

Η ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

1. Σύνοψη

- Η χρήση του ελαιολάδου στη Βουλγαρία παραδοσιακά δεν ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένη. Με την άνοδο, όμως, του βιοτικού επιπέδου, οι καταναλωτές στρέφονται και σε πιο «πολυτελή» αγαθά, όπως το ελαιόλαδο.
- Οι ελιές δεν περιλαμβάνονται μεταξύ των ελαιούχων καλλιεργειών της Βουλγαρίας, όπου κυρίως καλλιεργούνται ο ηλιανθος, η ελαιοκράμβη, τα φιστικιά και η σόγια.
- Αν και η κατανάλωση του ελαιόλαδου στη Βουλγαρία δε μπορεί, σαφώς, να συγκριθεί σε όγκο και έκταση με την αντίστοιχη κατανάλωση στην Ελλάδα, κάποιες κοινές διατροφικές συνήθειες και η στροφή των Βούλγαρων προς την υγιεινή διατροφή προσφέρουν ευκαιρίες επέκτασης στην τοπική αγορά.
- Οι πωλήσεις ελαιολάδου στη Βουλγαρία παρουσιάζουν αυξητικές τάσεις. Οι καταναλωτές αγοράζουν τόσο εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο όσο και πυρηνέλαιο, ενώ προτιμώνται οι μικρές συσκευασίες.
- Η Ελλάδα έχει τετραπλασιάσει την εξαγωγές ελαιολάδου στη Βουλγαρία την τελευταία τετραετία και αποτελεί πλέον το βασικό ανταγωνιστή της Ιταλίας στην τοπική αγορά.
- Στη Βουλγαρία το ελαιόλαδο πωλείται, κυρίως, στις μεγάλες λιανεμπορικές αλυσίδες. Ο πλέον πρόσφορος τρόπος για να εισέλθει κανείς στην τοπική αγορά είναι μέσω εισαγωγέων ή αντιπροσώπων, είτε ανεξάρτητων είτε συνεργαζόμενων με μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ.
- Στις τιμές καταναλωτή παρουσιάζονται σημαντικές διαφοροποιήσεις ανάλογα με την ποικιλία (εξ. παρθένο, ανάμικτο, πυρηνέλαιο), τη χώρα προέλευσης και τη συσκευασία. Οι εταιρείες παραγωγής και οι μεγάλοι λιανέμποροι επιστρατεύουν για την προώθηση του ελαιολάδου προσφορές αλλά και ειδικές συσκευασίες (κυρίως ιταλικές) με συνοδευτικά προϊόντα.

2. Εισαγωγή: Το ελαιόλαδο στη Βουλγαρία

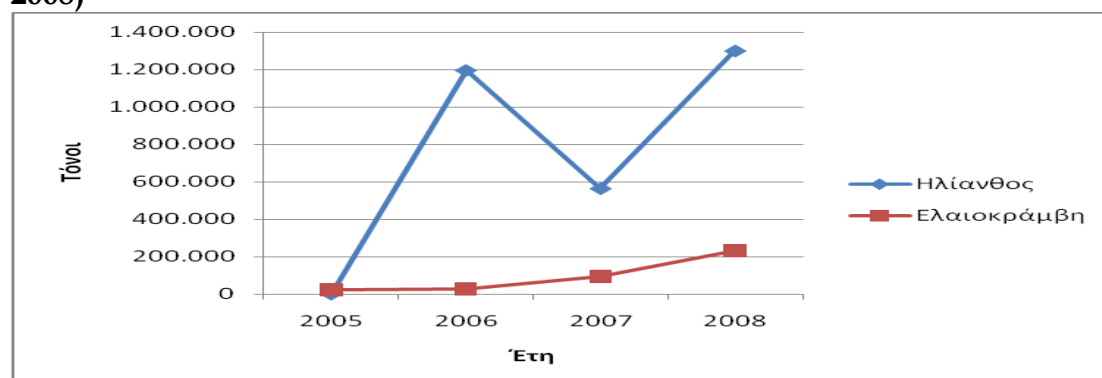
Η χρήση του ελαιολάδου στη Βουλγαρία παραδοσιακά δεν ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένη, καθώς η χώρα δε διαθέτει δική της παραγωγή. Αν και οι διατροφικές συνήθειες των δύο λαών παρουσιάζουν αρκετά κοινά στοιχεία, στη βουλγαρική μαγειρική χρησιμοποιούνται έλαια διαφορετικής προέλευσης (κυρίως ηλιέλαια). Με τη βελτίωση, όμως, του βιοτικού επιπέδου, οι διατροφικές συνήθειες αλλάζουν και οι καταναλωτές στρέφονται σε πιο «πολυτελή» αγαθά¹ ένα από αυτά είναι και το ελαιόλαδο.

Είναι χαρακτηριστικό πως, σύμφωνα με τους ίδιους τους εκπροσώπους τοπικών αλυσίδων σούπερ-μάρκετ,¹ σήμερα οι Βούλγαροι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν μεταξύ μιας ευρείας γκάμας ετικετών και ποικιλιών σε ό,τι αφορά το ελαιόλαδο. Το ότι τα σούπερ-μάρκετ διαθέτουν τουλάχιστον 15 διαφορετικές μάρκες ελαιόλαδου από 3-4 χώρες προέλευσης αποδεικνύει πως το ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο προϊόν στη Βουλγαρία ενισχύεται και οι ευκαιρίες για τις ελληνικές εταιρείες του κλάδου δε λείπουν.

3. Παραγωγή

Οι ελιές δεν περιλαμβάνονται μεταξύ των ελαιούχων καλλιεργειών της Βουλγαρίας. Αυτό οφείλεται στις κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες, που επικρατούν στη χώρα. Τα ελαιούχα φυτά, που καλλιεργούνται στη Βουλγαρία είναι ο ηλιανθος, η ελαιοκράμβη, τα φιστικιά και η σόγια. Από τα ανωτέρω, το σημαντικότερο είναι ο ηλιανθος, από τον οποίο παράγεται το ηλιέλαιο. Αυτό προκύπτει και από το κατωτέρω διάγραμμα, όπου απεικονίζεται η παραγωγή ελαίων στη Βουλγαρία από ηλιανθο και ελαιοκράμβη, τα δύο σημαντικότερα ελαιούχα σπαρτά της χώρας την περίοδο 2005-2008.

Γράφημα 1: Παραγωγή ηλιανθου και ελαιοκράμβης στη Βουλγαρία (2005-2008)



Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας και Τροφίμων – Εθνικό Στατιστικό Ινστιτούτο (<http://www.mzh.government.bg/Article.aspx?lmid=1045&id=1045>)

¹ Βλ., επί παραδείγματι, σχετική μελέτη στη βουλγαρική του Марио Колев (εκπροσώπου του σούπερ-μάρκετ ХИТ), “Продажбите на зехтин са 34% спрямо тези на олио в ХИТ” ([url: http://www.regal.bg/show.php?storyid=727708](http://www.regal.bg/show.php?storyid=727708)).

Αξιζει, πάντως, να σημειωθεί ότι, στα πλαίσια προσπαθειών αντικατάστασης παραδοσιακών καλλιέργειών στο νότιο τμήμα της χώρας, όπου οι συνθήκες κρίνονται πιο ευνοϊκές, ξεκίνησε η εφαρμογή πιλοτικού προγράμματος καλλιέργειας ελιάς με 1.000 δενδρύλλια στην περιοχή του Κάρτζαλι. Πρόκειται για ισπανικής προελεύσεως τύπο ελιάς, που αντέχει έως και -20 °C Η διάρκεια του πιλοτικού αυτού προγράμματος είναι τριετής και τα δενδρύλλια προμήθευσε Έλληνας γεωπόνος, ο οποίος, σε τηλ. συνομιλία μαζί του, δήλωσε ικανοποιημένος από την πορεία του προγράμματος, τονίζοντας ότι τα μικρά ελαιόδενδρα έχουν αρχίσει ήδη να καρπίζουν.²

4. Κατανάλωση

4.1. Διατροφικές συνήθειες

Όπως αναφέραμε ήδη στην εισαγωγή, παρόλο που υπάρχουν ομοιότητες στις διατροφικές συνήθειες των δύο λαών, οι Βούλγαροι χρησιμοποιούν κυρίως ηλιέλαια και όχι ελαιόλαδο. Σημειώνεται πως η βουλγαρική κουζίνα διαθέτει τόσο σαλάτες (shopska και oncharska που παρουσιάζουν κάποιες ομοιότητες με την ελληνική χωριάτικη σαλάτα) όσο και φαγητά (π.χ. μουσακάς, γεμιστά, πίτες που ομοιάζουν στις ελληνικές τυρόπιτες και σπανακόπιτες, ψητά, ντολμαδάκια, μπουρέκια και άλλα) που ομοιάζουν με τα δικά μας. Τα κοινά αυτά διατροφικά στοιχεία μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την περαιτέρω προώθηση και προβολή του ελληνικού ελαιολάδου, την οποία ευνοεί και η σταδιακή αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των καταναλωτών της χώρας. Καθώς ενισχύεται το εισόδημά τους, οι Βούλγαροι καταναλωτές γίνονται πιο απαιτητικοί και εξοικειώνονται με την υγιεινή διατροφή.

Είναι χαρακτηριστικό πως τα τελευταία χρόνια το προϊόν πωλείται ευρέως στις υπεραγορές, όπου εντοπίζει κανείς ελαιόλαδα κάθε ποιότητας αλλά και ποικίλων προελεύσεων (π.χ. Ελλάδος, Ιταλίας, Ισπανίας κτλ.). Παραλλήλως, ελαιόλαδο έχει αρχίσει να προσφέρεται και σε ορισμένα εστιατόρια (παλαιότερα ήταν ιδιαιτέρως δυσεύρετο), ώστε να συνοδεύσει αντί των επικρατούντων ηλιελαιών τα προσφερόμενα εδέσματα.³ Σε κάθε περίπτωση, πάντως, η κατανάλωση του προϊόντος στη Βουλγαρία δεν μπορεί να συγκριθεί σε όγκο και έκταση με την αντίστοιχη στη χώρα μας.

² Βλ. σχετικά την έρευνα του Γραφείου μας για την αγορά επιτραπέζιας ελιάς στη Βουλγαρία (<http://agora.mfa.gr/agora/images/docs/rad17496EREUNA%20AGORAS%20%20ELIAS%20STH%20VOULGARIA.doc>) και σχετικό ενημερωτικό δελτίο από το δήμο Κάρτζαλι (http://www.kardjali.bg/en/index.php?pid=2.2&id_news=1901).

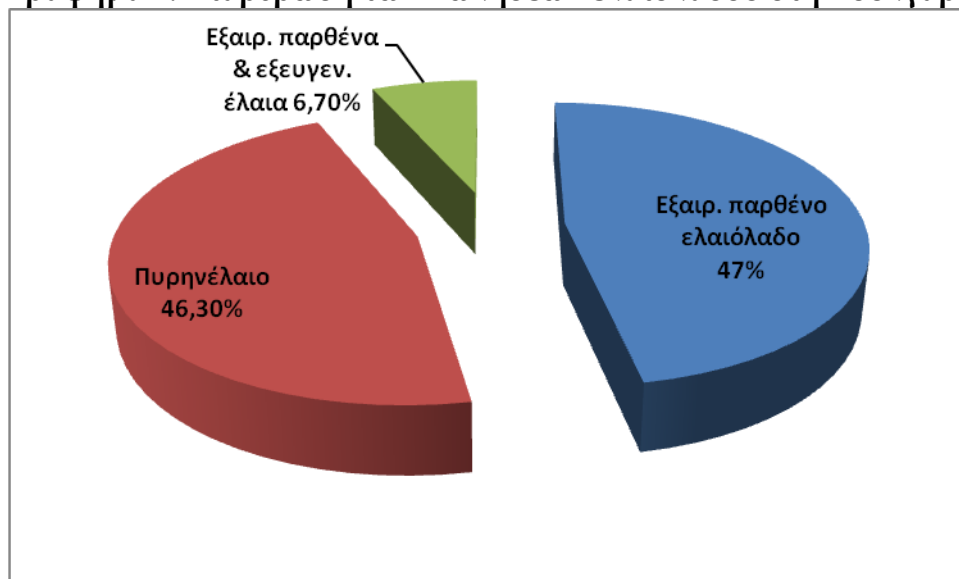
³ Αν και κάποιες φορές το προσφερόμενο στα εστιατόρια ελαιόλαδο δεν είναι της καλύτερης δυνατής ποιότητας.

4.2. Πωλήσεις ελαιολάδου στην τοπική αγορά (διάρθρωση – τάσεις)

Συμφωνά με τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία, το 2009 οι πωλήσεις ελαιολάδου στη Βουλγαρία παρουσίασαν ανοδικές τάσεις, ενώ οι πωλήσεις ηλιελαίων πτωτικές τόσο σε όγκο (-1% σε σχέση με το 2008) όσο, κυρίως, σε πραγματικές τιμές (-35% σε σχέση με το 2008). Η σημαντική πτώση του τζίρου στον κλάδο των ηλιελαίων οφείλεται στη σημαντική μείωση των τιμών καταναλωτή. Σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων της αγοράς,⁴ το 2009 οι πωλήσεις ελαιολάδου στα μεγάλα σούπερ-μάρκετ ανήλθαν στο 1/3 των πωλήσεων ηλιελαίου, ποσοστό ιδιαίτερα ενθαρρυντικό με δεδομένο ότι δεν πρόκειται για ένα παραδοσιακό προϊόν της βουλγαρικής διαίτας.

Σε ότι αφορά, ειδικότερα, τη διάρθρωση των πωλήσεων ελαιολάδου, όπως δείχνει το κατωτέρω διάγραμμα, αυτές κυριαρχούνται από το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο και το πυρηνέλαιο. Οι πωλήσεις ελαιολάδου, που συνδυάζει εξαιρετικά παρθένα και εξευγενισμένα έλαια, είναι σαφώς πιο περιορισμένες. Η πρωτεία (έστω και με βραχεία κεφαλή) στις πωλήσεις του εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου έναντι του πυρηνελαίου είναι αξιοσημείωτη με δεδομένη τη σαφώς υψηλότερη τιμή του πρώτου.

Γράφημα 2: Διάρθρωση των πωλήσεων ελαιολάδου στη Βουλγαρία (2009)



Πηγή: Bulgaria Food Sector Report (Μάιος 2010, IntelliNews) - Περιοδικό Regal.

Αξιζει, τέλος, να σημειωθεί πως τα τελευταία χρόνια αυξάνονται στη Βουλγαρία και τα λεγόμενα «βιολογικά μαγαζιά» (biomagazins), όπου προσφέρονται προϊόντα βιολογικής προέλευσης, μεταξύ των οποίων και ελαιόλαδο. Είναι χαρακτηριστικό ότι, μέσα σε δύο μόλις χρόνια, τα βιολογικά

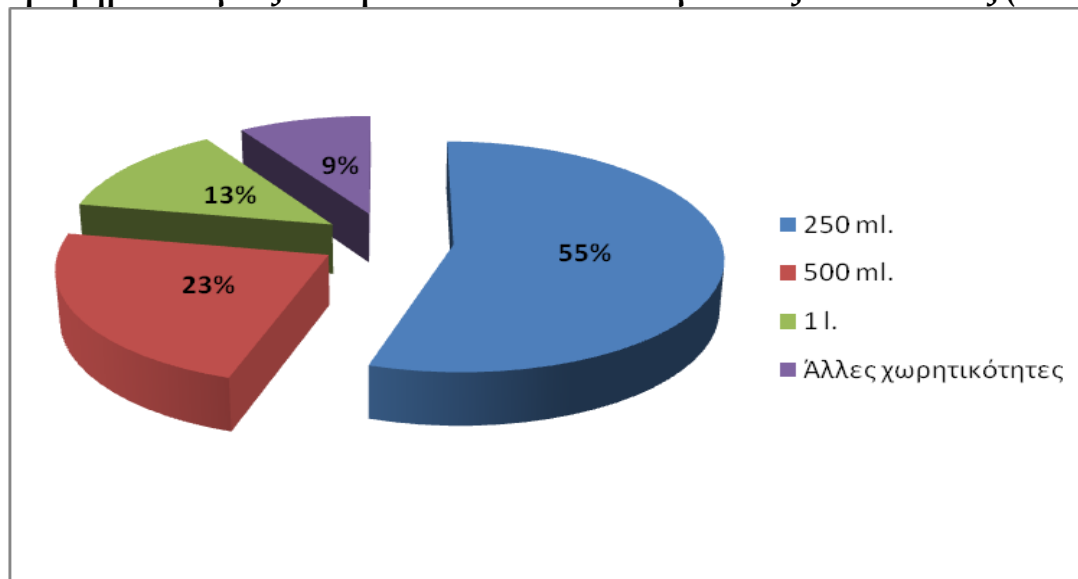
⁴ Марио Колев, “Продажбите на зехтин са 34% спрямо тези на олио в ХИТ” ([url: http://www.regal.bg/show.php?storyid=727708](http://www.regal.bg/show.php?storyid=727708)).

μαγαζιά στη Σόφια αυξήθηκαν από 2 σε 20.⁵ Η παρουσία του ελληνικού ελαιόλαδου (καθώς και του ιταλικού και του ισπανικού) είναι αισθητή στα ως άνω μαγαζιά αλλά όχι μόνο, καθώς ελληνικό βιολογικό ελαιόλαδο πωλείται και στις μεγάλες λιανεμπορικές αλυσίδες.

4.3. Συσκευασίες πωλήσεων

Σε ό,τι αφορά τις προσφερόμενες συσκευασίες, επισημαίνεται πως το 2009 το 60% του ελαιόλαδου πωλήθηκε στους καταναλωτές σε γυάλινα μπουκάλια, ενώ το 35% σε πλαστικά. Το υπόλοιπο 5% αφορά σε μεγαλύτερες ειδικές συσκευασίες (κυρίως κουτιά 2 λίτρων και άνω), οι οποίες δεν έχουν καταστεί, ακόμη τουλάχιστον, ιδιαίτερα δημοφιλείς στο τοπικό καταναλωτικό κοινό. Σε γυάλινα μπουκάλια πωλείται, κυρίως, το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο (90% των συσκευασιών), ενώ λιγότερο το πυρηνέλαιο (40% των συσκευασιών). Όπως φαίνεται από το κατωτέρω διάγραμμα, οι καταναλωτές, σε αντίθεση με την Ελλάδα, προτιμούν τις μικρότερες συσκευασίες (κυρίως 250 ml), γεγονός που επιβεβαιώνει τη σχετικά περιορισμένη χρήση του προϊόντος στη χώρα.

Γράφημα 3: Όγκος πωλήσεων ελαιόλαδου σε γυάλινες συσκευασίες (2009)



Πηγή: Bulgaria Food Sector Report (Μάιος 2010, IntelliNews) - Περιοδικό Regal.

Επισημαίνεται, τέλος, ότι στα τοπικά σούπερ-μάρκετ τόσο τα ελληνικής προέλευσης ελαιόλαδα όσο και αυτά των ανταγωνιστών μας, συχνά, πωλούνται σε ειδικές συσκευασίες, που περιλαμβάνουν, επίσης, ξίδι, ελιές ή πάστα ελιάς, ώστε να καταστούν πιο ελκυστικά στο καταναλωτικό κοινό. Κάποιες φορές το συνοδευτικό προϊόν μπορεί να μην έχει καν σχέση με την ελιά ή το ελαιόλαδο.⁶ Τέλος, την εμφάνισή τους στα ράφια των βουλγαρικών

⁵ Dnevnik.bg (Ιούνιος 2010), “На бιοпазар – какво, къде, колко?” (url: <http://www.regal.bg/show.php?storyid=925637>).

⁶ Π.χ. μακαρόνια σε συσκευασίες ιταλικών ελαιολάδων.

σούπερ-μάρκετ έχουν κάνει (κυρίως σε προϊόντα ανταγωνιστών μας) και τα αρωματισμένα ελαιόλαδα.

5. Εμπόριο

Η μελέτη των στατιστικών στοιχείων από το 2005 έως σήμερα αναδεικνύει κάτι εντυπωσιακό για το ελληνικό ελαιόλαδο: Μέσα σε μια πενταετία οι εξαγωγές από τη χώρα μας προς τη Βουλγαρία έχουν υπερτετραπλασιαστεί, με αποτέλεσμα η Ελλάδα να έχει υπερκεράσει την Ισπανία και να έχει καταστεί ο βασικότερος ανταγωνιστής της Ιταλίας στην τοπική αγορά.

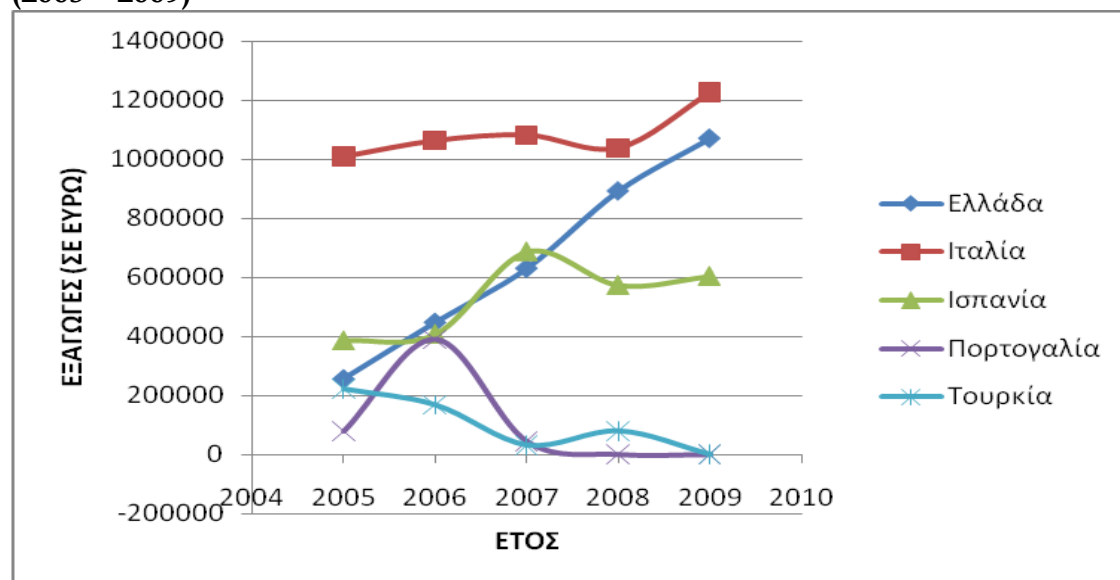
Πίνακας 1: Ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου στη Βουλγαρία (2005 - 2009)

	2005	2006	2007	2008	2009
ΠΟΣΟΤΗΤΑ (1000 kg)	83	114,1	196,2	260,6	376
ΑΞΙΑ (€)	256.680	447.891	630.737	892.782	1.070.841

Πηγή: Eurostat

Το κάτωθι διάγραμμα απεικονίζει τις τάσεις αυτές και επιβεβαιώνεται από τα ράφια των βουλγαρικών σούπερ-μάρκετ, όπου κυριαρχούν οι ελληνικές και ιταλικές ετικέτες. Εντύπωση προκαλεί η σταθερά καθοδική πορεία των τουρκικών εξαγωγών, ενώ, σε ό,τι αφορά το πορτογαλικό ελαιόλαδο, ύστερα από μια πρόσκαιρη εκτίναξη των εξαγωγών του το 2006, εξαφανίζεται πλήρως από την τοπική αγορά.

Γράφημα 4: Εξαγωγές ελαιολάδου στη Βουλγαρία ανά χώρα προέλευσης (2005 - 2009)



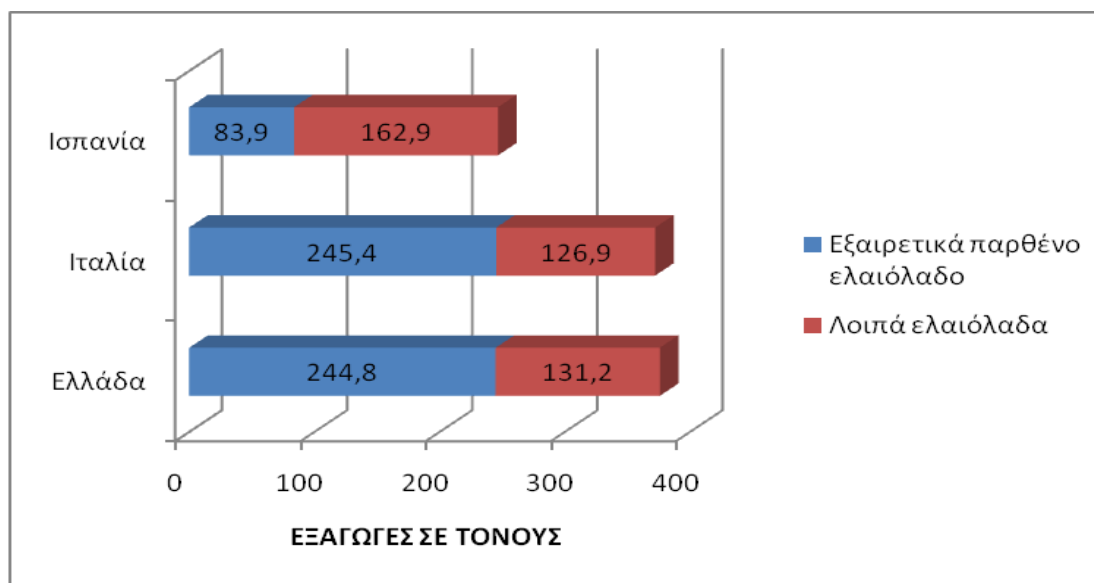
Πηγή: Eurostat

Αν και η εξέλιξη αυτή είναι, ασφαλώς, θετική για τα ελληνικά συμφέροντα, ενδιαφέρον παρουσιάζει το εξής: Παρόλο που η Ελλάδα εξήγαγε και το 2008 και το 2009 μεγαλύτερες ποσότητες ελαιολάδου στη Βουλγαρία σε

σχέση τη βασική ανταγωνίστρια της, την Ιταλία, η τελευταία κατάφερε να εξασφαλίσει σαφώς μεγαλύτερα έσοδα από τις δικές της εξαγωγές. Μια εξήγηση για το γεγονός αυτό ίσως να είναι η ακόλουθη: Μπορεί μεν η Ελλάδα να εξήγαγε συνολικά μεγαλύτερες ποσότητες ελαιολάδου στη Βουλγαρία το 2008-2009, η Ιταλία, όμως, εξήγαγε κατά την ίδια περίοδο μεγαλύτερες ποσότητες εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου, που τις εξασφάλισαν σημαντικότερα έσοδα στην ειδική αυτή κατηγορία. Σε κάθε περίπτωση, αυτό που προκύπτει από τα συγκεκριμένα στατιστικά δεδομένα είναι πως η Ιταλία εξασφαλίζει καλύτερες τιμές για το ελαιόλαδό της.

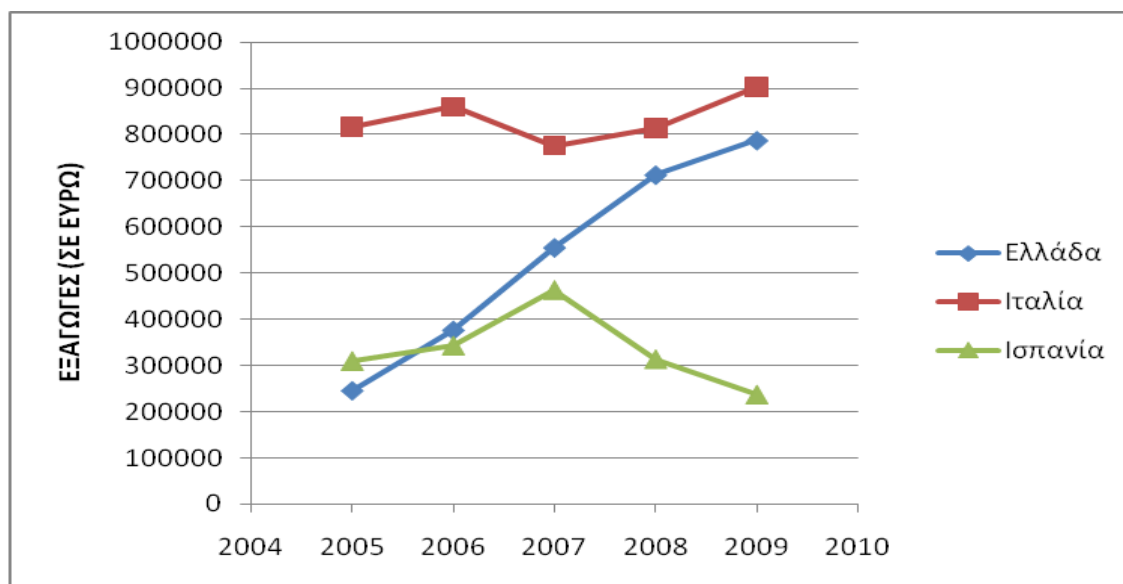
Στα κάτωθι διαγράμματα απεικονίζονται, από τη μια, η σύνθεση των εξαγωγών ελαιόλαδου Ιταλίας, Ισπανίας και Ελλάδας και, από την άλλη, οι εξαγωγές εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου των τριών αυτών χωρών την τελευταία πενταετία και διαπιστώνονται: α) Η ελαφρά υπεροχή της Ιταλίας στις εξαγωγές εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου σε σχέση με την Ελλάδα, β) Η χαμηλή (και διαρκώς επιδεινούμενη) αναλογία του εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου στις εξαγωγές της Ισπανίας.

Γράφημα 5: Διάρθρωση των εξαγωγών ελαιόλαδου στη Βουλγαρία ανά χώρα προέλευσης (2009)



Πηγή: Eurostat

Γράφημα 6: Εξαγωγές εξαιρετικά ελαιολάδου στη Βουλγαρία ανά χώρα προέλευσης (2005 – 2009)



Πηγή: Eurostat

6. Είσοδος στην αγορά

6.1. Εμπορικοί διαύλοι

Στη Βουλγαρία οι καταναλωτές προμηθεύονται ελαιόλαδο, κυρίως, από:

- Τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ.
- Τα συνοικιακά μίνι-μάρκετ.
- Τα βιολογικά μαγαζιά

Σε αντίθεση με άλλα προϊόντα, για τα οποία υφίστανται περισσότεροι του ενός διαύλοι διάθεσης στην αγορά της Βουλγαρίας,⁷ το ελαιόλαδο διατίθεται, κυρίως, μέσω των μεγάλων αλυσίδων σούπερ-μάρκετ. Είναι χαρακτηριστικό ότι για το 2009 στα σούπερ-μάρκετ αναλογεί το 74% των πωλήσεων ελαιολάδου στη Βουλγαρία, αλλά μόνο το 25% των πωλήσεων ηλιελαίου. Επιπλέον, το 47% των πωλήσεων ελαιολάδου πραγματοποιήθηκε στη Σόφια, έναντι μόνο 18% για τις πωλήσεις ηλιελαίου. Από τα ανωτέρω στατιστικά προκύπτουν δύο ενδιαφέροντα στοιχεία:

1. Οι καταναλωτές που ενδιαφέρονται να αγοράσουν ελαιόλαδο καταφεύγουν κυρίως στα σούπερ-μάρκετ, όπου οι εταιρείες του κλάδου προωθούν, κατά κύριο λόγο, τα προϊόντα τους⁷
2. Οι πωλήσεις ελαιολάδου είναι πιο αξιόλογες στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρα, όπως η Σόφια.

⁷ Π.χ. τα φρούτα και τα λαχανικά, που πωλούνται όχι μόνο μέσω σούπερ- και μίνι-μάρκετ, αλλά και στις τοπικές λαϊκές αγορές.

Κατά την προετοιμασία της εισόδου τους στην τοπική αγορά, οι εξαγωγείς πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του Βούλγαρου καταναλωτή, όπως αυτά, τουλάχιστον, περιγράφονται σε σχετική μελέτη της GfK. Σύμφωνα, λοιπόν, με την GfK, οι Βούλγαροι καταναλωτές δεν είναι ιδιαίτερα κινητικοί (κάτω από το 30% χρησιμοποιούν αυτοκίνητο για να κάνουν τις αγορές τους), προτιμούν να ψωνίζουν κοντά στο σπίτι ή στο χώρο εργασίας τους και αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία στο επίπεδο των τιμών και την προσφερόμενη ποικιλία, χωρίς, όμως, να αδιαφορούν και για τη σχέση τιμής-ποιότητας στα προϊόντα που επιλέγουν. Πρέπει, βέβαια, να επισημανθεί ότι οι Βούλγαροι καταναλωτές δεν είναι ακόμη ιδιαίτερα εξοικειωμένοι με το ελαιόλαδο – σε σύγκριση, τουλάχιστον, με άλλα ευρείας χρήσης προϊόντα – και τις επιμέρους διακρίσεις και κατηγοριοποιήσεις του.

Σημειώνεται, πάντως, ότι η βουλγαρική λιανική αγορά δε θεωρείται ακόμη τόσο συγκεντρωτική όσο άλλες ευρωπαϊκές. Συνεπώς, ο πλέον πρόσφορος για να εισέλθει κανείς είναι μέσω εισαγωγέων ή αντιπροσώπων, είτε ανεξάρτητων είτε συνεργαζόμενων με μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ. Τα τελευταία διαθέτουν συχνά δικές τους κεντρικές εγκαταστάσεις για εισαγωγές / αγορές είτε στη Βουλγαρία είτε στη χώρα προέλευσης. Οι μεγαλύτερες λιανεμπορικές αλυσίδες στη Βουλγαρία είναι οι εξής:

- ο BILLA (αυστριακής προέλευσης): http://www.billa.bg/eurobilla_bg/
- ο KAUFLAND (γερμανικής προέλευσης):
<http://www.kaufland.bg/Nachalo/index.jsp>
- ο METRO (γερμανικής προέλευσης): <http://www.metro.bg/>
- ο PICCADILLY (βουλγαρική αλυσίδα): <http://www.piccadilly.bg/>
- ο FANTASTICO (βουλγαρική αλυσίδα): <http://www.ff-bg.net/>
- ο CBA (ουγγρικής προέλευσης): <http://www.cba.bg>
- ο HIT (γερμανικής προέλευσης)
- ο ELEMAG (βουλγαρική αλυσίδα): <http://www.elemag.bg/>
- ο CARREFOUR (γαλλικής προέλευσης): Αφιχθέν το 2010 με ένα μόνο κατάστημα έως τώρα.
- ο LIDL (γερμανικής προελεύσεως, άρτι αφιχθέν):
http://www.lidl.bg/cps/rde/xchg/lidl_bg/hs.xsl/index.htm

Στο τέλος της παρούσας μελέτης παραθέτουμε κατάλογο με τους σημαντικότερους εισαγωγείς και εμπόρους ελαιολάδου στη Βουλγαρία.

6.2. Εισαγωγικές διατυπώσεις

Η Βουλγαρία πραγματοποιεί φυτοϋγειονομικούς ελέγχους σε φυτά και φυτικά προϊόντα, όπως το ελαιόλαδο, που εισάγονται από τρίτες χώρες για κατανάλωση στη Βουλγαρία ή περαιτέρω διακίνηση στην ΕΕ. Παράλληλα, επιβάλλει τους προβλεπόμενους κοινοτικούς δασμούς. Στα ελληνικά προϊόντα, όμως, όπως και σε όλα τα προϊόντα χωρών ΕΕ, ούτε φυτοϋγειονομικοί έλεγχοι πραγματοποιούνται (εφόσον τα προϊόντα

διαθέτουν τα απαραίτητα πιστοποιητικά από τις αρμόδιες ελληνικές αρχές) ούτε δασμοί επιβάλλονται.

Για το ελαιόλαδο ισχύει στη Βουλγαρία ΦΠΑ ύψους 20%.

7. Τιμές καταναλωτή

Σε ό,τι αφορά τις τιμές καταναλωτή, σημειώνονται ότι η τιμή του ελαιολάδου στην τοπική αγορά ποικίλει ανάλογα με τη συσκευασία, την ποιότητα, το κατάστημα όπου πωλείται, αλλά και τη χώρα προέλευσης. Στον κάτωθι πίνακα παρατίθενται οι τιμές των ελληνικών ελαιολάδων ανά κατηγορία (εύρος τιμών ή μέση τιμή). Όπου υπάρχουν ανταγωνιστικά των ελληνικών προϊόντων, καταγράφονται οι τιμές και αυτών για συγκριτικούς λόγους.

Πίνακας 2: Τιμές καταναλωτή (2010) για ελληνικά ελαιόλαδα και ανταγωνιστικά εισαγόμενα στη βουλγαρική αγορά

ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΤΙΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (BGN/λίτρο)	ΤΙΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (BGN/λίτρο)
Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο	250 ml - 1 lt	8 έως 20	<u>Ιταλίας</u> : 8,5 έως 18 <u>Ισπανίας</u> : 11 έως 20 <u>Τουρκίας</u> : 11 έως 15
Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο	2 lt και άνω	7 έως 12	
Βιολογικό εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο	250 ml - 1 lt	20 έως 24	
Ελαιόλαδο από παρθένα και εξευγενισμένα έλαια	250 ml - 1 lt	250 ml: 18 500 ml: 14 1 lt: 12	<u>Ιταλίας</u> : 250 ml: 20 1 lt: 15
Πυρηνέλαιο	250 ml - 1 lt	6 έως 10	<u>Ιταλίας</u> : 7 έως 10 <u>Ισπανίας</u> : 7 έως 10
Αγουρέλαιο	250 - 500 ml	24	

Πηγή: Έρευνα Γραφείου ΟΕΥ Σόφιας στις μεγαλύτερες λιανεμπορικές αλυσίδες της Βουλγαρίας (01.10 - 12.12.2010) - Марио Колев, "Продажбите на зехтин са 34% спрямо тези на олио в ХИТ"

Αναφορικά με τον ως άνω πίνακα, θα πρέπει να διευκρινιστούν τα εξής:

Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο: Οι τιμές μεταξύ των δύο βασικών ανταγωνιστριών χωρών, Ιταλίας και Ελλάδας, φαίνεται να κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα - με το ιταλικό ελαιόλαδο να είναι κάποιες φορές ελαφρώς φθηνότερο -, αλλά διαμορφώνονται ανάλογα με την εταιρεία παραγωγής και τη συσκευασία. Οι μικρότερες συσκευασίες των 250 ml είναι και οι ακριβότερες. Το ελληνικό ελαιόλαδο πωλείται φθηνά στις εξής περιπτώσεις: α)

Ειδικές προσφορές, β) Εμφιαλώσεις που κάνουν για λογαριασμό τους και με δική τους ετικέτα μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ.

Τουρκικό ελαιόλαδο: Σε αντίθεση με την επικρατούσα αντίληψη, το τουρκικό εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο δεν είναι ιδιαίτερα πιο φθινό σε σχέση με το ελληνικό. Βασικό πρόβλημα για το τουρκικό ελαιόλαδο στη βουλγαρική αγορά είναι η περιορισμένη παρουσία του και, κατά συνέπεια, η έλλειψη ποικιλίας. Άλλωστε, οι μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ κυριαρχούνται, κυρίως, από τα ελληνικά και ιταλικά προϊόντα και, στη συνέχεια, από τα ισπανικά. Η παρουσία των τουρκικών προϊόντων είναι περιορισμένη και, κατά συνέπεια, όχι ιδιαίτερα ανταγωνιστική.

Μεγάλες συσκευασίες: Όπως προκύπτει από τον ανωτέρω πίνακα, το ελληνικό ελαιόλαδο πωλείται σαφώς φθινότερο στις μεγάλες συσκευασίες. Οι τελευταίες, όμως, όπως διαπιστώσαμε σε προηγούμενη παράγραφο δεν είναι, ακόμη τουλάχιστον, ιδιαίτερα δημοφιλείς στη Βουλγαρία.

8. Συμπεράσματα - Προοπτικές

Η Ελλάδα έχει πετύχει να εδραιώσει τη θέση της στην τοπική αγορά ελαιολάδου, ενώ και οι μελλοντικές προοπτικές εμφανίζονται ευοίωνες λόγω της σταδιακής στροφής των Βούλγαρων καταναλωτών προς προϊόντα υγιεινότερης διατροφής. Αυτό δε σημαίνει, βέβαια, ότι δεν υφίστανται προβλήματα ή ότι δεν υπάρχουν δυνατότητες καλύτερης διείσδυσης. Επίσης, αυτό το οποίο πρέπει να αντιληφθούν οι Έλληνες παραγωγοί είναι πως οι βασικοί μας ανταγωνιστές είναι, πρωτίστως, οι Ιταλοί και, δευτερευόντως, οι Ισπανοί. Άλλες χώρες, όπως π.χ. η Τουρκία, δε διαθέτουν ούτε τις δική μας παράδοση ούτε τη δική μας ποικιλία προϊόντων ελαιολάδου ούτε, κυρίως, τη δική μας παρουσία στην τοπική αγορά.

Συνεπώς, η στρατηγική μας πρέπει να είναι εστιασμένη στην απάντηση του εξής ερωτήματος: Γιατί ο καταναλωτής πρέπει να προτιμήσει το ελληνικό και όχι το ιταλικό ή το ισπανικό ελαιόλαδο; Προς την κατεύθυνση αυτή, ένας σοβαρός στρατηγικός σχεδιασμός προώθησης του ελληνικού ελαιολάδου στη Βουλγαρία πρέπει να λάβει υπόψη τα εξής:

- Ο μέσος Βούλγαρος καταναλωτής δεν είναι εκπαιδευμένος στο συγκεκριμένο τομέα ούτε καλός γνώστης των ιδιομορφιών και των διακρίσεων του ελαιολάδου. Συνεπώς, οι Έλληνες ελαιοπαραγωγοί καλούνται να εκπαιδεύσουν το βουλγαρικό καταναλωτικό κοινό και να εξηγήσουν γιατί το προϊόν τους είναι καλύτερο από των ανταγωνιστών μας. Προς την κατεύθυνση αυτή θα μπορούσαν να βοηθήσουν οργανωμένες εκδηλώσεις προβολής του ελληνικού ελαιολάδου σε χώρους που επισκέπτεται το καταναλωτικό κοινό, καθώς και καλά συντονισμένες διαφημιστικές εκστρατείες, κάτι, όμως, που απαιτεί οργάνωση και συνεργασία των διαφημιζόμενων. Σε κάθε

περίπτωση, οι εξαγωγείς πρέπει, κατόπιν προσεκτικής μελέτης της αγοράς, να προχωρούν στην επιλογή του κατάλληλου μίγματος marketing. Βραδιές γευσιγνωσίας ή ελληνικής κουζίνας, με έξυπνη προβολή της μαγειρικής χρήσης του ελαιολάδου, μπορούν, επίσης, να φανούν χρήσιμες.

- Το ελληνικό ελαιόλαδο μπορεί να επικρατήσει των ανταγωνιστών του, αν εστιάσει στο ζήτημα της ποιότητας, όπου, όντως, βρίσκεται και η υπεροχή του. Πρέπει να εξηγήσουμε γιατί το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδό μας θεωρείται άριστης ποιότητας, να πείσουμε τον τοπικό καταναλωτή και, κατ' αυτό τον τρόπο, να εξαλείψουμε στρεβλώσεις της αγοράς. Π.χ. είναι αδιανόητο ιταλικό ανάμικτο ελαιόλαδο να πωλείται σε εξωφρενικές τιμές – υψηλότερες ελληνικών εξαιρετικά παρθένων – προβαλλόμενο ως κάτι το ξεχωριστό. Το ότι ο Βούλγαρος ενδιαφέρεται για την ποιότητα του προϊόντος που αγοράζει φαίνεται από το ότι οι πωλήσεις εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου έρχονται πρώτες, ακόμη και σε σχέση με το πυρηνέλαιο (έστω με βραχεία κεφαλή).
- Οι Έλληνες παραγωγοί πρέπει να παρακολουθούν τις τάσεις της αγοράς και τις εξελίξεις στο διατροφικό τομέα. Είναι θετικό ότι ξεχωρίζουμε σε κάποιες ποικιλίες στην τοπική αγορά (π.χ. αγουρέλαιο, το οποίο όμως πρέπει να εξηγήσουμε στον καταναλωτή τι είναι και γιατί αξίζει να το αγοράσει), αλλά υστερούμε σε πρωτότυπα ελαιούχα προϊόντα, τα οποία προωθούν κυρίως οι Ιταλοί σε υψηλότερες τιμές (έως 36 leva/lit), όπως τα αρωματισμένα έλαια.
- Η συσκευασία παίζει σημαντικότατο ρόλο. Όχι μόνο αυτή καθαυτή η συσκευασία του ελαιόλαδου, η ποιότητά της και το πόσο ελκυστική είναι, αλλά και τα τυχόν συνοδευτικά προϊόντα και δώρα, που συχνά πωλούνται μαζί με το κυρίως προϊόν. Εν προκειμένω, απαιτείται σοβαρή έρευνα ως προς το τι μπορεί να κεντρίσει το ενδιαφέρον του καταναλωτή και να ενισχύσει την αποφασή τους να αγοράσει το κυρίως προϊόν.
- Ειδικής μελέτης χρήζει το ζήτημα των μεγάλων συσκευασιών. Εν προκειμένω, το ελληνικό ελαιόλαδο κυριαρχεί, αλλά, όπως σημειώσαμε, ο Βούλγαρος καταναλωτής προτιμά τις μικρότερες συσκευασίες έως 1 λίτρο, άφου, άλλωστε, δεν το χρησιμοποιεί με την ίδια συχνότητα όπως οι Έλληνες. Παράλληλα, η επιλογή αυτού του τρόπου μαζικής πώλησης του προϊόντος «θολώνει» την εικόνα της ποιότητας, που θέλουμε να προβάλουμε για το ελληνικό ελαιόλαδο. Δίνεται, κάποιες φορές, η λαθεμένη εντύπωση ότι οι Έλληνες παραγωγοί επιδιώκουν να «ξεφορτωθούν» μαζικά μεγάλες ποσότητες ελαιολάδου. Άλλωστε, μάλλον δεν είναι τυχαίο ότι από αυτές τις μεγάλες συσκευασίες απουσιάζει σχεδόν πλήρως το ιταλικό και ισπανικό ελαιόλαδο. Ίσως και εμείς, εν προκειμένω, θα έπρεπε να αναθεωρήσουμε τη στρατηγική μας.

Ιωάννης Μαρούτσος
Γραμματέας ΟΕΥ Γ'

ΠΗΓΕΣ - ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- IntelliNews (Μάιος 2010), *Bulgaria Food Sector Report*.
- Колев Владислав (Μάρτιος 2010). “Преломна година”. *Регал* .
url: <http://www.regal.bg/show.php?storyid=878509>.
- Колев Марио (Μάιος 2009). “Продажбите на зехтин са 34% спрямо тези на олио в ХИТ”. *Регал* .
url: <http://www.regal.bg/show.php?storyid=727708>
- Ministry of Agriculture. *Annual Reports (2005 – 2009)*. Url: <http://www.mzh.government.bg/Article.aspx?lmid=407&id=407&lang=1>.

Εισαγωγείς και Χονδρέμποροι Ελαιολάδου στη Βουλγαρία

Activity: *Oil+olive import*

Name	Address	Phone	Fax	E-mail
Marketing-V Ltd	bul. Yanko Sakazov 32, 1504 Sofia	(02) 9439030; 9430153	8468224	info@marketing-v.com www.marketing-v.com
Antonii Ltd.	qu. Drujba, 8800 Sliven	044) 667043; 666966	667843	antoniv@mbox.digsys.bg
Dictio OOD "Spitiko"	q. Mladost 4, bl.455, Sofia	02/473873, 945 4836		
Did Ltd	ul. Vitbol 2-4, 1510 Sofia	(02) 473873; 9454836	9454836	did.ltd@mail.bg
Dima Ltd	ul. Tsar Osvoboditel 16 6300 Haskovo	(038) 624149; 0888707241	661689	dimaolive@yahoo.com web: www.dimaolive.com
Dimitra Ltd	5, Deli Radi, Sliven 8800	044/ 044/ 667 438 0889/227640, 0888/655739	625396,	yove_iva@abv.bg
Nikst P.M.	bul. Bulgaria 12, 2140 Botevgrad	(0723) 5228; 089711039		nikst10@yahoo.com www.ecplaza.net/nikst
Prodex-commerce Ltd	ul. Prof. Tsvetan Lazarov 13 1574 Sofia	(02) 9734801; 9783728	9734801	

Activity: *olives import*

Name	Address	Phone	Fax	E-mail, Web
Marketing-V Ltd	bul. Yanko Sakazov 32, 1504 Sofia	(02) 9439030; 9430153	8468224	info@marketing-v.com www.marketing-v.com
Antonii Ltd.	qu. Drujba, 8800 Sliven	044) 667043; 666966	667843	antoniv@mbox.digsys.bg
Did Ltd (ελληνικών συμπερόντων)	ul. Vitbol 2-4, 1510 Sofia	(02) 473873; 9454836	9454836	did.ltd@mail.bg
Dima Ltd	ul. Tsar Osvoboditel 16, 6300 Haskovo	(038) 24149; 088707241	61689	dimaolive@yahoo.com web: www.dimaolive.com
Krassen Jsc	bul. Iliyantsi 12, 1220 Sofia	(02) 9311107; 8329081	9310867	krassen@mtel.net
MakoS Ltd	ul. G. Kirkov 16, ap. 11, 6300 Haskovo	(038) 624149	661689	
Milena P.M. (Larissa Coop.)	ul. Slava 3, 4016 Plovdiv	(032) 652497; 690650	690222	
Valery Georgiev-Valery P.M.	ul. Pirin 3a, 2850 Petrich	(0745) 29026	29926	g_georgiev@dir.bg