



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ «ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ»**

ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ: “LOGISTICS” (ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ)

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΑΓΟΡΕΣ



ΑΡΤΑ ΠΗΝΕΛΟΠΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΜΑΡΔΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΑΘΗΝΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2012

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα έρευνα μελετά την πορεία των ελληνικών εξαγωγών ελαιολάδου σε τέσσερις κυρίαρχες διεθνείς αγορές (Κίνα, Η.Π.Α., Ρωσία, Γερμανία) και προσπαθεί να εξάγει συμπεράσματα για τις προοπτικές εξέλιξής τους. Περιλαμβάνει στατιστικά στοιχεία για την παραγωγή, την κατανάλωση και το εμπόριο ελαιολάδου στην Ελλάδα, στις τέσσερις κυρίαρχες χώρες που αποτελούν το αντικείμενο της μελέτης μας, αλλά και στις κύριες ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας στις εξαγωγές ελαιολάδου (Ιταλία, Ισπανία). Γίνεται αναφορά στην πολιτική της Ε.Ε. και στις ρυθμίσεις της στον τομέα του ελαιολάδου. Για την εκτίμηση της δυναμικότητας των ελληνικών εξαγωγών ελαιολάδου χρησιμοποιούνται οικονομικοί δείκτες όπως το Μερίδιο Αγοράς, ο Δείκτης Κάλυψης, ο Δείκτης Εξειδίκευσης και ο Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου. Επίσης, προτείνονται κάποιες ενέργειες για την προώθηση του ελληνικού ελαιολάδου, με στόχο την αύξηση των εξαγωγών του, με κύριο άξονα την προβολή της υψηλής του ποιότητας.

SUMMARY

This research studies the course of Greek olive oil exports in four international dominating markets (China, U.S.A., Russia, Germany) and tries to export conclusions about the prospects of their development. It includes statistics on production, consumption and trade of olive oil in Greece, in the four dominating countries that are the subject of our study, as well as the Greece's main competitor countries in olive oil exports (Italy, Spain). Reference is made to EU policy and regulations of the olive oil sector. To assess the capacity of Greek olive oil exports, we use Export Market Share, Export Coverage Index, Net Export Index, and Intra – Industry Trade Index. Also, some actions for the promotion of the greek olive oil are suggested, aiming at increasing its exports, focusing on the promotion of its high quality.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	2
Περιεχόμενα	3
Πρόλογος	5

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

1.1. Το ελαιόλαδο	6
1.2. Σύσταση ελαιολάδου	6
1.3. Ποιότητα ελαιολάδου	7
1.4. Ποιοτικές κατηγορίες ελαιολάδου	9
1.5. Βιολογική καλλιέργεια ελαιολάδου	11
1.6. Νοθεία ελαιολάδου	13
1.7. Χρώμα ελαιολάδου	14
1.8. Συσκευασία ελαιολάδου	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

2.1. Η Νέα Κοινή Αγροτική Πολιτική.....	17
2.2. Οι ρυθμίσεις στον τομέα του ελαιολάδου με τη νέα ΚΑΠ.....	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

3.1. Γενικά στοιχεία	22
3.2. Ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου	22
3.3. Τιμές παραγωγών	24
3.4. Κύριες χώρες παραγωγής και κατανάλωσης ελαιολάδου	25

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ

4.1. Εισαγωγή.....	27
4.2. Ανάλυση ενδοκλαδικού εμπορίου	27
4.3. Οικονομικοί δείκτες.....	28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - Η ΚΙΝΕΖΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

5.1. Εισαγωγή.....	32
5.2. Γενικά χαρακτηριστικά αγοράς	32
5.3. Καταναλωτικές συνήθειες	33
5.4. Αγορά - Στόχος για το ελαιόλαδο	34
5.5. Εγχώρια παραγωγή.....	34
5.6. Εισαγωγές ελαιολάδου	35
5.7. Εκτίμηση των δεικτών και αξιολόγησή τους	36

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - Η ΡΩΣΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

6.1.	Εισαγωγή.....	47
6.2.	Κατανάλωση	47
6.3.	Προαπαιτούμενα εισαγωγής.....	49
6.4.	Κανάλια διανομής του ελαιολάδου στη Ρωσία	52
6.5.	Εκτίμηση των δεικτών και αξιολόγησή τους	53

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - Η ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

7.1.	Εισαγωγή.....	60
7.2.	Διάρθρωση εισαγωγών ελαιολάδου	60
7.3.	Εισαγωγή ελαιολάδου	63
7.4.	Συσκευασία	65
7.5.	Οδηγός επισήμανσης ελαιολάδου	65
7.6.	Εκτίμηση των δεικτών και αξιολόγησή τους	66

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 - Η ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

8.1.	Εισαγωγή.....	74
8.2.	Κατανάλωση	74
8.3.	Γενικά χαρακτηριστικά αγοράς	75
8.4.	Εκτίμηση των δεικτών και αξιολόγησή τους	78

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

9.1.	Η αγορά της Κίνας.....	86
9.2.	Προοπτικές ελληνικού ελαιολάδου στην αγορά της Κίνας.....	88
9.3.	Η αγορά της Ρωσίας.....	89
9.4.	Πρώθηση - Διείσδυση στη ρωσική αγορά.....	90
9.5.	Η αγορά των ΗΠΑ	91
9.6.	Πρώθηση στην αγορά των ΗΠΑ	92
9.7.	Η αγορά της Γερμανίας.....	93
9.8.	Προοπτικές ελαιολάδου στη γερμανική αγορά	94
9.9.	Γενικές προτάσεις για αύξηση της ανταγωνιστικότητας	95
	Βιβλιογραφία	98
	Παράρτημα	101

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στην παρούσα μελέτη θα ασχοληθούμε με το ελαιόλαδο , ένα αγροτικό προϊόν που θα μπορούσε να είναι η αιχμή του δόρατος των ελληνικών εξαγωγών. Το ελληνικό ελαιόλαδο χαρακτηρίζεται για την υψηλή του ποιότητα, και δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι πρώτη χώρα στην παραγωγή εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου αντιλαμβανόμαστε ότι υπάρχουν πολλές προοπτικές εξέλιξης των ελληνικών εξαγωγών.

Θα μελετήσουμε αναλυτικά τις τέσσερις κυρίαρχες αγορές (Κίνα, Ρωσία, Αμερική, Γερμανία) για τη δεκαετία 2001 – 2010 και με την επεξεργασία των στατιστικών στοιχείων και τον υπολογισμό οικονομικών δεικτών θα εξάγουμε συμπεράσματα για τη δυναμικότητα των ελληνικών εξαγωγών και τη διείσδυση της Ελλάδας στις συγκεκριμένες αγορές. Επίσης, θα κάνουμε σύγκριση και με τις δύο μεγαλύτερες ανταγωνίστριες χώρες στην παραγωγή ελαιολάδου την Ιταλία και την Ισπανία.

Θα γίνει αναφορά στην πολιτική της Ε.Ε. και στις μεταρρυθμίσεις που έφερε η νέα ΚΑΠ. Επιπλέον, θα δοθούν στοιχεία για τις κύριες χώρες παραγωγής και κατανάλωσης ελαιολάδου και τη θέση της Ελλάδας και των εξαγωγών της. Τέλος, θα δούμε τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τη μελέτη των τεσσάρων αγορών και θα κάνουμε κάποιες προτάσεις για τη βελτίωση της θέσης του ελληνικού ελαιολάδου, την προβολή των πλεονεκτημάτων του και την εδραίωσή του στις κύριες ξένες αγορές.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες εκφράζονται στον κ. Δημήτρη Μάρδα (Αναπληρωτή Καθηγητή του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης), τόσο για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε με την ανάθεση της διπλωματικής αυτής εργασίας, όσο και για τις γενικότερες συμβουλές του και την άψογη συνεργασία που είχαμε.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

1.1. Το ελαιόλαδο

Η ελιά θεωρείται παγκοσμίως σύμβολο ειρήνης, ευημερίας, γνώσης, σοφίας και ελπίδας. Το ελαιόδεντρο σε άγρια μορφή υποστηρίζεται ότι πρωτοεμφανίστηκε στην Ελλάδα το 12000 π.Χ. και καλλιεργήθηκε για πρώτη φορά, σύμφωνα με την ιστορία, από τους Σύριους ή από τον Μινωικό πολιτισμό μεταξύ 3500-2500 π.Χ. Οι χρήσεις του ελαιολάδου στην Ελλάδα ήταν πολλές από αρχαιοτάτων χρόνων και η ελιά είχε συνδεθεί με τον πολιτισμό, τη θρησκεία, τη διατροφή και την υγεία. Αυτό αποδεικνύεται από τα πάμπολλα αρχαιολογικά ευρήματα που μαρτυρούν την σπουδαιότητα της ελιάς για την Ελλάδα και την άμεση σχέση της με το κοινωνικό περιβάλλον.

Οι αρχαίοι Έλληνες απέδιδαν τη σωματική τους δύναμη και την πνευματική τους ευεξία στην κατανάλωση ελαιολάδου και σύμφωνα με τον κώδικα του πατέρα της Ιατρικής, Ιπποκράτη, το ελαιόλαδο θεωρούνταν ευεργετικό για περισσότερες από 60 θεραπευτικές χρήσεις. Σήμερα, η σύγχρονη ιατρική επιβεβαιώνει το γεγονός ότι το ελαιόλαδο είναι ευεργετικό για την υγεία και το θεωρεί το πιο μεγάλο μυστικό για την εξασφάλιση ευεξίας και μακροβιότητας. Έχει πλέον διαπιστωθεί η άμεση σχέση της κατανάλωσης ελαιολάδου με την ελάττωση του κινδύνου για καρδιαγγειακά νοσήματα, καρκίνο, υπέρταση, σακχαρώδη διαβήτη, νόσο Alzheimer, έλκος, ακόμα και με την ανάπτυξη του οργανισμού και την γήρανση.

1.2. Σύσταση ελαιολάδου

Το ελαιόλαδο έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά οξέα και μεγάλη περιεκτικότητα σε μονοακόρεστα. Κατά μέσο όρο υπολογίζεται ότι αποτελείται από 14% κορεσμένα λιπαρά, 11% πολυακόρεστα και 60-80% ελαϊκό οξύ. Παράλληλα περιέχει πολυφαινόλες, φλαβονοειδή, βιταμίνη E, προβιταμίνη A, μεταλλικά

στοιχεία και ιχνοστοιχεία. Όλα αυτά τα μικροστοιχεία λειτουργούν αντιοξειδωτικά, τόσο για τον οργανισμό όσο και για το «σώμα» του ελαιολάδου. Τα αντιοξειδωτικά προστατεύουν τον οργανισμό από βλάβες που προέρχονται από την οξείδωση των ελευθέρων ριζών, ενώ παράλληλα μετατρέπουν το ίδιο το ελαιόλαδο σε ένα ανθεκτικό προϊόν προφυλάσσοντάς το από την οξείδωση.

1.3. Ποιότητα ελαιολάδου



Με το όρο ποιότητα εννοούμε το σύνολο των βασικών χαρακτηριστικών ή ιδιοτήτων ενός αγαθού. Στο ελαιόλαδο όμως τα πράγματα είναι πιο σύνθετα και η ποιότητα περιλαμβάνει πολλές παραμέτρους.

Αυτές όλες οι παράμετροι είναι που καθορίζουν την ανταγωνιστικότητά του, σε συνδυασμό με απαιτούμενες δράσεις προβολής και διαφήμισης. Βέβαια, όσο μεγάλη κι αν είναι η προβολή και όσο καλή κι αν είναι η διαφήμιση, ένα κακής ποιότητας ελαιόλαδο δεν θα μπορέσει να ανταγωνιστεί τα άλλα που κυκλοφορούν στην αγορά. Οι καταναλωτές σήμερα, Έλληνες και ξένοι, είναι καλά πληροφορημένοι πάνω σε αυτά τα θέματα και αναζητούν την καλή ποιότητα. Γενικά, το ελαιόλαδο είναι ένα προϊόν που είναι πολύ εύκολο να νοθευτεί. Ο πιο συνηθισμένος τρόπος νοθείας είναι με σπορέλαια, καθώς και με ζωικά λίπη και εστέρες, πράγμα όμως σπάνιο. Η νοθεία παρατηρείται κυρίως στο χύμα ελαιόλαδο που διατίθεται στην αγορά, γεγονός που δυστυχώς είναι δύσκολο για τον καταναλωτή να το καταλάβει.

Η ποιοτική κατάταξη του ελαιολάδου ακολουθεί διεθνείς σταθερές που συμβάλλουν στην τελική αξιολόγησή του:

- **Χρώμα:** το χρώμα του ελαιολάδου μπορεί να ποικίλει από σκούρο πράσινο μέχρι ανοιχτό πράσινο (χρυσάφι), με πολλές ενδιάμεσες και άλλες αποχρώσεις. Αυτό οφείλεται στις ουσίες που κυριαρχούν στον ελαιόκαρπο από τον οποίο παράγεται το λάδι.

- **Παχύτητα:** η παχύτητα του ελαιολάδου εξαρτάται από την περιοχή που παράγεται, για παράδειγμα το ελαιόλαδο της Κέρκυρας έχει χαμηλή παχύτητα, σε αντίθεση με το ελαιόλαδο της Πελοποννήσου.
- **Διαύγεια:** το ελαιόλαδο που προέρχεται από ώριμο καρπό έχει υψηλή διαύγεια, σε αντίθεση με το ελαιόλαδο που προέρχεται από πρώιμο καρπό.
- **Οσμή – Γεύση:** η οσμή και η γεύση του ελαιολάδου μπορεί να δείξει πολλά για την ποιότητά του. Η ευχάριστη οσμή και γεύση υποδηλώνουν ιδιαίτερα γνωρίσματα και μπορεί να οφείλονται στην περιοχή στην οποία καλλιεργήθηκαν τα ελαιόδεντρα, καθώς και στον τρόπο καλλιέργειάς τους. Η πικρή γεύση φανερώνει ότι ο ελαιόκαρπος μαζεύτηκε πριν ωριμάσει.
- **Οξύτητα:** ο βαθμός οξύτητας του ελαιολάδου υποδηλώνει την περιεκτικότητα του σε ελαϊκό οξύ και εξαρτάται από το στάδιο ωρίμανσης του ελαιοκάρπου, τον τρόπο συγκομιδής του και το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί μεταξύ συγκομιδής και παραγωγής ελαιολάδου.

Σύμφωνα με τις οδηγίες του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, για την παραγωγή καλύτερης ποιότητας ελαιολάδου, οι παραγωγοί θα πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στα ακόλουθα:

- ο ελαιόκαρπος θα πρέπει να βρίσκεται σε άριστο στάδιο ωριμότητας, να έχει δηλαδή μαύρο – ιώδες χρώμα,
- ο καρπός που μαζεύεται με ραβδισμό, κτένισμα κλπ θα πρέπει να ελαιοποιείται σε σύντομο χρονικό διάστημα από τη συλλογή,
- ο καρπός που μαζεύεται με δίχτυα, μετά από φυσική πτώση, δεν θα πρέπει να αφήνεται στα δίχτυα για μεγάλο χρονικό διάστημα,
- η μεταφορά του ελαιοκάρπου και η διατήρησή του πριν την ελαιοποίηση δεν θα πρέπει να γίνεται σε συνθήκες υψηλής θερμοκρασίας και πτωχού αερισμού,
- η μεταφορά του θα πρέπει να γίνεται με πλαστικά κιβώτια, τα οποία θα πρέπει να τοποθετούνται σε δροσερό μέρος μέχρι να οδηγηθεί ο καρπός για ελαιοποίηση,

- το ελαιουργείο που θα προτιμηθεί θα πρέπει να έχει καλές προδιαγραφές κατασκευής και λειτουργίας,
- η διατήρηση του ελαιολάδου θα πρέπει να γίνεται σε κατάλληλα ανοξείδωτα μέσα και αποθήκες με χαμηλές θερμοκρασίες,
- τα δοχεία συσκευασίας θα πρέπει να είναι από κατάλληλο υλικό, αδιαφανή και αεροστεγή – κλειστά.

1.4. Ποιοτικές Κατηγορίες Ελαιολάδου

Σύμφωνα με το Παράρτημα Ι του Κοινοτικού Κανονισμού 865/04 «σχετικά με την Κοινή Οργάνωση Αγοράς Ελαιολάδου και Επιτραπέζιων Ελιών» οι ποιοτικές κατηγορίες των ελαιολάδων και των πυρηνελαίων επιτρέπεται να διακινούνται και να πωλούνται ενδοκοινοτικά, εφόσον περιγράφονται και ορίζονται ως εξής:

1. **Παρθένα Ελαιόλαδα.** Έλαια που λαμβάνονται από τον ελαιόκαρπο μόνο με μηχανικές μεθόδους ή άλλες φυσικές επεξεργασίες, με συνθήκες που δεν προκαλούν αλλοίωση του ελαίου και τα οποία δεν έχουν υποστεί καμία άλλη επεξεργασία πλην της πλύσης, της μετάγγισης, της φυγοκέντρισης και της διήθησης. Εξαιρούνται τα έλαια που λαμβάνονται με διαλύτες, με βοηθητικές ύλες παραλαβής που έχουν χημική ή βιοχημική δράση, ή με μεθόδους επανεστεροποίησης ή πρόσμειξης με έλαια άλλης φύσης. Τα έλαια αυτά κατατάσσονται και ταξινομούνται αναλυτικά με τις ακόλουθες ονομασίες:
 - ❖ **Εξαιρετικά Παρθένο Ελαιόλαδο.** Το ελαιόλαδο, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα (οξύτητα), δεν υπερβαίνει τα 0,8 g ανά 100 g (0,8%) και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.
 - ❖ **Παρθένο Ελαιόλαδο.** Το ελαιόλαδο η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 2,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

- ❖ **Ελαιόλαδο Λαμπάντε.** Το ελαιόλαδο του οποίου η οξύτητα είναι μεγαλύτερη του 2,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή
- 2. **Εξευγενισμένο Ελαιόλαδο.** Το ελαιόλαδο που λαμβάνεται από τον εξευγενισμό παρθένων ελαιολάδων, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 0,3 % και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.
- 3. **Ελαιόλαδο-αποτελούμενο από εξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα.** Το έλαιο που λαμβάνεται από ανάμειξη εξευγενισμένου ελαιολάδου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιόλαδο λαμπάντε, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 1,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.
- 4. **Ακατέργαστο Πυρηνέλαιο.** Το έλαιο που λαμβάνεται από τους πυρήνες της ελιάς, κατόπιν επεξεργασίας με διαλύτες ή με φυσικά μέσα ή το έλαιο που αντιστοιχεί (με εξαίρεση ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά) σε ελαιόλαδο λαμπάντε.
- 5. **Εξευγενισμένο Πυρηνέλαιο.** Το έλαιο που λαμβάνεται από τον εξευγενισμό του ακατέργαστου πυρηνελαίου, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 0,3% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.
- 6. **Πυρηνέλαιο.** Το έλαιο που λαμβάνεται από ανάμειξη εξευγενισμένου πυρηνελαίου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιόλαδο λαμπάντε, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 1,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

Εκτός τις ανωτέρω κατηγορίες ελαιολάδου, το προϊόν διακρίνεται επίσης σε:

- **Ελαιόλαδο Π.Ο.Π. (Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης).** Πρόκειται για Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο, το οποίο παράγεται στα συγκεκριμένα γεωγραφικά όρια κάποιας περιοχής και τα χαρακτηριστικά του οφείλονται

κυρίως ή αποκλειστικά στο γεωγραφικό αυτό περιβάλλον. Το περιβάλλον αυτό περιλαμβάνει τους φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες και η παραγωγή, η μεταποίηση και η επεξεργασία του προϊόντος λαμβάνουν χώρα στην οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή. Η τυποποίησή τους γίνεται σε αριθμημένα μπουκάλια.

- **Ελαιόλαδο Π.Γ.Ε. (Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης).** Πρόκειται για Εξαιρετικά Παρθένο Ελαιόλαδο, του οποίου μια συγκεκριμένη ποιότητα ή φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό μπορούν να αποδοθούν στη γεωγραφική του προέλευση και του οποίου η παραγωγή ή /και η μεταποίηση ή/και η επεξεργασία πραγματοποιούνται στην οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή.
- **Ελαιόλαδο Προϊόν Οργανικής Καλλιέργειας.** Πρόκειται για Εξαιρετικό Παρθένο ή Παρθένο Ελαιόλαδο, το οποίο προέρχεται από ελαιώνες στους οποίους εφαρμόζονται οι κανόνες της βιολογικής καλλιέργειας. Όλη η διαδικασία, από την καλλιέργεια έως και την εμφιάλωση, ελέγχονται από ειδικούς Οργανισμούς Πιστοποίησης και το ελαιόλαδο συνοδεύεται από ειδικές αναλύσεις που πιστοποιούν την έλλειψη υπολειμμάτων χημικών ουσιών στο τελικό προϊόν.

1.5. Βιολογική καλλιέργεια ελαιολάδου

Η βιολογική καλλιέργεια, οργανική ή οικολογική σύμφωνα με τον ορισμό σε άλλες χώρες, είναι μιας νέας μορφής καλλιέργεια ιδιαίτερα διαδεδομένη τα τελευταία χρόνια. Βασικοί στόχοι της είναι η παραγωγή γεωργικών προϊόντων χωρίς τη χρήση χημικών ουσιών, φυτοφαρμάκων και λιπασμάτων με την συνδρομή κατάλληλης επιστημονικής υποστήριξης. Τα είδη που μπορούν να παραχθούν με τη βιολογική καλλιέργεια ανήκουν σχεδόν σε όλο το φάσμα της γεωργικής παραγωγής, με κύριο είδος την ελιά.

Η ανάδειξη της καλλιέργειας της ελιάς σε βασικότερη βιολογική καλλιέργεια στην Ελλάδα, οφείλεται κυρίως στις εγχώριες εδαφολογικές και κλιματολογικές συνθήκες, στην τεχνογνωσία που έχει αναπτυχθεί σχετικά με τις μεθόδους λίπανσης, καθώς και την αυξημένη ζήτηση διεθνώς για ελαιόλαδο υψηλής

ποιότητας. Η αύξηση αυτή τα τελευταία χρόνια είχε ως αποτέλεσμα την απόφαση πολλών ελαιοπαραγωγών να μετατρέψουν την παραγωγή τους από συμβατική σε βιολογική. Σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας για το έτος 2001, το σύνολο των εκτάσεων βιολογικής καλλιέργειας ελιάς ήταν 83.540,179 στρέμματα και οι καλλιέργειες σε στάδιο μετατροπής ήταν 71.461,379 στρέμματα.

Αξίζει, τέλος να σημειωθεί ότι η καλλιέργεια της ελιάς στην Ελλάδα καλύπτει περίπου το 50% των συνολικών εκτάσεων των βιολογικών καλλιεργειών και το 50% της παραγωγής βιολογικού ελαιολάδου στη χώρα μας εξάγεται απευθείας τυποποιημένο. Ωστόσο παρά τους υψηλούς ετήσιους ρυθμούς αύξησης της βιολογικής γεωργίας στην Ελλάδα, με ετήσιο ρυθμό σχεδόν διπλάσιο του μέσου ευρωπαϊκού, το ποσοστό επί του συνόλου των καλλιεργούμενων εκτάσεων στην Ελλάδα εξακολουθεί αν είναι ιδιαίτερα χαμηλό (0.9% το 2001).

Η βιολογική καλλιέργεια της ελιάς δεν διαφέρει ιδιαίτερα από την συμβατική καλλιέργειά της. Οι βασικές διαφορές έχουν να κάνουν με τη λιπαντική πρακτική, με τη χρήση χλωρής λίπανσης και ζωικού λιπάσματος στη βιολογική καλλιέργεια, και στην αντιμετώπιση του δάκου, με τη χρήση παγίδων αντί ψεκασμού. Το βιολογικό ελαιόλαδο που παράγεται είναι συνήθως εξαιρετικό παρθένο ή παρθένο ελαιόλαδο, ένα προϊόν με εξαιρετική γεύση και υψηλή διατροφική αξία που προστατεύει την υγεία του καταναλωτή.

Παρά τον υψηλό ρυθμό αύξησης της βιολογικής καλλιέργειας στην Ελλάδα, ο κλάδος αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα που επηρεάζουν την περαιτέρω ανάπτυξή του. Μερικά από αυτά είναι η αστικοποίηση, το δημογραφικό πρόβλημα των ορεινών και ημιορεινών περιοχών, καθώς και η έλλειψη υποδομών, όπως για παράδειγμα η αγροτική οδοποιία, η παροχή ηλεκτρισμού, η ύδρευση κλπ. Παρόλα όμως τα προβλήματα, ο κλάδος της βιολογικής καλλιέργειας κερδίζει συνεχώς έδαφος εξαιτίας πολλών παραγόντων.

Ένας από αυτούς είναι το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που υπάρχει σήμερα παγκοσμίως για την προστασία του περιβάλλοντος και την μείωση χρήσης χημικών ουσιών, που

υποστηρίζεται από την βιολογική καλλιέργεια. Επίσης, η ανησυχία των καταναλωτών για την ασφάλεια των τροφίμων και την προστασία της υγείας τους είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης ποιοτικών προϊόντων. Έτσι, παρόλο που τα βιολογικά προϊόντα πωλούνται ακριβότερα από τα συμβατικά, έχει παρατηρηθεί ότι οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερη τιμή για να αγοράσουν ένα ποιοτικό και ασφαλές για την υγεία τους προϊόν.

1.6. Νοθεία ελαιολάδου

Η νοθεία του λαδιού έχει καθαρά εμπορικές αιτίες και αποσκοπεί στην αντικατάσταση του πιο ακριβού και ποιοτικά ανώτερου προϊόντος με ένα χαμηλής ποιότητας και φτηνότερο. Στόχος της νοθείας λοιπόν είναι κατά κύριο λόγο το πιο ακριβό λάδι: το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο νοθεύεται αναμιγνύοντας το με λάδια κατώτερης ποιότητας και τιμής. Πιο συγκεκριμένα με:

- ✚ Ραφινρισμένο ελαιόλαδο λαμπάντε (λαμ-πάν-τε)
- ✚ Πυρηνέλαιο
- ✚ Σπορέλαιο
- ✚ Λάδι τεχνικής εστεροποίησης

Πολλές φορές ένας έμπειρος δοκιμαστής είναι σε θέση να υποψιαστεί την ύπαρξη της νοθείας και να ζητήσει περαιτέρω εξετάσεις. Οι μέθοδοι ελέγχου για την εξακρίβωση της νοθείας είναι λίγο πολύ αυτές που χρησιμοποιούνται για τον χαρακτηρισμό και την ταξινόμηση των διαφόρων τυπολογίων του λαδιού.

Η εικόνα ενός ελαιόλαδου προκύπτει με σαφήνεια και ακρίβεια με εργαστηριακές έρευνες (χρησιμοποιώντας την φασματοφωτομετρία υπεριώδους ακτινοβολίας, μετρώντας τον δείκτη διάθλασης, το ειδικό βάρος, τον αριθμό ιωδίου καθώς και μερικές χρωστικές αντιδράσεις, κ.ά.) από τις οποίες είναι εύκολο να εντοπιστούν τα λάδια που έχουν αναμιχθεί. Η ΕΕ έχει θεσπίσει μια σειρά μεθόδων αναλύσεων τις οποίες ενημερώνει ταχτικά, με βάση την πείρα και τις επιστημονικές έρευνες, που πρέπει να εφαρμόζουν τα χημεία κατά την αναζήτηση των χαρακτηριστικών ενός ελαιόλαδου.

1.7. Χρώμα ελαιολάδου

Το χρώμα του ελαιόλαδου είναι κι αυτό ένα οργανοληπτικό χαρακτηριστικό που εξετάζεται με το αισθητικό όργανο της όρασης: τό μάτι. Το χρώμα κυμαίνεται ανάμεσα στο χρυσοπράσινο και στο χρυσοκίτρινο. Και οφείλεται στις ουσίες που περιέχουν οι ελιές: την χλωροφύλλη (πράσινη) και τις καροτίνες (κίτρινες). Οι ελιές στην αρχή της συγκομιδής περιέχουν περισσότερη χλωροφύλλη και δίνουν λάδι πράσινο. Οι ώριμες έχουν περισσότερες καροτίνες και δίνουν λάδι πιο κίτρινο. Το σκούρο χρώμα ή ακόμη μαύρο μπορεί να έρχεται από υπερώριμες ελιές. Το ξεθωριασμένο κίτρινο προς το διαφανές εμφανίζεται όταν το λάδι έμεινε εκτεθειμένο για πολύ καιρό στο φώς ή στον ήλιο.

Πρέπει να έχουμε υπόψη μας ότι το χρώμα δεν χαρακτηρίζει πάντα την ποιότητα. Για παράδειγμα οι ειδικοί προτιμούν να μην είναι το χρώμα διαυγές αλλά ελαφρά θολό, ένα τέτοιο εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο είναι ανώτερης ποιότητας από ένα άλλο πιο διαυγές. Οι περισσότεροι καταναλωτές, λανθασμένα, προτιμούν περισσότερο το διαυγές ελαιόλαδο.

1.8. Συσκευασία ελαιολάδου

Το ελαιόλαδο όταν παραλαμβάνεται δεν είναι έτοιμο για βρώση, περιέχει σε αιώρημα σωματίδια που προέρχονται από κυτταρικές ίνες της σάρκας σε λεπτότατο καταμερισμό, οι οποίες δεν φαίνονται με γυμνό μάτι. Για το λόγο αυτό αποθηκεύεται σε κυλινδρικές δεξαμενές με τον πυθμένα τους σε σχήμα κώνου ανεστραμμένου. Με τον τρόπο αυτό στον κώνο κατασταλάζουν τα σωματίδια όπου και απομακρύνονται από μια στρόφιγγα η οποία είναι προσαρμοσμένη στο κατώτατο άκρο. Ο χρόνος που απαιτείται για αυτή την κάθαρση κυμαίνεται από 2 μέχρι 10 μέρες.

Για την αποθήκευση μεγάλων ποσοτήτων ελαιολάδου, συνήθως χρησιμοποιούνται ελαιοδεξαμενές κατασκευασμένες από ανοξείδωτο χάλυβα, προφυλάσσοντας το λάδι από το φως και τον αέρα. Εκτός όμως από το κατάλληλο δοχείο η δεξαμενή θα πρέπει να πληρεί και άλλους όρους:

- Η θερμοκρασία να είναι στους 10-15ο C, χωρίς όμως να κατεβαίνει πιο χαμηλά διότι παγώνει το λάδι

- Να είναι καθαρός πάντα ο χώρος φύλαξης
- Να έχει φως και να αερίζεται πλήρως, διότι τότε ανανεώνεται η ατμόσφαιρα του κλειστού χώρου της αποθήκης
- Οι σταθερές δεξαμενές να είναι επενδυμένες εσωτερικά με πλακάκια από υλικό που δεν διαποτίζεται από το λάδι και που είναι επίσης αδρανές για να μην προσβάλλεται το προϊόν
- Οι δεξαμενές μόλις αδειάσουν πρέπει να πλένονται πολύ καλά. Πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στο να μην μένουν και ίχνη ελαιολάδου διότι αυτά θα παραμείνουν εκεί μέχρις ότου μπει η νέα ποσότητα του λαδιού και στο διάστημα αυτό οι ποσότητες αυτές ταγκίζουν και αποτελούν πηγή μόλυνσης για το νέο λάδι
- Να είναι καλά κλεισμένες αεροστεγώς και γεμάτες με λάδι. Έτσι, αποφεύγεται η αναερόβια ζύμωση, η ανάπτυξη μυκήτων και επίσης αποφεύγεται η οξείδωση από το οξυγόνο της ατμόσφαιρας

Στο στάδιο του λιανικού εμπορίου μπορεί να κυκλοφορεί μόνο επώνυμο ελαιόλαδο σε συσκευασίες μέχρι 5 λίτρα. Οι συσκευασίες θα πρέπει να φέρουν σύστημα ανοίγματος μιας χρήσης. Η σήμανση των εν λόγω ελαιολάδων (μεταλλικά δοχεία και ετικέτες), πρέπει να ακολουθεί τους κανόνες που καθορίζονται από τον Καν. (ΕΚ) 1019/02, την οριζόντια Οδηγία (ΕΚ)13/2000 την Κοινή Υπουργική Απόφαση την Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών, Ανάπτυξης και του Υφυπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης.

Οι ενδείξεις διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: Υποχρεωτικές και Προαιρετικές.

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις περιλαμβάνουν τα παρακάτω:

1. Ονομασία Πώλησης

α) Εξαιρετικά Παρθένο Ελαιόλαδο

β) Παρθένο Ελαιόλαδο

γ) Ελαιόλαδο- αποτελούμενο από εξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα

δ) Πυρηνέλαιο

2. Συμπληρωματικές πληροφορίες

- α) Για το εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο. Ελαιόλαδο ανωτέρας κατηγορίας που παράγεται απ' ευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους
- β) Για το Παρθένο Ελαιόλαδο.
Ελαιόλαδο που παράγεται απ' ευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους
- γ) Για το Ελαιόλαδο- αποτελούμενο από εξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα.
Έλαιο που περιέχει αποκλειστικά ελαιόλαδα που έχουν υποστεί επεξεργασία εξευγενισμού και έλαια που έχουν παραχθεί απ' ευθείας από ελιές
- δ) Για το Πυρηνέλαιο
Έλαιο που περιέχει αποκλειστικά έλαια που προέρχονται από την επεξεργασία του προϊόντος που ελήφθη μετά την εξαγωγή του ελαιολάδου και έλαιο που έχουν παραχθεί απ' ευθείας από τις ελιές
3. Καθαρή Ποσότητα
4. Όνομα ή εμπορική επωνυμία και διεύθυνση του παρασκευαστή ή του συσκευαστή ή ενός πωλητή εγκαταστημένου στο εσωτερικό της Κοινότητας
5. Ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας του προϊόντος. Εφ' όσον η διατηρησιμότητα είναι μεγαλύτερη από τρεις μήνες, αλλά όχι μεγαλύτερη από 18 μήνες, αρκεί η αναγραφή του μήνα και του έτους σαν ελάχιστος χρόνος διατηρησιμότητας
6. Παρτίδα. Σε περίπτωση που ο χρόνος ελάχιστης διατηρησιμότητας περιλαμβάνει και την ημέρα, εκτός από το μήνα και το έτος, η παρτίδα μπορεί να μην αναγράφεται. Εάν όμως δεν αναφέρεται η ημέρα τότε η αναγραφή της παρτίδας είναι υποχρεωτική.
7. Ιδιαίτερες συνθήκες διατήρησης του προϊόντος
Οι προαιρετικές ενδείξεις περιλαμβάνουν τα παρακάτω:
Συνθήκες παραγωγής του ελαιολάδου (Πρώτη πίεση εν ψυχρώ, Εξαγωγή εν ψυχρώ), οργανοληπτικά χαρακτηριστικά, οξύτητα, εμπορική ονομασία, καταγωγή του προϊόντος, θρεπτική αξία, ένδειξη για χοληστερόλη και γενικά, οτιδήποτε μπορεί να τεκμηριωθεί και να αποδειχθεί εφ' όσον ζητηθεί από τις αρμόδιες αρχές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

2.1. Η Νέα Κοινή Αγροτική Πολιτική

Μέχρι το 1993 η ΚΑΠ και οι αγροτικές πολιτικές των κρατών όλου του κόσμου μπορούσαν να επιδοτούν τις γεωργίες τους σχεδόν απεριόριστα και χωρίς διεθνή έλεγχο. Με τη συμφωνία της GATT (1993) η παγκόσμια αγροτική πολιτική τέθηκε υπό έλεγχο. Οι επιδοτήσεις κατατάχθηκαν σε τρεις κατηγορίες: σε αυτές που επιτρέπονται χωρίς περικοπές, σε αυτές που επιτρέπονται με περικοπές, μέχρι όμως ορισμένων ορίων και σε αυτές που πρέπει σταδιακά να ελαχιστοποιηθούν.

Η διαπραγμάτευση για την παγκόσμια νομιμοποίηση της ΚΑΠ και των απανταχού της γης αγροτικών πολιτικών κινείται γύρω από τους κανόνες που θεσπίστηκαν το 1993 και από την GATT πέρασαν στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (ΠΟΕ). Ο στόχος της μεταρρύθμισης της ΚΑΠ είναι να τεθούν επιδοτήσεις έξω από το στόχαστρο του ΠΟΕ.

Η νέα ΚΑΠ άρχισε να εφαρμόζεται στη χώρα μας από 1-1- 2006. Οι μεταρρυθμίσεις της νέας ΚΑΠ αφορούν και τη χώρα μας. Από τον Απρίλιο του 2004 διασφαλίστηκαν οι χρηματοδοτήσεις για τα μεσογειακά προϊόντα και προβλέφθηκε η ίση μεταχείρισή τους σε σχέση με αυτή που είχε επιφυλαχθεί για τα προϊόντα των βορείων ευρωπαϊκών χωρών. Μια άλλη μεταρρύθμιση είναι η διαφοροποίηση όπου οι ενισχύσεις μειώνονται σταδιακά. Οι εξοικονομούμενοι πόροι παραμένουν στο ίδιο κράτος- μέλος και χρηματοδοτούν προγράμματα αγροτικής ανάπτυξης.

Η νέα ΚΑΠ χαρακτηρίζεται κυρίως από:

- ❖ Αλλαγή της φύσης των άμεσων ενισχύσεων. Οι περισσότερες ενισχύσεις του παρελθόντος ενοποιούνται σε μία που ονομάζεται πλέον Ενιαία Αποδεσμευμένη Ενίσχυση, που χορηγείται κάθε χρόνο ανεξάρτητα από το είδος και το ύψος της παραγωγής κάθε παραγωγού.
- ❖ Την αρχή της επικουρικότητας σύμφωνα με την οποία τα κράτη μέλη έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν το χρόνο εφαρμογής της νέας ΚΑΠ, τα ποσοστά δέσμευσης – αποδέσμευσης για μία σειρά προϊόντων και τις λοιπές λεπτομέρειες εφαρμογής της νέας ΚΑΠ.

- ❖ Την ενίσχυση του δεύτερου πυλώνα που αναφέρεται στην αγροτική ανάπτυξη, με μεταφορά σε αυτόν μέρους των άμεσων ενισχύσεων, μέσω της αρχής της διαφοροποίησης.

Τα κράτη – μέλη μπορούν να διατηρήσουν ορισμένες ενισχύσεις συνδεδεμένες με την παραγωγή, προκειμένου να έχουν ένα εργαλείο προσανατολισμού των αγορών ή και εντοπισμού κέντρων παραγωγής, να εφαρμόσουν την αποσύνδεση των ενισχύσεων το αργότερο έως το 2007, να αποτρέψουν την κερδοσκοπία στη μεταβίβαση των δικαιωμάτων, και να ενισχύουν την εγκατάσταση αγροτών.

Τα εργαλεία της νέας ΚΑΠ είναι:

- Καταβολή ενιαίας ενίσχυσης
- Ποιοτικό παρακράτημα υπέρ της εμπορίας και της ποιότητας των αγροτικών προϊόντων
- Διαφοροποίηση ενισχύσεων
- Ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης και ελέγχου (ΟΣΔΕ)
- Πολλαπλή συμμόρφωση
- Σύστημα παροχής συμβουλών σε γεωργικές εκμεταλλεύσεις

Στην αρχική της πρόταση για συνολική αποδέσμευση, η Επιτροπή καταργούσε κάθε σύνδεση μεταξύ των κοινοτικών ενισχύσεων και της παραγωγικής διαδικασίας. Στην τελική συμφωνία συνυπάρχουν δύο τύποι ενισχύσεων:

- Η αποσυνδεδεμένη και
- Η συνδεδεμένη με την παραγωγή ενίσχυση

Από το 2006, την ημερομηνία δηλ. εφαρμογής της αποδέσμευσης στην Ελλάδα, οι αγρότες καθίστανται δικαιούχοι των δύο αυτών ενισχύσεων, κατά περίπτωση.

Κάθε χρόνο, από το 2006, κάθε αγρότης που κατέχει ατομικά δικαιώματα ενιαίας ενίσχυσης δικαιούται να ζητήσει την καταβολή της ενιαίας ενίσχυσης.

Ατομικά Δικαιώματα Ενιαίας Ενίσχυσης: Είναι ο αριθμός των στρεμμάτων που ο παραγωγός καλλιέργησε κατά μέσο όρο την περίοδο αναφοράς 2000 – 2002. (Τα οριστικά δικαιώματα ενιαίας ενίσχυσης κατανεμήθηκαν στους έλληνες αγρότες στις αρχές του 2006)

Αξία των Ατομικών Δικαιωμάτων: Είναι το πηλίκο της διαίρεσης των ποσού της ενιαίας ενίσχυσης που αναλογεί στον κάθε ένα συγκεκριμένο παραγωγό δια του μέσου όρου των στρεμμάτων που καλλιέργησε την ιστορική περίοδο αναφοράς.

Η Ενιαία ενίσχυση: Ισούται με το γινόμενο του αριθμού των ατομικών δικαιωμάτων που ενεργοποίησε ο αγρότης επί την αξία κάθε δικαιώματος.

Τα κράτη μέλη μπορούν να παρακρατούν έως 10% της ενιαίας ενίσχυσης υπέρ της προώθησης της ποιότητας και της εμπορίας των γεωργικών προϊόντων. Η Ελλάδα επέλεξε να παρακρατήσει από τα εθνικά ανώτατα όρια ενισχύσεων:

- 10% στις αροτραίες καλλιέργειες, τα βοοειδή και τα αιγοπρόβατα
- **4% στο ελαιόλαδο,**
- 2% στον καπνό

Προκειμένου να καταβληθεί ως πρόσθετη ενίσχυση για συγκεκριμένους τύπους γεωργίας που έχουν σημασία για την προστασία ή τη βελτίωση του περιβάλλοντος, τη βελτίωση της ποιότητας και της εμπορίας των γεωργικών προϊόντων.

2.2. Οι ρυθμίσεις στον τομέα του ελαιολάδου με τη νέα ΚΑΠ

Με βάση την πολιτική συμφωνία του Συμβουλίου Υπουργών Γεωργίας στις 20/11/2008, οι ακόλουθες ρυθμίσεις θα αφορούν και στον τομέα του ελαιολάδου:

Ελαιοκομικοί Φορείς: Από την 1η Ιανουαρίου 2010 καταργήθηκε η νομική βάση στην οποία βασίζεται ο τρόπος χρηματοδότησης των τριετών προγραμμάτων των Οργανώσεων των Ελαιοκομικών Φορέων (ΟΕΦ). Με την πολιτική συμφωνία της 20/11/2008, τροποποιείται ο κανονισμός της Ενιαίας ΚΟΑ 1234/2007 της Επιτροπής και ορίζεται ως ανώτατο ποσό ετήσιας κοινοτικής συνδρομής που μπορεί να χρησιμοποιήσει η Ελλάδα για αυτά τα προγράμματα, σε 11.098 εκατομμύρια ευρώ

Διαφοροποίηση: Οι εκμεταλλεύσεις που λαμβάνουν συνολικά ενισχύσεις πάνω από 5.000 ευρώ, από το 2009 και μετά, θα υπόκεινται σε μια επιπλέον κράτηση, στα πλαίσια της διαφοροποίησης, η οποία θα κλιμακώνεται ως εξής:

- Το 2009 σε 5% και 2%
- Το 2010 στο 8%, το 2011 στο 9% για να πάει το 2013 στο 10%

Όσοι εισπράττουν ενισχύσεις πάνω από 300.000€ θα έχουν μια πρόσθετη κράτηση κατά 4%. Τα Μέτρα Ανάπτυξης της Υπαίθρου περιόδου 2007-2013 που θα χρηματοδοτούνται από τα κονδύλια της Διαφοροποίησης, διαμορφώθηκαν με βάση:

A) Τις νέες προκλήσεις (Κλιματικές αλλαγές, Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, Διαχείριση υδάτινων πόρων, Βιοποικιλότητα, Συνοδευτικά μέτρα γαλακτοπαραγωγής, Καινοτόμες δράσεις)

B) Τις επενδύσεις για τους νέους αγρότες (Το προβλεπόμενο ποσό μπορεί να ανέλθει από 55.000€ σε 70.000€).

Ποιοτικό παρακράτημα: Στις νέες εθνικές επιλογές για την ΚΑΠ περιλαμβάνεται μεταξύ άλλων η κατάργηση του ποιοτικού παρακρατήματος του ποσοστού 4%, σύμφωνα με Άρθρο 69 του Καν. 1782/2003. Τη θέση του παίρνει το καθεστώς του Άρθρου 68 του Καν. 1782/2003. Τα κράτη-μέλη μπορούν να αποφασίσουν την εφαρμογή του άρθρου 68 εναλλακτικά το 2010, 2011 ή 2012. Η Ελλάδα αποφάσισε να το εφαρμόσει από το 2010. Με το ισχύον καθεστώς δίνεται η δυνατότητα στα κράτη-μέλη να προβαίνουν σε παρακράτηση έως του 10% της συνιστώσας κάθε τομέα και επιστροφή των χρημάτων στον ίδιο τομέα. Η Ελλάδα αποφάσισε να κάνει παρακράτηση 5,3% επί του συνολικού δημοσιονομικού κατωφλιού των άμεσων ενισχύσεων για οριζόντια προγράμματα.

Καθεστώς Ενιαίας Αποδεδειγμένης Ενίσχυσης: Υιοθετούνται κατώτατα όρια για την καταβολή της ΕΑΕ ανά κράτος-μέλος της ΕΕ. Για την Ελλάδα καθορίζονται ως κατώτερα ποσά από 100 έως 400€ ανά δικαιούχο ή μια ελάχιστη έκταση 4 στρεμμάτων, κάτω από την οποία δεν καταβάλλονται ενισχύσεις στα πλαίσια της ΕΑΕ.

Δυνατότητα αναδιανομής της αξίας των δικαιωμάτων: Δίνεται η δυνατότητα αναδιανομής της αξίας των δικαιωμάτων από το ιστορικό στο περιφερειακό μοντέλο, σε μια περίοδο τριών ετών αρχής γενομένης από το 2010. Η συνολική αξία των δικαιωμάτων ενίσχυσης των γεωργών δεν θα μπορεί να μειωθεί περισσότερο από το 10% της αρχικής αξίας τους.

Πολλαπλή συμμόρφωση: Οι πρόσθετες απαιτήσεις για την πολλαπλή συμμόρφωση αρχίζουν να εφαρμόζονται από την 1η Ιανουαρίου 2010. Σε ότι αφορά άλλωστε στις

επιβαλλόμενες ποινές για μη συμμόρφωση στις απαιτήσεις της πολλαπλής συμμόρφωσης, όταν αυτές οι ποινές είναι μέχρι 100 €, μπορεί το κράτος- μέλος να μην τις επιβάλλει.

Σύστημα Γεωργικών Συμβούλων (ΣΓΣ): Σε ότι αφορά στο ΣΓΣ, προβλέπεται πλέον η υποβολή έκθεσης από την Επιτροπή μέχρι την 31 Δεκεμβρίου 2010, αλλά δεν υπάρχει η αναφορά στην πιθανότητα να συνοδεύονται οι προτάσεις της Επιτροπής από ενδεχόμενη υποχρεωτική εφαρμογή από τους παραγωγούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

3.1. Γενικά στοιχεία

Παγκοσμίως καλλιεργούνται περισσότερα από 750 εκατομμύρια ελαιόδεντρα, το 95% αυτών στις Μεσογειακές χώρες. Η μεγαλύτερη παραγωγή ελαιολάδου προέρχεται από τη νότια Ευρώπη, τη βόρειο Αφρική και την Εγγύς Ανατολή. Από το σύνολο της ευρωπαϊκής παραγωγής, το 93% προέρχεται από την Ισπανία, την Ιταλία και την Ελλάδα.

Υπολογίζεται ότι στην χώρα μας υπάρχουν διάσπαρτα περισσότερα από 150 εκατομμύρια ελαιόδεντρα τόσο σε παραδοσιακούς όσο και σε σύγχρονους ελαιώνες, ενώ η μέση συνολική μας παραγωγή την τελευταία πενταετία κυμαίνεται περίξ των 350.000 τόνων καλύπτοντας το 16% περίπου της παγκόσμιας παραγωγής ελαιόλαδου. Περισσότερο από το 60% του καλλιεργούμενου εδάφους καλύπτεται από ελαιώνες, ενώ η Ελλάδα έχει τις περισσότερες ποικιλίες ελιάς έναντι των άλλων χωρών.

Η παραγωγή αυτή κατατάσσει τη χώρα μας 3^η παγκόσμια δύναμη στην παραγωγή ελαιόλαδου πίσω από την Ισπανία και την Ιταλία. Αν λάβουμε υπ' όψη ότι το **80%** περίπου της ελληνικής παραγωγής ελαιολάδου ανήκει στην κορυφαία ποιότητα του **εξαιρετικού παρθένου** (δηλαδή οξύτητας μέχρι 0,8%), η Ελλάδα κατατάσσεται στην πρώτη θέση μεταξύ των χωρών που παράγουν εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο. Παρ' όλα αυτά, η χώρα μας καλύπτει με τις εξαγωγές της λιγότερο από το 4% της παγκόσμιας αγοράς, ενώ παράγει το 16% της παγκόσμιας παραγωγής. Το γεγονός αυτό δείχνει τις μεγάλες δυνατότητες αύξησης των εξαγωγών του ελληνικού ελαιόλαδου που διαθέτει εξαιρετικά υψηλό ποιοτικό δυναμικό, παρά τον οξύτατο ανταγωνισμό που αντιμετωπίζει.

3.2. Ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου

Στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται οι 15 κυριότερες χώρες εξαγωγής ελληνικού παρθένου ελαιόλαδου, η αξία, η ποσότητα και η μέση τιμή εξαγωγής σε

κάθε χώρα, καθώς και η διαφορά στην αξία εξαγωγών του έτους 2010, σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο έτος 2009:

Πίνακας .3.1.: Κύριότερες χώρες εξαγωγής ελληνικού παρθένου ελαιολάδου το 2010 και σύγκριση αξίας εισαγωγών με το 2009

Χώρα	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα ελαιολάδου (kg)	Μέση Τιμή (\$/kg)	%Διαφορά Αξίας με το 2009
Ιταλία	151.474.685	50.392.671	3,01	-19,37
Γερμανία	22.996.839	6.154.231	3,74	25,40
ΗΠΑ	15.742.621	3.224.505	4,88	2,25
Καναδάς	11.026.725	2.456.584	4,49	2,80
Ρωσία	6.170.579	1.055.505	5,85	125,42
Αυστραλία	5.145.754	1.207.981	4,26	-1,00
Κύπρος	4.528.768	1.041.654	4,35	-53,78
Κίνα	4.342.236	930.343	4,67	26,53
Ηνωμένο Βασίλειο	3.822.487	924.434	4,13	-14,86
Ελβετία	3.736.139	589.461	6,34	10,32
Αυστρία	3.008.683	522.361	5,76	64,79
Γαλλία	2.975.914	576.827	5,16	5,36
Ιαπωνία	2.929.384	477.040	6,14	26,30
Τσεχία	2.126.031	436.926	4,87	-35,00
Βραζιλία	2.087.051	385.246	5,42	5,10
TOP 15 Χώρες Σύνολο	242.113.896	70.375.769	3,44	-11,50
Λοιπές Εξαγωγές	20.585.738	5.000.901	4,87	-1,56
Σύνολο Εξαγωγών Παρθ.Ελαιολάδου	262.699.634	75.376.670	3,49	-10,80

Το 2010 το σύνολο των εξαγωγών παρθένου ελαιολάδου έφθασε τα 262,7 εκατομμύρια δολ. ΗΠΑ έναντι 294,5 εκ. δολ.ΗΠΑ το 2009, σημειώνοντας πτώση κατά 10,8% με μέση τιμή του ελαιολάδου ήταν 3,49 δολ. ΗΠΑ. Η κυρίαρχη χώρα στην οποία εξάγει η Ελλάδα παρθένο ελαιόλαδο είναι η Ιταλία (151,4 εκ. δολ.ΗΠΑ) και μάλιστα το μεγαλύτερο μέρος του ελαιολάδου είναι σε χύμα μορφή και ένα μικρό μέρος μόνο εξάγεται ως τυποποιημένο και επώνυμο προϊόν.

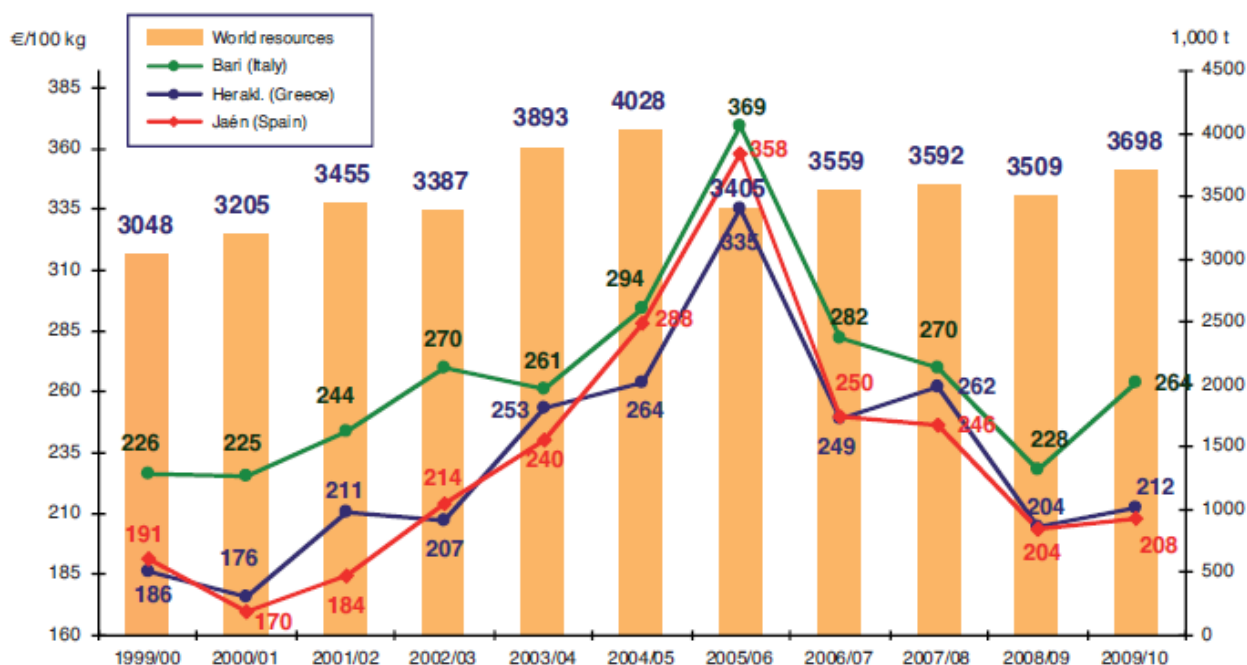
Παρατηρούμε όμως ότι υπάρχει πτώση εξαγωγών χύμα παρθένου ελληνικού ελαιολάδου στην Ιταλία σε σύγκριση με το 2009. Αύξηση εξαγωγών σε σύγκριση με το 2009 βλέπουμε στη Γερμανία (25,40%), στις ΗΠΑ (2,25%), στον Καναδά (2,80%),

στη Ρωσία με εντυπωσιακό ποσοστό (125,42%), στην Κίνα (26,53%), στην Ελβετία (10,32%), Αυστρία (64,79%), Γαλλία (5,36%), Ιαπωνία (26,30%), και Βραζιλία (5,10%). Οι τιμές του ελαιολάδου διαφέρουν ανά χώρα και εμφανίζουν μεγαλύτερη τιμή στην Ελβετία 6,34 δολ.ΗΠΑ και μικρότερη φυσικά στην Ιταλία 3,01 δολ. ΗΠΑ (κυρίως λόγω πώλησης σε χύμα μορφή).

3.3. Τιμές παραγωγών

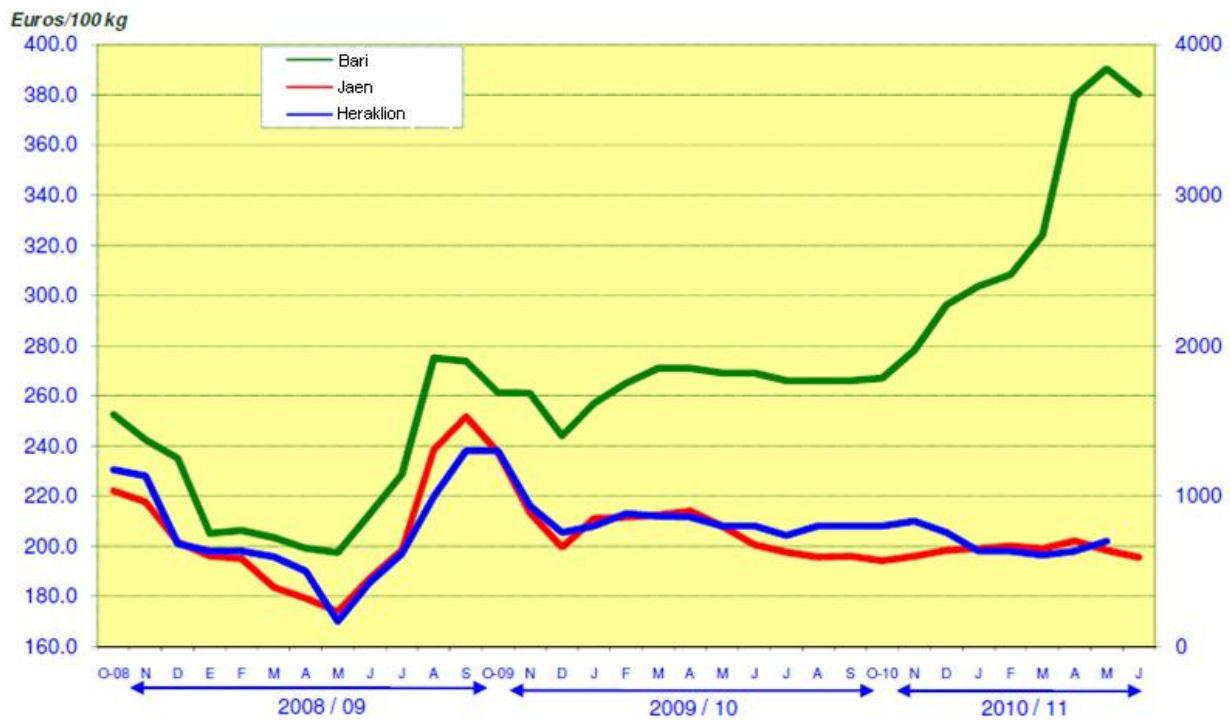
Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε τις τιμές των παραγωγών των τριών χωρών (Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία) για το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο για τη δεκαετία 2000-2010 ανά έτος. Είναι φανερό ότι ο Ιταλός παραγωγός διατηρεί τις υψηλότερες τιμές για όλα τα έτη, ενώ οι τιμές για τον Ισπανό και τον Έλληνα παραγωγό κυμαίνονται περίπου στα ίδια επίπεδα με κάποια έτη να είναι υψηλότερη η τιμή του Ισπανού και κάποια έτη να είναι υψηλότερη η τιμή του Έλληνα παραγωγού.

Διάγραμμα 3.1.: Μέσος όρος τιμής παραγωγού για την παραγωγική περίοδο (1999/00 – 2009/10) για το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο



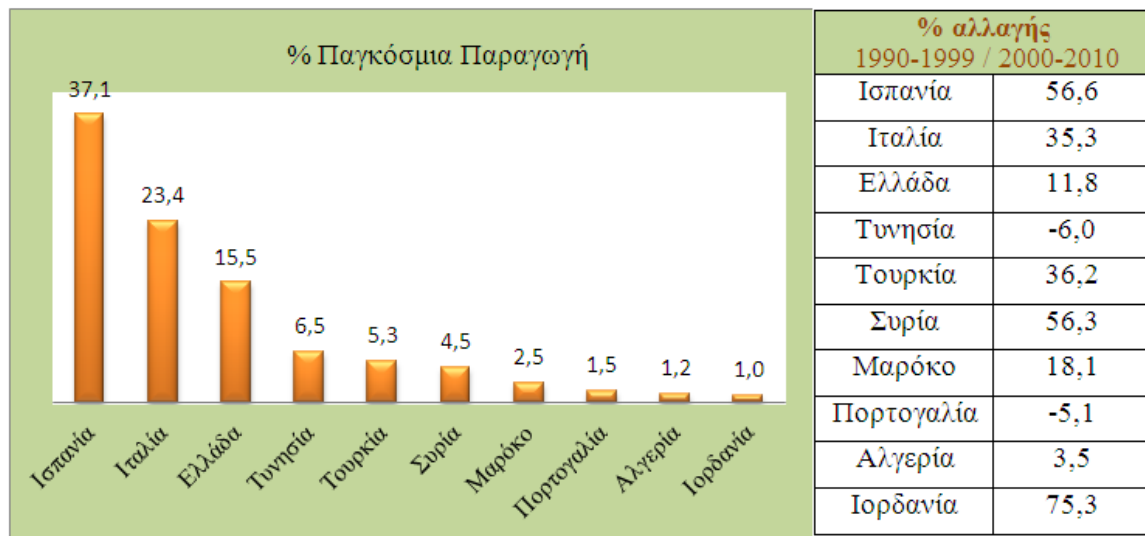
Στο ακόλουθο διάγραμμα φαίνεται ότι ο Ιταλός παραγωγός διατηρεί την πρωτιά στις αυξήσεις των τιμών, σε αντίθεση με τον Ισπανό και τον Έλληνα παραγωγό, που βρίσκονται σε χαμηλότερη στάθμη και σε παρόμοια επίπεδα τιμών.

Διάγραμμα 3.2.: Μεταβολή στη μέση μηνιαία τιμή παραγωγού για το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο

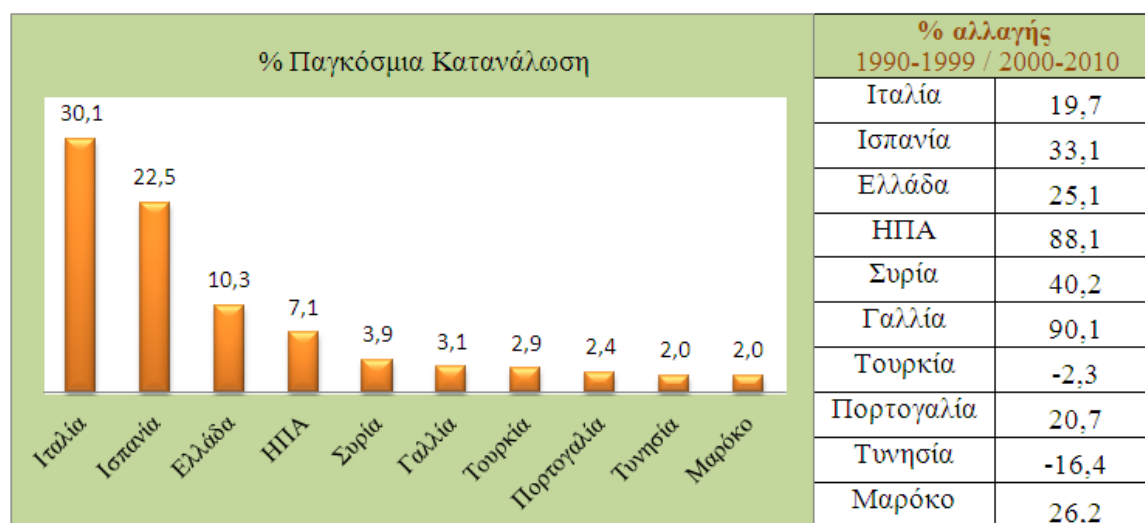


3.4. Κύριες χώρες παραγωγής και κατανάλωσης ελαιολάδου

Στη συνέχεια θα δούμε τις κύριες παραγωγικές χώρες ελαιολάδου σε διεθνές επίπεδο. Πρώτη χώρα στην παραγωγή ελαιολάδου είναι η Ισπανία με ποσοστό 37,1%, δεύτερη χώρα η Ιταλία με 23,4% και τρίτη χώρα η Ελλάδα με 15,5%. Ακολουθούν κατά σειρά η Τυνησία, η Τουρκία, η Συρία, το Μαρόκο, η Πορτογαλία, η Αλγερία και η Ιορδανία.

Διάγραμμα 3.3.: Κύριες Παραγωγικές Χώρες Ελαιολάδου (1990-2010)

Στο διάγραμμα που ακολουθεί βλέπουμε τις κυριότερες χώρες με τα μεγαλύτερα ποσοστά στην κατανάλωση ελαιολάδου. Πρώτη χώρα είναι η Ιταλία με ποσοστό 30,1%, δεύτερη χώρα η Ισπανία με 22,5% και τρίτη χώρα η Ελλάδα με 10,3%. Οι χώρες που ακολουθούν με τη σειρά είναι οι ΗΠΑ, η Συρία, η Γαλλία, η Τουρκία, η Πορτογαλία, η Τυνησία και το Μαρόκο.

Διάγραμμα 3.4. : Κύριες Χώρες Κατανάλωσης Ελαιολάδου (1990-2010)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ

4.1. Εισαγωγή

Η παγκοσμιοποίηση έχει σημαντικές επιπτώσεις στο διεθνές εμπορικό σύστημα. Η ελευθέρωση του εμπορίου και η αυξανόμενη οικονομική ολοκλήρωση εντός του Ευρωπαϊκού οικονομικού χώρου προκάλεσε μεγάλη ενδο- Ευρωπαϊκή ανάπτυξη των εμπορικών συναλλαγών. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της ευρωπαϊκής οικονομικής ολοκλήρωσης είναι ότι η εμπορική επέκταση αυτή έλαβε τη μορφή ενδοκλαδικού εμπορίου (η αμφίδρομη ανταλλαγή των εμπορευμάτων που ανήκουν στην ίδια βιομηχανία και παρουσιάζουν παρόμοιες απαιτήσεις για την παραγωγή τους).

4.2. Ανάλυση ενδοκλαδικού εμπορίου

Τα αίτια του ενδοκλαδικού εμπορίου και των επιπτώσεών του έχουν αποτελέσει αντικείμενο πολλών μελετών. Η θεωρία του Ricardo για το συγκριτικό πλεονέκτημα και η θεωρία των Heckscher-Ohlin για την αναλογία των συντελεστών παραγωγής εξηγούν το διεθνές εμπόριο μεταξύ των χωρών που χρησιμοποιούν διαφορετικούς πόρους και διαθεσιμότητα των συντελεστών παραγωγής (Hustead and Melvin, 2004).

Ωστόσο το ενδοκλαδικό εμπόριο δεν αντανακλά το συγκριτικό πλεονέκτημα. Αυτός ήταν ο λόγος για την ανάλυση του ενδοκλαδικού εμπορίου για την οποία χρησιμοποιούν διάφορες εναλλακτικές θεωρίες διεθνούς εμπορίου. Σύμφωνα με τις εναλλακτικές θεωρίες, ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός και οι οικονομίες κλίμακας ενθαρρύνουν το ενδοκλαδικό εμπόριο μεταξύ παρόμοιων χωρών με ίσες δυνατότητες, καταναλωτικές προτιμήσεις και προτεραιότητες δεδομένου ότι παρέχει πρόσθετα κίνητρα για την εξειδίκευση της παραγωγής. Αποτέλεσμα των οικονομιών κλίμακας είναι να βοηθά να εξηγηθεί το εμπόριο παρόμοιων προϊόντων, το συγκριτικό μέρος των οποίων στο συνολικό όγκο των εμπορικών συναλλαγών είναι αρκετά μεγάλο και έχει τάση ανάπτυξης.

Το ενδοκλαδικό εμπόριο προκύπτει εάν μια χώρα κάνει ταυτόχρονα εισαγωγές και εξαγωγές σε παρόμοια είδη αγαθών ή υπηρεσιών. Ομοιότητα εντοπίζεται από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που κατατάσσονται στον ίδιο τομέα. Είναι διαφορετικό από το διακλαδικό εμπόριο σύμφωνα με το οποίο μια χώρα εξειδικεύεται στην παραγωγή προϊόντος ή υπηρεσίας και το εξάγει με αντάλλαγμα ένα διαφορετικό προϊόν ή υπηρεσία για το οποίο δεν έχει συγκριτικό πλεονέκτημα. Συνήθως γίνεται διάκριση μεταξύ δύο διαφορετικών τύπων ενδοκλαδικού εμπορίου:

- ❖ **Οριζόντιο ενδοκλαδικό εμπόριο:** αυτό αφορά την ταυτόχρονη εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων που κατατάσσονται στον ίδιο τομέα και στο ίδιο στάδιο επεξεργασίας.
- ❖ **Κάθετο ενδοκλαδικό εμπόριο:** αυτό το είδος αναφέρεται στην ταυτόχρονη εξαγωγή και εισαγωγή προϊόντων που κατατάσσονται στον ίδιο τομέα δηλαδή είναι το ίδιο είδος αλλά βρίσκονται σε διαφορετικά στάδια επεξεργασίας. Αυτό είναι πιθανό να βασιστεί στην αυξημένη ικανότητα στην οργάνωση καταμερισμού της παραγωγικής διαδικασίας σε διαφορετικά στάδια, καθένα από τα οποία εκτελούνται σε διαφορετικές περιοχές της χώρας αξιοποιώντας έτσι τα πλεονεκτήματα των τοπικών συνθηκών.

Η ανάπτυξη του ενδοκλαδικού εμπορίου σε κάθετα διαφοροποιημένα προϊόντα συνδέεται με την εξειδίκευση των χωρών στην ποιότητα. Ως εκ τούτου, η φύση και η διάρθρωση της εξειδίκευσης των εξαγωγών εξαρτάται από το βαθμό του ενδοκλαδικού εμπορίου της χώρας.

4.3. Οικονομικοί Δείκτες

Οι δείκτες που θα χρησιμοποιήσουμε για να μετρήσουμε την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού ελαιολάδου και να εντοπίσουμε σε ποιές από τις χώρες-αγορές παρουσιάζονται κάποια πλεονεκτήματα για την Ελλάδα, και συνεπώς θα έπρεπε να δοθεί περισσότερη προσοχή σε αυτές τις χώρες, είναι οι παρακάτω:

1) Μεριδίο Αγοράς

Ο Δείκτης Μεριδίου Αγοράς είναι ο πιο απλός δείκτης και δείχνει τη συμμετοχή και διείσδυση των εξαγωγών σε μια αγορά, την εξάρτησή της από τον εξαγωγέα και το

βαθμό κάλυψης των καταναλωτικών δυνατοτήτων της. Ο μαθηματικός τύπος του μεριδίου αγοράς είναι ο παρακάτω:

$$XMS = X_i / \Sigma(M_i)$$

- XMS, το μερίδιο αγοράς των χωρών σε μία αγορά
- X_i , η αξία των εξαγωγών μιας χώρας i προς μία αγορά για ένα προϊόν
- $\Sigma(M_i)$ είναι η αξία των εισαγωγών της αγοράς από το σύνολο του κόσμου για το ίδιο προϊόν.

2) Δείκτης Κάλυψης

Ο Δείκτης Κάλυψης ορίζεται ως το πηλίκο των εξαγωγών προς τις εισαγωγές ενός κλάδου ή προϊόντος. Ο μαθηματικός τύπος του συγκεκριμένου δείκτη είναι ο εξής:

$$X/M = X_i / (M_i)$$

X_i : είναι η αξία των εξαγωγών ενός προϊόντος i μίας χώρας ως προς μία αγορά

M_i : είναι η αξία των εισαγωγών ενός προϊόντος i της εξεταζόμενης αγοράς

Αν το $X/M > 1$ τότε η χώρα είναι αμιγώς εξαγωγική στο συγκεκριμένο κλάδο. Αν το $X/M = 1$, τότε οι εξαγωγές είναι ίσες με τις εισαγωγές, οπότε δεν υπάρχει συγκριτικό πλεονέκτημα στις εξαγωγές. Αν το $X/M < 1$, τότε η χώρα παρουσιάζει έλλειμμα στις εξαγωγές τις έναντι των εισαγωγών στο συγκεκριμένο κλάδο/προϊόν.

3) Δείκτης Εξειδίκευσης

Ο δείκτης εξειδίκευσης (Specialization Index) θα χρησιμοποιηθεί για να εντοπιστούν οι αγορές, στις οποίες η Ελλάδα εμφανίζει σημαντικό όγκο εξαγωγών, βάσει των συνολικών εξαγωγών της, καθώς και των εξαγωγών της Ιταλίας και της Ισπανίας, που είναι οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες στο εμπόριο ελαιολάδου. Ο δείκτης εξειδίκευσης υπολογίζεται ως εξής:

$$S.I. = \frac{X_{ij} / X_{kj}}{X_{it} / X_{kt}}$$

όπου: X_{ij} =Εξαγωγές Ελλάδας παρθένου ελαιολάδου στην χώρα j

X_{it} =Συνολκές εξαγωγές Ελλάδας παρθένου ελαιολάδου

X_{kj} =Εξαγωγές της χώρας k (Ιταλία ή Ισπανία) παρθένου ελαιόλαδου στην χώρα j

X_{kt} =Συνολικές εξαγωγές της χώρας k (Ιταλία ή Ισπανία) παρθένου ελαιολάδου

Ο δείκτης συγκρίνει τις εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου της Ελλάδας με τις εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου της Ιταλίας ή της Ισπανίας σε μία χώρα j, βάσει του συνολικού εμπορίου παρθένου ελαιολάδου των χωρών αυτών. Ουσιαστικά, πρόκειται για το ποσοστό των ελληνικών εξαγωγών στην χώρα j επί των ιταλικών ή ισπανικών εξαγωγών στην χώρα j προς το ποσοστό των συνολικών ελληνικών εξαγωγών επί των συνολικών ιταλικών ή ισπανικών εξαγωγών.

Αν η τιμή του δείκτη είναι μεγαλύτερη της μονάδας, συνεπάγεται ότι οι ελληνικές εξαγωγές προς την χώρα j είναι αυξημένες έναντι των ιταλικών ή ισπανικών, δεδομένης της θέσης που κατέχουν οι χώρες στο παγκόσμιο εμπόριο παρθένου ελαιολάδου.

4) Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου

Αποκαλύπτει τη δομή των εμπορικών σχέσεων μεταξύ δύο χωρών (ενδο-κλαδικό ή δια-κλαδικό εμπόριο). Μια τροποποίηση του δείκτη εξειδίκευσης είναι ο δείκτης ενδοκλαδικού εμπορίου (Grubel και Lloyd, 2003), ο οποίος έχει τη παρακάτω μαθηματική μορφή,

$$II_{ij} = 1 - \left| \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}} \right| \text{ όπου,}$$

- X_{ij} , η αξία των εξαγωγών ενός προϊόντος i για μια χώρα j προς μία αγορά
- M_{ij} , η αξία των εισαγωγών ενός προϊόντος i για μια χώρα j από την ίδια αγορά

Ο δείκτης ενδοκλαδικού εμπορίου αποκαλύπτει τη δομή των εμπορικών σχέσεων μεταξύ δύο χωρών (ενδοκλαδικό ή διακλαδικό εμπόριο). Στο διακλαδικό εμπόριο υπάρχουν μόνο εισαγωγές ή εξαγωγές ενός προϊόντος μεταξύ δύο χωρών εξαιτίας των διαφορών στους συντελεστές παραγωγής των χωρών και λόγω του συγκριτικού πλεονεκτήματος της μιας χώρας έναντι της άλλης.

Στο ενδοκλαδικό εμπόριο υπάρχει ισοδύναμη ανταλλαγή (ίση αξία εξαγωγών και εισαγωγών) του προϊόντος και αυτό αποδίδεται στη τεχνολογική έρευνα και στις οικονομίες κλίμακας. Όταν ο δείκτης παίρνει τιμή 0 τότε το εμπόριο μεταξύ των δύο χωρών χαρακτηρίζεται ως διακλαδικό. Ενδοκλαδικό εμπόριο έχουμε στη περίπτωση που ο δείκτης παίρνει τιμή ίση με +1.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η ΚΙΝΕΖΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

5.1. Εισαγωγή

Το ελαιόλαδο αποτελεί ένα σχετικά νέο και άγνωστο διατροφικό προϊόν για τους Κινέζους καταναλωτές. Το μερίδιο κατανάλωσης του σε σχέση με τα υπόλοιπα βρώσιμα φυτικά έλαια είναι πολύ μικρό, λόγω της αναλογικά υψηλής τιμής του, του επικρατούντος διατροφικού προτύπου αλλά και της μη εξοικείωσης των καταναλωτών με τις ευεργετικές του ιδιότητες. Αντίθετα, είναι ευρύτερα γνωστό ως φαρμακευτικό προϊόν και καλλυντικό.

Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου ενός σημαντικού κομματιού της κινεζικής κοινωνίας ευνοεί την αύξηση της κατανάλωσης ελαιολάδου, παρά τη σημαντική διαφορά τιμής, ως μια πιο υγιεινή εναλλακτική στα άλλα εδώδιμα έλαια. Η αύξηση αυτή αντανακλάται τόσο σε επίπεδο εισαγωγών ελαιολάδου, όσο και στις προσπάθειες, εκ μέρους της Λ.Δ. Κίνας, εξεύρεσης κατάλληλων εδαφών για εγχώρια παραγωγή.

Το ελληνικό ελαιόλαδο αποσπά ένα σημαντικό μερίδιο των εισαγωγών, σε μια αγορά ολιγοπωλιακή, ως προς τον αριθμό των προμηθευτριών χωρών. Οι προοπτικές που διανοίγονται είναι αναμφίβολα θετικές, παρότι θα πρέπει να επισημανθεί ότι στο βραχυ-μεσοπρόθεσμο διάστημα τα ελαιοκομικά προϊόντα θα παραμείνουν μια εξειδικευμένη αγορά για καταναλωτές με υψηλό εισόδημα και καταναλωτική συμπεριφορά που λαμβάνει υπόψη τους κανόνες της υγιεινής διατροφής.

5.2. Γενικά χαρακτηριστικά αγοράς

Η οικονομία της Λ.Δ. Κίνας αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια ετησίως με ρυθμό ανάπτυξης περίξ του 10%. Η ταχεία ανάπτυξή της είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των πολιτών της και τη δημιουργία μιας ευάριθμης ανώτερης εισοδηματικά τάξης, που έχει υιοθετήσει καταναλωτικά πρότυπα συμπεριφοράς ανεπτυγμένων οικονομιών και διαθέτει μεγάλο μέρος του

εισοδήματος της σε εισαγόμενα προϊόντα, που θεωρούνται υψηλότερης ποιότητας, σε σχέση με τα εγχώρια.

Εξάλλου, η ηγεσία της Λ.Δ. Κίνας έχει θέσει ως κεντρικό στόχο του επόμενου πενταετούς οικονομικού πλάνου ανάπτυξης (2011-2015) την ενίσχυση της εγχώριας ζήτησης και την εξισορρόπηση του εμπορικού της ισοζυγίου με την ταχύτερη άνοδο των εισαγωγών, σε σχέση με τις εξαγωγές της.

Η αγορά βρώσιμων φυτικών ελαίων περιλαμβάνει κυρίως σογιέλαιο (soybean oil), φοινικέλαιο (palm oil), ηλιέλαιο (sunflower oil), σπορέλαιο (seed oil), αραβοσιτέλαιο (corn oil), αραχιδέλαιο (peanut oil), γογγυλέλαιο ή έλαιο ελαιοκράμβης (colza oil/salad oil), ενώ ένα πολύ μικρό κομμάτι της κατανάλωσης καταλαμβάνει το ελαιόλαδο. Η εγχώρια παραγωγή δεν επαρκεί για να καλύψει τις αυξανόμενες διατροφικές ανάγκες του πληθυσμού, με αποτέλεσμα την εισαγωγή μεγάλων ποσοτήτων φυτικών ελαίων από χώρες της Ν.Α. Ασίας (Μαλαισία – Ινδονησία για φοινικέλαιο) και της Λατινικής Αμερικής (Αργεντινή, Βραζιλία για σογιέλαιο). Υπολογίζεται ότι περίπου 30% της κατανάλωσης είναι εισαγόμενα φυτικά έλαια.

5.3. Καταναλωτικές συνήθειες

Η αγορά ελαιολάδου αποτελεί λιγότερο από το 1% της αγοράς βρώσιμων φυτικών ελαίων, η οποία υπολογίζεται ότι ανέρχεται περίπου στους 20-30 εκατ. τόνους. Η κατανάλωση ελαιολάδου γίνεται σε αστικές περιοχές και ιδιαίτερα σε πόλεις με υψηλό διαθέσιμο εισόδημα και ισχυρή παρουσία εκπατισμένων, ενώ η αναλογούσα κατά κεφαλήν κατανάλωση είναι λιγότερο από 20 γραμμάρια.

Το ελαιόλαδο είναι γνωστό στην Κίνα, ως ένα προϊόν με θεραπευτικές και καλλυντικές ιδιότητες. Μόλις πρόσφατα, όμως, εκτιμήθηκε και για τη διατροφική του αξία και τη συμβολή του στην υγιεινή διατροφή από ένα ακόμη μικρό μέρος του πληθυσμού. Η συντριπτική πλειονότητα του πληθυσμού δε γνωρίζει ούτε το ελαιόλαδο ούτε ότι μπορεί να καταναλώσει ωμά φυτικά έλαια (όχι ως μαγειρικά).

Οι Κινέζοι χρησιμοποιούν το ελαιόλαδο ως:

- καλλυντικό, για τη βελτίωση της υφής του δέρματος (από γυναίκες),

- φάρμακο, δηλ. το ελαιόλαδο πίνεται, καθώς σύμφωνα με την παραδοσιακή κινεζική ιατρική βοηθάει στην καταπολέμηση ορισμένων ασθενειών (από μεσήλικες και άτομα τρίτης ηλικίας),
- μαγειρικό έλαιο (από νοικοκυριά με υψηλότερο εισόδημα και μορφωτικό επίπεδο)

Η κατανάλωση ελαιολάδου δεν ευνοείται από την επικρατούσα τάση των Κινέζων να διατρέφονται, ως επί το πλείστον, εκτός σπιτιού. Στους χώρους μαζικής εστίασης, με εξαίρεση τα εστιατόρια με μεσογειακή κουζίνα και τα πολυτελή ξενοδοχεία, τα μαγειρικά έλαια που χρησιμοποιούνται είναι κυρίως σογιέλαιο και φοινικέλαιο. Επίσης, οι μέθοδοι παρασκευής των περισσότερων φαγητών δεν έχουν τα φυτικά έλαια ως γευστικό σημείο αναφοράς, αλλά τις σάλτσες.

Παρόλα αυτά, η ανάδυση μιας εισοδηματικά ανώτερης τάξης που υιοθετεί δυτικό τρόπο ζωής, ακόμα και στις διατροφικές συνήθειες του, και προσβλέπει σε μια πιο υγιεινή διατροφή είναι επαρκής αγορά-στόχος για το ελληνικό ελαιόλαδο.

5.4. Αγορά-Στόχος για το Ελαιόλαδο:

- Περιοχές: Πόλεις με υψηλό διαθέσιμο εισόδημα
- Πληθυσμός: Αστικός, Εκπατισμένοι
- Ηλικία: 20 - 49 ετών
- Μόρφωση: Ανώτερη (Πανεπιστήμιο - σπουδές στο εξωτερικό)
- Εισόδημα: Μεσαία προς υψηλά και υψηλά εισοδήματα
- Προφίλ Κατανάλωσης: Ενδιαφέρον για υγιεινές τροφές, «ethnic» κουζίνες.

5.5. Εγχώρια παραγωγή

Η εγχώρια παραγωγή ανέρχεται μόλις σε 500 τόνους ελαιολάδου με προοπτικές, όμως, ταχείας αύξησης, λόγω των ευσίωνων προοπτικών της κατανάλωσης ελαιολάδου στην εσωτερική αγορά και των υψηλών περιθωρίων κέρδους.

Η παραγωγή συγκεντρώνεται σε τρεις ζώνες: την κοιλάδα του ποταμού Bailongjiang (περιοχή Wudu, επαρχία Gansu, 85% της συνολικής παραγωγής), την κοιλάδα του ποταμού Jinsha (επαρχίες Yunnan-Sichuan) και την κοιλάδα του ποταμού Yangtze

(επαρχίες Sichuan-Hubei), όπου οι κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν τη φύτευση ελαιοδέντρων.

Ένα μεγάλο κομμάτι της εγχώριας παραγωγής απορροφάται από τις ίδιες τις περιοχές όπου καλλιεργούνται ελιές, ενώ ένα μικρότερο κομμάτι φτάνει στις μεγάλες πόλεις. Οι κινεζικές εταιρείες ασκούν περισσότερο εμπορική, παρά παραγωγική δραστηριότητα, αναμειγνύοντας, συχνά, εγχώριο και εισαγόμενο χύμα ελαιόλαδο με άλλου τύπου φυτικά έλαια. Όσον αφορά (επαρχίες Sichuan-Hubei), όπου οι κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν τη φύτευση ελαιοδέντρων.

Ένα μεγάλο κομμάτι της εγχώριας παραγωγής απορροφάται από τις ίδιες τις περιοχές όπου καλλιεργούνται ελιές, ενώ ένα μικρότερο κομμάτι φτάνει στις μεγάλες πόλεις. Οι κινεζικές εταιρείες ασκούν περισσότερο εμπορική, παρά παραγωγική δραστηριότητα, αναμειγνύοντας, συχνά, εγχώριο και εισαγόμενο χύμα ελαιόλαδο με άλλου τύπου φυτικά έλαια. Όσον αφορά τις ελιές, τα τελευταία χρόνια έχουν ξεκινήσει εξαγωγές τουριστών προς τη Μ. Βρετανία και την Αυστραλία, με αποτέλεσμα το 2008 να ήταν η πρώτη χρονιά που η Λ.Δ. Κίνας είχε θετικό εμπορικό ισοζύγιο στις ελιές.

Πάντως, παρά τις κατά καιρούς προσπάθειες για εντατικότερη καλλιέργεια της ελιάς, υπάρχουν γνωστικές ελλείψεις σε τεχνικές καλλιέργειας, ενώ σε επίπεδο γενικότερης αγροτικής πολιτικής έχει δοθεί, προς το παρόν, υψηλή προτεραιότητα στην ανάπτυξη καλλιεργειών με στόχο την αυτάρκεια των διατροφικών πόρων. Ευνόητο είναι ότι το ελαιόλαδο θεωρείται «πολυτελές» βρώσιμο έλαιο και δεν ενισχύεται η καλλιέργειά του, κατ' αναλογία με τα λοιπά εδώδιμα έλαια.

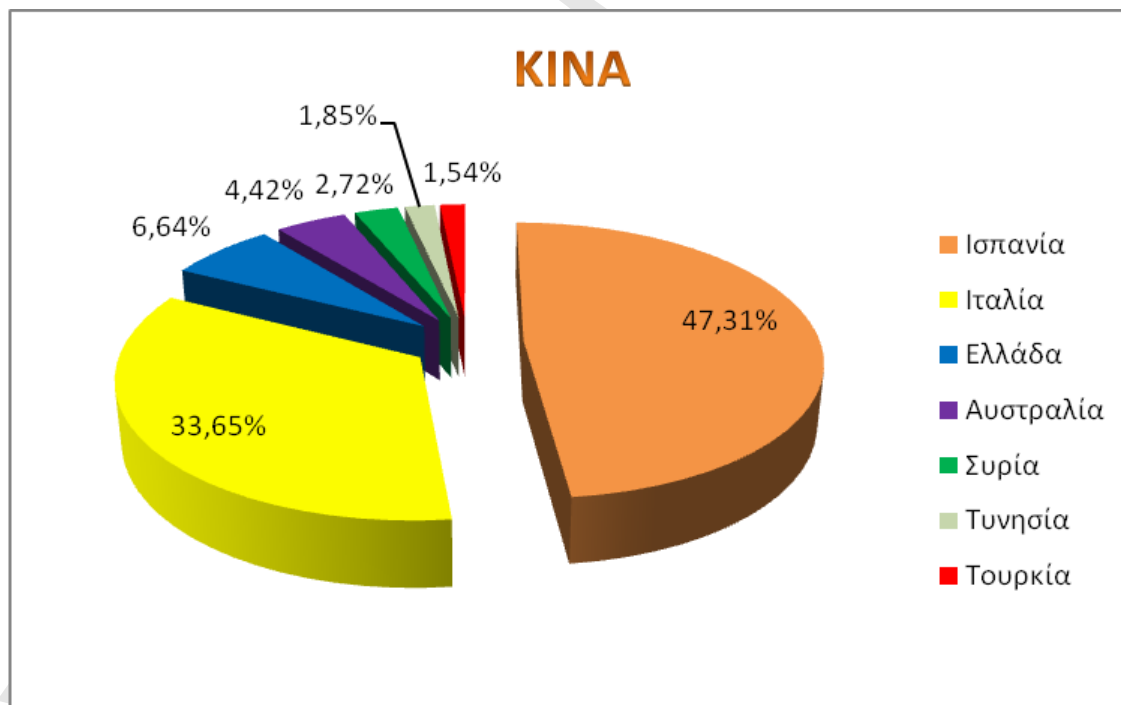
5.6. Εισαγωγές ελαιολάδου

Οι εισαγωγές παρθένου ελαιολάδου την τελευταία δεκαετία παρουσιάζουν θεαματική άνοδο, όπως παρατηρούμε και στον ακόλουθο πίνακα, όπου φαίνονται αναλυτικά οι εισαγωγές της Κίνας ανά έτος για τη χρονική περίοδο 2001 – 2010 αλλά και το ποσοστό αύξησης (μεταβολή αξίας) των εισαγωγών ανά δύο διαδοχικά έτη.

Πίνακας .5.1.: Συνολικές εισαγωγές παρθένου ελαιολάδου στην Κίνα για την περίοδο 2001-2010

Έτος	Αξία (\$)	Ποσότητα (kg)	% Μεταβολής
2001	132.288	92.495	
2002	343.656	139.73	159,8%
2003	1.046.418	361.663	204,5%
2004	3.195.396	1.053.465	205,4%
2005	8.778.420	2.254.824	174,7%
2006	17.744.742	3.405.895	102,1%
2007	26.760.768	5.684.310	50,8%
2008	40.617.851	8.009.863	51,8%
2009	43.537.054	10.246.194	7,2%
2010	76.181.369	18.430.900	75,0%

Συγκεκριμένα το 2010 οι εισαγωγές παρθένου ελαιολάδου στην Κίνα φαίνονται αναλυτικά στο σχήμα που ακολουθεί που εμφανίζει τις κυριότερες χώρες από τις οποίες εισάγει η Κίνα ελαιόλαδο και τα αντίστοιχα ποσοστά τους.



Είναι φανερό ότι κυρίαρχη θέση στις εισαγωγές ελαιολάδου στην Κίνα έχει η Ισπανία με ποσοστό 47,31%, δεύτερη θέση η Ιταλία με ποσοστό 33,65% και τρίτη

θέση η Ελλάδα με ποσοστό ιδιαίτερα μικρό μόλις 6,64%. Ακολουθούν η Αυστραλία με ποσοστό 4,42%, η Συρία με 2,72%, η Τυνησία με 1,85% και η Τουρκία με 1,54%.

Στον πίνακα που ακολουθεί θα δούμε αναλυτικά τις χώρες από τις οποίες εισάγει ελαιόλαδο η Κίνα για την περίοδο 2009-2010, το ποσοστό της αξίας των εισαγωγών για κάθε χώρα προς το σύνολο της αξίας των εισαγωγών, τη μεταβολή του ποσοστού αυτού για κάθε χώρα από το 2009 στο 2010, καθώς και τη μεταβολή της αξίας των εισαγωγών για κάθε χώρα ξεχωριστά από το 2009 στο 2010.

Πίνακας 5.2: Εισαγωγές παρθένου ελαιολάδου στην Κίνα για τα έτη 2009-2010

Χώρα	2010			2009			Αλλαγή στην αξία	Αλλαγή στο σύνολο
	Ποσότητα(kg)	Αξία(\$)	% στο σύνολο	Ποσότητα (kg)	Αξία(\$)	% στο σύνολο		
Ισπανία	18.430.900	36.037.942	47,31%	4.974.216	21.184.421	48,66%	70,12%	-1,35%
Ιταλία	8.876.451	25.637.636	33,65%	3.109.518	12.466.112	28,63%	105,66%	5,02%
Ελλάδα	6.501.391	5.062.237	6,64%	414.464	2.149.654	4,94%	135,49%	1,71%
Αυστραλία	1.054.455	3.370.302	4,42%	567.967	3.054.172	7,02%	10,35%	-2,59%
Συρία	511.034	2.074.193	2,72%	461.023	1.796.686	4,13%	15,45%	-1,40%
Τυνησία	583.932	1.406.386	1,85%	81.483	345.570	0,79%	306,98%	1,05%
Τουρκία	382.181	1.174.982	1,54%	539.776	2.043.344	4,69%	-42,50%	-3,15%

Η Ισπανία επικρατεί στην αγορά του ελαιολάδου στην Κίνα με συνολικές εισαγωγές 36.037.942 δολ. ΗΠΑ για το 2010, το οποίο αντιστοιχεί σε ποσοστό 47,31% επί του συνόλου των εισαγωγών ελαιολάδου στις ΗΠΑ. Η Ιταλία είναι ο δεύτερος διεκδικητής της αγοράς, αλλά εξακολουθεί να βρίσκεται σε απόσταση από τους Ισπανούς με εισαγωγές αξίας 25.637.636 δολ. ΗΠΑ (ποσοστό 33,65%). Μετά από τις δύο αυτές χώρες, οι οποίες ελέγχουν από κοινού περίπου το 81% της αγοράς, ακολουθεί η Ελλάδα, η Αυστραλία, η Συρία, η Τυνησία και η Τουρκία οι οποίες μάχονται και εναλλάσσονται σε επιδόσεις για το εναπομείναν ποσοστό της αγοράς.

Συγκρίνοντας τις δύο αυτές χρονιές βλέπουμε ότι το 2010 αυξήθηκε η αξία των ισπανικών εισαγωγών κατά 70%, εντούτοις η Ισπανία δεν κατάφερε να κρατήσει το ποσοστό της στο σύνολο (μερίδιο), το οποίο υποχώρησε κατά 1,35%. Αύξηση σημειώθηκε και στην αξία των ιταλικών εισαγωγών κατά 105,66% και μάλιστα η Ιταλία κατάφερε να αυξήσει το μερίδιο της στην Κινέζικη αγορά κατά 5,02%.

Όσον αφορά τις ελληνικές εισαγωγές της Κίνας έχουμε θεαματική άνοδο με ποσοστό 135,49% στην αξία των εισαγωγών και η Ελλάδα αυξάνει και το μερίδιο της

στην αγορά κατά 1,71%. Στην τέταρτη θέση του πίνακα έχουμε την Αυστραλία με μερίδιο 4,42%, και στη συνέχεια τη Συρία με ποσοστό 2,72%, την Τυνησία με ποσοστό 1,85% και την Τουρκία με μόλις 1,54%. Εκπληκτική άνοδο (306,98%) παρουσιάζουν οι εισαγωγές από την Τυνησία, η οποία αυξάνει και το μερίδιο της στην αγορά κατά 1,05%. Οι υπόλοιπες χώρες (Αυστραλία, Συρία, Τουρκία) βλέπουν το μερίδιο τους να μειώνεται και κυρίως η Τουρκία που εμφανίζει μείωση σε ποσοστό 3,15%.

5.7. Εκτίμηση των δεικτών και αξιολόγησή τους

Στη συνέχεια θα δούμε τους δείκτες που προκύπτουν από την επεξεργασία των δεδομένων που συλλέξαμε μελετώντας την τελευταία δεκαετία 2001-2010. Με τη βοήθεια των δεικτών θα δούμε πόσο ανταγωνιστική είναι η χώρα μας στο εμπόριο ελαιολάδου στην αγορά της Κίνας και θα μελετήσουμε αντίστοιχα και τις κυριότερες ανταγωνίστριες χώρες (Ισπανία, Ιταλία).

1) Μερίδιο Αγοράς

Μετρήθηκαν τα μερίδια αγοράς για να βρεθεί η διείσδυση κάθε χώρας στην Κινέζικη αγορά και η αξιοποίηση του καταναλωτικού δυναμικού της Κίνας.

**Πίνακας 5.3.: Μερίδιο αγοράς της Ελλάδας για το παρθένο ελαιόλαδο στην Κίνα
την περίοδο 2001-2010**

Έτος	Εισαγωγές Κίνας από Ελλάδα	Συνολικές εισαγωγές Κίνας	Μερίδιο Αγοράς Ελλάδας στην Κίνα
2001	44.327	132.288	33,51
2002	102.403	343.656	29,80
2003	180.896	1.046.418	17,29
2004	748.509	3.195.396	23,42
2005	958.180	8.778.420	10,92
2006	1.861.949	17.744.742	10,49
2007	2.647.244	26.760.768	9,89
2008	2.542.701	40.617.851	6,26
2009	2.149.654	43.537.054	4,94
2010	5.062.237	76.181.369	6,64

Μελετώντας τα νούμερα στον παραπάνω πίνακα διαπιστώνουμε ότι το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στην Κινέζικη αγορά μειώνεται συνεχώς ανά έτος. Παρόλο που οι εξαγωγές της Ελλάδας στην Κίνα στο ελαιόλαδο αυξάνονται κάθε χρόνο κατά ένα μεγάλο ποσοστό, η Ελλάδα δε μπορεί να ανταγωνιστεί την Ισπανία και την Ιταλία που καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στην Κίνα, όπως θα δούμε και στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 5.4.: Μερίδια αγοράς της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Ισπανίας για το παρθένο ελαιόλαδο στην Κίνα την περίοδο 2001-2010

Έτος	Μερίδιο Αγοράς (Ελλάδα)	Μερίδιο Αγοράς (Ισπανία)	Μερίδιο Αγοράς (Ιταλία)	Σύνολο
2001	33,51	55,11	1,31	89,92
2002	29,80	53,18	9,98	92,95
2003	17,29	68,97	12,25	98,50
2004	23,42	50,83	24,86	99,12
2005	10,92	53,22	31,52	95,66
2006	10,49	46,21	37,33	94,03
2007	9,89	51,14	28,12	89,16
2008	6,26	48,88	31,30	86,44
2009	4,94	48,66	28,63	82,23
2010	6,64	47,31	33,65	87,60

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τον παραπάνω πίνακα είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακά. Η Κίνα εισάγει το μεγαλύτερο μέρος του ελαιολάδου που καταναλώνει από τις τρεις χώρες, όπως φανερώνουν τα αποτελέσματα. Το 2004 οι τρεις χώρες κάλυψαν το 99,12% των εισαγωγών της Κίνας, το μεγαλύτερο της δεκαετίας και το 2009 το 82,23%, το μικρότερο για το αντίστοιχο διάστημα.

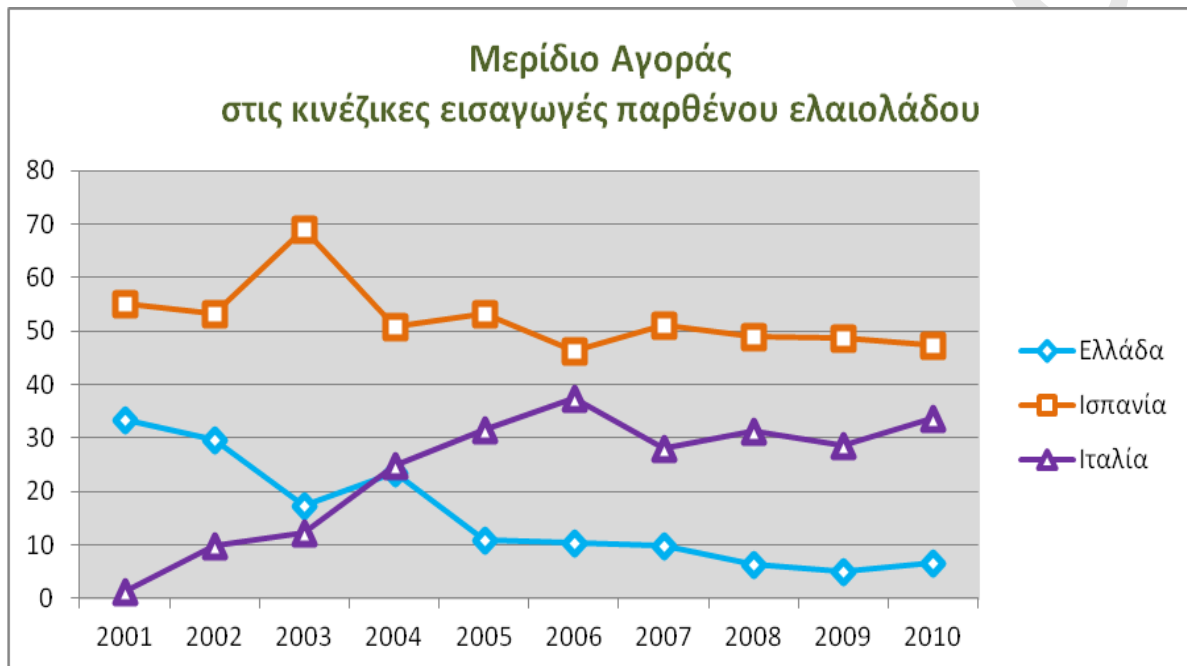
Γενικά, το μερίδιο αγοράς στις εισαγωγές ελαιολάδου της Κίνας και των τριών χωρών για την πρώτη πενταετία 2001-2005 είναι μεγαλύτερο του 89%, ενώ για τη δεύτερη πενταετία 2006-2010 είναι, σε χαμηλότερη στάθμη, μεγαλύτερο του 82%. Αυτό πιθανότατα προκύπτει από τη διείσδυση άλλων χωρών τα τελευταία χρόνια στην αγορά της Κίνας, που καταφέρνουν και παίρνουν μέρος του μεριδίου αγοράς των τριών χωρών μας.

Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς από τις τρεις χώρες παρουσιάζει η Ισπανία με υψηλό ποσοστό (μ.ο. 52,35). Ακολουθεί η Ιταλία με χαμηλότερο ποσοστό (μ.ο. 23,90) και τελευταία η Ελλάδα με το χαμηλότερο (μ.ο. 15,32). Επίσης, είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι τα μερίδια αγοράς της Ελλάδας και της Ιταλίας ακολουθούν μία αντίστροφη πορεία, δηλαδή το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας μειώνεται σταδιακά από 33,51% σε 6,64% από το 2001 έως το 2010, ενώ αντίστοιχα το μερίδιο αγοράς της Ιταλίας αυξάνεται εκπληκτικά από 1,31% το 2001 σε 33,65% το 2010.

Υψηλό μερίδιο αγοράς δείχνει βαθιά εξαγωγική διείσδυση στην Κινέζικη αγορά και υψηλή εξάρτηση της τελευταίας από τον εξαγωγέα. Οπότε, είναι φανερό πως πρώτη η Ισπανία και δεύτερη η Ιταλία κατάφεραν να διεισδύσουν στην αγορά της Κίνας και να εκμεταλλευτούν τις καταναλωτικές προτιμήσεις των Κινέζων. Αντίθετα, η Ελλάδα δεν κατάφερε να οργανώσει ένα δίκτυο εμπορίας-διανομής και να πείσει τους Κινέζους καταναλωτές για τη ποιότητα του προϊόντος της.

Ωστόσο, οι τιμές για το 2009 και το 2010 του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας δίνουν ένα αισιόδοξο μήνυμα. Βλέπουμε ότι το 2010 υπάρχει μία σημαντική αύξηση του μεριδίου αγοράς της τάξεως του 34,6%, που εάν υποθέσουμε ότι θα επαναληφθεί και τα επόμενα χρόνια η Ελλάδα θα προσπαθήσει και πάλι να διεισδύσει δυναμικά στην Κινέζικη αγορά.

Η διαχρονική τάση των μεριδίων αγοράς της Ιταλίας, της Ισπανίας και της Ελλάδας παρουσιάζεται στο ακόλουθο διάγραμμα. Εδώ φαίνεται αναλυτικά η σταθερή πορεία του μεριδίου αγοράς της Ισπανίας, η ανοδική πορεία του μεριδίου της Ιταλίας και η καθοδική πορεία του μεριδίου της Ελλάδας, με τη μικρή ανάκαμψη τα δύο τελευταία έτη.



2) Δείκτης Κάλυψης

Ο δείκτης κάλυψης εξαγωγών είναι το πηλίκο των εξαγωγών προς τις εισαγωγές του ελαιολάδου και μετριέται για να δείξει αν υπάρχει έλλειμμα ή πλεόνασμα στον συγκεκριμένο κλάδο. Τα δεδομένα που αξιοποιήθηκαν για τον υπολογισμό του δείκτη κάλυψης ελληνικών εξαγωγών για το ελαιόλαδο όσον αφορά την Κίνα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 5.5.: Δείκτης Κάλυψης Ελληνικών Εξαγωγών για το παρθένο ελαιόλαδο στην Κίνα την περίοδο 2001-2010

ΕΤΟΣ	Εξαγωγές Ελλάδας στην Κίνα	Εισαγωγές Ελλάδας από την Κίνα	Δείκτης κάλυψης
2001	34.293	0	#DIV/0!
2002	82.637	0	#DIV/0!
2003	91.355	0	#DIV/0!
2004	450.595	0	#DIV/0!
2005	946.071	0	#DIV/0!
2006	1.768.526	0	#DIV/0!
2007	2.364.350	0	#DIV/0!
2008	1.962.424	0	#DIV/0!
2009	3.431.865	0	#DIV/0!
2010	4.342.236	0	#DIV/0!

Παρατηρούμε ότι οι εξαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας στην Κίνα ξεκινούν από την τιμή των 34.293\$ το έτος 2001 και σταδιακά αυξάνονται και φτάνουν στην τιμή των 4.342.236\$ το 2010. Οι εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας από την Κίνα είναι μηδενικές για όλα τα χρόνια κάτι που δικαιολογείται δεδομένου ότι η Κίνα δεν είναι παραγωγική χώρα στον τομέα του ελαιολάδου και δεν κάνει εξαγωγές.

Συνεπώς, οι τιμές που προκύπτουν για το δείκτη κάλυψης είναι αριθμοί που θεωρητικά τείνουν στο άπειρο (οι τιμές δεν προσδιορίζονται γιατί προκύπτουν από διαίρεση με μηδενικό παρανομαστή). Οι τιμές αυτές δείχνουν ότι η Ελλάδα, ως παραγωγός χώρα, προσανατολίζεται στην παραγωγή του ελαιολάδου, όχι για να καλύψει την εγχώρια κατανάλωσή της, αλλά για να αυξήσει τις εξαγωγές της. Αντίθετα, η Κίνα εισάγει από την Ελλάδα ελαιόλαδο για να μπορέσει να καλύψει την εγχώρια κατανάλωσή της.

3) Δείκτης Εξειδίκευσης

Με το Δείκτη Εξειδίκευσης θα εντοπίσουμε εάν η Ελλάδα εμφανίζει σημαντικό όγκο εξαγωγών ελαιολάδου στην αγορά της Κίνας, σε σχέση με τις συνολικές εξαγωγές της, καθώς των εξαγωγών της Ιταλίας και της Ισπανίας, που είναι οι κύριες

ανταγωνίστριες χώρες στο εμπόριο ελαιολάδου. Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές Ελλάδας και Ιταλίας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 5.6.: Δείκτης Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου Ελλάδας και Ιταλίας στην Κίνα την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στην Κίνα	Εξαγωγές Ελλάδας συνολικές	Εξαγωγές Ιταλίας στην Κίνα	Εξαγωγές Ιταλίας συνολικές	Δείκτης Εξειδίκευσης
2001	34.293	211.567.590	152.256	460.490.773	0,490
2002	82.637	170.854.068	253.759	537.159.518	1,024
2003	91.355	292.584.071	383.178	666.101.413	0,543
2004	450.595	147.522.505	1.156.731	852.578.500	2,251
2005	946.071	402.715.382	3.118.022	1.049.086.262	0,790
2006	1.768.526	481.151.942	5.684.792	1.186.672.505	0,767
2007	2.364.350	358.360.111	7.131.424	1.094.660.052	1,013
2008	1.962.424	323.850.108	10.438.288	1.232.427.067	0,715
2009	3.431.865	294.500.192	12.708.487	1.053.028.315	0,966
2010	4.342.236	262.699.634	25.013.853	1.170.009.198	0,773

Βλέποντας τον πίνακα διαπιστώνουμε ότι οι τιμές του δείκτη αλλάζουν σημαντικά ανά χρόνο. Για τα έτη 2001, 2003, 2005, 2006, 2008 και 2010 οι τιμές του είναι μικρότερες από τη μονάδα που σημαίνει ότι η Ελλάδα δεν διατηρεί κάποιο πλεονέκτημα έναντι της Ιταλίας.

Για τα έτη 2002 και 2004 ο δείκτης παίρνει τις τιμές 1,024 και 2,251 αντίστοιχα, που δείχνουν ότι για τα δύο αυτά έτη οι ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου προς την Κίνα είναι αυξημένες έναντι των ιταλικών, δεδομένης της θέσης που κατέχουν οι δύο χώρες στο παγκόσμιο εμπόριο ελαιολάδου.

Τα έτη 2007 και 2009 ο δείκτης παίρνει τιμή σχεδόν ίση με τη μονάδα, συνεπώς είναι εξίσου σημαντικές οι ελληνικές εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου προς την Κίνα σε σχέση με τις αντίστοιχες της Ιταλίας.

Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ιταλίας φαίνονται αναλυτικά στο διάγραμμα που ακολουθεί, καθώς και οι διακυμάνσεις του κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.



Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές Ελλάδας και Ισπανίας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 5.7.: Δείκτης Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές παρθένου ελαιόλαδου Ελλάδας και Ισπανίας στην Κίνα την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στην Κίνα	Εξαγωγές Ελλάδας συνολικές	Εξαγωγές Ισπανίας στην Κίνα	Εξαγωγές Ισπανίας συνολικές	Δείκτης Εξειδίκευσης
2001	34.293	211.567.590	109.943	677.609.083	0,999
2002	82.637	170.854.068	409.387	1.055.851.178	1,247
2003	91.355	292.584.071	1.025.232	1.118.231.282	0,341
2004	450.595	147.522.505	2.454.663	1.616.341.745	2,011
2005	946.071	402.715.382	5.328.222	1.582.037.619	0,698
2006	1.768.526	481.151.942	7.732.392	1.669.115.903	0,793
2007	2.364.350	358.360.111	15.062.711	1.930.013.020	0,845
2008	1.962.424	323.850.108	18.423.950	2.070.530.925	0,681
2009	3.431.865	294.500.192	24.001.795	1.683.706.471	0,817
2010	4.342.236	262.699.634	40.304.285	1.959.673.259	0,804

Παρατηρώντας τον πίνακα διαπιστώνουμε ότι οι τιμές του δείκτη είναι κυρίως μικρότερες από τη μονάδα που σημαίνει ότι η Ελλάδα δεν διατηρεί κάποιο πλεονέκτημα έναντι της Ισπανίας.

Μόνο για τα έτη 2002 και 2004 ο δείκτης παίρνει τις τιμές 1,247 και 2,011 αντίστοιχα, που δείχνουν ότι για τα δύο αυτά έτη οι ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου

προς την Κίνα είναι αυξημένες έναντι των ισπανικών, δεδομένης της θέσης που κατέχουν οι δύο χώρες στο παγκόσμιο εμπόριο ελαιολάδου.

Το 2001 ο δείκτης παίρνει τιμή σχεδόν ίση με τη μονάδα, συνεπώς είναι εξίσου σημαντικές οι ελληνικές εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου προς την Κίνα σε σχέση με τις αντίστοιχες της Ισπανίας.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί φαίνονται αναλυτικά οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ισπανίας, καθώς και οι διακυμάνσεις του κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.



4) Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου

Ο Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου αποκαλύπτει τη δομή των εμπορικών σχέσεων μεταξύ δύο χωρών (ενδοκλαδικό ή διακλαδικό εμπόριο). Οι τιμές του Δείκτη Ενδοκλαδικού Εμπορίου παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 5.8.: Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου της Ελλάδας στο εμπόριο παρθένου ελαιολάδου με την Κίνα την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδα στην Κίνα	Εισαγωγές Ελλάδα από την Κίνα	Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου
2001	34.293	0	0
2002	82.637	0	0
2003	91.355	0	0
2004	450.595	0	0
2005	946.071	0	0
2006	1.768.526	0	0
2007	2.364.350	0	0
2008	1.962.424	0	0
2009	3.431.865	0	0
2010	4.342.236	0	0

Βλέπουμε ότι ο δείκτης ενδοκλαδικού εμπορίου είναι μηδενικός για όλα τα έτη, συνεπώς το εμπόριο ελαιολάδου μεταξύ της Ελλάδας και της Κίνας είναι διακλαδικό τη στιγμή που έχουμε μόνο εξαγωγές της Ελλάδας προς την Κίνα και καθόλου εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδα από την Κίνα. Η Ελλάδα έχει πολύ υψηλό συντελεστή παραγωγής για το ελαιόλαδο και φανερό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι της Κίνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Η ΡΩΣΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

6.1. Εισαγωγή

Σύμφωνα με στοιχεία από το 2009 η αγορά φυτικών ελαίων ανέρχεται περί τα 1,035 δις λίτρα. Κατά γενική ομολογία, μεγαλύτερη ζήτηση και κατανάλωση στη Ρωσία έχει παραδοσιακά το ηλιέλαιο (67,4% της αγοράς), στο οποίο έχει εθιστεί το γούστο και η προτίμηση του ντόπιου καταναλωτή. Το ελαιόλαδο εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύει μόλις το 0,45% της αγοράς σε όγκο και το 1,95% σε αξία. Αυτός παραμένει, σε μεγάλο βαθμό, και ο λόγος που η διείσδυση στην αγορά νέων προϊόντων αποτελεί επίπονη υπόθεση, που απαιτεί επιμονή, στρατηγική, μελέτη, κονδύλια και χρόνο.

6.2. Κατανάλωση

Αν και στις προτιμήσεις των καταναλωτών κυριαρχεί το ηλιέλαιο, η κατανάλωση ελαιολάδου αυξάνεται αργά αλλά σταθερά τα τελευταία χρόνια. Λόγω έλλειψης εγχώριας παραγωγής, η συνολική κατανάλωση ελαιολάδου ισοδυναμεί κυρίως με τις εισαγωγές της χώρας. Το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης συγκεντρώνεται, όπως είναι φυσικό, στην Μόσχα και την Αγ. Πετρούπολη, όπου το ελαιόλαδο φτάνει στο 17,2% και 10,2% επί της συνολικής κατανάλωσης φυτικών ελαίων.

Ο Ρώσος καταναλωτής χαρακτηρίζεται από κακή γνώση όσον αφορά στο ελαιόλαδο. Σε γενικές γραμμές αναγνωρίζει το ελαιόλαδο ως προϊόν ανώτερης διατροφικής αξίας, όμως δεν διαθέτει ακόμα την ικανότητα να διακρίνει μεταξύ των διαφορετικών τύπων αυτού (πυρηνέλαιο, έξτρα παρθένο, εξευγενισμένο κλπ). Επίσης υπάρχει μικρή αναγνωρισιμότητα και προσκόλληση σε συγκεκριμένες μάρκες. Ενίοτε ωστόσο η συσκευασία του προϊόντος φαίνεται μεταξύ άλλων να επηρεάζει σημαντικά τις προτιμήσεις.

Απόδειξη αυτού είναι ότι το ιταλικό ελαιόλαδο προσφερόμενο συνήθως σε συσκευασίες υψηλής αισθητικής κυριαρχεί απόλυτα και έναντι των Ισπανικών στην premium κατηγορία ήτοι στα καταστήματα διανομής gourmet, στα εστιατόρια (πολλά από τα οποία σημειωτέον είναι Ιταλικά) καθώς και στις ακριβές αλυσίδες

σουπερμάρκετ (Seven Continent, Azbuka Vkusa, Globus Gourmet), έχοντας επιτύχει με το τρόπο αυτό να συνδεθεί με την ποιότητα.

Αναφερόμενοι γενικά στην συσκευασία, οφείλει να ειπωθεί ότι η πλέον δημοφιλής συσκευασία με την οποία πωλείται το προϊόν στην Μόσχα είναι αυτή των 500 ml ενώ στην περιφέρεια αυτή των 250 ml. Η συσκευασία των 750 ml είναι λιγότερο δημοφιλής, λόγω υψηλότερης τιμής. Η πλειοψηφία των καταναλωτών προτιμά τη γυάλινη συσκευασία. Ένας μικρός αριθμός εταιρειών διακινούν ελαιόλαδο και σε συσκευασίες tetrapack λόγω πλεονεκτημάτων κατά την μεταφορά και την αποθήκευση.

Το ελαιόλαδο που κατευθύνεται προς τον τομέα HO.RE.CA. συσκευάζεται σε μεγάλα δοχεία και φιάλες. Γενικά το γεγονός ότι η μέση κατανάλωση ελαιολάδου κατά άτομο στην Ρωσία υπολογίζεται μόλις περί τα 120-130 γραμμάρια το χρόνο επιτρέπει να συνάγει κανείς ότι η αγορά εμφανίζει ισχυρή μελλοντική προοπτική ανάπτυξης. Η ανάπτυξη αυτή, σύμφωνα με τους ειδικούς, είναι συνυφασμένη με την ανάπτυξη των δικτύων διανομής καθώς και η πτώση των τιμών σε Ευρωπαϊκά επίπεδα.

Περιγράφοντας γενικά το προφίλ του Ρώσου καταναλωτή ελαιολάδου θα διακρίναμε από την μία μεριά την κατηγορία των ηλικιωμένων που καταναλώνουν ελαιόλαδο κατόπιν ιατρικής συνταγής και την κατηγορία ατόμων μέτριου και υψηλού εισοδήματος, οι οποίοι διαθέτουν κάποια διατροφική εκπαίδευση και δείχνουν ενδιαφέρον για την υγιεινή διατροφή.

Οι τιμές ελαιόλαδου στο ράφι στη Ρωσική Ομοσπονδία είναι 10,35 €/lt το 2009 και 12,23 €/lt το 2010, σύμφωνα με τη Ρωσική Στατιστική Υπηρεσία. Στη Μόσχα και στην Αγία Πετρούπολη οι τιμές είναι ελαφρώς αυξημένες. Λαμβανομένων υπόψη πλέον πρόσφατων ενδεικτικών τιμών ex factory/FOB Piraeus για Ισπανικό και Ελληνικό ελαιόλαδο σε μπουκάλι του 1 λίτρου 2,36 Ευρώ και 3,65 Ευρώ αντίστοιχα καταλήγουμε ότι πλέον του 80% της τελικής τιμής αφορά σε κόστη και κέρδη των εμπλεκόμενων μετά την παραγωγή και έως τον τελικό καταναλωτή στην Ρωσία. Η υψηλή τιμή του ελαιόλαδου καθιστά αυτό απρόσιτο στη μεγάλη μάζα του πληθυσμού.

Με το πέρασμα του χρόνου και ιδιαίτερα μετά την πρόσφατη οικονομική κρίση, η ζήτηση του ελαιόλαδου στην Ρωσία τείνει να γίνει όλο και περισσότερο ελαστική ως προς την τιμή, γεγονός που οδηγεί τους εξαγωγείς στην αύξηση της προσφοράς προσμείξεων διαφόρων ελαίων προκειμένου να επιτύχουν χαμηλότερη τιμή. Σύμφωνα με το εξειδικευμένο περιοδικό του κλάδου των τροφίμων, ένας τρόπος για την εξοικονόμηση μέρους του κόστους θα ήταν και η εισαγωγή χύμα ελαιόλαδου και η εμφιάλωση αυτού στην Ρωσία.

Με τη μείωση των δασμών και του κόστους χειρισμού του φορτίου, το τελικό προϊόν εκτιμάται ότι θα μπορούσε να επιτύχει τιμή έως και 20% χαμηλότερη αυτής του πλέον φτηνού ελαιολάδου που διατίθεται στην Ρωσία. Την ίδια στιγμή ειδικοί του κλάδου επισημαίνουν ως ένα από τα προβλήματα που συνεπάγεται το εν λόγω εγχείρημα είναι οι απαιτήσεις αυτού σε αποθηκευτικούς χώρους με ελεγχόμενη θερμοκρασία.

6.3. Προαπαιτούμενα εισαγωγής

Α) **Δασμός:** Ο δασμός για την εισαγωγή προϊόντων ελαιολάδου διαφέρει μεταξύ της δασμολογικής κατηγορίας 1509 5% και της κατηγορίας 1510 15% επί της τιμής CIF. Ο δασμός στη δεύτερη κατηγορία, η οποία αφορά κυρίως σε μείγματα ελαίων και πυρηνελαίων υπολογίζεται ανάλογα με την περιεκτικότητα του κάθε ενός τύπου ελαιολάδου στο υπό δειγματοπισμό προϊόν προς εισαγωγή.

Β) **Τεχνικές Προδιαγραφές:** Οι τεχνικές προδιαγραφές, στις οποίες υπόκειται η εισαγωγή και διακίνηση ελαιόλαδου στην Ρωσία περιγράφονται στα εξής νομοθετικά κείμενα (στη ρωσική):

- Φ3N90/24.6.2008 (http://www.tehreg.ru/tr_fz_90.htm)
- ГОСТ Р 51074-2003 (<http://www.gosthelp.ru/gost/gost2080.html>)

Η εφαρμογή τους εναπόκειται στην Ομοσπονδιακή Υπηρεσία Τεχνικών Ρυθμίσεων και Μετρολογίας (www.gost.ru). Η υπηρεσία αυτή (μέσω των κατά τόπους πιστοποιημένων σε αυτήν κέντρων πιστοποίησης) ελέγχει όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά και εκδίδει μέσα σε περίπου 2-3 εβδομάδες το πιστοποιητικό καταλληλότητας, το οποίο περιγράφεται. Τα κείμενα αυτά συνοπτικά αφορούν στα εξής:

- ❖ Πιστοποιητικό Υγιεινής : Με τη θέση σε ισχύ του νέου Ενιαίου Δασμολογίου της Τελωνειακής Ένωσης Καζακστάν -Λευκορωσίας - Ρωσίας από 1ης Ιουλίου 2010 ανεστάλη η ισχύς των υπαρχόντων πιστοποιητικών. Το εν λόγω πιστοποιητικό αντικαταστάθηκε με το πιστοποιητικό κρατικής καταχώρησης.
Πιστοποιητικό Καταλληλότητας : Από 15 Φεβρουαρίου 2010 καταργήθηκε το σύστημα της υποχρεωτικής πιστοποίησης των προϊόντων τροφίμων σύμφωνα με τις προδιαγραφές GOST. Θεωρητικά πλέον αρκεί μία δήλωση ποιότητας εκ μέρους του κατασκευαστή. Στη πράξη όμως το Ρωσικό τελωνείο συνεχίζει να απαιτεί το προαναφερόμενο πιστοποιητικό Καταλληλότητας.
- ❖ Σήμανση: Στην Ρωσία, αντίθετα με ότι συμβαίνει σε άλλες Δυτικές χώρες δεν υπάρχει νομοθεσία που να διακρίνει μεταξύ των διαφορετικών τύπων ελαιολάδου. Η πληροφόρηση που οφείλει να περιλαμβάνει η ετικέτα περιορίζεται μόνον στα απαραίτητα για την προστασία του καταναλωτή. Το γεγονός αυτό επιτρέπει την διακίνηση διαφόρων τύπων πρόσμιξης ελαιολάδου με άλλα φυτικά έλαια (ενίοτε με ελάχιστη περιεκτικότητα σε λάδι ≈5%) προκειμένου να επιτευχθεί μείωση του κόστους αγοράς τους και να εξασφαλιστεί ευρύτερη ομάδα καταναλωτών.

Γενικά τα προϊόντα διατροφής που εισάγονται στην Ρωσία οφείλουν να περιλαμβάνουν στην ετικέτα τις ακόλουθες πληροφορίες στην ρωσική γλώσσα:

- ❖ Επωνυμία και είδος του προϊόντος
- ❖ Χώρα προέλευσης και κατασκευαστής (το όνομα της εταιρείας μπορεί να εκφραστεί με λατινικά γράμματα)
- ❖ Βάρος ή όγκο του προϊόντος
- ❖ Συστατικά συμπεριλαμβανομένων και τυχών προσθέτων
- ❖ Διατροφική αξία (θερμίδες, βιταμίνες – για προϊόντα που προορίζονται για παιδιά χρήση για ιατρικού σκοπούς, και για δίαιτα)
- ❖ Συνθήκες αποθήκευσης (για προϊόντα με περιορισμένη διάρκεια ζωής ή τα οποία οφείλουν να διατηρηθούν σε συγκεκριμένες συνθήκες)
- ❖ Διάρκεια ζωής (ημερομηνία παραγωγής – λήξης)
- ❖ Μέθοδος παραγωγής (για προϊόντα που προορίζονται για κατανάλωση από παιδιά)

- ❖ Συμβουλές χρήσης
- ❖ Ενδείξεις / Αντενδείξεις αναφορικά με τη χρήση.

Όλες οι ανωτέρω πληροφορίες δύνανται να περιληφθούν σε πρόσθετη αυτοκόλλητη ετικέτα πέραν της υπάρχουσας.

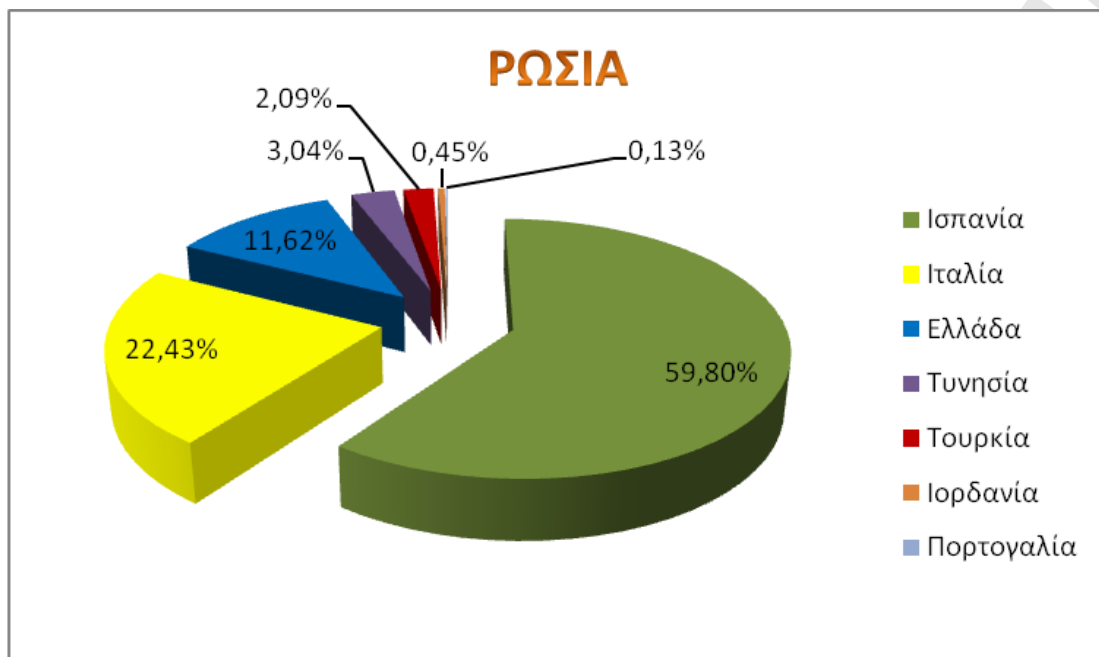
Πίνακας 6.1.: Κύριοι προμηθευτές παρθένου ελαιολάδου της ρωσικής αγοράς για τα έτη 2009 - 2010

Χώρα	2010			2009			Αλλαγή στην αξία	Αλλαγή στο σύνολο
	Ποσότητα(kg)	Αξία(\$)	% στο σύνολο	Ποσότητα(kg)	Αξία(\$)	% στο σύνολο		
Ισπανία	10.049.039	37.895.192	59,80%	5.596.203	21.890.131	56,46%	73,12%	3,34%
Ιταλία	3.606.589	14.215.703	22,43%	2.194.546	9.351.593	24,12%	52,01%	-1,69%
Ελλάδα	1.588.595	7.367.046	11,62%	643.257	3.135.922	8,09%	134,92%	3,54%
Τυνησία	781.016	1.923.779	3,04%	792.895	2.008.714	5,18%	-4,23%	-2,15%
Τουρκία	404.239	1.325.885	2,09%	552.853	1.908.948	4,92%	-30,54%	-2,83%
Ιορδανία	81.149	286.475	0,45%	70.669	248.060	0,64%	15,49%	-0,19%
Πορτογαλία	22.988	84.495	0,13%	18.072	46.095	0,12%	83,31%	0,01%

Και το 2010 κυριότερος προμηθευτής ελαιολάδου στην Ρωσία παρέμεινε με διαφορά η Ισπανία, η οποία μάλιστα αύξησε κατά 3,34% το μερίδιό της επί του συνόλου. Μεγαλύτεροι εισαγωγείς συνιστούν οι εταιρείες Aceites Agro Sevilla S.A. και Aceites Borges Pont S.A οι οποίες καλύπτουν το 17% και 11% περίπου της αγοράς αντίστοιχα. Η Ιταλία αύξησε τις εξαγωγές της κατά ένα υψηλό ποσοστό (52,01%), ωστόσο ο ρυθμός αύξησης των εξαγωγών της στην κατηγορία αυτή είναι βραδύτερος από αυτόν του συνόλου, με αποτέλεσμα να απωλέσει ποσοστό του μεριδίου της επί του συνόλου των εισαγωγών.

Τέλος εντυπωσιακή άνοδο κατέγραψε η Ελλάδα, της οποίας τόσο οι εξαγωγές όσο και το μερίδιό της επί του συνόλου αυξήθηκαν κατά 134,92% και 3,54% αντίστοιχα. Άλλοι σημαντικοί προμηθευτές ήταν η Τυνησία, η Τουρκία, η Ιορδανία και η Πορτογαλία. Στο σύνολο το 2010 οι ρωσικές εισαγωγές ελαιολάδου αυξήθηκαν σημαντικά φτάνοντας την τιμή των 63.373.087\$. Θέτοντας κατά μέρος την όποια ποιοτική διαφοροποίηση του προϊόντος μεταξύ των χωρών που εξαγουν προς τη Ρωσία και διαιρώντας απλά τη συνολική αξία των εξαγωγών προς ποσότητα για κάθε χώρα προκύπτει αβίαστα ότι το λάδι από τη χώρα μας είναι το ακριβότερο

όλων. Οι κυριότεροι προμηθευτές της Ρωσίας για το ελαιόλαδο το 2010 φαίνονται αναλυτικά στο ακόλουθο σχήμα.



6.4. Κανάλια διανομής του ελαιολάδου στη Ρωσία

Σε αντίθεση με άλλα προϊόντα το ελαιόλαδο δεν απαιτεί μεγάλο αριθμό μεσαζόντων προτού καταλήξει στον τελικό καταναλωτή. Στην Ρωσία γενικά οι μεγάλες αλυσίδες δεν συνηθίζουν να προμηθεύονται το προϊόν απευθείας από τον παραγωγό αλλά από τον εισαγωγέα. Εκτός μεγάλων αστικών κέντρων, όπου η ζήτηση είναι μικρότερη, οι διανομείς προμηθεύονται τις αναγκαίες ποσότητες από τη Μόσχα και την Αγ. Πετρούπολη, αν και σε ορισμένες περιοχές στα Ουράλια και τις Νότιες περιοχές της λεκάνης του Βόλγα, υπάρχουν διανομείς οι οποίοι προμηθεύονται το προϊόν τους από το εξωτερικό. Υπάρχουν επίσης και εισαγωγείς εξειδικευμένοι στο τμήμα gourmet, ωστόσο το ελαιόλαδο δεν συνιστά προϊόν προτεραιότητας. Διακρίνουμε γενικά δύο σημεία τελικής διάθεσης του ελαιολάδου στην Ρωσία:

A) Τα σουπερμάρκετ

B) Τα εστιατόρια. Οφείλει να σημειωθεί ότι στην Μόσχα περί το 20-25% των εστιατορίων προσφέρουν ιταλική κουζίνα, όπου η χρήση του ιταλικού ελαιολάδου είναι υποχρεωτική.

6.5. Εκτίμηση των δεικτών και αξιολόγησή τους

Στη συνέχεια ακολουθούν οι δείκτες που προκύπτουν από την επεξεργασία των δεδομένων που συλλέξαμε για την τελευταία δεκαετία 2001-2010. Με τη βοήθεια των δεικτών θα δούμε πόσο ανταγωνιστική είναι η χώρα μας στο εμπόριο ελαιολάδου στην αγορά της Ρωσίας και θα μελετήσουμε αντίστοιχα και τις κυριότερες ανταγωνίστριες χώρες (Ισπανία, Ιταλία).

1) Μερίδιο Αγοράς

Με τη βοήθεια του δείκτη αυτού θέλουμε να υπολογίσουμε τη διείδυση κάθε χώρας στην αγορά της Ρωσίας και την αξιοποίηση του καταναλωτικού δυναμικού της Ρωσίας.

Πίνακας 6.2.: Μερίδιο αγοράς της Ελλάδας για το παρθένο ελαιόλαδο στη Ρωσία την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εισαγωγές Ρωσίας από Ελλάδα	Συνολικές Εισαγωγές Ρωσίας	Μερίδιο Αγοράς Ελλάδας στη Ρωσία
2001	119.901	1.812.744	6,61
2002	100.380	3.235.679	3,10
2003	169.610	4.481.501	3,78
2004	219.025	5.884.166	3,72
2005	909.752	11.987.878	7,59
2006	1.654.197	19.223.479	8,61
2007	2.132.708	40.229.929	5,30
2008	2.199.427	44.189.715	4,98
2009	3.135.922	38.770.743	8,09
2010	7.367.046	63.373.087	11,62

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στην αγορά της Ρωσίας γνωρίζει και αυξήσεις και μειώσεις κατά τη διάρκεια της δεκαετίας. Παρόλο που οι εξαγωγές της Ελλάδας στην Κίνα στο ελαιόλαδο αυξάνονται κάθε χρόνο, η Ελλάδα δυσκολεύεται να ανταγωνιστεί την Ισπανία και την Ιταλία που καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στη Ρωσία, όπως θα δούμε και στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 6.3.: Μερίδια αγοράς της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Ισπανίας για το παρθένο ελαιόλαδο στη Ρωσία την περίοδο 2001-2010

Έτος	Μερίδιο Αγοράς (Ελλάδα)	Μερίδιο Αγοράς (Ισπανία)	Μερίδιο Αγοράς (Ιταλία)	Σύνολο
2001	6,61	72,41	17,85	96,87
2002	3,10	72,76	17,07	92,93
2003	3,78	62,94	20,03	86,76
2004	3,72	64,22	22,33	90,27
2005	7,59	62,03	22,66	92,28
2006	8,61	60,92	27,12	96,64
2007	5,30	62,85	21,11	89,26
2008	4,98	55,35	25,22	85,55
2009	8,09	56,46	24,12	88,67
2010	11,62	59,80	22,43	93,85

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι οι τρεις αυτές χώρες κυριαρχούν στη ρώσικη αγορά και συγκεντρώνουν συνολικά πολύ υψηλά ποσοστά με μικρότερη τιμή ίση με 85,55% το 2008 και υψηλότερη τιμή το 2001 ίση με 96,87%.

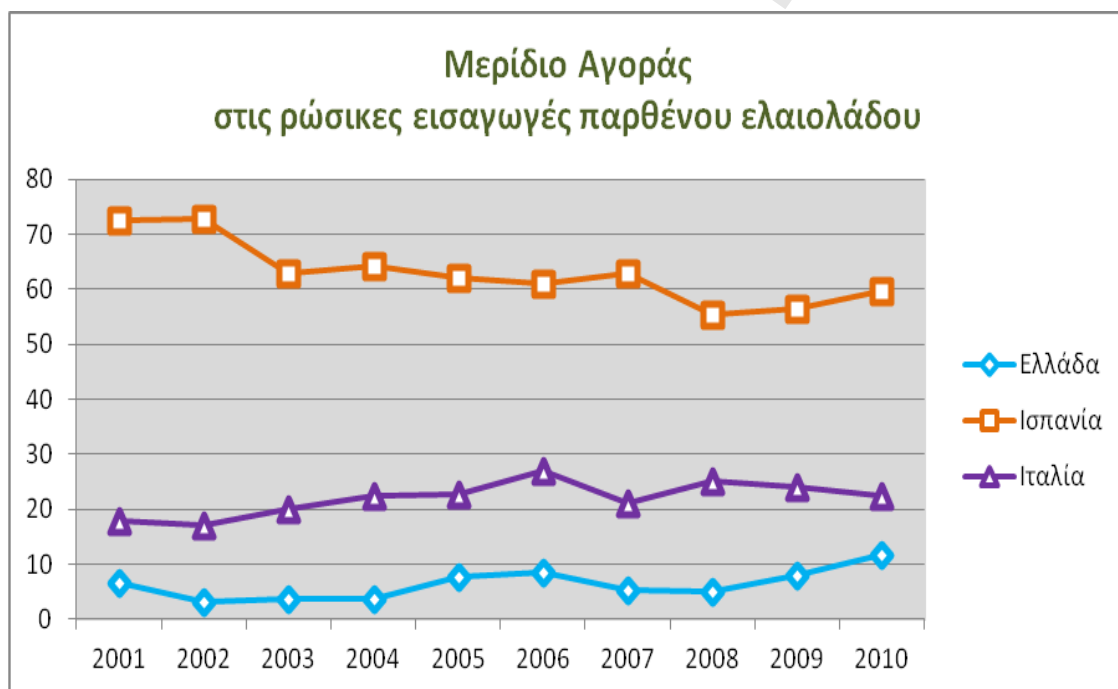
Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στη Ρωσία το έχει η Ισπανία, ακολουθεί η Ιταλία και τρίτη έρχεται η Ελλάδα. Το μερίδιο της Ισπανίας έχει τη μεγαλύτερη τιμή το 2001 (72,41%) και τη μικρότερη τιμή το 2008 (55,35%), και παρουσιάζει πτωτική πορεία ανά έτος με μόνη διαφορά τα δύο τελευταία έτη που παρουσιάζει μικρή ανάκαμψη. Τα μερίδιο της Ιταλίας κυμαίνεται ανάμεσα στις τιμές 17,07% και 27,12% με μικρές εναλλαγές ανά έτος. Το μερίδιο της Ελλάδας έχει τιμή 6,61% το 2001 και στην πορεία είτε μειώνεται είτε αυξάνεται για να φτάσει την τιμή 8,09% το 2009 και την τιμή 11,62% το 2010 που δείχνει ότι αυξάνεται σταδιακά τα τελευταία χρόνια.

Υψηλό μερίδιο αγοράς δείχνει βαθιά εξαγωγική διείσδυση στη ρώσικη αγορά και υψηλή εξάρτηση της τελευταίας από τον εξαγωγέα. Οπότε, είναι φανερό πως πρώτη η Ισπανία και δεύτερη η Ιταλία κατάφεραν να διεισδύσουν στην αγορά της Ρωσίας. Αντίθετα, η Ελλάδα δεν κατάφερε από την αρχή να μπει δυναμικά στη

ρώσικη αγορά με ένα οργανωμένο δίκτυο εμπορίας και να προσελκύσει τους Ρώσους καταναλωτές για τη ποιότητα του ελαιολάδου της.

Εντούτοις, οι τιμές για το 2009 και το 2010 του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας είναι ιδιαίτερα αισιόδοξες. Βλέπουμε ότι το 2010 υπάρχει μία σημαντική αύξηση του μεριδίου αγοράς της τάξεως του 75,8% σε σχέση με το 2001, και εάν υποθέσουμε ότι η ανοδική πορεία των ελληνικών εισαγωγών θα συνεχιστεί, η Ελλάδα θα διεκδικήσει δυναμικά στην αγορά της Ρωσίας.

Η διαχρονική τάση των μεριδίων αγοράς της Ιταλίας, της Ισπανίας και της Ελλάδας παρουσιάζεται στο ακόλουθο διάγραμμα. Εδώ φαίνεται αναλυτικά η καθοδική πορεία του μεριδίου αγοράς της Ισπανίας, η σχετικά σταθερή πορεία του μεριδίου της Ιταλίας και η ανοδική πορεία του μεριδίου της Ελλάδας τα δύο τελευταία έτη.



2) Δείκτης Κάλυψης

Ο δείκτης κάλυψης εξαγωγών όπως έχουμε ήδη αναφέρει είναι το πηλίκο των εξαγωγών του ελαιολάδου προς τις εισαγωγές και εκτιμάται για να εντοπίσουμε εάν υπάρχει έλλειμμα ή πλεόνασμα στον συγκεκριμένο κλάδο. Τα δεδομένα που αξιοποιήθηκαν για τον υπολογισμό του δείκτη κάλυψης ελληνικών εξαγωγών για το ελαιολάδο όσον αφορά τη Ρωσία φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 6.4.: Δείκτης Κάλυψης ελληνικών εξαγωγών για το παρθένο ελαιόλαδο στη Ρωσία κατά την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδα στη Ρωσία	Εισαγωγές Ελλάδα από τη Ρωσία	Δείκτης κάλυψης
2001	160.442	0	#DIV/0!
2002	219.784	0	#DIV/0!
2003	296.965	0	#DIV/0!
2004	467.577	0	#DIV/0!
2005	1.138.653	0	#DIV/0!
2006	1.292.324	0	#DIV/0!
2007	2.389.315	0	#DIV/0!
2008	2.034.610	0	#DIV/0!
2009	2.737.310	55.389	49,42
2010	6.170.579	0	#DIV/0!

Οι εξαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας στη Ρωσία βλέπουμε ότι έχουν αυξηθεί πολύ από το 2001 ως το 2010. Ξεκινούν από την τιμή των 160.442\$ το 2001 και φτάνουν στην τιμή των 6.170.579\$ το 2010. Οι εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας από τη Ρωσία είναι μηδενικές για όλα τα χρόνια, που δείχνει ότι η Ρωσία δεν είναι παραγωγική χώρα στον τομέα του ελαιολάδου και δεν κάνει εξαγωγές. Τη μόνη χρονιά που η Ελλάδα εισάγει μια μικρή ποσότητα ελαιολάδου από τη Ρωσία (55.389\$) είναι το 2009 για την οποία υπολογίζεται και ο δείκτης κάλυψης (49,42). Οι εξαγωγές της Ελλάδας είναι πολύ υψηλότερες από τις εισαγωγές, αφού η Ελλάδα είναι εξαγωγική χώρα στον τομέα του ελαιολάδου.

3) Δείκτης Εξειδίκευσης

Ο Δείκτης Εξειδίκευσης δείχνει εάν η Ελλάδα εμφανίζει σημαντικό όγκο εξαγωγών ελαιολάδου στην αγορά της Ρωσίας, σε σχέση με τις συνολικές εξαγωγές της, καθώς και των εξαγωγών της Ιταλίας και της Ισπανίας, που είναι οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες στο εμπόριο ελαιολάδου. Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές Ελλάδας και Ιταλίας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

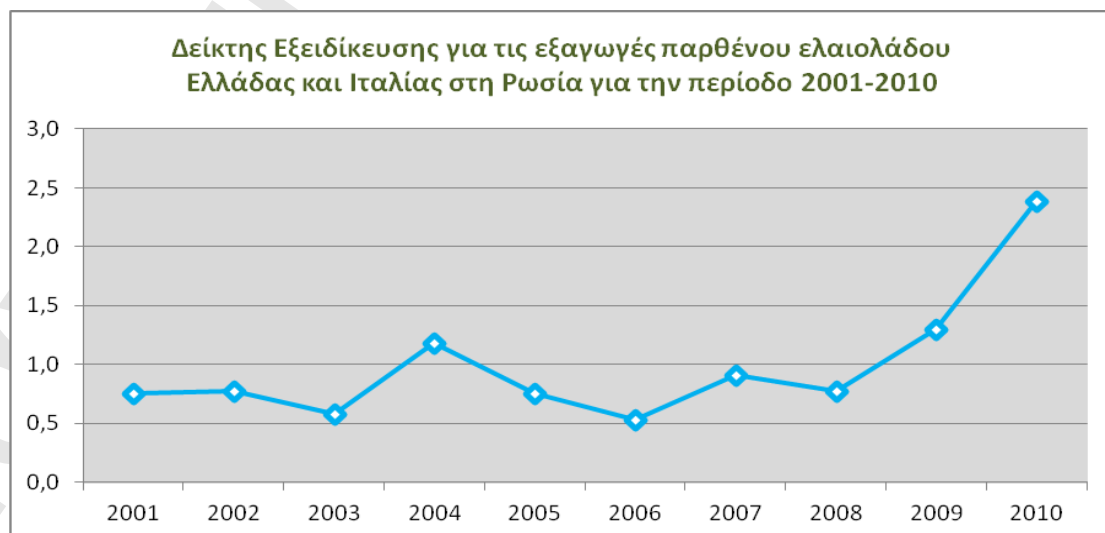
**Πίνακας 6.5.: Δείκτης Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου
Ελλάδας και Ιταλίας στη Ρωσία την περίοδο 2001-2010**

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στη Ρωσία	Εξαγωγές Ελλάδας συνολικές	Εξαγωγές Ιταλίας στη Ρωσία	Εξαγωγές Ιταλίας συνολικές	Δείκτης Εξειδίκευσης
2001	160.442	211.567.590	460.285	460.490.773	0,759
2002	219.784	170.854.068	894.812	537.159.518	0,772
2003	296.965	292.584.071	1.156.038	666.101.413	0,585
2004	467.577	147.522.505	2.291.103	852.578.500	1,179
2005	1.138.653	402.715.382	3.904.285	1.049.086.262	0,760
2006	1.292.324	481.151.942	5.937.611	1.186.672.505	0,537
2007	2.389.315	358.360.111	8.027.149	1.094.660.052	0,909
2008	2.034.610	323.850.108	10.012.093	1.232.427.067	0,773
2009	2.737.310	294.500.192	7.519.602	1.053.028.315	1,302
2010	6.170.579	262.699.634	11.515.193	1.170.009.198	2,387

Από τον πίνακα διαπιστώνουμε ότι οι τιμές του δείκτη διαφοροποιούνται ανά χρόνο. Για τα έτη 2004, 2009 και 2010 ο δείκτης παίρνει τις τιμές 1,179, 1,302 και 2,387 αντίστοιχα, που δείχνουν ότι για τα τρία αυτά έτη οι ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου προς τη Ρωσία είναι αυξημένες έναντι των ιταλικών, σε σχέση βέβαια με τη θέση που κατέχουν οι δύο χώρες στο παγκόσμιο εμπόριο ελαιολάδου.

Για τα υπόλοιπα έτη οι τιμές του δείκτη είναι μικρότερες από τη μονάδα που δείχνει ότι η Ελλάδα δεν διατηρεί κάποιο πλεονέκτημα έναντι της Ιταλίας.

Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιόλαδου Ελλάδας και Ιταλίας φαίνονται αναλυτικά στο διάγραμμα που ακολουθεί, καθώς και οι διακυμάνσεις του κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.



Στη συνέχεια θα δούμε τις τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές Ελλάδας και Ισπανίας που παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

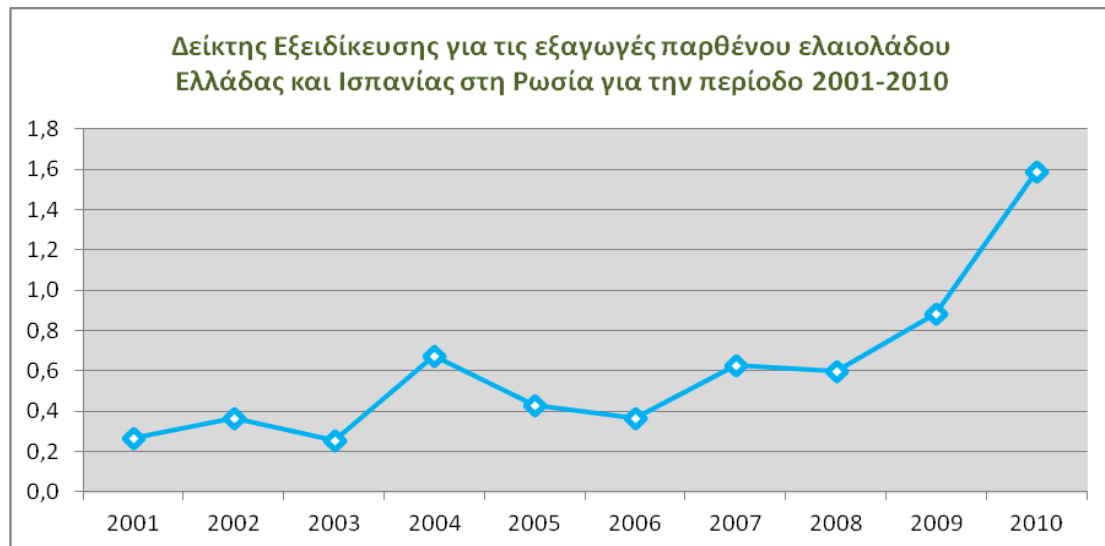
Πίνακας 6.5.: Δείκτης Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου Ελλάδας και Ισπανίας στη Ρωσία την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στη Ρωσία	Εξαγωγές Ελλάδας συνολικές	Εξαγωγές Ισπανίας στη Ρωσία	Εξαγωγές Ισπανίας συνολικές	Δείκτης Εξειδίκευσης
2001	160.442	211.567.590	1.935.631	677.609.083	0,265
2002	219.784	170.854.068	3.683.818	1.055.851.178	0,369
2003	296.965	292.584.071	4.440.434	1.118.231.282	0,256
2004	467.577	147.522.505	7.584.486	1.616.341.745	0,675
2005	1.138.653	402.715.382	10.444.781	1.582.037.619	0,428
2006	1.292.324	481.151.942	12.241.035	1.669.115.903	0,366
2007	2.389.315	358.360.111	20.402.377	1.930.013.020	0,631
2008	2.034.610	323.850.108	21.822.578	2.070.530.925	0,596
2009	2.737.310	294.500.192	17.643.750	1.683.706.471	0,887
2010	6.170.579	262.699.634	28.909.350	1.959.673.259	1,592

Παρατηρώντας τον πίνακα διαπιστώνουμε ότι οι τιμές του δείκτη είναι πολύ μικρότερες από τις τιμές του δείκτη για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ιταλίας. Οι τιμές του δείκτη για όλα τα έτη, πλην του 2010, είναι μικρότερες από τη μονάδα που σημαίνει ότι η Ελλάδα δεν διατηρεί κάποιο πλεονέκτημα έναντι της Ισπανίας.

Για το 2010 ο δείκτης παίρνει την τιμή 1,592, που δείχνει ότι οι ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου προς την Ρωσία είναι αυξημένες έναντι των ισπανικών για το 2010, δεδομένης της θέσης που κατέχουν οι δύο χώρες στο παγκόσμιο εμπόριο ελαιολάδου.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί φαίνονται αναλυτικά οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιόλαδου Ελλάδας και Ισπανίας, καθώς και οι διαφοροποιήσεις του κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.



4) Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου

Ο Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου αποκαλύπτει τη δομή των εμπορικών σχέσεων μεταξύ δύο χωρών, οπότε θα δούμε εάν ανάμεσα στην Ελλάδα και τη Ρωσία αναπτύσσεται διακλαδικό ή ενδοκλαδικό εμπόριο. Οι τιμές του Δείκτη Ενδοκλαδικού Εμπορίου παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 6.6.: Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου της Ελλάδας στο εμπόριο παρθένου ελαιολάδου με τη Ρωσία την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στη Ρωσία	Εισαγωγές Ελλάδας από τη Ρωσία	Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου
2001	160.442	0	0
2002	219.784	0	0
2003	296.965	0	0
2004	467.577	0	0
2005	1.138.653	0	0
2006	1.292.324	0	0
2007	2.389.315	0	0
2008	2.034.610	0	0
2009	2.737.310	55.389	0,0397
2010	6.170.579	0	0

Η Ελλάδα εξάγει ολοένα και πιο υψηλές ποσότητες στη Ρωσία η οποία δεν εξάγει καθόλου ελαιόλαδο στην Ελλάδα όλη τη δεκαετία, εκτός από το 2009 που εξάγει μία πολύ μικρή ποσότητα με αξία 55.389\$. Η Ελλάδα έχει πολύ υψηλό συντελεστή παραγωγής για το ελαιόλαδο και έχει φανερά συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι της Ρωσίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Η ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

7.1. Εισαγωγή

Η αγορά των ΗΠΑ παραμένει η μεγαλύτερη και η πιο ανταγωνιστική αγορά στον κόσμο, όσον αφορά στις εισαγωγές ελαιολάδου στον κόσμο. Το 99% του διατιθέμενου στην αγορά ελαιολάδου είναι εισαγόμενο. Το υπόλοιπο 1% παράγεται σχεδόν αποκλειστικά στην πολιτεία της Καλιφόρνια. Το 2005, σύμφωνα με τον Οργανισμό Ελαιολάδου Βορείου Αμερικής (North American Olive Oil Association - NAOOA) εισήχθησαν συνολικά 255.000 μετρικοί τόνοι, μέγεθος κατά 10.000 μετρικούς τόνους υψηλότερο από αυτό του 2004. Το 2003 είχαν εισαχθεί 214.000 μετρικοί τόνοι, ενώ το 2000, το 1996 και το 1985 εισήχθησαν αντίστοιχα 204.000, 113.000 και 44.000 μετρικοί τόνοι.

Θεωρούμε ότι δύο είναι οι κυριότερες αιτίες της αύξησης αυτής: Η πιστοποίηση από την FDA και την επιστημονική κοινότητα των ευεργετικών αποτελεσμάτων που έχει η χρήση του ελαιολάδου στην υγεία και η εξαιρετική γεύση του προϊόντος, η οποία «στιγματίζει τη γεύση του καταναλωτή». Στη συνείδηση του μέσου αμερικανού, το ελαιόλαδο εκπροσωπεί τη «Μεσογειακή Διατροφή» και είναι προϊόν «ιταλικό», αφού το ιταλικό λάδι καλύπτει περίπου το 65% του εισαγομένου ελαιολάδου στις ΗΠΑ. Το γεγονός αυτό και μόνο καθιστά την προώθηση του ελληνικού ελαιολάδου εξαιρετικά επίπονη.

7.2. Διάρθρωση εισαγωγών ελαιολάδου

Η μελέτη της αγοράς ελαιολάδου στις ΗΠΑ με βάση τις εισαγωγές είναι εξαιρετικά πολύπλοκη, διότι η όλη ανάλυση στηρίζεται σε δεδομένα προερχόμενα από διαφορετικές πηγές, οι οποίες έχουν διαφορετικούς κανόνες ταξινόμησης. Οι αρμόδιες κρατικές στατιστικές αρχές κάνουν διάκριση μόνον μεταξύ παρθένου και μη παρθένου ελαιολάδου, παραβλέποντας υπάρχουσες ποιοτικές κατηγορίες (extra παρθένο ελαιόλαδο, πυρηνέλαιο), οποίες χρησιμοποιούνται στο διεθνές εμπόριο.

Μοναδική περαιτέρω διάκριση γίνεται για την συσκευασία και συγκεκριμένα το όριο των 18 κιλών.

Σημειώνουμε πως ο μοναδικός επίσημος κανονισμός περί τυποποίησης ελαιολάδου είναι εκείνος της 22ης Μαρτίου 1948, ο οποίος κατηγοριοποιεί το προς κατανάλωση ελαιόλαδο σε τέσσερεις κατηγορίες:

Grade A ή US Fancy (με όριο οξύτητας 1,4%), Grade B ή US Choice (με όριο οξύτητας 2,5%), Grade C ή US Standard (με όριο οξύτητας 3%), Grade D ή US Substandard που αφορά όλα τα άλλα προϊόντα ελαιολάδου, τα οποία δεν πληρούν τα κριτήρια για να συμπεριληφθούν σε μία από τις προαναφερθείσες κατηγορίες.

Ο ΝΑΟΟΑ με σκοπό την διατήρηση της διεθνούς ορολογίας και τυποποίησης, μεταχειρίζεται την ταξινόμηση του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου (International Olive Oil Council - IOOC) για τον χαρακτηρισμό των ειδών του ελαιολάδου που εισάγονται και πωλούνται στην αγορά των ΗΠΑ. Κατά την ταξινόμηση αυτή, εισάγονται οι εξής τύποι λαδιού:

Extra παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο είναι αρωματικό, έχει έντονη φρουτώδη γεύση και έχει οξύτητα μικρότερη του 0,8%. Παρατηρούμε ότι με βάση την ταξινόμηση του 1948, η οξύτης στην κατηγορία αυτή, που αναφέρεται σαν Grade A, θα μπορούσε να φτάνει μέχρι 1,4%

Παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο χαρακτηρίζεται από απαλή γεύση, χρώμα και οξύτητα μέχρι 2%.

Ελαιόλαδο, το οποίο είναι μίγμα ραφινέ ελαιολάδου και παρθένου ή extra παρθένου ελαιολάδου. Η οξύτητα του δεν πρέπει να ξεπερνά το 1,5%.

Πυρηνέλαιο.

Στην πράξη ο κανονισμός του 1948 έχει περιέλθει σε αδράνεια και η αγορά χρησιμοποιεί εξ ολοκλήρου πλέον την ορολογία του IOOC, σε αντίθεση με τις κρατικές αρχές, οι οποίες εμμένουν στον προαναφερόμενο από μέρους τους διαχωρισμό του εισαγομένου ελαιολάδου σε δύο μόνο κατηγορίες. Επισημαίνουμε ότι τα βιολογικά προϊόντα ελαιολάδου, αν και παρουσιάζουν ιδιαίτερη δυναμική, δεν έχουν ακόμη αποκτήσει ξεχωριστή δασμολογική κλάση, ώστε να είναι δυνατή η ποσοτική τους συνεισφορά στις εισαγωγές ελαιολάδου.

Πίνακας 7.1.: Κύριοι προμηθευτές παρθένου ελαιολάδου της αμερικάνικης αγοράς για τα έτη 2009 – 2010

Χώρα	2010			2009			Αλλαγή στην αξία	Αλλαγή στο σύνολο
	Ποσότητα(kg)	Αξία(\$)	% στο σύνολο	Ποσότητα(kg)	Αξία(\$)	% στο σύνολο		
Ιταλία	95.554.352	371.270.590	55,80%	97.172.601	386.905.159	57,62%	-4,04%	-1,82%
Ισπανία	49.812.197	167.965.310	25,24%	36.801.952	129.997.076	19,36%	29,21%	5,88%
Τυνησία	18.029.469	59.269.307	8,91%	24.443.756	75.863.322	11,30%	-21,87%	-2,39%
Ελλάδα	4.013.775	17.792.301	2,67%	4.086.212	18.429.761	2,74%	-3,46%	-0,07%
Μαρόκο	4.096.095	12.217.994	1,84%	274.737	1.113.273	0,17%	997,48%	1,67%
Αργεντινή	3.356.575	10.669.643	1,60%	9.452.762	27.921.213	4,16%	-61,79%	-2,55%
Αυστραλία	1.641.298	5.963.423	0,90%	2.742.534	10.203.862	1,52%	-41,56%	-0,62%
Τουρκία	1.370.266	5.045.214	0,76%	1.761.711	6.759.675	1,01%	-25,36%	-0,25%
Χιλή	1.041.052	4.888.308	0,73%	333.026	1.936.406	0,29%	152,44%	0,45%

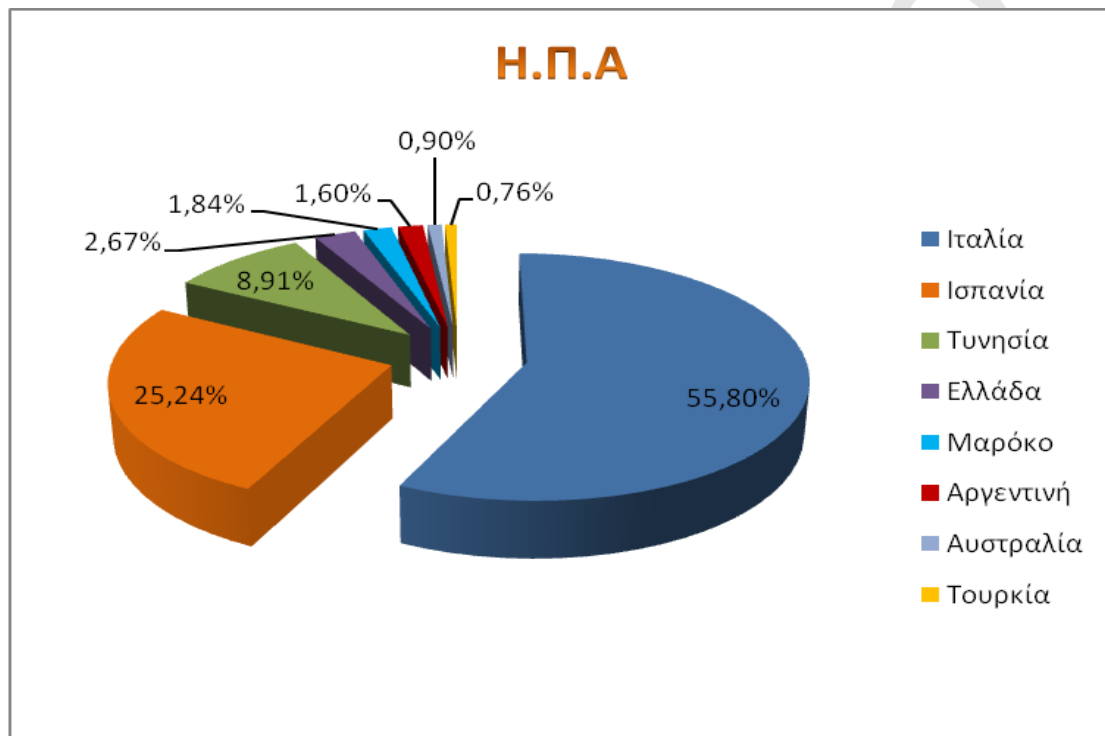
Οι εισαγωγές του παρθένου ελαιολάδου, στις οποίες, υπενθυμίζουμε, περιλαμβάνονται και αυτές του extra παρθένου ελαιολάδου, είναι 665.401.468 δολ. ΗΠΑ το 2010 και 671.490.697 δολ. ΗΠΑ το 2009. Η εικόνα των κυρίαρχων χωρών που αφορά στην κατάταξη και στα ποσοστά επί του συνόλου παραμένει όμοια και για τα δύο έτη, με την Ιταλία να κατέχει την πρώτη θέση με σύνολο εξαγωγών 371.270.590 δολ. ΗΠΑ για το 2010. Δεύτερη έρχεται η Ισπανία με 167.965.310 δολ. ΗΠΑ και ποσοστό 25,24% επί του συνόλου για το 2010. Σημαντική είναι η αύξηση των ισπανικών εξαγωγών κατά 29,21% και η αύξηση του μεριδίου αγοράς της Ισπανίας κατά 5,88% το 2010.

Τρίτη θέση κατέχει η Τυνησία με εξαγωγές ύψους 59.269.307 δολ. ΗΠΑ και μερίδιο 8,91% το 2010. Οι εξαγωγές της έχουν πτωτική πορεία, όπως και το μερίδιο αγοράς της, για το 2010. Η Ελλάδα κατέχει την τέταρτη θέση με συνολικές εξαγωγές 17.792.301 δολ. ΗΠΑ το 2010. Σε σύγκριση με το 2009 οι ελληνικές εξαγωγές μειώνονται κατά 21,87%, και η Ελλάδα χάνει μέρος του μεριδίου αγοράς της (0,07%).

Οι υπόλοιπες χώρες που διεκδικούν μέρος του μεριδίου της αμερικάνικης αγοράς είναι το Μαρόκο, η Αργεντινή, η Αυστραλία, η Τουρκία και η Χιλή. Εντυπωσιακή

είναι η αύξηση των εξαγωγικών επιδόσεων του Μαρόκου και της Χιλής το 2010 με ποσοστά 997,48% και 152,44% αντίστοιχα. Το Μαρόκο αυξάνει το μερίδιο του κατά 1,67% και η Χιλή κατά 0,45% το 2010.

Οι κυριότεροι προμηθευτές των ΗΠΑ για το ελαιόλαδο το 2010 φαίνονται αναλυτικά στο ακόλουθο σχήμα.



7.3. Εισαγωγή ελαιολάδου

α) Δασμός

Κατά την εισαγωγή του ελαιολάδου από χώρες πλην αυτών που απολαμβάνουν ειδικό προτιμησιακό καθεστώς επιβάλλεται από τις τελωνειακές αρχές δασμός, ο οποίος υπολογίζεται επί του μικτού βάρους (βάρος ελαιολάδου + βάρος συσκευασίας) ως εξής:

0,05 δολ. ΗΠΑ ανά κιλό για συσκευασίες έως 18 κιλά.

0,034 δολ. ΗΠΑ ανά κιλό για συσκευασίες 18 κιλών και άνω.

β) Διάρθρωση της αγοράς και κανάλια διανομής

Με βάση στοιχεία του Υπουργείου Εμπορίου των ΗΠΑ και του ΙΟΟΚ, σημεία πώλησης του ελαιολάδου γενικότερα είναι τα εξής:

Λιανικό εμπόριο, στο οποίο διακινείται το 56% των συνολικών πωλήσεων στις ΗΠΑ και στο οποίο περιλαμβάνονται τα σούπερ μάρκετ, τα gourmet shops, τα καταστήματα υγιεινής διατροφής, τα salad bars και τα ethnic shops. Μέσα από το κανάλι αυτό διατίθεται το μεγαλύτερο ποσοστό παρθένου και extra παρθένου ελαιόλαδου.

Συνήθως μεταξύ αυτών των επιχειρήσεων και του εισαγωγέα παρεμβάλλεται κάποιος χονδρέμπορος ή/και διανομέας ή στην περίπτωση των σούπερ μάρκετ κάποιος μεσίτης (broker). Ειδικότερα τα gourmet shops απευθύνονται σε άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης και το προϊόν πρέπει να διακρίνεται για την ποιότητα και την συσκευασία του.

Οι πωλήσεις ελαιόλαδου στα καταστήματα αυτά είναι περιορισμένες σε όγκο, λόγω της υψηλής τιμής, αλλά παρουσιάζουν εξαιρετικές προοπτικές, καθώς ταυτίζονται με την υγιεινή διατροφή. Στην κατηγορία του λιανικού εμπορίου περιλαμβάνονται και τα καταστήματα Cash and Carry, οι ενώσεις καταναλωτών (consumer associations) και τα καταστήματα εκπτώσεων (discount stores), τα οποία τροφοδοτούνται συνήθως από τον εισαγωγέα χωρίς την παρέμβαση μεσαζόντων.

Χώροι μαζικής διατροφής, στους οποίους διακινείται το 39% των συνολικών πωλήσεων στις ΗΠΑ και στους οποίους περιλαμβάνονται εστιατόρια, ξενοδοχεία, νοσοκομεία και σχολεία. Η επιλογή του προϊόντος γίνεται συναρτήσει της τιμής του και η προβολή του έρχεται σε δεύτερη φάση. Μεταξύ των επιχειρήσεων αυτών και του εισαγωγέα παρεμβάλλεται συνήθως κάποιος ειδικευμένος προμηθευτής. Για τα εστιατόρια ειδικότερα υπάρχει περίπτωση να παρεμβάλλεται αντί του προμηθευτή κάποιος χονδρέμπορος ή μεσίτης (broker).

Τομέας επεξεργασίας τροφίμων (commercial ingredient sector), στον οποίο διακινείται το υπόλοιπο 5% και περιλαμβάνει τις μετασυσκευαστικές βιομηχανίες (repackaging industries) και τις βιομηχανίες επεξεργασίας τροφίμων (food processing industries). Είτε τροφοδοτούνται απευθείας από τον εισαγωγέα είτε μεσολαβεί κάποιος μεσίτης (broker).

Θα πρέπει βεβαίως να λάβει κανείς υπόψη πως τα όρια διάκρισης μεταξύ των διαφόρων καναλιών διανομής είναι συνήθως αρκετά ασαφή και πως πολλές φορές το ίδιο άτομο ενσωματώνει περισσότερες ιδιότητες.

7.4. Συσκευασία

Η συντριπτική πλειοψηφία του εισαγομένου ελαιολάδου εισάγεται σε συσκευασίες κάτω των 18 κιλών. Ωστόσο, με βάση στοιχεία του ΝΑΟΟΑ, τα τελευταία χρόνια το ποσοστό του εισαγομένου ελαιολάδου σε συσκευασίες άνω των 18 κιλών έχει αυξηθεί σημαντικά.

Μία πιθανή ερμηνεία της αύξησης που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια στις συσκευασίες άνω των 18 κιλών, είναι ενδεχομένως η αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών για εστιατόρια, κατ' οίκον παράδοση γευμάτων, κλπ. Σε ότι αφορά τις ελληνικές εξαγωγές στις ΗΠΑ, οι συσκευασίες κάτω των 18 κιλών αντιπροσωπεύουν το 90,3% του συνόλου των εξαγωγών μας, εκ των οποίων το 82,7% (ή 74,6% επί του συνόλου) περιέχει παρθένο ελαιόλαδο. Στις συσκευασίες άνω των 18 κιλών εξαγωγήμε σχεδόν αποκλειστικά παρθένο ελαιόλαδο (93,7% ή 9,1% επί του συνόλου).

Όσον αφορά στις συσκευασίες του ελαιολάδου (εισαγομένου και μη) που διατίθεται στην αγορά, παρατηρείται καταρχήν συντριπτική επικράτηση της γυάλινης συσκευασίας έναντι της τενεκεδένιας. Διαχρονικά, επίσης, παρατηρούμε πως από το 1996 μέχρι το Μάιο του 2006 ελαττώνεται σαφώς η χρήση της τενεκεδένιας συσκευασίας. Ακολουθεί η συσκευασία του 1 λίτρου. Σταθερή παραμένει η προτίμηση για τη συσκευασία των 0,75 λίτρων, ενώ αντιθέτως περιορίζεται σημαντικά η προτίμηση στις μεγαλύτερες συσκευασίες των 3 λίτρων.

7.5. Οδηγός επισήμανσης ελαιολάδου

Σχεδόν όλοι οι κανονισμοί οι σχετικοί με την σήμανση των ετικετών επιβάλλονται από την Διεύθυνση Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA). Μία εξαίρεση είναι οι προϋποθέσεις σήμανσης της χώρας προέλευσης, που επιβάλλονται από τη Διεύθυνση Τελωνείων ΗΠΑ. Εν τούτοις, είναι δυνατόν και αυτοί οι κανονισμοί να επιβληθούν από την FDA. Οι εταιρείες ελαιολάδου πρέπει να ακολουθήσουν

κανονισμούς σχετικά με: την επισήμανση για την θρεπτική αξία, την αναγραφή του καθαρού βάρους, την αναγραφή στο μετρικό σύστημα, τις προϋποθέσεις σήμανσης της χώρας προέλευσης, την επισήμανση σε δύο γλώσσες, την περιγραφή του προϊόντος, καθώς επίσης, έχουν υποχρέωση αναγραφής ποσοτήτων λιπαρών οξέων (trans fatty acids), δηλώσεων υγιεινής (health claims), χώρας προέλευσης, επισήμανσης σε δύο γλώσσες και επισήμανσης βιολογικών προϊόντων.

7.6. Εκτίμηση των δεικτών και αξιολόγησή τους

Στη συνέχεια θα υπολογίσουμε τους δείκτες που προκύπτουν από την επεξεργασία των δεδομένων που συλλέξαμε μελετώντας την περίοδο 2001-2010. Με τη βοήθεια των δεικτών θα δούμε πόσο ανταγωνιστική είναι η χώρα μας στο εμπόριο ελαιολάδου στην αγορά των ΗΠΑ και θα μελετήσουμε αντίστοιχα και τις κύριες ανταγωνίστριες χώρες (Ισπανία, Ιταλία).

1) Μεριδίο Αγοράς

Τα μερίδια αγοράς υπολογίζονται για να εκτιμήσουμε το βαθμό διείσδυσης κάθε χώρας στην αγορά των ΗΠΑ. Για την εκτίμηση του μεριδίου αγοράς της Ιταλίας, της Ισπανίας και της Ελλάδας χρησιμοποιήθηκαν τα δεδομένα εξαγωγών ελαιολάδου των τριών χωρών προς τις ΗΠΑ και των συνολικών εισαγωγών ελαιολάδου στην ίδια χώρα για τα έτη 2001-2010.

Πίνακας 7.2.: Μεριδίο αγοράς της Ελλάδας για το παρθένο ελαιόλαδο στις ΗΠΑ την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εισαγωγές ΗΠΑ από Ελλάδα	Συνολικές Εισαγωγές ΗΠΑ	Μεριδίο Αγοράς Ελλάδας στις ΗΠΑ
2001	8.730.609	226.375.923	3,86
2002	9.672.514	262.637.450	3,68
2003	11.029.532	338.098.552	3,26
2004	11.472.058	451.134.628	2,54
2005	13.442.515	594.647.238	2,26
2006	18.074.074	684.275.696	2,64
2007	23.624.931	704.151.559	3,36
2008	19.745.245	760.458.212	2,60
2009	18.429.761	671.490.697	2,74
2010	17.792.301	665.401.468	2,67

Μελετώντας τα νούμερα στον παραπάνω πίνακα διαπιστώνουμε ότι το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στην αμερικάνικη αγορά μειώνεται ανά έτος, εκτός από το 2006, 2007 και το 2009 που γνωρίζει μικρή αύξηση. Το 2001 είναι ίσο με 3,86 ενώ το 2010 φανερά μειωμένο είναι ίσο με 2,67. Παρόλο που οι εξαγωγές της Ελλάδας στις ΗΠΑ στο ελαιόλαδο αυξάνονται για τα πρώτα έξι χρόνια, ο ρυθμός αύξησης των εξαγωγών της Ελλάδας είναι μικρότερος από το ρυθμό αύξησης των εισαγωγών των ΗΠΑ, με αποτέλεσμα το μερίδιο της Ελλάδας να μειώνεται για την περίοδο 2001-2005. Ας δούμε τώρα τις κύριες ανταγωνίστριες χώρες (Ισπανία, Ιταλία) και τις διακυμάνσεις των μεριδίων τους, σε σύγκριση με την Ελλάδα.

Πίνακας 7.3.: Μερίδια αγοράς της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Ισπανίας για το παρθένο ελαιόλαδο στις ΗΠΑ την περίοδο 2001-2010

Έτος	Μερίδιο Αγοράς (Ελλάδα)	Μερίδιο Αγοράς (Ισπανία)	Μερίδιο Αγοράς (Ιταλία)	Σύνολο
2001	3,86	16,30	69,01	89,17
2002	3,68	21,63	68,35	93,67
2003	3,26	20,03	66,71	90,00
2004	2,54	20,97	61,13	84,64
2005	2,26	18,61	61,36	82,23
2006	2,64	18,01	61,32	81,97
2007	3,36	17,53	60,30	81,18
2008	2,60	18,91	60,92	82,43
2009	2,74	19,36	57,62	79,72
2010	2,67	25,24	55,80	83,71

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τον παραπάνω πίνακα είναι εντυπωσιακά. Η Αμερική εισάγει το μεγαλύτερο μέρος του ελαιολάδου που καταναλώνει από τις τρεις χώρες, όπως φανερώνουν τα αποτελέσματα. Το 2002 οι τρεις χώρες κάλυψαν το 93,67% των εισαγωγών των ΗΠΑ, το μεγαλύτερο της δεκαετίας και το 2009 το 79,72%, το μικρότερο για το αντίστοιχο διάστημα.

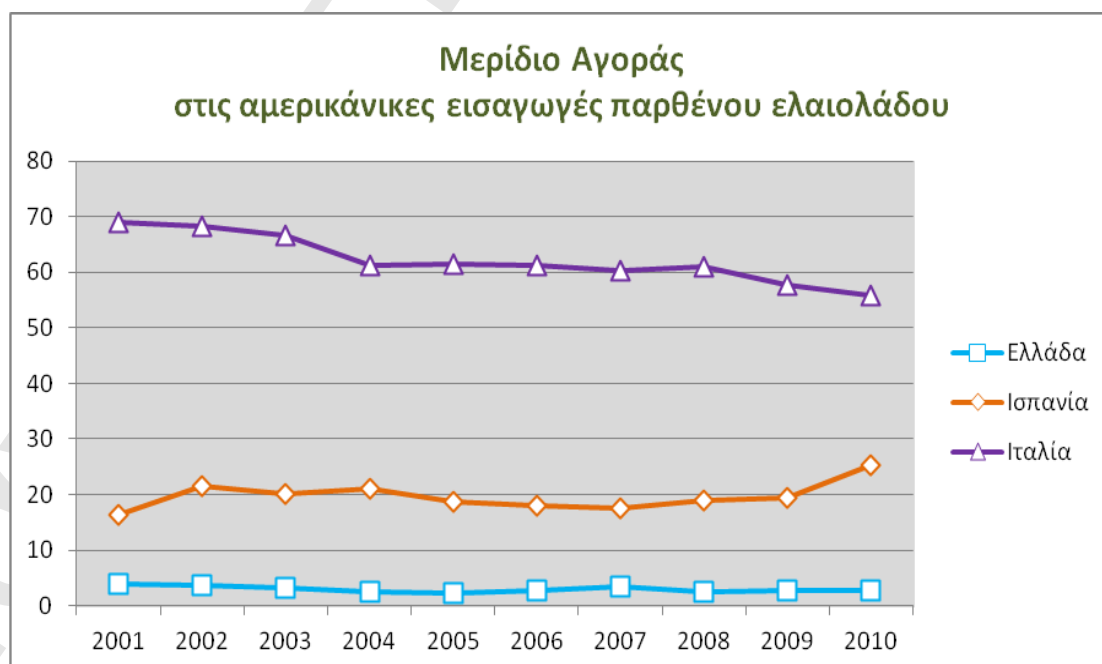
Γενικά, το μερίδιο αγοράς στις εισαγωγές ελαιολάδου των ΗΠΑ και των τριών χωρών για την πρώτη πενταετία 2001-2005 είναι μεγαλύτερο του 82%, ενώ για τη δεύτερη πενταετία 2006-2010 είναι, σε χαμηλότερη στάθμη, μεγαλύτερο του 79%. Αυτό πιθανότατα προκύπτει από τη διείδυση άλλων χωρών τα τελευταία χρόνια

στην αγορά των ΗΠΑ, που καταφέρνουν και παίρνουν μέρος του μεριδίου αγοράς των τριών χωρών μας.

Η Ιταλία κυριαρχεί απόλυτα στην αγορά των ΗΠΑ με υψηλότερη τιμή μεριδίου αγοράς το 69,01% το 2001 και μικρότερη τιμή το 55,80% το 2010. Είναι φανερό ότι το μερίδιο αγοράς της Ιταλίας μειώνεται σταδιακά. Ακολουθεί η Ισπανία με χαμηλότερο ποσοστό (μ.ο. 19,66%) η οποία όμως φαίνεται να αποκτά το μέρος του μεριδίου που σταδιακά χάνει η Ιταλία. Η Ελλάδα έχει πολύ χαμηλότερο μερίδιο αγοράς (μ.ο. 2,96%).

Υψηλό μερίδιο αγοράς δείχνει βαθιά εξαγωγική διείσδυση στην αμερικάνικη αγορά και υψηλή εξάρτηση της τελευταίας από τον εξαγωγέα. Οπότε, είναι φανερό πως πρώτη η Ιταλία και δεύτερη η Ισπανία κατάφεραν να διεισδύσουν στην αγορά των ΗΠΑ και να εκμεταλλευτούν τις καταναλωτικές προτιμήσεις των Αμερικάνων. Αντίθετα, η Ελλάδα δεν κατάφερε να δημιουργήσει ένα οργανωμένο δίκτυο εμπορίας-διανομής και να διεισδύσει επαρκώς στην αγορά των ΗΠΑ.

Οι διακυμάνσεις των μεριδίων αγοράς της Ιταλίας, της Ισπανίας και της Ελλάδας παρουσιάζονται στο ακόλουθο διάγραμμα. Εδώ φαίνεται αναλυτικά η σχεδόν σταθερή πορεία, με μικρή πτώση, του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας, η ανοδική πορεία του μεριδίου της Ισπανίας, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, και η καθοδική πορεία του μεριδίου της Ιταλίας, που όμως εξακολουθεί να βρίσκεται σε πολύ υψηλή στάθμη.



2) Δείκτης Κάλυψης

Ο δείκτης κάλυψης εξαγωγών μετριέται για να δείξει αν υπάρχει έλλειμμα ή πλεόνασμα στον συγκεκριμένο κλάδο. Τα δεδομένα που αξιοποιήθηκαν για τον υπολογισμό του δείκτη κάλυψης ελληνικών εξαγωγών για το ελαιόλαδο όσον αφορά τις ΗΠΑ φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 7.4.: Δείκτης Κάλυψης ελληνικών εξαγωγών για το παρθένο ελαιόλαδο στις ΗΠΑ την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στις ΗΠΑ	Εισαγωγές Ελλάδας από τις ΗΠΑ	Δείκτης κάλυψης
2001	7.995.069	80.460	99,37
2002	9.066.733	47.015	192,85
2003	9.866.998	0	#DIV/0!
2004	11.040.517	0	#DIV/0!
2005	12.391.706	0	#DIV/0!
2006	19.905.429	0	#DIV/0!
2007	20.710.099	428	48.388,08
2008	17.678.353	86.657	204,00
2009	15.396.930	34.711	443,57
2010	15.742.621	0	#DIV/0!

Οι εξαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας στις ΗΠΑ ξεκινούν από την τιμή των 7.995.069 δολ. ΗΠΑ το έτος 2001 και σταδιακά αυξάνονται και φτάνουν στην τιμή των 20.710.099 δολ.ΗΠΑ το 2007 και έκτοτε μειώνονται μέχρι το 2010 που έχουν την τιμή των 15.742.621 δολ.ΗΠΑ. Οι εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας από τις ΗΠΑ είναι μηδενικές για τα έτη 2003-2006 και 2010, ενώ για τα υπόλοιπα έτη παίρνουν διάφορες μικρές τιμές, δεδομένου ότι οι ΗΠΑ δεν είναι παραγωγική χώρα στον τομέα του ελαιολάδου και δεν κάνει πολλές εξαγωγές.

Οι τιμές για το Δείκτη Κάλυψης που προκύπτουν είναι υψηλές, ιδιαίτερα το 2007 (48.388,08) και δείχνουν ότι η Ελλάδα, ως παραγωγός χώρα, προσανατολίζεται στην παραγωγή του ελαιολάδου, όχι για να καλύψει την εγχώρια κατανάλωσή της, αλλά

για να αυξήσει τις εξαγωγές της και οι ΗΠΑ εισάγουν από την Ελλάδα ελαιόλαδο για να μπορέσουν να καλύψουν την εγχώρια κατανάλωσή τους.

3) Δείκτης Εξειδίκευσης

Με το Δείκτη Εξειδίκευσης θα εντοπίσουμε εάν η Ελλάδα εμφανίζει σημαντικό όγκο εξαγωγών ελαιολάδου στην αγορά των ΗΠΑ, σε σχέση με τις συνολικές εξαγωγές της, καθώς των εξαγωγών της Ιταλίας και της Ισπανίας. Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές της Ελλάδας και της Ιταλίας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 7.5.: Δείκτης Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου Ελλάδας και Ιταλίας στις ΗΠΑ την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στις ΗΠΑ	Εξαγωγές Ελλάδας συνολικές	Εξαγωγές Ιταλίας στις ΗΠΑ	Εξαγωγές Ιταλίας συνολικές	Δείκτης Εξειδίκευσης
2001	7.995.069	211.567.590	133.878.584	460.490.773	0,130
2002	9.066.733	170.854.068	164.969.659	537.159.518	0,173
2003	9.866.998	292.584.071	193.133.387	666.101.413	0,116
2004	11.040.517	147.522.505	249.052.926	852.578.500	0,256
2005	12.391.706	402.715.382	322.588.835	1.049.086.262	0,100
2006	19.905.429	481.151.942	383.679.499	1.186.672.505	0,128
2007	20.710.099	358.360.111	345.184.179	1.094.660.052	0,183
2008	17.678.353	323.850.108	392.427.810	1.232.427.067	0,171
2009	15.396.930	294.500.192	315.823.867	1.053.028.315	0,174
2010	15.742.621	262.699.634	336.736.197	1.170.009.198	0,208

Οι τιμές του δείκτη είναι εντυπωσιακά χαμηλές γεγονός που φανερώνει ότι η Ιταλία έχει πολύ μεγάλο πλεονέκτημα έναντι της Ελλάδας και οι εξαγωγές της στην αμερικάνικη αγορά είναι πολύ υψηλότερες από αυτές της Ελλάδας, δεδομένης βέβαια και της θέσης που κατέχουν οι δύο χώρες στο παγκόσμιο εμπόριο ελαιολάδου.

Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ιταλίας φαίνονται αναλυτικά στο διάγραμμα που ακολουθεί, καθώς και οι διακυμάνσεις του κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.



Στη συνέχεια θα συγκρίνουμε την Ελλάδα με την Ισπανία και τις εξαγωγές τους στην αμερικάνικη αγορά. Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές Ελλάδας και Ισπανίας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

**Πίνακας 7.6.: Δείκτης Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές παρθένου ελαιόλαδου
Ελλάδας και Ισπανίας στις ΗΠΑ την περίοδο 2001-2010**

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στις ΗΠΑ	Εξαγωγές Ελλάδας συνολικές	Εξαγωγές Ισπανίας στις ΗΠΑ	Εξαγωγές Ισπανίας συνολικές	Δείκτης Εξειδίκευσης
2001	7.995.069	211.567.590	30.058.244	677.609.083	0,852
2002	9.066.733	170.854.068	50.008.760	1.055.851.178	1,120
2003	9.866.998	292.584.071	56.947.718	1.118.231.282	0,662
2004	11.040.517	147.522.505	72.155.683	1.616.341.745	1,676
2005	12.391.706	402.715.382	85.579.169	1.582.037.619	0,569
2006	19.905.429	481.151.942	83.445.101	1.669.115.903	0,828
2007	20.710.099	358.360.111	109.288.514	1.930.013.020	1,021
2008	17.678.353	323.850.108	122.742.757	2.070.530.925	0,921
2009	15.396.930	294.500.192	114.104.600	1.683.706.471	0,771
2010	15.742.621	262.699.634	156.678.246	1.959.673.259	0,750

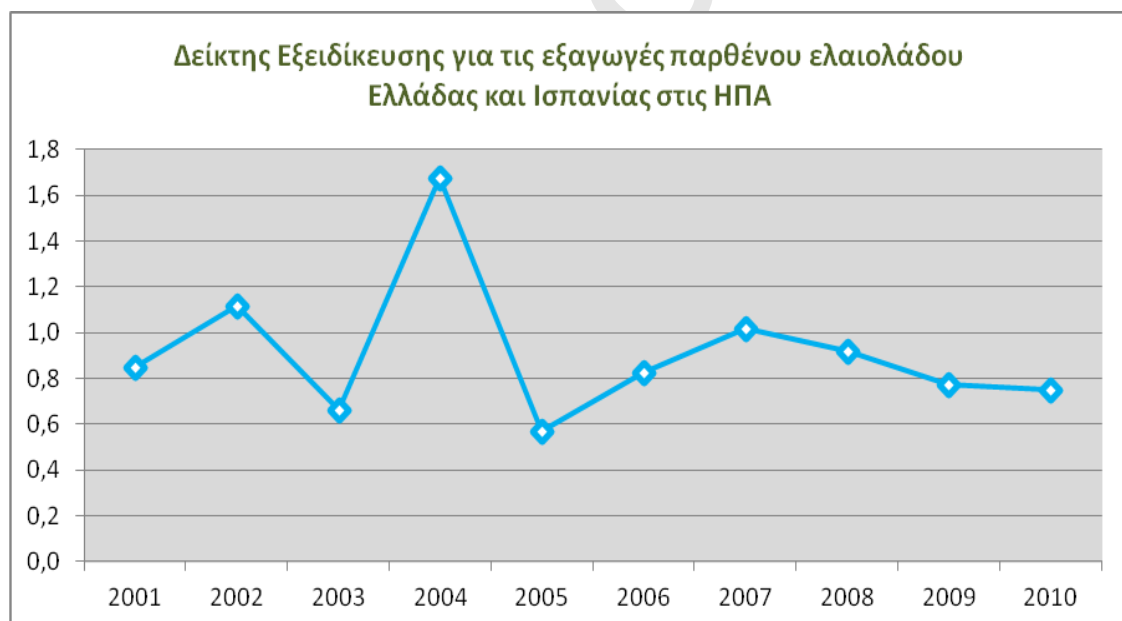
Οι τιμές εδώ του Δείκτη Εξειδίκευσης είναι πολύ διαφορετικές από τις προηγούμενες που είδαμε στη σύγκριση της Ελλάδας με την Ιταλία.

Για τα έτη 2002 και 2004 ο δείκτης παίρνει τις τιμές 1,120 και 1,676 αντίστοιχα, που δείχνουν ότι για τα δύο αυτά έτη οι ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου προς τις ΗΠΑ είναι αυξημένες έναντι των ισπανικών, δεδομένης της θέσης που κατέχουν οι δύο χώρες στο παγκόσμιο εμπόριο ελαιολάδου.

Το 2007 ο δείκτης παίρνει τιμή σχεδόν ίση με τη μονάδα, συνεπώς είναι εξίσου σημαντικές οι ελληνικές εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου προς τις ΗΠΑ σε σχέση με τις αντίστοιχες της Ισπανίας.

Τα υπόλοιπα έτη ο Δείκτης Εξειδίκευσης είναι μικρότερος από τη μονάδα, γεγονός που δείχνει ότι η Ισπανία έχει πλεονέκτημα έναντι της Ελλάδας στις εξαγωγές ελαιολάδου.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί φαίνονται αναλυτικά οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ισπανίας, καθώς και οι διακυμάνσεις του κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.



4) Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου

Ο Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου αποκαλύπτει τη δομή των εμπορικών σχέσεων μεταξύ δύο χωρών (ενδοκλαδικό ή διακλαδικό εμπόριο). Οι τιμές του Δείκτη Ενδοκλαδικού Εμπορίου παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 7.7.: Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου της Ελλάδας στο εμπόριο παρθένου ελαιολάδου με τις ΗΠΑ την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στις ΗΠΑ	Εισαγωγές Ελλάδας από τις ΗΠΑ	Δείκτης ενδοκλαδικού εμπορίου
2001	7.995.069	80.460	0,0199
2002	9.066.733	47.015	0,0103
2003	9.866.998	0	0
2004	11.040.517	0	0
2005	12.391.706	0	0
2006	19.905.429	0	0
2007	20.710.099	428	0
2008	17.678.353	86.657	0,0098
2009	15.396.930	34.711	0,0045
2010	15.742.621	0	0

Βλέπουμε ότι ο δείκτης ενδοκλαδικού εμπορίου είναι μηδενικός για τα έτη 2003-2007 και το 2010, ενώ τα υπόλοιπα έτη έχει πολύ μικρές τιμές που σχεδόν πλησιάζουν την τιμή 0. Είναι φανερό ότι το εμπόριο ελαιολάδου μεταξύ της Ελλάδας και της Αμερικής είναι διακλαδικό τη στιγμή που έχουμε μόνο εξαγωγές της Ελλάδας προς την Αμερική και καθόλου εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδα από την Αμερική ή εισαγωγές με πολύ μικρές ποσότητες και χαμηλές αξίες. Η Ελλάδα έχει υψηλό συντελεστή παραγωγής για το ελαιόλαδο και φανερά συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ΗΠΑ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Η ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

8.1. Εισαγωγή

Η διαχρονική πορεία του ελαιολάδου στη γερμανική αγορά είναι σταθερά ανοδική και μάλιστα με σημαντικούς ρυθμούς. Οι διατροφικές συνήθειες του Γερμανού καταναλωτού διαφέρουν αισθητά από εκείνες των κατοίκων της Μεσογείου και βασίζονται πρωτίστως στα ζωικά λίπη, στις μαργαρίνες και τα φυτικά έλαια. Ωστόσο, κατά την εικοσαετία 1990-2010 έχει συντελεστεί μεταστροφή των διατροφικών συνηθειών των Γερμανών καταναλωτών, με μείωση της πρόσληψης ζωικών λιπών και αύξηση της πρόσληψης φυτικών λιπών.

Το ελαιόλαδο δεν συγκαταλέγεται μεν στην ημερήσια διατροφή του Γερμανού καταναλωτού, ο οποίος προτιμά τα ελαφρότερης γεύσης και χαμηλότερης τιμής άλλα φυτικά έλαια, κερδίζει όμως συνεχώς έδαφος επειδή θεωρείται εύγευστο, θρεπτικό και υγιεινό προϊόν που αποτελεί αναπόσπαστο συστατικό της καλής κουζίνας.

Στη διαμόρφωση της πολύ καλής εικόνας του –παρά τα μικρά και μεγάλα σκάνδαλα του παρελθόντος- έχουν συμβάλει τόσο οι διαρκείς κοινοτικές εκστρατείες προβολής του, όσο και η συχνότατη αναφορά του στα ΜΜΕ, καθώς επίσης οι αρκετά δημοφιλείς τηλεοπτικές εκπομπές μαγειρικής, όπως και η γενικότερη προτίμηση της μεσογειακής διατροφής.

8.2. Κατανάλωση

Ο μεγαλύτερος όγκος πωλήσεων ελαίων στο γερμανικό λιανεμπόριο αφορά ηλιέλαιο, ενώ στη δεύτερη θέση βρίσκεται το κραμβέλαιο. Το ελαιόλαδο έχει την τρίτη θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Το 90% του ελαιολάδου που καταναλώνεται αφορά έξτρα παρθένο προϊόν. Προτιμούνται τα έξτρα παρθένα ελαιόλαδα με την αναφορά ``πρώτης ψυχρής έκθλιψης``, τα βιολογικά και τα προϊόντα γνωστών περιοχών (Τοσκάνη, Κρήτη,

Καλαμάτα), χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι ο καταναλωτής γνωρίζει πράγματι όλα τα αναγνωρισμένα τοπωνύμια (ΠΟΠ / PDO).

Προτιμώμενες συσκευασίες είναι οι υάλινες φιάλες των 500 και 750 ml. Σαφείς ενδείξεις και ακριβείς πληροφορίες στην ετικέτα, στη γερμανική γλώσσα, διευκολύνουν τον καταναλωτή και προάγουν τις πωλήσεις.

Η γερμανική αγορά ελαιολάδου είναι μάλλον ολιγοπωλειακού χαρακτήρα και στα καταστήματα λιανικής κυριαρχούν τα ιταλικά προϊόντα (κυρίως του οίκου BERTOLLI, υπαγομένου στον όμιλο UNILEVER, με επωνυμίες ``Bertolli``, ``Prim Oli``, και ``Mazzola``) και τα ισπανικά (οίκου MINERVA με επωνυμίες, ``Sasso`` και ``Minerva`` και οίκου CARBONELL). Πλην όμως, στα τελευταία χρόνια παρατηρείται, με την διείσδυση του ελληνικού ελαιολάδου (κυρίως προϊόντων του οίκου ΓΑΙΑ μέσω του αποκλειστικού εισαγωγέα Feinkost Wilms), διεύρυνση της αγοράς και κάποια μετατόπιση των μεριδίων.

Η επιτυχία και το μεγάλο μερίδιο του ιταλικού προϊόντος ανάγονται και στην ευρεία χρήση του στα πολυάριθμα ιταλικά (αλλά όχι μόνον) εστιατόρια της χώρας, καθώς και στην πληθώρα ειδικευμένων διανομένων ιταλικών προϊόντων διατροφής, η πλούσια γκάμα των οποίων διευκολύνει την τοποθέτηση και του ελαιολάδου σε όλες τις μορφές του γερμανικού εμπορίου τροφίμων και της γαστρονομίας.

8.3. Γενικά χαρακτηριστικά αγοράς

Το ιταλικό ελαιόλαδο προσφέρεται σε όλα τα επίπεδα ποιότητας και τιμών από 2,98 έως άνω των 30 ευρώ ανά 500 ml, σε πολυποίκιλες φιάλες και πολλές παραλλαγές (εμπλουτισμένο με βότανα κ.λπ.). Από το 2001 έως το 2007 οι εισαγωγές ελαιολάδου της Γερμανίας αυξάνονται σημαντικά ανά έτος. Από την σταθερή άνοδο των γερμανικών εισαγωγών έχει βγεί κερδισμένη κυρίως η χώρα μας, το μερίδιο της οποίας σχεδόν τετραπλασιάστηκε από 2,70% το 2000 σε 10,97% το 2005. Μάλιστα το 2005 οι εισαγωγές ελληνικού προϊόντος υπερδιπλασιάθηκαν κατά 129,2% έναντι του 2004, ενώ η μέση αύξηση των συνολικών εισαγωγών ήταν μόνον 6,3% (σε ποσότητα).

Η άνοδος αυτή οφείλεται στην εντατική δραστηριοποίηση μεμονομένων διανομένων, οι οποίοι κατάφεραν να εισάγουν το προϊόν σε μεγάλες αλυσίδες

καταστημάτων και κυρίως σε εκπτώτικα (LIDL, ALDI, PLUS), τα οποία τον Αύγουστο και Σεπτέμβριο του 2005 προέβησαν σε ειδικές προσφορές στα πλαίσια ``ελληνικών εβδομάδων``. Στα ελληνικά όμως εστιατόρια της Γερμανίας, μέσω των οποίων θα μπορούσε να διακινηθεί άμεσα και αποτελεσματικά το ελληνικό ελαιόλαδο, η παρουσία του είναι μάλλον υποτονική.

Εισαγωγείς - διανομείς ελληνικού ελαιολάδου στη Γερμανία είναι αφ' ενός οι ειδικευμένοι εισαγωγείς ελληνικών τροφίμων-ποτών (πρωτίστως ομογενείς, απευθυνόμενοι στο ελληνικό εστιατόριο), αφ' ετέρου οι διανομείς διεθνών σπεσιαλιτέ (WILMS, KATTUS, κ.ά.) καθώς και οι διανομείς βιολογικών προϊόντων διατροφής (RAPUNZEL, NATURATA κ.ά.).

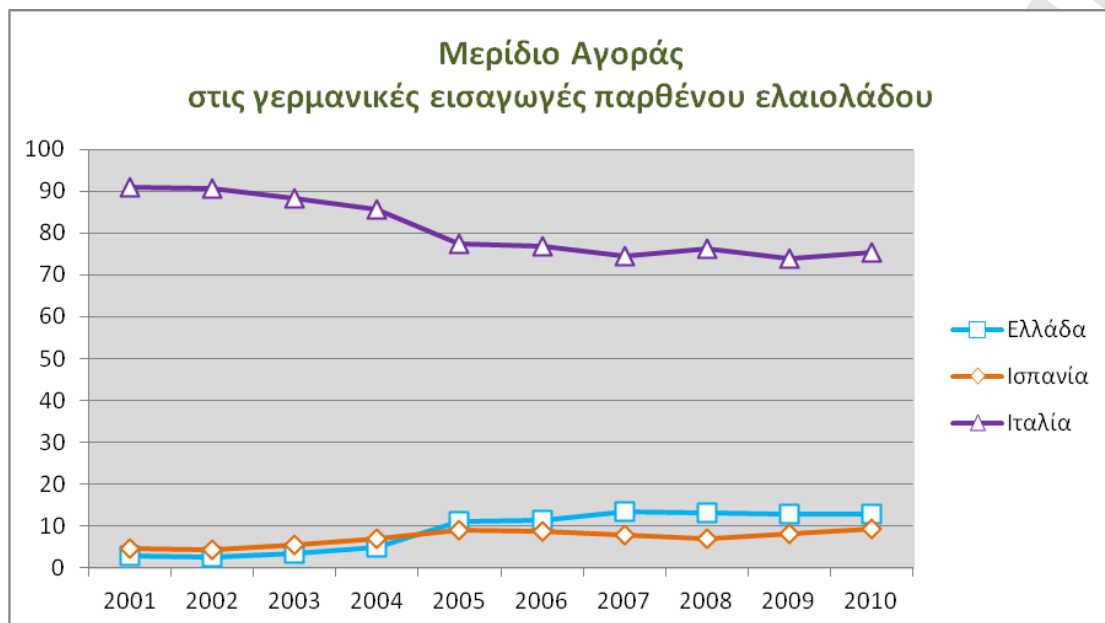
Οι μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων τροφίμων δεν εισάγουν, κατά κανόνα, απευθείας το προϊόν, αλλά προτιμούν να εξυπηρετούνται από τους εδώ διανομείς. Οι μεγαλύτεροι από αυτούς διακινούν προϊόντα με δική τους μεν ετικέτα αλλά πάντοτε με ένδειξη της προέλευσης (π.χ. ``ελληνικό`` ή ``Κρήτης`` ή ``Καλαμάτας`` ή ``Σητείας``) και της ποιοτικής κατηγορίας.

Όπως προαναφέρθηκε, λόγω του πλήθους και της δύναμης των διανομέων ιταλικών προϊόντων, δεσπόζει στο γερμανικό λιανεμπόριο το ιταλικό ελαιόλαδο, με αποτέλεσμα ιδίως στα εκπτώτικα καταστήματα που διακινούν και τις μεγαλύτερες ποσότητες να προσφέρονται πάγια 2-3 ιταλικά και σπανίως ένα ελληνικό προϊόν.

Οι τιμές χονδρικής και λιανικής πώλησης παρουσιάζουν μεγάλες αποκλίσεις, εξαρτώμενες από την προέλευση, την εποχή, αλλά και από τις επιλογές των παραγωγών και δεν είναι δυνατόν να δοθούν αντιπροσωπευτικές τιμές. Το ελληνικό προϊόν είναι περίπου 10-20% ακριβότερο του ιταλικού και ισπανικού. Η διαφορά αυτή δικαιολογείται μεν από την γευστική και ποιοτική υπεροχή του ελαιολάδου μας, περιορίζει όμως τις πωλήσεις του, αφού τόσο ο κεντρικός αγοραστής του Σ/Μ, όσον και ο καταναλωτής αποφασίζουν με κριτήρια κυρίως την εμφάνιση και την τιμή της φιάλης, παρά το περιεχόμενό της.

Φαινόμενα αθέμιτου ανταγωνισμού δεν έχουν παρουσιαστεί πρόσφατα στη γερμανική αγορά - με εξαίρεση μεμονωμένα περιστατικά ενεύρεσης ξένων ουσιών (φθαλάτες - πλαστικοποιητές) σε ως ``παρθένα`` χαρακτηρισθέντα ελαιόλαδα, ή

περιπτώσεις πεπαλαιωμένων προϊόντων με ελαττωματικές οργανοληπτικά ιδιότητες, που δεν δικαιούνται να χαρακτηρίζονται ως ``παρθένα``.

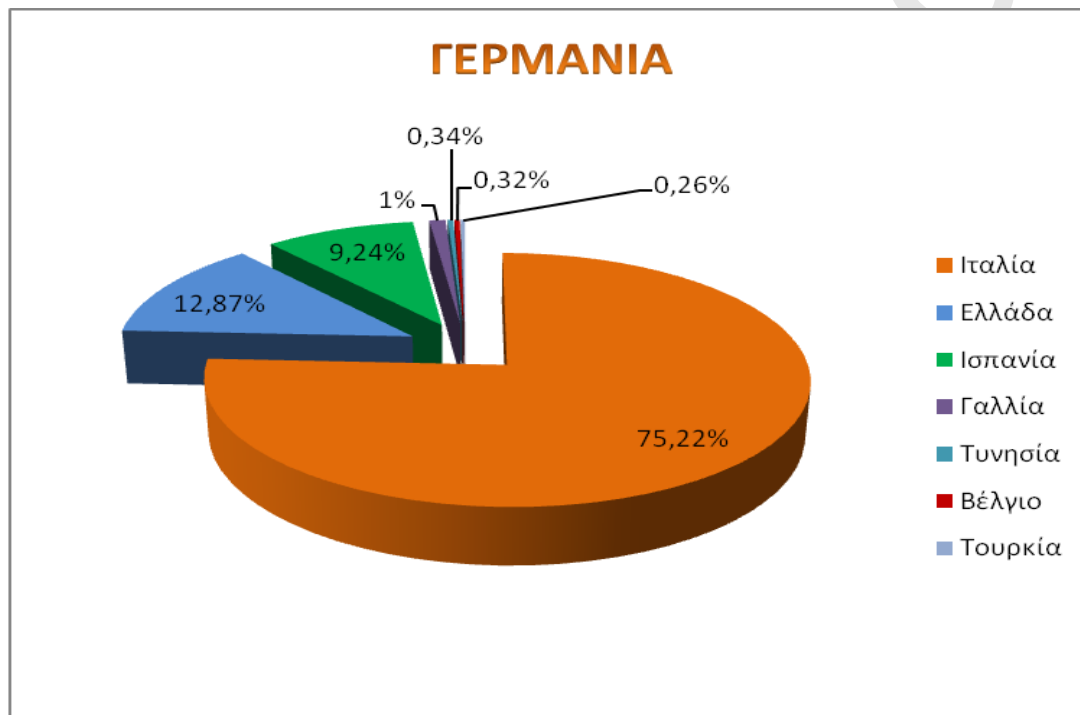


Πίνακας 8.1.: Κύριοι προμηθευτές παρθένου ελαιολάδου της γερμανικής αγοράς για τα έτη 2009 - 2010

Χώρα	2010			2009			Αλλαγή στην αξία	Αλλαγή στο σύνολο
	Ποσότητα(kg)	Αξία(\$)	% στο σύνολο	Ποσότητα(kg)	Αξία(\$)	% στο σύνολο		
Ιταλία	38.153.200	154.073.333	75,22%	34.630.600	164.628.000	73,76%	-6,41%	1,46%
Ελλάδα	4.881.900	26.358.101	12,87%	4.694.000	28.850.000	12,93%	-8,64%	-0,06%
Ισπανία	5.936.000	18.925.633	9,24%	4.549.400	18.078.000	8,10%	4,69%	1,14%
Γαλλία	356,7	2.048.234	1,00%	938,9	5.553.000	2,49%	-63,11%	-1,49%
Τυνησία	131,7	706.151	0,34%	62,1	299.000	0,13%	136,17%	0,21%
Βέλγιο	175	647.857	0,32%	99,6	379.000	0,17%	70,94%	0,15%
Τουρκία	84,9	533.919	0,26%	93,8	529.000	0,24%	0,93%	0,02%
Πορτογαλία	114,5	523.320	0,26%	119,1	590.000	0,26%	-11,30%	-0,01%

Και το 2010 κυριότερος προμηθευτής ελαιολάδου στην Ρωσία παρέμεινε με διαφορά η Ιταλία, η οποία μάλιστα αύξησε κατά 1,46% το μερίδιο της επί του συνόλου. Η Ισπανία αύξησε τις εξαγωγές της κατά ένα ποσοστό 4,69% και το μερίδιο της κατά 1,14%.

Καθοδική πορεία εμφανίζει η Ελλάδα, της οποίας τόσο οι εξαγωγές όσο και το μερίδιο της επί του συνόλου μειώθηκαν κατά 8,64% και 0,06% αντίστοιχα. Άλλοι σημαντικοί προμηθευτές ήταν η Γαλλία, η Τυνησία, το Βέλγιο, η Τουρκία και η Πορτογαλία. Στο σύνολο το 2010 οι γερμανικές εισαγωγές ελαιολάδου αισθητά μειώθηκαν φτάνοντας την τιμή των 204.824766 δολ. ΗΠΑ. Οι κυριότεροι προμηθευτές της Γερμανίας για το ελαιόλαδο το 2010 φαίνονται αναλυτικά στο ακόλουθο σχήμα.



8.4. Εκτίμηση των δεικτών και αξιολόγησή τους

Στη συνέχεια ακολουθούν οι δείκτες που προκύπτουν από την επεξεργασία των δεδομένων που συλλέξαμε για την τελευταία δεκαετία 2001-2010. Με τη βοήθεια των δεικτών θα δούμε πόσο ανταγωνιστική είναι η χώρα μας στο εμπόριο ελαιολάδου στην αγορά της Γερμανίας και θα μελετήσουμε αντίστοιχα και τις κυριότερες ανταγωνίστριες χώρες (Ισπανία, Ιταλία).

1) Μερίδιο Αγοράς

Με τη βοήθεια του δείκτη αυτού θέλουμε να υπολογίσουμε τη διείσδυση κάθε χώρας στην αγορά της Γερμανίας και την αξιοποίηση του καταναλωτικού δυναμικού της Γερμανίας.

Πίνακας 8.2.: Μερίδιο αγοράς της Ελλάδας για το παρθένο ελαιόλαδο στη Γερμανία την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εισαγωγές Γερμανίας από Ελλάδα	Συνολικές Εισαγωγές Γερμανίας	Μερίδιο Αγοράς Ελλάδας στη Γερμανία
2001	2.760.000	102.364.000	2,70
2002	2.883.000	107.721.000	2,68
2003	3.868.000	115.544.000	3,35
2004	8.028.000	163.931.000	4,90
2005	21.628.000	197.142.000	10,97
2006	30.338.000	270.008.000	11,24
2007	38.102.000	282.203.000	13,50
2008	35.426.000	272.453.000	13,00
2009	28.850.000	223.201.000	12,93
2010	26.358.101	204.824.766	12,87

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στην αγορά της Γερμανίας έχει εντυπωσιακή άνοδο κατά τη διάρκεια της δεκαετίας. Ενώ το 2001 ήταν μόλις 2,70 το 2010 εκτοξεύθηκε στο 12,87. Στον παρακάτω πίνακα θα δούμε και τα μερίδια αγοράς της Ιταλίας και της Ισπανίας για να τα συγκρίνουμε με το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας.

Πίνακας 8.3.: Μερίδια αγοράς της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Ισπανίας για το παρθένο ελαιόλαδο στη Γερμανία την περίοδο 2001-2010

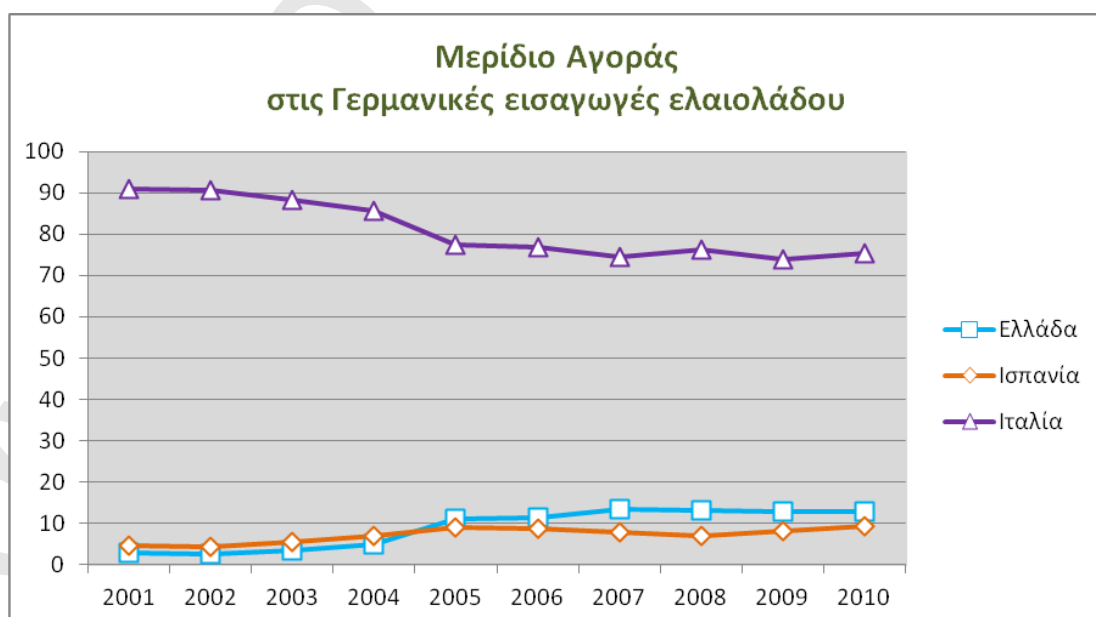
Έτος	Μερίδιο Αγοράς (Ελλάδα)	Μερίδιο Αγοράς (Ισπανία)	Μερίδιο Αγοράς (Ιταλία)	Σύνολο
2001	2,70	4,57	90,93	98,20
2002	2,68	4,20	90,64	97,51
2003	3,35	5,57	88,30	97,22
2004	4,90	6,87	85,66	97,42
2005	10,97	9,05	77,28	97,30
2006	11,24	8,61	76,90	96,75
2007	13,50	7,75	74,41	95,67
2008	13,00	7,08	76,28	96,36
2009	12,93	8,10	73,76	94,78
2010	12,87	9,24	75,22	97,33

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι οι τρεις αυτές χώρες κυριαρχούν στη γερμανική αγορά και συγκεντρώνουν συνολικά πολύ υψηλά ποσοστά με μικρότερη τιμή ίση με 94,78 το 2009 και υψηλότερη τιμή το 2001 ίση με 98,20.

Η Ιταλία κυριαρχεί απόλυτα στην αγορά της Γερμανίας, με υψηλότερο ποσοστό 90,93. Ωστόσο, το μερίδιό της μειώνεται σταδιακά ανά έτος και φτάνει την τιμή του 75,22 το 2010. Όσον αφορά την Ισπανία, παρατηρούμε ότι το μερίδιο αγοράς της αυξάνεται σταθερά και το 2010 παίρνει τη μέγιστη τιμή του με 9,24. Η Ελλάδα αυξάνει συνεχώς το μερίδιό της και μάλιστα, το 2005, σχεδόν το διπλασιάζει και καταλαμβάνει τη 2^η θέση από την Ισπανία στη Γερμανική αγορά, την οποία και διατηρεί μέχρι το 2010 με μερίδιο αγοράς ίσο με 12,87.

Υψηλό μερίδιο αγοράς δείχνει βαθιά εξαγωγική διείσδυση στη Γερμανική αγορά και υψηλή εξάρτηση της τελευταίας από τον εξαγωγέα. Οπότε, είναι φανερό πως πρώτη η Ιταλία και δεύτερη η Ελλάδα κατάφεραν να διεισδύσουν στην αγορά της Γερμανίας. Η Ελλάδα, δηλαδή, κατάφερε να μπει δυναμικά στη Γερμανική αγορά, από το 2005 και μετά, με ένα οργανωμένο δίκτυο εμπορίας και να προσελκύσει τους Γερμανούς καταναλωτές για τη ποιότητα του ελαιολάδου της.

Τα μερίδια αγοράς της Ιταλίας, της Ισπανίας και της Ελλάδας παρουσιάζονται στο ακόλουθο διάγραμμα. Εδώ φαίνεται αναλυτικά η καθοδική πορεία του μεριδίου αγοράς της Ιταλίας, η οποία όμως διατηρεί την πρώτη θέση με διαφορά και η ανοδική πορεία των μεριδίων της Ισπανίας και της Ελλάδας.



2) Δείκτης Κάλυψης

Ο δείκτης κάλυψης εξαγωγών (το πηλίκο των εξαγωγών του ελαιολάδου προς τις εισαγωγές) εκτιμάται για να εντοπίσουμε εάν υπάρχει έλλειμμα ή πλεόνασμα στον συγκεκριμένο κλάδο. Τα δεδομένα που αξιοποιήθηκαν για τον υπολογισμό του δείκτη κάλυψης ελληνικών εξαγωγών για το ελαιόλαδο όσον αφορά τη Γερμανία φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 8.4.: Δείκτης Κάλυψης ελληνικών εξαγωγών για το παρθένο ελαιόλαδο στη Γερμανία κατά την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στη Γερμανία	Εισαγωγές Ελλάδας από τη Γερμανία	Δείκτης κάλυψης
2001	5.609.017	12.330	454,91
2002	5.384.829	60.977	88,31
2003	5.585.040	28.097	198,78
2004	10.017.743	138.810	72,17
2005	7.408.490	431.614	17,16
2006	11.669.274	238.335	48,96
2007	9.954.862	217.845	45,70
2008	19.892.037	114.093	174,35
2009	18.338.223	601.077	30,51
2010	22.996.839	2.087.092	11,02

Οι εξαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας στη Γερμανία, βλέπουμε ότι έχουν αυξηθεί πολύ από το 2001 ως το 2010. Ξεκινούν από την τιμή των 5.609.017 δολ. ΗΠΑ το 2001 και φτάνουν στην τιμή των 22.996.839 δολ. ΗΠΑ το 2010. Εντυπωσιακή όμως είναι και η αύξηση των εισαγωγών ελαιολάδου της Ελλάδας από τη Γερμανία, όπου το 2001 είχαν τιμή 12.330 δολ. ΗΠΑ, ενώ το 2010, 2.087.092 δολ. ΗΠΑ.

Παρατηρούμε ότι ο δείκτης κάλυψης στην πρώτη 5αετία έχει υψηλές τιμές, με μέγιστη τιμή 454,91 και ελάχιστη 17,16, ενώ στη δεύτερη 5αετία έχει χαμηλότερες τιμές με μέγιστη 174,35 και ελάχιστη 11,02 το 2010.

Οι μεγάλες τιμές που εμφανίζει ο δείκτης κάλυψης, δείχνουν ότι οι εξαγωγές της Ελλάδας είναι πολύ υψηλότερες από τις εισαγωγές, αφού η Ελλάδα είναι εξαγωγική χώρα στον τομέα του ελαιολάδου. Τα τελευταία δύο έτη, ο δείκτης κάλυψης είναι

ιδιαίτερα μικρός, γεγονός που δείχνει ότι οι εισαγωγές της Ελλάδας σε ελαιόλαδο από τη Γερμανία έχουν αυξηθεί πολύ, πιθανόν λόγω οικονομίας κλίμακας.

3) Δείκτης Εξειδίκευσης

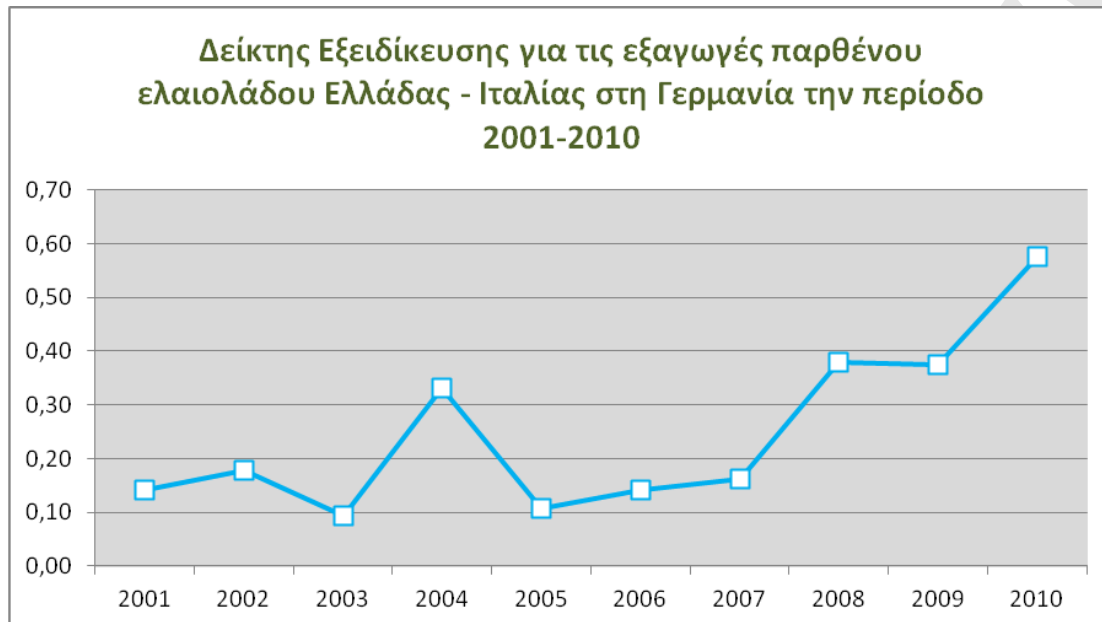
Ο Δείκτης Εξειδίκευσης χρησιμοποιείται για να διαπιστώσουμε εάν η Ελλάδα εμφανίζει σημαντικό όγκο εξαγωγών ελαιολάδου στην αγορά της Γερμανίας, σε σχέση με τις συνολικές εξαγωγές της, καθώς και των εξαγωγών της Ιταλίας και της Ισπανίας, που είναι οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες στο εμπόριο ελαιολάδου. Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές Ελλάδας και Ιταλίας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 8.5.: Δείκτης Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές παρθένου ελαιολάδου Ελλάδας και Ιταλίας στη Γερμανία την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στη Γερμανία	Εξαγωγές Ελλάδας συνολικές	Εξαγωγές Ιταλίας στη Γερμανία	Εξαγωγές Ιταλίας συνολικές	Δείκτης Εξειδίκευσης
2001	5.609.017	211.567.590	86.070.015	460.490.773	0,142
2002	5.384.829	170.854.068	94.991.241	537.159.518	0,178
2003	5.585.040	292.584.071	134.915.002	666.101.413	0,094
2004	10.017.743	147.522.505	175.253.092	852.578.500	0,330
2005	7.408.490	402.715.382	178.889.819	1.049.086.262	0,108
2006	11.669.274	481.151.942	203.121.113	1.186.672.505	0,142
2007	9.954.862	358.360.111	186.113.603	1.094.660.052	0,163
2008	19.892.037	323.850.108	199.574.445	1.232.427.067	0,379
2009	18.338.223	294.500.192	175.184.350	1.053.028.315	0,374
2010	22.996.839	262.699.634	177.771.115	1.170.009.198	0,576

Παρατηρούμε ότι οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης είναι ιδιαίτερα μικρές για όλα τα έτη και αυτό σημαίνει ότι οι ιταλικές εξαγωγές ελαιολάδου στη Γερμανία είναι αυξημένες σε σύγκριση με τις ελληνικές και η Ιταλία διατηρεί πολύ μεγάλο πλεονέκτημα έναντι της Ελλάδας στη γερμανική αγορά. Εντούτοις, τα δύο τελευταία χρόνια η τιμή του δείκτη αυξάνεται (0,576) κι αυτό είναι θετικό για την Ελλάδα, γιατί αυξάνονται οι εξαγωγές της στο ελαιόλαδο στη Γερμανία (ενώ ταυτόχρονα μειώνονται αυτές της Ιταλίας), συγκριτικά βέβαια με τις συνολικές εξαγωγές τους σε ελαιόλαδο και τη θέση που κατέχουν στο εμπόριο ελαιολάδου.

Οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιόλαδου Ελλάδας και Ιταλίας φαίνονται αναλυτικά στο διάγραμμα που ακολουθεί, καθώς και οι διακυμάνσεις του κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.



Στη συνέχεια θα δούμε τις τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές Ελλάδας και Ισπανίας που παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 8.6.: Δείκτης Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές παρθένου ελαιόλαδου Ελλάδας και Ισπανίας στη Γερμανία την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στη Γερμανία	Εξαγωγές Ελλάδας συνολικές	Εξαγωγές Ισπανίας στη Γερμανία	Εξαγωγές Ισπανίας συνολικές	Δείκτης Εξειδίκευσης
2001	5.609.017	211.567.590	6.234.426	677.609.083	2,882
2002	5.384.829	170.854.068	7.263.362	1.055.851.178	4,582
2003	5.585.040	292.584.071	10.949.933	1.118.231.282	1,949
2004	10.017.743	147.522.505	13.703.639	1.616.341.745	8,010
2005	7.408.490	402.715.382	19.385.695	1.582.037.619	1,501
2006	11.669.274	481.151.942	26.204.945	1.669.115.903	1,545
2007	9.954.862	358.360.111	22.538.433	1.930.013.020	2,379
2008	19.892.037	323.850.108	21.707.897	2.070.530.925	5,859
2009	18.338.223	294.500.192	18.022.642	1.683.706.471	5,817
2010	22.996.839	262.699.634	18.620.266	1.959.673.259	9,213

Η εικόνα του πίνακα είναι τελείως διαφορετική από αυτή του δείκτη Ελλάδας – Ιταλίας. Ο δείκτης για όλα τα έτη είναι μεγαλύτερος της μονάδας και η μεγαλύτερή του τιμή είναι 9,213 το 2010. Ακόμα και το 2001 που οι εξαγωγές ελαιολάδου της Ισπανίας στη Γερμανία είναι μεγαλύτερες από τις αντίστοιχες της Ελλάδας ο δείκτης προκύπτει πάλι μεγαλύτερος της μονάδας (2,882), κι αυτό γιατί στο συγκεκριμένο δείκτη λαμβάνουμε υπόψη και τις συνολικές εξαγωγές κάθε χώρας και της θέσης της στο διεθνές εμπόριο ελαιολάδου.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί φαίνονται αναλυτικά οι τιμές του Δείκτη Εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ισπανίας, καθώς και οι διαφοροποιήσεις του κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.



4) Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου

Ο Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου αποκαλύπτει τη δομή των εμπορικών σχέσεων μεταξύ δύο χωρών, οπότε θα δούμε εάν ανάμεσα στην Ελλάδα και τη Γερμανία αναπτύσσεται διακλαδικό ή ενδοκλαδικό εμπόριο. Οι τιμές του Δείκτη Ενδοκλαδικού Εμπορίου παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 8.7.: Δείκτης Ενδοκλαδικού Εμπορίου της Ελλάδας στο εμπόριο παρθένου ελαιολάδου με τη Γερμανία την περίοδο 2001-2010

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας στη Γερμανία	Εισαγωγές Ελλάδας από τη Γερμανία	Δείκτης ενδοκλαδικού εμπορίου
2001	5.609.017	12.330	0,0044
2002	5.384.829	60.977	0,0224
2003	5.585.040	28.097	0,0100
2004	10.017.743	138.810	0,0273
2005	7.408.490	431.614	0,1101
2006	11.669.274	238.335	0,0400
2007	9.954.862	217.845	0,0428
2008	19.892.037	114.093	0,0114
2009	18.338.223	601.077	0,0635
2010	22.996.839	2.087.092	0,1664

Η Ελλάδα εξάγει ολοένα και πιο υψηλές ποσότητες ελαιολάδου στη Γερμανία, ωστόσο εισάγει και από τη Γερμανία σταδιακά αυξανόμενες ποσότητες ελαιολάδου όλη τη δεκαετία. Η Ελλάδα όμως έχει πολύ υψηλό συντελεστή παραγωγής για το ελαιόλαδο και έχει φανερά συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι της Γερμανίας. Γι' αυτό και οι τιμές του δείκτη είναι πολύ μικρές, σχεδόν μηδενικές, και μόνο το 2010 αυξάνεται η τιμή του (0,1664), όπου φαίνεται να ξεκινάει αμυδρά να αναπτύσσεται ενδοκλαδικό εμπόριο ανάμεσα στις δύο χώρες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

9.1. Η αγορά της Κίνας

Τη δεκαετία που μελετούμε, οι εξαγωγές της Ελλάδας σε ελαιόλαδο στην Κίνα έχουν αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό. Το 2001 η Κίνα εισάγει απ' την Ελλάδα 44.327 δολ. ΗΠΑ παρθένο ελαιόλαδο, ενώ το 2010 5.062.237 δολ. ΗΠΑ. Ωστόσο, το μερίδιο της Ελλάδας στην αγορά της Κίνας, που είναι 33,51 το 2001, συνεχώς μειώνεται ανά έτος και φτάνει στην τιμή 6,64 το 2010. Παρ' όλο που η Ελλάδα αυξάνει τις εξαγωγές της, δεν μπορεί να ανταγωνιστεί την Ιταλία και την Ισπανία που κυριαρχούν στην Κινέζικη αγορά, με μερίδια 33,65 και 47,31 αντίστοιχα το 2010.

Το χαμηλό μερίδιο της Ελλάδας δείχνει τη μικρή εισαγωγική διείδυσή της στη συγκεκριμένη αγορά και την αδυναμία της να εκμεταλευτεί τη μεγάλη ζήτηση των Κινέζων για ελαιόλαδο. Αντίθετα, η Ισπανία, με το υψηλότερο μερίδιο αγοράς, δείχνει να έχει πλεονεκτική θέση στο εμπόριο του ελαιολάδου στην Κίνα.

Οι τιμές που προκύπτουν για το δείκτη κάλυψης ελληνικών εξαγωγών ελαιολάδου στην Κίνα, δείχνουν ότι η Ελλάδα, ως παραγωγός χώρα, προσανατολίζεται στην παραγωγή του ελαιολάδου για να αυξήσει τις εξαγωγές της, ενώ αντίθετα η Κίνα, εισάγει από την Ελλάδα ελαιόλαδο, για να μπορέσει να καλύψει την εγχώρια κατανάλωσή της.

Ο δείκτης εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ιταλίας, τα 3 τελευταία χρόνια, παίρνει τιμές μικρότερες της μονάδας, που σημαίνει ότι η Ελλάδα δε διατηρεί κάποιο πλεονέκτημα έναντι της Ιταλίας, στην Κινέζικη αγορά. Όμοια και οι τιμές του δείκτη εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ισπανίας, είναι μικρότερες της μονάδας, δηλαδή οι Ισπανικές εξαγωγές είναι αυξημένες έναντι των Ελληνικών και η Ισπανία διατηρεί ισχυρό πλεονέκτημα έναντι της Ελλάδας.

Με το δείκτη ενδοκλαδικού εμπορίου, βλέπουμε ότι το εμπόριο ελαιολάδου ανάμεσα στην Ελλάδα και την Κίνα είναι διακλαδικό, δεδομένου ότι οι εισαγωγές της Ελλάδας σε ελαιόλαδο από την Κίνα είναι μηδενικές, ενώ οι εξαγωγές της προς

την Κίνα ακολουθούν ανοδική πορεία (4.342.236 δολ. ΗΠΑ το 2010). Η Ελλάδα έχει υψηλό συντελεστή παραγωγής για το ελαιόλαδο και φανερά συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι της Κίνας.

9.2. Προοπτικές του ελληνικού ελαιολάδου στην αγορά της Κίνας

Οι προοπτικές του ελληνικού ελαιολάδου στην αγορά της Κίνας προσδιορίζονται από το οικονομικό περιβάλλον, τις τάσεις της αγοράς, τις διαθέσεις των καταναλωτών και τις δυνατότητες που παρέχονται σε ελληνικές επιχειρήσεις να προωθήσουν το προϊόν τους στην κινεζική αγορά. Συνοψίζοντας τα ευρήματα της μελέτης, καταλήγουμε στα εξής:

- Το οικονομικό περιβάλλον της Κίνας διαμορφώνεται ευνοϊκά για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ξένων επιχειρήσεων. Η κατανάλωση τροφίμων δείχνει τάσεις συνεχούς αύξησης, ενώ τα δυτικά προϊόντα κερδίζουν τις προτιμήσεις των Κινέζων καταναλωτών. Μεγάλες ευκαιρίες παρουσιάζονται στα φυσικά και υγιεινά προϊόντα. Η Κίνα εξελίσσεται στην μεγαλύτερη αγορά κατανάλωσης ελαιολάδου στον κόσμο, προσφέροντας τεράστιες δυνατότητες εισαγωγής αυτού του προϊόντος.
- Το πλαίσιο εμπορικής συνεργασίας για τον Έλληνα εξαγωγέα ελαιολάδου (σχέσεις Ε.Ε. - Κίνας, διμερείς σχέσεις Ελλάδας-Κίνας) είναι πολύ θετικό. Η γνώση και ο σεβασμός της ιστορίας και του πολιτισμού μας από τους Κινέζους αποτελεί ένα επιπλέον κεφάλαιο που μπορεί να αξιοποιηθεί και από τους Έλληνες εξαγωγείς ελαιολάδου.
- Η αγορά της Κίνας προσφέρει στους Έλληνες εξαγωγείς μεγάλες προοπτικές πωλήσεων ελαιολάδου για μαγειρική χρήση, αλλά και ευκαιρίες προώθησης του εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου ως φυσικό καλλυντικό και ως φαρμακευτικό μέσο.
- Από τους διάφορους τύπους ελαιολάδου που προσφέρονται στην κινεζική αγορά, η χώρα μας δείχνει να έχει συγκριτικό πλεονέκτημα στο παρθένο ελαιόλαδο και δέ στο εξαιρετικά παρθένο. Πολύ καλές προοπτικές διανοίγονται και στο εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο εξαγωγής εν ψυχρώ. Το ελληνικό παρθένο ελαιόλαδο γίνεται αποδεκτό από τους Κινέζους καταναλωτές, ως πιο

- γνήσιο, υγιεινό και φυσικό, για το οποίο είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερη τιμή από τους ανταγωνιστές.
- Επειδή το ελαιόλαδο συνδέεται με τη φήμη της χώρας προέλευσης, το ελληνικό ελαιόλαδο, για να εδραιωθεί στην αγορά και να έχει μακροπρόθεσμη προοπτική, θα πρέπει να προσφέρεται επώνυμα, με την επωνυμία του παραγωγού ή του εξαγωγέα, και όχι χύμα ή με εμπορικές επωνυμίες εισαγωγέων ή με private labels που ενδεχομένως δημιουργούν σύγχυση στους καταναλωτές ως προς την προέλευση ή την ποιότητα του ελαιολάδου.
 - Η είσοδος του ελληνικού παρθένου ελαιολάδου σε μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ (δυτικές και κινεζικές, ιδιαίτερα στο Carrefour), όπου συγκεντρώνεται και η μάζα των καταναλωτών, θα προσφέρει μία νέα μεγάλη ώθηση στο ελληνικό ελαιόλαδο στην αγορά της Κίνας. Προς αυτήν την κατεύθυνση θα λειτουργήσει και η ανεύρεση κατάλληλων δικτύων αντιπροσώπων για διανομή του ελληνικού ελαιολάδου σε πολλά τοπικά σούπερ μάρκετ και καταστήματα σε διάφορα αστικά κέντρα της Κίνας.
 - Ο Έλληνας εξαγωγέας, στην προσπάθειά του να εξαγει το ελαιόλαδο στην Κίνα πρέπει να ξέρει, ότι έχει την υποστήριξη του Κράτους, τόσο κεντρικά από την Ελλάδα όσο και από τις Ελληνικές Αρχές Εξωτερικού στην Κίνα, του Ο.Π.Ε., των Επιμελητηρίων και σχετικών Συνδέσμων. Από τις δράσεις και ενέργειες όλων των φορέων δημιουργείται ένα ευνοϊκό πλαίσιο που στηρίζει τον Έλληνα εξαγωγέα στην προσπάθειά του.

Η τηλεοπτική διαφήμιση είναι ένας ενδεδειγμένος τρόπος προβολής του ελαιολάδου στο ευρύ κοινό. Προϋποθέτει όμως, ότι το ελαιόλαδο της συγκεκριμένης ετικέτας που διαφημίζεται βρίσκεται ήδη στα ράφια πολλών καταστημάτων, στα οποία οι καταναλωτές μπορούν να έχουν πρόσβαση. Απ'όσο γνωρίζουμε, μέχρι τώρα μόνο μία ελληνική εταιρία έχει προβεί σε τηλεοπτική διαφήμιση. Η συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις Τροφίμων και Ποτών, και σε Ειδικές Εκθέσεις για το ελαιόλαδο είναι ένας καλός τρόπος προβολής και προώθησης του ελαιολάδου, ιδίως για εταιρίες που προσπαθούν να δημιουργήσουν ή να διευρύνουν το δίκτυο αντιπροσώπων. Πολλές φορές, η παρουσία της εταιρίας στις εκθέσεις θεωρείται απαραίτητη ακόμη και εάν έχει δημιουργήσει ικανοποιητικό δίκτυο συνεργατών. Η συμμετοχή της εταιρίας στις εκθέσεις συμβάλει στην

καλλιέργεια σχέσεων με τους συνεργάτες και προσδίδει κύρος στην εταιρία. Στην Κίνα λαμβάνει χώρα μεγάλος αριθμός Διεθνών Εκθέσεων, σχετικά με τα τρόφιμα και τα ποτά που θα μπορούσαν να συμμετάσχουν οι ελληνικές εταιρείες.

9.3. Η αγορά της Ρωσίας

Οι εξαγωγές της Ελλάδας σε ελαιόλαδο στη Ρωσία, αυξάνονται σταδιακά ανά έτος, για τα έτη 2001-2010.. Το 2001 η Ρωσία εισάγει απ' την Ελλάδα 119.901 δολ. ΗΠΑ παρθένο ελαιόλαδο, ενώ το 2010 7.367.046 δολ. ΗΠΑ. Όμοια, αυξάνεται και το μερίδιο της Ελλάδας στην αγορά της Κίνας, που είναι 6,61 το 2001 και σχεδόν διπλάσιο, 11,62 το 2010.

Κυρίαρχη χώρα στις εξαγωγές ελαιολάδου είναι η Ισπανία, με υψηλό μερίδιο αγοράς, 59,80 το 2010, δεύτερη έρχεται η Ιταλία, με 22,43 και τρίτη χώρα η Ελλάδα, με 11,62. Η Ισπανία και η Ιταλία, έχουν βαθιά εξαγωγική διείσδυση στη Ρώσικη αγορά, κάτι που δεν έχει καταφέρει να επιτύχει ακόμα η Ελλάδα. Η μεγάλη άνοδος του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας τα τελευταία 2 έτη, δίνει αισιόδοξα μηνύματα για τη μελλοντική αύξηση των Ελληνικών εξαγωγών.

Οι τιμές που προκύπτουν για το δείκτη κάλυψης ελληνικών εξαγωγών ελαιολάδου στη Ρωσία, δείχνουν ότι η Ελλάδα, ως παραγωγός χώρα, προσανατολίζεται στην παραγωγή του ελαιολάδου για να αυξήσει τις εξαγωγές της, ενώ αντίθετα η Ρωσία, εισάγει από την Ελλάδα ελαιόλαδο, για να μπορέσει να καλύψει την εγχώρια κατανάλωσή της, δεδομένου ότι δεν είναι παραγωγική χώρα στον τομέα του ελαιολάδου και δεν κάνει και εξαγωγές.

Ο δείκτης εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ιταλίας, τα 2 τελευταία χρόνια, παίρνει τιμές μεγαλύτερης της μονάδας, που σημαίνει ότι η Ελλάδα διατηρεί κάποιο πλεονέκτημα έναντι της Ιταλίας, στη Ρώσικη αγορά. Οι τιμές του δείκτη εξειδίκευσης για τις εξαγωγές ελαιολάδου Ελλάδας και Ισπανίας, είναι μικρότερες της μονάδας, δηλαδή οι Ισπανικές εξαγωγές είναι αυξημένες έναντι των Ελληνικών και η Ισπανία διατηρεί ισχυρό πλεονέκτημα έναντι της Ελλάδας, μόνο το 2010, παρατηρούμε ότι η τιμή του δείκτη, είναι 1,592, που δείχνει ότι οι Ελληνικές εξαγωγές είναι αυξημένες έναντι των Ισπανικών, δεδομένης της θέσης που κατέχουν οι 2 χώρες στο παγκόσμιο εμπόριο ελαιολάδου.

Με το δείκτη ενδοκλαδικού εμπορίου, βλέπουμε ότι το εμπόριο ελαιολάδου ανάμεσα στην Ελλάδα και τη Ρωσία είναι διακλαδικό, δεδομένου ότι οι εισαγωγές της Ελλάδας σε ελαιόλαδο από τη Ρωσία είναι μηδενικές (εκτός από το 2009), ενώ οι εξαγωγές της προς τη Ρωσία ακολουθούν ανοδική πορεία (6.170.579 δολ. ΗΠΑ το 2010). Η Ελλάδα έχει υψηλό συντελεστή παραγωγής για το ελαιόλαδο και φανερά συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι της Ρωσίας.

9.4. Προώθηση – Διείσδυση στη Ρωσική αγορά

Για την προώθηση ελαιολάδου στην ρωσική αγορά μετά την επιλογή ενός προϊόντος από συγκεκριμένα σούπερ-μάρκετ, σημαντικό ρόλο παίζει η διαφήμιση του προϊόντος και αυτό φαίνεται από το μερίδιο που κατέχουν στην αγορά τα συγκεκριμένα προϊόντα προελεύσεως Ισπανίας και Ιταλίας. Οι συγκεκριμένες εταιρείες έχουν επενδύσει σημαντικά κεφάλαια για διαφήμιση στην τηλεόραση (εξαγοράζοντας π.χ. ώρα σε τηλεοπτικές εκπομπές μαγειρικής), στον τύπο ή σε δημόσιους χώρους (π.χ. αφισκόληση σε σημαντικές στάσεις μετρό).

Για την διείσδυση του ελληνικού ελαιολάδου στην ρωσική αγορά μεγάλο ρόλο θα παίξει μια συντονισμένη προσπάθεια προώθησης και προβολής και όχι η κατακερματισμένη προσπάθεια μικρών επιχειρήσεων, χωρίς στρατηγική. Στο πλαίσιο αυτό ενδείκνυται η διαφήμιση μέσω εκπομπών μαγειρικής (ιδιαίτερα το Σαββατοκύριακο) με αφιερώματα στην ελληνική κουζίνα, με τις οποίες μπορεί να γίνει γνωστή στον καταναλωτή η ποιότητα του ελληνικού ελαιολάδου και η ανωτερότητά του έναντι προϊόντων άλλων χωρών προελεύσεως. Λαμβάνοντας, επίσης, υπόψη την κοινή θρησκεία και τον ρόλο που παίζει η Ορθοδοξία, θα πρέπει να αναληφθούν σχετικές πρωτοβουλίες για προσέγγιση της Ορθόδοξης Ρωσικής Εκκλησίας, μέσω της οποίας θα μπορούσε να προωθηθεί η αξία του ελληνικού ελαιολάδου. Παράλληλα, οι ελληνικές εξαγωγικές εταιρείες θα πρέπει να είναι έτοιμες μετά την επιλογή του προϊόντος τους από τους εισαγωγείς να αναλάβουν τις κάτωθι υποχρεώσεις για την είσοδο των προϊόντων τους στις μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων:

Α) την διάθεση ενός κονδυλίου «εισόδου», ή του λεγόμενου ‘entrance fee’, το οποίο εξαρτάται από τον αριθμό κωδικών προϊόντος και τον αριθμό καταστημάτων στην αγορά του συγκεκριμένου σούπερ-μάρκετ.

Β) την διάθεση προϋπολογισμού διαφήμισης του προϊόντος, στο πρότυπο αντίστοιχων ανταγωνιστών από την Ισπανία και την Ιταλία.

Γ) τη δυνατότητα αποθήκευσης των προϊόντων, την οργάνωση της διανομής, τον συνεχή έλεγχο της αγοράς, τη διάθεση μεγάλων ποσοτήτων λόγω μεγέθους της αγοράς, αλλά και το κυριότερο τη σταθερότητα τιμών, διότι οι αλυσίδες καταστημάτων τροφίμων καταρτίζουν ετήσιο προγραμματισμό.

Εν κατακλείδει εφιστάται η προσοχή στο γεγονός ότι, το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου (International Olive Oil Council) από τον Ιούνιο 2010 έχει ξεκινήσει φιλόδοξο πρόγραμμα για την προβολή του ελαιολάδου στην Ρωσία, συνολικού ύψους 1,1, εκ. Ευρώ, το οποίο μεταξύ άλλων περιλαμβάνει έρευνα αγοράς, διαφήμιση, ενέργειες άμεσης προώθησης σε καταναλωτές και ίσως στο μέλλον να επεκταθεί σε δημοφιλείς εκπομπές μαγειρικής.

9.5. Η αγορά των ΗΠΑ

Οι κυριότεροι προμηθευτές των ΗΠΑ για το ελαιόλαδο το 2010, είναι η Ιταλία με ποσοστό εισαγωγών 55,80%, η Ισπανία με 25,4% η Τυνησία με 8,91% και η Ελλάδα με 2,67%. Η Ελλάδα, παρ' όλο που αυξάνει διαρκώς τις εξαγωγές της στις ΗΠΑ για την περίοδο 2001-2010, εν τούτοις, μειώνεται συνεχώς το μερίδιό της στην αμερικάνικη αγορά. Παρατηρώντας τις διακυμάνσεις των μεριδίων αγοράς της Ιταλίας, της Ισπανίας και της Ελλάδας στην αμερικάνικη αγορά, βλέπουμε ότι η Ιταλία έχει κυρίαρχη θέση, παρ' όλο που το μερίδιό της μειώνεται σταθερά, ακολουθεί η Ισπανία, που το μερίδιό της αυξάνεται τα τελευταία 3 έτη και η Ελλάδα διατηρεί μια σχεδόν σταθερή πορεία με μικρή σταδιακή πτώση του μεριδίου της.

Οι εξαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας στις ΗΠΑ ξεκινούν από την τιμή των 7.995.069 δολ. ΗΠΑ το 2001 και αυξάνονται μέχρι την τιμή των 20.710.099 δολ. ΗΠΑ το 2007 και στη συνέχεια μειώνονται. Οι εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας από τις ΗΠΑ είναι είτε μηδενικές είτε πολύ μικρές, δεδομένου ότι οι ΗΠΑ δεν είναι παραγωγική χώρα στον τομέα του ελαιολάδου, όπως η Ελλάδα που έχει εξαγωγικό χαρακτήρα.

Με την εκτίμηση του δείκτη εξειδίκευσης Ελλάδας και Ιταλίας στις ΗΠΑ, συμπεραίνουμε ότι η Ιταλία έχει πολύ μεγάλο πλεονέκτημα έναντι της Ελλάδας και οι εξαγωγές της στην αμερικάνικη αγορά είναι πολύ υψηλότερες από αυτές της

Ελλάδας, συγκριτικά πάντα και με τις συνολικές τους παγκόσμιες εξαγωγές ελαιολάδου. Ο δείκτης εξειδίκευσης Ελλάδας και Ισπανίας στις ΗΠΑ διαφοροποιείται μέσα στην περίοδο 2001-2010, γεγονός που δείχνει ότι κάποια έτη η Ελλάδα διατηρεί πλεονέκτημα έναντι της Ισπανίας και άλλα έτη το αντίθετο.

Οι εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας από τις ΗΠΑ, είναι πολύ μικρές ή και μηδενικές, γιατί η Ελλάδα έχει υψηλό συντελεστή παραγωγής για το ελαιόλαδο. Ως αποτέλεσμα, το εμπόριο ελαιολάδου μεταξύ της Ελλάδας και των ΗΠΑ είναι διακλαδικό.

9.6. Προώθηση στην αγορά των ΗΠΑ

Λαμβάνοντας υπόψη τη δεδομένη άριστη ποιότητα του ελληνικού ελαιολάδου και την διεθνή αναγνώρισή του ως το καλύτερο, σε συστατικά και γεύση, ελαιόλαδο της Μεσογείου, θεωρούμε ότι η στρατηγική προώθησης του ελληνικού ελαιολάδου πρέπει να εστιασθεί στην αποτελεσματική προβολή και διαφήμισή του.

Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω, μεταξύ άλλων, της διοργάνωσης εκδηλώσεων γευσιγνωσίας για την κατοχύρωση της εξαιρετικής φήμης που απολαμβάνει το ελληνικό ελαιόλαδο, της συμμετοχής μας σε ειδικές διεθνείς εκθέσεις, της διοργάνωσης εκδηλώσεων προβολής σε σούπερ μάρκετ, καταχωρήσεων σε ειδικευμένα έντυπα, στοχευμένων παρουσιάσεων στα ραδιο-τηλεοπτικά μέσα.

Η στρατηγική αυτή συνεπάγεται μία σημαντική οικονομική επιβάρυνση, η οποία θα φέρει αποτελέσματα μετά την πάροδο σημαντικού χρονικού διαστήματος. Σε μία τέτοια προσπάθεια, η συνεργασία περισσότερων εξαγωγικών επιχειρήσεων ελαιολάδου θα μπορούσε να βοηθήσει στον επιμερισμό του κόστους και του επιχειρηματικού κινδύνου.

Απαραίτητη προϋπόθεση επιτυχίας της στρατηγικής αυτής αποτελεί η άνετη και αδιάλειπτη δυνατότητα πρόσβασης του αμερικανού καταναλωτή στα ελληνικά προϊόντα ελαιολάδου, ιδίως στα προβαλλόμενα προϊόντα, εντός των σημείων διανομής τους. Για να συμβεί αυτό, βεβαίως, πρέπει να υπάρχει η εξασφάλιση πρόσβασης της ελληνικής εξαγωγικής επιχείρησης στην αμερικανική αγορά και η δυνατότητα δημιουργίας των απαραίτητων διασυνδέσεων και κυρίως της

διατήρησής τους σε όλα τα επίπεδα διανομής: του εισαγωγέα, του μεσίτη (broker) και του διανομέα.

Ωστόσο, θα πρέπει οι Έλληνες εξαγωγείς να επαναφέρουν και να διατηρήσουν την αξιοπιστία τους στην αγορά των ΗΠΑ. Αυτό επιτυγχάνεται, π.χ., όταν πριν από την οριστικοποίηση μιας συνεργασίας έχει ξεκαθαριστεί κατά τρόπο αναμφισβήτητο από πλευράς εξαγωγέα η δυνατότητά του να ανταποκριθεί στους ποσοτικούς και άλλους όρους της συμφωνίας με τον αμερικανό εισαγωγέα.

Η ελληνική επιχείρηση, μετά από έρευνα και μελέτη, θα πρέπει να επιλέξει το κομμάτι της αγοράς, προς το οποίο θα στραφεί, με βάση τον γεωγραφικό προσανατολισμό, το κανάλι και το σημείο διανομής (λιανική πώληση ή τομέας τροφοδοσίας), εάν θα εισέλθει στην αγορά με ένα ή περισσότερα brand names, με μία ή περισσότερες ποιότητες ελαιολάδου.

9.7 Η αγορά της Γερμανίας

Στη Γερμανική αγορά, κυριαρχεί απόλυτα η Ιταλία, που είναι ο κυριότερος προμηθευτής ελαιολάδου, με πολύ υψηλό μερίδιο αγοράς. Η Ισπανία κατέχει τη δεύτερη θέση, μέχρι το 2005, ενώ μετά πηγαίνει στην τρίτη θέση, δίνοντας τη δεύτερη θέση στην Ελλάδα. Τα μερίδια των τριών χωρών είναι για την Ιταλία 75,22%, για την Ελλάδα 12,87% και για την Ισπανία 9,24%, για το έτος 2010.

Στον υπολογισμό του δείκτη κάλυψης, παρατηρούμε ότι οι εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας από τη Γερμανία αυξάνονται σταδιακά και το 2010 εκτοξεύονται στη τιμή των 2.087.092 δολ. ΗΠΑ. Ο δείκτης κάλυψης έχει χαμηλότερες τιμές τη δεύτερη πενταετία και το 2010 έχει τη χαμηλότερή του τιμή, 11,02. Στον τομέα του ελαιολάδου, η Ελλάδα διατηρεί πλεονέκτημα έναντι της Γερμανίας από το 2001 μέχρι το 2009. Το 2010, οι εισαγωγές της Ελλάδας σε ελαιόλαδο έχουν αυξηθεί πολύ, πιθανόν λόγω οικονομίας κλίμακας.

Ο δείκτης εξειδίκευσης, εκτιμάται για να διαπιστώσουμε την ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας σε σύγκριση με την Ιταλία και την Ισπανία στη Γερμανική αγορά. Οι τιμές του δείκτη εξειδίκευσης Ελλάδας και Ιταλίας είναι ιδιαίτερα μικρές, κάτι που ήταν αναμενόμενο, δεδομένου ότι η Ιταλία διατηρεί πολύ μεγάλο πλεονέκτημα έναντι της Ελλάδας στην αγορά της Γερμανίας. Οι τιμές του δείκτη εξειδίκευσης Ελλάδας –

Ισπανίας είναι υψηλές, δεδομένου ότι η Ελλάδα έχει περισσότερες εξαγωγές από την Ισπανία, λαμβάνοντας υπ' όψιν και τη θέση τους στο διεθνές εμπόριο ελαιολάδου.

Παρ' όλο που οι εισαγωγές ελαιολάδου της Ελλάδας από τη Γερμανία αυξάνονται συνεχώς, ο δείκτης ενδοκλαδικού εμπορίου παίρνει πολύ μικρές τιμές, συνεπώς, ανάμεσα στην Ελλάδα και τη Γερμανία αναπτύσσεται διακλαδικό εμπόριο και η Ελλάδα εξακολουθεί να έχει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι της Γερμανίας.

9.8. Προοπτικές ελαιολάδου στη γερμανική αγορά

Οι ελληνικές εξαγωγές επωφελήθηκαν από την ανάπτυξη της αγοράς στο διάστημα 2000-2005, σημειώνοντας μεγαλύτερους ρυθμούς ανόδου από το σύνολο της αγοράς, και διευρύνοντας έτσι το μερίδιο τους επί του συνόλου των εισαγωγών. Την πενταετία 2006-2010 οι ελληνικές εξαγωγές εμφανίζουν πτώση, ακολουθώντας την κάμψη της αγοράς, διατηρώντας ωστόσο το μερίδιο τους επί του συνόλου.

Για το ελαιόλαδο οι προοπτικές μιας αύξησης της κατανάλωσης στη Γερμανία είναι αρκετά θετικές. Η ικανοποιητική εξέλιξη των προϊόντων αυτών στη γερμανική αγορά κατά την τελευταία 5ετία συμπίπτει αφ' ενός με το ιδιαίτερο ενδιαφέρον του καταναλωτού για τα μεσογειακά προϊόντα διατροφής και ένα θετικό κλίμα για αυτά τα ελληνικά προϊόντα, αφ' ετέρου με τις ατομικές προσπάθειες ορισμένων εξαγωγέων/εισαγωγέων.

Ενέργειες προβολής και προώθησης, όπως οι ακόλουθες, θα τόνωναν περαιτέρω τις εξαγωγές του:

- Έντονα θεματική συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δημιουργία από κεντρικό φορέα στην Ελλάδα καλαίσθητου, πολύγλωσσου πληροφοριακού υλικού και διάθεση αντιπροσωπευτικών δειγμάτων προϊόντων, προκειμένου να διανέμονται σε κάθε κατάλληλη ευκαιρία
- Δημιουργία διαφημιστικών-συντακτικών κειμένων και καταλλήλων φωτογραφιών, προκειμένου να διανέμονται προς δωρεάν ανατύπωση στις συντάξεις εφημερίδων και περιοδικών.
- Συνεργασία με τους κύριους διανομείς και συμμετοχή σε προωθητικές τους δραστηριότητες.

Θα βοηθούσαν πολύ και ενέργειες ειδικού χαρακτήρα όπως η υλοποίηση συλλογικής, γενικής εκστρατείας προβολής και διαφήμισης του ελαιολάδου, απευθυνόμενης αφ' ενός στους ήδη ευαισθητοποιημένους ξένους επισκέπτες στη χώρα μας (σε αεροδρόμια και καλά ξενοδοχεία) και αφ' ετέρου στη γερμανική αγορά (προώθηση στα σημεία πωλήσεων, εκστρατεία επικοινωνίας με τον καταναλωτή, ενεργοποίηση του δυναμικού του ελληνικού εστιατορίου, κ.ά). Θα ήταν σκόπιμο, τυχόν υφιστάμενα κονδύλια να συγκεντρωθούν για επιλεγμένες, προγραμματισμένες ενέργειες στα πλαίσια μιας συγκεκριμένης στρατηγικής.

Εξυπακούεται ότι τα εν λόγω προϊόντα θα πρέπει εξ αρχής να φέρουν κάποιο κοινό σήμα που θα τονίζει την ελληνική τους προέλευση που μαζί με ένα διεθνώς αποδεκτό σήμα ποιότητας θα αποτελεί για τον καταναλωτή εγγύηση υψηλής ποιότητας και αξίας.

9.9. Γενικές προτάσεις για αύξηση της ανταγωνιστικότητας

Το ελληνικό ελαιόλαδο είναι ένα προϊόν που θα μπορούσε να είναι η αιχμή του δόρατος των ελληνικών εξαγωγών, με κατάλληλη στρατηγική αξιοποίησης του και δημιουργία ισχυρών ελληνικών επωνυμιών (brand names) αναγνωρισμένες στη διεθνή αγορά.

Με την εκτίμηση των δεικτών, βλέπουμε πως το ελληνικό ελαιόλαδο, δυσκολεύεται να διεισδύσει στις 4 μεγάλες αγορές που μελετάμε. Ενώ οι Ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου αυξάνονται σταδιακά όλη τη δεκαετία, το ελληνικό ελαιόλαδο δεν μπορεί να διεκδικήσει υψηλό μερίδιο αγοράς. Το Ιταλικό ελαιόλαδο είναι αυτό που κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο σε όλες σχεδόν τις αγορές, ενώ το ελληνικό ανταγωνίζεται κυρίως το ισπανικό.

Η προβολή του Ελληνικού ελαιολάδου, όπως επίσης η επώνυμη συσκευασία και η τυποποίησή του, είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες για την διατήρηση υψηλής ποιότητας και ανταγωνιστικής τιμής του ελαιολάδου και κατά συνέπεια την αύξηση των εξαγωγών της χώρας μας.

Ακολουθούν κάποιες προτάσεις για την ενίσχυση της θέσης του ελληνικού ελαιολάδου:

1. Συσκευασία - Τυποποίηση

Το μεγαλύτερο μέρος του ελληνικού ελαιολάδου εξάγεται στην Ιταλία σε μορφή «χύμα» και στη συνέχεια οι Ιταλοί το συσκευάζουν και το εξάγουν με ιταλική επωνυμία. Συνεπώς, οι Ιταλοί κερδίζουν την υπεραξία του τυποποιημένου και συσκευασμένου ελληνικού ελαιολάδου. Ταυτόχρονα η Ιταλία έχει προωθήσει το ελαιόλαδό της, διαφημίζοντάς το σε όλες τις μεγάλες αγορές και έχει καταφέρει, το αγοραστικό κοινό, να ταυτίζει την έννοια του ελαιολάδου, με ιταλικό προϊόν. Με τις εξαγωγές του ελληνικού ελαιολάδου στην Ιταλία, στην ουσία ενισχύουμε την εξαγωγική δύναμη της Ιταλίας.

Με την παγκοσμιοποίηση των αγορών, οι καταναλωτές προτιμούν τα επώνυμα προϊόντα, που πληρούν σαφείς προδιαγραφές και συμφωνούν με ποιοτικά πρότυπα. Η Ελλάδα, μπορεί να διεισδύσει στις ξένες αγορές μόνο με επώνυμα τυποποιημένα προϊόντα. Εάν η συσκευασία γίνεται στην Ελλάδα και τοποθετείται η ετικέτα με τα ελληνικά χαρακτηριστικά και στοιχεία του τόπου προέλευσης, το ελληνικό λάδι θα γίνει αναγνωρίσιμο και θα αποκτήσει μία σημαντική θέση στην αγορά. Οι καταναλωτές θα γνωρίσουν το ελληνικό ελαιόλαδο και θα ενημερωθούν για την υψηλή ποιότητα και υπεροχή του. Ταυτόχρονα οι Έλληνες θα κερδίζουν την υπεραξία του τυποποιημένου και συσκευασμένου ελαιολάδου.

2. Μάρκετινγκ και στρατηγικές προώθησης

Το μάρκετινγκ, μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία ταυτότητας (brand name), που θα χαρακτηρίσει το ελληνικό ελαιόλαδο και θα προβάλλει τις ιδιαιτερότητες και τα πλεονεκτήματά του. Για να επιτύχει ένα τυποποιημένο προϊόν, απαιτείται η δυναμική παρουσία του στο ανταγωνιστικό περιβάλλον της αγοράς. Τα εξαγόμενα προϊόντα, με τη παγκοσμιοποίηση των αγορών, είναι πλέον πάρα πολλά σε αριθμό, γι' αυτό ο καταναλωτής πρέπει να ενημερωθεί για τα χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου προϊόντος και για την υψηλή ποιότητά του, ώστε να το προτιμήσει από τα υπόλοιπα όμοια προϊόντα και να το αναζητήσει.

Επίσης, το ελληνικό ελαιόλαδο πρέπει να γίνει συνώνυμο της ελληνικής παράδοσης και να γίνει ευρέως γνωστό ότι παράγεται με παραδοσιακό τρόπο

και διατηρεί όλες τις ευεργετικές του ιδιότητες. Η ανάδειξη και προβολή της γευστικής, ποιοτικής και πολιτιστικής αξίας του ελληνικού ελαιολάδου, καθώς και η προβολή και προώθηση των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων που έχουν ως βάση το ελαιόλαδο, θα αυξήσουν τις ελληνικές εξαγωγές.

3. Διασφάλιση ποιότητας – Συστήματα ελέγχου

Οι έλληνες εξαγωγείς, θα πρέπει να κατορθώσουν να κερδίσουν την εμπιστοσύνη και την επιλογή των καταναλωτών. Γι' αυτό, θα πρέπει να γίνουν ενέργειες που να προσανατολίζονται στην προσπάθεια τόνωσης της εμπιστοσύνης του αγοραστικού κοινού. Οι καταναλωτές, κυρίως των δυτικών οικονομιών, προτιμούν προϊόντα που ακολουθούν αναγνωρισμένα πρότυπα ασφάλειας και υγείας.

Τα προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π.) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε.), αποτελούν ένα σύστημα ποιότητας που δίνει ένα πλεονέκτημα προώθησης σε απαιτητικές αγορές. Τα προϊόντα αυτά, κατάγονται από τη συγκεκριμένη περιοχή, τόπο ή χώρα και η ποιότητα ή τα χαρακτηριστικά τους, οφείλονται ουσιαστικά στο ιδιαίτερο γεωγραφικό περιβάλλον. Η παραγωγή, η μεταποίηση και επεξεργασία τους, πραγματοποιούνται στην οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή. Με αυτό τον τρόπο, το ελαιόλαδο, συνδυάζεται με την παράδοση που χαρακτηρίζει πολλές περιοχές της Ελλάδας, ως προς την παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος, κάτι που θα τραβήξει την προσοχή των καταναλωτών.

Για τη διασφάλιση της υγείας και της ασφάλειας του καταναλωτή, είναι απαραίτητη η συμμόρφωση με σύγχρονα συστήματα ποιότητας (ISO 9001) ή συστήματα ελέγχου (HACCP). Η πιστοποίηση των ελληνικών ελαιολάδων από το διεθνές πρότυπο ISO 9001, αποδεικνύει την προσήλωση των ελληνικών εταιρειών στην προστασία του καταναλωτή, προωθεί το ελαιόλαδο στην εξωτερική αγορά ενισχύοντας την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, αυξάνει την προστιθέμενη αξία του ελαιολάδου και ενισχύει τις εξαγωγικές δυνατότητες της χώρας μας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Μάρδας Δημήτρης «Διεθνείς Οικονομικές Σχέσεις» (Θεσσαλονίκη 2005) – Εκδόσεις Ζυγός
2. Γενική γραμματεία εμπορίου «Εθνική και Κοινοτική Νομοθεσία για το Ελαιόλαδο»
3. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 3/2008 ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 17ης Δεκεμβρίου 2007, σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης υπέρ των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά και στις τρίτες χώρες.
4. ΦΕΚ 2008 αρ. φύλλου 1683 περί αγροτικής ανάπτυξης
5. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 1216/2007 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ της 18ης Οκτωβρίου 2007 για τον καθορισμό λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 509/2006 του Συμβουλίου για τα γεωργικά προϊόντα και τα τρόφιμα που χαρακτηρίζονται ως εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα
6. Ελληνική γενική γραμματεία εμπορίου «Σήμανση Ελαιολάδου».
7. Σεβιτέλ «Πίνακας τυποποίησης ελαιολάδου»
8. ΦΕΚ 2004 αρ. φύλλου 406 «Μέτρα για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων»
9. Τσακίλης Εμμανούλ, (2008), « Ανταγωνιστικότητα των ελληνικών εξαγωγών ελαιολάδου προς τη Γερμανική αγορά», Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
10. Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων Πρεσβείας της Ελλάδος στο Πεκίνο «Η αγορά ελαιολάδου στη Λ.Δ. της Κίνας».
11. Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων «Η ρωσική αγορά ελαιολάδου».

12. Σ.Ε.Β.Ε. «Η διακίνηση του παρθένου ελαιολάδου στον κόσμο – Αναξιοποίητο διαμάντι για την Ελλάδα».2003
13. Ζουκίδου Κονδυλία «Ενδοκλαδική ανάλυση εμπορίου ελαιολάδου και επιτραπέζιας ελιάς» ,Θεσσαλονίκη 2010
14. Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων Πρεσβείας της Ελλάδος στο Βερολίνο «Η αγορά ελαιολάδου στη Γερμανία».
15. Πανηγυράκης Γ., 1995, «Διεθνές Εξαγωγικό Μάρκετινγκ», Εκδόσεις Σταμούλης.
16. Ζαμπούνης Β. και Πάτσης Π., 1997, «Εξελίξεις και προοπτικές του αγροτικού τομέα», Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
17. Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων Πρεσβείας της Ελλάδος στην Ουάσιγκτων «Η αγορά ελαιολάδου στις Η.Π.Α».

ΞΕΝΗ

1. IOC «Study on the Promotion of Consumption of Olive Oil and Table Olives in China».
2. The olive oil agency «The value chain and price formation in the spanish olive oil industry» January 2010
3. International Olive Council – Official magazine No 115 – 2011
4. International Olive Council «Market Newsletter» January 2010 – December 2010»
5. International Olive Council «Market Newsletter» January 2011 – December 2011
6. IOC «Study on the promotion of the consumption of olive oil and table olives in Russia» August – October 2009
7. Commission of the European Communities, 2003, “Accomplishing a sustainable agricultural model for Europe through the reformed CAP: the tobacco, olive oil, cotton and sugar sectors”.
8. Masters W.A. and Winter-Nelson A., 1995, “Measuring comparative advantage of agricultural activities”, American Journal of Agricultural Economics, vol. 77, p. 243-250.

9. “The olive oil and table olives sector”, Working paper of the Directorate–General for agriculture, 2002.
10. Andresen A. Martin, (2003), “Empirical intra-industry trade: what we know and what we need to know”.
11. Balassa, B. (1986). Intra-industry specialisation. European Economic Review, 30, 27-42.
12. Blery E. and Sfetsiou E., (2008), “Marketing olive oil in Greece”, British food Journal, Vol 110,
13. Iaparde P. Lelio, (2001), “Measuring international specialization”, Advances in Econ. Res. , Vol. 7, No 2, p. 173-183
14. John S. Chipman, (2000), “Intra-Industry Trade in a Loglinear Model”
15. “The olive oil sector in the European sector” European Commission June 2002

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ

www.comtrade.un.org

www.internationaloliveoil.org

www.oliveoil.gr

www.elies-ladikalamatiano.gr

www.statistics.gr

www.ec.europa.eu

www.fao.org

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πίνακας 1. Συνολικές εισαγωγές της Κίνας για παρθένο ελαιόλαδο

Έτος	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα (kg)
2001	132.288	92.495
2002	343.656	139.73
2003	1.046.418	361.663
2004	3.195.396	1.053.465
2005	8.778.420	2.254.824
2006	17.744.742	3.405.895
2007	26.760.768	5.684.310
2008	40.617.851	8.009.863
2009	43.537.054	10.246.194
2010	76.181.369	18.430.900

Πίνακας 2. Εισαγωγές της Κίνας, για παρθένο ελαιόλαδο, από την Ελλάδα

Έτος	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα (kg)
2001	44.327	36.561
2002	102.403	30.296
2003	180.896	74.303
2004	748.509	355.822
2005	958.18	308.135
2006	1.861.949	319.309
2007	2.647.244	495.095
2008	2.542.701	409.368
2009	2.149.654	414.464
2010	5.062.237	1.054.455

Πίνακας 3. Συνολικές εισαγωγές της Ρωσίας για παρθένο ελαιόλαδο

Έτος	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα (kg)
2001	1.812.744	1.831.249
2002	3.235.679	2.917.137
2003	4.481.501	3.967.977
2004	5.884.166	4.813.333
2005	11.987.878	5.914.027
2006	19.223.479	5.366.162
2007	40.229.929	10.151.202
2008	44.189.715	10.643.971
2009	38.770.743	9.905.035
2010	63.373.087	16.588.700

Πίνακας 4. Εισαγωγές της Ρωσίας, για παρθένο ελαιόλαδο, από την Ελλάδα

Έτος	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα (kg)
2001	119.901	132.733
2002	100.38	116.116
2003	169.61	225.344
2004	219.025	238.494
2005	909.752	380.183
2006	1.654.197	393.779
2007	2.132.708	562.911
2008	2.199.427	523.234
2009	3.135.922	643.257
2010	7.367.046	1.588.595

Πίνακας 5. Συνολικές εισαγωγές των ΗΠΑ για παρθένο ελαιόλαδο

Έτος	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα (kg)
2001	226.375.923	108.206.131
2002	262.637.450	113.383.284
2003	338.098.552	118.883.633
2004	451.134.628	135.182.936
2005	594.647.238	155.690.957
2006	684.275.696	147.364.767
2007	704.151.559	172.206.294
2008	760.458.212	168.623.091
2009	671.490.697	179.641.310
2010	665.401.468	181.154.121

Πίνακας 6. Εισαγωγές των ΗΠΑ, για παρθένο ελαιόλαδο, από την Ελλάδα

Έτος	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα (kg)
2001	8.730.609	3.412.332
2002	9.672.514	3.404.660
2003	11.029.532	3.454.624
2004	11.472.058	2.746.873
2005	13.442.515	2.970.237
2006	18.074.074	3.461.102
2007	23.624.931	4.961.256
2008	19.745.245	3.880.829
2009	18.429.761	4.086.212
2010	17.792.301	4.013.775

Πίνακας 7. Συνολικές εισαγωγές της Γερμανίας για παρθένο ελαιόλαδο

Έτος	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα (kg)
2001	102.364.000	41.160.002
2002	107.721.000	39.383.300
2003	115.544.000	34.329.100
2004	163.931.000	41.395.700
2005	197.142.000	46.036.734
2006	270.008.000	48.631.980
2007	282.203.000	55.899.900
2008	272.453.000	49.068.200
2009	223.201.000	47.458.613
2010	204.824.766	50.047.700

Πίνακας 8. Εισαγωγές της Γερμανίας, για παρθένο ελαιόλαδο, από την Ελλάδα

Έτος	Αξία Εξαγωγών (\$)	Ποσότητα (kg)
2001	2.760.000	1.006.500
2002	2.883.000	972.9
2003	3.868.000	1.089.100
2004	8.028.000	1.614.300
2005	21.628.000	4.353.500
2006	30.338.000	4.559.000
2007	38.102.000	5.965.800
2008	35.426.000	5.075.500
2009	28.850.000	4.694.000
2010	26.358.101	4.881.900