

TISKOVÁ INFORMACE

Brau Beviale 2010: Pít se musí vždycky - ale co?

- Celosvětově největší ochutnávka piva: **European Beer Star Award 2010**
- Chce to odvalu k trendovním produktům a inovacím napříč odvětvími

V době od 10. do 12. listopadu se sejde kolem 1 400 vystavovatelů surovin pro výrobu nápojů, technologií, logistiky a marketingových nápadů s cca 34 000 potenciálními zákazníky. Kde? Samozřejmě na Brau Beviale v Norimberku, letos celosvětově nejvýznamnějším veletrhu investičních celků v oboru. Veletrh jako takový odráží také vývoj na mezinárodních trzích s nápoji. Nejlepším příkladem je cena European Beer Star Award, která se bude v roce 2010 udělovat již posedmé. Tato hvězda, kterou společně iniciovaly Soukromé bavorské pivovary (Private Brauereien Bayern) coby ideový garant veletrhu, a německý a evropský zastřešující svaz, září rok od roku jasněji. Naposledy se soutěže zúčastnilo 836 piv z více než 30 zemí.

Pít se musí vždycky – to je skutečnost, která zvláště v těžkých dobách působí na nápojovou branži uklidňujícím dojmem. Doporučené množství tekutin činí 1,5 l denně, říká Německá společnost pro výživu (Deutsche Gesellschaft für Ernährung). V létě a v jižních zemích to mohou být dokonce tři litry a více. Vysoká potřeba tekutin sama o sobě však pro evropské nápojářství ještě zdaleka neznamena bezproblémové obchody. Jde o to přesvědčit spotřebitele o určité kategorii nápojů a potom ještě o vlastní značce. Na nasycených trzích, jakými jsou západní Evropa, Severní Amerika a Austrálie, pokrývají 66 % potřeby tekutin balené nápoje. Naproti tomu na dozrávajících trzích východní Evropy a Latinské Ameriky takové nápoje představují sotva 22 %, na méně rozvinutých nápojových trzích, jako v Asii, na Středním východě a v Africe teprve kolem 10 % (Euromonitor International).

Ideeller Träger/Sponsor
Private Brauereien Bayern e.V.
Thomas-Wimmer-Ring 9
80539 München

Veranstalter/Organizer
NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Tel +49 (0)9 11. 86 06-0
Fax +49 (0)9 11. 86 06-82 28
info@nuernbergmesse.de
www.brau-beviale.de

Vorsitzender des Aufsichtsrates
Chairman of the Supervisory Board
Dr. Ulrich Maly
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg
Lord Mayor of the City of Nuremberg

Geschäftsführer/Managing Director
Bernd A. Diederichs

Registergericht/Registration Number
HRB 761 Nürnberg

Celosvětově nejoblíbenější: horký nápoj čaj a balená voda

V celosvětovém měřítku byl u balených nápojů v roce 2009 v čele žebříčku horký nápoj čaj s podílem na celkové spotřebě 16,1 %, v těsném závěsu byla balená voda (15,6 %). Další v pořadí byly sycené osvěžující nápoje (13,3 %), pivo (11,4 %) horký nápoj káva (10,3 %), mléko (9,8 %), ovocné a zeleninové šťávy (4,9 %), koncentráty (3,9 %), hotový nápoj - Ready To Drink (RDT) čaj (2,2 %), víno (1,8 %) a funkční nápoje (1,2 %). Zbývajících 9,5 % připadá na četné další varianty nápojů. Jedná se o velmi dynamický trh: Spotřeba balených vod například v posledních deseti letech pěkně stoupla - o 5,4 %. Podíl mléka naproti tomu klesl o 1,2 % (Euromonitor International).

Přidaný užitek přináší tržní podíly: Pij a buď krásný a fit

Včas rozpoznat trendy a řídit se jimi – tak zní heslo těch úspěšných. Takzvané Functional Drinks, nápoje s přidaným užitekem, docílily v posledních pěti letech celosvětově největší míry růstu. Do takových nápojů se přidávají vlákniny, minerály, vitamíny, antioxidanty, rostlinné výtažky apod. Spotřebitelé přitom v přibývajícím míře dbají na to, aby přídavné látky byly přírodní a ponechané v přírodním stavu. Jednou z takových látek je například L-karnitin, funkční přídavná látka, která v tzv. beauty nápojích mj. podporuje spalování tuků. L-karnitin je nezbytný pro energetickou látkovou výměnu a je částečně produkován tělem, částečně se přijímá s potravou, přičemž je obsažen např. v červeném mase. Studie potvrzují pozitivní účinek L-karnitinu na lidský organismus – jak při sportovních aktivitách, tak při regulaci hmotnosti. Navíc má L-karnitin údajně příznivý vliv na kardiovaskulární systém. Těchto vlastností již dnes využívá jeden thajský výrobce nápojů, který do nápoje „Beauti Drink“ přidává L-karnitin a vlákniny, zatímco jiné varianty tohoto nápoje obsahují chlorofyl, koenzym Q10 a kolagen. Společnost se zmiňuje o velkých úspěších těchto nápojů i mimo hranice Thajska a chce v letošním roce rozšířit své výrobní kapacity o 50 %.

Z čilé poptávky po nápojích s přidaným užitekem těží také trh energetických nápojů, který nabízí širokou paletu nejrůznějších příchutí. Momentálně letí zvláště tzv. Juicy Energy Drinks s vysokým podílem ovocných šťáv. Většinou se zde používají přírodní zdroje kofeinu jako quarana. Celosvětová spotřeba energetických nápojů dosahuje přibližně 3,3 mld. litrů a za největších deset trhů se podle odbytových čísel považují USA, Thajsko, Japonsko, Čína, Německo, Velká Británie, Indonésie, Polsko, Španělsko a Austrálie. Od roku 2003 tento segment narostl o cca 2 mld. litrů. Do roku 2013 se předpovídá nárůst o více než 1 mld. litrů. Jenom v Norsku se v roce 2009 odbyt zvýšil téměř o 100 % (Euromonitor International).

Voda s čím si navíc

Na trhu s vodou může přidaný užitek znamenat například obohacení vitamíny, minerály nebo také kyslíkem. Celosvětová roční spotřeba na jednoho obyvatele zde momentálně dosahuje 0,6 litrů. V současné době drží 83 % celosvětové spotřeby společně USA, Německo a Japonsko. Jak rychlý může být růst v tomto segmentu, to předvádí český trh. Od roku 2006 do roku 2009 zde stoupla spotřeba na osobu ze dvou na 6 litrů, tedy o 200 % (Euromonitor International). Balená voda si udržela postavení růstového trhu i v hospodářsky obtížných dobách. V loňském roce stoupla její celosvětová spotřeba o 2 %. Přitom Asie vyrovnala sestupný trend západní Evropy a Severní Ameriky. Čína konkrétně zaznamenala přírůstek obrátu ve výši 18 % už jen ve třetím čtvrtletí roku 2009. Přestože především ve Španělsku a Francii došlo k výraznějšímu snížení spotřeby, prodalo se téměř 30 % balené vody v západní Evropě (Canadean).

Německo – oblíbené je i nealko

V Německu zaznamenal odbyt balené vody jenom mírný úbytek. Statisticky vypil každý Němec 137,4 l (2008: 138,1 l). Celková spotřeba nealkoholických nápojů na osobu dosáhla 291,4 l (2008: 292,4 l). Osvěžující nápoje se s hodnotou 117 l udržely přibližně na úrovni předcházejícího roku. Ovocných šťáv a nektarů se průměrně spotřebovalo 37 l (2008: 37,4 l) (wafg, Hospodářské sdružení pro nealkoholické nápoje). Nejoblíbenějším ovocným džusem byl v Německu v roce 2009 pomerančový, který tak připravil o prvenství jablečný mošt. Tři nejžádanější varianty džusů – pomerančový, jablečný a multivitaminový – mají mezi ovocnými šťávami tržní podíl přibližně 70 % (GfK, Společnost pro výzkum trhu).

Mistři světa v pití piva: Češi, Rakušané a Němci

Zasvěcení odborníci odhadují, že celosvětový trh s pivem se ze současných 1,922 mld. hl do roku 2013 rozroste na 2,222 mld. hl. Největším pivním trhem světa je již dlouho Čína – bereme-li v úvahu jenom počty hektolitrů – a za ní následují USA, Brazílie, Rusko, Německo a Mexiko.

K pěti největším pivovarnickým koncernům patřily v roce 2009 Anheuser-Busch InBev s objemem přibližně 350 mil. hl, SABMiller (necelých 250 mil. hl), Heineken (cca 200 mil. hl), Carlsberg (cca 125 mil. hl) a Tsingtao s objemem o něco větším než 50 mil. hl. Tyto koncerny tedy mají tržní podíl ve výši cca 50 % procent na světovém trhu piva (Plato Logic).

Mistry světa v pití piva jsou Češi – navzdory odhadovanému snížení spotřeby v roce 2009 o zhruba 7 %. V roce 2008 každý Čech vypil průměrně 155 l, Rakušané v roce 2009 vypili 106,4 l na osobu a Němci 204,7 l. V Německu v minulém roce poklesl odbyt piva zhruba o 2,9 mil. hl a tím o 2,8 % na necelých 100 mil. hl. Míchané pivní nápoje dosáhly 3,1 %, a tak měly poprvé klesající tendenci.

Rusko: Těžké časy pro alkoholické nápoje

Také na někdejších rychle rostoucích pivních trzích východní Evropy – v Rusku a na Ukrajině – nastal útlum. Na Ukrajině v roce 2009 poklesla spotřeba piva o 6,2 %, v Rusku dokonce o 10,7 %. Alkoholické nápoje všeho druhu zřejmě v Rusku čeká těžká budoucnost. Ztrojnásobení spotřební daně na pivo a pevná minimální cena vodky mají do roku 2020 přispět k snížení spotřeby alkoholu na polovinu. Rusko ale přesto hledá nové „pivní poznatky“. Tak například jeden japonský pivovar testoval společně s univerzitou v Oookyamě a ruskou Akademií věd první vesmírný ječmen, jehož semena údajně strávila pět měsíců na Mezinárodní kosmické stanici ISS. Ječmen byl ale nakonec vypěstován a sklizen na Zemi. Nyní z něj vzniká pivo pro dospělé a ječmenný čaj pro děti.

Takové koncepce inovací napříč odvětvími mohou i nápojářství pomoci překročit hranice vlastního trhu. Německý institut futurologie doporučuje syntézu již existujících vědomostí, které v nové kombinaci vedou k inovativnějším řešením. Takové myšlenkové podněty mohou být přínosné i pro výměnu zkušeností na veletrhu Brau Beviale 2010.

Kontaktní osoby pro tisk a média:

Petra Trommer, Franziska Weißbrodt

Tel +49 (0) 9 11. 86 06-83 29

Fax +49 (0) 9 11. 86 06-82 56

franziska.weissbrodt@nuernbergmesse.de

Tento a další texty a fotografie naleznete v tiskové sekci na:

www.brau-beviale.de/presse

Vždy aktuální informace o produktech firem na:

www.ask-Brau-Beviale.de