

2009 - Διέξοδος στις μαζικές αγορές:

Από την Αυστραλία για το κρασί έρχονται κάποια πολύ άσχημα νέα. Ένα έτος συγκομιδής πιο πληθωρικό από ότι αναμενόταν, με πλεόνασμα 4,76 εκ. εκατόλιτρων, η ζήτηση για εξαγωγές παραπαιεί, ένα μεγάλο οινοποιείο στην διαδικασία πτώχευσης και η εισαγωγή ενός σχεδίου απόλυσης 50 από τους 300 εργαζόμενους της Foster που είναι το πέμπτο μεγαλύτερο οινοποιείο της Αυστραλίας κοντά στη Mildura, συνθέτουν την άσχημη εικόνα. Η οικονομική κρίση στην Αυστραλία επιφέρει βαθιές αλλαγές που επιβαρύνουν και το κρασί. Η παραγωγή καταγράφηκε σε ποσοστό 20% ως πλεονασματική. Ακολούθησε η αναγκαστική υποτίμηση του νομίσματος, και η σοβαρή μείωση των εξαγωγών -14% σε ένα έτος, ενώ περιμένοντας την Κίνα και το τέλος της κρίσης, οι εταιρείες οίνου μείωσαν τις αποδόσεις τους. Όλα ξεκίνησαν με την αναγγελία από την Ομοσπονδία Winemaker της Αυστραλίας για την εκτίμηση της ετήσιας εσοδείας 2009 με 1,71 εκατ. τόνους, 17% υψηλότερα από τις ανάγκες των οινοποιείων. «Η συγκομιδή υπερβαίνει τις υψηλότερες εκτιμήσεις και, δυστυχώς, ακόμη και με ταχεία ανάπτυξη, η βιομηχανία δεν θα χρειαστεί πάνω από 1,5 εκατ. τόνους σταφυλιών». Η ανακοίνωση στα τέλη Ιουνίου των τελευταίων εκτιμήσεων των πλεονασμάτων οίνου για 4,76 εκ. εκατόλιτρα (40% των ετήσιων πωλήσεων στην εγχώρια αγορά και εξαγωγών) θέτει αμέσως το ζήτημα αντίδρασης των φορέων ανέφερε ο John Grant, πρόεδρος της Constellation Wines Australia. Προβλέπεται κατά 30% πτώση των τιμών των σταφυλιών, το 2010 στη Murray Darling, Riverland και Riverina, τις τρεις περιφέρειες που αντιπροσωπεύουν το 60% της παραγωγής της Αυστραλίας. Η εγχώρια αγορά που περιορίζεται σε 4% ετησίως κατά μέσο όρο, και η μείωση των εξαγωγικών αγορών για την Αυστραλία επιβάλλει μια πρόκληση για την αναπροσαρμογή όλων των βιομηχανιών οίνου. Η Ομοσπονδία οινοποιών της Αυστραλίας έχει πρόσφατα συστήσει μείωση κατά 20% της παραγωγής επί του συνόλου, προκειμένου ο τομέας να παραμείνει κερδοφόρος με όλες τις συνέπειες που αυτό συνεπάγεται όσον αφορά κλεισίματα και τις εξαγορές των οινοποιείων, της εκρίζωσης αμπελώνων και των απωλειών θέσεων εργασίας. «Το μεσοπρόθεσμο όραμα του κλάδου οίνου στην Αυστραλία είναι μια βιομηχανία πιο περιορισμένη σε μέγεθος και πιο φιλόδοξη» δήλωσε ο επικεφαλής της υπηρεσίας πληροφοριών και ανάλυσης της κρατικής υπηρεσίας οίνου της Αυστραλίας, ο οποίος στηρίζει και την οργάνωση για την προώθηση των Αυστραλιανών οίνων προς εξαγωγή. «Την αύξηση του όγκου, που έχουμε πετύχει, οι αυστραλιανοί επιχειρηματίες τη γνωρίζουν. Τώρα προσπαθούμε να λάβουν κάποια απόσταση με την αγορά ως προς τους όγκους». «Αν η αυστραλιανή βιομηχανία οίνου θέλει να επιβιώσει, πρέπει να θέσει υπό αμφισβήτηση τους αμπελώνες της και να τους ελαχιστοποιήσει, καθώς και τον αριθμό των ετικετών που διατίθενται στην αγορά. Ο μόνος τρόπος για να επιστρέψει στην κερδοφορία είναι η μείωση της παραγωγής κατά τουλάχιστον 10% έως 20%». Εδώ και μερικά χρόνια, η γέννηση και η ανάπτυξη του τομέα οίνου στην Αυστραλία, αφορούσε τον αγγλοσαξονικό κόσμο. Σήμερα δεν πρόκειται μόνο γι' αυτό, οι Αυστραλοί αμφισβητούν την κυριαρχία των Γάλλων, των Ιταλών και των Ισπανών. Μεταξύ των ετών 1999-2007 οι εξαγωγές των Αυστραλέζικων κρασιών έχουν υπερτριπλασιαστεί κατατάσσοντας την Αυστραλία τέταρτο παγκόσμιο εξαγωγέα οίνου. Παρ' ότι η Αυστραλία έχει κερδίσει την αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου, πρέπει να επισημανθεί ότι ο κύριος όγκος των πωλήσεών της, γίνεται μέσω των S/M, αλλά η μέση τιμή πώλησης έχει μειωθεί κατά ένα τρίτο. Στις ΗΠΑ, η αύξηση των πωλήσεων των αυστραλιανών κρασιών, πυροδοτήθηκε από τον Robert Parker για τα κρασιά

με ποικιλία Syrah της Νότιας Αυστραλίας. Ο Αυστραλοί έδωσαν στον αμερικάνο καταναλωτή αυτό που ήθελε. Όμως την τάση αυτή δεν ακολούθησαν οι υπόλοιπες περιοχές της Αυστραλίας και ο αμερικανός καταναλωτής, περιορίστηκε σε μια περιοχή και μια ποικιλία που πληρώνεται πολύ ακριβά μάλιστα. Ταυτόχρονα, ενέσκηψε και η επιτυχία του Yellow Tails, που ταυτοποίησε τα αυστραλιανά κρασιά στις αγορές συμπεριλαμβανομένων και των ΗΠΑ. Η ταυτοποίηση αυτή και η φήμη των Yellow Tails δημιούργησε ένα νέο πρόβλημα. Η Αυστραλία αυτή τη στιγμή εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από κρασιά της αντίπερα όχθης, που απευθύνονται στις μαζικές αγορές, σ' ένα κοινό που είναι συνηθισμένο σε άλλες ετικέτες. Άλλη σημαντική παράμετρος είναι και η ισοτιμία πλέον του αυστραλιανού με το αμερικάνικο δολάριο, ενώ το 2002 η σχέση ήταν 2 Au \$ προς 1 US \$ πριν την υποτίμηση η σχέση ήταν 1:1. Αυτή η σχέση έχει μειώσει τα περιθώρια των επιχειρήσεων και η πρόσφατη μείωση του αυστραλιανού δολαρίου, βοήθησε μόνο τους χύμα οίνους. Η εξέλιξη αυτή σχετίζεται με την οικονομική κρίση. Οι αντιφάσεις συνεχίζονται αφού στο παιχνίδι της αγοράς με μαζικά κρασιά θα μπει σε λίγο η Κίνα. Στην Αυστραλία το κόστος του νερού για άρδευση και το κόστος εργασίας, η κατηγοριοποίηση των αγορών και η απόσταση, δεν ευνοούν την ανταγωνιστικότητα των αυστραλιανών κρασιών. Μεγάλες επιχειρήσεις αναδιατάσσονται συρρικνώνοντας τις παραλαβές και το προσωπικό εξ' αιτίας της μείωσης των πωλήσεων που είναι ιδιαίτερα αισθητή τους τελευταίους έξι μήνες. Η νέα στρατηγική marketing της Αυστραλίας βασίζεται στους «Ήρωες με περιφερειακή προέλευση» και παράλληλα στους «Πρωταθλητές των εμπορικών σημάτων» που αναπόφευκτα πρέπει να μειώσουν την τιμή τους. Η Αυστραλία υπολογίζει να αξιοποιήσει τους «Οίνους προέλευσης» και τις ποικιλίες, προκειμένου να αυξηθούν οι τιμές στους παραγωγούς οίνου.