



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΝΤΥΣΣΕΛΝΤΟΡΦ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

Ντύσσελντορφ, 19 Οκτωβρίου 2012

Γερμανική αγορά τροφίμων - Επιχειρηματικές εξελίξεις

Περιεχόμενα

Εξαγορά της γερμανικής αλυσίδας supermarket Tegut από την ελβετική Migros	σελ. 2
Η ολλανδική Ahold ανοίγει το πρώτο της καταστήμα convenience στη Γερμανία	σελ. 3
Lekkerland: Στρατηγική “Convenience 2020”	σελ. 4
Η ελβετική Valora εξαγοράζει την Ditsch	σελ. 5
Οι 30 μεγαλύτερες εταιρείες στη γερμανική αγορά τροφίμων	σελ. 6



Εξαγορά της γερμανικής αλυσίδας supermarket Tegut από την ελβετική Migros

Την είσοδό της στη γερμανική αγορά πραγματοποίησε η ελβετική Migros, εξαγοράζοντας στα μέσα Οκτωβρίου την αλυσίδα supermarket Tegut¹.

Η Tegut, που συμπλήρωσε φέτος τα 65 χρόνια από την ίδρυσή της, είναι μια από τις μικρότερες αλυσίδες λιανικής στη Γερμανία, με μεγάλη απόσταση από τις κυρίαρχες πέντε εταιρείες Edeka, Rewe, Metro, Schwarz Gruppe και Aldi: ο κύκλος εργασιών της Tegut το 2011 ανήλθε σε €1,17



δισ (0,9 δισ € για τρόφιμα), που ισοδυναμεί με μερίδιο μόλις 0,6 % του γερμανικού λιανεμπορίου τροφίμων. Η εταιρεία διαθέτει περίπου 300 καταστήματα, κυρίως στην κεντρική περιοχή της χώρας (Ρηνανία – Παλατινάτο, Έσση, Βαυαρία και Θουριγγία). Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της Tegut είναι ότι δραστηριοποιήθηκε ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 στο εμπόριο βιολογικών προϊόντων, αποτελώντας ουσιαστικά πρόδρομο των αλυσίδων supermarket βιολογικών τροφίμων, όπως οι Denn's Biomarkt,

Alnatura και Basic. Ωστόσο η Tegut δεν περιορίστηκε στο εμπόριο βιολογικών προϊόντων, αλλά παρέμεινε μια «συμβατική» αλυσίδα supermarket, συνεχίζοντας να πουλά και βιολογικά και συμβατικά τρόφιμα.

Η εξαγορά της εταιρείας από τη Migros οφείλεται στα πολύ χαμηλά κέρδη της το τελευταίο διάστημα, με αποτέλεσμα ακόμα και το κλείσιμο ορισμένων καταστημάτων. Το ποσό που δαπάνησε η Migros για την εξαγορά της Tegut δεν έγινε γνωστό. Πρόθεση της ελβετικής εταιρείας είναι να επενδύσει σημαντικά ποσά στην ανάπτυξη της Tegut, ώστε μέσω της αλυσίδας αυτής να αναπτυχθεί στη Γερμανία. Η Migros/Tegut, σύμφωνα με δηλώσεις στον οικονομικό τύπο, ενδιαφέρεται να εξαπλωθεί καταρχήν στα νοτιοδυτικά της χώρας (Βάδη – Βυρτεμβέργη), πιθανόν και με εξαγορές καταστημάτων άλλων αλυσίδων, εάν υπάρξει σχετική δυνατότητα.

Η Migros είναι η μεγαλύτερη συνεταιριστική εταιρεία στην Ευρώπη, και η ισχυρότερη παρουσία στο λιανεμπόριο τροφίμων στην Ελβετία, έχοντας παράλληλα πληθώρα άλλων δραστηριοτήτων, από εκπαιδευτικές έως τραπεζικές, και ιδιαίζουσα δομή: η εταιρεία αποτελείται από 10 περιφερειακές συνεταιριστικές οργανώσεις και διαθέτει περί τις 90 θυγατρικές για την παραγωγή των προϊόντων που διατίθενται στα 550 καταστήματα supermarket της. Ο κύκλος εργασιών της στο εμπόριο τροφίμων έφτασε το 2011 τα 21 δισ ελβετικά φράγκα και τα κέρδη της τα 900 εκ. φράγκα. Ως ιδιαιτερότητα της εταιρείας, που έχει παραμείνει ιστορικά αναλλοίωτη, αναφέρεται ότι δεν διαθέτει στα καταστήματά της οινοπνευματώδη και προϊόντα καπνού.

Η εξαγορά της Tegut από τη Migros είναι η σημαντικότερη κίνηση ξένης εταιρείας στο χώρο του γερμανικού λιανεμπορίου τροφίμων, μετά την αποχώρηση της μεγαλύτερης παγκοσμίως αλυσίδας λιανικής, της αμερικανικής Walmart το 2006 - αποχώρηση μετά από μόλις 8 χρόνια δραστηριοποίησης στη χώρα, που εδραίωσε τη φήμη της Γερμανίας ως της δυσκολότερης αγοράς τροφίμων. Αντίστοιχη ήταν η κατάληξη και για άλλες ξένες εταιρείες που δοκίμασαν να εξαπλωθούν στη γερμανική αγορά, όπως η γαλλική Intermarche και η βελγική Delhaize. Σε αντίθεση, όμως, με την «επιθετικότητα» εταιρειών όπως η Walmart, η δραστηριοποίηση της Migros στη γερμανική αγορά αναμένεται να είναι μακράς πνοής.

¹ Η ανακοίνωση των δύο εταιρειών σχετικά με την εξαγορά είναι διαθέσιμη στο <http://www.tegut.com/aktuell/einzelartikel/Artikel/medienmitteilung.html>

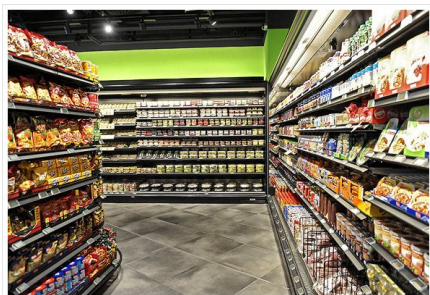
Η ολλανδική Ahold ανοίγει το πρώτο της καταστήμα convenience στη Γερμανία

Η ολλανδική εταιρεία Ahold άνοιξε στα μέσα Σεπτεμβρίου 2012 τα πρώτα της καταστήμα “Albert Heijn to go” στη Γερμανία, στο Άαχεν, κοντά στα γερμανο-ολλανδικά σύνορα². Πρόκειται για convenience-shop, όπου πωλούνται σάντουιτς, καφές, γλυκά, αναψυκτικά και σνακ, αλλά και έτοιμες σαλάτες, σουπες και ζεστά γεύματα. Στα σχέδια της Ahold είναι να ανοίξει το δεύτερο κατάστημά της στο Έσσεν πριν το τέλος του χρόνου, ενώ ένα χρόνο μετά, το Σεπτέμβριο 2013 τα καταστήματα στη Γερμανία, κυρίως στην περιοχή της Β.Ρηνανίας – Βεσφαλίας προγραμματίζεται να έχουν φθάσει τα δέκα, σε τοποθεσίες με υψηλή συχνότητα πελατών, όπως σε εμπορικούς δρόμους, σιδηροδρομικούς σταθμούς, στάσεις λεοφορείων και τραμ, και αεροδρόμια.



Η είδηση για την δραστηριοποίηση της Ahold στη Γερμανία απασχόλησε τον οικονομικό τύπο για δύο λόγους. Αφενός, γιατί πρόκειται ουσιαστικά για την πρώτη δραστηριοποίηση ξένης εταιρείας στη γερμανική αγορά, μετά την αποτυχία μεγάλων ξένων αλυσίδων, όπως οι Walmart, Delhaize και Intermarche. Αφετέρου, εξαιτίας του τρόπου με τον οποίο επέλεξε να δραστηριοποιηθεί η μεγάλη ολλανδική εταιρεία, με τον τζίρο των 30 δις € αποφεύγοντας τον απευθείας ανταγωνισμό με τις ισχυρές γερμανικές αλυσίδες λιανικής, και ιδίως με τα discounters, και τοποθετούμενη σε ένα τμήμα της αγοράς, το οποίο σύμφωνα με τις εκτιμήσεις ορισμένων, έχει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης στη Γερμανία – την αγορά convenience.

Εξαιτίας κοινωνικών και δημογραφικών μεταβολών, όπως η αύξηση των νοικοκυριών του ενός ατόμου, εκτιμάται ότι η αγορά convenience στη Γερμανία θα αυξησει τα επόμενα χρόνια τις πωλήσεις της από τα 23 δις € στα 30 δις €. Η αγορά convenience στη Γερμανία δεν είναι κατά την άποψη της Ahold επαρκώς ανεπτυγμένη, δεδομένου ότι δεν υπάρχει μέχρι στιγμής καμία μεγάλη αλυσίδα που να δραστηριοποιείται στο χώρο αυτό, όπως έχει κάνει εδώ και μια δεκαετία στην Ολλανδία η Ahold – όπου διαθέτει 54 καταστήματα “Albert Heijn on the go” - ή όπως σε άλλες χώρες η 7Eleven. Μέχρι στιγμής το ρόλο των convenience shops καλύπτει μια πληθώρα διαφορετικών καταστημάτων, από καταστήματα supermarket έως φούρνους, περίπτερα, και αλυσίδες fast-food και καφέ, ενώ ως μόνη ίσως αλυσίδα convenience shops μπορεί να αναφερθεί η Yorma's.



Ενδιαφέρον για την αγορά convenience shops έχει δείξει και η δεύτερη μεγαλύτερη αλυσίδα supermarket της Γερμανίας, Rewe, με τα καταστήματα Rewe to go. Παρά τις δηλώσεις του Alain Cararros, CEO ότι είναι δυνατό να ανοίξουν 100 τέτοια καταστήματα σε όλη τη χώρα, η Rewe ακολουθεί αργούς ρυθμούς στην εξάπλωσή των Rewe to go, έχοντας ανοίξει το πρώτο κατάστημα στην Κολωνία τον Απρίλιο του 2011, και το δεύτερο το Μάιο του 2012 στο Ντύσσελτορφ – και τα δύο σε κύριους εμπορικούς δρόμους στο κέντρο της πόλης. Η

εξάπλωση της Ahold με τα Albert Heijn to go αναμένεται να είναι ταχύτερη: η εταιρεία έχει ανακοινώσει στα σχέδια της συνολικά 150 νέα καταστήματα σε Ολλανδία, Γερμανία και Βέλγιο για το διάστημα 2012-2016 και διαθέτει ήδη εμπειρία στο χώρο αυτό από τη μητρική αγορά της.

Τα βασικά ζητούμενα για τα convenience shops είναι δύο: πρώτον, η εξασφάλιση της ταχύτητας. Όπως χαρακτηριστικά λέγεται, ο στόχος είναι κάθε πελάτης μέσα σε ένα δίλεπτο να έχει ολοκληρώσει τις αγορές του. Δεύτερον, η ποιοτική αναβάθμιση, η πώληση φρέσκων και υγιεινών τροφίμων, η αποφυγή του junk food.

² Η ανακοίνωση της εταιρείας είναι διαθέσιμη στο

<https://www.ahold.com/#!/Media/First-Albert-Heijn-to-go-opens-in-Germany.htm?type=detail>

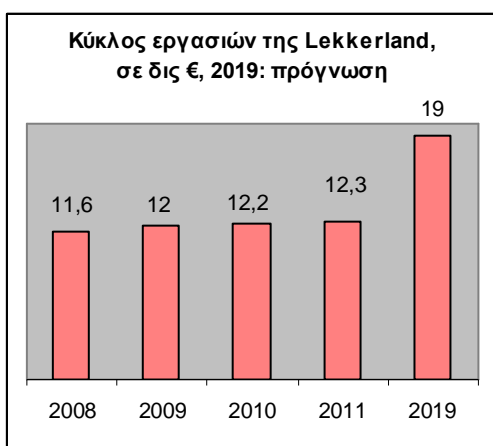
³ πηγή: Spiegel Online

Lekkerland: Στρατηγική “Convenience 2020”

Τη στρατηγική “Convenience 2020” ανακοίνωσε στα μέσα Οκτωβρίου 2012 ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας Lekkerland, κος Michael Hoffmann. Η Lekkerland – The Convenience Company είναι η σημαντικότερη εταιρεία χονδρικής εμπορίας και διανομής προϊόντων σε καταστήματα convenience στη Γερμανία - κυρίως βενζινάδικα - και δραστηριοποιείται συνολικά σε εννέα ευρωπαϊκές χώρες (Ολλανδία, Βέλγιο, Ισπανία, Αυστρία, Ελβετία, Τσεχία, Ρουμανία και Πολωνία), πραγματοποιώντας συνολικό κύκλο εργασιών 12,3 δις € το 2011.



Ο κύκλος εργασιών στη Γερμανία ανήλθε σε 6,8 δις € - ποσό που φέρνει τη Lekkerland στην 6η θέση της κατάταξης μεταξύ των μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών τροφίμων και FMCG της χώρας. Το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών στη Γερμανία (5,6 δις €) αφορά τσιγάρα και άλλα προϊόντα καπνού, ενώ το 1,2 δις € food/non food⁴, κυρίως snack, παγωτά, αναψυκτικά, αλλά και μύρα, κρασί και άλλα οινοπνευματώδη. Η εταιρεία διακινεί όχι μόνο προϊόντα γνωστών εταιρειών όπως Haribo, Nestlé, και Mars, αλλά και προϊόντα με τη δική της ιδιωτική ετικέτα, για παράδειγμα M' Candy και M' Cooky.



Η εξέλιξη του κύκλου εργασιών της Lekkerland τα τελευταία χρόνια κρίνεται ότι δείχνει σημεία στασιμότητας, με τους ρυθμούς ανάπτυξης να περιορίζονται σε μονοψήφια ποσοστά. Για το λόγο αυτό, η εταιρεία κατάρτισε και ανακοίνωσε το πρόγραμμα “Convenience 2020”, με στόχο την αύξηση του συνολικού κύκλου εργασιών της από τα περίπου 12 δις € σήμερα στα 19 δις € το 2019, αύξηση δηλαδή που υπερβαίνει το 50% στο σύνολο της επταετίας 2013-2019, και προϋποθέτει αύξηση κατά μέσο όρο κατά 1 δις € ετησίως. Κυριότερο πεδίο όπου θα εστιάσει η στρατηγική της εταιρείας είναι η αγορά τροφίμων “to-go” και convenience⁵.

Οι βασικοί τομείς δράσης, όπου η εταιρεία θα επικεντρώσει τις προσπάθειές της, είναι:

- Περίπτερα: στόχος της εταιρείας είναι η οικοδόμηση σταθερών σχέσεων με τα περίπου 10.000 οικογενειακά περίπτερα της χώρας, τα οποία μέχρι στιγμής πραγματοποιούν τις προμήθειές τους από discounter και Cash + Carry, μην έχοντας σταθερή σχέση συνεργασίας με κανέναν προμηθευτή και αναζητώντας τις καλύτερες τιμές.
- Ανάπτυξη του δικτύου διανομής φρέσκων και κατεψυγμένων προϊόντων⁶: σε πρώτη φάση η εταιρεία στοχεύει στην ανάπτυξη της διανομής σάντουιτς, πίτσας κτλ. σε αλυσίδες βενζινάδικων, όπως η Aral. Σε δεύτερη φάση, στόχος είναι η διανομή προϊόντων και σε αλυσίδες εστιατορίων και φούρνους – τμήμα της αγοράς που εξυπηρετείται μέχρι στιγμής από εξειδικευμένες εταιρείες και συνεταιρισμούς αγορών (buying groups), όπως η BackEurop και η Bäko.

⁴ Βλ. αναλυτικά στοιχεία στην ιστοσελίδα της εταιρείας

http://www.lekkerland.de/le/de/unternehmen/daten_zahlen_fakten/Kopie_von_datenzahlen.html

⁵ βλ. και την έρευνα της εταιρείας για την αγορά on the go στο γερμανόφωνο χώρο (Γερμανία, Αυστρία, Ελβετία)

http://www.lekkerland.com/le/media/unternehmen/LL_Convenience_Studie_2009.pdf

⁶ βλ. και την σελίδα της Lekkerland Food Intelligence - Food Service Division von Lekkerland

<http://www.wethinkfood.com>

- Αλυσίδες εστιατορίων: η Lekkerland στοχεύει να επεκτείνει τις υπηρεσίες της στο χώρο της εφοδιαστικής, με στόχο να ανταγωνιστεί ευθέως εταιρείες όπως η Havi Logistics, που διαχειρίζονται τα logistics για ορισμένες από τις μεγαλύτερες αλυσίδες εστιατορίων και fast – food της Γερμανίας, όπως η McDonalds και η Variano.

Η ελβετική Valora εξαγοράζει την Ditsch

Την εξαγορά της εταιρείας παρασκευής και πώλησης αρτοσκευασμάτων Ditsch ανακοίνωσε στα τέλη Σεπτεμβρίου 2012 η ελβετική Valora. Η Ditsch είναι η γνωστότερη γερμανική εταιρεία παρασκευής brezel και διαθέτει 230 σημεία πώλησης, κυρίως σε σιδηροδρομικούς σταθμούς στη Γερμανία, καθώς και 35 καταστήματα στην Ελβετία. Η Valora κατέβαλε 300 εκ. € για την εξαγορά της Ditsch, συνεχίζοντας την τακτική της διεύρυνσης των δραστηριοτήτων της στο χώρο της “on the go” εστίασης. Ο κύκλος εργασιών της Ditsch από την πώληση των brezel στα καταστήματα της, αλλά και ως τυποποιημένων κατεψυγμένων προϊόντων στις αλυσίδες λιανικής, ανήλθε σε 110 εκ. € το 2011. Για το 2012, ο κύκλος εργασιών της Ditsch αναμένεται να φθάσει τα 117 εκ. €



Η Valora εξαγόρασε στις αρχές της χρονιάς, τα καταστήματα Convenience Concept – περίπτερα, της εταιρείας Lekkerland. Μετά τις εξαγορές αυτές, η Valora διαθέτει πλέον 3.000 σημεία πώλησης σε 4 χώρες. Περισσότερα από το ήμισυ των καταστημάτων αυτών, 1.600, βρίσκονται στη Γερμανία. Στόχος της εταιρείας είναι να διευρύνει περαιτέρω την παρουσία της στην αγορά convenience / on the go φαγητού, ένα

τμήμα της αγοράς που υπόσχεται περισσότερα κέρδη από ότι η διανομή προϊόντων τύπου και καπνού. Ωστόσο για την επόμενη διετία δεν προγραμματίζεται κάποια μεγάλη εξαγορά, όπως δήλωσε ο Δ/νων Σύμβουλος της εταιρείας Rolando Benedick.

Ο όμιλος Valora δραστηριοποιείται σε όλο το γερμανόφωνο και σκανδιναβικό χώρο, δηλαδή



συνολικά σε οκτώ χώρες, και έχει τρεις τομείς: ο τομέας Valora Retail, περιλαμβάνει περίπτερα (kiosk, Cigo), convenience shops (avec), βιβλιοπωλεία/διανομή τύπου σε σιδηροδρομικούς σταθμούς σε Γερμανία, Ελβετία και Λουξεμβούργο (U store, Service Store DB, Press & Books), καθώς και coffee bars, μόνο στην Ελβετία (Caffe Spettacolo). Η Valora Trade έχει ως αντικείμενο τη διανομή προϊόντων FMCG (ζαχαρώδη, αναψυκτικά κ.ά) σε περίπτερα και άλλα σημεία πώλησης σε Σκανδιναβία, Γερμανία, Αυστρία και Ελβετία. Η Valora Services είναι ο τομέας της εταιρείας που ασχολείται με τη διανομή προϊόντων τύπου στα σημεία πώλησης της Valora αλλά και σε σημεία πώλησης τρίτων.

Αντιγόνη Μαριόλη
Γραμματέας ΟΕΥ Α΄

Οι 30 μεγαλύτερες εταιρείες στη γερμανική αγορά τροφίμων το 2011

Εταιρεία	Κύκλος εργασιών	Μεταβολή 2011/2010	Κύκλος εργασιών τρόφιμα	Μερίδιο τροφίμων
	σε εκ. €	%	σε εκ. €	%
1 Edeka-Gruppe, Hamburg	47.168	4,1	42.708	90,5%
Edeka-Regionalgesellschaften	35.301	4,5	31.431	89,0%
Netto, Maxhütte-Haidhof	11.744	3,0	11.157	95,0%
άλλες εταιρείες του ομίλου Edeka, Hamburg	123	5,1	121	98,4%
2 Rewe-Gruppe, Köln	35.489	-5,3	25.100	70,7%
Rewe-Konzern, Köln	32.655	-5,9	22.407	68,6%
Vollsortiment, Köln	17.290	3,1	15.485	89,6%
Penny, Köln	7.582	0,4	6.824	90,0%
άλλες εταιρείες του ομίλου Rewe	7.783	2,7	99	1,3%
Rewe Dortmund, Dortmund	2.834	2,1	2.692	95,0%
3 Metro-Gruppe, Düsseldorf	30.056	-0,6	11.417	38,0%
Real, Mönchengladbach	9.527	-1,1	6.764	71,0%
Metro C+C, Düsseldorf	5.734	-4,4	4.358	76,0%
άλλες εταιρείες του ομίλου Metro	14.795	-0,1	295	2,0%
4 Schwarz-Gruppe, Neckarsulm	28.650	2,1	23.236	81,1%
Lidl, Neckarsulm	15.800	1,9	12.956	82,0%
Kaufland, Neckarsulm	12.850	2,4	10.280	80,0%
5 Aldi Gruppe, Essen/Mülheim	24.700	1,2	20.254	82,0%
Aldi Süd, Mülheim	13.700	2,0	11.234	82,0%
Aldi Nord, Essen	11.000	0,4	9.020	82,0%
6 Lekkerland, Frechen	8.001	1,3	7601	95,0%
7 Tengelmann-Gruppe, Mülheim	7.325	8,0	2.050	28,0%
Kaiser's Tengelmann, Mülheim	2.158	-8,0	2.050	95,0%
άλλες εταιρείες του ομίλου weitere Tengelmann	5.167	5,0	0	0,0%
8 dm, Karlsruhe	4.485	10,1	4.037	90,0%
9 Globus, St. Wendel	4.363	2,7	2.247	51,5%
10 Schlecker, Ehingen	4.000	-7,0	3.680	92,0%
11 Rossmann, Burgwedel	3.843	12,2	2.901	75,5%
12 Bartels-Langness, Kiel	3.275	8,3	2.540	77,6%
13 Transgourmet (Deutschland), Neu-Isenburg	2.998	7,0	2.590	86,4%
14 Norma, Nürnberg	2.550	1,0	2.168	85,0%
15 Müller, Ulm	2.455	7,1	1.007	41,0%
16 Bütting, Leer	2.000	2,6	1.720	86,0%
17 Dohle-Gruppe, Siegburg	1.480	-1,1	1.355	91,6%
Hit, Siegburg	1.305	-1,1	1.198	91,8%
άλλα μέλη του ομίλου Dohle	175	-1,1	158	90,3%
18 Coop, Kiel	1.245	0,7	1.047	84,1%
19 Tegut, Fulda	1.165	1,3	932	80,0%
20 Netto Nord, Stavenhagen	1.146	1,4	1.066	93,0%
21 Fressnapf, Krefeld	914	4,5	640	70,0%
22 Handelshof, Köln	725	6,8	595	82,1%
23 Kaes, Mauerstetten	695	6,9	389	56,0%
24 Klaas + Kock, Gronau	600	2,0	510	85,0%
25 Dennree, Töpen	539	19,5	512	95,0%
26 Wasgau, Pirmasens	535	0,6	482	90,1%
27 Alnatura, Bickenbach	521	17,9	495	95,0%
28 Lüning, Rietberg	441	8,9	388	88,0%
29 Budnikowsky, Hamburg	407	4,4	326	80,1%
30 Feneberg, Kempten	318	2,6	291	91,5%
Σύνολο 30 μεγαλύτερων εταιρειών	429.612		312.813	72,8%

Πηγή: Trade Dimensions, LZ, 03.2012