



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ Χ. ΒΛΑΣΤΟΥ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2009



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Η ΕΡΓΑΣΙΑ ΥΠΟΒΑΛΛΕΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΕΡΙΚΗ ΚΑΛΥΨΗ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ
ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ



ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ:
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ Χ. ΒΛΑΣΤΟΥ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:
ΕΙΡΗΝΗ ΚΥΡΙΑΛΟΠΟΥΛΟΥ - ΦΑΦΑΛΙΟΥ



00163054

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	
ΑΡ. ΕΙΣ.	6305A + CD
COMP.	44008
ΤΑΞΗ	664.362 ΒΝΑ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ	

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ
ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2009

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα ερευνητική εργασία γίνεται αναφορά στη αγορά ελαιολάδου και στον τρόπο αντιμετώπισης του προϊόντος τόσο από τους καταναλωτές όσο και από τους ίδιους τους παραγωγούς του. Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας είναι να αποτυπωθεί η υπάρχουσα κατάσταση της βιολογικής καλλιέργειας, οι ευκαιρίες ανάπτυξής της και η αποδοχή της από τους συμβαλλόμενους. Επιπρόσθετα, αναζητούνται τρόποι με τους οποίους μπορεί να βελτιωθεί ο συμβατικός τρόπος καλλιέργειας της ελιάς, στην περίπτωση κατά την οποία ο βιολογικός δεν είναι δυνατός, καθώς και οι δυνατότητες για την ανάπτυξη / δημιουργία πλήρως καταρτισμένων συνεταιριστικών δράσεων.

Η μεθοδολογία που ακολουθείται είναι ποιοτικής μορφής και έχει στοιχεία πρωτογενούς και δευτερογενούς έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, στην πρωτογενή έρευνα περιλαμβάνονται ερωτηματολόγιο, συνεντεύξεις από παραγωγούς και καταναλωτές, καθώς επίσης και από εξειδικευμένους γεωπόνους και, τέλος, από στελέχη μεγάλων πολυεθνικών εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο. Η δευτερογενής έρευνα, προκειμένου να υποστηρίξει τα αποτελέσματα της πρωτογενούς αντλεί στοιχεία μέσα από αντίστοιχες κλαδικές μελέτες που έχουν εκπονηθεί, το διαδίκτυο, και άρθρα που έχουν δημοσιευθεί στην Ελληνική και Ξένη βιβλιογραφία. Μετά τη θεωρητική ανάλυση του θέματος και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας ακολουθούν τα συμπεράσματά μας όσον αφορά την θετική αντιμετώπιση σχετικά με την δημιουργία καταρτισμένων συνεταιριστικών δράσεων αλλά και την αρνητική σε σχέση με την δημιουργία βιολογικής καλλιέργειας. Η πρόταση των λύσεων αφορά τέλος την παροχή κινήτρων στους αγρότες με παράλληλη επιμόρφωσή τους, και βελτίωση της οργάνωσης τροφοδοσίας της αγοράς μέσω της καλύτερης λειτουργίας των συνεταιρισμών.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερω την Επικ. Καθ. κυρία Ειρ. Φαφαλιού η οποία προσέφερε πολύτιμες υποδείξεις και συμβουλές καθ' όλη τη διάρκεια συγγραφής της διπλωματικής μου εργασίας.

Επίσης ιδιαίτερες ευχαριστίες στον πολύ καλό μου φίλο κ. Σκουλάκη Παναγιώτη για την συμπαράστασή του σε όλες τις δυσκολίες που αντιμετώπισα κατά την διάρκεια της συγγραφής αυτής της εργασίας.

Τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ στην θεία μου κ. Γουζέα Θεοδώρα για την ηθική και πρακτική της βοήθεια.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΔΗΛΩΣΗ	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	4
ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	6
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΣΚΟΠΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	11
ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	11
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ	12
ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΟΠΩΣ ΕΧΟΥΝ ΚΑΘΟΡΙΣΤΕΙ ΑΠΟ Δ.Σ.Ε.	15
1. Παρθένα Ελαιόλαδα	16
α) Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο	16
β) Παρθένο ελαιόλαδο	16
γ) Ελαιόλαδο λαμπάντε	17
δ) Παρθένο αγουρέλαιο	17
2. Εξευγενισμένο Ελαιόλαδο	17
3. Ελαιόλαδο αποτελούμενο από Εξευγενισμένα Ελαιόλαδα και Παρθένα Ελαιόλαδα	17
4. Ακατέργαστο Πυρηνέλαιο	18
5. Εξευγενισμένο Πυρηνέλαιο	18
6. Πυρηνέλαιο	18
ΟΡΓΑΝΟΛΗΠΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	19
ΑΝΑΛΥΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΓΕΥΣΤΙΚΟ- ΟΣΦΡΑΝΤΙΚΗΣ ΑΙΣΘΗΣΗΣ (flavour)	21
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΓΕΥΣΗΣ	21
Πικράδα	21
Ήκάντικο	22
Άρωμα του ελαιοκάρπου	22
ΓΕΝΙΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΑΡΩΜΑΤΟΣ	24
ΒΑΣΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΑ ΑΠΟ ΤΟ Δ.Σ.Ε.	25
ΕΠΙΠΛΕΓΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ Π.Ο.Π / Π.Γ.Ε	28
ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ	30
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	30
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΛΑΙΩΝΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	31
Κατάλληλη τοποθεσία	31
Επιλογή εδαφών και μέτρα διόρθωσής τους	32
Εγκατάσταση ελαιώνα και ποικιλίες	33
ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΙΚΕΣ ΦΡΟΝΤΙΔΕΣ	33
Θρεπτικές απαιτήσεις των ελαιόδεντρων	33
Τρόποι λίπανσης	34
Άρδευση	36

Κλάδεμα	37
ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΕΧΘΡΩΝ ΤΩΝ ΕΛΑΙΟΔΕΝΤΡΩΝ	37
ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ, ΕΚΘΛΙΨΗ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΚΑΡΠΟΥ ΚΑΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ	39
ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ	39
ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	40
ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ – ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	44
ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	50
ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	50
ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	50
ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ	54
ΕΜΠΟΡΙΑ	57
ΑΓΟΡΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	58
Ιαπωνία	59
Η.Π.Α.	61
Καναδάς	63
ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ	64
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ	66
Δραστηριότητα των συνεταιρισμών	67
Νέα πεδία επιχειρηματικότητας	68
Η εξωστρέφεια των συνεταιρισμών	68
Η πρόκληση των δυσκολιών	70
ΟΠΕ: ΜΕ ΝΕΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ	71
ΕΠΩΝΥΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	71
LOOK-ALIKES	75
ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ - ΕΠΩΝΥΜΟ ΠΡΟΪΟΝ	76
Τρόπος φύλαξης	76
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	78
ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ	78
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	78
ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	78
ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	79
ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	79
ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	79
ΟΡΙΣΜΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	80
ΤΟ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ	80
ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ	81
ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ	86
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ - ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	90
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	90
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	93
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΟΥ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	94
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ	96
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ: ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΞΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	101

ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 2.1 Παγκόσμια Παραγωγή ελαιολάδου 1997-2007.....	49
Διάγραμμα 3.1 Εξέλιξη Παραγωγής Ελαιολάδου (1996/97-2006/07).....	51
Διάγραμμα 3.2 Διαφημιστική δαπάνη ελαιολάδου (2002-2006).....	54
Διάγραμμα 4.1 Κατανομή Ερωτηθέντων Καταναλωτών κατά Φύλο.....	81
Διάγραμμα 4.2 Κατανομή Καταναλωτών Γυναικών Ερωτηθέντων κατά Ηλικία...	81
Διάγραμμα 4.3 Κατανομή Καταναλωτών Ανδρών Ερωτηθέντων κατά Ηλικία.....	81
Διάγραμμα 4.4 Προτίμηση Καταναλωτών ανά Τύπο Λαδιού.....	82
Διάγραμμα 4.5 Λόγοι Προτίμησης Καταναλωτών άλλων Τύπων Λαδιών.....	83
Διάγραμμα 4.6 Τρόποι Προμήθευσης Λαδιού.....	83
Διάγραμμα 4.7 Κατανομή Παραγωγών κατά Ηλικία.....	87
Διάγραμμα 4.8 Κατανομή Παραγωγών κατά Επάγγελμα.....	87
Διάγραμμα 4.9 Κατανομή Παραγωγών κατά Φύλο.....	87
Διάγραμμα 4.10 Τρόπος Εμπορίας Ελαιολάδου.....	87
Διάγραμμα 4.11 Κατανομή Παραγωγών ανά Τύπο Καλλιέργειας.....	87
Διάγραμμα 4.12 Κατανομή Παραγωγών κατά Ενασχόληση.....	87
Διάγραμμα 4.13 Λόγοι Αλλαγής Τύπου Καλλιέργειας.....	88
Διάγραμμα 4.14 Λόγοι Μη Αλλαγής Τύπου Καλλιέργειας.....	88
Διάγραμμα 4.15 Προϋποθέσεις Αλλαγής Τύπου Καλλιέργειας.....	88

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1 Παγκόσμια Παραγωγή Ελαιολάδου	9
Πίνακας 2.1 Εξέλιξη της καλλιέργειας βιολογικής ελιάς (1994-2005)	42
Πίνακας 2.2 Μέγεθος εγχώριας αγοράς βιολογικού ελαιολάδου (1999-2006)	44
Πίνακας 3.1 Παραγωγή Ελαιολάδου (1996/97 – 2006/7)	51
Πίνακας 3.2 Εξαγωγές Ελαιολάδου Ελλάδας, Ιταλίας, Ισπανίας (Οκτ. '07 - Ιουλ. '08).....	52
Πίνακας 3.3 Εισαγωγές Ελληνικού ελαιολάδου στην Ιαπωνία.....	61
Πίνακας 3.4 Κυριότεροι Προμηθευτές Καναδά	63
Πίνακας 4.1 Λόγοι Προτίμησης Ελαιολάδου (Καταναλωτές)	83
Πίνακας 4.2 Τρόπος Προμήθευσης (Καταναλωτές)	84
Πίνακας 4.3 Βιολογικό Ελαιόλαδο (Προτίμηση και Πρόθεση Τιμής).....	85
Πίνακας 4.4 Λόγοι Αλλαγής Τύπου Καλλιέργειας.....	89

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η μελέτη περιλαμβάνει το θεωρητικό μέρος, το οποίο προέκυψε τόσο από την εκτεταμένη βιβλιογραφική έρευνα όσο και από τους πολυάριθμους διαδικτυακούς τόπους, με στόχο την πληρέστερη πληροφόρηση, άλλα και το πειραματικό μέρος το οποίο προέκυψε από τα ερωτηματολόγια τα οποία απαντήθηκαν όχι μόνο από παραγωγούς και καταναλωτές ελαιολάδου, αλλά και από συνεντεύξεις με ειδικούς γεωπόνους που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη περιοχή και ασχολούνται συγκεκριμένα με τη βιολογική καλλιέργεια. Τέλος προέκυψε και από μελέτες περιπτώσεων αγροτών.

Το ελαιόλαδο είναι ένα εμπορεύσιμο είδος με τιμή που διαμορφώνεται κάθε σοδιά από την εκάστοτε προσφορά και ζήτηση. Προστατεύεται και προωθείται από το Δ.Σ.Ε (Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου) το οποίο μέσα από τις λειτουργίες του προσπαθεί να διασφαλίσει τόσο το ίδιο το προϊόν όσο και τους παραγωγούς αλλά ταυτόχρονα να διευρύνει την αγορά ελαιολάδου και την καλλιέργεια των ελαιόδεντρων.

Όχι μόνο για τους μεσογειακούς λαούς αλλά και τα τελευταία χρόνια για όποιον άνθρωπο θέλει να ακολουθήσει την μεσογειακή διατροφή το ελαιόλαδο αποτελεί ένα προϊόν υψηλής διατροφικής και βιολογικής αξίας. Σύμφωνα με στοιχεία του ΔΣΕ υπάρχουν, σήμερα, περί τα 750 εκατομμύρια ελαιόδενδρα, σε όλη την υδρόγειο, τα οποία καλύπτουν έκταση 9 εκατομμυρίων εκταρίων. Το 98%, περίπου, των ελαιόδενδρων φύονται στη λεκάνη της Μεσογείου και καλύπτουν το 95% της παγκόσμιας παραγωγής ελαιολάδου. Στην Ελλάδα τα ελαιόδεντρα καλλιεργούνται εδώ και 3.000 χρόνια με αποτέλεσμα σήμερα η Ελλάδα να κατέχει την τρίτη θέση στην

παγκόσμια αγορά ελαιολάδου. Την πρώτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη κατέχει η Ισπανία με το 1/3 της συνολικής παγκόσμιας παραγωγής, ενώ τη δεύτερη θέση κατέχει η Ιταλία. Το σύνολο της παραγωγής των τριών αυτών χωρών καλύπτει το 80% της παγκόσμιας παραγωγής (όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα)¹. Ταυτόχρονα, με την συνεχόμενη αύξηση της παραγωγής ελαιολάδου, παρατηρείται και αύξηση στην παγκόσμια κατανάλωση, η οποία οφείλεται κυρίως, στην αναγνώριση της διατροφικής αξίας του ελαιολάδου.

Πίνακας 1.1
Παγκόσμια Παραγωγή Ελαιολάδου

Ασία	4,2%
Αφρική	9,2%
Άλλες ήπειροι	5,5%
Ευρώπη	81,1%

Για εμάς τους Έλληνες που ξέρουμε από καλό λάδι (κατά μέσο όρο αντιστοιχούν 12 ελαιόδεντρα σε κάθε έλληνα πολίτη)² αποτελεί το μοναδικό προϊόν που συνδέθηκε όσο κανένα άλλο με την παραδοσιακή διατροφή μας. Οι τιμές και οι συνθήκες που διαμορφώνονται στις διεθνείς αγορές προκαλούν προβληματισμό και ενδεχομένως ανησυχία για το μέλλον του ελληνικού ελαιολάδου. Επιπλέον από την ελαιοκομική περίοδο 2005/06 το ελαιόλαδο υπόκειται σε νέο καθεστώς ενίσχυσης, το οποίο ορίζει την μερική ή ολική αποσύνδεση των πριμοδοτήσεων από την παραγωγή και τη δημιουργία ενός συστήματος ενιαίας ενίσχυσης ανά εκμετάλλευση³. Παρότι η ποιότητα του ελληνικού ελαιολάδου είναι εξαιρετική η χώρα μας δεν έχει καταφέρει να φέρει το

¹ <http://www.lesvosonline.gr>

² Εφημερίδα «Το πρώτο Θέμα» Κυριακή 5 Απριλίου 2009

³ <http://dir.icap.gr/news>

Ελληνικό Ελαιόλαδο στην πρώτη προτίμηση των καταναλωτών παγκοσμίως, ενώ σε πολλές περιπτώσεις το εθνικό μας προϊόν είναι παντελώς άγνωστο.

ΣΚΟΠΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Η καταγωγή μου είναι από την περιοχή που παράγει την δεύτερη σε μέγεθος ποσότητα ελαιολάδου στην Ελλάδα, την Μεσσηνία. Επηρεασμένη λοιπόν από την καθημερινή επαφή με τους αγρότες και ακούγοντας τους προβληματισμούς τους θέλησα μέσα από αυτήν την μελέτη να καταγράψω σε βάθος την υπάρχουσα κατάσταση. Διενεργώντας έρευνα με την μορφή ερωτηματολογίου, προσπάθησα να διερευνήσω τα προβλήματα και τις προοπτικές του κλάδου και έτσι να βοηθήσω με τον δικό μου τρόπο τους απλούς αγρότες και τους συνεταιρισμούς του τόπου μου και κατ' επέκταση όσους ασχολούνται με την συγκεκριμένη καλλιέργεια. Πιστεύω ότι η παράδοση μπορεί να συνεχιστεί και να είναι και κερδοφόρα όταν εμπλουτιστεί με τις σύγχρονες πρακτικές γι' αυτό στο τέλος της εργασίας κάνω κάποιες προτάσεις προσανατολισμένες στο σκοπό αυτό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μια εκτενής περιγραφή του ελαιολάδου ξεκινώντας από ιστορικές αναφορές και συνεχίζοντας σε πιο σύγχρονες τεχνικές κατάταξης και αξιολόγησης του, με βάση τα κριτήρια του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου. Επίσης, παρουσιάζεται ο τρόπος που εφαρμόζεται η βιολογική καλλιέργεια στο ελαιόδεντρο και τέλος γίνεται μια προσπάθεια σκιαγράφησης της εικόνας της παγκόσμιας αγοράς του ελαιολάδου δίνοντας έμφαση στη θέση της Ελλάδας μέσα σε αυτήν.

Μπορεί κάποιοι να μην γνωρίζουν την θέση της Ελλάδας στο χάρτη, εν' τούτοις όλο και περισσότεροι γνωρίζουν για το εξαιρετικό παρθένο λάδι της και τις ευεργετικές του ιδιότητες. Η όλο και περισσότερο δημοφιλής μεσογειακή διατροφή βασίζεται εν πολλοίς στο προϊόν του δέντρου που φυτρώνει εδώ και αιώνες στον τόπο μας. Η ιστορική του καταγραφή ξεκινάει από τους ολυμπιακούς αγώνες όπου ο “κότινος”, το στεφάνι αγριλιάς, ήταν το μοναδικό έπαθλο που έπαιρνε ο νικητής και συμβόλιζε την δόξα και την ελευθερία.

Οι ιστορικοί αναφέρουν το λεκανοπέδιο της Μεσογείου ως το μέρος όπου πρωτοεμφανίστηκαν τα ελαιόδεντρα. Η πρώτη καλλιέργεια ελαιοδέντρων στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκε στην Κρήτη το 3.500 π.Χ. στις αρχές της Μινωικής εποχής⁴ ενώ η συστηματική καλλιέργειά τους ξεκίνησε μετά το 2.000 π.Χ. και άρχισε να παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία του νησιού. Πολύ σύντομα ελαιόδεντρα άρχισαν να εμφανίζονται και στην υπόλοιπη Ελλάδα με αποτέλεσμα η ελιά να γίνει το κύριο θρεπτικό προϊόν στην διαίτα των Ελλήνων.

⁴ <http://nylou.com>

Η παραγωγή ελαιολάδου στην Ελλάδα συνεχίστηκε και κατά τη διάρκεια των Βυζαντινών χρόνων, όπου μάλιστα η Αυτοκρατορία έκανε σημαντικές εξαγωγές του προϊόντος. Ένα μεγάλο μέρος από τη συνολική παραγωγή εκείνης της εποχής προερχόταν από ελαιώνες που υπήρχαν στα Χριστιανικά μοναστήρια.⁵

Χιλιάδες οικογένειες, μέχρι και σήμερα, ασχολούνται με την παραγωγή ελαιολάδου στη χώρα μας, καθώς το έδαφος και οι κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν την καλλιέργεια και την ανάπτυξη των ελαιοδέντρων.

ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ

Οι μεγάλοι γιατροί της αρχαιότητας (Ιπποκράτης, Γαληνός κτλ) χωρίς να γνωρίζουν την χημική σύσταση του Ελαιολάδου, πίστευαν στην ευεργετική του επίδραση στην Υγεία του ανθρώπου. Δεν είναι καθόλου τυχαίο που η σύγχρονη Ιατρική, Παιδιατρική, Διαιτολογία και Γεροντολογία, ανακαλύπτουν ξανά το Ελαιόλαδο. Έρευνες, επιστημονικά τεκμηριωμένες αποδεικνύουν την ωφελιμότητα του Παρθένου Ελαιολάδου και συνιστούν την χρήση του, στην καθημερινή μας διατροφή.⁶

Ενδεικτικά αναφέρεται, ότι η μεν Παιδιατρική θεωρεί το Ελαιόλαδο σημαντικό παράγοντα ισορροπίας του μεταβολισμού και της ανάπτυξης του εγκεφάλου και των οστών η δε Γεροντολογία το θεωρεί απαραίτητο συμπλήρωμα στη διατροφή, λόγω της βιταμίνης Ε, η οποία επιβραδύνει την γήρανση. Θετική είναι η επίδραση του Ελαιολάδου και στο στομάχι και γενικότερα το πεπτικό σύστημα, αποτελεί επίσης ασπίδα προστασίας απέναντι στην αρτηριοσκλήρωση, την ρευματοειδή αρθρίτιδα, την χοληστερίνη, αλλά κυρίως, στα καρδιαγγειακά νοσήματα και τον καρκίνο.⁷

Το ελαιόλαδο περιέχει πληθώρα μικροσυστατικών με ιδιότητες ευεργετικές για την

⁵ Ελαιόλαδο - Ρυθμολογία 2007, icap

⁶ www.messinia.net

υγεία, όπως βιταμίνη Ε, πολυφαινόλες, τερπενικά οξέα, σκουαλένιο και φυτοστερόλες λόγω λουπόν της χαμηλής περιεκτικότητας του σε πολυακόρεστα λίπη και σε συνδυασμό με τις περιεχόμενες αντιοξειδωτικές ενώσεις καθίσταται σχετικά ανθεκτικό στις οξειδώσεις. Ειδικότερα:

- Η βιταμίνη Ε αποτελεί σημαντικό βιολογικό αντιοξειδωτικό, με αποτέλεσμα να εμποδίζει σειρά οξειδώσεων στον οργανισμό.
- Οι πολυφαινόλες είναι ενώσεις που εμφανίζουν αντιοξειδωτική δράση και έχουν συνδεθεί με μικρότερη πιθανότητα εμφάνισης καρδιαγγειακών νοσημάτων, μερικών τύπων καρκίνου και φλεγμονής.
- Τα τερπενικά οξέα έχουν αναφερθεί ως ηπατοπροστατευτικοί, αντιφλεγμονώδεις και αντικαρκινικοί παράγοντες.
- Το σκουαλένιο, σε συνδυασμό με τις πολυφαινολικές ενώσεις και τα μονοακόρεστα λιπαρά, συμβάλλει στην αντιφλεγμονώδη και πιθανόν να συνεισφέρει, στην αντικαρκινική δράση του ελαιολάδου, ιδιαιτέρως κατά του καρκίνου του παχέος εντέρου.
- Οι φυτοστερόλες θεωρούνται σημαντικά διατροφικά συστατικά για την ελάττωση της LDL-χοληστερόλης (κακής χοληστερόλης), και κατ' επέκταση για την προστασία από καρδιαγγειακά νοσήματα, ενώ συγχρόνως εμφανίζουν αντικαρκινικές και αντιφλεγμονώδεις δράσεις.⁸

Το ελαιόλαδο είναι πλούσιο σε λιποδιαλυτές βιταμίνες Α, D, και Ε, ενώ περιέχει ακόμη Β και C. Η βιταμινική του αξία οφείλεται στη βιταμίνη Α και Ε. Η βιταμίνη Ε θεωρείται ως απαραίτητος παράγοντας για τη διατήρηση της κανονικής

⁷(<http://www.messinia.net.gr>)

⁸(<http://www.citypress.gr>)

αναπαραγωγικής ικανότητας του οργανισμού.



Από τον Ιπποκράτη, το Θεόφραστο, τον Αριστοτέλη, τον Ερμύπο, τον Αριστοφάνη, τον Πausανία, τον Πλίνιο και τον Όμηρο αναφέρονται συνολικά 16 διαφορετικές ποικιλίες σε όλη την Ελλάδα, που ανάλογα τον προορισμό τους, το σχήμα του καρπού τους αλλά και τον τρόπο παρασκευής τους κατατάσσονται

ως εξής:

1. Καλλιστέφανος: Αναφέρεται από τον Αριστοτέλη και πρόκειται για την αγριελιά που φυόταν στην Ολυμπία και από την οποία φτιάχνονταν τα στεφάνια των Ολυμπιονικών.
2. Φαυλία ή Φαύλιος: Αναφέρεται από το Θεόφραστο ως ποικιλία χωρίς μεγάλο ενδιαφέρον, με λευκό και μικρού μεγέθους καρπό.
3. Εχίνος: Τα φύλλα της ποικιλίας αυτής έφεραν στην απόληξή τους μια μεγάλη αγκάθα.
4. Στεμφυλίτης: Αυτή έφερε καρπούς μελανούς, κατάλληλους να γίνουν με σύνθλιψη θλαστοί και να παρασκευαστούν με αλάτι. Από τον Ιπποκράτη οι ελιές αυτές καλούνται «τρύγες στεμφυλίτιδες». Οι ελιές που είχαν προσβληθεί από το δάκο ή από σκώληκες ονομάζονταν «πιτυρίδες». Σύμφωνα με άλλους συγγραφείς «πιτυρίς ή επίτυρις» ήταν είδος αλατισμένων ελιών.
5. Μορία: Αναφέρεται από τον Αριστοφάνη και πρόκειται για την ήμερη ελιά, δηλαδή την ιερή ελιά της θεάς Αθηνάς, που βρισκόταν στο σηκό του Ερεχθείου, και από την οποία εξαπλώθηκε η καλλιέργεια του ιερού δέντρου σ' ολόκληρη την Αττική.
6. Δρυπελής ή Ρυσσή: Είδος ελιάς που έφερε μεγάλο καρπό, σαν βελανίδι,

ωρίμαζε δε μόνος του πάνω στο δέντρο και τελικά έπεφτε αφού συρρικνωνόταν. Οι ελιές αυτές παρασκευάζονταν με άφθονο αλάτι και πιθανώς έμοιαζαν με τις κρητικές αλατοσολιές.

7. Ραφανίς: Είδος ελιάς που ο καρπός της έμοιαζε με ραφανίδα, δηλαδή με ραπάνι.
8. Νίτρις: Είδος ελιάς, της οποίας οι καρποί παρασκευάζονταν επίσης με αλάτι.
9. Κολυμβάς ή Νηκτρίς ή Βομβία: Οι καρποί της διατηρούνταν ολόκληροι μέσα σε άρμη και λάδι. Πρόκειται για τις ελιές τις οποίες σήμερα ονομάζουμε κολυμβάδες ή κολυμπιστές.
10. Αλμάς ή Υποπάρθενος: Ο καρπός της διατηρούνταν επίσης μέσα σε άρμη.
11. Ορχάς ή Ορχέμων: Είδος ελιάς με καρπό σε σχήμα όρχη.
12. Γεργέριμος ή Ισχάς: Είδος ελιάς ο καρπός της οποίας έπεφτε από το δέντρο μετά από πλήρη ωρίμανση.
13. Γογγυλίσ: Ποικιλία της οποίας οι καρποί της έμοιαζαν με τους χουρμάδες.
14. Τράμπελος: Άγνωστη μέχρι σήμερα ποικιλία ελιάς.
15. Ισχιάς: Ποικιλία της οποίας ο καρπός είχε σχήμα νεφρού.
16. Λευκόκαρπος: Πρόκειται μάλλον για την ίδια ποικιλία με την Φαυλία.⁹

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΟΠΩΣ ΕΧΟΥΝ ΚΑΘΟΡΙΣΤΕΙ ΑΠΟ

Δ.Σ.Ε.¹⁰

Το παρθένο ελαιόλαδο, ανεξάρτητα από την περαιτέρω ποιοτική διαβάθμισή του, είναι φυσικό προϊόν, χωρίς επεμβάσεις οι οποίες ίσως είναι δυνατόν να αλλοιώσουν τα φυσικά χαρακτηριστικά του γνωρίσματα. Παραλαμβάνεται με μηχανικά ή φυσικά μέσα από τον ελαιόκαρπο, δεν έχει υποστεί κανενός είδους επεξεργασία και, αν η

⁹ www.clab.edc.uoc.gr

¹⁰ www.internationaloliveoil.org

θερμοκρασία που αναπτύσσεται κατά τη διαδικασία παραλαβής του δεν ξεπερνά τους 33⁰C, δεν υποβαθμίζει την ποιότητά του.

Το 1985 το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου καθιέρωσε διάφορες κατηγορίες ελαιολάδου, οι οποίες ισχύουν μέχρι σήμερα. Σύμφωνα με τις εν λόγω κατηγορίες, το ελαιόλαδο διαχωρίζεται σε:

1. Παρθένα Ελαιόλαδα.

Είναι τα έλαια τα οποία λαμβάνονται από τον ελαιόκαρπο μόνο με μηχανικές μεθόδους ή άλλες φυσικές επεξεργασίες με συνθήκες που όμως δεν προκαλούν αλλοίωση του ελαίου, και τα οποία δεν έχουν υποστεί καμία άλλη επεξεργασία πλην της πλύσης, της μετάγγισης, της φυγοκέντρισης και της διήθησης· εξαιρούνται τα έλαια που λαμβάνονται με διαλύτες, με βοηθητικές ύλες παραλαβής, οι οποίες έχουν χημική ή βιοχημική δράση, ή με μεθόδους επανεστεροποίησης ή πρόσμειξης με έλαια άλλης φύσης.

Τα έλαια αυτά κατατάσσονται στην αναλυτική ταξινόμηση με τις ακόλουθες ονομασίες:

α) Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο.

Εξαιρετικό παρθένο ονομάζεται το ελαιόλαδο του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν υπερβαίνει τα 0,8 g ανά 100 g ενώ τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με όσα προβλέπονται για την κατηγορία αυτή.

β) Παρθένο ελαιόλαδο.

Παρθένο ονομάζεται το ελαιόλαδο του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν υπερβαίνει τα 2 g ανά 100 g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα όσα προβλέπονται για την

κατηγορία αυτή.

γ) Ελαιόλαδο λαμπάντε.

Είναι το ελαιόλαδο με περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που υπερβαίνει τα 2 g ανά 100 g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα όσα προβλέπονται για την κατηγορία αυτή.

δ) Παρθένο αγουρέλαιο

Το παρθένο αγουρέλαιο, όπως το λέει και η ονομασία του, είναι το ελαιόλαδο του οποίου ο καρπός συλλέγεται πολύ νωρίς κι εκθλίβεται «άγουρος». Περιέχει υψηλότερες ποσότητες βιταμινών (κυρίως βιταμίνη Ε), ενώ η οξύτητά του είναι εξόχως χαμηλή. Το αγουρέλαιο είναι ένα ιδιαίτερα ξεχωριστό ελαιόλαδο, γι' αυτό άλλωστε και οι Άγγλοι το αποκαλούν «first class olive oil».

2. Εξευγενισμένο Ελαιόλαδο.

Είναι ελαιόλαδο το οποίο λαμβάνεται από τον εξευγενισμό παρθένων ελαιολάδων, των οποίων η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν είναι δυνατό να υπερβαίνει τα 0,3 g ανά 100 g και των οποίων τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

3. Ελαιόλαδο αποτελούμενο από Εξευγενισμένα Ελαιόλαδα και Παρθένα Ελαιόλαδα.

Είναι το έλαιο το οποίο προέρχεται από την ανάμειξη εξευγενισμένου ελαιόλαδου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιόλαδο λαμπάντε, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν είναι δυνατό να υπερβαίνει το 1g ανά 100g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

4. Ακατέργαστο Πυρηνέλαιο.

Είναι έλαιο που λαμβάνεται από τους πυρήνες της ελιάς κατόπιν επεξεργασίας με διαλύτες ή με φυσικά μέσα ή έλαιο που αντιστοιχεί, με εξαίρεση ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, σε ελαιολάδο λαμπάντε· εξαιρούνται τα έλαια που λαμβάνονται με διεργασίες επανεστεροποίησης και κάθε πρόσμειξης με έλαια άλλης φύσης και των οποίων τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

5. Εξευγενισμένο Πυρηνέλαιο.

Είναι το έλαιο που λαμβάνεται από τον εξευγενισμό του ακατέργαστου πυρηνελαίου, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφρασμένη σε ελαϊκό οξύ, δεν είναι δυνατό να υπερβαίνει τα 0,3 g ανά 100 g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

6. Πυρηνέλαιο.

Έτσι ονομάζεται το έλαιο που αποτελείται από μείγμα εξευγενισμένου πυρηνελαίου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιολάδο λαμπάντε, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν είναι δυνατό να υπερβαίνει το 1g ανά 100g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

ΟΡΓΑΝΟΛΗΠΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ¹¹

Εκτός από τη χημική ανάλυση των ελαιολάδων, η οργανοληπτική αξιολόγησή τους είναι εξαιρετικά σημαντική και υπερβαίνει, ενδεχομένως, σε σημασία τις χημικές αναλύσεις. Το Σεπτέμβριο του 2002 υιοθετήθηκε η μέθοδος οργανοληπτικής αξιολόγησης του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, όπου γίνεται εκτενής αναφορά στον προσδιορισμό του γενικού λεξιλογίου για την αισθητήριο ανάλυση, των προδιαγραφών της αίθουσας δοκιμών, του ειδικού λεξιλογίου για το ελαιόλαδο, τις προδιαγραφές του ποτηριού δοκιμών, της μεθοδολογίας και της διαδικασίας για την οργανοληπτική αξιολόγηση και ταξινόμηση του παρθένου ελαιολάδου. Αυτή η μέθοδος εφαρμόζεται μόνο στα παρθένα ελαιόλαδα.

Η νέα μέθοδος οργανοληπτικής αξιολόγησης διαφέρει σημαντικά από την προηγούμενη μέθοδο, η οποία ήταν σε ισχύ μέχρι τον Αύγουστο του 2002. Στη νέα μέθοδο, η κάθε χαρακτηριστική ιδιότητα βαθμολογείται σε μία συνεχή κλίμακα από 0-10, στην οποία ο δοκιμαστής σημειώνει την ένταση με την οποία αντιλαμβάνεται το κάθε χαρακτηριστικό. Εκτός από τις θετικές ιδιότητες «φρουτώδες», «πικρό» και «πικάντικο», αξιολογούνται επίσης και οι αρνητικές γεύσεις του ελαιολάδου, όπως «ατροχάδο», «μουχλιασμένο», «κρασώδες-ξυδάτο», «μούργα», «μεταλλικό», και «ταγγισμένο».

Η ταξινόμηση του ελαιολάδου δε γίνεται από ένα μεμονωμένο δοκιμαστή. Η κατηγορία θα ληφθεί, μετά από στατιστική αξιολόγηση όλων των αποτελεσμάτων από μια ομάδα δοκιμαστών οκτώ έως δώδεκα ατόμων. Προκειμένου να περιοριστεί η επίδραση των ακραίων τιμών στο τελικό αποτέλεσμα, αυτό θα προκύψει από τη διάμεση τιμή όλων των αποτελεσμάτων και όχι από τον μέσο όρο. Η διάμεση τιμή του

¹¹ <http://www.internationaloliveoil.org/>

ελαττώματος με την υψηλότερη ένταση ορίζεται ως η διάμεσος της ατέλειας. Η τιμή του συντελεστή διακύμανσης για το ελάττωμα αυτό δεν μπορεί να υπερβεί το 20%, διαφορετικά το αποτέλεσμα της ομάδας των δοκιμαστών δεν ισχύει και η αξιολόγηση θα πρέπει να επαναληφθεί

Υπάρχουν οι ακόλουθες κατηγορίες ταξινόμησης:

- *Κατηγορία 1 για το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο:* η διάμεσος τιμή των ελαττωμάτων είναι 0 και η διάμεσος του θετικού χαρακτηριστικού “φρουτώδες” είναι μεγαλύτερη από το 0.
- *Κατηγορία 2 για το παρθένο ελαιόλαδο:* η διάμεσος τιμή των ελαττωμάτων είναι μεγαλύτερη από 0 και μικρότερη ή ίση από 2,5 ενώ η διάμεσος τιμή της ιδιότητας “φρουτώδες” είναι μεγαλύτερη από το 0.
- *Κατηγορία 3α και β για το ελαιόλαδο τύπου λαμπάντε:*
 - α) Η διάμεσος τιμή των ελαττωμάτων είναι μεγαλύτερη από 2,5
 - β) Η διάμεσος τιμή των ελαττωμάτων είναι μικρότερη από 2,5 και η διάμεσος τιμή της ιδιότητας “φρουτώδες” είναι μηδέν.

Λόγω της βελτίωσης της ποιότητας, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διέγραψε την κατηγορία “κοινό παρθένο ελαιόλαδο” από την 1η Νοεμβρίου του 2003, και την συμπεριέλαβε στην κατηγορία ελαιολάδου τύπου λαμπάντε.

Η οργανοληπτική αξιολόγηση πρέπει να πραγματοποιείται από ομάδες δοκιμαστών, 8 έως 12 ατόμων, οι οποίοι έχουν επιλεγεί και εκπαιδευτεί κατάλληλα. Οι ομάδες αυτές είναι διαπιστευμένες για κάθε χώρα. Σε περίπτωση κατά την οποία μια ομάδα δοκιμαστών απορρίπτει ένα δείγμα ελαιολάδου, ο ενδιαφερόμενος μπορεί να ζητήσει από τις εθνικές αρχές να γίνουν δύο επαναξιολογήσεις. Αυτές πραγματοποιούνται από δύο άλλες εγκεκριμένες ομάδες οργανοληπτικής αξιολόγησης, η μία εκ των οποίων

προέρχεται από το κράτος μέλος του παραγωγού. Το ελαιόλαδο είναι σύμφωνο με τη δηλωμένη κατηγορία εφ' όσον αυτές οι δύο επιτροπές επιβεβαιώνουν το δηλωμένο βαθμό.¹²

ΑΝΑΛΥΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΓΕΥΣΤΙΚΟ-ΟΣΦΡΑΝΤΙΚΗΣ ΑΙΣΘΗΣΗΣ (flavour)

Λόγω της μεγάλης σημασίας της οργανοληπτικής αξιολόγησης του ελαιολάδου και του σημαντικού αριθμού εξειδικευμένου προσωπικού που απαιτείται για τη δημιουργία ομάδων δοκιμαστών, έχουν γίνει πολλές προσπάθειες προκειμένου να υπάρξουν κάποιες ανεξάρτητες μέθοδοι ανάλυσης για τον προσδιορισμό της οργανοληπτικής του ποιότητας. Η γευστικό-οσφραντική αίσθηση αποτελεί για τον καταναλωτή μια από τις σημαντικότερες ποιοτικές παραμέτρους του ελαιολάδου. Είναι δυνατόν να υπάρχουν δείγματα ελαιολάδου των οποίων οι τιμές των χημικών παραμέτρων να εναρμονίζονται πλήρως με την υφιστάμενη νομοθεσία, μπορεί όμως να έχουν άσχημη γεύση και οσμή η οποία γίνεται αντιληπτή μόνο από εξειδικευμένη ομάδα δοκιμαστών. Γι' αυτόν το λόγο, η γευστικό-οσφραντική αίσθηση αποτελεί σημαντικό θέμα για το μέλλον.¹³

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΓΕΥΣΗΣ

Πικράδα

Το φρέσκο ελαιόλαδο χαρακτηρίζεται από πικρή, στυπτική και πικάντικη γεύση. Οι πικρές και στυπτικές ενώσεις στο ελαιόλαδο σχετίζονται με τις φαινολικές και πολυφαινολικές ενώσεις.

¹²Mateos R., Cert A., Perez-Camino M.C., Garcia J.M., 2004

¹³Dachtler M., Engelen C., Boucon C., Dol G., 2004

Πικάντικο

Η πικάντικη αίσθηση σχετίζεται συνήθως με την ένωση deacetoxyligstroside aglycon (DLA). Η ένωση αυτή μπορεί να απομονωθεί από το παρθένο ελαιόλαδο με γρήγη εκχύλιση. Είναι χαρακτηριστικό ότι, ενώ οι περισσότερες πολυφαινόλες έχουν πικρή και στυπτική γεύση, το κλάσμα που περιέχει την DLA δημιουργεί ισχυρή αίσθηση καψίματος στο πίσω μέρος του λαμού. Αντίθετα, το κλάσμα που περιέχει το άγλυκο τμήμα της δεακετοξυ-ελευρωπαίνης (deacetoxy-oleuropein aglycon) σε ανάλογες συγκεντρώσεις, παράγει μόνο μια μικρή αίσθηση καψίματος/μουδιάσματος, η οποία γίνεται περισσότερο αντιληπτή στη γλώσσα. Κανένα άλλο πολυφαινολικό κλάσμα από τα αναλυθέντα ελαιόλαδα δε δημιουργεί την έντονη αίσθηση του καψίματος. Κατά συνέπεια, το DLA είναι η πολυφαινόλη στην οποία οφείλεται η αίσθηση του καψίματος που παρατηρείται στα πικάντικα εξαιρετικά παρθένα ελαιόλαδα.¹⁴

Άρωμα του ελαιοκάρπου

Το λεπτό άρωμα του ελαιολάδου εξαρτάται από πολλούς και διαφορετικούς παράγοντες όπως την ποικιλία, το κλάδεμα των ελαιόδενδρων, τις εδαφολογικές συνθήκες, το υψόμετρο του ελαιώνα, το κλίμα και τις καιρικές συνθήκες, το στάδιο ωρίμανσης κατά τη συγκομιδή, τη μέθοδο συγκομιδής, τις συνθήκες αποθήκευσης και τέλος την επεξεργασία του καρπού.

Σε κάθε χώρα υπάρχουν ορισμένες ποικιλίες ιδιαίτερης σπουδαιότητας. Στην Ελλάδα, καλλιεργούνται ευρέως οι ποικιλίες Κορωνέικη, Καλαμάτας και η Μαστοειδής. Στην Ιταλία, οι ποικιλίες Coratina, Frantoio, Leccino και Biancolilla καλύπτουν ένα μεγάλο μέρος των καλλιεργούμενων ελαιόδενδρων και τέλος στην Ισπανία, οι ποικιλίες Arbequina, Cornicabra, Hojiblanca και Picual είναι μεγάλης

σπουδαιότητας, ιδιαίτερα η τελευταία η οποία προσδίδει φρουτώδη γεύση φραγκοστάφυλου στο ελαιόλαδο. Όσο μεγαλύτερο είναι το υψόμετρο του ελαιώνα τόσο καλύτερο είναι το παραγόμενο ελαιόλαδο.

Ο χρόνος της συγκομιδής, μαζί με τη φάση ωρίμανσης, έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον καθορισμό της γεύσης. Οι πράσινες ελιές γίνονται μαύρες, αφού περάσουν ένα ενδιάμεσο στάδιο με μελανο-ιώδες χρώμα. Μαζί με αυτήν την αλλαγή χρώματος συμβαίνει παράλληλα και μια αλλαγή στη γεύση. Η πικάντικη και πικρή γεύση μειώνεται κατά τη διάρκεια της ωρίμανσης ενώ οι φρουτώδεις γεύσεις αυξάνονται. Το στάδιο αυτό συμπίπτει με τη μεγαλύτερη περιεκτικότητα του καρπού σε ελαιόλαδο και με την περισσότερη συγκέντρωση αρωματικών συστατικών. Στη συνέχεια όμως, όσο περισσότερο χρόνο ο ελαιόκαρπος μένει στην αποθήκη τόσο μεγαλώνει η μείωση των συστατικών αυτών.

Σημαντικός επίσης θεωρείται και ο τρόπος συγκομιδής όσος αφορά την ποιότητα του ελαιολάδου. Ο καλύτερος τρόπος είναι η συγκομιδή με τα χέρια. Εντούτοις, η μέθοδος αυτή είναι χρονοβόρος, έχει υψηλό κόστος και εφαρμόζεται μόνο σε επιλεγμένες ποικιλίες επιτραπέζιων ελιών. Άλλος τρόπος συγκομιδής είναι με ραβδισμό των κλάδων του δένδρου και συλλογή των καρπών σε δίχτυα ελαιοσυλλογής που απλώνονται κάτω από τα δένδρα. Συγκομιδή του καρπού μπορεί επίσης να γίνει με φορητά ελαιοραβδιστικά μηχανήματα. Υπάρχουν επίσης ειδικές συσκευές οι οποίες προσαρμόζονται σε ελκυστήρα και προκαλούν δόνηση ολόκληρου του δένδρου με παλινδρομική κίνηση και πτώση των καρπών. Τέλος, ιδιαίτερα σε περιοχές στις οποίες η εξεύρεση εργατικών χεριών είναι δύσκολη, η συγκομιδή γίνεται με φυσιολογική πτώση των καρπών στο έδαφος. Το ελαιόλαδο που παράγεται με τη μέθοδο αυτή είναι

¹⁴ Andrewes P., Busch J.L.H.C, de Joode T., Groenewegen A., Alexandre H., 2003

υποβαθμισμένης ποιότητας, ιδιαίτερα, όταν οι καρποί παραμένουν για μεγάλο χρονικό διάστημα στο έδαφος (το λάδι παρουσιάζει αυξημένη οξύτητα).¹⁵

ΓΕΝΙΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΑΡΩΜΑΤΟΣ¹⁶

Για τα περισσότερα τρόφιμα, το άρωμα αποτελεί για τους καταναλωτές έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες για την αγορά του προϊόντος. Γι' αυτό και οι βιομηχανίες τροφίμων δίνουν ιδιαίτερη σημασία στο άρωμα των προϊόντων που παράγουν. Ο πιο κοινός τρόπος για τον έλεγχο του αρώματος είναι η δημιουργία μιας ομάδας εκπαιδευμένων δοκιμαστών, οι οποίοι αξιολογούν την οργανοληπτική ποιότητα των τροφίμων. Πρόκειται όμως για μια χρονοβόρα διαδικασία, η οποία απαιτεί εξειδικευμένα άτομα (τουλάχιστον οκτώ για την επίσημη δοκιμή του ελαιόλαδου) προκειμένου να πετυχαίνει επαναλαμβανόμενα και αξιόπιστα αποτελέσματα. Επειδή σε πολλές βιομηχανίες αυτό δεν είναι εφικτό, σε πολλές περιπτώσεις μεμονωμένοι εμπειρογνώμονες είναι υπεύθυνοι για την οργανοληπτική ποιότητα του προϊόντος.

Μια άλλη προσέγγιση είναι να αξιολογηθεί η οργανοληπτική ποιότητα, ιδιαίτερα οι αρωματικές ενώσεις, με αναλυτικές μεθόδους. Αυτή η ανάλυση περιλαμβάνει την προετοιμασία των δειγμάτων, το διαχωρισμό των πτητικών ενώσεων, την ανίχνευσή τους, τον ποσοτικό προσδιορισμό και την αξιολόγηση των ορίων, των ανοχών και των βέλτιστων συγκεντρώσεων. Τα αποτελέσματα επιτρέπουν στη βιομηχανία να βελτιστοποιήσει την παραγωγή των τροφίμων, όσον αφορά το άρωμα, και να αποτρέψει τη δημιουργία ανεπιθύμητων γεύσεων με τη βοήθεια μιας ανεξάρτητης μεθόδου. Στην δεύτερη αυτή προσέγγιση δεν υποτιμάται η οργανοληπτική αξιολόγηση, διότι αυτή καθορίζει και πάλι τα πρότυπα για τη βαθμολόγηση της αναλυτικής μεθόδου.

¹⁵ Dachtler M., Engelen C., Boucon C., Dol G., 2004

¹⁶ Dachtler M., Engelen C., Boucon C., Dol G., 2004

ΒΑΣΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΑ ΑΠΟ ΤΟ

Δ.Σ.Ε.¹⁷

Τα βασικά κριτήρια για την αξιολόγηση της ποιότητας του ελαιολάδου είναι: η οξύτητα, η οξειδωση, το χρώμα και τα οργανοληπτικά του χαρακτηριστικά (οσμή και γεύση). Όλα αυτά εξαρτώνται τόσο από τη σύσταση του ελαιολάδου στον ελαιόκαρπο, όσο και από τις διάφορες αλλοιώσεις τις οποίες υφίσταται στα διάφορα στάδια τα οποία μεσολαβούν μέχρι την ωρίμανση και την μετατροπή του σε λάδι.

1. **Οξύτητα.** Η οξύτητα αποτελεί το βασικότερο κριτήριο ποιοτικής αξιολόγησης του ελαιολάδου τόσο για τους επαγγελματίες όσο και για τους απλούς καταναλωτές. Καθορίζει την ποιοτική κατάταξη, τη διαβάθμιση αλλά και τον καθορισμό της τιμής του ελαιόλαδου. Τα λιπαρά οξέα στο λάδι είναι είτε ελεύθερα είτε δεσμευμένα με μια αλκοόλη, τη γλυκερόλη. Τα ελεύθερα λιπαρά οξέα διαμορφώνουν την οξύτητα του λαδιού. Η οξύτητα που δίνεται, εκφράζεται συνήθως επί τοις εκατό (1,5%). Όσο πιο υψηλό είναι το ποσοστό, τόσο πιο πολλά είναι τα ελεύθερα λιπαρά οξέα. Η ανάπτυξη της οξύτητας οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, οι οποίοι αρχίζουν να επηρεάζουν τον καρπό από πολύ νωρίς, όπως ο δάκος, που τυχόν έχει προσβάλει την ελιά, το πλήγμα του καρπού κατά τη συγκομιδή, ο χρόνος και ο τρόπος αποθήκευσης του ελαιοκάρπου, και κυρίως ο τρόπος της τελικής έκθλιψης του στο ελαιοτριβείο. Ο βαθμός οξύτητας του ελαιολάδου υποδηλώνει την περιεκτικότητα του προϊόντος σε ελαιικό οξύ. Ο τρόπος συγκομιδής, αποθήκευσης και έκθλιψης επηρεάζει, επίσης, σε μεγάλο βαθμό την τελική οξύτητα του ελαιολάδου. Η οξύτητα εκφράζεται σε γραμμάρια ελεύθερου ελαιικού οξέος ανά 100 γραμμάρια λιπαρής ύλης και αποτελεί τον βαθμό οξύτητάς του ελαιολάδου. Η οξύτητα του ελαιολάδου είναι αυτή που καθορίζει: α) το πόσο βρώσιμο είναι (οξύτητα μέχρι 2 γραμμάρια.) και β) το

¹⁷<http://www.elia-diktvo.gr>

βιομηχανικό ελαιόλαδο (οξύτητα μεγαλύτερη των 2 γραμμάρια). Με βάση την οξύτητα, το ελαιόλαδο, διακρίνεται σε βρώσιμο (οξύτητα έως 3,3%) και σε βιομηχανικό (οξύτητα μεγαλύτερη από 3,3%).

2. **Οξείδωση.** Ονομάζεται και «τάγγιση» του ελαιολάδου. Πρόκειται για σοβαρή αλλοίωση η οποία συνδέεται κυρίως με τις ακατάλληλες συνθήκες στις οποίες εκτίθεται το λάδι μετά την εξαγωγή του από το ελαιοτριβείο (ακατάλληλα δοχεία αποθήκευσης, έκθεση στον ήλιο κ.λπ.). Η επικινδυνότητα της οξείδωσης, για τον ανθρώπινο οργανισμό, εξαρτάται από τον βαθμό της αλλοίωσης. Για τον προσδιορισμό της οξείδωσης απαιτούνται εργαστηριακές μετρήσεις, κυρίως με τη μέτρηση του αριθμού των υπεροξειδίων. Επίσης οι πολυφαινόλες και ο ακόρεστος υδρογονάνθρακας σκουαλένιο παίζουν σημαντικό ρόλο στον περιορισμό της οξείδωσης των λιπαρών οξέων του ελαιολάδου (τάγγισμα).

Η οξείδωση, η οποία υποβοηθείται από τις συνθήκες αποθήκευσης του ελαιολάδου (φως, οξυγόνο κλπ.), μπορεί να προκαλέσει σημαντική ζημιά σε αυτό. Ο γευστιγνώστη μπορεί πολύ εύκολα να την ανιχνεύσει, ακόμη και χωρίς εργαστηριακή εξέταση, αφού αφήνει μια ιδιότυπη, δυσάρεστη (έως και πολύ ενοχλητική, αναλόγως με το βαθμό της οξείδωσης) γεύση. Οι ελαιοπαραγωγοί έχουν την δυνατότητα να διακρίνουν, στοιχειωδώς, το καλό από το υποβαθμισμένο ελαιόλαδο, με την βοήθεια της εμπειρίας τους. Στην Κρήτη η μυρουδιά αυτή λέγεται 'χωματίλα'. Η οξείδωση αποτελεί αδιάψευστο μάρτυρα των διαφόρων αλλοιώσεων που έχει υποστεί ο ελαιόκαρπος και το ελαιόλαδο.

3. **Χρώμα.** Τα χρώματα του ελαιολάδου παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον και κυμαίνονται, συνήθως, από το πολύ βαθύ πράσινο, το ανοιχτό φωτεινό πράσινο, το σκοτεινό κίτρινο και το ανάλαφρο διαφανές κίτρινο, έως και το κίτρινο με μερικές

ανταύγειες πράσινου. Οι χρωστικές ουσίες που επικρατούν στον καρπό τη στιγμή της συγκομιδής είναι εκείνες που καθορίζουν το χρώμα του. Όταν η συγκομιδή του καρπού έχει γίνει ωρίς, όταν ακόμη είναι άγουρος ή ημι-ώριμος, κατά κανόνα, το ελαιόλαδο έχει πράσινο χρώμα. Μέσα σ' έναν άγουρο ή ελαφρά ώριμο καρπό που παρουσιάζει τις πρώτες μοβ-μπλε ανταύγειες κυριαρχεί η χλωροφύλλη. Η γεύση αυτών των ελαιολάδων είναι, συνήθως, έντονα φρουτώδης, ενώ συχνά κυριαρχεί και μια ανάλαφρη επίγευση φρεσκάδας. Όμως το ελαιόλαδο μπορεί να έχει έντονο πράσινο χρώμα επειδή απλά και μόνο κατά την διαδικασία της άλεσης του καρπού αναμειχθηκαν φύλλα και μικρά κλαδάκια ελιάς. Στην περίπτωση αυτή το πράσινο ελαιόλαδο, αφήνει μια έντονη πικρίλα στο στόμα.

Όταν ο καρπός συλλέγεται στην πλήρη ωρίμανση του, κι ενώ βρίσκεται στο δέντρο, το ελαιόλαδο έχει αποχρώσεις του κίτρινου. Ένα έντονα κίτρινο ελαιόλαδο μπορεί επίσης να σημαίνει ότι έχει υποστεί οξειδωση-τάγισμα εξαιτίας της έκθεσης του στον αέρα και στον ήλιο.

Όταν το χρώμα είναι σκούρο καφέ ή μαύρο τότε το λάδι προέρχεται από καρπό ο οποίος έχει πέσει στο έδαφος. Το ελαιόλαδο αυτό έχει ηπιότερη, πιο γλυκιά και στρογγυλή γεύση. Σημαντικό ρόλο για τον καθορισμό του χρώματος του ελαιόλαδου παίζει και το όλο σύστημα σύνθλιψης του ελαιόκαρπου και εξαγωγής του λαδιού, δηλαδή ο τύπος του ελαιοτριβείου.

4. **Οργανοληπτικά χαρακτηριστικά (οσμή και γεύση).** Το διεθνές συμβούλιο ελαιολάδου γνωρίζοντας τη σημασία των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών καταβάλλει ιδιαίτερη προσπάθεια για να βρεθεί μια περισσότερο αντικειμενική μέθοδος αξιολόγησης η οποία εφαρμόζεται σε όλα τα κράτη- μέλη του.

ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ Π.Ο.Π / Π.Γ.Ε¹⁸

Η Ε.Ε έχει επιβάλλει ενδείξεις αναγνώρισης ποιότητας για ορισμένες κατηγορίες προϊόντων, μεταξύ των οποίων και το ελαιόλαδο. Οι εν λόγω ενδείξεις είναι οι εξής:

Π.Ο.Π = Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης

Π.Γ.Ε = Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη

Για να τύχουν της αναγνώρισης της ένδειξης Π.Ο.Π., τα προϊόντα πρέπει να παράγονται, να επεξεργάζονται και να μεταποιούνται σε μια οριοθετημένη περιοχή που διαθέτει και αναγνωρισμένη μέθοδο –πρακτική (know-how). Για την ένδειξη Π.Γ.Ε. τα κριτήρια είναι πιο χαλαρά και απαιτείται σαφής σχέση του προϊόντος, σε ένα τουλάχιστον στάδιο της διαδικασίας παραγωγής, επεξεργασίας ή μεταποίησης, με την οριοθετημένη περιοχή.

Στον τομέα του ελαιολάδου, για την Ελλάδα, έχουν επίσημα αναγνωρισθεί και κατοχυρωθεί βάσει σχετικών κανονισμών της Ε.Ε., οι ενδείξεις Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε. για τα προϊόντα 25 περιοχών, οι οποίες είναι οι εξής:

Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης

1. Αποκορώνας Χανίων Κρήτης
2. Αρχάνες Ηρακλείου Κρήτης
3. Βιάννος Ηρακλείου Κρήτης
4. Βόρειος Μυλοπόταμος Ρεθύμνου Κρήτης
5. Καλαμάτα Μεσσηνίας
6. Κολυμβάρι Χανίων Κρήτης
7. Κρανίδι Αργολίδας

¹⁸ICAR Ελαιόλαδο - Πορηνέλαο - Επιτραπέζιος Ελιές - Ιούνιος 2007

8. Κροκεές Λακωνίας
9. Λυγουριό Ασκληπείου
10. Πεζά Ηρακλείου Κρήτης
11. Πετρίνα Λακωνίας
12. Σητεία Λασιθίου Κρήτης
13. Θραψανό
14. Φοινίκι Λακωνία

Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη

1. Άγιος Ματθαίος Κέρκυρας
2. Λακωνία
3. Χανιά
4. Κεφαλονιά
5. Ολυμπία
6. Λέσβος
7. Πρέβεζα
8. Ρόδος
9. Θάσος
10. Σάμος
11. Ζάκυνθος

ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ¹⁹

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ελαιοκαλλιέργεια ασχολείται με ένα «φυτικό δέντρο» με τεράστια ιστορική, οικονομική και περιβαλλοντική σημασία, γι' αυτό και είναι βαθιά ριζωμένο στις παραδοσιακές συνήθειες κάθε παραγωγού. Είναι δε άριστα συνδεδεμένο με την περιβαλλοντική πολιτική για αειφόρο ανάπτυξη της γεωργίας. Επιπλέον, ενισχύει τον πολυδιάστατο ρόλο της γεωργίας, προσφέροντας προϊόντα των οποίων η αξία της παραγωγής δεν υπολογίζεται μόνο σε χρήμα. Αντίθετα, το ελαιόδέντρο εκτιμάται όλο και περισσότερο για την ιστορική του σημασία, τη συμβολή του στην ομορφιά του τοπίου, στη βιοποικιλότητα, στην προστασία του περιβάλλοντος και στην υγιεινή διατροφή του σύγχρονου ανθρώπου.

Όσοι εμπλέκονται στην αλυσίδα παραγωγής και εμπορίας των ελαιοκομικών προϊόντων προσδίδουν όλο και περισσότερη σημασία στην πιο πάνω εικόνα του ελαιόδεντρου. Πιστεύουν ακράδαντα ότι η ποιότητα των προϊόντων της ελιάς μπορεί να είναι καλύτερη, γι' αυτό και δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην καλλιέργεια ενώ παράλληλα χρησιμοποιούν μεθόδους που είναι φιλικές προς το περιβάλλον.

Η βιολογική καλλιέργεια της ελιάς βασίζεται σε μεθόδους αναζωογόνησης του εδάφους του ελαιώνα, στην ανακύκλωση των υποπροϊόντων και άλλων διαθέσιμων οργανικών υλικών και στην αναπαραγωγή και προστασία του περιβάλλοντος. Είναι η μέθοδος ελαιοπαραγωγής που στοχεύει στην παραγωγή μιας άριστης ποιότητας ελαιόλαδου, απαλλαγμένου από τα υπολείμματα των αγροχημικών τα οποία υποσκάπτουν την υγεία, και περιορίζει τη μόλυνση του εδάφους, του νερού και του αέρα. Παράλληλα συντελεί στη διατήρηση της ποικιλότητας πολύτιμων φυτών, ζώων

¹⁹ www.moa.gov.cy

και γενετικού υλικού.

Στο φυλλάδιο αυτό, που ετοιμάστηκε στα πλαίσια του εκπαιδευτικού προγράμματος του Τμήματος Γεωργίας, δίνονται χρήσιμες πληροφορίες για τη βιολογική καλλιέργεια της ελιάς, ενός τομέα ο οποίος παρουσιάζει όχι μόνο ιδιαίτερο ενδιαφέρον αλλά και μεγάλες προοπτικές.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΛΑΙΩΝΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Κατάλληλη τοποθεσία

Πριν τη δημιουργία ή εγκατάσταση νέου ελαιώνα βιολογικής παραγωγής, είναι απαραίτητο να μελετηθούν και να συνεκτιμηθούν οι κλιματολογικές συνθήκες του εδάφους της περιοχής. Τοποθεσίες με περιορισμένη ηλιοφάνεια, μακρές περιόδους σκίασης η και παγετόπληκτες περιοχές πρέπει, όσο το δυνατόν, να αποφεύγονται. Επειδή οι παραθαλάσσιες περιοχές αλλά και αυτές στις οποίες επικρατεί δροσερός καιρός και υψηλή σχετικά υγρασία τους καλοκαιρινούς και φθινοπωρινούς μήνες ευνοούν ψηλές προσβολές από τον δάκο, δεν πρέπει να προτιμούνται.

Επίσης είναι μεγάλης σημασίας η αρχή ότι η τοποθεσία στην οποία θα εγκατασταθεί η βιολογική καλλιέργεια να μην επηρεάζεται από συμβατικούς ελαιώνες. Σε επικλινή τοποθεσία πρέπει να ληφθούν μέτρα προστασίας από τη μεταφορά των νερών της βροχής από συμβατικούς ελαιώνες ή από άλλες συμβατικές καλλιέργειες. Επίσης, αν είναι δυνατόν, η φυτεία να είναι απομονωμένη με ψηλό φυσικό ανεμοθραύστη, έτσι ώστε να μην επηρεάζεται από ψεκασμούς που θα διενεργούνται σε συμβατικούς ελαιώνες ή σε άλλες καλλιέργειες.

Επιλογή εδαφών και μέτρα διόρθωσής τους

Βασικό μέλημα κάθε βιοκαλλιεργητή ελιάς είναι, από την αρχή της μετατροπής ή της εγκατάστασης του ελαιώνα βιολογικής παραγωγής, να κάνει όλες εκείνες τις ενέργειες οι οποίες απαιτούνται προκειμένου να βελτιώσει σημαντικά τις φυσικές και χημικές ιδιότητες του εδάφους με στόχο την κανονική θρέψη και την ανάπτυξη των δέντρων. Πρέπει να έχουμε υπόψη μας ότι το έδαφος είναι ένας ζωντανός οργανισμός ο οποίος εξαιτίας των πολλών και σημαντικών βιολογικών διεργασιών του είναι σε θέση να εξασφαλίσει τροφή στα ελαιόδεντρα.

Βαριά εδάφη, δηλαδή εδάφη με περιορισμένη συγκέντρωση οργανικής ουσίας, δεν βοηθούν τα ελαιόδεντρα να αναπτυχθούν και να αποδώσουν ικανοποιητικά. Βαρετά και συνεκτικά εδάφη που συγκρατούν αρκετή υγρασία προκαλούν σηψιριζίες στα ελαιόδεντρα και περιορίζουν ή παρεμποδίζουν την πρόληψη διαφόρων θρεπτικών στοιχείων.

Εδάφη φτωχά σε οργανική ουσία διορθώνονται, είτε με την προσθήκη οργανικής ουσίας ή ζωικής κοπριάς είτε με την εφαρμογή χλωρής λίπανσης, η οποία γίνεται με την ενσωμάτωση στο έδαφος μείγματος ψυχανθών (βίκος, κουκιά, μπιζέλι κτλ.) με αγρωστώδη φυτά, με στόχο την αύξηση της οργανικής ουσίας και του αζώτου. Η χλωρή λίπανση είναι η πλέον φθηνή μέθοδος λόγω των πλεονεκτημάτων που παρέχει τόσο στο οικολογικό σύστημα (μη εξάρτηση στο εισαγόμενο ακριβό σύστημα οργανικής ουσίας), αλλά και από πλευράς καλλιεργητικής (ανταγωνισμός με κάποια ζιζάνια κτλ). Επίσης, η προσθήκη οργανικής ουσίας στο έδαφος βελτιώνει τη δομή του, κάνει πιο εύκολη την καλλιέργεια του εδάφους από τα γεωργικά μηχανήματα και επιτρέπει την καλύτερη απορρόφηση και την συγκράτηση της υγρασίας.

Εγκατάσταση ελαιώνα και ποικιλίες

Τα ελαιόδεντρα του βιολογικού ελαιώνα πρέπει να είναι φυτεμένα σε κανονικές αποστάσεις. Η πυκνή φύτευση δεν βοηθά τον κανονικό αερισμό τους. Στην αραιή φύτευση δεν γίνεται οικονομική εκμετάλλευση ολόκληρης της έκτασης του εδάφους. Είναι προτιμότερο τα ελαιόδεντρα να έχουν ένα κορμό κανονικού ύψους ώστε να διευκολύνονται οι αναγκαίες καλλιεργητικές φροντίδες και ο κανονικός αερισμός.

Οι καταλληλότερες ποικιλίες για βιοκαλλιέργεια θεωρούνται εκείνες που παρουσιάζουν ανθεκτικότητα στους εχθρούς και τις ασθένειες και είναι προσαρμοσμένες στις εδαφοκλιματικές συνθήκες της κάθε περιοχής. Ποικιλίες εμβολιασμένες στην αγριοελιά παρουσιάζουν ανθεκτικότητα στις ασθένειες του εδάφους και αναπτύσσουν μεγάλο ριζικό σύστημα. Οι ποικιλίες «Κορωνέικη», «Ντόπια Λαδοελιά» και, δευτερευόντως, η «Πικουάλ» παρουσιάζουν αρκετή ανθεκτικότητα σε εχθρούς και ασθένειες.

Για την παραγωγή βρώσιμων ελιών καλές θεωρούνται οι ποικιλίες «Ντόπια Λαδοελιά», η «Καλαμών» και η «Μαντζανίλο».

ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΙΚΕΣ ΦΡΟΝΤΙΔΕΣ**Θρεπτικές απαιτήσεις των ελαιόδεντρων**

Σημαντικές ποσότητες από τα κύρια θρεπτικά στοιχεία αζώτου, φωσφόρου και καλίου απομακρύνονται κάθε χρόνο από τον ελαιώνα λόγω των αναγκών του φυτού για βλαστική ανάπτυξη και παραγωγή. Είναι φυσικό, όταν οι απομακρυνόμενες ποσότητες είναι μεγαλύτερες από τις διαθέσιμες, να σημειωθεί μείωση στην παραγωγή, εκτός αν αυτά τα στοιχεία συμπληρωθούν.

Η ποσότητα των στοιχείων τα οποία πρέπει να προστεθούν στο έδαφος κάθε ελαιώνα εξαρτάται από τον τύπο του εδάφους, τα διαθέσιμα αποθέματα, την

ακολουθούμενη πρακτική καλλιέργειας (κλάδεμα, άρδευση κτλ.) και την παραγωγή του έτους. Κατά συνέπεια, είναι δύσκολο να αποφανθεί κάποιος για την ιδανική στρατηγική λίπανσης η οποία πρέπει να ισχύει σε όλες τις συνθήκες, μπορεί όμως να ξεχωρίσει κάποιες γενικές κατευθύνσεις. Οι θρεπτικές απαιτήσεις της καλλιέργειας της ελιάς αποτελούν την πλέον σημαντική από τις παραμέτρους. Πρώτο μέλημα αποτελεί για τον καλλιεργητή η αναπλήρωση τουλάχιστον των θρεπτικών στοιχείων τα οποία απομακρύνθηκαν με τη συγκομιδή και το κλάδεμα.

Έχει βρεθεί ότι κατά μέσο όρο 100 κιλά ελαιόκαρπου απομακρύνουν από το έδαφος: 0,9 κιλά Αζώτου (N), 0,2 κιλά Φωσφόρου (P), 1,0 κιλό Κάλι (K) και 0,4 κιλά Ασβέστιο (Ca). Πρέπει να συνεκτιμηθεί και μια ποσότητα θρεπτικών στοιχείων που δεσμεύεται στο έδαφος, σε μη αφομοιώσιμη μορφή (κυρίως σε Φωσφόρο και Κάλι) ή ακόμη χάνεται με έκπλυση προς τα κατώτερα στρώματα του εδάφους κυρίως σε Αζωτο.

Τρόποι λίπανσης

Η λίπανση του βιολογικού ελαιώνα στοχεύει στη βελτίωση της παραγωγικότητας του εδάφους και στη στρατηγική η οποία εξασφαλίζει μακροχρόνια βελτίωση της υφής και δομής του παράλληλα με την αύξηση της γονιμότητας του. Η λίπανση της ελιάς θα πρέπει να βασιστεί σε ένα πρόγραμμα διατήρησης και αναζωογόνησης του εδάφους των ελαιώνων. Το πρόγραμμα αυτό στηρίζεται κυρίως στην εφαρμογή της μεθόδου της χλωρής λίπανσης²⁰ με ψυχανθή, αγρωστώδη ή και μείγματα, στην προσθήκη κομπόστας από οργανικά υλικά, καθώς και στην προσθήκη ζωικής κοπριάς, η οποία απαραίτητα προέρχεται από ζώα πρώτιστα βιολογικής ή ακόμα εκτατικής εκτροφής.

- **Οργανική λίπανση:** Πρόκειται για οικονομικό και πρακτικό τρόπο λίπανσης του

²⁰ φυλλάδιο του Τμήματος Γεωργίας με τον τίτλο Βιολογικές Καλλιέργειες, έκδοση 11/2002.

βιολογικού ελαιώνα με την παρασκευή κομπόστας από τα φυτικά υπολείμματα του ελαιώνα και με κοπριά από βιολογικής ή εκτατικής εκτροφής ζώα.

Ένας τρόπος παρασκευής οργανικής κομπόστας είναι η χρησιμοποίηση των φύλλων ελιάς από τα ελαιοτριβεία μαζί με ένα ποσοστό 10-20% περίπου κοπριά αιγοπροβάτων. Η κατασκευή αυτού του τύπου οργανικής κομπόστας στοιχίζει, γι' αυτό χρησιμοποιείται συνήθως τα πρώτα 3-4 χρόνια μετατροπής του ελαιώνα σε βιολογικό. Τα επόμενα χρόνια μπορούν να χρησιμοποιηθούν φύλλα ελιάς και άλλα φυτικά υπολείμματα μαζί με 20-40% ελαιολύματα από τις δεξαμενές των ελαιουργείων. Ως γνωστόν τα απόβλητα των ελαιοτριβείων έχουν καλή περιεκτικότητα σε διάφορα θρεπτικά στοιχεία, σε οργανική ουσία και σε μικροοργανισμούς.

Η καλύτερη περίοδος τοποθέτησης της κομπόστας είναι αμέσως μετά τη συγκομιδή. Για κάθε δεκάριο συστήνονται κατά μέσο όρο 2 κυβικά μέτρα κομπόστας. Η λίπανση συμπληρώνεται

- με την ενσωμάτωση της φυσικής βλάστησης του ελαιώνα,
- με την ενσωμάτωση των φύλλων και κλαδιών πάχους μέχρι 5 εκ. τα οποία θρυμματίζονται κατά την καλλιέργεια,
- με τη χρήση ειδικών μηχανικών εργαλείων- θρυμματιστών,
- καθώς και με τη χρήση των απόνερων των ελαιοτριβείων.

Η καταστροφή της φυσικής βλάστησης (αγριόχορτων) γίνεται με μηχανική καλλιέργεια ή, στα μέρη που δεν μπορεί να εργαστεί το τρακτέρ, με χροτοκοπτική μηχανή πλάτης. Η καλλιέργεια του εδάφους γίνεται αμέσως μετά το κλάδεμα και την τοποθέτηση της οργανικής κομπόστας, έτσι ώστε με την καλλιέργεια να γίνεται και ενσωμάτωση της στο έδαφος. Οι πιο πάνω ποσότητες έχουν στόχο τη γενική κάλυψη των αναγκών και το λεγόμενο «χτίσιμο» της γονιμότητας του εδάφους. Οι χημικές

αναλύσεις εδάφους δείχνουν την εικόνα των θρεπτικών στοιχείων στο έδαφος, ενώ η φυλλοδιαγνωστική, το επίπεδο των θρεπτικών στοιχείων τα οποία μπόρεσε να προσλάβει το φυτό.

• **Χρόνος και τρόπος εφαρμογής:** Πιο κατάλληλη εποχή για την προσθήκη θρεπτικών στοιχείων είναι το φθινόπωρο, από την άποψη ότι θα πρέπει το οργανικό λίπασμα να μπορέσει να αξιοποιήσει όσο καλύτερα γίνεται τις χειμερινές βροχοπτώσεις, για να διαλυθεί και να προσληφθεί από τα ελαιόδεντρα. Συστήνεται επιφανειακός διασκορπισμός των θρεπτικών στοιχείων και μετά ελαφριά ενσωμάτωση τους με καλλιεργητική φρέζα κτλ.

Άρδευση

Η ελιά θεωρείται από τα πιο ανθεκτικά φυτά στην ξηρασία. Παρά τις ξηροφυτικές της ιδιότητες, για να αναπτυχθεί και αποδώσει οικονομικά ως δενδρόδης καλλιέργεια, απαιτεί την επάρκεια εδαφικής υγρασίας. Η άρδευση της ελιάς δεν επιδρά θετικά μόνο στη βλάστηση, την ανθοφορία, την καρποφορία, και κατ' επέκταση στην αύξηση των αποδόσεων, αλλά και στον περιορισμό της παρενιαυτοφορίας των δέντρων.

Η ελιά έχει ιδιαίτερα μεγάλες απαιτήσεις σε νερό τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο, μήνες ατά τους οποίους διαφοροποιούνται οι ανθοφόροι οφθαλμοί, τον Απρίλιο-Μάιο, εποχή άνθησης και καρπόδεσης της ελιάς και τον Ιούνιο, περίοδο σκλήρυνσης του πυρήνα. Επίσης, η άρδευση κατά τους θερμούς μήνες περιορίζει τη συρρίκνωση του καρπού. Η ποσότητα του νερού και η συχνότητα άρδευσης εξαρτάται από την ανάπτυξη του δέντρου, το βλαστικό στάδιο, την εποχή, το έδαφος, το σύστημα άρδευσης και τις κλιματολογικές συνθήκες της περιοχής. Ενδεικτικά, οι απαιτήσεις της ελιάς σε νερό κυμαίνονται από 400-450 κυβικά μέτρα /δεκάριο / έτος για τις επιτραπέζιες

ποικιλίες, και 200 κυβικά μέτρα / δεκάριο / έτος για τις ελαιοποιήσιμες ποικιλίες.

Τέλος, για την ορθολογιστική χρήση του νερού συστήνεται η χρήση βελτιωμένων συστημάτων άρδευσης (σταγόνες, μικροεκτοξευτήρες), καθώς και η εφαρμογή ωραρίων άρδευσης.

Κλάδεμα

Το κλάδεμα των ελαιόδεντρων είναι μια σημαντική εργασία που αποσκοπεί στην προσαρμογή της ανάπτυξης και καρποφορίας των δέντρων στις εδαφοκλιματικές συνθήκες της περιοχής και στις καλλιεργητικές μας επιδιώξεις. Ιδιαίτερα αποσκοπεί στην προστασία από εντομολογικές παθήσεις και στη διευκόλυνση της συγκομιδής των ελιών, που είναι το κύριο οικονομικό κόστος της ελαιοκαλλιέργειας.

Στα ελαιόδεντρα βιολογικής παραγωγής γίνονται δύο τύποι κλαδέματος: Το κλάδεμα διαμόρφωσης και το κλάδεμα ανάπτυξης και καρποφορίας.

- **Κλάδεμα διαμόρφωσης** γίνεται συνήθως στα νεαρά δέντρα, με στόχο τη δημιουργία ενός ανθεκτικού σκελετού και ενός σχήματος το οποίο θα ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της μηχανικής ελαιοσυλλογής.

- **Κλάδεμα καρποφορίας** γίνεται στα παραγωγικά δέντρα, με στόχο την εξασφάλιση αερισμού και φωτισμού, σταθερής καρποφορίας και καλής ποιότητας καρπού.

ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΕΧΘΡΩΝ ΤΩΝ ΕΛΑΙΟΔΕΝΤΡΩΝ

Η σωστή διαμόρφωση των ελαιόδεντρων με το κλάδεμα, η εδαφοκάλυψη, η λίπανση, η άρδευση και η διατήρηση της φυσικής ισορροπίας αποτελούν για την ελιά «ασπίδα προστασίας» από τους εχθρούς της. Ο σοβαρότερος εντομολογικός εχθρός είναι ο Δάκος της ελιάς. Η αντιμετώπιση του στηρίζεται στα μέσα μαζικής παγίδευσης με τη χρήση διαφόρων τύπων παγίδων. Με τη μέθοδο αυτή επιδιώκεται η σύλληψη όσο

το δυνατόν μεγαλύτερου αριθμού τέλειων εντόμων του Δάκου, ώστε να μειωθεί ο πληθυσμός του σε επίπεδα τα οποία δεν προκαλούν οικονομική ζημιά.

Οι παγίδες που χρησιμοποιούνται μπορεί να είναι αυτοσχέδιες: οι οποίες βασίζονται σε διάλυμα πρωτεΐνης για την προσέλκυση του Δάκου ή σε έτοιμες οι οποίες υπάρχουν στην αγορά. Οι τελευταίες είναι χάρτινες, εμποτισμένες με εντομοκτόνο, και ελκύουν το Δάκο με φερομόνη και αμμωνία. Όταν τοποθετούνται έγκαιρα και ο πληθυσμός του Δάκου είναι σχετικά χαμηλός, η προσβολή στον καρπό είναι περιορισμένη και σε ανεκτό επίπεδο. Αντίθετα, σε ψηλό πληθυσμό του Δάκου το αποτέλεσμα, συνήθως, δεν είναι ικανοποιητικό.

Τα **Λεπιδόπτερα** έντομα, όπως ο **Ρυγχίτης**, ο **Πυρηνοτρήτης**, η **Μαργαρόνια** και η **Ζευζέρα** πρέπει να παρακολουθούνται στενά από το γεωπόνο σε συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους αγρότες, και να αντιμετωπίζονται με τη βοήθεια σύγχρονων μεθόδων, όπως οι παγίδες φερομόνης. Η **Ζευζέρα** δημιουργεί προβλήματα στα ελαιόδεντρα και δύσκολα αντιμετωπίζεται. Από τα **Ημίπτερα**, τα **Κοκκοειδή *Saissetia olea*** (Λεκάνιο) και η ***Parlatoria oleae***, καθώς και η **Ψύλλα *Euphyllura olivina***, μπορούν να προκαλέσουν ζημιές. Αντιμετωπίζονται με το καλό κλάδεμα και αερισμό των δέντρων, καθώς και με τη συμβολή των ωφέλιμων εντόμων. Ο **Φλοιοτρήτης** αποτελεί συνήθως πρόβλημα για τα αδύνατα δέντρα. Αντιμετωπίζεται με καλλιεργητικά μέτρα, όπως καταστροφή με κάψιμο των κλαδιών τα οποία κόβονται με το κλάδεμα και την κατάλληλη άρδευση και λίπανση. Αν υπάρξει κάποιο πρόβλημα, ο έλεγχος των «επιβλαβών» εντόμων γίνεται είτε με παγίδες είτε με επιλεγμένα φυσικά εντομοκτόνα, μη τοξικά για τον άνθρωπο, τα οποία επιτρέπονται στα πλαίσια της βιολογικής γεωργίας (Θειάφι, Βάκιλος Θουρηγίας, Ροτενόνη, Πύρεθρο, ειδικά λάδια κτλ).

Προκειμένου να αποφευχθούν επεμβάσεις άλλου είδους, συνεχής θα πρέπει να είναι

η προσπάθεια ενίσχυσης της παρουσίας και αύξησης του πληθυσμού των ωφέλιμων εντόμων και των ζώων στην περιοχή, γεγονός που μειώνει το κόστος παραγωγής αλλά ωφελεί και το περιβάλλον.

ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ, ΕΚΘΛΙΨΗ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΚΑΡΠΟΥ ΚΑΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ

Στόχος της βιολογικής καλλιέργειας της ελιάς είναι η παραγωγή εξαίρετου παρθένου ελαιόλαδου, με όλα τα χημικά και οργανοληπτικά χαρακτηριστικά άριστης ποιότητας. Κατά τη συγκομιδή ο καρπός δεν πρέπει να έρχεται σε επαφή με το έδαφος αλλά να μεταφέρεται όσο το δυνατόν γρηγορότερα στο ελαιοτριβείο. Η έκθλιψη πρέπει να γίνεται χωρίς μεγάλη καθυστέρηση, και, αν το ελαιοτριβείο δεν χρησιμοποιείται αποκλειστικά για βιολογική έκθλιψη, πρέπει να έχει καθαριστεί και πλυθεί σχολαστικά, πριν την επεξεργασία και έκθλιψη του βιολογικού ελαιόκαρπου. Είναι όμως καλύτερα η έκθλιψη του βιολογικού ελαιόκαρπου να γίνεται στα εξειδικευμένα «βιολογικά ελαιοτριβεία».

Η αποθήκευση του βιολογικού ελαιόλαδου, μέχρι και την τελική τυποποίηση του, πρέπει να γίνεται σε δοχεία κατασκευασμένα από κατάλληλο ανοξείδωτο χάλυβα και να φυλάγεται σε δροσερή και ξηρή αποθήκη.

ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ²¹

Η βιολογική καλλιέργεια της ελιάς διέπεται, νομικά, από τον περί Βιολογικής Παραγωγής Νόμο 160(Ι) του 2001 και τους σχετικούς Κανονισμούς (Κ.Δ.Π. 506/2001). Η νομοθεσία αυτή είναι πλήρως εναρμονισμένη με την αντίστοιχη Ευρωπαϊκή Νομοθεσία Καν. (Ε.Ε.) 2092/91. Σύμφωνα με τη σχετική Ευρωπαϊκή και Κυπριακή

Νομοθεσία, ο έλεγχος της βιολογικής παραγωγής γίνεται από εξουσιοδοτημένους αδειούχους Οργανισμούς Ελέγχου και Πιστοποίησης με την εποπτεία της Εντεταλμένης Υπηρεσίας (Τμήμα Γεωργίας).

Η σήμανση «βιολογικό προϊόν» είναι νομικά κατοχυρωμένη μόνο για τα προϊόντα που παράγονται σύμφωνα με τους πιο πάνω Νόμους και Κανονισμούς της Ε.Ε. Χάρη στις συλλογικές και ομαδικές προσπάθειες η βιοκαλλιέργεια γίνεται πιο εύκολα και τα παραγόμενα ελαιοκομικά προϊόντα είναι ποιοτικά καλύτερα. Με την Οργάνωση των ελαιοπαραγωγών σε «Ομάδες Παραγωγών», η βιολογική καλλιέργεια της ελιάς έχει καλύτερα αποτελέσματα γιατί έτσι διευκολύνεται η ενημέρωση των παραγωγών και αντιμετωπίζονται ευκολότερα τα προβλήματα, τα οποία ενδεχομένως παρουσιάζονται στην περιοχή. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνονται ευκολότερα τα απαραίτητα οικονομικά μεγέθη για την παραγωγή και την εμπορία (διάθεση) του επώνυμου προϊόντος μιας περιοχής. Τα επώνυμα βιολογικά προϊόντα είναι περισσότερο ανταγωνιστικά και απολαμβάνουν ψηλότερες τιμές στις διεθνείς αγορές.

ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στη συνέχεια παρουσιάζονται ορισμένα πληροφοριακά στοιχεία για τα βιολογικά προϊόντα, σύμφωνα με την κλαδική μελέτη της ICAP «Βιολογικά Προϊόντα και Βιολογικές Καλλιέργειες», που εκπονήθηκε το 2007.

Με τον όρο «Βιολογικά Προϊόντα» εννοούνται τα προϊόντα τα οποία καλλιεργούνται ή παράγονται, μεταφέρονται και διανέμονται χωρίς τη χρήση συνθετικών ζιζανιοκτόνων και παρασιτοκτόνων, τεχνητής ακτινοβολίας ή ορμονών και έχουν πιστοποιηθεί ως τέτοια από τους αρμόδιους Οργανισμούς Πιστοποίησης. Τα βιολογικά προϊόντα

²¹ φυλλάδιο του Τμήματος Γεωργίας με τον τίτλο *Νομικό Πλαίσιο Βιολογικής Γεωργίας*, έκδοση 6/2002)

περιέχουν λιγότερο νερό σε σχέση με τα συμβατικά, και περισσότερες θρεπτικές ουσίες, βιταμίνες και ιχνοστοιχεία (γύρω στο 20%-30%). Επιπλέον, είναι απαλλαγμένα από κατάλοιπα χημικών λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων.

Η σήμανση των βιολογικών προϊόντων ρυθμίζεται από τον Κανονισμό (Ε.Ο.Κ.) 2092/91 της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με τον οποίο τα οργανικά προϊόντα, και μόνον αυτά, επιτρέπεται να φέρουν την ένδειξη «**Βιολογικό**» και μάλιστα ως μέρος της ειδικής ορολογίας: η συσκευασία πρέπει να γράφει «**Προϊόν Βιολογικής Γεωργίας**», ή «**Προϊόν Βιολογικής Γεωργίας σε Μεταβατικό Στάδιο**» αν η παραγωγή έχει γίνει τα δύο πρώτα χρόνια βιολογικής καλλιέργειας του κτήματος. Οποιαδήποτε άλλη σχετική ένδειξη δεν είναι έγκυρη. Πρέπει επίσης να υπάρχει στη συσκευασία ο κωδικός του οργανισμού πιστοποίησης, καθώς και το σήμα του. Επίσης, πρέπει να αναφέρεται το όνομα του παραγωγού και η επωνυμία του προϊόντος. Όταν στα τυποποιημένα προϊόντα περιέχονται περισσότερα από ένα συστατικά, πρέπει τα μη-βιολογικά συστατικά να αναγράφονται στη συσκευασία με τέτοιο τρόπο, ώστε να διακρίνονται από τα υπόλοιπα. Παράλληλα, επιβάλλεται να μην υπερβαίνουν ένα συγκεκριμένο ποσοστό στη σύνθεση του προϊόντος.

Τα βιολογικά προϊόντα, με εξαίρεση το κρασί του οποίου η τιμολόγηση παρουσιάζει μεγάλες διακυμάνσεις, πωλούνται, κατά μέσο όρο, 30% ακριβότερα από τα συμβατικά. Σε ορισμένες περιπτώσεις, ένα βιολογικό προϊόν μπορεί να έχει τη διπλάσια τιμή από το αντίστοιχο συμβατικό, επειδή το κόστος παραγωγής των βιοκαλλιεργητών είναι υψηλότερο από αυτό των συμβατικών παραγωγών, καθώς η κλίμακα παραγωγής είναι μικρότερη εξαιτίας της μη εντατικής καλλιέργειας με αγροχημικά. Επίσης μια γεωργική μονάδα που καλλιεργείται με βιολογικές μεθόδους, απαιτεί κατά μέσο όρο 10%-20% περισσότερη εργασία σε σύγκριση με μια αντίστοιχη που καλλιεργείται με σύγχρονη -

συμβατική μέθοδο, με αποτέλεσμα να επιβαρύνεται η τιμή του βιολογικού προϊόντος.

Η βιοκαλλιέργεια της ελιάς έχει τρεις παραγωγικές κατευθύνσεις: λάδι, βρώσιμες ελιές και ελαιόπαστα, με την καλλιέργεια για την παραγωγή ελαιολάδου να καλύπτει το μεγαλύτερο ποσοστό στο σύνολο των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων της χώρας. Τα συγκεκριμένα προϊόντα απορροφώνται σε σημαντικό βαθμό από αγορές του εξωτερικού. Το σύνολο σχεδόν του βιολογικού ελαιολάδου προωθείται στο εξωτερικό συσκευασμένο.

Πίνακας 2.1
Εξέλιξη της καλλιέργειας βιολογικής ελιάς (1994-2005)

Έτος	Στρέμματα
1994	5600
1995	14.700
1996	32.614
1997	58.500
1998	94.752
1999	115.462
2000	130.452
2001	155.002
2002	143.750
2003	173.409
2004	258.110
2005	396.360

Πηγή: ΟΠΕΓΕΠ (1994-2002), Υπ. Αγρ. Ανάπτυξης (2003-2005)

Σημειώνεται ότι η ποιότητα του ελληνικού βιολογικού ελαιολάδου είναι υψηλή (χαμηλή οξύτητα, ανώτερη γεύση) και έχει αποσπάσει διεθνή βραβεία σε εκθέσεις βιολογικών προϊόντων, οι οποίες οργανώνονται στο εξωτερικό. Στον πίνακα 1.1 παρουσιάζεται η εξέλιξη της βιοκαλλιέργειας ελιάς (βρώσιμη και ελαιοποιήσιμη) για τη

χρονική περίοδο 1994-2005 (τα μεγέθη περιλαμβάνουν και τις εκτάσεις που βρίσκονται σε μεταβατικό στάδιο). Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του εν λόγω πίνακα, το 2005 καλλιεργήθηκαν 396.360 στρέμματα βιολογικής ελιάς έναντι 258.110 στρεμμάτων το 2004.

Η παραγωγή βιολογικού ελαιολάδου από 1.050 τόνους το 1999 ανήλθε σε 3.500 τόνους το 2006, παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης για τη συγκεκριμένη περίοδο 18,8% (πίνακας 1.2). Όπως παρατηρείται, το μεγαλύτερο ποσοστό του παραγόμενου βιολογικού ελαιολάδου εξαγεται (69%-73% ετησίως), η δε εγχώρια παραγωγή υπερκαλύπτει επί του παρόντος την αντίστοιχη ζήτηση. Επίσης, αρκετές εταιρείες παρασκευής βιολογικού ελαιολάδου έχουν αποκλειστικά εξαγωγικό προσανατολισμό, καθώς στο εξωτερικό μπορούν να επιτύχουν υψηλότερες τιμές. Οι εξαγωγές βιολογικού ελαιολάδου από 765 τόνους το 1999 εκτιμώνται σε 2.400 τόνους το 2006 (μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης 17,7%). Η εγχώρια κατανάλωση βιολογικού ελαιολάδου ανήλθε στους 285 τόνους το 1999, ενώ το 2006 εκτιμάται στους 1.100 τόνους, παρουσιάζοντας μέση ετήσια αύξηση 21,3%, για την περίοδο 1999-2006.

Πίνακας 2.2
Μέγεθος εγχώριας αγοράς βιολογικού ελαιολάδου (1999-2006)

Έτος	Παραγωγή	Εξαγωγές	Εγχώρια Κατανάλωση	Ρυθμός Μεταβολής %
1999	1.050	765	285	
2000	1.350	970	380	33,5
2001	1.400	1.000	400	5,3
2002	1.580	1.130	450	12,5
2003	1.950	1.400	550	22,2
2004	2.600	1.900	700	27,3
2005	3.200	2.300	900	28,6
2006	3.500	2.400	1.100	22,2

Ποσότητα σε τόνους
Πηγή: Εκτιμήσεις αγοράς, ICAP

Όσον αφορά τη διάθεση του βιολογικού ελαιολάδου στη χώρα μας, αυτή πραγματοποιείται τόσο από εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης βιολογικών προϊόντων όσο και από ειδικά τμήματα αλυσίδων σούπερ-μάρκετ.

ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ – ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Το πρώτο στάδιο της παραγωγής και επεξεργασίας του ελαιολάδου και του πυρηνελαίου είναι η συγκομιδή των καρπών της ελιάς. Η εποχή της συγκομιδής είναι συνήθως η περίοδος μεταξύ Νοεμβρίου και Φεβρουαρίου και εξαρτάται από την

ποικιλία του ελαιόδεντρου. Εν συνεχεία, ο καρπός μεταφέρεται σε επιχειρήσεις επεξεργασίας και παραγωγής επιτραπέζιων ελιών, ή στα ελαιοτριβεία στα οποία παράγεται παρθένο ελαιόλαδο και διάφορα υπολείμματα. Το παρθένο ελαιόλαδο μπορεί να είναι βρώσιμο ή μειονεκτικό. Το βρώσιμο προορίζεται για άμεση κατανάλωση ή επεξεργάζεται / αναμειγνύεται και τυποποιείται, το δε μειονεκτικό εξευγενίζεται. Ο πυρήνας μεταφέρεται στα ελαιουργεία πυρήνα για την παραγωγή πυρηνέλαιου.

Τα βασικά χαρακτηριστικά τα οποία προσδιορίζουν την ποιότητα του ελαιολάδου είναι η οξύτητα, το χρώμα, η οξειδωση και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά²². Όπως έχει ήδη αναφερθεί, το ελαιόλαδο διακρίνεται βάσει οξύτητας, σε βρώσιμο και μη. Το χρώμα του εξαρτάται από το είδος των λιποδιαλυτών χρωστικών (χλωροφύλλες, ξανθοφύλλες, καροτίνες κλπ.) που παρουσιάζει ο καρπός στο στάδιο της συγκομιδής. Η οξειδωση γίνεται με διάφορες τεχνικές (μέτρηση των υπεροξειδίων, απορρόφηση στο υπεριώδες φάσμα κλπ.). Σημειώνεται ότι στο παρθένο ελαιόλαδο ο αριθμός των υπεροξειδίων θα πρέπει να είναι ίσος ή μικρότερος του 20. Το βασικότερο κριτήριο ποιοτικής αξιολόγησης είναι τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά. Η γεύση του ελαιολάδου εξαρτάται από την παρουσία πτητικών συστατικών και λιπαρών οξέων, κυρίως το ελαϊκό και λινελαϊκό και από τις πολυφαινόλες.

Στη συνέχεια αναφέρονται οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τις ποσότητες παραγωγής και την ποιότητα του ελαιολάδου.

- **Το κλίμα / έδαφος:** το ελαιόδεντρο αναπτύσσεται καλύτερα σε γόνιμα εδάφη καθώς και σε θερμές περιοχές με ήπιο χειμώνα.
- **Η ποικιλία του δέντρου.**
- **Η υγιεινή κατάσταση του ελαιοκάρπου:** οι ασθένειες / μύκητες που φέρει ο

²² Βλέπε σχετική λίστα στο Παράρτημα Ι

ελαιοκάρπος προκαλούν την αλλοίωση της ποιότητας του λαδιού.

- **Η εποχή συλλογής του ελαιοκάρπου:** ο ελαιοκάρπος πρέπει να συλλέγεται, όταν είναι φυσιολογικά ώριμος, γιατί τότε περιέχει τη μεγαλύτερη ποσότητα λαδιού καθώς όλα τα απαραίτητα συστατικά είναι σε τέτοια αναλογία, η οποία του επιτρέπει να χαρακτηρίζεται ως λάδι εξαιρετικής ποιότητας. Η παρατεταμένη παραμονή του καρπού στο δένδρο μετά την ωρίμανσή του έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση του αρώματος των λαδιών και, πιθανώς, την αύξηση της περιεκτικότητας σε ελεύθερα λιπαρά οξέα.
- **Ο τρόπος συλλογής του ελαιοκάρπου:** η συλλογή του καρπού με τα χέρια, με κτένες κλπ. επηρεάζει την ποιότητα του ελαιολάδου, ανάλογα με το βαθμό τραυματισμού που προκαλείται στον καρπό.
- **Η διατήρηση και αποθήκευση του ελαιοκάρπου:** πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να μην τραυματίζεται ο καρπός και να αποφεύγεται η αύξηση της θερμοκρασίας. Ο χρόνος που μεσολαβεί από τη συλλογή μέχρι την επεξεργασία του ελαιόσπορου πρέπει να είναι ο πλέον σύντομος.
- **Οι μέθοδοι εξαγωγής ελαιολάδου:** αφορούν την παραλαβή του ελαιοκάρπου, την τροφοδοσία των μηχανών, την αποφύλλωση και την πλύση των ελαιοκάρπων από τα ελαιοτριβεία.
- **Η θραύση του ελαιοκάρπου:** για τη θραύση του ελαιοκάρπου χρησιμοποιούνται οι ελαιόμυλοι, οι κυλινδρόμυλοι και οι σφυρόμυλοι. Σημαντικά πλεονεκτήματα των μεταλλικών σπαστήρων θεωρούνται η κατάληψη ελάχιστου χώρου, ο θρυμματισμός του ελαιοκάρπου σε σύντομο χρονικό διάστημα σε κλειστό χώρο, η παρεμπόδιση της οξειδωση και η δυνατότητα ρύθμισης του βαθμού αλέσεως. Από την άλλη πλευρά όμως έχουν και ορισμένα μειονεκτήματα (προάγουν το σχηματισμό γαλακτωμάτων και ευθύνονται για τα υψηλά ποσοστά μούργας στο ελαιόλαδο, ρυπαίνουν το συγκεκριμένο

προϊόν με βαριά μέταλλα και συμβάλλουν στην εξέλιξη του ταγισματος στο λάδι, δε διανοίγουν όλα τα ελαιοφόρα κύτταρα της σάρκας της ελιάς).

Ο βαθμός άλεσης επηρεάζει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του λαδιού. Ενώ η οξύτητα και ο αριθμός των υπεροξειδίων δεν επηρεάζεται, η ποσότητα των πολυφαινόλων επηρεάζεται θετικά με την αύξηση της διαμέτρου των σπών του κόσκινου του σφυρόμυλου. Επίσης, ο αριθμός των στροφών στο σφυρόμυλο επηρεάζει ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά του ελαιολάδου. Ο ελαιοκαρπος που σπάζει με μυλόλιθο δίδει λάδια πιο αρωματικά, με μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε συστατικά όπως 2 ESENOLE και σε ολικές πολυφαινόλες. Ο ελαιοκαρπος που σπάζει με μικρότερο αριθμό στροφών του σφυρόμυλου δίδει καλύτερη ποιότητα ελαιολάδου, σε σύγκριση με εκείνο που προήλθε από καρπό που σπάστηκε με περισσότερες στροφές του σφυρόμυλου.

- **Η μάλαξη:** όλοι οι μαλακτήρες των φυγοκεντρικών ελαιουργείων κατασκευάζονται σήμερα από ανοξείδωτο χάλυβα και έχουν δυτλά τοιχώματα, μέσα από τα οποία κυκλοφορεί ζεστό νερό, το οποίο εξασφαλίζει την απαιτούμενη θερμοκρασία για γρήγορη και αποτελεσματική μάλαξη.
- **Ο διαχωρισμός:** μεγάλη σημασία για την ποιότητα του λαδιού έχει η θερμοκρασία του προστιθέμενου νερού στο διαχωριστήρα κατά τη διάρκεια της διαχωρίσεως, επειδή σε αρκετές περιπτώσεις η θερμοκρασία του νερού ξεπερνά τους 30⁰C καταστρέφονται τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του λαδιού και το λάδι οξειδώνεται πιο γρήγορα. Επίσης, μεγάλη σημασία έχει και ο συχνός καθαρισμός των διαχωριστήρων (ο απλός τύπος πρέπει να καθαρίζεται καθημερινά και ο αυτόματος δύο φορές την εβδομάδα). Η υγρασία και οι ξένες ύλες αν δεν απομακρυνθούν, υποβαθμίζουν την ποιότητα του λαδιού κατά την αποθήκευσή του.
- **Φυγοκέντριση:** όταν λειτουργεί σωστά το φυγοκεντρικό συγκρότημα, η ποιότητα

του ελαιολάδου μπορεί να είναι ίδια με αυτήν που περιέχει ο ελαιοκάρπος.

• **Η αποθήκευση:** το ελαιόλαδο, μετά το πέρασμά του από τους διαχωριστήρες, περιέχει διάφορες ουσίες (μούργες), οι οποίες κατακάθονται με τον καιρό στα δοχεία αποθήκευσης. Οι εν λόγω ουσίες πρέπει να αφαιρεθούν επειδή γίνονται ζυμώσεις οι οποίες προσδίδουν άσχημη μυρωδιά στο λάδι και υποβαθμίζουν την ποιότητά του. Περισσότερο επικίνδυνες όμως είναι οι πρωτεϊνικές ουσίες, γιατί με την αποσύνθεσή τους σχηματίζουν αποκρουστική οσμή. Το ελαιόλαδο θα πρέπει να αποθηκεύεται σε χώρους καθαρούς και με δυνατότητα αερισμού. Κατά τη μετάγγιση, το λάδι πρέπει να προφυλαχθεί από το φως και τον αέρα και να μην χρησιμοποιούνται αντλίες οι οποίες ενσωματώνουν αέρα στη μάζα του λαδιού και σχηματίζουν γαλακτώματα. Είναι προτιμότερο η μούργα να αφαιρείται με μια στρόφιγγα από τον πυθμένα του δοχείου. Για την αποθήκευση μεγάλων ποσοτήτων ελαιολάδου, συνήθως χρησιμοποιούνται ελαιοδεξαμενές κατασκευασμένες από ανοξείδωτο χάλυβα, οι οποίες προφυλάσσουν το λάδι από το φως και τον αέρα. Θα πρέπει να αποφεύγονται τα σιδερένια βαρέλια τα οποία αποτελούν τον πιο ακατάλληλο τρόπο αποθήκευσης, καθώς και τα πιθάρια των οποίων η εσωτερική τους επιφάνεια είναι κατεστραμμένη και δεν κλείνουν αεροστεγώς. Καλό θα ήταν να αποφεύγονται τα πλαστικά που έχουν διαπερατότητα στον αέρα, καθώς και τα διαφανή.

Συνοψίζοντας, για την αποθήκευση του ελαιολάδου πρέπει να τηρούνται τα παρακάτω:

1. Να προφυλάσσεται το λάδι από το φως και τον αέρα.
2. Να χρησιμοποιούνται για την αποθήκευσή του ανοξείδωτα ή λευκοσιδηρά δοχεία.
3. Να ξεχωρίζεται προσεκτικά το λάδι από τις μούργες, αποφεύγοντας τον αέρα και το φως.

4. Να μη χρησιμοποιούνται σιδερένια βαρέλια.
5. Να διατηρείται το λάδι σε χώρους καθαρούς και δροσερούς και εάν χρησιμοποιείται το γυαλί ως μέσο αποθήκευσης, να φυλάσσεται στο σκοτάδι.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου παρουσίασε αυξομειώσεις την περίοδο 1997-2007.



Δεδομένου ότι το ελαιόλαδο είναι προϊόν αγροτικής παραγωγής και επηρεάζεται τόσο από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της καλλιέργειας ελαιόδενδρων όσο και από τις καιρικές / κλιματολογικές συνθήκες, προς εξομάλυνση των ετήσιων διακυμάνσεων θεωρείται χρησιμότερο να εξετάζεται η εξέλιξη της παραγωγής σε

επίπεδο μέσων όρων ανά πενταετία. Συγκεκριμένα, η παγκόσμια παραγωγή την πενταετία 2001/02-2005/06 ανήλθε κατά μέσον όρο σε 2.821 χιλ. τόνους, έναντι αντίστοιχου μέσου όρου 2.481 χιλ. τόνων της αμέσως προηγούμενης πενταετίας (αύξηση κατά 13,7%). Την περίοδο 2005/06 η παραγωγή διαμορφώθηκε σε 2.599 χιλ. τόνους (προσωρινά στοιχεία), σημειώνοντας μείωση 13,7% σε σχέση με την προηγούμενη ελαιοκομική περίοδο. Για την τρέχουσα ελαιοκομική περίοδο (2006/07) η παραγωγή ελαιολάδου προβλέπεται να διαμορφωθεί σε 2.820 χιλ. τόνους, παρουσιάζοντας αύξηση 8,5% σε σχέση με την περίοδο 2005/06.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μια αναφορά στη θέση της Ελλάδας στην αγορά του ελαιολάδου, τόσο σε εγχώριο, όσο και σε διεθνές επίπεδο. Επιπλέον, προσδιορίζεται ο ρόλος των πολυεθνικών και των συνεταιρισμών στην αγορά αυτή και η αξία που δίνεται στο ελαιόλαδο, όταν τυποποιείται.

ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Η Ελλάδα ανήκει στο μεσογειακό τόξο παραγωγής ελαιολάδου και αποτελεί την τρίτη μεγαλύτερη ελαιοπαραγωγό χώρα, μετά την Ιταλία και την Ισπανία. Σήμερα υπάρχουν στη χώρα μας 120.000.000 ελαιόδεντρα ενώ κατέχουμε το 16% της διεθνούς αγοράς ελαιολάδου. Πάνω από 450.000 οικογένειες εξαρτώνται οικονομικά από την παραγωγή ελαιολάδου καθώς αυτό αποτελεί την αρχική ή την δευτερεύουσα πηγή του εισοδήματός τους. Σε διεθνές επίπεδο η Ελλάδα έχει τη μεγαλύτερη κατά κεφαλήν κατανάλωση ελαιολάδου, με το μέσο Έλληνα να καταναλώνει περισσότερα από 15 κιλά ετησίως. Δεύτεροι έρχονται οι Ισπανοί, με 11 κιλά κατά κεφαλήν κατανάλωση ετησίως.²³

Το μέγεθος της παραγωγής ελαιολάδου εξαρτάται από το ύψος των παραγομένων ποσοτήτων ελιών και της περιεκτικότητάς τους σε λάδι. Οι καιρικές συνθήκες επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό το μέγεθος της παραγωγής των ελαιοδέντρων και, κατ' επέκταση, την παραγωγή ελαιολάδου. Χαρακτηριστικό της παραγωγής του εν λόγω προϊόντος είναι η κυκλικότητα που παρουσιάζει, καθώς μία «καλή» ελαιοκομική χρονιά

²³ <http://www.imerisia.gr>

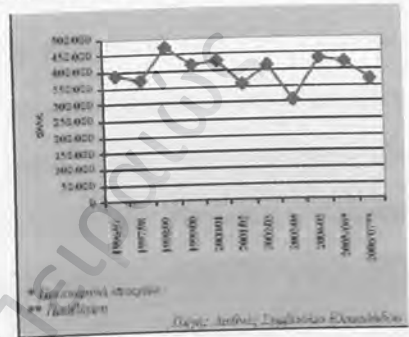
συνοδεύεται συνήθως από μία «κακή» ελαιοκομική χρονιά. Η διάρκεια του κύκλου της παραγωγής κυμαίνεται μεταξύ 1-2 ετών. Στον πίνακα 4.1 παρουσιάζονται στοιχεία για την εξέλιξη της παραγωγής ελαιολάδου, βάσει διαθέσιμων στοιχείων του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου.

Πίνακας 3.1 Παραγωγή Ελαιολάδου (1996/97 – 2006/7)

Περίοδος	Ποσότητα	Μεταβολή
1996/97	390.000	-3,8%
1997/98	375.000	24,1%
1998/99	473.000	-11,2%
1999/00	420.000	2,4%
2000/01	430.000	-16,7%
2001/02	358.300	15,5%
2002/03	414.000	-25,6%
2003/04	308.000	41,2%
2004/05	435.000	-2,5%
2005/06*	424.000	-12,7%
2006/07**	370.000	

* Προσωρινά στοιχεία
 ** Προβλεπόμενα
 Πηγή: Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου

Διάγραμμα 3.1 Εξέλιξη Παραγωγής Ελαιολάδου (1996/97-2006/07)



Όπως φαίνεται στον πίνακα και στο διάγραμμα 3.1, η παραγωγή ελαιολάδου παρουσίασε αυξομειώσεις την περίοδο 1996/97-2006/07. Σύμφωνα με στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, την ελαιοκομική περίοδο 2005/06 η παραγωγή διαμορφώθηκε στους 424 χιλ. τόνους (προσωρινά στοιχεία) έναντι 435 χιλ. τόνων το 2004/05, σημειώνοντας μείωση 2,5%. Την περίοδο 2006/07 η εν λόγω παραγωγή προβλέπεται να παρουσιάσει περαιτέρω μείωση 12,7%, διαμορφούμενη στους 370 χιλ. τόνους.

Αντιθέτως, η παραγωγή βιολογικού ελαιολάδου από 1.050 τόνους το 1999 ανήλθε σε 3.500 τόνους το 2006, παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης για τη συγκεκριμένη περίοδο 18,8%.

Ότι δεν καταναλώνεται προορίζεται για τις αγορές του εξωτερικού. Πριν από λίγα χρόνια οι αγορές αυτές περιορίζονταν σε αυτές της Αμερικής, του Καναδά, της Αυστραλίας και γενικά χωρών στις οποίες υπήρχε το Ελληνικό στοιχείο. Σήμερα

γίνονται βήματα τόσο για την περαιτέρω διείσδυση σ' αυτές τις αγορές όσο και την εμφάνιση του σε νέες αγορές, όπως αυτής της Κίνας. Μέχρι σήμερα το μεγαλύτερο μέρος του ελαιόλαδου το οποίο προοριζόταν για το εξωτερικό πωλείτο σε χύμα μορφή με αποτέλεσμα η τιμή του να είναι μικρότερη και η ταυτότητά του να χάνεται. Στοιχεία δείχνουν ότι μόνο το 20% του παραγόμενου ελαιόλαδου πωλείται συσκευασμένο.²⁴

Από τον παρακάτω πίνακα βλέπουμε ότι, το μεγαλύτερο μέρος της Ελληνικής εξαγωγής ελαιόλαδου (68,20%) προορίζεται για την ιταλική αγορά την στιγμή που αυτή διαθέτει προς εξαγωγή 258.000 περίπου τόνους δικούς της ελαιόλαδου και προμηθεύεται επιπλέον 286.000 περίπου ισπανικό ελαιόλαδο. Προφανώς η ελληνική

Πίνακας 3.2

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ, ΙΤΑΛΙΑΣ, ΙΣΠΑΝΙΑΣ (ΟΚΤ. '07-ΙΟΥΛ. '08)

	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ
ΕΛΛΑΔΑ	65670	44795	1890
ΙΤΑΛΙΑ	1580	257990	4450
ΙΣΠΑΝΙΑ	1970	286210	611630

Πηγή: Εφημερίδα «Το πρώτο Θέμα» Κυριακή 5 Απριλίου 2009

παραγωγή που κυμαίνεται στους 300.000 τόνους δεν μπορεί να ανταγωνιστεί την ισπανική “βιομηχανία” η οποία εκμεταλλεύεται την εδαφική της διαμόρφωση για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών.

Οι Ισπανοί παραγωγοί είναι κάτοχοι τεράστιων εκτάσεων / καλλιεργειών στις οποίες χρησιμοποιούν αυτοματοποιημένες διαδικασίες τόσο για το πότισμα όσο και για την συγκομιδή, “το μάζεμα” των καρπών. Σκοπός είναι η επίτευξη οικονομιών κλίμακας με

²⁴ <http://www.imerisia.gr>

αντάλλαγμα τη μείωση της ποιότητας του ελαιολάδου. Λόγω της μορφολογίας του εδάφους και της ύπαρξης πολλών μικρών καλλιεργητών, στην Ελλάδα, δεν είναι εφικτή η επίτευξη τέτοιων οικονομικών κλίμακας.

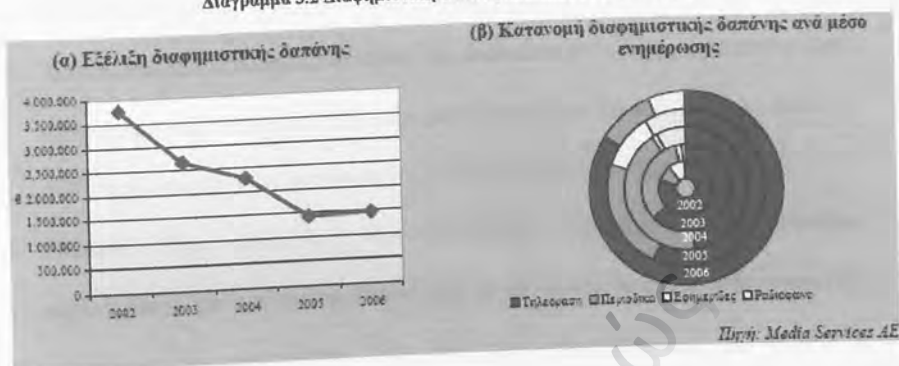
Παρά την διαφοροποίηση της ποιότητας του τελικού προϊόντος, δεν είναι δυνατή η διαφοροποίηση της κοστολόγησης μεταξύ των ελαιολάδων διότι οι καταναλωτές, σε παγκόσμιο επίπεδο, δεν δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην ποιότητα αλλά στην τιμή / κόστος εξαιτίας της έλλειψης πληροφόρησης και της κατάλληλης κατάρτισης για την αναγνώριση των όποιων διαφορών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι Έλληνες εξαγωγείς να είναι price takers.²⁵

Η ποιότητα του ελληνικού ελαιολάδου θα μπορούσε, με τους κατάλληλους χειρισμούς, να του προσδώσει διαφορετική τιμή και περίοπτη θέση στα ράφια των υπερκαταστημάτων. Στοιχεία όπως το χρώμα, το άρωμα, τα θρεπτικά συστατικά και τα οφέλη που προσφέρει στην υγεία η κατανάλωση του, μέσα από ένα ισχυρό marketing, θα μπορούσαν να είναι το κλειδί της επιτυχίας.

Εν' τούτοις όπως προκύπτει από τα στοιχεία της Media Services AE, η διαφημιστική δαπάνη ελαιολάδου ακολούθησε φθίνουσα πορεία την περίοδο 2002-2005, με μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 21,4%, ενώ το 2006 σημείωσε αύξηση 3%, διαμορφούμενη σε €1,48 εκατ. Η τελευταία μεταβολή οφείλεται στην αύξηση της προβολής του ελαιολάδου από την τηλεόραση κατά 52% το 2006. Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, το 2006 το μεγαλύτερο μέρος της διαφημιστικής δαπάνης (€1,25 εκατ.) απορροφήθηκε από την τηλεόραση (84,5%) και ακολούθησαν τα περιοδικά με ποσοστό 9,4% (€138,8 χιλ.).

²⁵<http://www.e-boss.gr>

Διάγραμμα 3.2 Διαφημιστική δαπάνη ελαιολάδου (2002-2006)



ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ

Η διάθεση του ελαιολάδου στον τελικό καταναλωτή διέπεται από κανονισμούς θεσπισμένους από την Ευρωπαϊκή Ένωση²⁶ η οποία καθορίζει τις προδιαγραφές εμπορίας του. Οι προδιαγραφές αυτές αναφέρονται στις υποχρεωτικές και προαιρετικές ενδείξεις οι οποίες πρέπει να αναγράφονται στη συσκευασία του ελαιολάδου και στην χωρητικότητα της συσκευασίας λιανικής πώλησης αυτού.

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις είναι:

- Ονομασία πώλησης – Ποιοτική Κατηγορία
 - Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, με μέγιστη οξύτητα 0,8 %
 - Παρθένο ελαιόλαδο, με μέγιστη οξύτητα 2 %
 - Ελαιόλαδο - αποτελούμενο από εξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα, με μέγιστη οξύτητα 1 %
 - Πυρηνέλαιο, με μέγιστη οξύτητα 1 %
- Προσδιορισμός της καταγωγής, δηλαδή ένδειξη γεωγραφικού ονόματος π.χ. «Ελληνικό προϊόν», «προϊόν Ε.Ε.» κλπ. επιτρέπεται μόνο για το εξαιρετικό παρθένο και το παρθένο ελαιόλαδο.

- Καθαρή Ποσότητα Περιεχομένου (Σε μονάδα όγκου)
- Χρόνος ελάχιστης διατηρησιμότητας. Με δεδομένο ότι η διατηρησιμότητα είναι μεγαλύτερη από τρεις μήνες αλλά όχι μεγαλύτερη από δεκαοκτώ μήνες, αρκεί η αναγραφή του μήνα και του έτους ως ελάχιστος χρόνος διατηρησιμότητας.
- Παρτίδα. Στην περίπτωση που ο χρόνος ελάχιστης διατηρησιμότητας περιλαμβάνει και την ημέρα (εκτός από το μήνα και το έτος) τότε η παρτίδα μπορεί να μην αναγράφεται. Εάν όμως δεν αναγράφεται η ημέρα, τότε η αναγραφή της παρτίδας είναι υποχρεωτική.
- Ιδιαίτερες συνθήκες διατήρησης και χρήσης.
- Όνομα ή η εμπορική επωνυμία και η διεύθυνση του κατασκευαστή ή του συσκευαστή ή ενός πωλητή (διακινητή) εγκατεστημένου στο εσωτερικό της Κοινότητας.

Οι προαιρετικές ενδείξεις μπορούν να αναγράφονται στην επισήμανση του ελαιολάδου και να εμφανίζονται στην κύρια ή τη βοηθητική όψη αυτής (κύρια – μπροστινή ή βοηθητική – πίσω ετικέτα, κύρια ή πλάγια πλευρά λευκοσιδηρού δοχείου).

Αυτές είναι:

- Η Εμπορική Ονομασία Ελαιολάδου (Trade Mark), η οποία κρίνεται απαραίτητο να είναι καταχωρημένη στο ΥΠ. ΑΝ./ Γενική Γραμματεία Καταναλωτή και σε αντίστοιχα Γραφεία Σημάτων του εξωτερικού.
- Η καταγωγή του προϊόντος (π.χ. «Ελληνικό Προϊόν») για το Εξαιρετικό Παρθένο και το Παρθένο Ελαιόλαδο.
- Η ένδειξη «Πρώτη Πίεση εν ψυχρώ» ή «Εξαγωγή εν ψυχρώ»
- Τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά (από 1/7/2008).

²⁶<http://www.edoee.gr>

- Η Οξύτητα υποχρεωτικά μαζί με τα Υπεροξειδία, τα κεριά και την απορρόφηση στο υπεριώδες (δείκτης Κ).
- Θρεπτική Αξία
- Η ένδειξη «Χωρίς Χοληστερόλη» : Υποχρεωτικά αναγράφεται μαζί με την θρεπτική αξία.
- Οτιδήποτε μπορεί να τεκμηριωθεί και να αποδειχθεί, εφ' όσον τούτο ζητηθεί από τις αρμόδιες αρχές.
- Η επισήμανση του ελαιολάδου δεν μπορεί να αναφέρει εικόνες, παραστάσεις, ή στοιχεία τα οποία είναι δυνατόν να παραπλανήσουν το καταναλωτικό κοινό είτε με την απόδοση σ' αυτό ιδιοτήτων που δεν έχει, είτε με την απόδοση ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τα οποία είναι κοινά και σε άλλα προϊόντα.

Η πώληση στον καταναλωτή, σε επίπεδο λιανικού εμπορίου πραγματοποιείται σε συσκευασίες οι οποίες δεν μπορούν να υπερβαίνουν την χωρητικότητα των πέντε λίτρων και στόχο έχει την αποθάρρυνση της «χύμα» διακίνησης. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι παρά τον Κανονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το «χύμα» ελαιόλαδο καταλαμβάνει ένα σημαντικό κομμάτι στην εγχώρια κατανάλωση. Ωστόσο η σχέση κατανάλωσης τυποποιημένου επώνυμου ελαιολάδου και χύμα παραμένει εδώ και αρκετά χρόνια στο 1 προς 3. Για την ακρίβεια, σύμφωνα με στοιχεία εταιρειών οι οποίες δραστηριοποιούνται στον κλάδο, η αναλογία της κατανάλωσης ελαιολάδου εκτιμάται ότι έχει ως εξής: περίπου το 25% αφορά στην κατανάλωση τυποποιημένου ελαιολάδου, περίπου το 42% στην ιδιοκατανάλωση και το 33% στην κατανάλωση χύμα προϊόντος που αγοράζεται από πλανόδιους πωλητές. Τα προαναφερόμενα ποσοστά δεν βασίζονται σε επίσημες στατιστικές, αφού δεν υπάρχει η δυνατότητα ακριβούς

καταγραφής της χύμα παραγωγής.²⁷

ΕΜΠΟΡΙΑ

Η εμπορία του ελαιολάδου στην εγχώρια αγορά πραγματοποιείται με 2 τρόπους, είτε απευθείας από τον παραγωγό στον καταναλωτή είτε με την διαμεσολάβηση «τρίτων». Οι ονομαζόμενοι «μεσάζοντες» ή αλλιώς «τρίτοι» είναι συνήθως έμποροι οι οποίοι δραστηριοποιούνται στον τομέα του ελαιόλαδου, συγκεντρώνουν μεγάλες ποσότητες ελαιολάδου από διάφορες περιοχές και με διαφορετική ποιότητα, τις συσκευάζουν και μετά τις προωθούν στον τελικό καταναλωτή. Από αυτήν την αγοραπωλησία ο καταναλωτής καταναλώνει ένα ελαιόλαδο αμφιβόλου ποιότητας λόγω των προσμειξεων. Όπως φαίνεται από αυτήν την πρακτική, η οποία χαρακτηρίζεται ως πρακτική του παρελθόντος, αφού τόσο οι καταναλωτές που την προτιμούν όσο και οι έμποροι που τη συνεχίζουν είναι μεγάλης ηλικίας και συνδέονται με προσωπικές σχέσεις ή τουλάχιστον σχέσεις συνήθειας, το μόνο στοιχείο που έχει αλλάξει είναι η συσκευασία, έχουμε περάσει δηλαδή από τον «τενεκέ» στο δοχείο των πέντε λίτρων και αυτό εξαιτίας κοινοτικής οδηγίας.

Προς την ίδια κατεύθυνση αλλά πιο οργανωμένα, λόγω του μεγέθους τους τουλάχιστον, κινούνται και μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ οι οποίες τα τελευταία 3-4 χρόνια έχουν βγει δυναμικά στην αγορά με προϊόντα διαφόρων τύπων, με ετικέτα την ονομασία τους. Όπως φαίνεται αυτή η πρακτική δεν διαφέρει από την προηγούμενη, διότι διακινεί προϊόντα χωρίς ουσιαστική ταυτότητα, όμως το πιο ανησυχητικό είναι ότι τέτοια προϊόντα έχουν περάσει στα ράφια των σούπερ-μάρκετ και άρα στα τραπέζια περισσότερων καταναλωτών.

²⁷ <http://www.greekretail.gr>

Στα ράφια των σούπερ μάρκετ όμως βρίσκονται και τυποποιημένα προϊόντα και πιο συγκεκριμένα ελαιόλαδο από εταιρίες με μακρόχρονη παράδοση στον κλάδο. Η ειδοποιός διαφορά αυτών των εταιρειών δεν είναι η εμπειρία αλλά η στροφή προς την τεχνογνωσία και κατ' επέκταση στον συστηματικό έλεγχο σε όλα τα στάδια παραγωγής καθώς επίσης και ο προσδιορισμός της περιοχής παραγωγής. Ονόματα όπως η πολυεθνική εταιρεία Unilever η οποία όπως μας αναλύει ο εκπρόσωπός της κ. Γρηγόρης Αντωνιάδης (Communications & Media Director) τον οποίο συνάντησα στην ετήσια έκθεση ελαιοτεχνία, κάνει τακτικές δειγματοληψίες, για αυτό και κάθε χρόνο δεν συγκεντρώνει την ποσότητα του ελαιολάδου που εμπορεύεται από τους ίδιους παραγωγούς αλλά από αυτούς που συγκεντρώνουν χαρακτηριστικά στο προϊόν τους, όπως φρουτώδες, πικρό και πικάντικο και όχι μόνο χαμηλής οξύτητας.²⁸

Τέλος υπάρχουν και οι τοπικοί συνεταιρισμοί στους οποίους θα γίνει αναλυτική αναφορά σε επόμενη ενότητα. Αυτό που πρέπει να τονίσουμε εδώ είναι ότι έχουν δημιουργηθεί από αγρότες με αγάπη γι' αυτό που κάνουν, από αγρότες που πιστεύουν στην ποιότητα του προϊόντος που παράγουν, που πιστεύουν επίσης ότι τους εκμεταλλεύονται οι έμποροι και που θέλουν τέλος να πετύχουν καλύτερες τιμές για το προϊόν τους και για τον κόπο τους με το να το εμπορεύονται οι ίδιοι. Το κύριο μέλημα των αγροτικών συνεταιρισμών είναι η συλλογή της παραγωγής των μελών τους και, στη συνέχεια, η επεξεργασία, η τυποποίηση και η εμπορία της.

ΛΓΟΡΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Αναλύοντας την εμπορία στην αλλοδαπή, και συγκεκριμένα για το τυποποιημένο ελαιόλαδο, αυτή πραγματοποιείται με διαφοροποίηση τόσο στο μέγεθος όσο και στην

²⁸ Παράρτημα 1 «Φύλλο χαρακτηρισμού παρθένου ελαιολάδου»

συσκευασία του προϊόντος. Για την συσκευασία συνήθως χρησιμοποιούνται γυάλινα δοχεία, καθώς οι καταναλωτές προσδίδουν μεγαλύτερη αξία σε αυτό, σε μεγέθη που συνήθως δεν ξεπερνούν το ένα λίτρο. Αυτό δεν το συναντάμε στην εγχώρια αγορά καθώς ο Έλληνας καταναλωτής είναι περισσότερο εξοικειωμένος με την κατανάλωση του ελαιολάδου και το θεωρεί ως «υλικό πρώτης ανάγκης». Άλλωστε αυτός είναι και ένας από τους λόγους που η Ελληνική αγορά θεωρείται ώριμη και κορεσμένη, όπως οι αγορές των Μεσογειακών χωρών, με αποτέλεσμα σημαντική διέξοδο για την ανάπτυξη του κλάδου να αποτελούν οι εξαγωγές. Δυστυχώς, κατά την εξαγωγή, το ελληνικό ελαιόλαδο φεύγει συνήθως σε «χύμω» μορφή σε φορτία, μετέπειτα δε αναμιγνύεται, τυποποιείται και τελικά διατίθεται στη διεθνή αγορά με ξένα εμπορικά σήματα.

Ιαπωνία

Σημαντική άνοδο σημείωσαν οι ελληνικές εξαγωγές ελαιόλαδου στην Ιαπωνία, όχι μόνο σε αξία και σε ποσότητες, αλλά και όσον αφορά την αύξηση του μεριδίου αγοράς κατά 33,5%, γεγονός που καταδεικνύει ότι αποτελεί μια χώρα με πολλές δυνατότητες και ευκαιρίες για το ελληνικό ελαιόλαδο.

Σύμφωνα με στοιχεία του υπουργείου Εξωτερικών, τα οποία προέρχονται από το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της ελληνικής πρεσβείας στο Τόκιο, η αξία των εξαγωγών του ελληνικού ελαιόλαδου στην Ιαπωνία το έτος 2007 ανήλθε στα 256,699 εκατ. γιεν ή 1,55 εκατ. ευρώ περίπου, σημειώνοντας αύξηση κατά 19,7%, δηλαδή μεγαλύτερη ακόμη και από την αύξηση του 2006, η οποία ανήρχετο στο 18,24% και σχεδόν τριπλάσια της αύξησης του έτους 2005, η οποία ήταν της τάξης του 6,9%. Οι τιμές αφορούν το «παρθένο ελαιόλαδο», αφού η αξία των ελληνικών εξαγωγών ελαιόλαδου άλλης κατηγορίας παραμένει εξαιρετικά χαμηλή.

Σημειώνεται πως η σημαντική αυτή αύξηση του ελληνικού μεριδίου αγοράς ελαιόλαδου στην Ιαπωνία καθώς και η αύξηση των εισαγωγών πραγματοποιήθηκαν σε μία δύσκολη συγκυρία, αφενός, διότι οι συνολικές εισαγωγές ελαιόλαδου στην Ιαπωνία παρουσίασαν για πρώτη φορά μείωση την τελευταία δεκαπενταετία, τόσο της αξίας κατά -10,3% όσο και της εισαγόμενης ποσότητας κατά -4,77%, και αφετέρου, διότι η μέση τιμή ανά λίτρο εισαγωγής του ελληνικού ελαιόλαδου στην Ιαπωνία όχι μόνο παρέμεινε υψηλότερη κατά 35% από τη μέση τιμή εισαγωγής ελαιόλαδου στην ιαπωνική αγορά, αλλά ταυτόχρονα αυξήθηκε κατά 3,7%, όταν η μέση τιμή εισαγωγής ελαιόλαδου στην ιαπωνική αγορά μειώθηκε κατά 5,8%.

Ωστόσο, παρά την σημαντική άνοδο των εξαγωγών του ελληνικού αυτού προϊόντος, αξιοποιείται μόνον ένα πολύ μικρό μέρος των δυνατοτήτων οι οποίες υπάρχουν στη μεγάλη ιαπωνική αγορά. Το ελληνικό ελαιόλαδο κατέχει σήμερα μόνο το 1,38% των συνολικών εισαγωγών ελαιόλαδου της Ιαπωνίας, όταν το ιταλικό ελαιόλαδο ξεπέρασε το 60% το 2007, το 58,5% το 2006, το 60% το 2005 και το 62% το 2004, ενώ το ισπανικό ελαιόλαδο κατέχει μερίδιο αγοράς 31,22% το 2007, 36% το 2006, 35,17 το 2005 και 34% το 2004.

Πίνακας 3.3



Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία -Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας.

Η Ελλάδα εξαγεί στην Ιαπωνία λιγότερο ελαιόλαδο ακόμη και από την Τουρκία, η οποία κατά την τελευταία πενταετία, διευρύνει συνεχώς το μερίδιό της στην ιαπωνική αγορά ελαιόλαδου. Συγκεκριμένα, η Τουρκία αύξησε το μερίδιό της κατά 52, 5% το 2007, στο 5,17% του συνόλου των ιαπωνικών εισαγωγών ελαιόλαδου, από 3,39% το 2006, το οποίο ήταν σχεδόν διπλάσιο του μεριδίου του 2005, που ήταν της τάξης του 1,81% και σχεδόν τριπλάσιο του μεριδίου του 2004, που ήταν της τάξεως του 1,24%.

Η.Π.Α.

Εν τούτοις δεν θα χαρακτηρίζαμε ιδιαίτερα ενθαρρυντικά τα στοιχεία από τις εξαγωγές στις Η.Π.Α. αφού αυτές κατέγραψαν αρνητική πορεία κατά το 2008, μετά από σειρά ετών σταθερής ανόδου. Σύμφωνα με τις πρώτες εκτιμήσεις, η συνολική αξία των τροφίμων και ποτών τα οποία εξήχθησαν από την Ελλάδα προς τις ΗΠΑ το 2008 ανήλθε σε 196 εκ. USD περίπου έναντι 240 εκ. το 2007 (πτώση 18%). Το μερίδιο του κλάδου τροφίμων-ποτών στις συνολικές εξαγωγές μας προς Η.Π.Α. ανέρχεται σε 19,6%

61

έναντι 20,1% το 2007. Και οι τέσσερις μείζονες εξαγωγικές κατηγορίες, δηλαδή όσες το 2007 ήταν αξίας άνω των 10 εκ. USD (παρασκευασμένα φρούτα-λαχανικά, γαλακτοκομικά, έλαια-λίπη, ποτά) υποχώρησαν σημαντικά, με την πτώση τους να κυμαίνεται από 9% έως 31%.

Πιο συγκεκριμένα, η υποκατηγορία έλαια-λίπη (διψήφιος κωδικός HS: 15) με εξαγωγές στις ΗΠΑ 19.735.000 USD έναντι 25.064.000 το 2007 παρουσιάζει πτώση της τάξης του 21,5%. Η συντριπτική πλειοψηφία (98%) των εξαγωγών της συγκεκριμένης υποκατηγορίας -με αξία 19.340.000 USD έναντι 24.597.000 το 2007- αφορά το ελαιόλαδο. Στο συγκεκριμένο προϊόν το μερίδιό μας επί του συνόλου της αμερικανικής αγοράς (η οποία το 2008 αυξήθηκε κατά 7% και ξεπέρασε, για πρώτη φορά στα χρονικά, το 1 δις USD) συρρικνώθηκε σημαντικά από 2,61% (το 2007) σε 1,92%. Η πτώση μας σε μερίδιο αγοράς, επομένως, είναι 26,5%, παρά την ύπαρξη σχετικού προωθητικού προγράμματος²⁹, το οποίο ξεκίνησε να υλοποιείται το 2006 εκ μέρους του ΕΟΕΕ (ΟΠΕ) και είχε ως στόχο τον τριπλασιασμό των ελληνικών εξαγωγών ελαιολάδου στις ΗΠΑ εντός της τριετίας.

Από τους 8 βασικούς ανταγωνιστές μας (οι οποίες το 2008 ξεπέρασαν σε εξαγωγές προς τις ΗΠΑ τα 5.000.000 USD) οι εισαγωγές ελαιολάδου από την Ιταλία αυξήθηκαν από 575.769.000 σε 619.219.000 USD και εξακολουθούν να έχουν δεσπόζουσα θέση, με μερίδιο αγοράς σχεδόν 62% (όσο και το 2007), οι εισαγωγές από την Ισπανία, οι οποίες το 2007 είχαν μειωθεί, αυξήθηκαν από 163.930.000 σε 192.158.000 USD (μερίδιο αγοράς 19%), οι εισαγωγές από την Τυνησία αυξήθηκαν δραματικά -όπως κάθε χρόνο μετά το 2005- από 65.731.000 σε 96.808.000 USD (μερίδιο αγοράς σχεδόν 10%), οι εισαγωγές από την Τουρκία υπέστησαν πρωτοφανή καθίζηση από 41.753.000

²⁹ Η ονομασία του προγράμματος είναι «Κεράσματα».

σε 13.341.000 USD, οι εισαγωγές από την Αργεντινή επίσης μειώθηκαν από 30.161.000 σε 23.047.000 USD, οι εισαγωγές από την Αυστραλία αυξήθηκαν από 6.760.000 σε 10.131.000 USD, οι εισαγωγές από το Μαρόκο αυξήθηκαν από 7.356.000 σε 9.590.000 USD και οι εισαγωγές από την Πορτογαλία αυξήθηκαν από 6.940.000 σε 7.134.000 USD.

Οι τρεις πρώτες χώρες (Ιταλία, Ισπανία, Τυνησία), επομένως, κατέχουν αθροιστικά μερίδιο επί της αμερικανικής αγοράς άνω του 90% ή 908 εκ. USD, «συμπιέζοντας» τον υπόλοιπο ανταγωνισμό -συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας- στο υπόλοιπο 10% περίπου της αγοράς (98 εκ. USD το 2008). Λίγα χρόνια πριν, το 2005, το μερίδιο αγοράς των τριών κυρίαρχων εξαγωγικών χωρών στο ελαιόλαδο ήταν μεν σημαντικότερο, αλλά μικρότερο από ό,τι σήμερα (84,5%).³⁰

Καναδάς

Ίσως πιο ενθαρρυντικά είναι τα στοιχεία από την αγορά του Καναδά γιατί εκεί κατέχουμε, τουλάχιστον, το 10% της αγοράς, όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα του υπουργείου εξωτερικών

Πίνακας 3.4 ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΚΑΝΑΔΑ

Έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, Δασμολογική Κλάση 150910

	2003	2004	2005	2006	2007	Ποσό
Ιταλία	43.599.443	55.863.518	59.591.021	76.210.458	74.014.644	65,88
ΕΛΛΑΔΑ	7.925.976	6.875.525	10.503.340	12.524.821	12.242.189	10,90
Τουρκία	2.131.221	5.927.619	10.784.452	10.655.267	10.881.879	9,69
Ισπανία	3.938.713	2.911.384	3.922.042	4.150.409	3.658.179	3,26

³⁰ Γενικό πρόξενείο της Ελλάδος γραφείο, οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων

Πίνακας 3.4 ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΚΑΝΑΔΑ

Εξτρα παρθένο ελαιόλαδο, Δασμολογική Κλάση 150910

	2003	2004	2005	2006	2007	Ποσοστό
Τυνησία	769.727	2.634.002	2.405.362	2.283.077	2.963.859	2,64 %
Πορτογαλία	1.422.455	1.982.211	2.763.415	5.225.725	2.037.945	1,81 %
Λίβανος	663.558	524.844	957.129	760.164	1.637.647	1,46 %
Η.Π.Α.	324.893	429.339	1.124.766	1.622.974	1.001.980	0,89 %
Συρία	26.397	16.775	322.995	273.093	858.036	0,76 %
Μαρόκο	94.281	288.567	225.862	313.979	726.493	0,65 %
ΣΥΝΟΛΟ	60.896.664	77.453.784	92.600.384	114.019.967	110.022.851	97,94 %
ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ	1.185.577	738.781	1.492.798	2.962.669	2.319.030	2,06 %
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	62.082.241	78.192.565	94.093.182	116.982.636	112.341.881	100 %

Ποσά σε Δολάρια Καναδά

Πηγή: Υπουργείο Εξωτερικών

ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ

Οι πολυεθνικές εταιρείες έχουν κερδίσει ένα μεγάλο κομμάτι της εγχώριας αγοράς μέσω της εξειδίκευσης την οποία προσπαθούν να προσφέρουν. Συνεργάζονται με μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ και διανέμουν μεγάλες ποσότητες σε αυτά. Ο υπεύθυνος ειδικός εκπρόσωπος της Unilever Ελλάς Α.Ε. κ. Γρηγόρης Αντωνιάδης (Communications & Media Director) μου ανέφερε ότι η επιλογή των συνεργατών είναι μεν χρονοβόρα αλλά και πολύ σημαντική για την εταιρεία για να είναι σε θέση να κρατήσει την υψηλή ποιότητα του τελικού προϊόντος που θα διατεθεί στην αγορά. Ειδικοί γευσιγνώστες με γνώμονα τις ιδιότητες οι οποίες έχουν θεσπιστεί για την

κατηγοριοποίηση του ελαιολάδου λαμβάνουν δείγματα από ελαιώνες σε όλη την Ελλάδα με σκοπό την διάκρισή τους αναλόγως με την φρουτώδης – πικρή – πικάντικη γεύση.

Οι γευσινγώστες χρησιμοποιούν σκούρο γυάλινο δοχείο ώστε να μην επηρεάζονται από το χρώμα του καθώς, σύμφωνα με δήλωση του ειδικού, αυτό δεν αποτελεί γνώμονα για την ποιότητα του λαδιού. Επιπρόσθετα το δοχείο έχει κλίση, η οποία θυμίζει ποτήρι κρασιού δίχως την «κολώνα», ώστε ο δοκιμαστής να ανιχνεύει την μυρωδιά. Στη συνέχεια η εταιρεία στέλνει τα δείγματα τα οποία πληρούν τις προδιαγραφές για την κατηγορία *εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο*, στο χημείο το οποίο και πραγματοποιεί μετρήσεις οι οποίες κυρίως αφορούν την οξύτητα.

Σύμφωνα με δήλωση του εκπροσώπου της εταιρείας, η οξύτητα δεν θα πρέπει να υπερβαίνει το 0,8%, ποσοστό το οποίο αποτελεί και τον στόχο όσων εταιριών δραστηριοποιούνται στον κλάδο. Για την επίτευξη του στόχου αυτού οι εταιρείες είναι σε θέση να χρησιμοποιούν διάφορους τύπους / ποιότητες ελαιολάδου, ωστόσο το αποφεύγουν, διότι συνήθως οι ιδιότητες της χαμηλότερης ποιότητας υπερισχύουν σε σχέση με αυτές της υψηλότερης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα το τελικό προϊόν να μην διαθέτει τις θεμιτές ιδιότητες (γευστικά).

Πρόθεση των πολυεθνικών είναι να χρησιμοποιήσουν τις γνώσεις και δυνατότητες που διαθέτουν ώστε να διασφαλίσουν τα συμφέροντα των καταναλωτών και να προσφέρουν προϊόντα με σταθερή ποιότητα. Άλλωστε αυτός είναι και ο σκοπός των διαφημίσεων που πραγματοποιούνται κατά καιρούς στα τηλεοπτικά μέσα για την πραγματοποίηση αγοράς ελαιολάδου μόνο σε τυποποιημένη μορφή και όχι σε «χύμα».

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

Τελευταία παρατηρείται η δημιουργία πολλών συνεταιρισμών, σε όλη την επικράτεια, οι οποίοι αναλαμβάνουν την εμπορία, επεξεργασία ή / και τυποποίηση των προϊόντων των μελών τους. Στην συνέντευξη που είχα με τον Πρόεδρο του Αγροτικού Συνεταιρισμού Αμαλιάδος και περιχώρων "ΒΙΟΗΛΙΣ", που δραστηριοποιείται στην Δυτική Πελοπόννησο, κ. Βασιλόπουλο Θεόδωρο, μου ανέφερε ότι οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, ως επί το πλείστον, εξαιρουμένων της Ένωσης Πεζών, δεν έχουν σημαντική διαπραγματευτική δύναμη με τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ ώστε τα τυποποιημένα ελαιόλαδα να είναι προσβάσιμα από τον τελικό καταναλωτή.

Οι λόγοι ποικίλουν, όπως εκείνος δηλώνει, όμως ο πιο σημαντικός είναι το μεγάλο πάγιο κόστος το οποίο απαιτούν τα σούπερ-μάρκετ για να τοποθετηθεί το προϊόν σε ένα ράφι. Το αποτέλεσμα είναι οι αγροτικοί συνεταιρισμοί να αποθαρρύνονται και να επιδιώκουν την εμπορία των προϊόντων τους μέσα από τα τοπικά σημεία λιανικής πώλησης με επακόλουθο τον περιορισμό της ποσότητας που είναι σε θέση να διαθέσουν. Στόχος των μελών των συνεταιρισμών και συγκεκριμένα του "ΒΙΟΗΛΙΣ" είναι πρώτα να διαθέσουν το ελαιόλαδό τους ατομικά, μέσω των δικών τους σημείων πώληση, εφόσον έχουν την δυνατότητα να το τυποποιήσουν, και εν συνεχεία να συνεργαστούν με τον συνεταιρισμό, ο οποίος θα αναλάβει την προώθηση του υπολειπόμενου προϊόντος. Σκοπός είναι η επίτευξη υψηλότερης τιμής ατομικά, αφού ο συνεταιρισμός θα καταβάλει στον παραγωγό αρκετά μικρότερη τιμή.

Σύμφωνα με τον κ. Βασιλόπουλο προβληματισμό δημιουργεί η ύπαρξη συσκευαστηρίων τα οποία όχι μόνο δεν έχουν την υποδομή αλλά απουσιάζει και η ολοκληρωμένη τεχνογνωσία των στελεχών με κατάληξη να αναμιγνύουν ελαιόλαδα διαφόρων ποιοτήτων από διαφορετικές περιοχές και μετά να το προωθούν στην αγορά

δηλώνει. Τέτοιου είδους ενέργειες, τονίζει ο κ Βασιλόπουλος, αμαυρώνουν την αξιοπιστία των συνεταιρισμών και δυσκολεύουν το έργο τους για την ανάπτυξη της εμπορίας διευκολύνοντας παράλληλα αυτό των πολυεθνικών. Η ύπαρξη μικρής ζήτησης προϊόντων ή υποπροϊόντων ελαιολάδου από τους συνεταιρισμούς δημιουργεί πλεόνασμα το οποίο διατίθεται στην αγορά με μικρά έως μηδαμινά περιθώρια κέρδους. Τα μέλη τους αισθάνονται παραμελημένα και αδικημένα με αποτέλεσμα να υποβαθμίζονται οι δυνατότητες των συνεταιρισμών. Επιπρόσθετα αναφέρθηκε η χρήση φυγοκεντρικών μηχανημάτων τα οποία παρέχουν την δυνατότητα ανανέωσης του παλαιού ελαιολάδου σε νέο και την πώληση αυτού.

Δραστηριότητα των συνεταιρισμών³¹

Ανέκαθεν η κύρια δραστηριότητα των συνεταιριστικών οργανώσεων, είτε πρωτοβάθμιων (τοπικών ενώσεων παραγωγών) είτε δευτεροβάθμιων (περιφερειακών σχημάτων των τοπικών ενώσεων), ήταν η συγκέντρωση της αγροτικής παραγωγής και η διάθεσή της σε συμφέρουσες, για τους αγρότες-μέλη τους τιμές. Σήμερα, ωστόσο, οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, αξιοποιώντας σύγχρονες εγκαταστάσεις, νέες μεθόδους επεξεργασίας και συσκευασίας-τυποποίησης της παραγωγής τους, συνδέονται με τα διαφορετικά κανάλια διανομής και συμμετέχουν σε ποικίλα προγράμματα προβολής και μάρκετινγκ, με αποτέλεσμα, παρά τις οργανωτικές δυσκολίες και την εκάστοτε οικονομική συγκυρία, διευρύνουν την παρουσία τους στην εγχώρια -και όχι μόνο- αγορά.

Αυτό δε σημαίνει, βέβαια, ότι η συνεταιριστική αγροτική παραγωγή διανύει την περίοδο της μεγαλύτερης ευημερίας της. Αντίθετα, οι δυσκολίες της προέρχονται,

³¹ <http://www.greekretail.gr>

κυρίως, από τον έντονο ανταγωνισμό του εισαγωγικού εμπορίου αγροτικών προϊόντων. Ταυτόχρονα, ωστόσο, αυτό αποτελεί μια πρόκληση για το δομικό εκσυγχρονισμό και την ανανέωσή της. Ένα κοινό πρόβλημα το οποίο αντιμετωπίζουν όλοι οι συνεταιρισμοί είναι η μεγάλη αυξομείωση του αριθμού των μελών τους κάθε χρόνο, με επιπτώσεις στη συγκέντρωση της ετήσιας προσδοκώμενης ποσότητας παραγωγής.

Ευθύνη του συνεταιρισμού είναι η σωστή αποθήκευση, η ταξινομήση-τυποποίηση, η συσκευασία και η διανομή της παραγωγής στη χονδρική και στη λιανική αγορά. Οι πιο οργανωμένοι συνεταιρισμοί διαθέτουν δικά τους πρακτορεία χονδρικής στις κεντρικές λαχαναγορές (Αθήνας και Θεσσαλονίκης), ενώ ταυτόχρονα μπορούν να αναπτύξουν δίκτυο πελατών χονδρικής και στην υπόλοιπη ηπειρωτική και νησιωτική χώρα. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται και αλυσίδες σούπερ-μάρκετ. Γενικότερα, τα τελευταία χρόνια αυξάνει το ενδιαφέρον των αγροτικών συνεταιρισμών για τη διάθεση της παραγωγής τους απευθείας στην αγορά της λιανικής

Νέα πεδία επιχειρηματικότητας³²

Μια ακόμη λειτουργία των αγροτικών συνεταιρισμών είναι η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στα μέλη τους, όπως λογιστική, διαχειριστική και φοροτεχνική υποστήριξη, προμήθεια αγροτικών εφοδίων και ζωοτροφών.

Η εξωστρέφεια των συνεταιρισμών

Εκτός από την ελληνική αγορά, οι αγροτικοί συνεταιρισμοί διακινούν ευρέως τα προϊόντα τους και στο εξωτερικό. Μάλιστα, σε πολλές περιπτώσεις, οι ποσότητες οι οποίες εξάγονται είναι μεγαλύτερες από αυτές οι οποίες διοχετεύονται στην εσωτερική κατανάλωση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Ένωση Αγροτικών

Συνεταιρισμών Σητείας, μία από τις αγροτικές Ενώσεις της Κρήτης, η οποία συγκεντρώνει κάθε χρόνο περί τους 5 χιλιάδες τόνους ελαιόλαδο, το οποίο επεξεργάζεται, τυποποιεί και διακινεί.

Σύμφωνα με τον κ. Γιώργο Ατζολιδάκη, εμπορικό διευθυντή της Ένωσης, το προς εξαγωγή ποσοστό επί του συνόλου της παραγωγής ελαιολάδου της Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών Σητείας ανέρχεται στο 70%. Το υπόλοιπο 30% διατίθεται στην εγχώρια αγορά. Κύριες αγορές προορισμού είναι της Γερμανία, της Αυστραλίας, των Η.Π.Α., του Καναδά, της Αυστραλίας, του Βελγίου, ενώ στην αγορά της Ιταλίας εξάγεται αποκλειστικά χύμα ελαιόλαδο.

Σύμφωνα με τον κ. Ατζολιδάκη, οι αγορές της Κίνας και της Ινδίας εμφανίζουν σήμερα αυξανόμενη ζήτηση ελαιολάδου, η οποία προέρχεται κυρίως από τα ανώτερα κοινωνικοοικονομικά στρώματα

Για την επίτευξη εξαγωγικών επιδόσεων αρκετοί συνεταιρισμοί αναπτύσσουν έντονη δραστηριότητα. Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Ηρακλείου, επί παραδείγματι, διαθέτει οργανωμένο εμπορικό τμήμα, με σκοπό την διατήρηση των προσβάσεών της στις υπάρχουσες αγορές και τη δημιουργία νέων προσβάσεων σε καινούργιες. Οι περισσότεροι συνεταιρισμοί με τους οποίους ήρθα σε επαφή, όπως μου δήλωσαν τα στελέχη τους, συνεργάζονται στενά με τον Οργανισμό Προώθησης Εξαγωγών, ο οποίος οργανώνει εμπορικές αποστολές στο εξωτερικό με στόχο την προβολή της ποικιλίας των ελληνικών προϊόντων, και στηρίζει πληροφοριακά και οργανωτικά τη συμμετοχή των αγροτικών συνεταιρισμών στις διεθνείς εμπορικές εκθέσεις τροφίμων και ποτών.

³² <http://www.grecketail.gr>

Η πρόκληση των δυσκολιών

Το μέλλον της ελληνικής αγροτικής παραγωγής καθορίζεται πλέον σε πολύ μεγάλο βαθμό από εξωγενείς παράγοντες, όπως τη διεθνή απελευθέρωση του εμπορίου, την αναθεώρηση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής της Ε.Ε., τη συνεχώς αυξανόμενη διακίνηση αγροτικών προϊόντων από αναδυόμενες αγορές, όπως η Κίνα. Όλα αυτά αυξάνουν την ανταγωνιστική δυσκολία των ελληνικών αγροτικών προϊόντων. Άλλωστε, το γεγονός ότι στις πλείστες των περιπτώσεων διατίθενται στην εγχώρια αγορά σε τιμές υψηλότερες των αντίστοιχων εισαγόμενων αποτελεί τη σαφή ένδειξη ενός ελλείμματος ανταγωνιστικότητας της αγροτικής οικονομίας. Ωστόσο, η εγχώρια αγροτική παραγωγή έχει την δυνατότητα να ανταγωνιστεί από πλεονεκτικές θέσεις τις επιδόσεις άλλων χωρών, κυρίως στον τομέα της ποιότητας. «Βρισκόμαστε μπροστά σε ένα κρίσιμο στάδιο για την ανάπτυξή μας. Από το 2013 θα πρέπει να προσαρμοστούμε στα νέα δεδομένα που δημιουργεί η νέα ΚΑΠ. Ενδεχομένως, κάποιες καλλιέργειες να πρέπει να αντικατασταθούν από κάποιες άλλες, περισσότερο παραγωγικές. Ωστόσο, αυτό είναι πρόβλημα που το αντιμετωπίζει όλη η Ευρώπη, οπότε πιστεύω ότι στο πλαίσιο αυτό θα υπάρξουν εναλλακτικές λύσεις που θα μπορέσουμε να αξιοποιήσουμε», σχολιάζει ο κ. Χαλκιαδάκης, γενικός διευθυντής της Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών Ηρακλείου. Από την πλευρά του, ο κ. Βαλασσάς, διευθυντής του Συνεταιρισμού Ζαγοράς Πηλίου, προσθέτει ότι το μέλλον της αγροτικής παραγωγής μας βρίσκεται στα μεγάλα και σύγχρονα συνεταιριστικά σχήματα, δεδομένου ότι η συγκέντρωση της παραγωγής παρέχει τη δυνατότητα άσκησης μακροπρόθεσμης πολιτικής ανάπτυξης.

ΟΠΕ: ΜΕ ΝΕΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Πολλοί αγροτικοί συνεταιρισμοί συμμετέχουν ενεργά στο πρόγραμμα δράσης του ΟΠΕ, το οποίο περιλαμβάνει συμμετοχή σε σημαντικές διεθνείς εκθέσεις, επιχειρηματικές αποστολές κλπ. Μέσα από αυτό προωθείται και προβάλλεται στις διεθνείς αγορές το ευρύ φάσμα των προϊόντων τους (οπωροκηπευτικά, βιολογικά προϊόντα, κρασί, κονσερβοποιημένα φρούτα κ.ά.). Ως γνωστόν, από το 2005 ο Οργανισμός κινεί την πρωτοβουλία διεθνούς και συστηματικής προώθησης των ελληνικών τροφίμων και ποτών, με όχημα τη γαστρονομία και την ελληνική μεσογειακή διατροφή, υπό την επωνυμία *Kerasma*, με τη στήριξη του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών και τη συνεργασία κλαδικών συνδέσμων του σχετικού τομέα. Το πρόγραμμα δράσης του ΟΠΕ συνοδεύεται από τη νέα επικοινωνιακή ταυτότητα η οποία δημιουργήθηκε για τα ελληνικά προϊόντα, με τα λογότυπα-σλόγκαν “Foods From Greece Real Taste. Great Living” και “Wines & Spirits From Greece Real Flavor. Great Living”.³³

ΕΠΩΝΥΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τα Επώνυμα Προϊόντα είναι προϊόντα τα οποία αγοράζονται καθημερινά, κυρίως από καταστήματα τύπου σούπερ - μάρκετ και τα οποία διατίθενται σε εθνικό επίπεδο, χρησιμοποιούν και βασίζονται σε επενδύσεις marketing, όπως η διαφήμιση, για να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν μια ξεχωριστή ταυτότητα, την μάρκα. Το Επώνυμο Προϊόν είναι ένα μέσον διαφοροποίησης ανάμεσα στα προϊόντα της ευρύτερης αγοράς, το οποίο διευκολύνει τον καταναλωτή ώστε να επιλέγει συνειδητά κάθε φορά που αγοράζει ένα προϊόν.

³³ Δημοσιεύεται στο τμήμα 370 του περιοδικού “οίλε σέρβις” των εκδόσεων Comcepteur.

Το Επώνυμο Προϊόν λειτουργεί με δύο τρόπους :

- Μέσω της Αναγνώρισης, όπου ο καταναλωτής κάνει την επιλογή του με βάση την εμπειρίας του.
- Μέσω της Φήμης, όπου ο καταναλωτής κάνει την επιλογή του με βάση και την προσωπικής του εμπειρία αλλά και την εμπειρία άλλων ατόμων.

Τα Επώνυμα Προϊόντα προσφέρουν στον καταναλωτή τα εξής οφέλη:

1. VALUE FOR MONEY

δηλαδή:

- Ισορροπία μεταξύ της ποιότητας και της τιμής του προϊόντος
- Καλύτερη ποιότητα ,λόγω του ότι οι βιομηχανίες επενδύουν στην καινοτομία σε όλες τις φάσεις ανάπτυξης, παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων.
- Υψηλή ποιότητα προσφερόμενη σε ελκυστικότερη τιμή, λόγω του ότι τα Επώνυμα Προϊόντα εμπλέκονται σε μια διαδικασία ανταγωνισμού μεταξύ τους με αποτέλεσμα τη συγκράτηση των τιμών προς όφελος του καταναλωτή.
- Ποιότητα σε ανταγωνιστική τιμή, λόγω του ότι τα Επώνυμα Προϊόντα παράγονται σε μεγάλες ποσότητες με χαμηλότερο κόστος ανά μονάδα, και το κόστος μεταφέρεται στον καταναλωτή μέσω του ανταγωνισμού.

2. ΕΠΙΛΟΓΗ

δηλαδή:

- Παρέχουν στον καταναλωτή τη δυνατότητα επιλογής, επειδή προσφέρουν λύσεις για τις ποικίλες ανάγκες ενός καταναλωτή και λύσεις για τις διαφορετικές

ανάγκες των διαφόρων καταναλωτών.

- Αυξάνουν τις επιλογές του καταναλωτή, λόγω του ότι οι βιομηχανίες επενδύουν στην καινοτομία του προϊόντος και έτσι αυξάνεται τόσο η ποιότητα όσο και η εξειδίκευση του προϊόντος. Συνεπώς έχουμε περισσότερη ποικιλία η οποία οδηγεί σε περισσότερες επιλογές.

3. ΕΥΚΟΛΙΑ

Τα Επωνύμα Προϊόντα παρέχουν ευκολία στον καταναλωτή λόγω του ότι:

- Είναι διαθέσιμα σε όλων των ειδών τα καταστήματα εξαιτίας της ευρείας διανομής τους, ενώ οι μάρκες των Λιανέμπορων είναι διαθέσιμες μόνο στα καταστήματα του συγκεκριμένου Λιανέμπορου.
- Απλοποιούν τη διαδικασία επιλογής καθώς ο καταναλωτής θυμάται την επωνυμία και την "προσωπικότητα" του προϊόντος και το ξεχωρίζει ανάμεσα στα άλλα προϊόντα που υπάρχουν στο "ράφι".

4. ΣΤΕΝΗ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Οι Βιομηχανίες Επωνύμων Προϊόντων επενδύουν συνεχώς στην έρευνα και την καινοτομία με αποτέλεσμα τα προϊόντα τους να εξελίσσονται συνεχώς ακολουθώντας τις ανάγκες του καταναλωτή. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των Επωνύμων προϊόντων τα ωθεί σε μια διαδικασία συνεχούς εξέλιξης όχι μόνον όσον αφορά τα φυσικά χαρακτηριστικά τους, όσο και την προστιθέμενη αξία την οποία αποδίδουν στον καταναλωτή, όπως το service, τις γραμμές πληροφόρησης (0800), κλπ.

5. ΕΓΓΥΗΣΗ

Η Επωνυμία αποτελεί για τον καταναλωτή:

- Εγγύηση, όσον αφορά την αξία και την ποιότητα του προϊόντος, της σχέσης που έχει με τις ανάγκες του καταναλωτή και την ικανοποίηση των αναγκών του. Ο

καταναλωτής, συχνά, επιλέγει να πληρώσει λίγο παραπάνω για ένα επώνυμο προϊόν τόσο, γιατί το εμπιστεύεται, όσο και γιατί δεν επιθυμεί ή δεν έχει το χρόνο να ψάξει για άλλα συναφή προϊόντα και να ρισκάρει την πιθανότητα αγοράς προϊόντος το οποίο δεν θα καλύψει πλήρως τις ανάγκες του.

- Εγγύηση, γιατί ο καταναλωτής γνωρίζει ότι τόσο το προϊόν όσο και ο κατασκευαστής του είναι αξιόπιστοι και με εξειδικευμένες γνώσεις.
- Εγγύηση για τη σταθερή ποιότητα και απόδοση του προϊόντος.

Τα Επώνυμα Προϊόντα και η καινοτομία οδηγούν σε ανάπτυξη τόσο των επιχειρήσεων όσο και της οικονομίας εν γένει. Ο ανταγωνισμός και οι καινοτομίες τις οποίες προσφέρουν τα Επώνυμα Προϊόντα δεν παράγουν οφέλη μόνο στον καταναλωτή ωφελούν παράλληλα και την οικονομία κάνοντάς τη πιο δυναμική και ανταγωνιστική, και ωθώντας την σε ανάπτυξη μέσα από την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Τα Επώνυμα Προϊόντα, εξαιτίας των οφελών που προσφέρουν και λόγω του μεγάλου δικτύου διανομής τους, έχουν πολύ μεγάλη ζήτηση. Αυτό δίνει τη δυνατότητα για μαζική παραγωγή των προϊόντων αυτών, με αποτέλεσμα να έχουν τιμή η οποία συναγωνίζεται τους ανταγωνιστές τους και συγχρόνως οδηγεί σε περισσότερες επενδύσεις στην Έρευνα και Ανάπτυξη.

Η Έρευνα και Ανάπτυξη με τη σειρά τους, οδηγούν σε περισσότερες καινοτομίες με στόχο την κάλυψη των αλλαγών οι οποίες παρατηρούνται στις ανάγκες των καταναλωτών. Κάθε στροφή σε αυτόν τον κύκλο οδηγεί σε οικονομική ανάπτυξη την επιχείρηση αλλά και γενικότερα την οικονομία.

LOOK-ALIKES

Τα Look-Alikes³⁴ (προϊόντα απομίμησης σήματος), είναι προϊόντα τα οποία έχουν δημιουργηθεί έτσι ώστε, είτε να μοιάζουν με κάποιο πολύ γνωστό Επώνυμο Προϊόν, είτε να κατέχουν κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του προϊόντος αυτού. Κάποια, ή και όλα από τα παρακάτω οπτικά χαρακτηριστικά, αντιγράφονται έτσι ώστε να παρουσιάζουν σχεδόν ίδια εμφάνιση με αυτή του Επώνυμου Προϊόντος :

- Σχήμα ετικέτας,
- χρωματισμός ετικέτας,
- στυλ γραμματοσειράς,
- σχεδιασμός λογοτύπου,
- γραφικά, όνομα,
- σχήμα συσκευασίας,
- κλείσιμο συσκευασίας,
- χρωματισμός συσκευασίας

Ένα προϊόν Look-Alike μοιάζει σε εμφάνιση με ένα Επώνυμο Προϊόν αντιγράφοντας και συνδυάζοντας κάποια ή και όλα από τα παραπάνω οπτικά χαρακτηριστικά. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την παραπλάνηση του καταναλωτή, οποίος θα θεωρήσει ότι το προϊόν αυτό θα έχει την ίδια ποιότητα, τα ίδια καινοτόμα χαρακτηριστικά και συνολικά την ίδια αξία με το πραγματικό.

Την πρακτική αυτή την συναντάμε πολύ συχνά στην αγορά ελαιολάδου (άλλωστε όλες οι εταιρίες πράσινο λάδι πουλάνε) όπου οι μικρότερες σε όγκο πωλήσεων μη

³⁴ http://www.esvep.gr/ep_einai.html

έχοντας τις κατάλληλες δυνατότητες και πρακτικές να βγουν πρώτες στην αγορά και να καινοτομήσουν, ακολουθούν και αντιγράφουν τους πρωτοπόρους. Τα αποτελέσματά τους δεν είναι καθόλου άσχημα, όπως βλέπουμε από την σχετική έρευνα της ICAP στο Παράρτημα III.

ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ - ΕΠΩΝΥΜΟ ΠΡΟΪΟΝ

Η τυποποίηση του ελαιολάδου αποτελεί τον κύριο παράγοντα της εξασφάλισης των καταναλωτών για τη γνησιότητα και την ποιότητα του προϊόντος. Το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο είναι ένα απόλυτο φυσικό προϊόν, το οποίο παραλαμβάνεται όπως ακριβώς βγαίνει από το ελαιοτριβείο, χωρίς καμία επεξεργασία ή πρόσμιξη. Τα επώνυμα τυποποιημένα ελαιόλαδα ελέγχονται αυστηρά και σταθερά από τους αρμόδιους φορείς. Οι έλεγχοι αυτοί αποτελούν τη δικλίδα ασφαλείας για τους καταναλωτές και εγγυώνται την καθαρότητα του τελικού προϊόντος.

Οι έλεγχοι γίνονται πάντα βάσει των προδιαγραφών τις οποίες έχει ορίσει ο ευρωπαϊκός κανονισμός ελαιολάδου και βέβαια βάσει των υψηλών προδιαγραφών που έχει θέσει κάθε εταιρία.

Κατά την τυποποίηση πρέπει, οπωσδήποτε, να αναγράφονται υποχρεωτικές ενδείξεις όπως η ημερομηνία λήξης αλλά και τα στοιχεία του τυποποιητή. Οι συσκευασίες οι οποίες χρησιμοποιούνται, έχουν επιλεγεί με αυστηρά για την ποιοτική διασφάλιση του προϊόντος κριτήρια. Γι' αυτό το λόγο είναι εφοδιασμένες με πώμα ασφαλείας προκειμένου να αποφεύγονται φαινόμενα νοθείας.

Τρόπος φύλαξης

Κατά την τυποποίηση ορίζεται και αναγράφεται απαραίτητως η ημερομηνία λήξης του προϊόντος, η οποία κυμαίνεται μεταξύ των 12 και 18 μηνών. Στο διάστημα αυτό τα

συστατικά του ελαιολάδου παραμένουν αναλλοίωτα.

Ο τρόπος φύλαξης αποτελεί βήμα πολύ σημαντικό προκειμένου να διατηρήσει το ελαιόλαδο το άρωμα, το χρώμα, τη γεύση του και τα πολύτιμα συστατικά του. Η έκθεση στον ήλιο και στη ζέστη, αλλά και το οξυγόνο και η υγρασία μπορούν να επιφέρουν αλλοιώσεις. Από τη στιγμή της συγκομιδής του ελαιοκάρπου μέχρι τη στιγμή της τυποποίησης, οι κανόνες εξαγωγής του ελαιολάδου πρέπει να τηρηθούν επακριβώς. Εν συνεχεία ο έμπορος που θα το τοποθετήσει στο ράφι και ο καταναλωτής που θα το πάρει σπίτι του θα πρέπει να "σεβαστεί" τις ιδιαιτερότητες του και να το προστατέψει απ' ότι μπορεί να καταστρέψει τη σύστασή του.³⁵

³⁵<http://www.bep.gr>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Στόχος αυτής της ενότητας είναι να περιγραφεί όσο το δυνατό πιο διεξοδικά η ερευνητική μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τη διεξαγωγή της έρευνας. Θα παρουσιαστούν θέματα τα οποία αφορούν το ερευνητικό εργαλείο, το πλαίσιο στο οποίο διεξήχθη η έρευνα, τη διαδικασία δειγματοληψίας όπως επίσης και τη μέθοδο συλλογής ερωτηματολογίων των οποίων χρησιμοποιήθηκε. Τέλος θα γίνει ανάλυση των δεδομένων και συσχετισμός των ερωτήσεων για πιο στοχευόμενα αποτελέσματα.

ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Για τη συλλογή των πρωτογενών στοιχείων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της δημοσκοπήσης.³⁶ Τα ερωτήματα που επιλέχθηκαν για τον σχεδιασμό του ερωτηματολογίου χαρακτηρίζονται από **υψηλό βαθμό δόμησης** (κλειστές ερωτήσεις). Ο λόγος ήταν τόσο η διευκόλυνση του ερωτώμενου κατά τη διάρκεια της συμπλήρωσης, όσο και η ευκολότερη επεξεργασία των δεδομένων κατά τη διαδικασία των αναλύσεων. Επιπλέον, χαρακτηρίζονται και από **υψηλό βαθμό αμεσότητας**, ο οποίος εξασφαλίζεται από το εισαγωγικό σημείωμα. Σε αυτό αναφέρεται ο φορέας της έρευνας, ο σκοπός και το αντικείμενό της καθώς και η βεβαίωση ότι τα προσωπικά δεδομένα του ερωτώμενου θα παραμείνουν εμπιστευτικά. Η ύπαρξη του σημειώματος ήταν απαραίτητη και χρήσιμη καθώς συντέλεσε στην αύξηση της ειλικρίνειας των

³⁶ Β. Σταθακόπουλος, «Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς», Εκδόσεις Σταμούλης, 2001

ερωτώμενων κατά την απάντηση των ερωτημάτων. Επιπλέον, έχει παρατηρηθεί πως η γνωστοποίηση του αντικείμενου μελέτης μειώνει την άρνηση συμμετοχής, ενώ η εξασφάλιση της προστασίας των προσωπικών δεδομένων αυξάνει το ποσοστό των απαντήσεων στο σύνολο των ερωτήσεων.³⁷

ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ήταν η **προσωπική συνέντευξη**. Κατά τη διαδικασία της προσωπικής συνέντευξης, ο ερωτώμενος μπορούσε να επιλέξει ανάμεσα στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από τον ίδιο ή από τον ερευνητή. Η συγκεκριμένες εναλλακτικές επιλέχθηκαν με σκοπό την αύξηση του ποσοστού ανταπόκρισης, την διευκρίνιση ασαφών ερωτήσεων και την εξασφάλιση συμπλήρωσης όλων των ερωτημάτων³⁸. Η φύση του αντικείμενου της έρευνας επέτρεπε την παρουσία ερευνητή, αφού η πλειοψηφία των ερωτημάτων δεν αφορούσε ευαίσθητα θέματα. Ο απαιτούμενος χρόνος για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου υπολογίστηκε στα 5-7 λεπτά της ώρας.

ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ

Στόχος της έρευνας είναι η αποτύπωση της άποψης για το ελαιόλαδο την οποία έχει σχηματίσει η κοινή γνώμη, καθώς επίσης και της γνώμης των παραγωγών για το προϊόν τους και για το μέλλον της παραγωγής τους. Για τους παραπάνω λόγους ήταν απαραίτητο όλοι οι ερωτώμενοι να σχετίζονται σε κάποιον βαθμό με την κατανάλωση λαδιού (όχι αποκλείστηκα ελαιολάδου) στην καθημερινή τους διατροφή. Συνεπώς, ως

³⁷ Β. Σταθακόπουλος, «Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς», Εκδόσεις Σταμούλης, 2001

πληθυσμός ορίστηκαν όλοι οι **ενήλικες** που κατοικούν εντός του **νομού Αττικής, Αιτωλοακαρνανίας και Μεσσηνίας, παραγωγοί ή μη** (δηλαδή είτε κατέχουν στην ιδιοκτησία τους ελαιόδεντρα είτε όχι), που χρησιμοποιούν έλαια στην καθημερινή τους διατροφή.

ΟΡΙΣΜΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Όσον αφορά το δείγμα που επιλέχθηκε, ήταν **μη πιθανότητας** και συγκεκριμένα **συμβατικό (δείγμα ευκολίας)**, λόγω της υψηλής προσβασιμότητας η οποία το χαρακτηρίζει. Στην ηλικιακή κατανομή του δείγματος δόθηκε βαρύτητα στην κάλυψη όλων των διαστημάτων. Επίσης, ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στην συχνότητα χρήσης λαδιού και την αναλογία αντρών - γυναικών, ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Το μέγεθος του δείγματος που χρησιμοποιήθηκε ήταν **53 ερωτώμενοι καταναλωτές και 30 ερωτώμενοι παραγωγοί**.

ΤΟ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ

Οι αποφάσεις σχετικά με το σχεδιασμό των ερωτήσεων απαιτούσαν ιδιαίτερη προσοχή, προκειμένου να ανταποκρίνονται στην κάλυψη των ερευνητικών στόχων. Η **εισαγωγική ερώτηση** αποτελεί ερώτηση φίλτρου (διχοτομική). Έχει ως στόχο να διασφαλίσει ότι όλοι οι ερωτώμενοι που θα συνεχίσουν την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, γνωρίζουν και σχετίζονται με το ελαιόλαδο και έχουν μια άποψη για αυτό. Το δείγμα χωρίστηκε σε δύο μέρη, το πρώτο αποτελείται από καταναλωτές και το δεύτερο από παραγωγούς. Υπήρχαν περιπτώσεις κατά τις οποίες καταναλωτής ήταν και παραγωγός ή αντιστρόφως, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν δύο ερωτηματολόγια τα οποία και παραθέτω στο Παράρτημα II.

³⁸ Β. Σταθακόπουλος, «Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς», Εκδόσεις Σταμούλης, 2001

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Στις ερωτήσεις 1, 2 και 3 εξετάζονται κάποια δημογραφικά στοιχεία, απαραίτητα για την ολοκληρωμένη διεξαγωγή της έρευνας, επειδή δημιουργούν το προφίλ του δείγματος. Πιο συγκεκριμένα, ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει για το φύλο, την ηλικία, και την σχέση του με το ελαιόλαδο (παραγωγός, καταναλωτής ή και τα δύο). Οι κλίμακες είναι ονομαστικές. Σε συνδυασμό με την ερώτηση 4, η οποία εξετάζει τον τύπο ελαιολάδου που χρησιμοποιεί, δημιουργείται το συνολικό προφίλ του δείγματος ως προς τις καταναλωτικές του συνήθειες.

Οι ερωτήσεις 5 και 6 εξετάζουν τους λόγους για τους οποίους προτιμούν το ελαιόλαδο ή κάποιον άλλο τύπο λαδιού. Με αυτόν τον τρόπο θα διαπιστωθεί τι είναι αυτό που διαμορφώνει τις καταναλωτικές επιθυμίες των ερωτηθέντων. Η ερώτηση 7 αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές προμηθεύονται ελαιόλαδο. Σε συνδυασμό με την ερώτηση 8, σκοπός των ερωτήσεων είναι να διερευνηθεί η δυνατότητα δημιουργίας κάποιου οργανωμένου συνεταιριστικού δικτύου διανομής του



ελαιολάδου και η πιθανή απήχηση του στο καταναλωτικό κοινό. Οι ερωτήσεις 9 και 10 έχουν ως στόχο να εξετάσουν την πρόθεση αγοράς του κοινού απέναντι στο βιολογικό

ελαιόλαδο. Δηλαδή εξετάζουν την πιθανότητα ένας καταναλωτής να καταναλώσει βιολογικό ελαιόλαδο σε σχέση με το συμβατικό και κατά πόσο θα ήταν διατεθειμένος να καταβάλει υψηλότερο τίμημα (τιμή).

Το δείγμα των καταναλωτών ήταν, σχεδόν, ισομερώς επιμερισμένο μεταξύ ανδρών και γυναικών, όπως προκύπτει από το παρακάτω γράφημα όπως και οι ηλικίες αυτών, ειδικά για τις περιπτώσεις των ανδρών ερωτηθείσες.

Επειδή η χώρα μας είναι χώρα παραγωγής ελαιολάδου και επειδή οι κάτοικοι δίνουν προτεραιότητα στην αγορά προϊόντων τα οποία παράγουμε, μεγάλο ποσοστό των καταναλωτών χρησιμοποιεί αποκλειστικά ελαιόλαδο (74% για τους άντρες και 76,9% για τις γυναίκες) ή σε ελάχιστες περιπτώσεις χρησιμοποιεί παράλληλα και άλλο τύπου λάδι (π.χ. ηλιέλαιο ή σπορέλαιο).



Ο λόγος της επιμονής στην χρήση ελαιολάδου, όπως εμφανίζεται στον παρακάτω πίνακα, οφείλεται στην σημασία που δίνουμε τόσο στην ποιότητα όσο και στην υγιεινή διατροφή, ωστόσο δεν θα πρέπει να παραβλέψουμε ότι ένα σημαντικό ποσοστό απέδωσε την χρήση στην συνήθεια.

Κατηγορία	Λόγος Προτίμησης	Ποσοστό
Ανδρες	Ποιοτικό -Υγιεινό-Συνήθεια	11,11%
	Ποιοτικό-Υγιεινό	51,85%
	Ποιοτικό-Τιμή	3,70%
	Ποιοτικό	3,70%
	Υγιεινό	25,93%
	Συνήθεια	3,70%
Γυναίκες	Ποιοτικό -Υγιεινό-Συνήθεια	7,69%
	Ποιοτικό-Υγιεινό	57,69%
	Ποιοτικό-Συνήθεια	7,69%
	Υγιεινό-Συνήθεια	3,85%
	Ποιοτικό -Υγιεινό-Άλλο	3,85%
	Ποιοτικό	7,69%
	Υγιεινό	7,69%
	Συνήθεια	3,85%

Σε συζητήσεις που πραγματοποιήσα με καταναλωτές οι οποίοι χρησιμοποιούν συνδυαστικά τύπους ελαιολάδου, η ανάγκη αυτή προκύπτει τόσο από τη διαφορά του κόστους μεταξύ των προϊόντων, όσο και από τις διατροφικές συνήθειες του εκάστοτε



Διάγραμμα 4.6



καταναλωτή. Οι συνήθειες αυτές εμφανίζονται αν εξεταστούν και οι απαντήσεις που έδωσαν για τους λόγους που επιθυμούν την κατανάλωση άλλου τύπου λαδιού, απαντήσεις

οι οποίες το αποδίδουν, κυρίως, στην τιμή (85,7% των ανδρών και 75%³⁹ των γυναικών).

Στον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές προμηθεύονται το ελαιόλαδο (από παραγωγούς ή από σούπερ-μάρκετ⁴⁰) υπάρχει ισομερής επιμερισμός.

Όπως προκύπτει από το γράφημα, ο επιμερισμός οφείλεται, κυρίως, στο μεγάλο ποσοστό των ανδρών που προμηθεύεται μέσω σούπερ-μάρκετ και σε αυτό των γυναικών που προμηθεύονται από τους παραγωγούς.

Το ερώτημα το οποίο και εξετάσω από την αρχή αφορούσε δύο κατηγορίες. Αυτή της δυνατότητας δημιουργίας οργανωμένου συνεταιρισμού και αυτή της αύξησης της καλλιέργειας λόγω της ζήτησης προς κατανάλωση βιολογικού ελαιολάδου. Λαμβάνοντας υπόψη την υψηλή κατανάλωση ελαιολάδου και την μικτή χρήση παραγωγών / σούπερ-μάρκετ για την προμήθεια αυτού, είναι αναμενόμενο να αποκομίσουμε αντίστοιχα αποτελέσματα από τα οποία προκύπτει η ανάγκη για διερεύνηση δημιουργίας οργανωμένου συνεταιριστικού δικτύου διανομής ελαιολάδου. Αυτό οφείλεται στον κλονισμό της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στους προμηθευτές τους.

Πίνακας 4.2		Τρόπος Προμήθευσης (Καταναλωτές)		
Ανδρες	Παραγωγός	37,04%	Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ. Μη Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	40,00%
	Σουπερ-Μάρκετ	55,56%	Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ. Μη Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	66,67%
	Ελαιοτριβείο	7,41%	Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ. Μη Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	100,00%
Γυναίκες	Παραγωγός	61,54%	Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	25,00%

³⁹ Συμπεριλαμβάνεται ποσοστό 12,5% γυναικών το οποίο απάντησε συνδυαστικά «Συνήθεια-Τιμή» για τους λόγους προτίμησης άλλων τύπων λαδιού.

⁴⁰ Το ποσοστό των καταναλωτών προμηθεύεται από παραγωγούς ανέρχεται σε 50,9% και αυτό από σουπερ-μάρκετ 47,2%

			Μη Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	75,00%
	Σούπερ-Μάρκετ	34,62%	Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	88,89%
			Μη Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	11,11%
	Σούπερ-Μάρκετ / Παραγωγό	3,85%	Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	100,00%
			Μη Προμήθευση από Οργανωμένο Συνετ.	0,00%

Κατά συνήθεια οι παραγωγοί, παρά την εκτεταμένη διαφήμιση για την αποφυγή της εμπορίας μη τυποποιημένου ελαιολάδου (ήτοι χύμα), χαίρουν μεγαλύτερης εκτίμησης από τους καταναλωτές για την ποιότητα του προϊόντος σε σχέση με τις πολυεθνικές εταιρείες που τοποθετούν τα προϊόντα τους στα «ράφια» των σούπερ-μάρκετ. Έτσι περίπου το 54,7% του δείγματος είναι υπέρ της δημιουργίας του συνεταιρισμού και αποτελείται επί το πλείστον από καταναλωτές που προμηθεύονται το προϊόν από σούπερ-μάρκετ (65,5% αυτού).

Όσο αφορά το βιολογικό ελαιόλαδο παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει η μεγάλη ζήτηση επειδή οι καταναλωτές δεν είναι σε θέση να καταλάβουν τόσο την διαφορά του με το συμβατικό όσο και την σημαντικότητα της βιολογικής καλλιέργειας. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι εναντίον του βιολογικού ελαιολάδου, και σε περίπτωση που αγοράζαν το προϊόν, δεν θα επαυμούσαν την καταβολή υψηλότερου τιμήματος για αυτό.

				Υψηλότερη Τιμή	100,00%
Άνδρες	Υπέρ	29,63%		Ίδια Τιμή	0,00%
				Υψηλότερη Τιμή	10,53%
	Κατά	70,37%		Ίδια Τιμή	89,47%
Γυναίκες	Υπέρ	26,92%		Υψηλότερη Τιμή	100,00%
				Ίδια Τιμή	0,00%
	Κατά	73,08%		Υψηλότερη Τιμή	26,32%
				Ίδια Τιμή	73,68%

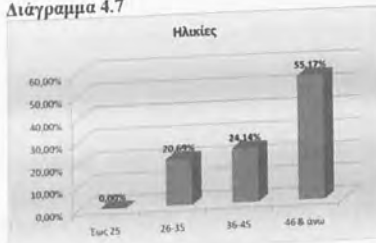
ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ

Οι ερωτήσεις 1, 2, 3 και 4 εξετάζουν κάποια δημογραφικά στοιχεία, απαραίτητα για την ολοκληρωμένη διεξαγωγή της έρευνας, επειδή ακριβώς δημιουργούν το προφίλ του δείγματος. Πιο συγκεκριμένα, ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει το φύλο, την ηλικία, το επάγγελμά του (διαχωρισμός μεταξύ αγροτών και δημόσιων / ιδιωτικών υπαλλήλων) και τη σχέση του με το ελαιόλαδο (παραγωγός ή όχι). Οι κλίμακες είναι ονομαστικές. Οι ερωτήσεις 5 και 6 εξετάζουν τους σκοπούς παραγωγής ελαιολάδου και τη μεθοδο που χρησιμοποιούν για την προώθηση του στην αγορά. Σκοπός των ερωτήσεων είναι να διερευνηθεί, συνδυαστικά με τις απαντήσεις των ερωτήσεων 7 και 8 του ερωτηματολογίου των καταναλωτών, αν υπάρχει αντιστοιχία των αναγκών καθώς και δυνατότητα δημιουργίας μίας πιο οργανωμένης δομής (συνεταιριστικό δίκτυο) μέσω της οποίας θα υπάρξει η δυνατότητα βελτίωσης των όρων και εμπορίας μεταξύ τους.

Η ερώτηση 7 αναφέρεται στον τρόπο καλλιέργειας ελαιολάδου. Ο διαχωρισμός πραγματοποιείται μεταξύ του συμβατικού και του βιολογικού ελαιολάδου. Η ερώτηση 8, σκοπό έχει να διερευνήσει αν οι παραγωγοί, με την κατάλληλη κατάρτιση, θα πραγματοποιούσαν μετατροπή της συμβατικής σε βιολογική καλλιέργεια. Οι ερωτήσεις 9 και 10 στόχο έχουν να εξετάσουν τους λόγους για τους οποίους οι παραγωγοί έχουν ή δεν έχουν μετατρέψει την καλλιέργειά τους σε βιολογική. Τέλος, η ερώτηση 11, αναζητά την πρόθεση των παραγωγών για την μετατροπή της καλλιέργειας και κατά πόσον αυτή συνδυάζεται με οικονομικά κίνητρα. Οι απαντήσεις στην ερώτηση θα εξετασθούν συνδυαστικά με τις προηγούμενες τρεις ερωτήσεις ώστε να εξαχθεί ένα ασφαλέστερο συμπέρασμα το οποίο και θα μας παρουσιάσει την βαρύτητα που δίνουν οι παραγωγοί στο κόστος και στην ποιότητα.

Το δείγμα των παραγωγών παρουσιάζεται σχετικά διαφοροποιημένο από αυτό των καταναλωτών, καθώς οι ερωτηθέντες αποτελούνται κυρίως από άνδρες (72,4%).

Διάγραμμα 4.7



Διάγραμμα 4.10



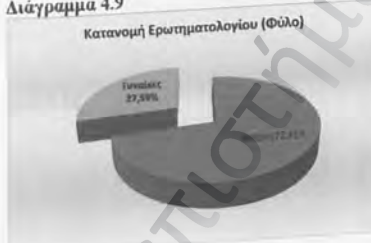
Διάγραμμα 4.8



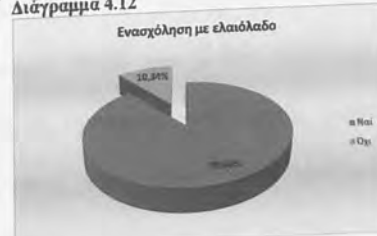
Διάγραμμα 4.11



Διάγραμμα 4.9



Διάγραμμα 4.12



Λαμβάνοντας υπόψη το αντικείμενο εργασίας, η οποία απαιτεί άριστη φυσική και σωματική κατάσταση, θεωρείται δικαιολογημένη η διαφορά η οποία προκύπτει στο δείγμα. Ωστόσο σημαντική κρίνεται η μεγάλη διαφορά που παρουσιάζεται και στις ηλικίες καθώς το δείγμα των παραγωγών αποτελείται από ηλικίες άνω των 36 ετών (79,3%) οι οποίοι έχουν ως δεύτερη ή παράλληλη ενασχόληση την αγροτική εργασία.

Το δείγμα των παραγωγών προήλθε από την περιοχή της Μεσσηνίας και την περιφέρεια της Τριφυλίας το 89,6% των οποίων ασχολείται ενεργά με την παραγωγή ελαιολάδου και το 76,9% με την κατανάλωση και εμπορία αυτού κυρίως υπό την

μορφή χύμα (85% αυτών). Όπως προκύπτει από το γράφημα, οι τύποι καλλιέργειών είναι κυρίως συμβατικές καθώς οι παραγωγοί της περιοχής δεν έχουν εξοικειωθεί ακόμα με την ιδέα της βιολογικής καλλιέργειας και τα πλεονεκτήματα τα οποία έχει.

Από τις απαντήσεις προκύπτει ότι η απουσία ενδιαφέροντος από την πλευρά των παραγωγών για να μεταβούν από την συμβατική στην βιολογική καλλιέργεια οφείλεται στην απουσία κατάλληλης κατάρτισης (σεμινάρια, παρουσιάσεις) και στην απουσία οικονομικών κινήτρων (επιδότησεις, εγγυημένη πώληση προϊόντος, εγγυημένη τιμή για κάποια χρόνια κρατικές ενισχύσεις).

Διάγραμμα 4.13



Διάγραμμα 4.14



Διάγραμμα 4.15



Αυτό ενισχύεται από την δήλωση πρόθεσης των παραγωγών για την αλλαγή της καλλιέργειας σε βιολογική με την ύπαρξη κατάρτισης και οικονομικής ενίσχυσης σε ποσοστό 78,3% και 86,9% αντιστοίχως. Η διαφορά οφείλεται στην ύπαρξη μέρους του δείγματος που παρά την απροθυμία για μεταβολή της καλλιέργειας σε βιολογική (το 40% αυτών), κάτω από την κατάλληλη κατάρτιση θα ήταν πρόθυμοι να αλλάξουν την καλλιέργεια για την λήψη σχετικής κρατικής οικονομικής ενίσχυσης.

Όπως εμφανίζεται στον παρακάτω πίνακα ο πιο σημαντικός λόγος για την αλλαγή της καλλιέργειας, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη

τα παραπάνω αναφερόμενα, προέρχεται από την υποστήριξη της αντίληψης και από την

πιθανότητα λήψης υψηλότερης τιμής κατά την πώληση. Ωστόσο σε συνδυασμό με την σχετική απροθυμία τους να κάνουν το βήμα αυτόβουλα επιβεβαιώνεται η έλλειψη ενημέρωσης / κατάρτισης και οικονομικής ενίσχυσης.

Πίνακας 4.4 Λόγοι Αλλαγής Τύπου Καλλιέργειας		
Άνδρες	Οπαδός	41,67%
	Τιμή	41,67%
	Οπαδός και Τιμή	16,67%
Γυναίκες	Οπαδός	85,71%
	Τιμή	14,29%
	Οπαδός και Τιμή	0,00%

ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ - ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ

Λαμβάνοντας υπόψη συνδυαστικά τις απαντήσεις στα δύο ερωτηματολόγια μπορούμε με ασφάλεια να εξάγουμε δύο σημαντικά συμπεράσματα. Πρώτον, παρουσιάζονται σημαντικά περιθώρια δημιουργίας οργανωμένου συνεταιριστικού δικτύου διανομής ελαιολάδου διότι υπάρχει τόσο η ζήτηση και η πρόθεση από τους καταναλωτές να το προτιμήσουν όσο και η ευκαιρία για τους εμπόρους / παραγωγούς να αυξήσουν το μερίδιό τους στην αγορά. Δεύτερον, δεν υπάρχει αντιστοιχία των αναγκών μεταξύ των παραγωγών και των καταναλωτών για το βιολογικό ελαιόλαδο. Αυτό οφείλεται στο ότι ενώ οι παραγωγοί επιθυμούν την επίτευξη υψηλότερης τιμής, οι καταναλωτές δεν είναι πρόθυμοι να την καταβάλουν καθότι δεν είναι σε θέση να εντοπίσουν ή ακόμα και να αναγνωρίσουν τις διαφορές σε σχέση με το συμβατικό ελαιόλαδο. Αυτό αποδεικνύει ότι η αγορά του βιολογικού ελαιολάδου είναι μακριά από ώριμη από όλες τις σκοπιές και χρήζει σημαντικές αλλαγές για την κατ' ουσία εδραίωσή της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Σε αυτό το σημείο ολοκληρώνεται η εξέταση του κλάδου του ελαιολάδου, και πραγματοποιείται μία αναπαραγωγή των κυριότερων συμπερασμάτων σε συνδυασμό με τις εκτιμήσεις για μελλοντική πορεία του κλάδου.

Η καλλιέργεια ελαιόδενδρων και η παραγωγή ελαιολάδου αποτελεί παραδοσιακή αγροτική δραστηριότητα στην Ελλάδα, με σημαντική συμβολή στην οικονομική ζωή της χώρας. Σήμερα η Ελλάδα κατατάσσεται τρίτη σε παγκόσμιο επίπεδο βάσει της παραγωγής ελαιολάδου, μετά την Ισπανία και την Ιταλία. Η εγχώρια παραγωγή υπερκαλύπτει τη ζήτηση, ενώ σημαντική είναι η συμβολή του συγκεκριμένου προϊόντος στο εμπορικό ισοζύγιο της χώρας. Ωστόσο, η επέκταση των μεριδίων των κύριων ανταγωνιστικών χωρών στη διεθνή αγορά και η περιορισμένη προβολή του ελληνικού ελαιολάδου στις ξένες αγορές, δημιουργούν προβλήματα στον κλάδο.

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, η έλλειψη μάρκετινγκ και στρατηγικής προώθησης του ελληνικού ελαιολάδου στο εξωτερικό έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια εισοδήματος για τους Έλληνες παραγωγούς. Προκειμένου να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα αυτό, ο Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών ξεκίνησε μια νέα προσπάθεια προβολής και προώθησης του ελληνικού ελαιολάδου και της ελιάς στο εξωτερικό, ύψους €5 εκατ. Το εν λόγω πρόγραμμα το οποίο περιέχει δράσεις προώθησης αλλά και μέτρα για την καταπολέμηση της νοθείας εντάχθηκε στο πλαίσιο του «Έτους Ελαιολάδου και Ελιάς», όπως ανακηρύχθηκε το 2006. Οι άξονες του εν λόγω προγράμματος είναι οι ακόλουθοι:

- Η ενίσχυση της παρουσίας και της διείσδυσης του προϊόντος στη διεθνή αγορά, μέσω της ενημέρωσης, της διαφήμισης και της εκθεσιακής προβολής.
- Η διαμόρφωση και προβολή εικόνας για τον πολιτισμό της ελιάς. Οι ενέργειες για τη δημιουργία εικόνας για τον πολιτισμό της ελιάς αφορούν κυρίως σε επιστημονικές συναντήσεις, σε ειδικές εκδόσεις κλπ.
- Η δράση για βελτίωση στην πρωτογενή παραγωγή ελαιολάδου και ελιάς αφορά κυρίως σε προγράμματα ενημέρωσης και εκπαίδευσης των ελαιοπαραγωγών για την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων, σε προγράμματα ενίσχυσης εξειδικευμένων εργαστηριακών αναλύσεων και σε συναντήσεις εγχώριων φορέων ελαιολάδου.
- Οι δράσεις ενίσχυσης της ποιότητας από τη μεταποίηση μέχρι την κατανάλωση και επιμόρφωσης του καταναλωτή στοχεύουν στην ενημέρωση των εταιρειών τυποποίησης, των εμπόρων και των τελικών καταναλωτών, μέσω ειδικών εντύπων και ημερίδων, προκειμένου να ενισχυθεί η ποιοτική υπεροχή του ελληνικού ελαιολάδου και της ελιάς και η τυποποίησή τους.
- Η χρήση του ελαιολάδου από όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας, ώστε να ενισχυθεί η χρήση του και η προβολή του μέσω του τουρισμού.
- Η προβολή της ελιάς και του ελαιολάδου μέσω των υπηρεσιών του Υπουργείου Εξωτερικών. Οι δράσεις του συγκεκριμένου άξονα αφορούν σε ενέργειες διεθνούς προβολής του ελληνικού ελαιολάδου με εκθέσεις στο εξωτερικό, ημερίδες και δράσεις σε επιλεγμένες χώρες, καθώς και η πραγματοποίηση έρευνας αγοράς σε 30 χώρες υψηλού ενδιαφέροντος.

Σε πρόγραμμα προώθησης και προβολής του ελαιολάδου σε 14 αγορές του

εξωτερικού συνολικού ύψους €15 εκατ συμμετέχει και ο ΣΕΒΙΤΕΛ. Περαιτέρω, βρίσκεται σε ισχύ κοινοτικό πρόγραμμα συνολικού ύψους €9,3 εκατ. με σκοπό την ενίσχυση, την ενημέρωση και την στήριξη των παραγωγών και των επιχειρήσεων επεξεργασίας, μεταποίησης, τυποποίησης και εμπορίας ελαιολάδου και βρώσιμης ελιάς, το οποίο πραγματοποιείται μέσω της ΕΔΟΕΕ (Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Ελαιολάδου και Ελιάς) και αναμένεται να ολοκληρωθεί το 2009.

Στην ανάπτυξη του κλάδου συμβάλλει σημαντικά και ο τρόπος διάθεσης του ελαιολάδου. Σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΚ) 1019/2002 της Επιτροπής (Ε.Ε), ο οποίος και καθορίζει τις προδιαγραφές εμπορίας ελαιολάδου σε επίπεδο λιανικού εμπορίου, επιβάλλεται η πώληση ελαιολάδου στον τελικό καταναλωτή να γίνεται σε συσκευασίες μέγιστης χωρητικότητας πέντε λίτρων (για αποθήκευση της «χύμα» διακίνησης). Ωστόσο η συμμετοχή του χύμα ελαιολάδου στο σύνολο της εγχώριας αγοράς και των εξαγωγών παραμένει υψηλή. Αναφορικά με τις εξαγωγές τονίζεται ότι το μεγαλύτερο μέρος αυτών αφορά φορτία χύμα διακινούμενου προϊόντος, το οποίο συνήθως αναμιγνύεται και τυποποιείται, οπότε τελικά διατίθεται στη διεθνή αγορά με ξένα εμπορικά σήματα.

Όσον αφορά στην εγχώρια αγορά, η διακίνηση χύμα (μη τυποποιημένου) ελαιολάδου από ανώνυμους παραγωγούς, αποτελεί τον κορυφαίο παράγοντα ανακοπής της ανάπτυξης της αγοράς τυποποιημένου ελαιολάδου, γεγονός το οποίο επηρεάζει άμεσα τις οργανωμένες επιχειρήσεις του κλάδου, ενώ παράλληλα δε διασφαλίζονται θέματα της υγιεινής και της ασφάλειας των καταναλωτών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Έντυπες

- Andrewes P., et.al., 2003, Sensory properties of virgin olive oil polyphenols: *Identification of deacetoxy-ligstroside aglycon as a key contributor to pungency*. Journal of Agricultural and Food Chemistry 51 (5): 1415-1420.
- Ανοη, 2002, σ.Ι, Περιοδικό του Τμήματος Γεωργίας με τον τίτλο Βιολογικές Καλλιέργειες, έκδοση 11/2002.
- Ανοη, 2002, σ.Ι, Περιοδικό του Τμήματος Γεωργίας με τον τίτλο Νομικό Πλαίσιο Βιολογικής Γεωργίας, έκδοση 6/2002)
- Ανοη, 2009. ΟΙΠΕ: Με νέα εξαγωγική ταυτότητα. Σελφ Σερβics. (370)
- Dachtler M., Engelen C, Boucon C, & Dol G, 2004, *Assessment of the aroma quality of olive oil by DHS-GC-MS as an alternative to the existing sensory evaluation*. Poster at the 7th Wartburg Conference on Flavour Chemistry & Biology in Eisenach, Germany 21-23 April.
- ICAP Ελαιόλαδο – Πυρηγέλιο - Επιτραπέζιες Ελιές – Ιούνιος 2007
- Mateos R., Cert A., Perez-Camino M.C. & Garcia J.M., 2004, *Evaluation of virgin olive oil bitterness by quantification of secoiridoid derivatives*. Journal of the American Oil Chemists Society 81 (1): 71-75.
- Σταθακόπουλος Β., 2001, «Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς», Εκδόσεις Σταμούλης
- Σταμάτης Ζαχάρου, Ευάγγελος Ανδρουλάκης 2009. "Το χάσαμε το κλαδί, πατριώτη!". Το πρώτο Θέμα, σελ.10-11.

Ηλεκτρονικές

- <http://www.lesvosonline.gr> [πρόσβαση 15 Μαρτίου 2009]
- <http://dir.icap.gr/news> [πρόσβαση 17 Μαρτίου 2009]
- <http://www.messinia.net.gr> [πρόσβαση 13 Μαρτίου 2009]
- <http://www.citypress.gr> [πρόσβαση 22 Μαρτίου 2009]
- <http://www.clab.edc.uoc.gr> [πρόσβαση 17 Μαρτίου 2009]]
- <http://www.internationaloliveoil.org> [πρόσβαση 15 Μαρτίου 2009]
- <http://www.elia-diktvo.gr> [πρόσβαση 15 Μαρτίου 2009]
- <http://www.moa.gov.cy> [πρόσβαση 15 Μαρτίου 2009]
- <http://www.imerisia.gr> [πρόσβαση 15 Μαρτίου 2009]
- <http://www.e-boss.gr> [πρόσβαση 22 Απριλίου 2009]
- <http://www.edoee.gr> [πρόσβαση 15 Μαρτίου 2009]
- <http://www.greekretail.gr> [πρόσβαση 17 Μαρτίου 2009]
- <http://www.esver.gr> [πρόσβαση 11 Μαρτίου 2009]
- <http://www.bep.gr> [πρόσβαση 5 Απριλίου 2009]

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΟΥ
ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ**

1991R2568 — EL — 01.10.2008 — 022.001 — 85

▼ M22

Πρόσθεμα Α

Φόλλο χαρακτηρισμού παρθένου ελαιολάδου

ΕΠΙΣΤΑΣΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΤΩΝ ΕΛΑΤΙΩΜΑΤΩΝ

Αφροβελβόλη	_____
Μαχλακάρδο — νωπών-χυμώδη	_____
Κραβάλες-δούλο — Όνο-ζυδι	_____
Μεταλλικό	_____
Ταγγό	_____
Άλλες (προσδιορίστε)	_____

ΕΠΙΣΤΑΣΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΤΩΝ ΘΕΤΙΚΩΝ ΙΔΙΟΤΗΤΩΝ

Φρουτάδες	_____
Άγριο <input type="checkbox"/> Πίρρο <input type="checkbox"/>	
Πιπέρι	_____
Πιπέρι	_____
Όνομα του διακινητή	
Καθεστώς διακινητή	
Εμπορεύματα	
Παρατηρήσεις	

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
 ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
 ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
 ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ
 ΚΑΙ ΕΚΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

Πανεπιστήμιο Πειραιώς



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ
& ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ
(Υπόδειγμα Ερωτηματολογίου Καταναλωτών)

Ονομάζομαι Βλαστού Κωνσταντίνα και το παρόν ερωτηματολόγιο αφορά την έρευνα για το εμπόριο ελαιολάδου. Η συμβολή σας θεωρείται καθοριστική στην έκβαση της έρευνας και τα αποτελέσματα των απαντήσεων σας θα χρησιμοποιηθούν για ερευνητικούς και μόνο σκοπούς. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τον χρόνο σας.

1. Φύλο:

Ανδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία

Εως 25

26-35

36-45

46 και άνω

3. Είστε παραγωγός, καταναλωτής ελαιολάδου ή και τα δύο;

Παραγωγός

Καταναλωτής

Και τα δύο

4. Ποιο τύπο λαδιού προτιμάτε; (πολλαπλές επιλογές)

Ελαιόλαδο

Σπορέλαιο

Ηλιέλαιο

Άλλο (Καθορίστε

5. Εάν προτιμάται ελαιόλαδο, για ποιο λόγο το προτιμάτε; (πολλαπλές επιλογές)

Ποιοτικό

Συνήθεια

Τιμή

Υγιεινό

Άλλο (Καθορίστε

6. Εάν προτιμάται κάποιον άλλο τύπο λαδιού, για ποιόν λόγο το προτιμάτε;
(πολλαπλές επιλογές)
- Ποιοτικό Συνήθεια Τιμή
- Υγιεινό Άλλο (Καθορίστε)
7. Από πού προμηθεύεστε ελαιόλαδο;
- Παραγωγό Συνεταιρισμό Ελαιοτριβείο
- Σούπερ-Μάρκετ Άλλο (Καθορίστε)
8. Αν υπήρχε ένα πιο οργανωμένο συνεταιριστικό δίκτυο διανομής ελαιολάδου, θα προμηθευόσασταν από αυτό;
- Ναι Όχι
9. Προτιμάτε βιολογικό ή κανονικού τύπου ελαιόλαδο;
- Βιολογικό Κανονικό
10. Είστε διατεθειμένος /ή να πληρώσετε υψηλότερη τιμή για βιολογικό ελαιόλαδο;
- Ναι Όχι



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ
& ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ
(Υπόδειγμα Ερωτηματολογίου Παραγωγών)

Ονομάζομαι Βλαστού Κωνσταντίνα και το παρόν ερωτηματολόγιο αφορά την έρευνα για το εμπόριο ελαιολάδου. Η συμβολή σας θεωρείται καθοριστική στην έκβαση της έρευνας και τα αποτελέσματα των απαντήσεων σας θα χρησιμοποιηθούν για ερευνητικούς και μόνο σκοπούς. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τον χρόνο σας.

11. Φύλο:

Ανδρας Γυναίκα

12. Ηλικία

Έως 25 26-35 36-45 46 και άνω

13. Είστε κατά επάγγελμα:

Αγρότης Δημόσιος /Ιδιωτικός Υπάλληλος

14. Ασχολείστε με την παραγωγή ελαιολάδου;

Ναι Όχι

(Εάν απαντήσατε «Όχι» στην Ερώτηση 4, παρακαλώ συνεχίστε στην Ερώτηση 6)

15. Το ελαιόλαδο που παράγετε:

- Προορίζετε μόνο για προσωπική σας κατανάλωση
- Ένα ποσοστό προορίζεται για προσωπική σας κατανάλωση και το υπόλοιπο το εμπορεύεστε
- Δεν επαρκεί για την προσωπική σας κατανάλωση και προμηθεύεστε από άλλα δίκτυα

16. Εάν εμπορεύεστε ελαιόλαδο με ποιόν τρόπο το εμπορεύεστε:

- Μόνοι σας σε χύμα μορφή
- Μόνοι σας σε τυποποιημένη μορφή
- Με την βοήθεια συνεταιρισμού

17. Ασχολείστε κατά κύρια δραστηριότητα με την βιολογική καλλιέργεια της ελιάς;

Ναι Όχι

(Εάν απαντήσατε «Ναι» στην Ερώτηση 7, παρακαλώ συνεχίστε μόνο στην Ερώτηση 9)

18. Εάν μπορούσε να σας δοθεί η κατάλληλη κατάρτιση θα αλλάζατε την καλλιέργειά σας σε βιολογική;

Ναι Όχι

19. Εάν ναι για ποιόν λόγο; (πολλαπλές επιλογές)

- Είμαι οπαδός των βιολογικών προϊόντων
- Πετυχαίνω καλύτερη τιμή
- Το κάνουν όλοι στην περιοχή μου
- Άλλο (Καθορίστε.....)

20. Εάν όχι για ποιόν λόγο; (πολλαπλές επιλογές)

- Δεν με ενδιαφέρει
- Δεν εφαρμόζει κανένας στην περιοχή μου
- Άλλο (Καθορίστε.....)

21. Εάν μπορούσε να σας δοθούν οικονομικά κίνητρα θα αλλάζατε την καλλιέργειά σας σε βιολογική;

Ναι Όχι

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ: ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ
ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ**

ΙΣΑΡ Α.Ε.

ΚΩΔΙΚΟΣ ΙΣΑΡ: 97886

ΝΥΤΙΑ Α.Ε.

17/03/2007

ΣΕΛΙΔΑ: 1

	(€)	(€)	(€)
	31/12/2006	31/12/2005	30/06/2004
ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	13.735.310	11.305.695	6.204.749
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	3.041.471	3.041.471	3.620.140
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	8.796.029	7.493.059	3.565.871
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	6.956.908	5.265.895	2.637.797
ΑΔΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ - ΔΑΠ. - ΠΑΥ. ΑΓΚΕΣ -	835.476	650.603	553.106
ΜΕΙΟΝ ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΒΕΒΕΙΣ	6.043.479	5.262.140	4.286.144
ΑΠΟΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	3.004.307	2.575.496	1.981.044
ΑΠΟΒΕΒΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	2.588.773	2.267.441	2.068.953
ΑΓΚΕΣ - ΔΑΠΝ. - ΠΑΥ. ΑΓΚΕΣ - ΑΣΜ. ΑΚΙΝ.	450.399	419.203	236.147
ΜΑΚΡΟΠΡΟΒΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	148.905	116.807	113.978
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	3.790.958	3.613.711	1.774.278
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	539.183	104.497	294.031
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	3.251.776	3.509.214	1.480.247
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	10.151.471	5.687.270	3.473.685
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ. ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	9.846.131	5.459.793	3.223.530
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	305.339	227.477	250.155
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	351.246	185.364	114.213
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	28.028.985	20.792.041	11.566.924
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	8.062.104	7.629.777	4.513.514
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	5.200.000	4.000.000	4.000.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	2.505.563	3.362.507	223.976
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	356.541	267.270	289.538
ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	5.070.901	2.072.096	1.924.278
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	5.070.901	2.072.096	1.838.368
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	85.910
ΒΡΑΧΥΠΡΟΒΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	14.895.980	11.090.168	5.129.132
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	9.295.654	9.896.346	4.181.809
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	5.137.144	943.426	694.440
ΜΕΡΙΣΜ. ΠΛΗΡΩΤ. -ΚΕΡΑΝ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	320.000	100.000	30.000
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	143.182	150.397	222.884
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	28.028.985	20.792.041	11.566.924
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	01/01/2006	01/07/2004	01/07/2003
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	31/12/2006	31/12/2005	30/06/2004
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	22.261.083	14.738.525	11.684.881
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΑΟΣ	20.383.983	11.870.469	9.676.121
	1.877.101	2.868.055	2.008.760
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΔΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	270.316	108.023	47.993
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	879.769	978.931	622.057
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.396.108	1.622.569	950.158
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	128.460	374.579	484.538
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	747.783	493.948	6.829
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	3.649	59.318	11.778
ΑΠΟΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ		56.138	0
ΣΥΝΟΛΟ ΛΠΟΒΕΒΕΣΩΝ	897.918	844.624	494.563
ΑΠΟΒ. ΜΕΔΑ ΕΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	897.918	788.486	494.563
ΚΕΡΑΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	615.675	753.071	479.589
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	320.000	100.000	30.000
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	26.460	7.455	130.056

17/03/2007

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ICAP Α.Ε.

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 97886 NUTRIA Α.Ε. ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	2006	2005	2004
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ			
ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ (2)	7,64%	9,87%	10,63%
ΚΕΡΔΟΥΣ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ (1)	11,39%	17,85%	17,11%
ΚΕΡΔΟΥΣ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	4,69%	7,76%	7,45%
(2) ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ (1) ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ	8,43%	19,46%	17,19%
ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ	0,57-%	2,52%	4,13%
ΚΕΦ. ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΡΙΑ ΣΧΕΣΗ	6,64%	11,67%	1,82
ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑ ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ.	2,73%	5,07%	2,60
ΔΑΠΑΝΩΝ (2) ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,972 X	1,53 X	1,06
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2,489 X	1,95 X	1,56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗ 000) (ΣΕ C	1	0,87 :1	1,77
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ 000)	1	1,73	0,70
ΣΕ €	1,70	1,77	1,05
Μ.Ο.ΠΡΟΫΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	0,61	0,79	0,65
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ	0,96 X	0,86 X	233
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ 1: ΠΡΟ Φ.	0,68 X	0,51 X	6.438
ΕΙΣΟΔ., 2: ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣΟΔ.	602-	1.604-	101 ΗΜ.
Ελαιόλαδο - Πυρηνέλαο - Επατραπέζιες Ελιές - Ιούνιος 2007	13.133	9.702	26 ΗΜ.
	161 ΗΜ.	135 ΗΜ.	67 ΗΜ.
	92 ΗΜ.	29 ΗΜ.	
	68 ΗΜ.	111 ΗΜ.	

ICAF A.E.

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAF: 4014900

ΕΛΛΑΣ - UNILEVER A.E.

17/03/2007

ΣΕΛΙΔΑ: 1

	(€)	(€)	(€)
ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	31/12/2006	31/12/2005	31/12/2004
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	21.757.000	22.374.000	22.976.000
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	45.491.000	21.263.000	21.444.000
ΑΔΙΑΜΕΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΙ -ΔΑΠ - ΠΩΛ. ΑΠΟΣΒ -	1.974.000	589.000	711.000
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	29.264.000	2.503.000	2.263.000
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	27.941.000	2.341.000	2.137.000
ΑΠΟΣΒ. ΔΑΠΩΝ . ΠΩΛ. ΑΠΟΣΒ -ΑΔΙΑΜ. ΑΚΙΝ .	1.323.000	162.000	126.000
ΜΑΚΡΟΠΡΩΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	3.556.000	3.025.000	3.084.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	19.466.000	21.399.000	22.679.000
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	12.328.000	14.193.000	17.361.000
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	7.138.000	7.206.000	5.318.000
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	36.624.000	32.591.000	31.325.000
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	33.349.000	30.984.000	29.729.000
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	3.275.000	1.607.000	1.596.000
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	63.414.000	58.410.000	54.932.000
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	141.261.000	134.774.000	131.912.000
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	79.161.000	72.906.000	68.648.000
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	23.941.000	23.941.000	23.941.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	30.705.000	33.176.000	29.807.000
ΑΔΙΑΜ. ΚΕΦΑΛΑ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΞΗΜΤΕΣ	24.515.000	15.789.000	14.900.000
ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	8.153.000	11.258.000	11.374.000
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	198.000	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	7.955.000	11.258.000	11.374.000
ΒΡΑΧΥΠΡΩΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	53.947.000	50.610.000	51.890.000
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	22.818.000	21.171.000	20.400.000
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ	15.751.000	18.151.000	16.502.000
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	15.378.000	11.288.000	14.988.000
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	141.261.000	134.774.000	131.912.000
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	01/01/2006	01/01/2005	01/01/2004
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	31/12/2006	31/12/2005	31/12/2004
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	237.729.000	226.355.000	219.015.000
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΦΟΣ	137.408.000	132.972.000	124.863.000
	100.321.000	93.383.000	94.152.000
ΠΡΟΜΘΗΣΕΙΣ & ΛΟΙΠΑ ΔΕΙΤ. ΕΞΟΔΑ	1.310.000	615.000	5.271.000
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	57.895.000	55.471.000	34.717.000
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	36.103.000	43.952.000	
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ		00	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	2.318.000	2.466.000	0
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	2.318.000	2.466.000	0
ΚΕΡΦΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	34.717.000	12.674.000-	43.952.000
	36.103.000		
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	11.118.000-		14.490.000-

17/03/2007

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ICAP A.E.

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 4014900

ΕΛΑΙΣ - UNILEVER A.E.

ΑΡΙΘΜΟΣ/ΕΙΚΤΕΣ

	2006	2005	2004
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	43,86%	49,52%	64,03%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (2)	39,76%	42,90%	54,92%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (1)	39,76%	42,90%	54,92%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ	42,20%	41,26%	42,99%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ	14,52%	15,91%	19,60%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ (2)	14,52%	15,91%	19,60%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ (1)	14,52%	15,91%	19,60%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦ.	2,74 X	2,70 X	2,80 X
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦ.	3,02 X	3,11 X	3,27 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ. ΠΑΡΙΑ	4,80 :1	4,35 :1	4,02 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑ	0,78 :1	0,85 :1	0,92 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ (2)	--	--	--
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,91 :1	0,87 :1	0,86 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2,22 X	2,22 X	2,10 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,79 X	1,77 X	1,63 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	65.557	61.790	57.046
ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	87.314	84.164	80.022
Μ.Ο. ΠΡΟΒΕΣ. ΕΓΣΠΡΑΒΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	51 ΗΜ.	50 ΗΜ.	50 ΗΜ.
Μ.Ο. ΠΡΟΒ. ΕΞΟΦΛ. ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ	61 ΗΜ.	58 ΗΜ.	60 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗ ΑΠΟΣΕΜΑΤΩΝ	52 ΗΜ.	59 ΗΜ.	66 ΗΜ.

1: ΠΡΟ Φ. ΕΙΣΟΔ., 2: ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣΟΔ.

Πανεπιστήμιο Περαιάς

17/03/2007
ΣΕΛΙΔΑ: 1

ICAP Α.Ε.

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 215320

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΕΚΔΕΚΤΑ ΕΛΔΙΑ Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΙΑ

ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

ΑΥΣΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ. -ΔΑΠ. - ΠΩΛ. ΑΠΟΣΒ. :

ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΦΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ

ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.

ΑΥΣΜ. ΔΑΠΗΝ. ΠΩΛ. ΑΠΟΣΒ. -ΑΥΣΜ. ΑΚΙΝ. :

ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΑΠΟΣΒΜΑΤΑ

ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

ΥΛΙΚΑ & ΥΛΙΚΑ

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ

ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ

ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΑΠΟΣΒΜΑΤΙΚΑ

ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΑΗ-ΣΥΣΦΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ

ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

ΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ. -ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ

ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ

ΜΕΡΙΣΜ. ΠΛΗΡΩΤ. -ΚΕΡΑΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΩΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ

ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)

ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ

ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ

ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ

ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ

ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ

ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ

ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ

ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ

ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

	(€)	(€)	(€)
	31/12/2005	31/12/2004	31/12/2003
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΙΑ	325.296	385.307	408.097
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	250.893	250.169	209.382
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	448.048	437.823	429.268
ΑΥΣΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ. -ΔΑΠ. - ΠΩΛ. ΑΠΟΣΒ. :	130.536	124.745	121.745
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΦΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	510.709	433.910	358.972
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	121.831	106.674	89.511
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	272.357	228.798	187.948
ΑΥΣΜ. ΔΑΠΗΝ. ΠΩΛ. ΑΠΟΣΒ. -ΑΥΣΜ. ΑΚΙΝ. :	116.520	98.437	81.513
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	6.527	6.480	6.674
ΑΠΟΣΒΜΑΤΑ	1.584.634	1.086.894	859.789
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	387.804	471.837	173.137
ΥΛΙΚΑ & ΥΛΙΚΑ	1.196.830	615.057	686.652
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	5.373.006	3.817.035	4.949.459
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	4.572.677	3.537.121	4.684.434
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	96.568	74.909	63.455
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	703.761	205.005	201.570
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	13.782	11.150	70.964
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	7.296.717	5.300.386	6.288.309
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	463.885	287.202	296.828
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	675.951	175.800	175.800
ΑΠΟΣΒΜΑΤΙΚΑ	167.166	167.166	167.166
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΑΗ-ΣΥΣΦΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	379.232-	55.764-	46.138-
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	6.832.832	5.013.185	5.991.481
ΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ. -ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	600.000	600.131	850.076
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	6.141.142	4.320.521	4.835.845
ΜΕΡΙΣΜ. ΠΛΗΡΩΤ. -ΚΕΡΑΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	2.866	2.866	2.866
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΩΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ	40.235	36.565	30.402
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	48.589	53.101	272.292
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	7.296.717	5.300.386	6.288.309
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ			
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	13.762.852	16.509.445	15.660.645
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	12.744.578	15.099.242	14.167.229
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.018.273	1.410.202	1.493.416
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	1.395	919	838
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	39.974	30.706	45.115
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.260.846	1.266.636	1.759.259
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	281.152-	113.779	310.121-
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	143.601	65.532	177.627
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	120.226	109.223	39.408
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	81.054	67.204	62.692
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	81.054	67.204	62.692
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	257.777-	70.088	171.901-

17/03/2007

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ICAP A.E.

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 215320 ΕΛΛΗΝΙΚΑ

ΕΚΔΕΚΤΑ ΕΣΔΙΑ Α.Ε. ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2005	2004	2003
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ			
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ (2)	55,57-%	24,40%	57,91-%
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ (1)	46,95-%	35,10%	42,71-%
ΚΕΡΑΟΥΣ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ	55,57-%	24,40%	57,91-%
ΚΕΡΑΟΥΣ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ (2) ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	7,40%	8,54%	9,54%
ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ (1) ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	2,04-%	0,69%	1,98-%
ΑΠΑΣΧ.ΚΡΦ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΡΦ.	1,58-%	0,61%	0,81-%
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΡΙΑ ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ	1,87-%	0,42%	1,10-%
ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑ ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ (2)	29,67 X	57,49 X	52,76 X
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,467 X	57,49 X	52,76 X
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ ΑΜΕΣΗ	14,73 1	0,76 1	0,74 :1
ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	e	17,46	20,19 :1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € 000)	1,00 :1	3,28	
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ ΑΠΟ000) ΕΩΝ	1,02 X	1,00	1,00 :1
Μ. Ο ΠΡΟΘΕΣ	139 464	0,98 X	0,98 X
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ	121 ΗΜ.	0,69 X	0,80 X
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	4 176 ΗΜ.	0,72 X	111-
1: ΠΡΟ Φ. ΕΙΣΟΔ., 2:			297
	5 ΗΜ.		98-
	ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ.		287
	ΕΙΣΟΔ.		78 ΗΜ.
			104 ΗΜ.
			125 ΗΜ.
			22 ΗΜ.

ΤΡΑΦ Α Φ

52765

17/03/2007

ΣΕΛΙΔΑ: 1

	(€)	(€)	(€)
	31/12/2006	31/12/2005	31/12/2004
ΚΟΡΕ Α.Ε.			
ΤΑ ΠΟΛΥ ΤΕ			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΙΑ	2.278.980	1.580.551	1.559.878
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	1.074.183	867.459	806.399
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	193.140	177.340	179.025
ΑΔΙΑΡΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΓ. -ΔΑΠ. ΠΟΛ. ΑΓΩΕΣ .	2.899.798	2.899.798	2.896.380
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΦΕΡΟΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	2.503.123	2.397.781	2.349.192
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	658.874	578.440	544.109
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	177.919	163.090	165.164
ΑΓΩΕΣ . ΔΑΡΩΝ . ΠΟΛ. ΑΓΩΕΣ .-ΑΥΤΜ. ΑΚΙΝ .	1.666.330	1.656.251	1.639.919
ΜΑΚΡΟΠΡΟΒΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	115.021	33.734	27.265
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	499.960	0	0
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	10.169.111	8.734.937	7.502.202
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	5.647.485	5.316.033	5.864.312
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	4.521.627	3.418.903	1.637.890
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	29.435.634	29.079.461	25.760.086
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	28.281.995	27.959.536	25.492.007
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.153.639	1.119.924	268.079
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	89.696	14.800	19.198
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	41.973.421	39.409.748	34.841.363
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	325.351-	717.813-	309.158
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.627.000	2.877.000	2.877.000
ΑΠΟΒΕΜΑΤΙΚΑ	359.965	359.965	359.965
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΑΗ-ΣΥΣΦΕΡΟΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	4.312.317-	3.954.778-	2.927.807-
ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	10.000.000	13	63
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	10.000.000	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	13	63
ΒΡΑΧΥΠΡΟΒΕΣΤΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	32.298.772	40.127.548	34.532.143
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	10.872.547	10.847.781	7.960.093
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	21.043.735	28.731.681	26.506.653
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	382.489	548.086	65.396
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	41.973.421	39.409.748	34.841.363
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ			
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	56.921.589	48.922.144	42.174.462
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	51.403.559	44.710.923	37.850.415
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΑΟΣ	5.518.030	4.211.221	4.324.047
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	178.561	223.884	138.724
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	886.678	752.173	523.238
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	4.885.848	4.297.161	3.674.005
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	75.935-	614.229-	265.528
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ		40.958	38.129
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	322.562	450.870	2.842.649
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	00		
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	105.342	79.683	73.145
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	105.342	79.683	73.145
ΚΕΡΑΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	357.538-	1.026.971-	920.409-

ΤΥΡΑ Α Φ

17/03/2007

ΚΩΔΙΚΟΣ ΙΣΑΡ: 52765

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΟΡΕ Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2006	2005	2004
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	--	--	297,71-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (2)	--	--	128,44-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (1)	--	--	297,66-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ	9,69%	8,61%	10,25%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ	0,13-%	1,25-%	0,63%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ (2)	0,93%	0,56-%	0,94-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ (1)	0,63-%	2,09-%	2,18-%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦ.	5,90 X	-	136,84 X
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦ.	--	--	136,87 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	5,81 :1	--	0,20 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑ	--	--	111,70 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ (2)	0,60 :1	--	--
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΑ	--	--	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,23 X	0,94 X	0,96 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,88 X	0,70 X	0,74 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € 000)	7.396	2.298-	1.251-
ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	9.675	718-	309
Μ.Ο. ΠΡΟΘΕΣ. ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	181 ΗΜ.	209 ΗΜ.	221 ΗΜ.
Μ.Ο. ΠΡΟΘ. ΕΞΩΦΛ. ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ	149 ΗΜ.	235 ΗΜ.	256 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	72 ΗΜ.	71 ΗΜ.	72 ΗΜ.

1: ΠΡΟ Φ. ΕΙΣΟΔ., 2: ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣΟΔ.

17/03/2007

ICAP Α.Ε.

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 4030200

ΜΙΝΕΡΒΑ Α.Ε. ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΣΕΛΙΔΑ:

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/05/2006	31/05/2005	31/05/2004
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	8.834.150	10.305.904	11.442.71
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.818.714	1.818.714	1.254.28
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	14.558.914	14.287.680	11.213.67
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	30.044.019	29.920.668	29.513.33
ΑΣΧΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΥ ,-ΔΑΠ . ΠΟΛ. ΑΠΟΒ .	4.132.398	5.175.206	5.021.00
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	41.767.336	40.938.956	35.607.06
ΑΠΟΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	9.868.627	8.759.417	5.920.08
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	28.017.645	27.037.250	24.682.95
ΑΠΟΒ. ΔΑΠΩΝ . ΠΟΛ. ΑΠΟΒ .-ΑΣΧΜ. ΑΚΙΝ .	3.881.064	5.142.289	5.004.02
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	47.442	42.592	47.47
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	13.914.606	13.921.024	17.752.86
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	9.170.556	6.568.039	8.650.41
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	4.744.050	7.352.984	9.102.45
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	27.516.337	25.718.391	17.958.57
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	22.250.424	15.882.902	17.131.39
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	5.000.000	9.509.774	
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	265.914	325.714	827.18
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	313.282	569.683	601.96
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	50.578.375	50.515.002	47.756.12
ΠΑΘΗΤΙΚΟ	31/05/2006	31/05/2005	31/05/2004
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	36.741.896	37.457.292	37.698.54
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	29.769.992	29.769.992	29.769.99
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	6.971.904	7.687.300	7.928.54
ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1.055.747	1.073.453	1.498.00
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	560.00
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1.055.747	1.073.453	938.00
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	12.780.732	11.984.257	8.559.58
ΦΕΙΣΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	0	0	2.050.90
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	5.763.156	5.619.435	4.737.75
ΜΕΡΙΣΜ. ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	3.530.000	3.100.000	
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ	65.922	86.045	193.75
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	3.421.654	3.178.777	1.577.15
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	50.578.375	50.515.002	47.756.12
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	01/06/2005	01/06/2004	01/06/2003
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	76.978.531	69.750.432	66.833.64
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	59.823.274	54.458.465	53.734.88
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	17.155.257	15.291.966	13.098.75
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	183.327	184.160	87.15
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	40.277	23.520	18.44
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	12.687.564	12.783.935	12.894.53
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	4.610.744	2.668.672	272.93
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.168.154	2.086.951	1.452.28
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	419.009	1.158.791	100.05
ΑΠΟΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	455.695	470.619	1.251.08
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	2.752.302	4.031.134	6.375.18
ΑΠΟΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	2.296.607	3.560.515	5.124.08
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	4.904.194	3.126.213	374.07
	3.530.000	3.100.000	
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	1.397.192	798.085	284.02
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ			

110

17/03/2007

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ICAP A.E.

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 4030200 ΜΙΝΕΡΒΑ

Α.Ε. ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2005	2004	2003
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	13,35%	8,35% 8,17%	0,99%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΛΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (2)	13,08%	8,11%	1,00%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΛΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (1)	12,97%	21,92%	0,95%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ	22,29%	3,82% 4,50%	19,60%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ	5,98%	4,47% 1,82	0,41%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ (2)	6,41%	X 1,87	0,59%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΑΟΥΣ (1)	6,36%	3,75 0,35	0,56%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	2,04 X	133,92	1,71 X
ΑΠΛΣΧ.ΚΕΦ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	2,10 X	0,97 3,36	1,78
ΙΔΙΟΥ ΚΕΦ. ΑΠΛΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ	4,30 1	X 2,17 X	3,44
ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ ΣΧΕΣΗ ΣΕΝΩΝ ΠΡΟΣ	0,38 1	28.225	0,27
ΤΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑ ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΤΚ.	121 1	38.531 83	21,28
ΔΑΠΑΝΩΝ (2) ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΛΣΧ.	3,27 X	ΗΜ. 38 ΗΜ.	0,96
ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ ΑΜΕΣΗ	2,16 X	93 ΗΜ.	4,24
ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	28.963		2,07
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΤΗΣ (ΣΕ 000)	37.798		27.754
ΑΠΛΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ 000)	106 ΗΜ.		39.197
Μ.Ο. ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	35 ΗΜ.		94 ΗΜ.
Μ.Ο. ΠΡΟΘ.ΕΞΟΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ	85 ΗΜ.		32 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ			121 ΗΜ.
1: ΠΡΟ Φ. ΕΙΣΟΔ., ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣΟΔ.			
2:			

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

17/03/200

ΣΕΛΙΔΑ:

ICAP A.E.

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 4041100

ΣΟΓΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

ΚΛΩΒΑΡΑ ΠΑΓΙΑ

ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ

ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

ΔΕΧΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ -ΔΑΠ . ΠΟΛ. ΑΠΟΒ. .

ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΦΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ

ΑΠΟΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.

ΑΠΟΒ. ΔΑΠΑΝ . ΠΟΛ. ΑΠΟΒ .-ΔΙΣΜ. ΑΚΙΝ .

ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ

ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ

ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ. ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ

ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ

ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ

ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΑΝ-ΣΥΣΦΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ

ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

ΦΟΒΙΣΤΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ

ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ

ΜΕΡΙΣΜ. ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΑΝ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ

ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)

ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ

ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ

ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ

ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ

ΑΠΟΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ

ΑΠΟΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ

ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 480.084

36.066.757.861

	(€)	(€)	(€)
	30/06/2006	30/06/2005	30/06/200
ΚΛΩΒΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	18.169.839	16.792.056	15.623.43
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	3.600.095	3.573.695	2.465.98
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	39.499.076	36.760.099	32.097.95
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	7.241.251	6.996.141	6.948.90
ΔΕΧΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ -ΔΑΠ . ΠΟΛ. ΑΠΟΒ. .	1.247.855	1.200.687	1.183.32
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΦΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	39.753.554	38.060.400	33.393.50
ΑΠΟΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	32.353.178	30.969.917	26.621.78
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	6.198.522	5.916.722	5.622.72
ΑΠΟΒ. ΔΑΠΑΝ . ΠΟΛ. ΑΠΟΒ .-ΔΙΣΜ. ΑΚΙΝ .	1.201.853	1.173.761	1.148.98
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.261.625	1.248.342	1.247.27
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	5.073.491	5.073.491	5.073.49
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	17.663.477	18.778.042	18.271.65
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	12.861.822	13.112.220	11.103.07
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	4.801.855	5.665.822	7.168.58
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	59.201.629	41.309.772	54.748.86
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ. ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	55.697.127	39.719.806	52.966.56
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	211	211	21
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	3.504.291	1.589.755	1.782.08
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	760.893	1.120.045	506.48
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	95.795.839	77.999.915	89.150.45
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	27.717.114	26.653.092	24.106.10
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	13.351.281	13.351.281	13.351.28
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	14.210.790	13.301.231	10.754.24
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΑΝ-ΣΥΣΦΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	155.044	579	5
ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	23.219.349	10.000.000	14.256.81
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	22.000.000	10.000.000	10.102.42
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1.219.349	0	4.154.36
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	44.859.376	41.346.824	50.787.53
ΦΟΒΙΣΤΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	33.119.615	22.229.807	26.987.30
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	9.787.818	16.274.793	19.539.85
ΜΕΡΙΣΜ. ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΑΝ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	24	24	1.407.75
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.951.919	2.842.201	2.852.55
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	95.795.839	77.999.915	89.150.45
	01/07/2005	01/07/2004	01/07/200
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	30/06/2006	30/06/2005	30/06/200
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	244.073.405	220.840.634	240.983.13
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	230.685.837	211.108.449	228.244.95
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	13.387.568	9.732.185	12.738.18
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	370.774	440.251	729.11
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	4.303.506	4.011.761	3.856.73
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	4.482.619	4.249.797	4.096.67
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	4.972.216	1.910.877	5.513.88
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	491.339	764.377	896.07
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	3.006.770	1.963.502	2.183.11
ΑΠΟΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	1.488.500	1.862.858	2.334.96
ΑΠΟΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	1.488.500	1.862.858	2.334.96
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	2.456.785	711.753	4.226.85
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	1.407.75
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 480.084			

112