



ВЫСТАВКИ



International Trade Fairs
for Dairy Products



International Trade Fairs
for Frozen Food, Ice Cream, Technology



International Trade Fairs
for Meat and Sausage

Succeed with us

Prints & Presents

InterMeat-2012: главные тенденции мясопереработки

С 23 по 25 сентября 2012 года в выставочном комплексе Дюссельдорфа прошла небольшая, но важная для Германии и ее европейских соседей промышленная выставка. Посетить ее стремятся закупщики, а также производители сырья и конечной продукции не только из стран ЕС, поскольку именно на этой выставке отчетливо видно, в каком направлении развивается сегмент мясных и колбасных изделий в Европе. Параллельно с InterMeat в соседних павильонах проходили еще две выставки: InterCool (различные товары глубокой заморозки — от мяса до кондитерских изделий и мороженого) и InterMorgo (молочная продукция). В этом году производители из 21 страны представили на этом тройном мероприятии свою продукцию для розничной торговли. ➔





Среди 440 участников выставки Inter-Meat были и производители оборудования, позволяющего выпускать продовольственные товары, пользующиеся наивысшим спросом. В рамках выставки проводился конкурс на лучшие идеи, позволяющие производителям продовольственных товаров для конечного потребителя предлагать новые товары, соответствующие меняющемуся спросу на высоконасыщенном европейском рынке продовольствия.

Насколько высока конкуренция на рынке Германии, можно судить по следующим цифрам. Общий объем продаж

мясных и колбасных изделий в Германии последние несколько лет держится на уровне 7,3 млн тонн. Среднестатистический житель Германии стабильно потребляет 39,2 кг свинины в год, в то время как потребление птицы после небольших колебаний в сторону отказа от потребления снова вернулось на уровень 11,5 кг на душу населения. Потребление говядины и телятины (8,6 кг), а также баранины (0,6 кг) остается неизменным с 2010 года. Таким образом, жители Германии в среднем съедают немногим более 61 кг мяса. При этом потребительские цены довольно

низкие. Это означает, что за внимание потребителя производителю приходится бороться уже не снижением цен, а с помощью разнообразия предложения.

В среднем немецкий потребитель покупает (данные за 2011 год) около 11,5 кг мясных и колбасных изделий в год на сумму около 115,5 евро (мясными изделиями считаются также фарш, гуляш и прочее). Наибольшим спросом пользуется готовая к употреблению нарезка колбас и окороков, предлагаемая в витринах самообслуживания супермаркетов. Только в этом сегменте в 2011 году продажи



выросли на 2%, а оборот – на 3% (6,7 миллиарда евро).

Высокое качество продукта, удобство, безопасность и гигиеничность упаковки традиционно являются важными темами для немецкого покупателя и решающим фактором при выборе продукта. Однако в последнее время наблюдается тенденция, позволяющая утверждать: не менее важным фактором при выборе товара является его региональное происхождение, экологичность производства, гуманное отношение к животным, возможность проследить происхождение продукта, гарантии произ-

водителей на предмет отказа от антибиотиков в животноводстве и от искусственных добавок, консервантов и усилителей вкуса при переработке. Большим спросом пользуются деликатесные полуфабрикаты. Растет спрос и на продукты из дичи, хотя они и остаются нишевыми. Именно эти тенденции и прослеживались на стендах павильона InterMeat в Дюссельдорфе.

Общий оборот производства и переработки мяса в Германии составил в 2011 году 33,5 миллиарда евро (без мяса птицы). Таким образом, отрасль является ведущей среди производителей продовольствия.

Однако производители мяса и мясных изделий Германии обеспечивают своей продукцией не только внутренний рынок. В 2011 году Германия экспортировала мяса и мясных изделий на сумму 8,74 миллиарда евро. В общей сложности было поставлено за рубеж 4 млн тонн продукции, более 12% которой составляли мясные и колбасные изделия.

Публикация подготовлена агентством EBPR (ebpr.de) специально для «АО»

Фотомессе Düsseldorf и EBPR