

Европейский опыт производства продуктов с географическим индикатором

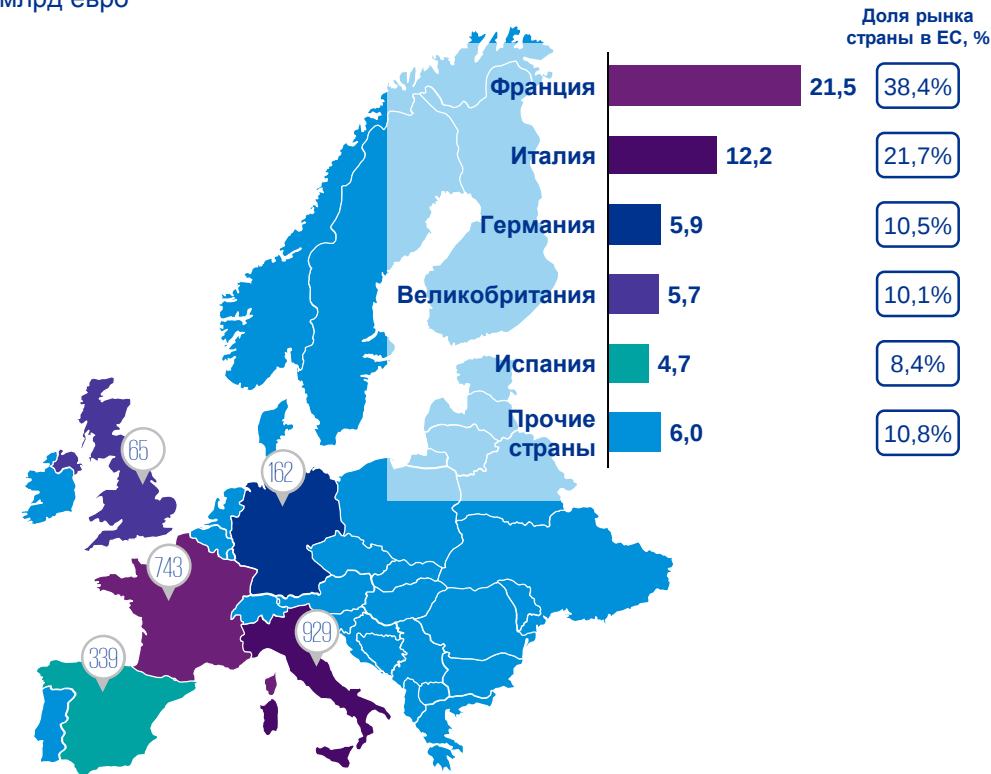
15 июня 2017 г.



Более 85% европейского рынка продуктов с географическим индикатором приходится на 5 стран-производителей

Объем европейского рынка ГИ^(а) в 2016 г.

млрд евро



Количество ГИ в стране, 2016 г., шт.

Структуры европейского рынка ГИ по товарным группам, 2016 г.

млрд евро



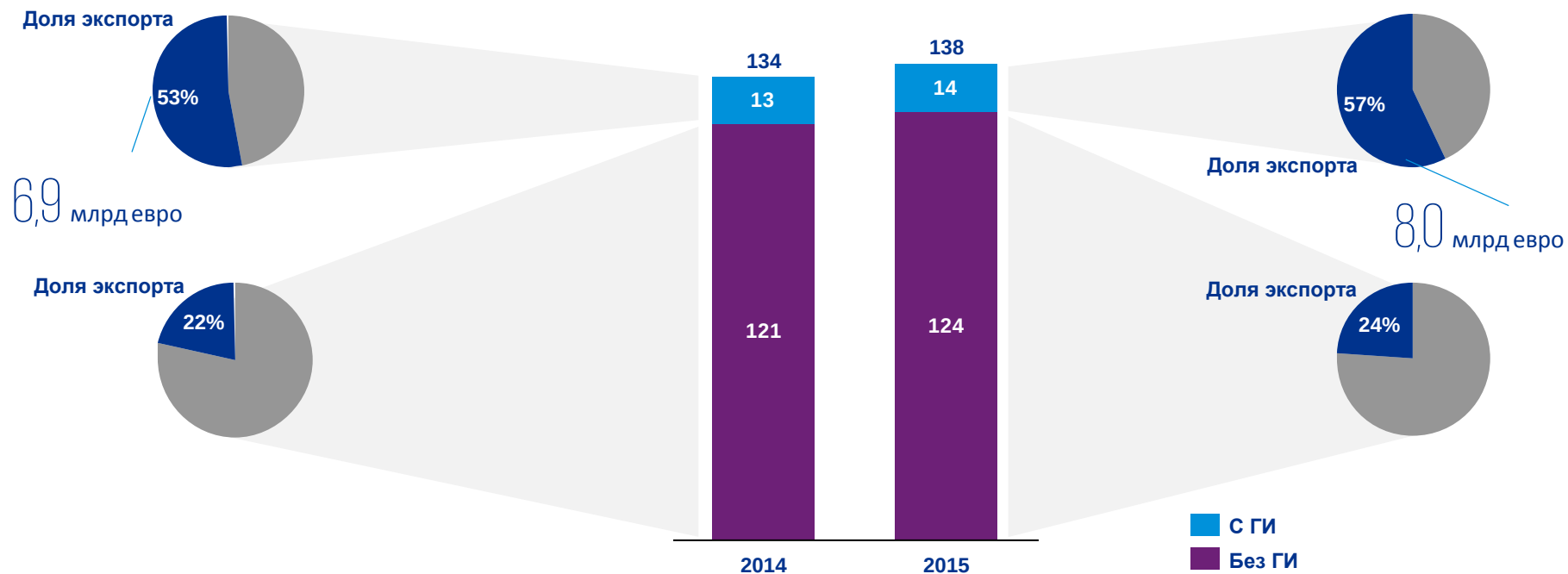
- Более 70% европейского рынка ГИ приходится на вино, сыр и мясные продукты, что обусловлено географическими и историческими особенностями региона
- В 2016 г. в Европе производилось 3 040 ГИ, из которых 1 750 составляют вина

Примечания: (а) Объем рынка ГИ, выпускаемых на территории ЕС
Источники: European Commission, МСХ РФ, анализ КПМГ

Пример Италии отражает положительную связь между продвижением продуктов с GI и увеличением экспорта

Объем производства продуктов питания и напитков с GI и без GI в Италии и их доля экспорта

млрд евро



Опыт Италии говорит о том, что развитие продвижения продуктов с GI будет способствовать развитию экспорта



Источник: Ismea Qualivita, МСХ РФ, анализ КПМГ

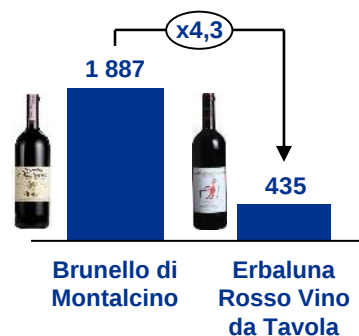
Сопоставление цены продуктов с ГИ и аналогичных продуктов без ГИ

Коэффициент премиальной стоимости^(а)



Средняя стоимость премиального ГИ и столового вина у московских поставщиков руб. за бутылку

Иллюстративно



- **Brunello do Montalcino** – итальянское красное сухое вино, производимое в регионе Тоскана
- **Erbaluna Rosso Vino da Tavola** – итальянское красное столовое вино

Комментарии

- Анализ данных по 27 странам Европы показал, что продукты и напитки, которые имеют географический индикатор, реализуются по более высоким ценам, чем продукты без географических индикаторов
- Наибольший прирост стоимости наблюдается у спиртных напитков, что обусловлено наценкой за «высокое качество» и «аутентичность»
- Наименьший прирост стоимости - у продуктов питания первых переделов

Цена продукции с ГИ выше, чем цена продукции сопоставимого качества без ГИ

Примечания: (а) Коэффициент премиальной стоимости = $\Sigma (\text{ГИ объем} * \text{ГИ стоимость}) / \Sigma (\text{ГИ объем} * \text{не ГИ стоимость})$

Источники: European Commission, AND-International, wine-searcher.com, МСХ РФ, анализ КПМГ



Настоящее исследование подготовлено АО «КПМГ», компанией, зарегистрированной в соответствии с законодательством Российской Федерации, членом сети независимых фирм КПМГ, входящих в ассоциацию KPMG International Cooperative (“KPMG International”), зарегистрированной по законодательству Швейцарии. KPMG International не оказывает профессиональных услуг клиентам. Ни одна из фирм – членов сети КПМГ не имеет полномочий связывать обязательства перед третьими лицами KPMG International или любую из фирм – членов сети КПМГ, равно как и KPMG International не вправе связывать такими обязательствами ни одну из фирм – членов сети КПМГ.

Персональные данные, содержащиеся в настоящем Исследовании, подлежат обработке в соответствии Федеральным законом от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных».

© 2017 АО «КПМГ», компания, зарегистрированная в соответствии с законодательством Российской Федерации, член сети независимых фирм КПМГ, входящих в ассоциацию KPMG International Cooperative (“KPMG International”), зарегистрированную по законодательству Швейцарии. Все права защищены.

KPMG и логотип KPMG являются зарегистрированными товарными знаками или товарными знаками ассоциации KPMG International.



kpmg.com/app



kpmg.ru