



VODIČ

ZA IZVOZ VOĆA I
POVRĆA NA TRŽIŠTE
VELIKE BRITANIJE

BRITANSKO-SRPSKA PRIVREDNA KOMORA
MARKETING STRATEGIJA ZA IZVOZ SVEŽEG,
SMRZNUTOG I PRERAĐENOG VOĆA I POVRĆA
NA TRŽIŠTE VELIKE BRITANIJE

Publikacija "Vodič za izvoz voća i povrća: Praktične informacije o izvozu svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća iz zemalja Zapadnog Balkana na tržište Velike Britanije" podržana je u okviru projekta Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (FAO) i Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD) pod nazivom "Podrška diverzifikaciji izvoza poljoprivrednog i prehrambenog sektora Zapadnog Balkana i Istočne Evrope".

Naslovna strana: ©Image by Freepik

V VODIČ

ZA IZVOZ VOĆA I POVRĆA NA TRŽIŠTE VELIKE BRITANIJE

BRITANSKO-SRPSKA PRIVREDNA KOMORA
MARKETING STRATEGIJA ZA IZVOZ SVEŽEG, SMRZNUTOG I
PRERAĐENOG VOĆA I POVRĆA NA TRŽIŠTE VELIKE BRITANIJE

LONDON, SEPTEMBAR 2023.

Tokom izrade ovog priručnika grupa autora, predvođena izvršnom direktorkom Britansko-srpske privredne komore Jadrankom Dervišević Kitarić, se potrudila da pruži tačne i aktuelne informacije. Prevodi pojedinih termina, kao i naziva institucija i propisa urađeni su u najboljem znanju i nameri autora, ali ne moraju nužno da predstavljaju njihove službene prevode. Grupa autora preporučuje korisnicima da pre preduzimanja konkretnih trgovinsko-izvoznih poslova kontaktiraju s relevantnim institucijama i da ih konsultuju, kao i da posete odgovarajuće internet stranice navedene u ovom priručniku.

“Vodič za izvoz voća i povrća na tržište Velike Britanije” je rezultat saradničkog rada vodećih britanskih konsultanata za tržište hrane i maloprodaje, uključujući:

John Giles, Elizabeth Downs i Ed Reyes iz kompanije “Promar International”, stručnjake za tržište svežeg, sušenog, smrznutog voća i povrća u Velikoj Britaniji.

Dr Chris Bishop, profesor Univerziteta Linkoln i konsultant za sveže voće i povrće.
Simon Warring i Sally Campbell iz kompanije “Green Seed UK” stručnjaci iz oblasti plasmana i promocije premijum prehrambenih proizvoda od voća i povrća na tržištu Velike Britanije.

Zahvaljujemo se na saradnji “Delamode Balkans” timu, Nick Bates i Yulia Briscoe iz Privredne komore Šefilda za doprinos u pripremi i pisanju poglavlja o proceduri izvoza voća i povrća sa Zapadnog Balkana na tržište Velike Britanije.

VAŠ PODSETNIK ZA...

... izvoz svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća na tržište Velike Britanije

U ovom poglavlju, predstavljamo sve značajne korake koji stoje pred izvoznicima svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća sa Zapadnog Balkana u planiranju, pripremi i realizaciji plasmana voća i povrća na tržište Velike Britanije. Proverite da li ste ispunili sve uslove, kako biste nesmetano započeli saradnju sa svojim britanskim poslovnim partnerima i krenuli sa izvozom proizvoda na ovo tržište.



Prvi korak – pročitajte Vodič za izvoz svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća na tržište Velike Britanije

Istraživanje tržišta i sagledavanje svih okolnosti u pogledu potencijala za plasman voća i povrća veoma je važan korak u donošenju odluke o početku poslovanja na ovom velikom i dinamičnom evropskom tržištu. Priručnik pruža mogućnost da steknete uvid u trendove, kretanje potražnje za voćem i povrćem, mogućnosti za izvoznike iz trećih zemalja, ali i uslove koje se pred kompanije sa Zapadnog Balkana postavljaju kako bi mogli da krenu sa izvozom i plasmanom proizvoda u Velikoj Britaniji.



Da li postoji potreba za Vašim proizvodom na tržištu?

Prva poglavlja Priručnika posvećena su upravo analizi tržišta svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća u Velikoj Britaniji, sa projekcijama daljeg rasta tražnje u ovom segmentu. Preporuka je da pročitate navedene podatke i informacije i na osnovu toga sagledate da li postoji potražnja za Vašim proizvodom, ali i da li se predviđa dalji rast na tržištu. Pored toga, pročitajte i poglavlje o trendovima na britanskom tržištu hrane, gde se navode glavni (mega) trendovi i faktori koji će uticati na dalji rasta tražnje za određenim poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima.



Standardi kvaliteta i bezbednost hrane

Velika Britanija je veoma zavisna od uvoza svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća koje stiže iz Evropske unije i trećih zemalja. Zbog toga, higijena, bezbednost proizvoda i ispunjenost standarda kvaliteta važan je uslov prilikom izvoza na ovo tržište. Pored standarda kvaliteta GLOBAL GAP i HACCP, britanski uvoznici i distributeri zahtevaju od svojih dobavljača da poseduju i druge visoke standarde kvaliteta kojima se garantuje ispunjenost najviših standarda u proizvodnji, preradi i čuvanju hrane u lancu snabdevanja, poput BRC, IFS, SQF i FSC 22000. Pojedini britanski kupci traže ispunjenost standarda u zaštiti životne sredine, održivosti proizvodnje ili društvene odgovornosti u lancu snabdevanja hranom, kroz standarde SMETA, Fair Trade. Pored navedenog, veliki trgovinski lanci u Velikoj Britaniji, poput Teska, imaju i svoje privatne standarde kvaliteta koje moraju da ispune svi njihovi dobavljači (Tesco NURTURE).



Odabir uvoznika i distributera – tradicionalni ili 3PL

Izvoznici svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća sa Zapadnog Balkana koji planiraju izvoz na tržište Velike Britanije, moraju prvo da pronađu i uspostave poslovni odnos sa registrovanim uvoznikom i distributerom. U ovom pogledu, izvoznik može da bira između saradnje sa tzv. tradicionalnim uvoznikom (eng. Traditional importer) ili tzv. posrednikom u poslovnima uvoza i logistike (eng. Third party logistics 3PL). Britanski uvoznik je ne samo važan kod obavljanja svih poslova uvoznog carinjenja robe, plasmana na tržište i saradnje sa kupcima, nego će od 1. januara 2024. godine biti obavezno da se na deklaraciji proizvoda iz uvoza nalazi ime i adresa registrovanog uvoznika i distributera hrane u Velikoj Britaniji (eng. UK based Food Business Operator FBO).



Pravilno deklarisanje i označavanje proizvoda

Deklarisanje, označavanje i pakovanje svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća namenjenog direktnoj prodaji britanskim potrošačima, mora da bude u skladu sa važećom regulativom i propisima kojima se reguliše ova oblast. Proverite sa svojim uvoznikom i distributerom da vam prosledi sve informacije od značaja za pravilno označavanje i pakovanje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, ali i potvrdite sa njima finalnu etiketu proizvoda pre samog izvoza.



Carinska procedura i dokumentacija

U pripremi carinske dokumentacije i sprovođenju postupka carinjenja i izvoza robe, veliki značaj imaju kako prevoznici, koji sprovode postupak transporta i špedicije i mogu da vam pomognu pri regulisanju dokumentacije za domicilnu carinu, tako i britanski uvoznici i distributeri koji vam mogu predočiti sve segmente carinske procedure i dokumentacije prilikom uvoza u Veliku Britaniju. Istovremeno, čuvajte kompletnu dokumentaciju (fakture, carinsku dokumentaciju, posebno deklaraciju C79 koja se koristi za utvrđivanje visine poreza na dodatu vrednost (PDV) na robu iz uvoza).



Uverenje o poreklu robe (eng. Certificate of Origin) – FORM A

Novim Sporazumom o partnerstvu, trgovini i saradnji između Srbije i Velike Britanije, potpisanim 16. aprila 2021. godine, predviđa se dalje očuvanje trgovinskih veza uspostavljenih u okviru Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju EU, formiranje zone slobodne trgovine, očuvanje povlašćenih uslova u trgovini i dalja liberalizacija. Novi sporazum je potpisan i sa Severnom Makedonijom. S tim u vezi, izvoznici iz Srbije imaju pravo na primenu preferencijalne stope carine kod uvoza određenog voća i povrća poreklom iz regiona, što dokazuju Uverenjem o poreklu robe (eng. Certificate of Origin) – FORM A. Dokument overava privredna komora u zemlji izvoznika, po podnetom zahtevu. Istovremeno, proverite u Priručniku koja je preostala dokumentacija potrebno da se obezbedi kod realizacije transporta, carinjenja i plasmana svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća u Veliku Britaniju.

Sadržaj

VODIČ ZA IZVOZ VOĆA I
POVRĆA NA TRŽIŠTE
VELIKE BRITANIJE

8 UVOD

9 PREGLED TRŽIŠTA

10 Pregled tržišta

11 Karakteristike tržišta

12 Pregled trgovinske razmene sa zemljama Zapadnog Balkana

14 ANALIZA TRŽIŠTA

15 Tržište svežeg voća i povrća

17 Tržište sušenog voća i povrća

19 Tržište smrznutog voća i povrća

21 Tržište prerađenog voća i povrća

23 Tržište organskog voća i povrća

24 Privatna marka proizvoda

26 KANALI DISTRIBUCIJE

27 Maloprodaja

34 Uvoznici i distributeri

40 Industrija prerade voća i povrća

41 HoReCa

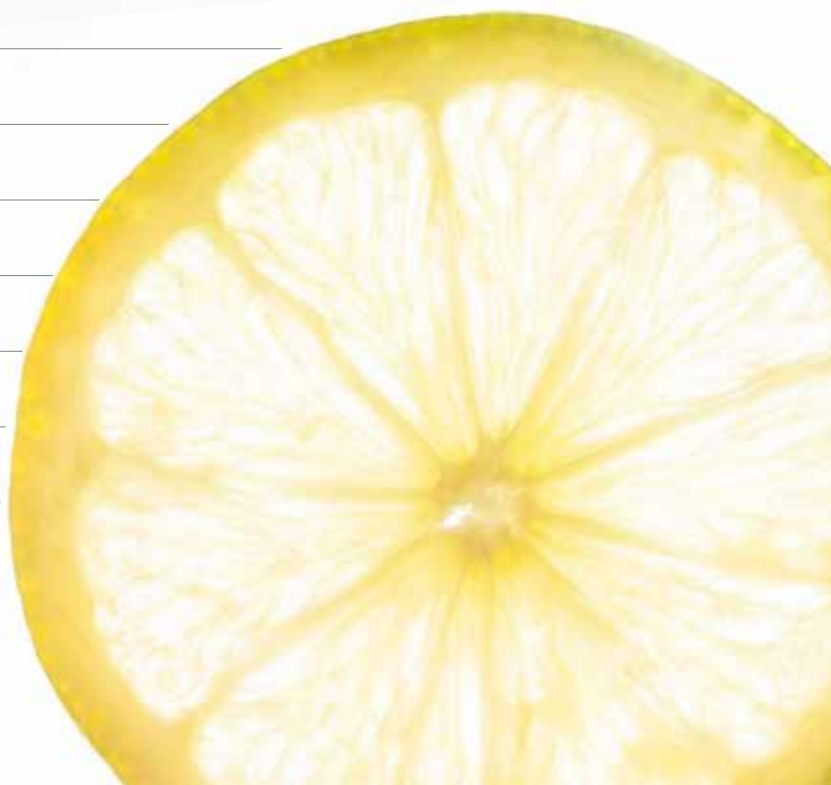
43 Onlajn prodaja



1



2



3



4

44 REGULATIVE I PROCEDURE ZA UVOZ

45 Uvoz i carinjenje robe

46 Bezbednost proizvoda

47 Standardi kvaliteta

49 Deklarisanje, označavanje i pakovanje proizvoda

51 5 koraka u izvozu voća i povrća

53 PRIMERI IZ PRAKSE

54 Izvoz smrznutog voća: STANIĆ

55 Izvoz gotovih proizvoda: FABRIKA DEČJE HRANE

56 TRENDOVI NA TRŽIŠTU VOĆA I POVRĆA U VELIKOJ BRITANIJI

59 SAJMOVI I STRUČNI MAGAZINI U SEKTORU VOĆA I POVRĆA

62 POSLOVNI BONTON



5



6



8

7



Uvod

Velika Britanija se uvek, nekako, činila kao “nedostižno” tržište za većinu kompanija iz regiona Zapadnog Balkana. Izražena dinamika, visokarazvijenost sa izuzetnom konkurencijom proizvoda iz svih delova sveta i posebne povlastice koje su uživale kompanije iz Evropske unije zbog jedinstvenog evropskog tržišta, udaljivali su poziciju Velike Britanije na listi tržišta sa značajnim mogućnostima za izvoz voća i povrća iz regiona. Međutim, sa Bregzitom (eng. *Brexit*¹) i izlaskom Velike Britanije iz jedinstvenog tržišta EU, promenama u društveno-političkim okolnostima, rastom cena hrane i nesigurnostima u lancima snabdevanja, britanski lanci snabdevanja se polako okreću ka novim tržištima zemalja u razvoju, koja mogu da ponude visoko-kvalitetne proizvode po konkurentnim cenama. Novonastale okolnosti uticale su na poboljšanje pozicije kompanija iz zemalja Zapadnog Balkana, posebno Srbije i Severne Makedonije, u pregovorima sa britanskim partnerima. Sada izvoznici iz regiona mogu da se oslone na preferencijalni tarifni režim kojim ne postoji carina na većinu izvoza svežeg voća i povrća u Veliku Britaniju, kojim je znatno unapređena njihova pozicija prilikom započinjanja pregovora i realizacije izvoznih poslova.

Istovremeno, smanjenje domaće proizvodnje i povećanje zavisnosti od uvoza britanskog tržišta za svežim voćem i povrćem predstavlja i poslovnu priliku za nove dobavljače iz regiona Zapadnog Balkana koji ispunjavaju sve uslove po pitanju bezbednosti, standarda kvaliteta, količina i stalnosti isporuke, ali i blizine tržišta. Poslednjih godina posebna pažnja se posvećuje samom procesu poljoprivredne proizvodnje, koja treba da bude u skladu sa postavljenim ciljevima održive životne sredine (eng. *Environmental Sustainability Goals*). Kod velikih trgovinskih lanaca u Velikoj Britaniji primena principa održive poljoprivrede i visoka bezbednost hrane predstavljaju osnovu za početak pregovora i poslovne saradnje. Pod ovim

se podrazumeva i održiva, cirkularna poljoprivreda sa smanjenom emisijom ugljen-dioksida (eng. *carbon footprint*), smanjenjem organskog otpada u procesu poljoprivredne proizvodnje (eng. *food waste*), ali i održivost i stabilnost isporuke na dugi rok (eng. *food sustainability*). Zbog navedenog, britanski trgovci su sve otvoreniji za uvoz svežeg voća i povrća iz evropskih zemalja, kako bi se smanjili, ne samo, troškovi i vreme isporuke, već i negativan uticaj emisije štetnih gasova na životnu sredinu prilikom transporta (eng. *nearshoring*).

Velika Britanija ima dugu istoriju međunarodne trgovine, što znači da tržište može biti otvoreno za nove proizvode i poslovanje sa drugim poslovnim partnerima. Pored toga, etnička raznolikost se značajno povećala od kasnih devedesetih godina, donoseći sa sobom potražnju za drugim ukusima koji sada mogu da podmire potrebe užeg tržišnog segmenta (eng. *niche market*). Mogućnosti na ovom rastućem i dinamičnom evropskom tržištu hrane su veoma značajne i poslednjih godina sve veće, posebno imajući u vidu da samo 3 odsto britanskih potreba za voćem i povrćem biva zadovoljeno iz evropskih zemalja van Evropske unije, uključujući zemlje Zapadnog Balkana. Upravo je ovo jedan od glavnih pokretača za kreiranje “Vodiča za izvoz svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća na tržište Velike Britanije” s obzirom na to da je pravi momenat za uspostavljanje novih poslovnih kontakata i povećanje prisustva proizvoda iz regiona na ovom tržištu. Istovremeno, poglavlja koja slede, a posvećena su pripremi i pokretanju izvoza i plasmana voća i povrća na tržište Velike Britanije, dostupna su i u digitalnom formatu u vidu pet elektronskih mentoring sesija sa vodećim britanskim ekspertima. Uz navedeni video serijal dostupan onlajn na sajtu Britansko-srpske privredne komore, iz prve ruke, možete da saznate detaljnije o svim pojedinostima tržišta hrane, uslovima za ulistavanje u maloprodajne lance, deklarisanju, etiketiranju i brendiranju proizvoda, kao i formiranju maloprodajne cene.

¹ Bregzit (Brexit) se koristi kao skraćena za izlazak Ujedinjenog Kraljevstva iz Evropske unije - spojivši reči Britanija i egzit (eng. exit - izlazak) koji je sproveden 31. januara 2020. godine (Wikipedia).



1

PREGLED TRŽIŠTA

PREGLED TRŽIŠTA

Vednost tržišta hrane u Velikoj Britaniji iznosi oko 254 milijardi britanskih funti, dok se 20 odsto ukupne vrednosti tržišta pokriva iz uvoza². Stabilan rast od 3 odsto na godišnjem nivou biće nastavljen i u narednom periodu, ali ono što je posebno interesantno su promene u strukturi, trendovima i potrebama tržišta primetne poslednjih godina. Britansko tržište hrane je bilo pod uticajem brojnih dešavanja u poslednjih nekoliko godina, koja su oblikovala celokupno industrijsko okruženje i uticala na dobavljače koji ulaze i pokušavaju da razviju svoje poslovanje na tržištu. Upravo su ovi ekonomski i demografski faktori imali snažan uticaj da ovo evropsko tržište i dalje bude jedno od najdinamičnijih, najznačajnijih i brzorastućih evropskih i svetskih tržišta, kada je reč o potrebama za hranom. U prilog ovome idu i činjenice da je Velika Britanija treća ekonomija u Evropi, posle Nemačke i Francuske. Snažna ekonomska razvijenost, povećanje broja stanovnika, kao i drugi ekonomski, demografski i socijalni uticaji imali su za posledicu promene u strukturi i povećanje potražnje za pojedinim grupama prehrambenih proizvoda, posebno voćem i povrćem.

Ukupan broj stanovnika Ujedinjenog Kraljevstva od 68 miliona, koje uključuje Veliku Britaniju i Severnu Irsku, nije proporcionalno koncentrisano prema regionima, gde samo u Engleskoj živi čak 84 odsto stanovništva tj. skoro 57 miliona ljudi. U drugim krajevima zemlje, naseljenost je znatno manja, i to: Škotska 6 miliona, Vels 3 miliona i Severna Irska 2 miliona stanovnika. Istovremeno, veličina tržišta je srazmerna visokim potrebama i britanskih potrošača za svežim voćem i povrćem – samo na nedeljnom nivou u Velikoj Britaniji se konzumira u proseku 2,4 kilograma svežeg i prerađenog voća i povrća po glavi stanovnika (Statista)³. U narednom periodu očekivanja su da će potražnja za svežim i prerađenim voćem i povrćem biti stabilna.

Britansko tržište spada u red visoko-konkurentnih i dinamičnih tržišta sa tendencijom rasta, praćeno relativno visokom kupovnom moći stanovništva, vrednost bruto društvenog proizvoda (BDP) od oko 2,2 triliona funti i jedan od najviših BDP po glavi stanovnika (*per capita*) u Evropi od 32.904 funti u 2022. godini. Prema podacima Odeljenja za životnu sredinu, hranu i ruralni razvoj (eng. *Department for Environment, Food and Rural Affairs, DEFRA*), ukupna potrošnja stanovništva Velike Britanije na hranu, piće i catering dostiglo 254 milijardi funti u 2022. godini⁴. Ovo visokorazvijeno tržište sa stabilnim rastom potreba za hranom može da ponudi mnoge mogućnosti kompanijama sa Zapadnog Balkana, ukoliko ispune sve visoke zahteve za izvoz i plasman proizvoda.

² Paltrade: Market Study for the United Kingdom for Processed Food, 2018

³ Statista: Average purchase per person per week of fresh and processed fruit and vegetables (excluding potatoes) in the United Kingdom (UK) from 2006 to 2020/2021 (in grams), 2023

⁴ National statistics UK: Food statistics in your pocket, 2023



© Unsplash/Travis Leary

UVOD U TRŽIŠTE HRANE U VELIKOJ BRITANIJU: ŠTA JE POTREBNO DA ZNATE?

Ukoliko ste proizvođač ili izvoznik svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća iz zemalja Zapadnog Balkana i zainteresovani ste za plasman na tržište Velike Britanije, pogledajte prvi video u okviru serijala "Vodič za izvoz voća i povrća na tržište Velike Britanije" i saznajte više o ovom velikom i dinamičnom evropskom tržištu od vodećih britanskih stručnjaka u sektoru hrane i maloprodaje. Video je dostupan na linku.

Od Bregzita (eng. *Brexit*) 2020. godine, Velika Britanija nije više deo jedinstvenog tržišta Evropske unije, a samim tim ne postoje posebne pogodnosti za proizvođače iz EU. Danas, sve kompanije, bez obzira da li su iz EU ili trećih zemalja, podležu istim uslovima i procedurama prilikom uvoza i plasmana voća i povrća na britansko tržište. Ovo značajno povećava poslovne prilike proizvođačima i izvoznicima sa Zapadnog Balkana, koji su sada u istoj poziciji kao njihovi konkurenti iz EU. Nakon Bregzita, u periodu 2021-2022. godine, izvoz svežih jabuka iz zemalja Evropske unije (Holandija, Italija, Irska) je značajno smanjen sa negativnom stopom rasta, dok je izvoz iz zemalja Zapadnog Balkana povećan, gde Srbija zauzima 10. mesto na listi najvećih izvoznika svežih jabuka⁵.

Poslednje, ali ne manje značajno je dobra infrastrukturna povezanost Velike Britanije sa ostatkom evropskog tržišta – pomorskim lukama u Francuskoj i tunelom ispod kanala Lamanš (eng. *English Channel*) od Felikstoua (eng. *Felixstowe*), blizu Dovera (eng. *Dover*), do Kalea (eng. *Calais*), kao i prekookeanskim lukama u Holandiji. Dobra infrastruktura omogućava brzu i efikasnu dopremu robe sa stranih tržišta, ali i njenu dalju distribuciju unutar zemlje. Najveće britanske luke uključuju Dover (eng. *Dover*), do Kalea (eng. *Calais*), kao i prekookeanskim lukama u Holandiji. Dobra infrastruktura omogućava brzu i efikasnu dopremu robe sa stranih tržišta, ali i njenu dalju distribuciju unutar zemlje. Najveće britanske luke uključuju Dover (eng. *Dover*), Felikstou (eng. *Felixstowe*), London (eng. *London*), Liverpul (eng. *Liverpool*) i Sauthampton (eng. *Southampton*) u Engleskoj, kao i Milford Hejven (eng. *Milford Haven*) u Velsu. Pored pomorskih i drumskih koridora, Velika Britanija je dobro povezana vazдушnim transportnim linijama, uključujući aerodrom Hitrou (eng. *Heathrow*) u Londonu, kao jedan od najvećih aerodroma u Evropi i aerodrom Ist Midlands (eng. *East Midlands*), kao ulaznom lukom za najveću količinu vazdušnog tereta u Veliku Britaniju. Ovi putevi za ulazak robe u zemlju omogućavaju transport robe u sve delove Velike Britanije.

KARAKTERISTIKE TRŽIŠTA

Ključni faktor “privlačnosti” britanskog tržišta je, pored veličine i visoke kupovne moći, i to što Velika Britanija u velikoj meri zavisi od uvoza voća i povrća. Velika Britanija uvozi oko 75 odsto potreba tržišta za voćem, odnosno 40 odsto potreba za povrćem, uključujući sveže, smrznuto i prerađeno, što je postavlja na treće mesto najvećih uvoznika voća i povrća u Evropi. Na godišnjem nivou vrednost uvoza svežeg voća i povrća u Veliku Britaniju iznosi 7,5 milijardi evra, odnosno 12 odsto ukupnog uvoza voća i povrća u Evropi⁶. Samo Holandija koja predstavlja glavni trgovinski centar (eng. *hub*) u kontinentalnoj Evropi i Nemačka uvoze više od Velike Britanije.

U 2020. godini, zatvaranje prouzrokovano pandemijom COVID-19 snažno je uticalo na prehrambeni sektor u Velikoj Britaniji. Maloprodajni sektor je veoma porastao jer je zamenio opcije za ishranu u restoranima, koju je Vlada Velike Britanije zabranila na duži period zbog pandemije. Kupovina na internetu (eng. *e-commerce*) se dramatično povećala, sa znatno većim uticajem na navike potrošača u poređenju sa drugim tržištima. Rast prodaje u malim prodavnicama se smanjio, pošto su kupci dali prioritet velikim kupovinama na jednom mestu, dok je potreba za zdravijim prehrambenim proizvodima, posebno funkcionalnim (eng. *functional food*), naglo porasla. Primetna je i konsolidacija kanala distribucije, gde mali dobavljači nisu mogli da opstanu u uslovima gde su se maloprodajni objekti pre odlučili za saradnju sa velikim dobavljačima, koji su ispunjavali visoke zahteve, standarde kvaliteta, ali i obezbedili stalnost i održivost u snabdevanju hranom.

Pored izraženog uticaja ekonomskih faktora, ne treba zaboraviti ni značajne promene demografskih faktora koji su uticali, ali će i dalje nastaviti da utiču na oblikovanje trendova i potreba za hranom potrošača u Velikoj Britaniji. Samo neki od njih su: porast populacije u velikim gradovima, veća izdvajanja na hranu i obroke van kuće, što će uticati na brži oporavak i rast HoReCa segmenta nakon pandemije, visoka svest potrošača o bezbednosti hrane i standardima kvaliteta,



5 Statista: Export volume of apples worldwide in 2021/2022, by leading countries, 2022

6 CBI: The United Kingdom market potential for fresh fruit and vegetables, 2022



zbog čega Velika Britanija danas predstavlja jedno od najvećih svetskih tržišta za organske, Fer Trejd (eng. *Fair Trade*) i proizvode koji su proizvedeni u skladu sa principima održive poljoprivrede.

Po prestanku pandemije ravnoteža između maloprodaje i HoReCa segmenta je ponovo uspostavljena, ali problemi u lancu snabdevanja i dalje predstavljaju problem za britanske trgovce na malo. U junu 2023. godine, bilo je uobičajeno da se vide prazne police u prodavnicama, dok se dobavljači bore da zadovolje potražnju. Razlozi za to su složeni, ali na njih nesumnjivo utiču rastuće cene energenata i resursa potrebnih za poljoprivrednu proizvodnju.

Istovremeno, britanske potrošače najviše brine rast cena na malo, prema istraživanju koje je sproveo Zavod za statistiku Velike Britanije, njih čak 66 odsto⁷. Inflacija cena hrane od 19,1 odsto⁸ u periodu od marta 2022. do marta 2023. godine predstavlja najveći rast u poslednjih 40 godina. Usporavanje inflacije cena hrane sa padom od 4 odsto u julu 2023. godine nešto je što ohrabruje potrošače i trgovce na malo.

Razumljivo, potrošači sve više traže proizvode sa nižim cenama, a najnoviji podaci, iz januara 2023. godine, pokazuju da je prodaja hrane i pića sopstvene robne marke trgovinskih lanaca (eng. *private label*) znatno porasla, dok je prodaja brendiranih premijum proizvoda stagnirala. Ipak, opšte očekivanje je da je povećanje cena hrane na vrhuncu i da će se značajno smanjiti u narednim mesecima, uz očekivani rast uvoza svežeg voća i povrća kako bi se podmirile rastuće potrebe potrošača.

PREGLED TRGOVINSKE RAZMENE SA ZEMLJAMA ZAPADNOG BALKANA

Iako je razvijeno i visoko konkurentno, tržište svežeg smrznutog i prerađenog voća i povrća u Velikoj Britaniji ima veliki trgovinski potencijal, ali još uvek nedovoljno iskorišćen od strane kompanija iz regiona Zapadnog Balkana. Uvoz voća i povrća u Veliku Britaniju iznosio je 12,3 milijardi funti u 2022. godini, dok u novonastalim okolnostima poskupljenja uvoza iz Evropske unije, lokalni kanali distribucije otvoreni su za mogućnosti saradnje sa novim dobavljačima na teritoriji Evrope⁹. Ne samo inflacija, poskupljenje uvoza hrane, već i zelena agenda i potreba da se smanji emisija tzv. prehrambene milje (eng. *food mile*) uticali su da britanski kupci sve više nastoje da uključe dobavljače koji su im geografski "blizu". Imajući u vidu kvalitet, količine proizvoda, ali i blizinu tržišta zemalja Zapadnog Balkana gde se proizvodi mogu dopremiti u roku od 48 časova, predstavljaju sigurno veliku poslovnu priliku za domaće proizvođače. Za kompanije sa Zapadnog Balkana prosečna udaljenost od luke Dover do Bosne i Hercegovine iznosi 1.937 kilometara, Srbije 2.137 kilometara i Severne Makedonije 2.462 kilometara.

Rast ukupne trgovinske razmene robe i usluga sa Severnom Makedonijom od 16 odsto, Crnom Gorom 50 odsto, Srbijom od 29 odsto između aprila 2022. i marta 2023. godine, pokazuje da Velika Britanija prepoznaje zemlje Zapadnog Balkana kao dobre partnere za saradnju i bolju trgovinsku razmenu¹⁰.

7 National statistics UK: Food statistics in your pocket, 2023

8 Office for National statistics UK: Food and energy price inflation, 2023

9 Office for National statistics UK: UK trade in goods, year in review, 2022, 2023

10 Prednosti slobodne trgovine primenjivi su samo u slučajevima trgovinske razmene Velike Britanije sa Republikom Srbijom i Severnom Makedonijom.

Tabela 1

Vrednost izvoza voća, povrća i prehrambenih proizvoda u Veliku Britaniju u 2022. u EUR

Zemlja	Vrednost izvoza voća (u EUR)
Srbija	44,015,760
Bosnia i Hercegovina	196,050
Crna Gora	/
Severna Makedonija	2,240,860
Ukupno	46,452,670

IZVOR: UNComtrade Database

Nakon Bregzita zabeležen je rast trgovinske razmene sa zemljama Zapadnog Balkana (Crnom Gorom, Severnom Makedonijom i Srbijom), posebno u kategoriji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Ostvareni ukupan uvoz Velike Britanije iz Republike Srbije iznosio je 527,58 miliona evra u 2022. godini, što predstavlja povećanje od 13 odsto u odnosu na 2021. godinu. Istovremeno, ostvaren je i rast uvoza svežeg i prerađenog voća i povrća iz Srbije u vrednosti od 68,55 miliona evra, najviši u prethodnih pet godina, što ovu kategoriju stavlja na 3. mesto po vrednosti uvoza iz Srbije u Veliku Britaniju, nakon pneumatika i razne električne robe. Najveći rast u uvozu u kategoriji svežeg i prerađenog voća i povrća iz Srbije u periodu 2018-2022. godine ostvarili su: voćni sokovi (185 odsto), sosevi od povrća (233 odsto) i smrznuto voće (36 odsto), a interesantan je podatak da čak 37 odsto tržišta smrznutog bobičastog voća u Velikoj Britaniji čini voće poreklom iz Srbije¹¹.

Na drugom mestu po vrednosti ostvarenog uvoza iz zemalja Zapadnog Balkana nalazi se Severna Makedonija, gde je Velika Britanija ostvarila vrednost uvoza od 235,89 miliona evra u 2022. godini uz povećanje od čak 22 odsto¹². Uvoz svežeg i prerađenog voća i povrća u posmatranom periodu iznosio je malo više od 8

miliona evra, što je takođe najveća ostvarena vrednost u prethodnih pet godina. Kompanije iz Severne Makedonije ostarile su najveći rast u kategorijama: hrane za bebe od povrća (34 odsto), sosevi od povrća (22 odsto), vina i svežeg grožđa (30 odsto).

Pozitivan trend rasta izvoza u Veliku Britaniju poslednjih godina primetan je i kod još jednog spoljnotrgovinska partnera na Zapadnom Balkanu – Bosne i Hercegovine. Ukupno ostvareni izvoz Bosne i Hercegovine iznosio je 111,14 miliona evra, dok je porastao i udeo poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda u ukupnom izvozu više nego duplo u odnosu na 2021. godinu (1,7 miliona evra¹³). Bosna i Hercegovina je u 2022. godini najviše izvozila voćne sokove, sušeno, konzervirano i ukišeljeno povrće, šumske pečurke, smrznute maline i sveži krastavac.

Istovremeno, za razliku od svojih regionalnih suseda, Crna Gora ostvaruje skromne i ne pozitivne rezultate u trgovini poljoprivrednih i prehrambenim proizvodima sa Velikom Britanijom, s obzirom na to da je zabeležen trend pada od čak 24 odsto u periodu 2018-2022. godine¹⁴. U segmentu voća i povrća, zemlja je u 2022. godini najviše izvozila citrusne voćne sokove u vrednosti od 8,000 evra.



11 Trade and Investment Factsheet Serbia, 2023
 12 Trade and Investment Factsheet North Macedonia, 2023
 13 Trade and Investment Factsheet Bosna i Hercegovina, 2023
 14 Trade and Investment Factsheet Crna Gora, 2023



2

ANALIZA TRŽIŠTA

TRŽIŠTE SVEŽEG VOĆA I POVRĆA

Proizvodnja svežeg voća i povrća u Velikoj Britaniji ne može da podmiri rastuće potrebe tržišta, zbog čega je zemlja veoma zavisna od uvoza. Visoka zavisnost od uvoza posledica su nepovoljnih klimatskih uslova, ograničene raspoloživosti plodnog zemljišta za uzgoj većine kultura, ali i visoke potražnje i promena u potrebama britanskog tržišta. Velika Britanija trenutno proizvodi samo 35 odsto (3,1 milion tona godišnje) domaćih potreba za svežim voćem i povrćem, što ostavlja značajan prostor za uvoz od 65 odsto (5,7 miliona tona godišnje, the Grocer). Istovremeno, primetan je trend rasta kupovine svežeg voća i povrća van sezone, što otvara mogućnosti za povećanje uvoza.

Za razliku od svežih jagoda i jabuka koje se proizvode na jugu zemlje i imaju poseban značaj za domaće stanovništvo, većina potreba Velike Britanije za svežim voćem i povrćem se podmiruje iz uvoza, posebno bobičasto voće (maline, kupine, borovnice), grožđe, tropsko voće i povrće (zelena salata, paradajz, krastavci). U narednim godinama očekuje se dalje smanjenje domaće proizvodnje svežeg voća i povrća i povećanje uvoza, usled porasta cena sirovina za poljoprivrednu proizvodnju, nestabilnosti lanaca snabdevanja, ali i pada kupovine voća i povrća višeg cenovnog ranga zbog rasta cena na malo. U 2021. godini, ukupna vrednost uvoza svežeg voća i povrća u Veliku Britaniju bila je preko 7,5 milijardi evra, što čini 15 odsto ukupnog evropskog uvoza svežeg voća i povrća¹⁵. Interesantno je da Velika Britanija uvozi neverovatnih 84 odsto domaćih potreba za svežim voćem i 44 odsto potreba za svežim povrćem.

Ukupna vrednost tržišta svežeg voća i povrća iznosi 30,67 milijardi USD, od čega svežeg voća 12,4 milijarde USD u 2023. godini¹⁶. Uprkos trenutnim ekonomskim poteškoćama u 2023. godini, uključujući visoku inflaciju, rast kamatnih stopa i usporavanje rasta bruto društvenog proizvoda (BDP), očekuje se da će tržište hrane u Velikoj Britaniji nastaviti da raste u kratkom i srednjem periodu. Očekuje se rast tržišta voća i povrća po prosečnoj stopi od 2,97 odsto, odnosno svežeg voća po stopi od 4,01 dsto¹⁷. O ovim predviđanjima svedoče i podaci o porastu potražnje za svežim i smrznutim voćem i povrćem, privatnim robnim markama, zdravim, organskim, premijum i visokokvalitetnim prehrambenim proizvodima.

Deo navedenog povećanja vrednosti uvoza je posledica inflacije u maloprodaji, ali i pored toga ne može se umanjiti činjenica da je potražnja za svežim voćem i povrćem na tržištu i dalje visoka. Ovo je značajna prilika za nove, inostrane dobavljače voća i povrća, s



© Image by Freepik

UVOD U TRŽIŠTE SVEŽEG I SUŠENOG VOĆA I POVRĆA U VELIKOJ BRITANiji

Drugi video u okviru serijala "Vodič za izvoz voća i povrća na tržište Velike Britanije" posvećen je analizi sektora svežeg i sušenog voća i povrća u Velikoj Britaniji. Ne propustite da saznate više i dobijete relevantne informacije od vodećih britanskih stručnjaka u sektoru hrane i maloprodaje. Video je dostupan na linku.

BRITISH - SERBIAN CHAMBER OF COMMERCE | VODIČ ZA IZVOZ VOĆA I POVRĆA NA TRŽIŠTE VELIKE BRITANIJE

02 MENTORING SESIJA

Uvod u tržište svežeg i sušenog voća i povrća u Velikoj Britaniji

Datum: 9. mart 2023.
Vreme: 10:00 - 11:00

John Giles | Lizzy Owens | Dr Chris Bishop

PREMIER INTERNATIONAL | PREMIER INTERNATIONAL | PROFESOR I KONSULTANT ZA SVEŽE VOĆE I POVRĆE

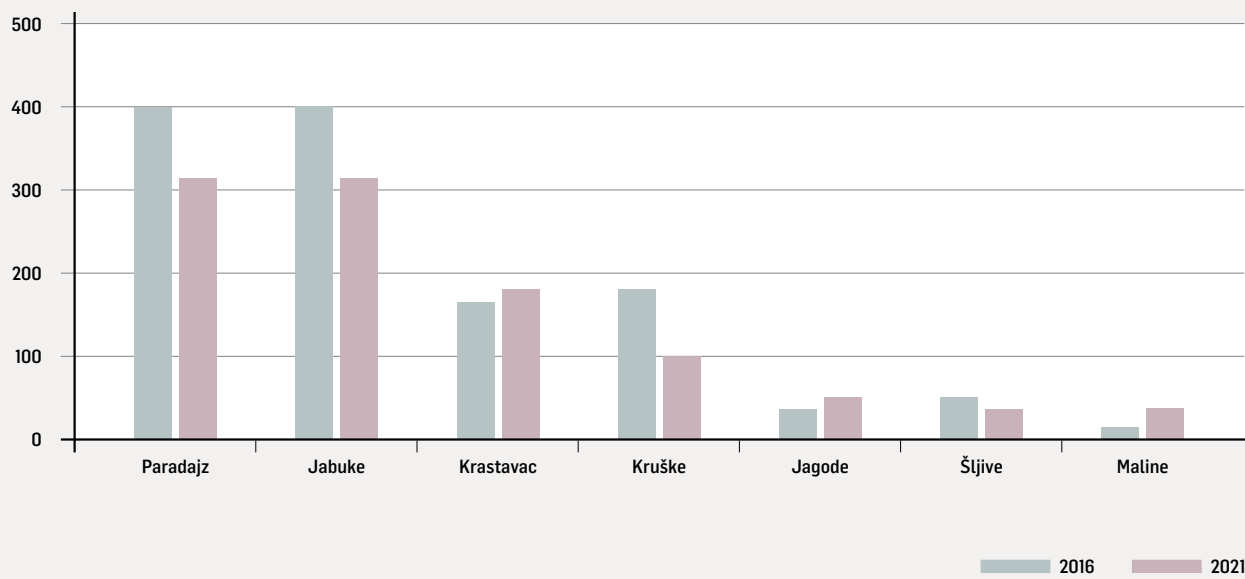
15 CBI: The United Kingdom market potential for fresh fruit and vegetables, 2022

16 Mordor Intelligence: UK FRESH FRUITS AND VEGETABLES MARKET SIZE & SHARE ANALYSIS - GROWTH TRENDS & FORECASTS (2023 - 2028)

17 Statista: Fresh Fruits - Worldwide

Grafikon 1

Uvoz odabranih kategorija svežeg voća i povrća u Velikoj Britaniji, 2016. i 2021, u 000 tona



IZVOR: UNComtrade

obzirom na to da britanski trgovci nastoje da obezbede veliku raznovrsnost, kvalitet, visoku bezbednost proizvoda i konkurentne cene za svoje potrošače.

Tržište svežeg voća i povrća Velike Britanije, čak i nakon Bregzita, privlači veliku pažnju inostranih dobavljača s obzirom na promet, visoku potrošnju po glavi stanovnika i veliku zavisnost od uvoza. Zbog sve veće popularnosti bobičastog voća (maline i borovnice) među britanskim potrošačima, u periodu 2017-2021. godine uvoz maline je povećan za rekordnih 110 odsto, a borovnice za 26 odsto, uz očekivanje daljeg rasta uvezenih količina i vrednosti. Slična situacija je i sa uvozom svežeg povrća, s obzirom na to da smanjenje obradivih površina i nepovoljni klimatski uslovi poslednjih godina smanjuju domaću proizvodnju i utiču na sve veću usmerenost ka svežem povrću iz uvoza. U 2022. godini najvišu vrednost uvoza ostvarile su sledeće vrste: paradajz, crni luk, krastavac i kupus (Trade Map).

Tokom 2021. godine potrošači u Velikoj Britaniji potrošili su ukupno 10,55 milijardi funti na sveže voće i 15,83 milijarde funti ukupno na sveže povrće¹⁸. Britanci su veliki potrošači crnog luka, paradajza i karfiola¹⁹, dok se smanjuje kupovina krompira i šargarepe na nedeljnom nivou. U proseku, potrošač u Velikoj Britaniji konzumira oko 47,4 odsto svežeg voća, što je iznad evropskog proseka. Tržište je zabeležilo

rast poslednjih godina zbog povećane potrošnje. Ovu potrošnju je delimično podstakao Covid-19, koji je stvorio potražnju za zdravom hranom, ali su nastavljene promotivne kampanje trgovinskih lanaca kako bi se podstakla potražnja za svežim voćem i povrćem i zdravim proizvodima.

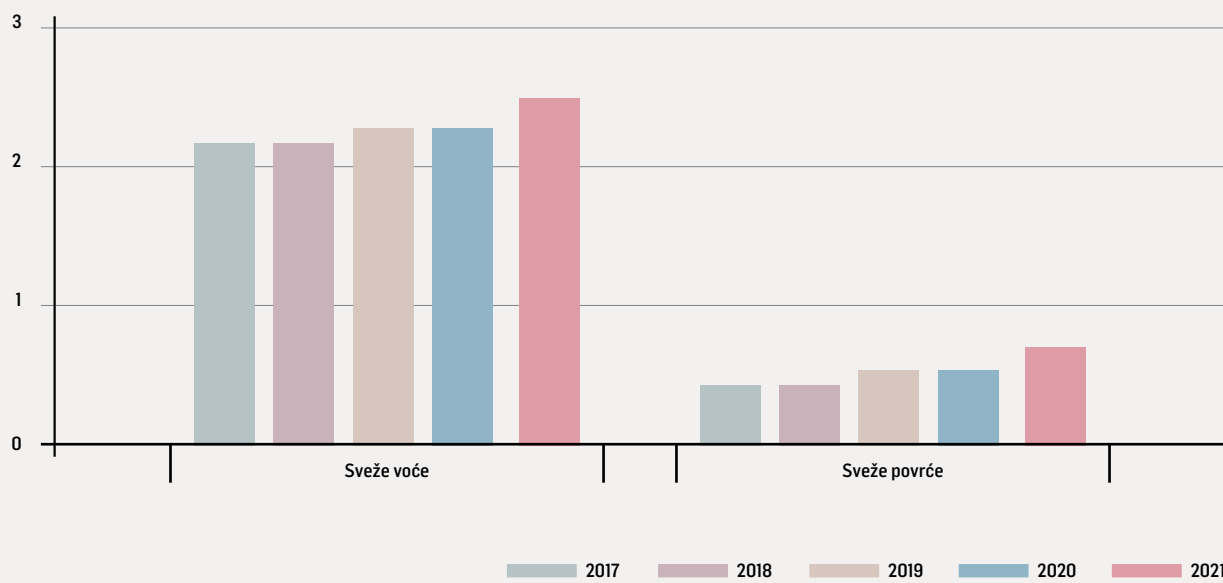
Iako od 2020. godine nije više deo jedinstvenog tržišta Evropske unije, Velika Britanija, možda više nego ranije, predstavlja značajno tržište za izvoz i plasman voća i povrća iz Evrope, posebno iz zemalja koja su se nekada smatrale trećim tržištima, uključujući i region Zapadnog Balkana, s obzirom na to da je niz strukturnih promena i nestašice pojedinih proizvoda na tržištu poslednjih godina doveo do veće potražnje za novim izvorima snabdevanja kako bi se podmirile rastuće potrebe za hranom. Nakon Bregzita, Velika Britanija više nema osnova da da prioritet uvozu voća i povrća iz zemalja Evropske unije, zbog čega su maloprodajni lanci i drugi kanali snabdevanja hranom u Velikoj Britaniji proširili svoju potragu za cenovno konkurentnijim dobavljačima van EU, koji danas iznose samo 3 odsto ukupnog tržišta (National statistics UK). Pored toga, rast učešća svežeg voća i povrća u ukupnom izvozu Velike Britanije ostvaruje snažan rast nakon 2020. godine uz trend daljeg rasta, što svakako pruža dodatnu priliku dobavljačima iz regiona Zapadnog Balkana (CBI).

¹⁸ Statista: Annual expenditure on fruit in the United Kingdom from 2005 to 2021, based on volume, 2023

¹⁹ Mordor Intelligence: UK FRESH FRUITS AND VEGETABLES MARKET SIZE & SHARE ANALYSIS – Growth Trends and Forecast 2023-2028, 2022

Grafikon 2

Vrednost uvoza voća i povrća iz zemalja u razvoju u Veliku Britaniju 2017-2021, u EUR



IZVOR: CBI

Ipak, važno je napomenuti da je Evropska unija i dalje daleko najveća trgovačka zona i najznačajniji spoljnotrgovinski partner kod uvoza hrane i pića u Veliku Britaniju sa 58 odsto ukupnog tržišta. Velika Britanija najviše uvozi sveže voće iz Španije, Italije i Francuske, a najznačajniji EU partneri u uvozu svežeg povrća su Španija, Holandija, Poljska i Belgija. Pozitivan efekat Bregzita bio je to što je otvorio dodatni prostor za početak pregovora o proširenju postojećih sporazuma o slobodnoj trgovini sa zemljama van EU, uključujući Srbiju i Severnu Makedoniju.

TRŽIŠTE SUŠENOG VOĆA I POVRĆA

Velika Britanija je drugo najveće tržište i neto uvoznik sušenog voća u Evropi, posle Nemačke, sa ostvarenom vrednošću uvoza od 170,59 miliona evra u 2022. godini (Trade Map). Očekivanja su da će tržište nastaviti sa stabilnim rastom od 5,3 odsto (CAGR 2019-2024), posebno u segmentu tropskog sušenog voća i suvih šljiva²⁰. Zbog velike potražnje za zdravim proizvodima, ograničene domaće proizvodnje sušenog voća, ali i uvoza koji je prevashodno namenjen domaćem tržištu, sa malim količinama za ponovni izvoz (eng. *re-export*), ovo tržište je veoma interesantno i nudi poslovne mogućnosti za nove dobavljače. U uvozu Velike Britanije u 2022. godini dominira sušeno tropsko voće

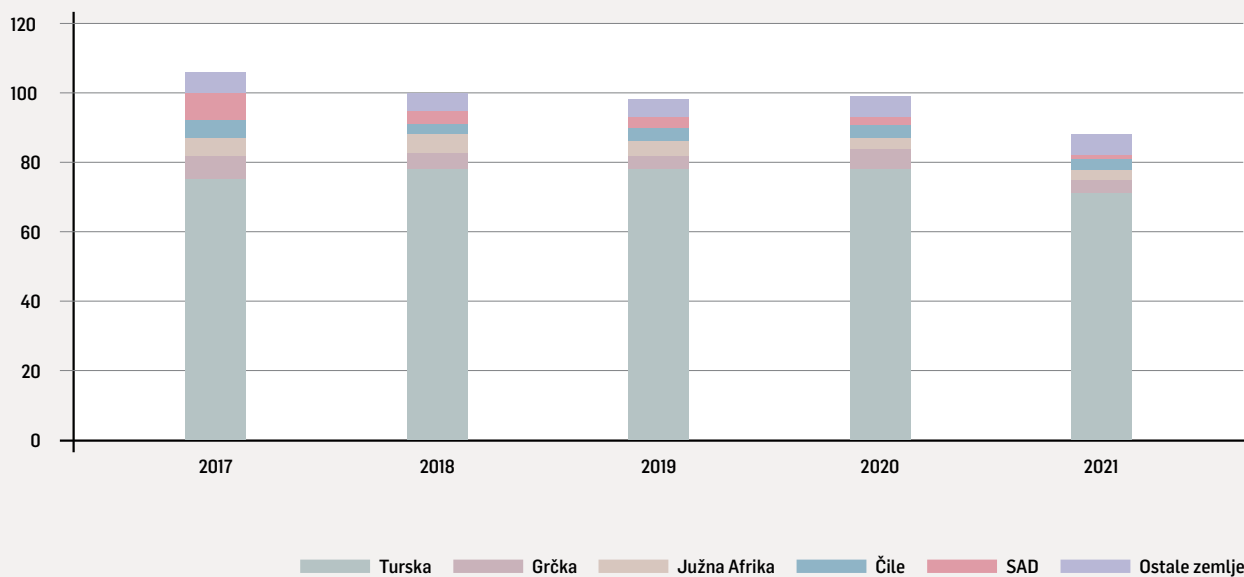
(43,76 miliona evra), sušene šljive (38,67 miliona evra), sušene kajsijske (38,57 miliona evra) i sušene jabuke (7,6 miliona evra).

Tržište sušenog voća u Velikoj Britaniji je visoko konsolidovano, gde 3. najveće zemlje izvoznice zauzimaju 55 odsto – Turska (27,4 odsto ukupnog uvoza sušenog voća u Veliku Britaniju), Čile (15,9 odsto), Nemačka (11,3 odsto) i Južnoafrička Republika (8,4 odsto). Iako turske kompanije dominiraju tržištem suvog voća u Velikoj Britaniji, podaci pokazuju da svoju poziciju na tržištu sve više zauzimaju kompanije iz zemalja koje nisu imale značajnu prisutnost pre samo par godina – Srbije, Egipta, Maroka. Srbija je ostvarila rast vrednosti izvoza sušenog voća od 192 odsto, kao i rast vrednosti u izvezenim količinama od 213 odsto (2018-2022, Trade Map), što pokazuje niže izvozne cene za sušenu šljivu iz Srbije u odnosu na konkurente.

Velika Britanija je, po vrednosti, četvrti najveći uvoznik suve šljive, posle Kine, Nemačke i Italije, dok prema uvezenim količinama zauzima šesto mesto, što se tumači prosečno višim cenama za sušenu šljivu koja se izvozi na ovo tržište. U prilog navedenom ide podatak da je uvoz suve šljive prema vrednosti imao rast od 16 odsto, dok je uvoz suve šljive prema količinama rastao po prosečnoj godišnjoj stopi od 4 odsto u periodu 2018-2022. godine. Istovremeno, u 2022. godini ostvaren je rekordan rast uvoza suve

Grafikon 3

Uvoz sušenog voća u Veliku Britaniju, 2017-2021, u 000 tona



IZVOR: UNComtrade

šljive u odnosu na 2021. godinu od 32 odsto (Trade Map). Iako tržištem suve šljive u Velikoj Britaniji dominira Čile, sa čak 68 odsto ukupnog izvoza, slede SAD, Turska i Francuska, interesantno je da je Srbija zauzela 5. poziciju, ispred drugih velikih proizvođača i izvoznika. Srbija, iako učestvuje sa samo 0,9 odsto u ukupnom uvozu suve šljive u Veliku Britaniju, zabeležila je snažan rast prethodnih godina od čak 320 odsto (2018-2022), što je ubedljivo najveći rast ostvaren na ovom tržištu u poređenju sa drugim zemljama izvoznicama u posmatranom periodu (Trade Map).

Jedna od prilika za proizvođače i izvoznike sušenog voća da se prošire na tržištu Velike Britanije je zdrava užina, segment koji raste u skladu sa trendovima na tržištu ka zdravoj i nutritivno izbalansiranoj ishrani. Navedeni trend povezan je i sa rastućim skepticizmom u vezi sa visoko prerađenom hranom i dodatim šećerima, dok sušeno voće predstavlja zdraviju opciju.

Potrošnja sušenog voća porasla je i nakon COVID-19, kada se sve više ljudi odlučuje za sušeno voće kao zdravu grickalicu, ali i kao dodatak musliju, ovsenoj kaši, smutijima (eng. *smoothie*), ili sve popularnijim asai energetskim obrocima (eng. *acai bowl*). Tradicionalno, Britanci su veliki potrošači grožđica (eng. *raisins*), dok je potrošnja sušenih šljiva, sušenih jabuka i sušenog tropskog voća u snažnom rastu. U Velikoj Britaniji, sušeno voće se prodaje najčešće u vidu zdrave grickalice (eng. *snack*), gde se kupuju kao barovi, sušeno voće u rolnici ili u malim kesicama. Najveći udeo na tržištu u ovom segmentu imaju privatne marke proizvođa

vodećih trgovinskih lanaca (Tesco, Sainsbury`s, ASDA, Morrisons). Velike kompanije ostvaruju direktnu saradnju sa velikim proizvođačima sušenog voća iz inostranstva, koje pružaju i uslugu pakovanja u njihovu privatnu robnu marku, sa direktnim uvozom gotovog proizvoda za prodaju. Pored toga, najpopularniji brendovi u ovom segmentu su: Whitworts, Forest Feast, i Crazy Jack.



Slika 1

Maloprodajno pakovanje sušenog voća na tržištu Velike Britanije

IZVOR: Promar International / ©Image by serhii_bobyk on Freepik



TRŽIŠTE SMRZNUTOG VOĆA I POVRĆA

Trend visoke potražnje za smrznutim voćem i povrćem u Velikoj Britaniji se nastavlja nakon 2020. godine, koja se smatra rekordnom godinom u prodaji smrznute hrane (eng. *British Frozen Food Association*²¹). Očekuje se da će vrednost tržišta smrznutog voća u Velikoj Britaniji dostići iznos od 1,3 milijarde USD u 2023. godini, prema stopi rasta od 4,56 odsto (CAGR 2023-2028). Istovremeno, vrednost tržišta smrznutog povrća će ostvariti veću vrednost od 4,8 milijardi USD, sa gotovo duplo većom stopom rasta od tržišta smrznutog voća od 8,28 odsto (CAGR 2023-2028). Kategorija smrznutog povrća, kao i smrznutog krompira, smatra se najbrže rastućom i jednim od glavnih pokretača rasta segmenta smrznute hrane²². Duplo veće tržište svežeg povrća od svežeg voća može da se objasni činjenicom da je smrznuto povrće u Velikoj Britaniji oduvek imalo veći prioritet kod potrošača u odnosu na smrznuto voće, dok se danas sve više konzumira zbog trendova ka zdravijoj ishrani, ali i zbog nižeg cenovnog ranga u poređenju sa kategorijom smrznutog voća.

Visoka potražnja za smrznutim voćem i povrćem se podmiruje iz uvoza, zbog čega je Velika Britanija veliki neto uvoznik i visoko zavisna od lanaca snabdevanja van granica zemlje. Pored toga, uvozna zavisnost je povećana usled opadanja domaće proizvodnje, ali i nepostojanja potražnje za smrznutim proizvodima poreklom iz Velike Britanije, kao što je to slučaj u segmentu svežeg voća i povrća. Sve navedene činjenice, uz Bregzit, povećanje inflacije, nesigurnosti u lancima snabdevanja i rast cena resursa, imaće i dalje snažan uticaj na povećanje uvoza smrznutog voća i povrća u Veliku Britaniju.

UVOD U TRŽIŠTE SMRZNUTOG VOĆA I POVRĆA U VELIKOJ BRITANIJU

Naredni video u okviru serijala "Vodič za izvoz voća i povrća na tržište Velike Britanije" posvećen je sektoru smrznutog voća i povrća u Velikoj Britaniji. Ne propustite da saznate više i dobijete relevantne informacije od vodećih britanskih stručnjaka u sektoru hrane i maloprodaje. Video je dostupan na linku.

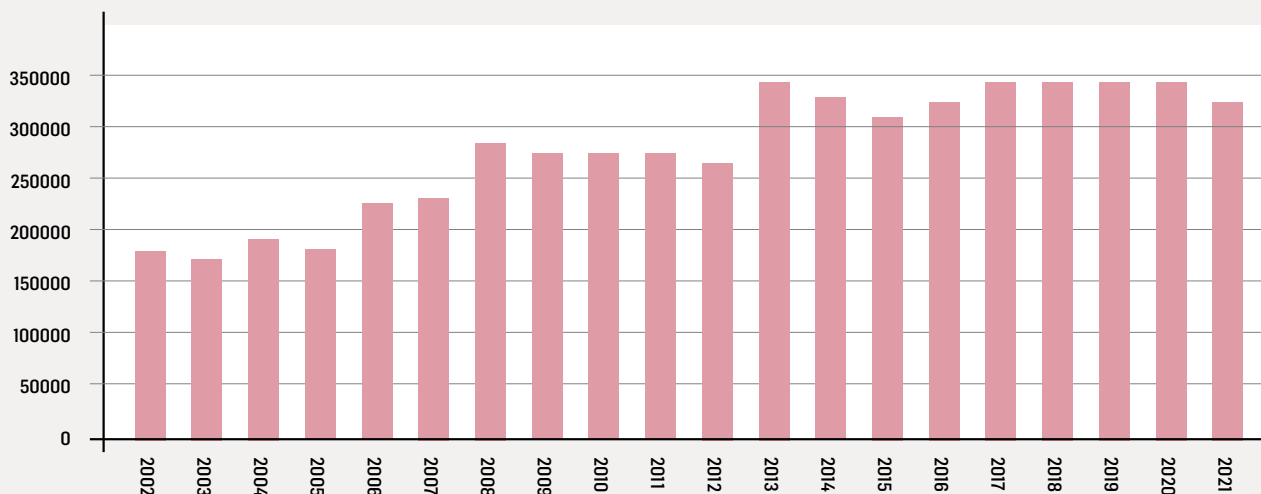
Velika Britanija je sedmi po redu svetski uvoznik smrznutog povrća, sa 229,6 miliona USD uvoza u 2022. godini (5,3 odsto svetskog uvoza). Dakle vrednost uvoza raste i to rastom vrednosti po stopi od 9 odsto na godišnjem nivou (Trade Map). Tržište uvoza smrznutog povrća je visoko konsolidovano, gde prve tri zemlje izvoznice zauzimaju preko 60 odsto tržišta – Belgija (23 odsto), Španija (21,9 odsto) i Poljska 16,3 odsto. Belgija je najveći izvoznik izabranog smrznutog povrća u Veliku Britaniju i uspeva da godinama održi stabilnu izvoznu poziciju i snažan uticaj na ovom tržištu, uz ostvaren ukupan izvoz smrznutog voća od čak 46,7 miliona evra u 2022. godini. Zemlje Zapadnog Balkana nisu značajne izvoznice smrznutog povrća u Veliku Britaniju, gde Srbija zauzima tek 36. mesto na listi najvećih zemalja izvoznica smrznutog povrća u Veliku Britaniju. Velika Britanija najviše uvozi smrznutu slatku papriku u kocki, smrznuti paradajz i smrznute pečurke, dok je kategorija smrznutog paradajza ostvarila najveći rast u prethodnih pet

²¹ The British Frozen Food Federation: *The Frozen Food Report 2022, 2022*

²² Food Manufacture: *UK Appetite for Frozen Food Continues to Grow*: BFFF, 2023

Grafikon 4

Uvoz smrznutog povrća u Veliku Britaniju, 2002-2021, u 000 GBP



IZVOR: UN Comtrade

godina sa 10,5 miliona EUR vrednosti uvoza. Upravo zamrznuta slatka paprika, ali i smrznuti kukuruz šećerac, mogu da predstavljaju dobru poslovnu priliku za širenje tržišne pozicije kompanija iz Srbije i regiona na ovom značajnom tržištu.

Sa druge strane, tržište smrznutog voća se brzo razvilo tokom protekle decenije, sa rastom izvoza od 169 miliona evra u 2018. godini na preko 227,5 miliona evra u 2022. godini. Ipak, rast uvoza nije bio dovoljno snažan da održi poziciju Velike Britanije na listi najvećih uvoznika smrznutog voća, s obzirom na to da je pozicija zemlje pala sa nekadašnjeg 7. na 10. mesto (Trade Map). Ipak, ono što je najznačajnije

za naš region jeste visoka 2. pozicija Srbije na listi najvećih izvoznica smrznutog voća u Veliku Britaniju sa ostvarenih 40,6 miliona evra u 2022. godini i 36,7 odsto tržišta, odmah posle Poljske (39,2 odsto). Izvoz Srbije se gotovo duplirao u odnosu na prethodni period, a pre svega zahvaljujući jačanju svoje pozicije kao velike izvoznice smrznutog bobičastog voća u kategoriji privatne marke proizvoda. Srbija je u 2022. godini izvezla bobičastog voća (maline, borovnice, kupine, ribizle) u vrednosti od 24,2 miliona evra, a porast izvoza indicija je jačanja potražnje za smrznutim bobičastim voćem koje se često koristi u smuti pićima, veoma popularnim u mlađoj grupi potrošača u Velikoj Britaniji. Ono što je veoma značajno jesta stabilna druga pozicija u ukupnom uvozu, kako prema ostvarenoj vrednosti izvoza, tako i količinama, što pokazuje da Srbija više ne izvozi smrznuto voće niže vrednosti.

Jedna od karakteristika tržišta smrznutog voća u Velikoj Britaniji je njegoa niža cena u odnosu na sveže proizvode, otprilike u proseku polovina cene po kilogramu. Ovo stavlja tržište smrznutog voća u dobar položaj za dalji rast, jer ekonomski trendovi, kao što su inflacija, rast cena hrane na malo i viši troškovi života, dovode do toga da potrošači u Velikoj Britaniji traže jeftine načine za zdraviju i nutritivno izbalansiranu ishranu. Sa druge strane, zamrznuta hrana takođe ima potencijal u sektoru prerade hrane u Velikoj Britaniji, kao što je proizvodnja slatke zimnice (džemovi, pekmezi, marmelade, voćni namazi), konditorskih proizvoda ili u preradi mleka, sa značajnim tržišnim učešćem voćnih jogurta.



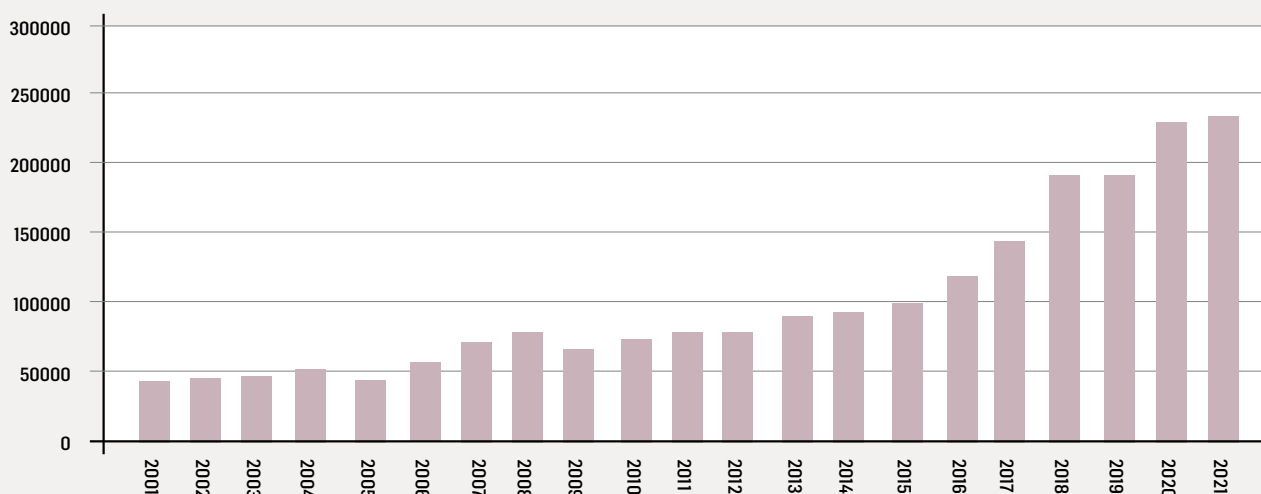
Slika 2

Maloprodajno pakovanje smrznutog povrća u Velikoj Britaniji

IZVOR: Promar / ©Unsplash Mockup Graphics

Grafikon 5

Uvoz smrznutog voća u Veliku Britaniju, 2001-2021, u 000 GBP



IZVOR: UN Comtrade

Tržište Velike Britanije pokazuje značajnu potražnju za crvenim bobičastim voćem, koje se najviše koristi u HoReCa sektoru i industriji. Sa oporavkom HoReCa sektora nakon pandemije, potražnja za smrznutim voćem je u porastu, što može biti dobra prilika za izvoz zamrznutog voća sa Zapadnog Balkana kao priprema za napitke (frape, smuti, voćni sokovi). Ipak, da bi uspešno ušla i bila konkurentna na tržištu, kompanija mora da poštuje visoke zahteve tržišta, primenjuje potrebne standarde kvaliteta, ali i prati promene u trendovima kada je reč o uvozu smrznutog voća i povrća, posebno kada je reč o sve većoj potražnji ne samo u maloprodajnom sektoru, praćeno rastom privatne marke proizvoda, nego i HoReCa i industrijskom sektoru.

TRŽIŠTE PRERAĐENOG VOĆA I POVRĆA

Tržište prerađenih proizvoda od voća i povrća značajan je uvoznik, pre svega sušenog i smrznutog voća i povrća, kao sastojaka za potrebe dalje prerade, najčešće u industriji voćnih namaza, pekarskoj i industriji prerade mleka. Smatra se da je čak 50 odsto svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća iz uvoza namenjeno daljoj industrijskoj preradi (Euromonitor), dok je prema drugim izvorima taj udeo čak i veći. Poslednjih godina, industrija proizvodnje hrane i

pića suočila se sa nekoliko izazova koji su značajno uticali na probleme i održivost u prodajnim lancima, pre svega Bregzit, pandemija COVID-19 i rast cena na malo, zbog čega su otvorene mogućnosti za saradnju sa novim dobavljačima. I pored snažnih spoljnih uticaja, očekuje se da će industrija prerade voća i povrća imati stabilan rast od 1,9 odsto u narednom periodu uz očekivanja da će dostići vrednost od 3,088 miliona USD 2025. godine (Statista)²³.

U 2021. godini industrijska prerada voća i povrća imala je rast od 3,2 odsto i ostvarila tržišnu vrednost voćnih sokova od 1,8 milijardi funti, dok je tržišna vrednost džemova, voćnih namaza i konzerviranog voća i povrća iznosila 326,6 miliona funti (National Statistics UK). Kako bi se suočili sa brojnim izazovima, ali i rastom cena uvoza i energenata, prerađivači voća i povrća neprestano ulažu u inovacije, nove tehnologije i razvoj novih ukusa. Poslednjih godina, primetan je rast upotrebe smrznutog bobičastog voća, koje se sada koristi kao sastojak u pripremi smutija, frapea, voćnih sokova, kolača, voćnih punjenja ili preliva, energetskih obroka, čime se prati rast ovog tržišnog segmenta u HoReCa sektoru.

Pekarska i poslastičarska industrija su jedan od veoma značajnih i velikih uvoznika i korisnika smrznutog voća, pre svega za voćna punjenja, sa ostvarenim rastom tržišta od 4,3 odsto²⁴. Industrija hrane za bebe uvozi

²³ Statista: Industry revenue of "processing and preserving of fruit and vegetables" in the United Kingdom from 2021-2025, mil USD

²⁴ Straits Research: United Kingdom Bakery Products Market Demand, Size to 2030, 2023

značajne količine voćnih pirea za pripremu kašica za bebe, a očekivanja su da će ovaj segment nastaviti sa rastom u narednom periodu. Pored dva navedena velika industrijska segmenta prerade voća i povrća, u narednom periodu očekuje se i rast konditorske industrije, pre svega u segmentu grickalica (eng. *snacks*). Velika Britanija je najveće tržište grickalica u Evropi sa ostvarenom vrednosti prometa u maloprodaji od 28,2 milijarde USD u 2021. godini, po stopi rasta od 2,7 odsto²⁵. Najveća podkategorija prema ostvarenoj prodaji su čokoladice (9,3 milijarde USD), a očekuje se da će dalji rast ovog tržišta biti u segmentu proizvoda sa oznakama - bez (šećera, masti, aditiva i veštačkih boja), sa nižim procentom kalorija i sl. Rast navedenog segmenta uticaće na povećanje uvoza smrznutog bobičastog voća i višnje.

Istovremeno, primetan je rast upotrebe voća i povrća u proizvodnji brendiranih proizvoda namenjenih maloprodaji. Jedan od najboljih pokazatelja rasta segmenta prodaje zdravih voćnih sokova i smutija je britanska kompanija **Innocent**, danas u vlasništvu kompanije Coca Cola, koja je uspela da pozicionira ovaj segment kod potrošača i ostvari značajan rast. Istovremeno, upotreba voća i povrća kao sastojaka primetna je i u drugim segmentima tržišta sa tendencijom rasta. Neki od njih su industrija proizvodnje voćnih namaza, kao najveći uvoznik smrznutog voća, zatim voćna punjenja za pekarsku industriju, industrija prerade mleka sa novim ukusima sladoleda i voćnih jogurta, konditorska industrija. Pored toga, podsegmenti industrije prerade mleka - voćni jogurti i drugi mlečni proizvodi sa dodatim voćem, kao i proizvodnja sladoleda imaju tendenciju rasta na tržištu. Ove dve podindustrije su veliki uvoznici smrznutog voća, pre svega bobičastog, a popularnost na tržištu su stekli, pre svega, jer sadrže samo prirodne šećere iz voća.

Potrebno je napomenuti da je poslednjih godina, pre svega zbog kampanje za smanjenje unosa šećera u Velikoj Britaniji, sve manje na tržištu brendiranih džemova i slatkih namaza sa dodatim šećerom. Ovi proizvodi se nalaze na policama sa oznakom *bez dodatog šećera* (eng. *no added sugar*) ili sa *smanjenim procentom šećera* (eng. *less sugar more fruit*) na pakovanju proizvoda. Jedan od razloga za smanjenje šećera u proizvodima su i veće dažbine odnosno porez na dodatnu vrednost (eng. *VAT*) koji se primenjuje na artikle koji sadrže dodatni šećer, voćne sokove, čokoladu, alkoholna pića, grickalice. Iako se očekuje da će segmenti voćnih namaza i voćnih sokova nastaviti sa tendencijom pada na tržištu, upravo zbog polemike o dodatim šećerima, U Velikoj Britaniji, tržište smutija raste, zahvaljujući dobrom pozicioniranju ovog proizvoda kao važnom segmentu zdravog načina života.



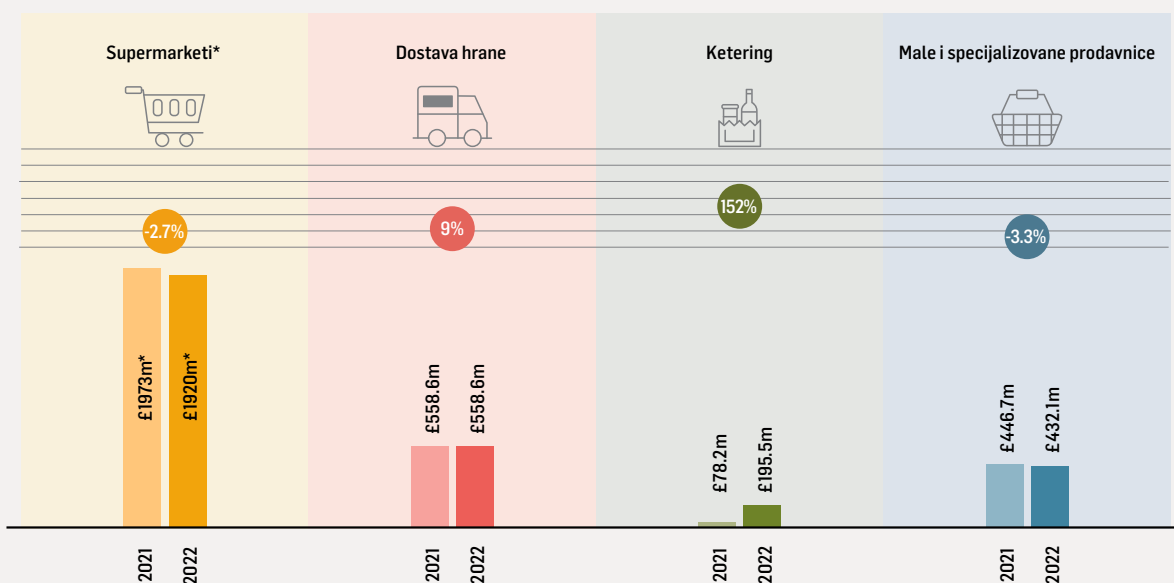
© Decibel Galatava

SMERNICE ZA IZLAZAK NA TRŽIŠTE PREMIJUM PROIZVODA OD VOĆA I POVRĆA U VELIKOJ BRITANIJI

Četvrti video u okviru serijala "Vodič za izvoz voća i povrća na tržište Velike Britanije" posvećen je tržištu premijum i visoko-kvalitetnih proizvoda od voća i povrća u Velikoj Britaniji. Ne propustite da saznate više i dobijete relevantne informacije od vodećih britanskih stručnjaka u sektoru hrane i maloprodaje. Video je dostupan na linku.

Grafikon 6

Vrednost prodaje organskih proizvoda u Velikoj Britaniji u 2022, mil GBP i % rasta



IZVOR: UN Comtrade

Tržište prerade voća i povrća veoma je fragmentisano, sa velikim brojem novih startap-ova (eng. *start-up*), malih i srednjih kompanija, koje danas čine čak 97 odsto. Ukupan broj kompanija u sektoru prerade voća i povrća u 2022. godini iznosio je 370, od čega samo 25 spada u grupu velikih kompanija²⁶. London se smatra centrom razvoja inovacija, istraživanja i razvoja u prehrambenoj industriji, tako da veliki broj novih kompanija u ovoj industriji ima svoje sedište upravo u ovom gradu²⁷. Razlog je visoka potražnja tržišta, dostupnost, ali i niski troškovi transporta do krajnjih potrošača.

TRŽIŠTE ORGANSKOG VOĆA I POVRĆA

Uz stabilan trend rasta u prethodnih 11 godina, danas vrednost tržišta organskih proizvoda Velike Britanije u 2023. godini iznosi 3,1 milijardu GBP²⁸. Od izbivanja pandemije COVID-19, kada je naglo porasla potražnja za organskim proizvodima, segment je doživeo snažna rast od 25,4 odsto u prethodne tri godine. Kupci nastavljaju da kupuju organske proizvode koje smatraju da su bolji za njihovo zdravlje, ali i očuvanje životne sredine, gde je primetan rast kategorija – sveže, smrznuto i prerađeno voće i povrće, mlečni proizvodi, meso i jaja.

Zbog ovakvih promena na tržištu i navika potrošača ka kupovini organske, zdravije i nutritivno-izbalansirane ishrane, očekuje se da će ovaj trend rasta biti nastavljen i u narednom periodu, između ostalog, i u segmentu potražnje za smrznutim voćem i povrćem²⁹.

Velika Britanija, i pored povećanja izdvajanja na organske proizvode, trenutno sa potrošnjom od 52 evra po osobi zauzima 16. mesto u Evropi. Iako je potrošnja u maloprodaji opala za 2,7 odsto u 2022. godini, usled inflacije i rasta cena na malo, u HoReCa i sektoru dostave hrane je porasla za neverovatnih 152 odsto uz ostvarenu vrednost od 195,5 miliona GBP, što predstavlja trenutno vodeći kanal distribucije za organske proizvode u Velikoj Britaniji. Snažan rast u ovom segmentu pokrenut je izuzetnom potražnjom za organskim voćnim sokovima, toplim napicima i organskim mlečnim proizvodima u vodećim lancima kafea i restorana u zemlji.

Smanjena prodaja organskih proizvoda u maloprodaji, rezultat je manjeg broja specijalizovanih trgovinskih lanaca na tržištu, za razliku od npr. prodaje konvencionalnog voća i povrća, gde supermarketi čine preko ¾ tržišta. U ovom segmentu, najveća prodaja organskog voća i povrća ostvarena je u velikim trgovinskim lancima, koji čine oko 65 odsto ukupnog tržišta. Istovremeno, specijalizovani

²⁶ National Statistics: Food Statistics in Your Pocket, 2023

²⁷ IBS World: Fruit and Vegetable Processing in the UK – Market Size, Industry Analysis, Trends and Forecasts (2023-2028)

²⁸ Bioeco Actual: UK's organic market delivers strong performance in exceptionally challenging year, 2023

²⁹ Soil Association's Organic Market Report, 2023

trgovinski lanci poput Planet Organic (eng. *Planet Organic*) u Londonu, ne mogu da pruže 100 odsto organske ponude, pa se u ponudi nalaze i prirodni i zdravi proizvodi. Ipak, Planet Organic (eng. *Planet Organic*), Okado (eng. *Okado*) i drugi specijalizovani trgovci organskim proizvodima imaju svoje online kanale, uz mogućnost dostave namirnica na kućnu adresu, što je značajno uticalo na povećanje njihovog tržišnog udela. Upravo su oni zaslužni za veliki rast onlajn tržišta organskih proizvoda od 13 odsto i ostvarenu vrednost od 558,6 miliona GBP u 2021. godini³⁰. Interesantno je da su prometi organskih proizvoda ostvareni od strane onlajn prodavnice Okado do tri puta veći u odnosu na onlajn prodaju velikih supermarketa. S obzirom na to da tržište prodaje organskih proizvoda u Velikoj Britaniji (onlajn i fizičke prodavnice) nije konsolidovano, primetna je velika raznovrsnost u ponudi proizvoda i uslova kupovine i isporuke.

Prodaja organskih proizvoda u supermarketima, iako po vrednosti niža od komercijalnih proizvoda, pokazuje trend oporavka i nastavka rasta po očekivanoj godišnjoj stopi od 5,39 odsto, većoj nego za konvencionalne proizvode (CAGR 1,83 odsto). Navedeni trend rezultat je sve veće svesti o zdravoj ishrani, ali i spremnosti potrošača na veća izdvajanja na organske proizvode, posebno mlađih grupa – Milenijalci i Generacija Z.

PRIVATNA MARKA PROIZVODA

Sa udelom privatne marke proizvoda na ukupnom tržištu hrane od 43,6 odsto, Velika Britanija spada u najveća i najznačajnija evropska tržišta. Takođe, sa Nemačkom i Francuskom, Velika Britanija drži skoro

40 odsto ukupnog evropskog tržišta, uz stabilan godišnji rast od 1,9 odsto (PLMA)³¹. Istovremeno, prema vrednosti privatne robne marke, Velika Britanija sa udelom od 50,4 odsto na tržištu zauzima ubedljivo prvo mesto u Evropi, posle Holandije (48,9 odsto), Nemačke (48,2 odsto) i Francuske (42,1 odsto) sa trendom daljeg rasta u narednom periodu (PLMA). Kada je reč o prodaji voća i povrća pod privatnom robnom markom, Velika Britanija i tu drži rekord sa čak 54,7 odsto ukupnog tržišta svežih proizvoda (Kantar)³².

Dva su glavna pokretača trenda rasta privatne marke proizvoda u Velikoj Britaniji:

1 Britanski kupci, koji daju prioritet privatnoj marki proizvoda velikih trgovinskih lanaca upoređenju sa brendiranim proizvodima. Preko 2/3 potrošača u Velikoj Britaniji smatra da je privatna marka proizvoda dobra, ako ne i bolja, u poređenju sa brendiranim proizvodima, (Datamonitor)³³. Pored toga, u aprilu 2023. godine zabeležena je najveća inflacija prehrambenih proizvoda u Velikoj Britaniji od 19,1 odsto u prethodnih 45 godina, što je uticalo da potrošači idu ređe u kupovinu, ali i da troše više na privatne marke proizvoda³⁴.

2 Veliki trgovinski lanci, koji ne samo da proširuju svoj asortiman sa artiklima privatne marke proizvoda, već ulažu značajna sredstva u inovacije, razvoj novih proizvoda, ukusa i dizajn pakovanja. Nekada se privatna marka proizvoda smatrala „kopijom“ brendiranog proizvoda, ali danas reč je o inovativnim proizvodima visokog kvaliteta. Promene na tržištu maloprodaje uzrokovane rastom cena na malo uticale su i na tržište privatne marke proizvoda, na kojem su dominirala četiri velika

³⁰ Soil Association, *Organic Market Report 2022*

³¹ PLMA: *Private Label Today, 2023*

³² The Grocer: *The Facts and Figures Behind Own-Label's Incredible Growth, 2023*

³³ Storebrands: *Private Label Forges Ahead in the UK, 2014*

³⁴ GAIN Report: *Retail Foods United Kingdom, 2023*



trgovinska lanca. Sa najvećom ostvarenom prodajom privatne marke proizvoda u 2022. godini diskontni lanci – Lidl (eng. *Lidl*) i Aldi (eng. *Aldi*), gde preko 90 odsto asortimana predstavlja privatna marka proizvoda, izborili su se za veće učešće na tržištu. Krajem 2022. godine Aldi je dospao na 4. mesto prema vrednosti ostvarene prodaje privatne marke proizvoda, na kojem se do tada nalazio veliki trgovinski lanac Morison (eng. *Morrisons*). Lidl je 2023. godine, u odnosu na prethodnu godinu, ostvario rast prodaje privatne marke proizvoda od 26,5 odsto, a Aldi 28,6 odsto. Istovremeno, rast prodaje privatne robne marke beleže i veliki trgovinski lanci poput Teska (eng. *Tesco*), Sejnshurija (eng. *Sainsbury's*) i ASDA (eng. *ASDA*). Privatna robna marka 2022. godine ostvarila je veći rast od 6 odsto u odnosu na brendirane proizvode (2,4 odsto)³⁵.

Tesco u svom asortimanu ima 5.772 artikla pod privatnom robnom markom, što je 26 odsto ukupnog asortimana ovog velikog trgovinskog lanca. Kompanija je zabeležila rast vrednosti prodaje privatne robne marke od 10,6 odsto u 2023. godini (the Grocer). Kompanija nudi pet različitih grupa privatne marke proizvoda: *Tesco Everyday Value*, *Tesco Discount*, *Tesco Standard*, *Tesco Premium* i *Tesco Finest*.

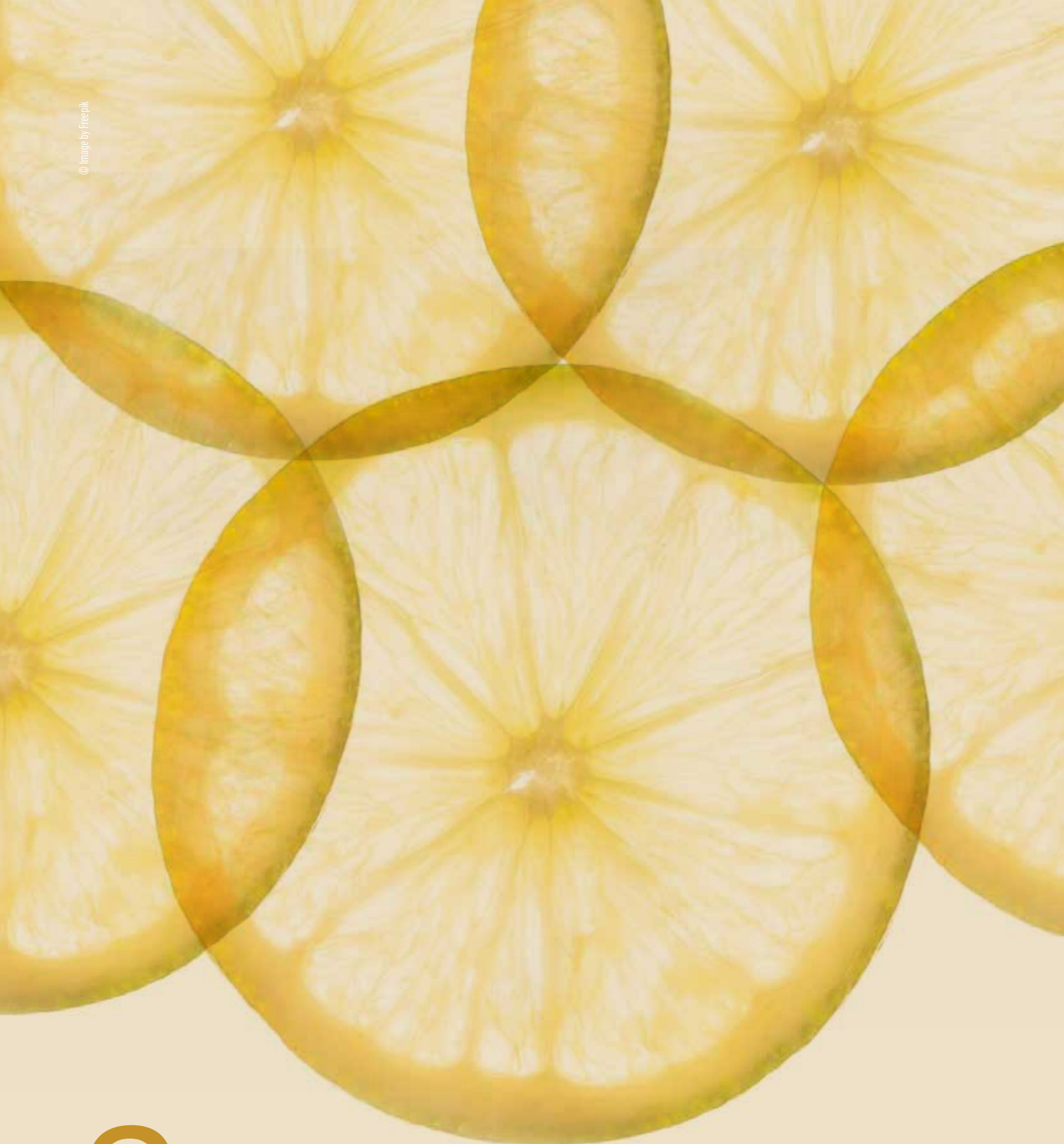
Sejnshuri (eng. *Sainsbury's*) asortiman privatne robne marke obuhvata preko 6.280 proizvoda, odnosno 25 odsto ukupnog asortimana trgovinskog lanca. U 2023. godini, kompanija je ostvarila rast ovog segmenta od

10,5 odsto, a očekuje se nastavak trenda rasta posebno u kategorijama svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća. Ukupno ostvarena prodaja private robne marke iznosi 50,7 odsto ostvarenog prometa kompanije (Green Seeds). Sejnshuri potrošačima nudi tri osnovne privatne marke proizvoda od kojih je najpopularnija *By Sainsbury's*, a potrošačima su u ponudi i drugi proizvodi pod robnom markom: *Basic*, *Taste the Difference* (premijum segment), *Be Good To Yourself* (zdravi proizvodi), *My Godness!*, *Free From* (proizvodi bez boja, aditiva, konzervanasa i alergena) i *So Organic* (organski proizvodi).

Za razliku od trgovinskih lanaca Tesko i Sejnshuri, koji nastoje da budu u istom cenovnom rangu sa privatnom markom proizvoda u ponudi diskontnih lanaca, britanski trgovinski lanac ASDA ima strategiju da njihova privatna robna marka bude nešto skuplja, ali da se po asortimanu, dizajnu i kvalitetu ističe od konkurencije. Trgovinski lanac ima u ponudi 5347 artikala u okviru private robne marke (24 odsto), a 2023. godine ostvario je rekordan rast ovog segmenta od 338 odsto, što je i najviše u odnosu na konkurenciju (the Grocer). ASDA ostvaruje rekordne prihode po osnovu porasta potražnje za privatnom robnom markom, sa značajnim uticajem na rast ukupnog godišnjeg prometa kompanije od 9,6 odsto³⁶. ASDA privatne robne marke u kategoriji hrane su: *Chosen by You* (3.500 proizvoda), *ASDA*, *Plant Based*, *Extra Special*, *Just Essentials*, *OMV*, *The Bakery*, *Free From*, *Slimzone*, *Calorie Counted* i *Great Shape*.

³⁵ The Grocer: City Snapshot: Asda benefits from renewed demand for private label, 2022

³⁶ European Supermarket Magazine: Asda's Like-For-Like Sales Rise 9.6%, Helped by Private Label, 2023

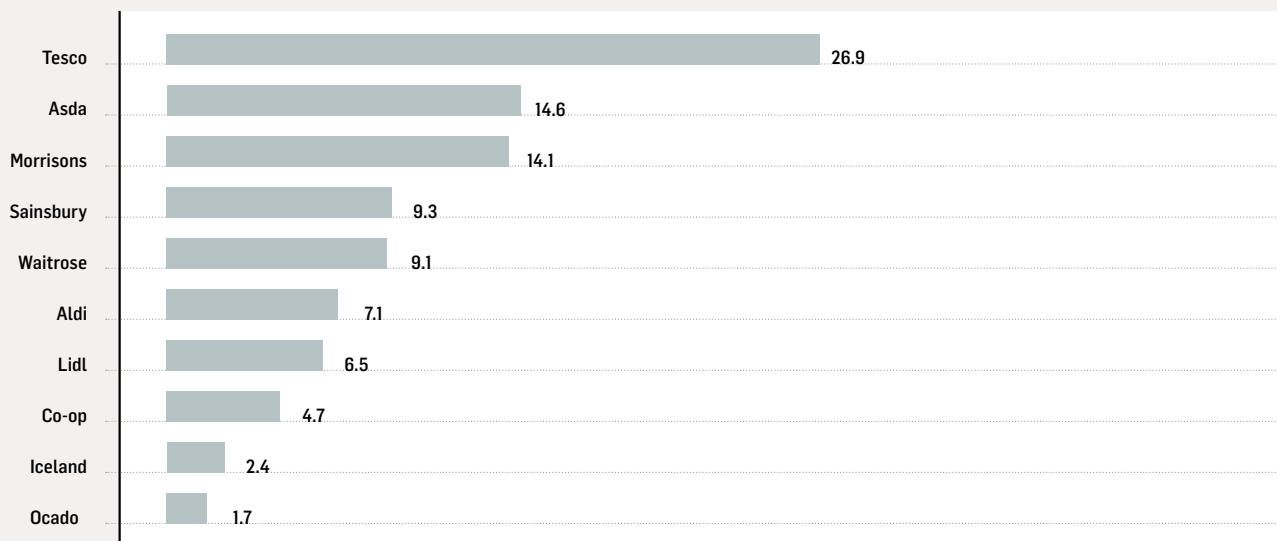


3

KANALI DISTRIBUCIJE

Grafikon 7

Tržišno učešće najvećih trgovinskih lanaca u Velikoj Britaniji u 2022. godini



IZVOR: Kantar

MALOPRODAJA

Tržište maloprodaje u Velikoj Britaniji, vredno 169,9 milijardi GBP (Statista), iako visoko konsolidovano i razvijeno, poslednjih godina prolazi kroz značajne promene prouzrokovane unutrašnjim i spoljopolitičkim faktorima, posledicama pandemije, ali i problemima u lancima snabdevanja, porastu onlajn kupovine, rastu inflacije i cena na malo. Svi ovi politički i ekonomski faktori su uticali na promene u modelima poslovanja velikih trgovinskih lanaca i načina poslovanja sa krajnjim potrošačima.

Prema podacima Nacionalnog zavoda za statistiku Velike Britanije, tržištem maloprodaje dominiraju četiri velika trgovinska lanca – Tesco (eng. *Tesco*), Sejnshuri (eng. *Sainsbury's*), ASDA (eng. *ASDA*) i Morison (eng. *Morrisons*), sa ukupno 64,9 odsto u 2022. godini³⁷. Supermarketi, ili prodavnice velikog

formata, smatraju se i dalje najpopularnijim među britanskim potrošačima, sa udelom od 46,5 odsto ukupno ostvarenog prometa u maloprodaji svežih proizvoda³⁸. Ipak, i pored toga što su veliki trgovinski lanci ostvarili dominaciju na tržištu poslednjih godina, sve promene na tržištu koje su zabeležene, rezultirale su sa rastom uticaja diskontnih lanaca. Aldi, nemački trgovinski lanac, zauzeo je četvrto mesto, umesto trgovinskog lanca Morrison, na listi najvećih kompanija u ovom segmentu 2022. godine³⁹. Do tada, najveći tržišni udeo imala je “velika četvorka”, dok danas diskontni lanci Aldi, Lidl i Ajsland (eng. *Iceland*) zajedno imaju 18,8 odsto tržišta. Ova pomeranja na tržištu maloprodaje pokazuju rast uticaja diskontnih lanaca, ali i sve veću opredeljenost kupaca za diskontne i proizvode po nižim cenama, u odnosu na kupovinu brendiranih proizvoda.



37 National Statistics UK: UK Grocery Market Shares, September 2022

38 Mintel: UK Supermarkets Market Report 2022, 2022

39 Mintel: UK Supermarkets Report, 2022



Tesko (eng. *Tesco*) je najveći britanski trgovinski lanac, sa vodećom pozicijom od 26,9 odsto udela na tržištu maloprodaje u Velikoj Britaniji (Kantar) i ostvarenim prometom od 58,13 milijardi EUR u 2022. godini⁴⁰. Kompanija posluje u 6 različitih formata maloprodajnih objekata prema veličini objekta i ponudi (hipermarketi, supermarketi i prodavnice na malo), uključujući velike supermarkete *Tesco Extra* sa najvećim asortimanom proizvoda do *One Stop* malih prodajnih objekata (eng. *convenient stores*). Broj objekata ovog velikog trgovinskog lanca nastavlja da raste iz godine u godinu. Danas Tesko upravlja sa preko 4,169 maloprodajnih objekata širom Velike Britanije i Irske (Statista⁴¹). Iako su, pre svega, ekonomski faktori i pandemija značajno uticali na pad prometa kompanije od 2020. godine, u poslednjih godinu dana kompanija beleži oporavak uz rast prometa od 8,1 odsto. S druge strane, opredeljenost kompanije na stalna ulaganja u nove usluge, gde spada i razvoj onlajn kanala prodaje i distribucije, omogućili su trgovinskom lancu da ostvari veliku neto prodaju u ovom segmentu od čak 7 milijardi USD u 2022. godini (Statista).

Specifičnost trgovinskih lanaca u Velikoj Britaniji je da su fokusirani na specifične potrošačke segmente. Tesko je usmeren ka srednjem sloju tržišta, koji obuhvata asortiman luksuznijih proizvoda višeg cenovnog ranga, ali i diskontnih proizvoda. Istovremeno, trgovinski lanci iz velike četvorke pokrivaju kako segment luksuznih proizvoda (Sainsbury's), ali i više ekonomičan segment sa povoljnijim cenama hrane i pića (ASDA i Morrison). Diskontni lanci Aldi i Lidl usmereni su na cenovno najniži deo tržišta sa asortimanom proizvoda dostupnog po diskontnim i sniženim cenama.

Prodaja svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća u Velikoj Britaniji najveća je u maloprodajnom segmentu. Ovo je rezultat stalnih inovacija i unapređenja ponude trgovinskih kompanija u skladu sa promenama u trendovima tržišta i potrebama potrošača. Tesko je prvi omogućio potrošačima da kupe različite kombinacije smrznutog miksa voća i povrća, u skladu sa trendom rasta pripreme frappea i smutija na tržištu (7,2 odsto CAGR 2020-2025, Mordor Intelligence), čime im je značajno skratio vreme pripreme i omogućio smanjenje gubitka u hrani (eng. *food waste*), kroz pravilno doziranje porcija. Potražnja za smrznutim



⁴⁰ ESM: Top Ten Supermarket Retail Chains in the UK, 2023

⁴¹ Statista: Tesco PLC: Statistics & Facts, 2023

⁴² Fruitnet: Tesco Adds Frozen Berries to Perfectly Imperfect Range, 2017



© Insplash/Clark Young

voćem i povrćem u maloprodajnim objektima pratiće trend rasta, s obzirom na to da 26 odsto potrošača starosne dobi 18-24 godine daju prioritet smrznutom u odnosu na kategoriju svežeg voća i povrća. Danas kompanija proda 22,500 pakovanja miksa smrznutog bobičastog voća nedeljno (Fruitnet)⁴².

Istovremeno, usmerenost ka novim, inovativnim proizvodima i pakovanjima deo je strategije kompanije Tesko, i drugih trgovinskih lanaca, u cilju smanjenja gubitaka u hrani za 50 odsto do 2025. godine. Prema podacima kompanije, porast prodaje smrznutog voća u Tesku iznosio je 35 odsto, dok je zabeleženi rast gotovih proizvoda koji sadrže smrznuto voće (smutiji, voćni jogurti) ostvario neverovatan rast od čak 100 odsto. Pored toga, razvoj onlajn kanala distribucije značajno doprinosi zadržavanju leaderske pozicije kompanije na tržištu maloprodaje. Vrednost prodaje preko ovog kanala iznosila je 8.6 milijardi GBP u 2022. godini sa prognozom daljeg rasta od 20 odsto u narednih pet godina i procenjene vrednosti prometa od 10.3 milijarde GBP do 2027 godine.

Pored vodeće pozicije u prodaji smrznutog voća, Tesko zauzima prvo mesto i po prodaji svežeg voća i povrća, pre svega jabuke. U ponudi njihovih maloprodajnih objekata nalazi se čak $\frac{3}{4}$ sveže jabuke poreklom iz uvoza. Kompanija nastavlja i sa širenjem ponude u segmentu svežeg voća kroz privatnu marku proizvoda, koje su u svom nazivu sadržale reč *farma* (eng. *farms*), kao konotaciju da su jabuke poreklom sa lokalnih farmi - Rosedene Farms, Suntrail Farms.

Sainsbury's

Britanski Sejnburis (eng. *Sainsbury's*) je drugi po veličini trgovinski lanac u Velikoj Britaniji sa 14,8 odsto tržišta maloprodaje i ostvarenim prometom od 33,79 milijarde EUR u 2021. Za razliku od drugih trgovinskih lanaca u zemlji, Sainsbury's poslovni model fokusira se na luksuznije proizvode, sa najvećim izborom visoko-kvalitetnih i premijum proizvoda pod sopstvenom robnom markom ili brendiranih. Kompanija posluje u okviru 2.300 maloprodajnih objekata u zemlji, uključujući supermarkete, prodavnice na malo i *Argos* prodavnice stvari za kuću, koncept koji poslednjih godina postaje sve popularniji zbog olakšane mogućnosti kupovine koja kombinuje onlajn pregled ponude sa mogućnošću fizičke kupovine u prodavnici. Kompanija posluje sa dobavljačima iz preko 70 zemalja, sa ciljem da se potrošačima ponudi najbolji kvalitet proizvoda. Sejnburis onlajn kanal distribucije donosi sve veće prihode poslednjih godina, sa preko 20 odsto prometa u prodaji hrane⁴³. Iako se zbog promena na tržištu, britanski potrošači sve više okreću ka diskontnim i proizvodima na sniženju, održavanje stabilne tržišne pozicije kompanije pokazuje da segment luksuznih i visokokvalitetnih proizvoda nije u opadanju. To pokazuje i rast prometa od 5,2 odsto, odnosno 3 odsto u kategoriji svežih proizvoda, u 2023. godini⁴⁴. Istovremeno, strategija kompanije da ponudi tržištu premijum proizvode u okviru privatne marke proizvoda, nailazi na pozitivan odgovor od strane potrošača, posebno u okolnostima kada nemački trgovinski lanci Aldi i Lidl proširuju svoj uticaj na tržištu. Privatna robna marka trgovinskog lanca učestvuje sa 51 odsto ukupne prodaje, a posebnu pažnju privukla je sa *Budi dobar prema sebi* (eng. *Be Good to Yourself*) kako bi potrošačima ponudili zdravu, visoko-kvalitetnu hranu sa kontrolisanim procesom proizvodnje po konkurentnim cenama.



⁴³ Sainsbury's: Our Business Model, 2019

⁴⁴ ESM: Sainsbury's Full-Year Results – What The Analysts Said, 2023



ASDA (eng. *ASDA*) je treći po veličini trgovinski lanac u Velikoj Britaniji, sa 14,1 odsto tržišta. Kompanija koja posluje širom zemlje sa preko 632 prodajna objekta, sa 81 odsto prodavnica u Engleskoj, u različitim formama – od super-centara, preko super-prodavnica i supermarketa, do prodavnica na malo i kioska, nedeljno privuče preko 18 miliona potrošača⁴⁵. Donedavno, kompanija je bila u vlasništvu američkog i globalnog maloprodajnog giganta Volmarta (eng. *Walmart*), ali su ga preuzeli The Issa Brothers i TDR Capital početkom 2021. godine. Strategija kompanije usmerena ka ekonomskom segmentu i akciji *Svaki dan niske cene* (eng. *Every Day Low Price*), koju je nasledila iz perioda kada je kompanijom upravljao američki trgovinski lanac Walmart (eng. *Walmart*), nastoji da privuče potrošače putem konkurentnih cena za dobar kvalitet proizvoda i tako zadrži svoju poziciju uz sve veće jačanje uticaja diskontnih lanaca. Najveća tržišna prednost kompanije je njen onlajn segment i usluga „plati i preuzmi“ (eng. *click-and-collect*), uz mogućnost preuzimanja porudžbine u istom danu bez potrebe fizičkog ulaska u prodavnicu. Kompanija nudi mogućnost preuzimanja narudžbina u svojim prodajnim objektima, ali i 46 nezavisnih lokacija širom zemlje. Istovremeno, kompanija značajno širi svoj segment logistike, koji svakodnevno isporučuje robu na kućnu adresu ili *kupi i preuzmi* lokacije. Tokom 2021. godine, dostavljeno je više od 1,5 miliona paketa⁴⁶. Pored toga, kompanija se udružila sa start-up kompanijama za dostavu hrane i namirnica - Uber i Gophr, kako bi u okviru svoje usluge *Express Delivery Service* mogla da obezbedi brzu dostavu u roku od sat vremena na kućnu adresu poručenih proizvoda u izboru od 30.000 artikala.



⁴⁵ ScrapeHero: Number of ASDA stores in the United Kingdom in 2023, 2023

⁴⁶ ASDA: Company Facts, 2023



Britanski trgovinski lanac **Morison** (eng. *Morrison*), nekada deo “velike četvorke”, od 2022. godine nalazi se na petom mestu liste najvećih trgovinskih lanaca u Velikoj Britaniji sa prometom od 20,47 milijardi EUR. Jačanje nemačkih diskontnih lanaca, usled uticaja brojnih ekonomskih faktora i sve veće potražnje za proizvodima nižeg cenovnog ranga, rezultirali su pozicioniranjem diskontnog lanca Aldi na četvrto mesto. Tržišni udeo kompanije od 10,8 odsto u 2021. godini se smanjio na 9,1 odsto u 2022. godini, što je najveći pad među vodećim maloprodajnim lancima na britanskom tržištu⁴⁷. Kompanija rukovodi sa blizu 500 maloprodajnih objekata, uglavnom supermarketa, gde zapošljava preko 100,000 radnika⁴⁸. Ipak, kompanija nastavlja sa unapređenjem svoje poslovne strategije usmerene ka boljoj dostupnosti proizvoda u okviru svoje onlajn prodaje, širenjem asortimana proizvoda po konkurentnim cenama, ali i novim pogodnostima u okviru svog programa lojalnosti potrošača (eng. *More loyalty card programme*).



47 Statista: Market share of grocery stores in Great Britain from January 2017 to August 2023, 2023

48 Morrisons Corporate: Company History, 2023

49 LIDL Corporate webpage



Druge značajne kompanije na britanskom tržištu maloprodaje su: nemački trgovinski lanci Aldi (eng. *Aldi*) i Lidl (eng. *Lidl*), Koperative (eng. *The Cooperative*), Vejtros (eng. *Waitrose*), diskontni lanac Ajslend (eng. *Iceland*) i Marks end Spenser (eng. *Marks&Spencer*). Pored njih, u segmentu prodaje svežih proizvoda, sve značajnije učešće imaju američki trgovinski lanci Hol Fuds Market (eng. *Whole Foods Market*), sa sedam prodavnica, i Kostko (eng. *Costco*) sa 29 prodavnica širom zemlje. Diskontni lanci Aldi (eng. *Aldi*) i Lidl (eng. *Lidl*) imaju veliki uticaj na tržište maloprodaje u Velikoj Britaniji i poslednjih godina su značajno poboljšali svoju poziciju kod potrošača, s obzirom na to da se tržište polako pomera ka diskontnim, proizvodima na sniženju i privatnoj marki proizvoda. Iako je asortiman diskontnih lanaca ograničen, primetno je povećanje asortimana kroz uvođenje novih proizvoda, ali i širenje artikala u okviru privatne marke proizvoda. Jačanje pozicije diskontnih lanaca pokazuje i dvocifreni rast od izbijanja pandemije u martu 2020. godine, uz povećanje broja prodajnih objekata u Velikoj Britaniji. Danas Aldi upravlja sa 990 fizičkih prodavnica uz 9,3 odsto tržišta maloprodaje (4. mesto), dok Lidl posluje sa 960 prodavnica uz tržišno učešće od 7,1 odsto (6. mesto)⁴⁹.



UVOZNICI I DISTRIBUTERI

Prema podacima Britanskog instituta za distribuciju svežih proizvoda (eng. *Institute of Grocery Distribution IGD*) vrednost tržišta maloprodaje svežim proizvodima procenjeno je na 269 milijardi USD u 2022. godini uz očekivani dalji rast po stopi od 11,3 odsto do 2027. godine⁵⁰. Najveći deo potreba tržišta podmiruje se iz uvoza, 71 odsto svežeg voća dolazi iz čak 95 zemalja, dok je najveći broj dobavljača iz zemalja Evropske unije. Tržište uvoza svežeg voća i povrća je visoko-konsolidovano, dok najveći deo tržišta maloprodaje se snabdeva od strane tri vodeća uvoznika i distributera za sveže voće i povrće: **Greenyard Fresh UK**, **De Groot Fresh Produce UK** i **Worldwide Fruit Ltd.** Pored njih, značajni uvoznici i distributeri za sveže voće i povrće za tržište maloprodaje i HoReCa su: **Bestway**, **SPAR**, **Booker**, **Dhamecha**, **Blakemore** i **Costco**. Veliki broj kompanija u sektoru svežeg voća i povrća Velike Britanije, uključujući i uvoznike, veletrgovce i distributere, članice su **Britanskog konzorcijuma za**

sveže proizvode (eng. *Fresh Produce Consortium FPC*), dok se na njihovoj internet stranici mogu pronaći kontakti članica.

Tržište veleprodaje hrane i pića je jedan od vitalnih segmenata britanske ekonomije sa prometom od 31 milijarde GBP i preko 90.000 zaposlenih. Najveći broj svežeg i smrznutog voća i povrća dolazi od uvoznika i distributera, koji se potom plasiraju na tržište maloprodaje ili HoReCa tržište. Oko 55 odsto potreba tržišta maloprodaje i 35 odsto potreba tržišta HoReCa za hranom i pićem se obezbeđuje preko veletrgovaca. Interesi tržišta uvoza i distribucije hrane predstavljeni su preko nacionalne Federacije veletrgovaca i distributera (eng. *Federation of Wholesale Distributors*), čiji članovi snabdevaju preko 40.000 maloprodajnih i HoReCa objekata. Na njihovoj **internet stranici** dostupna je lista uvoznika i distributera za hranu i piće.

Tabela 2

Kontakti najvećih uvoznika i distributera za sveže voće i povrće u Velikoj Britaniji

Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Veb sajt
Poupart	Turnford Place, Great Cambridge Road, Turnford Broxbourne Herts, EN10 6NH	+44 (0) 1992 443333	info@poupartimports.co.uk	www.poupartimports.co.uk
Fresca	The Fresh Produce Centre, Transfesa Road, Paddock Wood, Kent, TN12 6UT		webenquiry@frescagroup. co.uk	www.frescagroup.co.uk
Worldwide Fruit – Spalding	Apple Way Wardentree Lane, Pinchbeck, Lincolnshire, PE11 3BB	+44 (0) 1775 717000	Kontaktirati preko veb sajta	www.worldwidefruit.co.uk
Circle Foods	Prospero, 73 London Road, Redhill, Surrey, RH1 1LQ	+44 (0) 1737240416	hello@circlefoods.co	www.circlefoods.co/ our-products/fruit-veg/h
JO Sims	Pudding Lane, Spalding, Lincolnshire, PE11 3TJ	+44 (0) 1775 842 100	enquiries@josims.com	www.josims.com
Berry Gardens Growers Ltd.	Unit 20, Wares Farm, Redwall Lane, Linton, Maidstone, Kent, ME17 4BA	+44 (0) 1622 823100	info@berrygardens.co.uk	www.berrygardens.co.uk
Berry World	Turnford Place, Great Cambridge Road, Broxbourne, Hertfordshire, EN10 6NH	+44 (0) 1992 471833	Kontaktirati preko veb sajta	www.berryworld.com
Minor, Weir and Willis Ltd.	206 Deykin Avenue, Witton, Birmingham, B6 7BH	+44 (0) 121 289 4000	webenquiries@mww.co.uk	www.mww.co.uk



Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Vebsajt
AA PRODUCE	Unit B53, New Covent Garden Market, London, SW8 5EL	+44 (0) 2083618026	enquiries@aaproduce.co.uk	www.aaproduce.co.uk
AW Lockyer	Unit B58, New Covent Garden Market, London, SW8 5NX	+44 (0) 207 498 6723	hello@awlockyer.com	www.awlockyer.com
ALL GREENS	Unit 431- 433, New Covent Garden Markets, Nine Elms Ln, London, SW8 5EQ	+44 (0) 20 3875 5230	homeonline@allgreens. co.uk	www.allgreens.co.uk
Allison Risebro & Company Ltd	Units B335-B336, New CoventGarden Market, London, SW8 5EQ	+44 (0) 207 627 0428	Kontaktirati preko veb sajta	www.allisonrisebro.co.uk
County Supplies	County Supplies Ltd. Unit A65-68, New Covent Garden Market, Vauxhall, London, SW8 5EE	+44 (0) 207 720 3160	help@countysupplies.com	www.countysupplies.com
Covent Garden Supply Imports	Units D65-D66, New Covent Garden Market, Nine Elms Lane, London, SW8 5LL	+44 (0) 20 7498 5148	hello@cgsimports.co.uk	www.coventgardensupply- imports.co.uk
European Speciality Foods	Units C61 - 64, New Covent Garden Market, London, SW8 5JJ	+44 (0) 20 7720 7758	orders@europeanspeciality- foods.co.uk	www.eurosalad.co.uk
Bevington Salads Ltd	Units C168-169, New Covent Garden Market, Vauxhall, 168-169 C Block, London, SW8 5JX	+44 (0) 2076278999	sales@bevingtonsalads.co. uk	www.bevingtonsalads.co.uk
Entremettier	Units B24-B27, New Covent Garden Market, Nine Elms, London, SW8 5HH	+44 (0) 20 7720 3246	fresh@entremettier.co.uk	www.entremettier.com
Eurofrutta	Units 27-28, The Arches, New Coventgarden Market, London, SW8 5PP	+44 (0) 20 7627 3156	info@yourdomain.com	www.eurofrutta.co.uk
Fafruits	Unit D74, New Covent Garden Market, Nine Elms, London , SW8 5LL	+44 (0) 20 3976 9716	sales@fafruits.co.uk	www.fafruits.co.uk
First Choice Produce	Units C28-C33, New Covent Garden Market, Nine Elms Road, London, SW8 5JJ	+44 (0)207 498 0550	Kontaktirati preko veb sajta	www.firstchoiceproduce. com
Food Point Produce	Rail Arch 34, New Covent Garden Market, London, SW8 5PP		enquiries@foodpointpro- duce.co.uk	www.foodpointproduce.co. uk
Global Fruit	Unit D139-142, New Covent Garden Market, London, SW8 5JJ	+44 (0) 207 7209 302	peter@globalfruit.co.uk	www.globalfruit.co.uk



Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Vebsajt
Greens Produce	Arch 17-18, New Covent Garden Market, Vauxhall, London, SW8 5PP	+44 (0) 203 514 0982	info@greensproduce.co.uk	www.greensproduce.co.uk
Hg Walker	Units D28/30, Fruit & Vegetable Market, New Covent Garden Market, London, SW8 5JJ	+44 (0) 202720 4682	Kontaktirati preko veb sajta	www.hgwalker.ltd.uk
Harwoods of London	Office K, The Dutch Barn, Old Park Farm, Ford End, Chelmsford, CM3 1LN	+44 (0)20 7720 0800	info@harwoodsoflondon. co.uk	www.harwoodsoflondon. com
French Garden	The French Garden Limited, C38 – 4, Fruit & Vegetable Market, New Covent Garden Market, London, SW8 5JJ	+44 (0) 20 7498 0277	enquiries@frenchgarden. com	www.frenchgarden.com
Pi Fruits	Unit D167, New Covent Garden Market, Nine Elms Lane, London, SW8 5LL	+44 (0) 20 7062 8700	accounts@pifruits.com	
Premier Foods Wholesale	New Covent Garden Market, Nine Elms Lane, London, SW8 5LL	+44 (0) 20 7720 9012	info@premierfruits.com	www.premierfoodswhole- sale.com
Bettaveg	Units A14-A17, New Smithfield Market, Manchester, M11 2WJ	+44 (0) 161 231 8244	info@bettaveg.co.uk	www.bettaveg.co.uk
The Menu Partners	New Covent Garden Market, Nine Elms Lane, London, SW8 5LL	+44 (0) 20 7720 7755	jt@the-menu.com	www.the-menu.co.uk
Bevington Salads & Fruits Ltd UK	Units C 168-169, New Covent Garden Market, Vauxhall, London, SW8 5JX	+44 (0) 20 76278999	sales@bevingtonsalads.co. uk	www.bevingtonsalads.co.uk

IZVOR: Pripremili autori na osnovu podataka sa interneta



Tabela 3

Kontakti najvećih uvoznika i distributera za smrznuto voće i povrće u Velikoj Britaniji

Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Web sajt
County Supplies	Unit A65-68, New Covent Garden Market, Vauxhall, London, SW8 5EE	+44 (0) 207 720 3160	help@countysupplies.com	www.countysupplies.com
Entremettier	Units B24-B27, Fruit and Vegetable Market, New Covent Garden Market, Nine Elms, London, SW8 5HH	+44 (0) 20 7720 3246	fresh@entremettier.co.uk	www.entremettier.com
Attila Frozen Foods Ltd	New Covent Garden Market, London, SW8 5BH	+44 (0) 20 7720 2211	sandra@pallmalltravel.com	www.newcoventgardenmar- ket.com/blog/wholesaler/ attila-frozen-foods-ltd
First Choice Produce	Units C28-C33, Fruit & Vegetable Market, New Covent Garden Market, Nine Elms Road, London, SW8 5JJ	+44 (0) 207 498 0550	Kontaktirati preko veb sajta	www.firstchoiceproduce. com
Food Point Produce	Rail Arch 34, New Covent Garden Market, SW8 5PP	+44 (0) 20 7971 7971	enquiries@foodpointpro- duce.co.uk	www.foodpointproduce.co. uk
Greens Produce	Arch 17-18, New Covent Garden Market, Vauxhall, London SW8 5PP	+44 (0) 203 514 0982	info@greensproduce.co.uk	www.greensproduce.co.uk
Premier Foods Wholesale	New Covent Garden Market, Nine Elms Road, London, SW8 5JJ	+44 (0) 20 7720 9012	info@premierfruits.com	www.premierfoodswhole- sale.com
Harwoods of London	Office K, The Dutch Barn, Old Park Farm, Ford End, Chelmsford, CM3 1LN	+44 (0) 20 7720 0800	info@harwoodsoflondon. co.uk	www.harwoodsoflondon. com
UREN Food Group	Wood Park, Chester High Road, Neston, Wirral, CH64 7TB	+44 (0) 151 353 0330	Kontaktirati preko veb sajta	www.uren.com/l/uk-fro- zen-fruit-supplier
Keen Meadow Foods	Martens Oast, Lower Ensdon Farm, Old Wives Lees, Canterbury, CT4 8BA	+44 (0) 207 403 4414	info@keenmeadows.co.uk	www.keenmeadows.co.uk
Merko	Business Centre, Hempstead Road, Holt, NR25 6EE	+44 (0) 1263 515030	merkmailbox@merko.co.uk	www.merko.co.uk
Circle Foods	Prospero, 73 London Road, Redhill, Surrey, RH1 1LQ	+44 (0) 17372 40416	Kontaktirati preko veb sajta	www.circlefoods.co/ our-products/fruit-veg
LAMEX	Turnford Place. Great Cambridge Road, Turnford, EN10 6NH.	+44 (0) 1992 473 888	info@lamexfoods.eu	www.lamexfoods.eu
JE Hartley	Hartleys, Roth Hill Lane, Thorganby, York, YO19 6DJ	+44 (0) 1904 448 556	sales@jehartley.co.uk	www.jehartleyfrozenveg. co.uk

IZVOR: Pripremili autori na osnovu podataka sa interneta

Tabela 4

Kontakti najvećih uvoznika i distributera za sušeno voće i povrće u Velikoj Britaniji

Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Već sajt
Eurofruta	27-28 The Arches, New Covent Garden Market, London, SW8 5PP	+44 (0) 20 7627 3156	info@yourdomain.com	www.eurofruta.co.uk
Food Point Produce	Rail Arch 34, New Covent Garden Market, London, SW8 5PP			www.foodpointproduce.co.uk
Harwoods of London	Office K, The Dutch Barn, Old Park Farm, Ford End, Chelmsford, CM3 1LN	+44 (0) 20 7720 0800	info@harwoodsoflondon.co.uk	www.harwoodsoflondon.com
Kiril Mischeff	Carlton Road, Worksop, Nottinghamshire, S81 7QF	+44 (0) 1909543000	enquiries@kiril-mischeff.com	www.kiril-mischeff.com
Voicevale	Voicevale House, Spring Villa Park, Edgware, London, HA8 7EB	+44 (0) 20 8371 3600	info@voicevale.com	www.voicevale.com
HBS Foods	Nut Wharf, 90 Northfield Rd, Dudley, DY2 9JQ	+44 (0) 1384 437471	Kontaktirati preko već sajta	www.hbsfoods.co.uk
RM Curtis	RM Curtis and Co Ltd., 10-12 Second Ave, Halstead, CO9 2SU	+44 (0) 1787 474 701	info@rmcurtis.co.uk	www.rmcurtis.co.uk
Community Foods	Community Foods Limited, 29-31 Eastways, Witham, Essex, CM8 3YQ	+44 (0) 20 8208 2966	enquiries@community-foods.co.uk	www.communityfoods.co.uk
National Dried Fruit and Nut Association	18 Lichfield Road, Woodford Green, Essex, IG8 9ST	+44 (0) 20 8506 2391	info@ndfta.co.uk	www.ndfta.co.uk

IZVOR: Pripremila autori na osnovu podataka sa interneta



Tabela 5

Kontakti najvećih uvoznika i distributera za premium proizvode u Velikoj Britaniji

Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Veb sajt
Fine Food Specialist	Unit 337, Distribution Block B, New Covent Garden Market, London, SW8 5EQ	+44 (0) 20 7627 2553	support@finefoodspecialist. co.uk	www.finefoodspecialist. co.uk
Gourmet house	Unit 136, New Covent Garden Market, London, SW8 5EN	+44 (0) 207 738 8060	info@gourmethouse.com	www.gourmethouse.com
Cardedge Ltd.	39 Howberry Road, Canons Park, Edgware, Middx, HA8 6SS			
Buckley & Beale	Somerset House, Church Road, Tormarton, South Gloucestershire, GL9 1HT	+44 (0) 1454 219445	Kontaktirati preko veb sajta	www.buckleyandbeale.com
HOLLEYS Fine Foods	Unit F, Boscombe, Business Park, Severn Road Hallen, Bristol, BS10 7SB	+44 (0) 117 938 0084	sales@holleysfinefoods.com	www.holleysfinefoods.com
Hay Hampers	Great Bowden Road, Market Harborough, LE16 7DE	+44 (0) 1476 550 420	sales@hampers.co.uk	www.hampers.co.uk
Empire Bespoke Foods	45 Rowdell Road, Northolt, Middlesex, UB5 6AG	+ 44 (0) 20 8537 4080	sales@empirebespokefoods. com	www.empirebespokefoods. com
Mintons	Unit 3, Heart of Wales Business Park, Llandrindod Wells Powys, LD1 5AB	+44 (0) 01597 824720	Kontaktirati preko veb sajta	www.mintonsgoodfood.co.uk
LuxePrivé	Kensington, London, W8 7HY	+44 (0) 207 4351796	info@luxeprive.co.uk	www.luxeprive.co.uk
Cress Co.	Queensferry View, Pitreavie Cres, Dunfermline, KY11 8HN	+44 (0) 345 307 3454	info@thecressco.co.uk	www.thecressco.co.uk
Infinity Foods Wholesale	46 Dolphin Road, Shoreham-by Sea, West Sussex, BN43 6PB	+44 (0) 1273 456376	Kontaktirati preko veb sajta	www.infinityfoodswholesale. coop
Cotswold Fayre Ltd.	The Clock House, 22 High Street, Theale, RG7 5AW	+44 (0) 3452 606060	sales@cotswold-fayre.co.uk	www.cotswold-fayre.co.uk

IZVOR: Pripremili autori na osnovu podataka sa interneta



INDUSTRIJA PRERADE VOĆA I POVRĆA

Industrija prerade voća i povrća je najveća prerađivačka industrija Velike Britanije, sa doprinosom bruto društvenom proizvodu od 33 milijarde GBP i predstavlja značajan segment u lancu snabdevanja hranom. Industrijom dominiraju male i srednje kompanije (12.460), koje čine 97 odsto tržišta, i zapošljavaju oko 468,000 ljudi. Prema podacima Britanske federacije za hranu i piće (eng. *Food and Drink Federation FDF*), prerađivačka industrija je veliki uvoznik svežeg, smrznutog i poluproizvoda od voća i povrća (voćni koncentraciji, pirei) namenjeni daljoj preradi, sa 6,8 odsto rasta u 2023. godini. Industrija najviše uvozi voće

(2,4 milijarde GBP, pad uvoza od 2,1 odsto) i povrće (1,9 milijardi GBP, rast uvoza od 15, odsto) i to najviše iz EU zemalja: Holandija, Francuska i Irska⁵¹.

Poslednjih godina primetan je rast potražnje za bobičastim voćem, koje se najčešće koristi u pekarskoj, industriji prerade mleka, ali i za pripremu proizvoda namenjenih prodaji u HoReCa segmentu. Posebno se beleži rast smrznute maline, borovnice i crne ribizle kao osnove u pripremi voćnih punjenja, za voćne jogurte, sokove, džemova ili pripremu frapea i smutija.

Tabela 6

Kontakti najvećih uvoznika i distributera za industriju prerade voća i povrća u Velikoj Britaniji

Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Veb sajt
Chivers Hartley	The Orchard, Chivers Way, Histon, Cambridge, CB24 9NR	+44 (0) 1223 233333	Kontaktirati preko veb sajta	www.hartleysfruit.co.uk
Wilkin & Sons	Wilkin & Sons Ltd, Factory Hill, Tiptree, Essex, CO5 0RF	+44 (0) 1621 815407	tiptree@tiptree.com	www.tiptree.com
Duerr	Wythenshawe, Manchester, M23 9NX	+44 (0) 161 946 0535	admin@duerrs.co.uk	www.duerrs.co.uk
Baxters	12 & 13 Charlotte Square, Edinburgh, Scotland, EH2 4DJ	+44 (0) 1343 820666	info@baxters.co.uk	www.baxters.com
Robertson Jams	Templar House, 4225 Park Approach, Thorpe Park, Leeds, LS15 8GB			www.robertsons.co.uk
Mackay Jams & Preserves	James Chalmers Rd., Arbroath, Scotland, DD11 3LR	+44 (0) 1241432500	hello@mackays.com	www.mackays.com
Frank Coopers	Templar House, 4225 Park Approach, Thorpe Park, Leeds, LS15 8GB			www.frankcoopers.co.uk

IZVOR: Pripremili autori na osnovu podataka sa interneta

HoReCa

Tržište HoReCa u Velikoj Britaniji ima vrednost od 89,8 milijardi USD, uz očekivani rast od preko 8 odsto (CAGR 2022-2027). HoReCa je, kao i u drugim zemljama, bila duboko pogođena uticajem pandemije, gde se polako oporavlja i vraća na nivo pre 2020. godine. Segment tržišta koji je ostvario najveće promete u 2022. godini bili su pabovi, klubovi i barovi. U narednom periodu očekuje se rast prometa u restoranskom biznisu i dostavi hrane, u zavisnosti od promena i prilagođavanja potrebama tržišta koje sada želi obroke koji su usklađeni sa brzim tempom

života i rastom cena. Restorani su u 2022. godini uspeali da ostvare snažan rast od 59 odsto, dok se očekuje da će do 2025. godine ovo tržište imati vrednost od 18, 3 milijarde GBP⁵².

Preko 164.915 objekata u HoReCa segmentu veliki su potrošači svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća, tako da vrednost nabavki od veleprodaja za hranu i piće iznosi blizu 5 milijardi GBP i realizuje se preko članica britanske Federacije veletrgovaca i distributera (eng. *Federation of Wholesale Distributors*).

Tabela 7

Kontakti najvećih uvoznika i distributera za HoReCa u Velikoj Britaniji

Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Broj distributivnih centara	Veb sajt
Bidfood UK	Business Support Centre, Bidfood, 814 Leigh Road, Slough, SL1 4BD	+44 (0) 370 3663 000	advice_centre@bidfood.co.uk	23	www.bidfood.co.uk/h
Brakes Group	Enterprise House, Eureka Business Park, Ashford, Kent, TN25 4AG	+44 (0) 345 606 9090	customer.services@brake.co.uk	70+	www.brake.co.uk
Bestway Wholesale Ltd.	2 Abbey Road Park Royal, London, NW10 7BW	+44 (0) 1738 646666	Kontaktirati preko veb sajta	60+	www.bestwaywholesale.co.uk
Booker Ltd.	Irthlingborough Road, Wellingborough, Northants, NN8 1LT	+44 (0) 1933 371000	Kontaktirati preko veb sajta	200+	www.booker.co.uk
JJ Food Service	7 Solar Way, Enfield, EN3 7XY	+44 (0) 1992 701701	export@jjfoodservice.com	11	www.jjfoodservice.com
Castell Howell Foods Ltd.	Cross Hands Food Park, Cross Hands Llanelli, Carmarthenshire, SA14 6SX	+44 (0) 1269 846080	contact@chfoods.co.uk	5	www.castellhowellfoods.co.uk
Creed Foodservice	Staverton Technology Park, Cheltenham Road, Staverton, Cheltenham, Gloucestershire, GL51 6TQ	+44 (0) 1452 857555	askcreed@creedfoodservice.co.uk	3	www.creedfoodservice.co.uk
Henderson Foodservice	1 Hightown Avenue Newtownabbey Co, Antrim, BT36 4RT	+44 (0)28 9034 2733	info@henderson-group.com	2+	www.henderson-foodservice.com



Kompanija	Adresa	Telefon	E-mail	Broj distributivnih centara	Već sajt
Philip Dennis Foodservice	Mullacott Cross Industrial Estate, Ilfracombe, Devon, EX34 8PL	+44 (0) 1271 311122	enquiries@philipdennis.co.uk		www.philipdennis.co.uk
Turner Price	Wiltshire Rd, Hull, HU4 6PD	+44 (0) 1482 577100	info@turner-price.co.uk	1	www.turner-price.com
Savona Foodservice	11-12 Oxonian Pk, Langford Locks, Kidlington OX5 1FP	+44 (0) 1865 852010	help@savona.co.uk	2	www.savona.co.uk
Premier Fruits Ltd.	D37-45, New Covent Garden Market, London, SW8 5JJ	+44 (0) 20 7720 9012		2	
Caterforce	2nd Floor, Fence House, Fence Avenue, Macclesfield, Cheshire SK10 1LT	+44 (0) 1625 440188	enquiries@caterforce.co.uk		www.caterforce.co.uk
Country Range	Mercury Rise, Altham Business Park, Altham, Lancashire, BB5 5BY	+44 (0) 845 209 3777	Kontakt preko već sajta		countryrange.co.uk
Fairway	102 Alma Park Road, Grantham, Lincolnshir, NG31 9RZ	+44 (0) 1422 319 100	info@fairwayfoodservice.com		www.fairwayfoodservice.com

IZVOR: Pripremili autori na osnovu podataka sa interneta



ONLAJN PRODAJA

Kupovina preko interneta postala je izuzetno popularna u Velikoj Britaniji, a nakon pandemije ovaj trend nastavlja sa snažnim rastom. U 2019. godini, onlajn prodaja dostigla je stopu rasta od 20 odsto, da bi nakon pandemije rast bio povećan po godišnjoj stopi od 28 odsto⁵³, što ovaj sektor čini jednim od glavnih i brzo-rastućih trendova na britanskom tržištu maloprodaje. Istovremeno, čak 60 odsto britanskih potrošača obavi najmanje jednu onlajn kupovinu hrane tokom nedelje, dok skoro 20 odsto stalno kupuje namirnice onlajn, zbog čega je ovaj vid kupovine znatno popularniji nego u drugim evropskim zemljama⁵⁴.

Iako je sektor onlajn prodaje dominira u segmentu odeće i obuće, kada je reč o prehrambenim proizvodima, pre svega svežem voću i povrću, primetno je značajno povećanje učešća na ukupnom tržištu maloprodaje.

Tržištem onlajn maloprodaje hrane dominiraju veliki trgovinski lanci (Tesco, ASDA, Sainsbury's, Morrison), koji su inovacijama u ovom segmentu uspešni da pridobiju veliki broj potrošača. Pored usluge *click and collect* za preuzimanje hrane na isti dan od poručivanja, bez fizičkog ulaska u prodavnicu, do nedeljnih isporuka i

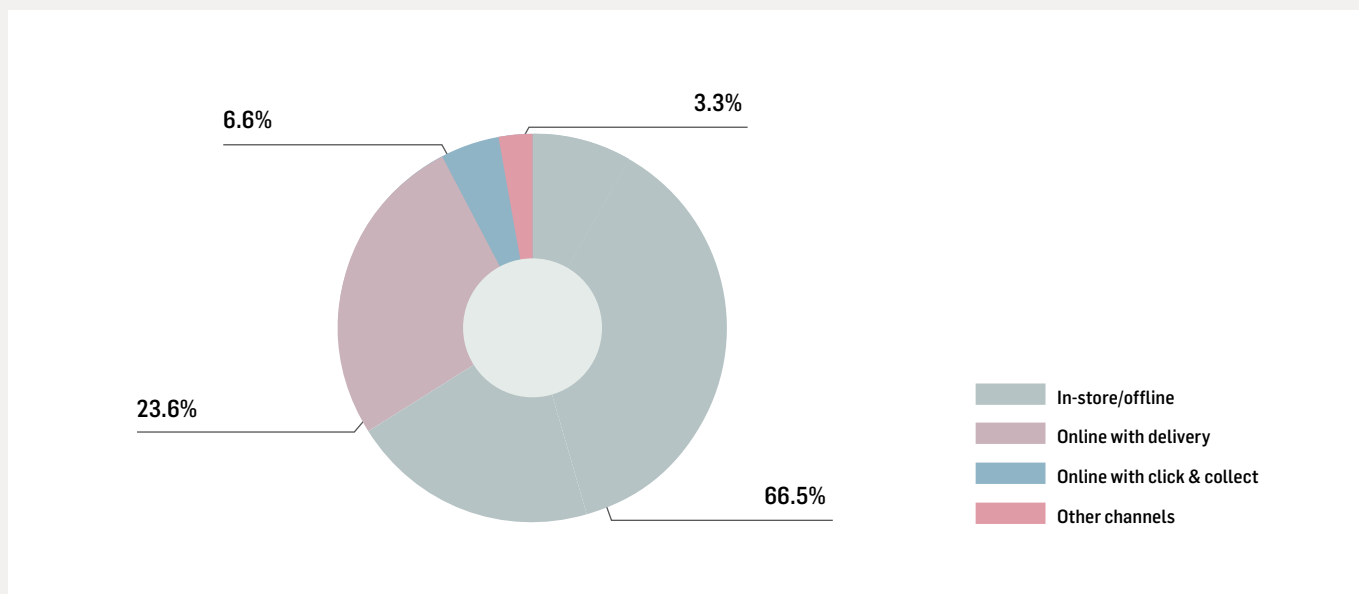
dostava preko specijalizovanih kurirskih službi (Uber Eats, Deliveroo) u roku od pola sata, do aplikacija koje su potpuno prilagođene potrebama korisnika i bonusa za redovne kupce (eng. *digital coupons*) samo su neke od pogodnosti koje su trgovinski lanci uveli kako bi zadržali svoje potrošače i tržišnu poziciju.

Najpopularnije onlajn prodavnice hrane u Velikoj Britaniji, pored "velike četvorke", su: Ocado, prodavnica specijalizovana za prodaju namirnica preko interneta, i Amazon, koji nudi i uslugu kućne dostave svežeg voća i povrća (eng. *Amazon Fresh*).

Dalji planovi kompanije su sprovođenje daljih planova širenja poslovanja na inostranim tržištima, a Velika Britanija je svakako jedno od njih. Jasna strategija, precizni planovi i veliki trud i rad njihov su recept za uspeh. Istovremeno, kompanija je pokazala da uz primenu inovacija, istraživanja i razvoja novih proizvoda koji prate trendove na tržištu i potrebe potrošača za zdravom ishranom, ali i visokim kvalitetom i modernim dizajnom proizvoda, moguće je postići uspeh na britanskom tržištu čak i sa brendiranim proizvodima sa Zapadnog Balkana.

Grafikon 8

Način kupovine hrane i svežeg voća i povrća u Velikoj Britaniji: onlajn ili u prodavnici (2022)



IZVOR: The Online Grocery Report 2022

⁵³ Georgina Hutton: *Retail Sector in the UK, 2021*

⁵⁴ Internet Retailing: *New Research Finds That over Half of UK Consumers Are Buying Their Groceries Online, 2022*



4

REGULATIVE I PROCEDURE ZA UVOZ

Pre donošenja odluke o započinjanju izvoza na tržište Velike Britanije, proizvođač svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća sa Zapadnog Balkana mora da uradi svoj “domaći zadatak” kako bi u potpunosti razumeo sve procedure, regulative u pogledu bezbednosti i deklarisanja proizvoda, ali i bio upoznat sa dokumentacijom neophodnom za izvoz i plasman na ovo evropsko tržište.

Zakon o hrani Velike Britanije počiva na principima Generalnog zakona o hrani Evropske unije (eng. *General Food Law*), s obzirom na to da je većina EU direktiva primenjena u britanskom zakonodavstvu nakon Bregzita, 31. januara 2020. godine. Iako je većina direktiva nasleđena iz perioda članstva u Evropskoj uniji, Velika Britanija ima pravo daljih promena, koje se odnose na uvoz i plasman poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, mada su očekivanja da se to neće dogoditi u kratkom vremenskom periodu. Istovremeno, polaznu osnovu za početak pregovora o izvozu i plasmanu poljoprivrednih proizvoda u maloprodajne lance, predstavlja i ispunjenost veoma rigoroznih standarda kvaliteta, ali i privatnih standarda koje velike prehrambene kompanije ili trgovinski lanci postavljaju pred svoje potencijalne dobavljače.

U celom ovom procesu značajnu ulogu igra i registrovani uvoznik svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća u Velikoj Britaniji koji snosi odgovornost za, ne samo bezbednost, ispunjenost svih standarda kvaliteta, pravilno deklarisanje i etiketiranje proizvoda, već i nastoji da osigura stalnost i stabilnost u isporukama potrebnih količina za nesmetano snabdevanje tržišta određenim proizvodom.

UVOZ I CARINJENJE ROBE

Uvoz poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda u Veliku Britaniju se realizuje preko trgovinskih kompanija ili trgovinskih agenata registrovanih za poslove uvoza i distribucije, i kao takvi ključni su u postupku ispunjenja svih uslova u skladu sa nacionalnom regulativom propisanom za ulazak i plasman hrane na britansko tržište. Izvoz preko trgovinskih posrednika je mnogo lakši i jednostavniji u poređenju sa direktnim izvozom maloprodajnom lancu. Oni trguju velikim brojem poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, dok su veoma značajni kod pružanja podrške kompanijama prilikom pripreme, započinjanja izvoznog posla, prelaska proizvoda preko granice, do čuvanja i skladištenja, plasmana i distribucije na tržištu.

Svi osnovni koraci u pripremi i realizaciji izvoza svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća dostupni su detaljno, na engleskom jeziku, na [linku](#). Prilikom prelaska domicilne granice i sprovođenja izvoznog postupka, izvoznik sa Zapadnog Balkana mora da omogući uvid carinskim i fito-sanitarnim službama na granici u sledeća dokumenta:

- Fito-sanitarni sertifikat za sveže voće i povrće;
- Deklaracija o carinskoj vrednosti;
- Specifikacija robe;
- Trgovačka faktura;
- Paking lista;
- Teretna dokumenta;
- Otpremnica;
- Sertifikat o poreklu robe.





Sve detaljnije informacije o smernicama za izvoz voća i povrća sa Zapadnog Balkana na teritoriju zemalja Evropske unije, koje i dalje važe za Veliku Britaniju, uključujući opšte i posebne zahteve za izvoz, teretnu dokumentaciju, standarde kvaliteta, zahteve za organske proizvode i popis akreditovanih laboratorija dostupni su na [linku](#) (GIZ).

Istovremeno, svi najznačajniji podaci i informacije u vezi sa carinjenjem i uvozom hrane u Veliku Britaniju mogu da se pronađu na [portalu](#), dok će po završetku tranzicionog perioda od 30. marta 2024. godine sve informacije u vezi uvoza i procedure carinjenja hrane biti dostupne na [linku](#) Carinske uprave. Do tada, Velika Britanija i dalje se oslanja na primenu regulative kod izvoza i carinjenja hrane Evropske unije (EC) 669/2009, koja se odnosi na povećanu graničnu kontrolu kod uvoza hrane iz trećih zemalja sa učestalim ponavljanjem neusklađenosti sa zahtevima EU tržišta⁵⁵. Navedena regulativa, koja se ažurira i dopunjuje svake godine, ukazuje na česte probleme u uvozu određenih proizvoda iz trećih zemalja, kao što je to bio, na primer, slučaj smrznute maline iz Srbije. Najveći problem za izvoznike smrznute maline iz Srbije na EU i tržište Velike Britanije predstavlja pojačana kontrola na prisustvo norovirusa, s obzirom na to da je, prema analizi granične inspekcije, u praksi svaki deseti kamion prevezio robu sa prisustvom ovog virusa. Iako više nije članica EU, Velika Britanija je i dalje deo evropskog elektronskog sistema za obaveštavanje i uzbunjivanje za hranu (eng. *Rapid Alert System for Food and Feeds*), koji poslednjih godina nije pokazao prisustvo norovirusa u smrznutoj malini iz Srbije.

BEZBEDNOST PROIZVODA

Uvoz voća i povrća, bez obzira da li je sveže, smrznuto, sušeno, konzervirano ili prerađeno, iz trećih zemalja podleže veoma strogim propisima u pogledu ispunjenosti svih higijenskih uslova i bezbednosti proizvoda, i važe kao u slučaju lokalno proizvedenih proizvoda.

Nacionalna institucija nadležna za sva pitanja u vezi regulative, standarda kvaliteta, bezbednosti, pravilnog deklarisanja poljoprivrednih i poluproizvoda koji se uvoze i namenjeni su plasmanu ili daljoj preradi je Nacionalna agencija za konkurentnost Velike Britanije, Odeljenje za zaštitu životne sredine, hranu i ruralni razvoj (eng. *Department for Environment, Food & Rural Affairs DEFRA*).



Istovremeno, Agencija za standardizaciju hrane Velike Britanije (eng. *The Food Standard Agency FSA*) nadležna je za sva pitanja u vezi sa bezbednošću proizvoda, gde proverava ispunjenost svih higijenskih uslova, primenu standarda kvaliteta, deklarisanja i etiketiranja već gotovih proizvoda namenjenih direktnoj prodaji potrošačima na tržištu. Agencija saraduje sa svim lokalnim organizacijama i carinskim službama kako bi se osigurala visoka bezbednost hrane i ispunjenost svih propisanih standarda prilikom uvoza i plasmana proizvoda na tržište Velike Britanije.

55 Pretraga celokupnog zakonodavstva Velike Britanije se može vršiti preko [linka](#), uključujući zakonsku regulativu i proceduru za uvoz i carinjenje robe.

Prilikom izvoza voća i povrća na tržište Velike Britanije potrebno je da se primene sledeće propisi kojima se reguliše prisustvo nedozvoljenih i štetnih materija u hrani (pesticidi, teški metali, aditivi i sl.):

- **Hemijski i fizički kontaminati.** Regulativa kojom se reguliše dozvoljen maksimalni nivo štetnih materija u hrani, poput pesticida, nitrata, teških metala, je *Regulativa o kontaminatima u hrani* (eng. Contaminants in Food (England) Regulations 2013). Promene u regulativi su česte i neophodno je da se prate nove granične vrednosti za različite proizvode, dok su najnovije informacije o hemijskim kontaminatima dostupne na linku. U zahtevu specifikacije proizvoda britanski kupci će najčešće tražiti mikrobiološke testove od akreditovanih evropskih laboratorija na prisustvo norovirusa, enterobakterija, kvasaca i pljesni, ešerihije koli, salmonelle i stafilokoke. Istovremeno, roba može da bude pod rizikom fizičkih kontaminata - delovi ambalaže, strani metali, mrtvi insekti i sl. Prisustvo robe na ove kontaminante se najčešće obavlja fizičkim pregledom sa izuzetkom metala (metal-detektori).
- **Pesticidi.** Često se u praksi dešava da britanski kupci traže testiranje svežeg, smrznutog ili prerađenog voća i povrća na preko 200 rezidua pesticida, što u pojedinim slučajevima predstavlja problem, jer na Zapadnom Balkanu ne postoje akreditovane laboratorije koje mogu da sprovedu testiranje proizvoda na tako veliki broj rezidua. Pored toga, česte su kontrole prisustva teških metala u hrani (olovo i živu), koje mogu da se pojave u proizvodu iz različitih izvora tokom proizvodnje, prerade ili čuvanja robe.
- **Aditivi.** Upotreba aditiva i E brojeva za veštačke boje, konzervanse, antioksidante, veštačke zaslađivače, emulgatore, stabilizatore i druge tipove aditiva u određenoj hrani i do određenog nivoa upo-

trebe, regulisana je EU regulativom 1333/2008 za Englesku i Vels. Na internet stranici FSA možete da pronađete sve informacije u vezi sa regulativama i dozvoljenim nivoom upotrebe aditiva i E brojeva u hrani, a ona se posebno odnosi na prerađeno, konzervirano i sušeno voće i povrće, dok se uglavnom ne koriste kod svežeg i zamrznutog voća⁵⁶.

STANDARDI KVALITETA

Velika Britanija je veoma zavisna od uvoza svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća koje uvoze iz Evropske unije i trećih zemalja. Kako bi obezbedila stalnost i stabilnost isporuke visokokvalitetnih i bezbednih proizvoda izvan granica zemlje u vitalnom segmentu maloprodaje, posebno kada je reč o uvozu svežeg voća i povrća, britanski kupci zahtevaju ispunjenost standarda kvaliteta, koji su u nadležnosti *Agencije za standardizaciju hrane Velike Britanije* (eng. *The Food Standard Agency FSA*), dok za ispunjenost standarda kvaliteta kod uvoza hrane možete da dobijete informacije od lokalnih kancelarija za standarde u trgovini proizvodima (eng. *Local Trading standards offices*).

Britanski kupci su zaduženi da osiguraju ispunjenost propisanih standarda kvaliteta, ali i pravilno označavanje, deklarisanje i pakovanje proizvoda. Uvoznici i distributeri koji snabdevaju velike trgovinske lance u Velikoj Britaniji, pored GLOBAL GAP i HACCP standarda, zahtevaju od svojih dobavljača da poseduju druge standarde kvaliteta kojima se garantuje higijena, bezbednost i kvalitet proizvoda, koji se uvoze i plasiraju na britansko tržište⁵⁷:



⁵⁶ Kod sušenih šljiva koje se izvoze sa Zapadnog Balkana najznačajnije su vrednosti upotrebe kalijum sorbata koji se koristi u proizvodnji, a gde je maksimalno dozvoljena količina 1000 mg/kg. Takođe, određeni kupci u Velikoj Britaniji mogu da zahtevaju isporuku suve šljive bez sorbata.

⁵⁷ Često se pred dobavljače iz EU i trećih zemalja postavlja uslov da prilikom sertifikacije dobiju ocenu AA, gde se često sertifikovani dobavljači sa nižim ocenama ne uzimaju u razmatranje kod donošenja odluke o početku saradnje na snabdevanju svežim, smrznutim ili prerađenim voćem i povrćem.



BRC (eng. British Retail Consortium Global Standard for Food Safety) je globalni standard za bezbednost hrane, koji je uspostavljen od strane vodećeg udruženja trgovaca u Velikoj Britaniji - BRC (British Retail Consortium). Ovaj standard je prisutan u celom lancu snabdevanja od proizvodnje i prerade, preko posrednika u trgovini, do maloprodajnih lanaca;



IFS (eng. International Featured Standard) predstavlja globalno prihvaćeni, objedinjeni standard kvaliteta i standard za bezbednost hrane uspostavljen sa ciljem da proveri kompetentnost proizvođača u pogledu ispunjenosti bezbednosti i kvaliteta hrane;



SQF (eng. the Safe Quality Food Programme) pokazuje da je proizvodnja, prerada i rukovanje sa prehrambenim proizvodima koji se izvoze na britansko tržište sprovedeno prema najvišim globalno prihvaćenim standardima;



FSSC 22000 (eng. Food Safety System Certification 22000) je globalni standard koji se primenjuje u proizvodnji hrane kako bi se primenio najviši nivo bezbednosti i zaštite zdravlja ljudi. Standard se primenjuje na ceo lanac proizvodnje, prerade i rukovanja (transport, skladištenje i distribuciju) prehrambenim proizvodima.

GLOBAL GAP standard presudan je kod uspostavljanja saradnje sa britanskim poslovnim partnerima i početka pregovora o izvozu i plasmanu svežeg voća i povrća, gde se postavlja kao važan uslov. U pojedinim slučajevima, trgovinski lanci iz "velike četvorke" zahtevaju ispunjenost privatnih standarda kvaliteta, propisanih od strane samih kompanija, kao u slučaju vodećeg lanca Tesko. **Tesco NURTURE** privatni standard kvaliteta predstavlja svojevrsni dodatak na **GLOBAL GAP** za proizvođače svežeg voća i povrća, koji snabdevaju ovaj trgovinski lanac⁵⁸. Ovim standardom osigurava se visok kvalitet, bezbednost i proizvodnja voća i povrća na odgovoran i održiv način, pre svega kada je reč o načinu i praksi upotrebe odobrenih sredstava za zaštitu bilja.

Pored navedenih standarda kvaliteta koji se odnose na bezbednost i kvalitet hrane, proverite sa svojim britanskim partnerima da li je potrebna ispunjenost i određenih šema kvaliteta, poput **LEAF** (eng. *Linking Environment and Farming*), prilikom uvoza svežeg voća i povrća, kojim se prepoznaje i potvrđuje kvalitet proizvoda proizveden prema primeni principa održive poljoprivrede. Druge šeme kvaliteta koje se odnose na bezbednost hrane, društveno odgovorne i ekološke

inicijative, su: **Fairtrade** (iako jedna od najznačajnijih inicijativa u ovom segmentu, nije relevantna za dobavljače sa Zapadnog Balkana), **SMETA** (eng. *Sedex Members Ethical Trade Audit*) za društveno odgovorno poslovanje i **BSCI** (metodologija procene i izveštavanja o društvenoj odgovornosti kompanije).

Za organske proizvode priznati su standardi kvaliteta koji se primenjuju u Evropskoj uniji (**EcoCert**) ili sertifikati izdati od strane britanske Asocijacije za zemlju (eng. *Soil Association*), gde se možete [onlajn prijaviti](#) za dobijanje ovog sertifikata.



Slika 3

Standardi kvaliteta za organske proizvode u Velikoj Britaniji – **EcoCert** i **Soil Association** organski sertifikat

IZVOR: EU Organic Certification, Soil Association

⁵⁸ Od januara 2017. godine Tesco NURTURE je zvanično postao dodatak GlobalGap standardu kvaliteta za sveže voće i povrće za TESCO dobavljače, što u praksi znači da proizvođači moraju najpre biti GlobalGap sertifikovani i tek nakon toga mogu implementirati Tesco NURTURE.

DEKLARISANJE, OZNAČAVANJE I PAKOVANJE PROIZVODA

U Velikoj Britaniji Agencija za standardizaciju hrane Velike Britanije (FSA), Nacionalna agencija za konkurentnost Velike Britanije, Odeljenje za zaštitu životne sredine, hranu i ruralni razvoj (DEFRA) i Odeljenje za zdravlje imaju podeljenu nadležnost u vezi sa pravilnim deklarisanjem, označavanjem i pakovanjem hrane namenjene plasmanu na britansko tržište. Nadležne organizacije imaju sva prava da pod Regulativom o informisanju o hrani (eng. *Food Information Regulations 2014*) traže od britanske odgovorne strane ili službi kontrole na mestu ulaska poljoprivrednih ili prehrambenih proizvoda u Veliku Britaniju, dokaze kojima se pokazuje da su proizvodi deklarirani i sadrže sve neophodne informacije na etiketi i pakovanju kako je propisano određenim regulativama⁵⁹.

Prema zahtevima za deklarisanjem i označavanjem poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda u Velikoj Britaniji, deklaracija proizvoda mora da bude jasna, razumljiva, vidljiva za čitanje, i da sadrži osnovne informacije o proizvodu:

1. Naziv proizvoda;
2. Vreme “najbolje do” (eng. best before) ili “upotrebljivo do” (eng. use by);
3. Sva potrebna upozorenja ukoliko proizvod sadrži neke od propisanih sastojaka ili alergena;
4. Neto vrednost;
5. Listu sastojaka;
6. Nutritivne vrednosti;
7. Ime i adresa proizvođača;
8. Zemlja porekla;
9. Naziv lot-a;
10. Uslove čuvanja i skladištenja;
11. Uputstva za upotrebu ili kuvanje, ukoliko je potrebno.

Od 1. januara 2024. godine zahtev će biti da se na deklaraciji proizvoda nalazi ime i adresa registrovanog uvoznika i distributera hrane za Veliku Britaniju (eng. *UK based Food Business Operator FBO*).

Istovremeno, važno je napomenuti da se u slučaju maloprodajnih pakovanja zamrznutog ili prerađenog voća i povrća namenjenih direktnom plasmanu na tržište, pakovanje i deklarisanje/označavanje proizvoda radi na osnovu precizne specifikacije kupaca. Upotreba odobrenih materijala za pakovanje proizvoda mora da bude u skladu sa propisanim zahtevima britanskog tržišta, poznata je kao (eng. *Declaration of*



© rawpixel.com on Freepik

BRENDING, DEKLARISANJE I SERTIFIKACIJA PREMIJUM PROIZVODA OD VOĆA I POVRĆA NA TRŽISTU VELIKE BRITANIJE

U okviru poslednjeg videa serijala “Vodič za izvoz voća i povrća na tržište Velike Britanije”, britanski stručnjaci pričaju o regulativama, važećim propis, standardima kvaliteta i primerima iz prakse kada je reč o veoma važnom segmentu sertifikacije, pravilnog deklarisanja, označavanja i proizvoda od voća i povrća namenjenih uvozu i plasmanu na britansko tržište. Video je dostupan na linku.

BRITISH-SERBIAN CHAMBER OF COMMERCE | VODIČ ZA IZVOZ VOĆA I POVRĆA NA TRŽISTE VELIKE BRITANIJE

04

MENTORING SESIJA

Breeding, deklarisanje i sertifikacija premijum proizvoda od voća i povrća u Velikoj Britaniji

STEVEN TEO GROUP

Stjepan Haring

Datum: 13. mart 2023.

Vreme: 12:00 - 13:15

compliance) i možete da je dobijete od svog uvoznika i distributera. Kako bi sve bilo usklađeno sa propisanom regulativom, veoma je važno da predlog deklaracije/etikete i pakovanja proizvoda prethodno proverite sa svojim uvoznikom i distributerom. Kada je reč o pakovanju, poslednjih godina u Velikoj Britaniji se kroz određene inicijative Vlade, regulativu, ali i promotivne kampanje nastoji da se smanji upotreba plastike u pakovanju proizvoda kroz sve veće uvođenje održivih materijala, koji mogu da se recikliraju. Zamrznuto i sušeno voće i povrće, ali i pojedini sveži proizvodi se i dalje najčešće prodaju u plastičnim pakovanjima. Jedan od razloga su zahtevi potrošača koji žele da vide proizvod koji se nalazi unutar pakovanja. Ipak, maloprodajni lanci nastoje da kroz primenu održivog poslovanja i ESG (eng. *Environmental Sustainability Goals*) ciljeva u narednom periodu smanje upotrebu plastike kroz uvođenje ekoloških pakovanja (papir, karton, razgradiva plastika i sl.).



© Unsplash/Chris Barbalis

SPECIFIČNI MARKETIŠKI STANDARDI ZA SVEŽE VOĆE I POVRĆE U MALOPODAJNIM OBJEKTIMA

Uvoznici, distributeri i trgovci u Velikoj Britaniji moraju da ispune sve specifične marketinške standarde kada je reč o poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima koji su u ponudi krajnjim potrošačima u maloprodajnim objektima. Ministarstvo poljoprivrede Velike Britanije izdalo je "Vodič za maloprodaju za sveže voće i povrće" (eng. *Marketing Standards for Fresh Horticultural Produce - Guide for Retailers*) u kojoj se nalaze informacije o marketinškim standardima, deklarisanju i označavanju svežeg voća i povrća, uključujući jabuke, breskve, nektarine, jagode, citrusno voće, zeleno povrće, slatku papriku, paradajz i dr.

Slika 4
Primer pravilnog deklarisanja prehrambenog proizvoda namenjenog maloprodaji u Velikoj Britaniji

IZVOR: GreenSeed / ©Image by Freepik

5 KORAKA U IZVOZU VOĆA I POVRĆA

Nekoliko je koraka koje izvoznik svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća sa Zapadnog Balkana treba da sprovedete u postupku izvoza, carinjenja i plasmana proizvoda na tržište Velike Britanije, uključujući

i saradnju sa lokalnim britanskim uvoznikom, prevoznikom, carinskim službama i prikupljanje potrebne izvozne dokumentacije.

KORAKA	
1	IZBOR UVOZNIKA I DISTRIBUTERA – TRADICIONALNI ILI 3PL
	<p>Izvoznici svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća koji su se odlučili za izvoz na tržište Velike Britanije mogu da biraju između saradnje sa tzv. Tradicionalnim uvoznikom (eng. <i>Traditional importer</i>) ili tzv. Posrednikom u poslovnima uvoza i logistike (eng. <i>Third party logistics 3PL</i>). Dok se u prvom slučaju pružaju usluge koje, tradicionalno, potpadaju pod uvoz i distribuciju (kompanije koje obavljaju sve poslove uvoza, carinjenja, čuvanja, skladištenja robe i logistike ka svim kanalima distribucije, pa čak i veleprodaje), posrednici u poslovnima uvoza i distribucije za većinu svojih usluga angažuju treću stranu (uvoz, špedicija, skladištenje, marketing i promocija proizvoda) dok oni upravljaju procesom isporuke prema porudžbini kupca⁶⁰. Prilikom izbora kompanije koja će obavljati poslove uvoza i distribucije proizvoda, obratite pažnju sa kojim kanalima prodaje saraduje (maloprodaja, HoReCa, onlajn), područije koje pokriva, usluge koje pruža, ali i visinu marže). Izvoznik voća i povrća sa Zapadnog Balkana je u obavezi da ima ugovorni odnos sa registrovanom kompanijom za trgovinu hranom na teritoriji Velike Britanije. Od 1. januara 2024. godine zahtev će biti da se na deklaraciji proizvoda iz uvoza nalazi ime i adresa registrovanog uvoznika i distributera hrane za Veliku Britaniju (eng. <i>UK based Food Business Operator FBO</i>).</p>
2	PRIPREMA ZA TRANSPORT ROBE I CARINJENJE
	<p>Kupci iz Velike Britanije očekuju da proizvodi budu upakovani na standardne CHEP UK palete dimenzija 1200×1000 mm, visine 150 mm. Potrebno je napomenuti da su to različite dimenzije od standardnih evropaleta⁶¹. Izvoznici sa Zapadnog Balkana bi trebalo da koriste palete prema specifikacijama koje dobiju od strane britanskog uvoznika i distributera kako bi se izbegli visoki troškovi ponovne paletizacije.</p> <p>Transport svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća sa Zapadnog Balkana uglavnom obavljaju domaće špediterske kompanije od kojih neke imaju predstavništva u Velikoj Britaniji.</p> <p>Status ovlašćenog ekonomskog operatera (AEO) poseduju kompanije u transportu i špediciji, koje poseduju sertifikate od strane nadležnih carinskih službi s obzirom na to da posluju u skladu sa određenim bezbednosnim i sigurnosnim standardima. Status AEO omogućava kompaniji da sprovodi pojednostavljene carinske procedure, omogućavajući lakše kretanje robe. Trenutno su Srbija i Severna Makedonija implementirale svoje AEO programe i imaju dostupne liste kompanija. Spisak kompanija iz Srbije sa statusom AEO možete pronaći na linku, dok je lista kompanija iz Severne Makedonije sa statusom AEO dostupna na linku. Bosna i Hercegovina trenutno je u fazi implementacije AEO programa.</p> <p>U pripremi carinske dokumentacije i sprovođenju postupka carinjenja i izvoza robe, veliki značaj imaju kako prevoznici, koji sprovode postupak transporta i špedicije i mogu da vam pomognu pri regulisanju dokumentacije za domicilnu carinu, tako i britanski uvoznici i distributeri koji mogu da vam predoče sve segmente carinske procedure i dokumentacije prilikom uvoza u Veliku Britaniju. Istovremeno, preporučujemo da potražite više informacija u delu <i>Uvoz i carinjenje robe ovog Priručnika</i>.</p> <p>Za određivanje tarifnog broja proizvoda pogledajte link.</p>

⁶⁰ Pojedini 3PL operateri pretežno rade sa velikim kupcima ("velika četvorka") pružajući im usluge uvoza, skladištenja, sortiranja i prepakivanja rinfuzne robe prema njihovim zahtevima. Drugi su više fokusirani na elektronsku trgovinu i isporuku ka malim kupcima, što je posebno značajno za prehrambene proizvode koji se po prvi put pojavljuju na britanskom tržištu i nastoje da smanje troškove plasmana i ulistavanja u fizičke objekte, uz značajna ulaganja u onlajn promociju i društvene mreže.

⁶¹ Ključna razlika između paleta u Velikoj Britaniji i evropskih paleta je u dimenziji osnove. Standardna paleta u Velikoj Britaniji je dimenzije 1,2m dužine x1m širine, dok su euro palate malo manje - 1,2m x 0,80m.

KORAKA

3

PROVERITE KOJI STANDARDI KVALITETA SU NEOPHODNI

Ispunjenost visokih standarda kvaliteta, higijene i bezbednosti hrane neophodno je prilikom nesmetanog izvoza i plasmana voća i povrća na tržište Velike Britanije. Uvoznici i distributeri koji snabdevaju velike trgovinske lance u Velikoj Britaniji, pored GLOBAL GAP i HACCP standarda, zahtevaju od svojih dobavljača da poseduju druge standarde kvaliteta kojima se garantuje higijena, bezbednosti kvalitet proizvoda, koji se uvoze i plasiraju na britansko tržište – BRC, IFS, SQF, FSCC 22000. Proverite sa svojim uvoznikom u Veliku Britaniju koji standardi kvaliteta su neophodni za izvoz, a za više informacija pogledajte delove Priručnika: *Bezbednost proizvoda* i *Standardi kvaliteta*.

4

PROVERITE DA LI JE DEKLARISANJE I OZNAČAVANJE PROIZVODA U SKLADU SA REGULATIVOM

Deklarisanje, označavanje i pakovanje svežeg, smrznutog i prerađenog voća i povrća namenjenog direktnoj prodaji britanskim potrošačima, mora da bude u skladu sa važećom regulativom i propisima kojima se reguliše ova oblast. Proverite sa vašim uvoznikom i distributerom sve zahteve u pogledu pravilnog deklarisanja i pakovanja proizvoda i pošaljite im uzorak etikete kako biste bili sigurni da su svi zahtevi ispunjeni, pre realizacije postupka izvoza. Više o ovoj temi i zahtevima tržišta možete da pronađete u delu *Deklarisanje, označavanje i pakovanje proizvoda*.

5

PRELAZAK CARINE

Prelazak robe preko carine i ulazak na teritoriju Velike Britanije, poslednji je korak koji treba da osigura dalji nesmetani plasman na tržište. Preporuka je da vaš uvoznik ili distributer ili određeni trgovinski agent bude ovlašćen za obavljanje procedure carinjenja i uvoza robe na teritoriju Velike Britanije. Ovo će od 1. januara 2024. godine predstavljati uslov prilikom ulaska robe, jer će biti obavezno da se na deklaraciji proizvoda nalazi ime i adresa registrovanog uvoznika i distributera hrane za Veliku Britaniju (eng. UK based Food Business Operator FBO). Proverite sa svojim poslovnim partnerom i visinu carine i drugih dažbina koje je potrebno da se izmire prilikom realizacije postupka uvoza robe u Veliku Britaniju. Istovremeno, čuvajte kompletnu dokumentaciju (fakture, carinsku dokumentaciju, posebno deklaraciju C79 koja se koristi za utvrđivanje visine poreza na dodatu vrednost (PDV) na robu iz uvoza).





5

PRIMERI IZ PRAKSE

IZVOZ SMRZNUTOG VOĆA: STANIĆ

Kompanija “Stanić” je porodična kompanija sa dugogodišnjom tradicijom u proizvodnji, otkupu malina sa područja Arilja, kroz saradnju sa malim gazdinstvima kao dobavljačima, i preradi. Osnovana 1979. godine, kompanija danas ima bazu kooperanata od preko 3.500 članova, a svi zajedno su usmereni ka održivoj poljoprivredi, inovacijama i ulaganju u različite sorte maline.

Posvećenost održivoj poljoprivredi i cilju da se tržištu ponude visoko-kvalitetni i bezbedni proizvodi, kompanija poseduje sve najnovije standarde u proizvodnji hrane – HACCP, BRC, IFS, Organic, Global GAP, Smeta Sedex, Kosher, Halal, a za izvoz na tržište Sjedinjenih Američkih Država, registrovana je kod FDA (eng. *Food and Drug Administration*).

Prerada se obavlja na istom mestu gde se uzgaja sveže voće, kako bi se krajnjem potrošaču ponudio najbolji kvalitet i ukus proizvoda. Kompanija na stranim tržištima nudi širok asortiman smrznutog voća, uz mogućnost kombinacije raznih vrsta voća i pravljenje mikseva prema specifikacijama kupca, uključujući: malinu, kupinu, borovnicu, jagodu, višnju, šljivu, kajsiju. Moguće je da se ispune svi zahtevi kupca, s obzirom na to da je kompanija podjednako specijalizovana za industrijski pakovane proizvode, ali i za maloprodajna pakovanja. Saradnja se ostvaruje sa preko 100 kupaca na ino-tržištima širom sveta - od Evropske unije, Amerike, Australije do Azije. Pored zamrznutog voća, kompanija iz grupacije se bavi i proizvodnjom aseptik voćnih kaša i džemova.

Kompanija Stanić do 2023. godine nije bila zastupljena na tržištu Velike Britanije, kada je po prvi put uzela učešće na Međunarodnom sajmu hrane i pića IFE (end. *International Food & Drink Event*), 20-22. marta 2023. godine u Londonu, u organizaciji Britansko-srpske privredne komore i podršku projekta Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (FAO) i Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD) pod nazivom “Podrška diverzifikaciji izvoza poljoprivrednog i prehrambenog sektora Zapadnog Balkana i Istočne Evrope”. Kompanija je u okviru priprema pred sajam (mentoring sesije), ali i organizovanih b2b sastanaka sa britanskim kupcima, uspela da uspostavi kontakt i započne pregovore o izvozu prve količine smrznutog bobičastog voća za Veliku Britaniju. Iako, prema njihovim rečima zahtevno tržište, predstavnici kompanije smatraju da je profesionalnost u pregovorima i prilagođavanju potrebama i zahtevima britanskog kupca, visok standard kvaliteta proizvoda, inovacije u proizvodnji i raspoložive količine za isporuku ključni element u uspostavljanju kontakta i zaključivanju ugovora sa britanskim poslovnim partnerima.

Kompanija će i u narednom periodu nastojati da proširi svoje prisustvo na tržištu Velike Britanije, ali i da nastavi sa daljim ulaganjem u inovacije, razvoj i praćenje svetskih trendova i standarda u svim aspektima poslovanja, kako bi mogla da ostane konkurentna i prilagodi se promenama na dinamičnim stranim tržištima. Cilj je da se nastavi sa isporukom kvalitetnog smrznutog voća iz Srbije britanskim potrošačima.





IZVOZ GOTOVIH PROIZVODA: FABRIKA DEČJE HRANE

Kompanija “Fabrika dečje hrane” d.o.o. osnovana je 2017. godine sa sedištem u Dobanovcima. Nelt grupacija, u čijem sastavu posluje kompanija, investirala je u izgradnju najmodernijih postrojenja za proizvodnju hrane za bebe (*greenfield* investicija), ali i drugih proizvoda sa idejom promovisanja zdrave ishrane i načina života. Iako mlada kompanija, “Fabrika dečje hrane” ostvarila je veliki uspeh na domaćem tržištu kroz prisustvo proizvoda u gotovo svim prodajnim kanalima, uz rekordne uspehe iz godine u godinu. Sve ovo je rezultat planskog rada i pristupa tržištu, kao i jasne strategije poslovanja.

Kompanija danas ima tri vodeća brenda: *Nutrino Baby*, *Nutrino Junior* i *Nutrino Lab*, kao i brend *Bebi*. *Nutrino* brendovi su nastali kao rezultat praćenja i osluškivanja tržišta i potreba potrošača, pa danas kompanija ne proizvodi samo hranu za bebe, već ima i širok asortiman proizvoda prilagođen svim generacijama.

Nakon ostvarivanja odličnih rezultata i vodeće pozicije na domaćem tržištu, u planovima kompanije usledila su osvajanja regionalnih tržišta čiji proces se već uveliko sprovodi, ali i širenje poslovanja na druga inostrana tržišta. U sklopu izvozne strategije kompanije, bitnu ulogu imaju tržišta Zapadne Evrope, koja predstavljaju veliki izazov za sva preduzeća, ali i ogroman potencijal. Nakon detaljnog istraživanja, jedno od tržišta u fokusu u narednom periodu biće i tržište Velike Britanije.

Kompanija je ovo tržište odabrala kao rezultat detaljne analize koja je sprovedena u nekoliko koraka. Prvi deo bio je pregled tržišta i predstavljanje makroekonomskih pokazatelja koji daju sliku o snazi ekonomije u celini. Nakon toga, fokus je bio na maloprodajnom sektoru i analizi postojeće ponude proizvoda u određenoj kategoriji, cenovne situacije i analize prostora za proizvod *Nutrino Lab*, sa kojim se i planira ulazak na pomenuto tržište. Zatim je sledeći korak bio i sama poseta tržištu u vidu nastupa na Međunarodnom sajmu hrane i pića IFE (eng. *International Food & Drink Event*), 20-23. marta 2023. u Londonu gde je kompanija izlagala svoje proizvode u okviru nacionalnog štanda Srbije, u organizaciji Britansko-srpske privredne komore i podršku UN FAO/EBRD projekta.

Sajam je predstavljao dobru priliku za predstavljanje kompanije i prezentaciju proizvoda na tržištu Velike Britanije. Prikupljeno je dosta kontakata na kojima se u mesecima nakon sajma detaljno radilo. Trenutna situacija, nekoliko meseci nakon početka čitavog procesa, je da kompanija ima otvorene pregovore sa više potencijalnih kupaca u cilju uvoza i distribucije proizvoda, a junu 2023. godine, samo tri meseca nakon sajma, poslate su i prve test količine robe.





6

TRENDOVI NA TRŽIŠTU VOĆA I POVRĆA U VELIKOJ BRITANIJU

Uticaj pojedinih socio-ekonomskih i političkih faktora imali su snažan uticaj na velike promene u trendovima na tržištu hrane u Velikoj Britaniji. Kao i u mnogim drugim evropskim ekonomijama, inflacija je blizu istorijskog rekorda, iako postoje nade da je možda dostigla vrhunac krajem 2022. godine. Inflacija na tržištu hrane je čak i na višem nivou od ukupne inflacije u Velikoj Britaniji. Danas, britanski potrošači se sve više interesuju za dostupnost, kvalitet, ali i cenu proizvoda, kako bi se uz rast cena uklopili u raspoložive budžete za hranu. Ovo je jedan od razloga, zašto se sve više britanskih potrošača odlučuje za privatnu marku proizvoda, u odnosu na popularne brendove, ali i snažan rast diskontnih lanaca na tržištu maloprodaje. Posledice pandemije i Bregzita se i dalje osećaju, dok je uticaj rasta cena na malo, problemi u lancima snabdevanja, kao i neizvesnost u pogledu budućih tržišnih kretanja, samo ubrzao promene u trendovima i ponašanju potrošača u Velikoj Britaniji. Kao rezultat ovih promena, na britanskom tržištu voća i povrća izdvojilo se nekoliko (mega)trendova, koji umnogome utiču na njegov dalji razvoj.

Porast potražnje za diskontnim i proizvodima po sniženim cenama. Tradicionalno, Britanci su uvek davali prioritet kvalitetu, kao i kupovini brendiranih prehrambenih proizvoda. Međutim, sa nizom ekonomskih faktora, uključujući rast cena prehrambenih proizvoda, povećanje troškova života usled rastuće inflacije, ali i problema u lancima snabdevanja, danas se sve više odlučuju za proizvode po povoljnijim cenama. Navedeni trend je posebno vidljiv u širenju asortimana privatne robne marke velikih trgovinskih lanaca, koji sada nastoje da tržištu ponude širok izbor kvalitetnih proizvoda iz kategorija koje su nekada bile dostupne samo pod brendom, u modernom pakovanju i po cenama kao u diskontnim lancima. Istovremeno, diskontni lanci šire svoj uticaj na tržištu, posebno u delu prodaje svežeg voća i povrća, jer kupci sada mogu da kupe više za izdvojeni budžet. Navedeni trend,

osim maloprodaje, prisutan je i u HoReCa sektoru. Promena menija, sa opcijama obroka dostupnim po nižim cenama, je sve prisutnija u lancima brze hrane, dostavama hrane i restoranima.

Veća izdvajanja na hranu. Povećanje troškova života imalo je snažan uticaj na budžete potrošača, gde je gotovo svaki trošak u 2023. godini bio veći u odnosu na godinu ranije. Prema podacima Zavoda za statistiku Velike Britanije, povećanje cena na malo prehrambenih proizvoda uticalo je na rast troškova života i promene u raspoloživim budžetima čak 95 odsto domaćinstava. Da bi se izborili sa rastom maloprodajnih cena, 68 odsto Britanaca manje izdvaja na neprehrambene proizvode⁶². Pored toga, sve više Britanaca se zadužuje ili češće koristi kreditne kartice prilikom kupovine. Navedeni ekonomski faktori uticali su ne samo na smanjenje broja odlazaka u kupovine, povećanje količine kupljenih proizvoda u odnosu na vrednost, nego i na strukturu potrošnje gde se sve više izdvaja na sveže voće i povrće, bezalkoholne sokove i druge prehrambene proizvode po povoljnijim cenama.

Porast kupovine hrane onlajn. Pandemija COVID-19 uticala je na smanjenje broja poseta i kupovina u fizičkim prodavnicama, uz povećanje rasta onlajn kupovina namirnica. Iako se očekivalo slabljenje ovog trenda, po završetku pandemije, čini se da ne samo slabi, nego će i da raste u narednom periodu usled proširenja tehnoloških usluga i unapređenja segmenta dostave hrane potrošačima. Maloprodajni lanci danas ostvaruju značajne prihode kroz svoje onlajn kanale, što je rezultat značajnih ulaganja u inovacije, tehnologiju, ali i promociju elektronske kupovine među potrošačima. Aplikacije za mobilne uređaje, *click-and-collect* opcije kupovine i preuzimanja bez ulaska u prodavnicu, dostava na kućnu adresu tokom nedelje ili preko poznatih kurirskih službi u roku od pola sata, digitalni kuponi, digitalne kartice za redovne potrošače (eng. *loyalty card*), samo su neke od usluga uvedenih u cilju unapređenja onlajn trgovine.





© Cecilia Calatrava

Svest potrošača o poreklu, održivosti proizvodnje i standardima kvaliteta. Britanski potrošači prioritet daju lokalnim proizvodima i malim proizvođačima, uz porast vrednosti prodaje od 56 milijardi USD i rastom od 3,2 odsto u 2022. godini. Ipak, kako se u Velikoj Britaniji proizvede 54 odsto potreba tržišta za voćem, i samo 16 odsto potreba za povrćem, zemlja je veoma zavisna od uvoza svežeg voća i povrća. Prilikom donošenja odluke o kupovini, potrošači su, pre svega vođeni kvalitetom, u pogledu standarda koje proizvod ispunjava (organski, Fair Trade), dok prednost daju i proizvodima sa prefiksom bez- (veštačkih boja, aditiva, konzervanasa, dodatog šećera i dr.) što je posebno primetno kod starije grupe potrošača. Iako se trend potražnje za zdravim i prirodnim proizvodima smatra dugoročnim trendom, primetne su fluktuacije u potražnji za zdravim proizvodima zbog snažnog uticaja cene proizvoda prilikom donošenja odluke o kupovini.

Interesantno je da, za razliku od drugih evropskih zemalja gde je primetan rast broja vegana, vegetarijanaca, ali i broja ljudi koji barem jednom nedeljno jedu proizvode na biljnoj bazi, broj ovih

potrošača u Velikoj Britaniji je relativno mali. Procene su da 2-3 odsto britanskog stanovništva su vegani, odnosno 5-7 vegetarijanci.

Uticaj pandemije COVID-19. Pandemija je na mnogo načina promenila naše ponašanje – u ishrani, načinu na koji kupujemo, proizvode koje biramo i dr. Iako su mnogi verovali da se po završetku pandemije, vraćamo na ponašanje u kupovini pre marta 2020. godine, izgleda da će posledice i brojne promene koje je ona prouzrokovala u trendovima na tržištu hrane trajati još dugo, dok će neki ostati zauvek. Kada je reč o promenama u strukturi potrošnje, trend kupovine smrznute hrane i gotovih proizvoda (eng. *ready-to-cook*) će ostati i dalje. Potrošači imaju sve manje vremena za pripremu obroka kod kuće, uz povećanje broja obroka koje konzumiraju napolju ili naručuju preko dostave hrane. Prema Nielsen studiji o ponašanju potrošača iz 2022. godine, čak 35 odsto ispitanika u Velikoj Britaniji se izjasnilo da su i dalje “oprezniji” prilikom donošenja odluke o kupovini prilikom čega veliku pažnju posvećuju ceni proizvoda⁶³.



7

SAJMOVI I STRUČNI MAGAZINI U SEKTORU VOĆA I POVRĆA

Poslovni sajmovi, konferencije i publikacije za sektor voća i povrća u Velikoj Britaniji mogu kompanijama u sektoru proizvodnje i prerade voća i povrća sa Zapadnog Balkana da pruže važne informacije o trendovima na tržištu, novostima iz industrije, kao i da pomognu da se stekne vidljivost izlaganjem na sajmovima i konferencijama. Publikacije su dobra polazna tačka za početno istraživanje tržišta, a poslovni sajam može da bude prilika da saznate više tako što ćete ostvariti direktan kontakt sa potencijalnim partnerima i imati mogućnost da predstavite svoje proizvode na ovom značajnom tržištu.

Publikacije koje pokrivaju sektor voća i povrća u Velikoj Britaniji uključuju:

The Grocer

Internet publikacija koja pokriva brzi sektor robe široke potrošnje u Velikoj Britaniji, dobar izvor informacija o maloprodaji i veleprodaji.

The Fresh Produce Journal

Publikacija koja se fokusira na tržište i lanac snabdevanja svežeg voća i povrća u Velikoj Britaniji.

Speciality Food Magazine

Publikacija koja pokriva tržište specijalizovane hrane u Velikoj Britaniji, korisna za proizvođače premijum/visokokvalitetnih proizvoda od voća i povrća sa Zapadnog Balkana.

The British Frozen Food Federation Yearly Report

Godišnji izveštaj o sektoru smrznute hrane u Velikoj Britaniji, koristan za proizvođače smrznutog voća i povrća.

Grocery Trader

Dvomesечna publikacija o sektoru prehrambenih proizvoda u Velikoj Britaniji.

Fresh Plaza

Globalni portal za industriju svežih proizvoda, uključujući vesti i podatke o cenama za Veliku Britaniju.

Retail Week

Publikacija koja pokriva maloprodajni sektor u Velikoj Britaniji, sadrži vesti i analize.

The Caterer

Vodeća publikacija o ugostiteljskom sektoru u Velikoj Britaniji, korisna onima koji žele da snabdevaju sektor hrane u Velikoj Britaniji.

The Food and Drink Federation









Pokriva sektor hrane i pića u Velikoj Britaniji, kao i sektor proizvodnje hrane i pića sa korisnim informacijama za sve one koji žele da postanu dobavljači prerađivačke industrije u Velikoj Britaniji.

The Soil Association

Neprofitabilna organizacija sa sedištem u Velikoj Britaniji usmerena ka promociji i praćenju organskog tržišta u Velikoj Britaniji, uz objavljivanje izveštaja, podataka i novosti o ovom tržištu.



Pregled štampanih i elektronskih izdanja iz sektora voća i povrća u Velikoj Britaniji

The Grocer	The Fresh Produce Journal	Speciality Food Magazine	The British Frozen Food Federation Yearly Report
			
Grocery Trader	Retail Week	The Food and Drink Federation	The Soil Association
			

Pregled sajмова iz sektora voća i povrća u Velikoj Britaniji

Mart	ScotHot	Scottish Event Campus, Glazgov
Mart	International Food and Drink Event IFE	ExCeL London, London, Velika Britanija
Mart	Fresh Produce section at IFE	ExCeL London, London, Velika Britanija
Mart	IFEX	Titanic Exhibition Centre, Belfast, Irska
Mart	Hotel, Restaurant & Catering, HRC	ExCeL London, London, Velika Britanija
April	Natural & Organic Products Europe (u okviru sajma IFE)	ExCeL London, London, Velika Britanija
Maj	Food and drinks Expo	National Exhibition Centre, Birmingem, Velika Britanija
Maj	City Food & Drink Lecture	Guildhall, London, Velika Britanija
Maj	Eat and Drink Festival	Scottish Event Campus, Glazgov
Septembar	Speciality and Fine Food Fair	Olympia London, London, Velika Britanija
Oktobar	Independent hotel show IHS	Olympia, London, Velika Britanija
Novembar	The Leisure Food and Beverages Expo	National Exhibition Centre, Birmingem, Velika Britanija
April 2025	FOODEX	National Exhibition Centre, Birmingem, Velika Britanija

IZVOR: Pripremili autori na osnovu podataka sa interneta



8

POSLOVNI BONTON

Poslovni bonton u Velikoj Britaniji proizilazi iz tri ključna principa – učtivosti, discipline i tačnosti. Pridržavanje ovim ključnim principima u poslovnoj komunikaciji sa britanskim partnerima, značajno će se olakšati uspostavljanje, negovanje i unapređenje dobrih poslovnih odnosa, kao i izgradnja dobre reputacije na tržištu.

Učtivost je veoma cenjena u kulturi Velike Britanije, gde je, ako ste neodlučni u kontaktu sa potencijalnim poslovnim partnerom, bolje biti formalniji nego što se očekuje. Pored toga, učtivost treba da uvek bude prisutna tokom komunikacije, jer neslaganje, možda neće biti tako direktno izkazano kao u drugim zemljama. Na primer, Britanac koji kaže: “Veoma interesantno“, možda ne ukazuje na interesovanje, već jednostavno potvrđuje da obraća pažnju na vas. Slično tome, uputstva mogu biti izražena u obliku zahteva. Još jedan aspekt ljubaznosti u Velikoj Britaniji koji treba primetiti je naglasak na ličnom prostoru. Kao i u mnogim drugim kulturama u severnom delu Evrope, dobra poslovna praksa podrazumeva poštovanje ličnog prostora poslovnog partnera tako što ćete održavati određenu fizičku distancu tokom razgovora ili sastanka.

Preostala dva principa – disciplina i tačnost - u velikoj se meri odnose na održavanje dobre poslovne reputacije i utiska pouzdanog poslovnog partnera, posebno za poslovne partnere sa kojima želite da uspostavite dugoročan poslovni odnos.

Disciplina, posebno u strogom pridržavanju zakonskih ili dogovorenih standarda, je od vitalnog značaja za održavanje poslovnih odnosa i održavanje dobre poslovne reputacije na tržištu. Što se tiče standarda kvaliteta i specifikacija, najbolje je jasno komunicirati i tražiti da se uverite da nemate nedoumice u vezi sa tim šta klijent očekuje od ugovora, ali je isto tako važno ispunjenost svih uslova i da nema odstupanja u kvalitetu svake isporučene jedinice proizvoda. Pored toga, očuvanje integriteta i rešavanje bilo kakvih problema koji se mogu pojaviti je veoma važno kako za održavanje poslovnog kontakta, tako i za sprečavanje bilo kakvih problema sa sticanjem budućih klijenata.

Tačnost, slično kao i ljubaznost, ima visok stepen značaja u britanskoj kulturi. Ključni aspekti ovog principa su tačnost sastanaka i poštovanje dogovorenih rokova. Za sastanke je najbolje da ih zakažete nekoliko dana unapred gde je moguće, dođite pet minuta ranije, a ukoliko kasnite, obavestite ostale strane što je pre moguće. Ovo se posebno odnosi na sastanke sa kupcima, za koje će biti potrebno više vremena, ponekad će biti potrebno nekoliko nedelja ili od jedan do tri meseca unapred da se organizuju.

Ovo će generalno dovesti do najboljeg utiska kada se radi sa klijentima i potencijalnim kupcima. Sa druge strane, tačnost rokova, kao što je isporuka robe, je od vitalnog značaja za održavanje vaših poslovnih odnosa i reputacije, kao i profitabilnosti.

U poslovnom odevanju u Velikoj Britaniji primetan je trend fleksibilnosti, koji je posebno izražen nakon pandemije. Britanske kompanije pred svoje zaposlene sve ređe postavljaju zahteve da svakodnevno poštuju poslovni kod u oblačenju. Međutim, prvi utisak je važan i zato je primer dobre poslovne prakse da budete obučeni i u skladu sa prilikama poslovnog sastanka. Ovo je posebno važno u slučajevima kada možda niste upoznati sa kulturom kompanije ili pojedincima sa kojima se možda sastajete po prvi put. Za muškarce jednostavno poslovno odelo i košulja bez kravate u najvećem broju prilika se smatraju dobrim izborom, dok žene mogu birati između širokog spektra svedenog kroja odela sa pantalonama ili suknjom prikladne dužine, bez jarkih boja ili detalja i jake šminke. Ležerniji stil odevanja – patike, majice i farmerke, najbolje je da se izbegnu prilikom prvog sastanka sa potencijalnim poslovnim partnerima.

Još jedan aspekt britanskog poslovnog bontona, koji treba imati na umu, je kako komunicirati sa klijentom ili potencijalnim klijentom. Poslovni ručkovi su uobičajena pojava, a poziv u restoran i plaćanje računa na kraju poslovnog ručka se smatra dobrom praksom. Sa druge strane, korporativnim poklonima treba postupati veoma pažljivo. U Velikoj Britaniji, osim uzoraka proizvoda, pokloni se uglavnom daruju tek nakon što je projekat završen i ne bi trebalo da budu skupi ili luksuzni. Ovo je zbog toga što se skup poklon može tumačiti kao mito. Primeri poklona koji bi izbegli ovu nedoumicu bili bi mali simbolični predmeti kao što su korporativni pokloni, knjige i sl.

References

1. ASDA: Company Facts, 2023
2. Bioeco Actual: UK's Organic Market Delivers Strong Performance In Exceptionally Challenging Year, 2023
3. The British Frozen Food Federation: The Frozen Food Report 2022
4. CBI: The United Kingdom Market Potential For Fresh Fruit And Vegetables, 2022
5. Commercial Dehydrators United Kingdom: AN OVERVIEW OF THE UNITED KINGDOM'S DEHYDRATED FRUIT INDUSTRY, 2023
6. European Supermarket Magazine: Asda `S Like-For-Like Sales Rise 9.6%, Helped By Private Label, 2023
7. ESM: Top Ten Supermarket Retail Chains In The UK, 2023
8. ESM: Sainsbury's Full-Year Results – What The Analysts Said, 2023
9. Food And Drink Federation: Trade Snapshot 2023
10. Food Manufacture: UK Appetite For Frozen Food Continues To Grow: BFFF, 2023
11. Fruitnet: Tesco Adds Frozen Berries To Perfectly Imperfect Range, 2017
12. GAIN Report: Retail Foods In United Kingdom, 2023
13. Government Of Canada: Sector Trend Analysis – Snacks In The European Union Including The United Kingdom – Focus On Top 5 Markets, 2023
14. The Grocer: The Facts And Figures Behind Own-Label `S Incredible Growth, 2023
15. The Grocer: City Snapshot: Asda Benefits From Renewed Demand For Private Label, 2022 Georgina Hutton: Retail Sector In The UK, 2021
16. IBS World: Fruit And Vegetable Processing In The UK – Market Size, Industry Analysis, Trends And Forecasts (2023-2028)
17. Internet Retailing: New Research Finds That Over Half Of UK Consumers Are Buying Their Groceries Online, 2022
18. LIDL: Corporate Webpage
19. Mintel: UK Supermarkets Report, 2022
20. Mordor Intelligence: UK FRESH FRUITS AND VEGETABLES MARKET SIZE & SHARE ANALYSIS – Growth Trends And Forecasts 2023-2028), 2022
21. Morrisons Corporate: Company History, 2023
22. National Statistics UK: Food Statistics in Your Pocket, 2023
23. National Statistics UK: UK Grocery Market Shares, September 2022
24. Nielsen IQ: A New Economic Divide Will Fragment The Retail Landscape Of 2022, 2022
25. Office for National Statistics UK: Cost Of Living Insights: Spending, 2023
26. Office for National Statistics UK : Food And Energy Price Inflation, 2023
27. Office for National Statistics UK : UK Trade In Goods, Year In Review: 2022, 2023
28. Paltrade: Market Study For The United Kingdom For Processed Food, 2018
29. PLMA: Private Label Today, 2023
30. Restaurant: UK Restaurant Market to Grow 59% In 2022, 2021

31. Sainsbury's: Our Business Model, 2019

32. Scrapehero: Number Of ASDA Stores In The United Kingdom In 2023, 2023

33. Soil Association, Organic Market Report 2022

34. Statista: Annual Expenditure On Fruit In The United Kingdom From 2005 To 2021, Based On Volume, 2023

35. Statista: Average Purchase Per Person Per Week Of Fresh And Processed Fruit And Vegetables (Excluding Potatoes) In The United Kingdom (UK) From 2006 To 2020/2021(In Grams), 2023

36. Statista: Export Volume Of Apples Worldwide In 2021/2022, By Leading Countries, 2022

37. Statista: Fresh Fruits – Worldwide

38. Statista: Market Share Of Grocery Stores In Great Britain From January 2017 To August 2023, 2023

39. Statista: Industry Revenue of "Processing And Preserving Of Fruit And Vegetables" the the United Kingdom from 2021-2025, mil USD

40. Statista: Tesco PLC: Statistics & Facts, 2023

41. Storebrands: Private Label Forges Ahead In The UK, 2014

42. Straits Research: United Kingdom Bakery Products Market Demand, Size To 2030, 2023

43. Trade And Investment Factsheet, Serbia, 2023

44. Trade and Investment Factsheet, North Macedonia, 2023

45. Trade And Investment Factsheet, Bosnia and Herzegovina, 2023

46. Trade And Investment Factsheet, Montenegro, 2023
