

**Симонова-Хитрова Марина Юрьевна**

аспирант

ФГАОУ ВО «Московский государственный

институт международных

отношений (университет) МИД России»

г. Москва

DOI 10.21661/r-113355

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВИНА ФРАНЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

*Аннотация: современное состояние рынка вина Франции как структурной составляющей мирового рынка во многом определяет тенденции развития мирового продовольственного рынка. Отраслевой анализ его фирменной структуры и стратегий компаний-производителей вина выявил значительное воздействие состояния французского рынка на объемы мирового производства и внешней торговли, на уровень цен этого напитка.*

*Ключевые слова: рынок вина, государственное регулирование, классификация вин, рыночные стратегии компаний.*

В данном исследовании определяется современная система государственного регулирования рынка вина во Франции и других европейских странах, организационная и фирменная структура винодельческого кластера Франции и его роль в национальной экономике.

Национальная система государственного регулирования рынка вина во Франции является ключевым элементом, определяющим развитие всего кластера. Она включает базовые юридические правила, правила в области производства вина, классификацию продукции, требования к упаковке и маркировке, регулирование деятельности межотраслевых организаций. В 2012 г. на всей территории Евросоюза введена и действует единая система классификации вин, основанная на французской модели. Она включает три категории: столовое вино (ми-

нимимальные требования к уровню качества – низший класс), местное или региональное вино (средний класс) и вино, защищенное наименованием по происхождению (максимальные требования к уровню качества – высший класс продукции) (рис. 1).



Рис. 1. Классификация французских вин (при розливе в бутылки после 2012 г.)

*Источник: составлено автором на основе данных Национального института наименований, контролируемых по происхождению (INAO) URL: <http://www.inao.gouv.fr> (дата обращения: 12.09.2015).*

Европейская система охватывает все аспекты государственного регулирования виноградарства и виноделия и характеризуется строгими рамками, что определяет сохранение высокого уровня качества продукции [3]. Законодательство стран Нового света более либерально и не является тотальным в области соблюдения технологий, благодаря чему производители этих стран довольно гибко реагируют на изменения потребительских предпочтений. При этом, оно также является причиной в среднем более низкого качества производимых вин [8].

Анализ тенденций развития систем регулирования национальных рынков вина в странах Старого и Нового света показал, что под влиянием процессов глобализации эти модели постепенно сближаются. Мероприятия европейских регулирующих органов направлены на смягчение некоторых элементов системы, за исключением сегмента элитных и высококачественных вин, производство которых является ключевым фактором успеха этих стран-производителей на мировом рынке. Реформа законодательства в направлении смягчения контроля рынка вина, по мнению автора, будет способствовать повышению международной конкурентоспособности французских виноделов на мировом рынке благодаря двум

факторам [5]. Во-первых, прямой эффект от упрощения идентификации французских вин; а во-вторых, опосредованный эффект, проявляющийся в укрупнении винодельческих хозяйств и компаний и расширении их доступа к финансовым и сырьевым ресурсам. Наиболее благоприятно реформирование системы классификации влияет на производителей, ориентированных на массовый сегмент мирового рынка вина. Значимым изменением, распространяющимся на этот сегмент, является разрешение указывать страну происхождения на этикетке даже для продукции низшей категории качества. Вследствие чего ее восприятие потребителями на мировом рынке улучшается за счет позитивного имиджа французских вин в целом [4].

Рынок вина в экономике Франции продемонстрирует системообразующий характер. Виноделие вносит значительный вклад в производство агропромышленного комплекса страны: на него приходится 16,6% сельскохозяйственной продукции и первое место среди продовольственных товаров. Доля продукции этого сектора возросла с 13,9% в 2000 г. до 16,6% в 2014 г. [9]. Предприятия отрасли являются одними из наиболее прибыльных, а по среднему показателю добавленной стоимости стоят на втором месте среди всех подотраслей сельского хозяйства.

Динамика отраслевого баланса винодельческого сектора Франции подтверждает наличие негативных явлений в отрасли, которые выражаются в перепроизводстве, снижении потребления и росте торговых товарных запасов. Другими неблагоприятными тенденциями, характерными для рынка вина Франции в последние десятилетия являются: сокращение площадей виноградников, стагнация экспортных поставок, снижение совокупных объемов потребления вина и изменение самого характера потребления на внутреннем рынке. Эти факторы негативно влияют на уровень международной конкурентоспособности национальных производителей вина на мировом рынке, что требует новых подходов к совершенствованию их стратегий развития компаний.

Главным конкурентным преимуществом французских винодельческих хозяйств является специализация на производстве высококачественных вин высшей категории. Благодаря этому Франция – крупнейший поставщик премиум-продукции на мировом рынке (Fine wine). Французские Fine wine, обладающие инвестиционным потенциалом, стали базой для создания и функционирования лондонской винной биржи, на которой в последние годы прошли листинг и стали котироваться также вина других стран, но в меньшем количестве. Анализ динамики винных индексов выявил высокую степень зависимости их значений от показателя индекса цен производителей в экономике Китая на протяжении периода 2009–2013 гг., что свидетельствует о значительной роли азиатского рынка в экспорте французского вина [5].

Организационная структура сектора виноделия Франции характеризуется сложностью цепочек создания добавленной стоимости (рис. 2). Выявлено три группы производителей: независимые виноделы, негоциантские дома и кооперативные производители. Количество торговых посредников в системе торговли вином во Франции велико. Производители не имеют прямого доступа к конечному потребителю, вследствие чего не обладают достаточной информацией о текущих потребительских предпочтениях на рынке вина и тенденциях их изменений, что не может не снижать их конкурентоспособности [6].

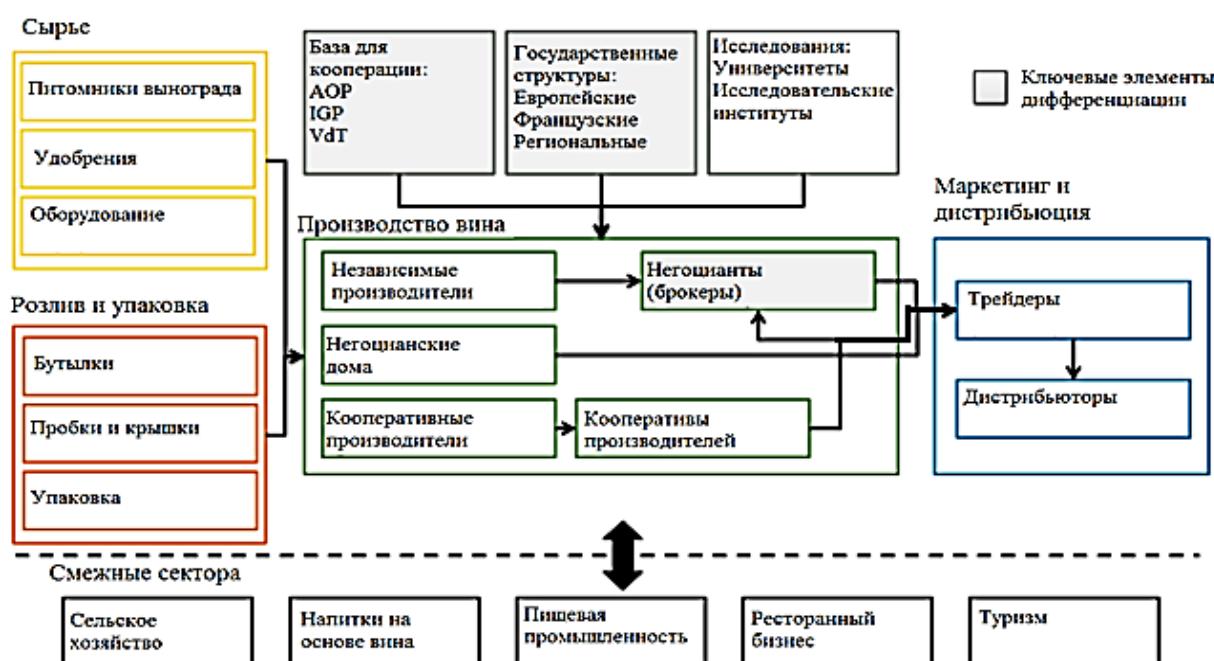


Рис. 2. Организация винодельческого сектора Франции

---

Источник: Porter M., Takeuchi H. *The French Wine Cluster. Microeconomics of Competitiveness* / Porter M., Takeuchi H. and others/ 2013. URL: [http://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/France\\_Wine\\_2013.pdf](http://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/France_Wine_2013.pdf) (дата обращения: 15.08.2015).

Фирменная структура винодельческой отрасли Франции отличается неоднородностью. Наблюдается высокая роль негоциантских домов, которые одновременно являются производителями, торговыми посредниками и экспортёрами вина. Эти типы хозяйств оказывают существенное влияние на уровень цен, ограничивая возможности доступа других производителей к конечным потребителям.

В фирменной структуре французских производителей вина преобладают мелкие и средние компании, которые в силу своего размера часто ограничены в сырьевых и финансовых ресурсах [1]. Процесс консолидации, концентрации и централизации производства мелких и средних предприятий способствует преодолению негативных явлений в отрасли. Во-первых, выявлено снижение количества винодельческих хозяйств и их укрупнение, что способствует повышению устойчивости и расширению доступа к финансовым и производственным ресурсам. Данный процесс способствует экономии от масштаба и росту конкурентоспособности производителей недорогих вин на мировом рынке. Его эффективность подтверждается ростом произведенной добавленной стоимости и средней прибыли до налогообложения. Во-вторых, росту концентрации производства способствует развитие системы кооперации. Удельный вес объединений виноделов в производстве вина IGP составляет 70%. Таким образом, кооперативы являются основными поставщиками качественных вин на массовый рынок. Укрупняясь, они становятся значимыми независимыми участниками мирового рынка вина [10].

Фирменная структура рынка вина Франции демонстрирует наличие небольшого числа крупных винных холдингов, рыночные стратегии которых имеют свои особенности. Несмотря на изменение географического распределения мирового спроса на вино, их производственные стратегии в большей степени ори-

ентированы на внутренних потребителей, чем на стимулирование экспорта. Холдинги имеют устойчивые позиции на мировом рынке, однако объемы их производства и продаж значительно ниже соответствующих показателей конкурентов из стран Нового света. В целях диверсификации рисков эти французские конгломераты инвестируют в производственные активы, расположенные в странах Нового света. Такая стратегия способствует повышению производственного потенциала стран-реципиентов инвестиций и создает дополнительные угрозы для французских производителей вина, негативно влияя на их конкурентные преимущества, основными из которых являются качество продукции и современные производственные технологии.

### ***Список литературы***

1. Котомина М.А. Территориальная организация кооперативного сектора в сельском хозяйстве Франции // Кооперативы против бедности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo-wmeste.ru/kooperativy-v-selskom-xozyajstve-francii/> (дата обращения: 03.12.2015).
2. Касевич Т. Обзор рынка вин/ Т. Касевич, Д. Трифонов // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/reviews/wine/chapter2-producer.shtml> (дата обращения: 11.09.2016).
3. Папцов А.Г. Состояние и тенденции развития сельскохозяйственной кооперации в Европейском союзе // Никоновские чтения. – 2006. – №11. – С. 431–433.
4. Симонова-Хитрова М.Ю. Современные тенденции развития мировой винодельческой отрасли и рынка вина // Вестник МГИМО. – 2015. – №6. – С. 179–183.
5. Симонова М.Ю. Актуальные проблемы развития рынка вина Франции // Вестник МГИМО. – 2012. – №4. – С. 179–183.
6. Castaldi R.M. A Country-Level Analysis of Competitive Advantage in the Wine Industry / Castaldi R.M., Cholette S., Hussain M. // 3rd International Wine Business Research Conference, July 2006 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2010/05/Castaldi.pdf> (дата обращения: 03.09.2016).

7. FranceAgriMer. Les chiffres de la filière viti-vinicole: Données statistiques 2003/2013: Structure de l'appareil de production [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.franceagrimer.fr//content/download/37076/340218/file/sta-vin-2013-cahierstat-c03-13-n1.pdf> (дата обращения: 03.09.2016).
8. INAO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inao.gouv.fr> (дата обращения: 12.09.2015).
9. Insee [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insee.fr/fr/default.asp> (дата обращения 15.08.2015).
10. Karlsson B. Powerful French Wine Cooperatives / BK Wine Magazine. Feb.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bkwine.com/news/powerful-french-wine-cooperatives/> (дата обращения: 03.12.2015).
11. Porter M., Takeuchi H. The French Wine Cluster. Microeconomics of Competitiveness / Porter M., Takeuchi H. and others / 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/France\\_Wine\\_2013.pdf](http://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/France_Wine_2013.pdf)