

PREHRAMBENA INDUSTRIJA, PROIZVODNJA PIĆA I DUHANA

Matea Lobarčec
Nikolina Antunović
Darija Orešić
Martina Okun
Ana Barun
Nina Šarin

POJAM I PREDMET PREHRAMBENE INDUSTRIJE

- prerada biljnih, životinjskih i mineralnih sirovina radi zadovoljavanja prehrambenih potreba ljudi
- dio proizvoda koji se proizvedu se koriste kao sirovina za daljnju proizvodnju

RAZVOJ PREHRAMBENE INDUSTRIJE

- Od pojave čovječanstva do industrijske revolucije napredak u proizvodnji hrane tekao je sporo
- Nakon ind. revolucije – izum raznih tehničko-tehnoloških strojeva , uređaja i opreme omogućuje napredak proizvodnje
- Razvoj tehnike konzerviranja hrane
- 1817. god - SAD - tvornica za preradu mesa, voća i povrća
- 1840. god - Mađarska- prvi puta se upotrebljavaju čelični valjci umjesto kamenih valjaka za mljevenje žita
- sredina 19.st. - Danska – industrija prerade ribe
- 20.st. – razvoj industrije u cijelom svijetu

KLASIFIKACIJA GRANA PREHRAMBENE INDUSTRIJE

Grane prehrambene industrije mogu se klasificirati prema velikom broju kriterija unutar kojih se posebno ističu:

1. Istorodnost osnovne sirovine proizvoda
2. Odjeljci društvene proizvodnje
3. Stupanj obrade proizvoda

1. Istorodnost osnovne sirovine proizvoda

1. Grane koje prerađuju sirovine životinjskog podrijetla



2. Grane koje koriste sirovine biljnog porijekla



3. Grane koje prerađuju nepoljoprivredne sirovine



2. ODJELJCI DRUŠTVENE PROIZVODNJE

- Iako prehrambena ind. većinom proizvodi proizvode za osobnu potrošnju, dio njezine proizvodnje koristi se za proizvodnju predmeta rada
- grupa A prehrambene ind. odnosi se na veći dio mesne ind., šećerane, tvornice brašna, alkohola...



- grupa B odnosi se na proizvode u industriji pekarstva, slatkiša, tjestenina, mlijeka...



3. STUPANJ OBRADE PROIZVODA

• Ovisno o stupnju obrade proizvoda, prehrambena industrija se klasificira u četiri grane :

1. djelomično obrađeni i pripremljeni proizvodi
2. proizvodi obrađeni i pripremljeni za neposrednu termičku obradu
3. proizvode koje je neposredno prije jela potrebno generirati
4. proizvodi koji se konzumiraju bez ikakve pripreme ili dorade



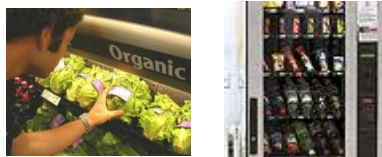
POVEZANOST PREHRAMBENE INDUSTRIJE S DRUGIM INDUSTRIJSKIM GRANAMA

- najuže je povezana s poljoprivredom i stočarstvom kao s proizvođačem svojih neophodnih sirovina
- kemijska i biokemijska industrija prehrambeno-biotehnološki procesi se zasnivaju na dostignućima kemije i biologije
- transport kao privredna grana
- trgovina kao privredna djelatnost



GLOBALNI TRENDOWI U PREHRAMBENOJ INDUSTRIJI

- Brza priprema
- Hrana za ponijeti
- Zdrava hrana
- Bogatstvo okusa
- Prodaja putem automata
- Proizvodi s oznakom manje i bez



POLOŽAJ PREHRAMBENE INDUSTRIJE U SVIJETU

- Vrijednost prodaje u prehrambenoj industriji u svijetu iznosi oko 6 bilijuna dolara
- Najveća vrijednost ostvaruje se u SAD-u i iznosi oko 1,4 bilijuna \$
- Globalna prehrambena industrija čini oko 10% svjetskog BDP-a (koji iznosi oko 60 bilijuna dolara u 2010. godini)



NAJVEĆA PREHRAMBENA PODUZEĆA

- Nestle – najveći svjetski proizvođač hrane
- Bunge – najveći svjetski proizvođač sjemenki
- Dole – najveći svjetski proizvođač voća
- JBS – najveći svjetski proizvođač piletine, govedine i svinjetine
- Sysco Corporation – najveći svjetski distributer hrane



TOP 20 GLOBALNIH PROIZVOĐAČA HRANE

Top 20	Region					
	Western Europe	Eastern Europe	North America	Latin America	Asia Pacific	World
Nestlé SA	2,9	2,6	3,9	6,0	1,8	3,3
Kraft Foods Inc	1,9	1,8	7,0	1,7	0,7	2,6
Unilever Group	3,1	1,4	2,2	2,4	0,6	2,1
PepsiCo Inc	0,9	0,7	4,6	3,1	0,3	1,8
Danone, Groupe	1,9	1,4	0,7	1,4	0,7	1,3
Cadbury Schweppes Plc	1,4	0,7	0,7	1,5	0,4	1,0
Mars Inc	1,2	0,9	1,9	0,2	0,2	1,0
Kellogg Co	0,5		2,3	0,8	0,1	0,8
General Mills Inc	0,2		2,5	0,2	0,2	0,7
Lactalis, Groupe	1,4	0,6	0,1			0,6
Campbell Soup Co	0,2		1,7			0,5
ConAgra Foods Inc			2,0	0,2		0,5
Dean Foods Co			2,1			0,5
Ferrero Group	1,2	0,5	0,1	0,3		0,5
Heinz Co, HJ	0,8	0,4	0,7	0,1	0,2	0,5
Hershey Co, The			2,1	0,2		0,5
Wrigley Jr Co, William	0,4	1,1	0,8		0,3	0,5
Arla Foods Amba	1,0			0,0		0,4
Barilla Holding SpA	1,2	0,1	0,1			0,4
Bimbo SA de CV, Grupo			0,2	3,1		0,4

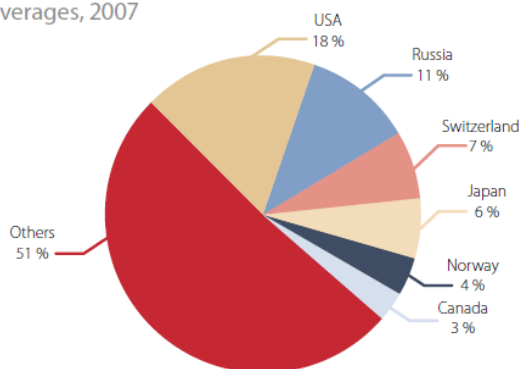
PREHRAMBENA INDUSTRIJA U EU

- Druga po redu nakon metalne industrije
- Ostvaruje prihod od oko 920 milijardi eura
- Zaposleno je oko 4,8 milijuna ljudi
- 99% preh. poduzeća su mala ili srednja poduzeća
- Velika poduzeća (Franc., Niz., Njem.)
- Izvoz – u SAD, Rusiju, Japan, Kanadu i Švicarsku
- Uvoz – iz Brazila, Argentine, SAD-a i Kine
- Francuska – najveći izvoznik (20% ukupnog EU izvoza)
- Najveći rast u izvozu zabilježile Estonija, Rumunjska, Litva i Latvija (2000. - 2009. prosječno godišnje 35 %)
- Najviše se izvozi piće
- Najviše uvozi voće, povrće, ribe i rakove



ZEMLJE U KOJE EU IZVOZI

Main trading partners' shares of EU exports of food and beverages, 2007

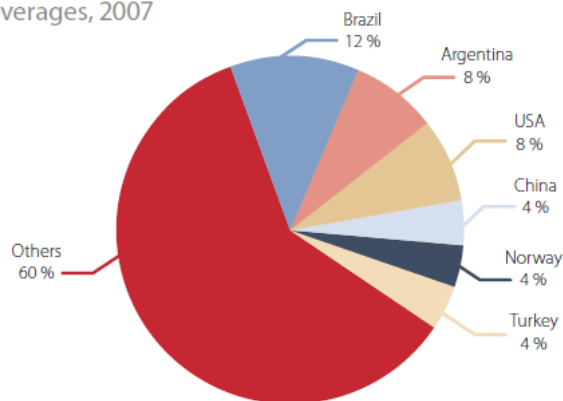


Izvor: EUROSTAT



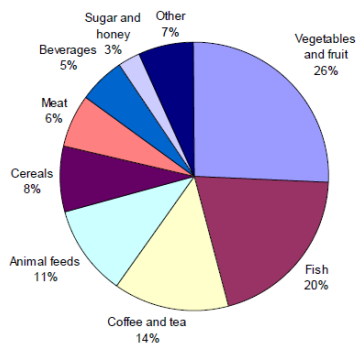
ZEMLJE IZ KOJIH EU UVOZI

Main trading partners' shares of EU imports of food and beverages, 2007



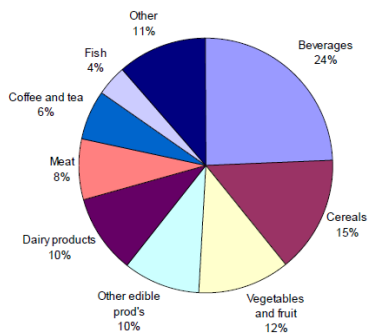
Izvor: EUROSTAT

Graph 3: Extra EU-27 imports of food and drink, by category, 2008 - % of total value



Source: Eurostat ([DS_018995](#))

Graph 4: Extra EU-27 exports of food and drink, by category, 2008 - % of total value

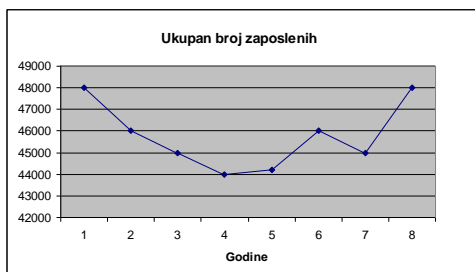
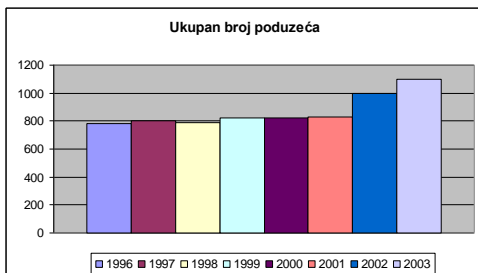


Source: Eurostat ([DS_018995](#))

SITC division	2000	2006	2007	2008
EXPORTS	47 720	57 959	62 015	68 319
00 Live animals	1 054	1 042	1 096	1 103
01 Meat and meat preparations	4 469	4 108	4 233	5 383
02 Dairy products and eggs	5 525	5 159	6 368	6 745
03 Fish and crustaceans	1 838	2 414	2 579	2 757
04 Cereals and cereal preparations	6 066	5 824	6 716	9 978
05 Vegetables and fruit	4 444	6 503	7 381	7 942
06 Sugars and honey	2 387	2 905	1 571	1 474
07 Coffee, tea, cocoa and spices	2 506	3 655	4 041	4 271
08 Feeding stuff for animals	1 386	1 913	2 146	2 436
09 Miscellaneous edible products	4 040	5 910	6 425	6 780
11 Beverages	11 685	16 203	17 116	16 750
12 Tobacco	2 286	2 319	2 337	2 688
IMPORTS	54 823	67 922	75 576	80 203
00 Live animals	602	579	457	344
01 Meat and meat preparations	3 099	4 698	5 027	5 194
02 Dairy products and eggs	924	729	758	745
03 Fish and crustaceans	11 716	15 822	16 124	16 082
04 Cereals and cereal preparations	2 199	2 597	5 218	6 345
05 Vegetables and fruit	13 813	18 604	20 495	20 703
06 Sugars and honey	1 652	2 246	2 181	2 361
07 Coffee, tea, cocoa and spices	7 956	8 739	9 741	11 110
08 Feeding stuff for animals	5 569	6 000	7 011	8 732
09 Miscellaneous edible products	1 525	1 732	1 938	2 305
11 Beverages	2 845	4 137	4 552	4 397
12 Tobacco	2 863	2 020	2 068	1 875

PREHRAMBENA INDUSTRIJA U HRVATSKOJ

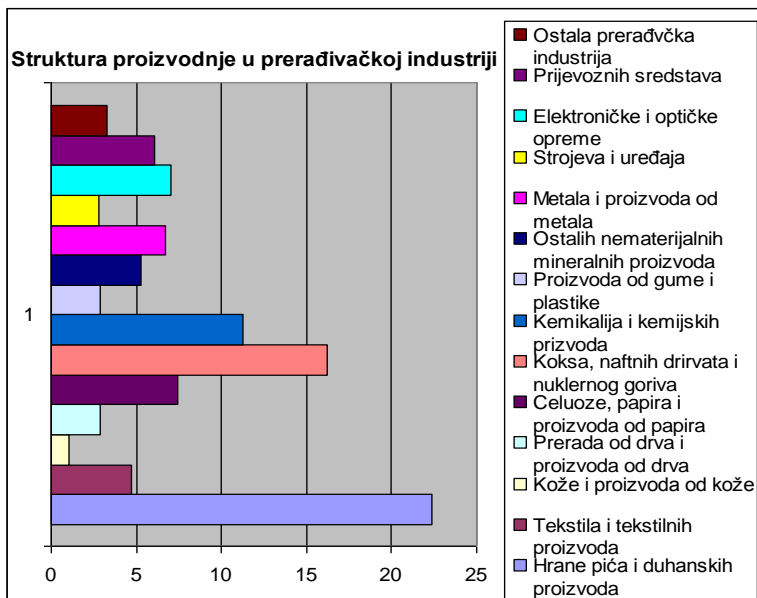
- Jedna je od najznačajnijih sastavnica ukupne Hrvatske industrije
- Broj poduzeća u prehrambenoj industriji je u konstantnom porastu, 1996. iznosio je 743, dok je 2003. dosegao broj od 1105
- Ekspanzija poduzeća u prehrambenoj industriji dogodila se 2001. i 2002. godine kad je sa radom započelo 173 novih poduzeća, a taj se trend nastavlja i kasnije.
- Najveći porast doživjela su mala poduzeća
- Mala poduzeća dominiraju u prehrambenoj industriji sa oko 82% , srednja čine oko 10% , a velika između 7-8%



• Najveće povećanje zaposlenih zabilježeno je u malim poduzećima sa 3725 na 6984 od 1996. do 2003. godine odnosno oko 50% povećanje zaposlenosti, prosječan broj zaposlenika u malom poduzeću je 6-7 zaposlenih.

• Iako mala poduzeća čine 80% poduzeća industrije u njima je zaposleno svega 15% zaposlenika, dok velika zapošljavaju oko 69% zaposlenika a čine 7-8% poduzeća industrije.

• Ukupni prihod od prehrambene industrije 1996 godine iznosio je 19 milijardi kuna dok je 2003 godine iznosio 28,2 milijardi kuna



Rang	Tvrtka	Sjedište	Prihod u mil/kn	Broj radnika
1.	Vindija	Varaždin	2223,9	907
2.	Lura	Zagreb	2063,9	1903
3.	Podravka	Koprivnica	1799,6	4348
4.	PIK Vrbovec	Vrbovec	1128,2	1344
5.	Coca-Cola Beverages	Zagreb	851,2	811
6.	Kraš	Zagreb	845,2	1859
7.	Zvijezda	Zagreb	819,7	659
8.	Zagrebačka pivovara	Zagreb	798,7	509
9.	Jamnica	Zagreb	793,6	1102
10.	Ledo	Zagreb	767,3	836
11.	MI Braća Pivac	Vrgorac	566,6	321
12.	Franck	Zagreb	538,7	535
13.	Karlovačka pivovara	Karlovac	522,7	512
14.	Gavrilović	Petrinja	519,0	639
15.	Viro	Virovitica	503,7	333
16.	Sladorana	Županja	436,7	472
17.	Istravino	Rijeka	431,8	380
18.	Danica	Koprivnica	350,2	748
19.	Badel 1862.	Zagreb	323,1	500
20.	Carlsberg Croatia	Koprivnica	279,4	308
21.	PPK Karlovačka MI	Karlovac	271,9	241
22.	Kandit Premijer	Osijek	248,6	597
23.	Mlinar	Križevci	239,5	925
24.	IPK Kandit	Osijek	224,8	546
25.	Perutnina Ptuj Pipo	Čakovec	218,9	535

PREHRAMBENI PROIZVODI IZ HRVATSKE PREPOZNATI U SVIJETU

Hrvatska prehrambena industrija već dug niz godina nekim svojim proizvodima stoji uz bok najpoznatijim svjetskim brandovima, a njihova kvaliteta potvrđena je brojnim nagradama

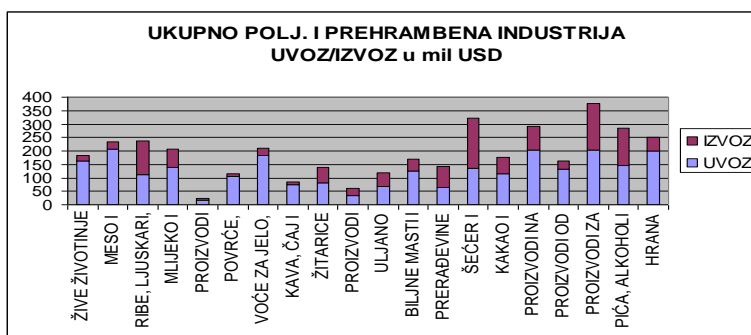
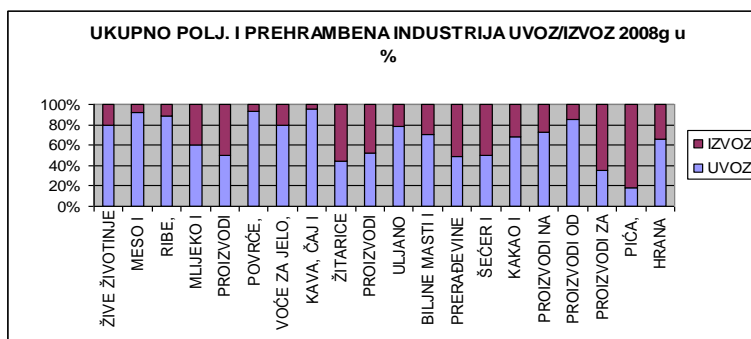


STRATEŠKI IZVOZNI PREHRAMBENI PROIZVOD - VODA

- Pitka voda je, nedvojbeno, strateški izvozni proizvod Hrvatske u 21. stoljeću.
- Ona je najbrže rastući izvozni sektor u hrvatskoj izveznoj ofenzivi
- Komparativna je prednost naše zemlje u izvozu
- Jasno je da su vodni resursi Hrvatske gospodarska vrijednost koja premašuje lokalni, pa i regionalni značaj.
- To je razlog što su Vlada i resorno ministarstvo, u okviru strategije hrvatske izvezne ofenzive, odlučili poticati poduzetnike koji ulažu u taj sektor.
- U Hrvatskoj imamo 30-ak koncesionara za eksploataciju pitke izvorske vode i veći broj punionica. Sve još nisu u pogonu.
- Raste broj prepoznatljivih “vodenih” brendova



	PROIZVOD	UVOZ 2008		IZVOZ 2008	
		u 000 tona	u mil USD	u 000 tona	u mil USD
1	ŽIVE ŽIVOTINJE	46	164	12	18
2	MESO I KLAONIČKI PROIZVODI	67	207	6	27
3	RIBE, LJUSKARI, MEKUŠCI I OSTALI BESKRALJEŽNJACI	48	113	6	124
4	MLIJEKO I MLIJEČNI PROIZVODI, JAJA, MED	76	138	51	69
5	PROIZVODI ŽIVOTINJSKOG PORIJ. NESPOM.	2	16	2	7
6	POVRČE, KORIJENJE I GOMOLJI ZA JELO	107	104	8	10
7	VOĆE ZA JELO, KORE DINJA I AGRUMA	170	183	44	26
8	KAVA, ČAJ I ZAČINI	23	75	1	9
9	ŽITARICE	188	83	239	56
10	PROIZVODI MLINSKE IND., SLAD, ŠKROB.	45	34	41	27
11	ULJANO SJEMENJE I PLODOVI, LJEKOVITO BILJE...	277	68	75	52
12	BILJNE MASTI I ULJA	80	126	34	45
13	PRERAĐEVINE OD MESA	15	63	16	78
14	ŠEĆER I PROIZVODI OD ŠEĆERA	247	135	249	187
15	KAKAO I PROIZVODI OD KAKAA	24	114	11	61
16	PROIZVODINA BAZI ŽITARICA I ŠKROBA	77	202	29	90
17	PROIZVODI OD VOĆA I POVRČA	75	132	13	30
18	PROIZVODI ZA HRANU RAZNI	49	203	92	174
19	PIĆA, ALKOHOLI I OCAT	445	145	1942	139
20	HRANA PIPREMLJENA ZA ŽIVOTINJE	298	200	151	52



ZAKLJUČAK

- Za malu zemlju kao što je Hrvatska, izvoz postaje nužnost!
- Hrvatska raspolaže znatnim proizvodnim i prehrambenim potencijalom, stoga se može zaključiti da je proizvodnja prehrambenim proizvodima jedna od mogućnosti i perspektiva u razvoju, na kojoj bi trebalo temeljiti izvoznju strategiju!
- Problem postoji kod plasmana naših proizvoda na stranim tržištima
- Uvozimo i one proizvode za koje postoje mogućnosti vlastite proizvodnje
- Ne koristimo dovoljno mogućnosti koje nam stoje na raspolaganju :
ponuda izvornih i prepoznatljivih proizvoda –paški sir, šljivovica, kulen

DUHANSKA INDUSTRIJA

- Hrvatska je jedina zemlja u kontinentalnoj Europi koja je u posljednjih 10 godina zadržala jednaku razinu proizvodnje duhana zahvaljujući povezanosti primarne proizvodnje s cigaretnom industrijom



DUHANSKA INDUSTRIJA U HRVATSKOJ



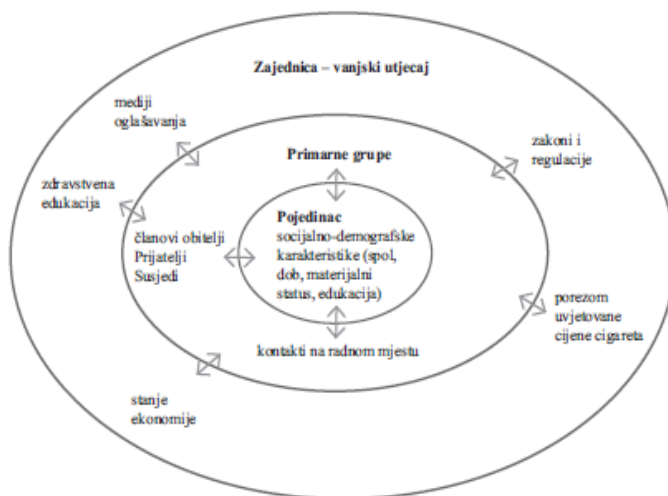
- Posljednjih desetljeća 20. stoljeća proizvodnja i promet duhana u Hrvatskoj su regulirala četiri zakona: **Zakon o duhanu** (NN 69/99), **Zakon o posebnom porezu na duhanske proizvode** (NN 51/94, 56/95, 67/99, 136/02), **Zakon o zaštiti na radu** (NN 59/96) i **Zakon o zdravstvenoj ispravnosti i zdravstvenom nadzoru nad namirnicama i predmetima opće uporabe** (NN 60/92, 1/96).
- Dok su se prva dva zakona pretežito odnosila na uzgoj i oprezivanje duhana i duhanskih proizvoda, druga su dva zakona sadržavala elemente zaštite stanovništva od štetnog utjecaja duhanskog dima.
- Zakon o zaštiti na radu zabranjuje pušenje na radnome mjestu.



VANJSKI UTJECAJI NA POTROŠNJU DUHANA

- Pod pritiskom pušača tvrtke su često svojim internim aktima dopuštale pušenje u većem dijelu radnog prostora. Usto, sve to vrijeme trošarine su konstantno rasle. Ipak, da bi se pušenje svelo na minimum, političari bi u oblikovanju svoje politike trebali uzeti u obzir sve čimbenike.
- Na slici koja slijedi vizualno su prikazani primarni i vanjski čimbenici koji utječu na pojedinca u donošenju odluke o pušenju ili nepušenju.

VANJSKI UTJECAJI NA POTROŠNJU DUHANA



WHO PREPORUKE O KONTROLI DUHANSKE INDUSTRIJE

- stalni rast cijena, razmjerno inflaciji;
- sveobuhvatne zabrane promicanja duhanskih proizvoda;
- jake restrikcije pušenja na radnome mjestu i javnim mjestima;
- obrazovne i protureklamne kampanje;
- uvjerljive etikete upozorenja na proizvodima;
- masovniji pristup terapijama vezanima za prestanak pušenja.



WHO PREPORUKE O KONTROLI DUHANSKE INDUSTRIJE

- Da bi se poreznom politikom efikasno smanjila potrošnja duhanskih proizvoda, trebalo bi obratiti pozornost na sljedeće:
 - *posebni bi se porez trebao toliko povećavati da se cijena duhanskih proizvoda podigne iznad prosječne stope inflacije i rasta dohotka, kako bi se konstantno smanjivala kupovna moć ljudi kad je riječ o duhanskim proizvodima;*
 - *trebale bi se zabraniti sve bescarinske i besporezne prodaje duhanskih proizvoda;*
 - *preusmjeriti znatan dio vladinih prihoda, uključujući one od poreza na duhan, u financiranje programa kontrole duhana;*
 - *uskладiti poreze i cijene svih duhanskih proizvoda da bi se onemogućila zamjena jednoga duhanskog proizvoda drugim.*



UZGAJANJE DUHANA

- U Hrvatskoj se duhan sadi na preko 4200 hektara
- Preko 4300 hektara proizvodnih površina za uzgoj duhana te preko 1000 gospodarstava je zasadilo u prošlog godini 96.876.000 presadnica duhana iz domaćeg sortimenta ili 23.000 presadnica po hektaru
- U 2010 godini proizvedeno je preko 10.500 tona duhana



STANJE U HRVATSKOJ



- U Hrvatskoj jedini proizvođač duhanskih proizvoda je tvornica duhana Rovinj.
- Gotovo 60 posto proizvedenog hrvatskog duhana otkupljuje TDR, dok se preostali dio izvozi na europska tržišta te na tržišta Južne Amerike, Afrike, Indonezije, Filipina i Australije. Cigarete se izrađuju od mješavina duhana različitog podrijetla, vrsta i aroma. Ovisno o duhanskim recepturama, ukusima potrošača i zahtjevima određenog tržišta, TDR uvozi određene količine duhana za svoje potrebe.



TRŽIŠTA TDR



- TDR je vodeći proizvođač cigareta na regionalnom tržištu, s tržišnim udjelom od 85 % u Hrvatskoj, 38 % u BiH te s više od 27 % na cijelom području bivše Jugoslavije gdje ukupna potrošnja iznosi 59 milijardi cigareta na 27 milijuna stanovnika.
- TDR je danas snažno *izvozno usmjerena kompanija* koja je prisutna i na drugim europskim tržištima, npr. u Austriji, Češkoj i Slovačkoj, a svoju prodajnu mrežu razvija i u zemljama Srednjeg i Dalekog istoka.

○ Tržišni udio TDR-a u Hrvatskoj

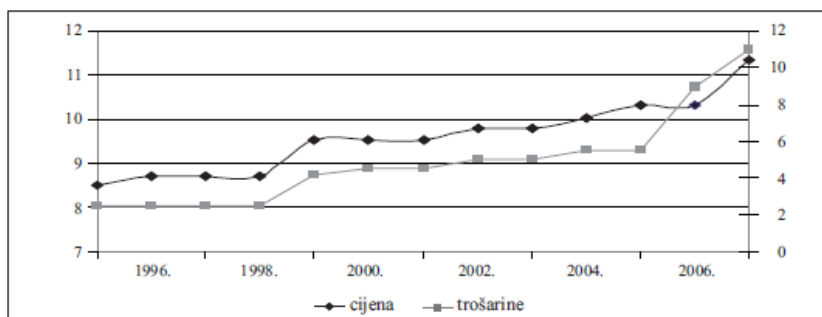
- TDR je sredinom 1990-ih zauzimao 64 % hrvatskog tržišta. Preuzimanjem drugog najvećeg proizvođača cigareta u Hrvatskoj 1998. potvrđuje svoju vodeću tržišnu poziciju pokrivajući više od 85% hrvatskog tržišta.



PROIZVODNJA DUHANA U ODNOSU NA EU

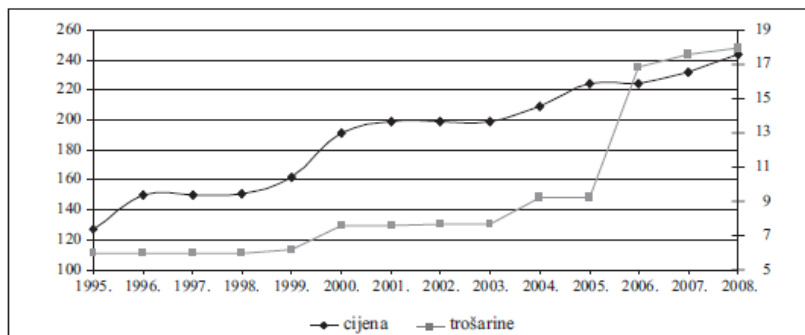
- Hrvatska proizvodi oko 4% ukupno proizvedenog duhana u Europi, a po kvaliteti i prinosu u tzv. suhom ratarenju 1.smo proizvođač u Europi, odnosno na 2.mjestu iza Italije, gdje se u proizvodnji duhana s navodnjavanjem postižu prinosi iznad 3500 tona po hektaru.
- Hrvatska je jedina zemlja u kontinentalnoj Europi koja je u posljednjih 10 godina zadržala jednaku razinu proizvodnje duhana zahvaljujući povezanosti primarne proizvodnje duhana s cigaretnom industrijom.

KRETANJE CIJENA DUHANSKIH PROIZVODA U RH



- Trošarine na duhanske proizvode u Hrvatskoj nameću se od 1994. i do danas se najučestalije promjene odnose na povećanje stopa.
- Do 1999. visina trošarina razlikovala se s obzirom na ove kategorije cigareta: uvozne, licencirane, uvozne u slobodnim zonama, domaće – tvrdi omot, domaće – meki omot.
- Od 1999. provodi se razvrstavanje cigareta u tri
- skupine: A – popularna skupina, B – standardna skupina i C – ekstraskupina.

KRETANJE INDEKSA CIJENA DUHANSKIH PROIZVODA U RH



TRENUTNO STANJE TDR-A

- Lidersku poziciju TDR ima u Hrvatskoj s oko 80% tržišnog udjela te u BiH s oko 38%.
- Tržišni udio TDR-a u Crnoj Gori veći je od 12 posto, na Kosovu 10 posto, u Srbiji i Makedoniji devet posto, dok u Sloveniji iznosi četiri posto.



ZAKLJUČAK DUHANSKE INDUSTRIJE

- Duhanska industrija u Hrvatskoj je značajna grana gospodarstva koja generira oko **4% zarade državnog proračuna**.
- Sve veći porezi na duhanske proizvode dolaze uglavnom radi usklađivanja sa zakonima EU.
- U Hrvatskoj je aktualna zabrana pušenja na javnim mjestima koja nije adekvatno provedena.
- Unatoč zabrani pušenja i isticanja duhanskih proizvoda Hrvatska **i dalje omogućava poticaje za proizvodnju i uzgoj duhanskih proizvoda**.

INDUSTRIJA PIĆA-ALKOHOLNA PIĆA

- Uz Rusiju, Veliku Britaniju i Francusku, Hrvatska se navodi kao država s visokim postotkom konzumacije alkohola, odnosno država u kojoj svaki čovjek popije 12,5 ili više litara alkoholnih pića godišnje.
- Naši građani najviše konzumiraju vino (47 %), pivo (37 %), dok 15 posto udjela popijenog alkohola otpada na žestoka pića. U susjednoj BiH pije se, prema izvješću WHO-a, nešto manje alkohola godišnje (9,6 litara po stanovniku), no udio "žestice" je čak 73 posto.



INDUSTRIJA PIĆA- BEZALKOHOLNA PIĆA

- Ugostiteljstvo je veliki potrošač bezalkoholnih pića jer ih gosti pogotovo ljeti mnogo traže.
- Potrošnja tih pića u stalnom je porastu.
- Bezalkoholna pića osvježavaju, a piju se sama ili
 - pomiješana s drugim alkoholnim ili bezalkoholnim pićima.
- Naša prehrambena industrija ima vrlo širok asortiman
- prirodnih bezalkoholnih pića i osvježavajućih
- bezalkoholnih pića.



MINERALNE VODE

- U našem ugostiteljstvu se troše:
 - Jamnička kiselica i
 - Lipički studenac.
 - Iz Slovenije se uvozi mineralna voda iz Rogaške Slatine (Templ 53, Donat i Styria) i Radenska s tri srca iz
 - Radenaca.
 - Neke mineralne vode su ljekovite, a najviše se troše za
 - liječenje oboljelih probavnih organa, bubrega, žuči i dr.
 - Navedene mineralne vode dolaze u promet u standardnim
 - bocama od stakla ili od plastike od pola, jedne litre i 1 ½
 - litre.
 - Na bocama svih naših mineralnih voda mora se nalaziti
 - kvantitativna i kvalitativna analiza sastava vode. Neke su
 - naše mineralne vode na glasu i u nekim drugim
 - zemljama pa ih zato izvozimo.

DEKLARACIJE BEZALKOHOLNIH PIĆA

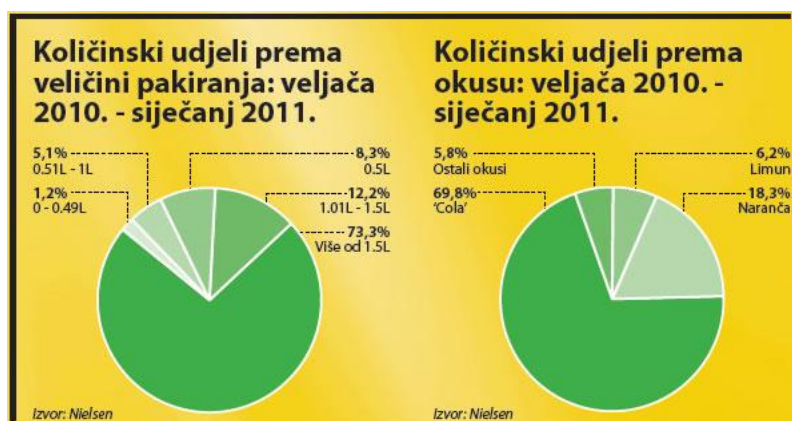
- Deklaracija
- mora sadržavati slijedeće podatke:
 - naziv proizvoda i njegovo trgovačko ime (ako ga ima),
 - tvrtku, odnosno ima i sjedište proizvođača koji je pakirao
 - proizvod,
 - nadnevak proizvodnje (dan, mjesec i godinu) – ti podaci
 - mogu biti navedeni i na krunskom ili zavojnom zatvaraču,
 - neto količinu (masu. obujam proizvoda),
 - podatak o konzerviranju odnosno kemijski naziv i
 - upotrijebljenu količinu sredstva za konzerviranje,
 - podatak da je proizvod obojen ili aromatiziran dopuštenim
 - prirodnim ili umjetnim bojama, odnosno aromama (tekst
 - mora biti uočljiv),
 - podatke o vrsti i količini tvari od biološke vrijednosti, ako
 - su
 - dodane proizvodu,

- rok uporabe proizvoda,
- osnovne sastojke proizvoda i njihove količine izražene u %,
- druge podatke važne za potrošače (uputu za pripremu i
- sl.) – ako je tako određeno ***Pravilnikom o temeljnim zahtjevima za osvježavajuća bezalkoholna pića i sodavodu (NN 23/97)***.

STANJE NA TRŽIŠTU BEZALKOHOLNIH PIĆA

- Coca-Cola je vodeći proizvođač u kategoriji bezalkoholnih gaziranih pića sa svojim brendovima Coca-Cola, Fanta, Schweppes i Sprite.
- Slijede je Jamnica (Sky), Droga Kolinska (Cockta), Vindija (Vindi), privatne robne marke i PepsiCo. (Pepsi Cola, 7 Up, Mirinda).

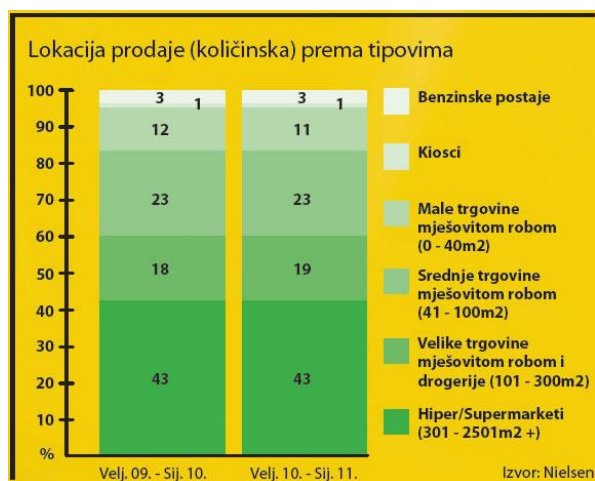
KOLIČINSKI UDJELI



MULTIPAKIRANJE

- Najznačajniji kanal prodaje za gazirana bezalkoholna pića su hipermarketi i supermarketi, kroz koje se u prosjeku prodaje oko 43 posto kategorije.
- U srednjim trgovinama mješovitom robom prodaje se oko 24 posto, u velikim trgovinama 19 posto, u malim 11 posto, dok se na kioscima i benzinskim postajama zajedno prodaje oko 5 posto kategorije.
- Negativna gospodarska situacija u državi odrazila se i na kategoriju gaziranih bezalkoholnih pića te na većinu proizvođača unutar kategorije koji su, ne bi li zadržali potrošnju i potrošače, osnažili prodaju "multipakiranja" te učestalo nudili akcijske cijene.

MULTIPAKIRANJE



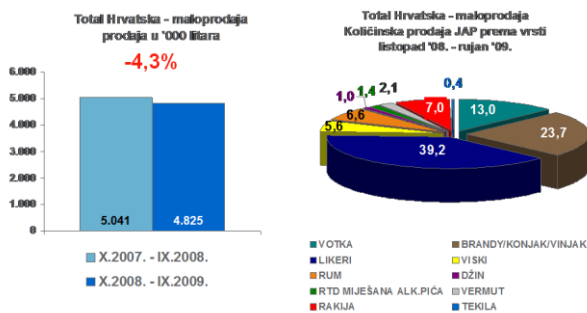
POTROŠNJA ALKOHOLNIH PIĆA

- U prvoj polovici 2010. ukupna potrošnja jakih alkoholnih pića u Hrvatskoj smanjena 19 posto, a pića domaćih proizvođača čak 28 posto i cijela ova industrija zapravo na koljenima, upozorio je u ponedjeljak član Uprave Badela 1862 Srđan Oreb.

NAJVEĆA POTROŠNJA

- Najveću p.
- Najveći dio otpada na likere (39% količinski), potom na brandy/cognac/vinjak (27%), slijede votke (13%), a potom rakije i rum (po 7%), dok ostale vrste imaju male udjele. Maloprodajno tržište Hrvatske prema Nielsenovom panelu trgovine (koje ne uključuje cash&carry i diskontne trgovine te ugostiteljstvo) u posljednjih je godinu dana (listopad 2008. – rujan 2009.) „teško“ je 418,4 milijuna kuna, odnosno 4,83 milijuna litara, što je za 4,3% manje u istom razdoblju lani. otrošnju bilježe jaka alkoholna pića

Usporedba prodaje jakih alkoholnih pića u zadnje dvije godine; udjeli prema vrstama J.A.P.



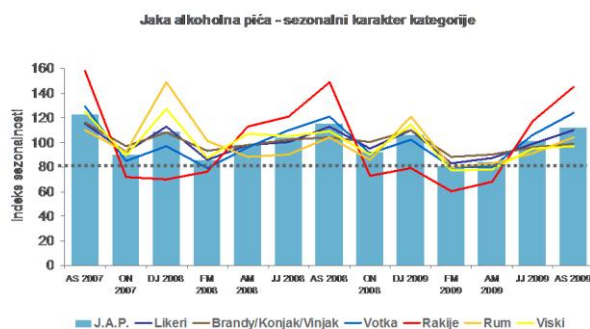
nielsen

Confidential & Proprietary
Copyright © 2009 The Nielsen Company

KONZUMACIJA I POTROŠNJA

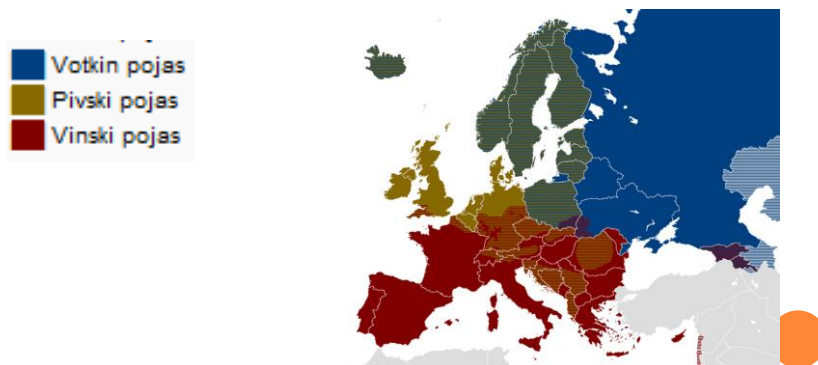
- Kategorija je sezonalnog karaktera s izraženovećom prodajom u vrijeme božićnih blagdana te tijekom ljetnih mjeseci. No sve se vrste ne ponašaju jednako, pa tako primjerice rum ima izrazito dobru prođu oko Božića (zbog kolača vjerojatno), također i viski (iako ne zbog kolača), dok rakije svoj „boom“ imaju ljeti.

Indeks sezonalnosti prema vrstama jakih alkoholnih pića



PODIJELA EUROPE NA ALKOHOLNE POJASEVE

- **Alkoholni pojasevi Europe** su područja Europe u kojima predladavaju ljubitelji pojedinih pića - piva, vina ili votke.



VODKIN POJAS

- Votkim pojas nema oštih granica, no najčešće se u njega svrstavaju sljedeće države:
- Nordijske države (Finska, Norveška, Island, Švedska i Grenland, ali ne i Danska)
- Baltičke republike (Estonija, Latvija i Litva)
- Poljska
- Bjelorusija
- Rusija
- Ukrajina
- "Votkin pojas"
- Nekolicina država Europske Unije koje spadaju u pojas proizvode više od 70% votke u EU.

PIVSKI POJAS

- Pivski pojas uključuje sljedeće zemlje: Belgija, Irska, Ujedinjeno Kraljevstvo, Nizozemska, Danska, Njemačka, Austrija, Luksemburg, Češka, Slovačka, Poljska (koja također spada u votkin pojas, vidi gore), sjeverni i istočni švicarski kantoni i francuske regije Elzas, Lorena i Nord-Pas-de-Calais, te departman Ardennes.

VINSKI POJAS

- "Vinski pojas" je područje Europe gdje je vino tradicionalno najpopularnije alkoholno piće. Nalazi se južno od pivskog i votkinog pojasa. Vinski se pojas može ugrubo definirati kao pojas između 41° i 44° sjeverne geografske širine, 30° i 50° N, ili 35° i $50/51^{\circ}$ N. Države vinskog pojasa su Španjolska, Portugal, Italija, Mađarska, Moldova, Gruzija, Grčka, Crna Gora, Makedonija, Bugarska, San Marino, Švicarska, Rumunjska i Francuska. Pored toga, južni dio Velike Britanije, jugozapadna Njemačka i dijelovi Austrije se također smatraju dijelom vinskog pojasa, ili na prijelazu prema pivskom pojasu. Slovenija, Hrvatska, BiH, Srbija, Kosovo i Albanija pripadaju i pivskom i vinskom pojasu.

ZAKLJUČAK

Industrija pića u hrvatskoj je u konstantnom porastu.

Najveće konzumacije bezalkoholnih pića su ljeti

Najveće konzumacije alkoholnih pića su u ljeto i zimu

Hrvatska industrija pića bilježi konstantan porast profita i napredovanja.

