

A magyar borágazat helyzete / közösségi bormarketing

Soproni Közgazdász Klub

2023. május 30.

Dr. Sipos Balázs Tihamér

Dr. Konkoly Mihály

34 ORSZÁGÁBAN 7 MILLIÓ HEKTÁR

100 MILLIÓ ÉVES KULTÚRNÖVÉNY

VITIS VINIFERA

65 EZER HEKTÁRON 223 FAJTA

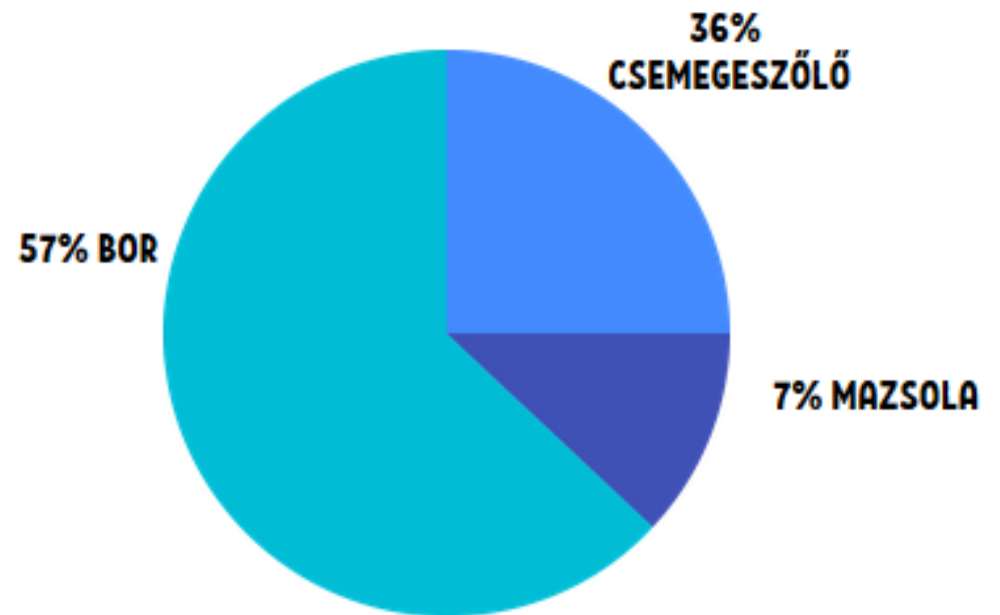
70 SZÁZALÉKA FEHÉRSZŐLŐ, 30
SZÁZALÉKA KÉKSZŐLŐ

IMPRESSIVE
..



50% Európa, Ázsia 28%, 14% Észak- illetve
Dél-Amerika, Afrikában 5%, Ausztráliában és
Új-Zélandon 3%

AWE
SOME

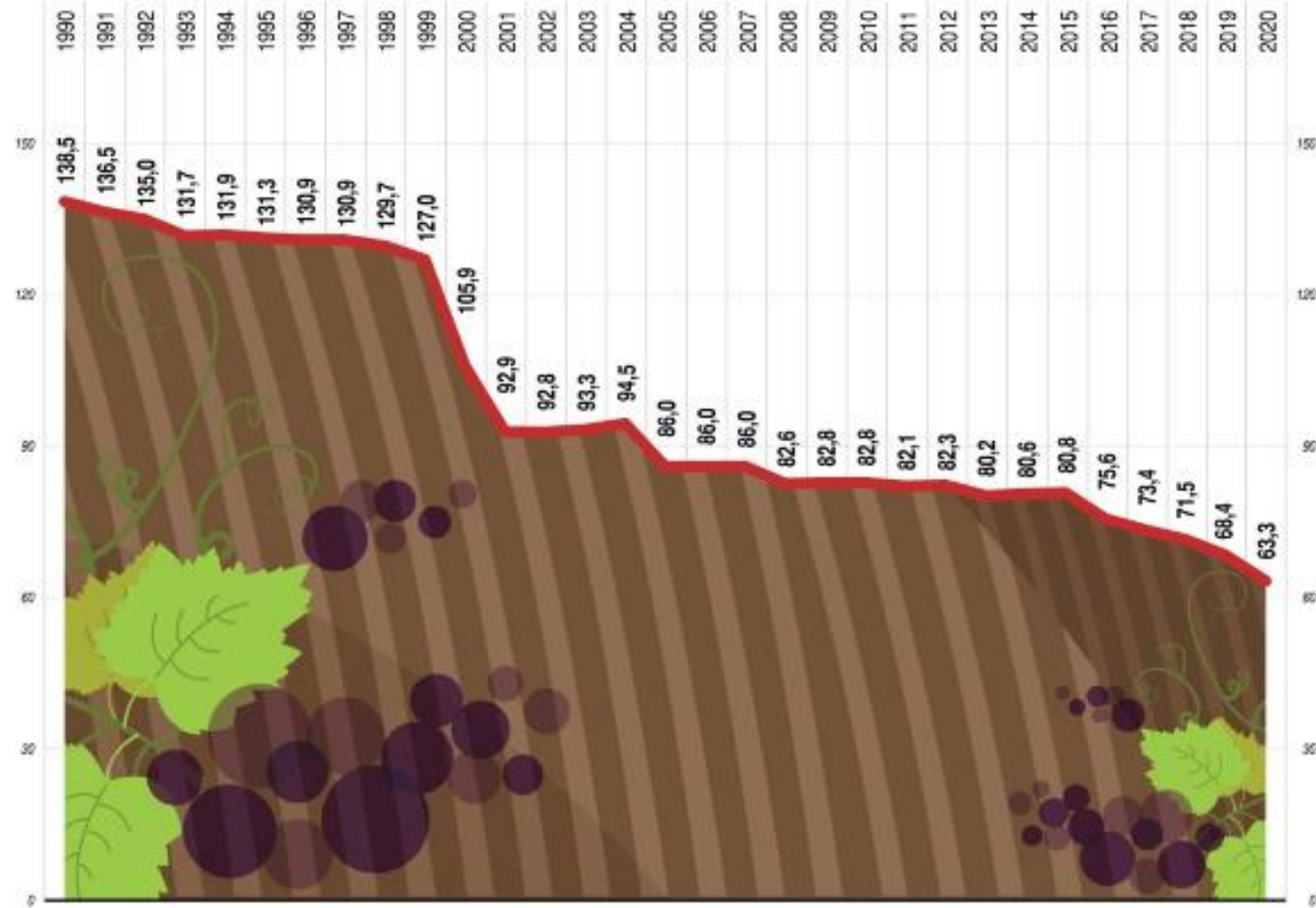


SPANYOLORSZÁG, KÍNA,
FRANCIAORSZÁG, OLAZSORSZÁG ÉS
TÖRÖKORSZÁG - AZ ÖSSZES
SZŐLŐÜLTETVÉNY TÖBB MINT FELÉT
BIRTOKOLJÁK.

WOW

Szőlőterület Magyarországon (1990–2020)

ezer hektár



Nem látzunk

Sajátosságok

- A szőlő ültetvénynövény, több évtizedet él, a termelési ciklusa egy év. Emiatt rugalmatlan a piaci hatásokra.
- A borpiaci változások felgyorsultak. A déli félteke bekapcsolódásával fél évre csökkentek a borpiaci ciklusok a világpiacon.
- Nincs még egy olyan élelmiszer, ahol ennyire fontos lenne a földrajzi eredet.
- A bornál nagyon fontos a fajta, amit a címkére is ráírnak.
- A bornál nagyon sokféle és legtöbbször nagyon kicsi márkákkal találkozhatunk.

A legnagyobb borkészítő cégek

1.E & J Gallo,	3%, USA
2.Constellation Brands,	1.7%, USA
3.The Wine Group,	1.5%, USA
4.Treasury Wine Estate,	1.2%, Australia
5.Viña Concha y Toro,	1.03%, Chile
6.Castel Frères,	1.02%, France
7.Accolade Wines,	0.97%, Australia
8.Pernod Ricard,	0.97%, France,
9.Grupo Peñaflor,	0.90%, Argentina
10.FeCoVitA Coop,	0.70%, Argentina,

Összesen: **12.62%**

Portugáliában fogyasztják a legtöbb bort / fő / év

- Portugália – 48 liter
- Franciaország – 39 liter
- Olaszország – 36 liter
- Svájc – 32 liter
- Ausztria – 26 liter

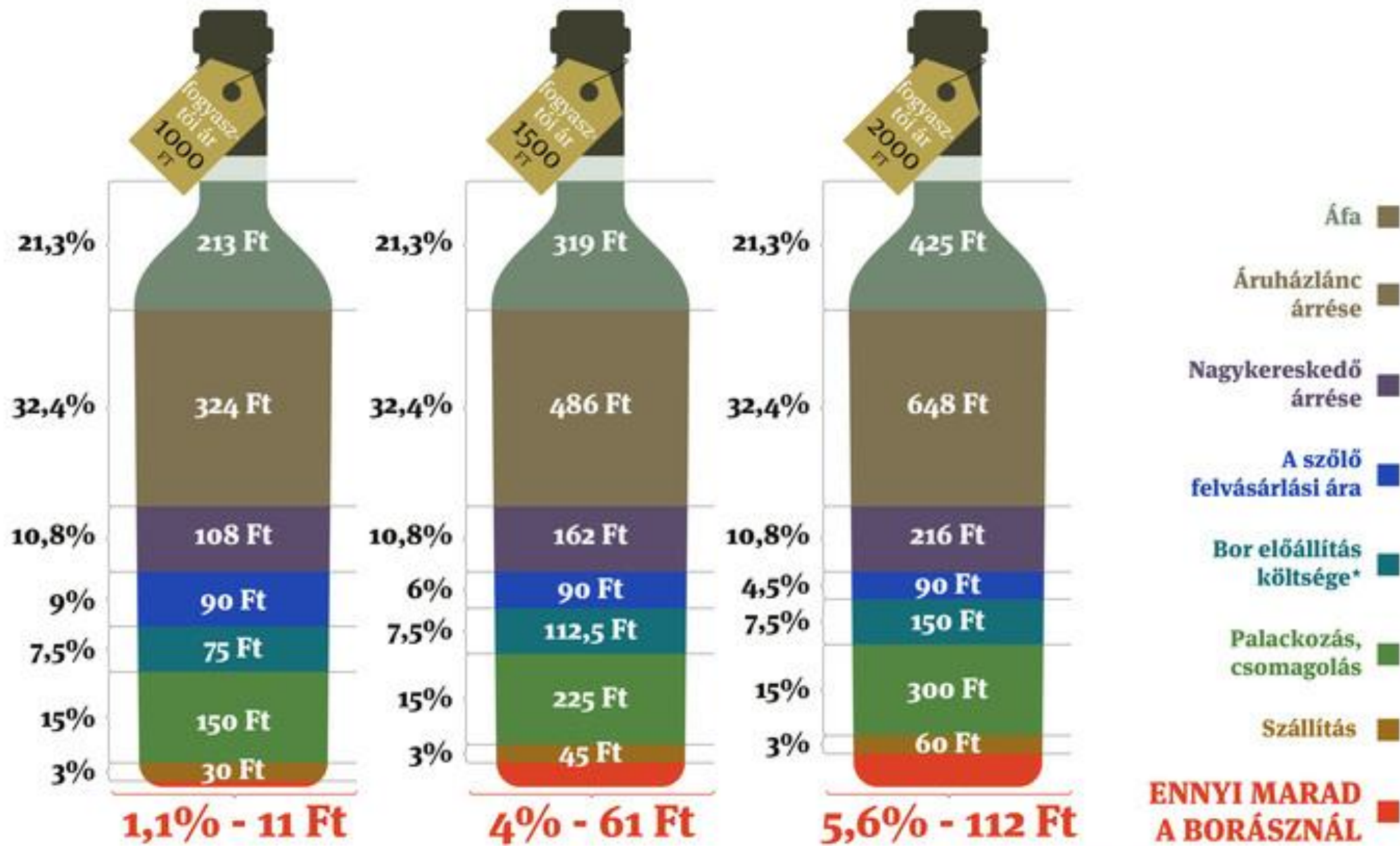
- Magyarország: **20-24 liter**

Export

- A magyar borok továbbra is főleg tartályban hagyják el az országot: a külpiacon értékesített mennyiség 69%-át lédigben szállították ki.
- FN és OFJ: 25 600 Ft / hl
- OEM Tokaj: 74 900 Ft / hl
- OEM Egri vörös és rosé: 54 500 Ft / hl

Mi van egy palack borbban?





* A bor előállítás költségeibe tartoznak a következők: zúzás, bogyózás, vörösnél héjon erjesztés, préselés, fehérenél musttisztítás, majd erjesztés, fejtés, vörösnél érlelés, derítés, szűrés költségei.

Mi van egy palack borbán?



90 %

Érzelem

immateriális értékek

hozzáadott érték

story

- amellyel a vásárló
„tudatalattiját” érzük el!

10 %

szőlő

technológia

Kommunikáció

- Mi a magyar borágazat üzenete?
- Bordeaux 120 000 ha kváz 3 fajta
- Magyarország: 65 000 ha 170 fehér + 45 kékszőlő fajta

üzenet???

A bormarketing szintjei

Szint	Példa	Jellege	Célcsoport	Végrehajtó
Nemzetközi	Francia paradoxon	Közösségi	Általában a borfogyasztó	Nemzetközi szervezetek
Régió	Közép-európai borok	Közösségi	Általában a borfogyasztó	Regionális szervezetek
Nemzeti	Hungarikum borok	Közösségi	Az ország borait fogyasztók	Nemzeti közösségi marketing műhelyek
Borvidék	Tokaji borok	Közösségi	A borvidék borait fogyasztók	Borvidék
Körzet	Mádi borok	Közösségi	A körzet borait fogyasztók	Borvidéki körzet
Borászat	A Szeleshát Borászat borai	Egyéni	A borászat borait fogyasztók	borászat
Márka	Hattyús borok	Egyéni	A márka fogyasztói	borászat
Termék	Úrágya Furmint	Egyéni	A bor fogyasztói	borászat

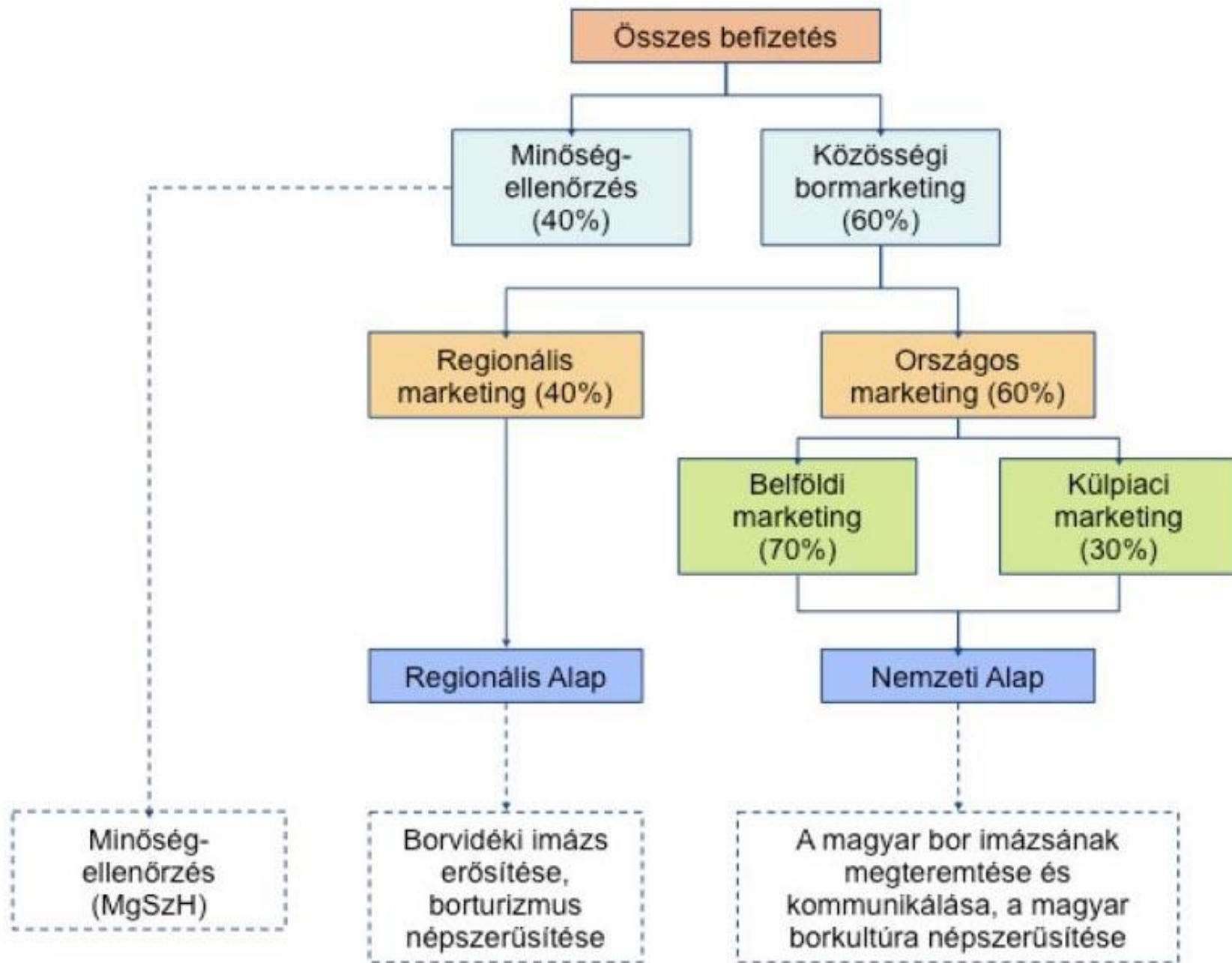
Magyar Bormarketing Kht (Nonprofit Kft) 2009

Fő tulajdonosai: Hegyközségek Nemzeti Tanácsa (HNT)
Magyar Borakadémia
Magyar Szőlő- és Bortermelők Szövetsége
Pannon Bormíves Céh
és később további 9 kisebb szervezet

Literenkénti 8 Ft: 60 % marketing és 40% minőségellenőrzés

Elosztási folyamat:

Kht pályázatot ír ki > Bormarketing bizottság minősíti > AMC
folyósította és ellenőrizte.





MAGYAR BOR MINDENKOR

AM
AGRÁRMARKETING CENTRUM



www.magyarbormindenkor.hu Fogyassza mértékkel!

Készült a Nemzeti Bormarketing Alap támogatásával

<http://www.magyarbormindenkor.hu/?/nyito>

68 M Ft

1 hónapos, országos akció közismert sztárokkal
(Ákos, Stahl J., Ónódi E., Zséda, stb.)

Kampányelemek: TV spot, óriásplakát, city light poszterek



A Nonprofit Kft csődbe ment.

Később: Közösségi Bormarketing Kft
Tulajdonosa: MSZBSZ

10 Ft és 5 Ft

www.bormarketing.hu

2010. októberében felfüggesztette a működését.

Bormarketing megosztva

- Magyar Turisztikai Ügynökség – Agrármarketing Centrum 2016
- **MTÜ**: a magyar borral kapcsolatos egységes állami kommunikációért és a borturizmusért felel.
- **AMC**: a közösségi bormarketing állami feladatait látja el. Szakmai kiállítások – vásárok
- 2021 – 1 Ft/liter - **Országos Bormarketing Alap (HNT)**
 - **Országos Bormarketing Alap**: a nemzeti piacon, valamint az Európai Unió tagállamaiban és harmadik országokban folytatott promóciós tevékenységek, bormarketing aktivitások finanszírozása. A befolyt összeg 98%-a fordítható erre.
 - **Kulturált Borfogyasztási Alap**: a kulturált borfogyasztás és a borkultúra népszerűsítésére, amelyet a Wine in Moderation nemzetközi szervezet programjavaslatai alapján a Magyar Bor Akadémia szervez. A befolyt összeg 2%-a fordítható erre.



MAGYAR BOR

SZEMÉLYESEN



WINES OF HUNGARY

PERSONALLY

Aktualitások, tervek 2022...

- **Nemzeti bormarketingért felelős kormánybiztos**

„Nálunk az elmúlt harminc évben kormányoktól függően mindig új vízió mentén indultunk el, foglalkozott vele az Agrármarketing Centrum, a Magyar Turisztikai Ügynökség, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa, az Agrárminisztérium, és a Külgazdasági minisztérium is elég aktív a borexport terén, ami nem baj, csak a koordinációs szerepet nem vállalta még senki.”

- Bormarketing Ügynökség – állami tulajdonú gazd. társaság
 - „A készülő bormarketing-stratégia mögött világos, egyértelmű és jelentős kormányzati támogatás áll, kidolgozására és megvalósítására évi *3 milliárd forint* áll rendelkezésre.”

Osztrák bormarketing

- Osztrák Bormarketing Kft. (ÖWM) 1986
- az állam még 51%-ban alapító, támogató tagként szerepelt, majd 1998-ban kiszállt,
 - ÖWM bő két évtizede a mostani struktúrában működik: 50%-ban a gazdasági kamarák (a Mezőgazdasági Kamara és a Kereskedelmi Kamara), a másik 50%-ban pedig, arányosítva, a bortermelő tartományok szerepelnek a tulajdonosi szerkezetben.
- Willi Klinger 12 éven keresztül 2019-ig
- Chris Yorke (korábban 16 éven keresztül vezette az Új-zélandi Bortermelők Szövetségét)

A bor átlagára **3,44 EUR/l**

Budget: 10,1 millió euro

borászok hozzájárulása	5000 euro
országos támogatás	3868 euro
EU támogatás	1240 euro

Kommunikáció	1430 euro
AT-DE	2880 euro
Nemzetközi piacok	2190 euro
Borvidék reklámozása	2600 euro

