



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΒΡΩΣΙΜΩΝ ΕΛΙΩΝ ΣΤΗΝ ΙΑΠΩΝΙΑ

\* ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ \*

**Διαπιστώσεις**

Διαπίστωση I: Ο όγκος και η αξία των εξαγωγών ελληνικών ελιών στην Ιαπωνία -αν και σε αυξητική πορεία την τελευταία διετία- υπολείπεται κατά πολύ των παραδοσιακών ανταγωνιστών μας (Ισπανών και Ιταλών), αλλά και των Αμερικάνων που καταλαμβάνουν την δεύτερη θέση μετά τους Ισπανούς. Η έκτη θέση που καταλαμβάνει η χώρα μας στην Ιαπωνία, δεν αντικατοπτρίζει τις πραγματικές δυνατότητες της ελληνικής ελιάς, ούτε και αντιστοιχεί στη δυναμικότητα της Ελληνικής παραγωγής επιτραπέζιων ελιών.

Διαπίστωση II: Η Ελληνική ελιά ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό λόγω της εξαιρετικής ποιότητάς της, είναι όμως ακριβότερη για τον καταναλωτή. Με δεδομένο ότι η ελαιοσυκομιδή στην Ελλάδα -λόγω συγκεκριμένων ιδιοτεροτήτων όπως η μακρά παράδοση, η πληθώρα των μικροκαλλιεργητών, η μορφολογία των εδαφών, κλπ.- διενεργείται κυρίως «με το χέρι» και απουσία μηχανικών μέσων συλλογής του καρπού, ενισχύεται το ποιοτικό κριτήριο και η ελληνική ελιά διαφοροποιείται από τον ανταγωνισμό. Παράλληλα όμως, λόγω απουσίας των οικονομικών κλίμακας και των μηχανικών μέσων συγκομιδής που μειώνουν το κόστος παραγωγής, η τελική τιμή της ελληνικής ελιάς «στο ράφι», είναι υψηλότερη των ανταγωνιστών μας.

Διαπίστωση III: Αναμφισβήτητα, το συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελληνικής ελιάς είναι η ποιοτική ανωτερότητά της. Ακριβώς σε αυτό, δηλαδή στην ενίσχυση της εικόνας της ελληνικής ελιάς στις αγορές του εξωτερικού, ως αξεπέραστου και μοναδικά ποιοτικού προϊόντος, πρέπει να εστιάσουμε τις εξαγωγικές μας και προωθητικές μας προσπάθειες. Ιδιαίτερα στην Ιαπωνία όπου οι καταναλωτές δείχνουν ξεκάθαρα την προτίμησή τους στα ποιοτικά προϊόντα. Η μορφολογία των ελληνικών εδαφών, η πληθώρα μικροκλιμάτων και η μακραίωνη παράδοση στην καλλιέργεια του ελαιόδεντρου, έχουν οδηγήσει στην πολυποίκιλη καλλιέργεια και στην παραγωγή πολλών ελιών με διαφορετικά γευστικά χαρακτηριστικά. Συνολικά, 10 Ελληνικές ποικιλίες ελιών έχουν αναγνωριστεί ως ΠΟΠ για τα ποιοτικά γευστικά χαρακτηριστικά τους και προστατεύονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η προώθηση πρωτίστως αυτών των ποικιλιών (Καλαμάτας, Θρούμπας, κλπ), πρέπει να καταστεί προτεραιότητά μας.

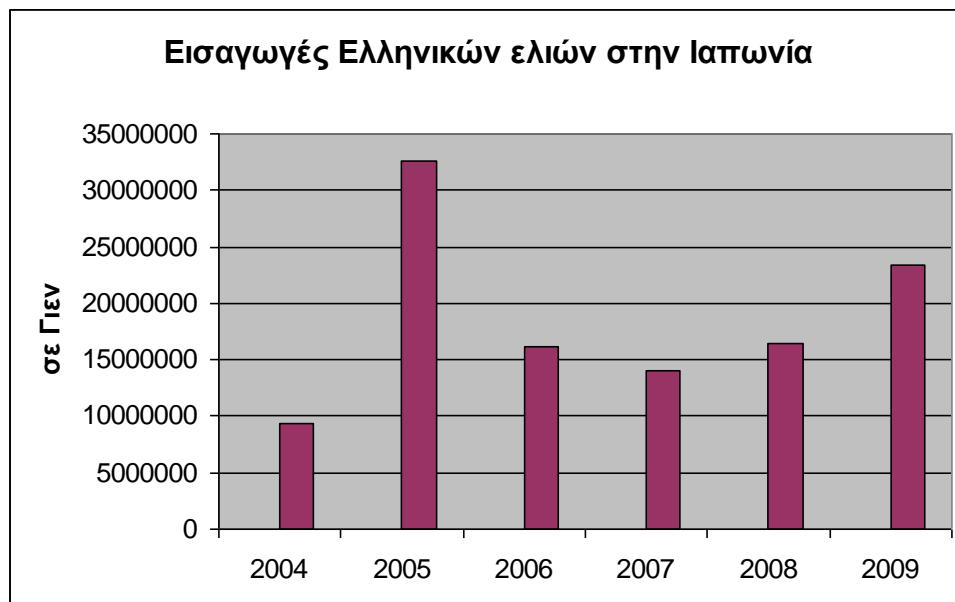
**Πορεία των Ελληνικών εξαγωγών επιτραπέζιων ελιών στην Ιαπωνία**

Μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας, σημειώθηκαν οι περισσότερες εισαγωγές ελληνικών επιτραπέζιων ελιών στην Ιαπωνία, τόσο σε αξία όσο και σε όγκο. Το γεγονός εξηγείται από την δημοσιότητα που απήλαυσε η χώρα μας διεθνώς εκείνη την περίοδο.



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Στην μετά των Ολυμπιακών Αγώνων εποχή σημειώθηκε -αναμενόμενη- μείωση, όμως οι εισαγωγές ελληνικών ελιών στην Ιαπωνία συγκρατήθηκαν σε επίπεδα σχεδόν διπλάσια της προ των Ολυμπιακών Αγώνων εποχής.



Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία -Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας.  
Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων: Γραφείο Ο.Ε.Υ. Τόκυο

Διαχρονικά, και συγκεκριμένα **τα τελευταία έξι χρόνια (2004-2009), οι εξαγωγές μας ελιών στην Ιαπωνία έχουν υπερδιπλασιαστεί.**

Πιο αναλυτικά, μετά από δύο έτη συνεχούς μείωσης (2006 και 2007), το 2008 σημειώθηκε αύξηση 17,7% στην αξία των εξαγωγών μας ελιών στην Ιαπωνία από το προηγούμενο έτος, ενώ για την ίδια περίοδο, η αύξηση του όγκου εξαγωγών ελιών ήταν 10,6%. Η δυναμική πορεία συνεχίστηκε και το 2009 όπου σημειώθηκε αύξηση 41,6% καταδεικνύοντας σαφώς ότι η ελληνική ελιά έχει σημαντικές δυνατότητες επιτυχίας στην ιαπωνική αγορά.

Για να κατανοηθεί όμως πλήρως και σε όλη της την έκταση η βαρύτητα της αύξησης των εξαγωγών μας στην Ιαπωνία, πρέπει να επισημανθεί ότι το **2009**, συνεπεία της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης το σύνολο των ιαπωνικών εισαγωγών **-για όλα τα προϊόντα-** μειώθηκε κατά 37,7% σε σχέση με το 2008. Για την ίδια περίοδο, οι συνολικές εισαγωγές ελιών στην Ιαπωνία σημείωσαν πτώση κατά 15,45%. Επιπλέον, αξίζει να συνεκτιμηθεί ότι το μέγεθος του πραγματικού ΑΕΠ της Ιαπωνίας για το 2009 ήταν 6,5% μικρότερο σε σχέση με του 2008, ενώ ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής βρισκόταν 22,9% χαμηλότερα από τον αντίστοιχο δείκτη του 2008. Κατά συνέπεια, η αγοραστική δύναμη των Ιαπώνων καταναλωτών για το 2009 ήταν μικρότερη, ενώ επιπροσθέτως η χώρα μαστίζονταν (και συνεχίζει να μαστίζεται) από μειωμένη καταναλωτική ζήτηση, γεγονός που εξηγεί και την δραματική μείωση των εισαγωγών. Έτσι λοιπόν, εν μέσω αυτής της αρνητικής οικονομικής συγκυρίας, οι ελληνικές εξαγωγές βρώσιμων ελιών όχι μόνο δεν μειώθηκαν, αντιθέτως όπως ήδη προαναφέραμε, αυξήθηκαν σημαντικά και κατέλαβαν μεγαλύτερο μερίδιο της ιαπωνικής αγοράς.



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Στον παρακάτω αναλυτικό πίνακα αποτυπώνεται η αυξητική πορεία των εξαγωγών ελληνικών ελιών στην Ιαπωνία, τόσο σε αξία, όσο και σε όγκο και ανά 6-ψήφια δασμολογική κατηγορία TARIC. Διαπιστώνουμε επίσης και την μικρή -σημαντική όμως- διαχρονική αυξητική τάση του μεριδίου μας στην ιαπωνική αγορά.

**Εισαγωγές Ελληνικών ελιών στην Ιαπωνία**

| (σε χιλ. Γευ)                                  | 2004         |        | 2005          |        | 2006          |        | 2007          |        | 2008          |        | 2009          |        |
|------------------------------------------------|--------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|
|                                                | TARIC        | 200570 | 071120        | 200570 | 071120        | 200570 | 071120        | 200570 | 071120        | 200570 | 071120        | 200570 |
| <b>Αξία</b>                                    | 9.331        | -      | 31.982        | 613    | 16.136        | -      | 13.989        | -      | 16.472        | -      | 23.331        | -      |
| <b>Όγκος</b>                                   | 9.860        | -      | 33.922        | 557    | 21.743        | -      | 18.852        | -      | 20.856        | -      | 33.942        | -      |
| <b>Συνολική αξία</b>                           | <b>9.331</b> |        | <b>32.595</b> |        | <b>16.136</b> |        | <b>13.989</b> |        | <b>16.472</b> |        | <b>23.331</b> |        |
| <b>% επί της αξίας των συνολικών εισαγωγών</b> | 1,27%        |        | 3,89%         |        | 1,78%         |        | 1,30%         |        | 1,64%         |        | 2,74%         |        |
| <b>Συνολικός όγκος (Kgr)</b>                   | 9.860        |        | 34.479        |        | 21.743        |        | 18.852        |        | 20.856        |        | 33.942        |        |
| <b>% επί του όγκου των συνολικών εισαγωγών</b> | 0,42%        |        | 1,43%         |        | 0,90%         |        | 0,75%         |        | 0,84%         |        | 1,47%         |        |

**Πηγή:** Στατιστική Υπηρεσία –Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας.  
Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων: Γραφείο Ο.Ε.Υ. Τόκυο

Η Ελλάδα βρίσκεται στην έκτη θέση των κυριότερων προμηθευτών επιτραπέζιων ελιών της Ιαπωνίας, αφού μετά το 2004 κατάφερε να υπερκεράσει την Βραζιλία. Βέβαια υπολείπεται κατά πολύ των τριών μεγαλύτερων προμηθευτών της Ιαπωνίας (Ισπανία, Η.Π.Α. και Ιταλία), όμως εκτιμάται ότι μπορεί να ξεπεράσει τόσο το Βέλγιο όσο και την Γαλλία.

**Εισαγωγές ελιών στην Ιαπωνία (σε αξία)**

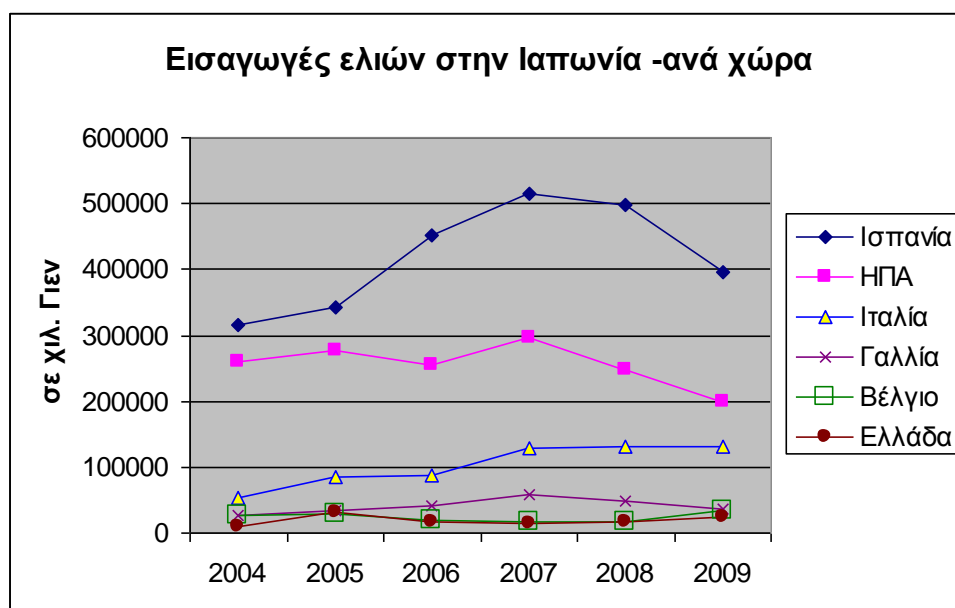
| (σε χιλ. Γευ) | 2004           | 2005           | 2006           | 2007             | 2008             | 2009           |
|---------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|----------------|
| Ισπανία       | 314.683        | 343.413        | 452.744        | 514.673          | 497.108          | 394.895        |
| ΗΠΑ           | 260.034        | 276.286        | 256.049        | 297.230          | 247.375          | 199.537        |
| Ιταλία        | 53.198         | 84.216         | 87.753         | 128.669          | 130.789          | 131.036        |
| Γαλλία        | 26.914         | 33.619         | 41.399         | 57.138           | 47.659           | 36.862         |
| Βέλγιο        | 26.469         | 28.971         | 20.456         | 17.999           | 17.103           | 35.178         |
| <b>Ελλάδα</b> | 9.331          | 32.595         | 16.136         | 13.989           | 16.472           | 23.331         |
| Άλλες χώρες   | 44.036         | 37.320         | 28.994         | 40.303           | 47.508           | 28.003         |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b> | <b>734.665</b> | <b>836.420</b> | <b>903.531</b> | <b>1.070.001</b> | <b>1.004.014</b> | <b>848.842</b> |

**Πηγή:** Στατιστική Υπηρεσία –Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας.  
Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων: Γραφείο Ο.Ε.Υ. Τόκυο



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Με συνεχή παρουσία στη διεθνή Έκθεση Τροφίμων και Ποτών του Τόκιο, “FOODEX”, αλλά και με συμμετοχή τους σε Επιχειρηματικές Αποστολές, οι Έλληνες παραγωγοί και εξαγωγείς θα καταφέρουν να ενισχύσουν την εικόνα της ελληνικής ελιάς στην Ιαπωνία. Η χώρα μας έχει σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι της Γαλλίας και του Βελγίου, που ούτε παράδοση έχουν στην καλλιέργεια της ελιάς, αλλά ούτε και οι ποικιλίες τους μπορούν να συγκριθούν με τις κατά πολύ ανώτερες ποιοτικά ελληνικές ελιές.



**Πηγή:** Στατιστική Υπηρεσία –Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας.  
Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων: Γραφείο Ο.Ε.Υ. Τόκιο

Η Ελλάδα κατάφερε να αυξήσει το μερίδιό της στην Ιαπωνική αγορά από 1,64% το 2008, σε 2,74% το 2009, όταν τόσο η Ισπανία όσο και οι ΗΠΑ, αλλά και η Γαλλία για την ίδια περίοδο, έχασαν μερίδιο.

**Ποσοστό συμμετοχής κυριότερων προμηθευτών Ιαπωνίας (2008-2009)**

|               | % επί της αξίας των συνολικών εισαγωγών |        | % επί του όγκου των συνολικών εισαγωγών |        |
|---------------|-----------------------------------------|--------|-----------------------------------------|--------|
|               | 2008                                    | 2009   | 2008                                    | 2009   |
| Ισπανία       | 49,5%                                   | 46,52% | 49,42%                                  | 51,03% |
| Η.Π.Α.        | 24,6%                                   | 23,5%  | 34,48%                                  | 32,11% |
| Ιταλία        | 13,0%                                   | 15,43% | 7,11%                                   | 8,28%  |
| Γαλλία        | 4,74%                                   | 4,34%  | 3,14%                                   | 3,13%  |
| Βέλγιο        | 1,70%                                   | 4,14%  | 0,36%                                   | 0,94%  |
| <b>Ελλάδα</b> | 1,64%                                   | 2,74%  | 0,84%                                   | 1,47%  |

**Πηγή:** Στατιστική Υπηρεσία-Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας.  
Επεξεργασία στοιχείων: Γραφείο Ο.Ε.Υ. Τόκιο



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Επιπλέον, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η εξαιρετική ποιότητα των ελληνικών βρώσιμων ελιών, το όνομα “Ελιές Καλαμάτας” (που έχει γίνει συνώνυμο της ποιοτικής ελιάς διεθνώς αλλά και στην **Ιαπωνία όπου παρατηρείται αυξανόμενο σχετικό ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια**), η διάθεση για εξωστρέφεια των Ελλήνων παραγωγών, η σταθερή και διαχρονική συμμετοχή ελληνικών εταιρειών ελαιουργικών προϊόντων στην ετήσια διεθνή Έκθεση Τροφίμων και Ποτών του Τόκυο “Foodex” (μέσω του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου - Ο.Π.Ε.), η διοργάνωση από τον Ο.Π.Ε. τακτικών επιχειρηματικών αποστολών στην Ιαπωνία με συμμετοχή εταιρειών ελαιολάδου και ελιών, σε συνδυασμό με την ενεργή υποστήριξη των εξαγωγικών προσπαθειών των ελληνικών επιχειρήσεων από το Γραφείο ΟΕΥ της Ελληνικής Πρεσβείας Τόκυο, αλλά και την ευαισθητοποίηση του ιαπωνικού καταναλωτικού κοινού σε ένα υγιέστερο διατροφικό μοντέλο, αποτελούν παράγοντες που θέτουν τα θεμέλια για την αύξηση των εξαγωγών μας ελιών στην Ιαπωνία και την εδραίωση του εξαιρετικού αυτού προϊόντος στις συνειδήσεις και προτιμήσεις των Ιαπώνων καταναλωτών.

Θα πρέπει εντούτοις να υπογραμμιστεί ότι σημαντικό ρόλο στην συνείδηση του ιαπωνικού καταναλωτικού κοινού για την αγορά ενός προϊόντος διαδραματίζει η συσκευασία του. Έτσι για παράδειγμα, το δοχείο/βαζάκι στο οποίο θα πωλούνται οι ελιές θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν ελκυστικότερο για τον καταναλωτή και η ετικέτα του προϊόντος ευπαρουσίαστη. Η γενικότερη συσκευασία θα πρέπει να είναι καλαίσθητη και προσεγμένη στις λεπτομέρειες. Ασφαλώς, η τιμή του προϊόντος αλλά και η ποσότητά του αποτελούν επίσης σημαντικότερους παράγοντες που καθορίζουν τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Έτσι θα πρέπει να αποφεύγονται μεγάλες συσκευασίες και η τιμή να είναι προσιτή. Επιμένουμε ως προς τον παράγοντα **τιμή** επειδή οι Ιάπωνες καταναλωτές δεν έχουν αναπτύξει σε ικανοποιητικό βαθμό το ποιοτικό και γευστικό κριτήριο που θα τους επιτρέψει να διακρίνουν την γευστική ανωτερότητα των ελληνικών βρώσιμων ελιών έναντι όλων των υπολοίπων (που διατίθενται σε αρκετά χαμηλότερες τιμές). Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι οι ελληνικές ελιές Καλαμών πωλούνται στο ράφι σε τιμές από 800 Γιεν (περίπου 6 Ευρώ) η συσκευασία των 370 γραμ., μέχρι και πάνω από 2.000 Γιεν (περισσότερα από 15 Ευρώ) η συσκευασία των 500 γραμ., όταν οι αντίστοιχες τιμές των Ισπανικών μαύρων και πράσινων ελιών δεν ξεπερνούν τα 10 Ευρώ (συσκευασίες των 500 γραμ.).

Επειδή λοιπόν οι συνθήκες στην αγορά είναι ώριμες και οι Ιάπωνες καταναλωτές **τώρα** διαμορφώνουν άποψη για το συγκεκριμένο προϊόν, κρίνουμε ιδανική την παρούσα περίοδο για ενίσχυση της παρουσίας της ελληνικής ελιάς στην ιαπωνική αγορά, με προωθητικές δράσεις που θα στοχεύουν στην ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού και εμπορικού κόσμου της Ιαπωνίας. Οι Έλληνες παραγωγοί / εξαγωγείς θα πρέπει να εστιάσουν τις προσπάθειές τους στη διαμόρφωση εικόνας για το προϊόν, εκμεταλλευόμενοι το συγκριτικό πλεονέκτημα της ελληνικής ελιάς, την αξεπέραστη ποιότητά της. Δίνοντας επίσης σημασία και προσοχή στην συσκευασία που πρέπει να είναι ελκυστική για τον καταναλωτή, ώστε να τον προδιαθέτει θετικά, και με συνεχή και συστηματική παρουσία στην Ιαπωνία (κλαδικές εκθέσεις, επιχειρηματικές αποστολές, προωθητικές ενέργειες, κλπ), πιστεύουμε ότι το μερίδιο της Ελληνικής επιτραπέζιας ελιάς στην Ιαπωνική αγορά θα συνεχίσει να αυξάνει.