

ИНФОРМАЦИЯ от СТИВ-Делхи

ОТНОСНО: *Развитието на млекопреработвателната промишленост в Индия и възможностите пред българските компании за навлизане на индийския пазар*

Развитието на млекопреработвателната промишленост е от изключително значение за индийската икономика, заетостта, борбата с недохранването и социалния мир в страната.

Понастоящем Индия е най-голям производител в света на мляко като в страната са произведени общо 165.4 млн. тона мляко през 2017 г. (за сравнение в: САЩ – 95 млн. тона; Китай 43 млн. тона; Пакистан – 42 млн. тона; Бразилия – 35 млн. тона и т.н.). Индия осигурява 19% от общото световно производство на мляко, като пазарната стойност на млекопреработвателната промишленост в Индия е 97.2 млрд. евро. През 2017 г. средната консумация на мляко в Индия е 355 гр./дневно на човек.

Данни за производството на мляко в Индия

Година	Производство (млн. тона)	Средно за човек от населението(гр./дневно)
2001	80.6	217
2002	84.4	222
2003	86.2	224
2004	88.1	225
2005	92.5	233
2006	97.1	241
2007	102.6	251
2008	107.9	260
2009	112.2	266
2010	116.4	273
2011	121.8	281
2012	127.9	290
2013	132.4	299
2014	137.7	307
2015	146.3	322
2016	155.5	337
2017	165.4	355

Източник: Ministry of Agriculture & Farmers Welfare, GoI

Производството на мляко в Индия нараства ежегодно като се е увеличило над два пъти за последните 17 години. Понастоящем Индия разполага с 512 млн. селскостопански животни. По прогнозни данни на ООН и ОИСР до 2026 г. производството на мляко в Индия ще нарасне с нови 49%, което се дължи, както на постепенната механизация, така и на окрупняването на животновъдните ферми, създаването на кооперативи и появата в този сектор на мощни финансови корпорации.

Млечната индустрия в Индия се дели на неорганизирана (80% от общата индустрия) и организирана, като местният пазар се дели на два сегмента: производство

на мляко и производство на млечни продукти (плодово мляко, извара, сладолед, млечни сладки, сметана и др.).

По данни на Министерството на земеделието и фермерското благополучие на Индия към неорганизирания сектор на млечната индустрия в Индия спадат производителите на мляко за собствена консумация (формиращи 46% от цялата млечна индустрия) и дребните животновъдни производители/продавачи на мляко (34%). Към организирания сектор в индийската млечна индустрия спадат кооперативите (формиращи 10 % от общата млечна индустрия) и компаниите в сферата на производството на млечни продукти (10%).

През последните години са налице множество инициативи на индийското правителство за стимулиране развитието на млечната индустрия в Индия, а именно:

- създадена е и се прилага „Индийска национална програма за развитие на млечната индустрия и размножаването на едър рогат добитък“;
- създаден е „Фонд за инфраструктурно развитие на млечната индустрия в Индия“ с финансиране от над 1.5 млрд. щат. долара за периода 2017-2028 г.;
- предоставят се кредитни карти на фермерите при преференциални условия (Kesar - Farmer Credit Card);
- в индийския държавен финансов бюджет 2018-19 г. (април 2018 – март 2019 г.) са заделени средства от 100 млрд. инд. рупии (около 1.2 млрд. евро) за модернизация на млекопреработвателната промишленост в Индия (вкл. подобряване на достъпа до пазара, преработката и маркетинга на млечните продукти);
- в процес на изготвяне е „Национален план за действие – Визия 2022“, касаещ развитието за млечната индустрия в Индия.

Основните предизвикателства пред развитието на млечната индустрия в Индия са следните:

- контрола на качеството на предлаганите млечни продукти на индийския пазар;
- недоброто управление на създадените кооперативи;
- преобладаващия неорганизиран сектор в индийската млечната индустрия (достигащ 80%), който е трудно да бъде контролиран;
- недобре развитата инфраструктура и липсата на достатъчно механизация, което затруднява обработката на млякото и съответните доставки;
- сравнително малката консумация на мляко на човек от населението;
- цените на млякото вече не се субсидират от индийското правителство и се формират на пазарен принцип, което повиши значително цените на дребно през последните четири години и млякото става трудно достъпно за бедните слоеве от населението (понастоящем цената на дребно на кофичка кисело мляко-500mg от най-популярната местна компания за млечни продукти “Mother Dairy” е 50 инд. рупии, а литър пастьоризирано мляко е на цена 60 индийски рупии, при среден курс 1 евро = 80 инд. рупии).

Съществуват добри възможности за бизнес и инвестиции в Индия в сектора на млечните продукти с добавена стойност, предвид огромния индийски пазар и големия ръст през последните години в търсенето на такива продукти.

Пазарът в Индия на млечни продукти с добавена стойност

категория	обем на пазара през 2008 г.	обем на пазара през 2016 г.
------------------	------------------------------------	------------------------------------

	(в млн. инд. рупии)	(в млн. индийски рупии)
Пастъоризирано мляко	128620	359960
Кисело мляко	8960	50380
Бebешки млечни храни	13240	29740
Сладолед	8000	25000
Масло	8120	24670
Плодово мляко	4300	24660
Сметана	9670	14540
Сирене (вносно)	2530	9970
(Papenr) – неузряло индийско сирене за готвене	1480	3990
Плодови млека за пиене	290	1790

Източник: *Business Today*

За последните 8 години е налице най-осезаем ръст на продажбите в Индия на кисели и плодови млека от над 500%, сирене и сладолед – ръст на обема над 400%; масло – 300% и т.н.

Прилаганите понастоящем вносни мита и такси при внос в Индия на млечни продукти, както следва:

- в Индия митническият код за млечни продукти е „HSN Code-0401“;
- основното мито при внос в Индия на млечни продукти е 30%;
- допълнително налаганите мита/такси са: Central Excise Education Cess – 3%; Custom Education Cess – 3%; Special CVD – 4%;
- облагане с „общ данък върху стоките и услугите“ (GST) при продажба на млечни продукти: за прясно необработено мляко, сметана, сурово/неузряло сирене – 0%; за кисело и плодово мляко, млечни детски продукти – 5%; за масло и сирене – 12%; за мляко с висока масленост – 18%.

Регулациите при внос в Индия на хранителни продукти (включително млечни продукти), процедурите за вадене на необходимия лиценз за вносителите на хранителни продукти в страната и изискванията за пакетирание и етикет на вносните продукти са подробно описани на уеб-страницата на индийската държавна агенция по храните „Food Safety and Standards Authority of India“ (Food Standards & Food Import Regulations & Labelling and Packaging Regulations) – <http://www.fssai.gov.in> .

Български компании биха могли успешно да изнасят/произвеждат млечни продукти на индийския пазар като понастоящем в търговската мрежа в Индия се продават успешно основно френски, италиански и гръцки сирена.

Най-големите и финансово стабилни компании в Индия в сферата на производството и търговията с млечни продукти, с които биха могли успешно да си партнират български компании са следните: Mother Dairy (<https://www.motherdairy.com>); Amul (<http://www.amul.com>); Ananda Dairy (<http://www.ananda.in>); Aavin Milk (<http://www.aavinmilk.com>); Hatsun Agro Products (<https://www.hap.in>); Nandini Milk Products (<https://www.kmfndandini.coop/nandini-milk-products>); Danone India (<https://www.danone.in>); Nestlé India (<https://www.nestle.in>).

Изготвил: *Илия Деков, съветник, р-л СТИВ-Делхи*
Делхи, 26 ноември 2018 г.