



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ  
Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

Λονδίνο, 19 Ιανουαρίου 2016

Στοιχεία για την αγορά γιαουρτιού του Ηνωμένου Βασιλείου

Στοιχεία εισαγωγών γιαουρτιού (Δασμ. Κλάση 040310)

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας του Ηνωμένου Βασιλείου, η αξία των εισαγωγών όλων των τύπων γιαουρτιού, καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 2011 - 11μηνο 2015, καταγράφουν μείωση, με εξαίρεση το 2014 όπου καταγράφεται αύξηση 2,82% έναντι του 2013.

Η χώρα μας αποτελεί τον τρίτο, μετά τη Γαλλία και τη Γερμανία, προμηθευτή του Ηνωμένου Βασιλείου, με εξαγωγές 25,3 εκ. λιρών περίπου το 2014, σημειώνοντας αύξηση κατά 34,47% έναντι του 2013. Οι ελληνικές εξαγωγές κινούνται καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου ανοδικά, όπως φαίνεται και από τον κατωτέρω πίνακα 1.

Το ποσοστό συμμετοχής των ελληνικών εξαγωγών γιαουρτιού στο σύνολο των βρετανικών εισαγωγών του προϊόντος ανήλθε το 2014 στο 16,35% (από 8,82% του 2011), ενώ σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία για το 11μηνο 2015, αυτό ανέρχεται στο 20,69%.

Ειδικότερα, για το **11μηνο 2015** οι ελληνικές εξαγωγές του συνόλου της κατηγορίας ανήλθαν σε 28,76 εκ. λίρες, αυξημένες κατά 24,35% έναντι του αντίστοιχου διαστήματος του προηγούμενου έτους, κατατάσσοντας έτσι τη χώρα μας στη δεύτερη θέση μεταξύ των προμηθευτών του Ηνωμένου Βασιλείου, μετά τη Γαλλία.

Πίνακας 1: Εισαγωγές Γιαουρτιού για την περίοδο 2011 -11μηνο 2015

	2011	2012	% μεταβολή 2012/2011	2013	% μεταβολή 2013/2012	2014	% μεταβολή 2014/2013	11μηνο 2015
Γαλλία	60.745.489	72.935.941	20,07%	65.575.596	-10,09%	70.583.095	7,64%	55.492.535
Γερμανία	49.265.871	35.573.932	-27,79%	25.585.983	-28,08%	29.672.904	15,97%	26.883.731
<b>Ελλάδα</b>	<b>14.173.646</b>	<b>16.487.375</b>	<b>16,32%</b>	<b>18.811.570</b>	<b>14,10%</b>	<b>25.296.636</b>	<b>34,47%</b>	<b>28.766.063</b>
Ιρλανδία	13.495.915	12.002.090	-11,07%	18.855.317	57,10%	16.022.587	-15,02%	13.896.760
Νέα Ζηλανδία	2.728.079	3.333.894	22,21%	5.332.377	59,94%	6.728.713	26,19%	6.825.372
Πολωνία	1.822.024	2.606.948	43,08%	3.409.052	30,77%	3.612.594	5,97%	3.883.230
Ολλανδία	875.963	923.111	5,38%	3.214.054	248,18%	1.703.108	-47,01%	691.224
Αυστρία	5.931.087	2.956.360	-50,15%	1.239.815	-58,06%	256.240	-79,33%	516.665
Λιθουανία	139.818	182.850	30,78%	200.584	9,70%	213.151	6,27%	225.667
Ιταλία	10.009.648	8.284.498	-17,23%	2.368.767	-71,41%	161.970	-93,16%	41.618

Βέλγιο	168.523	32.336	-80,81%	832.149	2473,44%	155.814	-81,28%	540.300
Ηνωμένες Πολιτείες	208.615	635.723	204,74%	3.066.173	382,31%	129.316	-95,78%	103.316
Λατβία	-	8.161	-	60.955	646,91%	80.188	31,55%	92.055
Δανία	534.385	92.504	-82,69%	89.802	-2,92%	65.235	-27,36%	68.972
Σουηδία	465.343	330.267	-29,03%	69.489	-78,96%	20.345	-70,72%	566.577
Κύπρος	78.891	22.017	-72,09%	18.785	-14,68%	13.183	-29,82%	13.228
Ρουμανία	-	-	-	3.712	-	8.714	134,75%	273.421
Ισπανία	24.464	17.235	-29,55%	7.087	-58,88%	2.645	-62,68%	146.963
Πορτογαλία	6.873	3.853	-43,94%	-	-	82	-	17.017
Δημοκρατία της Τσεχίας	62.030	94.525	52,39%	-	-	39	-	100
Σύνολο ΕΕ	157.800.224	152.554.086	-3,32%	140.344.046	-8,00%	147.869.007	5,36%	132.118.953
Σύνολο εκτός ΕΕ	2.936.694	3.970.770	35,21%	10.137.256	155,30%	6.861.203	-32,32%	6.934.639
<b>Γενικό Σύνολο</b>	<b>160.736.918</b>	<b>156.524.856</b>	<b>-2,62%</b>	<b>150.481.302</b>	<b>-3,86%</b>	<b>154.730.210</b>	<b>2,82%</b>	<b>139.053.592</b>

Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία ΗΒ, Επεξεργασία Γραφείο ΟΕΥ Λονδίνου

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ελληνικών εξαγωγών (90% κατά μέσο όρο της περιόδου 2011-2014) καλύπτει το λευκό γιαούρτι (δασμ. κλάσεις 040310 11 έως 040310 39), κατηγορία στην οποία η χώρα μας κατέχει την πρώτη θέση στις βρετανικές εισαγωγές. Όμως, οι κατηγορίες των γιαουρτιών με την προσθήκη φρούτων ή καρπών (δασμ. κλάσεις 040310 51 έως 040310 99) αυξάνουν το μερίδιό τους στις ελληνικές εξαγωγές από 5,37% το 2011 σε 13,01% το 2014 και 16,25% το 11μηνο 2015, με την αξία να εκτινάσσεται, από τις 721 χιλ. λίρες του 2011 στα 4 εκ. λίρες το 11μηνο του 2015.

### Εξελίξεις στην αγορά

Σύμφωνα με έρευνα της εταιρείας Nielsen που διεξήχθη για το εξειδικευμένο περιοδικό The Grocer, κατά το 2015, η εκστρατεία κατά της ζάχαρης οδήγησε την κατανάλωση γιαουρτιού και επιδόρπιων γιαουρτιού σε μείωση κατά 1% σε όγκο και 0,9% σε αξία. Σημειώνεται ότι η συνολική αξία πωλήσεων των προϊόντων αυτών εκτιμάται στα 2 δισ. λίρες περίπου

Τα προϊόντα ίδιας ετικέτας έχουν συνεισφέρει περισσότερα από τα δύο τρίτα των £ 18,2 εκ. απωλειών του κύκλου εργασιών του κλάδου, καθώς οι μέσες τιμές παρουσίασαν μεν οριακή αύξηση όμως αυτές των βασικών εμπορικών σημάτων, όπως Müllerlight και Onken σημείωσαν μείωση. Το γεγονός ότι και οι δύο μάρκες καταγράφουν σημαντική ανάπτυξη πωλήσεων σημαίνει ότι έχει αυξηθεί η ευαισθησία των τιμών στην αγορά.

Η Activia αποτελεί τον μεγαλύτερο χαμένο της χρονιάς, με απώλειες τζίρου ύψους £ 30,1 εκ. Παρότι η μέση τιμή του προϊόντος κατέγραψε αύξηση κατά 1,3% το προηγούμενο έτος, οι τρέχουσες τάσεις της αγοράς δείχνουν ότι βρέθηκε έναντι μεγαλύτερων προκλήσεων από τις εξελίξεις στις τιμές. Τα εστιασμένα στην υγιεινή διατροφή γιαούρτια σε ατομική συσκευασία χάνουν μερίδιο αγοράς, καθώς επεκτείνεται η συζήτηση για τις επιπτώσεις της ζάχαρης, ενώ οι μεγάλες συσκευασίες και το φυσικό γιαούρτι καταγράφουν ανάπτυξη.

Σύμφωνα με τους υπεύθυνους μάρκετινγκ της εταιρείας Yeo Valley οι καταναλωτές ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για την ασφάλεια των τροφίμων και τη διατροφή, ευνοώντας επωνυμίες που διαισθητικά εμπιστεύονται. Περίπου το 40% των πωλήσεων της εταιρείας αφορούν το φυσικό γιαούρτι, γεγονός που αποτελεί σαφή ένδειξη ότι όλο και περισσότεροι καταναλωτές επιλέγουν τρόφιμα χωρίς προσθήκη ζάχαρης.

Ο ηγέτης στην αγορά Müller Corner επηρεάστηκε σημαντικά από τη συγκεκριμένη τάση, καταγράφοντας μείωση πωλήσεων ύψους 16,1 εκ. λιρών. Αντίθετα, η στροφή προς πιο φυσικό γιαούρτι έχει ωφελήσει τα προϊόντα Onken της Emmi και Liberté της Yoplait, που έχουν καταγράψει αύξηση κατά £ 3,2 εκ. και £ 4,2 εκ. αντίστοιχα.

Μία από τις μεγαλύτερες επιτυχίες του έτους ήταν η The Collective, η οποία κατέγραψε αύξηση πωλήσεων κατά £5 εκ. και εισήλθε, για πρώτη φορά, στον κατάλογο των Top20 προϊόντων της Nielsen's. Και σε αυτή την περίπτωση, η αλλαγή στάσης των καταναλωτών έναντι της ζάχαρης έχει διαδραματίσει κάποιο ρόλο, αφού η εταιρεία είχε ανακοινώσει από τον Ιανουάριο 2015 ότι περικόπτει τη ζάχαρη σε όλα τα προϊόντα της κατά 15%. Σύμφωνα με την εταιρεία, η συσκευασία μεγάλου δοχείου χωρίς ζάχαρη, με την επωνυμία Straight Up αποτελεί το βασικό παράγοντα της αύξησης πωλήσεων.

Επίσης, το Total της ΦΑΓΕ κατέγραψε αύξηση κατά 26,2% με σύνολο πωλήσεων στα 49,7 εκ. λίρες, ενώ καταγράφεται σημαντική παρουσία προϊόντων ελληνικού φυσικού γιαουρτιού ίδιας ετικέτας σε μεγάλες αλυσίδες λιανικής όπως η Tesco και η Waitrose.

Με τη συζήτηση για τις επιπτώσεις της ζάχαρης στην υγεία να εντείνεται, η τάση αυτή αναμένεται να συνεχισθεί και το 2016.

## Πίνακας 2: Κατάταξη 20 πρώτων σε πωλήσεις προϊόντων γιαουρτιού

TOP 20 Γιαούρτια και επιδόρπια γιαουρτιού				ΠΩΛΗΣΕΙΣ		
				£εκ	Μεταβολή (£εκ)	Μεταβολή (%)
Συνολική μεταβολή όγκου: -1.0%			Σύνολο Κατηγορίας	1.999,70	-18,2	-0,9
2015	2014		Σύνολο Ίδιας Ετικέτας	549,20	-13,3	-2,4
1	1	Müller Corner	Müller	203,90	-16,1	-7,3
2	2	Danone Activia	Danone	171,6	-30,1	-14,9
3	3	Müllerlight	Müller	171,4	11	6,8

<b>4</b>	4	Yeo Valley	Yeo Valley Organic	99,30	10,4	11,7
<b>5</b>	5	Petits Filous	Yoplait	87,60	-0,5	-0,5
<b>6</b>	6	Onken	Emmi	62,2	3,2	5,4
<b>7</b>	7	Cadbury	Müller	55,70	0,2	0,3
<b>8</b>	13	Total	Fage	49,7	10,3	26,2
<b>9</b>	8	Müller Rice	Müller	44,10	0,1	0,1
<b>10</b>	9	Yoplait Wildlife	Yoplait	38,3	-4,4	-10,4
<b>11</b>	12	Munch Bunch	Nestlé	37,9	-2,7	-6,7
<b>12</b>	11	WeightWatchers	Yoplait	36,5	-4,7	-11,4
<b>13</b>	10	Rachel's Organic	Nestlé	36,3	-5,8	-13,8
<b>14</b>	14	Gü	Gü	29,6	1,3	4,7
<b>15</b>	15	Alpro	Alpro	21,9	4,1	22,9
<b>16</b>	18	Danone Oykos	Danone	19,2	2,9	17,6
<b>17</b>	17	Aero	Nestlé	17,5	0,5	2,7
<b>18</b>	26	The Collective	The Collective	14,5	5	52,1
<b>19</b>	20	Rolo	Nestlé	14,3	1,3	10,2
<b>20</b>	23	Liberté	Yoplait	14,2	4,2	42,2

Πηγή: Nielsen/The Grocer

Γραφείο ΟΕΥ Λονδίνου