

INCOFRUIT - (HELLAS)

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΦΡΟΥΤΩΝ-ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΧΥΜΩΝ



Αριθ. Πρωτ. 268

Αθήνα 9.5.2009

**Προς
ΟΛΑ ΤΑ ΜΕΛΗ**

Κε Συνάδελφε

**Θέμα: 'Η αγορά μη αλκοολούχων ποτών της Γερμανίας
(συμπεριλαμβανομένων των Χυμών)'**

Παραθέτουμε συνημμένα σημείωμα σχετικά με την μη-αλκοολούχων ποτών της Γερμανίας, που συνέταξε η κα Αντιγόνη Μαριόλη, Γραμματέας ΟΕΥ Γ', του Γραφείου Οικ.& Εμπορικών Υποθέσεων του Γεν Προξενείου της Χώρας μας στο Ντυσσελτορφ, προς ενημέρωσή σας

Ο Πρόεδρος

Γεώργιος Φραγκίστας

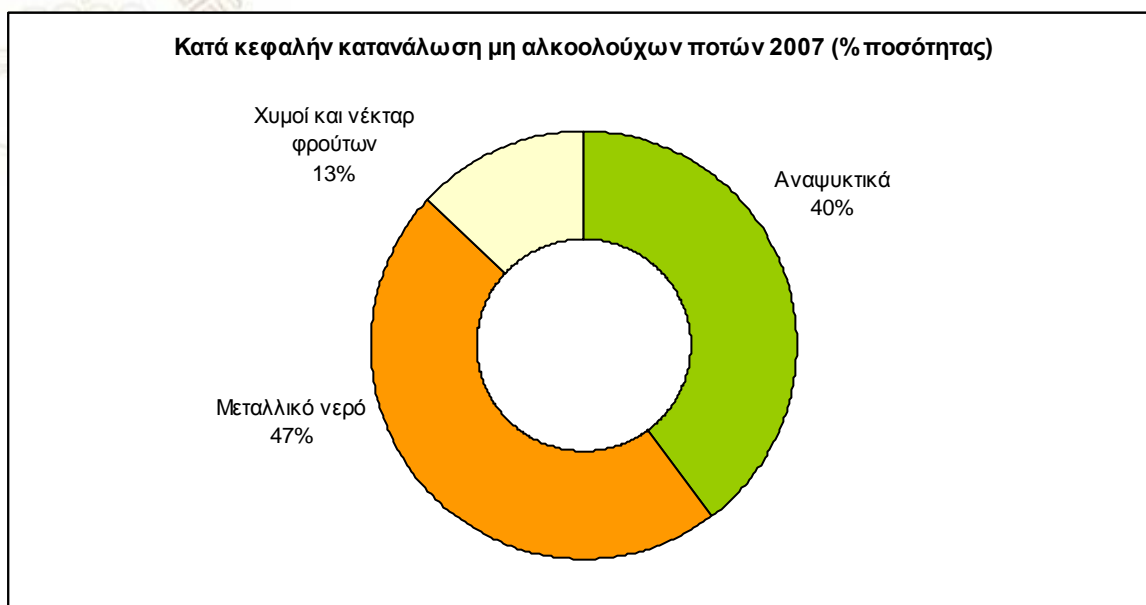
Συν.: 10 σελ

Η αγορά μη αλκοολούχων ποτών της Γερμανίας

I. Βασικά μεγέθη της αγοράς

Η **κατά κεφαλήν κατανάλωση** μη αλκοολούχων ποτών (μεταλλικού νερού, αναψυκτικών, χυμών και νέκταρ φρούτων) στη Γερμανία κινείται σε πολύ υψηλά επίπεδα, πλησιάζοντας τα 300 λίτρα ετησίως. Περίπου το ήμισυ της ποσότητας αυτής (47%) αφορά μεταλλικό νερό, ενώ το 40% αφορά αναψυκτικά και το 13% χυμούς και νέκταρ φρούτων.

Διευκρινίζεται ότι, στην κατηγορία των χυμών φρούτων (Fruchtsaft) περιλαμβάνονται ποτά που αποτελούνται από 100% χυμό φρούτων, ενώ στην κατηγορία των νέκταρ (Fruchtnektar) ποτά με 25-50% περιεκτικότητα σε χυμό φρούτων. Αντιθέτως, στην κατηγορία των αναψυκτικών συμπεριλαμβάνονται τα «ποτά φρούτων» ((Fruchtsaftgetränk, με περιεκτικότητα σε χυμό φρούτου 6-30% (κατά κεφαλήν κατανάλωση 14,7 λίτρα το 2007).



Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Η κατά κεφαλήν κατανάλωση μεταλλικού νερού δεν έχει εμφανίσει σημαντικές διακυμάνσεις κατά την πενταετία 2003-2007, κινούμενη στο επίπεδο των 140 λίτρων ετησίως. Το μεγαλύτερο ποσοστό της κατανάλωσης μεταλλικού νερού (88%) αφορά μεταλλικό νερό με ανθρακικό, ενώ μόλις το 9,5% αφορά μεταλλικό νερό χωρίς ανθρακικό και το 1,4% μεταλλικό νερό με άρωμα.

Σταθερότητα εμφάνισε επίσης και η κατά κεφαλήν κατανάλωση αναψυκτικών (περίπου 115 λίτρα) κατά την πενταετία 2003-2007.



Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Κατά κεφαλήν κατανάλωση μη-αλκοολούχων ποτών (σε λίτρα)

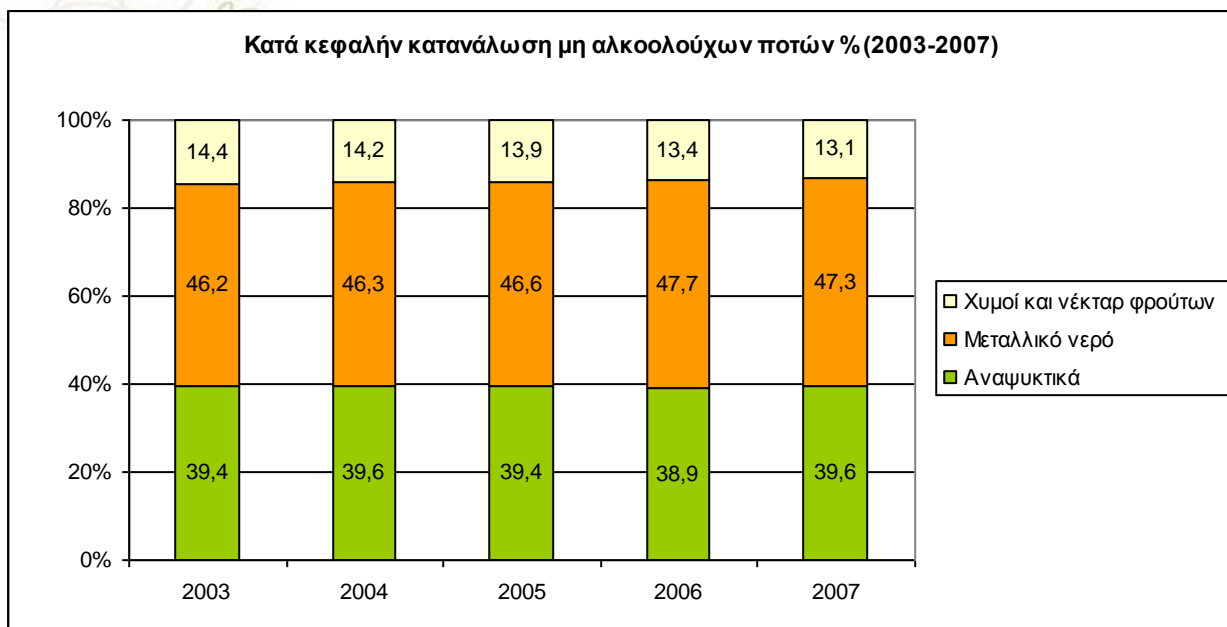
	2003	2004	2005	2006	2007	Μεταβολή 06/07 (%)
Αναψυκτικά	114,8	113,4	113,5	115,3	115,7	0,3
Αναψυκτικά που περιέχουν χυμό φρούτων	18,4	17,5	16,3	15,6	14,7	-5,8
Αναψυκτικά τύπου κόλα	80,6	80,2	81,2	81,7	83,6	2,3
Διαίτης	2,4	2	1,9	2,9	3,1	6,9
Με μεταλλικά στοιχεία	1,3	1,4	1,6	1,6	1,2	-25,0
Brausen	3,2	3,7	4,6	5,4	6,5	20,4
Ποτά με καφέ και τσάι	8,9	8,4	8	8,2	6,6	-19,5
Μεταλλικό νερό	134,5	132,6	134,2	141,3	138	-2,3
Χυμοί και νέκταρ φρούτων	42,03	40,65	40,04	39,83	38,3	-3,8
Σύνολο	291,33	286,65	287,74	296,43	292	-1,5

Η κατανάλωση χυμών και νέκταρ φρούτων στη Γερμανία κινείται επίσης σε πολύ υψηλά επίπεδα, εμφανίζει ωστόσο ελαφρά πτωτικές τάσεις την τελευταία πενταετία, μειούμενη το 2007 στα 38,3 λίτρα ετησίως (συγκριτικά, η κατά κεφαλήν κατανάλωση στην Ελλάδα το 2007 ανήλθε σε 14,7 λίτρα, ενώ ο μέσος όρος στην ΕΕ ήταν 24 λίτρα).



Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Η πρωτική τάση στην κατανάλωση των χυμών και νέκταρ φρούτων διακρίνεται και σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες μη αλκοολούχων ποτών, καθώς το μερίδιό τους μειώθηκε από το 14,4% (2003) στο 13,1% (2007).

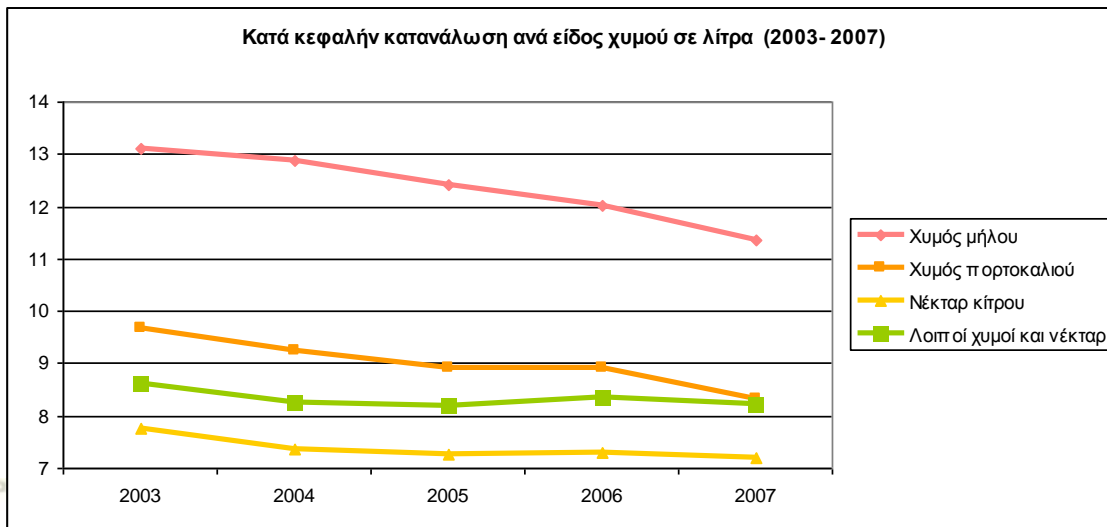


Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Αριθ. Πρωτ. 268

Αθήνα 9.5.2009

Ανά είδος, οι πλέον δημοφιλείς χυμοί είναι οι χυμοί μήλου και πορτοκαλιού, με κατά κεφαλήν κατανάλωση ανερχόμενη σε περίπου 11 και 8 λίτρα αντιστοίχως (2007).



Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

Κατά κεφαλήν κατανάλωση χυμών και νέκταρ φρούτων (σε λίτρα)

	2003	2004	2005	2006	2007	Μεταβολή 06/07 (%)
Χυμός μήλου	13,1	12,88	12,42	12,02	11,35	-5,6
Χυμός πορτοκαλιού	9,66	9,24	8,93	8,92	8,32	-6,7
Χυμός σταφυλιού	1,31	1,31	1,29	1,28	1,25	-2,3
Χυμός grapefruit	0,32	0,32	0,36	0,36	0,36	0,0
Χυμός αχλαδιού	0,3	0,3	0,25	0,25	0,26	4,0
Χυμοί / νέκταρ λαχανικών	0,97	0,99	1,35	1,36	1,35	-0,7
Νέκταρ κίτρου	7,75	7,35	7,26	7,3	7,2	-1,4
Λοιποί χυμοί και νέκταρ	8,62	8,26	8,18	8,34	8,21	-1,6
Σύνολο	42,03	40,65	40,04	39,83	38,3	-3,8

Πηγή: WaFG e.V.

Η γερμανική βιομηχανία παραγωγής χυμών και νέκταρ αριθμεί 411 επιχειρήσεις. Ο κύκλος εργασιών της ανήλθε το 2007 σε περίπου 3,88 δις €, η παραγόμενη ποσότητα χυμών σε 4,04 δις λίτρα, και η κατεργασθείσα ποσότητα φρούτων στους 800.000 τόννους. Ο βαθμός συγκέντρωσης της γερμανικής βιομηχανίας χυμών είναι αρκετά υψηλός, καθώς οι 13 μεγαλύτερες επιχειρήσεις πραγματοποιούν περίπου το 80% του κύκλου εργασιών. Η αξία των εισαγωγών χυμών στη Γερμανία ανέρχεται σε περίπου 1,2 δις €, ενώ αντιστοίχως η αξία των εξαγωγών σε 0,7 δις € (Πηγή: VdF)

Παραγωγή Γερμανίας (2007)

	Ποσότητα (σε δις. λίτρα)	Αξία (σε δις. €)
Χυμοί και νέκταρ φρούτων	4,04	3,88
Αναψυκτικά	9,99	4,11
Μεταλλικό νερό	11,05	2,19

Πηγή: VdF e.V., WafG e.V.

INCOFRUIT - (HELLAS)

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΦΡΟΥΤΩΝ-ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΧΥΜΩΝ



Αριθ. Πρωτ. 268

Αθήνα 9.5.2009

Οι σημαντικότερες εταιρείες παραγωγής χυμών και νέκταρ φρούτων που δραστηριοποιούνται στη Γερμανία είναι:

Εταιρεία	Πωλήσεις 2008 (εκ. λίτρα)	Μεταβολή πωλήσεων 07/08 % (Γερμανία)	Κύκλος εργασιών 2008 (εκ. €)	Μεταβολή κύκλου εργασιών 07/08 (%)	
Σύνολο Γερμανία					
1 Riha Richard Hartinger	570,0	306,7	7,8	182,1	12,3
2 Emig	445,0	258,1	0	205,0	2,0
3 Eckes Granini	383,0	383,0	0,5	311,0	3,0
4 Hardthof	266,4	168,8	34	84,6	36,5
5 Stute	250,0	200,0	0	105,0	0
6 Niederrhein Gold	249,9	149,9	7,1	66,3	9,8
7 Valensina	248,0	186,0	-3,7	148,8	2,9
8 Krings	199,6	158,4	20,0	103,2	22,9
9 Punica (Pepsi Co)	155,0	155,0	4	155,0	3,3
10 Albi	152,0	148,0	9,6	100,0	5,3
11 Elro Gruppe	125,0	115,0	6,8	61,0	4,1
12 Tucano Vertriebsgesellschaft	75,4	75,4	-0,8	83,1	15,4
13 Becker's Bester Neu's Vertriebsgesellschaft	47,0	42,0	-6,7	44,7	-2,8
14 Kumpf	40,6	40,6	12,8	22,0	7,3
15 Jacoby	31,9	23,8	7,2	17,5	10,8
16 Hans Döhle	29,3	29,3	-12,5	15,7	8,3
17 Pfanner	27,7	27,7	3,4	16,2	3,8
18 Schlör Bodensee	24,0	24,0	2,1	16,8	8,4
19 Rapp's	18,7	18,7	-1,6	14,4	2,9
20 Bauer	17,9	17,5	-27,1	16,5	-8,3
21 Haus Rabenhorst O. Lauffs	7,8	6,4	-9,9	15,8	-27,9

Πηγή: LZ, 30.04.09

Από αυτές, οι εταιρείες Riha, Emig και Stute δραστηριοποιούνται στην παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για τις αλυσίδες supermarket, Cash & Carry (Edeka, Rewe, Tengelmann, Metro, Kaufland) και discounter (Aldi, Lidl, Norma, Netto) της Γερμανίας. Αντιθέτως, η εταιρεία Eckes Granini παράγει μόνο επώνυμα προϊόντα (Hohes C) και έχει μερίδιο αγοράς 8,4% σε όρους ποσότητας και 13,3% σε όρους αξίας.

Οι σημαντικότερες εταιρείες παραγωγής και εμφιάλωσης μεταλλικού νερού και αναψυκτικών είναι οι Hansa Heemann AG και Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke (οι οποίες είναι προμηθευτές των αλυσίδων Aldi και Lidl αντιστοίχως), καθώς και οι εταιρείες Danone Waters Deutschland (Evian, Volvic), Gerolsteiner, Nestle Waters Deutschland (Vittel) και Coca-Cola (Apollinaris, Vio, Bonaqa).

INCOFRUIT - (HELLAS)

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΦΡΟΥΤΩΝ-ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΧΥΜΩΝ



Αριθ. Πρωτ. 268

Αθήνα 9.5.2009

Εταιρεία	Κύκλος εργασιών σε εκ. €		Μεταβολή 2007/2008 (%)
	2008	2007	
1 Hansa Heemann AG	295,0	270,0	9,3
2 Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke	282,0	246,0	14,6
3 Hassia Gruppe	231,0	226,8	1,9
4 Nestle Waters Deutschland	218,0	244,8	-10,9
5 Altmühltaler - Baruther	200,0	140,0	42,9
6 Gerosteiner Brunnen	197,0	202,0	-2,5
7 Danone Waters Deutschland	180,0	160,0	12,5
8 Franken Brunnen	173,0	181,0	-4,4
9 Rhönsprudel	153,7	155,1	-0,9
10 Rheinfels Quelle H. Hövelmann	144,0	136,7	5,3
11 Mineralbrunnen Überkingen Teinach AG	137,2	137,0	0,1
12 Vilsa Brunnen	135,0	136,0	-0,7
13 Adelholzener Alpenquellen	135,0	133,0	1,5
14 Carolinen Brunnen	145,5	142,0	2,5
15 Apollinaris	90,0	80,8	11,4
16 Hochwald Sprudel Schupp	86,2	90,5	-4,8
17 Aqua Montana	70,0	120,0	-41,7
18 SDI	68,0	80,0	-15,0
19 Gehring Bunte	62,5	80,8	-22,6
20 Hansa Mineralbrunnen	50,0	50,0	0,0
21 Winkels	49,3	48,0	2,7
22 Bad Harzburger Harz und Silberquelle	45,0	33,0	36,4
23 Riha Gruppe	41,6	39,9	4,3
24 Förstina Sprudel Mineral und Heilquelle	40,0	40,0	0,0
25 Germeta Heil und Mineralquellen	-	-	-
26 Aqua Römer	39,7	41,3	-3,9
27 Ensinger Mineralbrunnen	36,0	34,9	3,2
28 Bad Dürrheimer Mineralbrunnen	34,0	34,5	-1,4
29 Vivaris	33,9	32,3	5,0
30 Husumer Weyher Gruppe	33,3	37,5	-11,2
31 Tönnissteiner Sprudel	29,5	30,0	-1,7
32 Salvus Mineralwasser	29,0	29,4	-1,4
33 Bad Brambacher Mineralquelle	28,6	29,0	-1,4
34 Nürburg Quelle	28,5	28,5	0,0
35 Peterstaler Mineralquelle	26,6	27,4	-2,9
36 Rhenser Mineralbrunnen	26,4	24,0	10,0
37 Odenwald Quelle	22,2	21,8	1,8
38 Selters Mineralquelle Aug. Victoria	22,0	22,0	0,0
39 Staatliche Mineralbrunnen AG, Bad Brückenau	22,0	22,4	-1,8
40 Brohler Mineral und Heilquelle	21,5	21,7	-0,9
Σύνολο	3662,2	3610,1	1,4

Πηγή: LZ, 03.04.09

II. Ελληνικές εξαγωγές μη αλκοολούχων ποτών στη Γερμανία

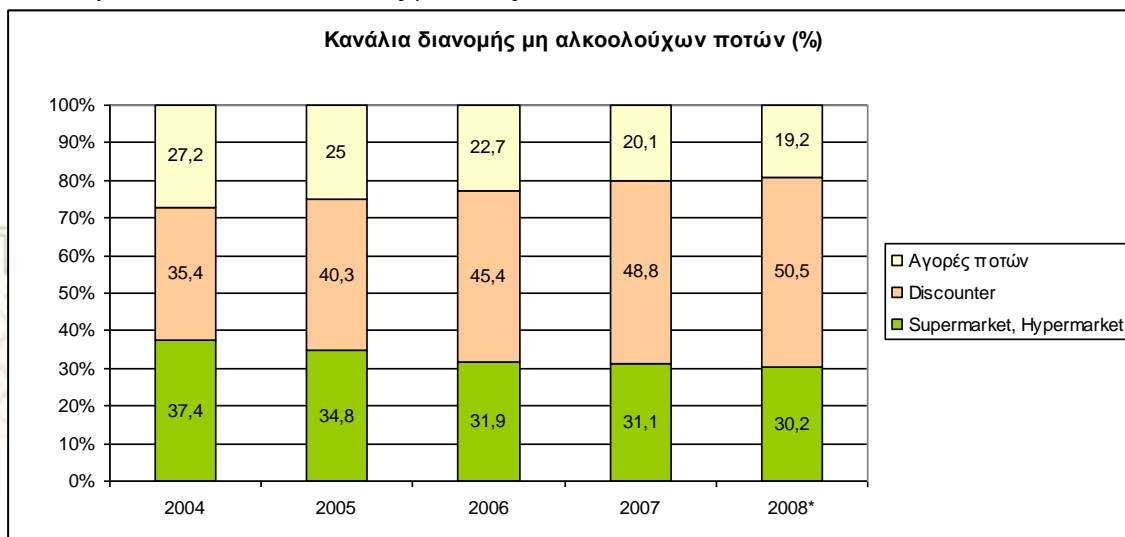
		2007		2008		Μεταβολή 2007/2008 (%)	
		Αξία σε €	Ποσότητα (kg)	Αξία σε €	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα
Ελληνικές εξαγωγές στη Γερμανία							
<i>Δασμολογική κλάση</i>							
20.09.11	Χυμοί πορτοκαλιού	721.719	435.353	26.202	43.508	-96	-90
20.09.21	Χυμοί φραπών ή γκρέιπ-φρουτ	11.362	3.048	0	0	-100	-100
20.09.31	Χυμοί κάθε άλλου εσπεριδοειδούς	10.966	23.821	189.508	246.099	1.628	933
20.09.41	Χυμοί ανανά	3.202	6.855	1.271	2.247	-60	-67
20.09.61	Χυμοί σταφυλιών (στους οποίους περιλαμβάνεται και ο μούστος σταφυλιών)	0	0	52.830	42.120	0	0
20.09.71	Χυμοί μήλων	446.630	1.106.497	31.481	68.823	-93	-94
20.09.80	Χυμοί κάθε άλλου φρούτου ή λαχανικού	1.626	3.273	34.579	56.588	2.027	1.629
20.09.90	Μείγματα χυμών	58.574	83.024	49.128	71.941	-16	-13
20.09	Χυμοί φρούτων, σύνολο	1.254.079	1.661.871	384.999	531.326	-27	-25
22.01.10.11	Φυσικά μεταλλικά νερά, χωρίς CO2	1.193.928	7.766.132	1.259.301	7.717.901	5,5	-0,6
22.01.10.19	Φυσικά μεταλλικά νερά, άλλα	364.860	1.228.855	349.105	1.390.128	-4,3	13,1
22.01.90.00	Νερά μεταλλικά και νερά αεριούχα, άλλα	261.902	1.660.177	237.428	1.433.568	-9,3	-13,6
<i>Νερά, στα οποία περιλαμβάνονται και τα φυσικά ή τεχνητά μεταλλικά νερά και τα αεριούχα νερά, χωρίς προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών ούτε αρωματισμένα</i>							
22.01		1.820.690	10.655.164	1.845.834	10.541.597	1,4	-1,1
22.02.10.00	Νερά, στα οποία περιλαμβάνονται και τα μεταλλικά και τα αεριούχα νερά, με προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών ουσιών ή αρωματισμένα	108.783	384.245	99.482	261.339	-8,6	-32,0
22.02.90.10	Νερά, που δεν περιέχουν προϊόντα των κλάσεων 0401 ως 0404 ή λιπαρές ύλες που προέρχονται από προϊόντα των κλάσεων 0401 ως 0404	101.129	143.772	143.800	153.961	42,2	7,1
<i>Νερά, στα οποία περιλαμβάνονται και τα μεταλλικά και τα αεριούχα νερά, με προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών ουσιών ή αρωματισμένα, και άλλα μη αλκοολούχα ποτά, με εξαίρεση τους χυμούς φρούτων της κλάσης 20.09</i>							
22.02		209.912	528.017	243.282	415.300	15,9	-21,3
Μη αλκοολούχα ποτά, σύνολο		3.284.681	12.845.052	2.474.115	11.488.223	-10	-48

Πηγή: ΕΣΥΕ

III. Διανομή, συσκευασία και διαφήμιση

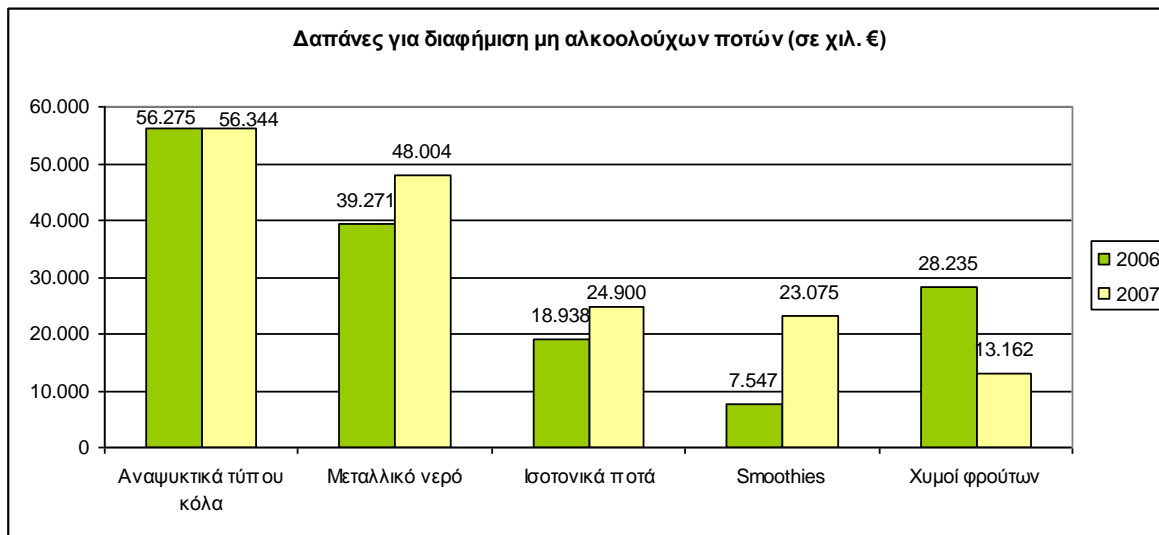
Η θέση των discounter ενισχύθηκε σημαντικά κατά την πενταετία 2004-2008, σε βάρος όλων των άλλων καναλιών διανομής μη αλκοολούχων ποτών.

Συγκεκριμένα, το ποσοστό των πωλήσεων μη αλκοολούχων ποτών στα discounter αυξήθηκε από το 35,4% το 2004 στο 50,5% το α' εξάμηνο 2008. Αντιθέτως, το ποσοστό των πωλήσεων, τόσο σε supermarket, όσο και σε αγορές ποτών (Getränkeabholmärkte) μειώθηκε κατά το διάστημα 2004-2008 κατά περίπου οκτώ ποσοστιαίες μονάδες.



Πηγή: IRI Information Resources, GuJ , * α' εξάμηνο

Η διαφημιστική δαπάνη για τα μη αλκοολούχα ποτά σημείωσε αύξηση το 2007, φτάνοντας τα 304 εκ. €. Το 65% των δαπανών αυτών αφορά τηλεοπτική διαφήμιση, ενώ ακολουθεί το ραδιόφωνο με 12%, οι διαφημιστικές πινακίδες (12%) και τα περιοδικά (7%).



Πηγή: Nielsen Media Research, Guj

INCOFRUIT - (HELLAS)

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΦΡΟΥΤΩΝ-ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΧΥΜΩΝ



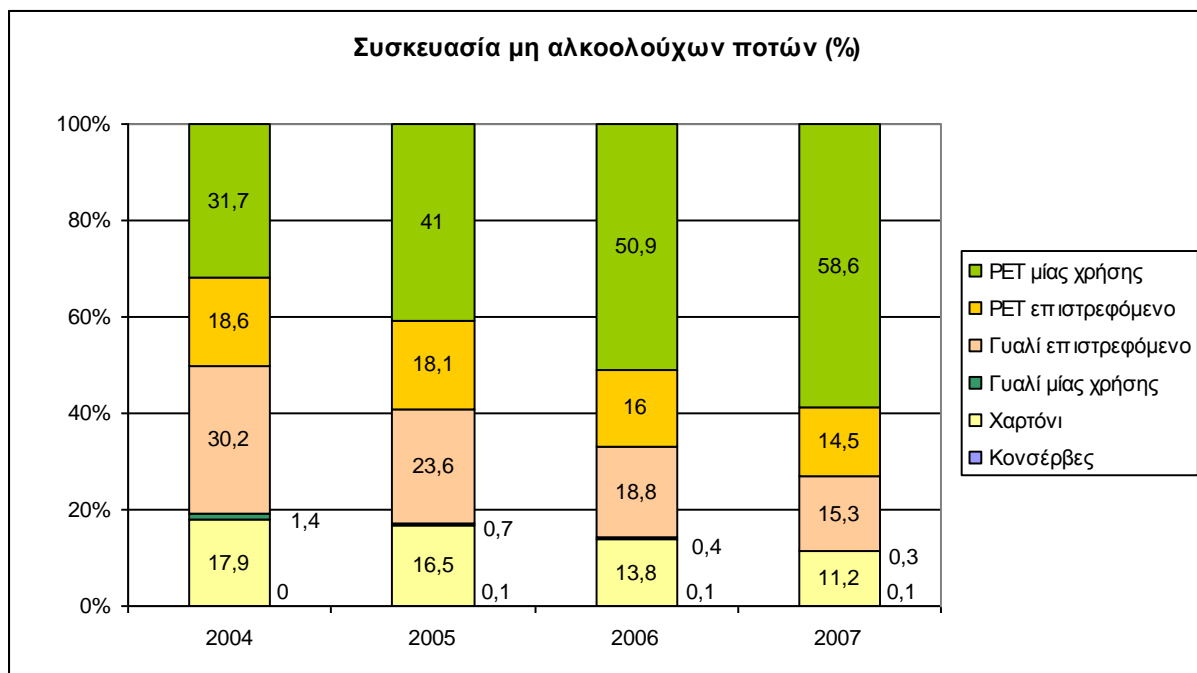
Αριθ. Πρωτ. 268

Αθήνα 9.5.2009

Δαπάνες για διαφήμιση (σε 1.000 €)	2006	2007	Ιαν. - Σεπτ. 2008
Αναψυκτικά τύπου κόλα	56.275	56.344	47151
Μεταλλικό νερό	39.271	48.004	45206
Ισοτονικά ποτά	18.938	24.900	14136
Smoothies	7.547	23.075	20897
Χυμοί φρούτων	28.235	13.162	12821
Πηγή: GuJ			

Από το 2003 ισχύει νόμος, βάσει του οποίου επιβάλλεται τέλος 0,25 € σε κάθε φιάλη μίας χρήσης, η οποία προορίζεται για μεταλλικό νερό, μύρα ή αναψυκτικό. Ο νόμος αυτό είχε το αντίθετο αποτέλεσμα από το επιδιωκόμενο, καθώς από το 2003 και μετά παρατηρείται τεράστια άνοδος της ποσότητας μη αλκοολούχων ποτών που εμφιαλώνεται σε PET μίας χρήσης (το ποσοστό τους ανέβηκε από το 23,1% το 2003 στο 58,6% το 2007, ενώ αθροιστικά για τις PET φιάλες (επιστρεφόμενες και μη), το μερίδιο ανέβηκε από το 41,8% στο 73,1%), σε βάρος της χρήσης γυάλινων συσκευασιών, το μερίδιο των οποίων συρρικνώθηκε κατά το ήμισυ (περίπου από το 40% στο 20%). (πηγή: GfK Consumer Scan, Forum PET).

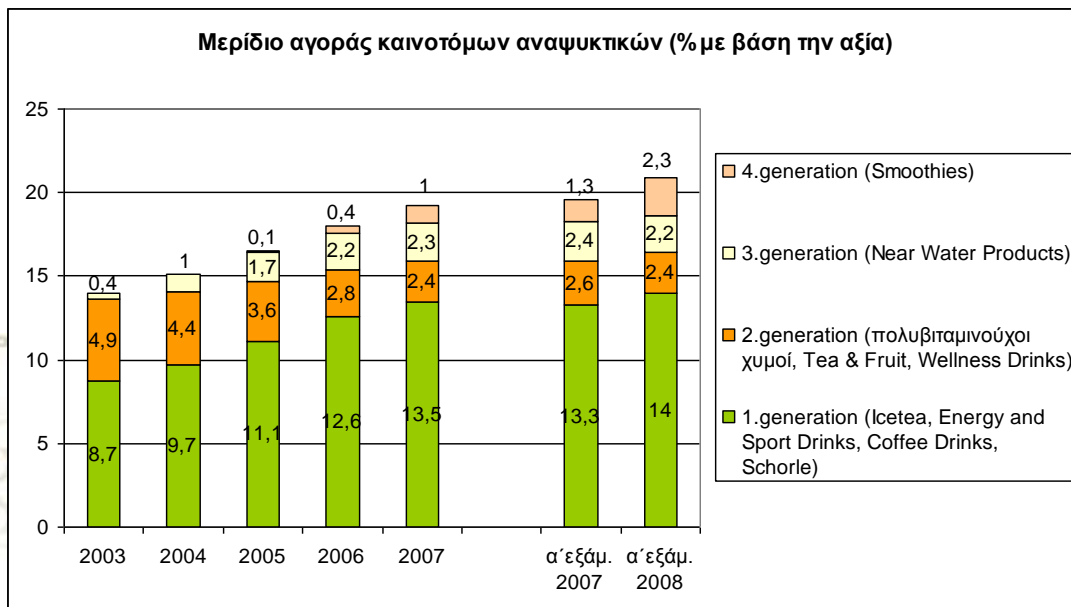
Η εξέλιξη αυτή συνδέεται με την ενίσχυση της θέσης των discounters στο λιανεμπόριο, καθώς και με το γεγονός ότι η σήμανση για τη διάκριση μεταξύ επιστρεφόμενων και μη- επιστρεφόμενων φιαλών PET δεν είναι επαρκώς σαφής. Έτσι, το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Περιβάλλοντος της Γερμανίας εξετάζει καταρχήν τρόπους βελτίωσης της σχετικής σήμανσης, προκειμένου αυτή να γίνεται ευκολότερα κατανοητή από τον καταναλωτή, και κατά δεύτερον το ενδεχόμενο να υποχρεώσει τα discounters supermarket να πωλούν μη αλκοολούχα ποτά και σε επιστρεφόμενη φιάλη.



Πηγή: WaFG e.V.

IV. Τάσεις της αγοράς

Κατά το α' εξάμηνο του 2008 σημειώθηκε αξιόλογη άνοδος του μεριδίου αγοράς των smoothies, (από το 1,3% του α' εξαμήνου του 2007 στο 2,3% το α' εξάμηνο του 2008). Τα κανάλια διανομής των smoothies περιλαμβάνουν πλέον όχι μόνο supermarket και αλυσίδες καφέ (π.χ. Starbucks), αλλά και discounter.



Πηγή: GfK Consumer Scan

Με βάση τις εκτιμήσεις των ειδικών, η αγορά των smoothies αυξήθηκε κατά περίπου 30% σε όρους ποσότητας το 2008, φτάνοντας τα 28 εκ. λίτρα, ενώ σε όρους αξίας έφτασε τα 120 εκ. €. Η ανοδική πορεία ωστόσο ανακόπηκε κατά το πρώτο δίμηνο του 2009 (μείωση πωλήσεων κατά 20% σε σχέση με το δίμηνο Ιαν. - Φεβ. 2008, πηγή: IRI).

Το μερίδιο των discounter στο τμήμα αυτό της αγοράς υπολογίζεται ότι έχει φτάσει στο 57% (Aldi 29,2%), ενώ η μέση τιμή υπολογίζεται στα 4,44 € / λίτρο. Ωστόσο, το εύρος τιμών στις οποίες πωλούνται τα smoothies είναι μεγάλο (από 0,69 € ως 2,29 € τα 250 ml). Οι σημαντικότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε αυτό το τμήμα της αγοράς είναι η βρετανική Innocent Drinks (μερίδιο 12% της οποίας εξαγόρασε τον Απρίλιο 2009 η Coca – Cola), η Schwartau με την ετικέτα “Fruit 2 Day”, η Chiquita (“Just Fruit in a Bottle”), η Knorr (“vie”), καθώς και οι True Fruits, Hitchcock, Mövenpick, Alnatura, Rio d’ Oro. Αναμένεται ωστόσο, ότι σύντομα θα υπάρξει συγκέντρωση και ο αριθμός των επιχειρήσεων που θα παραμείνουν σε αυτό το τμήμα της αγοράς δεν θα υπερβαίνει τις τέσσερις ή πέντε.

Σημειώνεται, τέλος, η κίνηση της εταιρείας Valensina να εισάγει στην αγορά τον Μάιο 2009 χυμούς φρούτων που απευθύνονται σε παιδιά. Η Valensina ακολουθεί έτσι το παράδειγμα εταιρειών όπως η Capri Sonne, η Eckes Granini και η Innocent Drinks, η οποία έχει ήδη από το Δεκέμβριο 2008 λανσάρει “παιδικά Smoothies” στη γερμανική αγορά. Οι χυμοί της εταιρείας Valensina έχουν την επωνυμία “Valensina Schulfitt” και για τη διαφήμισή τους χρησιμοποιείται η μορφή του «μικρού Medicus», μορφή γνωστή από τα ομώνυμα επιτυχημένα παιδικά βιβλία και παιχνίδια.