



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ
150 East 58th Str. (17th Floor), New York, NY 10155
Tel: 1-212-751-2404, Fax: 1-212-593-2278, E-mail: greektradeoffice@aol.com

Νέα Υόρκη, 31/08/2012

ΘΕΜΑ Ανασκόπηση της αγοράς φέτας στις ΗΠΑ κατά το α' εξάμηνο του 2012

Οι εξαγωγές της ελληνικής φέτας στις ΗΠΑ, κατά το πρώτο εξάμηνο του τρέχοντος έτους έχουν σημειώσει εντυπωσιακή άνοδο σε αξία, κατά 87,1%, φθάνοντας τα 5,039 εκ. δολάρια έναντι 2,693 εκ. δολ. συγκριτικά με την ίδια περίοδο του παρελθόντος έτους. Η σημαντική αυτή ενίσχυση οδήγησε στην άνοδο της χώρας μας στην τρίτη θέση του σχετικού πίνακα, υπερσκελίζοντας τις γειτονικές Βουλγαρία και Ιταλία.

Σημειώνεται πως οι εισαγωγές φέτας των ΗΠΑ δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστούν με απόλυτη ακρίβεια, καθώς στην οικεία 10ψήφια δασμολογική κλάση (0406905700) υπάγονται πέντε συνολικά μαλακά τυριά (μανούρι, χαλούμι, λαδοτύρι, ρικότα, φέτα).

Σύμφωνα με στοιχεία του National Cheese Institute οι πωλήσεις φέτας σε μεγάλα super market το 2011 έφθασαν τους 8 χιλ. τόνους (7,892 εκ. κιλά) με συνολική αξία πωληθέντων τα 171,7 εκ. δολάρια ,σημειώνοντας αύξηση 6,4% εν συγκρίσει με το 2010. Η πλειοψηφία των πωλήσεων αφορά σε εγχωρίως παραχθείσα φέτα, η οποία όπως έχει επισημανθεί σε προηγούμενη έρευνα Γραφείου μας¹ κυριαρχεί στην εγχώρια κατανάλωση σε ποσοστό που φθάνει το 90%.

Στην αμερικανική αγορά πρώτη σε πωλήσεις τυριού τύπου φέτας έρχεται η εταιρεία με την επωνυμία Athenosⁱⁱ, θυγατρική της Kraft Foods με έδρα την πολιτεία του Wisconsin, και εν συνεχεία ακολουθούν η εταιρεία Boar's Head και η εταιρεία Klondike Cheese of Monroe.

Γνωστές ελληνοαμερικανικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια παραγωγή και εμπορία φέτας είναι, μεταξύ άλλων, η Krinos, η Fantis Foods, η Kontos Foods, η Altamira foods και η Boboris Imports.

Στο σύνολο τους οι εισαγωγές των τυριών τύπου φέτας στις ΗΠΑ εμφανίζονται ενισχυμένες σε αξία κατά 21% κατά το α' εξάμηνο του 2012, προσεγγίζοντας τα 30 εκ. δολάρια. Αντίστοιχα, σε ποσότητα παρατηρείται άνοδος κατά 19,7%, στα 3,877 εκ. κιλά. Συγκεριμμένα :

	2011 YTD	2012 YTD	Ποσοστιαία Μεταβολή	2011 YTD	2012 YTD	Ποσοστιαία Μεταβολή
ΧΩΡΑ	χιλ. δολ.		YTD2011 - YTD2012	χιλ. κιλά		YTD2011 - YTD2012
ΙΣΠΑΝΙΑ	5.805	7.640	31,6%	463	642	38,5%
ΓΑΛΛΙΑ	5.474	5.550	1,4%	647	601	-7,2%
ΕΛΛΑΔΑ	2.693	5.039	87,1%	341	644	89,2%
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	4.375	4.590	4,9%	1.082	1.168	8%
ΙΤΑΛΙΑ	3.154	4.064	28,9%	344	467	35,8%
ΚΥΠΡΟΣ	1.346	962	-28,5%	130	95	-27,2%
ΤΟΥΡΚΙΑ	478	722	51,1%	91	150	64,1%

ΙΣΡΑΗΛ	641	627	-2,1%	79	76	-3,8%
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	56	75	33,4%	8	7	-6,5%
ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ	80	75	-7,2%	13	12	-4,1%
ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ	281	156	--	48	25	---
ΣΥΝΟΛΟ	24.383	29.500	21%	3.246	3.887	19,7%

ΧΩΡΑ	2011 YTD	2012 YTD
	<i>Μέση Τιμή Χονδρικής (δολ/κιλό)</i>	
ΙΣΠΑΝΙΑ	12,63	11,9
ΓΑΛΛΙΑ	8,46	9,23
ΕΛΛΑΔΑ	7,89	7,82
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	4,04	3,92
ΙΤΑΛΙΑ	9,16	8,7
ΚΥΠΡΟΣ	10,35	10,12
ΤΟΥΡΚΙΑ	5,25	4,81
ΙΣΡΑΗΛ	8,11	8,25

ΟΛΛΑΝΔΙΑ	7	10,71
ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ	6,15	6,25

Τρέγοντα προβλήματα και μελλοντικές προοπτικές

Η κατανάλωση λευκών τυριών τύπου φέτας είναι εξαιρετικά δημοφιλής σε πολλές πολιτείες των Η.Π.Α, με πλήθος τυριών να πωλούνται σε μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων λιανικής.

Οι λόγοι της μεγάλης αυτής απήχησης είναι πολλοί, με κυριότερους τη στροφή προς τη μεσογειακή διατροφή και την χαμηλότερη περιεκτικότητα σε λιπαρά των λευκών τυριών εν γένει. Μελλοντικά, η κατανάλωση φέτας στην αμερικανική αγορά αναμένεται να ενισχυθεί, τόσο σε απόλυτη αξία όσο και σε σχετικές ποσότητες.

Δυστυχώς, τα προβλεπόμενα στην αμερικανική νομοθεσία σχετικά με τα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ δεν αφήνουν σημαντικά περιθώρια αισοδοξίας σχετικά με το αυθεντικό προϊόν, την ελληνική φέτα. Πιο συγκεκριμένα, στις ΗΠΑ η φέτα εντάσσεται στην κατηγορία των γενοσήμων (generic) προϊόντων, ήτοι προϊόντων με γενικευμένη χρήση και παρουσία, ούτως ώστε να μην ταυτίζονται στην καταναλωτική συνείδηση με συγκεκριμένη γεωγραφική προέλευση.

Παράλληλα, από τον παρελθόντα Μάρτιο η αμερικανική ένωση παραγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων (IDFA) έγινε μέλος της διεθνούς πρωτοβουλίας εναντίον της προστασίας τροφίμων μέσω του καθεστώτος ΠΟΠ και ΠΓΕ (Consortium for Common Food Names). Η ισχυρή αυτή ομάδα πίεσης, με μέλη πολυεθνικούς κολοσσούς από τον κλάδο των τροφίμων αναμένεται να ναρκοθετήσει τις προσπάθειες αναγνώρισης της φέτας, μεταξύ άλλων, ως αμιγώς ελληνικό προϊόν.

Για τις χώρες-μέλη της ΕΕ που εξάγουν τυριά τύπου φέτας στις ΗΠΑ, η χώρα μας θα μπορούσε να επικαλεστεί τη σχετική απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου που κατοχυρώνει τη φέτα ως προϊόν ΠΟΠ, και να ζητήσει την απαγόρευση παρασκευής προϊόντων με την ονομασία φέτα, ακόμα και αν προορίζονται για εξαγωγή σε άλλες, εκτός Ε.Ε., χώρες. Στην περίπτωση αυτή, η μοναδική λύση που θα έχουν οι ευρωπαίοι παραγωγοί απομιμήσεων φέτας θα ήταν η μεταφορά μονάδων παραγωγής σε χώρες εκτός Ε.Ε.

Ένα ακόμη πρόβλημα που αντιμετωπίζει η αυθεντική ελληνική φέτα στις Η.Π.Α. είναι η υψηλή τιμή της, ειδικά σε σχέση με τον εγχώριο ανταγωνισμό. Κατά συνέπεια, τα diners αλλά και πολλά ξένα εστιατόρια και καταστήματα μαζικής εστίασης καθώς και ο κύριος όγκος της βιομηχανίας υπηρεσιών τροφίμων (food service) χρησιμοποιούν το πολύ φθηνότερο εγχώριο τυρί τύπου φέτας.

Πρόσθετη δυσχέρεια αποτελεί η περιορισμένη πρόσβαση σε μεγάλα δίκτυα διανομής τροφίμων (mainstream market). Ο λόγος είναι ότι τα περισσότερα σουπερμάρκετ και σημαντικά καταστήματα λιανικής πώλησης δεν προμηθεύονται φέτα ελληνικής προελεύσεως, με συνέπεια τον αποκλεισμό του προϊόντος από το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς.

Ένα συμπληρωματικό, αν και μικρότερης βαρύτητας, εμπόδιο που καταγράφεται αφορά στην πολυπλοκότητα των διαδικασιών και του μεγάλου όγκου πιστοποιητικών και συνοδευτικών εγγράφων και αναλύσεων που καλείται να υποβάλει ο εκάστοτε εισαγωγέας φέτας στον αμερικανικό αρμόδιο οργανισμό για θέματα τροφίμων και φαρμάκων (FDA: Food and Drug Administration).

Όπως δείχνουν όλα τα διαθέσιμα στοιχεία, η παρασκευή φέτας στις Η.Π.Α. συνεχίζει να αυξάνεται. Επιπλέον, το εγχώριο προϊόντικό χαρτοφυλάκιο εμπλουτίζεται με νέους συνδιασμούς σύνθετων γεύσεων, όπως φέτα με ντομάτα και βασιλικό, φέτα με σκόρδο κ.ο.κ.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΑΓΟΡΑΣ ΜΑΣ

Όσον αφορά τις προοπτικές αύξησης του μεριδίου αγοράς μας, αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω του σχεδιασμού μιας συνεκτικής στρατηγικής πρόωθησης της ελληνικής φέτας στις ΗΠΑ, με τη συμμετοχή όλων των αρμοδίων φορέων, με στόχο την ενημέρωση του μέσου Αμερικανού καταναλωτή για τις σημαντικές ποιοτικές διαφορές μεταξύ του αυθεντικού προϊόντος και των αντίστοιχων απομιμήσεων που κυκλοφορούν στο εμπόριο.

Απαραίτητη, σε πρώτη φάση είναι η ενίσχυση της ελληνικής παρουσίας σε μεγάλες κλαδικές εκθέσεις τροφίμων, με κυριότερη την FANCY FOODS (χειμερινή και θερινή). Εν συνεχεία, χρήσιμη είναι η πραγματοποίηση **εκδηλώσεων προβολής** των τυροκομικών προϊόντων της χώρας μας (in-store promotion) σε στοχευμένες αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης και σε τακτά χρονικά διαστήματα.

Σε κάθε περίπτωση όμως, αν δεν καταστεί εφικτή η θεσμική αναγνώριση της μοναδικότητας της ελληνικής φέτας στις ΗΠΑ, τα περιθώρια διείσδυσης της χώρας μας σε μια αγορά η οποία με συντηρητικούς υπολογισμούς υπερβαίνει κατά πολύ τα 300 εκ. δολάρια σε ετήσια βάση, με αυξητικές μάλιστα τάσεις, είναι εξαιρετικά περιοσμένα.

Ο Προϊστάμενος κ.α.α.

Σαμουήλ Ζήσης
Γραμματέας ΟΕΥ Β'

ⁱⁱ Δραστηριοποιείται και στην παραγωγή ελληνικού τύπου γιαούρτης