

VOKIETIJOS PIENO PRODUKTŲ RINKOS APŽVALGA

I. SANTRAUKA

- ▶ Vokietija yra viena didžiausių rinkų pagal pieno produktų suvartojimą Europos Sąjungoje. 2013 m. pardavimai Vokietijos pieno produktų vartotojų rinkoje sudarė 17,1 mlrd. EUR.
- ▶ 2013 m. Vokietijos pieno produktų vartotojų rinkoje, daugiausia buvo parduota sūrių – 37,6 proc. visų parduotų pieno produktų, geriamųjų pieno produktų – 16,9 proc., jogurto ir rūgpienio – 15,1 proc.
- ▶ Vokietija yra didžiausia importo rinka pieno produktams ne tik Europoje Sąjungoje, bet ir visame pasaulyje. 2013 m. Vokietija importavo pieno produktų už 5,6 mlrd. EUR. Palyginti su 2012 m. pieno produktų pardavimai Vokietijoje išaugo 332,9 mln. EUR arba 2,0 proc.
- ▶ Pernai Vokietija importavo pieno produktų už 5,6 mlrd. EUR ir palyginti su 2012 m. Vokietijos pieno produktų importas išaugo 404,2 mln. EUR arba 7,8 proc.
- ▶ Iš Lietuvos 2013 m. Vokietija importavo pieno produktų už 53,9 mln. EUR, tai sudarė 1,0 proc. viso Vokietijos pieno produktų importo. 2013 m. Lietuva užėmė 14-ą vietą Vokietijos pieno produktų importo rinko sąrašė. 2013 m. palyginus su 2012 m., Vokietijos pieno produktų iš Lietuvos importas sumažėjo 4,1 mln. EUR arba 7,1 proc.
- ▶ Lietuvos įmonių eksportuojami valgomieji ledai sudaro gan ženklią dalį Vokietijos ledų importo (7,29 proc. 2013 m.), taip pat nekoncentruoto pieno ir grietinės (4,0 proc.). Lietuvos dalis Vokietijos sūrių ir varškės bei jogurtų importe yra maža.
- ▶ 2013 m. palyginti su 2012 m. ekologiškų pieno produktų pardavimai padidėjo neženkliai, tačiau Vokietijos vartotojų polinkį pirkti daugiau ekologiškų pieno produktų atspindi 11,3 proc. išaugę ekologiško geriamieji pieno pardavimai, reikšmingai augo ir kitų pieno produktų pardavimai.

II. RINKOS APŽVALGA

- ▶ Vokietija, turinti 82 milijonus gyventojų, yra didžiausia vartotojų rinka visoje Europos Sąjungoje. Vokietijos ekonomika pastaruosius keletą metų, skirtingai nuo visos euro zonos, augo stabiliai, daugiausiai dėl stipraus Vokietijos pramonės eksporto. 2013 m. nominalus BVP vienam gyventojui sudarė 33300 EUR. Nedarbo lygis Vokietijoje yra vienas iš žemiausių visoje ES, jis sudarė 5,3 proc. 2013 m. grynosios disponuojamos pajamos vienam gyventojui sudarė 28800 EUR. Išlaidos maisto produktams bendroje namų ūkių išlaidų struktūroje 2012 m. sudarė 9,9 proc., šis rodiklis vis dar buvo šiek tiek aukštesnis nei prieš krizinius 2007 m.

Makroekonomikos rodikliai 2013 m.

Rodiklis	Vokietija	Jungtinė Karalystė	Prancūzija	Lietuva	ES-28
Gyventojai (mln.)	82,1	64,1	65,8	3,0	507,2
BVP (mln. EUR)	2737,6	1899,8	2059,9	34,6	13067,7
Realus BVP augimas (proc.)	0,4	1,7	0,2	3,3	0,1
BVP tenkantis vienam gyventojui (EUR)	33300	29600	31300	11700	25700
Grynosios disponuojamosios pajamos vienam gyventojui (EUR)	28800	25500	26800	10200	21600
Nedarbo lygis (proc.)	5,3	7,5	10,3	11,8	10,8
Išlaidos maisto produktams bendroje namų ūkių išlaidų struktūroje (proc.)*	9,9	8,2	12,5	22,6	11,8

*2012 m.

Šaltinis: Europos Komisijos AMECO duomenų bazė, Eurostatas ir Lietuvos statistikos departamentas.

- ▶ Vokietija yra didžiausia vartotojų rinka pieno produktams Europos Sąjungoje.
- ▶ 2013 m. pardavimai Vokietijos pieno produktų vartotojų rinkoje sudarė beveik 17,3 mlrd. EUR.

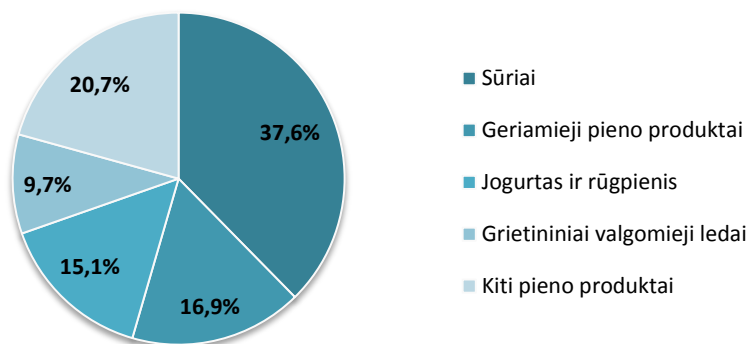
Rinkos dydis 2007-2013 m., EUR mlrd.

Rodiklis	2008 m.	2009 m.	2010 m.	2011 m.	2012 m.	2013 m.
Pieno produktai iš viso	16,7	16,6	16,5	16,6	16,7	17,1
Sūriai	6,1	6,1	6,0	6,1	6,3	6,4
Geriamieji pieno produktai	2,8	2,7	2,7	2,8	2,7	2,9
Jogurtas ir rūgpienis	2,6	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6
Grietininiai valgomieji ledai	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Kiti pieno produktai	3,4	3,4	3,4	3,4	3,5	3,5

Šaltinis: „Euromonitor International“.

- ▶ 2013 m. Vokietijos pieno produktų vartotojų rinkoje, daugiausia buvo parduota sūrių – 37,6 proc. visų parduotų pieno produktų, geriamųjų pieno produktų – 16,9 proc., jogurto ir rūgpienio – 15,1 proc., grietinių valgomųjų ledų – 9,7 proc., kitų pieno produktų – 20,7 proc.

Vokietijos pieno produktų vartotojų rinkos pardavimų struktūra 2013 m., proc.



Šaltinis: „Euromonitor International“.

- ▶ 2013 m. 19,2 proc. visų parduotų sūrių sudarė tepami sūriai. Tarp tepamų sūrių, 68,3 proc. visų pardavimų sudarė saldaus pieno ar grietinės sūriai. Kietojo sūrio populiariausios rūšys buvo Edam Emmentaler ir Gouda.
- ▶ Didžiausią dalį pieno pardavimų – 76,5 proc. sudarė paprastas geriamasis pienas be jokių pridėtinių skonių, tuo tarpu pienas su pridėtiniais skoniais sudarė 10,4 proc., likusi dalis teko pieno pakaitalams tokiems kaip sojų pienas ir pan. bei pieno miltelių gėrimams su pridėtiniais skoniais.
- ▶ Jogurtų ir rūgpienio kategorijoje pagal pardavimų vertę didžiausia dalis teko jogurtams – 94,4 proc., likusi dalis rūgpieniui. Jogurtų kategorijoje pagal pardavimų vertę dominavo valgomieji jogurtai, jiems teko 90,9 proc., likusi dalis teko geriamiesiems jogurtams. Tarp valgomųjų jogurtų populiariausi buvo jogurtai su vaisiais, po jų sekė paprasti jogurtai be jokių pridėtinių dalių ir trečioje vietoje buvo jogurtai su pridėtiniais skoniais. Populiariausi jogurtų su pridėtiniais vaisiais skoniai buvo šie: braškių, vyšnių, aviečių ir miško uogų.
- ▶ Pieno ir grietinės ledų kategorijoje pagal pardavimų vertę didžiausią dalį – 83,6 proc. sudarė ledai dėžutėse bei indeliuose (angl. *take home ice-cream*), likusi dalis teko vienos porcijos ledams (angl. *single portion icecream*). Populiariausi pieninių ledų skoniai 2013 m. buvo šie: vanilės, šokolado ir braškių.
- ▶ Kitų pieno produktų kategorijoje didžiausią pardavimų dalis – 32,7 proc., 2013 m. teko grietinei, grietinėlei ir panašioms gaminiams, 26,7 proc. – desertams, varškei ir panašioms gaminiams (angl. *fromage frais*) – 24,8 proc. Likusi dalis teko įvairiems užkandžiams iš pieno produktų, kondensuotam pienui ir panašioms gaminiams.
- ▶ 2013 m. ekologiškų geriamųjų pieno produktų pardavimai sudarė 7,9 proc. viso geriamųjų pieno produktų pardavimų, ekologiškų jogurto pardavimai – 7,4 proc., ekologiško sūrio pardavimai – 3,5 proc., ekologiško sviesto pardavimai – 3,4 proc. ir ekologiško grietinės produktų pardavimai – 3,4 proc.

III. TENDENCIJOS

- ▶ Vokietijoje, mažmeninės prekybos maisto produktais sektoriuje, dominuoja mažų kainų prekybos centrai, taip pat palaipsniui keičiasi vidurinės klasės vartojimo įpročiai bei vyksta pokyčiai demografinėje šalies struktūroje. Todėl paskutiniaisiais metais didėja paklausa ekologiškiems, sveikiems maisto produktams, o taip pat ir pusgaminiams bei paruoštiems maisto gaminiams (angl. *convenience foods*). Šie augantys maisto produktų segmentai atveria geras galimybes patekti į Vokietijos rinką ir Lietuvos įmonėms. Senėjanti populiacija didina paklausą ekologiškiems, sveikiems maisto produktams bei funkciniam maistui, siekiant išvengti diabeto, aukšto kraujo spaudimo bei per didelio cholesterolio kiekio. Du trečdaliai vokiečių mato tiesioginę priklausomybę tarp mitybos ir sveikatos.
- ▶ Palyginti su 2012 m, pieno produktų pardavimai pernai išaugo 2,0 proc. Euromonitor International analitikai prognozuoja, kad pieno produktų pardavimai Vokietijoje šiemet turėtų augti 0,4 proc. Ilgalaikė pieno produktų pardavimų prognozė 2014–2017 m. – vidutinis metinis augimas turėtų siekti 0,4 proc.
- ▶ 2013 m. daugiausia augo kitų pieno produktų pardavimai – 145,1 mln. EUR arba 5,3 proc. ir sūrio pardavimai – 144,9 mln. EUR arba 2,3 proc. Kitų pieno produktų pardavimai išaugo 45,9 mln. EUR arba 1,3 proc. ir jogurto ir rūgpienio pardavimai augo 31,8 mln. EUR arba 1,2 proc. Grietininiai valgomųjų ledų pardavimai sumažėjo 34,8 mln. EUR arba 2,1 proc.
- ▶ 2013 m. sūrio vieneto kainų augimas sulėtėjo dėl pieno riebalų kainų sąstingio ir didelės konkurencijos. Geriamųjų pieno produktų kainos 2013 m. augo sparčiausiai todėl, kad 2012 m. kainos visus metus laikėsi žemame lygyje.
- ▶ Dėl didėjančio susirūpinimo maisto priedais, Vokietijos sūrių gamintojai pradėjo maisto produktų etiketėse skelbti ar produktuose yra maisto priedų.
- ▶ Vokietijoje jogurtų suvartojimas auga neženkliai, o populiariausi šiuo metu graikiški jogurtai.
- ▶ Oro sąlygos išlieka pagrindiniu veiksniu lemiančiu ledų suvartojimą, kuris paskutiniais metais mažėjo, tačiau ženkliai augo desertinių ledų pardavimai.
- ▶ Tarp kitų pieno produktų paskutinių metų populiarėja importiniai desertiniai produktai, tokie kaip tiramisū, šokoladiniai putėsiai, crême brulée ir pan. Taip pat sparčiai auga varškės ir varškės produktų vartojimas, kuris kasmet padidėja apie 4 proc.
- ▶ 2013 m. palyginti su 2012 m. ekologiškų pieno produktų pardavimai padidėjo neženkliai, tačiau Vokietijos vartotojų polinkį pirkti daugiau ekologiškų pieno produktų atspindi 11,3 proc. išaugę ekologiško geriamieji pieno pardavimai, 5,6 proc. padidėję ekologiško grietinės produktų pardavimai, 4,6 proc. padidėję ekologiško sviesto pardavimai, bei 1,4 proc. – ekologiško jogurto, tuo tarpu ekologiško sūrio pardavimai smuko 5,8 proc.

IV. KONKURENCINĖ APLINKA

- ▶ Vokietijos mažmeninės prekybos maisto produktais rinkoje dominuoja penki didieji mažmeninės prekybos tinklai, pasak Vokietijos konkurencingumo tarnybos, jie užima daugiau kaip 90 proc. rinkos. Tarp visų pasaulio šalių, mažų kainų prekybos tinklai Vokietijoje užima didžiausią mažmeninės prekybos maisto produktais rinkos dalį – 37,9 proc. Aldi yra didžiausias mažų kainų prekybos maisto produktais tinklas, antroje vietoje yra Lidl, trečioje – Netto. Būtent dėl didelės konkurencijos iš mažų kainų prekybos tinklų pusės, didieji prekybos maisto produktais tinklai dažnai turi susitaikyti su žemomis pelno maržomis. Taigi, agresyvių kainų strategiją naudojantys mažų kainų prekybos tinklai privertė didžiuosius tinklus mažinti kainas, o šie savo ruožtu padidino spaudimą tiekėjams.
- ▶ Sūrių rinkoje, užsakomosios gamybos gaminiai (angl. *private labels*) sudarė apie 30 proc. bendros pardavimų vertės. Toks aukštas užsakomosios gamybos gaminių procentas sūrių rinkoje aiškinamas tuo, kad Vokietijos vartotojai, rinkdamiesi sūrį, preferenciją teikia ne prekės ženklui, o sūrio

tipui. Be užsakomosios gamybos gaminių, sūrių rinkoje dominuoja užsienio kompanijos, tačiau stipriai fragmentuotoje sūrių rinkoje vietiniai žaidėjai taip pat vaidina svarbų vaidmenį. Vietinės įmonės dominuoja ekologiško sūrių segmente. Užsakomosios gamybos gaminių pardavimai turėtų didėti, kadangi dėl išaugusių kainų vis daugiau Vokietijos vartotojų 2013 m. rinkosi būtent šio tipo produktus.

► Geriamųjų pieno produktų segmente, Vokietijos vartotojai irgi nevengia pirkti gaminių pagamintų užsakomosios gamybos principu, o įmonės tiekiančios šiuos produktus siūlo platų pasirinkimą. Taip pat didėjantis šių įmonių kooperacijos lygis mažina didžiųjų prekybos tinklų rinkos galią.

► Jogurto ir rūgpienio segmente didžiausias rinkos dalis, maždaug po 15 proc. užima *Danone* ir *Müller*. Pastarasis taip pat užima net 42 proc. rūgpienio rinkos.

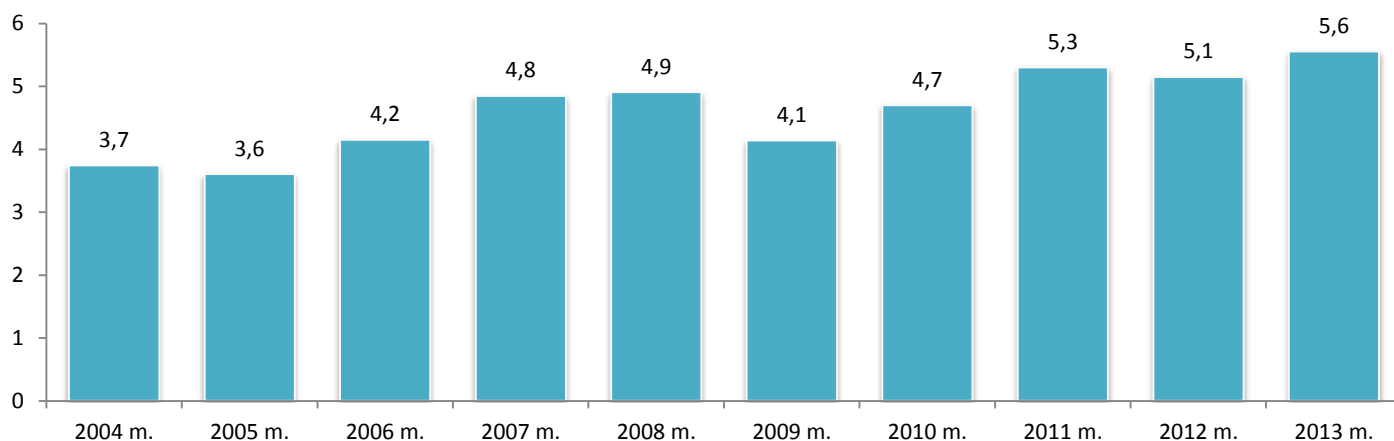
► Vokietijos valgomųjų pieno ir grietinėlių ledų rinkoje dominuoja *Unilever*, kuri užima apie 25 proc. rinkos, antroje vietoje yra Nestle – apie 14 proc. Užsakomosios gamybos principu pagaminti ledai sudaro apie 13 proc. rinkos. Mažesnių žaidėjų užimama rinkos dalis paskutiniiais metais mažėjo. Dauguma gamintojų kiekvienais metais rinkai pateikia naujų produktų.

► Kitų pieno produktų rinkoje dominuoja didieji maisto produktų prekybos tinklai: *Aldi*, *Rewe* ir *Lidl*. Vartotojams žymiai mažiau rūpi šių maisto produktų kokybė, kadangi jie dažniausiai vartojami ne kaip pagrindiniai patiekalai, o kaip ingredientai ką nors kepant ar pan.

V. IMPORTAS

► Vokietija yra didžiausia pieno produktų rinka Europos Sąjungoje. 2013 m. Vokietija importavo pieno produktų už 5,6 mlrd. EUR¹, palyginti su 2012 m., Vokietijos pieno produktų importas išaugo 7,8 proc. arba 404,2 mln. EUR.

Vokietijos pieno produktų importo tendencija, mlrd. EUR

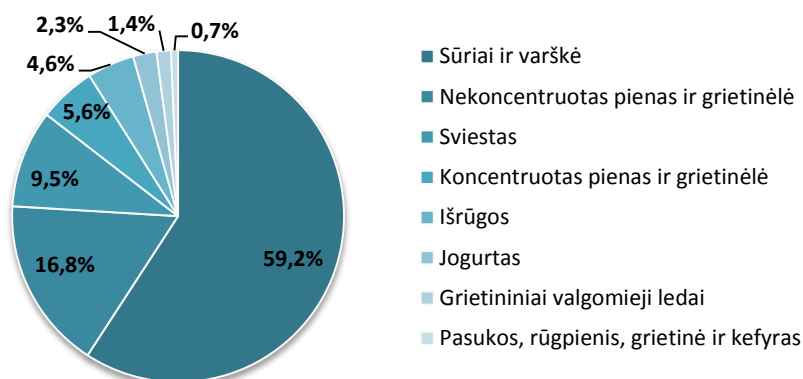


Šaltinis: Eurostato Comext duomenų bazė.

► 2013 m. iš pieno produktų Vokietija daugiausia importavo sūrių ir varškės (59,2 proc. viso Vokietijos pieno produkto importo), nekoncentruoto pieno ir grietinėlių (16,8 proc.) ir sviesto (9,5 proc.).

► 2013 m., palyginti su 2012 m., daugiausia augo sūrių ir varškių importo už 205,7 mln. EUR arba 6,7 proc., sviestas – 87,3 mln. EUR arba 19,8 proc., nekoncentruotas pienas ir grietinėlė – 80,3 mln. EUR. Taip pat augo koncentruoto pieno ir grietinėlių importas už 19,2 mln. EUR arba 6,6 proc., išrūgos – 13,3 mln. EUR arba 5,5 proc., pasukos, rūgpienis, grietinė ir kefyras – 6,9 mln. EUR arba 22,4 proc., grietininiai valgomieji ledai – 5,1 mln. EUR arba 7,1 proc. Pernai sumažėjo jogurto importas už 13,6 mln. EUR arba 9,7 proc.

Vokietijos pieno produktų importo struktūra pagal kategoriją 2013 m., proc.



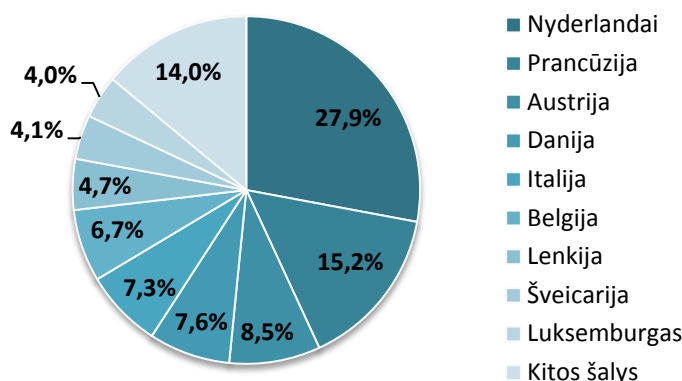
Šaltinis: Eurostato Comext duomenų bazė.

► 2013 m. iš pieno produktų, Vokietija daugiausia importavo iš Nyderlandų (27,9 proc. viso Vokietijos pieno produktų importo), Prancūzijos (15,2 proc.), Austrijos (8,5 proc.), Danijos (7,6 proc.), Italijos (7,3 proc.).

► Iš Lietuvos 2013 m. Vokietija importavo pieno produktų už 53,9 mln. EUR, tai sudarė 1,0 proc. viso Vokietijos pieno produktų importo. 2013 m. Lietuva užėmė 14-ą vietą Vokietijos pieno produktų importo rinkos sąrašė. 2013 m. palyginus su 2012 m., Vokietijos pieno produktų iš Lietuvos importas sumažėjo 4,1 mln. EUR arba 7,1 proc. Iš Vokietijos importo iš Lietuvos nukrito dėl nekoncentruoto pieno ir grietinėlių importo sumažėjimo už 2,3 mln. EUR arba 5,9 proc., koncentruotas pienas ir grietinėlė – 1,2 mln. EUR arba 21,6 proc., sviestas – 893 tūkst. EUR arba 44,1 proc., išrūgos – 885 tūkst. EUR arba 19,1 proc. Iš Lietuvos, grietininį valgomųjų importas išaugo 584 tūkst. EUR arba 11,5 proc., pasukos, rūgpienis, grietinė ir kefyras – 479 tūkst. EUR arba 284,1 proc., sūriai ir varškė – 102 tūkst. EUR arba 8,5 proc.

¹ Pieno produktų užsienio prekybos duomenis sudarė nekoncentruoto pieno ir grietinėlių (KN 0401), koncentruoto pieno ir grietinėlių (KN 0402), jogurto (KN 040310), pasukų, rūgpienio, grietinės ir kefyro (KN 040390), išrūgų (KN 0404), sviesto (KN 0405), sūrių ir varškės (KN 0406) ir grietininį valgomųjų ledų (KN 21050091 ir 21050099).

Vokietijos pieno produktų importo struktūra pagal šalis 2013 m., proc.



Šaltinis: Eurostato Comext duomenų bazė

- ▶ Iš pieno produktų 2013 m. iš Lietuvos Vokietija daugiausia importavo nekoncentruoto pieno ir grietinėlės (69,1 proc. viso Vokietijos importo iš Lietuvos), grietinių valgomųjų ledų (10,5 proc.), koncentruoto pieno ir grietinėlės (7,9 proc.), išrūgų (6,8 proc.).
- ▶ Lietuvos įmonių eksportuojami valgomieji ledai sudaro gana ženkliai dalį Vokietijos ledų importo (7,29 proc. 2013 m.), taip pat nekoncentruoto pieno ir grietinėlės (4,0 proc.). Lietuvos dalis Vokietijos sūrių ir varškės bei jogurtų importe yra maža.

Vokietijos pieno produktų importas

Prekių grupė	Vokietijos importas iš pasaulio			Vokietijos importas iš Lietuvos			Lietuvos rinkos dalis		
	2011 m.	2012 m.	2013 m.	2011 m.	2012 m.	2013 m.	2011 m.	2012 m.	2013 m.
Nekoncentruotas pienas ir grietinėlė	961,5	851,2	931,5	43,0	39,6	29,7	4,47%	4,65%	4,00%
Koncentruotas pienas ir grietinėlė	318,4	290,3	309,5	4,5	5,4	4,3	1,41%	1,87%	1,38%
Jogurtas	141,6	140,4	126,8	0,005	0,004	0,01	0,003%	0,003%	0,01%
Pasukos, rūgpienis, grietinė ir kefyras	36,1	30,8	37,7	0,2	0,2	0,6	0,54%	0,55%	1,71%
Išrūgos	204,2	242,3	255,5	3,9	4,5	3,7	1,93%	1,87%	1,43%
Sviestas	537,1	441,1	528,3	0,5	2,0	1,1	0,09%	0,46%	0,21%
Sūriai ir varškė	3029,5	3081,1	3286,8	0,6	1,2	1,3	0,02%	0,04%	0,04%
Grietininiai valgomieji ledai	71,9	72,6	77,7	5,0	5,1	5,7	6,89%	7,00%	7,29%
Iš viso	5300,3	5149,8	5554,0	57,7	58,0	53,9	1,09%	1,13%	0,97%

Šaltinis: Eurostato Comext duomenų bazė.

VI. LIETUVOS GAMINTOJŲ GALIMYBĖS IR TRUKDŽIAI VOKIETIJOS RINKOJE

Galimybės	Trukdžiai
▶ Vokietijos gyventojų pajamų lygis yra vienas aukščiausių visame pasaulyje.	▶ Labai didelė konkurencija, ypatingai mažmeninės prekybos rinkoje.
▶ Vokietija yra viena daugiausiai pieno produktų importuojančių šalių pasaulyje.	▶ Mažų kainų prekybos centrų rojus. Dėl žemų maisto produktų kainų, mažmeninės prekybos pelno maržos yra vienos žemiausių visoje Europoje.
▶ Vokietija turi daug stiprių importuotojų ir puikiai išvystytą distribucijos sistemą.	▶ Marketingo kampanijos nacionaliniu mastu reikalauja didelių išlaidų.
▶ Auga paklausa ekologiškiems ir aplinkai draugiškiems produktams.	▶ Supermarketai ir hypermarketai pirmenybę teikia smulkių vietinių gamintojų prekiniais ženklams, kadangi vartotojai yra linkę mokėti daugiau, tam, kad paremtų vietinius gamintojus.
▶ Dėl vieningos ES rinkos Lietuvos įmonėms netaikomi tarifiniai barjerai.	
▶ Vokietijoje organizuojamos parodos yra pasaulinio lygio ir puiki platforma pristatyti savo produktus.	

VI. PATEKIMAS Į RINKĄ

- ▶ Tik tai kai kurie Vokietijos prekybos tinklai patys importuoja produkciją iš užsienio. Dauguma maisto produktų prekybos tinklų verčiau perka produkciją iš vietinių didmenininkų ar distributorių, kurie dažniausiai specializuojasi tam tikrose maisto produktų grupėse, o kai kurie netgi ir tam tikrose regionuose ar šalyse. Šie specializuoti importuotojai puikiai išmano maisto produktų importo reikalavimus, tokius kaip sertifikatai, etikečių bei pakuočių reikalavimai. Jie taip pat dažniausiai atsako už produktų pristatymą, muitinės procedūras, sandėliavimą ir maisto produktų distribuciją šalies teritorijoje. Dėl to Lietuvos kompanijoms patartina užmegzti santykius būtent su tokiais importuotojais, kadangi jie puikiai išmano rinką ir galėtų žymiai efektyviau atstovauti Lietuvos gamintojų interesams. Puikus būdas susirasti tokius vietinius atstovus yra dalyvavimas maisto produktų parodose bei mugėse, pvz., *Anuga*, *Žalioji savaitė* ar *BioFach* paroda.
- ▶ Lietuvos įmonės ieškančios Vokietijos maisto produktų importuotojų, didmenininkų ar distributorių galėtų rasti naudingos informacijos Vokietijos maisto ir gėrimų federacijos svetainėje: <http://www.bve-online.de/english>, taip pat Vokietijos mažmeninės prekybos bakalėjos prekėmis asociacijos svetainėje: <http://www.bvlh.net>, bei Vokietijos pieno produktų pramonės asociacijos svetainėje: <http://www.milchindustrie.de>.

VII. INFORMACIJOS ŠALTINIAI IR KONTAKTAI

- ▶ Naudingas informacijos šaltinis apie Vokietijos pieno produktų sektorių yra Vokietijos pieno produktų pramonės asociacija (vok. *Milch Industrie Verband*; <http://www.milchindustrie.de>). Šios asociacijos interneto svetainėje nurodoma paskutinio laikotarpio pieno produktų sektoriaus raida ir Vokietijos pieno produktų rinkos tendencijos.
- ▶ Lietuvos eksportuotojams taip pat gali būti naudingas Vokietijos verslo portalas, kuris palaikomas Ekonomikos ir technologijos ministerijos. Jame pateikiamas turinys yra anglų kalba ir jis pasitarnauja kaip pagrindinė platforma verslo užklausoms ir jų nukreipimui tinkamam adresatui. Daugiau informacijos apie maisto ir gėrimų sektorių pasiekama šioje interneto svetainėje: <http://www.ixpos.de/IXPOS/Navigation/EN/Your-business-in-germany/Business-sectors/Consumer-goods/food-and-beverage.html>.
- ▶ Vokietijoje rengiamos vienos svarbiausių pasaulyje parodos ir mugės. Toliau pateiktoje lentelėje nurodoma maisto ir gėrimų sektorių numatomi verslo kontaktų renginiai Vokietijoje.

Pavadinimas	Apibūdinimas	Data	Vieta	Svetainė
<i>Intermopro</i>	Tarptautinė pieno produktų paroda	2014.09.21-2014.09.23	Diusseldorfas	http://www.intermopro.com
<i>Internationale Grüne Woche Berlin</i>	Tarptautinė maisto, agrokultūros ir hortikultūros paroda	2015.01.16-2015.01.25	Berlynas	http://www.gruenewoche.de
<i>Anuga</i>	Tarptautinė maisto mažmeninės kultūros, maitinimo paslaugų ir maitinimo įstaigų paroda	2015.10.10-2015.10.14	Kiolnas	http://www.anuga.com

- ▶ Daugiau informacijos apie šias ir kitas parodas galima rasti šiuo adresu: www.auma-messen.de.
- ▶ Daugiau informacijos apie tai kaip „Versli Lietuva“ gali prisidėti prie pieno produktų eksporto į Vokietiją plėtros prašome kreiptis į mūsų projektų vadovę Idrę Zakaruskaitę, kuri atsakinga už maisto pramonės eksportą (kontaktai: tel. 8 (5) 219 4316; mob. tel. 8 (684) 049 59; el. paštas: i.zakaruskaite@verslilietuva.lt).
- ▶ „Versli Lietuva“ turi dvi atstoves Vokietijoje, kurios gali suteikti daugiau specifinės pagalbos žengiant į šios šalies rinką: Lina Gylienė, atstovė Hamburge (kontaktai: mob. tel. (+49) 172 454 3603; el. paštas l.gyliene@enterpriselithuania.com) ir Roma Bernotavičiūtė, atstovė Munchene (kontaktai: mob. tel. (+49) 174 349 1215; el. paštas: r.bernotaviciute@enterpriselithuania.com).
- ▶ Jei turite klausimų dėl šioje apžvalgoje pateiktos informacijos arba norėtumėt su nuolaida įsigyti „Euromonitor International“ rinkos tyrimus, kurie buvo cituoti šioje apžvalgoje, prašome kontaktuoti su „Versli Lietuva“ vyriausiuoju analitiku Justu Jurevičiumi (kontaktai: tel. 8 (5) 204 5824; mob. tel. 8 (686) 504 65; el. paštas j.jurevicius@verslilietuva.lt).

IX. ŠALTINIAI

- ▶ Behr, Hans-Christoph (2014 m. vasario mėn.) „Bio-Umsatzentwicklung 2013“: http://www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/dokumente/service/Zahlen/20140211_AMI_Bio-Umsatz_2013.pdf
- ▶ Euromonitor International (2013 m. vasario mėn.) „Ice Cream in Germany“
- ▶ Euromonitor International (2014 m. sausio mėn.) „Cheese in Germany“
- ▶ Euromonitor International (2014 m. sausio mėn.) „Drinking Milk Products in Germany“
- ▶ Euromonitor International (2014 m. sausio mėn.) „Other Dairy in Germany“
- ▶ Euromonitor International (2014 m. sausio mėn.) „Yoghurt and Sour Milk in Germany“
- ▶ Milchindustrie-Verband e.V, (2011 m. gruodžio mėn.) „Milch und mehr – die deutsche Milchwirtschaft auf einen Blick“: http://www.milchindustrie.de/fileadmin/Dokumente/Verband/MIV_Jou_RZ_20_03_12_Einz_neu3.pdf
- ▶ Milchindustrie-Verband e.V, (2013 m.) „Milchanlieferung Biomilch“: http://www.milchindustrie.de/uploads/tx_news/Anlieferung_Biomilch_DE_1997-2012_Homepage.jpg
- ▶ USDA Foreign Agricultural Service (2011 m. rugsėjo mėn.) „Exporter Guide Germany: Road Map to the German Market for U.S. Foods“: http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Exporter%20Guide_Berlin_Germany_8-31-2011.pdf
- ▶ USDA Foreign Agricultural Service (2013 m. rugsėjo mėn.) „Germany Retail Foods 2013“: http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods_Berlin_Germany_8-22-2013.pdf