

ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΔΟΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ



# Food Report

ΣΑΒΒΑΤΟ 23 ΙΟΥΝΙΟΥ 2012

ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΗΝ AGENDA

Οι νέες επενδυτικές ευκαιρίες που γεννά ο τομέας της αγροδιατροφής  
και οι κινήσεις μιας γενιάς σύγχρονων επιχειρηματιών να αξιοποιήσουν αυτό το περιβάλλον

**ΧΟΡΗΓΟΣ**



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ  
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΓΕΩΡΓΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ "ΔΗΜΗΤΡΑ"



**ΒΙΟ**

**ΕΒΟΛ**

από το 1952



*Βιολογικά Προϊόντα*

**ΠΑΡΑΔΟΣΗ... ΣΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ**



ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΒΟΛΟΥ - ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΕΒΟΛ

Α' Βιομηχανική Περιοχή Βόλου, τηλ.: 2421 0 95372, 95495

# EDITORIAL

## 12 λόγοι που τα τρόφιμα είναι παντοτινά

**Περαιτέρω προσαρμογή** της εγχώριας αγροτικής παραγωγής στις ανάγκες των αγορών και διασύνδεση των παραγόμενων προϊόντων με τη μεταποιητική βιομηχανία, είναι οι βασικοί άξονες στους οποίους καλείται να κινηθεί ο κλάδος των τροφίμων το επόμενο διάστημα.

Με δεδομένο ότι οι διατροφικές ανάγκες του πλανήτη συνεχώς διευρύνονται και την ίδια στιγμή η Ελλάδα διαθέτει ισχυρά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου κλάδου, τον τελευταίο καιρό πληθαίνουν οι φωνές των ειδικών που τάσσονται υπέρ μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης των θεμάτων του χώρου, με στόχο η Ελλάδα να αποτελέσει συστηματικό «τροφοδότη» σε μεγάλες αγορές του πλανήτη.

Αρκεί να αναφερθεί ότι για τη χώρα μας ο κλάδος των τροφίμων και ποτών είναι ιδιαίτερα σημαντικός, αφού πραγματοποιεί το 25% του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων της μεταποίησης, απασχολεί επίσης το 25% των συνολικών κεφαλαίων και παράγει το 24% της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας παραγωγής. Απασχολεί το 22% των απασχολούμενων στη μεταποίηση, ενώ στη χώρα μας λειτουργούν περισσότερες από 14.000 επιχειρήσεις με μέσο όρο απασχολούμενων τα 61 άτομα ανά επιχείρηση.

Διεθνώς το παιχνίδι παίζεται στην επιβάρυνση του κόστους παραγωγής λόγω της ζήτησης για διαφοροποιημένα, υψηλής ποιότητας και υγιεινά τρόφιμα, ενώ στην Ελλάδα οι πιέσεις προέρχονται από το υψηλό κόστος αγροτικής παραγωγής, κυρίως λόγω του μικρού κλίτους και τις στρεβλώσεις της αγοράς λόγω επιδοτήσεων και γραφειοκρατίας.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι με τις κατάλληλες προσαρμογές οι παραπάνω δυσχέρειες εύκολα αντιμετωπίζονται. Αυτό το οποίο θα πρέπει επίσης να προσεχθεί, βέβαια, είναι η δημιουργία ενός υγιέστερου πλαισίου συνεργασίας μεταξύ των μεταποιητικών επιχειρήσεων και των αλυσίδων λιανικού εμπορίου, στοιχείο το οποίο μπορεί να έχει άμεση επίπτωση στη μείωση των τιμών καταναλωτή και στην ανάπτυξη της παραγωγικής βάσης στην περιφέρεια.



Ετήσια έκδοση για τα τρόφιμα  
Διανέμεται δωρεάν μαζί με την Agrenda

**ΑΠΑΓΟΡΕΥΕΤΑΙ** η αναδημοσίευση, η αναπαραγωγή, ολική, μερική ή περιληπτική, η κατά παράφραση ή διασκευή απόδοση του περιεχομένου του περιοδικού με οποιονδήποτε 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: info@agronews.gr  
www.agronews.gr

#### ΕΚΔΟΤΗΣ -ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

Γιάννης Πανάγος

#### ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ

Ελένη Δούσκα  
Ειρήνη Σκρέκν

#### ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ

Πέτρος Αλεξανδρής  
Νίκος Κατσένιος  
Γιάννης Τσατσάκης  
Έλενα Ταγκαλάκη  
Γιώργος Ξένος

#### ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ/ ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ

Αθηνά Βέν

#### ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ/ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Παναγιώτης Αραβαντινός  
Ζωή Μπουλέρου  
Ελισάβετ Μπουζαλάκου

#### ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ

Κατερίνα Μαντζαφού

#### ΔΙΑΝΟΜΗ

Ευρώπη Πρακτορείο Διανομής Τύπου Α.Ε.

#### ΕΚΤΥΠΩΣΗ- ΒΙΒΛΙΟΔΕΣΙΑ

Εκτυπώσεις ΙΡΙΣ Α.Ε.Β.Ε.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



## 6 Τρόφιμα-Ποτά

Μια νέα ισχυρή βιομηχανική πολιτική θα δώσει ισχυρή ώθηση στον κλάδο

## 10 Ελαιόλαδο-Ελιά

Κρίση τιμής παραγωγού στο ελαιόλαδο «απλώνεται» στον ευρωπαϊκό Νότο

## 14 Ζυμαρικά-Όσπρια

Πιο.. σκληρή ακόμα και από το σκληρό σιτάρι η ελληνική αγορά ζυμαρικών

## 16 Φρούτα-Λαχανικά

Ένας κατ' εξοχήν εξαγωγικός κλάδος στο άρμα της παγκόσμιας ανάκαμψης

## 30 Μανιτάρια

Μια πρώτης τάξεως επενδυτική ευκαιρία αποτελεί η καλλιέργεια μανιταριών επί ελληνικού εδάφους

## 34 Χυμοί-Αναψυκτικά

Ισχυρό το «κούρεμα» αλλά οι εταιρείες δεν το βάζουν κάτω και επενδύουν σε καινοτομικά προϊόντα υψηλής αξίας

## 38 Οίνος-Μπίρα-Αποστάγματα

Κρασί από τον τόπο τους και λογικά τιμολογημένο επιλέγουν όλο και περισσότεροι Έλληνες εν μέσω κρίσης

## 42 Γάλα

Με έντονο αυτοσυντήρησης και άσους στο μανίκι της η ελληνική αγορά

## 46 Τυρί

Ο βασιλιάς των τροφίμων αντέχει και δεν σκοπεύει ν' αφήσει το θρόνο του

## 50 Κρέας

Στο ύψος της στέκεται η ελληνική παραγωγή και κατανάλωση κρέατος

## 10 Πιστοποίηση

Σε τροχιά υλοποίησης το ενιαίο πλαίσιο στήριξης της ποιότητας των τροφίμων



Κάθε  
Σάββατο

## Η ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΣΟΥ ΑΤΖΕΝΤΑ

Έξι χρόνια μετά την έκδοση του πρώτου φύλλου το Νοέμβριο του 2005, η Agrenda αποτελεί σταθερά την εφημερίδα αναφοράς για κάθε γνήσιο επαγγελματία του αγροτικού χώρου.



# Η αποεπένδυση δεν ταιριάζει στα τρόφιμα

Οι προβλέψεις κάνουν λόγο για αύξηση 12,2% των επενδύσεων στη μεταποίηση το 2012

Άξονες παρέμβασης για τη διαμόρφωση μιας ισχυρής νέας βιομηχανικής πολιτικής

Της Ελένης Δούσκα

**Ένας ιδιαίτερα σημαντικός** για την Ελλάδα επιχειρηματικός κλάδος είναι αυτός των τροφίμων και των ποτών, ο οποίος πραγματοποιεί το 25% του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων της μεταποίησης, απασχολεί το 25% των συνολικών κεφαλαίων και παράγει το 24% της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας παραγωγής. Επιπλέον απασχολεί το 22% των απασχολούμενων στη μεταποίηση, ενώ στη χώρα μας λειτουργούν περισσότερες από 14.000 επιχειρήσεις με μέσο όρο απασχολούμενων τα 61 άτομα ανά επιχείρηση. Σε ό,τι αφορά τα υπόλοιπα ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τον κλάδο έχουν ως εξής:

- 1.** Ο κλάδος τροφίμων και ποτών στη χώρα μας στηρίζει άμεσα τους παραδοσιακούς ελληνικούς παραγωγικούς τομείς της γεωργίας, του τουρισμού και του εμπορίου.
- 2.** Σήμερα, υπάρχει διαρκής αύξηση της ζήτησης για τα προϊόντα του κλάδου στις αναπτυσσόμενες οικονομίες.
- 3.** Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης οι αγορές λειτουργούν σε ένα ανοικτό δίκτυο, ενώ ο ισχυρότερος ανταγωνισμός προέρχεται από αναπτυσσόμενες χώρες.
- 4.** Στην Ελλάδα, οι πιέσεις που δέχονται οι επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών προέρχονται από: α) το υψηλό κόστος αγροτικής

παραγωγής λόγω των μικρών κλήρων, β) την αγροτική παραγωγή που έχει ως οδηγό τις επιδοτήσεις, γ) την κυριαρχία της γραφειοκρατίας και της δυσκαμψίας του γενικότερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, δ) την ελλιπή λειτουργία των φορέων ελέγχου της αγοράς όπως ο ΕΦΕΤ, η Επιτροπή Ανταγωνισμού κ.λπ., ε) τους δυσμενείς όρους πληρωμής από τους διανομείς και το ελληνικό κράτος (επιστροφή ΦΠΑ εξαγωγών), στ) την απουσία εθνικού «brand name» στις διεθνείς αγορές και ζ)

**Ο κλάδος των τροφίμων και ποτών απασχολεί το 22% των εργαζομένων στη μεταποίηση**

την περιορισμένη στρατηγική προώθησης στις διεθνείς αγορές. Όλα τα παραπάνω ζητήματα συγκεντρώθηκαν σε έναν κορμό συμπερασμάτων στα πλαίσια του συνεδρίου «Βιομηχανία 2020: Περιφερειακή Ανάπτυξη - Καινοτομία - Εξωστρέφεια», που διοργανώθηκε από τον ΣΒΒΕ και την Eurobank.

Η υλοποίηση μιας διεθνούς στρατηγικής για την προώθηση συγκεκριμένων ελληνικών προϊόντων θα έδινε εξαιρετική ώθηση στα ελληνικά τρόφιμα.

## Τέσσερις είναι οι Άξονες Παρέμβασης για τη διαμόρφωση της νέας Βιομηχανικής πολιτικής στον κλάδο των τροφίμων και των ποτών:

### 1. Βελτίωση της λειτουργίας του ανταγωνισμού στην εγχώρια αγορά

Στο πλαίσιο αυτό βασικό θέμα είναι η διαμόρφωση υγιούς θεσμικού πλαισίου για τις σχέσεις προμηθευτών και αλυσίδων λιανικής πώλησης. Η αδυναμία των επιχειρήσεων να διαπραγματευτούν με τις μεγάλες αλυσίδες οδήγησε πολλές από αυτές να πωλούν ακόμη και κάτω του κόστους, μολοντί, τα προϊόντα που προσέφεραν ήταν υψηλής ποιότητας. Οι βασικές παράμετροι που θα πρέπει να διέπουν το νέο πλαίσιο συνεργασίας είναι τρεις:

**α. Καθαρές - net τιμές:** Οι τιμές πώλησης των προϊόντων προς τις αλυσίδες λιανικού εμπορίου να πραγματοποιούνται στην καθαρή - «net» τιμή ή διαφορετικά στην τιμή εισαγωγής, όπως γίνεται άλλωστε και στις συμφωνίες των private label. Επίσης η «καθαρή τιμή» θα εφαρμόζεται ενιαία για όλο το χρόνο. Άμεσο αποτέλεσμα της «καθαρής τιμής» θα είναι η κατακόρυφη πτώση των τιμών των προμηθευτών.

**β. Ανώτατο κατώφλι λοιπών παροχών:** Οι λοιπές παροχές, που αφορούν κατά κύριο λόγο σε προβολές, προωθήσεις,

παρεχόμενες υπηρεσίες, στοχοθέτηση κ.λπ. θα πρέπει να προσδιορίζονται σε συγκεκριμένο ανώτατο ποσοστό επί του καθαρού τζίρου του προμηθευτή και να εμφανίζονται στο τιμολόγιο. Το ποσοστό αυτό θα μπορούσε να ποικίλλει ανά κατηγορία προϊόντων και το ύψος του να προσδιοριστεί μετά από συγκεκριμένες διαβουλεύσεις μεταξύ των ενδιαφερομένων.

**γ. Χρόνος πιστώσεων:** Η μέχρι σήμερα πρακτική που ακολουθείται από τις αλυσίδες λιανικού εμπορίου που εκμεταλλεύονται τη δεσπόζουσα θέση τους στην αγορά, δημιουργεί ανεξέλεγκτες καταστάσεις. Σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες έχουν θεσπιστεί συγκεκριμένοι κανόνες, που ορίζουν τα χρονικά περιθώρια πληρωμών, ανάλογα με την κατηγορία του προϊόντος.

Επίσης προτείνονται τα ακόλουθα ζητήματα που αφορούν τον επαρκή έλεγχο της αγοράς: ● Εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας που αφορά στα τρόφιμα και ποτά με

την αντίστοιχη ευρωπαϊκή, με ταυτόχρονη επικαιροποίηση της εθνικής νομοθεσίας και κατάργηση απαξιωμένων νόμων και διατάξεων που πρακτικά δεν εφαρμόζονται.

● Μείωση του ειδικού φόρου οινοπνεύματος, ούτως ώστε τα προϊόντα της ποιοποιίας να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικά τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

● Απονομή συγκεκριμένων αρμοδιοτήτων για το θέμα του ελέγχου της αγοράς στον Ενιαίο Φορέα Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ).

### 2. Θεσμοθέτηση προγραμμάτων και κινήτρων για την υποβοήθηση της αναδιάρθρωσης και για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του κλάδου

● Πρόγραμμα «Καινοτόμες Τεχνολογίες στον κλάδο Τροφίμων και Ποτών», για: 1) Την υποστήριξη της ανάπτυξης νέων - καινοτόμων τροφίμων και ποτών από τις εγχώριες επιχειρήσεις και την υποβοήθησή τους



## ΜΟΝΟ ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΛΟΓΟΣ ΓΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΤΟ 2012

Το «κούρεμα» των χρηματοδοτήσεων μπορεί να δημιουργεί προσκόμματα, όμως δεν καταφέρνει να αναχαιτίσει την επενδυτική δραστηριότητα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο τροφίμων και ποτών. Αυτό είναι ένα από τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τα τελευταία στοιχεία του IOBE και τα οποία αφορούν τη πορεία των επενδυτικών δαπανών στο σύνολο της

μεταποίησης στη χώρα μας τη φετινή αλλά και την περυσινή χρονιά. Ο κλάδος των τροφίμων και ποτών είναι ο μοναδικός για τον οποίο οι πρώτες προβλέψεις κάνουν λόγο για αύξηση των επενδύσεων το 2012 και, μάλιστα, σε ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 12,2%. Η αύξηση αυτή, εφόσον οι προβλέψεις επιβεβαιωθούν, θα έρθει μετά την επίσης ανοδική -έστω και οριακά- πορεία των

επενδύσεων κατά 1,7% το 2011.

Για το σύνολο της μεταποίησης, πάντως, τα στοιχεία είναι μάλλον απαισιόδοξα αφού το 2011 καταγράφηκε πτώση της επενδυτικής δραστηριότητας κατά 2,9% (οι προβλέψεις στην προηγούμενη έρευνα «έβλεπαν» άνοδο 17,7%) ενώ ακόμα πιο δυσοίωνες είναι οι προβλέψεις για το 2012, όπου η πτώση αναμένεται να είναι σχεδόν διπλάσια (5,6%).



## Βασικά μεγέθη και μεταβολές της ελληνικής Βιομηχανίας Τροφίμων - Ποτών

στην ανάπτυξη καινοτομικών δραστηριοτήτων, ούτως ώστε να επιτευχθεί διαφοροποίηση των προϊόντων του κλάδου, να ικανοποιηθούν έτσι οι διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες του καταναλωτή, αλλά κυρίως, να δημιουργηθούν οι αναγκαίες προϋποθέσεις για την πώληση των καινοτόμων τροφίμων και ποτών στις νέες αγορές. 2) Την υλοποίηση δράσεων μεταφοράς τεχνολογίας και τεχνογνωσίας, για θέματα όπως: η βιοτεχνολογία, η νανοτεχνολογία, τα λειτουργικά τρόφιμα και ποτά, η συσκευασία κ.λπ.

● Πρόγραμμα «Εκσυγχρονιστείτε και Δικτυωθείτε», για: 1) Τον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού των παραγωγικών μονάδων των επιχειρήσεων του κλάδου τροφίμων και ποτών. 2) Την ανάπτυξη συνεργασιών και δικτύων μεταξύ των επιχειρήσεων, αλλά και μεταξύ των επιχειρήσεων και με τους προμηθευτές πρώτων υλών, καθώς και με τα δίκτυα διανομής.

● Πρόγραμμα «Υποδομές - Περιβάλλον - Ενέργεια», για: 1) Τη χρήση «καθαρής» ενέργειας. 2) Τη διαχείριση των αποβλήτων. 3) Την ανακύκλωση υλών, υλικών και συσκευασιών 4) Τη μείωση της κατανάλωσης νερού, και, 5) την εισαγωγή συστημάτων εξοικονόμησης ενέργειας.

● Δημιουργία του «BAF» cluster (bio - agro food) στη Θεσσαλονίκη, όπως αυτό έχει υποβληθεί από το «Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης» ΕΚΕΤΑ προς τη Γενική Γραμματεία Έρευνας & Καινοτομίας (ΓΓΕΤ)

● Παροχή φορολογικών κινήτρων για τη συγκώνευση ομοειδών επιχειρήσεων του κλάδου τροφίμων και ποτών, ούτως ώστε να δημιουργηθούν επιχειρήσεις μεγαλύτερου μεγέθους και να δημιουργηθούν έτσι οικονομίες κλίμακας

### 3. Ενίσχυση της διεθνοποίησης και της εξωστρέφειας

Σχεδιασμός και υλοποίηση τριετούς προγράμματος για τη δημιουργία εθνικού «brand name» στις διεθνείς αγορές, μέσω της υλοποίησης:

- Στοχευμένης καμπάνιας προώθησης των ελληνικών προϊόντων
- Δράσεων άσκησης πολιτικής πίεσης
- Στρατηγικής καμπάνιας δημοσιών σχέσεων, μεταξύ των διαμορφωτών γνώμης για τα προϊόντα του κλάδου στις ξένες αγορές
- Συνέχισης του προγράμματος «Κέρα-

	ΑΡΙΘ. ΒΙΟΜ. ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΑΣΧ/ΝΩΝ	ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΗ ΑΞΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑΧΘΕΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ
% στα τρόφιμα	1,8%	-11,0%	-17,1%	-9,3%	-15,9%	-25,7%
Τρόφιμα	15.769	81.219	8.056.537,567	3.171.296,745	7.822.289,838	442.073.800
% στα ποτά	6,7%	4,8%	-6,5%	0,6%	-4,3%	-24,8%
Ποτά	926	10.628	1.991.615,455	1.193.125,719	1.919.796,784	87.398.691
% στο σύνολο	2,1%	-9,4%	-15,2%	-6,8%	-13,8%	-25,5%
Σύνολο 2009	16.695	91.847	10.048.153,022	4.364.422,465	9.742.086,622	529.472.490

σμα», του Οργανισμού Προώθησης Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ)

● Υλοποίησης διεθνούς στρατηγικής προώθησης συγκεκριμένων ή/και παραδοσιακών ελληνικών προϊόντων, (π.χ. φέτα, λάδι, ελιές, κρασί, ούζο, τσίπουρο κ.λπ.)

● Θεσμοθέτησης προγραμμάτων ενίσχυσης της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων του κλάδου τροφίμων και ποτών, κατά

### Η τόνωση της εξωστρέφειας αποτελεί ιδιαίτερα κρίσιμο παράμετρο στο σχεδιασμό της νέας βιομηχανικής πολιτικής στον κλάδο

το πρότυπο ανταγωνιστριών χωρών της Ελλάδας, όπως Τουρκία, Ισπανία, Αίγυπτος

● Χρηματοδότησης εκδηλώσεων φορέων του εξωτερικού με υψηλό κύρος, μέσω των οποίων μπορούν να προωθηθούν τα ελληνικά τρόφιμα και ποτά σε αγορές του εξωτερικού. Τέτοιοι φορείς μπορούν να είναι: το Culinary Institute of America (ICA), το International Association of Culinary κ.ά.

● Λειτουργίας ιστοσελίδων και με τη χρήση σύγχρονων μεθόδων επικοινωνίας και προβολής, όπως το You Tube και το Twitter, για την προώθηση των ελληνικών τροφίμων και ποτών στο εξωτερικό και για την άμεση και απευθείας πληροφόρηση του καταναλωτή για συγκεκριμένα προϊόντα

● Χρηματοδότησης μηχανών αναζήτησης στο διαδίκτυο ούτως ώστε να βελτιωθούν τα αποτελέσματα αναζήτησης για τα ελληνικά τρόφιμα και ποτά από καταναλωτές και επιχειρήσεις του εξωτερικού

● Καταχωρίσεων και διαφημίσεων σε δημοφιλείς ιστοτόπους που είναι σχετικοί με τα τρόφιμα και τα ποτά

### 4. Βελτίωση της σύνδεσης της πρωτογενούς παραγωγής με τη μεταποίηση

1. Συμφωνία σε στρατηγική για τη γεωργική παραγωγή στο πλαίσιο της ΚΑΠ

2. Στήριξη της ελληνικής παραγωγής γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων. Η αγροτική παραγωγή στη χώρα μας, στο πλαίσιο της σύνδεσής της με τη μεταποιητική βιομηχανία, θα πρέπει να κατευθυνθεί στα ακόλουθα: ● στην παραγωγή προϊόντων προστιθέμενης αξίας, ● στην παραγωγή βάσει συστημάτων ολοκληρωμένης διαχείρισης και πλήρους ικνυλασιμότητας, ● σε στοχευμένες καλλιέργειες και ● στην παραγωγή προϊόντων τα οποία να καλύπτουν τις απαιτήσεις και της βιομηχανίας, αλλά και των τελικών χρηστών - καταναλωτών.

3. Παροχή κινήτρων για τη δημιουργία μεγαλύτερων κλήρων

4. Αύξηση της υποστήριξης για τις βιολογικές καλλιέργειες τροφίμων

5. Ενίσχυση της πιστοποιημένης αγροτικής παραγωγής και της συμβολαιακής γεωργίας.

6. Επαναδιαπραγμάτευση της ΚΟΑ.



Η χρήση σύγχρονων μεθόδων επικοινωνίας μπορεί να συμβάλει τα μέγιστα στην προώθηση των τροφίμων.

# ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΑΝΩ ΚΑΤΩ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Στόχος των εταιρειών η ξεχωριστή ταυτότητα για τα προϊόντα του εγχώριου ελαιώνα

Της Μαρίας Γιουρουκέλη

**Σε προσφορές και εκπτώσεις υποχρεώνει τους μεγάλους του ελαιολάδου το κίνημα της απευθείας διάθεσης προϊόντων από την παραγωγή στην κατανάλωση, με τους παραγωγούς να βιώνουν βέβαια για τρίτη κατά σειρά χρονιά τις συνέπειες μιας διεθνούς αγοράς που θέλει το ελληνικό ελαιόλαδο σε τιμές που υπολείπονται σημαντικά του κόστους παραγωγής.**

Χαρακτηριστικό είναι πρόσφατο άρθρο των Financial Times, που δείχνει ότι ο μεσογειακός Νότος, δηλαδή Ισπανία, η Ιταλία και η Ελλάδα, εκτός από την κρίση χρέους, καλείται να αντιμετωπίσει και μία ακόμα: Αυτή του ελαιολάδου, εξαιτίας της πτώσης των τιμών παραγωγού στα χαμηλά 10ετίας.

Στη χώρα μας οι προσπάθειες των εμπλεκόμενων φορέων για καταναλωτική κουλτούρα γύρω από τον λεγόμενο «πράσινο χρυσό» κινδυνεύουν με αποδόμηση, καθώς η μείωση των εισοδημάτων οδηγεί πολλούς καταναλωτές στην επιστροφή στον γνωστό... τενεκέ, που μπορούν να πληρώσουν ακόμη και σε δόσεις. Μάλιστα οι εκτιμήσεις για την ελληνική αγορά κάνουν λόγο για μείωση της κατανάλωσης τυποποιημένου ελαιολάδου κατά 10%.

Σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου, φέτος η προσφορά ξεπερνά πολύ τη ζήτηση, καθώς τα αποθέματα θα αυξηθούν έως το τέλος του 2012 κατά 1,1 εκατ. τόνους, ποσότητα που αντιπροσωπεύει το 1/3 της ετήσιας παγκόσμιας κατανάλωσης, ωστόσο η Ισπανία αναμένεται να καταναλώσει φέτος τόσο ελαιόλαδο όσο και το 2002, ενώ Ελλάδα και Ιταλία θα δουν την εγχώρια ζήτησή τους να πέφτει

στα επίπεδα όπου βρισκόταν το 1995.

Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι η αγορά βρίσκεται σε γενικότερη πίεση, μεγάλα εγχώρια επιχειρηματικά σχήματα του κλάδου συνεχίζουν τις προσπάθειες να κατοχυρώσουν ξεχωριστή ταυτότητα για τα προϊόντα του ελληνικού ελαιώνα, να αναδείξουν την οργανοληπτική και γευστική τους υπεροχή, να εγγράψουν τις υπεραξίες και με ανταμοιβή των καλλιεργητών να εξασφαλίσουν τη συνέχιση ελαιοκαλλιέργειας στη χώρα. Εξάλλου, κοινός πλέον τόπος για παραγωγούς-τυποποιητές-διακινητές δεν είναι παρά η σωτηρία του κλάδου, για

**Η ΕΕ ενεργοποίησε την αποθεματοποίηση για τρίτη φορά μέσα σε οκτώ μήνες ώστε να στηρίξει τους ελαιοπαραγωγούς**

ένα καθαρά εξαγωγικό προϊόν που έχει καταφέρει επίσημα να αναγνωριστεί και κατοχυρωθεί για την ποιότητα και την ταυτότητά του βάσει των κανονισμών της Ε.Ε.

**ΗΠΑ, Κίνα και Ρωσία διψάνε για ελληνικό ελαιόλαδο**

Το βέβαιο είναι ότι η χώρα μας έχει πολλά να κάνει σε έναν τομέα που είναι έντονα εξαγωγικός και μάλιστα σε ακανείς αγορές όπως της Αμερικής, της Κίνας και της Ρωσίας. Τα στοιχεία

δείχνουν ότι η τάση εισαγωγών ελαιόλαδου από τις ΗΠΑ είναι αυξητική φθάνοντας το 2009/10 τους 270.000 από 100.000 τόνους, που ήταν το 1990/91, σημειώνεται δε ότι απορροφούν σχεδόν το 1/3 (περίπου 4.000 τόνοι επί συνόλου 12.000 τόνων) των ελληνικών εξαγωγών ελαιόλαδου προς εκτός ΕΕ χώρες.

Αξιοσημείωτη είναι η πορεία των εισαγωγών ελαιόλαδου στην Κίνα με έντονη αυξητική τάση, αφού από μηδενικές που ήταν το 1997/98 έφθασαν το 2009/10 τους 20.500 τόνους με έντονη τάση περαιτέρω αύξησης για τα επόμενα χρόνια.

Έντονα αυξητική είναι και η τάση εισαγωγών ελαιόλαδου στην Κίνα και από τη χώρα μας αφού το 2010 σε σχέση με το 2009 είχαμε διπλασιασμό της εισαγομένης ποσότητας, ενώ το πρώτο 7μηνο του 2011 σε σχέση με το αντίστοιχο 7μηνο του 2010 αύξηση κατά 143%!

Η τάση εισαγωγών ελαιόλαδου στη Ρωσία παρουσιάζεται και αυτή έντονα αυξητική φθάνοντας το 2009/10 τους 25.000 περίπου από 3.000 τόνους περίπου που ήταν την περίοδο 2000/01 με τάση αύξησης. Σημειώνουμε ότι οι εισαγωγές ελαιόλαδου της Ρωσίας από τη χώρα μας το 2010 (1.056 τόνοι) υπερδιπλασιάστηκαν σε σχέση με το 2009 (459 τόνοι) ενώ το πρώτο 7μηνο του 2011 σε σχέση με το αντίστοιχο του 2010 είχαμε μια αύξηση 32%.

**Νέα στρατηγική ελέω ΚΑΠ**

Το ελληνικό ελαιόλαδο δεν έχει να τα βάλει μόνο με την κρίση. Η εφαρμογή της νέας ΚΑΠ κατατάσσει τους ελαιοκαλλιεργητές με-

## ΕΝΤΟΝΑ ΑΥΞΗΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Κοινός πλέον τόπος για παραγωγούς-τυποποιητές-διακινητές δεν είναι παρά η σωτηρία του κλάδου, για ένα καθαρά εξαγωγικό προϊόν που έχει καταφέρει να αναγνωριστεί και κατοχυρωθεί για την ποιότητα και την ταυτότητα του βάσει των κανονισμών της Ε.Ε.

ταξύ αυτών που έχουν να χάσουν σημαντικές ενισχύσεις για την περίοδο 2014-2020, καθώς έχουν κατοχυρώσει ακριβά δικαιώματα.

Η δραματική μείωση της ενίσχυσης από τα 150 στα 35 ευρώ το στρέμμα, μετά το 2014, στο πλαίσιο εφαρμογής του νέου καθεστώτος υποχρεώνει το σύνολο της αγοράς σε διαμόρφωση νέας στρατηγικής έναντι του προϊόντος.

Απέναντι στο νέο περιβάλλον που διαμορφώνεται, αποτελεί αδήριτη ανάγκη η λειτουργία της αγοράς προς όφελος των ελαιοκαλλιεργητών,

## Δραματική προβλέπεται η μείωση της ενίσχυσης από τα 150 στα 35 ευρώ το στρέμμα στο πλαίσιο της νέας ΚΑΠ

το παραγωγικό αποτέλεσμα των οποίων αποτελεί τη βάση για έναν τζίρο που -χωρίς τις επιδοτήσεις- πλησιάζει το ένα δις ευρώ, του οποίου το 1/3 περίπου προέρχεται από εξαγωγές.

### Υπολογίσιμη δύναμη η Ελλάδα διεθνώς

Σε μεταβατικό στάδιο δείχνει να βρίσκεται η παγκόσμια αγορά ελαιολάδου, η οποία αναζητά το δρόμο της ανάκαμψης μετά από μια τριετία συνεχών πέσεων. Μέσα από το στάδιο αυτό, η σύγχρονη τεχνολογία της πυκνής φύτευσης, με πρωταγωνιστές τους Ισπανούς, πιέζει την παραδοσιακή ελαιοκαλλιέργεια, η οποία για τη χώρα μας αποτελεί το 11% της συνολικής αγροτικής παραγωγής. Ωστόσο στο ίδιο διάστημα φαίνεται πως πετυχαίνει ο απώτερος στόχος της εξαπλώσεως της παγκόσμιας κατανάλωσης του ελαιολάδου και πέρα από την μεσογειακή λεκάνη.

Το πραγματικό μέγεθος της εγχώριας παραγωγής εκτιμάται σε 225.000 τόνους το 2009-2010, μειωμένη κατά 4,3% σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο. Η εγχώρια κατανάλωση ελαιολάδου εκτιμάται ότι διαμορφώθηκε στους 155.000 τόνους το 2009-2010, μειωμένη κατά 6,1% σε σχέση με το 2008-2009. Το 25% (39.000 τό-

νοι) εξ αυτών αφορά τυποποιημένο προϊόν. Το 43% διατίθεται σε χύμα μορφή, ενώ το 32% αφορά την αυτοκατανάλωση. Η αξία της εγχώριας αγοράς ελαιολάδου (σε τιμές χονδρικής) εκτιμάται την ίδια περίοδο σε 320 εκατ. ευρώ (μείωση 3,6%), εκ των οποίων τα 135-140 εκατ. ευρώ αφορούν τυποποιημένο προϊόν. Η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου διαμορφώθηκε το 2009-2010 σε 2.873 χιλ. τόνους, σημειώνοντας αύξηση 1,5% σε σχέση με την προηγούμενη ελαιοκομική περίοδο. Η εγχώρια κατανάλωση ελαιολάδου προβλέπεται να κυμανθεί περί τους 160.000 τόνους τις επόμενες δύο περιόδους.



### Παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου

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

Πηγή: FAO, 2009

### ΟΧΙ ΜΟΝΟ ΣΤΗ ΣΑΛΑΤΑ

Σύμφωνα με τον FAO, η Ελλάδα έχει τη μεγαλύτερη κατά κεφαλήν κατανάλωση ελαιολάδου στον κόσμο και μάλιστα με διαφορά από τους υπόλοιπους. Πιο συγκεκριμένα, κάθε Έλληνας καταναλώνει 23,7 κιλά ελαιολάδου ετησίως, ακολουθούν οι Ισπανοί με 13,62 κιλά και τρίτοι οι Ιταλοί με 12,35 κιλά.



Η αγορά ελαιολάδου στην ΕΕ χαρακτηρίζεται από υψηλό επίπεδο αλληλεξάρτησης και, συνεπώς, η σοβαρή διαταραχή στην ισπανική και στην ελληνική αγορά κινδυνεύει να εξαπλωθεί σε όλα τα κράτη μέλη παραγωγής.

## ΤΡΙΤΗ ΦΟΡΑ

Με επιφυλακτικότητα υποδέχτηκε και την τρίτη αποθεματοποίηση η διεθνής αγορά του ελαιολάδου, με τους αναλυτές να κάνουν λόγο για προστασία από νέα διόρθωση, παρά για τόνωση της αγοράς. Άλλωστε, σύμφωνα με τα στοιχεία, η τελευταία αποθεματοποίηση προκάλεσε μόνο μια μικρή αύξηση της τάξης των 3-4 λεπτών το κιλό στην αγορά, την ώρα που οι διεθνείς τιμές του ελαιολάδου «δοκιμάζουν» τα χαμηλότερα επίπεδα της τελευταίας τριετίας, αφού οι αντίστοιχες τιμές παραγωγού σε Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα παραπέμπουν στο χρονικό διάστημα Μαΐου-Ιουνίου του 2009.

Το «άνοιγμα» του μέτρου αποφασίστηκε εκ νέου από τη Διαχειριστική Επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για 100.000 τόνους παρθένου και έξτρα παρθένου ελαιολάδου, σε όλες τις ελαιοπαραγωγικές χώρες της Ε.Ε., ενώ οι προσφορές για συμμετοχή στη δημοπρασία υποβάλλονταν μέχρι τις 19 Ιουνίου. Κύριος στόχος του μέτρου είναι να συμβάλλει στην άνοδο των τιμών με την προσωρινή αποθήκευση και επομένως απόσυρση από την αγορά των ποσοτήτων που αποθεματοποιούνται, η κυριότητα των οποίων εξακολουθεί να παραμένει στους κατόχους τους παραγωγούς.

Να σημειωθεί ότι οι προσφορές αφορούν περίοδο αποθεματοποίησης 180 ημερών και κάθε προσφορά θα πρέπει να καλύπτει ελάχιστη ποσότητα τουλάχιστον 50 τόνων. Οι υποβάλλοντες προσφορές απαιτούσαν και εγγύηση ύψους 50 ευρώ ανά τόνο ελαιολάδου.

## ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του FAO, η Ελλάδα έχει τη μεγαλύτερη κατά κεφαλήν κατανάλωση ελαιολάδου στον κόσμο και μάλιστα με διαφορά από τους υπόλοιπους. Πιο συγκεκριμένα, κάθε Έλληνας καταναλώνει 23,7 κιλά ελαιολάδου ετησίως, ακολουθούν οι Ισπανοί με 13,62 κιλά και τρίτοι οι Ιταλοί με 12,35 κιλά.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 330 νοικοκυριά, το ελαιόλαδο χρησιμοποιείται σε μόνιμη βάση στην ελληνική κουζίνα. Επίσης παρουσιάζει υψηλή χρήση σε όλα τα φαγητά / τρόφιμα με εξαίρεση τα γλυκά. Μάλιστα το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών (67%)

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, η εγχώρια παραγωγή διαμορφώθηκε το 2009-2010 στους 107.000 τόνους, με αύξηση 1,9%.



αναφέρει ότι χρησιμοποιεί χύμα ελαιόλαδο κυρίως για λόγους εμπιστοσύνης στον παραγωγό, αντίληψης αγνότητας και φυσικότητας και κόστους, το οποίο αναφέρει σε μεγαλύτερο ποσοστό ότι το αγοράζει ή το παίρνει από συγγενείς ή φίλους.

### Σταθερές οι αξίες στην επιτραπέζια ελιά

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, η εγχώρια παραγωγή διαμορφώθηκε το 2009-2010 στους 107.000 τόνους, με αύξηση 1,9%. Η κατανάλωση εκτιμάται ότι διαμορφώθηκε το 2009-2010 στους 21.000 τόνους, αυξημένη κατά 5% σε σχέση με το 2008-2009. Σύμφωνα με μελέτη της ICAP, το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων που καταναλώνονται στην εγχώρια αγορά διατίθεται χύμα. Ωστόσο, οι περισσότερες επιχειρήσεις διαθέτουν το μεγαλύτερο μέρος των επεξεργασμένων/τυποποιημένων ελιών στο εξωτερικό (χύμα ή τυποποιημένο).

### Η επιτραπέζια ελιά με μια ματιά

- Την τελευταία δεκαετία κατά μέσο όρο παράγονται 105.000 τόνοι στην Ελλάδα
- Η αξία της εγχώριας αγοράς (σε τιμές χονδρικής) εκτιμάται ότι διαμορφώθηκε το 2009-2010 στα 41 εκατ. ευρώ, με αύξηση 2,5% σε σχέση με το 2008-2009
- Η κατανάλωση επιτραπέζιων ελιών στην ΕΕ διαμορφώθηκε την περίοδο 2009-2010 σε 558.000 τόνους, με αύξηση 1,5%
- Ιταλία και Ισπανία την ελαιοκομική περίοδο 2009-2010 συγκέντρωσαν το 55,1% της κατανάλωσης στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

## ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΜΕΤΑΓΓΙΤΣΙΟΥ

ΜΕ ΤΑ ΑΡΩΜΑΤΑ  
ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΟΥ

Νέα γραμμή παραγωγής 17.000 φιαλών ανά ώρα

**Με σταθερά εξαγωγικό** προσανατολισμό ο Α.Σ. Μεταγγιτίου διευρύνει την γκάμα των ποιοτικών προϊόντων του και επεκτείνεται σε μεγάλες αγορές των τεσσάρων ηπείρων. Η προσπάθεια στηρίχτηκε σ' ένα προϊόν μεγάλης θρεπτικής αξίας, το ελαιόλαδο Γαλανό, με υψηλή περιεκτικότητα τουλάχιστον 72-73% σε ελαϊκό οξύ, ουσία που ερευνάται επιστημονικά για θεραπευτική δράση ακόμη και σε σπάνιες παθήσεις. Η «θαυματουργή» επίδραση του ελαιολάδου αναφέρεται στην ταινία Lorenzo's oil. Σήμερα τα προϊόντα είναι: Εξαιρετικά παρθένο

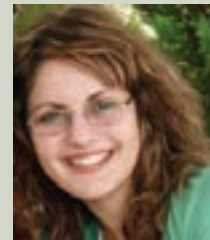


ελαιόλαδο, ελαιόλαδο με έλαια βοτάνων και αρωματικών φυτών, ελιές, ροδόνηρο, ξύδι και βαλσάμικο. Ο πρόεδρος Κώστας Βλαβής τονίζει: «Για εμάς σημαντικό είναι το προϊόν. Εκεί είναι στραμμένη η προσοχή μας και όχι στην επιδότηση».

## i INFO

- Μεταγγίσι, 630 78 Σιθωνία
- Τηλ. & Fax: 23750/92452
- email: agr.synetairismos galano100@gmail.com
- www.metagitsi.gr

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Παυλίνα Κασάπη**  
Διευθύνουσα  
Σύμβουλος &  
Μάρκετινγκ  
Α. Σ.

**Ο κύριος λόγος** για τον οποίο το ελαιόλαδο Μεταγγιτίου αιτήθηκε για Π.Ο.Π. είναι η διατήρηση του brand name «Γαλανό», μια ποικιλία που συναντάται και καλλιεργείται στην περιοχή εδώ και πολλά χρόνια. Παράλληλα, επιχειρήθηκε η σύνδεση του τοπικού πληθυσμού με την ποικιλία της ελιάς «Γαλανό». Η ιδιαιτερότητα της ποικιλίας εξαρτάται από τα εδαφολογικά και κλιματολογικά στοιχεία του Μεταγγιτίου αλλά πρόκειται επίσης για ποικιλία που μπορεί να αξιοποιηθεί ως ελαιοποιήσιμη αλλά και ως επιτραπέζια.

## Γαλανό Μεταγγιτίου

το θαύμα της ελληνικής γής, αγνό, θρεπτικό, ποιοτικό



ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ



Αγαπάμε τον τόπο μας, το αγρότάρι, στηρίζουμε στους ανθρώπους μας, στην παραγωγή τους, αναζητάμε νέες γευστικές προτάσεις υψηλής ποιότητας.

## ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΜΕΤΑΓΓΙΤΣΙΟΥ

Μεταγγίσι, 630 78, Σιθωνία Χαλκιδικής  
Τηλ & Fax: 23750 92452, Κινητό: 6950/ 394670  
e-mail: agr.synetairismos.metagg@gmail.com, galano100@gmail.com  
www.metagitsi.gr, eleoladometagitsi.blogspot.com

# ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟ ΣΙΜΙΓΔΑΛΙ, ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΚΛΗΡΟ ΣΙΤΑΡΙ

Περιζήτητα φέτος στην παγκόσμια αγορά η εξαιρετικά ποιοτική ελληνική πρώτη ύλη

Του Γιάννη Τσατσάκη

**Σκληρότερη και από το... σκληρό σιτάρι, στο οποίο βασίζεται ως πρώτη ύλη, αποδεικνύεται απέναντι στην κρίση η ελληνική αγορά ζυμαρικών. Η οικονομική δυσπραγία και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών όχι μόνο δεν στάθηκαν ικανές να αμφισβητήσουν τη θέση της συγκεκριμένης κατηγορίας τροφίμων στο οικογενειακό τραπέζι αλλά, αντίθετα, φαίνεται ότι την ενισχύουν κιόλας.**

Για να γίνει αυτό χρειάστηκε, βέβαια, να βάλουν και οι επιχειρήσεις του κλάδου το... χεράκι τους, φροντίζοντας να προσαρμόσουν την τιμολογική τους πολιτική στα νέα οικονομικά δεδομένα. Η επίπτωση στα έσοδα δεν ήταν αμελητέα, όμως η ανταμοιβή ήρθε από τη διατήρηση των μεριδίων αγοράς σε υψηλά επίπεδα.

Πρόσφατη μελέτη της ICAP Group κάνει λόγο για διατήρηση ή ακόμα και μικρή ενίσχυση της αγοράς ζυμαρικών στη χώρα μας, βάσει διακινούμενου όγκου για τη διετία 2011-2012. Η εταιρεία αποδίδει σε μεγάλο βαθμό την ανθεκτικότητα του κλάδου στη διατήρηση των τιμών σε χαμηλά επίπεδα, ακόμα κι αν αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη συρρίκνωση της καθαρής αξίας των πωλήσεων. Το 2010 -σύμφωνα πάντα με τα στοιχεία της ICAP- η αξία της αγοράς ζυμαρικών υποχώρησε κατά 3,2% τη στιγμή που οι ποσότητες αυξήθηκαν 1,2%.

Σε καλύτερη θέση για να ισορροπήσουν επάνω αυτή τη διελκυστίνδα βρίσκονται, βεβαίως, οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου. Τα αποτελέσματα που δημοσιοποίησαν οι τέσσερις ισχυροί «παίκτες» (Barilla Hellas, Μέλισσα-Κίκιζας, Eurimac, Ήλιος) δείχνουν ότι οι αθροιστικές

τους πωλήσεις αντίθωσαν το 2011 σε 175,42 εκατ. ευρώ έναντι 167,85 εκατ. ευρώ το 2010. Αυξήθηκαν, δηλαδή, περίπου κατά 5% σε ποσοστό και κατά 7,57 εκατ. ευρώ σε αξία.

Τα αθροιστικά αποτελέσματα προ φόρων των ίδιων επιχειρήσεων, ήταν κέρδη ύψους 10,29 εκατ. ευρώ έναντι αντίστοιχων κερδών 19,02 εκατ. ευρώ το 2010, μειωμένα κατά 46%. Μετά την καταβολή φόρων τα αθροιστικά καθαρά κέρδη ήταν ύψους 6,92 εκατ. ευρώ το 2011 έναντι καθαρών κερδών 13,67 εκατ. ευρώ το 2010, μειωμένα κατά 49%.

**Στις «ανερχόμενες δυνάμεις» του κλάδου συγκαταλέγονται τα γεμιστά ζυμαρικά και τα ζυμαρικά ολικής άλεσης**

## Το σπαγγέτι κρατά τα σκίπτρα

Τα μακριά ζυμαρικά (τύπου σπαγγέτι κ.λπ.) συνεχίζουν να κατέχουν τη μερίδα του λέοντος, με ποσοστό 55% της αγοράς. Οι πάστες ακολουθούν με 35%, ενισχύοντας διαρκώς τα μερίδιά τους σε αντίθεση με τα μακριά ζυμαρικά που παρουσιάζουν μικρή κάμψη- όχι πάντως αρκετή που να απειλεί την πρωτοκαθεδρία τους. Στις «ανερχόμενες δυνάμεις» του κλάδου συγκαταλέγονται τα γεμιστά ζυμαρικά καθώς και τα ζυμαρικά ολι-

κής άλεσης, ενώ δυναμική αύξηση κατέγραψαν και τα ζυμαρικά ιδιωτικής ετικέτας.

## Υψηλός βαθμός συγκέντρωσης

Η ελληνική αγορά ανήκει σε αυτές που μπορούν κάλλιστα να χαρακτηριστούν αυτάρκειες, αφού η εγχώρια παραγωγή υπερκαλύπτει τη ζήτηση. Αποτέλεσμα αυτού οι εισαγωγές να είναι σχετικά περιορισμένες, ενώ την ίδια στιγμή οι μεγαλύτερες εγχώριες επιχειρήσεις επιδεικνύουν έντονη εξαγωγική δραστηριότητα. Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης με λίγες μεγάλες εταιρείες να καρπώνονται το μεγαλύτερο μέρος της «πίτας» της αγοράς.

Τα ντρία κρατάει η Barilla Hellas, η εταιρεία που προέκυψε όταν το 1991 η ιταλική πολυεθνική αγόρασε τη MISKO. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μονάδα που δημιούργησαν οι Ιταλοί στη Βοιωτία είναι η τρίτη μεγαλύτερη σε μέγεθος στην Ευρώπη, ενώ από τις αρχές του 2011 η ελληνική θυγατρική έχει επωμιστεί την ευθύνη της υλοποίησης της στρατηγικής του ομίλου σε μια ευρεία γεωγραφική περιοχή 19 χωρών. Το 2011 πραγματοποίησε πωλήσεις ύψους 74,90 εκατ. ευρώ, αυξημένες 4,8% έναντι εκείνων του 2010 (71,49 εκατ. ευρώ) και κατέγραψε EBITDA 5,72 εκατ. ευρώ (-34,6%), κέρδος προ φόρων 3,42 εκατ. ευρώ (6,82 εκατ. ευρώ το 2010) και καθαρό κέρδος 2,42 εκατ. ευρώ (από 3,97 εκατ. ευρώ).

Η δεύτερη μεγαλύτερη επιχείρηση του κλάδου δεν είναι άλλη από την Μέλισσα-Κίκιζας, μια από τις παλαιότερες βιομηχανίες στην Ελλάδα, η οποία πριν από τέσσερα χρόνια περίπου προσέδεσε στο «άρμα» της και την ABEZ. Η θεσσαλική εταιρεία από το 2008 επέκτεινε τις δραστηριότη-

## ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Πρόσφατη μελέτη της ICAP Group κάνει λόγο για διατήρηση ή ακόμα και μικρή ενίσχυση της αγοράς ζυμαρικών στη χώρα μας, βάσει διακινούμενου όγκου για τη διετία 2011-2012.

τές της και στο εμπόριο σίτου, ενώ ήταν η πρώτη που τόλμησε να ανοίξει -σε βιομηχανική κλίμακα τουλάχιστον- το φάκελο «βιολογικά ζυμαρικά» στη χώρα μας. Την περυσινή χρονιά οι πωλήσεις της διαμορφώθηκαν στα 67,40 εκατ. ευρώ, μειωμένες έναντι εκείνων του 2010 (70,04 εκατ. ευρώ) κατά 3,8%. Τα EBITDA έφτασαν τα 7,87 εκατ. ευρώ (-34,1%), το κέρδος προ φόρων στα 4,62 εκατ. ευρώ (8,24 εκατ. ευρώ το 2010) και το καθαρό κέρδος στα 3,25 εκατ. ευρώ (7,20 εκατ. ευρώ). . Από τα «βαριά χαρτιά» του κλάδου είναι επίσης η Eurimas και η Ήλιο. Η πρώτη πραγματοποίησε το 2011 πωλήσεις 21,99 εκατ. ευρώ από 18,80 εκατ. ευρώ ένα χρόνο πριν (+17%), EBITDA 3,72 εκατ. ευρώ (-22%), κέρδος προ φόρων 1,73 εκατ. ευρώ

## Η «συνταγή» για την παραγωγή των ζυμαρικών απαιτεί μόνο σιμιγδάλι, δηλαδή χρειάζεται σκληρό σιτάρι και νερό

(3,20 εκατ. ευρώ το 2010) και καθαρό κέρδος 0,84 εκατ. ευρώ (2,08 εκατ. ευρώ το 2010).

Η Ήλιος κατέγραψε πωλήσεις ύψους 11,13 εκατ. ευρώ, αυξημένες έναντι εκείνων του 2010 (7,52 εκατ. ευρώ) κατά 47,9%, EBITDA 1,04 εκατ. ευρώ (-8,5%), κέρδος προ φόρων 0,53 εκατ. ευρώ (0,77 εκατ. ευρώ το 2010) και καθαρό κέρδος 0,41 εκατ. ευρώ (0,42 εκατ. ευρώ το 2010).

### Από... καλή πάστα

Είναι γνωστό ότι ένα μεγάλο κομμάτι της πρώτης ύλης για την παραγωγή ζυμαρικών στη χώρα μας προέρχεται από το εξωτερικό. Κι αυτό παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι η τέταρτη μεγαλύτερη σιτοπαραγωγός χώρα στην Ευρώπη. Σε αντιστάθμισμα, ένα σημαντικό μερίδιο της εγχώριας παραγωγής πηγαίνει στο εξωτερικό. Τόσο αυτό, όμως, όσο και το μερίδιο που απορροφάται από τις ελληνικές βιομηχανίες έχουν όλα τα φόντα να αυξηθούν. Κι αυτό γιατί σε παγκόσμιο επίπεδο ενισχύεται δι-

αρκώς η ζήτηση για περισσότερο και ακόμα πιο ποιοτικό σιτάρι. Κάτι το οποίο έχει όλες τις προϋποθέσεις να παράγει η Ελλάδα.

Αν σκεφτεί κανείς ότι η «συνταγή» για την παραγωγή ζυμαρικών απαιτεί μόνο σιμιγδάλι (ήτοι σκληρό σιτάρι και νερό), γίνεται φανερό ότι για τη βιομηχανία η ποιότητα του σκληρού σίτου είναι αυτή που καθορίζει και την ποιότητα του τελικού προϊόντος. Με την απαραίτητη, λοιπόν, τεχνολογία, απαιτείται υψηλή περιεκτικότητα της πρώτης ύλης σε πρωτεΐνη, που αυξάνει την ποιότητα της γλουτένης και δίνει αντοχή στα ζυμαρικά κατά τον βρασμό, κατάλληλη περιεκτικότητα σε κίτρινες χρωστικές και τη μικρότερη δυνατή σε μαύρα στίγματα, που προσφέρουν τη σωστή εμπορική όψη των ζυμαρικών και τέλος απουσία ει δυνατόν υπολειμμάτων φυτοφαρμάκων. Η Ελλάδα κατέχει την τέταρτη θέση, με την παραγωγή, όμως, να βαίνει μειούμενη. Η χώρα μας παρήγαγε πέρυσι 803.000 τόνους έναντι 899.000 τόνων το 2005.



## ΣΤΗ ΜΟΔΑ ΤΑ ΟΣΠΡΙΑ

Πρόσφορο έδαφος για να εδραιώσουν την υψηλή θέση τους στις προτιμήσεις των καταναλωτών βρίσκουν εν μέσω της κρίσης τα όσπρια, καθώς οι συντεταγμένες προσπάθειες παραγωγών κι επιχειρήσεων για την ανάδειξη των τοπικών ποικιλιών έχουν καταφέρει να τα φέρουν ξανά στη... διατροφική μόδα. Το σύνολο της εγχώριας αγοράς υπολογίζεται στα 200 εκατ. ευρώ με ανοδικές τάσεις. Η ανάπτυξη αυτή, πάει «χέρι χέρι» με μια ποιοτική στροφή που φέρνει στο προσκήνιο νέους «παίκτες». Οι 3Α και Agrino εξακολουθούν να οδηγούν την κούρσα με πάνω από το 50% της αγοράς, αν και τα μικρότερα σχήματα κερδίζουν μερίδια «ποντάροντας» στις τοπικές ποικιλίες. Το μεγαλύτερο «κομμάτι» της ζήτησης καλύπτουν οι εισαγωγές.

# ΟΥΡΙΟΣ ΑΝΕΜΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΗΠΕΥΤΙΚΑ

Ένας κατ' εξοχήν εξωστρεφής κλάδος στο άρμα της παγκόσμιας ανάκαμψης

Της Ελένης Δούσκα

**Υψηλή δυναμική προς την κατεύθυνση της περαιτέρω ανάπτυξης χαρακτηρίζει τον τομέα των οπωροκηπευτικών στην Ελλάδα, ο οποίος σημειωτέον έχει ήδη σταθεροποιήσει το μερίδιό του επί της συνολικής παραγωγής στην ΕΕ στο - δίολου ευκαταφρόντο - 31%. Και ενώ τα πρώτα σημάδια ωριμότητας του κλάδου είναι πλέον εμφανή την κατάσταση ευνοεί και η ανάκαμψη που παρουσιάζει η παγκόσμια αγορά οπωροκηπευτικών μετά από μια μικρή περίοδο στασιμότητας.**

Οι ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα μας αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα συγκριτικά πλεονεκτήματα της ελληνικής παραγωγής έναντι των ανταγωνιστών μας από τις βόρειες χώρες, τη στιγμή που οι οικονομικές μελέτες διαπιστώνουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης, ειδικότερα στη θερμοκηπιακή καλλιέργεια κηπευτικών προϊόντων. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι επίσης 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.

## Με αριθμούς τα κηπευτικά επί ελληνικού εδάφους

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 καλλι-

εργούμενων 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 εκατομμυρίων τόνων, εκ των οποίων 0,9 εκατομμύρια τόνοι ντομάτας.

Από το σύνολο των κηπευτικών που καλλι-

**Ρυθμούς ανάπτυξης 25% ως το 2015 αναμένεται να επιτύχει η παγκόσμια αγορά οπωροκηπευτικών με όχημα το δίπολο υγεία-ευχρηστία**

εργούνται υπαίθρια, τις μεγαλύτερες εκτάσεις στον ελλαδικό χώρο καταλαμβάνουν οι πατάτες με 379.470 στρέμματα, οι ντομάτες με 315.570 στρέμματα, το λάχανο με 76.760 στρέμματα και τα καρπούζια με 70.890 στρμ. Αξίζει 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 που ξεπερνά τους 900.000 τόνους.

## Πρωτοκαθεδρία για την πατάτα

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

## Καλλιεργούν το μέλλον οι Ομάδες Παραγωγών

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 οργάνωσής τους, ανάμεσα στις χώρες του Βορρά και του Νότου. Σύμφωνα με στοιχεία πρόσφατης 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 οπω-



# Φρέσκο φρούτο; ...Έτοιμο!

**almme**  
Growers

100%  
φυσικό  
προϊόν



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

Η φύση τελικά έχει τον τρόπο να σας ξαφνιάζει!

AGROCERT

**almme**  
Growers

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

**Η ΒΑΣΙΛΙΣΣΑ ΠΑΤΑΤΑ, Η ΠΡΙΓΚΙΠΙΣΣΑ ΝΤΟΜΑΤΑ**  
 Από το σύνολο των κηπευτικών που καλλιεργούνται υπαίθρια, τις μεγαλύτερες εκτάσεις στην Ελλάδα καταλαμβάνουν οι πατάτες με 379.470 στρμ., οι ντομάτες με 315.570 στρμ., το λάχανο με 76.760 στρμ. και τα καρπούζια με 70.890 στρμ.

ροκκηπευτικών, όπως Ισπανία, Γαλλία και Ιταλία, ο βαθμός οργάνωσης ανέρχεται σε ποσοστά που ξεκινούν από 40% και φθάνουν μέχρι 50%.

### Το 13% της ελληνικής παραγωγής μέσω των 113 Ομάδων

Στην Ελλάδα μόλις το 13% της ελληνικής παραγωγής οπωροκηπευτικών, που διατίθεται στην αγορά, είναι μέσω των 113 Ομάδων Παραγωγών του τομέα, αποτελούμενες κατά βάση από παραγωγούς, κατόχους μικρών οικογενειακών εκμεταλλεύσεων. Σε αντίθεση με την ελλιπή οργάνωση της αγοράς, ο μεταποιητικός τομέας είναι ένας από τους πιο δυναμικούς, προσφέροντας εργασία και

### Το 1/3 του συνόλου των εξαγωγών ελληνικών γεωργικών προϊόντων καταλαμβάνουν τα οπωροκηπευτικά

συνεισφέροντας στην αποφυγή ερήμωσης της ελληνικής περιφέρειας. Οι κύριες χώρες εισαγωγής κηπευτικών προϊόντων στη χώρα μας είναι η Αίγυπτος, η Τουρκία, η Ολλανδία, η Γερμανία, η Γαλλία κ.ά., ενώ κύριοι προορισμοί των εξαγωγίμων εγχώριων κηπευτικών μας είναι η Γερμανία, η Αλβανία, η Βουλγαρία, η Ρουμανία, η Αυστρία κ.ά.

### Ένας ευάλωτος τομέας τόσο στην παραγωγή, όσο και στη συντήρηση

Βέβαια, να σημειωθεί 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 στις τιμές τους ως επίδραση της διεθνούς αγοράς στην εγχώρια. Ως 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 Ε.Ε) νωπών οπωροκηπευτικών ανέρχονται σε 950-1.000 χιλιάδες τόνους, από τους οποίους περίπου το 57% κατευθύνεται προς Τρίτες χώρες και το υπόλοιπο 43% προς τις χώρες της ΕΕ. Οι εξαγωγές οπωροκηπευτικών προϊόντων αποτελούν το 1/3 του συνόλου των εξαγωγών των γεωργικών μας προϊόντων.



Καλλιέργεια (υπαίθρια και θερμοκηπίου)	Καλ/μενες 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

### ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

- Διεύρυνση εμπορικής περιόδου και αύξηση εξαγωγών ποιοτικών προϊόντων μέσω της εφαρμογής ζωνών καλλιέργειας κατά προϊόν και περιφέρεια
- Καλύτερη διάθεση της παραγωγής βιολογικών
- Εδραίωση στις δυτικές αγορές με νέα δημοφιλή προϊόντα
- Επέκταση της καλλιέργειας, αξιοποιώντας τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες
- Κίνητρα για την καλύτερη λειτουργία των ΟΠ
- Αύξηση της κατανάλωσης των οπωροκηπευτικών

5° χλμ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ – ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΥ

ΤΗΛ.: 2842031222

# Νότος fresh

τόσο φρέσκα...  
όσο και Κρητικά!!!



παραγωγή  
τυποποίηση  
εμπορία

[www.notosfresh.gr](http://www.notosfresh.gr)



BS EN ISO 22000:2005



όταν η αξιοπιστία...  
....συνάντησε την ποιότητα....





Το δίπολο «υγεία-ευχρηστία» θα είναι το κλειδί για την αυξημένη ζήτηση -φρέσκων ιδίως- λαχανικών στα επόμενα πέντε χρόνια.

## COME BACK

Επιστροφή στην ανάπτυξη προοιωνίζεται για την παγκόσμια αγορά οπωροκηπευτικών μετά από μια μικρή περίοδο στασιμότητας, που έφερε τη «σφραγίδα» της χρηματοπιστωτικής κρίσης. Μέσα στην ερχόμενη τριετία ο κλάδος των φρούτων και λαχανικών αναμένεται να ολοκληρώσει μια εντυπωσιακή επιστροφή αθροίζοντας συνολικούς ρυθμούς ανάπτυξης 25% στο διάστημα 2010-2015 και ανεβάζοντας την αξία της αγοράς στα 735 δισ. δολάρια, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της MarketLine. Μάλιστα, γίνεται λόγος 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 (συσκευασμένα, κατεψυγμένα, σε κονσέρβα κ.ο.κ.) οπωροκηπευτικά. Τα λαχανικά έχουν τη μερίδα του λέοντος καταλαμβάνοντας το 65% της συνολικής αγοράς. Η τελευταία, αξίζει να σημειωθεί, χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, καθώς το 70% του συνολικού τζίρου πραγματοποιείται από 50 μεγάλες εταιρείες. Οι αναλυτές της MarketLine επισημαίνουν ότι «η παγκόσμια αγορά χτυπήθηκε από την παγκόσμια 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 όπως η Κίνα και η Ινδία λόγω της ταχύτερης ανάπτυξης και της αύξησης των εισοδημάτων» στις χώρες αυτές.

## ΥΓΙΕΙΝΟ

Την ίδια ώρα, στην αυξημένη συνειδητοποίηση του αμερικανικού κοινού απέναντι στα προβλήματα υγείας και τις επιπτώσεις του λεγόμενου «δυτικού μοντέλου ζωής», με πρώτη και κύρια βέβαια την «επιδημία» της παχυσαρκίας, κάνει ειδική αναφορά πρόσφατη κλαδική έρευνα της Rabobank. Η έκθεση στέκεται στο δίπολο «υγεία-ευχρηστία» το οποίο, όπως η ίδια εκτιμά, θα είναι το κλειδί για την αυξημένη ζήτηση -φρέσκων ιδίως- λαχανικών στα επόμενα πέντε χρόνια. Επικαλείται δε ένα πολύ ενδιαφέρον άρθρο των New York Times, όπου ο δημοσιογράφος κατέληξε στο συμπέρασμα ότι «τα φρέσκα, μη επεξεργασμένα, με μια

Μέσα στην ερχόμενη τριετία ο κλάδος των φρούτων και λαχανικών θα ολοκληρώσει μια εντυπωσιακή επιστροφή αθροίζοντας συνολικούς ρυθμούς ανάπτυξης 25%.



λέξη τα «αληθινά» τρόφιμα δεν είναι πλέον περισσότερο ακριβά από το junk food». Σύμφωνα με τον ίδιο, αυτό που στην πραγματικότητα αποτρέπει τον μέσο Δυτικό καταναλωτή από την κατανάλωσή τους είναι η έλλειψη ευχρηστίας και ο χρόνος που απαιτούν προκειμένου να προετοιμαστούν για την κατανάλωση.

Από την πλευρά τους, οι συγγραφείς της έρευνας σημειώνουν ότι αυτό από μόνο του δεν αρκεί για να δώσει τη ζητούμενη ώθηση στην κατανάλωση. Το κλειδί (θα) είναι η αξιοποίηση της τάσης αυτής από τις επιχειρήσεις μέσα από την καινοτομία και τη δημιουργία νέων προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, όπως είναι τα συσκευασμένα κι «έτοιμα προς άμεση κατανάλωση» φρούτα και λαχανικά που μπορούν π.χ. να καταναλωθούν στο γραφείο εκτοπίζοντας τα παραδοσιακά και εν πολλοίς ανθυγιεινά σνακ (π.χ. πατατάκια). Επιπλέον, τονίζει την υπεραξία που δίνει η διαφοροποίηση στα οπωροκηπευτικά με έντονο «εθνικό χρώμα».

Η ΕΕ παραμένει η μεγαλύτερη αγορά σε τοπικό επίπεδο, όχι όμως και η ταχύτερα αναπτυσσόμενη. Ο «τίτλος» αυτός πηγαίνει στην ευρύτερη περιοχή της Ασίας η οποία, εκτός του ότι αντιπροσωπεύει το 45% της διεθνούς αγοράς, αναπτύσσεται και με ρυθμούς 4,5% σε ετήσια βάση. Σύμφωνα με στοιχεία του FAO, οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν αυτή τη στιγμή 45 δισ. ευρώ του τζίρου που πραγματοποιείται παγκοσμίως. 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 Ε.Ε. Άλλωστε, ως γνωστόν 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.

# Φρέσκα φύλλα Ελληνικά νόστιμα και υγιεινά

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

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

Baby  
φύλλα

Μini  
φύλλα

Μαρούλια

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

[info@vezyrogloufarm.com](mailto:info@vezyrogloufarm.com)  
[vezyrogloufarm.com](http://vezyrogloufarm.com)



Απ' τα περιβόλια του Βεζυρογίου

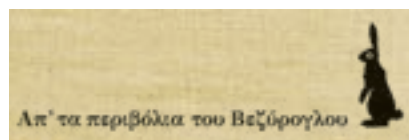
ΑΝΤΩΝΗΣ ΒΕΖΥΡΟΓΛΟΥ &amp; ΣΙΑ ΕΕ

# ΦΡΕΣΚΑ ΦΥΛΛΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΙΑ... ΣΑΛΑΤΑ ΙΔΑΝΙΚΑ

Τα «περιβόλια του Βεζύρογλου» επενδύουν στην τάση των έτοιμων σαλατών

## ΤΡΕΙΣ ΓΕΝΙΕΣ ΒΕΖΥΡΟΓΛΟΥ

«Τα κηπευτικά είναι ένας ζωντανός παραγωγικός τομέας, ένας δυναμικός κλάδος που έχει απόδοση, κέρδος και ενδιαφέρον αν και έχει πιο πολύ τρέξιμο»



### Η ΓΚΑΜΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Baby φύλλα	Ρόκα, Σπανάκι, Σαλάτες ανάμεικτες, Valeriana
Μίνι φύλλα	Σπανάκι, Αντίδι, Ραδίκι
Μαρούλια	Romana, Iceberg, Lollo bionda, Lollo rosso, Γαλλική σαλάτα, Σγουρή σαλάτα

### INFO

- Τ.Θ. 5, Σχοινιάς, Τ.Κ. 59300  
Αλεξάνδρεια - Ημαθία
- Τηλέφωνο: 23330/26690
- Fax: 23330/27381
- e-mail: info@vezyrogloufarm.com
- www.vezyrogloufarm.com

**Όταν ξεκίνησε** πριν από 90 χρόνια το ταξίδι του από τη Θεσσαλονίκη προς την Αλεξάνδρεια, ο παππούς Αντώνης Βεζύρογλου δεν θα μπορούσε να φανταστεί ότι θα σηματοδοτούσε ένα νέο ξεκίνημα στην παραγωγή και διακίνηση φυλλωδών λαχανικών. Πώς θα μπορούσε άλλωστε, αφού ο ίδιος είχε εμπειρία στις μεγάλες καλλιέργειες, σε σιτηρά, βαμβάκι αλλά και ζαχαρότευτλα. Από τότε μέχρι σήμερα πολλά πράγματα άλλαξαν βέβαια και μπορεί ο παππούς Αντώνης να έμεινε τελικά πιστός στις μεγάλες καλλιέργειες, ωστόσο ο υιός Γιάννης σε συνεργασία με τον εγγονό Αντώνη αποφάσισαν να κάνουν στροφή προς τα κηπευτικά.

### Έχουν τρέξιμο αλλά και ενδιαφέρον και κέρδος τα κηπευτικά

Όπως επισημαίνει μάλιστα ο ίδιος ο Αντώνης Βεζύρογλου: «Τα κηπευτικά είναι ένας ζωντανός παραγωγικός τομέας, ένας δυναμικός κλάδος που έχει μεγαλύτερη απόδοση, περισσότερο κέρδος, μεγαλύτερο ενδιαφέρον σε σύγκριση με τις μεγάλες

καλλιέργειες, αν και έχει πιο πολύ τρέξιμο». Πριν από αρκετά χρόνια, η τρίτη γενιά Βεζύρογλου πήρε τη μεγάλη απόφαση βάζοντας 40 στρμ. λαχανικών στο κτίμα που βρίσκεται στην Αλεξάνδρεια. Την ίδια εποχή ιδρύεται η εταιρεία Αντώνης Βεζύρογλου και Σία Ε.Ε. με λογότυπο ένα λαγουδάκι και τη φράση: «Απ' τα περιβόλια του Βεζύρογλου». Η επιχείρηση δραστηριοποιείται στην παραγωγή, τυποποίηση και διακίνηση φρέσκων κηπευτικών και ο βασικός στόχος





Τα baby leaf διακινούνται στην αγορά μόνο τυποποιημένα με το brand name «Τα περιβόλια του Βεζύρογλου».



της είναι να αποτελέσει μία σύνθετη, κάθετη και ολοκληρωμένη μονάδα.

Από το 2006 έως σήμερα η επιχείρηση έχει επεκταθεί σημαντικά. Τα 40 στρμ. έγιναν 230 ενώ διευρύνθηκε και η ποικιλία κηπευτικών. Τα είδη που καλλιεργούνται στο «περιβόλι» της είναι μαρούλια, σαλάτες, ρόκες, σπανάκι, αντίδια, ραδίκια, φυλλώδη κυρίως λαχανικά, ενώ η καινοτομία έγκειται στην γκάμα φυλλωδών baby leaf, όπως ρόκα, σπανάκι, μαρούλι και διάφορα ανάμεικτα φυλλώδη λαχανικά.

#### Η απάντηση στις έτοιμες σαλάτες

Τα baby leaf δεν χρειάζονται κόψιμο, αφού είναι από τη φύση τους μικρά φύλλα, τα οποία καταναλώνονται ευκολότερα. Άλλωστε, αυτή είναι και η τάση που επικρατεί στην αγορά καθώς μετά τις κομμένες σαλάτες, τα baby leaf είναι η επόμενη απάντηση στις έτοιμες φρέσκες σαλάτες.

Η εταιρεία παράγει και διακινεί τα φυλλώδη που προορίζονται για κομμένες σαλάτες είτε χύμα, είτε συσκευασμένα σε χαρτοτελάρο με την επωνυμία της και τα διαθέτει σε αλυσίδες τροφίμων όπως ο Βασιλόπουλος και ο

Μασούτης, καθώς επίσης και στις λαχαναγορές της Θεσσαλονίκης και της Αθήνας.

Από το περιβόλι του Βεζύρογλου κατευθύνει στο πιάτο του καταναλωτή: «Φρέσκα φύλλα άγρια ρόκα για την κόρη και το γιόκα», «Φρέσκο τρυφερό σπανάκι μαζεμένο με μεράκι», «Φρέσκα φύλλα ελληνικά για σαλάτα ιδανικά», «Σαλάτα φρέσκια ανατολί, γεύση και άρωμα πολύ» είναι μερικές από τις ρίμες που βρίσκονται στις ετικέτες των μικρόφυλλων λαχανικών.

Η διάθεση... ποιήσης προέκυψε από τους ανθρώπους της εταιρείας που κατέληξαν σε αυτά τα ποιήματα με βάση του τι ήθελαν να τονίσουν σε κάθε προϊόν. Τη μεγαλύτερη ζήτηση πάντως έχει το μαρούλι ρομάνα ενώ πρόσφατα φάνηκε πως υπάρχει έντονο ενδιαφέρον και για το iceberg. Επίσης, σε ό,τι αφορά τα baby leaf, οι καταναλωτές δείχνουν να προτιμούν το σπανάκι και τη ρόκα. Στις νεόδμητες ιδιόκτητες εγκαταστάσεις περιλαμβάνονται 200 στρμ. με δικτυοκήπια, 7 στρμ. θερμοκήπια, καθώς και συσκευαστήριο, γραφεία και λοιπές εγκαταστάσεις. Η επένδυση εντάχθηκε σε αναπτυξιακό πρόγραμμα και επιδοτήθηκε κατά 40%.

#### ΜΩΡΑ... ΦΥΛΛΑ

**Τα baby leaf**, τα μικρόφυλλα δηλαδή λαχανικά, διακινούνται μόνο τυποποιημένα με το brand name της επιχείρησης «Τα περιβόλια του Βεζύρογλου» στις λαχαναγορές της Θεσσαλονίκης και της Αθήνας και καταλήγουν σε επιλεγμένα εστιατόρια, όπως επίσης και ξενοδοχειακές μονάδες και μανάβικα.

Ο κλάδος των κηπευτικών κατέχει ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς τα τελευταία επτά χρόνια. Σύμφωνα μάλιστα με τον Αντώνη Βεζύρογλου, αν και δεν μπορεί να μην επηρεαστεί αρνητικά από την οικονομική κρίση, όπως όλοι οι εμπορικοί τομείς, εντούτοις ο κλάδος δεν έχει μειωθεί όσο ο ίδιος εκτιμούσε. Αντίθετα ο κ. Βεζύρογλου πιστεύει ότι δεδομένου του αγοραστικού ενδιαφέροντος ο τομέας των φρέσκων σαλατών θα προχωρήσει.

#### ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ ΗΜΑΘΙΑΣ

Στις νεόδμητες ιδιόκτητες εγκαταστάσεις περιλαμβάνονται 200 στρμ. με δικτυοκήπια, 7 στρμ. θερμοκήπια, καθώς και συσκευαστήριο

#### ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



#### Αντώνης Βεζύρογλου

Γενικός Διευθυντής  
Α. Βεζύρογλου και Σία Ε.Ε.

**Με σπουδές** Γεωπονίας, Αγροτικής Οικονομίας και Διοίκησης Επιχειρήσεων και εργασιακή εμπειρία στο εξωτερικό, ο Αντώνης Βεζύρογλου, γενικός διευθυντής της Α. Βεζύρογλου & Σία ΕΕ, στοχεύει στο να δημιουργήσει ένα νέο για τα ελληνικά δεδομένα μοντέλο παραγωγής και τυποποίησης λαχανικών, το οποίο λείπει από τη χώρα μας. Όπως μάλιστα δηλώνει ο ίδιος: «Τα κηπευτικά είναι ένας ζωντανός παραγωγικός τομέας, ένας πιο δυναμικός κλάδος που έχει μεγαλύτερη απόδοση, περισσότερο κέρδος, μεγαλύτερο ενδιαφέρον σε σύγκριση με τις μεγάλες καλλιέργειες, αν και έχει πιο πολύ τρέξιμο».



**i INFO**

- 4ο χλμ. Ιεράπετρας - Αγίου Νικολάου Ιεράπετρα Κρήτη Τ.Κ. 722 00
- Τηλέφωνο: 28420/31222
- Fax: 28420/31344
- e-mail: info@notosfresh.gr
- www.notosfresh.gr



**■ Η ΓΚΟΥΡΜΕ ΚΥΡΙΑ**

Η Kumato ζυγίζει από 80 έως 120 γρ., ενώ έχει μια ιδιαίτερη γεύση που οφείλεται στο άρωμα και τους χυμούς της

**ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΝΟΤΟΣ**

# ΝΤΟΜΑΤΑ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΓΕΥΣΗ

Εκεί στο νότο της Κρήτης πείσμωνσαν και κατάφεραν να ξεχωρίσουν

**Ο συνεταιρισμός Νότος** τα έχει όλα: Νέους ανθρώπους με όρεξη για δουλειά και επιστημονική κατάρτιση, πιστοποιημένες καλλιέργειες και εγκαταστάσεις, «κλασικά» αλλά και «μοντέρνα» προϊόντα και σταθερά ανοδικά έσοδα. Πώς τα κατάφερε μέσα στο «ακανθώδες», περιβάλλον της Ελλάδας, όπου οι καινοτόμες πρωτοβουλίες συνθλιβονται μεταξύ γραφειοκρατίας και έλλειψης ρευστότητας; Κι όμως κάποιοι αγρότες εκεί στον νότο της Κρήτης, την Ιεράπετρα, πείσμωνσαν και κατάφεραν να ξεχωρίσουν. Το 2006 ήταν μόνο επτά άνθρωποι με συνολικά 70 στρμ. θερμοκηπίων. Σήμερα συμμετέχουν 26 παραγωγοί με 180 στρμ. καλλιεργειών κυρίως ντομάτας, οι οποίοι με πρόεδρο έναν νέο άνθρωπο, τον Γιάννη Μαλαθράκη, πέτυχαν σε μεγάλο βαθμό τον κοινό τους στόχο, που είναι η παραγωγή και η διάθεση προϊόντων, τα οποία καλύπτουν τις ανάγκες της αγοράς για νέα καινοτόμα είδη.

**Υπερ-σύγχρονες εγκαταστάσεις**

Τα μέλη του συνεταιρισμού επένδυσαν στην κατασκευή σύγχρονων κτιριακών εγκαταστάσεων για τη διαλογή, την τυποποίηση και την αποθήκευση των προϊόντων που διαχειρίζονται. Σε ακίνητο 4.000 τ.μ. φιλοξενούνται ένα ιδιόκτητο

σύγχρονο διαλογητήριο (600 τ.μ.) και ψυκτικοί θάλαμοι με εμβαδόν 50 τ.μ. που ελέγχονται για να έχουν πάντα την ιδανική θερμοκρασία. Επίσης δημιούργησαν αποθηκευτικούς χώρους 100 τ.μ. για υλικά συσκευασίας. Σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους στεγάζονται οι εγκαταστάσεις παραλαβής των προϊόντων, τα γραφεία της διοίκησης και του λογιστηρίου. Με σύμβουλο πιστοποίησης την Proactive Quality Management και διαπιστευμένο φορέα την Lloyds S. A., όλα τα αγροτεμάχια της Ομάδας Παραγωγών του Α.Σ. «Νότος»







Υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις υποστηρίζουν την αλυσίδα της διαχείρισης των προϊόντων του ΑΣ Νότος.

έχουν πιστοποιηθεί σύμφωνα με τις αρχές και διαδικασίες του GlobalGAP, Agro2.1 & Agro2.2. Το συσκευαστήριο του συνεταιρισμού συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του BS EN ISO 22000:2005 και ισχύει για το πεδίο εφαρμογής «Παραλαβή - Αποθήκευση και Συσκευασία Νωπών Οπωροκηπευτικών». Ο «Νότος» συνεργάζεται με τις μεγαλύτερες στην Ελλάδα αλυσίδες σούπερ μάρκετ, ενώ προσανατολίζεται να κάνει άνοιγμα στο εξωτερικό, σύμφωνα με το διοικητικό στέλεχος, Αντώνη Πλεξουσάκη.

### Η καλή τύχη έφερε την Kumato

Ένα συνέδριο για τα κηπευτικά προ ετών στην Ιεράπετρα στάθηκε η αφορμή για τους αγρότες του συνεταιρισμού να γνωρίσουν από κοντά τους αντιπροσώπους της εταιρείας που διαχειρίζεται την ντομάτα Kumato με το χαρακτηριστικό σκούρο καφέ χρώμα. Αμέσως άρχισαν οι διεργασίες για την παραγωγή και τη διακίνηση αυτής της ποικιλίας, η οποία είναι πιο γλυκιά από τις άλλες, λόγω υψηλότερης περιεκτικότητας σε φρουκτόζη. Η Kumato ζυγίζει από 80 έως 120 γρ., ενώ



έχει και μεγαλύτερο «προσδόκιμο» ζωής σε σύγκριση με άλλες ποικιλίες. Η γκουρμέ «κυρία» συνδυάζει μια σκούρου δέρματος επιδερμίδα με μια ιδιαίτερη γεύση που οφείλεται στο άρωμα και τους χυμούς της. Η εν λόγω ποικιλία είναι ένα πρότζεκτ της Syngenta η οποία σε συνεργασία με την Ομάδα Παραγωγών «Νότος», ευελπιστεί να προσφέρει στον καταναλωτή ένα διαφορετικό προϊόν.

### Νέα υβρίδια σημαίνει νέα προϊόντα

Θέλοντας να είναι πρωτοπόρος και ακολουθώντας τις σύγχρονες εξελίξεις στον τομέα του πολλαπλασιαστικού υλικού, ο «Νότος» καθιέρωσε μονάδα πειραματισμού νέων υβριδίων. Με αυτό τον τρόπο, ο αγροτικός συνεταιρισμός είναι σε θέση να προτείνει και να καθιερώνει, ανάλογα με τις ανάγκες της αγοράς, νέα προϊόντα.

## ΤΟ «ΒΕΛΑΝΙΔΙ» ΠΟΥ ΟΛΟΙ ΑΓΑΠΗΣΑΜΕ

Έχοντας γνώση και εμπειρία χρόνων, την καθοδήγηση εξειδικευμένων επιστημόνων και λαμβάνοντας τα μηνύματα της αγοράς, ο συνεταιρισμός από την Ιεράπετρα καθιέρωσε ως βασικό προϊόν παραγωγής την ντομάτα. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ντομάτα τύπου cluster (τσαμπί). Ο προγραμματισμός των φυτεύσεων και η επιλογή των υβριδίων γίνεται έτσι ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες των συνεργατών του συνεταιρισμού με ντομάτες αναγνωρίσιμης ποιότητας. Ταυτόχρονα, ανάλογα με τις ανάγκες της αγοράς, ο συνεταιρισμός είναι σε θέση να παράγει και άλλα είδη κηπευτικών. Μεταξύ των προϊόντων που διαθέτει ο «Νότος» είναι η ντομάτα τύπου «βελανίδι». Λόγω της εκπληκτικής γεύσης του προϊόντος αλλά και του σχήματος που μοιάζει με βελανίδι, η ντομάτα αυτή έχει μεγάλη απήχηση στο καταναλωτικό κοινό. Η συσκευασία της γίνεται σε κουπάκια των 250 και 500 γρ.

## ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Ο «Νότος» καθιέρωσε μονάδα πειραματισμού νέων υβριδίων ώστε να μπορεί να προτείνει ανάλογα με τις ανάγκες της αγοράς, νέα προϊόντα

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



Γιάννης Μαλαθράκης  
Πρόεδρος ΑΣ Νότος

«Έχοντας εμπειρία στην καλλιέργεια της ντομάτας και βλέποντας την τάση της αγοράς για νέα προϊόντα, επιώνυμα, γευστικά και ασφαλή, αποφασίσαμε όλα αυτά να τα κάνουμε πράξη, ιδρύοντας τον Συνεταιρισμό μας το 2006. Χρόνο με το χρόνο καταφέραμε να αυξήσουμε τις ποσότητες και τα κέρδη μας. Τα επόμενα βήματα που αφορούν τις εξαγωγές έχουν ήδη γίνει και πιστεύουμε ότι στη νέα σεζόν, ένα σημαντικό μερίδιο της παραγωγής μας θα πάει προς τα εκεί. Πιστεύουμε, ότι η εξειδίκευση σε ένα συγκεκριμένο προϊόν, με συνδυασμό το ευέλικτο σχήμα μας, μας καθιέρωσε στην αγορά. Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους τους συνεργάτες μας που πίστεψαν και βοήθησαν στην προσπάθειά μας.»



## ΟΜΙΛΟΣ ΕΜΦΗΥΤΟΝ

# ΠΡΩΤΑ ΤΟ ΑΧΛΑΔΙ, ΜΕΤΑ ΤΟ ΜΗΛΟ ΚΑΙ ΣΗΜΕΡΑ ΗΡΘΕ ΚΑΙ ΤΟ ΡΟΔΑΚΙΝΟ

Στοίχημα με την επιτυχία και στο επιτραπέζιο ροδάκινο βάζει ο δραστήριος όμιλος Emphyton



## i INFO

- Μονόσπιτα, Τ.Κ. 590 35 Νάουσα
- Τηλ.: 23320/43488
- Fax: 23320/43441
- email: info@poultsidis.gr
- www.poultsidis.gr

**Με στόχο** τη διεύρυνση των δραστηριοτήτων της και στο χώρο του επιτραπέζιου ροδάκινου και νεκταρινιού η εταιρεία ΚΙΚΥ «έριξε» αυτές τις ημέρες στις κεντρικές λαχαναγορές Αθηνών και Θεσσαλονίκης τις πρώτες πρώιμες ποικιλίες. Πρόκειται για μία νέα προσπάθεια της εταιρείας που εντάσσεται πλέον στον όμιλο Emphyton, ο οποίος περιλαμβάνει τα Φυτόρια Πουλτσίδη με το πολλαπλασιαστικό υλικό, το χονδρεμπόριο καρπών μπιλίας ΚΙΚΥ και το χονδρεμπόριο λιπασμάτων.

Ως εταιρεία-ηγέτης στο πολλαπλασιαστικό υλικό τηρεί αυστηρά την πλήρη ικνπλασιμότητα σε κάθε τελικό προϊόν όπως άλλωστε συμβαίνει εδώ και πέντε χρόνια με τα μήλα ΚΙΚΥ. Παράλληλα, έχει την ικανότητα να στηρίζει το νέο προϊόν καθώς λειτουργεί με γνώμονα την ποιότητα, το σεβασμό στον παραγωγό, στο χονδρέμπορο - διακινητή και στον τελικό καταναλωτή. Μάλιστα, η ΚΙΚΥ, όπως είπε ο γενικός διευθυντής, Γιώργος Πουλτσίδης «καθάρισε» τιμή παραγωγού τα 72 λεπτά το κιλό για τα μήλα ΚΙΚΥ 80 χλστ. και άνω.

Η ιστορία της εταιρείας ξεκινά το 1964 με τα Φυτόρια Πουλτσίδη που δραστηριοποιούνται στο χώρο της παραγωγής καρποφόρων δέντρων. Ο ιδρυτής, Ιωάννης Πουλτσίδης, παραγωγός μήλων και ροδάκινων τότε,





Υπό την ομπρέλα της Emphyton ήρθε και η νέα πιλοτική πρόταση της KIKU με τα ροδάκινα.

εντόπισε τις αδυναμίες των συναδέλφων του και θέλησε να δημιουργήσει ένα φυτώριο παραγωγής δενδρυλλίων όλων των οπωροφόρων και κυρίως ροδακινιάς. Με την πάροδο των ετών, το φυτώριο εξελίχθηκε σε μια φυτωριακή μονάδα μεγάλης εμβέλειας στον Ελλαδικό χώρο με φανατικούς φίλους και πελάτες σε όλο τον αγροτικό τομέα. Το 1997 πραγματοποιείται η αλλαγή στην ηγεσία του φυτωρίου ερχόμενη στα χέρια του νυν ιδιοκτήτη, γιου του παραγωγού και τεχνολόγου γεωπόνου Γεωργίου Πουλτσίδη.

#### Μια χρονιά-σταθμός

Παράλληλα το 1997 αποτέλεσε σταθμό για την οικογενειακή επιχείρηση που καλείται ν' αποδείξει ότι το φυτωριακό υλικό της μπορεί να εξαχθεί σε χώρες της Δ. Ευρώπης. Η αρχή έγινε με την Ολλανδία, τη χώρα με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη στο πολλαπλασιαστικό υλικό. Η εξειδίκευση σε δύο είδη οπωροφόρων ήταν η αρχική αλλαγή που επέφερε ο Γεώργιος Πουλτσίδης στον τομέα της παραγωγής της επιχείρησης: Η ακλαδιά αρχικά και η μηλιά στη συνέχεια με επιμέρους προτεραιότητες των



εντοπισμό των προβλημάτων της καλλιέργειας στην Ελλάδα αλλά και νέων αξιολογών ποικιλιών, την αξιολόγηση των τεχνικών καλλιέργειας στο χωράφι και την εύρεση του καταλληλότερου και αποδοτικότερου τρόπου φύτευσης πάντα προς όφελος του παραγωγού.

#### Όταν ήρθαν τα KIKU

Το 2006 στα Μονόσπιτα Ανθεμίων, στη Νάουσα, η επιχείρηση έστησε ένα σύγχρονο αποθηκευτικό χώρο 1.000 τ.μ. για τη συντήρηση των δενδρυλλίων το χειμώνα. Το ίδιο έτος έγινε και η έναρξη λειτουργίας της KIKU Hellas. Η «σύλληψη» της ιδέας όμως ήρθε το 2002 όταν ο Γ. Πουλτσίδης εντόπισε στο ευρωπαϊκό προσκήνιο την ποικιλία Fuji KIKU. Τότε άρχισε σε πιλοτικό στάδιο ο πολλαπλασιασμός της με την αποκλειστική κατοχύρωσή της από τα Φυτώρια Πουλτσίδη.

#### ΕΜΠΟΡΙΟ ΛΙΠΑΣΜΑΤΩΝ

Το 2008 η επιχείρηση ξεκίνησε, ως Φυτοοργανική Βορείου Ελλάδας, την αποκλειστική εμπορία προϊόντων θρέψης των ισπανικών εργοστασίων AMC και Trichodex. Το αποτέλεσμα αυτής της συνεργασίας ήταν η κάλυψη των αναγκών των παραγωγών της σε λιπάσματα αλλά και η πώληση λιπασμάτων σε νέους πελάτες. Σήμερα, η KIKU Hellas, τα Φυτώρια Πουλτσίδη και η Φυτοοργανική Βορείου Ελλάδας ενώνουν τις δυνάμεις τους κάτω από την ομπρέλα του Ομίλου Emphyton με στόχο τη συνεχή εξέλιξη και την ποιοτική εξυπηρέτηση. Αξίζει να επισημανθεί ότι το Φυτώριο Πουλτσίδη είναι πιστοποιημένο με βάση τις απαιτήσεις του προτύπου Globalgap (GLOBALGAP Plant Propagation Material standard V2.0). Επίσης, τα μήλα KIKU είναι πιστοποιημένα σύμφωνα με τις απαιτήσεις των διεθνών προτύπων Globalgap, Agro2.1 και Agro2.2.

#### ΜΕ ΣΕΒΑΣΜΟ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟ

Η KIKU «καθάρισε» τιμή παραγωγού τα 72 λεπτά το κιλό για τα μήλα KIKU 80 χλστ. και άνω

#### ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



Γιώργος Πουλτσίδης  
Γενικός Δ/ντής Emphyton

«Πρόκειται για μία νέα πιλοτική εμπορική δραστηριότητα, που θα λειτουργήσει παράλληλα με τα μήλα KIKU με στόχο να έχει την ίδια απήχηση με το πετυχημένο εμπορικό σήμα KIKU. Τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν το νέο προϊόν είναι ίδια με αυτά των μήλων KIKU, δηλαδή η ποιότητα, η συνέπεια και η σταθερή πολιτική. Ξεκινήσαμε με την πρώιμη ποικιλία Spring Bell και θα φτάσουμε μέχρι την Όσμημ Νάουσας με στόχο την επέκταση στην εγχώρια αγορά. Η βασική μας κατεύθυνση είναι η έμφυτη αγάπη για τη γη, εξ ου και η λέξη Emphyton. Το νέο προϊόν μας είναι ποιοτικά ανώτερο και διακινείται με το brand name Emphyton σε μονόσειρο τελάρο με το όνομα και το κτήμα του παραγωγού.»

## ΑΛΜΜΕ GROWERS

ΣΗΚΩΝΕΙ ΨΗΛΑ ΤΗ ΣΗΜΑΙΑ  
ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Το παράδειγμα της υγιούς επιχειρηματικότητας δίνει η Κοινοπραξία Αγροτικών Συνεταιρισμών Νέου Αλιάκωνα, Μέσσης και Μεθίκης

**ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ  
ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ**

Σήμερα η ΑΛΜΜΕ έχει περισσότερους από 55 πελάτες και εξάγει τα προϊόντα της σε 46 χώρες



**Μία από τις μεγαλύτερες** και πλέον σύγχρονες κονσερβοποιίες στην Ευρώπη, η ΑΛΜΜΕ, ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1996 με μικρό πελατολόγιο και εξαγωγές κυρίως σε χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Σήμερα έχει εξελιχθεί σε μια αρκούντως ανταγωνιστική βιομηχανία παραγωγής κονσερβοποιημένου ροδάκινου, αχλαδιού, φρουτοσαλάτας και ειδικών προϊόντων κατεψυγμένων. Η εταιρεία με έδρα την Κουλούρα Ημαθίας διαθέτει βιομηχανικές εγκαταστάσεις επεξεργασίας δυναμικότητας 30.000 τόνων ροδάκινων και 2.000 τόνων αχλαδιού. Η παραγωγή σε ισοδύναμα (24 x 1 κιλού) χαρτοκιβωτίων είναι 1.900.000 για ροδάκινα, 200 - 250.000 για κοκτέιλ φρούτων και 50.000 για αχλάδια. Σήμερα η ΑΛΜΜΕ έχει περισσότερους από 55 πελάτες και εξάγει σε 46 χώρες. Βασική αγορά της είναι η βρετανική και ακολουθούν η υπόλοιπη Ευρώπη, ο Καναδάς, οι Η.Π.Α, η Ρωσία κ.ο.κ.

**Πλήρης εκσυγχρονισμός**

Η πιο πρόσφατη επένδυσή της είναι η μονάδα χυμοποίησης στην έδρα της στην Κουλούρα. Συνολικά, η κονσερβοποιία έχει



επενδύσει πάνω από 6 εκατ. ευρώ για τον εκσυγχρονισμό των μεθόδων παραγωγής σε όλες τις γραμμές που διαθέτει. Οι εγκαταστάσεις των 310 στρμ. περιλαμβάνουν τον χώρο παραγωγής (10 στρμ.), τους αποθηκευτικούς χώρους (25 στρμ.), τους ψυκτικούς θαλάμους (4.500 κ.μ.), τα γραφεία (1.000 τ.μ.), τους χώρους βιολογικού

**i INFO**

- Κουλούρα Ημαθίας  
Τ.Θ. 51 - Τ.Κ. 59100 Βέροια
- Τηλέφωνο: 23310/97700
- Fax: 23310/97176
- e-mail: almme@otenet.gr
- www.almme.gr





Συνολικά, η ΑΛΜΜΕ έχει επενδύσει πάνω από 6 εκατ. ευρώ για τον εκσυγχρονισμό των μεθόδων παραγωγής σε όλες τις γραμμές που διαθέτει.

## ■ ΠΡΩΤΗ ΥΛΗ ΑΠΟ ΗΜΑΘΙΑ

Η συνολική παραγωγική διαδικασία των πρώτων υλών ελέγχεται σε όλα τα στάδιά της από την ΑΛΜΜΕ



καθαρισμού (6 στρμ.) και τη φάρμα με τη βιολογική καλλιέργεια ροδάκινου (60 στρμ.).

### Ολοκληρωμένη Διαχείριση Παραγωγής

Η ΑΛΜΜΕ δίνει μεγάλη προσοχή στην ποιότητα της πρώτης ύλης που χρησιμοποιεί για τα προϊόντα της και την οποία προμηθεύεται κυρίως από τους συνεταιρισμούς - μέλη της. Κατά το στάδιο της παραγωγής της, γίνεται εφαρμογή των AGRO 2.1 και AGRO 2.2, γνωστό και ως Ολοκληρωμένη Διαχείριση Παραγωγής (Integrated Crop Management). Η ΑΛΜΜΕ εφαρμόζει μεθόδους πλήρους παρακολούθησης και καταγραφής των εφαρμογών (φυτοπροστατευτικών, λιπασμάτων κ.ο.κ.) που κάνουν οι καλλιεργητές-μέλη της. Η συνολική παραγωγική διαδικασία των

πρώτων υλών ελέγχεται σε όλα τα στάδια της από γεωπόνους της ΑΛΜΜΕ, σε συνεργασία με το εργαστήριο αναλύσεων που διαθέτει, ενώ πρέπει να σημειωθεί ότι τα στελέχη της ενημερώνονται συνεχώς για τις νέες μεθόδους - τακτικές που πρέπει να εφαρμόζονται στον ποιοτικό έλεγχο της πρώτης ύλης σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η συνολική παραγωγή της ΑΛΜΜΕ περιλαμβάνει, σε κυτία, ροδάκινα μισόκαρπα, σε φέτες, σε κύβους, φρουτοσαλάτα (ροδάκινο, αχλάδι, σταφύλι, ανανάς, κέρασι ή παπάγια), αχλάδι, δαμάσκηνα, κέρασια, φράουλες, raspberries, blackberries, blackcurrants και ποικιλία καλοκαιρινών φρούτων. Επίσης, σε πλαστικά κουπάκια προσφέρονται ροδάκινα, mixed fruits και φρούτα σε ζελέ.

### Στην καρδιά της Ημαθίας

Η ΑΛ.Μ.Μ.Ε. είναι το αποτέλεσμα κοινοπραξίας τριών πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών, του Α.Σ «Νέος Αλιάκμων», του Α.Σ Μέσης και του Α.Σ Μελίκης. Βρίσκονται στην καρδιά του Ν. Ημαθίας. Αριθμούν 2.000 μέλη και το σύνολο των καλλιεργούμενων εκτάσεων υπερβαίνει τα 32.000 στρμ.

## ■ ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Μαρίνος Θεοδωρακέλης**  
Πρόεδρος ΑΛΜΜΕ

«Με την ψήφιση του νόμου 4015/2011 η κοινοπραξία αλλάζει νομική μορφή και με απόφαση της γενικής της συνέλευσης μετατρέπεται σε ΑΕ. Έτσι από 1η Ιουλίου 2012 η ΑΛΜΜΕ θα είναι ανώνυμη εταιρεία παραμένοντας φυσικά ως μέτοχοι και ιδιοκτήτες οι τρεις πρωτοβάθμιοι συνεταιρισμοί. Η ΑΛΜΜΕ, παρά την οικονομική κρίση που αντιμετωπίζουν όλες οι ελληνικές επιχειρήσεις, συνεχίζει να χρηματοδοτείται από την Αγροτική και μάλιστα αύξησε τον κύκλο εργασιών της κατά τη χρήση του 2011 κατά 3 εκατ. ευρώ. Οι πωλήσεις της απευθύνονται όλες στις αγορές του εξωτερικού και όπως αντιλαμβάνεται κανείς συμβάλλει στην αύξηση του εθνικού πλούτου.»

## ■ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΕΡΓΟ ΖΩΗΣ

**Το σημαντικότερο έργο** της ΑΛΜΜΕ είναι η παραγωγή βιολογικών κονσερβοποιημένων ροδάκινων, μια προσπάθεια που έχει ήδη ξεκινήσει από το 1999. Η εταιρεία διαθέτει φυτεία βιολογικών ροδάκινων στην περιοχή του εργοστασίου της, ενώ οι καλλιεργητές της παράγουν ήδη βιολογικά ακτινίδια σε μία περιοχή 1.500 στρμ. Σε μια προσπάθεια στήριξης των βιοκαλλιεργητών της, η ΑΛΜΜΕ ξεκίνησε την υλοποίηση μιας μονάδας για την παραγωγή οργανικού λιπάσματος ενώ παράλληλα δημιούργησε ένα σύγχρονο χημικό εργαστήριο για την κάλυψη των αναγκών όλων των απαιτούμενων αναλύσεων για τα προϊόντα που παράγονται. Αξίζει επίσης να επισημανθεί ότι η ΑΛΜΜΕ καινοτομεί με το ολοκληρωμένο ηλεκτρονικό σύστημα μηχανογράφησης που υποστηρίζεται από δορυφόρο, μέσω του οποίου χαρτογραφούνται και ελέγχονται όλα τα αγροτεμάχια των παραγωγών-μελών.

# ΤΕΛΙΚΑ, ΗΡΘΑΝ ΓΙΑ ΝΑ ΜΕΙΝΟΥΝ

Πρόσφορο το έδαφος για νέες επενδύσεις στην παραγωγή μανιταριών

Της Μαρίας Γιουρουκέλη

**Μια πρώτη τάξεως επενδυτική ευκαιρία αποτελεί η καλλιέργεια μανιταριών, τα οποία πλέον έχουν βασικό ρόλο σχεδόν σε όλες τις κουζίνες του κόσμου.**

Ο μύκητας, με την εξαιρετική γεύση, την ποικιλία των ειδών και την πλούσια διατροφική αξία, παρουσιάζει συνεχώς αυξητική πορεία δεδομένης της ζήτησης που εξασφαλίζει από τους απανταχού καλοφαγάδες. Τα διεθνή μεγέθη δείχνουν ότι παγκοσμίως παράγονται 10 εκατομμύρια τόνοι με την αξία του διακινούμενου προϊόντος να ανέρχεται στα 45 δισεκατομμύρια ευρώ.

Στην Ελλάδα, παρότι οι κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν την καλλιέργεια μανιταριών, πραγματοποιούνται εισαγωγές χιλιάδων τόνων από χώρες, όπως η Κίνα -που κατέχει το 75% της αγοράς (7,5 εκατομμύρια τόνοι)- η Ολλανδία, Ιταλία, Πολωνία κ.ά.

**Πρόσφορο έδαφος για νέες επιχειρήσεις**

Μάλιστα, το γεγονός ότι η εγχώρια κατανάλωση μανιταριών κυμαίνεται σε 11.000 τόνους όταν η αντίστοιχη παραγωγή φτάνει περίπου στους 3.000 τόνους δείχνει ότι υπάρχει αρκετό... έδαφος για νέες μονάδες παραγωγής.

Ειδικό του χώρου εκτιμούν ότι για τα επόμενα χρόνια το έλλειμμα εγχώριας προσφοράς και ζήτησης μανιταριών θα παραμένει υψηλό, γεγονός που καταδεικνύει τις μεγάλες δυνατότητες που υπάρχουν σήμερα για τη δημιουργία νέων σύγχρονων επιχειρηματικών σχημάτων καλλιέργειας και παραγωγής μανιταριών.

**Agaricus και Pleurotus,  
οι μεγάλοι πρωταγωνιστές**

Αυτή τη στιγμή υπάρχουν περίπου 35 με 40 σύγχρονες μονάδες καλλιέργειας μανιταριών επί ελληνικού εδάφους, εκ των οποίων

οι 15 είναι και πολύ σύγχρονες.

Σύμφωνα με στοιχεία της αγοράς από τις αρχές του 2000 η εγχώρια παραγωγή κινείται στους 3.000 τόνους ετησίως με δύο είδη μανιταριών να καλλιεργούνται σε επιχειρηματική βάση: Το λευκό μανιτάρι (Agaricus) και το πλευρωτό μανιτάρι (Pleurotus), ενώ για πιο γκουρμέ γεύσεις υπάρχει και η τρούφα, ο αποκαλούμενος «μαύρος χρυσός» λόγω της εξαιρετικά υψηλής τιμής του.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, λόγω του υψηλού κόστους παραγωγής, η παραγωγή του λευκού μανιταριού (Agaricus) μειώνεται με αντίστοιχη αύξηση του μεριδίου παραγωγής των μανιταριών Pleurotus.



## ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ

Στην Ελλάδα υπάρχουν αυτή τη στιγμή περίπου 35 με 40 σύγχρονες μονάδες καλλιέργειας μανιταριών, εκ των οποίων οι 15 είναι και πολύ σύγχρονες. Σύμφωνα με στοιχεία της αγοράς από τις αρχές του 2000 η εγχώρια παραγωγή κινείται στους 3.000 τόνους ετησίως με δύο είδη μανιταριών να καλλιεργούνται σε επιχειρηματική βάση.

## Αυξητικές τάσεις στη ζήτηση

Πάντως, η ζήτηση της αγοράς για μανιτάρια προβλέπεται να παραμείνει στο συγκεκριμένο επίπεδο των 10.000 με 12.000 τόνων μανιταριών τα επόμενα έτη, με αυξητικές τάσεις.

Στην αναμενόμενη αυξητική τάση της εγχώριας ζήτησης σε μανιτάρια, συντελούν τα εξής:

- Τα σημερινά επίπεδα κατανάλωσης παρατηρούνται σε μία αγορά, η οποία προς το παρόν, γνωρίζει ελάχιστα για το προϊόν και τις ιδιότητές του.
- Αναμένεται στροφή του εγχώριου καταναλωτικού κοινού από το κονσερβοποιημένο μανιτάρι προς το ωπό προϊόν, το οποίο υπερτερεί τόσο όσον αφορά τη θρεπτική του αξία, αλλά και όσον αφορά τη γαστρονομική απόλαυση.
- Μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει συστηματική και οργανωμένη προσπάθεια προώθησης του ελληνικού μανιταριού σε τουριστικές περιοχές, όπου και δύναται να εκδηλωθεί υψηλή ζήτηση.
- Η αναμενόμενη είσοδος νέων μονάδων παραγωγής και μεταποίησης μανιταριού, με τη συνδρομή της πιο σύγχρονης τεχνολογίας, θα οδηγήσει στη βελτίωση της ποιότητας του τελικού προϊόντος.



No 1  
στην Ελλάδα

ΕΠΩΝΥΜΑ • ΓΕΥΣΤΙΚΑ • ΥΓΙΕΙΝΑ  
ΦΡΕΣΚΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΑ



Λήμνου 5 (έναντι ΦΙΞ),  
54 627 Θεσσαλονίκη  
Τηλ.: 2310 510 320, Fax: 2310 510 319  
Υποκ/μα: Ταύρου 4, Ρέντης, 182 33 Αθήνα  
Τηλ.: 212 100 6662, Fax: 210 345 0580  
[Http://www.manitaria.com.gr](http://www.manitaria.com.gr)  
E-mail: [info@manitaria.com.gr](mailto:info@manitaria.com.gr)

**ΜΑΝΙΤΑΡΙΑ ΚΕΧΑΓΙΑ ΑΕ**

# ΟΝΟΜΑ ΣΥΝΩΝΥΜΟ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΟΥ ΝΩΠΟΥ ΜΑΝΙΤΑΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η αυξημένη ζήτηση των μανιταριών πλευρώτους ανοίγει για την εταιρεία της Θεσσαλονίκης νέα μονοπάτια που είναι η δημιουργία μιας σύγχρονης μονάδας παραγωγής στο Πεδινό Κιθκίς

**ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ**

Οι μεγαλύτερες ποσότητες λευκού μανιταριού προέρχονται από την Πολωνία που φαίνεται πως διατηρεί τα σκήπτρα στην παραγωγή του εν λόγω μύκητα



**Η οικογενειακή επιχείρηση** Κεχαγιά ασχολείται με την εμπορία και διακίνηση μανιταριών από το 1988. Από το 2006, η εταιρεία μετατράπηκε σε ανώνυμη, με την ονομασία Μανιτάρια Κεχαγιά Α.Ε. Σκοπός της ίδρυσης ήταν η προσπάθεια να καλλιεργηθεί η κουλτούρα του φρέσκου μανιταριού στην Ελλάδα και να αντικατασταθεί το μανιτάρι σε κονσέρβια που μονοπωλούσε τα νοικοκυριά, με το νωπό. Τα μανιτάρια χρησιμοποιούνται ευρέως στη μαγειρική, γεγονός το οποίο σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ζήτηση ώθησε την εταιρεία με έδρα τη Θεσσαλονίκη στο να συγκεντρώσει την παραγωγή -εγχώρια και διεθνή- και να τη διακινήσει.

και ακολούθως από την Ιταλία και την Ολλανδία. «Πρωταγωνιστής» της ζήτησης και επομένως και της παραγωγής στην Ελλάδα είναι το λευκό μανιτάρι. Οι δυσκολίες όμως της παραγωγής και η έλλειψη τεχνογνωσίας δεν επιτρέπουν την ευρεία καλλιέργεια του είδους στην Ελλάδα -έναντι για παράδειγμα άλλων καλλιεργειών, όπως το μανιτάρι πλευρώτους. Συνεπώς οι μεγαλύτερες ποσότητες λευκού μανιταριού προέρχονται από την Πολωνία

**i INFO**

- Θεσσαλονίκη: ΤΚ 546 27 τηλ. 2310/510320, fax: 2310/510319, [www.manitaria.com.gr](http://www.manitaria.com.gr)
- Αθήνα: Ταύρου 4 Ρέντης ΤΚ 182 33 τηλ. 210/3470960, 212/1006662, fax: 210/3450580

**Εισαγόμενη πρώτη ύλη**

Η εταιρεία Μανιτάρια Κεχαγιά Α.Ε. κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της απορροφούσε κάποιες ποσότητες ελληνικού μανιταριού που προέρχονταν από μικρές μονάδες αλλά κατά κύριο λόγο προμηθευόταν τις μεγαλύτερες ποσότητες από το εξωτερικό, κυρίως από την Πολωνία







Η Μανιτάρια Κεχαγιά Α.Ε ακολουθεί τα πρότυπα ασφάλειας και πιστοποιείται με HACCP 22000 και ISO: 9001 και ISO: 2000.



που φαίνεται πως διατηρεί τα σκίμπρα στην παραγωγή του εν λόγω μύκητα. Επίσης, τα μανιτάρια εισαγωγής εν γένει προτιμώνται διότι διοχετεύονται στην αγορά καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου εν αντιθέσει με αρκετές από τις ελληνικές παραγωγικές μονάδες που δεν παράγουν σε συνεχή ροή που θα καλύψει την αυξανόμενη ζήτηση.

#### Ποικιλία μανιταριών

Η εταιρεία Μανιτάρια Κεχαγιά Α.Ε. εισάγει πέραν του λευκού μανιταριού και μανιτάρι πόρτο μπέλλο, μπράουν, σιτάκε και εξωτικά μανιτάρια, τα οποία προμηθεύεται μέσω Πολωνίας, Ολλανδίας και Ιταλίας. Σήμερα αντιπροσωπεύει ημεδαπές και αλλοδαπές μονάδες παραγωγής, οι οποίες πληρούν όλες τις απαιτούμενες από το νόμο προϋποθέσεις ασφάλειας, ακολουθούν δηλαδή τα διεθνή πρότυπα ασφαλείας GlobalGAP, HACCP και ISO. Και η επιχείρηση όμως ακολουθεί τα αυστηρά πρότυπα ασφαλείας και είναι πιστοποιημένη σύμφωνα με το HACCP 22000 και τα ISO: 9001 και ISO: 2000. Στις εγκαταστάσεις της στη Θεσσαλονίκη διαθέτει την πλέον σύγχρονη μονάδα αποθήκευσης

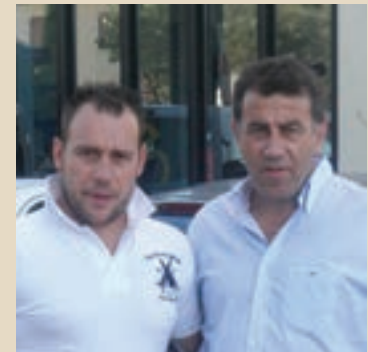
και συντήρησης του ευπαθούς μύκητα ενώ παράλληλα έχει ιδιόκτητο στόλο αυτοκινήτων μέσω του οποίου εφοδιάζει όλες τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ, τις κεντρικές λαχαναγορές Αθηνών, Θεσσαλονίκης και άλλων μεγάλων πόλεων, τις λαϊκές αγορές, τις υπηρεσίες catering και μαζικής εστίασης.

Τα προϊόντα διακινούνται σε όλες τις γνωστές αλυσίδες: Σκλαβενίτης, Α.Β. Βασιλόπουλος, Carrefour Μαρινόπουλος, Βερόπουλος, Metro (My Market και Cash & Carry), Lidl, Market In, Κρητικός ANEΔΗΚ, Χαλκιαδάκης στο Ηράκλειο Κρήτης κ.ά. Η εταιρεία Μανιτάρια Κεχαγιά Α.Ε. διακινεί τις ποικιλίες agaricus και πλευρώτους στα σούπερ μάρκετ σε συσκευασία 500 έως 150 γρ. Για τις υπηρεσίες catering και μαζικής εστίασης διακινεί τα ως άνω προϊόντα σε συσκευασία από 2 έως 4 κιλά κύμα. Επίσης η εταιρεία διακινεί φρέσκο μανιτάρι, φρέσκο κομμένο μανιτάρι για τη μαζική εστίαση σε συσκευασία ενός κιλού. Επιπρόσθετα, στην μαζική εστίαση, διακινείται το κομμένο μανιτάρι σε άλμη (blanched) σε συσκευασία vacuum 3 και 5 κιλών, και με σύντομη διάρκεια ζωής τους 5 μήνες.

## ΜΟΝΑΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Δημιουργία μιας μεγάλης και σύγχρονης μονάδας παραγωγής πλευρώτους σε ιδιόκτητο οικόπεδο που βρίσκεται στο Πεδινό Κιλκίς

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Πολυχρόνης και Αθανάσιος Κεχαγιάς**  
Πρόεδρος και αντιπρόεδρος

**Η οικογένεια Κεχαγιά** με συνέπεια και ευθύνη δίνοντας τη σκυτάλη της διοίκησης της εταιρείας στη δεύτερη γενιά, υπόσχεται ότι ο στόχος της θα είναι πάντοτε η καλύτερη των προϊόντων της έτσι ώστε να φτάνουν στην ελληνική αγορά και κατ' επέκταση στον Έλληνα καταναλωτή πάντα φρέσκα και ποιοτικά μανιτάρια. Τα σκίμπρα της εταιρείας Μανιτάρια Κεχαγιά έχει αναλάβει πλέον ο γιος Πολυχρόνης Κεχαγιάς, που συνεχίζει ακούραστα και με το ίδιο μεράκι το έργο του πατέρα του Αθανάσιου.

## ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

**Η μεγάλη ζήτηση** της αγοράς οδήγησε την εταιρεία σε νέα επένδυση προκειμένου να ισχυροποιήσει την κυρίαρχη θέση της στην αγορά. Για τον λόγο αυτό δημιούργησε υποκατάστημα στην Αθήνα, στην περιοχή του Ταύρου έτσι ώστε να μπορεί να εξυπηρετεί άμεσα με φρέσκα προϊόντα σε καθημερινή βάση, την αγορά της Αττικής, της Κρήτης, των Δωδεκανήσων και των νησιών του Αιγαίου. Η αυξημένη ζήτηση των μανιταριών πλευρώτους και η παραγωγική δυνατότητα που μπορεί να εξαντληθεί μέσα από το υπάρχον δίκτυο πώλησης ανοίγει για την εταιρεία νέα μονοπάτια που είναι η δημιουργία μιας σύγχρονης μονάδας παραγωγής πλευρώτους σε ιδιόκτητο οικόπεδο στο Πεδινό Κιλκίς. Πρόκειται για ένα πρότζεκτ που –εφόσον εγκριθεί– θα καλυφθεί από ίδια κεφάλαια και κονδύλια του νέου Επενδυτικού. Στο οικόπεδο συνολικής έκτασης 20 στμ. θα ενταχθούν η υπερσύγχρονη μονάδα παραγωγής, τα γραφεία, οι αποθηκευτικοί χώροι και οι χώροι συντήρησης κ.ά.

# «ΑΓΚΑΛΙΑ» ΜΕ ΤΟΛΜΗΡΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ

Μεγάλο «κούρεμα» υπέστη η αγορά λόγω μείωσης της ζήτησης ελέω κρίσης

Του Γιάννη Τσατσάκη

**Ισχυρούς κλυδωνισμούς, οι οποίοι αποτελούν απόρροια της οικονομικής κρίσης, βιώνει τα τελευταία χρόνια η αγορά χυμών και αναψυκτικών.**

Οι επιχειρήσεις του κλάδου «βλέπουν» τη ζήτηση να μειώνεται, καθώς το «κούρεμα» των εισοδημάτων κάνει τους καταναλωτές εξαιρετικά φειδωλούς στις δαπάνες τους, ειδικά γι' αυτές που μπορούν να χαρακτηριστούν -όπως εν προκειμένω- «ελαστικές» εφόσον δεν πρόκειται για είδη πρώτης ανάγκης.

Έρευνα της ICAP εντόπιζε ήδη από το 2010 πτώση της κατανάλωσης σε ένα ποσοστό που έφτανε το 4,6%. Τάση που ενισχύθηκε τη χρονιά που ακολούθησε.

Πρόσφατα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής έκαναν λόγο για μείωση της παραγωγής αναψυκτικών και «συναφών μη αλκοολούχων ποτών» κατά 17,8% το 2011.

Τα πράγματα, βέβαια, δεν ήταν πάντα έτσι: Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP, ο όγκος της εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης χυμών ακολούθησε ανοδική πορεία κατά τη διάρκεια της περιόδου 1990-2008, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,15%. Ωστόσο, το 2009 είναι η χρονιά-κλειδί, όπου η εγχώρια κατανάλωση χυμών παρουσίασε μικρή πτώση (2009/08: -1,2%), η οποία συνεχίστηκε και το 2010 (2010/09: -5,7%).

## Ανάλογη πορεία στα αναψυκτικά

Παρόμοια η εικόνα και στα αναψυκτικά: Ειδικότερα, το 2010 σημειώθηκε περαιτέρω μείωση της κατανάλωσης κατά 4,6% (η πτώση την περίοδο 2009/08 είχε περιοριστεί στο 1,5%).

Η ζήτηση τόσο στους χυμούς, όσο και στα αναψυκτικά, καλύπτεται κατά κύριο λόγο από την εγχώρια παραγωγή, οι δε εισαγωγές κάλυψαν μόλις το 2,3% και το 5,8% της

συνολικής εγχώριας κατανάλωσης το 2009, αντίστοιχα. Εξάλλου, παρά τις φιλόδοξες προσπάθειες ορισμένων επιχειρήσεων, η εξαγωγική επίδοση του κλάδου εξακολουθεί να κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα (9,6% για τους χυμούς το 2009 και 4% αντίστοιχα για τα αναψυκτικά την ίδια χρονιά).

## Δεν το βάζουν κάτω οι εταιρείες και επενδύουν

Παρά την πτώση της κατανάλωσης, οι εταιρείες δεν το βάζουν κάτω και εξακολουθούν να επενδύουν σε νέα προϊόντα, ειδικά αυτά θεωρούνται υψηλής προστιθέμενης αξίας. Τέτοια είναι για παράδειγμα οι φρέσκοι χυμοί αλλά και καινοτόμα προϊόντα με υψηλή θρεπτική και διατροφική αξία όπως ο χυμός του ροδιού, του «κόκκινου χρυσού», όπως το χαρακτηρίζουν οι άνθρωποι της αγοράς.

## Ο «κόκκινος χρυσός»

Παρά την πτώση της κατανάλωσης, οι εταιρείες δεν το βάζουν κάτω και εξακολουθούν να επενδύουν σε νέα προϊόντα, ειδικά αυτά που θεωρούνται καινοτόμα και υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Σε αυτά συγκαταλέγεται ο χυμός ροδιού που, αν και αποτελεί ένα μικρό μόνο κομμάτι της αγοράς, κερδίζει διαρκώς μερίδια και «φίλους» μεταξύ των καταναλωτών. «Όπλο» του οι ευεργετικές ιδιότητες για τον οργανισμό που υποστηρίζονται από πλούσια επιστημονική βιβλιογραφία.

Το ρόδι είναι πλούσιο σε βιταμίνες C, A, E, σίδηρο, κάλιο και αντιοξειδωτικές φυτοχημικές ουσίες, όπως οι πολυφαινόλες των οποίων η συγκέντρωση είναι 3 φορές μεγαλύτερη απ' ό,τι στο κόκκινο κρασί και στο πράσινο τσάι. Αρκετές εταιρείες όπως η Thessa, η Ρόδι Ελλάς και συνεταιρισμοί όπως ο

ΑΣΟΠ Αγ. Αθανασίου έχουν κάνει επιτυχημένα ανοίγματα στην αγορά με αιχμή του δόρατος τον «κόκκινο χρυσό».



## ΘΥΕΛΛΑ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΩΝ

Ανακατατάξεις στην αγορά αναμένεται να προκαλέσει η τροπολογία που «πέρασε» πρόσφατα και, σύμφωνα με την οποία, δικαίωμα εμφιάλωσης χυμών-αναψυκτικών-νερού αποκτούν και οι ζυθοποιίες. Η απόφαση αυτή που αλλάζει ένα καθιερωμένο δεκαετιών, έχει προκαλέσει θύελλα αντιδράσεων μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου.



ΑΓΙΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΔΡΑΜΑΣ  
**ΑΣΟΠ**  
εργοστάσιο επεξεργασίας ροδιού

Αγροτικός Συνεταιρισμός - Ομάδα Παραγωγών Αγίου Αθανασίου Δράμας

# Η Νέα Δύναμη στην καλλιέργεια ροδιάς



Καλλιέργεια  
Επεξεργασία  
Εμπορία  
ροδιών



Τα προϊόντα που παράγει,  
επεξεργάζεται και διαθέτει  
ο ΑΣΟΠ είναι:

- **Φρέσκα ρόδια** σε συσκευασίες των 12, 9, 6 τεμαχίων.
- **Το Μοναδικό Ελληνικό 100% Φυσικό Χυμό**, σε φιάλες 285 ml, 330ml και σε συσκευασία ασκού 2 ltr & 3 ltr.
- **Σπόρους ροδιών** σε συσκευασία των 100 gr - 200 gr.
- **Μαρμελάδα** από ρόδι.

[www.e-rodigr](http://www.e-rodigr)

Αγ. Αθανάσιος Δράμας  
Τηλ. 2521300928  
E-mail: [sales@e-rodigr](mailto:sales@e-rodigr)



**ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ  
100%**

Για την περίοδο 2013-2014 ο ΑΣΟΠ θα προωθήσει στην αγορά 100% βιολογικό χυμό από 1.500 στρμ. καλλιέργειας

**ΑΣΟΠ ΑΓ. ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΔΡΑΜΑΣ**

# ΕΝΝΙΑΚΟΣΙΟΙ ΑΓΡΟΤΕΣ ΑΠΑΝΤΟΥΝ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Μια κολλοσιαία προσπάθεια καλλιέργειας ροδιού στην Ελλάδα παίρνει σάρκα και οστά με τα 900 μέλη-καλλιεργητές του ΑΣΟΠ



**Τη νέα δύναμη** στην καλλιέργεια και παραγωγή προϊόντων ροδιάς αποτελεί ο Αγροτικός Συνεταιρισμός-Ομάδα Παραγωγών Αγ. Αθανασίου Δράμας, ο οποίος έχει καθετοποιημένη δραστηριότητα τόσο στην καλλιέργεια, όσο και στην εμπορική προώθηση του προϊόντος. Ο διευθυντής του Συνεταιρισμού, Γρηγόρης Αργυρίου, ξεκίνησε το 2005 το εγχείρημα της δημιουργίας της Ομάδας Παραγωγών στην δυναμική καλλιέργεια της ροδιάς. Σήμερα, επτά χρόνια μετά, ο ΑΣΟΠ καλλιεργεί 9.000 στρμ. ροδιάς σε όλη την Ελλάδα και απαρτίζει 900 μέλη-καλλιεργητές. Η καλλιέργεια ροδιάς είναι ενταγμένη σε πρόγραμμα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης και διαθέτει τα απαραίτητα πιστοποιητικά. Ταυτόχρονα στον Αγ. Αθανάσιο Δράμας είναι εγκατεστημένη και η σύγχρονη μονάδα επεξεργασίας χυμού και άλλων προϊόντων που προέρχονται από τη ροδιά.

γοργούς ρυθμούς, αφού η ζήτηση για το χυμό σε συσκευασίες φιάλης 250 ml, 285 ml και 330 ml και του ασκού 3 λίτρων έχει ξεπεράσει κάθε προσδοκία. Παράλληλα, όμως, με την ελληνική αγορά ο χυμός



**i INFO**

- Αγ. Αθανάσιος Δράμας
- Τηλέφωνο: 25213/00928
- email: sales@e-ropi.gr
- www.e-ropi.gr

**Υψηλή Ζήτηση για χυμό**

Ο 100% φυσικός χυμός του ΑΣΟΠ βρίσκεται ήδη στα ράφια των αλυσίδων τροφίμων, ενώ το δίκτυο διανομής αναπτύσσεται με



Το ειδικό Τμήμα Εξαγωγών του ΑΣΟΠ οργανώνει την προώθηση των προϊόντων σε νέες αγορές του εξωτερικού.

ροδιού εξάγεται σε χώρες της κεντρικής Ευρώπης, ενώ με συντονισμένες ενέργειες το Τμήμα Εξαγωγών του ΑΣΟΠ οργανώνει την προώθηση του χυμού σε νέες αγορές. Στα υπόλοιπα προϊόντα συγκαταλέγονται, εκτός από το νωπό φρούτο, σπόροι ροδιού, μαρμελάδα, κρασί, κουραμπιέδες, λουκούμια, σοκολάτα, παγωτό, όλα από ρόδι.

### Το ελκυστικό πακέτο της συνεργασίας

Στον τομέα της καλλιέργειας και της συνεχούς και ολοκληρωμένης τεχνικής υποστήριξης των καλλιεργητών ο ΑΣΟΠ συνεργάζεται με τον ειδικό στη ροδιά γεωπόνο κ. Νικόλα Παπακωνσταντίνου, ενώ στον τομέα της παραγωγής η άριστη ποιότητα του φυσικού χυμού διασφαλίζεται με την εποπτεία καθηγητή κ. Αδαμόπουλου. Το σύνθημα «Παράγουμε και δεν βουλιάζουμε» δίνει το στίγμα του Συνεταιρισμού, τη δική του φιλοσοφία, απαντώντας έτσι στην πολύπλευρη κρίση της χώρας.

Με ενθουσιασμό, μεράκι και πίστη για αλλαγή στην ελληνική γεωργία ο δραστήριος Συνεταιρισμός αναζήτησε νέες εναλλακτικές καλλιέργειες για να αναβαθμίσει τις παραγωγικές δυνατότητες της ελληνικής γης. Το 2012 οι ροδώνες του ΑΣΟΠ αναμένεται να

παράξουν 2.000 τόνους ρόδια.

Το δέλεαρ για όσους θέλουν να συμμετάσχουν στο «σχήμα» είναι σημαντικό, καθώς ο ΑΣΟΠ προσφέρει εξαιρετικής ποιότητας πιστοποιημένα δενδρύλλια υψηλής καρποφορίας σε διάφορα μεγέθη και ηλικίες, αλλά και πλήρη εξοπλισμό άρδευσης, συμμετοχή στην προσπάθεια εξοπλισμού αντιβροχικής - αντικαλαζικής προστασίας, εφαρμοσμένη τεχνογνωσία στην καλλιέργεια, γεωπονική υποστήριξη και συμβόλαια απορρόφησης του συνόλου της παραγωγής από τον πρώτο χρόνο καρποφορίας.

### Αρχή και στη Ρόδο με 263 στρέμματα

Με πρωτοβουλία 16 νέων παραγωγών από τη νότια Ρόδο και σε συνεργασία με τον ΑΣΟΠ Αγ. Αθανασίου Δράμας ξεκίνησε δυναμικά η εγκατάσταση της καλλιέργειας της ροδιάς σε έκταση μεγαλύτερη από 263 στρμ. -σε πρώτη φάση. Την προσπάθεια αυτή στηρίζει και ο δήμος Ρόδου. Οι επτά παραγωγοί θα προμηθευτούν από τον ΑΣΟΠ Αγίου Αθανασίου δενδρύλλια, αρδευτικό σύστημα και ό,τι άλλο απαιτείται, καθώς και τεχνική υποστήριξη αλλά και τεχνογνωσία. Ο ΑΣΟΠ θα αναλάβει επίσης την απορρόφηση του προϊόντος.

### Ο ΧΥΜΟΣ ΤΟΥ ΡΟΔΙΟΥ

Έχει μικρή θερμιδική αξία, είναι ιδιαίτερα πλούσιος σε κάλιο ενώ ταυτόχρονα έχει διαπιστωθεί ότι προστατεύει από καρδιαγγειακά νοσήματα, ενισχύει τον οργανισμό και καταπολεμά την υπέρταση. Την ίδια ώρα, ο χυμός από το ρόδι έχει ισχυρή αντιοξειδωτική και αντιφλεγμονώδη δράση, ρυθμίζει τα επίπεδα του σακχαρώδους διαβήτη και ενισχύει την σεξουαλικότητα. Δεν είναι τυχαίο, άλλωστε, ότι το ρόδι θεωρείται από τους αρχαίους χρόνους το φρούτο της γονιμότητας και της καλοτυχίας. Από χρόνιες κλινικές έρευνες που έχουν γίνει, έχει αποδειχθεί ότι ο χυμός περιέχει περισσότερες πολυφαινόλες από το κόκκινο κρασί, το πράσινο τσάι ή τον χυμό πορτοκαλιού και είναι σημαντική η δράση του στη μείωση της αρτηριακής πίεσης. Ο χυμός ΑΣΟΠ «Το ελληνικό ρόδι» είναι προϊόν που εντάσσεται στα σούπερ τρόφιμα (super foods) όπως είναι το ιπποφάε, η σπιρουλίνα κ.ά.

### ΕΛΚΥΣΤΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ

Ο ΑΣΟΠ κλείνει συμβόλαια απορρόφησης του συνόλου της παραγωγής από τον πρώτο χρόνο καρποφορίας

### ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



Γρηγόρης Αργυρίου  
Δ/ντής ΑΣΟΠ Αγ. Αθανασίου

Παλιόι και νέοι αγρότες αλλά και ετεροαπασχολούμενοι επενδύσαμε στα πλεονεκτήματα που μας παρείχε η μάνα ελληνική γη. Ξεφύγαμε από τη νοστορπία του εφρησυχασμού των επιδοτήσεων, που μας οδήγησε στον σημερινό ελλειμματικό αγροτικό-διατροφικό τομέα, στην αύξηση των εισαγωγών, στα χρέη. Δημιουργήσαμε τις συνθήκες για πραγματική και βιώσιμη ανάπτυξη με πυλώνα τον πρωτογενή τομέα, γιατί ο Έλληνας αγρότης δικαιούται ένα καλύτερο μέλλον γι' αυτόν και τα παιδιά του και σήμερα εμείς παράγουμε και δεν βουλιάζουμε. Γιατί και εμείς, η οικογένεια ΑΣΟΠ, είμαστε παραγωγοί-αγρότες και όχι μεταπράτες. Γι' αυτό κατανοούμε απόλυτα τον μόχθο του αγρότη. Η πόρτα του ΑΣΟΠ είναι πάντα ανοιχτή σε αυτόν που θέλει να επενδύσει παραγωγικά στην ελληνική γη.

# ΠΑΛΕΥΟΥΝ ΚΑΙ ΚΕΡΝΟΥΝ ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΟΙ

Μεγάλη πρόκληση για τον κλάδο οι εξαγωγές σε αναδυόμενες αγορές

Του Γιάννη Τσατσάκη

**Κρασί από τον τόπο τους, επώνυμο και, παράλληλα, λογικά τιμολογημένο επιλέγουν εν μέσω της κρίσης όλο και περισσότεροι καταναλωτές δίνοντας ψήφο εμπιστοσύνης στους Έλληνες οινοποιούς, οι οποίοι τα τελευταία χρόνια έχουν κάνει σημαντικές επενδύσεις στον τομέα της τεχνολογίας, της τεχνογνωσίας αλλά και της προβολής των προϊόντων τους.**

Η ανατομία της εγχώριας αγοράς δείχνει ότι ενώ στα εστιατόρια και τις καφετέριες οι πωλήσεις κρασιού υποχωρούν, οι αγορές από το ράφι των σούπερ μάρκετ αυξάνονται: Σύμφωνα με στοιχεία της SymphonyIRI Group, οι πωλήσεις σε όγκο στα μεγάλα καταστήματα λιανικής ενισχύθηκαν κατά 8,5% το 2011 φτάνοντας τα 18 από 16,6 εκατ. λίτρα. Όμως, η αύξηση αυτή δεν είχε αντίκρισμα στο κομμάτι των εσόδων, αφού η μείωση των τιμών, οι προσφορές και γενικότερα η προσπάθεια των οινοποιών να κρατήσουν τις τιμές σε χαμηλά επίπεδα (παρά το υψηλότερο λειτουργικό κόστος) είχαν ως αποτέλεσμα ο τζίρος να σημειώσει οριακή άνοδο 0,8% στα 76,8 εκατ. ευρώ. Ωστόσο, η μεγάλη πρόκληση για το ελληνικό κρασί φαίνεται ότι είναι οι εξαγωγές και δη αυτές σε αναδυόμενες αγορές όπως η Κίνα, η Βραζιλία, το Μεξικό, όπου, όπως σημειώνουν παράγοντες της αγοράς, αναγνωρίζεται η μοναδικότητα του ελληνικού οίνου και, παράλληλα, πληρώνεται με τιμές που καλύπτουν το κόστος. Η περίπτωση της Κίνας είναι χαρακτηριστική: Σύμφωνα με στοιχεία του ΟΠΕ, στο διάστημα Ιανουάριος-Ιούλιος 2011, η αξία των εξαγωγών αυξήθηκε κατά 601%!

## «Πάγωσε» η αγορά μπίρας

Ύφεση και αύξηση της φορολογίας λειτούργησαν συνδυαστικά ώστε να... παγώσει η αγορά μπίρας. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία και εκτιμήσεις παραγόντων της αγοράς, μόνο την τελευταία τριε-

τία, οι πωλήσεις συρρικνώθηκαν κατά 26% ενώ η παραγωγή στο διάστημα Ιανουάριος-Μάρτιος 2012 μειώθηκε κατά 20% σε σχέση με το 2011. Η αναδυόμενη «δύναμη», ωστόσο, είναι η Ολυμπιακή Ζυθοποιία, που λάνσαρε το 2010 την ιστορική Fix και ανέβηκε στην τρίτη θέση με μερίδιο 7%.

Υπολογίζεται ότι η συνολική κατανάλωση στη χώρα μας (εγχώρια παραγωγή και εισαγωγές) πέρυσι μειώθηκε στα 3,65 εκατ. εκατόλιτρα από 3,9 εκατ. εκατόλιτρα το 2010.

Η ζεστή αγορά (κυρίως μικρά και μεγάλα σούπερ μάρκετ) εκτιμάται ότι δεν επηρεάστηκε ιδιαίτερα, αφού αρκετοί καταναλωτές γύρισαν την πλάτη στα ακριβότερα εισαγόμενα αλκοολούχα επιλέγοντας την πολύ φθηνότερη μπίρα. Στον αντίποδα, η κρύα αγορά (δηλαδή εστιατόρια, καφενεία, καφετέριες, μπαρ, περίπτερα), που περιλαμβάνει τουλάχιστον πενταπλάσια σημεία πώλησης, παρουσίασε σημαντική μείωση λόγω του περιορισμού των δαπανών και των εξόδων (για φαγητό ή ποτό) των καταναλωτών. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι ο αδιαμφισβήτητος κυρίαρχος του κλάδου, ακολουθούμενη από τη Μύθος Ζυθοποιία, ενώ στην τρίτη θέση έχει σκαρφαλώσει η Ολυμπιακή Ζυθοποιία που το 2010 επαναλάνσαρε την ιστορική Fix Hellas και πέρυσι διπλασίασε τα μερίδιά της σε σχέση με το 2010. Σταθερή δύναμη του χώρου αποτελεί η Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης («Βεργίνα») ενώ αυξανόμενο βαίνει το μερίδιο πολλών μικροζυθοποιείων που δραστηριοποιούνται κυρίως σε τοπικό επίπεδο (Κέρκυρα, Ρόδος, Κρήτη κ.α.)



## ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η ανερχόμενη δύναμη φαίνεται ότι είναι το «αδικημένο» μέχρι πρόσφατα- ροζέ που αύξησε τις πωλήσεις του (σε όγκο) κατά 14,1%, ακολουθούμενο από το κόκκινο με 10,1% και το λευκό με 6,3%.

## Δυνατό το τσίπουρο με ισχυρά ονόματα

Νέους δρόμους φαίνεται ότι άνοιξε η εμφιάλωση και η είσοδος ισχυρών «ονομάτων» της ποτοποιίας στο τσίπουρο. Παρά τον ανταγωνισμό από το ούζο και τα εμπόδια από τη φορολογία, το «τσίπουρο» τρέχει την τελευταία τριετία με ρυθμούς που φτάνουν το 20% κατά μέσο όρο σε ετήσια βάση.

# ΤΟ ΚΟΚΚΙΝΟ ΤΗΣ ΝΕΜΕΑΣ ΣΕ "ΠΡΑΣΙΝΗ" ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Ένα Αγιωργίτικο φρέσκο, φρουτώδες και με μαλακές τανίνες.  
Με αρώματα φράουλας, βύσσινου και κερασιού.  
Αυτό είναι το '1937 του Οινολογικού Συνεταιρισμού της Νεμέας  
στην καινοτόμο "πράσινη" συσκευασία 3 λίτρων.



- Φίλη προς το περιβάλλον (χωρίς χαρτί) και ανακυκλώσιμη
- 80% χαμηλότερη έκλυση διοξειδίου του άνθρακα κατά την παραγωγή και διακίνησή της και 90% λιγότερα απορρίμματα σε σύγκριση με τη γυάλινη φιάλη
- Μικρότερη και ελαφρύτερη σε σύγκριση με τη γυάλινη φιάλη ή την "bag-in-box".
- Από πολυαιθυλένιο, το οποίο εξασφαλίζει υψηλή αντοχή και ταχύτερη ψύξη σε σύγκριση με την "bag-in-box".
- Ειδικά κατασκευασμένο βουσάκι που προστατεύει το περιεχόμενο από την οξείδωση μετά το άνοιγμα.

Απολαύστε το στους 14° - 16° C καθημερινά  
στο σπίτι ή στις εκδρομές σας.  
Το 1937 θα γίνει αίγουρα ο μεγάλος σας φίλος.



[www.nemecanwines.gr](http://www.nemecanwines.gr)

**ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΝΕΜΕΑΣ**

# ΕΙΝΑΙ ΚΡΑΣΙ ΘΕΟΠΕΜΠΤΟ ΚΑΙ ΤΟΥ ΔΙΟΝΥΣΟΥ ΔΩΡΟ...

... που τίμησε τη Νεμέα με την αρχαιότερη ελληνική ποικιλία και τον Οινοποιητικό Συνεταιρισμό με την πρωτιά στην οινοποίησή της

## ■ ΦΛΙΑΣΙΟΣ ΟΙΝΟΣ

Πρωταρχικός στόχος του ΑΟΣΝ είναι η διαφύλαξη της παράδοσης και η διάδοση της ποικιλίας του αγιωργίτικου

«Τ' Άν Γιώργη του δρακοφονιά έχει την ευλογία, να ταξιδεύει τους θνητούς στο πότου τη μαγεία!» Μιλάμε φυσικά για το κρασί της Νεμέας και τον τοπικό Αγροτικό Οινοποιητικό Συνεταιρισμό, ο οποίος ιδρύθηκε το 1937. Αρχικά αποτελούνταν από 70 μέλη - παραγωγούς. Σήμερα, 75 χρόνια μετά, ο Α.Ο.Σ.Ν. αριθμεί 1.132 μέλη και οινοποιεί ετησίως περί τις 6,5 εκατ. φιάλες 0,75l, γεγονός που τον καθιστά έναν από τους μεγαλύτερους παραγωγούς κρασιού σε πανελλαδικό επίπεδο.

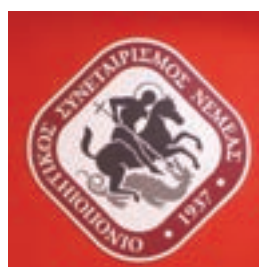
Πρωταρχικός στόχος του είναι η διαφύλαξη της παράδοσης και η διάδοση του Αγιωργίτικου, μίας από τις ευγενέστερες ερυθρές ελληνικές ποικιλίες και ίσως της αρχαιότερης ελληνικής. Ο «φλιάσιος οίνος» της αρχαιότητας έγινε γνωστός λόγω της ευρείας κατανάλωσής του στα Νέμεα, τους αθλητικούς αγώνες προς τιμήν του Δία, στους οποίους συνέρρεαν πλήθη ανθρώπων από διάφορες περιοχές.

### **Αγιωργίτικο: Μια μεγαλειώδης πορεία**

Το Αγιωργίτικο φαίνεται να αφίνει στον 20ό αιώνα με φήμη και περγαμνές, τις οποίες απέκτησε μέσα από μια μεγάλη



πορεία με αρκετά ορόσημα: Η κατασκευή του οινοποιείου «Χαριλάου» της «Εταιρείας Οίνων και Οινοπνευμάτων» το 1923-1925, η δημιουργία του Συνεταιρισμού, η ίδρυση του οινοποιείου Λαζόπουλου και δεκάδων μεταγενέστερων οινοποιείων, η προσαρμοσμένη στις ανάγκες της ερυθράς οινοποίησης τοπική αρχιτεκτονική, η



## **i** INFO

- Λ. Παπακωνσταντίνου 130  
Νεμέα Τ.Κ. 20 500
- Τηλ.: 27460/22210
- Fax: 27460/23052
- email: info@nemeawines.gr
- www.nemeawines.gr







Η αμπελουργική ζώνη της Νεμέας καλύπτει μια περιοχή περίπου 25.000 στρεμμάτων.



διακίνηση του κρασιού εκτός συνόρων, οι βραβεύσεις, ο καθορισμός της Ζώνης ΟΠΑΠ Νεμέας, οι φίλοι του αγιωργίτικου και της Νεμέας, όλα αυτά αποτελούν τεράστια κεφάλαια για την περιοχή. Και βέβαια το 1959 ο Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Νεμέας ήταν το πρώτο οινοποιείο που εμφιάλωσε το 1959, σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Οίνου, τον γνωστό Αγιωργίτικο οίνο. Πολλά ακόμα θα έπρεπε ωστόσο να γίνουν ώστε να έχει το κρασί της Νεμέας υπεραξία από τους τόκους της διαχρονικής υπεραιωνόβιας τοπικής παράδοσης και κληρονομιάς.

## ΤΟ ΜΑΥΡΟ ΤΗΣ ΝΕΜΕΑΣ

**Η ποικιλία Αγιωργίτικο** είναι γνωστή και ως Μαύρο Νεμέας ή Μαυρούδι (Νεμέας) και, όπως έδειξαν έρευνες με βιοχημικές μεθόδους, τα αναφερόμενα ως συνώνυμα Μαυρούδι, Μαυράκι, Μαυροστάφυλο και Καρβουνιάρης είναι διαφορετικές ποικιλίες. Ο Κριμιάς (1943) περιγράφει το Μαυρούδι ως ξεχωριστή ποικιλία από το Αγιωργίτικο με εμφανείς αμπελογραφικές διαφορές. Ο Guillon (1895) περιγράφει την ποικιλία Mavroudion, Staphili mavron και Mavron και οι Viala και Vermorel (1905) αναφέρουν τις ποικιλίες Mavroudion, Mavrudii, Mavrud και Mavrude. Η αμπελουργική ζώνη παραγωγής ερυθρών οίνων ΟΠΑΠ (Οίνοι Ονομασίας Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας) «Νεμέα» είναι η μεγαλύτερη στην Ελλάδα και χαρακτηρίζεται από μεγάλη ετερογένεια εδαφικών και κλιματικών συνθηκών (υψόμετρο 250–850 μέτρων) λόγω της μεγάλης έκτασής της.

Κοιτάζοντας το μέλλον, ο Α.Ο.Σ.Ν. αξιοποιεί τη βαθιά γνώση, τη μεγάλη εμπειρία του και τη δημιουργικότητα των μελών και των στελεχών του, στην προσπάθεια να προσφέρει συνεχώς νέα προϊόντα με άξονες φυσικά την ποιότητα και την παράδοση.

### Ιδανικές εδαφοκλιματικές συνθήκες

Η ζώνη της Νεμέας καλύπτει μια περιοχή περίπου 25.000 στρεμμάτων, με μακρά ιστορία στην καλλιέργεια της αμπελού και χαρακτηρίζεται από ιδανικές εδαφο-κλιματικές συνθήκες ώστε να προσδίδει στους οίνους από Αγιωργίτικο τα ιδιαίτερα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά που τους έκαναν διάσημους σε ολόκληρο τον κόσμο.

Οι εγκαταστάσεις του Συνεταιρισμού βρίσκονται σε ένα οικόπεδο 33 στρεμμάτων με καλυπτόμενο χώρο 8.500 τ.μ., με στεγαζόμενες δεξαμενές συνολικής χωρητικότητας 10.000 τόνων.

Ο Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Νεμέας, ως ιδανικός πρεσβευτής του Αγιωργίτικου, εξάγει τον φημισμένο και βραβευμένο οίνο της Νεμέας σε περισσότερες από 15 χώρες σε όλο τον κόσμο.

## ΠΡΩΤΙΑ

Το 1959 ο ΑΟΣΝ ήταν το πρώτο οινοποιείο που εμφιάλωσε, σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Οίνου, τον γνωστό Αγιωργίτικο οίνο

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Θεόδωρος Τσάνος**  
Πρόεδρος Α.Ο.Σ.Ν.

**Οι στρατηγικοί στόχοι** του Α.Ο.Σ.Ν. είναι μεταξύ άλλων η ανανέωση και ο εκσυγχρονισμός της εικόνας του, η βελτίωση των επιχειρησιακών διαδικασιών και της διαδικασίας παραγωγής, η εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων και τακτικών ενεργειών για την ανάπτυξη του, η αύξηση των πωλήσεων του εμφιαλωμένου στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Μάλιστα, η ανάπτυξη της στρατηγικής του Α.Ο.Σ.Ν. στηρίζεται σε τέσσερις άξονες α) οι παράγοντες επιτυχίας, β) η ανάπτυξη προϊόντικής γκάμας, γ) η τιμολογιακή τοποθέτηση και δ) η διανομή και η διαθεσιμότητα.

# ΜΕ ΑΣΟΥΣ ΣΤΟ ΜΑΝΙΚΙ ΠΑΙΖΕΙ ΤΟ ΓΑΛΑ

Ποιότητα και προέλευση πρώτης ύλης, τα ισχυρά ατού των εγχώριων επιχειρήσεων

Του Γιάννη Τσατσάκη

**Ισχυρό ένστικτο αυτοσυντήρησης αλλά και κρυμμένους άσους στο... μανίκι της αποδεικνύεται ότι διαθέτει η ελληνική αγορά γαλακτοκομικών, καταφέροντας να περάσει με ελεγχόμενες -τουλάχιστον μέχρι αυτή τη στιγμή- απώλειες τον κάβο της κρίσης.**

Τα στατιστικά στοιχεία προσυπογράφουν τις εκτιμήσεις των αναλυτών, που προέβλεπαν ότι, σε αντίθεση με άλλες κατηγορίες τροφίμων, το γάλα και τα «συγγενικά» του προϊόντα έχουν κερδίσει... με το σπαθί τους μια θέση στο τραπέζι του Έλληνα καταναλωτή και δύσκολα, ακόμα και σε περιόδους «ισχνών αγελάδων» όπως η σημερινή, θα την απωλέσουν.

Αυτό, βέβαια, δεν σημαίνει ότι ο κλάδος είναι «σφραγισμένος» από τις επιπτώσεις της ύφεσης, της μείωσης των εισοδημάτων και της έλλειψης ρευστότητας: Τουναντίον, το 2011 και, ειδικότερα, το δεύτερο μισό του ήταν μια δύσκολη χρονιά για τις επιχειρήσεις. Σύμφωνα με πρόσφατη κλαδική μελέτη της Tetra Pak, το σημείο καμπής ήταν το περασμένο, «καυτό» από οικονομικής πλευράς καλοκαίρι, όταν και τέθηκε σε εφαρμογή ο δεύτερος γύρος των σκληρών δημοσιονομικών μέτρων του Μνημονίου. Μέχρι τότε, η υποχώρηση στην κατανάλωση ήταν μικρή, άρχισε όμως να διευρύνεται τους μήνες που ακολούθησαν μέχρι το Δεκέμβριο του 2011, για να συνεχιστεί στην τρέχουσα χρονιά.

Τα στοιχεία της Tetra Pak κάνουν λόγο για μείωση του όγκου πωλήσεων σε ένα ποσοστό που έφτασε το 3% το 2011, 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 πώση των πωλήσεων στο γάλα και το επώνυμο γιαούρτι. Η Tetra Pak εκτιμά ότι η κατανάλωση θα συνεχίσει να μειώνεται τουλάχιστον μέχρι το

2013 με μέσους ετήσιους ρυθμούς 2%.

Ο αντίλογος, όμως, λέει ότι οι απώλειες αυτές είναι μάλλον περιορισμένες σε σχέση με άλλες κατηγορίες τροφίμων. Επιπλέον, τα στοιχεία δείχνουν ότι ο τζίρος των επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά 3,1%. Συγκεκριμένα, στη χρήση που «έκλεισε» το Νοέμβριο του 2011 η συνολική αγορά γαλακτοκομικών διαμορφωνόταν στο 1,72 δισ. ευρώ από 1,67 δισ. ευρώ ένα χρόνο πριν. Η αύξηση αυτή οφείλεται, ωστόσο, σε δύο παράγοντες: Την αύξηση του ΦΠΑ και άλλων φορολογικών συντελεστών (που «πέρασαν» στην τελική τιμή) και, κυρίως, στην ανάρωση του κύματος προσφορών στο οποίο είχαν επιδοθεί την προηγούμενη διετία οι γαλακτοβιομηχανίες.



## ΚΛΕΙΔΙ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες έχουν να επιδείξουν αξιοσημείωτη εξαγωγική δραστηριότητα με «αιχμή» -εκτός από τη φέτα- το γιαούρτι. ΦΑΓΕ, Τυράς, Vivartia, Κρι-Κρι είναι μερικές από τις επιχειρήσεις που έχουν κάνει με επιτυχία το «άλμα» στο εξωτερικό και το ίδιο σκέφτονται και κάποιοι ανταγωνιστές τους, μεταξύ των οποίων η ΕΒΟΛ.

μερίδιό τους κατά 2,4 μονάδες, φθάνοντας στο 10,3%. Η ποιότητα, πάντως, και η προέλευση της πρώτης ύλης εξακολουθούν να «μετρούν» στη συνείδηση του καταναλωτή και να αποτε-

## Εσωτερικές «ανακατατάξεις»

Η συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών φαίνεται ότι έχει επιταχύνει την στροφή των καταναλωτών στο γάλα υψηλής παστερίωσης, που έχει το πλεονέκτημα της μεγαλύτερης διάρκειας ζωής. Η συγκεκριμένη κατηγορία «έτρεξε» με ρυθμούς ανάπτυξης 5% το 2011 αγγίζοντας πλέον το 13% στο σύνολο της αγοράς. Ωστόσο επί του παρόντος δεν απειλεί την πρωτοκαθεδρία του φρέσκου γάλακτος που εξακολουθεί να κατέχει το μερίδιό του με ποσοστό 45%.

Κερδισμένα από την κρίση βγαίνουν και τα προϊόντα private label τα οποία αναβαθμίζονται διαρκώς ποιοτικά και στο τέλος του 2011 είχαν ενισχύσει το μερίδιό τους στο 14,7%.

Σύμφωνα δε με τη Symphony IRI, στο σύνολο της αγοράς γαλακτοκομικών (συμπεριλαμβανομένου του γιαουρτιού και των τυροκομικών) την περασμένη χρονιά τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αύξησαν το

## ΠΡΩΤΟΚΑΘΕΔΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΦΡΕΣΚΟ

Η συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών φαίνεται ότι έχει επιταχύνει την στροφή των καταναλωτών στο γάλα υψηλής παστερίωσης, που όμως δεν απειλεί το φρέσκο.

λούν δύο από τα πλέον σημαντικά «χαρτιά» που κρατούν στα χέρια τους οι ελληνικές επιχειρήσεις, όπως φαίνεται από το επιτυχημένο λανσάρισμα προϊόντων όπως η σειρά «Μικρές Οικογενειακές Φάρμες» της Vivotia.

### Συνεταιριστικό... άρμα

Εκτός από τις μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις και τους ξένους κολοσσούς, σημαντική είναι η παρουσία συνεταιριστικών γαλακτοβιομηχανιών, πολλές από τις οποίες, μάλιστα, έχουν εδώ και καιρό κατορθώσει να ξεφύγουν από τα στενά τοπικά όρια και πλέον κατέχουν αξιόλογα μερίδια αγοράς στα μεγάλα αστικά κέντρα. Το παράδειγμα της ΕΒΟΛ που αυξάνει

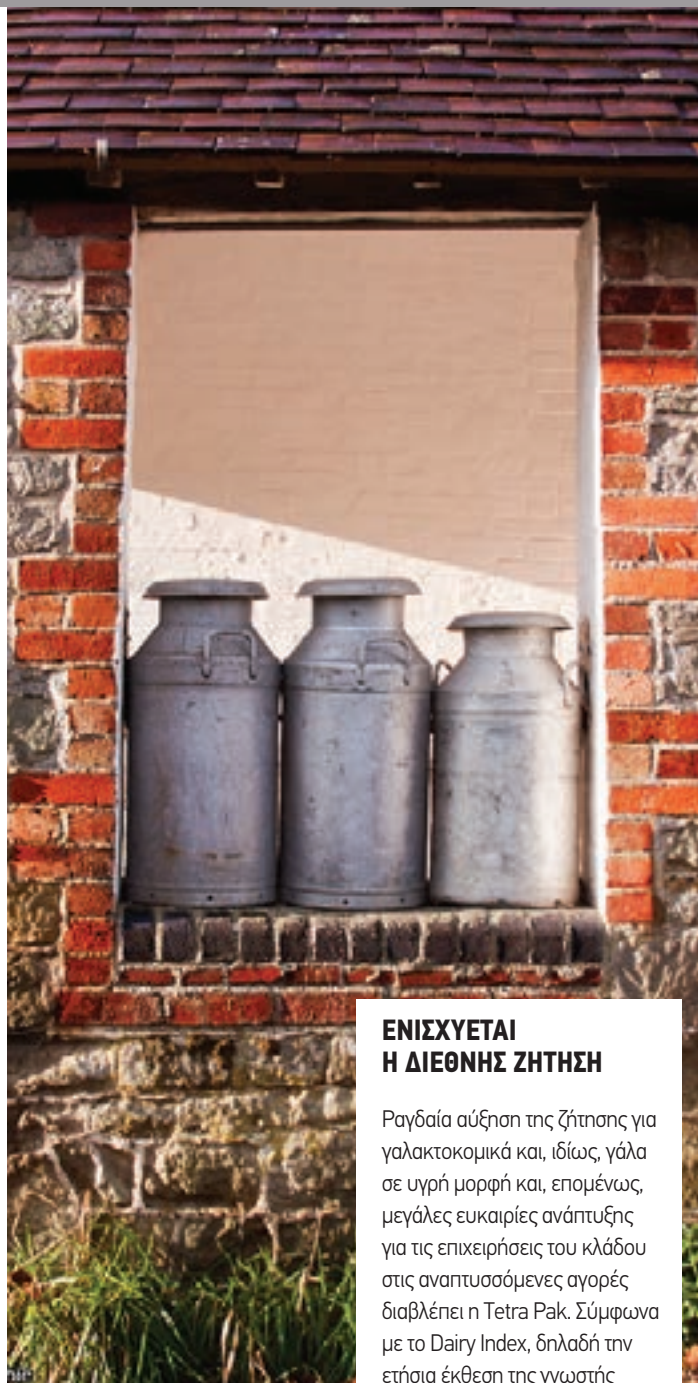
## Σημαντική η παρουσία των συνεταιριστικών βιομηχανιών που έχουν καταφέρει να ξεφύγουν από τα στενά τοπικά όρια

διαρκώς τον τζίρο της και εμπλουτίζει σχεδόν σε ετήσια βάση την γκάμα των προϊόντων της είναι ίσως το πιο χαρακτηριστικό. Ο κατάλογος των ισχυρών συνεταιριστικών brands είναι μακρύς και περιλαμβάνει επίσης το Τρίκκη, το Πρώτο, τη Νεογάλ, τη Σεργάλ κ.α.

### Τα ανοικτά «μέτωπα»

Σε επιχειρηματικό επίπεδο, δύο είναι τα μεγάλα «στοιχήματα» που αυτή τη στιγμή παραμένουν ανοικτά: Το ένα αφορά την πολυδιαφημισμένη συγχώνευση Δέλτα-ΜΕΒΓΑΛ, η οποία θα δημιουργούσε το μεγαλύτερο «παίκτη» στην ελληνική αγορά γάλακτος αλλά, σύμφωνα με τις νεότερες πληροφορίες, φαίνεται ότι καταλήγει σε ναυάγιο (σ.σ. έγραψε πρόσφατα σε σχετικό ρεπορτάζ η Agrenda). Επισημώς, βέβαια, οι διοικήσεις των δυο εταιρειών επιμένουν ότι η διαδικασία παραμένει «ζωντανή». Το δεύτερο στοιχείο έχει να κάνει με την

πώληση της Δωδώνη που, εκτός από τη φέτασήμα κατατεθέν της, έχει να επιδείξει κι ένα διόλου ευκαταφρόνητο μερίδιο στις κατηγορίες του φρέσκου γάλακτος και του γιαουρτιού. Για την απόκτηση της ηπειρώτικης γαλακτοβιομηχανίας ερίζουν μεγάλα «ονόματα» από την εγχώρια αγορά (π.χ. Όλυμπος, Κρι-Κρι) αλλά και ξένοι κολοσσοί όπως η FrieslandCampina. Η ΑΤΕ- που έχει δρομολογήσει την απεμπλοκή της από όλες τις αγροκτηνοτροφικές θυγατρικές- έχει ορίσει ως καταληκτική ημερομηνία για την υποβολή δεσμευτικών προσφορών τη Δευτέρα 25η Ιουνίου.



### ΕΝΙΣΧΥΕΤΑΙ Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΖΗΤΗΣΗ

Ραγδαία αύξηση της ζήτησης για γαλακτοκομικά και, ιδίως, γάλα σε υγρή μορφή και, επομένως, μεγάλες ευκαιρίες ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις του κλάδου στις αναπτυσσόμενες αγορές διαβλέπει η Tetra Pak. Σύμφωνα με το Dairy Index, δηλαδή την ετήσια έκθεση της γνωστής εταιρείας (ηγέτιδα στο χώρο των συσκευασιών για τρόφιμα), η παγκόσμια ζήτηση για γάλα θα συνεχίσει να αυξάνεται με μέσο ετήσιο ρυθμό 2,9% στην τριετία 2011-2014. Η αντίστοιχη «επίδοση» για το διάστημα 2008-2011 ήταν 2,5%. «Κοιτίδες» ανάπτυξης του κλάδου θα είναι η Ασία, η Λατινική Αμερική και η Αφρική οι οποίες αναμένεται να χτυπήσουν ρυθμούς ανάπτυξης-ρεκόρ στα επόμενα χρόνια.

## ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΒΟΛΟΥ

# ΑΥΤΟ ΤΟ ΓΑΛΛΑ ΕΘΡΕΨΕ ΠΟΛΛΕΣ ΓΕΝΙΕΣ ΕΛΛΗΝΩΝ

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

## ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ 2 ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ

Με την ολοκλήρωση της επένδυσης των φωτοβολταϊκών η ΕΑΣ Βόλου προσβλέπει σε έσοδα περίπου 500.000 ευρώ σε ετήσια βάση



**Η βολιώτικη** συνεταιριστική γαλακτοβιομηχανία ΕΒΟΛ μετράει φέτος 60 χρόνια επιτυχούς παρουσίας στην αγορά του γάλακτος. Για πολλές δεκαετίες κατόρθωσε να μπει στο τραπέζι τεσσάρων γενεών καταναλωτών ενώ το μερίδιο αγοράς της στο νομό Μαγνησίας, όπου και δραστηριοποιείται, κυμαίνεται από 75% ως και 80%. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1952 και μπορεί να υπερηφανεύεται ότι είναι μεταξύ των ελάχιστων συνεταιριστικών γαλακτοκομικών που κατόρθωσαν να επιβιώσουν στη δεκαετία του 1990, όταν οι μεγάλες βιομηχανίες του κλάδου κέρδιζαν μήνα με το μήνα μερίδια αγοράς, ενώ οι καταχρεωμένες εταιρείες η μία μετά την άλλη έβαζαν λουκέτο. Ο σκοπός της ίδρυσης ήταν και συνεχίζει να παραμένει ο ίδιος: Η δυνατότητα της Συνεταιριστικής Οργάνωσης στην άσκηση παρεμβατικής πολιτικής στην τιμή του αγελαδινού, γίδινου και πρόβειου γάλακτος και η διασφάλιση του εισοδήματος των κτηνοτρόφων της περιοχής. Έτσι σήμερα έχει επιτευχθεί οι κτηνοτρόφοι της ΕΒΟΛ να απολαμβάνουν κέρδη από τις υψηλότερες τιμές που δίνονται στο γάλα πανελλαδικά.



Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Βόλου στην οποία ανήκει η ΕΒΟΛ ιδρύθηκε το 1926 και είναι το δευτεροβάθμιο συνεταιριστικό όργανο των συνεταιρισμών των χωριών γύρω από το Βόλο, καθώς και των χωριών του Δυτικού Πηλίου και της περιοχής του Βελεστίου. Η ΕΒΟΛ «γεννήθηκε» με σκοπό τη συγκέντρωση, επεξεργασία και διάθεση του αγελαδινού γάλακτος στην τοπική αγορά.

## i INFO

- Α' Βιομηχανική Περιοχή Βόλου
- Τηλ.: 24210/95372, 95495
- email: info@evol-easvolou.gr
- www.evol-easvolou.gr





Στην πλούσια γκάμα προϊόντων της περιλαμβάνονται γάλα αγελαδινό, λευκό και σοκολατούχο, καθώς επίσης και φρέσκο βιολογικό γίδινο, κατσικίσιο και αγελαδινό αλλά και γιαούρτι (αγελαδινό, πρόβειο) και βιολογικό (αγελάδας, κατσικίσιο και πρόβειο). Επίσης διακινεί στην αγορά και φέτα ΠΟΠ, ανθότυρο και βιολογικό τυρί από κατσικίσιο γάλα.

**Μεγαλόπνοο σχέδιο στα φωτοβολταϊκά**  
Παράλληλα, «τρέχει» ένα σχέδιο επένδυσης φωτοβολταϊκών ισχύος 700 KW. Οι εργασίες για το πρώτο από τα επτά συστήματα που θα τοποθετηθούν έχουν ξεκινήσει στη στέγη του εργοστασίου της γαλακτοβιομηχανίας.

## ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

**Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Βόλου**, με απώτερο σκοπό τη διεύρυσή της στην αγορά βιολογικών προϊόντων πραγματοποίησε μία συμφωνία με την αλυσίδα σούπερ μάρκετ Σκλαβενίτης. Η ΕΑΣ θα τοποθετήσει στα ράφια της αλυσίδας λιανικής, και στα 80 καταστήματά της, μία νέα σειρά από βιολογικά προϊόντα. Τα προϊόντα της ΕΒΟΛ κατόπιν της συμφωνίας αυτής, θα παρέχονται σε 350 εμπορικά καταστήματα στην Αθήνα στις αλυσίδες ΑΒ Βασιλόπουλος, Βερόπουλος, Σκλαβενίτης και Μαρινόπουλος Carrefour, καθώς επίσης και σε 140 μικρότερα σημεία πώλησης βιολογικών ειδών στην Αττική. Η εταιρία διανομής ΕΒΙΚ ανέλαβε να πραγματοποιήσει τη διανομή των προϊόντων αυτών σε ολόκληρη τη Νότια Ελλάδα, ενώ η εταιρεία Βιοαγρός τα διανέμει σε μικρότερα σημεία πώλησης.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο της ΕΑΣ Βόλου, Νικήτα Πρίντζο, το πρώτο έργο έχει ήδη συνδεθεί με το δίκτυο της ΔΕΗ και τα υπόλοιπα τρία αναμένεται να εγκατασταθούν και να συνδεθούν με τη ΔΕΗ μέχρι τα τέλη Ιουνίου και τα υπόλοιπα έως το Σεπτέμβριο. Τα επτά συστήματα θα είναι ισχύος 100 KW έκαστο και με την ολοκλήρωση της εγκατάστασής τους η ΕΑΣ Βόλου προσβλέπει σε έσοδα περίπου 500.000 ευρώ σε επίσια βάση. Η επένδυση γίνεται με ίδια κεφάλαια ύψους 2 εκατ. ευρώ.

### Κοινωνικό πρόσωπο

Πέραν τούτου όμως, η ΕΒΟΛ δείχνει και το κοινωνικό της πρόσωπο προσφέροντας περί τα 300 μπουκάλια γάλα σε όλα τα δημοτικά και τα νηπιαγωγεία σε καθημερινή βάση ως το τέλος της σχολικής χρονιάς. «Ο μόνος λόγος για τον οποίο αποφασίσαμε να δίνουμε σε καθημερινή βάση αυτά τα 300 μπουκάλια γάλα ήταν η πρόθεσή μας να συμβάλλουμε έστω και στο ελάχιστο, αφού κάθε μέρα ακούμε για παιδιά που πεινάνε στα σχολεία», είπε ο κ. Πρίντζος. Το δίκτυο διανομής της ΕΒΟΛ περιλαμβάνει την Αιδηψό, τη Χαλκίδα, την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη, το Πίλιο και, φυσικά, το Βόλο.

## ΠΑΡΕΜΒΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Σήμερα οι κτηνοτρόφοι της ΕΒΟΛ απολαμβάνουν κέρδη από τις υψηλότερες τιμές που δίνονται στο γάλα πανελλαδικά

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Νικήτας Πρίντζος**  
Πρόεδρος ΕΑΣ Βόλου

**«Η ΕΑΣ Βόλου** είναι συνεταιριστική οργάνωση και ιδρύθηκε το 1926. Το 1952 δημιουργήθηκε το εργοστάσιο γάλακτος ΕΒΟΛ που παράγει γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα. Από το 2005 παράγει βιολογικά προϊόντα από κατσικίσιο, πρόβειο και αγελαδινό γάλα που προέρχεται από πιστοποιημένους κτηνοτρόφους. Όλο μας στην προσπάθεια που γίνεται είναι η ποιότητα των προϊόντων μας σε συνδυασμό με το μεράκι και τις προδιαγραφές που απαιτεί η σημερινή κοινωνία. Όλα τα προϊόντα μας διανέμονται στο Θεσσαλικό χώρο, στην Εύβοια, στη Βοιωτία, σε περιοχές της Μακεδονίας και στην Αττική.»

# ΤΕΛΙΚΑ, Ο ΒΑΣΙΛΙΑΣ ΕΙΝ' ΕΔΩ

Πρώτη διεθνώς η Ελλάδα στην κατανάλωση τυριών με 27 κιλά κάθε χρόνο

Του Γιάννη Τσατσάκη

**Τη μερίδα του λέοντος στις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού εξακολουθούν να κατέχουν τα ελληνικά τυροκομικά προϊόντα, τα οποία, εκτός από την πρωτοκαθεδρία στην εγχώρια αγορά, διατηρούν και μια αξιόλογη εξαγωγική δυναμική.**

Με επίσης τζίρο της τάξης του 1 δισ. ευρώ, ο κλάδος των τυροκομικών είναι ο μεγαλύτερος σε αξία στο χώρο των τροφίμων, ο οποίος επιδύκνυει και ιδιαίτερη ανθεκτικότητα απέναντι στους κραδασμούς που προκαλεί η δύσκολη οικονομική συγκυρία. Βέβαια, αυτό δεν προκαλεί έκπληξη, αν ληφθεί υπόψη ότι η κατανάλωση στην Ελλάδα αγγίζει τα 27 κιλά ετησίως, αριθμός που κατατάσσει την Ελλάδα μαζί με τη Γαλλία στην πρώτη θέση της κατανάλωσης τυριών διεθνώς.

Μέχρι και πριν το ξέσπασμα της κρίσης, η αγορά «έτρεχε» με ρυθμούς ανάπτυξης της τάξης του 4%-5% ετησίως. Η νέα οικονομική πραγματικότητα, όπως ήταν λογικό, «φρέναρε» αυτούς τους ρυθμούς, δίνοντάς τους μάλιστα σε κάποιες περιόδους και αρνητικό πρόσημο. Ωστόσο, τους τελευταίους μήνες ο κλάδος πραγματοποιεί τη δική του ρελάνς, αφού, σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων της αγοράς, είναι από τους λίγους που «είδαν» τις πωλήσεις τους να αυξάνονται με ένα ποσοστό 8% στο πρώτο τετράμηνο του 2010. Τα ελληνικά τυριά καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης σε ποσοστό που ξεπερνάει το 60%. Μέχρι πρόσφατα και δη στο διάστημα της προηγούμενης πενταετίας τα εισαγόμενα προϊόντα κατέγραφαν ρυθμούς ανάπτυξης άνω του 9%, όμως εκτιμάται ότι το τελευταίο διάστημα το ποσοστό αυτό έχει υποχωρήσει.

## Η φέτα και... οι άλλοι

Οι εσωτερικές ανακατατάξεις ελάχιστα άγγιξαν την αναμφισβήτητη «βασιλίτσα» του κλάδου που δεν είναι άλλη από τη φέτα.

Το αγαπημένο ΠΟΠ τυρί των Ελλήνων (και όχι μόνο) διατηρεί τα σκίπτρα με ένα ποσοστό που κυμαίνεται κοντά στο 45% του συνόλου της αγοράς. Η Δωδώνη είναι «υπεύθυνη» για το 25% περίπου των πωλήσεων φέτας, όμως δυναμική και ενισχυόμενη παρουσία έχουν κι άλλες μικρότερες (Καράλης, Ήπειρος) ή μεγαλύτερες (Μινέρβα, Μεβγάλ, Τυράς) επιχειρήσεις καθώς επίσης και δραστήριες ΕΑΣ (όπως αυτή των Καλαβρύτων).



## ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟ

Σε αντίθεση με την υπόλοιπη Δυτική Ευρώπη, στην Ελλάδα το 75% των πωλήσεων γίνεται από τον πάγκο κοπής. Σταδιακά η σχέση αυτή αλλάζει αργά ανά χρόνο υπέρ των συσκευασμένων τυποποιημένων προϊόντων (μια κατηγορία που αριθμεί μόλις δύο δεκαετίες στην Ελλάδα) και κινείται ανοδικά.

## Κερδίζει ο τοπικός χαρακτήρας

Προϊόντα με έντονο το τοπικό «χρώμα» που επενδύουν στην ποιότητα και τη διαφορετικότητα τους κερδίζουν επίσης όλο και περισσότερο την προτίμηση των καταναλωτών, ξεφεύγοντας από τα στενά όρια της προσέλευσής τους (κρητική γραβιέρα, γραβιέρα Νάξου κ.ά.)

## Οι κατηγορίες

Ο κλάδος των τυροκομικών μπορεί να κατηγοριοποιηθεί με βάση το «χρώμα» των προϊόντων, με βάση την υφή. Με βάση το χρώμα έχουμε τα λευκά και τα κίτρινα τυριά που μοιράζονται σε ποσοστό 50-50% τα μερίδια αγοράς, με τα πρώτα βέβαια να ευνοούνται από το «βαρύ χαρτί» που ακούει στο όνομα «φέτα» η οποία πραγματοποιεί το 90% των πωλήσεων στα λευκά.

Παίρνοντας ως κριτήριο την υφή, έχουμε τα «μαλακά» τυριά που καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μερίδιο στη συνολική εγχώρια παραγωγή τυροκομικών με μερίδιο της τάξης του 67%-68%(εδώ ανήκει η φέτα) ακολούθως η κατηγορία των «σκληρών και ημισκληρών» με μερίδιο 18% και η κατηγορία των «τυριών τυρογάλακτος» με μερίδιο παραγωγής 14%. Μι-

κρότερο, τέλος, είναι το ποσοστό συμμετοχής των «λιωμένων» τυριών στο σύνολο της εγχώριας παραγωγής.

**ΧΡΥΣΑΦΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΛΗΜΝΟΥ**

# ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Μια οικογένεια επενδύει στη γευστική παράδοση της Λήμνου

**Πριν από 28 χρόνια** μία οικογένεια από το Καρπάσι της Λήμνου, θέλοντας να συνεχίσει την τοπική γαστρονομική παράδοση και να αναδείξει τον γευστικό πλούτο του ηφαιστειογενούς νησιού, αποφάσισε να ασχοληθεί με την παραδοσιακή τυροκομία. Η οικογενειακή επιχείρηση



Χρυσάφη με έντονη την παρουσία της στο νησί (διαθέτει δέκα πρατήρια αρτοποιίας - ζαχαροπλαστικής και τυροκομικών) προμηθεύεται τα προϊόντα της από τους ντόπιους καλλιεργητές και κτηνοτρόφους με συμβολαϊκή γεωργία. Αναβίωσε την ντόπια ποικιλία σιταριού «μαυραγάκι Λήμνου» από την οποία

παράγει ένα ψωμί με προζύμι, τα παραδοσιακά «Φλωμάρια» και τα παξιμάδια. Καλύπτει δε τις ανάγκες των κατοίκων και των τουριστών, με μία ευρεία γκάμα από αρτοποιήματα, είδη ζαχαροπλαστικής και γαλακτο-τυροκομικά.



**i INFO**

- Μύρινα, Λήμος
- Τηλ.: 2254031330, 24004
- Fax: 2254031663
- E-mail: xrisafi@otenet.gr

**ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ**



**Μιχάλης Χρυσάφης**  
Ιδρυτής εταιρείας Χρυσάφη

«Κοιτάμε πίσω για να πάμε μπροστά επενδύοντας σε παλιές ποικιλίες από τις οποίες προκύπτουν νέα προϊόντα. Η στρατηγική της εταιρείας άλλωστε είναι να δημιουργεί προϊόντα με υπεραξία η οποία θα επιστρέφει στον παραγωγό και θα είναι και αυτός κερδισμένος και ο μεταποιητής. Σε ό,τι αφορά το παραδοσιακό «Καλαθάκι» Λήμνου ΠΟΠ, απέσπασε χρυσό βραβείο στο Φεστιβάλ Γάλακτος του 2009 και οφείλει το όνομά του στον τρόπο παραγωγής του.»



**Μοναδικά  
σαν το κρινάκι της θάλασσας!**

Στο ηφαιστειογενές νησί της Λήμνου ιδρύσαμε πριν από 28 χρόνια την εταιρεία ΧΡΥΣΑΦΗ. Με σήμα ένα χαρακτηριστικό και σπάνιο στοιχείο της χλωρίδας της Λήμνου, το κρινάκι της θάλασσας, η εταιρεία μας αναβιώνει παραδοσιακές συνταγές αξιοποιώντας τις μοναδικές πρώτες ύλες της Λημνίας γης: το πρόβειο και αίγαιο γάλα, το αλεύρι από την ποικιλία «μαυραγάκι», τα ντόπια αυγά.

ΑΡΤΟΠΟΙΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΞΥΛΟΦΟΥΡΝΟ • ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΓΛΥΚΑ: Βιενζέλικα και Σαρμάδες • ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΤΥΡΙΑ: Καλαθάκι Λήμνου, Μελιχλωρο, Φέτα και Κασκαβάλι  
ΧΕΙΡΟΠΟΙΗΤΑ ΣΥΜΑΡΙΚΑ «Φλωμάρια» • ΧΕΙΡΟΠΟΙΗΤΕΣ ΠΙΤΕΣ • ΦΡΕΣΚΑ ΠΑΓΩΤΑ & ΓΛΥΚΑ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Μύρινα (ξύλοφουρνος), Τ.: 22540 31330, 24004, F.: 22540 31633, E: xrisafi@otenet.gr • Τα προϊόντα ΧΡΥΣΑΦΗ θα τα βρείτε στην Αθήνα σε επιλεγμένα καταστήματα



**ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΕ - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΗΠΕΙΡΟΥ**

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΣΤΗΝ ΤΥΡΟΚΟΜΙΑ

Σύγχρονες μέθοδοι παραγωγής με σεβασμό στην παράδοση και στόχο την ποιότητα για μία από τις πιο καταξιωμένες ελληνικές επιχειρήσεις με πηγή παρουσία στο εξωτερικό



**Μια εταιρεία** με έντονα εξαγωγικό χαρακτήρα, η οικογενειακή επιχείρηση Καράλης Α.Ε. από την Άρτα έχει πηγή παρουσία στις αγορές των Η.Π.Α., του Καναδά, της Αυστραλίας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου κατευθύνει περίπου το μισό των πωλήσεών της (45%). Με μια ιστορία στην τυροκομία, που χάνεται στις αρχές της δεκαετίας του '50, οπότε ξεκίνησε ως τυροκομείο στην Πέτρα Πρέβεζας, η Βιομηχανία Γάλακτος Ηπείρου Καράλης επιμένει σταθερά στη βελτίωση της ασφάλειας και της υγιεινής των προϊόντων.

### Βιολογικά και light προϊόντα

Η βιομηχανία έχει τη δυνατότητα επεξεργασίας 80 τόνων αιγοπρόβειου γάλακτος ημερησίως, εκ των οποίων οι 20 τόνοι αφορούν βιολογικό γάλα. Παράλληλα, είναι ανά πάσα στιγμή έτοιμη να «ρίξει» στην αγορά βιολογικά προϊόντα, καθώς επίσης και προϊόντα με λιγότερα λιπαρά (light). Όπως εξηγεί στο Food Report ο κ. Σπύρος Καράλης, πέρυσι ολοκληρώθηκε ακόμα μία επένδυση σε 10 φορτηγά βυτία μεταφοράς γάλακτος ενώ στις αρχές του 2012 η πειραυτική γαλακτοκομική υπέβαλε

αίτηση για ένταξη στο «Αλ. Μπαλατζής» προκειμένου να επενδύσει σε μονάδα βιολογικού καθαρισμού δυναμικότητας 200 τόνων την ημέρα.

Σε ό,τι αφορά τις πωλήσεις και το πώς θα κυλήσουν φέτος, ο κ. Καράλης εκτιμά πως ενώ είναι νωρίς ακόμη για προβλέψεις, αυτές αναμένονται στα περσινά επίπεδα.



### **i** INFO

- 9ο χλμ. Εθνικής Οδού Άρτας - Ιωαννίνων
- Άρτα, Τ.Κ. 470 42
- Τηλ.: 26810/52393
- Fax: 26810/52387
- e-mail: karalis@karalis.gr
- www.karalis.gr





Η Καράλης ΑΕ παράγει και διακινεί εννέα προϊόντα.

Όσο για τον τζίρο, πέρυσι άγγιξε τα 20 εκατομμύρια ευρώ.

Η γαλακτοκομική εταιρεία συνεχίζει να επενδύει σε μηχανολογικό εξοπλισμό και νέες συσκευασίες των προϊόντων της με ίδια κεφάλαια ενώ στόχος της είναι η ανάπτυξη του δικτύου παραλαβής του φρέσκου γάλακτος και η πώληση των προϊόντων και σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

### Βάρος στην εσωτερική αγορά

Στην Αθήνα, τα τυροκομικά προϊόντα της Καράλης διακινούνται αποκλειστικά στην αλυσίδα Σκλαβενίτης, η οποία, όπως εξηγεί ο κ. Καράλης, έχει απορροφήσει μερίδιο των πωλήσεων που προορίζονται για εξαγωγές. Αυτό συνέβη διότι η εταιρεία θέλησε να δώσει περισσότερο βάρος στην εσωτερική αγορά. Η γαλακτοβιομηχανία εξάγει σε Η.Π.Α., Καναδά, Αυστραλία και χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ταυτόχρονα, γίνονται προσπάθειες επέκτασης σε νέες αγορές, όπως των αραβικών κρατών αλλά και της Ρωσίας και της Πολωνίας.

Η τελευταία διάκριση της εταιρείας (αποκόμισε συνολικά 5 βραβεία γεύσης)



στο 3ο Φεστιβάλ Ελληνικού Γάλακτος και Τυριού «αποδεικνύει τη συνεχιζόμενη προσπάθεια για υψηλή ποιότητα στηριζόμενη σε σύγχρονες μεθόδους παραγωγής με σεβασμό πάντα στην παράδοση που είναι και η φιλοσοφία της εταιρείας», σύμφωνα με τον κ. Κωνσταντίνο Καράλη.

Συγκριτικά πλεονεκτήματα της εταιρείας Καράλης ΑΕ είναι η πείρα που έχει στην τυροκομία, η καλή σχέση με τους προμηθευτές της και η καλή φήμη που έχει δημιουργήσει διαφημίζοντας σε όλο τον κόσμο τα τυριά Ηπείρου. Η εταιρεία εφαρμόζει τις πλέον σύγχρονες μεθόδους ποιοτικού ελέγχου τόσο στη διαδικασία παραλαβής των πρώτων υλών, όσο και κατά τη διαδικασία παραγωγής και έχει πιστοποιηθεί με τα συστήματα HACCP.

## ΜΑΤΙΕΣ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Στόχος της εταιρείας είναι η ανάπτυξη του δικτύου παραλαβής του φρέσκου γάλακτος και η πώληση των προϊόντων της και σε άλλες χώρες του εξωτερικού

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Καράλης Κωνσταντίνος**  
Πρόεδρος και  
Διευθύνων Σύμβουλος

**«Τη δύσκολη** αυτή εποχή που βιώνουμε η γαλακτοβιομηχανία Καράλης -η μεγαλύτερη βιομηχανία παραγωγής και εξαγωγής Κεφαλογραβιέρας Π.Ο.Π.- συνεχίζει και στηρίζει το εισόδημα των 1.600 κτηνοτρόφων, με τις καλύτερες τιμές στην Ελλάδα, και θα συνεχίσει να τους στηρίζει και τη νέα χρονιά αποδεικνύοντας την άμογη συνεργασία της με τους συνεργάτες της. Η βραβευμένη βιομηχανία γάλακτος προμηθεύεται πρόβειο και γίδινο γάλα από τους νομούς Άρτας, Πρέβεζας και Αιτωλοακαρνανίας ενισχύοντας κατά αυτό τον τρόπο την τοπική παραγωγή και οικονομία.»

## ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

**Η Βιομηχανία Γάλακτος Ηπείρου** - Καράλης ΑΕ παράγει και διακινεί στην αγορά εννέα προϊόντα μεταξύ των οποίων κεφαλογραβιέρα (Π.Ο.Π.), φέτα, κεφαλοτύρι, γραβιέρα, ανθότυρο, μυζήθρα, γιαούρτι παραδοσιακό και στραγγιστό και γαλοτύρι. Η φέτα ΠΟΠ, το πιο γνωστό παραδοσιακό ελληνικό τυρί, αποτελεί σημαντικό τμήμα του διατροφολογίου των Ελλήνων και σχετίζεται με την ιστορία και τις παραδόσεις τους. Παρασκευάζεται από πρόβειο γάλα ή μείγματά του με κασικίσιο. Έχει ελαφρά αλμυρή και υπόξινη γεύση και φυσικό λευκό χρώμα. Μπορεί να χαρακτηριστεί «βιολογικό προϊόν» επειδή παράγεται από γάλα ζώων ελευθέρως βοσκής, όπου δεν χρησιμοποιούνται εντομοκτόνα, ζιζανιοκτόνα ή άλλοι ρυπαντές. Καταναλώνεται ως τυρί επιτραπέζιο και σαγανάκι ενώ χρησιμοποιείται στην χωριάτικη σαλάτα και σε τυρόπιτες.

# ΝΕΟΣ ΒΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΚΡΕΑΤΑ

Πεδίο δόξης λαμπρό εντοπίζουν οι ειδικοί για την ελληνική πτηνοτροφία

Του Γιάννη Τσατσάκη

**Στο... ύψος τους παραμένουν η κατανάλωση αλλά και η παραγωγή κρέατος στη χώρα μας, δείχνοντας αξιοσημείωτη ικανότητα προσαρμογής στο νέο οικονομικό περιβάλλον και τις συνθήκες της αγοράς.**

Μεταφέροντας τις εκτιμήσεις παραγόντων του κλάδου, πρόσφατη μελέτη της ICAP προέβλεπε μικρές διαφοροποιήσεις όσον αφορά την κατ' όγκον κατανάλωση τη διετία 2011-12, αναμένοντας διατήρηση της αγοράς στα ίδια επίπεδα ή, στο χειρότερο σενάριο, ελαφρά πτώση.

Ουσιαστικά πρόκειται για μια προέκταση της εικόνας που κυριαρχεί στον κλάδο του κρέατος τις τελευταίες τρεις δεκαετίες. Όπως η ίδια μελέτη αναφέρει, η εγχώρια κατανάλωση, παρά τις ετήσιες διακυμάνσεις, ακολούθησε γενικά ανοδική πορεία το διάστημα 1986-2010, με οριακό όμως μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης (0,62%). Αντίστοιχη είναι η εικόνα και για την παραγωγή η οποία κινήθηκε ελαφρώς πτωτικά το εξεταζόμενο διάστημα, σημειώνοντας ένα μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης της τάξης του -0,43%.

Τη μερίδα του λέοντος, όσον αφορά την κατανάλωση, κατέχει το χοιρινό κρέας του οποίου τα ποσοστά στη διάρκεια της προηγούμενης δεκαετίας (2000-2010) κυμαίνονταν μεταξύ 31% και 36%. Στη δεύτερη θέση -και με ισχυρό... ρεύμα ανόδου- συναντάμε τα πουλερικά με ένα ποσοστό από 21% έως 27%, ενώ την τρίτη θέση κατέχει το βόειο μοσχαρίσιο κρέας με μερίδιο 18%-21%. Μικρότερο μέρος της συνολικής κατανάλω-

σης κρέατος καλύπτουν το αιγοπρόβειο κρέας (13%-15%), τα παραπροϊόντα κρέατος και τα υπόλοιπα είδη κρέατος.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ωστόσο, παρουσιάζει η ανατομία της εγχώριας κρεατοβιομηχανίας: Σύμφωνα με την ICAP, το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής παραγωγής καλύπτεται διαχρονικά από το κρέας πουλερικών, με μερίδιο 35,4% το 2010 και ακολουθεί το χοιρινό κρέας με ποσοστό συμμετοχής 22,6%. Έπεται, το αιγοπρόβειο κρέας με μερίδιο 21,3%, ενώ η κατηγορία του βόειου/ μοσχαρίσιου ήταν η πιο ελλειμματική.

**Τη μερίδα του λέοντος στην κατανάλωση κρέατος κατέχει το χοιρινό και ακολουθούν τα πουλερικά και το βόειο μοσχαρίσιο**

Γενικότερα, το μερίδιο της εγχώριας παραγωγής στην κατανάλωση βαίνει μειούμενο με την πάροδο των χρόνων (χαρακτηριστικά το 1986 έφτανε το 68,8% ενώ το 2010 είχε υποχωρήσει 55,6%), γεγονός που αντανακλά την αυξανόμενη εισαγωγική διεύθυνση (από 30,8% το 1986 διαμορφώθηκε στο 47,7% το 2010). Το ισοζύγιο του κλάδου παραμένει ελλειμματικό, αφού οι εξαγωγές -η «αχιλλείος πτέρνα» του κλάδου- παραμένουν πολύ χαμηλές (6,0% το 2010).

**Μοσχαρίσιο-πουλερικά έχουν... ρεύμα διεθνώς**

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η παραγωγή κρέατος αναμένεται να είναι οριακά έστω πλεονασματική τη φετινή χρονιά, σύμφωνα με τις τελευταίες προβλέψεις του αμερικανικού υπουργείου Γεωργίας (USDA). Ειδικά όσον αφορά τα βοοειδή και τα πουλερικά, οι Αμερικανοί «βλέπουν» σημαντική αύξηση των εξαγωγών σε ποσοστό 7% και 2,6%, κυρίως λόγω της αυξημένης ζήτησης στις ασιατικές χώρες τη στιγμή που αναδεικνύονται νέοι σημαντικοί παίχτες στην αγορά, όπως η Ινδία.

Μιλώντας με αριθμούς, για τα βοοειδή αναμένεται μια οριακή άνοδος της παγκόσμιας παραγωγής στους 57 εκατ. τόνους, η οποία ωστόσο θα συνοδευτεί από μια σημαντική αύξηση του παγκοσμίου εμπορίου.

Οι εξαγωγές υπολογίζεται να φτάσουν στα επίπεδα ρεκόρ των 8,7 εκατ. τόνων, εξαιτίας της αυξημένης δραστηριότητας από την Ινδία, την Κολομβία, την Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία. Αξιοσημείωτη είναι η νέα θέση της Ινδίας στην παγκόσμια αγορά, η οποία εκτιμάται ότι θα φτάσει τους 3,5 εκατ. τόνους παραγωγής, στηριζόμενη στην αύξηση του αριθμού των ζώων που εκτρέφονται, καθώς και στις πιο ανταγωνιστικές τιμές παγκοσμίως. Αύξηση της επερχόμενης παραγωγής αναμένεται και στην παγκόσμια αγορά χοιρινού κρέατος στα επίπεδα ρεκόρ των 104,4 εκατ. τόνων, αφού η ζήτηση εξακολουθεί να διευρύνεται. Η αύξηση αυτή στην παραγωγή οφείλεται στην Κίνα, την ΕΕ και τις ΗΠΑ, ενώ οι εξαγωγές οι οποίες εκτιμάται ότι θα

Ορεινό και βιολογικό... **δέστε το!**



AMBE.COM



Αν επιμένετε βιολογικά, τότε η φυσική επιλογή σας στο κοτόπουλο είναι το Κοτόπουλο Βιολογικής εκτροφής Πίνδος.

- **Μεγαλώνει**, σε ορεινό περιβάλλον, σε υψόμετρο πάνω από 700 μ.
- **Τρέφεται** μόνο με πιστοποιημένες τροφές, που έχουν παραχθεί με βιολογικές πρώτες ύλες.
- **Αναπτύσσεται** αργά και ολικληρωμένα, σφάζεται μετά τις 81 ημέρες για να προσφέρει φυσικά την αυθεντική ορεινή γεύση στο πιάτο σας.

ΤΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΚΤΡΟΦΗΣ ΠΙΝΔΟΣ ΘΑ ΤΟ ΒΡΕΪΤΕ ΣΥΣΚΕΥΑΣΜΕΝΟ ΣΕ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΣΗΜΕΙΑ, ΣΕ: ΟΛΟΚΛΗΡΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ, ΜΙΣΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ, ΜΠΟΥΤΙ ΚΑΙ ΣΤΗΘΟΣ



ΠΙΝΔΟΣ ΟΡΕΙΝΑ Α.Ε.

Καλή Νωπό & Καρυγμένη Κοτόπουλο Βιολογικής εκτροφής Πίνδος, είναι απόλυτα ελεύθερο με τις πιο θύρες πιστοποιήσεως, όπως ISO 22000, η βιολογική εκτροφή και αγορά του είναι πιστοποιημένες από το Ύψιστο Εργαστήριο Α.Ε., δηλαδή έχουν εγγύηση βιολογικής προέλευσης, με βάση τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και είναι πιστοποιημένες από το Υπουργείο Γεωργίας.



### ΝΕΟΙ ΠΑΙΧΤΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Όσον αφορά τα βοοειδή και τα πουλερικά, το USDA «βλέπει» φέτος σημαντική αύξηση των εξαγωγών σε ποσοστό 7% και 2,6%, κυρίως λόγω της αυξημένης ζήτησης στις ασιατικές χώρες τη στιγμή που αναδεικνύονται νέοι σημαντικοί παίχτες στην αγορά, όπως η Ινδία.

αγγίζουν τους 7 εκατ. τόνους μοιράζονται σε όλες τις σημαντικές εισαγωγικές χώρες όπως Ρωσία, νότια Κορέα και Ιαπωνία.

Η ευρωπαϊκή παραγωγή εκτιμάται ότι θα φτάσει τους 22,6 εκατ. τόνους, ενώ οι εξαγωγές υπολογίζονται στους 2,1 εκατ. τόνους, εξαιτίας της ευκολότερης πρόσβασης στη ρωσική αγορά. Η αύξηση των εξαγωγών οφείλεται στις χώρες της ανατολικής Ασίας, καθώς το αδύναμο ευρώ καθιστά το προϊόν πιο ανταγωνιστικό σε σύγκριση με το χοιρινό προέλευσης Βραζιλίας και Καναδά. Αύξηση αναμένεται και στις βραζιλιάνικες εξαγωγές σε Χονγκ Κόνγκ, Ουκρανία, Κίνα.

Όσον αφορά τα πουλερικά, το αυξημένο κόστος

### Διέξοδο στις εξαγωγές αλλά και σε νέους τομείς αναζητούν οι μεγάλοι των αλλαντικών για να αμβλύνουν την κρίση

εκτροφής, κυρίως εξαιτίας της υψηλής τιμής του καλαμποκιού, έχει προκαλέσει μια υποχώρηση της αυξητικής τάσης στην παραγωγή.

Η ευρωπαϊκή παραγωγή, η οποία βρίσκεται σε μεταβατικό στάδιο λόγω της αλλαγής στη νομοθεσία των κλωβοστοιχειών, εκτιμάται να φτάσει τους 9,6 εκατ. τόνους. Αξιοσημείωτη είναι, τέλος, και η αύξηση των εισαγωγών πουλερικών από χώρες της Μέσης Ανατολής, αγορές που για την ώρα τουλάχιστον εξυπηρετούν οι Τούρκοι.

#### Ευοίωνο το μέλλον εάν...

«Πεδίο δόξης λαμπρό» έχει μπροστά της η πτηνοτροφία, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις παραγόντων της αγοράς και τα συμπεράσματα μελετών που διαβλέπουν τις τάσεις του καταναλωτικού κοινού. Για να το αξιοποιήσει, όμως, θα πρέπει πρώτα να απεγκλωβιστεί από το βραχνά των χρεών που ταλανίζει πολλές επιχειρήσεις του κλάδου και να βρει άμεσα

λύση στο πρόβλημα των ακριβών ζωοτροφών. Το δέλεαρ είναι μεγάλο: Το κοτόπουλο, όντας η φθηνότερη κατηγορία κρέατος και με τις μικρότερες ανατιμήσεις τα τελευταία χρόνια, δεν βρίσκεται τυχαία στην πρώτη θέση των προτιμήσεων των καταναλωτών. Αν, μάλιστα, ληφθούν υπόψη η κρίση και το γεγονός ότι η κατά κεφαλήν κατανάλωση κοτόπουλου στη χώρα μας δεν ξεπερνά τα 19-20 κιλά- από τις χαμηλότερες στην Ευρώπη-, οι προοπτικές διαγράφονται εξαιρετικά ευοίωνες. Ο συνολικός τζίρος της αγοράς κοτόπουλου στην Ελλάδα εκτιμάται ότι ξεπερνά τα 800 εκατ. ευρώ. Το 80% αυτής ελέγχεται από



#### ΑΥΓΑ-ΤΙΖΟΥΝ ΤΑ ΕΙΔΙΚΑ

Μια από τις σημαντικές εξελίξεις στην πτηνοτροφία είναι η «στροφή» παραγωγών και καταναλωτών προς τα αποκαλούμενα «ειδικά αυγά». Εκεί ανήκουν τα βιολογικά, τα αυγά με αυξημένα ω-3 λιπαρά οξέα και τα ελευθέρως βοσκήσιμα τα οποία αυξάνουν το μερίδιό τους στην αγορά -ανταμείβοντας βεβαίως και τους πτηνοτρόφους με διπλάσιες περίπου τιμές. Τα αυγά αυτά φαίνεται να αποκτούν μόνιμη πελατεία, αφού πλεονεκτούν σε γεύση.

# Πιπεράτο

... ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΑΡΕΑΣ !!



Με το βασιλιά των μπαχαρικών  
και τη βασίλισσα των ξύλων,  
με την αρμονία της φωτιάς και του χρόνου,  
με τη σύνθεση και το μεράκι μας,  
δημιουργήσαμε το **Μοναδικό**  
**Πιπεράτο λουκάνικο Απέλιστρα.**  
έτσι, ...όπως στα παραμύθια!!

Απολαύστε το !!



Καπνιστά σε ξύλα  
Βελανιδιάς



www.apelistra.gr

ΤΗΛ. ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΘΗΝΩΝ: 210 9756380, 210 9756644 - ΤΗΛ. ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ: 6971 900 580



Πολλές μικρές επιχειρήσεις από την περιφέρεια όχι μόνο καταφέρνουν να συγκρατούν τα μερίδιά τους επενδύοντας στην ποιότητα, στη διαφορετικότητα και το «άρωμα από το παρελθόν» που κομίζουν τα προϊόντα τους.

10-12 μεγάλες επιχειρήσεις και το υπόλοιπο 20% μοιράζονται οι περίπου 40 μικρότερες εταιρείες. Κυριαρχικό ρόλο έχουν οι δύο μεγάλοι πτηνοτροφικοί συνεταιρισμοί, της Πίνδου και της Άρτας που αθροιστικά ελέγχουν πάνω από το 1/3 της αγοράς (τζίρος 300 εκατ. ευρώ). Μάλιστα, ο ρόλος αυτός θα ήταν ακόμα πιο ενισχυμένος σε περίπτωση που είχε προχωρήσει το σχέδιο συγχώνευσης που είχαν στα «σκαριά» οι δυο πειρωτικοί συνεταιρισμοί. Ωστόσο, τα οικονομικά προβλήματα που παρουσίασε ο δεύτερος (και, είχαν ως αποτέλεσμα να καταθέσει αίτημα υπαγωγής στο άρθρο 99) οδήγησαν στο «πάγωμα» του εγχειρήματος.



Σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο κλάδος των αλλαντικών χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό συγκέντρωσης.

**ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ** Διέξοδο στις αγορές του εξωτερικού αλλά και σε νέους τομείς δραστηριοτήτων στο εσωτερικό αναζητούν οι «μεγάλοι» των αλλαντικών, προκειμένου να αμβλύνουν τις επιπτώσεις της κρίσης στους τζίρους και την κερδοφορία τους. Την ίδια ώρα, μικρότερες επιχειρήσεις από την περιφέρεια και όχι μόνο καταφέρνουν να συγκρατούν τα μερίδιά τους επενδύοντας στην ποιότητα, στη διαφορετικότητα και το «άρωμα από το παρελθόν» που κομίζουν τα προϊόντα τους. Είναι γεγονός ότι ο κλάδος, που την προηγούμενη δεκαετία κατέγραφε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης, βρίσκεται την τελευταία τριετία αντιμέτωπος με πιέσεις, απόρροια της μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών αλλά και της ολοένα και αυξανόμενης διείσδυσης των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Πρόσφατη μελέτη της ICAP προέβλεπε απώλειες από 5% έως 7% για την αγορά αλλαντικών το 2012 λόγω της συνέχισης της ύφεσης και της συρρίκνωσης του οικογενειακού «καλαθιού». Στην προσπάθειά τους να συντηρήσουν τα μερίδιά τους οι επιχειρήσεις, κυρίως οι μεγαλύτερες, επιδίδονται σε σημαντικές προσφορές κι εκπτώσεις, που, όμως, έχουν αρνητικό αντίκτυπο στους τζίρους.

**ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ** Το συνολικό μέγεθος της εγχώριας αγοράς αλλαντικών αυξήθηκε στο διάστημα της πενταετίας 2005-2009, με μέσο ετήσιο ρυθμό ανόδου μόλις 0,76%.

Το 2009 η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση εκτιμάται ότι αυξήθηκε κατά 2,2% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, όμως το 2008 είχε ήδη υποχωρήσει κατά 1,0% περίπου σε σχέση με το 2007. Αναφορικά με την προϊοντική διάρθρωση της αγοράς, αξίζει να σημειωθεί ότι το μεγαλύτερο μέρος της καλύπτεται από την κατηγορία «Πάριζα - Μορταδέλα», που κατέχει το 27% περίπου. Ακολουθούν στη δεύτερη και τρίτη θέση οι κατηγορίες «Ζαμπόν (χοιρομέρι και ωμοπλάτες)» και «Αλλαντικά πουλερικών» αντίστοιχα.

#### Βρίσκουν το χώρο τους οι «μικροί»

Σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο κλάδος των αλλαντικών χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό συγκέντρωσης και αυτό αντανακλάται στο γεγονός ότι πάνω από το 50% της αγοράς ελέγχεται από 5 μεγάλες βιομηχανίες. Παρ' όλα αυτά, υπάρχει αρκετός «ζωτικός χώρος» για αρκετές μικρομεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις, οι οποίες δίνουν ιδιαίτερο βάρος στην ποιότητα και τα τοπικά χαρακτηριστικά των προϊόντων τους (π.χ. η Θεσσαλική Απέλιστρα). Τις τρεις πρώτες θέσεις, βέβαια, κατέχουν η Creta Farm, η Υφαντής και η Νίκας, οι οποίες, πάντως, το 2011 απόλεσαν αθροιστικά τζίρους αξίας 25 εκατ. ευρώ (246 εκατ. ευρώ από 271 εκατ. ευρώ το 2010). Δεν είναι τυχαίο ότι η πρώτη δίνει μεγάλο βάρος στην εξαγωγική δραστηριότητα και, παράλληλα, έχει εισέλθει στα τυροκομικά ενώ η δεύτερη επεκτείνεται σταδιακά στα κατεψυγμένα.



**Bovillage.**

*Κάθε μέρα στο πλευρό σας!*

- Για τον γαλλικό κλάδο, προτεραιότητα είναι να βρίσκεται πάντα στο πλευρό σας.
  - Προσφέροντάς σας πάντα προϊόντα προσαρμοσμένα στις ανάγκες σας.
  - Ικανοποιώντας πάντα σταθερά τις παραγγελίες σας.
  - Σπρίζοντας πάντα την ανάπτυξη των πωλήσεών σας.
- Ένα προϊόν ποιότητας: κρέας από νεαρό μοσχάρι, αποτέλεσμα παραδοσιακής εκτροφής και υψηλής τεχνολογίας.

**Bovillage: η μάρκα ποιότητας της Γαλλίας,  
πάντα στο πλευρό σας!**

Πρόγραμμα της INTERBEV, Γαλλική Ένωση Ζώων Ζώων & Κρέατος

Επισκεφτείτε την ιστοσελίδα [www.bovillage.eu](http://www.bovillage.eu)





**ΣΟΡΕΧΑ ΕΛΛΑΣ**

## ΕΝΑ ΟΛΟΚΛΗΡΟ ΣΥΜΠΑΝ ΣΤΗΝ ΤΡΟΧΙΑ ΤΗΣ BOVILLAGE

Τρεις πρωταγωνιστές στη νέα καμπάνια της μάρκας Bovillage που έχουν έναν κοινό στόχο, να προσφέρουν ένα ποιοτικό προϊόν: Ο κτηνοτρόφος, ο κτηνίατρος και το στέλεχος πωλήσεων



**Οι συνθήκες εκτροφής** των ζώων επηρεάζουν καθοριστικά την ποιότητα του παραγόμενου κρέατος. Για το λόγο αυτό, οι Γάλλοι κτηνοτρόφοι φροντίζουν ακούραστα για την ευζωία των κοπαδιών τους μέσα από την τεχνική γνώση και την καθημερινή επαφή μαζί τους. Οι εκτροφείς που προμηθεύουν τα σφαγεία της μάρκας Bovillage (μποβιλάζ), έχουν όλοι υπογράψει και σέβονται τη «Χάρτα Καλών Πρακτικών» και έχουν δεσμευτεί να προσφέρουν στα ζώα την καλύτερη δυνατή φροντίδα κατά την εκτροφή αλλά και τη μεταφορά στα σφαγεία.

### **Απόλυτα φυτική διατροφή**

Στη Γαλλία, το 92% των ζωοτροφών που χρειάζονται τα βοοειδή παράγεται στις φάρμες. Τα ζώα εκτρέφονται με 100% φυτική διατροφή που ανταποκρίνεται απόλυτα στις ανάγκες τους. Σε όλη τη διάρκεια εκτροφής των ζώων που προορίζονται για τη μάρκα Bovillage εξειδικευμένοι κτηνίατροι πραγματοποιούν προληπτικούς ελέγχους. Τα πιστοποιημένα σφαγεία της μάρκας ανήκουν στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις μεταποίησης και

εμπορίας κρέατος σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η Ελλάδα είναι μία αμιγώς εισαγωγική χώρα σε ό,τι αφορά το βόειο κρέας. Η εγχώρια παραγωγή καλύπτει μόλις το 32% της κατανάλωσης, ενώ το υπόλοιπο 68% βασίζεται στις εισαγωγές. Η



### **i INFO**

- Τηλ. 210/6891838, 210/6891264, 210/891292
- Fax: 210/6811104
- e-mail: sopexa.athenes@sopexa.com.gr
- www.bovillage.eu
- www.civ-viande.org



### Γαλλία, πρώτος προμηθευτής της Ελλάδας

■ Γαλλία ■ Σπάρτα Παράγουσι ■ Ισχυρές εισαγωγές



Η Γαλλία βρίσκεται στην πρώτη θέση με 42% της προμήθειας μοσχαρίσιου κρέατος στην Ελλάδα.

Γαλλία είναι μακράν ο ηγέτης στην ελληνική αγορά και πρώτος της προμηθευτής, με 42% των εισαγωγών βόειου κρέατος στην Ελλάδα. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνει την εμπιστοσύνη που δείχνουν οι Έλληνες στην ποιότητα του γαλλικού μοσχαρίσιου κρέατος. Οι άλλοι παίκτες της αγοράς μοιράζονται το υπόλοιπο κομμάτι, με κυριότερες τις Ιταλία, Γερμανία και Ολλανδία, σε ποσοστά, όμως κάτω του 10%.

#### Κλαμπ Μοσχαρίσιου Κρέατος Ευρώπης

Οι τεχνικές προδιαγραφές των προϊόντων Bovillage ανταποκρίνονται στις ανάγκες της αγοράς καθώς προέρχονται από νεαρά μοσχάρια που έχουν γεννηθεί, εκτραφεί και σφαγιαστεί στη Γαλλία. Το δε κρέας προέρχεται είτε από ζώα των οποίων ο ένας τουλάχιστον γονέας ανήκει σε κρεατοπαραγωγική φυλή, είτε από ζώα τα οποία έχουν σφαγιαστεί σε σφαγείο πιστοποιημένο από τη μάρκα Bovillage και ανήκουν σε επιχειρήσεις - μέλη του «Κλαμπ Μοσχαρίσιου Κρέατος Ευρώπης» (CVBE). Αξίζει να επισημανθεί ότι το CVBE συγκεντρώνει μερικές από τις πλέον σημαντικές επιχειρήσεις και σφαγεία που εξάγουν στην Ελλάδα, την Ιταλία και την Πορτογαλία. Η μάρκα ποιοτικού



γαλλικού μοσχαρίσιου κρέατος Bovillage ανανέωσε πρόσφατα την καμπάνια επικοινωνίας της με στόχο να προβάλλει με απλό και άμεσο τρόπο τη σημασία ενός προϊόντος ποιότητας, αποτέλεσμα συνεργασίας όλου του κλάδου. Η δέσμευση και η συμμετοχή του γαλλικού κλάδου γίνονται πράξη μέσα από τις αξίες της μάρκας Bovillage: Προέλευση, γεύση, τεχνογνωσία και συνεχής παρουσία στο πλευρό των πελατών της. Το νέο εικαστικό εκφράζει τις αξίες αυτές δίνοντας αληθινή υπόσταση στα σύμβολα επικοινωνίας: Τον κτηνοτρόφο, τον κτηνίατρο και το στέλεχος πωλήσεων. Τρεις πρωταγωνιστές για έναν κοινό στόχο: Να προσφέρουν ένα ποιοτικό προϊόν, αποτέλεσμα παραδοσιακής και φυσικής εκτροφής, με σεβασμό στις υγειονομικές εγγυήσεις και την ικνπλασιμότητα καθώς και σταθερή και μόνιμη υπηρεσία.

### ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΛΥΨΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ

**To brand name** Bovillage δημιουργήθηκε με την πρωτοβουλία της INTERBEV (Γαλλική Ένωση Ζώων Ζώων και Κρέατος), ο ρόλος της οποίας είναι η προώθηση του γαλλικού μοσχαρίσιου κρέατος στη Γαλλία και σε ολόκληρο τον κόσμο. Η νέα αυτή μάρκα ήρθε ως απάντηση στην επιθυμία των Γάλλων επαγγελματιών να ικανοποιήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις απαιτήσεις των πελατών και συνεργατών τους. Τα προϊόντα Bovillage διατίθενται από τις επιχειρήσεις - μέλη του Κλαμπ Μοσχαρίσιου Κρέατος Ευρώπης και εκφράζουν τη δέσμευση των επιχειρήσεων να προσφέρουν στους πελάτες τους μόνο το καλύτερο. Η Γαλλία εφαρμόζει ένα πρωτοπόρο σύστημα ταυτοποίησης των βοοειδών σύμφωνα με το οποίο κάθε ζώο από τη στιγμή που θα γεννηθεί αποκτά την ταυτότητα που το συνοδεύει για όλη του τη ζωή. Το σύστημα αυτό επιτρέπει την εύκολη αναγνώριση της προέλευσής του.

### ΓΕΝΝΗΜΑ ΘΡΕΜΜΑ

Τα προϊόντα Bovillage προέρχονται από νεαρά μοσχάρια που έχουν γεννηθεί, εκτραφεί και σφαγιαστεί στη Γαλλία

### ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Ρομίνα Τζαρέλλα**  
Senior Account Manager

**Τρία χρόνια** μετά τη δημιουργία της και την επιτυχημένη παρουσία της σε Ελλάδα, Ιταλία και Πορτογαλία, η νέα δημιουργική ταυτότητα της μάρκας επικοινωνεί ένα μήνυμα απλό και δυνατό: Bovillage σημαίνει προϊόν ποιότητας, αποτέλεσμα της δουλειάς ενός κλάδου που βρίσκεται πάντα στο πλευρό των πελατών του. Όπως επισημαίνει η senior account manager για το γαλλικό μοσχαρίσιο κρέας Ρομίνα Τζαρέλλα, η δέσμευση του γαλλικού κλάδου είναι ουσιαστική και το εικαστικό της νέας καμπάνιας το δείχνει με χειροπιαστό τρόπο, δίνοντας ζωή στα διάφορα σύμβολα που συνθέτουν ένα πραγματικό σύμπαν, έναν κόσμο που ζει και εργάζεται στο πλευρό του πελάτη.

## ΠΙΝΔΟΣ

# ΟΡΕΙΝΟΙ ΚΑΙ ΚΟΡΥΦΑΙΟΙ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ

Κάποτε ήταν μια μικρή ομάδα παραγωγών με μεγάλα όνειρα, σήμερα «παίζει» στην premium league των συνεταιρισμών

## ■ ΤΟ 30% ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Μια πλήρως  
καθετοποιημένη  
επιχείρηση που  
αποτελείται από 572  
μέλη-παραγωγούς, ενώ  
απασχολεί περί τους 900  
εργαζομένους



### i INFO

- Ροδοτόπι Ιωαννίνων
- Τηλ.: 26510/57500-6
- Fax: 26510/57576
- email: info@pindos-apsi.gr
- www.pindos-apsi.gr

**Ο Αγροτικός Πιπνοτροφικός Συνεταιρισμός Ιωαννίνων «Πίνδος»** ιδρύθηκε το 1958 στα Ιωάννινα από μια μικρή ομάδα παραγωγών, με μεγάλα όνειρα και συνεργατικό πνεύμα. Από τότε μέχρι σήμερα, ο Συνεταιρισμός, με «ορμητήριο» το Ροδοτόπι, έκανε συνεχή μεγάλα βήματα που οδήγησαν την «Πίνδος» στην κορυφή της ελληνικής πιπνοτροφίας. Εν έτει 2012 ο μεγαλύτερος πρωτοβάθμιος συνεταιρισμός στον κλάδο της πιπνοτροφίας είναι μια σύγχρονη και πλήρως καθετοποιημένη επιχείρηση, αποτελούμενη από 572 μέλη-παραγωγούς, ενώ απασχολεί περί τους 900 εργαζομένους. Η δυναμικότητα του εργοστασίου της είναι τα 500.000 νωπά κοτόπουλα σε εβδομαδιαία βάση.

#### Άρτιο δίκτυο διανομών

Η «Πίνδος» διαθέτει σήμερα ένα από τα πλέον άρτια δίκτυα διανομών, καθώς με έναν



ιδιόκτητο στόλο 170 φορτηγών ψυγείων προωθεί καθημερινά τα προϊόντα της σε 5.000 σημεία σε όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό. Στην Ελλάδα έχει δημιουργήσει 14 υποκαταστήματα - κέντρα διανομής στις μεγαλύτερες πόλεις. Ο πιπνοτροφικός συνεταιρισμός διαθέτει πιστοποίηση από τον Agrocert για τα κοτόπουλα ελεύθερης βοσκής, αλλά και για την κατά 100% φυτική διατροφή τους. Επίσης η επιχείρηση διαθέτει πιστοποίηση κατά ISO 9001: 2000, ενώ εφαρμόζει και σύστημα HACCP για όλες τις





Η δυναμικότητα του εργοστασίου της Πίνδος είναι τα 500.000 νωπά κοτόπουλα σε εβδομαδιαία βάση.



δραστηριότητες της. Τα πτηνοτροφεία της Πίνδος λειτουργούν στις πιο σύγχρονες τεχνολογικά εγκαταστάσεις, σε ειδική

διάταξη και αριθμηση, επιτρέποντας έτσι τον πλήρη έλεγχο του κάθε κτηρίου και κατ' επέκταση του κάθε πτηνοτρόφου. Καλύπτουν δε έκταση 450.000 τ.μ. και λειτουργούν σύμφωνα με τις προδιαγραφές της Ε.Ε. Δεν είναι τυχαίο ότι οι πτηνοθάλαμοι πάχυνσης βρίσκονται εγκατεστημένοι σε όλο το νομό, σε ορεινές περιοχές και σε υψόμετρο 700 μ., εξασφαλίζοντας έτσι στα κοτόπουλα Πίνδος την ασύγκριτη ορεινή τους γεύση. Τα δε εκκολαπτήρια της Πίνδος -που εγγυάται παραγωγή πάνω από 30 εκατ. νεοσσών ανά έτος- είναι εφοδιασμένα με αυτόματες εκκολαπτικές μηχανές και είναι εγκατεστημένα σε περιοχές, όπου οι σωστές συνθήκες θερμοκρασίας και υγρασίας εξασφαλίζουν την καλή υγεία των νεοσσών. Οι νεοσσοί προέρχονται από αυγά, που έχουν ελεγχθεί από την κτηνιατρική υπηρεσία και εξέρχονται από

το εκκολαπτήριο εμβολιασμένοι. Αξίζει να επισημανθεί ότι η εταιρεία επρόκειτο να προχωρήσει σε συγχώνευση με τον πτηνοτροφικό συνεταιρισμό «Άρτα» ωστόσο, ο «γάμος» αυτός δεν καρποφόρησε.

#### Αύξηση του εισοδήματος των παραγωγών

Πρόσφατα η «Πίνδος» προχώρησε σε αύξηση του συνεταιριστικού της μεριδίου με κόστος περί τα 2.000 ευρώ για κάθε μέλος και με άξονα πενταετίας για να αντλήσει περί τα 6 εκατ. ευρώ και να θωρακιστεί κεφαλαιακά. Σε σχέση με τις επιδόσεις της το 2011 ο κύκλος εργασιών της ανήλθε στο ποσό των 180 εκατ. ευρώ και συνδυάστηκε με κερδοφορία περίπου 0,5 εκατ. ευρώ. Το εισόδημα των παραγωγών - συνεργατών όχι μόνο δεν εμφανίζει κάμψη αλλά σε σχέση με το 2010 το 2011 είχε και κάποια αύξηση, που οφείλεται κυρίως στην καθετοποιημένη λειτουργία. Παράλληλα με την κύρια δραστηριότητά της, η Πίνδος διαθέτει μονάδα διαχείρισης πτηνοτροφικών αποβλήτων και τα μετατρέπει σε οργανικό και βιολογικό λίπασμα, το ΑΓΡΟΣΥΝ. Επίσης, στο σύγχρονο φυραματοποιείο της παράγονται βιολογικές ζωτροφές.

#### ΠΛΟΥΣΙΑ ΓΚΑΜΑ

**Συνεπής στα κελεύσματα της αγοράς**, η εταιρεία επικεντρώνει το ενδιαφέρον της στα προημένα προϊόντα, τομέα όπου ήδη δραστηριοποιείται από το 2004, ενώ διεύρυνε και την παραγωγική δυναμικότητά της στον κλάδο των βιολογικών προϊόντων (που για πρώτη φορά λανσάρισε το ίδιο έτος). Το 2006 είχε διευρύνει την γκάμα προϊόντων της με κοτόπουλα εκτατικής εκτροφής, τα οποία τρέφονται με καλαμπόκι κατά 70% και σφάζονται μετά την 65η ημέρα. Επίσης, πέρα από τα νωπά κοτόπουλα, η ηπειρώτικη επιχείρηση παράγει και διακινεί στην αγορά και κοτόπουλα βιολογικής εκτροφής, ελεύθερης βοσκής, αλλά και κατεψυγμένα κοτόπουλα, έτοιμα ψημένα καθώς και γύρο κοτόπουλο και αλλαντικά κοτόπουλου.

#### ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ & ΥΓΡΑΣΙΑ

Οι πτηνοθάλαμοι πάχυνσης βρίσκονται εγκατεστημένοι σε όλο το νομό, σε ορεινές περιοχές και σε υψόμετρο 700 μ.

#### ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Μιχάλης Κασός**  
Πρόεδρος «Πίνδος»

«**Η Πίνδος** είναι μια εξαιρεση σε όσα ακούμε για το συνεταιριστικό κίνημα της χώρας μας. Ο στόχος που βάλαμε ήταν να καταφέρουμε τους πτηνοτρόφους με τις μικρές μονάδες, τη μεγάλη ηλικία, το χαμηλό επίπεδο γνώσεων και τις καχυποψίες που τους διακατείχαν τον καθένα, να τους μετατρέψουμε σε σύγχρονους επιχειρηματίες που επενδύουν στις δικές τους εκμεταλλεύσεις και στον συνεταιρισμό και να τους πείσουμε ότι η ανάπτυξη του συνεταιρισμού μακροπρόθεσμα θα ωφελήσει τους ίδιους και τα παιδιά τους. Και τα καταφέραμε. Φτιάξαμε τη μεγαλύτερη πτηνοτροφική επιχείρηση στην Ελλάδα που έχει το 30% της παραγωγής κοτόπουλου.»



## ΑΠΕΛΙΣΤΡΑ

# ΑΠΕΛΙΣΤΡΑ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΑΣΥΝΑΓΩΝΙΣΤΑ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΚΑΙ ΑΥΘΕΝΤΙΚΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

Εδώ και 22 χρόνια οι υπεύθυνοι της εταιρείας επιλέγουν μικρές ελληνικές οικογενειακές φάρμες και τους δίνουν την ευκαιρία να παράγουν για λογαριασμό της ποιοτικά παραδοσιακά προϊόντα



## i INFO

- Τηλ. (Αθήνα) 210/9756380  
(Θεσσαλονίκη) 6971/900580
- [www.apelistra.gr](http://www.apelistra.gr)

**Βραβευμένα** από τα πιο έγκριτα περιοδικά τροφίμων (Προϊόν της Χρονιάς 2010 από το Τρόφιμα και Ποτά και ένα από τα 10 καλύτερα του περιοδικού Gourmet της εφημερίδας Βήμα για το 2012), τα προϊόντα Απέλιστρα κερδίζουν ολοένα και περισσότερο την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Αδιάλειπτα από το 1990, η εταιρεία με έδρα τον Άγιο Δημήτριο Αττικής αποτελεί τον συνδετικό κρίκο ανάμεσα στις μικρές μονάδες αλλαντοποιίας και τον κοινωνικό ιστό και όχι μόνο αυτό, καθώς από καιρό σε καιρό εμπνέεται και νέες γεύσεις τις οποίες και λανσάρει στην ελληνική αγορά μέσα από το ιδιόκτητο δίκτυο διανομής της.

Συγκεκριμένα, αναμένεται να κυκλοφορήσουν στην αγορά δύο νέα προϊόντα της εταιρείας Απέλιστρα, πάντα με την ίδια ποιότητα και τα φρέσκα υλικά των μικρών παραδοσιακών επιχειρήσεων αλλαντικών.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1991, με την επωνυμία Lindy Hellas, και με στόχο τη δραστηριοποίηση και την ανάπτυξη των πωλήσεων των ελληνικών μονάδων παραγωγής τροφίμων.

Σήμερα έχει αναπτύξει ένα ισχυρό δίκτυο πωλήσεων με έντονη παρουσία σε αλυσίδες σούπερ μάρκετ ανά την Ελλάδα (ήδη 12 αλυσίδες Μασούπη διακινούν τα προϊόντα της





στη Β. Ελλάδα) ενώ υφίσταται και ένα μεγάλο δίκτυο πωλήσεων στη λεγόμενη «μικρή» αγορά: Τα κρεοπωλεία, τα καταστήματα ντελικατέσεν κ.α.). Η επιχείρηση Απέλιστρα καλύπτει πλέον και την ευρύτερη περιοχή της Χαλκιδικής, με το ιδιόκτητο φορτηγό - ψυγείο. Παράλληλα, κάνει αισθητή την παρουσία της στις αλυσίδες σούπερ μάρκετ μέσα από τις γευστικές δοκιμές που πραγματοποιεί κατά καιρούς. Κέρκυρα, Τρίπολη, Τρίκαλα, είναι μερικές από τις πόλεις από τις οποίες προμηθεύεται τα προϊόντα των παραδοσιακών εταιρειών κρεατοσκευασμάτων, τα οποία προϊόντα εκτός του ότι παράγονται τοπικά, συσκευάζονται από τους ίδιους τους παραγωγούς, με την επωνυμία «Απέλιστρα».

**Απέλιστρα σημαίνει ποιοτικά απλυσίαστα**  
Η λέξη «Απέλιστρα» προέρχεται από το πελάζω, ήτοι πλυσιάζω, προσεγγίζω, και το στερηπτικό «α». Όπερ μεταφορικά, τα προϊόντα Απέλιστρα είναι ποιοτικά απλυσίαστα!  
Στην εταιρεία Απέλιστρα, η επιτυχία μπορεί και πατάει γερά στη δύναμη των ελληνικών προϊόντων και των ανθρώπων της. Εδώ και 22 χρόνια, οι υπεύθυνοι της εταιρείας επιλέγουν μικρές, οικογενειακές φάρμες από την Ελλάδα και τους δίνουν την ευκαιρία να παράγουν για λογαριασμό της παραδοσιακά προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας.

## ΠΑΛΕΤΑ ΓΕΥΣΕΩΝ

**Η εταιρεία Απέλιστρα** συνεργάζεται με μικρά καταστήματα, ντελικατέσεν, παντοπωλεία και κρεοπωλεία, αλλά και με μεγάλες αλυσίδες τροφίμων όπως είναι ο Σκλαβενίτης και ο Κρητικός ΑΝΕΔΗΚ. Αντιπρόσωποι της Απέλιστρα βρίσκονται στη Ρόδο, τη Ζάκυνθο, την Κρήτη και τη Λήμνο. Η αυξανόμενη ζήτηση των προϊόντων οδήγησαν την εταιρεία να προχωρήσει σε νέα επένδυση. Η Απέλιστρα δημιούργησε ένα υποκατάστημα στη Θεσσαλονίκη, επιδιώκοντας να εδραιώσει την παρουσία της στη Βόρεια Ελλάδα. Για το σκοπό αυτό, η εταιρεία προσέλαβε άνεργους συνεργάτες, ικανούς και έμπειρους γνώστες της αγοράς της συμπρωτεύουσας. Οι πελάτες – καταναλωτές μπορούν έτσι να απολαμβάνουν παραδοσιακά κρεατοσκευάσματα όπως είναι τα λουκάνικα καπνισμένα σε ξύλα βελανιδιά, χειροποίητα, σε φυσικό έντερο, με λίγα λιπαρά και φρέσκο σκόρδο, πράσο και πορτοκάλι.



Οι άνθρωποι που βρίσκονται πίσω από την εταιρεία γυρίζουν την Ελλάδα με στόχο να γνωρίσουν τα παραδοσιακά προϊόντα της κάθε περιοχής και τους λόγους για τους οποίους αυτά τα προϊόντα είναι ξεχωριστά. Έτσι, η επιλογή των προϊόντων που τίθενται κάτω από την επωνυμία «Απέλιστρα» γίνεται με γνώμονα την υψηλή ποιότητα. Μέσα από μία μεγάλη γκάμα προϊόντων, η επιχείρηση καλύπτει κάθε απαιτητικό ουρανίσκο: Από τα λουκάνικα με πράσο μέχρι τα αγριογούρουνο ριγανάτο, πιπεράτο ή σκορδάτο, από τα λουκάνικα κοτόπουλου μέχρι τα φημισμένα κερκυραϊκά αλλαντικά, καπνιστά σε σχοίνο και δάφνη φυσικής ωρίμανσης. Νούμπουλο, σαλάδο κλασικό ή άπαχο, σουτζούκι, πανσέτα ολόκληρη ή τεμαχισμένη, αλλά και το ονομαστό Κασέρι Τρικάλων (ΠΟΠ) από τα Μετέωρα συνθέτουν μια αρωματική παλέτα γεύσεων.

## ΚΑΙ ΓΕΥΣΤΙΚΕΣ ΔΟΚΙΜΕΣ

Ένα ισχυρό δίκτυο πωλήσεων σε μεγάλες αλυσίδες αλλά και στη «μικρή» αγορά

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**ΠΑΥΛΟΣ ΛΙΝΤΟΒΟΗΣ**  
Ένας εκ των ιδιοκτητών

**«Η Απέλιστρα** δημιουργήθηκε από την ανάγκη μας να αναδείξουμε τους μικρούς θησαυρούς της Ελληνικής Αγροτικής Παραγωγής. Ήταν η πιο ενδεδειγμένη εμπορική κίνηση μέσα στην κρίση (Αύγουστος 2010) που στόχευε να αναδείξει τον πλούτο της χώρας μας, να προβάλλει τις διατροφικές αξίες της, να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας και να εμπνεύσει και άλλους σε μια κατεύθυνση εσωστρέφειας προς την ξεχασμένη και παραμελημένη Αγροτική Οικονομία. Έτσι, ενώσαμε τις δυνάμεις μας με μικρές -πολύ μικρές- αγροτικές επιχειρήσεις, οι οποίες παράγουν παραδοσιακά ελληνικά τρόφιμα με το εμπορικό σήμα «Απέλιστρα», δίνοντάς τους πνοή, ύπαρξη, διέξοδο και συνέχεια.»

# ΟΧΥΡΩΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η πιστοποίηση σε νέα, ενιαία τροχιά

Του Παναγιώτη Βασιλόπουλου\*

**Η διαχρονική απαίτηση των επιχειρήσεων και των αγορών για τη δημιουργία ενός ενιαίου πλαισίου στήριξης της ποιότητας των αγροτικών προϊόντων και τροφίμων μπαίνει σε τροχιά υλοποίησης.**

Με τη συγχώνευση των αρμοδιοτήτων του ΕΛΟΓΑΚ και του ΟΠΕΓΕΠ-AGROCERT στον Ελληνικό Γεωργικό Οργανισμό Δήμητρα δημιουργείται πλέον ένα ενιαίο πλαίσιο ανάπτυξης της διασφάλισης της ποιότητας των αγροτικών προϊόντων. Ο νέος Οργανισμός αναλαμβάνει την ευθύνη του κεντρικού σχεδιασμού όλων των διαδικασιών που σκοπό έχουν την αύξηση της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους. Με τη συνύπαρξη της αγροτικής έρευνας, της εκπαίδευσης και κατάρτισης δημιουργούνται οι προϋποθέσεις τόσο της ενσωμάτωσης των ερευνητικών αποτελεσμάτων στα πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής, όσο και της διάδοσης της τεχνογνωσίας για την ανάπτυξη ποιοτικών τροφίμων. Μια σύνθετη λειτουργία οικοδομείται στη βάση της υπέρβασης των στενών ορίων της παραδοσιακής αντίληψης της λειτουργίας των δημοσίων φορέων και επιχειρεί να αξιοποιήσει αποφασιστικά την επιστημονική συνεργασία και την ανάγκη ικανοποίη-

σης των απαιτήσεων των αγορών. Με ένα νέο σύστημα που περιλαμβάνει τόσο τον έλεγχο της ποιότητας των πρώτων υλών και των ισοζυγίων τους όσο και την πιστοποίηση της ορθής εφαρμογής των διαδικασιών παραγωγής, οι επιχειρήσεις τροφίμων θα εντάσσονται σε ένα ολοκληρωμένο σύστημα παρακολούθησης με απλουστευμένες και ευέλικτες διαδικασίες. Με την αξιοποίηση όλου του ανθρωπίνου δυναμικού συγκροτείται ένας αποκεντρωμένος

**Αποκεντρωμένος μηχανισμός ελέγχου στην υπηρεσία χιλιάδων επιχειρήσεων**

ελεγκτικός μηχανισμός ικανός να ανταποκριθεί στις ανάγκες χιλιάδων επιχειρήσεων.

Η πολύ δύσκολη περίοδος που περνάει η χώρα μας απαιτεί σύνεση και προσανατολισμό στις πραγματικές ανάγκες των επιχειρήσεων και των αγορών. Η ανάπτυξη δεν θα έρθει από μόνη της, θα είναι προϊόν αμοιβαίου σεβασμού και συνεργασίας.

\*Δ/ντος Συμβούλου του ΕΛΓΟ Δήμητρα

## LLOYD'S REGISTER QUALITY ASSURANCE

# ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ

Η LRQA σήμερα μετρά πάνω από 45.000 60.000 πιστοποιητικά σε περισσότερες

**Η LRQA** (Lloyd's Register Quality Assurance) είναι ένας Φορέας Πιστοποίησης Συστημάτων Διαχείρισης με ηγετική θέση παγκοσμίως. Παρέχει υπηρεσίες πιστοποίησης, επαλήθευσης και εκπαίδευσης σε εταιρείες από όλους τους επιχειρηματικούς κλάδους.

Η LRQA ιδρύθηκε το 1985 ως θυγατρική του Lloyd's Register Group. Το γεγονός ότι ανήκει σε έναν Οργανισμό με ηγετική παρουσία σε διεθνές επίπεδο και με πολυετή εμπειρία σε πλήθος επιχειρηματικών κλάδων, της επιτρέπει στην πράξη να αναλύει το επιχειρείν γενικά και τον κλάδο δραστηριοποίησης της εκάστοτε εταιρείας ειδικά, με μία διευρυμένη οπτική -πιο ολοκληρωμένη, πιο διορατική, πιο ευέλικτη.

Για την LRQA, η διαδικασία αξιολόγησης και πιστοποίησης δεν αφορά απλά την έκδοση πιστοποιητικών, αλλά πρόκειται για μία συνολική προσέγγιση που επιτρέπει την κατανόηση των κινδύνων, την αναγνώριση πιθανών λύσεων και την εφαρμογή συγκεκριμένων προτάσεων. Σήμερα η LRQA έχει αποκτήσει πολύτιμη εμπειρία και παρέχει υπηρεσίες ως προς πλήθος προτύπων.



**Lloyd's  
Register**

### **i** INFO

- Τηλ.: 210/4580904
- email: [pireaus-qa-services@lr.org](mailto:pireaus-qa-services@lr.org)
- [www.lrqa.gr](http://www.lrqa.gr)

# ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

πελάτες με περισσότερα από  
120 χώρες σε όλο τον κόσμο

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Απόστολος Νούλης**  
Υπ/νος Ανάπτυξης EMBS

**Η LRQA** καλύπτει μια ευρύτατη γκάμα προτύπων και προδιαγραφών που σχετίζονται με την Ασφάλεια Τροφίμων, με αποτέλεσμα να είναι σε θέση να προσφέρει στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα ολοκληρωμένων επιθεωρήσεων (integrated assessments). Έτσι η επιχείρηση απολαμβάνει σημαντικά οφέλη όπως μείωση του χρόνου αξιολόγησης, εξάλειψη των επικαλύψεων και ολοκληρωμένη οπτική σε θέματα μείζονος σημασίας. Επιπρόσθετα, η LRQA με τη μοναδική «Business Assurance» προσέγγισή της και την ιδιαίτερα μεγάλη αναγνωρισιμότητα των πιστοποιητικών της παγκοσμίως ανοίγει νέους δρόμους στις επιχειρήσεις που στοχεύουν σε αγορές του εξωτερικού.

## ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

**Στα 25 και πλέον χρόνια** λειτουργίας της, η LRQA έχει πιστοποιήσει μερικές από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στον κόσμο. Στην Ελλάδα, η LRQA λειτουργεί με επιτυχία από το 1990. Στο πελατολόγιο της εντάσσονται τόσο πολυεθνικές, όσο και δυναμικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις που αποτελούν τον κορμό του ελληνικού επιχειρείν. Ιδιαίτερα στο χώρο των τροφίμων και στον τομέα της πρωτογενούς παραγωγής (φυτικής και ζωικής), η LRQA καλύπτει ευρύτατο φάσμα προτύπων όπως HACCP, ISO22000, ISO/TS22002 (πρώην PAS220), FSSC22000, BRC, IFS, AGRO-2, AGRO-3, GlobalGap, NON-GMO, FAMI-QS, ISO22005 κ.ά.

LRQA view

## Ασφάλεια Τροφίμων

Η ανάγκη για αποτελεσματική διαχείριση των κινδύνων ασφάλειας τροφίμων γίνεται ακόμα πιο επείγουσα καθώς η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων εξελίσσεται σε μία σύνθετη και περίπλοκη διαδικασία.

Η LRQA καλύπτει μέσω των υπηρεσιών της ένα ευρύτατο φάσμα προτύπων, σχημάτων και τεχνικών απαιτήσεων που σχετίζονται με την ασφάλεια τροφίμων:

- ISO 22000, PAS 220, FSSC 22000
- HACCP Codex Alimentarius
- BRC Food, IFS Food, IFS Logistics
- BRC-IOP, PAS 223
- Agro, GlobalGap
- NON GMO, FAMI-QS, PAS 222
- ISO 22005
- Επιθεωρήσεις 2ου Μέρους Προμηθευτών (2nd Party Audit)

### LRQA Business Assurance

Improving performance, reducing risk

Επικοινωνήστε μαζί μας:  
E: [piraeus-qa-services@lr.org](mailto:piraeus-qa-services@lr.org)  
W: [www.lrqa.gr](http://www.lrqa.gr)  
T: +30 210 4580904



**LRQA**  
Business Assurance

Lloyd's Register

Lloyd's Register and LRQA are trading names of the Lloyd's Register Group of entities. Services are provided by members of the Lloyd's Register Group. For details see [www.lr.org/entities](http://www.lr.org/entities)

# ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΔΙΑΠΙΣΤΕΥΤΗΡΙΑ

GlobalGAP, BRC, IFS, HACCP, non GMO

Του Πέτρου Αλεξανδρή

**Η πανοπερμία διεθνών προτύπων ποιότητας για τα αγροτικά προϊόντα προέκυψε ως αποτέλεσμα της ανάγκης του καταναλωτή των ευρωπαϊκών αγορών να νιώσει ασφαλής για το τρόφιμο που καταναλώνει.**

Έτσι, πρώτα τα σούπερ-μάρκετ δημιούργησαν ένα πρότυπο ποιότητας με σκοπό τον έλεγχο των υπολειμμάτων φυτοφαρμάκων και στη συνέχεια ακολούθησαν οργανισμοί και άλλοι φορείς. Σε όλα τα εξαγωγίμα προϊόντα η Ελλάδα έχει ακολουθήσει την ίδια τάση, αλλά όχι σε όλο τον όγκο παραγωγής, οπότε υπάρχει ακόμα περιθώριο επέκτασης της συγκεκριμένης αγοράς.

Τέσσερα έτοιμα και ένα υπό διαμόρφωση πρότυπα πιστοποίησης αγροτικών προϊόντων με βάση τις αρχές της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης και τις επιταγές της αγοράς προσφέρει στους Έλληνες παραγωγούς ο πρώην Agrocet, που τώρα έχει απορροφηθεί από τον ΕΛΓΟ-Δίμητρα, υπό τον τίτλο Agro (αναλυτική παρουσίαση στη σελίδα 66).

Το πιο καθιερωμένο και ευρύτερα γνωστό πρότυπο Ολοκληρωμένης Διαχείρισης της καλλιέργειας σε όλο τον κόσμο είναι το GlobalGAP που έχει δημιουργήσει ο οργανισμός Euro-Retail Working Group. Σύμφωνα με τα τελευταία νέα από το χώρο της πιστοποίησης, η εφαρμογή του GlobalGAP έχει

διεθνοποιηθεί τόσο πολύ που έχει φτάσει μέχρι και τη Βόρεια Αμερική και την Ασία. Τα ανταγωνιστικά πρότυπα του GlobalGAP, που είναι το BRC και το IFS, έχουν ανανεωθεί και πλέον έχουν φτάσει στην έκτη έκδοσή τους.

Στο χώρο της βιομηχανικής παραγωγής και μεταποίησης έχουν καθιερωθεί τα ISO 9001:2000, ISO 14001:1996 από τον International Organization for Standardization (ISO) και το πρότυπο διαχείρισης της ασφάλειας των τροφίμων ΕΛΟΤ 1416 (HACCP).

**Στην Ελλάδα υπάρχει ακόμα περιθώριο επέκτασης της πιστοποίησης**

## Είναι στη μόδα

Τελευταία τάση που επεκτείνεται ραγδαία σε όλη την Ευρώπη είναι τα πρότυπα που πιστοποιούν ότι ένα ζωικό προϊόν (κρέας ή γάλα) προέρχεται από φάρμες που χρησιμοποιούν ζωοτροφές χωρίς ίχνος γενετικά τροποποιημένου οργανισμού (non GMO). Εξάλλου, με μία τέτοια συζήτηση, από την καταναλωτική ανησυχία ξεκίνησαν και τα πρότυπα ολοκληρωμένης διαχείρισης των νωπών προϊόντων.

## EUROCERT ΑΕ

# ΤΟ ΣΥΝΩΝΥΜΟ ΣΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΚΑΙ

Στόχος της Eurocert είναι να αναπτύξει σε όλες τις χώρες όπου υπάρχουν Έλληνες

**Η Eurocert**-Ευρωπαϊκή Εταιρεία Ελέγχων και Πιστοποιήσεων Α.Ε. είναι ένας ανεξάρτητος Φορέας Επιθεωρήσεων και Πιστοποιήσεων (Independent Third Party) ελληνικών συμφερόντων κατά 100%, που ιδρύθηκε από Έλληνες Επιστήμονες με πολύχρονη εμπειρία στους Ελέγχους και στις Επιθεωρήσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Η Eurocert είναι ο πρώτος φορέας πιστοποίησης στην Ελλάδα που έχει διαπιστευτεί από το ΕΣΥΔ (Εθνικό Συμβούλιο Διαπίστευσης) για επιθεωρήσεις Συστημάτων Διαχείρισης Ποιότητας (ISO

9001:2008), Διαχείρισης Περιβάλλοντος (ISO 14001:2004 ΚΑΙ EMAS), Ασφάλειας Τροφίμων (ISO 22000:2005), Υγιεινής και Ασφάλειας (OHSAS 18001, ΕΛΟΤ 1801), Ολοκληρωμένης Διαχείρισης (AGRO 2.1 & 2.2 και AGRO 3), ΕΛΟΤ 1429 Διαχειριστικής Επάρκειας,

Ορθής Γεωργικής Πρακτικής (GLOBALGAP V6) και από το UKAS για την εφαρμογή των Πρωτοκόλλων IFS και BRC στην Ελλάδα και ως φορέας Επαλήθευσης Εκπομπών Αερίων Θερμοκηπίου. Παράλληλα έχει διαπιστευτεί από τον SAI των Η.Π.Α., για το πρότυπο SA8000 (Social Accountability).



## i INFO

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



# ΤΗΣ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ ΤΗΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

τη δραστηριοποίησή της με νέα γραφεία και υποστήριξη και λειτουργούν δυναμικές ελληνικές επιχειρήσεις

## ΠΑΝΤΟΥ ΚΑΙ ΠΑΝΤΑ

**H Eurocert A.E.** δραστηριοποιείται στον τομέα της Πιστοποίησης Συστημάτων Διαχείρισης, στον τομέα της Πιστοποίησης Προϊόντων που απαιτούν σήμανση CE, στη διενέργεια υποχρεωτικών από τη νομοθεσία περιοδικών ελέγχων σε βιομηχανικά είδη. Παράλληλα έχει σημαντική παρουσία σε ελέγχους στο χώρο της Ναυτιλίας, στον τομέα της Επαλήθευσης Εκπομπών Αερίων Θερμοκηπίου καθώς και στο χώρο της παροχής Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων σε εξειδικευμένους τομείς. Επιπλέον η δραστηριότητα της Eurocert A.E. έχει αναπτυχθεί σε διεθνές επίπεδο με την εγκατάσταση γραφείων σε Τουρκία, Βουλγαρία, Κύπρο, Ιταλία, Ινδία, Ρουμανία, Κίνα, Ρωσία κ.α. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες πιστοποιήσεων και ελέγχων καλύπτονται με έγκριτες διαπιστεύσεις.

## ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ



**Αθανάσιος Μπλάνας**  
Τμηματάρχης  
Ζωικής  
Παραγωγής

«**Σε αυτούς τους δύσκολους** καιρούς, η Eurocert S.A, η μεγαλύτερη ελληνικών συμφερόντων πολυεθνική, παραμένει σταθερή και αταλάντευτη στις σταθερές αξίες που πρεσβεύει. Είμαστε εδώ, για να παρέχουμε υψηλή προστιθέμενη αξία στις επιθεωρούμενες επιχειρήσεις, είμαστε εδώ για να απορρίπτομε την πολυπλοκότητα και να επιδιώκουμε τη βέλτιστη απλή λύση, είμαστε εδώ προκειμένου να αποδεικνύουμε πως οι Ελληνικές επιχειρήσεις δεν έχουν τίποτα να ζητησουν από τις αντίστοιχες ανταγωνίστριές τους.»

## EUROCERT A.E.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΛΕΓΧΩΝ & ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΩΝ Α.Ε.  
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΕ ΟΛΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ



GLOBALGAP V.4

AGRO 2.1 & 2.2

TESCO NATURE CHOICE

QS

ALBERT HEINZ



ISO 22000

BRC ISSUE 6

IFS VERSION 6



ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΜΗ ΓΕΝΕΤΙΚΑ  
ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ  
ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ & ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ



Δ/ΝΣΗ: ΧΛΟΗΣ 89 & ΛΥΚΟΒΡΥΣΕΩΣ, 14452, ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ  
ΤΗΛ: 210 6252495, 210 6253927, FAX: 2106203018  
INTERNET SITE: [www.eurocert.gr](http://www.eurocert.gr), EMAIL: [eurocert@otenet.gr](mailto:eurocert@otenet.gr)



Το πλεονέκτημα των προϊόντων ΠΟΠ/ΠΓΕ είναι ότι έχουν το δικαίωμα να αναγράφουν στην ετικέτα την προέλευσή τους και να προστατεύονται γι' αυτό.

## ΠΟΠ & ΠΓΕ

Τα προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης, «Π.Ο.Π.» ή «Π.Γ.Ε.», είναι αναγνωρισμένα από την Ευρωπαϊκή Ένωση, τόσο ως προς τον τρόπο παραγωγής τους, όσο και ως προς την προέλευσή τους. Το πλεονέκτημά τους είναι ότι έχουν το δικαίωμα να αναγράφουν στην ετικέτα την προέλευσή τους και να προστατεύονται γι' αυτό. Όπως έχει διαπιστωθεί από ευρέως διαδεδομένα σήματα ΠΟΠ ή ΠΓΕ, τέτοια προϊόντα αποφέρουν υψηλότερο κέρδος στον παραγωγό.



Το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης σύμφωνα με τα πρότυπα AGRO 2.1 & AGRO 2.2, εφαρμόζεται είτε σε συλλογική βάση από Ομάδες Παραγωγών, είτε σε ατομική βάση.



## AGRO 2

Τα πρότυπα AGRO 2.1 & AGRO 2.2 περιγράφουν τις απαιτήσεις στις οποίες πρέπει να συμμορφώνεται μια γεωργική εκμετάλλευση, προκειμένου να πιστοποιηθεί για την εφαρμογή του Συστήματος Ολοκληρωμένης Διαχείρισης (ΣΟΔ). Το AGRO 2-1 αποτελεί το σύνολο των αρχών για την πιστοποίηση του ΣΟΔ που είναι εφαρμόσιμο σε κάθε γεωργική εκμετάλλευση ανεξάρτητα από κάθε είδος της παραγωγικής της κατεύθυνσης. Το AGRO 2-2 περιγράφει τις τεχνικές και νομικές απαιτήσεις του συστήματος στη φυτική παραγωγή που συνοδεύουν το πρότυπο AGRO 2-1. Περιλαμβάνει τους γενικούς κανόνες ορθής γεωργικής πρακτικής και τα συνοδευτικά μέτρα φιλοπεριβαλλοντικής άσκησης της γεωργίας (φυτικής παραγωγής), ώστε να παράγονται ασφαλή και ποιοτικά προϊόντα και να επιτυγχάνεται η άριστη διαχείριση του περιβάλλοντος.



## ΒΟΔΙΝΟ

Η Προαιρετική Επισήμανση Βοείου Κρέατος & Βόειο Κρέας Ποιότητας, με την οποία το πιστοποιημένο προϊόν μπορεί να αναγράφει «Κρέας Ποιότητας» στην ετικέτα, είναι ένα σύνολο απαιτήσεων σχετικό με την ορθή διαχείριση και διατροφή των ζώων. Οι επιχειρήσεις επικεντρώνουν την προσοχή τους α) στην προέλευση των ζώων που εκτρέφουν, β) στον τρόπο και στην ποιότητα της διατροφής τους, γ) στις συνθήκες εκτροφής, δ) στην κτηνιατρική παρακολούθηση των ζώων, ε) στη μεταφορά των ζώων στα σφαγεία και στ) στις προδιαγραφές της σωστής λειτουργίας του σφαγείου.



## AGRO 7

Μέχρι τις 6 Αυγούστου θα βρίσκονται σε διαβούλευση οι βασικές κατευθυντήριες γραμμές του νεοσύστατου προτύπου Agro 7. Με βάση αυτό, πιστοποιούνται όλα τα ελληνικά ζωικά προϊόντα για το γεγονός ότι προέρχονται από ζώα που δεν εκτρέφονται με γενετικά τροποποιημένες ζωτροφές δίνει το νεοσύστατο πρότυπο Agro 7. Το πρότυπο, το οποίο έχει σχεδιαστεί στην Ελλάδα, περιλαμβάνει απαιτήσεις που πρέπει να τηρούν οι εμπλεκόμενοι στην «αλυσίδα» παραγωγής, γάλακτος, κρέατος, αυγών ή ψαριών ιχθυοκαλλιέργειας.

## ΠΟΥΛΕΡΙΚΑ

Τα προϊόντα Ειδικών Πτηνοτροφικών Εκτροφών μπορούν να αναγράφουν π.χ. «100% φυτικής εκτροφής» ή «ελεύθερης βοσκής» κρέας πουλερικών ή αυγά ορνίθων. Οι «Ειδικές Πτηνοτροφικές Εκτροφές» είναι ένα σύνολο προαιρετικών προδιαγραφών για την παραγωγή κρέατος πουλερικών ή αυγών ορνίθων σύμφωνα με αυστηρά καθορισμένους κανόνες εκτροφής ή και διατροφής των πουλερικών, που έχουν καθοριστεί με κοινοτικούς κανονισμούς. Κάθε προδιαγραφή αντιστοιχεί σε ένα «σήμα», που τοποθετείται στο προϊόν, εφόσον πιστοποιηθεί ότι ο τρόπος παραγωγής ή/και ο τρόπος διατροφής των πουλερικών, είναι σύμφωνος με τη σχετική προδιαγραφή.



Εμπειρία  
Ποιότητα



Παράδοση  
Μεράκι

# Καράλης

Βιομηχανία  
Γάλακτος Ηπείρου

*Αγνά παραδοσιακά προϊόντα  
από φρέσκο γάλα της περιοχής μας*



*Παράδοση στην τέχνη των τυριών*

## Καράλης Α.Ε.

Βιομηχανία Γάλακτος Ηπείρου

9ο χλμ. Ε.Ο. Άρτας Ιωαννίνων - Τ.Κ. 470 42 Τηλ. 26810 52393 - Fax: 26810 52387 - [www.karalis.gr](http://www.karalis.gr)

Όπως και αν το δεις...  
**KIKU** είναι!



ζουμερό



υγιεινό



μυρωδάτο



γλυκό



τραγανό

Υπάρχουν πολλοί λόγοι να το επιλέξετε...  
 Όποιον και αν διαλέξετε, το σίγουρο είναι  
 ότι θα το λατρέψετε!  
 Το μήλο με το ιδιαίτερο χρώμα και το  
 μοναδικό σχήμα, προκαλεί τις αισθήσεις  
 με τον πλούσιο αρωματικό χαρακτήρα  
 και την τραγανή του σάρκα. Κάθε φορά  
 λοιπόν που αναζητάτε ένα μήλο αληθινά  
 απολαυστικό, εμπιστευτείτε το Kiku.

**αυτό με τη ρίγα!**

