

Αγρ κτημα

ΤΕΥΧΟΣ 90

ΔΙΑΤΙΘΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΗΝ AGRENDA

Ιούνιος 2012



ΑΦΙΕΡΩΜΑ:

Κηπευτικά

σελ. 23-56

Cabrio® Duo



Μεταγενής έκδοση: Μάρς 2012



Πολύ τοξικό για τους υδρόβιους οργανισμούς, μπορεί να προκαλέσει μακροχρόνια διαμενείς επιπτώσεις στα υδάτινα περιβάλλοντα. Επιδράσεις στην υσάνισία και σε περιττωμαία καπνοσός. Ερεθίζει το δέρμα.



ΠΡΟΣΟΧΗ:
ΕΠΗΜΕΡΟΧΕΙΤΕ ΓΙΑ ΤΗ ΣΩΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΤΕΧΝΩΝ ΦΑΡΜΑΚΩΝ.
Διαβάστε προσεκτικά τις οδηγίες χρήσης στη συσκευασία του προϊόντος.
Τηλ. Κέντρο Αξιοτηρότητας: 210 7763777

© Σέμα καταστέλλει της BASF.

BASF ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.

Λεωφ. Μεσογείων 449, 153 43, Αγ. Παρασκευή
Τηλ. κέντρο: 210 68.60.100, Fax: 210 68.60.200
<http://www.basf-agro.gr>

BASF
The Chemical Company



Με ισχυρούς
Συνεργάτες...

Με ανταγωνιστικά
προϊόντα...



Με όλους
εσάς...

Fytro
SEEDS

...καλλιεργούμε το μέλλον!

www.fytroseeds.gr

Δύο εκατομμύρια στρέμματα αναζητούν αγορά

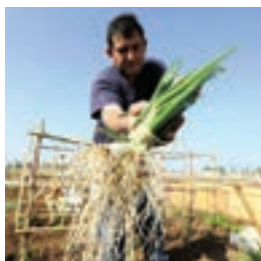
Σε μια χώρα που πορεύτηκε για χρόνια με σημαία την κατανάλωση και επέζησε χάρη στις κοινοτικές χρηματοδοτήσεις και την εύκολη πρόσβαση στο δανεισμό από τις διεθνείς αγορές, είναι δύσκολο να πείσει κάποιος ότι το μέλλον των επενδύσεων μπορεί να είναι στον τομέα των κηπευτικών και της αγροδιατροφής, παρ' ότι τα επιχειρήματα που προβάλλονται δεν είναι καθόλου ευκαταφρόνητα. Άλλωστε, αν υπήρχε εξαρχής ένα μεγάλο θέμα με τον προσανατολισμό των κοινοτικών κονδυλίων για τη γεωργία, αυτό έχει να κάνει με το γεγονός ότι άφηνε εκτός επιδοτήσεων τον κλάδο των κηπευτικών, δίνοντας ουσιαστικά λάθος κατεύθυνση στην εγχώρια αγροτική παραγωγή. Παρ' όλα αυτά, η συνολικά καλλιεργούμενη έκταση με κηπευτικά στην Ελλάδα υπολογίζεται στα 1.820.000 στρέμματα, τα οποία και αντιπροσωπεύουν το 5,2% του συνόλου των καλλιεργούμενων εκτάσεων. Αρκεί να αναφερθεί ότι οι βαμβακοφυτείες απασχολούν σήμερα περί τα 2,8 εκατ. στρέμματα, ενώ το σκληρό σιτάρι δεσμεύει περί τα 5,5 εκατ. στρέμματα. Αυτό βέβαια που έχει σημασία είναι τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των εκμεταλλεύσεων στον κλάδο των κηπευτικών, καθώς οι θερμοκηπιακές καλλιέργειες που επεκτείνονται τα τελευταία χρόνια σε όλη τη χώρα δεν υπερβαίνουν τα 70.000 στρέμματα, με

σημαντικά τμήματα αυτών να μην αξιοποιούνται παραγωγικά ολόκληρο τον χρόνο και να δραστηριοποιούνται ανάλογα με τα κελεύσματα της αγοράς και τις οικονομικές δυνατότητες των κατόχων τους.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί, ωστόσο, τη μεγαλύτερη αγορά οπωροκηπευτικών στον κόσμο. Βεβαίως, η οργάνωση της συγκεκριμένης αγοράς βασίζεται στις Ομάδες Παραγωγών, που αποτελούν και τον στυλοβάτη του τομέα. Κι εδώ όμως υπάρχουν μεγάλες διαφοροποιήσεις, καθώς ο υψηλότερος βαθμός οργάνωσης του τομέα παρατηρείται στο Βέλγιο και τις Κάτω Χώρες (περίπου 80%) και ο χαμηλότερος στην Πορτογαλία και την Ελλάδα (5% και 13% αντίστοιχα). Στις χώρες υψηλής παραγωγής οπωροκηπευτικών, όπως Ισπανία, Γαλλία και Ιταλία, ο βαθμός οργάνωσης ανέρχεται σε ποσοστά από 40% μέχρι 50%. Στην Ελλάδα, όπως αναφέρθηκε, μόλις το 13% της ελληνικής παραγωγής οπωροκηπευτικών διατίθεται στην αγορά μέσω των 113 Ομάδων Παραγωγών του τομέα, οι οποίες με τη σειρά τους αποτελούνται κατά βάση από παραγωγούς - κατόχους μικρών εκμεταλλεύσεων. Είναι μετρημένες στα δάχτυλα οι Ομάδες Παραγωγών που ανταποκρίνονται στους σκοπούς της ιδρύσής τους, ενώ ακόμα λιγότερες είναι εκείνες οι οποίες δικαιώνουν πραγματικά τη συμμετοχή των μελών τους.



Θέμα τακτικής και όχι κόστος είναι η βελτίωση της ποιότητας για το ελληνικό σκληρό σιτάρι **σελ. 18-21**



Στα χέρια ιδιωτών περνάει σταδιακά η χρήση και κατοχή των ποικιλιών των ραχανοκομικών ειδών **σελ. 28-29**



Επαναστατική η μέθοδος Grodan® στο χώρο των υδροπονικών θερμοκηπιακών καλλιεργειών **σελ. 42-46**



Τα κανάλια προώθησης και η κομβική σημασία τους στην επιτυχία μιας σύγχρονης επιχείρησης **σελ. 50-51**



Ατού του κλάδου της ζυθοποιίας θεωρείται η ύπαρξη ισχυρών επιχειρηματικών σχημάτων **σελ. 57-65**

Αγροκτήμα

Κηπευτικά

Μηνιαία έκδοση για την αγροτική επιχειρηματικότητα και τα τρόφιμα

ΑΠΑΓΟΡΕΥΕΤΑΙ η αναδημοσίευση, η αναπαραγωγή, ολική, μερική ή περιληπτική, η κατά παράφραση ή διασκευή απόδοση του περιεχομένου του περιοδικού με οποιοδήποτε τρόπο, μηχανικό, ηλεκτρονικό, φωτοτυπικό, ηχογράφησης ή άλλον, χωρίς προηγούμενη άδεια του εκδότη. Νόμος 2121/1993 και κανόνες Διεθνούς Δικαίου που ισχύουν στην Ελλάδα.

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

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

ΕΚΔΟΤΗΣ -ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

Γιάννης Πανάγος

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ

Ελένη Δούσκα
Ειρήνη Σκρέκν

ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ

Πέτρος Αλεξανδρής
Νίκος Κατσένιος
Ηλίας Εμμανουηλίδης
Γιάννης Τσατσάκης
Έλενα Ταγκαλάκη
Γιώργος Ξένος

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ/ ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ

Αθηνά Βέν

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ/ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Παναγιώτης Αραβαντινός
Ζωή Μπουλέρου
Ελισάβετ Μπουζαλάκου

ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ

Κατερίνα Μαντζαφού
Ετήσια συνδρομή: 100 ευρώ
(συμπεριλαμβάνεται ο Φ.Π.Α.)

ΔΙΑΝΟΜΗ

Ευρώπη Πρακτορείο
Διανομής Τύπου Α.Ε.

ΕΚΤΥΠΩΣΗ- ΒΙΒΛΙΟΔΕΣΙΑ

Εκτυπώσεις
ΙΡΙΣ Α.Ε.Β.Ε.

Φρέσκο φρούτο; ...Έτοιμο!



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



ΚΟΙΝΟΠΡΑΣΙΑ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ - ΚΟΥΛΟΥΡΑ ΗΜΑΘΙΑΣ

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



ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΗ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ





Στα κρία του λουτρού ΑΚΑΛΥΠΤΟΙ ΚΑΙ ΕΚΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΟΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

Σαν τα ψάρια στη στεριά κινδυνεύουν να μείνουν οι άλλοτε ισχυροί αγροτικοί συνεταιρισμοί της χώρας, με τις «καμπάνες» των ακάλυπτων επιταγών να έχουν ήδη σημάνει συναγερμό σε όλο το φάσμα των συντελεστών της αγροτικής οικονομίας και με τις μεγάλες οργανώσεις να έχουν διακόψει εδώ και καιρό κάθε συναλλακτική σχέση με τις δημόσιες οικονομικές αρχές και τα ασφαλιστικά ταμεία.

Του Γιάννη Πανάγου

Μπορεί ως αφορμή της κατάρρευσης του συνεταιριστικού οικοδομήματος να προβάλλονται με ευκολία η οικονομική κρίση και η περιστολή κάθε χρηματοδότησης από τις τράπεζες, ωστόσο τα πραγματικά αίτια είναι πολύ πιο βαθιά και έχουν να κάνουν με την αδυναμία αυτών των οργανώσεων να λειτουργήσουν χωρίς την προστασία του κράτους. Βεβαίως, κανείς από τους καθοδηγητές αυτών των οργανώσεων, τα τελευταία χρόνια, δεν δείχνει να αντιλαμβάνεται το μέγεθος του προβλήματος και τη σοβαρότητα της κατάστασης, γι' αυτό και παρελαύνουν «ευτυχείς» από την πλατεία Βάθη, υποβάλλοντας για μια ακόμα φορά τα διαπιστευτήριά τους στην «υπηρεσιακή» ηγεσία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Την ίδια στιγμή, όμως, με σοβαρό όγκο ακάλυπτων επιταγών, άνευ φορολογικής και ασφαλιστικής ενημερότητας και με τους τζίρους απ' όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων τους να υποχωρούν δραματικά, η μία μετά την άλλη οι συνεταιριστικές οργανώσεις της χώρας βρίσκονται αντιμέτωπες με το φάσμα της χρεοκοπίας. Η κατάρρευση της ΕΑΣ Μεσαράς, την οποία κατέγραψε σε πρόσφατο ρεπορτάζ της η Agrenda, είναι χαρακτηριστική. Έτσι, με τον αλωνισμό να βρίσκεται προ των πυλών, τις παραδοσιακές οργανώσεις του χώρου να αδυνατούν να συμμετάσχουν αποτελεσματικά στη συγκέντρωση των σιτηρών και τους λίγους ιδιώτες εμπόρους που διαθέτουν οικονομική επιφάνεια να караδοκούν για να «αρπάξουν» το προϊόν των παραγωγών κοινοχρονιά, το πεδίο δραστηριότητας για τον αγροτικό κόσμο της χώρας μοιάζει με ναρκοπέδιο. Όλα τα παραπάνω, βέβαια, ουδόλως φαίνεται να απασχολούν τους διοικούντες την ΠΑΣΕΓΕΣ, οι οποίοι αγωνιούν για την παράταση της θητείας τους στα όργανα διοίκησης της Μεσογείων. Είναι ενδεικτικό ότι στην πρόσφατη συνάντηση με τον υπηρεσιακό υπουργό, Ναπολέοντα Μαραβέγια, η συζήτηση περιστράφηκε γύρω από τη δυνατότητα που δίνει ο νόμος 4015/2011 στον υπουργό να παρατείνει κατά έξι μήνες τις διαδικασίες μετατροπής και συγχώνευσης των συνεταιριστικών οργανώσεων (λίγες στις 30 Ιουνίου). Η -παράτυπα και παράνομα εκλεγμένη- ηγετική ομάδα της Συνομοσπονδίας διεκδικεί από το... παράθυρο και την παράταση της δικής της θητείας, έστω κι αν αυτό δεν προβλέπεται από τον νόμο.

Είναι αμφίβολο εάν από τη συνάντηση αυτή, αλλά και από τις άλλες με ΓΕΣΑΣΕ, ΣΥΔΑΣΕ ΚΑΙ ΠΟΓΕΔΥ που ακολούθησαν, ο κ. Μαραβέγιας έφυγε σοφότερος όσον αφορά τα πραγματικά προβλήματα του αγροτικού χώρου. Μια «γεύση», πάντως, πήρε σίγουρα από το ραντεβού με τον διοικητή της ΑΤΕ, Θ. Πανταλάκη, ο οποίος, μεταξύ άλλων, χαρακτήρισε επιτακτική ανάγκη την άμεση καταβολή των κοινοτικών ενισχύσεων (τσεκ) για το 2012. Όμως τα μηνύματα από την Περιφέρεια είναι συγκλονιστικά και δεν επιδέχονται αμφισβήτηση. Ο αγροτικός τομέας διανύει περίοδο εκτάκτου ανάγκης και απαιτούνται άμεσα λύσεις σε καυτά προβλήματα όπως η ενίσχυση της ρευστότητας των αγροτικών εκμεταλλεύσεων, η διευκόλυνση της λειτουργίας των συνεταιριστικών οργανώσεων και η αφύπνιση των διοικητικών υπηρεσιών με στόχο την εφαρμογή των νόμων και την επιβίωση της αγοράς.

Την ίδια ώρα, εκτός από τα 2 εκατομμύρια απειλησμένους μετανάστες που αναζητούν τροφή σε όλη τη χώρα αντιμετωπίζοντας συχνά το δίλημμα της φθοράς ξένης περιουσίας, στον κατάλογο αυτών που ζουν κάτω από το όριο της φτώχειας έχουν προστεθεί πάνω από ένα εκατομμύριο Έλληνες, η ανέχεια των οποίων δημιουργεί ένα επικίνδυνο και εκρηκτικό κοινωνικό μείγμα που καταγράφηκε ήδη στα αποτελέσματα της κάλπης των εθνικών εκλογών και είναι πολύ πιθανό να επανεμφανιστεί στις 17 Ιουνίου.

Αν στην εξίσωση προσθέσουμε τις κοντόθωρες και προσωπικές στρατηγικές των πολιτικών ταγών, δεν είναι ν' απορεί κανείς που τίθεται επ' αμφιβολό ακόμα και ο ευρωπαϊκός προσανατολισμός της χώρας. Σαν να μην έφθαναν, λοιπόν, τα δεκάδες ανυπέρβλητα προβλήματα που βιώνει καιρό ο αγροτικός κόσμος, τώρα βρίσκεται να αγωνιά και για το φόβο της διακοπής των ενισχύσεων -μια από τις άμεσες συνέπειες ενδεχόμενης «αποβολής» από την ευρωπαϊκή οικογένεια.

Οι πόροι που εισρέουν κάθε χρόνο από τα κοινοτικά ταμεία για τον αγροτικό τομέα υπερβαίνουν τα 3 δισ. ευρώ, ενώ το αντίστοιχο ποσό που έχει εγγράψει για φέτος ο κρατικός προϋπολογισμός ανέρχεται στα 3.722 εκατ. ευρώ. Είναι σαφές ότι ο τομέας της αγροτικής παραγωγής δεν είναι εύκολο να επιβιώσει χωρίς τα ποσά αυτά, δεδομένου ότι αντιστοιχούν περίπου στο μισό (1/2) του αγροτικού Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (περί τα 7,4 δισ. ευρώ) και αποτελούν τις τελευταίες δεκαετίες τον κυριότερο ίσως άξονα ενίσχυσης του αγροτικού εισοδήματος.

Κανείς από τους καθοδηγητές των οργανώσεων δεν δείχνει να αντιλαμβάνεται τη σοβαρότητα της κατάστασης, γι' αυτό και παρελαύνουν «ευτυχείς» από την πλατεία Βάθη



Εθιμοτυπικό κίνητρο συναντήσεων πραγματοποιήσε με εκπαισώνους του αγροτικού κόσμου ο νέος ένοικος της πλατείας Βάθη, ξεκινώντας με αγροτοσυνδικαλιστές μέλη της ΣΥΔΑΣΕ.



Στη συνάντηση του υπουργού με το προεδρείο της ΓΕΣΑΣΕ συζητήθηκαν θέματα που αφορούν την ανασυγκρότηση του αγροτικού τομέα και την περιφερειοποίηση των ενισχύσεων.

Διεθνείς τιμές

Προϊόν	28/5/11	28/11/11	28/2/12	28/4/12	28/5/12
Κοκκώδης ουρία	402	468	465	650	600
prilled	390	465	465	585	585
UAN	300	343	250	395	375
Αμμωνία	565	705	400	470	545

(δολάρια ανά τόνο)

Πηγή: www.fertilizerworks.com
(International Raw Materials Ltd)

>> ΛΙΠΑΣΜΑΤΑ

Ψάχνει γραμμή



Σημάδια εξισορρόπησης παρουσιάζει τις τελευταίες εβδομάδες η διεθνής αγορά των πρώτων υλών των αζωτούχων λιπασμάτων. Η τιμή της αμμωνίας έχει επιστρέψει από τα πολύ χαμηλά επίπεδα των 400 δολαρίων ο

τόνος, στα 545 δολάρια, ενώ η ουρία αποκλιμακώνεται με ήπιο τρόπο, υποχωρώντας κάτω από τα 600 δολάρια ο τόνος. Μάλιστα τους καλοκαιρινούς μήνες αναμένονται ακόμα χαμηλότερες τιμές. Η prilled ουρία διατηρείται ελαφρά χαμηλότερα από την κοκκώδη στα 585 δολάρια ο τόνος.

>> ΧΥΜΟΣ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΟΥ

Αποκλιμάκωση



Αντίσταση στα 109 σεντς ανά λίμπρα πραγματοποιεί η διεθνής τιμή του παγωμένου συμπυκνωμένου χυμού πορτοκαλιού. Η κακοκαιρία που έπληξε τη Φλόριντα αποτέλεσε το έναυσμα για την ολοκλήρωση μιας διορθωτικής πορείας σχεδόν πέντε μηνών που οδήγησε το εμπόρευμα σε απώλειες του 50% της αξίας του. Η διόρθωση έφερε τις τιμές στα επίπεδα του 2009.

Η διόρθωση έφερε τις τιμές στα επίπεδα του 2009.

>> ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ

Αναζήτηση πλεύσης

Σε μεταβατική περίοδο βρίσκεται η αγορά των δημητριακών τον τελευταίο μήνα, καθώς πλησιάζει η συγκομιδή της νέας σοδειάς σιταριού στις νότιες ευρωπαϊκές χώρες και η εμπορική δραστηριότητα φαίνεται σχετικά μειωμένη σε σύγκριση με άλλες χρονιές. Τα περσινά αποθέματα και η φετινή παραγωγή στο σκληρό σιτάρι είναι μικρότερα σε σημείο που θα μπορούσαν να δώσουν σημαντική ώθηση στις διεθνείς τιμές, ωστόσο το κλίμα παραμένει υποτονικό και οι τιμές διαμορφώνονται στα 275-280 ευρώ ο τόνος. Στο μαλακό σιτάρι, η ανησυχία για την παραγωγή στις ΗΠΑ και τις πρώην σοβιετικές χώρες έδωσε μικρή



Προϊόν	28/5/11	28/11/11	28/2/11	28/4/12	28/5/12
Σιτάρι μαλακό	271-275	206-211	223-228	225-230	228-233
Σιτάρι σκληρό	254-259	283-288	288-293	282-287	275-280
Καλαμπόκι	257-258	195-196	205-293	212-213	208-209

(ευρώ ανά τόνο)

Πηγή: Οργανισμός Δημητριακών της Μπολόνια (A.G.E.R.)

ώθηση στα 228-230 ευρώ ο τόνος. Η αγορά καλαμποκιού βρίσκεται υπό πίεση τις τελευταίες εβδομάδες λόγω αυξημένης σποράς στις ΗΠΑ με τιμές στα 208-209 ευρώ ο τόνος.

>> ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Επιμένει στα χαμηλά

Αμετάβλητη παραμένει η αγορά ελαιολάδου ακόμα και μετά την απόφαση της Κομισιόν να ενεργοποιήσει το μέτρο της ιδιωτικής αποθεματοποίησης για τρίτη φορά μέσα σε 8 μήνες. Η αποθεματοποίηση αφορά 100.000 τόνους εξαιρετικά παρθένου και παρθένου ελαιολάδου για 6 μήνες. Σύμφωνα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου (IOC), οι τιμές ελαιολάδου παραμένουν υπό πίεση. Οι τιμές παραγωγού στην Ισπανία έχουν υποχωρήσει κατά 12% σε σύγκριση με πέρυσι για το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, στα 1,77



Προϊόν	28/11/11	28/2/12	28/4/12	28/5/12
Έξτρα παρθένο ελαιόλαδο	1,96	1,81	1,86	1,76
Παρθένο Ελαιόλαδο	1,72	1,66	1,68	1,65

(ευρώ ανά κιλό)

Πηγή: MFAO, Ισπανία

ευρώ το κιλό, ενώ στην Ελλάδα σημειώνεται η μικρότερη διόρθωση με τις τιμές στα 1,84 ευρώ το κιλό.

>> BAMBAKI

Αυξημένες πιέσεις

Αυξημένες πιέσεις επικράτησαν κατά τη διάρκεια του τελευταίου μήνα στη διεθνή αγορά βάμβακος, αφού η νέα εαρινή παραγωγή ξεκίνησε με ευνοϊκές καιρικές συνθήκες, τη στιγμή που τα παγκόσμια αποθέματα παραμένουν υψηλά. Μάλιστα, η γενικότερη οικονομική κρίση που έχει πλήξει την Ευρωζώνη φαίνεται πως επιδρά στη ζήτηση του προϊόντος. Εν τω μεταξύ, πρόσφατα Κινέζοι αξιωματούχοι με δηλώσεις τους εκδήλωσαν την επιθυμία να περιορίσουν όσο το δυνατόν περισσότερο τις εισαγωγές τους.

Πιο συγκεκριμένα, η επίσημη τοποθέτηση προσδιορίζει πως οι ανάγκες της Κίνας για εισαγωγές θα είναι πλέον συμπληρωματικές της εγχώριας παραγωγής της. Το γεγονός αυτό πίεσε σημαντικά την παγκόσμια η αγορά, με αποτέλεσμα οι τιμές να βρεθούν στα επίπεδα των 73,62 σεντς ανά λίμπρα στα συμβόλαια του Ιουλίου. Η ανομβρία στο Τέξας και την Τζόρτζια, που είναι δύο από τις μεγαλύτερες βαμβακοπεριοχές των ΗΠΑ, είναι η μόνη είδηση που μέχρι στιγμής προσφέρει ένα αντίβαρο αντίστασης στη διεθνή χρηματιστηριακή τιμή στη Νέα Υόρκη.



Προϊόν	28/5/11	28/11/11	28/2/12	28/4/12	28/5/12
Βαμβάκι	157,73	102,83	91,62	91,46	73,62
					(σεντς ανά λίμπρα)
Πηγή: National Cotton Council of America					

>> ΖΑΧΑΡΗ

Υποχώρηση της τιμής

Στα χαμηλότερα επίπεδα των τελευταίων 20 μηνών υποχωρούν οι τιμές της ζάχαρης στη διεθνή αγορά, καθώς αρκετοί εξαγωγείς από τη Βραζιλία αποφάσισαν να πουλήσουν μεγάλο μέρος των αποθεμάτων τους για να επωφεληθούν από το ισχυρό δολάριο. Τα αποθέματα ζάχαρης από πέρυσι είναι υψηλά κι έτσι οποιαδήποτε προσφορά προϊόντος στην αγορά πιέζει τις τιμές, οι οποίες διαμορφώνονται στα 557 δολάρια ο τόνος. Η διόρθωση που σημειώνεται στην αγορά της ζάχαρης έχει ξεκινήσει από τα μέσα του 2011, όταν οι τιμές είχαν φτάσει στο υψηλότερο σημείο των τελευταίων ετών, ξεπερνώντας τα 800 δολάρια ο τόνος. Πλέον οι τιμές έχουν υποχωρήσει κάτω από το ψυχολογικό όριο των 600 δολαρίων που αποτελεί τιμή ορόσημο για την τελευταία διετία, αφού αποτέλεσε σημείο στίξης για την αγορά. Βέβαια σύμφωνα με τους αναλυτές οι τιμές είναι ήδη σημαντικά αυξημένες ακόμα και στα σημερινά επίπεδα, αφού η μέση τιμή τους την διετία 2007-2008 δεν ξεπερνούσε τα 350 δολάρια ο τόνος.



Βοοειδή

Ένα μίνι ανοδικό ράλι 8 εβδομάδων πραγματοποιούν οι τιμές των βοοειδών στην αγορά του Σικάγο, καθώς ο αριθμός των ζώων στις ΗΠΑ έχει ήδη μειωθεί, αυξάνοντας τις ανησυχίες για την προσφορά του προϊόντος τους επόμενους μήνες. Μάλιστα, θεωρείται πολύ πιθανό μέσα στο 2012 οι τιμές να επιστρέψουν σε επίπεδα ρεκόρ, ενώ αυτή τη στιγμή διαμορφώνονται στα επίπεδα των 119,35 σεντς ανά λίμπρα για παράδοση τον Ιούνιο.

Χοίροι

Σταθεροποιητικές τάσεις επικρατούν στη διεθνή αγορά του χοιρινού κρέατος τις τελευταίες εβδομάδες, αφού μετά από μια ισχυρή διόρθωση στις αρχές Μαΐου, οι τιμές επέστρεψαν στα φυσιολογικά επίπεδα των 85 σεντς ανά λίμπρα. Τα αμερικανικά αποθέματα παραμένουν υψηλά και συγκρατούν τις τιμές από το θετικό κλίμα που επικρατεί από την αγορά των βοοειδών, αν και θεωρείται πως η αύξηση της παγκόσμιας κατανάλωσης χοιρινού θα τονώσει σύντομα την αγορά.

Κοτόπουλα

Σε διορθωτική τροχιά παρέμειναν οι τιμές των πουλερικών σχεδόν σε όλη τη διάρκεια του τελευταίου μήνα, καθώς έχουν επηρεαστεί σημαντικά από τα στοιχεία που δημοσίευσε ο FAO πως η παγκόσμια παραγωγή θα αυξηθεί κατά 2% στους 103,5 εκατ. τόνους. Ο ρυθμός αύξησης της παραγωγής είναι ο χαμηλότερος των τελευταίων ετών, όμως ανάλογη εικόνα παρουσιάζει και ο ρυθμός αύξησης της κατανάλωσης.

Επενδυτικά
προγράμματα



Του Πέτρου Αλεξανδρή

Πρώτο πακέτο εγκρίσεων για Σχέδια Βελτίωσης

Καπνοπαραγωγοί, πτηνοτρόφοι, αγελαδοτρόφοι παίρνουν το πράσινο φως κατά προτεραιότητα

Στα χέρια των επενδυτών φτάνουν κάθε μέρα οι προεγκρίσεις από τα πρώτα Σχέδια Βελτίωσης που αξιολογήθηκαν και «πέρασαν» το τεστ των γνωμοδοτικών επιτροπών που συνεδρίασαν τις προηγούμενες εβδομάδες σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Με αργούς ρυθμούς, αλλά χωρίς μεγάλες περικοπές και διορθώσεις, στέλνονται σε πρώτη φάση τα «πακέτα» στους πρώην καπνοπαραγωγούς που έχουν υποβάλει Σχέδιο Βελτίωσης, προκειμένου να υποστηρίξουν τη νέα τους καλλιέργεια. Μέχρι την ώρα που γράφονταν αυτές οι γραμμές, τα Σχέδια Βελτίωσης των πτηνοτρόφων -δεύτερα στη σειρά- περίμεναν την υπογραφή από τον Ειδικό Γραμματέα, Βαγγέλη Διβάρη, για να ξεκινήσουν να στέλνονται στους εν δυνάμει δικαιούχους.

Οι επόμενες αξιολογήσεις αφορούν τους αγελαδοτρόφους, οι οποίες μπορεί να κρατήσουν όλο τον Μάιο και το καλοκαίρι θα ξεκινήσει η αξιολόγηση των Σχεδίων Ζωικής και Φυτικής Παραγωγής. Πηγές του υπουργείου αναφέρονται σε μία χρονοβό-

ρα διαδικασία, που μπορεί να διαρκέσει ακόμα και μέχρι το Νοέμβριο, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα προσωπικού από το υπουργείο και ανάλογα με το ρυθμό εργασίας της Euricon.

Τα δύσκολα έρχονται και ο πρώτος «σκόπελος» που θα συναντήσουν οι αξιολογητές είναι τα φωτοβολταϊκά, ενώ είναι γνωστό ότι κάθε φορά τα Σχέδια Ζωικής Παραγωγής παρουσιάζουν τα μεγαλύτερα προβλήματα από όλα τα άλλα, λόγω της περιπλοκότητας των επιλέξιμων δράσεων και των επιπλέον δικαιολογητικών που ζητούνται, με... κορυφαίο την άδεια της σταυλικής εγκατάστασης. Το επόμενο στάδιο είναι καθαρά γραφειοκρατικό και έχει σχέση με το χρόνο που θα χρειαστούν οι υπάλληλοι του υπουργείου, για να στείλουν τις προεγκρίσεις, έτσι ώστε να απαντήσουν θετικά ή αρνητικά οι ενδιαφερόμενοι επενδυτές και να συνεχιστεί η υλοποίηση των Σχεδίων Βελτίωσης κατά τη διάρκεια του φθινοπώρου. Το ζητούμενο, πάντως, θα είναι πώς η αγορά θα λύσει το θέμα των πιστώσεων και των προεξοφλημένων τιμολογίων.



Η αξιολόγηση μπορεί να διαρκέσει ακόμα και μέχρι το Νοέμβριο, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα προσωπικού από το υπουργείο και ανάλογα με το ρυθμό εργασίας της Euricon.

Τα αγκάθια της υλοποίησης

Μόλις ο κάθε δικαιούχος πάρει την οριστική έγκριση στα χέρια του, θα μπορέσει να απευθυνθεί στο κατάστημα με τα γεωργικά μηχανήματα, την εταιρεία με τον κτηνοτροφικό εξοπλισμό ή όποιον άλλον παρέχει αντίστοιχα προϊόντα και με κάποιο διακανονισμό έχει τις εξής επιλογές:

- Είτε να προαγοράσει το μηχανήμα ή τον εξοπλισμό και να λάβει κανονικά το τιμολόγιο,
 - είτε να δεσμεύσει από πριν το μηχανήμα, να λάβει προεξοφλητικό τιμολόγιο και να περιμένει την πληρωμή από το υπουργείο, για να καταβάλει τα αντίστοιχα χρήματα στην αντιπροσωπεία ή τον κατασκευαστή.
- Βέβαια, αν το δούμε ρεαλιστικά, είναι πολύ δύσκολο ο αγρότης να έχει από πριν όλα τα χρήματα κι από την άλλη είναι τόσο ρευστά τα πράγματα στην αγορά των μηχανημάτων, που η στάση των εταιρειών δεν προμηνύει καμία διάθεση για μεγάλες πιστώσεις ή έστω για προεξοφλημένα τιμολόγια, που θα συνοδεύονται από μία προκαταβολή της ίδιας συμμετοχής του γεωργού ή του κτηνοτρόφου.



Πολλές οι δράσεις για τους μελισσοκόμους, αλλά σύντομη η περίοδος πραγματοποίησής τους.

Προθεσμίες

- Παρατείνεται μέχρι τις 22 Ιουνίου η υποβολή αιτήσεων των πρώην καπνοπαραγωγών που ξεκίνησαν την εφαρμογή της «Αμειψισποράς με ξηρικές καλλιέργειες» σε χωράφια με ποτιστική καλλιέργεια καλαμποκιού, βαμβάκιου ή μηδικής από τις 15 Οκτωβρίου 2011.
- Παρατείνεται μέχρι τις 22 Ιουνίου η υποβολή αιτήσεων των καπνοπαραγωγών που ξεκίνησαν την εφαρμογή της «Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στην παραγωγή καπνού» και τη διαδικασία πιστοποίησης από τις 15 Οκτωβρίου 2011.
- Παρατείνεται μέχρι τις 30 Ιουνίου η υποβολή αιτήσεων για το πρόγραμμα της «Διατήρησης απειλούμενων αυτοχθόνων φυλών αγροτικών ζώων».
- Μέχρι τις 22 Ιουνίου υποβάλλονται οι φάκελοι υποψηφιότητας για επενδύσεις από το Leader Καρδίτσας, στο πλαίσιο της δεύτερης προκήρυξης.
- Μέχρι τις 30 Ιουλίου κατατίθενται αιτήσεις για το Leader Θεσσαλονίκης, στα πλαίσια της δεύτερης προκήρυξης.
- Στις 30 Αυγούστου λήγει η προθεσμία υλοποίησης όλων των δράσεων του προγράμματος βελτίωσης των συνθηκών παραγωγής και εμπορίας των προϊόντων της μελισσοκομίας έτους 2012.
- Στις 31 Αυγούστου λήγει η προθεσμία υποβολής των αιτήσεων πρώην καπνοπαραγωγών που θα ξεκινήσουν την εφαρμογή της «Αμειψισποράς με ξηρικές καλλιέργειες» από τις 15 Οκτωβρίου 2012.
- Στις 31 Αυγούστου λήγει η προθεσμία υποβολής των αιτήσεων καπνοπαραγωγών που θα ξεκινήσουν την εφαρμογή της «Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στην παραγωγή καπνού» και τη διαδικασία πιστοποίησης από τις 15 Οκτωβρίου 2012.
- Έως τις 18 Σεπτεμβρίου 2012 μπορούν οι ενδιαφερόμενοι αλιείς του δήμου Καλύμνου να υποβάλουν τις αιτήσεις τους για το τοπικό πρόγραμμα επενδύσεων Leader «ΚΑΛΥΔΝΑ Ανάπτυξης».



Σε δύο ομάδες χωρίζονται οι καπνοπαραγωγοί από τα γεωργοπεριβαλλοντικά μέτρα, ανάλογα με την πρώτη χρονιά υλοποίησης.



& ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ

Θύελλα στα δικαιώματα

Ποιοι παραγωγοί βγαίνουν χαμένοι από τη νέα ΚΑΠ

«Θέατρο» μεγάλης ανακατανομής επιδοτήσεων θα γίνει η Ελλάδα την περίοδο 2014-2019, δηλαδή καθ' όλη τη διάρκεια της μετάβασης από το ιστορικό μοντέλο ενισχύσεων στο περιφερειακό. Από τα σενάρια που έχει επεξεργαστεί το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης φαίνεται ότι σίγουρα θα χάσουν μεγάλο ποσοστό των χρημάτων που παίρνουν τώρα όσοι έχουν υψηλή αξία δικαιώματα. Οι μεγαλύτερες επιδοτήσεις, κατά σειρά, είναι στις καλλιέργειες της σταφίδας, του καπνού, της βιομηχα-



Τα υψηλότερα δικαιώματα είναι στη σταφίδα, τον καπνό και τη βιομηχανική ντομάτα

νικής ντομάτας, του βαμβακιού, του ελαιολάδου και τέλος οι αροτραίες καλλιέργειες (σιτηρά κλπ.). Οι τομείς που δεν έχουν καθόλου δικαιώματα είναι οι δενδρώδεις καλλιέργειες οπωροφόρων, εκτός από ορισμένα προϊόντα που όμως έχουν πολύ μικρά ποσά ενίσχυσης, και οι βοσκότοποι, αφού οι κτηνοτρόφοι

επιδιοτούνται με ειδικά δικαιώματα ανά ζώο και όχι ανά στρέμμα. Αντίστοιχα μεγάλες είναι και οι ανισότητες μεταξύ των περιφερειών. Για παράδειγμα, η μέση αξία των δικαιωμάτων στην περιφέρεια της Κρήτης ανέρχεται στα 152,9 ευρώ το στρέμμα, όπου κυριαρχούν η σταφίδα και η ελιά, ενώ στη Δυτική

Μακεδονία η μέση αξία υπολογίστηκε στα 35,2 ευρώ το στρέμμα, σε μία περιοχή με κυρίαρχες τις αροτραίες καλλιέργειες. Το πιο σοβαρό ερώτημα στο οποίο πρέπει να απαντήσει το υπουργείο, αλλά και οι ίδιοι οι αγρότες είναι εάν θέλουμε να ενισχύσουμε την κοινωνική ή την επιχειρηματική πλευρά της γεωργίας. Ειδικά μετά την αποκάλυψη της Agrenda ότι η βάση, με την οποία ξεκινάμε τον υπολογισμό του 40% της ενιαίας ενίσχυσης είναι μόλις 16,7 ευρώ το στρέμμα, οι αγρότες έχουν θορυβηθεί.

ΣΤΕΦΑΝ ΛΕ ΦΟΛ ΨΗΦΙΖΟΥΝ ΟΙ ΓΑΛΛΟΙ

«Ψημένος» στα ευρωπαϊκά θέματα και ιδίως στην ΚΑΠ είναι ο νέος υπουργός Γεωργίας της Γαλλίας, Στεφάν Λε Φολ. Και είναι χαρακτηριστικό ότι σύσσωμα τα αγροτικά συνδικάτα της χώρας, που σπάνια συμφωνούν μεταξύ τους, καιρέτισαν την επιλογή αυτή. Ο Στεφάν Λε Φολ είναι γνώριμη μορφή στον αγροτικό κόσμο, καθώς ως

ευρωβουλευτής και μέλος της Επιτροπής Γεωργίας της υπαίθρου είχε παρέμβει ενεργά από την κρίση της κτηνοτροφίας και την αύξηση των τιμών των τροφίμων ως την ΚΟΑ οπωροκηπευτικών και τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Σήμερα, ο Λε Φολ διαθέτει την εμπειρία που χρειάζεται για όποια παρέμβαση για την ΚΑΠ.

Κάνουν τζίρο, όχι κατανάλωση τα γαλακτοκομικά

Με ...νύχια και με δόντια, αλλά και με το βλέμμα στραμμένο στις πολιτικοοικονομικές εξελίξεις που θα μπορούσαν -εν δυνάμει- να βελτιώσουν τις συνθήκες ρευστότητας στην αγορά διατηρούν τις δυνάμεις και τα μερίδια αγοράς τους οι ελληνικές επιχειρήσεις γαλακτοκομικών. Η κρίση σίγουρα δοκιμάζει τις αντιστάσεις του κλάδου, παράλληλα όμως αναδεικνύει και τις αντοχές του, που έχουν να κάνουν κυρίως με την ποιότητα των προϊόντων και την έμφαση στην ελληνικότητα της πρώτης ύλης. Σύμφωνα με την Tetra Pak, η μείωση του όγκου πωλήσεων έφτασε την περασμένη χρονιά το 3%, αριθμός που συγκλίνει με τις εκτιμήσεις της Nielsen η οποία για το εντεκάμηνο του 2011 «μέτρησε» για το σύνολο της αγοράς απώλειες 2,4%, με κύριους «υπαίτιους» την πτώση στο γάλα και το επώνυμο γιαούρτι. Ορόσημο για την πορεία της αγοράς αποτέλεσε, σύμφωνα με την εταιρεία, ο β' γύρος σκληρών δημοσιονομικών μέτρων του Μνημονίου.





Τέλος χρόνου για τις άδειες γεωτρήσεων

Περιθώριο μόλις ως τις 16 Ιουνίου έχουν οι αγρότες προκειμένου να υποβάλλουν τις αιτήσεις τους για τη νομιμοποίηση των γεωτρήσεων,

μετά τη δημοσίευση των νέων - πιο χαλαρών απαιτήσεων από τα αρμόδια υπουργεία. Τα τμήματα Υδροοικονομίας των περιφερειακών ενοτήτων έχουν ενημερωθεί για τις νέες προϋποθέσεις και η διαδικασία συνεχίζεται πιο ομαλά. Οι βασικότερες αλλαγές είναι:

- Σαν αποδεικτικό δικαιώματος χρήσης νερού, ο κάθε ενδιαφερόμενος θα προσκομίζει Υπεύθυνη Δήλωση του Ν. 1599/86, στην οποία δηλώνεται η ακριβής έναρξη λειτουργίας της υδροληψίας.
- Στο τοπογραφικό γίνεται δεκτό απόσπασμα χάρτη 1:5000 ή ορθοφωτοχάρτη ή ψηφιακή απεικόνιση με ακριβή θέση της υδροληψίας (x,y,z) στο προβολικό σύστημα ΕΓΣΑ 87, εις διπλούν.
- Καταργείται η χημική ανάλυση για χρήση νερού προς άρδευση. Όσοι δεν υποβάλλουν αίτηση ως τις 16-6-2012 θα τους επιβληθεί: Α) για υποβολή αίτησης από 16-6-2012 έως 16-6-2013 πρόστιμο 200 ευρώ κατ' ελάχιστο. Β) για υποβολή αίτησης από 16-6-2013 έως 16-6-2014 πρόστιμο 500 ευρώ κατ' ελάχιστο.

ΒΑΡΥ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΕΡΓΑΤΩΝ

Σε αναδιοργάνωση των αγροτικών εκμεταλλεύσεων και στη διαμόρφωση νέου σκηνικού στην ελληνική ύπαιθρο, οδηγεί η παρατεταμένη οικονομική κρίση και η έλλειψη ρευστότητας που ταλανίζει νοικοκυριά και επιχειρήσεις. Το βάθεμα της ύφεσης υποχρεώνει ήδη τους αρχηγούς των εκμεταλλεύσεων και τα μέλη των οικογενειών τους να διευρύνουν το χρόνο παρουσίας τους στα αγροκτήματα, ενώ την ίδια στιγμή, όλο και λιγοστεύουν τα έμπειρα εργατικά χέρια των αλλοδαπών που εγκαταστάθηκαν μόνιμα στη χώρα μας από τις αρχές της δεκαετίας του '90. Στην πρώτη περίπτωση, η οικονομική δυσπραγία και κυρίως η έλλειψη ρευστότητας που έχει αφετηρία τη μείωση του τραπεζικού δανεισμού και το κλείσιμο των πιστώσεων από τις εταιρείες αγροτικών εφοδίων, υποχρεώνουν τους ιδιοκτήτες των εκμεταλλεύσεων να παίρνουν στα «χέρια» τους την κατάσταση και να περιορίζουν τα πολλά μεροκάματα σε ξένους κυρίως αγρεργάτες. Από την άλλη πλευρά, οι αλλοδαποί απασχολούμενοι στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις, βλέποντας τα μεροκάματα να λιγοστεύουν και την οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα να γίνεται όλο και πιο δύσκολη, φλερτάρουν συστηματικά με την απόφαση επιστροφής στις πατρίδες τους, όπου οι οικονομικές συνθήκες τα τελευταία χρόνια έχουν βελτιωθεί. Το θέμα αφορά πρωτίστως τους αγρεργάτες των βαλκανικών χωρών, το επίπεδο υπηρεσιών των οποίων έχει ανέβει σημαντικά, με αποτέλεσμα σε πολλές περιπτώσεις να κρίνονται αναντικατάστατοι.



KRITIFIL® ΕΙΔΙΚΑ ΦΥΛΛΑ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΩΝ



Πρωτοπόρα στη διεθνή αγορά με ισχυρή παρουσία στις 5 ηπείρους, η «Πλαστικά Κρήτης» φέρνει στον Έλληνα παραγωγό το επιστέγασμα της εμπειρίας και της έρευνας 40 χρόνων, ώστε το πλαστικό κάλυψης να έχει ενεργό συμμετοχή στην απόδοση της καλλιέργειας.

*Σιγουριά και
καλύτερη σοδειά*





Βήμα - βήμα η ίδρυση ενός εμφιαλωτηρίου

Τις νέες απαιτήσεις για την εγκατάσταση και λειτουργία εμφιαλωτηρίου οίνου και αρωματισμένου οίνου καθορίζει η απόφαση αριθ. 54/2012 του υπουργείου Οικονομικών, και περιλαμβάνει όλα τα υπό ίδρυση εμφιαλωτήρια. Τα υπάρχοντα θα πρέπει μέσα σε 12 μήνες να συμμορφωθούν με τις κείμενες διατάξεις, οι οποίες εφαρμόζονται στα εργαστήρια, όπου εμφιαλώνονται οίνοι κάθε κατηγορίας. Τα εργαστήρια αυτά οφείλουν να είναι εγκατεστημένα σε ισόγεια ή και ανώγεια και αποτελούνται από τον κύριο χώρο και τους βοηθητικούς χώρους. Το δε εμβαδό του κύριου χώρου δεν επιτρέπεται να είναι μικρότερο από 30τμ. και το ύψος μικρότερο από 2,8μ. Σε ό,τι αφορά τον εξοπλισμό, τα εμφιαλωτήρια θα πρέπει να έχουν εκτός από τα απαραίτητα και πληντήριο φιαλών και αποστράγγισης, αν χρησιμοποιούν γυάλινες φιάλες. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η τήρηση βιβλίου αποθήκης, στο οποίο καταγράφονται τα κρασιά και τα λοιπά αμπελοοικονομικά προϊόντα που εμφιαλώνονται.

ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΧΡΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΞΙΣΩΤΙΚΗ, ΛΙΓΟΤΕΡΟΙ ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ ΦΕΤΟΣ

Το κόψιμο μεγάλου ποσοστού δικαιούχων θα έχει ως αποτέλεσμα η μείωση του κονδυλίου της εξισωτικής αποζημίωσης από τα 160 εκατ. ευρώ στα 100 εκατ. ευρώ το 2012. Η μόνη ευχάριστη εξέλιξη για τη συγκεκριμένη δράση, που ήρθε την τελευταία στιγμή από την Ευρωπαϊκή Ένωση, είναι ότι το πρόγραμμα θα εξακολουθήσει να είναι συγχρηματοδοτούμενο, όπως και το 2011, οπότε οι αρμόδιοι υπάλληλοι του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης εκτιμούν ότι θα γίνει προκήρυξη και το 2013. Όπως προκύπτει από την προκήρυξη του 2012, τα ποσά των ενισχύσεων ανά στρέμμα και τα κριτήρια, με τα οποία βαθμολογείται ο κάθε υποψήφιος για χορήγηση εξισωτικής αποζημίωσης, δεν αλλάζουν σε σχέση με το 2011.

Αυτό σημαίνει με απλά λόγια ότι θα «περάσουν» λιγότεροι νέοι δικαιούχοι. Από αυτούς τους νέους δικαιούχους εκτιμάται ότι προς το παρόν θα καλυφθούν σίγουρα τα αιτήματα για ένταξη στο πρόγραμμα μόνο των κατά κύριο επάγγελμα γεωργών και, φυσικά, όσων είναι

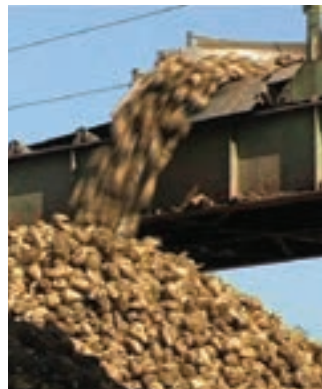


30 ετών. Το πρόβλημα θα φανεί στις άλλες κατηγορίες γεωργών και κτηνοτρόφων. Επίσης, εξασφαλίζονται όσοι έχουν ήδη ενταχθεί στην «πενταετία» του προγράμματος, αφού η βαθμολογία δεν μετράει τόσο, καθώς η ένταξή τους αυτό το διάστημα είναι υποχρεωτική.



Σε θολό τοπίο ξεκινά το ροδάκινο

Αυτές τις ημέρες ξεκινά η συγκομιδή των πρώιμων ποικιλιών επιτραπέζιων ροδάκινων και οι πρώτες εκτιμήσεις κάνουν λόγο για προϊόν υψηλής ποιότητας και ικανοποιητική παραγωγή περί τους 225.000 τόνους, αυξημένη κατά 10.000 τόνους από πέρυσι. Η παραγωγή είναι για λίγες ημέρες ορισμένη και στις τιμές το τοπίο δεν έχει ακόμα ξεκαθαρίσει. Στο βιομηχανικό ροδάκινο, η συγκομιδή τοποθετείται στις αρχές Ιουλίου, ενώ οι διαπραγματεύσεις κονσερβοποιών και παραγωγών δεν έχουν αρχίσει σοβαρά. Τα αποθέματα κομποτάς έχουν αυξηθεί κατά 600.000 χαρτοκιβώτια.



Γράφουν απώλειες τα ζαχαρότευτλα

Περίπου 90.000 στρέμματα εκτιμάται πως θα καλύψει φέτος η καλλιέργεια των ζαχαρότευτλων, με ποσότητα 50.000-60.000 τόνων. Η παραγωγή αυτή μπορεί να επεξεργαστεί από ένα εργοστάσιο δυναμικότητας όπως αυτό στο Πλατύ, ωστόσο και φέτος αναμένεται να «υπολειτουργήσουν» τρία εργοστάσια. Σύμφωνα με την ποσόστωση, η Ελλάδα μπορεί να καλλιεργήσει 220.000 στρέμματα και να παράγει 158.000 τόνους. Αποδεικνύεται δηλαδή πως ενώ υπάρχουν τα περιθώρια, οι παραγωγοί είναι απογοητευμένοι με την καλλιέργεια, καθώς το κόστος αυξάνεται, ενώ λείπει και η συνδεμένη.



Βροχή ανατροπών στην ελαιοκράμβη

Κάτι αλλάζει στο σκηνικό για την ελαιοκράμβη μετά τις ανοιξιάτικες βροχές. Οι αρχικές εκτιμήσεις έκαναν λόγο για κακή χρονιά με στρεμματικές απώλειες κατά 50% και ζημιές σε αρκετές περιοχές από τις χαμηλές θερμοκρασίες του χειμώνα και από εντομολογικές προσβολές. Η καλλιέργεια δείχνει να ευνοείται από τον «κραμβόκαιρο», που βοήθησε τις αποδόσεις να φτάσουν τα 250 κιλά/στρέμμα. Η συγκομιδή ξεκινά το πρώτο δεκαπενθήμερο του Ιουνίου και οι φετινές εκτάσεις υπολογίζονται στα 110.000 στρέμματα, με παραγωγή στους 25.000 τόνους. Τα συμβόλαια έχουν ήδη κλείσει στα 40 λεπτά/κιλό.

Πιο ισχυρές Ομάδες Παραγωγών

Ανακατατάξεις που δεν αποκλείεται να σχετίζονται με την αναδιοργάνωση των Ενώσεων Αγροτικών Συνεταιρισμών σηματοδοτεί η νέα απόφαση του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων για τα κριτήρια αναγνώρισης των Ομάδων Παραγωγών. Στην τροποποιητική απόφαση που υπέγραψε λίγο πριν αποχωρήσει ο κ. Σκανδαλίδης, μπάκε, ως προϋπόθεση για την αναγνώριση μιας ομάδας παραγωγών και ως εκ τούτου για την έγκριση του επιχειρησιακού της προγράμματος, κατώτατο όριο πωλήσεων ροδάκινου στα 5 εκατ. ευρώ. Το προηγούμενο «κατώφλι» ήταν τα 3 εκατ. ευρώ, οπότε μοιραία κάποιες ομάδες θα οδηγηθούν σε συγχώνευση, προκειμένου να υλοποιούν συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα. Διατηρείται, πάντως, το κατώφλι των 300 μελών ως το κατώτατο όριο για την αναγνώριση μιας ομάδας.



ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΚΡΥΒΕΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ Φ/Β

Ανοδικά θα συνεχίσει να κινείται η ελληνική αγορά φωτοβολταϊκών τα επόμενα χρόνια, παρά τα αναμφισβήτητα εμπόδια που προβάλλει η χρηματοοικονομική συγκυρία. Το παραπάνω συμπέρασμα προκύπτει από την ετήσια έκθεση του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Φωτοβολταϊκών (EPIA) για τις προοπτικές του κλάδου σε παγκόσμιο επίπεδο μέχρι το 2016 και η οποία δόθηκε πρόσφατα στη δημοσιότητα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έκθεσης, η Ελλάδα είναι από τα λίγα ευρωπαϊκά κράτη όπου ο συγκεκριμένος τομέας εξακολουθεί να αναπτύσσεται με ταχύτερους ρυθμούς την ώρα που στην υπόλοιπη Ευρώπη έχει αρχίσει να δείχνει τα πρώτα σημάδια στασιμότητας. Στη χώρα μας το 2011 εγκα-



ταστάθηκαν 426 MW, εκ των οποίων το 75% επί εδάφους. Ο EPIA εκτιμά ότι το μέλλον των φωτοβολταϊκών στην Ελλάδα είναι «πολλά υποσχόμενο» καθώς, όπως υπογραμμίζει, οι ταρίφες μπορεί να μειώθηκαν στις αρχές του 2012, ωστόσο παραμένουν υψηλές αντισταθμίζοντας το αυξημένο κόστος της χρηματοδότησης.

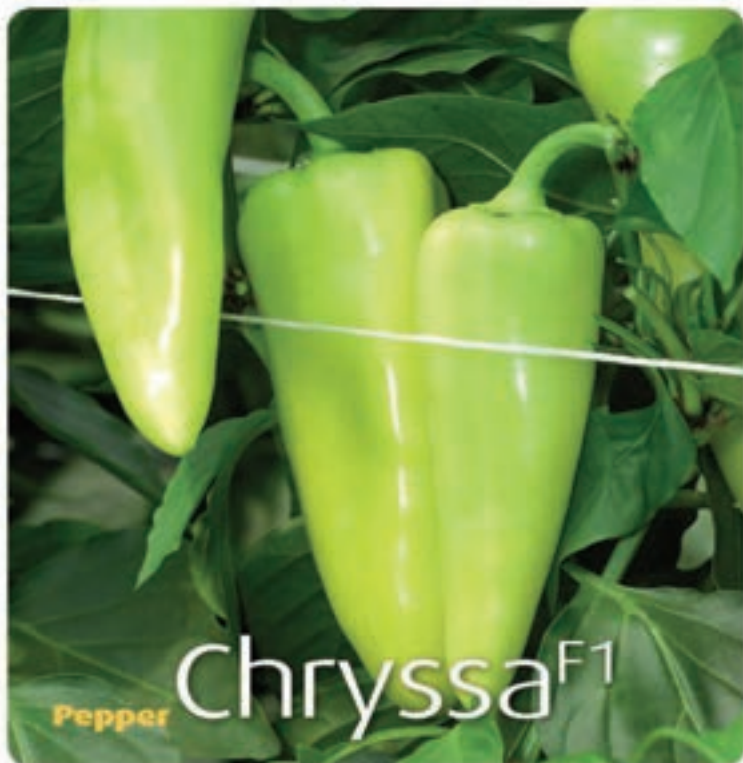
Υβρίδιο πιπεριάς τύπου Charleston

ΦΥΤΟ

- Ζωηρό-δυνατό, με μέτρια μεσογονάτια διαστήματα, πολύ παραγωγικό
- Κατάλληλο για θερμοκηπιακή καλλιέργεια και για υπαίθρια
- Με ιδιαίτερη αντοχή στις χαμηλές θερμοκρασίες
- Ανθεκτικό στους Νηματώδεις Mi & Mj

ΚΑΡΠΟΙ

- Ανοιχτού πράσινου χρώματος (τύπου κέρατου)
- Επιμήκεις (17-20 x 4-5 εκ), ομοιόμορφοι μεταξύ τους, με χοντρά τοιχώματα
- Άριστης ποιότητας, με γλυκιά γεύση
- Με αξιόλογη διατηρησιμότητα



Chryssa^{F1}
Pepper

Μεγάλη παραγωγή
Εξαιρετική γεύση
Αντοχή στους Νηματώδεις



SAKATA



ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ:
ΑΓΚΡΟΣΙΝΤ ΚΑΝΔΗΛΙΔΗ ΑΕ
ΕΞΟΔΟΣ 1- ΠΑΡΑΠΛΕΥΡΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΟΔΟΥ
ΘΕΣΗ ΞΗΡΟ ΠΗΓΑΔΙ
19600 ΜΑΝΔΡΑ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΤΗΛ.: 210 6910 311 ΦΑΞ: 210 6981 975
www.candilagro.gr
E-MAIL: info@candilagro.gr

Φωτορεπορτάζ



COMPO, ΕΙΣΑΙ ΓΟΥΡΛΟΥ

Γουρλού... και με τη βοήθεια είναι πλέον η ομάδα της Compo Ελλάς, αφού για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά παρακολούθησε το Final Four και «κράτησε» στην Ελλάδα το τρόπαιο της Ευρωλίγκας. Απλώς το χάρισε σε ... άλλα χέρια.



ΕΥΡΩ Η ΔΡΑΧΜΗ;

Το ζητούμενο είναι ποιος χρειάζεται τελικά τα -κατά μέσο όρο- 2,5 δισ. ευρώ που εισρέουν κάθε χρόνο στην Ελλάδα ως κοινοτικές αγροτικές επιδοτήσεις;



ΤΙ ΝΑ ΠΡΟΛΑΒΕΙΣ ΣΕ ΕΝΑ ΜΗΝΑ

«Χρειάζεται πολλή δουλειά στον αγροτικό τομέα», δήλωσε ο νέος υπηρεσιακός υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης, Ναπολέων Μαραβέγιος.

ΤΑ ΛΑΧΑΝΙΚΑ ΤΗΣ ΟΡΓΗΣ

Ξερίζωσαν τα λουλούδια και φύτεψαν λαχανικά στα παρτέρια του κυβερνητικού κτιρίου τους στη Ρίγα. Έτσι οι Λετονοί διαμαρτύρονται για την πολιτική της ΕΕ στις επιδοτήσεις των αγροτών.



ΜΥ BABY BEAR

Καίει καρδιάς και... μηχανές σε όλο τον κόσμο ατλά στην Ελλάδα είναι ένα μάλλον άγνωστο άθλημα. Το tractor pulling είναι μια απίστευτη δοκιμασία δύναμης έλξης για τρακτέρ-μεγαθήρια. ατλά οδηγούς που το λένε n... περδικούλα τους.





ΒΙΒΛΙΚΟ ΧΑΛΑΖΙ

Στο έλκος της κακοκαιρίας βρέθηκαν περισσότερα από 200.000 στρέμματα καλλιιεργειών στη Θεσσαλία και ο δήμαρχος Κιλελέρ σπεύδει να μαζέψει τα ασυμμάζευτα...



ΕΠΙΓΕΙΟΙ ΘΕΟΙ

Τόσο άνετη επικράτηση δεν μπορούσε να φανταστεί ο Σεμπαστιάν Λεμπ στο δύσκολο και ελληνικό Ράλι Ακρόπολις.



ΕΓΙΑ ΜΟΛΑ ΕΓΙΑ ΛΕΣΑ

Από 1η Ιουλίου έως 30 Σεπτεμβρίου οι αιτήσεις για τον εκσυγχρονισμό των αλιευτικών σκαφών, που δίνει και δεύτερη ευκαιρία.



ΠΑΜΕ ΑΦΡΙΚΗ

Με τις ευλογίες... Ομπάμα ξεδιπλώνεται στην Αφρική πρόγραμμα επενδύσεων ύψους 3 δισ. δολαρίων από κοθισσούς του αγροτοδιατροφικού κλάδου.

ΣΠΕΡΝΕΙ ΕΝΣΗΜΑ

Καινά δαιμόνια στο καθεστώς ασφάλισης και αμοιβής των εργατών γης εισάγει το εργόσημο, που ήρθε για να μείνει...





έμα τακτικής και όχι κόστους είναι η βελτίωση της ποιότητας για το ελληνικό σκληρό σιτάρι, στοιχείο που θα σημαίνει αυτόματα και καλύτερη τιμή για τον παραγωγό. Η εντύπωση ότι ο λιγότερος πιστοποιημένος σπόρος ή το λιγότερο λίπασμα σημαίνει περισσότερα χρήματα στην τσέπη του παραγωγού έχει ανατραπεί στην πράξη, τουλάχιστον με βάση τους ισχυρισμούς των ειδικών. Για παράδειγμα, η αντοχή του φυτού και η περιεκτικότητα του σιταριού σε θρεπτικά στοιχεία έχει να κάνει όχι τόσο με το περισσότερο λίπασμα όσο με την επιλογή της καταλληλότερης στιγμής για τη λίπανση. Επίσης, ο πιστοποιημένος σπόρος μπορεί να είναι πιο ακριβός, αλλά εξασφαλίζει μεγαλύτερες αποδόσεις και καλύτερη ποιότητα στο τελικό προϊόν, ακόμα και με χαρακτηριστικά όπως ικανοποιητικό ποσοστό πρωτεϊνών. Εξάλλου, οι μεγάλες βιομηχανίες ζυμαρικών, όπως η Barilla Ελλάς είναι διατεθειμένες να απορροφήσουν μεγαλύτερες ποσότητες ελληνικού σιταριού για τις ανάγκες τους σε πρώτη ύλη, αρκεί ο Έλληνας καλλιεργητής να τηρεί με ευλάβεια το τρίπτυχο: Καλό γενετικό υλικό, απαραίτητες καλλιεργητικές φροντίδες και προστασία του περιβάλλοντος.

Σύμφωνα με τα ποιοτικά στάνταρ που υποδεικνύει η αγορά, πρώτο μέλημα της εταιρείας είναι η προμήθεια «καλής» πρώτης ύλης. Άλλωστε, τα ζυμαρικά παράγονται από το σιμιγδάλι, δηλαδή σκληρό σιτάρι και νερό. Όπως αναφέρει στο Αγρόκτημα ο επικεφαλής του τμήματος Αγορών της Barilla, Κώστας Θεοχαρίδης, η ποιότητα των ζυμαρικών είναι στενά συνδεδεμένη με τα χαρακτηριστικά του σκληρού σίτου. Στο σιμιγδάλι δεν χρησιμοποιούνται πρόσθετα, γεγονός που σημαίνει ότι το τελικό προϊόν εξαρτάται εξ ολοκλήρου από την ποιότητα του σκληρού σίτου, χωρίς να επιδέχεται κάποιου είδους βελτίωση. Με την απαραίτητη, λοιπόν, τεχνογνωσία, αυτό που χρειάζεται είναι υψηλή περιεκτικότητα της πρώτης ύλης σε

Του Γιάννη Τσατσάκη

Καλή πρακτική θέλει στην Ελλάδα το σκληρό σιτάρι

Εν αρχή ην ο πιστοποιημένος σπόρος σε σωστή ποσότητα

πρωτεΐνη, που αυξάνει την ποιότητα της γλουτένης και δίνει αντοχή στα ζυμαρικά κατά το βρασμό, η κατάλληλη περιεκτικότητα σε κίτρινες χρωστικές και η μικρότερη δυνατή σε μαύρα στίγματα, που προσφέρουν τη σωστή εμπορική όψη των ζυμαρικών και, τέλος, η απουσία -ει δυνατόν- υπολειμμάτων φυτοφαρμάκων και μυκοτοξινών, για να μιλάμε για ασφάλεια της υγείας των καταναλωτών.

Το μυστικό, λοιπόν, για τους Έλληνες παραγωγούς σκληρού σίτου είναι η ποιότητα, ως πρώτο συνθετικό, σε συνδυασμό όμως και με την ποσότητα. Όπως εξηγεί ο κ. Θεοχαρίδης, «η βιομηχανία ζυμαρικών ζητά μια μέση καλή ποιότητα, αλλά και σε μεγάλο όγκο, για να πάρει υπεραξία το προϊόν». Αυτό σημαίνει ότι ο παραγωγός πρέπει να ακολουθήσει μια σειρά από καλές πρακτικές, που μπορεί να έχουν κάποιο κόστος, αλλά θα του αποφέρουν καλύτερο οικονομικό αποτέλεσμα.

Πρώτη «δουλειά» των καλλιεργητών είναι η χρήση πιστοποιημένου σπόρου, αλλά και στη σωστή ποσότητα, ώστε το

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΚΛΗΡΟΥ ΣΙΤΟΥ



Η εταιρεία

info

Στον κύκλο της ποιότητας του σκληρού σίτου και κατ' επέκταση των ζυμαρικών, το πρωτεύον ζήτημα είναι η «αγρονομική» ποιότητα και ακολουθούν οι υπόλοιπες.

προϊόν να βγει ομοιογενές, με την υποχρέωση, βέβαια, να γίνουν σωστά και οι απαραίτητες καλλιεργητικές φροντίδες. Σύμφωνα με τους ειδικούς, δεν απαιτείται περισσότερο λίπασμα, απλά η σωστή επέμβαση την κατάλληλη χρονική περίοδο.

Στον κύκλο της ποιότητας του σκληρού σίτου και κατ' επέκταση των ζυμαρικών, το πρωτεύον ζήτημα είναι η «αγρονομική» ποιότητα που αφορά την απόδοση, την προσαρμοστικότητα και την αντοχή των δημητριακών στις ασθένειες και συνδέεται άμεσα με την «εμπορευματική» ποιότητα, η οποία επηρεάζεται από τα ελαττώματα των κόκκων και την ύπαρξη ξένων υλών και σπόρων στην πρώτη ύλη. Επιπλέον, στις απαιτήσεις της βιομηχανίας για την καλύτερη δυνατή ποιότητα σιτηρών, συγκαταλέγονται και η «τεχνολογική» ποιότητα, που αφορά τα θρεπτικά και μορφολογικά χαρακτηριστικά του σκληρού σιταριού και ειδικότερα τις ποσότητες γλουτένης, πρωτεΐνης και μαύρων στίγμάτων στο σκληρό σιτάρι, ιδιότητες οι οποίες βοηθούν στην καλύτερη ποιότητα των παραγόμενων ζυμαρικών.

Τέλος, σημαντικός είναι και ο παράγοντας της αλεστικής ποιότητας, που κυρίως αφορά τον μύλωνά, αλλά είναι σε άμεση συνάρτηση με την πρώτη ύλη, καθώς ζητούμενο είναι η υψηλή απόδοση και η παραγωγή περισσότερου προϊόντος με λιγότερη φύρα στην πρώτη μεταποίηση. Όπως τονίζεται χαρακτηριστικά, όσο περισσότερη τέφρα βγαίνει στο άλεσμα, τόσο περισσότερο αλέθει και τόσο μικρότερη απόδοση έχει ο μύλος. Στόχος, λοιπόν, των καλλιεργητών, πρέπει να είναι η παραγωγή καλύτερου προϊόντος, για να μπορέσουν να αρχίσουν να απαιτούν και τιμή, λέει ο κ. Θεοχαρίδης «και όχι να απαιτούν τιμή, για να φτιάξουν καλύτερο προϊόν».

Στατιστικά στοιχεία για την παγκόσμια παραγωγή

Σύμφωνα με τα στοιχεία για την παγκόσμια παραγωγή σιταριού, αυτή εμφανίζεται αυξημένη ανά έτος: Ενδεικτικά η παραγωγή μαλακού σιταριού σε παγκόσμιο επίπεδο ανήλθε το 2005 στους 621 εκατ. τόνους και για το 2011 εκτιμάται περί τους 695 εκατ. τόνους. Από αυτές τις ποσότητες, η παγκόσμια παραγωγή σκληρού σιταριού ανήλθε το 2005 στους 34,4 εκατ. τόνους και για το 2011 υπολογίζεται στους 36,4 εκατ. τόνους.



Τέταρτη γενιά μυλωνάδων

Η Barilla ιδρύθηκε στην Πάρμα το 1877, από ένα εργοστάσιο άρτου και ζυμαρικών. Σήμερα είναι ο πρώτος όμιλος εταιρειών ειδών διατροφής της Ιταλίας. Στο τιμόνι της, εδώ και 100 χρόνια βρίσκεται η επιχειρηματική εμπειρία μιας οικογένειας η οποία σήμερα έφτασε στην τέταρτη γενιά της, με τα αδέρφια Guido, Luca και Paolo Barilla. Παράγει τα προϊόντα της σε 25 εγκαταστάσεις (20 στην Ιταλία και 5 στο εξωτερικό) και διαχειρίζεται άμεσα 6 μύλους, οι οποίοι προμηθεύουν το 70% της απαιτούμενης πρώτης ύλης. Η Barilla είναι η πρώτη μάρκα ζυμαρικών στην Ιταλία και στον κόσμο. Στα προϊόντα αρτοποιίας καθώς και στις έτοιμες σάλτσες, ο όμιλος κατέχει την πρώτη θέση στην Ιταλία. Οι εξαγωγές των προϊόντων της πραγματοποιούνται σε περισσότερα από 100 κράτη. Πάντα προσανατολισμένη στην ικανοποίηση του καταναλωτή και στον σεβασμό προς την υγεία και τη φύση, η εταιρεία κατέκτησε το αγοραστικό κοινό χάρη στην άριστη ποιότητα των προϊόντων της -που είναι αποτέλεσμα υψηλών επενδύσεων στην έρευνα, την καινοτομία και τις τεχνολογίες- και στην αποτελεσματική επικοινωνία.

Durum Wheat Atlas

Ελλάδα – Παραγωγή ανά περιοχή

(000) τόνοι	2005 A	2006 A	2007 A	2008 A	2009 A	2010 A	2011 E
Έβρος - Θράκη	141	111	98	135	136	116	80
Αν. Μακεδονία	113	115	89	145	142	124	95
Δυτ. Μακεδονία	311	290	249	419	382	377	268
Θεσσαλία	334	306	380	515	510	500	362
Σύνολο σε όλη την Ελλάδα	899	902	797	1,205	1,170	1,117	803

Source: BARILLA

Η παραγωγή σιταριού σε παγκόσμιο επίπεδο ανήλθε το 2005 στους 621 εκατ. τόνους και για το 2011 εκτιμάται περί τους 695 εκατ. τόνους. Από το μαλακό ανέρχεται στους 34,4 εκατ. τόνους το 2005, ενώ για το 2011 υπολογίζεται στους 36,4 εκατ. τόνους.



Περιοχές μέγιστης παραγωγής σκληρού σιταριού στις χώρες μέγιστης παραγωγής



Source: Barilla

Σε ό,τι αφορά την παραγωγή σκληρού σιταριού στην Ευρώπη των 27, ηγετικό ρόλο έχει η Ιταλία, η οποία παρήγαγε το 2011 κατά προσέγγιση περί τους 3.581.000 τόνους έναντι 3.798.000 τόνων την αντίστοιχη εμπορική περίοδο του 2005.

ΧΑΡΤΗΣ ΣΚΛΗΡΟΥ ΣΙΤΟΥ

Ε.Ε. 27 – Παραγωγή ανά χώρα

(000) τόνοι	2005 A	2006 A	2007 A	2008 A	2009 A	2010 A	2011 E
ΙΤΑΛΙΑ (B)	3,798	3,377	3,921	5,645	3,448	3,528	3,581
ΓΑΛΛΙΑ (B)	2,119	2,180	1,913	2,983	2,827	2,312	1,999
ΙΣΠΑΝΙΑ (B)	782	1,590	764	1,379	1,412	998	932
ΕΛΛΑΔΑ (B)	899	902	797	1,205	1,170	1,117	803
ΑΛΛΕΣ (B)	387	335	248	408	376	358	330
Αυστρία	63	77	53	91	67	72	68
Βελγία	66	91	71	147	91	84	78
Τσεχία	36	32	39	45	41	47	40
Γερμανία	51	62	38	39	62	58	47
Ουγγαρία	38	40	29	37	50	39	35
Πορτογαλία	1	7	3	7	15	10	8
Ρουμανία	10	8	1	5	17	16	14
Σλοβενία	22	18	14	37	33	32	30
ΣΥΝΟΛΟ Ε.Ε. 27	7,796	8,394	7,553	10,681	8,423	8,313	7,625

Sources: (B) Barilla - (DQ) Strategic Grains

Η παγκόσμια παραγωγή των λοιπών σιτηρών την εμπορική περίοδο 2005 άγγιξε τους 983 εκατ. τόνους, εκ των οποίων η παγκόσμια παραγωγή καλαμποκιού κυμάνθηκε στους 696 εκατ. τόνους.

Η παγκόσμια παραγωγή για τα λοιπά σιτηρά κατά την εμπορική περίοδο 2011 εκτιμάται στους 1.146 εκατ. τόνους εκ των οποίων στο καλαμπόκι αντιστοιχεί παραγωγή 864 εκατ. τόνων. Συνολικά, το 2011 παράχθηκαν παγκοσμίως 1.841 εκατ. τόνοι σιτηρών.

Σε ό,τι αφορά την παραγωγή σκληρού σιταριού στην Ευρώπη των 27, ηγετικό ρόλο έχει η Ιταλία, η οποία παρήγαγε το 2011 κατά προσέγγιση περί τους 3.581.000 τόνους έναντι 3.798.000 τόνων την αντίστοιχη εμπορική περίοδο του 2005. Δεύτερη ακολουθεί η Γαλλία η οποία ολοκλήρωσε το έτος 2011 -κατά προσέγγιση- με παραγωγή σκληρού σίτου 1.999.000 τόνους. Η Ισπανία βρίσκεται στην τρίτη θέση με 922.000 τόνους το 2011 έναντι 702.000 τόνων το 2005.

Η ελληνική παραγωγή σίτου στον χάρτη της Ευρώπης

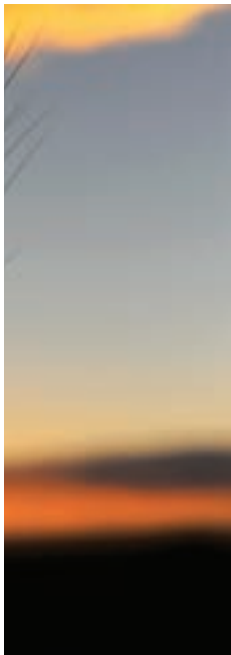
Για την Ελλάδα που κατέχει την τέταρτη θέση στην παραγωγή σίτου της Ευρώπης, να επισημανθεί ότι η παραγωγή σκληρού σίτου ανά έτος βαίνει μειούμενη. Η χώρα μας παρήγαγε την περσινή εμπορική περίοδο 803.000 τόνους έναντι 899.000 τόνων το 2005.

Πρωταγωνιστής στην παραγωγή σκληρού σιταριού ανά περιφέρεια είναι φυσικά η Θεσσαλία, η οποία ολοκλήρωσε την περσινή εμπορική περίοδο -κατά προσέγγιση- με 362.000 τόνους, έναντι 344.000 τόνων το 2005. Δεύτερη στην παραγωγή σκληρού σιταριού ακολουθεί η περιφέρεια δυτικής και κεντρικής Μακεδονίας, με συνολικά ποσότητα 266.000 τόνους το 2011 έναντι 311.000 τόνων το 2005.

Στην τρίτη θέση βρίσκεται η ανατολική Μακεδονία, η οποία παρήγαγε πέρυσι 95.000 τόνους σκληρού σιταριού έναντι 113.000 τόνων το 2005. Τέλος, σύμφωνα με τα στοιχεία της Barilla, η περιφέρεια Έβρου παρήγαγε πέρυσι περί τους 80.000 τόνους -κατά προσέγγιση- έναντι 141.000 τόνων το 2005. Στο σύνολο των περιφερειών, η Ελλάδα παρήγαγε πέρυσι κατά προσέγγιση 803.000 τόνους σκληρού σιταριού, ενώ την αντίστοιχη περίοδο του 2005 η παραγωγή στο σύνολό της ανήλθε στους 899.000 τόνους.

Οι προμήθειες της Barilla Ελλάς

Η εταιρεία εμπορεύεται κάθε χρόνο 52.000 τόνους ζυμαρικών, τα οποία παράγονται από 60.000 τόνους σκληρό σιτάρι. Σύμφωνα με τα στοιχεία του κ. Θεοχαρίδη, περίπου το 80% της ποσότητας αυτής



Ο κόσμος θέλει, η Ελλάδα μπορεί

Το ενδιαφέρον τόσο της εγχώριας, όσο και της παγκόσμιας αγοράς για περισσότερο ποιοτικό σκληρό σιτάρι, το οποίο έχει τις προϋποθέσεις να παράξει η Ελλάδα, επεσήμανε ο επικεφαλής του τμήματος Αγορών της Barilla, Κώστας Θεοχαρίδης (αριστερά), σε εκδήλωση για την καλλιέργεια σιτηρών που οργάνωσε η BASF Ελλάς στα Τρίκαλα μέσα στον Μάρτιο. Στη φωτό με τον εκδότη-διευθυντή του Αγροκτήματος, δημοσιογράφο Γιάννη Πανάγο.

καλύπτεται από σιτάρι εγχώριας παραγωγής, ενώ το 25% (περίπου 15.000 τόνοι) της προμήθειας γίνεται μέσα από συμβάσεις καλλιέργειας με τους παραγωγούς. Σε όλο τον κόσμο η εταιρεία απορροφά 1,25 εκατ. τόνους σκληρού σιταριού, που για να παραχθούν, χρειάζονται έκταση πάνω από 3 εκατ. στρέμματα.

Ψηφίζει ελληνικό σιτάρι η Barilla

Στιν περαιτέρω ενίσχυση της θέσης της τόσο στο ράφι όσο και στο χωράφι επενδύει η Barilla Ελλάς, δημιουργώντας ταυτόχρονα τις κατάλληλες προϋποθέσεις για αύξηση των ποσοτήτων ελληνικού σιταριού που απορροφά για τις ανάγκες των προϊόντων της. Η εταιρεία ούτως ή άλλως δαπανά συστηματικά περί τα 2 εκατ. ευρώ ετησίως για την αναβάθμιση των εγκαταστάσεών της στο εργοστάσιο της Βοιωτίας αλλά και στο μύλο που διαθέτει στο Βόλο, αφού αυτό αποτελεί πάγια πολιτική της -πολυεθνικής- Ιταλίδας «μαμάς». Από φέτος, όμως, στο ποσό αυτό θα προστεθούν επιπλέον 1,2 εκατ. ευρώ, τα οποία θα κατευθυνθούν στην αγορά και την εγκατάσταση εξοπλισμού τελευταίας τεχνολογίας για την άλεση σκληρού σιταριού στο μύλο του Βόλου. Στόχος είναι-σε τρία χρόνια που εκτιμάται ότι θα ολοκληρωθεί η επένδυση- η Barilla Ελλάς να παράγει στις εν Ελλάδα εγκαταστάσεις της τα ζυμαρικά ολικής αλέσεως που αυτή τη στιγμή εισάγει από την Ιταλία. Η διοίκηση της εταιρείας έχει ήδη καταθέσει τον σχετικό φάκελο με τα απαραίτητα δικαιολογητικά στο υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας και αναμένει μέσα στους επόμενους μήνες το «ΟΚ» για την ένταξη του έργου στο νέο Επενδυτικό νόμο. Σύμφωνα με τις διατάξεις του τελευταίου, η κρατική ενίσχυση καλύπτει το 30% της επένδυσης και θα δοθεί -όπως είθισται- με τη μορφή φορολογικών απαλλαγών, οι οποίες θα αποδίδονται σταδιακά, ενώ το υπόλοιπο 70% της εν λόγω επένδυσης θα καλυφθεί από ίδια κεφάλαια που θα εισφέρει η εταιρεία.

Όπως αναφέρουν στο «Αγρόκτημα» πηγές κοντά στη διοίκηση της Barilla Ελλάς, τα οφέλη από τη σημαντική αυτή επένδυση είναι πολλαπλά: «Πρώτον, θα αυξηθεί η παραγωγική δυνατότητα του Μύλου από 8 τόνους την ώρα σε 10 τόνους την ώρα. Δεύτερον, θα δώσει τη δυνατότητα στην εταιρεία να παράγει σιμιγδάλι ολικής αλέσεως και να έχει τη δυνατότητα παραγωγής ζυμαρικών ολικής αλέσεως τόσο για την Ελλάδα όσο και για το εξωτερικό». Για να γίνει αυτό, βέβαια, θα χρειασθούν μεγαλύτερες ποσότητες

WORLD – Quality & Food Safety (II)					
Legend					
	TEST WEIGHT (Kg/Hl)	ASH CONTENT (% d.m.)	PROTEIN CONTENT (% d.m.)	PROTEIN QUALITY (0-10 score)	COLOR INDEX (0 yellow)
UNSATISFACTORY	< 78	> 2.05	< 12.5	< 5.5	< 21.0
GOOD	78 – 80	1.85 – 2.05	12.5 – 14.0	5.5 – 7.0	21.0 – 23.0
EXCELLENT	> 80	< 1.85	> 14.0	> 7.0	> 23.0

· DON : Deoxynivalenol (mycotoxin)
 · Cd : Cadmium (heavy metal)
 · KB : Karnal Bunt (quarantine fungus)

Source: Barilla

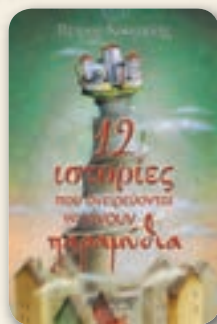


της πρώτης ύλης, οι οποίες θα προέλθουν από την εγχώρια παραγωγή: «Ο στόχος είναι να αξιοποιήσουμε ακόμα μεγαλύτερες -από αυτές που απορροφούμε- ποσότητες ελληνικού σιταριού», σημειώνει η διοίκηση της Barilla Ελλάς προσθέτοντας ότι «η αύξηση των εξαγωγών -αφού ένα μέρος των προϊόντων ολικής άλεσης θα διχοτεύονται στο εξωτερικό- θα είναι μια ακόμα συμβολή στην εθνική οικονομία».

Το ιπποφαές και η καλλιέργειά του

Το ενδιαφέρον για το φυτό κοντεύει να φτάσει στα όρια του πανικού. Όσοι μαθαίνουν γι' αυτό και τις εξαιρετικές διατροφικές του ιδιότητες, σπεύδουν να εξασφαλίσουν φυτά χωρίς καμιά απολύτως γνώση. Το βιβλίο δίνει όλες τις πληροφορίες για να αποφασίσει κάποιος αν θα προχωρήσει στην καλλιέργεια και σε ποια έκταση. Ταυτόχρονα καταγράφει προτάσεις διάθεσης της παραγωγής. Άλλωστε, καλή παραγωγή, χωρίς καλή διάθεση, ίσον μεγάλη οικονομική ζημιά.

ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ: ΓΙΩΡΓΟΣ ΔΑΟΥΤΟΠΟΥΛΟΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΕΜΒΡΥΟ



12 ιστορίες πριν γίνουν παραμύθια

Ποιος αναρωτιέται πραγματικά για τις παράλογες φοβίες αυτού του κόσμου; Ποιος τολμά να φανταστεί μια άλλη ζωή; Ποιος κοιτά τον ουρανό και όχι το ρολόι του; Ποιος προσέχει τις λεπτομέρειες; Η ζωή είναι οι λεπτομέρειές της. Ενώστε αυτά τα δώδεκα κομμάτια, τα φαινομενικά σταίριαστα μεταξύ τους, θα δείτε πως είναι τα δώδεκα βήματα του ίδιου ταξιδιού. Δώδεκα ιστορίες ζωντανές.

ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ: ΠΕΤΡΟΣ ΚΟΥΜΠΑΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΑΝΕΜΟΣ

Στοιχεία ελαιοκομίας

Με περισσότερους από 40 πίνακες, αναλυτικές φωτογραφίες καρπών, τομών, φύλλων και ταξιανθιών, αλλά και τα βασικά αγρονομικά χαρακτηριστικά τους μάθετε για 80 ελληνικές ποικιλίες ελιάς. Η ελιά (*Olea europaea* L.), δέντρο σύμβολο της Μεσογείου, απαριθμεί περισσότερες από 600 ποικιλίες σε όλο τον κόσμο, από τις οποίες περίπου 100 είναι ελληνικής καταγωγής. Στο βιβλίο αυτό ο γεωπόνος Γιώργος Δ. Κωστελένος προσεγγίζει την ιστορία των ελληνικών ποικιλιών ελιάς από την αρχαιότητα και τις περιγράφει.



ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ: ΓΕΩΡΓΙΟΣ Δ. ΚΩΣΤΕΛΕΝΟΣ
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ

Βιοποικιλότητα

Η «οικολογική εικόνα», την οποία προσφέρει το βιβλίο, καλύπτει συνολικά τη μακροχρόνια εξέλιξη των οργανισμών σε μία χρονική περίοδο περίπου 3,5 δις ετών, από την πρωταρχική εμφάνιση ζωής στην υδρόγειο ως σήμερα. Στην περίοδο αυτή, τον αποκλειστικό ρόλο στις τεράστιες γεωφυσικές και κλιματικές αναστατώσεις και στις ριζικές μεταλλαγές της βιοποικιλότητας όλων των φυσικών οικοσυστημάτων έπαιξαν οι φυσικές γεωτεκτονικές μεταλλαγές του στερεού φλοιού και οι εξωγήινες προσβολές της υδρόγειου, οι οποίες συνέβησαν πριν την εμφάνιση του ανθρώπου.

ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ: ΣΥΦΗΣ ΛΥΚΑΚΗΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΙΚΡΑΜΕΝΟΣ



11 ψαρέματα και 23 θηράματα

Όλα όσα θέλαμε να μάθουμε για το ψάρεμα στην επιφάνεια, στα μέσα βάθη και στη ζώνη του σκότους από βάρκα και δεν μας τα έλεγαν... Με διαγράμματα, έγχρωμες φωτογραφίες από ψαρέματα, περιγραφές, πίνακες, παραδείγματα και ένα DVD που, εκτός από δράση, δίνει λεπτομερείς πληροφορίες και οδηγίες για αντιπροσωπευτικά ψαρέματα και τα θηράματά τους. Αναλύονται ακόμα ψαρέματα με παραγάδια, με spinning από τη βάρκα και με βαθιά καθετή για όλα τα βενθοπελαγικά είδη, από μπαλάδες μέχρι κοκκινσκορπίνες.



ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ: ΗΛΙΑΣ ΚΥΡΙΑΚΑΚΗΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ: MEDITERRANEO EDITIONS



ΑΓΡΟΚΤΗΜΑ ΤΕΥΧΟΣ 90 ΙΟΥΝΙΟΣ 2012

ΑΦΙΕΡΩΜΑ

ΚΗΠΕΥΤΙΚΑ



Με κίνητρο τις εξαγωγές

Η οργάνωση στη βάση των ομάδων παραγωγών, η πιστοποίηση και η εφαρμογή των αρχών της ολοκληρωμένης διαχείρισης έχουν βελτιώσει τη θέση των ελληνικών κηπευτικών στη διεθνή αγορά. Τα βήματα που πρέπει να γίνουν ακόμα έχουν σχέση με την προώθηση και τη διαφήμιση των προϊόντων, με την τυποποίησή τους και τη μεγαλύτερη έμφαση στην προέλευσή τους. Οι νέες τάσεις που διαμορφώνονται στη διεθνή αγορά μπορούν να δώσουν το έναυσμα για πρωτοβουλίες τόσο σε επίπεδο νέων ποικιλιών όσο και σε επίπεδο συσκευασίας και ευκολίας στον καταναλωτή.

Ιούνιος 2012 **Αγρόκτημα** - 23



Του Γιάννη Τσατσάκη

Ανεβάζουν ΣΤΡΟΦΕΣ ΤΑ ΚΗΠΕΥΤΙΚΑ

Ανάπτυξη 25% στο διάστημα 2010-2015
προβλέπουν οι αναλυτές, με κλειδί
το «διάβασμα» των απαιτήσεων
των σύγχρονων καταναλωτών

Στην έρευνά της η Rabobank στέκεται στο δίπολο «υγεία-ευχρηστία» το οποίο, όπως εκτιμά, θα είναι το κλειδί για την αυξημένη ζήτηση.

Σε τροχιά ανάπτυξης επανέρχεται η παγκόσμια αγορά οπωροκηπευτικών, μετά από μια μικρή περίοδο στασιμότητας που έφερε τζη «σφραγίδα» της χρηματοπιστωτικής κρίσης. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της MarketLine, μέσα στην ερχόμενη τριετία ο κλάδος θα ολοκληρώσει μια εντυπωσιακή επιστροφή, αθροίζοντας ρυθμούς ανάπτυξης 25% στο διάστημα 2010-2015 και ανεβάζοντας την αξία της αγοράς στα 735 δισ. δολάρια. Κινητήριος δύναμη θα είναι η αυξανόμενη ζήτηση από τις αναπτυσσόμενες αγορές, όπως η Ασία, που φαίνεται να οδηγεί την «κούρσα» με ρυθμούς 4,5% ετησίως. Όμως καταλυτικό ρόλο αναμένεται να παίξει και η παγιωμένη -και ανθεκτική στις νέες οικονομικές συνθήκες- στροφή των Ευρωπαίων και Αμερικανών καταναλωτών σε έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής και διατροφής.

Πρόσφατη κλαδική έρευνα της Rabobank κάνει ειδική αναφορά στην αυξημένη συνειδητοποίηση του αμερικανικού κοινού απέναντι στις επιπτώσεις του λεγόμενου «δυτικού μοντέλου ζωής». Ωστόσο, οι συγγραφείς σημειώνουν ότι αυτό από μόνο του δεν αρκεί για να δώσει την ώθηση. Το κλειδί (θα) είναι η αξιοποίηση της τάσης αυτής από τις επιχειρήσεις μέσα από τη δημιουργία νέων προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, όπως είναι τα «έτοιμα προς άμεση κατανάλωση» φρούτα και λαχανικά εκτοπίζοντας τα παραδοσιακά σνακς (π.χ. πατατάκια).

Πώς θα διαμορφωθεί το προφίλ της αγοράς

Οι εκτιμήσεις της MarketLine κάνουν λόγο για συνολική αύξηση της παραγωγής φρούτων και λαχανικών στους 690 εκατ. τόνους το 2015, υψηλότερη κατά 5% σε σχέση με το 2010. Ο αριθμός συμπεριλαμβάνει όχι μόνο τα φρέσκα αλλά και τα μεταποιημένα οπωροκηπευτικά. Τα λαχανικά έχουν τη μερίδα του λέοντος, καταλαμβάνοντας το 65% της

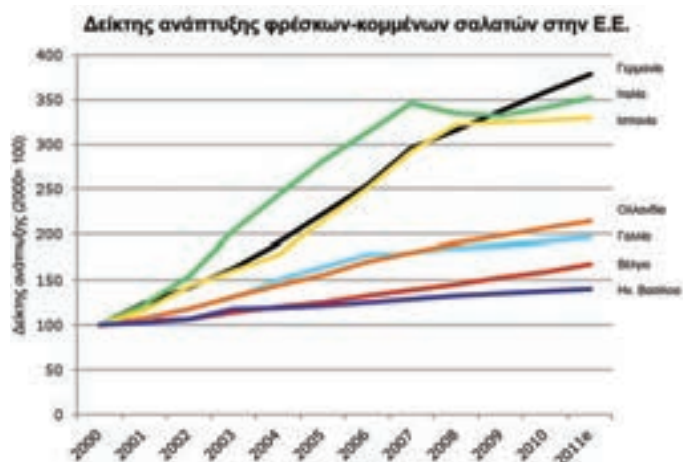
αγοράς. Η τελευταία, αξίζει να σημειωθεί, χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, καθώς το 70% του συνολικού τζίρου πραγματοποιείται από 50 μεγάλες εταιρείες.

Η ΕΕ παραμένει η μεγαλύτερη αγορά σε τοπικό επίπεδο, όχι όμως και η ταχύτερα αναπτυσσόμενη. Ο «τίτλος» αυτός πηγαίνει στη Ασία, η οποία, εκτός του ότι αντιπροσωπεύει το 45% της διεθνούς αγοράς, αναπτύσσεται και με ρυθμούς 4,5% ετησίως. Σύμφωνα με στοιχεία του FAO, οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν 45 δισ. ευρώ του τζίρου που πραγματοποιείται σε παγκόσμια κλίμακα. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια αύξηση των εισαγωγών από χώρες όπως η Βραζιλία, η Ταϊλάνδη, η Κίνα, ο Καναδάς και το Μεξικό στις ανεπτυγμένες αγορές των ΗΠΑ και της ΕΕ. Οι αναλυτές της MarketLine επισημαίνουν ότι «η παγκόσμια αγορά χτυπήθηκε από την ύφεση, καθώς οι καταναλωτές περιορίσαν τις δαπάνες τους ακόμα και για τρόφιμα. Ωστόσο, ο κλάδος έχει αρχίσει να ανακάμπτει και η ζήτηση αυξάνεται παγκοσμίως» και συμπληρώνουν ότι αυτό συντελείται σε μεγαλύτερη ταχύτητα σε «αναπτυσσόμενες οικονομίες λόγω της ταχύτατης ανάπτυξης και της αύξησης των εισοδημάτων» των καταναλωτών που ζουν στις χώρες αυτές.

Σε εταιρικό επίπεδο, τα ντρία κρατούν εταιρείες-κολοσσοί στον κλάδο της μεταποίησης οπωροκηπευτικών (ειδικά αν συμπεριλάβουμε και τους χυμούς), η πλειοψηφία των οποίων εδρεύει στις ΗΠΑ: Ocean Spray, Del Monte, Heinz, JR κ.ά. Άλλα μεγάλα «ονόματα» της αγοράς είναι η καναδική McCain Foods, η αυστριακή Agrana, η ιταλική La Doria και, βεβαίως, η Bonduelle από τη Γαλλία.

Το δίπολο «υγεία-ευχρηστία»

Στη δική της έρευνα η Rabobank στέκεται στο δίπολο «υγεία-ευχρηστία» το οποίο θα είναι το κλειδί για την αυξημένη ζήτηση -φρέσκων



ιδίως λαχανικών στα επόμενα πέντε χρόνια. Συστίνει, μάλιστα, στις βιομηχανίες να επικεντρωθούν στην παραγωγή προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας που «όχι μόνο είναι υγιεινά, αλλά μπορούν και εύκολα να προετοιμαστούν και κατόπιν να καταναλωθούν».

«Καθώς τόσο οι παραγωγοί όσο και οι μεταποιητές αναζητούν τρόπους να αυξήσουν τις πωλήσεις των λαχανικών, εκτιμούμε ότι η λύση βρίσκεται στην έννοια της «υγιεινής ευχρηστίας», πιστεύει η συγγραφέας της μελέτης, Κάρεν Χάλιπαρτον Μπάρμπερ, και προσθέτει: «Η ιδέα είναι να δοθεί στον καταναλωτή η δυνατότητα να απολαύσει τον ιδανικό συνδυασμό δύο διαφορετικών «κόσμων»: Τη θρεπτική αξία του φρέσκου και την ευκολία της συσκευασμένης/επεξεργασμένης τροφής».

Η μελέτη της Rabobank επικαλείται ένα ενδιαφέρον άρθρο των New York Times, όπου ο δημοσιογράφος κατέληγε στο ότι «τα φρέσκα, μη επεξεργασμένα, με μια λέξη τα «αληθινά» τρόφιμα, δεν είναι περισσότερο ακριβά από το junk food». Σύμφωνα με τον ίδιο, αυτό που αποτρέπει τον μέσο Δυτικό καταναλωτή από την κατανάλωσή τους είναι η έλλειψη ευχρηστίας και ο χρόνος ζγία να προετοιμαστούν για κατανάλωση.

Η Rabobank συστήνει στις επιχειρήσεις να επενδύσουν στη διαφοροποίηση των προϊόντων τους, να προσθέσουν στο «καλάθι» τους και οπωροκηπευτικά με έντονο «εθνικό χρώμα» και επιπλέον, εκτός από τις εξαγωγές, να μην «ξεχάσουν» τις τοπικές και εσωτερικές αγορές.



Η διεθνής αγορά οπωροκηπευτικών χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, καθώς το 70% του συνολικού τζίρου πραγματοποιείται από 50 μεγάλες εταιρείες.

Σύμφωνα με τον FAO, οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν αυτή τη στιγμή 45 δισ. ευρώ του τζίρου που πραγματοποιείται σε παγκόσμια κλίμακα.



Ποντάρουν στην εξωστρέφεια

Από το σύνολο των κηπευτικών που καλλιεργούνται υπαίθρια, τις μεγαλύτερες εκτάσεις στην Ελλάδα καταλαμβάνουν οι πατάτες με 305.300 στρέμματα και οι ντομάτες με 221.000 στρέμματα.

Καλλιέργεια (υπαίθρια και θερμοκηπίου)	Καλλιεργούμενες εκτάσεις (στρέμματα)	Συνολική παραγωγή (τόνοι)
Πατάτες	305.300	820.871
Ντομάτες	221.000	1.302.000
Αγγούρια	24.000	192.000
Μελιτζάνες	25.300	76.308
Μαρούλια	47.500	84.100
Κολοκύθια	38.800	85.800
Λάχανο	67.000	187.000
Πιπεριές	32.000	73.600
Καρπούζι	133.000	557.000
Πεπόνι	63.000	149.200

Πηγή: ΥΠΑΑΤ, 2010

Καλλιέργεια	Μέσος Όρος εκτάσεων σε στρέμματα 2000-2004	Μέσος όρος παραγωγής σε τόνους 2000-2004
Αγγούρια	13.000	149.300
Καρπούζια	68.510	320.000
Κολοκυθάκια	3.830	16.680
Μαρούλια	2.080	4.850
Μελιτζάνες	1.650	11.580
Πεπόνια	17.250	58.560
Πιπεριές	5.570	35.940
Τομάτες	31.750	292.450
Φασολάκια	3.010	9.800
Φράουλες	3.020	8.740
Σύνολο	149.670	907.900

Πίνακας 1: Κυριότερα υπό κάλυψη κηπευτικά πενταετίας 2000-2004

Καλλιέργεια	Μέσος Όρος εκτάσεων σε στρέμματα 2000-2004	Μέσος όρος παραγωγής σε τόνους 2000-2004
Αγγούρια	8.040	15.100
Αγκινάρες	25.820	27.000
Καρότα	10.570	35.480
Καρπούζια	70.890	252.500
Κολοκυθάκια	36.500	73.220
Κουνουπίδια	35.690	61.660
Κρεμμύδια ξερά	58.290	160.280
Λάχανο	76.760	178.030
Μαρούλια	37.720	64.640
Μελιτζάνες	26.130	64.380
Μηδαιες	15.850	12.720
Παντζάρι	8.420	19.500
Πατάτες		
-ανθοδόττες	152.040	354.240
-καλοκαιρινές	148.040	377.030
-φθινοπωρινές	79.390	173.800
Πεπόνια	43.400	76.290
Πιπεριές	34.590	68.760
Πρόσες	18.930	40.920
Σκόρδο ξερά	10.950	9.630
Σπανάκια	36.210	45.660
Σπαράγγια	42.760	22.320
Τομάτες		
-για νωπή κατανάλωση	130.460	461.600
-για μεταποίηση	185.110	1.111.000
Φασολάκια	63.040	59.100
Φράουλες	1.050	1.700
Σύνολο	1.356.650	3.766.560

Πίνακας 2: Κυριότερα υπαίθρια κηπευτικά πενταετίας 2000-2004
(στοιχεία Υπ.Α.Α.Τ)

Κλέβουν μερίδια από τη διεθνή πίτα

Σημάδια ωριμότητας παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια ο τομέας των οπωροκηπευτικών στη χώρα μας, έχοντας σταθεροποιήσει το μερίδιό του επί της συνολικής παραγωγής στην Ευρωπαϊκή Ένωση στο 31%. Οι ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες της Ελλάδας αποτελούν το σημαντικότερο συγκριτικό πλεονέκτημα της ελληνικής παραγωγής έναντι των ανταγωνιστών μας από τις βόρειες χώρες, τη στιγμή που οι οικονομικές μελέτες διαπιστώνουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης.

Επιμέλεια: Νίκος Κατσένιος

Με στοιχεία μελέτης του ΥΠΑΑΤ

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι ο τομέας των κηπευτικών στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από αυξημένη εξωστρέφεια, συνεισφέροντας με τον καλύτερο τρόπο στη βελτίωση της εγχώριας οικονομίας, που δοκιμάζεται από το υψηλό χρέος. Στην Ελλάδα, η συνολικά καλλιεργούμενη έκταση, με κηπευτικά, ανέρχεται περίπου στα 1.820.000 στρέμματα, τα οποία και αντιπροσωπεύουν το 5,2% του συνόλου των καλλιεργούμενων εκτάσεων. Από αυτά τα 60.000 στρέμματα περίπου καλλιεργούνται σε θερμοκήπιο (υπολογίζεται δε ότι το 50% των θερμοκηπίων βρίσκονται στην Κρήτη) ως πρώτη και δεύτερη καλλιέργεια και τα 70.000 στρέμματα περίπου ως χαμηλή κάλυψη. Η συνολική ελληνική παραγωγή αποτελεί περίπου το 1/3 της συνολικής παραγωγής οπωροκηπευτικών της Ευρώπης, ενώ στην παραγωγή λαχανικών καταλαμβάνει την 5η θέση με παραγωγή 4.000 εκατομμύρια τόνους, εκ των οποίων 0,9 εκατομμύρια τόνους ντομάτας.

Ο καλλιεργητικός χάρτης

Από το σύνολο των κηπευτικών που καλλιεργούνται υπαίθρια, τις μεγαλύτερες εκτάσεις στον ελλαδικό χώρο τις καταλαμβάνουν οι πατάτες με 305.300 στρέμματα, οι ντομάτες με 221.000 στρέμματα, τα καρπούζια με 133.000 στρέμματα και, τέλος, το λάχανο με 67.000 στρέμματα. Να επισημανθεί ότι επειδή η πατάτα καλλιεργείται σε 3 περιόδους, συναντάται σε όλα τα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας και επομένως προϊόν υπάρχει καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, με μέση ετήσια παραγωγή πάνω από 900.000 τόνους. Δεύτερη καλλιέργεια κατά σειρά σπουδαιότητας είναι αυτή της ντομάτας. Από το σύνολο των καλλιεργούμενων εκτάσεων με ντομάτα το 50% περίπου προορίζεται για νωπή κατανάλωση και καλλιεργείται το 16% υπό κάλυψη και το 25% υπαίθρια. Σύμφωνα με τα στοιχεία, το υπόλοιπο 50% οδηγείται στη μεταποίηση. Η συνολική αξία των απαιτούμενων σπόρων όλων των κηπευτικών, συμπεριλαμβανόμενης της πατάτας, υπολογίζεται στο ποσό των 153 εκατ. ευρώ. Το ποσό αυτό αντιπροσωπεύει περίπου το 8% του ακαθάριστου



Οι προοπτικές στην Ελλάδα για τον τομέα των κηπευτικών

Οι ευκαιρίες ανάπτυξης του τομέα συνοψίζονται στα εξής:

- Δυνατότητα διεύρυνσης της εμπορικής περιόδου και αύξηση των εξαγωγών ποιοτικών προϊόντων μέσω της εφαρμογής ζωνών καλλιέργειας κατά προϊόν και περιφέρεια.
- Ευκαιρίες καλλιέργειας και καλύτερης διάθεσης της παραγωγής βιολογικών προϊόντων.
- Προοπτική εδραίωσης των προϊόντων μας στις δυτικές αγορές, με βάση την ποιότητα και την παραγωγή νέων προϊόντων που έχουν ζήτηση.
- Επέκταση της καλλιέργειας, αξιοποιώντας τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες της χώρας μας.
- Κίνητρα για την καλύτερη λειτουργία των Οργανώσεων Παραγωγών με δυνατότητα δράσης μέσω αυτών.
- Αύξηση της κατανάλωσης των οπωροκηπευτικών με όχημα τις σύγχρονες διατροφικές συνήθειες.

εισοδήματος από τα παραγόμενα στην Ελλάδα ειδικώς λαχανικά.

Τα σημαντικότερα κηπευτικά, με βάση τις ποσότητες των σπόρων στη χώρα μας, είναι κατά φθίνουσα σειρά η πατάτα, η ντομάτα, το κρεμμύδι, τα αγγούρια και το καρπούζι. Η καλλιέργεια των κηπευτικών είναι κατανομημένη σε όλη την επικράτεια. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι τα αγγούρια καλλιεργούνται κυρίως στην Κρήτη και την Πελοπόννησο, τα καρπούζια στην Πελοπόννησο και τη Θεσσαλία και τα σπαράγγια στην κεντρική και ανατολική Μακεδονία, την Αιτωλοακαρνανία και την Ήπειρο.

Η αγορά των κηπευτικών

Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά οπωροκηπευτικών στον κόσμο (είναι ο μεγαλύτερος εισαγωγέας), ενώ επικρατεί έντονος ανταγωνισμός των κοινοτικών προϊόντων με τις εισαγωγές από Τρίτες χώρες. Η οργάνωση της αγοράς των οπωροκηπευτικών και η ομαλοποίηση των λειτουργιών του εμπορίου του τομέα, στο σύνολο των ευρωπαϊκών χωρών, πραγματοποιείται μέσω των Οργανώσεων Παραγωγών. Αν και οι ΟΠ αποτελούν τον στυλοβάτη του τομέα, παρουσιάζεται μια έντονη διαφοροποίηση του βαθμού οργάνωσης του, ανάμεσα στις χώρες του Βορρά και στις χώρες του Νότου. Σύμφωνα με στοιχεία μελέτης του ΥΠΑΑΤ, ο υψηλότερος βαθμός οργάνωσης του τομέα παρατηρείται στο Βέλγιο και τις Κάτω Χώρες (περίπου 80%) και ο χαμηλότερος στην Πορτογαλία και την Ελλάδα (αντιστοίχως 5% και 13%). Στις χώρες υψηλής παραγωγής οπωροκηπευτικών, όπως Ισπανία, Γαλλία και Ιταλία, ο βαθμός οργάνωσης ανέρχεται σε ποσοστά από 40% μέχρι 50%. Όπως αναφέρθηκε, μόλις το 13% της ελληνικής παραγωγής οπωροκηπευ-

Τον στυλοβάτη του τομέα αποτελούν οι Ομάδες Παραγωγών

τικών, που διατίθεται στην αγορά, είναι μέσω των 113 ΟΠ του τομέα, αποτελούμενες κατά βάση από παραγωγούς, κατόχους μικρών εκμεταλλεύσεων.

Σε αντίθεση με την ελλιπή οργάνωση της αγοράς, ο μεταποιητικός τομέας είναι ένας από τους πιο δυναμικούς, προσφέροντας εργασία και συνεισφέροντας στην αποφυγή ερήμωσης της περιφέρειας. Οι κύριες χώρες εισαγωγής κηπευ-

τικών προϊόντων στη χώρα μας είναι, η Αίγυπτος, η Τουρκία, η Ολλανδία, η Γερμανία, η Γαλλία κ.ά., ενώ κύριοι προορισμοί των εξαγωγίμων κηπευτικών μας είναι η Γερμανία, η Αλβανία, η Βουλγαρία, η Ρουμανία, η Αυστρία κ.ά. Να αναφερθεί ότι ο τομέας των κηπευτικών είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος κι αυτό τον καθιστά αρκετά ευμετάβλητο τόσο στις αλλαγές των καιρικών συνθηκών, λόγω της ευπαθούς φύσης των προϊόντων, όχι μόνο στην παραγωγή αλλά και στη συντήρηση, όσο και των τιμών τους ως επίδραση της διεθνούς αγοράς στην εγχώρια. Σαν αποτέλεσμα, οι εισαγωγές και οι εξαγωγές παρουσιάζουν σημαντική διαφοροποίηση κάθε χρόνο.

Πρωτεύουσα θέση στις εισαγωγές και εξαγωγές κατέχει η πατάτα, ενώ ακολουθούν η ντομάτα στις εισαγωγές και στις εξαγωγές τα αγγούρια.

Οι ελληνικές εξαγωγές (διακίνηση προς τα άλλα κράτη-μέλη της ΕΕ) νωπών οπωροκηπευτικών ανέρχονται σε 950-1.000 χιλιάδες τόνους, από τους οποίους περίπου το 57% κατευθύνεται προς Τρίτες χώρες και το υπόλοιπο 43% προς την ΕΕ. Οι εξαγωγές οπωροκηπευτικών αποτελούν το 1/3 του συνόλου των εξαγωγών των γεωργικών μας προϊόντων. Ο κατ' όγκο μέσος όρος εξαγωγών για το σύνολο των κηπευτικών ανέρχεται στους 190.000 τόνους που κατανέμονται σε αγγούρια 15.000-20.000 τόνους, καρπούζια 135.000 τόνους, σπαράγγια 14.000 τόνους και σε πατάτες 15.000-20.000 τόνους.



Η συγκέντρωση γενετικού υλικού σε ιδιώτες απειλεί ουσιαστικά την επάρκεια των τροφίμων.

Ο κλάδος της λαχανοκομίας (υπαίθριες και θερμοκηπιακές καλλιέργειες) είναι ένας από τους δυναμικότερους τομείς της φυτικής παραγωγής, στον οποίο πραγματοποιούνται εντυπωσιακές ερευνητικές και τεχνολογικές εξελίξεις. Το 2008 οι ανάγκες της παγκόσμιας αγοράς σε σπόρους λαχανικών υπολογίστηκαν στα 3,5 δις. δολάρια, ενώ τα τελευταία χρόνια οι ανάγκες αυτές αυξάνονται με ετήσιο ρυθμό 5,8%. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, το 2006 καλλιεργήθηκαν 1.827.000 στρέμματα με λαχανικά και παρήχθησαν 4.645.957 τόνοι και το 2005 η συνολική ακαθάριστη αξία των παραγόμενων λαχανικών ήταν 1,6 δις ευρώ. Διεθνής έρευνα έδειξε ότι υπάρχουν 392 διαφορετικές λαχανοκομικές καλλιέργειες, που κατανέμονται σε 70 οικογένειες και 225 γένη. Από αυτές περίπου το 50% έχει δεχθεί κάποιο είδος βελτίωσης και εμπορικής εκμετάλλευσης μέσω σποροπαραγωγής. Ωστόσο, μόνο οι 67 (17%) είναι αυτές που συμμετέχουν στα μεγάλης κλίμακας προγράμματα βελτίωσης των εταιρειών σποροπαραγωγής. Το γεγονός αυτό καθιστά επιτακτική την εγρήγορση για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας των λαχανοκομικών καλλιεργειών προς αποφυγή απρόβλεπτων καταστροφών στις καλλιέργειες. Ειδικότερα, τα τελευταία 50 χρόνια η γενετική βάση των ποικιλιών των λαχανοκομικών ειδών συρρικνώθηκε και μειώθηκε ο αριθμός των ποικιλιών που καλλιεργούνται. Η διάβρωση της γενετικής παραλλακτικότητας των λαχανοκομικών ειδών βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα και υπολογίζεται ότι παγκοσμίως η γενετικοί πόροι των λαχανοκομικών ειδών εξαφανίζονται με ρυθμό 1,5-2% κατ' έτος. Εν τω μεταξύ, τα τελευταία χρόνια διαμορφώθηκαν νέες τάσεις και προκλήσεις για την κυριότητα των ποικιλιών που δημιουργούνται με τη βελτίωση των λαχανοκομικών ειδών. Σήμερα, το 50% του εμπορίου του σπόρου ελέγχεται από έξι πολυεθνικές σποροπαραγωγικές εταιρείες, οι οποίες κατά κύριο λόγο δημιουργούν και να προωθούν στην αγορά νέα υβριδία λαχανικών. Γι' αυτό και σε παγκόσμια κλίμακα, το μερίδιο της αγοράς του υβριδίου σπορου αυξάνεται με ταχύ ρυθμό (8-10%) επίσης για τα περισσότερα λαχανοκομικά είδη. Παράλληλα, οι εταιρείες για να περιορίσουν τα δικαιώματα εκμετάλλευσης μιας νέας ποικιλίας από το δημιουργό καθιέρωσαν την κατοχύρωση των πνευματικών δικαιωμάτων μέσω ευρεσιτεχνίας (πατέντα). Έτσι, παρά το ότι η προστασία των δικαιωμάτων θα πρέπει να αφορά αποκλειστικά την ποικιλία και να ενθαρρύνει την έρευνα, υπάρχουν περιορισμοί για χρήση της ποικιλίας για τη βελτίωση των φυτών, μέσω του συστήματος κατοχύρωσης. Ο βελτιωτής, δηλαδή, δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει μία προστατευόμενη

Υψηλό παραγωγικό δυναμικό, το μυστικό

Σε μια νέα εποχή μεταβαίνει η χρήση και κατοχή των ποικιλιών των λαχανοκομικών ειδών τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμιο επίπεδο, αφού το γενετικό υλικό, που στην ουσία αποτελεί παγκόσμια κληρονομιά της ανθρωπότητας, μεταφέρεται σταδιακά αλλά σταθερά στα χέρια των ιδιωτικών εταιρειών.

Του Ηλία Εμμανουηλίδη

Το πολλαπλασιαστικό υλικό είναι ο σημαντικότερος παράγοντας για μια επιτυχημένη καλλιέργεια αλλά και για την αγροτική οικονομία.





Μερικές από τις πιο καλλιεργούμενες ποικιλίες λαχανικών του ΕΘΙΑΓΕ είναι οι ακόλουθες:

- Μελιτζάνα «Λαγκαδά»
- Μελιτζάνα «Τσακωνίκη»
- Μπάμια «Πυλαίας»
- Λάχανο «Κιλκίς»
- Πεπόνι «Θρακιώτικο»
- Πεπόνι «Αργούς»
- Πιπεριά «Π-13» και «Π-14»
- Πιπεριά «Φλωρίνης»
- Πιπεριά «Πλατίκα Φλωρίνης»
- Πιπεριά «Σταυρός»
- Πιπεριά «Καυτερή Ιεράπετρας»
- Κολοκύθι «Κομποκολόκυθο»
- Τομάτα «Αρετή»
- Τομάτα «Μακεδονία»
- Φασόλι «Ζαργάνα Χρυσούπολης»

ποικιλία σε προγράμματα δημιουργίας νέων ποικιλιών ή βελτίωσης των χαρακτηριστικών ήδη κατοχυρωμένων. Έτσι, περιορίζεται η αξιοποίηση του γενετικού υλικού των λαχανοκομικών ειδών, με αποτέλεσμα τη συγκέντρωση πολύτιμου γενετικού υλικού στην κυριότητα των ιδιωτικών εταιρειών.

Παραγωγή και διάθεση

Το πολλαπλασιαστικό υλικό είναι ο σημαντικότερος παράγοντας για μια επιτυχημένη καλλιέργεια αλλά και για την αγροτική οικονομία. Οι διάφορες καλλιεργητικές φροντίδες μπορούν να αυξήσουν την παραγωγή και να βελτιώσουν την ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος μέσα στα όρια που καθορίζει η γενετική σύνθεση της ποικιλίας. Οι ποικιλίες που καλλιεργούνται στη σύγχρονη λαχανοκομία διαθέτουν υψηλό παραγωγικό δυναμικό, σταθερότητα παραγωγής σε ποικίλα περιβάλλοντα, ανθεκτικότητα σε βιοτικές και αβιοτικές καταπονήσεις και παράγουν ποιοτικά προϊόντα (εμφάνιση, οργανοληπτικά χαρακτηριστικά κ.ά.). Συχνά η ποιότητα του προϊόντος στις λαχανοκομικές καλλιέργειες είναι πιο επιθυμητή από την υψηλή παραγωγή. Στα λαχανοκομικά φυτά ως πολλαπλασιαστικό υλικό, χρησιμοποιείται κυρίως ο σπόρος, αλλά και τα βλαστικά τμήματα (κόνδυλοι, βολβοί, ριζώματα κ.ά.). Την τελευταία 15ετία χρησιμοποιείται ως πολλαπλασιαστικό υλικό για ορισμένα λαχανικά, το σπορόφυτο (αυτορρίζο ή εμβολιασμένο σε κατάλληλα υποκείμενα). Πολλές εμπορικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον τομέα του σποροφύτου, είτε ως παραγωγοί είτε ως απλοί διακινητές και εισαγωγείς. Το ΕΘΙΑΓΕ, στο πλαίσιο των ερευνητικών και τεχνολογικών του δραστηριοτήτων δίνει έμφαση στη βελτίωση των υπαρχουσών ποικιλιών και στη δημιουργία νέων ποικιλιών και υβριδίων λαχανοκομικών ειδών προσαρμοσμένων στις ελληνικές συνθήκες και τις ανάγκες της ελληνικής γεωργίας. Διατηρεί 61 ποικιλίες που ανήκουν σε 16 διαφορετικά είδη (λαχανοκομικό φασόλι, μπάμια, μπιζέλι, μελιτζάνα, πιπεριά, λάχανο, κολοκύθι, κρεμμύδι, παντζάρι, αντίδι, ραδίκι, πεπόνι, αγγούρι, τομάτα, σπανάκι και κουκί), για τις οποίες διαθέτει το υλικό εκκίνησης στις σποροπαραγωγικές επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις αυτές υποχρεούνται να αναπολλαπλασιάσουν τις ποικιλίες, να πιστοποιήσουν την παραγόμενη ποσότητα σπόρου και να τη διαθέσουν στην αγορά. Οι ποικιλίες λαχανικών που διατηρούνται είναι ελληνικές παραδοσιακές, προσαρμοσμένες στο ελληνικό περιβάλλον στο οποίο δημιουργήθηκαν, έχουν μεγάλη φήμη και αξία και ικανοποιούν σύγχρονες καταναλωτικές

Οι νέες τάσεις και προκλήσεις της τελευταίας δεκαετίας διαμόρφωσαν ένα νέο καθεστώς κυριότητας των λαχανοκομικών ειδών.



απαιτήσεις λόγω της υψηλής ποιότητας και διατροφικής τους αξίας. Οι ποικιλίες αυτές είναι αναγνωρίσιμες από όλους τους σποροπαραγωγικούς οίκους και αποτελούν πολύτιμο γενετικό υλικό για βελτίωση των νέων ειδών.

Η προοπτική των ελληνικών ποικιλιών

Η δημιουργία νέων ποικιλιών και η βελτίωση των παραδοσιακών χρειάζεται διαρκή προσπάθεια. Η ευαισθησία των καταναλωτών και των εξειδικευμένων οργανώσεων για τη διατήρηση και την αξιοποίηση των παραδοσιακών ποικιλιών δημιουργεί ευνοϊκές συνθήκες για την ανάδειξη της παράδοσης, της ιστορικής συνέχειας και της σημασίας των παραδοσιακών ποικιλιών στην ποιοτική διατροφή, και για την αξιοποίησή τους σε προγράμματα αγροτικής, οικονομικής και πολιτιστικής ανάπτυξης. Η συνεργασία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων (σποροπαραγωγικές επιχειρήσεις) μπορεί να βοηθήσει στην αξιοποίηση των παραδοσιακών ποικιλιών και στη διατήρηση της βιοποικιλότητας.



Του Πέτρου Αλεξανδρή

Το σύγχρονο μοντέλο του επιχειρηματία παραγωγού

30 - Αγρόκτημα Ιούνιος 2012



Σωστή ισορροπία ανάμεσα στον άνθρωπο, την τιμή και το περιβάλλον

Το γεγονός ότι οι σημερινοί καταναλωτές απαιτούν κηπευτικά προϊόντα ασφαλή και φρέσκα δεν προκαλεί πλέον εντύπωση. Τα προϊόντα ποιότητας δεν αναπτύσσονται από μόνα τους, αλλά απαιτούν συγκεκριμένη προσέγγιση, που μάχεται συνεχώς να πετύχει τη σωστή ισορροπία ανάμεσα στο περιβάλλον, τους ανθρώπους και την τιμή (αιφορία).

Ο δρόμος για την επιβίωση των αγροτικών επιχειρήσεων στην πρωτογενή παραγωγή περνάει από την ικανοποίηση των πελατών τους είτε αυτοί είναι οι τελικοί καταναλωτές, είτε βρίσκονται στα διάφορα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Ο τελικός καταναλωτής απαιτεί τα γεωργικά προϊόντα που φτάνουν στο πιάτο του να διακρίνονται για την ασφάλεια (καθόλου υπολείμματα φυτοπροστατευτικών προϊόντων ή έστω μικρότερα από τα MRLs, απουσία επιβλαβών μικροοργανισμών) και την ποιότητα ανάλογα με την αξία τους (value for money) και αυτό να συνοδεύεται με κάποιο πιστοποιητικό που να εξασφαλίζει σε περίπτωση προβλήματος την ικνηλασιμότητα μέχρι το θερμοκήπιο που παράχθηκε το προϊόν.

Οι ενδιαμέσους φορείς της εφοδιαστικής αλυσίδας (λαχαναγορά, λαϊκές αγορές, catering, mini markets γειτονιάς, σούπερ μάρκετ κ.λπ.), για να είναι ικανοποιημένοι απαιτούν:

- την ανάληψη της ευθύνης (product liability) από τον παραγωγό σε περίπτωση προβλήματος,
- παραδόσεις προϊόντων στην ώρα τους,
- βολικές συσκευασίες ανάλογα με τις ανάγκες τους,
- ικανοποίηση της ικνηλασιμότητας.

Η θερμοκηπιακή επιχείρηση για να επιβιώσει και να αποφέρει κέρδη θα πρέπει να μειώσει το κόστος των εισροών της (φυτοπροστατευτικά προϊόντα, λιπάσματα, νερό, κατανάλωση ενέργειας, εργατικά κ.λπ.), καθώς και να προχωρήσει προς τα μπρος την ολοκλήρωσή της σε σχήματα που έχουν σχέση με την εμπορία των προϊόντων της. Το τρίπτυχο παραγωγός με κερδοφορία, ευχαριστιμένος πελάτης (εσωτερικός, ενδιάμεσος και τελικός καταναλωτής), σεβασμός στο περιβάλλον, είναι πλέον απαίτηση της επιχειρηματικής πραγματικότητας.

Η ΕΕ έχει ήδη δρομολογήσει την υποστήριξη της αειφόρου ανάπτυξης (Sustainable Development) με ταυτόχρονη στήριξη της υπαίθρου. Προσφάτως η απόφασή της για μείωση των επιδοτήσεων, έδωσε και το οριστικό στίγμα για τη μείωση των παραγωγών στη χώρα μας και για την ανάπτυξη του μοντέλου Παραγωγός - Επιχειρηματίας.

Τα συστήματα παραγωγής που καλούνται να δώσουν απάντηση σε όλα τα παραπάνω ζητούμενα συγκεντρώνοντας όλες τις σύγχρονες απαιτήσεις ποιότητας και ασφάλειας με ταυτόχρονη ευαισθησία για το περιβάλλον, είναι και τα συστήματα Διαχείρισης της Ποιότητας και Ολοκληρωμένης Διαχείρισης της Παραγωγής.

Το διαβατήριο επικοινωνίας του παραγωγού με την υπόλοιπη εφοδιαστική αλυσίδα (αναγνωρισιμότητα σε εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο) είναι η πιστοποίηση αυτών των συστημάτων με βάση διεθνή πρότυπα και πρωτόκολλα (π.χ. AGRO 2-1&2-2, GLOBALG.A.P. (EUREPGAP), ISO, HACCP, BRC, IFS κ.λπ.) από Ανεξάρτητους Αξιόπιστους Φορείς, που να είναι σε θέση να εγγυηθούν την πραγματική υλοποίηση της παραπάνω δράσης.

Απαιτούμενα βήματα για θετικό οικονομικό αποτέλεσμα

- 1.** Έρευνα αγοράς, ώστε να διαπιστωθεί ποια προϊόντα είναι ελκυστικά για τον καταναλωτή.
- 2.** Εκπόνηση ενός λεπτομερούς Business Plan.
- 3.** Αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχουν τα νέα επενδυτικά προγράμματα.
- 4.** Πιστή τήρηση του χρονοδιαγράμματος της υλοποίησης της επένδυσής του και πιστή εφαρμογή των πληροφοριών που έχουν σχέ-

www.
agronews

.gr



Αειφόρες πρακτικές στο θερμοκήπιο

Η χρήση μελισσών (*bombus terrestris*) για φυσική γονιμοποίηση ανθέων οδηγεί σε:

- Λιγότερα εργατικά
- Ομοιομορφία καρπών
- Μεγαλύτερο βάρος καρπών
- Περισσότερο άρωμα και καλύτερη γεύση.

Η ολοκληρωμένη καταπολέμηση εχθρών (IPM) με τη χρήση ωφέλιμων εντόμων, που οδηγεί στην ελάττωση των φυτοπροστατευτικών προϊόντων, έχει ως άμεσα αποτελέσματα τα εξής:

- Μείωση του κόστους παραγωγής
 - Λιγότερα εργατικά
 - Μεγαλύτερη παραγωγή μιας και σε κάθε εφαρμογή τα φυτά μένουν στάσιμα για 2-3 ημέρες (2* 10 εφαρμογές = 20 ημέρες λιγότερες συγκομιδή)
 - Βελτίωση περιβάλλοντος αφού δεν εκτοξεύονται στο περιβάλλον χημικά
 - Μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα στη χρήση νερού μιας και χρησιμοποιείται η στάγδην άρδευση. Μάλιστα στην περίπτωση των υδροπονικών καλλιεργειών μπορεί να επιτευχθεί μείωση στην κατανάλωση νερού και λιπασμάτων της τάξης του 60-70% σε σχέση με τις υπαίθριες καλλιέργειες.
- Ο έλεγχος του κλίματος επιτρέπει τη μικρότερη κατανάλωση νερού καθώς ελέγχεται η εξάτμιση σε σχέση με τις υπαίθριες καλλιέργειες. Στην περίπτωση της υδροπονικής καλλιέργειας σε σχέση με αυτή των υπαίθριων καλλιεργειών με τη χρήση της ίδιας ποσότητας νερού και λιπασμάτων τα αποτελέσματα είναι 20-30 φορές μεγαλύτερα από αυτά των υπαίθριων καλλιεργειών.

Αναγνωρισιμότητα σε εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο

Το διαβατήριο επικοινωνίας του παραγωγού με την υπόλοιπη εφοδιαστική αλυσίδα είναι η πιστοποίηση των Συστημάτων Διαχείρισης, με βάση διεθνή πρότυπα και πρωτόκολλα.



ση με την παραγωγικότητα.

5. Εφαρμογή υδροπονικής μεθόδου.
6. Αξιοποίηση της ήδη υπάρχουσας τεχνογνωσίας, από ελληνικές εταιρείες συμβούλων.
7. Συνεχής ενημέρωση σε παραγωγικά θέματα που έχουν σχέση με την καλλιέργειά του.
8. Τυποποίηση σε ελκυστικές συσκευασίες.
9. Πιστοποίηση των καλλιεργητικών πρακτικών.

Τα οφέλη της πιστοποίησης για τον παραγωγό

Υπό το πρίσμα ότι ο παραγωγός είναι ένας επιχειρηματίας και η θερμοκηπιακή εκμετάλλευση είναι μια επιχείρηση, η οποία υπόκεινται στους ίδιους κανόνες με τις επιχειρήσεις άλλων κλάδων, είναι κατανοητό ότι η οποιαδήποτε επέμβαση στους συντελεστές παραγωγής μπορεί να αποφέρει σημαντικά οφέλη στην επιχείρηση.

Πριν την πιστοποίηση, ο σχεδιασμός, η εφαρμογή και η εκτέλεση ενός συστήματος Ολοκληρωμένης Διαχείρισης (Σ.Ο.Δ.) από τον παραγωγό, σημαίνει:

1. Την παρουσία ενός επιστήμονα γεωπόνου, ο οποίος και έχει αποκλειστικά την επιβλεψη της διαχείρισης της εκμετάλλευσης και είναι επιφορτισμένος να επιλύσει όλες τις απαιτήσεις των καλλιεργειών (θρέψη, άρδευση, φυτοπροστασία, εργατικό δυναμικό κ.λπ.) και ο οποίος μαζί με τον επιχειρηματία παραγωγό καταστρώνει ένα στρατηγικό πλάνο δράσης.
2. Η επιχείρηση αρχίζει να έχει ιστορικό (καταγρα-

φή στοιχείων της εκμετάλλευσης) το οποίο είναι πολύτιμο κατά το σχεδιασμό της επόμενης χρονιάς.

3. Τα προϊόντα διασφαλίζονται ότι δεν θα έχουν υπολείμματα ΦΠΠ (αφού δίνονται σωστές οδηγίες, γίνονται οι σωστές πρακτικές και διενεργούνται εσωτερικοί έλεγχοι)

4. Από την πρώτη χρονιά τα έξοδα του συστήματος αποσβένονται με τη μείωση των λιπασμάτων, των φυτοπροστατευτικών προϊόντων και των εργατικών (σωστές επεμβάσεις) που χρησιμοποιούνται.

Όταν πλέον ο παραγωγός προχωρήσει στην πιστοποίηση (διενέργεια επιθεώρησης ελέγχου από εξειδικευμένο φορέα για την απονομή Πιστοποιητικού) τότε μπορεί να έχει πρόσθετα οφέλη όπως :

1. Την εμπειρία του φορέα που μπορεί να αξιολογήσει σωστά αν η προσπάθεια είναι στη σωστή κατεύθυνση.

2. Την περαιτέρω αναγνώριση τόσο από την υπόλοιπη αλυσίδα εμπορίας του προϊόντος (λαχαναγορά, βιομηχανία μεταποίησης, σούπερ μάρκετ κ.λπ.), όσο και από τους τελικούς καταναλωτές.

3. Να χρησιμοποιήσει την Πιστοποίηση ως διαβατήριο προσέγγισης νέων αγορών (Ελλάδα ή εξωτερικό).

4. Να ανταπεξέλθει επιτυχώς στον ανταγωνισμό από τα εισαγόμενα προϊόντα.

5. Να έχει τη δυνατότητα να σχηματίζει ομάδα(ες) με άλλους παραγωγούς με την ίδια νοοτροπία, ώστε να προσεγγίσει νέες αγορές αλλά και να αναπτύξει πιο ευέλικτους τρόπους προμήθειας πρώτων υλών σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές.

Ο καταναλωτής
απαιτεί τα προϊόντα
που φτάνουν
στο πιάτο του
να διακρίνονται
για την ασφάλεια
και την ποιότητα

Η ολοκληρωμένη διαχείριση και οι απαιτήσεις των σούπερ μάρκετ

Η αγορά δείχνει το δρόμο, το διαβατήριο όμως το δίνει η ποιότητα

Η τάση της αγοράς προς πιο ποιοτικό και πιστοποιημένο προϊόν, αλλά και η ενίσχυση για πιστοποίηση από το κράτος μέσω των επιδοτήσεων, είναι οι βασικοί παράγοντες που βοήθησαν στην υιοθέτηση της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στη γεωργία. Ωστόσο, όπως καταγράφεται, η πίεση για την υιοθέτηση των Συστημάτων Ολοκληρωμένης Διαχείρισης διαφέρει μεταξύ των χωρών-μελών της ΕΕ. Για παράδειγμα, σε χώρες με περιβαλλοντική ευαισθησία, όπως Δανία και Αυστρία, οδήγησαν τους παραγωγούς

στην εφαρμογή της με σκοπό τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, ενώ στην Ελλάδα το βαθμό υιοθέτησής της ορίζει η αγορά, με αρωγό τις επιδοτήσεις.

Πόσο έχουν εκμεταλλευτεί οι Έλληνες τα οφέλη της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης;

Ποια όμως είναι η συμβολή της στην ελληνική γεωργία και τι κέρδισαν οι Έλληνες παραγωγοί; Όσοι ασχολούνται με το χώρο γνωρίζουν ότι το σημαντικότερο κομμάτι της αλλαγής που καλείται να επιφέρει η Ολοκληρωμένη Διαχείριση είναι αυτό που αφορά τη νοοτροπία του παραγωγού. Τα οφέλη από την εφαρμογή της είναι πολλά και χιλιοειπωμένα, ωστόσο το ερώτημα είναι πόσο τα έχουν εκμεταλλευτεί οι Έλληνες παραγωγοί.

Οι παραγωγοί, οι οποίοι ανέμεναν ως μοναδικό όφελός της, την αύξηση της τιμής πώλησης του προϊόντος, απογοητεύτηκαν. Οι παραγωγοί όμως, που υιοθέτησαν την έννοια «ολοκληρωμένη» στην εκμετάλλευσή τους, συνειδητοποίησαν και εκμεταλλεύτηκαν τα οφέλη της. Εκμεταλλεύτηκαν τον επιβλέποντα γεωπόνο και τις οδηγίες του για λιγότερες και πιο αποτελεσματικές εφαρμογές, τις αναλύσεις εδάφους για την εφαρμογή της κατάλληλης ποσότητας και είδους λιπάσματος, την επαφή με τους συμβούλους και τους φορείς πιστοποίησης για την ασφάλεια τη δική τους και των καταναλωτών, την ικνηλασιμότητα των προϊόντων τους, την ενημέρωση σε θέματα ψεκασμών, καταγραφών και προοπτικών, αλλά και το πιστοποιητικό για την προώθηση των προϊόντων τους στην ελληνική και την ευρωπαϊκή αγορά.

Αυτό το εργαλείο που έχουν στα χέρια τους οι αγρότες μακροπρόθεσμα θα μπορούσε να βοηθήσει στη μείωση του μέσου όρου ηλικίας των παραγωγών, στην καλύτερη επαγγελματική εκπαίδευση, στην αύξηση της καλλιεργούμενης έκτασης ανά παραγωγό, και όχι μόνο. Βραχυπρόθεσμα όμως, η σωστή ενημέρωση των αγροτών από όλους τους εμπλεκόμενους και η πιο ενεργή συμμετοχή του παραγωγού στην εφαρμογή του, θα μετέτρεπε τον αγρότη από παθητικό δέκτη σε έναν συνειδητοποιημένο επιχειρηματία.





Παραγωγή και εμπορία κηπευτικών σποροφύτων

- τομάτες (θερμοκηπίου, υπαίθριες, βιοληχανική, cherry)
- αγγούρια
- πεπόνια
- καρπούζια
- κολοκύθια
- πιπεριές (φλωρίνης, καυτερές, ντολμα, μακρές, χρωματιστές)
- μελιτζάνες
- μαρούλια
- λαχανά
- κουνουπίδια
- μπρόκολα κ.α.

Σύγχρονες εγκαταστάσεις έκτασης 10.000 m²

από το 2003 στις υπηρεσίες του έλληνα αγρότη



Θεραπευτικό κτίριο 11,
Χαλάνδρα Θεσσαλονίκης, ΤΚ 573 00
Τηλ. 2395771207, 6937997571
e-mail: sporofyta_axios@yahoo.gr
www.axiosplants.gr

Της Έλενας Ταγκαλάκη

Ψάχνοντας το κατάλληλο πρωτόκολλο ποιότητας

Η ανάγκη για πιστοποίηση και απόδοση ταυτότητας στα ελληνικά γεωργικά προϊόντα αποτελεί τον θεμέλιο λίθο της οικονομικής επιτυχίας της γεωργικής εκμετάλλευσης

Η πιστοποίηση πρέπει να συνδεθεί με περιβαλλοντικά ήπια άσκηση της γεωργίας, με τη διατήρηση και τη βελτίωση του περιβάλλοντος, δεδομένου του ότι είναι πολύ σημαντικό να εξασφαλίζεται η ποιότητα και η ασφάλεια των παραγόμενων γεωργικών προϊόντων.

Γι' αυτό η υιοθέτηση ενός συστήματος διαχείρισης της ποιότητας αποτελεί απόφαση στρατηγικής σημασίας. Η σχεδίαση και η θέση σε εφαρμογή του συστήματος διαχείρισης της ποιότητας σε έναν οργανισμό επιηρεάζεται από τις ποικίλες ανάγκες, από τους ιδιαίτερους αντικειμενικούς σκοπούς, από τα παρεχόμενα προϊόντα, από τις διεργασίες που εφαρμόζονται και από το μέγεθος και τη δομή του οργανισμού.

Για να αντιμετωπιστούν τα σύγχρονα προβλήματα και να προστατευτούν οι καταναλωτές, το οικοσύστημα και οι πλουτοπαραγωγικές πηγές της χώρας, αλλά και η ελληνική γεωργία να αντιμετωπίσει επιτυχώς τον διαρκώς εντεινόμενο ανταγωνισμό και να κερδίσει ή να διατηρήσει τη θέση της στις πλούσιες και απαιτητικές αγορές των ανεπτυγμένων χωρών, απαιτείται:

- Από τους καλλιεργητές των αγροτικών προϊόντων να εφαρμόσουν συστήματα παραγωγής που εξασφαλίζουν τις βασικές απαιτήσεις ποιότητας, ασφάλειας των καταναλωτών, προστασίας του οικοσυστήματος και εν γένει την αειφορία (sustainability).

- Από τις βιομηχανίες τροφίμων και τους φορείς διακίνησης των γεωργικών



Η βιομηχανία τροφίμων πρέπει να επιβάλει, μέσω της συμβολαιακής γεωργίας, την εφαρμογή συστημάτων ποιότητας στην πρωτογενή παραγωγή.



Οι αγρότες πρέπει να εξασφαλίζουν τις βασικές απαιτήσεις ποιότητας μέσα από τα συστήματα παραγωγής που εφαρμόζουν στις καλλιέργειές τους.



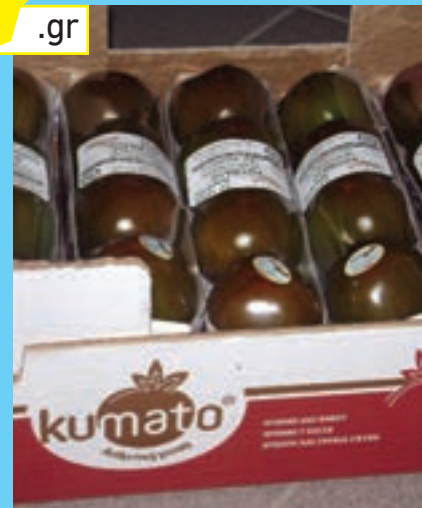
Στο λιανεμπόριο πρέπει να υπάρχουν ξεχωριστά ράφια με προϊόντα πιστοποιημένα, σύμφωνα με τις αρχές της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης.



Οι κύριοι λόγοι πιστοποίησης της παραγωγικής διαδικασίας έχουν να κάνουν με την απόδοση ταυτότητας στα προϊόντα, τη διασφάλιση του παραγωγικού φορέα από τη ύπαρξη υπολειμμάτων φυτοπροστατευτικών προϊόντων πάνω από τα ανώτατα αποδεκτά όρια και την πιθανότητα διάθεσης της παραγωγής σε υψηλότερες τιμές σε σχέση με τα μη πιστοποιημένα.

**www.
agronews**

.gr



προϊόντων (processing industry) να εφαρμόσουν ή να επιβάλουν, μέσω της συμβολαιακής γεωργίας, την εφαρμογή συστημάτων ποιότητας στην πρωτογενή παραγωγή. Δεν αρκούν τα διάφορα συστήματα ISO και HACCP, που αναφέρονται στο εργοστάσιο ή στο συσκευαστήριο, δεδομένου ότι οι πλούσιες και απαιτητικές αγορές απαιτούν εφαρμογή συστημάτων ποιότητας, από το χωράφι ως το τελικό προϊόν (from the farm to the fork).

● Από τους φορείς πιστοποίησης (certification bodies) να παρέχουν αξιόπιστη και αναγνωρίσιμη πιστοποίηση των συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας.

● Από το λιανεμπόριο (retailers) να υπάρχουν ξεχωριστά ράφια με προϊόντα πιστοποιημένα, σύμφωνα με τις αρχές της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, καθώς και εκστρατείες προβολής αυτών των προϊόντων.

● Από τους καταναλωτές, τις οργανώσεις των καταναλωτών και εν γένει τις μη κυβερνητικές οργανώσεις (NGOs) να είναι ενημερωμένοι και να το απαιτούν με την αγοραστική συμπεριφορά τους.

Η σωστή επιλογή προτύπου

Οι κύριοι λόγοι πιστοποίησης της παραγωγικής διαδικασίας ενός παραγωγικού φορέα έχουν να κάνουν με την απόδοση ταυτότητας στα προϊόντα, τη διασφάλιση του παραγωγικού φορέα από τη ύπαρξη υπολειμμάτων φυτοπροστατευτικών προϊόντων πάνω από τα ανώτατα αποδεκτά όρια (Maximum Residue Limits) και την πιθανότητα διάθεσης της παραγωγής σε υψηλότερες τιμές σε σχέση με τα μη πιστοποιημένα προϊόντα.

Τα κριτήρια επιλογής του προτύπου-πρωτοκόλλου, που θα εφαρμοστούν στην παραγωγική διαδικασία από ένα παραγωγικό φορέα, είναι:

- η αναγνωρισιμότητα του Πιστοποιητικού από την αγορά,
- ο χρόνος εφαρμογής του πρωτοκόλλου στην πράξη μέχρι την ημερομηνία επιθεώρησης πιστοποίησης και το
- αν η συγκεκριμένη δράση χρηματοδοτείται από κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα.

Να σημειωθεί, τέλος, ότι ο χρόνος εφαρμογής των απαιτήσεων του κάθε προτύπου στην πράξη, ώστε να είναι σε συμμόρφωση, είναι της τάξης των 3 μηνών (ελάχιστο) έως δύο έτη (μέγιστο).



Οι φορείς πιστοποίησης (certification bodies) πρέπει να παρέχουν αξιόπιστη και αναγνωρίσιμη πιστοποίηση των συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας.



Οι καταναλωτές και οι οργανώσεις των καταναλωτών πρέπει να είναι ενημερωμένοι και να το απαιτούν με την αγοραστική συμπεριφορά τους.

Τα πέντε πρότυπα που διαθέτει η ελληνική αγορά

Τα πέντε ανταγωνιστικά πρωτόκολλα - πρότυπα διασφάλισης ποιότητας που χρησιμοποιούνται για την αγροτική παραγωγή στην Ελλάδα είναι το ελληνικό πρότυπο AGRO 2-1 και 2-2 που έχει συνταχθεί από τον Οργανισμό Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (ΟΠΕΓΕΠ - AGROCERT), το πρωτόκολλο EUREPGAP από τον οργανισμό Euro-Retail Working Group, τα διεθνή πρότυπα διαχείρισης της Ποιότητας και του Περιβάλλοντος ISO 9001:2000 και ISO 14001:1996 από τον International Organization for Standardization (ISO) και το πρότυπο διαχείρισης της ασφάλειας των τροφίμων ΕΛΟΤ 1416 (HACCP).

Τα γεωργικά προϊόντα, που φθάνουν στο πιάτο του καταναλωτή, πρέπει να διακρίνονται για την καλή ποιότητα (μακροσκοπική και οργανοληπτική), την ασφάλεια προς τον καταναλωτή (απουσία υπολειμμάτων φυτοπροστατευτικών προϊόντων, επικίνδυνων μικροοργανισμών κτλ.), να έχουν παραχθεί με τρόπο που δεν καταστρέφει το περιβάλλον και τις πλουτοπαραγωγικές πηγές του πλανήτη και τέλος να είναι πιστοποιημένα από κάποιο ανεξάρτητο πιστοποιητικό οργανισμό.



Του Πέτρου Αλεξανδρή

Κράτα με να σε κρατώ ν'ανεβούμε το βουνό

Αναγκαιότητα και στη γεωργία οι σύμβουλοι επιχειρήσεων



Ο επιχειρηματίας-παραγωγός έχει ανάγκη από συμμαχίες. Και ένας τέτοιος πολύτιμος σύμμαχος είναι αδιαμφισβήτητο ο σύγχρονος γεωργικός σύμβουλος.

Πρόσφατες έρευνες που έγιναν πάνω στο παρόν και το μέλλον των αγροτικών εκμεταλλεύσεων στην Ελλάδα έδειξαν ότι περίπου οι μισές, για την ακρίβεια οι 423.000 σε σύνολο 923.000, θα είναι σε λίγα χρόνια «εκτός αγοράς». Οι εκμεταλλεύσεις αυτές ήδη δεν πληρούν τους όρους των κοινοτικών προδιαγραφών από πλευράς καλλιεργούμενης έκτασης, ύψους επενδύσεων, αριθμού απασχολούμενων, χρήσης εξοπλισμού κ.λπ. Ταυτόχρονα ένας από τους σημαντικότερους κλάδους επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι αυτός που αφορά την παραγωγή και εμπορία φρούτων και λαχανικών. Οι μεγάλες καταναλώσεις φρούτων και λαχανικών, οι οποίες καλύπτονται στη συντριπτική τους πλειονότητα από την εγχώρια παραγωγή, έχουν ισχυροποιήσει τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της αγοράς, ο κλάδος των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην αγορά φρούτων-

λαχανικών κατέχει το 15% του συνολικού τζίρου, που πραγματοποιείται στην εγχώρια αγορά ειδών διατροφής.

Από ενδεικτικές έρευνες συμπεραίνουμε ότι υπάρχουν αρκετές επιχειρηματικές ευκαιρίες για την ελληνική γεωργία, ωστόσο, για να αναγνωριστούν, χρειάζονται νέα αντιληψη για θέματα όπως οργάνωση και διοίκηση παραγωγής, ποιότητα, πιστοποίηση, τυποποίηση, διάθεση προϊόντων, εξεύρεση πόρων, marketing κ.λπ. Αυτό βέβαια μπορεί να γίνει κατανοητό μόνο από επιχειρηματίες του χώρου, γεγονός που συνεπάγεται πως τα νέα μηνύματα γίνονται αντιληπτά μόνο από τους παραγωγούς-επιχειρηματίες, που αντιλαμβάνονται όρους όπως επένδυση κεφαλαίων, απόδοση κεφαλαίου, εργατικό δυναμικό, αποσβέσεις, μεικτά και καθαρά κέρδη κ.λπ.

Η σύλληψη όμως των νέων αυτών αντιλήψεων θα πρέπει να έχει ως συνέχεια και την πραγματοποίηση βελτιώσεων ή και εξ ολοκλήρου αλλαγής



ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΕΙΝΑΙ...

Ο άνθρωπος που μπορεί να βοηθήσει αποτελεσματικά τον επιχειρηματία παραγωγό τόσο στο σχεδιασμό όσο και στην υλοποίηση του νέου επιχειρηματικού του πλάνου.



Η σημερινή πραγματικότητα φανέρωσε την ανάγκη για εξειδικευμένους ανθρώπους πάνω στα αγροτικά θέματα.

στις διάφορες διαδικασίες παραγωγής ή διάθεσης των προϊόντων. Ως συνδετικός κρίκος μεταξύ της ενημέρωσης για τα καινούργια τεκταινόμενα, του σχεδιασμού της μερικής ή εξ ολοκλήρου αναδιάρθρωσης των υπάρχοντων διαδικασιών και του ελέγχου πραγματοποίησης αναδεικνύεται πλέον ο Σύμβουλος Γεωργικών Επιχειρήσεων. Είναι ο άνθρωπος που μπορεί να βοηθήσει αποτελεσματικά τον επιχειρηματία παραγωγό τόσο στο σχεδιασμό όσο και στην υλοποίηση του νέου επιχειρηματικού του πλάνου, μιας και γνωρίζει σε βάθος τον τομέα. Τα προβλήματα, τα αδιέξοδα και τις προκλήσεις της νέας παγκόσμιας πραγματικότητας, άλλοι κλάδοι (βιομηχανία, εμπόριο) τα βίωσαν πολύ πιο πριν από τον αγροτικό τομέα και έτσι εδώ και μια δεκαετία όλο και περισσότερες εταιρείες έχουν στραφεί στην εξειδικευμένη βοήθεια των συμβούλων επιχειρήσεων. Στο γεωργικό χώρο όμως οι συμβουλευτικές υπηρεσίες έχουν μια ασαφή ταυτότητα.

Οι συμβουλευτικές υπηρεσίες έχουν ως εξής:

- Στις καλλιεργητικές διαδικασίες, οι πληροφορίες δίνονται από Δημόσιες Υπηρεσίες, Ινστιτούτα και από καταστήματα γεωργικών εφοδίων, ενώ η αμοιβή γι' αυτές τις υπηρεσίες συμπεριλαμβάνεται στην τιμή των γεωργικών εφοδίων (δίνοντας την εντύπωση στον παραγωγό ότι είναι δωρεάν με άμεση συνέπεια την υποβάθμιση του κύρους τους).

- Στις διαδικασίες διάθεσης των προϊόντων (ποιότητα, συσκευασία, συντήρηση κ.λπ.) από τους εμπόρους που τα αγοράζουν και τα διαθέτουν.

- Στη διαδικασία χρηματοδότησης δραστηριοτήτων (υπαρχόντων ή νέων) από μελετητικά γραφεία με την εκπόνηση μελετών για ανεύρεση επιδοτήσεων των παραγωγών μέσα από τον εθνικό Αναπτυξιακό νόμο και από κονδύλια της ΕΕ.

Χώρος στους εξειδικευμένους

Η μελετητική δραστηριότητα είναι αυτή που βρίσκεται πιο κοντά στην ταυτότητα των γεωργικών συμβούλων. Η μετεξέλιξη όμως όλων των διαδικασιών και η πολυπλοκότητά τους (οι αγορές έχουν αλλάξει, το κόστος του χρήματος είναι υψηλό, η ποιότητα των προϊόντων που πρέπει να είναι υψηλή κ.λπ.) κατέδειξαν την αδυναμία του συστήματος να αντεπεξέλθει στη σημερινή πραγματικότητα και φανέρωσαν την ανάγκη για εξειδικευμένους ανθρώπους πάνω στα θέματα αυτά, οι οποίοι θα είχαν την ικανότητα, αφού μελετήσουν τις ανάγκες του κάθε παραγωγού ξεχωριστά (λαμβάνοντας φυσικά υπόψη ιδιαιτερότητες, ελλείψεις, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα), να βρουν μια ξεχωριστή λύση στα προβλήματά του. Έτσι οι γεωργικοί σύμβουλοι έχουν εδώ και λίγα χρόνια κάνει δειλά την παρουσία τους. Οι υπηρεσίες που παρέχουν είναι:

1 Στρατηγικός σχεδιασμός και οργάνωση - ανάπτυξη επιχείρησης

- Ποιος είναι ο ρόλος της επιχείρησης, που μπορεί να φτάσει, πώς μπορεί να βελτιωθεί, να αναπτυχθεί
- Βελτίωση υπαρχόντων ή ριζική αναδιάρθρωση
- Νέες καλλιεργητικές τεχνικές (π.χ. υδροπονία)
- Επέκταση - εύρεση νέων αγορών.

2 Οργάνωση - Διοίκηση παραγωγής

α. Τεχνικές οδηγίες

- Κατασκευές (κτίρια - αποθηκευτικοί χώροι - δεξαμενές κ.λπ.), τύποι, υλικά, εργονομία.

Καλλιέργειες

- Ποιότητα πολλαπλασιαστικού υλικού
- Εκλογή κατάλληλων ποικιλιών, υβριδίων ανάλο-



Η επιβίωση, αλλά και η κερδοφορία μιας αγροτικής επιχείρησης περνά μέσα από το σωστό σχεδιασμό και την αποτελεσματική διοίκηση.



για με την αγορά-στόχο (τοπική, εγχώρια ή διεθνής)

- Ιδιαίτεροι χειρισμοί ανάλογα την ποικιλία, υβρίδιο
- Τεχνικές παραγωγής φυταρίων.

Θρέψη φυτών

- Συνταγές θρέψης για κάθε καλλιέργεια, εποχή και στάδιο.
- Ανάλυση και έλεγχος των δεδομένων της καλλιέργειας (που καταγράφονται), οδηγίες προς τον υπεύθυνο παραγωγής.
- Εξέταση των δεδομένων αναλύσεων διορθωτικές κινήσεις από νερό άρδευσης, θρεπτικό διάλυμα και φυλλοδιαγνωστική.

Φυτοφάρμακα

- Επιλογή κατάλληλων φυτοπροστατευτικών προϊόντων για κάθε ασθένεια ή εχθρό, δόσεις εφαρμογής και αποτελεσματικότερος τρόπος εφαρμογής τους.
- Βελτίωση της απόδοσης και τεχνικής των ψεκαστικών εργαλείων και μηχανημάτων.
- Εκπαίδευση των χρηστών για καλύτερη χρήση των υλικών.
- Φυτοφάρμακα φιλικά προς το περιβάλλον, χωρίς υπολείμματα και με συνεισφορά στην Ολοκληρωμένη Αντιμετώπιση Εχθρών.



Εναλλακτικές καλλιεργητικές τεχνικές

- Οδηγίες για εισαγωγή ωφελίμων εντόμων ενάντια σε εχθρούς
- Χρήση μελισσοειδών για φυσική γονιμοποίηση
- Φυσικές μέθοδοι απολύμανσης (ηλιοαπολύμανση).

Β. Εκπαίδευση προσωπικού

- Σε θέματα που αφορούν την περιποίηση των φυτών, τη συγκομιδή, τη μεταφο-

Υπάρχουν αρκετές επιχειρηματικές ευκαιρίες για την ελληνική γεωργία, όπως αποκαλύπτουν σχετικές έρευνες.



Ένα έμπειρο μάτι μπορεί να αντιληφθεί εύκολα τα προβλήματα κάθε εκμετάλλευσης.

ρά των προϊόντων, τη χρήση διαφόρων μηχανημάτων, τη λειτουργία νέων μηχανημάτων με ηλεκτρονικό υπολογιστή, τη διδασκαλία των τεχνικών πάνω σε νέες καλλιέργειες με άμεσο αποτέλεσμα τη μεγαλύτερη παραγωγικότητα στη μονάδα του χρόνου.

3 Διάθεση προϊόντων

- Εξεύρεση νέων αγορών (επέκταση εργασιών πέρα από τις ντόπιες αγορές, όπως μεγάλες λαχαναγορές, μεγάλα και μικρά super markets, αλυσίδες τροφίμων, fast foods, λαϊκές αγορές)
- Προβολή των προϊόντων του παραγωγού ή μια ομάδας παραγωγών (ή ακόμα και προϊόντων μιας ολόκληρης περιοχής) μαζί ή σε επιλεκτικά σημεία πώλησης μέσω κλαδικών εκθέσεων, κλαδικών εντύπων, τοπικών μέσων μαζικής ενημέρωσης κλπ.
- Πιστοποίηση προϊόντων με συγκεκριμένες προδιαγραφές παραγωγής (προϊόντα βιολογικά, Ολοκληρωμένης Καταπολέμησης-IPM, Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Καλλιέργειας-ICM κ.λπ.)
- Νέες συσκευασίες (ελκυστικές, με την ταυτότητα του παραγωγού, σε παλέτες) κατάλληλα προσαρμοσμένες για νέες αγορές
- Χώροι αποθήκευσης και συντήρησης των προϊόντων
- Τρόποι και μέσα μεταφοράς.

4 Χρηματοδοτήσεις και ενισχύσεις

- Μορφή επιχείρησης (μετατροπή κάποιων μεγάλων επιχειρήσεων από προσωπικές σε ΕΠΕ ή ΑΕ για μεγαλύτερη ευελιξία στην ανεύρεση πόρων, αλλά και για φορολογικά θέματα)
- Μέσω εθνικού αναπτυξιακού νόμου
- Μέσω επιδοτήσεων από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Αυτό όμως που έχει αρχίσει να ωριμάζει και να γίνεται αποδεκτό από τον επιχειρηματία-παραγωγό είναι πως πέρα από τη συμβουλευτική διαδικασία ο σύμβουλος μπορεί να βοηθήσει και στην πραγματοποίηση ορισμένων υπηρεσιών μέσα στην επιχείρηση.



Οι Ειδικοί στην Υδρολίπανση



- 100% Υδατοδιαλυτά λιπάσματα • Χημικά Ιχνοστοιχεία • Πρώτες Ύλες

Έδρα: Μέλητος 9 & Κυδωνιών, 171.21 Νέα Σμύρνη Τηλ: 210.9373770-2 & Fax: 210.9373.773
e-mail: gavriel@otenet.gr <http://www.gavriel.gr>



A rolling

Από την πρώτη επώνυμη ντομάτα

Συνέντευξη στην Ελένη Δούσκα

1 // Ασχολείστε 20 χρόνια με τον κλάδο των θερμοκηπίων με σημαντικές πρωτοπορίες. Πείτε μας δύο λόγια.

Η ενασχόλησή μου με τα θερμοκήπια ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του '90 στα Θερμοκήπια Κερκύρας. Η μονάδα είχε να παρουσιάσει μια σειρά από πρωτοπορίες όπως το μεγάλο μέγεθος (30 στρέμματα ήταν η μεγαλύτερη στην Ελλάδα για την εποχή εκείνη), η υαλόφρακτη κατασκευή, η θέρμανση με βιομάζα, η διαχείριση κλίματος μέσω υπολογιστή, η χρήση βομβινών γονιμοποίησης των ανθέων, η Ολοκληρωμένη Καταπολέμηση με έντομα και φυσικά η πρώτη επώνυμη (branded) ντομάτα στη χώρα μας με το όνομα «Prima», βάρους 180-220 γραμμαρίων (όταν στην αγορά το μέσο μέγεθος ήταν 350-400 γραμμάρια) σε χαρτόκουτο των 6 κιλών και κατακόκκινη εξαιτίας του υβριδίου Αλέξανδρος. Μάλιστα για την εποχή ήταν ένα προϊόν ιδιαίτερα ονομαστό, αρκεί να αναλογιστεί κανείς ότι ένα κιλό ντομάτας πωλούνταν εκείνη την εποχή 45-50 δρχ./κιλό και οι ντομάτες αυτές είχαν φτάσει να πωλούνται 250-300 δρχ./κιλό!

2 // Ήταν και η συνέχεια εξίσου δημιουργική;

Μετά από μια πενταετία στην παραγωγική διαδικασία, ήρθε η εμπλοκή μου σε ολόκληρη την αλυσίδα του

κλάδου. Μαζί με τον νυν συνεταιίρο μου Ευάγγελο Δρίμιτζα, περάσαμε στην ανάπτυξη της υδροπονίας τόσο σε καλλιέργειες (από ντομάτα και αγγούρι σε κολοκύθι, καρπούζι, πεπόνι, φράουλα, μαρούλι, φασολάκι, μαϊντανό, τριαντάφυλλο, ζέρμπερα, γαρίφαλο, χρυσάνθεμο, καρπούζι), όσο και σε χώρες (Βαλκάνια, Τουρκία, Κύπρος και Αίγυπτος).

Κατόπιν αντιλαμβανόμαστε ότι τα προϊόντα που θέλουν να έχουν υψηλή τελική αξία πρέπει να περάσουν από τη διαδικασία της πιστοποίησης της παραγωγής και μέσω των συνεργασιών μας με την ΕΥΡΩΦΑΡΜ ΑΕ στην αρχή και κατόπιν με τον Φορέα Πιστοποίησης TUV HELLAS αναπτύσσουμε δραστηριότητες προς την κατεύθυνση αυτή.

Η ενασχόλησή μας με το marketing και ιδιαίτερα με ό,τι αφορά το branding, μας οδηγεί στην κατανόηση της αξίας της «φήμης» των προϊόντων κάτι που μας φέρει να εμπλεκόμαστε στη δημιουργία φορέων διαχείρισης φήμης, όπως το GreenClub και ο CretaCert.

Τα τελευταία 6 χρόνια εμπλεκόμαστε με τις 3 μεγάλες θερμοκηπιακές μονάδες της Ελλάδας (Agritex με καλλιέργεια ντομάτας σε τσαμπί με το όνομα Lucia, Θερμοκήπια Δράμας με καλλιέργεια έγχρωμης πιπεριάς και Wonderplant με καλλιέργεια ντομάτας beef).

Τέλος, η συνεχής διάθεση για εξέλιξη μάς οδήγησε σε ένα πρωτοποριακό project στη Σάμο που αφορά την παραγωγή και διάθεση κερασοτομάτων σε καλαίσθητη βολική συσκευασία για το σχολείο, τη δουλειά και την εκδρομή με το όνομα tomaccini.

Η προσαρμοστικότητα στις νέες τάσεις είναι το κύριο χαρακτηριστικό του εκτελεστικού διευθυντή του DKG Group, Χρήστου Κατσάνου, ο οποίος απεχθάνεται τις παγιωμένες καταστάσεις

Χρήστος Δ. Κατσάνος

Η παραγωγή όλο τον χρόνο αποτελεί το βασικό χαρακτηριστικό της σύγχρονης θερμικηπιακής καλλιέργειας.

stone gathers no moss

...πέτρα που κυλάει δεν χορταριάζει

στην υδροπονία και από εκεί πάντα στην αιχμή της τεχνολογίας

3// Σήμερα τι έχει αλλάξει ριζικά στον κλάδο;

Αν ξεκινήσουμε από την εμπορία, σίγουρα είναι η κυριαρχία του λιανεμπορίου (σούπερ μάρκετ) έναντι των λαχαναγορών και των λαϊκών αγορών. Αυτό επηρέασε όλη την αλυσίδα. Τα θερμοκήπια της Κρίτης έχουν αρχίσει να χάνουν από άποψη σπουδαιότητας την κυριαρχία στην αγορά από νέες περιοχές, όπως η Πελοπόννησος, που άρχισαν να αφουγκράζονται καλύτερα τις ανάγκες της αγοράς. Τέλος, και στη Μακεδονία έκαναν την εμφάνισή τους 3 μεγάλες μονάδες, οι οποίες παράγουν όλο το χρόνο, έναντι της εποχικότητας που παλιότερα χαρακτήριζε την περιοχή.

4// Πώς θα μπορούσε κάποιος να κατατάξει σήμερα σε κατηγορίες τις θερμοκηπιακές μονάδες;

Σε τέσσερις κατηγορίες: Τα τούνελς, θερμοκήπια χαμηλού ύψους με λίγο εξοπλισμό διαχείρισης κλίματος και μικρής έκτασης (5-10 στρέμματα), θερμοκήπια υψηλά με εξοπλισμό διαχείρισης κλίματος και μεσαία έκταση (20-50 στρμ.) και μεγάλες σύγχρονες υαλόφρακτες μονάδες

παραγωγής όλο το χρόνο.

5// Ποιο είναι κατά τη γνώμη σας το μέλλον της κάθε κατηγορίας;

Για τα τούνελς δεν νομίζω ότι υπάρχει μέλλον. Για τους παραγωγούς θερμοκηπίων χαμηλού ύψους, το μέλλον περνά είτε από το μεγάλωμα της έκτασής τους (κάτι πολύ δύσκολο λόγω κόστους γης και κεφαλαίου), είτε από κοινές ομάδες διαχείρισης παραγωγής.

Στα υψηλά θερμοκήπια, ο παραγωγός πρέπει να επενδύσει στον εξοπλισμό (για ποιοτική παραγωγή όλο το χρόνο) και τη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού. Τέλος, για τα μεγάλα θερμοκήπια, λόγω της δομής τους (Ανώνυμες Εταιρείες, ευκολότερη πρόσβαση σε κεφάλαια) το μέλλον βρίσκεται στη διαχείριση της ενέργειας, την επέκτασή τους, με στόχο κυρίως την εμπορία.

6// Όσον αφορά τις καλλιέργειες;

Η ντομάτα, το αγγούρι και η πιπεριά θα συνεχίσουν να παίζουν τον πρώτο ρόλο, μιας και είναι συνυφασμένες με την ελληνική κουζίνα. Σε μικρότερες εκτάσεις και παραγωγές,

ενδιαφέρον παρουσιάζουν «διαίτερες» καλλιέργειες, όπως μαύρες ντομάτες, μινι αγγουράκι, πιπεριές για snack και διάφοροι τύποι μαρουλιών για κομμένη σαλάτα.

Σε ό,τι αφορά τις φράουλες πιστεύω ότι πολύ σύντομα θα ενστερνιστούν τόσο τη μέθοδο της υδροπονίας όσο και επενδύσεις σε μοντέρνα θερμοκήπια. Δύο καλλιέργειες που μπορεί να χαρακτηρίσει κανείς outsiders με δυνατότητες, είναι το κολοκυθάκι και το φασολάκι.

7// Τώρα με τι νέο ασχολείστε;

Εκτός από τη Συμβουλευτική, με κάθετους υδροπονικούς κήπους, urban farming, την προώθηση δύο συστημάτων της υδροπονικής φράουλας με το όνομα FraoulaBest και υδροπονικού μαρουλιού (MarouliBest), την εκπαίδευση μέσω του οργανισμού έρευνας και εκπαίδευσης IRTC και το Portal υδροπονίας www.hydroponics.gr.



Η συνεχής διάθεση για εξέλιξη οδήγησε τον Χρήστο Κατσάνο σε ένα πρωτοποριακό project στη Σάμο που αφορά την παραγωγή και διάθεση κερασσοματών σε καλαίσθητη βολική συσκευασία για το σχολείο, τη δουλειά και την εκδρομή με το όνομα tomaccini.



Μεγάλη διάρκεια συγκομιδής και πολλοί καλλιεργητικοί κύκλοι

Η καλή κατασκευή του θερμοκηπίου, ο σωστός εξοπλισμός του, η αποτελεσματική φυτοπροστασία, καθώς και η απρόσκοπτη λειτουργία του ριζικού συστήματος των φυτών είναι οι παράγοντες κλειδιά για την επιτυχημένη από όλες τις απόψεις λειτουργία του.



Των Ευάγγελου Δρίμτζια* & Χρήστου Α. Κατσάνου**

Υδροπονία, η επανάσταση στα θερμοκήπια

*Ποιοτικά και ασφαλή προϊόντα όλο το χρόνο,
με κερδοφορία για τον ίδιο τον παραγωγό*

Οι απαιτήσεις του σημερινού καταναλωτή για τα λαχανοκομικά προϊόντα είναι αυξημένες σε σχέση με παλιότερα και την ίδια ώρα το «στοίχημα» για τον Έλληνα καλλιεργητή κηπευτικών είναι να μην η παραγωγή ποιοτικών προϊόντων με τρόπους φιλικούς προς το περιβάλλον, αλλά και η κερδοφορία της επιχείρησής του.

Το ζητούμενο σήμερα είναι οπωροκηπευτικά με ομοιομορφία στο μέγεθος και το χρωματισμό, με καλή οσμή, εύγευστα, σε ελκυστική συσκευασία, με καλή διατηρησιμότητα στο ψυγείο, χωρίς υπολείμματα φυτοπροστατευτικών, σε συνδυασμό με προσιτές τιμές. Την απάντηση έρχεται να δώσει η υδροπονία, μια μέθοδος που προσφέρει στους παραγωγούς-επιχειρηματίες τη δυνατότητα να παράγουν ασφαλή προϊόντα υψηλής ποιότητας όλο το χρόνο, πετυχαίνοντας παράλληλα και την απαιτούμενη κερδοφορία.

Πώς όμως αυτό μπορεί να επιτευχθεί όταν το κόστος των εισροών (καύσιμα, σπόροι, λιπάσματα, φυτοπροστατευτικά προϊόντα, εργατικά κλπ) ολοένα αυξάνεται, ενώ οι παραγωγές και η ποιότητα των προϊόντων παραμένουν σταθερές; Βασική προϋπόθεση είναι η μεγάλη διάρκεια συγκομιδής (π.χ. ντομάτα, αγγούρι, πιπεριά, κολοκύθι, φράουλα, φασόλι κ.λπ.) ή οι περισσότεροι καλλιεργητικοί κύκλοι ανά έτος (π.χ. μαρούλι). Η καλή κατασκευή του θερμοκηπίου (σωστός προσανατολισμός, ύψος, παράθυρα οροφής), ο σωστός εξοπλισμός του (δίκτυο θέρμανσης, αρδευτικό σύστημα, κεφαλή υδρόλίπανσης, θερμοκουρτίνες, συστήματα δροσισμού, όργανα ελέγχου κ.λπ.), η αποτελεσματική φυτοπροστασία

(συνεργασία προληπτικών τεχνικών, βιολογικών και χημικών σκευασμάτων), καθώς και η απρόσκοπτη λειτουργία του ριζικού συστήματος είναι οι παράγοντες κλειδιά της φιλοσοφίας αυτής.

Ο οργανισμός Grodan® τα τελευταία 40 χρόνια εφαρμόζει μια επαναστατική μέθοδο στο χώρο των θερμοκηπιακών καλλιεργειών, με την εισαγωγή υδροπονικών συστημάτων σε υποστρώματα πετροβάμβακα και καλλιεργητικών μεθόδων, οι οποίες είναι ανεξάρτητες από το χώμα.

Η λύση υδροπονίας Grodan® αποτελείται από 3 σκέλη:

1. Τη γκάμα των προϊόντων GRODAN® (κύβοι προβλάστησης, κύβοι ανάπτυξης, slabs).
2. Την τεχνολογία διαχείρισης της στρατηγικής άρδευσης-λίπανσης (water management) και της καθοδήγησης των φυτών από το βλαστικό στο αναπαραγωγικό στάδιο και το αντίθετο.
3. Την τεχνική υποστήριξη εφαρμογής της τεχνικής, η οποία βασίζεται στη γνώση χειρισμού 16 καλλιεργειών στο θερμοκήπιο.

Πρώτη ύλη, ένα φυσικό προϊόν

Ο πετροβάμβακας Grodan® είναι ένα φυσικό προϊόν. Η πρώτη ύλη για την παρασκευή του είναι ένα ηφαιστιογενές πέτρωμα (βασάλτης, διαβάσης), το οποίο λιώνει σε υψηλές θερμοκρασίες (1.500-1.600°C) και σε υγρή μορφή (τηγμένο), περνά από ένα περιστρεφόμενο τύμπανο και παίρνει ινώδη μορφή, σαν «μαλλί της γριάς». Με την τεχνολογία της ίνας (fiber engineering) παράγεται όλη η γκάμα των προϊόντων Grodan®.

info

gr

Τι εστίι πετροβάμβακας;

Ανεξάρτητα της χημικής του σύστασης, η οποία είναι παρεμφερής με αυτήν του εδάφους, ο πετροβάμβακας Grodan® είναι, από χημικής άποψης, ένα αδρανές υπόστρωμα και επομένως τα απαραίτητα για τα φυτά θρεπτικά στοιχεία πρέπει να προστίθενται μέσω του αρδευτικού συστήματος. Ακόμη, είναι ένα βιολογικά αδρανές υλικό, αφού η μεγάλη θερμοκρασία επεξεργασίας (1.600°C) συνεπάγεται την αποστείρωσή του και επομένως την απαλλαγή του από παθογόνους και μη οργανισμούς. Η δομή του Grodan® εγγυάται ακρίβεια και σταθερότητα των συνθηκών στο περιβάλλον της ρίζας.

Οι ρίζες των φυτών διαπερνούν εύκολα τον πετροβάμβακα και αναπτύσσονται σε ένα περιβάλλον που ελέγχεται και ρυθμίζεται εύκολα. Στο περιβάλλον αυτό μπορούν με ευκολία να απορροφήσουν το 90% του νερού χωρίς καμιά αντίσταση (αποφυγή κατανάλωσης ενέργειας από το φυτό).

Το νερό και κατ' επέκταση τα θρεπτικά διαλύματα, κατανέμονται ομοιόμορφα (δισδιάστατη κίνηση των διαλυμάτων), σε όλο τον όγκο των υποστρωμάτων. Το νερό που συγκρατείται στον πετροβάμβακα είναι άμεσα διαθέσιμο (σχεδόν όλο) στα φυτά με αποτέλεσμα τη βέλτιστη ανάπτυξη του ριζικού συστήματος. Η περίσσεια του νερού και των θρεπτικών στοιχείων (αυτά που δεν χρησιμοποιούνται από τα φυτά) απορρέουν και μπορούν να ανακυκλωθούν.



Για μια θερμοκηπιακή εκμετάλλευση με θετικό οικονομικό αποτέλεσμα:

1. Έρευνα αγοράς, ώστε να διαπιστωθεί ποια προϊόντα είναι ελκυστικά.
2. Εκπόνηση ενός λεπτομερούς Business Plan.
3. Αξιοποίηση των δυνατοτήτων των νέων επενδυτικών προγραμμάτων.
4. Πιστή τήρηση του χρονοδιαγράμματος της υλοποίησης της επένδυσης και εφαρμογή των πληροφοριών που έχουν σχέση με την παραγωγικότητα.
5. Εφαρμογή υδροπονικής μεθόδου.
6. Αξιοποίηση της ήδη τεχνογνωσίας από ελληνικές εταιρείες συμβούλων.
7. Συνεχής ενημέρωση του παραγωγού σε παραγωγικά θέματα που έχουν σχέση με την καλλιέργειά του.
8. Τυποποίηση των προϊόντων του σε ελκυστικές συσκευασίες.
9. Πιστοποίηση των καλλιεργητικών πρακτικών του.

Τα πλεονεκτήματα στο υπόστρωμα

Η διαδικασία παρασκευής του πετροβάμβακα προσδίδει στο υπόστρωμα τα παρακάτω πλεονεκτήματα:

- Αντοχές σε ακραίες αντιξοες συνθήκες.
- Μικρό όγκο με μεγάλη συγκράτηση του χρησιμοποιούμενου θρεπτικού διαλύματος.
- Ομοιόμορφη κατανομή θρεπτικού διαλύματος (δισδιάστατη κίνηση) σε όλο τον όγκο των υποστρωμάτων.
- Απρόσκοπτη απορρόφηση του θρεπτικού διαλύματος που προσφέρεται από το ριζικό σύστημα του φυτού, με άμεσο αποτέλεσμα τόσο τη βέλτιστη ανάπτυξη, όσο και τη γρήγορη ανάκαμψή τους.
- Καμία κατακράτηση θρεπτικών στοιχείων.
- Εξασφάλιση χώρου αέρα, ώστε να οξυγονώνονται και να μη σαπίζουν οι ρίζες.
- Εύκολη ρύθμιση του pH και της Ηλεκτρικής Αγωγιμότητας (EC) του θρεπτικού διαλύματος.
- Μικρότερη κατανάλωση νερού και λιπασμάτων σε σχέση με το χώμα και με οποιοδήποτε άλλο υπόστρωμα.
- Καλή θερμοχωρητικότητα, ώστε να μην επηρεάζονται εύκολα από τις ακραίες συνθήκες περιβάλλοντος.
- Εξαιρετικά καθαρό και χωρίς ασθένειες ξεκίνημα, καθώς οι συνθήκες παραγωγής (θερμοκρασία 1.500°C) καθιστούν τα υποστρώματα ασφαλή και χωρίς μύκητες, βακτήρια και σπόρους ζιζανίων με αποτέλεσμα να περιορίζονται και οι ανάγκες χρήσης φυτοπροστατευτικών.
- Απόλυτα εύκολος χειρισμός, καθώς επιτρέπουν στον καλλιεργητή να έχει πολύ μεγαλύτερο έλεγχο στην ανάπτυξη της καλλιέργειάς του. Ο καλλιεργητής μπορεί να προσδιορίσει ακριβώς την απαιτούμενη ποσότητα νερού και θρεπτικών στοιχείων.

Η χημική σύνθεση του πετροβάμβακα

Διοξείδιο του πυριτίου (SiO ₂)	47%
Οξείδιο του αλουμινίου (Al ₂ O ₃)	14%
Οξείδιο του τιτανίου (TiO ₂)	1%
Οξείδιο του σιδήρου (FeO)	8%
Οξείδιο του ασβεστίου (CaO)	16%
Οξείδιο του μαγνησίου (MgO)	10%
Οξείδιο του μαγγανίου (MnO)	1%
Οξείδιο του νατρίου (Na ₂ O)	2%
Οξείδιο του καλίου (K ₂ O)	1%



- Εξοικονόμηση νερού και θρεπτικών στοιχείων, καθώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν εκ νέου μετά την απολύμανσή τους.
- Λιγότερα εργατικά.
- Μεγάλη διάρκεια συγκομιδής.
- Υψηλή ποιότητα καρπού.
- Πρωιμότητα.
- Ευχάριστο περιβάλλον εργασίας.
- Δωρεάν συμβουλές υψηλού επιπέδου.
- Εξ ολοκλήρου ανακυκλώσιμα.

Στρατηγική άρδευσης - λίπανσης

Ο βασικός σκοπός ενός καλλιεργητή είναι να κρατά τα φυτά σε φάση ισορροπίας μεταξύ βλαστικής και αναπαραγωγικής φάσης. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με πολλούς τρόπους και έχει άμεση σχέση με τον εξοπλισμό της θερμοκηπιακής μονάδας.

Ένας ακόμη παράγοντας που μπορεί να καθοδηγήσει τα φυτά από το βλαστικό στο αναπαραγωγικό στάδιο και το αντίθετο είναι και οι συνθήκες στο χώρο του ριζικού συστήματος (περιεκτικότητα σε υγρασία, Ηλεκτρική Αγωγιμότητα και Θερμοκρασία). Στα πλαίσια αυτά δημιουργήθηκε το υγρασιόμετρο Grodan, το οποίο αποτελεί απαραίτητο εργαλείο συνοδείας των υποστρωμάτων.

Τεχνική υποστήριξη και υπηρεσίες

Η τεχνική υποστήριξη μέσω του επιστημονικού προσωπικού της εταιρείας DKG, δεν σταματά στην τεχνική της καλλιέργειας (αύξηση της παραγωγής, βελτίωση της ποιότητας, οικονομικό αποτέλεσμα κ.λπ.), αλλά προσπαθεί να δώσει μία ολοκληρωμένη λύση στους παραγωγούς, προωθώντας

την ιδέα της φιλικής προς το περιβάλλον καλλιέργειας (Ολοκληρωμένη Διαχείριση Καλλιέργειας) και την προστασία του καταναλωτή, με την παραγωγή «καθαρών προϊόντων». Επίσης, πληροφορεί τους παραγωγούς για τα τεκταινόμενα σε παγκόσμια κλίμακα.

Οι σύμβουλοι της DKG χρησιμοποιούν την εμπειρία τους για να προσφέρουν στους αγρότες καλλιεργητικές συμβουλές προσαρμοσμένες στις ανάγκες του κάθε καλλιεργητή, μέσω της εμπειρίας και της γνώσης που έχει συσσωρευτεί και ταξινομηθεί από χιλιάδες παραγωγούς σε όλο τον κόσμο.

Εκτός από τις προσωπικές επαφές και επιτόπου επισκέψεις, χρησιμοποιούνται επίσης τα τεχνικά φυλλάδια, τα ενημερωτικά δελτία, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το Διαδίκτυο, τα CD-ROMS, fax και το SMS.

Η Ολοκληρωμένη Τεχνική Υποστήριξη της DKG-GRODAN περιλαμβάνει τα εξής:

- Τεχνικές οδηγίες για την εγκατάσταση και λειτουργία των προϊόντων Grodan® στις διάφορες καλλιέργειες
- Πληροφορίες και οδηγίες για θέματα άρδευσης και λίπανσης
- Παρακολούθηση της καλλιέργειας
- After sale services
- Οργάνωση εκπαιδευτικών ταξιδιών.

*** Προέδρου του DKG Group Ltd και υπευθύνου για την πολιτική Grodan στις χώρες της ΝΑ Μεσογείου και της Βαλκανικής -**

**** Εκτελεστικού Διευθυντή του DKG GROUP Ltd.**



Μια σημαντική παράμετρος

Οι συνθήκες του ριζικού συστήματος καθοδηγούν τα φυτά από το βλαστικό στο αναπαραγωγικό στάδιο.



Οι σύμβουλοι της DKG

Προσφέρουν στους αγρότες καλλιεργητικές συμβουλές προσαρμοσμένες στις ιδιαίτερες ανάγκες τους.

Η μέθοδος Grodan® αποδίδει ήδη καρπούς

Μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία για τη φράουλα

Η καλλιέργεια της φράουλας αποτελεί μία καλλιεργητική δραστηριότητα με παγκόσμιο ενδιαφέρον τόσο σε επίπεδο παραγωγού, όσο και εμπορίου. Η ανησυχία των καταναλωτών για ασφαλή τρόφιμα, η διεθνοποίηση της αγοράς, η απαγόρευση ή περιορισμός στη χρήση απολυμαντικών και φυτοφαρμάκων, η ανησυχία του παραγωγού αλλά και της εφοδιαστικής αλυσίδας για διατήρηση ή αύξηση της κερδοφορίας του, αποτελούν μερικούς από τους λόγους ενδιαφέροντος για τη μετάβαση σε εκτός εδάφους καλλιεργητικές τεχνικές. Η εταιρεία Grodan® δημιούργησε ένα πακέτο για την καλλιέργεια της φράουλας, με μία μέθοδο που μπορεί εύκολα και αποτελεσματικά να εφαρμοστεί τόσο σε θερμοκήπια υψηλής τεχνολογίας, όσο και απλά θερμοκήπια τύπου tunnel.

1. Η λύση Grodan® περιλαμβάνει τα εξής:

- α.** Το κατάλληλο προϊόν, με υψηλής και σταθερής ποιότητας υπόστρωμα πετροβάμβακα (αδρανές υλικό, πρώτη ύλη από διαβάση ή βασάλτη)
- β.** Σχεδιασμό και οδηγίες για την εγκατάσταση του συστήματος, σε μονό ή διπλό επίπεδο καλλιέργειας
- γ.** Τεχνογνωσία και μηχανισμούς ελέγχου της καλλιέργειας
- δ.** Τεχνική υποστήριξη στον παραγωγό, σύμφωνα με το πρωτόκολλο της EUREPGAP για Ορθή Γεωργική Πρακτική
- ε.** Μεταφορά γνώσης και εμπειριών από τη διεθνή πρακτική
- στ.** Δυνατότητα επαφών με το διεθνές εμπόριο.

2. Πλεονεκτήματα για τον παραγωγό

- α.** Ευκολία και ασφάλεια στην παραγωγική διαδικασία
- β.** Δυνατότητα λειτουργίας σύμφωνα με τις αρχές της Ορθής Γεωργικής Πρακτικής, ακολουθώντας τις απαιτήσεις της ΕΕ και των καταναλωτών
- γ.** Αποτελεσματικότερη χρήση σε νερό και λιπάσματα, καθώς και μείωση χρήσης φυτοπροστατευτικών προϊόντων
- δ.** Αύξηση της παραγωγής
- ε.** Βελτίωση της ποιότητας του καρπού, όσον αφορά γεύση, μέγεθος, χρώμα, αλλά και σημαντικούς παράγοντες ποιότητας που αμείβονται από την αγορά όπως:
 - Η διατηρησιμότητα του καρπού μέχρι και 6 ημέρες περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη μέθοδο
 - Η πεποίθηση για τη μη χρήση απολυμαντικών εδάφους.
- στ.** Αποτελεσματικότερη χρήση των εργατικών
- ζ.** Δυνατότητα διάθεσης της παραγωγής, σε περιπτώσεις ομάδων παραγωγών και συνεταιρισμών, στη διεθνή αγορά.

ΑΠΛΑ ΒΗΜΑΤΑ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ



ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Η εμπορική εφαρμογή της μεθόδου Grodan® στη φράουλα, σε χώρες όπως η Κύπρος, η Ιταλία, η Ολλανδία και η Ιαπωνία είναι γεγονός τα τελευταία χρόνια και τα αποτελέσματα είναι θεαματικά.



ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Παράγεται ποιοτική φράουλα με μεγάλη διατηρησιμότητα στο ράφι, ένα ασφαλές προϊόν που καλλιεργείται υπό πλήρως ελεγχόμενες συνθήκες και δίνει τη δυνατότητα επαφών με το διεθνές δίκτυο εμπορίας.



ΤΑ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ

Βελτίωση της ποιότητας του καρπού, σε γεύση, μέγεθος, χρώμα, αλλά και σε σημαντικούς παράγοντες ποιότητας, που αμείβονται από την αγορά, όπως η διατηρησιμότητα του καρπού 6 ημέρες περισσότερο από άλλο προϊόν.

Pioneering the Future



Συνδυάζοντας το Όραμα με την Ηγεσία και την Τεχνολογία με την Καινοτομία, η Haifa έχει καταστεί ταυτόσημη με την εξειδίκευση στα Ειδικά Λιπάσματα, διακινώντας εξαιρετικά προϊόντα.

Εστιάζοντας με πάθος στις ανάγκες και τις επιθυμίες των παραγωγών, η Haifa είναι προσηλλομένη στα οφέλη των υπαλλήλων της, πελατών της, μέλη της κοινότητάς της και το περιβάλλον.

Με πάντα πρωτοποριακές και εμπνευσμένες λύσεις, σε έναν κόσμο που διαρκώς αλλάζει, η Haifa κοιτάζει το μέλλον που θέλει βελτιωμένη θρέψη φυτών, απόδοση εφαρμογών, κέρδος παραγωγής, ευκολία στη χρήση και προστασία του περιβάλλοντος.



Pioneering the Future

www.haifa-group.com



Του Γιώργου Ξένου

Μαγική συνταγή

Μια «πλαστική θάλασσα» δίπλα στη θάλασσα, η Αλμερία παραδίδει μαθήματα καλλιέργειας

Τη συναρπαστική εμπειρία της Αλμερίας έζησαν Έλληνες καλλιεργητές που βρέθηκαν στην Ανδαλουσία για να ανακαλύψουν και να καταρτιστούν στις τάσεις σχετικά με τις θερμοκηπιακές καλλιέργειες. Η Αλμερία με τα 200.000 στρέμμάτα της θεωρείται το κέντρο των θερμοκηπιακών καλλιεργειών της Ευρώπης. Οι κατασκευές είναι απλές και οικονομικές, διαθέτουν μικρό κόστος παραγωγής διότι προμηθεύονται όλα τα εφόδια μέσω των συνεταιρισμών, χρησιμοποιούν αποκλειστικά ποικιλίες που ζητάει η αγορά της κεντρικής Ευρώπης, καθώς το 70% με 80% της παραγωγής διοχετεύεται στις συγκεκριμένες αγορές και η διακίνηση των προϊόντων πραγματοποιείται μέσω των συνεταιρισμών. Στην Αλμερία οι τεχνικές που εφαρμόζονται είναι ό,τι πιο σύγχρονο υπάρχει στις θερμοκηπιακές καλλιέργειες και συντίθως μεταλαμπαδεύονται μετά από αρκετά χρόνια στις υπόλοιπες χώρες. Η καλλιέργεια γίνεται στο χώμα και μία χαρακτηριστική ποικιλία είναι η Pitensa X Maxifort (IX1). Οι αποστάσεις φύτευσης είναι 0,5 μ. x 3 μ., η πυκνότητα 1,3 ανά τετραγωνικό, η άρδευση είναι στάγδην και εφαρμόζεται σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης τα τελευταία χρόνια. Κάποια από τα μυστικά που συντελούν στο επι-



τυχημένο παράδειγμα των θερμοκηπιών της περιοχής είναι: Η υποστήριξη των φυτών με χρήση roller hooks, clips και clusters, η χρήση μέσων ανύψωσης για το κατέβασμα των φυτών, η συγκομιδή 6 με 7 καρπών ανά τσαμπί, η ηλιοαπολύμανση του εδάφους κάθε 3 χρόνια, η χρήση κοπριάς για τον εμπλουτισμό της οργανικής ουσίας του εδάφους, η θέρμανση θερμοκηπίου μόνο εφόσον η θερμοκρασία πέσει κάτω από 4°C, η αποφυλλωση 2 γυμνών σταυρών (διότι έχει εγκατασταθεί καλά το Nesidiocoris για την αντιμετώπιση του αλευρώδη), τα πλαϊνά ανοίγματα για τον αερισμό του θερμοκηπίου και η διαχείριση των υπολειμμάτων καλλιέργειας από γεωργικό συνεταιρισμό για την κομποστοποίησή τους.



Από το χωράφι απευθείας στο συνεταιρισμό

Το σύνολο της παραγωγής στην Αλμερία διατίθεται σε τοπικούς γεωργικούς συνεταιρισμούς προς μεταπώληση στην εγχώρια και βορειοευρωπαϊκή αγορά. Κάθε συνεταιρισμός διαχειρίζεται κηπευτικά και φρούτα, τα οποία καλλιεργούνται σε έκταση περίπου 20.000 στρεμμάτων.



Οικογενειακή υπόθεση

Στο μέσο θερμοκήπιο καλλιέργειας ντομάτας έκτασης 12 στρεμμάτων συνήθως απασχολούνται ο παραγωγός, η σύζυγος και ένας εργάτης.

Τώρα Torry!

Ποιότητα!
Παραγωγή!
Ανοχή (TY, N)



Torry

syngenta.

TORRY F1: Αναρριχώμενη τομάτα με πολύ καλή καρπόδεση και υψηλό δυναμικό παραγωγής για φθινοπωρινές και ανοιξιάτικες καλλιέργειες. Καρποί υψηλής ποιότητας 250-290 γρ. με ομοιόμορφο σχήμα και έντονο κόκκινο χρώμα.

ANOXES HR: Ff: 0-5 / Fol: 1, 2 / ToMV: 0-2 / V / TMV: 0 / TSWV: T0 • IR: TYLCV, N

www.syngenta.gr

Του Πέτρου Αλεξανδρή

Εμπορικές Εκθέσεις, το βαρόμετρο της αγοράς

Κανάλια προώθησης: Το ήμισυ του παντός για την επιτυχία μιας αγροτικής επιχείρησης

Η επιτυχία μιας επιχείρησης εξαρτάται κατά μεγάλο ποσοστό από το είδος των καναλιών που επιλέγει για την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρει, καθώς και από την ποιότητα της επικοινωνίας της με την αγορά στόχο.

Η παλιά «συνταγή», που ακούει στο όνομα εμπορική έκθεση, κατέχει αδιαφιλονίκητα την πρώτη θέση στην «πρόσωπο με πρόσωπο» επαφή, γιατί εγγυάται την τροφοδότηση και ανατροφοδότηση των εμπλεκόμενων εκθετών με νέες ιδέες και πρακτικές. Αυτός ακριβώς είναι και ο λόγος που ο γνωστός ισχυρισμός: «επιχείρηση που παραιτείται από τις εκθέσεις, στην πράξη υποθηκεύει το μέλλον της», επαληθεύεται καθημερινά στο χώρο της επιχειρηματικής επικοινωνίας.

Η συμμετοχή σε μια Εμπορική Έκθεση, οργανικά ενταγμένη στο μείγμα επικοινωνίας της επιχείρησης, διαφοροποιείται από τις παραμέτρους διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις, λόγω της αμεσότητας της επαφής με τον επισκέπτη και της ζωντανής διερεύνησης του ανταγωνισμού με σχετικά μικρό κόστος. Η συμμετοχή, ωστόσο, αποτελεί περίπλοκη και χρονοβόρα διαδικασία και συνεπάγεται κόστος

για την επιχείρηση, γι' αυτό και η οργάνωσή της προϋποθέτει μεθοδική προετοιμασία.

Εμπορικές Εκθέσεις και επιχείρηση

Οι εμπορικές εκθέσεις διαφοροποιούνται από τα άλλα μέσα επικοινωνίας και οφείλουν τη δυνα-

μική τους στο γεγονός ότι συνδυάζουν απόλυτα την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή (face to face) με τη μαζική επικοινωνία (διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις), με αποτέλεσμα να υπηρετούν κατά τον καλύτερο τρόπο τους στόχους συμμετεχόντων, εκθετών και επισκεπτών.

Η απόφαση μιας επιχείρησης να περιλάβει τις εμπορικές εκθέσεις στην επικοινωνιακή της στρατηγική (Communications Strategy) εξαρτάται από:

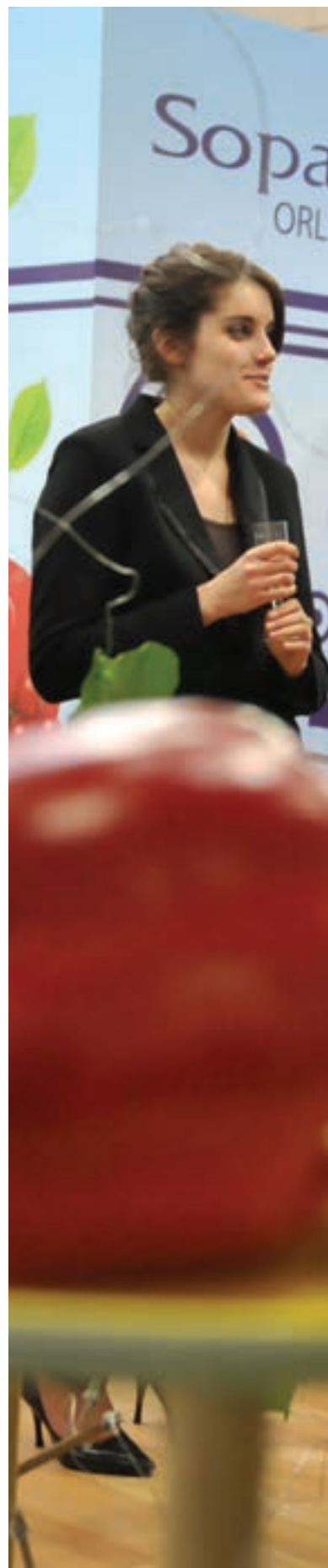
- Την εκθεσιοφιλία του κλάδου στον οποίο ανήκει, η οποία προσδιορίζεται από το είδος των προϊόντων ή των υπηρεσιών και των καναλιών προώθησης που χρησιμοποιούνται
- Την συμπεριφορά των ανταγωνιστών της στην προώθηση των συμφερόντων τους
- Την οργάνωσή της και

την οργανωτική δομή της.

Εκθέσεις Βαρόμετρο

Με τα σημερινά δεδομένα οι Εκθέσεις μπορούν να παραλληλιστούν με το βαρόμετρο. Όπως αυτό δεν είναι αρκετό για την πρόγνωση του καιρού, είναι όμως απόλυτα απαραίτητο για τον μετεωρολόγο, έτσι και οι εκθέσεις, ενώ δεν είναι ικανές να δώσουν απάντηση σε όλα τα προβλήματα μιας επιχείρησης, είναι όμως αναντικατάστατες στην επικοινωνία με την αγορά. Ακριβώς γι' αυτό στην κρίσιμη φάση της απόφασης για συμμετοχή, η επιχείρηση οφείλει να συνεκτιμήσει το όχι ευκαταφρόνητο κόστος της μη συμμετοχής, όπως αυτή θα ερμηνευτεί από ανταγωνιστές και εν δυνάμει πελάτες.

Η αντίληψη ότι οι μικρές επιχειρήσεις δεν έχουν λόγο να παίρνουν μέρος στις εκθέσεις είναι λαθεμένη, αφού αποδεδειγμένα οι εκθέσεις έχουν την ικανότητα να μετριάσουν τις διαφορές του μεγέθους, προς όφελος των μικρότερων μονάδων. Τέλος, να σημειωθεί ότι το σημαντικό στοιχείο για τις μικρές επιχειρήσεις είναι η ωριμότητα των προϊόντων τους και το επίπεδο της οργάνωσης που διαθέτουν.





ΠΡΟΣΦΟΡΑ-ΖΗΤΗΣΗ

Εμπορική Έκθεση (Trade Fair) είναι η μικρής χρονικής διάρκειας (π.χ. AGROTICA), κατά κανόνα στον ίδιο τόπο και περιοδικά επαναλαμβανόμενη, συνάντηση μεταξύ «προσφοράς και ζήτησης», κατά την οποία οι επιχειρήσεις (εκθέτες/exhibitors) με τη βοήθεια δειγμάτων (εκθέματα/exhibits), επιδιώκουν την προβολή της εταιρικής τους ταυτότητας (corporate identity), την ανάπτυξη επιχειρηματικών επαφών (contacts) με τους εμπορικούς επισκέπτες (trade visitors) και τη συλλογή πληροφοριών αγοράς (marketing information).

Από πλευράς τυπολογίας οι εκθέσεις μπορούν να ταξινομηθούν ανάλογα με:

- Τον τόπο διοργάνωσης, σε εσωτερικού και εξωτερικού
- Τη συχνότητα, σε ετήσιες, εποχικές κ.λπ.
- Τον χαρακτήρα, σε καταναλωτικές, επενδύσεων, τεχνολογίας κ.ά
- Το είδος, σε πραγματικές ή εικονικές
- Το διαμέτρημα, σε διεθνείς, εθνικές, περιφερειακές και τοπικές
- Τον κλάδο, σε γενικές (των οποίων ο ρόλος έχει πλέον απαξιωθεί), περισσότερων κλάδων και αμιγώς κλαδικές.



Του Νίκου Κατσένιου

Το branding δίνει υπεραξία

Η συνεισφορά του επώνυμου προϊόντος στην ανάπτυξη της αγροτικής οικονομίας

Η καθιέρωση ενός προϊόντος στο καταναλωτικό κοινό, μέσα από την «επωνυμία» του, αποτελεί ένα μέσο διαφοροποίησης ανάμεσα στα προϊόντα της ευρύτερης αγοράς, το οποίο διευκολύνει τον καταναλωτή να κάνει μια συνειδητή επιλογή κάθε φορά που αγοράζει ένα προϊόν. Η επωνυμία όμως, εκτός από πολυπόθητος στόχος για κάθε υγιή επιχείρηση, αποτελεί και μοχλό ανάπτυξης της οικονομίας, όπως αποδεικνύεται από πρόσφατη μελέτη.

Επώνυμα είναι τα προϊόντα που 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, τη μάρκα. Με άλλα λόγια είναι τα προϊόντα, τα οποία επιδιώκουν με διάφορες ενέργειες να δημιουργήσουν επώνυμη ζήτηση γι' αυτά από τους καταναλωτές. Η επωνυμία στα αγροτικά προϊόντα γίνεται διακριτή μέσα από την πιστοποίηση και έχει διάφορες μορφές, είτε μέσω χαρακτηρισμού ως ΠΟΠ, ΠΓΕ κλπ, είτε μέσω της χρήσης τοπωνυμίων.

Όμως στη συνειδηση των καταναλωτών ο ρόλος των επώνυμων προϊόντων δεν είναι και τόσο ξεκάθαρος, αφού διατυπώνονται ποικίλες απόψεις. Γύρω από τα επώνυμα προϊόντα υπάρχουν πολλοί μύθοι, όπως το ότι είναι ακριβά, επιβαρύνουν τους καταναλωτές με δαπάνες προώθησης και διαφήμισης κ.λπ. Όμως η φημολογία αυτή δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και αδικεί τον ουσιαστικό ρόλο τους στην οικονομία. Ο πρώτος ρόλος των επώνυμων προϊόντων είναι η προστασία του καταναλωτή. Τα επώνυμα προϊόντα έχοντας ταυτότητα δίνουν τη δυνατότητα στον καταναλωτή να επιλέγει και να συγκρίνει προϊόντα που έχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Έτσι μπορεί να διαμορφώσει συγκεκριμένες προτιμήσεις και να συγκρίνει ανάμεσα στα προϊόντα ή στα καταστήματα. Είναι αυτονόητο ότι οι εταιρείες δεν μπορούν να κάνουν συμβιβασμούς στην ποιότητα των προϊόντων τους, αφού η οποιαδήποτε δυσαρέσκεια θα αντικατοπτριστεί στην εικόνα της μάρκας και θα επιδράσει αρνητικά τις πωλήσεις.

Επιπλέον έχει βρεθεί πως τα επώνυμα διευκολύνουν την καινοτομία, διότι δίνουν τη δυνατότητα στις εταιρείες να βγάλουν νέα προϊόντα στην αγορά έχοντας καλές πιθανότητες να πετύχουν, αφού οι καταναλωτές που έχουν εμπιστοσύνη στην μάρκα είναι πρόθυμοι να τα δοκιμάσουν. Επίσης τα επώνυμα προϊόντα λόγω του ανταγωνισμού, βοηθούν στη βελτίωση της σχέσης ποιότητας/τιμής και συγκρατούν τις τιμές σε φυσιολογικά επίπεδα. Τέλος, παρέχουν μια ευρύτερη συνεισφορά στην οικονομική δραστηριότητα και ανάπτυξη διαφόρων περιοχών.

Πώς όμως ένα επώνυμο προϊόν μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη της οικονομίας; Η απάντηση βρίσκεται στην ανταγωνιστικότητα και το μάρκετινγκ. Ο ανταγωνισμός επιβάλλει συνεχή έρευνα και ανάπτυξη τόσο για νέα προϊόντα, όσο και για διαδικασίες που αυξάνουν την παραγωγικότητα και μειώνουν το κόστος. Οι διαδικασίες αυτές αποτελούν τομέα αύξησης της απασχόλησης και του οικονομικού αποτελέσματος της δραστηριότητας αυτής. Επιπλέον, όλο το κύκλωμα για τη δημιουργία, την εισαγωγή και την προώθηση των επώνυμων προϊόντων στην αγορά αποτελεί σημαντικό τομέα απασχόλησης.

Βέβαια, η κατάσταση στην αγορά των επώνυμων προϊόντων, εκτός από ορισμένα πλεονεκτήματα, έχει και ορισμένες πολύ καθοριστικές ιδιομορφίες. Για παράδειγμα, ενώ οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν ένα επιπλέον ποσό αν θεωρούν ότι η ποιότητα του προϊόντος είναι καλύτερη, μια πιθανή αλλαγή στην ποιότητα επηρεάζει περισσότερο το μερίδιο αγοράς απ' ό,τι η αλλαγή τιμής. Επίσης, η φήμη που επιτρέπει σε έναν κατασκευαστή να «περνά το μήνυμά του» σχετικά με τη «βελτίωση στην ποιότητα» είναι πολύ σημαντική, ωστόσο επιχειρήσεις με υψηλό μερίδιο αγοράς, που όμως δεν διαθέτουν ισχυρή φήμη, κινδυνεύουν περισσότερο να χάσουν μερίδιο.





fraoulabest

Τριπλήσια παραγωγή

Εξαιρετικό άρωμα

Υπέροχη γεύση

Διπλήσια διατηρησιμότητα καρπού

Πρόσβλη επιχειρηματικότητα



DKG Group Ιουστινιανού 5 B, 551 34 Καλαμπόκη, Θεσσαλονίκη, T 2310 488 915, F 2310 488 916, E welcome@dkgroup.com, W www.dkgroup.com

Του Γιώργου Ξένου

Πώς χτίζεται μια σχέση απ' το χωράφι στο ράφι

Φορείς διαχείρισης φήμης, ένα ανερχόμενο κομμάτι του marketing
Τα ενδιαφέροντα παραδείγματα του CRETACERT και του GreenClub

Το 55% της οικονομικής αξίας που δίνει η αγορά σε μια επιχείρηση αποτελείται από άυλα στοιχεία όπως τις γνώσεις (know-how), τις επωνυμίες (trade names - brands), τις σχέσεις (relationships) και τη φήμη (reputation), σύμφωνα με τον καθηγητή της Stern School of Business του Πανεπιστημίου της Νέας Υόρκης, Charles Fombrun. «Η φήμη είναι το πιο πολύτιμο κεφάλαιο ενός οργανισμού».

Οι σχετικές έρευνες που έχουν γίνει, έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές στην Ευρώπη και την Αμερική απαιτούν από έναν οργανισμό ποιότητα, αξιοπιστία, κοινωνικό πρόσωπο, ήθος, τιμιότητα, ανταγωνιστικότητα, επιτυχή οικονομική πορεία και προστασία του περιβάλλοντος. Στην Ελλάδα στον αγροτικό χώρο έχουν κάνει δειλά την παρουσία τους δύο φορείς διαχείρισης φήμης -ο CretaCert και το GreenClub.

Η διαχείριση της φήμης έχει δύο όψεις: Από τη μία είναι επένδυση, μια ευκαιρία δηλαδή για να «χτιστεί» οικονομική αξία, και από την άλλη, είναι ένα απόθεμα, μια δικλίδας ασφαλείας για την περίπτωση όπου ο οργανισμός χάνει από την αξία του.

Η καλή εταιρική φήμη βρίσκεται στο επίκεντρο αυτών που αποκαλούνται άυλα περιουσιακά στοιχεία και εξαρτάται από το σεβασμό, την αναγνώριση και την εμπιστοσύνη των πελατών, προμηθευτών και εν γένει των εμπλεκόμενων (stakeholders) προς κάποια επιχείρηση.

Δημόσιες Σχέσεις

Σύμφωνα με τον ορισμό που διατυπώθηκε το 1994 σε παγκόσμιο συνέδριο, «Δη-

CRETACERT, με τη σφραγίδα της Κρήτης

Η Κρήτη είναι ένας ευλογημένος τόπος. Το ανάγλυφό της, η θάλασσα και η άφθονη ηλιοφάνεια, της έχουν προσδώσει ιδιότητες μοναδικές. Στον τόπο αυτό παράγονται εδώ και εκατοντάδες χρόνια αγροτικά προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας. Με το σκεπτικό ότι η βάση της είναι τα φρούτα και λαχανικά, αυτό αποτελεί μεγάλο εμπορικό πλεονέκτημα στην αγορά για τα κρητικά αγροτικά προϊόντα. Αυτή τη χρονική περίοδο, η αγορά έχει αποδεχτεί ένα Φορέα Διαχείρισης της Φήμης της Υψηλής Ποιότητας Κρητικών Προϊόντων – τον CretaCert. Ένα Φορέα που προσπαθεί να θέσει τους

κανόνες για το ποια προϊόντα είναι αυτής της κατηγορίας, με ποιές συσκευασίες θα πρέπει να κυκλοφορούν και να βρει τρόπους (μέσω του σήματός του) να δώσει αναγνωρισιμότητα στα συγκεκριμένα προϊόντα.





GREEN CLUB, ένα πείραμα που δίνει υπεραξία

Τα στελέχη της DKG GROUP Ltd, η οποία υποστηρίζει τα μέλη του Grodan Club σε τεχνικά ζητήματα (συνταγές θρέψης, επισκέψεις κ.λπ.), στα τέλη του 2007 μαζί με επιλεγμένους παραγωγούς δημιούργησαν το Green Club, ένα Δίκτυο Επιχειρήσεων Παραγωγής Πιστοποιημένων Υδροπονικών Θερμοκηπιακών Προϊόντων και σχεδίασαν ένα συλλογικό σήμα ποιότητας.

Το Δίκτυο Επιχειρήσεων Παραγωγής Πιστοποιημένων Υδροπονικών Θερμοκηπιακών Προϊόντων έχει το διακριτικό τίτλο: THE GREEN CLUB και ως μότο το «Επιστροφή στη γεύση!!!». Σήμερα αποτελείται από 22 παραγωγούς (από όλη την Ελλάδα), που εκπροσωπούν 320 στρέμματα συνολικά, με στόχο τη διαχείριση της φήμης των κηπευτικών προϊόντων που παράγονται με τη μέθοδο της υδροπονίας μέσα σε θερμοκήπιο, όλο το χρόνο, εφαρμόζουν τις αρχές της Ολοκληρωμένης Καταπολέμησης Εχθρών (IPM), είναι πιστοποιημένοι με τις αρχές της Ολοκληρωμένης Γεωργικής Διαχείρισης, σύμφωνα με αναγνωρισμένα πρότυπα ή πρωτόκολλα και τα προϊόντα τους, για να επιτευχθεί η αναγνώρισή τους, σημαίνονται με ειδικό σήμα.

μόσιες Σχέσεις είναι η διαχείριση της φήμης σαν αποτέλεσμα των πράξεων, των μηνυμάτων και της αντίληψης των άλλων για αυτά».

Τα διάφορα Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων παίζουν σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια ενός οργανισμού να προβληθεί ευρέως και να δημιουργήσει θετική εικόνα γύρω από αυτόν.

Οι Δημόσιες Σχέσεις διαφέρουν από τη διαφήμιση, στο ότι βασίζονται στη δημοσιότητα η οποία αποκτάται χωρίς αμοιβή. Βέβαια, σε μία επιχείρηση αναλώνονται πόροι χρηματικοί και μη για την αύξηση της δημοσιότητας, αλλά η ενέργεια αυτή διαφέρει σημαντικά από τη διαφήμιση.

Κύρια εργαλεία των δημοσίων σχέσεων αποτελούν τα Δελτία Τύπου, οι τηλεφωνικές γραμμές εξυπηρέτησης, οι ιστοσελίδες, οι εταιρικές χορηγίες και το Lobbying.

Διαχείριση Κρίσεων

Όταν ένας οργανισμός βιώνει μια κρίση, αυτό μπορεί να σημαίνει θύματα, επιβάρυνση του περιβάλλοντος, οικονομική ζημιά, εκρηκτική αρνητική δημοσιότητα με αποτέλεσμα στις περισσότερες περιπτώσεις την καταρράκωση της φήμης του.

Πλήττεται κυρίως η αξιοπιστία και το κύρος του, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται κραδασμοί στον ενθουσιασμό, την πίστη και την απόδοση των υπαλλήλων της, δυσπιστία και επιφυλακτικότητα στον καταναλωτή, έλλειψη επενδυτικής ασφάλειας στον επενδυτή.

Τα αποτελέσματα θα φανούν στις πωλήσεις τους. Όσο μεγαλύτερες είναι οι συνέπειες μιας κρίσης, τόσο μεγαλώνει και η επικοινωνιακή επένδυση που πρέπει να ακολουθήσει ο οργανισμός προκειμένου να ανακτήσει τη χαμένη του αίγλη και αξιοπιστία. Πολλοί υποστηρίζουν ότι μια κρίση είναι μια ευκαιρία για τον οργανισμό, αφενός, να βελτιωθεί ακόμα περισσότερο και, αφετέρου να ενισχύσει το κύρος και τη σοβαρότητά της στην αγορά. Είναι μια ευκαιρία, είναι όμως και δοκιμασία.

Με δεδομένο ότι ο τομέας των αγροτικών προϊόντων της Ελλάδας αποτελεί ένα εθνικό θησαυρό, η δημιουργία και άλλων Φορέων Διαχείρισης Φήμης θα συμβάλλει αποτελεσματικά στην ανάπτυξη ισχυρών brand names, τη διαφύλαξη του κύρους του ονόματος της Ελλάδας ως τόπου παραγωγής προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας και την αποτελεσματικότερη διαχείριση των πιθανών επερχόμενων κρίσεων.



Η νέα επιχειρηματικότητα απαιτεί αλλαγή προσανατολισμού από την παραγωγή στην αγορά.



ΝΕΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΣΤΙΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ

➤ Αυξημένη αποδοτικότητα, αλήθαι και ασφάλεια απαιτούν στις μέρες μας οι επιχειρήσεις της αλυσίδας των τροφίμων. Η κάλυψη των απαιτήσεων αυτών, όμως, αποτελεί και τη βασική προϋπόθεση για την επιτυχία τους.

Από τη δεκαετία του 1990 και μετά, στην παγκόσμια οικονομία επικρατούν η μείωση του προστατευτισμού στην κίνηση προϊόντων, η απελευθέρωση στην κίνηση κεφαλαίων και οι νέες τεχνολογίες. Η παγκόσμια οικονομία διανύει τα τελευταία χρόνια μία περίοδο μετάβασης από την εποχή της παραγωγής στην εποχή της κοινωνίας της πληροφορίας. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν κυρίως την υποδομή του διαδικτύου για την ανταλλαγή πληροφοριών και τη συμμετοχή στη διαδικασία του ηλεκτρονικού εμπορίου, είτε σε συναλλαγές με καταναλωτές είτε σε συναλλαγές με επιχειρήσεις. Στο σύγχρονο αυτό «ηλεκτρονικό επιχειρηματικό περιβάλλον» οι συμμαχίες εταιρειών, οι συγχωνεύσεις και οι εξαγορές ανοίγουν το δρόμο για τη δημιουργία ισχυρότερων ομίλων που διαθέτουν το απαραίτητο σχήμα και μέγεθος για την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των αλλαγών στο περιβάλλον. Στόχος όλων είναι οι εφοδιαστικές αλυσίδες να αποβάλουν όλες τις δραστηριότητες που δεν δημιουργούν προστιθέμενη αξία (add value), να

γίνουν δηλαδή περισσότερο ευέλικτες, προκειμένου να περιοριστούν περαιτέρω τα κόστη.

Οι «παλιές» επιχειρήσεις είχαν στόχο να μεγιστοποιήσουν τον όγκο παραγωγής τους, θεωρώντας ότι το κόστος ήταν πιο σημαντικό από την ποιότητα. Αυτό όμως σήμερα αλλάζει. Οι επιχειρήσεις αυτές έδιναν έμφαση στον άριστο σχεδιασμό των διαφόρων λειτουργιών και η ανταλλαγή πληροφοριών είχε περιορισμένη έκταση.

Ωστόσο, σήμερα η νέα οικονομική πραγματικότητα επιβάλλει την ανάγκη για ευρύτερη εφαρμογή πρακτικών που ενισχύουν τη λειτουργία των αλυσίδων εφοδιασμού. Οι συγκεκριμένες ανάγκες που οδηγούν προς τη κατεύθυνση αυτή είναι:

- Ο καταμερισμός της αγοράς, λόγω της διαφοροποίησης των προϊόντων αλλά και εξαιτίας της μείωσης του κύκλου ζωής τους.
- Η ανταπόκριση στις επιθυμίες του καταναλωτή σχετικά με την ποιότητα, την αειφορία, την ασφάλεια των τροφίμων, την υγιεινή καθώς και την ευημερία των ζώων.
- Η ανάγκη μείωσης του κόστους λειτουργίας

της αλυσίδας εφοδιασμού, κάτι που επιβάλλει τη βελτίωση της αποδοτικότητας, μείωση χρόνου διακίνησης και απαιτούμενων αποθεμάτων.

” Από την παραγωγή στην αγορά δείχνει η σύγχρονη πυξίδα της επιτυχίας

Τα πλεονεκτήματα

Οι λόγοι για τους οποίους θα έπρεπε να υιοθετηθεί ένα πρόγραμμα διαχείρισης της αλυσίδας εφοδιασμού περιληπτικά είναι οι εξής:

- βελτίωση της απόδοσης στη λειτουργία της αλυσίδας
- βελτίωση της αποδοτικότητας στην αλυσίδα
- επίτευξη καλύτερης επικοινωνίας και τέλος
- καλύτερη τοποθέτηση στη διεθνή αγορά.

ΑΠ' ΤΟ ΧΩΡΑΦΙ...
Στο Ράφι

ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΟΣ **ΤΕΥΧΟΣ 22** ΙΟΥΝΙΟΣ 2012

ΑΦΙΕΡΩΜΑ:
► **ΕΠΩΝΥΜΕΣ
ΜΠΥΡΕΣ**



Έντονος ανταγωνισμός και αυξημένη συγκέντρωση επικρατούν στον κλάδο

Βγαίνει στον αφρό Μπίρα αντί κρίσης

Δυνατό σημείο του κλάδου της ζυθοποιίας θεωρείται η ύπαρξη ισχυρών επιχειρηματικών σχημάτων με γνωστά εμπορικά σήματα, ενώ από πλευράς προϊόντος βοηθά η χαμηλότερη τιμή σε σχέση με άλλα οινοπνευματώδη

Από υψηλή αυτάρκεια σε ποσοστό 87% - 90% χαρακτηρίζεται η ελληνική αγορά μπίρας, γεγονός που καταδεικνύει ότι οι εισαγωγές περιορίζονται περίπου στο 10% και η εγχώρια παραγωγή καλύπτει σε πολύ μεγάλο βαθμό τη ζήτηση.

Όπως αποδεικνύεται από κλαδική μελέτη της Icar, ο έντονος ανταγωνισμός και η αυξημένη συγκέντρωση χαρακτηρίζουν την αγορά μπίρας στην Ελλάδα. Στον παραγωγικό τομέα επικεφαλής βρίσκονται οι δύο μεγαλύτερες ζυθοβιομηχανίες, Αθηναϊκή Ζυθοποιία και Μύθος, οι οποίες παράγουν, εισάγουν και διακινούν ισχυρά εμπορικά σήματα.

Την ίδια ώρα, η «σαναλωμένη» Φιξ κατάφερε να υπερδιπλασιάσει το μερίδιο αγοράς της το 2011 που πλέον ανέρχεται στο 7% από περίπου 3% το 2010, ενώ ο στόχος για φέτος είναι ο αριθμός αυτός να φτάσει το 10% και να «κλειδώσει» παράλληλα και την τρίτη θέση στον κλάδο.

Στο χώρο δραστηριοποιούνται επίσης και αρκετές εισαγωγικές εταιρείες του ευρύτερου κλάδου των ποτών και ειδών διατροφής, ενώ τα τελευταία χρόνια αισθητή είναι η είσοδος κάποιων νέων επιχειρήσεων με χαρακτηριστικά μικρο-ζυθοποιίας.

Γεγονός είναι πάντως ότι η αγορά της

μπίρας, σαφώς επηρεασμένη από την τρέχουσα οικονομική κατάσταση, εμφανίζει πτωτικές τάσεις και αναμένεται να παρουσιάσει περαιτέρω απώλειες το τρέχον εμπορικό έτος αλλά και το 2013.

Ενδεικτικό είναι ότι το 2011 παρατηρήθηκε μία γενικότερη καθίζηση στην αγορά της μπίρας της τάξεως του 10%, ενώ στην κρίση αγορά (εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες κ.ά.) η πτώ-

Γεγονός είναι πάντως ότι η αγορά μπίρας θα παρουσιάσει απώλειες λόγω κρίσης

ση άγγιξε, σύμφωνα με εκτιμήσεις, το 15%. Παρόσο, το μονοψήφιο ποσοστό πτώσης στη ζεστή αγορά (σούπερ μάρκετ κ.ά. σε ποσοστό 5% - 6%) και η μικρή άνοδος στην τουριστική αγορά αντιστάθμισαν το γενικότερο ποσοστό της πτώσης στην αγορά.

Σημαντικό παράγοντα στην εξέλιξη της αγοράς αποτελεί πάντως και η αύξηση της φορολογίας στα αλκοολούχα ποτά,

που έχει επηρεάσει συνολικά την κατανάλωση αλκοόλ.

Κατά τη διάρκεια του 2010-2011 ο ειδικός φόρος κατανάλωσης στην μπίρα αυξήθηκε 100% μέσα σε χρονικό διάστημα 6 μηνών, κατατάσσοντας πλέον την Ελλάδα ανάμεσα στις χώρες της Ε.Ε. με τον υψηλότερο συντελεστή ΕΦΚ στην μπίρα (μεγαλύτερο φόρο έχουν μόνο οι Σκανδιναβικές χώρες και η Ολλανδία).

Η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση μπίρας παρουσίασε διακυμάνσεις την περίοδο 2000-2010, με τον μέσο ετήσιο ρυθμό να διαμορφώνεται σε -0,9%. Παρόσο, την τελευταία διετία μόνο, η κατανάλωση μπίρας υποχώρησε με μέσο ετήσιο ρυθμό της τάξης του 4%-5%.

Από επιχειρηματικής πλευράς, δυνατό σημείο του κλάδου είναι κατ' αρχήν η ύπαρξη ισχυρών επιχειρηματικών σχημάτων με γνωστά και καθιερωμένα εμπορικά σήματα και μεγάλη ποικιλία προϊόντων. Επίσης, δυνατό σημείο από πλευράς προϊόντος θεωρείται η χαμηλότερη τιμή της μπίρας σε σχέση με τα ανταγωνιστικά οινοπνευματώδη ποτά, όπως και η πληθώρα τελικών σημείων πώλησης, με «εύκολη» πρόσβαση για τους καταναλωτές. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, οι πωλήσεις ζύθου στη ζεστή αγορά (κυρίως μικρά και μεγάλα σούπερ μάρκετ σε





Μπαίνουν σε νέες αγορές

Σημαντικές εξελίξεις

σημειώνονται στην αγορά της μπίρας το τελευταίο διάστημα σε επιχειρηματικό επίπεδο, καθώς οι ζυθοποιίες αναζητούν εναλλακτικές λύσεις ως απόρροια των πιέσεων που δέχονται από τη γενικότερη οικονομική κρίση. Έτσι, λοιπόν, εκτός από την εξαγωγική δραστηριότητα που ήδη έχει ξεκινήσει η Ολυμπιακή Ζυθοποιία από τις αρχές του 2011 με στόχο τις 15 συναλικά αγορές του εξωτερικού για το 2012, αλλά και την είσοδο της Ζυθοποιίας Μακεδονίας - Θράκης, στην τουρκική αγορά, οι ζυθοποιίες έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον για την παραγωγή

ολόκληρη την χώρα), εκτιμάται ότι δεν επηρεάστηκαν ιδιαίτερα κυρίως εξαιτίας της στροφής των καταναλωτών από τα πανάκριβα πλέον εισαγόμενα αλκοολούχα ποτά στην πολύ φθηνότερη επώνυμη ελληνική μπίρα. Αντίθετα, η κρύα αγορά (εστιατόρια, περίπτερα, καφεενεία κ.λπ.) που διαθέτει τουλάχιστον πενταπλάσια σημεία πώλησης, είχε σημαντική μείωση εξαιτίας της συρρίκνωσης της κατανα-



λωτικής δαπάνης και τον περιορισμό του φαγητού έξω από το σπίτι. Η εγχώρια κατά κεφαλήν κατανάλωση μπίρας χαρακτηρίζεται από πτωτικές τάσεις, καθώς το 2011 άγγιξε τα 32 λίτρα ετησίως έναντι 38 λίτρων στην προ κρίσης εποχή και 65 - 70 λίτρων που είναι ο ευρωπαϊκός μέσος όρος. Συγκριτικά, το 2008 η κατά κεφαλήν κατανάλωση μπίρας κυμάνθηκε στα 40 περίπου λίτρα και το 2010 μειώθηκε σε 37 λίτρα. Σε ό,τι αφορά τη συνολική κατανάλωση μπίρας στην Ελλάδα η Διοίκηση της «Αθηναικής Ζυθοποιίας», υπολογίζει πως το 2011 περιορίστηκε σε 3.618.000 εκατόλιτρα.

μη αλκοολούχων ποτών, κάτι που μέχρι σήμερα δεν ήταν εφικτό, βάσει της νομοθεσίας. Καθώς όμως δόθηκε το πράσινο φως στα ζυθοποιεία για την παραγωγή και εμφιάλωση μη αλκοολούχων ποτών, αλλά και νερού από τις ίδιες γραμμές παραγωγής με αυτές που χρησιμοποιούν για την παραγωγή μπίρας, αναμένεται μεγαλύτερος ανταγωνισμός ανάμεσα στις ζυθοποιίες και στις εταιρείες παραγωγής μη αλκοολούχων ποτών.



«Κερνάει» συμβολαιακή η Αθηναϊκή Ζυθοποιία

ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ του Έλληνα αγρότη «κερνάει» τον καταναλωτή η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η οποία προχωράει με ταχείς ρυθμούς ώστε μέχρι το 2014 το σύνολο των περισσότερων εγχώρια παραγόμενων προϊόντων της -Amstel, Άλφα, ΒΙΟΣ 5 αλλά και Heineken- να καλύπτονται στο 100% από ελληνική πρώτη ύλη, από ελληνικό κριθάρι, στο πλαίσιο του προγράμματος συμβολαιακής γεωργίας. Το εν λόγω πρόγραμμα για την προμήθεια κριθαριού από Έλληνες παραγωγούς είναι βασική επιδίωξη στο στόχο για κατετοποίηση της παραγωγής. Από το 2008 που άρχισε το πρόγραμμα, μέχρι σήμερα, η εταιρεία έχει συνολικά προμηθευτεί περίπου 50.000 τόνους ελληνικού κριθαριού, αξίας 10 εκατ. ευρώ. Το πρόγραμμα βρίσκεται σε πλήρη ανάπτυξη, έτσι που το 2012 η εταιρεία εκτιμά ότι θα προμηθευτεί 25.000 τόνους πρώτης ύλης από Έλληνες παραγωγούς, έναντι 8.000 τόνων το 2010 και 9.600 τόνων πέρσι, ενώ ο στόχος για προμήθεια 60.000 τόνων ελληνικού κριθαριού και

παραγωγή από 100% εγχώρια πρώτη ύλη έχει χρονικά τοποθετηθεί το 2014. Η εταιρεία συνεργάζεται με 1.100 παραγωγούς, ενώ έχει δημιουργήσει 320 θέσεις εργασίας. Το πρόγραμμα είναι σημαντικό, αν ληφθεί υπόψη ότι το 98% των πωλήσεων γίνεται από τις μπίρες που παράγονται στη χώρα, ενώ οι εισαγόμενες αντιπροσωπεύουν μικρό μερίδιο πωλήσεων.

ΒΙΟΣ με 5 δημητριακά

Το καλοκαίρι του 2011 μπήκε στην αγορά η lager μπίρα ΒΙΟΣ 5, η πρώτη μπίρα με 5 δημητριακά (κριθάρι, σιτάρι, σίκαλη, καλαμπόκι και ρύζι). Την πλούσια, μεστή γεύση της συνθέτουν η γλυκύτητα του σιταριού, η πικράδα της σίκαλης, η ελαφρότητα του καλαμποκιού, η εκλεπτυσμένη γεύση του ρυζιού και φυσικά το κριθάρι. Την ώρα, λοιπόν, που οι Ευρωπαίοι χρησιμοποιούν το κριθάρι, οι Ασιάτες το ρύζι και οι Αμερικανοί το καλαμπόκι, η ΒΙΟΣ 5 πρωτοπορεί με πέντε δημητριακά!

ΒΑΣΙΚΗ ΕΠΙΔΙΩΞΗ

Από τότε που ξεκίνησε το πρόγραμμα συμβολαιακής η εταιρεία έχει προμηθευτεί περίπου 50.000 τόνους ελληνικού κριθαριού αξίας 10 εκατ. ευρώ ενώ για το 2012 εκτιμά ότι θα προμηθευτεί περί τους 25.000 τόνους πρώτης ύλης από Έλληνες παραγωγούς.

Η Craft ξεχωρίζει στην Αυστραλία

ΕΝΑ ΑΚΟΜΑ ΣΤΟΙΧΗΜΑ

φαίνεται να κερδίζει η μικροζυθοποιία Craft, υλοποιώντας με επιτυχία το λανσάρισμα προϊόντων της στην αγορά της Αυστραλίας.

Το πρώτο βήμα για την ελληνική μικροζυθοποιία έγινε μέσα στο 2009 όταν «έκλεισε» η συμφωνία για την εισαγωγή της εταιρείας στην αχανή χώρα από τους εμπορικούς αντιπροσώπους Paul και George Iliopoulos.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Craft έχει τοποθετηθεί σε μερικά από τα πιο γνωστά εστιατόρια της Μελβούρνης και του Σίδνεϊ όπως The Press Club, PhilHellene, Stalactites, Hellenic Republic, the Belgian Beer Garden και Beer Deluxe έχοντας εξίσου καλή υποδοχή σε εστιατόρια τόσο ελληνικής, όσο και αυστραλέζικης αλλά και διεθνούς κουζίνας.



Nous υγιής εν σώματι υγιεί

Η ΜΠΙΡΑ, όπως και το έτερο προϊόν φυσικής ζύμωσης από φυτικές πρώτες ύλες, το κρασί, έχει πολλαπλά οφέλη για την υγεία. Τα οφέλη πολλαπλασιάζονται αν παράγεται χωρίς πρόσθετες ουσίες και χωρίς έντονη παστερίωση.

Η φρέσκια μπίρα είναι πολύτιμη πηγή βιταμινών και κυρίως βιταμίνης Β2, βιταμίνης Β6, νιασίνης, πανθενολικού οξέος και φυλλικού οξέος με πολύ μεγάλη αγγειοπροστατευτική δράση.

Η χρήση, επίσης, φυσικού λυκίσκου τις καθιστά πλούσιες σε φλαβονοειδή, όπως η ρεσβερατρόλη και η τυροσόλη, τα οποία έχουν αντιοξειδωτική δράση και προστατεύουν από την αρτηριοσκλήρυνση και από εμφράγματα του μυοκαρδίου. Ακόμα, μπίρες που περιέχουν μαγιά αποτελούν άριστη πηγή βιταμινών και πολύτιμων ινσοστοικείων, μετάλλων και αυξητικών ορμονών. Δεν πρέπει να παραλείψουμε τέλος, τη χαμηλή περιεκτικότητα που έχουν οι μπίρες σε αλκοόλ (5%), πράγμα που πρακτικά σημαίνει ότι η λελογισμένη κατανάλωσή της δε συνοδεύεται από τα ...γνωστά παρatrάγουδα της μέθης!



Στον... πόλεμο της μπίρας

Η ΠΙΟ ΔΥΝΑΤΗ ΜΠΙΡΑ του κόσμου ανήκει σε Ολλανδούς, έχει 60% περιεκτικότητα σε αλκοόλ και κοστίζει περίπου 35 ευρώ τα 330 ml. Η μπίρα ονόματι «Start the future» (η αρχή του μέλλοντος) εισήχθη στην αγορά με σκοπό να μπει ... στο μάτι της μπίρας «The end of History» (το τέλος της Ιστορίας) την οποία παρασκευάζει η σκοτσέζικη ζυθοποιία BrewDog και μέχρι πρότινος διατηρούσε τα νιά της πιο δυνατής, παγκοσμίως, με 55% αλκοόλ. Η ολλανδική ζυθοποιία Koelschip (το όνομα της οποίας σημαίνει «το πλοίο στο ψυγείο»), θέλησε να εκθρονίσει την BrewDog από το βόθρο της δυνατότερης μπίρας στον κόσμο παρέχοντας πιο ανταγωνιστική τιμή και πιο εκλεπτυσμένη γεύση μέσα από τη συσκευασία ενός παραδοσιακού γυάλινου μπουκαλιού.

Γάμος Foster's -SABMiller

ΣΤΗΝ ΕΞΑΓΟ-ΡΑ

της αυστραλιανής ζυθοποιίας Foster's προχώρησε η βρετανική εταιρεία SABMiller, ολοκληρώνοντας ένα από τα μεγαλύτερα νηπλ των τελευταίων ετών στο χώρο της ζυθοποιίας. Το ... φλερτ κράτησε αρκετούς μήνες και οι πιθανότητες να ευοδωθεί φάνηκε να ελαχιστοποιούνται μετά την αρχική προσφο-

ρά ύψους 9,5 δισ. δολ. Αυστραλίας που κατέθεσε η SABMiller και η οποία απορρίφθηκε από τη διοίκηση της Foster's. Οι Βρετανοί, όμως, επέστρεψαν με μια άκρως βελτιωμένη πρόταση ύψους 10,8 δισ. δολ. (5,1 δολ. ανά μετοχή) και αφού πρώτα τους Αυστραλούς είχαν βολιδοσκοπήσει κι άλλοι ανταγωνιστικοί όμιλοι, (όπως η μεξικανική Grupo Modelo και η αμερικανική Molson Coors). Η συμφωνία έκλεισε «πάνω από μια μπίρα», όπως είπε χαριτολογώντας ο πρόεδρος της Foster's, Τζον Πόλερς. Για τη βρετανική ζυθοποιία, η εξαγορά αυτή δίνει πρόσβαση στην αναπτυσσόμενη αγορά της Αυστραλίας.



— ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. —

Μία 100% ελληνική διαδρομή για την παραγωγή της μπίρας μας

Από το 2008:

- Έχουμε προμηθευτεί συνολικά περίπου 50.000 τόνους υψηλής ποιότητας ελληνικού κριθαριού από Έλληνες παραγωγούς
- Μετατρέπουμε το κριθάρι σε βύνη στα δύο ιδιόκτητα βυνοποιεία μας στη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα, τα μοναδικά βυνοποιεία στην Ελλάδα
- 1.100 εργαζόμενοι παράγουν τις μπίρες μας στα 3 εργοστάσιά μας στην Ελλάδα
- Πάνω από το 90% των πρώτων υλών για τις συσκευασίες των προϊόντων μας είναι ελληνικές

Και η διαδρομή συνεχίζεται...

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΜΦΩΝΗΜΕΝΗΣ ΚΑΛΕΡΓΕΙΑΣ ΚΡΙΘΑΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΜΠΙΡΑΣ

Ενδιαφέρουσα πρόσμειξη υλικών και πολιτισμών

Ο τρελός γάιδαρος της Σαντορίνης

ΣΤΗ ΜΙΚΡΟΖΥΘΟΠΟΙΑ της Σαντορίνης, η μπίρα είναι μία πρόσμειξη διαφορετικών πολιτισμών (Σερβία, ΗΠΑ, Μεγάλη Βρετανία, Ελλάδα) και υλικών (Σαντορίνη φυσικά, αλλά και Νέα Ζηλανδία και Γερμανία και Αυστρία).

Μιλάμε για τη Santorini Brewing Company με σήμα κατατεθέν το γαϊδουράκι, στις πλάτες του οποίου οι επισκέπτες, Έλληνες και ξένοι, ξεναγούνται στα καλντερίμια του νησιού. Το δε σχήμα της εταιρείας είναι πολυμετοχικό, αφού απαρτίζεται από έναν Σέρβο ζυθοποιό, τον Μπόμπαν Κρούνιτς, έναν Βρετανό οινέμπορο, τον

Στιβ Ντάνιελ, μία Αμερικανίδα, την Μάιντα Άντερσον, και έναν Έλληνα, τον οινολόγο – οινοποιό Γιάννη Παρασκευόπουλο. Οι τέσσερις τους ένωσαν τις δυνάμεις τους, τις γνώσεις τους και την εμπειρία τους και έφτιαξαν στον παραδοσιακό οικισμό Μέσα Γωνιάς το μικρό ζυθοποιείο.

Με πρώτη ύλη το νερό του ηφαιστιογενούς νησιού, που δίνει στη μπίρα το δικό της χαρακτηριστικό γνώρισμα και ύφος αλλά και επιλεγμένα είδη βύνης και λυκίσκου από χώρες του εξωτερικού, όπως η μακρινή Νέα Ζηλανδία, το πολυμετοχικό σχήμα της Santorini Brewery δημιούργησε νέες κατηγορίες μπίρας που έχουν πολλά στοιχεία από τις ήδη υπάρχουσες κατηγορίες.

Crazy donkey

Από τα συνεχή πειράματα για τη δημιουργία σταθερής συνταγής για τις δύο μπίρες της μικροζυθοποιίας (yellow και red donkey) προέκυψε η ευχάριστη έκπληξη της crazy donkey (τρελός γάιδαρος). Η ετικέτα αυτή παράγεται σε πολύ μικρή ποσότητα (παρήχθησαν μόλις 200 φιάλες) και είναι η πρώτη στον κόσμο αφιλτράριστη, μη παστεριωμένη μπίρα που περιέχει μάλιστα και μούστο από Ασύρτικο Σαντορίνης σοδειάς 2011. Ο συνδυασμός κρασιού και μπίρας παραμένει με τη βοήθεια του λυκίσκου Nelson Sauvin που εισάγεται από τη Νέα Ζηλανδία στην μπίρα Crazy Donkey, προσδίδοντάς της ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό γνώρισμα.

Τα τρία είδη μπίρας που προέκυψαν έπειτα από επίπονη προσπάθεια και πολλούς πειραματισμούς είναι αφιλτράριστα και απαστεριωτά και χωρίς συντηρητικά. Για το λόγο αυτό οι μπίρες διατηρούνται «ζωντανές» μόνο εντός ψυγείου.



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΜΑΖΙ

Η ΑΓΑΠΗ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΡΑΚΙ

για την πιο αυθεντική γεύση και η αγωνιώδης αναζήτηση των αρωμάτων και της ποιότητας, που μόνο τα πρωτογενή φυσικά υλικά και ο παραδοσιακός τρόπος παρασκευής μπορούν να εξασφαλίσουν, οδήγησαν στη δημιουργία της πρώτης φρέσκιας, ελληνικής βιολογικής μπίρας παραδοσιακής ζυθοποίησης με το όνομα «Πειραϊκή».

Η «Πειραϊκή» είναι φρέσκια μπίρα, σε περιορισμένη ποσότητα, χωρίς πρόσθετα και συντηρητικά. Επιλέγοντας βύνη και λυκίσκο πιστοποιημένης βιολογικής καλλιέργειας και προέλευσης, «βράζει» με τον παραδοσιακό τρόπο και έτσι ξετυλίγονται τα αρώματα και τα γευστικά συστατικά, εκείνα που η μαζική παραγωγή δεν ανακαλύπτει, αυτά που αναδεικνύουν την μπίρα σε ένα ξεχωριστό, γευστικό και ποιοτικό ποτό. Παντρεύοντας την τεχνολογία, ως προς τις εγκαταστάσεις και τις μεθόδους υγιεινής, με την παράδοση, ως προς τη διαδικασία ζυθοποίησης και τις βιολογικές πρώτες ύλες, η «Πειραϊκή» Μικροζυθοποιία εφάρμοσε στην Ελλάδα το γερμανικό: «Νόμο περί Καθαρότητας».

Η «Πειραϊκή» που με φρεσκάδα και παράδοση ζυθοποιείται, ζυμώνεται και ωριμάζει σε έξι εβδομάδες ανεξάρτητα εποχής, προσφέρεται σε δύο τύπους: Pils και Pale Ale.

ΜΕ ΤΟΝ ΓΕΡΜΑΝΙΚΟ ΝΟΜΟ

Η μικροζυθοποιία «Πειραϊκή» εφαρμόζει τον επονομαζόμενο γερμανικό νόμο περί καθαρότητας, παντρεύοντας τεχνολογία και παράδοση σε ό,τι αφορά τη διαδικασία ζυθοποίησης και τις βιολογικές πρώτες ύλες.



ΠΡΟΣΗΛΩΣΗ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΙΘΑΡΙ

Η ΖΥΘΟΠΟΙΑ Μακεδονίας-Θράκης με καταγεγραμμένη στο καταστατικό της «την παραγωγή της πρώτης ελληνικής μπίρας με την επωνυμία Βεργίνα», κάνει το ντεμπούτο της στην αγορά της Ροδόπης τον Φεβρουάριο του 1998.

Το φιλόδοξο εγχείρημα της πρώτης ελληνικής μπίρας από δύο αδέρφια εξ Αμερικής, τους Δημήτρη και Μιχάλη Πολιτόπουλο, συνέβαλε τα μέγιστα στην ανάγκη χρήσης ελληνικών σημάτων, ενώ συνέβαλε καθοριστικά στην αλλαγή του φορολογικού και νομοθετικού πλαισίου για την παραγωγή μπίρας.

Την ίδια στιγμή, η Ζυθοποιία Μακεδονίας - Θράκης εξακολουθεί να παραμένει προσηλωμένη στη συμβολαιακή γεωργία.

Η εταιρεία, που ήταν η πρώτη που καθιέρωσε από το 2006 τη σχέση αυτή με τους αγρότες, δεν δείχνει διατεθειμένη να αλλάξει στρατηγική. Όπως λέει ο κ. Πολιτόπουλος, «η συμβολαιακή γεωργία μας φέρνει πιο κοντά στον αγρότη και συμβάλλει στη δημιουργία μιας πιο στέρεης σχέσης για το μέλλον».



ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ ΕΧΕΙ ΜΙΑ ΔΙΚΗ ΤΗΣ...

«Η ΜΠΙΡΑ ΔΕΝ ΠΡΕΠΕΙ να εκλαμβάνεται ως ένα βιομηχανικό προϊόν, αλλά ως ένα προϊόν μεταποίησης αγροτικών προϊόντων», ήταν τα λόγια του συνιδιοκτήτη και υπευθύνου παραγωγής της πρότυπης ζυθοποιίας Septem στην Εύβοια, Σοφοκλή Παναγιώτου, δίνοντας αυτόματα μια άλλη διάσταση στον τρόπο θεώρησης παραγωγής της μπίρας.

Η διαφοροποιημένη προσέγγιση της εταιρείας στην παραγωγική διαδικασία έγκειται στην αποκλειστική χρήση ανθών λυκίσκου χωρίς καθόλου εκχυλίσματα. Ο λυκίσκος, όπως είπε ο κ.

Septem
Μικροζυθοποιία



Παναγιώτου, δίνει το άρωμα, τη γεύση και τη φρεσκάδα και διαφοροποιεί την μπίρα,

όπως μια ποικιλία σταφυλιού ένα ποιοτικό κρασί.

Η επιχείρηση ιδρύθηκε στις αρχές Ιουνίου του 2009 στο Δ.Δ. Προλογίου του Δήμου Αυλώνας στην Εύβοια και το όνομά της στα λατινικά σημαίνει «επτά», που είναι ο αριθμός της δημιουργίας. Μάλιστα κάθε τύπος μπίρας που

παράγεται έχει και το όνομα μιας διαφορετικής ημέρας.

Τα 4 είδη μπίρας που παρασκευάζονται βασίζονται σε διαφορετικές ποικιλίες λυκίσκου, ενώ σε μια εξ' αυτών, στην Septem Sunday's Golden Honey Ale, στην παραγωγή χρησιμοποιείται μέλι ανθέων.

ΜΕΓΑΛΕΠΗΒΟΛΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΦΙΞ

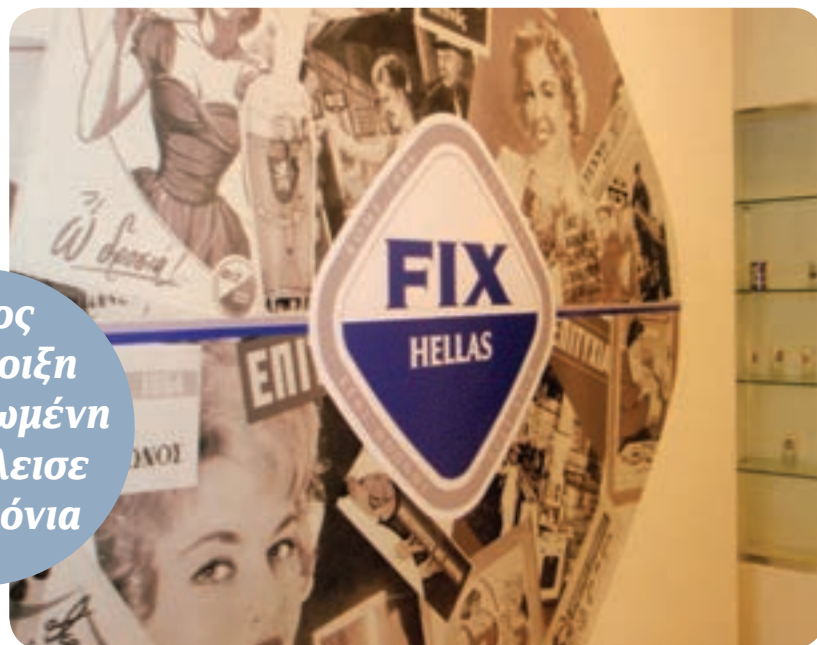
ΨΗΦΟ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ

στην εγχώρια αγροτική παραγωγή δίνει η Ολυμπιακή Ζυθοποιία. Η εταιρεία που «ανέστησε» με μεγάλη επιτυχία την ιστορική μπίρα Fix θέτει τώρα έναν ακόμα, εξίσου μεγαλεπήβολο στόχο: Να καλύπτει μακροπρόθεσμα το 100% των αναγκών της σε βύνη από κριθάρι ελληνικής προέλευσης.

Οι βάσεις για το φιλόδοξο αυτό εγχείρημα μπήκαν ήδη από το 2011 όταν και ξεκίνησε η εταιρεία τη συμβολαιακή καλλιέργεια ελληνικού κριθαριού στον πρώτο της πειραματικό αγρό, έκτασης 200.000 τ.μ., στην περιοχή της Θήβας. Η εταιρεία αναμένει να δρέψει τους πρώτους καρπούς αυτής

της προσπάθειας τον Ιούνιο σε μια ποσότητα που εκτιμάται ότι θα φτάσει τα 100.000 κιλά ελληνικό κριθάρι υψηλής ποιότητας. Τη φετινή άνοιξη η «ανανεωμένη» Φιξ συμπλήρωσε δύο χρόνια παρουσίας και οι επιδόσεις της είναι άκρως εντυπωσιακές: Το 2011 αύξησε κατά 115% τον τζίρο της στα 25 εκατ. ευρώ (από 11,6% το 2010) και υπερδιπλασίασε το μερίδιο αγοράς που πλέον

**Φέτος
την άνοιξη
η ανανεωμένη
Φιξ έκλεισε
δύο χρόνια**



ανέρχεται στο 7%.

Αυτό το διάστημα εμπλουτίζει το χαρτοφυλάκιό της με ένα ακόμα προϊόν: Ο λόγος για τη Fix Dark, μια lager μαύρη

μπίρα που κάνει την εμφάνισή της στα ράφια των σούπερ-μάρκετ και τα καταστήματα εστίασης αποκλειστικά στην παραδοσιακή φιάλη των 330 ml.



Όταν ο Δαυίδ νίκησε τον Γολιάθ

ANHEUSER-BUSCH INBEV εναντίον Budejovický Budvar σημειώσατε 2. Μια από τις πλέον μακροχρόνιες μάχες για την κατοχύρωση εμπορικού σήματος στην παγκόσμια ιστορία έληξε με μια ισοπαλία που, όμως, μοιάζει με νίκη του «αδυνάτου».

Το ανώτερο δικαστήριο της Ε.Ε. απέρριψε το αίτημα της μεγαλύτερης ζυθοποιίας του κόσμου, της Anheuser-Busch InBev, για την αποκλειστική χρήση του ονόματος Budweiser στην Ε.Ε. δικαιώνοντας την τσέχικη Budejovický Budvar, που παρασκευάζει και εξάγει μπίρα με το ίδιο όνομα εδώ και τουλάχιστον 100 χρόνια. Σύμφωνα με την απόφαση, οι δύο εταιρείες θα αναγκαστούν να «μοιραστούν» τα δικαιώματα του εμπορικού σήματος, με την κυριότητα να καθορίζεται σε κάθε χώρα ξεχωριστά και αναλόγως της νομοθεσίας.

Οι ρίζες της αντιδικίας των δυο πλευρών χάνονται βαθιά στο παρελθόν και συγκεκριμένα στον 13ο αιώνα, όταν και οι ζυθοποιίες της Βοημίας ξεκίνησαν να χρησιμοποιούν το όνομα Budweiser.



Επενδύσεις από τη Μύθος

Η ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ σχεδιάζει επενδύσεις ύψους 50 εκατ. ευρώ για τα επόμενα πέντε χρόνια, αρχής γενομένης από την παραγωγική μονάδα της Θεσσαλονίκης, όπου τρέχει ήδη πρόγραμμα εκσυγχρονισμού με ανανέωση του υλικοτεχνικού της εξοπλισμού.

Οι μπίρες Μύθος παράγονται και συσκευάζονται με άριστες πρώτες ύλες και υπερσύγχρονα μηχανήματα και σε όλα τα στάδια της παραγωγής πραγματοποιούνται αυστηροί ποιοτικοί έλεγχοι σύμφωνα με τις προδιαγραφές και τα διεθνή πρότυπα διασφάλισης ποιότητας.

Η Μύθος είναι μέλος του ομίλου Carlsberg, του τέταρτου μεγαλύτερου και ταχέως αναπτυσσόμενου Ομίλου ζυθοποιίας στον κόσμο, τα προϊόντα του οποίου πωλούνται σε πάνω από 150 αγορές. Η παραγωγή και εμφιάλωση υλοποιείται στη Θεσσαλονίκη και η δυναμικότητα του εργοστασίου είναι 11 εκατομμύρια κιβώτια το χρόνο.

ΞΕΡΕΙ ΑΠΟ... ΒΑΡΕΛΙΣΙΑ!

Η ΕΖΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ

δημιουργήθηκε το 1989 ως ομώνυμη θυγατρική γερμανικού ομίλου του οποίου η μπίρα κυκλοφόρησε στην Ελλάδα το 1980, υπό καθεστώς παραχώρησης σήματος. Το 1998 πραγματοποιήθηκε η πλήρης ελληνοποίηση του ιδιοκτησιακού καθεστώτος της.

Παράγει προϊόντα ζύθου ανώτατης ποιότητας χρησιμοποιώντας πρώτες ύλες από επιλεγμένες ποικιλίες καλοκαιρινών κριθαριών Scarlet και Prestige και αρωματικό λυκίσκο Hallertau Βαυαρίας και Saaz Βοημίας. Πρωτοπόρος στη βαρελίσια μπίρα, η ΕΖΑ έγινε ιδιαίτερα ανταγωνιστική στη συγκεκριμένη συσκευασία, επενδύοντας στον ειδικό εξοπλισμό, που παραχωρεί στα καταστήματα λιανικής.

Η ΕΖΑ πρότυπος ελληνική ζυθοποιία μπορεί να υπερηφανεύεται για την παραγωγή δύο εξαιρετικών προϊόντων (σε συσκευασίες μπουκαλιού, κουτιού και βαρελιού), μέσω της διαδικασίας «μακράς ωρίμανσης» που διαρκεί τουλάχιστον 21 ημέρες! Το πρώτο από αυτά είναι η ελληνική μπίρα Pils Hellas και το δεύτερο είναι η Berlin Premium Lager, μια μπίρα ανωτάτης ποιότητας, που κυκλοφόρησε τον Απρίλιο του 2010 αφού προηγουμένως ολοκληρώθηκε μια μακρά περίοδος προετοιμασίας και δοκιμών από την ομάδα του γερμανού ζυθοποιού Dr. Bilge, στο εργοστάσιο της Αταλάντης.



ΕΖΑ
πρότυπος ελληνική ζυθοποιία



ΖΥΘΟΣ
ΕΣΤΙ

Η ΕΖΑ παράγει προϊόντα ζύθου από ποικιλίες κριθαριών Scarlet και Prestige και λυκίσκο Hallertau.

ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙ ΙΔΕΕΣ

Νέα περίοδος
agronews

Ώριμη
δουλειά



www.agronews.gr



➤ Αν υπήρξε μια σοβαρή επένδυση σ' αυτό τον τόπο τα τελευταία χρόνια, είναι αυτή η οποία πραγματοποιήθηκε στην Πετρούσα Δράμας και αφορά το γνωστό θερμοκήπιο 120 στρεμμάτων της εταιρείας Wonderplant.

➤ Το θέμα έχει ενδιαφέρον, όχι μόνο γιατί επικεντρώνεται στον τομέα της αγροτικής παραγωγής, όχι μόνο γιατί συγκέντρωσε την αφρόκρεμα του επιχειρηματικού κόσμου της χώρας, όχι μόνο γιατί κόστισε κάπου 24 εκατ. ευρώ, όχι μόνο γιατί έγινε σε μια ακριτική και ξεχασμένη περιοχή! Έχει ενδιαφέρον, γιατί δείχνει το δρόμο στον οποίο θα μπορούσε να κινηθεί η ανασυγκρότηση της ελληνικής οικονομίας, δείχνει το δρόμο που έχει ανάγκη το νέο παραγωγικό μοντέλο της χώρας.

➤ Στον ακριτικό νομό της Δράμας, λοιπόν, υλοποιήθηκε η μεγαλύτερη επένδυση στον τομέα της γεωργίας από πέντε γνωστούς Έλληνες

επιχειρηματίες, οι οποίοι εν μέσω οικονομικής κρίσης αποφάσισαν να επενδύσουν στην παραγωγή κηπευτικών.

➤ Στην εταιρεία Wonderplant συμμετέχουν ως φυσικά πρόσωπα και περίπου ισομερώς οι κ.κ. Σπύρος Θεοδωρόπουλος της Chirita, Σταύρος Νένδος της Select Αρτοσκευάσματα, Αχιλλέας Φώλιας των Goody's, Μιχάλης Αραμπατζής της Ελληνικής Ζύμης και Θέμης Μακρής. Πρόκειται για επιχειρηματίες με

μακρά και επιτυχημένη θητεία στον κλάδο των τροφίμων.

➤ Η επένδυση έχει υπαχθεί στον ν. 3299/2004 με ποσοστό συμμετοχής του Δημοσίου 40%, σε εγκεκριμένο ποσό 21.300.000 ευρώ. Κόστισε συνολικά πάνω από 24.000.000 ευρώ και αφορά ένα σύγχρονο θερμοκήπιο παραγωγής επιτραπέζιας ντομάτας σε 12μηνιαία βάση. Η μονάδα λειτουργεί ήδη από τον Μάιο, οπότε και πραγματοποιήθηκε η σπορά.



➤ Η ελληνική εκδοχή της Αλμερίας ακούει στο όνομα Wonderplant.

➤ Το θερμοκήπιο έχει έκταση 120.000 τ.μ. και βρίσκεται σε οικόπεδο 400 στρεμμάτων στο νομό Δράμας, μεταξύ των χωριών Πετρούσα και Σταυρός, κοντά στην Προσοτσάνη. Σύμφωνα με στελέχη της εταιρείας, πρόκειται για ένα πρότυπο συγκρότημα υδροπονικής καλλιέργειας που αξιοποιεί ολλανδική τεχνολογία για την καλλιέργεια των κηπευτικών.

➤ Διαθέτει ιδιόκτητο τυποποιητήριο και συσκευαστήριο και -όπως υποστηρίζουν τα στελέχη της εταιρείας- «αποτελεί τη μεγαλύτερη επένδυση στην Ελλάδα στον τομέα της γεωργίας». Θα παράγει περί τους 7.000 τόνους ντομάτας ετησίως, καλύπτοντας το 1% της εγχώριας κατανάλωσης που εκτιμάται σε 700.000 τόνους, εκ των οποίων οι 500.000 τόνοι αφορούν εγχώρια παραγωγή και οι άλλοι 200.000 εισάγονται, κυρίως από την Ολλανδία, το Βέλγιο, τη Γερμανία, την Πολωνία και την Τουρκία.

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ



Σπαρτική μικρών σπόρων



Συλλεκτική Παρελκόμενη



Σπαρτική σε φελιζόλ



Συλλεκτική Αυτοκινούμενη

Πλυντήριο Πράσινων Φύλλων



ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΠΡΑΣΩΝ



Πλυντήριο Πράσου



Σπαρτική μικρών σπόρων



Συλλεκτική Πράσου



Δετικό 2 κεφαλών

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΚΑΡΟΤΩΝ



Προετοιμασία εδάφους για καλλιέργεια



Σπαρτική Καρότου



Συλλεκτική Καρότου



Πλυντήριο καρότου

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΠΑΤΑΤΑΣ



Σπαρτική



Εξαγωγικές Πατάτας



Τεμαχιστής Πατάτας





ΠΑΡΕΧΟΥΜΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ

Όλοι γνωρίζουμε πως η απόδοση και η ποιότητα των καλλιεργειών επιτυγχάνεται μέσα από μία ισορροπημένη θρέψη, η οποία απαιτεί τη χρήση συμπληρωματικών θρεπτικών στοιχείων καθ' όλο τον κύκλο ζωής μίας καλλιέργειας. Ποια όμως είναι η κατάλληλη εφαρμογή τους; Σε ποια χρονική περίοδο και σε τι ποσότητα; Χάρη στις πιο εκτεταμένες και άμεσα διαθέσιμες γνώσεις πάνω στις καλλιέργειες, η Yara έχει τη δυνατότητα να παρέχει ένα ευρύ φάσμα λύσεων που θα σας εξασφαλίσουν μία επιτυχημένη καλλιέργεια.

Η Yara συνδυάζει την παγκόσμια γνώση της γύρω από τις καλλιέργειες με την τοπική τεχνογνωσία, για να δημιουργήσει μία ανώτερη σειρά θρεπτικών στοιχείων που προσφέρει ολοκληρωμένη και ισορροπημένη θρέψη στα φυτά σας. Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με το πώς μπορείτε και εσείς να επωφεληθείτε από τη σειρά προϊόντων της Yara, απευθυνθείτε στο πλησιέστερο σημείο πώλησης.



YaraMila™



YaraLiva™



Krista™



Kristalon™



YaraVita™