**Кейс 1**

Вопрос: США должны стать приоритетной страной для экспорта австралийских вин. Согласны ли вы с этим утверждением? Что делает США привлекательными в этом плане?

Да, я согласна с тем, что на основании приведенных данных США кажутся самой привлекательной страной для экспорта австралийских вин. Альтернативами американскому рынку могли бы стать Великобритания и сама Австралия, но обе эти страны проигрывают Америке по нескольким причинам.

* Во-первых, австралийский (домашний) рынок точно не может являться приоритетным, поскольку он уже насыщен, и на нем нет потенциала для наращивания продаж. В самом деле, в 2002 году Австралия потребляла (см. Стр 7) 385m литров в год, а экспортировала в сумме 417m литров в год, то есть на лицо излишки продукции, которые нужно экспортировать. Кроме того, австралийский уровень потребления вина на душу постребления остается постоянным на протяжении уже двух десятилетий - а в Америке, например, растет.
* За последний год продажи выросли именно в Америке и Канаде, причем значительно, на 40% и 35% соответственно и согласно недавней информации AC Nielsen - в Америке этот рост останется неизменным (см. Стр 7). Что касается Великобритании, то на данный момент она является крупнейшим экспортером австралийских вин (48% рынка сбыта), но, по мнению Australian Wine and Brandy Corporation senior analyst Lawrie Stanford (стр 38), экспорт австралийских вин достиг плато на английском рынке. Ранки Америки и Канады, напротив, предоставляют огромные возможности, причем не нишевые (как рынки Германии и Японии), а всесторонние.
* Подтверждение слов эксперта можно, проанализировав исторические данные. Мы увидим, что доля поставок на рынок США уже почти достигла уровня Великобритании, и продолжает так же стремительно расти, в то время как рост на рынке Великобритании достиг плато. Действительно, в 1992 на долю рынка США приходилось 17% экспорта (а на долю Великобритании - 39%), а в 2002 году на долю США приходится 29%, на Великобританию 43%. По прогнозам, к 2005 году рынок США обойдет Великобританию, заняв 41% экспорта (против 35% в Великобритании). (см стр 14-16)
* В пользу будущего увеличения роста потребления вина в США свидетельствует тот факт, что сейчас у США низкий уровень потребления вина (составляющий всего 10% от уровня Старого Света), но при этом потребление растет, что вкупе в изначально низким уровнем обещает огромные ресурсы для роста.
* Также рынок США привлекательнее Великобритании, поскольку в Великобритании происходит консолидация ретейлеров и увеличение конкуренции, что влечет к появлению скидок на продукцию. В США этого почти не происходит.(стр 7)
* В последнее время в США очень сильно выросли (на 10-14%) цены на high-premium сегмент, в то время как на просто премиальный они выросли на 7% (стр 25). То есть Австралии стоит экспортировать в США не просто вина, а именно высоко-премиальные вина.
* На рынке США у австралийских вин есть конкуренты: это итальянские и французские вина. Но у австралийских вин есть преимущество: при их производстве меньше затраты ($2000 против $6000-$12000) (стр 36), поскольку в Австралии огромные солнечные территории и недорогая их аренда, в то время как в США для виноградарства пригодна только дорогая Калифорния, а Италия и Франция изначально по территории намного меньше.
* Французы не очень заботятся о создании бренда (а надо бы, поскольку в Америке на продажи очень сильно влияет реклама), в Италии винодельнями владеют только большие кланы семей (типа Кампари), и правительство не поддерживает маленькие винодельни, не давая им возможности пробиться на рынок. Это дает шанс австралийским винам (а не итальянским малоизвестным) (стр 34).
* Кроме того, Старый Свет ограничен протекционистскими законами, которые запрещают им использовать все сорта винограда, подкормки, новые технологиии (типа ирригации или добавления дубовой стружки при ферментации), в то время в Австралии разрешено использовать какие угодно сорта винограда и технологии. Это дает Австралийским винам преимущество - их производители могут экспериментировать со вкусами, сортами и технологиями, производя вина, наиболее желаемые покупателями.(стр 32) В самих США тоже разрешены эти технологии, но австралийское вино получается дешевле и лучше калифорнийского, из-за дешевой австралийской земли и солнечного климата.

Таким образом, мы сделали два вывода: во-первых, наиболее перспективным с точки зрения будущего роста продаж австралийских вин выглядит именно рынок США (а не Великобритании, самой Австралии, Дании, Германии, Японии). А во вторых, мы убедились, что на этом рынке США у австралийских вин есть несколько преимуществ перед конкурентами -итальянскими, французскими, американскими винами. То есть действительно австралийскому экспорту вина стоит в первую очередь ориентироваться на американский рынок.