



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.

Грецкие орехи в Германии.

Потребление грецкого ореха в Германии растет, так как потребители ценят множество полезных свойств для здоровья, которыми обладает этот известный древесный орех, хотя есть некоторые доказательства того, что более высокие цены влияют на уровни продаж. Германия имеет собственное производство грецкого ореха, но более половины рынка поставляется за счет импорта, и Германия на самом деле является фактически ведущим в мире импортером. В мировом производстве доминируют США и Китай, но существуют значительные возможности для импортеров, которые способны поставлять на рынок продукцию того качества, которого требуют торговцы и потребители. Существует некоторая сезонность, в частности, на период рождественских праздников, но спрос достаточно последователен в течение всего года.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКТА ГРЕЦКИЕ ОРЕХИ В СКОРЛУПЕ.



Грецкий орех (*Juglans regia*), известный как персидской или английский грецкий орех, является наиболее популярным типом грецкого ореха, и является родным для Юго-Восточной Европы, Юго-Западной и Центральной Азии и Юго-Запада Китая. Есть также черные грецкие орехи, которые произрастают в Северной и Южной Америке, но в повседневном использовании наблюдается тенденция предпочтения персидскому ореху, так как сам орех легче извлекать из скорлупы. Грецкие орехи обычно поставляются лущеными (ядра), но они также доступны в неочищенном виде, как показано на рисунке.

ГРЕЦКИЕ ОРЕХИ БЕЗ СКОРЛУПЫ.

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

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

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

Статистические данные, используемые в настоящем документе, основаны на кодах Комбинированной номенклатуры (CN). Классификация CN использует коды Гармонизированной системы (HS) для классификации продуктов.

В Комбинированной номенклатуре (CN8) грецкие орехи включены как:

- 08023100: свежий или сушеный орех в скорлупе.
- 08023200: свежий или сушеный орех без скорлупы.

СПЕЦИФИКАЦИИ ПРОДУКТА.

КАЧЕСТВО.

Важность качества продукции, в сочетании с традиционным характером торговли, где покупатели часто неохотно меняют поставщиков, означает, что новые страны-поставщики сталкиваются с проблемой при выходе на рынок. Несмотря на то, меняющиеся глобальные климатические условия ведут к тому, что трейдеры должны часто искать новых поставщиков, когда существует дефицит. Импортёры, опрошенные в связи с данным информационным бюллетенем, отметили, что ни в коем случае не будет компромисса по качеству. Многие утвердившиеся производители, например, в Молдове, имеют необходимое оборудование для обработки, включая оптические сортировщики SORTEX для того, чтобы, например, доставка производилась без фрагментов орехов, которые не являются приемлемыми для торговли. Эти процессоры также покупают более мелкие страны-экспортёры (таких как Кыргызстан или Узбекистан), делают обработку и продают их в Германию в качестве молдавского продукта. Может оказаться значительным барьером для выхода на рынок новых стран-поставщиков, если они не обладают эквивалентным обрабатывающим оборудованием для самостоятельной обработки, вынужденные продавать орехи странам-посредникам по более низким ценам.

КОДЕКС (Codex Alimentarius – Кодекс качества пищи) и ЕЭК ООН (Европейская экономическая комиссия ООН – UNECE, United Nations Economic Commission for Europe) являются международно-признанными стандартами. Они не являются юридически обязательными, но немецкие покупатели ожидают от поставщиков соответствия им, как минимум, если они хотят получить доступ к рынку. Хотя существуют стандарты КОДЕКСА для арахиса и фисташек, стандартов КОДЕКС для грецких орехов нет. Двумя соответствующими источниками для установления стандартов качества грецких орехов являются:

- Регламент Европейской Комиссии (ЕК) 175/2001 устанавливает стандарт маркетинга для грецких орехов в скорлупе.
- ЕЭК ООН имеет стандарты для грецких орехов в скорлупе и стандарты для ядер грецких орехов.

По сути дела, касательно грецких орехов в скорлупе, ключевые требования к качеству имеют отношение к характеристикам скорлупы, которая должна быть:

- неповрежденной; незначительное поверхностное повреждение не считается дефектом; частично открытые грецкие орехи могут рассматриваться как неповрежденные при условии, что ядро физически защищено;
 - с характерным звуком; без дефектов, которые могут повлиять на естественные сохраненные качества плодов;
 - без повреждений, вызванных насекомыми-вредителями, чистой; практически без видимых посторонних веществ;
 - сухой; без повышенной поверхностной влажности;
 - свободной от остатков лузги;
 - скорлупа сухих грецких орехов не должна иметь следов обдирки;
 - грецкие орехи не должны быть пустыми;
 - скорлупа может быть промыта и отбелена при условии, что обработка не повлияет на качество;
 - сухие грецкие орехи должны иметь влажность не более 12% для всего ореха и не более 8% для ядра.
- Естественное содержание влаги в цельных свежих грецких орехах должно быть равно или больше 20%.

В отношении ядер грецких орехов минимальные требования к качеству таковы, что ядра должны быть:

- достаточно сухими, чтобы обеспечить сохранность качества;
- с характерным звуком; не допускается продукт, подверженный гниению или порче, что делает его непригодным к употреблению;
- сформированными;
- достаточно развитыми; сморщенные ядра должны быть исключены;
- чистыми, практически без каких-либо видимых посторонних веществ и без скорлупы;
- без насекомых или клещей, независимо от стадии их развития;
- без повреждений, вызванных насекомыми-вредителями; непротухшими или маслянистыми;
- без плесени; без повышенной влажности на поверхности; без постороннего запаха и / или привкуса;
- в состоянии выдерживать транспортировку, погрузку и разгрузку;
- с содержанием влаги не более 5%.

Существует три сорта: «Высший сорт», «1-й сорт» и «2-й сорт». Это относится и к скорлупе и к ядрам, а также для каждого сорта определяются минимальные размеры.

Кроме того, существуют положения для различных типов ядер:

■ половинки, четверти, крупные куски, мелкие куски и смесь крупных кусков и половинок. Указание количества штук на кг может быть необязательным.

Более подробную информацию о методах отбора проб и анализа на содержание микотоксинов и афлатоксинов в древесных орехах можно найти [здесь](#).

Продукт должен быть подготовлен и обработан в соответствии с Кодексом гигиенической практики для древесных орехов (CAC / RCP 6-1972), который относится конкретно к грецким орехам и миндалю, но, как правило, применим ко всем древесным орехам.

МАРКИРОВКА.

ДЕТАЛИ МАРКИРОВКИ НА УПАКОВКЕ ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ:



Маркировка на потребительской упаковке должна быть в соответствии с нормами и правилами, применяемыми 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 фасованных 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.

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 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).

Требуется более конкретная информация о грецких орехах в дополнение к требованиям Общего стандарта для маркировки расфасованных пищевых продуктов (CXS_001e) из Кодекса качества пищи. Название продукта должно быть четко обозначено следующим образом:

- «ядра грецких орехов» и название разновидности или коммерческого типа в случае ядер;
- в случае наличия скорлупы – «грецкие орехи» или «сухие грецкие орехи», или «свежие грецкие орехи», или эквивалент.

Маркировка также имеет важное значение для оказания помощи потребителям, которые имеют аллергию или непереносимость. Категория орехи (в которую грецкие орехи включены) является одним из 14 продуктов, которые требуют специфической маркировки с указанием аллергена согласно законодательству Евросоюза. Пожалуйста, обратитесь к ссылкам, указанным в начале данного раздела по маркировке.

УПАКОВКА.

ПРИМЕРЫ ОПТОВОЙ УПАКОВКИ ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ:



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

Материалы, используемые внутри упаковки, должны быть новыми, чистыми и такого качества, чтобы избежать внешнего или внутреннего повреждения продукта. Использование материалов, в частности бумаги или этикеток с торговыми спецификациями, допускается при условии, что при нанесении текста или наклеивании этикеток используются нетоксичные чернила или клей.

Пакеты должны быть свободны от посторонних веществ.

Ядра могут быть упакованы в герметичные, герметичные контейнеры, в вакууме или в инертном газе. Они должны быть представлены в небольших упаковках одинакового веса, предназначенных для продажи непосредственно потребителю и упакованных по весу.

Есть целый ряд вариантов весовой упаковки, в том числе:

- 5 кг и 10 кг хлопковые мешки;
- 10 кг бумажные или пластиковые мешки;
- 25 кг полипропиленовые мешки;
- 800 кг крупные мешки;
- 5 кг и 10 кг с открывающимся верхом картонные ящики.

Проверьте вебсайт [Транспортная информационная служба](#) для получения более подробной информации об описании продукта, качества, упаковки, обработки и факторов риска при перевозке грецких орехов.

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 HACCP (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). Контактующие с пищевыми продуктами материалы, как правило, упаковочные, должны быть изготовлены таким образом, чтобы они не представляли опасности для здоровья человека.

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 требования покупателя Евросоюза к переработанным фруктам, овощам и съедобным орехам, которые охватывают юридические требования в отношении безопасности пищевых продуктов, контактирующих с пищевыми продуктами материалов, загрязняющих веществ и маркировки.
- Проверьте руководящий документ по контролю пищевых продуктов, импортируемых в Евросоюз.
- Просмотрите на [FRUCOM](#) Европейское Ведомство по торговле съедобными орехами и имеющих к ним отношение товаров, там содержится информация о действующем законодательстве о торговле и о его изменениях.

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, ократоксины 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.

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.

КОНТРОЛЬ ИМПОРТА.

После таможенного контроля продукт может свободно циркулировать в пределах Евросоюза. Импорт грецких орехов из развивающихся стран должен пройти через назначенные пограничные инспекционные посты и подлежит серии проверок, прежде чем будет дано разрешение на ввоз. К странам MFN (Most Favoured Nation), пользующимся статусом наибольшего благоприятствования, применяемый тариф на грецкие орехи в скорлупе составляет 4%. Для очищенных грецких орехов он составляет 5,1%.

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). Инициатива по Глобальной безопасности пищевых продуктов (GFSI) содержит эталоны соответствующих стандартов.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Просмотрите Брошюру по пищевым контаминантам от Генерального Директората по здравоохранению и защите прав потребителей.
- Более подробную информацию по этому вопросу можно найти на официальном сайте Евросоюза.
- Просмотрите [Афганское тематическое исследование](#) по процедурам надлежащей практики производства и переработки древесных орехов и сухофруктов.
- Просмотрите ссылку на оповещение безопасности [RASFF](#) (Европейская служба быстрого оповещения о загрязненности пищевых продуктов и кормов для животных). RASFF является важным инструментом для того, чтобы быстро реагировать, когда обнаруживаются риски для здоровья населения в пищевой цепи.
- Проверьте вебсайты [Кодекс качества пищи \(Codex Alimentarius\)](#) и [ЕЭК ООН](#), чтобы найти любую информацию касательно грецких орехов.
- Проверьте Технические правила из 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.
- 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](#).

ИНИЦИАТИВА ПО СООТВЕТВИЮ БИЗНЕСА ОБЩЕСТВЕННОМУ ДОГОВОРУ.



Это ведущая деловая инициатива для компаний, стремящихся к улучшению условий работы в глобальной цепи поставок. Она используется ведущими компаниями розничной торговли только по приглашению.

СТАНДАРТЫ ДЛЯ ПРОДУКТОВ ОРГАНИЧЕСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ.



Немецкая Ассоциация торговцев продуктами органического происхождения имеет более высокие стандарты, правила Евросоюза по продуктам органического происхождения, поэтому сертификация является более сложной задачей для новых прямых поставщиков на данный рынок. Маркировка органических продуктов все чаще требуется на продукты из орехов.



Продажи продуктов органического происхождения показывают небольшую долю рынка грецкого ореха, но это важная ниша. Слева вы можете увидеть органический логотип Евросоюза, но Германия также имеет свой собственный номер органических стандартов, включая Деметер (Demeter) и Биолэнд (Bioland), каждый со своим собственным логотипом. Bio-

Siegel (также слева) представляет собой органический стандарт, предоставляемый на некоторых грецких орехах в Германии.

- Проверьте [Немецкую ассоциацию органической торговли](#) для получения дополнительной информации о различных органических маркировках в Германии.
- Посмотрите на вебсайте [Bio-Siegel](#) дополнительную информацию.
- Проверьте документ [Изучение технико-экономического обоснования в Центральной Азии](#) в отношении орехов.

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.

- 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.

- Получите более подробную информацию на [ISO 14001](#), [ISO 31000](#) и [ISO 26000](#).
- Посмотрите более подробную информацию о [SA 8000](#).

ТОРГОВАЯ И МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА.

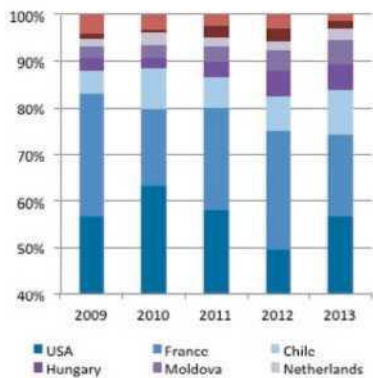
Данный раздел предоставляет более подробную информацию о грецких орехах в Германии.

ТОРГОВЛЯ: ИМПОРТ И ЭКСПОРТ.

РИСУНОК 1: ИМПОРТ ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ В ГЕРМАНИЮ, 2009-2013, ТОННЫ.

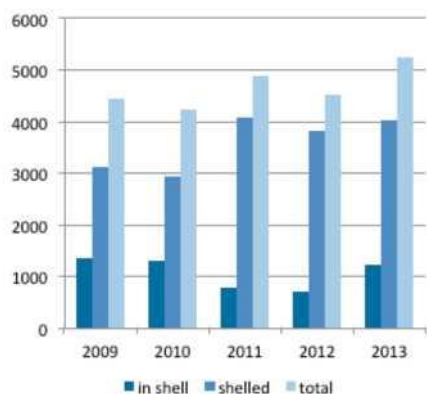
(Рисунок см. в исходном документе).

РИСУНОК 2: ЛИДИРУЮЩИЕ 8 ПОСТАВЩИКОВ ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ В ГЕРМАНИЮ, 2009-2013, % НА ОСНОВАНИИ ТОННАЖА.



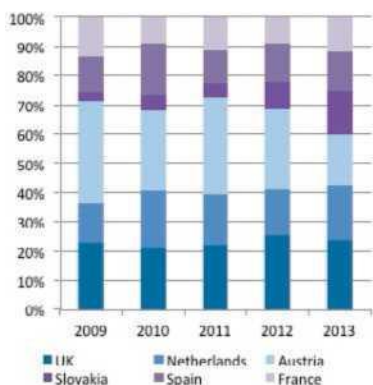
Источник: Евростат.

РИСУНОК 3: ЭКСПОРТ ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ ИЗ ГЕРМАНИИ, 2009-2013, ТОННЫ.



Источник: Евростат.

РИСУНОК 4: ЛИДИРУЮЩИЕ 6 ЭКСПОРТЕРОВ ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ ИЗ ГЕРМАНИИ, 2009-2013, % НА ОСНОВАНИИ ТОННАЖА.



Источник: Евростат.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.

- На долю Германии приходится 21% объема всего импорта грецкого ореха в Евросоюз, и Германия является ведущим импортером в Евросоюзе и во всем мире,
- Общий объем импорта грецких орехов в Германию увеличился с 2012 года, но все еще ниже своего пика в 2011 году, регистрируя 27500 тонн в 2013 году, хотя в стоимостном выражении они составили около 168 млн €, что в два раза выше значения 2009 года, свидетельствуя о росте цен на импорт,
- Не ведущие 8 стран-поставщиков, показанных на рисунке 2, приходится более 95% от общего объема импорта грецких орехов в 2013 году,
- США был ведущим импортером грецких орехов в Германию, что составляло 54% от всего объема импорта. Доля та же, что была в 2009 году, хотя стоимостная доля увеличилась, что указывает на уменьшающуюся долю импорта в ценовом выражении из других источников.
- Более 2,5% торговли проходили через Нидерланды, что указывает на обоснованный уровень непрямого импорта от других прямых поставщиков. Другие прямые поставщики не перечислены на рисунке 2, включая Китай (некоторые из которых могут включать реэкспорт из других стран), Турцию, Пакистан, Иран, Афганистан, Кыргызстан (который имеет самые крупные естественные ореховые леса в мире) и Сирию.
- Зарегистрирован значительный рост поставок из Чили, Молдовы и Венгрии, в то время как импорт из ведущего поставщика в Евросоюзе, Франции, снизился.
- 76% от всего объема импорта составляли очищенные орехи, когда лушение производится в стране-поставщике; значительно растущий тренд с 2009 года. Это приравнивается к 90% в стоимостном выражении.
- Экспорт из Германии был оценен в 41,9 млн € в 2013 году, почти в два раза выше показателя в 2009 году. Тем не менее, объемы экспорта были лишь на 18% выше, чем в 2009 г. Это дает предположение о повышении экспортных цен за период.
- Конечные пункты доставки экспорта были также весьма сконцентрированными. На лидирующие 6 экспортных направлений на рисунке 4 приходится 66% всего объема экспортных поставок. Кроме реэкспорта через Нидерланды, основными пунктами назначения экспорта были в первую очередь другие государства-члены Евросоюза.
- Другими основными направлениями экспорта какой-то значимости были Польша, Швеция и Дания.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ.

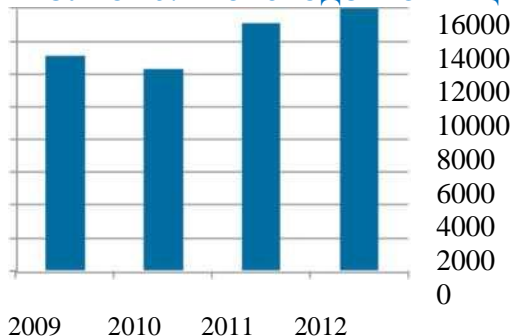
- Рассмотрите экспорт в Германию, если вы смотрите на рынок ЕС для грецких орехов. Поскольку, как ведущий импортер и экспортер, Германия представляет собой важный центр торговли грецкого ореха, и не только в Евросоюзе, но и во всем мире.
- Хотя импорт снижается, рост импорта через Нидерланды дает предположение найти благоприятные возможности. Попробуйте найти прямой выход на немецкий рынок.
- Имейте в виду, что если вы работаете через дистрибьютора в импорте других продуктов питания из других стран в рамках Евросоюза, подпадаете под принцип «свободного движения товаров». Это означает, что продукты, которые импортируются другими странами Евросоюза, могут быть введены в Германию даже если они нарушают немецкие законы о продуктах питания. Если дело обстоит именно так, импортеры должны получить разрешение от Федерального ведомства по защите прав потребителей и безопасности пищевых продуктов (BVL) для того, чтобы продать продукт в Германии.
- Рассмотреть дополнительную обработку перед экспортом очищенных грецких орехов, так как это даст более высокую отдачу, чем грецкие орехи в скорлупе.
- Рассмотрите другие рынки, близкие к Германии, которые имеют хорошую торговлю, такие как Австрия и Словакия. Дания и Польша также может предложить хорошие экспортные возможности для прямых поставщиков.

ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ.

Производственные показатели по грецким орехам сведены к общему весу. Следует отметить, что примерно 53% от веса грецкого ореха составляют орехи в скорлупе. Это также следует иметь в виду при взгляде на другие иллюстрации торговли очищенным и неочищенным продуктом. Данные о потреблении на рисунке 6 относятся к грецким орехам, отсюда более низкие сравнимые цифры. Потребление, включая скорлупу, составит более 25 тысяч тонн.

Еще один важный моментом в отношении цифр потребления: данные цифры из ассоциации ведущих торговцев показывают положительную среднюю тенденцию роста потребления, но цифры по данным Евромонитор (Euromonitor, здесь не показаны) указывают на противоположную тенденцию, со снижением объемов от потребителей, которые переходят с более дорогих грецких орехов к другим менее дорогостоящим орехам, таким как арахис и фисташки.

РИСУНОК 5: ПРОИЗВОДСТВО ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ В ГЕРМАНИИ, 2009-2012, ТОННЫ.



2009 2010 2011 2012

Источник: Евростат.

РИСУНОК 6: ПОТРЕБЛЕНИЕ ЯДЕР ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ В ГЕРМАНИИ, 2009-2012, ТОННЫ И ОЦЕНКИ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТИ.

	2009 год.	2010 год.	2011 год.	2012 год.
Потребление (тонны).	10571.	13826.	14264.	12085.
Потребление/кг.*	0,129.	0,169.	0,174.	0,148.
Оцененное потребление/кг.**	0,391.	0,512.	0,527.	0,448.

* выражено в кг на человека на основе единой переписи населения.

** основанное на оцененном проценте потребления населением грецкого ореха.

Источник: Обзор глобальной статистики по орехам и сухофруктам.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.

■ Германия составляет 9% от всего орехового производства в Евросоюзе, хотя Немецкая национальная статистика не публиковала конкретные цифры с 2007 года. Это все касается орехов в скорлупе, и, несмотря на собственное производство, Германия зависит от импорта.

■ Франция, Румыния и Греция являются лидирующими тремя странами Евросоюза, которые имеют самый большой объем производства грецких орехов.

■ По данным Международного Совета по орехам и сухофруктам, глобальное производство грецких орехов составило 500000 тонн в 2012 году, практически не изменилось с 2009 года.

■ Согласно данным Евромонитор (Euromonitor), грецкие орехи представляют собой 6-7% рынка орехов в Германии (арахис является крупнейшим с долей на рынке 27%).

■ Потребительский рынок грецких орехов в Германии на основании данных оценок объема составляет приблизительно 130 млн € в розничном выражении. Это также приравнивается к потреблению на душу населения почти полкилограмма на душу населения.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ.

■ Поскольку некоторые местные производители могут быть рассмотрены как экспорт, немецкие торговцы также будут искать хорошие источники импорта.

■ Рассмотрите возможность партнерства с немецкими производителями орехов.

■ Просмотрите вебсайт Международного Совета по орехам и сухофруктам для получения более подробной информации. В Германии интересную информацию можно найти на вебсайте Waren-Verein, которая представляет интересы ореховых оптовиков. Вы можете быть заинтересованы в том, чтобы проверить некоторых из их членов, чтобы увидеть, можно ли создать отношения.

■ Германия занимает пятое место в мире по величине потребления грецкого ореха (после Китая, США, Турции и Франции). В перерасчете на душу населения, Германия является двенадцатым по величине после США, Израиля, Чили, Ирака, Турции, Франции, Кореи, Австралии, Нидерландов, Испании и Канады. Подумайте, где происходят эти продажи. Идут ли они по Интернету, есть ли в супермаркетах?

■ Мировое потребление растет более высокими темпами, чем потребление в Германии, в той степени, что предложение может быть проблемой, ведя к повышению цены. Это будет оказывать сдерживающее действие на спрос, несмотря на популярность грецкого ореха из-за их пользы для здоровья.

Рост закусовых продуктов является еще одной важной причиной, почему потребители едят больше орехов в целом. Использование в качестве пищевого ингредиента также стимулирует увеличение продаж.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

■ Спросите себя, какие типы потребителей с большей вероятностью купят грецкие орехи. Являются ли они молодыми или старыми, богатыми или ориентированными на цену, из одной из многочисленных этнических групп в Германии?

■ Проведите дальнейшие исследования, чтобы установить, какие другие секторы рынка продуктов питания могут представлять интерес для грецких орехов.

РЫНОЧНЫЕ ТРЕНДЫ.

Данный раздел предоставляет более подробную информацию о конкретных тенденциях на рынке грецких орехов в Германии.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.

СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ.

■ Здоровое питание - грецкие орехи, предположительно, самые полезные для здоровья, что дает выгоду от этой ключевой тенденции. В исследовании потребителей, оценка грецких орехов высока в ряде важных атрибутов, включая пользу для здоровья, высокие питательные, универсальные и натуральные свойства. Она также высока за счет того, что они являются одним из самых любимых орехов, которые включены в хлебобулочные, шоколадные и закусовые продукты.

■ Связанные с данной тенденцией здорового питания, важность качества продукции и безопасность продукции, возможно будет более серьезной проблемой в Германии, чем в большинстве других стран-членов Евросоюза, в результате чего вопрос о высокой сертификации стоит на повестке дня потребителей. Это особая проблема для возрастной группы старше 55 лет.

■ Растущая тенденция здорового питания связана с индугенцией, с продуктами, предлагая сочетание обоих преимуществ. Примером этого может служить повышение на спрос таких продуктов, как обогащенные ореховые смеси, или сушеные фрукты и ореховые смеси. Это проявляется и в увеличении числа экзотических шоколадных изделий с грецкими или другими орехами.

■ Грецкие орехи пользуются популярностью у многих этнических групп населения в Германии, в частности из Турции, Ближнего Востока и Северной Африки. Турки наиболее весомые потребители грецких орехов.

■ Натуральность продукта является ключевой сферой интересов. Запуск новых ореховых продуктов на рынке в качестве одного из более «органических», «естественных» или «свободных от добавок и консервантов» очень перспективен, в тоже время заявления о пользе в виде «содержащие волокна», «богатые протеином» и «с низким содержанием натрия» были также популярны.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

■ Узнайте больше о заявлениях о пользе грецких орехов для здоровья. Обязательно уясните, что можно сказать и как быть осторожным, чтобы не сделать каких-либо ложных заявлений. Для получения дополнительной информации по вопросам [Заявлений о пользе в питании и для здоровья](#) можно найти на сайте Евросоюза.

■ Узнайте, какую сертификацию предпочитают ваши потенциальные клиенты.

■ Рассмотрите потенциальные затраты на органическую сертификацию, оправдывают ли дополнительные преимущества ожидаемые продажи.

■ Подумайте, как тенденция индугенции может быть применена к вашей собственной поставке грецкого ореха.

■ Рассмотрите важность указанной этнической целевой группы, и есть ли другие связанные с ней выгоды, которые могут быть сделаны с точки зрения происхождения ваших собственных продуктов.

- Германия является крупнейшим органическим рынком в Евросоюзе, и данный сегмент выдержал кризис лучше, чем традиционный сегмент. Хотя люди воспринимают грецкие орехи для поддержания здоровья в любом случае, существует значительная группа, которая готова платить больше за органику грецких орехов.
- Тенденция от неочищенных орехов к ядрам орехов является показателем растущей важности удобства потребления продукта. Потребители имеют ограниченное время, и все больше новых покупателей теперь предпочитают есть грецкие орехи, не тратя время на удаление скорлупы.
- Грецкие орехи, как и некоторые другие орехи и сухофрукты, часто приобретаются импульсивно, отсюда вытекает важность таких факторов, как видимость продукта в магазине и привлекательность упаковки.
- Немецкие потребители особенно ориентированы на окружающую среду с точки зрения переработки и утилизации упаковки.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ.

- Интернет-покупки продуктов питания продолжают популяризоваться в связи с важностью социальной среды для общения по поводу новых продуктов, идей для рецептов и вкусовых сочетаний. Это имеет значение для скорости коммуникации в цепи поставок, а также для потребителей.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ.

- Грецкие орехи являются одними из самых дорогих орехов, создавая для маркетологов проблему стоимости этих продуктов в восприятии немецких покупателей. В домашних условиях потребление грецких орехов остается сильным, так как многие потребители тратят меньше имеющегося дохода на питание вне дома.
- Существует тенденция больших размеров упаковки и покупок мульти-пакетов для выгоды в цене.
- Значительная группа богатых потребителей не пострадала от экономического спада. Эти потребители продолжают настаивать на высоком качестве и искать инновационные продукты.

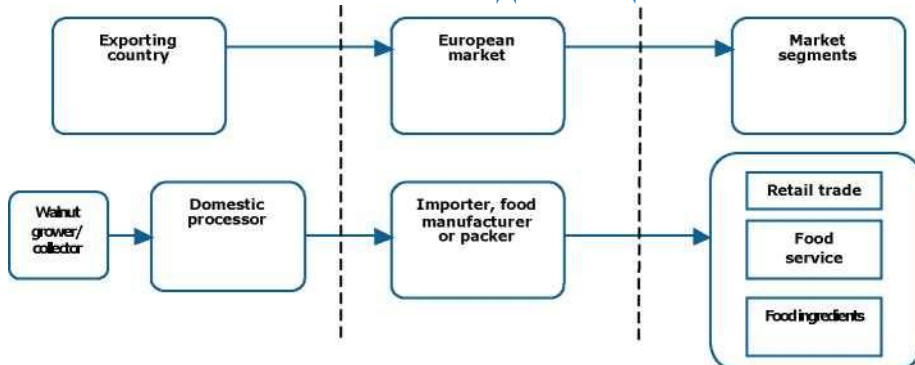
РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Рассмотрите сертификацию и маркировку своей продукции как органической. Обратитесь к документу о предпосылках, оценках и интерпретации (см. ссылку на странице 6) Регламента (ЕС) № 834/2007 для органических продуктов питания и сельского хозяйства для получения дополнительной информации о требованиях. Проверьте стандарты Международного центра торговли для сравнительного анализа и обзора добровольных стандартов.
- Проверьте, соответствует ли тот упаковочный материал нормативным правилам Евросоюза и местным правилам в Германии в отношении повторного использования (рециклинга) и уничтожения отходов.
- Удостоверьтесь, что вы располагаете техническими возможностями для коммуникации как с торговыми клиентами, так и с прямыми покупателями. Убедитесь, что ваши процедуры и процессы в поставке продукта являются эффективными.
- Рассматривали ли вы предложение широкого спектра упаковок различных размеров для удовлетворения ориентированных на цены потребителей, которые желают покупать оптом? Это также может способствовать расширению обмена / большей социальности.
- Так же как и установлении нишевых благоприятных возможностей для вариантов органической и добросовестной торговли, ищите другие новых соответствующие тенденции, такие, как развитие в сегменте этнических продуктов питания.

РЫНОЧНЫЕ КАНАЛЫ И СЕГМЕНТЫ.

В данном разделе приведены некоторые сведения о каналах сбыта, через которые грецкие орехи продаются в странах Евросоюза, включая Германию.

РИСУНОК 7: РЫНОЧНЫЕ КАНАЛЫ ДЛЯ ГРЕЦКИХ ОРЕХОВ В ГЕРМАНИИ.



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, в связи с этим важно еще раз подчеркнуть регулярное участие стран с переходной экономикой, таких как Турция, которые являются важными каналами / маршрутами в направлении к немецкому рынку для других стран, таких как Кыргызстан и соседние государства.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ: ПОСРЕДНИК ИЛИ НЕТ?

- Выбор здесь, как правило, зависит от масштаба экспортера. Хотя некоторые крупные супермаркеты предпочитают импортировать напрямую от производителя, более мелкие экспортеры будут главным образом использовать традиционных оптовиков или импортеров.
- Другим ключевым вопросом будет степень специализации или эксклюзивности продукта. Чем более специализированный ваш продукт, тем более специализированный дистрибьютор должен быть.

КАКОЙ СЕГМЕНТ?

- Построение долгосрочных деловых отношений с вашими клиентами имеет важное значение, независимо от того, какой канал вы выбираете. По оценкам Евромонитора (Euromonitor) менее половины всех орехов продаются через розничную торговлю, причем большая часть используется в каких-либо других местах.
- Предоставляя розничную торговлю - супермаркеты, магазины по продаже диетических продуктов и другие специализированные магазины – вы добьетесь того, что ваш продукт окажется перед конечным потребителем, но сконцентрированная покупательская мощь ведущих сетей иногда приводит к высокой цене.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

- Поймите растущую силу розничных частных торговых марок. Эти крупные розничные торговцы настаивают на больших объемах и плотности поставки, а также прозрачности по всей цепочке поставок.
- Если вы хотите работать с импортером, попытайтесь выяснить широту его контактов и считаете ли Вы, что конкретный импортер лучше всего подходит для достижения конечного потребителя, как вам хотелось бы?
- Поговорите как можно с большим количеством экспертов в торговле, чтобы вы могли в полной мере оценить специфические проблемы на немецком рынке, прежде чем сделать этот важный шаг.
- В розничной торговле половина всех продаж грецкого ореха идет через традиционные супермаркеты, а 30% проходит через каналы здоровья и биоканалы. Остальная часть реализуется через рынки онлайн. Какой сегмент больше всего подошел бы для такого решения?

■ Сектор общественного питания представляет собой разнообразный сегмент. Государственный сектор обслуживает больницы, тюрьмы и т.д., в то время как частный сектор охватывает рестораны, гостиницы и т.д. Оба варианта интересные, с преимуществами и недостатками между государственным и частным сектором.

■ Пищевая промышленность видела много новых инновационных продуктов, и грецкие воспринимаются как добавление интереса, восхищения и вкуса к новым продуктам. Комбинации, такие как бананы грецкий орех, финик и грецкий орех, популярны как в кондитерской, так и хлебобулочной индустрии.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

■ 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. Каждый покупатель имеет свои собственные спецификации, которые будут варьировать между различными сегментами рынка. Отбор проб и анализ требуется в каждом конкретном случае, чтобы определить и подтвердить качество. Вот иллюстрации из различных сегментов в рамках немецкой розничной торговли грецких орехов.

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, 3-4 € за 100 г.

Основной канал сбыта: Специалисты в розничной торговле.

Средний сегмент рынка.

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

Ценовой диапазон: 1,50 - 2,50 € за 100 г.

Основной канал продаж: Супермаркет.

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.

■ Грецкие ядра в нижнем сегменте продаются в больших объемах и при относительно низких границах. Аспекты качества с точки зрения размера и классификации менее требовательны, но стандарты по-прежнему высоки. Обычно ядра грецких орехов с меньшими размерами используются в пищевой промышленности.

■ Среднеценовой рынок грецких орехов – более высокого сорта и стандарта. Эти продукты обычно продаются в розницу под марками производителей или частными торговыми марками. Они имеют некоторые дополнительные характеристики ценности, такие как инновационные упаковки (например, картонные коробки или саше с нанесенной печатной надписью), что позволяет получить относительно высокую прибыль.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

■ Убедитесь, что вы оценили ключевую разницу между поставками для сегмента общественного питания или в качестве пищевого ингредиента, по сравнению с розничным рынком. Продукты здесь обычно будут в категории продукта «2-го сорта», как указано в стандартах ЕЭК ООН для грецких орехов.

■ Среднеценовой сегмент рынка потребует либо продукт «1-го сорта», либо «Высшего сорта».

■ 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. Цвет особенно важен при оценке различных качеств.

РАССМОТРЕНИЕ ДЕЙСТВИЙ:

■ Высокий сегмент будет настаивать на высококачественном высшем сорте. Если вы хотите участвовать в этом сегменте, рассчитывайте, что вы исследовали все варианты, которые максимизируют возможности качества и презентации продукции. Среднеценовой сегмент рынка потребует либо продукт «1-го сорта», либо «Высшего сорта».

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.



5-15%. 15-20%.

5-10%. 20-30%.

25-40%.

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 добавленную стоимость на стадии «Продукт». Широкие вариации во вкладе каждого этапа в конечную продажную цену выдвигает на первый план возможности для увеличения 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:

«StoltzenbergNuss» www.stoltzenberg.de/

«Bela Foods» www.belafoods.de/

«MW Nuts International» www.mwnuts.de/index.html

ОТРАСЛЕВЫЕ ИЗДАНИЯ:

«Cracker» - официальная публикация Международного Совета по орехам и сухофруктам www.nutfruit.org

«Clippermonitors» - Всемирная торговля сухофруктами и орехами: www.agropress.com

«Food News and The Public Ledger» www.agra-net.com

«Bio Press» www.biopress.de/

ГРЕЦКИЕ ОРЕХИ:

Немецкая ассоциация оптовой торговли орехами для питания: www.waren-verein.de

Европейская ассоциация по орехам для питания: www.frucom.eu

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

ДРУГАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

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 розничных упаковок грецких орехов, 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:

Грецкие орехи СибергерДжамбо.
2 x 500 г. € 8,58.



Ядра грецких орехов.
500 г. € 14,29.



Ядра грецких орехов, органический продукт.
2x100 г. € 5,98.



Ядра грецких орехов, органический продукт.
3 x 150г. € 8,85.



Ядра грецких орехов.
1 кг. € 15,39.



Ядра грецких орехов.
1,8 кг. € 36,29.



Цельные ядра грецких орехов.
1 кг, мешок. € 22,90.



Соленые ядра грецких орехов.
2 x 150 г. € 7,98.



Органические ядра грецких орехов.
2 x 175 г. € 9,89.



Ядра грецких орехов.
10x40 г. € 11,90.



Ядра грецких орехов.
200 г. € 6,29.



Ядра грецких орехов, органический продукт.
100 г. € 3,51.

