



Материал разработан
при финансовой поддержке
Европейского Союза

ЭКСПОРТ В ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ СОКИ (смеси соков)



ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ
2018



Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

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
МИРОВОЙ РЫНОК СОКОВ	5
РЫНОК СОКОВ ЕС	6
ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ	7
ТЕНДЕНЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ	9
ТРЕБОВАНИЯ	10
ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ	10
ТРЕБОВАНИЯ К МАРКИРОВКЕ	12
ТРЕБОВАНИЯ К УПАКОВКЕ	14
КОНКУРЕНЦИЯ	16
КАНАЛЫ ПРОДАЖ	18
ЦЕНЫ	20

Преамбула

Сок — это жидкий пищевой продукт, полученный в результате отжима съедобных спелых плодов овощных или фруктовых культур. Сок популярен практически во всех странах мира. Наиболее распространены соки, выжатые из съедобных плодов доброкачественных, спелых фруктов и овощей. Однако существуют соки, полученные из стеблей, корней, листьев различных употребляемых в пищу трав (например, сок из стеблей сельдерея, сок из стеблей сахарного тростника). Соки из винограда и вишни считаются соками с почти одинаковым составом.

С точки зрения потребителей, соки традиционно делят на три вида:

Свежевыжатый (свежеотжатый) сок. Сок, который производят в присутствии потребителей с помощью ручной или механической обработки плодов или других частей растений;

Сок прямого отжима. Это сок, изготовленный из доброкачественных спелых фруктов и овощей, прошедший пастеризацию и разлитый в асептические пакеты или стеклянную тару.

Восстановленный сок. Это сок, произведенный из концентрированного сока и питьевой воды, который поступает в продажу в асептической упаковке.

Сок, предназначенный для экспорта, обычно концентрируется, а затем восстанавливается водой. Это объясняется практическими причинами снижения транспортных расходов. Сок прямого отжима (считающийся лучшим с потребительской точки зрения в сравнении с восстановленным) очень сложно производить в больших промышленных масштабах.

В последние 10 лет фруктовый сок во всем мире подвергается нападкам. «Во всем мире фруктовый сок демонизируется» - заявляет Европейская ассоциация фруктовых соков. Фруктовый сок называют одной из причин глобальной эпидемии тучности и потребления сверхнормального сахара. «Мифы о фруктовых соках распространяются по всей Европе, и обвинение в чрезмерном потреблении фруктовых соков является легкой победой для правительств, которые могут иметь свои собственные цели по снижению потребления сахара. Некоторые страны уже изъяли фруктовый сок из национальных руководящих принципов питания»¹.

Европейская ассоциация соков, привлекая партнеров по всему миру, включая авторитетных ученых и диетологов, начала кампанию по возвращению соков на столы потребителей², опирающуюся на несколько ключевых фактов:

- употребление фруктового сока может помочь вам увеличить ежедневное потребление фруктов и овощей;
- 100% фруктовый сок может способствовать здоровому питанию, так как является источником необходимых питательных веществ;
- 100% фруктовый сок может помочь детям привыкнуть к вкусу фруктов и овощей, что может привести к долгосрочному позитивному выбору здоровья;
- Нет никакого добавленного сахара в 100% фруктовом соке;
- Уровень гликемического индекса фруктовых соков обычно низок и сопоставим с уровнем фрукта, из которого они сделаны.

¹ Европейская ассоциация фруктовых соков

² Подробнее о кампании «Фруктовый сок имеет значение», проводимой Европейской ассоциацией фруктовых соков, можно прочитать в отчете за 2017 год <https://fruitjuicematters.eu/files/attachments/.91/FJM-2017-Report.pdf>

Рынки

Мировой рынок соков

Мировой рынок соков рос довольно продолжительное время, достигнув пика в 2006 году (около 11,5 млрд.литров). После этого началось падение до отметки около 9,5 млрд.литров в 2015 году.

По классификации ТН ВЭД мировая торговля включает в себя 10 видов соков:

- 1) Апельсиновый
- 2) Грейпфрутовый
- 3) Прочие цитрусовые
- 4) Ананасовый
- 5) Томатный
- 6) Виноградный
- 7) Яблочный
- 8) Прочие соки (из одного вида любых других фруктов или овощей)
- 9) Клюквенный сок
- 10) Смеси соков

Тройка самых популярных соков включает в себя:

- Апельсиновый сок (более 40% мировой торговли соками в физическом объеме);
- Яблочный сок (около 17%);
- **Смеси соков (около 11% мирового рынка).**

На 11 стран приходится почти 80% мирового экспорта **смесей соков**. Наиболее крупными экспортерами являются Саудовская Аравия (16%), Нидерланды (14%), США (9,6%) и Германия (8,4%).

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

Таблица 1. Основные экспортеры смесей соков (код ТН ВЭД 200990)³

Экспортеры	Объем экспорта, тыс. долл. США, 2016 г.	Торговое сальдо, тыс. долл. США	Объем экспорта, тонн, 2016 г.	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	1776035	-183830	0	1	-20	6	100
Саудовская Аравия	281793	202393	505812	4	4	-19	15,9
Нидерланды	252984	202695	191415	8	16	47	14,2
США	169909	137555	98642	-8	-6	-13	9,6
Германия	149634	54479	161473	-6	0	1	8,4
ОАЭ	119937	6226	126211	20	16	92	6,8
Испания	84022	69618	98173	1	8	10	4,7
Южная Африка	81626	79632	114558	0	-50	-13	4,6
Бельгия	66504	10502	62217	4	5	13	3,7
Египет	62766	54492	60600	12	13	-13	3,5
Таиланд	62576	57877	69278	17	17	13	3,5
Великобритания	55477	-141262	42791	23	13	155	3,1

Основные «чистые» страны-импортеры смесей соков: Великобритания, Франция, Оман, Канада и Китай.

Рынок соков ЕС

Европа является крупнейшим рынком фруктовых соков в мире (55% от общего мирового импорта). Импорт соков в ЕС продолжает расти, несмотря на снижение потребления розничных упакованных соков. Причиной является все большее использование соков в качестве ингредиентов в различных типах напитков. Крупные рынки импорта и потребления, такие, как Бельгия, Германия, Нидерланды, Великобритания и Франция, по-прежнему открывают возможности для экспортеров из развивающихся стран.

Наибольшую долю импорта фруктовых соков в ЕС составляют концентрированный апельсиновый сок, за которыми следуют прочие цитрусовые соки, смеси соков и яблочный сок.

Наибольшие объемы импортируемых фруктовых соков распределяются между пятью крупнейшими импортерами, которые имеют аналогичные доли импорта. Крупнейшие импортеры (Нидерланды, Франция, Бельгия, Германия и Великобритания) в общей сложности составляют почти 80% от общего объема европейского импорта.

³ Данные TradeMap

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

Таблица 2. Показатели импорта стран Евросоюза по смесям соков (код ТН ВЭД 200990)⁴

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	1959865	-183830	0	1	4	3	100
Евросоюз (ЕС 28)	789511	-37252	653300				40.3
Великобритания	196739	-141262	150186	11	9	16	10
Франция	155920	-119842	162565	-6	-2	20	8
Германия	95155	54479	61038	10	16	12	4,9
Бельгия	56002	10502	53684	1	9	-4	2,9
Нидерланды	50289	202695	56554	-5	0	-15	2,6

ЕС является «чистым» импортером смесей соков. Причем показатели физического роста импорта в трех крупных странах ЕС (Германия, Великобритания и Бельгия) за последние пять лет выросли от 9% до 16%. Наибольший прирост импорта смесей соков произошел в Болгарии и Хорватии (33% и 24% соответственно); импорт продукта в целом вырос в большинстве стран Восточной и Центральной Европы.

Тенденции потребления

Проблемой для фруктовых соков и нектаров остается изменение структуры потребления. Случаи потребления становятся менее ритуальными и более спонтанными. Одним из традиционных случаев потребления фруктовых соков в ЕС был завтрак, и эта традиция сегодня поддерживается меньшим количеством потребителей. Потребление фруктовых соков и нектаров в ЕС отстает не только от других безалкогольных напитков, но и от пива. Средний показатель потребления соков в ЕС составляет 23 литра на человека в год, в то время как потребление газированных безалкогольных напитков - 78 литров, бутилированной воды - 110 литров, а пива – 76 литров.

Основной причиной снижения потребления соков является восприятие потребителем высокого уровня сахара в соках. Жесткая конкуренция со стороны безалкогольных напитков также влияет на ситуацию.

Вполне вероятно, что снижение потребления фруктовых соков на розничном уровне в Европе сохранится и в 2018 году, хотя эксперты ожидают, что это тенденция будет гораздо слабее, чем ранее. По прогнозам Европейской ассоциации фруктовых соков, до 2021 года темпы снижения будут замедляться, практически остановившись в 2020 и 2021 годах. Ожидается, что в это время рынок стабилизируется на уровне около 9,36 млрд. литров, что обусловлено ростом потребления в Восточной Европе, а именно в Польше, Румынии, Словении, Хорватии и странах Балтии. Рост доходов домашних хозяйств и растущее восприятие функциональных преимуществ фруктовых соков и нектаров и их позитивного

⁴ Данные TradeMap

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

влияния на здоровье являются ключевыми предположениями для этого ожидаемого результата.

Крупнейшей страной-потребителем фруктовых соков и нектаров в Европе в 2016 году была Германия (2,361 млн литров, около четверти всего рынка ЕС), за которой следуют Франция, Великобритания, Испания и Польша (все вместе – 45%). Вместе с тем, страной с наибольшим потреблением фруктовых соков в Европе на душу населения является Мальта (ежегодное потребление - 31 литр на человека), за которой следуют Германия, Нидерланды, Кипр, Австрия и Швеция.

Наиболее популярными вкусами являются апельсин (36,7%), **смеси соков (19,4%)**, яблоко (15,1%), ананас (3,5%) и персик (3,5%). Потребление **смесей соков** постепенно увеличивается, так как они становятся более популярными как у потребителей, так и у производителей. Яблочный сок остается основным в крупных странах-производителях яблок (Германия, Франция, Австрия и Польша). Персик и ананас популярны в южных странах ЕС, таких как Испания и Италия.

Рассмотрите возможность экспорта конкретных видов соков, которые имеют повышенный спрос: соки с увеличенным количеством мякоти, соки прямого отжима и органические соки.



Новые смеси вкусов - еще одна возможность, и они могут быть разработаны в тесном сотрудничестве с европейскими партнерами. Инвестируйте в разработку новых продуктов, чтобы удовлетворить запросы любопытных европейских покупателей.

Новые соки, которые не поступали на рынок до 1997 года, требуют предварительного разрешения на сбыт после оценки их безопасности. Это регулируется законодательством ЕС о новых продуктах питания.

Низкое содержание сахара в соках, сниженное содержание кислоты и продукция экстра-класса высоко ценятся потребителями ЕС. Из-за этой тенденции нектары, безалкогольные сокодержущие напитки, которые подслащены естественным образом, более перспективны. В напитках все больше будут использоваться такие подсластители, как стевия, лукума или кокосовая вода.

Горячей темой для индустрии напитков является потребление «на ходу», вызванной возрастающим темпом жизни. Эту задачу еще предстоит решать производителям соков и нектаров, создавая новые варианты удобной потребительской упаковки и сочетания различных вкусов.

Потребительский интерес к веганским, безглютеновым и натуральным продуктам питания также открывает возможности для экспортеров соков из развивающихся стран.

Потребление органических продуктов растет в Европе и положительно влияет на потребление органических соков. Также все более важным становится использование производителями стандартов корпоративной социальной ответственности (КСО).

Потребление антиоксидантов может увеличиться. Это положительно скажется и на потреблении замороженных ягод, которые используются в качестве ингредиентов для фруктовых соков ягодного типа (или с использованием ягод). Увеличение потребления ягодных напитков не обязательно означает увеличение импорта ягодных соков, так как ягодные соки могут быть приготовлены в домашних условиях из замороженных ингредиентов с использованием блендеров и соковыжималок.

Тенденции в производстве

Производство фруктовых соков и нектаров в Европе сокращается. В большей степени это касается производства соков под частными марками (собственные марки розничных сетей).

Самый большой объем фруктовых соков в Европе производится в Германии, за ней следуют Испания, Италия, Польша и Австрия.

Наиболее производимым соком в Европе являются апельсиновый сок (25%). Другими важными видами соков, производимых в Европе, являются **смеси соков (21%)**, яблочный сок (18%) и виноградный сок (9%).

Соки прямого отжима являются одним из немногих растущих сегментов. Причина в наибольшей близости продукта к преобладающей тенденции к здоровому питанию, восприятие производственного процесса как более естественного и устойчивого и с «чистой этикеткой» (без добавок).

Производители фруктовых соков и нектаров продолжают сталкиваться с проблемами в поддержании роста прибыли, с падением объемов и с ростом товарных и логистических издержек. Проблемы восприятия продукта («с содержанием сахара») остаются в числе наиболее острых и усиливаются тем, что фруктовый сок уже не является основным продуктом, которым он был во многих европейских странах в прошлом.

Пользоваться повышением цен рискованно, поскольку потребители по-прежнему чувствительны к ценам на многих рынках и не готовы платить более высокие цены за стандартные продукты. У производителей остается возможность либо поддерживать низкую цену и генерировать прибыль путем изменения состава продуктов (например, за счет снижения содержания дорогих фруктовых соков или смешивания вкусов для снижения товарных издержек), либо добавлять ценность к продуктам для оправдания более высоких цен.

Поиск ниш для роста и успеха будет главной возможностью для производителей фруктовых соков в ближайшем будущем. По оценкам экспертов, наилучшие возможности существуют в дорогостоящих сегментах **соков прямого отжима**, соков из суперфруктов и использование фруктовых соков в качестве ингредиентов для безалкогольных детокс-напитков. Кроме этого, поскольку вкусовые смеси уже являются одними из самых популярных, это, вероятно, самый перспективный способ расширения ассортимента и удовлетворения потребительских потребностей в инновациях и функциональности.



Если вам нужна более конкретная информация о тенденциях производства и потребления соков, вы можете принять участие в The Juice Summit, который является ключевой ежегодной конференцией производителей фруктовых соков.

<http://juicesummit.org>.

Требования

Требования к качеству

Согласно отраслевой практике, важнейшие требования к качеству фруктовых соков определяются следующими параметрами:

- Цвет: характеристика вида и сорта плодов
- Вкус и запах: отличный фруктовый вкус и запах, без посторонних привкусов и запахов
- Уровень бриска: качество концентрированных фруктовых соков определяется главным образом уровнем Бриска (содержание сахара в водном растворе). Уровень Бриска напрямую влияет на цену продукта.
- Состав: доля различных видов соков в случае смешанного сока.
- Дополнительные требования к качеству:
 - Содержание мякоти является показателем качества для некоторых видов соков, таких как апельсиновый или ананасовый. Видимая мякоть в соках становится все более популярной среди европейских потребителей.
 - Уровень кислоты: кроме уровня Бриск, уровень лимонной кислоты самый общий параметр, который влияет на качество и цену некоторых соков.

Соки могут содержать мякоть, но не должны содержать:

- Части кожуры
- Семена
- Грубые или твердые вещества
- Избыточную мякоть

Европейские **Директивы 2001/112/ЕС** (о фруктовых соках и аналогичных продуктах, предназначенных для потребления человеком) и **2012/12/ЕС** (изменения)⁵ определяют названия, определения и специфические характеристики следующих продуктов:

- **Фруктовый сок;**

На рынке ЕС это так называемые NFC juice (Not From Concentrate, сок не из концентрата или сок прямого отжима). Сок может быть получен из одного вида фруктов или овощей, а также изготовлен путем смешивания нескольких фруктовых и/или овощных соков или соков и фруктовых и/или овощных пюре разных наименований.

- Фруктовый сок из концентратов (восстановленный);
- Концентрированный фруктовый сок;
- Экстрагированный водой фруктовый сок (диффузионный, произведенный путём извлечения с помощью питьевой воды);
- Обезвоженный порошок фруктового сока (концентрированное фруктовое пюре);
- Фруктовый нектар.

Упомянутые Директивы также определяют критерии, которым должны соответствовать различные продукты:

- Какие фрукты можно использовать;
- Минимальное содержание плодов;

⁵ Документы прилагаются на английском языке (папка «Стандарты»)

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

- Какие ингредиенты можно или нельзя добавлять;
- Как эти ингредиенты необходимо обозначать на упаковке.

Например, если продукт подслащен или получен из концентрированного сока, это должно быть четко указано на этикетке.

Наиболее распространенные проблемы, связанные с незаконным добавлением запрещенных веществ в фруктовые соки, с которыми сталкиваются европейские импортеры, — это добавление сахара С4, незаявленных фруктов и воды в соки, приготовленные не из концентрата.

Витамины и минералы можно добавлять в соки. С утвержденным перечнем добавок можно ознакомиться в европейских регламентах по добавлению витаминов и минералов (Регламент (ЕС) 1925/2006⁶) и в регламенте по пищевым добавкам (Регламент (ЕС) 1333/2008).



Более подробную информацию об оценке качества, идентичности и подлинности фруктовых соков см. в Кодексе практики, разработанном Европейской ассоциацией фруктовых соков

<http://www.aijn.org/publications/aijn-papers-guidelines/juice-quality/>

В июне 2015 года Комитет Кодекса Алиментариус по загрязнению пищевых продуктов принял стандарт для снижения максимального уровня свинца в фруктовых соках и нектарах. Максимальный уровень свинца изменен с 0,05 до 0,03 мг/кг. Максимальный уровень свинца для соков и нектаров из ягод и других мелких фруктов сохраняется на уровне 0,05 мг/кг.

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

В отношении фруктовых соков следует ориентироваться на стандарт Кодекса Алиментариус CODEX STAN 247-2005 «**Общий стандарт для фруктовых соков и нектаров**»⁷.

Стандарт содержит:

- Определение продукта;
- Описание состава продукта и показателей качества;
- Перечень технологических средств, допустимых в производстве;
- Требования к маркировке,
- Методы анализа и отбора проб;
- Ссылки на другие стандарты Кодекса Алиментариус, касающиеся пищевых добавок, загрязняющих веществ и гигиенических требований.

При экспорте фруктовых соков в ЕС необходимо учитывать требования европейского законодательства по максимальным уровням загрязняющих веществ (Регламент (ЕС) 1881/2006), по микробиологическим показателям Регламент (ЕС) 1441/2007) и по максимальным уровням остатков пестицидов Регламент (ЕС) 396/2005).

⁶ <http://docs.pravo.ru/document/view/32993585/>

⁷ Документ прилагается (папка «Стандарты»)

В случае неоднократного несоответствия требованиям конкретных продуктов, экспортируемых из конкретных стран, могут применяться более строгие условия. Эти более строгие условия на практике означают обязательную лабораторную проверку определенного количества импортируемых контейнеров или грузовых автомобилей.



С помощью новых методов лабораторных испытаний можно легко обнаружить добавление недопустимых сахаров, воды или незаявленных плодов в фруктовых соках. Процедуры экспорта и построение репутации на европейском рынке отнимают много времени и много денег, но все это может быть очень быстро потеряно, если будет обнаружена фальсифицированная продукция или продукция с недопустимым составом.

Требования к маркировке

Фруктовые соки должны отвечать обязательным требованиям ЕС к маркировке пищевой продукции (Регламент (ЕС) 1169/2011).

Продукт должен быть обозначен как фруктовый сок, концентрированный фруктовый сок или нектар.

На упаковке нектара необходимо указывать процентный объем фруктового сока. Однако импорт нектаров не очень распространен в большинстве европейских стран.

Согласно действующим правилам, на упаковках соков не должно быть надписи «без содержания сахара». Евросоюз считает данную информацию избыточной, поскольку фруктовые соки и так обязаны изготавливаться без применения сахара и его заменителей. Подобная надпись запрещена и на упаковках нектаров. Но причина здесь иная – возможность ввести потребителя в заблуждение. А для диабетиков и людей, соблюдающих специальные диеты, такое заблуждение может быть особенно опасным. Производители, которые используют при приготовлении апельсинового сока сок мандарина, усиливающий запах и вкус, обязаны информировать об этом потребителей. Для этого они должны указывать данные о применении мандаринового сока на упаковке и включать в название сока слово «мандарин».

Маркировка концентрированного фруктового сока, не предназначенного для поставки конечному потребителю, должна указывать наличие и количество добавленного лимонного сока, сока лайма или подкисляющих веществ.

В случае розничной упаковки маркировка продукции должна соответствовать правилам Европейского Союза, касающимся информирования потребителей о продуктах питания (Регламент (ЕС) 1169/2011). Эти правила более четко определяют маркировку продукта, маркировку происхождения, маркировку аллергенов и удобочитаемость (минимальный размер шрифта для обязательной информации).

Законодательство о маркировке запрещает вводить потребителя в заблуждение и приписывать любому продукту питания свойства предотвращать или лечить болезнь человека. Важным требованием является маркировка аллергенов: аллергены должны быть выделены в списке ингредиентов, а требования к информации об аллергенах также охватывают не упакованные продукты, включая продукты, продаваемые в ресторанах и кафе.

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

По стандартам SGF⁸ (Sure-Global-Fair) Европейской ассоциации фруктовых соков, минимальными требованиями к идентификации элементов маркировки являются следующие:

- Производитель
- Наименование продукта
- Добавки в продукт
- Код изделия
- Брикс (исправленный или рефрактометрический)
- Показатель кислотности (кислота в г/л и название кислоты)
- Страна происхождения продукта
- Данные прослеживаемости
- Условия хранения
- Дата розлива: день / месяц / год
- Вес нетто или содержание нетто

Все эти элементы должны указываться на этикетке.

Рисунок 1. Этикетка по стандартам SGF

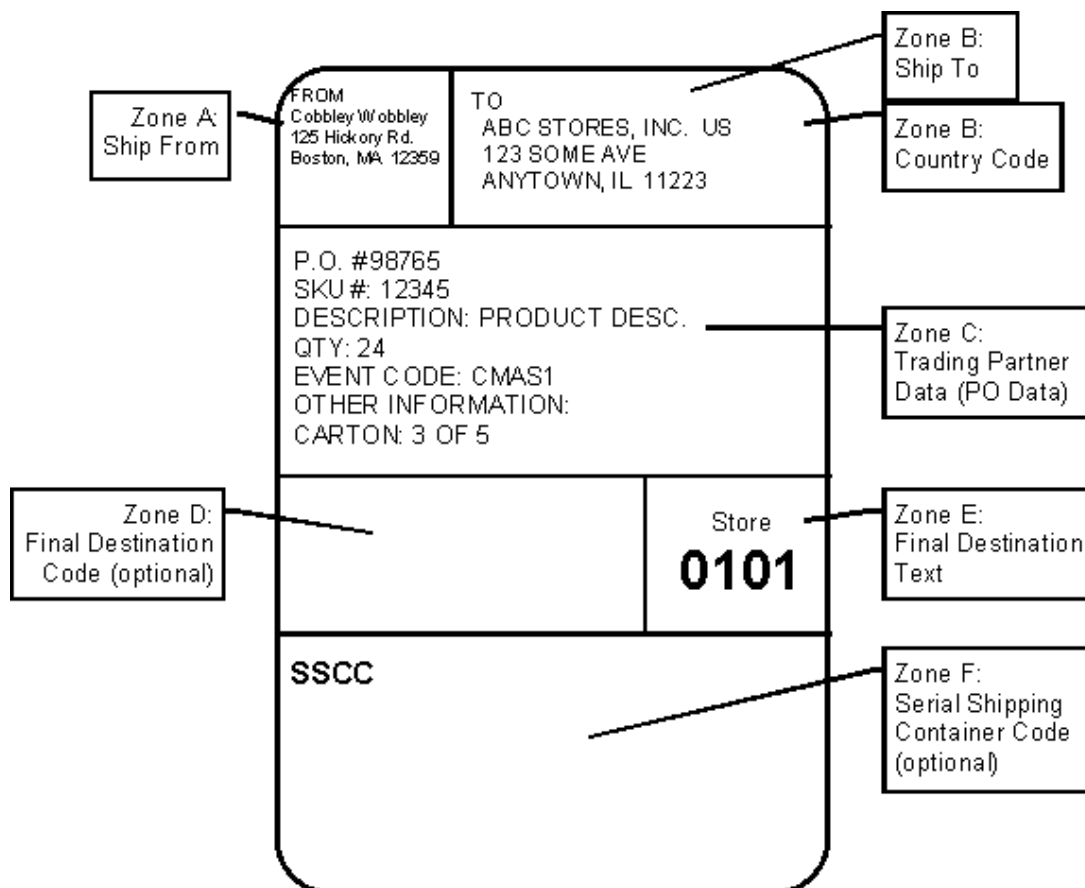
Produced By: Fruity Juice Ltd.	
Product: Aseptic S/S NFC cloudy apple juice	
Additives: Vitamin C	
Product Code: FJ-659874	
Acidity: 3.5 g/l as malic	Brix: 11.4 uncorr.
Country of origin: Various	
Traceability Data: Lot 65 B54698 17/3/01	
Storage: Chill, 0 to 5 C	
Fill Date: d / m / y 17-Mrz-01	
Net Weight: 180kg	

При оптовых поставках требуемая выше информация должна быть размещена на контейнере или в сопроводительных документах. На контейнере должны быть указаны «фруктовый сок» или «концентрированный фруктовый сок», а также наименование и адрес изготовителя или упаковщика.

⁸ <https://www.sgf.org/en/home/>

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

Рисунок 2. Требования к блокам и содержанию ярлыков доставки⁹



Требования к упаковке

Упаковка фруктовых соков должна соответствовать требованиям законодательства ЕС, касающегося материалов и изделий, предназначенных для контакта с пищевыми продуктами (Регламент (ЕС) 1935/2004).

Упаковка для фруктовых соков должна:

- обеспечивать защиту органолептических и качественных характеристик продукта;
- защищать продукт от бактериологического и другого загрязнения (включая загрязнение от самого упаковочного материала);
- защищать продукт от потери влаги, обезвоживания и утечки, насколько это технологически осуществимо;
- не передавать продукту вкус, запах, цвет или другие внешние характеристики.

Для розничной упаковки фруктовых соков в ЕС наиболее популярной остается картонная асептическая упаковка. Также используются PET-бутылки и стеклянные бутылки. Ожидается, что в отрасли соков потребление PET-тары будет возрастать, так как она станет удовлетворять требованиям производителей сока. Холодная пастеризация во время заливки позволяет избежать использования консервантов при упаковке соков в PET бутылки. Однако

⁹ Подробнее см. На сайте Integrated Business Communications Alliance. IBCA Guidelines for Product ID, Labels and Shipments (GPID), <http://www.ibcaweb.org/guidelines/pils.htm>

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

некоторые эксперты отмечают, что применение данной технологии становится выгодным только при значительных производственных мощностях.

По данным Европейской ассоциации фруктовых соков, в 2015 году использование трех видов потребительской упаковки распределилось следующим образом:

- Картон – 61,2%
- РЕТ-тара – 29,2%
- Стекло – 8,6%

Доля прочих видов упаковки составила 1%.

Упаковка приобретает все большее значение, особенно в представлении содержания продукта, потому что потребители теперь читают этикетки больше, чем когда-либо прежде.

Соки для дальнейшего розлива могут перевозиться в упаковках «bag-in-box» (емкость 20 литров), в пластиковых контейнерах, в контейнерах из нержавеющей стали (емкостью от 200 до 800 литров) и в автоцистернах (емкостью до 25 тыс.литров).

Конкуренция

Конкуренция на рынке смесей соков ЕС включает в себя:

- Конкуренцию с европейскими производителями;
- Конкуренцию с импортерами из третьих стран (наиболее крупные - Израиль, США, Турция и Перу);
- Конкуренцию с товарами-заменителями.

Объем, качество (включая соблюдение обязательных требований и рыночных стандартов) и конкурентоспособная цена являются ключевыми факторами, обеспечивающими возможность продвижения на европейском рынке.

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 переработанных овощей и фруктов являются BRC, FSSC 22000, IFS и SGF.

Сертификация безопасности пищевых продуктов, поддерживаемая частыми лабораторными испытаниями, может дополнительно предоставить большое преимущество для поставщиков рынка ЕС.

На рынке фруктовых соков предпочтение отдается **сертификации SGF** (Sure-Global-Fair) Европейской ассоциации фруктовых соков. SGF сертифицирует компании по переработке фруктов, упаковщиков, компании по розливу, торговцев фруктовыми соками, а также транспортные компании почти в 60 странах мира.

Сертификация SGF охватывает не только безопасность пищевых продуктов, но и качество продукции и принципы корпоративной социальной ответственности.

Механизмы SGF включают в себя систему добровольного контроля (СДК). Ее предназначение в том, чтобы установить нарушения, отклонения и фальсификации продуктов уже на начальных этапах производства сырья и готовой продукции, а не ждать, пока они попадут на рынок. СДК, позволяющая проследить сок «от дерева к упаковке», основана на добровольных участниках, которые открывают двери своих объектов для аудиторов SGF и позволяют отбирать образцы полуфабрикатов или готовой продукции с текущего производства и со склада для проведения соответствующих испытаний, а также гигиенических проверок производства.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) постепенно интегрируется в требования к качеству продукции. Покупатели ЕС (особенно крупные в западных и северных странах ЕС) уделяют все больше внимания своим обязанностям в отношении социального и экологического воздействия их бизнеса. Социальные, экологические и этические элементы КСО в индустрии фруктовых соков активно продвигаются Европейской ассоциацией фруктовых соков, от уровня фермы, через обработку к розливу и доставке к конечному потребителю. Согласно прогнозам экспертов, поставщики с сертификацией на продовольственную безопасность и КСО займут доминирующие позиции на рынке ЕС.

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

Общие требования КСО¹⁰ включают подписание кодекса поведения поставщиков, в котором говорится, что вы ведете бизнес ответственно, т. е. вы (и ваши поставщики) уважаете местное экологическое и трудовое законодательство, избегаете коррупции и т. д. Кроме того, импортеры могут также участвовать в таких инициативах, как инициатива по этической торговле или инициатива по соблюдению стандартов в социальной сфере бизнеса. Эти инициативы направлены на улучшение социальных условий в цепочках поставок своих членов. Это означает, что вы, как поставщик, также обязаны действовать в соответствии с этими принципами.

Рынок **органической продукции** в ЕС растет, но его доля по-прежнему невелика. Тем не менее, как уже отмечалось, органические фруктовые соки имеют хорошие долгосрочные перспективы на европейском рынке. Для органических соков можно рассматривать стандарты IFOAM¹¹. Европейский Союз регулирует как органические продукты питания, так и соки, производимые и/или перерабатываемые в Европе, а также органические продукты из других стран (Регламент (ЕС) 1235/2008¹²), правила применения Регламента (ЕС) 834/2007¹³ в отношении импорта органических продуктов из третьих стран).

Органические продукты могут быть легко импортированы в ЕС из третьих стран, чьи правила органического производства и контроля эквивалентны европейским. Однако это не относится к большинству развивающихся стран.

Заменителями соков на европейском рынке в последние годы стали другие продукты с повышенным потреблением: бутилированная вода, газированные напитки без добавления сахара, сокосодержащие напитки, спортивные и энергетические напитки, готовые к употреблению чай и питьевые йогурты.

Некоторые производители и бренды фруктовых соков в ЕС

[Alnatura \(Germany\)](#)

[Amecke \(Germany\)](#)

[Eckes-Granini GmbH & Co \(Germany\)](#)

Компания владеет целым рядом брендов на рынке соков.

[Tropicana \(USA\)](#)

[Innocent \(UK\)](#)

[Materne \(Germany\)](#)

[Delhaize \(Belgium\)](#)

[Fruity Line \(Netherlands\)](#)

[Royal FrieslandCampina N.V. \(Netherlands\)](#)

¹⁰ Подробнее об инициативе социальной ответственности бизнесе (Business Social Compliance Initiative, BSCI) на сайте <http://www.amfori.org/resources/producer-starter-kit>

¹¹ <https://www.ifoam.bio/en/ifoam-standard>

¹² Прилагается на английском языке

¹³ Прилагается

Каналы продаж

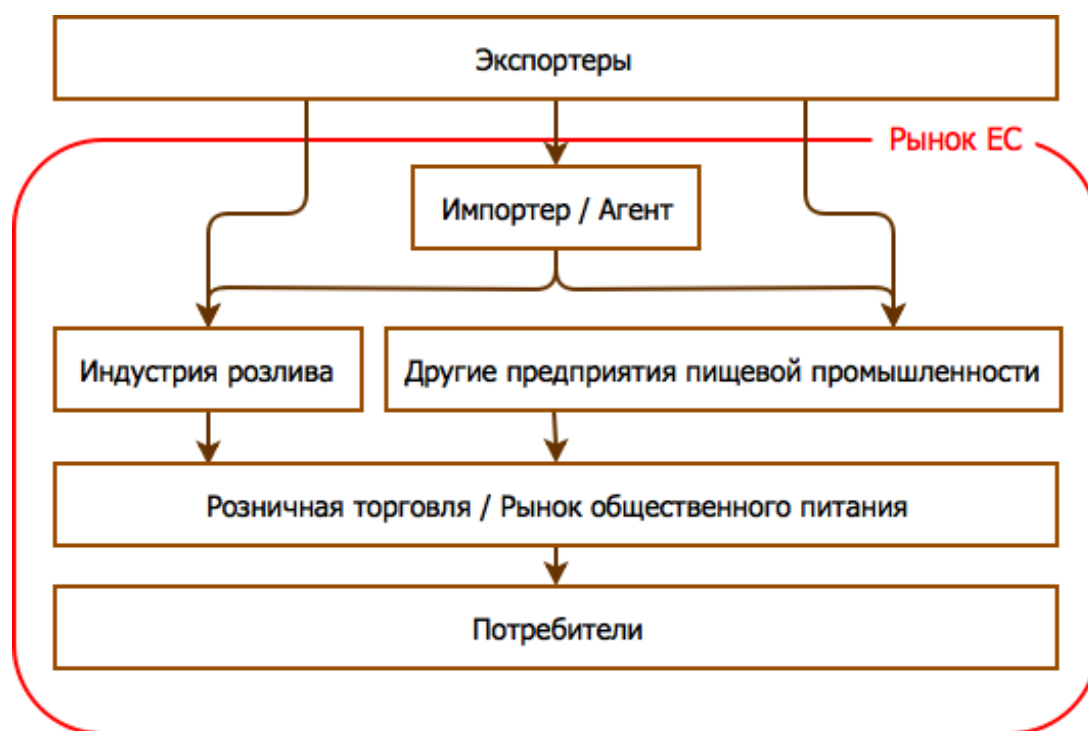
Большинство импортных фруктовых соков в Европе используются в индустрии напитков тремя различными способами:

- 1) Восстановление и розлив сока из импортированного концентрата.
- 2) Использование импортированных соков в качестве ингредиентов для производства нектаров и различных напитков.
- 3) Розлив в потребительскую упаковку импортированных соков прямого отжима.

Пищевая промышленность чаще использует концентраты соков ввиду их меньшей стоимости. Кроме напитков, соки могут использоваться при производстве мармелада, желе, конфет, злаковых продуктов, мороженого и фруктовых йогуртов.

Таким образом, фруктовым сокам прямого отжима производителей из Кыргызстана, уже разлитым в потребительскую упаковку, весьма сложно попасть на европейский рынок и успешно на нем конкурировать. Преимущественным вариантом на начальном этапе является импорт соков прямого отжима для их дальнейшего розлива уже непосредственно в ЕС.

Рисунок 3. Общая схема каналов распределения соков на рынке ЕС



Бельгия и Нидерланды являются крупнейшими европейскими центрами торговли фруктовыми соками. Рассмотрите возможность экспорта в эти страны.

Специализированный процессор (компания по розливу) является наилучшим каналом для выхода на рынок. Работа непосредственно с предприятиями по розливу сокращает цепочку поставок, но может потребовать значительных инвестиций в достижение требуемого качества продукции, чтобы стать предпочтительным поставщиком.

Некоторые компании по розливу:

[Juiceburs \(UK\)](#) ,

[Innocent \(UK\)](#) ,

[Fruit Lab \(Netherlands\)](#) ,

[Vegesentials \(UK\)](#)

Другим возможным каналом являются **импортеры / агенты**. Как правило, они специализируются на поставках фруктовых соков и могут быть экспертами в определенных видах соков, пользуясь обширными связями и контактами с поставщиками по всему миру, а также долгосрочными отношениями со своими покупателями в пищевой промышленности и ритейле.

Большинство фруктовых соков и нектаров продаются **в торговых сетях**, таких как гипермаркеты, супермаркеты и дискаунтеры, для домашнего потребления.

Тенденции в каналах продаж

Розничная торговля (супермаркеты) будет оказывать большее давление на цены. Это давление транслируется по всей цепочке, до экспортеров, подталкивая их к предложению самых низких цен.

Общей тенденцией является сокращение цепочек поставок. Все больше европейских производителей стремятся контролировать свои источники и пытаются добиться этого, например, покупая заводы в странах происхождения.

Требования ритейлеров (к конечному продукту) и пищевой промышленности (к ингредиентам и промежуточному сырью) растут. Розница все больше заинтересована в прослеживаемости продукта «от сада до прилавка», стремясь обеспечить его максимальную безопасность. Соответственно, экспортеры из развивающихся стран подвергаются все большему давлению с целью узнать, откуда происходит их продукция, вплоть до фермерского хозяйства. Для обеспечения такого уровня прозрачности экспортерам необходима адекватная система регистрации.

Возникают дополнительные возможности добавления стоимости для продуктов, которые производятся в хороших условиях труда, с соблюдением высоких экологических требований, на предприятиях, где работникам выплачивается справедливая заработная плата, и которые могут быть сертифицированы, как органические. Экспортерам, соответствующим таким требованиям, партнеры в ЕС отдают предпочтение все чаще.

Покупатели проявляют растущий интерес к контрактному выращиванию и переработке. Волатильность цен и объемов может быть чрезвычайно высокой из-за сочетания различных факторов. Чтобы устранить эту волатильность и получить больший контроль над поставками, покупатели предпочитают надежных партнеров или даже совместные предприятия. Это долгосрочный тренд, который влияет на возможности экспорта в ЕС.

Цены

Показатели маржи по конечным розничным ценам на фруктовые соки не очень точны, так как весь сектор содержит много различных продуктов. Цены также различаются между странами-производителями в том, что касается вида соков, разновидности фруктов и качества продукции. Поэтому можно дать лишь весьма приблизительный общий обзор развития цен.

Очень грубо можно оценить, что цена продажи сока прямого отжима в ЕС (без потребительской упаковки) может составлять до 60% от розничной цены.



Лучшим вариантом для мониторинга цен является сравнение вашего предложения с предложением от крупнейших конкурентов.

Таблица 3. Розничные цены на фруктовые соки в ЕС

	<p>Alnatura Bio Roter Multi Saft 2,19 евро / 750 мл</p>	<p>Германия (Edeka) Органик, не из концентрата</p>
	<p>EDEKA Milder Multivitaminsaft 1,49 евро / 1 л</p>	<p>Германия (Edeka) Частная марка Частично из концентрата</p>
	<p>Alnatura Bio Gemüse Saft 1,19 евро / 500 мл</p>	<p>Германия (Edeka) Органик</p>
	<p>Amecke Sanfte Säfte Multivitamin 1,79 евро / 1 л</p>	<p>Германия (Edeka) Восстановленный</p>

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

	<p>Tesco 100% Squeezed Apple Peach Passion Fruit And Mango Juice 1,29 фунтов стерлингов / 1 литр (1,47 евро / 1 литр)</p>	<p>Великобритания (Tesco) Частная марка Не из концентрата</p>
	<p>Tropicana Pear Apple And Lychee Juice 2,48 фунтов стерлингов / 950 мл (2,96 евро / 1 литр)</p>	<p>Великобритания (Tesco) Прямой отжим</p>
	<p>Naked Blue machine juice 4,02 евро / 450 мл</p>	<p>Он-лайн магазин (Нидерланды)</p>
	<p>Delhaize Apple-cucumber-celery juice 3,28 евро / 250 мл)</p>	<p>Он-лайн магазин (Нидерланды)</p>

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

Для Заметок

Экспорт в Европейский Союз. Соки (смеси соков)

Для Заметок
