

Kommentaar

Eesti toidutööstus on tugevate traditsioonidega ning igati konkurentsivõimeline. Nagu on näidanud Eesti piimatoodetele uue turu leidmise protsess, hinnatakse meie toodete kvaliteeti kõrgelt ka väga nõudlikel turgudel, nagu seda on näiteks Jaapan. Meie partner, kes tegutseb üle maailma enam kui 65 turul, on tundnud huvi ka teiste Eesti toidusektorite vastu, seega pean võimalikuks, et lisaks piimale võiks Aasias läbi lüüa ka meie liha ja kala, miks mitte ka marjad ja muud loodustooted.

Väliskaubandus- ja ettevõtlusminister Anne Sulling

Trendid toidu- ja joogitööstuses

- Nõudlus muutub kohalikust globaalseks.
- Kasvav rahvaarv ja keskklass toidavad nõudlust.
- Fookus on proteiini sisaldavatel toiduainetel.
- Tehnoloogia ja internet muudavad tarbijate käitumist ja sunnivad tootjaid sellega kaasa minema.
- Neljandik globaalse haardega toidu- ja joogitootjatest ootavad sel aastal ekspordi kasvu.
- Euroopa Liidus ootab tänava ekspordi kasvu koguni 45% toidu- ja joogitootjatest.

Huvitavaid fakte

- Singapur impordib üle 90% toiduainetest teistest Aasia riikidest.
- Nigeeria on Guinnessi toodangu jaoks maailma suurim turg.
- Arvatakse, et aastaks 2050 tarbivad arengumaade elanikud 72% maailma toidutoodangust.

Nagu pärmil peal

VANA HEA INVESTEERIMISSOOVITUS ÜTLEB, ET RAHA TASUB PAIGUTADA SEKTORITESSE, MILLE TOODANGUT LÄHEB INIMESTEL VAJA NII HEADEL KUI HALBADEL AEGADEL. ÜKS SELLINE SEKTOR ON TOIDU- JA JOOGITÖÖSTUS, MIDA OOTAB EES KINDEL KASV.

RIIGIPIIRID JA PIKAD vahemaad toidu- ja joogitööstuse ettevõtteid ei piira – vähemalt neid, kes soovivad kasvada. Sellised ettevõtted tahavad käivet ja kasumit teenida igal pool, kus turule sisenemise riskid on vähegi juhitavad. Kuid taevast nende ettevõtete kohal pole päris pilvitu, sest rinda tuleb pista geopoliitilise ebakindlusega, logistiliste piirangutega kiiresti riknevate kaupade laalaliveol ning erinevate riikide kõikvõimalike nõudmistega toiduohutusele. Ja muidugi tuleb pidada väsimatut ja pidevat võitlust koha eest poeriulitel.

Eesti toidutööstusele on geopoliitiline ebakindlus kahjuks vägagi tuttav teema – olgu siis seoses impordikeeluga Euroopa Liidust pärit toiduainetele, mille Venemaa kehtestas mullu augustis, või siis veidi varasema keeluga importida meilt pärit sealihatooteid. Toiduainetööstuse (sh joogitööstuse) ekspordi osatähtsus Eesti toodangu müügis on umbes 40%, seega mõjutab välisnõudluse muutumine toiduainetööstuse arengut oluliselt. Kõige kõvemini sai augustikeelu tagajärjel pih-

ta Eesti piimatööstus, mis annab suurima mahu meie toiduainetööstuse toodangust. Nüüd otsitaksegi uusi turge nii riiklikul kui ka ettevõtete tasandil. Ajapikku tekib neid kindlasti, sest toidu- ja joogisektori kasvu veab maailmas kiirelt muutuv demograafiline olukord.

Rohkem rahvast, rohkem näljaseid suid

Proгноosid väidavad, et 2050. aastaks on meid maamunal ligi 10 miljardit (2015. aasta jaanuari alguses oli rahvastiku arv 7,28 miljardit). Küllap pole üllatav, et suurim rahvastiku juurdekasv toimub Aasias ja Aafrikas. Seejuures peab Hiina, hetkel suurima rahvaarvuga riik maailmas (1,39 miljardit inimest), mõne aja pärast loovutama esikoha Indiale, kus praegu elab 1,27 miljardit inimest.

Rahvaarvult maailmas hetkel seitsmendal kohal platseeruv 181 miljoni elanikuga Nigeeria edestab aga umbes kolmekümne aasta pärast USA-d (praegu 324 miljonit elanikku) ning Musta Mandri vaesest paigast saab vähemalt

rahvaarvu poolest maailmas eesrindlane: elanike arvult jõutakse 30 aasta pärast viiendaks riigiks.

Nagu vaestes riikides ikka, läheb ka Nigeerias lõviosa inimeste sissetulekust toidule: praegu kulutab keskmine nigeerlane söögile-joogile koguni 73% oma teenistusest ning sealne turg kasvab kiiresti koos keskklassi kosumisega. Nigeerlaste tarbimisharjumused on aga muutumas – nii näiteks soovivad nad osta pakendatud toitu, ja kuna kodumaine toidutööstus pole kuigi arenenud, sõltub nende toidulaud suure osas ekspordist Aasiast, Euroopa Liidust ja Lõuna-Aafrika Vabariigist.

300 miljonit keskklassi hiinlast

Keskklassi osakaal kasvab paljudes arengumaades, sealhulgas Hiinas. Seal on üle 300 miljoni keskklassi esindaja, kes, muide, pelgavad kohaliku toidu- ja joogitööstuse kehva kvaliteediga toodangut ja on meelsasti valmis kulutama kvaliteedimärki kandvatele välismaistele brändidele.

Kuna Hiina teeb massiivseid investeringuid infrastruktuuri, saab kogu riigis peagi kasutada head õhu-, raudtee- ja veetransporti. See avab välismaalastele varem ligipääsmatuks jäänud Hiina kesk- ja lääneosa.

Indias oodatakse keskklassi kasvamist 50 miljonilt 583 miljonini. Sealsest el-

nikkonnast on rohkem kui pooled alla 30-aastased, kes kõik ootavad toidu- ja joogikaupadelt kõrget kvaliteeti ja mitmekesisust valikut, pöörates seejuures tähelepanu ka orgaanilistele toodetele. Toiduainete ekspordimisel Indiasse saavad suurimad takistused suure tõenäosusega olema erinevad regulatsioonid riigi erinevates piirkondades.

Kuid rahvaarvu suurenemine ei ole omane vaid arengumaadele. Näiteks Suurbritannias oodatakse rahvaarvu kasvu 2037. aastaks 73 miljonile (praegusest 63 miljonilt). Seevastu Jaapan, Venemaa ja Saksamaa peavad leppima rahvastiku rohkem kui kümneprotsendilise kahane misega. Kõik need demograafilised protsessid mõjutavad nii tooteid, mida toidu- ja joogisektori ettevõtted arendavad ja müüvad, kui ka turge, mida nad tuleviku- le mõeldes püüdma asuvad.

Tehnoloogia jõud

Lisaks kasvavale rahvaarvule on veel üks tegur, mis mõjutab toidu- ja joogisektorit – tehnoloogia. Tehnoloogia, internet ja sotsiaalmeedia muudavad tarbijate käitumist ning suured jaeketid arvestavad sellega. See omakorda seab surve alla toidu- ja joogitootjad – neilt tahetakse odavamaid hindu, kiiremaid tarneaegu ja võimekust sünkroniseerida oma prognoosid, hankeprotseduurid ja nende täitmisevõimekus klientide soovidega. **I**



TEKST: EVA VEINBERG



Partner ja vandeaudiitor
OÜ Grant Thornton Rimees