



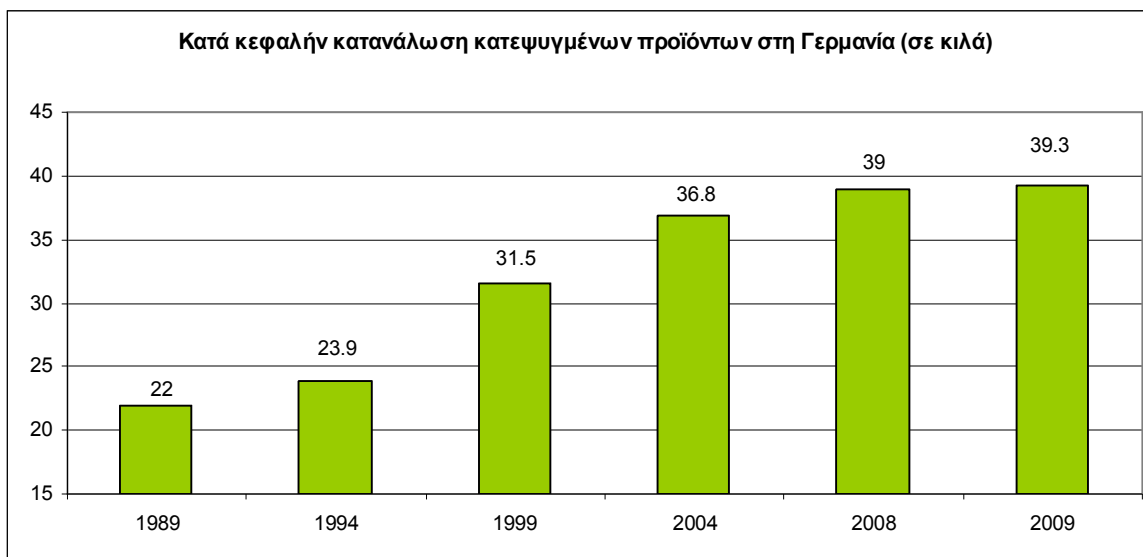
**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΝΤΥΣΣΕΛΝΤΟΡΦ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

Ντύσσελντορφ, 21 Ιουλίου 2010

Η αγορά κατεψυγμένων της Γερμανίας

I. Βασικά μεγέθη της αγοράς

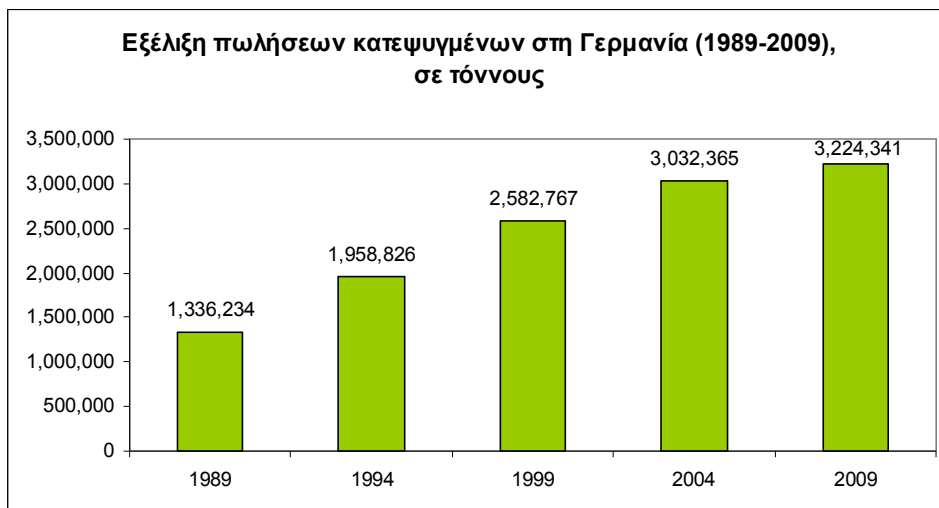
Η κατά κεφαλήν κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων στη Γερμανία ακολουθεί συνεχή ανοδική πορεία, έχοντας σχεδόν διπλασιαστεί στο διάστημα της τελευταίας εικοσαετίας: από τα 22 κιλά το 1989 έφτασε τα 39,3 κιλά το 2009 (αύξηση κατά 79%).



Πηγή: Deutsches Tiefkühlinstitut

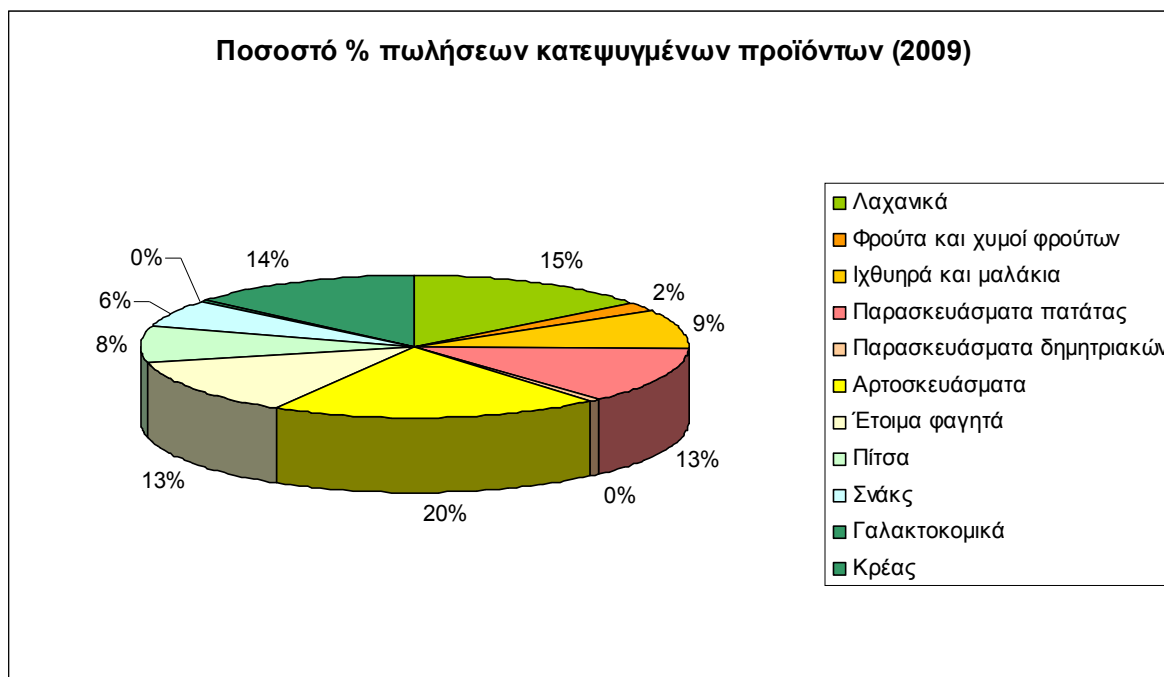
Έτσι, ο όγκος των πωλήσεων έφτασε το 2009 τους 3,224 εκ. τόννους, αυξανόμενος κατά 0,7% περίπου έναντι του προηγούμενου έτους. Συνολικά στο διάστημα της εικοσαετίας 1989-2009 ο όγκος των πωλήσεων αυξήθηκε κατά 141% (από τα 1,337 εκ. τόννους στα 3,224 εκ. τόννους).

Ο κύκλος εργασιών των κατεψυγμένων προϊόντων έφτασε το 2009 τα 11,3 δις €, αυξανόμενος εκ νέου κατά 1% έναντι του προηγούμενου έτους.



Πηγή: Deutsches Tiefkühlinstitut

Ανά κατηγορία προϊόντων, ο μεγαλύτερος όγκος των πωλήσεων αφορούσε αρτοσκευάσματα (20%), ενώ ακολουθούν τα λαχανικά (15%), τα παρασκευάσματα πατάτας (13%) και τα έτοιμα φαγητά (13%).



Πηγή: Deutsches Tiefkühlinstitut

Σημειώνεται ότι για τα λαχανικά, ο μεγαλύτερος όγκος πωλήσεων αφορά τα ωμά. Το 2009 οι πωλήσεις τους έφτασαν τους 311 χιλιάδες τόννους (+1,3%), ενώ οι πωλήσεις των ημιέτοιμων λαχανικών σημείωσαν εκ νέου πτώση, κατά 2,4%, περιοριζόμενες στους 155 χιλιάδες τόννους. Η κατά κεφαλήν κατανάλωση κατεψυγμένων λαχανικών ανήλθε έτσι το 2009 σε 5,7 κιλά (έναντι μόλις 4 κιλών το 1992).

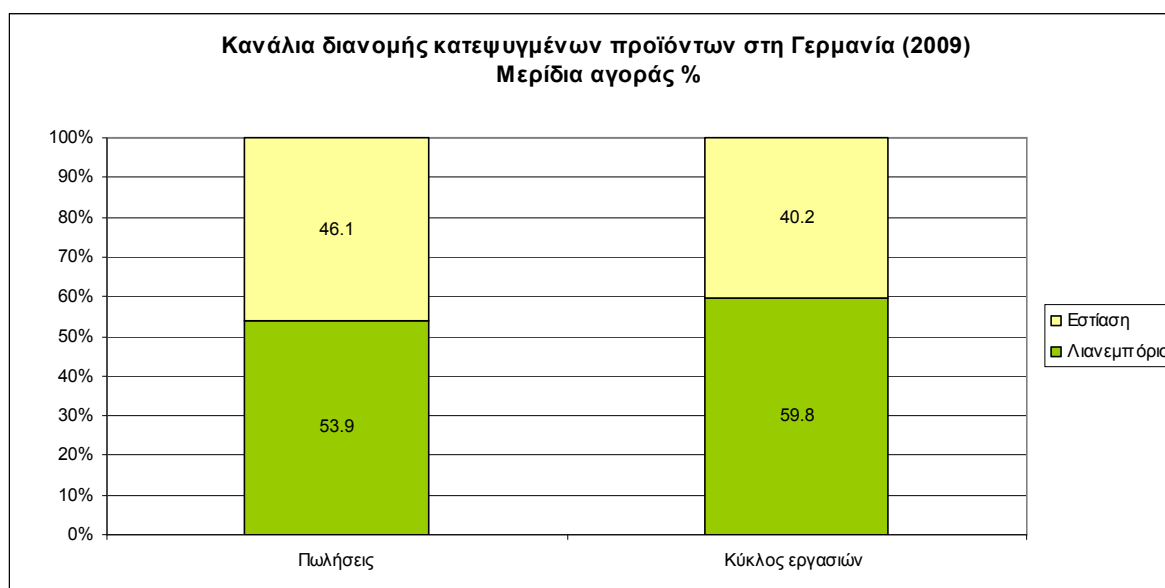
II. Διανομή

Ο κύκλος εργασιών των κατεψυγμένων προϊόντων έφτασε το 2009 τα 11,3 δις €, αυξανόμενος εκ νέου κατά 1% έναντι του προηγούμενου έτους. Το μεγαλύτερο τμήμα του κύκλου πραγματοποιείται στο λιανεμπόριο (59,8%), ενώ η αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα για την εστίαση (+0,6%) και για το λιανεμπόριο (+0,7%).

Κύκλος εργασιών (σε δις €)	2007	2008	2009	Μεταβολή 08/09 (%)	Μερίδιο αγοράς 2009 (%)
Λιανεμπόριο	6,25	6.661	6.738	1.2	59.8
Εστίαση	4,25	4.5	4.538	0.8	40.2
Σύνολο	10,5	11.161	11.276	1.0	100.0

Πηγή: Deutsches Tiefkühlinstitut

Οι πωλήσεις κατεψυγμένων προϊόντων έφτασαν το 2009 τους 3.224 χιλ. τόννους, από τους οποίους οι 1.737 χιλ. τόνοι στο λιανεμπόριο και οι 1.487 χιλ. τόννους στην εστίαση. Έτσι, το μερίδιο αγοράς του λιανεμπορίου είναι 59,8% σε όρους αξίας και 53,9% σε όρους ποσότητας.



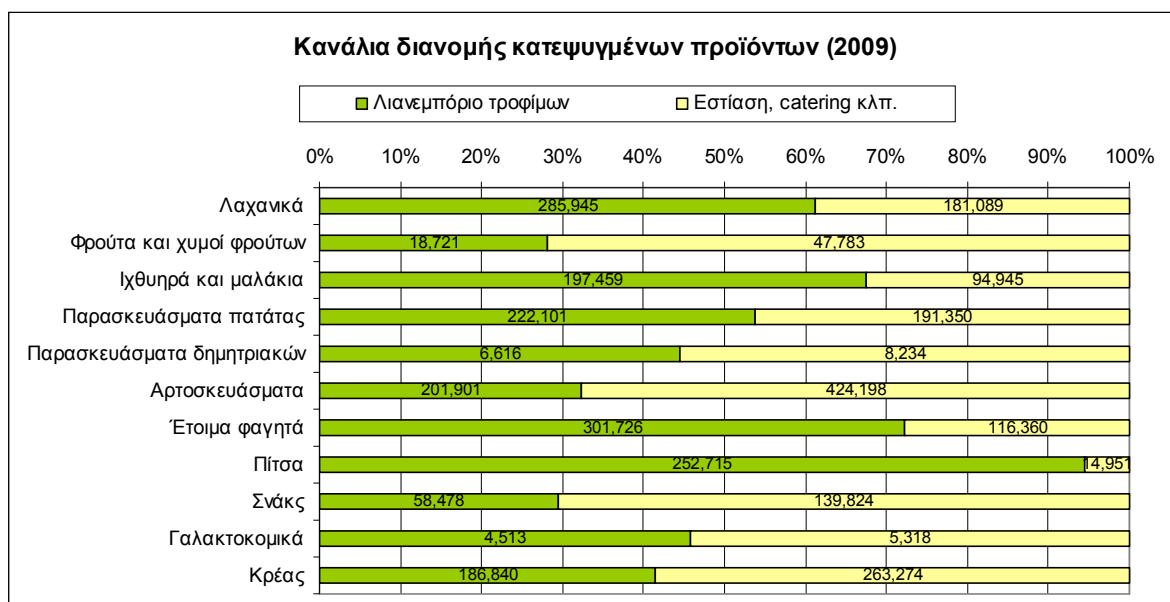
Πηγή: Deutsches Tiefkühlinstitut

Το λιανεμπόριο είναι το σημαντικότερο κανάλι διανομής για την πίτσα, τα έτοιμα φαγητά, τα ημιέτοιμα λαχανικά και τα ιχθυηρά. Αντιθέτως ο μεγαλύτερος όγκος πωλήσεων κατεψυγμένων αρτοποιημάτων και σνακς πραγματοποιείται στην εστίαση.

Πωλήσεις σε τόννους	Λιανεμπόριο τροφίμων		Μεταβολή 2008/2009 (%)	Εστίαση, catering κλπ.		Μεταβολή 2008/2009 (%)
	2008	2009		2008	2009	
Λαχανικά ωμά	146,978	149,652	1.8	160,438	161,784	0.8
Ημιέτοιμα λαχανικά	140,276	136,293	-2.8	19,130	19,305	0.9
Λαχανικά	287,254	285,945	-0.5	179,568	181,089	0.8
Φρούτα και χυμοί φρούτων	18,023	18,721	3.9	49,185	47,783	-2.9
Ιχθυηρά και μαλάκια	198,641	197,459	-0.6	96,598	94,945	-1.7
Παρασκευάσματα πατάτας	220,837	222,101	0.6	200,054	191,350	-4.4
Παρασκευάσματα	6,238	6,616	6.1	8,414	8,234	-2.1

δημητριακών							
Αρτοσκευάσματα	198,877	201,901	1.5	407,461	424,198		4.1
Έτοιμα φαγητά	294,567	301,726	2.4	115,846	116,360		0.4
Πίτσα	245,832	252,715	2.8	14,803	14,951		1.0
Σνάκς	57,658	58,478	1.4	136,607	139,824		2.4
Γαλακτοκομικά	5,099	4,513	-11.5	5,213	5,318		2.0
Κρέας	191,613	186,840	-2.5	264,147	263,274		-0.3
Σύνολο	1,724,639	1,737,015	0.7	1,477,896	1,487,326		0.6

Πηγή: Deutsches Tiefkühlinstitut



Πηγή: Deutsches Tiefkühlinstitut

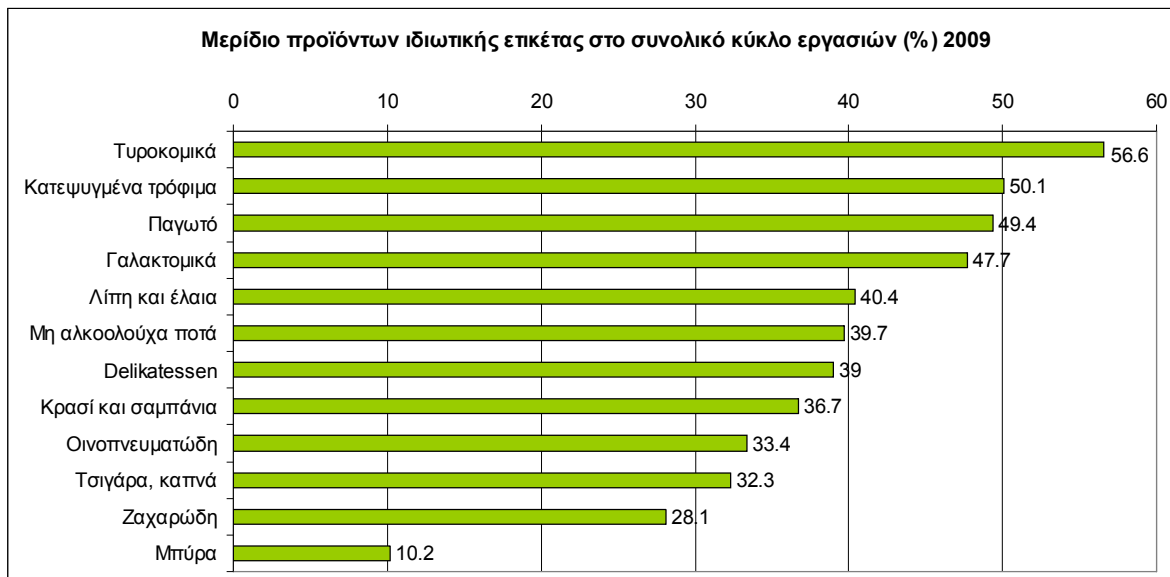
Στο χρονικό διάστημα 1999-2009 η αύξηση του όγκου πωλήσεων στο λιανεμπόριο ήταν 30,5%. Οι πωλήσεις των έτοιμων φαγητών (+64,5%) και της πίτσας (+87%) σημείωσαν τη μεγαλύτερη αύξηση, ενώ μεγάλη αύξηση σημειώθηκε και στις πωλήσεις των ιχθυηρών (+53,1%).

Οι πωλήσεις στο χώρο της εστίασης σημείωσαν συνολικά μικρότερη αύξηση (κατά 13,5%) στο διάστημα 1999-2009. Οι κατηγορίες που κινήθηκαν ιδιαίτερα θετικά σε αυτό το κανάλι διανομής ήταν τα αρτοσκευάσματα (+52%), η πίτσα (+60%) και τα σνακς (+1025%), ενώ για τα έτοιμα φαγητά σημειώθηκε πτώση (-30%).

Περίπου το ήμισυ των πωλήσεων και του κύκλου εργασιών των κατεψυγμένων τροφίμων στο λιανεμπόριο πραγματοποιείται στα discounter supermarket (54% το 2008).

Η άνοδος των discounter αποτελεί τον κύριο λόγο που το μερίδιο αγοράς των εταιρειών παράδοσης κατεψυγμένων προϊόντων στο σπίτι έχει περιοριστεί σημαντικά, από το 30% το 2000 στο 23% το 2007. Κυρίαρχη στο τμήμα αυτό της αγοράς είναι η εταιρεία Bofrost, <http://www.bofrost.de/>, η οποία έχει μερίδιο αγοράς 70%, και εξυπηρετεί 2,7 εκ. πελάτες. Δεύτερη σημαντικότερη εταιρεία είναι η Eismann <http://www.eismann.com/>, η οποία εξυπηρετεί 2,5 εκ. πελάτες και στο πλαίσιο της διεθνοποίησής της, εξαγόρασε στο τέλος του 2007 την Family Frosta.

Το μερίδιο αγοράς των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας μειώθηκε το 2009 κατά μισή ποσοστιαία μονάδα, και περιορίστηκε στο 50,1% (δηλαδή στο επίπεδο του 2007). Έτσι, τα κατεψυγμένα τρόφιμα αποτελούν, μετά τα τυροκομικά, την κυριότερη κατηγορία τροφίμων στην οποία υπερισχύουν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.



Πηγή: AC Nielsen, LZ

Οι σημαντικότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στη γερμανική αγορά κατεψυγμένων είναι οι Dr. Oetker και Wagner (πίτσα και σνακ), McCain και Agrarfrost (παρασκευάσματα πατάτας), Iglo (παρασκευάσματα λαχανικών, ιχθυηρών, πουλερικών), Frenzel-Gruppe (παρασκευάσματα λαχανικών), Costa (ιχθυηρά), Frosta και Apretito (έτοιμα φαγητά), Tönnies Fleisch, Vosso και Vion Convenience (παρασκευάσματα κρέατος, σνακς).

Το Γερμανικό Ινστιτούτο για τα κατεψυγμένα προϊόντα (Deutsches Tiefkühlinstitut DTI) ξεκίνησε το Σεπτέμβριο του 2009 την καμπάνια „Frischer als frisch“ («πιο φρέσκο από το φρέσκο», <http://www.frischer-als-frisch.de/>) με κεντρικό μήνυμα τα πλεονεκτήματα των κατεψυγμένων στη διατήρηση της φρεσκάδας και της γεύσης των τροφίμων.

Αντιγόνη Μαριόλη
Γραμματέας ΟΕΥ Β΄