



# VODIČ

ZA IZVOZ VOĆA I  
POVRĆA NA TRŽIŠTE  
BLISKOG ISTOKA

JULKA TOŠKIĆ DIPL. ING. AGR. MILICA ZATEZALO

PRAKTIČNE INFORMACIJE O IZVOZU SVEŽEG  
VOĆA I POVRĆA IZ ZEMALJA ZAPADNOG  
BALKANA NA TRŽIŠTA UJEDINJENIH  
ARAPSKIH EMIRATA I SAUDIJSKE ARABIJE

Publikacija "Vodič za izvoz voća i povrća: Praktične informacije o izvozu svežeg voća i povrća iz zemalja Zapadnog Balkana na tržišta Ujedinjenih Arapskih Emirata i Saudijske Arabije" 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".

# VODIČ

ZA IZVOZ VOĆA I  
POVRĆA NA TRŽIŠTE  
BLISKOG ISTOKA

JULKA TOSKIĆ DIPL. ING. AGR, MILICA ZATEZALO

PRAKTIČNE INFORMACIJE O IZVOZU SVEŽEG VOĆA I POVRĆA  
IZ ZEMALJA ZAPADNOG BALKANA NA TRŽIŠTA UJEDINJENIH  
ARAPSKIH EMIRATA I SAUDIJSKE ARABIJE

BEOGRAD, MAJ 2022.

---

Tokom izrade ovog priručnika autori su se trudili da pruže 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 predstavljati njihove službene prevode. Autori preporučuju korisnicima da pre preuzimanja konkretnih trgovinsko-izvoznih poslova kontaktiraju s relevantnim institucijama i da ih konsultuju, kao i da posete odgovarajuće internet stranice navedene u ovom priručniku.

# VAŠ PODSETNIK ZA...

...izvoz svežeg voća i povrća na tržišta UAE i Saudijske Arabije.

Pre planiranja i pokretanja izvoza na tržišta Bliskog istoka, veoma je važno da prethodno ispunite sve uslove, propisane zahteve i procedure od strane nadležnih organa u ovim državama. Pogledajte koji su to ključni koraci u izvozu, obratite pažnju i budite sigurni da ste ispunili sve navedene stavke PRE nego otpočnete izvoz u UAE I Saudijsku Arabiju.



## Pročitajte Vodič za izvoz svežeg voća i povrća na tržište Bliskog istoka i uradite analizu tržišta

Analiza tržišta UAE i Saudijske Arabije važan je početni korak u pravilnom planiranju i pripremi izvoza. Sagledajte karakteristike tržišta svežeg voća i povrća, vodeće trendove na tržištu, vrednosti uvoza za sveže voća i povrće, projekcije razvoja tržišta, ponašanje potrošača, kanale distribucije i sl.



## Standardi kvaliteta

Kada su u pitanju potrebni standardi kvaliteta voća i povrća za uvoz u UAE, nema posebnih zahteva, dok posedovanje Global GAP sertifikata svakako predstavlja prednost tokom pregovora i odabira dobavljača. Ipak, izvoznik je u obavezi da od nadležnog organa prethodno obezbedi Sertifikat o zdravstvenoj bezbednosti hrane (eng. Original health certificate), odnosno od ADFCA u slučaju Saudijske Arabije ili Ministarstva za klimatske promene i ekologiju kada se radi o izvozu na tržište UAE, kako bi potvrdili usaglašenost sa usvojenim standardima o bezbednosti hrane.



## Budite sigurni da ispunjavate dozvoljene količine ostataka pesticida

Kada su u pitanju dozvoljene količine ostataka pesticida, UAE se upravljaju prema vrednostima dozvoljenih količina ostataka pesticida koje je odredio Codex alimentarius. U slučaju da za neke aktivne materije pesticida nije određen maksimalan nivo dozvoljenih ostataka, primenjuje se EU lista dozvoljenih količina ostataka pesticida. Proizvodi kod kojih su prisutne veće vrednosti pesticida od dozvoljenih mogu biti predmet zakonskih akcija i mera koje preduzima nadležni organ države, čak i ako su isti sastojci dozvoljeni u zemlji porekla.



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

Dokument koji se izdaje za sve proizvode poreklom sa Zapadnog Balkana za izvoz u zemlje sa kojima zemlje Zapadnog Balkana nemaju preferencijalni režim izvoza. Ovaj dokument overava Privredna komora, a po podnetom zahtevu izvoznika. Osnovna funkcija ovog dokumenta je da obezbedi primenu preferencijalne stope carine prilikom uvoza u zemlju odredišta i na taj način utiče na konkurentnost proizvoda na tržištu.



## Obezbedite da proizvod bude pravilno deklarisan i označen

Pravilno deklarisanje (označavanje) proizvoda važno je kako za poljoprivredne, tako i za prehrambene proizvode gde pakovanje mora da nosi oznaku kada je proizvod proizveden, uz naznačen rok trajanja istaknut na arapskom i engleskom jeziku. Greške u vezi sa deklarisanjem i označavanjem proizvoda su vodeći razlog odbijanja uvoza u UAE i Saudijsku Arabiju kada je hrana u pitanju. Deklarisanje proizvoda mora da bude u skladu s propisanom procedurom, a u okviru postojeće regulative i to za UAE - Gulf technical regulations for labeling of prepackaged food stuff i Saudijsku Arabiju - Food Control Department: Import and Re-Export Requirements for the Foodstuff.



## Pronađite uvoznika i distributera

Uvoznik svežeg voća i povrća na tržišta UAE i Saudijske Arabije je glavni kontakt za bilo koja pitanja koja se odnose na procedure carinjenja i uvoza robe. Svaka kompanija koja želi da uvozi voće i povrće mora da bude upisana u registar uvoznika, poreski registar i registar uvoznika hrane i da poseduje validnu licencu za trgovinu (eng. trading code). Uvoznik elektronski popunjava deklaraciju za uvoz robe, ali i obavlja sve druge poslove od značaja za nesmetani uvoz i plasman robe na tržište Bliskog istoka.



## Da li ste upoznati sa uvoznim procedurama i regulativama?

U cilju obezbeđivanja nesmetanog uvoza hrane, a u skladu sa svetskim standardima, kao i radi bolje informisanosti učesnika u procesu izvoza hrane na tržišta UAE i Saudijske Arabije, Uprava za kontrolu hrane Abu Dabija (eng. Abu Dhabi Food Control Authority ADFCA) izdala je Vodič za uvozne procedure i carinjenje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Ovaj jedinstveni priručnik obuhvata sve informacije u vezi s osnovnim zahtevima, procedurama i dokumentacijom koje je potrebno da poštuju izvoznici hrane, bez obzira na to da li je Saudijska Arabija krajnja destinacija ili je roba koja se nalazi u njoj u „tranzitu“.



## Najavite unapred pošiljku svom brokeru

Firme-izvoznice moraju prethodno najaviti pošiljku robe svom brokeru, koji je zadužen da nesmetano sprovede postupak uvoza i plasmana robe na tržište. Veoma je važno da prilikom zaključivanja ugovora sa lokalnim uvoznikom proverite da li ima brokera, da li poseduje validnu licencu za poslove uvoznog carinjenja i ima li državljanstvo jedne od zemalja Bliskog istoka. Profili i kontakti carinskih brokera su javno dostupni na sledećem linku.



# Sadržaj

**VODIČ** ZA IZVOZ VOĆA I  
POVRĆA NA TRŽIŠTE  
BLISKOG ISTOKA

Uvod



Tržište svežeg voća i povrća u Ujedinjenim  
Arapskim Emiratima (UAE)



Tržište svežeg voća i  
povrća u Saudijskoj  
Arabiji (SA)



12 Pregled tržišta svežeg voća i  
povrća UAE

13 Karakteristike tržišta svežeg voća  
i povrća UAE

15 Analiza tržišta svežeg voća i  
povrća UAE

22 Regulative i procedure za uvoz  
voća i povrća u UAE

## Primeri iz prakse



23 Deklarisanje i označavanje svežih proizvoda u UAE

24 Dizajn pakovanja za sveže voće i povrće u UAE

26 Distributivni kanali za sveže voće i povrće u UAE

32 Pregled tržišta svežeg voća i povrća SA

35 Karakteristike tržišta svežeg voća i povrća SA

36 Analiza tržišta svežeg voća i povrća SA

41 Uvozne regulative i procedure za uvoz voća i povrća u SA

44 Deklarisanje i označavanje svežih proizvoda u SA

47 Dizajn pakovanja za sveže voće i povrće u SA

48 Distributivni kanali za sveže voće i povrće u SA



Trendovi na tržištu svežeg voća i povrća na Bliskom istoku



Sajmovi, magazini i konferencije na tržištu svežeg voća i povrća

56 Izvoz svežih jabuka: COPA

58 Izvoz svežih borovnica: BERRY 4 U

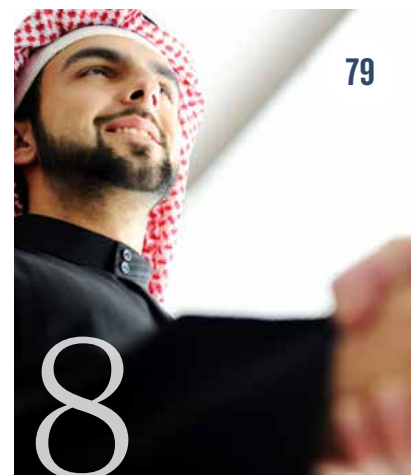
Ponašanje potrošača na Bliskom istoku

74 Sajmovi

76 Magazini i onlajn portali

77 Konferencije

Poslovni bonton



9 Reference

84



## SVE O IZVOZU NA BLISKI ISTOK

Kako biste uspostavili uspešnu i održivu saradnju sa partnerima na dinamičnim tržištima Ujedinjenih Arapskih Emirata i Saudijske Arabije, potrebno je da budete upoznati s trendovima na tim tržištima, s ponašanjem potrošača, poslovnim prilikama i poslovnim bontonom. Verujemo da će "Vodič za izvoz svežeg voća i povrća na tržište Bliskog istoka", koji je pred vama, doprineti da dobijete sve relevantne informacije i uspešno se pripremite za plasman proizvoda i osvajanje tržišta Ujedinjenih Arapskih Emirata i Saudijske Arabije.



# Uvod

**P**roizvodnja voća i povrća na Zapadnom Balkanu je u stalnom porastu i značajno prevazilazi potrebe domaćih tržišta, što izvoz na nova tržišta nameće kao logičan korak. Zahvaljujući savremenim tehnologijama koje se primenjuju u proizvodnji i implementaciji potrebnih standarda kvaliteta, postižu se visoki prinosi i kvalitet proizvedenog voća i povrća, a samim tim se povećava i konkurentnost proizvoda na svetskom tržištu.

U proteklih 10 godina bila je ustaljena praksa da se proizvođači voća i povrća iz zemalja Zapadnog Balkana u velikom procentu oslanjaju na plasman pretežno na jedno izvozno tržište, odnosno na tržište Rusije (kad je reč o nekim vrstama voća, čak do 90 odsto). U poslednjih nekoliko godina svedoci smo da se na tom tržištu dešavaju promene u smislu povećanja proizvodnih površina pod voćem, ali se javljaju i novi dobavljači, zbog čega su ukupne količine i vrednost izvoza voća i povrća iz zemalja Zapadnog Balkana počele da se smanjuju. Iz navedenog razloga, pravi je trenutak da se diverzifikacijom i otvaranjem novih tržišta s potencijalom omogućiti proizvođačima sa Zapadnog Balkana da se bolje pozicioniraju i da obezbede stabilno i dugoročno snabdevanje tih tržišta voćem i povrćem iz našeg regiona.

Upravo je to bila ideja vodilja za kreiranje "Vodiča za izvoz voća i povrća na tržište Bliskog istoka - Ujedinjene Arapske

Emirate i Saudijsku Arabiju", na kojima je godišnji rast uvoza svežeg voća i povrća značajno veći u odnosu na svetski prosek. Dve zemlje zbog ekstremnih klimatskih faktora i limitiranih površina obradivog zemljišta umnogome zavise od uvoza i takav trend će se nastaviti. Takođe, Ujedinjeni Arapski Emirati i Saudijska Arabija beleže veliki porast broja stanovnika, uz predviđanje da će se i taj trend nastaviti s obzirom na to da je najveći porast stanovništva prouzrokovan dolaskom stranaca koji se nastanjuju u tim zemljama zbog posla.

U poglavljima koja slede upoznaćemo vas s glavnim karakteristikama tržišta voća i povrća i trendovima koji dominiraju na tim izvoznim tržištima s velikim potencijalom. Takođe, za uspešan izvoz potrebno je poznavati regulativu i procedure za uvoz voća i povrća na tržištima UAE i Saudijske Arabije, standarde, pravila za deklarisanje i označavanje proizvoda. Radi uspešnog uspostavljanja poslovnih odnosa sa kompanijama u UAE i Saudijskoj Arabiji, predstavljeni su kanali distribucije na tim tržištima, uz pregled maloprodajnih lanaca, elektronskih prodavnica i nekih od najvećih uvoznika voća i povrća na ovim tržištima.





# 2

Tržište svežeg voća i povrća  
u Ujedinjenim Arapskim  
Emiratima (UAE)



# PREGLED TRŽIŠTA SVEŽEG VOĆA I POVRĆA

Ujedinjeni Arapski Emirati (UAE) su četvrta najveća ekonomija na Bliskom istoku i jedna od najznačajnijih svetskih zemalja za trgovinu i re-eksport. Standard života u UAE jedan je od najviših u svetu. Povoljna poslovna klima i tržišno orijentisane strategije doprinele su rastu ekonomije. Oko 80 odsto ukupnog bruto društvenog proizvoda (BDP) emirata generiše se u Abu Dabiju i Dubaiju. Istovremeno, UAE su drugi najveći potrošač hrane, posebno svežeg voća i povrća u regionu Bliskog istoka. Zbog ekstremnih vremenskih uslova i ograničenih površina plodne zemlje za uzgoj voća i povrća, UAE veoma zavise od uvoza i imaju konstantan rast uvoza hrane kako bi se zadovoljile sve veće potrebe nastale usled povećanja broja stanovnika uglavnom uzrokovanog velikim prilivom strane radne snage. Broj stanovnika u UAE raste velikom brzinom. U 2021. godini ukupan broj stanovnika iznosio je 9,8 miliona, a godine 2000. stanovnika je bilo svega 3 miliona. Doseljenici u UAE čine oko 80 odsto ukupnog stanovništva i najviše utiču na dinamičan rast populacije, što prouzrokuje rast tražnje za raznovrsnom hranom iz celog sveta. Istovremeno, visok prihod po glavi stanovnika, uz porast broja obrazovanih i sve veću pažnju koja se posvećuje zdravom životu uticali su na to da je stanovništvo počelo da izdvaja značajna sredstva na kvalitetnu, zdravu i organsku hranu. Vrednost tržišta svežeg voća i povrća u Ujedinjenim Arapskim Emiratima iznosila je 3,731 milion USD u 2018. godini, uz projektovani rast od 9,93 odsto CAGR (prosečna godišnja stopa rasta za period 3-5 godina) u periodu 2020-2025.

## RAST TRŽIŠTA ZDRAVE I ORGANSKE HRANE

Istovremeno, Dubai predstavlja i vodećeg regionalnog uvoznika svežeg voća i povrća, kao i regionalnog lidera u daljem izvozu (re-eksportu) voća i povrća. Razvijena infrastruktura, velike slobodne trgovinske zone, razvijen turizam, kao i sve veći broj stanovnika, koji u Dubai dolaze zbog posla, učinili su ga komercijalnim centrom tog regiona. Osim što je jedna od vodećih svetskih ekonomija, zemlja se suočila s usporavanjem rasta privrede, uz primetan blagi oporavak od 2018. godine. UAE nastavljaju sa stabilnim ekonomskim rastom uz rast BDP od 2,8 odsto na godišnjem nivou. Usporavanje domaće ekonomije, ali i uvođenje poreza na dodatu vrednost (PDV) na pojedine proizvode široke potrošnje uticali su i na prodaju hrane. Kada je reč o svežem voću i povrću, kod potrošača je prisutan trend kupovine proizvoda s niskom cenom, posebno izražen kad se radi o prodaji povrća nižeg cenovnog ranga, npr. krompira, paradajza, luka.

Potrošači u UAE poslednjih godina sve veću pažnju posvećuju zdravoj i organskoj hrani, zbog čega je prodaja organskog i svežeg voća i povrća veće nutritivne vrednosti (brokoli, borovnice) naglo porasla uprkos visokim cenama. U skladu s navedenim trendovima, i pored blagih promena, tržište svežeg voća i povrća u Ujedinjenim Arapskim Emiratima nastavlja stabilno da raste u poređenju s tržištima drugih kategorija hrane.





## **KARAKTERISTIKE TRŽIŠTA SVEŽEG VOĆA I POVRĆA**

Tržište voća i povrća u UAE karakterišu velika zavisnost od uvoza, rast potreba stanovništva za kvalitetnim i nutritivno bogatim namirnicama i rast maloprodaje. Promene u potrošnji stanovništva u značajnoj meri uticale su i na promene na tržištu hrane, uz porast ponude raznovrsnog i kvalitetnog svežeg i prerađenog voća i povrća iz svih krajeva sveta. Kako bi tržištu obezbedili što raznovrsnije sveže voće i povrće, uz odgovarajuće cene, razvijeni maloprodajni segment se u velikoj meri oslanja na uvoz. Danas tržištem UAE dominira ponuda voća i povrća iz

uvoza koje, prema podacima nacionalnog Ministarstva ekonomije, predstavlja čak 80 odsto celokupne ponude. Poslednjih godina primetan je trend rasta segmenta prodaje svežeg voća i povrća proizvedenih na domaćim farmama primenom novih tehnologija. Ipak, kapaciteti proizvodnje i isporuke svežeg voća i povrća s domaćih farmi ostaju limitirani i nedovoljni da podmire rastuće potrebe lokalnog stanovništva. Zbog navedenog, a radi obezbeđivanja kontinuirane ponude, veliki uvoznici i maloprodajni lanci uspostavili su poslovne odnose sa svetskim proizvođačima kvalitetnog voća i povrća, koji mogu da im obezbede siguran kvalitet, standarde, određenu kalibražu i stalnost isporuke.

Pri uvozu svežeg i prerađenog voća i povrća potrebno je da se poštuju odgovarajuće uvozne procedure, standardi, kao i ostali propisi kojima se definišu pakovanje, označavanje, deklarisanje proizvoda i njihov plasman na tržište. Na primer, sveže voće i povrće (osim određenih krtolastih

biljaka i biljaka s korenom) izuzeto je od uvoznih carina, ali je obavezno plaćanje poreza od 5 odsto na dodatnu vrednost za sve sveže i prerađeno voće i povrće.

Osim toga, prilikom uvoza potrebno je da se prođe kroz redovnu proceduru utvrđivanja usaglašenosti proizvoda s uvoznim, fito-sanitarnim ili zdravstvenim uslovima pre nego što se odobre dalja distribucija i prodaja. Procedure i standardi kvaliteta pri uvozu svežeg i prerađenog voća i povrća regulisane su odlukama Saveta za saradnju Golfskog zaliva (eng. Gulf Cooperation Council) i Organizacije za standarde kvaliteta Golfskog zaliva (eng. GCC Standardization Organization). Istovremeno, pojedine posebne regulative i procedure u vezi s uvozom i plasmanom svežeg i prerađenog voća i

povrća mogu biti donete i važeće za svaki od emirata posebno.

Uvozne procedure i regulative UAE u skladu su s međunarodnim standardima. Država je obezbedila potpunu automatizaciju procesa, koja u značajnoj meri ubrzava proceduru uvoza i tako čini UAE i Dubai veoma dobrim lokacijama za izvoz svežeg voća i povrća. Sem toga, prisustvo velikih luka, kargo centara i dobre infrastrukture uticali su na to da UAE bude jedna od najvećih zemalja regiona za uvoz i reeksport poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Zahvaljujući velikoj, diverzifikovanoj potražnji, kao i raznolikom asortimanu svežeg voća i povrća iz uvoza, zemlja je postala veoma interesantna destinacija za mnoge svetske proizvođače.

## SWOT analiza uvoza voća i povrća na tržište UAE

<p><b>SNAGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jedan od najviših životnih standarda na svetu</li> <li>• Visoki prihodi po glavi stanovnika</li> <li>• Odlična infrastruktura</li> <li>• Visoka zavisnost od uvoza</li> <li>• Povećanje tražnje za diverzifikovnom ponudom voća i povrća</li> <li>• Snabdevanje voćem i povrćem iz celog sveta</li> <li>• Dubai i Abu Dabi su glavni ulaz za plasman na ostala tržišta Bliskog istoka.</li> </ul>	<p><b>SLABOSTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teško uspostavljanje odnosa s maloprodajnim lancima</li> <li>• Uvoz preko domaćih uvoznika i distributera</li> <li>• Razlike u uvoznim procedurama između emirata.</li> </ul>
<p><b>ŠANSE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konstantan rast tražnje za voćem i povrćem</li> <li>• Povećanje svesti o zdravoj ishrani</li> <li>• Zabrana uvoza određenih kategorija iz nekih zemalja</li> <li>• Jabuke, bobičasto voće i šljive su najbrže rastuća kategorija u UAE.</li> </ul>	<p><b>PRETNJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurencija iz zemalja EU i Turske</li> <li>• Mogućnost uvođenja novih zakona i pravila bez prethodne najave</li> <li>• Dugo vreme transporta morskim putem i visoki troškovi, posebno avio-transporta</li> <li>• Promene na geopolitičkoj sceni, uz uticaj porasta cena energenata (porast troškova transporta).</li> </ul>





# ANALIZA TRŽIŠTA SVEŽEG VOĆA I POVRĆA

Posljednjih godina tržište svežeg voća i povrća u Ujedinjenim Arapskim Emiratima beleži stabilan rast. Ostvarene količine i vrednost uvoza i izvoza svežeg povrća su znatno manje u odnosu na uvoz i izvoz svežeg voća. Iako UAE ulažu značajna sredstva u domaću proizvodnju povrća, to nije dovoljno da bi se podmirile rastuće domaće potrebe, tako da se oko 80 odsto voća i povrća uvozi. Voće i povrće iz uvoza i narednih godina dominiraće tržištem UAE, uz manje promene u trendovima u kupovini svežeg povrća, uključujući:

1. rast prodaje voća i povrća s višom nutritivnom vrednošću (bobičasto voće);
2. rast prodaje povrća nižeg cenovnog ranga (krompir, šargarepa).

Očekivani dalji rast potražnje za voćem i povrćem usko je povezan s multikulturalnošću zemlje, odnosno s velikim kulturnim, tradicionalnim i verskim razlikama u ishrani, koje u velikoj mери utiču i na izražene razlike u potražnji, posebno u segmentu svežeg voća i povrća.

Porast potražnje za voćem i povrćem nije samo rezultat specifičnih, multikulturalnih karakteristika stanovništva već i povećane svesti potrošača na Bliskom istoku o zdravoj ishrani. Istovremeno, rast je prisutan i zbog sve većeg broja novih proizvoda od voća i povrća, primene inovativnih pakovanja koja čuvaju svojstva i produžavaju rok trajanja, ali i zbog rastuće distributivne i maloprodajne mreže, posebno u segmentu onlajn prodaje.



# TRŽIŠTE SVEŽEG VOĆA



Učešće kategorije hrane i pića u ukupnoj potrošnji stanovništva iznosi 14 odsto, odnosno 5 odsto u ukupnom bruto društvenom proizvodu zemlje. Očekivanja su da procenat izdvajanja na hranu i piće u ukupnom budžetu domaćinstva ostane stabilan, uz rast kategorije svežeg voća i povrća. Danas sveže voće i povrće čine 22 odsto ukupne maloprodaje u UAE, gde bobičasto voće – borovnice, maline i jagode - predstavljaju kategoriju s najbržim rastom.

Prema podacima [Trade Map](#), UAE su u 2020. godini ostvarile uvoz svežeg voća (tarifna grupa: 08) u vrednosti većoj od 1.957.595 miliona USD. U uvozu dominiraju orašasti plodovi (502,8 miliona USD), ananas, avokado, guava, mango (273,5 miliona USD), citrusno voće (264,8 miliona USD), sveže bobičasto voće (182,7 miliona USD) i sveže jabuke, kruške i dunje (173,8 miliona USD). Poslednjih godina primetan je sporiji rast kategorija konzervisanog i prerađenog voća i povrća s obzirom na to da se zbog promene navika u smislu prelaska na

zdraviju ishranu potrošači sve više okreću svežem voću i povrću. Ovaj trend potvrđuju i zvanični podaci, prema kojima su uvoz i potrošnja svežeg voća u UAE u stalnom porastu poslednjih godina. Na tržištu su primetne manje promene kod određenih kategorija:

1. najveći udeo uz očekivani pad potražnje u narednom periodu: kajsije, avokado, lubenice, mango i smokve;
2. smanjivanje rasta potrošnje: pomorandže i mandarine;
3. veliki udeo uz očekivani rast u narednom periodu: bobičasto voće, jabuke, banana, limun.

Osim navedenog, šljive nisu svrstane ni u jednu od gore pomenutih kategorija, ali se očekuje povećanje njihove prodaje s prošlogodišnjih 7,5 odsto na istorijski maksimum od 8,8 odsto godišnje u narednom periodu.



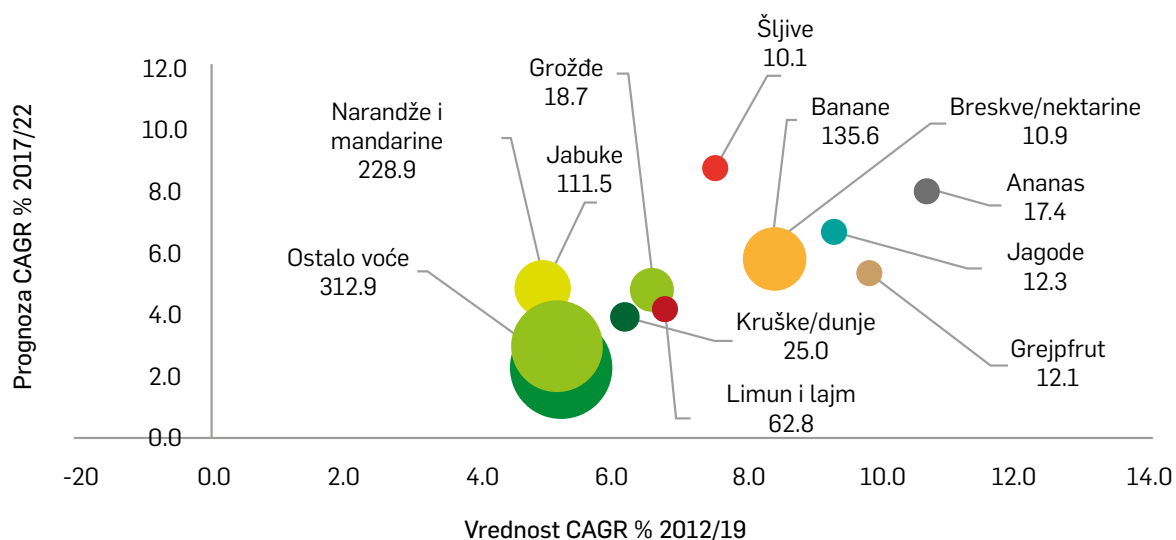
## Struktura i vrednost uvoza svežeg voća u UAE 2016-2020. u mil. USD

TARIFE	08 Jestivo voće i orašasti plodovi; citrusi ili lubenice	2016	2017	2018	2019	2020
0810	Sveže jagode, maline, kupine, ribizle	189,8	182,6	165,2	166,8	182,7
081040	Brusnice, borovnice i drugo voće iz roda Vaccinium	8,669	7,442	8,540	9,997	15,925
081010	Sveže jagode	-	-	36,058	40,159	-
081020	Maline, kupine	-	-	24,770	26,490	-
0808	Sveže jabuke, kruške i dunje	258,9	237,6	196,1	174,2	173,7
0806	Grožđe (sveže i sušeno)	125,0	119,0	101,0	92,2	97,4
0809	Sveže kajsije, trešnje, breskve uključujući nektarine i šljive	61,6	57,2	50,4	50,3	54,2
<b>08</b>	<b>UKUPNA VREDNOST UVOZA (mil. USD)</b>	<b>2,064.7</b>	<b>2,207.7</b>	<b>1,956.9</b>	<b>2,363.1</b>	<b>1,957.6</b>

izvor: Trade Map

Tržište svežeg voća iz uvoza je diverzifikovano, uključujući tu i raznovrsnu ponudu iz mnogih zemalja. Na tržištu dominira ponuda voća poreklom iz Sjedinjenih Američkih Država, a slede Indija, Južnoafrička Republika, Pakistan i Egipat. Takođe, zemlja uvozi sveže voće od suseda - Saudijske Arabije, koja zauzima sedmo mesto na listi najvećih izvoznika voća u UAE, dok su, od zemalja Evropske unije, prisutne: Španija (11), Italija (17), Holandija (18) i Francuska (22).

Evolucija i prognoze rasta tržišta svežeg voća u UAE 2017-2022.



izvor: Euromonitor

# ANALIZA UVOZA JABUKA U UAE

Prema podacima Trademap, Ujedinjeni Arapski Emirati su u 2020. godini uvezli 129.690 tona svežih jabuka u vrednosti od 130,6 miliona USD. Vrednost uvezenih jabuka u 2018. godini iznosila je 162,6 miliona USD (količina 169.855 tona), dok je u 2019. godini iznosila 142,4 miliona USD (količina 161.132 tona). S obzirom na brzo povećanje broja stanovnika, povećanje svesti o zdravoj ishrani, uz činjenicu da su Ujedinjeni Arapski Emirati glavno čvorište za dalji izvoz na ostala tržišta Bliskog istoka, očekuje se da će se vrednost uvoza jabuka povećavati i u narednim godinama, kao i količine uvezenih jabuka.

godine. Glavni konkurenti zemljama Zapadnog Balkana za izvoz jabuka na tržište Ujedinjenih Arapskih Emirata su zemlje Evropske unije (Italija, Francuska, Španija) i Turska. Italija i Francuska su vodeće zemlje u proizvodnji jabuka, dok zajedno sa Španijom imaju pogodnosti kao članice Evropske unije, koja izdvaja značajna sredstva za promociju proizvedenog voća na tržištima trećih zemalja. Njihovu prednost predstavlja i to što su daleko odmakli kad su u pitanju dizajn i inovativna pakovanja, a takođe su bolje povezani s tržištem Ujedinjenih Arapskih Emirata u odnosu na zemlje Zapadnog Balkana, pa su im samim tim i troškovi

Najveći izvoznici sveže jabuke na tržište UAE u 2020. godini

Pozicija	Najveći izvoznici 2020. u UAE	Vrednost izvoza 2020. u UAE	Tržišno učešće u %	Prosečan rast vrednosti izvoza 2016-2020. u %
1.	Novi Zeland	24,501	18,8	- 2
2.	Južna Afrika	17,896	13,7	-4
3.	Kina	16,299	12,5	-17
4.	SAD	15,200	11,6	-18
5.	Italija	12,609	9,7	- 15
6.	Francuska	10,565	8,1	- 21
7.	Čile	8,559	6,6	- 6
8.	Španija	7,296	5,6	- 2
9.	Turska	4,661	3,6	+ 39
<b>10.</b>	<b>Srbija</b>	<b>4,245</b>	<b>3,2</b>	<b>+ 166</b>

Izvor: Trade Map

Prema pregledu iz tabele, može se zaključiti da jedna od zemalja Zapadnog Balkana ostvaruje najveći rast izvoza jabuka u Ujedinjene Arapske Emirate, za razliku od vodećih zemalja izvoznica, koje beleže negativan trend rasta 2016-2020.

transporta niži. Turska kao konkurent značajno bolje poznaje mentalitet kupaca na tržištu Bliskog istoka, a u prednosti je zbog blizine tržišta i mogućnosti da jabuke šalje direktno morskim putem.



## **VELIKI POTENCIJAL ZA IZVOZ**

Činjenica da je izvoz jabuka iz Srbije na tržište Ujedinjenih Arapskih Emirata povećan sa 135 tona u 2015. godini na 4.786 tona u 2020. godini predstavlja ujedno potvrdu kvaliteta domaćih jabuka, ali i mogućnosti da se ispune zahtevi uvoznika i distributera kad je reč o pakovanju i rokovima isporuke. Prema podacima Uprave carine preko Infoteam-a, u sezoni 2021-2022. godine, od septembra 2021. do aprila 2022. godine, na tržište Ujedinjenih Arapskih Emirata već je realizovan izvoz od 7.253,6 tona jabuka iz Srbije, ukupne vrednosti 6.239.417,81 EUR.



# TRŽIŠTE SVEŽEG POVRĆA

Tržište svežeg povrća prati isti trend kao i tržište voća – stabilan rast uz očekivano dalje povećanje prodaje robe nižeg cenovnog ranga, kao i premijum povrća iz uvoza. Ovo tržište nije bilo pod uticajem velikih promena poslednjih godina uzrokovanih ekonomskom situacijom u zemlji. Istovremeno, sve veća svest o zdravoj ishrani i aktivnom načinu života odrazila se na dalje jačanje tržišta svežeg povrća, koje se pretežno snabdeva robom iz uvoza. Domaća proizvodnja se i dalje smatra manjim tržišnim segmentom (niša tržište), uz obezbeđivanje ograničenih količina, koje mogu da podmire samo deo potreba.

Najzastupljenije sveže povrće na tržištu, s najvećom potražnjom, predstavljaju krompir, paradajz i luk. Interesantno je da ove tri vrste zauzimaju čak 59 odsto ukupnog tržišta svežeg povrća. Posle krompira, kao ubedljivo najprodavanijeg povrća na Bliskom istoku, druga najveća kategorija su crni i crveni luk, uz očekivanje smanjenja tržišnog segmenta i potražnje za ovim svežim proizvodima u narednom periodu, s predviđenim rastom od samo 3,8 odsto\*. Skroman rast potražnje, zbog nižeg cenovnog ranga, prisutan je i kod druge dve vrste - krompir i paradajz. Za razliku od ovih proizvoda, sveže povrće višeg cenovnog ranga, poput brokolija, karfiola i zelenog povrća, beleži stabilan rast poslednjih godina, pre svega zbog bogatih nutritivnih svojstava.



Kao što je prikazano na grafikonu, UAE najviše uvoze mahunarke, luk, krompir, paradajz, brokoli, karfiol i šargarepu. Primetan je rast potražnje za svežim povrćem, i to kako u maloprodaji, tako i u segmentu pripreme i dostave hrane s obzirom na to da doseljenici iz Indije i Pakistana kao najbrojnije manjinske grupe u UAE najviše koriste povrće u svojoj ishrani. Upravo ta grupa potrošača prednjači u kupovini povrća nižeg cenovnog ranga.

\* The Food and Beverage Market Entry Handbook: [United Arab Emirates \(UAE\): a Practical Guide to the Market in the UAE for European Agri-food Products](#).



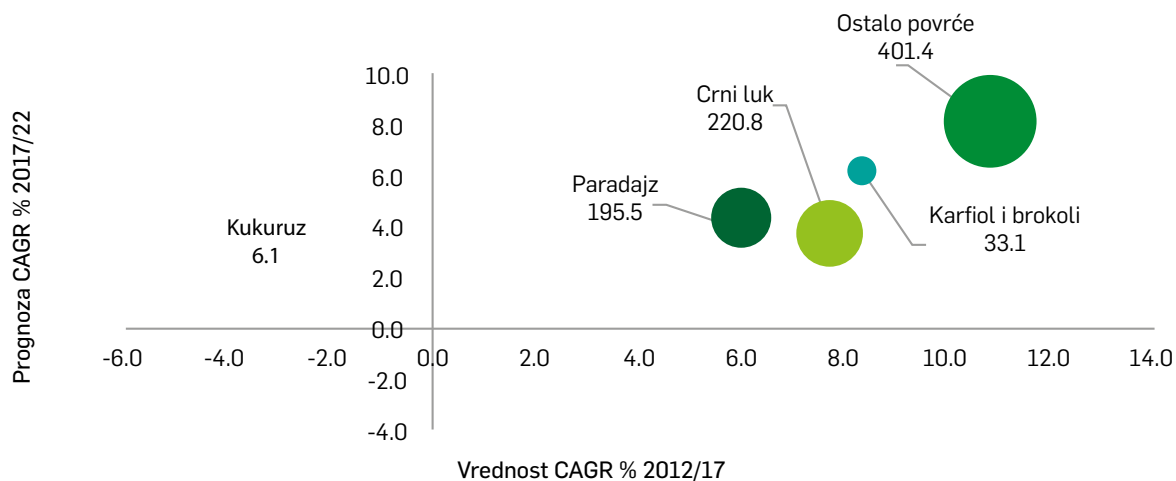
## Struktura i vrednost uvoza svežeg povrća na tržište UAE 2016-2020. u mil. USD

Tarifa	Vrednost uvoza povrća u UAE (mil. USD)					
Grupa 07	Naziv povrća- grupe	2016	2017	2018	2019	2020
0709	Drugo povrće sveže ili hladeno	208,7	217,0	185,8	186,1	176,7
0703	Crni luk, šalot, beli luk i dr. lukovičasto povrće	197,4	209,2	126,0	143,9	161,0
0701	Krompir (svež ili hladen)	76,7	73,9	64,6	58,2	69,8
0702	Paradajz (svež ili hladen)	127,2	115,7	100,6	86,4	64,6
0706	Šargarepa, cvekla, celer, radič i slično jestivo korenasto povrće	67,2	64,2	55,1	51,2	49,3
0705	Zelena salata i cikoriya (sveža ili hladena)	40,5	41,4	39,4	35,1	27,2
0704	Kupus, karfiol, keleraba i sl. povrće iz fam. Brassicaceae (sveže ili hladeno)	28,7	29,3	27,0	26,0	26,0
0707	Krastavac i kornišon (svež ili hladen)	4,4	3,8	3,5	3,4	3,9

Izvor: Trade Map

Vrednost uvoza svežeg povrća u 2020. godini razlikuje se u zavisnosti od zemlje porekla. Indija je najveći izvoznik svežeg povrća u UAE, sledi Kanada kao jedna od glavnih zemalja izvoznica (2), a prema vrednosti izvoza prate ih Kina (3), Australija (4), Iran (5) i Egipat (6). Evropske zemlje su dobro pozicionirane na listi najvećih izvoznika svežeg povrća u UAE, posebno: Španija (7), Holandija (9), Turska (15) i Italija (16).

Evolucija i prognoza rasta tržišta svežeg povrća (000 tona) u UAE, ukupne količine 2012-2022.



izvor: Euromonitor

# REGULATIVE I PROCEDURE ZA UVOZ VOĆA I POVRĆA

Regulative, procedure i dokumentacija potrebni prilikom uvoza i plasmana svežeg voća i povrća razlikuju se među emiratima i reguliše ih nadležni organ. Sveže voće i povrće na tržište Bliskog istoka, u ovom slučaju na tržište UAE, sa Zapadnog Balkana stiže vazdušnim putem ili brodskim transportom. Predmetna roba podleže nacionalnoj regulativi, carinskim i ostalim procedurama, gde su uključeni i troškovi postupka uvoza i carinjenja. Iako o ovim postupcima brine uglavnom uvoznik u UAE, veoma je bitno da firme izvoznice budu u potpunosti upoznate s procedurom i svim pripadajućim troškovima izvoza svežeg voća i povrća na ovo tržište.

Razlike u procedurama za ulazak na tržišta emirata odnose se na uvozne procedure, različite organizacije koje regulišu uvoz, razlike u implementaciji sistema uvoza, potrebnoj dokumentaciji, plaćanjima i drugo.

Kada su u pitanju potrebni standardi kvaliteta voća i povrća za uvoz u UAE, nema posebnih zahteva, dok posedovanje Global GAP sertifikata svakako predstavlja prednost tokom pregovora i odabira dobavljača.

Istovremeno, kada su u pitanju dozvoljene količine ostataka pesticida, UAE se upravljaju prema vrednostima dozvoljenih količina ostataka pesticida koje je odredio [Codex alimentarius](#). U slučaju da za neke aktivne materije pesticida nije određen maksimalan nivo dozvoljenih ostataka, primenjuje se [EU lista dozvoljenih količina ostataka pesticida](#). Liste maksimalno dozvoljenih količina ostataka pesticida u zemljama Zapadnog Balkana su iste kao i u EU.



## PROCEDURA UVOZA VOĆA I POVRĆA U UAE

Procedura uvoza voća i povrća u Ujedinjene Arapske Emirate podrazumeva sledeće aktivnosti:

1. uvoznik elektronski popunjava deklaraciju za uvoz robe;
2. sva neophodna dokumentacija za uvoz robe (faktura, paking lista, CMR, konosman, fitopatološko uverenje i sertifikat o poreklu) mora biti predata carinskom organu radi carinjenja robe;
3. ukoliko carina proceni da je to potrebno, na robu će se izvršiti dodatni carinski pregled, posle kog se, ako je sve u redu, roba carini i daje uvozniku na korišćenje;
4. na ocarinjenju robu uvoznik mora da plati sve carinske takse kako bi je preuzeo;
5. svaka kompanija koja želi da uvozi voće i povrće mora da bude upisana u registar uvoznika, poreski registar i registar uvoznika hrane.

Laboratorije za proveru ostataka pesticida u voću i povrću u UAE se konstantno poboljšavaju primenom najsavremenije opreme, a kontrole su sve češće.

# DEKLARISANJE I OZNAČAVANJE SVEŽIH PROIZVODA

Pravila za deklarisanje i označavanje svežeg voća i povrća u UAE regulisane su GSO Standardom 9/2013, koji se odnosi na pakovanje, aditive, pesticide i ostale kontaminante, dok su informacije u vezi s rokom trajanja proizvoda koji se navodi na deklaracijama regulisane GSO Standardom 150/2013.



## DVOJEZIČNA ETIKETA

Važno je da napomenemo da UAE prihvataju etikete na engleskom jeziku, pri čemu nema zahteva da podaci na etiketi budu istaknuti i na arapskom jeziku. Pored toga, preporuka je da etiketa bude dvojezična.

Datum proizvodnje i datum isteka roka trajanja nisu potrebni za sveže voće i povrće pakovano u bušel pakovanja. Ukoliko su proizvodi pakovani za direktnu prodaju potrošačima, postoje dodatni zahtevi u vezi sa sadržajem etiketa, o čemu više informacija možete da dobijete od uvoznika ili distributera.

# DEKLARISANJE I OZNAČAVANJE SVEŽIH JABUKA

Pri pravilnom deklarisanju i označavanju svežih jabuka na etiketi koja se nalazi na pakovanju moraju da budu istaknute sledeće informacije:

1. naziv proizvoda, uključujući i ime brenda ukoliko postoji;
2. neto težina;
3. zemlja porekla;
4. naziv i adresa kompanije koja pakuje voće.

Dodatno, kartonska pakovanja jabuka moraju na etiketi imati i sledeće informacije:

1. naziv sorte jabuka;
2. klasa kvaliteta;
3. veličina jabuka;
4. broj jabuka.

## PRIMER ZA DEKLARISANJE I OZNAČAVANJE JABUKA



Product name:	Apple Royal GALA
Origin :	Serbia
Weight (Net/Gross) :	18 kg / 19,5 kg
Class or grade:	Cat 1 premium
Size :	100
Company:	xxxxxx



## DIZAJN PAKOVANJA ZA SVEŽE VOĆE I POVRĆE

U zavisnosti od toga da li se voće prodaje direktno maloprodajnim lancima ili uvoznicima, načinu plasmana, trendovima na tržištu i ponašanja potrošača na Bliskom istoku potrebno je da se prilagode dizajn pakovanja ili etikete proizvoda kako bi ono što bolje komuniciralo s krajnjim potrošačima. Cilj je da se modernim, upečatljivim, ali tržištu prilagođenim dizajnom etikete ili pakovanja svežeg voća i povrća omogući jasna komunikacija o nutritivnim, zdravstvenim i drugim svojstvima značajnim prilikom donošenja odluke o kupovini.



## KAKO DIZAJNIRATI ETIKETU ZA SVEŽE VOĆE I POVRĆE?

Dizajn etikete, koji se smatra uspešnim za tržište UAE, često ima jednostavne motive koji jasno predstavljaju proizvod ili njegov sastav kada je reč o prehrambenim proizvodima. Možda su potrošači u UAE slabije informisani o specifičnostima, karakteristikama i kvalitetu voća i povrća poreklom iz Evropske unije ili Zapadnog Balkana, zbog čega se preporučuje da svedeni ili minimalistički dizajn, inače popularan u Evropi, bude zamenjen upadljivim dizajnom uz primenu različitih, jakih boja kako bi se privukla pažnja kupca na proizvod u odnosu na proizvode konkurencije. Zelena boja je simbolički važna za Islam, gde predstavlja prirodu, te je veoma popularna u dizajnu etiketa i maloprodajnih pakovanja.

Primena crne i crvene boje je takođe česta u dizajnu maloprodajnih pakovanja za sveže ili prehrambene proizvode. Primena tih boja rasprostranjena je u dizajnu pakovanja i etiketa proizvoda ili vizuala za marketinške kampanje za sveže voće i povrće.

Istovremeno, transparentna pakovanja su obavezna jer potrošač želi da vidi proizvod i uveri se u njegov kvalitet i njegovu svežinu. Osim primene boja, odgovarajuće tipografije, posebnu pažnju pri izradi dizajna pakovanja treba posvetiti tome da proizvod, iako upakovan, mora da bude vidljiv potrošaču. U suprotnom, rizikuje se da potrošač ne želi da kupi upakovani sveži ili prehrambeni proizvod jer ne može da vidi šta se u pakovanju nalazi.



Maloprodajno pakovanje za sveže voće i povrće u UAE



Pakovanja svežih jabuka namenjena uvozu, plasmanu i prodaji u UAE



Fotografije: Atos fructum i Cooperation of Pannonian Apples (COPA)

# DISTRIBUTIVNI KANALI ZA SVEŽE VOĆE I POVRĆE

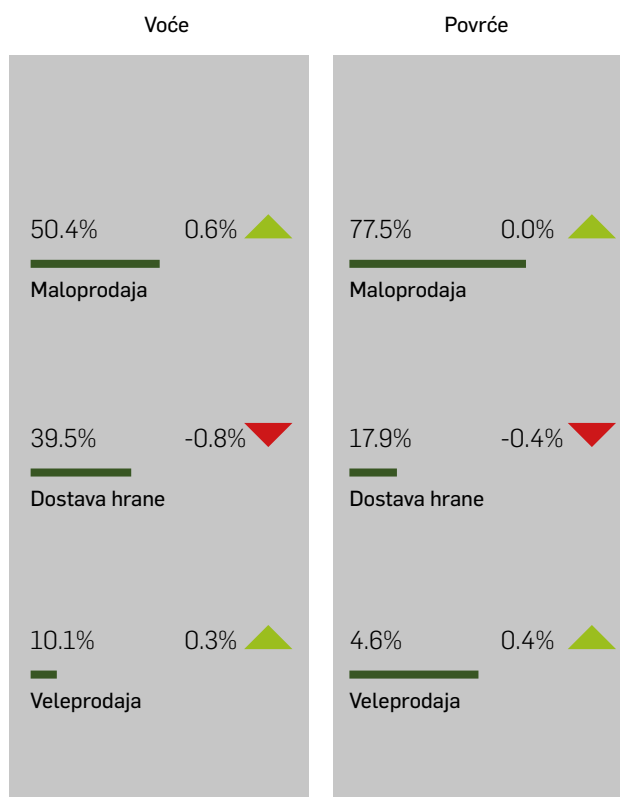
## MALOPRODAJA

Maloprodajno tržište UAE iznosilo je 55 milijardi dolara u 2019. godine, neposredno pre pandemije COVID-19, kada su predviđanja bila da će ostvariti rast na 75 milijardi dolara do 2025. godine. Kao glavni faktori rasta tržišta tada su navedeni: porast dohotka po glavi stanovnika, rast sektora turizma, povećanje stanovništva, posebno dinamičnim rastom broja doseljenika iz inostranstva, uz značajne investicije u kapitalne infrastrukturne projekte. Osim navedenog, faktori koji utiču na rast tržišta jesu i veliki događaji, kao što je Svetska izložba Dubai Expo 2020, uz druge projekte kojima država nastoji da dodatno podstakne razvoj turizma, transporta i proizvodnu industriju.

Usled navedenog, maloprodajne cene prehrambenih proizvoda bile su u stalnom porastu, zbog čega je još 2018. godine uveden PDV od 5 odsto na hranu. Prema podacima Privredne komore Dubajja, nakon blagog pada prodaje početkom 2018. godine zbog negativne cenovne osetljivosti stanovništva uzrokovane uvođenjem PDV-a, maloprodajni sektor je opet počeo da raste s procenjenom godišnjom stopom od 4,9 odsto. [Privredna komora Dubajja](#) navodi da je prodaja u maloprodajnom sektoru krajem 2021. dostigla vrednost od 58 milijardi USD. Analiza zasnovana na podacima Euromonitora predviđa da će prodaja u maloprodajnom sektoru

u UAE održati godišnji rast od 6,6 odsto i da će dostići vrednost od 70,5 milijardi USD do 2025. godine\*. Tržište maloprodaje koncentrisano je u dva velika grada: 1) Dubai, gde je locirano čak

Udeo i rast kanala distribucije voća i povrća na tržištu UAE



izvor: Euromonitor International

\* Dubai Chamber: [UAE retail sales forecast to hit USD 58 billion in 2021: analysis](#), 2021.



49 odsto svih trgovačkih centara UAE, i 2) Abu Dabi sa 36 odsto svih objekata maloprodajnog sektora UAE\*\*. Veliki maloprodajni lanci imaju praksu direktnog uvoza svežih i prehrambenih proizvoda, bez posredstva lokalnih uvoznika i distributera. To se realizuje putem unapred pripremljenog seta stavki kojima su pokrivena sve informacije neophodne proizvođaču prilikom organizacije uvoza robe u UAE (uvozna regulativa, procedure, standardi, osiguranje, carinjenje i sl.). Osim toga, proizvođačima je ovako organizovanim načinom uvoza u UAE omogućena konsolidacija pošiljaka, odnosno obezbeđivanje mesta u transportnom kontejneru s drugim

daljeg izvoza (reeksporta) svojim maloprodajnim mrežama u zemljama regiona Bliskog istoka, kojim ostvaruju značajan deo profita. Usled konstantnog širenja stambenih zona fizički udaljenih od velikih trgovačkih centara, maloprodajni lanci počeli su da šire svoj distributivni lanac u novim naseljima otvaranjem manjih prodavnica prehrambenih proizvoda sa stalnom ponudom svežeg voća i povrća.

Maloprodaja je najviše zastupljen kanal distribucije svežeg voća i povrća u UAE. Kroz ovaj kanal distribuirano je 77,5 odsto ukupne količine povrća i više od 50 odsto voća (2017)\*\*\*.

#### Najveći maloprodajni lanci u UAE s brojem objekata

Maloprodajni lanci u UAE	Broj objekata
LuLu Group International	223
Carrefour	97
Spinnes	51
Al Safeer	50
Choithram	40
Al Raya	40

izvor: PMA Fresh Produce Industry: United Arab Emirates

dobavljačima iz iste zemlje porekla, čime se smanjuje trošak logistike. Po završetku uvozne procedure osigurano je i skladištenje robe. Uvoz prehrambenih proizvoda koji vrše veliki maloprodajni lanci ne služi samo za plasman proizvoda u okviru sopstvene maloprodajne mreže nego se mnogi od njih stavljaju i u poziciju veletrgovaca nudeći te iste proizvode manjim maloprodajnim lancima i samoposlugama u celoj zemlji. Sem toga, često obavljaju i delatnost

Najveće tržišno učešće maloprodajnih lanaca u UAE ima LuLu grupa (223 maloprodajna objekta), zatim slede Carrefour (97 maloprodajnih objekata), Spinneys (51 maloprodajni objekat), Al Safeer (50 maloprodajnih objekata), Choithram (40 maloprodajnih objekata), Al Maya (40 maloprodajnih objekata) i dr. Svi maloprodajni lanci snabdevaju se voćem i povrćem direktnim uvozom, kao i saradnjom s lokalnim uvoznicima i distributerima\*\*\*\*.HoReCa

\*\* European Commission: [The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates \(UAE\)](#).

\*\*\* Euromonitor International, 2018.

\*\*\*\* Lista uvoznika i distributera u UAE za sveže voće i povrće dostupna na [linku](#).



## HORECA

HoReCa kao distributivni kanal postao je sve prisutniji na tržištu svežeg voća i povrća od 2017. godini, gde pokriva skoro 40 odsto ukupne distribucije voća u UAE, odnosno samo 17,9 odsto distribucije svežeg povrća\*\*\*\*. Važno je napomenuti da se prilikom nabavke ovaj segment oslanja na domaće uvoznike i distributere svežeg voća i povrća.

## UVOZNICI I DISTRIBUTERI

Izvoz svežeg voća i povrća u Ujedinjene Arapske Emirata u najčešće se ugovara sa kompanijama koje su veliki uvoznici i distributeri voća i povrća u UAE a i za ostale zemlje Bliskog Istoka. Uvoznici distribuiraju voće i povrće u maloprodajne lance, veletržnice i HoReCa sektor. Prednost ugovaranja s uvoznicima je u tome što oni mogu da distribuiraju vašu robu dalje, na ostala tržišta na Bliskom istoku, kao i to što mogu u veoma kratkom roku da odgovore na zahteve za voćem i povrćem koje upute maloprodajni lanci, gde je takva fleksibilnost dobavljača neophodna.

Pregled odabranih kompanija uvoznika svežeg voća i povrća u UAE

NAZIV KOMPANIJE	KONTAKT IMEJL	VEB-SAJT
Farzana Trading llc	<a href="mailto:info@farzanatrading.com">info@farzanatrading.com</a>	<a href="http://www.farzanatrading.com">www.farzanatrading.com</a>
Al Hamryah Trading & Refrigeration	<a href="mailto:hamarco@emirates.net.ae">hamarco@emirates.net.ae</a>	<a href="http://www.alhamriyah.com">www.alhamriyah.com</a>
Fruits Garden Trading llc	<a href="mailto:cs@fruitsgarden.com">cs@fruitsgarden.com</a>	<a href="http://www.fruitsgarden.com">www.fruitsgarden.com</a>
Marhaba MTA General Trading llc	<a href="mailto:remember@marhabafruits.com">remember@marhabafruits.com</a>	<a href="http://www.marhabafruits.com">www.marhabafruits.com</a>
AL BAKRAWI General Trading LLC	<a href="mailto:info@albakrawi.ae">info@albakrawi.ae</a>	<a href="http://www.albakrawi.ae">www.albakrawi.ae</a>
Green Belt Group	<a href="mailto:gbfdxb11@eim.ae">gbfdxb11@eim.ae</a>	<a href="http://www.greenbeltglobal.com">www.greenbeltglobal.com</a>
Lewinkel	<a href="mailto:info@lewinkel.com">info@lewinkel.com</a>	<a href="http://www.lewinkel.com">www.lewinkel.com</a>
Flora Fruit llc	<a href="mailto:info@floralfruitllc.com">info@floralfruitllc.com</a>	<a href="http://www.floralfruitllc.com">www.floralfruitllc.com</a>
Aeden fruits	<a href="mailto:info@aedenfruits.com">info@aedenfruits.com</a>	<a href="http://www.aedenfruits.com">www.aedenfruits.com</a>
Esurf trading llc	<a href="mailto:sales@esurftrading.com">sales@esurftrading.com</a>	<a href="http://www.esurftrading.com">www.esurftrading.com</a>
Fresh Fruits Company	-	<a href="http://www.freshfruitcompany.com">www.freshfruitcompany.com</a>
Mirajkar General Trading	<a href="mailto:info@mirajkars.com">info@mirajkars.com</a>	<a href="http://www.mirajkars.com">www.mirajkars.com</a>
Al Hawaii Trading llc	<a href="mailto:info@alhawaiigroup.eu">info@alhawaiigroup.eu</a>	<a href="http://www.alhawai.me">www.alhawai.me</a>
Mehta Trading llc	<a href="mailto:mehta96@hotmail.com">mehta96@hotmail.com</a>	-

izvor: EU Vodič za ulazak na tržište UAE

\*\*\*\* European Commission: [The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates \(UAE\)](#).

# ONLAJN PRODAJA

Zemlje Bliskog istoka imaju razvijen onlajn kanal prodaje svežeg voća i povrća koji beleži brz rast od 2020. godine, gde su osnovne namirnice, uključujući tu i sveže voće i povrće, postale omiljena kategorija za onlajn kupovinu u UAE i Saudijskoj Arabiji. Zbog ovog brzorastućeg trenda onlajn prodaje svežih i prehrambenih proizvoda, uveden je i poseban termin „pandemijska kupovina”. Navedeni trend podrazumeva povećanje prodaje hrane putem onlajn prodavnica, i to pre svega usled produženih pandemijskih uslova, povećanja broja onlajn prodavnica sa širokim asortimanom kvalitetnog i raznovrsnog voća i povrća koje nude uslugu direk-

putem interneta uz preuzimanje proizvoda u fizičkom objektu (supermarketu). Prema istraživanju YouGov<sup>\*\*\*\*\*</sup>, čak 58 odsto ispitanika u UAE izjasnilo se da kupuje sveže voće i povrće putem onlajn prodavnica, dok je 38 odsto izjavilo da je sveže voće i povrće više zastupljeno u njihovoj ishrani u odnosu na period pre pandemije. Istovremeno, čak 54 odsto ispitanika je istaklo da će nastaviti da kupuje sveže proizvode putem interneta. Prema procenama, tržište onlajn prodaje osnovnih namirnica u UAE trebalo bi da 2022. godine dostigne vrednost od 11 milijardi USD, što predstavlja 20 odsto ukupne vrednosti tržišta onlajn prodaje (5 milijardi USD)<sup>\*\*\*\*\*</sup> na svetu. Ovo tržište pokreće rast onlajn prodaje svežeg voća i povrća, koje dominira u elektronskoj prodaji osnovnih namirnica. Glavni

Lista onlajn prodavnica za sveže voće i povrće u UAE

NAZIV ON-LAJN	VEB-SAJT	GRADOVI
Kibsons	<a href="http://www.kibsons.com">www.kibsons.com</a>	Dubai, Abu Dabi, Šardža, Alain, Hata, Ras El Hajma, Ajman
Carrefour UAE	<a href="http://www.carrefouruae.com">www.carrefouruae.com</a>	Dubai, Abu Dabi, Šardža, Alain, Hata, Ras Al Kaiman, Ajman
NRTC Fresh	<a href="http://www.nrtcfresh.com">www.nrtcfresh.com</a>	Dubai, Šardža, Abu Dabi
Barakat Fresh	<a href="http://www.barakatfresh.ae">www.barakatfresh.ae</a>	Dubai i Šardža
Farmbox	<a href="http://www.farmbox.ae">www.farmbox.ae</a>	Širom UAE
QualityFood	<a href="http://www.qualityfood.ae">www.qualityfood.ae</a>	Širom UAE
Ripeme	<a href="http://www.ripeme.com">www.ripeme.com</a>	Širom UAE
LuLu Hypermarket	<a href="http://www.luluhypermarket.com">www.luluhypermarket.com</a>	Širom UAE
Ajmeer General Trading LLC	<a href="http://www.ajmeer.ae">www.ajmeer.ae</a>	Širom UAE
Green Heart UAE	<a href="http://www.greenheartuae.com">www.greenheartuae.com</a>	Dubai, Abu Dabi, Šardža i drugi gradovi UAE
Fruitful Day	<a href="http://www.fruitfulday.com">www.fruitfulday.com</a>	Širom UAE
Aswaaq Online	<a href="http://www.aswaaqonline.ae">www.aswaaqonline.ae</a>	Dubai, Šardža
Biorganic Store	<a href="http://www.biorganicstore.com">www.biorganicstore.com</a>	Dubai, Šardža
Fresh Fruits Company	<a href="http://www.freshfruitscompany.com">www.freshfruitscompany.com</a>	Širom UAE i regiona

izvor: autor je pripremio na osnovu podataka s interneta

tne dostave na kućnu adresu. Istovremeno, osim direktne isporuke na kućnu adresu, porastao je i broj „klikni i preuzmi” elektronskih prodaja (eng. click-and-collect), koje podrazumevaju kupovinu

pokretači daljeg trenda rasta onlajn prodaje svežeg voća i povrća produženi su pandemijski uslovi, dobro snabdevanje u lancima isporuke i sve veći broj novih kompanija koje ulaze na tržište.

\*\*\*\*\* YouGov: [Pandemic Purchase Survey in UAE](#), (2020).

\*\*\*\*\* Gulf News: [Grocery is what's rulling UAE online shopping sales in 2020](#).





# Tržište svežeg voća i povrća u Saudijskoj Arabiji

# 3





# PREGLED TRŽIŠTA SVEŽEG VOĆA I POVRĆA

Saudijska Arabija predstavlja vodeću ekonomiju u regionu s bruto društvenim proizvodom od 785 milijardi USD i više od 33 miliona stanovnika, odnosno 60 odsto ukupnog stanovništva na Bliskom istoku. Istovremeno, Saudijska Arabija je najveće regionalno tržište, s najvišom potrošnjom svežeg voća i povrća. Po veličini tržišta za sveže voće i povrće je peto najveće tržište regiona, s tražnjom koja je premašila 1,8 milijardi USD u 2020. godini. Saudijska Arabija je veliki neto uvoznik svežeg voća i povrća, gde se iz uvoza podmiruje čak 3/4 ukupnih potreba tržišta za svežim proizvodima.

Tržište hrane u Saudijskoj Arabiji karakteriše ograničena domaća proizvodnja svežih proizvoda, velika zavisnost od uvoza, rast potreba stanovništva za hranom, rast maloprodaje i ugostiteljskog segmenta (HoReCa), kao i velike potrebe prehrambene industrije za svežim voćem i povrćem namenjenim daljoj preradi. Saudijska Arabija, od nekada malog potrošača svežeg voća i povrća (osim urmi), razvila se do vodećeg tržišta s velikom potražnjom za ovom kategorijom. Navedenom trendu, između ostalog, doprinela je tranzicija u navikama potrošača, od napuštanja tradicionalne ishrane, u kojoj je meso bilo najviše zastupljeno, do povećanja svesti o zdravlju, izbalansiranoj ishrani i preventivi kad su u pitanju bolesti povezane s gojaznošću. Istovremeno, potrošnja svežeg voća i povrća u Saudijskoj Arabiji raste iz godine u godinu pre svega zbog povećanja prihoda stanovništva, promena u ishrani i povećanja svesti o zdravim životnim navikama, ali i zbog sve izraženije urbanizaciji zemlje, s rastom broja stanovnika, digitalizacijom i značajnim ulaganjima u infrastrukturu.







## UTICAJ SOCIO-EKONOMSKIH PROMENA NA POTRAŽNJU

Broj stanovnika Saudijske Arabije ubrzano raste. Ukupan broj stanovnika iznosio je 34,7 miliona u 2021. godini, što predstavlja povećanje od čak 13,3 miliona od 2000. godine. Do 2030. godine broj stanovnika narašće na 39,3 miliona – što je čak četiri puta više nego 1980. godine. Iako je prosečna starost stanovništva i dalje niska, s prosekom od 30,8 godina, primetan je trend povećanja broja starijih stanovnika. Osim toga, osetan je rast izdvajanja na potrebe domaćinstava, koja predstavljaju 83,9 odsto ukupnog tržišta u 2020. godini, gde upravo ona predstavljaju pokretače daljeg rasta potražnje za hranom. Kontinuirani rast broja stanovnika, posebno doseljenika iz inostranstva, imaće i dalje snažan uticaj na povećanje potražnje za voćem i povrćem, gde će država i dalje imati vodeću poziciju u regionu prema visini potrošnje svežih proizvoda po glavi stanovnika (per capita).







## KARAKTERISTIKE TRŽIŠTA SVEŽEG VOĆA I POVRĆA



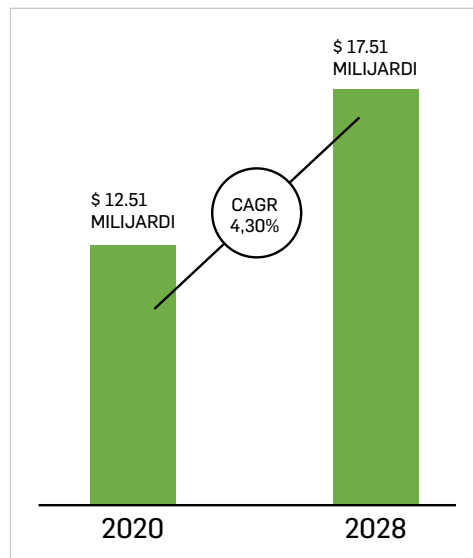
Zemlja ima samo 1,5 odsto celokupne površine zemlje pod plodnim zemljištem. Ograničeni resursi nisu dovoljni da bi se podmirile rastuće lokalne potrebe za svežim proizvodima, zbog čega se zemlja sve više okreće uvozu. Poslednjih godina Saudijska Arabija sve više investira u objekte za preradu svežeg voća i povrća radi proizvodnje finalnih proizvoda veće dodate vrednosti. Samo u 2021. godini ostvarena su ulaganja u prerađivačke kapacitete od 59 milijardi USD, što je čini najvećim proizvođačem prehrambenih proizvoda u regionu. U ovim kompanijama, od kojih su neke u stranom vlasništvu, prerađuju se i velike količine voća i povrća iz uvoza.

Tržištem dominiraju strani dobavljači s obzirom na to da sveže voće i povrće iz uvoza zauzimaju 63,4 odsto celokupnog tržišta (2020). Prošle godine Saudijska Arabija je ostvarila uvoz svežeg voća u vrednosti od 1,48 milijardi USD, pretežno iz zemalja okruženja (re-eksport iz UAE), dok se beleži porast tržišta smrznutog povrća, najviše poreklom iz Evropske unije. Tržište maloprodaje veoma je konsolidovano, s velikim brojem domaćih i stranih trgovinskih lanaca sa značajnom ponudom svežeg voća i povrća. U vodećim trgovinskim lancima prodaje se 41 odsto ponude svežeg voća i povrća, dok ovaj trend nastavlja da raste usled smanjenja popularnosti pijaca i malih piljarnica, a u korist modernih supermarketa. Istovremeno, usled porasta broja restorana, hotela i servisa za dostavu hrane, povećavali su se i zahtevi ovog segmenta tržišta za svežim proizvodima namenjenim pripremi hrane, prevashodno kada se radi o stanovništvu s višim primanjima. Ovaj segment kupuje i koristi velike količine svežeg voća i povrća za potrebe pripreme i distribucije gotove hrane svojim korisnicima, gde čak ni tokom pandemije nije bilo smanjenja prometa. Osim toga, kako smo naveli, prerađivačka industrija predstavlja velikog uvoznika svežeg voća i povrća namenjenog daljoj preradi. Al Rabie Saudi Foods Co Ltd najveća je kompanija u Saudijskoj Arabiji u segmentu prerade voća i povrća s 27,3 odsto od ukupno ostvarene prehrambene proizvodnje zemlje (2020). Prehrambena industrija je konsolidovana s pet najvećih kompanija koje generišu 82,8 odsto prerade voća i povrća u Saudijskoj Arabiji. Ukupan broj kompanija za preradu narastao je u 2020. godini na 1.440, a pratio ga je rast profitabilnosti sektora od 31 odsto. S godišnjom vrednošću prehrambene proizvodnje od 681 milion USD, Saudijska Arabija zauzima 2,4 odsto ukupnog MENA tržišta (eng. Middle East North Africa).

# ANALIZA TRŽIŠTA SVEŽEG VOĆA I POVRĆA

Saudijska Arabija je zbog intenzivnog rasta potražnje, a uz nedovoljne domaće proizvodne kapacitete veoma zavisna od uvoza kada je reč o kategoriji svežeg voća i povrća. Samo u 2020. godini vrednost uvoza svežeg voća i povrća iznosila je skoro jednu milijardu dolara, dok ukupna vrednost tržišta iznosi 12,5 milijardi USD, uz projekciju daljeg povećanja vrednosti tržišta svežeg voća i povrća od 17,5 milijardi u 2028. godini, ali i rast CAGR od 4,3 odsto 2021-2028. godine. Kako smo napomenuli, snažna urbanizacija, povećanje prihoda po glavi stanovnika, ali i promene ka zdravoj ishrani predstavljaju jedne od glavnih generatora daljeg rasta potražnje za svežim voćem i povrćem. Upravo su to razlozi daljeg stabilnog trenda rasta potrošnje premium, visokokvalitetnog, organskog i egzotičnog voća i povrća iz uvoza.

Projektovani rast tržišta 2020-2028.



SWOT analiza tržišta voća i povrća u Saudijskoj Arabiji

## SNAGE

- Najveće tržište i potrošač svežeg voća i povrća u regionu.
- Stabilan rast potražnje zbog daljeg rasta broja stanovnika i doseljenika iz inostranstva
- Velike potrebe prehrambene industrije
- Velika zavisnost od uvoza

## SLABOSTI

- Nestabilnost cena na tržištu i postojećih regulativa
- Sezonska kretanja sa velikim uticajem na promene na tržištu (verski praznici)
- Konsolidovano tržište sa velikim supermarketima (stroge procedure i standardi za ulazak)

## ŠANSE

- Rast prihoda po glavi stanovnika, rast svesti i promene u ponašanju ka zdravijoj ishrani
- Rast broja doseljenika i potreba za raznovrsnim voćem i povrćem
- Sankcije ka pojedinim zemijama u okruženju
- Povećanje broja kupovina na veliko

## PRETNJE

- Jaka konkurencija iz inostranstva sa snažnim marketing kampanjama
- Nacionalne kampanje kojima se promoviše, ali i regulative koje daju prednost lokalno proizvedenom svežem voću i povrću
- Rast cena transporta u svetskom saobraćaju





# TRŽIŠTE SVEŽEG VOĆA

Saudijska Arabija ne samo da je jedan od najvećih regionalnih uvoznika voća i povrća već zajedno sa UAE čini 2 odsto ukupnog globalnog uvoza. Istovremeno, stopa rasta uvoza u Saudijsku Arabiju raste brže u poređenju s globalnim uvozom u prethodnih pet godina. Trendovi u ishrani okrenuti većoj upotrebi svežeg voća i povrća poslednjih godina, a posebno tokom pandemije, uticali su na to da se tržište Saudijske Arabije širi, uz veliki potencijal za uvoz i plasman proizvoda.

Urme su voće koje se lokalno uzgaja, ali i najviše konzumira. Saudijska Arabija proizvodi 1/6 ukupne ponude urmi na svetu. Iako značajne u svakodnevnoj ishrani, posebno u vreme verskih praznika, urme imaju stabilnu potražnju uz blagi rast poslednjih godina. Istovremeno, zemlja je veoma

egorije koje najbrže rastu upravo citrusno voće, sa snažnim rastom posebno u 2020. kao godini početka pandemije COVID-19, ali i bobičasto voće, koje je na drugom mestu po vrednosti uvoza i ima perspektivu daljeg rasta tržišta. Samo u prethodnoj godini Saudijska Arabija je uvezla svežeg voća u vrednosti od 1.48 milijardi USD (17. na listi najvećih svetskih uvoznika svežeg voća), od čega najviše iz Egipta, SAD, Južnoafričke Republike, Ekvadora, Indije i Čilea. Na listi uvoza svežeg voća, osim uvoza citrusa (USD 422.887), dominiraju kategorije svežeg bobičastog voća, koje beleže najveći rast prodaje – borovnice, jagode, maline, kupine (301.544 USD, 2. mesto), kao i svežih jabuka, krušaka i dunja (219.990 USD, 4. mesto).

Prisustvo modernih trgovinskih lanaca uticalo je i na raznovrsniju ponudu svežeg voća, kao i mogućnost kupovine oljuštenog iseckanog voća za zdrav obrok ili užinu. Zahvaljujući tim opcijama,

Struktura i uvoz svežeg voća u Saudijsku Arabiju, 2016-2020.

TARIFA	08 JESTIVO VOĆE I ORAŠASTI PLODOVI; CITURSI ILI LUBENICE	2016	2017	2018	2019	2020
0810	Sveže jagode, maline, kupine, ribizle	189,8	182,6	165,2	166,8	182,7
081040	Brusnice, borovnice i drugo voće iz roda Vaccinium	8,669	7,442	8,540	9,997	15,925
081010	Sveže jagode	-	-	36,058	40,159	-
081020	Maline, kupine	-	-	24,770	26,490	-
0808	Sveže jabuke, kruške i dunje	258,9	237,6	196,1	174,2	173,7
0806	Grožđe (sveže i sušeno)	125,0	119,0	101,0	92,2	97,4
0809	Sveže kajsije, trešnje, breskve uključujući nektarine i šljive	61,6	57,2	50,4	50,3	54,2
<b>08</b>	<b>UKUPNA VREDNOST UVOZA (mil. USD)</b>	<b>2,064.7</b>	<b>2,207.7</b>	<b>1,956.9</b>	<b>2,363.1</b>	<b>1,957.6</b>

izvor: Trade Map

zavisna od uvoza kada je reč o svežem voću kako bi se podmirile rastuće potrebe potrošača. Promene u navikama, rast prihoda, ali i razvijanje svesti o zdravoj ishrani uticali su na to da se potrošači sve više okrenu nutritivno bogatom, svežem voću i povrću, umesto njihovim prerađevinama (konzervirano). Zbog toga ne čudi podatak da su kat-

potrošači sve više kupuju sveže voće za obrok, i to su posebno osetljivi na ponudu organskog voća, koja je u porastu. Smatra se da je rast organskog segmenta svežeg voća u supermarketima nastao usled povećanog broja potrošača s visokim primanjima, dok su projekcije daljeg rasta ovog

tržišta veoma pozitivne. Potrošači u Saudijskoj Arabiji smatraju da organsko voće ima pogodnosti po njihovo zdravlje, zbog čega je sve zastupljenije u kupovini. Kako bi bolje informisala potrošače, ali i doprinela promociji organskih proizvoda u maloprodajnim objektima, Vlada Saudijske Arabije uvela je i oznaku za organske proizvode koja se nalazi na organskom voću i povrću, a koju, po proceduri, izdaje nadležno ministarstvo.



Najveći izvoznici sveže jabuke na tržište Saudijske Arabije u 2020. godini

NAJVEĆI IZVOZNICI 2020. U SAUDIJSKU ARABIJU	VREDNOST IZVOZA 2020. U SAUDIJSKU ARABIJU	TRŽIŠNO UČEŠĆE	PROSEČAN RAST VREDNOSTI IZVOZA 2016-2020.
1. Čile	60,820 mil. USD	27,6%	+3%
2. Italija	50,798 mil. USD	23,1%	-3%
3. USA	25,670 mil. USD	11,7%	-4%
4. Južna Amerika	23,591 mil. USD	10,7%	+19%
5. Kina	12,308 mil. USD	5,6%	-2%
6. Španija	10,911 mil. USD	5,0%	+14%
7. Francuska	10,750 mil. USD	4,9%	-21%
8. Liban	4,061 mil. USD	1,8%	+17%
9. Sirija	3,440 mil. USD	1,6%	+18%
<b>10. Srbija</b>	<b>2,428 mil. USD</b>	<b>1,1%</b>	<b>+249%</b>

izvor: Trade Map

## ANALIZA UVOZA JABUKA

Prema podacima Trade Map, Saudijska Arabija je u 2020. godini uvezla 188.838 tona svežih jabuka u vrednosti od 185.409.000 USD, dok je u 2019. godini vrednost uvoza te robe iznosila 185.240.000 USD (količina 185.240 t). Prognoze su da će se vrednost izvoza jabuka povećavati i u narednim godinama, kao i količine uvezenih jabuka. Srbija kao zemlja Zapadnog Balkana ostvarila je najveći rast izvoza

svežih jabuka u Saudijsku Arabiju od čak 249 odsto 2016–2020. godine. Glavni konkurenti zemljama Zapadnog Balkana za izvoz jabuka na tržište Saudijske Arabije su zemlje Evropske unije: Italija, Španija i Francuska.

Prema podacima Uprave carine (Infoteam), u poslednjoj sezoni 2021-2022, od septembra 2021. do aprila 2022. godine, na tržište Saudijske Arabije izvezeno je 6.133,25 tona jabuka iz Srbije, ukupne vrednosti 5.369.739,71 EUR. Takođe, prema podacima Trade Map, Severna Makedonija je u 2020. godini realizovala izvoz sveže jabuke u Saudijsku Arabiju ukupne vrednosti 379.000 USD.

# TRŽIŠTE SVEŽEG POVRĆA

Vrste povrća koje se najviše konzumiraju u Saudijskoj Arabiji su paradajz, patlidžan, kupus, krastavac i luk. Usled povećane potražnje ne samo krajnjih potrošača već i razvijenih sektora HoReCa, dostave obroka (eng. food service) i prerađivačke industrije, Saudijska Arabija sve više uvozi sveže povrće.

Prema podacima Trade Map, Saudijska Arabija je 2016-2020. godine najviše uvozila luk\*. Tržište crnog i belog luka zabeležilo je stabilan rast od oko 9 odsto do 2018. godine, a nakon pada potražnje polako se oporavlja, naročito od početka pandemije zbog sve učestalije pripreme obroka kod kuće. Najveći izvoznici luka u Saudijsku Arabiju su – Egipat

tržište svežeg paradajza (3. na listi uvoza povrća) polako se razvijalo sve do 2020. godine, kada je usled pandemije COVID-19 skočila potražnja za njim zbog karantina i priprema obroka kod kuće. Maloprodajne cene svežeg paradajza nisu stabilne i u blagom su padu usled velike ponude iz uvoza, pre svega iz Turske, Sirije i Jemena. Trend rasta kupovine svežeg povrća u 2020. godini primetan je kad je reč o skoro svim vrstama, osim krompira, koji sve više gubi na popularnosti u Saudijskoj Arabiji kako se stanovništvo okreće zdravoj, nutritivno bogatoj ishrani.

Kao i kad je reč o kategoriji svežeg voća, razvoj maloprodajnog sektora i sve veći broj modernih supermarketa doprineli su popularnosti kategorije svežeg povrća u svakodnevnoj ishrani. Upravo se ovim kanalom distribucije realizuje 60 odsto ukupnih nabavki svežeg voća i povrća. Kada je reč o uvozu, Saudijska Arabija se i dalje oslanja na

Struktura i uvoz svežeg povrća u Saudijsku Arabiju, 2016-2020.

TARIFA 07	JESTIVO POVRĆE I KRTOLASTO POVRĆE I POVRĆE SA KORENOM	2016	2017	2018	2019	2020
0708	Leguminoze	7,2	6,8	7,8	8,1	5,8
0703	Crni luk, šalot, beli luk	214,5	204,0	156,6	137,0	158,2
0701	Krompir, svež ili hladan	26,3	21,6	31,3	35,51	25,4
0702	Paradajz, svež ili hladan	99,3	69,8	79,1	86,7	126,6
0706	Šargarepa, salatna repa, cvekla (korenasto povrće)	25,7	21,9	31,9	30,1	49,9
0705	Salat i cikorija (sveža ili hladena)	37,9	38,2	37,0	39,1	48,0
0704	Kupus, karfiol, keleraba, kelj	7,0	9,2	7,7	8,1	13,8
0707	Krastavci i kornišoni (sveži ili hladeni)	1,3	1,0	1,6	1,1	1,5
<b>07</b>	<b>UKUPNA VREDNOST (mil. USD)</b>	<b>754,8</b>	<b>664,5</b>	<b>611,6</b>	<b>608,0</b>	<b>717,1</b>

izvor: Trade Map

(48 odsto), Jemen (29 odsto), dok Indija (13 odsto) predstavlja ozbiljnog konkurenta proširujući svoj uticaj na tržištu poslednjih godina, pre svega niskim uvoznim cenama, koje idu i do 30 odsto ispod cene luka poreklom iz Jemena. Istovremeno,

partnere iz zemalja regiona, pre svega na UAE, Jemen i Egipat, dok Kina i Indija poslednjih godina postaju sve ozbiljnija konkurencija povećavajući svoj udeo na tržištu pre svega izvozom velikih količina svežeg povrća po nižim cenama. Samo

\* Trade Map: [Saudi Arabia Fresh Vegetables Imports 2016-2020](#).





tokom prošle godine Kina, Holandija, Belgija, Turska i Australija, kao velika grupa dobavljača svežeg povrća, realizovale su izvoz u vrednosti od 126,08 miliona USD.

## **UVOZNE REGULATIVE I PROCEDURE ZA UVOZ VOĆA I POVRĆA**

S obzirom na to da se uvoz hrane kako u Saudijsku Arabiju, tako i UAE sprovodi preko tri velike luke (Abu Dabi, Dubai i Džeda), nadležni organi u tim gradovima propisuju i sprovode sve procedure u vezi s bezbednim uvozom hrane. Kao i u svakom logističkom procesu, tako i kada se radi o svežem voću ili povrću koje se otprema za tržište Bliskog istoka, dva najvažnija elementa su informisanost i koordinacija svih učesnika. Radi obezbeđivanja nesmetanog uvoza hrane, a u skladu sa svetskim

standardima, kao i radi bolje informisanosti učesnika u procesu izvoza hrane na tržište Saudijske Arabije, Uprava za kontrolu hrane Abu Dabija (eng. Abu Dhabi Food Control Authority ADFCA) izdala je [Vodič za uvozne procedure i carinjenje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda](#). Ovaj jedinstveni priručnik obuhvata sve informacije u vezi s osnovnim zahtevima, procedurama i dokumentacijom koje je potrebno da poštuju izvoznici hrane, bez obzira na to da li je Saudijska Arabija krajnja destinacija ili je roba koja se nalazi u njoj u „transitu”.

Istovremeno, važno je napomenuti da se pored prodavca i kupca robe, odnosno pošiljaoca i primaoca, u procesu međunarodne trgovine pojavljuju i drugi učesnici koji značajno utiču na otpremu i prijem, kao i distribuciju robe – carinske službe, brokeri, inspeksijske službe, uvoznici i distributeri.

Značajnu ulogu u procesu izvoza i plasmana proizvoda na tržište Saudijske Arabije ima uvoznik ili distributer s validnom licencom za trgovinu

U skladu s navedenim, ističe se da je izvoznik hrane iz trećih zemalja u obavezi da ispuni sledeće uslove kako bi nesmetano mogao da realizuje izvoz i plasman svežih proizvoda na tržište Saudijske Arabije:

1. **Bezbednost hrane.** Pre izvoza svežih proizvoda izvoznik mora da isprati i primeni sve propisane procedure u vezi s registracijom i dobijanjem odgovarajuće akreditacije od za to nadležnog organa (ZAD sistem);
2. **Dozvole.** Izvoznik je u obavezi da obezbedi svu neophodnu izvoznu dokumentaciju i da od nadležne uprave ADFCA dobije sve potrebne dozvole za izvoz hrane, koje moraju da prate pošiljku, kao i ostalu dokumentaciju iz domicilne zemlje ili koju je obezbedio špediter (fakturu za robu, tovarni list);
3. **Pravilno deklarisanje (označavanje) proizvoda.** Kako za poljoprivredne, tako i za prehrambene proizvode pakovanje mora da nosi oznaku kada je proizvod proizveden, uz naznačen rok trajanja istaknut na arapskom i engleskom jeziku. Deklarisanje proizvoda mora da bude u skladu s propisanom procedurom, a u okviru postojeće regulative (eng. Gulf technical regulations for labeling of prepackaged food stuff);
4. **Dokaz o poreklu robe** (eng. Certificate of Origin) – FORM A. Dokument koji se izdaje za sve proizvode poreklom sa Zapadnog Balkana za izvoz u zemlje s kojima zemlje Zapadnog Balkana nemaju preferencijalni režim izvoza. Ovaj dokument overava Privredna komora, a po podnetom zahtevu izvoznika. Osnovna funkcija ovog dokumenta je da obezbedi primenu preferencijalne stope carine prilikom uvoza u zemlju odredišta i na taj način utiče na konkurentnost proizvoda na tržištu.

(eng. trading licence) i kodom za trgovinu (eng. trading code), a s kojim proizvođač (izvoznik) ima potpisan ugovor o obavljanju poslova uvoza i distribucije. Uvoznik mora da ima zaposlenu osobu osposobljenu za poslove carinjenja robe u luci prijema (broker), osim kada se uvoz obavlja preko slobodnih zona\*\*, kao i za ostale poslove u slučaju rereksporta voća i povrća na regionalna tržišta. Veoma je važno da prilikom zaključivanja ugovora s lokalnim uvoznikom proverite da li ima brokera, da li poseduje validnu licencu za poslove uvoznog carinjenja i ima li državljanstvo jedne od zemalja



Bliskog istoka kako bi mogao nesmetano da sprovede postupak uvoza i plasmana robe na tržište.

Kako bi olakšali proceduru uvoznog carinjenja u Saudijsku Arabiju, a u saradnji s licenciranim carinskim brokerima, profili i kontakti carinskih brokera su javno dostupni na sledećem [linku](#).

Istovremeno, važno je napomenut da je izvoznik u obavezi da od nadležnog organa prethodno

---

\*\* Carinjenje robe u slobodnim zonama u Saudijskoj Arabiji ili UAE ne obavlja se prilikom ulaska robe u slobodnu zonu, već prilikom izlaska robe na lokalno tržište iz slobodne zone. Zone pružaju kompletnu logističku podršku kad su u pitanju uvoz, skladištenje robe, kao i procedure carinjenja pri plasmanu na tržište emirata.

obezbedi Sertifikat o zdravstvenoj bezbednosti hrane (eng. Original health certificate), odnosno od ADFCA u slučaju Saudijske Arabije ili Ministarstva za klimatske promene i ekologiju kada se radi o izvozu na tržište UAE kako bi potvrdili usaglašenost s usvojenim standardima o bezbednosti hrane. Istovremeno, izvoznik mora da ima i tovarni list dostupan na arapskom i engleskom jeziku, dok se halal sertifikat traži samo za izvoz svežeg mesa, mesnih prerađevina i određenih prehrambenih proizvoda, a nije potreban za izvoz svežeg voća i povrća. Prilikom izvoza kompaniji se preporučuje da angažuje špeditersku agenciju ili trgovinskog agenta s

validnom trgovinskom licencom u Saudijskoj Arabiji kako bi mogla da pravovremeno i pravilno kompletira svu potrebnu dokumentaciju. S obzirom na to da svi emirati imaju moderan i automatizovan sistem uvoza, potrebno je da se sve informacije elektronski unesu u carinski IT sistem (DHABI), i to posebno za svaku carinsku tarifu (HS kod). Putem ovog sistema podnose se i Sertifikat o zdravstvenoj bezbednosti hrane, ali i druga dokumentacija propisana zakonom. Tek nakon što je elektronskim putem (ZAD System) dokumentacija podneta i pošto ju je odobrila nadležna služba, mogu da se dozvole ulazak hrane na tržište i njen dalji plasman.

## POTREBNA DOKUMENTACIJA ZA CARINJENJE I UVOZ ROBE

1. Sertifikate i dokumentaciju koje su propisali nadležni organi emirata, uključujući:  
1) trgovinsku licencu ili trgovinski kod. Tu licencu, po pravilu, poseduje kompanija uvoznik u Saudijsku Arabiju i UAE, dok postoje izvesna ograničenja u slučaju da izvozne kompanije iz inostranstva apliciraju za licencu (podnosilac prijave mora da bude državljanin Emirata ili da je kompanija već registrovana na lokalu s minimum 51 odsto u vlasništvu državljanina Emirata). Licencu izdaje carinska služba i ona je obavezan dokument pri uvozu i daljoj distribuciji proizvoda na tržište, 2) sertifikat o zdravstvenoj bezbednosti hrane.
2. Sertifikate i dokumentaciju koje obezbeđuju organi u zemlji izvoza, uključujući sertifikate, potvrde ili dokumentaciju koje su izdali nadležne fito-sanitarne službi, sertifikaciona tela za potvrdu kvaliteta hrane (u slučaju halal proizvoda) i sl. Kada su u pitanju halal proizvodi, kao i oznake na samom pakovanju, potrebno je da bude priložena i odgovarajuća dokumentacija koju je izdalo sertifikaciono telo priznato u UAE. Fitosertifikat je dokument koji se, po zahtevu izvoznika, izdaje kao dokaz o zdravstvenoj ispravnosti pošiljke koja je predmet izvoza, a nakon pregleda dokumentacije, tovarnog prostora, pakovanja i same robe. Ovo je vrlo važno s aspekta zdravstvene kontrole prilikom uvoza proizvoda na tržište Bliskog istoka.
3. Listu sadržaja pošiljke koju izdaje izvoznik, u kojoj su naznačeni datum proizvodnje, tip i količina proizvoda, rok trajanja za svaki od proizvoda.
4. Dokumentaciju potrebnu za sprovođenje procedure uvoznog carinjenja (faktura, konosman).
5. Kopiju deklaracije ili etike te proizvoda na arapskom i engleskom jeziku, kao i fotografiju maloprodajnog pakovanja kad se radi o svežem voću i povrću ili pakovanja prehrambenog proizvoda, kako bi se utvrdio tip pakovanja proizvoda.
6. Druga dokumentacija kojom se potvrđuje bezbednost hrane u pošiljci, koju je propisao nadležni organ u zemlji izvoza ili ADFCA.



## POTREBNI PODACI NAMENJENI ZA UVOZ U SAUDIJSKU ARABIJU

Istovremeno, prilikom podnošenja podataka o hrani namenjenoj uvozu u Saudijsku Arabiju, potrebno je da se podnesu i sledeći podaci:

1. Barkod
2. Zemlja porekla
3. Tip pakovanja
4. Težina ili veličina pošiljke
5. Težina ili obim po jedinici
6. Naziv proizvođača i njegova adresa
7. Brend proizvoda
8. Temperatura za čuvanje proizvoda



Svaka roba koja je predmet uvoza ili izvoza mora se pravilno deklarirati na carinskoj ispravi shodno carinskoj tarifi zemlje uvoza, odnosno izvoza. Kako su carinske tarife Srbije i Evropske unije, a samim tim i zemalja Bliskog istoka u najvećoj meri usaglašene, mogu se javiti manja odstupanja u pogledu tarifnog stava.

Tarifni broj predstavlja 4 cifre koje u opštem smislu identifikuju robu, dok se tarifni stav odnosi na 10 ili 12 cifara koje sasvim jasno određuju o kojoj se robi radi. Tarifni stav takođe određuje carinsku stopu koja se primenjuje prilikom uvoza robe (opštu i preferencijalnu), stopu poreza na dodatu vrednost kao režime uvoza (da li roba iziskuje

dotadne preglede inspekcijских organa prilikom uvoza). Iz tog razloga je veoma važno da se utvrdi precizan tarifni stav, i to kako prilikom izvoza iz Srbije i drugih zemalja Zapadnog Balkana, tako i pri uvozu proizvoda u zemlje Bliskog istoka.

Nakon što je procedura završena, a sva dokumentacija i informacije podnete su elektronskim putem nadležnom carinskom organu, podnosilac dobija referentni broj (ZAD broj). Istovremeno, nadležni organ započinje analizu, uključujući tu i proveru potpunosti, tačnosti i ispravnosti podataka. Važno je napomenuti da uvoz pošiljke hrane može da se realizuje u roku od tri meseca od trenutka odobrenja, a prilikom uvoza uzorak se podnosi nadležnoj laboratoriji na proveru, kao i drugim programima kontrole na lokalnu, o čemu je izvoznik prethodno obavešten. Ukoliko su dokumentacija i uzorci koji su prošli proveru u redu, nastavlja se postupanje sa svežim proizvodima i distribucijom na tržište. Naplatom carinskih dažbina okončava se učešće carinskog organa prilikom uvoza, kada uvoznik dobija obaveštenje o spremnosti pošiljke za preuzimanje. Nakon što su troškovi carinjenja pokriveni, roba se prosleđuje dalje u skladište, uz zakazivanje termina za kontrolu uslova za čuvanje robe u skladištu, a što vrši nadležni organ. U suprotnom, ukoliko dokumentacija nije u redu ili uzorak nije prošao proveru, roba se prosleđuje dalje na postupanje nadležnom organu (eng. Competent Authority of Emirates).

## DEKLARISANJE I OZNAČAVANJE SVEŽIH PROIZVODA

Prilikom pripreme izvoza na tržište Saudijske Arabije veoma je bitno da se obrati pažnja na propisane regulative i procedure u vezi s pravilnim označavanjem (etiketiranjem) poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Kako smo ranije naveli, prilikom uvoza svežeg voća i povrća važno je napomenuti da se uvozne procedure, potrebna dokumentacija, ali i način transporta, skladištenja i rukovanja isporukom svežeg voća i povrća mogu

razlikovati među emiratima. Zbog toga izvoznik mora da se pre pokretanja procedure izvoza informiše o svim važećim procedurama obaveznim prilikom uvoza robe u neki od emirata: Abu Dabi, Dubai ili Šardža (Sharjah)\*\*\*. Istovremeno, potrebno je da budete upoznati s regulativom o bezbednosti hrane koja se uvozi i plasira na tržište emirata – nijedan proizvod ne može da se dopremi i uveze u zemlju prvi put bez prethodnog odobrenja nadležnog organa.



## ETIKETA I PAKOVANJE

Deklarisanje (označavanje) svežeg voća i povrća u maloprodajnom pakovanju, kao i prehrambenih proizvoda u Saudijskoj Arabiji mora da bude na arapskom i engleskom jeziku, dok etiketa ili pakovanje moraju da sadrže sledeće informacije:

1. naziv proizvoda mora da istakne prirodu proizvoda i bude jasno naznačen;
2. sastojci - lista sastojaka mora da bude navedena u opadajućem nizu prema vrednostima, odnosno količini sastojaka u prehrambenom proizvodu. Istovremeno, obavezno je navođenje svih aditiva, konzervanasa i alergena koje sadrže prehrambeni proizvodi;
3. nutritivne informacije;
4. neto vrednost, koja se navodi za težinu proizvoda izuzimajući težinu pakovanja (litra, gram);
5. naziv i adresa proizvođača, prepakivača, izvoznika, uvoznika, distributera;
6. zemlja porekla;
7. broj lota;
8. datum proizvodnje - mesec i godina za proizvode s rokom trajanja dužim od tri meseca, ili dan, mesec i godina za proizvode s rokom trajanja kraćim od tri meseca;
9. instrukcije za postupanje s robom tokom čuvanja i skladištenja (npr. preporučena temperatura za čuvanje svežine i svojstava proizvoda).

\*\*\* [Food Control Department: Import and Re-Export Requirements for the Foodstuff.](#)



Svi proizvodi moraju da sadrže informaciju o težini pakovanja. Bez obzira na to da li je reč o izvozu na tržište UAE ili Saudijske Arabije, proizvođač mora, ukoliko izvozi upakovano sveže voće i povrće, prethodno da proveri s uvoznikom da li je deklarisanje proizvoda realizovano u skladu s važećim propisima. Ovo je veoma bitno kako bi se izbegli svi problemi ili zastoji prilikom uvoza na tržište. Istovremeno, iako nisu obavezne, na tržištu UAE postoje određene inicijative u vezi s deklarisanjem proizvoda koje doprinose boljoj promociji kod krajnjih potrošača i informisanju o njegovim specifičnostima. Jedna od inicijativa je Weqaya nutritivni program za deklarisanje proizvoda kao oznaka na proizvodima s niskim procentom masti i bogatim vlaknima. Takođe, oznaka za organske proizvode mora da bude u skladu s važećom zakonodavnom regulativom određenog emirata, a njenu primenu na etiketi ili pakovanju prethodno mora odobriti nadležni organ. Raspitajte se kod svog uvoznika i distributema o svemu u vezi s primenom dodatnih oznaka kvaliteta kako biste podigli vidljivost svog proizvoda i ostvarili uspešnu komunikaciju s krajnjim potrošačima.

#### Primer dvojezične deklaracije za izvoz jabuka u Saudijsku Arabiju

ITEM	FRESH APPLES			تفاح طازج			الصفيف	
VARIETY	ROYAL GALA			تفاح غالا طازج			النوع	
COUNTRY OF ORIGIN	Serbia	CLASS		1	الدرجة		بلد المنشأ	
SIZE	100/113/125	GROSS WEIGHT	KG	19.5	كغ	الوزن القانم	100/113/125	المقاس
PACKING DATE	08.09.	NET WEIGHT	KG	18	كغ	الوزن الصافي		تاريخ التعبئة
EXPORTER NAME/ ADDRESS				BC				المصدر العنوان
IMPORTER ADDRESS								المستورد العنوان
NOTE	FRUITS NOT GENETICALLY MODIFIED				الفواكه غير معدلة وراثيا			ملاحظة
PRODUCER NAME								الشركة الصانعة
BRAND NAME								الماركة



## DIZAJN PAKOVANJA ZA SVEŽE VOĆE I POVRĆE

U zavisnosti od trendova i ponašanja potrošača na tržištima Bliskog istoka, potrebno je da se prilagode i vizuali, odnosno da se prilagodi dizajn etikete ili pakovanja proizvoda da bi što bolje komunicirali s potrošačima. Cilj je da se dobrim dizajnom etikete ili pakovanja svežeg voća i



povrća, prilagođenim trendovima na tržištu Saudijske Arabije, omogući jasna komunikacija s potrošačem o nutritivnim, zdravstvenim i drugim svojstvima, značajna prilikom donošenja odluke o kupovini.

Možda su potrošači u Saudijskoj Arabiji slabije informisani o specifičnostima, karakteristikama i kvalitetu voća i povrća poreklom iz Evrope, zbog čega se preporučuje da dizajn bude prilagođen trendovima na tržištu, uz primenu jakih boja, dok je istovremeno američki pristup industrijskom dizajnu veoma popularan u Saudijskoj Arabiji, gde često primenu ovog dizajna na etiketi poistovećuju s visokim kvalitetom proizvoda. Zelena je boja simbolički važna na ovim tržištima. Ista situacija je sa crnom i crvenom bojom. Primena tih boja

nije retkost u dizajnu etiketa proizvoda ili vizuala za marketinške kampanje za sveže voće i povrće i za prehrambene proizvode.

Dizajn etikete, koji se smatra uspešnim za tržište Saudijske Arabije, često ima jednostavne motive koji jasno predstavljaju proizvod ili njegov sastav (u slučaju prehrambenih proizvoda). Istovremeno, transparentna pakovanja su obavezna u Saudijskoj Arabiji jer potrošač želi da vidi proizvod i uveri se u njegov kvalitet i njegovu svežinu.

Očekivanja prosečnog potrošača, kada je reč o pakovanju proizvoda, dosta su jednostavna, dok mu pažnju privlače motivi, kao i konotacija na zemlju porekla. Ovde je bitno posebno biti oprezan, uz savet da se prethodno posavetujete sa stručnjacima za marketing sa Bliskog istoka, jer percepcija određenih motiva, oblika i boja nije ista kao u Evropi ili drugim delovima sveta. Pažnju potrošača privlače motivi koji jasno ukazuju na nutritivnu vrednost proizvoda i omogućavaju njegovo lakše poređenje s drugim konkurentskim proizvodima. Na primer, potrošači sve više vode računa o uticaju konzumiranja određenog voća i povrća 1) na imunitet i opšte zdravstveno stanje organizma, 2) na sprečavanje nastanka određenih bolesti ili 3) pri posebnom režimu ishrane.



# DISTRIBUTIVNI KANALI ZA SVEŽE VOĆE I POVRĆE



Poljoprivredni sektor u Saudijskoj Arabiji trenutno stvara 3,4 odsto bruto društvenog proizvoda zemlje. Istovremeno, vrednost tržišta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda iznosio je 9,5 milijardi USD u 2018. godini, dok se očekuje dalji rast tržišta na 12,16 milijardi USD (2024). Zbog ograničenih lokalnih kapaciteta za proizvodnju svežeg voća i povrća, više od 80 odsto domaćih potreba pokriva se uvozom\*\*\*\*. Promene i sve veće prilike za širenje tržišta posebno su izražene u rastućem segmentu potražnje za raznovrsnim i visokokvalitetnim svežim voćem i povrćem.

## MALOPRODAJA

Osim nesumnjivog značaja veleprodaje i HoReCa segmenta u uvozu i prometu značajnih količina hrane, distribucija svežeg voća i povrća u najvećem delu realizuje se kroz maloprodajne kanale, pre svega supermarkete i hipermarkete. Najveći maloprodajni lanci istovremeno su i jedni od najvećih uvoznika svežih proizvoda s obzirom na to da samo deo potreba podmiruju uz pomoć uvoznika i distributera na lokalnom tržištu. Tržište maloprodaje u Saudijskoj Arabiji, najvećem među MENA zemljama, konsolidovano je i veoma konkurentno, uz veliko prisustvo domaćih i stranih trgovinskih lanaca. Poslednjih godina tržište maloprodaje pokazalo je visok stepen dinamike širenjem mreže maloprodajnih objekata, dok je s pojavom pandemije naglo porastao

broj on-lajn prodavnica za dostavu svežih namirnica i prehrambenih proizvoda na kućnu adresu. Istovremeno, pandemija je značajno uticala i na promenu trendova u maloprodaji, uključujući tu i: 1) opciju on-lajn poručivanja i dostave koje vrše veliki maloprodajni lanci, 2) promene trendova ka sve većoj ponudi organskih, visokokvalitetnih i nutritivno bogatih proizvoda, 3) promene pristupa u poslovanju, te su sada kupac i njegove potrebe u prvom planu i 4) bolju selekciju i promociju asortimana kreirane u skladu s potrebama određenih ciljnih grupa. Pandemija je uticala na sve veću potrebu maloprodajnih lanaca da inovacijama unaprede svoje poslovanje i obezbede dalji rast na tržištu.

Veliki trgovinski lanci imaju veoma dobru infrastrukturu i logistiku koji im omogućavaju da na tržište plasiraju sveže voće i povrće iz uvoza. To je tako delimično i zato što pojedini maloprodajni lanci direktno uvoze sveže proizvode, koje mogu u relativno kratkom roku da plasiraju na tržište vodeći računa o svežini, količinama, raznovrsnosti, ali i ceni (jer je reč o proizvodima nižeg cenovnog ranga). No, zbog manjeg obima prodaje, ko-

\*\*\*\* [Agriculture in the Kingdom of Saudi Arabia – Growths, Trends and Forecast \(2020–2025\)](#).

ličine svežeg voća i povrća u malim prodavnicama su ograničene i one se uglavnom fokusiraju na bolju ponudu proizvoda s dužim rokom trajanja i većom cenom po jedinici proizvoda.

Zbog veličine ponude, raznovrsnosti, ali i potrebe da se segmentira ponuda kako bi bila bolje prilagođena i kako bi bolje komunicirala s određenom ciljnom grupom, veliki hipermarketi i supermarketi počeli su da primenjuju praksu uvođenja u fizičkim objektima posebnog dela namenjenog prodaji organskog svežeg voća i povrća (Hyper Panda), sveže oljuštenog i isečenog (Danube Hypermarkets), uz mogućnost pravljenja svežih sokova od voća i povrća u samom objektu. Iako prednjači po veličini tržišta, Saudijska Arabija je u blagom zaostatku u odnosu na zemlje regiona kada je reč o drugim aspektima - vrednosti potrošačke korpe, učestalost kupovina, kao i prometi u maloprodaji. Ipak, tržište nastavlja da raste, i to posebno u segmentu prodaje raznovrsnog i visokokvalitetnog voća i povrća s obzirom na to da

odustaju od velikih nedeljnih kupovina u velikim marketima, od kojih je čak 60 odsto locirano u najvećim gradovima – Rijad, Džeda i Damam. U velikim gradovima supermarketi i hipermarketi su veoma popularni, od čega veliki maloprodajni lanci zauzimaju 30 odsto ukupne prodaje u tim sredinama. Broj hipermarketa velikih maloprodajnih lanaca, poput Hyper Panda, Al-Othaim Markets, Farm Superstores (SAMCO), Al-Raya Supermarkets, Tamimi Markets, Bin Dawood i Carrefour-a, zauzimaju 60 odsto ukupnog tržišta Saudijske Arabije. Osim toga, objekata supermarketa ima više od 450 i njihov broj nastavlja i dalje da raste, pri čemu dominiraju supermarketi maloprodajnog lanca, kao i drugi, uključujući tu i Danube (Bin Dawood Group), Balsharaf (1955, Balsharaf Group), Sarawat (1981, Binzagr Group), Al-Sadhan, Sunbulah, Euromarche, Al-Jazeera i LuLu.

Iako konsolidovano tržište s tri glavna maloprodajna lanca koja zauzimaju najveći deo tržišta,

#### Najveći maloprodajni lanci u UAE sa brojem objekata

MALOPRODAJNI LANCI U UAE	BROJ OBJEKATA
LuLu Group International	223
Carrefour	97
Spinnes	51
Al Safeer	50
Choithram	40
Al Raya	40

izvor: PMA Fresh Produce Industry: United Arab Emirates

32 odsto populacije čine doseljenici, pa se očekuje da ovaj trend bude aktuelan i narednih godina.

Na maloprodajnom tržištu Saudijske Arabije prisutni su svi formati prodaje, od supermarketa, hipermarketa, malih prodavnica (tzv. bakalnica) do tradicionalnih pijaca. Hipermarketi i supermarketi beleže stabilan rast od 10 osto poslednjih godina, za razliku od malih prodavnica. Stanovnici Saudijske Arabije ne

prodaja u ovom segmentu je i dalje podeljena, uz odsustvo vodećeg maloprodajnog lanca s najvećim tržišnim učešćem. Tržište nastavlja dalje da raste, i ima slabu osetljivost kad su u pitanju proizvodi na sniženju i proizvodi niže vrednosti s obzirom na to da kupci u Saudijskoj Arabiji i dalje preferiraju velike nedeljne kupovine visokokvalitetnih, brendiranih i raznovrsnih proizvoda.



# HORECA

Distribucija svežeg voća i povrća preko HoReCa kanala je u stalnom porastu, posebno kada zemlju poseti veliki broj turista, u periodu verskih praznika, kada se značajno menjaju navike u ishrani sa sve većim udelom svežeg voća i povrća. Istovremeno, veoma je važno da uspostavite saradnju s uvoznikom i distributerom u Saudijskoj Arabiji koji ima dobru reputaciju i široku mrežu poslovnih kontakata, kao i potvrđene rezultate u saradnji s vodećim lancima hotela, restorana ili kafića i u njihovom snabdevanju svežim proizvodima.



## Lista odabranih uvoznika i distributera za HoReCa na tržištu Saudijske Arabije

NO.	NAZIV KOMPANIJE	KONTAKT	VEB-SAJT
1	Bestvision Est Fruits and Vegetables	info@bestvision.com.sa	<a href="https://www.bestvision.com.sa">https://www.bestvision.com.sa</a>
2	Alareeb Fruits	alareebfruits2@gmail.com	<a href="https://www.alareebfruits.com">https://www.alareebfruits.com</a>
3	Food Choice KSA	support@foodchoice-ksa.com	<a href="https://foodchoice-ksa.com">https://foodchoice-ksa.com</a>
4	Quality Trading Company	customercare@qtcarabia.com	<a href="http://www.qtcarabia.com">www.qtcarabia.com</a>
5	Alyasra Foods	ramachandran@alyasrafoods.com	<a href="https://www.alyasrafoods.com/join-the-family/become-a-supplier">https://www.alyasrafoods.com/join-the-family/become-a-supplier</a>
6	Arabian Food Corporation	info@arabianfoodcorp.com	<a href="https://www.arabianfoodcorp.com/contact">https://www.arabianfoodcorp.com/contact</a>
7	Al Munajem Foods	doe@almunajemfoods.com	<a href="https://almunajemfoods.com/contact/supplier-registration/">https://almunajemfoods.com/contact/supplier-registration/</a>

izvor: pripremio autor na osnovu podataka sa interneta

## Lista odabranih uvoznika i distributera za sveže voće i povrće na tržištu Saudijske Arabije

NO.	NAZIV KOMPANIJE	KONTAKT	VEB-SAJT
1	Sharbatly fruit	<a href="mailto:sales@sharbatlyfruit.com">sales@sharbatlyfruit.com</a>	<a href="http://www.sharbatlyfruit.com">www.sharbatlyfruit.com</a>
2	Qutoof Dania	<a href="mailto:customerservice@qutoofdania.com">customerservice@qutoofdania.com</a>	<a href="http://www.qutoofdania.com">www.qutoofdania.com</a>
3	Harvest Agriculture	<a href="mailto:sales@harvestvegetables.com">sales@harvestvegetables.com</a>	<a href="http://www.harvestvegetables.com">www.harvestvegetables.com</a>
4	Alharbi Trading And Contracting CO. LTD.	<a href="mailto:info@alharbi.com.sa">info@alharbi.com.sa</a>	<a href="http://www.alharbi.com.sa">www.alharbi.com.sa</a>
5	Fresh Fruit Trading	<a href="mailto:info@fresh-fruit.net">info@fresh-fruit.net</a>	<a href="http://www.fresh-fruit.net">www.fresh-fruit.net</a>
6	Alharamla Trading	-	<a href="http://www.alquraishi.com">www.alquraishi.com</a>
7	Alajm Trading est	<a href="mailto:ahk@alajm.sa">ahk@alajm.sa</a>	<a href="http://www.alajm.sa">www.alajm.sa</a>
8	Aljadid	<a href="mailto:info@aljadid.biz">info@aljadid.biz</a>	<a href="http://www.aljadid.biz">www.aljadid.biz</a>
9	Francaise food Co.	<a href="mailto:salesonline@francaisefood.com.sa">salesonline@francaisefood.com.sa</a>	<a href="http://www.francaisefood.com.sa">www.francaisefood.com.sa</a>
10	Ali Hamli Trading	<a href="mailto:contact@alhamli.net">contact@alhamli.net</a>	<a href="http://www.alhamli.net">www.alhamli.net</a>
11	Alareeb Fruits	<a href="mailto:alareebfruits2@gmail.com">alareebfruits2@gmail.com</a>	<a href="http://www.alareebfruits.com">www.alareebfruits.com</a>
12	MSG	<a href="mailto:info@msg.sa.com">info@msg.sa.com</a>	<a href="http://www.msg.sa.com">www.msg.sa.com</a>
13	International Farms Co.	<a href="mailto:info@intfarms.net">info@intfarms.net</a>	<a href="http://www.intfarms.net">www.intfarms.net</a>
14	Jabbar Nasser Al Bishi Trading Company	<a href="mailto:info@albishi.com.sa">info@albishi.com.sa</a>	<a href="http://www.albishi.com.sa">www.albishi.com.sa</a>
15	Desert Eagle Trading	-	<a href="http://www.deserteagletrading.com">www.deserteagletrading.com</a>

izvor: pripremio autor na osnovu podataka sa interneta

## UVOZNICI I DISTRIBUTERI

Veleprodaja i HoReCa kanali distribucije obuhvataju veliki broj uvoznika, distributera, ali i profesionalaca u industriji hrane, koja godišnje ostvaruje velike promete u distribuciji, pripremi i dostavi hrane. Važno je napomenuti da je [lista s pregledom najvećih uvoznika i distributera hrane](#) od izuzetnog značaja za analizu tržišta i uspostavljanje prvih kontakata s potencijalnim partnerima na rastućem tržištu Saudijske Arabije. Najveći deo voća i povrća uvezenog u Saudijsku Arabiju uvozi se preko lokalnih uvoznika i distributera. To je ujedno i najznačajniji kanal distribucije na ovom tržištu.





## ONLAJN PRODAJA

Prodaja svežeg voća i povrća putem onlajn prodavnica, iako je zabeležila snažan rast tokom pandemije, još uvek je daleko manje aktivan kanal distribucije u odnosu na maloprodaju. Ipak, realizovana vrednost prodaje hrane putem onlajn prodavnica, uz podatak da 55 odsto ukupnog stanovništva i dalje kupuje hranu preko interneta, od čega je druga najprodavanija kategorija sveže voće i povrće (67 odsto), pokazuje da ovaj kanal ima veliki i još uvek nedovoljno iskorišćen potencijal. Istovremeno, predviđa se dalji rast onlajn prodaje hrane u Saudijskoj Arabiji, dok su procene da će vrednost ovog tržišta na Bliskom istoku nastaviti da raste po godišnjoj stopi od 9,5 odsto\*.

\* Guan Yu Lim: E-commerce in Saudi Arabia: Food Sales Surge Amid COVID-19 Pandemic (2020).

### Lista onlajn prodavnica za sveže voće i povrće u Saudijskoj Arabiji

NAZIV ON-LAJN PRODAVNICE	VEB-SAJT	GRADOVI
Avokado	<a href="http://www.avokado.sa/shop/ar">www.avokado.sa/shop/ar</a>	Širom Saudijske Arabije
Khodar&More	<a href="http://www.kandmore.com/riyadh/ar">www.kandmore.com/riyadh/ar</a>	Širom Saudijske Arabije
Mandarin SA	<a href="http://www.mandarin.sa">www.mandarin.sa</a>	Medina
Nana Direct	<a href="http://www.nana.sa/ar">www.nana.sa/ar</a>	12 gradova
Hassel App	<a href="http://www.haseelapp.com">www.haseelapp.com</a>	Rijad
Carrefour KSA Online	<a href="http://www.carrefourksa.com">www.carrefourksa.com</a>	Širom Saudijske Arabije
BinDawood Holding	<a href="https://bindawood.com">https://bindawood.com</a>	Širom Saudijske Arabije
Danube SA	<a href="http://www.danube.sa">www.danube.sa</a>	Širom Saudijske Arabije
LuLu Hypermarkets KSA	<a href="http://www.luluhypermarket.com/en-sa">www.luluhypermarket.com/en-sa</a>	Širom Saudijske Arabije
Jumlaty App	<a href="http://www.jumlaty.app">www.jumlaty.app</a>	Džeda

izvor: pripremio autor na osnovu podataka sa interneta







4 Primeri  
iz prakse







## IZVOZ SVEŽIH JABUKA: COPA

Primer uspešnog izvoza jabuka na tržišta Ujedinjenih Arapskih Emirata i Saudijske Arabije predstavlja COPA - Cooperative of Pannonian Apples iz Srbije. Kompanija je nastala spajanjem dve srpske firme koje se bave proizvodnjom jabuka: PIK Južni Banat i ATOS FRUCTUM. Osnovana je sa željom da se inostranom tržištu ponudi značajna količina vrhunskih jabuka. Članice COPA-e raspolažu s ukupno više od 400 ha zasada jabuke različitog sortimenta i skladišnim kapacitetima kapaciteta od 30.000 t u ULO režimu. Imaju uvedene standarde kvaliteta: Global G.A.P., HACCP, BRC, IFS i druge. U poslednjih nekoliko godina proizvode jabuke bez ostataka pesticida (zero pesticide residua level) i uspešno izvoze jabuke na mnoga nova inostrana tržišta poput Velike Britanije, Švedske, Ujedinjenih Arapskih Emirata, Saudijske Arabije i ostalih tržišta Bliskog istoka, kao i u Indiju.

Od samog osnivanja pa do danas COPA je prisutna na tržištu Bliskog istoka i njihove jabuke su dobro poznate na tom tržištu. U svim zemljama Bliskog istoka imaju 5 stabilnih kupaca, s kojima su razvili odlične poslovne odnose i ostvarili dugoročnu saradnju. Izvoz u te zemlje premašuje 15.000 tona jabuka godišnje, sa stalnom tendencijom rasta iz godine u godinu. Najveći kupci jabuka su u Ujedinjenim Arapskim Emiratima i Saudijskoj Arabiji.



# CÓPA





## IZVOZ SVEŽIH BOROVNICA: BERRY 4 U

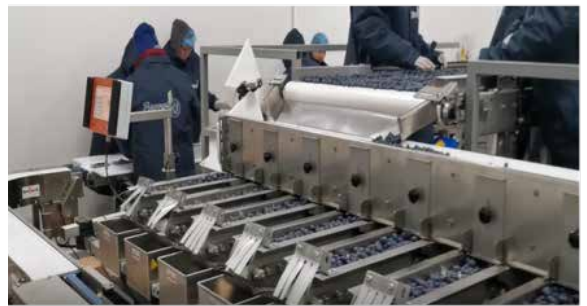
Kompanija Berry 4 U iz Srbije je porodična kompanija osnovana 2015. godine sa sedištem u Beogradu i kancelarijom u Švedskoj. Podizanje sopstvene plantaže borovnica počelo je 2015. godine i plantaža danas ima 10 ha sa planom da se dalje proširuje. Kompanija je počela da izvozi borovnice 2017. godine i danas izvozi više od 200 tona svežih borovnica najboljeg kvaliteta. Savremeno skladište za čuvanje borovnica sa sistemom za kalibraciju i sortiranje nalazi se odmah pored plantaže i poseduje i liniju za pakovanje.

Kompanija Berry 4 U, osim što sama proizvodi borovnice, ugovara i proizvodnju s individualnim proizvođačima. Paralelno s razvojem proizvodnje kompanija Berry 4 U je završila i implementaciju standarda kvaliteta: Global G.A.P., FSSC 22000 (eng. Food Safety System Certification), Smeta i Grasp. Kompanija je danas prisutna na nekoliko značajnih internacionalnih tržišta, kao što su: Rusija, zemlje Evropske unije, Velike Britanije, Bliskog istoka i Malezije, gde je izgradila uspešnu dugoročnu saradnju s velikim kupcima.


Od 2020. godine kompanija Berry 4 U je uspostavila saradnju s jednim od najvećih maloprodajnih lanaca u Ujedinjenim Arapskim Emiratima, gde već dve godine uspešno izvozi sveže borovnice upakovane u 125-gramsku plastičnu ambalažu, koja je uskladu sa zahtevom kupca. Svake sezone kompanija Berry 4 U od maloprodajnog lanca iz Dubaja prima nove zahteve za isporuku povećanih količina svežih borovnica.











# 5 Trendovi na tržištu svežeg voća i povrća na Bliskom istoku







Ukus potrošača na Bliskom istoku značajno se menjao tokom godina. Od nekada velikih potrošača mesa i mesnih prerađevina, proizvoda od voća s dodatkom šećera, gaziranih sokova i konditorskih proizvoda, danas su potrošači okrenuti kvalitetnoj, zdravoj i organskoj hrani. Smatra se da je povećanje potreba za ovom kategorijom nastalo kao ishod dinamičnog rasta broja stanovnika, naročito doseljenika iz drugih zemalja, koji su doneli i drugačije navike u ishrani. Istovremeno, povećanje bruto društvenog proizvoda po glavi stanovnika imao je veoma važan uticaj na promene u ovoj kategoriji hrane. Potrošači su spremni da plate više za raznovrstan asortiman voća i povrća koji ima svežinu, kvalitet, ukus i ispunjava sve standarde.

Promene u svesti potrošača, u potrošačkim navikama i ukusu kreirale su nekoliko vodećih trendova na tržištu voća i povrća na Bliskom istoku.

## **POVEĆANJE SVESTI O ZDRAVOJ ISHRANI**

Gojaznost je veliki problem ne samo u UAE već i u drugim zemljama Bliskog istoka, koji sa sobom nosi i brojne druge zdravstvene probleme. Prema podacima Ministarstva zdravlja, zemlja ima jednu od najvećih stopa gojaznosti u svetu, čak 33 odsto, dok je procenat gojaznih muškaraca skoro duplo veći nego žena. Vlada UAE pokušava da brojnim nacionalnim kampanjama podigne svest o zdravoj ishrani i zdravim životnim navikama, i to ne samo kod odraslih nego i kod dece i tinejdžera, kako bi promenila negativan trend i povećala kupovinu i konzumiranje zdrave hrane, a posebno svežeg voća i povrća.

## **PORAST POTRAŽNJE ZA PRIRODNIM I ORGANSKIM PROIZVODIMA**

Trendovi na tržištu svežeg voća i povrća značajno su se menjali tokom godina. Usled povećanja svesti o zdravim životnim navikama, zdravoj ishrani,

## **MULTIKULTURALNOST**

Dinamičan rast stanovništva, pre svega usled intenzivnog doseljavanja iz drugih zemalja, imao je efekta na povećanje potražnje za hranom, kao i pojavu različitih navika u ishrani. Potražnja za hranom podmiruje se iz uvoza, dok na krajnje odluke o kupovini utiču u značajnoj meri razlike u potrošačkim navikama. Na osnovu navedenih kriterijuma, možemo da izdvojimo dva trenda u kupovini u ovom delu:

1. kupovina egzotičnog voća i povrća višeg cenovnog ranga. - Ovaj trend izražen je kod potrošača s visokim primanjima koji insistiraju na zdravim navikama, ishrani baziranoj na kvalitetnom, svežem voću i povrću, ali i organskoj i tzv. superhrani (eng. superfoods, npr. borovnice ili maline). Ovaj segment potrošača kupuje premijum proizvode bez obzira na njihovu cenu. Istovremeno, njima je veoma bitno porekla voća i povrća koje kupuju;
2. osetljivosti na cenu proizvoda i posebne ponude. - Ovaj trend povezuje se s potrošačima s niskim primanjima, koji najčešće dolaze iz grupe doseljenika iz inostranstva (eng. expats). Osetljivi su na promene u ceni proizvoda, zbog čega se najčešće odlučuju na kupovinu osnovnih proizvoda, neupakovanih, kao i proizvoda na sniženju. Ovoj grupi potrošača cena proizvoda je presudna prilikom donošenja odluke o kupovini. Najčešće kupuju proizvode nižeg cenovnog ranga (npr. krompir, luk, paradajz, zeleno povrće i sl.), a ne skuplje (npr. jagode, borovnice, višnje).



ali i sve većeg broja stanovnika iz drugih zemalja, potrošači u UAE su počeli znatno više da kupuju sveže voće i povrće. Promene u kupovini nastale su upravo iz zdravstvenih razloga – većina potrošača smatra da je kvalitetna, organska hrana mnogo bolja od konvencionalne hrane i one koja nije visok nutritivna.

Najveći potencijal na tržištu predstavlja prva grupa, odnosno potrošači koji žele premijum, visokokvalitetne i organske proizvode, dok je poslednjih godina primetan rast prodaje smrznutog voća i povrća. Potrošači sve više kupuju sveže jabuke, grožđe, limun, kruške i bobičasto voće. Istovremeno, ova grupa potrošača je najveći kupac prirodnih proizvoda, kao i proizvoda koji tokom proizvodnje nisu tretirani pesticidima. Interesantno je da su potrošači na Bliskom istoku danas sve više spremni da kupe sveže voće i povrće koji po veličini ili obliku odstupaju od standarda. Razlog može da se pronađe u uspešno realizovanoj nacionalnoj marketinškoj kampanji pokrenutoj sa ciljem promocije kupovine ovog svežeg voća i povrća kako bi se povećala prodaja, ali i smanjio gubitak u lancima vrednosti (eng. I`m Perfect)\*.

## **PROMENE U TRENDOVIMA UZROKOVANE PANDEMIJOM**

Pandemija COVID-19 je u velikoj meri uticala na dinamične promene trendova na tržištu, i to u smislu da se više kupuje zdrava hrana. Tokom pandemije primećuje se nagli rast potražnje za svežim i prerađenim voćem i povrćem s obzirom na to da su ljudi sve više pripremali obroke kod kuće i vodili računa o zdravlju. Takođe, ovom trendu doprineo je i razvoj onlajn prodaje hrane, uz ponudu usluge direktne dostave svežeg i prerađenog voća i povrća na kućnu adresu. U ovom periodu do izražaja je došao trend prisutan poslednjih godina, a to je da se sve više stanovnika Bliskog istoka okreće zdravijoj, organskoj i nutritivno bogatijoj ishrani. UAE, posebno Dubai, ima razvijen maloprodajni sektor i on-lajn prodaju hrane, koja beleži brz rast od 2020. godine. Uz primenu novih tehnologija, stalne promene asortimana i njegovo širenje, kao i brojne marketinške kampanje kojima se podstiče kupovina zdrave hrane, potrošači sve više prate dobre ponude, i povećava se trend kupovine na veliko.

---

\* Milica Zatezalo: Nacionalne marketing kampanje za sveže voće i povrće na tržištima Bliskog istoka – Ujedinjeni Arapski Emirati i Saudijska Arabija, 2022.







## VERSKI OBIČAJI

Tokom verskih praznika muslimansko stanovništvo menja svoje navike u ishrani zbog ograničenja u vezi s konzumiranjem određene vrste hrane. Upravo u tom periodu beleži se najveći porast prodaje hrane i pića u UAE i Saudijskoj Arabiji, ponekad čak do 60 odsto raste potražnja za svežim voćem i povrćem. Samo tokom Ramazana dnevni uvoz svežeg voća i povrća iznosi 17.000 tona, dok je jedan od glavnih izazova održati cene stabilnim s obzirom na to da su, zbog povećane potražnje, cene za određeno sveže voće i povrće povećane u proseku od 10 do 15 odsto.





A person wearing a white thobe is seated at a dark, reflective table. On the table is a white plate with sliced melon, green grapes, and red grapes, and a dark glass. In the background, a large potted plant with green leaves and small white and yellow flowers is visible. The scene is brightly lit, suggesting an outdoor or well-lit indoor setting.

# 6 Ponašanje potrošača na Bliskom istoku



# PROFIL PROSEČNOG POTROŠAČA NA BLISKOM ISTOKU

Zemljama regiona Bliskog istoka, pored svih različitosti, zajedničko je da su prošle kroz značajne socio-ekonomske promene proteklih godina (ili decenija). Samo u Ujedinjenim Arapskim Emiratima 85 odsto stanovništva čine doseljenici više od 200 nacionalnosti, a postoji projekcija daljeg rasta u narednom periodu. Upravo su sve ove (slične) promene kroz koje su zemlje Bliskog istoka prošle u velikoj meri uticale na potrošačke navike, zbog čega možemo da ih posmatramo kao jedinstveno tržište.

I pored svih socio-ekonomskih promena koje su, između ostalog, uticale i na trendove na tržištu hrane i ponašanje potrošača, nije jednostavno kreirati generalni profil prosečnog potrošača na Bliskom istoku. Na njegove odluke u kupovini sigurno utiču poreklo, verski običaji, visina prihoda, navike u ishrani i sl. Poslednjih godina potrošači su zbog sve prisutnije svesti o zdravim životnim navikama spremni da plate više za svežu, kvalitetnu,

visokonutritivnu i premijum hranu. Na tržištu se

uočava pad prodaje konzerviranog voća i povrća jer se potrošači okreću svežem kao zdravijoj opciji. Ipak, prodaja suvog voća i orašastih plodova i dalje zauzimaju značajan udeo na tržištu, uz stabilan rast.



## VISINA PRIMANJA

Ujedinjeni Arapski Emirati, posebno Dubai, predstavljaju jedan od najrazvijenijih maloprodajnih sektora na svetu gde stanovnici dosta izdvajaju za kupovinu. Oni su lojalni brendovima, a uz stalne promene i širenje asortimana, uvek žele da probaju nešto novo. Istovremeno, potrošači u UAE, posebno oni s visokim primanjima, imaju velika očekivanja i potrebno je vreme kako biste pridobili njihovu lojalnost da redovno kupuju određene proizvode. Ova grupa potrošača ima visoku svest o karakteristikama i benefitima proizvoda, čitaju deklaracije na proizvodu, a kad

su u pitanju sveži proizvodi, preferiraju kupovinu upakovanog voća i povrća. Poslednjih godina beleži se stabilan rast upakovanog voća i povrća, kao i prethodno oljuštenog, isečenog i upakovanog (luk, krompir, šargarepa), s obzirom na to da se sve veći broj potrošača odlučuje za ovu opciju iz praktičnih razloga. Ranije je bilo nezamislivo da potrošači kupuju proizvode koje ne mogu da uzmu u ruke, „opipaju” i uvere se u njihov kvalitet i svežinu.

Međutim, kupci s nižim primanjima najčešće kupuju jeftinije voće i povrće, a osetljivi su na promotivne kampanje s popustima. Na njihovu odluku o kupovini raznovrsnost ponude i veličina

## FAKTORI KOJI UTICU NA PONAŠANJE POTROŠAČA NA BLISKOM ISTOKU

VERSKA  
PRIPADNOST

VISINA  
PRIMANJA

POREKLO

SVEST O  
ZDRAVOJ  
ISHRANI

POL



asortimana u prodavnicama nemaju značajnog uticaja, posebno kad se radi o izboru svežeg voća i povrća iz uvoza. Oni se najčešće odlučuju za povoljnije voće i povrće iz domaće proizvodnje i kupovinu u lokalnim prodavnicama. Ukoliko su sami, bez porodice, ovi potrošači praktikuju svakodnevne manje kupovine. U narednim godinama očekuje se smanjenje ove grupe potrošača s obzirom na to da na Bliski istok dolaze kao radnici s nižim platom, te se posle određenog vremena vraćaju kući.

## SVEST O ZDRAVOJ ISHRANI

Prošla su vremena kada su na Bliskom istoku potrošači kupovali prerađene proizvode s visokim procentom šećera i masti. Novija istraživanja pokazuju da danas jedan od tri potrošača vodi računa o zdravoj ishrani, a na odluku o kupovini utiču kvalitet hrane, ukus, poreklo, način uzgoja, odsustvo pesticida i sl.\*

Potrošači na Bliskom istoku sve više kupuju proizvode koji su u skladu s njihovim životnim stilom (npr. vegan-ski proizvodi, proizvodi bez upotrebe pesticida, visoko-nutritivno voće i povrće, superhrana). Ipak, neke navike su zadržali, tako da potrošači na Bliskom istoku i dalje preferiraju sveže voće koje ima slađi ukus. Promena u svesti ka shvatanju važnosti zdrave ishrane, ali i povećana primanja najviše su doprineli povećanju popularnosti svežeg voća poput borovnica, malina, jagoda, brusnica i višanja.

## POL

Poslednjih godina zabeležen je rast broja žena u populaciji stanovništva u kojoj dominiraju muškarci. Danas žene čine oko 30 odsto ukupne populacije na Bliskom istoku i ostvaruju blizu 80 odsto svih kupovina u supermarketima. Istovremeno, žene su osjetljive na kvalitet, ukus i karakteristike svežeg voća i povrća, spremne su da izdvoje više novca za kupovinu brendiranih i premijum proizvoda. Takođe, trend upakovanog, seckanog voća i povrća, čime se značajno ubrzavaju priprema i konzumiranje

\* UAE Health: [One in three UAE expats follow 'healthy' diet.](#)








hrane, namenjen je ženama, prvenstveno onim poreklom iz inostranstva i s višim primanjima. Žene su osetljive i na pakovanje proizvoda, zbog čega vrlo često donose odluku da kupe, probaju nove proizvode ukoliko imaju atraktivno pakovanje koje dobro ističe prednosti proizvoda.

## VERSKA PRIPADNOST

Demografska slika na Bliskom istoku značajno se promenila poslednjih godina kao rezultat snažnog ekonomskog razvoja regiona. Osim prisutnih kulturoloških i tradicionalnih razlika, posebno izraženih usled velikog broja doseljenika, ali i snažnog uticaja sa Zapada na potrošačke navike, ipak je reč o izraženo religiozanim i konzervativnim društvima. Upravo duboko utemeljeno religiozno društvo jedan je od glavnih faktora koji utiču na promene u ponašanju potrošača, naročito izoštrenih tokom verskih praznika. Zbog toga je veoma važno pravilno razumevanje religijskih i tradicionalnih karakteristika tržišta. Istovremeno, poznavanje i razumevanje običaja, tradicije, stavova, ali i navika u kupovini od presudnog su značaja za uspešnost plasmana svežeg voća i povrća na tržište. Na primer, sem modernog dizajna i ambalaže, uz ispunjenje svih regulativa u deklarisanju i označavanju pakovanja orašastih plodova iz uvoza, jedan proizvod nije ostvario očekivanu prodaju jer na pakovanju nije bilo „prozora” kroz koji bi potrošač mogao da ga vidi i uveri se u njegov kvalitet.

## POREKLO

Na demografske promene Bliskog istoka nije uticao samo nagli porast populacije već su utical i izražene migracije, posebno iz okolnih zemalja: Indija, Pakistan, Avganistan. Zbog velikog broja pridošlica, formirane su nove grupe potrošača, koje su uticale i na rast kupovine i konzumiranja svežeg voća i povrća s obzirom na to da predstavljaju sastavni deo njihove svakodnevne ishrane. Istovremeno, broj doseljenika, i to kako s nižim, tako i s višim primanjima, uticao je na produbljavanje razlika u potrošačkim navikama formiranjem dve dominantne grupe potrošača: 1) potrošača s visokim primanjima koji kupuju skuplje voće i povrće i 2) radničke klase, s nižim primanjima, koja najviše izdvajaja za kupovinu jeftinih, svežnih proizvoda (krompir, luk).



# 7 Sajmovi, magazini i konferencije na tržištu svežeg voća i povrća





# SAJMOVI

Sajmovi i poslovni događaji predstavljaju odličnu priliku za komunikaciju s određenom ciljnom grupom – potencijalnim kupcima, uvoznicima i distributerima, maloprodajnim lancima, kao i profesionalcima u industriji. Veliki sajmovi hrane u UAE i Saudijskoj Arabiji nisu samo dobra prilika za predstavljanje i promociju svežih proizvoda pred lokalnim kupcima već i pred regionalnim, kao i pred kupcima i poslovnim partnerima iz celog sveta. Fizičko prisustvo na sajmu na Bliskom istoku dobra je prilika da se uspostavi direktan kontakt s potencijalnim partnerima na samom štandu, ali i da svi oni koji žele imaju priliku da dobiju više informacija.

Najpoznatiji sajmovi poljoprivrede i prehrambene industrije u UAE i Saudijskoj Arabiji, koji privlače veliku pažnju profesionalaca, ali i lokalnog stanovništva, jesu Gulf Food Dubai, Saudi Food EXPO, SIAL Middle East Dubai, Asia Fruit Logistica, AgraME Dubai, Organic Natural Dubai i drugi. Osim sajмова u regionu Bliskog istoka, najznačajniji profesionalni sajam za industriju svežeg voća i povrća je [Fruit Logistica](#), sajam svežeg voća i povrća koji se u Berlinu održava početkom februara svake godine. Za izlazak na tržišta Bliskog istoka, značajan je sajam [Asia Fruit Logistica](#), koji se u Bangkoku održava u novembra svake godine.

U narednom delu predstavljamo vodeće sajamske manifestacije, konferencije i magazine u vezi s industrijom hrane na Bliskom istoku.



# PREGLED SAJMOVA IZ SEKTORA SVEŽEG VOĆA I POVRĆA NA TRŽIŠTU BLISKOG ISTOKA

<p>Februar</p> <p><b><u>Saudi Food EXPO</u></b></p> <p>Riyad fond expo, Riyad, Saudi Arabia</p>	<p>Mart</p> <p><b><u>Foodex Saudi</u></b></p> <p>Jeddah Center for Forums and Events, Jeddah, Saudi Arabia</p>	<p>Mart</p> <p><b><u>Gulfood</u></b></p> <p>Dubai World Trade Centre, Dubai, UAE</p>	<p>Mart</p> <p><b><u>Taste of Dubai</u></b></p> <p>Dubai Media City Amphitheatre, UAE</p>
<p>Maj</p> <p><b><u>EXPO Clulinaire</u></b></p> <p>Abu Dhabi National Exhibition Centre, Dubai, UAE</p>	<p>Septembar</p> <p><b><u>HALAL EXPO Dubai</u></b></p> <p>Dubai World Trade Centre, Dubai, UAE</p>	<p>Oktobar</p> <p><b><u>Yummex Middle East</u></b></p> <p>Dubai World Trade Centre, Dubai, UAE</p>	<p>Oktobar</p> <p><b><u>Saudi Agriculture</u></b></p> <p>Riyadh International Convention &amp; Exhibition Center, Saudi Arabia</p>
<p>Novembar</p> <p><b><u>The Specialty Food Festival</u></b></p> <p>Dubai World Trade Centre, Dubai, UAE</p>	<p>Novembar</p> <p><b><u>Gulfood Manufacturing</u></b></p> <p>Dubai World Trade Centre, Dubai, UAE</p>	<p>Septembar</p> <p><b><u>Saudi HORECA</u></b></p> <p>Riyadh International Convention &amp; Exhibition Center, Saudi Arabia</p>	<p>Novembar</p> <p><b><u>Taste Abu Dhabi</u></b></p> <p>Du Arena, Yaw Island, Abu Dhabi, UAE</p>
<p>Novembar</p> <p><b><u>GulfHost</u></b></p> <p>Dubai World Trade Centre, Dubai, UAE</p>	<p>Decembar</p> <p><b><u>SIAL Middle East</u></b></p> <p>Abu Dhabi National Exhibition Centre, UAE</p>	<p>Decembar</p> <p><b><u>Middle East Natural &amp; Organic Products Expo</u></b></p> <p>Dubai International Convention and Exhibition Center (DICEC)</p>	<p>Decembar</p> <p><b><u>AgraME</u></b></p> <p>Dubai World Trade Centre, Dubai, UAE</p>



Izvor: pripremio autor na osnovu podataka sa interneta

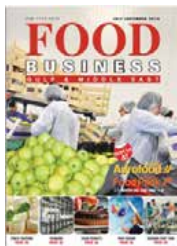
# MAGAZINI I ONLAJN PORTALI

Specijalizovani magazini i časopisi na Bliskom istoku dobar su izvor informacija o tržištu hrane, trendovima, ponašanju potrošača i aktuelnostima u ovoj oblasti. Istovremeno, ukoliko planirate da pokrenete promotivnu kampanju na Bliskom istoku, oglašavanje u ovim štampanim medijima pokazaće se kao dobar poslovni potez.

Predstavljamo vodeće specijalizovane magazine i onlajn portale u vezi s industrijom hrane na Bliskom istoku.

Pregled specijalizovanih magazina iz sektora svežeg voća i povrća i maloprodaje na tržištu Bliskog istoka

[Food Business  
Gulf & Middle East](#)



[RetailME](#)



[GoodTaste  
\(Good Taste\)](#)



[National UAE](#)



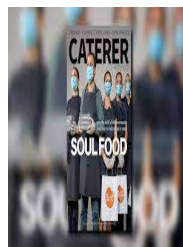
[BBC Good  
Food ME](#)



[Asia and Middle  
East Food Trade](#)



[Caterer ME](#)



[Hospitality ME](#)



Pored štampanih izdanja koji pokrivaju brojne teme u vezi sa plasmanom i prodajom, postoje i specijalizovani onlajn portali koje redovno prate uvoznici i distributeri voća i povrća na tržištu Bliskog Istoka.



Pregled specijalizovanih onlajn portala iz sektora svežeg voća i povrća i maloprodaje na tržištu Bliskog istoka

[Asia Eurofruit magazin](#)



[Eurofresh Distribution](#)



[Fresh Plaza](#)



Osim oglašavanja u magazinima i portalima, proverite s uvoznicima i distributerima kakve su mogućnosti da se informacija o vašem proizvodu nađe na stranicama publikacija koje izdaju maloprodajni lanci. Navedene publikacije distribuiraju se u mreži maloprodajnog lanca i dobra su prilika za promociju vašeg proizvoda potencijalnim kupcima.

U navedenim poslovnim časopisima i portalima namenjenim profesionalcima iz industrije hrane mogu da se pronađu značajne informacije o tržištu Bliskog istoka, ali i o drugim tržištima svežeg voća i povrća. Reklamiranje u tim časopisima i portalima može vam doneti dobru vidljivost kod ciljne grupe – kupaca, trgovinskih brokera, uvoznika i distributera ili maloprodajnih lanaca za sveže voće i povrće. Istovremeno, redakcije navedenih magazina i on-lajn portala organizuju i godišnje konferencije, koje predstavljaju dobru priliku za promociju proizvođača i izvoznika svežeg voća i povrća sa Zapadnog Balkana.

## KONFERENCIJE

Pregled konferencija i poslovnih događaja iz sektora svežeg voća i povrća na tržištu Bliskog istoka

<p>Februar</p> <p><b>The Food 2.0 Conference</b> Dubai</p> <p>InterContinental Dubai - Festival City, Dubai, UAE</p>	<p>Mart</p> <p><b>Food For Future Summit &amp; Expo</b></p> <p>Dubai Exhibition Centre, Mina Jebel Ali, UAE</p>	<p>Maj</p> <p><b>World Nut and Dried Fruit Congress</b></p> <p>Jumeirah Al Qasr, Dubai, UAE</p>	<p>Novembar</p> <p><b>Stamegna Network - Middle East Food and Beverage</b></p> <p>InterContinental Dubai - Festival City, Dubai, UAE</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



# 8 Poslovni bonton







# POSLOVNI KODEKS

Tržišta UAE i Saudijske Arabije nisu toliko daleka i nedostižna. Međutim, da biste uspjeli na ovim brzorastućim i veoma zahtevnim tržištima, morate prethodno da budete dobro obavešteni ne samo o procedurama i drugim uslovima u vezi s uvozom i plasmanom svežeg voća i povrća već se očekuje i da se ponašate u skladu s poslovnim kodeksom važećim na Bliskom istoku.

Razumevanje različitosti u poslovnom bontonu važan je uslov za uspostavljanje dobre komunikacije i uspešno poslovanje na tržištu. Istovremeno, to je značajno kako bi se izbegli nesporazumi ili nesuglasici u komunikaciji. Poslovni ljudi na Bliskom istoku veoma drže do osnovnih pravila poslovnog bontona, posebno do načina komunikacije i obraćanja. To podrazumeva da sastanka s poslovnim partnerima na Bliskom istoku morate da zakažete nekoliko nedelja, čak i mesec dana unapred putem imejla. Preporuka je da pred put još jednom kontaktirate s osobom i potvrdite vreme i mesto sastanka. Prilikom zakazivanja sastanka potrebno je da imate na umu da u Saudijskoj Arabiji radna nedelja traje od subote do srede (radni sati 8-12 časova i 15-18 časova), dok u UAE radna nedelja traje od nedelje do četvrtka (radni sati 8-13 časova i 16-19 časova). Veoma je važno da prihvatite da se na Bliskom istoku ništa ne dešava brzo, da se naoružate strpljenjem i pripremite za čekanje. Vreme je tamo relativna stvar, ali se od vas se očekuje da uvek budete tačni i ispoštujete postignut dogovor u za to dogovorenom vremenskom roku.

Poštovanje kulture i tradicije poslovnih partnera na Bliskom istoku je u osnovi uspješne komunikacije. Engleski govore gotovo svi, čime je i komunikacija znatno olakšana. Preporuka je da naučite nekoliko reči arapskog jezika (prilikom pozdravljanja, zahvaljivanja i sl.), jer će vaši domaćini to veoma ceniti. Oblačenje je ključno ne samo za ostavljanje dobrog utiska već i za izbegavanje bilo kakvih neprijatnosti ukoliko niste obučeni u skladu s onim što se na Bliskom istoku smatra prihvatljivim. Sigurno da svojim ponašanjem ili odevanjem ne želite da uvredite svog poslovnog partnera. Posebno je važno da žene na sastancima imaju marame (abaya), da odeća pokriva telo, i da se izbegne nošenje previše otvorenih cipela.

Veoma je važno, i to kako za žene, tako i muškarce, da ne dođete u situaciju da pokažete đon cipele svom domaćinu. To se smatra izuzetnim nepoštovanjem, a preporuka je da izbegavate da prekrštate noge tokom sastanka. Za muškarce se preporučuje nošenje poslovnog odela, koje je znak poštovanja poslovnih partnera na sastanku. Na Bliskom istoku, pri pozdravljanju, primetićete da je njihov lični prostor nešto uži u odnosu na Zapad. Ipak, to ne važi za žene i preporuka je da izbegavate bilo kakav fizički kontakt, uključujući tu i rukovanje.

Žene pozdravljate samo verbalno pre i nakon sastanka. Prilikom rukovanja, vodite računa da prvo pružite ruku onima s najvišom pozicijom, a pri tome nemojte da se iznenadite ukoliko stisak ruke traje duže od onoga na šta ste navikli. Svoje poslovne partnere treba da oslovjavate s gospodin (Sayed) ili gospođa (Sayeda). Održavanje kontakta očima na Bliskom istoku je veoma važno tokom sastanka, jer time pokazujete poštovanje prema partneru i da imate poverenja u njega. Kako biste izbegli neprijatne situacije, ako u nekom momentu niste sigurni kako da se ponašate, pratite svoje domaćine i način na koji vas oni pozdravljaju ili vam ukazuju poštovanje.

## POSLOVNI BONTON

NA BLISKOM ISTOKU

### KAKO TREBA ILI NE TREBA DA SE PONAŠATE!

Zakažite sastanak mesec danas unapred.

Poštujte zakazano vreme.

Poslovno oblačenje je obavezno na sastancima.

Pripremite vizit kartice na engleskom i arapskom jeziku.

Rukujte se sa svoiim poslovnim partnerom.

Uvek se obraćate najvišem po rangi i oslovijavate sa gospodine ili gospodo.

Budite spremni i strpljivi, jer sastanci mogu dugo da traju.

Prihvatite makar jednu šoljicu kafe ili čaja tokom sastanka.

Održavajte kontakt očima tokom pregovora.

Pripremite se dobro za sastanak i budite spremni na teške pregovore.

Prilikom zakazivanja sastanaka izbegavajte neradne dane i verske praznike.

Nemojte da kasnite na sastanak.

Izbegavajte rukovanje sa ženama na sastancima.

Izbegavajte teme o Islamu, politici ili privatnom životu

Nemojte da gledate na sat dok traje sastanak.

Nikako nemojte da pokazujete đon cipele svom domaćinu.

Ne požurujte poslovne partnere tokom sastanka.

Nemojte da prihvatite šoljicu kafe, vizit karticu ili bilo šta drugo levom rukom.

Nemojte da budete grubi ili povisite ton ukoliko sastanak ne ide tokom koji ste očekivali.

Ne pokazujte na prisutne sa kažiprstom.





## SAVETI ZA POSLOVNE SASTANKE

Ukoliko planirate da ozbiljno poslujete na ovom tržištu, vizitkartice su dobar pokazatelj vaše odlučnosti, ozbiljnosti i planova za ulazak na tržište Bliskog istoka. Vizitkartice se razmenjuju na samom početku sastanka. Poslovni sastanci na Bliskom istoku dugo traju jer žele da imaju dovoljno vremena da upoznaju drugu stranu i steknu poverenje pre donošenja poslovne odluke. Često sastanci počnu i sa zakašnjenjem, pa je zato ovo, ali i dužinu trajanja potrebno uzeti u obzir prilikom planiranja vašeg rasporeda. Ne zaboravite da se gledanje na sat tokom sastanka smatra veoma nepristojnim činom prema vašim domaćinima na Bliskom istoku. Sastanci znaju vrlo često i da se prekinu nakratko kako bi odgovorili na telefonski poziv, na upit nekoga ko je ušao u kancelariju ili ukoliko se nametne neka druga tema, poput ekonomije, trenutnih aktuelnosti u svetu i sl. Uključite se u razgovore na ove teme, ali zapamtite da nikada ne treba da postavite pitanje ili pokrenete temu u vezi sa islamom, političkim odlukama, privatnim životom ili članovima porodica. Kao i kod nas, na Bliskom istoku će vas uvek ponuditi kafom ili čajem na sastanku. Važno je da je prihvatite desnom rukom. Smatra se nepristojnim ukoliko ne prihvatite makar jednu šoljicu kafe ili čaja.



Na sastanke je potrebno da dođete pripremljeni, sa svim informacijama koje su od interesa za postizanje dogovora s drugom stranom. Vizit kartice smatraju se obaveznom na ovom tržištu, uz preporuku da budu odštampane dvostrano na engleskom i arapskom jeziku.

S obzirom na to da u poslovnom svetu na Bliskom istoku sve ide svojim tempom, tako je i s donošenjem poslovnih odluka. Pustite da proces odlučivanja ide svojim tokom i nemojte da požurujete. Odluke donose hijerarhijski rukovodioci s najvišim zvanjem u kompaniji, ali je ponekad potrebno da se dobije potvrda nekoliko niže rangiranih saradnika, pre nego što se najviše rangiranom podnese predlog na odlučivanje. Kao na bazaru, poslovni ljudi na Bliskom istoku vole da se cenjkaju čak i kada su veliki poslovni ugovori u pitanju. U tim situacijama, ukoliko kupuju, ponudiće najnižu moguću cenu, odnosno najvišu ukoliko prodaju. Ne zaboravite, oni su dobri pregovarači, te je potrebno da se držite svog prvobitnog stava i da budete uporni tokom pregovora.

# Reference

- 
1. The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (UAE)

[LINK KA TEKSTU](#)

- 
2. PMA Fresh Produce Industry: United Arab Emirates (UAE)

[LINK KA TEKSTU](#)

- 
3. PMA Research: Who Supplies the Middle East's Increasing Demand for Fresh Produce

[LINK KA TEKSTU](#)

- 
4. The Food and Beverage Market Entry Handbook: Saudi Arabia

[LINK KA TEKSTU](#)

- 
5. Milica Zatezalo: Nacionalne marketing kampanje za sveže voće i povrće na tržištima Bliskog istoka – Ujedinjeni Arapski Emirati i Saudijska Arabija, 2022.

- 
6. GAIN Report: Saudi Arabia

[LINK KA TEKSTU](#)

- 
7. Food Export USA: Saudi Arabia Country Profile

[LINK KA TEKSTU](#)

- 
8. Saudi Us Trade Group: Saudi Arabia's progress toward food security, water conservation accelerated by Coronavirus crisis

[LINK KA TEKSTU](#)

- 
9. Guan Yu Lim: E-commerce in Saudi Arabia: Food Sales Surge Amid COVID-19 Pandemic (2020)

[LINK KA TEKSTU](#)

- 
10. YouGov: Trendovi na tržištu hrane u UAE i Saudijskoj Arabiji tokom meseca Ramadana

[LINK KA TEKSTU](#)

11. European Commission, CAP indicators, 2017

[LINK KA TEKSTU](#)

---

12. Food Control Department: Import and Re-Export Requirements for the Foodstuff

[LINK KA TEKSTU](#)

---

13. Saudi Arabia Fruits and Vegetables Market Size By Production Type, By Export Variant, By Farming Type And Forecast

[LINK KA TEKSTU](#)

---

14. Food Navigator Asia: From Covid-19 to Ramadan: How Saudi consumer trends shifted from March to May

[LINK KA TEKSTU](#)

---

15. Mordor Intelligence: UNITED ARAB EMIRATES FRUITS AND VEGETABLES MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS (2021-2026)

[LINK KA TEKSTU](#)

16. Tomra Food: Building a fresh produce brand experience that commands a premium

[LINK KA TEKSTU](#)

---

17. Arabian Gazette: Ramadan 2017 Consumer Behaviour Survey Reveals Interesting Facts

[LINK KA TEKSTU](#)

---

18. Arabian Business: Dubai women behind 80% of consumer spending, says survey

[LINK KA TEKSTU](#)

---

19. Best Food Importers: Food Importers and Food Import Trends in Saudi Arabia 2020

[LINK KA TEKSTU](#)

---

20. Trade map

[LINK KA TEKSTU](#)

---

21. Izdanja Info Team d.o.o

[LINK KA TEKSTU](#)



# VODIČ

ZA IZVOZ VOĆA I  
POVRĆA NA TRŽIŠTE  
BLISKOG ISTOKA

JULKA TOSKIĆ DIPL. ING. AGR, MILICA ZATEZALO

PRAKTIČNE INFORMACIJE O IZVOZU SVEŽEG  
VOĆA I POVRĆA IZ ZEMALJA ZAPADNOG  
BALKANA NA TRŽIŠTA UJEDINJENIH  
ARAPSKIH EMIRATA I SAUDIJSKE ARABIJE

Publikacija "Vodič za izvoz voća i povrća: Praktične informacije o izvozu svežeg voća i povrća iz zemalja Zapadnog Balkana na tržišta Ujedinjenih Arapskih Emirata i Saudijske Arabije" 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".

