



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

Ντύσσελντορφ, 15 Δεκεμβρίου 2010

Η αγορά ζαχαρωδών προϊόντων της Γερμανίας

I. Βασικά μεγέθη της αγοράς

Κατά κεφαλήν κατανάλωση

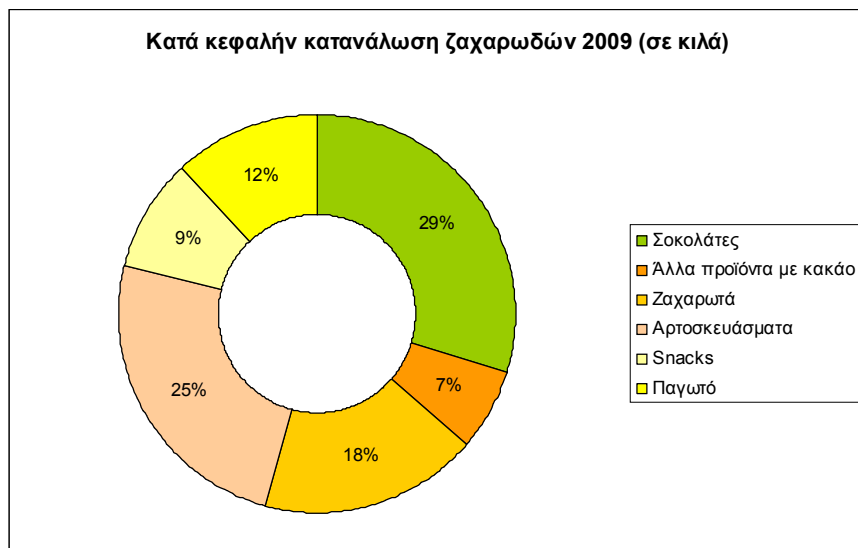
Η κατά κεφαλήν κατανάλωση ζαχαρωδών προϊόντων στη Γερμανία αυξήθηκε το 2009 κατά 0,6% έναντι του προηγούμενου έτους, φτάνοντας τα 30,93 κιλά. Η μεγαλύτερη άνοδος σημειώθηκε στην κατανάλωση snacks (+15,8%), ενώ η κατανάλωση αρτοσκευασμάτων παρέμεινε σταθερή (+0,1%).

Η κατά κεφαλήν δαπάνη για ζαχαρώδη προϊόντα παρέμεινε το 2009 σταθερή στα 111,03 €. Αύξηση σημειώθηκε για τα σνακς (+22,4%) και για τα αρτοσκευάσματα (+1,6%), ενώ στις υπόλοιπες κατηγορίες σημειώθηκε μείωση.

Κατά κεφαλήν κατανάλωση ζαχαρωδών προϊόντων Όγκος (σε κιλά)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής %
Σοκολάτες	9,26	9,18	-0,9
Άλλα προϊόντα με κακάο	2,10	2,1	0
Ζαχαρωτά	5,59	5,45	-2,5
Αρτοσκευάσματα	7,70	7,71	0,1
Snacks	2,41	2,79	15,8
Παγωτό	3,70	3,71	0,3
Σύνολο	30,76	30,94	0,6

Αξία (σε ευρώ)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής %
Σοκολάτες	46,53	45,79	-1,6
Άλλα προϊόντα με κακάο	5,01	4,69	-6,4
Ζαχαρωτά	18,78	18,16	-3,3
Αρτοσκευάσματα	23,19	23,56	1,6
Snacks	5,84	7,15	22,4
Παγωτό	11,68	11,67	-0,1
Σύνολο	111,02	111,02	0

Περίπου το 1/3 της κατανάλωσης ζαχαρωδών προϊόντων αφορά σοκολάτες, ενώ το 25% αφορά αρτοσκευάσματα και το 9% σνακς.



Πηγή: BDSI

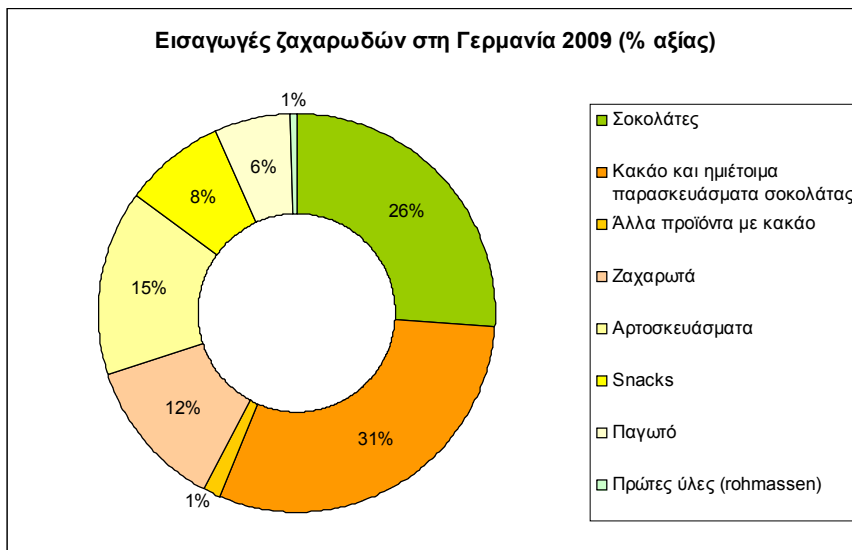
Εξωτερικό εμπόριο Γερμανίας

1. Εισαγωγές Γερμανίας

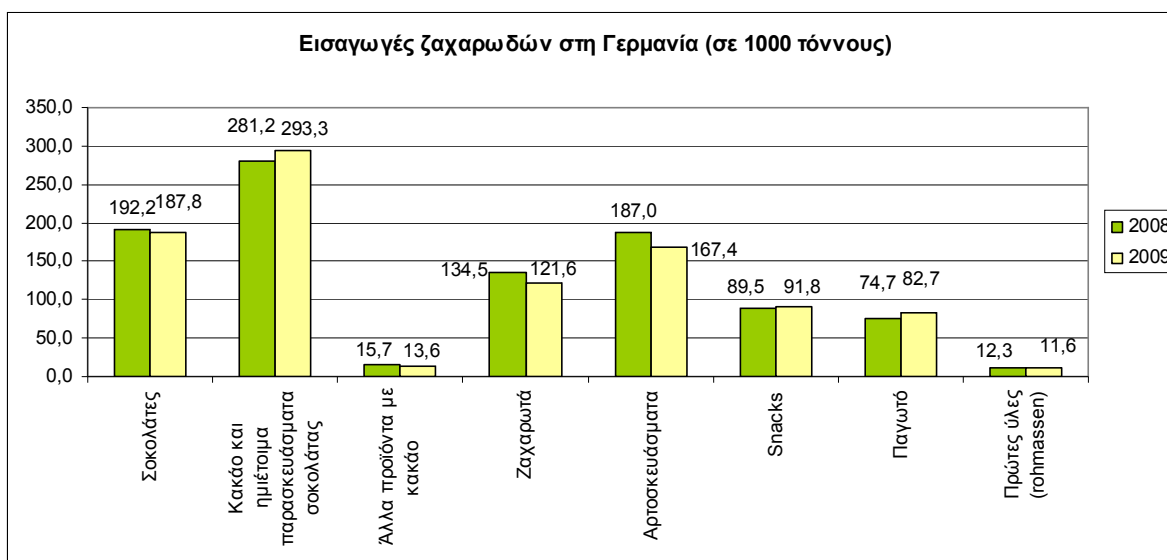
Οι εισαγωγές της Γερμανίας μειώθηκαν το 2009 κατά 1,7% σε όρους ποσότητας, ενώ αυξήθηκαν κατά μόλις 0,1% σε όρους αξίας, φθάνοντας τα 2,96 δις €.

Εισαγωγές ζαχαρωδών Όγκος (σε 1000 τόνους)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής 08/09 (%)
Σοκολάτες	192,2	187,8	-2,3
Κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	281,2	293,3	4,3
Άλλα προϊόντα με κακάο	15,7	13,6	-13,4
Ζαχαρωτά	134,5	121,6	-9,6
Αρτοσκευάσματα	187,0	167,4	-10,5
Snacks	89,5	91,8	2,6
Παγωτό	74,7	82,7	10,7
Πρώτες ύλες (rohmassen)	12,3	11,6	-5,4
Σύνολο	986,6	969,8	-1,7

Αξία (σε εκ. ευρώ)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής 08/09 (%)
Σοκολάτες	764,7	769,3	0,6
Κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	797,4	885,9	11,1
Άλλα προϊόντα με κακάο	54,2	38,9	-28,2
Ζαχαρωτά	405,3	364,8	-10
Αρτοσκευάσματα	478,5	435	-9,1
Snacks	230,9	244,1	5,7
Παγωτό	183,5	181,1	-1,3
Πρώτες ύλες (rohmassen)	18,3	17	-7,2
Σύνολο	2933,2	2936,1	0,1



Πηγή: BDSI



Πηγή: BDSI

Οι κυριότερες χώρες προέλευσης των εισαγωγών ζαχαρωδών της Γερμανίας είναι οι γειτονικές της: Ολλανδία, Βέλγιο, Γαλλία, Ελβετία, Πολωνία, Αυστρία και Ιταλία.

2. Ελληνικές εξαγωγές προς τη Γερμανία

Οι ελληνικές εξαγωγές ζαχαρωδών προϊόντων προς τη Γερμανία ανήλθαν το 2009 σε 26,7 εκ. €, σημειώνοντας άνοδο κατά 22% έναντι του προηγούμενου έτους (21,8 εκ. € το 2008 και 18,4 εκ. € το 2007).

Ελληνικές εξαγωγές ζαχαρωδών προς Γερμανία		2009		2008		2007	
Δασμολογική κατηγορία	Περιγραφή	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)
19.05	Προϊόντα αρτοποιίας, μπισκοτοποιίας, ή ζαχαροπλαστικής	18.359.074	8.141.031	18.791.714	7.261.200	15.881.400	7.355.009
17.04	Ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο	8.192.136	1.710.229	2.732.105	668.017	2.323.552	653.590
18.	Κακάο και παρασκευάσματα αυτού	149.097	29.674	283.830	74.721	241.770	101.877
	Σύνολο	26.700.307	9.880.934	21.807.649	8.003.938	18.446.722	8.110.476

Το μεγαλύτερο μέρος των ελληνικών εξαγωγών αφορά προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής και μπισκοτοποιίας (δασμολογική κατηγορία 19.05), η αξία των οποίων ανήλθε το 2009 σε 18,4 εκ. € (έναντι 18,8 εκ. € το 2008).

Το κυριότερο εξαγόμενο προϊόν στη κατηγορία αυτή είναι οι φρυγανιές και το φρυγανισμένο ψωμί (19.05.40). Το 2008 το ύψος των εξαγωγών στην κατηγορία αυτή μειώθηκε στα 5 εκ. € έναντι 5,9 εκ. € το 2008.

Στην κατηγορία των ζαχαρωδών προϊόντων χωρίς κακάο, (τσίχλες, καραμέλες, κτλ - δασμολογική κλάση 17.04) οι εξαγωγές μας σχεδόν τριπλασιάστηκαν το 2009, φτάνοντας τα 8,2 εκ. € (έναντι 2,7 εκ. € το 2008 και 2,3 εκ. € το 2007).

Στην κατηγορία «κακάο και παρασκευάσματα αυτού» (δασμολογική κλάση 18) το επίπεδο των εξαγωγών μας είναι πολύ χαμηλό και το 2009 περιορίστηκε στις 150 χιλ. € (έναντι 283 χιλ. € το 2008).

Ελληνικές εξαγωγές
προς Γερμανία

	2009		2008		2007	
	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)
19.05						
19.05.90.60	10.046.912	4.027.138	9.568.079	3.675.572	6.028.454	2.431.249
19.05.40.90	5.040.062	2.482.453	5.921.762	2.168.248	6.741.185	3.393.907
19.05.90.90	1.312.233	895.946	1.228.333	890.532	1.007.995	787.178
19.05.90.20	829.131	208.621	914.824	231.328	880.448	238.701
19.05.31.19	310.232	102.089	280.314	73.670	300.982	77.841
19.05.32.99	289.183	58.827	380.555	73.876	213.752	114.856
19.05.90.45	282.474	60.139	99.390	23.730	230.329	42.242

Πηγή: ΕΣΥΕ, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελντορφ

3. Εξαγωγές Γερμανίας

Οι εξαγωγές της Γερμανίας σημείωσαν το 2009, πτώση κατά 2,7% σε όγκο και κατά 0,7% σε αξία. Έτσι η αξία των εξαγωγών έφθασε τα 4,68 δις €.

Εξαγωγές ζαχαρωδών Όγκος (σε 1000 τόνους)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής 08/09 (%)
Σοκολάτες	418,4	415,5	-0,7
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	237,5	256,3	7,9
Άλλα προϊόντα με κακάο	81,8	76,8	-6,1
Ζαχαρωτά	185,7	177,9	-4,2
Αρτοσκευάσματα	314,6	282,5	-10,2
Snacks	153,8	131	-14,8
Παγωτό	138,7	151,3	9,1
Πρώτες ύλες (rohmassen)	16,1	13,8	-14,3
Σύνολο	1546,9	1505,1	-2,7

Αξία (σε εκ. ευρώ)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής 08/09 (%)
Σοκολάτες	1848,8	1843,3	-0,3
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	508,9	595,4	17
Άλλα προϊόντα με κακάο	148,7	150,9	1,5
Ζαχαρωτά	524,5	499,3	-4,8
Αρτοσκευάσματα	907,0	801,8	-11,6
Snacks	431,5	411,2	-4,7
Παγωτό	318,5	358	12,4
Πρώτες ύλες (rohmassen)	28,5	23,6	-17,2
Σύνολο	4716,5	4683,5	-0,7

Κατά το διάστημα Ιαν.- Σεπτ. 2010, οι εξαγωγές ζαχαρωδών της Γερμανίας έχουν σημειώσει ανάκαμψη (+12,2% σε όρους ποσότητας, +14,7% σε όρους αξίας, έναντι του διαστήματος Ιαν.-Σεπτ. 2009).

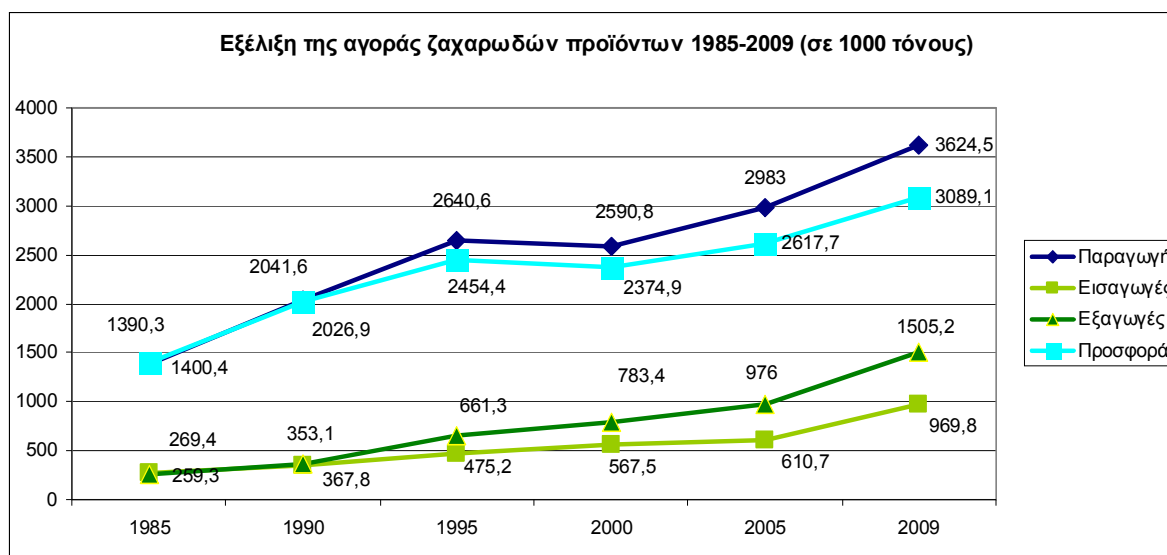
Οι κυριότερες χώρες προορισμού των εξαγωγών της Γερμανίας είναι η Γαλλία, η Αυστρία και το ΗΒ.

Οι εισαγωγές ζαχαρωδών καλύπτουν μικρό τμήμα της προσφοράς, καθώς αυτή καλύπτεται στο μεγαλύτερο βαθμό από την εγχώρια παραγωγή. Το 2009 η παραγωγή μειώθηκε κατά 0,8% σε όγκο έναντι του προηγούμενου έτους.

Παραγωγή ζαχαρωδών Όγκος (σε 1000 τόνους)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής 08/09 (%)
Σοκολάτες	986,4	979,5	-0,7
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	467,3	462,2	-1,1
Άλλα προϊόντα με κακάο	238,6	235	-1,5
Ζαχαρωτά	520,9	510	-2,1
Αρτοσκευάσματα	770,2	754	-2,1
Snacks	245,4	252,5	2,9
Παγωτό	367,4	372,2	1,3
Πρώτες ύλες (rohmassen)	57,7	59,1	2,4
Σύνολο	3546,5	3624,5	2,2

Αξία (σε εκ. ευρώ)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής 08/09 (%)
Σοκολάτες	4875,5	4797,5	-1,6
κακάο και ημέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	952,5	878,2	-7,8
Άλλα προϊόντα με κακάο	505,7	496,1	-1,9
Ζαχαρωτά	1706,3	1655,1	-3
Αρτοσκευάσματα	2349,3	2309,4	-1,7
Snacks	645,3	716,9	11,1
Παγωτό	1094,8	1133,1	3,5
Πρώτες ύλες (rohmassen)	158,7	153,3	-3,4
Σύνολο	11539,5	12139,6	5,2

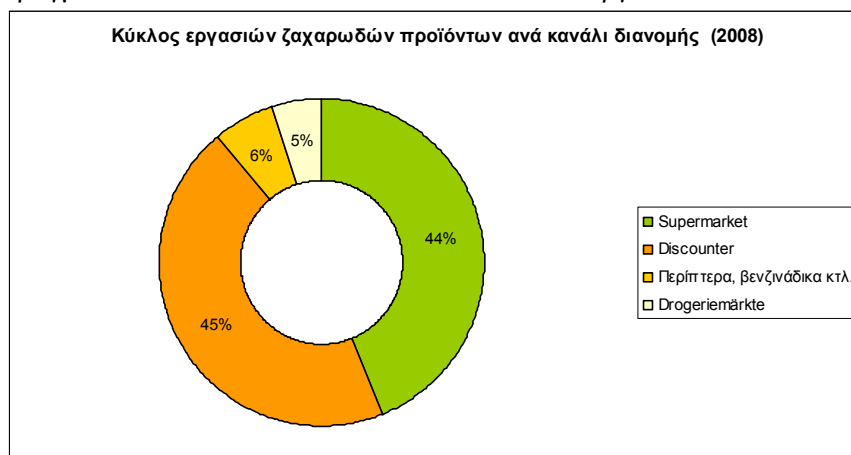
Η εξέλιξη της αγοράς ζαχαρωδών προϊόντων της Γερμανίας, βάσει των στοιχείων του συνδέσμου BDSI, τα τελευταία 25 χρόνια υπήρξε ανοδική: η παραγωγή υπερδιπλασιάστηκε (αύξηση κατά 161% από το 1985 στο 2009), όπως επίσης και οι εισαγωγές (256% αύξηση), ενώ οι εξαγωγές σχεδόν εξαπλασιάστηκαν (480% αύξηση).



Πηγή: BDSI

II. Διανομή – Πωλήσεις

Το κυριότερο κανάλι διανομής των ζαχαρωδών προϊόντων είναι, με βάση τα στοιχεία της AC Nielsen, τα discounters (45% του κύκλου εργασιών), ενώ τα supermarket και οι υπεραγορές πραγματοποιούν το 44% του συνολικού κύκλου εργασιών.



Πηγή: AC Nielsen

Το 2009, οι πωλήσεις ζαχαρωδών προϊόντων σημείωσαν αύξηση κατά 0,6% σε όρους αξίας έναντι του 2008.

Κύκλος εργασιών (σε εκ. €)	2008	2009	Ποσοστό μεταβολής %
Σοκολάτες	4435,3	4377,2	-1,3
Ζαχαρωτά	2358,2	2379,1	0,9
Αλμυρά snacks	1597,7	1708,9	7,0
Αρτοσκευάσματα	1264,3	1250,5	-1,1
Σύνολο ζαχαρωδών προϊόντων	9655,5	9715,7	0,6

Τα στοιχεία αφορούν το χρονικό διάστημα ως την 48η εβδομάδα.

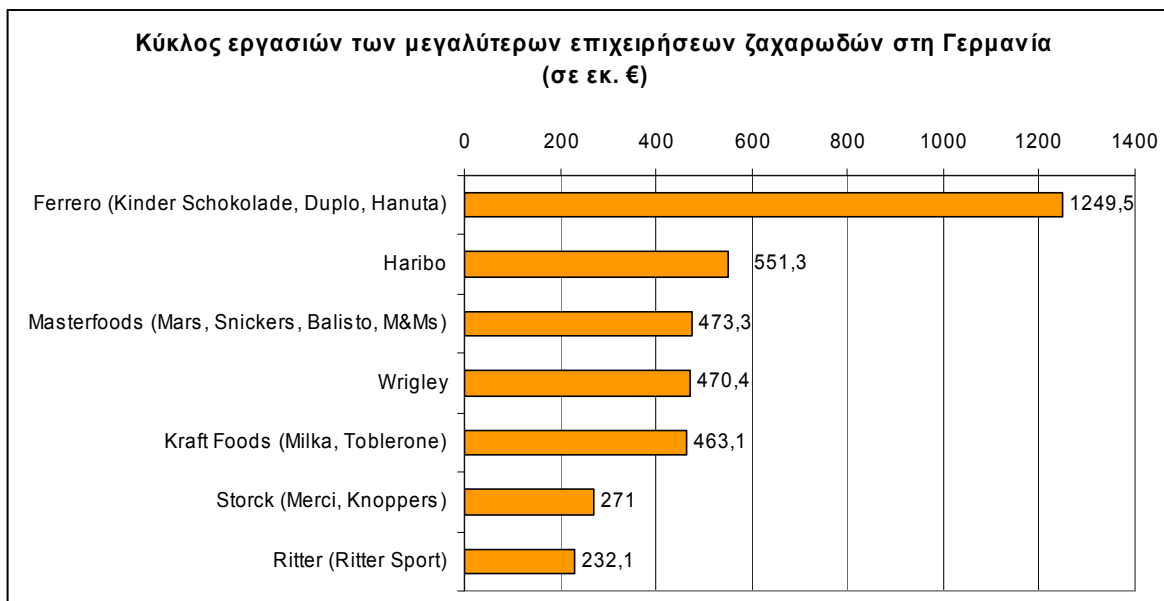
Πηγή: AC Nielsen

Για τους πρώτους 10 μήνες του 2010 (Ιαν. – Οκτ. 2010), με βάση τα στοιχεία του BDSI και της AC Nielsen, εκτιμάται ότι ο κύκλος εργασιών στην αγορά ζαχαρωδών μειώθηκε κατά 0,9% και οι πωλήσεις σε όρους ποσότητας ελαττώθηκαν κατά 0,5%. Εξαιρέση αποτελεί η κατηγορία των αλμυρών σνακς, για τα οποία καταγράφεται αύξηση κατά 2,4% των πωλήσεων και 3,1% του κύκλου εργασιών.

Η αγορά των ζαχαρωδών προϊόντων κυριαρχείται από μεγάλες μάρκες (ιδίως σε ότι αφορά τις σοκολάτες), και η παρουσία των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι λιγότερο έντονη σε αυτή την κατηγορία τροφίμων σε σύγκριση με άλλες (όπως π.χ. τα γαλακτοκομικά).

Με βάση τα στοιχεία της IRI Information Resources, το 2009 σημειώθηκε πτώση τόσο των πωλήσεων όσο και του κύκλου εργασιών για ζαχαρώδη προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, σε αντίθεση με ότι συνέβη για τα προϊόντα -μάρκες. Συγκεκριμένα, οι πωλήσεις των ζαχαρωδών ιδιωτικής ετικέτας μειώθηκαν κατά -4,2%, ενώ των επώνυμων ζαχαρωδών μόλις κατά -0,7%, ενώ ο κύκλος εργασιών για τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας μειώθηκε κατά -1,1%, για τα προϊόντα -μάρκες όμως αυξήθηκε κατά 2,2%.

Δεδομένης της κυριαρχίας ορισμένων γερμανικών παραδοσιακών επιχειρήσεων οικογενειακής ιδιοκτησίας σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς (π.χ. ζαχαρώδη της Haribo, σοκολάτες Ritter, αρτοσκευάσματα Bahlsen), η γερμανική αγορά έχει παραμείνει εκτός του διεθνούς κύματος εξαγορών και συγχωνεύσεων των τελευταίων ετών. Αφενός, οι εταιρείες αυτές είναι σχετικά μικρές, για να αποτελούν στόχο εξαγοράς των ομίλων όπως η Mars, αφετέρου, οι εταιρείες αυτές δεν διατίθενται προς πώληση, καθώς έχουν καλή πορεία στην εγχώρια αγορά και αξιόλογες εξαγωγικές επιδόσεις.

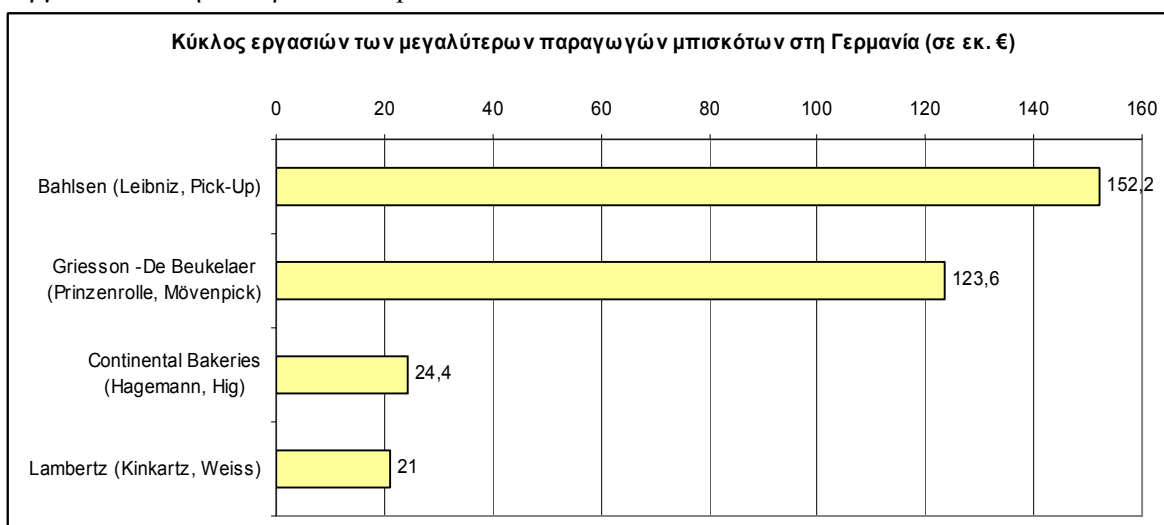


Πηγή: AC Nielsen, FTD. Τα στοιχεία αφορούν το διάστημα Ιαν.-Νοε.2007

Στην κατηγορία των μπισκότων, οι σημαντικότερες εταιρείες είναι η Bahlsen (με τις μάρκες Bahlsen και Leibniz), η Griesson –De Beukelaer (η οποία εξακολουθεί να πραγματοποιεί περίπου το 1/3 του κύκλου εργασιών της με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, αλλά με την απόκτηση της Teknum και της άδειας για τα προϊόντα Mövenpick το 2006 έχει στραφεί προς προϊόντα με υψηλότερα περιθώρια κέρδους) και η Lambertz.

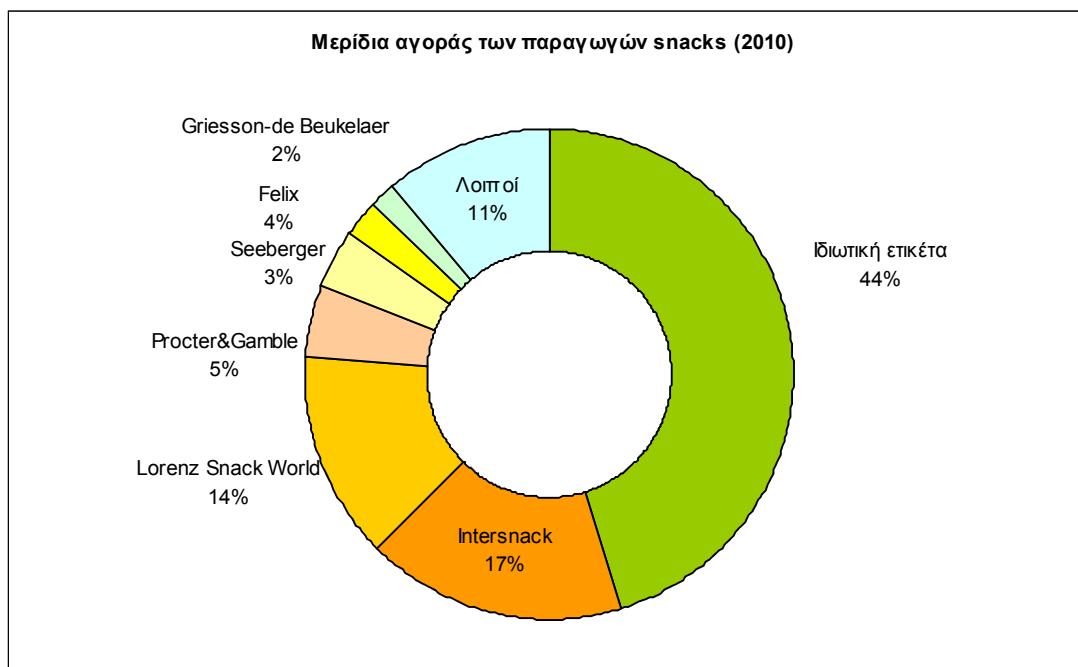
Και οι τρεις αυτές εταιρείες παράγουν και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία κατέχουν σημαντικό μερίδιο αγοράς (ένα στα δύο πωλούμενα πακέτα μπισκότων είναι ιδιωτικής ετικέτας), αν και το 2009 εκτιμάται ότι εξαιτίας των προσφορών από πλευράς των μεγάλων εταιρειών, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, ιδίως των discounter supermarket Aldi και Penny έχασαν έδαφος.

Στο τέλος του 2009, ο ανταγωνισμός στην γερμανική αγορά μπισκότων εντάθηκε καθώς η εταιρεία Kraft Foods λανσάρισε μπισκότα που φέρουν την επωνυμία Milka, όπως και οι γνωστές σοκολάτες της εταιρείας. Η μάρκα μπισκότων Oreo, η οποία ανήκει στην Kraft, διανέμεται στη Γερμανία από την εταιρεία Genuport.



Πηγή: AC Nielsen, FTD. Τα στοιχεία αφορούν το διάστημα CW48 2006-CW 2007 χωρίς το Aldi

Στην κατηγορία των αλμυρών snacks (chips, tortillas, αλμυρά μπισκότα κτλ.), το μερίδιο αγοράς των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας έφτασε το α' εξάμηνο 2010 το 44 % (σε όρους αξίας) έναντι 43,2% το 2008, 42,2% το 2007 και 40,4% το 2006. Έτσι, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο στην κατηγορία αυτή, τόσο σε όρους αξίας, όσο και σε όρους ποσότητας (60%), ενώ σημαντικά μερίδια αγοράς έχουν και οι μάρκες Intersnack (17%), Lorenz Snack World (14%), Procter & Gamble (5,2%), Felix (4%) και Seeberger (3%).



Πηγή: AC Nielsen, LZ

Αντιγόνη Μαριόλη
Γραμματέας ΟΕΥ Β'