



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

«Συγκριτική ανάλυση τιμών προϊόντων τροφίμων και έρευνα καταναλωτικής συμπεριφοράς στις γερμανικές υπεραγορές»

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα καταναλωτικής συμπεριφοράς, που διενεργήθηκε το 3^ο τρίμηνο του 2017 στις 7 μεγαλύτερες αλυσίδες υπεραγορών και εκπτώτικων σούπερ-μάρκετ στη Γερμανία από την έγκυρη διαδικτυακή υπηρεσία *vergleich.org*, η οποία ειδικεύεται στη συγκριτική αξιολόγηση προϊόντων και υπηρεσιών, διαπιστώνεται ότι το 65% των Γερμανών λαμβάνει υπ' όψιν κατά κύριο λόγο την τιμή και δευτερευόντως την διατροφική αξία ή τα συστατικά, κατά την αγορά προϊόντων τροφίμων στο σούπερ-μάρκετ.

Περαιτέρω αξιοσημείωτα ευρήματα της έρευνας, η οποία δημοσιεύεται στο σημαντικότερο ηλεκτρονικό έντυπο του κλάδου νωπών οπωροκηπευτικών *fruchtportal.de*, είναι τα εξής:

-Όλες οι αλυσίδες σούπερ-μάρκετ του συγκριτικού τεστ, προσφέρουν προϊόντα τροφίμων «ιδιωτικής ετικέτας» (private label) στο καταναλωτικό τους κοινό. Σημειώνεται εδώ ότι, σύμφωνα με στοιχεία του 2017, οι πωλήσεις προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας» αποτελούν το 41% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών του κλάδου τροφίμων στην γερμανική αγορά.

-Όσον αφορά τα προϊόντα private label, την χαμηλότερη τιμή σε ένα ενδεικτικό «καλάθι» διατροφικών προϊόντων από 38 διαφορετικές κατηγορίες προσφέρει η εκπτώτική αλυσίδα Lidl, κοστολογούμενο στα €36,81, ενώ την ακριβότερη η αλυσίδα Real, με κόστος €45,44.

-Αντιστοίχως, όσον αφορά τα επώνυμα προϊόντα, το ίδιο ενδεικτικό «καλάθι» των 38 διατροφικών προϊόντων προσφέρεται στην αλυσίδα Kaufland φθηνότερα σε σύγκριση με το σύνολο του ανταγωνισμού και μάλιστα κατά 9,26% χαμηλότερα από τα καταστήματα της αλυσίδας EDEKA, που εμφανίζουν την υψηλότερη τιμή.

-Τα καταστήματα τροφίμων Lidl προσφέρουν τα φθηνότερα φρούτα και λαχανικά, ενώ η αλυσίδα Real τα ακριβότερα (κατά 88,6% ακριβότερα έναντι των Lidl).

-Συγκρίνοντας δε τις τιμές των κυριότερων εκπτώτικων αλυσίδων, η Lidl εμφανίζεται φθηνότερη της Aldi (Nord) κατά 5,29%, στα προϊόντα διατροφής «ιδιωτικής ετικέτας».

-Τέλος, η αλυσίδα Kaufland προσφέρει τις χαμηλότερες μέσες τιμές, στον συνδυασμό επώνυμων και private label προϊόντων. Μάλιστα, σύμφωνα με τους υπολογισμούς της

έρευνας, τα νοικοκυριά που επιλέγουν να αγοράζουν από το Kaufland μπορούν να εξοικονομήσουν ετησίως έως και €246, έναντι των άλλων αλυσίδων.

Η γερμανική αγορά τροφίμων κυριαρχείται από 4 «κολοσσούς», οι οποίοι ελέγχουν άνω του 67% του κλάδου:

1. Στην πρώτη θέση η αλυσίδα EDEKA, με την θυγατρική, εκπτωτική αλυσίδα Netto
2. Η αλυσίδα REWE, με την αντίστοιχη εκπτωτική θυγατρική Discounter Penny
3. Ο όμιλος εταιρειών Schwarz, που λειτουργεί τις αλυσίδες Lidl και Kaufland, και
4. Ο όμιλος Aldi.

Σημειώνεται τέλος ότι, σύμφωνα με την γερμανική Στατιστική Υπηρεσία, οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων που δραστηριοποιούνται στην γερμανική αγορά μειώθηκαν κατά 27,6%, εντός της δεκαετίας 2005-2015. Με δεδομένη την σταθερή αύξηση που εμφανίζει ο κύκλος εργασιών του κλάδου κατά την ίδια περίοδο, γίνεται προφανές ότι αυτός κατανέμεται σε όλο και λιγότερες επιχειρήσεις, ενώ ο ανταγωνισμός μεταξύ των αλυσίδων, αλλά και μεταξύ αυτών και των μικρότερων επιχειρήσεων του κλάδου, είναι ιδιαίτερα έντονος.

Βερολίνο, 7 Σεπτεμβρίου 2017