



Příležitosti exportu cukrovinek a zdravé  
výživy do SAE

Lukáš Zamrzla, Zemědělský diplomat  
ZÚ Abú Dhabí

# Současná situace - cukrovinky

- Obliba sladkého je v regionu Blízkého východu obrovská
- Podle odhadů mezi roky 2016 a 2021 prodeje rostly ze 482 milionu na 800 milionu dolarů
- Z celkového objemu pokrývá čokoláda 77% a zároveň je segmentem, který nejrychleji roste
- Z prodejů nevyplývají přímé preference na příchuť
- Nejprodávanější tabulkovou čokoládou je příchuť „mléčná“
- Nejzajímavější růst zaznamenaly produkty obsahující hračky



# Současná situace - cukrovinky

- Druhým nejsilnějším segmentem jsou cukrovinky na základu cukru, a to s 13% obsazením trhu
- Nízké hodnoty jsou způsobené targetem těchto produktů čistě na děti
- Díky nízkému zastoupení na trhu, se v prodeji zvýrazňují kampaně velkých mezinárodních firem
- Například spuštění reklam na kupování cukrovinek pro ústní hygienu (TicTac) nebo SugarFree karamelky od Werthers





# Současná situace - zdravá výživa

- Obliba na sladkém se projevuje na zdraví obyvatel
- 44% žen a 32% mužů nad 15 let trpí obezitou (2016)
- 16% aktivního obyvatelstva trpěla v roce 2016 cukrovkou
- Z toho důvodu je státní kampaň silně zaměřena na podporu zdravějšího životního stylu včetně stravy
- Proti nápojům s přídavkem cukru byla implementována vysoká cla a mluví se o dalším rozšíření



# Současná situace - zdravá výživa

- SA a SAE tvoří 85% prodeje zdravé výživy v regionu
- V supermarketech vznikají „zdravé zóny“ s nabídkou  
Organic, Gluten Free, Sugar Free, Fitness, Diet a Vegan
- Exportu pomáhá důvěra v evropské produkty
- Jedním z nejhledanějších oborů na Google jsou „Healthy guilty pleasures“ (zdravé mlsání)
- V regionu vznikají specializované veletrhy a výstavy, lokální společnosti skupují specializované podniky





# Největší místní firmy

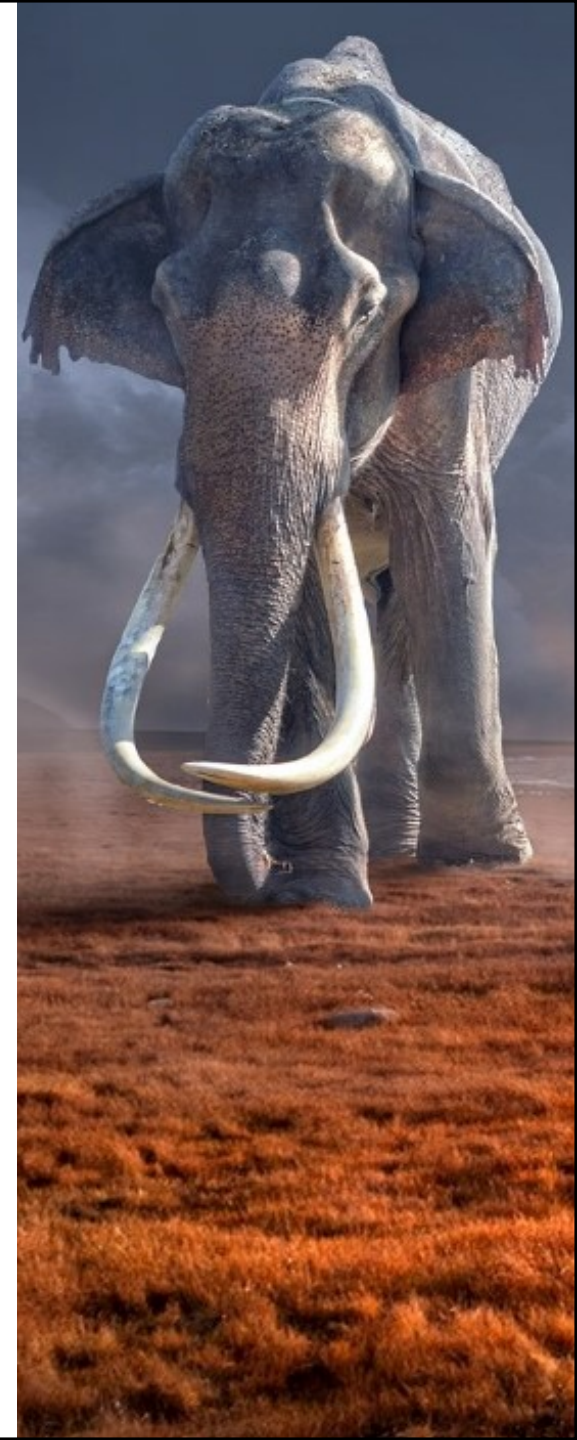
Spojené arabské emiráty jsou rozděleny mezi pár silných hráčů. Například firma Mars Inc. dominuje trhu 38,6%. Hlavním důvodem je mezinárodní historie značky, která tvoří důvěru.

Nejsilnější firmy:

1. **Mars Inc.**
2. **Ferrero Group**
3. **Mondelez**
4. **Nestlé**
5. **Perfetti Van Melle**
6. **Lindt Sprungli**
7. **Storck KG**
8. **IFFCO**
9. **Haribo**
10. **Hershey Co.**



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ

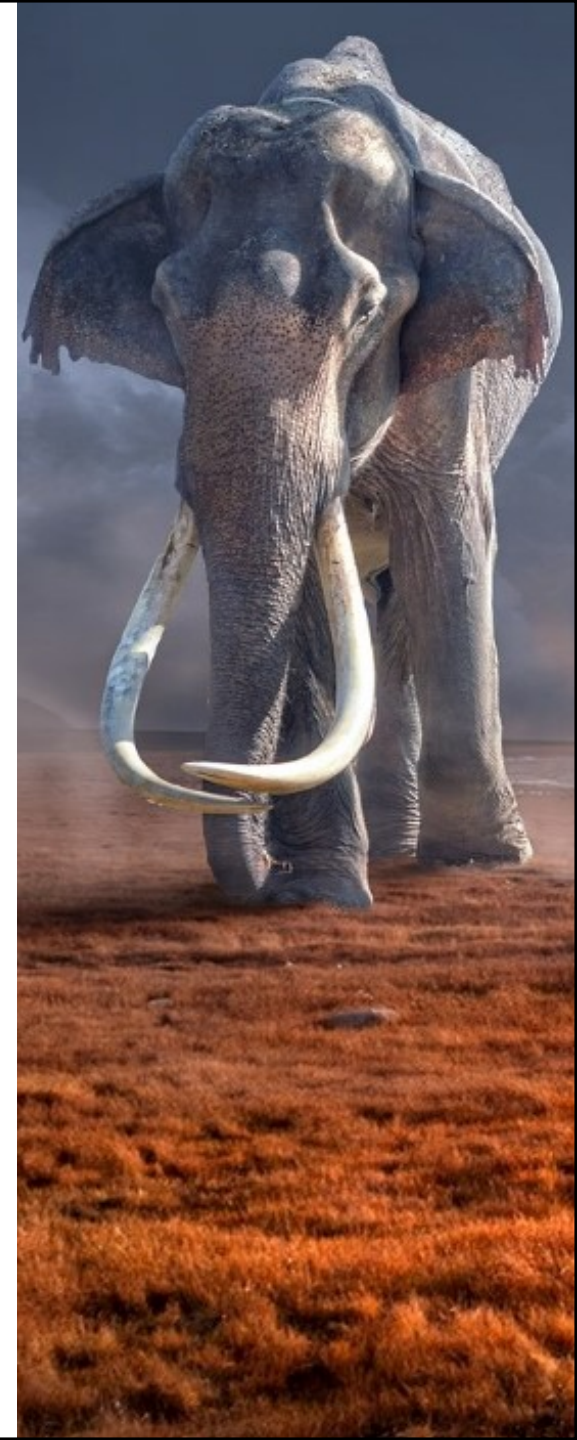


# Největší místní firmy

Hlavní firmy v sektoru privátních značek:

1. Carrefour
2. Lulu Hypermarket
3. Spinneys
4. Waitrose
5. Kibsons
6. Noon

+ velké množství specializovaných distributorů



# Překážky a omezení

- Významnější překážky v prodeji těchto produktů nejsou
- Každý produkt potřebuje místní certifikaci napsanou na distributora
- Problémem pro menší brand může být častá výměna obyvatel
- Trh je silně zastoupen velkými mezinárodními značkami
- Spouštění vlastní značky na trh nese vysoké investice (pokud nejde o speciální produkty)
- Vzkvétají především privátní značky (ty neustále rozšiřují portfolio)





# Vstup firmy na trh

- Základem obchodu v regionu je osobní účast
- Správným krokem je účast na veletrzích (návštěva)
- V Emirátech je důležité nalézt kvalitního distributora
- Je důležité zvážit možnost privátky vs. budování značky
- Mezi hlavní veletrhy patří především:
  1. Gulfood
  2. Yummex, Private Label, Specialty Foods
  3. Organic and natural Expo
  4. SIAL Abu Dhabi
  5. Dubai Active Week





Děkuji za pozornost

Lukáš Zamrzla, MIB  
Zemědělský diplomat  
ZÚ Abu Dhabi, SAE  
CZ Tel: +420 602 768 207  
E-Mail: [lukas.zamrzla@mze.cz](mailto:lukas.zamrzla@mze.cz)