



Meglepetés érik a borszakmában: a borvásárlási és borfogyasztási szokásokat felmérő Nagy Bor Teszt első eredményei szerint sokkal többet költenek otthoni fogyasztásra szánt borokra a magyar fogyasztók, mint 2012-ben. „Ez komoly előrelépés a borkultúrában, ahogyan az is, hogy sokkal többet vásárolják a bort szaküzletekben, mint négy évvel ezelőtt” – mondja Kathona Krisztián, az ismert borkereskedés beszerzési igazgatója.

A prémium boros rendezvényeket szervező Winelovers április elején indított bortesztjének kérdéseire eddig több mint ötezren válaszoltak az interneten. A tesztet július 7-éig lehet kitölteni a nagyborteszt.hu oldalon, ám az eddig beérkezett adatokból vont első mérleg máris meglepetéssel szolgál: a rendszeres borfogyasztók a válaszok tanúsága szerint átlagosan 1060 forintot költenek egy palack otthoni fogyasztásra szánt borra.

„Jóllehet az üzletek tapasztalatai visszaigazolják a költés növekedését, mégsem akarunk hinni a szemünknek: az ezer forint feletti átlag inkább csak álomnak tűnik” – mondja Kathona Krisztián, a hétköznapi fogyasztáshoz árazott minőségi boraival gyors piaci sikereket elérő cég igazgatója. Kathona szerint az első adatokat a végeredmény szempontjából fenntartással kell kezelni, az internetes piackutatás első körben ugyanis pont az elkötelezettebbeket, a boros oldalakat gyakran böngészőket éri el. Azt azonban már most ki lehet mondani, hogy jelentős változásnak vagyunk tanúi.

A Borászportál 2012-es kutatása és a GfK Hungária négy évvel ezelőtti felmérése nagyjából ugyanarra a következtetésre jutott: otthoni borfogyasztásra a magyar vásárló 750 forint körül költött palackonként. „Emlékezzünk rá, hogy igazán jó palackozott bort már akkor sem lehetett

kapni ennyi pénzért. Ha tehát az idei nagy borteszt végeredménye akár csak alulról is közelítené az 1000 forintos átlagárat, nagyon komoly előrelépésről beszélhetnénk a minőségi borfogyasztás terén” – mondja a Borháló igazgatója. Kathona szerint a változás olyan jelentős fejlemény, mint a reduktív borok térhódítása a 2000-es évek elején, vagy a fröccs becsületének helyreállítása 2010 körül, ami a fehérborok és rozék előretöréséhez vezetett.

Az igazgató szerint a korábbi változások és a mostani között nagy különbséget jelent, hogy a felértékelődés elsősorban nem a borászatok munkájában, hanem a kereskedelemben zajlott le. A minőségi borok folyamatos javulása az árak fokozatos emelkedésével járt, ugyanakkor megjelent a piacon a rettenetes minőségű 300–600 forintos kategória, az áruházak polcain kettészakadt a mezőny. A kettő közötti piaci rést töltötte ki a borháló-szegmens, azaz a jó nevű borászatoktól érkező minőségi borok olcsóbb, nem ritkán másfél, két-, vagy háromliteres kiszerezésben, pillepalackban vagy bag-in-boxban, literenkénti 900–1200 forint közötti áron. Ez az ár 750 milliliteres palackra vetítve 700–1000 forintnak felel meg, vagyis könnyen elképzelhető, hogy a vállalatlan alsó kategóriából a borszaküzletekbe áramló vevők nagymértékben járulnak hozzá az otthoni fogyasztásra szánt borok átlagárának emelkedéséhez.

Mindezt az eddigi kitöltések másik érdekes adata is alátámasztja, az ugyanis, hogy a fogyasztók a vásárolt borok átlagosan 40 százalékát borszaküzletekben veszik meg. „Ez az arány négy évvel ezelőtt 10 százalékon állt, vagyis a vásárlás színtere nagyon erősen eltolódott a szaküzletek, a válaszok szerint elsősorban a Bortársaság és a Borháló irányába” – mondja Kathona Krisztián.

„Mi, borászok meglepően kevés visszajelzést kapunk a piaci folyamatokról” – fejti ki Lisicza Sándor, borász. – Ilyen alkalmak a szaküzletekben rendezett borkóstolók, amelyeken személyesen találkozunk a fogyasztókkal, egyúttal értékes információkat nyerünk a kereskedőktől, akik a vásárlások alkalmával sokszor elbeszélgetnek vevőikkel. Emellett persze időről időre szükség van szisztematikus, sok embert elérő kutatásokra is, ezért kíváncsian várjuk a nagy borteszt végső konklúzióit” – mondja a pécsi borász.