

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ – ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ**

*Πτυχιακή Μελέτη με θέμα:*

**ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ**  
**ΕΛΛΑΔΑ**

**ΒΕΡΩΝΗΣ ΜΙΧΑΗΛ**

**Α.Μ.: 11129**

**Επιβλέπων καθηγητής: ΠΡΟΝΤΖΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ.**

**Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ**

**ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ**

**Αριθμ Εισαγωγής**

1059

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2008**

## **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Η εργασία αυτή έγινε στα πλαίσια εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας στο τμήμα Διοίκησης Κοινωνικών - Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων Οργανώσεων του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Μεσολογγίου κατά τη διάρκεια του έτους 2007-2008.

Αρχικά θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον επιβλέποντα καθηγητή κύριο Πρόντζα Δημήτριο για την ανάθεση του θέματος και για την πολύτιμη καθοδήγηση και επίβλεψη του καθ'όλη τη διάρκεια της ολοκλήρωσης της πτυχιακής αυτής.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου και την αδερφή μου για την πολύτιμη κατανόηση, υπομονή και ψυχολογική υποστήριξη που μου έδειξαν όλο αυτό τον καιρό για την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα άτομα που συνεργάστηκαν μαζί μου για την διεκπεραίωση αυτής μου της υποχρέωσης. Η βοήθειά τους ήταν πολύτιμη διότι χωρίς αυτή, θα ήταν αδύνατη η εκπόνηση της έρευνας και η διεξαγωγή κατ' επέκταση των πολύτιμων συμπερασμάτων από αυτή.



## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	I
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	II
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ.....	1
1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ.....	1
1.1.1. Η ελιά στην αρχαιότητα.....	1
1.1.2. Ευεργετικές ιδιότητες της ελιάς.....	2
1.1.3. Η καλλιέργεια της ελιάς.....	2
1.2. ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ.....	4
1.2.1. Μεταποιητική διαδικασία ελαιολάδου.....	7
1.2.2. Διαδικασία τυποποίησης ελαιολάδου.....	10
1.2.3. Διαδικασία συντήρησης ελαιολάδου.....	12
1.2.4. Αποθήκευση ελαιολάδου.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΕΜΠΟΡΙΟ, ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	
2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	18
2.1.1. Σπουδαιότητα ελαιολάδου στην Ελλάδα.....	18
2.2. ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ – ΕΞΑΓΩΓΕΣ.....	20
2.2.1. Σύνθεση εξαγωγικού εμπορίου.....	21
2.2.2. Εγχώρια προσφορά.....	23
2.2.3. Εγχώρια ζήτηση.....	23
2.3. ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ – ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ... ..	24
2.3.1. Ενίσχυση στην κατανάλωση.....	25
2.3.2. Η επιλογή της ενίσχυσης ανά ελαιόδεντρο.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	26
3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	26
3.1.1. Κατανάλωση ελαιολάδου.....	27
3.1.2. Κατανάλωση ελαιολάδου σε εθνικό επίπεδο.....	29
3.1.3. Μέθοδος εγχώριας κατανάλωσης ελαιολάδου – Μερίδιο Αγοράς.....	30

3.2. ΑΛΥΣΙΔΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ.....	31
3.2.1. Επιχειρήσεις ελαιολάδου.....	33
3.3. ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ.....	34
3.3.1. Μάρκετινγκ.....	34
3.3.2. Προβλήματα προώθησης μάρκετινγκ.....	35
3.3.3. Διαφήμιση.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ (ΜΕ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ).....	43
4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	43
4.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	69
5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	69
5.2. ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΙΔΙΚΟΥΣ.....	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	72
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	76
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	81

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> : ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

### 1.1 Ιστορικά στοιχεία ελαιολάδου

Ο καρπός της ελιάς αποτελεί βασικό στοιχείο του μεσογειακού πολιτισμού από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα. Παλαιότερα πίστευαν ότι το χρίσμα με λάδι ελιάς παρείχε εξουσία, ισχύ και δόξα.

Η καλλιέργεια της ελιάς στη χώρα μας έχει ιδιαίτερο οικονομικό και κοινωνικό ενδιαφέρον. Μάλιστα η Ελλάδα είναι η τρίτη χώρα στην παραγωγή ελαιολάδου παγκοσμίως και δεύτερη στην παραγωγή βρώσιμης ελιάς. Με ποσοστά 18% η Ελλάδα και 355 τόνους ετήσιας παραγωγής, 30% η Ισπανία και 24% η Ιταλία. Οι Έλληνες είναι οι μεγαλύτεροι καταναλωτές ελαιολάδου από κάθε άλλο λαό και η κατά-κεφαλή κατανάλωση ανέρχεται περίπου στα 13 κλά ετησίως.

#### *1.1.1 Η ελιά στην αρχαιότητα (χρήση και σημασία της)*

Η ελιά ένα από τα αρχαιότερα καλλιεργούμενα δέντρα στον κόσμο, έχει παίξει σημαντικό ρόλο στη διατροφή, στη θρησκεία και στην τέχνη των λαών. Το ελαιόδεντρο είναι μεγάλης ιστορικής σημασίας καθώς ιστορικά αποτέλεσε σύμβολο ειρήνης, σοφίας και νίκης. Σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία η ελιά είναι αθηναϊκής και μάλιστα θεϊκής καταγωγής. Είναι γνωστός ο ανταγωνισμός για την πόλη των Αθηνών και την επικράτηση της Θεάς Αθηνάς, που προσέφερε την ελιά στους κατοίκους ως πηγή πλούτου και σοφίας.

Το ίδιο σημαντικό όμως ήταν και το ελαιόλαδο, τόσο στην αρχαία Ελλάδα όσο και σήμερα. Κατά την κρητο-μυκηναϊκή περίοδο το ελαιόλαδο χρησίμευε για την παρασκευή αρωμάτων και αλοιφών. Στην αρχαία ελληνική όσο και στη ρωμαϊκή κοινωνία το ελαιόλαδο χρησιμοποιείτο για την υγιεινή του σώματος, χρήση αντίστοιχη με αυτή του σαπουνιού σήμερα. Στους αρχαίους αθλητικούς αγώνες οι αθλητές το χρησιμοποιούσαν ως αλοιφή για το χαλάρωμα των μυών. Στα παναθήναια, μάλιστα, το λάδι αποτελούσε και το έπαθλο για τους αθλητές.

Στην υποκράτεια ιατρική αλλά και στους ιατρούς της αρχαιότητας, το ελαιόλαδο χρησίμευε για τη θεραπεία της χολέρας, της κώφωσης, των γυναικολογικών παθήσεων, καθώς και ως αντισηπτικό και θεραπευτικό σε εγκαύματα.

Στη βυζαντινή περίοδο χρησιμοποιείτο στην αρωματοποίηση και ως καλλυντικό από τις γυναίκες χωρίς καμία επεξεργασία. Επίσης χρησίμευε ως φωτιστικό μέσο, χρήση που διατηρήθηκε μέχρι τον 20<sup>ο</sup> αιώνα, πριν από τη διάδοση της ηλεκτρικής ενέργειας.<sup>1</sup>

### 1.1.2 Ένεργητικές ιδιότητες της ελιάς

Όλες όμως αυτές οι χρήσεις της ελιάς και του ελαιολάδου δεν ήταν τυχαίες αφού



τα δυο αυτά θείκα (κατά τους αρχαίους) αγαθά ήταν γνωστά και για τις ιδιαίτερα σημαντικές ενεργητικές τους ικανότητες.

Οι ενεργητικές ιδιότητες του ελαιολάδου γίνονται φανερές στην υγεία του ανθρώπου επί καθημερινής βάσεως. Οφείλονται στο υψηλό περιεχόμενο αυτού σε λιπαρά οξέα και σε αντιοξειδωτικές ουσίες. Μελέτες έχουν δείξει ότι

το ελαιόλαδο προστατεύει από :

- Καρδιακές παθήσεις,
- Έλκη και γαστρίτιδες,
- Υψηλά επίπεδα χοληστερόλης,
- Ξηροδερμία και πιτυρίδα,
- Και τέλος το ελαιόλαδο συμβάλει στη μείωση της επίδρασης του αλκοόλ.

### 1.1.3 Η καλλιέργεια της ελιάς

Η καλλιέργεια της ελιάς τόσο στην αρχαιότητα όσο και σήμερα απαιτεί μια πολύμορφη και πολύμοχθη διαδικασία που ξεκινά από τη σωστή επιλογή του εδάφους και τη σωστή ποικιλία που ταιριάζει στις συνθήκες. Συνεχίζεται με το φύτεμα , το πότισμα, το κλάδεμα, τη λίπανση και φτάνει ως το μάζεμα του καρπού και την παραγωγή του ελαιολάδου ή της βρώσιμης ελιάς.

Από τη στιγμή της καλλιέργειας και της συγκομιδής της ελιάς, μέχρι τη στιγμή που το πολύτιμο ελαιόλαδο θα φτάσει στο τραπέζι μας, μεσολαβεί μια σειρά διαδικασιών

<sup>1</sup> [www.oliveoil.gr](http://www.oliveoil.gr)

όπως η μεταφορά, η έκθλιψη, η αποθήκευση, η διανομή, η τυποποίηση, η γευστιγνωσία, φιλτράρισμα, που παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της ποιότητας του ελαιολάδου. Είναι γνωστό ότι η ελαιοκαλλιέργεια εξαπλώθηκε σε μεγάλη έκταση τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή ήπειρο και αυτός είναι ίσως και ο



λόγος της γνωστής ονομασίας της ελιάς ως Ελιά η Ευρωπαϊκή.

Ειδικότερα στη λεκάνη της Μεσογείου η ελιά αποτελεί τη βασικότερη καλλιέργεια από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα και συγκεντρώνει το 98% της παγκόσμιας παραγωγής.

Τέλος με βάση τον τρόπο καλλιέργειας της ελιάς το λάδι χωρίζεται

στις εξής πέντε κατηγορίες :

1. **ελαιόλαδο**, το οποίο είναι το λάδι που παραλαμβάνεται αποκλειστικά και μόνο από τον καρπό της ελιάς
2. **παρθένο ελαιόλαδο**, το ελαιόλαδο που παραλαμβάνεται από τον καρπό της ελιάς με μηχανικά ή φυσικά μέσα και κατά την παραλαβή του δεν προκαλούνται αλλοιώσεις στα ποιοτικά χαρακτηριστικά του.
3. **ραφινρισμένο ελαιόλαδο**, είναι αυτό που παραλαμβάνεται από παρθένο ελαιόλαδο με ραφινάρισμα που δεν προκαλεί αλλαγές στην αρχική δομή των γλυκεριδίων.
4. **γνήσιο ελαιόλαδο**, είναι μίγμα παρθένου ελαιολάδου κατάλληλου προς κατανάλωση και ραφινρισμένου ελαιολάδου.
5. **πυρηνέλαιο**, είναι το λάδι που παραλαμβάνεται από τον ελαιοπυρήνα με διαλύτη.<sup>2</sup>

Επομένως γίνεται κατανοητό ότι αν και με διαφορετικά χαρακτηριστικά όλες οι κατηγορίες ελαιολάδου επιλέγονται με αυστηρά και υψηλά κριτήρια , με σκοπό να συνδυάζουν πάντα την υψηλή διαθρεπτική αξία με τη μοναδική γεύση και την άριστη ποιότητα. (Πίνακας 4).

---

<sup>2</sup> Ο.π.



## 1.2 Τρόπος παραγωγής ελαιολάδου

Η Ελλάδα είναι η δεύτερη χώρα στην παραγωγή ελαιολάδου, μετά την Ισπανία και με τρίτη την Ιταλία, με μέσο όρο παραγωγής τριακόσιες χιλιάδες τόνους ελαιολάδου που προέρχονται από εκατόν δέκα εκατομμύρια δέντρα, και από την οποία το 50% εξάγεται.

Σε παγκόσμιο επίπεδο καλλιεργούνται περισσότερα από 750 εκατ. Ελαιόδεντρα σε συνολική έκταση 9 εκατ. εκταρίων, ενώ ποσοστό μεγαλύτερο του 95% εξ αυτών καλλιεργούνται στην περιοχή της Μεσογείου.<sup>3</sup>

Η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου κυμάνθηκε μεταξύ 1,7-2,7 εκατ. τόνων από το 1991-2002. Κυριότερη ελαιοπαραγωγός χώρα είναι η Ισπανία, η οποία από κοινού με την Ιταλία και την Ελλάδα κάλυψε το 96,5%-98,5% περίπου της συνολικής παραγωγής ελαιολάδου στην Ε.Ε. την τελευταία δεκαετία.

Η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου παρουσίασε σε γενικές γραμμές ανοδική τάση κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας. Το μεγαλύτερο ποσοστό της παγκόσμιας κατανάλωσης ελαιολάδου καλύπτεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Πρέπει δε να τονιστεί ότι μέρος της ετήσιας παραγωγής ελαιολάδου των κυριότερων ελαιοπαραγωγικών χωρών προορίζεται για εγχώρια κατανάλωση, μέρος αυτής εξάγεται, ενώ σημαντικές είναι και οι ποσότητες που παραμένουν αδιάθετες ως αποθέματα για το επόμενο έτος.<sup>4</sup>

Είναι γεγονός ότι το παρθένο ελαιόλαδο της χώρας μας, είναι το καλύτερο στον κόσμο.

Επειδή το μεγαλύτερο ποσοστό του τυποποιημένου ελαιολάδου στην αγορά διατίθεται σε ιταλικές εταιρείες, είμαστε υποχρεωμένοι να εξάγουμε μεγάλο μέρος από το δικό μας πλεόνασμα, στην Ιταλία, χύμα. Οι αγοραστές, στη χώρα αυτή, το αναμιγνύουν σε ποσοστό μέχρι 25% με δικό τους, ώστε να βελτιώσουν την ποιότητα τους και να το εξάγουν ως Ιταλικό ελαιόλαδο. Είναι παράδοση στις Η.Π.Α να αγοράσουν ιταλικό ελαιόλαδο μη γνωρίζοντας ότι είναι στην πραγματικότητα το ελληνικό τυποποιημένο ελαιόλαδο.

Η παραγωγική διαδικασία του ελαιολάδου ξεκινάει με τη συγκομιδή των καρπών της ελιάς που γίνεται συνήθως μεταξύ του Νοεμβρίου και του Φεβρουαρίου και εξαρτάται από την ποικιλία του ελαιόδεντρου. Αφού συγκομιστούν οι ελιές μεταφέρονται σε τοπικό ελαιοτριβείο όπου πλένονται και αφαιρούνται τα φύλλα, οι κλαδίσκοι και

<sup>3</sup> Αριθμητικά στοιχεία

<sup>4</sup>

διάφορα υπολείμματα. Έπειτα συντρίβονται για να παράγουν ένα ομοιογενές μίγμα από το οποίο θα εξαχθεί το παρθένο ελαιόλαδο.

Με βάση την οξύτητα του διακρίνεται σε βρώσιμο και μη μειονεκτικό. Από αυτά το βρώσιμο καταναλώνεται άμεσα η επεξεργάζεται, αναμειγνύεται και τυποποιείται. Αντίθετα το μη μειονεκτικό εξευγενίζεται. Το χρώμα και των δύο εξαρτάται από το είδος των λιποδιαλυτικών χρωστικών που παρουσιάζει ο καρπός στο στάδιο συγκομιδής. Η οξείδωση γίνεται με διάφορες τεχνικές όπως η μέτρηση των υπεροξειδίων, η απορρόφηση στο υπεριώδες φάσμα και άλλες παρόμοιες διαδικασίες. Τέλος ο πυρήνας μεταφέρεται στα πυρηνελαιουργεία για την παραγωγή πυρηνελαίου<sup>5</sup>.

Υπάρχουν δύο βασικές μέθοδοι εξαγωγής ελαιολάδου. Ο πρώτος καλείται παραδοσιακός και περιλαμβάνει την συντριβή των ελιών και των κοιλωμάτων τους.

Ο δεύτερος και ευρύτετα χρησιμοποιημένος τρόπος καλείται συνεχής όπου η εξαγωγή γίνεται εξ' ολοκλήρου από το φυγοκεντρωτή. Εδώ οι ελιές συντρίβονται από τους μηχανικούς θραυστήρες όπου με υψηλή ταχύτητα γίνεται ο διαχωρισμός της σάρκας και του λαδιού. Το κύριο μειονέκτημα αυτής της σύγχρονης μεθόδου είναι ότι οι μηχανικοί θραυστήρες περιλαμβάνουν τις υψηλές θερμοκρασίες και το καυτό ύδωρ που προστίθενται συχνά στην φυγοκεντρική φάση και συμβάλει στην εξαγωγή των πολύτιμων βιταμινών και θρεπτικών ουσιών του λαδιού.<sup>6</sup>

Το κοινό χαρακτηριστικό, όμως, και των δύο μεθόδων είναι ότι κατά την παραγωγή του ελαιολάδου με φυσικά ή μηχανικά μέσα όπως και κατά την παραλαβή του εφαρμόζονται συνθήκες, οι οποίες δεν προκαλούν αλλοιώσεις στα ποιοτικά χαρακτηριστικά του.

Το βασικότερο κριτήριο ποιοτικής αξιολόγησης αποτελούν τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά. Η γεύση του ελαιολάδου εξαρτάται από την παρουσία πτητικών συστατικών και λιπαρών οξέων.

Όσον αφορά τους παράγοντες που επηρεάζουν την παραγόμενη ποσότητα και ποιότητα του ελαιολάδου, είναι οι εξής:

- Το κλίμα, το έδαφος και άλλοι εξωτερικοί παράγοντες. Το δένδρο της ελιάς αναπτύσσεται καλύτερα σε γόνιμα εδάφη, σε θερμές περιοχές με ήπιο χειμώνα. Η ποικιλία του δένδρου.
- Η υγιεινή κατάσταση του ελαιοκάρπου, δηλαδή η μη προσβολή του από μύκητες και διάφορες ασθένειες ώστε να μην υποβιβάζεται η ποιότητά του.

<sup>5</sup> Ποντίκης Κων/νος, «Ειδική Δενδροκομία Ελαιοκομία» εκδ. Σταμούλης Αθην.

<sup>6</sup> Ο.π.

- Η εποχή και ο τρόπος συλλογής του ελαιοκάρπου. Ο ελαιοκάρπος πρέπει να συλλέγεται όταν είναι ώριμος, γιατί τότε περιέχει τη μεγαλύτερη ποσότητα λαδιού και όλα τα απαραίτητα συστατικά σε αναλογία τέτοια, ώστε να χαρακτηρίζεται ως λάδι εξαιρετικής ποιότητας. Σημειώνεται ότι η παρατεταμένη παραμονή του καρπού στο δένδρο μετά την ωρίμανση του, έχει σαν αποτέλεσμα τη μείωση του αρώματος των λαδιών και πιθανά την αύξηση της περιεκτικότητας σε ελεύθερα λιπαρά οξέα.
- Ο τρόπος συλλογής των ελαιοκάρπων (μάζεμα με τα χέρια ή με διάφορους μηχανικούς τρόπους), επηρεάζει την ποιότητα του ελαιολάδου.
- Η διατήρηση και αποθήκευση του ελαιοκάρπου πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να μην τραυματίζεται ο καρπός και να αποφεύγεται η αύξηση της θερμοκρασίας. Επισημαίνεται ότι, ο χρόνος που μεσολαβεί από τη συλλογή μέχρι την επεξεργασία του ελαιόσπορου στο ελαιουργείο πρέπει να είναι ο πλέον σύντομος.
- Οι μέθοδοι εξαγωγής ελαιολάδου. Οι μέθοδοι εξαγωγής αφορούν την παραλαβή του ελαιοκάρπου, την τροφοδοσία των μηχανών, την αποφύλλωση και την πλύση των ελαιοκάρπων από τα ελαιοτριβεία.
- Η θραύση του ελαιοκάρπου. Το σπάσιμο ή η άλεση είναι το πρώτο κύριο στάδιο της επεξεργασίας του ελαιοκάρπου. Η φάση αυτή επηρεάζει την ποσότητα και την ποιότητα του ελαιολάδου.<sup>7</sup>

Σε παγκόσμιο επίπεδο καλλιεργούνται περισσότερα από 750 εκατ. Ελαιόδεντρα σε συνολική έκταση 9 εκατ. εκταρίων, ενώ ποσοστό μεγαλύτερο του 95% εξ αυτών καλλιεργούνται στην περιοχή της Μεσογείου.

Η παραγωγή του ελαιολάδου στην Ελλάδα κυμαίνεται μεταξύ τριακόσιες και τετρακόσες χιλιάδες τόνους. Τα 2/3 περίπου της εσωτερικής παραγωγής καλύπτονται από την Κρήτη και την Πελοπόννησο και ειδικά από τους νομούς Ηρακλείου και Μεσσηνίας. Η παραγωγή ελαιολάδου στην Ελλάδα προέρχεται από μικρές οικογενειακού τύπου επιχειρήσεις οι οποίες φτάνουν σε λειτουργία τις τρεις χιλιάδες. Οι επιχειρήσεις αυτές προσφέρουν το ελαιόλαδο είτε για άμεση κατανάλωση, είτε για περαιτέρω επεξεργασία και εμφιάλωση, σε μεγάλες εταιρείες. Από εκεί και πέρα το ελαιόλαδο περνάει σε εμπορικές επιχειρήσεις που ασχολούνται αποκλειστικά με τις πωλήσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Ποντίκης Κων/νος, «Ειδική Δενδροκομία Ελαιοκομία» εκδ. Σταμούλης Αθην.

<sup>8</sup> Στοιχεία από «Μελέτη της ICAP, Ελαιόλαδο και Πιρηνέλαιο, 2002-2003»

Ήδη από την περίοδο 1998/99 έως και την περίοδο 2000/01 εφαρμόζονται οι εξής προσαρμογές στο παλαιότερο καθεστώς παραγωγής ελαιολάδου.

- Καταργείται η ενίσχυση στην κατανάλωση, η παρέμβαση και το καθεστώς των μικρών παραγωγών.
- Η ενδεικτική τιμή στην παραγωγή ορίστηκε σε 3837,7 ΕΥΡΩ/τον. και η ενίσχυση στην παραγωγή σε 1322,5 ΕΥΡΩ/τον.
- Αυξάνεται η μέγιστη ετήσια κοινοτική παραγωγή από 1350000 τόνους σε 17773261 τόνους.
- Η ποσότητα αυτή κατανέμεται σε επιμέρους Εθνικές Εγγυημένες Ποσότητες. Η ελληνική ανέρχεται σε 419529 τόνους.

Μέρος της συνολικής τεχνικής στήριξης διατίθεται στον τομέα της επιτραπέζιας ελιάς μετά από απόφαση του κράτους μέλους.<sup>9</sup>

Παρόλα αυτά παρατηρείται μείωση της εγχώριας παραγωγής. Σύμφωνα με εκτιμήσεις αγροτικών στελεχών η παραγωγή διαμορφώθηκε στις τριακόσιες ογδόντα με τετρακόσες χιλιάδες τόνους, ποσό αρκετά μικρότερο σε σχέση με την προπέρσινη χρόνια. Τελικά φαίνεται ότι φέτος δεν θα υπάρξουν προβλήματα ως προς τις ποσότητες παραγωγής αφού δεν έχουμε υπέρβαση του πλαφόν των τετρακοσίων δεκαεννιά χιλιάδων τόνων και έτσι δεν απαιτούνται περικοπές σε βάρος των παραγωγών.

Όσο για την νέα ελαιοκομική περίοδο γίνεται ήδη λόγος για την καλύτερη ίσως χρονιά των τελευταίων δέκα χρόνων από άποψη ύψους παραγωγής.<sup>10</sup>

### *1.2.1. Μεταποιητική διαδικασία ελαιολάδου*

Η μεταποιητική διαδικασία είναι αυτή που έπεται της παραγωγής του ελαιολάδου, έχοντας σκοπό την καλύτερευση του ποιοτικά και ποσοτικά. Το ρόλο αυτό έχουν αναλάβει στη χώρα μας μια πληθώρα βιομηχανιών και βιοτεχνιών, που στηρίζονται, σε ένα πρωτογενή τομέα. Ο τομέας αυτός είναι εξειδικευμένος με μεγάλη και μακρά παράδοση στην παραγωγή πρώτης ύλης εκλεκτής ποιότητας προερχόμενες κυρίως από επιτραπέζιες ποικιλίες του δέντρου της ελιάς. Αριθμεί σήμερα είκοσι έξι εκατομμύρια περίπου, δεν πρέπει τραπέζων κοιλιών που καταλαμβάνουν 1530000 στρέμματα. Η διαδικασία μεταποίησης ξεκινάει μετά το τέλος της καλλιέργειάς της συγκομιδής. Μετά την συγκομιδή ο ελαιόκαρπος μεταφέρεται στο ελαιοτριβείο όπου υποβάλλεται σε διάφορους χειρισμούς για να εξαχθεί απ' αυτόν το λάδι που περιέχει.

---

<sup>9</sup>Στοιχεία από «Μελέτη της ICAP, Ελαιόλαδο και Πυρηνέλαιο 2002-2003»

<sup>10</sup>Μελέτη της ICAP, Ελαιόλαδο και Πυρηνέλαιο 2002-2003

Οι χειρισμοί που γίνονται στο ελαιουργείο ακολουθούν συγκεκριμένους κανόνες για να επιτευχθεί υψηλή ποιότητα. Μετά από πολύχρονες έρευνες και μελέτες σε τοπικό επίπεδο, προσδιορίστηκαν οι παράγοντες και οι συνθήκες που υποβαθμίζουν την ποιότητα στο ελαιουργείο και καθορίστηκαν οι κανόνες που πρέπει να τηρούνται στα ελαιουργεία ώστε να αποφεύγεται η υποβάθμιση και να παράγεται ελαιόλαδο υψηλής ποιότητας.

- Ο πρώτος χειρισμός του ελαιοκάρπου στο ελαιουργείο είναι η προσωρινή αποθήκευση και τοποθέτηση των σακιάων σε μικρές στοίβες πάνω σε παλέτες. Η ενέργεια αυτή αποβλέπει όχι μόνο στην διευκόλυνση της μετακίνησης αλλά και στον αερισμό του ελαιοκάρπου και την αποφυγή ζυμώσεων. Οι σοροί που γίνονταν παλαιότερα και εξακολουθούν να γίνονται ακόμη και σήμερα σε διάφορα κράτη αποδείχθηκαν μετά από τα πειράματα του ινστιτούτου επιζήμιοι για την ποιότητα. Ο ελαιόκαρπος στην θέση αυτή παραμένει μία το πολύ δύο μέρες μέχρις ότου προχωρήσει για επεξεργασία.<sup>11</sup>

Η έναρξη της επεξεργασίας αρχίζει με το πέρασμα του καρπού από ειδικά μηχανήματα για καθάρισμα από τα φύλλα και πλύσιμο. Το καθάρισμα από τα φύλλα γίνεται με αυτόματο αποφυλλωτήριο. Η φροντίδα αυτή είναι απαραίτητη γιατί μια μεγάλη ποσότητα φύλλων όταν αλεστεί μαζί με τον ελαιόκαρπο προσδίδει στο ελαιόλαδο πικρή γεύση και αρκετή χλωροφύλλη (πράσινο χρώμα) η οποία δεν βοηθά στη διατήρηση της ποιότητάς του.

Ακολουθεί το πλύσιμο με το οποίο απομακρύνονται οι ξένες ύλες (χώμα, σκόνη) που περιέχονται στον ελαιόκαρπο.

Η άλεση του καρπού δηλαδή ο τεμαχισμός του σε μικρά - μικρά τεμαχίδια που σχηματίζουν την γνωστή ελαιοζύμη, αποτελεί μια σημαντική φάση έκθλιψης.

Το σπάσιμο του καρπού μέχρι πριν μερικά χρόνια γινόταν με ελαιόμυλους που με 3 ή 4 πέτρες διαφόρου διαμέτρου. Τα τελευταία χρόνια το σπάσιμο (άλεση) γίνεται με μεταλλικούς σπαστήρες που περιστρέφουν τον καρπό με μεγάλη ταχύτητα μέσα σ' ένα διάτρητο τύμπανο. Κατά την άλεση προσοχή απαιτείται ώστε η θερμοκρασία της πάστας να μην ανέβει πάρα πολύ και ο θρυμματισμός του καρπού να μην είναι υπερβολικός γιατί τότε μπορεί να γίνει αιτία για πικρή γεύση στο ελαιόλαδο.

Για να επιτευχθεί όμως το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα ακολουθούνται κάποιες βασικές διαδικασίες. Αυτές είναι:

---

<sup>11</sup> Ποντίσης Κων/νος, «Ειδική Δενδροκομία Ελαιοκομία» εκδ. Σταμούλης Αθων.

- **Η μάλαξη** της πάστας γίνεται σε ειδικούς μαλακτήρες στρογγυλούς ή επιμήκεις. Σημασία έχει τα τοιχώματα τους να είναι ανοξείδωτα και η θερμοκρασία της πάστας αυτής να μην υπερβαίνει τους 30ο C. Η μάλαξη πρέπει να διαρκεί περίπου 30' - 45'.
- **Η εξαγωγή** του ελαιολάδου από την ελαιοζύμη που μπορεί να γίνει με πίεση ή φυγοκέντρηση.
  - **Η πίεση** υπήρξε ο τρόπος που χρησιμοποιήθηκε από τα πανάρχαια χρόνια μέχρι πρόσφατα. Η τεχνολογία των πιεστηρίων πέρασε πολλά στάδια. Από τα ξύλινα χειροκίνητα πιεστήρια της Ρωμαϊκής περιόδου πέρασε στα μεταλλικά, υδραυλικά αυτόματα πιεστήρια που ήταν ο βασικός τρόπος παραλαβής του λαδιού μέχρι πριν 10 χρόνια. Σαν μέθοδος η πίεση έχει υψηλό κόστος εργασίας και μειονεκτεί γιατί λόγω των ελαιοσφυρίδων που χρησιμοποιεί δεν μπορεί να αποτρέψει την παραμονή μικρών τεμαχίων πάστας από την μια παρτίδα στην άλλη που συντελούν στην αύξηση της οξύτητας.
  - **Η φυγοκεντρική** αποτελεί την μέθοδο που έχει επικρατήσει τα τελευταία χρόνια και κυριαρχεί σε μεγάλο ποσοστό. Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιεί ειδικούς οριζόντιους διαχωριστήρες (Decanters) τα οποία εξασφαλίζουν συνθήκες αυτοματισμού και υψηλής καθαριότητας. Τα Decanters αυτά διακρίνονται σε Decanters 3 Φάσεων που μετατρέπουν την πάστα σε τρεις φάσεις λαδιού, υγρά απόβλητα (κασίγαρο) και στερεά απόβλητα (πυρήνα) με υγρασία 45% περίπου.. Μειονέκτημα των Decanters αυτών είναι η παραγωγή μεγάλου όγκου αποβλήτων (1:1 σε σχέση με τον καρπό). Τελευταία χρησιμοποιούνται Decanters 2 Φάσεων που μετατρέπουν την πάστα σε δυο φάσεις , λάδι και στερεά απόβλητα (πυρήνα) που βέβαια έχει το μειονέκτημα ότι είναι πολύ υγρή (65% υγρασία) και δύσκολα επεξεργάζεται στα πυρηνελαιουργεία για εξαγωγή πυρηνελαίου. Ωστόσο πλεονεκτούν γιατί παράγουν περιορισμένη ποσότητα υγρών αποβλήτων (0,2:1) σε σχέση με τον καρπό). Τελευταία γίνεται προσπάθεια να εισαχθούν άλλοι τύποι ενδιάμεσοι που παράγουν ελαιοπυρήνα με μια περιεκτικότητα σε υγρασία ενδιάμεση.
- Ο διαχωρισμός και ο καθαρισμός του ελαιολάδου γίνεται με ειδικούς κατακόρυφους μηχανικούς διαχωριστήρες που απαλλάσσουν το λάδι από το νερό και τις άλλες ξένες ύλες διαυγάζουν το λάδι.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Ο.π.

### 1.2.2. Διαδικασία τυποποίησης ελαιολάδου

Η τυποποίηση ελαιόλαδου μπορεί να γίνει τόσο από Αγροτικές Συνεταιριστικές οργανώσεις, όσο και από ιδιωτικές επιχειρήσεις. Απαιτείται, ειδική μελέτη και σχεδιασμός, ώστε να διασφαλιστούν οι αναγκαίοι όροι, δεν αποδίδει ενδεχόμενου νόθευσης του ελαιολάδου, με άλλο λάδι. Αυτό προϋποθέτει χρησιμοποίηση ειδικών εγκαταστάσεων για τυποποίηση ελαιόλαδου και την διάθεση κατάλληλου εργαστηριακού εξοπλισμού. Για έλεγχο του προϊόντος που παραλαμβάνεται.

Η μεγαλύτερη ποσότητα ελαιολάδου που εξάγεται είναι σε τυποποιημένη μορφή. Λόγω των προβλημάτων που αντιμετωπίζει το εμπόριο του ελαιολάδου σήμερα χρειάζεται να επιδείξει σοβαρότητα από την πλευρά των φορέων στο σύνολό τους.

Κάποτε πιστεύαμε ότι το λάδι από το χωριό ήταν απαραίτητο συμπλήρωμα κάθε σωστού ελληνικού τραπέζιου. Σήμερα, οι επιστήμονες διαψεύδουν την άποψη αυτή κατηγορηματικά. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας (2003) του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποίησης Ελαιολάδου το ανώνυμο, χύμα ελαιόλαδο που διακινείται κυρίως σε δεκαεξάκιλους τενεκέδες, εμφανίζεται, σε πολύ υψηλό ποσοστό, ποιοτικά υποβαθμισμένο ή και νοθευμένο, και εξαιτίας αυτού, η διατροφική του αξία είναι μειωμένη σημαντικά. Η εταιρεία Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Τροφίμων, εξάλλου, έπειτα από φυσικοχημικές αναλύσεις που πραγματοποίησε, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι επτά στους δέκα καταναλωτές αγοράζουν νοθευμένο οξειδωμένο ή ποιοτικά υποβαθμισμένο χύμα ελαιόλαδο, και μόνο ένας στους δέκα τελικά καταναλώνει πραγματικά εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο. Τα ευρήματα αυτά επιβεβαίωσε και το Ινστιτούτο Καταναλωτών.(Πίνακας 3) <sup>13</sup>

Το ελαιόλαδο με βάση τη διαδικασία τυποποίησης που ακολουθείται χωρίζεται στις εξής έξι κατηγορίες :

---

<sup>13</sup> Μελέτη της ICAP, Ελαιόλαδο και Πιρηνέλαιο 2002-2003

1. **ΠΑΡΘΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ:** Έλαια λαμβανόμενα από τον ελαιόκαρπο μόνο με μηχανικές μεθόδους ή άλλες φυσικές επεξεργασίες με συνθήκες που δεν προκαλούν αλλοίωση του ελαίου, και τα οποία δεν έχουν υποστεί καμία άλλη επεξεργασία πλην της πλύσης, της μετάγγισης, της φυγοκέντρισης και της διήθησης· εξαιρούνται τα έλαια που λαμβάνονται με διαλύτες, με βοηθητικές ύλες παραλαβής που έχουν χημική ή βιοχημική δράση, ή με μεθόδους επανεστεροποίησης ή πρόσμιξης με έλαια άλλης φύσης. Τα έλαια αυτά κατατάσσονται στην αναλυτική ταξινόμηση με τις ακόλουθες ονομασίες:



- a) **Εξαιρετικό Παρθένο:** ελαιόλαδο του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν υπερβαίνει τα 0,8 g ανά 100 g και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.
- b) **Παρθένο ελαιόλαδο:** ελαιόλαδο του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν υπερβαίνει τα 2 g ανά 100 g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.
- c) **Ελαιόλαδο λαμπάντε:** Παρθένο ελαιόλαδο με περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που υπερβαίνει τα 2 g ανά 100 g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.<sup>14</sup>

2. **ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ:** Ελαιόλαδο λαμβανόμενο από τον εξευγενισμό παρθένων ελαιολάδων, των οποίων η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν είναι δυνατό να υπερβαίνει τα 0,3 g ανά 100 g και των οποίων τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> [www.athinailoi.gr](http://www.athinailoi.gr)

<sup>15</sup> Ο.π.



### **3. ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ - ΑΠΟΤΕΛΟΥΜΕΝΟ ΑΠΟ ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ**

**ΚΑΙ ΠΑΡΘΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ:** Έλαιο που αποτελείται από ανάμιξη εξευγενισμένου ελαιόλαδου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιόλαδο λαμπάντε, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν είναι δυνατό να υπερβαίνει το 1 g ανά 100 g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.<sup>16</sup>

**4. ΑΚΑΤΕΡΓΑΣΤΟ ΠΥΡΗΝΕΛΑΙΟ:** Έλαιο που λαμβάνεται από τους πυρήνες της ελιάς κατόπιν επεξεργασίας με διαλύτες ή με φυσικά μέσα ή έλαιο που αντιστοιχεί, με εξαίρεση ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, σε ελαιόλαδο λαμπάντε· εξαιρούνται τα έλαια που λαμβάνονται με διεργασίες επανεστεροποίησης και κάθε πρόσμιξης με έλαια άλλης φύσης και των οποίων τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.<sup>17</sup>

**5. ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ:** Έλαιο που λαμβάνεται από τον εξευγενισμό του ακατέργαστου πυρηνελαίου, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφρασμένη σε ελαϊκό οξύ, δεν είναι δυνατό να υπερβαίνει τα 0,3 g ανά 100 g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.<sup>18</sup>

**6. ΠΥΡΗΝΕΛΑΙΟ:** Έλαιο που αποτελείται από μείγμα εξευγενισμένου πυρηνελαίου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιόλαδο λαμπάντε, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν είναι δυνατό να υπερβαίνει το 1 g ανά 100 g και του οποίου τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.<sup>19</sup>

#### *1.2.3. Διαδικασία συντήρησης ελαιολάδου*

Μετά την μεταποίηση και τυποποίηση του ελαιολάδου ακολουθεί η συντήρησή του. Διαδικασία, εξίσου σημαντική με τις άλλες δυο, που έχει σκοπό να διασφαλίσει την ποιότητά του. Το φυσικό και ποιοτικώς καλό παρθένο ελαιόλαδο αν διατηρηθεί στις ίδιες φυσικές συνθήκες που έχει όταν βρίσκεται μέσα στον υγρή καρπό διατηρείται αναλλοίωτο για μακρό χρόνο. Το ελαιόλαδο υποβαθμίζεται όταν δέχεται την επίδραση του φωτός, του οξυγόνου και των υψηλών θερμοκρασιών. Γι' αυτό θα πρέπει να διατηρείται σε μέσα που δεν επιτρέπουν να μπει αέρας και σε χώρους που δεν

---

<sup>16</sup> Ο.π.

<sup>17</sup> Ο.π.

<sup>18</sup> Ο.π.

<sup>19</sup> Ο.π.

αναπτύσσονται θερμοκρασίες μεγαλύτερες από 30°C. Το ελαιόλαδο σε μεγάλες ποσότητες διατηρείται σε μεγάλες ανοξειδωτές δεξαμενές που βρίσκονται μέσα σε κατάλληλα στεγασμένους χώρους ώστε να προστατεύονται από τις υψηλές θερμοκρασίες. Στις δεξαμενές αυτές παραμένει κάποιο χρόνο για να αυτό-καθαριστεί και να διαυγαστεί με φυσική καθίζηση. Η διακίνηση του ελαιολάδου στο λιανικό εμπόριο και η διατήρηση στα σπίτια των καταναλωτών πρέπει να γίνεται σε μέσα που δεν επιτρέπουν να εισχωρήσει φως και αέρας. Γυάλινες φιάλες με σκοτεινό χρώμα ή ανοξειδωτά μεταλλικά δοχεία θεωρούνται τα καλύτερα. Οι διαφανείς πλαστικές η και γυάλινες φιάλες πρέπει να αποφεύγονται και όταν χρησιμοποιούνται πρέπει να τοποθετούνται μέσα σε χαρτοκιβώτια. Η τοποθέτηση και παραμονή για κάποιες μέρες του ελαιολάδου σε διαφανή γυάλινα δοχεία σε εστιατόρια η και σπίτια μπορεί να αλλοιώσει τα χαρακτηριστικά του και γι αυτό πρέπει να αποφεύγεται.<sup>20</sup>

#### *1.2.4. Αποθήκευση ελαιολάδου*

Είναι τουλάχιστον περιττό, να υποδειχθεί σε έναν παραγωγό, πως ο χρόνος που απαιτείται από τη συγκομιδή του ελαιοκάρπου μέχρι την ελαιοποίησή του, πρέπει να είναι ο ελάχιστος δυνατός. Είναι όμως επιβεβλημένο να τονιστεί ότι η κατανάλωση του ελαιολάδου πρέπει να γίνεται όσο το δυνατόν ταχύτερα γιατί η ποιότητα του αλλοιώνεται προοδευτικά με την πάροδο του χρόνου αποθήκευσης. Η αλλοίωση αυτή οφείλεται κυρίως στην οξειδωτική τάγγιση.

Εκτός όμως από αυτό, κατά το χρόνο της αποθήκευσης λαμβάνουν χώρα ζυμώσεις στα συστατικά που δεν απομακρύνθηκαν κατά το πέρασμα του ελαιολάδου από τους ελαιοδιαχωριστήρες του ελαιουργείου η κατά την διήθηση και τα οποία κατακάθονται με τον χρόνο, στον πυθμένα των μεθόδων αποθήκευσης, αλλοιώνοντας έτσι την ποιότητα του ελαιολάδου. Τα κατάλοιπα αυτά, κοινώς γνωστά ως μούργα (κατσίγαροι) περιέχουν ποσότητες σακχάρων και πρωτεϊνών, οι οποίες προέρχονται από τον ελαιόκαρπο. Με τη ζύμωση των συστατικών αυτών, δημιουργούνται δυσάρεστες οσμές οι οποίες επηρεάζουν σημαντικά κυρίως τα γευστικά χαρακτηριστικά του ελαιολάδου.

Για τον προσδιορισμό της αντοχής του ελαιολάδου στην οξείδωση, ιδιαίτερα όταν πρόκειται να αποθηκευτεί σε μεγάλες ποσότητες και για μεγάλο χρονικό διάστημα, έχουν αναπτυχθεί διάφορες εργαστηριακές μέθοδοι.

---

<sup>20</sup> [www.efsi.gr/idea/cillig-1a11a3.doc](http://www.efsi.gr/idea/cillig-1a11a3.doc)

Τα παραπάνω είναι απαραίτητα ώστε να διασφαλιστούν, ο σωστός διαχωρισμός, καθώς και ποιότητα και αντοχή του ελαιολάδου που διατηρείται αποθηκευμένα σε χώρους συγκέντρωσης.

Για την αποθήκευση μεγάλων ποσοτήτων ελαιολάδου χρησιμοποιούνται



έλαιοδεξαμενές, οι οποίες απαιτείται να είναι κατασκευασμένες από αδρανές υλικό, απρόσβλητο από το λάδι, έτσι ώστε να τον προφυλάσσουν από το φως, τον αέρα και τις υψηλές θερμοκρασίες. Το καλύτερο δε υλικό κατασκευής των δεξαμενών είναι ο ανοξείδωτος χάλυβας.

Πολύ συχνά οι ελαιοπαραγωγοί χρησιμοποιούν για την αποθήκευση σιδερένια βαρέλια και σπάνια πα τα πιθάκια, κύριο μέσο αποθήκευσης παλιότερα. Η χρησιμοποίηση σιδερένιων βαρελιών, αποτελεί τον χειρότερο τρόπο μεταχείρισης των αδειών αφού:

1. Υποβοηθείται η γρήγορη οξείδωση του ελαιολάδου εξαιτίας της επίδρασης του σιδήρου.
2. Το λάδι αποκτά μεταλλική γεύση εξαιτίας του σχηματισμού μεταλλικού σαπουνιού.

Επειδή όμως η χρήση τέτοιων μέσων είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη, θα πρέπει πρωτίστως να γίνει επκόλυση των εσωτερικών τους τοιχωμάτων με αδρανή υλικά. Βεβαίως το κόστος τέτοιου είδους κατασκευών είναι μάλλον υψηλό. Αντί αυτού όμως μπορούν να χρησιμοποιηθούν ανοξείδωτες δεξαμενές, ατομικά από τους παραγωγούς, οι οποίες να έχουν όγκο τέτοιο που να είναι σε θέση να καλύψει αποκλειστικά τις ανάγκες τους.

Συμπερασματικά θα μπορούσε κανείς να συνοψίσει τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχουν δεξαμενές ή δοχεία αποθήκευσης ως εξής :

1. Κατασκευή από αδιαπέραστα στο ελαιολάδο υλικά ώστε να παρέχουν ευκολία καθαρισμού.
2. Αδρανή υλικά κατασκευής ώστε να μην αντιδρούν με το λάδι.
3. Σε καμιά περίπτωση να μην είναι κατασκευασμένα από σίδηρο, ο οποίος επιταχύνει την οξείδωση.

4. Να διασφαλίζεται η προστασία από το φως και τον αέρα.
5. Να διατηρούν το ελαιόλαδο σε σταθερή θερμοκρασία, γύρω στους 10°C, διότι μεγάλη μεγαλύτερες θερμοκρασίες επιταχύνουν την οξείδωση ενώ μικρότερες προκαλούν θόλωμα του λαδιού. Συνοπτικά η διαφύλαξη του κόπου του παραγωγού και του προϊόντος που πρέπει να είναι το βασικό μέλημα. Μέλημα τόσο του ίδιου του παραγωγού όσο και αυτών που εμπλέκονται στη διακίνηση του ελαιολάδου ώστε να διασφαλίζεται η ποιότητα του προϊόντος και το καλύτερο οικονομικό αποτέλεσμα.<sup>21</sup>

Πίνακας 3: Πωλήσεις εταιριών επεξεργασίας και τυποποίησης ελαιολάδου και πυρηνελαίου (1997-2002)<sup>22</sup>

Πωλήσεις εταιριών επεξεργασίας και τυποποίησης ελαιολάδου & πυρηνελαίου (1997-2002)	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Εταιρία						
ΣΟΓΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Β.& Ε.Ε.	298817520	203271489	167310230	167667269	182961491	225046590
ΕΛΑΙΣ Α.Ε. ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	158650712	157311343	175815008	168538671	160648113	182564989
ΜΙΝΕΡΒΑ Α.Ε. ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	49841576	51209324	46736106	46965221	55481209	ΜΔ
ΚΟΡΕ Α.Ε.	16490550	22055120	23731959	23617500	24730740	ΜΔ
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΕΚΛΕΚΤΑ ΕΛΑΙΑ Α.Ε.	5422829	5395439	6813080	6015369	11612256	14202603
NUTRIA Α.Ε.	4619636	5213547	15700208	9534929	11411478	20076421
ΑΓΡΟ.ΒΙ.Μ.Α.Ε.	7095034	7494084	9388766	9175466	11326845	13151176
ΡΛΙΑΣ Α.Β.&Ε.Ε.	17049438	18509153	21347498	25778841	11030363	8865890
ΑΓΡΟΤΙΚΗ Α.Ε.	5000261	5732229	5958577	6464880	6977140	9550400
ΟΛΥΜΠΙΑ-ΧΕΝΙΑ Α.Ε.	4978946	5191557	5246063	5342054	6666333	9010346
ΙΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.	4873244	4193861	6687475	3177869	5747227	2228540
ΜΠΟΤΖΑΚΗΣ Α.Ε.	6231164	5108112	7241312	5383434	5436657	6995000

<sup>21</sup> Ποντίκης Κων/νος, «Ειδική Δενδροκομία Ελαιοκομία» εκδ. Σταμούλης Αθαν.

<sup>22</sup> [www.uniliver.gr](http://www.uniliver.gr) / Ετήσιος απολογισμός 2003- Uniliver

ΕΛΕΜΧΟ Α.Ε.			4203798	4009661	5067339	4200000
ΓΑΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Β.& Ε.Ε.	1177365	1543528	1841127	3653984	4773723	ΜΔ
ΑΝΑΤΟΛΗ ΑΒΕΑ ΑΒΕ	5087982	4790078	4332200	4215915	4699706	4695000
ΦΑΚΛΑΡΗ ΑΦΟΙ Α.Ε.	3194494	3509385	6181861	3535390	4564842	ΜΔ
ΚΡΕΤΑ ΦΟΥΝΤ Ε.Π.Ε		363871	1735472	3846806	4255920	6600000
ΟΛΙΤΡΑΔΕ Α.Ε.	6567181	12883143	6233764	4359689	4073077	5770673
ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΣ Δ.ΑΣΠΙΣ ΜΥΣΤΡΑΣ ΑΕΒΕ	1013638	2304666	2272470	2440960	3101519	ΜΔ
ΔΗΜΑΡΑΚΗΣ ΣΤ.Α.Ε.				3922483	2896781	2773967
ΠΑΣΠΑΤΗΣ Γ. Α.Β.Ε.	1416106	1112120	2938823	2272766	2866482	2427669
ΤΡΙΦΥΛΙΑ Α.Ε.	7447134	5335228	7200725	4835454	2479074	ΜΔ
ΠΑΠΑΙΩΑΝΝΟΥ ΕΜΜ. Π. Α.Β.Ε.&Τ.Τ.	2145497	1925247	2007525	2409529	2201704	2616850
ΦΟΥΦΑ Η.ΑΦΟΙ Α.Ε.		1324147	5539542	1291601	1829887	3044715
ΚΟΥΡΙΔΑΚΟΙ ΑΦΟΙ Α.Ε.	8626767	11297508	7809429	7037566	ΜΔ	ΜΔ
ΣΥΝΟΛΟ	609747074	537074179	544273018	525493307	536839906	509618226

Πίνακας 4: ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΛΑΙΟΠΟΙΗΣΙΜΗΣ ΕΛΙΑΣ<sup>23</sup>

ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΛΑΙΟΠΟΙΗΣΙΜΗΣ ΕΛΙΑΣ				
ΕΤΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΕΝΔΡΩΝ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ (τόνοι)	ΤΙΜΗ (δρχ/κύλο)	ΑΚΑΘ. ΑΞΙΑ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (σε χιλ. δρχ.)				
1961	75.054.357	247.855	14,88	3.688.082
1962	76.108.892	55.807	19,1	1.065.914
1963	76.476.950	209.413	19,22	4.024.918
1964	77.329.900	129.474	19,5	2.524.743
1965	77.286.740	190.740	20,1	3.833.874
1966	78.056.340	185.000	20,9	3.866.500
1967	79.261.400	185.000	21,4	3.959.000
1968	81.079.000	153.635	24,7	3.794.785

<sup>23</sup> Agricultural Situation Report – Greece / <http://www.aggrostat.gr>

1969	83.946.700	155.626	25,3	3.937.338
1970	85.708.340	197.700	28,55	5.644.335
1971	86.679.600	183.000	27,01	4.942.830
1972	87.100.000	249.400	29,71	7.409.674
1973	87.929.900	192.400	37,62	7.238.088
1974	88.300.000	237.000	47,86	11.342.820
1975	88.734.780	257.000	54,67	14.050.190
1976	90.037.000	225.000	56,01	12.602.250
1977	91.660.000	231.000	61,88	14.294.280
1978	93.268.833	235.000	73,45	17.260.750
1979	95.685.699	203.000	81,94	16.633.820
1980	97.659.501	330.000	97,8	32.274.000
1981	99.051.452	230.000	112,11	25.785.300
1982	100.443.403	324.470	130,77	42.430.942
1983	100.574.277	222.445	165,38	36.787.954
1984	102.822.284	202.237	203,39	41.132.983
1985	103.023.129	344.130	238,06	81.923.588
1986	103.450.000	220.000	297,59	65.469.800
1987	103.802.055	298.000	314,7	93.780.600
1988	103.982.735	313.800	336,89	105.716.082
1989	103.951.621	319.778	406,9	130.117.668
1990	104.291.779	167.367	563,49	94.309.631
1991	104.950.000	364.100	851,34	309.972.894
1992	105.760.046	303.500	575,91	174.788.685
1993	106.248.762	268.000	593,6	159.084.800
1994	110.772.737	357.785	666,68	238.528.104
1995	114.003.029	407.450	794,77	323.829.037
1996	117.905.650	454.640	1.083,38	492.547.883
1997	121.182.101	453.000	839,91	380.479.230
1998	122.481.028	466.000	674,4	314.270.400
1999	130.769.382	413.000	709,19	292.895.470
2000	129.053.238	430.000	630,5	271.115.000

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> : ΕΜΠΟΡΙΟ, ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

### 2.1.Εισαγωγή

Η οικονομική σημασία του πρόσθετου παρθένου ελαιολάδου είναι ένα ευρύ και εξαιρετικά σύνθετο θέμα. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά αυτού περιλαμβάνουν:

1. Την ευρωπαϊκή επιχορήγηση στους αγρότες της Ε.Ε
2. Την σχετικά υψηλή ζήτηση και πώληση του ελαιολάδου,
3. Το ποσοστό συναλλάγματος, το κόστος εργασίας, τις τιμές εδάφους, το κόστος παραγωγής, την παγκόσμια παραγωγή συγκομιδών, τις επιχορηγήσεις μάρκετινγκ και
4. Την παγκόσμια κατανάλωση.

#### *2.1.1 Σπουδαιότητα ελαιόλαδου στην Ελλάδα*

Ο πληθυσμός της Ελλάδας είναι μεγάλος σε σχέση με το μέγεθος και την οικονομική ικανότητα της χώρας. Η Ελλάδα είναι μια χώρα κακώς χρηματοδοτημένη σε σχέση με τους φυσικούς της πόρους και την οικονομική της αξία. Μόνο το 23% του εδάφους της είναι καλλιεργήσιμο ενώ το υπόλοιπο αποτελείται από άγονες εκτάσεις.

Η γεωργία διαδραματίζει έναν σημαντικό ρόλο στην ελληνική οικονομία. Η παραγωγή του ελαιολάδου στο βόρειο Αιγαίο άρχισε να βοηθά την οικονομία στις αρχές της δεκαετίας του '80. Από τη δεκαετία του '50 όμως ο δημόσιος τομέας της οικονομίας έχει αυξηθεί αρκετά. Η κυβέρνηση ελέγχει τώρα περίπου το 60 % της οικονομίας, ιδιαίτερα στην ενέργεια, τη ναυπηγική, τις επικοινωνίες, τη μεταφορά, την ασφάλεια, και τις τραπεζικές εργασίες. Ο κατ' εκτίμηση εθνικός προϋπολογισμός στη δεκαετία του '90 ήταν περίπου \$50 δισεκατομμύρια ετησίως. Προϋπολογισμός αρκετά ικανοποιητικός με βάση τα δεδομένα της Ελλάδος τότε.

Περίπου 21 % του ελληνικού εργατικού δυναμικού συμμετέχουν στην καλλιέργεια, και η γεωργία αποτελεί περίπου το 15 % του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος (ΑΕΠ). Από τη δεκαετία του '70 ο αριθμός των ανθρώπων που συμμετείχαν στη γεωργία έχει μειωθεί σημαντικά δεδομένου ότι οι άνθρωποι έχουν κινηθεί προς τις αστικές περιοχές επιδιώκοντας την απασχόληση στις βιομηχανίες.

Επιπλέον τα αγροκτήματα είναι μικρά και η υποδιαίρεση τους μέσω της κληρονομιάς έχει μειώσει το μέσο μέγεθος σε περίπου 8 στρέμματα. Συνεπώς είναι δύσκολο να χρησιμοποιηθεί μηχανοποιημένος εξοπλισμός αποτελεσματικά.

Η κατά προσέγγιση ετήσια παραγωγή σημαντικών συγκομιδών στις αρχές της δεκαετίας του '90 ήταν:

- ζαχαρότευτλα, 3,2 εκατομμύρια
- σίτος, 2,9 εκατομμύρια
- καλαμπόκι, 2 εκατομμύρια
- ελιές & ελαιόλαδο, 1,7 εκατομμύρια
- ντομάτες, 1,7 εκατομμύρια
- σταφύλια, 1,3 εκατομμύρια
- ροδάκινα και νεκταρίνια, 1,1 εκατομμύρια
- πατάτες, 965.000
- πορτοκάλια, 872.000
- καπνός, 182.000.

Το ελαιόλαδο είναι ένα από τα πολυτιμότερα προϊόντα της Ελλάδας. Πάνω από 350.000 οικογένειες κερδίζουν τη διαβίωσή τους από την παραγωγή ελαιολάδου, παράγοντας 200.000 έως 300.000 τόνους, που ετησίως υπολογίζεται κατά μέσο όρο σε περίπου 18% της παγκόσμιας παραγωγής.

Η Ελλάδα έχει σχεδόν 3.000 μύλους και 220 επιχειρήσεις εμφιάλωσης. Το 30% του ελληνικού ελαιολάδου παράγεται στην Κρήτη, 26% στην Πελοπόννησο, 10% στη Λέσβο, 10% στα Επτάνησα, και το υπόλοιπο 24% είναι διεσπαρμένο περίπου στο υπόλοιπο της χώρας.

Μια αναφορά δείχνει ότι το 80% όλων των λιπών και των ελαίων που καταναλώνονται στην Ελλάδα είναι ελαιόλαδο και απαριθμεί τους Έλληνες ως μεγαλύτερους κατά κεφαλήν καταναλωτές του ελαιολάδου σε 20 λίτρα ανά άτομο ετησίως, το οποίο είναι δύο φορές περισσότερο από αυτό που οι Ιταλοί και οι Ισπανοί καταναλώνουν.

Η περιοχή της Μεσσηνίας έχει περίπου 15 εκατομμύρια ελιές που παράγουν 60.000 τόνους ελαιολάδου ετησίως. Μέσα στην περιοχή υπάρχουν 300 μύλοι ελαιολάδου και πάνω από 40.000 άτομα που απασχολούνται με επιχειρήσεις τέτοιου τύπου.

Η Ελλάδα ταξινομείται ως η τρίτη χώρα στην παγκόσμια παραγωγή του ελαιολάδου (18%) πίσω από την Ισπανία (30%), και την Ιταλία (24%) με μια μέση βάση παραγωγής περίπου 355.000 τόνων ελαιολάδου ετησίως (~ 85 εκατομμύριο γαλόνια). Από τις



ποσότητες αυτές σχεδόν το μισό τους (160.000 τόνοι) εξάγεται, με κυριότερο προορισμό την Ιταλία (100.000 τόνοι).<sup>24</sup>

## 2.2 Εισαγωγές - Εξαγωγές

Οι εισαγωγές που πραγματοποιούνται ετησίως σε ελαιόλαδο είναι περιορισμένες, καθώς η εγχώρια παραγωγή στο εν λόγω προϊόν επαρκεί για να καλύψει τη ζήτηση στη χώρα μας. Συνήθως εισαγωγές πραγματοποιούνται σε ελαιόλαδο με ειδικά χαρακτηριστικά (π.χ. χρώμα), με σκοπό την πρόσμιξη. Τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια και συγκεκριμένα από το 1990 και μετά, οι εισαγωγές ελαιολάδου δεν ξεπέρασαν τους 7000 τόνους ετησίως. Εξάιρεση αποτέλεσαν οι εισαγωγές του 1991 οι οποίες ήταν γύρω στους 37.561 τόνους λόγω της χαμηλής εγχώριας παραγωγής, τότε. Στην τελευταία δεκαπενταετία ήταν η μόνη χρονιά στην οποία η παραγωγή ήταν τόσο μειωμένη. Γενικά οι εισαγωγές από τότε μέχρι και σήμερα παραμένουν σε χαμηλά ποσοστά.

Για την προστασία του Κοινοτικού ελαιολάδου επιβάλλονται δασμοί στις εισαγωγές από τρίτες χώρες. Οι δασμοί προοδευτικά μειώθηκαν μέχρι το 2000, λόγω της συμφωνίας της ΟΑΤΤ. Εντούτοις, θα παραμείνουν σε αρκετά υψηλά επίπεδα, ώστε να καθιστούν δύσκολες τις εισαγωγές. Σε περιπτώσεις βελτίωσης της αγοράς υπάρχει η δυνατότητα μείωσης των δασμών ή θέσπισης ποσοστώσεων εισαγωγής.

Σε αντίθεση με τις εισαγωγές, οι εξαγωγές ελαιολάδου παραμένουν σε υψηλά επίπεδα από την έναρξή τους μέχρι και σήμερα. Η Ελλάδα θεωρείται μια από τις μεγαλύτερες εξαγωγικές χώρες διεθνώς σε ελαιόλαδο. Είναι ο πρώτος Κοινοτικός προμηθευτής σε παρθένο ελαιόλαδο, με 46%, αποτελεί δε σημαντικό εξαγωγέα ελαιολάδου με μερίδιο 14% στις Κοινοτικές εξαγωγές και 13% στις Κοινοτικές εισαγωγές. Το μεγαλύτερο μέρος του ελαιολάδου έχει προορισμό την Ιταλία, όπου στη συνέχεια επεξεργάζεται ή και προσμιγνύεται με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας του ελαιολάδου της εν λόγω χώρας και τυποποιείται. Η Ιταλία είναι ο βασικός πελάτης του Ελληνικού ελαιολάδου, κυρίως του χύμα, καλύπτοντας το 80% των Ελληνικών εξαγωγών. Στη συνέχεια το επεξεργάζεται και το εξάγει με Ιταλική επκέτα, χωρίς να υποδηλώνεται η χώρα προέλευσης της πρώτης ύλης. Οι λοιπές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, απορροφούν συνολικά το 7% περίπου των εξαγωγών. Το παρθένο λαμπαντέ ελαιόλαδο απευθύνεται σχεδόν αποκλειστικά στην Ιταλία. Οι εξαγωγές σε μη παρθένο ελαιόλαδο αφορούν μικρές ποσότητες οι οποίες απευθύνονται τόσο σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και σε Τρίτες Χώρες.

<sup>24</sup> Αριθμητικά στοιχεία "Agricultural Situation Report-Greece/ [www.agriculture.gr](http://www.agriculture.gr)

Το μέγεθος των εξαγωγών ελαιολάδου εξαρτάται κυρίως από το ύψος της εγχώριας παραγωγής, καθώς και από τη ζήτηση των χωρών προορισμού ανά έτος. Παρόλα αυτά οι εξαγωγές σε ελαιόλαδο παρουσιάζουν σημαντικές διακυμάνσεις από έτος σε έτος.

Η εξέλιξη της αξίας δεν είναι πάντα ανάλογη της πορείας της ποσότητας των εξαγωγών και εξαρτάται κάθε χρόνο από τη παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου. Όταν η παγκόσμια παραγωγή κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα και επομένως η προσφορά είναι μεγάλη, τότε οι τιμές πέζουν και το αντίστροφο. Επομένως, οι εξαγωγές ελαιολάδου παρουσιάζουν σημαντικές διακυμάνσεις ανά έτος, τόσο σε ποσότητα όσο και σε αξία.

Βάσει εκτιμήσεων της ICAP και παραγόντων της αγοράς, κατά τις τελευταίες ελαιοκομικές περιόδους εξήχθησαν ετησίως κατά μέσο όρο πάνω από 140000 τόνους ελαιολάδου. Πρέπει δε να τονιστεί ότι το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών αφορά ελαιόλαδο χύμα. Το τυποποιημένο κυμάνθηκε μόλις μεταξύ 7000 και 10000 τόνων ετησίως.

Βάσει των στοιχείων της ΕΣΥΕ, τα οποία φαίνονται και στον πίνακα 3.2, κατά τη διάρκεια της περιόδου 1990-2004 οι εξαγωγές ελαιολάδου παρουσίασαν σημαντικές διακυμάνσεις ανά έτος και διαμορφώθηκαν σε ετήσια βάση μεταξύ 52.000-200.000 τόνων. Οι μεγαλύτερες εξαγωγές σημειώθηκαν το 1999 με 202.781 τόνους, ενώ το 2000 εμφάνισαν μείωση της τάξης του 50% και διαμορφώθηκαν στους 104139 τόνους. Οι εξαγόμενες ποσότητες ελαιολάδου το 2001 υπολογίζονται σε 178152 τόνους και το 2002 σε 74174 τόνους το 2003 έως και το 2004 οι εξαγωγές ελαιολάδου αυξήθηκαν αρκετά. Η ίδια, σταθερά ανοδική πορεία των εξαγωγών συνεχίστηκε την τριετία 2004-2007.

Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών αφορά βρώσιμο παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο κατέλαβε μερίδιο 62%-85% περίπου επί του συνόλου των εξαγόμενων ποσοτήτων ελαιολάδου κατά την περίοδο 1990-2004. Η μέση τιμή εξαγωγής κυμάνθηκε μεταξύ 1,5-3,5 ευρώ/kg κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου.

Το 2002 εξήχθησαν 59712 τόνοι παρθένου βρώσιμου ελαιολάδου, αξίας 154197 ευρώ, 12.390 τόνοι παρθένου λαμπαντέ αξίας 26886 ευρώ και μόλις 2.069 τόνοι ελαιολάδου λοιπών κατηγοριών αξίας 5.461 ευρώ. (Γράφημα 1, γράφημα 2)

Με βάση τις παραπάνω παρατηρήσεις γίνεται φανερό ότι οι εξαγωγές ελαιολάδου είναι η βασική πηγή κερδών της Ελλάδος. (Πίνακας 5)

### *2.2.1. Σύνθεση εξαγωγικού εμπορίου*

Οι κυριότερες χώρες στις οποίες εξάγει η Ελλάδα στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η Αυστρία, Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Ην. Βασίλειο, Νορβηγία,

Σουηδία, Φιλανδία. Οι εξαγωγές προς Ιταλία και Ισπανία είναι σε χύμα ελαιόλαδο ενώ στις υπόλοιπες χώρες είναι κατά κύριο λόγο σε τυποποιημένο.

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (σε χιλιάδες τόνους για το 2000)
ΑΡΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΙΣ*	32
ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	6
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	1 671
ΒΕΝΕΖΟΥΕΛΑ	0
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	0
ΗΠΑ	3 873
ΙΑΠΟΝΙΑ	328
ΚΑΝΑΔΑΣ	1 342
ΚΙΝΑ	112
ΜΕΞΙΚΟ	0
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	146
Ν. ΑΦΡΙΚΗ	125
ΡΩΣΙΑ	62
ΤΑΙΒΑΝ	256

(\*Περιλαμβάνει Σαουδική Αραβία, Η.Α.Εμιράτα. Τα στοιχεία είναι κατά προσέγγιση.)<sup>25</sup>

Στις ΗΠΑ το ελαιόλαδο έγινε γνωστό κατά κύριο λόγο μέσω των Ιταλών και ειδικότερα της ιταλικής κουζίνας. Ευθύς εξ'αρχής το ιταλικό ελαιόλαδο κατέχει ένα εντυπωσιακό μερίδιο της αγοράς (76% σήμερα), με την Ισπανία στο 13,7% και την Ελλάδα ασθμαίνουσα στο 2,5-3%.

Το 1983 οι εισαγωγές ελαιολάδου των ΗΠΑ ανέρχονταν σε 40.000 τόνους. Σήμερα το ελαιόλαδο χάρη στη οργανωμένη και συνδυασμένη στήριξη και προώθησή του από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου, τον Βορειοαμερικανικό Σύνδεσμο Ελαιολάδου αλλά και τον Ιταλικό και κυρίως Ισπανικό Οργανισμό Προώθησης Εξαγωγών καθώς επίσης και τις μεμονωμένες εταιρείες, απολαμβάνει εισαγωγές ύψους 170.000 τόνων. Μέσα σε 20 χρόνια δηλαδή παρουσίασε αύξηση 32,5%

Πρέπει να σημειωθεί όμως πως τα τελευταία χρόνια η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει επιβάλει ενδείξεις αναγνώρισης ποιότητας για ορισμένες κατηγορίες προϊόντων, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται και το ελαιόλαδο. Οι χρησιμοποιούμενες ενδείξεις είναι :

1. **Π.Ο.Π.** (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης)
2. **Π.Γ.Ε.** (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη)

Στην Ελλάδα έχουν επίσημα αναγνωριστεί και κατοχυρωθεί στον τομέα του ελαιολάδου τέτοιες ενδείξεις για τα προϊόντα 23 περιοχών.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Ελαιουργική, Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Παραγωγών Ελαιοκομικών Προϊόντων, Ελαιουργικά θέματα, 2000-2001

<sup>26</sup> [www.ελαιοποιος.gr/](http://www.ελαιοποιος.gr/) [www.italianoliveoil.org](http://www.italianoliveoil.org/)

### 2.2.2. Εγχώρια προσφορά

Η προσφορά η οποία γίνεται για κάθε προϊόν (όπως και η ζήτηση) το οποίο κυκλοφορεί στην αγορά διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία της Ελλάδας.

Ο κλάδος αποτελείται από μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, οι οποίες εμφανίζουν ανομοιογένεια ως προς το μέγεθος και τη δραστηριότητα τους. Η διαδικασία παραγωγής του ελαιολάδου από την επεξεργασία της πρώτης ύλης μέχρι τη διάθεση και συσκευασία του τελικού προϊόντος, περιλαμβάνει διάφορα στάδια, σε καθένα από τα οποία δραστηριοποιούνται συχνά διαφορετικές επιχειρήσεις.

Στην χώρα μας λειτουργεί ένας μεγάλος αριθμός ελαιοτριβείων, τα οποία παρουσιάζουν μεγάλη διασπορά. Η πλειοψηφία αυτών βρίσκεται στις σημαντικότερες ελαιοπαραγωγικές περιοχές της Ελλάδας. Πρόκειται συνήθως για μικρές σε μέγεθος, οικογενειακές επιχειρήσεις, οι οποίες προσλαμβάνουν εποχιακό προσωπικό κατά τους μήνες συγκομιδής της ελιάς.

Εξετάζοντας τη γεωγραφική κατανομή ανά νομό, το 2000 τα περισσότερα ελαιοτριβεία 263 ήταν εγκατεστημένα στη Μεσσηνία και ακολούθησαν κατά σειρά οι νομοί : Ηρακλείου με 248, Ηλείας με 153, Χανίων με 135, Λακωνίας με 132, Αχαΐας με 120 και Κέρκυρας με 109. Αυτή τη στιγμή τα ελαιοτριβεία στην Ελλάδα, με βάση μια τελευταία έρευνα, έχουν μειωθεί σε ποσοστό τουλάχιστον 7%.<sup>27</sup>

### 2.2.3 Εγχώρια ζήτηση

Η ζήτηση του ελαιολάδου δεν παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις, δεδομένου ότι πρόκειται για είδος διατροφής, χωρίς ωστόσο να είναι πλήρως ανελαστική, λόγω της ύπαρξης ανταγωνιστικών /υποκατάστατων προϊόντων όπως για παράδειγμα τα σπορέλαια.

Η τιμή του ελαιολάδου όμως παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις, κυρίως λόγω της διακύμανσης στην προσφορά. Συγκεκριμένα η λιανική τιμή του τυποποιημένου ελαιολάδου είναι σημαντικά υψηλότερη από την τιμή του μη τυποποιημένου (χύμα) και ακόμη υψηλότερη από την τιμή των σπορέλαιων. Η τιμή θεωρείται ένας από τους πλέον σημαντικούς προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης, ο οποίος σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών και την τιμή των υποκατάστατων προϊόντων, μπορεί να λειτουργήσει θετικά ή αρνητικά ως προς τη ζήτηση του εξεταζόμενου προϊόντος.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Αριθμητικά στοιχεία : [www.kispi.gov.gr](http://www.kispi.gov.gr)

<sup>28</sup> Ο.π.

### 2.3 Ενισχύσεις - επιχορηγήσεις στον τομέα του ελαιολάδου

Οι περισσότερες από τις επιχορηγήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης μειώνονται λόγω των παγκόσμιων εμπορικών συμφωνιών, αλλά ακόμα παραμένουν περίπου στο πόσο του \$1,00 ανά λίτρο ελαιολάδου. Το μεγαλύτερο κόστος είναι να συγκομιστούν οι ελαιόκαρποι, οι οποίοι αποτελούν τουλάχιστον το 50% της αξίας του.

Η ενίσχυση στην παραγωγή έχει στόχο να εξασφαλίσει ένα δίκαιο εισόδημα για τους ελαιοπαραγωγούς. Το Συμβούλιο Υπουργών καθορίζει το ποσό αυτής της ενίσχυσης. Η ενίσχυση χορηγείται ανεξάρτητα από την ποιοτική κατηγορία του ελαιολάδου και τη χρήση του από τον παραγωγό. Οι μικροκαλλιεργητές, που παράγουν το 20% περίπου της παραγόμενης ποσότητας, απαλλάσσονται από τις κυρώσεις για την υπέρβαση της ΜΕΠ.

Μέγιστη Εγγυημένη Ποσότητα (Μ.Ε.Π.) στο ελαιόλαδο εφαρμόστηκε από την περίοδο 87/88 και έχει καθοριστεί σε 1.350.000 τόνους για όλη την Κοινότητα. Το ποσό της ενίσχυσης μειώνεται αναλογικά, σε περίπτωση υπέρβασης αυτής της ποσότητας. Σε περίπτωση που δεν καλυφθεί η ΜΕΠ, τότε η υπολειπόμενη ποσότητα μπορεί να προστεθεί στις ΜΕΠ των επομένων ετών εμπορίας. (Πίνακας 2)

Το σύστημα ενίσχυσης στην παραγωγή περιλαμβάνει δύο επίπεδα, τα οποία προκύπτουν σε συνάρτηση με τη μέση παραγωγή των ελαιοπαραγωγών :

- **Μικροί παραγωγοί**, με μέση παραγωγή τουλάχιστον 500 κιλά ανά έτος εμπορίας, χορηγείται ενίσχυση με βάση την πραγματική ποσότητα του παραγομένου ελαιολάδου σε εγκεκριμένο ελαιοτριβείο. Η ενίσχυση χορηγείται βάσει του αριθμού και της δυνατότητας παραγωγής των ελαιοδέντρων τα οποία καλλιεργούν και της μέσης απόδοσης αυτών των δέντρων σε μία τριετία (που έχει καθοριστεί κατ'αποκοπή για ομογενείς ζώνες παραγωγής). Στην πράξη δηλαδή, η χορηγούμενη ενίσχυση στους μικροκαλλιεργητές για ένα συγκεκριμένο έτος εμπορίας δεν αντιστοιχεί στην πραγματική ποσότητα παραγωγής ελαιολάδου, αλλά στο ποσό που λαμβάνεται με την εφαρμογή των ποσοτήτων των μέσων αποδόσεων που έχουν καθοριστεί ανά δένδρο την προηγούμενη τετραετία, για την ομοιογενή ζώνη παραγωγής στην οποία υπάγεται, σε συνάρτηση με τον αριθμό των δέντρων που εξασφαλίζουν παραγωγή ελαιολάδου.
- **Μεγάλοι παραγωγοί**, με μέση παραγωγή μεγαλύτερη από 500 κιλά: χορηγείται ενίσχυση σύμφωνα με το μοναδιαίο ποσό της ενίσχυσης που καθορίζεται από το Συμβούλιο Υπουργών. Η χορηγούμενη ενίσχυση ανταποκρίνεται στην πραγματική ποσότητα παραγωγής, η οποία αποδεικνύεται διαμέσου παραστατικών εγκεκριμένου ελαιοτριβείου. Η διαδικασία χορήγησης της ενίσχυσης ολοκληρώνεται σε δύο φάσεις.

Στην αρχή χορηγείται προκαταβολή της ενίσχυσης, η οποία προκύπτει σύμφωνα με τις προβλέψεις και τις εκτιμήσεις της παραγωγής. Η τελική εκκαθάριση πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια του επομένου έτους, αφού έχει οριστικοποιηθεί η παραγωγή.

Το Συμβούλιο Υπουργών καθορίζει τρία διαφορετικά ποσοστά παρακράτησης από την ενίσχυση στην παραγωγή με στόχο τη χρηματοδότηση:

- της δημιουργίας ενός ελαιοκομικού μητρώου στα κράτη μέλη παραγωγής (2,4%),
- μέτρων για τη βελτίωση της ποιότητας του παραγομένου προϊόντος (1,4%),
- δαπανών για εργασίες που πραγματοποιούν Ενώσεις ή Συνεταιρισμοί παραγωγών, κατά τη διαχείριση και τον έλεγχο της ενίσχυσης στην παραγωγή (0,8%).<sup>29</sup>

### 2.3.1 Ενίσχυση στην κατανάλωση

Το ποσό αυτής της ενίσχυσης είναι ίσο προς τη διαφορά ανάμεσα στην τιμή στόχου της παραγωγής και στην ενίσχυση στην παραγωγή και την αντιπροσωπευτική τιμή της αγοράς. Χορηγείται σε συγκεκριμένες μονάδες τυποποίησης και συσκευασίας ελαιολάδου, μετά από αίτηση που υποβάλλουν οι ίδιες ή οι εξουσιοδοτημένοι από αυτές επαγγελματικοί οργανισμοί. Στόχος της ενίσχυσης είναι να διατηρηθεί η ανταγωνιστικότητα του ελαιολάδου έναντι των άλλων φυτικών ελαίων, με το να αποφεύγονται εξαιρετικά μεγάλες διαφορές στις τιμές, οι οποίες θα προκαλέσουν μείωση της κατανάλωσης ελαιολάδου. Ενίσχυση στην κατανάλωση δικαιούνται το έξτρα παρθένο, το παρθένο, το ελαιόλαδο και το πυρηνέλαιο, με απαραίτητη προϋπόθεση η συσκευασία να μην υπερβαίνει τα 5 λίτρα. Η ενίσχυση χορηγείται μέσω των επαγγελματικών συνδέσμων στους οποίους ανήκουν οι μονάδες.

Το Συμβούλιο Υπουργών καθορίζει τρία διαφορετικά ποσοστά παρακράτησης από την ενίσχυση στην παραγωγή, με στόχο τη χρηματοδότηση α) των επαγγελματικών συνδέσμων (5,5%) και β) των μέτρων για την προώθηση της κατανάλωσης του ελαιολάδου που παράγεται στην Κοινότητα. Τέλος, η Επιτροπή πρότεινε την περίοδο 1994/95, την κατάργηση της ενίσχυσης στην κατανάλωση, αλλά το Συμβούλιο δεν ενέκρινε την πρόταση. Αντίθετα, αποφασίστηκε η μεταφορά του μεγαλύτερου μέρους της ενίσχυσης στην κατανάλωση, στην ενίσχυση στην παραγωγή.

<sup>29</sup> *Ελαιοργατική Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Παραγωγών Ελαιοκομικών Προϊόντων*

### *2.3.2 Η επιλογή της ενίσχυσης ανά ελαιόδεντρο*

Σύμφωνα με αυτή την επιλογή, οι δύο εφαρμοζόμενες μορφές ενίσχυσης στην παραγωγή (κατ' αποκοπή και πραγματική) καταργούνται. Αντικαθίστανται από μία ενίσχυση ανά ελαιόδεντρο, που καταβάλλεται λαμβάνοντας υπόψη ιστορικά δεδομένα απόδοσης ανά περιφέρεια. Τα κράτη-μέλη είναι ελεύθερα να διαμορφώσουν την ενίσχυση ανά ελαιόδεντρο σύμφωνα με τις διαφορετικές μεθόδους παραγωγής και τις περιφέρειες, παρέχοντας έτσι σ' ένα σημαντικό βαθμό, συνέχεια στο επίπεδο της ενίσχυσης που ελάμβανε ο κάθε παραγωγός.

Μέσα από τις σελίδες αυτής της εργασίας σκοπός μας είναι να ενημερώσουμε τον αναγνώστη για την υπάρχουσα κατάσταση στον κλάδο του ελαιολάδου. Ως στόχο είχαμε την όσο γίνεται, καλύτερη κάλυψη του θέματος, όσον αφορά την προσφορά του, στην οικονομία της Ελλάδας, ως βασικό παραγωγικό της προϊόν.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> : ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

### *3.1.Εισαγωγή*

Η εγχώρια παραγωγή ελαιόλαδου, σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων του κλάδου διαμορφώθηκε σε 250.000 τόνους περίπου την περίοδο 2001-2002, την περίοδο 2002-2003 ανήλθε στους 320.000 τόνους ενώ για την περίοδο 2003-2004 άγγιξε τους 350.000 τόνους. Από το 2005-2007 παρέμεινε σχεδόν σταθερή με μικρές διακυμάνσεις.

Οι εισαγωγές ελαιόλαδου είναι περιορισμένες, καθώς η εγχώρια παραγωγή επαρκεί για να καλύψει τη ζήτηση στη χώρα μας. Αντιθέτως η Ελλάδα θεωρείται μια από τις μεγαλύτερες εξαγωγικές χώρες του κόσμου σε ελαιόλαδο. Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών αφορούν σε ελαιόλαδο χύμα, ενώ το τυποποιημένο κυμάνθηκε μόλις μεταξύ 7.000-10.000 τόνων ετησίως. Επίσης το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών αφορά παρθένο βρώσιμο ελαιόλαδο, το οποίο κατευθύνεται κυρίως στην Ιταλία.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων της ICAP, η εγχώρια κατανάλωση ελαιόλαδου εκτιμάται ότι κυμάνθηκε μεταξύ 140.000-180.000 τόνων ετησίως κατά την τελευταία πενταετία.

Το μεγαλύτερο μέρος του ελαιόλαδου καταναλώνεται χύμα και αφορά κυρίως αυτοκατανάλωση, ενώ το τυποποιημένο προϊόν καλύπτει μικρό ποσοστό της αγοράς. Τονίζεται ότι με τον πρόσφατο κανονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την απαγόρευση

της διακίνησης ελαιολάδου σε ανώνυμες συσκευασίες μεγαλύτερες των 5 λίτρων, αναμένεται διαφοροποίηση της διάρθρωσης της εγχώριας κατανάλωσης.

Η αγορά του τυποποιημένου ελαιολάδου είναι σχετικά συγκεντρωμένη, καθώς τέσσερις επιχειρήσεις κάλυψαν από κοινού το 66%-71% της εγχώριας κατανάλωσης κατά την περίοδο 2001-2002. Την πρώτη θέση κατέχει η εταιρία Ελαίς ΑΕ Ελαιουργικών Επιχειρήσεων (31%-33%) και ακολουθεί η Μινέρβα ΑΕ Ελαιουργικών Επιχειρήσεων (14,5%-15,5%) και η Ελαιουργική ΚΣΕΠΕΠ (11%-12%).<sup>30</sup>

### 3.1.1 Κατανάλωση ελαιολάδου

Η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου διατηρεί μόνο το 3% της αγοράς και κατέχει την όγδοη θέση μεταξύ των εδώδιμων φυτικών ελαίων. Το βασικό χαρακτηριστικό του ελαιολάδου είναι ότι καταναλώνεται κυρίως από τις χώρες όπου παράγεται. Οι Μεσογειακές χώρες είναι οι σημαντικότερες χώρες κατανάλωσης ελαιολάδου, δεδομένου ότι απορροφούν άνω του 90% της παραγωγής του. Σημειώνεται ότι η δυναμική της ζήτησης ελαιολάδου σε διεθνές επίπεδο μπορεί να εξηγηθεί διακρίνοντας δύο τύπους καταναλωτών: από τη μία πλευρά τις χώρες όπου παράγεται το ελαιόλαδο - οι οποίες είναι στενά δεμένες με τη χρήση του ελαιολάδου στην καθημερινή τους διατροφή - και από την άλλη πλευρά οι χώρες που δεν παράγουν παραδοσιακά αυτό το προϊόν, αλλά τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν έντονη αύξηση της κατά κεφαλή κατανάλωσης ελαιολάδου. Χαρακτηριστικό των τελευταίων είναι το υψηλό εισόδημα ανά κεφαλή, γεγονός που οδηγεί τους εμπλεκόμενους στην αλυσίδα εμπορίας του ελαιολάδου να το προβάλλουν ως ένα προϊόν πολυτελείας με ιδιαίτερα ευεργετικές ιδιότητες για την υγεία.

Η κατανάλωση του ελαιολάδου στις μη παραγωγούς χώρες έχει αυξηθεί σημαντικά την τελευταία δεκαετία. Ενδεικτικά αναφέρονται η Αυστραλία που έχει διπλασιάσει τη σχετική ζήτηση, η Ιαπωνία και η Αμερική που παρουσιάζουν τριπλάσια ζήτηση, καθώς επίσης και κάποιες Βόρειες Ευρωπαϊκές χώρες, όπου οι μεταβολές στην κατανάλωση είναι ανάλογες.

Στην Ε.Ε. η κατανάλωση ελαιολάδου βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, δεδομένου ότι στις Μεσογειακές χώρες αποτελεί βασικό προϊόν της καθημερινής διατροφής. Στην Ε.Ε. υπάρχουν σχίσματα μεταξύ των καταναλωτικών προτύπων ελαιολάδου. Πρώτο είναι το Μεσογειακό πρότυπο με συμμετοχή όλων των Μεσογειακών χωρών της Βόρειας

<sup>30</sup> Αριθμητικά στοιχεία : «Ελαιουργική Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Παραγωγών Ελαιοκομικών Προϊόντων, " Ελαιουργικά Θέματα"»\



Ευρώπης (Δανία, Γερμανία, Ολλανδία, Βέλγιο-Λουξεμβούργο και Αυστρία) και το άλλο είναι το Σκανδιναβικό πρότυπο (Φινλανδία και Σουηδία).

Σε όλες τις Μεσογειακές χώρες, με εξαίρεση την Πορτογαλία, η κατά κεφαλή κατανάλωση ελαιόλαδου την περίοδο 1990-2004 παρουσιάζει μία διαχρονική σταθερότητα, αποδεικνύοντας ότι σε όλες της Μεσογειακές χώρες, εκτός της Γαλλίας, υπάρχουν διαμορφωμένα καταναλωτικά πρότυπα ως προς το ελαιόλαδο. Η Πορτογαλία και η Φινλανδία είναι οι μόνες χώρες οι οποίες παρουσίασαν μία μέση ετήσια μείωση της κατά κεφαλή κατανάλωσης ελαιολάδου, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε. που εμφανίζουν τάση αύξηση της κατανάλωσης του ελαιολάδου - τα τελευταία κυρίως χρόνια - ως αποτέλεσμα της στροφής των καταναλωτών στην πιο υγιεινή διατροφή.

Η Ιταλία, μετά τη δεκαετία του 70, παρουσιάζει μία σταθερότητα στην κατανάλωση του ελαιολάδου, σε αντίθεση με την Ισπανία η οποία εμφανίζει συνεχή ανοδική πορεία σε όλη τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων. Το αντίθετο συμβαίνει με την Πορτογαλία, όπου παρατηρείται έντονη φθίνουσα πορεία, ιδιαίτερα τις τελευταίες δύο δεκαετίες, με μία μικρή ανάκαμψη στις αρχές της δεκαετίας του '90. Η Γαλλία, αν και Μεσογειακή χώρα, δεν απορροφά για κατανάλωση μεγάλες ποσότητες ελαιολάδου, εξαιτίας του γεγονότος ότι μεγάλο μέρος των καταναλωτών επηρεάζεται από τα καταναλωτικά πρότυπα των Βορείων χωριών. Παρατηρείται όμως ότι τα τελευταία χρόνια, υπάρχει τάση αύξησης της κατανάλωσης ως αποτέλεσμα της στροφής των καταναλωτών στην πιο υγιεινή διατροφή. Οι Αγγλοσαξωνικές χώρες (Αγγλία, Ιρλανδία) και οι χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης (Δανία, Βέλγιο-Λουξεμβούργο, Γερμανία, Ολλανδία και Αυστρία), έχουν παρόμοια καταναλωτικά πρότυπα. Η κατανάλωση ελαιολάδου είναι ελάχιστη και κυμαίνεται από 30 έως το πολύ 250 τόνους ετησίως. Στις αρχές της δεκαετίας του '90 παρατηρήθηκε αύξηση της κατανάλωσης. Πιο συγκεκριμένα, στις Αγγλοσαξωνικές χώρες μέχρι το τέλος της δεκαετίας του '80 η κατανάλωση είχε σταθεροποιηθεί στους 40 τόνους ετησίως, ενώ στις αρχές της δεκαετίας του '90 παρουσίασε έντονους ρυθμούς αύξησης. Το ίδιο φαινόμενο παρατηρείται και στις χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης. Η Ολλανδία, η Αυστρία και το Βέλγιο-Λουξεμβούργο παρουσίασαν εντονότερους ρυθμούς αύξησης, σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες.

Τέλος, οι Σκανδιναβικές χώρες (Φινλανδία και Σουηδία) παρουσιάζουν τη χαμηλότερη κατανάλωση ελαιολάδου στην Ε.Ε. Στις δεκαετίες '60, '70 και '80 ήταν σχεδόν ανύπαρκτη, ενώ στις αρχές της δεκαετίας του '90 άρχισε να κάνει την εμφάνισή του το ελαιόλαδο εντονότερα στην Εθνική αγορά της Σουηδίας και λιγότερο στην αντίστοιχη της Φινλανδίας.

Με βάση τα παραπάνω λοιπόν γίνεται φανερό ότι η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου παρουσίασε σε γενικές γραμμές ανοδική τάση κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας και συγκεκριμένα ανήλθε στους 2.567 χιλ. τόνους. Το μεγαλύτερο ποσοστό της παγκόσμιας κατανάλωσης ελαιολάδου καλύπτεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση.<sup>31</sup>

### 3.1.2 Κατανάλωση ελαιολάδου σε εθνικό επίπεδο

Η Ελλάδα, ως μία παραδοσιακή ελαιοπαραγωγός χώρα, κατέχει την πρώτη θέση στην κατά κεφαλή κατανάλωση ελαιολάδου, με 18,79 κιλά ανά κεφαλή ετησίως. Η κατανάλωση παρουσιάζει μία ελαφρά πτώση τα τελευταία χρόνια, η οποία οφείλεται αφενός στις διακυμάνσεις των τιμών του ελαιολάδου (τη σημαντική αύξηση τους) και αφετέρου στην έντονη προβολή των σπορέλαιων (κυρίως).

Το κύριο χαρακτηριστικό της αγοράς του ελαιολάδου στην Ελλάδα είναι το χαμηλό ποσοστό της κατανάλωσης τυποποιημένου ελαιολάδου. Στην πλειοψηφία τους οι καταναλωτές, είτε είναι οι ίδιοι παραγωγοί, είτε προμηθεύονται χύμα ελαιόλαδο από παραγωγούς. Περίπου 37% των Ελλήνων καταναλωτών αγοράζουν χύμα ελαιόλαδο, το 39% τυποποιημένο και το 23% και τυποποιημένο και χύμα. Είναι επίσης σημαντικό να τονιστεί ότι στις περιοχές όπου καλλιεργούνται τα ελαιόδεντρα, η κατανάλωση ελαιολάδου είναι μεγαλύτερη σε σχέση με άλλα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας. Αυτό είναι φανερό από τις έρευνες της ΕΧΥΕ των Οικογενειακών Προϋπολογισμών. Στις αγροτικές περιοχές οι δαπάνες για αγορά ελαιολάδου είναι πολύ περιορισμένη. Οι Έλληνες καταναλωτές προτιμούν το εγχώριο ελαιόλαδο, απορρίπτουν κάθε εισαγόμενο χωρίς καν να το δοκιμάσουν. Δεν επηρεάζονται από τις διαφημίσεις, καθώς μόνο το 13% λαμβάνει υπόψη του τις πληροφορίες που προβάλλονται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Αντίθετα, σημαντικό ρόλο στις διατροφικές συνήθειες παίζουν η θρησκεία, τα ήθη και τα έθιμα.

Το επίπεδο τιμών του ελαιολάδου θεωρείται κανονικό για το 72,5% των καταναλωτών και ελάχιστα έως καθόλου επηρεάζει την ποσότητα αγοράς, καθώς το ελαιόλαδο θεωρείται απαραίτητο στη διατροφή. Προκειμένου δε να εξασφαλίσουν την απαιτούμενη ποσότητα ελαιολάδου μέσα στο έτος, οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να περιορίσουν κάποιο άλλο αγαθό.

Το μέγεθος και η διάρθρωση των νοικοκυριών στη χώρα μας αποτελούν προσδιοριστικό παράγοντα της ζήτησης του ελαιολάδου. Η ζήτηση του εξεταζόμενου προϊόντος διαφοροποιείται μεταξύ των νοικοκυριών, ανάλογα με τον αριθμό των μελών

<sup>31</sup> Στοιχεία : " *International Olive Oil Council, Statistical time series for olive oil*"

τους και τις περιοχές στις οποίες διαμένουν (αστικές, ημιαστικές, αγροτικές κτλ.). Η μεγαλύτερη μηνιαία δαπάνη για έλαια και λίπη, αφορά το ελαιόλαδο, (9,39ευρο), ενώ τα μεγαλύτερα ποσά (15,21 ευρο) καταβάλλονται από τα νοικοκυριά με έξι μέλη και άνω.(Πίνακας 1) <sup>32</sup>

### 3.1.3 Μέγεθος εγχώριας κατανάλωσης ελαιολάδου – Μερίδιο αγοράς

Η εγχώρια αγορά ελαιολάδου διανύει το στάδιο της ωριμότητας, καθώς η κατά κεφαλήν κατανάλωση είναι ήδη υψηλή και δεν διαφοροποιείται σημαντικά από έτος σε έτος. Η συνολική εγχώρια κατανάλωση ελαιολάδου κατά την περίοδο 1990/91-2001/02 σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας και του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, παρουσιάζεται στον πίνακα και στο διάγραμμα 1.

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα, η εγχώρια κατανάλωση ελαιολάδου ακολούθησε ανοδική πορεία σε γενικές γραμμές κατά την δεκαετία 1990/91-2000/01, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 5,4%. Συγκεκριμένα, από 160 χιλ. τόνους κατά την ελαιοκομική περίοδο 1990/01 ανήλθε σε 270 χιλ. τόνους το 2000/01, παραμένοντας στα ίδια επίπεδα και το 2001/02. Η σταθερή, αυτή, ανοδική πορεία συνεχίστηκε και την τριετία 2003/06.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων της αγοράς και της ICAP, η κατανάλωση ελαιολάδου στη χώρα μας κυμάνθηκε σε χαμηλότερα από τα προαναφερόμενα επίπεδα, κατά την τελευταία πενταετία (140.000-18.000 τόνοι). Για το έτος 2001/02 υπολογίζεται σε 160.000 τόνους, ενώ τα επόμενα έτη επήλθε αύξηση 3% και ήταν 165.000 τόνοι/ έτος περίπου.

Σημειώνεται ότι η ζήτηση ελαιολάδου στην ελληνική αγορά καλύπτεται σχεδόν αποκλειστικά από την εγχώρια παραγωγή. Το μεγαλύτερο μέρος του ελαιολάδου καταναλώνεται χύμα, ενώ το τυποποιημένο προϊόν (έως 10 λίτρα) καλύπτει μικρό ποσοστό της συνολικής κατανάλωσης. Ειδικότερα, η κατανάλωση του τυποποιημένου ελαιολάδου καλύπτει το 25%-27% περίπου της κατανάλωσης στην εγχώρια αγορά τα τελευταία τρία (3) χρόνια. Πολλοί από τους ελαιοπαραγωγούς παρακρατούν το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής τους για ιδιωτική χρήση. Η αυτοκατανάλωση καλύπτει το 40%-45% περίπου της εγχώριας κατανάλωσης και το υπόλοιπο 30%-33% αφορά ελαιόλαδο που διακινήθηκε χύμα από τους ίδιους τους παραγωγούς ή από πλανόδιους πωλητές.

Η κατανάλωση τυποποιημένου ελαιολάδου έχει παρουσιάσει μικρή ανοδική τάση τελευταία και την περίοδο 2001/02 εκτιμάται ότι ανήλθε περίπου σε 43.000 τόνους.

<sup>32</sup> [www.mediterraneandiet.gr/oliveoilhealth.html](http://www.mediterraneandiet.gr/oliveoilhealth.html)

Τονίζεται ότι με τον πρόσφατο κανονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την απαγόρευση της διακίνησης ελαιολάδου σε ανώνυμες συσκευασίες μεγαλύτερες των πέντε λίτρων (από το Νοέμβριο του 2003), αναμενόταν διαφοροποίηση της διάρθρωσης της εγχώριας κατανάλωσης, η οποία τελικά πραγματοποιήθηκε.

Σύμφωνα με στοιχεία, η εγχώρια ιδιωτική κατανάλωση ελαίων-λιπών ανήλθε το 2001 σε 957,3 εκατ. Ευρο παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 7,7% από το 1990 (σε τρέχουσες τιμές).

Το βρώσιμο ελαιόλαδο καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης ελαίων και λιπών και έπονται κατά σειρά τα σπορέλαια /φυτικά έλαια και τα λίπη. Ειδικότερα, η αξία της ιδιωτικής κατανάλωσης ελαιολάδου (σε τρέχουσες τιμές) παρουσίασε διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου και διαμορφώθηκε σε 679,4 εκατ. ευρο το 2001 από 298,7εκατ. το 1990, καταλαμβάνοντας μερίδιο που κυμάνθηκε (σε ετήσια βάση) μεταξύ 68%-76% στο σύνολο της κατανάλωσης ελαίων και λιπών.<sup>33</sup>

### 3.2 Αλυσίδα εμπορίας

Η αλυσίδα εμπορίας του ελαιολάδου είναι αρκετά περίπλοκη, αφού εμπλέκονται πολλοί φορείς σ' αυτή. Συγκεκριμένα, τα βασικά μέλη της αλυσίδας εμπορίας του ελαιολάδου είναι οι παραγωγοί, οι συνεταιρισμοί, οι ιδιωτικές επιχειρήσεις, οι χονδρέμποροι, οι αλυσίδες τροφίμων και οι εξαγωγείς. Ο πρώτος και βασικός κρίκος της αλυσίδας εμπορίας του ελαιολάδου είναι οι παραγωγοί. Ο αριθμός των Ελλήνων ελαιοκαλλιεργητών έχει φθάσει στις 686.000, 50% των παραγωγών θεωρούνται μικροί παραγωγοί, των οποίων η παραγωγή αποτελεί το 30% της συνολικά παραγόμενης ποσότητας. Ο βασικός και κύριος στόχος των Ελλήνων ελαιοπαραγωγών είναι η εξασφάλιση ενός σταθερού εισοδήματος με προοπτικές βελτίωσης. Ιδιαίτερα, για τους μικρό-καλλιεργητές η διατήρηση της ελαιοκαλλιέργειας συνδυάζεται με την εξασφάλιση ενός συμπληρωματικού εισοδήματος και την κάλυψη της ιδιωτικής κατανάλωσης.

Τέλος, βασικός στόχος όλων των παραγωγών είναι η παραγωγή ενός ποιοτικού προϊόντος που προκύπτει από την κατάλληλη φροντίδα των ελαιοδέντρων, τον τρόπο συλλογής του ελαιοκάρπου και τη γρήγορη επεξεργασία του από τα ελαιοτριβεία.

Μετά την εξαγωγή του ελαιολάδου από τα ιδιωτικά ή τα συνεταιριστικά ελαιοτριβεία, ένα σημαντικό ποσοστό ελαιολάδου κατευθύνεται στην αυτοκατανάλωση, ενώ το υπόλοιπο διακινείται είτε σε καταναλωτές, είτε σε ιδιώτες, είτε στους συνεταιρισμούς. Ένα από τα μεγαλύτερα μειονεκτήματα της αλυσίδας εμπορίας του Ελληνικού ελαιολάδου είναι οι πωλήσεις σε χύμα μορφή. Στη συνέχεια,

<sup>33</sup> *Agricultural Situation Report – Greece*

ακολουθεί το στάδιο της τυποποίησης. Όπως αναφέρθηκε, το ποσοστό του ελαιολάδου που διακινείται σε τυποποιημένη μορφή είναι μικρό. Ιδιαίτερα δε, τα τελευταία χρόνια έχει συρρικνωθεί σημαντικά. Σήμερα γίνεται έντονη προσπάθεια από τις κυρίαρχες τυποποιητικές μονάδες του χώρου να αναπτύξουν την αγορά του τυποποιημένου ελαιολάδου με ενημέρωση και εκπαίδευση του Έλληνα καταναλωτή για την ποιότητα του Ελληνικού προϊόντος. Οι εταιρίες του κλάδου επιδιώκουν να είναι συνεπείς τόσο στην ποιότητα του προϊόντος και στη φήμη του, όσο και ως προς τον καταναλωτή για την κάλυψη των αναγκών του. Επίσης, από τους βασικούς στόχους των φορέων του μεταποιητικού κλάδου είναι η βελτίωση της οργάνωσης και της δομής του κλάδου του Ελληνικού ελαιολάδου.

Με τον Κανονισμό (ΕΚ) 2430/97 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στις 8/12/97 θεσπίστηκαν, για τον κύκλο παραγωγής 1998/99, μέτρα που αποσκοπούν στη βελτίωση της ποιότητας της παραγωγής ελαιολάδου. Συγκεκριμένα, με παρακρατηθέν από την ενίσχυση στην παραγωγή ποσοστό 1,4% θα χρηματοδοτούνταν, από 1/1/1998 έως 30/4/1999, ενέργειες βελτίωσης της ποιότητας που αφορούν τα ακόλουθα: καταπολέμηση του δάκου της ελιάς, κατά περίπτωση, και άλλων επιβλαβών οργανισμών, βελτίωση των συνθηκών μεταχείρισης των ελαιώνων, συλλογής, αποθεματοποίησης και μεταποίησης ελιών, καθώς και αποθεματοποίηση των παραγόμενων ελαίων, τεχνική βοήθεια, κατά τη διάρκεια της περιόδου εμπορίας των ελαιοκαλλιεργητών και των ελαιοτριβείων, με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας της παραγωγής και της μεταποίησης των ελιών σε ελαιόλαδο, εγκατάσταση και διαχείριση δοκιμαστηρίων, για την εκτίμηση των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών των παρθένων ελαιολάδων, εγκατάσταση και διαχείριση, σε επίπεδο περιφέρειας ή επαρχίας, εργαστηρίων ανάλυσης φυσικοχημικών χαρακτηριστικών των ελαιολάδων, συνεργασία με εξειδικευμένους οργανισμούς, με σκοπό την υλοποίηση ερευνητικών προγραμμάτων, όσον αφορά την ποιοτική βελτίωση του ελαιολάδου.

Τέλος, στην αλυσίδα του ελαιολάδου εμπλέκονται και διάφοροι φορείς του Ελαιολάδου (ΣΕΒΙΤΕΛ, ΣΑΣΟΤΕ, ΕΣΒΙΤΕ), που ως κύριο στόχο τους έχουν την προώθηση και καθιέρωση του Ελληνικού ελαιολάδου στην εσωτερική και στην εξωτερική αγορά. Προσπαθούν να ενημερώνουν και να στηρίζουν τους αντιστοίχους φορείς που αντιπροσωπεύουν. Εκτός από τους φορείς ελαιολάδου υπάρχουν και οι τοπικές, περιφερειακές και εθνικές αρχές, που προσπαθούν να βελτιώσουν την αλυσίδα του ελαιολάδου. Βασικοί στόχοι αυτών είναι η στήριξη και η προώθηση του Ελληνικού ελαιολάδου, η βελτίωση του εισοδήματος των

παραγωγών, η διατήρηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο, η βελτίωση της περιφερειακής οικονομίας, η διατήρηση της παραδοσιακής καλλιέργειας της ελιάς, η ανάπτυξη της ελαιοκαλλιέργειας, η βελτίωση και η ανάπτυξη των μειονεκτικών περιοχών, καθώς και η βελτίωση της Εθνικής Οικονομίας. Τέλος, οι εθνικοί στόχοι προσπαθούν να εναρμονιστούν με τους στόχους της Ε.Ε. που είναι η βελτίωση της αγροτικής ανάπτυξης, των εισοδημάτων των παραγωγών, η συγκράτηση του πληθυσμού στην περιφέρεια και η κάλυψη των αναγκών του καταναλωτή για ποιοτικά και υγιεινά προϊόντα. Επίσης, να δημιουργηθεί κατάλληλη οργάνωση, να σχεδιαστεί κοινή πολιτική και στρατηγική από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, έτσι ώστε να υπάρξει κάθετη αντιμετώπιση όλων των θεμάτων του ελαιολάδου.

Βασικός στόχος των διεθνών αγορών είναι η ενημέρωση των καταναλωτών για την εξαιρετική ποιότητα του Ελληνικού ελαιολάδου, τις ευεργετικές ιδιότητες του για την υγεία, την προώθηση της Μεσογειακής και ιδιαίτερα της Κρητικής διαίτας, η οποία βρίσκεται στο παγκόσμιο ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια. Επιβάλλεται δε η παρακολούθηση των νέων τάσεων που παρουσιάζουν οι καταναλωτές, με άμεση ανταπόκριση σ' αυτές. Επιβάλλεται, επίσης, εκμετάλλευση και προώθηση νέων προϊόντων ελαιολάδου, όπως το βιολογικό και τα προϊόντα ονομασίας προέλευσης και γεωγραφικής ένδειξης. Αναγκαία κρίνεται η εκμετάλλευση αγορών που παρουσιάζουν δυναμική αύξηση ζήτησης ελαιολάδου και που κύριο χαρακτηριστικό τους είναι το υψηλό βιοτικό τους επίπεδο (Ιαπωνία, Καναδάς) και αγορών όπου είναι έντονη η παρουσία του Ελληνικού στοιχείου (Αυστραλία, Γερμανία, Αμερική).<sup>34</sup>

### 3.2.1 Επιχειρήσεις ελαιολάδου

Το παρόν κεφάλαιο αναφέρεται στις επιχειρήσεις επεξεργασίας και τυποποίησης του ελαιολάδου. Οι εν λόγω εταιρίες συνήθως προμηθεύονται ελαιόλαδο από τα ελαιοτριβεία, ή από εμπορικές επιχειρήσεις (χονδρέμπορους), ανεπεξέργαστο ή έτοιμο. Στη συνέχεια επεξεργάζονται ή απλώς φιλτράρουν το προϊόν και το τυποποιούν, ενώ πολλές επιχειρήσεις διαθέτουν μέρος των προϊόντων αυτών, (χύμα), στην εγχώρια ή εξωτερική αγορά. Υπάρχει όμως και ένας μεγάλος αριθμός εταιριών που ασχολούνται αποκλειστικά με το χονδρικό εμπόριο του ελαιολάδου χωρίς να πραγματοποιούν επεξεργασία ή τυποποίηση του προϊόντος.

Η εξέλιξη του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων επεξεργασίας και τυποποίησης ελαιολάδου, για την περίοδο 1997-2002, φαίνεται στον πίνακα 3. Δεν παρουσιάζονται οι πωλήσεις της εταιρίας Μπλάουελ Φρίντριχ, καθώς δεν υποχρεούται στη δημοσίευση

<sup>34</sup> [http://ec.europa.eu/int/comm./agriculture/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/int/comm./agriculture/index_el.htm)

οικονομικών στοιχείων λόγω της νομικής της μορφής. Οι συνολικές πωλήσεις των παρουσιαζόμενων εταιριών παρουσίασαν αυξομειώσεις την περίοδο 1997-2001. Το 2001 διαμορφώθηκαν σε 536,8 εκατ. Ευρο έναντι 525,5 εκατ. Ευρο το 2000, σημειώνοντας αύξηση κατά 2,2%. Το σύνολο των πωλήσεων των επιχειρήσεων του πίνακα για το 2002 για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία υπολογίζεται σε 509,6 εκατ. Ευρο περίπου, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 18,5 % έναντι των πωλήσεων των αντίστοιχων εταιριών για το 2001.

Πρέπει να διευκρινιστεί ότι οι πωλήσεις των εταιριών αφορούν στο σύνολο της δραστηριότητάς τους, δηλαδή περιλαμβάνουν και άλλα προϊόντα πέραν των εξεταζόμενων.

Από τις συνολικές πωλήσεις των εταιριών του πίνακα εκτιμάται ότι 182 εκατ. Ευρο περίπου προήλθαν από πωλήσεις ελαιολάδου και πυρηνελαίου το 2001 (ποσοστό 34% του συνόλου).

Η εταιρία Ελληνικά Εκλεκτά Έλαια ΑΕ παρουσίασε τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση (93%) του κύκλου εργασιών της το 2001 έναντι του 2000. Σημαντική αύξηση των πωλήσεων τους κατά την ίδια περίοδο εμφάνισαν επίσης οι εταιρίες Ιονικές Επιχειρήσεις ΑΕ (81%) και Φούφα Η. Αφοί Α.Ε.(42%).<sup>35</sup>

### 3.3 Πρακτικές προώθησης ελαιολάδου

#### *3.3.1 Μάρκετινγκ*

Το ελαιόλαδο είναι ένα προϊόν πολλαπλών χρήσεων. Εδώ και πολλές γενεές θεωρείται στη Μεσόγειο ως σημαντικό για την υγεία και τη διατροφή και τώρα εκτιμάται πολύ στην Ευρώπη και σε ολόκληρο τον κόσμο για τις διατροφικές, υγιεινές και τις οργανοληπτικές του ιδιότητες. Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο κυριότερος παραγωγός σε παγκόσμια κλίμακα, αφού παράγει το 80% και καταναλώνει το 70% του ελαιολάδου σε ολόκληρο τον κόσμο. Είναι ευχάριστο το γεγονός ότι, λόγω της μεγάλης σημασίας για τις οικονομίες πολλών περιοχών, αυξάνεται σταθερά η ζήτησή του τόσο στην ΕΕ όσο και στις τρίτες χώρες, χάρη και στη βοήθεια των εκστρατειών ενημέρωσης και προώθησης που ενισχύονται από την Ένωση και από άλλους φορείς. Ο κυριότερος στόχος της πολιτικής της ΕΕ σχετικά με το ελαιόλαδο είναι η διατήρηση και η ενίσχυση της θέσης του στις παγκόσμιες αγορές με την ενθάρρυνση της παραγωγής προϊόντων υψηλής ποιότητας προς όφελος των παραγωγών, των μεταποιητών, των εμπόρων και των

<sup>35</sup> [www.oilrefiners.com/index](http://www.oilrefiners.com/index)

καταναλωτών. Με την ελαιοκαλλιέργεια απασχολούνται περί τις 500.000 οικογένειες και η Ελλάδα κατέχει την τρίτη θέση παγκοσμίως στην παραγωγή ελαιολάδου η οποία κυμαίνεται μεταξύ 350.000 με 450.000 τόνων ανά ελαιοκομική περίοδο. Ο κύκλος εργασιών του κλάδου ανέρχεται σε περίπου 500 δις δραχμές.

Η ποιότητα του παραγόμενου ελαιολάδου είναι αρκετά υψηλή καθόσον το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής, 65-80% ανάλογα την περίοδο, ανήκει στην ποιοτική κατηγορία του Εξαιρετικού Παρθένου ελαιολάδου που είναι και η εκλεκτότερη ποιοτική κατηγορία.

Η παραγωγή διατίθεται κατά κύριο λόγο στην εσωτερική αγορά (ετήσια κατά κεφαλή κατανάλωση περίπου 18-20 κιλά), ενώ ένα σημαντικό μέρος εξάγεται είτε χύμα είτε τυποποιημένο. Το ελαιόλαδο αποτελεί για την Ελλάδα το δεύτερο κατ'αξία εξαγώγιμο προϊόν και το πρώτο αγροτικό.

Υπολογίζεται ότι περί τους 150.000 τόνους εξάγονται σε μορφή χύμα ενώ ποσότητα μόλις 10.000 τόνων σε τυποποιημένο. Κύριοι αγοραστές σε χύμα προϊόν είναι η Ιταλία και Ισπανία με ελάχιστες ποσότητες να κατευθύνονται προς Η.Π.Α, Αυστραλία κ.α.

### *3.3.2 Προβλήματα προώθησης και μάρκετινγκ*

Οι μηχανισμοί που υφίστανται μέχρι σήμερα για την προώθηση του ελληνικού ελαιολάδου στη Διεθνή αγορά διακρίνονται κατ'αρχήν στις μεμονωμένες εταιρικές δραστηριότητες και στις από κοινού δραστηριότητες οργανωμένες από φορείς:

- 1) Ολοκληρωμένα προγράμματα του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ).
- 2) Προσπάθειες προβολής προϊόντων με πρωτοβουλίες κλαδικών οργανισμών όπως ο ΣΕΒΕ, Επιμελητηρίων όπως της Καλαμάτας, Αναπτυξιακών όπως της Χαλκιδικής.
- 3) Μόνιμα εκθετήρια σε Γραφεία Εμπορικών και Οικονομικών Υποθέσεων καθώς και ειδικές διοργανώσεις που αυτά πραγματοποιούν κατά καιρούς
- 4) Προγράμματα του Υπ. Γεωργίας για παραδοσιακά προϊόντα
- 5) Συμμετοχή σε Διεθνείς εκθέσεις με εθνικά περίπτερα
- 6) Εμπορικές Αποστολές που διοργανώνονται από διάφορους φορείς: Υπουργεία και Επιμελητήρια κατά κύριο λόγο.
- 7) Διοργανώσεις του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου επικεντρωμένες στο Ελληνικό Ελαιόλαδο.



- 8) Ελληνική παρουσία σε Διεθνή Συμπόσια, Συνέδρια, Συναντήσεις με ποικιλομορφία θεμάτων που άπτονται της Διατροφής, Υγείας, Ποιότητας τροφίμων κ.α. όπου το ελληνικό ελαιόλαδο προβάλλεται εμμέσως.

Οι φορείς που εμπλέκονται στους παραπάνω μηχανισμούς είναι:

- A) Ο Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου
- B) Το Υπ. Γεωργίας
- Γ) Το Υπ. Ανάπτυξης
- Δ) Γραφεία ΟΕΥ
- E) Επιμελητήρια
- Στ) Αναπτυξιακές Εταιρείες Ελαιοπαραγωγών νομών
- Z) Σύνδεσμοι

Παρότι όλοι αυτοί οι φορείς εργάζονται με τον ίδιο στόχο δηλαδή την προώθηση των εξαγωγών ελαιολάδου δυστυχώς οι δράσεις τους είναι ασυντόνιστες με αποτέλεσμα οι διάφορες μορφές προώθησης να μη συμπληρώνουν η μία την άλλη και τελικά να πέφτουν στο κενό. Λόγω αυτής της έλλειψης συντονισμού, της έλλειψης αλληλοενημέρωσης και συνδυασμένων κινήσεων το σύνολο των προωθητικών ενεργειών είναι αποσπασματικό και είναι σε μεγάλο βαθμό αναποτελεσματικό.

Τα τελευταία χρόνια οι εξαγωγείς διακατέχονται από έντονη ανησυχία καθόσον πέρα των διαρθρωτικών προβλημάτων που αναφέρθηκαν παρατηρούνται τα ακόλουθα:

1. Δραματική αύξηση της παραγωγής της Ισπανίας
2. Βελτίωση της ποιότητας των ελαιολάδων τρίτων χωρών αλλά και αυτής της Ισπανίας.
3. Έντονο ενδιαφέρον από πλευράς καταναλωτών για την ποιότητα των προσφερομένων αγαθών γεγονός το οποίο αντικατοπτρίζεται και στις θεσπιζόμενες νομοθεσίες της Ε.Ε. και κατ' επέκταση στη Διεθνή αγορά.
4. Διεθνοποίηση των αγορών
5. Ένταση της ανταγωνιστικότητας

Τα ανωτέρω αποτελούν σημαντικούς παράγοντες καθόσον τόσο η Ισπανία όσο και η Ιταλία καταρχήν καταναλωτές του ελληνικού χύμα ελαιολάδου θα μπορούν σύντομα να προμηθευθούν από άλλες πηγές ποιοτικό και φθινό ελαιόλαδο το οποίο χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο για την κάλυψη των εξαγωγικών τους αναγκών.

Ως εκ τούτου η ελληνική αγορά συν το χρόνο θα στερηθεί των παραδοσιακών της αγοραστών στο χύμα ελαιόλαδο. Καθόσον το χύμα δεν θα έχει τη ζήτηση που απολάμβανε μέχρι σήμερα θα πρέπει να πραγματοποιηθεί μία στροφή προς την

τυποποίησή του και την προώθησή του στην παγκόσμια αγορά, ως ελληνικού, ποιοτικού, επώνυμου, πιστοποιημένου διατροφικού προϊόντος.

Σε αντίθεση με την Ελλάδα οι ανταγωνίστριες χώρες έχουν σε μεγάλο βαθμό επιτύχει να έχουν μία σαφή εικόνα των στοιχείων και δομών του εθνικού τους ελαιοκομικού κλάδου, εκμεταλλεύονται εδώ και χρόνια με γνώση και ακρίβεια την τεχνολογία, χειρίζονται με ευελιξία την κοινοτική νομοθεσία και ενεργοποιούν όλες τις δυνατότητες που τους παρέχει το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου ενώ ταυτόχρονα κρατικοί φορείς στηρίζουν παντοiotρόπως, με κανονικότητα και διάρκεια την ανάπτυξη του τομέα σε θέματα ποιότητας, διακίνησης και προώθησης. Οι ενέργειες του Ισπανικού οργανισμού εξαγωγών είναι ιδιαίτερα επιτυχημένες και τα προγράμματά τους πραγματοποιούνται πάνω από δέκα χρόνια χωρίς καμία διακοπή καθώς επίσης και του αντίστοιχου ιταλικού οργανισμού.

Τα καλά αποτελέσματα των προσπαθειών των ανταγωνιστριών χωρών γίνονται εύκολα αντιληπτά από τις όλο αυξανόμενες εξαγωγές τους και την καλή κατάσταση του τομέα.

Παρόλα τα αρκετά και σε πολλαπλά επίπεδα προβλήματα που υφίστανται, εξακολουθεί και υπάρχει η δυνατότητα να βελτιωθεί η κατάσταση σε μεγάλο βαθμό και να αποκομισθούν οι επιθυμητοί καρποί εφόσον ληφθούν κάποιες σημαντικές αποφάσεις οι οποίες κατά κύριο λόγο αφορούν την προώθηση και το μάρκετινγκ του προϊόντος. Οι αποφάσεις αυτές χωρίζονται στις άμεσες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες και είναι αυτές που αναφέρονται παρακάτω:

*Σαν άμεσες μπορούν να χαρακτηριστούν οι παρακάτω:*

1. Επικέντρωση όλων των δραστηριοτήτων στο ποιοτικό τυποποιημένο επώνυμο ελαιόλαδο.
2. Διερεύνηση και ανάπτυξη των χωρών που θα μπορούσε λόγω καλλιεργητικών ιδιαιτεροτήτων, να κινηθεί με ευκολία το Ελληνικό ελαιόλαδο όπως βιολογικό, ελαιόλαδο ΠΟΠ και ΠΓΕ η ζήτηση των οποίων βαίνει όλο αυξανόμενη στη διεθνή αγορά.
3. Συντονισμός όλων των προσπαθειών που καταβάλλονται για τη στήριξη και προώθηση του ελληνικού ελαιολάδου, συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων κάτω από την αιγίδα και επίβλεψη ενός και μόνου φορέα κατά προτίμηση του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ). Δημιουργία υποεπιτροπών με συμβουλευτικό χαρακτήρα οι οποίες θα εκπροσωπούνται στο όργανο που θα ιδρύσει ο ΟΠΕ για τον συγκεκριμένο σκοπό. Σημειωτέον ότι υφίσταται και λειτουργεί εδώ και δέκα περίπου έτη η Επιτροπή Προώθησης

Τυποποιημένου Ελαιολάδου (ΕΠΤΕ) η οποία και έχει συμβάλει σημαντικά στα διενεργηθέντα από τον ΟΠΕ ολοκληρωμένα προγράμματα για την προώθηση του τυποποιημένου επώνυμου ελαιολάδου στις ΗΠΑ, Καναδά, Αυστραλία.

4. Οργανωμένη εκμετάλλευση των δραστηριοτήτων του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, με αιτήματα όπως διεξαγωγή μελετών αγοράς για χώρες που ενδιαφέρουν τους Έλληνες εξαγωγείς
5. Έντονη παρουσία στις προωθητικές ενέργειες του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου τόσο των επιχειρήσεων αλλά και των κρατικών εκπροσώπων. Αιτήματα για μεγαλύτερο αριθμό ενεργειών που είναι επικεντρωμένες στο Ελληνικό Ελαιόλαδο.
6. Ενημέρωση των Εμπορικών Γραφείων για θέματα που αφορούν την πολιτική του ελαιολάδου ως εξαγωγίμου προϊόντος, ιδιαίτερα στις κύριες αγορές εξαγωγής αλλά και στις αναπτυσσόμενες όπως η Κίνα, Ταϊβάν, Βραζιλία, Μεξικό.
7. Συνεργασία με τον ΕΟΤ για προώθηση του ελαιολάδου τόσο στον ξένο επισκέπτη στην Ελλάδα καθώς και συνδυασμός των προωθητικών ενεργειών του ΕΟΤ για τουρισμό στην Ελλάδα με παράλληλη προώθηση και του προϊόντος για καλύτερη εντύπωση του μηνύματος και ενδυνάμωση της ταυτότητας του Ελληνικού ελαιολάδου.
8. Διερεύνηση κοινών δραστηριοτήτων με άλλους παράγοντες.

#### **Τα οφέλη που προκύπτουν είναι:**

- Συγκέντρωση όλων των κονδυλίων τα οποία έχουν στόχο την προώθηση του ελαιολάδου, αποφεύγοντας έτσι την επανάληψη δραστηριοτήτων όπως π.χ. συγγραφή και εκτύπωση γενικού φυλλαδίου για το ελληνικό ελαιόλαδο.
- Συγκροτημένη παρουσίαση του ελληνικού ελαιολάδου, με συνέπεια και γνώση όσον αφορά τις ιδιαιτερότητες και πλεονεκτήματά του. Αποτέλεσμα αυτού θα είναι η δημιουργία ΜΙΑΣ και μόνης ταυτότητας πολύ συγκεκριμένης του τι αποτελεί και διακρίνει το ελληνικό ελαιόλαδο από τα ανταγωνιστικά μέσω ενός κοινού μηνύματος το οποίο θα μπορούσε να είναι "Ποιότητα και Αυθεντικότητα" όσον αφορά το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο.
- Συστηματική προσέγγιση σε θέματα προβολής του ελληνικού ελαιολάδου σε συγκεκριμένες χώρες ενδιαφέροντος που θα επιλέγονται τόσο βάσει μελετών αλλά και των εμπεριστατωμένων προτάσεων των επιχειρήσεων του κλάδου μέσω των φορέων τους.

Οποιαδήποτε προωθητική ενέργεια θα πρέπει κατ' αρχήν να έχει διάρκεια και να προσβλέπει τόσο σε άμεσα αλλά κατά κύριο λόγο σε μακροπρόθεσμα οφέλη.

*Σαν μεσοπρόθεσμες μπορούν να χαρακτηριστούν οι παρακάτω:*

1. Εξυγίανση της εσωτερικής αγοράς με την πλήρη απαγόρευση της διακίνησης χύμα ελαιολάδου γεγονός το οποίο θα απαλλάξει τον καταναλωτή από την κατανάλωση αβέβαιης ποιότητας ελαιολάδου, θα καταστήσει τον ποιοτικό έλεγχο από πλευράς κράτους ευκολότερο καθώς αυτός θα επικεντρώνεται πλέον στον έλεγχο των τυποποιητικών μονάδων και της χονδρικής και λιανικής αγοράς, θα επιτρέψει την διεύρυνση των εργασιών των επιχειρήσεων τυποποίησης με άμεσο αποτέλεσμα την δυνατότητά τους να επενδύσουν στην ανάπτυξη των εξαγωγών τους
2. Αξιοποίηση των κοινοτικών μηχανισμών από τους οποίους κατά κόρον επωφελούνται οι ανταγωνίστριες χώρες δηλαδή εισαγωγές με μειωμένους δασμούς από τρίτες χώρες, καθώς και ενεργητικής τελειοποίησης, η χρήση των οποίων θα οδηγήσει σε μείωση του κόστους παραγωγής κάποιων κατηγοριών ελαιολάδου που στη διεθνή αγορά έχουν μεγάλη ζήτηση.
3. Προσπάθεια ευρύτερης ενημέρωσης και επιμόρφωσης των επιχειρήσεων όσον αφορά τους τρόπους, μεθοδεύσεις και διαδικασίες εξαγωγών.
4. Δημιουργία συστήματος αυτοελέγχου των προς εξαγωγή ελαιολάδων στα πρότυπα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, του Συνδέσμου Εξαγωγέων της Ισπανίας το οποίο δρώντας ανεξάρτητα αλλά και σε συνεργασία με τις εθνικές αρχές θα εγγυάται την ποιότητα του ελληνικού εξαγόμενου ελαιολάδου.
5. Χρηματοδότηση ερευνών που να εξετάζουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ιδιότητες του Ελληνικού Ελαιολάδου, τα αποτελέσματα των οποίων θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προσέλκυση νέων καταναλωτών.

Τα παρακάτω αναφέρονται ως μακροπρόθεσμα όχι ως λιγότερο σημαντικά κυρίως λόγω των ριζικών διαρθρωτικών αλλαγών που απαιτούνται και οι οποίες είναι αδύνατον δυστυχώς να επιτελεσθούν με ταχείς ρυθμούς.

*Τέλος σαν μακροπρόθεσμες αποφάσεις χαρακτηρίζονται οι εξής:*

1. Ίδρυση μητρώου τυποποιητών.
2. Οργάνωση δομών που να επιτρέπουν την ακριβή γνώση των ποσοτήτων που παράγονται, τυποποιούνται, διάκριση εξαγωγών σε χύμα και τυποποιημένο, κατανάλωση, αποθέματα και που βρίσκονται αυτά.
3. Καταγραφή των εμπορικών επωνυμιών που διακινούνται από τις τυποποιητικές επιχειρήσεις.

4. Στήριξη όλων των εμπλεκόμενων με επαρκή ενημέρωση και βοήθεια ώστε να μπορούν να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις της νέας Κ.Ο.Α. για το ελαιόλαδο (στρατηγική ποιότητας).

Για την βελτίωση των εξαγωγών ελαιολάδου χρειάζεται σχεδιασμός σε τρία επίπεδα:

- A) Διαρθρωτικών αλλαγών στον τομέα
- B) Βελτίωση των δυνατοτήτων και της αποτελεσματικότητας των τυποποιητικών και εξαγωγικών επιχειρήσεων.
- Γ) Συγκεκριμένο μακροχρόνιο πλαίσιο μέσα στο οποίο θα κινηθούν όλες οι δραστηριότητες προώθησης των εξαγωγών.

Πρωταρχική σημασία έχει η δημιουργία εθνικής ταυτότητας για το συγκεκριμένο Ελληνικό προϊόν όπως και η άμεση στροφή προς το τυποποιημένο επώνυμο ελαιόλαδο.

Σημαντική επίσης είναι και η συγκέντρωση των κονδυλίων από διάφορες πηγές ώστε να υπάρχει οργανωμένη και εναρμονισμένη παρουσίαση του Ελληνικού ελαιολάδου στη διεθνή αγορά κατά τα πρότυπα της Ισπανικής και Ιταλικής μεθόδευσης της προώθησης των εξαγωγών.<sup>36</sup>

### 3.3.3 Διαφήμιση

Η προβολή της πολλαπλής ωφελιμότητας του ελαιολάδου, μέσω της διαφήμισης και της παρουσίασης τεκμηριωμένων ερευνών και εκθέσεων επιστημόνων διεθνούς κύρους, επηρεάζει τις διατροφικές συνήθειες και προτιμήσεις των καταναλωτών και συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση της ζήτησης του εν λόγω προϊόντος. Επιπλέον η διαφήμιση, ως μέσο ενημέρωσης των καταναλωτών, κατευθύνει ως ένα βαθμό τη ζήτηση ελαιολάδου ως προς τα διαφημιζόμενα εμπορικά σήματα της αγοράς. Η προβολή μέσω της διαφήμισης είναι σημαντική για την ενίσχυση ή την καθιέρωση ενός εμπορικού σήματος στην αγορά.

Οι συνήθειες των Ελλήνων καταναλωτών εντάσσουν το ελαιόλαδο στην καθημερινή διατροφή τους, γεγονός που επηρεάζει θετικά τη ζήτηση.

Η διάρθρωση της κατανάλωσης ελαιολάδου και σπορέλαιων μεταβάλλεται από περιοχή σε περιοχή. Στις μη ελαιοπαραγωγικές περιοχές παρατηρείται αυξημένη κατανάλωση σπορέλαιων γεγονός που οφείλεται κυρίως στη χαμηλότερη τιμή τους, ενώ οι ελαιοπαραγωγοί και γενικότερα οι κάτοικοι των ελαιοπαραγωγικών περιοχών, χρησιμοποιούν μικρότερο ποσοστό ελαίων εκτός του ελαιολάδου στη διατροφή τους.

<sup>36</sup> [http://www.agriculture.gov.gr/press/press\\_releases/2007/07/07072007.htm](http://www.agriculture.gov.gr/press/press_releases/2007/07/07072007.htm) / Τσακλαγκάνος Άγγελος, " Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ", Εκδοτικός οίκος Αδερφών Κυριακίδη Α.Ε. )

Βέβαια, η διαφήμιση είναι ένα σημαντικός παράγοντας που επιδρά στην ανταγωνιστικότητα των εταιρειών του κλάδου, καθώς διαφοροποιεί ένα προϊόν, ενημερώνει τους καταναλωτές για τη συγκεκριμένη ετικέτα και τους πείθει να προτιμήσουν το προϊόν έναντι κάποιου άλλου.

Στην Ελλάδα, η αγορά των λιπών και των ελαίων αλλάζει. Ένας σημαντικός παράγοντας που βοήθησε στην αλλαγή αυτή είναι η έντονη διαφήμιση των σπορέλαιων. Επιπλέον, ο υψηλός βαθμός συγκέντρωσης της Ελληνικής αγοράς μετατόπισε τον ανταγωνισμό από την τιμή στη διαφήμιση. Ο ρυθμός της διαφημιστικής δαπάνης μετά το 1990 άλλαξε με δυναμικό τρόπο. Ειδικότερα, το 1992, οι διαφημιστικές δαπάνες των σπορέλαιων διπλασιάστηκαν σε σχέση με τις αντίστοιχες δαπάνες του ελαιολάδου. Κυρίως αυτό συνέβη εξαιτίας της πολιτικής της «Ελαΐδας» και της «Μινέρβα» που, περιλαμβάνοντας όλα τα σχετικά προϊόντα στο χαρτοφυλάκιο τους, ελέγχουν ολόκληρη την αγορά των λιπαρών ουσιών.

Τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια προβολής του ελαιολάδου από διάφορους φορείς (Διεθνείς, Κοινοτικούς, Εθνικούς, εταιρίες) με στόχο την ενημέρωση και την εκπαίδευση του καταναλωτή για το ελαιολάδο. Η προώθηση του ελαιολάδου απευθύνεται τόσο στους καταναλωτές που ήδη το γνωρίζουν, όσο και σ' αυτούς που το αγνοούν με απώτερο σκοπό το άνοιγμα νέων αγορών και την αύξηση της κατανάλωσης. Στη συνέχεια, θα παρουσιαστούν συνοπτικά οι οριζόντιες εκστρατείες προβολής και προώθησης του ελαιολάδου, οι οποίες βρίσκονται σε εξέλιξη αυτήν την περίοδο στην Ελλάδα, από το Υπουργείο Γεωργίας, σε όλες τις χώρες της Κοινότητας από την Ευρωπαϊκή Ένωση, στις τρίτες μη παραγωγικές χώρες από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου και στις ΗΠΑ από τον ΟΠΕ και το Βορειοαμερικανικό Σύνδεσμο Ελαιολάδου (ΝΑΟΟΑ).

Στην Ελλάδα, το Υπουργείο Γεωργίας, στην προσπάθεια του να αυξηθεί η κατανάλωση του τυποποιημένου Ελαιολάδου και να μειωθεί η διακίνηση του χύμα ελαιολάδου (με στόχο να περιοριστεί το πρόβλημα της νοθείας του Ελληνικού ελαιολάδου, το οποίο έχει πάρει μεγάλες διατάσεις τα τελευταία χρόνια), άρχισε διαφημιστική καμπάνια το Φεβρουάριο του 1998. Στόχος της είναι να παρουσιάσει τα ευεργετικά πλεονεκτήματα του Ελληνικού ελαιολάδου, καθώς και να ενημερώσει το καταναλωτικό κοινό για τις ποιοτικές κατηγορίες του ελαιολάδου.

Μία σημαντική καμπάνια για την προώθηση του ελαιολάδου κατευθύνεται κυρίως από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο σκοπός της γενικής καμπάνιας του ελαιολάδου είναι να ενδυναμωθεί η εικόνα του προϊόντος και να διευρυνθεί η αγορά του, δια μέσου της ενημέρωσης των καταναλωτών για τα οφέλη του.

Ολοκληρώθηκε η Καμπάνια Ελαιολάδου, η οποία άρχισε τον Ιούνιο του 1996 και τελείωσε το Μάιο του 1998. Ειδικότερα, η Διεύθυνση στις Βρυξέλλες με συνολικό προϋπολογισμό 27,5 εκατ. Ευρο για δύο χρόνια, προώθησε τα οφέλη της κατανάλωσης του ελαιολάδου στην υγεία σε όλη την Κοινότητα.

Επίσης, το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου πραγματοποιεί τα τελευταία 15 χρόνια σημαντικές καμπάνιες προώθησης του ελαιολάδου σε επιλεγμένες αγορές τρίτων - μη παραγωγών-χωρών (εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης). Συγκεκριμένα, συνεχίζονται με ιδιαίτερη επιτυχία οι καμπάνιες στις ΗΠΑ, στον Καναδά, στην Αυστραλία, στην Ιαπωνία και στην Αργεντινή. Έρευνες αγοράς έδειξαν τις ιδιαίτερα ευνοϊκές συνθήκες που διαφαίνονται για το ελαιόλαδο στη Βραζιλία και στις χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας (Ταϊβάν, Χονγκ-Κονγκ, Μαλαισία, Ταϊλάνδη, Σιγκαπούρη και Ινδονησία).

Ο Ελληνικός Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών (ΟΠΕ) υλοποιεί ήδη την τρίτη φάση (Φεβρουάριος 1997 - Ιανουάριος 1999) ενός προγράμματος προβολής - προώθησης του Ελληνικού Ελαιολάδου στην αγορά των ΗΠΑ και του Καναδά. Η πρώτη φάση πραγματοποιήθηκε την περίοδο 1993/94 και η δεύτερη την περίοδο 1995/96. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα είναι διετές, με προϋπολογισμό περίπου 4 εκατ. δολαρίων (ένα δις δρχ.), ενώ χωρίζεται σε δύο μέρη, τις γενικές δραστηριότητες και το πρόγραμμα ατομικής στήριξης των επιχειρήσεων.

Τέλος, ο Βορειοαμερικανικός Σύνδεσμος Ελαιολάδου (NAOOA), στην προσπάθεια του να ενημερώσει και να εκπαιδεύσει τον Αμερικανό καταναλωτή για το ελαιόλαδο, έχει τώρα σε εξέλιξη μία εκστρατεία δημοσίων σχέσεων. Η συνολική προσπάθεια επικεντρώνεται στην ενημέρωση και στην εκτίμηση των ιδιοτήτων του ελαιολάδου, σε σχέση με τα υπόλοιπα μαγειρικά και φυτικά έλαια, τονίζοντας την υπεροχή του.

Πρέπει να τονιστεί ότι η διαφήμιση του ελαιολάδου πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο από τις επιχειρήσεις επεξεργασίας και τυποποίησης του προϊόντος, κυρίως κατά τη διάρκεια της περιόδου Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου και Φεβρουαρίου-Μαρτίου(νέα σοδειά) κάθε έτους.

Το κύριο μέσο προβολής του ελαιολάδου είναι η τηλεόραση. Συγκεκριμένα το 2002 η τηλεόραση απορρόφησε το 80,3% της συνολικής δαπάνης και ακολούθησαν οι εφημερίδες με μερίδιο 9,7% και τα περιοδικά με 9,2%. Η προβολή των εξεταζόμενων προϊόντων μέσω του ραδιοφώνου είναι πολύ περιορισμένη. Αξίζει δε να σημειωθεί ότι την περίοδο 1998-2001 τα περιοδικά απορροφούσαν μεγαλύτερα ποσά για διαφήμιση ελαιολάδων από τα αντίστοιχα των εφημερίδων.

Το ελαιόλαδο καλύπτει το μεγαλύτερο ποσοστό της διαφημιστικής δαπάνης ελαίων και φυτικών λιπών (π.χ. ελαιόλαδα, μαργαρίνες, ελαιουργικά προϊόντα).<sup>37</sup>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> : ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΜΕΘΟΔΟ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ**

### **4.1. Εισαγωγή**

Η σύγχρονη οικογένεια στην κοινωνία μας χαρακτηρίζεται από ορισμένες δημογραφικές τάσεις που διαμορφώνουν ανάλογα την αγοραστική και καταναλωτική συμπεριφορά της. Για να μπορέσει να μελετηθεί αυτή η συμπεριφορά, στην παρούσα εργασία, χρησιμοποιείται η μέθοδος συλλογής πρωτογενών στοιχείων με ερωτηματολόγια.

Σκοπός της συλλογής των ερωτηματολογίων είναι να πραγματοποιηθεί τμηματοποίηση του καταναλωτικού κοινού, με βάση τα χαρακτηριστικά προτίμησης του όσον αφορά την αγορά συσκευασμένου ελαιόλαδου. Στην μέθοδο αυτή συνίσταται η συλλογή στοιχείων με βάση τις απαντήσεις που δίνονται από τους ερωτώμενους σε συγκεκριμένες ερωτήσεις. Ο αριθμός των ατόμων που ρωτούνται είναι ένα δείγμα που έχει επιλεγεί από μια μεγαλύτερη ομάδα (πληθυσμό). Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε είναι ποιοτική και ποσοτική σε δείγμα 100 καταναλωτών στις περιοχές της Νάξου, της Θεσσαλονίκης και της Αθήνας.

Η επιλογή του δείγματος στην παρούσα έρευνα έγινε τυχαία. Στην τυχαία αυτή επιλογή του δείγματος κάθε στοιχείο/ άτομο του γενικού πληθυσμού έχει μία συγκεκριμένη και ίση πιθανότητα επιλογής. Τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούν να θεωρηθούν ιδιαίτερα σημαντικά, τόσο για τις εταιρείες μεταποίησης των προϊόντων αυτών, όσο και για τις επιχειρήσεις πώλησης του.

Η παραγωγή μεταποιημένων προϊόντων ελαιολάδου είναι ιδιαίτερα σημαντική για την οικονομία της Ελλάδας, καθότι προσδιορίζει το εισόδημα τόσο των παραγωγών όσο και το κέρδος των μεταποιητικών εργοστασίων της. Επίσης ένα σημαντικό ποσοστό εξάγεται σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η αποδοχή του μεταποιημένου προϊόντος θα εξαρτηθεί από το αν αυτό θα έχει τα επιθυμητά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που θα ικανοποιήσουν τον καταναλωτή για να το επαναπρομηθευτεί. Ο καταναλωτής έρχεται συνεχώς σ' επαφή με ομοειδή προϊόντα από

<sup>37</sup> Σιώμκος Γεώργιος, "Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ", Εκδόσεις Σταμούλης Αθανάσιος / [www.marketing.gr](http://www.marketing.gr)



διαφορετικές εταιρείες και πρέπει να επιλέξει ανάμεσα σ' αυτά. Όταν ο καταναλωτής συναντά ένα νέο προϊόν για να πάρει μια απόφαση αγοράς, το αξιολογεί με βάση την προηγούμενη εμπειρία του για την κατηγορία αυτή των προϊόντων, καθώς και τις πληροφορίες που λαμβάνει για τα νέα προϊόντα αυτής της ομάδας από διαφημιστικές καμπάνιες.

Το ερέθισμα, για να διαδραματίσει το ρόλο του, θα πρέπει πρώτα να κερδίσει την προσοχή του καταναλωτή, στη συνέχεια να γίνει κατανοητό και τέλος να διατηρηθεί στη μνήμη του καταναλωτή σαν νέα πληροφορία μαζί με άλλες ήδη υπάρχουσες στη μνήμη σχετικές πληροφορίες.

Με δεδομένη την αντίληψη κάποιου σχετικού μηνύματος-ερεθίσματος από τον καταναλωτή είναι πιθανό να αλλάξουν κάποια από τα κριτήρια που θεωρεί ο καταναλωτής απαραίτητα προκειμένου να ικανοποιήσει τη συγκεκριμένη ανάγκη που εντόπισε. Εάν ένα μήνυμα για κάποια νέα μάρκα έχει να προτείνει έναν πιο αποτελεσματικό τρόπο χρήσης του προϊόντος, τα κριτήρια ανάγκης είναι πιθανόν αλλάξουν καθώς επίσης και ήδη σχηματιζόμενες τάσεις που έχει ο καταναλωτής για τις υπόλοιπες μάρκες του προϊόντος. Οι αλλαγές στο ψυχολογικό σύνολο του καταναλωτή τροφοδοτούν τον ορισμό των αναγκών του στο μέλλον, καθώς και την ιεράρχηση των διαφορετικών αναγκών που αυτός έχει, όπως και τη συγκεκριμένη αξιολόγηση της κάθε μάρκας με τη χρήση κανόνων αποφάσεων. Όλα τα στάδια της διαδικασίας αυτής οδηγούν στον προσδιορισμό από τον καταναλωτή της αναμενόμενης ικανοποίησης από τη χρήση κάποιας μάρκας του προϊόντος. Με βάση το σύνδεσμο ανάγκης, ο καταναλωτής προσδιορίζει την αναμενόμενη ικανοποίησή του από καθεμία από τις εναλλακτικές μάρκες.

Η πρώτη εμπειρία για να γνωρίσει ο καταναλωτής τη "φυσική" ποιότητα του προϊόντος είναι η κατανάλωσή του. Αν και η εμπειρία κατανάλωσης δίνει στον καταναλωτή την ευκαιρία να διερευνήσει τις ποιότητες ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, αυτό δε σημαίνει όμως ότι όλα τα στοιχεία είναι αξιολογημένα. Η εμπειρία κατανάλωσης, συνήθως φανερώνει διάφορες ποιότητες προϊόντων ή υπηρεσιών που δεν ήταν εμφανείς την ώρα της αγοράς ή της απόκτηση της κυριότητας του.

Η γεύση του προϊόντος είναι ένα σημαντικό μέτρο μέτρησης της ποιότητας. Αυτό που συνήθως αναφέρεται ως γεύση είναι μια πολύπλοκη αίσθηση που περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με την οσμή, τη θερμοκρασία, την υφή κ.λπ., που δίδονται στους συγκεκριμένους δέκτες της γεύσης και τα γευστικά αισθητήρια όργανα. Έτσι, η ιδιότητα της "γεύσης" παίζει ένα ουσιαστικό ρόλο κατά την αγορά του ελαιολάδου καθώς και γενικά των προϊόντων διατροφής.

#### 4.2. Ανάλυση ερωτηματολογίων

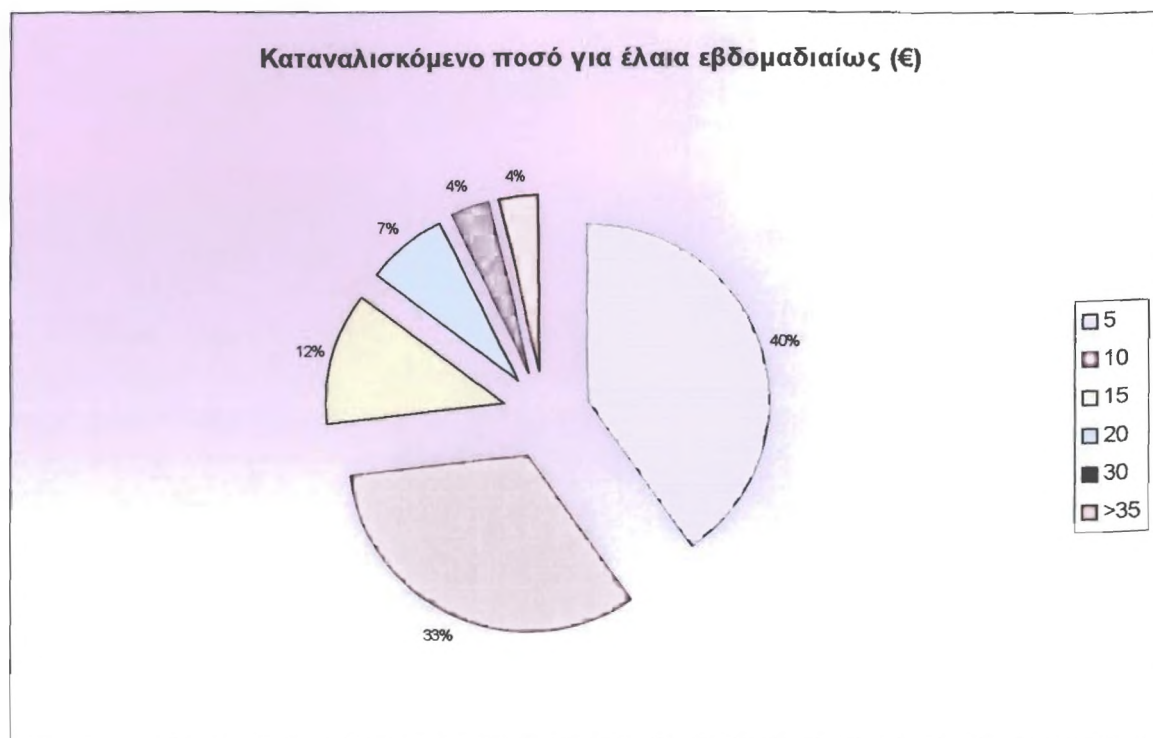
Σκοπός της εργασίας αυτής είναι να διερευνήσει τις προτιμήσεις των καταναλωτών με βάση τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του ελαιολάδου και να πραγματοποιηθεί η τμηματοποίηση του καταναλωτικού κοινού με βάση αυτήν την προτίμηση. Ακολουθεί ανάλυση των σχεδιαγραμμάτων που προέκυψαν με βάση τις απαντήσεις των ερωτηθέντων.

Διάγραμμα 1



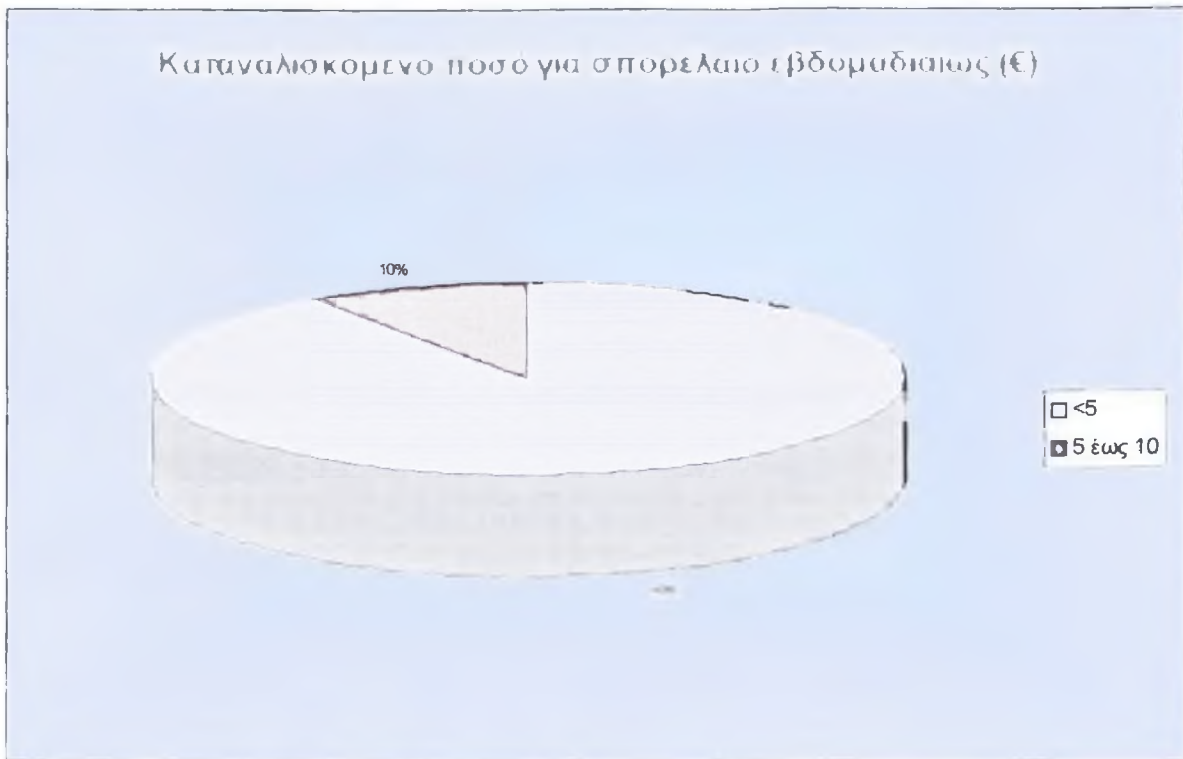
Με βάση το διάγραμμα 1 γίνεται φανερό ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (23%) του καταναλωτικού κοινού ξοδεύει πάνω από 150 € εβδομαδιαίως για την αγορά τροφίμων. Το ποσό αυτό θεωρείται ικανοποιητικό για μία μέση τετραμελή οικογένεια. Ακολουθεί ένα ποσοστό της τάξεως του 22%, με μικρή διαφορά από το προηγούμενο, που μας δείχνει ότι ένα άλλο μεγάλο ποσοστό των καταναλωτών για την συγκεκριμένη περίπτωση ξοδεύει περίπου 100 €. Τα υπόλοιπα ποσοστά είναι κάτω από 10% και εξαρτώνται από διάφορους παράγοντες.

Διάγραμμα 2



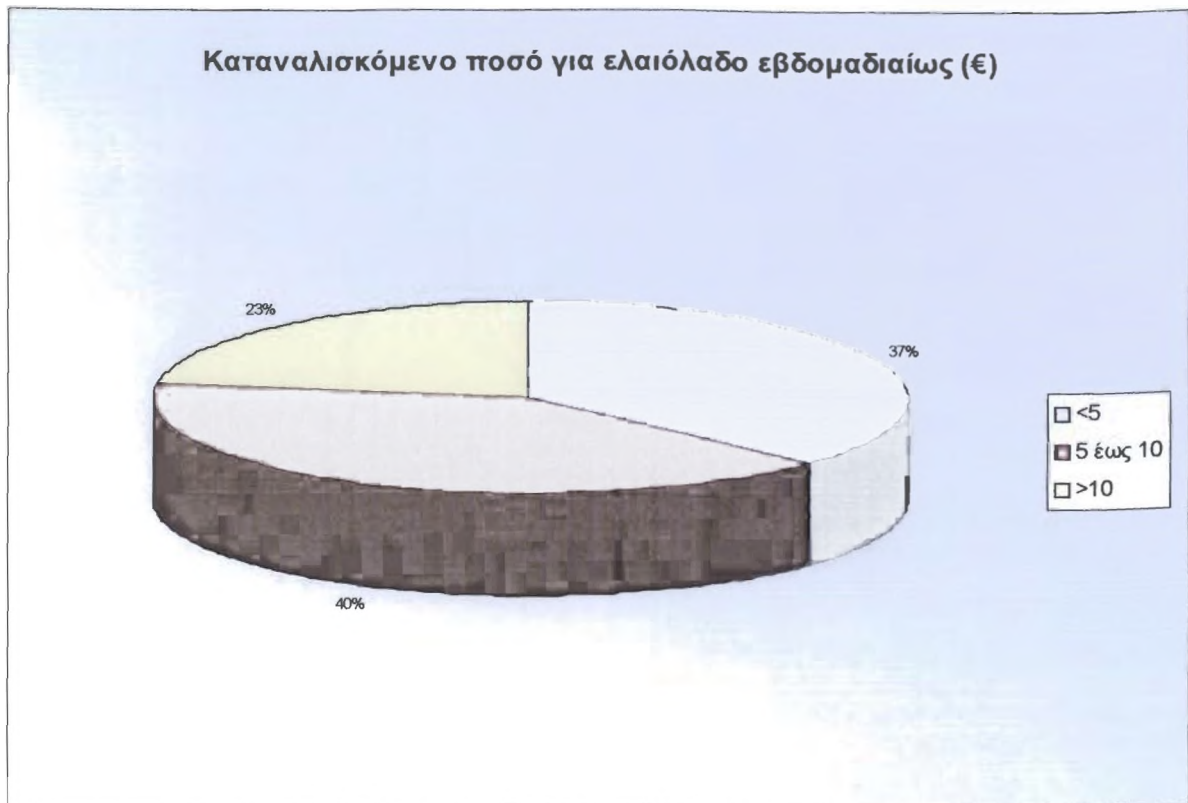
Στις Μεσογειακές χώρες το ελαιόλαδο αποτελεί σημαντικό κομμάτι της διατροφής. Μία τέτοια χώρα είναι και η Ελλάδα. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 2 ένα μεγάλο ποσοστό ατόμων (40%) ξοδεύει γύρω στα 5 € εβδομαδιαίως για την αγορά και κατανάλωση κάποιου ελαίου. Το 33% του ερωτούμενου πληθυσμού ξοδεύει περίπου 10 €. Ενώ το ποσοστό των ανθρώπων, που δίνουν πάνω από 15 € για την αγορά κάποιου συσκευασμένου τύπου ελαίου είναι 12% και κάτω, ποσοστά πολύ μικρότερο σε σχέση με τα αρχικά.

**Διάγραμμα 3**



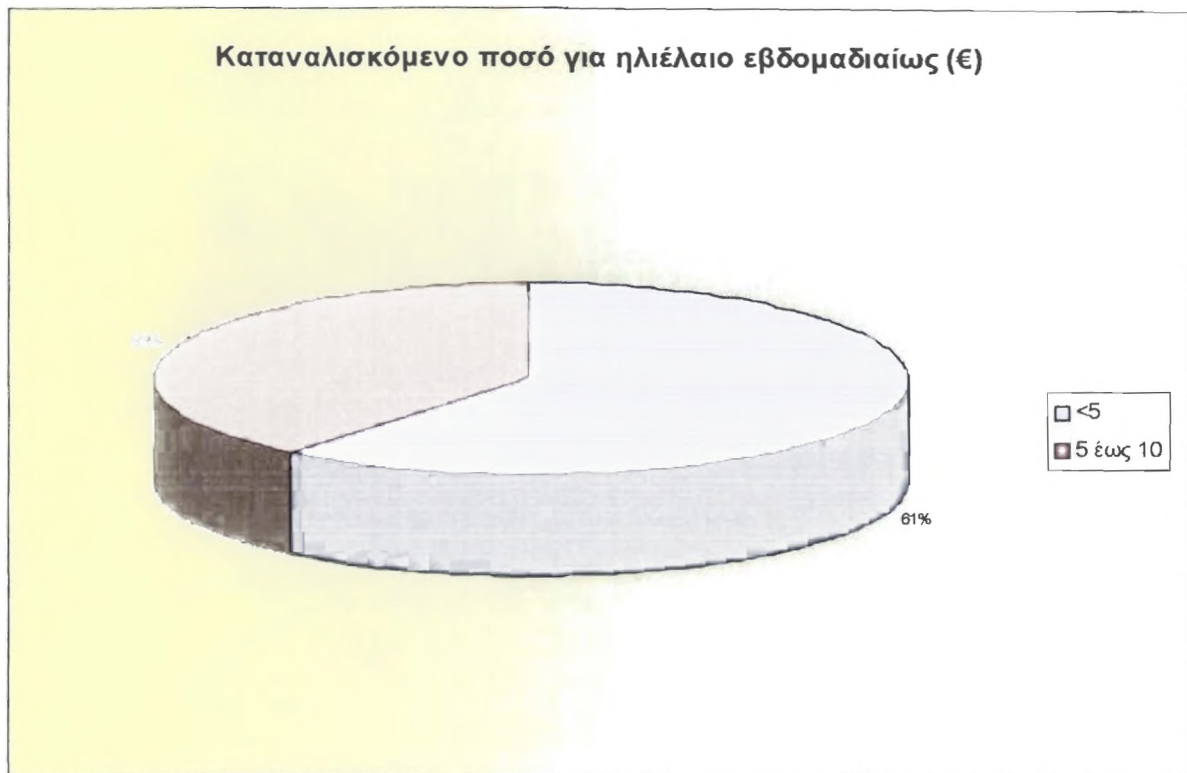
Όπως φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών ξοδεύει εβδομαδιαίως πάνω από 5 € για την αγορά σπορέλαιου. Αυτό το ποσό θεωρείται αρκετά φυσιολογικό αν αναλογιστούμε ότι μετά το ελαιόλαδο, στην μαγειρική, τα έλαια που χρησιμοποιούνται πιο συχνά είναι το σπορέλαιο και το ηλιέλαιο.

Διάγραμμα 4



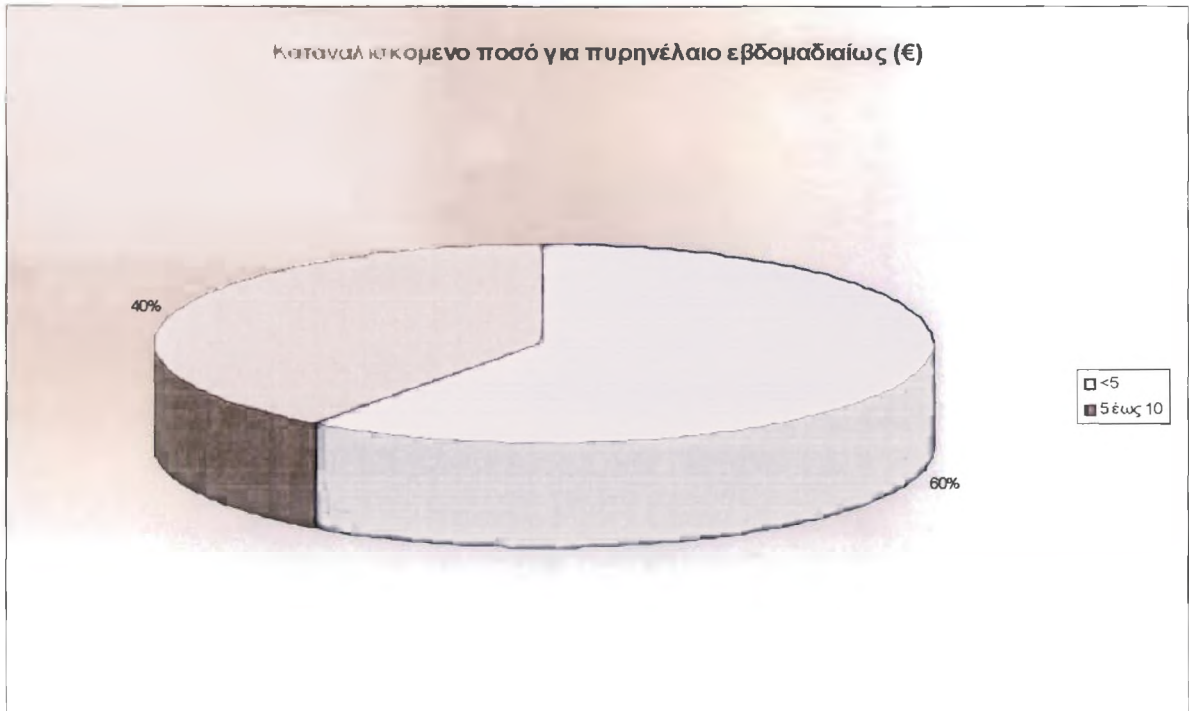
Με βάση το διάγραμμα 4 το 40% των ερωτηθέντων ξοδεύει 5 έως 10 € για την αγορά ελαιόλαδου εβδομαδιαίως. Ποσοστό που μας επιβεβαιώνει την ευρεία χρήση του, σε σχέση με άλλα έλαια. Είναι φανερό ότι οι καταναλωτές προτιμούν στη διατροφή τους το ελαιόλαδο. Το 37% ξοδεύει έως 5 €, ενώ το 23% διαθέτει για την αγορά αυτή από 10 € και πάνω. Σε σύγκριση που μπορούμε να κάνουμε με το διάγραμμα 3 προκύπτει ότι το ελαιόλαδο αποτελεί την βασική επιλογή των καταναλωτών.

Διάγραμμα 5



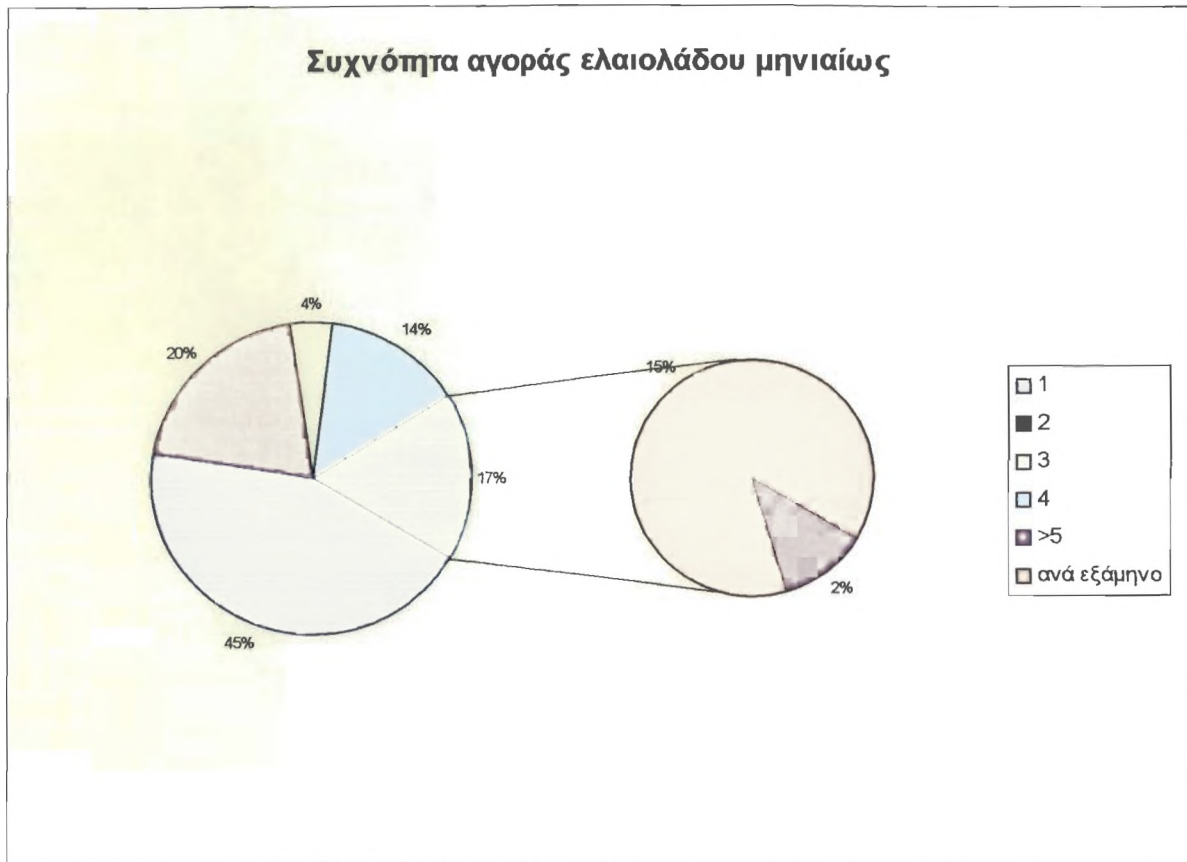
Στο διάγραμμα 5 αναφέρθηκε ότι τα πιο συχνά, για μαγειρική χρήση, έλαια μετά το ελαιόλαδο είναι τα σπορέλαια και τα ηλιέλαια. Αυτό φαίνεται ξεκάθαρα και στο παραπάνω σχεδιάγραμμα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών διαθέτει για την αγορά ηλιέλαιου πάνω από 5 €, ενώ δεν είναι καθόλου μικρό και το ποσοστό των ατόμων που ξοδεύουν από 5 € έως 10 €.

Διάγραμμα 6



Το πυρηνέλαιο είναι ένα εξειδικευμένο και όχι ευρείας χρήσεως προϊόν. Γι' αυτό και το ποσό χρημάτων το οποίο ξοδεύεται για πυρηνέλαιο είναι μέχρι 10 €. Συγκεκριμένα το 60% των καταναλωτών δίνει λιγότερα από 5 € για το παρόν προϊόν ενώ το 40% από 5 € έως 10 €.

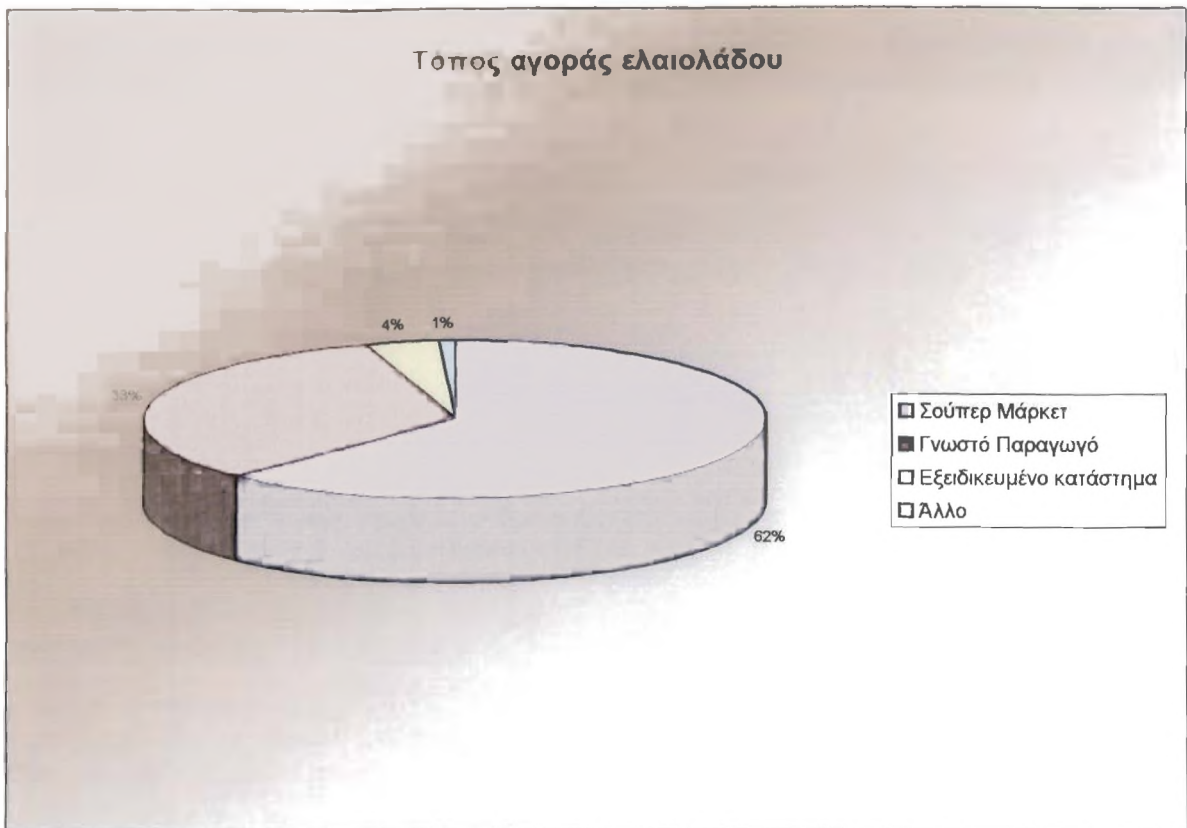
Διάγραμμα 7



Στο διάγραμμα 7 παρατηρήθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών ξοδεύει εβδομαδιαίως 5 € έως 10 € για την κατανάλωση ελαιόλαδου. Όπως προκύπτει από τον παρόντα πίνακα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων αγοράζουν ελαιόλαδο μια φορά το μήνα. Σημαντικό επίσης είναι το ποσοστό αυτών που προμηθεύονται το ελαιόλαδο ανά εξάμηνο. Η διαφορά αυτή έγκειται στο γεγονός ότι στις μεγάλες πόλεις οι καταναλωτές προμηθεύονται το ελαιόλαδο κυρίως από σούπερ-μάρκετ, εν αντιθέσει με τους καταναλωτές της επαρχίας που το προμηθεύονται από γνωστούς παραγωγούς.

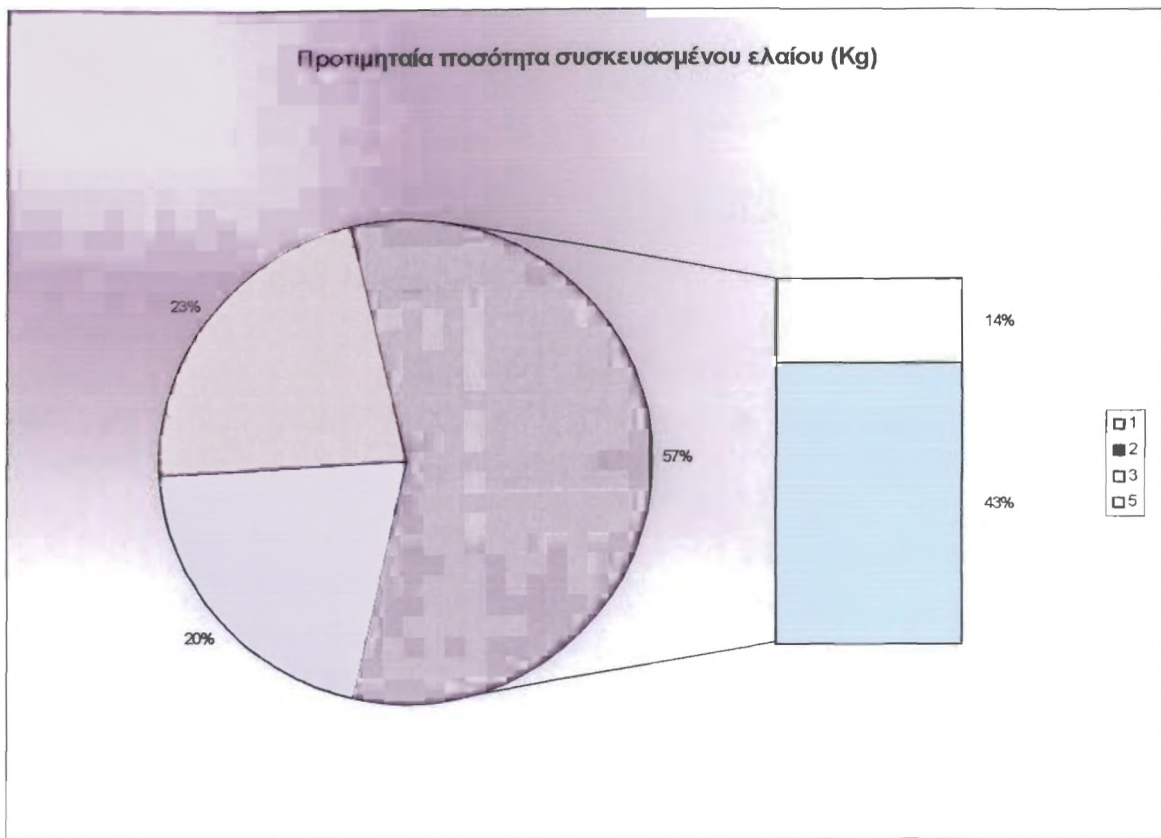


Διάγραμμα 8



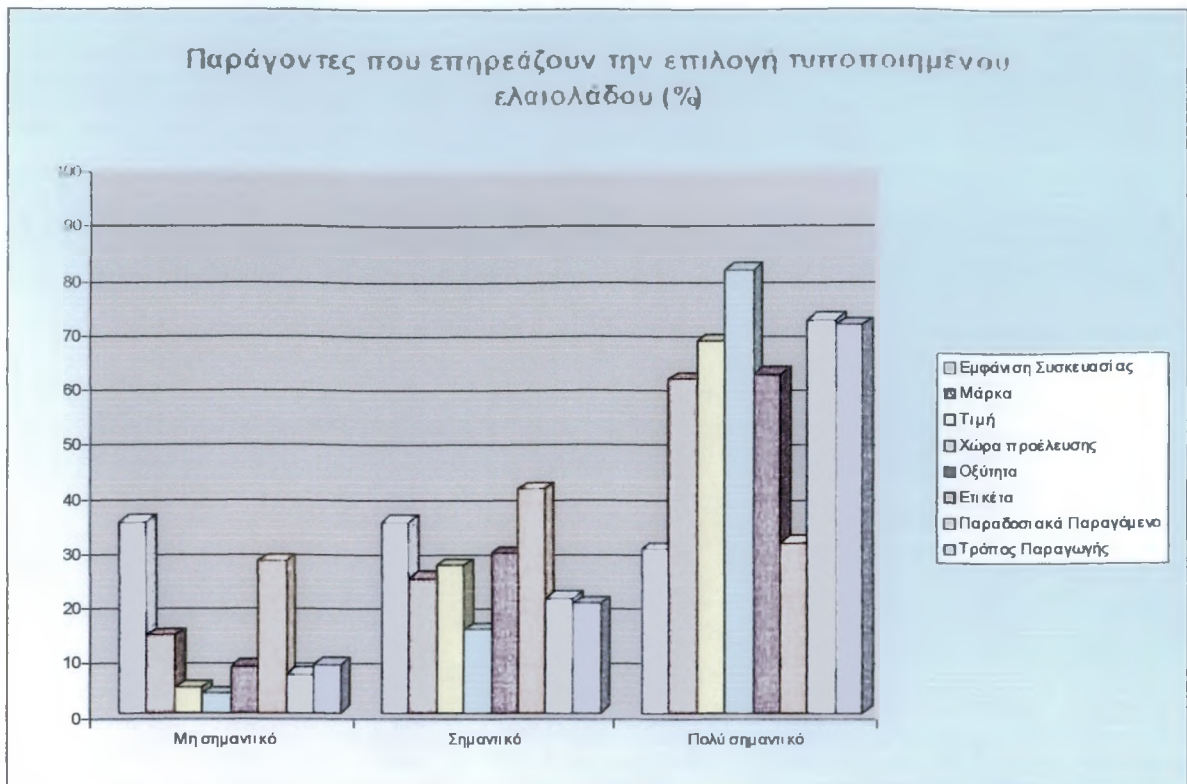
Στην έναρξη του παρόντος κεφαλαίου αναφέρθηκε ότι η ερευνά έγινε σε τρία μέρη της Ελλάδας (Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Νάξο). Η επιλογή αυτών των τόπων δεν έγινε τυχαία, αφού σκοπός μας ήταν να δούμε τις προτιμήσεις των καταναλωτών όσον αφορά τον τόπο αγοράς του ελαιολάδου. Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 8 από τους 100 ερωτηθέντες οι περισσότεροι αγοράζουν ελαιόλαδο από σούπερ-μάρκετ , ενώ δεν είναι μικρό και το ποσοστό αυτών που το προμηθεύονται από γνωστό τους παραγωγό. Τα υπόλοιπα ποσοστά δεν ξεπερνούν το 4%.

Διάγραμμα 9



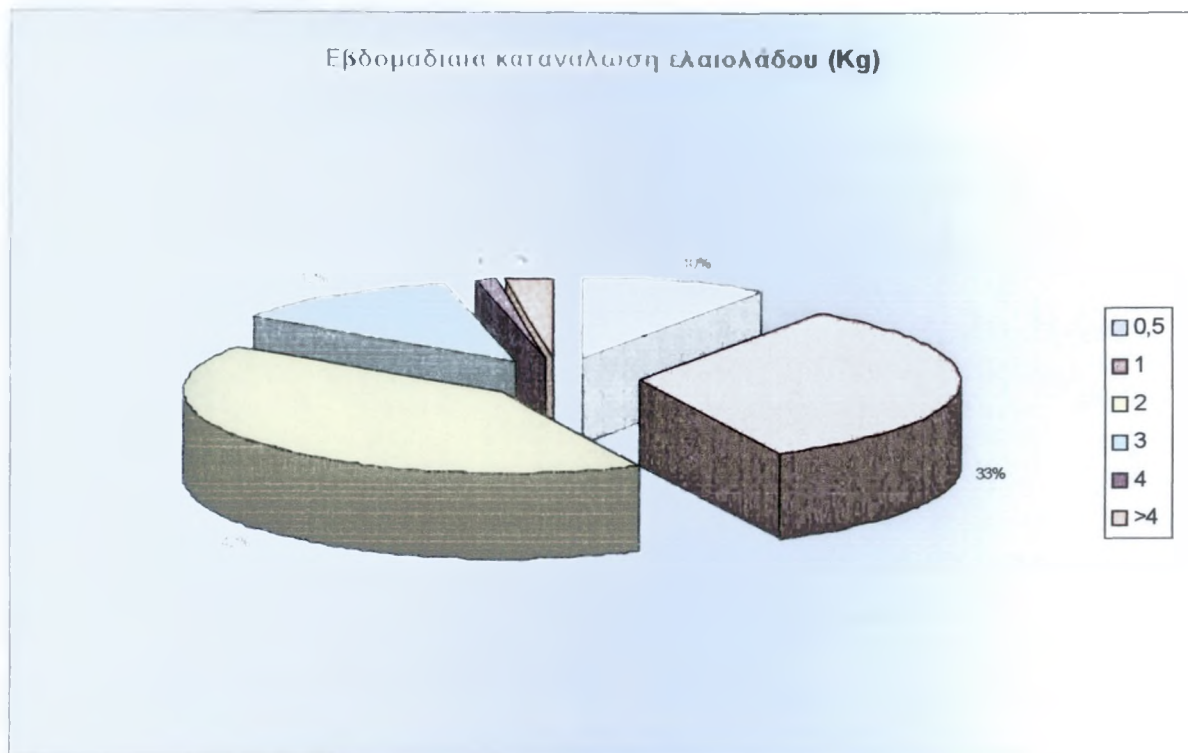
Στα ράφια των σούπερ-μάρκετ το ελαιόλαδο μπορεί να βρεθεί σε δοχεία τον 1, 2, 3 και 5 λίτρων. Το 57% των ατόμων που αγοράζουν τυποποιημένο ελαιόλαδο το προτιμά στη συσκευασία των 2 κιλών. Αξιόλογο είναι αυτό του 43% που το προτιμούν στη συσκευασία των 5 κιλών. Τα υπόλοιπα ποσοστά αν και μικρότερα είναι εξίσου σημαντικά.

Διάγραμμα 10



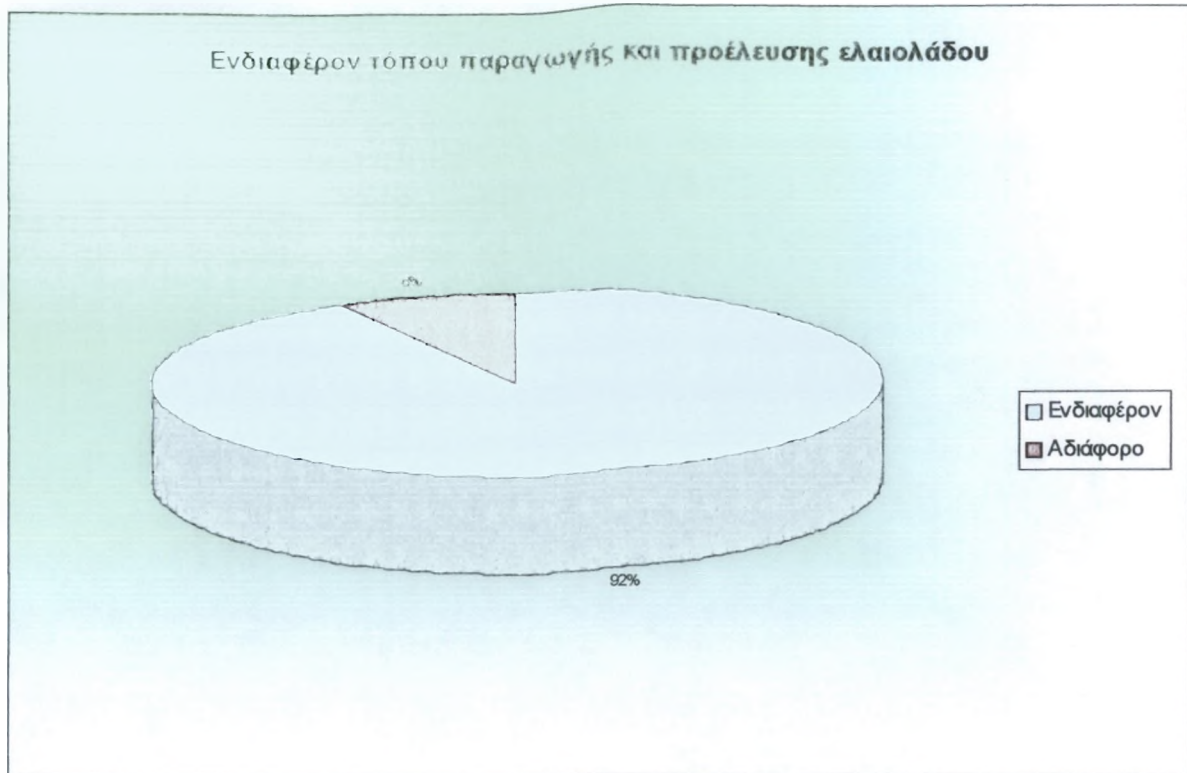
Υπάρχουν πολλοί παράγοντες όσον αφορά την επιλογή του τυποποιημένου ελαιόλαδου. Παρατηρείται ότι οι περισσότεροι παράγοντες παίζουν σημαντικό ρόλο στην αγορά αυτού. Για παράδειγμα η χώρα προέλευσης, το αν το προϊόν είναι παραδοσιακά παραδομένο ή όχι, ο τρόπος παραγωγής και η τιμή αποτελούν τους πιο σημαντικούς λόγους αγοράς ή μη του ελαιολάδου. Όλοι οι υπόλοιποι παράγοντες είναι σημαντικοί σε μικρότερο βαθμό.

Διάγραμμα 11



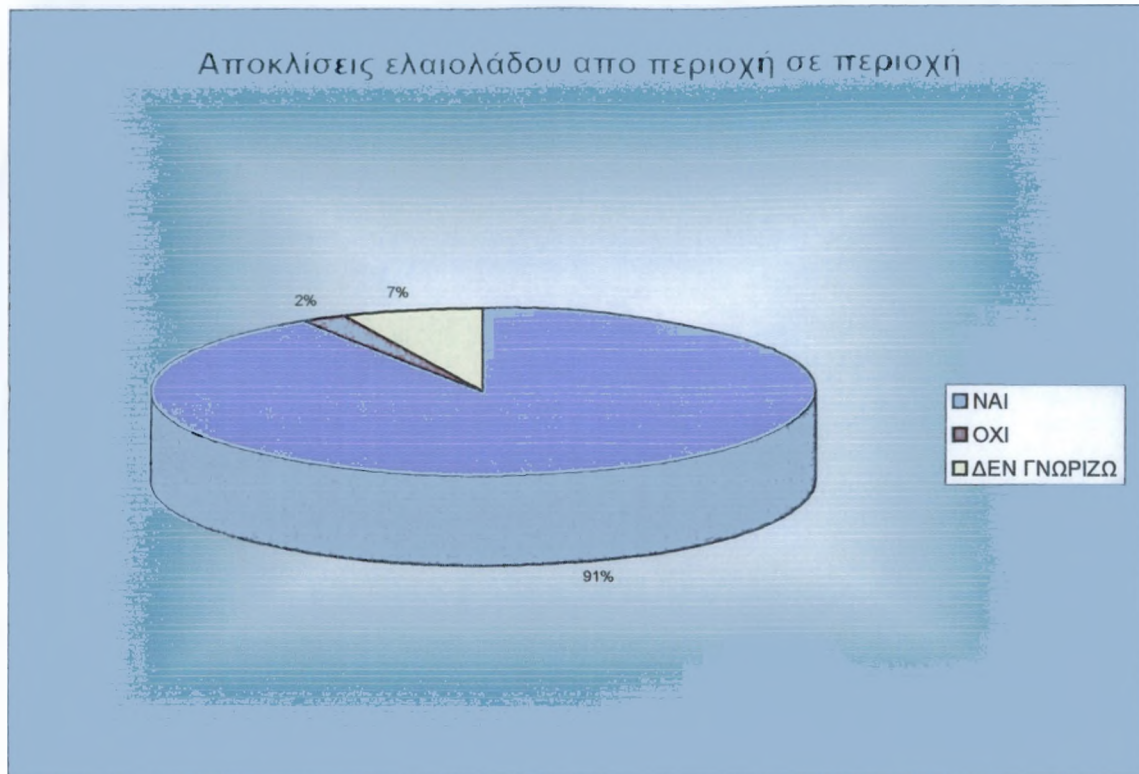
Από το σύνολο των ερωτηθέντων της έρευνας το μεγαλύτερο ποσοστό 42% απάντησαν ότι η εβδομαδιαία κατανάλωσή τους ελαιόλαδο είναι 2 κιλά. Το επόμενο μεγάλο ποσοστό του δείγματος, δηλαδή τα 33 από τα 100 άτομα, έδωσαν την απάντηση ότι εβδομαδιαίως καταναλώνουν 1 κιλό. Με μικρότερα ποσοστά ακολουθούν οι συσκευασίες των 3, 0,5 και 4 και πάνω κιλών.

Διάγραμμα 12



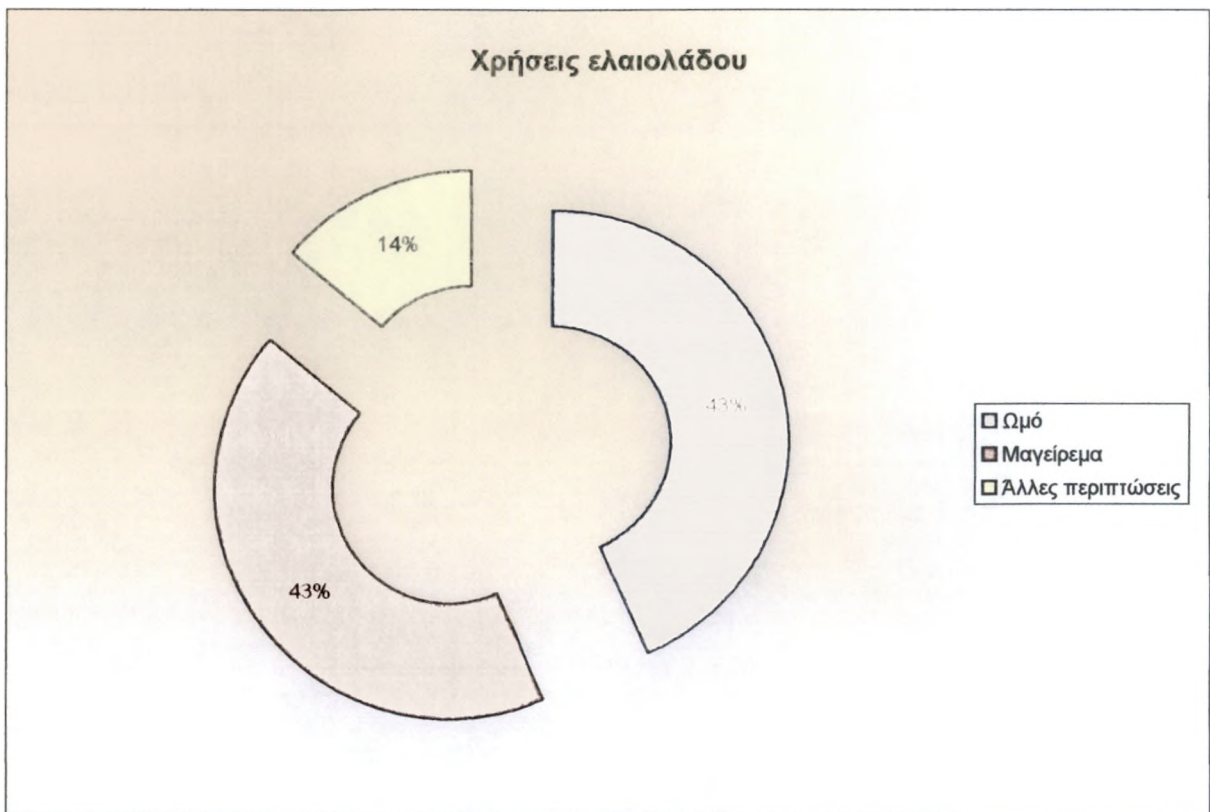
Όπως προκύπτει από το διάγραμμα 12 το σύνολο των καταναλωτών που συμμετείχε στην έρευνα δήλωσε το ενδιαφέρον του για τον τόπο παραγωγής και προέλευσης του ελαιολάδου. Η συντριπτική πλειοψηφία (92%) τόνισε την προτίμησή της στο εγχώριο ελαιόλαδο. Η προτίμηση αυτή εξηγείται λόγω της εμπιστοσύνης τους στην ποιότητα, την θρεπτική και ενεργειακή αξία του παρόντος προϊόντος.

Διάγραμμα 13



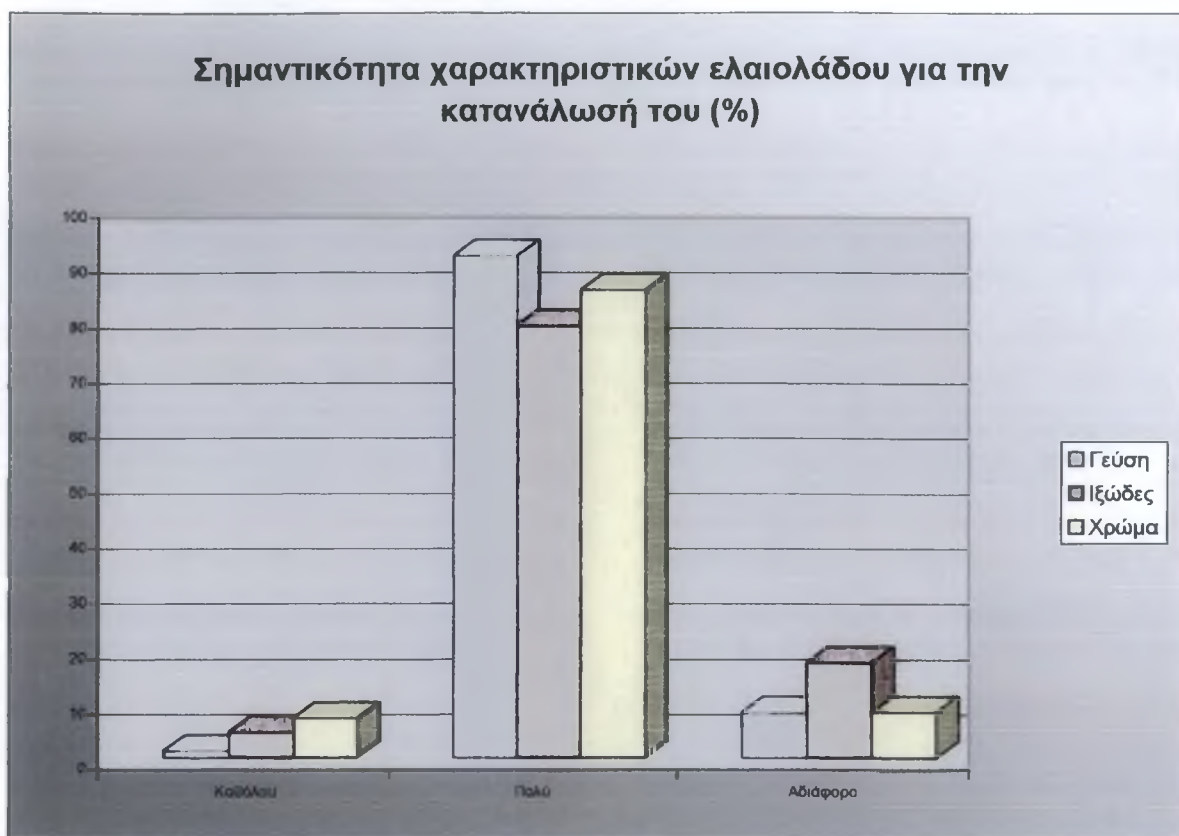
Όταν τέθηκε το ερώτημα στους καταναλωτές αν πιστεύουν πως υπάρχουν γευστικές αποκλίσεις του ελαιολάδου από περιοχή σε περιοχή, η συντριπτική πλειοψηφία αυτών (91%) έδωσαν την απάντηση «ΝΑΙ». Αυτή η απάντηση αν και αναμενόμενη, μπορεί να ενημερώνει για την αναζήτηση των καταναλωτών στην καλύτερη δυνατή ποιότητα ελαιολάδου.

Διάγραμμα 14



Όπως ήδη έχει προαναφερθεί, η Ελλάδα όντας Μεσογειακός λαός, χρησιμοποιεί σε καθημερινή βάση το ελαιόλαδο. Το προϊόν αυτό χρησιμοποιείται με το ίδιο ποσοστό τόσο ωμό όσο και στο μαγείρεμα. Και μόνο το 14% του δείγματος το χρησιμοποιήσει σε άλλες περιπτώσεις.

Διάγραμμα 15



Οι ερωτηθέντες, στην παρούσα έρευνα, αρέσκονται να καταναλώνουν συγκεκριμένους τύπους ελαιολάδου. Κατά κύριο λόγο γιατί θεωρούν ότι ο τύπος ελαιολάδου που προτιμούν είναι πιο γευστικός, τους ικανοποιεί δηλαδή περισσότερο τη γεύση. Κατά δεύτερο λόγο αυτό που επηρεάζει αρκετά τους καταναλωτές μας είναι το χρώμα του ελαιολάδου. Εξίσου σημαντικό χαρακτηριστικό αποτελεί και το ιξώδες του.



## **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΟΝ ΕΛΛΑΔΙΚΟ ΧΩΡΟ

Σας παρακαλώ πολύ να απαντήσετε με σαφήνεια και ακρίβεια στα επόμενα ερωτήματα. Η έρευνα αυτή γίνεται στα πλαίσια εκπόνησης πτυχιακής εργασίας, με θέμα «**ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΟΝ ΕΛΛΑΔΙΚΟ ΧΩΡΟ**» του τμήματος **ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ – ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ**.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ : .....

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ : .....

ΠΕΡΙΟΧΗ : .....

## **ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ**

**1) Τι ποσό χρημάτων ξοδεύετε για τρόφιμα εβδομαδιαίως;**

.....

**2) Τι ποσό χρημάτων ξοδεύετε για έλαια εβδομαδιαίως ;**

.....

**3) Τι ποσό χρημάτων ξοδεύετε εβδομαδιαίως για :**

•Σπορέλαιο .....

•Παρθένο ελαιόλαδο .....

•Ηλιέλαιο .....

•Πυρηνέλαιο .....

**4) Πόσο συχνά αγοράζετε ελαιόλαδο ; .....**

**5) Συνήθως αγοράζετε ελαιόλαδο από :**

Σούπερ-μάρκετ

Παραγωγό που γνωρίζω

Εξειδικευμένο κατάστημα

Άλλο!(αναφέρετε) .....

5<sup>α</sup>) Αν αγοράζετε από παραγωγό γιατί το προτιμάτε ;

.....

6) Σε τι μέγεθος (kg) προτιμάτε το συσκευασμένο λάδι ;

1 kg

2 kg

3kg

5 kg

7) Ποιους από τους παρακάτω παράγοντες θεωρείτε σημαντικούς στην επιλογή τυποποιημένου ελαιολάδου ;

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ			ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	
	1	2	3	4	5
<b>ΕΜΦΑΝΙΣΗ</b>					
<b>ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>ΜΑΡΚΑ</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>ΤΙΜΗ</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>ΕΝΔΕΙΞΗ ΤΗΣ</b>					
<b>ΧΩΡΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**ΕΝΔΕΙΞΗ ΟΘΕΥΤΗΤΑΣ**                             

**ΕΤΙΚΕΤΑ**                             

**ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ  
ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΟ**                             

**ΤΡΟΠΟΣ  
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**                             

**ΆΛΛΟ (ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ)**                             

**8) Πόσο ελαιόλαδο καταναλώνετε κατά μέσο όρο εβδομαδιαίως ;**

.....

**9) Σας ενδιαφέρει ο τόπος παραγωγής και προέλευσης του ελαιολάδου που θα καταναλώσετε ;**

**ΝΑΙ**     

**ΟΧΙ**

**10) Πιστεύετε ότι υπάρχουν γευστικές αποκλίσεις του ελαιολάδου από περιοχή σε περιοχή ;**

**ΝΑΙ**

**ΟΧΙ**

**ΔΕ ΓΝΩΡΙΖΩ**

**11) Πιστεύετε ότι υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στους τύπους ελαιολάδου που κυκλοφορούν ; (τυποποιημένο , χύμα , κ.τ.λ.)**

**ΝΑΙ**

**ΟΧΙ**

**ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ .....**

**12) Σε ποιες από τις παρακάτω περιπτώσεις χρησιμοποιείτε ελαιόλαδο ;**

- Ωμό (π.χ. σαλάτες)**
- Στο μαγείρεμα (π.χ. τηγάνισμα)**
- Άλλη περίπτωση**
- Σε όλες τις προηγούμενες**

13) Πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά για το ελαιόλαδο που θα καταναλώσετε ;

	<b>ΚΑΘΟΛΟΥ</b>	<b>ΠΟΛΥ</b>	<b>ΑΔΙΑΦΟΡΟ</b>
<b>Γεύση</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Ιξώδες ,υφή</b>			
<b>Ρευστότητα</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Χρώμα</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ*

**1) Φύλο :**

Άρρεν

Θήλυ

**2) Ηλικία :** .....

**3) Οικογενειακή κατάσταση :**

Έγγαμος /η

Άγαμος /η

Άλλο

**4) Ποιο είναι το μέγεθος του νοικοκυριού σας ; (άτομα)**

.....

**5) Αριθμός παιδιών : .....**

**6) Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης σας :**

- Όχι επίσημη μόρφωση
- Δημοτικό
- Λύκειο / ΙΕΚ
- Κολέγιο /Πανεπιστήμιο /ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακές σπουδές
- Άλλο .....

**7) Ποιο είναι το εισόδημά σας σε EURO :**

- <500
- 501-1000
- 1001-1500
- 1501-2000
- 2001-2500
- 2501-3000
- 3001-3500
- 3500>



**8) Ποιο είναι το επάγγελμά σας ;**

- Υπάλληλος ιδιωτικού τομέα
- Υπάλληλος δημόσιου τομέα
- Αυτοαπασχολούμενος (ιδιοκτήτης επιχείρησης ,ελεύθερος επαγγελματίας κ.τ.λ. )
- Άνεργος
- Φοιτητής
- Αγρότης
- Εισοδηματίας
- Συνταξιούχος
- Άλλο.....

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> : ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ** <sup>38</sup>

### **5.1. Εισαγωγή**

Μετά από έρευνες που διεξήχθησαν υπό την αιγίδα επιστημόνων που ειδικεύονται στον τομέα του ελαιολάδου, ανά τον κόσμο, τα κυριότερα πορίσματα που προέκυψαν, δίνονται παρακάτω με τη μορφή ερωτήσεων - απαντήσεων.

### **5.2. Απαντήσεις από ειδικούς**

#### **1. Πόσο ελαιόλαδο πρέπει να τρώω; Ποια ποσότητα είναι ιδανική για ημερήσια κατανάλωση;**

Το ελαιόλαδο είναι το κυριότερο λιπαρό που χρησιμοποιείται στην ελληνική κουζίνα. Μία φυσιολογική διαίτα πρέπει να περιέχει 30-35% λιπίδια. Το 15% πρέπει να προέρχεται από το ελαιόλαδο.

#### **2. Όταν αγοράζω ελαιόλαδο, τι πρέπει να προσέχω;**

Η μόνη εγγύηση για εξασφάλιση ανόθευτου προϊόντος με ποιότητα και γεύση που θα μας ικανοποιεί είναι η επιμονή και πιστότητα σε επώνυμα ελαιόλαδα συσκευασιών μέχρι 5 λίτρων. Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι η πώληση χύμα ελαιολάδου σε 17κιλα δοχεία έχει απαγορευθεί από το 1998 με αγορανομική διάταξη, προκειμένου να παταχθεί η νοθεία.

#### **3. Πώς καταλαβαίνουμε ότι ένα ελαιόλαδο είναι ακατάλληλο για τρόφιμο;**

Για την κατάταξη της ποιότητας του ελαιολάδου υπάρχει ευρωπαϊκός κανονισμός. Ωστόσο, η πρώτη αξιολόγηση του προϊόντος μπορεί να γίνει ανιχνεύοντας χαρακτηριστικά όπως το χρώμα, τη γεύση και το άρωμα του ελαιολάδου.

#### **4. Το ελαιόλαδο είναι πιο βαρύ από τα άλλα σπορέλαια; Έχει περισσότερες θερμίδες;**

Το ελαιόλαδο έχει ακριβώς τις ίδιες θερμίδες με τα άλλα σπορέλαια που κυκλοφορούν. Η διαφορά έγκειται στο «σώμα», δηλαδή στη «γεμάτη» γεύση που έχει το ελαιόλαδο και ιδιαίτερα το παρθένο.

#### **5. Είναι καλύτερα να αντικαταστήσω όλα τα άλλα λιπαρά (μαργαρίνες, σπορέλαια, κ.λπ.) με ελαιόλαδο;**

---

<sup>38</sup> § Ετήσιος απολογισμός 2003- uniliver

Το κάθε τρόφιμο εξυπηρετεί κάποια καταναλωτική ανάγκη. Το ελαιόλαδο με τα πολύτιμα για την υγεία μας φυσικά αντιοξειδωτικά στοιχεία του είναι ιδανικό για τις σαλάτες και τα λαδερά φαγητά μας, οι μαργαρίνες και άλλα προϊόντα για επάλειψη στο ψωμί μας δίνουν την απαραίτητη ενέργεια και γεύση στο πρωινό μας και τα σπορέλαια τα απαραίτητα πολυακόρεστα λιπαρά οξέα.

**6. Αυτά τα λευκά αιωρήματα που εμφανίζονται στο λάδι είναι βλαβερά για την υγεία μου; Είναι δείγμα κακού ελαιολάδου; Σε τι οφείλονται; Τι είναι οι «κηροί»;**

Τα λευκά αιωρήματα ή «κηροί» που εμφανίζονται στο λάδι είναι απολύτως φυσικό επακόλουθο της σύστασης του. Δημιουργούνται από την αποθήκευση του σε χαμηλές θερμοκρασίες, όπως είναι φυσιολογικό σε ένα προϊόν στο οποίο δε γίνεται καμία απολύτως επεξεργασία, έτσι ώστε να παραμείνουν όλα τα χαρακτηριστικά του όπως όταν βγαίνει από το λιοτρίβι.

**7. Το ελαιόλαδο έχει συντηρητικά;**

Όχι, το ελαιόλαδο δεν έχει συντηρητικά. Έχει χρόνο ζωής από 12 έως 18 μήνες, ανάλογα με τις συνθήκες αποθήκευσης του.

**8. Πόσο καιρό μετά την ημερομηνία λήξης μπορώ να καταναλώσω άφοβα το ελαιόλαδο; Πώς θα καταλάβω ότι χάλασε;**

Το ελαιόλαδο επηρεάζεται αρνητικά από τους εξής παράγοντες: το φως, την υψηλή θερμοκρασία και το οξυγόνο. Μπορεί να καταναλωθεί μετά τη λήξη του, αλλά πολύ πιθανόν η γεύση του να έχει αλλοιωθεί (ταγγίσει) λόγω οξείδωσης από το φως, το οξυγόνο ή λόγω της έκθεσης του σε υψηλή θερμοκρασία. Η ιδανική θερμοκρασία αποθήκευσης είναι 10-18 °C.

**9. Από ποιον τύπο ελιάς βγαίνει το καλύτερο λάδι;**

Οι κατάλληλες ποικιλίες για ελαιοποίηση είναι αρκετές, λόγω των κλιματολογικών συνθηκών και των μεθόδων που χρησιμοποιούνται για την καλύτερη εκμετάλλευση της ελιάς.

**10. Μπαίνει κάποιο πρόσθετο στο ελαιόλαδο;**

Όχι. Το ελαιόλαδο δεν περιέχει κανένα πρόσθετο συστατικό.

### **11. Τι είναι η οξύτητα;**

Η οξύτητα είναι ένας από τους δείκτες αξιολόγησης και κατάταξης ενός ελαιολάδου. Εκφράζεται συνήθως επί τοις εκατό (π.χ. το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο έχει οξύτητες 0-1%), και αντιπροσωπεύει το ποσοστό ελεύθερων λιπαρών οξέων. Η αυξημένη οξύτητα δίνει μια «τσουχτερή», δυσάρεστη επίγευση στο προϊόν. Επίσης τα ελαιόλαδα με υψηλή οξύτητα αλλοιώνονται ευκολότερα και γρηγορότερα από τα άλλα.

### **12. Τι είναι το παρθένο ελαιόλαδο; Υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στα ελαιόλαδα που κυκλοφορούν και ποιες;**

«Παρθένο ελαιόλαδο» είναι το λάδι που περιλαμβάνεται από την έκθλιψη της ελιάς μόνο με μηχανικό, φυσικά μέσα. Διαφορές υπάρχουν στη γεύση και την ποιότητα, ανάλογα με την οξύτητα τους (τα εξαιρετικά παρθένα έχουν οξύτητα 0-1%), την περιοχή προέλευσης, το πόσο φρέσκο είναι το λάδι, την ποικιλία της ελιάς, το πόσο ώριμος ή άγουρος ήταν ο καρπός κατά τη συλλογή του, το αν είχε προσβληθεί η ελιά από δάκο, τον τρόπο αποθήκευσης (το φως και οι υψηλές θερμοκρασίες βλάπτουν το λάδι) και άλλους παράγοντες.

Όλα τα τυποποιημένα ελαιόλαδα είναι ιδιαίτερα χαμηλής οξύτητας (0-1%) γεγονός που καταδεικνύει την προσπάθεια αλλά και τον έλεγχο στην επιλογή των πρώτων υλών από πλευράς των επωνύμων προϊόντων.

### **13. Το λάδι από ελαιοπυρήνες είναι καλό λάδι; Ποια είναι η διαφορά του από τα άλλα;**

Το πυρηνέλαιο ή λάδι από ελαιοπυρήνες παραλαμβάνεται με χημικές μεθόδους (διαλύτες) από τον πυρήνα της ελιάς. Σύμφωνα με τη νομοθεσία η οξύτητα του δεν μπορεί να ξεπερνά το 1,5%. Είναι λάδι υποδεέστερης ποιότητας, που στερείται των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών του ελαιολάδου, καθώς και πολλών θρεπτικών συστατικών του.

### **14. Τι είναι το βιολογικό λάδι;**

Το βιολογικό ελαιόλαδο είναι ελαιόλαδο προερχόμενο από ελιές βιολογικής καλλιέργειας. Η βιολογική καλλιέργεια συνίσταται στη χρήση συμβατικών μέσων, φιλικών προς το περιβάλλον, για την καταπολέμηση των ασθενειών και για τη λίπανση. Επίσης, η βιοκαλλιέργεια ακολουθεί συγκεκριμένες πρακτικές, στη διάταξη και στον προσανατολισμό των δένδρων στον ελαιώνα, καθώς και στο κλάδεμα.

**15. Είναι καλύτερα το ελαιόλαδο να χρησιμοποιείται στο τέλος του μαγειρέματος; Τι προσφέρει αυτό;**

Το ελαιόλαδο είναι πλούσιο σε φυσικές αντιοξειδωτικές ουσίες, όπως οι πολυφαινόλες και οι βιταμίνες Α και Ε. Λόγω των φυσικών αντί οξειδωτικών ουσιών καθώς και της υψηλής περιεκτικότητας του σε μονοακόρεστα λιπαρά οξέα, το ελαιόλαδο ανθίσταται στην οξείδωση σε υψηλές θερμοκρασίες. Παρ' όλα αυτά, καλό είναι το λάδι να προστίθεται στο τέλος του μαγειρέματος έτσι ώστε τα πολύτιμα αυτά συστατικά καθώς και τα οργανοληπτικά του χαρακτηριστικά (γεύση και άρωμα) να παραμένουν ανεπηρέαστα.

**16. Είναι αλήθεια ότι το ελαιόλαδο δεν αντέχει στις υψηλές θερμοκρασίες;**

Αντιθέτως το ελαιόλαδο, λόγω των φυσικών αντιοξειδωτικών ουσιών που περιέχει, παραμένει σταθερό ακόμη και σε υψηλές θερμοκρασίες.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup> : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η ελαιοκαλλιέργεια αποτελεί μία παραδοσιακή και πολύ διαδεδομένη καλλιέργεια στη χώρα μας με μεγάλη κοινωνική και οικονομική σημασία. Το ελαιόλαδο συνδέεται άρρηκτα με την πολιτιστική κληρονομιά και τις διατροφικές συνθήκες των Ελλήνων. Οι κλιματολογικές συνθήκες και το έδαφος της Ελλάδας ευνοούν την καλλιέργεια των ελαιόδεντρων, η οποία αποτελεί παραδοσιακή αγροτική δραστηριότητα, με σημαντική συμβολή στην οικονομική ζωή της χώρας. Η εγχώρια παραγωγή ελαιολάδου επαρκεί να καλύψει τη ζήτηση, ενώ παράλληλα το ήμισυ περίπου της ετήσιας παραγωγής εξάγεται. Το Ελληνικό ελαιόλαδο, γνωστό για την άριστη ποιότητα του (65% έξτρα παρθένο ελαιόλαδο), συνδέεται με το άριστο οικολογικό περιβάλλον της Ελλάδας, το ήπιο Μεσογειακό κλίμα, τη μεγάλη διάρκεια της ηλιοφάνειας, τις ποικιλίες των ελιών, τη σύσταση του εδάφους και τον παραδοσιακό τρόπο παραγωγής, συλλογής, επεξεργασίας και διατήρησης του.

Η εξαιρετική ποιότητα του Ελληνικού ελαιολάδου είναι ένα από τα βασικότερα πλεονεκτήματα του. Η διατήρηση αυτού του πλεονεκτήματος και η βελτίωση του ακόμα περισσότερο στο μέλλον, θα πρέπει να είναι ο κυριότερος άξονας της πολιτικής που θα ακολουθηθεί από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς του ελαιολάδου. Ο κάθε ένας με το δικό του τρόπο, θα πρέπει να αξιοποιεί όλες τις

διαθέσιμες πληροφορίες για την περαιτέρω βελτίωση και ανάπτυξη του "Εθνικού προϊόντος", του ελαιολάδου.

Εντούτοις, ο κλάδος αντιμετωπίζει ορισμένα προβλήματα, τα οποία ανακόπτουν τη δυναμική της εξέλιξης του μακροπρόθεσμα, αλλά και βραχυπρόθεσμα.

Ειδικότερα, επισημαίνονται τα εξής: Ελλιπής ενημέρωση και επιμόρφωση του αγροτικού πληθυσμού σε θέματα που τον αφορούν, το οποίο συνεπάγεται ανεπαρκή κατανόηση των υφισταμένων δυνατοτήτων και των καλύτερων πρακτικών και αδυναμία ορθής διαχείρισης, με αποτέλεσμα το υψηλό κόστος παραγωγής.

Το γεγονός ότι ο παραγωγός σε πολλές περιπτώσεις καλείται να μεθοδεύσει και την διάθεση του προϊόντος αποτελεί ένα σημαντικό ζήτημα, δεδομένου ότι, όπως επισημάνθηκε στο 3<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Εξαγωγέων, ο παραγωγός δεν είναι συνήθως εξειδικευμένος σε θέματα μάρκετινγκ και εξαγωγών.

Η χαμηλότερη τιμή του χύμα ελαιολάδου που προσφέρουν οι παραγωγοί σε σχέση με την τιμή λιανικής πώλησης του τυποποιημένου, οδηγεί τους καταναλωτές στην αγορά ελαιολάδου απευθείας από τους παραγωγούς. Ο μεγάλος αριθμός των παραγωγών έχει ως αποτέλεσμα τον κατακερματισμό της αγοράς και την αδυναμία ελέγχου των τιμών από καθένα εξ αυτών.

Η διακίνηση του ελαιολάδου σε μορφή χύμα είναι παράνομη τις περισσότερες φορές και έχει ως αποτέλεσμα τη φοροδιαφυγή και σε αρκετές περιπτώσεις τη νοθεία του προϊόντος (προσμίξεις με σπορέλαια ή ελαιόλαδο κατώτερης ποιότητας).

Από το σύνολο των εξαγωγών ελαιολάδου, οι σημαντικότερες ποσότητες αφορούν προϊόν χύμα. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην γίνεται ευρέως γνωστό στη διεθνή αγορά το συγκεκριμένο προϊόν ως ελληνικό, αλλά συχνά να συσκευάζεται και να κυκλοφορεί ως προϊόν των χωρών στις οποίες το εισάγουν. Επιπλέον, σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, μέρος του εξαγομένου χύμα ελαιόλαδου αναμιγνύεται από τις εταιρίες του εξωτερικού με κατώτερης ποιότητας ελαιόλαδα, οι οποίες εν συνεχεία, το διαθέτουν στη διεθνή αγορά ως τελικό προϊόν σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές. Κύρια χώρα προορισμού του χύμα ελαιολάδου είναι η Ιταλία.

Οι επιχειρήσεις της Ιταλίας και της Ισπανίας κυριαρχούν στη διεθνή αγορά του τυποποιημένου ελαιολάδου εδώ και πολλά χρόνια, ενώ οι ελληνικές εταιρίες δεν έχουν δυναμική παρουσία. Το καθεστώς αυτό είναι δύσκολο να διαφοροποιηθεί και απαιτεί ενημέρωση, διαφήμιση και γενικότερη προβολή του ελληνικού ελαιολάδου σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι εν λόγω ενέργειες απαιτούν όμως

υψηλά κονδύλια και μακρόχρονο σχεδιασμό από τις ελληνικές επιχειρήσεις και τους δημόσιους φορείς.

Έχει σημειωθεί βελτίωση στην ποιότητα του. Το γεγονός αυτό αυξάνει τον ανταγωνισμό στη διεθνή αγορά και επηρεάζει αρνητικά τις εξαγωγές της χώρας μας.

Το κοινοτικό μέτρο της «τελειοποίησης», το οποίο επιτρέπει την αδασολόγητη εισαγωγή προς τις χώρες της Ε.Ε. (πλην της Ελλάδας) ελαιολάδων από τρίτες χώρες (π.χ. Τουρκία, Τυνησία, Συρία, κλπ.) εφόσον πρόκειται να τελειοποιηθούν και να επανεξαχθούν, ισχύει εις βάρος των ευρωπαϊκών παραγωγών. Σημειώνεται ότι ως τελειοποίηση θεωρείται οποιαδήποτε βελτίωση, όπως το απλό φιλτράρισμα, η τυποποίηση, το ραφινάρισμα κ.ά.

Η εγχώρια κατανάλωση ελαιολάδου βρίσκεται ήδη σε υψηλά επίπεδα και δεν αναμένεται να παρουσιάσει σημαντική διαφοροποίηση τα επόμενα έτη. Συγκεκριμένα, για την επόμενη ελαιοκομική περίοδο (2004/05), η πραγματική κατανάλωση ελαιολάδου προβλέπεται να παρουσιάσει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 3%-4%. Σημαντική όμως διαφοροποίηση αναμένεται στην κατανάλωση του τυποποιημένου ελαιολάδου, το οποίο θα παρουσιάσει σημαντική αύξηση έναντι του χύμα. Λόγο του πρόσφατου κανονισμού της Ε.Ε. για την απαγόρευση της διακίνησης χύμα ελαιολάδου σε ανώνυμες συσκευασίες άνω των 5 λίτρων.

Το βιολογικό ελαιόλαδο αποτελεί μία νέα κατηγορία προϊόντος που εισήλθε στην αγορά. Πρόκειται για ελαιόλαδο που έχει παραχθεί από ελιές, οι οποίες έχουν καλλιεργηθεί μόνο με οργανικά λιπάσματα και δακοπαγίδες και όχι με χημικά λιπάσματα και φυτοφάρμακα και το οποίο έχει πιστοποιηθεί από αρμόδιο οργανισμό. Η ζήτηση του εν λόγω προϊόντος, όπως και των προϊόντων με ένδειξη ΠΟΠ και ΠΓΕ βαίνει αυξανόμενη στη διεθνή αγορά. Ωστόσο, η αγορά του βιολογικού ελαιόλαδου δεν έχει ακόμη αναπτυχθεί ιδιαίτερος στην Ελλάδα καθώς πρόκειται για προϊόν που θεωρείται ήδη υγιεινό.

Η αγορά του ελαιολάδου στην Ελλάδα βρίσκεται στο στάδιο της ωριμότητας και ως εκ τούτου η ουσιαστική ανάπτυξη μπορεί να επέλθει κυρίως μέσω διεύρυνσης της εξαγωγικής δραστηριότητας. Φορείς όπως ο ΣΕΒΙΤΕΛ, ο Σύνδεσμος Ελλήνων Εξαγωγέων, ο ιδιωτικός φορέας ΕΛΑΓΚΡΟ, πραγματοποιούν διάφορες ενέργειες κατά καιρούς με σκοπό την προβολή, ενημέρωση και προώθηση του προϊόντος στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Σύμφωνα με τα στοιχεία του 3<sup>ου</sup> Πανελληνίου Συνεδρίου Ανάπτυξης Εξαγωγών, για τη βελτίωση των εξαγωγών ελαιολάδου απαιτούνται:

Διαρθρωτικές αλλαγές στον τομέα.

Βελτίωση των δυνατοτήτων και της αποτελεσματικότητας των τυποποιητικών και εξαγωγικών επιχειρήσεων.

Συγκεκριμένο μακροχρόνιο πλαίσιο μέσα στο οποίο θα κινηθούν όλες οι δραστηριότητες προώθησης των εξαγωγών.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, τόσο η κοινοτική όσο και η παγκόσμια παραγωγή και κατανάλωση ελαιολάδου προβλέπεται ότι θα αυξηθεί τα επόμενα χρόνια. Συγκεκριμένα, το 2008 η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου έχει προβλεφθεί ότι θα διαμορφωθεί στα επίπεδα των 3.150 τόνων και η παγκόσμια κατανάλωση στους 3.023 χιλ. τόνους περίπου.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1\*: Εγχώρια κατανάλωση ελαιολάδου, (1990-2004) <sup>39</sup>

Πίνακας 1: Εγχώρια κατανάλωση ελαιολάδου (1990/91-2001/04)	
Έτος	Ποσότητα
1990/91	160.000
1991/92	190.000
1992/93	180.000
1993/94	177.000
1994/95	210.000
1995/96	177.000
1996/97	208.000
1997/98	240.000
1998/99	245.000
1999/00	265.000
2000/01	270.000
2001/02	270.000
2002/03	110.000
2003/04	105.000

Πίνακας 2: Κοινοτικές τιμές και ενισχύσεις (euro /100kg) <sup>40</sup>

Κοινοτικές τιμές και ενισχύσεις (euro /100kg)					
Τιμές και ενισχύσεις	1196/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01
Ενδεικτική τιμή παραγωγού	383,77	383,77	383,77	383,77	383,77
Ενίσχυση στην παραγωγή	142,2	142,2	132,25	132,25	132,25
Προκαταβολή	90,32(63,5%)	75,37(53%)	87,5(67,5%)	103,38(79,3%)	104,61
Εκτιμώμενη παραγωγή(τόνοι)	1859400	2290600	521000	441000	475423
Πραγματική παραγωγή	1930278	2394291	562493	463090	-
Παρακράτηση /κτηματολόγιο	2,40%	2,40%	0	0	0

Πίνακας 1\* : <sup>39</sup> Ελαιουργική, Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Παραγωγών Ελαιοκομικών Προϊόντων, (2000-2001) "Ελαιουργικά Θέματα"

Πίνακας 2\* : <sup>40</sup> Agricultural Situation Report – Greece / International Olive Oil Council, Statistical time series for olive oil

Πίνακας 3: Πωλήσεις εταιριών επεξεργασίας και τυποποίησης ελαιολάδου και πυρηνελαίου (1997-2002) <sup>41</sup>

Πωλήσεις εταιριών επεξεργασίας και τυποποίησης ελαιολάδου και πυρηνελαίου(1997-2002)	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Εταιρία						
ΣΟΓΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Β.&Ε.Ε.	298817520	203271489	167310230	167667269	182961491	225046590
ΕΛΛΙΣ Α.Ε.ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	158650712	157311343	175815008	168538671	160648113	182564989
ΜΙΝΕΡΒΑ Α.Ε. ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	49841576	51209324	46736106	46965221	55481209	ΜΔ
ΚΟΡΕ Α.Ε.	16490550	22055120	23731959	23617500	24730740	ΜΔ
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΕΚΛΕΚΤΑ ΕΛΑΙΑ Α.Ε.	5422829	5395439	6813080	6015369	11612256	14202603
NUTRIA Α.Ε.	4619636	5213547	15700208	9534929	11411478	20076421
ΑΓΡΟ.ΒΙ.Μ.Α.Ε.	7095034	7494084	9388766	9175466	11326845	13151176
ΡΛΙΑΣ Α.Β.&Ε.Ε.	17049438	18509153	21347498	25778841	11030363	8865890
ΑΓΡΟΤΙΚΗ Α.Ε.	5000261	5732229	5958577	6464880	6977140	9550400
ΟΛΥΜΠΙΑ-ΧΕΝΙΑ Α.Ε.	4978946	5191557	5246063	5342054	6666333	9010346
ΙΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.	4873244	4193861	6687475	3177869	5747227	2228540
ΜΠΟΤΖΑΚΗΣ Α.Ε.	6231164	5108112	7241312	5383434	5436657	6995000
ΕΛΕΜΧΟ Α.Ε.			4203798	4009661	5067339	4200000
ΓΑΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Β.& Ε.Ε.	1177365	1543528	1841127	3653984	4773723	ΜΔ
ΑΝΑΤΟΛΗ ΑΒΕΑ ΑΒΕ	5087982	4790078	4332200	4215915	4699706	4695000
ΦΑΚΛΑΡΗ ΑΦΟΙ Α.Ε.	3194494	3509385	6181861	3535390	4564842	ΜΔ
ΚΡΕΤΑ ΦΟΥΝΤ Ε.Π.Ε		363871	1735472	3846806	4255920	6600000
ΟΛΙΤΡΑΔΕ Α.Ε.	6567181	12883143	6233764	4359689	4073077	5770673
ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΣ Δ.ΑΣΠΣ ΜΥΣΤΡΑΣ ΑΕΒΕ	1013638	2304666	2272470	2440960	3101519	ΜΔ
ΔΗΜΑΡΑΚΗΣ ΣΤ.Α.Ε.				3922483	2896781	2773967
ΠΑΣΠΑΤΗΣ Γ. Α.Β.Ε.	1416106	1112120	2938823	2272766	2866482	2427669
ΤΡΙΦΥΛΙΑ Α.Ε.	7447134	5335228	7200725	4835454	2479074	ΜΔ
ΠΑΠΑΙΩΑΝΝΟΥ ΕΜΜ. Π. Α.Β.Ε.&Τ.Τ.	2145497	1925247	2007525	2409529	2201704	2616850
ΦΟΥΦΑ Η.ΑΦΟΙ Α.Ε.		1324147	5539542	1291601	1829887	3044715
ΚΟΥΡΙΑΚΟΙ ΑΦΟΙ Α.Ε.	8626767	11297508	7809429	7037566	ΜΔ	ΜΔ
ΣΥΝΟΛΟ	609747074	537074179	544273018	525493307	536839906	509618226

Πίνακας 3\* : <sup>41</sup> Μελέτη ICAP, Ελαιόλαδο και πυρηνέλαιο (2002-03)

Πίνακας 4: ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΛΑΙΟΠΟΙΗΣΙΜΗΣ ΕΛΙΑΣ <sup>42</sup>

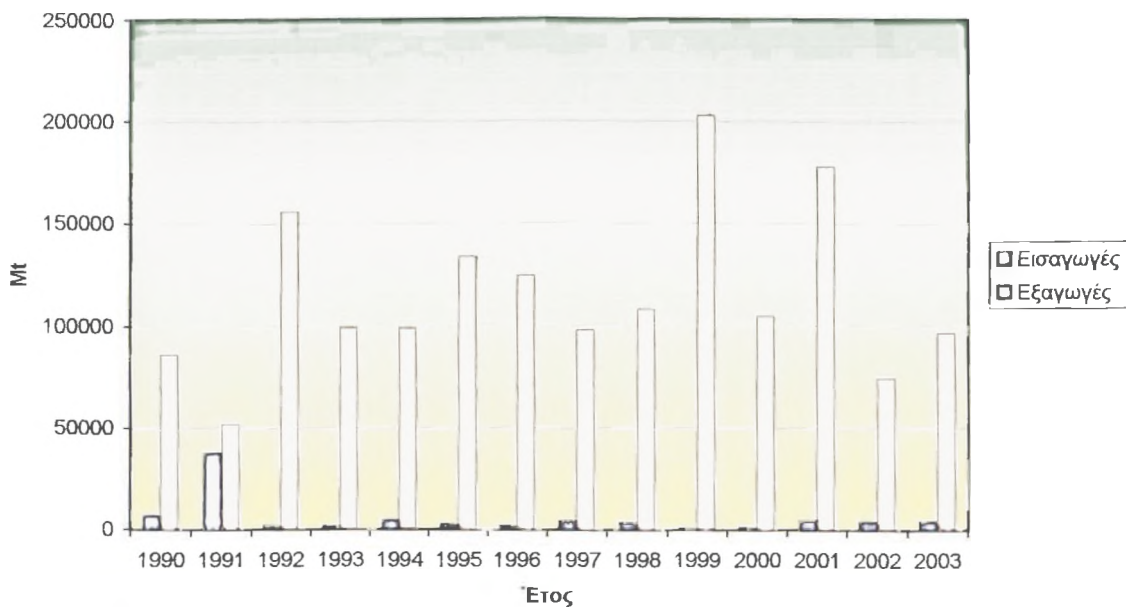
ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΛΑΙΟΠΟΙΗΣΙΜΗΣ ΕΛΙΑΣ				
ΕΤΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΕΝΔΡΩΝ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ (τόνοι)	ΤΙΜΗ (δρχ/κιλό)	ΑΚΑΘ. ΑΞΙΑ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (σε χιλ. δρχ.)				
1961	75.054.357	247.855	14,88	3.688.082
1962	76.108.892	55.807	19,1	1.065.914
1963	76.476.950	209.413	19,22	4.024.918
1964	77.329.900	129.474	19,5	2.524.743
1965	77.286.740	190.740	20,1	3.833.874
1966	78.056.340	185.000	20,9	3.866.500
1967	79.261.400	185.000	21,4	3.959.000
1968	81.079.000	153.635	24,7	3.794.785
1969	83.946.700	155.626	25,3	3.937.338
1970	85.708.340	197.700	28,55	5.644.335
1971	86.679.600	183.000	27,01	4.942.830
1972	87.100.000	249.400	29,71	7.409.674
1973	87.929.900	192.400	37,62	7.238.088
1974	88.300.000	237.000	47,86	11.342.820
1975	88.734.780	257.000	54,67	14.050.190
1976	90.037.000	225.000	56,01	12.602.250
1977	91.660.000	231.000	61,88	14.294.280
1978	93.268.833	235.000	73,45	17.260.750
1979	95.685.699	203.000	81,94	16.633.820
1980	97.659.501	330.000	97,8	32.274.000
1981	99.051.452	230.000	112,11	25.785.300
1982	100.443.403	324.470	130,77	42.430.942
1983	100.574.277	222.445	165,38	36.787.954
1984	102.822.284	202.237	203,39	41.132.983
1985	103.023.129	344.130	238,06	81.923.588
1986	103.450.000	220.000	297,59	65.469.800
1987	103.802.055	298.000	314,7	93.780.600
1988	103.982.735	313.800	336,89	105.716.082
1989	103.951.621	319.778	406,9	130.117.668
1990	104.291.779	167.367	563,49	94.309.631
1991	104.950.000	364.100	851,34	309.972.894
1992	105.760.046	303.500	575,91	174.788.685
1993	106.248.762	268.000	593,6	159.084.800
1994	110.772.737	357.785	666,68	238.528.104

1995	114.003.029	407.450	794,77	323.829.037
1996	117.905.650	454.640	1.083,38	492.547.883
1997	121.182.101	453.000	839,91	380.479.230
1998	122.481.028	466.000	674,4	314.270.400
1999	130.769.382	413.000	709,19	292.895.470
2000	129.053.238	430.000	630,5	271.115.000

Πίνακας 5: Εισαγωγές - Εξαγωγές της Ελλάδος (1990-2003) <sup>43</sup>

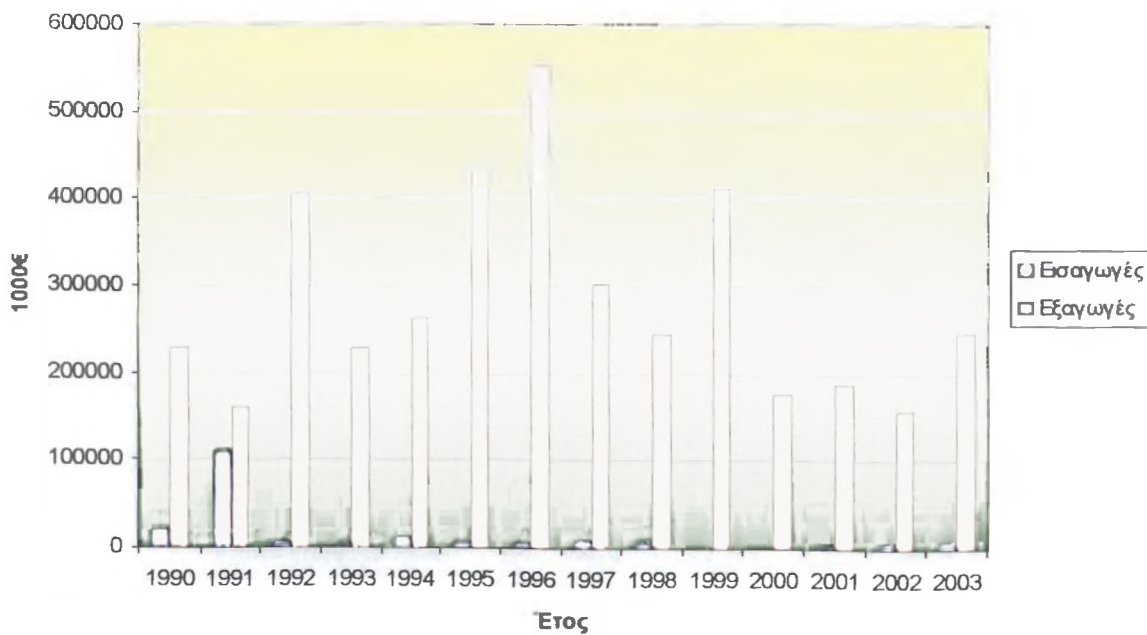
Έτος	Εισαγωγές (Mt)	Εξαγωγές (Mt)	Εισαγωγές (1000€)	Εξαγωγές (1000€)
1990	6920	86139	21133	229781
1991	37563	51837	110053	159912
1992	1891	156148	6183	404559
1993	1656	98994	3938	229681
1994	4762	98750	12315	264264
1995	2572	133936	6475	432455
1996	1895	124241	7977	551926
1997	4222	97795	8708	302329
1998	3319	107575	7403	245516
1999	763	202781	2420	412671
2000	1238	104139	1911	175676
2001	4402	178152	4901	186674
2002	4086	74174	7800	158823
2003	4026	96709	9371	248144

Γράφημα 1: Εμπόριο ελαιολάδου από- και προς Ελλάδα (σε Mt) <sup>44</sup>



Γράφημα 2: Εμπόριο ελαιολάδου από- και προς Ελλάδα (σε 1000€) <sup>45</sup>

Εμπόριο Ελαιολάδου από-πρός Ελλάδα



Γράφημα 1\* : <sup>44</sup> <http://www.eia.doe.gov/country/country.cfm?country=greece> / <http://www.minagri.gov.gr>  
Γράφημα 2\* : <sup>45</sup> ό.π.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Ελληνική Βιβλιογραφία**

1. ΑΛΕΞΑΚΗΣ, Α., Το ελαιόλαδο και η παραγωγή του, Αθήνα, Σιδέρης, 2003
2. ΜΠΟΥΡΑΝΤΑΣ Δ., Management, Μπένος, 2002
3. ΠΙΚΟΥΛΑΣ, Ι., Δρόμοι του ελαιολάδου στην ανατολική και νότια Πελοπόννησο κατά την αρχαιότητα, Αθήνα, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, 2006
4. ΠΟΝΤΙΚΗΣ Κ., Ειδική Δενδροκομία Ελαιοκομία, Σταμούλης
5. ΣΙΩΜΚΟΣ Γ., Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ, Σταμούλης, 2002
6. ΤΣΑΚΛΑΓΚΑΝΟΣ Α., Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ, Αφοί Κυριακίδη Α.Ε, 2004
7. Μελέτες για τον πολιτισμό της ελιάς, Συλλογικός τόμος, Αθήνα, Ακαδημία Αθηνών, 2004
8. Η ελιά και το λάδι από την αρχαιότητα ως σήμερα, Πρακτικά διεθνούς συνεδρίου, 1-2 Οκτωβρίου 1999, Ακαδημία Αθηνών 2004
9. Η ελιά και το λάδι στο χώρο και στο χρόνο, Πρακτικά Συμποσίου 24-26 Νοεμβρίου 2000, Ακαδημία Αθηνών, 2004
10. Ελαιουργική, Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Παραγωγών Ελαιοκομικών Προϊόντων, (2000-2001) "Ελαιουργικά θέματα"
11. Μελέτη της ICAP, Ελαιόλαδο και πυρηνέλαιο (2002-03)

### **Ξένη Βιβλιογραφία**

1. Agricultural Situation Report - Greece
2. International Olive Oil Council, Statistical time series for olive oil

### **Διαδίκτυο**

1. <http://www.internationaloliveoil.org>
2. <http://www.aggrodata.gr>
3. <http://www.aggrodata.gr>
4. <http://www.aggrodata.gr/html/aggrodata/oliveoil.html>
5. <http://www.medicalresearch.com/oliveoilhealth.html>
6. <http://www.oliveoilcouncil.com/testing.htm>
7. <http://food.org.uk/food/oliveoil/oliveoil7.jpg>
8. <http://www.nutria.gr/food-prod-en.htm>
9. <http://www.olivebusiness.com/shop>
10. <http://www.omegaagric.gr>
11. [http://europa.eu.int/comm/agriculture/index\\_el.html](http://europa.eu.int/comm/agriculture/index_el.html)