



Материал разработан
при финансовой поддержке
Европейского Союза

ЭКСПОРТ В ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ СУХОФРУКТЫ И ОРЕХИ



ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ
2018



Данный материал опубликован при поддержке **Европейского Союза**.

Содержание публикации является предметом ответственности **Hilfswerk International** и не отражает точку зрения **Европейского Союза**.

Материал разработан и размножен в рамках проекта **“CANDY-IV”** при финансовой поддержке четвёртой фазы программы **Европейского Союза “Центральная Азия Инвест”**.



Hilfswerk International – одна из ведущих австрийских некоммерческих организаций, занимающихся сотрудничеством в области развития и гуманитарной помощью. Все наши мероприятия разрабатываются с учётом принципа устойчивого развития и универсальных прав человека. Организация действует в Центральной Азии с 2001.

Данный проект является частью программы **Hilfswerk International** по интеграции стран **Центральной Азии** в глобальную экономику.

Данный проект является частью программы **Hilfswerk International** по интеграции стран **Центральной Азии** в глобальную экономику.

Об авторе:

Алексей Лавриненко за последние 20 лет выполнил более 300 проектов для бизнеса, международных и государственных организаций. Один из ведущих специалистов Кыргызстана по организационному развитию, повышению эффективности бизнеса, стратегиям, исследованиям рынков и маркетингу. Для отраслей переработки сельхозпродукции выполнялись проекты по заказам Ассоциации плодоовощных предприятий Кыргызстана, GIZ, USAID, Helvetas Central Asia, Hilfswerk International и нескольких предприятий.

Работал на руководящих должностях в «Финансовой компании «Сенти» и в компании The Center for Training & Consulting. С 2016 года – частный консультант.

Содержание

ПРЕАМБУЛА	4
РЫНКИ	5
СУШЕНЫЙ АБРИКОС: МИРОВОЙ РЫНОК	5
СУШЕНЫЙ АБРИКОС: РЫНОК ЕС	6
ЧЕРНОСЛИВ: МИРОВОЙ РЫНОК	7
ЧЕРНОСЛИВ: РЫНОК ЕС	8
ГРЕЦКИЕ ОРЕХИ: МИРОВОЙ РЫНОК	9
ГРЕЦКИЕ ОРЕХИ: РЫНОК ЕС	11
ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ	12
ТЕНДЕНЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ	14
ТРЕБОВАНИЯ	15
ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ	15
ТРЕБОВАНИЯ К МАРКИРОВКЕ	18
ТРЕБОВАНИЯ К УПАКОВКЕ	20
КОНКУРЕНЦИЯ	21
КАНАЛЫ ПРОДАЖ	24
ЦЕНЫ	27

Преамбула

Пищевые орехи и сухофрукты — это две разные группы продуктов, которые обычно торгуются одними и теми же компаниями в международной торговле. Причиной этого является их более длительный срок хранения по сравнению со свежими фруктами и овощами, а также аналогичные условия хранения и обработки.

Потребление съедобных орехов и сухофруктов демонстрирует рост в последние годы. Стимулом является стремление к здоровому образу жизни и потреблению натуральных продуктов.

Сухофрукты — это плоды, из которых удаляется большая часть первоначального содержания воды. Это делается либо естественным путем, путем сушки на солнце, либо с помощью специализированных сушилок или дегидраторов.

Сухофрукты главным образом используются как продукты для перекуса или в мюсли, хлопьях для завтрака, продуктах хлебобулочной и кондитерской промышленности, молочных продуктах и десертах. Сухофрукты являются хорошей альтернативой свежим фруктам и их потребление возрастает в осенне-зимний период.

ЕС является чистым импортером сухофруктов. Разница между импортом и экспортом является наименьшей для Франции и самой большой для Великобритании. Сухофрукты регулярно импортируются в такие страны, как Нидерланды или Германия, а оттуда реэкспортируются и распространяются в другие страны ЕС.

Орехи — это плоды, состоящие из твердой оболочки и семян, которые в основном съедобны. Однако, в общем контексте, разнообразные высушенные семена также называются орехами и семенами без твердой оболочки (например, кедровые орехи).

Грецкие орехи покупаются в зимнее время, как в скорлупе, так и шелушенными, максимальный спрос приходится на рождественские праздники. Постепенно растет доля потребителей, которые покупают грецкие орехи круглый год под влиянием осознания полезности грецких орехов для здоровья человека. Многочисленные медицинские исследования, постоянно открывающие все новые лечебные свойства грецких орехов, делают грецкие орехи популярными среди потребителей, ориентированных на здоровый образ жизни.

Грецкие орехи, как правило, употребляются в сыром виде, либо в их естественном состоянии, либо жареные, но они также добавляют ценность с точки зрения вкуса, текстуры, хрусткости и пищевого ингредиента в кондитерской, хлебобулочной индустрии и выпечке, а также вместе со злаками и салатами.

Рынки

Сушеный абрикос: мировой рынок

Prunus Armeniaca является наиболее часто выращиваемым сортом абрикоса, и, как следует из названия, считается, что берут свое начало в Армении, хотя некоторые думают, что она возникла в Маньчжурии, в то время как другие говорят, что она появилась в Индии. Сушеный абрикос получают из свежих абрикосов; существует два типа сушеных абрикосов:



- натурально сушеные абрикосы сушат непосредственно под солнечными лучами, они расцветку от светло- до темно-коричневого цвета. Не обрабатываются диоксидом серы.



- абрикосы с серой, которые обрабатываются диоксидом серы (SO₂) с тем, чтобы обеспечить более светлую окраску и более длительный срок хранения. Расцветка между светло-желтым и оранжевыми цветами.

Сушеный абрикос не содержит холестерина, богат витаминами (особенно витамином А и железом) и минералами, и полностью обезжиренный. Он является хорошим источником клетчатки, а также богат антиоксидантами.

Показатели концентрации рынка сушеного абрикоса выше, чем в случае со свежим абрикосом. На Турцию приходится 75,7% от мирового экспорта¹, затем за Турцией следуют Афганистан, Узбекистан, Таджикистан, ЮАР, Китай.

Таблица 1. Основные экспортеры сушеного абрикоса (код ТН ВЭД 081310)

Экспортеры	Объем экспорта, тыс. долл. США, 2016 г	Торговое сальдо, тыс. долл. США	Объем экспорта, тонн	Средне годовой рост стоимостного значения экспорта в период (2012-2016), в %	Средне годовой рост физического значения экспорта в период (2012-2016), в %	Годовой рост стоимостного значения экспорта в период (2015-2016), в %	Доля в мировом экспорте, в %
Мировой экспорт	381882	-22342	131995	-1	-9	-7	100
Турция	289106	284175	78858	-1	-10	-4	75.7
Афганистан ²	8760	8724	2584	29	28	-39	2,3
Узбекистан ³	8398	8376	6584	27	17	-18	2,2
Таджикистан ⁴	5521	5520	16758	-22	-14	-27	1,4
ЮАР	5438	4778	1029	-3	-3	2	1,4
Китай	4655	2969	1348	79	97	-32	1,2

По показателям экспорта сушеного абрикоса в физическом измерении Таджикистан занимает второе место в мире.

¹ TradeMap

² Зеркальные данные торговой статистики. Источник TradeMap.

³ Зеркальные данные торговой статистики. Источник TradeMap.

⁴ Зеркальные данные торговой статистики. Источник TradeMap.

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

При этом следует отметить, что импорт менее концентрирован. Так, например, доля импорта Евросоюза в мировом импорте составляет 46%. Если рассматривать основные «чистые» страны-импортеры сушеного абрикоса, то следует выделить США, Великобританию, Францию, Германию, Австралию, Бразилию, Россию, Казахстан, Канаду, Польшу, Нидерланды, Индию. Мировой импорт сушеного абрикоса можно условно разделить на Еврозону, США, СНГ и остальные.

Таблица 2. Анализ торгового баланса для 4 отобранных рынков сушеного абрикоса, тыс. долларов США⁵

Рынок	Показатель	2012	2013	2014	2015	2016
Евросоюз*	Импорт	164 882	175 255	219 734	188 514	185 841
	Экспорт	44 226	47 206	54 690	46 793	41 235
	Сальдо	-120 656	-128 049	-165 044	-141 721	-144 606
Китай	Импорт	916	879	870	1 539	1 686
	Экспорт	919	525	4 053	6 829	4 655
	Сальдо	3	-354	3 183	5 290	2 969
Афганистан**	Импорт	4	8	4	7	36
	Экспорт	2 851	11 567	12 475	14 532	8 760
	Сальдо	2 847	11 559	12 471	14 525	8 724
Монголия	Импорт	61	125	214**	87	72**
	Экспорт					
	Сальдо	-61	-125	-214**	-87	-72**

Примечание

* - агрегированные данные

** - зеркальные данные

На основе анализа торгового баланса 4 рынков (Таблица 2) можно сделать вывод о том, что наиболее предпочтительным рынком сушеного абрикоса является рынок Евросоюза.

Сушеный абрикос: рынок ЕС

Как было отмечено выше, крупнейшим игроком на рынке сушеного абрикоса является Турция. Имея соглашение о Таможенном союзе со странами Евросоюза, а также географическую близость, Турция покрывает около 80% импорта данного продукта в ЕС⁶. Наряду с рынком Евросоюза, Турция занимает лидирующие позиции в импорте США (96%), Австралии (82%), Бразилии (98%), стран СНГ (60%), Канаде (90%).

Некоторые факты о рынке сушеного абрикоса Евросоюза:

- Крупнейшими импортерами являются Великобритания, Германия и Франция и на эти три страны приходится почти четверть мирового импорта.

- Самые высокие темпы роста импорта за период 2012-2016 годы в денежном измерении демонстрируют такие страны, как Румыния (18%), Италия (16%), Португалия (16%), Нидерланды (15%), Венгрия (13%), Бельгия (12%), Австрия (12%), Испания (10%) и Эстония (10%). А самые высокие темпы роста импорта в физическом измерении показывают Румыния (27%), Болгария (16%), Испания (15%), Греция (12%), Великобритания (11%) и Словакия (10%). В вышеприведенных странах⁷ ожидается увеличение импорта.

Таблица 3. Показатели импорта стран Евросоюза по сушеному абрикосу (код ТН ВЭД 081310)⁸

⁵ На основе расчетов TradeMap.

⁶ На основе расчетов TradeMap.

⁷ На основе расчетов TradeMap.

⁸ TradeMap

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

Импортеры	Объем импорта, тыс. долл. США	Торговое сальдо, тыс. долл. США	Объем импорта, тонн	Средне годовой рост стоимостного значения импорта в период (2012-2016), в %	Средне годовой рост физического значения импорта в период (2012-2016), в %	Годовой рост стоимостного значения импорта в период (2015-2016), в %	Доля в мировом импорте, в %
Мировой импорт	404224	-22342	125631	1	-7	-3	100
Евросоюз (ЕС 28)	185841	-144606	42469	3,2	-5,4	-1,4	46
Великобритания	39942	-37556	8991	6	-3	-1	9,9
Франция	32500	-23785	7553	3	-4	-4	8
Германия	31132	-21953	6687	1	-8	-3	7,7
Нидерланды	13507	-8281	3214	6	-2	-8	3,3
Испания	10541	-6152	2362	5	-3	-9	2,6
Польша	10342	-9941	2782	9	1	3	2,6

Чернослив: мировой рынок

Чернослив – продукт, предназначенный для употребления в пищу, с косточками или без косточек, и полученный в результате контролируемой сушки свежих слив определенных разновидностей, выведенных из *Prunus domestica* L., плоды которых поддаются высушиванию. Добавка подслащающих веществ и сахара не допускается.

Чернослив представляет собой высушенный плод домашней черной сливы и обладает хорошими вкусовыми и питательными качествами. Слива относится к деревьям семейства розоцветных и является результатом естественного скрещивания алычи и терна.

Лучшими для высушивания считаются плоды сливы сорта Венгерка итальянская, которая отличается от своей прародительницы алычи большим содержанием сахара и твердой мякотью. Именно эти качества позволяют высушивать плоды этой сливы без применения каких-либо ферментов и получать отличный чернослив.

Чернослив содержит большое количество витаминов (Е, бета-каротин, РР, С и витамины группы В); микроэлементов (железо, калий, кальций, натрий, магний, фосфор, кобальт, йод, цинк, фтор, марганец, медь); других полезных веществ (сахар, клетчатка, пектины, органические кислоты, крахмал, углеводы, белки). Из органических кислот в черносливе преобладает яблочная, но также присутствуют и лимонная, салициловая и щавелевая. Благодаря содержащимся в черносливе полифенолам, этот сухофрукт влияет на повышение упругости стенок сосудов, что благотворно сказывается на работе всей сердечно-сосудистой системы.

Чернослив обладает тонизирующими свойствами, восстанавливает пониженную работоспособность, улучшает общее состояние организма. Также, чернослив имеет хорошие косметические свойства, поэтому способен улучшать внешний вид и состояние кожи⁹.

Показатели концентрации рынка для чернослива выше, чем в случае со свежей сливой. На 5 стран приходится 80% мирового экспорта – США (30,7%), Чили (29,6%), Аргентина (10,8%), Франция (6,8%) и Германия (3%). Также среди стран-экспортеров следует отметить такие страны как Сербия, Узбекистан, Молдова, Марокко, Болгария, Иран, Афганистан, Малайзия, Украина.

⁹ http://edaplus.info/produce/french_plum.html

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

Таблица 4. Основные экспортеры чернослива (код ТН ВЭД 081320)¹⁰

Экспортеры	Объем экспорта, тыс. долл. США, 2016 г.	Торговое сальдо, тыс. долл. США	Объем экспорта, тонн	Средне годовой рост стоимостного значения экспорта в период (2012-2016), в %	Средне годовой рост физического значения экспорта в период (2012-2016), в %	Годовой рост стоимостного значения экспорта в период (2015-2016), в %	Доля в мировом экспорте, в %
Мировой экспорт	533158	3105	209810	2	-4	-14	100
США	163608	128406	50012	-2	-11	-11	30,7
Чили	157962	156425	70102	5	-2	-21	29,6
Аргентина	57618	57490	31003	3	2	-9	10,8
Франция	36185	24667	8213	1	-11	-6	6,8
Германия	15813	-33729	3156	7	0	-30	3
Испания	13065	-7808	5301	17	9	-4	2,5
Нидерланды	12895	-3529	2594	4	-7	-37	2,4
Сербия	10845	10586	4967	9	2	-9	2

Основные «чистые» страны-импортеры чернослива: Великобритания, Япония, Германия, Италия, Россия, Бразилия, Мексика, Канада, Польша, Алжир, Вьетнам. Таким образом, кроме рынка Евросоюза, доли для остальных направлений менее концентрированы.

Таблица 5. Анализ торгового баланса для 4 отобранных рынков чернослива, тыс. долларов США¹¹

Рынок	Показатель	2012	2013	2014	2015	2016
Евросоюз*	Импорт	206 886	249 820	296 491	314 679	257 414
	Экспорт	90 471	119 507	134 035	124 758	106 029
	Сальдо	-116 415	-130 313	-162 456	-189 921	-151 385
Китай	Импорт	9731	9745	4266	3 267	6 282
	Экспорт	6766	6479	4 235	2 294	2 405
	Сальдо	-2 965	-3 266	-31	-973	-3 877
Афганистан**	Импорт	0	0	0	0	3
	Экспорт	206	322	125	283	720
	Сальдо	206	322	125	283	717
Монголия	Импорт	252	453	582**	301	399**
	Экспорт	0	0	0	1	0
	Сальдо	-252	-453	-582	-300	-399

Примечание

* - агрегированные данные

** - зеркальные данные

Из анализа торгового баланса 4 рынков (**Ошибка! Источник ссылки не найден.**) видно, то рынок чернослива Евросоюза является наиболее привлекательным.

Чернослив: рынок ЕС

Крупнейшими импортерами чернослива в ЕС являются Германия, Великобритания и Италия и на эти три страны приходится почти четверть мирового импорта.

Самые высокие темпы роста импорта за период 2012-2016 годы в денежном измерении демонстрируют такие страны, как Франция (40%), Болгария (31%), Великобритания (18%), Испания (14%), Италия (10%). А самые высокие темпы роста импорта

¹⁰ TradeMap

¹¹ На основе расчетов TradeMap.

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

в физическом измерении показывают Болгария (48%) и Франция (40%). Таким образом, можно ожидать увеличения импорта в вышеприведенных странах¹².

Таблица 6. Показатели импорта стран Евросоюза по черносливу (код ТН ВЭД 081320)

Импортеры	Объем импорта, тыс. долл. США, 2016 г.	Торговое сальдо, тыс. долл. США	Объем импорта, тонн	Средне годовой рост стоимостного значения импорта в период (2012-2016), в %	Средне годовой рост физического значения импорта в период (2012-2016), в %	Годовой рост стоимостного значения импорта в период (2015-2016), в %	Доля в мировом импорте, в %
Мировой импорт	530053	3105	190556	3	-3	-14	100
Евросоюз (ЕС 28)	257414	-151385	74351	6,9	-2	-18,2	48,6
Германия	49542	-33729	12636	4	-6	-24	9,3
Великобритания	38074	-35214	9228	18	2	-17	7,2
Италия	36105	-32095	9897	10	3	-15	6,8
Испания	20873	-7808	7260	14	4	-15	3,9
Польша	18277	-13363	6980	1	-7	-34	3,4
Нидерланды	16424	-3529	4212	4	-5	-32	3,1

Грецкие орехи: мировой рынок

Грецкий орех (*Juglansregia*), известный как персидской или английский грецкий орех, является наиболее популярным типом грецкого ореха и является родным для Юго-Восточной Европы, Юго-Западной и Центральной Азии, а также Юго-Запада Китая. Есть также черные грецкие орехи, которые произрастают в Северной и Южной Америке, но в повседневном использовании наблюдается тенденция предпочтения персидскому ореху, так как сам орех легче извлекать из скорлупы.

Грецкие орехи обычно поставляются лущеными (ядра), но они также доступны в неочищенном виде. Далее речь будет идти об очищенном грецком орехе.

¹² На основе расчетов TradeMap.

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

Таблица 7. Основные экспортеры очищенного грецкого ореха (код ТН ВЭД 0802320)¹³

Экспортеры	Объем импорта, тыс. долл. США, 2016 г	Торговое сальдо, тыс. долл. США	Объем экспорта, тонн	Средне годовой рост стоимостного значения экспорта в период (2012-2016), в %	Средне годовой рост физического значения экспорта в период (2012-2016), в %	Годовой рост стоимостного значения экспорта в период (2015-2016), в %	Доля в мировом экспорте, в %
Мировой экспорт	17391142	498631	3294737	7	2	-7	100
США	7356989	6433698	1262886	5	2	-4	43,2
Турция	1374983	1077821	156575	6	-5	-27	7,9
Гонконг	835947	-745955	226341	-4	-2	28	4,8
Иран	764868	598531	108096	3	0	-18	4,4
Испания	748375	-306260	103554	15	8	-22	4,3
Мексика	635379	393782	257814	25	45	49	3,7
Австралия	575523	446670	97860	23	17	-26	3,3
Германия	575308	-1379526	54345	14	9	0	3,3
Италия	468679	-779325	53666	14	6	8	2,7

Основные «чистые» страны-импортеры очищенного грецкого ореха: Германия, Гонконг, Италия, Вьетнам, Испания, Индия, Франция, Нидерланды, Китай.

Таблица 8. Таблица 9. Анализ торгового баланса для 4 отобранных рынков очищенного грецкого ореха, тыс. долларов США¹⁴.

Рынок	Показатель	2012	2013	2014	2015	2016
Евросоюз*	Импорт	5 218	6 339	7 440	8 235	7 300
	Экспорт	2 029	2 491	2 979	3 155	2 959
	Сальдо	-3 188	-3 849	-4 461	-5 080	-4 342
Китай	Импорт	398	31	437	578	528
	Экспорт	379	420	432	432	415
	Сальдо	-18	389	-5	-145	-113
Афганистан**	Импорт	0	0	0	0	0
	Экспорт	0	0	0	59	56
	Сальдо	0	0	0	59	56
Монголия	Импорт	0	0	0	0	0
	Экспорт	0	0	1	16	33
	Сальдо	0	0	1	15	33

¹³ TradeMap

¹⁴ На основе расчетов TradeMap.

Примечание

* - агрегированные данные

Из анализа торгового баланса 4 рынков (**Ошибка! Источник ссылки не найден.**) видно, то рынок наиболее привлекательным рынком очищенного грецкого ореха является рынок Евросоюза.

Грецкие орехи: рынок ЕС

Лидером на рынке орехов Евросоюза является США. Среди орехов в экспорте США в Евросоюз первое место занимает очищенный миндаль (1,515 млрд. долларов США), второе место – грецкий орех 418 млн. долларов США (очищенный 280 млн. и неочищенный 138 млн. долларов США, соответственно), третье место – неочищенные фисташки (367 млн. долларов США).

Некоторые факты о рынке очищенного грецкого ореха Евросоюза:

- Крупнейшими экспортёрами в Евросоюз в 2016 году были США (280 млн. долларов США), Германия (82 млн.), Чили (80 млн.), Молдова (67 млн.), Украина (43 млн.)¹⁵.

- Самые высокие темпы роста импорта за период 2012-2016 годы в денежном измерении демонстрируют такие страны, как Польша (31%), Бельгия (16%), Нидерланды (13%), Германия (11%), Чехия (10%). А самые высокие темпы роста импорта в физическом измерении показывают Польша (35%), Бельгия (21%), Нидерланды (18%), Германия (17%), Чехия (17%), Великобритания (13%) и Словения (13%). В вышеприведенных странах¹⁶ вероятно увеличение импорта в последующие годы.

- Несмотря на высокие темпы роста за последние 5 лет, в последний год произошел спад импорта грецкого ореха практически во всех странах и в целом по Евросоюзу (-23%).

¹⁵ Данные на 2015 год. TradeMap.

¹⁶ На основе расчетов TradeMap.

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

Таблица 10. Показатели импорта стран Евросоюза по очищенному грецкому ореху (код ТН ВЭД 080232)¹⁷

Импортеры	Объем импорта, тыс. долл. США	Торговое сальдо, тыс. долл. США	Объем импорта, тонн	Средне годовой рост стоимостного значения импорта в период (2012-2016), в %	Средне годовой рост физического значения импорта в период (2012-2016), в %	Годовой рост стоимостного значения импорта в период (2015-2016), в %	Доля в мировом импорте, в %
Мировой импорт	1398202	334857	212445	3	5	-23	100
Евросоюз (ЕС 28)	727907	-483699	100723				52,1
Германия	226879	-139218	30985	11	17	-16	16,2
Испания	92291	-84802	12610	1	9	-17	6,6
Великобритания	75795	-71106	10135	8	13	-4	5,4
Франция	64975	-34847	10450	5	7	-18	4,6
Нидерланды	58919	-29822	8219	13	18	-28	4,2
Италия	52670	-42674	6704	6	10	-4	3,8
Австрия	30451	-18341	4345	6	10	-27	2,2
Бельгия	19185	-9775	2352	16	21	-9	1,4
Швеция	18860	-17090	2480	4	9	-19	1,3
Греция	18223	-16899	2730	2	6	-10	1,3
Португалия	11339	-10786	1362	8	12	-13	0,8
Дания	8627	-6402	981	0	1	-18	0,6
Словения	6583	-5700	1064	8	13	-23	0,5
Чехия	6512	-3458	1116	10	17	-1	0,5
Польша	5145	-3825	588	31	35	-34	0,4
Хорватия	4539	-3851	753	-6	-2	-10	0,3
Ирландия	4467	-3398	643	-1	1	-16	0,3

Среди стран Евросоюза основными странами-импортерами являются Германия, Испания, Великобритания и Франция. На эти четыре страны приходится треть мирового импорта (460 млн.) или 63% от рынка Евросоюза.

Тенденции потребления

Растущая популярность потребления снежков, полезных для здоровья, а также новые привычки в питании среди европейских потребителей ожидаемо отразятся на увеличении потребления сухофруктов и орехов.

Рынок **сухофруктов** раньше был довольно консервативным рынком, а потребителями продукта были, в основном, пожилые люди и экологически ориентированное население. На сегодняшний день ситуация явно меняется. Потребление сухофруктов активно поощряется промышленными ассоциациями, диетологами и больницами; поэтому прогнозируется, что потребление сухофруктов будет продолжать расти. Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями и продвижение здорового образа жизни, наряду публикациями научных исследований, в которых говорится о преимуществах употребления в пищу орехов и сухофруктов, вероятно, отразится на увеличении спроса на эти продукты. Основными тенденциями, повышающими потребление сухофруктов в Европе, являются повышение

¹⁷ TradeMap

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

осведомленности потребителей о вкладе сухофруктов в здоровое питание и удобство перекуса на ходу, так как потребители все чаще пропускают прием пищи из-за напряженного образа жизни.

Большой разрыв между производством и импортом **грецких орехов** в ЕС дает прекрасные возможности для экспортеров грецкого ореха. Соединенные Штаты по-прежнему являются ведущим поставщиком грецких орехов, как очищенных, так и неочищенных. ЕС импортирует различные виды орехов для прямого потребления, а также для дальнейшей переработки и реэкспорта внутри Еврорезоны в разных формах, таких как соленые, запеченные, жареные и смешанные орехи.

В основном очищенный и неочищенный от скорлупы грецкий орех покупается в зимний период, в частности, во время рождественских праздников. Потребители все чаще покупают грецкие орехи в течение года из-за предполагаемой питательной пользы и тенденции потребления полезных для здоровья снежков.

По данным Европейского ведомства по безопасности пищевых продуктов, грецкий орех считается самым полезным для здоровья орехом и обеспечивает много полезных питательных веществ, минералов, антиоксидантов и витаминов в рационе питания.

Грецкий орех является единственным орехом со значительно высоким содержанием омега-3-жирных кислот. Он также является единственным орехом, в отношении которого сделано заявление о пользе продукта для здоровья в Европейском союзе (*«грецкие орехи способствуют улучшению эндотелий-зависимой вазодилатации (здоровье артерий), на базе ежедневного потребления 30 г грецких орехов»*).

Потребление сухофруктов и орехов на примере Германии:

Сушеные абрикосы	≈0,17 кг/чел.в год ¹⁸
Чернослив	≈0,09-0,12 кг/чел.в год ¹⁹
Грецкий орех	≈0,15 кг/чел.в год ²⁰

Ключевые тенденции

Здоровое питание. Сухофрукты и орехи, как правило, связаны с здоровой пищей и находятся в русле роста спроса на вегетарианские, безглютеновые продукты питания и на продукты с низким содержанием сахара. Среди потребителей ЕС можно отметить большую осведомленность о здоровых привычках в еде. Кроме того, на страновом уровне, а также на уровне ЕС можно наблюдать различные инициативы государственных и частных учреждений в целях содействия здоровому питанию, снижения уровня ожирения и связанных с ним заболеваний.

Широкое разнообразие. Потребители ЕС сталкиваются с большим разнообразием различных видов свежих фруктов и сухофруктов через телевизионные кулинарные программы, предлагаемые в них рецепты, а также во время поездок за границу. Это повышает их заинтересованность пробовать различные продукты и включать их в свой рацион питания. Кроме того, во многих странах ЕС растущая группа этнических меньшинств

¹⁸ Сушеные абрикосы в Германии. CBI, the Centre for the Promotion of Imports from developing countries, Netherlands Ministry of Foreign Affairs

¹⁹ Экспертная оценка на основе данных из различных новостных источников

²⁰ Грецкий орех в Германии. CBI, the Centre for the Promotion of Imports from developing countries, Netherlands Ministry of Foreign Affairs

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

со своими кулинарными традициями стимулирует рост потребления этнических и экзотических ингредиентов (включая ранее нетрадиционное потребление сухофруктов и орехов).

Полуфабрикат. У многих граждан ЕС остается все меньше времени для приготовления пищи. Поэтому европейцы все чаще предпочитают покупать удобные блюда. Пока это чаще всего традиционные сушеные закуски (такие как крендели и чипсы), но постепенно растет потребление таких видов перекусов, как расфасованные сухофрукты и орехи и питательные батончики с использованием данных продуктов.

Разработка новых видов продукции. Развитие продовольственного рынка тесно связано с инновациями и многие новые продукты и типы продуктов выходят на рынок каждый год. Это также означает, что некоторые продукты заменяются другими продуктами. Например, добавление смеси сухофруктов в мюсли становятся все более популярным по сравнению с традиционными хлопьями для завтрака. Другое направление – предложение более простой и функциональной упаковки для удобства потребления.

Натуральные продукты. В последнее десятилетие наблюдается общий рост интереса к органическим и/или «справедливым» (fairtrade) продуктам питания на рынке ЕС, хотя это и отличается для каждой страны. Эта тенденция наиболее заметна в Великобритании, Нидерландах и Германии и менее заметна в Испании и Франции. Рост интереса к органическим продуктам и спроса на них также сказывается на потреблении органических сухофруктов, хотя пока эта тенденция очень скромная.

Ожидается стоимостной рост рынка сухофруктов и орехов примерно на 40% в течение ближайших 4-5 лет.

Тенденции в производстве

Основной тенденцией в производстве пищевых орехов, сушеных фруктов и овощей является инвестирование в новые технологии сушки и переработки. Эта тенденция направлена на улучшение безопасности продуктов и контроль качества производственного процесса.

Продукты холодной сушки (лиофилизации) получают все больший спрос со стороны производителей сухих завтраков и кондитерской промышленности, хотя эта технология дороже традиционной сушки горячим воздухом.

Переработчики также инвестируют в оборудование для резки, измельчения и регидратации для удовлетворения потребностей различных сегментов рынка. Экспортеров из развивающихся стран также часто просят углубить переработку продуктов (например, путем нанесения покрытия шоколадом или солью).

Тенденции производства продуктов более разнообразных и более удобных для потребителя, предоставляют для производителя возможность увеличения добавленной стоимости.

Требования

Требования к качеству

Международные стандарты Кодекса Алиментариус и ЕЭК ООН не являются обязательными для входа на рынок стран Евросоюза, однако европейские покупатели ориентируются на то, что поставщики будут им соответствовать.

Сухофрукты

При приготовлении сухофруктов и обращении с ними должны соблюдаться правила, описанные в соответствующих разделах Рекомендованного Международного Кодекса Практики – **Гигиенические нормы и правила для сухофруктов**²¹.

Гигиенические нормы и правила для сухофруктов распространяются на все фрукты, прошедшие сушку в естественных или искусственных условиях, или их сочетании. Фрукты высушиваются до удаления большей части влаги, а также могут подвергаться безопасной и подходящей обработке в процессе производства и упаковывания для осуществления сбыта по нормальным каналам распределения.

Из фруктов, кроме полученных из винограда, при необходимости и возможности допускается извлекать сердцевину или косточку, а также нарезать ломтиками, кубиками, разрезать на четверти, половинки или любым иным образом. Данные нормы и правила не распространяются на фрукты, обозначаемые как «обезвоженные фрукты», содержание влаги в которых не превышает 5%.

Грецкий орех

При переработке орехов необходимо опираться на соответствующий Рекомендованный Международный Кодекс Практики²². Данные нормы и правила применяются в основном для миндаля и грецкого ореха, однако также распространяются на все орехи. Они обеспечивают общие гигиенические требования к выращиванию орехов, их переработке в местах выращивания (удаление скорлупы и шелушение) и/или промышленное удаление скорлупы, или обработка орехов в скорлупе. Нормы и правила распространяются на все орехи и продукты из орехов, в том числе бланшированные, нарубленные на кубики, измельченные и др. продукты, но не распространяются на продукты, в которых орехи не являются главным ингредиентом.

Сушеный абрикос

Сбыт и контроль товарного качества сушеных абрикосов определяется²³:

- стандартом ЕЭК ООН DDP-15;
- стандартом Кодекса Алиментариус CODEX STAN 130-1981.

Стандарт ЕЭК ООН распространяется на сушеные абрикосы, обработанные и необработанные с SO₂, которые предназначены для непосредственного употребления в пищу. Согласно стандарту, сушеные абрикосы подразделяются на следующие сорта: высший сорт, первый сорт, второй сорт.

Классификация определяется в соответствии с дефектами, разрешенными в разделе Стандарта «IV. Положения, касающиеся допусков».

²¹ Стандарт Кодекса Алиментариус CAC/ RCP3-1969. Рекомендательный международный кодекс установившейся санитарно-гигиенической практики. Прилагается на русском языке.

²² Стандарт Кодекса Алиментариус CAC/RCP 6-1972. Орехи. Рекомендательный международный кодекс установившейся санитарно-гигиенической практики. Прилагается на русском языке.

²³ Оба стандарта прилагаются на русском языке

ЕЭК ООН также выпущен специальный постер, посвященный товарному качеству сушеных абрикосов²⁴.

Сушеные абрикосы могут поставляться (CODEX STAN 130-1981):

- сушеными целиком, с косточками;
- сушеными целиком, без косточек
- сушеными целиком, без косточек, с начинкой;
- половинками;
- блоками - состоящими из частей доброкачественных зрелых абрикосов, имеющих характерный цвет, неправильные форму, размеры и толщину, за исключением целых плодов;
- в виде из сушеной абрикосовой пульпы или пасты в виде пластин или хлопьев.

Сушеные абрикосы должны быть (ЕЭК ООН DDP-15):

- неповрежденными; однако наличие небольших поверхностных повреждений не считается дефектом; плоды могут поступать в продажу без косточек или разрезанными на половинки;
- доброкачественными; продукт, подверженный гниению или порче, что делает его непригодным для употребления человеком, не допускается;
- чистыми; практически без видимых посторонних веществ;
- достаточно развившимися;
- без живых насекомых-вредителей, независимо от стадии их развития;
- без повреждений, причиненных вредителями, включая присутствие мертвых насекомых и/или клещей, их остатков и выделений;
- без поверхностных пороков, участков с изменениями в окраске или распространенных пятен, которые явно контрастируют с остальной поверхностью продукта и покрывают в совокупности более 5% поверхности продукта;
- без видимых невооруженным глазом волокон плесени;
- без ферментации;
- без аномальной поверхностной влажности;
- без постороннего запаха и/или привкуса, за исключением легкого солоноватого привкуса хлорида натрия или хлорида кальция и легкого запаха консервантов/добавок, включая двуокись серы.

Чернослив

Сбыт и контроль товарного качества чернослива определяется стандартом ЕЭК ООН DDP-07²⁵.

Стандарт ЕЭК ООН распространяется на чернослив, предназначенный для употребления в пищу, с косточками или без косточек, и полученный в результате контролируемой сушки свежих слив определенных разновидностей, выведенных из *Prunus domestica* L., плоды которых поддаются высушиванию.

Добавка подслащающих веществ и сахара не допускается.

²⁴ Прилагается на русском языке

²⁵ Стандарт прилагается на русском языке

Стандарт не распространяется на чернослив, подвергнутый обычной обработке, связанной со специальной подготовкой (чернослив, залитый соками, сиропом, коньяком или чернослив с начинкой и т.д.).

Согласно стандарту цельный чернослив (с косточкой) образует один сорт, называемый «чернослив – первый сорт». Чернослив без косточки подразделяется на следующие два сорта:

- «Чернослив без косточки - первый сорт»: из чернослива этого сорта косточка должна извлекаться таким методом, который позволяет максимально сохранить целостность кожицы плода, а количество надрезов, необходимых для удаления косточки, должно быть не более двух;
- «Чернослив без косточки, извлечённый под давлением» - «вид Е» или «второй сорт»: из чернослива этого сорта косточка может быть удалена под давлением. Число надрезов, необходимых для удаления косточки, не ограничивается.

Чернослив должен быть:

- приготовлен из физиологически спелых плодов;
- целым или без косточек и без плодоножек;
- мясистым, эластичным и мягким;
- с морщинистой кожурой;
- доброкачественным; исключаются плоды с гнилью или с такими повреждениями, которые делают их не пригодными для употребления в пищу;
- чистым, практически без видимых посторонних веществ²⁶;
- без живых насекомых и клещей, независимо от стадии их развития;
- без видимых повреждений насекомыми, клещами или другими паразитами;
- без постороннего запаха и/или привкуса.

Грецкий орех

Сбыт и контроль товарного качества ядер грецкого ореха определяется стандартом ЕЭК ООН DDP-02²⁷.

Стандарт ЕЭК ООН распространяется на ядра грецких орехов разновидностей (культурных сортов), происходящих от *Juglans regia* L., которые предназначены для непосредственного употребления или смешивания с другими продуктами для непосредственного употребления в пищу без дальнейшей переработки.

Стандарт не распространяется на ядра грецких орехов, обработанные посредством соления, обсахаривания, ароматизации или обжаривания, или предназначенных для промышленной переработки.

Согласно стандарту, ядра грецких орехов подразделяются на следующие сорта: высшей сорт, первый сорт, второй сорт.

Классификация определяется в соответствии с дефектами, разрешенными в разделе Стандарта «IV. Положения, касающиеся допусков».

Согласно стандарту ядра грецких орехов подразделяются на:

- половинки;

²⁶ Добавляемые ингредиенты не считаются посторонними веществами при условии, что они не запрещаются законодательством импортирующей страны

²⁷ Стандарт прилагается на русском языке

- ядра со сколами;
- четвертинки;
- крупные кусочки;
- кусочки разбитых ядер (части ядер, проходящие через сито с круглыми отверстиями диаметром 8 мм, но не через сито с круглыми отверстиями диаметром 3 мм)

Ядро грецкого ореха должно быть:

- доброкачественным; продукт, подверженный гниению или порче, что делает его непригодным для употребления человеком, не допускается;
- чистым; практически без каких-либо видимых посторонних веществ, включая остатки приставшей скорлупы;
- достаточно развившимся; наличие усохших или сморщенных ядер, которые являются чрезвычайно плоскими и изборожденными, или ядер с участками, которые подверглись обезвоживанию, усыханию или отверждению и на которые приходится более 25% поверхности ядра, не допускается;
- без поверхностных пороков, участков с изменениями в окраске, (жировой диффузии или распространенных пятен), которые явно контрастируют с остальной поверхностью ядра и покрывают в совокупности более 25% поверхности ядра; задиры поверхностным пороком не считаются;
- без живых насекомых-вредителей, независимо от стадии их развития;
- без повреждений, причиненных вредителями, включая присутствие мертвых насекомых и/или клещей, их остатков или выделений;
- без видимых невооруженным глазом волокон плесени;
- непрогорклым;
- без аномальной поверхностной влажности;
- без постороннего запаха и/или привкуса.

Требования к маркировке

Маркировка потребительской упаковки должна соответствовать правилам ЕС. Маркировки не могут содержать токсичные чернила или клей. Регламентом (ЕС) 1169/2011 установлены основные правила по маркировке предварительно упакованных продуктов питания, продаваемых на рынке ЕС.

Кроме того, логотип любой сертификации (если это применимо) и / или логотип распространителя (в случае продукции под частной торговой маркой) должны быть на этикетке. На всех расфасованных продуктах используются штрих-коды.

Требования по питанию и здоровью, которые могут быть нанесены на этикетках, определяются Регламентом (ЕС) 1924/2006.

В случае розничной упаковки маркировка продукта должна соответствовать Положению Европейского Союза о продовольственной информации для потребителей (Регламент (ЕС) 1169/2011).

Сушеный абрикос

На каждой упаковке четким и нестираемым шрифтом должны наноситься следующие данные, сгруппированные на одной стороне и видимые снаружи:

Опознавательные обозначения:

Упаковщик и/или грузоотправитель: наименование и физический адрес (например, улица/город/район/почтовый индекс и страна, если она не является страной происхождения) или кодовое обозначение, официально признанное компетентным национальным органом.

Характер продукта:

- «Сушеные абрикосы» либо, в случае необходимости, «Сушеные абрикосы с высоким содержанием влаги» или эквивалентное название.

- Форма.

- Название разновидности (факультативно).

Происхождение продукта:

Страна происхождения и, факультативно, район выращивания или национальное, региональное или местное название.

Товарные характеристики:

- Сорт.

- Калибр (в случае проведения калибровки), выраженный в соответствии с:

вариантом А – цифровым кодом (как определено в Разделе III Стандарта ЕЭК ООН) и/или диапазоном;

или вариантом В – диаметром (как определено в Разделе III Стандарта ЕЭК ООН);

или вариантом С – буквенным кодом и диапазоном.

- Год сбора урожая (факультативно).

- «Срок годности» с указанием даты (факультативно).

Официальная отметка о контроле (факультативно)

Чернослив

На одной и той же стороне каждой упаковки четким и нестираемым шрифтом должны наноситься следующие обозначения:

Опознавательные обозначения:

Упаковщик и/или грузоотправитель: наименование и физический адрес (например, улица/город/район/почтовый индекс и страна, если она не является страной происхождения) или кодовое обозначение, официально признанное компетентным национальным органом.

Характер продукта:

- Обозначение «чернослив», «чернослив без косточки» или «чернослив без косточки, извлеченной под давлением».

- Наименование разновидности или товарное название, признанное в контексте устоявшейся торговой практики для первого сорта.

- Содержание влаги, указанное следующим образом:

«Максимальное содержание влаги 29% и/или «полусухой», если влажность составляет от 24 до 29% включительно;

«Максимальное содержание влаги 35% и/или «готов для употребления в пищу», если влажность составляет от 29 до 35% включительно.

Не требуется указывать содержания влаги, если оно не превышает 24%.

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

Происхождение продукта:

Страна происхождения и, факультативно, район выращивания или национальное, региональное или местное название.

Товарные характеристики:

- Сорт.

- Размер (в случае калибровки), указываемый в зависимости от обозначений, предусмотренных в разделе III стандарта ЕЭК ООН по черносливу («Положения, касающиеся калибровки»):

либо по минимальному и максимальному количеству плодов на 500 г (или на 453 г) в виде «X/Y» плодов на 500 г»;

либо по соответствующему наименованию, за которым следует минимальное и максимальное количество плодов на 500 г (или на 453 г);

- Чистый вес.

Официальная отметка о контроле (факультативно)

Грецкий орех

На каждой упаковке четким и нестираемым шрифтом должны наноситься следующие данные, сгруппированные на одной стороне и видимые снаружи:

Опознавательные обозначения:

Упаковщик и/или грузоотправитель: наименование и физический адрес (например, улица/город/район/почтовый индекс и страна, если она не является страной происхождения) или кодовое обозначение, официально признанное компетентным национальным органом.

Характер продукта:

«Ядра грецких орехов»

Происхождение продукта:

Страна происхождения и, факультативно, район выращивания или национальное, региональное или местное название.

Товарные характеристики:

- Сорт.

- Форма поступления в продажу. В случае смеси продукта различных форм должно указываться процентное содержание продукта каждой формы.

- Количество половинок в килограмме (факультативно).

- Год сбора урожая (факультативно).

- «Срок годности» с указанием даты (факультативно).

Официальная отметка о контроле (факультативно)

Требования к упаковке

Стандарты ЕЭК ООН предусматривают одинаковые требования по упаковке для сушеного абрикоса, чернослива и ядер грецких орехов.

Продукт должен быть упакован таким образом, чтобы обеспечивалась его надлежащая сохранность.

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

Материалы, используемые внутри упаковки, должны быть чистыми и такого качества, чтобы не вызывать внешнего или внутреннего повреждения продукта. Использование материалов, и, в частности, бумаги или этикеток с торговыми спецификациями, допускается при том условии, что для нанесения текста или наклеивания этикеток применяются нетоксичные чернила или клеи.

В упаковках не должно содержаться никаких посторонних веществ в соответствии с таблицей допусков, приводимой в разделе «IV. Положения, касающиеся допусков» соответствующего стандарта ЕЭК ООН.

Стандарт ЕЭК ООН оговаривает требования к расфасовке **чернослива**:

- либо в небольших упаковках весом 0,125, 0,250, 0,500 и 1 кг. Использование других единиц веса допустимо с учетом правил, действующих в стране-импортере;
- либо в упаковках весом 1,5 кг и более.

Необходимо принимать во внимание также требования законодательства ЕС, касающиеся материалов и изделий, предназначенных для контакта с пищевыми продуктами (Регламент (ЕС) 1935/2004).

Рисунок 1. Пример упаковки (сушеный абрикос)



Не существует общих правил экспортной упаковки, но сухофрукты и орехи в скорлупе обычно упаковываются в картонные коробки с пластиковым вкладышем внутри. Несортные орехи, предназначенные для оптовой продажи, обычно упаковываются в джут или полиэтиленовые пакеты, или «полисаки». Они также могут быть упакованы в картонные коробки или деревянные ящики.

В Европе стандартная упаковка сыпучих материалов составляет 10 кг, но используются также коробки по 12 кг, фанерные коробки по 12-15 кг и льняные мешки по 25-70 кг. Когда продукт упакован в гофрированные коробки или коробки из толстого картона, они должны перевозиться на поддонах.

Выборный размер упаковки должен быть таким, чтобы соответствовать стандартным размерам поддонов (800x1200 мм и 1000x1200 мм).

Конкуренция

В ЕС существует сильная конкуренция по цене и качеству на рынке сухофруктов и орехов. Помимо крупных производителей на рынке присутствует большое разнообразие частных марок импортеров, упаковщиков и розничных сетей.

Европейская перерабатывающая промышленность все больше зависит от специализированных поставщиков (включая поставщиков сухофруктов и орехов). Перерабатывающая промышленность всегда ищет пути снижения затрат. Это означает поиск партнерских отношений, совместных предприятий и даже отчасти обратной интеграции (различные схемы финансирования и поддержки поставщиков) с тем, чтобы повысить уверенность в постоянном качестве и поставках, которые необходимы для конечных продуктов.

С другой стороны, импортеры также подвергаются давлению со стороны розничной торговли. Более высокие требования розничной торговли определяют динамику цепочки поставок сверху вниз, вплоть до фермерских хозяйств. Давление приводит к снижению цен (с одной стороны) и (с другой стороны) создает возможности добавления стоимости за счет обеспечения устойчивости поставок, предложения органических и углеродно-нейтральных продуктов, и обеспечения справедливой торговли.

Будет увеличиваться спрос на качественные пищевые ингредиенты. Это означает, что продукты, которые производятся при хороших условиях труда и являющиеся экологически чистыми, будут набирать в цене.

Первый шаг на пути к конкурентоспособности на европейском рынке - внедрение системы безопасности пищевых продуктов.

В связи со сложными проблемами в сегодняшней цепи поставок продуктов питания, почти все крупнейшие розничные торговцы продуктами питания запрашивают различные схемы сертификации безопасности пищевых продуктов. В настоящее время в ЕС существует более 200 различных схем сертификации для плодоовощного сектора. Наиболее предпочтительными и широко признанными схемами сертификации сухофруктов и съедобных орехов являются BRC, FSSC 22000, IFS и SGF.

Попробуйте предложить как можно более натуральные продукты, так как сухофрукты и орехи в Европе позиционируются, как «перекус, полезный для здоровья».



Инвестируйте в лучшие технологии сушки и обработки, которые могут помочь вашим продуктам восприниматься, как еще более здоровые.

Инвестиции в новые технологии позволят достичь более высокого качества продукции и сохранения всех функциональных ингредиентов. Это будет хорошим вкладом в успех на рынке.

Другим важным фактором успеха в конкурентной борьбе на рынке ЕС является надежность и устойчивость поставок продукции. Покупатели в ЕС очень избирательны и профессионализм поставщика является обязательным. Импортеры добиваются максимальной прозрачности в цепочке поставок, разрабатывая собственные кодексы поведения и выстраивая долгосрочные отношения с теми поставщиками, которые отвечают не только требованиям по продукту, но и кодексу деловых отношений.

Рекомендуется повысить вашу конкурентоспособность, получив сертификат КСО (Корпоративная Социальная Ответственность). Это является особенно действенным для экспортеров сухофруктов и орехов (продуктов, которые могут повторно упаковываться и дорабатываться для розничной продажи).

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

Корпоративная социальная ответственность (КСО) постепенно интегрируется в требования к качеству продукции. Согласно прогнозам экспертов, поставщики с сертификацией на продовольственную безопасность и КСО займут доминирующие позиции на рынке ЕС.

Можно попытаться договориться со своими целевыми покупателями о поддержке финансирования сертификации КСО для долгосрочного сотрудничества.

Лидирующие компании ЕС по производству продуктов с использованием сухофруктов и орехов

[Nestlé \(Switzerland\)](#)

Крупнейшая компания в Европе по производству продуктов питания и одна из крупнейших в мире. Натуральные компоненты, качество, никаких консервантов, красителей, стабилизаторов, научная основа производства, высокие технологии.

[Unilever \(UK/Netherlands\)](#)

Входит в тройку самых крупных компаний пищевой промышленности ЕС.

[Danone \(France\)](#)

Крупнейший производитель молочной продукции в ЕС.

[Intersnack \(Germany\)](#)

[CG Hacking & Sons \(UK\)](#)

[V. Besana \(Italy\)](#)

[Borges \(Spain\)](#)

[Bosch Boden Spies \(Germany\)](#)

[Seeberger \(Germany\)](#)

[Voicevale \(UK\)](#)

[Mariani Packing](#)

[Crazy Jack Organic \(UK\)](#)

[The Weetabix Food Company \(UK\)](#)

[Whitworths \(UK\)](#)

[Eat Natural \(UK\)](#)

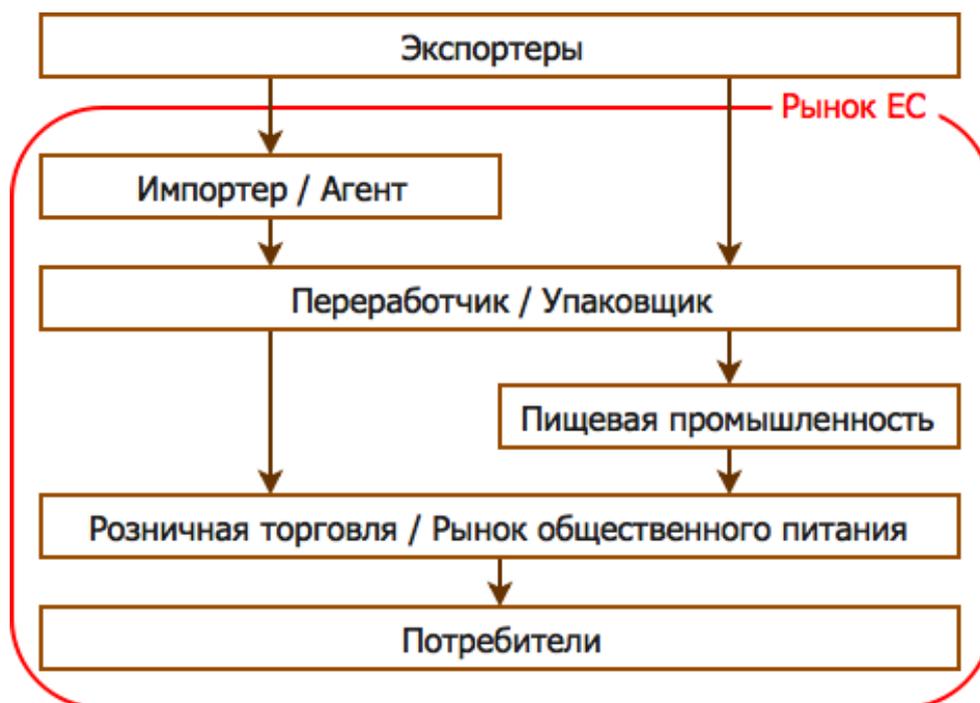
[Importaco \(Spain\)](#)

Некоторые из этих компаний и экспортеров могут быть конкурентами поставщикам из Кыргызстана и Таджикистана. Однако в то же время эти компании могут также импортировать сухофрукты и орехи, что делает их потенциальным торговым каналом для экспортеров, стремящихся выйти на рынок ЕС.

Каналы продаж

Основная часть сухофруктов и орехов, поступающих в ЕС, импортируется специализированными брокерами/агентами и импортерами/торговыми компаниями.

Рисунок 2. Общая схема каналов распределения сухофруктов и орехов на рынке ЕС²⁸



Импортеры и агенты продают сухофрукты и орехи **переработчикам / упаковщикам**. В большинстве стран ЕС импортеры или агенты выступают в качестве посредников, но многие переработчики и упаковщики также импортируют продукцию напрямую.

Импортеры и агенты хорошо осведомлены о рынке и имеют прочные отношения с поставщиками и покупателями во всем мире. Они являются наиболее интересными и предпочтительными деловыми партнерами для экспортеров из Кыргызстана и Таджикистана, особенно в случае их специализации на конкретных видах сухофруктов и орехов, а также на конкретных сегментах рынка ЕС. Роль импортера также заключается в контроле качества и предоставлении логистических услуг. Кроме того, импортер / агент выступает в качестве контактной и дополнительной стороны по принятию рисков для пищевой промышленности и розничного сектора.

Переработчик / упаковщик может осуществлять некоторую обработку и доведение продукта до соответствующих требований своих покупателей (дополнительная сортировка, калибровка, миксование и т.п.). В основном это звено участвует в повторной упаковке сухофруктов и орехов в более мелкие упаковки для пищевой промышленности, розничной торговли и общественного питания (эти же процедуры также часто выполняются самими импортерами).

²⁸ Программа поощрения импорта, Дания

Значительный объем (более 50%) импортированных сухофруктов и орехов чаще всего переупаковывается в Европе. Размеры упаковки и брендинг этих продуктов зависит от маркетинговой стратегии переработчика/упаковщика. Некоторые из них будут иметь свой собственный бренд, в то время как другие могут работать исключительно по контракту с супермаркетами, фасуя продукцию в потребительскую упаковку под их брэндами (частные торговые марки торговых сетей). Более крупные переработчики/упаковщики все чаще покупают продукцию непосредственно у экспортеров в странах происхождения.

Импортеры и другие поставщики для розничной торговли в ЕС должны поставлять определенные объемы гарантированного качества на круглогодичной основе, и, кроме того, быть очень эффективными, гибкими и внимательными к новым тенденциям. Соответственно, эти требования импортеры транслируют собственным поставщикам – производителям и экспортерам продукции.



В определенный момент сотрудничества с импортерами в ЕС у вас может появиться возможность расширить свой бизнес за счет упаковки продукции для конечных сегментов рынка сухофруктов и орехов в ЕС. Более низкая стоимость упаковки может быть потенциальным преимуществом перед европейскими упаковщиками. Однако имейте в виду, что вы должны выполнить высокие требования безопасности пищевых продуктов и требования европейских ритейлеров.

Существуют три конечных сегмента рынка сухофруктов и орехов в ЕС:

- пищевая промышленность;
- сектор розничной торговли;
- сектор общественного питания.

Пищевая промышленность на сегодняшний день является крупнейшим сегментом рынка сухофруктов и орехов в ЕС. Конкретные данные отсутствуют, однако, по оценкам экспертов, на пищевую промышленность приходится примерно 80% импорта сухофруктов и орехов в ЕС. Основные покупатели в данном сегменте – хлебопекарная и кондитерская промышленности. Сухофрукты и орехи используются в качестве сырья для сухих завтраков, хлебобулочных изделий, десертов и кондитерских изделий. Как уже отмечалось выше, пищевая промышленность стремится предложить потребителям новые виды продуктов на основе сухофруктов и орехов, а также новые способы их потребления.

Одним из самых сильных трендов в пищевой промышленности является вертикальная интеграция. Основным стимулом является увеличение потребностей в продовольственной безопасности и устойчивости поставок и стремление более эффективно контролировать эти аспекты. На первом шаге крупные перерабатывающие предприятия начинают импортировать непосредственно из развивающихся стран, минуя посредников. Однако эта тенденция относится только к наиболее используемым продуктам (таким как арахис или изюм). В дальнейшем европейские производители могут вкладывать средства в производственные мощности в фермерских хозяйствах и даже могут выращивать сырье в собственных садах в развивающихся странах.

Вертикальная интеграция может осуществляться в качестве дочернего предприятия, совместного предприятия или долгосрочного сотрудничества между экспортером и переработчиком в ЕС.



Европейские переработчики хотят обеспечить непрерывность поставок. Если вы хотите продавать сухофрукты и орехи напрямую, вы должны быть готовы к настройке вашего предложения в соответствии с конкретными спецификациями различных отраслей промышленности.

В секторе **розничной торговли** доминируют супермаркеты, однако магазины здорового питания постепенно увеличивают свою долю на рынке. В розничном секторе сухофрукты и орехи на развес (без потребительской упаковки) почти не продаются, их можно найти только в магазинах здоровой пищи, специализированных магазинах сушеных фруктов и орехов, а также в киосках на уличных рынках в южных странах ЕС. Часто такие магазины расположены рядом с супермаркетами.

Сухофрукты и орехи в рознице продаются в основном как готовые к употреблению закуски, где доминируют специализированные брэнды здоровой пищи. Супермаркеты предпочитают создавать собственные смеси сухофруктов, по разным причинам, среди которых основной является возможность увеличения добавленной стоимости. Это также объясняет, почему только 5,5% импорта смесей сухофруктов и орехов поступает из развивающихся стран, в то время как в среднем на развивающиеся страны приходится половина поставок данных видов продукции.

Розничные торговцы редко покупают непосредственно у экспортеров из развивающихся стран. Однако, есть случаи, когда производители их развивающихся стран упаковывают продукцию на месте под брэндами европейских розничных сетей и даже (в более редких случаях) по собственными брэндами.

Насыщенность рынка, сильная конкуренция и низкие цены являются ключевыми характеристиками европейского розничного продовольственного рынка, что также создает дополнительные возможности для устойчивых и ответственных экспортеров. Одна из таких возможностей – прямые контакты с владельцами этнических продовольственных магазинов или специализированных магазинов здоровой пищи, так как они импортируют непосредственно от производителей чаще, чем крупные розничные сети.

Заметная тенденция розничного рынка ЕС – поляризация на дискаунтеры (магазины с наиболее низкими ценами) и магазины премиум-сегмента, с более высоким ценовым уровнем.

По разным оценкам, около 15% сухофруктов и орехов для конечных потребителей по-прежнему продается на уличных рынках Европы. Уличные рынки более популярны в Южной и Восточной Европе, чем в странах Западной Европы. Хотя уличные рынки сталкиваются со снижением своей доли по сравнению с розничными сетями, они по-прежнему являются предпочтительным вариантом покупки для некоторых европейских потребителей, которые считают, что там продукция свежее и поступила непосредственно от фермеров. Однако, следует учитывать, что те же самые требования к безопасности пищевых продуктов, предъявляемые к организованной рознице, применяются и к уличным рынкам.

Сектор **общественного питания** является небольшим покупателем сухофруктов.

Цены

При анализе цен в ЕС полезно двигаться в обратном направлении от розничных цен, рассматривая ожидаемый уровень цены на различных этапах цепи поставок для того, чтобы рассчитать собственную способность конкурировать на этом рынке.

На рынке сухофруктов и орехов цены определяются (но не устанавливаются) импортерами и оптовыми торговцами. Рынок характеризуется высокими ценами, но низкой маржей. Высокие цены на сухофрукты обусловлены, в значительной степени, дорогостоящим и достаточно сложным производственным процессом, требующим большого количества свежих фруктов и жесткого контроля качества.

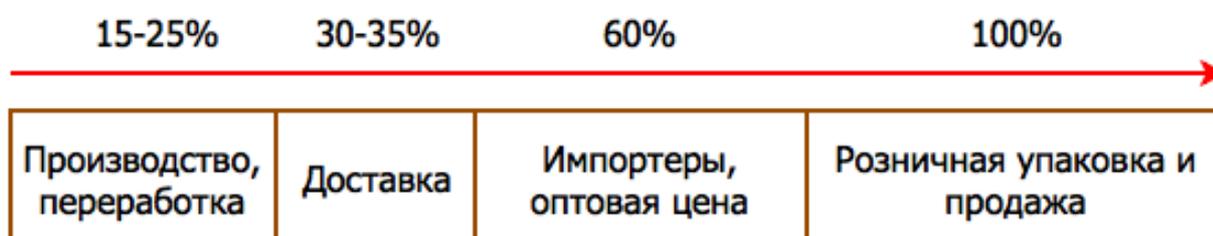
Различия в ценах и прибыли распространяются на упомянутые выше каналы продаж. Цен могут отличаться не только по качеству продукции, но и по стране происхождения продукта. Цены для мелких поставщиков, как правило, фиксируются.

Существует определенная волатильность цен, которая возрастает, когда ожидаемые объемы поставок подвергаются риску (например, заморозки в Турции). При этом, европейские источники подчеркивают, что прибыль в секторе сухофруктов намного меньше, чем в секторе свежих фруктов. Розничные торговцы, как правило, соглашаются на повышение цен на свежие фрукты, например, в результате неблагоприятных погодных условий, но это в гораздо меньшей степени относится к торговле сухофруктами.

Ключевые факторы, влияющие на цены сухофруктов и орехов в ЕС

- Страна происхождения;
- Количество и тип рассматриваемых продуктов;
- Урожай в странах-поставщиках (текущее предложение);
- Текущий спрос;
- Переговоры между различными игроками в цепи поставок и количество посредников, покупающих и продающих продукцию;
- Качество свежих фруктов (и овощей), поставляемых на потребительские рынки. Когда качество свежих фруктов «не дотягивает» до стандарта, продукция будет перенаправлена на обработку (в т.ч. сушку), что также оказывает давление на цены.

Рисунок 3. Приблизительная разбивка цены на рынке сухофруктов и орехов ЕС



Ориентировочно, розничная цена в ЕС / 4 = цена отгрузки на экспорт.

На уровне отдельного экспортера ключевыми факторами, которые оказывают существенное влияние на цены сухофруктов и орехов, являются курс доллара, качество, сорт, товарный вид, использованный способ сушки фруктов / обработки. Наконец, следует учитывать, что ключевой поставщик конкретного продукта на мировом рынке (страна) часто определяет базовую цену для этого продукта во всем мире.

Показатель прибыли по конечным розничным ценам на сухофрукты и орехи не очень точен, так как весь сектор содержит множество различных продуктов. Кроме того, прибыль

от продаж может варьироваться в зависимости от объемов и от того, проводятся ли дополнительные операции с продуктом (например, упаковка для розничной продажи). Прибыль может быть выше для фруктов, высушенных естественным способом, для продуктов Fairtrade и органической продукции (следует учитывать, что в данном случае появляются и дополнительные затраты на сертификацию).

Ценовые сегменты

Из-за большого разнообразия продуктов в этом секторе сделать реальную сегментацию цен по типу орехов или сухофруктов не легко. Каждый отдельный продукт может быть произведен в нескольких различных формах и достигать различных уровней цен.

Как правило, более высокие цены достигаются в следующих случаях:

- Фрукты с естественно большим содержанием воды (требуется больше сырья и энергии в процессе сушки);
- Съедобные орехи с меньшим объемом производства на гектар;
- Натурально сушеные фрукты без консервантов или добавления сахара;
- Большие ранги размера;
- Продукция поставщиков с сертификатами КСО, Fairtrade, органическая продукция;
- Продукты холодной сушки;
- Дополнительно обработанные продукты (нарезанные фигурами, покрытые шоколадом, сиропом и т. д.).

Рисунок 4. Ценовые сегменты рынка сухофруктов и орехов ЕС



Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

Следует иметь в виду, что большинство высоких ценовых сегментов очень малы по размерам и предлагают возможности для ограниченного числа поставщиков.

Во многих случаях сегменты, в которых вы работаете, также определяют канал. Например, импортеры и упаковщики, занимающиеся органической продукцией, отличаются от компаний, занимающихся обычной продукцией.

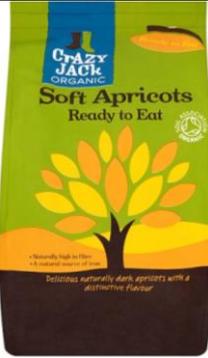
Таблица 11. Ориентировочные цены в сегментах, евро/кг

	Верхний	Средний	Нижний
Сушеный абрикос	15-30	10-12	5-9
Чернослив	22-35	15-17	6-12
Грецкий орех	30-40	15-27	12-14

Таблица 12. Примеры розничных цен на сухофрукты и орехи в ЕС

	Сушеный абрикос, 4,19 евро за упаковку (200 гр)	Германия (Edeka)
	Сушеный абрикос, 3,79 евро за упаковку (200 гр)	Германия (Edeka)
	Сушеный абрикос (Био), 2,59 евро за упаковку (500 гр)	Германия (Edeka) Продукт продается, как ингредиент для мюсли, сухих завтраков, каш, компотов и выпечки

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

	<p>Сушеный абрикос, 3 фунта стерлингов за упаковку (250 гр) (3,42 евро за упаковку / 13,7 евро за кг)</p>	<p>Великобритания (Tesco) Органический продукт</p>
	<p>Сушеный абрикос, 2,99 евро за упаковку (100 гр)</p>	<p>Органический продукт</p>
	<p>Чернослив, 2,75 фунта стерлингов за упаковку (500 гр) (3,13 евро за упаковку / 6,27 евро за кг)</p>	<p>Великобритания (Tesco)</p>
	<p>Чернослив, 3,79 евро за упаковку (80 гр)</p>	<p>Органический продукт</p>
	<p>Грецкий орех, очищенный, 4,59 евро за упаковку (150 гр)</p>	<p>Германия (Edeka)</p>
	<p>Грецкий орех, очищенный, 3,99 евро за упаковку (150 гр)</p>	<p>Германия (Edeka) Органический продукт</p>

Экспорт в Европейский Союз. Сухофрукты и орехи

	<p>Грецкий орех, очищенный, 2,4 фунта стерлингов за упаковку (200 гр) (3,36 евро за упаковку / 13,68 евро за кг)</p>	<p>Великобритания (Tesco)</p>
	<p>Грецкий орех, очищенный, 3,79 евро за упаковку (100 гр)</p>	<p>Органический продукт</p>

