



Ulkoministeriö  
Utrikesministeriet  
Ministry for Foreign  
Affairs of Finland



германия  
кызматташтыгы  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Исполнитель:



АГЕНТСТВО ПО ПРОДВИЖЕНИЮ  
И ЗАЩИТЕ ИНВЕСТИЦИЙ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ



IMPORT PROMOTION DESK



Empowered lives.  
Resilient nations.

АНАЛИТИКА

# ПРОФИЛЬ РЫНКА



- Грецкий орех
- Код ТНВЭД: 080232
- Экспортер: Кыргызстан
- Целевой Рынок: Германия

ЭКСПОРТНЫЙ  
ПОТЕНЦИАЛ  
КЫРГЫЗСТАНА



ОБЗОР  
ГЛОБАЛЬНОЙ  
ТОРГОВЛИ

УСЛОВИЯ  
ДОСТУПА НА  
РЫНОК  
ГЕРМАНИИ

[WWW.EXPORT.GOV.KG](http://WWW.EXPORT.GOV.KG)



ул. Чуй 106, г. Бишкек



[info@export.gov.kg](mailto:info@export.gov.kg)



+996 (312) 620363



Ulkoministeriö  
Utrikesministeriet  
Ministry for Foreign  
Affairs of Finland



германия  
кызматташтыгы  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implemented by:

**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



АГЕНТСТВО ПО ПРОДВИЖЕНИЮ  
И ЗАЩИТЕ ИНВЕСТИЦИЙ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ



IMPORT PROMOTION DESK



Empowered lives.  
Resilient nations.

## ПРОФИЛЬ РЫНКА ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ ГЕРМАНИИ

### РЕЗЮМЕ

Данная публикация представляет результаты исследования текущей экспортной ситуации грецкого ореха в Кыргызской Республике и возможности, тенденции глобального рынка с выявленем потенциального рынка сбыта для кыргызского грецкого ореха. Основными инструментами данного исследования являются материалы содержащей количественную и качественную информацию, отечественных и глобальных статистических материалов и другие открытые источники данных. В работе проведен анализ потенциала экспорта грецкого ореха в КР, нынешней ситуации глобального рынка, ее тенденции и определены дополнительные целевые рынки. Сравнительный анализ конкурентов на целевом рынке и детальное изучения условий входа на рынок (требования по фитосанитарной безопасности, безопасности питания, уаковка и маркировка) на целевом рынке. Изучение цен на выбранную продукцию и определение канала для входа на рынок Германии.

Данное исследование было проведено при поддержке Проекта программы развития ООН «Содействие торговле», финансируемый Правительством Финляндии, Германского общества по международному сотрудничеству (GIZ), правительственной программы Германии Import Promotion Desk (IPD).

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКТА</b> .....	4
1.1 Показатели экспорта грецкого ореха в Кыргызской Республике .....	4
<b>2. ВОЗМОЖНОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ</b> .....	5
<b>3. ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК</b> .....	5
3.1 Торговые показатели с целевым рынком .....	5
3.2 Конкуренция на целевом рынке .....	6
3.3 Тарифное преимущество на целевом рынке.....	7
3.4 Сезонность импорта .....	8
<b>4 ДЕТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА</b> .....	9
4.1 Сегмент рынка .....	9
4.2 Продукция.....	10
4.3 Требования к выходу на рынок .....	10
4.4 Требования к упаковке и маркировке .....	11
<b>5 ЦЕНЫ</b> .....	13
5.1 Розничные цены .....	13
5.2 Каналы.....	16
5.3 Торговые выставки.....	16
5.4 Ссылки на полезные источники.....	16



- Грецкий орех свежий или сушеный, очищенный
- Код ТНВЭД : 080232

Ядра грецких орехов можно употреблять в сыром виде или запекать в качестве закуски, но большинство грецких орехов гораздо чаще употребляют в качестве ингредиента при приготовлении пищи и производстве продуктов питания, чем в качестве закуски.

В Кыргызской Республике грецкий орех собирают в ореховых лесах в лесу Арсланбоб. Национальный заповедник Арсланбоб расположен в урочище Бабаш-Атинского хребта на западном и южном склонах Ферганского и Чаткальского хребтов и славится прежде всего потрясающими реликтовыми орехово-плодовыми лесами, занимающими в общей сложности 608,5 тыс. га. Это самый большой реликтовый орехово-плодовый лес на нашей планете. Кыргызские грецкие орехи выращивают и собирают в диких лесах, и это экологически чистый продукт.

## 1.1 Показатели экспорта грецкого ореха в Кыргызской Республике

Экспорт свежих или сушеных очищенных грецких орехов из Кыргызской Республики в 2018 году составил 2,818 млн долларов США, в количестве 1,070 тонны.

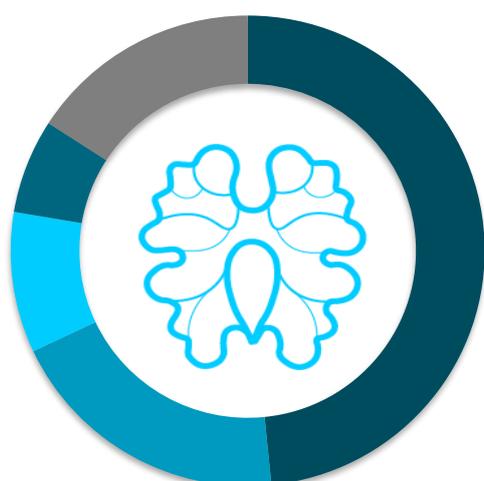
Ежегодный рост экспорта в стоимостном выражении за период с 2014-2018: ▼ 29%

Ежегодный рост экспорта в количественном выражении за период с 2014-2018: ▼ 34%

Рост экспорта в стоимостном выражении за период с 2017-2018: ▼ 49 %

### Основные страны – импортеры кыргызского грецкого ореха

Диаграмма 1.



48% ■ Турция

Экспорт кыргызских грецких орехов в Турцию в 2018 составил 1.3 млн./ 701 тонну.

20% ■ Россия

Экспорт в Россию в 2018 составил 550 тыс./ 100 тонн.

10% ■ Нидерланды

Экспорт в Нидерланды в 2018 составил 272 тыс./ 29 тонн.

6% ■ Словения

Экспорт в Словению в 2018 составил 182 тыс./ 42 тонны.

16% ■ Прочие

Прочие 446 тыс./ 198 тонн.

## 2. ВОЗМОЖНОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ



Мировой рынок грецкого ореха в 2018 году составил 1,842 млрд долларов США и 241 тыс. тонн. Мировой импорт упал на - 49% с 2017 по 2018 г. В 2014-2018 годах среднегодовой спад в стоимостном выражении составил - 29%, а импорт в объеме уменьшился на -34% ежегодно. Это говорит о том, что на глобальном рынке импорт грецкого ореха падает и данный показатель негативно влияет на мировую цену.

Для ознакомления с предыдущим аналитическим материалом "Рыночные возможности кыргызского грецкого ореха" перейдите по следующей ссылке <https://export.gov.kg/ru/for-exporters/analytics-for-markets/rynochnye-vozmozhnosti-kyrgyzskogo-gretskogo-orekha>

Таблица 1. Крупнейшие импортеры грецких орехов в мире

Импортеры	Стоимость, импортированная в 2018 году (тыс. долл. США)	Ежегодный рост стоимости между 2014-2018 гг.	Ежегодный рост количества в период с 2014-2018 гг.	Доля в мировом импорте	Главные поставщики
По миру	1,842,892	0%	7%	100%	
Германия	343,989	9%	19%	18.7%	США-59%, Чили-17%
Япония	168,601	-1%	9%	9.1%	США-96%, Чили 1,9%
Испания	125,049	3%	12%	6.8%	США-68,7%, Чили-13,2%, Германия-9,1%
Южная Корея	104,328	-9%	1%	5.7%	США-98%, Чили-1,9%
Канада	95,978	1%	6%	4.1%	США- 94.5 %, Китай-3.7 %,

## 3. ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК



Согласно с предыдущим аналитическим материалом «Рыночные возможности кыргызского грецкого ореха» (*World Market Opportunities*), наиболее привлекательным рынком для грецких орехов из Кыргызской Республики является Германия. Согласно данным Торговой карты (*Trade Map*), немецкий рынок является крупнейшим рынком грецкого ореха с объемом в 343 млн. долларов США, или 40 931 тонн, и занимает 18.7% мирового рынка импорта в 2018 году. Кроме того, немецкие индикаторы роста зафиксировали оптимистичные показатели и опережающий рост по сравнению с мировым рынком:

- Ежегодный рост стоимости с 2014-2018 ▲ 9 %
- Ежегодный рост количества с 2014-2018 ▲ 19 %
- Ежегодный рост стоимости с 2017-2018 ▲ 23%

### 3.1 Торговые показатели с целевым рынком



Кыргызская Республика в 2018 году в Германию экспортировала грецкие орехи на сумму 20 тысяч долларов и заняла 0,1% объема рынка. Наибольший показатель был зафиксирован в 2011 году - 538 тыс. долл.

Диаграмма 2.



### 3.2 Конкуренция на целевом рынке

Концентрация поставщиков на немецком рынке средняя и находится на уровне 0,39, но данный показатель концентрации поставщиков выше глобального показателя 0,31. Согласно данным Торговой карты (Trade Map), на рынок Германии грецкий орех поставляется из 37 стран мира.

Инфографика 1.

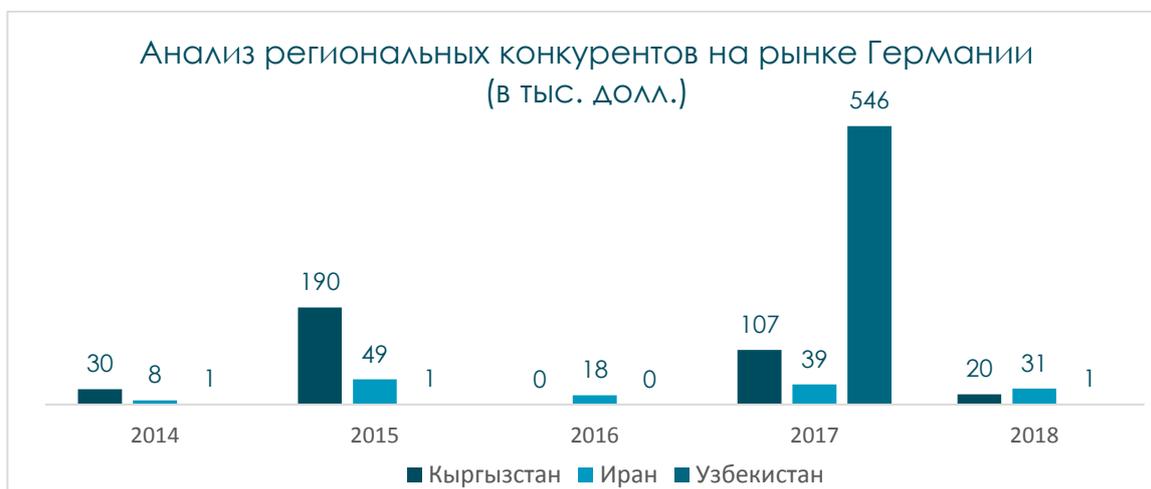


Вышеупомянутые страны десятилетиями были основными поставщиками грецкого ореха на немецкий рынок. География поставщиков весьма диверсифицирована, начиная с Южной и Северной Америки и заканчивая Азией. США, как крупнейший производитель грецкого ореха в мире, имеет хорошие позиции на немецком рынке.

Диаграмма 3.



Диаграмма 4.



Анализ региональных конкурентов показывает, что динамика экспорта грецкого ореха на немецкий рынок идентична по годам. Все 3 страны из одного региона увеличивают свои поставки в 2015 и 2017 годах, а поставки 2018 года минимальны. Это говорит о том, что немцы интересуются рынком нашей продукции, если у традиционных поставщиков наблюдается спад урожая или временные скачки цен на традиционных рынках.

### 3.3 Тарифное преимущество на целевом рынке

Таблица 2. Действующие тарифы Германии для основных поставщиков грецких орехов.

Поставщики	Код продукта	Описание товара	Тарифный режим	Применяемый тариф
США	080232	Грецкие орехи свежие или сушеные, очищенные	РНБ	5.10%
Чили	080232	Грецкие орехи свежие или сушеные, очищенные	Преференциальный тариф для Чили	0%
Молдова	080232	Грецкие орехи свежие или сушеные, очищенные	Преференциальный тариф для Молдовы	0%
Китай	080232	Грецкие орехи свежие или сушеные, очищенные	РНБ	5.10%

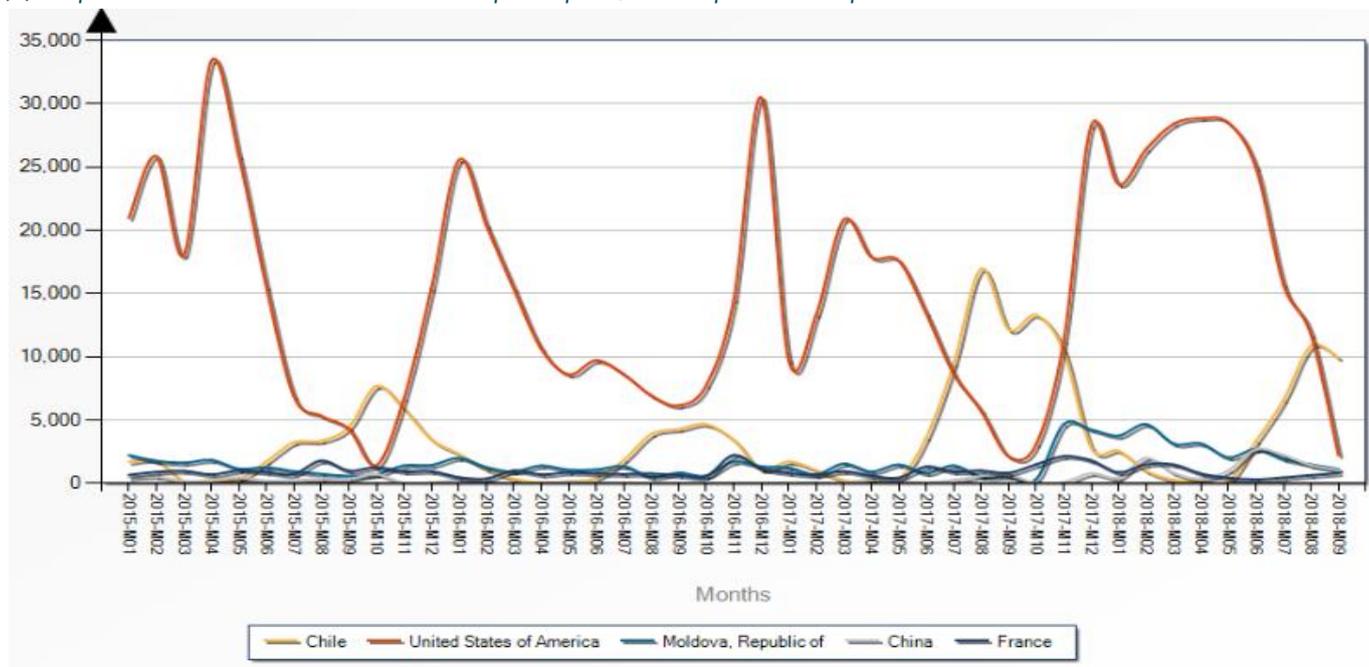
Франция	080232	Грецкие орехи свежие или сушеные, очищенные	В составе стран ЕС	0%
Кыргызская Республика	080232	Грецкие орехи свежие или сушеные, очищенные	GSP+	0%

Таблица 2 показывает, что основной поставщик - США - не имеет тарифных преимуществ. Но как мы видим, это не мешает США быть в топе стран поставщиков. Но у США есть другие преимущества, такие как, транспортировка по водным путям, что является самым дешевым видом транспорта. Китай также не имеет тарифных преимуществ. Остальные страны имеют равные условия с Кыргызстаном в отношении тарифных пошлин.

В этом случае Кыргызстан имеет тарифные условия 0% по GSP+. Но логистические пути ограничиваются только автомобильным транспортом, и иногда в течение сезона цены на автомобильные перевозки поднимаются до \$ 6 000 за грузовик (20 000 тонн). Что, в свою очередь, влияет на себестоимость товара.

### 3.4. Сезонность импорта

Диаграмма 5. Сезонность импорта грецкого ореха в Германию



Сезонность импорта грецкого ореха в Германию. Как видно из диаграммы 5, США поставляют грецкий орех круглый год, но не стабильно. Основными пиковыми моментами импорта грецкого ореха в Германию являются окончание года в сезон сбора урожая в ноябре и декабре и начало года с января по май. А в период с июня по октябрь, когда запасы грецкого ореха у американцев исчерпаны, немецкие покупатели начинают импортировать из Чили, поскольку сезон сбора урожая в Чили начинается раньше, с июня по октябрь.

В связи с этим мы рекомендуем всегда анализировать сезонность потенциальных рыночных покупок. Потому что в сезон сбора урожая цены на продукцию всегда низкие.



## 4.1 Сегмент рынка

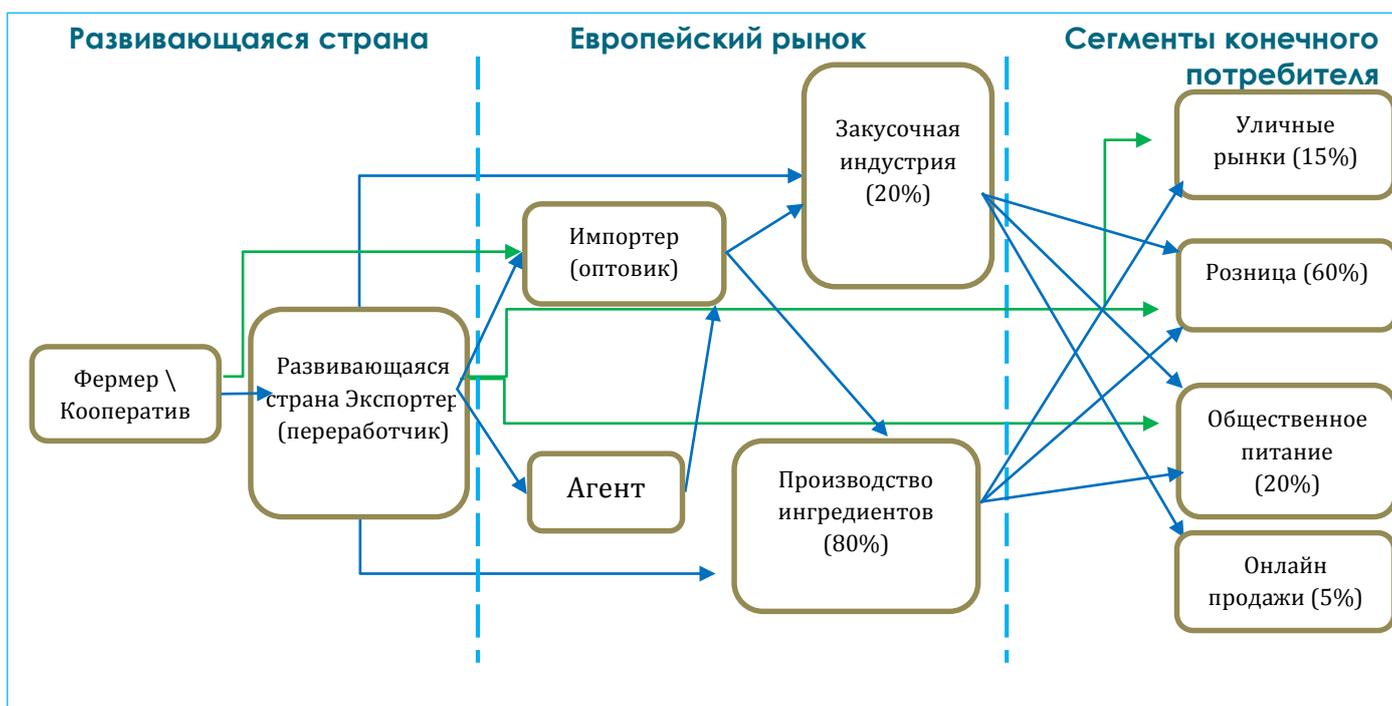
Какие каналы можно использовать для размещения грецкого ореха на немецком рынке? Многие импортеры грецкого ореха также являются упаковщиками и, кроме того, занимаются торговлей и оптовой торговлей. После импорта продукция поступает в различные сегменты рынка, как представлено на диаграмме 6. В настоящее время грецкий орех потребляется гораздо больше в качестве ингредиента, чем в качестве закуски. Рынок ингредиентов предоставляет широкие возможности для разработки новых соленых и сладких закусок в ближайшем будущем. Грецкий орех является популярным ингредиентом фруктовых и ореховых закусочных миксов.

Грецкий орех особенно широко используется в качестве ингредиента в сегменте рынка хлебопекарной промышленности. Это обычный ингредиент печенья, хлеба и других хлебобулочных изделий. Он также становится все более популярным в качестве ингредиентов в салатах, супах и мороженом.

В некоторых случаях экспортеры из развивающихся стран могут также осуществлять поставки в различные сегменты напрямую, без участия импортера в качестве посредника. Однако в большинстве случаев в качестве первого пункта ввоза грецкого ореха из развивающихся стран выступают специализированные импортеры (оптовые торговцы).

По сравнению с другими фруктовыми продуктами, агенты по-прежнему играют важную роль в торговле грецким орехом и другими орехами на европейском рынке. Специализированные агенты представляют экспортеров грецкого ореха на европейском рынке, а также поставляют продукцию под собственной торговой маркой европейских ритейлеров.

Диаграмма 6. Немецкий и европейский каналы сбыта грецкого ореха, 2018.



В этом случае, для кыргызских экспортеров грецкого ореха в Германию, правильно и необходимо работать в направлении от бизнеса к бизнесу (сегмент B2B). Поскольку направление бизнеса к потребителям (сегмент B2C) требует много работы и затрат, для этого сегмента кыргызскому малому и среднему бизнесу необходимо подготовиться. В сегменте B2B мы рассматриваем сотрудничество с немецкими торговыми сетями (федеральные, региональные и городские супермаркеты), а также предприятиями по переработке кондитерских изделий и закусок.

## 4.2 Продукция

Существует 2 вида продукции при экспорте грецкого ореха:

1. Это упаковка в большие пакеты или коробки для оптовой торговли. Также этот продукт может поставляться переработчикам и упаковочным компаниям для дальнейшей переработки или продажи через розничную торговлю.



2. Готовая упакованная продукция для продажи с указанием торговой марки производителя. Упаковка может быть из бумаги или полиэтилена в различных объемах. Данный продукт может поставляться непосредственно в розничные сети, интернет-магазины или через оптовиков дистрибьюторов.



## 4.3 Требования к выходу на рынок

**Основные требования к качеству грецкого ореха определяются следующими критериями.**

- Если грецкий орех продается в скорлупе, то скорлупа должна быть цельной и не сломанной. Тем не менее, небольшие поверхностные трещины допускаются.
- Грецкий орех очищенный и в скорлупе должен быть практически свободный от любых видимых посторонних частиц. Для грецких орехов в скорлупе допускаются небольшие кусочки прилипшей шелухи (не более 10%).
- Отсутствие насекомых, плесени, прогорклости или повреждений.
- Содержание влаги: Не менее 20% для свежих грецких орехов в скорлупе; не более 12% для сухих грецких орехов в скорлупе; не более 5% для ядер грецкого ореха.
- Вид: Ядра грецкого ореха делятся на четыре категории: половинки, четверти, крупные куски, разбитые куски и смесь больших кусков и половинок.
- Характерный вкус и отсутствие постороннего запаха или вкуса.

**Конкретные требования к качеству грецкого ореха определяются следующими критериями.**

- Класс - Классификация грецких орехов официально не определена в Европейском Союзе. Однако широко используется классификация Европейской экономической комиссии Организации Объединенных Наций (ЕЭК ООН), в которой грецкий орех подразделяется на три основных класса: " Экстра-класс", "Класс I" и "Класс II". Эта классификация производится в соответствии с допустимыми дефектами. Грецкие орехи дополнительно делятся на три класса в зависимости от цвета ядра.
- Размер - Категории сортировки грецкого ореха официально не определены в Европейском Союзе. Наиболее часто используемая классификация исходит от ЕЭК ООН. Размеры обязательны для экстра-класса и класса I, но необязательны для класса II. Для грецких орехов в скорлупе минимальный размер составляет 26 мм для экстра-класса и класса I и - если размер - 24 мм для класса II.
- Особые характеристики - на практике качество и цена продукта обычно определяются характеристиками грецкого ореха, которые объединяют в себе вид продукта (цельный, смешанный или штучный), внешний вид ядра, градацию и сорт. Как правило, более высокие цены достигаются при использовании светлых сортов зерен (например, "Чендлер") и больших размеров.
- Американские трейдеры все еще часто используют другой тип оценки. Они классифицируют грецкий орех по цвету и процентному соотношению половинок (например, LHP80% означает светлые половинки и кусочки с минимальным содержанием половинок 80%).

Для получения более подробной информации о стандартах ЕЭК ООН перейдите по ссылкам ниже.

- СТАНДАРТ ЕЭК ООН DDP-02, касающийся продаж и коммерческого контроля качества ядер грецких орехов  
[https://www.unece.org/fileadmin/DAM/trade/agr/standard/dry/Recommendations/DDP\\_Rec\\_Walnut\\_Kernel\\_s\\_2016R.pdf](https://www.unece.org/fileadmin/DAM/trade/agr/standard/dry/Recommendations/DDP_Rec_Walnut_Kernel_s_2016R.pdf)
- СТАНДАРТ ЕЭК ООН DDP-01, касающийся маркетинга и коммерческого контроля качества грецких орехов в скорлупе  
[https://www.unece.org/fileadmin/DAM/trade/agr/standard/standard/dry/Standards/DD%D0%A001\\_InshellWalnuts2014\\_r.pdf](https://www.unece.org/fileadmin/DAM/trade/agr/standard/standard/dry/Standards/DD%D0%A001_InshellWalnuts2014_r.pdf)

#### 4.4 Требования к упаковке и маркировке

Грецкие орехи должны быть упакованы таким образом, чтобы обеспечивалась надлежащая сохранность продукта.

Материалы, используемые внутри упаковки, должны быть новыми, чистыми и такого качества, чтобы не вызывать внешних или внутренних повреждений продукции. Использование материалов, в частности бумаги или этикеток с торговыми спецификациями, разрешается при условии, что печать или маркировка производилась нетоксичными чернилами или клеем.

Упаковка должна быть свободной от любых посторонних веществ.

Ядра могут быть упакованы в герметичные контейнеры, в вакуум или в инертный газ. Они должны быть представлены в маленьких единичных упаковках одинаковой массы, предназначенных для продажи непосредственно потребителю, и упакованы навалом.



Существует множество вариантов упаковки, в том числе:

- 5 кг и 10 кг хлопчатобумажных сеток
- 10 кг бумажные или пластиковые пакеты
- 25 кг полипропиленовые мешки
- 800 кг большие мешки
- Открытые картонные ящики весом 5 кг и 10 кг.

## Маркировка

Маркировка потребительских упаковок должна осуществляться в соответствии с правилами и нормами, действующими на рынке ЕС, в том числе в Германии. Экетки не могут содержать токсичных чернил или клея. См. Директиву ЕС 2000/13/ЕС, устанавливающую общие правила маркировки предварительно упакованных пищевых продуктов, реализуемых на рынке ЕС. Эта директива будет заменена Постановлением (ЕС) 1169/2011 о предоставлении потребителям информации о продуктах питания с 13 декабря 2014 года.

Ключевыми требованиями являются:

- Наименование продукта
- Список компонентов
- Количество ингредиента или категории ингредиентов
- Количество нетто (количество продуктов в контейнере или упаковке)
- Дата минимальной долговечности
- Специальные инструкции по хранению
- Наименование и адрес производителя или упаковщика, или покупателя/розничного продавца из стран ЕС
- Место происхождения продукта
- Серийный номер
- Инструкция по применению
- Контрольный номер сертификатора для органических продуктов



Кроме того, на этикетке должен быть размещен любой логотип сертификации (если применимо) и/или логотип розничной торговли (в случае продукции под собственной торговой маркой). Штрих-коды используются на всех фасованных продуктах.

Регламент (ЕС) 1924/2006 регулирует использование требований в отношении питания и здоровья, которые могут быть сделаны на этикетках. См. также руководящие принципы КОДЕКС по маркировке пищевых продуктов (CAC/GL 2-1985).

В дополнение к требованиям Общего стандарта Codex Alimentarius по маркировке предварительно упакованных продуктов питания (CX5\_001e) требуется более подробная информация о продукции для грецкого ореха.

Название продукта должно быть четко обозначено следующим образом:

- «Ядра грецкого ореха» и название разновидности или коммерческого типа в случае ядер
- В случае скорлупы - "грецкий орех" или "сухой грецкий орех"; или "свежий грецкий орех" или эквивалент.

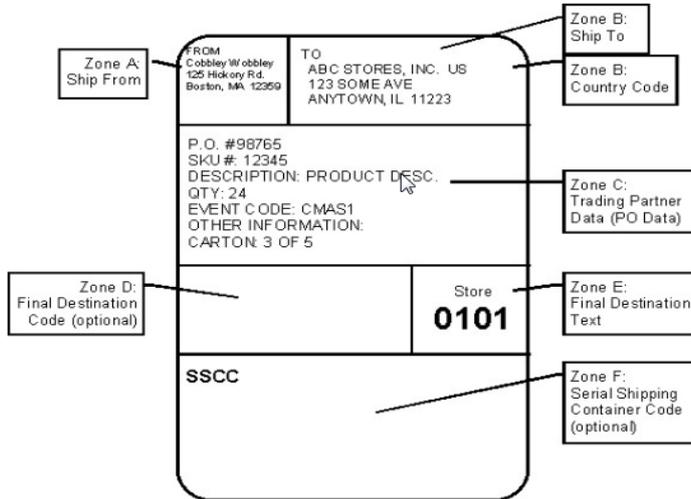
Маркировка также необходима для помощи потребителям, страдающим аллергией или непереносимостью. Категория орехов (в которые включен грецкий орех) является одной из 14 пищевых продуктов, требующих специальной маркировки аллергенами в соответствии с законодательством ЕС.

Информация для нерозничных контейнеров должна быть представлена либо на контейнере, либо в сопроводительных документах. Маркировка контейнера должна содержать следующую информацию:

- наименование продукта;
- идентификация партии;
- название и адрес производителя, упаковщика, дистрибьютора или импортера;
- инструкция по хранению.

Однако идентификация партии, а также имя и адрес производителя, упаковщика, дистрибьютора или импортера могут быть заменены идентификационной маркировкой.

Пример этикетки для отгрузки.



Source: Integrated Business Communications Alliance

## 5 ЦЕНЫ

В данном разделе рассматривается важный вопрос о ценах, затратах и маржах. Полезно работать в обратном направлении, начиная с розничных цен, а затем рассматривать различные уровни прибыли, ожидаемые различными участниками цепочки поставок, чтобы рассчитать собственную способность конкурировать на этом рынке. Каждый клиент имеет свою спецификацию, которая будет варьироваться в зависимости от различных сегментов рынка. Отбор проб и анализ необходимы в каждом конкретном случае для определения и подтверждения качества. Ниже приведена иллюстрация различных сегментов немецкой розничной торговли грецким орехом.

### 5.1 Розничные цены

Чтобы узнать розничную цену грецких орехов в Германии и визуализировать дизайн упаковки, была проанализирована одна из главных сетей супермаркетов в Германии, REWE.

Среди основных торговых марок, представленных в немецких розничных сетях, можно выделить следующие:

## НЕМЕЦКИЕ РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ НА ГРЕЦКИЙ ОРЕХ

Изображение	Продукт	Размер и вес	Цена	Регион
	Wahl aromatische Walnüsse	150 гр.	3,49€	Гамбург
	Seeberger Walnusskerne	500 гр.	13,99€	Берлин
	Kluth Walnusskerne	100 гр.	3,59€	Хенштедт-Ульцбург
	Kluth Bio-Walnusskerne	100 гр.	3,79 €	Хенштедт-Ульцбург

Основными переменными для установления высоких цен являются:

- "экзотические" виды грецких орехов
- сертифицированную органическую или этически и экологически рациональную продукцию, поставляемую из сертифицированных источников
- в розничной или продовольственной упаковке

### Диаграмма 7. Индикация ценовых диапазонов и сегментов рынка

**Органическая розница:** Высочайшее качество и дополнительные стандарты от переработки до потребительской упаковки. Ценовой диапазон: широкий диапазон, но обычно € 3-4 за 100 гр.  
Основной канал продаж: Специализированная розничная торговля.

**Розничная торговля:** Хорошее качество, стандартные розничные требования перерабатывающей промышленности. Ценовой диапазон: € 1,50-2,50 за 100 гр.  
Основной канал продаж: Супермаркет.



**Не расфасованный готовый продукт для пищевой промышленности:** От среднего до хорошего качества для использования в качестве пищевого ингредиента. Ценовой диапазон: скорее ниже, чем выше, в зависимости от конечного использования.

- Ядра грецкого ореха в нижнем сегменте реализуются в больших объемах и с относительно низкой наценкой. Аспекты качества с точки зрения размера и классификации менее требовательны, но стандарты все еще высоки. Обычно в пищевой промышленности используются ядра грецкого ореха меньшего размера.
- Среднерыночные грецкие орехи относятся к более высокому классу и стандартам. Эти продукты обычно продаются в розницу под торговыми марками производителей или под собственными торговыми марками. Они обладают некоторыми дополнительными характеристиками, такими как инновационная упаковка (например, печатная картонная упаковка или пакеты), что позволяет получать относительно более высокую прибыль.
- Премиальная часть рынка требует высочайших стандартов качества, и вам необходимо продемонстрировать, что вы отвечаете требованиям для обеспечения дополнительной уверенности в качестве маркировки, такой как органический стандарт или ярлык справедливой торговли. Цвет особенно важен при оценке различных качеств.

Приведенные ниже оценки могут варьироваться в зависимости от типа продукта, рецептов и источников поставок, а также других факторов, таких как брендинг, упаковка. Например, для справедливой торговли и органической продукции производители получат более высокую долю конечной отпускной цены. Несмотря на более высокие затраты, связанные с сертификацией, это может быть на 30-50% больше добавленной стоимости, чем для обычного продукта. Маржа розничной торговли также может значительно варьироваться в зависимости от дефицита или спроса на определенный продукт.



Этот показатель подчеркивает важность добавленной стоимости для экспортеров из развивающихся стран. Многие трейдеры думают исключительно с точки зрения розничной цены продажи. Имеются значительные возможности для увеличения добавленной стоимости продукции, в том числе грецкого ореха, на этапах производства и экспортной переработки в рамках цепочки поставок. Правильная документация может также обеспечить дополнительную ценность на этапе "Продукт". Значительные различия в инвестировании каждого этапа в конечную цену продажи указывают на возможность создания добавленной стоимости.

## 5.2 Каналы

Основными каналами сбыта грецкого ореха являются торговые компании и крупные перерабатывающие компании, которые имеют собственные отделы закупок и даже передают их на аутсорсинг в страны-поставщики.

Важно знать, что розничная торговля разделена на два типа:

- Специализированные магазины: органические магазины, такие как Alnatura и Denn.
- Крупные супермаркеты, гипермаркеты и дискаунтеры, такие как REWE, Lidl, ALDI и другие, которые стремятся развивать свои собственные бренды по очень конкурентоспособным ценам.

## 5.3 Торговые выставки

Наиболее эффективным каналом выхода на немецкий рынок является участие в международных выставках. Эксперты сходятся во мнении, что самыми важными выставками, в которые должны участвовать предприниматели, являются ANUGA и SIAL Expo.

Для получения дополнительной информации о выставках обращайтесь в Агентство по продвижению и защите инвестиций Кыргызской Республики или посетите наш сайт <http://export.gov.kg/ru/for-exporters/promoting-exhibitions>

## 5.4 Ссылки на полезные источники

- Centre for the Promotion of Imports from developing countries [www.CBI.eu](http://www.CBI.eu)
- ITC Trademap <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- ITC Export Potential Map <https://exportpotential.intracen.org/#/home>
- United States Department of Agriculture <https://www.fas.usda.gov/data>
- ITC Market access Map <https://www.macmap.org/Main.aspx>

За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь в Агентство по продвижению и защите инвестиций Кыргызской Республики или посетите <http://export.gov.kg>, (312) 623849.