

Food

ΣΑΒΒΑΤΟ 2 ΙΟΥΛΙΟΥ 2011
ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΔΟΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ
ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΗΝ AGENDA

Report

01

Το νέο διατροφικό - παραγωγικό μοντέλο και οι επενδυτικές ευκαιρίες που αυτό προσφέρει

02

Συνωμότες διαρκείας και θιασώτες της ντόπιας ποιότητας στο γάλα

03

Παλιοι και νέοι παίχτες στον κλάδο του ελαιολάδου και τα παλικάρια... της φακής

04

Ζυμαρικά... από άλλη πάστα και μπίρες με συμβολαιακή



ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ



ΦΕΤΑ Π.Ο.Π.

μοναδική
όπως η φύση της!

Εδώ και μισό αιώνα, περίπου, η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Καλαβρύτων, γράφει τη δική της, ξεχωριστή ιστορία.

Μια «Ιστορία γάλακτος» με πρωταγωνιστές τη μοναδική φύση της περιοχής, τους κτηνοτρόφους παραγωγούς και τα υψηλής ποιότητας προϊόντα από αιγοπρόβειο γάλα (φέτα, γίδινο τυρί, φουρμαέλα, ανθότυρος, ξηρή μυζήθρα).

Κορυφαίο προϊόν η παραδοσιακή βαρελλίσια φέτα Π.Ο.Π. που διατίθεται αποκλειστικά στην ελληνική αγορά και γίνεται ανάρπαστη, χάρη στην ξεχωριστή της γεύση και την αδιαπραγμάτευτη ποιότητά της... Αυτή η ποιότητα οφείλεται τόσο στον φυσικό τρόπο διατροφής των κοπαδιών, όσο και στις άριστες συνθήκες υγιεινής και ελέγχου, που διασφαλίζει, σε όλα τα στάδια, ο σύγχρονος τεχνολογικός εξοπλισμός της μονάδας παραγωγής, αλλά και η υπευθυνότητα του έμπειρου, εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού.

Σήμερα, η Ένωση, μια από τις πιο κερδοφόρες και συνεχώς εξελισσόμενες συνεταιριστικές οργανώσεις, αποτελεί μοχλό ανάπτυξης για την περιοχή, στήριγμα για το εισόδημα του παραγωγού και εγγύηση για τον Έλληνα καταναλωτή, που δικαιούται να ζητά προϊόντα με όνομα και ταυτότητα.



ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ
ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ



ΠΟΛΛΕΣ ΟΨΕΙΣ, ΕΝΑΣ ΟΨΕΩΣ.



Πρωτοποριακές λύσεις για κάθε επαγγελματία με το νέο λογαριασμό "ΕΘΝΙΚΟΣ ΟΨΕΩΣ".

Ο νέος λογαριασμός της Εθνικής Τράπεζας αλλάζει όσα γνωρίζατε για τις καθημερινές τραπεζικές συναλλαγές του σύγχρονου επαγγελματία και της μικρομεσαίας επιχείρησης. Παρέχει σιγουριά, ευελιξία και ταχύτητα στη διεκπεραίωση των συναλλαγών, καθώς και ένα πλήθος προνομίων που θα σας βοηθήσει να βάλετε σε τάξη τα οικονομικά της επιχείρησής σας.

- / Τόκος από το 1ο ευρώ.
- / Δωρεάν πληρωμές και εξυπηρέτηση μισθοδοσίας μέσω Internet Banking.
- / Δωρεάν εμβάσματα εσωτερικού.
- / Δυνατότητα δωρεάν χορήγησης μπλοκ επιταγών.
- / Δυνατότητα υπερανάλψης.

Περισσότερες πληροφορίες για τους ακριβείς όρους και τις προϋποθέσεις του προϊόντος και των δωρεάν συναλλακτικών παρακινών στα Καταστήματα της Εθνικής Τράπεζας και στα:

181818 / www.nbg.gr



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

**ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ-ΕΛΙΕΣ**

σελ. 10-17

Μια νέα απειλή θα πρέπει να είναι σε ετοιμότητα να αντιμετωπίσουν οι παραγωγοί ελαιολάδου στη χώρα μας τα επόμενα χρόνια. Μετά το δυναμικό μπάσιμο στην παραγωγή του προϊόντος από την Ισπανία, σειρά έχει η Τουρκία...

ΟΣΠΡΙΑ-ΖΥΜΑΡΙΚΑ-ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ

σελ. 18-23

Η ελληνική παραγωγή στα όσπρια δεν φτάνει και εξαντλείται μήνες πριν από την επόμενη σοδειά. Τα ζυμαρικά επιβίωσαν έχοντας ξεφορτωθεί τα περσινά αποθέματα και αναδιοργανώνονται, ενώ ο κλάδος των αρτοσκευασμάτων στην Ελλάδα μοιάζει με κυνήγι φαντασμάτων.

**ΦΡΟΥΤΑ-ΛΑΧΑΝΙΚΑ**

σελ. 24-39

Τη δυναμική παρουσία των ελληνικών φρούτων και λαχανικών, νωπών και μεταποιημένων, στη διεθνή σκακιέρα και την εξωστρέφεια του πρωτογενή τομέα επιβεβαιώνουν τα στοιχεία που και φέτος δείχνουν σταθερά ανοδική πορεία στις εξαγωγές από τη χώρα μας.

ΧΥΜΟΙ-ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

σελ. 40-41

Φανατικούς οπαδούς, εντός και εκτός συνόρων, αποκτούν οι αμιγώς ελληνικές εταιρείες που κατακτούν ολοένα και μεγαλύτερο μερίδιο... καταναλωτικής εμπιστοσύνης ενώ αντίστοιχα παραδείγματα μικρότερων αλλά δραστήριων εταιρειών βρίσκουμε σε όλη σχεδόν την ελληνική περιφέρεια.

**ΟΙΝΟΙ-ΜΠΙΡΕΣ-ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΑ**

σελ. 42-47

Αβεβαιότητα στην αγορά οινοπνευματωδών ποτών το τελευταίο διάστημα, με την οικονομική κρίση και τις ακροβασίες της πολιτείας να αφήνουν ζωνηρά τα σημάδια τους σε όλους τους συντελεστές του κλάδου.

ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

σελ. 48 -59

Η ύφεση και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών την τελευταία τριετία έχουν αισθητό αντίκτυπο στις πωλήσεις, δεν αποτελούν όμως τον μεγαλύτερο «πονοκέφαλο» των επιχειρήσεων του χώρου. Τον... τίτλο αυτό διεκδικεί η αδυναμία πρόσβασης στον τραπεζικό δανεισμό.

**ΚΡΕΑΣ-ΑΥΓΑ**

σελ. 60-66

Με όχημα την υψηλή ποιότητα του παραγόμενου κρέατος ο κλάδος θεωρείται από τους πλέον ελπιδοφόρους παρά τις ιδιαίτερες συνθήκες που βιώνει η χώρα. Πρόκειται αναμφισβήτητα για το πιο νευραλγικό κομμάτι της ελληνικής γεωργίας που δοκιμάστηκε τις προηγούμενες δεκαετίες.

Αγαπητοί αναγνώστες

Αν ολόκληρη η Ευρώπη «ερωτεύτηκε» στη δεκαετία του '60 την Ελλάδα και τους Έλληνες, είναι γιατί ήρθε κοντά με την αυθεντική πλευρά της χώρας και των κατοίκων της.

Φυσικά, δεν είναι μόνο οι «παρθένες» ακρογιαλιές εκείνης της εποχής που έκαναν τους Αυστριακούς και τους Γάλλους να χορεύουν συρτάκι! Ήταν ολόκληρη η κουλτούρα ενός λαού που ήξερε να ζει, να χαίρεται τη ζωή, να κάνει τη φτώχεια του ευτυχία!

Κι ένα από τα ισχυρά «όπλα» εκείνης της εποχής στην προσέλκυση του τουρισμού, ήταν και η διατροφή! Το ούζο, για παράδειγμα, αποτέλεσε το σήμα κατατεθέν μιας χώρας που έχει για προίκα της τον ήλιο και τη θάλασσα! Ο αυθεντικός μεζές της παραλίας με ένα κρεμμύδι, μια ντομάτα κομμένη στα τέσσερα και ένα κομμάτι φέτα, ήταν η εικόνα που έπαιρναν μαζί τους φεύγοντας «τα χελιδόνια» του βορρά.

Όσο κι αν μοιάζει ρομαντικό, είναι σίγουρα δύσκολο να γυρίσουμε την Ελλάδα σ' εκείνη την εποχή! Δεν είναι όμως καθόλου δύσκολο

να καταγράψουμε, με σεβασμό στην παράδοση, όλα εκείνα τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τον διατροφικό πολιτισμό της κάθε περιοχής.

Δεν είναι επίσης καθόλου δύσκολο, πολλά απ' αυτά τα στοιχεία να αποτελέσουν τη σύγχρονη τουριστική πρόταση μιας χώρας που διατηρεί (όσο κι αν πολλές φορές το υποτιμούμε) τη φυσική της ομορφιά και τη δυνατότητα να παντρέψει το παραδοσιακό με το σύγχρονο!

Αυτός είναι ο «γάμος» που δεν μπορέσαμε να κάνουμε ως λαός στη μεταπολιτευτική μας ιστορία, αυτό είναι το «ζευγάρι» που ο τόπος χρειάζεται για να ξεφύγει από το σημερινό οικονομικό του αδιέξοδο!

Είναι άλλωστε ευτυχές το γεγονός ότι σήμερα, περισσότερο από ποτέ, ολόκληρη η υφήλιος έχει στραφεί στην υγιεινή διατροφή, αποδίδοντας εκ νέου μεγάλη σημασία στην αγνότητα των προϊόντων και την παραγωγή τους με σεβασμό στο περιβάλλον! Το λίγο και ποιοτικό φαγητό έχει γίνει πάλι μόδα! Και σ' αυτό η Ελλάδα είναι αχτύπητη!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Food Report

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ Green Box Εκδοτική Α.Ε.
Νίκης 24, Σύνταγμα, 105 57,
Τηλ. 2103232905, Fax 2103232967
E-mail: agroktima@agronews.gr
www.agronews.gr

**ΕΚΔΟΤΗΣ
-ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ** Γιάννης Πανάγος

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ Ελένη Δούσκα
Ειρήνη Σκρέκη
Λαμπρινή Κατσαβάρου

**ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ
ΟΜΑΔΑ** Πέτρος Αλεξανδρής
Γιάννης Τσατσάκης
Έλενα Ταγκαλάκη
Νίκος Κατσένιος
Πέλλα Λασθηιωτάκη
Κώστας Μαυρίδης

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ/
ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ** Αθηνά Βέν

**ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ/
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ** Παναγιώτης Αραβαντινός
Ζωή Μπουλέρου
Ελισάβετ Μπουζαλάκου

ΔΙΑΝΟΜΗ Ευρώπη Πρακτορείο
Διανομής Τύπου Α.Ε.

**ΕΚΤΥΠΩΣΗ-
ΒΙΒΛΙΟΔΕΣΙΑ** Εκτυπώσεις
ΙΡΙΣ Α.Ε.Β.Ε.

ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΔΟΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ
ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ
ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΗΝ AGRENDA

Οι επενδυτικές ευκαιρίες στον κλάδο της διατροφής

Φλέβα χρυσού τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα

Μπροστά σε νέες επενδυτικές και επιχειρηματικές ευκαιρίες δείχνει να βρίσκεται αυτό τον καιρό ο κλάδος της διατροφής στην Ελλάδα, καθώς τα στοιχεία επιβεβαιώνουν για μια ακόμη φορά τις αντοχές του χώρου σε συνθήκες ύφεσης και την προσαρμοστικότητα της πλειοψηφίας των συντελεστών του στις ανάγκες της εποχής.

Έτσι, όλοι εκείνοι που καταφέρνουν να ξεπεράσουν τις συμπληγάδες της χρηματοπιστωτικής ασφυξίας, της υπέρμετρης φορολογίας και των ακριβών επιτοκίων, θέματα που ταλαιπωρούν την ελληνική οικονομία την τελευταία τριετία, έχουν μπροστά τους σημαντικές νέες επιχειρηματικές δυνατότητες που ξεκινούν από τις μεγάλες αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες της κοινωνίας μέχρι τον επαναπροσδιορισμό του αναπτυξιακού μοντέλου που δείχνει να επιλέγει η χώρα, έστω και με αφορμή την οικονομική κρίση.

Είναι σαφές ότι σε δέκα χρόνια από σήμερα, το... ψυγείο με τους χυμούς και τα αναψυκτικά στην «ΕΒΓΑ» της γειτονιάς δεν θα έχει καμιά σχέση μ' αυτό που είναι σήμερα! Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι η στροφή στα τοπικά, παραδο-

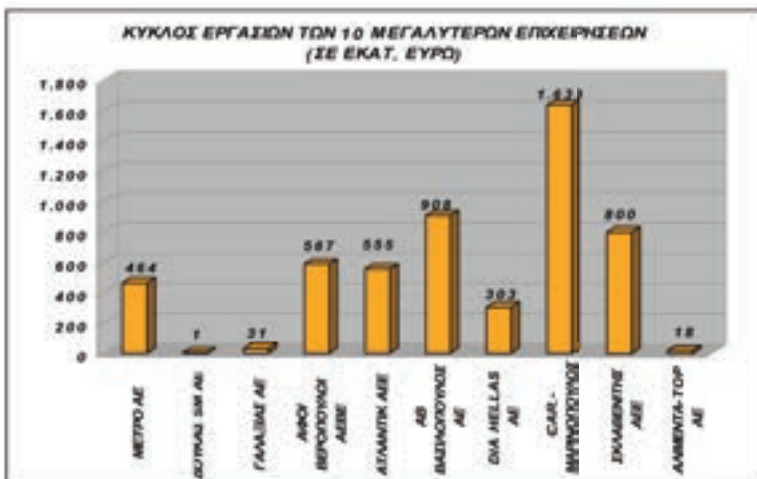


σιακά, αγνά προϊόντα γίνεται όλο και εντονότερη και με δεδομένο ότι η ελληνική οικονομία θα πρέπει να στραφεί σε νέες παραγωγικές πηγές και δυνατότητες, ο τομέας της διατροφής είναι σίγουρα ένας εξ αυτών που μπορεί να βγάλει τη χώρα από το σημερινό οικονομικό αδιέξοδο. Άλλωστε, είναι κάποια χρόνια τώρα που ο επιχειρηματικός κόσμος, ειδικά στον κλάδο των τροφίμων, αντιλαμβάνεται τις τάσεις των καιρών και κυνηγά-

ει τις ευκαιρίες που προσφέρονται με βάση τις νέες καταναλωτικές συνήθειες και την προτίμηση της κοινωνίας στα αυθεντικά προϊόντα της ελληνικής γης.

Οι σημαντικές πρωτοβουλίες που έχουν αναπτυχθεί στον ειδικότερο τομέα των αρτοσκευασμάτων (κρητικά παξιμάδια κ.ά.), με μικρές νέες επιχειρήσεις να «κλέβουν» σημαντικά μερίδια αγοράς από παραδοσιακούς ισχυρούς παίκτες του κλάδου, επιβεβαιώνουν τις καινούργιες

δυνατότητες και τις προοπτικές απογείωσης στο βαθμό που οι εξελίξεις αυτές συνδυαστούν με το σύγχρονο τουριστικό προϊόν που μπορεί να προσφέρει η χώρα και το οποίο με τη σειρά του μπορεί να αποτελέσει τον καλύτερο τρόπο γνωριμίας ολόκληρης της υψηλίου με τα αγνά, παραδοσιακά και ονομαστά προϊόντα που μόνο η ελληνική γη και ο ήλιος της χώρας μας μπορούν να «μοιράσουν» απλόχερα σε ολόκληρο τον πλανήτη.



ΠΗΓΗ: Ι.Σ.Α.Ρ. Κ.Ε.Π.Ε.Ν.Κ.Ε.Σ. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΡΤΗΡΙΑΣ 2009

ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ, ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ ΚΑΙ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΤΩΝ 10 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (€)	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ (€)	ΑΡ. ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
ΜΕΤΡΟ Α.Ε. & Β.Ε.	464.395.112	20.383.721	2.500
ΔΟΥΚΑΣ SUPER MARKET Α.Ε.	1.601.637	4.758	1.520
ΓΑΛΑΞΙΑΣ Α.Ε.	31.753.746	868.967	216
ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	587.173.049	2.068.237	5.801
ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.Ε.	555.575.722	3.052.212	4.482
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	908.176.184	16.096.162	6.251
ΔΙΑ HELLAS Α.Ε.	303.262.008	4.292.643	2.000
CARREFOUR - ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	1.639.965.035	445.720	11.500
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Α.Ε.Ε.	800.249.473	16.429.372	6.100
ΑΛΙΜΕΝΤΑ-ΤΟΡ Α.Ε. & Β.Ε.	18.594.557	331.002	200
ΣΥΝΟΛΟ	5.310.746.523	63.972.794	40.570

ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΜΕ ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΑ ΕΞΑΓΩΓΕΑ

Ασφαλές επιχειρείν παγκοσμίως με κρατική ασφάλιση

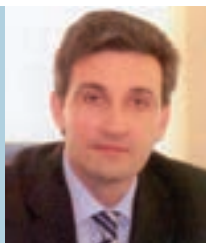
Συμβάλλει αποτελεσματικά στην αύξηση της «εξωστρέφειας» της ελληνικής οικονομίας. Προωθεί και διασφαλίζει τις ελληνικές εξαγωγές, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη.



Ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων ΟΑΕΠ ασφαρίζει, έναντι εμπορικών και πολιτικών κινδύνων μη πληρωμής, τις εξαγωγικές πιστώσεις που παρέχουν οι Έλληνες εξαγωγείς σε πελάτες του εξωτερικού για την πώληση προϊόντων, υπηρεσιών, ή ακόμα κατασκευής τεχνικών έργων. Ο ΟΑΕΠ ασφαρίζει, επίσης, έναντι πολιτικών κινδύνων τις επενδύσεις που πραγματοποιούν Έλληνες επιχειρηματίες στο εξωτερικό. Ο Ο.Α.Ε.Π. συστάθηκε με το Ν.1796/88, είναι αυτόνομος μη κερδοσκοπικός Οργανισμός με τη μορφή Ν.Π.Ι.Δ, διοικείται από εννεαμελές Διοικητικό Συμβούλιο, εποπτεύεται από το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας, ενώ το Εγγυοδοτικό του Κεφάλαιο ανέρχεται σήμερα σε 1,47 δισ. ευρώ (500 δισ. δρχ).

ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΟΥ

Βασίλης Λάζαρης
Γεν. Διευθυντής



ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων
- Κεντ. Γραφεία: ΑΘΗΝΑ, Πανεπιστημίου 57, Τ.Κ 105 64
- Τηλ: +30 (210) 3310017-20
- Fax: +30 (210) 3244074
- e-mail: oaeep@oaeep.gr, site: www.oaeep.gr

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ

ΟΑΕΠ

Ο ΓΥΡΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ ΑΠΑΙΤΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ. ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΥΡΟΥΣ, ΟΑΕΠ.

Η ελληνική οικονομία, σήμερα περισσότερο από ποτέ, έχει ανάγκη από σύγχρονη, εξοπλιστική επένδυση, που είναι δυνατή στο παγκόσμιο γίγνεσθαι. Οι Έλληνες επιχειρηματίες, διαθέτουν τα μέσα και το επιχειρηματικό πνεύμα που χρειάζονται, για να αναλάβουν αυτές τις επενδύσεις. Τα πιο σημαντικά είναι εκείνα που αφορούν την ενέργεια, την αεροπορία, τη ναυτιλία κ.λπ.

Ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ) που συστάθηκε από το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας, είναι ο μόνος ελληνικός ασφαλιστικός οργανισμός, που προσφέρει ασφάλιση σε όλα τα είδη, αλλά και σε κάθε ασφαλίσιμη γίνουσα. Καλύπτει τον ασφαλιστικό κίνδυνο -σε ποσοστό του 95%- για εξαγωγές, αποστολές και πωλήσεις προϊόντων έργων, σε οποιαδήποτε ασφάλιση και αν έχουν τον Ελληνικό χαρακτήρα. Ταυτόχρονα, διαθέτει το σύστημα επεξεργασίας των πακέτων εξοπλισμού με τον ΟΑΕΠ να συμπεριλαμβάνει για το προκύπτον ασφαλιστικό κόστος τον κίνδυνο του έθνους.

Μάθετε περισσότερα για το Προγράμμα Ασφάλισης Εξαγωγών, Επενδύσεων και Τεχνικών Έργων του ΟΑΕΠ στο www.oaeep.gr και στο τηλ: 210 3310017, 2310 548762

ΑΕΒΕ 104 19801 Α ΚΑΘΕΣΤ. Πρωτοδικείου Αθ. 104/Α Αριθ. 1079/Α/2007 ΑΠΟΦΑΣΙΣΤΙΚΟ Πρωτοδικείου Αθ. 1/Α Αριθ. 146/1 Αποφασιστικό

Τα φαβορί στην προϊοντική κούρσα της αλυσίδας τροφίμων

Ισχυρά μερίδια σε ψάρια, λαχανικά, αλκοολούχα

Γαλακτοκομικά και αναψυκτικά διατηρούν τη μερίδα του λέοντος στο εγχώριο «καλάθι» προϊόντων διατροφής, όπως προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία μελέτης του Κέντρου Μελετών και Έρευνας του ΕΒΕΑ.

Με βάση στοιχεία του 2004, ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης του κλάδου ανήλθε στα 12,7 δισ. ευρώ, με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις να κατέχουν το 40% του ποσού αυτού (πίνακας Δ1). Ο κύκλος εργασιών των παραγωγών ανά κλάδο παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις. Οι μεγαλύτεροι ελαιοπαραγωγοί σημείωσαν συνολικό κύκλο εργασιών της τάξεως των 300 εκατ., ενώ στις μεγαλύτερες γαλακτοβιομηχανίες, ο κύκλος εργασιών ανέρχεται στα 1,44 δισ. ευρώ (γράφημα Δ2).

Συνεπώς, είναι προφανής ένας διαχωρισμός μεταξύ δυο κατηγοριών παραγωγών επιχειρήσεων, με βάση τον κύκλο εργασιών. Η μια κατηγορία συμπεριλαμβάνει παραγωγούς, οι οποίοι τη διετία αυτή διαμόρφωσαν τζίρους

ΑΠΟΚΛΙΣΕΙΣ

Οι μεγαλύτεροι ελαιοπαραγωγοί είχαν συνολικό κύκλο εργασιών 300 εκατ. ευρώ και οι γαλακτοβιομηχανίες στα 1,44 εκατ. ευρώ

άνω των 750 εκατ. ευρώ, ενώ στη δεύτερη συγκαταλέγονται παραγωγοί με συνολικό κύκλο εργασιών κάτω των 450 εκατ. ευρώ. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι, οι παραγωγοί με τον μικρότερο κύκλο εργασιών, μόλις 120 εκατ. το 2004, είναι εταιρείες παραγωγής φρούτων και λαχανικών. Αυτό αιτιολογείται, αν ληφθεί υπ' όψη ότι το παραγόμενο προϊόν εξαρτάται κατά ένα μεγάλο βαθμό από τις καιρικές συνθήκες.

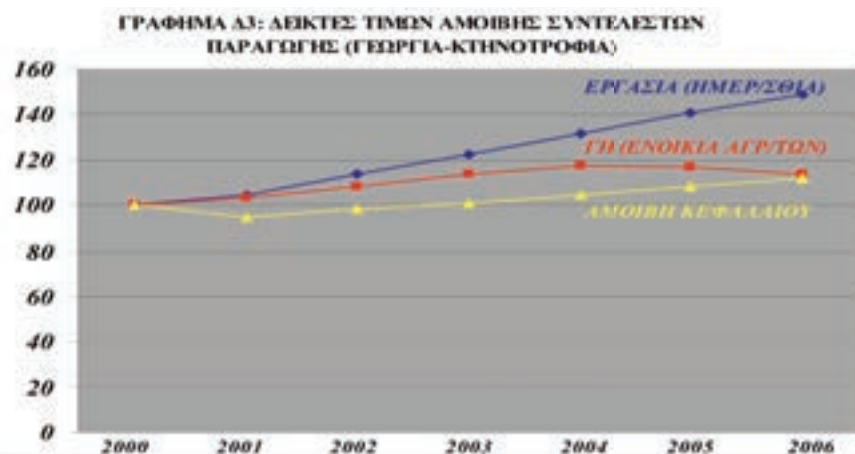
Όσον αφορά τον αριθμό των εργαζομένων, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης του κλάδου, μόλις 57, απασχολούν το 53% των εργαζομένων σε ένα σύνολο 11.000 επιχειρήσεων. Την εν λόγω πενταετία παρατηρείται σημαντική αύξηση στους μισθούς των εργαζομένων, αυξανόμενοι μέχρι και 50% από το 2000.

Σε αντίθεση, την περίοδο 2004-2006, το κόστος εκμετάλλευσης των αγροκτημάτων μειώθηκε, ενώ όσα είχαν προηγηθεί μέχρι εκείνη την περίοδο προετοίμαζαν τους παραγωγούς για το ακριβώς αντίθετο. Είχε προηγηθεί συνεχής αύξηση του κόστους αυτού, η οποία έφτασε μέχρι και 20%.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις εισαγωγής προϊόντων εμπορεύονται αλκοολούχα ποτά και καπνό, σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις παραγωγής λαχανικών, φρούτων και γαλακτοκομικών προϊόντων, οι οποίες δραστηριοποιούνται και στη διεθνή αγορά.

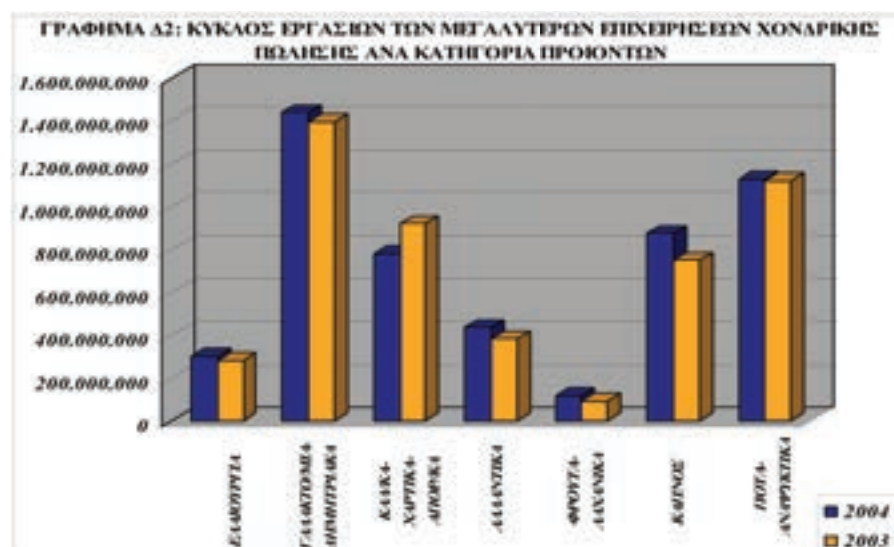
ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΑ

Οι επιχειρήσεις με τον μικρότερο κύκλο εργασιών είναι αυτές που επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από φαινόμενα εποχικότητας



ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΚΑΙ ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΧΩΝΔΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΠΟΤΩΝ - ΚΑΠΝΟΥ

ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (€)
Χονδρικό εμπόριο προϊόντων καπνού	2.967	3.047.643.790
Χονδρικό εμπόριο κρέατος και προϊόντων κρέατος	3.178	1.268.515.045
Χονδρικό εμπόριο γαλακτοκομικών προϊόντων, αβγών και βρώσιμων ελαίων και λιπών	3.530	1.751.949.920
Χονδρικό εμπόριο τροφίμων, συμπεριλαμβανομένων των ψαριών και των θαλασσιών (οστρακοειδή, μαλάκια)	9.417	2.230.529.083
Χονδρικό εμπόριο φρούτων και λαχανικών	7.982	2.014.936.400
Χονδρικό εμπόριο αλκοολούχων και λοιπών ποτών	4.405	2.002.793.513
Χονδρικό εμπόριο αρωμάτων και καλλυντικών	2.388	374.650.383
ΣΥΝΟΛΟ	33.867	12.691.018.134



ΜΕ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

Από την Αθήνα έως τη Ρωσία

Η εταιρεία Eurocert είναι ένας ανεξάρτητος Φορέας Επιθεωρήσεων και Πιστοποιήσεων ελληνικών συμφερόντων κατά 100%.

Η EUROCERT, διαθέτοντας την απαιτούμενη τεχνογνωσία, παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας στάθμης και υψίστης ωφελείας. Είναι ο πρώτος φορέας πιστοποίησης στην Ελλάδα που έχει διαπιστευτεί από το ΕΣΥΔ για επιθεωρήσεις Συστημάτων Ασφάλειας Τροφίμων (ISO 22000:2005), Ολοκληρωμένη Διαχείρισης (AGRO 2.1 & 2.2 και AGRO 3), Ορθής Γεωργικής Πρακτικής (GLOBALGAP) και από το UKAS για την εφαρμογή των Πρωτοκόλλων IFS και BRC. Επίσης έχει εγκριθεί και διενεργεί επιθεωρήσεις σύμφωνα με τα πρότυπα TNC ALBERT HEIJN & QS. Ιδρύθηκε από Έλληνες επιστήμονες με πολύχρονη εμπειρία στους ελέγχους και στις επιθεωρήσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Χλός 89 & Λυκοβρύσσεως
TK 144 52 Μεταμόρφωση
- Τηλ. 210 6252495, 6253927
Fax 210 6203018
- E-mail: eurocert@otenet.gr
- www.eurocert.gr



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Γενικός
Δ/ντής



Γιώργος
Μπρισκόλας

ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ
ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ



EUROCERT
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΛΕΓΧΩΝ &

GLOBALGAP (GAP)

AGRO 2.1 & 2.2 και
AGRO 2.1-2.2/1, AGRO 2.2/2, AGRO 2.2/3

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΜΗ-ΓΕΝΕΤΙΚΑ
ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ

TESCO NATURE'S CHOICE



BRC ISSUE 5

ISO 22000: 2005

IFS VERSION 5

ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΕΩΣ, ΛΙΑΣ, ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗΣ
ΤΗΛΕΦΩΝΑ: 210 6252495, 210 6253927, ΦΑΞ: 210 6203018
INTERNET: SITE: www.eurocert.gr, e-mail: eurocert@otenet.gr





Οι στρεβλώσεις στον ανταγωνισμό και οι χαμηλές τιμές είναι εμπόδιο για την εξασφάλιση της απαραίτητης ποιότητας.

Στις Συμπληγάδες των... πολυεθνικών

Η πυκνή φύτευση αηλάζει τα δεδομένα στην παγκόσμια παραγωγή με το εγχώριο



Της Πέλλας Λασθιωτάκη

Μακρά περίοδο μεγάλης δοκιμασίας διανύει ο τομέας του ελαιολάδου, με τις συνθήκες στην παγκόσμια αγορά να αλλάζουν θεαματικά και την Ελλάδα να μην είναι σε θέση να παρακολουθήσει τις εξελίξεις. Έτσι, ενώ η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου δείχνει να διευρύνεται, αυξάνεται και η παγκόσμια παραγωγή, καθώς οι τεχνικές χαμηλής ανάπτυξης, πυκνής φύτευσης και μηχανικής συλλογής του καρπού έχουν ανοίξει την... όρεξη της παραγωγής και σε χώρες όπως οι ΗΠΑ και η Αυστραλία που εξελίσσονται σε νέους παίκτες της αγοράς ελαιολάδου. Στην Ευρώπη φυσικά, τη σκυτάλη εδώ και χρόνια έχει πάρει η Ισπανία, με σημαντικές επενδύσεις τόσο στον τομέα της πρωτογενούς παραγωγής (χιλιάδες στρέμματα με ε-

λαιώνες πυκνής φύτευσης), όσο και στον τομέα της μεταποίησης, τυποποίησης και διακίνησης επώνυμου και πιστοποιημένου προϊόντος. Μέσα σ' αυτό το κλίμα, η Ελλάδα με αιχμή τον παραδοσιακό ελαιώνα

Έτσι, οι συνεχιζόμενες νέες φυτεύσεις ελιάς πυκνού σχήματος σε όλη τη μεσογειακή λεκάνη, έχουν οδηγήσει σε ολόένα και μεγαλύτερη συμπίεση του κόστους και σε ένα φαύλο κύκλο που δεν επιτρέ-

ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Τρία στα τέσσερα κιλά ελαιολάδου που παράγονται στον κόσμο, προέρχονται από την Ε.Ε., όπως και 3 στα 4 κιλά που εξάγονται διεθνώς είναι κοινοτικά

δεν έχει καταφέρει να διαχωρίσει την παραγωγή της, να πιστοποιήσει την ποιότητά της και να δημιουργήσει ισχυρά διεθνή brand names. Αντίθετα, στηριζόμενη σε δύο πολυεθνικές, που επιμένουν να «νέμονται» με κάθε τρόπο την εγχώρια αγορά και με τους συνεταιρισμούς να φυλλορροούν, όλες οι άλλες πρωτοβουλίες δείχνουν «μικρές» για ν' αλλάξουν τον ρου της ιστορίας.

πει... εθελουφλία στη χώρα μας. Η αγορά οδηγείται πλέον σε δικασμό: Από τη μία πλευρά βρίσκεται το ελαιόλαδο που προέρχεται από ελαιώνες πυκνής φύτευσης και από την άλλη το ελαιόλαδο από παραδοσιακούς ελαιώνες, που δυσκολεύεται να ενσωματώσει στην ταυτότητά του τα ιδιαίτερα οργανοληπτικά συστατικά, αλλά και τη λαμπρή ιστορία του τόπου όπου παράγεται.





Στο εξαγωγικό εμπόριο ποιοτικού τυποποιημένου προϊόντος προσανατολίζονται οι επιχειρήσεις.

το ελληνικό ελαιόλαδο

προϊόν να αναζητά μονίμως την ταυτότητά του

Πώς αλλιώς να ανταγωνιστεί ο ελαιοπαραγωγός π.χ. της Κρήτης με τις ημιορεινές ελιές, το μεγαθήριο που ακούει στο όνομα Sovena Group και άνοιξε ένα φουτουριστικό ελαιολαδοειδίον αξίας 12,3 εκατ. δολαρίων σε συνεργασία με την Proder τον Φεβρουάριο του 2011, κατέχοντας ιδιόκτητες εκτάσεις 120.000 στρεμμάτων σε Πορτογαλία, Ισπανία και Μαρόκο; Ειδικότερα, η ελαιοκομική παραγωγή της Ευρωπαϊκής Ένω-

σης (κυρίως Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα) διατηρείται τα τελευταία χρόνια στο 75% έως 78% της συνολικής παγκόσμιας παραγωγής ελαιολάδου, παρά τις νέες φυτεύσεις σε τρίτες εκτός Κοινότητας μεσογειακές χώρες, την Αυστραλία και την Αργεντινή. Τρία στα τέσσερα κιλά ελαιολάδου που παράγονται στον κόσμο, προέρχονται στην Ε.Ε., όπως και 3 στα 4 κιλά που εξάγονται διεθνώς είναι κοινοτικά. Η ευρωπαϊκή αγορά παραμένει

η υπ' αριθμόν ένα για το προϊόν, αν και την ίδια ώρα υπάρχουν σημαντικές αυξητικές τάσεις της κατανάλωσης σε χώρες όπως η Ρωσία, η Κίνα και η Βραζιλία, με την αμερικανική αγορά να καλύπτει μια σημαντική ποσότητα ετησίως (γύρω στους 290.000 τόνους), αλλά με τάση σταθεροποίησης τα τελευταία χρόνια.

Εν τω μεταξύ, τα πρώτα δειλά βήματα προς το εξαγωγικό εμπόριο ποιοτικού τυποποιημένου προϊόντος επιχειρούν κάποιοι αξιόλογοι παίκτες από το χώρο του ελαιολάδου, όσο δεν βρίσκουν έδαφος για να αναπτυχθούν στην εσωτερική αγορά, λόγω οικονομικής κρίσης. Παράλληλα «συμμαζεύουν» το λειτουργικό κόστος τους και ενισχύουν τις δράσεις που έχουν να κάνουν με την ικνηλασιμότητα του ελαιολάδου. Το περιβάλλον ωστόσο στο οποίο κινούνται χαρακτηρίζεται από πολλούς ιδιαίτερα «δυσμενείς».



Η ΛΥΣΗ ΑΝΑΓΚΗΣ....

Το χύμα εμπόριο στην Ιταλία αποτελούσε και αποτελεί «λύση ανάγκης» για τις επιχειρήσεις. Δίνει «μετρητά» για την κάλυψη επείγουσών αναγκών, πλην όμως «πάσχει» από υπεραξίες. Εδώ και είκοσι χρόνια συζητείται το θέμα των εξαγωγών τυποποιημένου ελαιολάδου, έχουν γραφεί και ακουστεί οι σχετικές «κορώνες» από χείλη πολιτικών και άλλων παραγόντων, πλην όμως το... όνειρο δεν έγινε μέχρι τώρα πραγματικότητα. Και ήταν επόμενο, καθώς η οικονομία της Ιταλίας ιστορικά είναι προσανατολισμένη στο εξαγωγικό εμπόριο, έχει τοποθετηθεί στα ράφια της διεθνούς αγοράς, πράγμα που τη βοηθά να αντισταθεί στις πιέσεις της Ισπανίας, η οποία τα τελευταία είκοσι χρόνια έχει επενδύσει στις εξαγωγές του τυποποιημένου ελαιολάδου. Τα χρόνια μάλιστα που η Ιταλία διαχειριζόταν τον «αέρα» της παλιάς επιδοτήσης του ελαιολάδου με έναν όσο το δυνατόν «ορθολογικό» τρόπο, στην Ελλάδα τα «πανωγραψίματα» είχαν... προσδεθεί στο άρμα των πολιτικά πελατειάκων συμφερόντων. Κατά συνέπεια λοιπόν οι επιδοτήσεις και ο «αέρας» τους στη χώρα μας δεν συνέβαλαν στην ενθάρρυνση της παραγωγής ποιοτικού λαδιού, όπως έγινε στην Ιταλία, αλλά μάλλον στην αποθάρρυνσή τους...

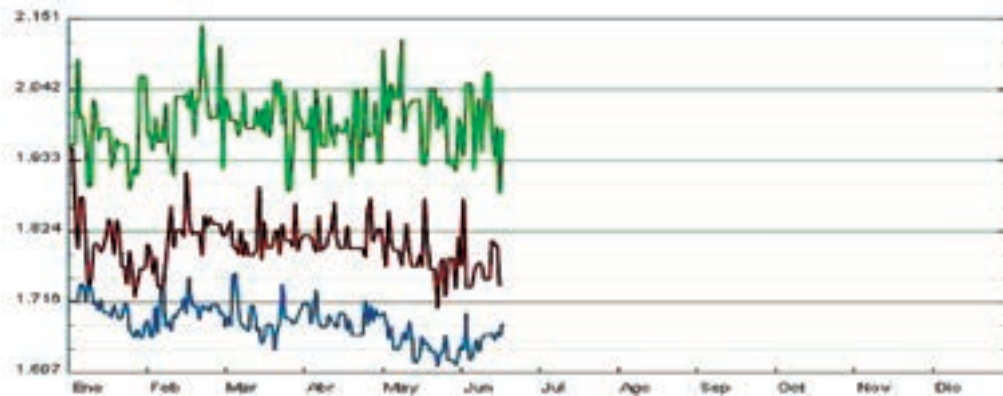
ΟΙ ΑΠΡΟΣΜΕΝΟΙ ΣΥΜΜΑΧΟΙ

Οι επιχειρήσεις τυποποίησης ελαιολάδου λοιπόν, οι οποίες κατ' ανάγκη ενισχύουν την εξωστρέφειά τους, έχουν να αντιμετωπίσουν δύο εμπορικούς κολοσσούς (Gruppo SOS, Unilever). Απρόσμενοι σύμμαχοι των ελληνικών επιχειρήσεων (ιδιωτικών και συνεταιριστικών) φαίνεται να είναι οι Ιταλοί ελαιοπαραγωγοί, οι οποίοι έτειναν χείρα βοήθειας στις ελληνικές επιχειρήσεις μέσω της CNO (Ιταλική Ομοσπονδία Ελαιοκαλλιεργητών), ώστε να συνεργαστούν προβάλλοντας το βάσει στοιχείων ικνηλασιμότητας ποιοτικό πλην όμως σε υψηλότερη τιμή ελαιόλαδό τους, έναντι του φθηνού τυποποιημένου ελαιολάδου που προωθούν στη διεθνή αγορά οι επιχειρηματικοί κολοσσοί. Η πρόσκληση έγινε μέσω του προγράμματος των ΟΕΦ από την Άξιον Αγροτική σε συνεργασία με ελληνικές επιχειρήσεις.

Οι τάσεις

Οι αγορές για τις οποίες ενδιαφέρονται οι επιχειρήσεις είναι αυτές της Δ. Ευρώπης και των ΗΠΑ, οι οποίες λίγο πολύ γνωρίζουν το ελαιόλαδο, αλλά αγοράζουν από αλλού. Άλλες σημαντικές αγορές είναι της Ρωσίας, της Κορέας, της Ινδίας, της Ιαπωνίας, της Κίνας.





ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η τιμή του εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου διαμορφώνεται αυτή την περίοδο στα 1,95 ευρώ το κιλό, με διακύμανση κυρίως μεταξύ 1,95 και 2,05 ευρώ το κιλό. Το παρθένο ελαιόλαδο διαμορφώνεται στα 1,75 ευρώ το κιλό αυτή την περίοδο στην ισπανική αγορά, σημειώνοντας μικρή υποχώρηση από τα επίπεδα του 1,80 ευρώ το κιλό που βρέθηκε για το μεγαλύτερο μέρος τους τελευταίους έξι μήνες.

Συμβιβασμός στα χαμηλά για το ελαιόλαδο διεθνώς

Οι τιμές πιέζουν τους παραγωγούς

Σε μια παρατεταμένη περίοδο χαμηλών τιμών και υποτονικής κινητικότητας βρίσκεται τα τελευταία δυο χρόνια η αγορά του ελαιολάδου, με ελάχιστες μόνο εξαιρέσεις. Η προσφορά του προϊόντος αυξάνεται σταθερά, μέσα από τον εκσυγχρονισμό της καλλιέργειας, κυρίως από τους Ισπανούς, ωστόσο με ρυθμούς υψηλότερους από την αύξηση της κατανάλωσης. Το πλεόνασμα αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των αποθεμάτων και την πίεση των τιμών παραγωγού.

Οι παραγωγοί, μέσω των αγροτουσυνεταιριστικών τους οργανώσεων των ελαιοπαραγωγικών χωρών της Ευρώπης, απευθύνθηκαν αρκετές φορές στην επιτροπή διαχείρισης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ζητώντας την αναπροσαρμογή προς τα πάνω της τιμής αναφοράς που ξεκινάει η ιδιωτική αποθεματοποίηση.

Το αίτημά τους όμως απορρίφθηκε επανειλημμένως, παρά το γεγονός ότι το κόστος παραγωγής αυξάνεται συνεχώς.

Η πίεση που ασκείται στις διεθνείς τιμές του ελαιολάδου οφείλεται κατά κύριο λόγο στην πίεση που ασκούν τα υψηλά αποθέματα και στην τρίτη διαδοχική αυξημένη παραγωγή ελαιολάδου.



ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ

Η πίεση που ασκείται στις διεθνείς τιμές του ελαιολάδου οφείλεται κατά κύριο λόγο στα υψηλά αποθέματα

Οι τιμές στην Ελλάδα

Στη χώρα μας οι τιμές παραμένουν σταθερά υψηλότερες από αυτές που επικρατούν στην ισπανική αγορά, ωστόσο είναι χαμηλότερες από τις αντίστοιχες περσινές. Έτσι, οι επικρατούσες τιμές του εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου διαμορφώνονται στα 2,35 ευρώ

το κιλό στην Καλαμάτα, στα 2,46 ευρώ το κιλό στη Σπάρτη και στα 2,36 ευρώ το κιλό στην Κρήτη. Το παρθένο ελαιόλαδο στη Μυτιλήνη παραμένει στα 1,88 ευρώ το κιλό. Σύμφωνα με τις τελευταίες πληροφορίες του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, την περίοδο 2010/2011 αναμένεται να σημειωθεί η δεύτερη μεγαλύτερη παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου. Η συνολική παραγωγή αναμένεται να φτάσει τους 3,08 εκατ. τόνους, ελαφρά χαμηλότερα από τους 3,17 εκατ. τόνους που σημειώθηκαν την περίοδο 2003/04 και αποτελούν ιστορικό ρεκόρ (αύξηση παραγωγής κατά 60.000 τόνους).

ΑΝΘΙΖΕΙ ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Οι χαμηλές σχετικά τιμές έχουν προκαλέσει μια «άνθηση» του διεθνούς εμπορίου ελαιολάδου, αφού οι τιμές αυτές είναι πιο δελεαστικές για χώρες όπου το ελαιόλαδο είναι ένα «εξωτικό» προϊόν.

Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, τους πέντε πρώτους μήνες της εμπορικής περιόδου 2010/11 σημειώνεται μια εντυπωσιακή ώθηση στο διεθνές εμπόριο ελαιολάδου.



Ένα χρόνο και βάλει...

Οι σταθερές και χαμηλές τιμές που επικρατούν στις αγορές για περισσότερο από ένα χρόνο έχουν προκαλέσει μια αύξηση του διεθνούς εμπορίου κατά 22%.

Οι χώρες που αυξάνουν τις εισαγωγές τους είναι κυρίως οι αναπτυσσόμενες, που ήδη γνωρίζουν τα πλεονεκτήματα κατανάλωσης ελαιολάδου.

Η μεγαλύτερη άνοδος σημειώνεται στη Βραζιλία (+19) και ακολουθούν ο Καναδάς και οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής με άνοδο κατά 17%.

Ανεπίσημα στοιχεία κάνουν λόγο και για αύξηση κατά 27% στη διακίνηση ελαιολάδου στο εσωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης από τις μεσογειακές χώρες στις βορειότερες. Την ηγετική θέση μεταξύ των παραγωγών συνεχίζει να κατέχει η Ισπανία, όπου και παράγεται το 45% του ελαιολάδου παγκοσμίως.

Η χώρα μας κατέχει την τρίτη θέση πίσω από την Ιταλία, με παραγωγή που αναμένεται να φτάσει τους 300.000 τόνους.

Προϊόν	15/12/10	15/3/11	15/5/11	15/6/11
Έξτρα παρθένο ελαιόλαδο	2,11	2,01	2,01	1,98
Παρθένο Ελαιόλαδο	1,86	1,80	1,77	1,77

(ευρώ ανά κιλό)
Πηγή: MFAO, Ισπανία

ΜΕΡΑΚΙ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Λακωνίας ιδρύθηκε το 1940 στη Σπάρτη

Η αποστολή της είναι η βελτίωση της οικονομικής κατάστασης των παραγωγών – μελών έχοντας ένα ρόλο κλειδί στον δευτερογενή και τριτογενή τομέα της αγροτικής οικονομίας.



Το Δωρικό Λακωνίας - Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο, προϊόν της λακωνικής γης, οφείλει την υψηλή του ποιότητα στο κλίμα της περιοχής, την κατάλληλη βροχόπτωση, την πλιοφάνεια, τη θερμοκρασία αλλά και τη βραχώδη έκταση. Για τη δημιουργία του συνδυάζονται παραδοσιακές πρακτικές με νέου τύπου επιστημονικές μεθόδους σε όλα τα στάδια της συλλογής και της παραγωγής. Χαρακτηρίζεται από φινό άρωμα, πλούσια γεύση, διαυγές χρώμα και χαμηλή οξύτητα. Με την εγγύηση των ελαιοπαραγωγών της Λακωνίας και της Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών, είναι ένα προϊόν που παράγεται ουσιαστικά από το μεράκι και την εμπειρία πολλών χρόνων. Το υπογράφουν 16.516 παραγωγοί και μέλη της Ένωσης.

ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Λεωνίδου 113, ΤΚ 231 00 Σπάρτη, Λακωνία
- Τηλ. 27310 24940, Fax 27310 21911
- E-mail: egslakonia@otenet.gr
- Τα μέλη της Ένωσης είναι 70 τοπικοί Συνεταιρισμοί και αντιπροσωπεύει 16.516 μέλη - παραγωγούς



ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΚΡΙΣΗ

Η ΕΑΣ Λακωνίας κέρδισε βραβείο για το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο «Δωρικό» στο διαγωνισμό Mario Solinas Quality Award 2006. Ο διαγωνισμός είναι ετήσιος και διοργανώνεται από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου.



Στη Λακωνική Γη η καλλιέργεια της ελιάς έχει ρίζες από την αρχαιότητα. Σήμερα σεβόμενοι την παράδοση συνεχίζουμε στο δρόμο της ποιότητας και χρησιμοποιούμε τις πιο σύγχρονες μεθόδους τυποποίησης. Έτσι το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο ΔΩΡΙΚΟ κατακτά τις πρώτες θέσεις σε ελληνικούς και διεθνείς διαγωνισμούς.

Λεωνίδου 113, Σπάρτη, Τ.Κ 231 00, τηλ. 27310 26556, fax: 27310 21911
e-mail: egslakonia@otenet.gr, www.easlakonia.gr



Χαρές στην επιτραπέζια

Τροχιά ανάπτυξης ακολουθεί τα τελευταία χρόνια ο κλάδος της επιτραπέζιας ελιάς. Σύμμαχοι σ' αυτή την πορεία, η ισχυρή ζήτηση από το εξωτερικό και μία μεγάλη μερίδα επιχειρήσεων που τη στηρίζουν με νέες ιδέες και προωθητικές κινήσεις σε όλο τον κόσμο. Ωστόσο, η ελληνική επιτραπέζια ελιά έχει και εχθρούς.

Είτε πρόκειται για τις ανταγωνίστριες χώρες, που θέλουν να αντιγράψουν την ελιά Καλαμών και τις πράσινες ελιές Χαλκιδικής, τα πιο ισχυρά ελληνικά «brands» σε όλο το φάσμα των τροφίμων, είτε πρόκειται για εγχώριες στρεβλώσεις, όπως συνέβη με τις πολύ χαμηλές τιμές παραγωγού στη Χαλκιδική στη σοδειά του 2010.

Το 2011 θα σφραγιστεί από νέα δεδομένα. Οι μεταποιητές (ΠΕΜΕΤΕ) ξεκαθάρισαν από την αρχή ότι θα προτιμήσουν πιστοποιημένες ελιές, σύμφωνα με τα πρότυπα της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης (π.χ. Agro) και μέχρι το τέλος του χρόνου θα έχει κατοχυρωθεί και το όνομα «Πράσινες Ελιές Χαλκιδικής» ως Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευ-

σης. Οι παρατηρήσεις των μεταποιητών για τις αλλαγές που χρειάζεται να γίνουν στο φάκελο των πράσινων ελιών, δείχνουν ότι και πολύ μεγάλο ενδιαφέρον για το προϊόν υπάρχει και ότι οι αιτιάσεις τους είναι δίκαιες, οπότε το πιο πιθανό είναι να συμπεριληφθούν στον φάκελο από το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης.

**ΣΤΗΝ Ε.Ε.
Τις περισσότερες
ελιές... έφαγαν
Ιταλοί και Ισπανοί
συγκεντρώνοντας
το 55,1% της
κατανάλωσης**

Οι ανερχόμενες
Πάντως, οι λιγότερο γνωστές ποικιλίες, όπως η Θρούμπα Θάσου, δείχνουν ότι «τραβάνε» στην αγορά και ότι υπάρχει ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την τυποποίηση και την προώθησή τους, με τελευταίο παράδειγμα τη συσκευασία της Θρούμπας σε βάζο από την εταιρεία Καλλονή Α.Ε.

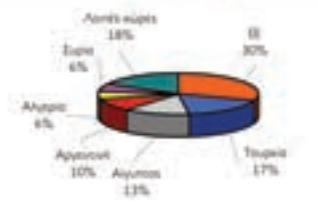
Αντίστοιχα, οι Κρητικοί αποφάσισαν ότι η κατάσταση με το ελαιόλαδο δεν πάει άλλο και η Ε.Γ.Σ. Μεσαράς προχώρησε στη δημιουργία τυποποιητηρίου, που θα παράγει βρώσιμη κορωνέικη ελιά, με την παραδοσιακή κρητική μέθοδο. Όπως και να 'χει, ακόμα και σε καιρό κρίσης δείχνει ότι η ελληνική επιτραπέζια ελιά δεν έχει χάσει το κοινό της.

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ 2011

Αυξημένη και φέτος είναι η παραγωγή επιτραπέζιων ελιών σύμφωνα με τα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου (ΙΟΕ). Η παραγωγή επιτραπέζιων ελιών της Ε.Ε. αναμένεται να φτάσει τους 808.900 τόνους, με την εξής κατανομή: Ισπανία 597.500 τόνοι, Ελλάδα 135.000 τόνοι και Ιταλία 60.200 τόνοι.

Να σημειωθεί ότι πριν από δύο χρόνια, την περίοδο 2009/10, η εγχώρια παραγωγή διαμορφώθηκε στους 107.000 τόνους. Σύμφωνα με στοιχεία της ICAP, η αξία της εγχώριας αγοράς ελιών σε τιμές χονδρικής κυμάνθηκε το 2009/10 στα 41 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 2,5% σε σχέση με το 2008/09. Επίσης, η παγκόσμια κατανάλωση επιτραπέζιας ελιάς παρέμεινε στα ίδια επίπεδα με το 2008, στους 2.137.000 τόνους. Το 26% της συνολικής παραγωγής καλύφθηκε από την Ε.Ε. και τις περισσότερες ελιές... έφαγαν από κοινού οι Ιταλοί και οι Ισπανοί συγκεντρώνοντας το 55,1% της ευρωπαϊκής κατανάλωσης.

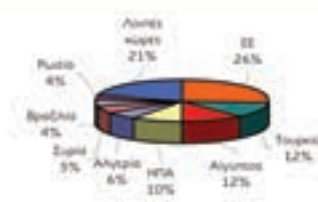
Κυριότερες παραγωγικές χώρες επιτραπέζιων ελιών παγκοσμίως (2009/10)



Πηγή: Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου

Η Ευρώπη κρατά τα σκήπτρα του κόσμου.

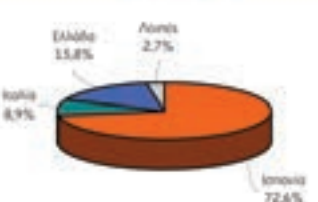
Κυριότερες καταναλωτικές χώρες επιτραπέζιων ελιών παγκοσμίως (2009/10)



Πηγή: Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου

Η Ευρώπη τρώει τις πιο πολλές ελιές.

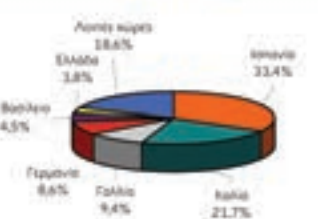
Κυριότερες παραγωγικές χώρες επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε. (2009/10)



Πηγή: Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου

Η Ισπανία παράγει με διαφορά περισσότερο.

Κυριότερες καταναλωτικές χώρες επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε. (2009/10)



Πηγή: Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου

Πρωτιά και στην κατανάλωση για την Ισπανία.

ΠΡΑΤΤΟΥΝ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ

Ιδρύθηκε το 1924 και παράγει ελαιόλαδο με μεγάλη ζήτηση στο εξωτερικό

Ο Α.Σ. Μεταγγιτσίου θέτει αυστηρές προδιαγραφές, ώστε να διασφαλίζονται η άριστη ποιότητα, η μεγάλη ζήτηση και η φήμη του παραγόμενου ελαιολάδου.



Με γνώμονα την άριστη ποιότητα του ελαιολάδου, από τη γηγενή ποικιλία Γαλανό ή Μεταγγιτσινί, ο συνεταιρισμός Μεταγγιτσίου ακολουθεί μια σειρά από κανόνες λειτουργίας, ώστε να διασφαλίσει τη ζήτηση αλλά και τη φήμη του. Αυτοί οι κανόνες περιλαμβάνουν τη μεταφορά του ελαιοκάρπου εντός 24ώρου και την αποθήκευσή του σε ανοξείδωτες δεξαμενές σύμφωνα με την οξύτητα, την περαιτέρω ανάλυση δείγματος κάθε παραγωγού (προφίλ λιπαρών οξέων κ.ά.), την αναγραφή του κωδικού παραγωγού στη φιάλη, την εξαγωγή του ελαιολάδου σε ελαιοτριβεία που πληρούν τις προδιαγραφές, τη σφράγιση των φιαλών με βουλοκέρι, τη συμμετοχή των παραγωγών σε σεμινάρια-ημερίδες και την επιλογή για βιολογική καλλιέργεια ή ολοκληρωμένη διαχείριση.

ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Α.Σ. Μεταγγιτσίου
- Τηλ. 23750 92452 - 6950 394670
- Fax 23750 92452
- E-mail: agr.synetairismos.metagg@gmail.com, info@metagitsi.gr, www.metagitsi.gr



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Κωνσταντίνος
Ν. Βλαβής
Πρόεδρος Α.Σ.
Μεταγγιτσίου





Εξαιρετικά Παρθένο Ελαιόλαδο Γαλανό Μεταγγιτσίου

από τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Μεταγγιτσίου

Από το 1924 συντονίζουμε την αυθόγουνη δουλειά και στηριζόμενοι στην πιστοποιημένη ποιότητα προωθούμε τα προϊόντα του τόπου μας σε νέες αγορές.



ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΜΕΤΑΓΓΙΤΣΙΟΥ
 Μεταγγίτσι, 630 78, Σιθωνία Χαλκιδικής
 Τηλ & Fax: 23750 92452, Κινητό: 6950/ 394670
 e-mail: agr.synetairismos.metagg@gmail.com, info@metagitsi.gr
 www.metagitsi.gr, eleoladometaggitsioly.blogspot.com

Χώρα	Παραγωγή (σε τόνους)	Παραγωγή (%)	Κατανάλωση (%)	Κατά κεφαλήν κατανάλωση (σε κιλά)
Ισπανία	1.199.200	41,2	20	13,62
Ιταλία	587.700	20,2	30	12,35
ΕΛΛΑΔΑ	332.600	11,4	9	23,7
Συρία	168.163	5,8	3	7
Τυνησία	150.000	5,2	2	11,1
Τουρκία	143.600	4,9	2	1,2
Μαρόκο	95.300	3,3	2	1,8
Πορτογαλία	53.300	1,8	2	7,1
Γαλλία	6.300	0,2	4	1,34
ΗΠΑ	2.700	0,1	8	0,56
Λοιπές χώρες	169.122	5,8	18	1,18
ΣΥΝΟΛΟ	2.907.985	100	100	0,43

Πηγή: FAO, Έτος 2009



Βάζει πλώρη για τη δεύτερη θέση η Τουρκία

Μια νέα απειλή εξ Ανατολής θα πρέπει να είναι σε ετοιμότητα να αντιμετωπίσουν οι παραγωγοί ελαιολάδου στη χώρα μας τα επόμενα χρόνια. Μετά το δυναμικό μπάσιμο στην παραγωγή του προϊόντος από την Ισπανία, σειρά έχει η Τουρκία, η οποία έχει αυξήσει κατακόρυφα (+35%) τον αριθμό των δέντρων που καλλιεργεί την τελευταία εξαετία.

Μάλιστα, οι αρμόδιοι για την αγροτική πολιτική της γειτονικής χώρας διατυμπανίζουν ότι στόχος τους είναι να αναρριχηθούν στη δεύτερη θέση της παγκόσμιας παραγωγής, πίσω από την Ισπανία, όπως επισημαίνει σε πρόσφατη έκθεση του το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου.

Οι εδαφοκλιματικές συνθήκες της Τουρκίας είναι ευνοϊκές για την εξαπλώση της καλλιέργειας της ελιάς, ενώ δεν θα πρέπει να ξεχνάμε πως ήδη καλλιεργείται στα παράλια της Μικράς Ασίας

από την αρχαιότητα. Αυτή τη στιγμή στην Τουρκία καλλιεργούνται 7,9 εκατ. στρέμματα, εκ των οποίων οι 105.000 είναι βιολογικά.

Τα τελευταία πέντε χρόνια έχουν φυτευτεί 1,29 εκατ. στρέμματα (+19,5%) και οι άνθρωποι του κλάδου υπολογίζουν ότι οι εκτάσεις με ελιές θα φτάσουν τα 10 εκατ. στρέμματα μέχρι το 2015.

Το 72% της συνολικής έκτασης καλύπτεται από τελειοποιήσιμες ποικιλίες ελιάς, ενώ το υπόλοιπο 28% με επιτραπέζιες.

Σήμερα η Τουρκία καταλαμβάνει την έκτη θέση πίσω από την Ισπανία, την Ιταλία, την Ελλάδα, τη Συρία και την Τυνησία. Μέχρι στιγμής η εξαγωγική δραστηριότητα της Τουρκίας είναι σχεδόν ανύπαρκτη και μάλιστα ακολουθεί πτωτικές τάσεις την τελευταία τριετία, καθώς αυξάνεται το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της και παράλληλα η κατανάλωση ελαιολάδου στην εσωτερική αγορά.

Ο ΓΙΓΑΝΤΑΣ ΠΟΥ ΑΝΤΕΞΕ ΤΟΥΣ ΤΡΙΓΜΟΥΣ

Όταν το 2008 η SOS Cuétara προχώρησε στην εξαγορά του σήματος της Bertolli από την Unilever, αναλυτές και παράγοντες της αγοράς έκαναν λόγο για μια κίνηση-ματ που «έδενε τα χέρια» στον ανταγωνισμό και σφράγιζε την παγκόσμια κυριαρχία του ισπανικού ομίλου στο χώρο του ελαιολάδου.

Η Bertolli ήταν, άλλωστε, το πιο δημοφιλές brand ελαιολάδου στον κόσμο (μερίδιο αγοράς 7,2%, σύμφωνα με το Euromonitor) και η Cuétara είχε ήδη φροντίσει να προετοιμάσει το έδαφος για την άλωση της ιταλικής αγοράς αποκτώντας λίγα χρόνια νωρίτερα τις Olio Sasso και Carapelli, ενώ στην παρέα προστέθηκε (μαζί με την Bertolli) και η Dante.

Ωστόσο, τα «ανοίγματα» του ισπανικού συνεταιριστικού κολοσσού, εκτός από φιλόδοξα, αποδείχτηκαν και πολυδάπανα. Ο τραπεζικός δανεισμός αλλά και η κακή διαχείριση των αδελφών Salazar (τότε επικεφαλής του ομίλου) είχαν ως αποτέλεσμα η SOS Corporacion Alimentaria να βρεθεί ξαφνικά αντιμέτωπη με υπέρογκα χρέη και ασφυκτικές απαιτήσεις από την πλευρά των τραπεζών. Κι όλα αυτά σε μια περίοδο όπου η παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση βρισκόταν στο «φόρτε» της...

Κάπως έτσι, η νέα διοίκηση της εταιρείας (σε συνεργασία με τις τράπεζες) ξεκίνησε ένα ευρύτατο πρόγραμμα αναδιάρθρωσης που περιλάμβανε την πώληση των δραστηριοτήτων ρυζιού, μπισκότων, σαλτσών, ξυδιού κ.α. Παράλληλα, μπήκε στο «συρτάρι» το «Proyecto Tierra», ένα μεγαλόπνοο σχέδιο που αποσκοπούσε στην επέκταση της εντατικής καλλιέργειας των ελαιώνων (στην Ισπανία αλλά και την υπόλοιπη Μεσόγειο, π.χ. Μαρόκο) και, ως αποτέλεσμα, τη διασφάλιση ακόμα μεγαλύτερης αυτάρκειας σε πρώτη ύλη.

Όλα αυτά με στόχο να εξοικονομηθούν χρήματα και η εταιρεία να επικεντρωθεί στο ελαιόλαδο που ανέκαθεν αποτελούσε το βασικό της προϊόν. Στο μεσοδιάστημα εμφανίστηκαν και διάφορες φήμες περί ενδεχόμενης εξαγοράς σημαντικού ποσοστού από αμερικανικές επενδυτικές εταιρείες, κάτι που όμως δεν προχώρησε.

Εν τέλει, μέσω αυξήσεων κεφαλαίων και πωλήσεων δραστηριοτήτων (πιο πρόσφατη αυτή του κλάδου ρυζιού στην Ebro Foods που «έκλεισε» τον Μάρτιο), ο ισπανικός κολοσσός δείχνει να στέκεται πλέον ξανά και σταθερά στα πόδια του και να συνεχίζει να παίζει τον ηγετικό ρόλο του στην παγκόσμια αγορά.

Στόχος της νέας διοίκησης είναι οι πωλήσεις να ξεπεράσουν τα 1,5 δισ. ευρώ το 2013. Αυτή τη στιγμή η SOS ελέγχει σχεδόν το 50% της ιταλικής αγοράς, περί το 25% της ισπανικής ενώ άνω του 20% είναι το μερίδιό της και στην (ταχύτατα αναπτυσσόμενη) αγορά ελαιολάδου των ΗΠΑ.





ΧΡΥΣΟΠΡΑΣΙΝΗ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Ιδιαίτερα χαμηλής οξύτητας

Δυναμικές εξαγωγές σε Αμερική, Καναδά, Κίνα, Αυστραλία, Ολλανδία, Γερμανία και Γαλλία.



Η Κοινοπραξία Αγροτικών Συνεταιρισμών Επιδαύρου Λιμηράς Λακωνίας (Κ.Α.Σ.Ε.Λ.Λ.) δραστηριοποιείται στο χώρο του τυποποιημένου εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου με το brand name «ΦΙΛΑΙΟΣ» ή «PHILEOS». Παράγει και συσκευάζει αποκλειστικά Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο -βέλτιστης ποιότητας- με εγγυημένο επίπεδο οξύτητας (ανώτατο όριο οξύτητας 0,5%) κι άριστα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά. Με την πλέον σύγχρονη μονάδα τυποποίησης και συσκευασίας εφαρμόζει την τε-

λευταία νομοθεσία και κανόνες υγιεινής κα ασφάλειας ISO 22000 - 2005. Επιπλέον, σε επίπεδο ελαιοκαλλιέργειας εφαρμόζεται πλέον και στους 9 Αγροτικούς Συνεταιρισμούς μέλη της ΚΑΣΕΛΛ, το πρότυπο AGRO 2.1- 2.2 (Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης). Στόχος της είναι η προώθηση του ποιοτικού εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου «ΦΙΛΑΙΟΣ» στα κανάλια διανομής τόσο του εσωτερικού, όσο και των αγορών του εξωτερικού.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- 8ο χλμ. Ε.Ο. Μολάων - Μονεμβασίας
TK 230 52 Συκέα Λακωνίας
- Τηλ. 27320 71830, 71215
- Fax 27320 71831, 71097
- E-mail: info@kasell.gr, www.kasell.gr

ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΝΔΕΙΞΗ

Σημαντική είναι και η αναφορά στο ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη) ΛΑΚΩΝΙΑ ή PGI (Protected Geographical Indication) LAKONIA, καθώς η συνολική ποσότητα του ελαιόλαδου που τυποποιείται στη μονάδα της Κ.Α.Σ.Ε.Λ.Λ., προέρχεται από Συνεταιρισμούς που ακολουθούν τη διαδικασία ΠΓΕ ΛΑΚΩΝΙΑ. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως παράγουν και τυποποιούν και βιολογικό λάδι πιστοποιημένο από την BIO Hellas.



Κ.Α.Σ.Ε.Λ.Λ.

Κοινοπραξία Αγροτικών Συνεταιρισμών
Επιδαύρου-Λιμηράς Λακωνίας

Το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο «ΦΙΛΑΙΟΣ» είναι το προϊόν λακωνικών ελαιοκάρπων των ποικιλιών «Κορονέικη» (80%) και «Αθηνοελιά» (20%). Το ελαιόλαδο παράγεται την ημέρα της συγκομιδής με τη μέθοδο της ψυχρής έκθλιψης και φυλάσσεται σε συνθήκες ελεγχόμενης θερμοκρασίας κάτω από αυστηρό έλεγχο υγιεινής και με την υποστήριξη σύγχρονου εξοπλισμού. Οι ιδανικές κλιματικές συνθήκες σε συνδυασμό με το ευνοϊκό έδαφος επιτρέπουν στους παραγωγούς να ακολουθούν τις παραδοσιακές τεχνικές αξιοποιώντας παράλληλα τις σύγχρονες μεθόδους καλλιέργειας της ελιάς. Το αποτέλεσμα της όλης διαδικασίας είναι η παραγωγή ενός προϊόντος εξαιρετικής ποιότητας με μέτρια φρουτώδη γεύση, χρυσοπράσινο χρώμα και ιδιαίτερα χαμηλή οξύτητα κάτω του 0,5%.



Εξαιρετικό
Παρθένο Ελαιόλαδο ΛΑΚΩΝΙΑΣ

Φίλαιος

Φίλος τον Ελαιόλαδο



ΠΡΟΪΟΝ
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ
ΚΑΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

8^ο χλμ Ε.Ο. Μολάων - Μονεμβασίας | Συκέα - Λακωνίας | Τ.Κ. 23052
Τηλ: +30 27320 71830 & 71215 | Fax: +30 27320 71831 & 71097
e-mail: info@kasell.gr | www.kasell.gr

Ανάρπαστα γίνονται τα ελληνικά όσπρια

Η εκδίκηση των μικρών επιχειρήσεων

Του Πέτρου Αλεξανδρή

Για λίγα χρόνια κράτησε το «πάρτι» με τις φακές Καναδά που πωλούνταν ως ελληνικές σε σακουλάκια με την αναγραφή «παρασκευάζονται στην Ελλάδα». Μόλις εμφανίστηκε στη συσκευασία -έστω και με φιλά γραμματα- η πραγματική προέλευση των οσπρίων που διακινούνταν στην ελληνική αγορά, οι μεγάλες εταιρείες είδαν τις πωλήσεις τους να πέφτουν κατακόρυφα. Τότε αποφάσισαν να επενδύσουν στο ελληνικό προϊόν και να το προβάλλουν με τυποποίηση και υψηλότερη, φυσικά, τιμή. Οι καταναλωτές ανταποκρίθηκαν α-

ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ
Οι απαιτήσεις των καταναλωτών ανέβασαν σταδιακά τον ποιοτικό πήχυ και άρχισαν να εισάγονται έννοιες όπως η «πιστοποίηση»

μέσως και πλέον η αγορά των οσπρίων ζει μία νέα περίοδο άνθισης και αύξησης της ζήτησης. Είναι χαρακτηριστικό ότι η ελληνική παραγωγή δεν φτάνει και εξαντλείται μίνες πριν από την επόμενη σοδειά. Το ίδιο συμβαίνει και το 2011. Οι εκτάσεις που καλλιεργούνται με φακές, ρεβύθια, φασόλια και φάβα είναι πολύ λίγες και υπάρχουν εταιρείες, που «οργώνουν» την Ελλάδα απ' τη μία άκρη στην άλλη για να βρουν καλή πρώτη ύλη και πλέον φαίνεται να την καλοπληρώνουν. Η τάση προς την ποιοτική διαφοροποίηση και την ανάδειξη των τοπικών ποικιλιών των ελληνικών βιομηχανιών τυποποιημένων οσπρίων είναι σαφής και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μια ποιοτική στροφή που αλλάζει αργά αλλά σταθερά τον επιχειρηματικό χάρτη, φέρνοντας στο προσκήνιο νέους «παίκτες». Για χρόνια οι μικρότερες επιχειρήσεις του κλάδου βρίσκονταν στη «σκιά» των δύο «μεγάλων»: Οι Τρία Άλ-



φα και Agrino ήταν αυτές που ουσιαστικά «έβαλαν» πρώτες και σε ευρεία κλίμακα το συσκευασμένο όσπριο στο τραπέζι του Έλληνα, ανοίγοντας μια νέα αγορά για μια κατηγορία τροφίμων όπου μέχρι τότε το «κύμα» ήταν ο κανόνας. Στα πρώτα της στάδια, ωστόσο, η ανάπτυξη αυτής της αγοράς δεν ήταν πάντα προς όφελος της ποιότητας, ούτε προς όφελος των Ελλήνων παραγωγών. Ανάμεσα στα ελληνικά φασόλια, φακές και ρεβύθια στα γνώριμα σακουλάκια που έκαναν την εμφάνισή τους στα ράφια των σούπερ-μάρκετ, παρεισέφρεαν μεγάλες ποσότητες οσπρίων ξένης προέλευσης και, κάποιες φορές, άγνωστης καταγωγής. Κι αυτό γιατί το «ξένο» ήταν -κι εξακολουθεί να είναι- πιο φθινό, αλλά όχι και τόσο «βραστερό» που

θα έλεγαν και οι νοικοκυρές. Όμως, οι απαιτήσεις των καταναλωτών ανέβασαν τον ποιοτικό πήχυ και άρχισαν να εισάγονται έννοιες, όπως «πιστοποίηση», «ιχνηλασιμότητα» και «ονομασία προέλευσης» στο λεξιλόγιο των καταναλωτών και των ανθρώπων του χώρου. Ταυτόχρονα, άνοιξαν το δρόμο για την είσοδο στο «παιχνίδι» μικρότερων επιχειρήσεων που επέλεξαν να επενδύσουν στη διαφορετικότητα και στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των εγχώριων τοπικών ποικιλιών. Αν και οι leaders του κλάδου εξακολουθούν να ελέγχουν πάνω από το 50% της αγοράς, οι «μικροί»... μεγαλώνουν και διεκδικούν με αξιώσεις όλο και μεγαλύτερο κομμάτι της εγχώριας «πίτας», ενώ κάποιοι αρχίζουν να ρίχνουν ματιές και στο εξωτερικό.

ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΨΑΧΝΟΝΤΑΙ ΕΝΤΟΣ Η ελληνική παραγωγή δεν φτάνει και εξαντλείται μίνες πριν από την επόμενη σοδειά. Το ίδιο εκτιμάται ότι θα συμβεί και το 2011

ΠΛΗΘΑΙΝΟΥΝ ΤΑ... ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΑ

Μέχρι στιγμής έξι τοπικές ποικιλίες οσπρίων (αν συνυπολογίσουμε και τη Φάβα Σαντορίνης) έχουν κατοχυρωθεί ως ΠΓΕ ή ΠΟΠ. Πρόκειται για τα Φασόλια Γίγαντες Ελέφαντες Κάτω Νευροκοπίου (ΠΓΕ), τα Φασόλια Κοινά Μεσόσπερμα Κάτω Νευροκοπίου (ΠΓΕ), τα Φασόλια (γίγαντες ελέφαντες) Πρεσπών (ΠΓΕ), τα Φασόλια (πλακέ μεγαλόσπερμα) Πρεσπών (ΠΓΕ), τα φασόλια Γίγαντες-Ελέφαντες Καστοριάς (ΠΓΕ) και τη φάβα Σαντορίνης (ΠΟΠ). Εξάλλου, το Νοέμβριο του 2010 ο Γεωργικός Πιστωτικός Συνεταιρισμός Γκούρας κατέθεσε στις κοινοτικές αρχές αίτηση για την κατοχύρωση ως ΠΓΕ των φασολιών Βανίλιες Φνεσού.



ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΒΟΪΟΥ ΓΗΣ

Στην εξαγωγική δυναμική του ελληνικού οσπρίου πιστεύει και ο Γ. Παπαιωρδανίδης, υπεύθυνος επικοινωνίας της Προϊόντα Βοΐου Γης, η οποία έχει δεχθεί κρούσεις από 4-5 εμπόρους του εξωτερικού κι έχει ήδη στείλει δειγματοληπτικά μερικές ποσότητες. Όσον αφορά την εγχώρια αγορά, ο κ. Παπαιωρδανίδης πιστεύει ότι η ζήτηση για τα τοπικά προϊόντα θα συνεχίσει να αυξάνεται: «Η κρίση και η διαφαινόμενη επιστροφή της χώρας μας σε ένα αγροδιατροφικό μοντέλο ανάπτυξης μπορούν υπό προϋποθέσεις να αποδειχθούν ευκαιρία. Χρειάζονται γρήγορα α-

Προϊόντα γης Βοΐου

ντανακλαστικά και μείωση της γραφειοκρατίας που «τρώει» πολύτιμο παραγωγικό χρόνο από τις μικρότερες ειδικά επιχειρήσεις. Αυτό, όμως, που μας λείπει πιο πολύ σαν κλάδος είναι η τεχνογνωσία και η κατεύθυνση που μπορεί να προέλθει μέσα από τη διασύνδεση π.χ. με το πανεπιστήμιο και την έρευνα».

ΑΓΡΟΤΗΣ ΕΠΕ



«Έχουμε καταφέρει να ανοίξουμε μια νέα αγορά, όμως το στοίχημα, δηλαδή να πείσουμε τον καταναλωτή ότι η υψηλότερη τιμή αγοράς των καθαρά ελληνικών προϊόντων αντανακλά τη διαφορά στη γεύση και την ποιότητα, εξακολουθεί να

υφίσταται πόσο μάλλον σε μια περίοδο οικονομικής κρίσης», τονίζει από την πλευρά του ο Ν. Θέος, πρόεδρος της Αγρότης, υπογραμμίζοντας ότι «ακόμα κι αν θεωρήσουμε την ελληνική αγορά από άποψη συνολικών ποσοτήτων κορεσμένη, η μεγάλη πρόκληση είναι να αλ- λάξουμε τους συσχετισμούς εγχώριου-εισαγόμενου οσπρίου».



ΤΑ ΕΓΧΩΡΙΑ ΔΕΝ ΦΘΑΝΟΥΝ

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση τα όσπρια καλλιεργούνται σε ασήμαντες, για τη σπουδαιότητά τους και τα πλεονεκτήματά τους, εκτάσεις που χρόνο με το χρόνο μειώνονται. Στην Ελλάδα, το σύνολο της καλλιεργούμενης έκτασης ανέρχεται σε 150.000 στρέμματα, με μέση παραγωγή τους 29.000 τόνους, εκ των οποίων τα φασόλια καλύπτουν το 64% των εκτάσεων και το 73% της συνολικής παραγωγής. Ειδικά μετά τη νέα Κοινή Αγροτική Πολιτική που άλλαξε σε ένα ποσοστό τα δεδομένα στον τομέα των σιτηρών και του καπνού, πολλοί αγρότες δοκίμασαν τα χωράφια τους στην καλλιέργεια οσπρίων. Σε κάποιες περιοχές το πείραμα πέτυχε και ακολουθούν τα επόμενα βήματα, που είναι η κατοχύρωση του προϊόντος με την ονομασία της περιοχής και στη συνέχεια η τυποποίησή του.

Η καλλιέργεια των φασολιών απαιτάται κύρια στους νομούς Φλώρινας, Καστοριάς και Καβάλας. Τα ρεβίθια στους νομούς Ευβοίας, Βοιωτίας, Φθιώτιδας και Κυκλάδων. Τα κουκιά στους νομούς Ηρακλείου και Αρκαδίας, το λαβούρι στο νομό Κορινθίας (Φενεός) και Κυκλάδων (Σαντορίνη) και η φακή στο νομό Λάρισας και Λευκάδας (Εγκλουβή).

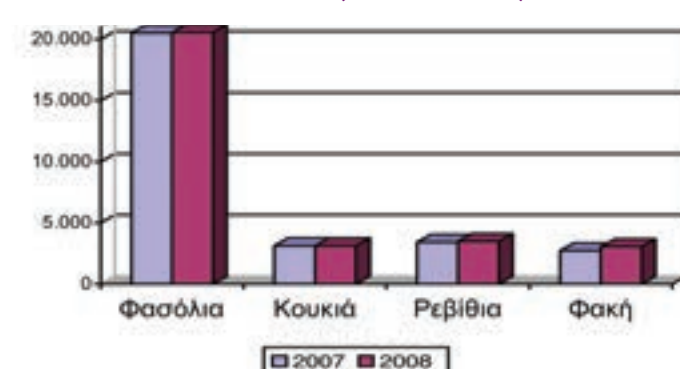
Τα όσπρια υποτιμήθηκαν στην ελληνική γεωργία γιατί η καλλιέργειά τους είναι δύσκολη. Έτσι, ενώ τα όσπρια για πολλά χρόνια αποτελούσαν τη βάση της διατροφής μας, σήμερα παράγουμε συνολικά κατά μέσον όρο 29.000 τόνους το χρόνο, ενώ καταναλώνουμε περίπου 70.000 τόνους. Άμεση συνέπεια της ελλειμματικότητας που παρουσιάζει η παραγωγή μας στον συγκεκριμένο τομέα και προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες της εγχώριας αγοράς εισάγονται ποσότητες της τάξεως των 39.000 τόνων. Οι εξαγόμενες ποσότητες είναι πάρα πολύ μικρές με δεσπόζουσα θέση να κατέχουν τα φασόλια. Από το σύνολο της παραγωγής οι 20.000 τόνοι περίπου αντιστοιχούν στα φασόλια ενώ η κατανάλωση φτάνει τους 33.000 τόνους. Οι κύριες χώρες από τις οποίες εισάγονται τα φασόλια (κυρίως κοινά φασόλια και γίγαντες-ελέφαντες) και τα οποία χρησιμοποιούνται για την παρασκευή παραδοσιακών ελληνικών εδεσμάτων είναι οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Αλβανία και η Αργεντινή. Ελάχιστες είναι οι ποσότητες της φακής που παράγουμε, περίπου 1.500 τόνοι, την ίδια στιγμή που δεκαπλάσιες ποσότητες έρχονται από τον Καναδά, την Τουρκία και τις ΗΠΑ, επομένως το 95% των αναγκών μας σε φακές καλύπτονται από τις εισαγωγές. Τα ρεβίθια έρχονται κυρίως από τη γείτονα Τουρκία εφόσον η ντόπια παραγωγή περιορίζεται στους 2.500 τόνους το χρόνο και κατά 67% οι ανάγκες της εγχώριας αγοράς καλύπτονται από εισαγωγές. Εισάγουμε, λοιπόν, περίπου το 60-65% των οσπρίων που χρησιμοποιούμε.

ΑΡΟΣΙΣ

«Η ψαλίδα μεταξύ κατανάλωσης και παραγωγής εξακολουθεί να είναι μεγάλη», λέει ο Τρ. Φωτιάδης, διευθύνων σύμβουλος της Άροσις. «Το όσπριο αποτελεί μέρος της διατροφικής παράδοσης του Έλληνα οσπρίως, όμως, συχνά δε γνωρίζει τι τρώει». Καθώς η πλειονότητα της ζήτησης καλύπτεται από εισαγόμενο προϊόν, ο ίδιος πιστεύει (και το πράττει μέσω της εταιρείας του) ότι το μέλλον βρίσκεται στην ανάπτυξη και την προώθηση μικρών, τοπικών και συνάμα εμπορευσίμων ποικιλιών.

Ο ίδιος θεωρεί, μάλιστα, ότι η στροφή των leaders της αγοράς στην αξιοποίηση των ποικιλιών αυτών μπορεί να σταθεί αρωγός στον αντικειμενικό στόχο που δεν είναι άλλος από «τη μείωση των εισαγωγών και την ενίσχυση του εγχώριου προϊόντος και των παραγωγών». Τα τελευταία 13 χρόνια η Άροσις χτίζει με επιμονή ένα αξιόλογο εξωστρεφές προφίλ κι έχει σημαντική παρουσία στις ΗΠΑ, την Κύπρο, τη Μεγ. Βρετανία, τη Γερμανία, ακόμα και την Ταϊλάνδη.

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΟΣΠΡΙΩΝ (ΣΕ ΤΟΝΟΥΣ)



ΕΧΕΙ ΦΑΝΑΤΙΚΟΥΣ ΦΙΛΟΥΣ

**Μέχρι τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ταϊλάνδη
...εξαπλώνει τη φήμη των ελληνικών οσπρίων**

Μια οικογενειακή επιχείρηση, με πάθος και αγάπη γι' αυτό που κάνει. Κατορθώνει να πρωτοπορεί και να καινοτομεί, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην ανάπτυξη της ελληνικής παραγωγής οσπρίων και θέτοντας υψηλά ποιοτικά στάνταρντ.

Οι άνθρωποι της εταιρείας φιλοδοξούν το όνομα «Άροσις» να σημαίνει, για τον Έλληνα καταναλωτή, εγγύηση για τα επώνυμα Όσπρια Καστοριάς - Πρεσπών. Τα φασόλια Καστοριάς - Πρεσπών και συγκεκριμένα οι ποικιλίες Γίγαντες - Ελέφαντες Καστοριάς, Γίγαντες - Ελέφαντες Πρεσπών και τα Πλακέ Μεγαλόσπερμα Πρεσπών είναι αναγνωρισμένα ως προϊόντα Προστατευμένης Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε.). Η Άροσις έχοντας οδηγήσει τις αξίες της παράγει αποκλειστικά και μόνο ελληνικά προϊόντα υψηλής ποιότητας, με σεβασμό στη διατροφή και στην υγεία του καταναλωτή. Πραγματοποιεί συνεργασίες με αμοιβαίο όφελος και ανάπτυξη για τους Έλληνες καλλιεργητές, τους οποίους υποστηρίζει με συνεχή εκπαίδευση και ενημέρωση μέσω των ομάδων παραγωγών που έχει δημιουργήσει η εταιρεία για τον σκοπό αυτό. Τέλος, μέσα από την προώθηση της Βιολογικής Γεωργίας και της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης προστατεύει το περιβάλλον που δίνει τους καρπούς του. Η εταιρεία «Άροσις» από το 1986 κάνει τη δική της προσπάθεια για την εξάπλωση της φήμης των ελληνικών οσπρίων στο εξωτερικό. Η ποιότητα των προϊόντων αποκτά φανατικούς υποστηρικτές και πέρα από τα ελληνικά σύνορα έως το Μανχάταν της Νέας Υόρκης και την Ταϊλάνδη. Σημειώνεται δε ότι είναι η πρώτη εταιρεία στην Ελλάδα που από το 2007 εφάρμοσε το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στα ελληνικά όσπρια. Παράλληλα, αναγράφει το όνομα του παραγωγού στις συσκευασίες της.



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

**Τρύφωνας
Φωτιάδης
Δ.Σ. Άροσις**



Μετέτρεψε ένα μικρό μπακάλικο της οικογένειας σε μία σύγχρονη δυναμική εταιρεία που διαθέτει παραδοσιακά προϊόντα άριστης ποιότητας σε συσκευασίες υψηλής αισθητικής.

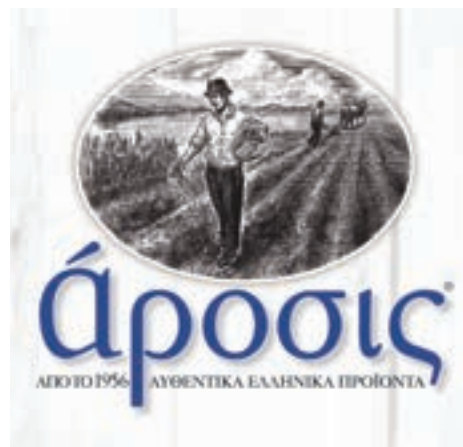
ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Παράγει αποκλειστικά και μόνο ελληνικά προϊόντα υψηλής ποιότητας, φασόλια, φακές, ρεβύθια, φάβα, ρύζι, πλιγούρι, μανιτάρια και βιολογικά όσπρια και ρύζι

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Από το 1956, με έδρα την Καστοριά, η εταιρεία παράγει και συσκευάζει τα ονομαστά όσπρια Καστοριάς και Πρεσπών.

Η εμπειρία και τεχνογνωσία τριών γενιών εξασφαλίζει την καλύτερη ποιότητα οσπρίων και ρυζιών με υψηλά στάνταρντ στον ποιοτικό έλεγχο και στην επεξεργασία και τυποποίηση των προϊόντων.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- 5ο χλμ. Εθνικής Οδού Καστοριάς - Νεοτορίου, ΤΚ 520 50 Κολοκυνθού
- Τηλ. 24670 71792 - Fax 24670 71686
- Διεύθυνση Αλληλογραφίας: Τ.Θ. 66, ΤΚ 521 00 Καστοριά
- E-mail: info@arosis.gr, www.arosis.gr

Ντόπιο. Φουρνιά.
 Ατόφιο. Κόπιασε.
 Φασούλι.
 Φαγι. Σπιτικό.
 Καλοσώρισμα.

Πέρασαν
55 ολόκληρα χρόνια.
 δεν ξεχάσαμε
 ούτε λέξη.

www.arosis.gr

55 χρόνια τώρα καλλιεργούμε το "σπόρο" της παράδοσης, της αγνής νοστιμιάς και της φροντίδας. Σήμερα, η ΑΡΟΣΙΣ είναι η μεγαλύτερη εταιρία με αποκλειστικά ελληνική γκάμα οσπρίων και ρυζιών με την μεγαλύτερη ποικιλία. Είναι η πρώτη εταιρία που δημιούργησε και συσκεύασε ελληνικά βιολογικά όσπρια. Η τεχνολογικά προηγμένη εταιρία, που πρώτη εφάρμοσε σύστημα ολοκληρωμένης διαχείρισης και σύστημα οικολογικής απεντόμωσης για τα όσπρια. Είναι η πρώτη εταιρία που αναβάθμισε την συσκευασία των οσπρίων προβάλλοντας τις τοπικές ποικιλίες αναγράφοντας το όνομα του παραγωγού και τον τόπο της παραγωγής του και υποστηρίζοντας 120 αγροτικές οικογένειες σε 7 νομούς σε όλη την Ελλάδα. Μια εταιρία, που ποτέ δεν ξέχασε με πόση αγάπη, μεράκι και ευγνωμοσύνη φτιάχνεται και απολαμβάνεται ένα αληθινά σπιτικό ελληνικό πιάτο.



Πάμε γι' άλλα λένε στα ζυμαρικά

Κλείνει ο κύκλος των προσφορών

Του Πέτρου Αλεξανδρή

Επιβίωσε από τον ανταγωνισμό των προσφορών του 2010 ο κλάδος των ζυμαρικών και πλέον, έχοντας ξεφορτωθεί τα περσινά αποθέματα, αναδιοργανώνεται και επενδύει σε προστιθέμενης αξίας προϊόντα, τουλάχιστον στα περιθώρια που αφήνει η περιρρέουσα οικονομική κρίση. Οι βιομηχανίες είναι αισιόδοξες και η αύξηση της τιμής του σκληρού σιταριού σε σχέση με την ίδια εποχή το 2010 δεν τις πτοεί. Υπάρχουν δύο διακριτές τάσεις των καταναλωτών που βοηθούν σε αυτή την ειδικού τύπου αναδιάρθρωση δυναμικών στον χώρο:

Α) Προτίμηση στα βιολογικά ζυμαρικά, στα delicatessen και στα ολικής άλεσης.

Β) Η κρίση ευνοεί τη μαγειρική

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ

Την «τιμή» του κλάδου συγκρατούν οι μικρές βιοτεχνίες που επενδύουν σε χειροποίητα προϊόντα

στο σπίτι, η ευκολία της οποίας επιβάλλει να καλύπτεται κατά ένα ποσοστό από τα ζυμαρικά. Σύμφωνα με τα στοιχεία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, η ετήσια κατανάλωση ζυμαρικών ανέρχεται περί τους 100.000 τόνους, συμπεριλαμβανομένων των ποσοτήτων ιδιωτικής ετικέτας που διακινούνται από τις αλυσίδες discount stores (Lidl κτλ.) και η αξία των συνολικών πωλήσεων ανέρχεται περί τα 150 εκατ. ευρώ.

Την τάση οριακής κάμψης των πωλήσεων, αλλά μεγαλύτερης μείωσης στην αξία των πωλήσεων ζυμαρικών καταγράφει η εταιρεία μετρήσεων Nielsen, η οποία πραγματοποιεί ετήσιες και μηνιαίες έρευνες αγοράς σε σούπερ-μάρκετ μεγάλων αστικών κέντρων (βλ. πίνακα). Μπορεί την πώση της αξίας των πωλήσεων να οδηγούν οι μεγάλες προσφορές, ακόμα και στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, αλλά την «τιμή» του κλάδου συγκρατούν οι μικρές βιοτεχνίες ζυμαρικών που επενδύουν σε χειροποίητες παραδοσιακές συνταγές, που αναγκάζουν και τους «μεγάλους» να ακολουθήσουν.

Η ένταση των προσφορών στα ράφια των σούπερ μάρκετ ήταν τόσο μεγάλη, πάντως, που αποτυπώθηκε στους ισολογισμούς των εταιρειών. Η Barilla-Μίσκο πέρυσι



ΤΑ ΣΥΜΒΟΛΑΙΑ ΕΙΝΑΙ ΛΥΣΗ

Στα σκληρά σιτηρά, που χρησιμοποιούνται για μακαρόνια και άλλα τυποποιημένα ζυμαρικά, δεν υπάρχει πρόβλημα επάρκειας, καθώς η εγχώρια παραγωγή καλύπτει τις ανάγκες ενώ για τα μαλακά σιτηρά, με τα οποία γίνεται το ψωμί και η εγχώρια παραγωγή καλύπτει κάτω του 40% των ετήσιων αναγκών.

Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει ανάγκη καλύτερου σχεδιασμού της παραγωγής τα επόμενα χρόνια με αποφασιστικά βήματα προς τη συμβολαιακή γεωργία, είτε μέσω των Ενώσεων, είτε και απ' ευθείας των παραγωγών με την αλευροβιομηχανία (στο μαλακό σιτάρι), με τις βιομηχανίες ζυμαρικών (στο σκληρό) και με τη βιομηχανία μπίρας (στο κριθάρι).

παρουσίασε ελαφρά κάμψη των πωλήσεών της, από 80 εκατ. ευρώ που ήταν στη διάρκεια του 2009 πέρυσι έπεσαν στα περίπου 75 εκατ. ευρώ, και τα κέρδη της διαμορφώθηκαν στα 4 εκατ. ευρώ.

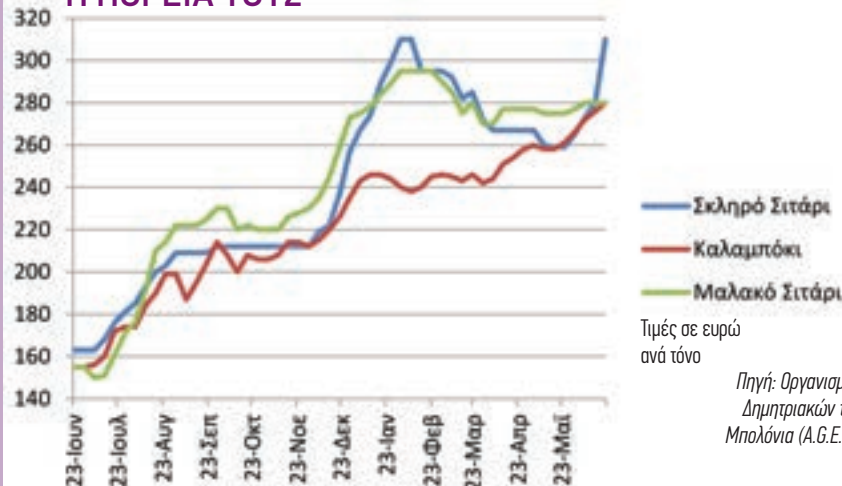


Σύνολο Ελλάδος (Ηπειρωτική Ελλάδα, Πελοπόννησος και Κρήτη):
Καταστήματα τροφίμων άνω των 100 τ.μ. (εξαιρουμένου του Σκλαβενίτη)

	12-ΜΗΝΟ ΠΟΥ ΤΕΛΕΙΩΝΕΙ ΝΟΕΜΒΡΙΟ '08	12-ΜΗΝΟ ΠΟΥ ΤΕΛΕΙΩΝΕΙ ΝΟΕΜΒΡΙΟ '09	12-ΜΗΝΟ ΠΟΥ ΤΕΛΕΙΩΝΕΙ ΝΟΕΜΒΡΙΟ '10	% ΜΕΤΑΒΟΛΗ 2009 ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ 2010
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΕ ΟΓΚΟ (ΚΙΛΑ)				
ΖΥΜΑΡΙΚΑ	48,637,538	47,338,092	47,060,387	-0.60
ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	10,347,534	10,725,057	11,367,825	6.00
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΕ ΑΞΙΑ (ΕΥΡΩ)				
ΖΥΜΑΡΙΚΑ	92,502,665	90,220,313	85,229,658	-5.50
ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	12,167,014	12,479,883	12,115,093	-2.90

Πηγή: Nielsen ScanTrack Plus

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥΣ





ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΗΣ... ΦΡΑΤΖΟΛΑΣ

Η τιμή της φρατζόλας, δηλαδή των 350 γραμμαρίων, διαμορφώνεται σταθερά τα τελευταία χρόνια περί τα 65 λεπτά το κιλό, χωρίς να λαμβάνει σοβαρά υπ' όψιν τις εξελίξεις στην αγορά της πρώτης ύλης, ειδικά όταν οι τιμές παραγωγού κινούνται σε καθοδικό κανάλι. Αρκεί να αναφερθεί ότι μετά το ανοδικό ξέσπασμα των τιμών το 2008 και για μια διετία περίπου, ενώ οι τιμές παραγωγού στασιπρά μειώθηκαν τουλάχιστον κατά 50%, στην Ελλάδα οι τιμές του ψωμιού παρουσίασαν σχετική άνοδο της τάξεως του 10 με 15%.

Σε «φάουλ» κινδύνεψαν να οδηγηθούν οι αλευροβιομήχανοι όταν προσηγγίγαν αυξήσεις στις τιμές των αλεύρων και τελικά απέσυραν την πρόθεσή τους για κάτι τέτοιο, υπό το φάβο της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Βαθύτερα το χέρι στην τσέπη, πάντως, σε σχέση με πέρυσι θα κληθούν να βάλουν τη φετινή σεζόν οι αλευροβιομηχανίες για την προμήθεια της απαραίτητης πρώτης ύλης καθώς, όπως όλα δείχνουν, οι τιμές του μαλακού σιταριού θα ξεκινήσουν φέτος από υψηλότερα επίπεδα.

Ο βασικότερος λόγος γι' αυτό δεν είναι άλλος από τα... μηδενικά αποθέματα- της περυσινής χρονιάς τόσο σε σιτάρι όσο και σε αλεύρι- που (δεν) υπάρχουν στις αποθήκες εμπόρων και βιομηχάνων. Αυτό εξ αντικειμένου σημαίνει ότι όσοι το επόμενο διάστημα βγουν στην εγχώρια αγορά προς... άγραν πρώτης ύλης θα αναγκαστούν να δώσουν καλύτερες τιμές.

Σαράντα μέρες κοσκινίζουν

Οι αρτοβιομηχανίες δεν ψάχνουν για καλή εγχώρια πρώτη ύλη

Με κυνήγι φαντασμάτων μοιάζει ο κλάδος των αρτοσκευασμάτων στην Ελλάδα, αφού πρώτη προτεραιότητα στα θέματα που απασχολούν τις επιχειρήσεις έχουν ασήμαντες λεπτομέρειες και όχι το πώς θα εξασφαλίσουν καλής ποιότητας εγχώρια πρώτη ύλη. Από το σίριαλ με το «bake-off» μέχρι τα υπέρογκα χρέη μεγάλων επιχειρήσεων (Αλλατίνη και Nutriart-Κατοξέλης) η χρονιά 2010-2011 κύλησε με μεγάλες δυσκολίες. Η επίσημη αιτιολογία είναι ότι αυξήθηκαν οι τιμές του σιταριού και των υπόλοιπων δημητριακών, οπότε ζημιώθηκαν οι αρτοβιομηχανίες. Κι όμως, η απόσταση

που έχουν οι τιμές στο σιτάρι με τις τιμές στο ράφι του σουπερ-μάρκετ είναι τόσο μεγάλη που δεν δικαιολογεί τη ζημιόγνο δραστηριότητα. Κατά τη διάρκεια του χειμώνα, ξέσπασε και εγχώρια διαμάχη για την τιμή του ψωμιού και ταυτόχρονα τη δημιουργία

ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ

Τα υπέρογκα χρέη μεγάλων επιχειρήσεων (Αλλατίνη και Nutriart) χαρακτηρίζουν τη χρονιά 2010-2011

κλίματος κερδοσκοπίας και σε άλλες κατηγορίες σιτηρών όπως τα σκληρά που διατίθενται κυρίως για την παρασκευή ζυμαρικών και τις δεύτερες κατηγορίες σιταριού ή κριθαριού που διατίθενται κατά βάση για ζωτροφές. Οι «πασαμωδικές κινήσεις» των εμπλεκόμενων φορέων στην ελληνική αγορά επιβεβαιώνουν για μια ακόμη φορά την απουσία σταθερού πλαισίου λειτουργίας της αγοράς, την αδυναμία των κρατικών αρχών να ελέγξουν την κατάσταση και τη δυνατότητα που προσφέρεται κάθε φορά σε λίγους «μεταπράτες», όχι απαραίτητα σε αρτοβιομήχανους, να εκμεταλλευτούν καταστάσεις.



ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ

Εντυπωσιακή άνοδο 80-87% σημειώνουν οι διεθνείς τιμές των δημητριακών τους τελευταίους δώδεκα μήνες. Η παγκόσμια παραγωγή τόσο του σιταριού όσο και του καλαμποκιού αντιμετωπίζει προβλήματα στις περιοχές καλλιέργειάς τους, ωστόσο το πρόβλημα γίνεται εντονότερο εξαιτίας της συνεχώς αυξανόμενης κατανάλωσης που παρατηρείται σε παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι για την καλλιεργητική περίοδο 2011/12 τα αποθέματα σιταριού αναμένεται να μειωθούν κατά 1 εκατ. τόνους, σημειώνοντας πτώση για δεύτερη συνεχή χρονιά, ενώ τα αποθέματα καλαμποκιού αναμένεται να μειωθούν κατά 5 εκατ. τόνους, σημειώνοντας πτώση για τρίτη συνεχή χρονιά. Συνεπώς παρατηρείται μια σημαντική άνοδος στις τιμές των δημητριακών στις αγορές.

Πιο συγκεκριμένα στο σκληρό σιτάρι, οι τιμές του έχουν ενισχυθεί κατά 87% μέσα σε ένα χρόνο στην ιταλική αγορά και πλέον διαμορφώνονται στα εντυπωσιακά επίπεδα των 305-310 ευρώ ο τόνος. Η αύξηση αυτή σημειώνεται διότι σύμφωνα με το αμερικανικό Υπουργείο Γεωργίας, η παραγωγή σκληρού σιταριού στην Ε.Ε. αναμένεται να μειωθεί κατά 8%, με την ετήσια παραγωγή να περιορίζεται στους 131,5 εκατ. τόνους. Το μαλακό σιτάρι διατηρείται στα επίπεδα των 276-280 ευρώ ο τόνος και η αύξηση αυτή οφείλεται στις μεγάλες ζημιές που έχουν υποστεί σε θέματα ποιότητας οι χώρες της βόρειας Ευρώπης, όπου δοκιμάστηκαν από ισχυρή ξηρασία και υψηλές θερμοκρασίες στο δεύτερο μισό της άνοιξης. Στο χρηματιστήριο Εμπορευμάτων στο Παρίσι, το μαλακό σιτάρι διαμορφώνεται στα 233 ευρώ ο τόνος, παραμένοντας σταθερά υψηλά. Στην ελληνική αγορά, με την έναρξη της νέας εμπορικής περιόδου οι τιμές ξεκινούν από ικανοποιητικά επίπεδα που φτάνουν τα 24-25 λεπτά το κιλό για το σκληρό σιτάρι και τα 23 λεπτά το κιλό για το μαλακό. Όσον αφορά το καλαμπόκι, η ζήτησή του σε παγκόσμιο επίπεδο αυξάνεται με γοργούς ρυθμούς, καθώς εκτός από τη σημαντικότερη πηγή ζωτροφής, αποτελεί και σημαντική βιομηχανική πρώτη ύλη για την παραγωγή γλυκαντικών ουσιών αλλά και βιοκαυσίμων. Η κατανάλωσή του πλέον έχει ξεπεράσει κάθε ρεκόρ παραγωγής και ανέρχεται στους 854 εκατ. τόνους, γεγονός που σημαίνει πως για να μην συνεχιστεί η μείωση των παγκοσμίων αποθεμάτων θα πρέπει να έχουμε και μια αντίστοιχη παραγωγή, η οποία όμως δεν έχει σημειωθεί ποτέ μέχρι σήμερα. Οι τιμές στην ιταλική αγορά έχουν αυξηθεί κατά 80% μέσα σε ένα χρόνο και διαμορφώνονται πλέον στα 279-280 ευρώ ο τόνος, ενώ στο χρηματιστήριο στο Παρίσι οι τιμές βρίσκονται στα 239 ευρώ ο τόνος.



Τα κηπευτικά φέρνουν την... άνοιξη

Καθημερινή πρακτική οι άμεσες συμφωνίες παραγωγών με σούπερ μάρκετ

Της Ελενας Ταγκαλάκη

Αιχμή του δόρατος της ελληνικής γεωργίας αναμένεται να αποτελέσει τα επόμενα χρόνια ο τομέας των κηπευτικών, καθώς σειρά από ενδιαφέρουσες πρωτοβουλίες έμπειρων επαγγελματιών της πρωτογενούς παραγωγής αλλάζουν τα δεδομένα, παρά την απουσία σχεδιασμού από την πλευρά της πολιτείας και τη μικρή βοήθεια που παρέχεται τελικά από τα χρηματοδοτικά προγράμματα του χώρου.

ΣΤΟΧΟΣ

Να βελτιωθούν οι όροι συνεργασίας παραγωγών και εμπόρων με στόχο την ουσιαστική διεύρυνση της παραγωγικής βάσης

Είναι σαφές ότι οι αλλαγές στην ΚΑΠ μετά το 2006 έχουν «απελευθερώσει δυνάμεις», προσανατολίζοντας παλιούς και νέους αγρότες σε επαναπροσδιορισμό της σύνθεσης των εκμεταλλεύσεων, με κατεύθυνση την ενίσχυση των προϊόντων που σχετίζονται με τη διατροφή και την επιλογή λύσεων που εξασφαλίζουν μεγάλες στρεμματικές αποδόσεις, ακόμη και αν απαιτούν σοβαρές επενδύσεις.

Παρ' ότι δεν υπάρχουν ακόμα συστηματικές μελέτες και στοιχεία, τα οποία να πιστοποιούν τη δέσμευση νέ-

ων εκτάσεων για κηπευτικά και οι όγκοι παραγωγής δεν είναι ακόμα καταμετρημένοι, όλες οι πληροφορίες συγκλίνουν στην εκτίμηση ότι τα κηπευτικά διευρύνουν τη θέση τους στο «καλάθι» της αγροτικής παραγωγής και δημιουργούν νέες συνθήκες για την ανάπτυξη της γεωργίας.

Έτσι, είτε μέσα από σύγχρονες λύσεις πρόωθησης των υπαίθριων καλλιεργειών, είτε μέσα από επενδύσεις σε μεγάλα θερμοκήπια που στις περισσότερες περιπτώσεων αξιοποιούν τη μέθοδο της υδροπονίας, ο κλάδος των κηπευτικών έχει απλώσει ρίζες που μπορούν να δώσουν σημαντικούς

καρπούς τα επόμενα χρόνια και να μετατρέψουν αγροτικές περιοχές της Ελλάδας σε τροφοδότες της Ευρώπης.

Στην ενθάρρυνση αυτών των πρωτοβουλιών συμβάλλουν τόσο οι αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, όσο και οι αναλύσεις που δείχνουν σημαντική αύξηση της παγκόσμιας ζήτησης για τρόφιμα τα επόμενα χρόνια. Παράλληλα, οι επιλογές ενισχύονται από το γεγονός ότι τα νωπά κηπευτικά βρίσκουν σημαντικούς νέους τρόπους προσέγγισης των καταναλωτών (κομμένες σαλάτες,

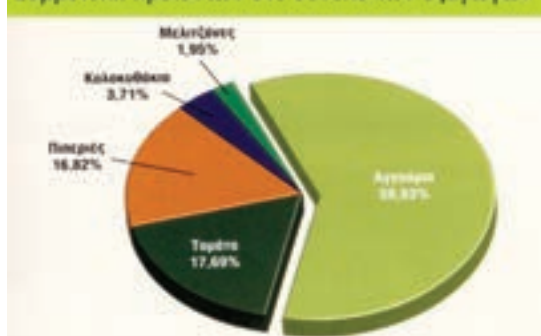


προϊόντα βιολογικής παραγωγής, κατεψυγμένα λαχανικά πιο φιλικά με το περιβάλλον κ.ά.), ενώ την ίδια στιγμή η διακίνησή τους ξεφεύγει σιγά-σιγά από το ασφυκτικό για τους παραγωγούς πλαίσιο των χονδρεμπόρων και των κεντρικών αγορών και οδηγείται σε άμεσες συμφωνίες με τις μεγάλες

αλυσίδες σούπερ μάρκετ.

Όχι πως εδώ το θέμα είναι απλό, καθώς η δύναμη των σούπερ μάρκετ είναι τεράστια, ενώ η διαπραγματευτική δυνατότητα των παραγωγών παραμένει ζητούμενο. Είναι πάντως σίγουρο πως το «παράθυρο» των απευθείας πωλήσεων από το χωράφι στο ρά-

Συμμετοχή προϊόντων στο σύνολο των εξαγωγών



φι έχει ανοίξει και είναι στο χέρι των δύο πλευρών να βελτιώσουν τους όρους της συνεργασίας με στόχο την ουσιαστική διεύρυνση της παραγωγικής βάσης, έτσι ώστε ο καταναλωτής να μένει ικανοποιημένος από τη φρεσκάδα και την ποιότητα των προϊόντων, χωρίς ο παραγωγός να αισθάνεται εγκλωβισμένος σε μια διαδικασία που δεν του εξασφαλίζει μεσο-μακροπρόθεσμα την οικονομική του επιβίωση, υποχρεώνοντάς τον μάλιστα βραχυπρόθεσμα σε σοβαρές νέες επενδύσεις.

Βεβαίως, κανείς δεν αρνείται ότι η παραγωγή κηπευτικών συνιστά μια σύνθετη διαδικασία που απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις, σχεδιασμό των καλλιεργητικών επιλογών, πρόσβαση σε εισροές, πολλαπλασιαστικό υλικό και ποικιλίες μεγάλης υπεραξίας, γνώση της λειτουργίας των αγορών και εικόνα της δουλειάς που έχει γίνει από τους πρωτοστάτες του χώρου στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι συχνά τα καταναλωτικά πρότυπα στον τομέα των κηπευτικών διαφοροποιούνται είτε με ευθύνη των ίδιων των καταναλωτών, είτε ακόμα και με βάση τις κατευθύνσεις που δίνονται από συντελεστές στο χώρο της παραγωγής και ιδιαίτερα των εισροών.

Όλα αυτά πρέπει να τα έχει υπόψη του ο καλλιεργητής, έτσι ώστε το αποτέλεσμα της προσπάθειάς του να κινείται με γνώμονα τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις ανάγκες της αγοράς.

Ο χάρτης των μεγάλων αγορών

Στα 340 εκατ. ευρώ το χρόνο ανέρχεται η αξία των ελληνικών εξαγωγών στη γερμανική αγορά



Τη «βαριά βιομηχανία» των ελληνικών εξαγωγών φαίνεται πως αποτελούν τα ελληνικά φρούτα και λαχανικά τα τελευταία χρόνια, παρά το ότι φέτος καλλιεργητές και έμποροι κάνουν λόγο για μεγάλο πλήγμα εξαιτίας της ρωσικής απαγόρευσης για ευρωπαϊκές εισαγωγές λαχανικών, μετά το ξέσπασμα του σκανδάλου με το E.coli.

Το καλό όνομα των ελληνικών φρούτων και λαχανικών «τιμά» πρώτη η Γερμανία, στην οποία εξαγεται περίπου το 23% της εξαγωγίσιμης παραγωγής, αξίας 320-340 εκατ. ευρώ. Η Ρωσία παραμένει σημαντικός αγοραστής των ελληνικών οπωροκηπευτικών, δεδομένου ότι αγοράζει σχεδόν 87.000 τόνους, με μερίδιο 7%, που αποτιμάται σε 80 εκατ. ευρώ.

Οι μεγαλύτερες ποσότητες ελληνικών φρούτων και λαχανικών, νωπών ή μεταποιημένων, φεύγουν προς τη Μόσχα και την Πετρούπολη, ενώ περίπου 28.000-29.000 τόνοι εισάγονται από τη γειτονική Ουκρανία, που όμως πλέον θα «απαιτεί» και πιστοποιητικά ασφαλείας. Η βελτίωση των εξαγωγών σε φρούτα και κηπευτικά για τη χώρα μας οφείλεται κυρίως στην προσαρμογή των Ελλήνων παραγωγών και των εμπόρων στις απαιτήσεις των ξένων αγορών, που ζητούν κατ' αρχήν ποιοτικό εμπόρευμα και κατ' επέκταση καλή συσκευασία αλλά και τιμή.

Να σημειωθεί, τέλος, ότι ο μεγαλύτερος παραγωγός φρούτων και λαχανικών παραμένει η Κίνα, αφού κατέχει σε πολλά προϊόντα άνω του 45% της παγκόσμιας παραγωγής και στην Ευρώπη τα σκήπτρα κατέχει η Ισπανία.

ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΟΜΠΟΣΤΑΣ

Βιομηχανικό ροδάκινο, βερικόκο και ντομάτα αποτελούν τα κύρια κονσερβοποιημένα οπωροκηπευτικά, τα οποία με καθαρά εξαγωγική κατεύθυνση αυξάνουν κάθε χρόνο το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας μας. Πρόκειται για κάποια από τα σημαντικότερα ανταγωνιστικά προϊόντα της ελληνικής γεωργίας, που φέρνουν σοβαρό οικονομικό αποτέλεσμα (συνάλλαγμα).

Η απορρόφηση της ελληνικής κομπόστας από τις μεγάλες αλυσίδες τροφίμων του εξωτερικού παρουσιάζει πάντα θετικό πρόσημο. Ειδικότερα φέτος, η ευνοϊκή διεθνής συγκυρία της έλλειψης πρώτης ύλης και της αισθητής μείωσης των αποθεμάτων προδιαγράφουν μια ακόμα καλύτερη χρονιά, με μεγαλύτερα κέρδη τόσο για τους παραγωγούς όσο και για τους μεταποιητές. Βέβαια,

να σημειωθεί ότι από πέρυσι, στα πραγματικά μεγέθη εντοπίζεται μείωση δεδομένης της έλλειψης ρευστότητας από πλευράς συνεταιριστικών και ιδιωτικών βιομηχανιών κομπόστας, που περιορίζει το κέρδος για τους εμπόρους. Όσον αφορά το βιομηχανικό ροδάκινο, τα στοιχεία της ελληνικής αγοράς αναφέρουν ότι στο τέλος Σεπτεμβρίου του 2010 τα αποθέματα στις βιομηχανίες κομπόστας ήταν κατά 6% λιγότερα σε σχέση με το 2009. Οι βιομηχανίες εκτιμούν ότι στο τέλος του Ιουνίου θα βρίσκονται στις αποθήκες μόλις 2 εκατ. κιβώτια, έναντι 4,5 εκατ. την ίδια εποχή πέρυσι και 7 εκατ. τον Ιούνιο του 2009. Πρόκειται για ένα φυσιολογικό νούμερο, που τους επιτρέπει να κάνουν αισιόδοξες προβλέψεις και για την πορεία των εξαγωγών της περιόδου 2011-2012, οπότε και θα

είναι σε θέση να αυξήσουν την τιμή παραγωγού. Παράλληλα, η εκρίζωση πολλών δέντρων ροδακινιάς το 2010, οδηγεί σε μείωση τη σοδειά του 2011, βοηθώντας περισσότερο στην ενίσχυση της τιμής. Όσον αφορά την τρέχουσα τιμή πώλησης της στάνταρ ποιότητας κομπόστας διεθνώς, αυτή πέρυσι βρισκόταν κάτω από τα 12 ευρώ το κιβώτιο, περίπου στα 11,70-11,80 ευρώ. Για το βερικόκο, οι τρέχουσες τιμές κυμαίνονται περί τα 40 λεπτά το κιλό, την ώρα που οι καλλιεργητές λένε ότι δεν θα πουλήσουν σε τόσο χαμηλά επίπεδα.



ΣΥΜΠΛΗΡΩΝΕΙ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Πρωθεί την εξαγωγή ποιοτικών ελληνικών φρούτων

Η Dole Hellas προσφέρει στον Έλληνα καταναλωτή εξαιρετικά προϊόντα στις χαμηλότερες δυνατές τιμές.

Η μπανάνα είναι ένα από τα πλέον φθηνά φρούτα στην Ελλάδα και είναι διαθέσιμο καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Η Dole Hellas έρχεται να συμπληρώσει την ελληνική παραγωγή και δεν την ανταγωνίζεται. Ο διευθυντής πωλήσεων της εταιρείας, Στάθης Πισλής, μιλώντας στο F.R. αιτιολογεί τη θέση του αυτή εξηγώντας πως για τον συγκεκριμένο λόγο η εταιρεία εισάγει φρούτα κατά τις αντίθετες εποχές παραγωγής για την Ελλάδα, ενώ από φέτος άρχισε να λειτουργεί και... αντίστροφα. Να αξιοποιεί, δηλαδή, το παγκόσμιο δίκτυό της, ώστε να εξάγει τα φρούτα που παράγει η χώρα μας, όπως ακτινίδια, πορτοκάλια κ.ά.

Η ελληνική αγορά έχει ανταποκριθεί πολύ θετικά στην ποιότητα και τη γεύση των φρούτων της Dole, επεσημαίνει ο κ. Πισλής, με αποτέλεσμα μάλιστα σε κάποια φρούτα να έχει εντυπωσιακά υψηλά μερίδια, όπως στην περίπτωση του ανανά, με μερίδιο αγοράς πάνω από 50%.



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Στάθης Πισλής
Διευθυντής
Πωλήσεων
της Dole Hellas



Η ελληνική αγορά έχει ανταποκριθεί πολύ θετικά στην ποιότητα και τη γεύση των φρούτων της Dole με αποτέλεσμα μάλιστα σε κάποια φρούτα να έχει εντυπωσιακά υψηλά μερίδια, όπως στην περίπτωση του ανανά, με μερίδιο αγοράς πάνω από 50%.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Εισάγει ανανά και δύο είδη μπανάνας. Φέρνει σταφύλια, ακτινίδια, βανίλιες Χιλής, αχλάδια και μήλα Αργεντινής, σταφύλια και εσπεριδοειδή από τη Ν. Αφρική

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Dole Hellas δραστηριοποιείται στην Ελλάδα από το 1993, ανήκει στον όμιλο Dole Group και αυτή τη στιγμή είναι η μοναδική στην ελληνική αγορά που προσφέρει ολοκληρωμένη πρόταση φρούτων. Μέχρι το 2004, εισήγαγε μόνο μπανάνες. Από το 2004 και μετά έφερε δύο ακόμη είδη μπανάνας, τις baby (τις γνωστές σε όλους «bananitos») και τις βιολογικές. Παράλληλα η Dole Hellas εισάγει και φρέσκα φρούτα απ' όλο τον κόσμο.

Από τη φετινή χρονιά αξιοποιείται το παγκόσμιο δίκτυο της Dole για εξαγωγές ελληνικών φρούτων, όπως ακτινίδια, πορτοκάλια κ.ά.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Dole Hellas
- Νίκης 16, TK 105 57 Αθήνα
- Τηλ. 210 3634233, 3634155
- Fax 210 3634081
- E-mail: dolegr@otenet.gr
- www.dole.com



Makes you feel GOOD



Η DOLE ΣΥΜΒΑΛΛΕΙ ΣΤΗ ΣΩΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΜΑΣ

Η DOLE HELLAS,
η μοναδική εταιρεία στην ελληνική
αγορά που μπορεί να κάνει ολοκληρωμένη
πρόταση φρούτων, γνωρίζει πάρα πολύ καλά
τη διατροφική αξία των φρούτων και
τη συμβολή τους στην υγεία μας, σε αυτό
άλλωστε βασίζεται και η φιλοσοφία της:
«DOLE makes you feel good»
Όλα τα φρούτα της DOLE επιλέγονται
και συσκευάζονται περνώντας καθημερινά
αυστηρούς ποιοτικούς ελέγχους.



Πατάνε γκάζι

Το ισοζύγιο γέρνει... προς την Ελλάδα

Φράουλες, βατόμουρα, πολτοί φρούτων αλλά και καρπών είναι «υπεύθυνα» για το... κρεσέντο των ελληνικών εξαγωγών προς τη Ρωσία το πρώτο τρίμηνο του 2011. Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από έγγραφο της ελληνικής πρεσβείας στη Μόσχα, το οποίο δίνει στοιχεία για την εξέλιξη του εμπορικού ισοζυγίου μεταξύ των δύο χωρών.

Σύμφωνα με αυτό, λοιπόν, το ισοζύγιο γέρνει... προς το μέρος της χώρας μας, αφού στο πρώτο τρίμηνο του έτους οι ελληνικές εξαγωγές προς τη Ρωσία αυξήθηκαν κατά 31,81% ενώ, αντίθετα, οι εισαγωγές μειώθηκαν κατά 14,71%. Σε αριθμούς, το πρώτο τρίμηνο 2011 οι ελληνικές εξαγωγές ανήλθαν σε 71,96 εκατ. ευρώ έναντι 54,59 εκατ. ευρώ το αντίστοιχο τρίμηνο του 2010.

Οι ρωσικές εξαγωγές προς Ελλάδα παρουσίασαν μείωση κατά 14,71% και από 1,322 δισ. ευρώ το πρώτο τρίμηνο 2010 έφθασαν σε 1,127 δισ. ευρώ το πρώτο τρίμηνο 2011. Η εξέλιξη αυτή

οφείλεται στο γεγονός ότι μειώθηκαν οι εξαγωγές της Ρωσίας προς την Ελλάδα σε ενεργειακά προϊόντα και υποπροϊόντα και στο γεγονός ότι αυξήθηκαν οι εξαγωγές της Ελλάδας προς τη Ρωσία σε οπωροκηπευτικά. Ο όγκος ε-

μπορίου μεταξύ των δύο χωρών παρουσίασε μείωση κατά 12,87% και από 1,376 δισ. ευρώ το πρώτο τρίμηνο 2010 έφθασε σε 1,199 δισ. ευρώ το 2011. Η μείωση του εμπορικού ελλείμματος με τη Ρωσία ήταν σημαντική, αφού το

αρνητικό μας ισοζύγιο με τη χώρα αυτή μειώθηκε κατά 16,72% και ανήλθε σε -1,055 δισ. ευρώ έναντι αρνητικού ισοζυγίου της τάξεως των -1,267 δισ. ευρώ το 2010. Παράλληλα, οι ελληνικές εξαγωγές προϊόντων στη Ρωσία είναι λιγότερο συγκεντρωμένες σε κατηγορίες προϊόντων, αφού τα 10 πρώτα ελληνικά εξαγόμενα προϊόντα κατέχουν το 65,10% του συνόλου των προϊόντων, ενώ οι ρωσικές εξαγωγές στην Ελλάδα αφορούν κυρίως εξαγωγές προϊόντων ενέργειας.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι ρωσικές εξαγωγές προς Ελλάδα παρουσίασαν μείωση κατά 14,71, και έφθασαν σε 1,127 δισ. ευρώ το 2011

LIMIT UP ΓΙΑ ΤΗΝ ΝΤΟΜΑΤΑ

Δικαιωμένοι νιώθουν όσοι παραγωγοί βιομηχανικής ντομάτας τόλμησαν φέτος να επενδύσουν στην καλλιέργεια και να μην στραφούν σε κάποιο από τα άλλα γερά χαρτί των εμπορευμάτων των εαρινών σπορών. Η Ελλάδα είναι η

μοναδική χώρα, που παρουσιάζει αισθητή μείωση στην παραγωγή φέτος, μια χρονιά που η αγορά φαίνεται να ζητά «απελιψισμένα» προϊόντα. Το πρόσφατο περιστατικό με το φονικό τσουνάμι στην Ιαπωνία περιόρισε σημαντικά τα αποθέματα του πελτέ ντομάτας, που κατά βάση προέρχονταν από την Κίνα. Και ενώ η ζήτηση φαίνεται να υπερβαίνει της προσφοράς, οι έμποροι στρέφονται σε Ελλάδα και Ισπανία, προκειμένου να καλύψουν την έλλειψη στην αγορά. Για τον λόγο αυτό οι γνωρίζοντες μιλούν για δυνατότητα αύξησης της τιμής της πρώτης ύλης.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, φέτος σημειώνεται κάθεται πτώση στην παραγωγή, με τα στρέμματα σε όλη τη χώρα να υπολογίζονται περί τα 45.000.



ΠΡΕΣΒΕΥΤΕΣ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΦΡΟΥΤΑ

Ευκολότερα βρίσκουν τα ελληνικά φρέσκα φρούτα τη θέση τους στα ράφια των γερμανικών σούπερ μάρκετ. Σύμφωνα με άρθρο της Deutsche Welle, τα ελληνικά φρούτα μονοπωλούν το ενδιαφέρον της γερμανικής αγοράς και μάλιστα είναι το πρώτο εξαγωγίμο τροφίμο στη Γερμανία με εξαγωγές που έφθασαν σε αξία τα 150 εκατ. ευρώ το 2010. Στον αντίποδα, στην κατάταξη των χωρών που εισάγουν γερμανικά προϊόντα, η Ελλάδα έχει υποχωρήσει από την 23η στην 33η θέση. Οι εξαγωγές τροφίμων και ποτών συμμετέχοντας σε ποσοστό 21,3% στο σύνολο των εξαγωγών, αυξήθηκαν κατά 26% τον Ιανουάριο του 2011, σε σύγκριση με τον Ιανουάριο του 2010, φτάνοντας σε αξία εξαγωγών τα 293,4 εκατ. ευρώ. Τα φρούτα και οι καρποί, νωπά και αποξηραμένα σημείωσαν αύξηση κατά 4,5%.



ΤΟ ΜΗΛΟΝ ΤΩΝ... ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Τα μήλα παραμένουν μακράν τα πλέον εξαγόμενα φρούτα το 2010 με περισσότερους από 1,2 εκατ. τόνους, με αύξηση κατά 5,98% μεταξύ 2009 και 2010. Τα ακλάδια και κυδώνια κατατάσσονται στη δεύτερη θέση με εξαγωγές 345.559 τόνους, ακολουθούμενα από τα μανταρίνια (291.490 τόνοι). Οι ντομάτες κατατάσσονται δεύτερα στη λίστα με τα πιο εξαγόμενα λαχανικά με 158.957 τόνους.

ΤΟ ΜΗΛΟ ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Για τους καταναλωτές που δεν συμβιβάζονται και απαιτούν το καλύτερο

Η εταιρεία Arcafroz διαθέτει στην εγχώρια αγορά το πιστοποιημένο ως ΠΟΠ μήλο Τριπόλεως Ντελίσιους Πιλαφά και έχει δημιουργήσει ένα σύγχρονο περιβάλλον συντήρησης, διαλογής, συσκευασίας και διανομής.



Παλιό κεντράδι από τις αρχές του 20ού αιώνα, έφτασε στην Αρκαδία με τον επαναπατισμό του Ελληνοαμερικανού Ηλία Πιλαφά, εγκλιματίστηκε γρήγορα και αναπτύχθηκε αρμονικά. Τα μήλα Τριπόλεως Ντελίσιους Πιλαφά κερδίζουν τις εντυπώσεις με την πρώτη δοκιμή και πείθουν ακόμη και τον πιο απαιτητικό καταναλωτή. Έχουν γεύση πραγματικού φρούτου με χρυσοκόκκινο χρώμα, χωρίς να είναι ιδιαίτερα κόκκινα και γυαλιστερά, εντούτοις ξεχωρίζουν για την υπόξινη γεύση τους και το ιδιαίτερο άρωμά τους. Οι καταναλωτές που δεν εντυπωσιάζονται από την αφεγάδιαστη και εντυπωσιακή όψη των φρούτων και λαχανικών που μοιάζουν περισσότερο με ψεύτικα αλλά αναζητούν την πραγματική γεύση από την κατανάλωση ενός φρούτου έχουν το μήλο Ντελίσιους Πιλαφά πρώτο στις προτιμήσεις τους.

ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Ψυγεία Αρκαδίας Δημητρόπουλοι Α.Ε
- ΒΙ.ΠΕ. Τρίπολης
- Τηλ. 2710 223206
Fax 2710 235128
- E-mail: info@arcafroz.gr,
sales@arcafroz.gr
- www.arcafroz.gr

Arcafroz
COLD STORES - FOOD LOGISTICS

DELICIOUS ΠΙΛΑΦΑ

ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

**Γιώργος
Δημητρόπουλος
Γεν. Διευθυντής
Arcafroz**



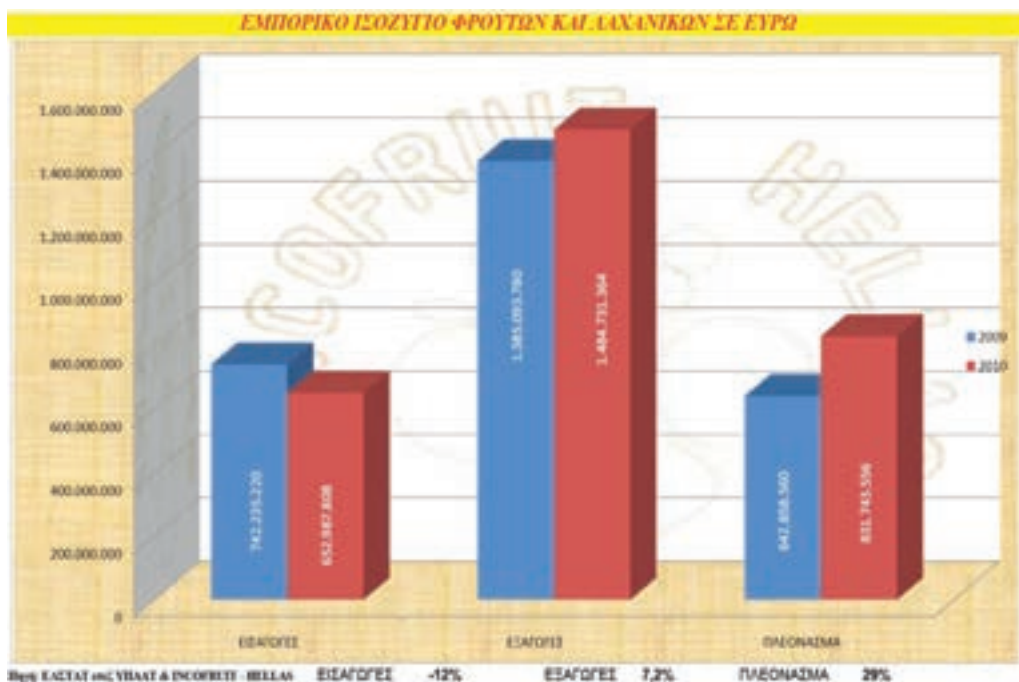
DELICIOUS ΠΙΛΑΦΑ

Μήλα με ιστορία...
για εραστές της γεύσης...



ΔΗΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε. | 221 00 Βιομηχανική Περιοχή Τρίπολης
T: 2710 223206 | F: 2710 235128 | K: 6978 772350 | E: sales@arcafroz.gr | www.arcafroz.gr

30 ΦΡΟΥΤΑ-ΛΑΧΑΝΙΚΑ



Οι ελληνικές εξαγωγές

Οι εξαγωγές φρούτων σε Τρίτες χώρες αυξήθηκαν σε όγκο κατά 13% και των λαχανικών κατά 9%. Αντίστοιχα οι εξαγωγές οπωροκηπευτικών της χώρας μας (νωπών και μεταποιημένων) προς όλο τον κόσμο αυξήθηκαν ως προς τον όγκο κατά 22,8% (1,854 εκατ. τόνοι), προς την Ευρώπη κατά 17,4%, ενώ προς τις Τρίτες χώρες κατά 38,7%! Ως προς την αξία η αύξηση ήταν κατά 7,2% προς όλο τον κόσμο (1,484 δισ. ευρώ), προς την Ευρώπη έμειναν σχεδόν αμετάβλητες -0,2% ενώ προς τις Τρίτες χώρες αυξήθηκαν κατά 30,2%! Ο κύριος εμπορικός εταίρος της ΕΕ για τις εξαγωγές κηπευτικών το 2010 ήταν η Ρωσία, αντιπροσωπεύοντας το 34,11% του συνολικού όγκου. Τα μήλα παραμένουν μακράν τα πλέον εξαγόμενα φρούτα το 2010 με περισσότερους από 1,2 εκατ. τόνους, με αύξηση κατά 5,98% μεταξύ 2009 και 2010. Τα αχλάδια και κυδώνια κατατάσσονται στη δεύτερη θέση με εξαγωγές 345.559 τόνους, ακολουθούμενα από τα μανταρίνια (291.490 τόνοι). Οι ντομάτες κατατάσσονται ως δεύτερη πιο εξαγόμενα λαχανικά με 158.957 τόνους.

ΚΡΕΣΕΝΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΠΡΟΣ ΤΗ ΡΩΣΙΑ

Τη δυναμική παρουσία των ελληνικών φρούτων και λαχανικών, νωπών και μεταποιημένων, στη διεθνή σκακιέρα και την εξωστρέφεια του πρωτογενή τομέα επιβεβαιώνουν τα στοιχεία που και φέτος δείχνουν σταθερά ανοδική πορεία στις εξαγωγές από τη χώρα μας. Τα ελληνικά οπωροκηπευτικά κινούνται σταθερά στα αυξημένα επίπεδα της περσινής χρονιάς από άποψη ποσότητας και με ελαφρώς αυξημένους ρυθμούς από πλευράς αξιών. Η διαπίστωση αποδεικνύεται και από τα στοιχεία του ενδοκοινοτικού εμπορίου, που ενώ η κατανάλωση στην Ε.Ε. μειώθηκε έτι περαιτέρω και το 2010 σε συνέχεια της μείωσης (κατά 5,2% για τα νωπά φρούτα και κατά 11,7% για τα νωπά λαχανικά) του 2009, σε σύγκριση με τον μέσο όρο των προηγούμενων πέντε ετών, εντούτοις οι εισαγωγές μειώθηκαν μόνο κατά -1,56%. Παρόσο, μεγάλο αγκάθι εντοπίζουν οι εξαγωγείς στην κατάργηση από 1η Ιουλίου του 2009, των εμπορικών προτύπων σε 26 από τα 36 οπωροκηπευτικά προϊόντα, η οποία οδήγησε στην επιδείνωση του εμπορίου τους και κατέστησε τις αγορές της Ε.Ε. αγορές δεύτερης ποιότητας προϊόντων και τα παραγόμενα στην κοινότητα ποιοτικά προϊόντα μη προτιμώμενα έναντι των εισαγομένων και των πωλουμένων «οικιακής μεταποίησης».

Τι δείχνουν οι αριθμοί

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, οι εξαγωγές τροφίμων και ποτών συμμετέχοντας κατά 21,3% στο σύνολο, αυξήθηκαν κατά 26% τον Ιανουάριο 2011, σε σχέση με τον Ιανουάριο 2010, φθάνοντας τα 293,4 εκατ. ευρώ. Τα κυριότερα εξαγόμενα προϊόντα της κατηγορίας είναι φρούτα και καρποί, νωπά ή αποξηραμένα, σημειώνοντας αύξηση 4,5% και ανέρχονται σε 55,3 εκατ. ευρώ. Τις εξαγωγές των φρούτων και λαχανικών (νωπών και μεταποιημένων), που αντιπροσωπεύουν το 34% των εξαγωγών αγροτικών προϊόντων, αυξήθηκαν σε αξία κατά 7,2% προς όλο τον κόσμο, κατά 30,2% προς τις Τρίτες χώρες και έμειναν αμετάβλητες προς τις χώρες της ΕΕ.. Οι ποσότητες το 2010 σε σχέση με το 2009 σημείωσαν αύξηση κατά 22,8% προς όλο τον κόσμο, 17,4% προς την Ευρώπη και 38,7% προς Τρίτες χώρες. Όσον αφορά τις ελληνικές εξαγωγές σε βερικόκα, κεράσια, ροδάκινα σε κονσέρβες, αυτές αυξήθηκαν κατά 9,8% το 2010, σε σχέση με το 2009. Η Γερμανία είναι για το 2010, πρώτη χώρα προορισμού των ελληνικών εξαγωγών και αντιπροσωπεύει το 26,1% στο σύνολο των εξαγωγών του κλάδου.

ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑΣ 2002-2006 ΓΙΑ ΤΑ ΚΗΠΕΥΤΙΚΑ

Προϊόν	Εισαγόμενη ποσότητα (σε τόνους)	Εξαγόμενη ποσότητα (σε τόνους)
Πατάτες (νωπές ή διατηρημένες με απλή ψύξη)	131.257,48	16.778,60
Κρεμμύδια	20.669,74	3.730,84
Ντομάτες (νωπές ή διατηρημένες σε απλή ψύξη)	17.508,08	3.877,74
Πιπεριές	12.358,00	9.373,30
Λαχανικά ξερά (κομμένα σε τεμάχια ή σε φέτες ή και τριμμένα σε σκόνη)	5.050,14	469,04
Αγγούρια και αγγουράκια (νωπά ή διατηρημένα με απλή ψύξη)	3.878,62	15.820,64
Μαρούλια	3.873,10	56,16
Καρότα, γογγύλια και παρόμοιες βρώσιμες ρίζες (νωπά ή διατηρημένα με απλή ψύξη)	3.689,18	628,38
Κουλουπίδια & μπρόκολα	3.128,10	77,56
Μελιτζάνες	2.450,22	274,96
Σκόρδα	2.211,66	150,22
Πράσα και άλλα παρόμοια λαχανικά	1.947,04	69,70
Σέλινα & ραπανοσέλινα	632,70	1,46
Σπαράγγια	514,34	13.958,38
Αγκινάρες	377,46	5,72
Σπανάκι	328,12	5,28

Πηγή: Eurostat

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΚΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΟΠΩΡΟΛΑΧΑΝΙΚΩΝ

Δ/νος Γεωργίας	Υψηλή Κάλυψη		2η Καλλιέργεια		Χαμηλή Κάλυψη		Γενικό Σύνολο	
	Έκταση	Παραγωγή	Έκταση	Παραγωγή	Έκταση	Παραγωγή	Έκταση	Παραγωγή
Ντομάτα	20,129	299,712	10,603	61,221	257	216	30,990	361,149
Αγγούρι	11,152	109,999	3,866	56,979	35	35	15,052	167,012
Κολοκυθάκι	1,538	6,699	892	3,951	425	889	2,855	11,539
Μελιτζάνα	1,579	17,029	222	1,582	0	0	1,701	17,911
Πιπεριά	7,068	64,989	726	4,364	0	0	7,794	69,353
Φασολάκια	1,754	4,283	1,445	2,790	0	0	3,199	7,073
Μαρούλι	341	887	2,066	4,639	0	0	2,406	5,526
Πεπόνι	467	2,750	868	5,214	9,220	27,990	10,555	35,954
Καρπούζι	1,340	6,754	930	4,640	47,246	259,766	49,516	271,160
Φράουλα	2,220	9,034			132	248	2,372	9,402

Η έκταση είναι σε στρέμματα και η παραγωγή σε τόνους.



ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΛΟΓΗ

Εξάγει σε Αμερική, Ρωσία, Κίνα, Hong Kong, Ινδία, Αγγλία, Γερμανία

Σε ετήσια βάση διακινούνται 30.000 τόνοι φρούτων. Ο συνολικός τζίρος της το 2010 ανήλθε στα 23,5 εκατ. ευρώ.

Η Φρούτα Πρωτοφάνουση ΑΕ ιδρύθηκε το 1924 από τον παππού του σημερινού ιδιοκτήτη, Ν. Πρωτοφάνουση, με αντικείμενο την εμπορία φρέσκων φρούτων και λαχανικών. Έκτοτε, αναβαθμίστηκε τόσο σε επίπεδο υλικοτεχνικής υποδομής, όσο και σε επίπεδο δραστηριοτήτων. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το 1993 και μετά την κατασκευή της εγκατάστασης στην Ιωνία Θεσσαλονίκης ξεκίνησε η συσκευασία και οι πρώτες εξαγωγές ελληνικών φρούτων. Η εταιρεία κατέχει ηγετικό ρόλο στον τομέα της συσκευασίας - διακίνησης φρούτων (ακτινιδίων, φράουλας, κερασιών, δαμασκίνων, εσπεριδοειδών κ.λπ.), συνεργαζόμενη το 2010 με περισσότερους από 1.000 παραγωγούς. Εφαρμόζονται πιστοποιημένα συστήματα ποιότητας σε όλη την αλυσίδα παραγωγής και διακίνησης. Η εταιρεία έχει προχωρήσει δε στην ίδρυση επίσημης Οργάνωσης Παραγωγών.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- (Κεντρικό) Ιωνία, Θεσσαλονίκη
- Ταχ. Διεύθυνση ΤΚ 563 10 Ελευθέριο Τ.Θ. 33563
- Τηλ. 2310 755227, Fax 231 0 754211
- www.proto.gr
- Δραστηριοποιείται στην τυποποίηση, συσκευασία και εμπορία φρούτων και έχει έδρα τη Θεσσαλονίκη.



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

**Αλέξανδρος
Πρωτο-
φάνουσης**

Υπεύθυνος
Πωλήσεων.
Ανήκει στην
4η γενιά της
οικογένειας.



ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΦΡΟΥΤΩΝ | ΑΠΟ ΤΟ 1928

Κεντρικό - Συσκευαστήριο: Ιωνία 57008 Θεσσαλονίκη
Υποκατάστημα: Κεντρική Λαχαναγορά Θεσσαλονίκης, Α3, 4, 8, 54628 Θεσσαλονίκη
Ψυχία Ακτινιδίου: Νέα Έφεσσος, 60100 Κατερίνη
Τηλ.: 2310 755227 Fax: 2310 754211 Email: info@proto.gr

ΑΚΤΙΝΙΔΙΑ ΑΠΟ ΟΚΤΩΒΡΙΟ ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ ΙΟΥΝΙΟ

ΦΡΑΟΥΛΕΣ ΑΠΟ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ ΜΑΙΟ

ΚΕΡΑΣΙΑ ΑΠΟ ΜΑΙΟ ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ ΙΟΥΛΙΟ

ΔΑΜΑΣΚΗΝΑ ΑΠΟ ΙΟΥΛΙΟ ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟ

www.proto.gr

Η ΗΜΑΘΙΑ ΚΑΤΑΡΡΙΠΤΕΙ ΤΑ ΣΥΝΟΡΑ

Ανεβάζει στροφές στην εξαγωγική δραστηριότητά του ο ΑΣ Επισκοπής

Το σύνολο των προϊόντων παράγεται με τη φιλική προς το περιβάλλον μέθοδο της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης.

Ο Α.Σ. Επισκοπής έχει παρουσία στο χώρο της διαλογής-τυποποίησης και εμπορίας φρούτων από το 1965. Σήμερα ο αριθμός των παραγωγών μελών ανέρχεται σε 400 περίπου και οι ποσότητες που διακινούνται από τον Συνεταιρισμό είναι 12.000.000 κιλά. Το 60% της συνολικής ποσότητας αποτελείται από ροδάκινα και νεκταρίνια, το 30% από ακτινίδια ενώ το υπόλοιπο 10% από δαμάσκηνα, κεράσια, μήλα, αχλάδια, βερίκοκα κ.λπ.

Το σύνολο των προϊόντων παράγεται με την φιλική προς το περιβάλλον μέθοδο της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης της παραγωγής ενώ η συνολική διαδικασία της διαλογής, συσκευασίας και εμπορίας φρούτων είναι πιστοποιημένη κατά ISO 22000.

Ο συνδυασμός της σύγχρονης αγροτεχνολογίας, της τεράστιας εμπειρίας και των ιδιαίτερων τοπικών κλιματολογικών συνθηκών, εξασφαλίζει την παραγωγή κορυφαίων ποιοτικά προϊόντων, τα οποία ξεχωρίζουν για την γεύση, το άρωμα και την εμφάνισή τους.

Ο Συνεταιρισμός διαθέτει τα προϊόντα του σε γνωστές αλυσίδες σούπερ μάρκετ και σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. Ιδιαίτερη σημασία έχει δοθεί στην ανάπτυξη των εξαγωγικών δραστηριοτήτων, με αποτέλεσμα σήμερα το 70% του συνολικού όγκου των προϊόντων, να πωλείται στο εξωτερικό.

Οι χώρες στις οποίες εξάγονται τα προϊόντα των παραγωγών μελών του Α.Σ. Επισκοπής είναι μεταξύ άλλων: η Ρωσία, η Ουκρανία, η Γερμανία, ο Καναδάς, η Ιορδανία και το Κουβέιτ.



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Ιωάννης Κυριακίδης
Πρόεδρος
του ΑΣ Επισκοπής



Οι στόχοι που έχουν τεθεί για το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα είναι η ελεγχόμενη αύξηση των διακινούμενων ποσοτήτων και η ισχυροποίηση της παρουσίας του Συνεταιρισμού στις αγορές κυρίως του εξωτερικού.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Το 60% της ποσότητας αποτελείται από ροδάκινα και νεκταρίνια, το 30% από ακτινίδια ενώ το υπόλοιπο 10% από δαμάσκηνα, κεράσια, μήλα, αχλάδια, βερίκοκα κ.λπ.

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Επισκοπής αριθμεί σήμερα περίπου 400 μέλη παραγωγούς. Διακινεί σε ετήσια βάση 12.000 τόνους φρούτα. Το 70% της ετήσιας παραγωγής πωλείται στο εξωτερικό.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Επισκοπή Ανθεμίων
- Τ.Θ. 202
- ΤΚ 592 00, Ημαθία
- Τηλ. 23320 44770
- Fax 23320 44900
- E-mail: asepskop@hol.gr

ΠΙΟ ΦΡΕΣΚΑ ΔΕΝ ΓΙΝΕΤΑΙ

Φροντίδα μέχρι τα χέρια του καταναλωτή

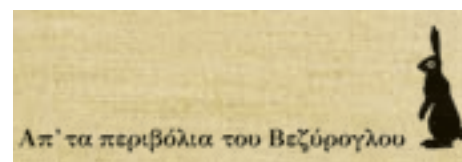
Εξειδικεύεται στην παραγωγή φρέσκων φυλλωδών λαχανικών, είναι στελεχωμένη με επιστημονικό και εργατικό προσωπικό και αποτέίνεται στη λιανική, στα HORECA και στις βιομηχανίες επεξεργασίας λαχανικών 4ης γκάμας.

Το αγρόκτημα Βεζύρογλου έχει ιστορία 90 ετών, ενώ η εταιρεία ιδρύθηκε το 2006 με στόχο να αποτελέσει μια σύνθετη, κάθετη και ολοκληρωμένη Μονάδα παραγωγής, τυποποίησης και διακίνησης φρέσκων κηπευτικών. Παράγει το παραδοσιακό μαρούλι καθώς και νέα είδη που έχουν αυξημένη ζήτηση στην αγορά όπως τα μαρούλια Lollo Rosso, Lollo Bionda, Iceberg και η γαλλική σαλάτα. Δυναμική είναι και η παρουσία του στο χώρο των τυποποιημένων φρέσκων σαλατών, όπως τα Baby φύλλα σε συσκευασίες 100 γρ. (άγρια ρόκα, σπανάκι, σαλάτες ανάμεικτες) και τα Μίνι φύλλα σε συσκευασίες 500 γρ. (σπανάκι, αντιδία, ραδίκια). Τα προϊόντα και το συσκευαστήριο διαθέτουν πιστοποίηση Globalgap & ISO 22000. Η παραγωγή γίνεται στην Αλεξάνδρεια Ημαθίας σε ιδιόκτητο αγρόκτημα 550 στρεμμάτων, με 200 στρέμματα δικτυοκίτσια και 7 στρέμματα θερμοκίτσιο. Τα προϊόντα θα τα βρείτε σε μεγάλες αλυσίδες super-market, σε επιλεγμένα μανάβικα, καθώς και σε εστιατόρια και ξενοδοχεία.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Αντώνης Βεζύρογλου & Σία Ε.Ε.
- Διεύθυνση: Ταχ. Θυρίδα. 5, Σχοινιάς ΤΚ 593 00 Αλεξάνδρεια, Ημαθία
- Τηλ. 23330 26690, Fax 23330 27381
- E-mail: info@vezyrogloufarm.com
- www.vezyrogloufarm.com



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Αντώνης
Βεζύρογλου
Γεν. Διευθυντής



Φρέσκα φύλλα Ελληνικά νόστιμα και υγιεινά

Με έμφαση στην Καινοτομία (νέες τεχνικές καλλιέργειας, σωστή οργάνωση και νέα προϊόντα), η Εταιρεία φιλοδοξεί να καλύψει ένα κενό στην Ελληνική αγορά φρέσκων κηπευτικών, στοχεύοντας στην Ποιότητα και στην Εμφάνιση των Προϊόντων της, στην Αξιοπιστία της Εταιρείας και στην Εξυπηρέτηση των Πελατών της

- Τα προϊόντα και το συσκευαστήριο έχουν πιστοποίηση GLOBALGAP και ISO 22000, όπου ελέγχονται πλήρως οι καλλιεργητικές φροντίδες, η συγκομιδή, η ψύξη, η συσκευασία και η μεταφορά
- Αγνά φρέσκα προϊόντα που δεν έχουν υποστεί καμία επεξεργασία φτάνουν γρήγορα από την παραγωγή στην κατανάλωση, από το χωράφι στο τραπέζι.

Αντώνης Βεζύρογλου & Σία Ε.Ε.,
Ταχ.Θ. 5, Σχοινιάς, 59300,
Αλεξάνδρεια, Ημαθία,
Τ: 23330 26690, F: 23330 27381

info@vezyrogloufarm.com
vezyrogloufarm.com

Απ' τα περιβόλια του Βεζύρογλου



ΚΟΚΤΕΪΛ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ

Είναι από το 1958 στην παραγωγή και εμπορία νωπών φρούτων και κηπευτικών

Ο Συνεταιρισμός αριθμεί 400 ενεργά μέλη που καλλιεργούν ροδάκινα και νεκταρίνια σε περίπου 6.500 στρέμματα.

Το ώριμο ροδάκινο Βελβεντού παράγεται και συσκευάζεται από τους ίδιους τους καλλιεργητές και τις οικογένειές τους. Η οικογενειακή μορφή των γεωργικών εκμεταλλεύσεων καθιστά τον ΑΣΕΠΟΠ Βελβεντού ιδιαίτερα σημαντικό για την οικονομική ανάπτυξη του τόπου, καθώς τροφοδοτεί τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ σε όλη την Ελλάδα, ενώ πραγματοποιεί και σημαντικές εξαγωγές σε χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης και κυρίως τη Ρωσία. Ο ΑΣΕΠΟΠ έχει πιστοποιηθεί από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Πιστοποίησης A CERT για την παραγωγή και συσκευασία βιολογικής μαρμελάδας ροδάκινο, κυδώνι, μήλο, βερίκοκο, κεράσι και δαμάσκηνο. Επιπλέον, είναι πιστοποιημένος με ISO 9001:2000, ISO 22000:2005 και GLOBALG.A.P. Ο Συνεταιρισμός καλύπτει έκταση 30 στρεμμάτων, στα οποία στεγάζονται τα γραφεία, ο χώρος παραλαβής και φόρτωσης, ο χώρος διαλογής, οι ψυκτικοί θάλαμοι, η αποθήκη γεωργικών φαρμάκων και διάφοροι άλλοι αποθηκευτικοί χώροι. Ο εξοπλισμός του ανανεώνεται και αναβαθμίζεται κάθε χρόνο, σύμφωνα με τις επιταγές της αγοράς νωπών φρούτων και γίνεται με γνώμονα τις εξελίξεις στο χώρο των οπωροκηπευτικών.



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΟΥ

Νίκος Κουτλιάμπας
Διευθυντής του
ΑΣΕΠΟΠ Βελβεντού



Ο εξοπλισμός ανανεώνεται και αναβαθμίζεται κάθε χρόνο, σύμφωνα με τις επιταγές της αγοράς νωπών φρούτων και γίνεται με γνώμονα τις εξελίξεις στο χώρο των οπωροκηπευτικών.

ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

Με γυναικείο συνεταιρισμό που παράγει μαρμελάδες και γλυκά κουταλιού, πρατήριο γεωργικών φαρμάκων, σούπερ μάρκετ και υποκατάστημα στη Λαχαναγορά Αθηνών

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς κινητήριους μοχλούς για την οικονομική ανάπτυξη του τόπου, όχι μόνο γιατί διασφαλίζει το εισόδημα εκατοντάδων παραγωγών, αλλά και γιατί προσφέρει θέσεις εργασίας σε δεκάδες ανθρώπους, κυρίως κατά τη θερινή περίοδο.



ΑΣΕΠΟΠ
ΒΕΛΒΕΝΤΟΥ

ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Επωνυμία: ΑΣΕΠΟΠ Βελβεντού
- Διεύθυνση: Βελβεντός Κοζάνης, ΤΚ 504 00
- Τηλ. 24640 31333
- Fax 24640 31924
- E-mail: asepop@koz.forthnet.gr
- www.asepopv.gr



photo: design

ροδάκινα **Βελβεντού** Κοζάνης

τα επιλεγμένα!

ΑΡΩΜΑΤΙΚΑ
ΖΟΥΜΕΡΑ
ΛΑΧΤΑΡΙΣΤΑ



ΑΣΕΠΟΠ ΒΕΛΒΕΝΤΟΥ

αγροτικός συνεταιρισμός
επεξεργασίας & πώλησης οπωροκηπευτικών
Βελβεντού Κοζάνης

τηλ 24640 31333 fax 24640 31924 e-mail asepop@koz.forthnet.gr
Κεντρική λαχαναγορά Ρέντη κατ/μα Β16-18 τηλ 210 4813677



Cert No 2/029-1621.02/2.0

ΕΛΟΤ EN ISO 9001:2000

HACCP



ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΣΟΦΟΥΜΕΝΗ ΑΠΟ ΤΗΝ Ε.Ε. ΚΑΝ/2200/96

Η ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ

Από την καρδιά της Ημαθίας, τα προϊόντα της ΑΛ.Μ.ΜΕ φθάνουν σε 46 χώρες

Ιδρύθηκε το 1996 και είναι Κοινοπραξία τριών πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών, Α.Σ «ΝΕΟΣ» ΑΛΙΑΚΜΩΝ, Α.Σ ΜΕΣΗΣ, Α.Σ ΜΕΛΙΚΗΣ. Έχουν 2.000 μέλη και καλλιεργούν άνω των 32.000 στρεμμάτων.

Η ΑΛ.Μ.ΜΕ αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες και πλέον σύγχρονες βιομηχανίες κονσερβοποίησης φρούτων στην Ευρώπη. Λειτουργήσει για πρώτη φορά το 1996 έχοντας μικρό πελατολόγιο και εξήγαγε κυρίως σε χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Η τελευταία επένδυση είναι το κονσερβοποιείο ΑΛ.Μ.ΜΕ, που είναι μία σύγχρονη μονάδα μεταποίησης, με έδρα στην Κουλούρα Ημαθίας. Θεωρείται μια από τις καλύτερες στον κόσμο βιομηχανίες παραγωγής κονσερβοποιημένου ροδάκινου, αχλαδιού, φρουτοσαλάτας και ειδικών προϊόντων κατεψυγμένων. Η εταιρεία διαθέτει βιομηχανικές εγκαταστάσεις επεξεργασίας ροδάκινου και αχλαδιού, δυναμικότητας 30.000 τόνων ροδάκινων και 2.000 τόνων αχλαδιού. Σήμερα η εταιρεία έχει περισσότερους από 55 πελάτες και εξάγει σε 46 χώρες παγκοσμίως. Βασική αγορά της είναι η αγγλική και ακολουθεί η αγορά των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών, ο Καναδάς, οι Η.Π.Α, η Ρωσία κ.λπ. Η ΑΛ.Μ.ΜΕ δίνει μεγάλη προσοχή στην ποιότητα της πρώτης ύλης που χρησιμοποιεί για τα προϊόντα της, εφαρμόζοντας όλους τους διεθνείς κανονισμούς διασφάλισης της ποιότητας, την οποία προμηθεύεται κυρίως από τους συνεταιρισμούς μέλη της. Κατά το στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας των πρώτων υλών, γίνεται εφαρμογή του AGRO 2.1 & AGRO 2.2 που είναι γνωστό και ως Ολοκληρωμένη Διαχείριση Παραγωγής (Integrated Crop Management).



ΟΙ ΤΡΕΙΣ Α.Σ.

Οι συνεταιρισμοί παράγουν αγροτικά προϊόντα από το 1927, τα τελευταία 30 έτη επενδύουν στη συσκευασία φρέσκων φρούτων όπως ροδάκινα, νεκταρίνια, μήλα

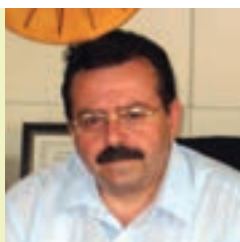
Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η ΑΛ.Μ.ΜΕ εφαρμόζει μεθόδους πλήρους παρακολούθησης και καταγραφής των εφαρμογών (φυτοφαρμάκων, λιπασμάτων κ.λπ.) που κάνουν οι καλλιεργητές μέλη των τριών συνεταιρισμών σε ανεξάρτητο φάκελο για το κάθε μέλος. Η συνολική παραγωγική διαδικασία των πρώτων υλών ελέγχεται σε όλα τα στάδια της από γεωπόνους της.



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Χρ. Γιαννακάκης
Διευθυντής ΑΛ.Μ.ΜΕ



Η εταιρεία διαθέτει βιομηχανικές εγκαταστάσεις επεξεργασίας ροδάκινου και αχλαδιού, δυναμικότητας 30.000 τόνων ροδάκινων και 2.000 τόνων αχλαδιού.

ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Κουλούρα Ημαθίας, Τ.Θ 51
- ΤΚ 591 00
- Βέροια, Ελλάδα
- Τηλ.: 23310 97700 , 23310 97710
- FAX.: 23310 97176 , 23310 97154
- www.almme.gr, e-mail : almme@otenet.gr

Φρέσκο φρούτο; ...Έτοιμο!

almme
Growth

100%
φυσικό
προϊόν



Κάθε φορά που θέλετε το αγαπημένο σας φρούτο... προϊόντα από την almme. Όλη η φρεσκάδα και το άρωμα της φύσης γίνονται τώρα η δροσερή απόλαυση για κάθε στιγμή. Δοκιμάστε τα φρεσκοκομμένα φρούτα όπως δεν τα είχατε ποτέ φανταστεί: σε υπέροχο ζελέ ή φρουτοσαλάτα.

Η φύση τελικά έχει τον τρόπο να σας ξαφνιάζει!

almme
Growth

ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ - ΚΟΥΛΟΥΡΑ ΗΜΑΘΙΑΣ

ΤΗΛ.: 23310 97700, FAX: 23310 97176, e-mail: almme@otenet.gr, <http://www.almme.gr>



ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΗ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ





ΓΕΜΑΤΑ ΠΛΟΥΣΙΑ ΓΕΥΣΗ

Φρέσκα πιστοποιημένα φρούτα και λαχανικά

Η Fresh Farm προσφέρει όλη την ποικιλία των πιστοποιημένων της φρούτων και λαχανικών σε συσκευασίες τόσο χονδρικής όσο και λιανικής.

Στη Fresh Farm, με γνώμονα την ασφάλεια του καταναλωτή και την προστασία του Έλληνα παραγωγού, στοχεύει στην προώθηση στην ελληνική και στην παγκόσμια αγορά μίας σειράς πιστοποιημένων προϊόντων που αποτελείται κυρίως από φρέσκα φρούτα, λαχανικά αλλά και φρεσκοκομμένες έτοιμες σαλάτες.

Σκοπός της εταιρείας να καθιερωθεί ως μία από τις μεγαλύτερες στο χώρο των οπωροκηπευτικών, η οποία, μέσω της ολοκληρωμένης διαχείρισης, θα προσφέρει στο πιάτο του καταναλωτή πιστοποιημένα, υγιεινά και πάνω απ' όλα γευστικά προϊόντα, καλλιεργημένα κάτω από την αυστηρή επιτήρηση και την ανελλιπή φροντίδα των γεωπόνων της.

Ανάλογα με το είδος, η Fresh Farm έχει τη δυνατότητα να επιμηκύνει την περίοδο που τα προϊόντα της βρίσκονται στην αγορά και να εγγυηθεί τη διανομή τους σχεδόν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Επίσης διαθέτει υπερσύγχρονη γραμμή κομμένων λαχανικών - έτοιμης σαλάτας για τις ανάγκες της εγχώριας αλλά και της αγοράς του εξωτερικού. Το αυτοελεγχόμενο σύστημα υγιεινής σε συνδυασμό με τις διαδικασίες του HACCP εγγυώνται την άριστη ποιότητα προϊόντων της Fresh Farm. Υψηλό επίπεδο τεχνικής υποστήριξης παρέχεται σε κάθε προσπάθεια της Fresh Farm από τον όμιλο ΕΥΡΩΦΑΡΜ.

Η ΑΛΥΣΙΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ



Η Fresh Farm επιλέγει όλα τα προϊόντα της κατ' ευθείαν από τους Έλληνες παραγωγούς και εμπορεύεται μία πολύ μεγάλη ποικιλία φρούτων και λαχανικών. Επίσης, προμηθεύει και διανέμει σχεδόν κάθε παραγγελία και κάθε ποσότητα που θα της ζητηθεί από τις μεγάλες αλυσίδες χονδρεμπορίου.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Ροδάκινα, Μήλα,
Νεκταρίνια,
Ακτινίδια, Αχλάδια,
Δαμάσκηνα, Κεράσια,
Σπαράγγια, Iceberg,
Μαρούλια, Καρότα,
Σπανάκι, Μπρόκολα
Κουνουπίδια,
Ντομάτες,
Πιπεριές κ.ά.

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Fresh Farm αποτελεί τμήμα της ΕΥΡΩΦΑΡΜ Α.Ε. που εδρεύει στην Αλεξάνδρεια Ημαθίας και ειδικεύεται στην παραγωγή, επεξεργασία, συντήρηση και εμπόριο πιστοποιημένων φρέσκων φρούτων και λαχανικών.

Η ΕΥΡΩΦΑΡΜ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1993 με στόχο τη διανομή και εμπορία γεωργικών προϊόντων υψηλής ποιότητας στην Ελλάδα και τις Βαλκανικές χώρες. Η εταιρεία καλύπτει όλες τις ανάγκες του γεωργικού τομέα όπως η αντιπροσώπηση, διακίνηση και διανομή λιπασμάτων, η διάθεση προϊόντων φυτοπροστασίας, σπόρων, βιολογικών προϊόντων, γεωργικών εφοδίων και αντικαλαζικών δικτυών.

Fresh Farm
salads & fruit

ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- FreshFarm:
3ο χλμ. Π.Ε.Ο Αλεξάνδρειας - Βέροιας
- Τηλ. 23330 53015
- Fax 23330 53016
- E-mail: info@eurofarm.gr
- www.freshfarm.gr



Fresh Farm



Φρέσκα

Πιστοποιημένα

Φρούτα & Λαχανικά

Έτοιμες Κομμένες Σαλάτες

30 χλμ

ΠΕΟ Αλεξάνδρειας-Βέροιας

Τηλ: 2333053015

Fax: 2333053016

www.freshfarm.gr



Μάχονται την κρίση απορροφώντας κραδασμούς

Νέα προϊόντα και προσφορές κάνουν παιχνίδι

Του Γιάννη Τσατσάκη

Μάχι σώμα με σώμα για μια γουλιά από ένα «ποτίρι» που... αδειάζει λόγω της ύφεσης δίνουν οι εταιρείες χυμών και αναψυκτικών. Την ώρα που η κρίση και η συρρίκνωση των εισοδημάτων κάνουν τους καταναλωτές ιδιαίτερα προσεκτικούς στη διαχείριση των χρημάτων τους, οι επιχειρήσεις προσπαθούν με δελεαστικές προσφορές και νέα προϊόντα να κρατήσουν τη ζήτηση ζωντανή.

Στα χρόνια που προηγήθηκαν της οικονομικής κρίσης, η κατηγορία των μη αλκοολούχων ποτών (χυμοί και αναψυκτικά) γνώρισε σημαντική ανάπτυξη. Οι χυμοί, ειδικότερα, σε όλο το διάστημα της δεκαετίας 1998-2007 (μοναδική εξαίρεση το 2006) είχαν σταθερά ανοδική πορεία με ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης της τάξης του 2% κατά μέσο όρο (στοιχεία της ICAP). Περισσότερες διακυμάνσεις κατά την ίδια περίοδο παρουσίασε ο τομέας των αναψυκτικών, ο οποίος, ωστόσο, κατάφερε να κλεί-

Το ξέσπασμα της κρίσης φαίνεται ότι έβαλε «φρένο» στην ανάπτυξη του κλάδου.

ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ποντάρουν πολλά στη θερινή σεζόν που βρίσκεται σε εξέλιξη και κατά την οποία παραδοσιακά αυξάνεται η κατανάλωση, ώστε να αντιστραφεί το κλίμα

σει και αυτός το 2007 με ένα διόλου ευκαταφρόνητο +5% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

Στο ίδιο διάστημα άρχισε να συντελείται και μια «εσωτερική» ποιοτική αλλαγή στη διάρθρωση του κλάδου. Η στροφή των καταναλωτών προς έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής αφενός και η ζήτηση για προϊόντα με έντονα τα στοιχεία της τοπικότητας και της «διαφορετικότητας» αφετέρου έχουν δύο συνέπειες: α) Την αύξηση της απήχησης μικρότερων brands που δειλά δειλά άρχισαν καταλαμβάνουν όλο και μεγαλύτερο χώρο στο ράφι και στο οικογενειακό τραπέζι και β) το «ροκάνισμα» των μεριδίων των αναψυκτικών από τους χυμούς, με τα πρώτα, ωστόσο, να διατηρούν την πρωτοκαθεδρία.

Το ξέσπασμα της κρίσης, ωστόσο, φαίνεται ότι έβαλε «φρένο» στην ανάπτυξη του κλάδου. Τα στοιχεία της Nielsen είναι αποκαλυπτικά: Στο δωδεκάμηνο Ιανουάριος 2010-Ιανουάριος 2011, η αγορά αναψυκτικών συρρικνώθηκε κατά 3,5% σε όγκους (328 εκατ. λίτρα από 340 εκατ. λίτρα) και 5,3% σε αξία (463 εκατ. ευρώ από 489 εκατ. ευρώ), ενώ αυτή των χυμών εμφάνισε ακόμα μεγαλύτερες απώλειες χάνοντας 8,4% σε όγκους (77 εκατ. λίτρα από 84 εκατ. λίτρα) και 11,5% σε αξία (119 εκατ. ευρώ από 134 εκατ. ευρώ). Σύμφωνα με τους επιχειρηματίες του χώρου, τα στοιχεία από τους πρώτους μήνες του



2011 δεν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά, αφού η πώση των πωλήσεων συνεχίζεται με μειωτους ρυθμούς. Οι επιχειρηματίες, ωστόσο, ποντάρουν πολλά στη θερινή σεζόν που βρίσκεται σε εξέλιξη (και κατά την οποία παραδοσιακά αυξάνεται η κατανάλωση), ώστε να αντιστραφεί το αρνητικό κλίμα.

Οι ίδιοι, από τη μεριά τους, προσπαθούν να διατηρήσουν αμείωτο το ενδιαφέρον των καταναλωτών μέσα από το λανσάρισμα νέων προϊόντων -τακτική που συχνά μεταφράζεται σε νέες επενδύσεις- αλλά και την υιοθέτηση επιθετικής τιμολογιακής και εμπορικής πολιτικής που εκδηλώνεται με κινήσεις όπως απορρόφηση των πρόσφατων αυξήσεων ΦΠΑ, οι προσφορές σε ποσότητα ακόμα και μειώσεις της τιμής στο ράφι. Ακόμα κι αν αυτό σημαίνει απώλειες κερδών και εσόδων... Εκφράζουν, ωστόσο, το φόβο ότι όσα έχουν καταφέρει μέσα σε περίοδο οικονομικής κρίσης (ανάμεσά τους και η συγκράτηση των απωλειών σε λογικά επίπεδα) θα γίνουν... καπνός σε περίπτωση που υλοποιηθούν τα σχέδια του υπουργείου Οικονομικών και της τριόγκας για επιβολή Ειδικού ΕΦΚ στα μη αλκοολούχα ποτά. Ορισμένες από τις πιο απαισιόδοξες εκτιμήσεις να κάνουν λόγο για πτώση πωλήσεων που θα ξεπεράσει το 20-30%.





ΧΥΜΟΣ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΟΥ

Σε σταθερά ανοδικούς ρυθμούς συνεχίζει να κινείται η διεθνής χρηματιστηριακή τιμή του χυμού πορτοκαλιού από τις αρχές του περασμένου Μαρτίου, πραγματοποιώντας μια συνολική άνοδο της τάξης του 40% σε διάστημα ενός έτους. Τα παγκόσμια αποθέματα

χυμού είναι τα χαμηλότερα της τελευταίας δεκαετίας και για το λόγο αυτό τα τελευταία δυο χρόνια οι τιμές του χυμού κινούνται ανοδικά. Έτσι από τα 75 σεντς ανά λίμπρα που ξεκίνησαν οι τιμές στις αρχές του 2009, έχουν φτάσει τα 183 σεντς ανά λίμπρα σήμερα, πλησιάζοντας τις τιμές ρεκόρ που σημειώθηκαν τους πρώτους μήνες του 2007. Εκείνη την περίοδο η παραγωγή είχε περιοριστεί στα χαμηλότερα επίπεδα των τελευταίων 17 ετών εκτοξεύοντας τις τιμές στα επίπεδα των 200 σεντς ανά λίμπρα.



Οι μικροί πατάνε πόδι

Η ελληνική περιφέρεια θέλει χώρο να αναπτυχθεί

Στα αναψυκτικά, τη μερίδα του λέοντος (57,4%) κατέχουν τα προϊόντα τύπου κόλα, ακολουθούν οι πορτοκαλάδες με 17,4%, οι γκαζόζες με 9%, τα mixers με 6,1%, οι λεμονάδες με 5,6% και η κατηγορία ισοτονικά - αθλητικά - λοιπά με 4,5%.

Leaders της αγοράς δεν είναι άλλοι από τις δυο μεγάλες πολυεθνικές, Coca-Cola Τρία Έψιλον και PepsiCo-HBH, το μερίδιο των οποίων αθροιστικά αγγίζει το 80% με τη διαφορά, βέβαια, μεταξύ τους (υπέρ της Τρία Έψιλον) να είναι πολύ μεγάλη. Τα περιθώρια ανάπτυξης, λοιπόν,

για τις μικρότερες εγχώριες επιχειρήσεις του κλάδου είναι πολύ στενά και, σύμφωνα με τις κατά καιρούς καταγγελίες τους, στενεύουν ακόμα περισσότερο από τις -στα όρια του θεμιτού ανταγωνισμού, όπως υποστηρίζουν- πρακτικές που ακολουθούν σε επίπεδο χονδρικής.

Παρ' όλα αυτά, όμως, τα τελευταία χρόνια ορισμένες αμιγώς ελληνι-

κές επιχειρήσεις κατάφεραν να «κερδίσουν» σημαντικό μερίδιο καταναλωτών και να αποκτήσουν «φανατικούς» οπαδούς τόσο εντός όσο και εκτός Ελλάδας. Χαρακτηριστικά παραδείγματα η Λουξ (που έχει αναρριχηθεί πα στην τρίτη θέση της αγοράς), η ΞΨΑ αλλά και η «Φρούτορ», η σειρά αναψυκτικών δηλαδή που λανσάρισε το 2008 η IBS, ενώ αντίστοιχα παραδείγματα μικρότερων αλλά ιδιαίτερα δραστήριων εταιρειών βρίσκουμε σε όλη σχεδόν την ελληνική περιφέρεια.

ΕΓΧΩΡΙΑ ΚΑΤΑΚΤΗΣΗ

Φανατικούς οπαδούς εντός και εκτός συνόρων αποκτούν οι αμιγώς ελληνικές εταιρείες που κατακτούν οδοένα και μεγαλύτερο μερίδιο... καταναλωτικής εμπιστοσύνης



Η ΦΥΣΗ ΠΟΥΛΑΕΙ

Στην κατηγορία των χυμών τώρα, το μεγαλύτερο μερίδιο με 38,4% κατέχουν οι φυσικοί χυμοί μακράς διάρκειας. Ακολουθούν οι χυμοί νέκταρ με μερίδιο 24%, οι χυμοί 100% μικρής διάρκειας με μερίδιο 22% ενώ το ποσοστό των φρουτοποτών ανέρχεται στο 15%. Κι εδώ Coca-Cola 3E και PepsiCo-HBH με τα brands που παράγουν (κυρίως στο κομμάτι των μακράς διάρκειας) ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς, όμως ο χώρος έχει να επιδείξει κι εδώ σημαντική αμιγώς ελληνική και άκρως ποιοτική παρουσία με μεγάλες εταιρείες όπως η Vivartia, η Όλυμπος, η ΕΒΓΑ αλλά και μικρότερες όπως η Ελληνικοί Χυμοί, Βιοχύμι, Biofresh, Χυμοί Χίου κ.ά.

Από τους πλέον υποσχόμενους «υποκλάδους» της συγκεκριμένης κατηγορίας είναι οι λειτουργικοί αλλά και οι παιδικοί χυμοί, προϊόντα που μπορούν να «φέρουν» στις εταιρείες νέους καταναλωτές και να αναθερμάνουν τη ζήτηση.

Ειδικά οι μεγαλύτερες εταιρείες επενδύουν τα τελευταία χρόνια (και θα συνεχίσουν να το κάνουν) μεγάλα ποσά για την παραγωγή νέων και, συχνά, καινοτόμων προϊόντων με πρωτότυπους συνδυασμούς γεύσεων, πρόσθετα θρεπτικά συστατικά και βιταμίνες κ.ά.



Ο τουρισμός σταθεροποιεί τον όγκο κατανάλωσης.



Το τσίπουρο παίρνει μερίδιο από το ούζο.



Η ελληνική μπίρα παίρνει τη θέση που της αξίζει.

Τρεκλίζει λόγω φορολογίας η αγορά οινοπνευματωδών

Κρασί, τσίπουρο, ούζο και μπίρα σε αναβρασμό

Του Πέτρου Αλεξανδρί

Αβεβαιότητα χαρακτηρίζει την αγορά οινοπνευματωδών ποτών το τελευταίο διάστημα, με την οικονομική κρίση και τις ακροβασίες της πολιτείας να αφίνουν ζωρά τα σημάδια τους σε όλους τους συντελεστές του κλάδου. Έτσι, μετά από μια δεκαετία σταθερής ανάπτυξης ο τομέας του ποιοτικού κρασιού δείχνει την κόπωσή του, ο τομέας της μπίρας διέρχεται περίοδο ανακατάξεων, ενώ το τσίπουρο κερδίζει συνεχώς μερίδια αγοράς σε βάρος του ούζου. Πάντως, η στροφή προς το φθηνότερο προϊόν, χωρίς απαραίτητα να μειώνεται ο όγκος της κατανάλωσης, είναι η κοινή συνιστώσα σε όλα τα αλκοολούχα. Εκτός από ένα: Τη μπίρα. Επειδή ενδεχομένως είναι το πιο φθινό αλκοολούχο ποτό, οι καταναλωτές έχουν

ANTIBARO
Ο πρώτος χρόνος προώθησης του ελληνικού κρασιού σε ΗΠΑ, Καναδά και Κίνα οδήγησε στην αύξηση των εξαγωγών ελληνικού κρασιού κατά 40%

το περιθώριο να στραφούν σε πιο εκλεκτές μπίρες και πιο ακριβές, δημιουργώντας νέα τάση. Η τιμή τους, εξάλλου, δεν διαφέρει από ένα φθινό κρασί. Ο τομέας του χονδρεμπορίου περνάει μία από τις χειρότερες μέρες της ιστορίας του και προσπαθεί να ορθοποδήσει, η βιομηχανική παραγωγή στρέφεται προς τις εξαγωγές και προσαρμόζεται ταχύτατα στα κελεύσματα της ελληνικής αγοράς, ενώ το λιανεμπόριο και η μαζική εστίαση συνε-



ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΑΣ, Ο ΠΙΟ ΑΔΥΝΑΜΟΣ ΚΡΙΚΟΣ

Ούτε τα κρασιά του Νέου Κόσμου, ούτε το χύμα κρασί, ούτε το κόστος από την καλλιέργεια του κατακερματισμένου ελληνικού αμπελώνα έφταιγαν για το ακριβό ελληνικό προϊόν: Η «φούσκα» που τροφοδοτούσε τις υψηλές τιμές έσκασε και ακούει στο όνομα «ελληνικό οινεμπόριο». Πρόκειται για δίκτυα μεσαζόντων μέσης και μικρής κλίμακας κυρίως, που «έπεσαν έξω», λόγω των μεταχρονολογημένων επιταγών και της πτώσης της ζήτησης, χωρίς να έχουν προβλέψει το κακό που έρχεται και έχοντας επαναπαυτεί στις καλές μέρες μιας δεκαετίας που πέρασε ανεπιστρεπτή. Τι θα φέρει η επόμενη μέρα; Σίγουρα αγώνα σταθεροποίησης των «μεγάλων», ανακατάταξης στις συνεργασίες, αλλαγές προτεραιοτήτων και αναδιάρθρωση των δικτύων. Μένει να δούμε εάν θα εγκαταλειφθεί το σχέδιο συμπίεσης του κόστους παραγωγής από τους οινοποιούς, που όπως είδαμε στον προηγούμενο τρύγο εφαρμόστηκε μονόπλευρα συμπιέζοντας αποκλειστικά και μόνο τις τιμές παραγωγού, ενώ η «πληγή» ήταν το χονδρεμπόριο.

χίζουν να ζουν στον κόσμο των μεταχρονολογημένων επιταγών και των υπερκοστολογημένων φιαλών.

Η εξωστρέφεια

Με δεδομένη τη στασιμότητα, αν όχι συρρίκνωση, που χαρακτηρίζει την εγχώρια αγορά κρασιού, οι οινοποιοτικές επιχειρήσεις έχουν πλέον συνειδητοποιήσει την ανάγκη για ενίσχυση της εξωστρέφειάς τους. Η αυξημένη ζήτηση από τις διεθνείς αγορές θα μπορούσε να καλύψει και με το παραπάνω τις απώλειες από την κάμψη των πωλήσεων στο εσωτερικό μέτωπο. Ήδη ο πρώτος χρόνος εφαρμογής των προγραμμάτων προώθησης σε ΗΠΑ, Καναδά και Κίνα είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση το 2010 των εξαγωγών ελληνικού κρασιού κατά 40%, σύμφωνα με στοιχεία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης. Από την Ευρώπη, όμως, τα μηνύματα δεν είναι το ίδιο ενθαρρυντικά. Δυστυχώς το ελληνικό κρασί δεν έχει αποκτήσει καλό όνομα στη Γερμανία, ενώ χάνει και από τον ανταγωνισμό των πολλών και πολύ φθηνών ξένων ετικετών. Για να ξεκλειδώσει τη γερμανική αγορά, το ελληνικό κρασί θα χρειαστεί τη βοήθεια στοχευμένων προωθητικών προγραμμάτων. Άλλες πολλά υποσχόμενες αγορές είναι η Ρωσία και η Κίνα.



Μπουρλότο βάζουν οι οινοποιοί στα κοινά ανοίγματα στο εξωτερικό για την προώθηση του προϊόντος τους.

Ραγίζει απόψε το γυαλί

Αγεφύρωτο χάσμα στη Διεπαγγελματική Οίνου

Εκαθάρισμα λογαριασμών περιμένει ο κλάδος των οινοποιών μέσα στο 2011. Το κρασί πυροδοτεί καλά κρυμμένα πάθη, αφού συνεταιριστές και ιδιώτες οινοποιοί βρίσκονται στα μαχαίρια μετά από δεκαετίες επιφανειακά αρμονικής συνεργασίας.

Οι μεν ιδιώτες οινοποιοί κατηγορούν το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και τη «συντεχνία» της ΚΕΟΣΟΕ για άτυπες

συμφωνίες και «βολέματα» που όλα τα προηγούμενα 40 χρόνια έχουν τελματώσει την υπόθεση του ελληνικού κρασιού. Οι δε συνεταιριστές αναγκάζονται κάθε χρόνο να «μαζεύουν» από τους αμπελουργούς ό,τι μένει, κυρίως δεύτερης ποιότητας σταφύλι, το οποίο είτε το κρατάνε στις δεξαμενές είτε το προωθούν πάλι για τυποποίηση στους μεγάλους οινοποιοί.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου ρί-

χνει ευθύνες στην ηγεσία της ΚΕΟΣΟΕ για χειραγώγηση των τιμών παραγωγού προς τα κάτω κάθε χρόνο, αφού η συνεταιριστική ένωση μιλά λίγο πριν τον τρύγο καταστροφικά εδώ και δύο χρόνια για αυξημένα αποθέματα και μειωμένη κατανάλωση κρασιού. Αντιθέτως, τα στοιχεία του Συνδέσμου των Οινοποιών μιλούν για ελάχιστα αποθέματα της περσινής σοδειάς και για σταθεροποίηση του όγκου κατανάλωσης, η οποία θα προέλθει από την αύξηση του τουρισμού κατά 10% και την αύξηση των εξαγωγών κατά περίπου 5%.

ΔΕΥΤΕΡΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Οι συνεταιριστές αναγκάζονται κάθε χρόνο να «μαζεύουν» από τους αμπελουργούς ό,τι περισσεύει



ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟ ΧΥΜΑ

Τα συνεταιριστικά οινοποιεία έχουν «φορτωθεί» με τα αποθέματα της περασμένης σοδειάς, και μάλιστα χαμηλότερης ποιότητας, τα οποία θα αναγκαστούν λίγο πριν τον τρύγο να τα «σπρώξουν» στους μεγάλους οινοποιοί (Τσάνταλης, Κουρτάκης κ.λπ.). Αντίθετα, οι ιδιώτες οινοποιοί δεν δέχθηκαν να αγοράσουν μεγάλες ποσότητες σταφυλιών το 2010 κι έτσι δεν τους ξέμεινε ο μούστος στις δεξαμενές.

Την εικόνα ενός κλάδου που δεν τον άγγιξε η οικονομική κρίση παρουσιάζει ο Τάσος Αθανασόπουλος, μέλος του διοικητικού συμβουλίου του ΣΕΟ: «Το 2010 αλλά και τους πρώτους μήνες του 2011 εμφανίζεται μια σταθεροποίηση της κατανάλωσης κρασιού στην Ελλάδα. Υπάρχει μία διαφοροποίηση από μήνα σε μήνα ανάλογα με το μείγμα προϊόντων που προωθούμε στην αγορά με μία εμφανή τάση προς τα φθηνότερα κρασιά έναντι των ακριβότερων, με μία σαφέστατη προτίμηση προς το χύμα».



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΗ (σε 1.000 χιλιόλιτρα)

Έτη Επιτραπέζιοι ΠΟΠ	ΠΓΕ	Άλλοι	Σύνολο	Μεταβολή ανά έτος		
2000	3.224	327	7	3.558	-3,32	
2001	3.037	338	2	3.477	-2,28	
2002	2.836	249	13	3.098	-10,90	
2003	3.491	372	1	3.864	24,73	
2004	3.929	366		4.295	11,15	
2005	3.755	338		4.093	-4,70	
2006	3.530	370		3.900	-4,72	
2007	3.150	350		3.511	-9,97	
2008	3.510	345	12	3.868	10,17	
2009	2.254	340	485	285	3.365	-13,00
2010	2.270	280	550	3.100	-7,88	

Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ ΟΙΝΟΥ ΕΩΣ 31-7-2009 (σε τόνους)

Έτος	Αποθέματα	Μεταβολή
2000	146.934	-7,05
2001	190.286	29,50
2002	185.400	-2,57
2003	203.724	9,88
2004	240.199	17,90
2005*	282.156	17,47
2006**	225.841	-19,96
2007**	206.770	-8,44
2008**	174.215	-15,74
2009	251.389	44,30
2010	221.870	-11,74

* Δεν έχουν αφαιρεθεί 33.700 τόνοι που οδηγήθηκαν σε απόσταση κρίσης

** Δεν έχουν αφαιρεθεί 40.800 τόνοι που οδηγήθηκαν σε απόσταση κρίσης



Ο μικρός είναι αλλιώς

Τη γοητεία της μικροζυθοποιίας και της «γκουρμέ» μπίρας ανακαλύπτουν τα τελευταία δύο με τρία χρόνια οι Έλληνες. Εκεί που η Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης (μπίρα «Βεργίνα») έδινε μάχη να τοποθετηθεί ισότιμα στην αγορά έναντι του κολοσσού που ονομάζεται «Αθηναϊκή Ζυθοποιία (Amstel, Heineken), προσφεύγοντας στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, τελικά τη λύση έδωσαν οι καταναλωτές. Το μερίδιο του ηγέτη της αγοράς, που πριν από μία τριετία άγγιζε το 80%, βλέπουμε πλέον να ροκανίζεται σιγά-σιγά από τις μικρές ζυθοποιίες που ξεφυτρώνουν σε όλη την Ελλάδα. Δεύτερη έρχεται σταθερά η Μύθος Ζυθοποιία, που αυξάνει το μερίδιό της. Βλέποντας πάντως την τάση για επιλεγμένες μπίρες, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποφάσισε να λανσάρει για πρώτη φορά στην Ελλάδα ένα premium προϊόν, την Amstel Premium Pilsener. Αντίστοιχα, έδαφος κερδίζουν και τα «ελληνικά» σήματα, είτε μιλάμε για την «Fix» της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας είτε για την «Άλφα» της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, που ακολούθησαν την επι-

ΑΛΛΑΞΟΠΙΣΤΗΣΑΝ

Το μερίδιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, που πριν από μία τριετία άγγιζε το 80%, ροκανίζεται από τις μικρές ζυθοποιίες

τυχία της «Mythos». Στην επόμενη φάση, στόχος των εταιρειών που δραστηριοποιούνται με παραγωγικές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα είναι να εξασφαλίσουν πρώτη ύλη, κλείνοντας συμβόλαια με καλλιεργητές κριθαριού, για την παρασκευή βύνης. Είναι γνωστό ότι το κριθάρι ακριβαίνει διεθνώς και τα αποθέματα μειώθηκαν επικίνδυνα την περσινή εμπορική περίοδο, ενώ η νέα σοδειά φαίνεται αρκετά μειωμένη, λόγω της ασυνήθιστης ξηρασίας που επικράτησε τον Μάιο στη Βόρεια Ευρώπη. Ήδη τα πρώτα βήματα έχουν γίνει από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τη Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης.

Όσον αφορά την έναρξη της νέας σεζόν, οι επιχειρηματίες του κλάδου εμφανίζονται απαισιόδοχοι. Οι χαμηλές θερμοκρασίες σε συνδυασμό με το συνεχώς συρρικνούμενο εισόδημα των καταναλωτών έχουν οδηγήσει την αγορά μπίρας σε μείωση 15%. Παρ' όλ' αυτά οι ελληνικές ζυθοποιίες συνεχίζουν να επενδύουν. Είναι προφανές η προσπάθειά τους να διατηρήσουν την αγορά σε επίπεδα ικανοποιητικά - τουλάχιστον.

Η FIX ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΤΗ 2Η ΘΕΣΗ

Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία ΑΕ ήταν η έκπληξη της αγοράς το 2010. Μόλις σε 8 μήνες κατόρθωσε να κατακτήσει περίπου το 3% της αγοράς. Η ιστορικότητα του σήματος και η ισχυρή διαφημιστική υποστήριξη είναι οι βασικές αιτίες της επιτυχίας των κ.κ. Γ. Χήτου και Η. Γκρέκη, των βασικών μετόχων της ζυθοποιίας. Έτσι, ενώ με την κυκλοφορία του προϊόντος οι στόχοι που είχαν θέσει οι δύο μέτοχοι ήταν να αποκτήσουν ένα μερίδιο της τάξεως του 4% - 5% σε διάστημα πέντε χρόνων, πλέον στόχος τους για το 2011 είναι το 7%-10% της αγοράς.

Και προκειμένου να ικανοποιήσει τη ζήτηση - η περσινή παραγωγικότητα του εργοστασίου κάλυψε μόνο το 20% - προχώρησε σε νέα επένδυση συνολικού ύψους 25 εκατ. ευρώ, εκ των οποίων τα 17 εκατ. ευρώ αφορούσαν την ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικότητας του εργοστασίου, που λειτουργεί στη Ριτσώνα της Εύβοιας.



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΙΘΑΡΙ «ΨΗΦΙΖΕΙ» Η ΑΘ. ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ

Ο «κυρίαρχος» της ελληνικής αγοράς μπίρας όχι μόνο δεν πτωχίζεται από την μείωση των πωλήσεων, αλλά η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήδη «τρέχει» ένα επενδυτικό πρόγραμμα 17-20 εκατ. ευρώ και συνεχίζει να εμπλουτίζει τη γκάμα της με νέα προϊόντα.

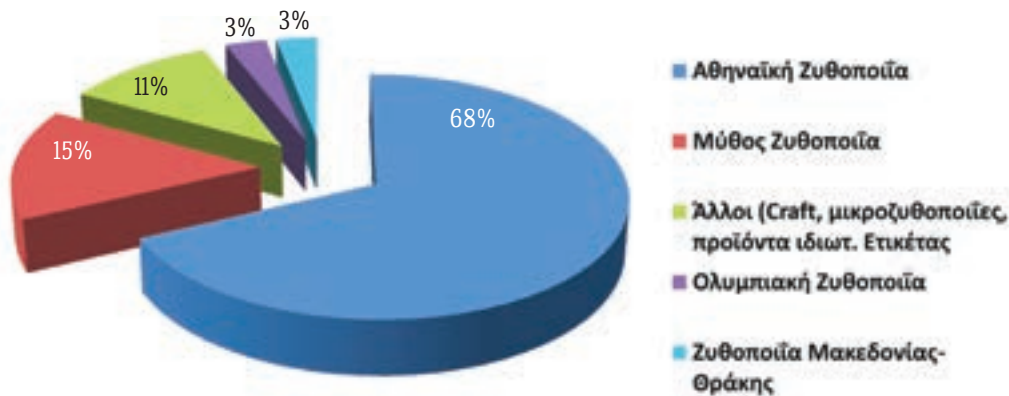
Ίσως πιο σημαντικό στοιχείο του αναπτυξιακού σχεδιασμού της, όμως, είναι ο στόχος για παραγωγή μέχρι το 2014 των brands Amstel και Άλφα από αποκλειστικά ελληνικό κριθάρι!

Σήμερα προμηθεύεται περί τους 18.000 τόνους κριθαριού (30% των επίσειων αναγκών της) μέσω συμφωνιών συμβολαιακής γεωργίας που έχει συνάψει με Ενώσεις Αγροτικών Συνεταιρισμών και εμπόρους, κυρίως από την Βόρεια Ελλάδα, με στόχο να φτάσει τους 60.000 τόνους μέχρι το 2014.



ΜΕΙΩΘΗΚΕ Ο ΤΖΙΡΟΣ ΣΤΑ ΠΟΤΑ

Αν ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι στη διάρκεια του 2010 ο τζίρος της αγοράς μειώθηκε κατά 8% και διατηρήθηκε, σε διψήφιο ποσοστό, η πτώση και εφέτος, είναι προφανές ότι θα επιδεινωθούν τα ήδη σοβαρά προβλήματα της αγοράς. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι η οικονομική κρίση αλλάζει τις καταναλωτικές συνήθειες. Με βάση τα στοιχεία των μετρήσεων που έχουν στη διάθεσή τους οι εταιρείες, προκύπτει ότι ως πριν από περίπου δύο χρόνια το «κανάλι» των σούπερ-μάρκετ και των μίνι μάρκετ ήλεγχε το 35% στη διακίνηση της μπίρας και το υπόλοιπο 65% ελεγχόταν από τα πρατήρια αλκοολούχων ποτών. Η σχέση αυτή δεν έχει αντιστραφεί, αλλά έχει αλλάξει σημαντικά. Το 40% της μπίρας διακινείται από τα σούπερ-μάρκετ και το 60% από τα πρατήρια. Αυτή η εξέλιξη έχει σοβαρές συνέπειες στην οικονομική βιωσιμότητα των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στη χονδρική πώληση των αλκοολούχων ποτών, κάτι αντίστοιχο με αυτό που συνέβη στο κρασί.



ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΜΠΙΡΑΣ

Οι μικρές ελληνικές ζυθοποιίες και η -σκωτσέζικων πλέον συμφερόντων- Μύθος Ζυθοποιία ροκανίζουν σιγά-σιγά το μερίδιο του γκέιτ της αγοράς. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία -που ανήκει στην ολλανδική Heineken- είχε πριν από περίπου τρία χρόνια το 80% της αγοράς και γι' αυτόν το λόγο είχε μπει στο στόχαστρο των ανταγωνιστών της και της Επιτροπής Ανταγωνισμού.



ΟΙ ΔΑΝΟΙ ΖΟΥΝ ΤΟ «ΜΥΘΟ» ΤΟΥΣ

Εντυπωσιακές επιδόσεις για τα δεδομένα της συγκυρίας έχει επιδείξει και το σχετικά πρόσφατο απόκτημα της δανέζικης Carlsberg, η Μύθος Ζυθοποιία, η οποία κατόρθωσε πέρσει να διευρύνει το μερίδιό της στο 15%, ευελπιστώντας ότι τελικώς θα κατορθώσει στα επόμενα δύο-τρία χρόνια να υπερβεί σημαντικά το 20% της αγοράς.

Κερδίζει πόντους το τσίπουρο

Τρίτη ανερχόμενη δύναμη μετά τα «σκληρά ποτά» και το ούζο

Ενα παραδοσιακό ελληνικό ποτό, που δεν χρειάζεται να «ιδρώσει» για να κερδίσει καταναλωτές φέτος, είναι το τσίπουρο. Παίρνοντας μερίδια τόσο από το κρασί όσο κατά βάση από το ούζο, έχει καταφέρει να έχει ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα μετά από την εμφιάλωσή του από τον Ανέστη Μπαρπατζιμόπουλο και τον Κώστα Τσιλιλή. Όταν, μάλιστα, «ανοίχτηκε» στην αγορά της Αττικής και στους νέους, το τσίπουρο άρχισε να παίζει καταλυτικό ρόλο μετά τα αλκοολούχα ποτά και το ούζο, ως η τρίτη ανερχόμενη δύναμη.

Τα στοιχεία που έδωσε στη δημοσιότητα η Ένωση Επιχειρήσεων Αλκοολούχων Ποτών (ΕΝΕΑΠ), είναι αποκαλυπτικά για το 2010 και ενδεικτικά για τη νέα τουριστική σεζόν που αναμένεται να κορυφωθεί η κατανάλωση ούζου και τσίπουρου. Συνολικά, την περασμένη χρονιά οι Έλληνες κατανάλωσαν 22% λιγότερο αλκοόλ σε σχέση

με το 2009. Εκτός, όμως, από την πτώση που καταγράφεται στα εισαγόμενα ποτά (ουίσκι, βότκα, τεκίλα κ.ά.), εδαφος έχασαν σε μικρότερη κλίμακα τόσο το κρασί όσο και το (αμιγώς ελληνικής παραγωγής) ούζο που αμφότερα «είδαν» τις πωλήσεις τους να μειώνονται. Ως κύριες αιτίες για τις απώλειες αυτές οι επιχειρηματίες του κλάδου «δείχνουν» τις απανωτές αυξήσεις στον ειδικό φόρο κατανάλωσης. Το μόνο που διεσώθη ήταν το τσίπουρο, με διψήφιο ποσοστό αύξησης.

ΣΤΟ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ
Το 80% σχεδόν των πωλήσεων του εμφιαλωμένου τσίπουρου καταναλώνεται στη μαζική εστίαση, ενώ μέσω σούπερ μάρκετ διατίθεται το υπόλοιπο 20%



ΟΙ «ΤΣΙΠΟΥΡΑΔΕΣ ΤΟΥ ΔΙΗΜΕΡΟΥ» ΔΙΑΚΙΝΟΥΝ 4 ΕΚΑΤ. ΛΙΤΡΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ

Η επίσημη δηλωθείσα από τους επαγγελματίες αποσταγματοποιούς παραγωγή τσίπουρου στην Ελλάδα το 2010 έφτασε τα 1,16 εκατ. λίτρα τη στιγμή που οι συνολικές ποσότητες που διακινούνται στην αγορά εκτιμώνται στα 5,5 εκατ. λίτρα. Η συντριπτική πλειονότητα από τα περίπου 4 εκατ. λίτρα της που είναι η διαφορά προέρχεται από τους λεγόμενους «τσιπουράδες του διήμερου», αυτούς δηλαδή που εξασφαλίζουν άδειες απόσταξης για μία ή δύο ημέρες ανάλογα με τις ποσότητες σταφυλιού που δηλώνουν και οι οποίοι, πέρα από σχεδόν ανύπαρκτους ελέγχους, υφίστανται και πολύ χαμηλότερη φορολογία (0,54 ευρώ στο λίτρο τελικού προϊόντος έναντι 5,5 ευρώ στο λίτρο τελικού προϊόντος των αποσταγματοποιών).

Το 80% σχεδόν των πωλήσεων του εμφιαλωμένου τσίπουρου προέρχεται από τη λεγόμενη κρύα αγορά (μαζική εστίαση), ενώ μέσω σούπερ-μάρκετ διατίθεται το υπόλοιπο 20%. Άλλωστε, ξεκάθαρη εικόνα για την παραγωγή του τσίπουρου στην Ελλάδα δεν έχουμε αφού οι ποσότητες του «χύμα» δεν μπορούν να προσδιοριστούν με ακρίβεια.





ΤΟ ΘΕΙΟ ΓΛΥΚΟ ΣΑΜΙΑΚΟ ΚΡΑΣΙ

Μοναδικές γεύσεις με διεθνείς βραβεύσεις

Τα κρασιά της Ένωσης Οινοποιητικών Συνεταιρισμών Σάμου διακρίνονται, για την ποιότητα και τη μοναδικότητά τους, από την αρχαιότητα έως σήμερα.

Με μοναδικό, για την Ελλάδα, τρόπο, η Ένωση Οινοποιητικών Συνεταιρισμών Σάμου υποστηρίζει το εισόδημα των αμπελοκαλλιεργητών και προβάλλει, μέσω του κρασιού, τη Σάμο σε όλη την υφήλιο. Στόχος της ΕΟΣΣ είναι η ταύτιση του ονόματός της με προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής και σταθερής ποιότητας. Βασική της επιδίωξη είναι η ισχυροποίηση της θέσης της, μέσω της αναγνωρισιμότητας των προϊόντων της, της αύξησης του μεριδίου της στην παγκόσμια αγορά οίνου και της συνεχούς επέκτασης σε περισσότερες αγορές. Η ποικιλία-βασιλιάς της Σάμου είναι το μοσχάτο λευκό (muscat blanc - petits grains) ή μοσχούδι ή Muscat de Frontignan. Πρόκειται για μια ευγενή ποικιλία αμπέλου, διαδεδομένη σε ολόκληρη τη Μεσόγειο. Το μοσχάτο καλύπτει το 97% του αμπελώνα της Σάμου, το υπόλοιπο 3% μοιράζονται μερικές επιτραπέζιες ποικιλίες, μεταξύ των οποίων το εκπληκτικό κολοκυθάτο και δύο ερυθρές, το ρητινό και το φωκιανό, που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των ερυθρωπών οίνων της ΕΟΣΣ. Η Ένωση διαθέτει δύο σημαντικές οινοποιητικές εγκαταστάσεις, το οινοποιείο στο Καρλόβασι και εκείνο στη θέση Μαλαγάρι, που φιλοξενεί και τα κεντρικά γραφεία της Ένωσης. Στο Μαλαγάρι θα βρείτε και το Μουσείο Σαμιακού Οίνου.

ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Μουσείο Σαμιακού Οίνου



Το Μουσείο Σαμιακού Οίνου, που εγκαινιάστηκε το καλοκαίρι του 2005, είναι ένας «ζωντανός» χώρος εικονικής ιστορικής πραγματικότητας για το σαμιακό κρασί και την Ένωση Οινοποιητικών Συνεταιρισμών Σάμου.

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Τα προϊόντα της ΕΟΣΣ Σάμου έχουν τιμηθεί με εκατοντάδες χρυσά και όχι μόνο μετάλλια διεθνών εκθέσεων και έχουν υμνηθεί από τη λαϊκή μούσα αλλά και από ποιητές, όπως ο λόρδος Βύρων

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Ένωση Οινοποιητικών Συνεταιρισμών Σάμου (ΕΟΣΣ) ιδρύθηκε το 1934, με τη συμμετοχή 25 τοπικών συνεταιρισμών, που αντιπροσωπεύουν όλους τους καλλιεργητές αμπέλου του νησιού. Με χαρακτήρα συνδικαλιστικής οργάνωσης, στάθηκε από την αρχή ουσιαστικός αρωγός προς τους αγρότες, για την προστασία των δικαιωμάτων τους απέναντι στους εμπόρους. Από την ίδρυσή της, έως και σήμερα, η ΕΟΣΣ συλλέγει το σταφύλι και παράγει το κρασί, στα δύο οινοποιεία της. Στη συνέχεια το διαθέτει, χύμα ή εμφιαλωμένο, στην Ελλάδα και στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εξαγωγές καλύπτουν το 80% της ετήσιας παραγωγής.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Ένωση Οινοποιητικών Συνεταιρισμών Σάμου
- Μαλαγάρι, ΤΚ 831 00 Σάμος
- Γραμματεία: τηλ. 22730 87511
- Τμήμα Πωλήσεων: τηλ. 22730 87542, 87540
- Fax 22730 23907
- E-mail: info@samoswine.gr, www.samoswine.gr

aromatherapy

Λευκό Μοσχάτο κρασί,
από τον ορεινό
Σαμιώτικο αμπελώνα,
με τα πλούσια αρώματα
της ελληνικής γης




ΕοxxαΜοΥ

Εκλεκτοί γλυκοί
και ξηροί οίνοι από τη Σάμο

Ένωση Οινοποιϊκών
Συνεταιρισμών Σάμου
Μαθαγάρι, 83100 Σάμος
Τ +30 227 308 7511
Αποκλιρϊσκή διόρθωση:
Β.Σ. ΚΑΡΟΥΛΙΑΣ ΑΒΕΕΠ,
Αγ. Στέφανος Αττικής
Τ +30 210 814 1801
www.karoulas.gr



Περίπου 140.000 τόνοι γάλακτος εισάγονται κάθε χρόνο στην Ελλάδα.

Η ΕΛΛΕΙΨΗ ΡΕΥΣΤΟΥ ΦΡΕΝΑΡΕΙ ΤΙΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Ο «γάμος» της Vivartia με τη ΜΕΒΓΑΛ ήρθε να αυξήσει ακόμα περισσότερο τον ήδη μεγάλο βαθμό συγκέντρωσης που χαρακτηρίζει τον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας. Πρόκειται για μια κίνηση που θεωρείται σίγουρο ότι θα φέρει «αντίδραση» από τον υπόλοιπο ανταγωνισμό, όμως οι όποιες διεργασίες προς το παρόν «φρενάρονται» από την κρίση και την έλλειψη ρευστότητας στην αγορά.

Ρόλο καταλύτη για τις εξελίξεις σε επιχειρηματικό επίπεδο είναι πολύ πιθανό να διαδραματίσει η πώληση της Δωδώνη. Είναι αρκετοί οι εγχώριοι, αλλά και οι ξένοι όμιλοι που «γλυκοκοιτάζουν» το πλειοψηφικό πακέτο μετοχών που ετοιμάζεται να βγάλει στο «σφυρί» η Αγροτική Τράπεζα. Όμως δεν ξέρουμε ποιο θα είναι το μέλλον της υπό τη νέα ιδιοκτησία.

Το σταυροδρόμι του γάλακτος

Συνωμότες διαρκείας και θιασώτες της ντόπιας ποιότητας

Του Γιάννη Τσατσάκη

Με τα χρόνια διαρθρωτικά και οργανωτικά του προβλήματα αλλά και τα νέα που θέτει με πιεστικό τρόπο η οικονομική κρίση βρίσκεται αντιμέτωπος σήμερα ο κλάδος των γαλακτοκομικών.

Η ύφεση και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλω-

τών την τελευταία τριετία έχουν αισθητό αντίκτυπο στις πωλήσεις, δεν αποτελούν όμως τον μεγαλύτερο «πονοκέφαλο» των επιχειρήσεων του χώρου. Τον... τίτλο αυτό διεκδικούν η αδυναμία πρόσβασης σε τραπεζικό δανεισμό (που σημαίνει προβλήματα ρευστότητας τα οποία, μάλιστα, διαχέονται σε όλη την αλυσίδα παραγωγής) και η έλλειψη επαρκούς πρώτης ύλης εγχώριας προέλευσης για να καλυφθούν οι ανάγκες της παραγωγής. Στο πλαίσιο αυτό, εδώ και καιρό ανακινείται σε τακτική βάση από τους επιχειρηματίες ζήτημα διεύρυνσης των ημερών διακίνησης του «φρέσκου» γάλακτος, εξέλιξη καταστροφική για την εγχώρια παραγωγή, καθώς θα «νομιμοποιούσε» την «ειδική διαχείριση» της πρώτης ύλης, δηλαδή τις εισαγωγές. Οι τελευταίες, όπως προκύπτει από τα ισοζύγια που καταρτίζει σε μηνιαία βάση ο ΕΛΟΓΑΚ, έχουν ήδη αυξηθεί δραματικά την τελευταία τριετία, φτάνοντας στο

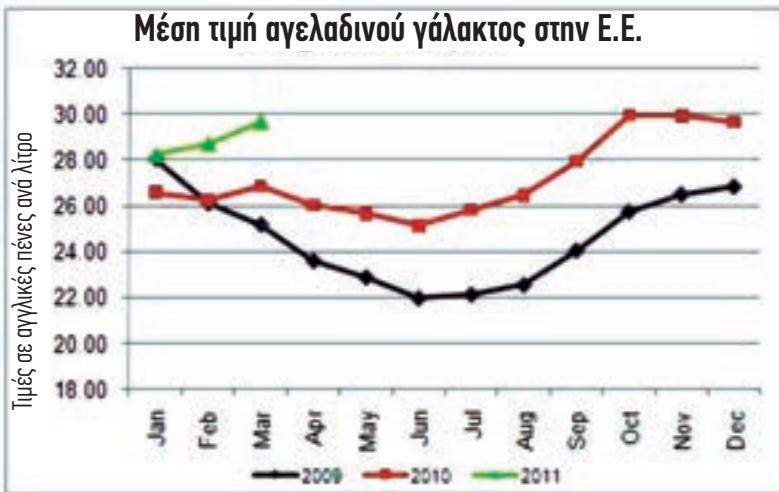
σημείο να απειλούν ακόμα και την «οخورωμένη», υποτίθεται, ελληνικότητα της φέτας.

Υπολογίζεται ότι 140.000 τόνοι γάλακτος εισάγονται ετησίως στην Ελλάδα και χρησιμοποιούνται για την παραγωγή τυριού που πωλείται ως «φέτα» Π.Ο.Π. Σε αυτό το σκηνικό, είναι τουλάχιστον ελπιδοφόρο ότι βρίσκονται σε εξέλιξη σοβαρές συζητήσεις μεταξύ παραγωγών και βιομηχανίας για την επίτευξη μιας συμφωνίας, στη βάση της οποίας θα βρίσκεται η μέτρηση, με τη συμβολή του ΕΛΟΓΑΚ, των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών της εισκομιζόμενης πρώτης ύλης και η τιμολόγησή της.

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Αδυναμία πρόσβασης σε τραπεζικό δανεισμό και έλλειψη επαρκούς πρώτης ύλης εγχώριας προέλευσης



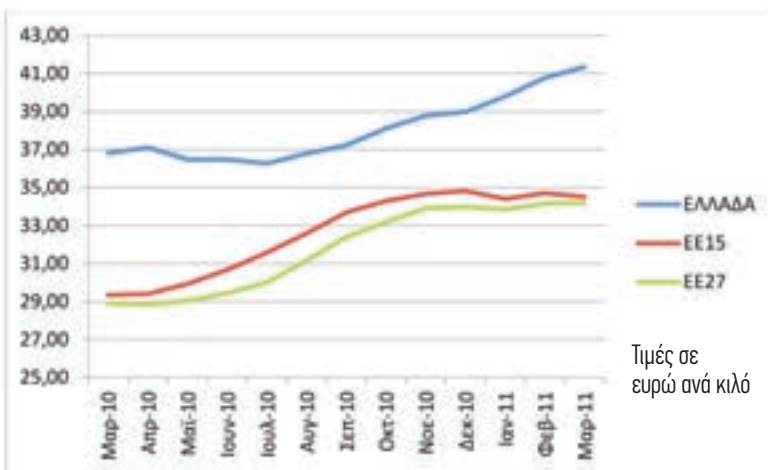


Πηγή: Γενική Διεύθυνση Γεωργίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

ΚΕΡΔΙΣΕ 4,5 ΛΕΠΤΑ ΤΟ ΚΙΛΟ ΣΕ ΕΝΑ ΧΡΟΝΟ

Ενίσχυση κατά 4,5 λεπτά το κιλό σημειώνει η μέση τιμή του γάλακτος στην Ελλάδα τους τελευταίους 12 μήνες, σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία της Γενικής Διεύθυνσης Γεωργίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η μέση τιμή του ελληνικού γάλακτος διαμορφώνεται στα 41,24 ευρώ το κιλό για τον μήνα Μάρτιο, ενώ η μέση τιμή για την Ε.Ε. των 15 και 27 χωρών αντίστοιχα, διαμορφώνεται στα 34,50 και 34,19 ευρώ το κιλό. Μάλιστα η αύξηση που σημειώνεται στο συνολικό μέσο όρο της ευρωπαϊκής αγοράς αγελαδινού γάλακτος φτάνει τα 5,5 λεπτά το κιλό, ένα λεπτό περισσότερο από την αύξηση που σημειώνει το γάλα στην ελληνική αγορά.

Μέση τιμή παραγωγού στην Ε.Ε.



Πηγή: Γενική Διεύθυνση Γεωργίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΤΟΝ ΜΕΣΟ ΟΡΟ

Σε σταθερά ανοδικό τέμπο συνεχίζουν να κινούνται οι τιμές του αγελαδινού γάλακτος στις ευρωπαϊκές αγορές, με το μέσο όρο να πλησιάζει τα 35 λεπτά το κιλό. Η μέση τιμή της Ε.Ε. των 27 χωρών για τους πρώτους μήνες του 2011 βρίσκεται πάνω από τον μέσο όρο της τελευταίας διετίας, ενώ προβλέπεται η άνοδος αυτή να συνεχιστεί και τους επόμενους μήνες. Ο κύριος λόγος που αυξάνονται οι τιμές του αγελαδινού γάλακτος είναι το ολοένα αυξανόμενο κόστος των ζωοτροφών, το οποίο περιορίζει σημαντικά τα περιθώρια κέρδους των κτηνοτρόφων. Την ίδια στιγμή, όμως, και η Κίνα συνεχίζει να αυξάνει τις εισαγωγές της σε αγελαδινό γάλα με στόχο να καλύψει την αυξανόμενη ζήτηση από τον αναπτυσσόμενο πληθυσμό της. Μάλιστα σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του FAO, η Κίνα έχει τετραπλασιάσει τις εισαγωγές γάλακτος την τελευταία πενταετία.



Η ποιότητα μετράει

Η ιδιωτική ετικέτα «κλέβει» μερίδιο λόγω... τιμές σε περιόδους κρίσης

Δύο παράλληλες, αλλά όχι αντικρουόμενες, τάσεις χαρακτηρίζουν την εικόνα της ελληνικής αγοράς γάλακτος την τελευταία διετία. Η πρώτη έχει να κάνει με την υποχώρηση των συνολικών πωλήσεων μετά από μια δεκαετία σχεδόν συνεχούς ανάπτυξης με ρυθμούς της τάξης του 2,5% ετησίως. Παράγοντες της αγοράς αλλά και στοιχεία της ICAP επιβεβαιώνουν ότι η κατανάλωση τη διετία 2010-2011 μειώνεται κατά ένα ποσοστό 2-3% ετησίως. Τις συνέπειες της κάμψης αυτής βιώνει και το φρέσκο παστεριωμένο γάλα, το οποίο, ωστόσο, συνεχίζει να είναι σταθερά πρώτο στις προτιμήσεις των καταναλωτών καταλαμβάνοντας μερίδιο αγοράς 42,9% (στοιχεία 2009). Στις ανερχόμενες δυνάμεις αναμφισβήτητα συγκαταλέγεται το γάλα υψηλής παστερίωσης που κερδίζει συνεχώς «οπαδούς» (το 2009 είχε ενισχύσει το ποσοστό του στο 27%), αφού φαίνεται ότι «απαντάει» στις ανάγκες που δημιουργεί ο σύγχρονος τρόπος ζωής. Το έχουν αντιληφθεί οι γαλακτοβιομηχανίες και ποιντάρουν για το μέλλον λανσάροντας συνεχώς νέα προϊόντα. Ισχυρό «ρεύμα» έχει αποκτήσει και το γάλα ιδιωτικής ετικέτας το οποίο, λόγω της χαμηλότερης τιμής του, θέλγει όλο και περισσότερους καταναλωτές, ιδιαίτερα σε περιόδους «ισχνών αγελάδων», όπως αυτή που διανύουμε. Αντίθετα, φθίνουσα είναι η πορεία του κάποτε «κραταιού» συμπυκνωμένου γάλακτος που χάνει συνεχώς μερίδια αγοράς. Η δεύτερη τάση έχει να κάνει με τις αξιοσημείωτες αντοχές και τις διόλου ευκαταφρόνητες πωλήσεις που επιδεικνύουν τα επώνυμα ποιοτικά και premium προϊόντα, παρά το γεγονός ότι συνήθως πωλούνται σε υψηλότερες τιμές σε σχέση με τα συμβατικά. Καθώς το γάλα αποτελεί προϊόν πρώτης ανάγκης, μεγάλη μερίδα των καταναλωτών δε διστάζει να επενδύσει σε ακριβότερα προϊόντα αρκεί να έχει πειστεί ότι το τίμημα που πληρώνει ανταποκρίνεται στην υπεραξία που εισπράττει με όρους γεύσης, ποιότητας και θρεπτικής αξίας. Και αυτό το «μίνιμα» φαίνεται ότι το έχουν κατανοήσει πλήρως οι επιχειρήσεις οι οποίες λανσάρουν νέα προϊόντα με «προμετωπίδες» την ποιότητα και τη διαφοροποίηση (π.χ. «Μικρές Οικογενειακές Φάρμες» από τη Δέλτα).



Προφίλ πρωταθλητή αποκτούν τα τυριά

«Φιλέτο» και για άλλες βιομηχανίες

Τα τυροκομικά είναι ο αδιαμφισβήτητος «πρωταθλητής» της εγχώριας αγοράς τροφίμων. Με ετήσιες πωλήσεις που φτάνουν το 1 δισ. ευρώ, αποτελούν τον μεγαλύτερο σε αξία κλάδο στα τρόφιμα, ενώ οι ποσότητες που καταναλώνονται αγγίζουν τους 320.000 τόνους. Έρευνες αγοράς τοποθετούν τη μέση κατά κεφαλήν

κατανάλωση στα 27 κιλά το χρόνο, αριθμός που τοποθετεί την Ελλάδα (μαζί με τη Γαλλία) στην κορυφή της διεθνούς κατανάλωσης τυριών.

Οι Έλληνες, λοιπόν, αγαπούν το τυρί τους, δαπανούν γι' αυτό το 8,38% των μηνιαίων εξόδων τους για διατροφή (στοιχεία έρευνας της ΕΛΣΤΑΤ) και το βοηθούν να αντέξει ακόμα και σε περιόδους κρίσης, όπως αυτή που διανύουμε την τελευταία τριετία. Η κάμψη 2-2,5% που παρουσίασε η αγορά

τυροκομικών το 2009 μετά από αρκετά χρόνια συνεχούς ανάπτυξης (μέσος ρυθμός 3,5% στην πενταετία 2003-2008, σύμφωνα με την ICAP) θεωρείται μικρή σε σχέση με τις απώλειες άλλων σημαντικών κλάδων του λιανεμπορίου και των τροφίμων.

Επιπλέον, η φετινή χρονιά φαίνεται ότι ξεκίνησε με καλούς οiwονούς, καθώς, σύμφωνα με την SymphonyIRI Group, οι πωλήσεις στα σούπερ-μάρκετ το πρώτο δίμηνο του 2011 κινούνταν ανοδικά κατά 2,1%.

Με βάση τα παραπάνω, λοιπόν, δεν είναι τυχαίο που ο συγκεκριμένος κλάδος προσελκύει τα τελευταία χρόνια το ενδιαφέρον πολλών επιχειρήσεων, ακόμα κι εκείνων που δεν είχαν μέχρι πρόσφατα καν σχέση με τα γαλακτοκομικά, με πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτό της Μινέρβα.

ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

Για τον Έλληνα καταναλωτή φαίνεται ότι η τιμή αγοράς δεν παίζει τον βασικότερο παράγοντα. Αντίθετα, αποδεικνύεται ότι πολύ πιο σημαντικά κριτήρια για την επιλογή του τυριού που θα βάλει στο τραπέζι του είναι η γεύση και η σταθερή ποιότητα. Έτσι, τιμά με την εμπιστοσύνη του κατά βάση τα ελληνικά προϊόντα (σ.σ. το 2008 η εγχώρια παραγωγή κάλυπτε το 64,3% της ζήτησης, σύμφωνα με την ICAP) και ιδιαίτερα τα ΠΟΠ. Με λίγα λόγια, τυριά που θεωρεί ότι του προσφέρουν υψηλή προστιθέμενη αξία αναφορικά με τη γεύση, την περιοχική παραγωγή τους, την ποιότητα και τη συσκευασία τους.

Το γεγονός αυτό επιτρέπει σε πολλές μικρές, μικρομεσαίες και τοπικές επιχειρήσεις να δραστηριοποιούνται με επιτυχία στο χώρο, παρά την ισχυρή παρουσία μεγάλων ομίλων.



ΦΕΤΑ ΚΑΙ ΧΥΜΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ

Η φέτα εξακολουθεί να κατέχει την πρώτη θέση στην προτίμηση των καταναλωτών με ένα μερίδιο αγοράς που φτάνει το 45%. Στην υποκατηγορία των μαλακών τυριών (που αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι της εγχώριας παραγωγής), το ποσοστό της πλησιάζει το 70% (67-68% το 2008, σύμφωνα με την ICAP).

Τα σκληρά και ημίσκληρα τυριά καταλαμβάνουν το 18% και το 14% της αγοράς αντίστοιχα, ενώ μικρότερο είναι το ποσοστό των «λιωμένων τυριών», τα οποία εξάλλου δεν αποτελούν παρά ένα μικρό κομμάτι της παραγωγής των εγχώριων επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, επίσης, της ελληνικής αγοράς τυροκομικών αποτελεί ο συσχετισμός μεταξύ του χύμα και του συσκευασμένου. Στη χώρα μας, σε αντίθεση με την υπόλοιπη Δυτική Ευρώπη, το 75% των πωλήσεων γίνεται από τον... πάγκο. Μια σχέση που, πάντως, μεταβάλλεται σταδιακά καθώς τα συσκευασμένα ενισχύουν τα τελευταία χρόνια το μερίδιο αγοράς τους.



ΙΣΧΥΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Στον κλάδο των τυροκομικών υπάρχει έντονη συνεταιριστική παρουσία: Χαρακτηριστικότερα παραδείγματα, η Δωδώνη και η ΕΑΣ Καλαβρύτων έχουν κατορθώσει τις προηγούμενες δεκαετίες να «κτίσουν» ισχυρά brand names ιδιαίτερα στην κατηγορία της φέτας, με την πρώτη μάλιστα να έχει να επιδείξει και σημαντικές εξαγωγές σε πολλές χώρες. Από κοντά και οι θεσσαλικές ΕΒΟΛ, Τρίκκη ενώ σύντομα σκοπεύει να μπει στο χορό και η ΕΑΣ Αργινίου μέσω της μονάδας της Αμφιγύλι που αναμένεται να θεθεί σε λειτουργία από το φθινόπωρο του 2011. Δυναμικό, όμως, είναι και το παρών των ιδιωτών, με επιχειρήσεις όπως η Τυράς, η Ορτίμα (έχει το γνωστό brand «Ηπειρος»), η Μεβγάλ, η Κολιάς, η Friesland Campina, η Μινέρβα κ.ά.



ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟ, ΣΕΒΕΤΑΙ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

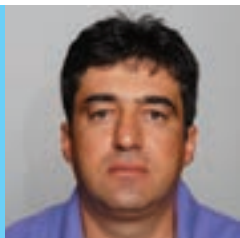
**Νέο επενδυτικό σχέδιο 3 εκατ. ευρώ
προς υλοποίηση από την ΕΑΣ Καλαβρύτων**

Το 2011 αναμένεται σημαντική αύξηση παραγωγής της βαρελίσιας φέτας και του γίδινου τυριού, που η αγορά θα απορροφήσει 100% και η Ένωση θα οδηγηθεί σε υψηλότερα επίπεδα τζίρου και αποδόσεων.

Στην περαιτέρω βελτίωση της ποιότητας, την επέκταση των παραγωγικών εγκαταστάσεων, ώστε να καλυφθεί η αυξανόμενη ζήτηση αλλά και να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της, στοχεύει η ΕΑΣ Καλαβρύτων, με το νέο επενδυτικό σχέδιο, ύψους 3 εκατ. ευρώ, το οποίο είναι ώριμο να υποβληθεί προς ένταξη στο πρόγραμμα μεταποίησης και εμπορίας γεωργικών προϊόντων του ΥΠΑΑΤ. Το σχέδιο περιλαμβάνει μεταξύ άλλων την εγκατάσταση νέου συγκροτήματος παστερίωσης πρόβειου γάλακτος και κορυφολόγου, την επέκταση της γραμμής τυροκόμησης της φέτας, την κατασκευή δικτύων εξυπηρέτησης, την προμήθεια και διάθεση σε κτηνοτρόφους ψυκτικών δεξαμενών και την προμήθεια πρόσθετων βυτίων συλλογής γάλακτος. Η υλοποίηση του προγράμματος θα ξεκινήσει εντός του 2011 και θα ολοκληρωθεί το 2012. Όσον αφορά τα οικονομικά μεγέθη ο γεν. διευθυντής της Ένωσης, Μανώλης Κασσαλιάς, είπε «ότι το 2010 ήταν μια πολύ καλή χρονιά. Με κύκλο εργασιών στα 18 εκατ. ευρώ, κέρδη προ φόρων που ξεπερνούν το 1,3 εκατ. ευρώ και ίδια κεφάλαια 8,16 εκατ. ευρώ η ΕΑΣ Καλαβρύτων απολαμβάνει επιχειρηματική υγεία. Οι δε προοπτικές για το μέλλον της είναι ευσύνωνες».

ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Παύλος Σατολιάς
Πρόεδρος ΕΑΣ
Καλαβρύτων



«Το νέο επενδυτικό σχέδιο στοχεύει στην περαιτέρω βελτίωση της ποιότητας. Μεγαλώνουμε και αποκτούμε όλο και ισχυρότερη παρουσία στη ζώνη γάλακτος, επομένως οι νέες επενδύσεις είναι απολύτως αναγκαίες», τονίζει ο πρόεδρος της ΕΑΣ Καλαβρύτων, Παύλος Σατολιάς.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Παράγει την παραδοσιακή βαρελίσια φέτα Καλαβρύτων (ΠΟΠ), κασικίσιο τυρί, ημίκληρο τυρί, ανθότυρο, ξηρή μυζήθρα, γιαούρτι και βούτυρο γάλακτος

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Ιδρύθηκε το 1963 από παραγωγούς της περιοχής και έχει ως μέλη 36 πρωτοβάθμιους αγροτικούς συνεταιρισμούς. Έχει αρχικό κεφάλαιο 32.531 ευρώ, το οποίο πλέον ανέρχεται σε 1.555.518 ευρώ, ίδια κεφάλαια 8.161.896 ευρώ, κύκλο εργασιών σταθερά τα τελευταία χρόνια άνω των 18 εκατ. ευρώ και μόνιμη κερδοφορία. Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Καλαβρύτων χαρακτηρίζεται ως μία από τις πιο σύγχρονες και συνεχώς εξελισσόμενες συνεταιριστικές οργανώσεις. Η Ένωση διασφαλίζει καλές τιμές για τους παραγωγούς - κτηνοτρόφους της, χρηματοδοτεί τις επενδύσεις της, ενδυναμώνει την καθαρή της θέση και προβλέπει σε μια δυναμική πορεία στο μέλλον.



ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ
ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ

ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Κ. Φάσσου & Αγίας Λαύρας
TK 250 01 Καλάβρυτα
- Γραφεία: τηλ. 26920 22628, 23013
- Εργοστάσιο Επεξεργασίας Γάλακτος:
τηλ. 26920 22464
- E-mail: easkalavriton@otenet.gr

ΑΡΙΣΤΗ ΠΡΩΤΗ ΥΛΗ

Η δέσμευση για την ποιότητα δε θα σταματήσει ποτέ

Όλο το προσωπικό των κτηνοτροφικών μονάδων που παρέχουν το γάλα, εκπαιδεύεται και ελέγχεται ώστε τα κοπάδια τους, όχι μόνο να εκτρέφονται με τους αυστηρότερους υπάρχοντες κανόνες υγιεινής, πέρα από τις κυβερνητικές υγειονομικές διατάξεις, αλλά και με αγνές φυσικές τροφές.

Στην ΟΛΥΜΠΟΣ, δραστηριοποιούνται στον ευαίσθητο τομέα των τροφίμων και ιδιαίτερα αυτό των γαλακτοκομικών, έχοντας πρωταρχικό μέλημα την επιλεκτική περισυλλογή και φροντίδα της βασικής πρώτης ύλης, δηλαδή του γάλακτος. Το γάλα, με ελάχιστη καταπόνηση, δέχεται άμεσα ήπια θερμική επεξεργασία παστερίωσης, η οποία γίνεται αυστηρά σε λιγότερο από 15 ώρες από το άρμεγμά του. Ο τόπος, η πρώτη ύλη, η εμπειρία είναι τα πολύτιμα εφόδια και εργαλεία στην εκπλήρωση των στόχων των ανθρώπων της εταιρείας, ώστε στην αγορά και τους καταναλωτές να φθάνουν προϊόντα που δεν συμβιβάζονται με τίποτα λιγότερο από το καλύτερο. Σήμερα η ΟΛΥΜΠΟΣ έχει σταθερά ανοδική πορεία και κάνει εντονότερη τη δέσμευση που είχε θέσει στο ξεκίνημα. Να συνεχίσουν να παράγουν προϊόντα με ιδιαίτερη φροντίδα και απόλυτη αυστηρότητα στον τρόπο παραγωγής. Τα βιολογικά προϊόντα της ΟΛΥΜΠΟΣ προέρχονται από γάλα που συλλέγεται αποκλειστικά από πιστοποιημένη βιολογική κτηνοτροφική μονάδα που βρίσκεται πολύ κοντά στη μονάδα παραγωγής. Οι αγελάδες που παράγουν το βιολογικό γάλα της εταιρείας τρέφονται με φυτικές βιολογικές τροφές, ακολουθώντας αυστηρά όλους τους κανόνες πιστοποίησης των βιολογικών προϊόντων.



ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΟΣ

Όλα τα προϊόντα της ΟΛΥΜΠΟΣ πληρούν τις προδιαγραφές ποιότητας που ορίζει ο Ελληνικός Κώδικας Τροφίμων και Ποτών και οι ισχύουσες νομοθεσίες της Ε.Ε. για την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Σύμφωνα με την εταιρεία «η ΟΛΥΜΠΟΣ μας κάνει όλους υπερήφανους με την ανοδική πορεία της και κάνει εντονότερη τη δέσμευση που είχαμε θέσει στο ξεκίνημα. Να συνεχίσουμε να παράγουμε πάντα προϊόντα με ιδιαίτερη φροντίδα, απόλυτη αυστηρότητα στον τρόπο παραγωγής και μέριμνα για την προστασία του περιβάλλοντος, ώστε στον καταναλωτή φίλο μας να φτάνει μόνο το άριστο. Αυτή η δέσμευση δε θα σταματήσει ποτέ».

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ

Σε πάνω από 24 χώρες, σε Ευρώπη, Αυστραλία και Αμερική, δραστηριοποιείται η λαρισινή εταιρεία και στοχεύει στην περαιτέρω επέκτασή της σε νέες αγορές

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Εδρεύει στο 16ο χλμ. της Εθνικής οδού Λάρισας - Θεσσαλονίκης, στη Λάρισσα. Στην καρδιά μιας ευρύτερης περιοχής η οποία εδώ και χρόνια φημίζεται για την κτηνοτροφία της και την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι κτηνοτροφικές μονάδες βρίσκουν τις ιδανικές συνθήκες για την εκτροφή των ζώων. Άριστο κλίμα και φυσική τροφή παρέχονται απλόχερα από τη φύση.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- ΟΛΥΜΠΟΣ
Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης Α.Ε.
- 16ο χλμ. Λάρισας-Θεσσαλονίκης ΤΚ 410 02
- Τηλ. +30 2410 541160-3
- E-mail: marketing@olympos.gr
- www.olympos.gr



ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΛΑΡΙΣΗΣ Α.Ε. "ΟΛΥΜΠΟΣ"

McVictor&Hamilton



Οικογένια... Χωράφι

Οικογένεια βιολογικών προϊόντων Όλυμπος



Από το χωράφι... στο σπίτι σας!



GR - BIO - 03
ΚΠ 182737

Ελληνικός Προϊόντος

Βρίσκει διέξοδο στο εξωτερικό

Το ελληνικό γιαούρτι γίνεται συνώνυμο επιτυχίας

Μετά την ανοδική πορεία της δεκαετίας 1996-2006, η εγχώρια κατανάλωση γιαουρτιού την τελευταία πενταετία παρουσιάζει πτωτικές τάσεις. Στο εννεάμηνο του 2010 οι απώλειες έφτασαν στο 3,4% σε όγκο και το 4,7% σε αξία, ενώ μεγαλύτερη είναι η πτώση στα επώνυμα προϊόντα που ανέρχεται στο 5,8% σε όγκο και το 6,1% σε αξία.

Το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης αφορά το λευκό γιαούρτι (μερίδιο αγοράς 70% το 2008), ενώ αυξητικές τάσεις παρουσιάζουν τα λεγόμενα «σύνθετα», όρος που περικλείει τόσο τα παιδικά γιαούρτια όσο και τα προϊόντα με φρούτα, πρόσθετα συστατικά (π.χ. λειτουργικά) κ.ά. Τη ζήτηση καλύπτουν κυρίως οι εγχώριες γαλακτοβιομηχανίες, χωρίς βέβαια να παραγνωρίζουμε τη σημαντική διείσδυση των ξένων ομίλων (π.χ. Danone) που

ΥΠΕΡΑΤΛΑΝΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ

Το ελληνικού τύπου (greek style) γιαούρτι κάνει θραύση στις ΗΠΑ, με πρώτη διδάξασα τη ΦΑΓΕ με το Total

έχουν καταφέρει να αποσπάσουν αξιοσημείωτα μερίδια αγοράς.

Ενώ, όμως, εντός των «τειχών» ο πόλεμος των τιμών και οι γενναίες προσφορές μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών δεν κατορθώνουν να τονώσουν τη ζήτηση, το ελληνικό για-



ΙΔΑΝΙΚΟΣ «ΠΡΕΣΒΕΥΤΗΣ»

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ-ΣΤΑΤ, το 2009 οι ελληνικές εξαγωγές γιαουρτιού (σε αυτές περιλαμβάνονται και οι εξαγωγές επιδορπιών γιαουρτιού) ανήλθαν σε 43.086.283 ευρώ και αντιπροσωπεύουν το 16,5% των ελληνικών εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων, καταλαμβάνοντας τη δεύτερη θέση μετά τις εξαγωγές φέτας. Οι κυριότερες αγορές για τα ελληνικά γιαούρτια είναι η αμερικανική, η βρετανική (η ΦΑΓΕ ξεκίνησε τις εξαγωγές της στην Αγγλία ήδη από το 1980) και η ιταλική, ενώ πλέον με δειλά βήματα από το 2008 στον σχετικό πίνακα εμφανίζεται και η Κίνα.

ούρτι φαίνεται ότι βρίσκει ένα πολλά υποσχόμενο αποκούμπι στο εξωτερικό και, μάλιστα, στην απέναντι πλευρά του Ατλαντικού.

Το ελληνικού τύπου (greek style) γιαούρτι κάνει θραύση στις ΗΠΑ και εκτός από τις ντό-

πιες εταιρείες και τις πολυεθνικές που προσπαθούν να εκμεταλλευτούν τη νέα «τρέλα» των Αμερικανών, σεβαστό μερίδιο αγοράς αρχίζουν να διεκδικούν και οι ελληνικές επιχειρήσεις. Το δρόμο άνοιξε στις αρχές της δεκαετίας του 2000 η ΦΑΓΕ με το Total, το οποίο έχει φτάσει τώρα να κατέχει μερίδιο 3% στην αμερικανική αγορά γιαούρτις, ενώ η γαλακτοβιομηχανία «τρέχει» αυτό το διάστημα επενδύσεις 7 εκατ. ευρώ, προκειμένου να καλύψει τη ζήτηση. Στα χνάρια των αδελφών Φιλίππου βαδίζει τα τελευταία δύο χρόνια και μια ακόμα φημισμένη οικογένεια «γαλατάδων», οι αδερφοί Σαράντη που από το 2009 έχουν καταφέρει να βάλουν στο ράφι αρκετών αμερικανικών σούπερ-μάρκετ το στραγγιστό γιαούρτι της Όλυμπος.

Σκέψεις για το υπερατλαντικό άλμα κάνει το τελευταίο διάστημα και η ΕΒΟΛ, η οποία βρίσκεται το τελευταίο διάστημα σε επαφές με ομογενείς επιχειρηματίες από τις ΗΠΑ.



Δεύτερο σε εξαγωγές μετά τη φέτα είναι το γιαούρτι.



Μαίνεται ο πόλεμος των προσφορών εντός Ελλάδας.



Το Total κατέχει μερίδιο 3% στις ΗΠΑ.

Η ΞΕΧΩΡΙΣΤΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΤΗΣ ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ

Γευστικά και ιδιαίτερα αγαπητά στον τόπο τους

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα της ΕΑΣ Λαμίας καλύπτουν το 60% της κατανάλωσης της περιοχής.



Η Ένωση παράγει νοπό αγελαδινό φρέσκο γάλα, τυρί φέτα και γιαούρτι πρόβειο και αγελαδινό. Προϊόντα ιδιαίτερα προσφιλή στους κατοίκους, καθώς κατέχουν το 60% της κατανάλωσης της περιοχής. Στην Ένωση δραστηριοποιείται Ομάδα Παραγωγών Βιομηχανικής Τομάτας με 900 μέλη, εκ των οποίων 250 είναι καλλιεργητές και Ομάδα Παραγωγών Ρυζιού. Άλλες δραστηριότητες είναι: Η αγορά συσπόρου βάμβακος και η εκκόκκιση στα δύο εκκοκιστήριά της, στην Ηράκλεια και στο Ν. Μοναστήρι, αλλά και η εμπορία δημητριακών προϊόντων και ζωοτροφών, η εμπορία λι-

πασμάτων και φυτοφαρμάκων, ο κυλινδρόμυλος Δομοκού και η μονάδα πολλαπλασιαστικού υλικού σίτου και κριθής. Τέλος παρέχει υπηρεσίες Ασφαλειών και ΟΣΔΕ. Χρονολογείται από το 1930 και αριθμεί 146 Συνεταιρισμούς-Μέλη και 14.500 φυσικά πρόσωπα. Έδρα της Οργάνωσης είναι η Λαμία με υποκαταστήματα στο Δομοκό και τη Μακρακώμη. Απασχολεί σε μόνιμη βάση 93 υπαλλήλους και εποχιακούς, συνολικά 450 άτομα.

ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Κεντρική Υπηρεσία:
Λεωνίδου 7 ΤΚ 351 00 Λαμία
- Τηλ. 22310 20218
- E-mail: info@easlamias.gr
- www.easlamias.gr

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ



Η ΕΑΣ Λαμίας ιδρύθηκε το 1930 και αριθμεί 146 Συνεταιρισμούς – Μέλη και 14.500 φυσικά πρόσωπα. Έδρα της Οργάνωσης είναι η Λαμία με υποκαταστήματα στο Δομοκό και τη Μακρακώμη.



Προϊόντα από ντόπιο γάλα



Το φρέσκο γάλα της περιοχής μας συλλέγεται καθημερινά από μονάδες που βρίσκονται σε μικρές αποστάσεις από το εργοστάσιό μας στους γύρω ορεινούς όγκους. Η μοναδικότητά του οφείλεται στη γεύση και στο άρωμα της Φθιωτικής γης καθώς και στην ταχύτατη διεκπεραίωση της διανομής του. Το γάλα παστεριώνεται με σύγχρονο εξοπλισμό και προσφέρεται σε καινούργια συσκευασία.

Point



γάλα γάλα choco ξινόγαλα αγελάδας πρόβειο
στραγγιστό στραγγιστό ΒΟΥΤΥΡΟ ΤΥΡΙ ΦΕΤΑ

ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΛΑΜΙΑΣ
ΛΕΩΦΟΡΟΣ ΚΑΛΥΒΙΩΝ, 35 100 ΛΑΜΙΑ, ΤΗΛ.: 223 10 23922 ΦΑΞ.: 223 10 273 18



ΔΥΝΑΜΙΚΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ

Ποιοτικά προϊόντα και σεβασμός στο περιβάλλον από τη Λευκοσιδηρουργία Καβάλας

Υψηλή κατασκευαστική συνέπεια και αξιοπιστία για όλα τα τρόφιμα

Η σταθερή προσήλωση της Λευκοσιδηρουργίας Καβάλας στην ολική ποιότητα και στην αναζήτηση των περιθωρίων βελτίωσης σε κάθε τομέα συνεχίζει να λειτουργεί προσθετικά στην πορεία της και πλέον συγκαταλέγεται στις δυναμικότερες και πιο ανταγωνιστικές εταιρείες του κλάδου. Κατασκευάζει είδη συσκευασίας από λευκοσίδηρο διαφόρων μεγεθών άνω των 2 λίτρων. Παρέχει υπηρεσίες λιθογραφίας σε τρίτους με εκτύπωση τύπου offset.

Στα άμεσα σχέδια της διοίκησης είναι η ενίσχυση της παρουσίας της εταιρείας στο χώρο της συσκευασίας αφενός επενδύοντας στην αύξηση της παραγωγικότητας και αφετέρου διευρύνοντας την γκάμα των προϊόντων της. Άμεσο ενδιαφέρον υπάρχει και για άλλες μεταλλικές συσκευασίες αλλά και πλαστικές. Για τον σκοπό αυτό η εταιρεία στοχεύει στη διεκδίκηση μεγαλύτερου μεριδίου στην ελληνική αγορά, αλλά και στη διεύρυνση της εξαγωγικής της δραστηριότητας στις ταχύτατα αναπτυσσόμενες αγορές των Βαλκανίων. Μέσα στα σχέδια της Λ.Κ. Α.Ε. είναι και η ίδρυση θυγατρικής σε στρατηγική θέση. Η εταιρεία διαθέτει το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων της σε όλη την ηπειρωτική Ελλάδα. Ξεκίνησε τη διαδικασία των εξαγωγών το 1993, στέλνοντας προϊόντα στη Γερμανία, Αυστρία, Βουλγαρία και F.Y.R.O.M. Η διανομή των προϊόντων γίνεται με στόλο ιδιόκτητων μεταφορικών μέσων.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΛΕΥΚΟΣΙΔΗΡΟΥ

Είναι υλικό φιλικό προς το περιβάλλον

Οι συσκευασίες λευκοσίδηρου διατηρούν την όψη, την γεύση, το άρωμα και κυρίως τα θρεπτικά συστατικά των τροφίμων που περιέχουν, καθώς είναι αδιαπέραστες από το ηλιακό φως και το ατμοσφαιρικό οξυγόνο. Επιπροσθέτως είναι οι συσκευασίες στις οποίες το τρόφιμο έχει τη μεγαλύτερη διάρκεια ζωής. Για τον ίδιο λόγο τα τρόφιμα που συσκευάζονται σε λευκοσίδηρο δεν απαιτούν συντηρητικά προκειμένου να μην αλλοιωθούν από βακτηρίδια.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

‘ Η εταιρεία παράγει δοχεία λευκοσίδηρου ιδανικά για συσκευασία τροφίμων, όπως: τυροκομικά προϊόντα, τουρσιά, ελιές, ελαιόλαδο και μέλι

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Λ.Κ. Α.Ε. ιδρύθηκε το 1986 με αντικείμενο εργασιών τη μεταλλοτυπία και την κατασκευή ειδών συσκευασίας από λευκοσίδηρο. Η εταιρεία προήλθε από το 1975 με τη νομική μορφή «Π. Παναγιωτίδης & Κ. Κελεμένης και ΣΙΑ ΕΠΕ». Από την ίδρυσή της και μέχρι σήμερα η εταιρεία επενδύει σε μηχανολογικό εξοπλισμό, στο ανθρώπινο δυναμικό και στην άμεση εξυπηρέτηση των πελατών.



Λευκοσιδηρουργία Καβάλας Α.Ε.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Λευκοσιδηρουργία Καβάλας Α.Ε.
7ο χλμ. Π.Ε.Ο. Καβάλας - Θεσσαλονίκης
TK 651 10 Καβάλα - Τ.Θ. 1357
- Τηλ. 2510 326325, 326253, 326256
- Fax 2510 326236, 326053
- E-mail: info@lefka.gr



- Δοχεία τυροκομικών
- Δοχεία τουριστών
- Δοχεία ελαίων
- Δοχεία ελαιολάδων
- Δοχεία μελιού
- Δοχεία λιπαντικών



Web: www.lefka.gr - E-mail: info@lefka.gr

ΛΕΥΚΟΣΙΔΗΡΟΥΡΓΙΑ ΚΑΒΑΛΑΣ Α.Ε.

Κατασκευή ειδών συσκευασίας από Λευκοσίδηρο

7ο χιλ. Π.Ε.Ο. Καβάλας - Θεσσαλονίκης, Τ.Θ. 1357, Τ.Κ. 65110, Καβάλα
Τηλ.: 2510. 326325 - 2510. 326253 - 2510. 326256 - Φάξ: 2510. 326236

Η ΝΑΞΙΩΤΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

Εκλεκτές γεύσεις που κερδίζουν

Η ΕΑΣ Νάξου αποτελεί μοχλό ανάπτυξης για την οικονομία του νησιού.

Στο τέλος της δεκαετίας του '50, αρχίζει στο νησί μια σημαντική άνοδος της παραγωγής τυροκομικών προϊόντων από τους παραγωγούς των πεδινών περιοχών. Το 1961 η Ένωση δημιουργεί το πρώτο τυροκομείο, ενώ το 1985 μια νέα, σύγχρονη τυροκομική μονάδα τίθεται σε λειτουργία. Σήμερα, το τυροκομείο κατέχει πρωταγωνιστικό ρόλο στην εγχώρια παραγωγή σκληρών τυριών. Σημειώνεται ότι το τυροκομείο της Ε.Α.Σ. έχει πάρει πιστοποίηση κατά ISO 9001:2000 και ISO 22000. Επίσης στις δραστηριότητες της ΕΑΣ περιλαμβάνεται η παραγωγή πιστοποιημένου πατατοσπόρου και βρώσιμης πατάτας. Η Σποροπαραγωγική Επιχείρησή της διαθέτει ελεγμένα αγροτεμάχια, τα οποία χρησιμοποιεί για την παραγωγή πιστοποιημένου πατατόσπορου. Τα τελευταία χρόνια συσκευάζει και διαθέτει στην αγορά την περίφημη πατάτα Νάξου. Η ΕΑΣ υποστηρίζει τα μέλη της με παντός είδους ζωοτροφές, λιπάσματα, μηχανήματα, εργαλεία, σπόρους, φυτοφάρμακα. Ακόμη παρέχει υπηρεσίες, όπως η λίψη δηλώσεων ενιαίας ενίσχυσης, εισαγωγή στους Η/Υ και προώθηση στον ΟΠΕ-ΚΕΠΕ, και για άλλα νησιά εκτός της Νάξου, όπως η Πάρος, η Τήνος, η Σύρος και η Μύκονος.



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Δημήτριος Καπούνης
Πρόεδρος ΕΑΣ Νάξου



Η Ε.Α.Σ. ΝΑΞΟΥ αποτελεί κινητήριο δύναμη και μοχλό ανάπτυξης για τον αγροτικό κόσμο, αλλά και ευρύτερα για την οικονομία του συνόλου του νησιού.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Γραβιέρα Νάξου
ΠΟΠ, σκληρό
τυρί, κεφαλοτύρι -
αρσενικό, ναξιώτικο
λευκό τυρί, κρέμα
γάλακτος, βούτυρο,
γκίζα και φρέσκο
γάλα με πιστοποίηση
ISO 9001:2000
ISO 22000:2005

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου ιδρύθηκε το 1926 από μια μικρή ομάδα παραγωγών του νησιού, με σκοπό την υποστήριξη των αγροτικών τους δραστηριοτήτων και την τυροκόμηση μικρών ποσοτήτων γάλακτος. Η επιχείρηση εξελίχθηκε ραγδαία, διευρύνοντας τις δραστηριότητές της, αυξάνοντας την παραγωγή και την γκάμα των προϊόντων της, εκσυγχρονίζοντας τις εγκαταστάσεις της. Η Ε.Α.Σ. Νάξου αποτελείται από 26 μέλη - Συνεταιρισμούς, περιλαμβάνοντας συνολικά 3.274 φυσικά μέλη. Το απασχολούμενο προσωπικό ανέρχεται σε 90 άτομα, ενώ άλλοι 35 απασχολούνται κατά περιόδους ως έκτακτο - εποχιακό προσωπικό.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Χώρα Νάξος, Νάξος
TK 843 00 Κυκλάδες
- Τηλ. 22850 22883, 25340
- Fax 22850 22240
- E-mail: easnaxos@otenet.gr
- www.easnaxos.com



Παράδοση και ποιότητα

Η γραβιέρα μας, προϊόν με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης και το κεφαλοτύρι μας (Αρσενικό) αποτελούν μοναδικά τυριά που τυροκομούνται παραδοσιακά, ωριμάζουν σε ελεγχόμενες συνθήκες θερμοκρασίας και σχετικής υγρασίας και συσκευάζονται προστατεύοντας όλα τα επιμέρους χαρακτηριστικά τους διατηρώντας την εξαιρετική και διακριτική γεύση που οι καταναλωτές προτιμούν.

ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ, ΤΚ 84300, ΤΗΛ.: 22850-22883, 25340, 24240, 23051
FAX: 22850 22240, E-MAIL: [easnaxos@otenet.gr](mailto: easnaxos@otenet.gr), www.easnaxos.gr

Η ποιότητα ανοίγει πόρτες στην κρεατοπαραγωγή

Μηνύματα αισιοδοξίας από τις ομάδες παραγωγών

Του Νίκου Κατσένιου

Καιρός να αποκτήσει τη θέση που της αρμόζει η εγχώρια κτηνοτροφία στην οικονομική σκηνή. Πρόκειται αναμφισβήτητα για το νευραλγικό εκείνο κομμάτι της ελληνικής γεωργίας που δοκιμάστηκε κατά τις προηγούμενες δεκαετίες, εξαιτίας χρόνιων και πολύπλοκων διαρθρωτικών προβλημάτων.

Με όχημα, όμως, την υψηλή ποιότητα του παραγόμενου κρέατος ο κλάδος θεωρείται από τους πλέον ελπιδοφόρους παρά τις ιδιαίτερες συνθήκες που βιώνει η χώρα. Το αίγαιο και πρόβειο κρέας είναι δύο κατηγορίες προϊόντων με ισχυρή οικονομική σημασία.

Βέβαια, μια σειρά θεσμικών παρεμβάσεων, που ξεκίνησαν «καλή τη πίστει», όπως η δανειο-

Το αίγαιο και πρόβειο κρέας είναι δύο κατηγορίες προϊόντων με ισχυρή οικονομική σημασία.

δότηση των κτηνοτρόφων το 2007, η προσπάθεια καθιέρωσης ισοζυγίων γάλακτος και κρέατος, η νομιμοποίηση των σταβλικών εγκαταστάσεων, δεν ευοδώθηκαν τελικά όλες! Πρόσφατα με αφορμή την κρίση,

ΑΓΕΛΑΔΟΤΡΟΦΙΑ

Οι νέοι επιχειρηματίες δεν βασίζονται στη βιωσιμότητά τους στις επιδοτήσεις της Ε.Ε.

κάποιες ακόμα «κινήσεις» απόησαν. Με δεδομένη όμως την καθοριστική συμβολή του κλάδου στην ανάπτυξη της ελληνικής γεωργίας, αφού αποτελεί περίπου το ένα τέταρτο της ακαθάριστης αξίας της γεωργικής παραγωγής, ήρθε η ώρα για μια νέα αρχή. Τα πρώτα βήματα γίνονται ήδη, τόσο από τις νέες ομάδες παραγωγών, μέχρι την έστω και... όψιμη «ενεργοποίηση» του υπουργείου.

Οι ιδέες αυτές, όμως, αν ολοκληρωθεί η εφαρμογή τους, ί-

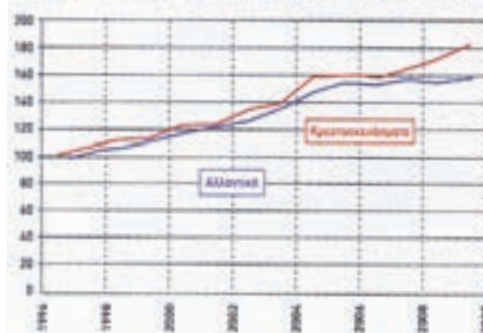
σως αποτελέσουν το εφαλτήριο για μια νέα σελίδα στον κλάδο, αφού απαντούν με τον πιο ρεαλιστικό τρόπο στην καθημερινή αγωνία των κτηνοτρόφων για το μοντέλο ανάπτυξης που καλούνται να ακολουθήσουν. Η κρεατοπαραγωγός βοοτροφία, για παράδειγμα, χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό μονάδων, σχετικά μικρής δυναμικότητας, διεσπαρμένων σε όλη τη χώρα. Το ποσοστό συμμετοχής των συστηματικών μονάδων στο σύνολο της παραγωγής κυμαίνεται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα. Επειδή η παραγωγή μοσχαριών δεν επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών της χώρας γίνονται αθρόες εισαγωγές μοσχαριών, είτε από ευρωπαϊκές, είτε από τρίτες χώρες. Οι Έλληνες αγελαδοτρόφοι είναι ως επί το πλείστον νέοι επιχειρηματίες, που δεν βασίζονται στη βιωσιμότητά τους στις άμεσες επιδοτήσεις της Ε.Ε, έχουν προχωρήσει σε πολύ σημαντικές επενδύσεις συγκριτικά με άλλους κλάδους της οικονομίας.



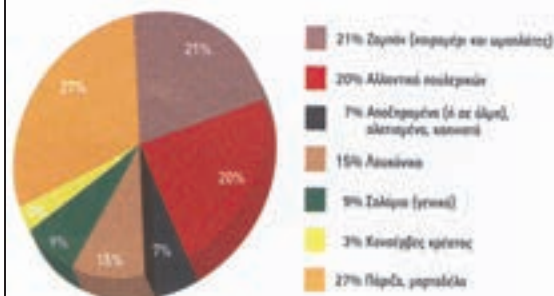
ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ

Σε αναπτυξιακή τροχιά βρίσκεται η αγορά των αλλαντικών, σύμφωνα με την τελευταία έρευνα της Icar, η οποία δείχνει αυτάρκεια της ελληνικής αγοράς αλλά και σχετικά πιο μικρή κατανάλωση. Στον κλάδο των αλλαντικών δραστηριοποιούνται λίγες μεγάλες και μεσαίες βιομηχανίες και ένας αρκετά μεγάλος αριθμός μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων τοπικού χαρακτήρα. Οι καταναλωτές αγοράζουν κυρίως από μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ με την κατανάλωση το 2009

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΕΙΚΤΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΑΛΛΑΝΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΡΕΑΤΟΣ-ΣΚΕΥΑΣΜΑΤΩΝ ΒΑΣΕΙ ΠΟΣΟΤΗΤΑΣ (1996+100)



ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΑΛΛΑΝΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΝΣΕΡΒΩΝ ΚΡΕΑΤΟΣ (2009)





ΚΡΕΑΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ

να εκτιμάται αυξημένη κατά 2,2% σε σχέση με το 2008, περίπου στους 113.000 τόνους. Η κλαδική μελέτη καταγράφει επίσης ενίσχυση του ανταγωνισμού λόγω και της διείσδυσης προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (private label). Σχετικά με τη διάρθρωση της αγοράς κονσερβών κρέατος και αλλαντικών αναφέρεται ότι το μεγαλύτερο μέρος καλύπτεται από από την κατηγορία «Πάριζα-Μορταδέλα» περίπου κατά 27%, ακολουθούν οι κατηγορίες «Ζαμπόν» και «Αλλαντικά Πουλερικών» με ισόποσα ποσοστά.



ΑΜΝΟΕΡΙΦΙΑ

Ανάσα στην «παγωμένη» αγορά των κρεάτων δίνουν οι Τούρκοι έμποροι που διασχίζουν τις κτηνοτροφικές περιοχές της χώρας αγοράζοντας ζωντανά πρόβατα και μοσχάρια. Αυτή την περίοδο αναζητούν 20.000 πρόβατα με ζων βάρους πάνω από 20 κιλά. Οι τιμές που πληρώνουν είναι πολύ καλές στα 3,20 ευρώ/κιλό ζων βάρους, σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ομοσπονδίας Κτηνοτροφικών Συλλόγων Λάρισας, Μιχάλη Τζιότζιο. Εν τω μεταξύ, το αρνάκι διαμορφώνεται στα 6 ευρώ/κιλό, τιμή που είναι σχετικά καλή σε σύγκριση με άλλες χρονιές, καθώς παρατηρείται έλλειψη ελληνικού προϊόντος. Οι τιμές διατηρούνται σχεδόν αμετάβλητες από το Πάσχα, καθώς υπήρξε μεγάλη διέξοδος ελληνικών αρνιών προς την Τουρκία. Ακούγεται πως στα καλά κρεοπωλεία της Πόλης τα αρνιά έφτασαν να πωλούνται ακόμα και στα 21 ευρώ το κιλό. Στα κασιόκια, η αγορά παραμένει παγωμένη, αφού η μόνη πώληση που πραγματοποιήθηκε τις τελευταίες εβδομάδες αφορούσε μια εξαγωγή 600 γιδιών προς την Αλβανία με 60-80 ευρώ το ζώο. Η μέση τιμή του γιδιού κρέατος, σύμφωνα με τον ΕΛΟΓΑΚ, υπολογίζεται στα 5 ευρώ/κιλό.



ΒΟΟΕΙΔΗ

Ένα εντυπωσιακό ανοδικό σερί της τάξης του 26% πραγματοποιεί η χρηματιστηριακή τιμή του βόειου κρέατος τους τελευταίους δώδεκα μήνες, αποτέλεσμα της πίεσης που προκαλούν στο κόστος παραγωγής των κτηνοτρόφων οι αυξανόμενες τιμές των δημητριακών και κατ'επέκταση των ζωοτροφών. Οι τιμές τον προηγούμενο μήνα διόρθωσαν από τα επίπεδα ρεκόρ των 120 σεντς ανά λίμπρα που βρέθηκαν στις αρχές Απριλίου, ωστόσο σήμερα βρίσκονται και πάλι σε ανοδική τροχιά αφού η ζήτηση παραμένει αυξημένη. Στη χώρα μας οι τιμές είναι επίσης αυξημένες, κυρίως όμως εξαιτίας της «εισόδου» των Τούρκων εμπόρων. Έτσι μετά τα αρνιά, οι Τούρκοι ενδιαφέρονται και για ελληνικά μοσχάρια και μάλιστα ψάχνουν για μοσχάρια βάρους μέχρι 300 κιλά. Οι τιμές που πληρώνουν είναι πολύ καλές, αφού δίνουν 3,20 ευρώ το κιλό ζων βάρους, δηλαδή περίπου 1.000 ευρώ για ένα μοσχαράκι 300 κιλών, μας πληροφορεί ο Βάσιος Παππάς, κτηνοτρόφος από την Φαρκαδόνα. Το πρώτο τετράμηνο του 2011 οι τιμές του βόειου κρέατος διαμορφώνονται μεταξύ 4,22 και 4,33 ευρώ το κιλό, σύμφωνα με τον ΕΛΟΓΑΚ. Στη διεθνή αγορά, οι τιμές των βοοειδών κινούνται διορθωτικά τις τελευταίες εβδομάδες, ωστόσο σημειώνουν συνολική άνοδο κατά 14,84% τους τελευταίους 12 μήνες.



ΧΟΙΡΙΝΑ

Στα υψηλότερα επίπεδα πέντε ετών οι τιμές του χοιρινού κρέατος στις διεθνείς αγορές, καθώς παρατηρείται έλλειμμα μεταξύ παγκόσμιας παραγωγής και ζήτησης. Η Κίνα, η μεγαλύτερη χώρα παραγωγής και κατανάλωσης χοιρινού, εκτιμάται πως για ακόμη τρία χρόνια θα συνεχίσει να είναι ελλειμματική στο χοιρινό, πραγματοποιώντας μεγάλο όγκο εισαγωγών. Στη χώρα μας οι τιμές ακολουθούν μια ανοδική πορεία, η οποία όμως δεν είναι ισοξία των διεθνών εξελίξεων και στηρίζεται κυρίως στη συγκυρία της εποχιακής ζήτησης. Αυτή την περίοδο οι τιμές διαμορφώνονται στα 1,20-1,30 ευρώ το κιλό ζων βάρους και είναι σχετικά υψηλές εξαιτίας της αυξημένης ζήτησης που παρατηρείται τους καλοκαιρινούς μήνες, μας λέει ο Γ. Αρκούδας. «Το πρόβλημα είναι ότι ενώ παράγουμε μόλις το 30-35% της συνολικής ζήτησης στη χώρα μας, όλοι νομίζουν πως τρώνε ελληνικό χοιρινό», προσθέτει. Η εκτροφή των χοίρων προϋποθέτει πλήρως εσταβλισμένες μονάδες εκτροφής. Έτσι το κόστος εκτροφής στηρίζεται στις τιμές των ζωοτροφών, οι οποίες όπως όλα δείχνουν θα παραμείνουν υψηλά για δεύτερη χρονιά. Εάν προσθέσουμε και τη σύνδεση της γρίπης H1N1 με τους χοίρους, τότε οδεύουμε σε μια τρίτη διαδοχική χρονιά δυσκολιών.



BOVILLAGE: Η ΓΑΛΛΙΚΗ ΜΑΡΚΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Υψηλές προδιαγραφές παραγωγής και τεχνογνωσία των επαγγελματιών

Η ποικιλία και η ποιότητα της γαλλικής εκτροφής, σε συνάρτηση με την εμπειρία της, προσφέρουν σταθερή ποιότητα κρέατος, καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Οι συνθήκες εκτροφής των ζώων επηρεάζουν καθοριστικά την ποιότητα του παραγόμενου κρέατος. Γι' αυτό, οι Γάλλοι κτηνοτρόφοι φροντίζουν ασταμάτητα για την ευζωία των κοπαδιών τους, μέσα από την τεχνική γνώση που διαθέτουν και την καθημερινή επαφή μαζί τους. Οι εκτροφείς που προμηθεύουν τα σφαγεία της μάρκας Bovillage (μποβιλάζ), έχουν όλοι υπογράψει και σέβονται τη «Χάρτα Καλών Πρακτικών» και έχουν δεσμευτεί να προσφέρουν στα ζώα την καλύτερη δυνατή φροντίδα κατά τη διάρκεια της εκτροφής αλλά και κατά τη μεταφορά τους στα σφαγεία. Στη Γαλλία, το 92% των ζωοτροφών που χρειάζονται τα βοοειδή παράγεται στις φάρμες. Τα ζώα εκτρέφονται με 100% φυτική διατροφή που ανταποκρίνεται απόλυτα στις ανάγκες τους. Σε όλη τη διάρκεια εκτροφής των ζώων που προορίζονται για τη μάρκα Bovillage εξειδικευμένοι κτηνίατροι πραγματοποιούν προληπτικούς ελέγχους στα ζώα. Τα πιστοποιημένα σφαγεία της μάρκας ανήκουν στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις μεταποίησης και εμπορίας κρέατος σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

ΟΙ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΤΗΣ ΜΑΡΚΑΣ BOVILLAGE



Η μάρκα του γαλλικού μοσχαρίσιου κρέατος Bovillage σφαγίζει προϊόντα από ζώα που, κατ' αποκλειστικότητα, γεννήθηκαν, εκτράφηκαν και εσφάγησαν στη Γαλλία, τουλάχιστον ο ένας γονέας τους ανήκει σε κρεατοπαραγωγική ράτσα, έχουν εκτραφεί σε μονάδες όπου εφαρμόζεται πιστά, βάσει συμβολαίου, η «Χάρτα Καλών Πρακτικών» και έχουν σφαγεί σε πιστοποιημένο σφαγείο της μάρκας Bovillage.

ΣΕΒΑΣΜΟΣ

Τα σφαγεία της μάρκας Bovillage που είναι πιστοποιημένα χρησιμοποιούν τις πιο σύγχρονες μεθόδους για να αποφευχθεί το στρες των ζώων πριν τη σφαγή

ΤΟ ΣΗΜΑ

Η μάρκα ποιότητας «Bovillage» είναι ιδιοκτησία της Γαλλικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Μοσχαρίσιου Κρέατος (INTERBEV). Στόχος είναι να εξασφαλίζει στους πελάτες της (εμπόρους κρέατος και κρεοπωλεία) προϊόντα προσαρμοσμένα στις ανάγκες τους, σταθερή συχνότητα προμηθειών και δυναμική στήριξη πωλήσεων εντός της ελληνικής αγοράς.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Sopexa Hellas
- Λ. Πεντέλης 72, ΤΚ 152 33 Χαλάνδρι
- Τηλ. 210 6891292, 6891838
- Fax 210 6811104
- E-mail: sopexa.athenes@sopexa.com.gr
- www.bovillage.eu

ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ ΤΑΛΕΝΤΟΥ ΣΑΣ

Bovillage



Η μάρκα ποιότητας της γαλλικής παραγωγής στην υπηρεσία των πελατών της.

- Ένα προϊόν ποιότητας, αποτέλεσμα παραδοσιακών μεθόδων εκτροφής και υψηλής τεχνογνωσίας.

- Μια υπηρεσία ποιότητας, που εξασφαλίζει στους πελάτες της προϊόντα προσαρμοσμένα στις ανάγκες τους, σταθερή συχνότητα προμηθειών και δυναμική στήριξη πωλήσεων.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνήσετε με τη SOPEXA στα τηλέφωνα 210 6891292 ή 210 6891838

Πρόγραμμα της INTERBEV. Γαλλική Ένωση Ζώντων Ζώων & Κρέατος



ΕΠΕΣΕ Η ΖΗΤΗΣΗ

Πτώση 10% καταγράφει η κατανάλωση αυγών στην Ελλάδα, φέρνοντας σε ακόμη μεγαλύτερη δυσχέρεια τους αυγοπαραγωγούς. Ο Έλληνας καταναλώνει αυγά, όχι όμως τόσο τακτικά όσο ο μέσος Ευρωπαίος.



ΟΙ ΑΡΙΘΜΟΙ

Στην Ελλάδα λειτουργούν 300 αυγοπαραγωγικές μονάδες, όπου εκτρέφονται 6,1 εκατ. κόττες. Πέρυσι η παραγωγή άγγιξε το 1,7 δισ. αυγά και ο ετήσιος τζίρος της αγοράς υπολογίζεται στα 200 εκατ. ευρώ.



Η Ε.Ε. ΤΡΩΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ

Η ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση στην Ελλάδα είναι μόλις 140 αυγά ενώ στη Γερμανία είναι 280 με 290 αυγά. Στις ΗΠΑ είναι 350 και στην ΕΕ 212 αυγά. Πρωταθλήτρια Ευρώπης είναι η Ουγγαρία.



ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΑ «NO NAME»

Η ελληνική παραγωγή αυγού καλύπτει τις εθνικές ανάγκες και σε γενικές γραμμές δεν γίνονται εισαγωγές. Το αυγό παραμένει ένα οικονομικά προσιτό τρόφιμο και την τελευταία χρονιά πωλείται ακόμη φθηνότερα κατά 4%. Η χαμηλότερη τιμή του (πώληση στις λαϊκές αγορές) φτάνει τα 15 λεπτά του ευρώ, ενώ η ακριβότερη (πώληση βιολογικού αυγού σε συσκευασία στο ράφι του σούπερ μάρκετ) τα 50 λεπτά. «Η τιμή της λιανικής βρίσκεται στο... κόκκινο. Δεν μπορούμε να μειώσουμε κι άλλο τις τιμές. Ήδη δεν έχουμε κέρδος. Αν τις κατεβάσουμε περαιτέρω, τότε θα έχουμε ζημιές», τόνισε στην Agrenda ο ιδιοκτήτης της εταιρείας «Αυγά Νεοχωρούδας Τσακίρη», Πάννης Τσακίρης.

Να σημειωθεί ότι αύξηση σημειώνουν οι πωλήσεις των private αυγών, δηλαδή των «ανώνυμων» που πωλούνται με την επωνυμία των σούπερ μάρκετ κι όχι της πτηνοτροφικής μονάδας. Ο λόγος είναι απλός: Είναι φθηνότερα. Η σημερινή οικονομική κατάσταση αναγκάζει τον Έλληνα να αγοράζει ό,τι είναι φθηνότερο. Παράλληλα ως μην ξεχνάμε ότι οι αυγοπαραγωγοί δεν έχουν ακόμη συνέλθει από το χτύπημα της γρίπης των πουλερικών, η οποία οδήγησε ακόμη και σε λουκέτο πολλές πτηνοτροφικές μονάδες. Την ίδια ώρα, έχουν μπροστά τους δύο «βουνά» προβλημάτων. Το πρώτο αφορά την τιμή των ζωοτροφών που έχει σχεδόν διπλασιαστεί τον τελευταίο χρόνο. Είναι χαρακτηριστικό πως πέρυσι η τιμή πώλησης του καλαμποκιού ήταν 18 λεπτά του ευρώ και σήμερα είναι 30 λεπτά.

Μάλιστα, οι παραγωγοί ζητούν τη χορήγηση δανείου με εγγύηση του ελληνικού Δημοσίου, προκειμένου να μπορέσουν να ανταποκριθούν στο «τσουνάμι» της αύξησης της τιμής των ζωοτροφών. Σε διαφορετική περίπτωση -όπως λένε- θα αναγκαστούν να κλείσουν τις επιχειρήσεις τους.

Το δεύτερο πρόβλημα αφορά στην εφαρμογή της Κοινοτικής Οδηγίας για αλλαγή των κλωβών όπου βρίσκονται οι κόττες. Η αλλαγή πρέπει να έχει ολοκληρωθεί μέχρι την Πρωτοχρονιά του 2012. Οστόσο, μόνο το 7% των ελληνικών αυγοπαραγωγικών μονάδων έχουν προχωρήσει στην αλλαγή. «Το κόστος είναι πολύ μεγάλο. Υπολογίζεται ότι αγγίζει τα 18 ευρώ ανά κόττα», κατέληξε ο κ. Τσακίρης.

Έχει δύναμη αλλά φρενάρει

Στο κόκκινο η τιμή λιανικής του αυγού

Του Κώστα Μαυρίδη

Η πτηνοτροφία αποτελεί έναν δυναμικό κλάδο με τη μεγαλύτερη καθετοποίηση, που είναι ιδιαίτερα σημαντικός για την εθνική οικονομία, διότι καλύπτει στο μεγαλύτερο μέρος τις ανάγκες της κατανάλωσης. Η παραγωγή ανέρχεται περίπου στους 120.000 τόνους αυγών και 165.000 τόνους κρέατος το χρόνο. Η πτηνοτροφία έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά έναντι των άλλων κλάδων Ζωικής Παραγωγής, όπως ταχεία αναπαραγωγή, ικανότητα προσαρμογής σε τεχνικές συνθήκες εκτροφής και άμεση υιοθέτηση των αποτελεσμάτων της ε-

πιστήμης και της τεχνολογίας στους τομείς της γενετικής, διατροφής και υγιεινής. Το 67% της παραγωγής αυγών προέρχεται από συστηματικές μονάδες και το υπόλοιπο από τη χωρική πτηνοτροφία. Η αυτάρκεια της χώρας σε αυγά βρίσκεται στο 95-97%. Το 90% της παραγωγής κρέατος πουλερικών προέρχεται από συστηματικές εκτροφές και το 10%

ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Το 90% του κρέατος πουλερικών προέρχεται από συστηματικές εκτροφές

από χωρικές εκτροφές, που καλύπτουν τοπικές ανάγκες σε ορεινές και νησιωτικές περιοχές. Η αυτάρκεια της χώρας σε κρέας πουλερικών είναι 75% περίπου. Η κατανάλωση αυγών καταγράφει πτώση -της τάξεως του 10%-στην Ελλάδα, φέρνοντας σε ακόμη μεγαλύτερη δυσχέρεια τους αυγοπαραγωγούς.

Ο Έλληνας καταναλώνει αυγά, αλλά όχι τόσο τακτικά, όπως ο μέσος Ευρωπαίος.

Για έναν ανεξίτητο λόγο, η συστηματική κατανάλωση αυγού έχει «δαιμονοποιηθεί» από την ελληνική κοινωνία, αν και τα παλαιότερα χρόνια το αυγό είχε σταθερή και συστηματική παρουσία στο ελληνικό τραπέζι.

Η ΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΑΡΔΙΑΣ ΣΑΣ...

Τα Αβγά Νεοχωρούδας Τσακίρη είναι πρώτα απ' όλα ελληνικής παραγωγής και προέλευσης

Τα Αβγά Καλημέρα είναι ο πιο γνωστός, επώνυμος και ποιοτικός κωδικός στη Μακεδονία, τη Θεσσαλία και τη Θράκη.

Παρακολουθώντας τις εξελίξεις της επιστήμης και σε συνεργασία με έγκριτους επιστήμονες η Αβγά Νεοχωρούδας Τσακίρη προχώρησε στην παραγωγή αυγών με ενισχυμένα λιπαρά Ω3. Τα αυγά ωμέγα 3 θεωρούνται το μέλλον της διατροφής. Η εταιρεία, στη συνεχή της προσπάθεια για πρωτοπορία, συνδυάζει την υψηλού βαθμού τεχνογνωσία της με την παράδοση και εισάγει στην αγορά τα BioNatural Βιολογικά Τσακίρη και τα Ελευθέρας Βοσκής Τσακίρη. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα Αβγά Βιολογικής Γεωργίας Τσακίρη, πιστοποιημένα από την aCert, έναν από τους μεγαλύτερους ελληνικούς οργανισμούς πιστοποίησης, είναι τα πρώτα και μοναδικά βιολογικά αυγά από φάρμα της Θεσσαλονίκης στα super markets. Για την εκτροφή των πουλερικών χρησιμοποιούνται καλαμπόκι, σιτάρι και τριφύλλι, όλα ελληνικά και προπάντων βιολογικά. Η εταιρεία διαθέτει ιδιόκτητες, σύγχρονες εγκαταστάσεις, που διέπονται από υψηλές αρχές υγιεινής, με εγκεκριμένο ωσοκοπικό κέντρο (EL-70), σύγχρονο συσκευαστήριο, μύλο ζωοτροφών και -το σημαντικότερο- έμπειρο και άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό. Τα ιδιόκτητα κτήματα της οικογένειας Τσακίρη στη Νεοχωρούδα αποτελούν κόσμημα για το χώρο της αυγοπαραγωγής.



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΗΣ

Ιωάννης Τσακίρης
Ιδιοκτήτης



Η εταιρεία έχει καθιερώσει ένα σύστημα διαχείρισης ασφάλειας τροφίμων, το οποίο είναι σε συμμόρφωση με το Διεθνές Πρότυπο για την ανάπτυξη και λειτουργία Συστημάτων Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων ISO 22000:2005.



Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Τα Αβγά Νεοχωρούδας Τσακίρη είναι οικογενειακή επιχείρηση. Ιδρύθηκε το 1963 και έκτοτε λειτουργεί με κάθετη δομή οργάνωσης (παραγωγή - διακίνηση - τροφοδοσία αγοράς). Επί αρκετές δεκαετίες, η εταιρεία τροφοδοτούσε την αγορά της Μακεδονίας, η ανάπτυξη της ωστόσο ήταν ραγδαία με αποκορύφωμα η μεγάλη γκάμα των προϊόντων της να βρίσκεται σε κάθε γωνιά της Ελλάδας.



ΧΡΗΣΙΜΑ INFO

- Αβγά Νεοχωρούδας Τσακίρη
Νεοχωρούδα Θεσσαλονίκης
- Τηλ. 2310 787545 - Fax 2310 787051
- E-mail: info@eggs.com.gr, info@avgat-sakiri.gr
- www.avgatsakiri.gr

ΑΒΓΑ ΝΕΟΧΩΡΟΥΔΑΣ
ΤΣΑΚΙΡΗ

ΑΒΓΑ ΤΣΑΚΙΡΗ Α.Ε.
ΝΕΟΧΩΡΟΥΔΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΤΗΛ. 2310 787.545
FAX. 2310 787.051
www.eggs.com.gr
email. info@eggs.com.gr

πειτε **Καλημέρα** με **6** φρέσκα αυγά **τσακίρη**
βιολογικά

από το 1963



ΝΤΟΠΙΑ - ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ - ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ

Στο πρότυπο κρεοπωλείο ΦΑΡΜΑ ΒΟΥΒΟΥΣΙΑ θα βρείτε κρεατικά εγγυημένης ποιότητας που είναι συνδυασμός παραδοσιακών μεθόδων εκτροφής και υψηλής τεχνολογίας.



Adv: Green Box

ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ



Φάρμα Βουβούσια

Κεντρικό κατάστημα:
Φαλήνη Λάρισας,
τηλ.: 2410 941459,
κιν.: 6936 859182

AC Episkopi

Agricultural Cooperative of

Αγροτικός Συνεταιρισμός Επισκοπής

διαλεγμένη φρεσκάδα



ΔΙΑΘΙΜΙΣΤΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ
ΠΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΕΙΤΑΙ ΜΕ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ
ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

ΕΠΙΣΚΟΠΗ ΑΝΘΕΜΙΩΝ, ΤΗΛ.23320 44494, FAX 23320 44900

Ελληνικό κριθάρι: η επιλογή που μας κάνει περήφανους

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιλέγουμε σταθερά και με συνέπεια ελληνικό κριθάρι για την παραγωγή της μπίρας μας:

- Από το 2008 μέχρι σήμερα έχουμε προμηθευτεί συνολικά περίπου 40.000 τόνους υψηλής ποιότητας ελληνικού κριθαριού από έλληνες παραγωγούς
- Με αίσθηση ευθύνης, συνεχίζουμε να αναπτύσσουμε και να εξελίσσουμε τη συνεργασία μας με τους έλληνες αγρότες, δημιουργώντας μία σειρά από οφέλη για τους ίδιους αλλά και για την ελληνική κοινωνία και οικονομία

Μαζί καλλιεργούμε ένα γόνιμο μέλλον!



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΜΒΟΛΙΑΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ
ΚΡΙΘΑΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΜΠΙΡΑΣ
ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε.

AMSTEL



— ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. —

