



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΝΤΥΣΣΕΛΝΤΟΡΦ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Ντύσσελντορφ, 11 Ιανουαρίου 2008

Η αγορά ζαχαρωδών προϊόντων της Γερμανίας

I. Βασικά μεγέθη της αγοράς

Η κατά κεφαλήν κατανάλωση ζαχαρωδών προϊόντων αυξήθηκε το 2006 κατά 4,2% έναντι του προηγούμενου έτους, φτάνοντας τα 32,7 κιλά. Η μεγαλύτερη άνοδος σημειώθηκε στην κατανάλωση παγωτού (9,3 %) και αρτοσκευασμάτων (8,2%).

Η κατά κεφαλήν δαπάνη για ζαχαρώδη προϊόντα μειώθηκε το 2006 (κατά 2,6% έναντι του 2005) στα 110,42 ευρώ. Η μοναδική επιμέρους κατηγορία στην οποία υπήρξε άνοδος είναι το παγωτό (κατά 12,1%).

Κατά κεφαλήν κατανάλωση ζαχαρωδών προϊόντων	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Όγκος (σε κιλά)			
Σοκολάτες	8.79	9.31	5.9
Άλλα προϊόντα με κακάο	2.07	2	-3.4
Ζαχαρωτά	6.27	6.16	-1.8
Αρτοσκευάσματα	7.35	7.95	8.2
Snacks	3.13	3.18	1.6
Παγωτό	3.75	4.1	9.3
Σύνολο	31.38	32.7	4.2
Αξία (σε ευρώ)	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Σοκολάτες	46.72	44.85	-4
Άλλα προϊόντα με κακάο	5.26	4.7	-10.6
Ζαχαρωτά	20.95	20.45	-2.4
Αρτοσκευάσματα	22.37	21.56	-3.6
Snacks	7.84	7.48	-4.6
Παγωτό	10.15	11.38	12.1
Σύνολο	113.37	110.42	-2.6

Πηγή: BDSI, 2007

Οι εισαγωγές της Γερμανίας μειώθηκαν στις περισσότερες κατηγορίες ζαχαρωδών προϊόντων, σημειώνοντας συνολικά πτώση κατά 3% σε όγκο και κατά 3,8% σε αξία.

Εισαγωγές ζαχαρωδών	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Όγκος (σε 1000 τόνους)			
Σοκολάτες	187.8	188.9	0.6
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	264.3	255.8	-3.2
Άλλα προϊόντα με κακάο	11.2	9	-19.7
Ζαχαρωτά	129.3	123.7	-4.3
Αρτοσκευάσματα	188.4	179.4	-4.8
Snacks	79.2	82.3	3.9
Παγωτό	64.8	58.3	-10
Πρώτες ύλες (rohmassen)	12.0	11.6	-3.5
Σύνολο	937.1	909	-3
Αξία (σε εκ. ευρώ)	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Σοκολάτες	685.9	692.1	0.9
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	596.0	556.1	-6.7
Άλλα προϊόντα με κακάο	29.4	25.4	-13.7
Ζαχαρωτά	364.5	355.8	-2.4
Αρτοσκευάσματα	454.7	431.1	-5.2
Snacks	216.0	204.1	-5.5
Παγωτό	149.8	137.5	-8.2
Πρώτες ύλες (rohmassen)	21.5	19.9	-7.5
Σύνολο	2517.7	2422	-3.8

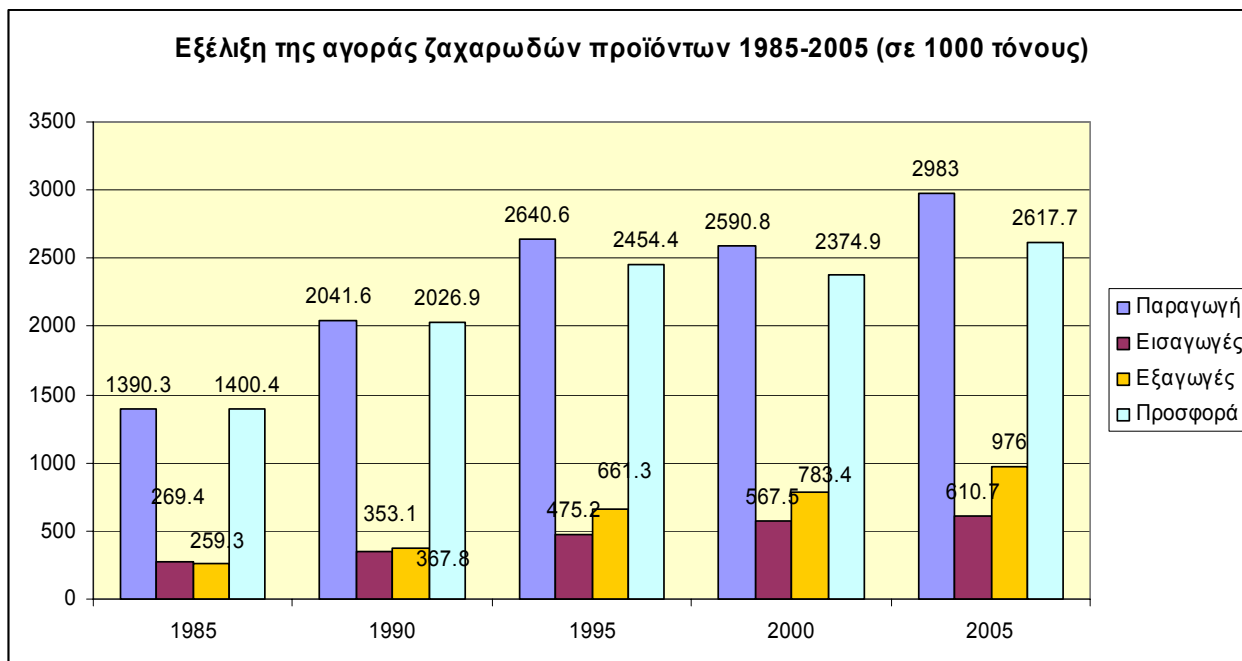
Αντιθέτως οι εξαγωγές της Γερμανίας σημείωσαν άνοδο, κατά 1,1% σε όγκο και κατά 2.3% σε αξία. Έτσι η αξία των εξαγωγών έφτασε τα 3,52 δις ευρώ, έχοντας σημειώσει συνολική άνοδο 64% από το 1999 και μετά.

Εξαγωγές ζαχαρωδών	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Όγκος (σε 1000 τόνους)			
Σοκολάτες	322.3	346.5	7.5
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	192.2	220.4	14.7
Άλλα προϊόντα με κακάο	56.5	65.1	15.2
Ζαχαρωτά	157.3	163.1	3.7
Αρτοσκευάσματα	278.9	244.3	-12.4
Snacks	104.7	121.4	16
Παγωτό	122.5	85.9	-29.9
Πρώτες ύλες (rohmassen)	11.3	13.3	17.9
Σύνολο	1246.3	1260	1.1
Αξία (σε εκ. ευρώ)	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Σοκολάτες	1250.8	1365.9	9.2
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	326.5	370.2	13.4
Άλλα προϊόντα με κακάο	103.7	110.2	6.3
Ζαχαρωτά	404.4	425	5.1
Αρτοσκευάσματα	771.7	689.1	-10.7
Snacks	286.4	326.8	14.1
Παγωτό	268.8	199.7	-25.7
Πρώτες ύλες (rohmassen)	26.5	29.6	11.8
Σύνολο	3437.4	3516.5	2.3

Οι εισαγωγές ζαχαρωδών καλύπτουν μικρό τμήμα της προσφοράς, η οποία καλύπτεται στο μεγαλύτερο βαθμό από την εγχώρια παραγωγή. Το 2006 η παραγωγή αυξήθηκε κατά 5% σε όγκο έναντι του προηγούμενου έτους.

Παραγωγή ζαχαρωδών	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Όγκος (σε 1000 τόνους)			
Σοκολάτες	860.4	924.9	7.5
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	360.4	424.2	17.7
Άλλα προϊόντα με κακάο	216.2	220.7	2.1
Ζαχαρωτά	545.5	546.6	0.2
Αρτοσκευάσματα	710.2	731.5	3
Snacks	284.2	301	5.9
Παγωτό	367.4	365.2	-0.6
Πρώτες ύλες (rohmassen)	53.3	54	1.3
Σύνολο	3398.2	3568.1	5
Αξία (σε εκ. ευρώ)	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Σοκολάτες	4418.3	4369.7	-1.1
κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	697.4	756	8.4
Άλλα προϊόντα με κακάο	508.6	472	-7.2
Ζαχαρωτά	1768.6	1754.5	-0.8
Αρτοσκευάσματα	2178.2	2049.7	-5.9
Snacks	717.2	738.7	3
Παγωτό	955.8	999.8	4.6
Πρώτες ύλες (rohmassen)	193.7	188.5	-2.7
Σύνολο	11443.3	11328.9	-1

Η εξέλιξη της αγοράς ζαχαρωδών προϊόντων της Γερμανίας, βάσει των στοιχείων του συνδέσμου BDSI, τα τελευταία 20 χρόνια υπήρξε ανοδική: η παραγωγή υπερδιπλασιάστηκε (αύξηση κατά 115% από το 1985 στο 2005), όπως επίσης και οι εισαγωγές (126% αύξηση), ενώ οι εξαγωγές σχεδόν τετραπλασιάστηκαν (276,4% αύξηση).



II. Τάσεις της αγοράς

Με βάση τα στοιχεία της AC Nielsen, τους πρώτους πέντε μήνες του 2007 σημειώθηκε σημαντική αύξηση των πωλήσεων τσίγλας και καραμελών (Kaugummi, Kaubonbons κατά 11,1% και 24,7% αντίστοιχα).

Σημαντική αύξηση σημειώθηκε επίσης στα αρτοσκευάσματα από ρύζι (κατά 24%), η οποία εντάσσεται στο γενικότερο ρεύμα αύξησης της κατανάλωσης προϊόντων υγιεινών, με λίγα λιπαρά και λίγη ζάχαρη. Η τάση αυτή ενισχύεται και από σχετικές πρωτοβουλίες της γερμανικής κυβέρνησης, όπως για παράδειγμα η καμπάνια για την καταπολέμηση της παιδικής παχυσαρκίας.

Γενικά, η αγορά των αλμυρών αρτοσκευασμάτων (στην οποία εντάσσονται και τα αρτοσκευάσματα από ρύζι) εκτιμάται ότι έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης, καθώς η κατά κεφαλήν κατανάλωση τέτοιων προϊόντων είναι ακόμα χαμηλή στη Γερμανία (3,4 κιλά ανά έτος) σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Αυξητική είναι η τάση και σε ότι αφορά τα βιολογικά αρτοσκευάσματα. Ο κύκλος εργασιών των προϊόντων αυτών διπλασιάστηκε το 2006, με κυριότερα σημεία πώλησης τα καταστήματα πώλησης καλλυντικών κτλ (Drogeriemarkt) και τα discounters.

Αξιοσημείωτη είναι η τάση των μεγαλύτερων παραγωγών σοκολάτας και άλλων ζαχαρωδών προϊόντων να δημιουργούν ειδικές εποχικές σειρές προϊόντων: για το καλοκαίρι τα προϊόντα είναι πιο ελαφριά, με κομμάτια φρούτων κτλ.

III. Διανομή

Σύμφωνα με τα στοιχεία της AC Nielsen, κυριότερο σημείο πώλησης των ζαχαρωδών προϊόντων είναι τα discounters. Το 2006 τα discounters πραγματοποίησαν το 25% του κύκλου εργασιών ζαχαρωδών προϊόντων, ενισχύοντας τη θέση τους έναντι των supermarket που πραγματοποίησαν το 7 % του κύκλου εργασιών.

Κύκλος εργασιών σε εκ ευρώ*	2005	2006	Ποσοστό μεταβολής %
Aldi	1738.4	1785.3	2.70
Impuls	582.2	546.5	-6.13
Καταστήματα πώλησης καλλυντικών κτλ. (Drogeriemarkt)	421.8	446.6	5.88
Πολυκαταστήματα	869.2	829.8	-4.53
Υπεραγορές	1870.8	1889.6	1.00
Discounters	1983.5	2130.7	7.42
Supermarket	629	625.9	-0.49
Λοιπά καταστήματα	528.7	502.4	-4.97
Σύνολο	8623.6	8756.8	1.54

* μέχρι την 48η εβδομάδα
Πηγή: AC Nielsen, Lebensmittel Zeitung

