

Τ.Ε.Ι. ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ Θ.Ε.Κ.Α.
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ (Π.Σ.Ε.)
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ (Τ.Ε.Ο.Γ.)

Π Τ Υ Χ Ι Α Κ Η Ε Ρ Γ Α Σ Ι Α

ΘΕΜΑ : ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ : Μαρία Κωστοπούλου

ΕΙΣΗΓΗΤΕΣ : Παπαγεωργίου Αθανάσιος
Παπανικολάου Αριστείδης

ΚΑΛΑΜΑΤΑ 2004

Αφιερώνεται στην Μητέρα μου

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΜΕΡΟΣ Ι	
Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι	
Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ	9
1.1. Έννοια – Ιστορική Ανασκόπηση στον Ευρωπαϊκό και Διεθνή χώρο.....	9
1.2. Η Βιολογική Γεωργία στον κόσμο.....	10
1.3. I.F.O.A.M.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ	
2. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	15
2.1. Οι πρώτες προσπάθειες βιολογικής καλλιέργειας στην Ελλάδα – Ιστορική αναδρομή.....	15
2.2. Η βιολογική γεωργία στην Ελλάδα σήμερα.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ	
3. Ο ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 2092 /91 - ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ - ΣΗΜΑΝΣΗ	20
1.1. Ο Κανονισμός 2092/91.....	20
3.1.1. Η εφαρμογή του Καν. 2092/91 στη χώρα μας.....	20
1.2. Η διαδικασία ελέγχου.....	21
3.2.1. Ένταξη στο σύστημα πιστοποίησης.....	21
3.2.2. Επιθεώρηση – Έλεγχος.....	21
3.2.3. Χημικές Αναλύσεις.....	22
1.3. Πιστοποίηση – Σήμανση.....	23
3.3.1. Πιστοποίηση.....	23
3.3.2. Σήμανση.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙV	
4. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΚΑΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	27
4.1. Στάση καταναλωτών απέναντι στα προϊόντα βιολογικής γεωργίας.....	27
4.2. Υπερέχουν τα προϊόντα βιολογικής γεωργίας ως προς τη θρεπτική αξία τους.....	28
4.3. Άλλες παράμετροι ποιότητας.....	28
4.3.1. Περιεκτικότητα σε νιτρικά άλατα.....	28
4.3.2. Παρουσία παθογόνων μικροοργανισμών.....	29
4.3.3. Η τιμή.....	29

ΜΕΡΟΣ II

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

5.ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	31
5.1. Η στρατηγική του μάρκετινγκ των βιολογικών προϊόντων.....	31
5.2. Η Αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.....	33
5.3. Η προώθηση των γεωργικών βιολογικών προϊόντων.....	34
5.4. Διανομή Βιολογικών Προϊόντων.....	36
5.5. Η τιμολόγηση των Βιολογικών Προϊόντων.....	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

6. ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑ.....	39
6.1. Γεωγραφική θέση και ανάγλυφο της περιοχής.....	39
6.2. Οι σημαντικότερες βιολογικές καλλιέργειες στη Μεσσηνία.....	40
Η Εμπειρία Καλλιέργειας Βιολογικού Ελαιολάδου Στη Μάνη.....	42
Το Παραδοσιακό ελαιοτριβείο στο Σταυροπήγιο Μάνης.....	46
AGRO.VI.M. S.A.....	48
Προϊόντα ΕΡΑΝΑ.....	50
Κτήμα ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΥ.....	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VII

7. ΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑ.....	55
7.1. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ – ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ.....	55
1. Μεθοδολογία.....	55
2. Προβλήματα Διάθεσης.....	59
α. Καλλιεργητικά.....	59
β. Διάθεσης.....	60
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	63
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	64
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	65
1. Ερωτηματολόγιο Παραγωγών – Βιοκαλλιεργητών.....	66
ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΒΙΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΩΝ ΣΕ ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	69
2. Ερωτηματολόγιο Καταναλωτών Βιολογικών Προϊόντων.....	82
ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	85

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	93
--------------------------	-----------

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα μελέτη αντικειμενικό σκοπό έχει να παρουσιάσει την παραγωγή και εμπορία των βιολογικών προϊόντων στη Μεσσηνία, τη στάση των καταναλωτών και να διευκρινίσει τους λόγους και τις αιτίες που έκαναν τους παραγωγούς να στραφούν προς αυτή την εναλλακτική μορφή καλλιέργειας.

Επικεντρώνεται επίσης στα προβλήματα που προκύπτουν και συνοψίζει τις λύσεις – προτάσεις που προτείνονται.

Αν και η βιολογική γεωργία έχει διαδοθεί αρκετά στην Ευρώπη αλλά τα τελευταία έτη και στη χώρα μας, ο νομός της Μεσσηνίας ακολουθεί αργά βήματα εξέλιξης . Παρόλα αυτά, όμως, υπάρχει ένα σοβαρό ενδιαφέρον από μια μικρή μερίδα ανθρώπων και ομάδων οι οποίοι έχουν σημειώσει σημαντικές βάσεις στον τομέα αυτό.

Εφόσον λοιπόν, τα θεμέλια υπάρχουν, χρέος και όφελος όλων μας θα είναι η συμβολή μας για μια συνειδητοποιημένη προσπάθεια ανάπτυξης και προόδου.

Τέλος, είναι αναγκαίο και πρέπον να ευχαριστήσω θερμά :

- τον υπεύθυνο καθηγητή αυτής της προσπάθειας κ^ο **Παπαγεωργίου Αθ.**
- Τον Γεωπόνο της Δ/σης Γεωργίας Μεσσηνίας κ^ο **Παπανικολάου Αρ.**
- Τον Γεωπόνο της Δ/σης Γεωργίας Τριφυλίας κ^ο **Παρασκευόπουλο Αντ.**
- Την εταιρεία **Blaüel**
- Τον κ^ο **Αποστολόπουλο Γ.**

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με τον όρο **βιολογικό προϊόν**, εννοούμε κάθε προϊόν που προκύπτει από ένα σύστημα διαχείρισης και παραγωγής αγροτικών προϊόντων που στηρίζεται σε φυσικές διεργασίες, στη μη χρησιμοποίηση χημικών συνθετικών λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων και στη χρησιμοποίηση μη χημικών μεθόδων στην αντιμετώπιση εχθρών, ασθενειών, και ζιζανίων, καθώς και στη χρησιμοποίηση τεχνικών παραγωγής, όπως αμειψισποράς και ανακύκλωσης φυτικών και ζωικών υπολειμμάτων που διατηρούν τη φυσική ισορροπία και τη γονιμότητα του εδάφους.

Παρά τους υψηλούς ρυθμούς εξάπλωσης της βιολογικής γεωργίας και της παραγωγής των βιολογικών προϊόντων, η εμπορία τους δεν ακολούθησε τους ίδιους ρυθμούς ανάπτυξης. Με βάσει τα στοιχεία που προκύπτουν από τη μελέτη αυτή, σε πολλές περιπτώσεις παρατηρείται το φαινόμενο οι καταναλωτές βιολογικών προϊόντων να μην τα βρίσκουν στην αγορά και τα παραχθέντα προϊόντα να μην μπορούν να διατεθούν. Στο σημείο αυτό αναλύονται τα προβλήματα που απορρέουν και παρουσιάζονται οι πιθανές λύσεις τους.

Τα βιολογικά προϊόντα έρχονται να καλύψουν εκτός από τις συνηθισμένες ανάγκες, που καλύπτουν τα ομοειδή προϊόντα της συμβατικής γεωργίας μία πραγματική, μία ουσιαστική ανάγκη των καταναλωτών, την ανάγκη της υγιεινής διατροφής και υγιεινής διαβίωσης. Μία ανάγκη, η οποία αναγνωρίζεται ολοένα και από περισσότερους καταναλωτές, οι οποίοι και αναζητούν τρόπους για να την καλύψουν. Από την άποψη αυτή τα βιολογικά προϊόντα έρχονται να καλύψουν υπαρκτές και ουσιαστικές ανάγκες των καταναλωτών. Αυτή η θεώρηση μας υποχρεώνει να αναγνωρισθεί και να γίνει δεκτό ότι τα βιολογικά προϊόντα, σε επίπεδο καταναλωτών, βρίσκονται σε σχέση υποκαταστάσεως με τα ομοειδή προϊόντα της συμβατικής γεωργίας. Αυτό σημαίνει ότι στην αγορά τα βιολογικά προϊόντα βρίσκονται σε ανταγωνιστική σχέση με τα συμβατικά προϊόντα.

Τα βιολογικά προϊόντα έχουν περάσει σήμερα στη ζωή μας και παρουσιάζουν αξιοσημείωτο ενδιαφέρον στη χώρα μας και πιο συγκεκριμένα στο νομό Μεσσηνίας.

Στην εισήγηση αυτή θα επιχειρηθεί μια διερεύνηση της αγοράς των βιολογικών προϊόντων στη Μεσσηνία, με ιδιαίτερο στόχο την διαμόρφωση ορισμένων προτάσεων για μια αποτελεσματική προώθηση των πωλήσεών τους.

Η παρούσα εργασία χωρίζεται σε δύο κύρια μέρη. Στο πρώτο μέρος δίνεται μια συνοπτική εικόνα για την κατάσταση της βιολογικής γεωργίας στην Ελλάδα, τις πρώτες προσπάθειες βιολογικής καλλιέργειας, την σημερινή πραγματικότητα και κάποια γενικά στοιχεία που αφορούν την πιστοποίηση και τη σήμανση των βιολογικών προϊόντων. Στο δεύτερο μέρος το θέμα επικεντρώνεται στην παραγωγή και εμπορία των βιολογικών προϊόντων στη

Μεσσηνία, βάσει των στοιχείων του δείγματος και στα προβλήματα που εκπίπτουν.

Πιο συγκεκριμένα, στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η εξέλιξη της βιολογικής γεωργίας στον Ευρωπαϊκό και Διεθνή χώρο.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις πρώτες προσπάθειες και στην ένταξη της βιολογικής γεωργίας στην Ελληνική πραγματικότητα.

Το τρίτο κεφάλαιο παραπέμπει στον Κανονισμό 2092/91, στην εφαρμογή του στη χώρα μας, καθώς και στη διαδικασία ελέγχου που στόχο έχει την ένταξη του προϊόντος στο σύστημα πιστοποίησης.

Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρει συνοπτικά την στάση των καταναλωτών απέναντι στα βιολογικά προϊόντα και παρουσιάζει τα βασικά εκείνα χαρακτηριστικά που τα διαφοροποιούν από τα συμβατικά προϊόντα της αγοράς.

Το πέμπτο κεφάλαιο εισχωρεί στο μάρκετινγκ των βιολογικών προϊόντων, εξηγεί την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών, την προώθηση και τη διανομή των βιολογικών προϊόντων και αναλύει τις έννοιες **προσφοράς – ζήτησης, κόστους παραγωγής και ανταγωνισμού.**

Τέλος, το έκτο και τελευταίο κεφάλαιο δίνει πληροφορίες για τα βιολογικά προϊόντα στο νομό της Μεσσηνίας, την πώλησή και προώθησή τους, κάνει λόγο για τα προβλήματα διάθεσης που κυρίως παρουσιάζονται και προτείνει πιθανές λύσεις και προοπτικές.

ΜΕΡΟΣ Ι

**Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΝ
ΚΟΣΜΟ**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

1. Η Εξέλιξη της Βιολογικής Γεωργίας

1.1. Έννοια – Ιστορική Ανασκόπηση στον Ευρωπαϊκό και Διεθνή χώρο.

Κατά τα τελευταία χρόνια τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, όλο και περισσότεροι άνθρωποι δείχνουν μια ιδιαίτερη ανησυχία για την ρύπανση και υποβάθμιση του φυσικού πλούτου της θάλασσας, του αέρα και της γης, καθώς επίσης και για την ποιότητα της τροφής που καταναλώνουν.

Η εντατική καλλιέργεια της φυτικής και η αδιάκοπη ανάπτυξη της ζωικής παραγωγής των τελευταίων 70 χρόνων, μπορεί μεν να εξασφαλίζει τις απαιτούμενες ποσότητες των πρώτων υλών για τις γεωργικές βιομηχανίες, από την άλλη όμως, μπορεί να αποτελέσει παράγοντα δημιουργίας φυτικών και ζωικών τροφών κακής ποιότητας (*βιομηχανοποίηση της ζωικής παραγωγής*).

Σ' αυτή την περίπτωση έρχεται η βιολογική ή καλύτερα η **αιεφορική** γεωργία όπου δεν είναι απλά μια νέα δραστηριότητα, αλλά μια διαφορετική φιλοσοφία παραγωγής, η οποία απευθύνεται :

- σε όσους «*αισθάνονται*» τη φύση
- σε όσους κατανοούν τις ανάγκες της και
- σε όσους έχουν την ευαισθησία να παράγουν χωρίς να την επιβαρύνουν.

Ακολουθείται ένας τρόπος παραγωγής που μοιάζει με τον τρόπο της φύσης. Η φύση δεν *σπαταλάει*. Όλα επιστρέφονται σ' αυτήν, όλα ανακυκλώνονται. Δεν χρησιμοποιούνται υλικά που δεν υπάρχουν στη φύση, γιατί η φύση δεν έχει μάθει να τα διαχειρίζεται χωρίς να βλάπτουν τον κύκλο της. Ούτε υπάρχουν σκουπίδια στη φύση που δεν μπορούν να γίνουν χώμα μετά από κάποια διεργασία. Η βιολογική γεωργία σέβεται όλους τους παράγοντες που συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία, δίνει στο έδαφος τη θέση που του αρμόζει και επιδιώκει με φυσικά και ήπια μέσα να παράγει υγιεινή τροφή για τον άνθρωπο αλλά χωρίς να επιβαρύνει το περιβάλλον.

Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, από τα τέλη του περασμένου αιώνα και μέχρι το 1930, είχαν δημιουργηθεί διάφορα κινήματα με στόχο την ανάπτυξη των κοινωνιών και την υγιεινή διαβίωση του ανθρώπου σ' αυτές. Αυτό εξέφραζε μια ανάγκη αντίστασης στη βιομηχανοποίηση που είχε ήδη πάρει η ανάπτυξη της κοινωνίας αλλά και της πρωτογενούς παραγωγής στη Δ. Ευρώπη.

Πιο συγκεκριμένα, στις αρχές του 20^{ου} αιώνα και ιδιαίτερα μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο στην Γερμανία, Αγγλία, Ελβετία, και Γαλλία είχαν δημιουργηθεί διάφορα κινήματα με φιλοσοφικά, οικονομικά και κοινωνικοπολιτικά κίνητρα και στόχο την προστασία του οικοσυστήματος, την ποιότητα της τροφής, την προώθηση της γονιμότητας του εδάφους με σκοπό την ανάπτυξη υγιών φυτών.

Οι διαλέξεις των κινήματων αυτών αφορούσαν έναν εναλλακτικό τρόπο άσκησης της γεωργίας επισημαίνοντας τη σχέση του φυσικού οικοσυστήματος με τις κοσμικές επιδράσεις.

Από τα προαναφερόμενα γίνεται αντιληπτό πως η βιολογική γεωργία είναι μια πρόταση με βάση τις πραγματικές και ουσιαστικές ανάγκες του ανθρώπου για υγιεινή διατροφή, φυσική διαβίωση αλλά και συμμετοχή στα κοινά. Είναι μια ιδεολογία, μια ιδιοτέλεια, ένας εφικτός τρόπος ζωής.

Παράλληλα, στον χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης η βιολογική γεωργία έχει αναγνωρισθεί από την Κοινή Αγροτική Πολιτική ως ένας άλλος τρόπος γεωργικής παραγωγής που στοχεύει να οργανώσει τόσο την αγροτική εκμετάλλευση όσο και τον ευρύτερο αγροτικό τομέα κατά τρόπο αυτοτροφοδοτούμενο, αυτορυθμιζόμενο και με την μικρότερη δυνατή αναφορά σε εξωτερικές εισροές.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι «βιολογική γεωργία» είναι ένας οικολογικά, κοινωνικά και οικονομικά μακροπρόθεσμα βιώσιμος τρόπος άσκησης της γεωργίας, που ελαχιστοποιεί την επιβάρυνση του περιβάλλοντος και τη χρήση μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων.

Επιπλέον, σκοπός και χρέος όλων μας είναι η κατανόηση της σπουδαιότητας του τομέα αυτού που σήμερα αποδεικνύεται στο βαθμό που και τα ζητήματα της προστασίας του περιβάλλοντος εισχωρούν στην άσκηση κάθε παραγωγικής ή αναπτυξιακής δραστηριότητας.

Πίνακας 1. Εκτάσεις βιολογικών καλλιεργειών στην Ευρώπη το 2003.¹



Βιολογική Γεωργία
Καλλιεργούμενη έκταση στις χώρες της Ευρώπης 2003

Χώρα	%	Χώρα	%
Ελβετία	9,00	Νορβηγία	1,80
Αυστρία	8,68	Βέλγιο	1,48
Ιταλία	6,76	Ολλανδία	1,42
Φινλανδία	6,73	Πορτογαλία	1,31
Δανία	6,20	Ισπανία	1,30
Σουηδία	5,20	Γαλία	1,23
Τσεχία	3,86	Λουξεμβούργο	0,81
Αγγλία	3,33	Ιρλανδία	0,77
Γερμανία	3,20	Ελλάδα	0,72

30 12:08

1. 2. Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ.

Αν και οι ιδέες της βιολογικής γεωργίας γεννήθηκαν στην Κεντρική Ευρώπη, σήμερα βρίσκουν όλο και μεγαλύτερη απήχηση σε όλα τα μήκη και πλάτη της υδρογείου, όπως:

- Στην Ευρώπη : Γερμανία, Αυστρία, Ελβετία, Ιταλία, Γαλλία, Ελλάδα, Βέλγιο, Σουηδία, Ιρλανδία, Ολλανδία....
- Στην Ασία : Τουρκία, Ινδία, Πακιστάν, Κίνα, Ιαπωνία.....
- Στην βόρεια, κεντρική και νότια Αμερική : Καναδά, ΗΠΑ, Αργεντινή, Μεξικό, Περού....
- Στην Ωκεανία : Αυστραλία, Ν. Ζηλανδία
- Στην Αφρική : Τυνησία, Αίγυπτο, Μαρόκο....

¹ Δίνου Γεωργία, Λεβενθιάου.

Πίνακας 2. Εκτάσεις βιολογικής γεωργίας παγκοσμίως το 2003.²

Βιολογική Γεωργία Καλλιεργούμενη Έκταση Παγκοσμίως το 2003			
Χώρα	Έκταση (χιλ. στρ.)	Χώρα	Έκταση (χιλ. στρ.)
Αυστραλία	17.360	Φινλανδία	1.370
Καναδάς	10.000	Σουηδία	1.270
Η.Π.Α.	9.000	Τσεχία	1.000
Ιταλία	7.880	Βραζιλία	1.000
Γερμανία	4.163	Ελβετία	831
Αργεντινή	3.800	Μεξικό	601
Αγγλία	2.915	Πορτογαλία	295
Αυστρία	2.879	Ιρλανδία	287
Ισπανία	2.694	Ολλανδία	229
Γαλλία	2.348	Ουγγαρία	216
Δανία	1.603	Ελλάδα	200

Στις χώρες αυτές η βιολογική γεωργία αποτελεί πια μια υπολογίσιμη, αν και μειοψηφική τάση, μέσα στα πλαίσια της γεωργίας.

Εκατομμύρια στρέμματα καλλιεργούνται με επιτυχία σ'όλο τον κόσμο σύμφωνα με τις αρχές της βιολογικής γεωργίας. Αποτελούν έτσι μια ζωντανή απόδειξη της δυνατότητας παραγωγής γεωργικών προϊόντων – υψηλής ποιότητας – χωρίς τη χρήση συνθετικών χημικών φυτοφαρμάκων και λιπασμάτων, τα κυριότερα μέσα δηλαδή με τα οποία η σύγχρονη γεωργία επιβαρύνει τόσο το φυσικό περιβάλλον, όσο και την υγεία των καταναλωτών.

Έτσι, όχι τόσο για την μικρή ποσοστιαία συμμετοχή της στα συνολικά μεγέθη της γεωργίας, αλλά για τη δυναμική που περικλείει, η βιολογική γεωργία εμφανίζεται σήμερα ως η κυριότερη εναλλακτική λύση στα προβλήματα της σύγχρονης γεωργίας. Καταστατικοί της στόχοι είναι η ανάπτυξη και προαγωγή ολοκληρωμένων σχέσεων μεταξύ εδάφους, φυτών, ζώων, ανθρώπου και βιόσφαιρας, έτσι ώστε το περιβάλλον να αναβαθμίζεται και να προστατεύεται.

Η βιολογική γεωργία διαφέρει από την λεγόμενη *συμβατική* γεωργία, η οποία χαρακτηρίζεται από καλλιεργητικές πρακτικές υψηλών εξωτερικών εισροών και η οποία προϋποθέτει την εντατική χρήση καλλιεργητών, αγροχημικών, φυσικών πόρων και πηγών ενέργειας που τείνουν να εξαντληθούν.

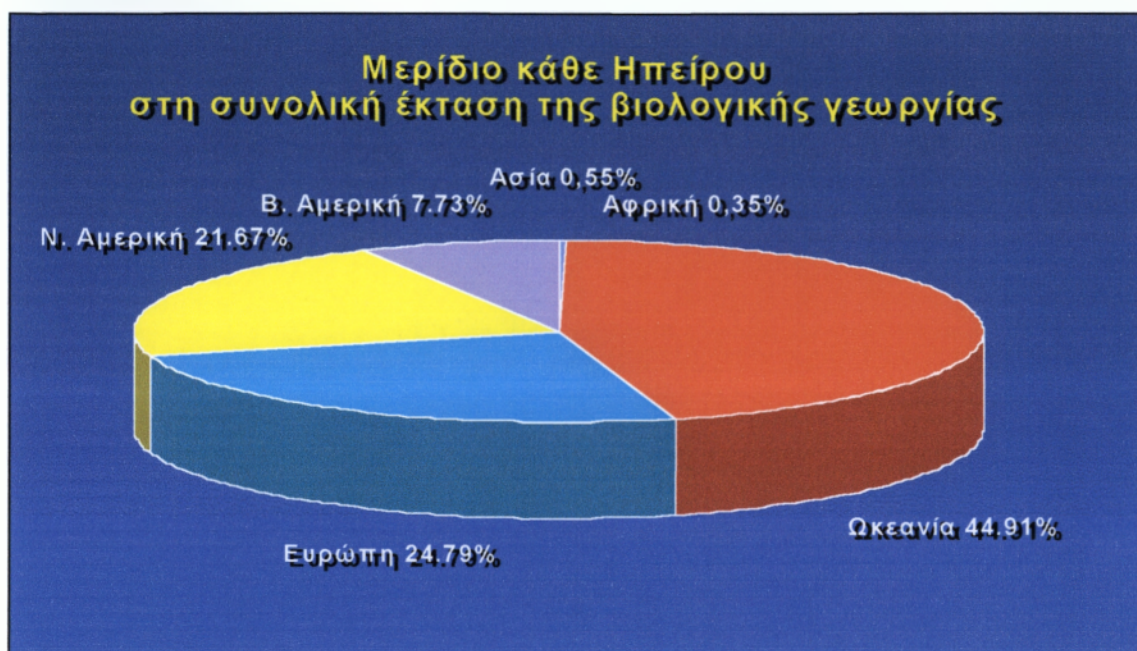
Τα *βιοτεχνολογικά μέσα* και η χρησιμοποίηση γενετικώς τροποποιημένων οργανισμών θεωρούνται γενικώς από τους

² Δίνονται Γεωργικές Μετρήσεις.

υποστηρικτές της βιολογικής γεωργίας ως μέσα αντι – οικολογικού προσανατολισμού.

Τέλος, η βιολογική γεωργία δεν θα πρέπει να συγχέεται με την μέθοδο της ολοκληρωμένης καταπολέμησης εχθρών και ασθενειών, η οποία χρησιμοποιεί ένα συνδυασμό φυσικών, βιοχημικών, βιοτεχνολογικών και χημικών πρακτικών.

Σχήμα 1. Ποσοστιαία συνολική έκταση της βιολογικής γεωργίας ανά Ήπειρο.³



1.3. I.F.O.A.M.

Το 1972, ιδρύεται η Παγκόσμια Ομοσπονδία Κινημάτων Βιολογικής Γεωργίας (International Federation of Organic Agriculture Movements - IFOAM).

Η Ομοσπονδία αυτή έχει ως βασικό σκοπό την :

- Μεταφορά γνώσης και πληροφόρησης στα μέλη της
- Ενημέρωση του κοινού
- Υποστήριξη και προώθηση της βιολογικής γεωργίας σε διεθνές επίπεδο
- Καθιέρωση προδιαγραφών σε παγκόσμιο επίπεδο για την παραγωγή, επεξεργασία και εμπορία σύμφωνα με τις αρχές της βιολογικής γεωργίας.

³ Δίνον Γεωργία Μοβιλιανού.

Σύμφωνα με την IFOAM , όταν τα προϊόντα που πωλούνται στην αγορά φέρουν στην ετικέτα τους την ένδειξη «βιολογικό», πρέπει να προέρχονται από βιολογικά αγροκτήματα και έχουν πιστοποιηθεί από εθνικό ή τοπικό Οργανισμό, σύμφωνα με τις αρχές αυτές.

Ο Οργανισμός με τακτικούς ελέγχους στην παραγωγική διαδικασία και την εμπορία, διασφαλίζει την εφαρμογή των κανονισμών και παρέχει το ειδικό σήμα.

Το σύστημα Πιστοποίησης θα βοηθήσει στην αποφυγή της παράνομης σήμανσης και στην εξάπλωση της βιολογικής γεωργίας.

Οι κυριότεροι στόχοι της βιολογικής γεωργίας είναι :

- ✓ να παράγει τροφή υψηλής θρεπτικής αξίας σε επαρκή ποσότητα
- ✓ να υποβοηθάει τους βιολογικούς κύκλους στο αγροοικοσύστημα δείχνοντας σεβασμό σε όλα τα στοιχεία που το συνθέτουν : μικροοργανισμοί , φυτά , ζώα.
- ✓ να διατηρεί και να αυξάνει μακροπρόθεσμα τη γονιμότητα του εδάφους
- ✓ να χρησιμοποιεί όσο το δυνατόν, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας
- ✓ να περιορίζει όλες τις μορφές ρύπανσης που προέρχονται από τη γεωργική πρακτική
- ✓ να διατηρεί τη γενετική ποικιλομορφία των γεωργικών οικοσυστημάτων, όπως και να προστατεύει τα άγρια φυτά και ζώα
- ✓ να προσφέρει στους παραγωγούς διαβίωση σύμφωνη με τα ανθρώπινα δικαιώματα των Ηνωμένων Εθνών, να καλύπτει τις βασικές ανάγκες τους και να τους παρέχει επαρκές εισόδημα και ικανοποίηση από την εργασία τους σε ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

2. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1. Οι πρώτες προσπάθειες βιολογικής καλλιέργειας στην Ελλάδα – Ιστορική αναδρομή.

Οι πρώτες προσπάθειες βιολογικής καλλιέργειας στη χώρα μας εμφανίστηκαν στις αρχές της δεκαετίας '80. Πρόκειται για παραγωγούς που είχαν ευαισθησία στα θέματα περιβάλλοντος ή και της υγιεινής των τροφίμων. Όλες, όμως αυτές οι προσπάθειες έγιναν σε μικρή κλίμακα και είχαν ερασιτεχνικό χαρακτήρα .

Τα προϊόντα που παράγονταν προορίζονταν για αυτοκατανάλωση και σπάνια για διάθεση στην αγορά .

Οι πρώτες αυτές αναζητήσεις ακολουθούνται σύντομα και από οργανωμένα προγράμματα βιοκαλλιέργειας σε επιχειρηματική βάση. Είναι η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Αιγιαλείας, η οποία το 1982 αρχίζει την βιολογική καλλιέργεια της κορινθιακής σταφίδας με 9 παραγωγούς και έκταση 130 στρεμμάτων. Η ετήσια παραγόμενη ποσότητα των 30 τόνων εξάγεται στην Ολλανδία.

Στη Μεσσηνιακή Μάνη, το 1988, ξεκινάει η πρώτη οργανωμένη ελαιοκαλλιέργεια από ομάδα 8 παραγωγών σε έκταση 100 στρεμμάτων και η ετήσια παραγόμενη ποσότητα ελαιολάδου και βρώσιμων ελιών εξάγεται κυρίως στην αγορά της Κεντρικής Ευρώπης.

Στη Βόρεια και Κεντρική Ελλάδα, τα πρώτα βήματα συστηματικής βιοκαλλιέργειας γίνονται το 1985 στο Νεοχώρι Πηλίου με καλλιέργεια αρωματικών φυτών, το 1989 στη Νάουσα σε έναν οικογενειακό αμπελώνα 100 στρεμμάτων, το 1990 στα Γιαννιτσά με ετήσιες καλλιέργειες. Το 1991 στην Αλεξάνδρεια Ημαθίας ομάδα 15 παραγωγών σε έκταση 300 στρεμμάτων παράγει σιτηρά, τομάτες, όσπρια, αμύγδαλα, βερίκοκα, κεράσια, δαμάσκηνα κ.λ.π. (Στατιστική Υπηρεσία Δράμα)

Εξίσου σημαντικές προσπάθειες έχουμε στη Σκάλα Λακωνίας με καλλιέργειες εσπεριδοειδών και ελιάς, στο Λασιθί με κηπευτικά και μπανάνες, στα Χανιά με ελιές και στην Ξάνθη με αμπέλι και κηπευτικά.

1985	Μετά τη Συντονιστική Επιτροπή Βιοκαλλιεργητών(1984) ιδρύεται ο Σύλλογος Οικολογικής Γεωργίας Ελλάδας (ΣΟΓΕ), όπου αργότερα μετονομάζεται σε ΒΙΟ ΕΛΛΑΣ. Εκδίδεται το περιοδικό <i>Βιοκαλλιέργειες</i> .
1985 1990	– Δραστηριοποιούνται διάφοροι φορείς στον ελληνικό χώρο :Δίκτυο δράσης για τα φυτοφάρμακα, Εργαστήριο Οικολογικής Πρακτικής, τοπικές προσπάθειες παραγωγής με τις πρώτες πετυχημένες εξαγωγές...
1990 1992	– Το Ελληνικό Υπουργείο Γεωργίας με την προοπτική εφαρμογής του Καν. 2092/91 ορίζει υπευθύνους και στη συνέχεια δημιουργεί Γραφείο Βιολογικών Προϊόντων.
1993	Ιδρύεται ο Πιστοποιητικός Οργανισμός ΔΗΩ (αρχαϊκό όνομα της θεάς της Γεωργίας Δήμητρας). Ιδρύεται η Ένωση Επαγγελματιών Βιοκαλλιεργητών Ελλάδος (ΕΕΒΙΕ). Η Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ.) αρχίζει να πραγματοποιεί σεμινάρια και ημερίδες ενημέρωσης των παραγωγών.
1993 1999	– Αναγνωρισμένοι από το Υπουργείο Γεωργίας φορείς ελέγχου και πιστοποίησης μέχρι σήμερα είναι: <ul style="list-style-type: none"> • η ΔΗΩ • η ΒΙΟ ΕΛΛΑΣ • η ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΗ Ε.Π.Ε.

2. 2. Η βιολογική γεωργία στην Ελλάδα σήμερα.

Η καλλιέργεια γεωργικών εκτάσεων με βιολογικό τρόπο μέχρι και το 1990 δεν ξεπερνούσε τα 2000 στρέμματα σε όλη την Ελλάδα. Το 1993 άρχισε η συστηματική καταγραφή των καλλιεργειών, ο έλεγχος της παραγωγικής διαδικασίας, η πιστοποίηση και σήμανση των παραγόμενων προϊόντων, (για τα οποία λόγος θα γίνει εκτενέστερα παρακάτω) με βάση τον Κοινοτικό Κανονισμό 2092/91 «περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφή»⁴.

⁴ Επιστημονική διημερίδα (1998): *Βιολογική Γεωργία, Πραγματικότητα – Προοπτικές*, ΤΕΙ Καλαμάτας.

Πίνακας 3. Συνολικές στρεμματικές εκτάσεις καλλιεργειών βιολογικής παραγωγής στη χώρα μας.⁵

Ετος	Στρεμματικές εκτάσεις
2001*	311.182
2000	267.070
1999	214.512
1998	154.019
1997	99.995
1996	52.964
1995	24.009
1994	11.882

Η εφαρμογή του Κανονισμού αυτού στην Ελλάδα έδωσε μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας, παρέχοντας για πρώτη φορά κατοχύρωση και διαφοροποίηση των βιολογικών προϊόντων στην αγορά.

Στους πίνακες που ακολουθούν δίνονται οι εκτάσεις και τα είδη καλλιεργειών από το 1994 – 2003. Τα στοιχεία αφορούν τους παραγωγούς εκείνους, που έχουν ενταχθεί στο σύστημα ελέγχου και πιστοποίησης των προϊόντων τους και προέρχονται από τους εγκεκριμένους από το Υπουργείο Γεωργίας οργανισμούς πιστοποίησης και ελέγχου.

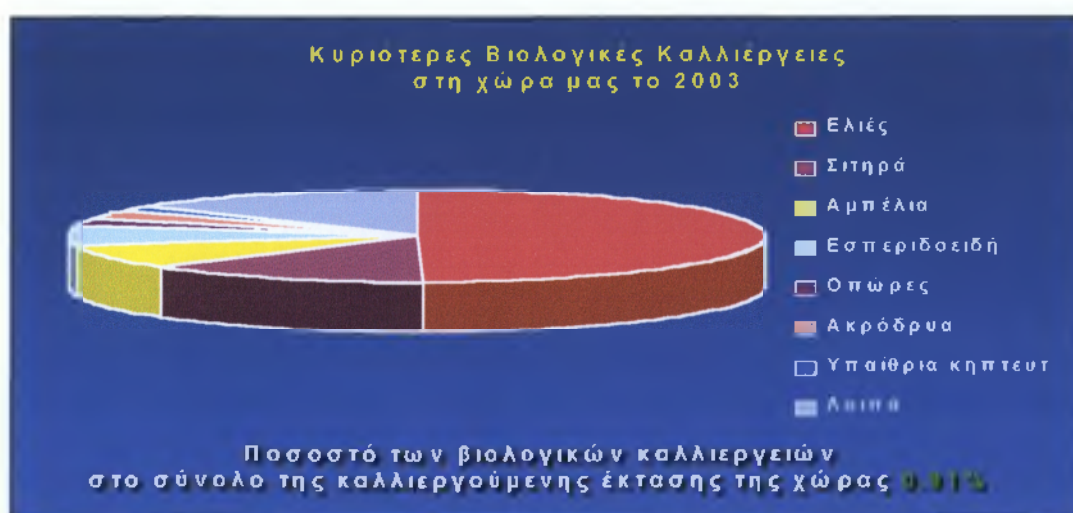
⁵ Δίκτυο Γεωργίας Μεσογείας.

Πίνακας 4. Κυριότερες βιολογικές καλλιέργειες στη χώρα μας το 2003.⁶

Κυριότερες Βιολογικές Καλλιέργειες στη χώρα μας το 2003	
Είδος Καλλιέργειας	Εκταση
Ελιές	156.002
Σιτηρά	40.922
Αμπέλια	25.962
Εσπεριδοειδή	20.692
Οπώρες	10.031
Ακρόδρυα	9.511
Υπαίθρια κηπευτικά	4.928
Λοιπά	44.134

Μεταξύ των ετών 1994 – 2003, παρατηρείται ένας σημαντικός μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των καλλιεργούμενων εκτάσεων με βιολογικό τρόπο της τάξης 10 – 15 %, ενώ οι προοπτικές για τα ελληνικά βιολογικά προϊόντα είναι αρκετά καλές, ιδίως ως προς την ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά, (ΗΠΑ, Γερμανία, Αγγλία) εκεί όπου διοχετεύεται το 80 % της παραγωγής μας για τα κύρια αντιπροσωπευτικά προϊόντα, όπως το λάδι, η κορινθιακή σταφίδα, τα εσπεριδοειδή, το κρασί.

Σχήμα 2. Οι κυριότερες Βιολογικές Καλλιέργειες στη χώρα μας το 2003.⁷



⁶ Δημόσιες Γεωργικές Μετρήσεις.

⁷ Δημόσιες Γεωργικές Μετρήσεις.

Τα βιολογικά προϊόντα για να επιβιώσουν και στη συνέχεια να αναπτυχθούν σε σημαντική αγορά, πρέπει τα επόμενα έτη να ξεπεράσουν το 5 - 6 % της αγοράς των τροφίμων στην Ε.Ε.

Παρά το γεγονός, ότι στις υπεραγορές προωθούνται περισσότερο τα βιολογικά φρούτα, λαχανικά και γαλακτοκομικά προϊόντα, το ελαιόλαδο εξακολουθεί να αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα αγροτικά προϊόντα της χώρας μας, ενώ ακολουθούν η σταφίδα, τα εσπεριδοειδή, το κρασί, τα σιτηρά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

3. Ο ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 2092/91 – ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΗΜΑΝΣΗ

3.1. Ο Κανονισμός 2092/91

Ο Κανονισμός αυτός προέκυψε από την πίεση, που για χρόνια άσκησαν οι βιοκαλλιεργητές και οι οργανώσεις τους, για αναγνώριση και κατοχύρωση του βιολογικού τρόπου καλλιέργειας και του όρου βιολογικό.

Τον Ιούνιο του 1991 το Συμβούλιο Υπουργών Γεωργίας ψήφισε και θέσπισε τον Καν. 2092, που είχε ως στόχο την αύξηση της γεωργικής παραγωγικότητας προκειμένου να επιτευχθεί υψηλός βαθμός αυτόαρκειας σε τρόφιμα, στην Ε.Ε.

Έτσι, για πρώτη φορά έχουμε ένα ενοποιημένο πλαίσιο, μέσα στο οποίο λειτουργούν όλοι οι παραγωγοί βιολογικών προϊόντων των Κρατών - Μελών της Ε.Ε. Μ' αυτό τον τρόπο διασφαλίζονται συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού, αφού όλοι οι παραγωγοί αντιμετωπίζονται με τα ίδια μέτρα και με την ίδια αυστηρότητα.

3.1.1. Η εφαρμογή του Καν. 2092/91 στη χώρα μας.

Στην Ελλάδα, ο κανονισμός εφαρμόζεται από το 1993 με την δημοσίευση του από την εφημερίδα της Κυβερνήσεως, όπου και ενσωματώθηκε στην Ελληνική Νομοθεσία. Το γεγονός αυτό βοήθησε τους λίγους πρωτοπόρους βιοκαλλιεργητές, που ως τότε δεν είχαν καμία νομική κατοχύρωση, να καλούν τα προϊόντα τους βιολογικά . Με την έναρξη διαδικασίας ελέγχου και σήμανσης των προϊόντων, μπορούσαν πλέον να διακρίνονται τα προϊόντα τους. Από τότε υπήρξε μια αξιόλογη ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας στην Ελλάδα .

Η εφαρμογή του κανονισμού έχει ανατεθεί από το ελληνικό κράτος σε αναγνωρισμένους Οργανισμούς Ελέγχου και Πιστοποίησης που εποπτεύονται από το Υπουργείο Γεωργίας.

Οι Διευθύνσεις Γεωργίας που βρίσκονται σε κάθε νομό, επιβλέπουν και μπορούν να κάνουν δειγματοληπτικούς ελέγχους στα βιολογικά καλλιεργούμενα κτήματα . Όμως, δεν είναι αρμοδιότητά τους να δίνουν σήμα για βιολογικά προϊόντα. Η ευθύνη για τη χορήγηση του σήματος

και των σχετικών βεβαιώσεων ανήκει στους Οργανισμούς Πιστοποίησης. Το 1999 οι εγκεκριμένοι οργανισμοί στην Ελλάδα είναι η ΔΗΩ, η ΣΟΓΕ (που αργότερα έγινε ΒΙΟ ΕΛΛΑΣ) και η ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΗ Ε.Π.Ε.

Το 1999 ξεκινά να λειτουργεί ο ΟΠΕΓΕΠ (Οργανισμός Πιστοποίησης & Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων) . Είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου, που εποπτεύεται από το Υπουργείο Γεωργίας. Στις αρμοδιότητές του περιλαμβάνεται και ο έλεγχος, η επίβλεψη των βιολογικών προϊόντων.

3.2. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ.

3.2.1. Ένταξη στο σύστημα Πιστοποίησης.

Οι παραγωγοί επιλέγουν σύμφωνα πάντα με δική τους βούληση και έρχονται σε επαφή με έναν από τους Οργανισμούς Πιστοποίησης και Ελέγχου, πληροφορούνται για τις προδιαγραφές παραγωγής, τυποποίησης και σήμανσης και υπογράφουν συμβόλαιο με τον Οργανισμό.

Ενημερώνονται επίσης για την οικονομική επιβάρυνση που θα έχουν λόγω της όλης διαδικασίας.

3.2.2. Επιθεώρηση – Έλεγχος.

Ο έλεγχος γίνεται με επίσκεψη στο χωράφι από γεωπόνο ελεγκτή του Οργανισμού Πιστοποίησης & Ελέγχου και είναι υποχρεωμένος να διαπιστώσει πώς γίνεται η παραγωγή στην πράξη. Πρόκειται για μια διαδικασία λεπτή, σύνθετη και απαιτεί μια σχετική τεχνογνωσία.

Θα πρέπει εδώ να διευκρινιστεί ότι, δεν είναι βιολογικό ένα προϊόν απλά απαλλαγμένο από υπολείμματα, αλλά εκείνο που έχει παραχθεί σύμφωνα με ορισμένο τρόπο, και αποτελεί επιβράβευση αυτού του τρόπου παραγωγής η αγορά του με καλύτερη τιμή. Η κυριότερη διαπίστωση είναι ότι δεν εστιάζουμε τον έλεγχο τόσο στο προϊόν (π.χ. με χημικές αναλύσεις), όσο στη διαδικασία παραγωγής του, με τον έλεγχο στο χωράφι.

Καταρχήν, γίνεται μια βασική περιγραφή του κτήματος – της γεωργικής εκμετάλλευσης. Αυτή περιλαμβάνει την έκταση, τα αγροτεμάχια, τις διάφορες τοποθεσίες όπου βρίσκονται, τις αποθήκες, τα μηχανήματα, τον αγροτικό εξοπλισμό αλλά και όποια άλλη υποδομή υπάρχει. Ιδιαίτερα εξετάζονται οι καλλιεργητικές μέθοδοι που

ακολουθήθηκαν την τρέχουσα χρονική περίοδο αλλά και τις αμέσως προηγούμενες, για να παραχθεί ένα προϊόν.

Ο χρόνος της επίσκεψης θα εξαρτηθεί από τη χρονική στιγμή εκείνη που είναι κρίσιμη, για να διαπιστώσουμε αν ακολουθήθηκαν ή όχι κάποιες καλλιεργητικές πρακτικές. Ένα μέρος του χρόνου αφιερώνεται στη **συνέντευξη** με τον καλλιεργητή. Την προσωπική δηλαδή επαφή, που δίνει την ευκαιρία για την εκτίμηση των κινήτρων του αλλά και των γνώσεων και δεξιοτήτων του, όπως και του βαθμού ασχολίας του με την καλλιέργεια. Υπάρχουν συσχετισμοί που μπορεί να γίνουν ανάμεσα στα λεγόμενα του παραγωγού και σε όσα διαπιστώνονται επιτόπου από τον ελεγκτή.

Οι διάφορες καλλιεργητικές πρακτικές έχουν άμεση σχέση με τις αποδόσεις, με την ποσότητα των προϊόντων προς πώληση. Δεν είναι δυνατόν ο παραγωγός – βιοκαλλιεργητής από μια συγκεκριμένη έκταση να πουλάει μια ποσότητα πολλαπλάσια από τη φυσιολογικά αναμενόμενη. Τέτοια στοιχεία διασταυρώνονται με τα τιμολόγια ή διάφορα άλλα παραστατικά, κατά περίπτωση. Γίνεται με άλλα λόγια και κάποιος **λογιστικός έλεγχος**, ιδιαίτερα απαραίτητος όταν έχουμε μια επιχείρηση που μεταποιεί, διακινεί και πουλάει βιολογικά γεωργικά προϊόντα.

3.2.3. Χημικές Αναλύσεις.

Κατά περίπτωση μπορεί να γίνονται και χημικές αναλύσεις, εφόσον έχει εξαντληθεί πρώτα κάθε άλλος τρόπος ελέγχου και μετά, αν δεν γίνεται διαφορετικά, να εντοπίσουμε το πεδίο της έρευνάς μας για πιθανές χημικές επεμβάσεις.

3.3. ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ – ΣΗΜΑΝΣΗ.

3.3.1.Πιστοποίηση

Η κατάλληλη επιτροπή του Οργανισμού Πιστοποίησης εξετάζοντας την αναφορά του ελεγκτή – γεωπόνου και τα αποτελέσματα των αναλύσεων στα δείγματα καρπού, φύλλων ή εδάφους, αξιολογεί κατά πόσο δικαιούται το κτήμα και το προϊόν το χαρακτηρισμό της βιολογικής καλλιέργειας. Η αμεροληψία αυτής της επιτροπής έχει ιδιαίτερη σημασία, καθώς δεν θα πρέπει να υπερτερεί κάποιο συμφέρον. Αυτό, στην πράξη επιτυγχάνεται με την ισότιμη συμμετοχή αντιπροσώπων από :

- Σχετικές επιστημονικές ειδικότητες (εντομολογία, φυτοπαθολογία, εδαφολογία)
- Το εμπόριο και τη μεταποίηση των βιολογικών προϊόντων.

Στα πλαίσια λοιπόν, ενός τέτοιου Συμβολαίου Πιστοποίησης, αξιολογείται η έκθεση και παίρνεται απόφαση θετική, δίνεται δηλαδή το δικαίωμα χρήσης του σήματος για το στάδιο το οποίο εγκρίθηκε, ή και αρνητική.

3.3.2. Σήμανση.

Μετά από θετική γνωμάτευση του Συμβουλίου αυτού και σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα πιθανού εργαστηριακού ελέγχου για χημικά κατάλοιπα δίνεται η σήμανση στο προϊόν.

Για να πάρει το πρώτο σήμα ένα προϊόν, θα πρέπει η εκμετάλλευση να βρίσκεται, τουλάχιστον 12 μήνες πριν τη συγκομιδή, υπό το καθεστώς ελέγχου(ισχύει για δενδρώδεις και κηπευτικά).

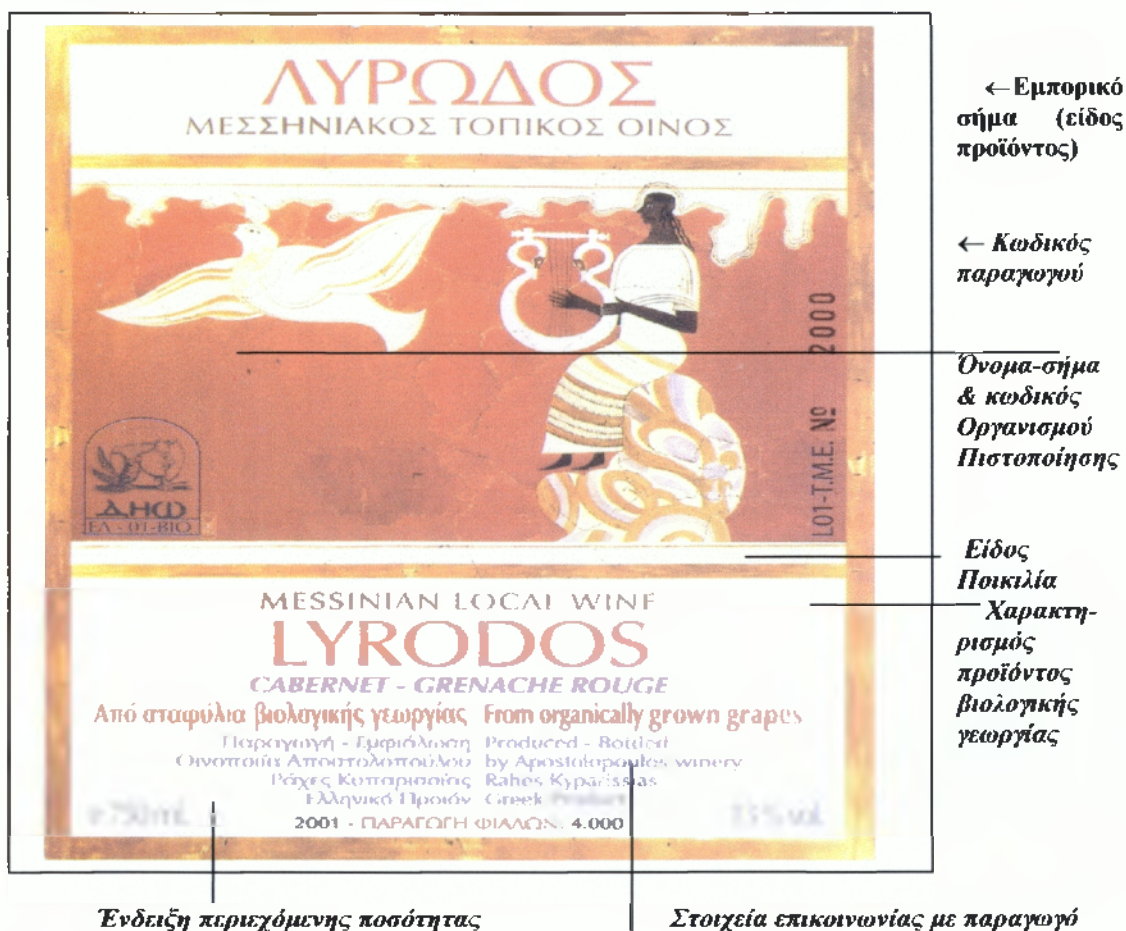
Αφού περάσουν αυτοί οι 12 μήνες και εφόσον τηρήθηκαν οι προδιαγραφές, το παραγόμενο προϊόν παίρνει το χαρακτηρισμό «προϊόν βιολογικής γεωργίας σε μεταβατικό στάδιο». Έτσι χαρακτηρίζονται τα προϊόντα για τα επόμενα 2 χρόνια. Στον τρίτο χρόνο βιολογικής καλλιέργειας, τα παραγόμενα προϊόντα παίρνουν το χαρακτηρισμό : «προϊόν βιολογικής γεωργίας».

Για να διακρίνει ο καταναλωτής τα γνήσια βιολογικά προϊόντα, θα πρέπει στη συσκευασία του προϊόντος να αναγράφεται το όνομα και ο κωδικός του παραγωγού αλλά και το όνομα – σήμα του Οργανισμού που τον ελέγχει και του δίνει την πιστοποίηση.

Τέλος, θα πρέπει να τονιστεί ότι ο όρος «βιολογικό» (ή προϊόν βιολογικής γεωργίας) είναι προστατευόμενος από την Ελληνική Νομοθεσία, απαγορεύεται να χρησιμοποιείται αυθαίρετα από παραγωγούς και εμπόρους και για τις παραβάσεις προβλέπονται μεγάλα χρηματικά πρόστιμα.

Η παρακάτω εικόνα αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα σήμανσης, όπου διαγράφονται όλα τα χαρακτηριστικά της ετικέτας, όπως, το όνομα του παραγωγού, ο κωδικός, το όνομα και το σήμα του Οργανισμού Πιστοποίησης.

Εικ. (1) Παράδειγμα ορθής σήμανσης μεταποιημένου βιολογικού προϊόντος



Πάνω από όλους τους οργανισμούς πιστοποίησης, βρίσκεται το Υπουργείο Γεωργίας όπου ως εποπτεύουσα αρχή του Συστήματος Ελέγχου :

- αξιολογεί και επιβλέπει τους Οργανισμούς Ελέγχου
- χορηγεί ενιαίο εθνικό σήμα αναγνώρισης στα ελληνικά βιολογικά προϊόντα
- ενώ ταυτόχρονα δίνει το δικαίωμα στους εγκεκριμένους Οργανισμούς Ελέγχου να ασκούν τον έλεγχο και την πιστοποίηση των προϊόντων βιολογικής γεωργίας και κτηνοτροφίας καθώς και τον έλεγχο των επιχειρηματιών που εισάγουν τέτοια προϊόντα από τρίτες χώρες.

Έτσι, ένας παραγωγός, παρασκευαστής ή εισαγωγέας από τρίτες χώρες προκειμένου να έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει την ένδειξη «βιολογικό» στα παραγόμενα, παρασκευαζόμενα ή και εισαγόμενα γεωργικά προϊόντα και είδη διατροφής θα πρέπει:

1. Να υπογράψει μια σύμβαση ελέγχου με οποιονδήποτε εγκεκριμένο για το σκοπό αυτό, στην Ελλάδα, Οργανισμό Ελέγχου και Πιστοποίησης. Με τη σύμβαση αυτή υποβάλλει τη γεωργική του εκμετάλλευση / επιχείρηση στο Σύστημα Ελέγχου.
2. Να γνωστοποιήσει στις κατά τόπους Δ/νσεις Γεωργικής Ανάπτυξης των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων την δραστηριότητα παραγωγής, παρασκευής και εισαγωγής προϊόντων βιολογικής γεωργίας.

Σύμφωνα με στοιχεία του 2003, η βιολογική μέθοδος όσον αφορά τον τομέα της φυτικής παραγωγής, εφαρμόζεται και πιστοποιείται στις εξής κύριες καλλιέργειες :

- α) στην ελιά για παραγωγή ελαιολάδου(σε ποσοστό πάνω από 50 %)
- β) στα εσπεριδοειδή
- γ) στο αμπέλι για κρασί
- δ) στα σιτηρά
- ε) στα οπωρολαχανικά

Δυναμική φαίνεται να είναι (αν και βρίσκεται σε αρχικό στάδιο) και η ανταπόκριση των Ελλήνων κτηνοτρόφων στην παραγωγή προϊόντων βιολογικής κτηνοτροφίας (γάλα, τυρί, κρέας, μέλι, γιαούρτι...) με την ισχύ του νέου νομικού πλαισίου.

ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ AGROCERT

Με το νέο σύστημα ελέγχου ενισχύεται αποφασιστικά η παραγωγή βιολογικών προϊόντων.

Μέσω του αρμόδιου Οργανισμού Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (Ο.Π.Ε.Γ.Ε.Π.) – AGROCERT διασφαλίζεται η αξιοπιστία του συστήματος πιστοποίησης, ενώ με τη διαρκή επίβλεψή του ενισχύεται η αξιοπιστία του στους καταναλωτές.

Η απόφαση αυτή εντάσσεται στο πλαίσιο υλοποίησης της συνολικότερης στρατηγικής του Υπουργείου Γεωργίας για την ανάπτυξη υπεύθυνης φιλοπεριβαλλοντικής γεωργίας με πιστοποιημένα προϊόντα αδιαμφισβήτητης ποιότητας.

Έτσι, οι Έλληνες επιχειρηματίες αποκτούν το προνόμιο των εγγυήσεων του επίσημου πιστοποιητικού φορέα ενώ οι καταναλωτές μπορούν να απολαμβάνουν τα προνόμια της έγκυρης και αξιόπιστης πιστοποίησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

4. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΚΑΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

4.1. Στάση καταναλωτών απέναντι στα προϊόντα βιολογικής γεωργίας

Κατόπιν μια σειρά μελετών που διεξήχθησαν στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1990, για να εξεταστεί η στάση των καταναλωτών απέναντι στα βιολογικά προϊόντα, σε δείγμα 1250 ατόμων, το 84% δήλωσε προτίμηση για τα φρούτα και τα λαχανικά βιολογικής γεωργίας, το 44% δήλωσε πρόθεση να πληρώνει ακριβότερα προκειμένου να εξασφαλίζει βιολογικά αγαθά, ενώ το 28% των αμερικανών καταναλωτών αναζητά φρούτα και λαχανικά βιολογικής γεωργίας ή γεωργίας που κάνει περιορισμένη χρήση χημικών.⁸

Από όλα αυτά είναι φανερό ότι τα βιολογικά προϊόντα επιλέγονται από τους Αμερικανούς καταναλωτές κυρίως για λόγους υγείας και πιθανόν λόγω της διατροφικής τους υπεροχής έναντι των προϊόντων της συμβατικής καλλιέργειας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία και τις πληροφορίες που συλλέχθηκαν για την διεξαγωγή της παρούσης μελέτης και όσον αφορά την προτίμηση των καταναλωτών της Μεσοησίας αλλά και των παραγωγών – βιοκαλλιεργητών στα βιολογικά προϊόντα, έρχονται σε μια *σχετική συμφωνία*⁹ με τα στοιχεία που προήλθαν από τους καταναλωτές των ΗΠΑ, πριν μια δεκαετία.

Ο όρος *σχετική συμφωνία* αναφέρεται στο γεγονός ότι ένα μεγάλο μέρος των παραγωγών και βιοκαλλιεργητών έχουν τους δικούς τους λόγους *στροφής* από την συμβατική καλλιέργεια στην βιολογική και κατά συνέπεια στην αγορά και κατανάλωση των βιολογικών αυτών αγαθών.

Αντίθετα, οι Έλληνες καταναλωτές δείχνουν να επιλέγουν τα προϊόντα για τους παρακάτω λόγους :

1. Λόγοι υγείας και ποιότητας ζωής
2. Λόγοι προστασίας του περιβάλλοντος και οικολογικής ισορροπίας
3. Λόγοι διατροφικής υπεροχής έναντι των συμβατικών.

^{8,9} Επιστημονική Διημερίδα , Ματάλα Α., Ζαμπέλας Α. (1998): *Βιολογική Γεωργία – Πραγματικότητα & Προοπτικές – Πρακτικά*, ΤΕΙ Καλαμάτας, 2-3 Απριλίου.

4.2. Υπερέχουν τα προϊόντα βιολογικής γεωργίας ως προς τη θρεπτική τους αξία;

Πρωταρχική σκέψη όλων μας αποτελεί ότι τα βιολογικά αγαθά υπερτερούν σε θρεπτική αξία εκείνων της συμβατικής καλλιέργειας.

Πολλές σχετικές μελέτες έχουν διαπιστώσει ότι τα λαχανικά και φρούτα βιολογικής γεωργίας διακρίνονται από υψηλότερα ποσοστά διαλυτών στερεών και το χαρακτηριστικό αυτό δικαιολογεί κατά κάποιο τρόπο την αυξημένη περιεκτικότητα σε θρεπτικά συστατικά.

Αρκετές μελέτες έχουν επίσης καταλήξει ότι τα τρόφιμα της βιολογικής γεωργίας πλεονεκτούν σε βιταμίνη C, γιατί έχει βρεθεί ότι η ευρεία χρήση αζωτούχων λιπασμάτων στην καλλιέργεια πολλών φρούτων και λαχανικών (σπανακιού, καρότου, πατάτας, ντομάτας, εσπεριδοειδών...) οδηγεί σε μείωση των ποσοστών της βιταμίνης. Τα αποτελέσματα όμως των μελετών αυτών δεν είναι δυνατόν να γενικευθούν, επειδή τα επίπεδα βιταμίνης C στα φρούτα και τα λαχανικά επηρεάζονται και από άλλους παράγοντες, πέραν του τύπου λίπανσης και συγκεκριμένα από τον τύπο εδάφους και το κλίμα.

Σε σχέση με την περιεκτικότητα των βιολογικών προϊόντων σε πρωτεΐνες και απαραίτητα αμινοξέα, αυξημένες περιεκτικότητες έχουν παρατηρηθεί στις πατάτες και σε ορισμένα πράσινα λαχανικά, αλλά όχι στα δημητριακά. Αναφορικά με τα ζωοκομικά προϊόντα, δεν έχουν παρατηρηθεί σημαντικές διαφορές στα θρεπτικά συστατικά του γάλακτος και των γαλακτοκομικών, ενώ για τα προϊόντα του κόκκινου κρέατος δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι είναι αδύνατο να γίνει αξιόπιστη σύγκριση μεταξύ των αποτελεσμάτων διαφορετικών μελετών γιατί είναι πολλές άλλες οι παράμετροι, πέραν της μεθόδου καλλιέργειας, που επηρεάζουν τη θρεπτική αξία των προϊόντων.

4.3. Άλλες παράμετροι ποιότητας

Εκτός της περιεκτικότητας σε θρεπτικά συστατικά, υπάρχουν και άλλες σημαντικές διαφορές ανάμεσα στα προϊόντα της βιολογικής και της συμβατικής γεωργίας, σχετικές με την ποιότητα των προϊόντων.

4.3.1. Περιεκτικότητα σε νιτρικά άλατα

Είναι επιστημονικά αποδεδειγμένο ότι τα βιολογικά προϊόντα διακρίνονται από μειωμένες συγκεντρώσεις νιτρικών αλάτων.

Το 70% περίπου των νιτρικών ιόντων που προσλαμβάνει ο μέσος καταναλωτής προέρχεται από τα λαχανικά, ενώ το 20% προέρχεται από το νερό.

Τα νιτρικά ιόντα είναι φυσιολογικά συστατικά τόσο των τροφίμων όσο και του ανθρώπινου οργανισμού όπου συμμετέχουν και στις φυσιολογικές λειτουργίες. Άλλωστε, μεγάλο μέρος των νιτρικών που απαντάται στον οργανισμό είναι ενδογενούς προέλευσης.

4.3.2. Παρουσία παθογόνων μικροοργανισμών

Η παρουσία μικροοργανισμών - που ενδέχεται να είναι παθογόνοι – σε προϊόντα βιολογικής γεωργίας συνιστά ένα πρόβλημα που οι καλλιεργητές καλούνται να λάβουν υπόψη τους. Το μικροβιακό φορτίο των βιολογικών προϊόντων οφείλεται στα φυτικά και ζωικά απόβλητα που χρησιμοποιούνται στη λίπανση των καλλιεργειών.

Η χρήση κοπριάς και κομποστοποιημένων οργανικών αποβλήτων ενδέχεται να επιβαρύνει το τελικό προϊόν με μικροοργανισμούς.

4.3.3. Η τιμή

Ο καταναλωτής πρέπει να είναι προετοιμασμένος να πληρώσει ακριβότερα τα βιολογικά προϊόντα

Οι αυξημένες τιμές των βιολογικών προϊόντων δικαιολογούνται από το υψηλότερο κόστος παραγωγής και τις χαμηλότερες αποδόσεις των βιολογικών καλλιεργειών. Δεν είναι όμως σπάνια η υπέρ εκμετάλλευση των όρων «βιολογικό» και «οργανικό» προκειμένου να δικαιολογηθούν παράλογες υπερτιμήσεις τροφίμων. Χαρακτηριστικές είναι οι περιπτώσεις του μελιού, καθώς και πολλών συμπληρωμάτων διατροφής.

ΜΕΡΟΣ ΙΙ

**ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑ.**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

5. ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.

5.1. Η στρατηγική του Μάρκετινγκ των βιολογικών προϊόντων.

Προκειμένου ο παραγωγός να εξασφαλίσει ένα επαρκές εισόδημα, θα πρέπει πέρα από την ποσότητα και ποιότητα της παραγωγής του, που πετυχαίνει με την καλή εφαρμογή των διαφόρων μεθόδων λίπανσης και φυτοπροστασίας, να έχει επίγνωση των εξόδων και των εσόδων του.

Να έχει , δηλαδή, καλή εικόνα του τι ξοδεύει για να παράγει και να προσπαθεί να βρει τρόπους να **ελαχιστοποιήσει το κόστος παραγωγής.**

Λέγοντας κόστος παραγωγής εννοούμε το σύνολο των δαπανών του γεωργού για την ετήσια παραγωγή του (π.χ. αμοιβές εργατικού δυναμικού, αγορά ή ενοικίαση μηχανολογικού εξοπλισμού, αγορά ή ενοικίαση κτήματος, αγορές εφοδίων, αποσβέσεις κτιρίων , κεφαλαίων).

Από την άλλη πλευρά, θα πρέπει να φροντίζει να κάνει τις απαιτούμενες κάθε φορά ενέργειες, ώστε να μεγιστοποιεί κατά το δυνατόν τα έσοδά του. Αυτό σημαίνει να μπορεί να διαθέτει στην αγορά το μεγαλύτερο δυνατό μέρος της παραγωγής του, σε ικανοποιητικές τιμές.

Για να μπορεί να διαθέτει με επιτυχία ο παραγωγός τα προϊόντα του, πρέπει να επιλέξει :

- ❖ Τι προϊόν θα παράγει
- ❖ Πώς αυτό θα προωθηθεί κατάλληλα
- ❖ Ποια μέσα διανομής (χονδρέμποροι , λιανέμποροι) θα χρησιμοποιηθούν, ώστε τα γεωργικά βιολογικά προϊόντα να καταλήξουν γρήγορα στον καταναλωτή
- ❖ Σε ποιες τιμές θα διαθέτει την παραγωγή του, ώστε να έχει επαρκές εισόδημα αλλά και οι καταναλωτές να ενθαρρύνονται στην αγορά αυτών των προϊόντων.

Η Επιχείρηση

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ως επιχείρηση νοείται η εκάστοτε γεωργική εκμετάλλευση μέσα στην οποία ο παραγωγός παρέχοντας την προσωπική του εργασία και διαθέτοντας τα κεφάλαια που απαιτούνται, παράγει τα βιολογικά γεωργικά προϊόντα.

Κάτι ανάλογο συμβαίνει και σε μια μεταποιητική επιχείρηση.

Τα τρία βασικά μεγέθη που προσδιορίζουν το οικονομικό αποτέλεσμα της επιχείρησης, είναι οι **αποδόσεις** των καλλιεργειών, **το κόστος παραγωγής** και οι **τιμές** των προϊόντων.

Στη Βιολογική Γεωργία, ακόμα και στην περίπτωση που οι αποδόσεις είναι χαμηλότερες από τις συμβατικές, ο βιοκαλλιεργητής μπορεί να αναπληρώνει αυτή την απώλεια με μια υψηλότερη τιμή πώλησης των προϊόντων του.

Μ' αυτό τον τρόπο, λοιπόν, οι παραγωγοί βιολογικών προϊόντων έχουν τελικά εξίσου καλό ή και καλύτερο εισόδημα από τους συμβατικούς συναδέλφους τους.

Η Αγορά

Η **Αγορά** ως όρος της οικονομίας, είναι όλα αυτά τα μέσα και οι τρόποι, με τους οποίους οι αγοραστές έρχονται σε επαφή με τους πωλητές.

Πιο συγκεκριμένα, εννοούμε κάθε οργανωμένο μηχανισμό ο οποίος φέρνει σε επαφή τους αγοραστές – καταναλωτές και τους πωλητές – παραγωγούς ενός προϊόντος.

Οι παραγωγοί παράγουν το βιολογικό γεωργικό προϊόν, το οποίο και προσφέρεται στον καταναλωτή έναντι κάποιας τιμής. Αυτός με τη σειρά του είναι σε θέση να αγοράσει το συγκεκριμένο βιολογικό προϊόν, από τη στιγμή που διαθέτει το ανάλογο ποσό χρημάτων.

Ο καταναλωτής διαθέτει χρήματα για την αγορά του προϊόντος, εφόσον το χρειάζεται, εφόσον το προϊόν αυτό ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένες ανάγκες και επιθυμίες του. Τα γεωργικά βιολογικά προϊόντα, (συνήθως τρόφιμα) που παράγει ο αγρότης – παραγωγός πρέπει να καλύπτει τις διατροφικές ανάγκες του καταναλωτή, την επιθυμία του για υγιεινή διατροφή, την αυξημένη ευαισθησία του για τον τρόπο με τον οποίο αυτά παράγονται.

Αποτελεί λοιπόν βασικό εργαλείο πληροφόρησης, προκειμένου οι παραγωγοί να παράγουν προϊόντα τα οποία να ανταποκρίνονται σε αυτό που χρειάζεται ο καταναλωτής και επομένως να είναι σε θέση να διαθέτουν τα προϊόντα αυτά, να αυξάνουν τις πωλήσεις τους και

να συνεχίζουν να λειτουργούν με επιτυχία, στις σημερινές ανταγωνιστικές συνθήκες της αγοράς.

Ο Καταναλωτής

Όπως προαναφέρθηκε, μια επιχείρηση δεν μπορεί να επιβιώσει, αν τα προϊόντα που παράγει δεν καλύπτουν κάποιες ανάγκες του καταναλωτή.

Οι ανάγκες του ανθρώπου διαφέρουν ανάλογα με την ηλικία, το περιβάλλον κ.λ.π.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα αναγκών είναι η ανάγκη για νερό, φαγητό, ρούχα, κατοικία, ψυχαγωγία κλπ.

Η συμπεριφορά του καταναλωτή είναι πολύ σημαντική για την κατάλληλη προώθηση και προβολή των προϊόντων. Δηλαδή, θα πρέπει να γνωρίζουμε :

- ποιος είναι
- που είναι
- τι αγοράζει, γιατί το αγοράζει, πόσο το αγοράζει.¹⁰

5.2. Η Αγοραστική Συμπεριφορά των Καταναλωτών

Η αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή διαμορφώνεται από μια σειρά παραγόντων που έχουν σχέση με τις ανάγκες, τις επιθυμίες, τις δυνατότητες και διάφορα άλλα κριτήρια.

Πρέπει να γνωρίζουμε όλους αυτούς τους παράγοντες που συντελούν στην τελική απόφαση του καταναλωτή, προκειμένου καταλήξει σ'ένα συγκεκριμένο προϊόν.

Οι παράγοντες αυτοί είναι :

- **Οικονομικοί παράγοντες**

Αφορούν το ποσό που διαθέτει ο καταναλωτής με το οποίο θα ικανοποιήσει τις ανάγκες του.

Επομένως, για να μπορέσουμε να πουλήσουμε γεωργικά βιολογικά προϊόντα σε καταναλωτή «μέσου» εισοδήματος, θα πρέπει η τιμή τους να μην είναι πολύ πιο ακριβή από εκείνη των αντίστοιχων συμβατικών προϊόντων.

¹⁰ Σιώμκος Γ. (1994) : *Η συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική Marketing*, Αθήνα – Πειραιάς, Τόμος Α', Εκδόσεις Σταμούλη.

- **Ψυχολογικοί και κοινωνικοί παράγοντες**

Η αγοραστική συμπεριφορά μπορεί πολλές φορές να καθοδηγείται από παράγοντες που έχουν σχέση με την απόκτηση κύρους ή αναγνώρισης.

- **Δημογραφικοί παράγοντες**

Αναφέρονται στην ηλικία και την οικογενειακή κατάσταση του καταναλωτή.

- **Τυχαίοι παράγοντες**

Αναφέρονται σε τυχαία γεγονότα και περιστάσεις που μπορεί να επιδράσουν στην αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή.

5.3. Η Προώθηση των γεωργικών βιολογικών προϊόντων.

Προώθηση είναι οι ενέργειες που κάνει μια επιχείρηση με σκοπό να πείσει τον καταναλωτή να αγοράσει τα προϊόντα της.

Για να μπορέσει μια επιχείρηση να πείσει ακόμα και τον πιο απαιτητικό και δυνητικό καταναλωτή, θα πρέπει να ακολουθήσει μια στρατηγική, μια μέθοδο επικοινωνίας μεταδίδοντας μηνύματα και πληροφορίες για τα προς πώληση προϊόντα, με απώτερο στόχο την παρακίνησή του για την αγορά τους.

Λαμβάνοντας υπόψη μας ότι τα βιολογικά προϊόντα κατέχουν πολύ μικρό μερίδιο στην ελληνική αγορά και ότι ο μέσος καταναλωτής δεν έχει πεισθεί σε γενικές γραμμές για τα διατροφικά οφέλη των συγκεκριμένων προϊόντων, θα λέγαμε ότι ο βασικός στόχος της προώθησης είναι :

«Να μπορούμε να αποδεικνύουμε ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι καλύτερης ποιότητας και υγιεινότερα από τα λοιπά προϊόντα και συνεπώς να πείθουμε τους καταναλωτές να τα αγοράζουν».

Για να μπορέσουμε να αποδείξουμε στους δυνητικούς καταναλωτές τα πλεονεκτήματα των γεωργικών βιολογικών προϊόντων, καλό είναι να γνωρίζουμε τα ακόλουθα:

- Τα χαρακτηριστικά των γεωργικών βιολογικών προϊόντων (τρόπος παραγωγής, τεχνολογικά και οργανοληπτικά χαρακτηριστικά)
- Τα οφέλη για τον πελάτη – καταναλωτή και το περιβάλλον.

Μέσα με τα οποία μπορεί να υλοποιηθεί η προώθηση είναι :

Ως **διαφήμιση** εννοούμε τη συστηματική προσπάθεια πληροφόρησης των καταναλωτών για τα πλεονεκτήματα ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή ομάδας προϊόντος, με σκοπό την προώθηση των πωλήσεών του.

Ως διαφημιστικά μέσα νοούνται τα παρακάτω :

1. Ο ημερήσιος και περιοδικός τύπος
2. Διαφημιστικά φυλλάδια, που παρουσιάζουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προϊόντος και του τρόπου παραγωγής του
3. Το ραδιόφωνο
4. Η τηλεόραση
5. Υπαίθρια διαφήμιση (δημιουργία πρωτότυπων αφισών με έξυπνα μηνύματα προσέλκυσης δυνητικών καταναλωτών βιολογικών προϊόντων.

Γενικά οι **Δημόσιες Σχέσεις** απευθύνονται ευρύτερα στην κοινωνία όχι από μια συγκεκριμένη επιχείρηση, αλλά από τους φορείς του χώρου, όπως οι ενώσεις παραγωγών, σύλλογοι καταναλωτών κλπ. Για τις Δημόσιες Σχέσεις χρησιμοποιούνται τα ίδια μέσα επικοινωνίας με αυτά της διαφήμισης.

Μέσα προώθησης των πωλήσεων :

□ **Συμμετοχή σε εκθέσεις**

Φορείς και παραγωγοί της βιολογικής γεωργίας στην Ελλάδα συμμετέχουν άλλοτε ατομικά και άλλοτε ομαδικά στην AGROTICA (Διεθνή Έκθεση αγροτικών προϊόντων στην Θεσσαλονίκη), καθώς και στην BIOFACH (Παγκόσμια Έκθεση Βιολογικών Προϊόντων υπό την αιγίδα της IFOAM), εκθέτοντας τα προϊόντα τους σε ειδικό περίπτερο που ενοικιάζεται για το σκοπό αυτό.

- **Παρουσίαση των προϊόντων** στα ράφια των ειδικών καταστημάτων διάθεσης βιολογικών προϊόντων, κατά τέτοιο τρόπο που να δημιουργεί τη μέγιστη προσέλκυση του αγοραστή.

5.4. Διανομή Βιολογικών Προϊόντων

Πώληση στο κτήμα

Είναι ο τρόπος με τον οποίο ο καταναλωτής έρχεται σε άμεση επαφή με τον παραγωγό, ως πρόσωπο, αλλά γνωρίζει και το φυσικό πλαίσιο, το αγρόκτημα, μέσα στο οποίο γίνεται η παραγωγή.

Ο συγκεκριμένος τρόπος συναλλαγής δεν λειτουργεί ικανοποιητικά στη χώρα μας, γιατί συνήθως δεν υπάρχει μεγάλη ποικιλία παραγόμενων προϊόντων από τον ίδιο παραγωγό, ικανή να προσελκύσει τον καταναλωτή, ώστε να μεταβεί στο βιολογικό αγρόκτημα για την αγορά βιολογικών προϊόντων σε τακτά χρονικά διαστήματα.

Πώληση σε ανοικτές αγορές

Πρόκειται για υπαίθριες ή λαϊκές αγορές που διοργανώνονται συνήθως μια φορά την εβδομάδα σε πλατείες, μεγάλους δρόμους κ.λ.π.

Από το 1990 άρχισαν να λειτουργούν στην Ελλάδα οι πρώτες τέτοιες αγορές στις οποίες συμμετέχουν αποκλειστικά παραγωγοί βιολογικών προϊόντων.

Οι αγορές αυτές έχουν το πλεονέκτημα ότι ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τον παραγωγό και να τον πληροφορήσει για τις ανάγκες του, σε ότι αφορά θέματα ποιότητας και ποικιλίας των προϊόντων, αλλά και να ενημερωθεί για τον τρόπο παραγωγής, τα προβλήματα που αντιμετωπίζονται στον αγρό κλπ.

Επίσης, ο μικρός χρόνος που μεσολαβεί μεταξύ συγκομιδής και πώλησης διασφαλίζει τη φρεσκάδα, τη διατήρηση της θρεπτικής και βιολογικής αξίας των προϊόντων.

Τέλος, η έλλειψη μεσάζοντα επιτρέπει στον παραγωγό να πετύχει καλύτερες τιμές, αλλά και στον καταναλωτή να προμηθευτεί προϊόντα σε τιμές πιο χαμηλές από αυτές των καταστημάτων λιανικής πώλησης.

Το μόνο μειονέκτημα είναι ότι απαιτείται από τον παραγωγό να αφιερώσει – συχνά πολύτιμο – χρόνο για τη μεταφορά και την πώληση των προϊόντων.

Με λίγα λόγια, έχουμε πώληση απευθείας από τον παραγωγό στον καταναλωτή.

Εξειδικευμένα καταστήματα

Πρόκειται για επιλεγμένα καταστήματα υγιεινών τροφών, προϊόντων μη επεξεργασμένων, όπως δημητριακά, ζυμαρικά και αρτοσκευάσματα κ.α.

Τα καταστήματα αυτά έχουν μικρό συνήθως μέγεθος και επιτρέπουν την προσωπική σχέση με τον πελάτη – καταναλωτή.

Τέτοια καταστήματα υπάρχουν σήμερα σε πολλές πόλεις στην Ελλάδα (Αθήνα, Θεσσαλονίκη κ.λ.π.)

Στην Καλαμάτα υπάρχουν δύο τέτοια καταστήματα, για τα οποία θα γίνει λόγος παρακάτω.

Τα μειονεκτήματα που εμφανίζουν έχουν να κάνουν κυρίως με την ποικιλία και το κόστος των προϊόντων.

Υπεραγορές

Δίνουν την ευκαιρία κατανάλωσης βιολογικών προϊόντων σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα, που δεν έχουν την παιδεία και την ευαισθητοποίηση για να προσεγγίζουν τα ειδικά μαγαζιά.

Λόγω της μεγάλης κατανάλωσης μπορούν να προσφέρουν καλύτερες τιμές, αλλά και να συγκεντρώσουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων.

Το βασικό τους μειονέκτημα είναι ίσως η έλλειψη της προσωπικής επαφής, που στην περίπτωση των βιολογικών προϊόντων, είναι απαραίτητη, προκειμένου ο καταναλωτής να έχει την ανάλογη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση .

Επίσης, η πώληση στους χώρους αυτούς απαιτεί τα προϊόντα να είναι συσκευασμένα για να αποφεύγεται η ανάμειξή τους με τα συμβατικά .

5.5. Η τιμολόγηση των βιολογικών προϊόντων

Τι πληρώνουμε αγοράζοντας βιολογικά προϊόντα ;

Ένα βασικό ερώτημα που γεννάται όσον αφορά την τιμολόγηση των βιολογικών προϊόντων, είναι *ποιοι παράγοντες καθορίζουν πόσο ψηλή θα είναι η τιμή κάποιου αγαθού και πότε θα αυξάνεται ή θα μειώνεται.*

Προσφορά και ζήτηση. Αν πάρουμε για παράδειγμα τις τιμές των φρούτων, βλέπουμε ότι, όταν πρωτοεμφανίζονται στην αγορά, οι τιμές είναι υψηλές, σταδιακά όμως μειώνονται και, όταν τελειώνει η περίοδος παραγωγής των φρούτων, αρχίζουν πάλι να ανεβαίνουν.

Αυτό συμβαίνει γιατί αρχικά η ποσότητα που είναι διαθέσιμη στην αγορά σε σχέση με τις ανάγκες κατανάλωσης είναι μικρή. Αργότερα, όταν η ποσότητα αυτή αυξάνεται, η τιμή μειώνεται . Η τιμή, δηλαδή, επηρεάζεται από την **προσφορά** και τη **ζήτηση** ενός αγαθού.

Κόστος παραγωγής. Ένα άλλο πολύ βασικό στοιχείο που επηρεάζει τη διαμόρφωση της τιμής είναι το κόστος παραγωγής ενός προϊόντος.

Για να παραχθεί ένα αγροτικό προϊόν, ο καλλιεργητής κάνει μια σειρά εξόδων, έχει δηλαδή, **παραγωγικές δαπάνες**.

Θα πρέπει, λοιπόν, με την τιμή που πουλάει ανά κιλό τα προϊόντα του να έχει έσοδα τέτοια, που να καλύπτουν τουλάχιστον τις δαπάνες του.

Είναι πιθανό μια καλλιέργεια να έχει μεγαλύτερα έξοδα και μικρότερη παραγωγικότητα σε κιλά ανά στρέμμα από ό,τι μια άλλη. Αυτός είναι και ο λόγος που η φράουλα είναι πάντα σημαντικά ακριβότερη, και μάλιστα ως και 50 φορές, από τα καρπούζια.

Ανταγωνισμός – σχέση με τα συμβατικά. Σημαντικός παράγοντας για τον καθορισμό της τιμής ενός προϊόντος είναι οι τιμές των ανταγωνιστών, των υπόλοιπων δηλαδή εμπόρων και παραγωγών που πωλούν το ίδιο προϊόν.

Θα πρέπει λοιπόν ο παραγωγός, να λάβει υπόψη του την τιμή που έχουν τα αντίστοιχα με τα δικά του **συμβατικά προϊόντα** τη δεδομένη **χρονική στιγμή**.

Τέλος, ο παραγωγός θα πρέπει να συνυπολογίσει στην τιμή και τυχόν έξοδα μεταφοράς, διανομής ή και προβολής των προϊόντων του.

Επίσης, κατά τη διαδικασία της τιμολόγησης, πρέπει να παίρνουμε υπόψη μας τους στόχους που κάθε φορά έχουμε, όπως η μεγιστοποίηση του κέρδους ή η αύξηση του τζίρου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

6. ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑ

6.1. Γεωγραφική θέση και ανάγλυφο της περιοχής.

- ΜΕΣΣΗΝΙΑ

Βρίσκεται στο νοτιοδυτικό (ΝΔ) τμήμα της Πελοποννήσου. Συνορεύει βόρεια με το νομό Ηλείας, βορειοανατολικά (ΒΑ) με τον νομό Αρκαδίας, ενώ ανατολικά με τον νομό Λακωνίας.

Δυτικά και νοτιοδυτικά βρέχεται από το Ιόνιο πέλαγος και νότια από τον Μεσσηνιακό κόλπο.

Έχει έκταση 2.991 τ.χλμ. και ο πληθυσμός ανέρχεται στις 167.292 κατοίκους. Στον νομό ανήκουν τα νησιά του συμπλέγματος των Οινουσσών, η Σφακτηρία και η νήσος Πρώτη.

Διοικητικά διαιρείται σε τέσσερις επαρχίες :

- 1) Καλαμών
- 2) Μεσσήνης
- 3) Πυλίας
- 4) Τριφυλίας ¹¹

- Η ΜΕΣΣΗΝΙΑ ΚΑΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ

Το μεγαλύτερο μέρος του βιοτικού επιπέδου καλύπτεται από την αγροτική οικονομία, αφού πρόκειται για μια περιοχή με πλούσια γεωργική παραγωγή.

Οι περισσότερες εκτάσεις καταλαμβάνονται από δενδρώδεις καλλιέργειες και η **Ελιά** αποτελεί το κατ' εξοχήν εισόδημα του νομού.

Ακολουθούν τα αμπέλια, οι σταφίδες, τα δημητριακά και τα κτηνοτροφικά φυτά. Στα ορεινά μέρη είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη η κτηνοτροφία (αιγοπροβατοτροφία , βοοειδή).

Βιομηχανικά ο νομός δεν είναι ανεπτυγμένος, ενώ η αλιεία είναι περιορισμένη και καλύπτει ανάγκες του τόπου.

¹¹ Οι τρεις πρώτες ανήκουν στην **Δ/ση Γεωργίας Μεσσηνίας** με έδρα την Καλαμάτα ενώ η επαρχία Τριφυλίας στη **Δ/ση Γεωργίας Τριφυλίας** με έδρα την Κυπαρισσία.

6.2. Οι σημαντικότερες βιολογικές καλλιέργειες στη Μεσσηνία .

Συμπληρώνονται φέτος 15 χρόνια από τότε που στη Μεσσηνιακή Μάνη ξεκίνησε το πρόγραμμα βιολογικής καλλιέργειας της ελιάς υπό το συντονισμό του Αυστριακού κ. Φρ. Μπλάουελ ο οποίος ασχολείται με την εξαγωγή και τυποποίηση ελαιολάδου και ελιών και έχει γνωρίσει αρκετά καλά την περιοχή.

Η ελιά αποτελεί την μοναδική καλλιέργεια στην περιοχή. Οι εκμεταλλεύσεις είναι κατά κανόνα μικρές αλλά πολυτεμαχισμένες και η καλλιέργεια γίνεται σε αναβαθμίδες κυρίως στις ημιορεινές και ορεινές κοινότητες με αρκετά πυκνό σύστημα φύτευσης αλλά σε ακανόνιστη διάταξη λόγω τοπογραφικών ιδιαιτεροτήτων.

Ο αριθμός των βιοκαλλιεργητών που είναι ενταγμένοι στον Καν. ΕΟΚ 2092/91, από το έτος 1995 – 2003, είναι στο σύνολό τους 315 παραγωγοί.

Στον πίνακα φαίνεται ο αριθμός των βιοκαλλιεργητών καθώς και τα είδη καλλιέργειας στο νομό Μεσσηνίας κατά τα έτη 1995 – 2003.

Πίνακας 5. ΒΙΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΕΣ ΕΝΤΑΓΜΕΝΟΙ ΣΤΟΝ ΚΑΝ. ΕΟΚ. 2092/91 ΑΠΟ ΤΟ ΕΤΟΣ 1995 ΕΩΣ 2003 ΣΤΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑ.

ΕΤΟΣ ΕΓΓΡΑΣΗΣ	ΑΡΙΘΜ. ΒΙΟΚΑΛΛ/ΤΩΝ	ΕΛΙΑ	ΣΥΚΙΑ	ΕΣΠΕΡ/ΔΗ	ΟΪΝΑΜΠΕΛΟΙ	ΣΤΑΦΙΔΑ	ΑΚΡΟΔΡΥΑ	ΛΟΠΙΣ ΚΑΛΛΙΓΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ
1995	113	2150,00	31,00	12,00	20,00	0,00	0,00	0,00	2213,00
1996	6	122,00	0,00	7,00	0,00	12,00	0,00	5,50	146,50
1998	17	479,10	11,30	10,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,40
2000	55	1616,67	38,10	98,20	13,40	10,00	4,00	36,50	1816,87
2001	28	872,20	62,50	33,50	29,00	0,00	0,00	0,00	997,20
2002	38	1180,90	93,60	20,40	10,00	10,00	21,00	210,00	1545,90

2003	50	1547,40	124,10	17,30	15,30	13,80	7,00	80,00	1804,90
2004	8	326,2	2,0	-	1,5	-	-	-	329,70
ΣΥΝΟΛΟ	315	8294,47	505	198,40	89,20	45,80	32,00	332	9496,87



Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΜΑΝΗ.

Ανάμεσα στα βουνά της Μάνης, λίγα χιλιόμετρα από την Καρδαμύλη, βρίσκεται το εργοστάσιο Μπλάουελ. Συγκεντρώνουν βιολογικό ελαιόλαδο και βρώσιμες ελιές από περίπου 300 καλλιεργητές που βρίσκονται στη γύρω περιοχή, 40 χωριά της Μεσσηνίας και της Λακωνίας.

Εικ. (2) Μονάδα τυποποίησης Blaüel



Το πρώτο βιολογικό λάδι

Όταν η πρώτη παραγωγή βιολογικού λαδιού για πώληση ήταν έτοιμη προέκυψε ένα πρόβλημα: Τα αεροπλάνα που ψέκαζαν για το δάκο έριξαν φυτοφάρμακο και στα βιολογικά κτήματα. «Χάσαμε όλους τους παραγωγούς τότε και ξεκινήσαμε πάλι από την αρχή», αναφέρει χαρακτηριστικά ο κ. Φριτζ.

Σήμερα, οι Μπλάουελ συνεχίζουν να συσκευάζουν και συμβατικό λάδι, ενώ η επιχείρηση απασχολεί γύρω στα 40 άτομα από τα οποία πολλά επέστρεψαν από την Αθήνα για να δουλέψουν και να ζήσουν στη Μάνη.

Σήμερα, στο πρόγραμμα της βιολογικής καλλιέργειας έχουν ενταχθεί περίπου 300 παραγωγοί, συμπεριλαμβανομένου ενός χωριού, της **Σαϊδώνας** που βρίσκεται στις πλαγιές του Ταυγέτου, όπου όλοι οι παραγωγοί περίπου 65 οικογένειες, καλλιεργούν βιολογικά τις ελιές τους.

Έτσι, περισσότερα από 210.000 ελαιόδεντρα που καλύπτουν μια έκταση 11.000 στρεμμάτων καλλιεργούνται σύμφωνα με τις αρχές της βιολογικής γεωργίας. Παράγουν 1.000 τόνους λάδι, από τους οποίους το 50% είναι βιολογικό, ενώ παράγονται 100 τόνοι ελιές τύπου Καλαμών και πάστα ελιάς. Όμως, ελάχιστο ποσοστό της παραγωγής αυτής, λιγότερο από το 2%, *απορροφάται* από την ελληνική αγορά.

Τα προϊόντα τυποποιούνται από την επιχείρηση Μπλάουελ και εξάγονται στη Δανία, στην Ολλανδία, στην Ελβετία, στη Γερμανία, αλλά και σε Καναδά, Η.Π.Α. και Ιαπωνία.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ & ΣΗΜΑΝΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ BLAÜEL.

Σύμφωνα με την άποψη της ομάδας BLAUEL, η αποτελεσματικότητα, η αξιοπιστία και η υψηλή ποιότητα υπηρεσιών που προσφέρει ο Πιστοποιητικός Οργανισμός ΔΗΩ, είναι αναμφισβήτητη.

Οι έλεγχοι και οι αναλύσεις είναι συνεχείς και διεξάγονται σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, στην αποθήκευση, την τυποποίηση και στην περαιτέρω επεξεργασία, ενώ επεκτείνονται και στα σημεία πώλησης. Για κάθε έλεγχο συντάσσεται έκθεση, που ακολουθεί διαδικασία αξιολόγησης τόσο στον παραγωγό, όσο και τον ελεγκτή.

Όλες οι αναλύσεις γίνονται πριν την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά.

Τέλος σε προϊόντα που ανιχνεύονται χημικά υπολείμματα δεν χορηγείται πιστοποιητικό.



Εικ. (3) Πρότυπο δείγμα βιολογικού ελαιολάδου

Όσον αφορά την σήμανση των βιολογικών προϊόντων της εταιρείας χαρακτηριστικό αποτελεί η απαραίτητη ένδειξη **ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ** καθώς και ένδειξη και το σήμα του Οργανισμού Πιστοποίησης ΔΗΩ.

Το έτος 2003 η εταιρεία BLAÜEL αγόραζε το βιολογικό ελαιόλαδο από τους παραγωγούς (ομάδα Blaüel) γύρω στις 900 δρχ. ήτοι € 2,64, ενώ το τρέχον έτος 2004 το βιολογικό ελαιόλαδο βρίσκεται γύρω στα € 3,82 (αφορά παραγωγούς που δεν ανήκουν στην ομάδα Blaüel).

Παρακάτω ακολουθούν κάποιες ετικέτες σήμανσης των προϊόντων Blauel που διαφημίζουν και προάγουν το ελαιόλαδο της περιοχής σε διάφορες χώρες του εξωτερικού:

Εικ. (4) Ετικέτα σήμανσης επιτραπέζιας ελιάς Καλαμών σε έξτρα παρθένο ελαιόλαδο.

Diese griechischen Oliven sind fruchtig-kraftig im Geschmack und stammen aus der Provinz Kalamata von zum Teil über hundert Jahre alten Olivenbäumen, die auf den kargen, steinigem Terrassen des Mani-Küstenstreifens im Südpeloponnes wachsen. Nach der sorgfältigen Ernte per Hand werden die naturgereiften Oliven durch mehrwöchiges Waschen mit klarem Wasser entbittert und anschließend in eine würzige Meersalz-Essiglake eingelegt. Durch das nachfolgende Einlegen in feinstes kaltgepresstes Olivenöl der Kategorie „nativ extra“ werden die Oliven weicher und milder im Aroma - und das hochwertige Olivenöl lässt sich in der Küche mitverwenden. Kalamata Oliven gehören mit ihrem unverwechselbaren Geschmack zu den erlesensten Speiseoliven und eignen sich hervorragend für einen traditionellen Griechischen Salat mit Weißbrot.



Das geöffnete Glas bitte im Kühlschrank aufbewahren. Die Oliven sollten immer mit Olivenöl bedeckt sein. Once opened store refrigerated.



Kalamata Oliven in nativem Olivenöl extra

ORGANIC Kalamata Olives in extra virgin olive oil



Kalamata-Oliven in nativem Olivenöl extra

Zutaten: Oliven* (Meersalz, Essig*), natives Olivenöl extra*
* aus kontrolliert biologischem Anbau

ORGANIC Kalamata Olives in organic extra virgin olive oil

Ingredients: Olives*, (sea salt, vinegar*), extra virgin olive oil*
* certified organic

Öko-Kontrollstelle/organic-certification: DIO-EL-01-BIO

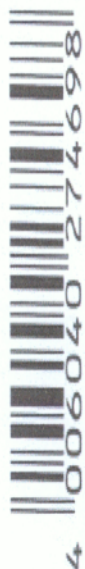


Füllgewicht
/Net weight: 330 g

Abtropfgewicht/
Drained weight: 210 g

RAPUNZEL NATURKOST AG
D-87764 Legau

www.rapunzel.de



Best before: Mindestens haltbar bis Ende: 3 | 6 | 9 | 12 | 2004 | 2005 | 2006 | 1 | 2 | 4 | 8 | 16
Losnummer:

Version: 1.0.2004

Εικ. (5) Ετικέτες σήμανσης οργανικού έξτρα παρθένου ελαιολάδου 500 ml.



ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΕΛΑΙΟΤΡΙΒΕΙΟ ΣΤΟ ΣΤΑΥΡΟΠΗΓΙΟ ΜΑΝΗΣ.

Σ' ένα γραφικό χωριό στην καρδιά της Μεσσηνιακής Μάνης που ονομάζεται Σταυροπήγιο ή Μάλτα βρίσκεται το *παραδοσιακό ελαιοτριβείο των Σκαρπαλέζος – Μαρίνης Ο.Ε.*

Εδώ κυριαρχεί η παράδοση σε συνδυασμό με την ποιότητα, αφού διαλέγεται από τα ξηρά και ασβεστολιθικά εδάφη της Μάνης ο καλύτερος ελαιόκαρπος και επεξεργάζεται με τα λιθάρια της παλιάς εποχής και με φυσικό τρόπο, χωρίς την προσθήκη θερμού νερού, παράγεται άθερμο ελαιόλαδο υπέροχο σε γεύση και σε άρωμα.

Το τρέχων έτος το ελαιοτριβείο Σκαρπαλέζος – Μαρίνης Ο.Ε. αγοράζει το χύμα βιολογικό ελαιόλαδο από τον παραγωγό στην τιμή των **€ 3,96**.

Στο παραδοσιακό λιοτρίβι τυποποιείται :

α. Προϊόν ψυχρής άλεσης (άθερμο)

5 lt	500 ml	750 ml
1 lt	250 ml	

β. Bio Oil (προϊόν βιολογικής γεωργίας)

5 lt	500ml
750 ml	250ml

Εικ. (6)

Εικ. (7)

Ενδεικτικές ετικέτες προϊόντος ελαιολάδου
βιολογικής γεωργίας από το παραδοσιακό ελαιοτριβείο της Μάνης.



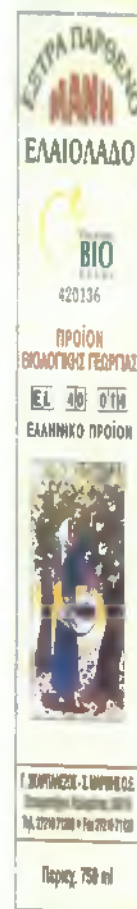
5L, 1L, 750ml, 500ml, 250ml
Ηροϊόν ψυχρής άλεσης (Άθερμο)



Bio Oil
Ηροϊόν βιολογικής γεωργίας
250ml, 500ml, 750ml, 5L

Μ' ένα τηλέφωνο
αποστέλουμε στο σπίτι σας.

Παραδοσιακό Ελαιουργείο
Σκαρπαιέζος - Μυρτίνης Ο.Ε.
Σταυροπήγιο Καλαμάτας Τ.Κ. 24016
τηλ. 0721-71280 fax: 0721-71120



AGRO.VI.M. S.A.

Η **AGRO.VI.M. S.A.** (πρόκειται για μονάδα τυποποίησης και εμπορίας αγροτικών προϊόντων, με έδρα την Καλαμάτα), μας συστήνει την οργανική της σειρά **ΙΛΙΑΔΑ**, που περιλαμβάνει:

- το **ΙΛΙΑΔΑ** οργανικό Καλαματιανό έξτρα παρθένο ελαιόλαδο
- τις **ΙΛΙΑΔΑ** οργανικές Καλαματιανές ελιές μέσα σε οργανικό ελαιόλαδο και
- το **ΙΛΙΑΔΑ** οργανικό έξτρα παρθένο ελαιόλαδο και οργανικό βαλσαμικό ξύδι.

Σύμφωνα πάντα με την **AGRO.VI.M. S.A.** η οργανική σειρά **ΙΛΙΑΔΑ** παράγεται σύμφωνα με τα Διεθνή στάνταρς και Κανονισμούς (ΚΑΝ. 2092/EU) υπό την εποπτεία της **ΔΗΩ** .



ΟΡΓΑΝΙΚΟ ΕΞΤΡΑ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Πίνακας 8.

Συσκευασία	Καθαρό βάρος ανά κούτα	Μεικτό βάρος ανά κούτα	Κούτες ανά παλέτα	Διαστάσεις
12 X 500 ml	5,486 Kg	10,57 Kg	100	190 X 245 X 285
12 X 750 ml	8,24 Kg	14,56 Kg	68	285 X 280 X 290

Οι οργανικές Καλαματιανές ελιές ΙΛΙΑΔΑ μαζεύονται στο χέρι και συσκευάζονται μέσα σε έξτρα παρθένο οργανικό ελαιόλαδο. Έχουν στερεή σύνθεση και πλούσια γεύση και παράγονται βάσει των διεθνών προδιαγραφών και νομοθεσιών της Ε.Ε. που αφορούν τις βιολογικές καλλιέργειες.

Πίνακας 9.

ΟΡΓΑΝΙΚΕΣ ΕΛΙΕΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ ΣΕ ΟΡΓΑΝΙΚΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Συσκευασία	Καθαρό βάρος	Μεικτό βάρος	Κούτες ανά παλέτα	Διαστάσεις
12 X 230 gr (150gr στραγγ.βάρος ελιές / βάζο)	2,76 Kg καθαρό	4,80 Kg	200	150 X 190 X 260

Τέλος, το ΙΛΙΑΔΑ έξτρα παρθένο οργανικό ελαιόλαδο & το οργανικό Βαλσαμικό Ξύδι, αυτό το εντυπωσιακό προϊόν συνδυάζει το γλυκό και φρουτένιο Ελληνικό έξτρα παρθένο ελαιόλαδο από την Καλαμάτα με το αυθεντικό οργανικό Βαλσαμικό ξύδι, προερχόμενο από την Μόδενα.

Το προϊόν είναι πιστοποιημένο οργανικά και συσκευάζεται στη χώρα μας.

Εικ. (8) Βαλσαμικό ξύδι.

Εικ. (9) Οργανικές ελιές Καλαμών σε οργανικό ελαιόλαδο.



ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΡΑΝΑ

Εικ. (10) Χάρτης .



Το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο ΕΡΑΝΑ, προϊόν ψυχρής έκθλιψης από οικολογικό συγκρότημα, προσφέρεται, σε :

1. Προϊόν Βιολογικής Γεωργίας.

Η καλλιέργεια των ελιών γίνεται χωρίς χημικά λιπάσματα και ψεκασμούς για τουλάχιστον 3 χρόνια. Η όλη διαδικασία ελέγχεται και πιστοποιείται από την ΔΗΩ. Διατίθεται σε σκουρόχρωμες φιάλες των 0,75 l - 0,5l - 0,25 και σε δοχεία των 5l.

Εικ. (11)



2. Προϊόν Βιολογικής Γεωργίας σε μεταβατικό στάδιο.

Η καλλιέργεια των ελιών γίνεται χωρίς χημικά λιπάσματα και ψεκασμούς για τουλάχιστον 1 – 3 χρόνια.

Η όλη διαδικασία ελέγχεται και πιστοποιείται από την ΔΗΩ. Διατίθεται σε σκουρόχρωμες φιάλες των 0,75l – 0,5l – 0,25l.

Εικ. (12)



3. Ελιές Καλαμών – Προϊόν Βιολογικής Γεωργίας.

Οι Ελιές Καλαμών ΕΡΑΝΑ παράγονται σύμφωνα με την παραδοσιακή συνταγή χρησιμοποιώντας τις επιλεγμένες ελιές, μαζεμένες με το χέρι. Η καλλιέργεια των ελιών γίνεται χωρίς χημικά λιπάσματα και ψεκασμούς για τουλάχιστον 3 χρόνια.

Οργανισμός Πιστοποίησης : ΔΗΩ.



Εικ. (13)

ΚΤΗΜΑ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΥ

Ήταν περίπου το 1900 όταν άρχισε η σχέση της Οικογένειας Αποστολόπουλου με τα αμπέλια. Μια σχέση που χρειάστηκε ένα δρόμο περίπου 100 ετών, πριν φτάσει στο στόχο της.

Σήμερα ο πατέρας, Κων/νος Αποστολόπουλος, οι γιοί Γιώργος Χημικός και Θανάσης Αμπελουργός – Οινοποιός κάνουν πραγματικότητα το μεράκι και το πάθος τους για το κρασί.



Εικ. (1.) Χάρτης.

Τα σταφύλια ωριμάζουν στο οικοσύστημα της ημιορεινής Τριφυλίας. Το μικροκλίμα που επηρεάζεται από το όρος Ψυχρό, τον Αρκαδικό ποταμό και τη θάλασσα του Ιονίου Πελάγους, τα οποία βρίσκονται σε απόσταση 2 – 5 χιλιομέτρων από το κτήμα, είναι ιδανικό για να αναδείξει το ποιοτικό δυναμικό του αμπελώνα.



Εικ. (15) Στην παραπάνω φωτογραφία διακρίνεται ο Γραμμικός αμπελώνας στο Κτήμα Αποστολόπουλου.

CABERNET – GRENACHE ROUGE

Από σταφύλια Βιολογικής Γεωργίας

Τύπος : **Ερυθρός Ξηρός**

Διατίθεται σε σκούρου χρώματος φιάλη των **750 ml** με την επωνυμία **Λ Υ Ρ Ω**

Δ Ο Σ – Μεσσηνιακός Τοπικός Οίνος.

Ενδεικτική τιμή : **€ 13,00**



Εικ. (16) **ΛΥΡΩΔΟΣ**

Η **Οινοποίηση** γίνεται με την εκχύλιση εκραγισμένων ραγών σε ελεγχόμενη θερμοκρασία ζύμωσης, ενώ ο νέος οίνος παραμένει για 6-8 μήνες σε γαλλικά δρύινα βαρέλια των 227 lt.

Εικ. (17) Γαλλικά δρύινα βαρέλια.



Εικ. (18) Ετικέτα Σήμανσης



ΚΕΦΑΛΑΙΟ VII

7. ΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑ

7.1. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ – ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ.

1. Μεθοδολογία

Η λήψη τυχαίου δείγματος από 40 παραγωγούς – βιοκαλλιεργητές ανεξαρτήτου φύλου, με μέσο όρο ηλικίας 30-50 ετών και μορφωτικό επίπεδο από μέτριο έως υψηλό, έγινε ύστερα από προσωπική συνάντηση μαζί τους σε δικό τους χώρο. Η επαφή με τους καταναλωτές έγινε άμεσα στα καταστήματα την στιγμή αγοράς των β. π.

Ρωτήθηκαν 32 καταναλωτές από τους οποίους οι 2 αρνήθηκαν να απαντήσουν σε οποιοδήποτε ερώτημα. Αντιθέτως, η ανταπόκριση από τους παραγωγούς ήταν θετική και αντιμετώπισαν όλα τα ερωτήματα με αξιοσημείωτο ενδιαφέρον.

Πιο συγκεκριμένα :

-Καταναλωτές

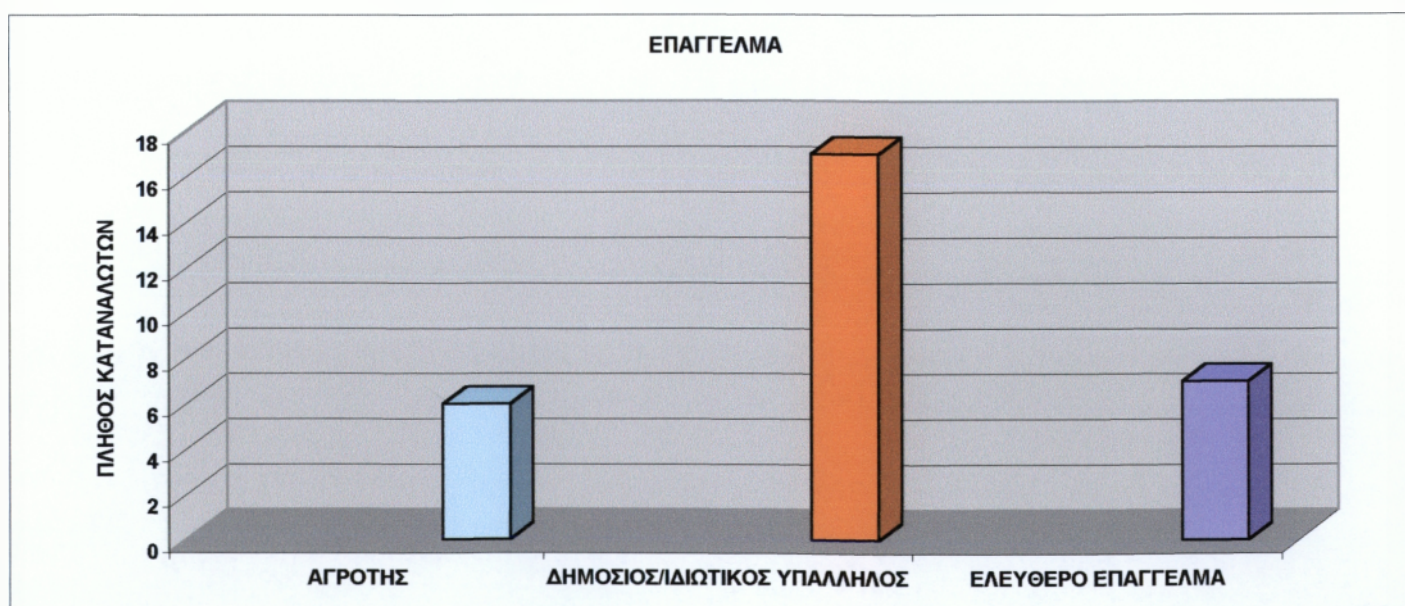
Ερωτηθέντες : 30

Δημόσιοι / Ιδιωτικοί υπάλληλοι : 17

Ελεύθεροι επαγγελματίες : 7

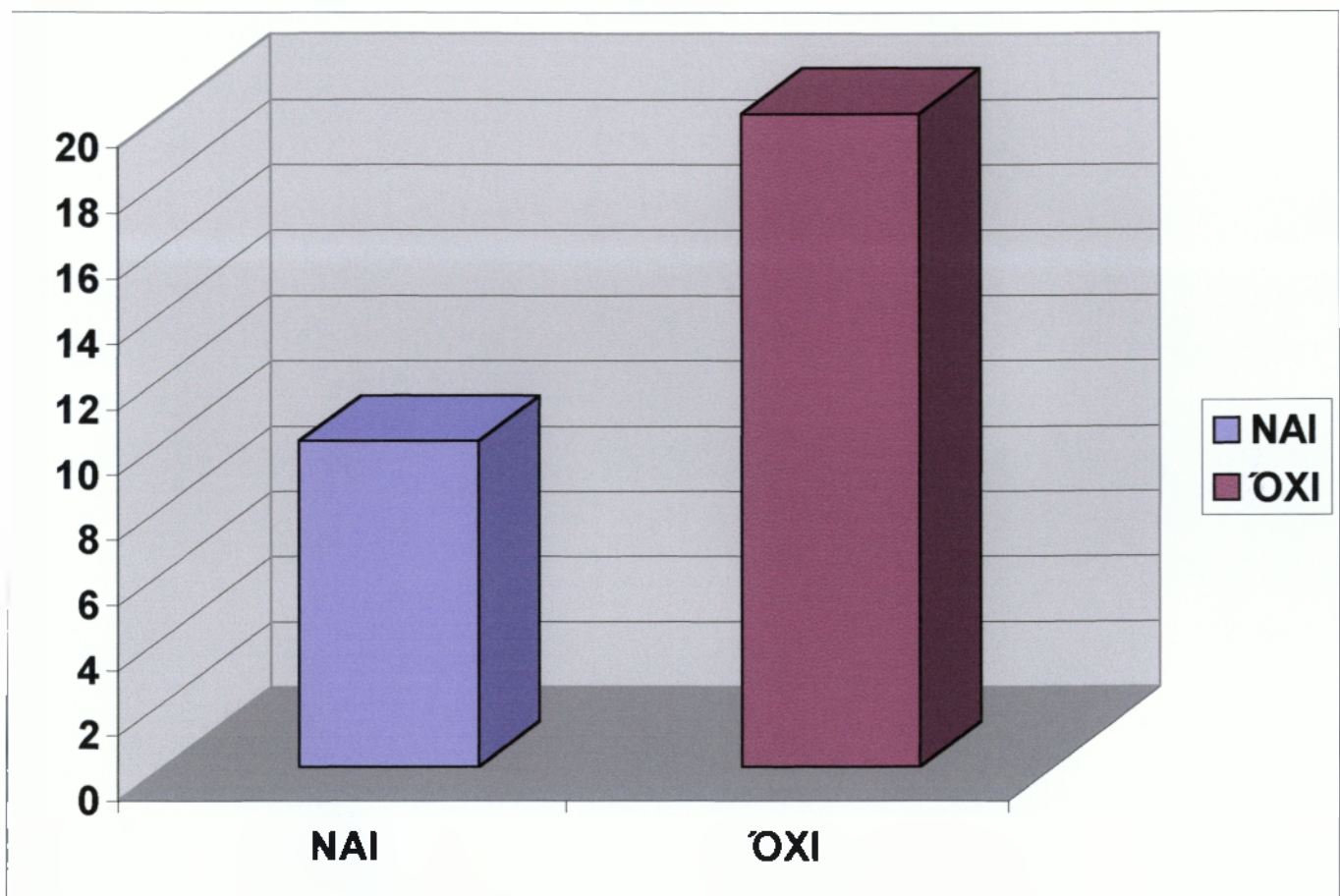
Αγρότες : 6

Διάγραμμα Α. Επάγγελμα καταναλωτών



Σύμφωνα με το **Διάγραμμα Α** το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών βιολογικών προϊόντων δηλώνει ως κύριο επάγγελμά του δημόσιος ή ιδιωτικός υπάλληλος και όχι αγρότης ή οποιοδήποτε άλλο επάγγελμα. Πρόκειται δηλαδή για καταναλωτές με σταθερό μηνιαίο εισόδημα. Από την άλλη πλευρά οι αγρότες δεν δείχνουν να προτιμούν τα βιολογικά προϊόντα, γεγονός το οποίο έρχεται σε αντίθεση με τους καταναλωτές, που όχι μόνον τα προτιμούν αλλά θεωρούν ότι δεν είναι και ακριβά.

Διάγραμμα Β.
Άποψη των καταναλωτών αν θεωρούν τα βιολογικά προϊόντα ακριβά.



Παρατήρηση : Η πλειοψηφία απαντά **ΟΧΙ**. Ίσως αυτό σημαίνει ό,τι κάνουμε λόγο για καταναλωτές που έχουν **συνείδηση** του τι αγοράζουν!

- Παραγωγοί

Ερωτηθέντες : 40

Μόρφωση

Απόφοιτοι Γυμνασίου – Λυκείου : 20

Στοιχειώδη παιδεία : 6

Απόφοιτοι Ανώτερης σχολής : 14

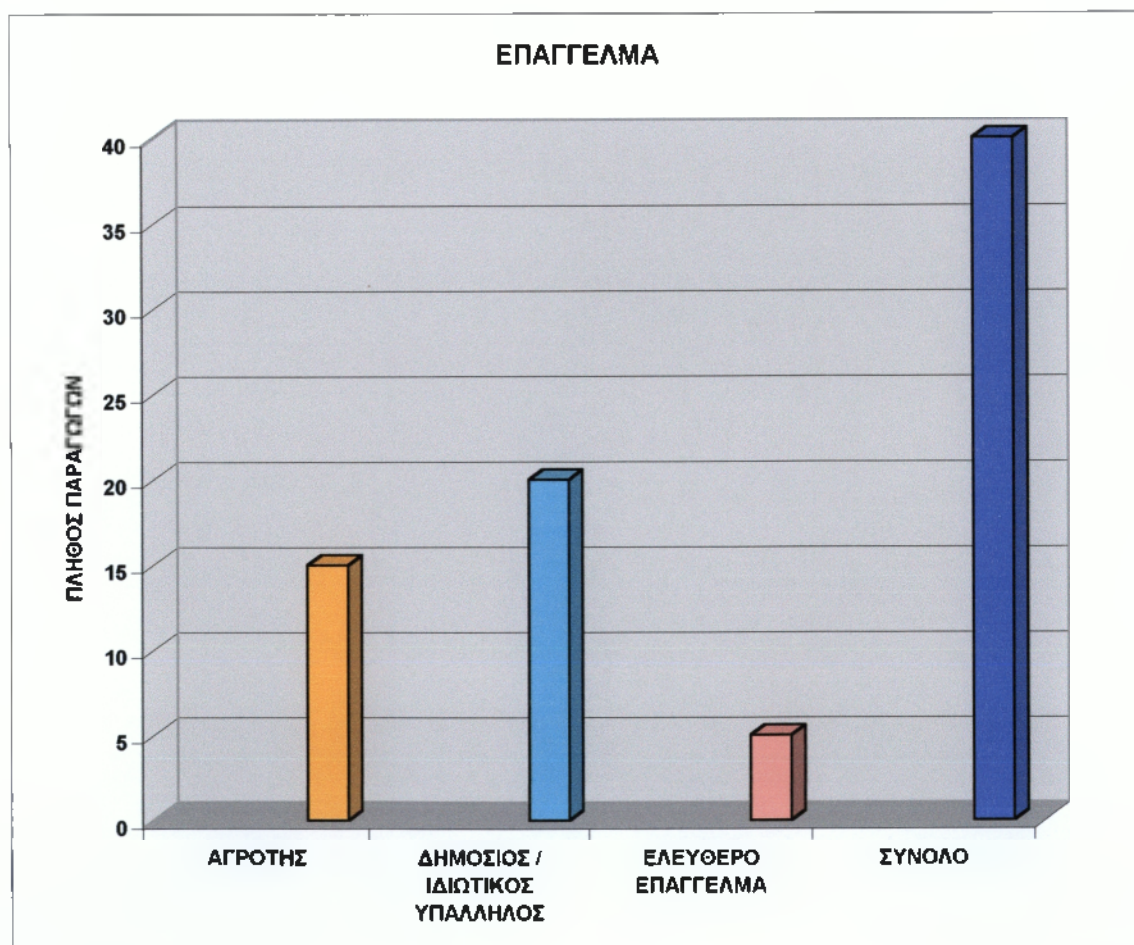
Επάγγελμα

Δημόσιοι / Ιδιωτικοί υπάλληλοι : 20

Αγρότες : 15

Ελεύθερο επάγγελμα : 5

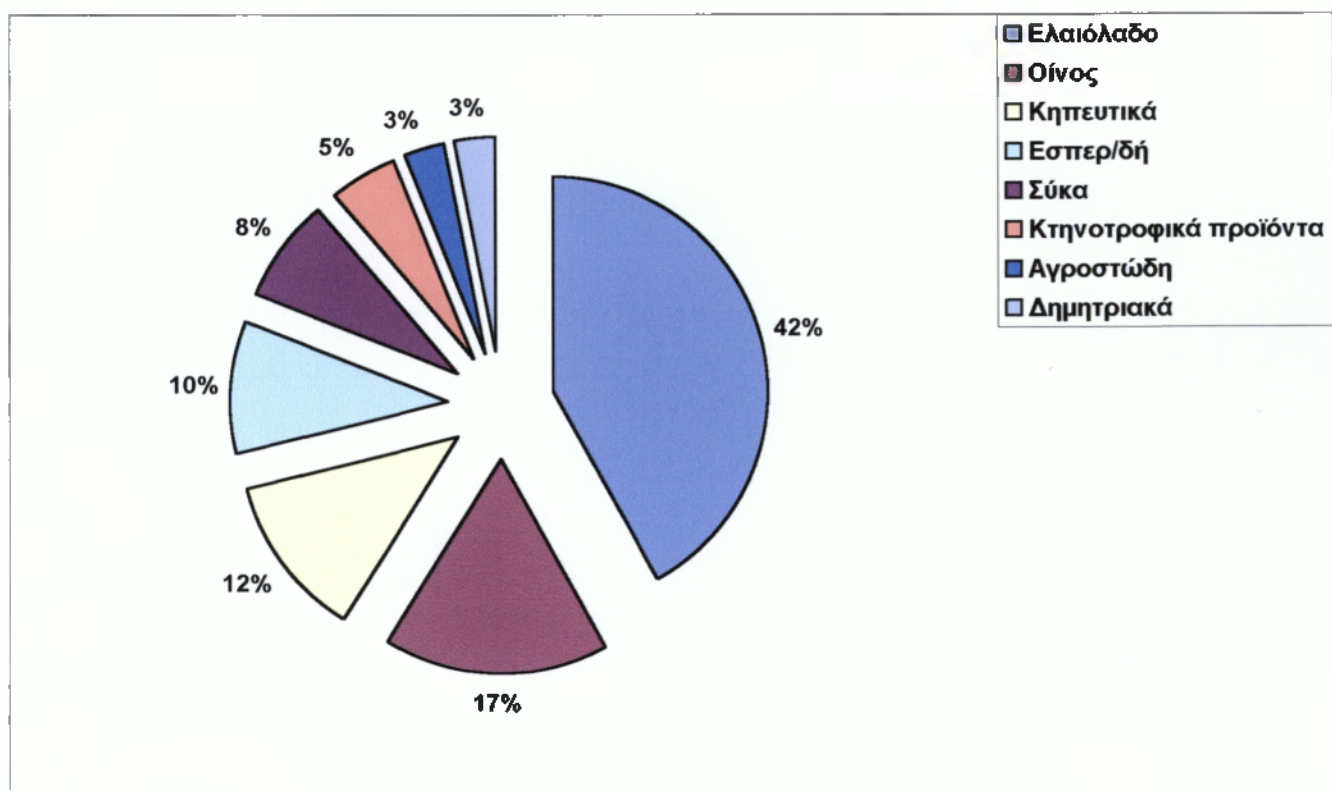
Διάγραμμα Γ. Επάγγελμα βιοκαλλιεργητών



Στο **Διάγραμμα Γ** παρατηρείται ότι οι περισσότεροι παραγωγοί βιολογικών προϊόντων δεν είναι κατά κύριο επάγγελμα αγρότες. Κάτι ανάλογο είδαμε να συμβαίνει και με τους καταναλωτές των προϊόντων αυτών.

Η στροφή προς την βιολογική καλλιέργεια αντιμετωπίζεται σήμερα από τους αγρότες σαν κάτι το «καινούργιο», «το πρωτοποριακό», «το μη δοκιμασμένο». Εκφράζουν φανερά το φόβο και το δισταγμό τους για την αλλαγή αυτή, αφού οι οικονομικοί πόροι από τις αγροτικές καλλιέργειες μειώνονται όλο και περισσότερο ενώ τα καλλιεργητικά έξοδα συνεχώς αυξάνονται. Από την άλλη μεριά, όσοι δεν φέρουν οικονομικούς πόρους μόνον από τις αγροτικές τους εκμεταλλεύσεις αντιμετωπίζουν το θέμα με διαφορετικό τρόπο. Είναι πρόθυμοι μπροστά σε οποιαδήποτε αλλαγή, εφόσον βέβαια έχουν ενημερωθεί θετικά γι' αυτό και προφανώς έχουν πειστεί να το κάνουν πράξη.

Σχήμα 3. Εκτάσεις βιολογικής καλλιέργειας ανά είδος.



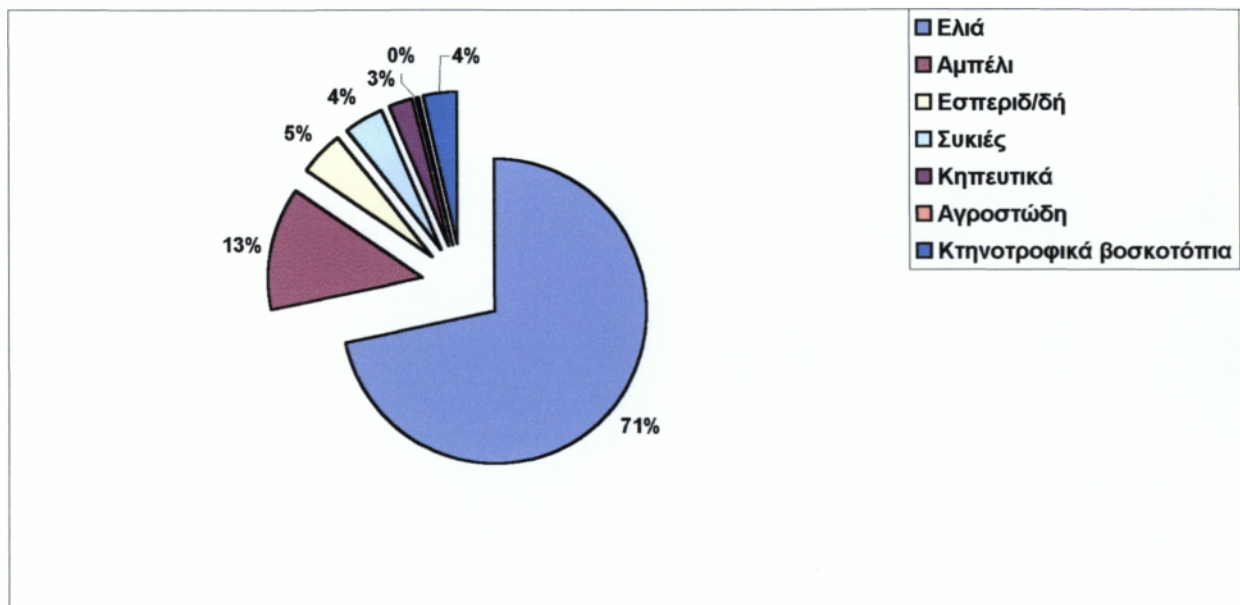
Το μεγαλύτερο ποσοστό σε είδος καλλιέργειας κατέχει η ελιά και το ελαιόλαδο (42%) ενώ ακολουθεί το αμπέλι (17%), τα κηπευτικά (12%) κ.λ.π.

Πίνακας 10.
Εκτάσεις βιολογικών γεωργικών εκμεταλλεύσεων

Είδος καλλιέργειας	Στρέμματα
Ελιά	974,8
Αμπέλι	176
Εσπεριδο/δή	64
Συκιές	56
Κηπευτικά	34
Αγροστώδη	3
Κτηνοτροφικά βοσκοτόπια	50

Ανάλογες είναι και οι εκτάσεις των καλλιεργειών που φαίνονται στον παραπάνω πίνακα καθώς και τα ποσοστά που προκύπτουν στο ακόλουθο σχήμα.

Σχήμα 4. Εκτάσεις καλλιεργειών βιολογικής γεωργίας



2. Προβλήματα διάθεσης

Η διάθεση των προϊόντων γίνεται κυρίως σε εμπόρους και ιδιώτες καταναλωτές, παρόλα αυτά, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν είναι ποικίλα:

α. Καλλιεργητικά

Οι οικονομικοί και περιβαλλοντικοί λόγοι θεωρούνται από τους βιοκαλλιεργητές και όχι μόνο, οι πιο σημαντικές αφορμές με σκοπό να

βρεθούν βιολογικές εναλλακτικές λύσεις, που είναι δυνατό να αυξήσουν και σε μερικές περιπτώσεις να αντικαταστήσουν τα αζωτούχα λιπάσματα.

Η εναλλακτική αυτή λύση όπως είναι γνωστό είναι η διεργασία της Βιολογικής Δέσμευσης Αζώτου (ΒΔΑ).

Η εισροή αζώτου με τη ΒΔΑ μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση των αποθεμάτων αζώτου στο έδαφος και να αντικαταστήσει το αζωτούχο λίπασμα, σε αρκετά μεγάλο ποσοστό. Παρόλα αυτά όμως, υπάρχουν περιορισμοί και προβλήματα στη χρήση αζωτοδεσμευτικών συστημάτων(περιβαλλοντικά, βιολογικά, οικονομικά κ.λ.π.). Γι' αυτό, σήμερα υπάρχει επείγουσα ανάγκη να βρεθούν τρόποι βελτίωσης της ΒΔΑ και της χρήσης της από τους γεωργούς. Πρέπει να βρεθούν τρόποι διατήρησης της γονιμότητας του εδάφους, με την χρήση ανανεώσιμων πόρων, εύκολα και χωρίς μεγάλο κόστος για τον αγρότη- παραγωγό, ενώ επιπλέον, ερευνητές από όλους τους επιστημονικούς κλάδους θα πρέπει να συνεργαστούν για να προσδιορίσουν και να περιορίσουν τα προβλήματα που συναντά ο παραγωγός στη χρήση των τεχνολογιών της ΒΔΑ.

β. Διάθεσης

Αποτελεί αναμφισβήτητα το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει σήμερα ο αγρότης - παραγωγός και πιο συγκεκριμένα ο βιοκαλλιεργητής – παραγωγός. Η επίλυση του προβλήματος της «περιθωριοποίησης» των βιολογικών προϊόντων προϋποθέτει τη διείσδυσή τους στη συμβατική αγορά.

Αυτή τη στιγμή οι μόνοι διέξοδοι αγοράς των β .π. είναι : τα καταστήματα υγιεινής διατροφής, τα ειδικά καταστήματα, τα *super markets*(υπεραγορές τροφίμων) οι λαϊκές αγορές, η πώληση στο κτήμα του παραγωγού, οι χονδρέμποροι, οι μεταποιητές.

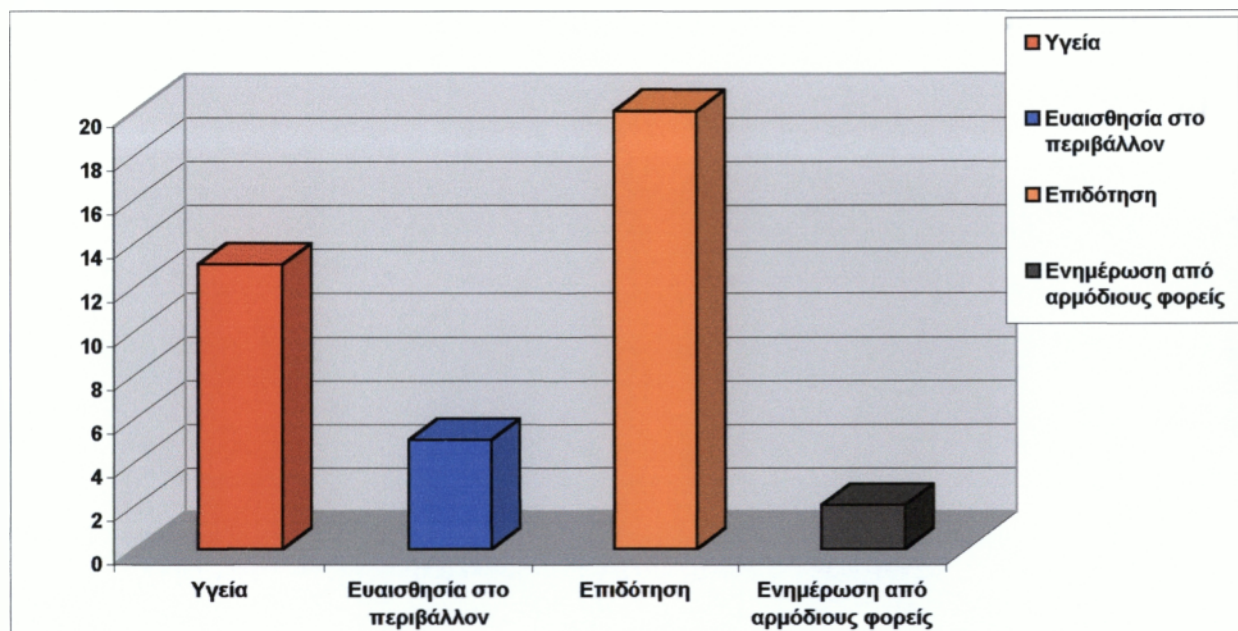
Στο νομό μας, υπάρχουν 2 **ειδικά καταστήματα** με έδρα την Καλαμάτα (το *ΒΙΟΚΟΣΜΟΣ & ΤΟ ΣΥΜΒΙΩΤΙΚΟΝ*). Τα ειδικά καταστήματα κατατάσσονται μεταξύ των καταστημάτων υγιεινής διατροφής και των *super markets*. Πωλούν **μη** αλλά **και συσκευασμένα** προϊόντα, εξυπηρετούν και ενημερώνουν τους πελάτες τους, εμφανίζουν θετική εικόνα. Τα μειονεκτήματά τους είναι η υποδομή, το κόστος, η μεγάλη ποικιλία και η αδυναμία διάθεσης β. π. όλο το χρόνο. Η συντριπτική πλειοψηφία των προϊόντων που διαθέτουν δεν προέρχονται από την Μεσσηνία αλλά από άλλες περιοχές της χώρας μας και **κυρίως εισάγονται από άλλες Ευρωπαϊκές χώρες**, αφού τα β. π. του νομού και κατ' επέκταση της Ελλάδας είναι περιορισμένα (κυρίως γαλακτοκομικά και κτηνοτροφικά προϊόντα). Το γεγονός αυτό και μόνον απεικονίζει ολοκάθαρα το πρόβλημα.

Οι **χονδρέμποροι και οι μεταποιητές** , σύμφωνα πάντα με το σύνολο σχεδόν των ερωτηθέντων αγροτών, αγοράζουν τα β.π. τους σε τιμές μη ικανοποιητικές και ευνοϊκές γι'αυτούς με αποτέλεσμα να φυλάσσουν το

προϊόν τους στις αποθήκες ή να το καταστρέφουν.(παραγωγοί εσπεριδοειδών Γιάλοβας). Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση στην περιοχή της Γιάλοβας, όπου όλοι οι αγρότες που παράγουν βιολογικά λεμόνια και πορτοκάλια έχουν τόσο έντονο το πρόβλημα της διάθεσης και της προώθησης των προϊόντων τους, ώστε αναγκάζονται να τα αφήνουν να πέφτουν από τα δέντρα. Η εικόνα είναι χαρακτηριστική και σκιαγραφεί απόλυτα την αγανάκτηση των παραγωγών. Ένας και μόνος λόγος που τους αναγκάζει να παραμένουν στο Πρόγραμμα της Βιολογικής Καλλιέργειας, και ο οποίος αξίζει να σημειωθεί, είναι η **οικονομική ενίσχυση** που δίνεται για 5 συναπτά έτη.

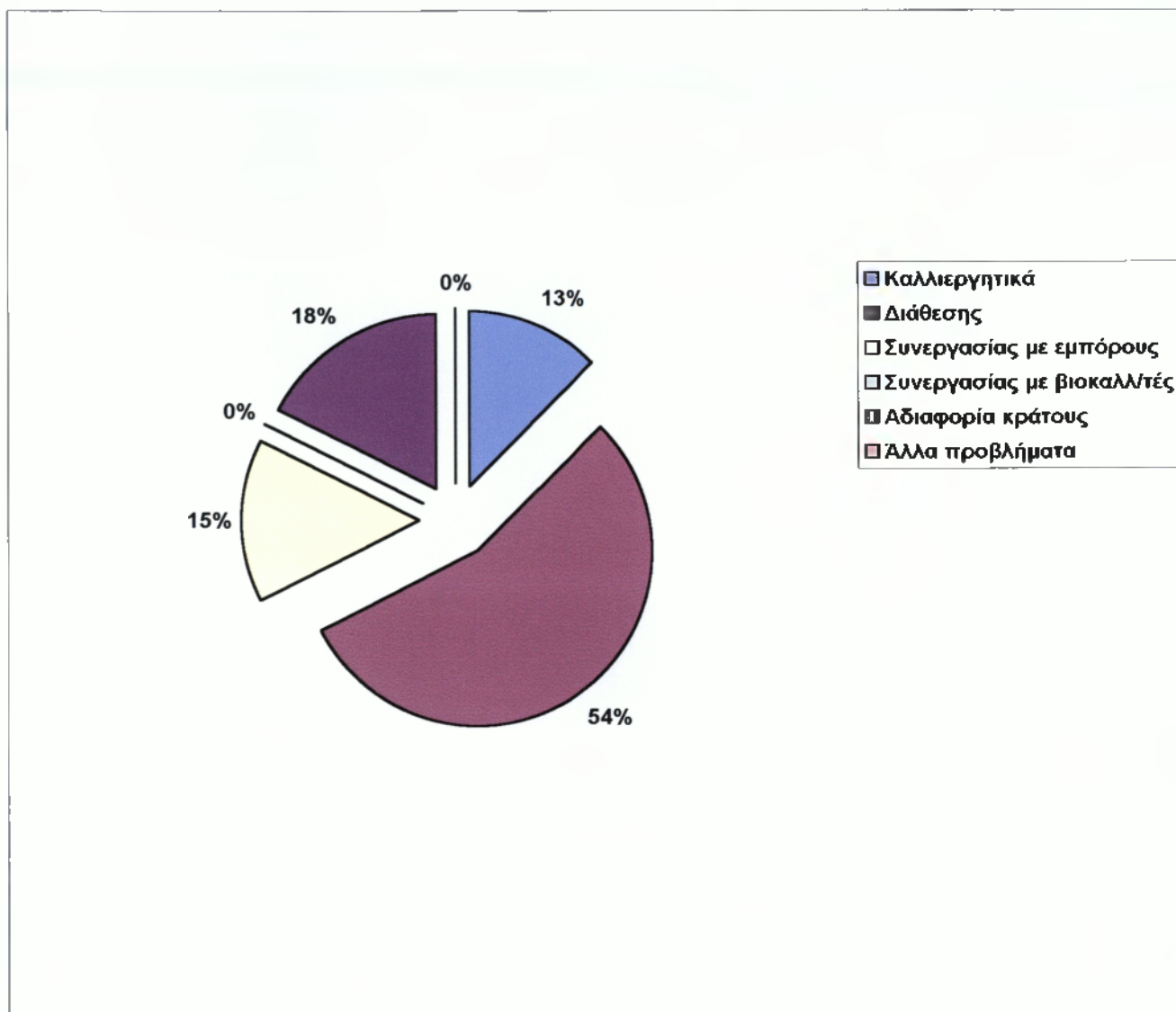
Το δέλεαρ, αυτό, σύμφωνα με την μελέτη αποτελεί τελικά έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που δίνει ισχύ στην ύπαρξη αυτής της εναλλακτικής μορφής καλλιέργειας.

Διάγραμμα Δ . Λόγοι ένταξης στο Πρόγραμμα Βιολογικής Γεωργίας



Έχει παρατηρηθεί επίσης και το φαινόμενο της **αποχώρησης** αφότου λήξει το συμφωνητικό που έχει διενεργηθεί μεταξύ του παραγωγού και του Υπουργείου Γεωργίας, σύμφωνα πάντα με το οποίο αναφέρεται η ημερομηνία έναρξης και λήξης της οικονομικής ενίσχυσης που δικαιούται να λαμβάνει ο βιοκαλλιεργητής.

Σχήμα 5. Προβλήματα βιοκαλλιεργητών



ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

- Στρατηγική διείσδυσης στην αγορά: Η προώθηση και οι δημόσιες σχέσεις είναι σημαντικές για να πεισθούν οι καταναλωτές να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα. Η στρατηγική αυτή εντείνοντας τη χρησιμοποίηση των καταστημάτων υγιεινής διατροφής, μπορεί να αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα όχι όμως τα δέοντα, καθόσον τα καταστήματα αυτά δεν είναι σε θέση να πουλήσουν τα βιολογικά προϊόντα σε χαμηλότερη τιμή. Η χαμηλότερη τιμή, όμως, είναι αναγκαία για την αύξηση του μεριδίου στην αγορά.

Για τους χονδρέμπορους και τους μεταποιητές η στρατηγική αυτή σημαίνει ότι πρέπει να επεκταθεί η διάθεση των β.π. με εισαγωγές από το εξωτερικό, ενώ είναι απαραίτητη η συνεργασία ανάμεσα στους χονδρέμπορους και τους λιανοπωλητές.

- Στρατηγική ανάπτυξης προϊόντος: Η διεύρυνση, δηλαδή της ποικιλίας των βιολογικών προϊόντων και η βελτίωση της ποιότητάς τους σύμφωνα με τις επιθυμίες των καταναλωτών. Ωστόσο, τόσο η ποιότητα του προϊόντος όσο και ο αριθμός των διαθέσιμων προϊόντων, δεν είναι οι βασικοί ανασταλτικοί παράγοντες που εμποδίζουν την αγορά βιολογικών προϊόντων.
- Στις υπεραγορές, και τα ειδικά καταστήματα είναι απαραίτητο τα β.π. να έχουν την ίδια παρουσίαση με τα συμβατικά. Η προώθηση των β. π. πρέπει να προσανατολίζεται στην αύξηση της γνώσης και της δοκιμής. Οι εγγυήσεις που αφορούν την προέλευση των β. π. , πρέπει εύκολα να αποδεικνύονται, ενώ οι χονδρέμποροι πρέπει ανελλιπώς να διανέμουν τα προϊόντα.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ύστερα από όλα αυτά τα προβλήματα και τα πιθανά σενάρια που αφορούν τους Μεσσηνίους βιοκαλλιεργητές και το εμπόριο των βιολογικών προϊόντων, γενικότερα καταλήγουμε στα εξής :

1. Οι βιο - καλλιεργητές πρέπει να οργανωθούν σε συνεταιρισμούς προμήθειας εισροών και εμπορίας των προϊόντων τους. Ειδικότερα, πρέπει να αυξήσουν τις συλλογικές τους προσπάθειες, για συνεργασία με εμπόρους χονδρικής και λιανικής πώλησης.
2. Η προώθηση είναι αναγκαίο να στηρίζεται στην ενημέρωση των καταναλωτών, ώστε να μάθουν τη σχέση των β. π. με την υγεία και το περιβάλλον, που διατίθενται και πως μπορούν να τα προμηθευτούν, τις τιμές τους και την ποικιλία των προϊόντων .
3. Να υιοθετηθεί περισσότερο επαγγελματισμός σε θέματα διοίκησης και συνεργασίας με τα κανάλια διανομής, ώστε να αυξηθεί η κλίμακα και να μειωθούν κόστος και τιμές.
4. Οι συνεργαζόμενες εταιρείες εμπορίας πρέπει να φροντίσουν να αναπληρώσουν με εισαγωγές τα κενά από την εγχώρια παραγωγή β. π. , ώστε να υπάρχει συνέχεια της αγοράς για τους καταναλωτές.
5. Η πρόοδος των β. π. απαιτεί την ανάπτυξη εμπορικής πολιτικής, προσαρμοσμένης στο εκάστοτε περιβάλλον της αγοράς. Πρέπει συνεπώς, προκειμένου να βελτιωθεί η αποτελεσματική εμπορία (μείωση του κόστους) των β. π., να υιοθετηθεί η πώλησή τους μέσω των υπεραγορών .

Όλα τα παραπάνω συμπεράσματα είναι γενικά και αποτελούν το ενδεικτικό πλαίσιο κίνησης με στόχο την υλοποίηση όλων εκείνων των στρατηγικών μέσων που θα αποφέρουν καλύτερες μέρες στο χώρο της αγροτικής πολιτικής και του εμπορίου τόσο για τα βιολογικά προϊόντα όσο και για κάθε προϊόν που παράγεται.

Μ' αυτό τον τρόπο η **Μεσσηνία** θα μπορέσει να πετύχει όλους τους στόχους της, να αξιοποιηθεί ο αγροτικός κλάδος, να δημιουργηθούν περισσότερες εταιρείες και συνεταιρισμοί που θα υπερασπίζονται και θα προωθούν τα β.π., με τελικό σκοπό την δημιουργία μιας ποιοτικής αλλά και προσοδοφόρας αγροτικής αναπτυξιακής πολιτικής.

Τέλος, καθίσταται επιβεβλημένη η διεξαγωγή ερευνών για τα β. π. στην Ελλάδα τα αποτελέσματα των οποίων θα συμβάλλουν στο σχεδιασμό στρατηγικής προσαρμοσμένης στην εγχώρια κατάσταση με προσανατολισμούς, αγορές - στόχους όχι μόνον στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και στην Αμερική.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

11. Είναι ενταγμένα στο Πρόγραμμα της Βιολογικής Κτηνοτροφίας ;

Ναι

Όχι

12. Που διαθέτετε τα προϊόντα σας ;

- α. σε εμπόρους
- β. σε εξειδικευμένα καταστήματα
- γ. σε λαϊκές αγορές
- δ. για αυτοκατανάλωση
- ε. οπουδήποτε αλλού

13. Είστε ευχαριστημένος / η από τις τιμές ;

Λίγο

Καθόλου

Αρκετά

14. Από τη στιγμή που ενταχθήκατε στο Πρόγραμμα παρατηρείται κάποια εξέλιξη ως προς το είδος και τον τρόπο της καλλιέργειας ;

15. Ποιο / ποια τα κίνητρα που σας οδήγησαν σ' αυτό το "γύρισμα", δηλ. από τη συμβατική καλλιέργεια στη βιολογική ;

16. Έχετε δικαιωθεί από αυτή σας την επιλογή ;

Ναι

Όχι

17. Αντιμετωπίζετε κάποια προβλήματα ;

Ναι

Όχι

18. Αν ναι, τι είδους προβλήματα ;

- α. καλλιεργητικά
- β. διάθεσης
- γ. συνεργασίας με τους εμπόρους
- δ. συνεργασίας με άλλους βιοκαλλιεργητές
- ε. άλλα προβλήματα

19. Πιστεύετε ότι οι τιμές των βιολογικών προϊόντων που εσείς πουλάτε πρέπει να είναι αρκετά πιο πάνω από αυτές των συμβατικών ;

Ναι

Όχι

20. Αν ναι, γιατί ;

21. Είστε ενταγμένος / η σε κάποια ομάδα βιοκαλλιεργητών ;

Ναι

Όχι

22. Αν όχι , γιατί ;

23.Είστε ευχαριστημένος όσον αφορά την εξυπηρέτηση των αρμοδίων Υπηρεσιών ;

α. Οργανισμός Πιστοποίησης

β. Δ/νση Γεωργίας

γ. Σύμβουλος Γεωπόνος

Ναι

Όχι

Ναι

Όχι

Ναι

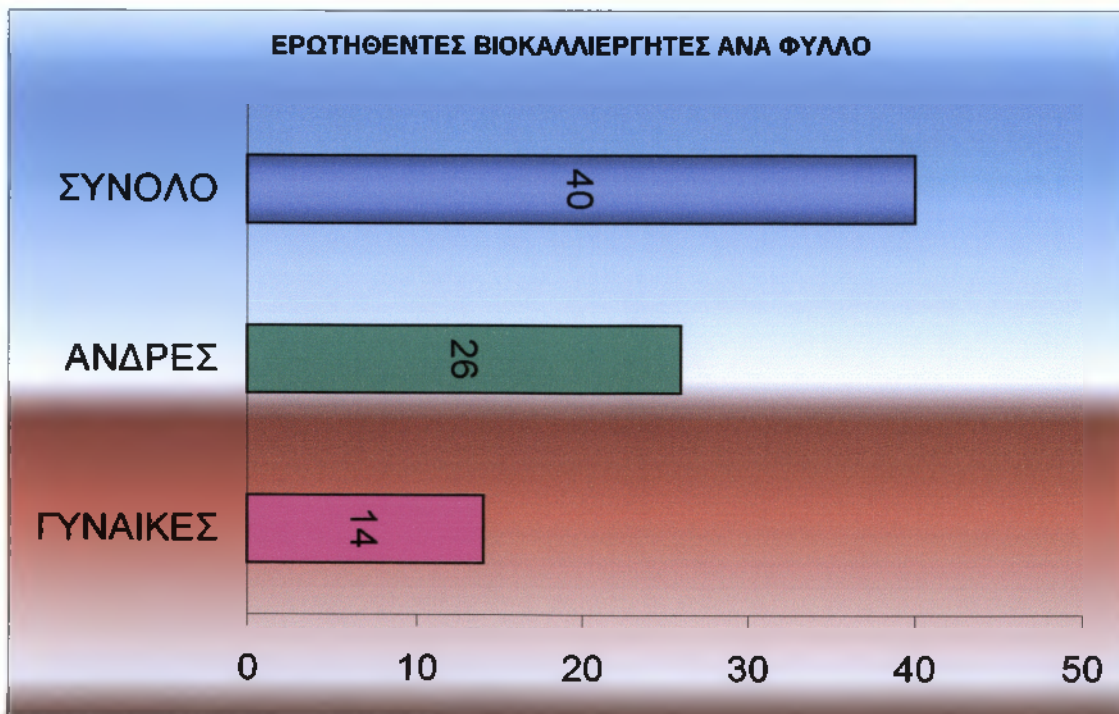
Όχι

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΒΙΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΩΝ ΣΕ ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.

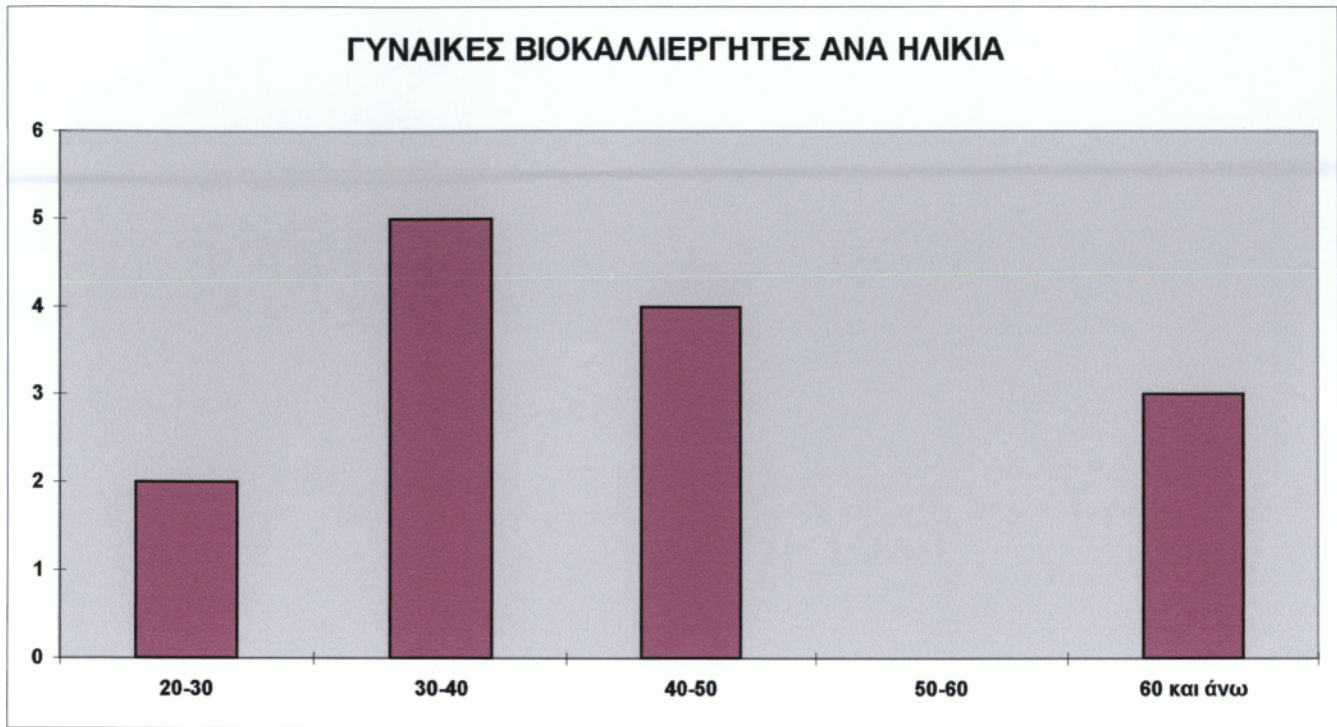
Διάγραμμα 1.



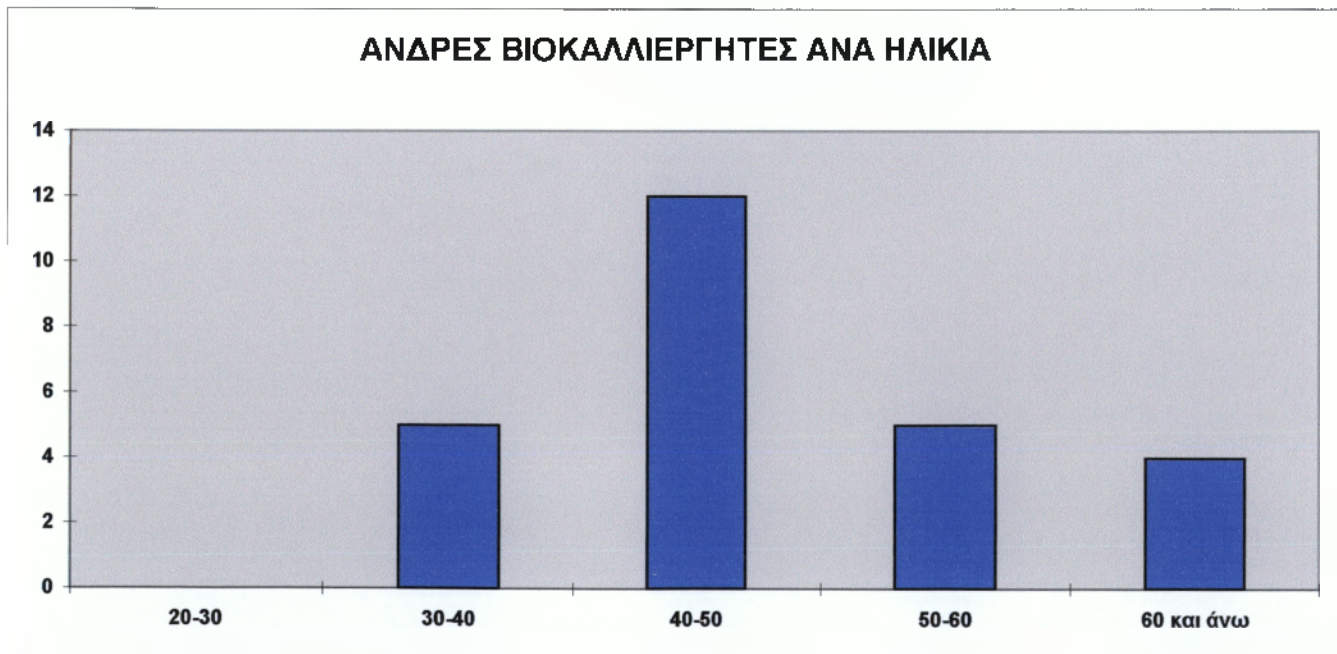
Διάγραμμα 2.



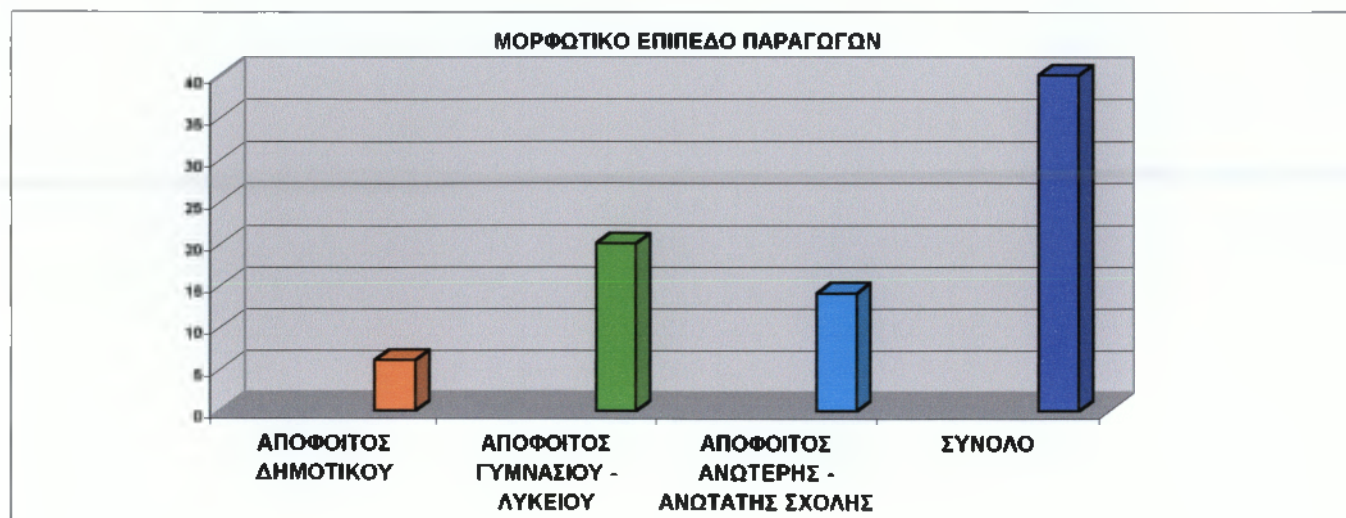
Διάγραμμα 3.



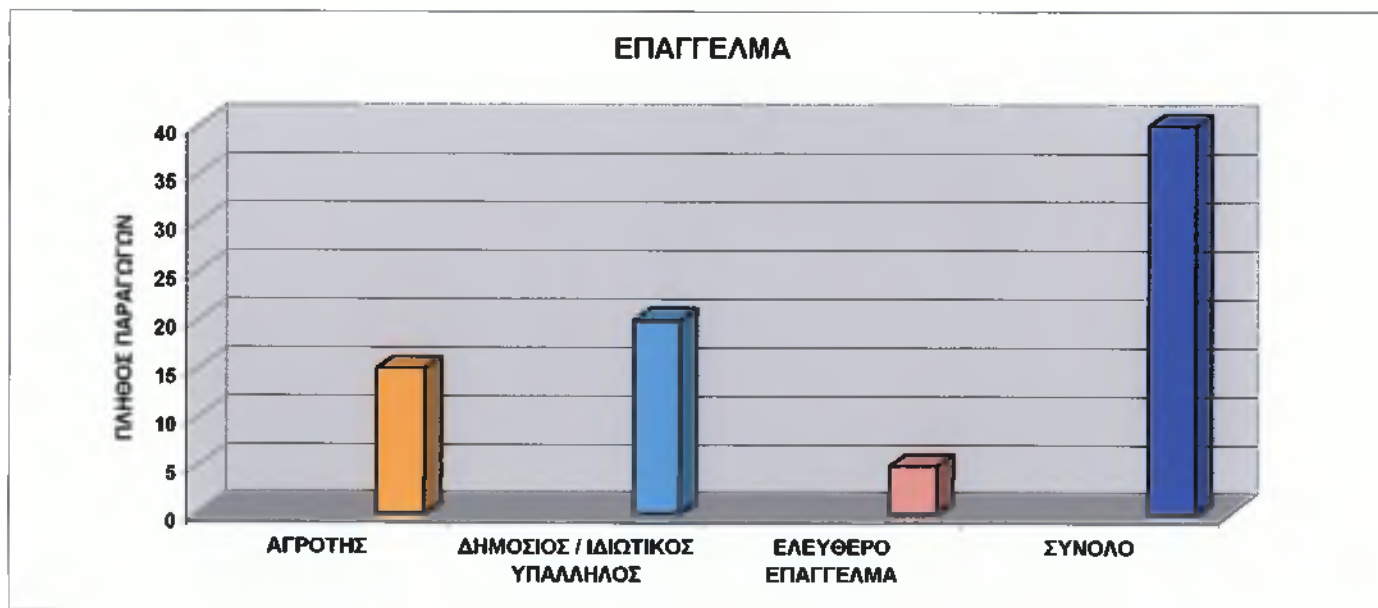
Διάγραμμα 4.



Διάγραμμα 5.



Διάγραμμα 6.

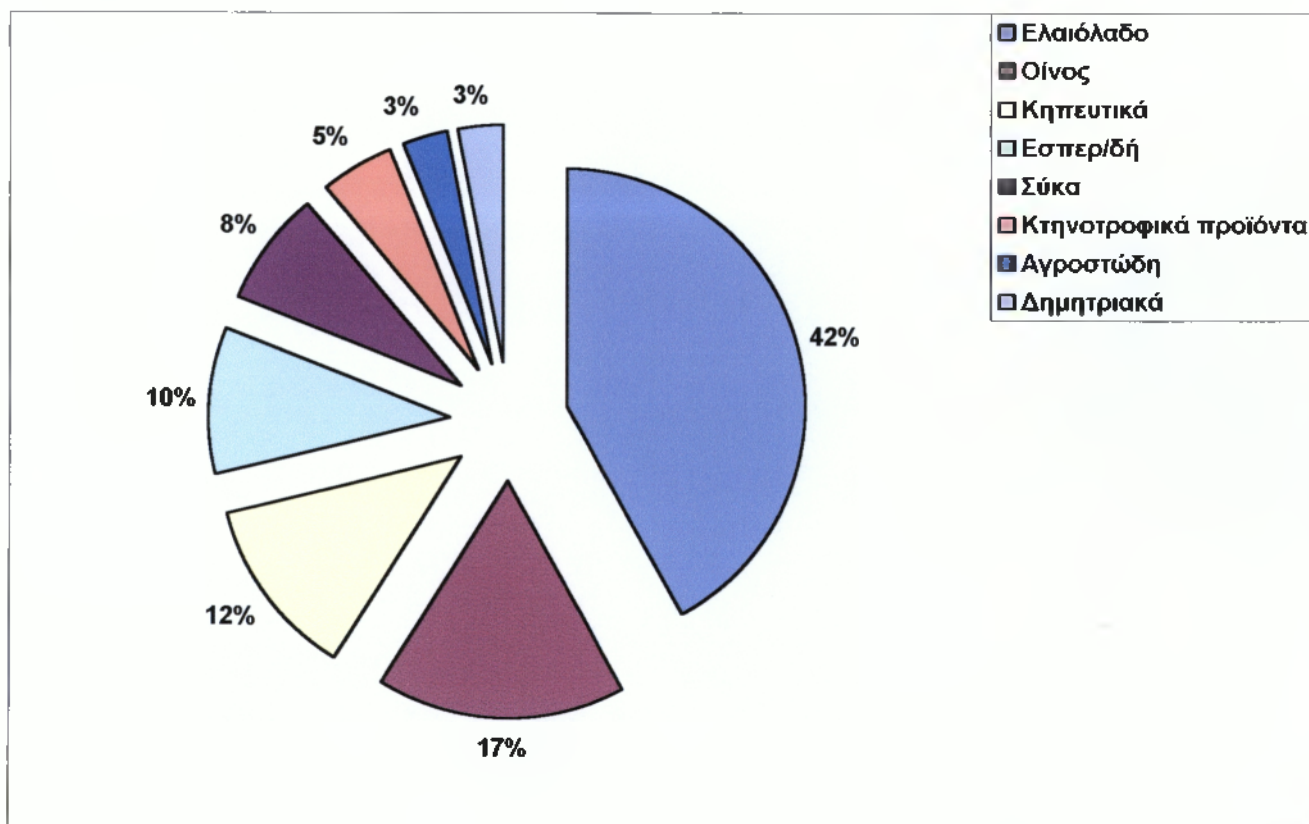


Ερώτηση 1η : Τι προϊόντα παράγετε;

Πίνακας 1.

Είδος Καλλιέργειας	Ποσοστό
Ελαιόλαδο	42%
Οίνος	17%
Κηπευτικά	12%
Εσπεριδή	10%
Σύκα	8%
Κτηνοτροφικά προϊόντα	5%
Αγροστώδη	3%
Δημητριακά	3%

Διάγραμμα 7.

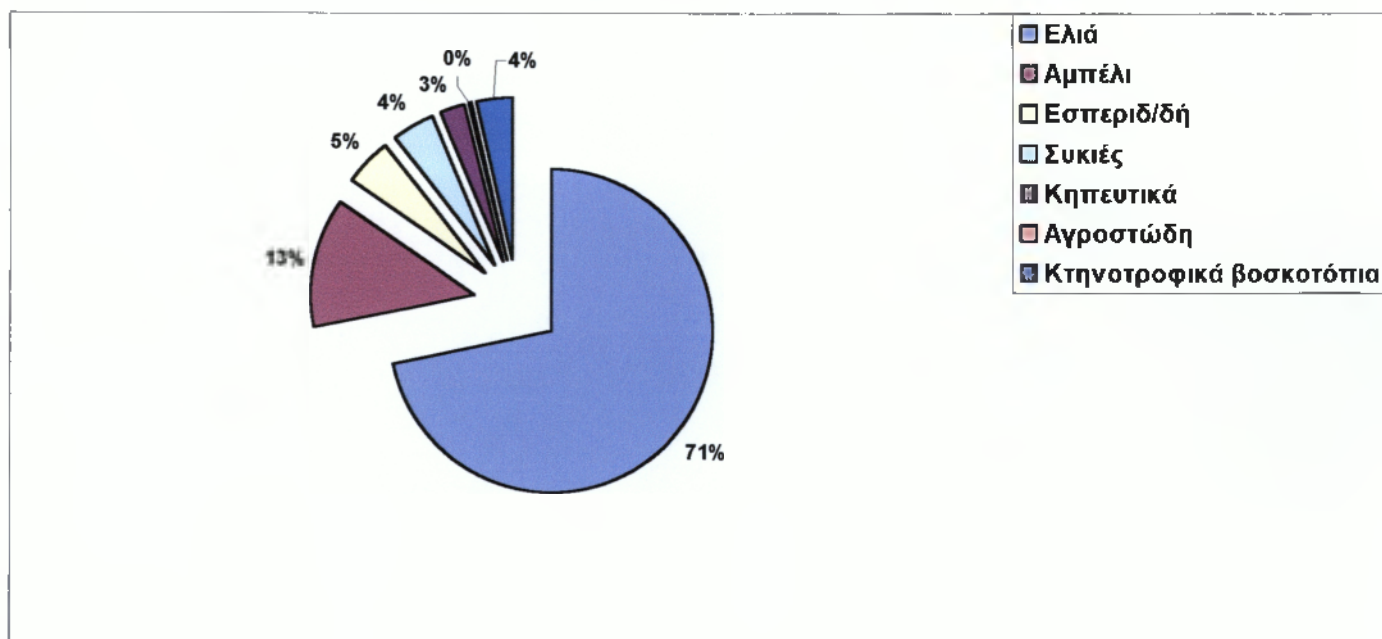


Ερώτηση 2η : Ποια η στρεμματική έκταση της εκμετάλλευσής σας;

Πίνακας 2.

Είδος καλλιέργειας	Στρέμματα
Ελιά	974,8
Αμπέλι	176
Εσπεριδ/δή	64
Συκιές	56
Κηπευτικά	34
Αγροστώδη	3
Κτηνοτροφικά βοσκοτόπια	50

Διάγραμμα 8.

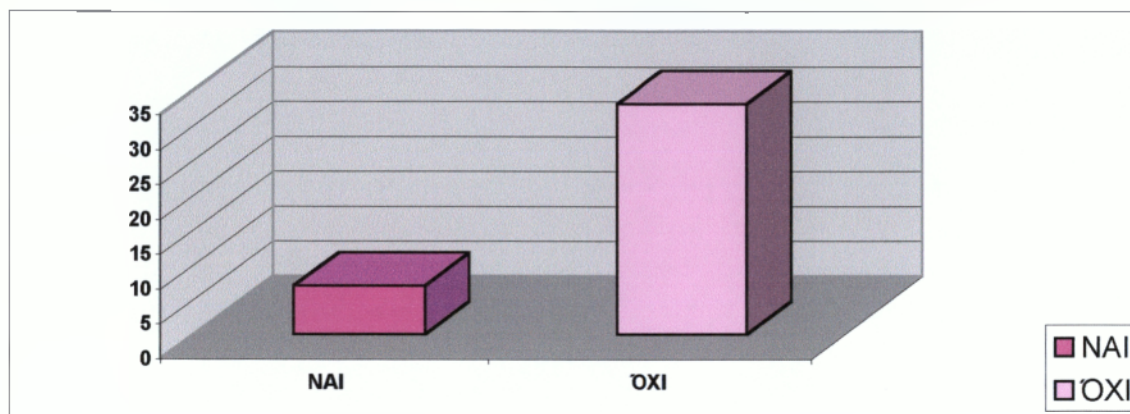


Ερώτηση 3η : Έχετε ζώα;

Πίνακας 3.

Απάντηση	Αριθμ. Παραγωγών
ΝΑΙ	7
ΌΧΙ	33

Διάγραμμα 9.

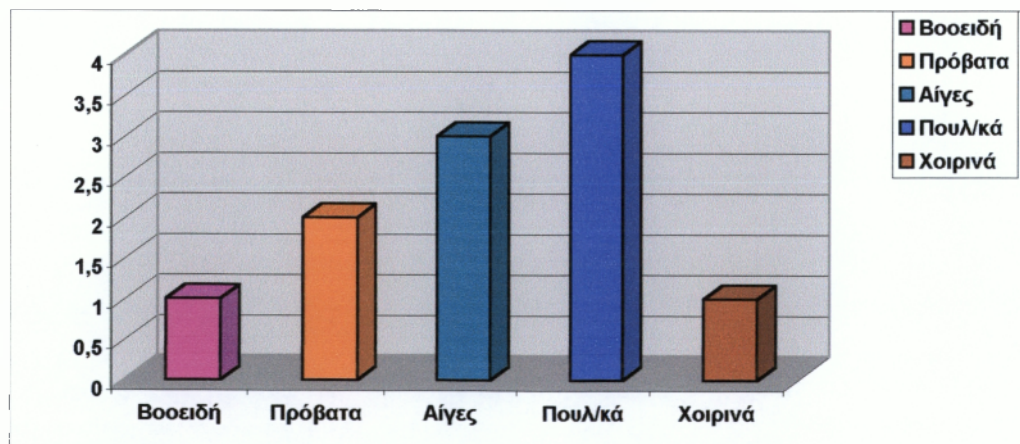


Ερώτηση 4η : Αν ναι, τι είδους ζώα έχετε;

Πίνακας 4.

Είδος Ζώων	Αριθμός Παραγωγών
Βοοειδή	1
Πρόβατα	2
Αίγες	3
Πουλ/κά	4
Χοιρινά	1

Διάγραμμα 10.

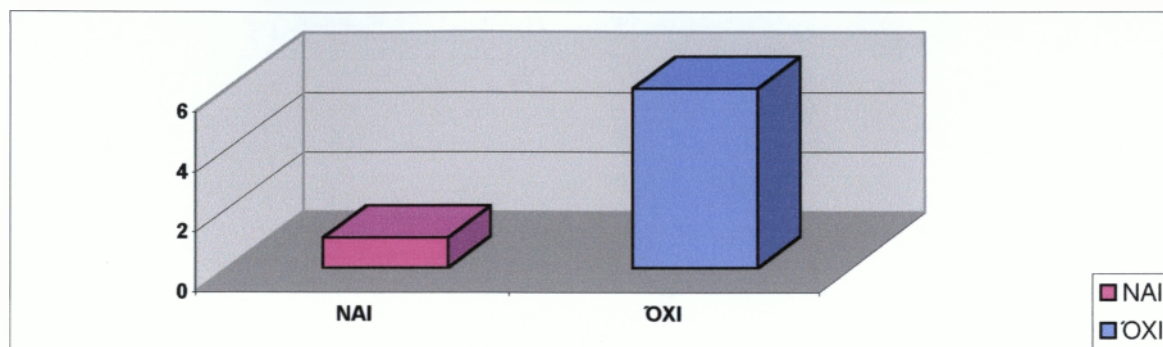


Ερώτηση 5η : Είναι ενταγμένα στο Πρόγραμμα της Βιολογικής Κτηνοτροφίας;

Πίνακας 5.

Απάντηση	Αριθμ. Παραγωγών
ΝΑΙ	1
ΌΧΙ	6

Διάγραμμα 11.

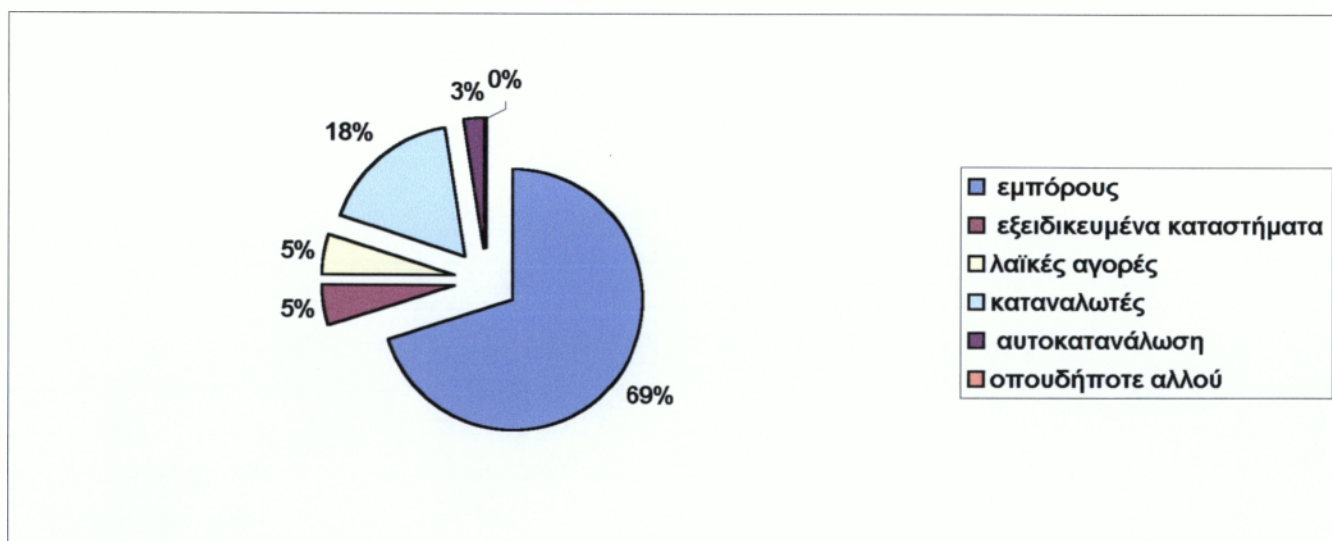


Ερώτηση 6 : Που διαθέτετε τα προϊόντα σας;

Πίνακας 6.

Απάντηση	Αριθμ. Παραγωγών
εμπόρους	28
εξειδικευμένα καταστήματα	2
λαϊκές αγορές	2
καταναλωτές	7
αυτοκατανάλωση	1
οπουδήποτε αλλού	0

Διάγραμμα 12.

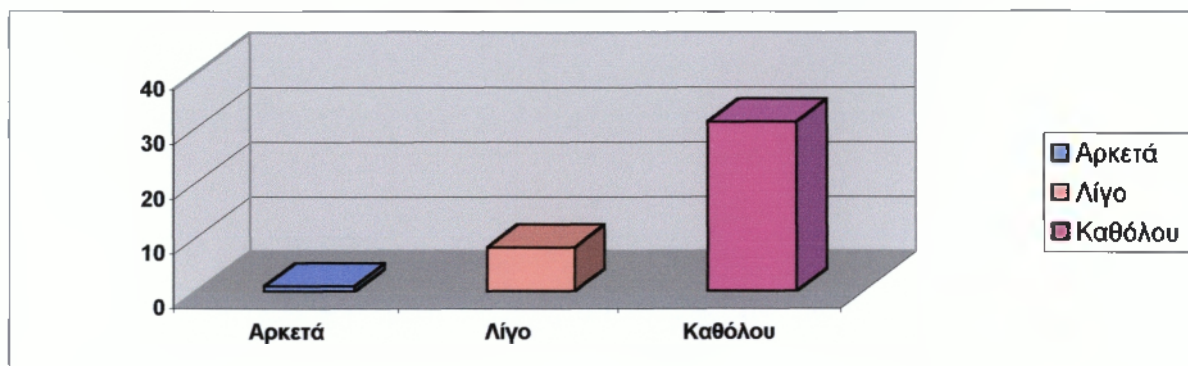


Ερώτηση 7η : Είστε ευχαριστημένος από τις τιμές;

Πίνακας 7.

Απάντηση	Αριθμ.Παραγωγών
Αρκετά	1
Λίγο	8
Καθόλου	31

Διάγραμμα 13.

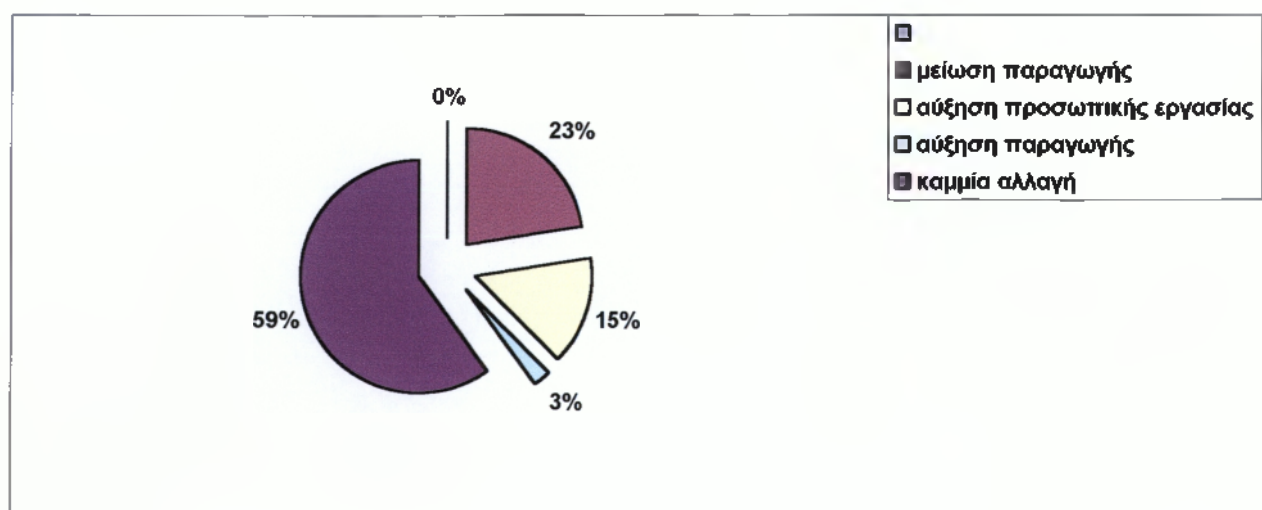


Ερώτηση 8η : Από τη στιγμή που ενταχθήκατε στο Πρόγραμμα παρατηρείται κάποια εξέλιξη ως προς το είδος και τον τρόπο της καλλιέργειας;

Πίνακας 8.

Παρατήρηση	Αριθμ.Παραγωγών
μείωση παραγωγής	9
αύξηση προσωπικής εργασίας	6
αύξηση παραγωγής	1
καμμία αλλαγή	24

Διάγραμμα 14.

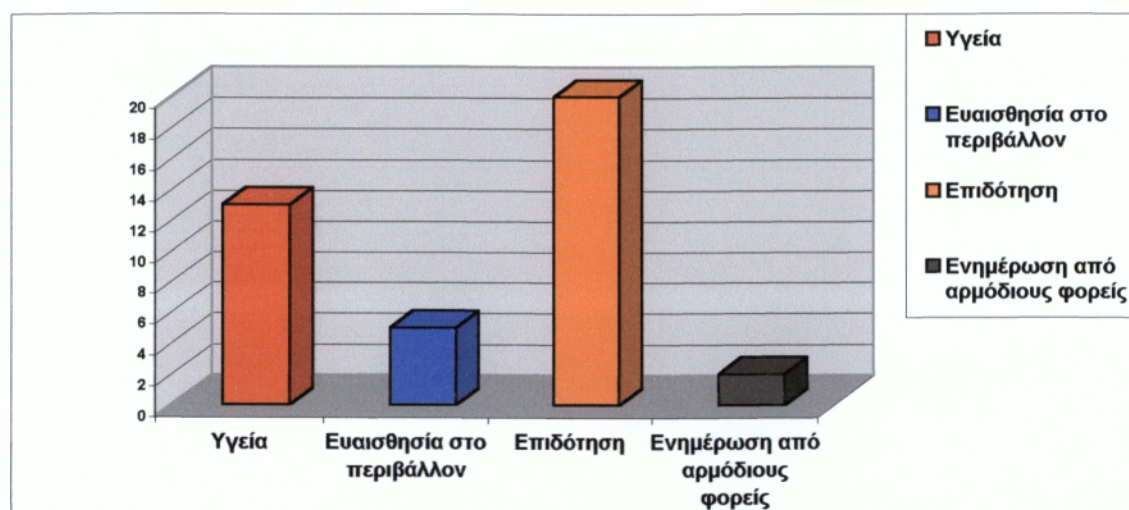


Ερώτηση 9η : Ποιο/ποια τα κίνητρα που σας οδήγησαν σ' αυτό το "γύρισμα", δηλ. από τη συμβατική καλλιέργεια στη βιολογική;

Πίνακας 9.

Κίνητρα	Αριθμ. Παραγωγών
Υγεία	13
Ευαισθησία στο περιβάλλον	5
Επιδότηση	20
Ενημέρωση από αρμόδιους φορείς	2

Διάγραμμα 15.

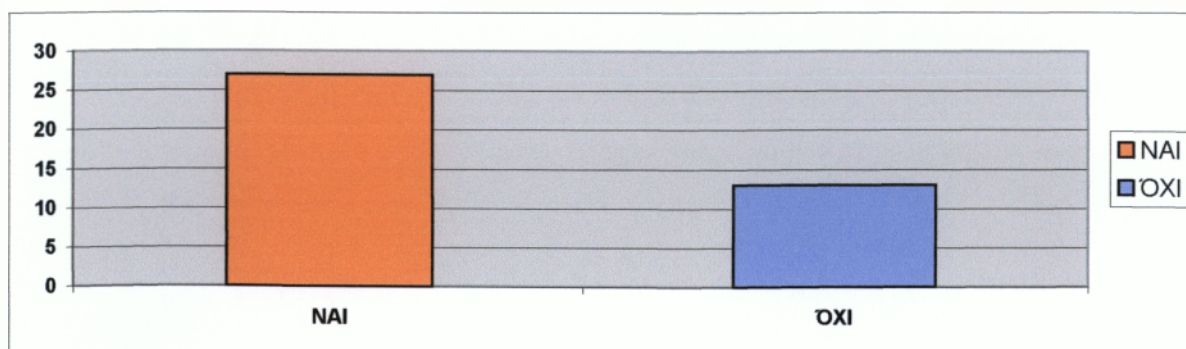


Ερώτηση 10η : Έχετε δικαιωθεί από αυτή σας την επιλογή ;

Πίνακας 10.

Απάντηση	Αριθμ. Παραγωγών
ΝΑΙ	27
ΌΧΙ	13

Διάγραμμα 16.

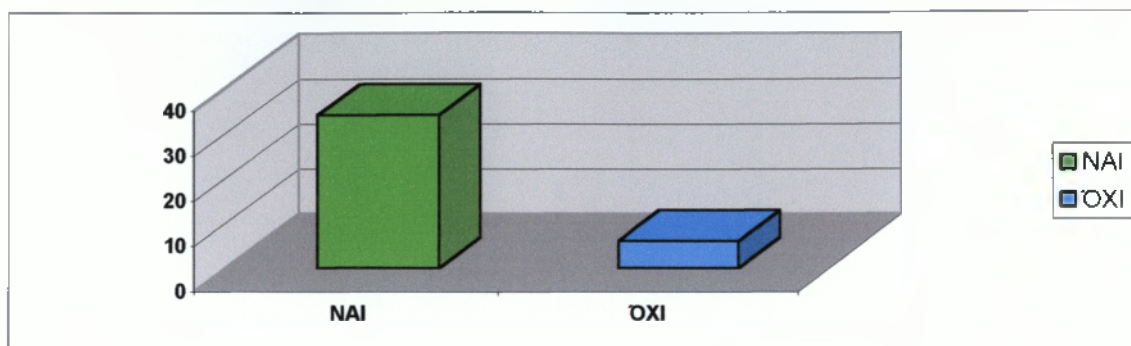


Ερώτηση 11η : Αντιμετωπίζετε κάποια προβλήματα;

Πίνακας 11.

Απάντηση	Αριθμ. Παραγωγών
ΝΑΙ	34
ΌΧΙ	6

Διάγραμμα 17.

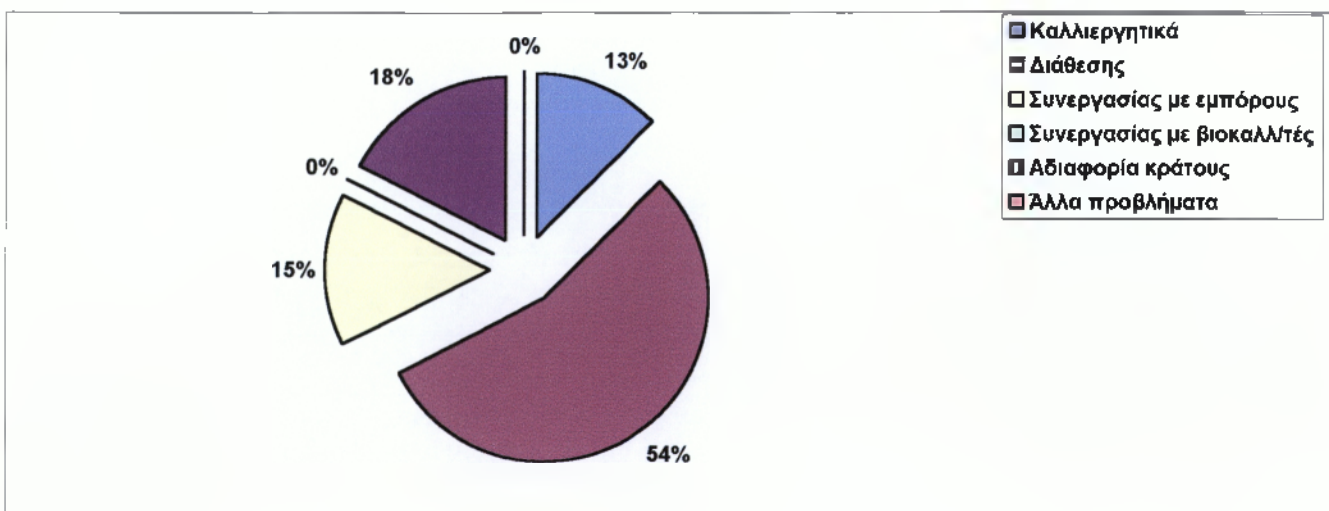


Ερώτηση 12η : Αν ναι, τι είδους προβλήματα;

Πίνακας 12.

Προβλήματα	Αριθμ. Παραγωγών
Καλλιεργητικά	5
Διάθεσης	22
Συνεργασίας με εμπόρους	6
Συνεργασίας με βιοκαλλυτές	0
Αδιαφορία κράτους	7
Άλλα προβλήματα	0

Διάγραμμα 18.

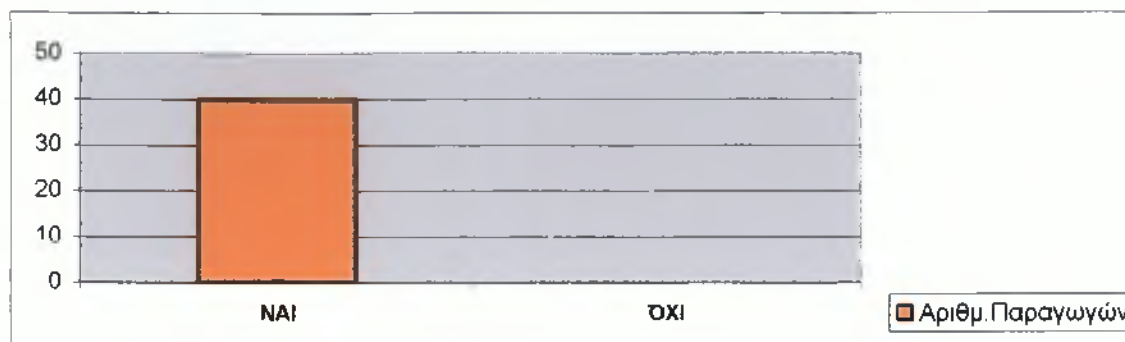


Ερώτηση 13η : Πιστεύετε ότι οι τιμές των βιολογικών προϊόντων που εσείς πουλάτε πρέπει να είναι αρκετά πιο πάνω από αυτές των συμβατικών;

Πίνακας 13.

Απάντηση	Αριθμ. Παραγωγών
ΝΑΙ	40
ΌΧΙ	0

Διάγραμμα 19.



Ερώτηση 14η : Αν ναι, γιατί ;

Πίνακας 14.

Λόγοι	Αριθμ. Παραγωγών
Υψηλότερο κόστος παραγωγής	21
Καλύτερη ποιότητα	19
Άλλος λόγος	0

Διάγραμμα 20.

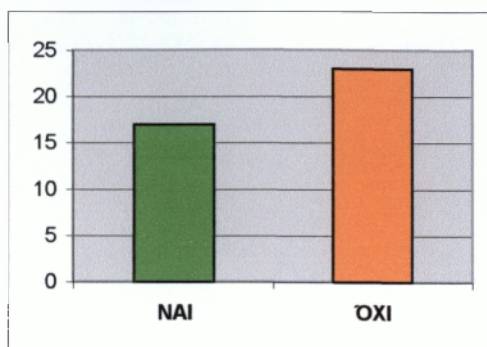


Ερώτηση 15η : Είστε ενταγμένος / η σε κάποια ομάδα βιοκαλλιεργητών ;

Πίνακας 15.

Απάντηση	Αριθμ. Παραγωγών
ΝΑΙ	17
ΌΧΙ	23

Διάγραμμα 21.

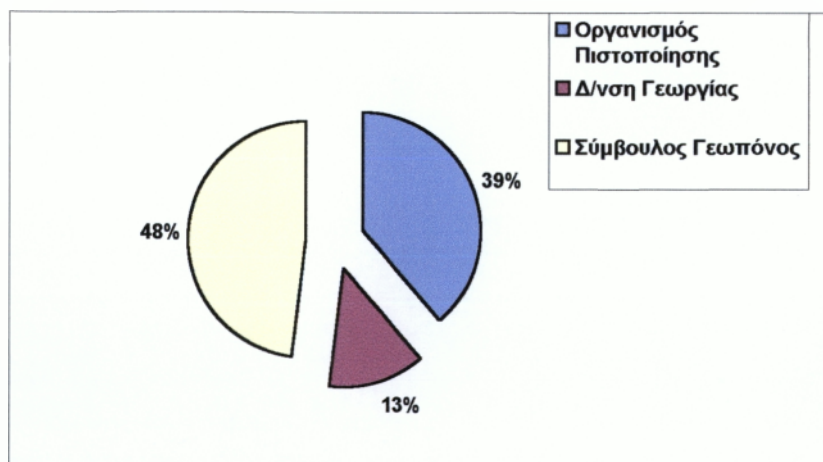


Ερώτηση 16η : Είστε ευχαριστημένος /η όσον αφορά την εξυπηρέτηση των αρμοδίων Υπηρεσιών ;

Πίνακας 16.

Αρμόδιες Υπηρεσίες	ΑΠΑΝΤΗΣΗ
	ΝΑΙ
Οργανισμός Πιστοποίησης	29
Δ/ση Γεωργίας	10
Σύμβουλος Γεωπόνος	36

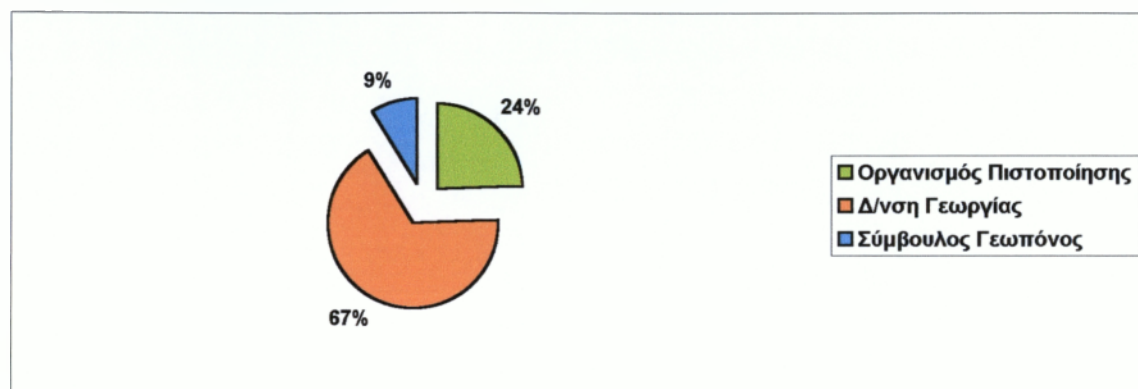
Διάγραμμα 22.



Πίνακας 16^ο.

Αρμόδιες Υπηρεσίες	ΑΠΑΝΤΗΣΗ
	ΌΧΙ
Οργανισμός Πιστοποίησης	11
Δ/ση Γεωργίας	30
Σύμβουλος Γεωπόνος	4

Διάγραμμα 22^ο.



**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

1. Φύλλο άνδρας γυναίκα
-
2. Ηλικία 20 30
 40 50
3. Μορφωτικό επίπεδο χαμηλό μέτριο υψηλό
4. Οικογενειακή κατάσταση άγαμος παντρεμένος
 αριθμ. τέκνων
5. Επάγγελμα αγρότης δημόσιος ελεύθερο
 ή ιδιωτικός επάγγελμα
 υπάλληλος
 εκπαιδ/κός
6. Δευτερεύουσα απασχόληση ;
7. Από πότε αγοράζετε βιολογικά προϊόντα ;
8. Ποια ήταν η αφορμή με την οποία πήρατε την απόφαση να αγοράζετε αυτά τα προϊόντα ;
9. Για ποιο λόγο τα αγοράζετε ;
10. Ποια η γνώμη σας για την ποιότητά τους ; Καλή Μέτρια
 Αρκετά καλή Αριστη

11. Συνήθως αγοράζετε ένα ή περισσότερα είδη βιολογικών προϊόντων ;

Ένα Περισσότερα

12. Είστε απόλυτα σίγουρος ότι δεν έχουν υποστεί κάποια χημική ή άλλου είδους βλαβερή επέμβαση ;

Ναι Όχι

13. Προτιμάτε να προμηθεύσετε τα προϊόντα σας από :

α. εξειδικευμένα καταστήματα
β. λαϊκές αγορές
γ. Super markets
δ. τον παραγωγό

14. Αγοράζετε τα προϊόντα σας χύμα ή τυποποιημένα ;

χύμα τυποποιημένα

15. Θέλετε να αγοράζετε και άλλα προϊόντα που σας ενδιαφέρουν αλλά δεν μπορείτε ;
Αν ναι γιατί ;

είναι ακριβά δεν υπάρχουν
στην περιοχή
άλλος λόγος

16. Υπάρχει διαφορά μεταξύ βιολογικών και συμβατικών ; Αν ναι, σε ποια από τα παρακάτω

α. στην τιμή
β. στη γεύση
γ. στην ποιότητα
δ. άλλο

17. Με το πέρασμα του χρόνου αγοράζετε με τον ίδιο ρυθμό τα προϊόντα ή με μεγαλύτερο ;

ίδιο μεγαλύτερο

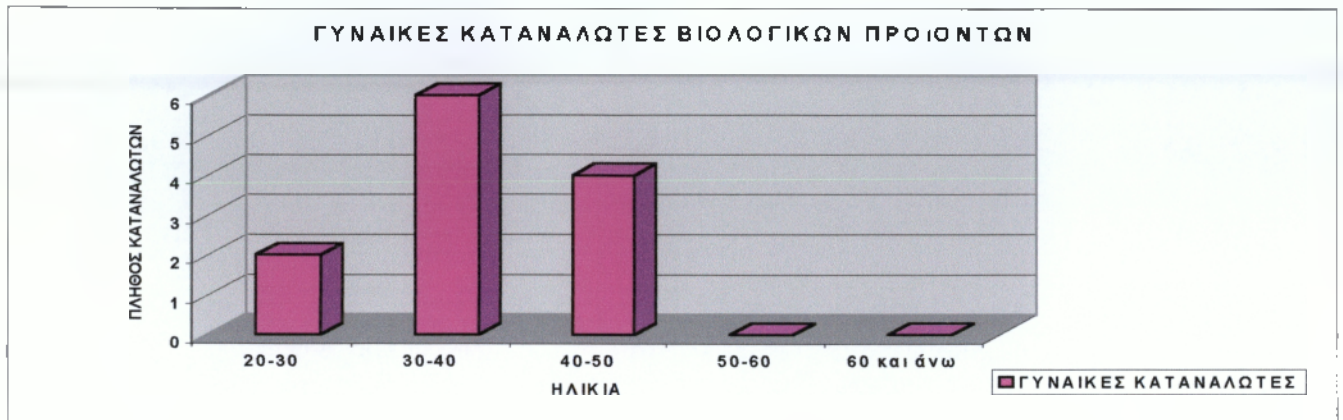
18. Τα θεωρείτε ακριβά ; Ναι Όχι

19. Ποια η σχέση τιμής και ποιότητας ;

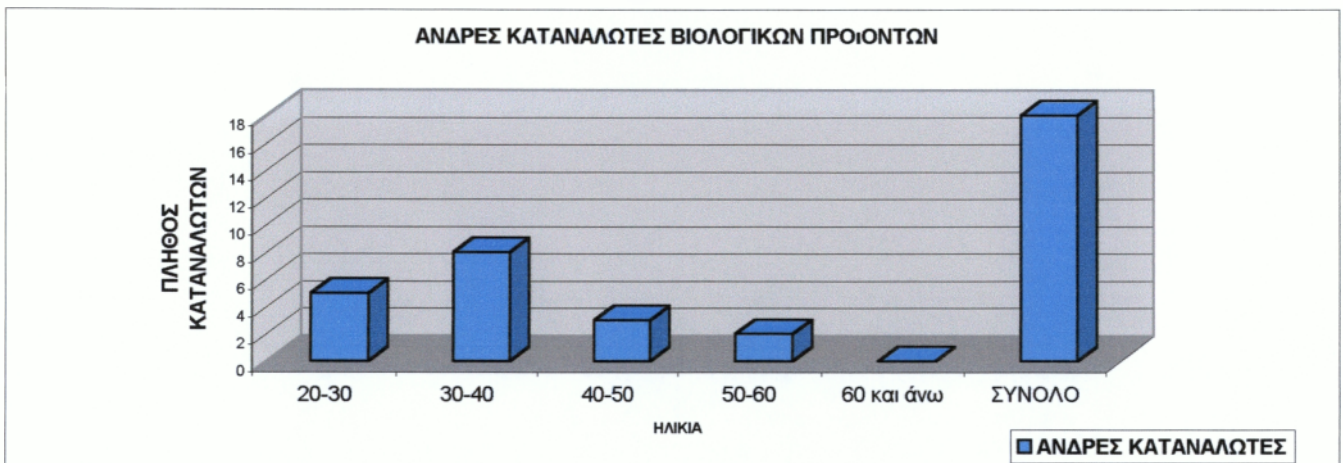
καλή μέτρια όχι καλή
πολύ καλή

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

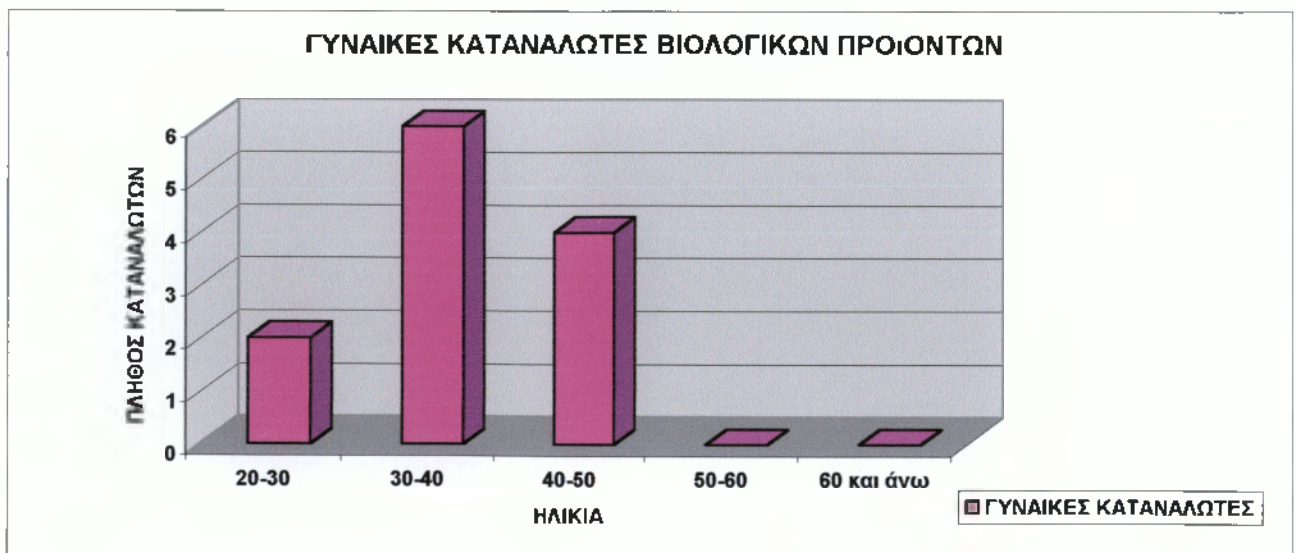
Διάγραμμα 1.



Διάγραμμα 2.



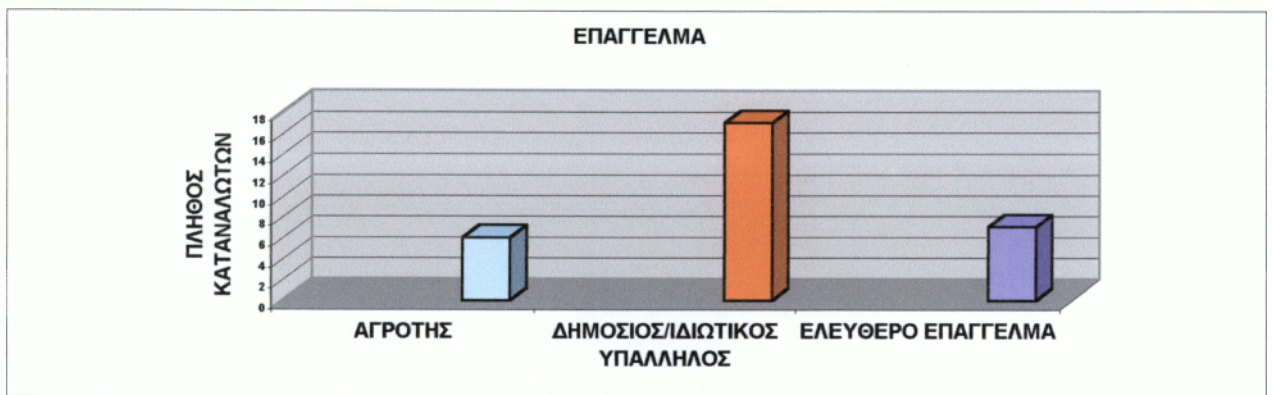
Διάγραμμα 3.



Διάγραμμα 4.



Διάγραμμα 5.

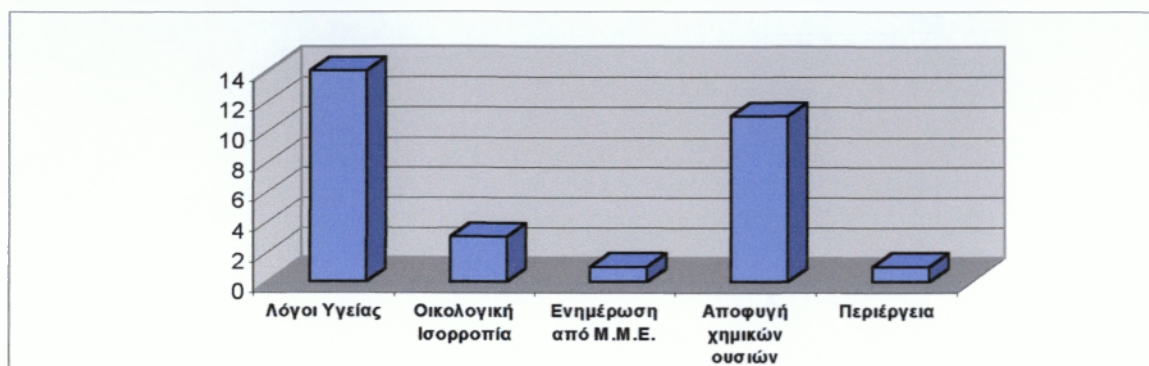


Ερώτηση 1η : Από πότε αγοράζετε βιολογικά προϊόντα ;

Πίνακας 1.

Χρονολογία	1980 - 1985	1985 - 1990	1990 - 2000	2000 - 2003
Αριθμός καταναλωτών	2	4	16	8

Διάγραμμα 6.

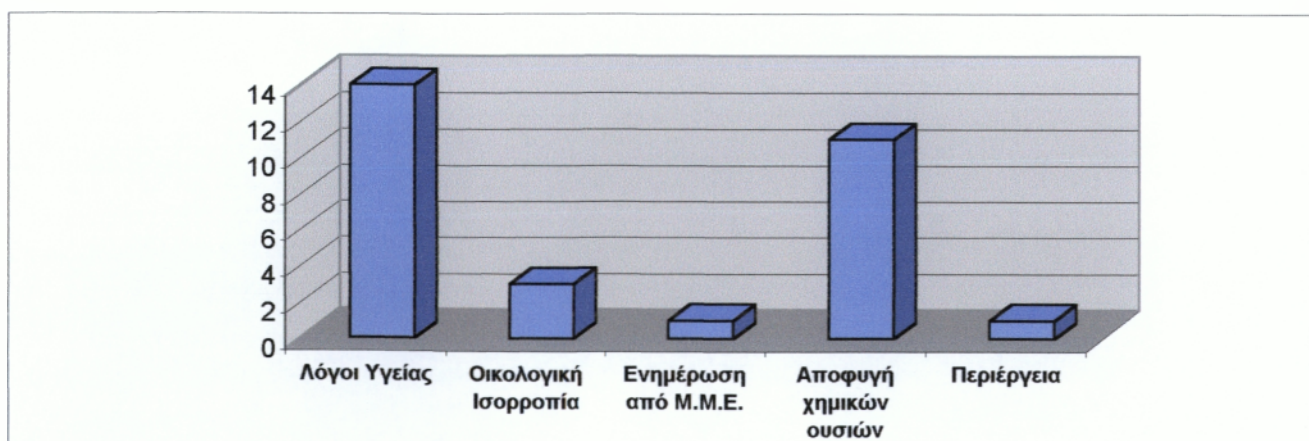


Ερώτηση 2η : Ποια ήταν η αφορμή με την οποία πήρατε την απόφαση να αγοράσετε αυτά τα προϊόντα ;

Πίνακας 2.

ΑΦΟΡΜΗ	ΑΡΙΘΜ. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ
Λόγοι Υγείας	14
Οικολογική Ισορροπία	3
Ενημέρωση από Μ.Μ.Ε.	1
Αποφυγή χημικών ουσιών	11
Περιέργεια	1

Διάγραμμα 7.



Ερώτηση 3η : Για ποιο λόγο τα αγοράζετε ;

Πίνακας 3.

ΛΟΓΟΙ ΑΓΟΡΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ
Υγιεινή διατροφή	19
Προστασία στο περιβάλλον	7
Καλύτερη γεύση	1
Καλύτερη ποιότητα	3
Άλλος λόγος	0

Διάγραμμα 8.

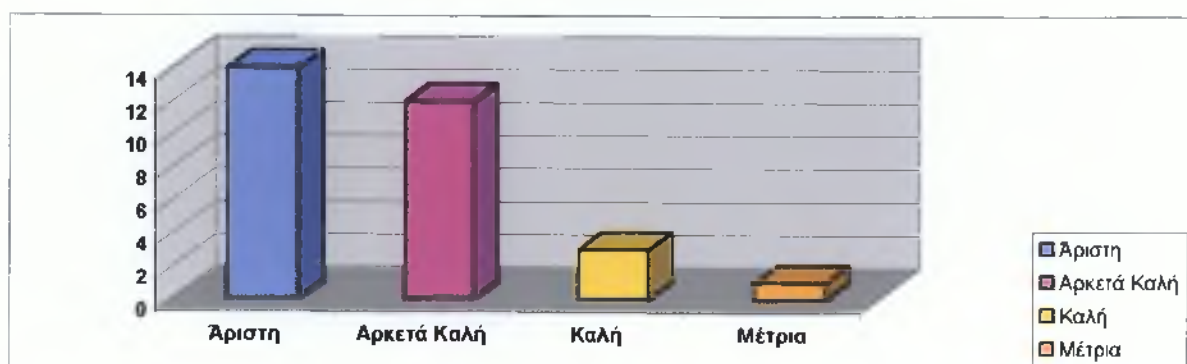


Ερώτηση 4η : Ποια η γνώμη σας για την ποιότητά τους;

Πίνακας 4.

Χαρακτηρισμός	Αριθμ. καταναλωτών
Άριστη	14
Αρκετά Καλή	12
Καλή	3
Μέτρια	1

Διάγραμμα 9.

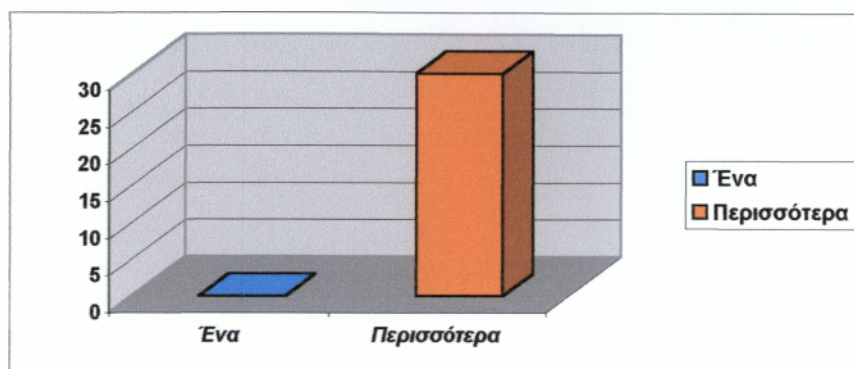


Ερώτηση 5η : Συνήθως αγοράζετε ένα ή περισσότερα είδη βιολογικών προϊόντων ;

Πίνακας 5.

Χαρακτηρισμός	Αριθμ. Καταναλωτών
Ένα	0
Περισσότερα	30

Διάγραμμα 10.

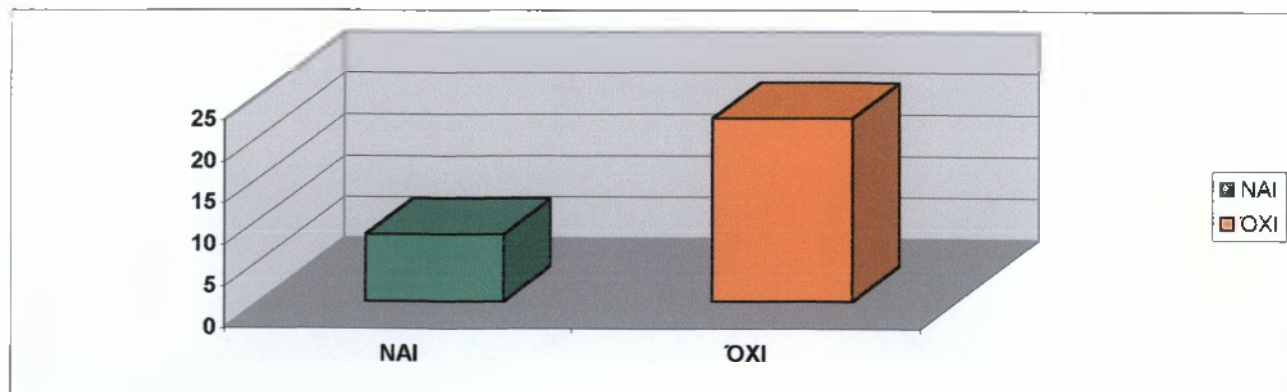


Ερώτηση 6η : Είστε απόλυτα σίγουρος ότι δεν έχουν υποστεί κάποια χημική ή άλλου είδους βλαβερή επέμβαση ;

Πίνακας 6.

Απάντηση	Αριθμός Καταναλωτών
ΝΑΙ	8
ΌΧΙ	22

Διάγραμμα 11.



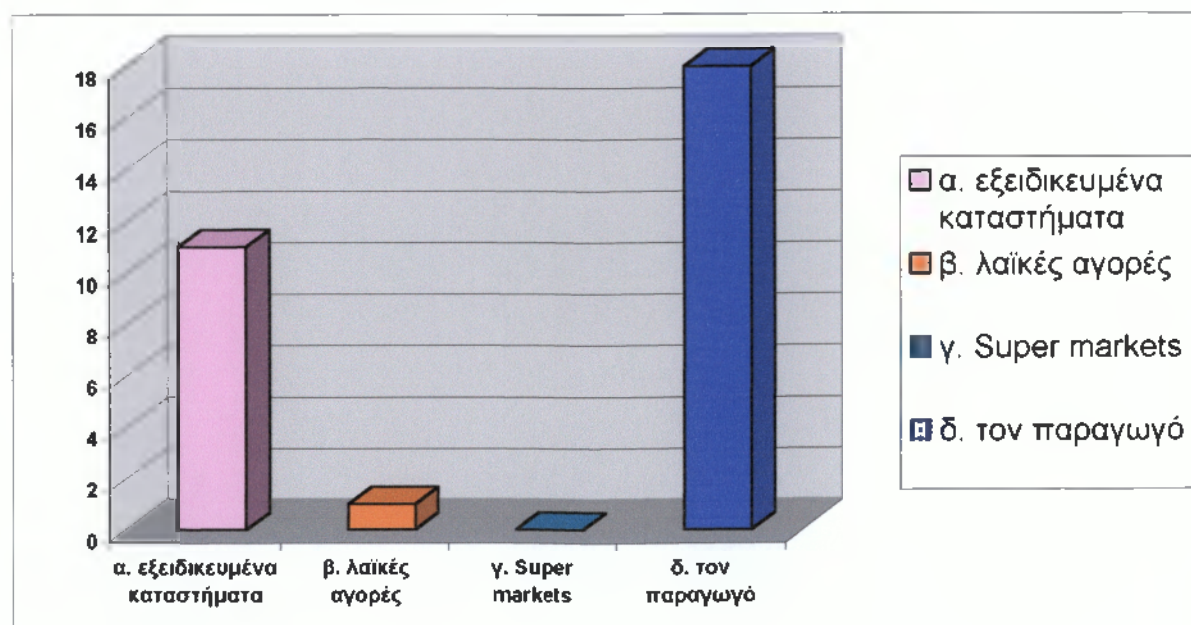
Ερώτηση 7η: Προτιμάτε να προμηθεύσετε τα προϊόντα σας από :

- α. εξειδικευμένα καταστήματα
- β. λαϊκές αγορές
- γ. Super markets
- δ. τον παραγωγό

Πίνακας 7.

Απάντηση	Αριθμ. καταναλωτών
α. εξειδικευμένα καταστήματα	11
β. λαϊκές αγορές	1
γ. Super markets	0
δ. τον παραγωγό	18

Διάγραμμα 12.

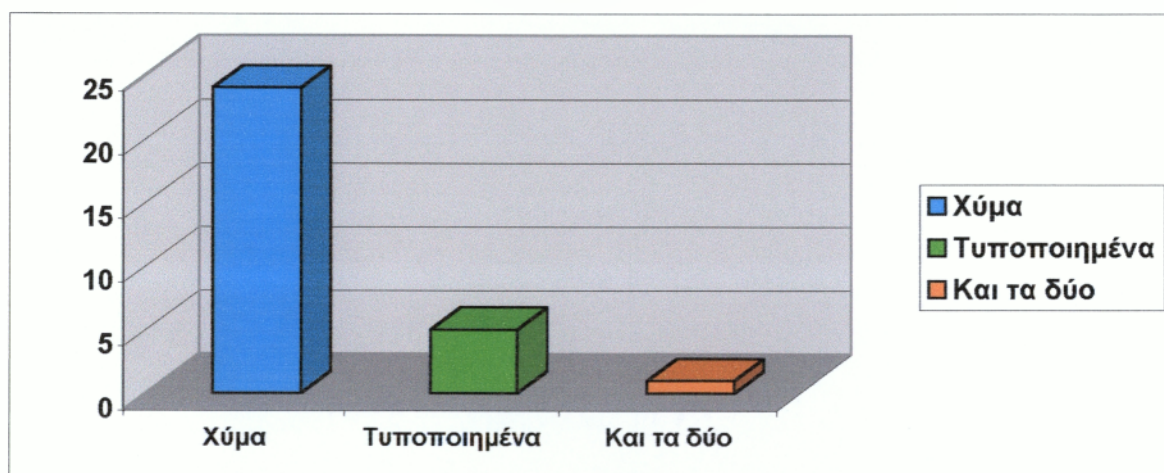


Ερώτηση 8η : Αγοράζετε τα προϊόντα σας χύμα ή τυποποιημένα;

Πίνακας 8.

Απάντηση	Αριθμ. Καταναλωτών
Χύμα	24
Τυποποιημένα	5
Και τα δύο	1

Διάγραμμα 13.



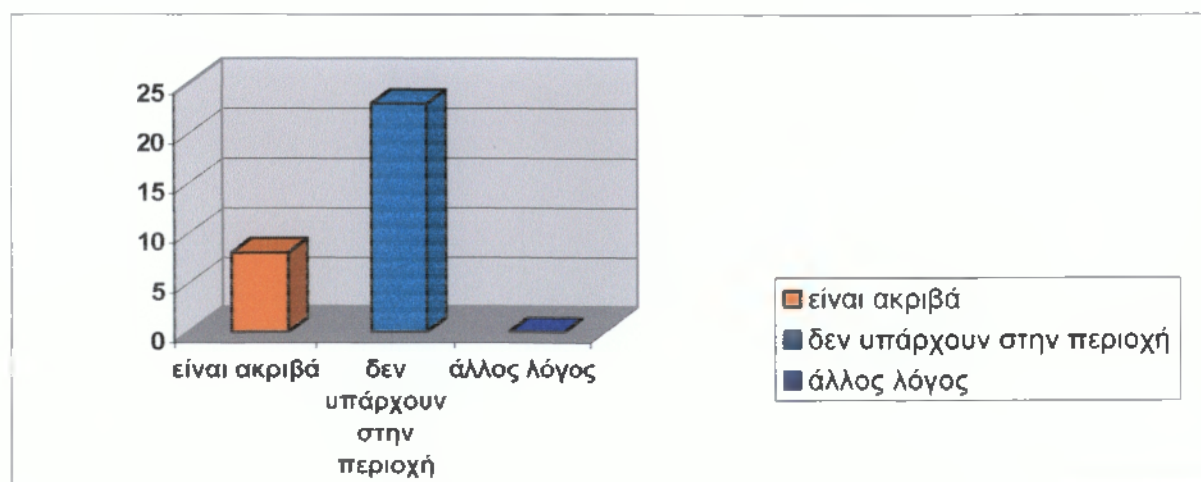
Ερώτηση 9η : Θέλετε να αγοράσετε και άλλα προϊόντα που σας ενδιαφέρουν αλλά δεν μπορείτε; Αν ναι γιατί ;

- α. είναι ακριβά
- β. δεν υπάρχουν στην περιοχή
- γ. άλλος λόγος

Πίνακας 9.

Απάντηση	Αριθμ. Καταναλωτών
είναι ακριβά	8
δεν υπάρχουν στην περιοχή	23
άλλος λόγος	0

Διάγραμμα 14.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ζώτος, Γ. (1982): *Διαφήμιση, Σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια μιας επιχείρησης*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις University Studio Press (τόμος Α').

Ζώτος, Γ. (1992): *Διαφήμιση, Αναφορά στον οικονομικό και κοινωνικό ρόλο της*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις University Studio Press, (τόμος Β').

Σιώμκος, Γ. (1994): *Η συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ*, Αθήνα – Πειραιάς, Εκδόσεις Σταμούλη, (τόμος Α').

Τσακλαγκάνος, Αγγ. (1996): *Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ – Ανάλυση και Έρευνα της Αγοράς*, Θεσσαλονίκη, Εκδοτικός Οίκος Αφών Κυριακίδη Α.Ε., (τόμοι 1, 2).

Παπανικολάου, Αρ.: Διεύθυνση Γεωργίας Μεσσηνίας
Παρασκευόπουλος, Αντ.: Διεύθυνση Γεωργίας Τριφυλίας

Διευθύνσεις Διαδικτύου:

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

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

[www. Blaüel.com](http://www.Blaüel.com)

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

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

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

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