



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΠΑΡΙΣΙΩΝ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**



Η ΑΓΟΡΑ ΦΕΤΑΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ

ΠΑΡΙΣΙ 2008

1. Παραγωγή τυριού τύπου Φέτας στη Γαλλία.

Η παραγωγή του τυριού, τύπου φέτας, συναντάται στην Γαλλία πριν το 1940 και συνδέεται τόσο με την παρουσία της ελληνικής κοινότητας στο Cargesse της Κορσικής, όσο και με την μετεγκατάσταση ελλήνων προσφύγων της Μικράς Ασίας, μετά την Μικρασιατική Καταστροφή στις περιοχές της Νοτίου Γαλλίας και κυρίως στην Μασσαλία.

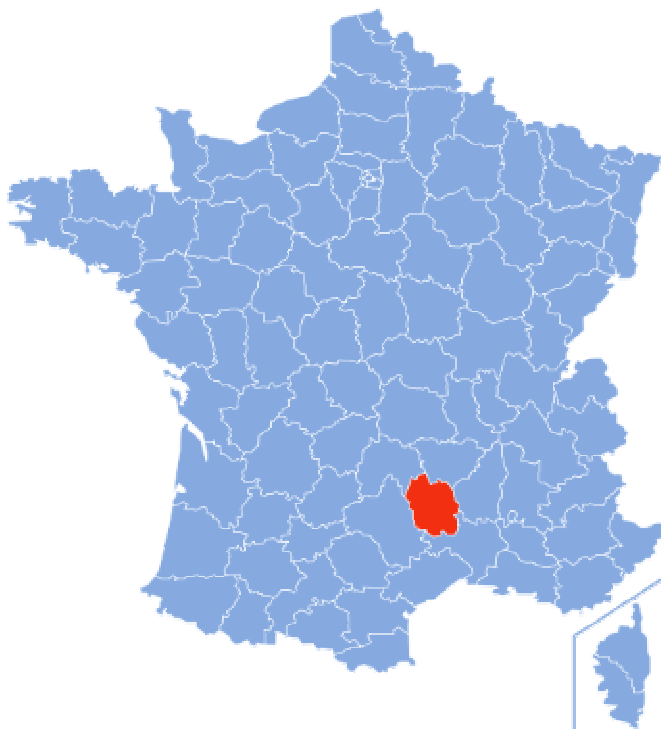
Παραγωγική δραστηριότητα φέτας σημειώνεται ήδη από το 1932 και αυτή εξηγείται ως ικανοποίηση των αναγκών της ελληνικής και αρμενικής κοινότητας της Ν. Γαλλίας.

Η παραγωγή φέτας σε βιομηχανική κλίμακα εκδηλώνεται ήδη από το 1982 και αυτή αποτελεί προσπάθεια των παραγωγών τυριού Roquefort προκειμένου να διαφοροποιήσουν την παραγωγή του αλλά και από την ανταπόκρισή τους στην ανάγκη για απορρόφηση της υπερπαραγωγής πρόβειου γάλακτος λόγω της έλλειψης ποσοτώσεων σε αντίθεση με το αγελαδινό.

Η παραγωγή πρόβειου γάλακτος είχε ήδη από το 1971 υπερβεί κατά πολύ τις ανάγκες της ζήτησης γάλακτος για παραγωγή του Roquefort.

Επιπλέον η διαδικασία παραγωγής φέτας ήταν λιγότερο πολύπλοκη συγκριτικά με το Roquefort και συνεπώς οικονομικά αποδοτικότερη για τους παραγωγούς. Η εταιρεία BESNIER, ήδη από το 1999 μετονομάστηκε LACTALIS και έχοντας θέσει ως στόχο την απορρόφηση της υπερπαραγωγής πρόβειου γάλακτος δημιουργεί, πρώτη, την μονάδα παραγωγής φέτας σε τεμάχια με την εμπορική ονομασία «Valbreso»- στην πόλη Massegros στην επαρχία Lozere της Προβηγκίας στην Νότιο Γαλλία με εξαγωγικό προσανατολισμό στις ΗΠΑ και στην Γερμανία, ενώ απολαύει επιδοτήσεων από τα διαθρωτικά ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η εταιρεία Lactalis, έχει αναπτύξει, σήμερα ευρύτατο φάσμα εξαγωγικών δραστηριοτήτων σε πλήθος χωρών όπως Σαουδική Αραβία, Κουβέιτ, χώρες της Ευρώπης καθώς και στον υπόλοιπο κόσμο.



Η επαρχία Lozère που πραγματοποιείται η παραγωγή τυριού τύπου φέτας

Το 2005 για να προωθήσει την κατανάλωση τυριού τύπου φέτας η εταιρεία Lactalis προχώρησε στην δημιουργία συσκευασίας σε ιδιαίτερα μικρές ποσότητες και προσέδωσε στο προϊόν την διακριτή ονοματοθεσία Salakis, όνομα που προσομοιάζει σε ελληνικό, αλλά και που δημιουργεί διαφημιστική συστοιχία και συνήχηση στα γαλλικά “salade du brebis, salakis 100% brebis”. Η προωθητική στρατηγική του προϊόντος, το ανέδειξε σε βασικό συστατικό στοιχείο στις σαλάτες και είχε ιδιαίτερη επιτυχία, δεδομένου ότι η εταιρεία επέτυχε να το «εγγράψει» στο πλέγμα των διατροφικών συνηθειών των Γάλλων. Η επωνυμία Salakis στην τρέχουσα εποχή αποτελεί γνωστό, επώνυμο και κατοχυρωμένο προϊόν στην συνείδηση του γάλλου καταναλωτή, έχοντας υπερβεί και αντιπαρέλθει την έλλειψη της μη αναγραφής της ονομασίας Φέτας στην συσκευασία σύμφωνα με τις ευρωπαϊκές διατάξεις, και διατηρεί την ηγετική του θέση στην αγορά τυριού φέτας στην χώρα.

Σε αντίθεση με την Γερμανία και την Δανία που παράγουν τυριά τύπου φέτας κυρίως με αγελαδινό γάλα, στη Γαλλία η παραγωγή τύπου φέτας γίνεται ως επί το πλείστον από αιγοπρόβειο γάλα, χωρίς βέβαια να λείπουν και οι εξαιρέσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1
Παραγωγή τυριού τύπου φέτας στη Γαλλία

1980	1988	1997	1998	1999	2001	2005	2007	
875	7960	9745	10906	12162	12346	30000 ¹	14000	

Πηγή: SCEES enquête Annuelle Laitière

Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2003 τα στοιχεία για την παραγωγή τυριού τύπου φέτας στην Γαλλία είναι εμπιστευτικά και δεν διατίθενται για δημοσίευση. Είναι ιδιαίτερα δύσκολο να χορηγηθούν στοιχεία από τις αρμόδιες υπηρεσίες και κατά ακολουθία τα στοιχεία συμπληρώνονται με τον παρακάτω πίνακα που παρουσιάζει την παραγωγή τυριού από πρόβειο γάλα, που κυρίως αποτελεί παραγωγή τυριού τύπου φέτας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2
Παραγωγή τυριού από πρόβειο γάλα εκτός από Roquefort

1998	1999	2000	2002	2004
27000	29000	31000	33000	35000

Πηγή: SCEES enquête Annuelle Laitière

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω στοιχεία τα τελευταία χρόνια η γαλλική παραγωγή τυριού τύπου φέτας εκτιμάται ότι κυμαίνεται γύρω στις 15 με 25 χιλιάδες τόνους το χρόνο, καθιστώντας την Γαλλία μια από τις πρώτες χώρες παραγωγής τυριού τύπου φέτας στον κόσμο.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που εξασφαλίσαμε από το Γαλλικό Υπουργείο Γεωργίας και από τον Σύνδεσμο Παραγωγών Γαλακτοκομικών Προϊόντων, υπολογίζεται ότι η

¹ Συνολική παραγωγή με βάση τηλεοπτική εκπομπή Capital 2/5/2005.

παγκόσμια παραγωγή τυριού αυτής της μορφής ανέρχεται γύρω στις 400 χιλιάδες τόνο το χρόνο, με την Ελλάδα να παράγει περίπου 115 χιλ. τόνους, ενώ άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης παράγουν συνολικά γύρω στους 80 χιλ. τόνους. (Γερμανία 50 χιλ, Δανία 35 χιλ, Γαλλία 15-25 χιλ).

Η ανάγνωση των στοιχείων του Συνδέσμου Παραγωγών Γαλακτοκομικών Προϊόντων για το 2003 καταδεικνύει ότι το 20% του πρόβειου γάλακτος χρησιμοποιήθηκε για την παραγωγή τυριού φέτας, ενώ ο συγκεκριμένος τύπος τυριού αποτελεί το δεύτερο κατά σειρά παραγόμενο από πρόβειο γάλα μετά το Rocquefort στη Γαλλία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Οι γαλλικές εξαγωγές τυριού τύπου φέτας. (Ονοματολογία NC 04069032)

1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
10623	11657	10535	10488	11358	10959	10131	9936	8920	8791

Πηγή: Γαλλικά Τελωνεία

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάγνωση του ανωτέρω πίνακα προσδιορίζουν ότι μέχρι το 2005, έτος κατά το οποίο κατοχυρώθηκε για την Ελλάδα η προστατευόμενη ονομασία της Φέτας, παρατηρείται σχετική αύξηση των γαλλικών εξαγωγών, ενώ η τάση αντιστρέφεται τα τρία επόμενα χρόνια και μειώνεται για το 2008 στο ύψος των 8 791 τόνους. Ας σημειωθεί ότι η παγκόσμια παραγωγή φέτας από το 2002 έως το 2005 παρουσίασε μείωση από το ποσό των 650 χιλιάδων τόνων στους 400 χιλιάδες τόνους το 2005.

Η εύλογη προσδοκία μετά την κατοχύρωση της ονομασίας προέλευσης της φέτας θα ήταν οι γαλλικές εταιρείες να εντείνουν τις προσπάθειές τους για προώθηση του προϊόντος τους στην διεθνή αγορά προκειμένου να αντιστρέψουν τα αποτελέσματα από την εικόνα που απέκτησε το προϊόν ως ελληνικής προέλευσης, δεδομένου ότι εκεί δεν ισχύουν και οι ρυθμίσεις της Ε.Ε. για την ονομασία προέλευσης. Η μείωση των γαλλικών εξαγωγών θα μπορούσε να εξηγηθεί και να αποδοθεί στο γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση της κατανάλωσης φέτας στην εγχώρια αγορά, αλλά και από την σημειούμενη επενδυτική δραστηριότητα εξαγοράς εργοστασίων από την εταιρεία Lactalis στην Ανατολική Ευρώπη- Πολωνία, Τσεχία και προσφάτως Ρουμανία- με συνέπεια να υποκατασταθεί μεγάλο τμήμα των γαλλικών εξαγωγών από τις ομοειδείς εκτός των συνόρων της γαλλικές επενδύσεις. Συμφώνα με αναφορές στελεχών της εταιρείας Lactalis, η φέτα αποτελεί προϊόν όλων των χωρών της Βαλκανικής και δεν είναι αποκλειστικότητα της Ελλάδας.

2. Η κατανάλωση τυριού Φέτας και τύπου φέτας στη Γαλλία

Η φέτα κατέχει ιδιαίτερα ικανοποιητική θέση στη γαλλική αγορά τυροκομικών προϊόντων από άποψη ζήτησης και αποτελεί βασικό συστατικό παρασκευής διαφόρων συνταγών ενώ καταναλώνεται καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Η υιοθέτηση από τους γάλλους καταναλωτές ενός μεσογειακού τρόπου διατροφής καθώς και η αναγνώριση των ωφελειών από την Κρητική δίαιτα οδήγησε στην διεύρυνση της καταναλωτικής ζήτησης

της φέτας στη Γαλλία, η οποία έχει εκφύγει και πέρα από την παραδοσιακή θέση της στις θερινές σαλάτες και έχει εισέλθει και αναγνωρισθεί ως βασικό συστατικό σε ευρύ φάσμα γαστρεντερικών δημιουργιών της γαλλικής κουζίνας.

Η Φέτα υφίσταται και αντιμετωπίζει και τον σκληρό ανταγωνισμό άλλων τύπων λευκών τυριών που παράγονται στη Γαλλία (fromage blanc faiselle, cottage cheese, carré frais, petit suisse, brousse, crémets, jonchée d'Aunis, Saintonge, Poitou, Fontainebleau, caillebotte κλπ) η εισάγονται από το εξωτερικό (Mozzarella). Αξίζει να σημειωθεί ότι η παρουσία διαφορετικών τύπων τυριών στη γαλλική αγορά εκτείνεται στα 100 διαφορετικά είδη.

Η κατά κεφαλήν κατανάλωση φέτας στη Γαλλία τα τελευταία χρόνια κυμαίνεται μεταξύ του 0,40kg - 0,150 kg ενώ η κατά κεφαλήν κατανάλωση τυριού στην Γαλλία εγγίζει το ύψος των 24,5 κιλά (στοιχεία 2003) όπου για το 2006 η συνολική κατανάλωση μειώθηκε ελαφρά στα 23,7 κιλά επί του συνόλου των 1461 τόνων λευκού τυριού κάθε τύπου που καταναλώθηκε στη χώρα. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην Ελλάδα η κατανάλωση φέτας είναι 10 φορές μεγαλύτερη και προσεγγίζει τα 10 κιλά κατά κεφαλήν².

Η διατροφική αυτή συμπεριφορά εξηγείται από τα διαφορετικά πολιτιστικά πρότυπα καθώς και από το γεγονός ότι η φέτα αποτελεί βασικό συστατικό της διατροφής κάθε Έλληνα ενώ αντίθετα στην Γαλλία χαρακτηρίζεται ως προϊόν delicatessen, το οποίο έχει να ανταγωνιστεί και άλλα τοπικά τυριά που παράγονται από αιγοπρόβειο γάλα.

Η ανάγκη για κάλυψη όλων των αναγκών των καταναλωτών έχει δημιουργήσει στην διαμόρφωση τάσεων στην αγορά που εμπεριέχουν την εισαγωγή και νέων προϊόντων τύπου φέτας όπως φέτα light, φέτα σε κύβους, φέτα μαριναρισμένη σε ελαιόλαδο κλπ.

Στόχος αποτελεί η κατάκτηση και διεύρυνση των μεριδίων της αγοράς των καταναλωτών και ιδιαίτερα του γυναικείου καταναλωτικού κοινού που προτιμά τα λευκά αλατισμένα τυριά αλλά και των καταναλωτών νεότερων ηλικιών που εκδηλώνουν την προτίμηση τους στα τυριά τύπου φέτα. Αυτή ακριβώς η προτίμηση έφερε τα λευκά μαλακά αλατισμένα τυριά στη 10 θέση των πωλήσεων και των προτιμήσεων των καταναλωτών τυριού στη Γαλλία. Συνεπώς διαπιστώνουμε ότι από τότε που εισήχθη αρχικώς η κατανάλωση φέτας στην χώρα, ως βασικό συστατικό για την δημιουργία τύπων σαλάτας και διαφόρων κυρίως καλοκαιρινών πιάτων, η ζήτηση φέτας έχει αυξηθεί και έχει γίνει προϊόν ιδιαίτερα δημοφιλές σε όλες τις κατηγορίες των καταναλωτών.

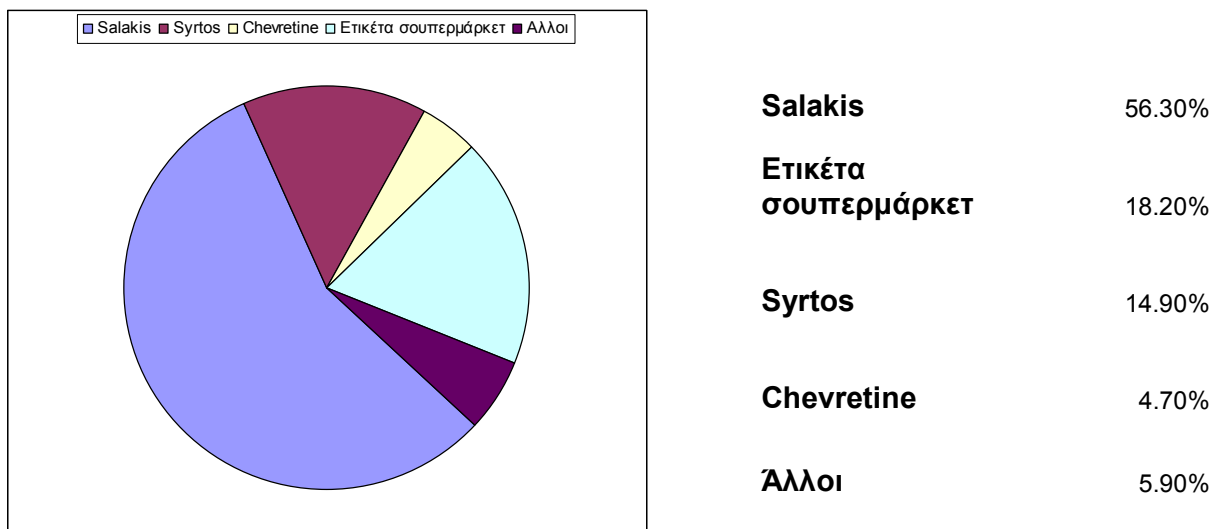
3. Οι κυριότερες εταιρείες που διακινούν τυρί Φέτα ή τύπου Φέτας.

Η αγορά φέτας στη Γαλλία είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική, με τρεις κυρίως εταιρείες να διακινούν το 97% της συνολικής παραγωγής. Η εταιρεία Lactalis, η οποία διακινεί και εμπορεύεται την ονομασία Salakis, αποτελεί και τον αδιαφιλονίκητο ηγέτη της αγοράς, η εταιρεία Bongrain - γαλακτοκομική εταιρεία της Λυών που εμπορεύεται την συσκευασία Islos, τυροκομείο του Velay, και η εταιρεία Bel που παρασκευάζει στη Γερμανία το τυρί Syrtos. Καταγράφεται επίσης η δραστηριότητα εταιρειών με κάλυψη μικρού μεριδίου της αγοράς, όπως Gabriel Coulet: (Fetros που μετονομάστηκε σε Brebiac), Seguin (Feda cub),

² (Πηγή: κανονισμός το ΕΟΚ n° 1829/2002 Για το 2005)

Τυροκομεία occitanes (παραγωγή τυριού σε κύβους la vie du chateau) καθώς και διάφορες άλλες κατηγορίες κατσικίσια τυριά και τυριών βιολογικής καλλιέργειας που παρασκευάζονται στην περιοχή Lozère της Ν. Γαλλίας.

Τα μερίδια της αγοράς για το 2002 επί του συνόλου 3790 τόνων που διατέθηκαν στην αγορά κατανέμονται ως εξής:



Πηγή: σύνδεσμος διανομέων 2002

Η εταιρεία Lactalis, με την συσκευασία Salakis, κυριαρχεί στην γαλλική αγορά με ποσοστό κάλυψης της τάξεως του 56,30 %, ενώ τα προϊόντα ετικέτας με άμεση διάθεση από τα κανάλια διανομής των super markets διαθέτουν το 18,2%. Όλες οι βασικές αλυσίδες σουπερ μάρκετ της χώρας διακινούν φέτα με δική τους ετικέτα, Carrefour, Auchan, Casino κλπ. Η συσκευασία SyrtoS καλύπτει το 14,9%, η εταιρεία Chènvretine: 4,7% και άλλοι το 5,9%.



4. Δίκτυα Διανομής της Φέτας

Τα δίκτυα διανομής και διακίνησης της φέτας, παρουσιάζουν την ακόλουθη εικόνα όπως στο πεδίο των μεγάλων αλυσίδων υπεραγορών (σουπερ μάρκετ) η φέτα Salakis της εταιρείας Lactalis διατίθεται παντού και ανευρίσκεται σε όλα τα ράφια των super markets. Αντιθέτως η παρουσία της ελληνικής φέτας είναι μικρή, διατίθεται σε ελάχιστα καταστήματα, μοναδική εξαίρεση αποτελεί τα τμήματα delicatessen των πολυκαταστημάτων Grand Epicerie-Bon Marche και Galleries La Fayette, στο Παρίσι όπου διατίθεται η φέτα Δωδώνη, ενώ δε απαντάται στην γαλλική αγορά προώθηση ελληνικής φέτας χωρίς συσκευασία.

Στο πλαίσιο μιας αγοράς όπου τα μεγάλα super markets επιβάλουν κυριαρχικά τους όρους εμπορίας και συσκευασίας των προϊόντων τους και όπου η συσκευασία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη προώθηση προϊόντος, η Ελληνική φέτα δεν έχει κατακτήσει τη θέση που δικαιωματικά της αναλογεί. Αυτό ανάγεται στην ελκυστικότερη συσκευασία της φέτας Salakis και Syrtos με συνέπεια την κατάκτηση της προτίμησης των καταναλωτών, ενώ η ονομασία ΠΟΠ που θα μπορούσε να προσδώσει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα και προβάδισμα στην προώθηση της Ελληνικής φέτας αντιμάχεται αποτελεσματικά από τον διακριτό όρο 100% από αιγοπρόβειο γαλλικό γάλα και λειτουργεί πειστικά στους Γάλλους καταναλωτές για την ποιότητα της παρασκευής της, με αποτέλεσμα να επιλέγουν ένα γαλλικό προϊόν και όχι την ελληνική φέτα.

Εντός του 2008, η αγορά έχει αποδεχθεί και προσαρμοσθεί με την κοινοτική οδηγία που αφορά την ονομασία ΠΟΠ για την Φέτα. Αυτό οδήγησε σειρά μεγάλων αλυσίδων όπως Auchan, Carrefour, Casino, Franprix, Monoprix, στη συμμόρφωσή τους με την κοινοτική

οδηγία και εκ παραλλήλου στον στόχο τους για πρόταση προς τους καταναλωτές ποιοτικών προϊόντων με αναγραφή ΠΟΠ και συγκεκριμένα στην διακίνηση ελληνικής φέτας φέροντας την συσκευασία και ετικέτα των σουπερ μάρκετ. Συγκεκριμένα τα τυριά αυτά παρασκευάζονται στην Ελλάδα, από τυροκομεία κυρίως της περιοχής της Θεσσαλίας και εισάγονται εν συνεχεία στην γαλλική αγορά με την συσκευασία του διανομέα.

Η κίνηση αυτή αποτελεί και την πρώτη σαφή αναγνώριση από την πλευρά των μεγάλων super markets της παραδοχής ότι η ύπαρξη ονομασίας προέλευσης σε κάποια προϊόντα αποτελεί και πιστοποιημένη εγγύηση της ποιότητας των προϊόντων αυτών και εγγράφεται σε μια γενικότερη προσπάθεια των μεγάλων αλυσίδων να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα στους καταναλωτές τους

Υποστηρικτική προσπάθεια της διείσδυσης της ελληνικής φέτας στη Γαλλία και σε συνάρτηση με τις παραδοσιακές αναγνωρισμένες αξιολογητικές διαδικασίες της για τα προϊόντα θα μπορούσε, ενδεχομένως, να αποτελέσει και η προβολή βράβευσης της καλύτερης φέτας και συσκευασίας της και δη μέσα από διαγωνιστικές διαδικασίες της στο διαδίκτυο που θα αναδείκνυαν και την συμμετοχή του καταναλωτικού κοινού αλλά και θα αναδομούσαν την αίγλη, την αναγνωσιμότητα και την διακριτότητα του προϊόντος.

Στα καταστήματα τυροκομικών ειδών παρατηρείται αύξηση των ποσοτήτων φέτας που διακινούνται στη γαλλική αγορά και ιδιαίτερα ελληνικής φέτας ως προϊόν ΠΟΠ, δεδομένου ότι τα καταστήματα αυτά αποτελούν το βασικό πεδίο διακίνησης τροφίμων και γενικότερα προϊόντων πιστοποιημένης ποιότητας. Οι καταναλωτές που επιζητούν πιστοποιημένη φέτα είναι κυρίως άνδρες με υψηλά κριτήρια γευσιγνωσίας και μπορούν να αναγνωρίσουν την ποιότητα και τη μεστή γεύση ενός λευκού τυριού όπως η φέτα.

Όσον αφορά τις εταιρείες catering (traiteurs), αυτές κατά κύριο λόγο χρησιμοποιούν τυριά απομίμησης φέτα όπως το combi για την παρασκευή ετοιμών φαγητών. Η χρήση απομιμήσεων φέτας είναι άκρως διαδεδομένη και στην παρασκευή βιομηχανικών κατεψυγμένων έτοιμων τροφών.

Σχετικά με τις αγορές μέσω διαδικτύου διαπιστώνουμε ότι διευρύνεται ο αριθμός των Γάλλων που πραγματοποιούν τις καθημερινές τους προμήθειες σε τρόφιμα μέσα από το Internet. Στο πεδίο αυτό εντοπίζεται και η πλειοψηφία των συσκευασιών που κυκλοφορούν με την ονομασία και το γεγονός αυτό καθιστά το διαδίκτυο ως ένα βασικό όπλο τόσο για την προστασία της και την ορθή χρήση της πιστοποίησης ΠΟΠ και των κοινοτικών οδηγιών που αφορούν στο θέμα αυτό, όσο και για την ευκολότερη και μεγαλύτερη διείσδυση της ελληνικής φέτας στη γαλλική αγορά .

Η χονδρική αγορά της Γαλλίας χαρακτηρίζεται για τον ολιγοπωλιακό χαρακτήρα της ενώ μικρός αριθμός χονδρεμπόρων δραστηριοποιείται στη γαλλική αγορά με την συσταλτική μορφή περιοριστικών συμβολαίων πώλησης συγκεκριμένων προϊόντων με συνέπεια η αποτελεσματική διείσδυση της φέτας στη γαλλική αγορά να κινείται σε πεπερασμένα όρια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του φαινομένου αποτελεί η προώθηση γνωστών ελληνικών εταιρειών φέτας, όπου η παρουσία ενός «ιστορικού» εισαγωγέα, οριοθετεί και περιορίζει στα όρια της «διάθεσής» του την ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων και δραστηριοτήτων προώθησής τους, ενώ εκ παραλλήλου προκύπτουν δυσκολίες και αντικίνητρα στην προώθησή του εκ του γεγονότος ότι οι χονδρέμποροι που διακινούν

ελληνική φέτα δεν φροντίζουν να ενημερώνουν τους πελάτες τους για το γεγονός ότι η φέτα που εμπορεύονται διαφοροποιείται με την ονομασία ΠΟΠ .

Αξίζει ακόμη να σημειωθεί ότι παρά τις προσπάθειες των ελλήνων παραγωγών για την αποκλειστικότητα της χρήσης ΠΟΠ, κλειδί στην εγγραφή στην συνείδηση του γάλλου καταναλωτή ως προϊόν ανώτερης πιστοποιημένης ποιότητας, η συγκεκριμένη επιτυχία δεν επενδύθηκε με συνοδεία διαφημιστικής εκστρατείας ενημέρωσης του καταναλωτή όταν οι Γάλλοι παραγωγοί φέτας μόνο για το 2005 υποστήριξαν τις πωλήσεις τους με επικοινωνιακή δαπάνη ύψους 28,7 εκατομμυρίων ευρώ.

Κατά τη γνώμη μας, η πολιτική διείσδυσης και προώθησης της ελληνικής φέτας στη γαλλική αγορά αν και κατείχε το προνόμιο της πιστοποίησης, τήρησε, με προφανείς συνέπειες, αμυντική στάση σε σχέση με τους Γάλλους και ευρωπαϊούς ανταγωνιστές της που επέδειξαν ασύγκριτα επιθετικότερη στάση τόσο στο πεδίο της διαφημιστικής ανάδειξης όσο και στο πεδίο ένταξης στα κανάλια διανομής αλλά και ευρύτερα στην προωθητική στρατηγική.

5. Οι τιμές πώλησης του προϊόντος στην αγορά

Πέραν της συσκευασμένης φέτας που μπορούμε να προμηθευτούμε στις μεγάλες αλυσίδες Υπεραγορών, η φέτα διατίθεται και σε καταστήματα τυροκομικών προϊόντων και δη των εταιρειών Δωδώνη, Ήπειρος, Καράλης, Κολλίος κλπ. Οι τιμές τους κυμαίνονται από 14-25 ευρώ το κιλό. Αντιθέτως στις μεγάλες αλυσίδες τα ανταγωνιστικά τυριά τύπου φέτα είναι σαφώς φθηνότερα και ανέρχονται γύρω στα 11-14 ευρώ το κιλό για τις μάρκες Salakis, Syrtos και γύρω στην τιμή των 10 ευρώ το κιλό για τις φέτες που διακινούνται με ετικέτες των μεγάλων αλυσίδων σουπερ μάρκετ. Η φέτα πωλείται κυρίως σε αεροστεγείς συσκευασίες των 200-250 γραμμαρίων, όπως επίσης και σε γυάλινα δοχεία των 300 γραμμαρίων σε κύβους με ελαιόλαδο προκειμένου να συνδυάζεται και με τις σύγχρονες καταναλωτικές έξεις των γάλλων, οι προσλήψεις των οποίων την κατατάσσουν ως προϊόν delicatessen και την αναλώνουν σε μικρότερες ποσότητες.

.6. Οι εισαγωγές τυριού Φέτας και τύπου Φέτας στην Γαλλία

Η Γαλλία αποτελεί χώρα που εξάγει και εισάγει ποσότητες τυριού φέτας. Όσον αφορά τις εισαγωγές διαπιστώνουμε ότι το 1/3 του συνόλου εισάγεται από την Ελλάδα, ενώ ιδιαίτερα σημαντικές ποσότητες εισάγονται από άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και κυρίως από την Δανία, Ολλανδία, Γερμανία. Συνεπώς σε σύνολο 3.259 τόνων εισαγωγών φέτας και τύπου φέτας η χώρα μας εξάγει 1092 τόνους, ενώ ακολουθείται από την Δανία με 986 τόνους. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια διαφορές γαλλικές εταιρείες και κυρίως η εταιρεία Lactalis έχει εξαγοράσει και εκσυγχρονίσει διάφορα τυροκομεία σε χώρες της Ανατολικής Ευρώπης στα οποία παράγει τυρί τύπου φέτας και το οποίο προωθεί εξαγωγικά στη Γαλλία. Ο όγκος αυτός που επανεισάγεται στην χώρα ανέρχεται στο ύψος των 141 τόνων ετησίως.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4
Οι εισαγωγές τυριού φέτας και τύπου φέτας στην Γαλλία για το 2007

Γεωγραφικές Περιοχές	2007		Οι 12 τελευταίοι μήνες του έτους	
			Απρίλιος 2007 - Μάρτιος 2008	
	Αξία	Όγκος	Αξία	Όγκος
Σύνολο	15 718	3 259	15 087	3 045
Ευρώπη	15 565	3 231	14 934	3 016
Ευρωπαϊκή Ένωση (26)	15 524	3 219	14 930	3 015
Ευρωπαϊκή Ένωση (14)	15 524	3 219	14 930	3 015
Ζώνη Ευρώ	11 159	2 233	10 919	2 137
Νέα κράτη-μέλη (12)	0	0	0	0
Αφρική	0	0	0	0
Αμερική	0	0	0	0
Εγγυς και Μέση Ανατολή	12	2	16	3
Ασία	0	0	0	0
Διάφοροι	141	26	137	26
Ελλάδα	5 394	1 092	4 973	1 015
Δανία	4 364	986	4 010	878
Ολλανδία	2 554	395	2 381	356
Βέλγιο	1 465	386	1 514	387
Γερμανία	1 354	305	1 211	256
Ιταλία	382	54	829	122
Retour France	141	26	137	26
Ισραήλ	12	2	16	3
Πορτογαλία	7	1	8	1
Τουρκία	41	12	4	1
Λουξεμβούργο	3	0	3	0
Ηνωμένο Βασίλειο	1	0	1	0
Άλλες χώρες	0	0	0	0

Παρά το γεγονός ότι δεν διαθέτουμε επίσημα στοιχεία από ελληνικής πλευράς για το ύψος των εξαγωγών φέτας στην Γαλλία, η ποσότητα των 1100 περίπου τόνων το χρόνο, συμφωνά με τις γαλλικές στατιστικές, δεν είναι ιδιαίτερα ικανοποιητική αν λάβει κάποιος υπόψη τη μείωση της παραγωγής λευκού τυριού τύπου φέτας στη Γαλλία, και της δυνατότητας της αναγραφής ΠΟΠ στη φέτα Ελληνικής παραγωγής. Παρόλο που οι Έλληνες παραγωγοί ήλπιζαν σε μια αύξηση του μεριδίου της αγοράς στο διπλάσιο, δεν είδαν κάποιο θετικό αποτέλεσμα από τη χρήση της ΠΟΠ στις συσκευασίες. Ας σημειωθεί ότι κατά κανόνα στην Γαλλία η δυνατότητα ενός προϊόντος που φέρει την ονομασία ΠΟΠ μεταφράζεται και σε συνακόλουθη αύξηση του μεριδίου της αγοράς της τάξεως του 20 %.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5
Εξαγωγές γαλλικού τυριού τύπου Φέτας για το 2007

Γεωγραφικές Περιοχές	2007		Οι 12 τελευταίοι μήνες του έτους	
	Αξία	Όγκος	Αξία	Όγκος
Σύνολο	42 958	8 920	42 219	8 670
Ευρώπη	29 788	6 046	28 963	5 843
Ευρωπαϊκή Ένωση (26)	28 749	5 870	28 149	5 707
Ευρωπαϊκή Ένωση (14)	28 596	5 852	28 007	5 688
Ζώνη Ευρώ	26 457	5 471	26 183	5 361
Νέα κράτη-μέλη (12)	153	18	142	19
Αφρική	84	16	80	15
Αμερική	9 433	1 883	9 709	1 924
Εγκύς και Μέση Ανατολή	3 538	962	3 371	878
Ασία	86	9	70	7
Διάφορες χώρες	29	4	26	3
Λουξεμβούργο	19 906	4 154	19 963	4 135
Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	9 250	1 857	9 543	1 901
Γερμανία	3 083	652	2 847	587
Κουβέιτ	2 334	551	2 328	536
Ηνωμένο Βασίλειο	2 135	379	1 818	325
Βέλγιο	1 727	320	1 670	306
Σαουδική Αραβία	1 039	381	907	318
Ισπανία	858	158	852	157
Ελβετία	962	165	735	126
Ιταλία	259	48	254	47
Αυστρία	200	41	189	39
Καναδάς	166	23	159	22
Ιρλανδία	124	21	135	23
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	56	9	44	7
Βαχρεΐν	51	12	35	8
Χονγκ-Κόνγκ	40	4	33	3
Δανία	17	3	19	4
Νότιος Κορέα	23	2	12	1
Burkina-Faso	0	0	4	0
Ουγγαρία	2	0	4	1
Κίνα	4	1	3	1
Φινλανδία	37	8	3	1
Βερμούδες	3	1	2	0
Ανδόρα	4	1	1	0
Μπενίν	1	0	1	0
Ινδία	1	0	1	0
Καμπότζη	1	0	0	0
Ακτή Ελεφαντοστού	4	1	0	0
Κούβα	11	1	0	0
Αλλές χώρες	660	127	657	122

Όσον αφορά τις γαλλικές εξαγωγές τυριού τύπου φέτας, διαπιστώνουμε ότι η Γαλλία εξαγει τριπλάσιες ποσότητες από αυτές που εισάγει. Για το 2007 οι εξαγωγές ανήλθαν στο ύψος των 8920 τόνων με κύριες χώρες προορισμού το Λουξεμβούργο, τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Γερμανία και το Κουβέιτ. Αξίζει να σημειωθεί ότι ειδικά στις ΗΠΑ η εταιρεία Lactalis, διαθέτει την εμπορική ονομασία Valbreso, η οποία θεωρείται από τις κυριότερες της αγοράς.

7. Συμπεράσματα

- Η ύπαρξη ενός κατεξοχήν διακριτού ελληνικού προϊόντος και δη του τυριού της Φέτας δεν έχει κατορθώσει, ακόμη, στην ιδιαίτερα δύσκολη ανταγωνιστική αγορά της Γαλλίας να επιβεβαιώσει και να κατακτήσει την διακριτή θέση που δικαιωματικά του αναλογεί.

Η κατοχύρωση της αναγνωρισιμότητας της ονομασίας προέλευσης της Φέτας, αν και προσδίδει ασύγκριτο πλεονέκτημα δεν οδήγησε στην προσδοκώμενη αύξηση των εξαγωγών της, ενδεχομένως, γιατί δεν συνοδεύτηκε από τις αναγκαίες για τα δεδομένα της γαλλικής αγοράς υποστηρικτικές πολιτικές προώθησης.

Εκ παραλλήλου, ο έντονος ανταγωνισμός των γάλλων παραδοσιακών παραγωγών-ανταγωνιστών τύπου φέτας, έχει λειτουργήσει περιοριστικά στην προώθηση προϊόντων μας, ενώ μέχρι σήμερα έχει θωρακίσει την κύρια παρουσία του γαλλικού ανταγωνιστικού τυριού τόσο σε επίπεδο κάλυψης της αγοράς, αλλά και στο πεδίο της εγγραφής στη γαστριμαργική συνείδηση των γάλλων καταναλωτών.

Πέραν τούτου, σημειώνουμε ότι οι εξαγωγές ελληνικής φέτας δεν έχουν αποκτήσει προσβασιμότητα και ερείσματα στα μεγάλα δίκτυα διανομής με συνέπεια να περιορίζονται σε στατική «ομηρεία» από τους παραδοσιακούς εισαγωγείς που έχει ως συνέπεια το εύρος της κατανάλωσης να οριοθετηθεί και να συναρτάται από το εύρος και την διαθεσιμότητα των αποκλειστικών αντιπροσώπων καθώς και στο πεδίο οριακής εμβέλειας καταστημάτων που διαθέτουν προϊόντα μεσογειακής διατροφής και delicatessen.

Η προώθηση της φέτας είναι συνάρτηση και της ελκυστικής τιμής της όπου σε συνδυασμό με στρατηγική διαφημιστική υποστήριξη και συνέργειες που θα αντλούνται από συγκροτημένες παρεμβατικές εκδηλώσεις με στόχο την ανάδειξη τους σε επιλεγμένους καταναλωτικούς χώρους θα συντείνουν και θα συλλειτουργήσουν στην δυναμική ένταξη της στις καταναλωτικές γαστριμαργικές τάσεις της αγοράς.

- Κεντρική επικοινωνιακή υποστήριξη προϊόντος
- Διασύνδεση με στοχευμένες πολιτικές προώθησης σε κεντρικά καταναλωτικά πεδία, υπεραγορές, αγορές χονδρικού εμπορίου, αλυσίδες βιολογικών προϊόντων.
- Διεύρυνση των δικτύων διανομής
- Μεγέθυνση των σημείων πώλησης
- Εξορθολογισμένη τιμή πώλησης
- Εστιασμός σε σύγχρονη συσκευασία και εύληπτη αναγνωρισιμότητα προϊόντος