésekre szükség lesz, hiszen a jelenlegi kondíciók alapján a bővülő világpiaci kereslet kielégítésére az újvilági szállítók alkalmasabbak. A WTO tárgyalások témakörei (az exporttámogatások megszüntetése, a vámok csökkentése) szintén ebbe az irányba terelik a piaci folyamatokat.

Mindenesetre az újvilági termelők is a túltermelés gondjával küszködnek. Egymás versenytársaivá váltak, ami az árak letöréséhez vezetett. Jelentősebb területbővülés csak Ausztráliában várható, aminek érdekessége, hogy elsősorban fehér szőlők ültetését tervezik. Chilében csupán évi 1-2 százaléknyi telepítés várható, míg az USA-ban

a jelenlegi szinten stabilizálódik az ültetvények területe. Az Újvilágban az új telepítések folyamatos termőre fordulása várható, ami a bortermelés növekedését okozza. Az Európai Unió szerkezetátalakítási támogatásaitól hasonló hatást várnak.

A borpiac – az EU rendtartás átalakításától befolyásoltan – a termelés csökkenésével és a globális borfogyasztás növekedésével egyensúlyba kerülhet, ami enyhítené az árakra nehezedő nyomást. A feltörekvő piacokon azonban még mindig az olcsóbb borok iránt lesz nagyobb a kereslet.

13. Az ausztrál *World Wine Model* eredményei szerint 2003-2010 között a szuper-prémium borok kínálatában várható a legnagyobb növekedés, ezt követi a prémium borok termelésének emelkedése. A *basic* borok előállítása kissé hanyatlik, mivel a makroökonómiai tényezők pozitív hatását a fogyasztók negatív preferenciái lerontják. Az új telepítések és boraik kedveltsége miatt leginkább Új-Zélandon és Ausztráliában nő a prémium és szuper-prémium borok kibocsátása, de nem sokkal marad el tőlük Chile borszektorának növekedése sem. Olaszországban és Franciaországban szintén nő a minőségi borok termelése, de az erős verseny és borstílusaik háttérbe szorulása miatt kevésbé, mint az Újvilágban.

A hagyományos bortermelő és borfogyasztó országokban, Franciaországban és Olaszországban 2010-ig tovább csökken az asztali borok fogyasztása, viszont ennél nagyobb ütemben bővíthet a prémium és szuper-prémium borok kereslete. Ugyanez igaz a borimportőr országokra, az Egyesült Királyságra és Japánra is.

A globális makroökonómiai kilátások kedveznek az export és az import növekedésének. A fogyasztói ízlés változása következtében a *basic* borok külkereskedelme csökken. Az Újvilág kínálatának erőteljes növekedése a tradicionális bortermelők exportpiacokról való kiszorítását eredményezi. A modell szerint az Újvilág sikeres exportpromóciós kampányai ezt a hatást tovább fokozzák.

14. Magyarország kilátásai kedvezőtlennek ítélnélők. A közeljövőben a támogatott kivágások végrehajtásával az ország borszőlő területe 76 ezer hektárra csökkenhet, bár vannak vélemények, amelyek szerint ezen a szinten még nem áll meg az ültetvények fogyása. A borágazatnak Magyarországon 4 millió hektoliter bor előállítására kellene vállalkoznia, amiből 3,2-3,5 millió hektolitert tenne ki a belső fogyasztás és 500-800 ezer hektolitert az export. Szakértők szerint majdnem teljesen kizárt, hogy újra 1 millió hektoliter fölé emelkedjen a borexportunk. A borpiac tisztulásától a legálisan előállított és forgalomba hozott borok fogyasztásának emelkedését várják, továbbá az ÁFA-csökkentés is élénkítheti a piacot. Kedvező, hogy az importborok nagyobb volume- ne eddig elkerülte Magyarországot, de a vásárlóerő növekedésével, a piac liberalizálásával erre a lehetőségre is fel kell készülni. A magyar borok minőségét, imázsát, a márkák erejét növelni kell. Magyarország adottságai az egyedi karakterrel rendelkező borok termelésére kedvezőek, ezért leginkább a kiemelkedő minőségű, eredetvédett borok fejlesztésére célszerű helyezni a hangsúlyt. A forgalomba hozatali járulékból származó bormarketing források felhasználásával erősíteni kell a magyar bor hazai és nemzetközi pozícióját. Összefogásra, a piaci koncentráció növelésére van szükség a kiskereskedelmi láncok ellátására. A vörös/fehér borfogyasztási trend megváltozása kedvező lehetőséget teremtene Magyarországnak számára ökológiai adottságai kihasználására.

Summary

The Wine Market: Current situation and future trends

1. In 2004, the world's total vineyard area was 7.5 million hectares, 4 percent less than in 1992. The vineyard area had been shrinking prior to 1998, when a slow increase began. The area shrunk at the fastest rate in Europe, where the vine-planted area has shrunk by 13 percent. The reduction was 11 percent in the EU-15, whereas in Eastern Europe (Hungary, Bulgaria, Moldavia and Russia), the vine area eroded at a faster rate due to the economic and political transition. However, the vineyard area grew in other parts of the world, particularly in Australia, China, New Zealand and North and South America.

In China, the vine-planted area tripled between 1992 and 2004. Of the producers of the New World, the vineyard area of Australia expanded by 170 percent (95,000 hectares), of New Zealand by 200 percent (12,000 hectares), of Chile by 45 percent (54,000 hectares), of the US by 25 percent (76,000 hectares), whereas that of South Africa increased by 20 percent (20,000 hectares). In Argentina, the plantation area was the same (208,000 hectares) in 1992 and 2004; major territorial changes, however, took place during that period. The area expansion efforts of New World producers have been generated by increasing exports. Given the limited absorption capacity of the market, the expansion wave has now settled down. In 2004, major new vineyards were planted only in Australia and New Zealand, whereas the vine area decreased by 7,000 hectares in the US.

2. Global wine output varies between 270 and 290 million hectolitres, depending on the harvest. Of the above quantity, 180-200 million hectolitres are produced in Europe. The loss of area has not led to any significant decline of wine production, as the increasing yields and, in certain years, the vintage effects have compensated that factor. The EU member states are the biggest global wine producers. The output of France, Italy and Spain varied respectively between 47-60, 44-54 and 31-46 million hectolitres during the period 2000 to 2003.

With the exception of Argentina and South Africa, there is a clear growth trend in the wine output of New World producers. Between 1992 and 2003, the output of the US grew from 15 million to 25 million hectolitres, that of Australia from 5 million to 13 million hectolitres, while that of Chile from 3 million to 6 million hectolitres.

3. Global wine consumption was declining from the beginning of the 1980s up to 1994; since that year, however, it has increased by 6 percent, from 220 million to 233 million hectolitres. The decline was essentially due to the fall in the everyday consumption of table wines in the major wine-producing countries, which has not been compensated for by the increasing consumption of quality wines. Wine consumption has remained the highest (about 50 litres/person/year) in the traditional wine-producing countries (Italy, France, Croatia), while the US and Germany are catching up in terms of the absolute quantity consumed. Between 1992 and 2002, per capita wine consumption also increased significantly in Ireland, the Baltic States, China, Japan, Poland and Sweden. The most substantial growth of total volume, however, has been generated by the 'big ones', i.e. the USA, China, the UK and Canada. The development of wine consumption remained promising up to the end of the period under review in the UK, the US and, of smaller countries, in Cyprus, Ireland, the Baltic States, Sweden and Finland.

The Polish market represents remarkable opportunities due to the currently low level of consumption. Due to the more recent economic growth of the country, consumption in Russia only switched into higher gear during the 2000s.

4. Global wine production and consumption are not in balance; depending on the year, the surplus tends to amount to 40-60 million hectolitres, which is used for the manufacturing of distilling industry products and for subsidised distillation. The difference between production and consumption and the consequent export pressure are particularly high in Europe: 66 percent of the global surplus was produced in Europe in 2002.
5. Between 1992 and 2004, the global wine trade grew from 46 million to 77 million hectolitres. The significance of global wine trade is increasing; in the average of the years 2002 to 2004, 25 percent of the wine produced was exported and 30 percent of the wine consumption came from abroad. Again, overseas producers have benefited from the increase of the wine export since, while the export surplus of Europe has been eliminated to the extent that Europe has almost become a net importer, the positive net foreign trade balance of the South Pacific has multiplied. Due to the saturation of the market, the impetus of the New World came to a halt at the beginning of the 2000s. Since then, it has been only able to increase its export at the expense of prices.

The world's top three wine importers are (in that order) Germany, the UK and the US. In terms of their average import prices, wine import is outstanding in the US, Japan, Switzerland, Ireland and Singapore.

6. The European Union has the most important wine economy in global terms. Its production and consumption account for nearly 60 percent of global production and consumption, while its export (within and outside the EU) represents almost three-quarters of the total wine export of the world. There is, however, a grave imbalance on the wine market of the EU: wine consumption was declining until most recently, as the increasing demand for quality wines failed to make up for the fallback of the consumption of table wines. Export into third countries has been stalled, while wine import from the countries of the New World has grown dynamically since the start of the implementation period of the GATT Agreement. The situation is particularly adverse in the table wines segment, especially in high-yield years. The problems of overproduction have been mitigated through the limitation of the production potential, the subsidisation of various form of distillation, encouraging storage and the utilisation of must and export subsidies. The regulation of the production potential has led to the ageing of production bases, whose reconstruction has been encouraged by subsidies since the 2000/2001 wine year. 10 percent of the plantation area has been renewed as a result.
7. There have been various criticisms concerning the wine market regulation of the EU:
 - Market surpluses have remained substantial in the face of the restriction of plantation rights and the grubbing premiums.
 - While the regulations concerning re-planting encourage the maintenance of the production potential, the restriction of plantation rights increases the rigidity of the system, hindering efficient producers in expanding their activities and adapting to market requirements.
 - While distillation stabilises income, it also sustains superfluous capacities, is too expensive and has led to the increase of yields in certain regions.

- The regulations concerning wine-processing technologies have prejudiced the competitive edge of EU producers in terms of prices; they are not allowed to use the more efficient and less costly wine-producing techniques employed outside the Union, while they are forced to compete, even on the internal market, with wines produced by such technologies.
 - Quality wine schemes are overtly restrictive in some member states, which encourages quality assurance and consumer protection yet discourages innovation. As a result, producers will often sell their products as table wines, which is misleading as far as consumers are concerned.
 - In order to make production and sales more market-oriented, more detailed, more accurate, timelier and more accessible information is required.
 - Increasing efforts are necessitated in terms of product development (branding, labelling, packaging and organoleptic quality), the researching of sales channels and in communication.
8. The situation of the Hungarian wine market has a lot of similarities with that of the European Union. Between 1992 and 2004, the vineyard area decreased by over 30 percent. The plantations are aged; while re-planting was carried out at a faster pace before Hungary joined the EU, the exchange of plantations came to a halt following the accession. There has been a substantial fluctuation in the Hungarian wine production, resulting in shortages in certain years and substantial surplus in other years. Due to the low purchasing power, the level of wine import is low, yet the domestic market is threatened by counterfeit wine. With the exception of champagne, the Hungarian wine export has been declining; the country has been unable to take advantage of the EU accession. The volume of export is falling in both the EU-15 and the EU-9. Decline has been the highest on the German and the UK markets. On foreign markets, Hungarian wines are sold at extremely low prices; the average export price is lower than the average prices of both New World and European suppliers. In 2003-2004, there was an increase in terms of the average prices, due to two factors. The first is the strengthening of the HUF/USD exchange rate, which is rather unfavourable in terms of competitiveness, while the other factor could be the restructuring of products and suppliers. The product structure of our export is different from the product structure of third-country imports into the EU: while in the latter, there has been a rapid increase of the export of (particularly red) wines of an alcohol content of 13-15 percent, due to imports from the New World, that category accounts for a mere 5 percent of Hungarian exports.

The fact that, in 2005, the market only responded with a slight price increase to an app. 2-million-hectolitre drop in the output compared to the previous year, has further aggravated the difficulties of the Hungarian wine economy. In the wake of that phenomenon, intentions to discontinue wine growing have increased; according to a survey by the HNT (National Council of Wine Communities), producers intend to grub 11,000 hectares of vineyard.

9. Based on our multi-criteria competitiveness analysis, New World producers are in a substantially better position vis-à-vis their European and Hungarian competitors:
- During the past 15 years, a considerable amount of funds and energy have been invested in the planting of new vineyards.
 - There has been a shift in the requirements of the market towards the global varieties and red grapes produced by New World producers.

- Due to their more even climatic conditions, the more advanced wine-growing technologies, the concentrated plantation sizes, irrigation and the smaller presence of pests, they are able to produce grapes at higher territorial efficiency, less cost and better and steadier quality.
- Wine companies dispose of large vineyards of several thousand hectares. Their ability to increase market share has been demonstrated by their increased capital concentration and their achievements in market expansion. In the 2000s, the movements of capital, the mergers and acquisitions have aimed at increasing corporate size, acquiring market share on new markets, and the horizontal (broadening the product range) and vertical (commercial functions) expansion of corporate activities.
- While the expansion of their export has been efficiently aided by government funds invested in collective marketing, the exchange rate policies of the respective governments have also had a beneficial effect.

Hungary is currently unable to efficiently compete with the world's major wine producers.

10. Depending on the economic situation, consumption patterns, traditions and the maturity of the market, there are different trends on the national wine markets covered in the in-depth analysis (the United Kingdom, Germany, the US, Japan and Russia):
 - The UK and the US tend to import high quantities at high prices. Consequently, on their markets there is heavy competition between European and New World exporters. In the UK, the New World (due particularly Australia and the US) has improved its market positions, whereas Europe, particularly France, has lost market share. While the US market is led by Italy and Australia, the Australian expansion is a lot more dynamic. France sells her wines at the highest prices on both markets.
 - While in Germany, Japan and Russia, the presence of New World exporters is negligible, they are increasing their market at an astonishing rate (except on the Japanese market).
 - Imports of cask wine into the UK, mainly from the New World, are on the increase. French exports to that market, however, still overwhelmingly consist of the bottled product.
 - On the high-end markets of the US and Japan, the import of cask wine is insubstantial. Germany, on the other hand, imports low-priced wines; the share of bulk imports is high and increasing still.
 - In the UK, white wines are preferred to red ones; in the US, they are consumed in nearly equal quantities, whereas on the other markets, red wines are preferred and a more dynamic rate of increase is forecast for these varieties. In the UK, however, the demand for rosé wines is expected to increase. Apart from still wines, champagne and sparkling wines are consumed in greater quantities on the German and Russian markets, whereas non-grape wines (sake) are also favoured by the Japanese.
 - According to the Euromonitor, between 2003 and 2008, the rate of the increase of wine purchases will be lower than during the past five years; the value growth, however, is expected to exceed quantitative growth. In Germany, wine purchases will not increase in value, whereas in Japan, the quantity sold is expected to decline with the exception of red wine. Dynamic growth is forecast in Russia, primarily for red wine.

- The trends of price segmentation of the wines sold off-trade also vary from market to market. Between 1998 and 2003, the sales of medium-priced and high-end wines increased at the fastest rate both in the UK and the US, while the share of low-end wines shrank. Due to the economic stagnation in Germany, the segment of the lowest-priced wines grew, whereas in Japan, the demand for the cheapest and the most expensive wines also increased. While lower-priced Eastern European wines are in greater demand in Russia, the economic growth increases consumers' purchasing power and thus the demand for higher-priced, higher-quality wines.
 - In Western Europe, off-trade sales account for app. 80 percent of the sales total, while the rest is sold on-trade. In the UK, since people tend to eat out more than in the past, on-trade sales are on the increase. There is a reverse trend in Germany: while off-trade sales are increasing, on-trade sales have declined.
 - As far as off-trade sales are concerned, hyper- and supermarkets have played a crucial role in the UK and the US, having become an important driving force on the wine markets. The ability to supply into retail chains (large quantities, wide range, steady quality and a good price/value ratio) may decide the future of the supplying countries and wine companies. In Germany, most wine is sold by low-end discount stores. While specialist beverage shops lead the market in Japan, hyper- and supermarkets dynamically increase their sales. In Russia, most sales are concluded at open-air markets, yet hypermarkets are fast gaining ground in major wine-consuming cities.
11. The prospects of global wine consumption are essentially determined by the growth of national economies and the changes in wine consumption patterns. According to the forecast of the World Bank, while per capita GDP growth in developing countries will be higher than in the economically advanced regions of the world during the period 2006-2015, it will be lower than between 2001 and 2006. On the medium run, the economies of the Euro zone, the US and Japan will shift to a higher gear, while in Russia, the spending of oil revenues may also increase consumption. A significant growth of the Chinese economy is also expected on the medium run.

On the basis of the economic criteria, the continuing slow increase of wine consumption can be anticipated. On the more mature Western markets, the growth in value will exceed quantitative growth. More dynamic growth is mainly expected on the reference markets of the UK and the US, whereas wine consumption is expected to increase and the market to grow in Ireland, Sweden and Russia. Growth will be moderate in Germany, while China may only become a potential market on the long run. One of the crucial factors determining global wine consumption may be that wine consumption stays at the current level at the major wine-producing and consuming European nations (France, Italy and Spain) if the growth of higher-quality wines is able to make up for the decline of the consumption of table wines. In that respect, promising data have only been received from Italy.

12. In 2006, the European Union will submit to the member states its proposal for the reform of the regulation of the wine market. Non-wine-producing countries have tended to object to the high budgetary expenses in order to channel the wine surplus. The logical measure by the EU would be to discontinue the various distillations. That would lead to the reduction of the vineyard area and, depending on the determination of the EU, of wine production, by as much as tens of millions of hectolitres on the medium run. The competitiveness of European producers could be improved by lifting the restrictions

to production, liberalising wine processing technologies and investing the funds generated by distillation into production and marketing. Such action will be required given the fact that, in the current situation, New World suppliers are more suitable to meet the growing demands of the global market. The subjects on the agenda of WTO meetings (the discontinuance of export subsidies and the reduction of customs tariffs) also guide market trends into that direction.

At any rate, New World producers are also facing overproduction problems. They have become competitors, which has led to falling prices. Any significant increase of the plantation area is only expected in Australia; interestingly, the planting of primarily white grapes is planned. Only 1-2 percent new plantation is expected in Chile, while in the US, the vineyard area will stay at the current level. As the new plantations gradually turn productive, wine production will increase in the New World. A similar effect is expected of the re-structuring aids of the European Union.

Partly as a result of the reform of the EU regulation, the balance of the wine market may be restored through the reduction of production and the increase of global wine consumption, which would relieve the price pressure. However, on the emerging markets, there will still be greater demand for cheaper wines.

13. According to the findings of the Australian World Wine Model, between 2003 and 2010, the highest increase is expected in the supply of Super Premium wines, followed by the growth of the production of Premium wines. There will be a slight decline in the production of basic wines, since the positive effect of the macroeconomic factors will be reduced by negative consumer preferences. Due to the new plantations in these countries and the preferences for their wines, the most dynamic growth of the output of Premium and Super Premium wines is expected in New Zealand and Australia, to be closely followed by the growth of the Chilean wine sector. While the production of quality wines will also increase in Italy and France, due to the heavy competition and the decreasing popularity of their wine styles, their growth will be less dynamic than that of the New World.

Of the traditional wine-producing and consuming countries, in France and Italy, the consumption of table wines will continue to decline until 2010; the demand for Premium and Super Premium wines, however, may increase at a more dynamic rate. Of wine importers, the same hold true for the United Kingdom and Japan.

Global macroeconomic trends seem favourable for the growth of export and import. Due to the changing consumer tastes, the foreign trade of basic wines will shrink. The powerful growth of New World supply will result in the displacement of traditional wine producers from the export markets. According to the model, the successful export promotion campaigns of the New World will further intensify that effect.

14. Hungary's prospects seem unpropitious. If, in the near future, the planned subsidised grubbing is carried out, the area planted with wine-grapes may shrink to 76,000 hectares. However, some claim that the reduction of the vineyard area will not stop at that level. In Hungary, the wine industry should target the production of 4 million hectolitres of wine, of which domestic consumption and export would respectively account for 3.2-3.5 million and 500-800 thousand hectolitres. According to experts, we can almost completely rule out the possibility that the Hungarian wine export should once again exceed 1 million hectolitres. It is expected that the cleansing of the wine market leads to

an increase of wines produced and marketed through legal means; the reduction of the rate of VAT may also generate a higher turnover. Fortunately, wine has not yet been imported into Hungary in substantial quantities. With the increase of the purchasing power and the liberalisation of the market, however, we need to be prepared for the possibility of a higher level of imports. The quality and profile of Hungarian wines and brand power need to be raised. Since the country's potentials are more favourable for the production of wines of individual character, the production of wines of outstanding quality, of a protected designation of origin should be a priority. The domestic and international position of Hungarian wines needs to be reinforced using the wine marketing funds generated by the wine marketing fee. Cooperation and increasing market concentration are required in the supply of retail chains. The changing consumption patterns of red and white wines would create favourable conditions for Hungarian producers to take advantage of the country's ecological potential.

Kivonat

A tanulmány a világ, az Európai Unió és Magyarország borpiacán 2010-ig várható folyamatok előrejelzésére vállalkozik. Ennek érdekében áttekinti a bortermelés és borfogyasztás, valamint a bor külkereskedelmének elmúlt 10 éves tendenciáit. Külön fejezet foglalkozik a világ jelentősebb bortermelő és borexportőr országai – köztük Magyarország – versenyképességének összehasonlításával. A világon tapasztalható borfogyasztási és -vásárlási szokások jellemzőit néhány fontosabb borimportőr ország példáján keresztül mutatjuk be. Az ágazat középtávú kilátásainak előrejelzéséhez felhasználtuk az ausztrál kutatók által készített World Wine Model eredményeit is.

Abstract

The Wine Market: Current situation and future trends

The study attempts to provide a forecast of the anticipated trends on the wine markets of the European Union and Hungary until 2010. To that end, it reviews the trends of wine production, wine consumption and the wine trade during the past ten years. A separate chapter compares the competitiveness of the world's major wine-producing and wine-exporting countries, including Hungary. The global wine consumption and purchasing patterns are illustrated through the examples of some major wine importer countries. The findings of the World Wine Model, published by Australian researchers, have been used for the forecast of the medium-term trends of the industry.

Irodalomjegyzék

1. Achilles, Dietmar [2004]: *Germany. Wine Annual*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
2. Ács Dóra [2004]: 'Lehetőségek a borturizmusban', *Bor és Piac*, vol. 4, no. 3, pp. 10-13.
3. Aigrain, Patrick [2004]: *Note de conjoncture mondiale 2004*. Supplément au „Bulletin de l'O.I.V.” Paris: Organisation Internationale de la Vigne et du Vin.
4. Aigrain, Patrick [2005]: *State of the vitiviniculture world market*. Paris: Organisation Internationale de la Vigne et du Vin.
5. Alkonyi László [2001]: *Birtokok és borok 2001-2002*. Mezőgazda Kiadó: Budapest.
6. Balikó Eszter – Tóth Imre [2004]: *A szőlő fajtahasználat alakulása Magyarországon 1973-2003 között*. Kézirat.
7. Botos Ernő Péter [2004]: 'Márkák a hazai borpiacon', *Bor és Piac*, vol. 4, no. 1-2, pp. 22-25.
8. Botos Ernő Péter – Hajdu Istvánné [2004]: *Bormarketing*. Budapest: Mezőgazda Kiadó.
9. Bóhm Kornél [2005]: 'Borfogyasztási trendek a vendéglátásban', *Bor és Piac*, vol. 5, no. 5, pp. 28-29.
10. Cholette, Susan – Castaldi, Richard [2005]: *Analyzing the US retail wine market using price and consumer segmentation models*. San Francisco: San Francisco State University.
11. Commission Européenne [2004]: *HISTVINO. Données statistiques de la periode 1980-2004*. Bruxelles: Commission Européenne.
12. Comité de Gestion VINS N° 865 [2005]: *Exchange de vues sur la situation du marché vitivinicole*. Bruxelles: Commission Européenne.
13. Darby, Mike [2005]: *Australia. Wine Annual*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
14. Datamonitor [2003]: *Wine in the Netherlands. Industry Profile*. <http://www.datamonitor.com>
15. Deutscher Wine Statistik. <http://www.deutscheweine.de>
16. Dmytriw, Nadia [2005]: *Russian Federation. Wine Market Brief*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
17. European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development [2006]: *Report on the wine sector*. <http://europa.eu.int/comm/agriculture/markets/wine/facts/situation.pdf>
18. Fallowfield, Giles [2004]: 'A.O.C. sends S.O.S.' *The drinks business*, vol. 26, no. 9, pp. 24-30.
19. Gauthier, Roselyne [2004]: *France. Wine Annual*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
20. Gazda Albert [2005]: 'Keleti kényelmetlenség,' *Bor és Piac*, vol. 5, no. 5, pp. 10-12.
21. GfK Hungária [2005]: *Az üzletek főleg hazai bort kínálnak a fogyasztóknak*. <http://www.gfk.hu>

22. Gordon, Wayne [2005]: 'Wine outlook to 2009-10. Returns to improve in the medium term', *Australian commodities*, vol. 12, no. 1, pp. 48-57.
23. Hegyközségek Nemzeti Tanácsa [2004]: 'Előterjesztés a hamisított, rossz minőségű borok forgalmazásának visszaszorításáról', *Borászati Füzetek*, vol. 14, no. 6, pp. 33-37.
24. Heijbroek, Arend – Rubio, Anres [2003]: *The Chilean wine industry*. Rabobank International.
25. Heijbroek, Arend [2003]: *Wine is business. Shifting demand and distribution: major drivers reshaping the wine industry*. Rabobank International.
26. Heijbroek, Arend [2003]: *Industry Note. Challenges in the US wine market*. Rabobank International.
27. Heijbroek, Arend [2004]: *The South African wine industry*. Rabobank International.
28. Heijbroek, Arend [2004]: *The German Wine Distribution. An overview*. Rabobank International.
29. Hennicke, Luis [2005]: *Chile. Wine Annual*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
30. Hoffmann, Dieter [2005]: 'Der Markt für Wein', *Agrarwirtschaft*, vol. 54, no. 1, pp. 85-88.
31. Innova SpA ed. [2005]: *Ex-post evaluation of the Common Market Organisation for wine*. (Az Európai Bizottság részére készített anyag). http://www.europa.eu.int/comm/agriculture/eval/reports/wine/index_en.htm
32. Japan, Promar – Haruta, Nobuo [2004]: *Japan. Wine Report*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
33. Jones, Jennifer [2004]: *United Kingdom. Wine Annual Marketing Report*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
34. Kartali János ed. [2004]: *A főbb agrártermékek piacra jutásának feltételei az EU-csatlakozás küszöbén. I. kötet. Növényi termékek*. Agrárgazdasági Tanulmányok, no. 1. Budapest: Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet.
35. Kisari István – Sidlovits Diána [2005]: 'A magyar élelmiszer-kereskedelem bor- és pezsgőválasztéka', *Borászati Füzetek*, vol. 15, no. 1, pp. 19-23.
36. Knott, Andy [2004]: 'Desperate measures. Despite a host of marketing initiatives, Eastern Europe's sales continue their alarming decline', *Wine & Spirit*, no. 5, pp. 56-57.
37. Lagos, Joshua Emmanuel – Zhang, Sharon [2004]: *South China's Beer and Wine market: A Window of Opportunity*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
38. Lechmere, Adam [2006]: 'Dramatic expansion of US wine drinkers', *Decanter*, 2006. január 11.
39. Lukácsy György – Lőrincz András [2005]: 'Szőlő- és bortermelés a Föld átellenes oldalán. Új-Zélandi panoráma', *Borászati Füzetek*, vol. 15, no. 2, pp. 20-27.
40. Muhary Katalin [2005]: 'Borúra nedű. Portugál borok előretörése', *Heti Világgazdaság*, vol. 27, no. 43, pp. 33-34.

41. Nemes Richárd – Sidlovits Diána [2006]: *A Nemzeti bormarketing stratégia alapelvei 2007-2022*. Kézirat.
42. ONIVINS [2004]: Facteurs de compétitivité sur le marché mondial du vin. <http://www.onivins.fr>
43. Oszoli Ágnes és társai [2003]: *Borfogyasztási szokások Magyarországon*. OSZKŐ Tanácsadó Bt. és az FVM Szőlészeti és Borászati Kutató Intézet közös tanulmánya (Az AMC megbízásából készült anyag).
44. Österreichische Weinmarketing Servicegesellschaft [2004]: *Dokumentation. Österreichischer Wein*. <http://www.austrian.wine.co.at>
45. Perez, Diego [2003]: *Spain. Wine Annual*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
46. Perini, Sandro [2004]: *Italy. Wine Annual*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
47. Pirovano, Francisco [2005]: *Argentina. Wine Annual*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
48. Schmitt, Patrick [2004]: 'Branding France', *The drinks business*, vol. 26, no. 5, pp. 84-88.
49. Sidlovits Diána [2004]: 'Szegmentáció a világ borpiacán', *Borászati Füzetek*, vol. 14, no. 2, pp. 8-13.
50. South African Wine Industry Information & Systems (SAWIS). Country profiles (World overview, Australia, New Zealand, Germany, Netherlands, United Kingdom, Portugal, France, Italy, Spain, USA, Chile, Argentina). www.sawis.co.za
51. Szabó Jenő [2005]: 'Viharfelhők a Közös Agrárpolitika felett', *Magyar Mezőgazdaság*, vol. 60, no. 44, pp. 6-7.
52. Szabó Oszkár [2002]: 'Vitaminszerű anyagok: bioflavonoidok a vörös borban', *Természetgyógyász Magazin Online*. <http://www.tgy-magazin.hu>
53. Taybakhtina, Olga [2004]: *Russian Federation. Wine Market Brief*. USDA Foreign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov>
54. *The Marketing Decade. Setting the Australian Wine. Marketing Agenda 2000-2010*. Winemakers' Federation of Australia, Australian Wine and Brandy Corporation. <http://www.wineaustralia.com.au>
55. Tóth Sándor – Tóth Virág Eszter [2005]: 'Egy kapaszkodó a mélypontról; a valódi védett eredetű borok becsülete', *Borászati Füzetek*, vol. 15, no. 2, pp. 2-5.
56. USDA Foreign Agricultural Service [2005]: *World Wine Situation and Outlook*. <http://www.fas.usda.gov>
57. Visser, Evert-Jan [2004]: *A Chilean wine cluster? The quality and importance of local governance in a fast growing and internationalizing industry*. Utrecht: Utrecht University.
58. Wittwer, Glyn – Rothfield, Jeremy [2005]: *Projecting the world wine market from 2003 to 2010*. Australasian Agribusiness Review, vol. 13, paper 21.
59. Worldbank [2005]: *Prospects for the Global Economy*. <http://www.worldbank.org>

MELLÉKLETEK

1. melléklet

A szőlőültetvények területének változása a fontosabb szőlőtermelő országokban

Me.: ezer ha

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Index, 2004/1992
Világ összesen	7 843	7 605	7 521	7 403	7 332	7 291	7 248	7 269	7 377	7 450	7 506	7 498	7 536	0,96
Afrika	323	316	309	296	298	299	302	303	308	323	329	331	330	1,02
Algéria	74	70	69	57	56	52	52	51	51	51	54	60	60	0,81
Dél-Afrika	101	102	103	103	106	108	111	104	108	112	117	121	121	1,20
Egyiptom	58	58	49	49	50	51	52	59	60	62	64	57	58	1,00
Marokkó	50	48	48	47	46	47	47	48	47	48	50	52	50	1,00
Tunézia	29	25	27	27	27	26	25	27	27	33	27	27	27	0,93
Észak- és Közép-Amerika	352	358	365	369	378	386	395	417	433	426	429	435	428	1,22
Dél-Amerika	417	402	405	408	406	414	422	422	430	461	470	476	481	1,15
Argentína	208	203	207	206	206	205	200	195	188	202	206	209	208	1,00
Chile	121	112	112	114	116	123	134	140	157	168	170	172	175	1,45
USA	302	307	314	317	327	338	346	366	383	377	384	385	378	1,25
Ázsia	1 766	1 677	1 682	1 667	1 669	1 640	1 631	1 658	1 709	1 757	1 802	1 824	1 841	1,04
Kína	144	139	154	158	159	161	181	226	286	337	395	424	438	3,04
Irán	227	229	240	233	242	252	282	263	264	269	272	275	275	1,21
Japán	23	23	22	23	22	21	21	21	20	20	20	19	19	0,83
Szírnia	109	66	67	67	70	69	69	70	69	69	52	43	43	0,39
Törökország	576	567	567	565	560	545	541	535	535	525	530	530	530	0,92

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Index, 2004/1992
Európa	4 923	4 787	4 693	4 595	4 510	4 472	4 413	4 365	4 375	4 341	4 319	4 300	4 287	0,87
EU-15	3 765	3 650	3 563	3 492	3 434	3 417	3 386	3 379	3 410	3 347	3 375	3 347	3 506 ⁺	0,93
Ausztria	54	54	54	49	49	48	48	48	48	46	45	42	45	0,83
Bulgária	137	117	113	112	107	107	112	111	111	151	115	103	110	0,80
Horvátország	56	57	53	52	54	53	55	55	59	58	58	57	57	1,02
Franciaország	907	902	899	895	887	878	863	863	861	861	862	851	854	0,94
Németország	100	103	104	103	102	102	102	101	102	100	99	98	98	0,98
Görögország	133	125	127	127	124	124	122	122	125	118	125	127	127	0,95
Magyarország	135	132	132	131	131	131	130	127	106	93	93	93	93	0,69
Olaszország	975	948	926	899	896	880	874	877	873	860	836	836	840	0,86
Moldávia	167	173	186	178	169	165	158	147	141	150	148	143	148	0,89
Portugália	283	281	260	257	251	256	257	249	232	225	220	218	210	0,74
Románia	235	245	247	249	252	255	251	247	245	239	233	223	203	0,86
Oroszország	107	101	88	79	75	72	64	62	61	59	56	57	57	0,53
Spanyolország	1 309	1 235	1 193	1 160	1 122	1 127	1 118	1 115	1 168	1 135	1 186	1 173	1 177	0,90
Óceánia	62	64	67	69	71	80	86	104	121	142	157	158	169	2,73
Ausztrália	56	58	61	62	65	72	78	95	111	131	143	143	151	2,70
Új-Zéland	6	6	6	6	7	7	8	9	10	12	14	15	18	3,00

* EU-25 adata
Forrás: FAO

A bortermelés mennyiségének változása a fontosabb bortermelő országokban

Me.: millió hl

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Világ összesen	290,5	258,9	256,8	254,8	274,0	267,7	265,7	285,9	292,8	274,4	270,3	271,3
Afrika	9,0	7,7	8,4	8,7	9,5	9,4	9,0	9,3	8,9	8,8	9,1	9,1
Algéria	0,4	0,7	0,5	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,7	0,7
Dél-Afrika	7,7	6,3	7,2	7,5	8,5	8,1	7,8	7,8	7,6	7,6	7,6	7,6
Marokkó	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,4	0,3	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3
Tunézia	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,4	0,3	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3
Észak- és Közép-Amerika	17,4	21,4	19,9	20,5	20,5	28,0	22,3	22,7	28,1	24,9	26,9	25,4
Dél-Amerika	22,1	22,2	25,7	23,8	20,0	22,0	21,6	25,1	23,3	25,8	22,0	21,7
Argentína	14,4	14,5	18,2	16,4	12,7	13,5	12,7	15,9	12,5	15,8	12,2	11,8
Chile	3,2	3,8	3,6	3,2	3,8	4,5	5,5	4,8	6,7	5,7	5,8	5,8
USA	15,2	19,4	17,6	18,7	18,9	26,2	20,5	20,8	26,6	23,0	25,4	23,5
Ázsia	10,4	10,3	11,0	12,7	12,6	14,6	15,8	15,3	15,6	15,3	15,7	15,6
Kína	4,5	5,0	6,2	7,0	7,5	9,0	10,6	10,3	10,5	10,8	11,2	11,2
Japán	0,5	0,5	0,5	0,7	0,7	0,9	1,2	1,0	1,0	0,9	1,1	1,2
Szíria	2,5	3,0	2,6	2,5	2,8	2,7	2,2	2,0	2,0	2,0	2,0	0,0
Törökország	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,4

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Európa	226,6	192,3	185,6	183,5	204,1	187,0	189,0	204,3	207,7	188,4	183,5	186,4
EU-15	195,5	162,5	157,4	154,6	173,7	159,2	163,5	180,9	181,2	161,5	157,1	160,0
Ausztria	2,6	1,9	2,6	2,2	2,1	1,8	2,7	2,8	2,3	2,5	2,6	2,6
Bulgária	2,2	1,7	1,9	2,6	2,4	2,1	2,0	1,7	1,8	1,9	2,0	1,4
Horvátország	2,1	2,1	1,9	1,8	2,0	2,3	2,3	2,1	2,1	2,0	2,2	2,0
Franciaország	64,9	53,3	54,6	55,6	60,0	55,1	54,3	62,9	59,8	55,4	52,0	47,4
Németország	13,5	9,9	10,4	8,4	8,6	8,5	10,8	12,3	10,1	9,1	10,2	8,3
Görögország	4,0	3,4	3,1	3,9	4,1	4,1	4,5	4,3	5,0	4,3	3,5	4,2
Magyarország	4,0	3,6	3,7	3,3	4,2	4,5	4,3	3,3	4,3	5,4	3,3	3,9
Olaszország	68,7	62,7	59,3	56,2	58,8	50,6	57,1	58,1	54,1	52,3	44,3	44,1
Moldávia	3,5	5,5	3,9	3,2	2,5	0,4	1,5	1,3	2,5	1,4	2,1	1,7
Portugália	7,6	4,7	6,4	7,1	9,5	5,9	3,6	7,6	7,8	6,7	7,8	6,8
Románia	4,7	5,8	5,4	6,7	7,7	6,7	5,1	5,7	5,5	5,1	5,5	5,5
Oroszország	4,7	3,4	3,0	2,3	2,1	2,2	2,2	2,6	3,1	3,5	4,1	4,1
Spanyolország	33,8	26,5	20,8	21,0	30,4	33,2	30,2	32,7	41,8	30,9	36,4	46,2
Óceánia	5,0	4,9	6,3	5,6	7,3	6,6	8,0	9,1	9,2	11,3	13,1	13,1
Ausztrália	4,6	4,6	5,9	5,0	6,7	6,2	7,4	8,5	8,6	10,8	12,2	12,6
Új-Zéland	0,4	0,3	0,4	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6	0,5	0,9	0,6

Forrás: FAO

A fejenkénti borfogyasztás változása a világ országaiban

Me.: l/fő/év

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Index, 2002/1992
Világ összesen	4,1	4,0	3,9	3,9	3,8	3,9	3,9	3,8	3,7	3,7	3,7	0,90
<i>Afrika</i>	0,9	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,7	0,7	0,7	0,78
Dél-Afrika	10,5	9,5	9,3	9,2	11,4	11,0	10,8	11,7	9,0	8,9	7,8	0,74
<i>Észak- és Közép-Amerika</i>	4,2	4,9	4,8	5,3	5,0	5,0	5,0	5,1	5,0	5,0	5,2	1,24
<i>Dél-Amerika</i>	7,8	7,0	6,7	6,4	6,0	5,9	5,8	6,0	5,8	5,7	5,5	0,71
Argentína	50,2	46,4	42,0	40,0	38,0	37,9	35,1	34,4	33,7	32,1	31,6	0,63
Chile	17,5	16,4	18,0	15,0	15,9	13,1	18,3	19,0	19,5	19,5	19,2	1,10
Uruguay	26,3	26,9	27,9	30,3	31,8	34,0	33,5	31,9	28,3	26,9	21,2	0,81
Kanada	6,2	6,3	6,5	6,3	6,9	7,1	8,1	8,9	9,1	9,2	9,3	1,50
USA	6,3	7,3	7,2	8,1	7,5	7,6	7,5	7,5	7,4	7,4	7,8	1,24
<i>Ázsia</i>	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1,67
Kína	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	2,25
Japán	1,0	0,9	1,1	1,4	1,4	1,9	3,5	2,3	2,1	2,0	2,2	2,20
<i>Európa</i>	22,1	21,9	21,6	21,3	21,2	21,8	21,3	21,1	20,8	21,4	21,7	0,98
Ausztria	33,6	31,6	32,3	31,8	30,2	31,2	31,0	31,3	30,9	30,5	30,8	0,92
Belgium-Luxemburg	25,0	24,0	23,0	21,8	22,0	21,9	25,0	24,0	25,8	25,1	28,2	1,13
Bulgária	12,6	12,8	10,2	10,0	10,3	7,3	5,5	8,3	8,5	14,2	12,5	0,99
Horvátország	40,9	40,5	37,0	35,3	38,8	48,9	48,1	46,3	45,5	44,7	48,6	1,19
Ciprus	11,1	11,2	11,1	11,2	11,3	11,3	11,3	11,2	11,8	14,7	16,0	1,44
Csehország	..	6,4	6,3	6,3	6,4	6,6	6,5	6,4	6,4	6,4	6,6	1,03
Dánia	24,9	22,7	23,5	25,0	28,1	31,3	31,0	30,3	31,4	34,0	32,7	1,31
Észtország	1,8	2,1	2,3	4,2	6,0	7,2	8,2	7,1	8,3	7,4	7,8	4,33
Finnország	5,4	5,5	5,6	5,6	5,2	6,0	6,8	6,8	7,8	8,4	8,9	1,65

Franciaország	65,2	63,7	62,5	60,5	60,1	60,8	59,7	59,0	54,6	53,3	52,5	0,81
Németország	24,1	24,0	23,1	23,4	23,8	23,8	23,6	24,8	24,7	24,9	24,8	1,03
Görögország	16,7	18,7	17,5	17,3	18,8	16,9	21,6	24,5	26,5	27,2	27,5	1,65
Magyarország	29,7	31,3	29,0	26,3	29,9	31,5	33,1	30,2	28,3	33,8	34,1	1,48
Izland	5,6	5,4	5,6	6,1	6,2	6,4	7,3	8,2	8,3	8,2	8,5	1,52
Írország	3,7	4,2	5,1	4,4	7,2	7,9	7,7	10,9	11,4	12,4	13,3	3,59
Olaszország	57,5	57,8	57,8	57,6	57,4	56,1	55,9	55,3	53,1	54,8	53,9	0,94
Lettország	2,2	1,0	1,3	4,3	4,7	3,5	2,9	7,3	6,8	5,7	7,1	3,23
Litvánia	1,6	2,5	1,6	3,6	8,3	5,8	6,2	7,3	5,6	6,2	7,3	4,56
Málta	7,3	7,4	9,6	7,7	8,5	8,7	6,0	9,9	3,4	3,2	3,4	0,47
Hollandia	16,4	12,5	14,4	11,9	13,1	10,8	11,2	16,1	11,9	14,8	15,6	0,95
Norvégia	6,6	6,6	7,1	7,7	8,5	9,7	9,9	10,8	10,6	13,9	13,5	2,05
Lengyelország	0,7	1,0	0,7	0,3	1,2	1,7	2,0	2,1	1,8	1,7	1,9	2,71
Portugália	54,8	58,4	58,4	57,9	55,5	53,4	51,8	51,5	47,8	43,6	46,5	0,85
Románia	20,7	25,9	22,1	25,4	26,1	32,3	23,1	24,2	23,2	21,0	22,1	1,07
Oroszország	4,6	4,3	4,2	4,8	3,0	3,8	3,6	2,6	3,3	4,3	5,0	1,09
Szlovákia	..	1,6	5,5	7,6	11,7	6,1	6,7	6,5	8,6	7,8	6,8	4,25
Szlovénia	49,6	48,3	41,0	40,8	35,9	35,9	20,6	10,5	27,4	13,2	15,6	0,31
Spanyolország	41,2	40,2	38,5	36,2	36,2	36,3	36,6	35,1	35,6	36,7	36,6	0,89
Svédország	12,2	12,0	13,5	12,4	13,3	12,2	12,8	13,9	13,6	15,1	16,8	1,38
Svájc	43,9	43,5	41,9	39,4	41,7	41,8	41,8	43,5	42,8	42,8	42,8	0,97
Ukrajna	3,7	2,9	0,9	2,0	2,3	2,5	2,7	2,4	2,6	3,4	5,0	1,35
Egyesült Királyság	11,8	11,9	13,4	11,6	12,2	14,3	14,7	14,5	15,7	16,8	17,2	1,46
Óceánia	13,9	13,4	13,1	12,9	13,0	13,5	13,9	14,0	14,4	14,5	14,2	1,02
Ausztrália	18,7	18,2	18,4	18,1	18,0	18,8	19,5	19,7	20,4	20,6	20,5	1,10
Új-Zéland	12,8	11,0	8,1	8,6	9,8	10,5	10,3	10,3	10,9	9,5	8,5	0,66

Forrás: FAO

Az elfogyasztott bor mennyiségének változása a világ országaiban

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Index, 2002/1992
Világ összesen	222 556	221 408	219 845	221 763	220 476	228 558	228 415	227 054	223 351	227 773	231 350	1,04
<i>Afrika</i>	<i>6 117</i>	<i>5 488</i>	<i>5 363</i>	<i>5 353</i>	<i>6 489</i>	<i>6 843</i>	<i>6 951</i>	<i>6 721</i>	<i>5 767</i>	<i>5 965</i>	<i>5 573</i>	<i>0,91</i>
Dél-Afrika	4 031	3 735	3 719	3 751	4 759	4 670	4 633	5 101	3 951	3 954	3 511	0,87
<i>Észak- és Közép-Amerika</i>	<i>18 436</i>	<i>21 451</i>	<i>21 345</i>	<i>24 005</i>	<i>22 898</i>	<i>23 369</i>	<i>23 642</i>	<i>24 187</i>	<i>24 337</i>	<i>24 671</i>	<i>25 955</i>	<i>1,41</i>
<i>Dél-Amerika</i>	<i>23 944</i>	<i>21 890</i>	<i>21 352</i>	<i>20 753</i>	<i>19 575</i>	<i>19 716</i>	<i>19 600</i>	<i>20 408</i>	<i>20 301</i>	<i>19 976</i>	<i>19 719</i>	<i>0,82</i>
Argentína	16 777	15 721	14 407	13 895	13 375	13 523	12 690	12 610	12 509	12 046	12 013	0,72
Chile	2 371	2 265	2 519	2 132	2 291	1 922	2 713	2 853	2 972	3 000	3 000	1,27
Uruguay	830	854	892	976	1 030	1 112	1 104	1 059	947	906	717	0,86
Kanada	1 773	1 822	1 877	1 849	2 049	2 138	2 445	2 728	2 799	2 841	2 923	1,65
USA	16 373	19 323	19 126	21 820	20 511	20 850	20 805	21 046	21 042	21 335	22 565	1,38
<i>Ázsia</i>	<i>9 842</i>	<i>10 013</i>	<i>11 493</i>	<i>13 172</i>	<i>13 373</i>	<i>15 966</i>	<i>18 961</i>	<i>17 306</i>	<i>17 372</i>	<i>17 087</i>	<i>17 804</i>	<i>1,81</i>
Kína	4 521	5 013	6 183	7 071	7 665	9 687	11 284	10 819	10 957	11 222	11 642	2,57
Japán	1 200	1 175	1 435	1 746	1 769	2 403	4 402	2 922	2 658	2 605	2 805	2,34
Ciprus	78	80	82	83	85	86	87	87	93	116	127	1,63
Európa	160 453	158 887	156 632	154 810	154 409	158 712	155 137	153 746	151 182	155 619	157 853	0,98
<i>EU-15</i>	<i>130 099</i>	<i>129 157</i>	<i>128 748</i>	<i>125 540</i>	<i>126 614</i>	<i>127 355</i>	<i>127 885</i>	<i>128 937</i>	<i>125 648</i>	<i>127 738</i>	<i>128 189</i>	<i>0,99</i>
Ausztria	2 637	2 505	2 585	2 562	2 441	2 524	2 508	2 535	2 500	2 473	2 495	0,95
Belgium-Luxemburg	2 606	2 511	2 411	2 293	2 327	2 323	2 660	2 558	2 647	2 584	2 908	1,12
Bulgária	1 079	1 089	864	841	862	608	449	677	687	1 137	995	0,92
Horvátország	1 935	1 874	1 674	1 570	1 713	2 156	2 129	2 053	2 025	1 988	2 160	1,12
Csehország	..	656	647	649	663	681	670	658	653	652	673	1,03
Dánia	1 290	1 176	1 226	1 305	1 476	1 648	1 637	1 610	1 671	1 816	1 752	1,36
Észtország	28	32	34	60	86	101	114	98	113	101	104	3,73
Finnország	274	280	284	285	266	311	353	351	405	433	464	1,70

Franciaország	37 359	36 684	36 167	35 175	35 109	35 609	35 129	34 869	32 348	31 724	31 430	0,84
Németország	19 363	19 404	18 801	19 134	19 463	19 534	19 415	20 419	20 311	20 469	20 447	1,06
Csörgország	1 713	1 927	1 813	1 811	1 980	1 795	2 320	2 653	2 891	2 979	3 021	1,76
Magyarország	3 079	3 246	3 000	2 719	3 084	3 239	3 396	3 094	2 888	3 443	3 462	1,12
Izland	15	14	15	16	17	18	20	23	23	23	24	1,66
Írország	131	148	183	158	263	290	287	410	435	480	518	3,97
Olaszország	32 736	32 995	33 039	32 992	32 937	32 262	32 143	31 842	30 547	31 505	31 004	0,95
Lettország	59	26	34	108	115	86	69	175	162	135	166	2,81
Litvánia	60	92	58	129	293	204	219	255	197	217	253	4,24
Málta	27	27	36	29	32	33	23	38	13	12	13	0,50
Hollandia	2 485	1 900	2 208	1 838	2 034	1 687	1 755	2 546	1 896	2 358	2 509	1,01
Norvégia	282	285	310	335	373	426	438	480	474	625	610	2,16
Lengyelország	276	403	251	134	454	661	760	798	707	654	716	2,60
Portugália	5 422	5 776	5 779	5 742	5 510	5 320	5 170	5 143	4 783	4 375	4 668	0,86
Románia	4 778	5 945	5 040	5 766	5 895	7 298	5 213	5 449	5 213	4 701	4 954	1,04
Oroszország	6 844	6 344	6 266	7 176	4 463	5 548	5 309	3 863	4 810	6 208	7 201	1,05
Szlovákia	..	83	296	409	631	330	360	353	465	418	366	4,39
Szlovénia	965	948	811	811	716	716	411	209	546	262	310	0,32
Spanyolország	16 284	15 966	15 338	14 460	14 528	14 610	14 794	14 250	14 501	15 003	15 007	0,92
Svédország	1 062	1 047	1 186	1 090	1 173	1 082	1 133	1 227	1 202	1 340	1 491	1,40
Svéjc	3 057	3 058	2 963	2 807	2 977	2 995	2 995	3 116	3 072	3 071	3 069	1,00
Ukraina	1 920	1 498	440	1 019	1 181	1 275	1 374	1 223	1 287	1 675	2 436	1,27
Egyesült Királyság	6 738	6 838	7 726	6 694	7 107	8 361	8 578	8 523	9 228	9 927	10 178	1,51
Óceánia	3 764	3 679	3 660	3 670	3 732	3 953	4 124	4 198	4 391	4 455	4 446	1,18
Ausztrália	3 243	3 205	3 284	3 279	3 294	3 478	3 655	3 737	3 903	3 994	4 013	1,24
Új-Zéland	441	384	287	310	356	389	383	385	414	362	327	0,74

Forrás: FAO

A világ borexportjának változása főbb szállítók szerint

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Index, 2004/1992
Világ összesen	45 961	48 742	54 759	55 539	54 802	60 680	65 564	63 712	61 122	65 761	66 550	67 158	76 675	1,67
Argentína	427	330	329	2 148	1 254	1 366	1 192	970	921	922	1 236	1 922	1 598	3,74
Ausztrália	785	1 029	1 539	1 141	1 297	1 544	1 924	2 155	3 109	3 762	4 715	5 365	6 461	8,23
Ausztria	179	117	137	231	216	176	200	279	323	518	607	817	741	4,14
Bulgária	837	1 088	1 316	1 997	1 805	1 626	1 526	978	793	791	788	834	923	1,10
Chile	740	866	1 185	1 290	2 034	3 218	3 497	3 510	4 024	4 867	3 442	3 910	4 682	6,33
Franciaország	11 426	10 715	11 162	11 396	12 937	15 065	16 365	15 878	14 825	15 517	15 369	14 962	14 350	1,26
Németország	2 970	2 773	2 913	2 302	2 465	2 229	2 226	2 315	2 414	2 372	2 375	2 702	2 713	0,91
Görögország	621	520	546	544	485	462	593	493	430	553	291	364	350	0,56
Magyarország	663	827	839	1 270	896	924	1 011	843	778	693	766	703	531	0,80
Olaszország	11 369	12 466	16 745	15 832	13 415	12 550	15 191	18 320	14 675	15 371	15 187	12 802	14 359	1,26
Moldávia	1 644	728	1 641	1 654	1 601	1 979	1 404	657	992	1 368	1 537	2 022	2 280	1,39
Új-Zéland	73	86	79	79	111	131	155	179	383	219	256	272	407	5,58
Portugália	2 486	2 144	1 890	1 553	1 947	2 450	2 248	1 904	1 876	1 601	2 067	3 055	3 128	1,26
Románia	177	207	366	305	454	807	647	293	254	394	503	410	370	2,09
Dél-Afrika	275	246	527	1 295	1 200	1 021	1 076	813	1 700	1 651	2 104	2 329	2 614	9,51
Spanyolország	6 761	9 747	7 752	6 260	6 729	8 679	10 249	8 349	7 773	9 050	9 016	11 758	13 522	2,00
USA	1 201	1 154	1 178	1 329	1 615	2 040	2 520	2 624	2 769	2 844	2 662	3 293	3 874	3,23

Forrás: FAO

A borexport átlagárának változása a főbb szállítók szerint

Me.: USD/l

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Index, 2004/1992
Világ összesen	1,92	1,61	1,61	1,84	2,10	2,04	2,11	2,21	2,08	1,93	2,13	2,58	2,58	1,34
Argentína	0,77	0,97	1,04	0,34	0,54	0,94	1,28	1,45	1,61	1,58	0,98	0,88	1,39	1,80
Ausztrália	2,39	2,01	1,67	2,52	3,31	3,47	3,18	3,68	2,91	2,65	2,70	2,87	3,10	1,30
Ausztria	1,33	2,06	2,02	1,31	1,45	1,93	2,05	1,51	1,16	0,91	0,90	0,93	1,42	1,07
Bulgária	0,75	0,72	0,72	0,65	0,76	0,75	0,83	0,83	0,79	0,84	0,77	0,83	0,87	1,16
Chile	1,61	1,48	1,21	1,41	1,44	1,32	1,46	1,49	1,43	1,33	1,75	1,70	1,78	1,11
Franciaország	3,73	3,41	3,56	4,00	3,73	3,41	3,60	3,84	3,40	3,09	3,51	4,39	4,82	1,29
Németország	1,77	1,41	1,53	1,89	1,97	1,86	1,96	1,88	1,46	1,50	1,66	2,00	2,18	1,23
Görögország	1,22	1,11	1,08	1,37	1,47	1,51	1,28	1,41	1,35	0,82	1,64	2,00	2,25	1,84
Magyarország	0,80	0,99	0,91	0,98	0,89	0,94	0,85	0,88	0,80	0,85	0,83	1,03	1,57	1,96
Olaszország	1,29	1,05	0,98	1,15	1,59	1,67	1,56	1,34	1,52	1,49	1,71	2,33	2,47	1,92
Moldávia	0,40	0,38	0,36	0,55	0,82	1,08	1,27	0,98	0,89	0,91	0,89	0,89	0,95	2,37
Új-Zéland	2,76	3,02	2,99	3,35	3,66	4,05	3,39	4,32	2,35	4,43	4,97	5,80	6,03	2,19
Portugália	1,98	2,00	2,36	2,92	2,76	2,14	2,35	2,73	2,50	2,72	2,33	1,97	2,11	1,07
Románia	0,76	0,71	0,51	0,74	0,72	5,26	0,58	0,76	0,70	0,50	0,46	0,60	0,71	0,93
Dél-Afrika	1,55	1,85	1,32	1,44	1,56	1,85	1,72	1,50	1,44	1,38	1,36	1,80	2,04	1,32
Spanyolország	1,27	0,82	1,04	1,52	1,63	1,30	1,26	1,57	1,45	1,26	1,35	1,36	1,36	1,07
USA	1,39	1,45	1,52	1,68	1,89	1,93	2,03	1,98	1,92	1,81	1,98	1,85	1,92	1,38

Forrás: FAO adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült számítás

A világ borimportjának változása főbb bevők szerint

Me.: ezer hl

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Index, 2004/1992
Világ összesen	44 335	44 314	50 804	50 173	50 034	54 166	59 626	57 809	54 714	60 227	62 987	68 574	73 391	1,66
Ausztrália	86	74	82	141	140	204	200	213	156	128	162	158	217	2,52
Ausztria	215	197	178	262	299	596	605	524	487	592	519	534	646	3,00
Belorusszia	56	197	320	193	130	157	132	132	182	167	227	276	427	7,63
Belgium-Lux.	2 231	2 294	2 221	2 299	2 180	2 283	2 520	2 419	2 748	2 638	2 972	2 867	2 801	1,26
Brazília	63	125	226	279	234	253	241	284	312	299	266	293	392	6,22
Kanada	1 410	1 546	1 553	1 477	1 698	1 784	2 030	2 195	2 358	2 388	2 437	2 697	2 668	1,89
Kína	27	25	36	43	97	581	618	528	412	361	374	505	563	20,85
Dánia	1 266	1 155	1 220	1 298	1 473	1 683	1 699	1 677	1 794	2 029	2 008	2 051	2 006	1,58
Finnország	270	277	281	282	264	306	349	347	402	432	466	508	517	1,91
Franciaország	5 832	5 765	6 813	6 000	4 991	5 418	5 469	5 610	4 350	5 111	4 528	4 696	4 728	0,81
Németország	9 956	9 300	10 125	8 771	10 719	9 855	11 631	11 854	9 922	11 268	11 710	11 906	13 043	1,31
Görögország	54	50	42	40	40	40	47	70	63	72	107	305	244	4,52
Írország	129	145	184	162	266	292	316	413	435	482	521	557	648	5,02
Olaszország	703	396	250	178	289	644	863	456	565	680	822	1 447	1 625	2,31
Japán	684	650	897	1 077	1 074	1 452	3 214	1 886	1 657	1 691	1 679	1 612	1 665	2,43
Dél-Korea	21	32	39	57	59	94	26	58	81	89	115	140	159	7,57
Lettország	28	19	51	165	193	129	158	210	183	151	173	196	144	5,14
Litvánia	78	70	71	218	156	172	163	184	151	148	191	205	146	1,87

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Index, 2004/1992
Hollandia	2 432	1 915	2 322	1 883	2 110	1 895	1 999	2 772	2 014	2 449	2 817	3 259	3 188	1,31
Új-Zéland	85	190	327	255	213	224	282	408	408	402	402	472	380	4,47
Norvégia	269	269	295	320	366	420	433	480	468	623	610	685	728	2,71
Lengyelország	290	414	370	316	474	560	649	685	590	507	539	579	613	2,11
Portugália	23	204	1 354	756	512	416	1 479	2 176	1 886	1 614	1 259	1 208	1 567	68,13
Oroszország	2 031	2 791	3 250	4 693	2 347	3 148	2 911	812	1 623	2 566	2 984	4 164	5 051	2,49
Szingapúr	40	44	54	60	65	82	68	92	97	103	113	123	152	3,80
Szlovákia	..	30	85	181	238	98	44	79	159	162	141	139	166	5,53
Svédország	1 037	1 027	1 360	874	1 144	1 060	1 121	1 214	1 192	1 336	1 496	1 560	1 245	1,20
Svájc	1 713	1 757	1 746	1 874	1 848	1 846	1 877	1 886	1 809	1 863	1 834	1 833	1 795	1,05
Egy. Királyság	6 389	6 536	7 418	6 394	7 012	8 419	8 573	8 963	8 878	9 943	10 270	11 340	12 976	2,03
USA	2 582	2 358	2 618	2 753	3 472	4 452	4 004	4 072	4 479	4 688	5 521	6 082	6 415	2,48

Forrás: FAO

A borimport átlagárának változása a főbb vevők szerint

Me.: USD/l

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Index, 2004/1992
Világ összesen	2,01	1,76	1,75	1,98	2,21	2,26	2,31	2,47	2,33	2,17	2,27	2,56	2,72	1,35
Ausztria	2,66	2,43	2,62	2,81	2,36	1,59	1,79	2,34	2,19	2,13	2,56	2,82	2,88	1,08
Ausztrália	4,15	4,53	4,25	3,79	3,46	3,25	3,32	3,66	4,27	4,32	4,71	6,07	6,14	1,48
Belorussia	0,95	0,94	0,75	0,47	1,38	1,10	0,78	0,64	1,20	1,11	0,93	0,89	0,87	0,91
Belgium-Lux.	3,08	2,74	2,74	3,11	2,94	2,78	2,82	3,06	2,57	2,52	2,71	3,28	3,53	1,15
Brazília	1,96	1,89	1,94	2,11	1,84	2,46	2,73	2,71	2,59	2,41	2,25	2,33	2,37	1,21
Kanada	2,09	1,87	1,98	2,19	2,22	2,30	2,39	2,52	2,46	2,44	2,51	3,04	3,40	1,63
Kína	3,46	4,02	4,82	5,13	4,52	3,58	1,86	1,39	1,41	1,43	1,25	1,43	1,97	0,57
Dánia	2,10	1,88	2,09	2,34	2,39	2,26	2,34	2,41	2,01	1,90	1,99	2,37	2,61	1,24
Finnország	1,53	1,28	1,42	2,36	2,29	2,11	2,23	2,41	2,05	2,03	2,21	2,63	2,90	1,90
Franciaország	0,76	0,63	0,64	0,83	1,00	0,91	0,94	0,91	0,97	0,83	0,96	1,10	1,28	1,68
Németország	1,70	1,40	1,37	1,64	1,70	1,78	1,63	1,65	1,68	1,47	1,43	1,71	1,75	1,03
Görögország	2,07	2,20	2,35	2,78	2,68	2,60	2,34	2,08	2,12	2,12	3,88	0,82	1,26	0,61
Írország	3,40	3,12	3,20	4,23	3,38	3,49	3,72	3,68	3,25	3,37	3,62	4,05	4,32	1,27
Olaszország	2,99	3,09	5,39	7,65	5,30	2,47	2,27	4,32	3,27	2,34	2,34	1,81	1,90	0,63
Japán	4,86	4,12	4,07	4,35	4,72	4,45	4,00	4,66	4,76	4,61	4,77	5,61	6,31	1,30
Dél-Korea	2,68	1,81	2,06	2,41	2,80	2,43	2,54	2,62	2,46	2,61	2,56	3,27	3,65	1,36
Lettország	0,38	0,50	0,49	0,65	0,67	0,84	1,64	1,55	1,55	1,66	1,60	1,99	1,75	4,61
Litvánia	0,37	0,46	0,54	0,39	0,68	0,98	1,04	0,95	0,92	0,88	0,80	0,97	1,48	4,00
Hollandia	2,32	2,21	2,21	2,47	2,61	2,53	2,23	2,26	2,02	1,92	2,07	2,34	2,56	1,10

Megnevezés	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Index, 2004/1992
Új-Zéland	3,03	1,66	1,26	1,87	2,17	2,37	1,76	1,71	1,50	1,54	1,84	2,03	2,71	0,89
Norvégia	1,97	1,80	1,93	2,39	2,68	2,45	2,54	2,58	2,37	1,98	2,19	2,54	2,75	1,40
Lengyelország	0,37	0,33	0,51	0,66	0,69	0,71	0,74	0,87	0,79	0,99	1,03	1,31	1,55	4,20
Portugália	3,95	0,84	0,48	0,71	0,82	0,76	0,60	0,61	0,49	0,41	0,46	0,54	0,54	0,14
Oroszország	0,54	0,81	0,84	1,10	1,47	1,51	1,24	1,48	1,01	0,88	0,78	0,75	0,77	1,43
Szingapúr	9,78	7,27	8,84	10,48	10,81	12,74	12,40	12,28	11,30	10,62	10,42	11,84	13,84	1,42
Szlovákia	..	0,33	0,32	0,39	0,35	0,43	0,54	0,46	0,37	0,35	0,48	0,65	1,05	3,19
Svédország	1,63	1,70	1,93	1,98	2,33	2,17	2,32	2,35	2,21	2,04	2,04	2,44	3,20	1,96
Svájc	2,71	2,33	2,61	3,04	3,26	3,16	3,50	3,76	3,33	3,32	3,45	4,20	4,41	1,63
Egy. Királyság	2,50	2,22	2,28	2,66	2,89	2,86	3,35	3,46	2,87	2,79	2,95	3,12	3,27	1,31
USA	4,49	4,41	4,28	4,55	4,41	4,11	4,92	5,66	0,52	4,96	4,81	5,60	5,58	1,24

Forrás: FAO adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült számítás

A minőségibor-termelés aránya az EU szőlőtermelő tagállamaiban

Megnevezés	Me.: %															
	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03*	2003/04**	2004/05**			
Németország	94,10	97,60	95,20	97,10	97,90	96,90	95,00	88,60	92,10	95,70	93,70	96,90	100,00			
Görögország	5,80	6,00	7,30	7,30	7,40	8,40	7,90	9,20	8,20	9,70	8,20	12,10	7,90			
Spanyolország	28,70	35,30	42,50	47,70	39,30	36,90	38,50	38,40	35,40	37,20	33,30	31,50	25,10			
Franciaország	37,20	44,00	42,50	45,00	43,20	46,60	49,80	46,40	48,30	50,30	50,10	47,70	44,50			
Olaszország	15,30	16,80	17,90	18,60	20,90	24,10	22,30	21,70	23,50	24,00	30,50	29,80	29,10			
Ausztria	66,00	65,90	88,00	78,00	77,60	88,50	81,30	83,40	86,70	69,20			
Portugália	29,10	37,40	47,90	41,70	43,10	37,20	50,90	47,70	48,60	53,20	44,20	43,20	43,70			
Európai Unió	30,90	34,30	36,20	37,80	37,30	39,20	40,50	39,60	39,80	41,50	43,00	40,40	40,40			

* Előzetes adatok

** Becsült adatok

1995/1996-től az EU-15 adata

2004/2005-től az EU-25 adata

Forrás: Európai Bizottság

10. melléklet

A minőségibor-fogyasztás aránya az EU tagállamaiban

Megnevezés	1992/1993	1993/1994	1994/1995	1995/1996	1996/1997	1997/1998	1998/1999	1999/2000	2000/2001	2001/2002	2002/2003*	2003/2004**
Belgium	70,2	72,3	71,9	61,5	72,3	72,7	69,8	68,3	72,7	65,4	63,5	62,8
Németország	64,1	64,6	63,9	58,5	59,5	55,9	59,1	62,5	67,3	61,2	60,8	60,0
Görögország	4,8	6,0	6,1	6,1	6,3	6,3	7,8	8,4	7,6	8,9	4,6	4,9
Spanyolország	44,7	44,9	44,7	47,6	47,7	48,2	48,0	47,0	52,0	50,0	50,1	50,0
Franciaország	39,2	41,5	42,5	43,6	46,4	47,5	47,0	46,8	49,6	47,5	50,5	50,1
Olaszország	18,1	20,5	21,3	17,9	18,2	20,3	22,4	25,5	27,2	24,2	33,3	33,4
Luxemburg	67,5	66,5	68,4	70,9	69,4	68,5	71,3	71,8	73,3	77,7	88,5	73,3
Ausztria	67,0	72,8	68,7	72,1	72,0	78,5	91,1	98,1	91,7
Portugália	40,7	29,0	41,2	39,1	41,9	30,7	26,0	29,9	32,1	30,7	41,7	36,0
Egyesült Királyság	46,5	47,1	45,5	40,9	43,3	40,2	37,6	36,2	31,8	35,5	33,0	31,5
Dánia	54,4	58,1	64,1	62,8	57,9	53,7	54,7	51,7	55,3	46,9	44,7	41,1
Írország	58,6	50,7	38,3	40,0	32,4	31,7	32,3	42,1	39,3	28,2	24,3	26,6
Hollandia	52,2	49,5	49,9	69,7	41,9	41,5	51,0	49,8	58,1	47,5	45,9	43,6
Finnország	29,5	26,8	20,8	32,2	33,5	29,4	43,2	36,7	39,7
Svédország	50,7	45,9	43,5	44,7	39,4	38,5	35,6	30,0	31,1
Európai Unió	37,1	38,0	39,2	39,6	40,8	40,9	41,5	42,8	43,8	43,3	44,9	44,8

Me.: %

* Előzetes adatok

** Becsült adatok

1995/1996-tól az EU-15 adata

Forrás: Európai Bizottság

11. melléklet

A minőségi borok aránya az EU harmadik országokba irányuló exportjában

Megnevezés	Me.: %													
	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03*	2003/04**		
Németország	80,6	66,4	69,0	83,5	78,4	76,7	84,0	83,9	80,6	75,9	71,4	68,8		
Görögország	22,5	27,4	66,7	80,0	14,3	12,5	14,8	12,5	27,1	16,7	16,3	18,2		
Spanyolország	27,4	35,6	32,2	39,8	31,7	30,1	32,5	39,7	34,8	26,8	33,8	41,3		
Franciaország	60,7	59,8	67,7	52,5	50,4	54,4	56,9	57,6	56,7	56,5	54,3	54,6		
Olaszország	51,4	37,4	39,6	50,7	46,5	48,4	47,7	63,2	48,3	46,6	47,0	47,6		
Ausztria	20,0	15,2	14,6	11,3	5,3	3,4	3,7	5,7	..		
Portugália	11,3	60,8	59,9	67,9	44,4	65,4	78,6	67,5	43,4	36,7	28,0	27,7		
Európai Unió	46,1	47,6	52,0	52,8	46,2	39,4	36,6	54,0	47,2	46,5	46,1	47,6		

* Előzetes adatok

** Becsült adatok

1995/1996-től az EU-15 adata

Forrás: Európai Bizottság

Az Európai Unió szerkezetátalakítási támogatásainak területi és pénzügyi keretei

Tagállam	2000/2001		2001/2002		2002/2003		2003/2004		2004/2005		2005/2006		Összesen	
	Terület hektár	Összeg millió euró	Terület hektár	Összeg millió euró	Terület hektár	Összeg millió euró	Terület hektár	Összeg millió euró	Terület hektár	Összeg millió euró	Terület hektár	Összeg millió euró	Terület hektár	Összeg millió euró
Csehország	-	-	-	-	-	-	-	-	84	0,8	526	1,8	610	2,6
Németország	1 624	12,6	1 776	13,8	2 136	12,5	2 198	14,0	1 975	12,7	1 998	12,5	11 707	65,4
Görögország	1 162	8,3	1 028	7,3	1 358	7,1	1 519	7,2	988	7,0	1 249	8,6	7 304	37,3
Spanyolország	18 371	122,1	23 192	154,2	23 902	160,0	22 482	152,0	19 888	149,3	21 131	151,5	128 966	767,0
Franciaország	14 359	104,1	12 827	93,0	14 635	95,4	21 058	111,8	13 691	108,2	11 380	106,3	87 950	514,8
Olaszország	13 691	100,3	15 910	116,6	18 660	124,0	17 990	120,3	14 633	103,8	13 874	99,7	94 758	564,4
Ciprus	-	-	-	-	-	-	-	-	193	2,3	206	2,4	399	4,7
Luxemburg	19	0,2	21	0,2	0	0,0	10	0,1	10	0,1	10	0,1	70	0,4
Magyarország	-	-	-	-	-	-	-	-	1 132	9,1	1 331	10,6	2 463	19,7
Málta	-	-	-	-	-	-	-	-	15	0,2	23	0,1	38	0,3
Ausztria	780	5,5	1 079	7,6	1 918	10,6	1 837	7,8	1 275	7,2	1 077	6,6	7 966	39,8
Portugália	3 980	26,7	4 391	29,4	5 362	33,6	4 854	30,0	7 153	45,6	5 747	45,0	31 487	183,5
Szlovénia	-	-	-	-	-	-	-	-	172	2,9	153	2,3	325	5,3
Szlovákia	-	-	-	-	-	-	-	-	221	0,8	299	2,5	520	3,3
Összesen	53 986	379,7	60 224	422,0	67 971	443,2	71 948	443,2	61 430	450,0	59 004	450,0	374 563	2208,4

Megjegyzés: A táblázat adatai az egyes tagállamok vonatkozásában a 2000/2001, a 2001/2002, és a 2005/2006. évi években a Bizottság által előzetesen megadott támogatási paramétereket, a továbbiakban pedig a végleges kifizetéseket tartalmazzák.

Forrás: Az Európai Bizottság határozatait (2000/503/EK, 2001/636/EK, 2001/666/EK, 2002/655/EK, 2002/666/EK, 2003/638/EK, 2004/638/EK, 2004/687/EK, 2004/688/EK, 2005/715/EK, 2005/716/EK)

13. melléklet

Az EU-15 harmadik országokból származó borimportjának termékszerkezete
Pezsgő- és palackozott borok

Me.: hl

Vámtarifika szám	Megnevezés	1998	2002	2003	2004	Index, 2004/1998
220410	Pezsgőbor	93 397	107 233	119 069	121 227	1,30
22042110	Gyöngyöző bor	453	228	574	1 252	2,76
22042111-22042138	Palackozott, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, fehér	17 184	10 229	9 090	12 777	0,74
22042142-22042178	Palackozott, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, vörös	31 137	16 827	13 996	16 227	0,52
22042179	Palackozott, 13 vol% alatt, asztali bor, fehér	1 479 805	1 752 975	1 773 021	1 870 174	1,26
22042180	Palackozott, 13 vol% alatt, asztali bor, vörös	1 875 530	1 778 805	1 276 597	1 254 626	0,67
22042181	Palackozott, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, fehér	11 544	7 422	4 725	4 777	0,41
22042182	Palackozott, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, vörös	17 610	16 185	10 702	11 815	0,67
22042183	Palackozott, 13-15 vol% asztali bor, fehér	261 306	969 514	1 191 031	1 205 300	4,61
22042184	Palackozott, 13-15 vol%, asztali bor, vörös	345 377	2 071 794	2 979 836	3 361 902	9,73
22042187-22042194	Palackozott, 15-18 vol% (likőr borok)	8 751	4 434	8 716	9 036	1,03
22042195-22042198	Palackozott, 18-22 vol% (likőr borok)	2 351	4 220	1 706	1 562	0,66
22042199	Palackozott, 22 vol% felett (likőr borok)	104	216	12	12	0,12
220421	Palackozott borok összesen	4 051 152	6 632 849	7 270 006	7 749 460	1,91

Forrás: Eurostat adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

Az EU-15 harmadik országokból származó borimportjának termékszerkezete
Hordós bor

Me.: hl

Vámtarififa szám	Megnevezés	1998	2002	2003	2004	Index, 2004/1998
22042910	Gyöngyöző bor	139	7	0	4	0,03
22042912-22042918	Hordós, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, fehér	1 576	3 054	3 217	10 165	6,45
22042942-22042958	Hordós, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, vörös	10 063	5 027	2 576	4 704	0,47
22042962-22042965	Hordós, 13 vol% alatt, asztali bor, fehér	573 752	775 530	889 949	948 836	1,65
22042971-22042975	Hordós, 13 vol% alatt, asztali bor, vörös	1 380 746	1 663 445	1 537 574	1 893 183	1,37
22042981	Hordós, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, fehér	35	5	2 871	1 301	37,17
22042982	Hordós, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, vörös	628	5 846	10 957	10 059	16,02
22042983	Hordós, 13-15 vol%, asztali bor, fehér	35 361	183 092	337 049	373 342	10,56
22042984	Hordós, 13-15 vol%, asztali bor, vörös	38 503	397 805	969 966	1 405 608	36,51
22042987-22042994	Hordós, 15-18 vol% (likőr borok)	2 473	1 278	1 325	7 312	2,96
22042995-22042998	Hordós, 18-22 vol% (likőr borok)	8 867	4 447	775	267	0,03
22042999	Hordós, 22 vol% felett (likőr borok)	8	126	28	20	2,50
220429	Hordós borok összesen	2 052 151	3 039 662	3 756 287	4 654 801	2,27
2204	Mindösszesen*	6 196 700	9 779 744	11 145 362	12 525 488	2,02

* A 220430 vámtarifaszámú szőlőmust nélkül

Forrás: Eurostat adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

A tervezett ültetvénykivágások területe az egyes borvidékeken Magyarországon

Me.: ha

Megnevezés	2005/2006	2006/2007	2007/2008	Mindösszesen
Csongrádi	220	226	100	546
Hajós-Bajai	100			100
Kunsági	3 564	1 873	1 640	7 077
Ászár-Neszmélyi	200			200
Badacsonyi	8			8
Balatonfüred-Csopaki				
Balatonfelvidéki	35	25	15	75
Etyek-Budai	100			100
Móri	15			15
Pannonhalmi	42			42
Somlói				
Soproni	50			50
Balatonboglári	250	150	200	600
Pécsi	30			30
Szekszárdi	100			100
Villányi				
Bükkaljai	204			204
Egri	571			571
Mátrai	668			668
Tokaji	230			230
Balatonmelléke	60			60
Tolnai	466			466
Összesen	6 913	2 274	1 955	11 142

Forrás: Hegyközségek Nemzeti Tanácsa felmérése alapján

16. melléklet

A magyar borexport termékszerkezete

Vámtarifa szám	Megnevezés	Me.: ha						
		1998	2001	2002	2003	2004	2004	
220410	Pezsgőbor	19 190	14 619	17 964	20 213	25 662		
22042110	Gyöngyöző bor	198	64	28	338	642		
22042111-22042138	Palackozott, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, fehér	2 694	113	196	126	31 269		
22042142-22042178	Palackozott, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, vörös	493	479	67	267	17 568		
22042179	Palackozott, 13 vol% alatt, asztali bor, fehér	252 023	241 457	216 170	190 148	104 951		
22042180	Palackozott, 13 vol% alatt, asztali bor, vörös	188 540	147 713	131 951	114 947	55 420		
22042181	Palackozott, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, fehér	405	73	138	1 062	5 665		
22042182	Palackozott, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, vörös	205	104	118	64	2 705		
22042183	Palackozott, 13-15 vol% asztali bor, fehér	5 057	10 823	3 511	4 433	778		
22042184	Palackozott, 13-15 vol%, asztali bor, vörös	51	1 188	1 184	1 105	0		
22042187-22042194	Palackozott, 15-18 vol% (likőr borok)	336	27	27	43	51		
22042195-22042198	Palackozott, 18-22 vol% (likőr borok)	89	39	24	3	8		
22042199	Palackozott, 22 vol% felett (likőr borok)	21	101	39	202	37		
220421	Palackozott bor összesen	450 111	402 182	353 454	312 737	219 112		

Vámtarififa szám	Megnevezés	1998	2001	2002	2003	2004
22042910	Gyöngyöző bor	617	0	25	0	0
22042912-22042918	Hordós, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, fehér	32 711	149	160	41	15 706
22042942-22042958	Hordós, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, vörös	16 381	4 638	3 173	258	4 574
22042962-22042965	Hordós, 13 vol% alatt, asztali bor, fehér	381 846	189 404	278 633	254 337	203 494
22042971-22042975	Hordós, 13 vol% alatt, asztali bor, vörös	101 961	79 507	110 623	110 619	43 305
22042981	Hordós, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, fehér	3 900	0	6	174	2 520
22042982	Hordós, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, vörös	2 729	0	54	236	72
22042983	Hordós, 13-15 vol%, asztali bor, fehér	0,36	1 419	1 779	7 164	1 583
22042984	Hordós, 13-15 vol%, asztali bor, vörös	1 246	99	121	1 402	11 975
22042987-22042994	Hordós, 15-18 vol% (likőr borok)	24	0	250	0	0
22042995-22042998	Hordós, 18-22 vol% (likőr borok)	0	1 090	0	0	0
22042999	Hordós, 22 vol% felett (likőr borok)	9	0	0	0	0
220429	Hordós bor összesen	541 424	276 306	394 824	374 233	286 257
2204	Mindösszesen⁺	1 010 725	693 106	766 242	707 183	531 031

Forrás: KSH adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás +/A 220430 vámtarifaszámú szőlőmust nélkül

17. melléklet

A magyar borimport termékszerkezete

Me.: ha

Vámtarififa szám	Megnevezés	1998	2001	2002	2003	2004
220410	Pezsgőbor	2 840	13 891	20 570	18 315	24 161
22042110	Gyöngyöző bor	100	484	1 052	1 075	1 817
22042111-22042138	Palackozott, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, fehér	1 314	437	518	882	860
22042142-22042178	Palackozott, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, vörös	4 459	1 313	1 664	3 255	2 249
22042179	Palackozott, 13 vol% alatt, asztali bor, fehér	223	578	355	896	1 334
22042180	Palackozott, 13 vol% alatt, asztali bor, vörös	25	1 488	1 110	2 315	3 132
22042181	Palackozott, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, fehér	35	61	64	63	530
22042182	Palackozott, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, vörös	64	288	593	674	295
22042183	Palackozott, 13-15 vol% asztali bor, fehér	121	32	37	128	864
22042184	Palackozott, 13-15 vol%, asztali bor, vörös	189	79	206	484	0
22042187-22042194	Palackozott, 15-18 vol% (likőr borok)	263	269	251	452	148
22042195-22042198	Palackozott, 18-22 vol% (likőr borok)	59	200	265	134	137
22042199	Palackozott, 22 vol% felett (likőr borok)	3	1	0	0	0
220421	Palackozott bor összesen	6 856	5 229	6 115	10 359	11 442

Vámtarififa szám	Megnevezés	1998	2001	2002	2003	2004
22042910	Gyöngyöző bor	0	0	274	0	0
22042912-22042918	Hordós, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, fehér	0	3	15	30	0
22042942-22042958	Hordós, 13 vol% alatt, m.t. minőségi bor, vörös	10	19	5 648	4 825	1 174
22042962-22042965	Hordós, 13 vol% alatt, asztali bor, fehér	3	163	2 943	25 614	202
22042971-22042975	Hordós, 13 vol% alatt, asztali bor, vörös	14 746	14 985	18 564	21 842	17 850
22042981	Hordós, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, fehér	0	0	0	0	0
22042982	Hordós, 13-15 vol%, m.t. minőségi bor, vörös	0	0	0	0	58
22042983	Hordós, 13-15 vol%, asztali bor, fehér	0	0	0	1	0
22042984	Hordós, 13-15 vol%, asztali bor, vörös	0	7	132	500	0
22042987-22042994	Hordós, 15-18 vol% (likőr borok)	0	17	0	30	0
22042995-22042998	Hordós, 18-22 vol% (likőr borok)	6	1	0	0	0
22042999	Hordós, 22 vol% felett (likőr borok)	0	0	0	0	0
220429	Hordós bor összesen	14 765	15 195	27 576	52 842	22 358
2204	Mindösszesen*	24 462	34 315	54 261	81 516	57 961

* A 220430 vámtarifaszámú szőlőmust nélkül

Forrás: KSH adatok alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült összeállítás

A kibocsátás és a termelői árak változása 2003 és 2010 között

Me.: %

Megnevezés	Kibocsátás					Termelői ár							
	1	2	3	4	5	Összesen	1	2	3	4	5	Összesen	
Franciaország	P	10,7	7,3	-1,6	-3,0	-2,1	11,3	4,4	2,0	-6,1	-1,1	-0,7	-1,5
	SP	19,8	6,4	2,8	-4,2	-0,8	24,0	10,9	2,9	-9,4	-2,2	-0,5	1,7
Olaszország	P	10,1	6,8	-7,0	-2,6	-2,3	5,0	4,2	2,2	-4,5	-1,0	-0,8	0,1
	SP	16,6	5,8	-4,8	-4,0	-0,8	12,8	10,6	3,2	-3,8	-2,5	-0,6	6,9
Németország	P	9,1	7,3	-4,2	-3,9	-2,1	6,2	3,8	2,0	-5,8	-1,3	-0,8	-2,1
	SP	12,0	5,8	0,4	-1,8	-0,3	16,1	7,5	3,1	-4,7	-1,2	-0,3	4,4
Ausztrália	P	18,5	9,4	35,8	22,2	-6,8	79,1	5,5	2,3	-15,2	6,1	-1,7	-3,0
	SP	27,1	7,6	40,8	31,8	-1,7	105,6	12,9	3,3	-22,1	14,4	-1,0	7,5
Új-Zéland	P	20,3	9,3	35,3	7,5	-6,6	65,8	5,2	2,0	-19,4	3,2	-1,1	-10,1
	SP	33,5	8,9	70,4	51,9	-1,7	163,0	11,8	3,2	-28,4	16,8	-0,7	2,7
Chile	P	20,2	9,1	30,2	20,0	-5,6	73,9	5,5	2,2	-15,3	5,1	-1,5	-4,0
	SP	25,7	8,0	36,3	22,2	-1,4	90,8	11,3	3,0	-20,2	9,1	-0,8	2,4
Argentína	P	21,1	7,5	4,3	-0,1	-0,4	32,4	6,6	2,1	-12,3	0,0	-0,1	-3,7
	SP	28,0	6,7	11,2	-1,4	-0,3	44,2	14,5	2,9	-15,1	-0,7	-0,2	1,4
USA	P	11,8	6,0	3,1	-1,8	12,6	31,7	7,9	3,1	-9,9	-1,2	12,3	12,2
	SP	17,6	4,8	8,3	-3,3	-1,2	26,2	17,2	4,5	-12,6	-3,2	8,1	14,0

Megjegyzés: A modellelményekről között cikk a várható változások alacsony nagyságrendje miatt nem foglalkozik a *basic* borok kibocsátásának változásával.

Forrás: *World Wine Model*, P=prémium bor, SP=szuper-prémium bor, 1=makroökonomiai növekedés, 2=fogyasztók elfordulása a *basic* boroktól a prémium borok felé, 3=a szőlő- és borkínálat növekedése, 4=a fogyasztói ízlés eltolódása az újvilági borsfajták felé, 5=USA dollár leértékelése

A borfogyasztás volumene és a fogyasztói árak változása 2003 és 2010 között

Me.: %

Megnevezés	Borfogyasztás					Fogyasztói ár							
	1	2	3	4	5	Összesen	1	2	3	4	5	Összesen	
Franciaország	P	10,2	7,3	2	0,3	0,2	20	2,8	1,3	-4	-0,6	-0,5	-1
	SP	14,1	6,2	6,4	1,4	0,4	28,5	7	1,9	-6,1	-1,3	-0,3	1,2
	B	6,2	-14,6	1,1	0,1	0,1	-7,1	4,1	-3,8	-3,8	-0,2	-0,5	-4,2
Olaszország	P	7,8	7,1	1,4	0,3	0,3	16,9	2,7	1,4	-2,9	-0,6	-0,5	0,1
	SP	11,9	5,9	2,6	1,6	0,4	22,4	6,8	2	-2,6	-1,6	-0,4	4,2
	B	4,1	-14,4	0,2	0,1	0,1	-9,9	3,9	-3,8	-0,6	-0,2	-0,5	-1,2
Németország	P	4,7	7,1	2	0,7	0,3	14,8	2,6	1,3	-4,1	-1,4	-0,6	-2,2
	SP	7,5	5,8	3,5	0,9	0,2	17,9	5,1	2	-3,5	-0,9	-0,2	2,5
	B	2,2	-14,4	1,2	0	0,2	-10,8	4,2	-3,6	-4,2	-0,1	-0,6	-4,3
Ausztrália	P	18,3	7,5	5,3	-2,1	0,6	29,6	3,5	1,5	-9,6	3,8	-1,2	-2
	SP	26,5	6,5	16,2	-3,6	0,7	46,3	7,9	2	-13,9	3	-0,6	-1,6
	B	11,8	-15,3	2,2	-0,5	0,2	-1,6	5,4	-2,9	-7,1	1,5	-0,7	-3,8
Japán	P	10,3	7,2	2,8	0,1	1,3	21,7	3,2	1,5	-5,3	-0,1	-2,4	-3,1
	SP	17,6	6,2	6,4	0,7	0,3	31,2	6,7	1,9	-6	-0,6	-0,3	1,7
	B	5,2	-14,7	1,9	0	1,2	-6,4	5,1	-3,5	-6	-0,1	-3,5	-8
Egyesült Királyság	P	15	7,4	3,7	3,6	1	30,7	3,1	1,4	-6,3	-6	-1,8	-9,6
	SP	24,2	6,6	9,6	4,8	0,5	45,7	7	1,9	-8,2	-4	-0,4	-3,7
	B	8,5	-14,9	1,4	-0,1	0,4	-4,7	4,6	-3,4	-4,6	0,2	-1,3	-4,5
USA	P	16	7,1	3,1	0,1	-4,8	21,5	4,6	1,9	-6,4	-0,2	9,3	9,2
	SP	21,6	5,7	8,5	7,1	-10,1	32,8	9,4	2,5	-8,1	-6,7	9	6,1
	B	10,9	-14,8	1,9	0,1	-2,3	-4,2	6,1	-3,9	-6,6	-0,4	7,5	2,7

Forrás: *World Wine Model*, P=prémium bor, SP=szuper-prémium bor, B=basic bor, 1=makroökonomiai növekedés, 2=fogyasztók elfordulása a basic boroktól a prémium borok felé, 3=a szőlő- és borkínálat növekedése, 4=a fogyasztói ízlés eltolódása az újvilági borszfűsok felé, 5=USA dollár leértékelése

Az borexport volumenének változása 2003 és 2010 között

Me.: ezer hl

Megnevezés	Export 2003	Változás						Összesen
		1	2	3	4	5		
Franciaország	P	6 280	750	460	-560	-650	-430	-430
	SP	4 500	990	290	70	-290	-50	1 010
	B	3 330	260	-380	-330	50	-140	-540
Olaszország	P	7 280	1 010	470	-1 510	-530	-470	-1 030
	SP	1 520	330	90	-190	-160	-30	40
	B	4 160	360	-430	-1 380	50	-130	-1 530
Németország	P	1 880	400	150	-330	-190	-170	-140
	SP	250	80	10	-20	-30	-10	30
	B	480	30	-100	-60	10	-10	-130
Ausztrália	P	3 120	580	320	1 440	970	-290	3 020
	SP	1 220	340	100	570	530	-30	1 510
	B	970	20	-190	190	-120	-50	-150
Új-Zéland	P	40	20	10	60	100	-20	170
	SP	220	80	20	160	130	0	390
	B	0	0	0	0	0	0	0
Chile	P	1 890	350	200	970	720	-200	2 040
	SP	270	60	20	110	70	0	260
	B	1 600	130	-260	160	-60	-60	-90
Argentína	P	350	40	30	60	-10	-50	70
	SP	50	0	0	10	-10	0	0
	B	1 080	50	-160	320	0	-90	120
USA	P	2 580	0	70	100	-680	1 640	1 130
	SP	40	0	0	0	0	10	10
	B	800	-10	-130	120	30	360	370

Forrás: *World Wine Model*, P=prémium bor, SP=szuper-prémium bor, B=basic bor, 1=makroökonómiai növekedés, 2=fogyasztók elfordulása a *basic* boroktól a prémium borok felé, 3=a szőlő- és borkínálat növekedése, 4=a fogyasztói ízlés eltolódása az újvilági borstílusok felé, 5=USA dollár leértékelése

A borimport volumenének változása 2003 és 2010 között

Me.: ezer hl

Megnevezés	Import 2003	Változás					Összesen	
		1	2	3	4	5		
Egyesült Királyság	P	7 010	1 000	500	240	-370	-80	1 290
	SP	1 450	340	90	130	-30	10	540
	B	2 440	200	-360	20	0	-20	-160
USA	P	3 050	700	280	110	-270	-390	430
	SP	2 770	760	200	250	120	-150	1 180
	B	210	30	-30	-30	-10	-30	-70
Németország	P	6 250	250	440	230	60	20	1 000
	SP	170	10	10	20	0	0	40
	B	5 390	120	-770	50	0	0	-600
Belgium	P	1 150	100	80	20	0	0	200
	SP	540	70	30	40	10	0	150
	B	750	40	-110	10	0	0	-60
Japán	P	550	40	40	10	0	40	130
	SP	780	140	50	50	10	0	250
	B	380	20	-50	10	0	-20	-40
Kanada	P	1 120	180	70	20	-20	0	250
	SP	820	170	50	70	-20	0	270
	B	850	90	-120	20	0	-70	-80

Forrás: *World Wine Model*, P=prémium bor, SP=szuper-prémium bor, B=basic bor, 1=makroökonomiai növekedés, 2=fogyasztók elfordulása a basic boroktól a prémium borok felé, 3=a szőlő- és borkínálat növekedése, 4=a fogyasztói ízlés eltolódása az újvilági borstílusok felé, 5=USA dollár leértékelése

A sorozatban eddig megjelent tanulmányok**1997**

1997. 1. Dorgai László, Horváth Imre, Kissné Bársony Erzsébet, Tóth Erzsébet:
Az Európai Unió regionális politikája és hatása az új tagországokra
1997. 2. Glattfelder Béla, Ráki Zoltán, Guba Mária, Janowszky Zsolt:
Piacvédelmi lehetőségeink az Európai Unióhoz való csatlakozásunkig
1997. 3. Janowszky Zsolt:
A vetőmagtermelés helyzete és a piaci egyensúlyt befolyásoló főbb tényező
1997. 4. Alvincz József, Szabó Márton, Wagner Hartmut:
Változások az élelmiszeripari és kereskedelmi vállalatok világában
1997. 5. Gábor Judit:
Az importvédelem nemzetközi tapasztalata

1998

1998. 1. Wagner Hartmut:
A magyar agrár- és élelmiszeripari export piaci és termékszerkezete 1991-1996
1998. 2. Alvincz József, Borszéki Éva, Harza Lajos, Tanka Endre:
Az agrártámogatási rendszer EU és GATT-konform továbbfejlesztése
(Az AGENDA 2000)
1998. 3. Ángyán József, Dorgai László, Halász Tibor, Janowszky János, Makóvényi Ferenc, Ónodi Gábor, Podmaniczky László, Szenci Győző, Szepesi András, Veöreös György:
Az országos területrendezési terv agrárvonatkozásainak megalapozása
1998. 4. Kissné Bársony Erzsébet:
A keletnémet mezőgazdaság átalakulásának főbb tapasztalatai
1998. 5. Balogh Ádám, Harza Lajos:
A vagyon-, a tulajdon-, és a tőkeviszonyok változása a mezőgazdaságban
1998. 6. Lévai Péter, Szijjártó András:
Mezőgazdasági programok a cigányság körében
1998. 7. Vissyné Takács Mara:
A fontosabb iparinövény ágazatok helyzete és feladatai az EU szabályozás tükrében
1998. 8. Tóth Erzsébet:
A foglalkoztatás térségi feszültségei – megoldási esélyek és lehetőségek
1998. 9. Dorgai László, Hinora Ferenc, Tassy Sándor:
Területfejlesztés – vidékfejlesztés

1998. 10. Szőke Gyula:
A közraktárak lehetséges szerepe a magyar gabonapiaci politikában
1998. 11. Csillag István:
A gabonavertikum működése, növekedési tendenciái és a változás irányai
1998. 12. Szabó Márton:
A hazai élelmiszerfogyasztás szerkezetének változásai a 90-es években és a várható jövőbeli tendenciák
1998. 13. Guba Mária, Ráki Zoltán:
Az Európai Unió marhahús-termelésének közös piacsabályai és várható hatásuk a magyar marhahús-ágazatra
1998. 14. Alvincz József, Szűcs István:
Az élelmiszergazdaság szerkezete
1998. 15. Tanka Endre:
Agrár-finanszírozás a fejlett piacgazdaságokban (Adalékok és tanulságok)
1998. 16. Szűcs István, Udovecz Gábor (szerk):
Az agrárgazdaság jelenlegi helyzete és várható versenyésélyei
1998. 17. Kukovics Sándor:
A tulajdoni, a vállalati és a termelési szerkezet, valamint a foglalkoztatási viszonyok átalakulása a magyar mezőgazdaságban
1998. 18. Erdész Ferencné:
Az almaágazat helyzete és fejlesztési lehetőségei a csatlakozási felkészülésben
1998. 19. Kartali János:
Magyarország és az EU közötti agrár-külkereskedelem a kilencvenes években

1999

1999. 1. Gábor Judit, Stauder Márta:
A kereskedelmi láncok és az élelmiszertermelők kapcsolatának változásai
1999. 2. Kürthy Gyöngyi, Szűcs István:
Az Európai Unióhoz való csatlakozás ágazati felkészülésének fejlesztési forrásigénye
1999. 3. Harza Lajos, Tanka Endre:
A vidékfejlesztés megújuló intézményi háttere
1999. 4. Wagner Hartmut:
Az exportfinanszírozás és exporthitel-biztosítás helyzete és szerepe a magyar agrárexportban
1999. 5. Guba Mária, Ráki Zoltán:
Az Európai Unióhoz való csatlakozás felkészülési tennivalói és fejlesztési-forrás igénye a baromfiágazatban

1999. 6. Orbánné Nagy Mária:
Az állati eredetű termékek külkereskedelmének lehetőségei és korlátai az EU-csatlakozásig
1999. 7. Vissyné Takács Mara:
A dohány ágazat vertikális integrációja Magyarországon és az EU-ban
1999. 8. Dorgai László, Stauder Márta, Tóth Erzsébet, Varga Gyula:
Mezőgazdaságunk üzemi rendszere, kezelésének tennivalói a követelmények és az EU tapasztalatainak tükrében
1999. 9. Szabó Márton:
Vertikális koordináció és integráció az EU és Magyarország tejgazdaságában
1999. 10. Juhász Anikó:
Vertikális koordináció és integráció a zöldség-gyümölcs szektorban
1999. 11. Ráki Zoltán, Guba Mária:
Az AGENDA 2000-ben előirányozott szabályozás várható hatása a szarvasmarha-ágazatban
1999. 12. Dorgai László, Miskó Krisztina:
A vidékfejlesztés finanszírozása az Európai Unióban
1999. 13. Burgerné Gimes Anna, Kovács Csaba, Tóth Krisztina:
A mezőgazdasági üzemek gazdasági helyzete
1999. 14. Alvincz József, Harza Lajos, Illés Róbert, Szűcs István, Tanka Endre:
Változások a gazdálkodás földviszonyaiban - Egy mikrofelvétel tanulságai
1999. 15. Kartali János, Juhász Anikó, Gábor Judit, Stauder Márta, Wagner Hartmut, Szabó Márton, Orbánné Nagy Mária, Vissyné Takács Mara:
A magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar EU-érettségének piaci és kereskedelmi vonatkozásai

2000

2000. 1. Udovecz Gábor (szerk.):
Jövedelemhiány és versenyképyszer a magyar mezőgazdaságban
2000. 2. Kissné Bársony Erzsébet:
Az ökológiai gazdálkodás szabályozási rendszerének EU-konform továbbfejlesztése az AGENDA 2000 tükrében
2000. 3. Tanka Endre:
A földhasználat korszerűsítési igényei és lehetőségei
2000. 4. Guba Mária, Janowszky Zsolt, Ráki Zoltán:
A magyar juhászat hatékonyság-növelési esélyei és a szabályozás EU-konform továbbfejlesztése
2000. 5. Gábor Judit, Wagner Hartmut:
Élelmiszergazdaságunk rövid távú piaci kilátásai

2000. 6. Laczkó András, Szőke Gyula:
Az Agenda 2000 hatása az EU és a magyar gabonapiaci szabályozásra
2000. 7. Kartali János:
A magyar agrárkülpiaconra ható világgazdasági tényezők (válságok, liberalizáció, nemzetközi egyezmények) alakulása
2000. 8. Stauder Márta:
Az élelmiszerek disztribúciós rendszerének fejlődése, különös tekintettel a kereskedelmi logisztikára
2000. 9. Popp József (szerk.):
Főbb mezőgazdasági ágazataink fejlesztési lehetőségei, különös tekintettel az EU-csatlakozásra
2000. 10. Popp József (szerk.):
Főbb agrárgazdasági ágazataink szabályozásának EU-konform továbbfejlesztése
2000. 11. Tóth Erzsébet:
Az átalakult mezőgazdasági szövetkezetek gazdálkodásának főbb jellemzői (1989-1998)
2000. 12. Szabó Márton:
Külföldi érdekeltségű vállalatok a magyar élelmiszeriparban és hatásuk az EU-csatlakozásra
2000. 13. Tóth Erzsébet (szerk.):
A mezőgazdasági foglalkoztatás és alternatív lehetőségei
2000. 14. Erdész Ferencné, Radóczné Kocsis Teréz:
A zöldség-gyümölcs és a szőlő-bor ágazatok hatékonyságának növelése és szabályozásának EU-konform továbbfejlesztése
2000. 15. Alvincz József, Varga Tibor:
A családi gazdaságok helyzete és versenyképességük javításának lehetőségei

2001

2001. 1. Gábor Judit, Juhász Anikó, Kartali János, Kürthy Gyöngyi, Orbánné Nagy Mária:
A WTO egyezmény hatása a magyar agrárpolitika jelenére, jövőjére és teendőire
2001. 2. Hamza Eszter, Miskó Krisztina, Tóth Erzsébet:
Az agrárfoglalkoztatás jellemzői, különös tekintettel a nők munkerő-piaci helyzetére (1990-2000)
2001. 3. Stauder Márta, Wagner Hartmut:
A takarmány termékpálya problémái
2001. 4. Juhász Anikó, Szabó Márton:
Az EU és Magyarország közötti agrárkereskedelem liberalizációjának hatásai

2001. 5. Erdész Ferencné, Laczkó András, Popp József (szerk.), Potori Norbert, Radócné Kocsis Teréz:
Az agrárszabályozási rendszer értékelése és továbbfejlesztése 2002-re
2001. 6. Kürthy Gyöngyi, Popp József (szerk.), Potori Norbert:
Az OECD tagországok mezőgazdaságának támogatottsága az új metodika alapján – különös tekintettel Magyarországra
2001. 7. Alvincz József (szerk.), Antal Katalin, Harza Lajos, Mészáros Sándor, Péter Krisztina, Spítálszky Márta, Varga Tibor:
A mezőgazdaság jövedelemhelyzete és az arra ható tényezők
2001. 8. Nyárs Levente:
A méhészeti ágazat helyzete és fejlesztési lehetőségei

2002

2002. 1. Orbánné Nagy Mária:
A magyar élelmiszergazdaság termelői és fogyasztói árai az Európai Unió árainak tükrében
2002. 2. Gábor Judit, Stauder Márta:
Az agrártermékek kereskedelmének új irányzatai, különös tekintettel az elektronikus kereskedelemre
2002. 3. Mészáros Sándor:
A magyar csatlakozás agrárgazdasági hatásainak összehasonlítása az EU modellszámításaival
2002. 4. Hamza Eszter, Miskó Krisztina, Székely Erika, Tóth Erzsébet (szerk.):
Az agrárgazdaság átalakuló szerepe a vidéki foglalkoztatásban, különös tekintettel az EU-csatlakozásra
2002. 5. Radócné Kocsis Teréz:
Az Európai Unió új közös borspiaci rendtartásának termelési potenciált befolyásoló elemei és azok várható hatása a hazai termelőalapok változására
2002. 6. Dorgai László, Gábor Judit, Juhász Anikó, Kartali János, Kürthy Gyöngyi, Orbánné Nagy Mária, Stauder Márta, Szabó Márton, Wagner Hartmut:
A WTO tárgyalások magyar agrárgazdaságot érintő 2001. évi fejleményei
2002. 7. Nyárs Levente – Papp Gergely:
Az állati eredetű termékek feldolgozásának versenyhelyzete
2002. 8. Popp József:
Az USA agrárpolitikájának gyakorlata napjainkig
2002. 9. Juhász Anikó, Kartali János (szerk.), Wagner Hartmut:
A magyar agrár-külkereskedelem a rendszerváltás után

2003

2003. 1. Varga Tibor:
A támogatások költség-haszon szemléletű elemzésének lehetőségei
2003. 2. Dorgai László, Keszthelyi Szilárd, Miskó Krisztina:
Gazdaságilag életképes üzemek az Európai Unió modernizációs támogatásainak alkalmazása szempontjából
2003. 3. Alvincz József, Guba Mária:
Az egyéni mezőgazdasági termelők jövedelmének adóztatása
2003. 4. Hamza Eszter:
Agrárfoglalkoztatás hátrányos helyzetű térségekben – uniós lehetőségek gyakorlati alkalmazása
2003. 5. Orbánné Nagy Mária:
Az élelmiszerfogyasztás és a fogyasztói árak konvergenciája Magyarország és az EU között
2003. 6. Stauder Márta:
Az agrár- és élelmiszertermékek belföldi kereskedelme a kilencvenes években és napjainkban
2003. 7. Mizik Tamás:
Magyarország és az Európai Unió adórendszere – különös tekintettel a mezőgazdaságra
2003. 8. Popp József:
Az agrárpolitikák mozgásteret a nemzetközi kereskedelem liberalizálásának tükrében

2004

2004. 1. Kartali János (szerk.):
A főbb agrártermékek piacra jutásának feltételei az EU-csatlakozás küszöbén (I. kötet: Növényi termékek)
2004. 2. Kartali János (szerk.):
A főbb agrártermékek piacra jutásának feltételei az EU-csatlakozás küszöbén (II. kötet: Állati termékek)
2004. 3. Antal Katalin, Guba Mária, Kovács Henrietta:
Mezőgazdaság helyzete az agrártörvény hatálybalépését követő időszakban
2004. 4. Nyárs Levente, Papp Gergely, Vőneki Éva:
A főbb hazai állattenyésztési ágazatok kilátásai az Európai Unióban
2004. 5. Popp József, Potori Norbert, Udovecz Gábor:
A Közös Agrárpolitika alkalmazása Magyarországon

2004. 6. Dorgai László (szerk.):
A magyarországi birtokstruktúra, a birtokrendezési stratégia megalapozása
2004. 7. Potori Norbert, Udovecz Gábor (szerk.):
Az EU-csatlakozás várható hatásai a magyar mezőgazdaságban 2006-ig
2004. 8. Potori Norbert (szerk.):
A főbb mezőgazdasági ágazatok élet- és versenyképességének követelményei

2005

2005. 1. Antal Katalin, Guba Mária, Hodina Péter, Lámfalusi Ibolya, Rontóné Nagy Zsuzsanna:
A külföldi tőke szerepe és a gazdálkodás eredményességére gyakorolt hatása a mezőgazdaságban és az élelmiszeriparban
2005. 2. Kartali János, Kürti Andrea, Orbánné Nagy Mária, Wagner Hartmut:
A globális gazdasági és demográfiai változások hatása az agrár-külkereskedelemre
2005. 3. Juhász Anikó (szerk.):
Piaci erőviszonyok alakulása a belföldi élelmiszerpiac szereplői között
2005. 4. Dorgai László (szerk.):
Termelői szerveződések, termelői csoportok a mezőgazdaságban
2005. 5. Popp József (szerk.), Potori Norbert (szerk.), Stauder Márta, Wagner Hartmut:
A takarmánytermelés és -felhasználás elemzése, különös tekintettel az abraktakarmány-keverékek gyártására
2005. 6. Kapronczai István (szerk.), Korondiné Dobolyi Emese, Kovács Henrietta, Kürti Andrea, Varga Edina, Vágó Szabolcs:
A mezőgazdasági termelők alkalmazkodóképességének jellemzői (Gazdálkodói válaszok időszerű kérdésekre)

2006

2006. 1. Bánáti Diána (szerk.), Popp József (szerk.):
Élelmiszer-biztonság a nemzetközi kereskedelem tükrében
2006. 2. Hamza Eszter, Tóth Erzsébet:
Az egyéni gazdaságok eltartó-képessége, megélhetésben betöltött szerepe
2006. 3. Orbánné Nagy Mária (szerk.):
Az élelmiszeripar strukturális átalakulása (1997-2005)
2006. 4. Kovács Gábor:
A KAP-reform várható hatásai a mezőgazdasági üzemek termelésére és a földhasználati viszonyokra
2006. 5. Guba Mária, Harza Lajos, Mizik Tamás:
A mezőgazdasági üzemek konszolidációs programjai (2000-2004)
2006. 6. Radócné Kocsis Teréz, Györe Dániel:
A borpiac helyzete és kilátásai

A kiadványok korlátozott példányszámban megrendelhetők a következő telefonszámon: Kamarásné Hegedűs Nóra: 06-1-476-3064