



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ
Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων

Λονδίνο, 15 Φεβρουαρίου 2022

Τάσεις 2022 στην αγορά ελαιολάδου του Ηνωμένου Βασιλείου

Η ζήτηση για βρώσιμα έλαια στο Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκε σημαντικά στη διάρκεια της πανδημίας, καθώς το κλείσιμο της οικονομίας και η τηλεργασία οδήγησαν στην παρασκευή και κατανάλωση των περισσότερων γευμάτων στο σπίτι. Καθώς οι περιορισμοί άρχισαν σταδιακά να αίρονται, οι λιανικές πωλήσεις ελαίων υποχώρησαν μεν από το υψηλό που παρατηρήθηκε στις αρχές του 2020, όταν οι Βρετανοί καταναλωτές κατέφυγαν σε αγορές πανικού, αλλά είναι υψηλότερες από το επίπεδο του 2019. Οι αλλαγές δε που συντελέστηκαν στη διάρκεια της πανδημίας, τόσο στις εργασιακές πρακτικές, όσο και στις διατροφικές συνήθειες, οδηγούν στην εκτίμηση ότι οι πωλήσεις βρώσιμων ελαίων στο ΗΒ θα παραμείνουν σε υψηλότερο από το προ πανδημίας επίπεδο.

Ειδικά το ελαιόλαδο καταγράφει τη μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων λιανικής. Σύμφωνα με στοιχεία της Nielsen, ο μέσος όρος πωλήσεων όλων των ειδών ελαιολάδου τέσσερις εβδομάδες πριν από την αιχμή του 2020 ανέρχονταν σε 12,2 εκ. λίρες, ενώ τις τέσσερις εβδομάδες που έληξαν στις 4/12/21, σε 14,8 εκ., αύξηση 20,9%, που είναι και η ισχυρότερη σε σχέση με άλλα έλαια. Από τις υποκατηγορίες του ελαιολάδου, μεγαλύτερη αύξηση σε σχέση με το επίπεδο πριν την κορύφωση των πωλήσεων του 2020 καταγράφεται για το αρωματισμένο ελαιόλαδο (εμπλουτισμένο ελαιόλαδο με γεύσεις κυρίως αρωματικών βοτάνων, τρούφας κ.α., +37,8%), ενώ ακολουθούν εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο (+22,8%), απλό ελαιόλαδο (+21,7%) και ελαφρύ ελαιόλαδο (+5,4%).

Αξία λιανικών πωλήσεων τεσσάρων εβδομάδων ανά κατηγορία ελαίου, εκ. λίρες

| | Μέσος όρος πριν την αιχμή | Μέσος όρος μετά την αιχμή | Μεταβολή |
|----------------|------------------------------|------------------------------|----------|
| Μαγειρικό λάδι | 26,63 | 30,53 | 14,6% |
| Ελαιόλαδο | 12,22 | 14,77 | 20,9% |
| Ηλιέλαιο | 5,82 | 6,49 | 11,5% |
| Σπορέλαιο | 2,75 | 2,97 | 8,3% |
| Κραμβέλαιο | 3,03 | 3,15 | 4,0% |
| Ειδικά λάδια | 1,53 | 1,84 | 19,9% |
| Καλαμποκέλαιο | 0,14 | 0,13 | -6,6% |

Πηγή: *The Grocer* 22/1/2022

Φαίνεται πάντως πως αυτή η επιπλέον ζήτηση για εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο το 2021 καλύφθηκε κατά βάση από την Ισπανία και από μη ελαιοπαραγωγούς χώρες (Βέλγιο, Γερμανία και Ολλανδία), με την αξία των ελληνικών εξαγωγών να ξεπερνά κατά τι αυτήν του 2020.

Εισαγωγές εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου στο Ηνωμένο Βασίλειο, λίρες

| Κωδικός Σ.Ο. 1509 10 20 | 2019 | 2020 | 2021 | Μερίδιο 2021 |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| Ιταλία | 35.585.504 | 39.169.164 | 39.554.128 | 45% |
| Ισπανία | 29.343.241 | 27.460.169 | 33.179.153 | 38% |
| Ελλάδα | 3.265.427 | 4.253.196 | 4.614.601 | 5% |
| Βέλγιο | 51.668 | 35.246 | 3.249.949 | 4% |
| Γερμανία | 2.054.431 | 1.222.036 | 3.000.940 | 3% |
| Ολλανδία | 376.445 | 551.515 | 1.674.501 | 2% |
| Γαλλία | 191.109 | 219.989 | 1.548.314 | 2% |
| Λοιποί | 1.527.379 | 2.980.278 | 1.354.440 | 2% |
| Σύνολο | 72.395.204 | 75.891.593 | 88.176.026 | |

Πηγή: HM Revenue and Customs. Επεξεργασία στοιχείων: Γραφείο ΟΕΥ Λονδίνου

Στην περίπτωση δε του απλού παρθένου ελαιολάδου, οι ελληνικές εξαγωγές το 2021 υποχώρησαν σε επίπεδο χαμηλότερο από αυτό του 2019. Η εξέλιξη αυτή επιβεβαιώνει ότι η αύξηση του 2020 ήταν συγκυριακή και οφειλόμενη σε εισαγωγές που έγιναν για να αντιμετωπισθεί η αιφνίδια έλλειψη προϊόντων, όχι απαραίτητα ελληνικών, αλλά οι Έλληνες προμηθευτές βρέθηκαν σε πλεονεκτική θέση λόγω άμεσης διαθεσιμότητας. Με την ομαλοποίηση της τροφοδοσίας, χάθηκε και η δυναμική που δημιουργήθηκε στις συγκεκριμένες ιδιαίτερες συνθήκες.

Εισαγωγές παρθένου ελαιολάδου στο Ηνωμένο Βασίλειο, λίρες

| Κωδικός Σ.Ο. 1509 10 80 | 2019 | 2020 | 2021 | Μερίδιο 2021 |
|----------------------------|-------------------|-------------------|------------------|-----------------|
| Ισπανία | 27.862.976 | 27.813.009 | 3.943.272 | 70% |
| Ιταλία | 3.722.264 | 2.882.768 | 401.530 | 7% |
| Ελλάδα | 658.483 | 1.392.144 | 327.388 | 6% |
| Μαρόκο | 115.606 | 277.240 | 224.417 | 4% |
| Τυνησία | | | 156.362 | 3% |
| Γερμανία | 2.278.019 | 1.834.974 | 155.705 | 3% |
| Ιρλανδία | 47.526 | 108.001 | 98.357 | 2% |
| Τουρκία | 3.342 | 40.308 | 80.771 | 1% |
| Βέλγιο | 3.035.661 | 1.661.854 | 75.081 | 1% |
| Ολλανδία | 134.355 | 77.897 | 59.283 | 1% |
| Πορτογαλία | 26.567 | 39.852 | 27.965 | 0% |
| Γαλλία | 3.997.708 | 2.259.209 | 25.328 | 0% |
| Λοιποί | 5.347 | 86.923 | 35.017 | 1% |
| Σύνολο | 41.887.854 | 38.474.179 | 5.610.476 | |

Πηγή: HM Revenue and Customs. Επεξεργασία στοιχείων: Γραφείο ΟΕΥ Λονδίνου

Η μείωση των βρετανικών εισαγωγών παρθένου ελαιολάδου το 2021 πάντως, είναι συνολική και κατακόρυφη. Με τη μέση τιμή της κατηγορίας ανά χώρα πολύ κοντά ή και ακριβότερη από την αντίστοιχη

για το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, κατά πάσα πιθανότητα ένα μέρος των εισαγωγών υποκαταστάθηκε από αυτές του εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου ή και άλλων ελαίων.

Το 2021 χαρακτηρίστηκε ακόμα από την αύξηση του κόστους συσκευασίας και μεταφορικών σε όλες τις κατηγορίες ελαίων, η οποία πέρασε τελικά στους καταναλωτές. Η τάση αναμένεται να συνεχιστεί και το 2022 και επειδή η αύξηση αυτή βαρύνει (ως σταθερό ποσό) αναλογικά περισσότερο τα φθηνότερα σπορέλαια, αναμένεται να οδηγήσει σε περαιτέρω μείωση της διαφοράς τιμής μεταξύ αυτών (συμπεριλαμβανομένου του κραμβέλαιου) και του εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου, ωθώντας έτσι τις πωλήσεις του τελευταίου. Και το κόστος των πρώτων υλών αυξήθηκε το 2021, ιδίως δε της ανταγωνιστικής προς το ελαιόλαδο ελαιοκράμβης, η μειωμένη παραγωγή της οποίας οδήγησε σε αύξηση της τιμής πώλησής της κατά 80% περίπου, με ανάλογες συνέπειες στην τιμή λιανικής.

Ελαιόλαδα ΠΟΠ και οργανικά ελαιόλαδα θεωρούνται ανερχόμενες υποκατηγορίες για το 2022, όπως και τα εμπλουτισμένα εξαιρετικά παρθένα ελαιόλαδα με γεύσεις από φυσικές ουσίες, καθώς ανταποκρίνονται στην τάση μεταφοράς στο σπίτι της απόλαυσης που προσφέρει η έξοδος στο εστιατόριο. Οι υποκατηγορίες αυτές προσφέρονται για την τοποθέτηση στην αγορά σχετικά ακριβότερων προϊόντων (primiumisation).

Η πανδημία ενίσχυσε την αντίληψη των καταναλωτών ότι το ελαιόλαδο αποτελεί υγιεινό τρόφιμο και αυτή του η ιδιότητα θα πρέπει να εξακολουθήσει να προβάλλεται, ώστε να αξιοποιηθεί η δυναμική που δημιουργήθηκε. Ομοίως, θα πρέπει να τονίζεται η άρρηκτη σχέση του με τη χορτοφαγική διατροφή (vegan). Προέλευση, ιχνηλασιμότητα και βιωσιμότητα, εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικά σημεία του προωθητικού μηνύματος των επιχειρήσεων στη βρετανική αγορά. Η μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των παραγωγών με την υιοθέτηση μεθόδων αειφόρου καλλιέργειας και συσκευασίας (π.χ. χρήση συσκευασιών με περισσότερη ανακυκλωμένη πρώτη ύλη) θα εξακολουθήσει να αποτελεί ζητούμενο από τους Βρετανούς καταναλωτές και οι επιχειρήσεις καλούνται να ανταποκριθούν σε αυτή την τάση.

Η διαφήμιση περιλαμβάνεται πάντα στα σχέδια των μεγάλων επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, το Filippo Berio, ιταλικής προέλευσης, που κατέχει κορυφαία θέση μεταξύ των επώνυμων ελαιολάδων, έχει προγραμματίσει τηλεοπτική καμπάνια την άνοιξη και τα Χριστούγεννα, η οποία θα υποστηριχθεί από αντίστοιχες διαφημίσεις στον κλαδικό τύπο για τα τρόφιμα (foodie magazines), στα ένθετα εφημερίδων του Σαββατοκύριακου και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θα πραγματοποιηθούν ακόμα δράσεις βιωματικών εμπειριών που θα στοχεύουν στην ενίσχυση της αφοσίωσης των καταναλωτών στη συγκεκριμένη επωνυμία. Το προωθητικό μήνυμα της εταιρείας θα κινείται γύρω από τις ευεργετικές ιδιότητες του προϊόντος στην υγεία και την καταλληλότητά του για ποικιλία χρήσεων, ενώ θα δίνει προτάσεις για την έμπνευση νέων συνταγών.