

2009 - Οι εισαγόμενοι οίνοι υποφέρουν από την κρίση, στην εστίαση:

Στη Ρωσία, κατά το πρώτο εξάμηνο του έτους, οι θαμώνες που συχνάζουν σε καφετέριες και εστιατόρια, μειώθηκαν κατά 10-40%, ανάλογα με την κατηγορία του καταστήματος. Αναλυτικά, η μείωση ήταν 50-70% σε ακριβά εστιατόρια, 15-20% σε ταχυφαγεία και 20-30% στα καταστήματα της μεσαίας κατηγορίας της αγοράς.

Σήμερα, η συνολική κατάσταση δεν επιδεινώνεται, αλλά ούτε βελτιώνεται. Εάν, πριν από την κρίση, οι παραγωγοί αλκοόλ προωθούσαν premium σήματα σε όλο το δίκτυο Horeca, εμπορικά σήματα της χαμηλής και μέσης γκάμας κυριαρχούν σήμερα στην αγορά. Οι νέοι δεν έχουν σταματήσει να πίνουν αλκοόλ σε εστιατόρια, αλλά όπως και με άλλα προϊόντα, επιλέγουν φθηνότερες λύσεις. Επιπλέον, τα καταστήματα εστίασης έχουν πληγεί από την άρνηση των καταναλωτών να αγοράζουν τα ποτά τους: η αγορά έχει στραφεί στα σημεία λιανικής πώλησης. Κατά συνέπεια, η μέση κατανάλωση σε εστιατόρια και καφετέριες έχει μειωθεί. Οι πωλήσεις των αλκοολούχων ποτών, στο τμήμα εμπορίου μειώθηκαν περίπου κατά 30% στην Αγία Πετρούπολη, και 35-37% σε ολόκληρη τη Ρωσία. Για τους εισαγόμενους οίνους η μείωση έφθασε το 30%. Στη Ρωσία η πώληση οινοπνευματωδών ποτών μέσω του δικτύου Horeca είναι παραδοσιακά χαμηλή, εάν, πριν από την κρίση, ήταν μόνο το 3% του συνολικού κύκλου εργασιών, τώρα είναι κοντά στο 2,5%. Συγκριτικά, η κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών μέσω τέτοιων δικτύων, συνέρχεται στο 40% στην Ευρώπη. Οι παραγωγοί επιβεβαίωσαν ότι η ρωσική κουλτούρα κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών, σε επιχειρήσεις όπως η Horeca, δεν έχει αναπτυχθεί όπως στις ευρωπαϊκές χώρες γιατί είναι έθιμο στη Ρωσία να καταναλώνεται κρασί στο σπίτι.