



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
CONSULATE GENERAL OF GREECE
ECONOMIC & COMMERCIAL AFFAIRS SECTION
365 Bloor Street East, Suite 1801
Toronto, Ontario M4W 3L4 CANADA
Tel: (416) 515 01 35 Fax: (416) 515 07 08

Τορόντο, 10 Νοεμβρίου 2008

ΘΕΜΑ : Η Αγορά Γαλακτοκομικών Προϊόντων στον Καναδά.

Γενικά: Ο γαλακτοκομικός τομέας στον Καναδά περιλαμβάνει κυρίως τα εξής προϊόντα: α) γάλα σε υγρή μορφή (43% της παραγωγής για το 2007), β) παγωτό και άλλα κατεψυγμένα γλυκά με βάση το γάλα (6% της παραγωγής για το 2007), γ) βούτυρο, τυρί και άλλα συναφή προϊόντα (51% της παραγωγής για το 2007).

Η εσωτερική ζήτηση για γάλα σε υγρή μορφή και κρέμα γάλακτος αντιπροσωπεύει περίπου το 40% των συνολικά 48-50 εκατ. λίτρων (περίπου) ανεπεξέργαστου γάλακτος που παράγεται από τις канаδικές φάρμες ετησίως. Το υπόλοιπο, χρησιμοποιείται στην παραγωγή βουτύρου, τυριού, και άλλων προϊόντων προστιθεμένης αξίας όπως τα συστατικά του γάλακτος που χρησιμοποιούνται σε γλυκίσματα (confectionery).

Εξαγωγικές Επιδόσεις: Οι εξαγωγικές επιδόσεις του Καναδά στα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι χαμηλές, λόγω κυρίως των υψηλών τιμών που ζητούν οι παραγωγοί για την παραγωγή ανεπεξέργαστου γάλακτος (για λόγους που αναζητούνται στο канаδικό σύστημα διαχείρισης της διανομής των προϊόντων αυτών), και οι εισαγωγές περιορίζονται με διάφορα μέτρα ώστε να παρέχεται προστασία στην εγχώρια αγορά. Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν συνολικά λιγότερο από 5% των συναλλαγών για τους πρώτους εννέα μήνες του 2007, με την εξαίρεση του αποβουτυρωμένου γάλακτος σε σκόνη για το οποίο οι εξαγωγές, κατά το ίδιο διάστημα, αντιπροσωπεύουν το 18%. Οι κύριοι εξαγωγικοί προορισμοί για το προϊόν αυτό είναι η Αίγυπτος, η Κούβα και η Ν. Αφρική (και οι τρεις μαζί αντιπροσωπεύουν όγκο εξαγωγών της τάξεως περίπου των 14,5 εκατ. CN\$). Οι εισαγωγές αντιπροσωπεύουν λιγότερο από 5% της εσωτερικής κατανάλωσης, με την εξαίρεση δύο κατηγοριών προϊόντων- των τυριών ειδικού τύπου (εντάσσονται όλα τα εισαγόμενα και επομένως **και τα ελληνικά παραδοσιακά τυριά**) και του προϊόντος «*creamy butter*» (προϊόντος προερχομένου αποκλειστικά από κρέμα γάλακτος που υπέστη επεξεργασία φυγοκεντρήσεως και παστεριώσεως, το προϊόν αυτό εκτός του Καναδά είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο στην Ιρλανδία).

Σημαντικότερες Επιχειρήσεις: Οι τρεις μεγαλύτερες γαλακτοβιομηχανίες του Καναδά – η **Saputo Inc.**, η **Parmalat Canada** και η **Agropur**- μαζί αντιπροσωπεύουν το 70% της παραγωγής επεξεργασμένου γάλακτος στον Καναδά και κέρδη άνω των 8 δις CN\$ στο σύνολο των πωλήσεων γαλακτοκομικών, μη-γαλακτοκομικών προϊόντων και αναψυκτικών. Άλλες μεγάλες επιχειρήσεις στον κλάδο, με κέρδη άνω του 1 δις CN\$, είναι οι **Kraft Canada**, **Nestlé Canada** and **Unilever Canada**. Η επιχείρηση **Neilson Dairy**, θυγατρική εταιρεία του κολοσσού **George Weston Limited** (μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες επεξεργασίας τροφίμων στην Β. Αμερική, με έτος ίδρυσης το 1882), όπως και άλλες τρεις επιχειρήσεις- οι **Gay Lea Foods**, **Scotsburn** και **Farmers** – η καθεμία με κέρδη άνω των 100 εκατ. CN\$ σε πωλήσεις- συμπληρώνουν τη δεκάδα των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων γαλακτοκομικών προϊόντων στον Καναδά.

1

CONSULATE GENERAL OF GREECE
ECONOMIC & COMMERCIAL AFFAIRS SECTION
365 Bloor Street East, Suite 1801
Toronto, Ontario M4W 3L4 CANADA
Tel: (416) 515 01 35 Fax: (416) 515 07 08
Emails : c.athanassopoulos@grconsulate.com or Gr-trade@the-wire.com

Κατανάλωση: Συνολικά, η κατανάλωση του γάλακτος σε υγρή μορφή και των λοιπών γαλακτοκομικών παρέμεινε σταθερή ή αυξήθηκε οριακά χάρη στην υψηλή ζήτηση σε δύο κατηγορίες προϊόντων, η οποία λειτούργησε αντισταθμιστικά στην πώση της ζήτησης σε δύο άλλες κατηγορίες προϊόντων. Για τα έτη 2006 και 2007, η συνολική κατανάλωση γάλακτος σε υγρή μορφή συρρικνώθηκε κατά 0,5% και 0,8% αντίστοιχα, δηλαδή σε κατά κεφαλήν βάση περίπου 58,2 Lt. Η κατανάλωση παγωτού συρρικνώθηκε κατά 7% για το 2007, δηλαδή σε κατά κεφαλήν βάση περίπου 5,4 Lt.

Μόνο μια από τις δύο κατηγορίες προϊόντων διατήρησε την ανοδική τροχιά που γνώρισε την προηγούμενη δεκαετία. Η κατανάλωση της επιτραπέζιας κρέμας (table cream, ζωικά λιπαρά 18%)- ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση της τάξεως του 13% από το 1995 έως και το 2006- για το 2007 κατέγραψε κατά κεφαλήν κατανάλωση της τάξεως του 23%, ήτοι 2,3 Lt. Η κατανάλωση γιαουρτιού, η οποία αυξανόταν κατά μ.ο. 10% ετησίως από το 1997 έως το 2005, κατέγραψε πώση 3% για το 2006 και 1% για το 2007, δηλαδή κατά κεφαλήν κατανάλωση που αντιστοιχεί σε κάτι περισσότερο από 5 Lt. Σε δύο από τα σημαντικότερα για τη βιομηχανία γαλακτοκομικών προϊόντα, το βούτυρο και το τυρί, η κατανάλωση παρέμεινε σε σταθερά επίπεδα. Η κατανάλωση τυριού για το 2007 παρέμεινε στα επίπεδα των 2,2 kg/pc¹, ενώ η κατανάλωση τυριού έσπασε για πρώτη φορά τα 20 τελευταία χρόνια το φράγμα των 10 kg/pc.

Οι ταχύτερα αναπτυσσόμενες κατηγορίες αποτελούν μικρό μέγεθος στην αγορά γαλακτοκομικών. Οι πωλήσεις του τυριού cottage (περίπου 8% του συνολικού όγκου πωλήσεων τυριού) αυξήθηκαν το 2007 κατά 10% σε σχέση με το 2006. Η εξέλιξη αυτή σημειώθηκε κυρίως εξ' αιτίας βελτιωμένης εκ μέρους των παραγωγών επεξεργασίας του προϊόντος σε όρους συσκευασίας και γεύσεων, ούτως ώστε το πλούσιο σε πρωτεΐνες και φτωχό σε θερμίδες αυτό προϊόν να ανταγωνιστεί στην αγορά το γιαούρτι. Οι πωλήσεις βιολογικού γάλακτος (organic milk) αυξάνονται κατά 25% ετησίως, ωστόσο αντιπροσωπεύουν ποσό μόλις 30 εκατ. CN\$ στα 2 δις. CN\$ της λιανικής αγοράς γάλακτος σε υγρή μορφή. Οι υψηλές πωλήσεις που κατέγραψαν τα προϊόντα σόγιας κατά την τελευταία δεκαετία υποχώρησαν κατά πολύ, καταγράφοντας ποσό λιανικών πωλήσεων της τάξεως των 100 εκατ. CN\$. Τέλος, το γάλα που παράγεται από ρύζι (tiny rice drink) κατέγραψε πωλήσεις της τάξεως των 12 CN\$ (αύξηση 10% σε σχέση με το 2006).

Αξιζει να επισημανθεί ότι ειδικές κατηγορίες προϊόντων όπως το βιολογικό γάλα, το γάλα άνευ λακτόζης, το εμπλουτισμένο με ασβέστιο, με omega-3, προ-βιοτικά κ.α., σταδιακά αυξάνουν το μερίδιο συμμετοχής τους στην αγορά γαλακτοκομικών (εκτοπίζοντας παραδοσιακά προϊόντα) και προσφέρουν ενισχυμένα περιθώρια βελτιώσεων στους παραγωγούς. Επίσης, τα τελευταία χρόνια, μια κατηγορία προϊόντος με ισχυρή παρουσία στην αγορά, το υγρό γάλα σε συσκευασία μιας χρήσης, έχει αυξήσει τις πωλήσεις του λόγω κυρίως της υιοθέτησης από τους παραγωγούς νέων μεθόδων συσκευασίας του προϊόντος, φιλικών προς το περιβάλλον.

Περιθώρια Κέρδους: Τα περιθώρια κέρδους στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων κυμαίνονται σύμφωνα με εκτιμήσεις στο 18% των πωλήσεων. Οι σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου (π.χ. **Saputo Inc., Parmalat Canada, Neilson Dairy**) ανέφεραν μεγαλύτερα κέρδη για το 2007, κυρίως λόγω διάθεσης μεγαλύτερης ποικιλίας προϊόντων που ζητούν οι καταναλωτές, όπως τα ειδικού τύπου γάλατα, τα ειδικού τύπου τυριά και τα γιαούρτια με προ-βιοτικά. Τα περιθώρια κέρδους είναι υψηλότερα στις κατηγορίες του γάλακτος σε υγρή μορφή (21%), των παγωτών και των κατεψυγμένων γλυκών (33%) και χαμηλότερα στην κατηγορία των μη-κατεψυγμένων γαλακτοκομικών, όπως το βούτυρο, το τυρί και το γιαούρτι. Η βελτίωση που καταγράφεται οφείλεται αφ' ενός στην αύξηση των εισοδημάτων, αφ' ετέρου στο αυξημένο ενδιαφέρον των καταναλωτών για ειδικής κατηγορίας γαλακτοκομικά με προστιθέμενη αξία, τόσο οικονομική όσο και θρεπτική. Για το 2007, η ζήτηση σε προϊόντα όπως το βιολογικό γάλα και το γιαούρτι

¹kg per capita.

με προ-βιοτικά παρουσιάστηκε κατά πολύ αυξημένη σε σχέση με, πιο παραδοσιακά, εναλλακτικά προϊόντα.

Σε γενικές γραμμές, ο τομέας των γαλακτοκομικών παρουσίασε ισχυρή ανάπτυξη. Οι δύο βασικές κατηγορίες προϊόντων στην Καναδική αγορά, το γάλα σε υγρή μορφή και τα παγωτά και κατεψυγμένα γλυκά, δεδομένης της αυξημένης ζήτησης, παρουσίασαν για το 2007 αυξημένα κέρδη σε σχέση με το 2006 μόλις της τάξεως του 1% και 2,4% αντίστοιχα.

Προοπτικές για το Μέλλον: Οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, προβλέπουν και για το μέλλον τη συνέχιση των επιτυχημένων στρατηγικών των ετών 2006 και 2007. Οι στρατηγικές αυτές περιλάμβαναν κεφαλαιουχικές επενδύσεις στην παραγωγή και στις υπηρεσίες logistics, με στόχο την αύξηση της αποδοτικότητας και την μείωση του κόστους, την καινοτομία στις μεθόδους παραγωγής και συσκευασίας των προϊόντων με έμφαση στη θρεπτική αξία και την ευκολία χρήσης του προϊόντος. Το έτος 2007, τα έσοδα των εταιριών **Saputo Inc., Parmalat Canada, Neilson Dairy** αυξήθηκαν κατά 3%-5%. Η αύξηση αυτή αντανακλά ένα συνδυασμό εξελίξεων όπως ο σταθερός όγκος συναλλαγών, η αύξηση των τιμών για να αντιμετωπιστεί το υψηλότερο κόστος στις τιμές των πρώτων υλών και ο προσανατολισμός στην παραγωγή προϊόντων προστιθέμενης αξίας. Τα προϊόντα αυτά, όπως δείχνουν τα δεδομένα, συνεπάγονται αυξημένα περιθώρια κερδών. Για το τρέχον έτος (2008), οι επιχειρήσεις του κλάδου επικεντρώνουν την στρατηγική τους στην καινοτομία και το marketing. Συγκεκριμένα, αναμένεται οι παραγωγοί να αυξήσουν τις δαπάνες σε διαφήμιση και καινοτόμες μεθόδους παραγωγής (περιλαμβανομένων και δαπανών για R&D) σε κατηγορίες προϊόντων στις οποίες είχαν στο παρελθόν απώλειες ή στις οποίες κινδυνεύουν να χάσουν μερίδιο συμμετοχής στην αγορά από την πρόσφατη εισδοχή σε αυτήν ανταγωνιστικών προϊόντων από το εξωτερικό.

**Production of Fluid Milk and Dairy Products – Canada – Year-To-Date
September 2007 vs. same period of 2006**

	Units	Production Jan.-Sept. 2007	Change from Jan.-Sept. 2006
Creamery butter	'000 tonnes	59.01	0.8%
Cheese	'000 tonnes	275.60	3.9%
Yogurt	'000 tonnes	189.55	1.5%
Ice cream	'000 kilolitres	242.99	(4.1)%
Standard milk	'000 kilolitres	292.94	(1.5)%
2% milk	'000 kilolitres	921.61	(0.8)%
1% milk	'000 kilolitres	445.38	1.7%
Skim milk	'000 kilolitres	214.28	1.3%
Chocolate milk	'000 kilolitres	136.78	3.5%
Cereal cream	'000 kilolitres	3.67	10.1%
Table cream	'000 kilolitres	25.71	11.1%
Whipping cream	'000 kilolitres	1.48	7.5%
Sour cream	'000 kilolitres	10.81	19.1%

Source: Statistics Canada, Dairy Statistics: Third Quarter 2007, Catalogue no. 23-014-X

(Πηγή: Περιοδικό Food in Canada, 2008 Canadian Food Industry Report)

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΟΣ
ΑΚΟΛΟΥΘΟΣ Ο.Ε.Υ.**

3

**CONSULATE GENERAL OF GREECE
ECONOMIC & COMMERCIAL AFFAIRS SECTION
365 Bloor Street East, Suite 1801
Toronto, Ontario M4W 3L4 CANADA
Tel: (416) 515 01 35 Fax: (416) 515 07 08
Emails : c.athanassopoulos@grconsulate.com or Gr-trade@the-wire.com**