



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
& ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

Ul. Gornoslaska 35, 00-432 Warsaw

Tel. 0048 22 622 94 60

Fax. 0048 22 622 94 64

E-mail: ecocom-warsaw@mfa.gr

Βαρσοβία, 19 Νοεμβρίου 2012

**Θέμα : Ελληνική παρουσία στην παγκόσμια και πολωνική αγορά ελαιολάδου 2011-2012,
προοπτικές και προτάσεις για την πολωνική αγορά**

Περιεχόμενα

A. Ελαιολάδο, Παγκόσμια Παραγωγή, Εισαγωγές-Εξαγωγές, Ανταγωνισμός

1. Παγκόσμια παραγωγή
2. Τιμές Παραγωγού
3. Εισαγωγές-Εξαγωγές παγκόσμια 2010/2011
4. Ενδοκοινοτικό εμπόριο 2010/2011
5. Τάσεις στη διεθνή αγορά, κινήσεις ανταγωνισμού
 - Προτάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής
 - Συγκέντρωση Εξαγωγών
 - Συγκέντρωση Παραγωγής
 - Μέθοδοι παραγωγής
 - Νέες εξαγωγικές αγορές
 - Νέα ανταγωνιστικά προϊόντα
 - Χώρες παραγωγής, προγράμματα προώθησης
 - Μικρές συσκευασίες
 - Πρόβλημα νόθευσης προϊόντος
 - Παραγωγή στην Ελλάδα, συσκευασία σε τρίτες ευρωπαϊκές χώρες
6. Ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου παγκόσμια, 2011

B. Πολωνική Αγορά

7. Πολωνία, γενικά χαρακτηριστικά
8. Διάρθρωση αγοράς, αγορά λιανικής ειδών παντοπωλείου
9. Ο τομέας του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Πολωνία κατά το 2012
10. Τοποθέτηση του ελαιολάδου στην πολωνική αγορά
11. Πολωνικές εισαγωγές ελαιολάδου (2007-2011)
12. Κανάλια διανομής, καθεστώς εισαγωγής
13. Τιμοληψία (Νοέμβριος 2012)
14. Συμπεράσματα, Προτάσεις

A. Παγκόσμια παραγωγή, εισαγωγές-εξαγωγές, ανταγωνισμός

1. Παγκόσμια Παραγωγή

Σύμφωνα με στοιχεία του Σεπτεμβρίου τ.ε., του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου “ International Olive Council –IOC-”-www.internationaloliveoil.org-, η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου για το 2012/2013 καθώς υπολογίζεται ότι θα ανέλθει στους 2,75 εκ. τόνους περίπου, θα εμφανίσει μείωση έναντι του 2011/2012, περίοδο κατά την οποία η παραγωγή έφθασε στους 3,39 εκ. τόνους.

Όπως είναι γνωστό, κυριότερη παραγωγός χώρα παγκόσμια είναι η Ισπανία με ύψος παραγωγής την τελευταία τετραετία που κυμαίνεται μεταξύ 1 εκ. και 1,4 εκ. τόνων (ποσοστό 36%-41% παγκόσμιας παραγωγής), ενώ ακολουθούν οι :

- Ιταλία με ύψος παραγωγής μεταξύ 430 και 600 χιλ. τόνων (16 έως 22%),
- Ελλάδα με ύψος παραγωγής μεταξύ 270 και 320 χιλ. τόνων (9 έως 10%),
- Τυνησία μεταξύ 150 και 170 χιλ. τόνων,
- Τουρκία μεταξύ 70 και 140 χιλ. τόνων,
- Μαρόκο μεταξύ 70 και 100 χιλ. τόνων,
- Πορτογαλία μεταξύ 35 και 62 χιλ. τόνων,
- Αργεντινή μεταξύ 15 και 27 χιλ. τόνων
- ενώ τέλος μεταξύ 7-9 χιλ. τόνων παραγωγής βρίσκονται το Ισραήλ με την Γαλλία.

2. Τιμές Παραγωγού

Σύμφωνα με τα ανωτέρω στοιχεία του IOC για την διακύμανση των διεθνών τιμών του έξτρα παρθένου ελαιολάδου περιόδου 2012/2013, στην Ισπανία παρουσίασαν απότομη αύξηση στα τέλη Ιουνίου τ.ε. φθάνοντας τα 2,64 ευρώ/κιλό, ενώ ισορρόπησαν την τελευταία εβδομάδα του Οκτωβρίου τ.ε. στα 2,48 ευρώ/κιλό. Στην Ιταλία σε διάστημα δύο μηνών (από αρχές Αυγούστου τ.ε. μέχρι την πρώτη εβδομάδα του Οκτωβρίου τ.ε.) η τιμή παραγωγού αυξήθηκε από τα 2,38 ευρώ/κιλό στα 2,90 ευρώ/κιλό ενώ στα τέλη Οκτωβρίου τ.ε. ισορρόπησαν στα 2,84 ευρώ/κιλό.

Αντίστοιχη αύξηση κατά 13% παρουσίασαν οι τιμές παραγωγού στην Ελλάδα (από 1,82 ευρώ/κιλό που ήταν τέλη Ιουνίου τ.ε. στα 2,21 ευρώ/κιλό την τελευταία εβδομάδα του Οκτωβρίου τ.ε.), ενώ λόγω των προσδοκιών για μειωμένη συγκομιδή στην Ισπανία, αυξημένο ενδιαφέρον για αγορά ελαιολάδου υπάρχει και από τα κράτη μέλη της ΕΕ.

3. Εισαγωγές –Εξαγωγές παγκόσμια για το 2010/2011

Όσον αφορά στις παγκόσμιες εισαγωγές ανά χώρα, μεγαλύτερος εισαγωγέας είναι :

- οι ΗΠΑ με ποσότητες που το 2010/2011 έφθασαν στους 275 χιλ. τόνους,
- η ΕΕ με 121 χιλ. τόνους,
- η Βραζιλία με 62 χιλ. τόνους,
- ο Καναδάς με 40 χιλ. τόνους,
- η Ιαπωνία με 35 χιλ. τόνους,
- η Αυστραλία με 34 χιλ. τόνους.
- και η Κίνα με 30 χιλ. τόνους.

Όσον αφορά στις παγκόσμιες εξαγωγές ανά χώρα, μεγαλύτερος εξαγωγέας είναι :

- η ΕΕ με 424 χιλ. τόνους
- η Τυνησία με 120 χιλ. τόνους,
- η Τουρκία με 43 χιλ. τόνους
- και το Μαρόκο με 25 χιλ. τόνους.

Γενικότερα και κατά την περίοδο 2011/2012 οι εισαγωγές ελαιολάδου, παρουσίασαν σημαντική αύξηση από χώρες όπως, η Κίνα όπου και αυξήθηκαν κατά 35%, η Ρωσία όπου και αυξήθηκαν κατά 13%, η Ιαπωνία όπου και αυξήθηκαν κατά 18%, οι ΗΠΑ με αύξηση 7%, και η Βραζιλία με αύξηση 14%.

Αντίθετα μείωση των εισαγωγών παρουσίασαν ο Καναδάς (κατά 4%) και η Αυστραλία (κατά 3%).

Ειδικότερα για τις εισαγωγές ελαιολάδου στις ΗΠΑ (μεγαλύτερος εισαγωγέας παγκόσμια μετά την Ιταλία) και στη Κίνα (μεγαλύτερη αύξηση εισαγωγών), σημειώνονται τα εξής :

1. ΗΠΑ

Οι αμερικανικές εισαγωγές ελαιολάδου αναμένεται να φτάσουν τους 300.000 τόνους κατά το κλείσιμο της φετινής περιόδου. Μέχρι το τέλος Αυγούστου του 2012 ανήλθαν στους 290.227 τόνους, ποσότητα που είναι αυξημένη κατά +7% σε σχέση με την περίοδο 2010/2011. Το 65% των εισαγωγών αφορά παρθένο και έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, το 30% αφορά ελαιόλαδο λαμπάντε (οξύτητα άνω του 2%) και το 5% αφορούν πυρηνέλαιο.

Το 81% περίπου των συνολικών αμερικανικών εισαγωγών ελαιολάδου προέρχονται από τις χώρες μέλη της ΕΕ, ενώ το υπόλοιπο από τρίτες χώρες. Η Ιταλία είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας ελαιολάδου προς τις ΗΠΑ, η Ισπανία βρίσκεται στη δεύτερη θέση, ενώ ακολουθούν η Τυνησία, η Αργεντινή και η Ελλάδα.

2. Κίνα

Οι εισαγωγές ελαιολάδου για το 2011/2012, αναμένεται να φτάσουν τους 45.968 τόνους, παρουσιάζοντας αύξηση κατά +38% σε σχέση με την περίοδο 2010/2011. Κυριότερη χώρα εξαγωγής στην Κίνα είναι η Ισπανία ενώ ακολουθούν οι : Ιταλία, Ελλάδα και Τυνησία, ενώ παράλληλα σημειώνεται ότι το 85% των κινεζικών εισαγωγών αφορούν παρθένο ελαιόλαδο.

4. Ενδοκοινοτικό εμπόριο 2010/2011

Α. Εισαγωγές μεταξύ κρατών-μελών ΕΕ.

Κυριότερη χώρα εισαγωγών στο χώρο της ΕΕ είναι η Ιταλία που απορροφά ποσοστό 51% από τις συνολικές εισαγωγές μεταξύ των κρατών-μελών (αντιστοιχεί σε ποσότητα περίπου 535 χιλ. τόνων), ενώ ακολουθούν :

- η Γαλλία με ποσοστό 12% (αντιστοιχεί σε ποσότητα περίπου 106 χιλ. τόνων),
- η Πορτογαλία με 9% (ποσότητα περίπου 74 χιλ. τόνων),
- το Ην.Βασίλειο και η Γερμανία με ποσοστό 7% εκάστη (ποσότητα περίπου 63 χιλ. τόνων για την κάθε μία χώρα),
- η Ισπανία με 3% (ποσότητα περίπου 25 χιλ. τόνων),
- το Βέλγιο και η Ολλανδία με ποσοστό 2% η κάθε μία (ποσότητα περίπου 17 χιλ. τόνων).

Στην συνέχεια ακολουθούν οι κάτωθι οκτώ ευρωπαϊκές χώρες, οι οποίες εισάγουν ποσότητες κάτω των 10,000 τόνων, με κυριότερη την Πολωνία (εισαγωγές περίπου 9,8 χιλ. τόνων), ενώ ακολουθούν

- η Αυστρία (εισαγωγές περίπου 9,6 χιλ. τόνων),
- η Σουηδία (εισαγωγές περίπου 8,3 χιλ. τόνων),
- η Ιρλανδία (εισαγωγές περίπου 6,4 χιλ. τόνων),
- η Τσεχία (εισαγωγές περίπου 6,3 χιλ. τόνων),
- η Δανία (εισαγωγές περίπου 6 χιλ. τόνων),
- η Ρουμανία (εισαγωγές περίπου 5,8 χιλ. τόνων)
- και η Φινλανδία με ποσότητα εισαγωγών στους 2,6 χιλ. τόνους

ενώ υπογραμμίζεται ότι όλες οι υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες οι οποίες δεν αναφέρονται στον ανωτέρω πίνακα, εισάγουν ποσότητες λιγότερες των 2,5 χιλ. τόνων.

B. Εξαγωγές μεταξύ κρατών-μελών ΕΕ

Κυριότερη χώρα εξαγωγών στην ΕΕ είναι η Ισπανία η οποία εξήγαγε στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες περίπου 630 χιλ. τόνους (ποσοστό 72% των συνολικών ευρωπαϊκών εξαγωγών) με χώρες προορισμού την Ιταλία (καλύπτει ποσοστό 65% των συνολικών ισπανικών εξαγωγών), την Πορτογαλία (καλύπτει ποσοστό 13% των συνολικών ισπανικών εξαγωγών), την Γαλλία (καλύπτει ποσοστό 10% των συνολικών ισπανικών εξαγωγών) και το Ην.Βασίλειο (καλύπτει ποσοστό 6% των συνολικών ισπανικών εξαγωγών).

Στην συνέχεια ακολουθεί η **Ιταλία**, που είναι και ο δεύτερος μεγαλύτερος εξαγωγέας μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών και εξήγαγε περίπου 142 χιλ. τόνους προς άλλες ευρωπαϊκές χώρες (ποσοστό 16% των συνολικών ευρωπαϊκών εξαγωγών), κυρίως σε Γερμανία (καλύπτει ποσοστό 31% των συνολικών ιταλικών εξαγωγών), Γαλλία (ποσοστό 23%), Ην.Βασίλειο (ποσοστό 13%), Ισπανία (ποσοστό 6%), Βέλγιο και Ολλανδία (ποσοστό από 4% η κάθε μία).

Όσον αφορά στην **Ελλάδα**, είναι ο τρίτος μεγαλύτερος εξαγωγέας στον χώρο των κρατών μελών ΕΕ και εξήγαγε κατά το 2010/2011, περίπου 80 χιλ. τόνους προς τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, με κυριότερο προορισμό την Ιταλία στην οποία κατευθύνθηκε ποσοστό άνω του 70% των συνολικών ελληνικών εξαγωγών, ενώ ακολουθούν Γερμανία και Ην.Βασίλειο.

5. Τάσεις στη διεθνή αγορά, κινήσεις ανταγωνισμού

Προτάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής

Το σχέδιο δράσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το οποίο επεξεργάζεται ο αρμόδιος Επίτροπος για τη Γεωργία και την Ανάπτυξη της Υπαίθρου κ. Dacian Cioloș, στόχο έχει και όσον αφορά στο ελαιόλαδο, να προσφέρει την απαραίτητη ενίσχυση στον κλάδο για τη διάθεση του προϊόντος του, καθώς διαπιστώνεται ότι η κατανάλωση εντός και εκτός Ευρώπης έχει μεγάλα περιθώρια αύξησης. Με άξονες την αναδιάρθρωση του κλάδου, τον έλεγχο της ποιότητας, την αλυσίδα προστιθέμενης αξίας, τις μεθόδους προώθησης του προϊόντος, την λειτουργία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου και τον ανταγωνισμό με τις τρίτες χώρες, θεωρείται ότι με το ανωτέρω σχέδιο δράσης, μπορεί να θωρακισθεί ο κλάδος από την κρίση την οποία αντιμετωπίζει τα τελευταία χρόνια και να βοηθηθούν οι παραγωγοί να αντεπεξέλθουν στη συνεχή μείωση του εισοδήματός τους.

Συγκέντρωση εξαγωγών

Η Ιταλία αν και με διαφορά η δεύτερη χώρα παραγωγής στην ΕΕ, μεταβάλλεται σε πρώτη χώρα διακίνησης εντός και εκτός ΕΕ, εκμεταλλευόμενη τις εισαγόμενες ποσότητες κυρίως από Ισπανία και στην συνέχεια από Ελλάδα.

Άρα κατ' ουσία, η Ιταλία προσθέτοντας τις εισαγόμενες από Ισπανία και Ελλάδα ποσότητες, εξάγει στην συνέχεια κυρίως προς ΗΠΑ (καλύπτουν ποσοστό περίπου 33% των συνολικών ιταλικών εξαγωγών) και Γερμανία (καλύπτουν ποσοστό περίπου 31% των συνολικών ιταλικών εξαγωγών).

Συγκέντρωση παραγωγής

Αναφέρεται η περίπτωση του ισπανικού συνεταιρισμού Hojiblanca Group (βρίσκεται στην Ανδαλουσία, στην επαρχία της Cordoba), ο οποίος προήλθε από την συγχώνευση το 2009 των δύο μεγαλύτερων ισπανικών συνεταιρισμών, Hojiblanca (www.hojiblanca.com) και Cordoliva (www.cordoliva.com), ο οποίος με την συνένωση αντιπροσωπεύει 25.000 μικρούς παραγωγούς με ύψος παραγωγής τους 80.000 τόνους ετησίως. Η εταιρεία, στα πλαίσια των δραστηριοτήτων της έχει συνάψει το 2009 και συμβόλαιο δημιουργίας joint venture (50/50) με τον αμερικανικών συμφερόντων πολυεθνικό όμιλο επιχειρήσεων Cargill (www.cargill.com). Το προαναφερόμενο joint venture με την επωνυμία "Mercaóleo", λειτουργεί πλήρως αυτοματοποιημένο εργοστάσιο συσκευασίας ελαιολάδου (στην πόλη Antequera) από τον Οκτώβριο του 2009, (επένδυση της τάξης των 18 εκ. Ευρώ, με δυνατότητα συσκευασίας 100 εκ. λίτρων ελαιολάδου ετησίως) και έχει στόχο τη κατάκτηση της ηγετικής θέσης στη παγκόσμια αγορά ελαιολάδου.

Μέθοδοι παραγωγής

Η Ισπανία όταν το 1985 είχε εισέλθει στην τότε ΕΟΚ, παρήγαγε περίπου 400 χιλ. τόνους ελαιολάδου. Σήμερα παράγει μεταξύ 1-1,4 εκ. τόνων, καθώς παρά την μείωση των επιδοτήσεων προς τους παραγωγούς, κατάφερε με σύγχρονες καλλιεργητικές μεθόδους (πυκνή φύτευση όπου τα δένδρα τοποθετούνται κοντά το ένα στο άλλο, δεν ψηλώνουν πάνω από 2 μέτρα και είναι εύκολη η συλλογή του καρπού με την χρήση μικρών τρακτέρ), να πολλαπλασιάσει την παραγωγή μειώνοντας παράλληλα το κόστος της.

Νέες εξαγωγικές αγορές

Όπως προκύπτει από τα ανωτέρω προαναφερόμενα στοιχεία, κυριότερη χώρας κατεύθυνσης των εξαγωγών αποτελούν οι ΗΠΑ. Πέραν όμως αυτής, την τελευταία τριετία ικανές ποσότητες ελαιολάδου άρχισαν να κατευθύνονται κυρίως προς Κίνα, Ιαπωνία αλλά και προς Βραζιλία, Καναδά και Αυστραλία.

Νέα ανταγωνιστικά προϊόντα

Πέραν των κραμβέλαιου και ηλιελαίου, τα τελευταία χρόνια αρχίζουν και κάνουν περισσότερο αισθητή την παρουσία τους, υπόλοιπα προϊόντα ελαίων όπως π.χ. ρυζέλαιο, λινέλαιο, βασιζόμενα κυρίως στις φαρμακευτικές τους ιδιότητες (φυτικές ίνες, βιταμίνες, πλούσια σε Ω λιπαρά, καταπολέμηση της αρτηριακής πίεσης κλπ).

Χώρες παραγωγής, προγράμματα προώθησης

1. Το ισπανικό Εμπορικό Επιμελητήριο της Jaen, σε συνεργασία με την Περιφέρεια της Jaen, τον Ισπανικό Οργανισμό Εξωτερικού Εμπορίου (ICEX) και τον Οργανισμό Προώθησης της Καταλωνίας ACCIÓ (www.acc10.ca , έδρα Barcelona, με Γραφεία Προώθησης σε 34 χώρες του Εξωτερικού), επιδοτεί πρόγραμμα προώθησης του ελαιολάδου σε συγκεκριμένες χώρες του εξωτερικού (στο εγγύς μέλλον σε Η.Α.Ε. –Dubai-, Τσεχία, Πολωνία και στο απώτερο μέλλον Ινδία και Ν.Κορέα), μέσα από την παρουσίαση των προϊόντων πέντε εταιρειών του τομέα (Olivar de Segura –περιοχή Puente de Génave-, Aceites del Sur/Coosur SA –Vilches-, Blocerba SL -de Bailén-, Derprosa Film SL -Alcalá la Real- και Alfareros de Arjonilla SL –Arjonilla-)
2. Όπως είναι γνωστό η Αργεντινή αποτελεί μία από τις κυριότερες παραγωγούς χώρες στην Ν.Αμερική, ενώ μόνο για το Α' τρίμηνο του 2011 οι εξαγωγές ελαιολάδου σε αξία, έφθασαν στα 30 εκ. \$. Παρά όμως τις ισχυρές εξαγωγές, η κατανάλωση σε εθνικό επίπεδο παραμένει χαμηλή (κατά κεφαλήν 125 γρ. ετησίως). Για να ανατραπεί η ανωτέρω κατάσταση και να τονωθεί η εσωτερική ζήτηση, με πρωτοβουλία των βιομηχανιών της περιοχής “La Rioja”, αναζητούνται νέοι τρόποι προώθησης, με στόχο να περιληφθεί και το ελαιόλαδο στην “εθνική κουζίνα” στην οποία ήδη βρίσκονται προϊόντα όπως είναι : το βοδινό, η “dulce de leche” και τα “empanadas”. Αν τελικά ευοδωθούν οι ανωτέρω προσπάθειες, σε μεσοπρόθεσμη βάση θα αυξηθεί και η ζήτηση, άρα σε μακροπρόθεσμη και οι εξαγωγές.

Μικρές συσκευασίες

Καθώς στις βόρειες ευρωπαϊκές χώρες- όπως η Πολωνία-, το ελαιόλαδο δεν εντάσσεται στην διατροφικές συνήθειες του πληθυσμού, άρα είναι περιορισμένης χρήσης π.χ. στη σαλάτα, η συσκευασία άνω του ενός λίτρου είναι σχεδόν απαγορευτική, η συσκευασία του 1 λίτρου εμφανίζει αναλογικά τις λιγότερες πωλήσεις, ενώ οι συσκευασίες που διακινούνται συνήθως είναι αυτές των 750 και 500 ml και στην συνέχεια αυτή των 250 ml.

Η παραπάνω ιδιαιτερότητα, εμφανίζεται όχι μόνο σε χώρες της Β.Ευρώπης αλλά και σε άλλες χώρες όπως π.χ. η Ιαπωνία, στην οποία η συσκευασία που πωλείται περισσότερο είναι αυτή των 250 ml.

Πρόβλημα νόθευσης προϊόντος

Σύμφωνα με αναφορές του έγκυρου ιστοτόπου “The Olive Oil Times” (<http://www.oliveoiltimes.com/tag/olive-oil-adulteration>), λόγω του μεγάλου όγκου διακίνησης του προϊόντος παγκόσμια καθώς και των μεγάλων περιθωρίων κέρδους, παρουσιάζεται πρόσφορο έδαφος σε ασυνείδητους “επιχειρηματίες” οι οποίοι νοθεύουν το προϊόν. Χαρακτηριστικά παραδείγματα στον ανωτέρω ιστότοπο αναφέρονται, για το ιταλικό ελαιόλαδο ιδιαίτερα για ποσότητες που εξάγονται στη Κίνα, καθώς και για ισπανούς επιχειρηματίες του κλάδου.

Από την άλλη πλευρά και για να περιορισθούν τα ανωτέρω φαινόμενα αισχροκέρδειας, τα οποία πλήττουν το σύνολο του κλάδου και των παραγωγών, βελτιώνονται από τις κρατικές αρχές οι μηχανισμοί και τα μέσα ελέγχου ποιότητας του προϊόντος. Παράλληλα αναπτύσσονται και διακρατικές συνεργασίες όπως π.χ. το αμερικανικό ίδρυμα “UC Davis Olive Center” με το αυστραλιανό “Australian Oils Research Laboratory”, τα οποία σε συντονισμένες έρευνες εξέτασαν την ποιότητα των κυριότερων πωλούμενων στην Καλιφόρνια ελαιολάδων, τα οποία ήταν τα ιταλικά Colavita, Star, Bertolli, Filippo Berio, Pompeian και Lucini, το καλιφορνέζικο California Olive Ranch και το αυστραλιανό Cobram Estate.

Όσον αφορά τις συνεχείς προσπάθειες πάταξης του ανωτέρω φαινομένου, οι οποίες καταβάλλονται από πλευράς των εμπλεκόμενων ελληνικών φορέων, σημειώνουμε δειγματοληπτικά αυτές του ελληνικού Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, το οποίο μεταξύ άλλων, λειτουργεί ήδη δύο αναγνωρισμένα με ISO εργαστήρια πιστοποίησης της ποιότητας του ελαιολάδου, σε ελαιοπαραγωγικές περιοχές της χώρας μας (Χανιά και Καλαμάτα), ενώ πρόκειται να λειτουργήσει στο μέλλον και τρίτο εργαστήριο στη Μυτιλήνη.

Παραγωγή στην Ελλάδα, Συσκευασία σε τρίτες χώρες

Σύμφωνα με την κοινοτική νομοθεσία, επιτρέπεται η παραγωγή του προϊόντος στην Ελλάδα και η συσκευασία του σε τρίτες ευρωπαϊκές χώρες όπως π.χ. Ιταλία, Γερμανία, Βέλγιο κλπ., ακόμα και αν αφορά προϊόντα ΠΟΠ.

6. Ελληνικές Εξαγωγές Ελαιολάδου παγκόσμια για το 2011

Όπως προκύπτει από ανάλυση των στοιχείων της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, που αφορούν τις ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου παγκόσμια και περιλαμβάνονται χώρες στις οποίες οι εξαγωγές μας υπερβαίνουν τους 200 τόνους, **κυριότερη χώρα προορισμού των εξαγωγών μας είναι η Ιταλία** η οποία και απορροφά μερίδιο συνολικών εξαγωγών, όσον αφορά τις ποσότητες 71% και όσον αφορά στην αξία 60% (προς Ιταλία εξάγεται κατά κανόνα χύμα άρα και φθηνότερο προϊόν).

Σημειώνεται ότι παρόμοια εικόνα με αυτήν των εξαγωγών στην Ιταλία, παρουσιάζουν και οι εξαγωγές μας προς **Ισπανία** (1,3% σε ποσότητα και 0,5% σε αξία) και προς **Ρουμανία** (0,4% σε ποσότητα και 0,2% σε αξία).

Όσον αφορά τις συνολικές μας εξαγωγές, πέραν της Ιταλίας υπάρχουν ακόμη επτά χώρες στις οποίες εξάγουμε ποσότητες άνω των 1000 τόνων, οι οποίες είναι : η Γερμανία, οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Ρωσία, η Κίνα, η Αυστραλία και το Ην.Βασίλειο. Συνολικά οι οκτώ προαναφερόμενες χώρες συγκεντρώνουν μερίδιο 89,2% των εξαγωγών μας όσον αφορά στην ποσότητα και 86,3% όσον αφορά στην αξία.

Ελληνικές Εξαγωγές Ελαιολάδου παγκόσμια, 2011				
Χώρες	Αξία σε Ευρώ	Ποσότητα/ κιλά	Ποσοστό %/ Αξία	Ποσοστό % / Ποσότητα
Γεν.Σύνολο	223.329.500	86.813.669	100	100
Ιταλία	134.580.020	61.347.222	60,3	70,7

Γερμανία	21.309.134	5.638.110	9,5	6,5
ΗΠΑ	9.830.004	2.771.044	4,4	3,2
Καναδάς	8.277.993	2.461.215	3,7	2,8
Ρωσία	6.027.527	1.389.305	2,7	1,6
Κίνα	5.899.670	1.645.212	2,6	1,9
Αυστραλία	3.587.800	1.103.872	1,6	1,3
Ην.Βασίλειο	3.310.455	1.041.197	1,5	1,2
Ελβετία	2.819.446	564.567	1,3	0,7
Ολλανδία	1.961.321	716.272	0,9	0,8
Αυστρία	1.800.963	419.233	0,8	0,5
Βουλγαρία	1.721.573	641.872	0,8	0,7
Σουηδία	1.709.479	425.121	0,8	0,5
Γαλλία	1.695.182	483.472	0,8	0,6
Βελγιο	1.684.042	403.156	0,8	0,5
Ιαπωνία	1.676.867	345.864	0,8	0,4
Κύπρος	1.670.087	527.399	0,7	0,6
Ουκρανία	1.397.712	382.703	0,6	0,4
Βραζιλία	1.381.434	346.334	0,6	0,4
Ν.Αφρική	1.105.733	280.598	0,5	0,3
Ισπανία	1.010.840	1.165.860	0,5	1,3
Ταϊβάν	909.147	274.318	0,4	0,3
Φινλανδία	856.600	243.805	0,4	0,3
Τσεχία	828.266	208.606	0,4	0,2
Ρουμανία	399.190	358.015	0,2	0,4
Λοιπές Χώρες	5.879.015	1.629.297	2,6	1,9

B. Πολωνική Αγορά

7. Πολωνία, γενικά χαρακτηριστικά

Η Πολωνία από τον Μάιο του 2004, αποτελεί πλήρες-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ η χώρα δεν είναι μέλος της ευρωζώνης (η ένταξή της στο Ευρώ υπολογίζεται για μετά το 2015).

Σύμφωνα με το μέγεθος του πληθυσμού της (38,2 εκ. κατοίκους), η Πολωνία είναι η 6η μεγαλύτερη ευρωπαϊκή χώρα και η 34η μεγαλύτερη παγκόσμια. ενώ σύμφωνα με το μέγεθος του ΑΕΠ της, η Πολωνία είναι 8η μεγαλύτερη ευρωπαϊκή οικονομία και η 21η μεγαλύτερη παγκόσμια.

Ποσοστό 65% των κατοίκων της, ευρίσκεται σε εργάσιμες ηλικίες και παράλληλα ποσοστό 19% του συνολικού πληθυσμού της βρίσκεται σε ηλικίες κάτω των 18 ετών. Σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, σημειώνουμε επίσης τον υψηλό βαθμό δεκτικότητας του πληθυσμού σε νέες τεχνολογίες, καθώς 58% των κατοίκων χρησιμοποιεί Η/Υ.

Η διάρθρωση του πολωνικού ΑΕΠ ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας είναι : Γεωργία (4,6%), Βιομηχανία (28,1%) και Υπηρεσίες (67,3%), όσον αφορά το μέσο μικτό μισθό υπολογίζεται περίπου σε 3600 ζλότν (900 Ευρώ), ενώ ο ελάχιστος καθαρός μισθός βρίσκεται στα 1400 ζλότν (περίπου 350 Ευρώ).

Εκτός από την πρωτεύουσα Βαρσοβία (2,3 εκ. κατοίκους), μεγαλύτερες πόλεις της Πολωνίας είναι : η Κρακοβία (740 χιλ. κάτοικοι), το Ουτς (700 χιλ.), η ευρύτερη περιοχή του Γκντανσκ (700 χιλ.), το Βρότσλαβ (640 χιλ.) και το Πόζναν (580 χιλ.).

Τέλος και όσον αφορά την γενικότερη οικονομική κατάσταση, υπογραμμίζεται ότι οι επιδόσεις της πολωνικής οικονομίας κατά την τελευταία εξαετία, χαρακτηρίζονται ως πολύ ικανοποιητικές, ιδιαίτερα αν ληφθεί υπόψη το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον και τα αποτελέσματα της πρόσφατης διεθνούς οικονομικής κρίσης. Κατά το 2011 ο ρυθμός ανόδου του ΑΕΠ, έφθασε στο 4,3% (το 2012 αναμένεται να μειωθεί στο 2,5% περίπου), ο πληθωρισμός αναμένεται να κυμανθεί στο 3,5%, ενώ η ανεργία σημειώνει ανοδικές τάσεις καθώς υπολογίζεται στο 12,5% περίπου.

Σημειώνεται επίσης ότι. η οικονομική κρίση έπληξε τη Πολωνία λιγότερο από κάθε άλλο ευρωπαϊκό κράτος, καθώς παρέμεινε η μοναδική ευρωπαϊκή χώρα που όχι μόνο δεν σημείωσε ύφεση αλλά ούτε αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης έστω και για ένα τρίμηνο.

8. Διάρθρωση αγοράς, Αγορά λιανικής ειδών παντοπωλείου

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της εταιρείας PMR, η Πολωνία για το 2011, αναδεικνύεται στην μεγαλύτερη σε αξία αγορά λιανικής στον χώρο των ειδών παντοπωλείου ανάμεσα στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης (Τσεχία, Ουγγαρία, Πολωνία, Σλοβακία, Βουλγαρία και Ρουμανία).

Στην πολωνική αγορά έχουν παρουσία

1. όλες σχεδόν οι μεγάλες δυτικοευρωπαϊκές αλυσίδες Super Markets (όπως π.χ. οι γερμανικές Lidl, Kaufland, Real, Makro και Selgros η αγγλική Tesco και οι γαλλικές Carrefour, Auchan, Leclerc, Intermarche/Bricomarche)
2. Super Markets που έχουν ιδρυθεί από δυτικοευρωπαϊκές αλυσίδες, ειδικά απευθυνόμενα στις ανάγκες της πολωνικής αγοράς (π.χ. το πορτογαλικών συμφερόντων Biedronka).
3. πολωνικές αλυσίδες Super Markets όπως είναι οι : Marcpol, Mokpol, Piotr i Pawel, Bomi, Alma κλπ

Υπογραμμίζεται ότι η οικονομική λειτουργία όλων των ανωτέρω εταιρειών, απέβη ιδιαίτερα κερδοφόρα, καθώς η Πολωνία αντιπροσωπεύει λίγο παραπάνω από το μισό της συνολικής αγοράς λιανικής στον χώρο των ειδών παντοπωλείου, των χωρών της Κ.Ευρώπης.

Αναφορικά με την τάξη μεγέθους των ανωτέρω αλυσίδων σημειώνεται δειγματοληπτικά ότι, το Biedronka λειτουργεί με 1612 Supermarkets στο σύνολο της πολωνικής επικράτειας, το Tesco

λειτουργεί με 412 Supermarkets, το Carrefour λειτουργεί 72 Hypermarkets και 277 Supermarkets, ενώ το γερμανικό Real λειτουργεί με 54 Hypermarkets.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της πολωνικής αγοράς των ειδών παντοπωλείου είναι ότι, στο σύνολο των λιανικών πωλήσεων, στην Πολωνία ποσοστό άνω του 55% πραγματοποιούνται μέσω ανοικτών λαϊκών αγορών και μικρών παντοπωλείων, ενώ το υπόλοιπο 45% πραγματοποιείται μέσω των αλυσίδων Discount/Hyper/Super Markets. (τα ποσοστά στις υπόλοιπες προαναφερόμενες πέντε κεντροευρωπαϊκές χώρες βρίσκονται στο 40% και 60% αντίστοιχα).

Κύριοι παράγοντες που διαμορφώνουν τα ανωτέρω είναι,

1. αφενός ο χαμηλός βαθμός αστικοποίησης του πολωνικού πληθυσμού (61%) σε σχέση με τις υπόλοιπες 5 χώρες της Κ.Ευρώπης –μόνο η Ρουμανία και η Σλοβακία έχουν χαμηλότερα ποσοστά-
2. και αφετέρου ο πολύ μεγάλος αριθμός των πολωνικών πόλεων και κωμοπόλεων οι οποίες φθάνουν συνολικά περίπου στις 900 με τις 500 από αυτές να διαθέτουν πληθυσμό κάτω των 10.000 ατόμων.

9. Ο τομέας του ηλεκτρονικού εμπορίου στη Πολωνία κατά το 2012

Σύμφωνα με την πρόσφατη έρευνα “How Global is the Business of Retail” της εταιρείας CBRE, η οποία αφορά την ανάπτυξη του τομέα ηλεκτρονικού εμπορίου, η Πολωνία κατατάσσεται στην πρώτη θέση μεταξύ των χωρών Κ.Α.Ευρώπης και στην ενδέκατη παγκόσμια.

Το ποσοστό των εταιρειών λιανικής πώλησης οι οποίες δραστηριοποιούνται και στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου έφθασε στο 2012 στο 34% του συνόλου (έναντι αντίστοιχου ποσοστού 24% το 2011). Σημειώνεται ότι την πρώτη θέση στη παγκόσμια κατάταξη διατηρεί η Γαλλία με ποσοστό επιχειρήσεων οι οποίες πωλούν και μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου, να φθάνει στο 49% του συνόλου, ενώ στις επόμενες θέσεις ακολουθούν ο Καναδάς με 46%, το Ην.Βασίλειο με 46% και οι ΗΠΑ με 44%.

Όπως σημειώνεται στην έρευνα, 110 από τις 326 συνολικά πολυεθνικές εταιρείες λιανικού εμπορίου που δραστηριοποιούνται στην Πολωνία, διαθέτουν ιστοσελίδα στο διαδίκτυο η οποία και προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Κύριοι τομείς στους οποίους επικεντρώνεται το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι αυτοί των : **ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών** καθώς 92% από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα πραγματοποιούν ηλεκτρονικό εμπόριο, **ενδυμάτων και αξεσουάρ μόδας** με 81%, **ειδών για το σπίτι** με 76%, ενώ όσον αφορά τα **Super Markets** 45% εξ αυτών προχωρούν σε πωλήσεις μέσω του διαδικτύου.

10. Τοποθέτηση του ελαιολάδου στη πολωνική αγορά

Γενικότερα το ελαιολάδο καταλαμβάνει μικρό τμήμα στις διατροφικές συνήθειες των πολωνών καταναλωτών. Αν και η αγορά των προϊόντων “λίπη-έλαια” παρουσιάζει μικρά και σταθερά ποσοστά αύξησης, αυτά οφείλονται κυρίως στην αύξηση της κατανάλωσης των λοιπών φυτικών ελαίων.

Καθώς η Πολωνία αποτελεί σημαντική παραγωγό ελαιοκράμβης και ηλιόσπορου, τα παράγωγα προϊόντα αυτών, καταλαμβάνουν όλο και μεγαλύτερο τμήμα στις διατροφικές συνήθειες των πολωνών καταναλωτών.

Όσον αφορά στα μεγέθη παραγωγής για τα ανωτέρω προϊόντα, σημειώνεται ότι η τοπική Βιομηχανία φυτικών λιπαρών παράγει ετησίως περίπου, 1.250 χιλιάδες τόνους ελαιοκράμβης , 870 χιλιάδες τόνους εξευγενισμένα έλαια και 520 χιλιάδες τόνους μαργαρίνης.

Η κατανάλωση του ελαιολάδου, παρουσιάζει σαφώς σημάδια αύξησης στο πέρασμα του χρόνου, καθώς αρκετοί πολωνοί καταναλωτές θέλουν να δοκιμάζουν διαφορετικά προϊόντα και ενημερώνονται περισσότερο για την υγιεινή διατροφή και τη διατροφική του αξία.

Στη παρούσα φάση το ελαιόλαδο ως διατροφική συνήθεια, χρησιμοποιείται κυρίως σαν dip και στη σαλάτα (σημειώνεται ότι σε ιταλικά εστιατόρια, το ελαιόλαδο προσφέρεται -όπως και στη σαλάτα- και στην έτοιμη ψημένη πίτσα).

Όσον αφορά στα μεγέθη κατανάλωσης, το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχει το κραμβέλαιο που φθάνει σχεδόν στο 69% αξίας πωλήσεων, στην συνέχεια ακολουθεί το ελαιόλαδο με μερίδιο 14% και τρίτο στην σειρά κατανάλωσης έρχεται το ηλιέλαιο, το οποίο αντιπροσωπεύει 7,1% σε αξία πωλήσεων.

Υπογραμμίζεται ότι με την πάροδο των ετών, πέραν του κραμβέλαιου και ηλιελαίου, μπαίνουν στην αγορά και άλλα έλαια ανταγωνιστικά του ελαιολάδου, όπως είναι : το λάδι από σπόρους σταφυλιού, το λάδι από λιναρόσπορο, το λάδι από σουσάμι, το λάδι από σόγια , το λάδι από ρύζι και τέλος μείγματα λαδιών όπως π.χ. το λάδι από μείγμα σπόρων ελαιοκράμβης, σιταριού και λιναρόσπορου.

Σημειώνεται επίσης ότι ανασταλτικός παράγοντας στη ταχύτερη και μεγαλύτερη αύξηση της αγοράς, είναι η τιμή των ανταγωνιστικών προϊόντων (έλαιο από ελαιοκράμβη, ηλιέλαιο) που φθάνουν στο 1/5 περίπου της τιμής της αντίστοιχης συσκευασίας του ελαιολάδου.

Μολαταύτα, εκτίμησή μας είναι ότι η αγορά του ελαιολάδου στη Πολωνία θα παρουσιάσει και στο μέλλον σταθερά ελαφρά αυξητική πορεία, πορεία η οποία σε μία αγορά των 38,2 εκ. κατοίκων όπως είναι η Πολωνία και με ιδιαίτερα χαμηλή κατανάλωση/κάτοικο, είναι σημαντική για τις χώρες και εταιρείες/παραγωγούς του προϊόντος.

11. Πολωνικές εισαγωγές ελαιολάδου

Οι πολωνικές εισαγωγές ελαιολάδου ανήλθαν κατά το 2011 στους περίπου 10.000 τόνους, σημειώνοντας σημαντική αύξηση έναντι των προηγούμενων ετών, όπου κατά μ.ο εισαγόταν περί τους 6.000 τόνους.

Όπως προκύπτει από την επεξεργασία του κατωτέρω πίνακα (στοιχεία της πολωνικής στατιστικής υπηρεσίας), οι πολωνικές εισαγωγές ελαιολάδου σε αξία, ιδιαίτερα κατά την προηγούμενη τριετία χαρακτηρίζονται από σημαντικά αυξητικές τάσεις.

Όσον αφορά στις χώρες εισαγωγής, η Ιταλία και η Ισπανία ουσιαστικά μονοπωλούν την αγορά καθώς συγκεντρώνουν μερίδια μεταξύ 80-90%, ενώ τα υπόλοιπα ποσοστά καλύπτουν εισαγωγές από Ελλάδα, Γερμανία, Πορτογαλία και Βέλγιο.

Οι εισαγωγές απευθείας από Ελλάδα, παρουσιάζουν σταθερή απώλεια μεριδίων αγοράς καθώς έφθασαν στο 2011 στους μόλις 63 τόνους έναντι 240 τόνων του 2010. Οι ποσότητες όμως του ελληνικού ελαιολάδου που εισάγονται στην Πολωνία είναι σαφώς μεγαλύτερες καθώς, όπως προαναφέρθηκε, επιτρέπεται η συσκευασία του σε τρίτες χώρες π.χ. Γερμανία, όπου και μπαίνει ο γερμανικός Bar Code άρα το τελικό προϊόν λογίζεται ως γερμανικό.

Πολωνικές Εισαγωγές Ελαιολάδου 2007-2011. Τιμές σε χιλ. US \$

Χώρες / Έτος	2007	%	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%
Σύνολο	21557		28050		22397		26086		36691	
Ιταλία	12378	57	17325	62	14192	63	17440	67	21527	59
Ισπανία	6792	32	7306	26	5764	26	6709	26	8357	23
Ελλάδα	1813	8	2164	8	1382	6	820	3	390	1
Γερμανία					506	2,2			5138	14
Πορτογαλία									783	2
Βέλγιο	314	1,5	537	2						
Λοιπές χώρες	260	1,5	728	2	553	2,8	1117	2,8	496	1

12. Κανάλια διανομής ελαιολάδου, καθεστώς εισαγωγής

Κύρια κανάλια διανομής για το ελαιόλαδο αποτελούν οι μεγάλες αλυσίδες Super Market. Πέραν αυτών υπάρχουν οι χονδρέμποροι/εισαγωγείς τροφίμων είτε σε πανεθνική είτε σε τοπική κλίμακα, που εισάγουν και ελαιόλαδο και τροφοδοτούν ορισμένες αλυσίδες super market, εστιατόρια και μικρότερα μαγαζιά λιανικής.

Όσον αφορά το καθεστώς εισαγωγής του ελαιολάδου, ισχύει το ίδιο καθεστώς με τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ, ενώ σημειώνουμε ότι στη συσκευασία του προϊόντος καλό θα ήταν να υπάρχει σήμανση και ετικέτα με πληροφορίες στη πολωνική γλώσσα.

Τέλος αναφέρεται ότι ο ΦΠΑ για το ελαιόλαδο βρίσκεται στο 8%.

13. Τιμοληψία (Νοέμβριος 2012)

Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα, οι κύριες συσκευασίες που διακινούνται στη πολωνική αγορά είναι κυρίως των 750 ml και των 500 ml, ακολουθεί αυτή των 250 ml και έπεται η συσκευασία του 1lt.

Σύμφωνα με τις κάτωθι δειγματοληπτικές τιμές λιανικής για το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο και κατά μ.ο. σε Ευρώ, η τιμή/μπουκάλι διαμορφώνεται στα 2,5 Ευρώ περίπου για τα 250 ml, στα 4,8 Ευρώ για τα 500ml, στα 6,4 ευρώ για τα 750 ml και στα 7,2 ευρώ για το 1 lt.

Σε σχέση με την τιμοληψία που είχε διεξαχθεί πριν από περίπου ένα έτος, σημειώνουμε ότι έχει μειωθεί ελαφρά η τιμή στα 750 ml (κατά 5-10%), έχει μειωθεί περισσότερο η τιμή στο λίτρο (15-25%), έχει αυξηθεί η παρουσία του ιταλικού ελαιολάδου ενώ έχει μειωθεί η ισπανική, ενώ παράλληλα εμφανίζονται, νέες ισχυρές επωνυμίες στην αγορά (π.χ. Cirio που μετά τα ζυμαρικά δραστηριοποιείται και στα έλαια), νέοι ανταγωνιστές (π.χ. πολωνικές επωνυμίες) αλλά και νέα προϊόντα όπως είναι το ρυζέλαιο το οποίο πωλείται σε ιδιαίτερα ανταγωνιστική τιμή.

Ενδεικτικές τιμές σε ζλότυ (1 Ευρώ = περίπου 4,1 ζλότυ)

Επωνυμία	200 ml	250 ml	500 ml	750 ml	1 lt
Salvatori			10,69		16,20
Olitalia				19,80	25,00
Extra Virgin					
Costa D' Oro		10,00	20,00	28,00	
Olitalia			18,20		24,70
Salvatori		9,60			33,20
Cirio			21,00		
Carbonelli			22,10	25,70	
Monini (σε spray)	16,20				
Monini			23,00	26,50	
Carapelli		12,20	17,80	24,20	30,20
Pietro Coricelli		6,80	15,00		
Borges		11,80			
Bertolli		11,80			
Bio-Organic					
Felipo Berio Bio			25,00		
Costa D' Oro Bio			28,00		

Monini Bio			26,00		
Ελληνικά					
Melissa Extra Virgin			18,70	24,30	28,00
Sparta Extra Virgin			21,00		
Midas			27,30		
Πολωνικά					
Pudliszki				17,00	
Ιδιωτικής Ετικέτας					
Carrefour Extra Virgin			9,90	14,00	
Auchan Extra Virgin				12,70	
Άλλα Έλαια					
Ηλιέλαιο					9,40
Κραμβέλαιο					8,60
Ρυζέλαιο					20,70

14. Συμπεράσματα, Προτάσεις

Όπως προαναφέρθηκε, στην Πολωνία εισάγονται κατά μ.ο. περίπου 8.000 τόνοι ελαιολάδου ετησίως, με κύρια χώρα εισαγωγής την Ιταλία και στην συνέχεια την Ισπανία οι οποίες και εισάγουν την συντριπτική πλειοψηφία των ποσοτήτων.

Η αγορά αυξάνεται με σταθερούς ρυθμούς και χαρακτηρίζεται

- από έντονο ανταγωνισμό,
- από συνεχείς προωθητικές ενέργειες από Ιταλία και Ισπανία (π.χ. υπαίθριες διαφημίσεις, εκπτωτικές προσφορές στα σημεία πώλησης, εμπορικές επισκέψεις, διαφημιστικές καταχωρίσεις σε κλαδικά περιοδικά κλπ),
- από μείωση της τελικής τιμής του προϊόντος,
- από αύξηση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας ,
- από την παρουσία νέων ανταγωνιστικών προς το ελαιόλαδο προϊόντων.

Λαμβάνοντας υπόψη τα προαναφερόμενα σε σχέση με τον έντονο διεθνή ανταγωνισμό στην αγορά του ελαιολάδου, δεδομένο αποτελεί ότι για την απόκτηση μεγαλύτερων μεριδίων εθνικής ή παγκόσμιας αγοράς, ζητούμενο κατ'αρχήν είναι η επίτευξη οικονομικών κλίμακας στη παραγωγή του προϊόντος και άρα χαμηλότερου κόστους και ανταγωνιστικών τιμών της πωλούμενης/εξαγόμενης ποσότητας του τελικού προϊόντος.

Στην περίπτωση της Πολωνίας, η οποία δυνητικά αποτελεί νέα μεγάλη και με περιθώρια βελτίωσης αγορά, αν στοχεύουμε στην απόσπαση μεγαλύτερων μεριδίων από τα υπάρχοντα, το εξαγόμενο ελληνικό ελαιόλαδο εκτιμούμε ότι :

1. θα πρέπει να είναι τυποποιημένο άρα και αναγνωρίσιμο από τον καταναλωτή, ο οποίος θα έχει γνώση των στοιχείων της ποιοτικής του υπεροχής, άρα και θα είναι διατεθειμένος να καταβάλλει τυχόν υψηλότερη τιμή πώλησης
2. θα πρέπει να έχει ανταγωνιστική τιμή
3. μετά από συνεργασία με πολωνικές επιχειρήσεις, μπορεί να εισάγεται χύμα (περίπτωση Ιταλίας, Γερμανίας κλπ) και να διατίθεται στον τελικό καταναλωτή με την επωνυμία της πολωνικής επιχείρησης

Καθώς το ελληνικό ελαιόλαδο θεωρούμε ότι υπερέχει ποιοτικά του ανταγωνισμού, εάν για όποιους λόγους, δεν μπορεί να υπάρξει συνεχής και μακροχρόνια διαφημιστική υποστήριξη του, σε συγκεκριμένες χώρες/περιοχές-στόχους, τότε πέραν των εξαιρετικών προσπαθειών που καταβάλουν οι ελληνικές εταιρείες για την εξαγωγή του, θεωρούμε ότι η συγκέντρωση μεγαλύτερων ποσοτήτων εξαγωγής από Εταιρεία/Συνεταιρισμό Εταιρειών/Φορέα θα μπορούσε να μας παρέχει συγκριτικό πλεονέκτημα.

Περαιτέρω εταιρείες/Φορείς από τις ελαιοπαραγωγικές περιοχές της χώρας μας, θα μπορούσαν πιθανόν να εκμεταλλευτούν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα, στοχεύοντας κατ'αρχήν στον εισαγόμενο στις περιοχές τους τουρισμό την καλοκαιρινή περίοδο, με ενημερωτικές εκδηλώσεις/επισκέψεις στις εγκαταστάσεις τους και πωλήσεις είτε μέσα από καταστήματα τους είτε μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου.

Παράλληλα θεωρούμε ότι όσον αφορά στην Πολωνία, είναι πρόσφορο το έδαφος, για ίδρυση και λειτουργία καταστήματος χονδρικής/λιανικής πώλησης με δυνατότητα και ηλεκτρονικών παραγγελιών, μέσω του οποίου μπορεί να διατίθεται το ελληνικό ελαιόλαδο, σε συνδυασμό πιθανώς με πωλήσεις και άλλων προϊόντων του κλάδου όπως ελιές, σαπούνια, προϊόντα προσωπικής περιποίησης κλπ., ενώ σημειώνουμε ότι στο ανωτέρω εγχείρημα έχει προβεί ήδη εταιρεία ιταλικών συμφερόντων με εξαιρετικά αποτελέσματα.

Τέλος πιστεύουμε ότι σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια απόσπασης μεγαλύτερων μεριδίων στην εδώ αγορά, θα μπορούσαν να διαδραματίσουν και οι στοχευμένες εκδηλώσεις προώθησης του προϊόντος μας όπως π.χ. οι εμπορικές αποστολές, η πρόσκληση επιλεγμένων αγοραστών στην Ελλάδα ή η διοργάνωση ημερίδας με θέμα το ελαιόλαδο στις μεγάλες πόλεις της Πολωνίας όπως η Βαρσοβία, Γκντασκ, Κρακοβία.

Ο Προϊστάμενος

Παντελής Γιαννούλης
Σύμβουλος ΟΕΥ Α΄