



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΝΤΥΣΣΕΛΝΤΟΡΦ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

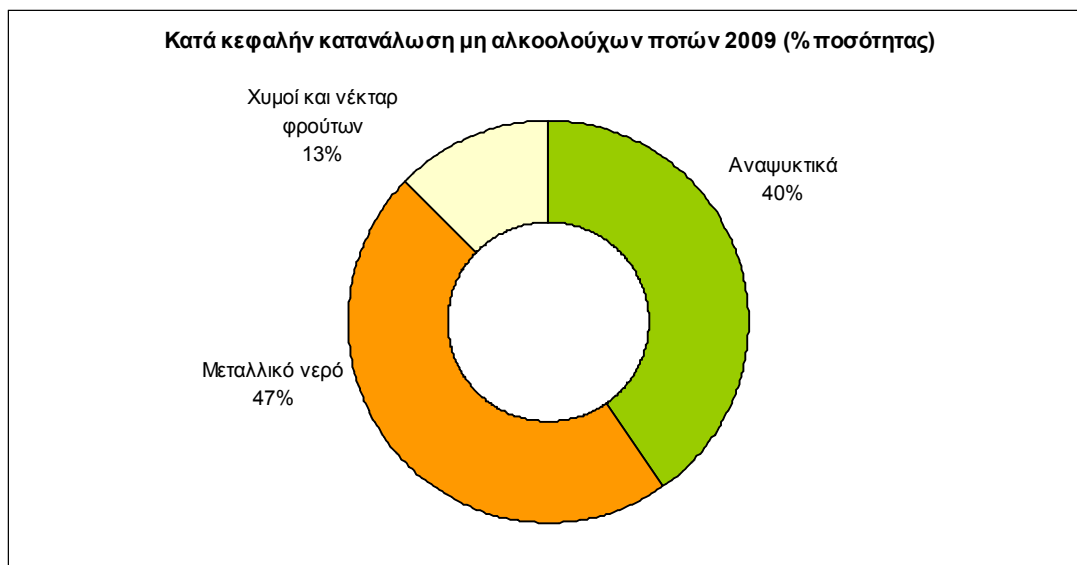
Ντύσσελντορφ, 6 Ιουλίου 2010

**Η αγορά μη αλκοολούχων ποτών της Γερμανίας**

**I. Βασικά μεγέθη της αγοράς**

Η **κατά κεφαλήν κατανάλωση** μη αλκοολούχων ποτών (μεταλλικού νερού, αναψυκτικών, χυμών και νέκταρ φρούτων) στη Γερμανία κινείται σε πολύ υψηλά επίπεδα, πλησιάζοντας τα 300 λίτρα ετησίως. Περίπου το ήμισυ της ποσότητας αυτής (47%) αφορά μεταλλικό νερό, ενώ το 40% αφορά αναψυκτικά και το 13% χυμούς και νέκταρ φρούτων.

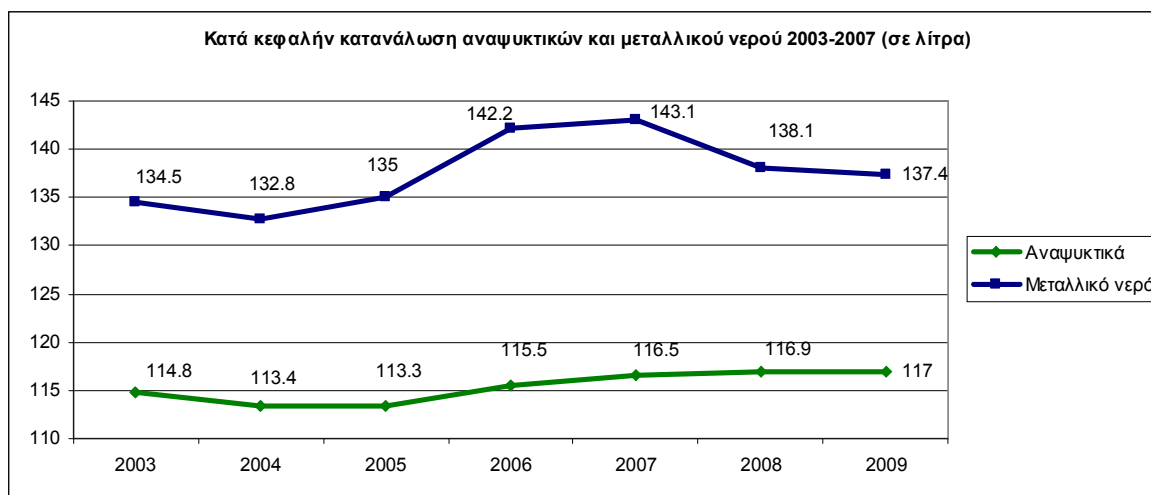
Διευκρινίζεται ότι, στην κατηγορία των χυμών φρούτων (Fruchtsaft) περιλαμβάνονται ποτά που αποτελούνται από 100% χυμό φρούτων, ενώ στην κατηγορία των νέκταρ (Fruchtnektar) ποτά με 25-50% περιεκτικότητα σε χυμό φρούτων. Αντιθέτως, στην κατηγορία των αναψυκτικών συμπεριλαμβάνονται τα «ποτά φρούτων» ((Fruchtsaftgetränk, με περιεκτικότητα σε χυμό φρούτου 6-30% (κατά κεφαλήν κατανάλωση 11,1 λίτρα το 2009).



Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Η κατά κεφαλήν κατανάλωση μεταλλικού νερού εμφανίζει καθοδική τάση την τελευταία διετία, περιοριζόμενη το 2009 στα 137,4 λίτρα ετησίως. Το μεγαλύτερο ποσοστό της κατανάλωσης μεταλλικού νερού (45,5%) αφορά μεταλλικό νερό με ανθρακικό, το 43,5 % αφορά μεταλλικό νερό με λίγο CO<sub>2</sub>, ενώ το 10,5% αφορά μεταλλικό νερό χωρίς ανθρακικό και το 1,8% μεταλλικό νερό με άρωμα.

Σταθερότητα εμφάνισε η κατά κεφαλήν κατανάλωση αναψυκτικών την τελευταία διετία, φθάνοντας το 2009 τα 117 λίτρα ετησίως.



Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

**Κατά κεφαλήν κατανάλωση μη-αλκοολούχων ποτών (σε λίτρα)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Μεταβολή 2008/2009
Αναψυκτικά	114.8	113.4	113.3	115.5	116.5	116.9	117	0.1
Αναψυκτικά που περιέχουν χυμό φρούτων	18.4	17.5	16.2	15.7	14.8	14.3	11.1	-22.4
Αναψυκτικά τύπου κόλα, λεμονάδες	80.6	80.4	81	81.7	84.3	83.9	90.3	7.6
Διαίτης	2.4	2	1.9	2.9	3.1	3	1.7	-
Με μεταλλικά στοιχεία	1.3	1.4	1.6	1.6	1.2	1.6	2.9	-
Brausen	3.2	3.7	4.6	5.4	6.5	7.2	4.9	-
Ποτά με καφέ και τσάι	8.9	8.4	8	8.2	6.6	6.9	6.1	-11.6
Μεταλλικό νερό	134.5	132.8	135	142.2	143.1	138.1	137.4	-0.5
Χυμοί και νέκταρ φρούτων	42.03	40.65	40.04	39.83	38.3	37.4	37	-1.1
<b>Σύνολο</b>	<b>291.33</b>	<b>286.85</b>	<b>288.34</b>	<b>297.53</b>	<b>297.9</b>	<b>292.4</b>	<b>291.4</b>	<b>-0.3</b>

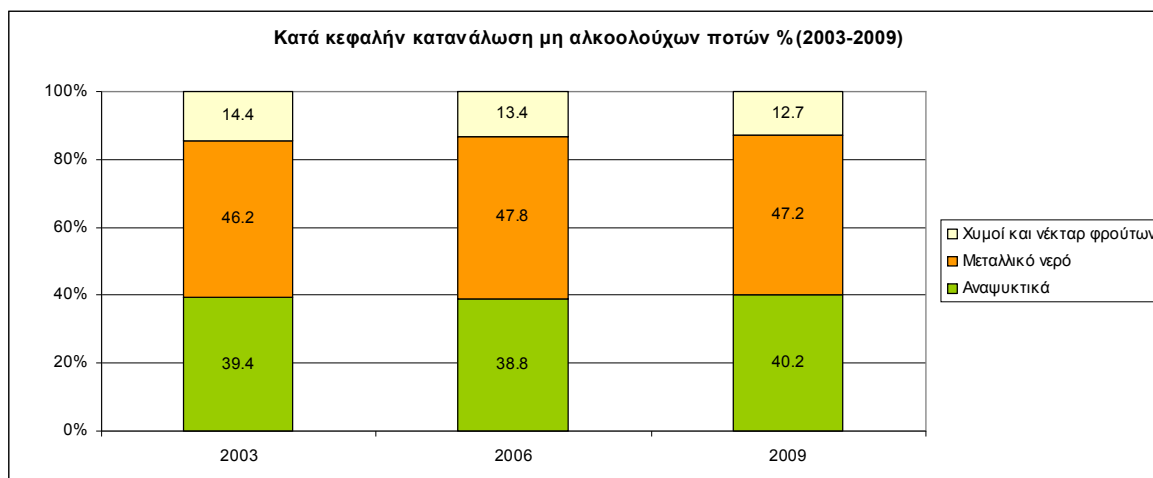
Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Η κατανάλωση χυμών και νέκταρ φρούτων στη Γερμανία παραμένει σε υψηλά επίπεδα, σε σχέση με άλλες χώρες της ΕΕ, ωστόσο συνέχισε την πτωτική της πορεία και το 2009, μειούμενη στα 37 λίτρα ετησίως. Έτσι, στο διάστημα 2003-2009 η κατά κεφαλήν κατανάλωση χυμών έχει μειωθεί κατά 5 λίτρα ετησίως (-12%), καθώς η κατανάλωση μετατοπίζεται προς αναψυκτικά με ανθρακικό και χαμηλή περιεκτικότητα σε χυμό φρούτων (Schorlen/ Fruchtsafthaltigen Limonaden).



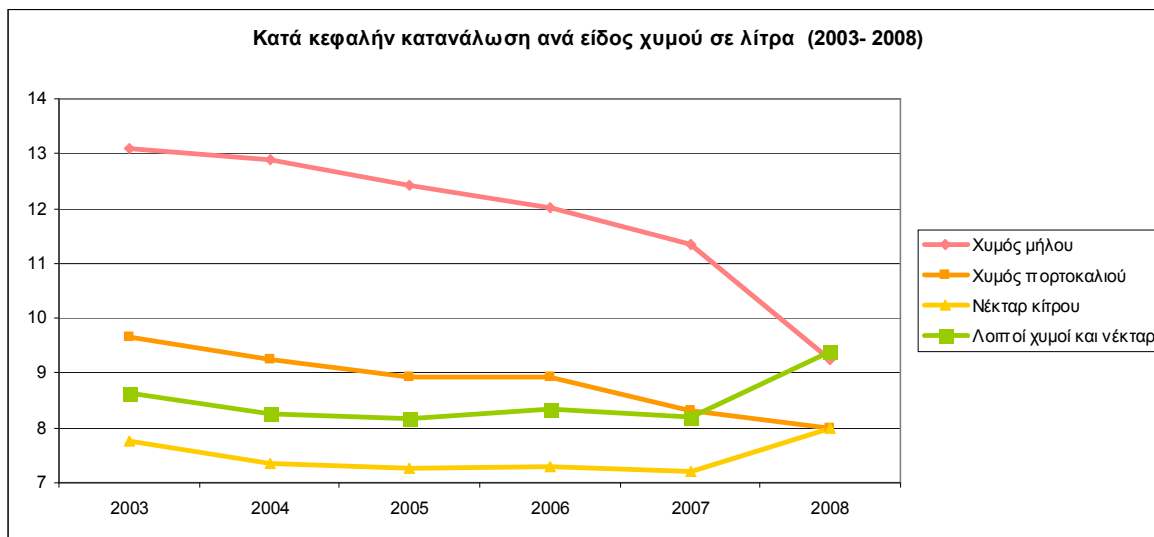
Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Η πτωτική τάση στην κατανάλωση των χυμών και νέκταρ φρούτων διακρίνεται και σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες μη αλκοολούχων ποτών, καθώς το μερίδιό τους μειώθηκε από το 14,4% (2003) στο 12,7% (2009).



Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Ανά είδος, οι πλέον δημοφιλείς χυμοί είναι οι χυμοί μήλου και πορτοκαλιού, με κατά κεφαλήν κατανάλωση ανερχόμενη σε περίπου 9,25 και 8 λίτρα αντιστοίχως (2009). Ανοδική τάση παρατηρείται στην κατανάλωση νέκταρ κίτρου (8 λίτρα).



Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

**Κατά κεφαλήν κατανάλωση χυμών και νέκταρ φρούτων (σε λίτρα)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Μεταβολή 07/08 (%)
Χυμός μήλου	13,1	12,88	12,42	12,02	11,35	9,25		-18.5
Χυμός πορτοκαλιού	9,66	9,24	8,93	8,92	8,32	8		-3.8
Χυμός σταφυλιού	1,31	1,31	1,29	1,28	1,25	1		-20.0
Χυμός grapefruit	0,32	0,32	0,36	0,36	0,36	0,3		-16.7
Χυμός αγγουριού	0,3	0,3	0,25	0,25	0,26	0,25		-3.8
Χυμοί / νέκταρ λαχανικών	0,97	0,99	1,35	1,36	1,35	1,2		-11.1
Νέκταρ κίτρου	7,75	7,35	7,26	7,3	7,2	8		11.1
Λοιποί χυμοί και νέκταρ	8,62	8,26	8,18	8,34	8,21	9,4		14.5
<b>Σύνολο</b>	<b>42,03</b>	<b>40,65</b>	<b>40,04</b>	<b>39,83</b>	<b>38,3</b>	<b>37,4</b>	<b>37*</b>	<b>-2.3</b>

Πηγή: WaFG e.V. \* εκτίμηση

Η γερμανική βιομηχανία παραγωγής χυμών και νέκταρ αριθμεί 400 επιχειρήσεις. Ο κύκλος εργασιών της ανήλθε το 2009 σε περίπου 3,9 δις €, η παραγόμενη ποσότητα χυμών σε 4,2 δις λίτρα, και η κατεργασθείσα ποσότητα φρούτων στους 800.000 τόννους. Ο βαθμός συγκέντρωσης της γερμανικής βιομηχανίας χυμών είναι αρκετά υψηλός, καθώς οι 10 μεγαλύτερες επιχειρήσεις πραγματοποιούν περίπου το 80% του κύκλου εργασιών. Η αξία των εισαγωγών χυμών στη Γερμανία ανέρχεται σε περίπου 1,01 δις €, ενώ αντιστοίχως η αξία των εξαγωγών σε 1,13 δις € (Πηγή: VdF)

<b>Παραγωγή Γερμανίας (2009)</b>	<b>Ποσότητα (σε δις. λίτρα)</b>	<b>Αξία (σε δις. €)</b>
Χυμοί και νέκταρ φρούτων	4,20	3,90
Αναψυκτικά	10,01	4,01
Μεταλλικό νερό	11,24	1,93

Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Οι σημαντικότερες εταιρείες παραγωγής χυμών και νέκταρ φρούτων που δραστηριοποιούνται στη Γερμανία είναι:

	Εταιρεία		Πωλήσεις 2009 (εκ. λίτρα)		Μεταβολή πωλήσεων 08/09 (%) Γερμανία)	Κύκλος εργασιών 2009 (εκ. €)	Μεταβολή κύκλου εργασιών 08/09 (%)
			Σύνολο	Γερμανία			
1	Riha	Richard Hartinger	559,5	296,4	-3,4	161,7182,1	-11,2
2	Emig		445,0	258,1	0	200,0	-2,4
3	Refresco	(Krings, Hardthof)	420,0	260,0	-20,5	148,0	-21,0
4	Eckes Granini		391,0	391,0	2,0	315,3	-2,8
5	Valensina		296,0	237,0	6,3	165,0	-7,3
6	Niederrhein Gold		259,0	155,4	3,6	63,5	-4,2
7	Stute		243,0	195,0	-2,5	102,0	-2,9
8	Punica (PepsiCo)		145,0	145,0	-6,5	145,0	-6,5
9	Albi		145,0	140,0	-5,4	101,0	1,0
10	Elro Gruppe		113,0	103,0	-1,9	60,0	-1,6
11	Tucano	Vertriebsgesellschaft	83,5	70,0	-7,2	71,0	-9,1
12	Becker's Bester		68,2	68,2	-4,6	42,4	-5,1
13	Rapp's		50,5	50,5	-5,1	41,5	-6,3
14	Jacoby		30,0	23,1	-3,0	19,9	13,7
15	Hans Döhle		28,5	28,5	-2,7	15,3	-2,5
16	Schlör Bodensee		23,7	23,7	-1,3	14,7	-12,5
17	Pfanner		22,4	22,4	-19,1	15,3	-5,6
18	Bauer		15,6	15,4	-12,0	15,3	-7,3
19	Haus Rabenhorst O. Lauffs		6,0	5,4	8,0	16,5	11,5

Πηγή: LZ 2010

Από αυτές, οι εταιρείες Riha, Emig, Refresco και Stute δραστηριοποιούνται στην παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για τις αλυσίδες supermarket, Cash & Carry (Edeka, Rewe, Tengelmann, Metro, Kaufland) και discounter (Aldi, Lidl, Norma, Netto) της Γερμανίας. Αντιθέτως, η εταιρεία Eckes Granini παράγει μόνο επώνυμα προϊόντα (Hohes C, Granini), και το 2009 αύξησε τις πωλήσεις της κατά 2%, όπως και οι εταιρείες Valensina (+6,3%) και Niederrhein Gold (+3,6%).

Στον τομέα του μεταλλικού νερού, η γερμανική παραγωγή ανήλθε το 2009 σε 11,24 δις λίτρα, οι εξαγωγές έφτασαν τα 211,6 εκ λίτρα (+15,5%) ενώ οι εισαγωγές τα 1.138,8 εκ. λίτρα (-15,8%).

Οι σημαντικότερες εταιρείες παραγωγής και εμφιάλωσης μεταλλικού νερού και αναψυκτικών με βάση το μεταλλικό νερό είναι οι Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke και Hansa Heemann AG (οι οποίες είναι προμηθευτές των αλυσίδων Lidl και Aldi αντιστοίχως), καθώς και οι εταιρείες Danone Waters Deutschland (Evian, Volvic), Gerolsteiner, Nestle Waters Deutschland (Vittel) και Coca-Cola (Apollinaris, Vio, Bonaqa).

Μεγάλη άνοδος του κύκλου εργασιών (κατά 25%) σημειώθηκε το 2009 για την εταιρεία Altmühltaler, ενώ οι πωλήσεις της σε όρους ποσότητας αυξήθηκαν κατά 36% στα 1,7 δις λίτρα. Η Altmühltaler είναι προμηθεύτρια προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και έφθασε το 2009 να είναι η τρίτη μεγαλύτερη εταιρεία μεταλλικού νερού στη Γερμανία, μετά την Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke της Lidl, με 2,05 δις λίτρα, και την Hansa Heemann AG (1,9 δις λίτρα) που επίσης ασχολείται με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Η μεγάλη αύξηση της δυναμικότητας της Altmühltaler είχε ως αποτέλεσμα την όξυνση του ανταγωνισμού το 2009, και το μερίδιο αγοράς του discount price segment υπολογίζεται σε 60%.

#### Οι 40 μεγαλύτερες εταιρείες μεταλλικού νερού στη Γερμανία

Εταιρεία	Κύκλος εργασιών σε εκ. €		Μεταβολή 2009/2008 (%)
	2009	2008	
1 Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke	310.0	282.0	9.9
2 Hansa Heemann AG	300.0	295.0	1.7
3 Altmühltaler - Baruther	250.0	200.0	25.0
4 Hassia Gruppe	225.0	231.0	-2.6
5 Nestle Waters Deutschland	196.5	216.6	-9.3
6 Gerosteiner Brunnen	185.0	197.0	-6.1
7 Danone Waters Deutschland	183.5	180.0	1.9
8 Franken Brunnen	160.0	173.0	-7.5
9 Rheinfels Quelle H. Hövelmann	146.8	144.0	1.9
10 Rhönsprudel	140.0	153.7	-8.9
11 Mineralquellen Wullner	130.0	145.5	-10.7
12 Vilsa Brunnen	130.0	135.0	-3.7
13 Adelholzener Alpenquellen	130.0	135.0	-3.7
14 Mineralbrunnen Überkingen Teinach AG	126.3	137.2	-7.9
15 Apollinaris	100.0	98.0	2.0
16 SDI	71.8	68.0	5.6
17 Hochwald Sprudel Schupp	71.2	86.2	-17.4
18 Förstina Sprudel Mineral und Heilquelle	60.0	61.0	-1.6
19 Bad Harzburger Harz und Silberquelle	60.0	45.0	33.3
20 Gehring Bunte	55.0	62.5	-12.0
21 Hansa Mineralbrunnen	50.0	50.0	0.0
22 Winkels	48.0	45.3	6.0
23 Aqua Römer	40.0	39.7	0.8
24 Ensinger Mineralbrunnen	35.5	36.0	-1.4
25 Vivaris	34.2	33.9	0.9
26 Bad Dürrheimer Mineralbrunnen	33.0	34.0	-2.9
27 Husumer Weyher Gruppe	30.8	33.3	-7.5
28 Riha Gruppe	30.5	41.6	-26.7
29 Tönnissteiner Sprudel	29.8	29.5	1.0
30 Bad Brambacher Mineralquelle	29.0	28.6	1.4
31 Nürburg Quelle	29.0	28.5	1.8
32 Rhenser Mineralbrunnen	29.0	26.4	9.8
33 Salvus Mineralwasser	28.5	29.0	-1.7
34 Peterstaler Mineralquelle	26.0	26.6	-2.3
35 Odenwald Quelle	22.0	22.2	-0.9
36 Selters Mineralquelle Aug. Victoria	21.5	21.8	-1.4
37 Staatliche Mineralbrunnen AG, Bad Brückenau	21.0	22.0	-4.5
38 Brohler Mineral und Heilquelle	21.0	21.5	-2.3
39 Staatl. Bad Meinberger	16.5	16.2	1.9
40 Germeta Heil und Mineralquellen	-	-	-
<b>Σύνολο</b>	<b>3606.4</b>	<b>3631.8</b>	<b>-0.7</b>

Πηγή: LZ 2010

## II. Ελληνικές εξαγωγές μη αλκοολούχων ποτών στη Γερμανία

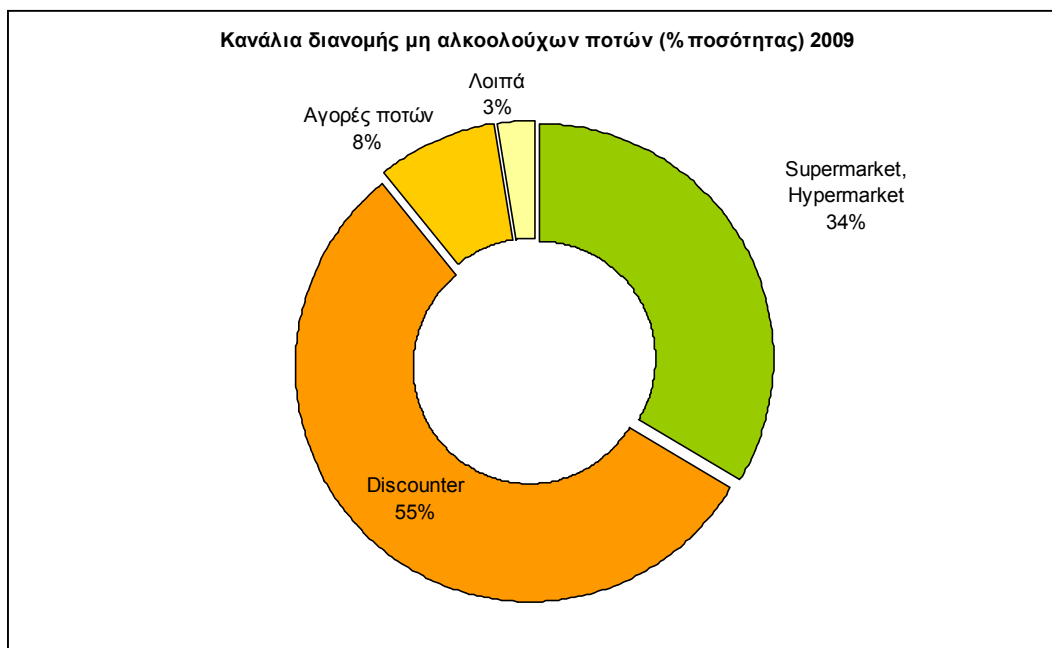
Ελληνικές εξαγωγές στη Γερμανία	2008		2009		Μεταβολή 2008/20098 (%)		
	Αξία σε €	Ποσότητα (kg)	Αξία σε €	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	
<i>Δασμολογική κλάση</i>							
20.09.11	Χυμοί πορτοκαλιού	26,202	43,508	376,712	785,374	1,338	1,705
20.09.31	Χυμοί άλλων εσπεριδοειδών	189,508	246,099	62,014	57,578	-67	-77
20.09.61	Χυμοί σταφυλιών (στους οποίους περιλαμβάνεται και ο μούστος σταφυλιών)	52,830	42,120	182,611	144,180	245,7	242,3
20.09.71	Χυμοί μήλων	31,481	68,823	1,658	2,286	-95	-97
20.09.80	Χυμοί κάθε άλλου φρούτου ή λαχανικού	34,579	56,588	8,075	5,827	-77	-90
20.09.90	Μείγματα χυμών	49,128	71,941	42,327	13,876	-14	-81
<i>20.09</i>	<i>Χυμοί φρούτων, σύνολο</i>	<i>384,999</i>	<i>531,326</i>	<i>674,218</i>	<i>1,010,633</i>	<i>75</i>	<i>90</i>
22.01.10.11	Φυσικά μεταλλικά νερά, χωρίς CO2	1,259,301	7,717,901	1,201,910	7,291,248	-4.6	-5.5
22.01.10.19	Φυσικά μεταλλικά νερά, άλλα	349,105	1,390,128	305,320	1,118,532	-12.5	-19.5
22.01.90.00	Νερά μεταλλικά και νερά αεριούχα, άλλα	237,428	1,433,568	242,211	1,374,257	2.0	-4.1
<i>22.01</i>	<i>Νερά, στα οποία περιλαμβάνονται και τα φυσικά ή τεχνητά μεταλλικά νερά και τα αεριούχα νερά, χωρίς προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών ούτε αρωματισμένα</i>	<i>1,845,834</i>	<i>10,541,597</i>	<i>1,749,441</i>	<i>9,784,037</i>	<i>-5.2</i>	<i>-7.2</i>
22.02.10.00	Νερά, στα οποία περιλαμβάνονται και τα μεταλλικά και τα αεριούχα νερά, με προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών ουσιών ή αρωματισμένα	99,482	261,339	77,019	257,870	-22.6	-1.3
22.02.90.10	Νερά, που δεν περιέχουν προϊόντα των κλάσεων 0401 ως 0404 ή λιπαρές ύλες που προέρχονται από προϊόντα των κλάσεων 0401 ως 0404	143,800	153,961	147,268	182,220	2.4	18.4
<i>22.02</i>	<i>Νερά, στα οποία περιλαμβάνονται και τα μεταλλικά και τα αεριούχα νερά, με προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών ουσιών ή αρωματισμένα, και άλλα μη αλκοολούχα ποτά, με εξαίρεση τους χυμούς φρούτων της κλάσης 20.09</i>	<i>243,282</i>	<i>415,300</i>	<i>224,287</i>	<i>440,090</i>	<i>-7.8</i>	<i>6.0</i>
	<b>Μη αλκοολούχα ποτά, σύνολο</b>	<b>2,474,115</b>	<b>11,488,223</b>	<b>2,647,946</b>	<b>11,234,760</b>	<b>7.0</b>	<b>-2.2</b>

Πηγή: ΕΣΥΕ

### III. Διανομή, συσκευασία και διαφήμιση

Η θέση των discounters έχει ενισχυθεί σημαντικά κατά το χρονικό διάστημα 2004-2009, σε βάρος όλων των άλλων καναλιών διανομής μη αλκοολούχων ποτών.

Το 2009 το μερίδιο αγοράς των discounters έφτασε το 55% (Aldi 21,7%), σημειώνοντας άνοδο κατά 7,7% έναντι του 2008. Το μερίδιο αγοράς των αγορών ποτών περιορίστηκε στο 8% (-10,9%), ενώ τα supermarkets το 2009 αύξησαν το μερίδιο αγοράς τους και έφθασαν το 34%.

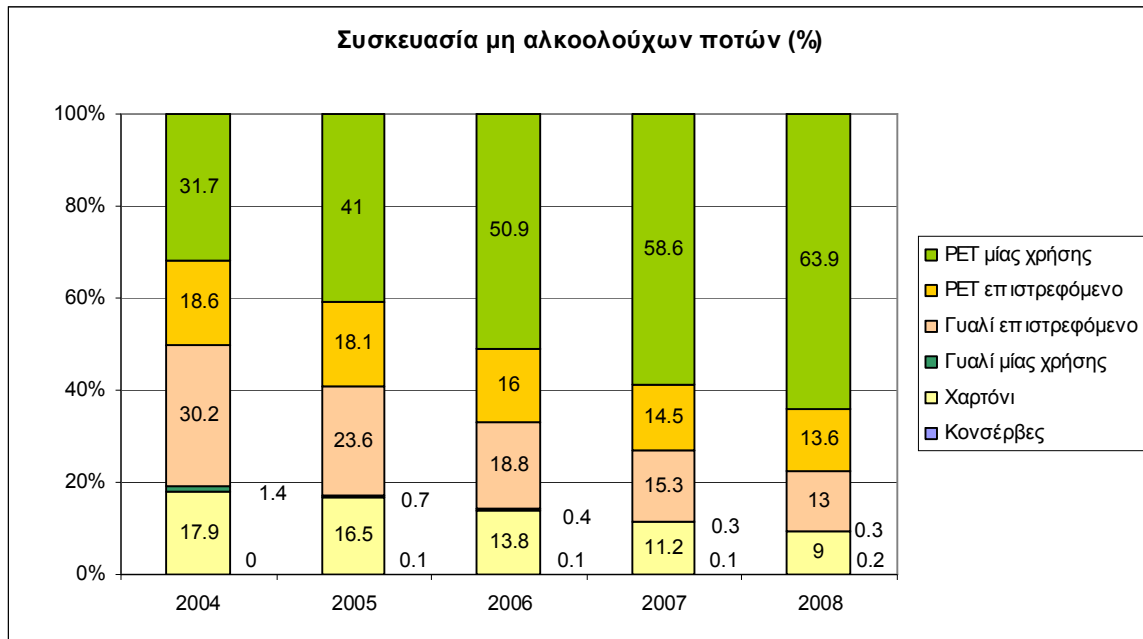


Πηγή: GfK Consumer Scan

Η διαφημιστική δαπάνη για τα μη αλκοολούχα ποτά κινείται σε υψηλά επίπεδα, υστερώντας μόνο σε σχέση με τη ζυθοποιία (350 εκ. € το 2009). Το 2009 ωστόσο σημειώθηκε μείωση κατά -3,5% έναντι του 2008, και η διαφημιστική δαπάνη περιορίστηκε στα 284,4 εκ. €.

Από το 2003 ισχύει νόμος, βάσει του οποίου επιβάλλεται τέλος (Pfand) 0,25 € σε κάθε φιάλη μίας χρήσης (Einweg), η οποία προορίζεται για μεταλλικό νερό, μπύρα ή αναψυκτικό, ενώ το τέλος για τις φιάλες πολλών χρήσεων (Mehrweg) είναι 0,08 ή 0,15 €. Στόχος του νόμου ήταν η αύξηση του μεριδίου των φιαλών πολλών χρήσεων στο 80%, ωστόσο ο νόμος είχε τελικά το αντίθετο αποτέλεσμα από το επιδιωκόμενο, καθώς από το 2003 και μετά παρατηρείται τεράστια άνοδος της ποσότητας μη αλκοολούχων ποτών που εμφιαλώνεται σε PET μίας χρήσης (το ποσοστό τους ανέβηκε από το 23,1% το 2003 στο 63,9% το 2008, ενώ αθροιστικά για τις PET φιάλες (επιστρεφόμενες και μη), το μερίδιο ανέβηκε από το 41,8% στο 77,5%), σε βάρος της χρήσης γυάλινων συσκευασιών, το μερίδιο των οποίων συρρικνώθηκε κατά το ήμισυ (περίπου από το 32% στο 14%). (πηγή: GfK Consumer Scan, Forum PET).





Πηγή: WaFG e.V.

Η εξέλιξη αυτή συνδέεται με την ενίσχυση της θέσης των discounters στο λιανικό εμπόριο, καθώς και με το γεγονός ότι η σήμανση για τη διάκριση μεταξύ φιαλών PET μίας ή πολλών χρήσεων δεν είναι επαρκώς σαφής. Σύμφωνα με έρευνες αγοράς περίπου το 50% των καταναλωτών δεν είναι σε θέση να ξεχωρίσουν τις φιάλες μίας ή πολλών χρήσεων. Για το λόγο αυτό συστάθηκε η πρωτοβουλία Arbeitskreis Mehrweg GbR <http://www.mehrweg.org/>, η οποία έχει δημιουργήσει το εξής σήμα για τις φιάλες πολλών χρήσεων:



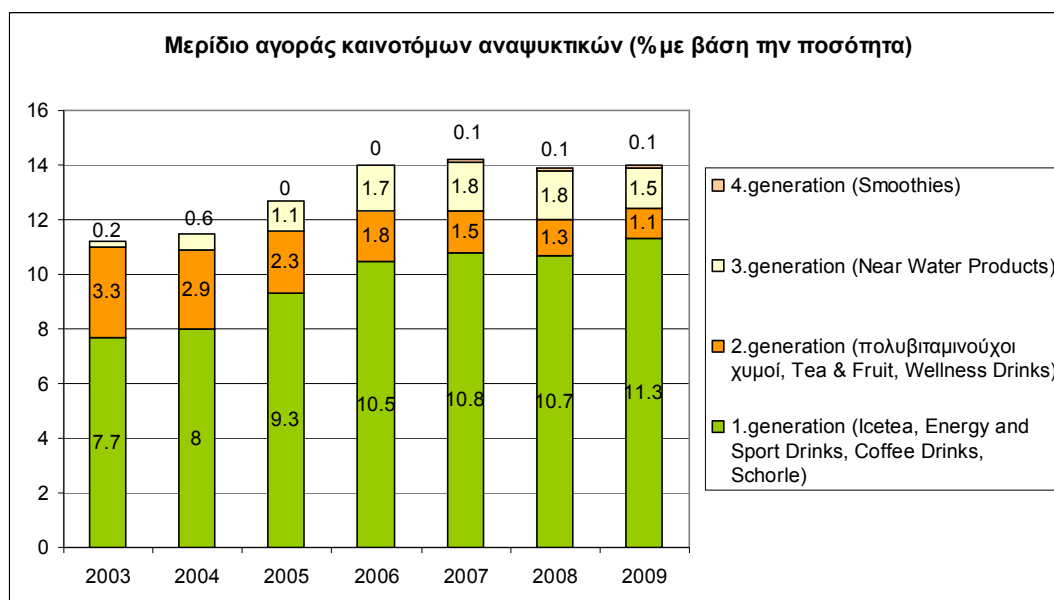
Άλλο σήμα που χρησιμοποιείται για τις φιάλες πολλαπλών χρήσεων είναι το σήμα Blauer Engel:





#### IV. Τάσεις της αγοράς

Κατά το 2009 η αυξητική τάση των smoothies ανακόπηκε και στη Γερμανία, όπως και στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η γερμανική αγορά υπολογίζεται ότι αποτελεί περίπου το 1/3 της ευρωπαϊκής και ο κύκλος εργασιών για τα smoothies υπολογίζεται ότι ανέρχεται σε περίπου 100 δις €. Το 2009 ο κύκλος εργασιών μειώθηκε κατά περίπου 30% και οι πωλήσεις κατά 23,7% - εκτιμάται ωστόσο ότι η αγορά θα ανακάμψει το 2010.



Πηγή: GfK Consumer Scan

Το μερίδιο των discounters στο τμήμα αυτό της αγοράς υπολογίζεται ότι έχει φτάσει στο 57% (Aldi 29,2%), ενώ η μέση τιμή ξεπερνά τα 4 € / λίτρο. Ωστόσο, το εύρος τιμών στις οποίες πωλούνται τα smoothies είναι μεγάλο (από 0,69 € ως 2,29 € τα 250 ml). Οι σημαντικότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε αυτό το τμήμα της αγοράς είναι η βρετανική Innocent Drinks (μερίδιο 12% της οποίας εξαγόρασε τον Απρίλιο 2009 η Coca – Cola), η Schwartau με την ετικέτα “Fruit 2 Day”, η Chiquita (“Just Fruit in a Bottle”) η οποία από το 2009 ξεκίνησε να συνεργάζεται με την Danone, η Knorr (“vie”), καθώς και οι True Fruits, Hitchcock, Mönvenpick, Alnatura, Rio d’ Oro. Παρά τις εκτιμήσεις για συγκέντρωση της αγοράς και περιορισμό του αριθμού των επιχειρήσεων σε τέσσερις ή πέντε, το 2009 δε σημειώθηκε καμία τέτοια εξέλιξη. Αύξηση κατά 6,9% σημειώθηκε το 2009 μόνο για τις πωλήσεις της «πρώτης γενιάς» καινοτόμων αναψυκτικών, ενώ πτωτική ήταν η πορεία για τους πολυβιταμινούχους χυμούς κτλ. (-13,8%) καθώς και για τα near water products (-16,4%).

Αντιγόνη Μαριόλη  
Γραμματέας ΟΕΥ Β΄

## Παράρτημα

### Πίνακας τιμών λιανικής πώλησης μη-αλκοολούχων ποτών

Περιγραφή	Παραγωγός	Υψηλότερη τιμή (€)	Χαμηλότερη τιμή (€)
Μεταλλικό νερό χωρίς ανθρακικό, Danone Waters Volvic, 6x 1,5 lt, PET φιάλη		4,99	3,33
Μεταλλικό νερό με ανθρακικό, Apollinaris Apollinaris, 10 x 1 lt, PET φιάλη		5,99	4,00
Χυμός Hohes C, 1 lt, PET φιάλη	Eckes Granini	1,49	0,79
Χυμός Granini Trinkgenuss, 1 lt, PET φιάλη	Eckes Granini	1,49	0,85
Ποτό με χυμό φρούτου (Fruchtsaftgetränk) Capri Sonne 10 x 0,2 lt	Deutsche Sisi Werke	2,25	1,75
Cola, 1,5 lt, PET φιάλη	Coca-Cola	0,99	0,79
Cola, Κιβώτιο 12 x 1 lt, PET φιάλη	Coca-Cola	10,49	6,66
Mix.drink Schwip Schwap, 1,5 lt, PET φιάλη	Pepsico	0,69	0,49
Energy Drink, 4x0,25 lt, κουτάκι αλουμινίου	Red Bull Trading	5,79	3,79

Οι τιμές περιλαμβάνουν ΦΠΑ, αλλά δεν περιλαμβάνουν το περιβαλλοντικό τέλος (Pfand)

Πηγή: LZ 2010, GfM & H