



Отдел содействия импорту.



giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

CBI
Ministry of Foreign Affairs

Конфиденциальная бизнес-информация.
Министерство Иностранных Дел.

Практическое ознакомление с рынком вашего продукта

Масло грецкого ореха в Германии.

Масло грецкого ореха является популярным пищевым маслом для определенного контингента потребителей, которые любят готовить, и которые предпочитают особый аромат грецкого ореха. Хотя Германия производит свое собственное масло грецкого ореха, она также вынуждена импортировать масло для удовлетворения спроса. Этот нишевый продукт будет обращен к тем прямым экспортерам, которые способны производить высококачественный и соответствующий техническим характеристикам рынка продукт. Есть целый ряд специальных импортеров, которые были бы заинтересованы в поставках с меньшими требованиями к качеству масла грецкого ореха из неизвестных источников.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКТА.

Масло грецкого ореха является очень универсальным маслом, полученным холодным отжимом грецких орехов дерева *Juglans regia*. Содержание масла грецкого ореха составляет около 60%. Приблизительно 2-3 кг грецких орехов требуется для выработки одного литра масла. Масло грецкого ореха холодного отжима, по общему мнению, является более ароматным, чем рафинированное масло грецкого ореха.

При холодном отжиме масса мягко прессуется без дополнительного применения тепла. Принимаются меры, чтобы температура не поднималась выше 40 градусов. При горячем отжиме масло грецкого ореха получается при высокой температуре, что приводит к увеличению выхода. Это более долгохранящееся и термостойкое масло, но в процессе переработки теряются некоторые ценные ингредиенты и аромат. Рафинированное масло также дешевле, чем масло грецкого ореха холодного отжима. Обжиг или частичное обжаривание грецких орехов перед отжимом из них масла является еще одним вариантом производства, придающим более насыщенный вкус.



Помимо использования в приготовлении пищи, которое имеет тенденцию быть наиболее широко применяемым для данного масла, в фармацевтической индустрии масло грецкого ореха используется в качестве основы для терапевтических мазей. В косметической промышленности оно используется в кремах и шампунях. Масло грецкого ореха также используется, в меньшем масштабе, при производстве как масляных красок для живописи, так и разбавителей для красок. Другим важным применением масла грецкого ореха является мебельная промышленность - в качестве древесного масла.

По данным Европейского ведомства по безопасности пищевых продуктов, масло грецкого ореха является одним из самых полезных для здоровья масел растительного происхождения. Оно отличается высоким содержанием полиненасыщенных жиров. В частности, оно содержит омега-6 и омега-3 жирные кислоты в соотношении 4:1, которое считается оптимальным для здоровья человека. Кроме того, в нем высокое содержание витаминов группы В и Е.

Статистические данные, используемые в настоящем документе, основаны на кодах Комбинированной номенклатуры (CN). Классификация CN использует коды Гармонизированной системы (HS) для классификации продуктов. Не существует конкретного HS или CN кода для масла грецкого ореха. Хотя оно имеет различные виды использования, в этом информационном бюллетене оно в основном рассматривается в плане пищевого продукта.

В Комбинированной номенклатуре (CN8) масло грецкого ореха включено как:

- 15159091: Твердые нелетучие растительные жиры и масла, а также их фракции, <кг (минимальные величины, исключенные из статистики).
- 15159099: Твердые нелетучие растительные жиры и масла, а также их фракции, >кг.

СПЕЦИФИКАЦИИ ПРОДУКТА.

КАЧЕСТВО (пищевое применение).

Качество продукции является особой проблемой в направлении торговли маслопродуктами, когда на некоторых станциях высококачественные масла смешивались с продуктами с более низким содержанием масла и выдавались за продукты более высокого качества, чем они были на самом деле.

Что касается пищевого масла грецкого ореха, не существует каких-либо юридически обязательных стандартов, но немецкие покупатели ожидают от поставщиков соответствия их стандартам КОДЕКСА (Кодекс качества пищи), которые являются международно-признанными стандартами. Масло грецкого ореха не упоминается среди названных там масел, хотя ведутся переговоры, чтобы добавить масло грецкого ореха, фисташковое масло, конопляное масло и масло лесного ореха в список названных масел. Поэтому соответствующий стандарт КОДЕКСА для орехового масла - CODEX STAN 19-1981 (Стандарт для пищевых жиров и масел, не охваченных индивидуальными стандартами). Смотрите подробности этого стандарта на вебсайте Кодекса качества пищи. Стандарт КОДЕКСА для списка названных растительных масел - STAN 210-1999.

Ключевыми моментами в этом стандарте являются следующие:

- отсутствие добавок допускается в масле холодного отжима;
- разрешается бесцветное масло, за исключением ограниченного списка, предназначенного для поддержания постоянного цвета в масле;
- характеристики качества, как ожидается, применяются к цвету продукта;
- запах и вкус предполагаются характеристикой продукта, и масло должно быть лишено прогорклого запаха и вкуса.

Качество масла зависит от свежести и возраста масла, а также надлежащего хранения. Масло грецкого ореха, как и все растительные масла, чувствительно к свету и кислороду, и его всегда следует хранить в прохладном темном месте. После того, как масло было открыто, для поддержания его в лучшем качестве и предотвращения прогорклости лучше хранить масло в темной кладовой или в холодильнике и быстро использовать. Срок годности большинства бутылок с маслом - до 12 месяцев.

Если вы продаете масло грецкого ореха в качестве непивного продукта, в этом случае также важным документом является [таблица безопасности материала \(MSDS\)](#) в том, чтобы убедить покупателя в качестве продукции. Более подробная информация о [методах отбора проб и анализа](#) для контроля микотоксинов и афлатоксинов в древесных орехах можно найти [здесь](#). Европейский Комитет по Стандартизации (СЕН) опубликовал [список стандартов](#) для отбора проб и анализа семян для масла и растительных масел. Продукт должен обрабатываться, храниться и транспортироваться в соответствии с рекомендуемым Международным кодексом Практики хранения и транспортировки пищевых масел и жиров внавес (CAC / RCP 36 - 1987 (Пересмотр 1-1999, Пересмотр 2-2001, Пересмотр 3-2005, Пересмотр 4-2011)). Хотя это и не является юридически обязательным, данный кодекс принимается в качестве стандарта в практике оптовых перевозок. В тех случаях, когда объемы не составляют больших количеств, данный кодекс все же предоставляет полезный справочный материал.

МАРКИРОВКА.

Продукт должен быть маркирован в соответствии с общим стандартом маркировки расфасованных пищевых продуктов (CODEX STAN 1-1985). Обозначение «масло холодного отжима» можно использовать только в случае, если масло было получено без изменений его свойств, с помощью механических процедур, например, выдавливанием или прессованием, без применения тепла. Оно может быть очищено только путем промывки водой, отстаивания, фильтрации и центрифугирования.

Маркировка на потребительской упаковке должна соответствовать нормам и правилам, применяемым на рынке Евросоюза, включая Германию. Экетки не должны содержать каких-либо токсичных чернил или клея. Смотрите Директиву ЕС 2000/13/ЕС, которая устанавливает общие правила для маркировки расфасованных продуктов питания, продаваемых на рынке Евросоюза. Эта директива будет заменена Регламентом (ЕС) 1169/2011 о предоставлении информации потребителям пищевых продуктов, начиная с 13 декабря 2014 года.

ДЕТАЛИ МАРКИРОВКИ НА УПАКОВКЕ МАСЛА ГРЕЦКОГО ОРЕХА:



Основными нормативными требованиями являются следующие:

- Название продукта.
 - Список ингредиентов.
 - Количество каждого ингредиента или категории ингредиентов.
 - Вес нетто (количество пищевого продукта в контейнере или упаковке).
 - Дата минимального срока годности.
 - Специальные инструкции для хранения.
 - Название и адрес производителя или упаковщика или покупателя / розничного торговца в Евросоюзе.
 - Место происхождения продукта.
- Номер серии выпуска.
 - Инструкция по применению.
 - Контрольное число сертифициатора для продуктов органического происхождения.

Кроме того, любой логотип сертификации (если это применимо) и / или логотип предприятия розничной торговли (в случае наличия собственной торговой марки) должны присутствовать на этикетке. Штрих-коды используются на всех расфасованных пищевых продуктах.

[Регламент \(ЕС\) 1924/2006](#) охватывает использование продуктов питания и требования здравоохранения, которые могут быть нанесены на этикетках. Смотрите также рекомендации Кодекса по маркировке пищевой продукции (CAC / GL 2-1985). Применяемые к грецким орехам аллергены могут быть применены также и к маслу грецкого ореха.

УПАКОВКА.

ПРИМЕРЫ ОПТОВОЙ УПАКОВКИ МАСЛА ГРЕЦКОГО ОРЕХА (БУТЫЛКА И КАНИСТРА):



Поскольку большая часть масла грецкого ореха предназначена для торговли пищевыми продуктами, то большая часть его поставляется в бутылках.

Убедитесь в сохранности качества орехового масла следующим образом:

- Используйте контейнеры из материала, который не вступает в реакцию с компонентами масла (например, лакированные или покрытые сталью, алюминием).
- Очищайте и высушивайте контейнеры перед заливкой масла.
- Заполняйте свободное пространство в контейнере газом, который не вступает в реакцию с компонентами масла (например, азот или диоксид углерода).
- Обеспечивайте повторное использование или утилизацию упаковочных материалов, например, с использованием контейнеров для материалов, подлежащих вторичной переработке (например, металла).
- Органические растительные масла должны оставаться физически отдаленными от обычных растительных масел.
- Храните контейнеры в сухом, прохладном месте, чтобы предотвратить ухудшение качества. Сведите контакт с воздухом к минимуму.
- Соблюдайте меры предосторожности при обращении: следуйте правилам надлежащей производственной практики и практики промышленной гигиены. Соблюдайте правила личной гигиены, исключите прием пищи и курение во время обработки. Избегайте статических разрядов. Более подробную информацию можно найти [здесь](#).
- Защищайте от пожара: храните вдали от источников возгорания и открытого огня. Примите меры предосторожности для предотвращения статических разрядов в рабочей зоне.

ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА.

ОСНОВНОЙ ЗАКОН О ПРОДУКТАХ ПИТАНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ.

Регламент (ЕС) № 178/2002 дает общие определения, принципы, обязательства и требования, которые применяются ко всем продуктам питания, завозимым на рынок Евросоюза, включая Германию, в отношении безопасности пищевых продуктов.

ГИГИЕНА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ.

Регламент (ЕС) 852/2004 охватывает все аспекты цепи поставок продуктов питания с точки зрения гигиены. Участники цепочки поставок продуктов питания должны соблюдать требования общей гигиены и требования в отношении микробиологических критериев, процедур, температурного контроля, поддержания холода и отбора проб и анализа. В отношении участников в цепочке поставок продуктов питания (например, производители, упаковщики, дистрибьюторы) Евросоюза, включая Германию, требуется соблюдение определенных правил, которые основаны на принципах НАССР (Анализ опасности по критическим контрольным точкам), касающихся гигиены продуктов питания.

МАТЕРИАЛЫ, СОПРИКАСАЮЩИЕСЯ С ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ.

Общие требования для всех материалов, соприкасающихся с продуктами питания, изложены в Концепции Регулирования 1935/2004 (Framework). Там содержатся указания в отношении субстанций или групп веществ, используемых в производстве материалов, контактирующих с продуктами питания.

КОНТАМИНАНТЫ / СЛЕДЫ ЗАГРЯЗНЕНИЯ.

Евросоюз установил пороговые значения для некоторых веществ, которые могут присутствовать в пищевых продуктах, таких как микробиологическое загрязнение, загрязняющие примеси и остатки пестицидов. Основные принципы законодательства Евросоюза в отношении контаминантов можно найти в Регламенте 315/93/ЕЕС. Максимальные уровни для отдельных загрязняющих веществ в пищевых продуктах можно найти в (ЕС) 1881/2006. Особый акцент здесь дается на сальмонеллы, охратоксины и афлатоксины.

ОСОБЫЕ НОРМАТИВНЫЕ ПРАВИЛА ДЛЯ ОРЕХОВ.

Существует определенный риск для орехов в отношении загрязнения афлатоксинами. Регламент (ЕС) 1152/2009 описывает тот факт, что орехи, которые экспортируются в Евросоюз, включая Германию, должны сопровождаться справкой о санитарно-эпидемиологическом состоянии, подтверждающей, что орехи прошли отбор проб.

ОРГАНИЧЕСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО.

Регламент (ЕС) 834/2007 в отношении органических продуктов питания и сельского хозяйства содержит информацию о требованиях органического законодательства.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ.

- Безопасность пищевых продуктов является принципиально важным аспектом, и в качестве экспортера вы можете получить преимущества, демонстрируя свою оценку безопасности. Смотрите вебсайт [Федерального Ведомства Германии по защите и безопасности пищевых продуктов](#).
- Проверьте руководящий документ по контролю пищевых продуктов, импортируемых в Евросоюз.
- Проверьте [требования покупателей Евросоюза к растительным маслам](#), которые охватывают юридические требования в отношении безопасности пищевых продуктов, контактирующих с пищевыми продуктами материалов, загрязняющих веществ и маркировки.
- Просмотрите Брошюру по пищевым контаминантам от Генерального Управления Здравоохранения и защиты прав потребителей.
- Более подробную информацию по этому вопросу можно найти на официальном сайте Евросоюза.
- Просмотрите ссылку на оповещение безопасности [RASFF](#) (Европейская служба быстрого оповещения о загрязнённости пищевых продуктов и кормов для животных).
- Проверьте [Кодекс качества пищи \(Codex Alimentarius\)](#) в отношении практики предотвращения и снижения уровня загрязнения афлатоксинами древесных орехов (CAC / RCP 59–2005), которая применяется ко всем древесным орехам, включая грецкие орехи.
- Посетите вебсайт Европейского органа по безопасности пищевых продуктов на [Афлатоксины в пищевых продуктах](#).
- Смотрите также действующие нормативные документы.
- Проверьте эти требования.

ОТСЛЕЖИВАЕМОСТЬ ПРОДУКТА.

В соответствии с законодательством Евросоюза, включающим в себя Германию, это относится к способности отслеживать любые продукты питания или родственные субстанции, используемые для потребления, на всех этапах производства, переработки и дистрибуции.

ДОБАВКИ, ФЕРМЕНТЫ И АРОМАТИЗАТОРЫ В ПРОДУКТАХ ПИТАНИЯ.

Евросоюз, в том числе Германия, установил список разрешенных ароматизаторов и требования к их использованию в пищевых продуктах, предназначенных для потребления человеком, который включает в себя растительные масла. Это особенно актуально для производителей продуктов питания. Понимание этого закона может помочь вам понять их требования.

КОНТРОЛЬ ИМПОРТА.

После таможенного контроля продукт может свободно циркулировать в пределах Евросоюза. Импорт из развивающихся стран должен пройти через назначенные пограничные инспекционные посты и подлежит серии проверок, прежде чем будет дано разрешение на ввоз.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- См. общие принципы и требования пищевого законодательства в Регламенте (ЕС) 178/2002 по отслеживанию продукта.
- Проверьте [Служба поддержки экспорта Евросоюза](#) для получения более подробной информации об импортных тарифах и регулировании импорта.
- Более конкретную информацию о ввозе товаров в Германию можно найти на сайте портала [Немецкая торговля и Инвестирование](#).
- Проверьте сайт [Немецкий таможенный контроль](#).

НЕПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ.

ДРУГИЕ СХЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ.

Принципы НАССР (анализ рисков и критических контрольных точек), касающиеся гигиены пищевых продуктов, являются законным требованием (см. выше). Но на практике многие покупатели настаивают на более высоких стандартах (в Германии чаще следуют Международным стандартам пищевых продуктов - International Food Standard, а также стандартам Британской Торговой Ассоциации). Инициатива по Глобальной безопасности пищевых продуктов (GFSI) содержит эталоны соответствующих стандартов.

СТАНДАРТЫ ДЛЯ ПРОДУКТОВ ОРГАНИЧЕСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ.



Органические стандарты особенно важны в Германии, несмотря на тот факт, что продажи продуктов органического происхождения показывают небольшую долю рынка масла грецкого ореха, но это важная ниша. Слева вы можете увидеть органический логотип Евросоюза. Bio-Siegel (также слева) представляет собой органический стандарт, предоставляемый на некоторых маслах грецкого ореха в Германии.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Международный Центр Торговли (ИТС) предоставляет [информацию](#) о добровольных стандартах и кодексе поведения, которые вы можете найти и определить те, которые являются наиболее подходящими для вашего продукта.
- Проверьте другие ведущие схемы безопасности пищевых продуктов, такие как [Глобальные стандарты Британской торговой ассоциации](#), [Сертификационная система безопасности пищевых продуктов 22000](#), [Международные пищевые стандарты \(IFS\)](#) и [Программа безопасного качества продуктов питания \(SQF\)](#).
- Проверьте вебсайт GFSI для [сравнительного анализа](#) информации о соответствующих стандартах.
- Проверьте [Немецкую ассоциацию органической торговли](#) для получения дополнительной информации о различных органических маркировках в Германии.

ДОБРОСОВЕСТНАЯ ТОРГОВЛЯ.



Добросовестная торговля (FairTrade) - также небольшая, но важная ниша сегмента в Германии, в первую очередь найденная для сельскохозяйственных культивируемых продуктов, включая некоторые древесные орехи. Она сосредоточена на добросовестных трудовых нормативах и добросовестных ценах для мелких производителей в развивающихся странах. Стандарт «FairWild» является единственным стандартом добросовестной торговли, охватывающим источники сырья, собираемого в дикой природе. Стандарт «FairforLife» предназначен исключительно для выращиваемых культур.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Проверьте вебсайт [Немецкая добросовестная торговля](#).
- Проверьте вебсайт [FairWild](#).
- Проверьте вебсайт [FairforLife](#).

ДРУГИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ.



Есть много доступных международных схем, и речь идет об определении того, что является наиболее подходящим для вашего продукта и рынка. Но есть и другие важные инициативы в области устойчивого развития, включающие: ISO14001 по управлению окружающей среды, ISO 31000 по управлению рисками, ISO 26000 по социальной ответственности и SA8000 по ответственности перед обществом.

УСТОЙЧИВЫЙ СОРСИНГ.

Это большая проблема на более широком рынке масла, особенно в отношении пальмового масла. Некоторые покупатели меняют масла, которые они используют, чтобы убедиться, что они соответствуют последней принятой практике.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Получите более подробную информацию на [ISO 14001](#), [ISO 31000](#) и [ISO 26000](#).
- Посмотрите более подробную информацию о [SA 8000](#).
- Простите о проблеме устойчивости масел на сайте [Greenpalm](#): Круглый стол по устойчивости пальмового масла.

ТОРГОВАЯ И МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА.

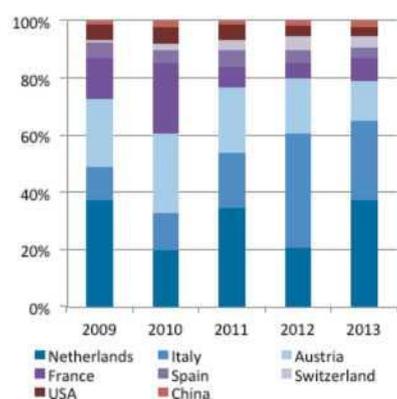
Как указывалось выше, не существует каких-либо конкретных HS или кодов CN для орехового масла. Применены цифры, которые отражают торговлю наиболее близких по коду масел. Огромное количество неуказанных растительных масел с участием в тех же кодов означает, что объем и стоимость масла грецкого ореха в каждом конкретном случае будут малы. Оценка вероятной суммы, относящейся к маслу грецкого ореха, будет производиться в описательной форме после рисунков и лежать в основе оценки потребления.

ТОРГОВЛЯ: ИМПОРТ И ЭКСПОРТ.

РИСУНОК 1: ИМПОРТ ТВЕРДЫХ НЕЛЕТУЧИХ РАСТИТЕЛЬНЫХ ЖИРОВ И МАСЕЛ В ГЕРМАНИЮ, 2009-2013, ТОННЫ.

(Рисунок см. в исходном документе).

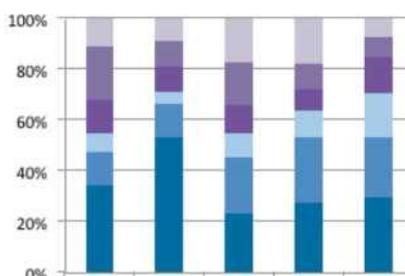
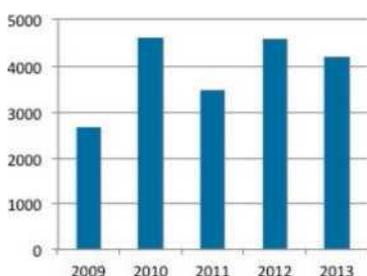
РИСУНОК 2: ЛИДИРУЮЩИЕ 8 ПОСТАВЩИКОВ ТВЕРДЫХ НЕЛЕТУЧИХ РАСТИТЕЛЬНЫХ ЖИРОВ И МАСЕЛ В ГЕРМАНИЮ, 2009-2013, % НА ОСНОВАНИИ ТОННАЖА.



Источник: Международный Центр Торговли.

РИСУНОК 3: ЭКСПОРТ ТВЕРДЫХ НЕЛЕТУЧИХ РАСТИТЕЛЬНЫХ ЖИРОВ И МАСЕЛ ИЗ ГЕРМАНИИ, 2009-2013, ТОННЫ.

РИСУНОК 4: ЛИДИРУЮЩИЕ 6 ЭКСПОРТЕРОВ ТВЕРДЫХ НЕЛЕТУЧИХ РАСТИТЕЛЬНЫХ ЖИРОВ И МАСЕЛ ИЗ ГЕРМАНИИ, 2009-2013, % НА ОСНОВАНИИ ТОННАЖА.



Источник: Международный Центр Торговли.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.

- Масло грецкого ореха составит небольшую долю торговли, показанной на этих рисунках. Импорт стабилизировался с момента падения после 2010 года, но Германия является сетевым импортером других растительных масел и жиров. Эти цифры помещены в контексте с небольшими уровнями поставок того масла грецкого ореха, которое маловероятно представлено.
- Ведущими поставщиками являются в основном страны-производители грецких орехов, хотя то, что Нидерланды являются ведущим поставщиком, указывает на значительную долю посреднической торговли.
- Обратите внимание, что большинство поставщиков являются соседями в Евросоюзе. Тем не менее, масло грецкого ореха (за рамками ведущих производителей США и Франции) возможно поставляется из ряда развивающихся стран, в которых произрастает грецкий орех, включая Чили, Молдову, Индию, Турцию, Иран, Сирию, Китай, Афганистан, Кыргызстан и Пакистан.
- Большинство грецких орехов, из которых производится масло грецкого ореха, поступают из Франции и США. Некоторые трейдеры указывают, что они готовы будут покупать из новых источников, в том числе из центрально-азиатских стран бывшего Советского Союза, как только они смогут соответствовать высоким промышленным стандартам.
- Германия является экспортером как грецких орехов, так и масла грецкого ореха.
- Торговля является довольно концентрированной, с ведущими поставщиками, на которых приходится большая доля торговли.
- Ряд ведущих экспортных направлений является также импортерами в Германию, что указывает на уровень взаимовыгодной торговли.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ.

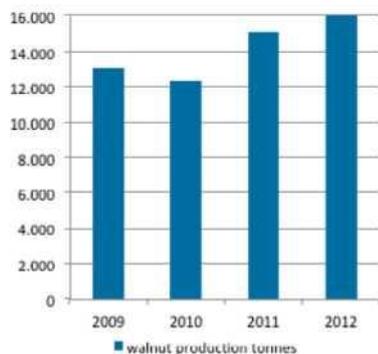
- Если вы являетесь производителем грецкого ореха в поисках экспорта, рассмотрите разницу между экспортированием грецких орехов и входом на экспорт масел. Заметьте, что значительное количество специализированных компаний более склонны покупать готовое масло, в то время как крупные компании, как правило, делают свою собственную обработку.
- Если вы выбираете посреднический путь на этот рынок, вы должны получить разрешение от [Федерального ведомства по защите прав потребителей и безопасности пищевых продуктов \(BVL\)](#) для того, чтобы продавать продукт в Германии.
- Несмотря на концентрацию торговли и преобладание европейских поставщиков, торговля будет всегда находиться в поиске качества продукта из новых источников поставок при условии, что могут быть гарантированы стабильное качество и количество.
- Рассмотрите другие непроизводящие или мало-производящие рынки рядом с Германией, которые имеют хорошую торговлю, например, Австрия и Швейцария, которые также могут предложить хорошие экспортные возможности для прямых поставщиков.

ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ.

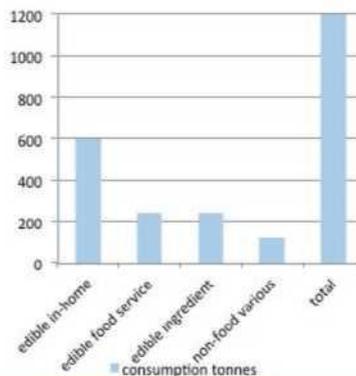
Согласно Статистической базе данных ФАО (FAOSTAT), Германия производит грецкие орехи, хотя это небольшая цифра по отношению к импорту. Цифры, показанные далее, относятся к производству грецких орехов, но нет цифр, показывающих на долю тех грецких орехов, которые перерабатываются в масло грецкого ореха.

Что касается потребления, основываясь на обзоре доступных на рынке Германии продуктов масла грецкого ореха, около 90-95% масла грецкого ореха потребляется в качестве пищевого продукта. Остальная часть используется на рынке средств по уходу за телом. На рынке пищевых растительных масел доминируют подсолнечное, оливковое и сурепное масло. Масло грецкого ореха будет составлять менее 0,5% от рынка пищевых масел. Специализированный сектор маслопродукции достаточно динамичный, а также высоко конкурентоспособный, так как постепенно внедряются новые масла. Арахисовое масло является ведущим ореховым маслом, с рыночной стоимостью более чем в шесть раз больше, чем масло грецкого ореха. Масло добывается из большинства лидирующих орехов и семян.

РИСУНОК 5: ПРОИЗВОДСТВО ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ В ГЕРМАНИИ, 2009-2012, ТОННЫ.
РИСУНОК 6: ПОТРЕБЛЕНИЕ МАСЛА ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ В ГЕРМАНИИ, 2013, ТОННЫ.



Источник: ФАОСТАТ.



Источник: Оценки Searce.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.

- По оценкам, рынок масла грецкого ореха в Германии приравнивается к около 20 млн € в эквиваленте розничной цене. Это соответствует приблизительно 1200 тоннам. Рынок достаточно стабилен. С одной стороны, существует большой интерес в специализированном сегменте масел из-за предполагаемых полезных свойств для здоровья, но с другой стороны, рост рынка сталкивается с проблемой регулярного внедрения новых и интересных масел, каждое из которых имеет свои преимущества для здоровья. Например, новые масла, появившиеся в последнее время, включают аргановое масло, масло маракуйи, масло морики, масло марулы и масло буриги, и это только некоторые из таких.
- Большая часть масла грецкого ореха приобретает потребителями для применения в домашних условиях (10 миллионов, оцененных в 600 тонн или 700000 литров). Обратите внимание, в качестве сравнения, 75 миллионов литров масла семян рапса приобретает каждый год из общего объема рынка пищевых масел 190 млн литров на сумму более 500 млн €.
- Масло грецкого ореха используется менее широко в секторе общественного питания в качестве дополнения к холодным блюдам. Большую часть масла грецкого ореха для пищевого использования составляет масло холодного отжима.
- Меньшее количество масла используется в качестве косметического ингредиента или средств для ухода за телом, хотя цены для непищевого использования масла ниже.
- Эти оценки не включают другое связанной с грецкими орехами использование, такими как экстракты или вкусовые добавки, которые используют остаток «пирога» из грецких орехов, измельченных после того, как масло было извлечено.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ.

- Несмотря на небольшие масштабы данного рынка, рассмотрите нишевые возможности, если вы представляете новую поставляющую страну.
- В Германии интересную информацию можно найти на вебсайте GROFOR – немецкая ассоциация оптовиков жиров и масел. Вы также можете просмотреть некоторых их членов, чтобы понять возможность построения отношений.
- Убедитесь, что вы знакомы с основными различиями между маслом грецкого ореха и другими ореховыми маслами, чтобы продемонстрировать свое более широкое понимание этого рынка.
- Проведите дальнейшие исследования, чтобы установить, какие другие секторы рынка могут быть интересными в плане масла грецкого ореха.

РЫНОЧНЫЕ ТРЕНДЫ.

Данный раздел предоставляет более подробную информацию о конкретных тенденциях на рынке масла грецкого ореха в Германии.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ. СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ.

- По сравнению с подсолнечным и оливковым маслом, специфические масла до сих пор вызывают небольшое обращение, они являются более дорогостоящими, и потребители, вероятно, будут сконфужены разницей между ними. Незнание преимуществ масла грецкого ореха в сравнении с другими маслами является одной из причин, почему потребители его не покупают.
- Только 6% потребителей говорят, что они приобретали ореховое масло в течение последних шести месяцев. Арахисовое масло будет приходиться на большую часть этих потребителей, следовательно, число потребителей масла грецкого ореха будет составлять малую часть этого.
- 12% потребителей используют репертуар из 5 или более масел. Специализированные производители масел были оснащены использованием различных масел для различных случаев, чтобы попытаться управлять новыми продажами.
- Типичные потребители ореховых масел, как правило, находятся в возрастной группе 45-64 года, на уровне дохода выше среднего.
- «Oilnouveau» - новая тенденция, отмеченная на выставке специализированных производителей продуктов питания, недавно привлекающая к участию нового поколения экзотические новые, иногда этнически вдохновленные альтернативные масла. Идея этой тенденции - не только здоровье и хорошее самочувствие, но и роскошь и индугенция с маслами, которые не просто используются для приготовления пищи, но и придают пище более глубокий вкус и законченность. Эта тенденция также вдохновлена расширением этнических видов кухни, которые также позволяют потребителям попробовать новые ароматы и масла.
- Часть тенденций крепкого здоровья и благополучия в Германии включает в себя содействие использованию более здоровых альтернатив малополезным для здоровья маслам и жирам в конкретных продуктах с полезными для здоровья и хорошего самочувствия продуктами (например, органические масла и жиры, обогащенные / функциональные масла и жиры, а также масла и жиры с пониженным содержанием жира). Согласно данным Евромонитор (Euromonitor), эти продукты показали лучший рост, чем малополезные для здоровья и хорошего самочувствия масла и жиры в Германии в 2013 г. Масло грецкого ореха со своими специфическими свойствами для пользы здоровью должно получать выгоду от этой тенденции.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Постарайтесь определить типы немецких покупателей, наиболее заинтересованных в покупке масла грецкого ореха. Опросите экспертов отрасли и проведите свое собственное исследование, чтобы выяснить, кто является наиболее важным потребителем. Это те потребители, кто заинтересован в здоровом питании, или пожилые люди, или состоятельные потребители, или потребители из конкретных этнических групп?
- Постарайтесь составить список преимуществ вашего собственного масла грецкого ореха в плане тех аспектов, которые вы понимаете на нынешнем рынке. Почему потребители должны покупать масло грецкого ореха вместо одного из многих других специальных масел на рынке?
- Подумайте, как эта тенденция здоровой индугенции может быть применена к вашей собственной продукции. Предлагая рецепты или примеры традиционного использования, можно стимулировать покупку некоторых потребителей.

- Устойчивость является большой проблемой на рынке растительных масел из-за выработки углекислого газа. Многие немецкие потребители все больше отдаляются от пальмового и соевого масла в связи с этим вопросом. На самом деле, есть смысл говорить о торговле продукта с маркировкой «свободный от пальмового масла». Специализированные производители масла грецкого ореха подвергаются менее всего негативному воздействию с этой позиции. С этим связаны размер и значение немецкого рынка органических продуктов, самого крупного в Европе.
- Качество и безопасность продукции, которые, вероятно, окажутся более серьезной проблемой в Германии, чем в большинстве других стран-членов Евросоюза, делает проблему высоких сертификаций на повестке дня потребителей.
- Немецкие потребители особенно ориентированы на окружающую среду с точки зрения переработки и утилизации упаковки.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ.

- Новые технологии в производстве масла и смешения создают новые виды продукции и новые комбинации и составы. Хотя тенденция в отношении натуральных продуктов является сильной, многие потребители готовы попробовать эти новые масла, напитанные другими ароматами и вкусами.
- Тенденция здоровья также поощряет переработчиков масел искать новые способы производства масла с более здоровой составом жиров. Эта тенденция также является частью перехода от использования в приготовлении пищи твердых жиров в сторону жидких масел.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ.

- Цены на некоторые популярные масла значительно возросли. Например, засуха в Испании уменьшила размеры оливкового урожая и значительно взвинтила цены на оливковое масло. Масло грецкого ореха может извлечь выгоду из подобных событий, хотя, на самом деле, существует и продолжается дефицит масла грецкого ореха, что удерживает цены на относительно высоком уровне.
- Увеличение спроса в Китае и Индии оказывает дополнительное давление на цены. Однако, цены могут упасть, если глобальная ситуация с поставками изменится.
- С другой стороны, масло грецкого ореха является одним из целого ряда специальных масел, которые должны рассматриваться как дорогие. Немецкие потребители предпочитают получить самую лучшую цену. Многие будут выбирать менее дорогое масло, пока они не поймут и не оценят относительные преимущества и полезные свойства масла грецкого ореха.

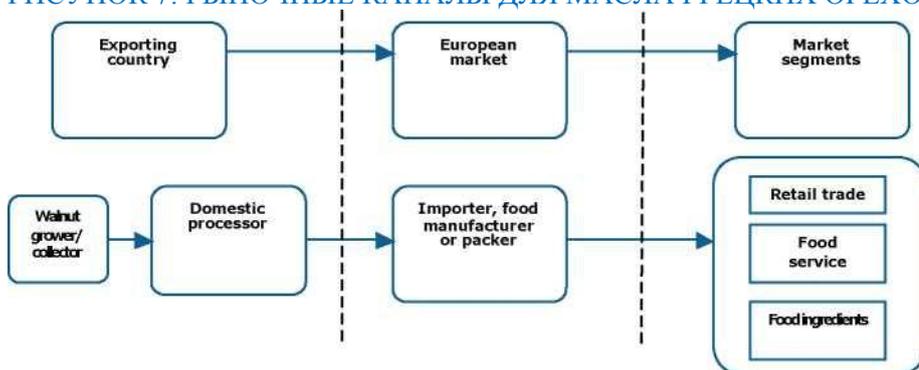
РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ.

- Узнайте больше о проблеме устойчивости. Если вы поставляете масло грецкого ореха холодного отжима, возможно, это преимущество, которое вы можете выгодно использовать?
- Рассмотрите сертификацию и маркировку своей продукции как продукт органического происхождения. Другие типы сертификации, такие как добросовестная торговля, также могут увеличить ваши продажи. См. предыдущий раздел законодательных требований.
- Содействуйте устойчивости и этическим аспектам вашего производственного процесса.
- Убедитесь, что упаковочные материалы соответствуют нормативам Евросоюза и местным нормативам Германии с точки зрения переработки и утилизации. Хорошо известна система [GreenDot](#) для переработки материалов.
- Убедитесь, что вы знакомы с последними техническими достижениями в области переработки масел.
- Рассмотрите, не пострадали ли вы от роста цен. Мировые цены на различные масла определяются целым рядом факторов, в том числе условиями поставок на ведущих рынках. Можете ли вы извлечь выгоду из этой ситуации?

РЫНОЧНЫЕ КАНАЛЫ И СЕГМЕНТЫ.

В данном разделе приведены некоторые сведения о каналах сбыта, через которые продается масло грецкого ореха в страны Евросоюза, включая Германию. На рисунке 7 представлен широкий обзор путей на рынок. Верхняя горизонтальная линия подчеркивает обзор структуры поставок, в то время как вторая горизонтальная линия обобщает ключевых участников в цепочке. Вся активность в левой первой отгороженной пунктиром части относится к деятельности в пределах страны-экспортера. Вся остальная деятельность происходит внутри страны-импортера.

РИСУНОК 7: РЫНОЧНЫЕ КАНАЛЫ ДЛЯ МАСЛА ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ В ГЕРМАНИИ.



АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ: ПОСРЕДНИК ИЛИ НЕТ?

- Выбор здесь, как правило, зависит от масштабов экспортера. Большинство экспортеров специальных масел не торгуют напрямую с конечными пользователями. Они обычно продают брокерам или импортерам, которые затем продают переработчикам (в случае необходимости). Иногда импортерами служат сами переработчики масла. Для мелких производителей было бы лучше найти небольшого брокера или импортера. Если масло грецкого ореха холодного отжима, вы можете быть в состоянии обойти переработчиков.
- Существует тенденция к сокращению цепи дистрибуции, устраняющая или уменьшающая влияние некоторых посредников. Импортеры являются наиболее подходящим каналом для прямых экспортеров масла грецкого ореха.
- Глобализация торговли будет означать, что ваш лучший маршрут к Германии может проходить через трейдеров в других странах, которые имеют хорошие контакты в Германии.
- Другим ключевым вопросом будет степень специализации или эксклюзивности продукта. Чем более специализированный ваш продукт, тем более специализированный дистрибьютор должен быть.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Какой сегмент вам больше всего подходит для бизнеса? Качество вашего масла будет определять, требуется ли дополнительная обработка или очистка. Рекомендуется добавить столько стоимости вашего продукта, сколько вы можете, и вести учет с целью отслеживания. Некоторые трейдеры просто могут пожелать купить у вас грецкие орехи и производить масло сами.
- У вас есть хороший рассказ об истории продаж вашего масла, которое можно было бы использовать, чтобы продать его в Германии? Если да, то постарайтесь, чтобы ваши торговые контакты услышали историю.
- Выполните некоторые исследования, прежде чем выбрать торговый контакт(ы) и понять преимущества и недостатки использования различных маршрутов к доступному рынку. Во многих случаях характер вашего продукта будет сразу определить оптимальный маршрут для вас. Вступите в контакт с соответствующей торговой ассоциацией, такой как GROFOR (см. ссылку выше). Кроме того, проведите собственное исследование о возможных косвенных маршрутах в страну.

КАКОЙ СЕГМЕНТ?

- Построение долгосрочных деловых отношений со своими клиентами важно, независимо от того, какой канал вы выбираете. В конце концов, если вы не поставляете напрямую в розницу, вы не можете быть в состоянии влиять на конечный сегмент, через который ваш продукт продается.
- Розничные продавцы становятся все более влиятельными в цепочке поставок, так как они растут в размерах. Они также хотят быть вовлеченными далее вниз по цепочке поставок, в некоторых случаях непосредственно работают с производителями, чтобы быть более уверенными в происхождении и качестве продуктов, которые они покупают.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Является ли ваша перерабатывающая мощность трудоемкой или капиталоемкой? Трудоемкая обработка больше подходит для масла холодного отжима в бутылках, в то время как капиталоемкая обработка может быть более подходящей для рафинированного масла в качестве пищевого ингредиента.
- Подумайте, хотите ли вы создать видимое присутствие на рынке, и в этом случае выбор розничной торговли будет вашим предпочтительным путем. В качестве альтернативы существует также возможности развивать высокие продажи по другим каналам.

ЦЕНЫ.

Данный раздел охватывает важный вопрос о ценах, затратах и рентабельности. Полезно работать в обратном направлении от розничных цен, а затем посмотреть на различных полях, ожидаемых различными участниками цепи поставок для того, чтобы рассчитать собственную способность конкурировать на этом рынке. Дефицит товара означает, что цены значительно выросли за последнее время. Поставка не в состоянии удовлетворить спрос, поэтому трейдеры переключились на замещающие масла. Вот иллюстрации из различных сегментов в немецкой розничной торговле в отношении масла грецкого ореха. Как и большинство специальных растительных масел, цена на масло грецкого ореха будет зависеть от качества масла, его уникальности и редкости.

РИСУНОК 8: ИНДИКАЦИЯ ЦЕНОВЫХ ДИАПАЗОНОВ И СЕГМЕНТОВ РЫНКА.

Верхний сегмент рынка.

Розничная торговля продуктами органического происхождения: Высокое качество и дополнительные стандарты от переработки до потребительской упаковки.

Ценовой диапазон: широкий, но, как правило, 6-7 € за 100 мл.

Основной канал сбыта: Специалисты в розничной торговле и интернет-продажи.

Средний сегмент рынка.

Среднеценовая розничная торговля: Хорошее качество, стандартные розничные требования со стороны перерабатывающей промышленности.

Ценовой диапазон: 2-5 € за 100 мл.

Основной канал продаж: Супермаркет / Дискаунтер.

Нижний сегмент рынка.

Оптовый продукт для пищевой промышленности: От среднего до хорошего качества для использования в пищевой промышленности.

Ценовой диапазон: совсем немного ниже, чем выше, с учетом конечного использования.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.

Органические масла грецкого ореха не продаются исключительно через специализированные розничные предприятия. На самом деле 50% всех (органических и неорганических) продаж специализированных масел по значению (60% по объему) приходится на супермаркеты, гипермаркеты и дискаунтеры, а 20% продается через специализированные магазины натурального питания (13% по объему), а остальная часть продается через другие пункты продажи (источник «AMI Okolandbau»). Это указывает на то, что более широкие границы могут быть получены за пределами основных розничных каналов.

■ Цифры относительно продаж органического и стандартного масла грецкого ореха недоступны, но потребители готовы платить дополнительно за торговлю маслом, сертифицированного как органический продукт и добросовестная торговля. Отмечается тенденция роста доли масла, сертифицированного как органический продукт.

■ Высший сегмент рынка требует самых высоких стандартов качества, и вам нужно будет доказать, что вы имеете квалификацию для обеспечения дополнительной перестраховки качества на маркировке, такие как органический стандарт или маркировка добросовестной торговли. Как правило, это могло бы быть масло холодного отжима.

■ Масло, реализуемое в продаже в качестве пищевого ингредиента (или для другого использования), будет приносить меньше дохода, но стандарты качества к такому маслу ниже. Данный сегмент мог бы фактически быть очень подходящим для тех экспортеров, которые не в состоянии обеспечить стабильное качество масла или не имеют оборудования или ноу-хау, чтобы поставлять в более высокие сегменты.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

■ Помните о различиях между поставками для каждого сегмента. Также, как различные качества и маржинальные ожидания, есть и другие различия в том, как поведут себя торговые сегменты. Например, высший сегмент будет ожидать от вас быть большего информирования в отношении более широких вопросов на рынке, таких как предстоящие законодательные процедуры, что может оказать на вас влияние, в то время как нижний сегмент будет сосредоточен на цене и количестве.

Следующие оценки могут варьировать в зависимости от различных типов продуктов, рецептов и источников питания, а также других аспектов, таких как брендинг, упаковки. Например, с продуктами, сертифицированными знаками добросовестной торговли и органических продуктов, производители достигнут более высокой доли в конечной продажной цене. Несмотря на большие расходы, связанные с сертификацией, это может составить от 30 до 50% больше добавочной стоимости, чем для обычного продукта. Розничные поля также могут значительно варьировать в зависимости от дефицита или спроса на конкретный продукт.

РИСУНОК 9: РАЗБИВКА СТОИМОСТИ ПРОДУКТА ПО ЦЕПИ ПОСТАВКИ:

Продукт. Процедура экспорта. Транспортировка. Процедура импорта. Розничная продажа.



5-25%. 15-20%. 5-10%. 20-30%. 25-35%.

Источник: *Оценки Searce.*

Эта цифра подчеркивает важность создания добавочной стоимости для прямых экспортеров. Многие трейдеры считают чисто с точки зрения розничной цены. Существует значительный потенциал для увеличения стоимости продукции, включая фисташки, на стадии обработки производства и экспорта в рамках цепочки поставок. Правильная документация также может увеличить добавочную стоимость на стадии «Продукт». Широкие вариации во вкладе каждого этапа в конечную продажную цену выдвигает на первый план возможности добавочной стоимости.

ПОЛЕЗНЫЕ ИСТОЧНИКИ:

Проверьте различные ссылки, представленные в данном документе, но здесь даны некоторые другие полезные ссылки:

ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТА И ВЫХОДА НА РЫНОК:

www.cbi.eu/marketintel_platform/Processed-Fruit-and-Vegetables-and-Edible-Nuts/177430

НЕКОТОРЫЕ ИМПОРТЕРЫ И ОПТОВИКИ:

«Ziani Vegetable Oils» www.ziani.de/

«Brandle» www.braendle.de/

«Bressmer&Francke» www.bressmer-oils.de/de/index.shtml

«OlmuhleSolling» www.oelmuehle-solling.de/

«Pohner-Hamburg» <http://poehner-hamburg.com/>

ОТРАСЛЕВЫЕ ИЗДАНИЯ:

«OilWorld» предоставляет службу прогнозов в отношении масел семян и масел: www.oilworld.de

«Bio-markt» - онлайн портал по торговле продуктами органического происхождения: www.bio-markt.info/

«Bio Press» www.biopress.de/

Нет специализированного отраслевого издания для масел.

«DerFeinschmecker» - публикация торговли гурманов: www.der-feinschmecker-shop.de/.

«LebensmittelZeitung» www.lebensmittelzeitung.net/ и

«LebensmittelPraxis» <http://lebensmittelpraxis.de/> охватывают торговлю продуктами питания более широко.

МАСЛО ГРЕЦКОГО ОРЕХА:

Немецкая Ассоциация торговцев жирами и маслами: www.grofor.de/eng/ueberuns.php

Немецкая ассоциация обработчиков масел семян: www.ovid-verband.de/index.php

«Fediol» - Федерация, представляющая индустрию растительных масел и жиров в Евросоюзе: www.fediol.eu/

Ассоциация обработчиков органических продуктов, оптовой и розничной торговли www.n-bnn.de/en

и www.bnn-einzelhandel.de/

Информация о Пищевой промышленности Евросоюза: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/index_en.htm

ДРУГАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

Конфиденциальная бизнес информация по рынку: Обещающий экспортный рынок Евросоюза.

Служба технической поддержки расширенного экспорта - <http://exporthelp.europa.eu> – поиск «торговая статистика».

ЕвроСтат - <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb> - статистическая база данных по Евросоюзу. Здесь есть возможность некоторых запросов. По вопросу торговли выберите «EU27 Trade Since 1995 ByCN8».

Используйте руководство «Понимание ЕвроСтата: руководство к быстрому поиску»

(http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/assets/User_guide_Easy_Comext_20090513.pdf) для инструкций.

Статистика Международной Торговли - www.trademap.org – вы должны зарегистрироваться.

ПРИЛОЖЕНИЕ.

Вот подборка видов розничных упаковок масла грецкого ореха, которые в настоящее время можно найти на немецком рынке, иллюстрирующая доступные широкий спектр и потребительский выбор. Эти продукты можно найти на ряде вебсайтов, в том числе Amazon. Цены были точны по состоянию на май 2014 года, но будут варьировать между розничными торговцами:

Масло грецкого ореха.
500мл. €11,95.



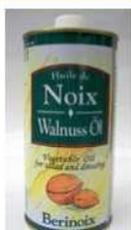
Масло грецкого ореха холодного отжима.
500мл. € 18,99.



Масло грецкого ореха.
250мл. € 2,99, включая 7% налога.

(см.Рис. в исходном документе).

Масло грецкого ореха.
500 мл. € 7,00.



Масло грецкого ореха холодного отжима (Венгрия).
100мл. € 5,99.



Натуральное биомасло из гр.ор.
100 мл. € 6,95.



Масло грецкого ореха.
100мл. € 5,99.



Спрей с маслом грецкого ореха для сухой кожи.
100 мл спрей для тела. € 6,50.



Масло грецкого ореха.
1 л. € 12,73.



Биомасло из поджаренных грецких орехов.
100мл. € 6,39.



Кондиционер с хной и маслом грецкого ореха.
200 мл. € 5,99.



Биомасло.
250 мл. € 17,25.

(см.Рис. в исходном документе).

