



# ОГЛЯД РИНКУ ГРУЗІЯ

## ХАРЧОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ

LOCAL  
GLUTEN  
LITE

## Огляд ринку

<b>Огляд економіки Грузії</b> .....	3
<b>Аналіз споживачів</b> .....	5
<b>Торгівельна статистика</b> .....	9
Імпорт продуктів харчування до Грузії.....	9
Імпорт продуктів харчування до Грузії з України .....	10
<b>Огляд окремих категорій харчової продукції</b> .....	12
Хлібна продукція і випічка .....	12
М'ясна перероблена продукція.....	15
Молочна продукція.....	17
Шоколадні кондитерські вироби.....	20
Перероблена продукція з овочів і фруктів.....	23

## Огляд економіки Грузії

### Тренди та прогнози щодо економіки Грузії<sup>1</sup>

- Грузинська економіка демонструє один із найвищих показників зростання в регіоні за результатами 2018 р. – 4,7%. Прогнозується, що висока динаміка зростання ВВП збережеться протягом наступних декількох років – до 5,2% в 2021-2022 рр.
- Сильне приватне споживання підтримується стабільною помірною інфляцією (рівні близько 3%), покращенням на ринку праці та зростанням кредитування. Інвестиційна активність в країні значною мірою стимулюється фондами ЄС. Очікується, що показники діяльності приватного сектора економіки покращаться завдяки інвестиціям в інфраструктуру та реформам у бізнес-середовищі.
- Серед ризиків грузинської економіки - уповільнення темпів зростання в єврозоні та Великобританії, викликане низкою факторів, включаючи невизначеність щодо Брекзиту, напруженість у торгівлі та зниження обсягів експорту. Також для Грузії є актуальними такі виклики, як вузька виробнича база, зовнішні та фіскальні дисбаланси та структурні проблеми на ринку праці.
- Наразі більше половини робочої сили Грузії зосереджено в сільському господарстві. При цьому для аграрного сектора характерний низький рівень продуктивності праці. На сектор промислового виробництва припадає 12,0% ВВП і зайнято 4,7% робочої сили. Сектор послуг становить 66,4% ВВП.
- Прогнозується, що протягом наступних декількох років економіка Грузії буде посилюватися по мірі того, як зростатиме її промисловий сектор.
- В Грузії досить високий показник безробіття – 11,6% в 2018-2019рр. Особливо високий показник безробіття серед молоді. Наявні демографічні тенденції в країні призведуть до скорочення робочої сили в середньостроковій перспективі.

<sup>1</sup> Джерело: ©Euromonitor International

## ВВП та його динаміка

### Основні макроекономічні показники Грузії, 2017-2022 рр., в поточних цінах

Показник	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ВВП (млрд дол)	15,1	16,2	16,8	18,8	20,6	22,3
Ріст ВВП, рік до року, %	4,8	4,7	4,6	4,5	5,2	5,2
Інфляція, рік до року, %	6,0	2,6	2,8	3,0	3,0	3,0

Джерело: ©Euromonitor International

### Рейтинг країн Східної Європи за розміром ВВП на особу, 2017р.

Країна	ВВП на особу, дол	Ріст ВВП на особу, 2017/2016
Чехія	20 379,9	10,4%
Естонія	20 200,4	10,8%
Словаччина	17 579,3	6,3%
Литва	16 809,6	12,2%
Латвія	15 684,6	11,0%
Угорщина	14 278,9	11,2%
Польща	13 863,5	11,5%
Румунія	10 819,2	13,1%
Білорусь	5 733,3	14,1%
Азербайджан	4 135,1	6,6%
<b>Грузія</b>	<b>4 045,4</b>	<b>4,9%</b>
Вірменія	3 936,8	9,2%
Україна	2 639,8	20,7%
Молдова	2 290,2	19,7%

Джерело: [World Bank](#)

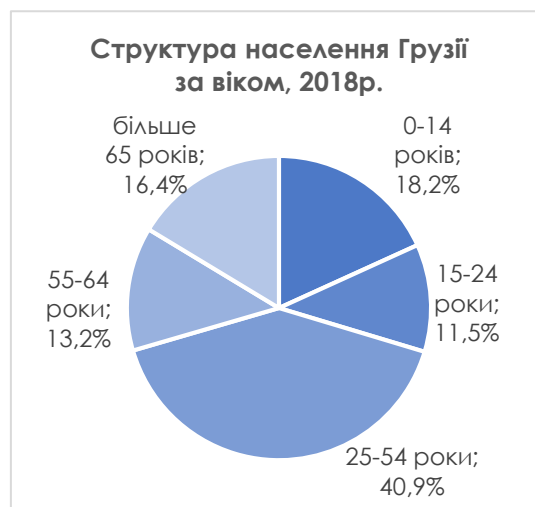
## Демографія

Загальна кількість населення Грузії – 3,7 млн. осіб.

Найбільше місто – столиця Тбілісі (1,1 млн осіб населення).

Також на великих міст належать:

- Батумі – 155 тис осіб (головний порт і нафтовий термінал)
- Кутаїсі – 147 тис осіб (регіональний центр Західної Грузії)
- Руставі – 126 тис. осіб



Джерело: [CIA](#)

## Аналіз споживачів<sup>2</sup>

### Тенденції та висновки

#### Домогосподарство за типом сім'ї: прогноз 2030



- Для Грузії актуальними є глобальні демографічні тенденції: збільшення обсягів міграції, скорочення розміру сімей, старіння населення та посилення урбанізація.
- Населення Грузії стрімко скоротилось після здобуття незалежності, і згідно прогнозів ця тенденція зберігатиметься протягом наступного десятиліття. Населення країни старіє. В той

<sup>2</sup> Джерело - © Euromonitor International

же час прогнозується зростання показника народжуваності до 2030 р.

- В Грузії помірний показник урбанізації – в 2018 р. в містах проживало 58,6% населення. Проте згідно прогнозу Euromonitor International, до 2030 р. цей показник зросте до 61,5%.
- В Грузії існує регіональна диференціація доходів та витрат населення. Найвищий показник середнього рівня споживчих витрат мають столиця країни Тбілісі, а також регіони Самегрело-Земо Сванеті (міста Поті, Зугдіді) і Аджарія (місто Батумі).

### Доходи і витрати споживачів

За результатами 2018 р. середній наявний дохід на домогосподарство в Грузії становив 7 тис. євро, цей показник зріс на 5,9%

Згідно прогнозів Euromonitor International, протягом 2019-2022 рр. всі показники доходів і споживчих витрат населення стабільно зростатимуть на рівні близько 8-10% на рік.

**В 2017 р. одне грузинське домогосподарство витрачало в середньому 9 157 дол.**



Пара з дітьми  
**\$ 11 013** дол.



Пара без дітей  
**\$ 7 955** дол.



Батько/мати з дітьми  
**\$ 5 878** дол.



Одинок/одиначка  
**\$ 4 960** дол.

## Прогноз показники доходів і витрат домогосподарств Грузії в 2018-2022 рр., в поточних цінах

Показник	2018	2019	2020	2021	2022
Наявний дохід населення, млрд дол	10,2	10,4	11,5	12,6	13,6
<b>Динаміка, рік до року</b>	<b>5,8%</b>	<b>2,6%</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,5%</b>	<b>7,9%</b>
Споживчі витрати населення, млрд дол	10,7	10,9	12,0	13,2	14,2
<b>Динаміка, рік до року</b>	<b>5,7%</b>	<b>2,6%</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,4%</b>	<b>7,9%</b>
Середній наявний дохід на домогосп-во, дол	7 029,8	7 217,2	7 944,3	8 697,1	9 391,2
<b>Динаміка, рік до року</b>	<b>5,9%</b>	<b>2,7%</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,5%</b>	<b>8,0%</b>
Частка середнього класу	26,6%	26,8%	26,9%	27,0%	27,1%

Джерело: © Euromonitor International

За результатами 2018 р. найбільшу частку витрат грузинські споживачі направили на продукти харчування і напої.

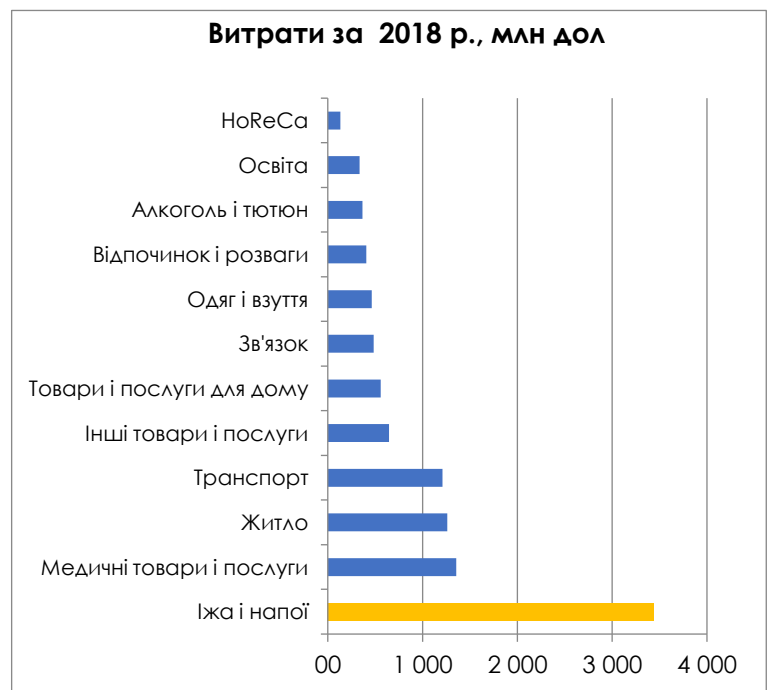
На другому місці витрати на медичні товари і послуги.

На третьому місці – витрати на житло (оренда, комунальні платежі і т.п.).

Згідно оцінок Euromonitor International, протягом 2019-2030рр. найвищими темпами зростатимуть витрати на освіту і одяг та взуття.

У загальній структурі витрат на продукти харчування в 2018 р. найбільшу частку займали такі категорії:

- м'ясо (25,3%)
- хліб і зернові (21,9%)



Джерело: © Euromonitor International

- молочні продукти і яйця (16,2%)
- Згідно прогнозів Euromonitor International, до 2022р. збережеться така ж структура витрат на харчування.

### Частка витрат на продукти харчування за категоріями, 2018р.



Джерело: © Euromonitor International



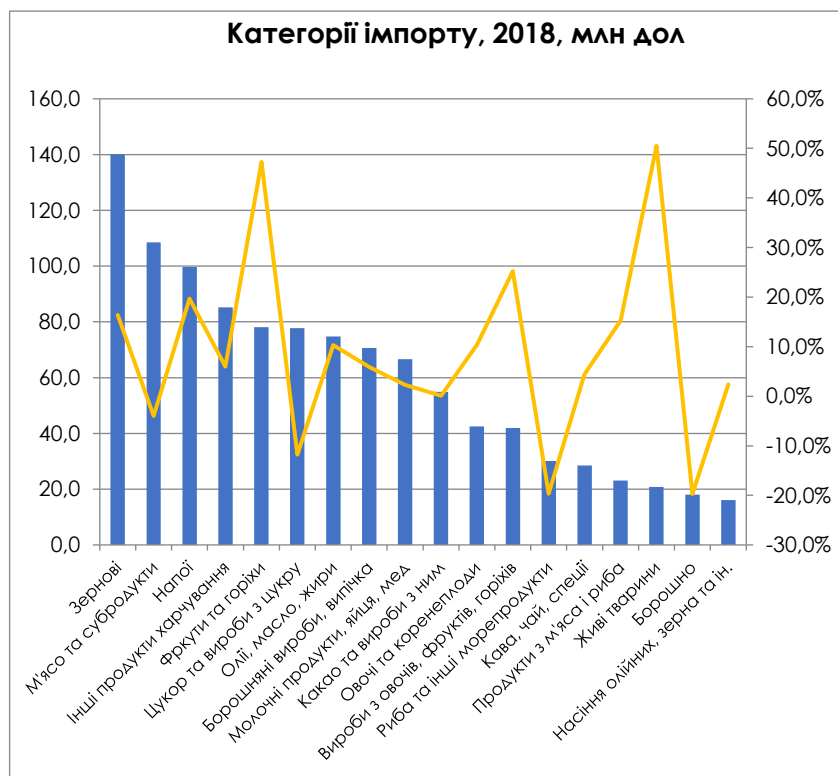
## Торговельна статистика<sup>3</sup>

### Імпорт Грузії продуктів харчування

Протягом 2015-2018 рр. імпорт Грузії продуктів харчування виріс на 16,2%, зокрема, в 2018 він зріс на 8,2%. Проте зростання є нестабільним – протягом 2015-2016 рр. спостерігалось скорочення імпорту.

В загальній структурі імпорту продуктів харчування шість категорій займають більше 50% ввезеної продукції:

- Зернові
- М'ясо та субпродукти
- Напої
- Інші продукти харчування
- Фрукти і горіхи
- Цукор та кондитерські вироби



Джерело: [Trade Map](#)

### ТОП-15 видів харчової продукції, імпортованої до Грузії з усіх країн світу, 2018р.

Код НС	Назва	Обсяг імпорту, млн. дол	Динаміка імпорту, 2018/2017р.
1001	Пшениця	114,9	17,0%
0207	М'ясо та їстівні субпродукти птахів	62,2	0,8%
1701	Тростини́вий або буряковий цукор	58,3	-13,8%
1806	Шоколад	53,4	0,0%

<sup>3</sup> Джерело статистичних даних – [Trade Map](#)

2106	Інші продукти харчування	40,8	12,2%
1512	Соняшникова олія	40,6	11,9%
1905	Хліб, кондитерські вироби, тістечка, печиво	39,2	13,4%
0802	Інші горіхи, свіжі та сушені	29,1	137,0%
0203	М'ясо свиней, свіже, охолоджене або заморожене	28,4	-17,9%
1517	Маргарин	24,1	1,3%
0405	Масло	23,0	27,9%
0303	Заморожена риба	22,2	-20,9%
0803	Банани	20,3	9,4%
0402	Молоко та вершки	19,2	-21,2%
1901	Харчові продукти з борошна, крупи, муки, крохмалю	18,7	-3,9%

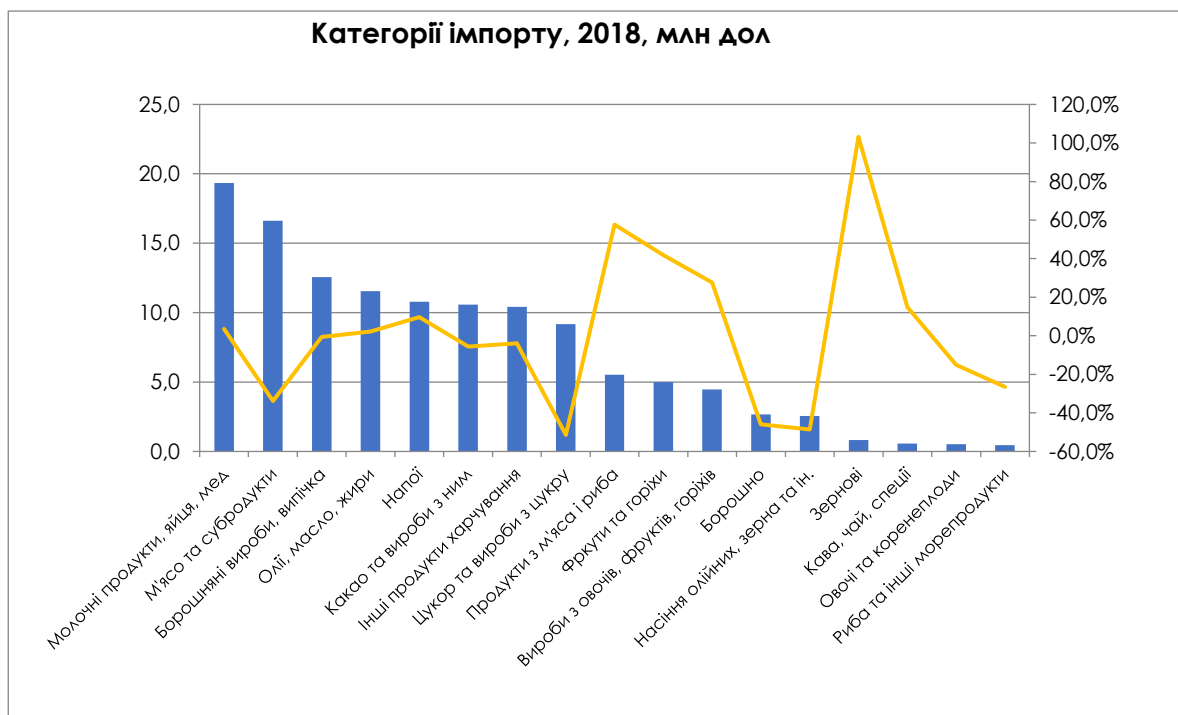
Джерело: [Trade Map](#)

## Імпорт продуктів харчування Грузії з України

Дві найбільші категорії продуктів харчування, що імпортуються до Грузії з України – це молочні продукти, яйця і мед та м'ясо і субпродукти. Проте в 2018 р. ці категорії продемонстрували незначний ріст або скорочення обсягів.

Натомість найвищими темпами зростали наступні категорії:

- продукти із зернових (на 103,2%)
- вироби з м'яса і риби (на 57,7%)
- вироби з овочів, фруктів, горіхів (на 27,6%)



Джерело: [Trade Map](#)

Грузія найбільше імпортує з України такі види харчової продукції (за результатами 2018р.):

- шоколад та шоколадні вироби
- м'ясо (яловичина і птиця)
- молочні продукти (вершкове масло та ін.)
- випічка
- жири (олія, маргарин)

#### ТОП-10 видів харчової продукції, імпортованої Грузією з України, 2018р.

Код НС	Назва	Обсяг імпорту, млн дол	Динаміка імпорту, 2018/2017р.
1806	Шоколад та інші вироби, що містять какао	10,5	-5,7%
0202	Заморожене м'ясо (яловичина, телятина)	8,0	13,8%
0405	Вершкове масло	7,8	2,8%

1905	Хліб, випічка	7,8	-3,8%
0207	М'ясо птиці	7,6	-32,9%
2202	Води	6,8	5,8%
1517	Маргарин та інші спреди	6,5	2,8%
0402	Молоко та вершки	6,2	-2,4%
0802	Горіхи	4,8	42,4%
1512	Соняшникова олія	4,8	-0,9%

Джерело: [Trade Map](#)

## Огляд окремих категорій харчової продукції<sup>4</sup>

### Хлібна продукція і випічка

#### Висновки і тенденції

- Грузинські споживачі традиційно споживають досить багато хліба, що зумовлено гастрономічною традицією країни. Попит на хліб підтримується виробниками, що виводять на ринок нові види і сорти хліб, наприклад, з різними добавками, а також значним туристичним потоком до країни. Грузинські споживачі і туристи особливо зацікавлені у місцевому традиційному неупакованому хлібі, що продається теплим, з печі - традиційно грузинський хліб випікається перед клієнтами в незалежних пекарнях і продається дуже свіжим.
- Значну роль на ринку хліба і випічки Грузії відіграють «кустарні» виробники - у 2018 році вони посіли друге місце за обсягом виробництва. Проте внаслідок розширення сучасних форматів ритейлу, зростання доходів населення і встановлення суворіших гігієнічних стандартів поступово зростає попит на упаковану хлібну продукцію.
- Попри загальну тенденцію переходу до упакованих харчових продуктів, категорія неупакованих тортів і тістечок у Грузії є сильною і продовжує зростати. Це підтримується, зокрема,

<sup>4</sup> Джерело - © Euromonitor International

продуктовою політикою декількох місцевих ритейлерів, таких як MadArt і Bella.

- В Грузії в категорії хліба і випічки провідну роль відіграють місцеві виробники, що зумовлено специфікою місцевого попиту на хліб. Проте в сегментах випічки і упакованих торів/тістечок прогнозується збільшення частки імпоротної продукції.
- В системі дистрибуції хліба та випічку провідну роль відіграє традиційний роздрібний ритейл (81,6% продажів у 2018 р.), зокрема, невеликі немережеві магазини. На сучасні формати роздрібних мереж приходиться близько 18% продажів.

### Розмір ринку, динаміка і прогноз розвитку

Продажі хлібної продукції і випічки протягом 2015-2017 рр. демонстрували нестабільну динаміку – якщо в 2015р. було зафіксовано скорочення на 13,8%, то в 2018 р. відбулось зростання на 9,1%. Проте загальне зростання з 2015 по 2018 р. склало лише 3%, що свідчить про стабільність обсягу цього сегменту.

В загальній структурі продажів найбільшу частку займає хліб – 84%.

Згідно прогнозів, протягом 2019-2022 рр. продажі даної категорії зростатимуть, при цьому темпи зростання будуть прискорюватися.



Джерело: © Euromonitor International

## Прогноз обсягу продажів хлібної продукції і випічки в Грузії, млн дол, в поточних цінах

Категорія	Обсяг продажів, млн дол				Динаміка продажів, %			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
<b>Хлібна продукція</b>	<b>265,1</b>	<b>285,6</b>	<b>308,2</b>	<b>333,4</b>	<b>6,5%</b>	<b>7,7%</b>	<b>7,9%</b>	<b>8,2%</b>
Хліб	222,7	240,1	259,7	281,8	6,4%	7,8%	8,2%	8,5%
Торти і тістечка	22,0	23,9	25,7	27,5	8,4%	8,6%	7,5%	7,0%
Випічка	19,9	21,0	22,2	23,5	4,2%	5,5%	5,7%	5,9%

Джерело: © Euromonitor International

Найбільшу частку в сегментах тортів/тістечок і випічки займає локальний бренд Sweet Country. Слід звернути увагу, що загальна ринкова частка ТОП-5 брендів протягом останніх років постійно зростала, що свідчить про посилення рівня концентрації на цих сегментах.

## Ринкові частки ТОП-5 виробників/брендів тортів і тістечок в Грузії, 2016-2018 рр., %

Бренд	Виробник	2016	2017	2018
Sweet Country	Sweet Country	14,3	18,6	22,4
Barni	Mondelez International	2,5	3,0	3,3
Barambo	Barambo	2,5	2,5	2,6
Royal Cake	Royal Foods	2,4	2,4	2,5
Kinder	Ferrero	1,2	1,9	2,0
<b>Разом ТОП-5</b>		<b>22,9</b>	<b>28,4</b>	<b>32,8</b>

Джерело: © Euromonitor International

## Ринкові частки ТОП-5 виробників/брендів випічки в Грузії, 2016-2018 рр., %

Бренд	Виробник	2016	2017	2018
Sweet Country	Sweet Country	14,5	16,8	18,6
7 Days	Chipita	1,5	1,7	1,8
Kovis	Ramenskiy Konditerskiy	1,5	1,6	1,7
	Kombinat			
Goodwill	Goodwill	1,2	1,1	1,1
Harry's	Barilla Holding	1,1	1,0	1,0
<b>Разом ТОП-5</b>		<b>19,8</b>	<b>22,2</b>	<b>24,2</b>

Джерело: © Euromonitor International

## М'ясна перероблена продукція

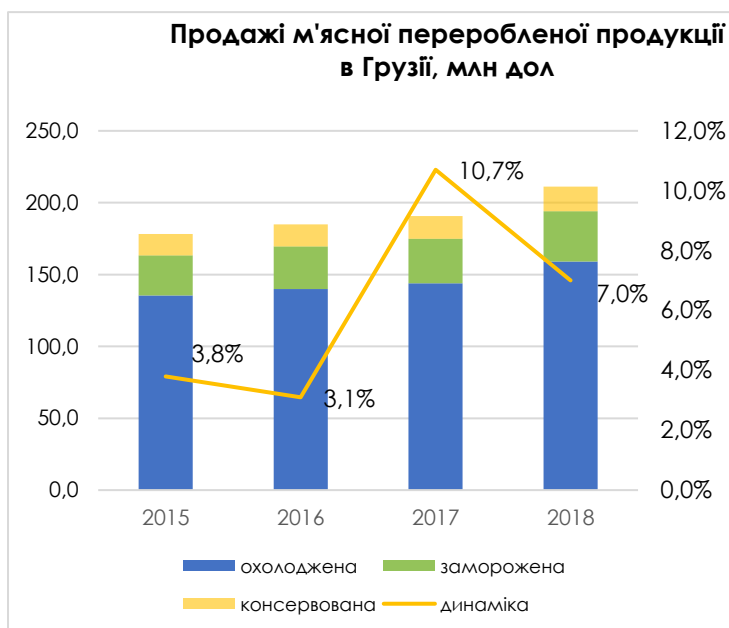
### Висновки і тенденції

- Охолоджене перероблене червоне м'ясо є основною категорією в на ринку переробленої м'ясної продукції (сосиски, ковбаси і т.п.). Дана категорія існує в Грузії протягом тривалого часу і є звичною для грузинських споживачів. Очікується, що досить динамічне зростання споживання цієї категорії продовжиться у прогностичний період.
- Серед факторів, що підтримують зростання цієї категорії, є відсутність розповсюдженого уявлення серед грузинських споживачів про оброблене м'ясо як про шкідливе для здоров'я. Також споживачі цінують зручність і доступність цієї продукції.

## Розмір ринку, динаміка і прогноз розвитку

Продажі м'ясної переробленої продукції протягом останніх років стабільно зростають, при чому в останні два роки темпи пришвидшилися до 7-10%. В цілому за чотири роки з 2015р. до 2018р. обсяги продажів зросли на 18,5%.

В структуру продажів лівову частку займає охолоджена перероблена м'ясна продукція – 75,3% в 2018р.



Джерело: © Euromonitor International

Згідно прогнозів, протягом 2019-2022 рр. продажі м'ясної переробленої продукції стабільно зростатимуть на рівні 7-8% в рік. Найвищі темпи зростання продемонструють категорії охолодженої м'ясної продукції та м'ясної продукції довгого зберігання.

Слід звернути увагу, що на грузинському ринку лівову частку займають продажі червоного м'яса, а продажі птиці займають незначну частку.

### Прогноз обсягу продажів м'ясної переробленої продукції в Грузії, млн дол, в поточних цінах

Категорія	Обсяг продажів, млн дол				Динаміка продажів, %			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
<b>М'ясна продукція</b>	<b>225,9</b>	<b>243,8</b>	<b>262,8</b>	<b>283,3</b>	<b>7,0%</b>	<b>7,9%</b>	<b>7,8%</b>	<b>7,8%</b>
Охолоджена	169,8	183,1	197,3	212,8	6,8%	7,8%	7,8%	7,9%
червоне м'ясо	169,8	183,1	197,3	212,8	6,8%	7,8%	7,8%	7,9%
ПТИЦЯ	-	-	-	-	-	-	-	-
Заморожена	37,9	41,0	44,0	47,1	8,0%	8,2%	7,3%	7,0%



червоне м'ясо	35,8	38,8	41,6	44,3	8,2%	8,4%	7,2%	6,5%
ПТИЦЯ	2,1	2,3	2,5	2,7	10,5%	9,5%	8,7%	8,0%
<b>Довгого зберігання</b>	<b>18,2</b>	<b>19,7</b>	<b>21,5</b>	<b>23,5</b>	<b>6,4%</b>	<b>8,2%</b>	<b>9,1%</b>	<b>9,3%</b>
червоне м'ясо	16,1	17,4	18,9	20,7	6,6%	8,1%	8,6%	9,5%
ПТИЦЯ	2,1	2,3	2,5	2,8	5,0%	9,5%	8,7%	12,0%

Джерело: © Euromonitor International

## Молочна продукція

### Висновки і тенденції

- В Грузії існує проблема із недостатнім рівнем виробництва свіжого молока. Брак свіжого молока в свою чергу робить його більш дорогим для переробників. У результаті багато місцевих виробників молочних продуктів переходять на використання імпортного сухого молока в якості сировини. Таким чином, ринок молочної продукції в Грузії дуже залежить від глобальної кон'юнктури на молочну сировину і готову продукцію.
- Грузинські споживачі звертають увагу на наявність сухого молока при виробництві молочної продукції.
- На споживання молочної продукції в Грузії впливають традиції та звички населення, зокрема, популярність традиційних грузинських молочних продуктів (мацоні, сулугуні і т.п.), звичка купувати неупаковану продукцію в невеликих немережевих магазинах та на ринках.
- Проте в останні роки відбуваються зміни у попиті і звичках споживачів, зокрема, через поступове зростання доходів населення, зміни у законодавстві (більш суворі вимоги щодо гігієни і маркування) і у системі дистрибуції (розширення мереж сучасного ритейлу). Все це разом призводить до підвищення частки продажів упакованої молочної продукції, преміальних продуктів та нових видів і сортів.
- У дистрибуції молочної продукції основну роль відіграє традиційний роздрібний ритейл – невеликі немережеві магазини (81,6% продажів у 2018 р). На сучасні формати роздрібних мереж (супермаркети і т.п.) приходить близько 18% продажів.

## Розмір ринку, динаміка і прогноз розвитку

Продажі молочної продукції в Грузії протягом останніх років мали дуже нестабільну динаміку - в 2015 р. відбулось скорочення на 17%, а за результатами 2018 р. зростання склало 8,1%. Загалом за чотири роки сегмент зріс на 13%.

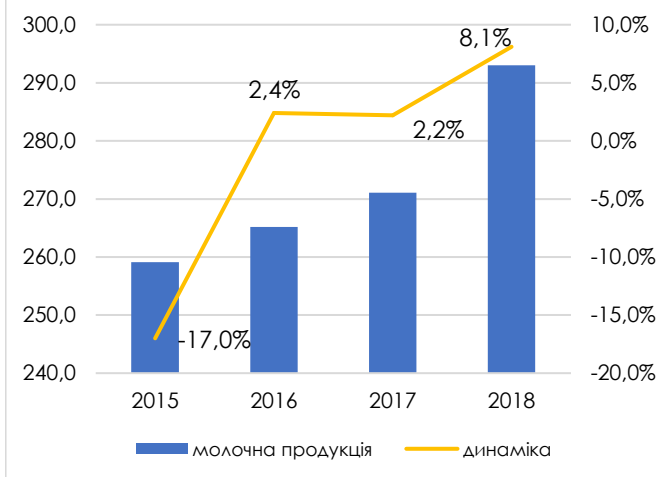
В структурі продажів найбільшу частку займає категорія масла і спредів – 28% в 2018р. Також великі частки у категорії твердого сиру і кисломолочних продуктів – 17% і 16% відповідно за результатами 2018р.

### Продажі молочної продукції в Грузії за 2018 р., млн дол



Джерело: © Euromonitor International

### Продажі молочної продукції в Грузії в 2015-2018, млн дол



Джерело: © Euromonitor International

Згідно прогнозів Euromonitor International, протягом 2019-2022р. продажі молочної продукції зростатимуть, а темп росту буде пришвидшуватись.

Найвищу динаміку продемонструють категорії твердого сиру і питної продукції з молока.

## Прогноз обсягу продажів молочної продукції в Грузії, млн дол, в поточних цінах

Категорія	Обсяг продажів, млн дол				Динаміка продажів, %			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
<b>Молочна продукція</b>	<b>308,9</b>	<b>329,9</b>	<b>352,8</b>	<b>377,7</b>	<b>5,4%</b>	<b>6,8%</b>	<b>6,9%</b>	<b>7,1%</b>
Масло і спреди	84,7	89,1	93,9	99,0	3,9%	5,2%	5,4%	5,4%
Твердий сир	53,8	58,2	63,0	68,3	6,7%	8,2%	8,2%	8,4%
Кисломолочні продукти	49,6	53,2	57,2	61,6	5,8%	7,3%	7,5%	7,7%
Питні молочні продукти	39,6	42,8	46,2	49,9	6,5%	8,1%	7,9%	8,0%
Вершки	33,8	35,9	38,2	40,5	5,3%	6,2%	6,4%	6,0%
М'який сир	29,5	31,5	33,6	35,9	5,4%	6,8%	6,7%	6,8%
Інше	17,9	19,3	20,9	22,6	5,9%	7,8%	8,3%	8,1%

Джерело: © Euromonitor International

Лідером ринку молочної продукції є локальний виробник Sante GMT Products, який до того ж збільшує свою ринкову частку. Серед ТОП-10 виробників цього сегменту є як локальні виробники, так і іноземні бренди.

Протягом останніх чотирьох років значно зріс рівень концентрації цього сегменту - загальна частка ТОП-10 виробників з 2015 по 2018 р. зросла з 25,2% до 57,7%.

## Ринкові частки ТОП-10 виробників молочної продукції в Грузії, 2015-2018 рр., %

Виробник	2015	2015	2016	2018
Sante GMT Products	12,4	17,0	17,5	17,8
PepsiCo	6,3	8,9	9,6	10,0
Valio	5,3	6,4	6,9	7,3
Lactalis	3,8	5,5	7,0	7,3

Georgian Milk	0,2	5,9	5,9	5,5
Kobulehuri Trading	-	1,3	2,1	2,2
Kraft Heinz	2,0	2,2	2,1	2,1
Danone	1,3	2,0	2,0	2,0
Bayernland	1,6	1,7	1,8	1,8
Ioli Group	2,4	2,2	1,9	1,7
<b>Разом ТОП-10</b>	<b>35,3</b>	<b>53,1</b>	<b>56,8</b>	<b>57,7</b>

Джерело: © Euromonitor International

## Шоколадні кондитерські вироби

### Висновки і тенденції

- Сегмент шоколадної продукції в Грузії дуже залежить від імпорту, тому одним із основних чинників, що впливають на його динаміку, є обмінний курс місцевої валюти. Девальвація грузинського ларі негативно вплинула на продажі. В той же час позитивним чинником, що стимулює зростання продажів, є розширення торгових мереж, яке стимулює конкуренцію і стримує підвищення цін.
- Серед інших позитивних чинників, що стимулюватимуть зростання сегменту шоколадної продукції в прогнозованому періоді, є поступове зростання доходів населення, а також любов грузинських споживачів до солодощів в цілому. В грузинському суспільстві наразі немає помітних медіа-кампаній, які б закликали населення до обмеження споживання цукру.
- У дистрибуції шоколадної продукції основну роль відіграє традиційний роздрібний ритейл (79% продажів у 2018 р). На сучасні формати роздрібних мереж приходиться близько 20,4% продажів.

## Розмір ринку, динаміка і прогноз розвитку

Продажі шоколадної кондитерської продукції протягом останніх років мали дуже нестабільну динаміку - в 2015 р. відбулось скорочення на 18,2%, а за результатами 2018 р. зростання склало 7,7%. Загалом за чотири роки сегмент зріс на 11,5%.

В структурі продажів шоколадної продукції найбільшу частку займають категорії шоколадних цукерок і драже та коробок цукерок – 62,9% в 2018р.



Джерело: © Euromonitor International

Згідно прогнозів Euromonitor International, протягом 2019-2022р. продажі шоколадної кондитерської продукції зростатимуть, при цьому темпи зростання будуть пришвидшуватись. Найвищу динаміку продемонструють категорії шоколадних плиток, цукерок в коробках та інше.

## Прогноз обсягу продажів шоколадних кондитерських виробів в Грузії, млн дол, в поточних цінах

Категорія	Обсяг продажів, млн дол				Динаміка продажів, %			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
<b>Шоколадна продукція</b>	<b>164,3</b>	<b>174,7</b>	<b>186,1</b>	<b>198,7</b>	<b>5,1%</b>	<b>6,3%</b>	<b>6,5%</b>	<b>6,8%</b>
цукерки і драже	45,9	48,4	51,1	53,9	4,3%	5,4%	5,6%	5,5%
короби цукерок	57,3	61,2	65,5	70,2	5,3%	6,8%	7,0%	7,2%
батончики	27,3	28,7	30,1	31,7	3,8%	5,1%	4,9%	5,3%

ПЛИТКИ	21,4	23,0	24,8	27,0	5,9%	7,5%	7,8%	8,9%
ШОКОЛАДУ								
інше	12,4	13,4	14,5	15,9	7,8%	8,1%	8,2%	9,7%

Джерело: © Euromonitor International

ТОП-10 ринку шоколадної продукції Грузії займають майже повністю транснаціональні компанії, серед яких Mondelez, Mars, Ferrero та Nestle. Єдиним виключенням є локальний виробник і бренд Barambo. Слід звернути увагу на посилення концентрації лідерів ринку – в 2018 р. їх загальна частка зросла до 53,4%.

### Ринкові частки ТОП-10 виробників/брендів шоколадної продукції в Грузії, 2015-2018 рр., %

Бренд	Виробник	2015	2015	2016	2018
Alpen Gold	Mondelez International	8,0	9,9	10,2	10,4
Barambo	Barambo	9,3	8,9	8,3	8,0
Snickers	Mars	5,4	6,6	7,4	7,7
Kinder	Ferrero	5,5	6,1	6,6	7,0
Korona	Mondelez International	5,3	5,0	4,8	4,6
Nestlé	Nestlé SA	4,6	3,9	3,6	3,5
Raffaello	Ferrero	1,2	2,1	2,8	3,4
Nesquik	Nestlé SA	2,9	3,0	3,1	3,3
Bounty	Mars	2,4	2,7	2,8	2,8
Mauxion	Mauxion Schokoladefabrik	4,8	3,9	3,2	2,7
<b>Разом ТОП-10</b>		<b>49,4</b>	<b>52,1</b>	<b>52,8</b>	<b>53,4</b>

Джерело: © Euromonitor International

## Перероблена продукція з овочів і фруктів

### Висновки і тенденції

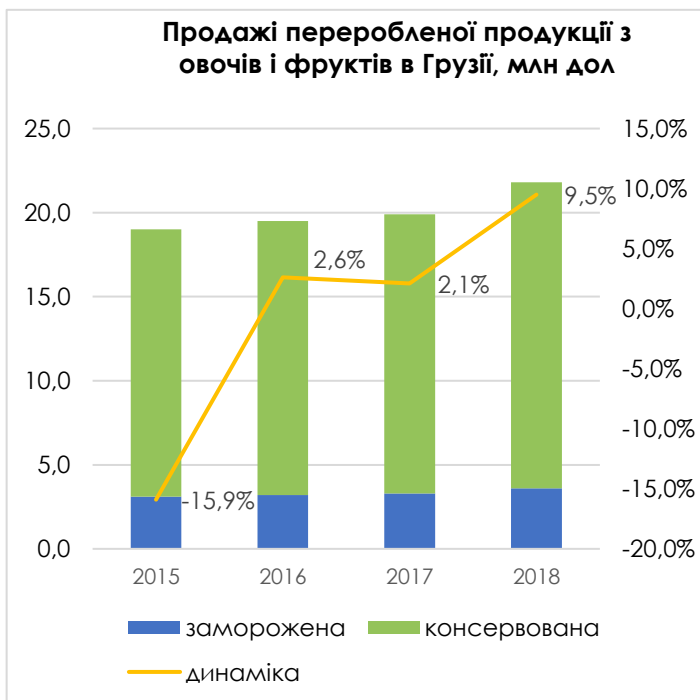
- Зростання продажів переробленої продукції з овочів і фруктів стимулюються декількома основними факторами: розширенням сучасних форматів ритейлу в Грузії (для супермаркетів, гіпермаркетів і т.п. це більш зручна категорія продукція для продажів, ніж свіжі овочі і фрукти), збільшенням доходів населення та змінами у способі життя (прискорення).
- Найбільш динамічно зростає категорія заморожених фруктів. З одного боку, це обумовлено ефектом низької бази. З іншого боку, зростання продажів стимулюється також розвитком сучасних форматів ритейлу з потужним холодильним обладнанням, розповсюдженням технології заморозки серед переробників, а також зростанням попиту з боку грузинських споживачів.
- В цілому категорія переробленої продукції з овочів і фруктів сприймається серед грузинських споживачів як преміальна, тому вони готові сплачувати більш високу ціну за упаковану продукцію і не схильні шукати більш дешеву альтернативу.
- У дистрибуції основну роль відіграє традиційний роздрібний ритейл (81,8% продажів у 2018 р). На сучасні формати роздрібних мереж приходить близько 18,2% продажів.

## Розмір ринку, динаміка і прогноз розвитку

Продажі переробленої продукції з овочів і фруктів в Грузії протягом останніх років мали дуже нестабільну динаміку - в 2015 р. відбулось скорочення на 15,9%, а за результатами 2018 р. зростання склало 9,5%. Загалом за чотири роки сегмент зріс на 14,7%.

В структурі продажів найбільшу частку займає категорія продукції довгого зберігання – 83% в 2018р.

Згідно прогнозів Euromonitor International, протягом 2019-2022р. продажі переробленої продукції з овочів і фруктів зростатимуть на рівні 7-8% щороку. Деяко вищу динаміку продемонструє категорія замороженої продукції.



Джерело: © Euromonitor International

## Прогноз обсягу продажів переробленої продукції з овочів і фруктів в Грузії, млн дол, в поточних цінах

Категорія	Обсяг продажів, млн дол				Динаміка продажів, %			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
<b>Продукція з овочів і фруктів</b>	<b>23,2</b>	<b>25,0</b>	<b>27,0</b>	<b>29,1</b>	<b>6,4%</b>	<b>7,8%</b>	<b>8,0%</b>	<b>7,8%</b>
Продукція довгого зберігання	19,3	20,8	22,4	24,1	6,0%	7,8%	7,7%	7,6%
Заморожена продукція	3,9	4,2	4,6	5,0	8,3%	7,7%	9,5%	8,7%

Джерело: © Euromonitor International



Лідером ринку переробленої продукції з овочів і фруктів Грузії є локальний бренд Kula (виробник - Gori Feeding Cannery Kula), проте його ринкова частка поступово скорочується. Серед ТОП-10 брендів і виробників цього сегменту є як локальні виробники, так і іноземні бренди, включаючи українські.

В цілому даний ринковий сегмент є досить концентрований - загальна частка ТОП-10 виробників в 2018 р. склала 80,4% і має тенденцію до поступового збільшення.

### Ринкові частки ТОП-10 виробників і брендів переробленої продукції з овочів і фруктів в Грузії, 2015-2018 рр., %

Бренд	Виробник	2015	2015	2016	2018
Kula	Gori Feeding Cannery Kula	19,2	18,6	18,4	18,0
Coopoliva	Agro Sevilla Group	3,1	9,1	11,6	13,1
Marneuli	Marneuli Food Factory	22,9	16,2	13,1	12,9
Soledo	Soledo GmbH	9,0	8,0	8,2	8,3
Eldorado	GDM Co	7,6	7,9	7,9	8,0
Supremo	Foodservis	-	4,1	5,5	5,8
Rosanna	Rosanna Alimentari Srl	-	3,1	4,6	4,9
Akvamarin	Interrybflot VAT	6,7	5,3	5,0	4,8
Bonduelle	Bonduelle Groupe	2,0	2,4	2,5	2,6
Amigo	Europroduct	3,7	3,2	2,6	2,0
<b>Разом ТОП-10</b>		<b>74,2</b>	<b>77,9</b>	<b>79,4</b>	<b>80,4</b>

Джерело: © Euromonitor International

## ДЕРЖАВНА УСТАНОВА «ОФІС З ПРОСУВАННЯ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ»

ДУ «Офіс з просування експорту України» допомагає експортерам у виході на іноземні ринки, шляхом надання послуг експортного консалтингу, організації освітніх проектів для експортерів, торгових місій та виставок до країн, ринки яких є перспективними для експорту українських товарів та послуг.

Державна установа розпочала свою роботу у грудні 2018 року, після трансформації консультативно-дорадчого органу «Офіс з просування експорту», який працював при Мінекономрозвитку з листопада 2016 року.

Вул.Грушевського,12/2,  
офіс 369, Київ, Україна

+380 (44) 253 61 31  
+380 (44) 200 44 38

[www.epo.org.ua](http://www.epo.org.ua)  
[info@epo.org.ua](mailto:info@epo.org.ua)



**ОФІС З ПРОСУВАННЯ  
ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ**  
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА