



ΠΡΕΣΒΕΙΑ της ΕΛΛΑΔΟΣ στη ΣΕΡΒΙΑ
Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων Βελιγραδίου
Σεπτέμβριος 2020



ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΑΓΡΟ-ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗ ΣΕΡΒΙΑ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>A. Σερβική Αγορά ελαιολάδου</u>	σελ. 3
1. Κατανάλωση ελαιόλαδου - Εισαγωγές-Στατιστικά στοιχεία (α)	σελ. 3
2. Τιμή – Συσκευασία (β)	σελ. 5
3. Προτάσεις - Προωθητικές δράσεις	σελ. 7
4. Λιανικό-Χονδρικό εμπόριο και δίκτυα διανομής	σελ. 10
5. Πρακτικές οδηγίες προσέγγισης της αγοράς για νεο-εισερχόμενους Έλληνες επιχειρηματίες	σελ. 12
6. Λοιπές ιδιαιτερότητες της διαδικασίας πρόσβασης στην σερβική αγορά και ελληνικές εμπειρίες της τελευταίας εικοσαετίας	σελ. 14
<u>B. Σερβική Αγρο-Βιομηχανία (α)</u>	σελ. 18
1. Αγροτική Βιομηχανία (κίνητρα, εκπαίδευση)	σελ. 18
2. Φρούτα	σελ. 21
3. Λαχανικά	σελ. 23
4. Κρέας- Γαλακτοκομικά	σελ. 25
5. Βιολογικά Προϊόντα	σελ. 26

Παράρτημα (β) σελ. 28

Κατάλογοι για δίκτυα διανομής, Εισαγωγείς ελαιόλαδου και επιτραπέζιας ελιάς, Αλυσίδες Super Markets, Βιομηχανίες τροφίμων στη Σερβία

Βασίλειος Σκρόνιας, Γεν. Σύμβουλος ΟΕΥ Α΄, Συντονισμός & Επιμέλεια κειμένου
Μάριος Μπελιμπασάκης, Σύμβουλος ΟΕΥ Β΄(α)
Ελένη Σκρέτη, ΣΟΧ Δ.Υ. (β)

Α. Η ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ



1. Κατανάλωση ελαιόλαδου στη Σερβία- Εισαγωγές

Μέχρι τώρα, οι Σέρβοι θεωρούνταν συντηρητικοί στις καταναλωτικές τους συνήθειες αναφορικά με τη χρήση των βρώσιμων ελαίων. Λόγω κλιματολογικών και εδαφολογικών συνθηκών, το ελαιόδεντρο δεν αναπτύσσεται στη Σερβία και για αυτό το λόγο δεν υφίσταται εγχώρια παραγωγή ελαιόλαδου και επιτραπέζιας ελιάς. Αντιθέτως είναι **σημαντική η παραγωγή σπορέλαιου** και ειδικότερα καλαμποκέλαιου και ηλιέλαιου. Τα προϊόντα που εμπίπτουν στο αραβοσιτέλαιο, το φοινικέλαιο, το κραμβέλαιο (λάδι κανόλα)¹ και το σογιέλαιο δεν είναι αμελητέα στη Σερβία. Το ηλιέλαιο παραμένει ο πιο δημοφιλής και φθηνότερος τύπος βρώσιμου λαδιού στη Σερβία, ωστόσο, το μερίδιό του μειώθηκε ελαφρά τα τελευταία χρόνια. Το ελαιόλαδο, προσοδευτικά, αναδεικνύεται ως εναλλακτική λύση για το ηλιέλαιο.

Συνολική κατανάλωση ελαιόλαδου στη Σερβία				
		2017	2018	2019
Ελαιόλαδο	λίτρα	2.663.621	3.255.537	3.255.537

Πηγή: Έρευνα για τον προϋπολογισμό των νοικοκυριών (Household Budget Survey SORS- Στατιστική Υπηρεσία). Σύμφωνα με στοιχεία που χορήγησε στο Γραφείο Ο.Ε.Υ. Βελιγραδίου η κα Mirjana Stanković (14/8/2020) της Στατιστικής Υπηρεσίας της Σερβίας (SORS), η κατανάλωση ελαιόλαδου για το 2019 παρέμεινε σταθερή με αυτή της προηγούμενης χρονιάς.

Η κατανάλωση ελαιόλαδου και επιτραπέζιας ελιάς στη Σερβία έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, αφενός λόγω των ετήσιων αφίξεων Σέρβων τουριστών στην

¹ Κραμβέλαιο ή λάδι ελαιοκράμβης, λάδι κανόλα, canola oil, rapeseed oil, LEAR oil. Προέρχεται από τους σπόρους ενός τύπου ελαιοκράμβης, με δύο βασικές ποικιλίες τη Brassica Napus και τη Brassica Rapa. Στην ίδια οικογένεια ανήκει το μπρόκολο, το κουνουπίδι, το λάχανο και ο σιναπόσπορος (μουστάρδα).

Ελλάδα ή σε άλλα μεσογειακά κράτη και της γνωριμίας τους με τη μεσογειακή διατροφή, αφετέρου εξαιτίας της βελτίωσης του βιοτικού τους επιπέδου. Η τάση αυτή οδηγεί σε αλλαγή **διατροφικών συνηθειών** και υιοθέτηση ποιοτικών, υγιεινών ειδών διατροφής. Παρόλα αυτά η **κατανάλωση ελαιόλαδου περιορίζεται στις σαλάτες** ενώ για τη κουζίνα οι Σέρβοι προτιμούν τα σπορέλαια.

Ο κύριος όγκος **εισαγωγών παρθένου ελαιόλαδου** προέρχεται **από την Ιταλία, την Ελλάδα, και την Ισπανία**. Η Ιταλία και η Ελλάδα κατέχουν, περίπου, το 90% της αγοράς.

Εξτρα παρθένο ελαιόλαδο	2019	Αξία εισαγωγών (προς Σερβία) σε ευρώ	Αξία σερβικών εξαγωγών σε ευρώ	2018	Αξία εισαγωγών σε ευρώ	Αξία εξαγωγών σε ευρώ
Ελλάδα		525	-		847	-
Ισπανία		698	-		609	-
Ιταλία		1681	-		2246	-

Πηγή: SORS- Στατιστική Υπηρεσία Σερβίας (14/8/2020)

Τα πλέον επικαιροποιημένα στοιχεία για το πρώτο εξάμηνο του 2020 αναλυτικά:

Ιανουάριος- Ιούνιος 2020	ΕΥΡΩ		Ποσότητα	
	Εξαγωγές	Εισαγωγές	Εξαγωγές	Εισαγωγές
Σύνολο	16	2138	8	710
1509101000/Χαμηλής ποιότητας παρθένο ελαιόλαδο	-	1	-	0
Ιταλία	-	1	-	0
1509102000/ Έξτρα Παρθένο ελαιόλαδο	1	1553	0	452
Βοσνία-Ερζεγοβίνη	0	-	0	-
Ισπανία	-	272	-	89
Γαλλία	-	0	-	0
Ελλάδα	-	299	-	78
Κροατία	1	14	0	1
Ιταλία	-	966	-	283
Πορτογαλία	-	1	-	0
Σλοβενία	-	0	-	0
1509108000 / Ελαιόλαδο, παρθένο, άλλο	0	140	0	46
Γερμανία	-	0	-	0
Ελλάδα	-	84	-	24
Ιταλία	-	3	-	1
Μαυροβούνιο	0	-	0	-
Τυνησία	-	53	-	22
1509900000 /Ελαιόλαδο, άλλο, παράγωγά του	3	61	0	19
Αυστρία	-	5	-	1
Αυστραλία	0	-	0	-
Βοσνία-Ερζεγοβίνη	0	-	0	-
Ισπανία	-	39	-	12

Ελλάδα	-	8	-	2
Κροατία	-	0	-	0
Ιταλία	-	8	-	3
Ολλανδία	0	-	0	-
Ρωσία	2	-	0	-
1510001000 /Ακατέργαστα έλαια που λαμβάνονται αποκλειστικά από ελιές	12	83	8	55
Βοσνία-Ερζεγοβίνη	12	-	8	-
Ελλάδα	-	65	-	46
Ιταλία	-	18	-	9
1510009000 Άλλα λάδια και παράγωγά τους, που λαμβάνονται αποκλειστικά από ελιές, άλλα	-	300	-	138
Ισπανία	-	117	-	52
Ελλάδα	-	113	-	50
Ιταλία	-	70	-	36

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Σερβίας(14/8/2020)

2. Τιμή – Συσκευασία

Σχετικά με τις συσκευασίες, παρατηρούμε στα καταστήματα λιανικής πώλησης ότι οι ελιές, πράσινες, μαύρες και γεμιστές, διατίθενται κυρίως σε γυάλινα βάζα, διαφόρου βάρους, όπως πχ των 140 gr, 310 gr, 570 gr, 1.5 kg κλπ. Στους κατωτέρω πίνακες (7) και (8), συνοψίζονται οι κυριότερες συσκευασίες ελιών και ελαιόλαδου καθώς και οι λιανικές τιμές τους. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι λιανικές τιμές σπορέλαιων που συναντώνται σε πλαστικές συσκευασίες του 1 L, κυμαίνονται μεταξύ 125 - 145 δηνάρια.

Πίνακας 7: ελιές

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΒΑΡΟΣ	ΤΙΜΗ(σε δην.)
Γυάλινη	140 gr	102 -140
Γυάλινη	310 gr	180 - 220
Γυάλινη	360 gr	190 - 280
Γυάλινη	570 gr	198 - 428
Γυάλινη	720 gr	200 - 868
Γυάλινη	1,5 kgr	427 - 750
Χύμα	1 kgr	950 - 1250

Ισοτιμία: 1 Ευρώ=1176δηνάρια

Όσον αφορά το ελαιόλαδο, οι τιμές αναφέρονται σε έξτρα παρθένο ελαιόλαδο.

Πίνακας 8: ελαιόλαδο

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΒΑΡΟΣ	ΤΙΜΗ(σε δην.)
Ελλάδα	Γυάλινη	250 ml	350
Ελλάδα	Γυάλινη	500 ml	480-945
Ελλάδα	Γυάλινη	750 ml	650-1700
Ελλάδα	Γυάλινη	1 L	1000-1900
Ιταλία	Γυάλινη	250 ml	400-700
Ιταλία	Γυάλινη	500 ml	780-1150
Ιταλία	Γυάλινη	750 ml	1000-1530
Ιταλία	Γυάλινη	1 L	1000-1850
Ισπανία	Γυάλινη	250 ml	300-370
Ισπανία	Γυάλινη	500 ml	530-730
Ισπανία	Γυάλινη	1 L	970-1350
Ελλάδα	Μεταλλική	1 L	1200-1400
Ελλάδα	Μεταλλική	3 L	2400 - 2950

Ισοτιμία: 1 Ευρώ=117 δηνάρια

Το ελαιόλαδο προσφέρεται και αυτό σε γυάλινες συσκευασίες των 250 ml, 500 ml, 750 ml και του 1 L, όπως και σε μεταλλικές του 1 L και των 3 L. Η μεγαλύτερη κατανάλωση παρθένου ελαιόλαδου παρατηρείται στις γυάλινες συσκευασίες των 500 ml και 750 ml. Η γυάλινη συσκευασία δίδει την εικόνα ενός προϊόντος υψηλής ποιότητας.

Υποχρεωτικές ενδείξεις στη συσκευασία:

Επί της συσκευασίας του προϊόντος πρέπει να αναφέρονται στη σερβική γλώσσα τα κάτωθι πληροφοριακά στοιχεία:

- Η ονομασία πώλησης του προϊόντος
- Πληροφορίες για τη κατηγορία του ελαιόλαδου
- Η καθαρή ποσότητα του περιεχομένου σε μονάδες όγκου
- Ο παρασκευαστής ή συσκευαστής
- Ο εισαγωγέας και ο διανομέας
- Η ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας του προϊόντος
- Συνθήκες διατήρησης

3. Προτάσεις & Προωθητικές δράσεις

Οι γνωστές κλαδικές "αδυναμίες" παραγωγής ή διεθνούς προώθησης ελληνικού ελαιόλαδου (πχ μη τυποποίηση, μη προβολή-διαφήμιση κλπ), είναι αλληλένδετες με τις εξαγωγικές μας επιδόσεις σε πολλές ξένες αγορές όπως και της Σερβικής. Δεδομένου ότι "παραδοσιακά" οι ελληνικές εξαγωγές ελαιόλαδου πραγματοποιούνται, κυρίως, σε μορφή χύμα, κύριος εθνικός στόχος είναι να μεταβληθούν οι όροι εμπορίας του, αυξάνοντας τη προστιθέμενη αξία του και τα αντίστοιχα έσοδα από τη διάθεσή του στο εξωτερικό. Αυτή εξάλλου η πολιτική ακολουθείται από τους ανταγωνιστές μας επί δεκαετίες και κρίνεται σκόπιμο να υπενθυμιστεί ακόμη μια φορά.

Η ανωτέρω πολιτική σημαίνει **εξαγωγή σε επώνυμες συσκευασίες ειδικών προδιαγραφών** με τρόπο που να αποκτήσει αναγνωρισιμότητα και σταθερή παρουσία, ώστε να απολαμβάνει υψηλότερες τιμές, ανάλογες της ποιότητάς του. Επί δεκαετίες προτείνονται από εμπειρογνώμονες, σχετικά δύσκολες στην εφαρμογή τους, αλλά απαραίτητες διαρθρωτικές μεταβολές όπως:

- i. Τη συμπίεση του κόστους παραγωγής (κυρίως μέσω συγκέντρωσης σε όλα τα στάδια παραγωγής)
- ii. την αύξηση του μεριδίου παραγωγής που τυποποιείται και
- iii τη διαμόρφωση μιας συνεπούς και όχι αποσπασματικού χαρακτήρα στρατηγικής εξαγωγικού "marketing".

Υπενθυμίζονται, συνοπτικά, μερικές παραδοσιακές προτάσεις που αφορούν τόσο την **αναδιάρθρωση του κλάδου** όσο και αυτά που αφορούν τους **παραγωγούς και εξαγωγείς ελαιόλαδου**:

.Υιοθέτηση πολιτικών οργάνωσης και ελέγχου ποιότητας, περιορισμού της φοροδιαφυγής κλπ, με σκοπό τη συμβολή τους στην ουσιαστική στροφή προς το **τυποποιημένο ελαιόλαδο**.

.Συνένωση ή άμεση συνεργασία των μικρών αγροτεμαχίων – ελαιώνων καθώς και ελαιοτριβείων, με αποτέλεσμα τη δημιουργία και απόκτηση **οικονομιών κλίμακας**. Η προσπάθεια αυτή αποσκοπεί στην ύπαρξη εταιριών ή συνεταιρισμών με την απαιτούμενη οικονομική επιφάνεια για την στήριξη μεγάλων εξαγωγικών προγραμμάτων καθώς και τη διερεύνηση αγορών του

εξωτερικού. Παρά την δυσκολία ενός τέτοιου εγχειρήματος, υπάρχουν ήδη ανάλογα επιτυχημένα προς μίμηση παραδείγματα άλλων κλάδων (πχ Μαστιχοπαραγωγών Χίου).

.Εφαρμογή της **Ολοκληρωμένης Διαχείρισης**, με σκοπό την «τακτοποίηση του κόστους» και την «καλύτερη» τιμή που προσδοκούν οι παραγωγοί. Το σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, βασίζεται στην τήρηση των νομικών απαιτήσεων, την ορθολογική χρήση όλων των εισροών (πχ την παρακολούθηση και τον έλεγχο όλων των φάσεων παραγωγής) με στόχο την προστασία του καταναλωτή και του περιβάλλοντος, καθώς και την παραγωγή επώνυμων, ποιοτικών, ασφαλών και ανταγωνιστικών προϊόντων.

.Σταδιακή αναβάθμιση της τεχνολογίας των ελαιοτριβείων (κυρίως μέσω αντικατάστασης των τριφασικών από διφασικά) που εκτιμάται ότι μπορεί να περιορίσει σημαντικά το **κόστος παραγωγής**.

Οι ανωτέρω προσπάθειες ιδιωτικού τομέα στο πλαίσιο μιας εθνικής στρατηγικής προώθησης του ελληνικού ελαιόλαδου, αποσκοπούν να εξλειφθεί ο μελλοντικός κίνδυνος περιορισμού του επώνυμου ελληνικού ελαιόλαδου σε μικρές ομογενειακές αγορές. Ή ακόμη μέρος των χύμα ελληνικών εξαγωγών μας στην Ιταλία να αντικατασταθεί με εξαγωγές συσκευασμένου ελαιόλαδου μέσω της μεθόδου της **ιδιωτικής ετικέτας ή private label** (δηλ. με επωνυμία των ξένων μεγάλων "super markets").

Όσον αφορά αμεσότερα τους εξαγωγείς μας, απαιτείται μεγαλύτερη **γνώση των διεθνών αγορών και των ιδιαιτεροτήτων τους, όπως της Σερβικής**, και χρήση των "εργαλείων" του εξαγωγικού "marketing".

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία 5 χρόνια η αγορά ελαιόλαδου και επιτραπέζιων ελιών στη Σερβία έχει παρουσιάσει αύξηση, στο πλαίσιο της **τάσης αλλαγής καταναλωτικών συνηθειών** υιοθετώντας πιο υγιεινό τρόπο διατροφής. Το **μερίδιο του ελληνικού ελαιόλαδου είναι περιορισμένο** διότι διατίθεται, κυρίως, από ελληνικών συμφερόντων σημεία πώλησης (πχ αλυσίδα Super Vero κλπ) και λιγότερο από άλλες, μεγαλύτερες αλυσίδες.

Οι ανωτέρω λόγοι επιβάλλουν τη δρομολόγηση σειράς δράσεων για την αύξηση του μεριδίου του ελληνικού ελαιόλαδου και της ελιάς στη σερβική

αγορά. Οι δράσεις αυτές θα πρέπει να αξιοποιούν τη γενικότερη εικόνα που επικρατεί για την ελληνική κουζίνα, ως ιδιαίτερα εύγευστης και υγιεινής, καθώς και τη συνεχή επέκταση των δικτύων διανομής, "super markets", εγχώριων και ξένων, όπως αναφέρουμε κατωτέρω (βλ. παραγράφους 4, 5 και 6).

Η ελληνική βιομηχανία τροφίμων (περιλαμβανομένων ελαιόλαδου, ελαιών), έχοντας συσσωρεύσει πολύτιμη εμπειρία στη βαλκανική αγορά κατά τη τελευταία εικοσαετία, μπορεί με στοχευμένες ενέργειες να εδραιώσει και να ενισχύσει την εκεί παρουσία της, όπως έπραξαν και πράττουν οι ανταγωνιστές μας. Τέτοιες **ενέργειες άμεσου και έμμεσου αποτελέσματος**, είτε αυτοτελώς είτε ως συντονισμένη προσπάθεια φορέων και επιχειρήσεων, θα μπορούσαν να είναι οι ακόλουθες:

- ✓ Ανάδειξη και προβολή των πλεονεκτημάτων της ελληνικής κουζίνας και ιδιαίτερα των ευεργετικών για την υγεία ιδιοτήτων του παρθένου ελαιόλαδου, με συχνές επιστημονικές και μη **δημοσιεύσεις στον τύπο και στα περιοδικά**.
- ✓ Πραγματοποίηση **διαφημιστικών εκστρατειών** (βασική προϋπόθεση) που βοηθούν αφενός τον καταναλωτή να γνωρίσει και να εκτιμήσει το παρθένο ελαιόλαδο, αφετέρου να δημιουργηθεί η απαραίτητη "κουλτούρα" κατανάλωσης ελληνικού παρθένου ελαιόλαδου σε σχέση με ανταγωνίστριες χώρες, εκμεταλλευόμενοι το συγκριτικό μας πλεονέκτημα ποιότητας/ τιμής .
- ✓ **Διείσδυση στον τομέα των εστιατορίων και ξενοδοχείων** όπου χρησιμοποιείται, κυρίως, ιταλικό και ισπανικό ελαιόλαδο καθώς και προώθηση ελληνικού πολτού ελιάς.
- ✓ Χρήση **βασικής ετικέτας συσκευασίας στα σερβικά**, με **προτάσεις χρήσης** προϊόντος.
- ✓ Ανάδειξη και **προβολή ελαιοπαραγωγικών περιοχών της Ελλάδας**, ούτως ώστε, να αντιμετωπιστεί μελλοντικά η διαφοροποίηση στις τιμές, στο πλαίσιο της προστατευόμενης ονομασίας προελεύσεως (**ΠΟΠ**).
- ✓ Συμμετοχή Εξαγωγέων μας, σε έγκαιρα προετοιμασμένες και οργανωμένες **επιχειρηματικές αποστολές**.
- ✓ Ένταξη της Σερβίας στις αγορές – στόχους και στο **οδοπορικό «οι δρόμοι του λαδιού και της ελιάς»**.
- ✓ Πραγματοποίηση **"εβδομάδων ελληνικών τροφίμων"**, με ιδιαίτερη προβολή και γευσσιγνωσία ελαιόλαδου, αρχικά στα "super markets",

ξενοδοχεία ή εστιατόρια ελληνικών συμφερόντων και σε δεύτερο στάδιο σε άλλες αλυσίδες κλπ.

✓ Οργάνωση **εβδομάδας ελληνικής γαστρονομίας** σε μεγάλα ξενοδοχεία.

4. Λιανικό-Χονδρικό εμπόριο και δίκτυα διανομής στη Σερβία

Όπως αναφέρεται λεπτομερώς στον "Επιχειρηματικό Οδηγό για την Αγορά της Σερβίας-2020 (βλ.Γραφείο Οικ. & Εμπ. Υποθέσεων Βελιγραδίου-Πρεσβεία της Ελλάδος-<http://agora.mfa.gr/infocfiles/Doing-Business-in-Serbia-2020%20rs.pdf>), ο

τομέας λιανικής στη Σερβία έχει υποστεί μεγάλη αναδιάρθρωση τα τελευταία χρόνια καθώς κρατικές επιχειρήσεις ιδιωτικοποιήθηκαν και αποκτήθηκαν από μεγαλύτερες ξένες εταιρείες. Αυτό οδήγησε στη δημιουργία σημαντικών **αλυσίδων λιανικής**, ταυτόχρονα με την παρουσία πολλών **λιανοπωλητών**.

Οι **κύριες αλυσίδες "σούπερ μάρκετ"** είναι:

.Ahold Delhaize: Maxi, Tempo, Shop & Go

.Schwarz: Lidl

.Metro: Metro Cash & Carry

.Mercator: Idea, Super Idea-Velpro, Roda

.DIS: DIS και DIS Cash & Carry

.Aman

.Persu

.Univerexport

.Gomex

.Aroma

Η σερβική λιανική αγορά "μοιράζεται" κυρίως μεταξύ του Ολλανδο-βελγικού ομίλου **Ahold Delhaize** και της Κροατικής **Agrocor** (Mercator, Idea, Roda κλπ)

. Η πιο πρόσφατη επίσημη έρευνα της σερβικής αγοράς δίνει την ακόλουθη εικόνα σχετικά με τους δέκα μεγαλύτερους λιανέμπορους τροφίμων ως προς το ποσοστό αγοράς που αυτοί ελέγχουν. Υπάρχουν και άλλες αλυσίδες με αρκετά αλλά μικρής επιφανείας καταστήματα που συνολικά ελέγχουν μικρό ποσοστό της αγοράς. Σας παράδειγμα αναφέρουμε το TSV DISKONT DOO που διαθέτει 358 μικρά καταστήματα πωλήσεων αλλά εκπροσωπεί πολύ μικρό ποσοστό και δεν συμπεριλαμβάνεται στον κατωτέρω πίνακα:

Επισκόπηση των συμμετεχόντων στην αγορά σύμφωνα με τον αριθμό των καταστημάτων* λιανικής

*(με κόκκινο χρώμα αναγράφεται ο αριθμός κατ/των τον Σεπτέμβριο 2020-έρευνα Γραφείου Ο.Ε.Υ. Βελιγραδίου)

ΑΛΥΣΙΔΑ	# ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	% ΑΓΟΡΑΣ
1. AHOLD DELHAIZE SERBIA DOO	427 (444)	15.01%
2. MERCATOR-S DOO	329 (382)	11.56%
3. AMAN DOO	208 (214)	7.31%
4. GOMEX DOO	163 (191)	5.73%
5. TSV BRAVE DOO	154	5.41%
6. BB TRADE AD	139 (148)	4.89%
7. PODUNAVLJE AD	133 (125)	4.67%
8. MIKROMARKET NS DOO	118 (145)	4.15%
9. UNIVEREXPORT DOO	103 (156)	3.62%
10. TRANSKOM 94 DOO	79 (74)	2.78%

Πηγή:Ανάλυση Αγοράς - Λιανεμπορίου, Επιτροπή Ανταγωνισμού Σερβίας, (Δεκέμβριος 2018)

Σύμφωνα με τα δεδομένα του ανωτέρω πίνακα, τα καταστήματα των **δέκα μεγαλύτερων λιανέμπορων τροφίμων** κατά τον Δεκέμβριο του 2018, αντιπροσώπευαν περίπου το **65% του συνολικού αριθμού καταστημάτων** στην Σερβική επικράτεια. Λαμβάνοντας ως βάση μια "ομάδα" 2.500 καταστημάτων λιανικής, η Ahold Delhaize εξακολουθεί να είναι ο σημαντικότερος λιανοπωλητής στη Σερβία, η Mercator-S κατατάσσεται επί χρόνια δεύτερη και η γερμανική αλυσίδα "σούπερ μάρκετ" Lidl κατέχει την τρίτη θέση. Η επικρατούσα τάση στον τομέα της λιανικής της Σερβίας υποδηλώνει ότι η ενοποίηση της αγοράς -μετά από αρκετές συγχωνεύσεις την τελευταία δεκαετία, όπως προαναφέρθηκε- οδήγησε σε **υψηλή συγκέντρωση**. Το αποτέλεσμα είναι οι **παραδοσιακοί λιανοπωλητές** να χάνουν πωλήσεις και το μερίδιο αγοράς τους. Όμως το **ηλεκτρονικό εμπόριο** δείχνει κάποιες αξιοπρόσεκτες ανοδικές τάσεις κατά την τελευταία διετία.

Οι ακόλουθες **εγχώριες αλυσίδες λιανικής**, αντιπροσωπεύουν περίπου το 20% της σερβικής αγοράς: Dis, Univerexport, η σερβική αλυσίδα Aroma, Gomex κλπ.

Θεωρούμε χρήσιμο να υπενθυμίσουμε την δραστηριοποίηση, μεταξύ των "super markets", και την σχετικά μικρή αλυσίδα Super Vero - έξι "super markets"- ελληνικών συμφερόντων, ιδιοκτησίας κ. Ν. Βερόπουλου. Στη Σερβία υπάρχουν επίσης και **μικροί διανομείς**, ατομικές επιχειρήσεις, που εξειδικεύονται σε περιορισμένο αριθμό ελληνικών προϊόντων (πχ ούζο, **ελαιόλαδο** κα). Τρεις

από αυτές είναι **ελληνικών συμφερόντων**, όπως οι **Fast Start, Extra Coffee Doo, Hrana Mediterana Doo, Olimp-Ex** (κά) και εξειδικεύονται, κυρίως, στον τομέα των τροφίμων. Όμως δραστηριοποιούνται κυρίως στην περιοχή Βελιγραδίου και όχι σε όλη την επικράτεια της Σερβίας.

Οι μεγάλοι διανομείς αποτελούν τον σίγουρο τρόπο για την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος μέσω τοπικών προμηθευτών. Κατά γενικό κανόνα, οι εν λόγω διανομείς δεν προβαίνουν σε εισαγωγές, παρά μόνο σε **φρέσκα προϊόντα**. Ταυτόχρονα οι μεγάλοι αυτοί "retailers" **είναι επιλεκτικότεροι**, αφενός ως προς των αριθμό προϊόντων που θα τοποθετήσουν στο "ράφι" τους και αφετέρου ως προς τους προμηθευτές τους, λόγω του κορεσμού της αγοράς αλλά και της παρούσας οικονομικής κρίσης (Covid-19). "Όπως ήδη αναφέρθηκε, οι όροι που διαπραγματεύονται με τους προμηθευτές τους είναι πιο απαιτητικοί από αυτούς των άλλων διανομέων (πχ πολύ μικρότερα περιθώρια κέρδους για τους προμηθευτές, "μπλοκάρουν" λογαριασμούς κακοπληρωτών πελατών τους κλπ).

Τα **μικρά τοπικά καταστήματα, καταναλωτικών** κυρίως προϊόντων, αντιπροσωπεύουν το 75% του μαζικού λιανικού εμπορίου. Ο τομέας των **τροφίμων** περιλαμβάνει 25.000 έως 30.000 σημεία πώλησης. Οι τιμές είναι συχνά χαμηλότερες από αυτές των "σούπερ μάρκετ". Οι ανοιχτές **υπαίθριες αγορές** στους δρόμους είναι πολυάριθμες σε ολόκληρη τη χώρα.

Πηγές περαιτέρω πληροφόρησης σχετικά με τα δίκτυα διανομής και το λιανεμπόριο είναι οι ακόλουθες:

.Serbian Association of Managers

.Serbian Chamber of Commerce

.Foreign Investor Council of Serbia

.Serbian Ministry of Economy

.Online Serbian Business Directory -<http://www.b2b-serbia.com/Online-32>

5. Πρακτικές οδηγίες προσέγγισης της αγοράς για νεο-εισερχόμενους Έλληνες επιχειρηματίες

Για τους Έλληνες εξαγωγείς που σκοπεύουν να δραστηριοποιηθούν στην αγορά της Σερβίας, είναι σημαντικό να γνωρίζουν τις διακριτές πολιτιστικές διαφορές μεταξύ Σερβίας και Ελλάδας, αν και σε γενικές γραμμές οι δύο λαοί έχουν πολλά **κοινά πολιτισμικά στοιχεία**. Όπως προαναφέρθηκε, η σερβική αγορά φέρει ακόμη κάποια **χαρακτηριστικά των πρώην σοσιαλιστικών καθεστώτων** που προσπαθούν να προσαρμοστούν στην ελεύθερη οικονομία. Τα χαρακτηριστικά αυτά λαμβάνονται υπόψη από τους ξένους επιχειρηματίες. Ανάλογα θα πρέπει να ενεργούν και οι Έλληνες εξαγωγείς.

-Πριν από κάθε απόφαση επιχειρηματικής συνεργασίας απαιτείται μια στοιχειώδης **έρευνα αγοράς** για την εξέταση των όποιων εμποδίων πρόσβασης στην τοπική αγορά, του ανταγωνισμού, κόστους, τιμών, νομοθεσίας, πρότυπων τυποποίησης και συσκευασίας, σήμανσης, πιστοποίησης, μεταφοράς, καθορισμού της "αγοράς-στόχου" (κλπ) για την

επιλογή της κατάλληλης **στρατηγικής εισόδου**, ενός εισαγωγέα-διανομέα, ενδεχομένως ενός εταίρου ή αξιόπιστου επιχειρηματικού συμβούλου. Όσοι δε επιχειρηματίες ενδιαφέρονται για εμπειριστατωμένες μελέτες αγοράς, αυτές χορηγούνται έναντι αμοιβής από αρκετά διεθνή ή εντόπια Γραφεία Συμβούλων (πχ EUROMONITOR κλπ).-

-Για **αναζήτηση επιχειρηματικής φήμης**, πληροφορίες διατίθενται από το Σερβικό Μητρώο Εταιρειών (www.apr.gov.rs).

Οι βασικές πληροφορίες χορηγούνται δωρεάν ενώ οι λοιπές έναντι ανταποδοτικού τέλους, όπως εξάλλου συμβαίνει και με ιδιωτικές "ηλεκτρονικές πλατφόρμες" (πχ Ekarija -www.ekarija.com).

-Η προσπάθεια έναρξης επιχειρηματικής συνεργασίας χωρίς συναντήσεις, με απλή αποστολή μηνυμάτων από μακρόθεν (e-mails), δεν φέρει συγκεκριμένα αποτελέσματα. **Επισκέψεις σε διεθνείς εκθέσεις και κυρίως στην έδρα των σερβικών εταιρειών** αποτελούν προϋπόθεση για **δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων** και έναρξης σοβαρών διαπραγματεύσεων.

-Μια σοβαρή **συμφωνία** θα πρέπει να προβλέπει τις **αμοιβαίες υποχρεώσεις** των δύο μερών, όπως πχ την ευθύνη εκτελωνισμού, το ενδεχόμενο κόστος προβολής και τον μεταξύ τους επιμερισμό κλπ.

-Εφόσον επιτευχθεί η πρώτη είσοδος προϊόντων/υπηρεσιών μιας ελληνικής εταιρείας στην σερβική αγορά, οι επόμενες προσπάθειες θα πρέπει να αποσκοπούν στην μη παροδική αλλά **μόνιμη παρουσία** τους στην εν λόγω χώρα μέσω "**προωθητικών δράσεων**". Όπως συνήθως πραγματοποιείται για τα τρόφιμα (κλπ), οι ανωτέρω δράσεις για το ελαιόλαδο θα μπορούσαν να αφορούν "εβδομάδες ελληνικών προϊόντων" σε υπεραγορές, εκδηλώσεις προβολής ελληνικής γαστρονομίας και ποτών σε πολυτελή ξενοδοχεία και εστιατόρια, πρόσκληση στην Ελλάδα από ελληνικούς φορείς (πχ ΕΟΤ, HELEXPO κά) Σέρβων μαγείρων ή αρμοδίων για προμήθειες σημαντικών εστιατορίων-ξενοδοχείων (food & beverages managers), δημοσιογράφων, παραγωγών κινηματογραφικών "documentaries" ή ταινιών κλπ.

-Κρίνεται ως προνοητική ενέργεια η ενδεχόμενη **ασφάλιση των προς εξαγωγή προϊόντων** έναντι διάφορων κινδύνων, όπως μη πληρωμής, καταστροφής ή απώλειας φορτίου (κλπ), σε εξειδικευμένους οργανισμούς ασφάλισης εξαγωγικών πιστώσεων, όπως τον ΟΑΕΠ (<https://oaep.gr>).

-Σε περίπτωση **μεταφοράς τεχνολογίας** από ελληνική εταιρεία σε σερβική, είναι ευνόητο ότι πρέπει να δίνεται μεγάλη προσοχή στους όρους της συμφωνίας μέσω αξιόπιστων εξειδικευμένων νομικών γραφείων σε θέματα βιομηχανικής, πνευματικής (κλπ) ιδιοκτησίας, κατοχύρωσης εμπορικών σημάτων κά.

-Τα προβλήματα ή εμπόδια πρόσβασης και παραμονής στην σερβική αγορά θα είναι αναπόφευκτα. Για το λόγο αυτό είναι χρήσιμο για τον Έλληνα επιχειρηματία, εξαγωγέα ή επενδυτή, να ενταχτεί σε αξιόλογες **επιχειρηματικές ενώσεις**. Στους χώρους αυτούς αποκτώνται χρήσιμες γνωριμίες, πληροφόρηση για τις οικονομικές και επιχειρηματικές εξελίξεις, δημιουργούνται "ομάδες πίεσης" έναντι των τοπικών Αρχών σε περίπτωση ύπαρξης σοβαρών προβλημάτων κλπ. Όπως προαναφέρθηκε, όσον αφορά την Σερβία, ο Έλληνας επιχειρηματίας έχει στη διάθεσή του δύο ελληνο-σερβικές επιχειρηματικές οργανώσεις που έχουν αντίστοιχα την έδρα τους στην Θεσ/κη (Ελληνο-Σερβικό Επιμελητήριο-www.greekserbian.com) και στο Βελιγράδι ("Ελληνική επιχειρηματικής ένωση Σερβίας" -Hellenic Business Association of Serbia-HBA-www.hba.rs).

Ταυτόχρονα, ανάλογα με τις γεωγραφικές ή κλαδικές επιχειρηματικές της δραστηριότητες, μια ελληνική εταιρεία θα μπορούσε να γίνει μέλος και σε άλλες επιχειρηματικές ενώσεις που ασκούν επιρροή (**lobbying**) στις Σερβικές Αρχές, όπως το Συμβούλιο Ξένων Επενδυτών (**FIC**-www.fic.org.rs) που αποτελεί τον "επιχειρηματικό βραχίονα" της Αντιπροσωπείας της Ευρ. Επιτροπής στο Βελιγράδι (www.europa.rs).

6. Λοιπές ιδιαιτερότητες της διαδικασίας πρόσβασης στην σερβική αγορά και ελληνικές εμπειρίες της τελευταίας εικοσαετίας

-Οι **διαδικασίες για την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος στα δίκτυα διανομής** είναι παραπλήσιες με αυτές που ισχύουν στην Ελλάδα. Όμως το **συνολικό κόστος εισόδου** είναι χαμηλότερο στη Σερβία, όπως και αυτό των προωθητικών ενεργειών (πχ διαφήμιση, προσφορές, κουπόνια κλπ). Οι εξαγωγικές εταιρείες πρέπει να ερευνήσουν και να επιλέξουν το πλέον κατάλληλο για αυτές, διαφημιστικό μέσον στη Σερβία.

-Επίσης, αν κάποιος εξαγωγείς ή επενδυτής σκοπεύουν να αναζητήσουν **χρηματοδότηση από κάποια τράπεζα**, θα πρέπει να προβούν στην ανάλογη έρευνα, λαμβάνοντας φυσικά υπόψη τους την παρουσία της ελληνικών συμφερόντων τράπεζας Eurobank.

Οι **τεχνικές πωλήσεων** περιλαμβάνουν στενή και συχνή επαφή με αγοραστές, χορήγηση κινήτρων, εκπαιδευμένους συνεργάτες και στο πλαίσιο του εφικτού, επιθετική προώθηση του προϊόντος στην αγορά.

-Σε ότι αφορά το λιαν εμπόριο, όπως σημειώθηκε, οι μεγάλοι "retailers" δεν κάνουν εισαγωγές, παρά μόνο σε φρέσκα προϊόντα. Ο λόγος είναι ότι **ο διανομέας αναλαμβάνει το κόστος προώθησης και αποφεύγει το κόστος ύπαρξης "stock"** ώστε να έχει την δυνατότητα ρευστότητας (cash flow). Τονίζεται ότι, η συνεργασία με κάποια από τις μεγάλες εταιρείες διανομής (πχ Nelt κá), διασφαλίζει πρόσβαση σε πολυάριθμα καταστήματα αλλά μειώνει το καθαρό κέρδος.

-Όπως προαναφέρθηκε, ο δυνητικός εξαγωγέας που επιθυμεί να διεισδύσει στη σερβική αγορά, πρέπει να προβεί σε έρευνα αγοράς για να προβλέψει και το κόστος εισαγωγής. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το **κόστος εισαγωγής** σε ένα μεσαίο "σούπερ μάρκετ" κυμαίνεται ανά κωδικό προϊόντος από 300 έως 500

ευρώ. Το ίδιο κόστος από τις μεγάλες αλυσίδες (Mercator , Delhaize κά) μπορεί να είναι πολλαπλάσιο. Το **οδικό κόστος μεταφοράς** από την Αθήνα προς τη Σερβία κυμαίνεται μεταξύ 1400 ευρώ (ξηρό φορτίο) και 2000 ευρώ (ψυγείο). Το αντίστοιχο κόστος αποστολής από τη Θεσσαλονίκη ανέρχεται σε 1000-1500 ευρώ.

-Η σερβική αγορά παρουσιάζει ιδιαιτερότητες και για το ελαιόλαδο χρειάζεται συνεχή προσπάθεια ώστε να πειστεί ο Σέρβος καταναλωτής να αλλάξει **διατροφικές συνήθειες** (πχ χρήση ελαιόλαδου αντί ηλιέλαιου).

-Σημειώνεται ότι μερικές μεγάλες ελληνικές εταιρείες **απέτυχαν στην προσπάθεια εισόδου** των προϊόντων τους στη σερβική αγορά (πχ μπισκότα, σοκολάτες, ελαιόλαδο κτλ). Οι μη ανταγωνιστικές τιμές, η λανθασμένη επιλογή εισαγωγέα/διανομέα ή η έλλειψη προωθητικών ενεργειών (κλπ), αποτέλεσαν τους κύριους λόγους της αποτυχίας. Επίσης, άλλη αιτία ήταν οι περιπτώσεις χορήγησης ανεπαρκούς **πίστωσης** από τους εξαγωγείς προς τους εισαγωγείς.

-Σημαντική είναι η **σχέση εμπιστοσύνης με τους διανομείς** και οι **προωθητικές δράσεις** όπως, διαφήμιση (μέσω "κλασσικών" τρόπων ή διαδικτύου), προσφορά κουπονιών και άλλα (σε συνεργασία πάντα με τον διανομέα).

-Τα σημεία κλειδιά που οδηγούν σε συμφωνία με αντιπρόσωπο ή διανομέα είναι η **τιμή** του προϊόντος και η **πίστωση**. Νομικά, στο σερβικό λιαν εμπόριο, η πληρωμή προς προμηθευτές δεν πρέπει να υπερβαίνει τις 60 ημέρες. Σε πρακτικό επίπεδο το νομικό πλαίσιο υποκαθίσταται από "φιλικές", διμερείς συμφωνίες για πληρωμές σε 90 ή 120 ημέρες. Προμηθευτής του οποίου έχουν καθυστερήσει οι πληρωμές άνω του επιτρεπτού ορίου, μπορεί να "μπλοκάρει" τους εταιρικούς τραπεζικούς λογαριασμούς του λιανέμπορου και να τον καταστήσει προσωρινά ανενεργό. Οι περισσότεροι Σέρβοι αγοραστές προτιμούν να πληρώνουν τις **εισαγωγές τους σε μηνιαίες δόσεις** ή με προπληρωμή που "συνεπάγεται" ειδική έκπτωση ακόμη και για προϊόντα χαμηλού κόστους. Τέλος, σημαντικό ρόλο παίζει για τη **διατήρηση του προϊόντος στην αγορά το ύψος των πωλήσεων ανά κωδικό** και η κερδοφορία του προϊόντος για τον λιανέμπορο (ιδιαίτερα κατά το 4^ο τρίμηνο του έτους όταν ολοκληρώνεται ο λογαριασμός αποτελεσμάτων χρήσεως).

-Συνιστάται όπως ο δυνητικός εξαγωγέας κατά την επίσκεψή του στη Σερβία αφιερώσει λιγότερο χρόνο σε λιανέμπορους και περισσότερο σε **επιλεγμένες εταιρείες διανομής (10-15)**, εφοδιασμένους με **τιμοκατάλογο** και **δείγματα**.

-Έχει παρατηρηθεί ότι οι παγιωμένες σχέσεις μεταξύ εισαγωγέα και διανομέα λειτουργούν ανασταλτικά στην επιλογή **νεο-αφιχθέντων προμηθευτών** (εκ μέρους του διανομέα) εφόσον τα προϊόντα είναι ομοειδή. Για ευνόητους λόγους, παρόμοια αντιμετώπιση υφίστανται οι νεο-αφιχθέντες Έλληνες εξαγωγείς, από προ πολλού εγκατεστημένους ανταγωνιστές συμπατριώτες τους στη Σερβική αγορά.

-Σημειώνουμε επίσης ότι για **μόνιμη παρουσία ενός προϊόντος** στη σερβική αγορά, η ελληνική εξαγωγική εταιρεία **δεν θα πρέπει να αναμένει ιδιαίτερο κέρδος κατά τα δύο τρία πρώτα χρόνια**. Η σερβική αγορά θεωρείται μικρή μεν αλλά αποτελεί **εφαλτήριο** για τις λοιπές αγορές των χωρών της πρώην Γιουγκοσλαβίας.

-Τέλος, **οι Έλληνες** οι οποίοι επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στη σερβική αγορά θα πρέπει **να αποφεύγουν λάθη του πρόσφατου παρελθόντος**, όπως

συμπεριφορές «αποικιακής λογικής». Ως γνωστό, ο Σερβικός λαός, χαρακτηρίζεται από περήφανη ιδιοσυγκρασία. Κατά συνέπεια οι ξένοι επιχειρηματίες θα ήταν χρήσιμο να ακούν και αυτοί τις απόψεις και προτάσεις των Σέρβων επιχειρηματιών και όχι να προσπαθούν να επιβάλουν με κάποια υπεροψία τις δικές τους. Το ζητούμενο είναι η δημιουργία, μεταξύ τους, κάποιας **σχέσης εμπιστοσύνης**.

Στο πλαίσιο αυτό, θεωρούμε χρήσιμη "για διδακτικούς λόγους" την σύντομη υπενθύμιση της **ελληνικής εμπειρίας, ως προς την προσέγγιση της Σερβίας κατά την τελευταία εικοσαετία**, τόσο από τον ιδιωτικό όσο και από τον ελληνικό δημόσιο τομέα.

Αμέσως μετά τη λήξη του προ εικοσαετίας πολέμου στην τότε Γιουγκοσλαβία, οι Έλληνες επιχειρηματίες και το ελληνικό κράτος ήταν οι μόνοι διεθνώς που προσέτρεξαν να επενδύσουν ή να χορηγήσουν οικονομική βοήθεια στο νέο κράτος την Σερβία. Η Ελλάδα εκείνη την εποχή ήταν ο κυριότερος επενδυτής στη χώρα αυτή, δημιουργώντας τεράστιες ελπίδες στον τότε νεόπτωχο σερβικό λαό. Κατά τα πρώτα χρόνια πολλές εκατοντάδες ελληνικών εταιρειών και επιχειρηματιών, διαφόρων κλάδων, μεγέθους, ενίοτε αμφιβόλου αξιοπιστίας, εμφανίστηκαν και προσπάθησαν να δραστηριοποιηθούν στη Σερβική αγορά, αντιμετωπίζοντάς την σαν ένα "Ελντοράντο" και επιδεικνύοντας, ενίοτε, αποικιοκρατική, "υπερφίαλη συμπεριφορά νεόπλουτων (...)" απέναντι σε ανθρώπους νεόπτωχους με καταπιεσμένη ψυχολογία" (βλ. "Τα Βαλκάνια στη σκιά του χθές", Γ. Ε. Δουδούμης, Βιβλ. Ν. Καραβία, Αθήνα, 2018, σελ. 114 και 146). Στην συνέχεια οι περισσότερες από αυτές αποχώρησαν σχετικά "άπρακτες". Έκτοτε και μέχρι τώρα δραστηριοποιούνται στην Σερβία **100-250 μεγάλες ή μεσαίου μεγέθους ελληνικές εταιρείες** ή συνολικά περί τις 1500 (συμπεριλαμβανομένων καταστημάτων κλπ).

Συμπερασματικά, οι ακόλουθες **αρνητικές εξελίξεις φαίνεται να άλλαξαν την αρχική θετική εικόνα των Σέρβων απέναντί μας**: η μη εφαρμογή του ΕΣΟΑΒ όσον αφορά τα μεγάλα έργα υποδομών (αναγγελθείσα ελλ. βοήθεια ύψους 250 εκατ. Ευρώ-ΕΣΟΑΒ ή "Hellenic Plan"-στις αρχές της δεκαετίας του 2002/3 και δέκα χρόνια αργότερα άλλων 80 εκατ. από τα οποία τελικά δεν δόθηκαν περισσότερα από 26 περίπου εκατ. δωρεάν-βλ. "Μια Peripeteia, Ταξίδι στον κόσμο", Βασίλη Ευμολπίδη, Εκδ. Νέος Κύκλος Κωνσταντινοπολιτών, Αθήνα, 2016, σελ. 170-173), το προαναφερθέν κλείσιμο των Τραπεζών μας στην Σερβία κατόπιν αποφάσεων της τότε "Τρόικα" (επενδύσεις χαρτοφυλακίου ύψους άνω των 2,5 δις ευρώ) συνοδευόμενο από την αποχώρηση πολλών ελληνικών εταιρειών- κάτι που τραυμάτισε ιδιαίτερα την μέχρι τότε εικόνα της χώρας μας-, η ανωτέρω συμπεριφορά αρκετών νέο-αφιχθέντων Ελλήνων επιχειρηματιών, τα διεθνή αρνητικά δημοσιεύματα μεταξύ 2010-15 για την οικονομική κατάσταση της χώρας μας κλπ.

Μάλιστα η μη εφαρμογή του ΕΣΟΑΒ για τα μεγάλα έργα, δημιούργησαν απογοήτευση και δυσπιστία απέναντί μας μέχρι του σημείου, ενίοτε, μερικά νεαρά στελέχη της Σερβικής Δημόσιας Διοίκησης να εκφράζονται απαξιωτικά για τους "Έλληνες" κλπ (βλ. "Μια Peripeteia, Ταξίδι στον κόσμο", Βασίλη Ευμολπίδη, op. cit, σελ. 174-175). Ταυτόχρονα πολλοί άλλοι σοβαροί διεθνείς επενδυτές εγκαταστάθηκαν στη χώρα δημιουργώντας νέες επιχειρηματικές εναλλακτικές για τους Σέρβους, προερχόμενοι από χώρες όπως Ιταλία, ΗΠΑ, Γαλλία, Αυστρία, Κίνα, Γερμανία, Τσεχία, Τουρκία (που την αποκάλεσε το 2010, ο τότε Σέρβος Πρόεδρος, "στρατηγικό σύμμαχο" της χώρας του) κλπ.

Έκτοτε πολλοί Σέρβοι επιχειρηματίες συνήθιζαν να δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους ανωτέρω "νέους παίκτες" στη χώρα τους και να αντιμετωπίζουν την Ελλάδα περισσότερο ως τουριστικό προορισμό.

Σε συνέχεια των προαναφερθέντων θα πρέπει, εις το εξής, να αποφευχθούν τα προαναφερθέντα λάθη του παρελθόντος. Ίσως, **οι ελληνικοί επιχειρηματικοί φορείς οφείλουν να επαναπροσεγγίσουν τους αντίστοιχους σερβικούς φορείς**, τους επιχειρηματίες τους, τους δημοσιογράφους κλαδικού τύπου ή τους παραγωγούς κινηματογραφικών ταινιών (κλπ), με περισσότερο ενδιαφέρον, επαγγελματισμό και κίνητρα. Πχ οι εκθεσιακοί μας φορείς να τους προσκαλούν στις κλαδικές εκθέσεις τους, μετά από αντικειμενική επιλογή τους σε συνεργασία και ευθύνη του Γραφείου ΟΕΥ Βελιγραδίου, χωρίς πολύπλοκες διαδικασίες (όπως προκαθορισμού μέσω διαδικτύου δώδεκα συναντήσεων από κάθε "hosted buyer"). Πιστεύουμε ότι παρόμοιοι όροι αποτελούν αντικίνητρο αφού συνήθως ένας πραγματικός επιχειρηματίας δεν διαθέτει τον απαιτούμενο χρόνο και την υπομονή για την άσκηση αυτή.

Παρόλα τα λάθη του παρελθόντος, μερικές **νεότερες, επιτυχημένες προσπάθειές μας, όπως προωθητικές δράσεις** ελληνικών επιχειρηματικών φορέων που πραγματοποιήθηκαν μέσω του Γραφείου ΟΕΥ της Πρεσβείας της Ελλάδος στο Βελιγράδι κατά την περίοδο 2018-2020, έδωσαν πολλές ελπίδες για το μέλλον. Η πλέον πρόσφατη αφορούσε την Επιχειρηματική Αποστολή και Φόρουμ του Εμπορικού & Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΒΕΑ), σε συνεργασία με το Enterprise Greece και τον Σύνδεσμο Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδας (ΣΕΒΕ). Οι εξαιρετικά στοχευμένες συναντήσεις των μελών της επιχειρηματικής αποστολής (περί τις 200 b2b), η συμμετοχή αξιολογών ομιλητών στο επιχειρηματικό Φόρουμ (πχ του Γ.Γ. Διεθνών Οικ. Σχέσεων & Εξωστρέφειας του Ελλ. Υπ. Εξωτερικών, μελών της Σερβικής κυβέρνησης, ειδικών κλπ) και η μεγάλη προσέλευση εντόπιων επιχειρηματικών παραγόντων, δείχνουν ότι "ο πάγος αρχίζει να λιώνει" και το ενδιαφέρον τους για επιχειρηματικές και οικονομικές σχέσεις με την Ελλάδα να αναπτερώνεται. Τέλος, κατά την συντονισμό των ανωτέρω επιχειρηματικών συναντήσεων (b2b), εφαρμόστηκε με επιτυχία η πρακτική πραγματοποίησης αρκετών συναντήσεων στους χώρους των σερβικών επιχειρήσεων, αντί στο ξενοδοχείο της ελληνικής αποστολής. Ο τρόπος αυτός εξασφαλίζει κατά 100% την πραγματοποίηση των συναντήσεων και αποφεύγεται η σχετική αβεβαιότητα για την προσέλευση ή όχι των Σέρβων επιχειρηματιών.

Τέλος, αξίζει να υπενθυμίσουμε ότι κάποιες τεχνοκρατικές αναλύσεις, αξιολογούν την **Σερβία ως σημαντική για τα ελληνικά συμφέροντα αγορά** και την κατατάσσουν μεταξύ των δέκα πέντε πρώτων αγορών (βλ. "Αξιολόγηση Διεθνών Αγορών", Υπουργείο Εξωτερικών, Β1 Δ/ση, Αθήνα, Ιανουάριος 2019, 228 σελ.).

Β. ΣΕΡΒΙΚΗ ΑΓΡΟ-ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ



1. Αγροτική Βιομηχανία-Εισόδημα-Κίνητρα-Εκπαίδευση

Οι Σέρβοι θεωρούν την χώρα τους γη της **γεωργίας** και η αγάπη τους για την γαστρονομία ήταν ανέκαθεν αναπόσπαστο μέρος του πολιτισμού τους.

Με περισσότερα από **6,12 εκατομμύρια εκτάρια γεωργική γη**, από την οποία το 60% είναι αρόσιμη, οι κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν την καλλιέργεια διαφόρων ποικιλιών **φρούτων και λαχανικών**.

Η γεωργία και η παραγωγή τροφίμων στη Σερβία έχουν μια εκτεταμένη παράδοση. Η χώρα παράγει και εξάγει ξηρά δαμάσκηνα και προϊόντα χοιρινού **κρέατος** στη Κεντρική Ευρώπη από το 1820. Το σερβικό ζαμπόν σε κονσέρβες εξάγεται στις ΗΠΑ τα τελευταία 50 χρόνια, ενώ το βόειο κρέας ειδικά το κατσικίσιο, διακινείται στις αραβικές χώρες και τις ευρωπαϊκές αγορές. Τα τελευταία χρόνια η Σερβία χρησιμοποιεί ευρέως **φρούτα για μεταποίηση**: δαμάσκηνα, κάθε είδους μούρα, ξινό-κεράσια, μήλα, αχλάδια, σταφύλια, ροδάκινα, βερίκοκα κ.λπ. Τα μεταποιημένα φρούτα χρησιμοποιούνται σε μεγάλη ποικιλία προϊόντων όπως μπράντι, μαρμελάδες, χυμοί, επικαλύψεις, ζελέ, κομπόστες κ.λπ.

Κατά τις δεκαετίες του 80' και '90, η γεωργική παραγωγή και η ανάπτυξη της επεξεργασίας των τροφίμων ανήλθε σε υψηλό επίπεδο, όταν η Σερβία, ως τμήμα της πρώην Γιουγκοσλαβίας, εξήγαγε σημαντικό αριθμό αγαθών.

Δυστυχώς, τα πολιτικά προβλήματα και οι οικονομικές κυρώσεις που επιβλήθηκαν στη Σερβία κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, επιβράδυναν την ανάπτυξη σε αυτόν τον εξαγωγικό τομέα.

Από το έτος 2014, η ιδιωτικοποίηση εταιρειών και η σημαντική εισροή ξένου κεφαλαίου, σε συνδυασμό με την εμπειρία των Σέρβων εργαζομένων και την κυβερνητική υποστήριξη, σημειώνει επιτυχία σε μια βιομηχανία που ήταν σε στασιμότητα πριν από δέκα χρόνια. Ο **αγροτοβιομηχανικός τομέας**, τοπικά και διεθνώς, αποτελεί ένα παράδειγμα επιτυχίας της Σερβίας παρά την **περιορισμένη αγοραστική δυνατότητα των καταναλωτών**. Ιδιαίτερα οι

γεωργικοί τομείς της δασοκομίας και της αλιείας αυξάνονται σταθερά (πχ κατά 16% το έτος 2018).

Το **εισόδημα στη Σερβία** είναι περιορισμένο σε σχέση με πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Ο μέσος μισθός στη Σερβία τον Ιούνιο του 2020 ανήρθε σε 475,07 ευρώ (59,740 RSD) και σε σύγκριση με τον ίδιο μήνα πέρυσι, ήταν ονομαστικά υψηλότερος κατά 11,4 και πραγματικά κατά 9,6%, σύμφωνα με το Γραφείο Στατιστικής της Δημοκρατίας της Σερβίας. Ο μέσος μικτός μισθός στην ίδια χρονική περίοδο εκτιμήθηκε σε 699,14 ευρώ (82.572 RSD), και σε σύγκριση με τον Ιούνιο του 2019, ήταν ονομαστικά υψηλότερος κατά 11,6 και σε πραγματικές τιμές κατά 9,8%. Ο μέσος καθαρός μισθός τον Ιούνιο του 2020 ήταν 385,25 ευρώ (45.500 RSD).

Κατά συνέπεια, όπως πολλά βασικά και καταναλωτικά προϊόντα, τα **τοπικά τρόφιμα στη Σερβία είναι πολύ φθηνότερα** από ό, τι στα περισσότερα κράτη της ΕΕ.

Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της «Eurostat», η οποία συνέκρινε τις τιμές των τροφίμων και των υπηρεσιών σε 37 ευρωπαϊκά κράτη, το κόστος διατροφής είναι 30% χαμηλότερο για τον Σέρβο καταναλωτή από τον μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι τιμές καταναλωτή του άρτου και του γάλατος στη Σερβία είναι από τις χαμηλότερες, σε σύγκριση με άλλες χώρες.

Σε ό,τι αφορά τις τιμές του κοτόπουλου, του καφέ και εστιατορίων, η Σερβία είναι εξίσου πολύ φθηνή. Οι ειδικοί λένε ότι η **βιομηχανία τροφίμων της Σερβίας** κυριαρχεί στην περιοχή και ότι η σχέση ποιότητας τιμής είναι εξαιρετική. Ο κ. Ζάρκο Μαλινόβιτς στέλεχος του Σερβικού Εμπορικού Επιμελητηρίου (PKS), υποστηρίζει ότι αυτή η μελέτη επιβεβαιώνει ότι οι Σέρβοι πολίτες πληρώνουν πολύ λιγότερο από τον μέσο όρο των καταναλωτών της ΕΕ για τρόφιμα.

Οι αγροτοκαλλιεργητές και κτηνοτρόφοι (παραγωγοί γάλακτος και διαφόρων καλλιεργειών, βοοειδών αναπαραγωγής κ.λπ.), καταχωρημένοι στο Μητρώο Γεωργικών Κτημάτων, δικαιούνται να υποβάλλουν αίτηση για ένταξη στα **γεωργικά κίνητρα** (βλ. αναλυτικές πληροφορίες στη διεύθυνση www.ras.gov.rs/en/invest-in-serbia).

Τα σημαντικότερα κίνητρα είναι τα ακόλουθα:

- Η 10ετής **Έκπτωση Φόρου Εταιρικού Κέρδους** για επενδυτές που προσλαμβάνουν περισσότερους από 100 υπαλλήλους και επενδύουν περισσότερα από 8,4 εκατομμύρια ευρώ (1 δισεκατομμύριο RSD).
- Η κυβέρνηση ή ο τοπικός δήμος μπορούν να πουλήσουν **γη** σε τιμή που είναι χαμηλότερη από την αγοραία τιμή για την υποστήριξη μιας επένδυσης σε έργο που έχει εθνική σημασία (εάν η γη ανήκει στο κράτος) ή επενδυτικά έργα που ωθούν την τοπική οικονομική ανάπτυξη (εάν η γη είναι ιδιοκτησία του αρμόδιου δήμου).

- Κίνητρα **απαλλαγής φόρου μισθοδοσίας** που καταβάλλονται επί του καθαρού μισθού για απασχόληση ατόμων εγγεγραμμένων στην Εθνική Υπηρεσία Ανεργίας για διάστημα μεγαλύτερο των 6 μηνών. Πιο συγκεκριμένα:
 - 1-9 νέες θέσεις εργασίας: μείωση 65%.
 - 10-99 νέες θέσεις εργασίας: μείωση 70%.
 - 100+ νέες θέσεις εργασίας: μείωση 75%.

Τα κίνητρα φόρου μισθοδοσίας δεν μπορούν να συνδυαστούν με επιχορηγήσεις μετρητών. Η κυβέρνηση της Σερβίας προσφέρει "**Επιχορηγήσεις Μετρητών**" για να αντισταθμίσει τις αρχικές επενδύσεις κεφαλαίου και να διευκολύνει την έναρξη των επιχειρηματικών προσπάθειών. Οι εν λόγω Επιχορηγήσεις αποτελούν έναν από τους τρόπους οικονομικής υποστήριξης για παραγωγικά και αναπτυξιακά έργα σε τομείς μεταποίησης, υπηρεσιών και διευκόλυνσης εμπορίου.

Ένα άλλο φορολογικό κίνητρο αποτελούν οι **Συμφωνίες αποφυγής διπλής φορολογίας**. Η Δημοκρατία της Σερβίας έχει συνάψει 59 συμφωνίες αποφυγής διπλής φορολογίας (μεταξύ των οποίων και με την Ελλάδα²) οι οποίες καλύπτουν εισοδήματα, κεφάλαια και περιουσία. Όπως αναφέρεται κατωτέρω (βλ. κατωτέρω παράγραφο 4 για Κρέας-Γαλακτοκομικά), ορισμένες από αυτές προβλέπουν αφορολόγητες ποσοστώσεις για σερβικές εξαγωγές κρέατος (κλπ).

Σε ότι αφορά την **εκπαίδευση**, η σερβική βιομηχανία παραγωγής και επεξεργασίας τροφίμων υποστηρίζεται από τέσσερα (4) πανεπιστήμια, 16 εξειδικευμένα ινστιτούτα και 26 σχολεία δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Η έρευνα επικεντρώνεται, κυρίως, σε τεχνολογικά προηγμένες διαδικασίες παραγωγής. Επιπλέον, ο σερβικός νόμος απαγορεύει την παραγωγή και εισαγωγή οποιονδήποτε γενετικά τροποποιημένων (ΓΤΟ) τροφίμων και σπόρων.

Γεωργικά Πανεπιστήμια:

Τμήμα Γεωργίας, Zemun - Πανεπιστήμιο του Βελιγραδίου

<http://www.agrif.bg.ac.rs>

Γεωπονική Σχολή - Πανεπιστήμιο του Νόβι Σαντ <http://polj.uns.ac.rs/>

Τμήμα Βιοκαλλιέργειας, Backa Topola - Megatrend University Belgrade

<http://megatrend.edu.rs/en/faculty-of-biofarming-backa-topola/>

Τμήμα Αγρονομίας, Cacak - Πανεπιστήμιο Kragujevac www.afc.kg.ac.rs

Τμήμα Βιοκαλλιέργειας, Backa Topola - Megatrend University Belgrade

<http://megatrend.edu.rs>

Τμήμα Γεωργίας, Zubin Potok - Πανεπιστήμιο της Πρίστινας

www.obrazovanje.rs

² N.3825/Αρ.Φύλλου:28/25-02-2010

Ινστιτούτα:

Ινστιτούτο Αγροτικής Οικονομίας www.iep.bg.ac.rs

Ινστιτούτο Μοριακής Γενετικής και Γενετικής Μηχανικής
www.imgge.bg.ac.rs

Ινστιτούτο Ερευνών Φαρμακευτικών Φυτών www.iplb.rs

Ινστιτούτο Ερευνών Φρούτων www.institut-cacak.org

Ινστιτούτο φυτοφαρμάκων και προστασίας του περιβάλλοντος
www.pesting.org.rs

Ινστιτούτο Εφαρμοσμένων Επιστημών στη Γεωργία www.psss.rs

Ινστιτούτο Κτηνοτροφίας www.istocar.bg.ac.rs

Ινστιτούτο Φυτοπροστασίας και Περιβάλλοντος www.izbis.com

Ινστιτούτο Έρευνών Αραβοσίτου www.mrizp.rs

Ινστιτούτο για Φυτικές Καλλιέργειες www.institut-palanka.co.rs

Ινστιτούτο Αγρού και Καλλιέργειας Λαχανικών www.nsseme.com

Ινστιτούτο Εδαφολογικής Επιστήμης www.soilinst.rs

Ινστιτούτο Τεχνολογίας Τροφίμων www.fins.uns.ac.rs

Ινστιτούτο Υγιεινής και Τεχνολογίας Κρέατος www.inmesbgd.com

Επιστημονικό Κτηνιατρικό Ινστιτούτο www.niv.ns.ac.rs

Ινστιτούτο Βιολογικής Έρευνας www.ibiss.bg.ac.rs

2. Φρούτα



Η παραγωγή φρούτων και νωπών προϊόντων είναι ένας από τους βασικούς τομείς της αγροτικής παραγωγής στη Σερβία. Η χώρα είναι περισσότερο γνωστή για την παραγωγή φρούτων και λιγότερο για τα λαχανικά της.

Η **καλλιέργεια φρούτων** της χώρας ανέρχεται σε περίπου 1,6 εκατομμύρια τόνους, η οποία βαίνει αυξανόμενη. Η συνολική έκταση οπωρώνων είναι 183.000 εκτάρια, εκ των οποίων περισσότερα από τα μισά ανήκουν σε αγροκτήματα μικρότερα από 5 εκτάρια οπωρώνων (βλ. επίσης, κατωτέρω πίνακα με διαθέσιμα στατ. στοιχεία έτους 2018).

Την τελευταία διετία οι συνολικές ετήσιες εξαγωγές φρούτων της Σερβίας ανήλθαν σε τουλάχιστον 520,5 εκατομμύρια ευρώ. Η Σερβία συγκαταλέγεται μεταξύ των τριών μεγαλύτερων προμηθευτών κατεψυγμένων φρούτων στην Αυστρία, τη Ρωσική Ομοσπονδία και τη Γερμανία.

Οι εξαγωγές της Σερβίας σε κατεψυγμένα σμέουρα, βατόμουρα, μούρα (κλπ), αντιπροσωπεύουν το 29% των παγκόσμιων εξαγωγών, καθιστώντας την χώρα παγκοσμίως εξαγωγέα-''leader'' αυτών των προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα η Σερβία εξαγάγει ετησίως άνω των 135.000 τόνων αυτών των προϊόντων, συνολικής αξίας μεγαλύτερης των 221,1 εκατομμυρίων ευρώ.

Παρόλο που το βατόμουρο έχει το μεγαλύτερο μερίδιο στην παγκόσμια παραγωγή, το κεράσι είναι το πιο ανταγωνιστικό σερβικό γεωργικό προϊόν τα τελευταία πέντε χρόνια, λόγω του μικρού ανταγωνισμού στην Ευρώπη, σύμφωνα με έρευνα εμπειρογνώμωνων της γεωργίας από τον Συμβουλευτικό Αγροτικό Φορέα, SEEDDEV (www.seeddev.org). Μέσα σε περίπου 40 γεωργικά προϊόντα από τη Σερβία, μόνο μερικά καταφέρνουν να διεισδύσουν στην ευρωπαϊκή και παγκόσμια αγορά. Το καλαμπόκι, τα λαχανικά και τα φρούτα έχουν επίσης καλή προοπτική.

Ωστόσο, το κεράσι έχει τις καλύτερες ''προβολές'', καθώς ο δείκτης ανταγωνιστικότητάς του είναι υψηλότερος από το βατόμουρο. Όπως έδειξε η έρευνα, μόνο η Ισπανία και η Ουγγαρία είναι καλύτερες από τη Σερβία όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα στην παραγωγή κερασιών. Σύμφωνα με εμπειρογνώμονες, η παραγωγή αυτού του προϊόντος πρέπει να εντατικοποιηθεί στο μέλλον.

Εκτός από τα μούρα, η Σερβία είναι από τους μεγαλύτερους εξαγωγείς μήλων. Ογκώδεις σπωρώνες μήλων εκτείνονται σε όλη τη Σερβία, ειδικά στη Βοϊβοντίνα με μοντέρνα συστήματα και ποικιλίες. Η χώρα εξάγει ετησίως μήλα αξίας περίπου 100 εκατομμύρια ευρώ.

Σημειώνεται επίσης, ότι η σημαντική στο κλάδο της ιταλική εταιρεία Ferrero Agriser (<http://rav.org.rs/sr/directory/supplier/agriser-d-o-o-1>) λειτουργεί στη Σερβία επί αρκετά χρόνια, όπου παράγει φουντούκια. Η Σερβία είναι μια πολύ ελκυστική αγορά για τη Ferrero όπου κατέχει 600 εκτάρια στη Βοϊβοντίνα. Στόχος της είναι να συνεργάζεται με περισσότερα ιδρύματα και πανεπιστήμια, προκειμένου να αναβαθμίσει την παραγωγή φουντουκιών και να αναπτύξει μια σταθερή αλυσίδα εφοδιασμού.

3. Λαχανικά



Το κλίμα καθιστά τη Σερβία κύριο εξαγωγέα και προμηθευτή λαχανικών της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Σε μερικά δε προϊόντα κατέχει ηγετική θέση ως προς την παραγωγή και εξαγωγή τους.

Η Σερβία είναι ο τρίτος (έπεται της Κίνας και της Ινδίας) μεγαλύτερος παραγωγός **δαμάσκηνων** στον κόσμο. Η ετήσια παραγωγή δαμάσκηνου κυμαίνεται μεταξύ 430.000 και 600.000 τόνων και από αυτό ποσοτικά τα δύο τρίτα χρησιμοποιούνται για την παραγωγή ενός κονιάκ δαμάσκηνου, γνωστού ως Šljivonika. Τα δύο τρίτα του δαμάσκηνου εξάγονται ως φρέσκα φρούτα και το υπόλοιπο διατίθεται σε αποξηραμένη μορφή ή κάθε είδους προϊόντα δαμάσκηνου (χυμοί, κομπόστες, μαρμελάδες, σάλτσες κ.λπ.). Αυτά τα προϊόντα εξάγονται κυρίως σε αραβικές, σκανδιναβικές και ευρωπαϊκές αγορές.

Εκτός από τα δαμάσκηνα, τα πιο **δημοφιλή λαχανικά** που παράγονται στη Σερβία είναι: πάπρικα, λάχανο, ντομάτα και πατάτα. Η πάπρικα διατίθεται σε διάφορες μορφές, όπως συσκευασμένη, αλλά και σε έτοιμα γεύματα.

Η κόκκινη πιπεριά χρησιμοποιείται για την παραγωγή αρωματικών μπαχαρικών, αλλά και για την προετοιμασία της παραδοσιακής σερβικής σαλάτας/σάλτσας "Ajvar". Το "Ajvar" προετοιμάζεται με ειδική συνταγή, από κόκκινες πιπεριές και μελιτζάνες.

Η Σερβία διαθέτει δύο κέντρα παραγωγής πάπρικας: Την περιοχή Leskovaц όσον αφορά τις ξηρές και φρέσκες πιπεριές, καθώς και τη βόρεια Σερβία για παραγωγή ήπιας, ζεστής και θρυμματισμένης πάπρικας για βιομηχανικά μπαχαρικά.

Εκτός από πάπρικα, η παραγωγή λάχανου είναι ιδιαίτερα σημαντική στη Σερβία και αποτελεί παραδοσιακό χειμερινό πιάτο. Το σερβικό λάχανο τουρσί θεωρείται εκλεκτή "λιχουδιά" με ιδιαίτερα σημαντική κατανάλωση κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Τα τελευταία δε χρόνια έχει αυξηθεί η παραγωγή και κατανάλωση αρακά και καλαμποκιού.

Παραγωγή φρούτων – Ποσότητα (τόνοι)	
Μήλα	460.404
Δαμάσκηνα	430,199
Σταφύλια	149.595
Βύσσινα (sour cherry)	128.023
Βατόμουρα	127.010
Αχλάδια	53,905
Ροδάκινα	50,249
Φράουλες	35.062
Παραγωγή λαχανικών – Ποσότητα (τόνοι)	
Λάχανα	209,353
Πεπόνια και καρπούζια	199,419
Πάπρικα (πιπεριές)	135.072
Ντομάτες	131,869
Αγγούρια	42,539
Μπιζέλια	29.261
Κρεμμύδια	27.967

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Σερβίας (2018)

4. Κρέας-Γαλακτοκομικά



Η Κτηνοτροφία και η επεξεργασία κρέατος στη Σερβία έχουν μακρά παράδοση. Τα πιο **δημοφιλή είδη κρέατος**, φρέσκο ή καπνιστό, είναι το χοιρινό και το βόειο, όπως και τα πουλερικά. Ταυτόχρονα, προϊόντα όπως "πατέ", ξηρό λουκάνικο διαφόρων τύπων, "χοτ ντογκ", καπνιστό βόειο κρέας και χοιρινό, διατίθεται σε όλες τις αλυσίδες "σούπερ μάρκετ" στην περιοχή των Βαλκανίων.

Ωστόσο, ο αριθμός των ζώων μειώθηκε την τελευταία δεκαετία κατά 15%, κυρίως, λόγω της έλλειψης επενδύσεων. Αυτό δημιουργεί πρόσθετες **επενδυτικές αλλά και εξαγωγικές ευκαιρίες**, μέσω Συμφωνιών ελεύθερου εμπορίου. Η Συμφωνία πχ με την Τουρκία, προβλέπει αφορολόγητες ποσοστώσεις για σερβικές εξαγωγές κρέατος (κλπ). Η Σερβία θα μπορούσε να εξαγει στην Τουρκία., ατελώς, 5.000 τόνους φρέσκο ή κατεψυγμένο βόειο κρέας, βάσει της ανωτέρω Συμφωνίας ελεύθερου εμπορίου.

Σε ό,τι αφορά τα **γαλακτοκομικά**, εκτός από το κρεμώδες τυρί "kajmak", η Σερβία παράγει αρκετά γαλακτοκομικά προϊόντα που διατίθενται διεθνώς όπως, γιαούρτι, πάπρικα σε ξινή κρέμα, λευκά μαλακά ή σκληρά τυριά κλπ. Όλα αυτά τα προϊόντα προέρχονται από τη μακραίωνη παράδοση της σερβικής κουζίνας.

Μετά τη σταθεροποίηση της εγχώριας αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων, οι σερβικές εξαγωγικές εταιρείες στράφηκαν προς νέες αγορές, κυρίως της Ρωσίας και Τουρκίας, λόγω των αντίστοιχων συμφωνιών ελεύθερου εμπορίου με αυτές τις χώρες. Το λευκό τυρί, η ξινή κρέμα, και το κατσικίσιο σκληρό τυρί έχουν ήδη αποκτήσει καταναλωτές στην απαιτητική ρωσική αγορά.

5. Βιολογικά Προϊόντα



Η Σερβία, χάρις στη γεωγραφική θέση της και τις τοπικές κλιματολογικές συνθήκες, πληροί τις προϋποθέσεις για την καλλιέργεια βιολογικών τροφίμων.

Η ύπαρξη σημαντικού ποσοστού αγροτικού πληθυσμού, μεγάλων εκτάσεων αρόσιμης γης χωρίς χημικές επεξεργασίες, όπως και η εγγύτητα με την αγορά της Ε.Ε., καθιστούν τη Σερβία εξαιρετικό τόπο για βιολογικά προϊόντα.

Σε περισσότερα από 15.000 εκτάρια γεωργικών προϊόντων γης, η σερβική βιολογική παραγωγή αποτελείται κυρίως από φρούτα. Ταυτόχρονα παρατηρείται σταθερή αύξηση της παραγωγής σιτηρών και ελαιούχων σπόρων. Τα περισσότερα από αυτά τα προϊόντα εξάγονται στην ΕΕ (Γερμανία, Ολλανδία) και στις ΗΠΑ, αλλά σημειώνεται υψηλή ζήτηση και στην εγχώρια αγορά.

Τα **βασικά σερβικά βιολογικά προϊόντα** είναι:

- Σιτηρά: σιτάρι, αραβόσιτος, κριθάρι, βρώμη, σίκαλη, πατάτα, λιναρόσπορος, ζαχαρότευτλα, ηλίανθος, σόγια
- Φρούτα: βατόμουρο, κεράσι, βατόμουρο, μήλο, δαμάσκηνο, ροδάκινο, αχλάδι, κυδώνι, σταφύλι,
- Λαχανικά: πάπρικα, λάχανο, κολοκύθια, κρεμμύδι, καρότο, κουνουπίδι, μπρόκολο, κολοκύθα, πεπόνι, καρπούζι
- Ζωικά προϊόντα
- Μέλι, "πρόπολη"
- Μπαχαρικά και φαρμακευτικά βότανα, άγρια, καθώς συλλέγονται σε φυσικές συνθήκες.

Η ανεξάρτητη, μη κυβερνητική και μη κερδοσκοπική Σερβική Ένωση Organica (www.serbiaorganica.info), σκοπεύει στην ανάπτυξη της βιολογικής παραγωγής. Η εθνική αυτή οργάνωση λειτουργεί ως ενιαίο σύστημα πληροφοριών για επενδυτές, με συμβουλευτικό ρόλο αναφορικά με τις δυνητικές επενδυτικές ευκαιρίες και συνεργασίες. Η αποστολή της Ένωσης είναι να καθιερώσει τη βιολογική παραγωγή ως μια αξιόπιστη και ανταγωνιστική βιομηχανία, τόσο στην εγχώρια, όσο και στην ξένη αγορά. Παράλληλα, η Organica, έχει θέσει ως στόχο μέσα στα επόμενα δέκα χρόνια, το 20% της γεωργικής γης (1 εκατομμύριο εκτάρια) να προσφέρει βιολογική παραγωγή .

Συμπερασματικά, λόγω της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της Σερβικής γεωργίας (πχ κυρίως φρούτων, λαχανικών και κτηνοτροφικών προϊόντων), αυτή παρουσιάζει, κυρίως, επενδυτικές ευκαιρίες στον τομέα αυτό. Τα περιθώρια εξαγωγής αντίστοιχων ελληνικών προϊόντων στη Σερβία δεν είναι αξιόλογα. Οι **περιορισμένες εξαγωγές** μας αφορούν κυρίως **γαλακτοκομικά** (πχ γιαούρτι, τυρί, επεξεργασμένα προϊόντα κρέατος κλπ) και επιλεγμένα-*delicatessen*- ή **ΠΟΠ** κá **προϊόντα**.

Αντίθετα το ελληνικό παρθένο ελαιόλαδο και οι επιτραπέζιες ελιές έχουν προοπτικές προώθησής τους στη σερβική αγορά εφόσον τύχουν της κατάλληλης προβολής και ακολουθηθούν τα λοιπά “βήματα” που προαναφέρθηκαν για την διείσδυση και παραμονή τους στην εν λόγω αγορά.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την οικονομία και την αγορά της Σερβίας , επισκεφτείτε την ιστοσελίδα www.agora.mfa.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

A. Δίκτυα διανομής εισαγωγέων ελαιολάδου και επιτραπέζιας ελιάς στη Σερβία

Παρατίθενται κατωτέρω τα σημαντικότερα δίκτυα διανομής και εισαγωγής ελαιολάδου ή επιτραπέζιας ελιάς στη Σερβία (επεξεργασία Γραφείο Ο.Ε.Υ. Βελιγραδίου, Σεπτέμβριος 2020):

Δίκτυα Διανομής

NELT CO D.O.O. Address: Marsala Tita 206, 11272 Dobanovci, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 3779100, +381 11 3779131 Fax: +381 11 2071221 E-mail: office@nelt.com E-mail: officenovisad@nelt.com Web: http://www.nelt.rs	SAM DOO Address: Nikole Pasica 85, 18300 Piroć, Serbia Tel/fax: +381 10 310 196, +381 11 219 7649, +381 11 316 2010 Mobile phone: +381 63 248357 (Vesna) E-mail: office@sam.rs Website: http://www.sam.rs Aleksandar Stamenovic E-mail: aleksandar@sam.rs
CON TRUCK LOGISTICS DOO Address: Bulevar Mihaila Pupina 123, 11070 New Belgrade, Serbia Tel: +381 11 366 0286 Mobile phone: +381 60/ 3910-752 – E-mail: maslinovoulje@eunet.rs , con-truck@eunet.rs Web: http://con-truck.rs/ Mr Nikola Ćirić Commercial Manager	EXTRA COFFEED.O.O. (Ελληνικών συμφερόντων) Address: Aleksandra Dubceka 28T, 11080 Zemun, Belgrade, Serbia E-mail: grckavina@yahoo.com , samosvinobogova@yahoo.com , Mr Konstantinos Nektarios Giovanis, Director Mobile phones: +381 60 7087451, +381 61 1403909
HRANA MEDITERANA DOO (Ελληνικών συμφερόντων) Address: Oskara Davica 42, 11080 Zemun, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 4047930-4 E-mail: office@faststart.rs , Website: http://hranamediterana.rs/ Mr Majo Hodzic, Director E-mail: majo.hodzic@faststart.rs , milan.bigaj@faststart.rs	OLIMP-EX D.O.O Address: Vizantijska 28, 11000 Belgrade, Serbia Tel: +381 11 3679110, +381 11 6662548, +381 11 6662963 Fax: +381 11 3679094 E-mail: olimpex.ltd.doo@gmail.com , office@olimpexltd.rs , olimpex.ltd.doo@olimpexltd.rs Web: http://www.olimp-ex.com
OIL DISTRIBUTION Address: Ljube Didica 10b/14, 11000 Belgrade, Serbia Tel: +381 11 67 50 672 Mobile phone: +381 60 60 80 118 E-mail: office@oildistribution.rs Web: https://oildistribution.rs/	SILBO D.O.O. Address: Majora Zorana Radosavljevica 319m, 11273 Batajnica, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 400 3300, +381 11 400 3301 Tel/fax: +381 11 400 3360 E-mail: office@silbo.rs ,

	silbo@eunet.rs Web: http://www.silbo.rs/
--	--

B. Εισαγωγείς ελαιόλαδου και επιτραπέζιας ελιάς

BK PRO D.O.O. Address: Teodora Drajzera 11, 11000 Belgrade, Serbia Tel/fax: +381 11/ 40 90 719 E-mail: office@bkpro.rs Mrs Deana Baltic, Director Mobile phone: +381 65 370 57 10, E-mail: deana.baltic@bkpro.rs	ITG D.O.O. Address: 11000 Belgrade, Serbia, Bulevar Kralja Aleksandra 61/1 Tel/fax: +381 11 39 65 076 Mobile phone: +381 63 1084074 E-mail: itg@beotel.net Web: http://www.itg.co.rs
KSM OLIVES D.O.O. Address: Makedonska 19, 11000 Belgrade, Serbia Tel: +381 11 337 36 95 Mobile phone: +381 60 521 22 38 E-mail: office@ksmolives.rs , ksm.olives@gmail.com Web: http://ksmolives.rs/ Mr Slobodan Kovac, Owner	MASLINA MM D.O.O Address: Kataniceva 2, 11000 Belgrade, Serbia Tel: +381 (0)11 245 9090 Fax: +381 (0)11 344 1344 E-mail: office@maslina.rs , prodaja@maslina.rs Web: https://www.maslina.rs/
MAYREX D.O.O. Address: Pukovnika Milenka Pavlovica 67, 11273 Batajnica, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 848 0634 Fax: +381 11 848 1104 E-mail: office@mayrex.rs Web: http://www.mayrex.rs	THE MERAKI D.O.O Address: Cetinjska 4, 11000 Belgrade, Serbia Tel: +381 65 3691014 E-mail: info@meraki.rs Web: https://www.meraki.rs/
SITI D.O.O. Address: 32212 Preljina, Cacak, Preljina bb, Serbia Tel: +381 32 382-210 Fax: +381 61 820 777 E-mail: siti@beotel.net , mikica.siti@beotel.net , marina@siticacak.co.rs Website: http://www.siticacak.co.rs Mr Miloljub Radisavljevic, Director – Owner Mrs Marina Lucic, Manager	OKSA D.O.O. Address: Vladike Cirica 25, 21000 Novi Sad, Serbia Tel: +381 21494132 Fax: +381 21493206 E-mail: info@oksa.co.rs Web: http://www.oksa.co.rs/
OLIVIA DOO Address: Mutapova 42, Vracar, 11000 Belgrade, Serbia E-mail: zdravo@olivia.rs Web: http://olivia.rs/ Mr Marko Katic Mobile phone: +381 63 822 35 30, E-mail: marko@olivia.rs	SIGMA OLIVINE DOO Address: Slobodana Lale Berberskog 1b, 11000 Belgrade, Serbia Mobile phone: +381 60 555 2619 E-mail: domazetovic.sigma@gmail.com Mr Bojan Domazetovic, Director

BALKAN OLIVES & OIL DOO Zemunska 1C, 11070 New Belgrade, Serbia Tel/fax: +381 11/ 196086 Fax: +381 11/ 109568 E-mail: alarida@yahoo.com Mr Nikolaos Nikolaou	ZACINI TOP (Ελληνικών συμφερόντων) Address: Ugrinovacki put, (deo 25) 32, Zemun, Altina, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 4087214 E-mail: prodaja@zacinishop.com Web: http://zacinishop.com Mr Christos Konas, Director Mr Dragan Zlatic, Com. Director
VIRID DOO Address: Tosin bunar 51, 11080 Zemun, Belgrade, Serbia E-mail: office@virid.rs , nabavka@virid.rs , prodaja@hiper.rs Web: https://www.hiper.rs/	TAKTIK D.O.O. Address: Autoput Beograd-Noví Sad 96, 11080 Zemun, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 353 29 25 Fax: +381 11 353 29 05 E-mail: office@taktik.rs Website: http://taktik.rs
ECOFOOD ADRIA DOO Address: Bul. Arsenija Carnojevic 80/24, 11070 New Belgrade, Serbia Tel: +381 11 40 43 650 Fax: +381 11 40 43 653 E-mail: office@ecofood.rs , info@ecofood.rs Web: http://www.ecofood.rs/	DUCLA TRADING D.O.O. Address: Batajnicki drum bb, 11080 Zemun, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 7870-630, -631, -632, +381 11 7870-634 Fax: +381 11 7870-635 E-mail: office@ducla.rs , komercijala@ducla.rs Web: http://www.ducla.rs/

Γ. Σημαντικές αλυσίδες Super Markets

DELHAIZE SERBIA Address: Jurija Gagarina 14, 11070 New Belgrade, Serbia Tel: +381 11 7153 400 Fax: +381 11 7153 900 E-mail: office@delhaize.rs Contacts: Category Management : Mrs Radmila Djukic, radmila.djukic@delhaize.rs PR manager : Mrs Martina Petrovic, Tel.: +381 11 7153 498, martina.petrovic@delhaize.rs Wholesale: Mr Veljko Davidovic, veljko.davidovic@delhaize.rs Import from Greece: Mrs Gorica Jovovic gorica.jovovic@delhaize.rs Web: http://www.maxi.rs , www.tempocentar.com	MERCATOR S, D.O.O. Address: 21000 Novi Sad, Temerinski put 50 Tel: +381 21 4 888 400 Fax: +381 21 4 888 509 E-mail: office@mercator.rs , info@mercator.rs , Web: http://www.mercator.rs/ , http://www.roda.rs , https://www.idea.rs/ Mr Entoni Sosic, Director E-mail: entoni.sosic@mercator.rs Mrs Violeta Kovacevic, Director E-mail: violeta.kovacevic@mercator.rs Mr Dusan Milosavljevic, Director of wholesale E-mail: dusan.milosavljevic@mercator.rs Mr Nenad Petrov, Director of the department of commerce & category management E-mail: nenad.petrov@mercator.rs Mr Rok Gajsek, Procurement Manager,
--	---

	E-mail: rok.gajsek@mercator.si
LIDL SRBIJA KD Address: Prva južna radna 3, 22330 Nova Pazova, Serbia Tel: +381 11 6554000 Fax: +381 11 6554015 E-mail: kontakt@lidl.rs , posta@lidl.rs , press@lidl.rs Web: https://www.lidl.rs/ Mrs Jasmina Srdic jasmina.srdic@lidl.rs	AMAN D.O.O. Address: Vinogradska 52a, 11271 Surcin, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 2260 556, +381 11 2260 557 Fax: +381 11 2269 024 E-mail: aman17@aman.co.rs , Web: http://www.aman.co.rs/ Mr Sari Khalil, General Director Mr Nemanja Petrovic, Director, nemanja.petrovic@aman.co.rs Mr Nikola Drincevic, Procurement Manager, nikola@aman.co.rs
IDEA D.O.O. Head office Address: Autoput za Zagreb 11a, 11070 New Belgrade, Serbia Tel. +381 11 2202 600 Wholesale Address: 11000 Belgrade, Viline Vode b.b. Tel. : +381 11 3291 279, +381 11 2072 400 Fax : +381 11 3291 279 E-mail: info@idea.rs , marketing@idea.rs Contacts: General Director, Mr Aleksandar Seratlic, aleksandar.seratlic@idea.rs Mr Branislav Pavlovic, Procurement Manager, branislav.pavlovic@idea.rs Web: http://www.idea.rs	SUPER VERO - VEROPOULOS D.O.O. Address: Bul. Milutina Milankovica 86a, 11070 New Belgrade, Serbia Tel: +381 11 311 6122, +381 11 311 9111 Fax: +381 11 3115501 E-mail: office@veropoulos.rs , marko.marinkovic@veropoulos.rs , info@veropoulos.rs Web: http://www.supervero.rs Mr Lazar Gavran, Director g.lazar@veropoulos.rs
UNIVEREXPORT D.O.O. Address: Sentandrejski put 165, 21000 Novi Sad, Serbia Tel: +381 21 4870200 Fax: +381 21 4870211 E-mail: veleprodaja@univerexport.rs , poslovne.ponude@univerexport.rs , korisnicki.servis@univerexport.rs Web: http://www.univerexport.rs/ Mr Vesna Vucurevic, General Director Mr Dragoslav Vucurevic, Director, dvucurevic@univerexport.rs Mr Petar Mirkovic, Director, petar.mirkovic@univerexport.rs Mr Spomenko Djordan, Procurement Manager,	BB TRADE - Persu marketi Address: Beogradska 11, 23101 Zrenjanin, Serbia Tel: +381 23/ 526-594, +381 23/ 526-595 E-mail: bb.officezr@gmail.com , bb.slobodam@gmail.com Web: http://www.persu.rs Mr Dragoljub Bjeloglav, Gen. Director Mrs Aleksandra Jovic, Category Manager for dairy program, meat & meat products E-mail: bbt.cm1@gmail.com Mr Darko Marjanovic, Category Manager for basic foods E-mail: bbt.cm2@gmail.com

spomenko.djordan@univerexport.rs	
METRO CASH & CARRY DOO Address: Autoput za Novi Sad 120, 11080 Zemun, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 3777 280, +381 11 3777 158 Fax: +381 11 3777 125 E-mail: info@metro.rs Mr Vladimir Cekovic, Director of Distribution Center Zemun Mr Stojan Vidojkovic, Director of Distribution Center Beograd E-mail: pr@metro.rs Web: http://www.metro.rs Mr Rainer Tigges, Director of procurement and supply Metro C & C Serbia, E-mail: rainer.tigges@metro.rs Mr Milan Trebaljevac, Procurement Manager Beverage at METRO Cash & Carry. Serbia E-mail: milan.trebaljevac@metro.rs	GOMEX D.O.O. Distribution Center Address: 23000 Zrenjanin, Beogradski put bb, Serbia Tel: +381 23 315 02 30, +381 23 525-831, +381 23 525-832, +381 23 525-833 Fax: +381 23 524 010, +381 23 523148 E-mail: kontakt@gomex.rs, veleprodaja@gomex.rs, djordje.djukic@gomex.rs Website: https://www.gomex.rs Mr Goran Kovacevic, Directo, goran.kovacevic@gomex.rs Mrs Sanja Mancic, procurement officer, sanja.mancic@gomex.rs Mr Nemanja Mitrovic, procurement officer, nemanja.mitrovic@gomex.rs
DIS D.O.O. Address: 11319 Krnjevo, Bulevar oslobodjenja 1b, Serbia Tel: +381 26 330100, +381 26 330 101 Fax: +381 26 330 117, +381 26 330147 Web: https://www.dis.rs/, Mr Nenad Jelic (Wholesale Director), E-mail: nenad.jelic@dis.rs FOOD department Ms Marija Radivojevic (Program Director) E-mail: marija.radivojevic@dis.rs Mrs Sanja Stevanovic (Basic food) E-mail: sanja.stevanovic@dis.rs Mrs Marija Golubovic (Fruits- vegetables products) E-mail: marija.golubovic@dis.rs FRESH FOOD department Mr Aleksandar Nikolic (Program Director) E-mail: aleksandar.nikolic@dis.rs Mr Nebojsa Sulejic (Spreads & sauces, canned meat and fish, meat & fish products, canned ready meals), E-mail: nebojsa.sulejic@dis.rs Mr Ivan Brankovic (Fresh meat & fish, fresh meals) E-mail: ivan.brankovic@dis.rs	

Mr Nikola Stanojkovic (Milk, dairy & eggs) E-mail: nikola.stanojkovic@dis.rs Mr Ljubodrag Ivanovic (Fresh fruit & vegetables) E-mail: ljubodrag.ivanovic@dis.rs	
---	--

Δ. Σημαντικές βιομηχανίες τροφίμων

DIJAMANT A.D. Address: Temisvarski drum 14, 23000 Zrenjanin, Serbia Tel: +381 23 551 001, +381 23 551 050 Fax: +381 23 546 347 E-mail: office@dijamant.rs Final Production: Tel.: +381 23 551 213, +381 23 551 375 E-mail: finalna.proizvodnja@dijamant.rs Procurement: E-mail: nabavka@dijamant.rs , nabavka.sirovina@dijamant.rs , uvoz@dijamant.rs , import@dijamant.rs Procurement of Oilseeds E-mail: nabavka.uljarica@dijamant.rs Web: http://www.dijamant.rs	VITAL A.D. Address: Marsala Tita 1, 21460 Vrbas, Serbia Tel: +381 21 795 5500, +381 21 795 5701 Fax: +381 21 7955-570, +381 21 7955558, Production Department Director Tel: +381 21 7955-690 E-mail: info@vital.rs , info@vitalyu.com , sratkovic@vitalyu.com , marketing@vitalyu.com Web: http://www.vital.rs Mr Nikola Suljagic, General Director Marketing Mr Vladimir Brankov E-mail: vladimir.brankov@vital.rs Commercial sector Mr Zoran Stanisavljevic E-mail: zoran.stanisavljevic@vital.rs Export sector Mr Djordje Kenic E-mail: djordje.kenic@vital.rs
LINUM DOO Address: Matije Gupca 41, 25210 Conoplja, Serbia Tel/fax: +381 25 844 977 Mobile phone: +381 25 844 2244 E-mail: office@linum.rs Web: https://linum.rs/	SUNCOKRET DOO Address: Kastelj Put 4b, 24414 Hajdukovo, Serbia Tel/fax: +381- 24/4758-052 E-mail: office@suncokret.rs , proizvodnja@suncokret.rs Web: http://www.granum.rs/ Mr Ivan Percic, Owner
OIL FACTORY BANAT AD Address: Magazinska bb, 23218 Nova Crnja, Serbia Tel: +381 23 815-210 Fax: +381 23 815-150 E-mail: fubanat@uljarabanat.rs Web: http://www.uljarabanat.rs/ Supply Department: Mr Zlatko Kanjuh E-mail: zlatko.kanjuh@uljarabanat.rs	SUNCE A.D Address: 25000 Sombor, Staparski put bb, Serbia Tel: +381 25 25 142, +381 25 461 442 Fax: +381 25 28 344, +381 25 461442 Mrs Emina Cobanski, General Director E-mail: mngr.gen@sunce.co.rs Production Sector Mrs Koviljka Bosnjak-Bjelobaba, Director Tel: +381 25 25 828

	Fax: +381 25 28 344 E-mail: mngr.proizvodnja@sunce.co.rs Procurement Department Tel/fax: +381 25 461 442 E-mail: ruk.nabavke@sunce.co.rs Website: http://www.sunce.co.rs
UNISOL D.O.O Address: Autoput Beograd – Novi Sad 100B, 11080 Zemun, Beograd, Serbia Tel: +381 11 3771 700, +381 11 3771 726 E-mail: unisol@unisol.biz , nabavka@unisol.biz Web: http://ecofood.rs/ , https://www.unisolgroup.biz/	IMLEK A.D. Address: 11213 Padinska Skela, Industrijsko naselje bb, Belgrade, Serbia Tel: +381 11 3772473, +381 11 3050505 Fax: +381 11 3714515 E-mail: info@imlek.rs Web: http://www.imlek.rs
PROGRES DOO Address: Industrijska Zona Bb, Backi Petrovac 21470, Serbia Tel: +381 21 6400-635 Tel/fax: +381 21 6402-122 E-mail: progres@eunet.rs Web: http://www.progres.co.rs/	SOJAPROTEIN AD Address: Industrijska 1, 21220 Becej, Serbia Tel: +381 21 6915-311 Fax: +381 21 6914-271 E-mail: office@sojaprotein.rs Web: https://www.sojaprotein.rs/ , https://www.victoriagroup.rs/
UVITA DOO Address: Borisa Kidrica 60, 26214 Debeljaca, Serbia Tel: +381 13 664 972 Tel/fax: +381 13 665 380 E-mail: uvitadebeljaca@hotmail.com Web: https://uvita.rs/ Mr Istvan Mohaci, Director	DELIKOS DOO Address: Partizanski Put 515a, 11450 Sopot, Serbia Tel: +381 11 8255-718, +381 11 8255-719 E-mail: info@delikos.rs Web: https://www.delikos.rs/
FRIKOM A.D Address: 11213 Padinska Skela, Belgrade, Zrenjaninski put bb, Serbia Tel: +381 11 207 4100 Fax: +381 11 2074148 E-mail: office@frikom.rs Web: http://www.frikom.com , http://www.frikom.rs	ACIM DOO Headquarters Address: Pinosava - Belgrade, li Nova 13 V, Serbia Production: Musvete, Zlatibor Tel: +381 31/ 834-293, +381 31/ 834-264 Mobile phone: +381 60/ 313-27-09 E-mail: acim.doo@hotmail.com Web: http://prsut.rs/
SZR VITASTIL Address: Karadjordjeva 38, 22230 Erdevik, Serbia Tel: +381 22 752-365 Mobile phone: +381 64 193 13 89 Fax: +381 22 752-365 E-mail: kontakt@vitastil.rs Web: https://vitastil.com/	BISER Address: Brace Filipovica 27, 11325 Markovac, Serbia Tel: +381 35/ 311-028 Tel/fax: +381 35/ 282 093 E-mail: bisemarkovac@mts.rs Web: http://www.biser.backabanat.com/ Mr Slobodan Stanojevic, Owner
SOMBOLED D.O.O Address: 25000 Sombor,	TOPOLA A.D., Address: 24300 Backa Topola,

Gakovacki put bb, Serbia Tel: +381 25 467 300, +381 25 451 433 Fax: +381 25 467390, +381 25 51422 E-mail: info@somboled.rs, office@somboled.rs Web: http://www.somboled.rs	Marsala Tita 3, Serbia Tel: +381 24 / 712 360, +381 24 / 715 230 Fax: +381 24 / 711953 E-mail: office@imtopola.rs Web: http://www.imtopola.rs
ZLATIBORAC D.O.O. Headquarters Address: Mojkovacka 58, 11136 Beograd, Serbia Tel/fax: +381 11 63 555 63 E-mail: office@zlatiborac.com, rpc.beograd@zlatiborac.com Production 31312 Mackat, Zlatibor Tel: +381 31 31 555 00 Fax: +381 31 31 555 01 E-mail: rpc.mackat@zlatiborac.com Web: http://www.zlatiborac.com	MATIJEVIC D.O.O. Address: 21000 Novi Sad, Rumenacki put 86, Serbia Tel: +381 21 / 518 076, +381 21 6310-533 Tel/fax: +381 21 6323344, E-mail: i.m.mat@eunet.rs Export-Import Department: Mobile phone: +381 66/88-406-87 E-mail: uvozivoz@matijevicdoo.com, dragana.halavanja@matijevicdoo.com Web: http://www.matijevic.rs Mrs Branka Grubor, General Manager
BACKI DUKAT PLUS DOO - OIL FACTORY Address: Ive Lola Ribara 40, 25250 Odzaci, Serbia Tel/fax: +381 25 5742-525 Mobile phone: +381 63 10 55 824 E-mail: backi-dukati@mts.rs Mrs Kristina Kozomora, Manager	"ECOVITAL" PZTR BIKIC DO Address: Capajeva 33, 22254 Bikic Do, Serbia Tel: +381 (0)22 714138 Mobile phone: +381 63 800 70 80 E-mail: hcu@ecovital.rs, kancelarija@ecovital.rs Web: https://www.ecovital.rs/ Mr Vladimir Kovac, General Manager
BENI KOMERC DOO Address: Jablanicka Bb, 36310 Sjenica, Serbia Tel/fax: +381 20 741-736 E-mail: benikomerc@ptt.rs Web: http://www.benikomerc.co.rs/ Mr Ninoslav Maric, Director & Co-owner	MAMMA'S FOOD D.O.O. Address: Zeleznicka 128, 23000 Zrenjanin, Serbia Tel/fax: +381 23/ 523-798 E-mail: mammasfood14@gmail.com Web: http://mammasfood.rs
COPEX DOO Address: Ivana Kosancica 10, 21000 Novi Sad, Serbia Tel: +381 21 547-077 Fax: +381 21 547-045 E-mail: copex.novisad@gmail.com Web: http://copexdoo.rs	MLEKARA SUBOTICA A.D. Address: 24000 Subotica, Tolminska 10, Serbia Tel: +381 24 566 211, +381 24 567 640, +381 24 626 164, +381 24 566266 Fax: +381 24 566395 E-mail: office@mlekara.rs, info@mlekara.rs Web: http://www.mlekara.rs

Poljoprivredna Korporacija Beograd - PKB Korporacija a.d. (Agricultural Corporation) Address: 11213 Padinska Skela, Industrijsko naselje bb, Serbia Tel: +381 11 887 1500, +381 11 887 1121 Fax: +381 11 / 8871843 E-mail: pkb@pkb.rs Web: http://www.pkb.rs/ Mrs Vanja Milic, Director General E-mail: vanja.milic@pkb.rs	NEOPLANTA AD Address: 21000 Novi Sad, Primorska 90, Serbia Tel: +381 21 4873 882, +381 21 4873 804 Fax: +381 21 419256 E-mail: office@neoplanta.co.rs Sales Tel: + 381 21 4873 953 E-mail: neo.prodaja@neoplanta.rs Procurement Tel: + 381 21 4873 892 E-mail: neo.nabavka@neoplanta.co.rs Web: http://www.neoplanta.co.rs
MONDI SERBIA D.O.O Address: Vrdila, 36000 Kraljevo, Serbia Tel/fax: +381 36 821820 E-mail: office@mondiserbia.rs Web: www.mondiserbia.rs Mr Goran Polugic, Managing Director E-mail: goran.kronic@mondiserbia.rs Mr Miroljub Polugic, Purchase Manager E-mail: miroljub.polugic@mondiserbia.rs	NECTAR D.O.O. Address: 21400 Backa Palanka, Novosadski put 9, Serbia Tel: +381 21 / 755 0400, +381 21 / 750 115, +381 21 / 755 0442 Fax: +381 21 / 7550410, +381 21 / 750687 E-mail: bojan.radun@nectar.co.rs, office@nectar.co.rs, r-nectar@eunet.rs Web: http://www.nectar.rs Mr Slobodan Radun, Director General
OIL FACTORY BANAT AD Address: Magazinska bb, 23218 Nova Crnja, Serbia Tel: +381 23 815-210 Fax: +381 23 815-150 E-mail: fubanat@uljarabanat.rs Web: http://www.uljarabanat.rs/ Mr Branislav Obradovic, Comm. Director E-mail: branislav.obradovic@uljarabanat.rs Supply Department: Mr Zlatko Kanjuh, Vd Director E-mail: zlatko.kanjuh@uljarabanat.rs	SAVA KOVACEVIC Address: 21460 Vrbas, Vinogradska kosa bb, Serbia Tel: +381 21 795-4200, +381 21 795-4217 Fax: +381 21 795 4201 E-mail: skaop@eunet.rs, nabavka@savakovacevic.rs, savakovacevic@savakovacevic.rs Web: http://www.savakovacevic.rs/
MIROTIM D.O.O. Address: 21460 Vrbas, Ivana Milutinovica 33, Serbia Tel/fax: +381 21 706-270, +381 21 794-080 E-mail: info@mirotin.rs, mirotin@mirotin.rs Supply/sales: E-mail: lj.vaskovic@mirotin.rs, vujicic.srdjan@mirotin.rs Web: http://www.mirotin.rs	VICTORIA OIL AD Address: Branka Erica 2, 22240 Sid, Serbia Tel/fax: +381 22 712 802,+381 22 725 419 Web: http://www.victoriaoil.rs/ Mr Sinisa Kosutic, General Director Mr Dragan Trzin, Production & Technical Director E-mail: dragan.trzin@victoriagroup.rs
CARNEX A.D. Address: Kulski put 26, 21460 Vrbas Tel: +381 21 795 3630, 795 3531, 795 3635 Fax: +381 21 705963	MOC PRIRODE KOMERC DOO Address: Dzona Kenedija 51/11 New Belgrade, Serbia Distribution Center - Ugrinovacka Bb, Dobanovci, 11000 Belgrade, Serbia

E-mail: info@carnex.rs Web: http://www.carnex.rs Mr Jaroslav Štupavski, Managing Director	Tel: +381 11 711 69 91, +381 11 711 69 92 E-mail: mpkomerc@sezampro.rs Web: http://mocprirodekomerc.com/
YUHOR Address: Kablovska bb, 35000 Jagodina Tel: +381 35 200 300, Info telefon: 0800 106 106 E-mail: office@yuhor.rs Web: http://www.yuhor.rs/	PIK BECEJ POLJOPRIVREDA A.D. (Agricultural Corporation) Address: 21220 Becej, Novosadska 2. Tel: +381 21 6911180, +381 21 6911 030, Fax: +381 21 6912-049, +381 21 6916-880 Mobile phone: +381 64 89 80 378(Tanja) E-mail: office@pikbecej.rs, tanja.lazendic@pikbecej.rs Web: http://www.pikbecej.rs
MAGNUM DOO Address: Sumadijska 149, 35250 Paracin, Serbia Tel: +381 35 570-252 Tel/fax: +381 35 570-491 E-mail: office@magnum.rs Web: http://www.magnum.rs/ Mrs Bojana Simic, Director E-mail: bojana.simic@magnum.rs Commercial Director sasa.bogojevic@magnum.rs Wholesale sector: jelena.arandjelovic@magnum.rs Wholesale sector: jelena.jovanovic@magnum.rs	BIOPROTEIN A.D. (Oil and protein factory) Head office: Bankom d.o.o. Address: 11000 Zemun, Bulevar Nikole Tesle 30a, Serbia Tel: +381 11 / 319 0052 Fax: +381 11 / 3190770 E-mail: office@bankom.rs, mladen.pesut@bankom.rs, mladen.tucovic@bankom.rs Web: http://www.bankom.rs Product plant: Address: Nemanjina bb, 11500 Obrenovac, Serbia Tel: +381 11 / 8754 891 Fax: +381 11 / 8754 973 E-mail: bioprotein@yubc.net Web: http://www.bioprotein.rs Mrs Jelena Banjac, Director