

2009

Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ



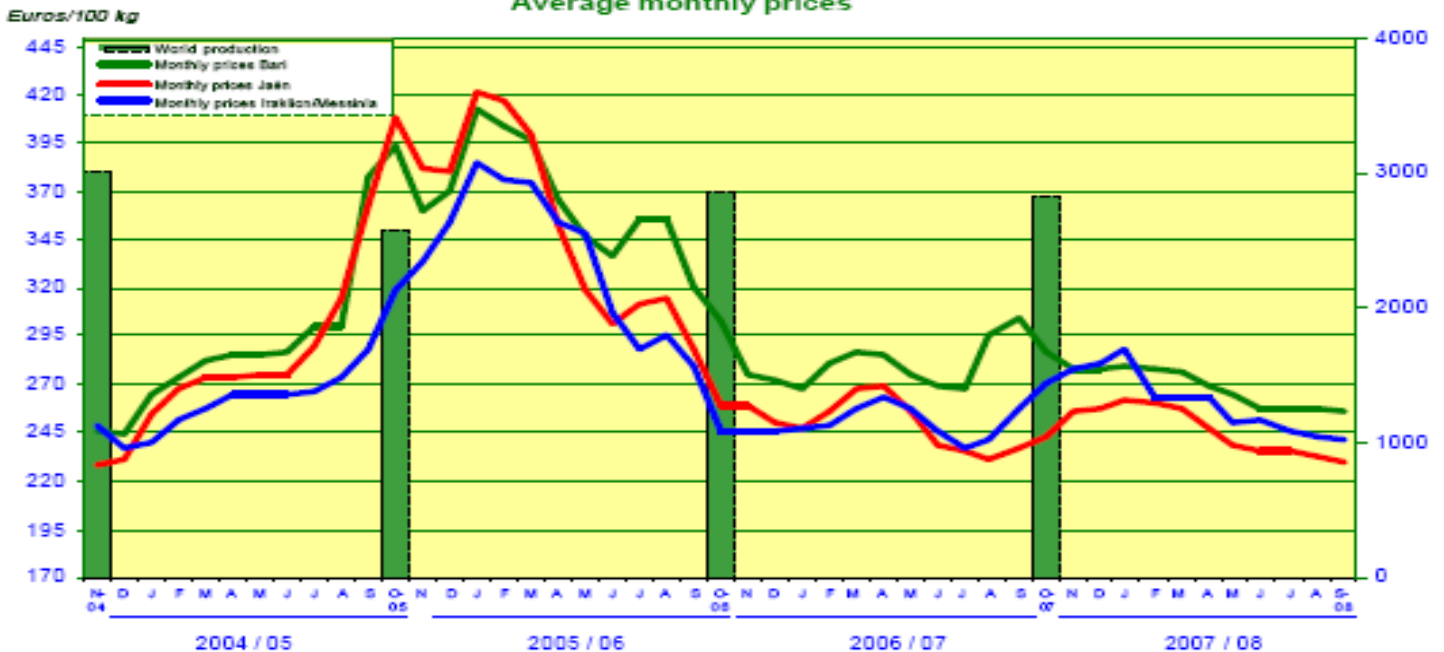
ΓΡΑΦΕΙΟ Ο.Ε.Υ.
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΕΣΒΕΙΑ
ΠΑΡΙΣΙ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ : ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΓΚΥΡΙΑ / ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η καλλιέργεια της ελιάς συνδέεται αναπόσπαστα με τις μεσογειακές χώρες σε τέτοιο βαθμό ώστε στη Γαλλία να λέγεται πως ο Νότος οριοθετείται γεωγραφικά από το σημείο όπου συναντάται η ελιά ! Στην Προβηγκία, η κατανάλωση ελαιολάδου έχει ιστορία χιλιάδων ετών και ανάγεται στον 7^ο αιώνα π.Χ. όταν οι Έλληνες έφεραν την ελιά και όπου οι Ρωμαίοι εδραίωσαν την καλλιέργειά της στην περιοχή.

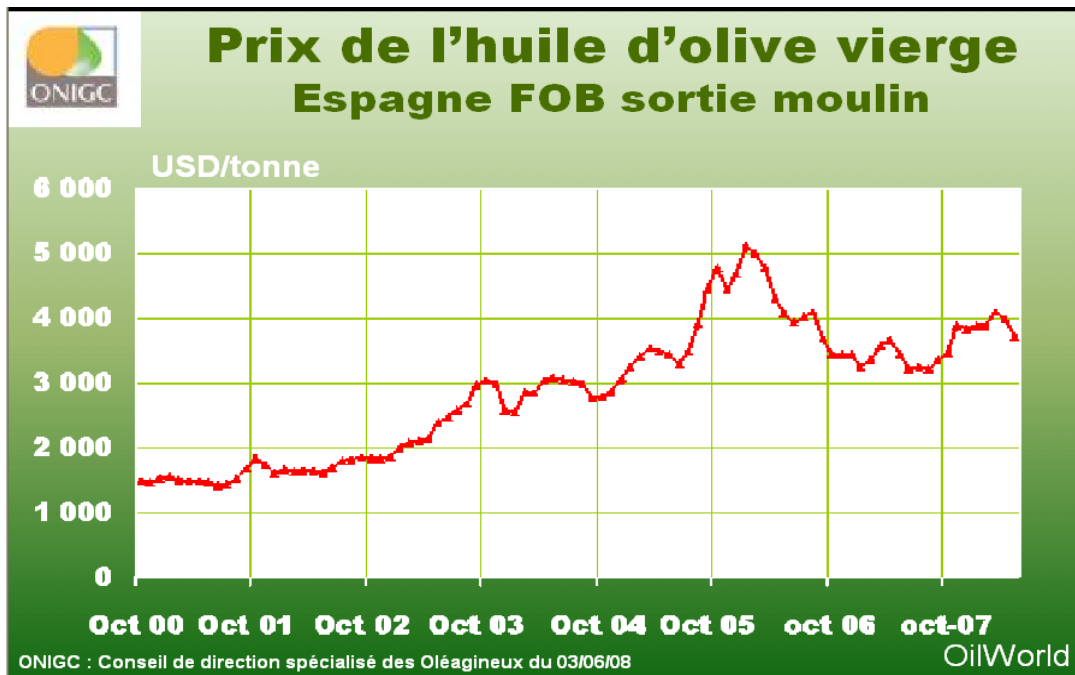
Ως παραδοσιακή καλλιέργεια με γεωγραφική οριοθέτηση και επικεντρωμένη κυρίως σε χώρες της μεσογειακής λεκάνης όπως η Ισπανία (πρώτος παγκόσμιος παραγωγός), η Ιταλία, η Ελλάδα, η Πορτογαλία, η Τουρκία, η Τυνησία (δεύτερος παγκόσμιος εξαγωγέας) ή το Μαρόκο, η ελαιοκαλλιέργεια τείνει στις μέρες μας, υπό την επίδραση της αλματώδους αύξησης της κατανάλωσης σε παγκόσμιο επίπεδο την τελευταία πενταετία, να αποδεσμευθεί από τα ιστορικά σύνορά της για να εξελιχθεί σε παράγοντα ανάπτυξης π.χ. προγράμματα φύτευσης ελαιών στην Ινδία (περιοχή του Ρατζαστάν), Κίνα, Πακιστάν, Χιλή κ.α. ή και διαφοροποίησης του παραγωγικού φάσματος της Γεωργίας (Αργεντινή). Η αύξηση της ζήτησης, ιδίως στις «πρόσφατα μνημένες» χώρες όπως η Ιαπωνία, οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Αυστραλία, η Δυτική Αφρική (στοχοθετημένη χώρα για το έτος 2002) καθώς και η μείωση της παραγωγής συνετέλεσαν καταλυτικά στην εκτόξευση των τιμών. Εν προκειμένω στην Ισπανία οι τιμές αυξήθηκαν από 5,25 στα 7,08 ευρώ το λίτρο κατά μέσο όρο τον Ιούνιο του 2005 σύμφωνα με το INSEE¹, ενώ σημείωσαν την υψηλότερη, στην ιστορική διαδρομή τους, άνοδο τον Σεπτέμβριο του 2006 (αύξηση 38 % σε σχέση με το 2005), με απότοκο συνέπεια το ελαιόλαδο να θεωρείται ένας αληθινός πράσινος χρυσός.

**MOVEMENTS IN PRODUCER PRICES
EXTRA VIRGEN OLIVE OIL
Average monthly prices**



ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΤΙΜΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΕΞΤΡΑ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ
(Πηγή : Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου)

¹ INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques): Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικής και Οικονομικών Μελετών, Γαλλία.



ΤΙΜΕΣ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΙΣΠΑΝΙΚΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ FOB ΕΛΑΙΟΤΡΙΒΕΙΟ ΣΕ \$ USA/ΤΟΝΟΣ
(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

Ο χαρακτηρισμός του ελαιολάδου ως «πράσινος χρυσός» θεμελιώνεται και αναδεικνύεται στους δύο ανωτέρω πίνακες² που επιβεβαιώνουν την αύξηση των τιμών και τα οφέλη που αποκόμισαν οι ελαιοπαραγωγοί κατά τη χρονική περίοδο 2000-2007 και με διακριτή την κορύφωση τους μεταξύ Οκτωβρίου 2005 και 2006.

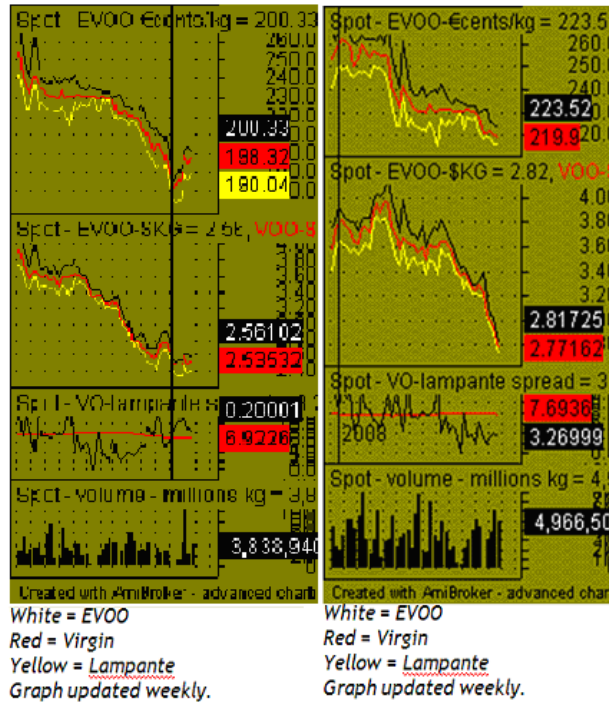
Ανατροπή κατάστασης : Τους πρώτους μήνες του 2009, διαπιστώνεται μια τάση υποτονικότητας της αγοράς που είναι αποτέλεσμα της καλής εσοδείας και των σημαντικών αποθεμάτων του 2008, της αναμενόμενης άριστης εσοδείας το Νοέμβριο 2009 στην Ισπανία και της ενδεχόμενης μείωσης της ζήτησης το επόμενο έτος εξαιτίας των οικονομικών δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές σε πολλές χώρες : η έναρξη της πτωτικής τάσης των τιμών τον Απρίλιο του 2008, συνεχίστηκε καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και οδήγησε στις πολύ χαμηλές τιμές που επικρατούν σήμερα στην αγορά ελαιολάδου.

Όσον αφορά το 2008, οι τιμές του έξτρα παρθένου ελαιολάδου ήταν χαμηλότερες κατά - 30% για την Ισπανία, κατά 32% για την Ελλάδα και κατά 23% για την Ιταλία, ενώ οι τιμές του εξευγενισμένου ελαιολάδου ήταν χαμηλότερες κατά 25% για την Ισπανία, κατά 15% για την Ελλάδα και κατά 12% για την Ιταλία.

Το Φεβρουάριο του 2009, οι τιμές προμήθειας του παρθένου ελαιόλαδου συνέχισαν την πτωτική τους πορεία σε όλες τις αγορές. Ο Διεθνής Οργανισμός Ελαιολάδου προκειμένου να αντιμετωπίσει την πτωτική τάση των τιμών που κατ' ακολουθία συμπιέζει και τα εισοδήματα των ελαιοπαραγωγών, προωθεί την πλήρη μηχανοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας με στόχο την βελτιστοποίηση των περιθωρίων κέρδους.

² TABLEAU : évolution mensuelle des prix-producteurs de l'huile extra-vierge ONIGC

Κατά την γνώμη μας, τα συσσωρευμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν ελαιοπαραγωγικές περιοχές στην Ελλάδα όπως η Λέσβος, που έχει ιδιόμορφες εδαφολογικές ανισότητες, δεν μπορούν να επιλυθούν αποκλειστικά και μόνον από πολιτικές εκσυγχρονισμού της παραγωγής, αλλά από την συνδυασμένη εφαρμογή δέσμης σφαιρικών μέτρων και κινήτρων που θα στοχεύουν και στην ενθάρρυνση για εμπλοκή και δραστηριοποίηση νέων αγροτών στην παραγωγή ελαιολάδου.



ΠΟΡΕΙΑ ΠΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΩΝ ΤΙΜΩΝ ΤΗΣ ΙΣΠΑΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ ΤΟΥ 2008 ΚΑΙ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ ΤΟΥ 2009

Οι τιμές συνεχίζουν να κινούνται σε πολύ χαμηλά επίπεδα, εξέλιξη που δημιουργεί πολλές δυσκολίες στους ελαιοπαραγωγούς διότι η ελαιοκαλλιέργεια καθίσταται αποθαρρυντική και μη προσοδοφόρα: Στις αρχές του Φεβρουαρίου 2009, η τάση τους αυτή οδήγησε σε τιμές 2 ευρώ ανά λίτρο στα Χανιά και σε 1,8 ευρώ στις άλλες περιοχές της Ελλάδος, ενώ στα μέσα Φεβρουαρίου παρατηρήθηκε οριακή αυξητική τάση που αποδίδεται στην σημειωθείσα ιταλική ζήτηση.

Η γενική πτώση των τιμών τους τελευταίους μήνες εξηγείται από το γεγονός ότι από το 2005 μέχρι το τέλος του Σεπτεμβρίου του 2008 δεν είχαν υπάρξει τόσο μεγάλες υπό διαπραγμάτευση ποσότητες ταυτόχρονα με πολύ περιορισμένες συναλλαγές.

I. Η Παραγωγή

A. Παγκόσμια παραγωγή

Διπλασιασμός της παγκόσμιας παραγωγής από το 1990 : Η παραγωγή της ελαιοκομικής περιόδου 2007/2008 υπολογίζεται σε 2.820.500 τόνους σε ευρωπαϊκό επίπεδο και τούτο επιβεβαιώνει την σταθερότητα της κοινοτικής παραγωγής, της οποίας οι διακυμάνσεις συνεχώς μειώνονται, ενώ αναιρεί τις προβλέψεις περί αύξησης της παραγωγής που σύμφωνα με τις εκτιμήσεις θα υπερέβαινε τους 3.000.000 τόνους.

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου εμφανίζει την ακόλουθη εικόνα:

Παγκόσμια παραγωγή Ελαιολάδου

2007/08 : 2.820.500 τ. και 2008/2009 : 2.603.000 τ.

Οι προβλέψεις για την παραγωγή του 2009 είναι καλές λόγω των ευνοϊκών καιρικών συνθηκών γενικώς και των επαρκών βροχοπτώσεων, ειδικά κατά την κρίσιμη περίοδο, ενώ στις μεσογειακές χώρες, οι επιθέσεις του δάκου αναμένεται να οδηγήσουν σε χαμηλότερο επίπεδο ποιότητας σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου.

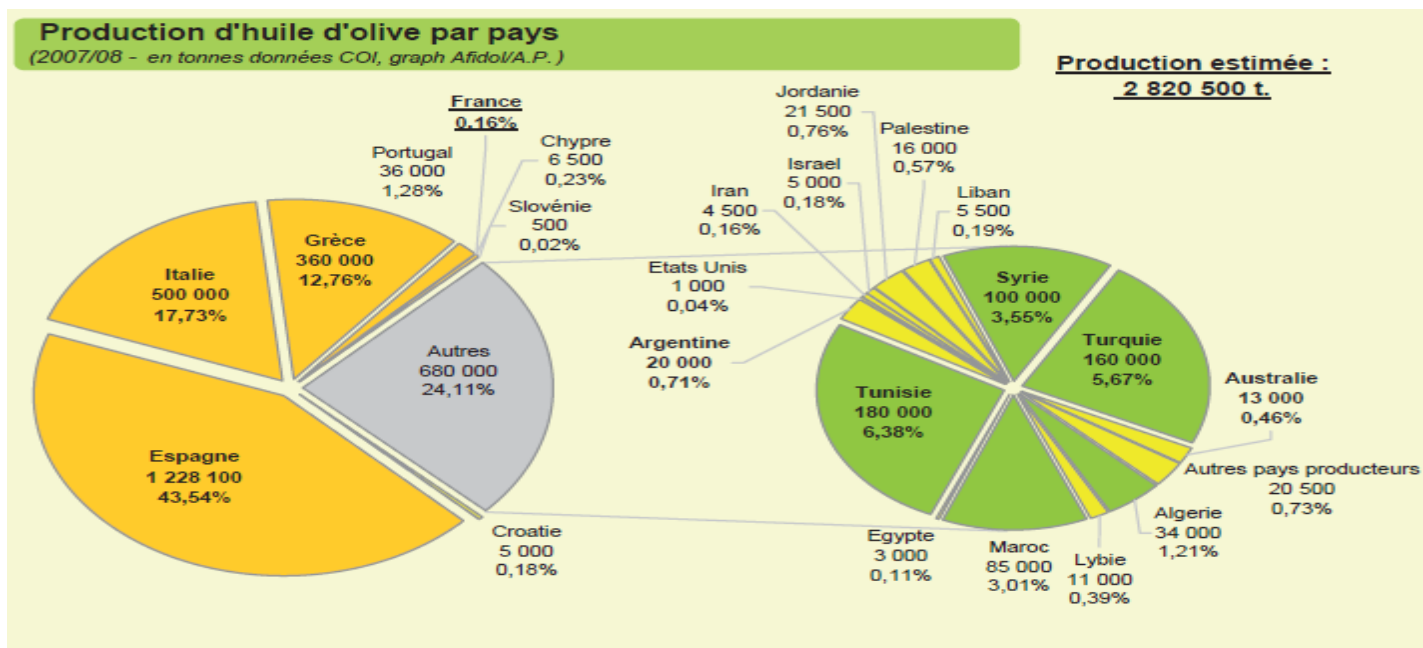


HUILES D'OLIVE - OLIVE OILS

ΤΑΒΛΙΔΑ 2: ΕΜΠΟΡΤΑΣΕΙΣ (LIVE IN '000) - ΤΑΒΛΙΔΑ 3: ΕΜΠΟΡΤΑΣΕΙΣ (LIVE IN '000)

		1990/91	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	Ετήσια Μέση Αξία (2004-10)	Ετήσια Μέση Αξία (2004-10)		
		'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	'000 t	%	%	
Algeria	Algeria	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
China	China	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
EU*	EU*	1255	1255	1210	1200	1193	1155	1055	1020	1025	1015	1020	1025	1015	1020	1015	1020	1015	1020	1015	1020	1015	1020	1015
Canada	Canada	10	00	10	00	10	00	05	05	05	05	10	20	15	05	05	05	05	05	05	05	05	05	05
Iran	Iran	20	20	05	05	10	20	20	10	00	00	00	00	00	10	05	20	15	30	40	05	05	10	20
India	India	00	10	00	10	15	35	20	25	50	100	70	105	60	165	75	135	80	120	60	00	00	00	00
Japan	Japan	10	05	40	00	70	05	05	20	00	15	05	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Korea	Korea	15	35	05	20	00	40	35	40	35	30	20	20	00	00	00	00	00	20	05	00	00	00	00
USA	USA	50	100	10	15	10	10	10	10	10	10	10	10	20	20	00	00	00	00	00	20	00	00	00
Malaysia	Malaysia	00	10	30	20	25	05	00	00	05	40	45	50	105	15	15	10	00	00	00	00	00	00	00
Mexico	Mexico	30	05	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Russia	Russia	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Spain	Spain	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Taiwan	Taiwan	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Turkey	Turkey	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Thailand	Thailand	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
TOTAL A		1700	1620	1710	1765	1705	1620	1580	1520	1400	1380	1400	1320	1270	1100	1060	1030	1030	1020	1020	1000	1000	31.0%	31.0%
Australia	Australia	05	10	10	05	00	40	50	50	55	45	40	50	70	75	55	45	40	50	55	48	00	00	
Argentina	Argentina	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
Australia	Australia	105	125	170	180	190	190	215	175	205	200	360	295	310	310	265	260	410	270	350	260	5.0%	31.4	
Brazil	Brazil	105	110	170	145	205	190	345	280	205	250	250	205	210	235	255	260	345	420	350	260	5.0%	20.0	
Canada	Canada	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	4.0%	20.4	
China	China	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	
EU*	EU*	1255	1255	1210	1200	1193	1155	1055	1020	1025	1015	1020	1025	1015	1020	1015	1020	1015	1020	1015	1020	1015	1020	
Japan	Japan	40	45	50	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
Korea	Korea	15	20	30	20	10	10	35	25	25	40	50	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
USA	USA	50	100	10	15	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Malaysia	Malaysia	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Taiwan	Taiwan	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
Turkey	Turkey	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
TOTAL B		1110	1040	1210	1295	1300	1620	1620	1520	1520	1700	1700	1700	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	
TOTAL WORLD		2810	2660	2920	3060	3005	3200	3200	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	3100	

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΚΥΡΙΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟ 2007-2008
(Πηγή : Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου)



(Πηγή : Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου)

Το 2008, πρώτη παραγωγός χώρα ήταν η Ισπανία με 1.108.700 τόνους (39% της παγκόσμιας παραγωγής), δεύτερη η Ιταλία με 633.000 τόνους (22% της παγκόσμιας παραγωγής) και τρίτη η Ελλάδα με 370.000 τόνους (13% της παγκόσμιας παραγωγής), ενώ η Πορτογαλία παράγει περίπου 48.000 τόνους ετησίως (1,28 % της παγκόσμιας παραγωγής).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση εξακολουθεί να αντιπροσωπεύει περισσότερο από τα 2/3 (75%) της παγκόσμιας παραγωγής, με προβλεπόμενη παραγωγή κατά την παρούσα ελαιοκομική περίοδο 2.135.500 τόνους ελαιολάδου. Η ελαιοκομική παραγωγή στην Ισπανία, η οποία εκτιμάται σε 1.228.100 τόνους (ήτοι αύξηση 120.000 τόνων σε σχέση με την περίοδο 2006/2007), χαρακτηρίζεται πολύ αξιόλογη. Αντίθετα η Ιταλία για τρίτη συνεχή χρονιά σημειώνει πτωτική τάση στην παραγωγή της και συγκεκριμένα από το επίπεδο των 879.000 τόνων της περιόδου 2004/2005 μειώθηκε στους 500.000 τόνους το 2008.

Εκτός των συνόρων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Τυνησία, η Τουρκία και το Μαρόκο διατηρούν την παραγωγή τους στους 180.000, 160.000 και 85.000 τόνους, αντίστοιχα. Η Συρία, με προβλεπόμενη παραγωγή 100.000 τόνων, σημείωσε απώλεια 54.000 τόνων σε σχέση με το προηγούμενο έτος (η διακύμανση στην παραγωγή ήταν ελαφρώς μικρότερη σε σχέση με την προηγούμενη, που ήταν 75.000 τόνοι μεταξύ των περιόδων 2004/2005 και 2005/2006). Από την άλλη πλευρά, η Αργεντινή και η Αυστραλία εξακολουθούν την πορεία προοδευτικής ανάπτυξής τους και με προβλεπόμενη παραγωγή ελαιολάδου κατά την τελευταία ελαιοκομική περίοδο 20.000 και 13.000 τόνους αντίστοιχα, ηγούνται της κατάταξης των παραγωγικών χωρών εκτός λεκάνης της Μεσογείου, καταλαμβάνοντας πλέον την 9^η και την 10^η θέση ανάμεσα στους κύριους παγκόσμιους ελαιοπαραγωγούς.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Νέα Ζηλανδία, με ιστορία ελαιοκαλλιέργειας μόνο τριάντα ετών, εκτιμούσε την παραγωγή της για το 2008 σε 220.000 τόνους.

1) Η Ισπανία : κυριαρχική θέση σε ευρωπαϊκή και παγκόσμια κλίμακα

Το παγκόσμιο ελαιοκομικό κεφάλαιο περιλαμβάνει περί τα 830 εκατομμύρια ελαιόδενδρα που καλλιεργούνται σε έκταση περίπου 8,7 εκατομμυρίων εκταρίων από τα οποία τα 190 εκατομμύρια έχουν καταγραφεί στην Ισπανία.

Η Ισπανία είναι ο μεγαλύτερος ελαιοπαραγωγός τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο όπου κατάφερε να διπλασιάσει την παραγωγή της μετά το 1990, ενώ ακολουθώντας σχεδιασμένη πολιτική παραγωγής, κατά κανόνα, προϊόντων χαμηλού κόστους, κατέκτησε πρωτεύουσα θέση στη διεθνή αγορά. Αποτέλεσμα : οι τιμές αγοράς του ελαιολάδου επηρεάζονται από την ποσότητα της συγκομιδής στην Ανδαλουσία (πρώτη παραγωγός επαρχία της Ισπανίας) ή στην Κόρντοβα και οι τιμές της παγκόσμιας αγοράς να καθορίζονται με βάση τις τιμές των αγορών της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Ελλάδας. Η έδρα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου βρίσκεται στη Μαδρίτη, οπότε η Ισπανία προετοιμάζει για το έτος 2010 έναν «πόλο ελαιοκομίας» στην πόλη Μοντόρο της Ανδαλουσίας αφιερωμένο στην τεχνολογικές καινοτομίες του τομέα ο οποίος έχει προσελκύσει το διεθνές ενδιαφέρον.

Τα πρόσφατα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου καταγράφουν μια πτώση στις ισπανικές εξαγωγές κατά 19,55% το 2008 ενώ το επίπεδο των συναλλαγών παραμένει πάρα πολύ υψηλό.

Κατά συνέπεια, το 2008, η Ισπανία αύξησε την παραγωγή της κατά 8,5% και αναζητεί τρόπους προώθησης των προϊόντων της σε ορισμένες αναδυόμενες αγορές ή σε χώρες όπως η Δυτική Αφρική και η Χιλή καθώς και στους τομείς της εστίασης, των γαστρονομικών προϊόντων, των αλυσίδων διανομής τροφίμων μεγάλης κλίμακας και των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων,.

2) Η Ιταλία: Φθίνουσα αλλά ποιοτική παραγωγή

Οι κύριοι στόχοι της αποβλέπουν στην ποιοτική βελτίωση των προϊόντων της και στην περαιτέρω κατάκτηση της αμερικανικής και κινεζικής αγοράς, ενώ η παραγωγή ελαιόλαδου της τα τελευταία χρόνια βαίνει φθίνουσα και για το 2008 εκτιμάται σε 440 000 τόνους.

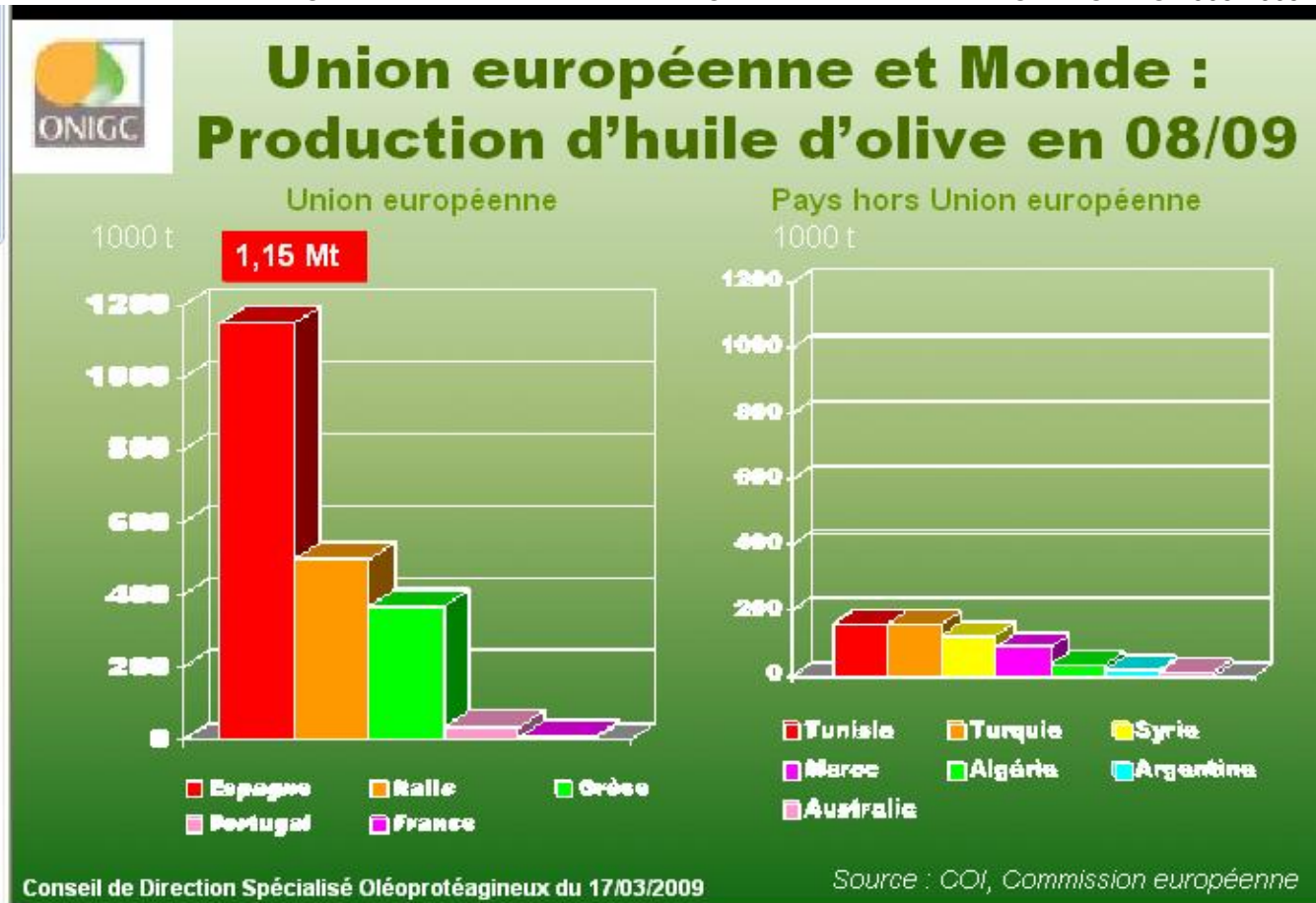
3) Η Ελλάδα: πρώτη στην παραγωγή εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου

Η Ελλάδα καταλαμβάνει, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, την τρίτη θέση σε παγκόσμιο επίπεδο παραγωγής ελαιολάδου και αριθμεί πάνω από 140 εκατομμύρια ελαιόδεντρα που παράγουν περί τους 360.000 τόνους ελαιολάδου ετησίως, εκ των οποίων το **75-80%** είναι εξαιρετικά παρθένα ελαιόλαδα. Το ποσοστό αυτό καθιστά την Ελλάδα **πρώτη χώρα παραγωγής εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου και της προσφέρει εύλογα αξιοποιήσιμα εμπορικά συγκριτικά πλεονεκτήματα** (την δεύτερη θέση καταλαμβάνει η Ιταλία με ποσοστό 40-45% της ετήσιας παραγωγής της σε εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο και την τρίτη η Ισπανία με ποσοστό 25-30%).

Οι ελιές καλλιεργούνται κυρίως στην ηπειρωτική Ελλάδα, ενώ το 65% της ετήσιας παραγωγής παράγεται στην Πελοπόννησο και το υπόλοιπο 35% στην Κρήτη, στα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου Πελάγους.

Η Ελλάδα, αν και υπέστη από τις πυρκαγιές σημαντική μείωση του ελαιοκομικού κεφαλαίου της κατά 500.000 ελαιόδενδρα σε Μεσσηνία, Λακωνία και Ηλεία, εντούτοις, επέτυχε να διατηρήσει την παραγωγή της στα επίπεδα της προηγούμενης περιόδου και συγκεκριμένα στο ύψος των 360.000 τόνων.

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ : ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΤΟ 2008-2009



(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

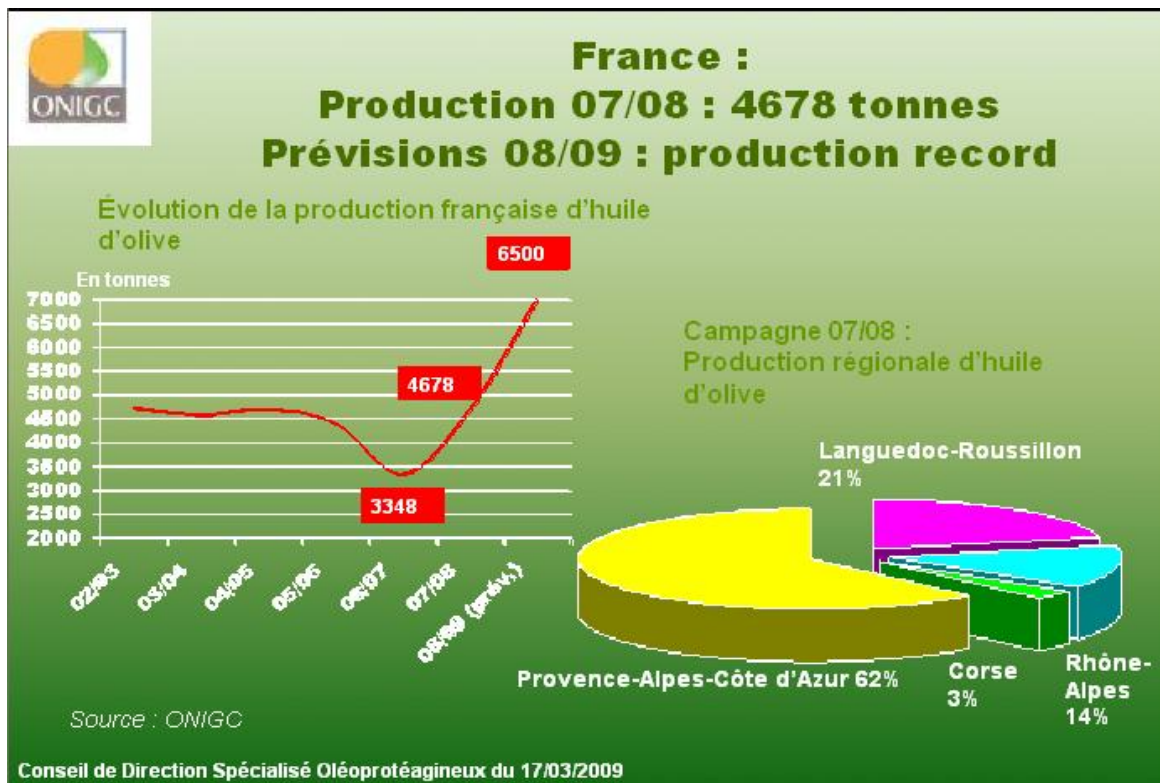
Γ. Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ : 19^{ος} ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Η Γαλλία είναι ο μικρότερος παραγωγός ελαιολάδου μεταξύ όλων των μεσογειακών ευρωπαϊκών κρατών όπου μόνο το νοτιοανατολικό της τμήμα βρίσκεται γεωγραφικά στο χώρο της Μεσογείου και η καλλιέργεια της ελιάς στην περιοχή ανάγεται στην χρονική περίοδο της άφιξης των Ελλήνων. Για μεγάλο δε χρονικό διάστημα η ελαιοκαλλιέργεια διεδραμάτισε ταυτόσημο διατροφικό και κοινωνικό ρόλο με εκείνον που είχε η ελιά στην Ιταλία και στην Ισπανία. Η παρακμή της ελαιοπαραγωγής της επήλθε από την επίδραση δύο λόγων και συγκεκριμένα από την βιομηχανική επανάσταση που οδήγησε σε σημαντική αύξηση της ζήτησης άλλων διατροφικών προϊόντων και προκάλεσε στην Προβηγκία, αλλά κυρίως στην περιοχή του Languedoc, αναπροσανατολισμό της παραγωγής προς την αμπελοκαλλιέργεια κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα, με αποτέλεσμα η κατανάλωση αραχιδέλαιου να διαδεχθεί αυτή του ελαιολάδου προς τον σκοπό αξιοποίησης κι ενίσχυσης των γαλλικών αποικιών στην Αφρική. Η χαριστική βολή ήρθε εν συνεχεία με το κύμα αστυφιλίας που ξεκίνησε κατά τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο (1914-1918) και με τους παγετώνες της χειμερινής περιόδου και ιδιαίτερα του 1956. Η φθίνουσα πλέον ελαιοκαλλιέργεια άρχισε να αναγεννιέται από τις στάχτες της κάτω από την ουσιαστική πίεση που προκάλεσε η τουριστική ανάπτυξη της Προβηγκίας. Οι «υπαίθριες αγορές της Προβηγκίας» ώθησαν στην αναζήτηση τοπικών προϊόντων και οι ιδιοκτήτες μικρών ελαιοτριβείων κατάφεραν να αναζωογονήσουν τους εγκαταλελειμμένους ελαιώνες και να

επενδύσουν στον εκσυγχρονισμό της παραγωγής τους. Επιπλέον δύο παράγοντες επιτάχυναν την εκ νέου αποκατάσταση την δεκαετία του 1990: η κρητική διατροφή και η καθιέρωση των ΕΟΠ (ελεγχόμενων ονομασιών προέλευσης) για τους πιο χαρακτηριστικούς τύπους ελαιολάδου.

Μέσω διαδοχικών προγραμμάτων στήριξης της ελαιοκαλλιέργειας, η Γαλλία κατόρθωσε να αυξήσει την συνολική παραγωγή ελαιολάδου, ειδικότερα δε στην περιοχή της Προβηγκίας - Κυανής Ακτής, όπου η παραγωγή από τους 1.464 τόνους το 1991 ανήλθε στους 2.053 τόνους το 2007 με κατακόρυφη άνοδο στους 3.445 τόνους την περίοδο 2002/2003.

Η μεγαλύτερη συνολική παραγωγή ελαιολάδου στη Γαλλία σημειώθηκε κατά την περίοδο 2002/2003 και προσέγγισε τους 4.700 τόνους.



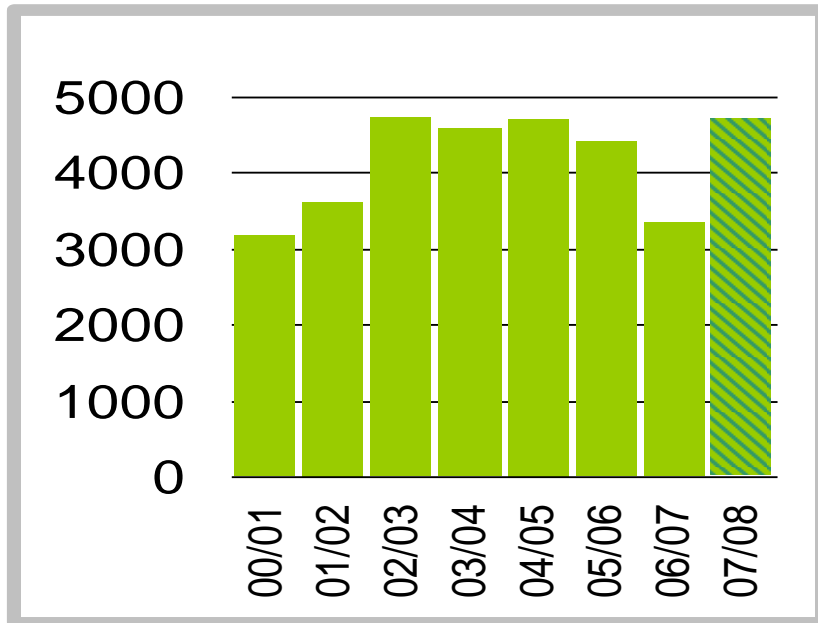
ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ : ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ 2008- 2009 : ΠΑΡΑΓΩΓΗ « ΡΕΚΟΡ »
 (Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

1) Γαλλικό ελαιόλαδο: Η εξέλιξη της παραγωγής στη Γαλλία

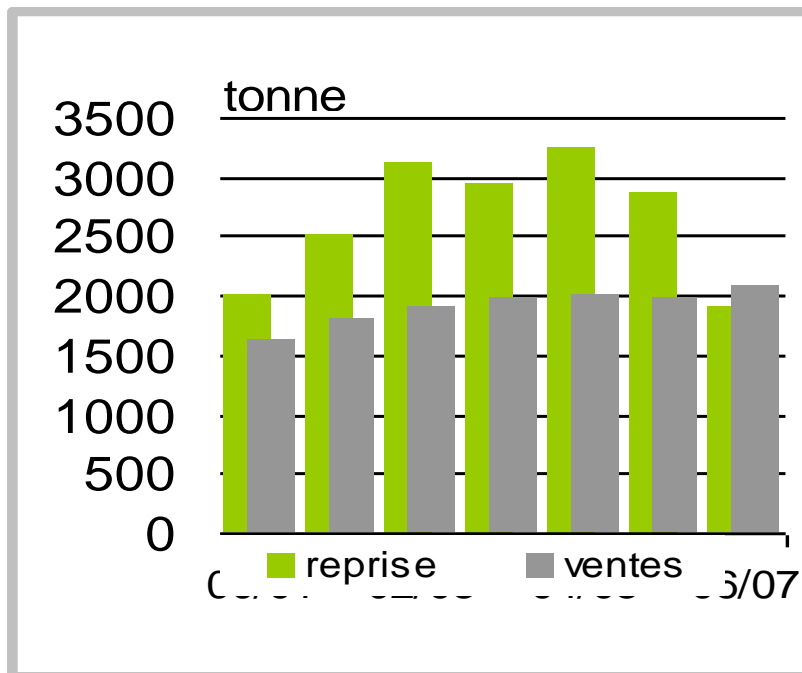
Σύμφωνα με την AFIDOL⁴, η συγκομιδή το 2007 έφθασε τους 4.300 τόνους, αναμφισβήτητα υψηλότερη από το μέσο όρο της παραγωγής των 10 τελευταίων ετών η οποία ήταν 4.060 τόνοι. Στα τέλη Μαΐου του 2008, όπως προκύπτει στο παρακάτω πίνακα η παραγωγή ανήλθε σε 4.670 τόνους και τα αποθέματα ελαιολάδου σε 5.636 τόνους περίπου.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ : Από το 2000, για πρώτη φορά οι άμεσες πωλήσεις που πραγματοποιήθηκαν από τα ελαιοτριβεία αντιπροσώπευαν περισσότερο από το 50% της παραγωγής που διατέθηκε στο εμπόριο.

⁴ Association Française Interprofessionnelle de l'Olive (AFIDOL): Διεπαγγελματική Ένωση Ελαιοπαραγωγών της Γαλλίας

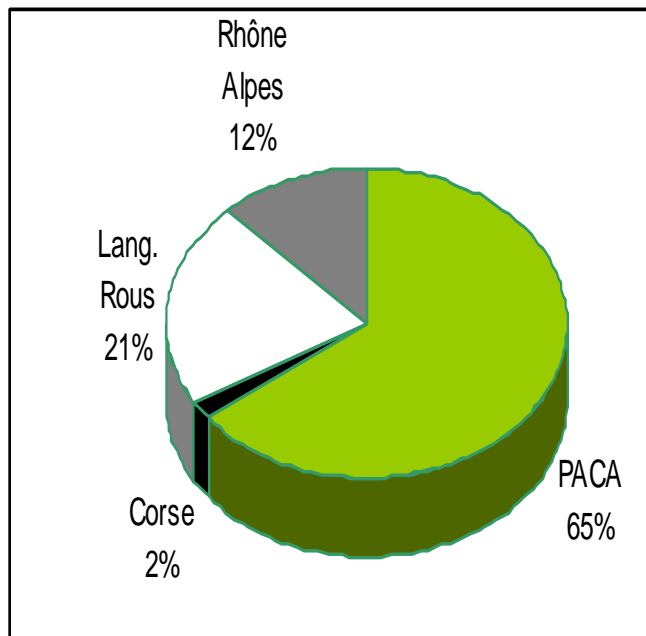
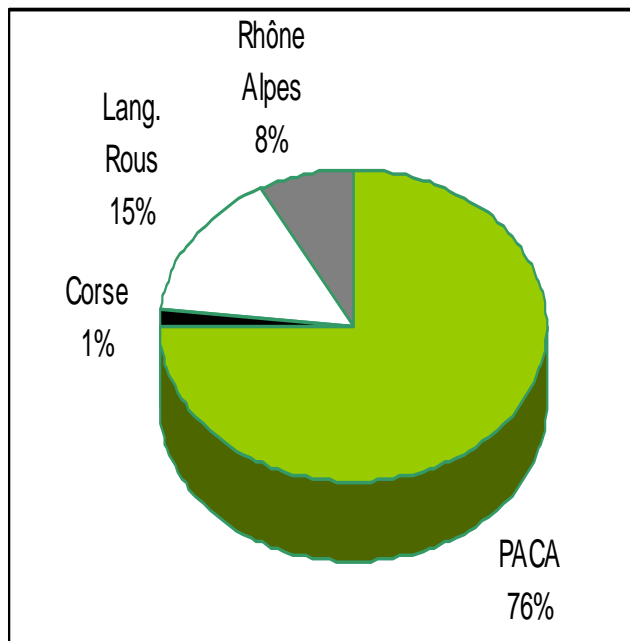


ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ



ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΛΑΙΟΤΡΙΒΕΙΩΝ 2006/2007

Το 2008, η παραγωγή στη Γαλλία ανήλθε σε περίπου 4.700 τόνους, ήτοι 0,2% της ευρωπαϊκής παραγωγής, και κατανέμεται ακολούθως:

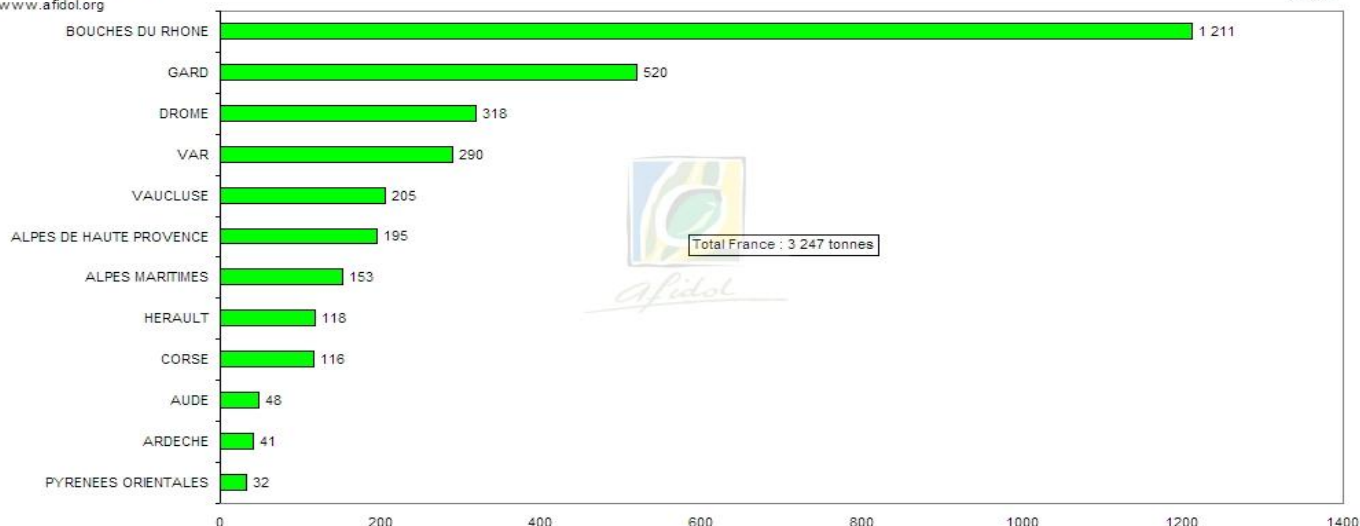


ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΑΛΛΙΚΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΗ
(Πηγή: Διεπαγγελματική Ένωση Ελαιοπαραγωγών Γαλλίας)

AFIDOL
Mas de Saporta
34875 LATTES Cedex
www.afidol.org

**Quantité d'huile extraite d'olives récoltées en France
par département en 2006/2007**
(Tonnes - Source : ONIGC)

juin 08



(Πηγή: Διεπαγγελματική Ένωση Ελαιοπαραγωγών Γαλλίας)

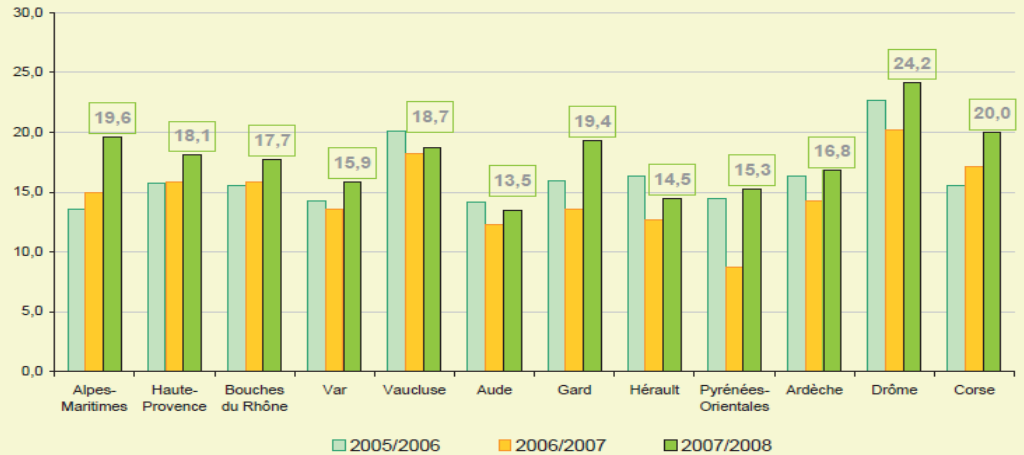
Το γαλλικό ελαιοκομικό κεφάλαιο απαρτίζεται από περίπου 4 εκατομμύρια ελαιόδενδρα εκ των οποίων 1,2 εκατομμύρια φυτεύθηκαν την τελευταία δεκαετία, ενώ οι υφιστάμενοι ελαιώνες κατανέμονται μεταξύ 1.500 δήμων. Στον τομέα ελαιοπαραγωγής απαριθμούνται 28.000 ιδιοκτήτες/ελαιοπαραγωγοί και λειτουργούν 230 ελαιοτριβεία όπου το 90% της παραγωγής του ελαιολάδου στη Γαλλία διατίθεται απευθείας από τους παραγωγούς σε τοπικό επίπεδο.

2) Μέση απόδοση ανά διαμέρισμα

Rendement moyen par département

	Tx rendement		
	Moyenne	Min	Max
04	18,11	17,35	18,64
06	19,62	15,42	24,14
07	16,82	16,51	17,21
11	13,48	8,99	17,59
13	17,74	14,60	26,95
26	24,15	22,38	25,88
2A	19,99	12,82	24,23
2B			
30	19,35	15,41	37,45
34	14,47	13,49	16,10
66	15,30	14,14	16,46
83	15,87	12,48	19,00
84	18,73	12,51	20,97
Total	17,83	8,99	37,45

Evolution des rendements moyens en huile d'olive depuis 2005 (% - enquête AFIDOL)



(Πηγή: Διεπαγγελματική Ένωση Ελαιοπαραγωγών Γαλλίας)

3) Οι κύριες ονομασίες : οκτώ ονομασίες "Ελαιόλαδου – ΕΟΠ "

- ελαιόλαδο Aix en Provence (huile d'olive d'Aix en Provence - Διάταγμα 13/12/1999).
- ελαιόλαδο Κορσικής: oliu di Corsica.
- ελαιόλαδο Nyons (huile d'olive de Nyons).
- ελαιόλαδο Nîmes (huile d'olive de Nîmes: από το 2004 - 223 δήμοι, 11 ελαιοτριβεία).
- ελαιόλαδο Άνω Προβηγκίας (huile d'olive de Haute Provence).
- ελαιόλαδο Νίκαιας (huile d'olive de Nice - Διάταγμα 20/04/2001).
- ελαιόλαδο της Πεδιάδας Baux Προβηγκίας (huile de la Vallée des Baux de Provence).
- ελαιόλαδο Προβηγκίας (huile d'olive de Provence).

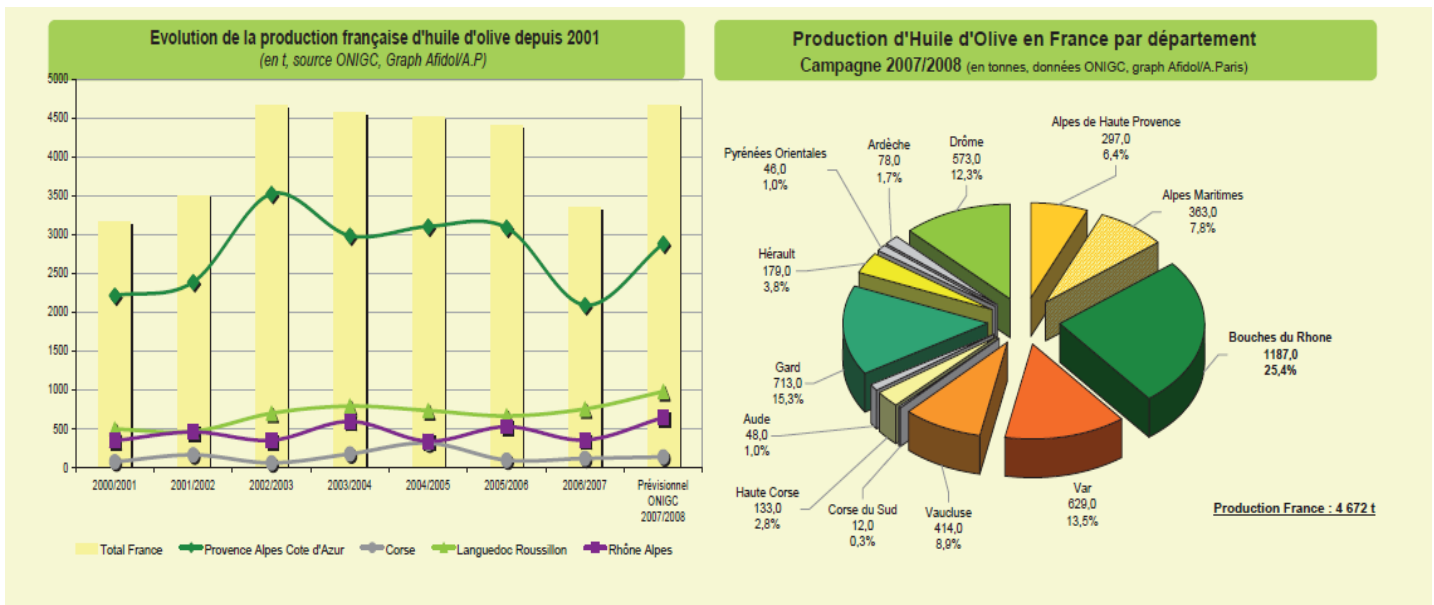
Οι ποικιλίες ελιάς που καλλιεργούνται για την παραγωγή ελαιολάδου στη Γαλλία είναι οι εξής:

- La Bouteillan
- La Négrette
- Vermillon
- L'Amillau
- La Corniale
- La Redonale
- La Verdale
- Le Poumal
- La Ouanne
- L'Olivière
- Ορισμένες ποικιλίες Καρα και Κορωνέικης.

4) Προβλέψεις - Γαλλία: Ιδιαίτερα καλή ελαιοκομική περίοδος 2007/2008

Η περίοδος 2007/2008 αποδείχθηκε εν τέλει σημαντικότερη απ' ό,τι προβλεπόταν λόγω των εξαιρετικών αποδόσεων σε ελαιόλαδο, όπου η παραγωγή εκτιμάται ότι έφθασε τους **4.672 τόνους ελαιολάδου**.

Η παραγωγή αυξήθηκε σε ποσοστό 43% τόσο από άποψη ποσότητας όσο και από άποψη ποιότητας σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο, ήτοι κατά **1.300 τόνους**. Τα διαμερίσματα Var και Vaucluse σχεδόν διπλασίασαν την παραγωγή τους σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο. Το Ardèche σημείωσε την πιο αποδοτική περίοδο στα χρονικά με 77 τόνους (αύξηση 71% σε σχέση με την περίοδο 2006/2007). Οι Γαλλικές Άλπεις, παρόλο που σημείωσαν καλύτερη ελαιοκομική περίοδο σε σχέση με το προηγούμενο έτος (αύξηση 68,5%), δεν έφθασαν τα συνηθισμένα επίπεδα (μέσος όρος των τελευταίων 6 ετών: 460 τόνους). Τα διαμερίσματα Aude και Bouches du Rhône σημείωσαν ελαφρά μείωση στην παραγωγή τους (-4% και -5% αντίστοιχα).



(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

II. Οι εισαγωγές

A. Οι διεθνείς εισαγωγές

Το 2008-2009 οι εισαγωγές αυξήθηκαν στα 2.875,5 εκ. τόνους.

CONSEIL OLEICOLE INTERNATIONAL (novembre 2008)
INTERNATIONAL OLIVE OIL COUNCIL (November 2008)

HUILES D'OLIVE - OLIVE OILS

Tableau 2 : IMPORTATIONS (1.000 tm) - Table 2: IMPORTS (1,000 tonnes)

	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	Moyenne Average (7) à (12) (7) to (12) Q	%	Moyenne Average (13) à (18) (13) to (18) Q	%
TOTAL A	139,0	162,0	111,0	168,5	196,5	85,5	155,0	130,0	246,0	139,0	146,5	64,0	113,0	247,0	196,5	206,0	243,0	196,0	211,5	146,8	31,0%	196,6	31,6%
TOTAL B	171,0	184,5	212,0	209,5	240,0	293,0	282,5	283,0	305,0	340,0	370,5	373,0	379,5	416,0	437,5	433,0	461,5	447,0	457,0	327,3	69,0%	429,1	69,4%
TOTAL MONDIAL WORLD	310,0	346,5	323,0	378,0	436,5	288,5	437,5	423,0	551,0	479,0	517,0	437,0	492,5	663,0	634,0	639,0	704,5	633,0	668,5	474,1	100,0%	627,7	100,0%

* sans les échanges intracommunautaires - without intra-Community trade

(Πηγή : Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου)

B. Οι ευρωπαϊκές εισαγωγές

CONSEIL OLEICOLE INTERNATIONAL (novembre 2008)
INTERNATIONAL OLIVE OIL COUNCIL (November 2008)

HUILES D'OLIVE - OLIVE OILS

Tableau 2 : IMPORTATIONS EXTRA-CE (1.000 tm) - Table 2 : EXTRA-EC IMPORTS (1,000 tonnes)

	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	Moyenne Average (7) à (12) (7) to (12) Q	%	Moyenne Average (13) à (18) (13) to (18) Q	%
TOTAL A)	125,1	136,0	100,4	152,5	178,1	72,7	145,2	117,6	225,2	116,6	126,8	42,4	93,1	231,3	185,5	188,1	222,0	167,9	186,1	129,0	99,6%	181,3	99,6%
TOTAL B)	0,4	0,4	0,4	0,3	0,9	1,0	0,3	0,2	0,4	0,1	0,3	0,0	0,2	0,5	0,7	0,6	1,7	1,2	1,8	0,2	0,2%	0,8	0,4%
TOTAL A + B	125,5	136,4	100,8	152,8	179,0	73,7	145,5	117,8	225,6	116,7	127,1	42,4	93,3	231,8	186,2	188,7	223,7	169,1	187,9	129,2	100,0%	182,1	100,0%

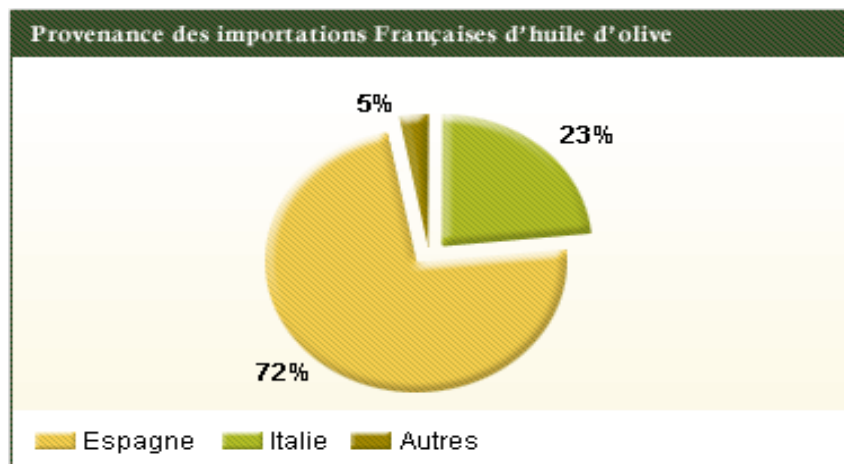
1) Y compris l'ex-REDA à compter de 1990/91 - including the ex-GDR from 1990/91

(Πηγή : Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου)

Κατά την περίοδο 2008-2009, οι ευρωπαϊκές εισαγωγές σημείωσαν αύξηση σε σύγκριση με αυτήν του 2007-2008 και ανήλθαν στους 1.970 εκ. τόνους με συνέπεια να προσεγγίσουν το επίπεδο «ρεκόρ» των 2.079 εκ. του 2004-2005.

Γ. Οι γαλλικές εισαγωγές

Το 2008 οι γαλλικές εισαγωγές ελαιολάδου προέρχονταν σε ποσοστό 75% (73.242 τόνοι) από την Ισπανία και 25% από την Ιταλία (23.129 τόνοι): **το εισαγόμενο ελαιόλαδο** (χύμα και τυποποιημένο σε φιάλες) **σε ποσοστό που ξεπερνάει το 70%**, (ήτοι τρεις στις τέσσερις φιάλες⁵), **είναι ισπανικής προέλευσης**. Πέραν του γεγονότος ότι η Ισπανία είναι ο πρώτος εξαγωγέας ελαιολάδου σε παγκόσμιο επίπεδο (βλ. πίνακα 5), η Γαλλία αποτελεί και τον πρώτο πελάτη της. Συνεπώς, η Ισπανία θεωρείται, ακολουθούμενη από την Ιταλία, ως πρώτος ανταγωνιστής για το σύνολο των χωρών που επιθυμούν να εισχωρήσουν στη γαλλική αγορά.



ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΓΑΛΛΙΚΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Επιπλέον θεωρούμε σκόπιμο να επισημάνουμε ότι πρέπει να αξιολογηθούν προσεκτικά τα δεδομένα που εισάγει με αύξουσα τάση ο ανταγωνισμός που προέρχεται από χώρες όπως η Τυνησία και οι οποίες έχουν ήδη κατακτήσει μερίδιο της ιταλικής αγοράς που αποτελούσε παραδοσιακό προορισμό του μη τυποποιημένου ελληνικού ελαιολάδου ή του ελαιολάδου από την Τουρκία η οποία σημειωτέον επισαρώνει και μετέρχεται εμπορικές επωνυμίες οι οποίες λειτουργούν παραπλανητικά ως προς την προέλευση (π.χ.: ονομασία οίνου« EGEO »).

⁵ πηγή: Γαλλικά Τελωνεία– τιμές 2006 – εισαγωγές ελαιολάδου.

A. Οι εισαγωγές ελληνικής προέλευσης: Το γαλλικό τελωνείο

Εισαγόμενη ποσότητα ελαιολάδου (9.000 τόνοι/έτος)

Όπως προκύπτει από τον ακόλουθο πίνακα του γαλλικού τελωνείου, η Ελλάδα, παραδοσιακά χώρα εξαγωγής χύδην ελαιολάδου, θα πρέπει άμεσα να καταβάλει σημαντικές προσπάθειες για την προώθηση και την εξαγωγή εξευγενισμένων ελαιοκομικών προϊόντων με ελληνική ετικέτα και γενικότερα να αντιδράσει στην απώλεια μιας σημαντικής αγοράς που καλύπτεται κυρίως από την Ισπανία κατά την περίοδο μεταξύ του 2006 και 2007.

Γαλλικές Εισαγωγές Ελαιολάδου CAF

15091090

Ελαιόλαδο με μηχανική παραγωγή εκτός από μειονεκτικό παρθένο ελαιόλαδο

Αξία σε χιλιάδες ευρώ και ποσότητα σε τόνους

Γεωγραφικές Περιοχές και κυριότερες χώρες εισαγωγής	2006		2007		12 τελευταίοι μήνες Αύγουστος 2007 - Ιούλιος 2008	
	Αξία	Ποσ/τα	Αξία	Ποσ/τα	Αξία	Ποσ/τα
Total	1 664	444	4 837	1 317	5 048	1 419
Europe	1 663	444	4 813	1 310	5 037	1 417
Union européenne (26)	1 648	443	4 813	1 310	5 037	1 417
Union européenne (14)	1 646	443	4 813	1 310	5 037	1 417
Zone Euro	1 646	443	4 813	1 310	5 037	1 417
Nouveaux adhérents (12)	2	0	0	0	0	0
Afrique	0	0	0	0	0	0
Amérique	0	0	0	0	0	0
Proche et Moyen Orient	1	0	0	0	0	0
Asie	0	0	0	0	0	0
Divers	0	0	24	7	11	2

Italie	370	140	2 340	640	2 791	752
Belgique	11	3	1 203	367	1 120	345
Espagne	524	131	684	164	607	156
Portugal	191	45	239	72	362	120
Grèce	523	119	321	61	150	42
Autres pays	45	6	50	13	18	4

ΟΙ ΓΑΛΛΙΚΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Δεν μπορούμε παρά να διαπιστώσουμε τη μείωση της συνολικής εξαγόμενης ποσότητας χαμηλής ποιότητας ελαίου από την Ελλάδα προς τη Γαλλία στο ένα τρίτο με αντίστοιχη μείωση των εσόδων, σε σχέση με το 2006. Καθώς ο όγκος των ελληνικών εξαγωγών από το 2000 είναι σταθερός στους 10.000 τόνους⁶ σύμφωνα με τον Οργανισμό Πιστοποίησης και Επιθεώρησης, αυτό σημαίνει ότι είτε οι Έλληνες παραγωγοί στράφηκαν προς άλλες αγορές είτε ότι, λόγω της εξαγοράς των εργοστασίων ελαιοπαραγωγής και ελαιολιβείων στην Ελλάδα από ομίλους εταιρειών όπως ο όμιλος Carrefour, το ελαιόλαδο εξάγεται ως προϊόν που παρασκευάζεται εντός της ΕΕ υπό το σήμα του κατασκευαστή.

Παραθέτουμε και στοιχεία ελληνικών εξαγωγών ελαιολάδου προς την Γαλλία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος.

(15.09) Ελαιόλαδο και τα κλάσματά του, που λαμβάνονται αποκλειστικά από ελιές με τη χρήση μηχανικών ή φυσικών μέσων υπό συνθήκες που δεν προκαλούν αλλοίωση του ελαίου, έστω και εξευγενισμένα, αλλά χημικώς μη μετασχηματισμένα

ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Ιανουάριος - Δεκέμβριος 2006

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΩΡΑ	ΑΞΙΑ (ΕΥΡΩ)	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΚΙΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ 15.09	405 804 274	110 190 747	100%
(001) ΓΑΛΛΙΑ	3 186 285	619 378	0,78%

ΕΞΑΓΩΓΕΣ 2007

Ιανουάριος - Ιούνιος 2007

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΩΡΑ	ΑΞΙΑ (ΕΥΡΩ)	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΚΙΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ 15.09	281 256 380	93 522 080	100%
(001) ΓΑΛΛΙΑ	2 279 819	516 536	0,81%

ΕΞΑΓΩΓΕΣ 2008

Ιανουάριος - Ιούνιος 2008

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΩΡΑ	ΑΞΙΑ (ΕΥΡΩ)	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΚΙΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ 15.09	118 762 360	35 925 012	100%
(001) ΓΑΛΛΙΑ	1 026 943	239 754	0,86%

ΟΙ ΓΑΛΛΙΚΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (Πηγή: ΕΘΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ)

⁶ Εξαιρείται η περίοδος 2002/2003 κατά την οποία η παραγωγή έφτασε τους 15.000 τόνους.

Β. Οι γαλλικές εξαγωγές

Οι γαλλικές εξαγωγές ελαιολάδου κινούνται σε χαμηλά επίπεδα (κάτω από 800 τόνους συνολικά) και κατευθύνονται κυρίως στην Δανία, τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και την Γερμανία, ενώ οριακή ποσότητα εξάγεται στην Ελλάδα:

Συνολικές Γαλλικές Εξαγωγές και Γαλλικές Εξαγωγές προς Ελλάδα

	07.2007	08.2007	09.2007	10.2007	11.2007	12.2007	01.2008	02.2008	03.2008	04.2008
Total	1 349	1 302	1 379	1 805	1 501	1 503	1 230	1 252	1 765	1 881
Grèce	1	5	0	0	2	1	4	0	4	0

Η Γαλλία εξάγει στην Ελλάδα μικρές ποσότητες ελαιολάδου με βάση τα στατιστικά στοιχεία των γαλλικών τελωνείων.

III. ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ



CONSEIL OLEICOLE INTERNATIONAL (novembre 2008)
INTERNATIONAL OLIVE OIL COUNCIL (November 2008)

HUILLES D'OLIVE - OLIVE OILS

Tableau 4: CONSOMMATION (1.000 tm) - Table 4: CONSUMPTION (1,000 tonnes)

	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08 (prev.)	2008/09 (prev.)	Moyenne Average (7) à (12) Q	%	Moyenne Average (13) à (18) Q	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)				
Algérie	7,0	23,0	30,0	25,0	17,5	36,0	50,0	31,5	44,0	42,0	26,0	25,0	21,0	60,0	38,0	35,0	23,0	24,0	34,5	35,4	1,5%	33,6	1,2%
CE	1.214,5	1.357,0	1.383,5	1.453,5	1.451,0	1.387,0	1.566,5	1.705,5	1.709,0	1.728,0	1.835,0	1.894,5	1.918,5	1.997,5	2.079,0	1.918,0	1.905,0	1.890,0	1.970,0	1.739,8	71,1%	1.951,3	69,9%
Cyprus	2,0	2,0	2,0	3,0	3,0	3,0	2,5	2,0	2,5	4,0	5,0	5,5	6,0	4,0	4,5	5,0	5,0	5,0	6,8	3,6	0,1%	6,0	0,2%
Croatie	1,5	1,0	2,0	1,5	2,0	2,5	1,0	1,0	1,0	1,5	1,0	1,5	3,5	2,0	2,5	2,0	8,0	7,0	5,0	5,2	0,2%	5,0	0,2%
Egypte	2,5	3,0	2,5	3,5	2,5	5,0	3,5	4,0	2,5	2,5	3,0	2,0	1,5	3,5	5,0	6,5	5,5	7,5	7,0	2,9	0,1%	4,9	0,2%
Iran	6,0	5,0	5,0	4,5	7,0	7,5	7,5	9,5	12,5	13,5	14,5	15,0	13,5	16,0	16,0	16,5	15,0	16,0	16,0	10,7	0,4%	15,3	0,5%
Israël	9,5	11,5	17,0	15,5	21,5	16,0	22,0	19,0	19,0	9,0	17,0	20,0	25,0	24,0	25,0	19,0	21,0	23,5	23,8	17,7	0,7%	22,9	0,8%
Jordanie	7,5	7,0	7,0	6,5	7,5	7,0	8,0	8,0	9,0	8,0	8,0	7,0	4,5	5,0	5,0	5,5	5,0	5,0	5,0	9,0	0,3%	5,0	0,2%
Liban	13,5	15,0	9,0	9,5	8,0	5,0	10,0	7,0	16,0	11,0	7,0	8,0	8,5	14,5	12,0	9,0	11,0	13,0	15,0	9,8	0,4%	11,3	0,4%
Libye	37,0	49,0	40,0	45,5	43,0	25,0	50,0	55,0	55,0	45,0	60,0	60,0	70,0	38,0	55,0	65,0	65,0	70,0	70,0	53,3	2,2%	58,8	2,1%
Moroc	6,0	3,0	1,5	2,0	2,5	1,5	0,5	0,5	1,0	1,0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,7	0,0%	0,5	0,0%
Montenegro	62,0	66,0	67,0	69,0	78,0	78,0	85,0	95,0	88,0	90,0	110,0	85,0	128,5	150,0	135,0	79,0	110,0	80,0	90,0	92,3	3,8%	113,8	4,1%
Serbie	54,5	60,0	60,0	56,0	46,0	34,5	70,0	52,0	49,0	60,0	58,0	29,0	30,0	56,0	44,0	38,0	45,0	60,0	35,0	52,8	2,2%	45,5	1,6%
Tunisie	1.423,5	1.610,5	1.626,5	1.695,0	1.689,5	1.608,0	1.876,5	1.989,0	2.009,5	2.033,0	2.135,5	2.157,5	2.229,0	2.406,5	2.404,5	2.189,0	2.219,0	2.197,0	2.278,0	2.033,5	83,1%	2.273,2	81,4%
TOTAL A																							
A. Saoudite	6,5	7,0	7,0	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	5,5	4,5	4,0	5,0	7,0	7,5	5,5	4,5	6,0	7,5	6,5	4,8	0,2%	6,3	0,2%
Argentine	4,0	4,0	4,5	4,0	3,0	6,0	8,0	8,0	7,0	6,0	5,5	5,5	5,5	5,5	5,0	5,5	3,0	5,0	5,5	7,1	0,3%	4,9	0,2%
Australie	13,5	12,5	16,0	16,5	19,0	16,5	21,5	17,5	24,0	25,5	31,0	27,5	31,5	34,5	32,5	34,5	47,5	39,5	45,0	24,6	1,0%	36,7	1,3%
Bresil	13,5	11,0	17,0	14,5	23,5	19,0	24,5	25,0	23,5	25,0	29,0	22,5	21,0	23,5	26,5	26,0	34,5	40,0	35,0	24,9	1,0%	28,5	1,0%
Canada	10,0	10,0	13,0	12,0	15,0	14,0	19,0	17,5	15,5	23,0	24,5	24,0	25,0	26,0	32,0	30,0	32,5	31,0	31,5	21,1	0,9%	29,4	1,1%
Chili	88,0	79,0	104,0	115,5	115,5	101,0	130,5	142,5	161,0	169,5	194,5	188,5	184,0	216,5	215,5	223,0	248,0	246,0	251,0	162,8	6,7%	222,2	8,0%
Etats-Unis	4,0	4,5	5,0	6,5	8,5	16,5	26,0	34,0	28,5	27,0	30,0	31,5	30,5	32,0	32,0	30,0	30,5	29,0	29,0	29,5	1,2%	30,7	1,1%
Japon	4,0	4,0	4,0	5,0	3,0	3,0	5,0	4,5	5,0	5,0	6,5	8,0	12,0	12,0	12,0	11,5	10,0	7,0	7,5	5,8	0,2%	10,8	0,4%
Mexique																							
Norvège																							
Palestine			10,0	8,0	5,0	7,0	6,5	5,5	4,0	4,0	8,0	10,0	12,0	12,0	10,0	10,0	15,0	15,0	16,5	6,3	0,3%	12,3	0,4%
Russie	5,0	9,0	5,0	6,0	5,5	1,0	1,5	1,5	2,0	3,0	4,0	4,0	6,0	7,0	9,0	9,5	10,5	12,5	14,0	2,7	0,1%	9,1	0,3%
Suisse	3,0	3,0	3,0	3,0	4,0	3,5	3,5	5,5	6,0	8,0	8,0	9,0	10,0	11,0	11,0	11,5	12,0	12,0	12,0	6,7	0,3%	11,3	0,4%
Taiwan																							
Turquie	55,0	50,0	50,0	54,0	55,0	63,0	75,0	85,5	85,0	60,0	72,5	55,0	50,0	46,0	60,0	50,0	80,0	85,0	90,0	72,2	3,0%	61,8	2,2%
Autres P.prod.	15,5	17,5	9,0	10,0	10,0	6,0	13,0	11,5	12,5	13,0	13,0	14,0	14,5	13,5	13,0	10,0	13,5	13,5	13,5	12,8	0,5%	13,0	0,5%
Autr. P.un.imp.	21,0	35,0	30,0	30,0	33,0	20,0	25,0	20,5	23,0	29,0	20,0	34,0	31,0	50,5	41,5	25,0	25,0	25,0	25,0	25,9	1,1%	34,5	1,2%
Chn. non-prod.																							
TOTAL B	243,0	246,5	277,5	290,0	305,0	280,5	385,0	392,5	403,5	409,5	455,0	449,0	448,5	482,0	519,0	501,5	579,5	581,0	597,5	412,4	16,9%	518,6	18,6%
TOTAL MONDIAL WORLD	1.666,5	1.857,0	1.904,0	1.985,0	1.994,5	1.888,5	2.241,5	2.381,5	2.413,0	2.442,5	2.590,5	2.606,5	2.677,5	2.882,5	2.923,5	2.690,5	2.798,5	2.778,0	2.875,5	2.445,9	100,0%	2.781,8	100,0%

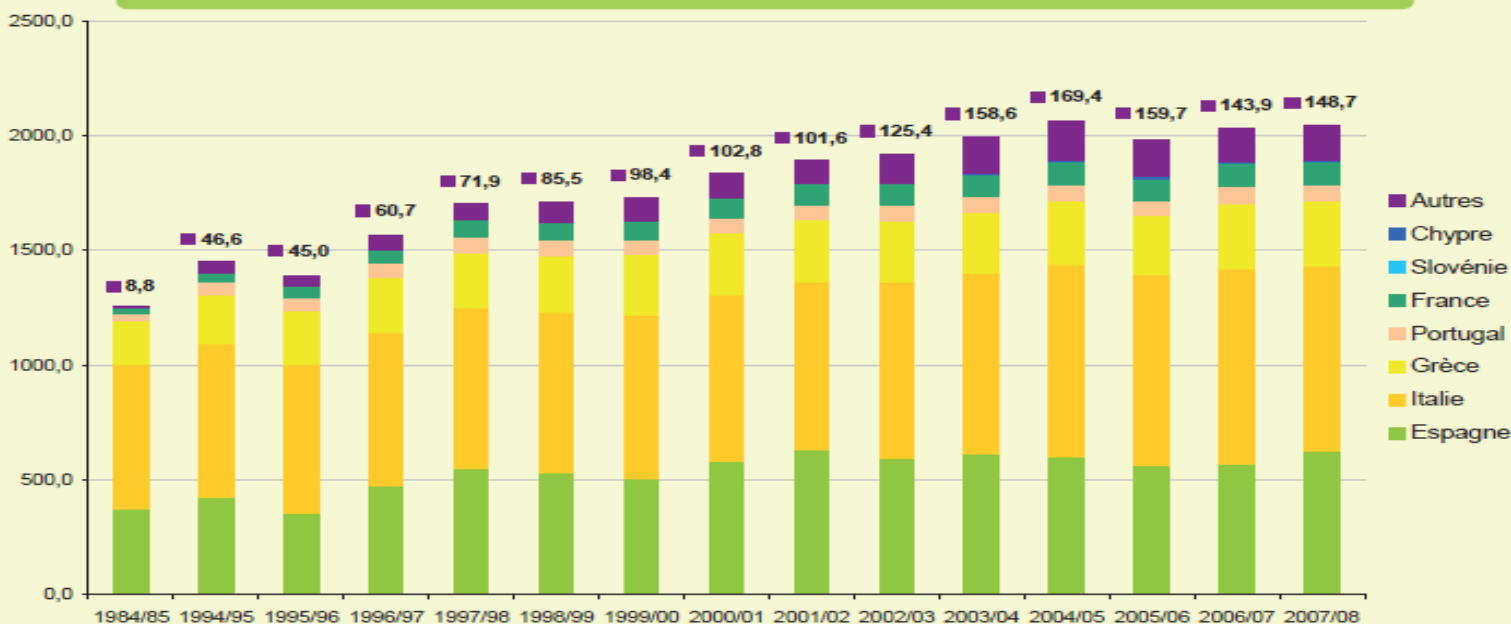
Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΤΑ ΥΨΗΛΟΤΕΡΑ ΕΠΙΠΕΔΑ : 2,9 ΕΚ. ΤΟΝΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2006-2007
(Πηγή : Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου)

A. Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Οι εκτιμήσεις που αφορούν την κατανάλωση αυτής της περιόδου προβλέπουν συνεχιζόμενη διαφορά της τάξεως των 50.000 με 100.000 τόνων ανάμεσα στην παραγωγή και στην κατανάλωση. Η κατανάλωση για την περίοδο 2007/2008 εκτιμάται σε 2.926.500 τόνους, ήτοι αυξημένη κατά 0,76% (+19 000 τόνοι). Παρόλο που η κατανάλωση των περισσότερων χωρών –παραγωγών ή μη– αυξάνεται, παρατηρείται βραδεία μείωση των μεριδίων των σημαντικότερων χωρών παραγωγής στην παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου. Μέσα σε τέσσερα χρόνια, η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου παρουσίασε πτώση από το 82% στο 80 %, ενώ η κατανάλωση των μικρών χωρών παραγωγής (οι ΗΠΑ και η Αυστραλία συγκαταλέγονται ανάμεσα στις πρώτες χώρες αυτής της κατηγορίας) ανήλθε από 11,9% στο 13,4%. Παρόλο που η κατανάλωση των χωρών οι οποίες δεν παράγουν ελαιολάδο παρουσιάζει αύξηση, το μερίδιό τους στην παγκόσμια κατανάλωση παραμένει σταθερό και ανέρχεται σε περίπου 6,5%. Παράλληλα, στις χώρες παραγωγής παρατηρείται εν γένει μείωση της κατανάλωσης ανά κάτοικο (Τυνησία: -2,6 κιλά/κάτοικο – Ευρωπαϊκή Ένωση: -1,7 κιλά/κάτοικο – Συρία: -1,3 κιλά/κάτοικο), ενώ στις χώρες με μικρή παραγωγή και στις χώρες χωρίς εγχώρια παραγωγή η κατανάλωση ελαιολάδου ανά κάτοικο αυξάνεται (Αυστραλία: +0,4 κιλά/κάτοικο – Ελβετία: +0,4 κιλά/κάτοικο – Καναδάς: +0,2 κιλά/κάτοικο – ΗΠΑ: +0,1 κιλά/κάτοικο).

Παρόλο που παρατηρείται μείωση των ποσοστών της ευρωπαϊκής κατανάλωσης⁷, η συνολική κατανάλωση των προαναφερθεισών χωρών εξακολουθεί να διευρύνεται (αύξηση 241.000 τόνων μέσα σε μία δεκαετία) με μέσο όρο ετήσιας ανάπτυξης κατά 2,24%. Οι χώρες που δεν διαθέτουν εγχώρια παραγωγή αντιπροσωπεύουν προς το παρόν περίπου 7,3% της κατανάλωσης ελαιολάδου σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Μετά από μια ανεπαίσθητη μείωση την περίοδο 2006/2007 λόγω της προσχώρησης νέων κρατών στην ΕΕ το ποσοστό κατανάλωσης των χωρών αυτών αυξήθηκε κατά 0,2 μονάδες, ήτοι από 143.900 τόνους σε 148.700 τόνους. Η Γερμανία, η Μεγάλη Βρετανία (παρά τη ραγδαία μείωση της κατανάλωσής της την τελευταία διετία), οι Κάτω Χώρες, το Βέλγιο και το Λουξεμβούργο εξακολουθούν να θεωρούνται κύριοι καταναλωτές μεταξύ των χωρών που δεν διαθέτουν εγχώρια παραγωγή. Η Αυστρία και η Σουηδία γνωρίζουν ευνοϊκή εξέλιξη, αφού η κατανάλωση στις χώρες αυτές σχεδόν τριπλασιάστηκε μέσα σε 10 χρόνια. Τέλος, η κατανάλωση στην Πολωνία αυξήθηκε κατά 2.000 τόνους σε 3 χρόνια. Οι υπόλοιπες χώρες απορροφούν κάτω από 5.000 τόνους ελαιολάδου ανά έτος.

Evolution de la part des pays non producteurs dans la consommation européenne d'huile d'olive (en 1 000 t - source COI - graph AFIDOL/AP)



ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ: ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΕΙΝΑΙ 1,9 ΕΚ. ΤΟΝΟΙ ΓΙΑ ΤΟ 2008/2009

(Πηγή : Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου)

Η μείωση της μέσης κατανάλωσης (μέσος όρος ανά κάτοικο) στην Ευρώπη οφείλεται στη μετάβαση από την Ευρώπη των 15 στην Ευρώπη των 27 κρατών μελών, αποτέλεσμα της οποίας είναι η αύξηση του μετρήσιμου στατιστικού όγκου χωρίς αυτό να συνδυάζεται με ταυτόχρονη αύξηση της κατανάλωσης: Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των νέων κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης μετά το 2000 δεν καταναλώνει καθόλου ή καταναλώνει μικρή ποσότητα ελαιολάδου. Στις χώρες του Μαγκρέμπ (Β. Αφρική) και της Μέσης Ανατολής, η εν λόγω μείωση ενδεχομένως οφείλεται και στην αύξηση των τιμών του ελαιολάδου. Εντούτοις, πρέπει να σημειωθεί ότι προς το παρόν δεν έχει προσμετρηθεί η κατανάλωση ελαιολάδου της Κίνας, παρόλο που αυξάνεται με πρωτόγνωρο ρυθμό τα τελευταία 2 με 3 έτη και αναμένεται να ανέλθει στους 120.000 με 150.000 τόνους έως την περίοδο 2010/2011.

⁷ Ένας από τους λόγους είναι σίγουρα η διαφοροποίηση των προϊόντων με βάση τα λίπη (βλ. παρακάτω σχετικά με τη μείωση της κατανάλωσης λιπών) λόγω των εκστρατειών κατά της παχυσαρκίας και της χοληστερίνης.

Η Ιταλία ηγείται με μεγάλη διαφορά της κατάταξης ανάμεσα στις ευρωπαϊκές χώρες με τη μεγαλύτερη κατανάλωση παγκοσμίως, η οποία ανήλθε σε 852.000 τόνους το 2007 και 810.000 τόνους το 2008. Ακολουθούν η Ισπανία (570.000 τόνοι το 2007 και 625.000 το 2008) και η Ελλάδα (284.000 τόνοι το 2007, χωρίς προβλεπόμενη αύξηση το 2008). Η κατανάλωση ελαιολάδου στις χώρες της Βόρειας Ευρώπης είναι αισθητά μικρότερη.

Η Ελλάδα μέχρι το 2006 κατείχε το παγκόσμιο ρεκόρ κατανάλωσης 25 κιλών ελαιολάδου ανά κάτοικο, ενώ το 2008 κατήλθε στα 16,5 κιλά. Ωστόσο, παρόλο που η κατανάλωση ελαιολάδου στις μεσογειακές χώρες με παραδοσιακές διατροφικές συνήθειες παρουσιάζει τάσεις μείωσης λόγω της ενσωμάτωσης των συνηθειών του αμερικανικού τρόπου ζωής που κερδίζουν έδαφος και προτρέπουν στην κατανάλωση άλλων κατηγοριών λιπών και ελαίων, η κατανάλωση ελαιολάδου τριπλασιάστηκε την τελευταία εικοσαετία στις υπόλοιπες χώρες του πλανήτη κάτω από την πίεση της διαφήμισης και των συμβουλών των διατροφολόγων. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι Κρήτες— οι οποίοι ανέκαθεν παρουσίαζαν χαμηλότερο ποσοστό θνησιμότητας λόγω καρδιοαγγειακών ασθενειών στον κόσμο— ακολουθούν ακόμα και σήμερα τον παραδοσιακό τρόπο διατροφής.

Ο καθηγητής της Σχολής Ιατρικής του Πανεπιστημίου της Grenoble στη Γαλλία, Michel Lorgeril, συνέχισε έρευνα του καθηγητή Ancel Keys σχετικά με τη μεσογειακή διατροφή, τα ενδιαφέροντα αποτελέσματα της οποίας δημοσιεύτηκαν τον Ιούνιο 1994 στο ιατρικό περιοδικό *Lancet* καθιστώντας τον ιδιαίτερα δημοφιλή σε σύντομο χρονικό διάστημα. Εν συνεχεία, ο Γάλλος καθηγητής Serge Renaud ο οποίος ανακάλυψε το «γαλλικό παράδοξο», όπως καλείται στον τομέα της διατροφής, δημοσίευσε μια μελέτη γνωστή ως «*The Lyon Diet Study*» σύμφωνα με την οποία όσοι υπέστησαν έμφραγμα για πρώτη φορά και εν συνεχεία υιοθέτησαν διατροφή κρητικού τύπου παρουσίασαν μείωση του κινδύνου εμφράγματος και αγγειο-εγκεφαλικών επεισοδίων σε ποσοστό 75%, ενώ η ομάδα αυτών που ακολούθησαν αποκλειστικά μια δίαιτα χαμηλή σε λιπαρές ουσίες δεν παρουσίασε παρά μια μείωση σε ποσοστό 25 %. Ο γυναικείος τύπος αναφέρεται κατ' επανάληψη στις μελέτες του Renaud και στα οφέλη της μεσογειακής διατροφής. Παρόλα ταύτα, η γαλλική κατανάλωση ελαιολάδου παραμένει μέτρια και περιορίζεται στα 1,7 λίτρα ανά άτομο το χρόνο.

Η γαλλική παραγωγή είναι ωστόσο ανεπαρκής σε εθνικό επίπεδο για να καλύψει τις εγχώριες ανάγκες: καταναλώθηκαν συνολικά 100.000 τόνοι ελαιολάδου το 2007, εκ των οποίων μόνο το 4,5% παράχθηκε στη Γαλλία και 104.000 τόνοι το 2008. Η κατανάλωση ελαιολάδου τετραπλασιάστηκε σε μια εικοσαετία, αλλά οι μαγειρικές συνήθειες των Γάλλων και η τιμή του ελαιολάδου σε σχέση με τα σπορέλαια μειώνουν το ρυθμό ανάπτυξης της αγοράς (Η ραγδαία άνοδος της τιμής των δημητριακών δεν ευνόησε ουσιαστικά τις πωλήσεις ελαιολάδου).

Επίσης καθοριστικός παράγοντας ιδιαίτερης σημασίας για την παρούσα έρευνα, με στόχο την αύξηση των πωλήσεων ελαιολάδου ελληνικής προελεύσεως στη γαλλική αγορά, είναι η απουσία προώθησης του ελαιολάδου και συγκεκριμένα του ελληνικού ελαιολάδου στα σημεία πώλησης και γενικότερα η έλλειψη πληροφόρησης του Γάλλου καταναλωτή σχετικά με την ανωτερότητα των προϊόντων αυτών από άποψη ποιότητας και γεύσης.

Τα λίπη και τα βρώσιμα έλαια

Η κατανάλωση λιπών δέχεται έντονη κριτική εδώ και μερικά χρόνια, οι δε βασικές λιπαρές ουσίες (μη ενσωματωμένες σε τρόφιμα) υφίστανται σε μεγαλύτερο βαθμό τις συνέπειες. Η διάθεση στην αγορά νέων πιο «διαιτητικών» προϊόντων όπως οι μαργαρίνες με λιπαρά οξέα ωμέγα 3, οι προσμίξεις ελαίων ή τα εμπλουτισμένα έλαια, τα βούτυρα με εξαιρετικά χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρές ουσίες που φέρουν την ένδειξη «ultra light» (στο πιο καινούργιο προϊόν που κυκλοφόρησε αναφέρεται περιεκτικότητα σε λιπαρές ουσίες 10%) επέτρεψε στον τομέα να μην καταρρεύσει χωρίς ωστόσο να σταματήσει τη σταδιακή υποβάθμιση της αξίας των λιπαρών ουσιών και ελαίων με εξαίρεση το βούτυρο, η κατανάλωση του οποίου αυξήθηκε τα τελευταία δύο χρόνια.

Η κατανάλωση λιπαρών ουσιών : χαρακτηριστικά της γαλλικής αγοράς

Κατά το 2007 πωλήθηκαν πάνω από ένα δισεκατομμύριο συσκευασμένα λίπη από τα οποία 643,9 εκατομμύρια ήταν συσκευασίες βουτύρου (63%), 310,5 εκατομμύρια βρώσιμα έλαια (30,5%) και 60,8 εκατομμύρια μαργαρίνες. Η πώληση προϊόντων με λιπαρές ουσίες υποχώρησε σε ποσοστό 0,43% σε σύγκριση με το 2006. Η μείωση αυτή παρατηρείται κυρίως στα βρώσιμα έλαια (1,66%) και τις μαργαρίνες (1,54%), καθώς οι πωλήσεις προϊόντων βουτύρου αυξήθηκαν κατά 0,29% (Η αύξηση αυτή οφείλεται βεβαίως στην αύξηση των διαφορετικών προσφερόμενων προϊόντων: βούτυρα αλατισμένα, βούτυρα χαμηλά σε λιπαρά με όλο και χαμηλότερη περιεκτικότητα σε λιπαρές ουσίες, νέες συσκευασίες, κοκ). Τα ποσοστά διείσδυσης στην αγορά των βρωσίμων ελαίων και του βουτύρου ευρίσκονται στο ίδιο σχεδόν επίπεδο και ανέρχονται σε 93,3% και 91,6% αντίστοιχα, ήτοι πλέον των 23.800.000 νοικοκυριών είναι καταναλωτές των πρώτων και περίπου 23.500.000 νοικοκυριών καταναλωτές των δευτέρων.

Ο αριθμός των συσκευασμένων τεμαχίων βουτύρου που πωλήθηκαν σημείωσε σημαντική αύξηση κατά +0,41% σε σχέση με αυτόν του συσκευασμένου ελαιολάδου που εμφάνισε μείωση κατά -0,78%. Οι πωλήσεις αυτές αναφέρονται σε συσκευασίες 250 γραμμαρίων για το βούτυρο και 1 λίτρου ή και μεγαλύτερων για τα βρώσιμα έλαια. Η κατανάλωση ανά νοικοκυριό εκτιμάται σε 7,5 κιλά βούτυρο και 12,6 λίτρα βρώσιμα έλαια (εκ των οποίων 4 λίτρα ελαιόλαδο). Η μέση τιμή ανά συσκευασμένο τεμάχιο βουτύρου σημείωσε μικρή αύξηση το 2007 περνώντας από 1,30 € σε 1,40 €. Εξαιτίας των προβλημάτων προμήθειας πρώτων υλών αναμενόταν επιπλέον αύξηση το 2008. Οι μέσες τιμές μαργαρίνης και ελαίων το 2007 διατηρήθηκαν στα 1,10 € και 2,40 € αντίστοιχα. Ωστόσο, το 2008 ο πληθωρισμός επηρέασε τις τελικές τιμές των προϊόντων αυτών οι οποίες σημείωσαν αύξηση 11,5% (έλαια) και 9,8% (βούτυρο, μαργαρίνη, κρέμα) (πηγή: LSA n°2055, 04/09/2008 - εβδομαδιαία περιοδική έκδοση)

Σε γενικές γραμμές, το έτος 2007 οι καταναλωτές κατέβαλαν 30 € για να αγοράσουν βούτυρο και 22,5 € για να αγοράσουν βρώσιμα έλαια.

Γ. ΓΑΛΛΙΑ, 5^Η ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ΔΣΕ, η γαλλική κατανάλωση αυξάνεται συνεχώς και ανέρχεται σε 105 εκατομμύρια λίτρα (100.000 τόνοι) την περίοδο 2006/2007, αντιστοιχεί δε σε περίπου 1,7 λίτρα ανά κάτοικο ετησίως σημειώνοντας αύξηση 0,2 λίτρα μέσα σε οκτώ χρόνια.



(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

1) Η κατανάλωση ελαιολάδου

Το ελαιόλαδο παραμένει το ευρύτερα διαδεδομένο φυτικό έλαιο μετά το ηλιέλαιο, κατατάσσεται δε πριν από τα έλαια ειδικού τύπου τα οποία αντιπροσωπεύουν μια αγορά περίπου 63,4 εκατομμυρίων λίτρων διακινουμένων στις αλυσίδες σουπερμάρκετ μεσαίου και μεγάλου μεγέθους και στα καταστήματα πωλήσεων σε πολύ χαμηλές τιμές (καταστήματα «hard discount»). Εξ αυτών, 36,6 εκατομμύρια λίτρα είναι μείγματα ελαιών και 25,5 εκατομμύρια λίτρα έλαια για τηγάνισμα.

Η γαλλική κατανάλωση ελαιολάδου κατανέμεται μεταξύ της άμεσης κατανάλωσης, υπολογιζόμενη σε περίπου 75 με 85 εκατομμύρια λίτρα και της χρήσης στους τομείς γεωργικών προϊόντων διατροφής (προμαγειρευμένα γεύματα και λοιπά προπαρασκευασμένα προϊόντα) και καλλυντικών⁸, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν μια αγορά περίπου 15-20 εκατομμυρίων λίτρων.

⁸ Ο κόσμος της ομορφιάς και των καλλυντικών: Το ελαιόλαδο κατέκτησε με την αγορά των βιολογικών καλλυντικών προϊόντων, ωστόσο αντιμετωπίζει την παρούσα περίοδο τον ανταγωνισμό του αργανελαίου, ενός νέου, ταχέως αναπτυσσόμενου και με μεγάλη ζήτηση προϊόντος.

2) Το περιβάλλον ανταγωνισμού

Ο ανταγωνισμός στον τομέα των επιτραπέζιων ελαίων είναι ιδιαίτερα σκληρός για το ελληνικό ελαιόλαδο: πωλούμενο 7,5 ευρώ/λίτρο στην Ελλάδα, το ελληνικό ελαιόλαδο οφείλει να ανταγωνιστεί τα υψηλής ποιότητας ηλιέλαια με τιμή πώλησης 7 ευρώ/λίτρο, η οποία διαμορφώθηκε σε αυτό το επίπεδο μετά τη ραγδαία αύξηση της τιμής των ελαιούχων προϊόντων στη Γαλλία σε ποσοστό 39% μεταξύ 2006 και 2007, καθώς και το σύνολο των υπόλοιπων προϊόντων που κυκλοφορούν στην αγορά (μαργαρίνες και παράγωγα αυτών, αραχιδέλαιο, σογιέλαιο, γιγαρτέλαιο, βαμβακέλαιο, φοινικέλαιο).

Απαιτείται λοιπόν εντατική προσπάθεια προώθησης στα σημεία πώλησης με στόχο να πεισθούν οι καταναλωτές να χρησιμοποιούν περισσότερο το ελαιόλαδο, ειδικότερα δε ελαιόλαδο ελληνικής προέλευσης στη μαγειρική. Παρόλο που την τελευταία εικοσαετία οι Γάλλοι καταναλωτές είναι άρτια ενημερωμένοι σχετικά με τα πλεονεκτήματα της μεσογειακής διατροφής, εξακολουθούν ωστόσο να προτιμούν ελαφρότερα και κυρίως φθηνότερα έλαια στη μαγειρική.

Τα ελληνικά ελαιόλαδα, που πωλούνται ως επί το πλείστον ως μη τυποποιημένα, χρησιμοποιούνται στα μείγματα και πωλούνται ως απλά ή βιολογικά προϊόντα υπό το σήμα του κατασκευαστή. Σημειώνουμε ότι είναι αδύνατη η ώσμωση σε περίπτωση πρόσμιξης δύο τύπων ελαιολάδου με διαφορετική προέλευση. Κάθε μείγμα έχει ως αποτέλεσμα ένα κοινό τύπο ελαιολάδου, σύμφωνα με τη διαβεβαίωση του Eric Verdier, ειδικού συμβούλου στην Oliviers & Co.

Κάθε φορά που γίνεται πρόσμιξη λιπαρών ουσιών, μειώνεται η ποιότητα με αποτέλεσμα τα ελαιόλαδα αυτά να διατίθενται στην αγορά με την ετικέτα του κατασκευαστή ως προϊόντα είτε κοινά είτε βιολογικά. Ωστόσο, μια τέτοια κατάσταση σίγουρα δεν ευνοεί την αναγνώριση της ποιοτικής ανωτερότητας των προϊόντων.

Σημειώνουμε ότι σχεδόν κανένα ελληνικό ελαιόλαδο δεν κυκλοφορεί στα σούπερμάρκετ με επώνυμη συσκευασία. Η κατηγορία μέσων τιμών 7,5 -15 ευρώ το λίτρο μονοπωλείται εξ ολοκλήρου από τις εταιρείες Lesieur και Puget. Η καλή σχέση ποιότητας τιμής των ελληνικών ελαιολάδων θα έπρεπε να αποτελεί μείζον πλεονέκτημα των επωνύμων προϊόντων κατά την τοποθέτησή τους στα ράφια των σούπερμάρκετ με διακριτή μάρκα, όπως έγινε με το ανδαλουσιανό ελαιόλαδο Andalena της εταιρείας Lesieur.

Πραγματικές ευκαιρίες για τα ελληνικά ελαιόλαδα στη γαλλική αγορά έχουν μόνο τα προϊόντα υψηλής ποιότητας. Οφείλουν ωστόσο να ανταγωνιστούν τα ελαιόλαδα της Προβηγκίας ή τα ποιοτικά ελαιόλαδα της Τοσκάνης, (με το λάδι Laudemia πρώτο σε ζήτηση). Η πώληση των ελληνικών ελαιολάδων γίνεται προς το παρόν σε πολύ κλειστό κύκλο από τα μικρά καταστήματα τροφίμων και τα ελληνικά εστιατόρια. Η ανάπτυξη ιστοσελίδων με βιολογικά ή τοπικά προϊόντα ευνοεί τις παραγγελίες τέτοιων προϊόντων, ιδίως δε των κρητικών ελαιολάδων.

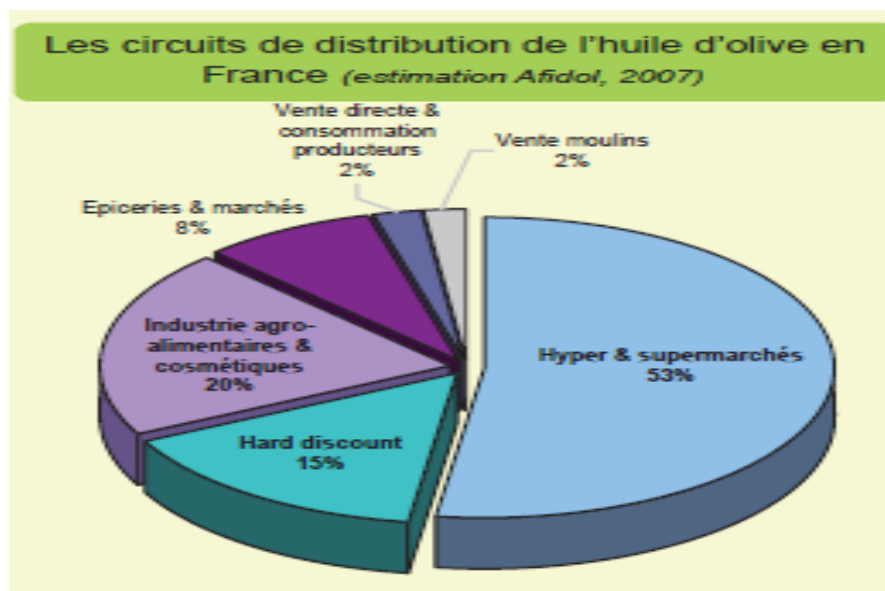
IV. Η γαλλική αγορά

Χαρακτηριστικά της γαλλικής αγοράς: Έχοντας ως σημείο αναφοράς το έτος 2000, το ελαιόλαδο αντιπροσώπευε τον δεύτερο σε σπουδαιότητα τομέα από άποψη όγκου πωλήσεων με 21% της αγοράς ελαίων και τον πρώτο από άποψη τιμών με 47,5%. Ο κύκλος εργασιών του τομέα αντιπροσώπευε 274,6 εκατομμύρια ευρώ και αντιστοιχούσε σε κατανάλωση 51,7 εκατομμυρίων λίτρων ελαιολάδου.

A. Τα δίκτυα διανομής ελαιολάδου στη Γαλλία

Η διάθεση του ελαιολάδου στο γαλλικό έδαφος και στα σημεία πώλησης πραγματοποιείται υπό άριστες προϋποθέσεις, έχει δε επικρατήσει η εικόνα ενός προϊόντος ιδιαίτερα προσιτού σε όλες τις κοινωνικές τάξεις.

Ωστόσο, τα δίκτυα διανομής της γαλλικής αγοράς μονοπωλούνται από τον όμιλο Unilever και την εταιρεία Lesieur⁹. Ο όμιλος Unilever, στη δεύτερη θέση παγκοσμίως στον τομέα γεωργικών προϊόντων διατροφής και με ηγετική θέση σε ευρωπαϊκό επίπεδο στον τομέα αρτυμάτων και καρυκευμάτων (πρόσφατα εγκαινιάστηκε η λειτουργία Ευρωπαϊκού Κέντρου Καινοτομίας Αρτυμάτων στην πόλη Dijon), προέβη στη σύναψη συμφωνίας εκχώρησης του τομέα ελαιολάδου και όξους με την επωνυμία Bertolli στον ισπανικό όμιλο Grupo Sos Cuertara, στον οποίο ανήκει ήδη το ελαιόλαδο Carbonell. Ο όμιλος Unilever διατηρεί ωστόσο τις λοιπές δραστηριότητες των προϊόντων Bertolli : κατεψυγμένα είδη, μαργαρίνες και αρτύματα. Η συμφωνία περίπου 630 εκατομμυρίων ευρώ προβλέπεται να λάβει χώρα περί τα τέλη του έτους. Η εν λόγω μεταβίβαση χαρακτηρίζει τη βούληση των Ισπανών, που κατέχουν ήδη ηγετική θέση στην παραγωγή ελαιολάδου σε παγκόσμιο επίπεδο, να μονοπωλήσουν ταυτόχρονα και τα δίκτυα διανομής.



(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

⁹ **Lesieur**: Εταιρεία του ομίλου **Saïrol**, με κύκλο εργασιών 667 εκατ. ευρώ το 2007 με αναμφισβήτητη ηγετική θέση στην αγορά ελαίων της Γαλλίας. Ο όμιλος Saïrol-Lesieur ελέγχεται από το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα του τομέα φυτικών ελαίων και πρωτεϊνών με την επωνυμία **Sofiprotéol** σε συνεργασία με τον διεθνή όμιλο Bunge, ο οποίος κατέχει ηγετική θέση παγκοσμίως στη μεταποίηση των ελαιούχων σπόρων. Η Lesieur γιορτάζει φέτος 100 χρόνια από την ίδρυσή της.

Καίρια αριθμητικά στοιχεία :

Απλοποιημένη Ανώνυμη Εταιρεία (S.A.S.) με κεφάλαιο 36.689.935,92 ευρώ

Συνολικές θέσεις απασχόλησης την 31/12/2006: 583

Γενικός Διευθυντής: Yves DELAINE

Υποδιευθυντής : Romain NOUFFER

Μερίδιο αγοράς σε όγκο: 36.9%

Μερίδιο αγοράς σε αξία: 44.0%

1) Οι παίκτες των δικτύων διανομής

Η κατάσταση αυτή δυσχεραίνει την διείσδυση των ελληνικών ελαιολάδων στις ευρωπαϊκές αγορές και θα οδηγήσει αναμφισβήτητα σε πιέσεις τιμών σε όλα τα επίπεδα του εν λόγω τομέα. Τα δίκτυα διανομής διαφέρουν ανάλογα με τα σημεία πώλησης:

- Προμηθευτές χονδρικής, Εισαγωγείς, Ευρωπαίοι κεντρικοί προμηθευτές στο πλαίσιο των αλυσίδων σουπερμάρκετ, κεντρικοί προμηθευτές με έδρα τη Γαλλία, χονδρέμποροι με έδρα όπως στην Κεντρική Αγορά του Rungis.

- Πολυκαταστήματα εμπορίου τροφίμων: οι υπεραγορές, τα σουπερμάρκετ και καταστήματα εδωδιμων ειδών αντιπροσωπεύουν μονάχα 1,5% των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον τομέα, πραγματοποιούν ωστόσο το 43,6% του τζίρου του τομέα της τροφοδοσίας:

→ Αλυσίδες μεγάλων πολυκαταστημάτων (Auchan, Carrefour, Géant Casino, Cora, Intermarché, E-Leclerc...)

→ Ανεξάρτητα υποκαταστήματα σουπερμάρκετ (Intermarché, E-Leclerc, Hyper U...)

→ Αλυσίδες σουπερμάρκετ (Casino, Champion, Intermarché, March, Shopi, Super U...)

→ Ανεξάρτητα σουπερμάρκετ (Intermarché, E-Leclerc, Super U...)

→ Μικραγορές

→ Σουπερμάρκετ με εκπτώτικες τιμές και πολύ χαμηλές τιμές (Aldi, Leader Price, Muttant, Norma, Netto...)

→ Κεντρικοί προμηθευτές μεγάλων επιχειρήσεων

→ Πρακτορεία αγοράς τροφίμων

→ Καταστήματα με γαστρονομικά προϊόντα, καταστήματα τροφοδοσίας και οίνου

→ Απευθείας πώληση από μικροπαραγωγούς

→ Πώληση μέσω Διαδικτύου: μεγάλος αριθμός ιστοσελίδων ελαιοκομικών προϊόντων ποικίλης προέλευσης, τοπικών προϊόντων και ιστότοπων σουπερμάρκετ με δυνατότητα ηλεκτρονικών αγορών και παράδοσης κατ' οίκον

Τα πολυκαταστήματα και σουπερμάρκετ τροφίμων διαθέτουν προς πώληση περίπου το 78% του ελαιολάδου που διατίθεται στη Γαλλία, δηλαδή περί τους 61.000 τόνους (66,5 εκατομμύρια λίτρα).

Ο δυναμικότερος τομέας κλασικής μεθόδου διάθεσης ελαιολάδου σήμερα είναι τα καταστήματα πώλησης προϊόντων σε πολύ χαμηλές τιμές. Ο τομέας παρουσιάζει σταθερή ετήσια επέκταση 3 με 4%. Οι πωλήσεις σε μεγάλα πολυκαταστήματα παρουσιάζουν μεγαλύτερα κέρδη (μείωση 3,1% το 2006, αύξηση 0,7% το 2007).

2) Η αξία του τομέα

Ο τομέας του ελαιολάδου αντιπροσωπεύει 387,7 εκατομμύρια ευρώ, σημειώνοντας κάμψη κατά 4,1%, οφειλόμενη στην πτώση τιμών του ελαιολάδου.

Οι πωλήσεις στα καταστήματα με πολύ χαμηλές τιμές (discount) ανέρχονται σε 66,7 εκατομμύρια ευρώ, ήτοι 17,2% του κύκλου εργασιών και 22,5% των πωλήσεων του τομέα. Οι συσκευασίες των 0,5 και 0,75 λίτρων, λόγω των πλεονεκτημάτων τους, αυξάνουν την συμμετοχή τους στον συνολικό κύκλο πωλήσεων, παρόλο που η τιμή πώλησής τους παρουσίασε πτώση 2 με 3%. Στο εμπόριο διατίθεται σχεδόν αποκλειστικά αγνό παρθένο ελαιόλαδο.

3) Οι πωλήσεις σε υπεραγορές και σουπερμάρκετ

Οι πωλήσεις βρωσίμων ελαίων συνεχίζουν την καθοδική πορεία τους σημειώνοντας κάμψη του όγκου πωλήσεων κατά 2,3% σε σχέση με το 2006 (οι απώλειες σε γενικά επίπεδα κυμαίνονται μεταξύ 2 και 3% ετησίως), ήτοι μείωση κατά περίπου 5,5 εκατομμύρια λίτρα.

Η αγορά βρωσίμων ελαίων σε υπεραγορές και σουπερμάρκετ ανέρχεται σήμερα σε 236.700.000 λίτρα έναντι περισσότερο από 250.000.000 λίτρα το 2005. Το ηλιέλαιο παραμένει το πιο διαδεδομένο φυτικό έλαιο με πωλήσεις που ξεπερνούν τα 101,5 εκατομμύρια λίτρα.

Μεταξύ των πωλούμενων σε ευρεία κλίμακα βρωσίμων ελαίων, το ηλιέλαιο, το κραμβέλαιο και τα μείγματα ελαίων παρουσίασαν αισθητή μείωση πωλήσεων 4,7%, 3,3% και 0,8% αντίστοιχα.

Εξαίρεση αποτελούν τα μείγματα ελαίων για την παρασκευή φοντί και τα έλαια για τηγάνισμα με σταθερή ετήσια ανοδική πορεία 3,8% και 4,8% αντίστοιχα.

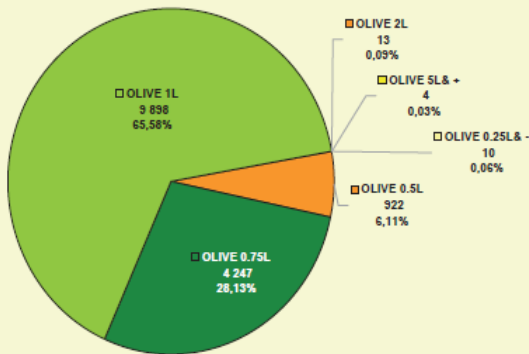
Τα έλαια με αρωματικά, τα έλαια για πίτσα και τα ελαιόλαδα άρχισαν να παρουσιάζουν ανοδική πορεία με αύξηση του όγκου πωλήσεων των κατά 14,8%, 6,5% και 0,7% αντίστοιχα, μετά από την αισθητή πτώση των πωλήσεων στις υπεραγορές και στα σουπερμάρκετ το 2006.

4) Τα καταστήματα πωλήσεων σε πολύ χαμηλές τιμές (hard discount)

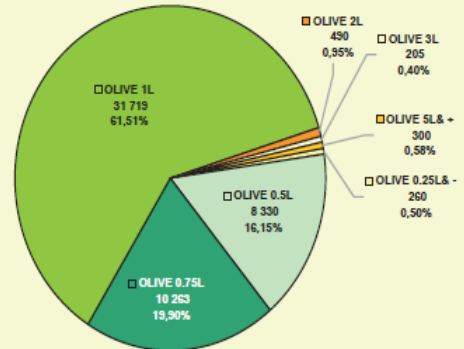
Η πτώση των πωλήσεων βρωσίμων ελαίων είναι λιγότερο αισθητή στα καταστήματα με πολύ χαμηλές τιμές και ανέρχεται μόλις σε 0,5%. Υπάρχει έντονη διαφορά μεταξύ της πορείας πωλήσεων βρωσίμων ελαίων τα οποία σημείωσαν αύξηση 10,1% (ηλιέλαιο) και 11,7% (αραχιδέλαιο) και των μειγμάτων ελαίων, τα οποία σημείωσαν μεγάλη μείωση 55% (έλαιο με αρωματικά), 57% (κραμβέλαιο) και 78% (έλαιο για πίτσα). Η εν λόγω εξέλιξη στα ποσοστά πωλήσεων ίσως οφείλεται στην εκ νέου επικέντρωση των πωλήσεων των καταστημάτων hard discount στα λεγόμενα «βασικής κατηγορίας» βρώσιμα έλαια όπου αντιπροσωπεύουν 86,4 εκατομμύρια λίτρα, ποσότητα που αντιστοιχεί στο 27% των πωλήσεων ελαίων στις υπεραγορές και στα σουπερμάρκετ.

Το ηλιέλαιο αντιπροσωπεύει ποσοστό περίπου 60% της αγοράς στον τομέα πωλήσεων στα καταστήματα με πολύ χαμηλές τιμές. Εν συνεχεία ακολουθούν το ελαιόλαδο με ποσοστό 17,4% της αγοράς (ήτοι 3 μονάδες πιο κάτω από τις πωλήσεις στις υπεραγορές και στα σουπερμάρκετ, συνεπώς παραμένουν ελκυστικό σημείο πώλησης του ελαιολάδου), τα έλαια για τηγάνισμα, τα οποία αντιπροσωπεύουν ποσοστό 12% της αγοράς και σημειώνουν διαφορά πωλήσεων μονάχα 5 εκατομμυρίων λίτρων σε σχέση με τις αντίστοιχες πωλήσεις στα σουπερμάρκετ). Οι υπόλοιποι τύποι ελαίων (καρυδέλαιο, μείγματα ελαίων, κλπ) σπάνια διατίθενται στα καταστήματα με πολύ χαμηλές τιμές. Οι εν λόγω αλυσίδες διανομής προτιμούν να εστιάσουν τις πωλήσεις τους σε περιορισμένο αριθμό προϊόντων που περιλαμβάνει βασικά είδη τροφίμων διαθέτοντας πιο εξεζητημένα προϊόντα μόνο υπό μορφή ελκυστικών από άποψη τιμής ή προσφερόμενου προϊόντος προσφορών μικρής χρονικής διάρκειας.

Part des ventes d'huile d'olive en Hard discount par type de contenant
(en 1 000 l, Nielsen, graph Afidol/A.P. au 25/11/07)



Part des ventes d'huile d'olive en Hyper & Supermarchés par type de contenant
(en 1 000 l, Nielsen, graph Afidol/A.P. au 25/11/07)

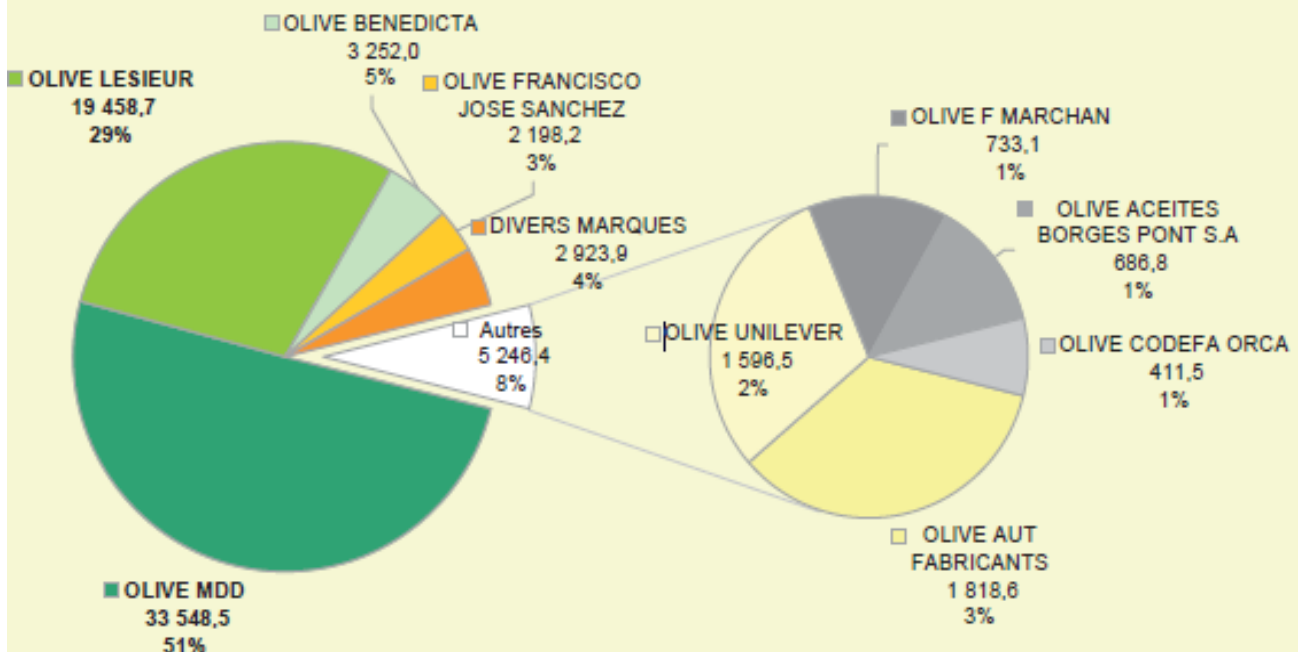


(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

5) Μεριδίο αγοράς αναλόγως με την επωνυμία

Παρατίθενται ορισμένες επώνυμες μάρκες που διατίθενται στη γαλλική αγορά: Auchan, Bio Village με την επωνυμία Repère (Leclerc) - προϊόν βιολογικής καλλιέργειας, Bonnetterre (Ιταλικής προέλευσης), AB, Bouton d'Or, Carapelli Firenze classico, Carrefour ιταλικής προέλευσης, Château de Montfrin, Château Virant AOC Aix-en-Provence 2006, Demeter Poderi Vairo – προϊόν βιολογικής βιοδυναμικής καλλιέργειας, Leader Bio (Leader Price) AB, Leader Price, Le Brin d'Olivier AOC Nyons, Lesieur, Maille, Marque 1, Monoprix Gourmet Ισπανίας, Naturalia – προϊόν βιολογικής καλλιέργειας, Nos Régions ont du talent (Leclerc) AOC Vallée des Baux-de-Provence, Oli, Olio di Corsica AOC Corse, Pouce levé, Puget, Puget Douce Olives Jeunes, Reflets de France (Carrefour) AOC Vallée des Baux-de-Provence, Vita d'or.)

Part de marché en volume des différentes marques dans le secteur de l'huile d'olive ventes en grandes et moyennes surfaces & hard discount
(en 1 000 t. et %, 2007, Nielsen, graph. Afidol/A.P.)



(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

B. Οι επωνυμίες προϊόντων

Τα προϊόντα που φέρουν την ετικέτα του διανομέα αντιπροσωπεύουν ποσοστό 51% της αγοράς σε όγκο πωλήσεων και 45 % της αγοράς σε αξία πωλήσεων.

Μεταξύ αυτών, τα προϊόντα με θεματική ετικέτα (ιδίως τα προϊόντα « premium », όπως για παράδειγμα οι ετικέτες (ΕΟΠ ή ΠΟΠ) αντιπροσωπεύουν 1.815.800 λίτρα (ήτοι 5% της αγοράς των προϊόντων που φέρουν την ετικέτα του κατασκευαστή).

Τα προϊόντα επωνυμίας Lesieur κατατάσσονται στις πρώτες θέσεις των προτιμήσεων των καταναλωτών ενώ ακολουθούν τα προϊόντα επωνυμίας Benedicta. Παρά τη γενική τάση πτώσης των πωλήσεων, κατάφεραν να αναπτυχθούν για ορισμένα προϊόντα εταιρειών όπως τα Codefa Orca, Bénédicte καθώς και νέες μάρκες προϊόντων όπως οι Huilerie Cauvin, Delieuze, F. Marchand και Ital Passion.

Τα γαλλικά ελαιολαδοειδή καλύπτουν μικρό μερίδιο της αγοράς πέραν αυτού που αντιστοιχεί στα προϊόντα με **θεματική ετικέτα** του κατασκευαστή. Ωστόσο, εκτιμάται ότι τα ελαιολαδοειδή που παράγουν προϊόντα με τη δική τους επωνυμία διαθέτουν προς πώληση στα σουπερμάρκετ και στα μικρότερης κλίμακας καταστήματα τροφίμων ποσότητα μεταξύ 150 και 250 τόνων ελαιολάδου γαλλικής προέλευσης, η οποία αντιπροσωπεύει κατά προσέγγιση μεταξύ 10 με 12% του ελαιολάδου που διατίθεται στην αγορά).

Γ. Οι συσκευασίες

Το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων πραγματοποιείται σε συσκευασίες του ενός λίτρου, οι οποίες αντιστοιχούν σε ποσοστό 61% των πωλήσεων σε όγκο. Οι πωλήσεις των συσκευασιών ενός λίτρου παρουσίασαν μεν μικρή προοδευτική αύξηση 0,7% στα κλασικά κανάλια διανομής, είχαν ωστόσο σημαντική μείωση 3,2% στα καταστήματα με πολύ χαμηλές τιμές. Τα καταστήματα hard discount προτιμούν χωρίς αμφιβολία να διαθέτουν προς πώληση μικρότερες και άρα φτηνότερες ανά τεμάχιο συσκευασίες των οποίων η τιμή πώλησης ανά λίτρο επιτρέπει σημαντικότερο περιθώριο κέρδους.

Οι πωλήσεις συσκευασιών ελαιολάδου 0,75 l και 0,5 l αυξάνονται σταθερά με κάλυψη ποσοστό πωλήσεων 21,7% και 13,8% αντίστοιχα. Η τάση αυτή παρατηρείται επίσης τόσο στα σουπερμάρκετ και στα μικρότερα καταστήματα τροφίμων όσο και στα καταστήματα πωλήσεων σε πολύ χαμηλές τιμές. Αξίζει να σημειωθεί ότι στα τελευταία οι πωλήσεις των συσκευασιών του μισού λίτρου παρουσίασαν ανοδική πορεία σε ποσοστό 1% των πωλήσεων το 2006 και 6% το 2007. Οι πωλήσεις των συσκευασιών 0,25 l κατέγραψαν μείωση 9% η οποία σημειώθηκε σε ποσοστό 64% στα καταστήματα πωλήσεως προϊόντων σε πολύ χαμηλές τιμές και σε ποσοστό 3,4% στα σουπερμάρκετ και στα μικρότερα καταστήματα τροφίμων.

V. Τάσεις της αγοράς

A. Ισχυρή τάση: Τα βιολογικά προϊόντα

Η σημασία του εδάφους για τους μικρούς παραγωγούς είναι ιδιαίτερα σημαντική και τους προσφέρονται κίνητρα από προγράμματα βελτίωσης της ποιότητας¹⁰ * με σκοπό τη χρήση μεθόδων παραγωγής όσο το δυνατότερο φυσικών, αποφεύγοντας για παράδειγμα την αλόγιστη χρήση φυτοφαρμάκων για την καταπολέμηση του δάκου. Πράγματι, η τάση της αγοράς των προϊόντων «βιο» στη Γαλλία είναι ισχυρή. Τα βιολογικά προϊόντα αποτελούν τον τομέα της αγοράς με το μεγαλύτερο κύκλο πωλήσεων. Οι πωλήσεις αυξήθηκαν σε ποσοστό 25% στα καταστήματα τροφίμων και εκτιμάται ότι το 2009 θα υπερβούν κατά γραμμική αναλογία αυτές των διαιτητικών προϊόντων. Λαμβάνοντας υπόψη τους αργούς ρυθμούς ανάπτυξης της γαλλικής αγοράς βιολογικών προϊόντων σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες, εκ των οποίων η Γερμανία έχει τα πρωτεία, υπάρχουν ακόμη μεγάλα περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης.

«Θα επιτύχουν όσοι καταφέρουν να δημιουργήσουν τους δικούς τους διαύλους διανομής», σύμφωνα με τις προβλέψεις του Yves Belin, αγοραστή βιολογικών προϊόντων της αλυσίδας σουπερμάρκετ Auchan. «Η Γαλλία οφείλει να αντιμετωπίσει μια σχετική έλλειψη». Η πρόκληση για τα προϊόντα υπό την ετικέτα του κατασκευαστή αφορά αποκλειστικά το μέγεθος των καναλιών διανομής. Πλην ορισμένων εταιρειών που ειδικεύονται στον τομέα των βιολογικών προϊόντων, όπως πχ η Bjorg ή η Vrai, οι γαλλικές εταιρείες βιολογικών προϊόντων κατέχουν μικρό μέρος της αγοράς οφείλοντας παράλληλα να καταβάλουν μεγάλη προσπάθεια για τον ανεφοδιασμό τους. «Πρέπει να καταβληθούν επιπλέον προσπάθειες για να οργανωθούν τα προηγούμενα στάδια της παραγωγής ώστε να ανταποκρίνονται στην αυξανόμενη ζήτηση. Πρέπει να πούμε ναι στους μικρούς παραγωγούς».

Η Afidol έχει ως στόχο να δώσει προτεραιότητα στην ποιότητα και όχι στην ποσότητα και υποστηρίζει σημαντικό αριθμό παραδοσιακών ελαιολιβιών που χρησιμοποιούν μυλόπετρα, η δυνατότητα παραγωγής των οποίων είναι περιορισμένη παρόλο το υψηλό κόστος παραγωγής μεταξύ 9 και 10 ευρώ στη Γαλλία έναντι του κόστους μεταξύ 2 και 2,5 ευρώ στην Ισπανία.

Ως απάντηση σε αυτή την «βιολογική» τάση στην οποία εντάσσονται επίσης οι αναδυόμενοι αποκλειστικοί δίαυλοι παραγωγής και διανομής προϊόντων θεμιτού εμπορίου, είναι αξιοσημείωτη η αντίδραση των ακόλουθων οικονομικών παραγόντων:

- **Μεταποιητές:** Παρατηρείται ανάπτυξη του τομέα προϊόντων υψηλής ποιότητας όπως αυτών που διατίθενται από τον όμιλο Lesieur. Η αγορά γνώρισε κορεσμό το 2005, κατά τη διάρκεια του οποίου η μείωση της παραγωγής σε ποσοστό 1,4% είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της αξίας των προϊόντων σε ποσοστό 2,2%, επιτρέποντας κατ' αυτό τον τρόπο τη διάθεση στην αγορά προϊόντων με υψηλή προστιθέμενη αξία. Ο όμιλος Lesieur σε συνεργασία με τον όμιλο Lenôtre προώθησε στην αγορά το προϊόν «Lesieur Grand Cru», επιλεγμένο ελαιόλαδο από ποικιλίες προερχόμενες 100% από την Προβηγκία. Ακολούθησε ο όμιλος Puget με την κυκλοφορία του «Puget héritage». Ας σημειωθεί ότι οι λογότυποι με αναφορές στην ελαιοκομική κληρονομιά χρησιμοποιούνται με τον ίδιο σχεδόν τρόπο που εμφανίζονται στα κρασιά διότι αληθινή επανάσταση στο μικρό αυτό κύκλο της γαστρονομίας αποτελεί η έλευση και η άνοδος των τοπικών προϊόντων. Το ελαιόλαδο πήρε τη σκυτάλη, έχοντας ως πρότυπο τον οίνο, τον καφέ, το τσάι, το μεταλλικό νερό. Το ελαιόλαδο σε μορφή σπρέι αποτελεί στην εποχή μας ένα προϊόν ιδιαίτερα διαδεδομένο.

- **Διανομείς:** Το σύνολο των μεγάλων εταιρειών συμπεριλαμβάνει πλέον στη δέσμη των προϊόντων τους οπωσδήποτε και κάποιο βιολογικό ελαιόλαδο.

¹⁰ Πρόγραμμα " OLEA 2020 ", με τη συμμετοχή ΕΕ, ONIGC και AFIDOL

- Εστιατόρια: Ορισμένοι ονομαστοί σεφ έδωσαν το όνομά τους σε κάποια προϊόντα ενώ άλλοι βελτίωσαν ήδη υπάρχουσες συνταγές με βάση το ελαιόλαδο ή γνήσια αρωματισμένα ελαιόλαδα (τιμή πώλησης: 5,90 ευρώ τα 140 γρ.).

Δεδομένου ότι το πρόχειρο φαγητό (σνακς) αποτελεί τη δεύτερη επικρατούσα τάση στη Γαλλία, οι Γάλλοι, όπως και πολλοί άλλοι Ευρωπαίοι, κατηγορούνται ότι διαπράττουν το έγκλημα της «κακής διατροφής»¹¹ εν τούτοις πολλοί είναι αυτοί που επιθυμούν την επιστροφή στη κοιτίδα των πραγματικών αξιών της γαστρονομίας. Προς τούτο τα fast-foods και τα άλλα ταχυφαγεία έχουν ως στόχο πλέον να προσφέρουν ισορροπημένα γεύματα που θα σέβονται τις παραδόσεις. Το ελληνικό ελαιόλαδο πρέπει να διεκδικήσει τη θέση που δικαιούται.

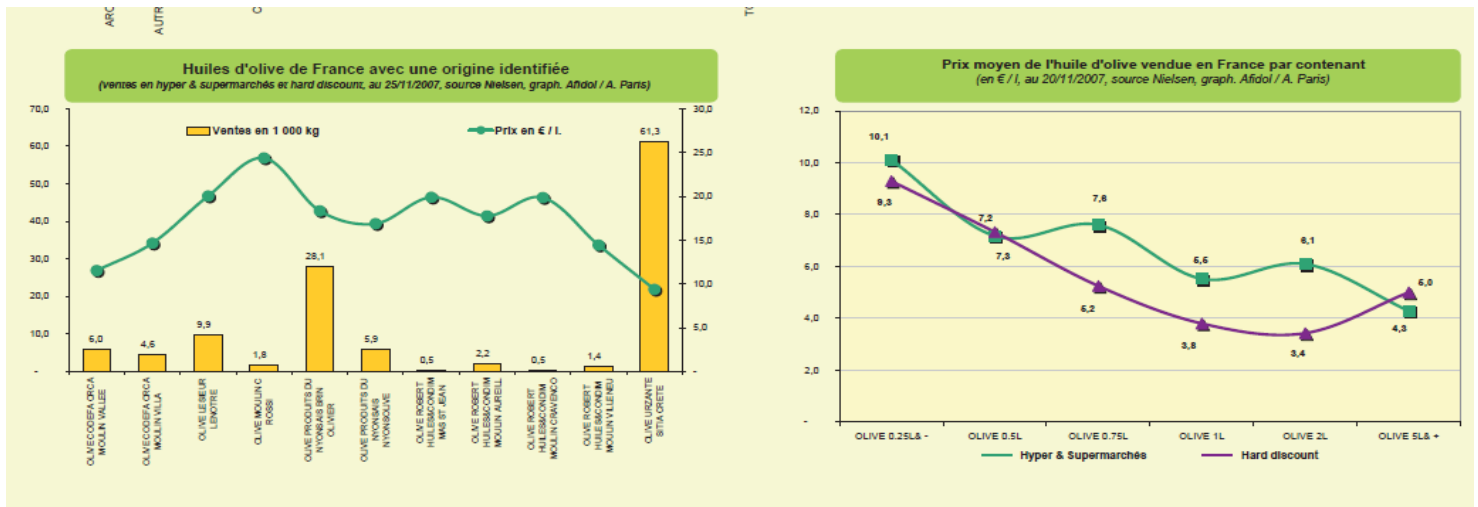
Σύμφωνα με μια έρευνα του INSEE που δημοσιεύτηκε την Τρίτη 16 Σεπτεμβρίου 2008, οι διατροφικές συνήθειες των Γάλλων έχουν αλλάξει μέσα σε διάστημα 45 ετών: καταναλώνουν λιγότερα φρέσκα προϊόντα και περισσότερα προμαγειρευμένα γεύματα.

B. Εξέλιξη των τιμών πώλησης στη γαλλική αγορά:

Ονομασία: Δείκτης Τιμών Καταναλωτή- ΔΤΚ- Μέση τιμή λιανικής πώλησης στις πρωτεύουσες – Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο (τιμή λίτρου) Ονομασία: Δείκτης τιμών πρώτων υλών- Μηνιαίος μέσος όρος – Ελαιόλαδο (€/τ) Αναγνωριστικό : 000442491 Πηγή : Στατιστική Υπηρεσία Γαλλίας					
Période	Année	Valeur	Remarque	Moyenne	Valeur
Février	2008	6,03			
Janvier	2008	6,05			
Décembre	2007	6,05		Moyenne 2007:	6,31
Novembre	2007	6,06			
Octobre	2007	6,1			
Septembre	2007	6,11			
Août	2007	6,25			
Juillet	2007	6,25			
Juin	2007	6,22			
Mai	2007	6,35			
Avril	2007	6,36			
Mars	2007	6,5			
Février	2007	6,66			
Janvier	2007	6,76			
Décembre	2006	6,77		Moyenne 2006:	6,8

¹¹ Από το 1960, το μερίδιο των δαπανών του προϋπολογισμού κατανάλωσης των νοικοκυριών που αφιερώνονται στη διατροφή στο σπίτι μειώθηκε στο μισό, περνώντας από το 25% στο 12%, το 2006. Πολλά στοιχεία μπορούν να εξηγήσουν την τάση αυτή: η αύξηση των τιμών των διατροφικών προϊόντων και η αύξηση του μέσου επιπέδου ζωής των νοικοκυριών. Το 2006, τα γαλλικά νοικοκυριά αφιέρωσαν **63 δις ευρώ** σε δαπάνες για «γεύματα εκτός επιδορτίου», που αποτελούνται από το ορεκτικό και το κυρίως γεύμα, ήτοι 6% του συνολικού προϋπολογισμού τους, έναντι 13% το 1960.

Η ποικιλία τιμών και γεύσεων του ελαιολάδου είναι το ίδιο σύνθετη και κλιμακωτή με αυτήν του οίνου ικανοποιώντας κατ' αυτό τον τρόπο όλες τις ανάγκες. Οι παραγωγές ελαιολάδου μικρής κλίμακας είναι κατά κανόνα ακριβότερες σε σχέση με τα προϊόντα εμπορικών παραγωγών μεγάλης κλίμακας. Επίσης, το ελαιόλαδο είναι ακριβότερο σε σχέση με τα υπόλοιπα σπορέλαια.

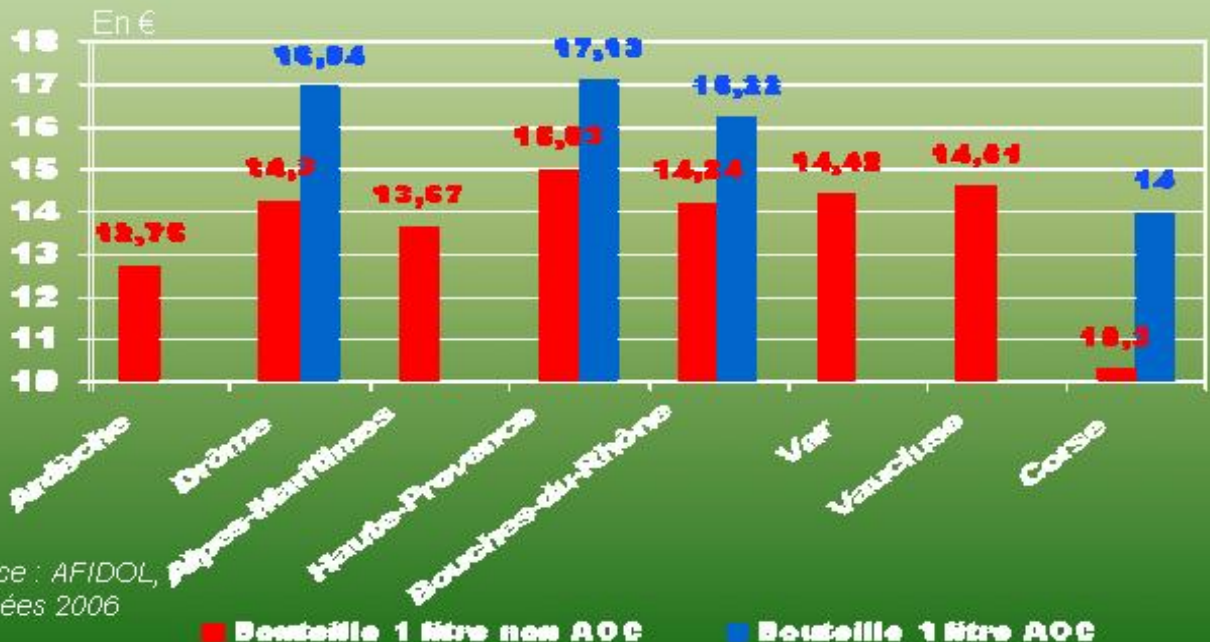


ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΤΟ 2007
(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)



France : Prix de l'huile d'olive d'origine française

Prix de vente au moulin d'1 litre d'huile d'olive



Conseil de Direction Spécialisé Oléoprotéagineux du 17/03/2009

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ : ΤΙΜΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΛΑΙΟΤΡΙΒΕΙΟ ΑΝΑ ΛΙΤΡΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ
(Πηγή : Συμβούλιο Ελαιοκομικών Προϊόντων Γαλλίας)

Μέσες τιμές

Η μέση τιμή του ελαιολάδου παρουσίασε μείωση 5,4% και διαμορφώθηκε στα **5,80 € / λ** έναντι των 6,08 € / λ κατά τη διάρκεια του 2006.

Η εν λόγω πτώση τιμών είναι πιο αισθητή στα καταστήματα με πολύ χαμηλές τιμές (8,2%) απ' ότι στις υπεραγορές και στα σουπερμάρκετ (4,3%), αφορά δε το σύνολο των συσκευασιών που κυκλοφορούν στην αγορά πλην της συσκευασίας των 25 cl, ενώ η μεγαλύτερη πτώση σε ποσοστό 8% σημειώθηκε στις συσκευασίες 1 l και 5 l. Αν και οι τιμές των συσκευασιών 0,25 l αυξήθηκαν σε ποσοστό 3,9% οι πωλήσεις τους σημείωσαν κατακόρυφη πτώση 9% κατά τη διάρκεια του έτους 2007.

	2005	2006	2007	2008
Mois 1	5,29	6,12	6,76	6,05
Mois 2	5,33	6,41	6,66	6,03
Mois 3	5,27	6,62	6,50	6,00
Mois 4	5,28	6,75	6,36	6,02
Mois 5	5,25	6,90	6,35	6,07
Mois 6	5,34	7,03	6,22	6,05
Mois 7	5,42	7,07	6,25	6,09
Mois 8	5,47	7,08	6,25	6,10
Mois 9	5,53	7,00	6,11	
Mois 10	5,60	6,94	6,10	
Mois 11	5,66	6,87	6,06	
Mois 12	5,81	6,77	6,05	

**ΜΕΣΕΣ ΤΙΜΕΣ ΤΟΥ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ
(ΕΚΤΟΣ ΥΠΕΡΠΟΝΤΙΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ)
(Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Γαλλίας)**

Εικόνα των ελληνικών ελαιολάδων που διατίθενται στη γαλλική αγορά:

Ελαιόλαδο Σητείας και Τοπλού από την εταιρεία Epsilon στην περιοχή Rungis :
 ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΤΟΠΛΟΥ ΒΙΟ 500ml 7,5€ 750ml 12€
 ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΣΙΤΙΑ ΟΞΥΤΗΤΑ : 0,3% 1L 12€
 ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΣΙΤΙΑ ΟΞΥΤΗΤΑ: 0,7% 1L 8,6€
 ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΣΙΤΙΑ ΣΕ ΔΟΧΕΙΟ ΟΞΥΤΗΤΑ: 0,7% 1L 7€

Μεταλλικές συσκευασίες σε δοχεία 5l, 3l, 1l, 0,50l, 0,25l, Εμφιαλωμένες συσκευασίες 1l, 0,75l, 0,50l, 0,25l, Εμφιαλωμένες συσκευασίες 500ml, 750ml.

Ελαιόλαδο Σητείας και Τοπλού από την εταιρεία Χαρκιολάκη Γιώργο στο marché Saint-Germain :
 ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΣΙΤΙΑΣ 1L-15€, 750ml-12€
 Extra virgin Kalliston kranidi 750ml 12€
 Kalymari Chania 750ml 12€
 Authenticon extra virgin biologique 750 ml 18€

Ιστότοποι :

Κρητικό ελαιόλαδο βιολογικής καλλιέργειας - η φιάλη 50cl 22,20€
 Βιολογικό ελαιόλαδο Μελάς- η φιάλη 50cl 21,25€
 Huile d'olive Melas de Grèce bio - η φιάλη 50cl
 ΕΛΑΙΑ Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο - Δοχείο 3L 26,50€ (στην ιστοσελίδα olive-et-huile.com)
 Ελαιόλαδο Κρήτης: 10,95 ευρώ τα 75 cl (στην ιστοσελίδα Natoora.fr)

ΧΙΛΙΑ ΚΑΙ ΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ Παρθένο ελαιόλαδο - Πράσινος καρπός- Κρήτη 5,90€
 ΧΙΛΙΑ ΚΑΙ ΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ Μαύρο φρουτώδες ελαιόλαδο Ελληνικής προέλευσης 5,95€
 Helleas.com

ΛΕΣΒΟΣ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΠΟΠ 14€ Mezehouse.com
 ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΑΙΟΛΙΚΗ ΓΗ 9.75€
 ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΜΕ ΚΙΤΡΟΣΜΟ ΚΑΙ ΜΑΣΤΙΧΑ
 ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΜΗ ΦΙΛΤΡΑΡΙΣΜΕΝΟ 13,75€

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

- Εθνικό πρόγραμμα προώθησης ελληνικών προϊόντων διατροφής με προβολή επικεντρωμένη στη διακριτή ποιότητά τους και ιδιαίτερα σε αυτήν του ελαιολάδου με πανγαλλική εμβέλεια κάλυψης στα σημεία διάθεσης.

- Διαφημιστική εκστρατεία ταυτόχρονης συνδυαστικής προβολής προϊόντων όπως ελαιολάδου και τσιπούρας που έχει ήδη υψηλό βαθμό αναγνωρισιμότητας στα σουπερμάρκετ και στις υπεραγορές.

- Δημιουργία ειδικών ραφιών με προϊόντα ελληνικής προέλευσης στα σουπερμάρκετ, όπως τα ράφια με τρόφιμα «κασέρ» (που είναι δηλαδή σύμφωνα με τις θρησκευτικές προδιαγραφές της εβραϊκής θρησκείας) ή ακόμα τα ειδικά ψυγεία από την γαλλική περιοχή της Βρετάνης.

- Ανάπτυξη εύληπτων λογοτύπων με κύριο άξονα την ανάδειξη της εξαιρετικής εύγεστης διάστασης, τον τόπο παραγωγής ελαιολάδου και εύστοχες προωθητικές εκδηλώσεις, μύηση των καταναλωτών στη γευσιγνωσία του ελαιολάδου. Ευκαταία και αναγκαία η ενεργός συμμετοχή και εμπλοκή των επιχειρήσεων τροφοδοσίας και ξενοδοχείων στη διαδικασία γνωριμίας, εξοικείωσης και προώθησης των προϊόντων.

- Υποστήριξη θεματικού τουρισμού για ανάπτυξη τουριστικών δράσεων εστιασμένων στον υγιεινό τρόπο ζωής και με κύριο πεδίο αναφοράς την ελιά και την ελαιοκομία.

- Δημιουργία κέντρου ελαιοθεραπείας, μοναδικού και πρωτότυπου στον τομέα των κέντρων αισθητικής – όπως η αλυσίδα τύπου Mastihashop δεδομένου ότι η κρίση δεν άγγιξε τον τομέα της ευζωίας.

- Διείσδυση στους υπάρχοντες διαύλους διανομής ελαίων και δημιουργία αποκλειστικών καναλιών διανομής για το ελαιόλαδο ελληνικής προέλευσης.