



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΒΕΡΟΛΙΝΟ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

Βερολίνο, 19 Ιουνίου 2023
Α.Π.: Φ.1061/1157

Πληρ.: Μαρία Μουσουράκη, Γραμ. ΟΕΥ Β΄

ΠΡΟΣ: Περιφέρεια Αττικής; Υπόψη κ. Α. Αντωνόπουλου
Email: thanos.antonopoulos@0291.syzefxis.gov.gr

ΘΕΜΑ: Συμμετοχή Περιφέρειας Αττικής στη Δ.Ε. Έκθεση Τροφίμων- Ποτών Anuga 2023
ΣΧΕΤ.: Ηλεκτρονικό σας μήνυμα από 16.06.2023

Σε συνέχεια ανωτέρω σχετικού, αποστέλλουμε, συνημμένως, διαθέσιμα στοιχεία γερμανικών εταιρειών (χονδρεμπόρων, εισαγωγείς-εξαγωγείς) δραστηριοποιούμενων στον κλάδο τροφίμων και ποτών.

Επίσης, παραπέμπουμε στη βάση επιχειρηματικών δεδομένων «Wer Liefert Was» <https://www.wlw.de/en/home>, όπου μέσω της εισαγωγής κατάλληλων λέξεων μπορείτε να προβείτε σε σχετική αναζήτηση για τον κλάδο που σας ενδιαφέρει.

Η ιστοσελίδα του Συνδέσμου Γερμανών Εμπορικών Αντιπροσώπων (CDH www.cdh.de, e-mail: centralvereinigung@cdh.de) προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης συνεργασίας με ειδικευμένο στον κλάδο ενδιαφέροντός σας εμπορικό αντιπρόσωπο.

Ενδιαφέρον για ενδεχόμενη συνεργασία με Γερμανό εμπορικό αντιπρόσωπο μπορείτε να δηλώσετε, ομοίως, μέσω της ιστοσελίδας του Συνδέσμου, www.handelsvertreter.de.

Κανάλια διανομής – μερίδια αγοράς

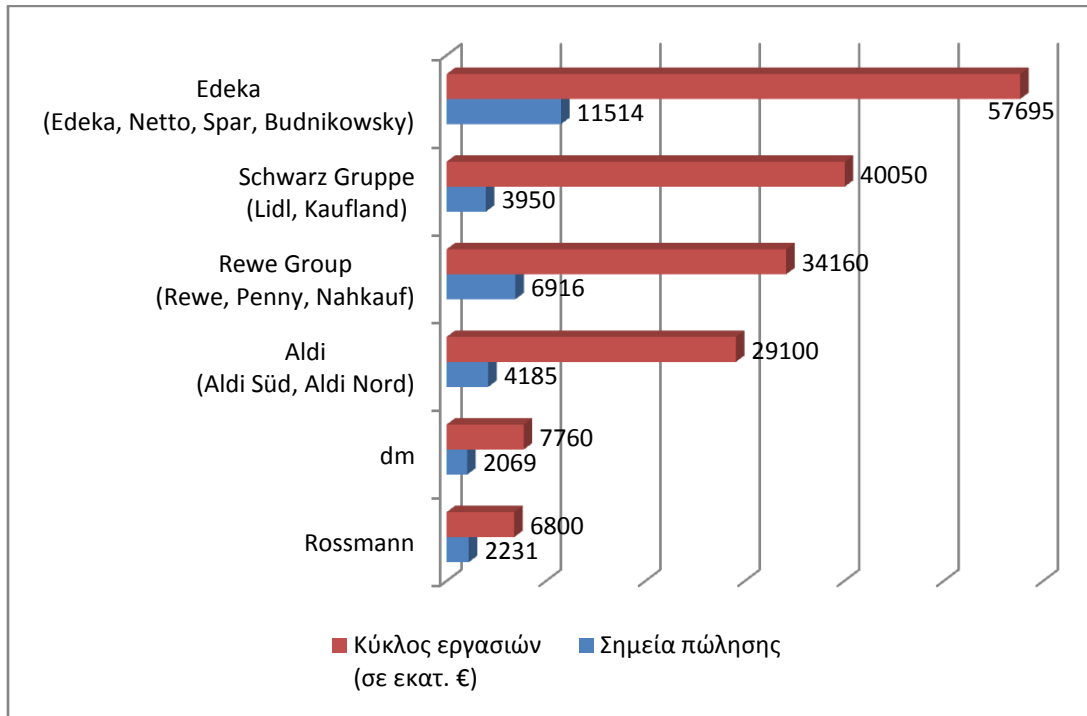
Το 80% του τζίρου στον κλάδο του λιανεμπορίου τροφίμων στη Γερμανία πραγματοποιήθηκε το 2022 από τις 4 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου: Edeka, Rewe, SchwarzGroup και Aldi. Ακολουθούν οι αλυσίδες dmκαι Rossmann, που, όμως, εστιάζουν, κυρίως, σε προϊόντα προσωπικής υγιεινής, αν και πωλούν, επίσης, βρεφικές τροφές και ορισμένα συσκευασμένα τρόφιμα.

Τα τελευταία χρόνια οι διαδικτυακές λιανικές πωλήσεις (e-commerce) καταγράφουν ανοδικές τάσεις. Σύμφωνα με την τελευταία μελέτη του Ινστιτούτου EHI (E-Commerce-Markt Deutschland 2022) το σύνολο των πωλήσεων στη Γερμανία μέσω ηλ. εμπορίου ανέρχεται πλέον σε περίπου € 80 δις με την ιστοσελίδα amazon.deνα κυριαρχεί.

Ο πραγματοποιούμενος ηλεκτρονικά τζίρος πρέπει να είναι ακόμη μεγαλύτερος, αν λάβουμε υπόψη ότι στην έρευνά του το EHI δεν φαίνεται να έχει συμπεριλάβει τις εταιρείες ηλ. πώλησης τροφίμων, από όπου οι ενδιαφερόμενοι για φρούτα / λαχανικά πραγματοποιούν τις σχετικές αγορές τους. Σημειώνεται ότι η μητρική της γ/εταιρείας ηλ. παραγγελιών Lieferando, JustEatTakeaway, πραγματοποίησε το 2021 τζίρο € 4,5 δις, εκ των οποίων τα 567 εκ. στη Γερμανία. Το 2022 η Lieferando εγκαινίασε στην εφαρμογή της την υπηρεσία «Lieferando Express», η οποία ξεκίνησε με πάνω από 1.000 κωδικούς, μεταξύ των οποίων φρούτα και λαχανικά. Ανταγωνιστές της Lieferando είναι οι εφαρμογές Gorillas και Flink, ενώ και οι φυσικές λιανεμπορικές αλυσίδες εισέρχονται στον ανταγωνισμό με ιστοσελίδες και εφαρμογές ηλ. εμπορίου (REWE, Edeka, Lidl).

Πλέον πρόσφατα στοιχεία για το 2022 παρατίθενται παρακάτω:

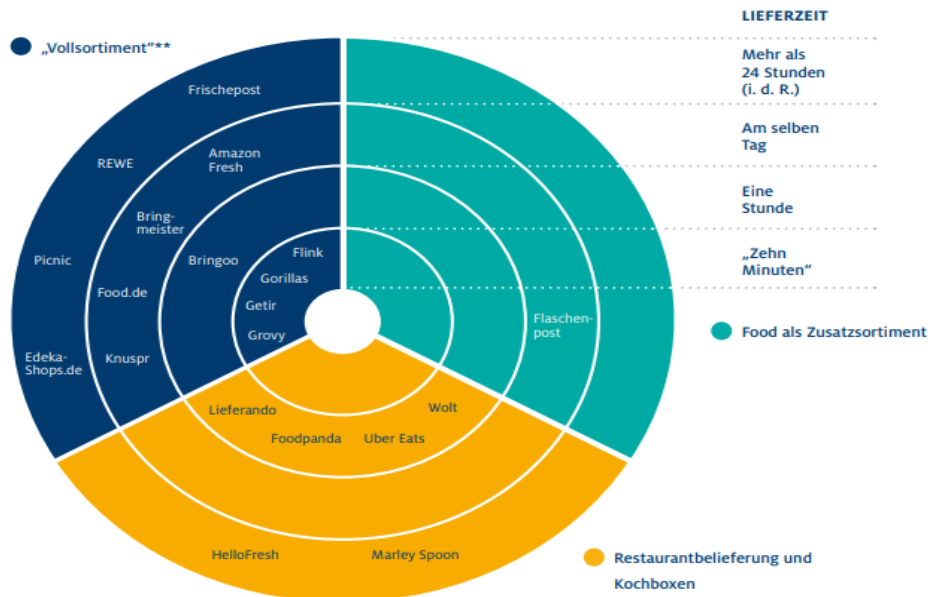
Κορυφαίες λιανεμπορικές αλυσίδες τροφίμων στη Γερμανία το 2022



Πηγή: EHI Retail Institute – Επεξεργασία Lebensmittel Zeitung Σεπτέμβριος 2022

Οι βασικοί «παίκτες» στις διαδικτυακές πωλήσεις τροφίμων στη Γερμανία

(μπλε = πλήρης γκάμα προϊόντων, πράσινο = τα τρόφιμα ως μέρος της γκάμας της υπηρεσίας, κίτρινο = υπηρεσίες παραγγελιών φαγητών – Σημείωση: Η Lieferando δραστηριοποιείται πλέον τόσο στην μπλε όσο και στην κίτρινη κατηγορία, ενώ απόπειρα της Wolt να κινηθεί και αυτή προς την μπλε κατηγορία εγκαταλείφθηκε το 2022)



Πηγή: HDE Online Monitor 2022

Το Ινστιτούτο εμπορικών ερευνών IfH (Institut für Handelsforschung) με έδρα την Κολωνία, που συντάσσει τον ετήσια δείκτη [OnlineMonitor](#) (2022) για λογαριασμό της Γερμανικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου (Handelsverband Deutschland– HDE), διαπιστώνει ότι οι ηλεκτρονικές πωλήσεις τροφίμων αντιστοιχούν στο 2,7% του συνολικού τζίρου των λιανεμπορικών επιχειρήσεων σε σχέση με τα τρόφιμα, δηλαδή περίπου € 5,5 δις ετησίως. Μάλιστα, οι διαδικτυακές πωλήσεις τροφίμων το 2021 αυξήθηκαν κατά 35%, ενώ οι πωλήσεις σε φυσικά σημεία της αγοράς υποχώρησαν κατά 0,5%.

Προφίλ Γερμανού Καταναλωτή

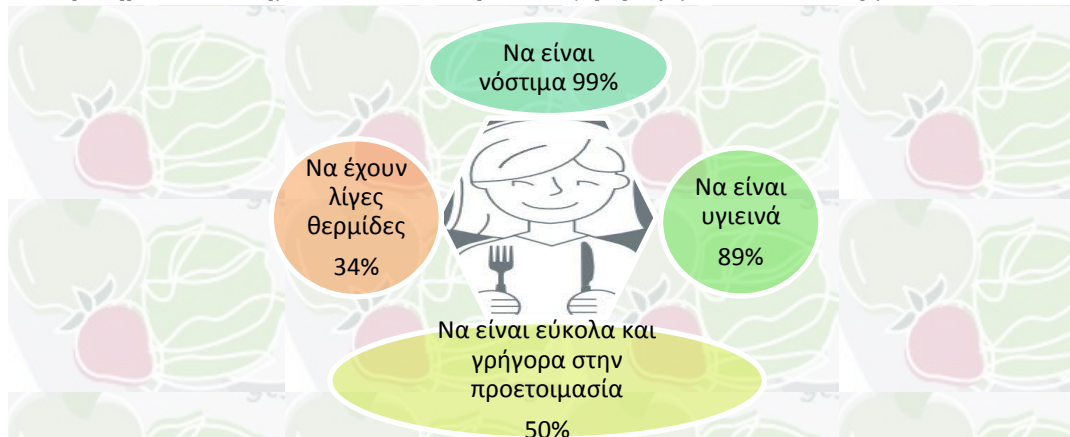
Οι Γερμανοί εκτιμούν ιδιαίτερα την υγιεινή διατροφή, χωρίς όμως να παραμελούν την απόλαυση. Τα φρέσκα και τοπικά τρόφιμα είναι ιδιαίτερα σημαντικά για τους Γερμανούς. Δίνουν μεγάλη βάση στη δήλωση προέλευσης των προϊόντων αλλά και στην περιεκτικότητα ενός προϊόντος σε ζάχαρη. Αυτό μάλιστα φαίνεται να είναι ένα από τα σημαντικότερα κριτήρια για την επιλογή ενός προϊόντος.

Σύμφωνα με την «Έκθεση Διατροφής 2022» του γερμανικού Υπουργείου Τροφίμων και Γεωργίας όλο και περισσότεροι άνθρωποι στη Γερμανία ενδιαφέρονται για έναν υγιεινό τρόπο διατροφής (91%), που πλέον δεν περιλαμβάνει το κρέας (μόλις το 26% των Γερμανών καταναλώνουν πλέον κρέας σε καθημερινή βάση). Στην κορυφή της λίστας των τροφίμων που καταναλώνονται καθημερινά βρίσκονται τα φρούτα και τα λαχανικά, αν και σημείωσαν μικρή πτώση συγκριτικά με το 2021 (76% έναντι 72% ένα χρόνο πριν), και ακολουθούν τα γαλακτοκομικά προϊόντα (61%). Το 25% καταναλώνει καθημερινά κρέας, ενώ μόλις το 1% τρώει σε καθημερινή βάση ψάρι.

Σύμφωνα με την Έκθεση Διατροφής 2022, το 44% τρώνε κρέας σε περιστασιακή βάση από συνειδητή επιλογή (flexitarians ή semi-vegetarians). Είναι μάλιστα χαρακτηριστικό ότι ο αριθμός των χορτοφάγων διπλασιάστηκε εντός του 2021 (7% χορτοφάγοι και 1% vegan το 2021). Όπως προκύπτει από την Έκθεση, υπάρχει πλέον μια μεγάλη γκάμα από χορτοφαγικές και vegan εναλλακτικές στην αγορά: το 47% των ερωτηθέντων έχει αγοράσει τουλάχιστον μία φορά χορτοφαγικά ή vegan εναλλακτικά προϊόντα αντί ζωικών.

Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα και γραφήματα, είναι πολύ σημαντικό για την επιτυχία της προσπάθειας προώθησης ενός διατροφικού προϊόντος στη Γερμανία να αναφέρονται στη συσκευασία οι πληροφορίες αυτές, που αναδεικνύουν τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά – διατροφική αξία αυτού, η προέλευσή του, πιστοποιήσεις που βεβαιώνουν την ποιότητα ή / και τη βιολογική παραγωγή του, καθώς και ειδικότερες πληροφορίες, όπως, επί παραδείγματι, αν πληροί τις απαιτούμενες προϋποθέσεις παραγωγής, ώστε να χαρακτηριστεί vegan.

Ποια κριτήρια είναι σημαντικά κατά την επιλογή τροφίμων από το Γερμανό καταναλωτή



Πηγή: [Διατροφική Έκθεση 2022 του Γ/Ομοσπονδιακού Υπουργείου Τροφίμων και Γεωργίας](#)

Τι τρώνε σε καθημερινή βάση οι Γερμανοί

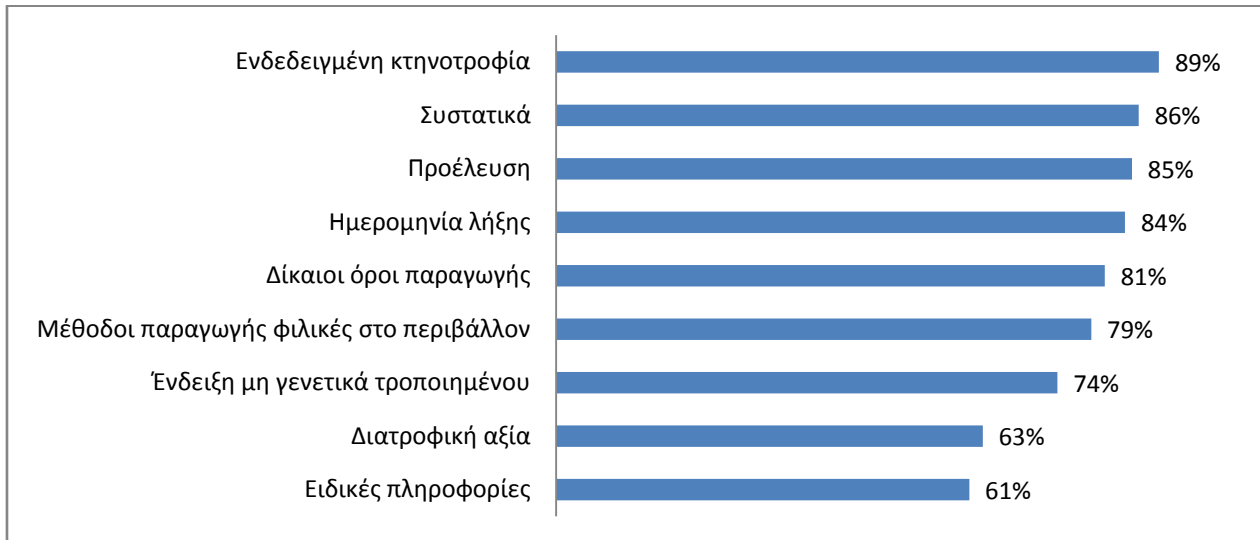
Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα και γραφήματα, είναι πολύ σημαντικό για την επιτυχία της προσπάθειας προώθησης ενός διατροφικού προϊόντος στη Γερμανία να αναφέρονται στη συσκευασία οι πληροφορίες αυτές, που αναδεικνύουν τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά – διατροφική αξία αυτού, η προέλευσή του, πιστοποιήσεις που βεβαιώνουν την ποιότητα ή / και τη βιολογική παραγωγή του, καθώς και ειδικότερες πληροφορίες, όπως, επί παραδείγματι, αν πληροί τις απαιτούμενες προϋποθέσεις παραγωγής, ώστε να χαρακτηριστεί vegan.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της μελέτης «Food Trends 2021» μερικές από τις σημαντικότερες και πλέον πρόσφατες τάσεις στη διατροφική κουλτούρα των Γερμανών είναι:

- η εντοπιότητα, η οικολογική ή/και βιολογική προέλευση του προϊόντος

- η βιωσιμότητα καθώς και ο συνδυασμός ενός ισχυρού brandname στην καλλιέργεια και παραγωγή (ιδιαίτερα για τους νεότερους καταναλωτές)
- η φιλική προς το κλίμα και το περιβάλλον διαδικασία παραγωγής, τόσο του ίδιου του προϊόντος, όσο και της συσκευασίας του (π.χ. να σφραγίζει για λόγους υγιεινής, να είναι ανακυκλώσιμη κ.α.)

Οι Γερμανοί καταναλωτές, κατά τις αγορές αγροδιατροφικών προϊόντων αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία και στις αναγραφόμενες πληροφορίες στη συσκευασία τους. Ειδικότερα:



Πηγή: [Διατροφική Έκθεση 2022 του Γ/Ομοσπονδιακού Υπουργείου Τροφίμων και Γεωργίας](#)

Ταχυφαγεία/ Εστιατόρια Γρήγορου Φαγητού (Fastfoods)

Μετά το ξέσπασμα της πανδημίας τα εστιατόρια γρήγορου φαγητού στη Γερμανία βρίσκονται σε τροχιά ανάπτυξης. Το 2022 επισκέφτηκαν γνωστές αλυσίδες fastfoods στη Γερμανία, κατά μ.ό. 4 εκ. επισκέπτες, κάτι το οποίο είχε ως αποτέλεσμα να αυξηθεί ο τζίρος του εν λόγω κλάδου στα €28 δις. Σύμφωνα με την Ομοσπονδιακή Ένωση Συστημικής Γαστρονομίας (BdS), εν λόγω ποσό αποτελεί το 37% του συνόλου της εκτός σπιτιού γαστρονομίας. Τα εν λόγω εστιατόρια ιδιαίτερα δημοφιλή στους νέους 16- 24 ετών, κατηγορία ακολουθούμενη από άτομα ηλικίας 35- 54 ετών.

Κυριότερες αλυσίδες ταχυφαγείων/εστιατορίων γρήγορου φαγητού στη Γερμανία είναι: Hans im Glück McDonalds, Frittenwerk, Five Guys, Vapiano, Burgermeister, KFC, Burger King, Subway.

Κλαδικές Εκθέσεις:

- Διεθνής Έκθεση Τροφίμων «**Anuga**», Κολωνία, ανά δύο έτη, η μεγαλύτερη Διεθνής Έκθεση τροφίμων στον κόσμο (www.anuga.de).
- Διεθνής Αγροτοοικονομική Έκθεση «**Grüne Woche**», Βερολίνο, ετησίως (www.gruenewoche.de)
- Διεθνής Έκθεση Φρούτων και Λαχανικών «**FRUIT LOGISTICA**», Βερολίνο, ετησίως (www.fruitlogistica.com)
- Διεθνής Έκθεση για τη βιομηχανία του κλάδου της Αρτοποιίας & Ζαχαροπλαστικής «**IBA**», Μόναχο, ανά τρία έτη (<https://www.iba.de/en/>)
- Διεθνής Έκθεση Ζαχαρωδών και Σνακ «**ISM**», Κολωνία, σε ετήσια βάση. Παράλληλα με την ISM πραγματοποιείται κάθε χρόνο και η «**ProSweets Cologne**», η μόνη εμπορική έκθεση που καλύπτει το πλήρες φάσμα των συστατικών και των συσκευασιών, καθώς και τις τεχνολογίες επεξεργασίας και συσκευασίας για τη βιομηχανία ζαχαροπλαστικής και σνακ. (<https://www.ism-cologne.com/>)

Κλαδικά έντυπα:

- “Lebensmittel Zeitung”, (www.lebensmittelzeitung.net)
- “Lebensmittel Praxis” (www.lebensmittelpraxis.de),
- “Essen und Trinken” (www.essen-und-trinken.de) και

- “Der Feinschmecker” (www.der-feinschmecker-shop.de/de/magazin)
- “Biomagazin” (www.biomagazin.de)
- “Biohandel” (www.biohandel-online.de)
- “Bio Press” (www.biopress.de).

Πληροφορίες για το επιχειρηματικό περιβάλλον στη Γερμανία προσφέρει η διαδικτυακή πύλη <http://www.ixpos.de>, όπου είναι δυνατό να δηλώσετε και το ενδιαφέρον σας για συνεργασία με γερμανικές εταιρείες: www.ixpos.de/IXPOS/Navigation/EN/Community/business-inquiries.html.

Πλείονα στοιχεία για τη γερμανική αγορά, τα οποία επικαιροποιούνται διαρκώς, προσφέρει η ιστοσελίδα του Γραφείου ΟΕΥ Βερολίνου <http://www.agora.mfa.gr/ta-grafeia-oikonomikon-emporikon-upotheseon/grafeia-ana-xora/office/823>.

Ευχόμενοι καλή επιτυχία στη συμμετοχή σας στην εν λόγω κορυφαία Δ.Ε. Έκθεση, καθώς και στις εξαγωγικές προσπάθειες των επιχειρήσεων της Περιφέρειας Αττικής, το Γραφείο μας παραμένει στη διάθεσή σας για οποιαδήποτε άλλη πληροφορία και συνδρομή.

Ο Προϊστάμενος

Θεόδωρος Ξυπολιάς
Γενικός Σύμβουλος ΟΕΥ Β΄