

Główne segmenty egipskiej branży produktów spożywczych w 2014 r.¹



Łączna wartość konsumpcji żywności i napojów w Egipcie szacowana jest na poziomie 60,8 mld dol. USA w 2014 r., co stanowi wzrost o 11,9% w porównaniu do wartości tej branży w 2013 r. /54,3 mld dol. USA/. Żywność i napoje miały łącznie 21,3% udział w GDP Egiptu w 2014 r. – wyższy o 1,3% od udziału w GDP z 2013 r. Mimo politycznej i gospodarczej niestabilności po 2011 r. w Egipcie skumulowane roczne tempo wzrostu /CAGR/ konsumpcji żywności i napojów wyniosło 8,3%, a jej wartość w 2018 r. jest prognozowana na poziomie 103,3 mld dol. USA.

Wykazany wzrost spożycia żywności i napojów jest spowodowany głównie szybkim przyrostem populacji Egipcjan, rozwojem gospodarki narodowej i zwiększeniem opcji wyboru produktów dla konsumentów egipskich. Wg danych CAPMAS liczba ludności w Egipcie w I kwartale 2015 r. wyniosła 88 mln osób, a wg prognozy przekroczy 100 mln ok. 2020 r.

W bilansie wymiany handlowej egipskiej branży żywności i napojów zwiększyło się negatywne saldo powodowane rosnącym importem i stagnacją eksportu. Wartość egipskiego importu żywności i napojów w 2014 r. wyniosła 5,7 mld dol. USA /CAGR 3,5% wynosi od 2011 r./, zaś eksport tej branży miał wartość 999 mln dol. USA /CAGR 1,6% wynosi od 2011 r./, powodując 4% skumulowany roczny wzrost deficytu bilansu handlowego branży po 2011 r.

Rozwój detalicznej sprzedaży produktów spożywczych /mass grocery retail – MGR/ sprzyjał zwiększaniu różnorodności opcji wyboru produktów żywnościowych i napojów dla egipskich konsumentów, któremu towarzyszyło uruchamianie w Egipcie placówek handlowych zagranicznych sieci hipermarketów, np. Carrefour /Francja/ czy BIM /Turcja/.

Udział MGR w rynku egipskim jest niewielki, niemniej analitycy prognozują jego silny wzrost towarzyszący poprawie stanu gospodarki Egiptu w nadchodzących latach. Ocena Business Monitor International /BMI/ informuje, że aktualnie 15% udział MGR w rynku Egiptu będzie wynosić 30% w 2022 r., co stanowić będzie 14,7% skumulowane roczne tempo wzrostu MGR do 2018 r.

¹ na podstawie Food and Beverages; Egypt - Economic Profile, April 2015; American Chamber of Commerce in Egypt, Cairo

Segment żywności

Tabela niżej przedstawia spożycie produktów żywnościowych w Egipcie w latach 2011 – 2014, wykazujące stałą tendencję wzrostową /dane Business Monitor International z 2014 r. - za 2014 r. wartość szacunkowa/.

rok	2011	2012	2013	2014
wartość spożycia żywności /w mld dol. USA/	43	49,3	48,5	54,1

Znaczącemu w ostatnich latach rozwojowi konsumpcji w Egipcie towarzyszył wzrost spożycia niemal w każdym segmencie rynku żywności. Sprzedaż produktów żywnościowych mrożonych i konserwowanych odnotowała szczególnie silny wzrost. Produkcja ryb mrożonych na rynku egipskim pozostaje na niskim poziomie z uwagi na brak odpowiednich linii technologicznych przetwórstwa i mrożenia, a ich sprzedaż szacowana jest na poziomie 440.170 ton w 2014 r., co stanowi wzrost o 12,4% względem 2013 r. i oznacza skumulowane roczne tempo wzrostu 19,3% po 2011 r. Również szybki wzrost w ostatnich latach prezentuje sprzedaż konserw rybnych o ilości szacowanej na 94.393 tony w 2014 r., co stanowi 13,6% wzrost w stosunku do 2013 r. oraz skumulowane roczne tempo wzrostu 21,6% po 2011 r. Także sprzedaż mrożonych owoców i warzyw w 2014 r. wyniosła odpowiednio 362.547 ton i 80.144 ton, co oznacza wzrost odpowiednio o 9,97% i 1,87% w stosunku do 2013 r. oraz skumulowane roczne tempo wzrostu odpowiednio 9,06% i 4,14% po 2011 r.

Wzrost sprzedaży w segmencie produktów cukierniczych egipskiego rynku żywności był znaczący, głównie w wyniku wzrostu konsumpcji ze strony młodej generacji Egipcjan, czyniąc segment kuszącym obszarem dla inwestycji. Wartość całkowitej sprzedaży egipskiego segmentu cukierniczego w 2014 r. jest szacowana na 471,98 mln dol. USA, co stanowi wzrost o 14,71% w stosunku do 2013 r. oraz skutkuje skumulowanym rocznym tempem wzrostu 9,55% po 2011 r. Sprzedaż wyrobów czekoladowych w 2014 r. wyróżniła się na tle wartości sprzedaży całkowitej segmentu cukierniczego osiągając 395,01 mln dol. USA, czyli 83,69% jej wartości całkowitej, oraz skumulowane roczne tempo wzrostu 17,62% po 2011 r. Największym wydarzeniem w segmencie cukierniczych wyrobów egipskiej branży żywności było przejęcie egipskiego producenta - firmy Bisco Misr - przez konkurencyjną amerykańską firmę Kellogg Co.

Segment produktów mleczarskich dysponujący ponad 300 firmami w Egipcie odnotował relatywnie niewielki wzrost sprzedaży w okresie minionych 4 lat. Sprzedaż mleka pasteryzowanego w 2014 r. wyniosła 1,91 mln ton, co stanowi wzrost zaledwie o 1,3% w stosunku do 1,89 mln ton tego produktu sprzedanych w 2013 r. Skumulowane roczne tempo wzrostu sprzedaży mleka w Egipcie po 2011 r. wynosi 1,6%. Sprzedaż śmietany, masła i serów wykazuje podobnie niewysokie tempo wzrostu, świadcząc o nasyceniu rynku egipskiego w podstawowe produkty mleczarskie. Jedynie sprzedaż lodów znacząco wzrosła w 2014 r. osiągając 47.493 ton, co stanowi wzrost o 28,7% w stosunku do 2013 r., a skumulowane roczne tempo wzrostu sprzedaży tego produktu po 2011 r. wynosi 32,8%. Lody są postrzegane jako produkt luksusowy, którego udział zwiększa się w profilu konsumpcyjnym Egipcjan wraz ze wzrostem dochodów konsumentów. Prognozowany jest wzrost sprzedaży lodów na rynku Egiptu do 140.000 ton w 2018 r.

Segment napojów

Segment napojów bezalkoholowych i alkoholowych branży spożywczej w Egipcie wykazał silny wzrost wartości w 2014 r., który był poprzedzony stagnacją sprzedaży w latach poprzednich.

Wartość sprzedaży napojów bezalkoholowych w 2014 r. na rynku egipskim jest szacowana na 4,7 mld dol. USA, czyli więcej o 13,8% w stosunku do 2013 r., zaś skumulowane roczne tempo wzrostu sprzedaży produktów tego segmentu rynku spożywczego wynosi 9% po 2011 r. Połączone od 2013 r. na egipskim rynku firmy Coca Cola Egypt i Pepsi Cola Egypt miały ok. 90% udział w sprzedaży napojów bezalkoholowych. W marcu 2015 r. Coca Cola Egypt zapowiedziała realizację w okresie kolejnych 3 lat inwestycyjnego projektu rozwojowego sprzedaży napojów na rynku egipskim o wartości 500 mln dol. USA – w tym budowy w 6th of October City fabryki o wartości 100 mln dol. USA produkcji soków w formie joint-venture z firmą Aujan Coca Cola z Arabii Saudyjskiej.

Wzrost sprzedaży w segmencie napojów bezalkoholowych w Egipcie jest powodowany głównie rosnącą sprzedażą napojów gazowanych oraz w umiarkowanej skali sprzedażą soków i wody butelkowanej. Produkcja soków owocowych i warzywnych w Egipcie w 2014 r. wyniosła 253,5 mln litrów, co stanowi 5,3% wzrost w stosunku do 2013 r., zaś skumulowane roczne tempo wzrostu ich produkcji wyniosło 5% po 2011 r. Głównym producentem soków w Egipcie jest firma Juhayna, odnotowująca rosnącą konkurencję rynkową w podgrupach produktowych soków i jogurtów.

Tabela niżej przedstawia wartości spożycia napojów bezalkoholowych i alkoholowych w Egipcie w latach 2011 – 2014, wykazujące stałą tendencję wzrostową /dane Business Monitor International z 2014 r. – za 2014 r. dane szacunkowe/.

rok	2011	2012	2013	2014
wartość spożycia napojów bezalkoholowych	3,6	4,1	4,1	4,7
wartość spożycia napojów alkoholowych	1,5	1,7	1,7	2,0

Konsumpcja napojów alkoholowych w Egipcie wykazała w 2014 r. również znaczący wzrost, osiągając wartość 2,01 mld dol. USA, co stanowi wzrost o 17,2% w stosunku do 2013 r., a skumulowane roczne tempo wzrostu sprzedaży tej grupy produktów wynosi 11,1% po 2011 r. Wzrost spożycia napojów alkoholowych jest interpretowany jako rezultat zwiększenia napływu turystów do Egiptu.

Sporządził:

Tomasz Przygoda
radca

WPHI w Kairze, sierpień 2015 r.