



**Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
Σχολή Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών
Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων**

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«Παγκόσμια Πολιτική Οικονομία»**

**«Ο ελαιοπαραγωγικός κλάδος της Ελλάδος:
χαρακτηριστικά και ανταγωνιστικότητα»**

Παρσάνου Ελένη

Κόρινθος, Φεβρουάριος 2019

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	5
Μεθοδολογία της εργασίας.....	7
Κεφάλαιο 1 ^ο	8
ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΗΚΑ ΕΛΑΙΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	8
1.1 Η δομή και τα μερίδια αγοράς του κλάδου.....	8
1.2 Εγχώρια Παραγωγή Ελαιολάδου – Πυρηνελαίου.....	13
1.3 Περιγραφή των προϊόντων του κλάδου.....	14
1.4 Η επιμονή των ελλήνων στην κατανάλωση χύμα ελαιόλαδου.....	16
1.5 Ο ρόλος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Ελαιόλαδου.....	18
Κεφάλαιο 2 ^ο	22
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	22
2.1 Παραγωγή ελαιολάδου.....	22
2.2 Εξέλιξη κατανάλωσης.....	29
2.3 Εξέλιξη εξαγωγών.....	33
2.4 Εξέλιξη τιμών.....	37
Κεφάλαιο 3 ^ο	46
3.1 Τάσεις και ευκαιρίες στην αμερικανική αγορά.....	46
Κεφάλαιο 4 ^ο	48
4.1 Ανάλυση SWOT.....	48
Κεφάλαιο 5ο.....	53
5.1 Συμπεράσματα – προτάσεις.....	53
Βιβλιογραφία.....	55

Πίνακας Γραφημάτων / Διαγραμμάτων / Πινάκων:

Πίνακας 1: Μερίδια επιχειρήσεων αγοράς τυποποιημένου ελαιόλαδου (2009/10)...	12
Πίνακας 2: Μερίδια επιχειρήσεων αγοράς ραφινρισμένου πυρηνέλαιου (2009/10)	13
Γράφημα 1: Μερίδιο παραγωγής ελαιολάδου επί του συνόλου της αγροτικής παραγωγής (2001-2014)	22
Γράφημα 2: Παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου για τα έτη 1963 – 2015 (σε χιλιάδες τόνους)	23
Πίνακας 3: Παραγωγή ελαιόλαδου στην Ελλάδα (2013-2018) (χιλιάδες τόνους).....	25
Γράφημα 3: Παραγωγή ελαιόλαδου σε πανευρωπαϊκή και παγκόσμια κλίμακα (2013-2018) (σε χιλιάδες τόνους)	26
Γράφημα 4: Παραγωγή ελαιόλαδου από χώρες Ε.Ε. (2013-2019). Διακύμανση της παραγωγής του έτους 2018/19 εν συγκρίσει με το έτος 2017/18(σε χιλιάδες τόνους)	27
Γράφημα 5: Παραγωγή ελαιόλαδου από χώρες εκτός Ε.Ε. (2013-2019). Διακύμανση της παραγωγής του έτους 2018/19 εν συγκρίσει με το έτος 2017/18 (σε χιλιάδες τόνους).....	28
Διάγραμμα 1: Κατανάλωση ελαιόλαδου στην Ε.Ε. και παγκοσμίως (2009-2018) (σε χιλιάδες τόνους).....	29
Γράφημα 6: Παγκόσμια κατανάλωση ελαιόλαδου το έτος 2014.....	30
Γράφημα 7: Κατά κεφαλήν κατανάλωση στις χώρες με τη μεγαλύτερη παγκόσμια κατανάλωση ελαιόλαδου (1991 & 2014).....	31
Πίνακας 4: Πανευρωπαϊκή κατανάλωση ελαιόλαδου (2010-2019).....	32
Γράφημα 8: Μερίδιο εξαγωγών ελαιολάδου επί του συνόλου της παραγωγής στις χώρες με τα μεγαλύτερα ποσοστά εξαγωγών ελαιολάδου (1990-2014).....	33
Πίνακας 5: Εξαγωγές των χωρών της Ε.Ε. προς χώρες εκτός Ε.Ε. (2015-2018).....	35
Γράφημα 9: Εξαγωγές ανά κατηγορία ελαιόλαδου από χώρες της Ε.Ε. (2015-2018) (σε τόνους).....	36
Διάγραμμα 2: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου από την Ελλάδα (€/100 κιλά) (2017-2018).....	37
Διάγραμμα 3: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου Χανίων Κρήτης (€/100 κιλά) (2017-2018).....	38
Διάγραμμα 4: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου Ισπανίας (€/100 κιλά) (2017-2018).....	38

Διάγραμμα 5: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου Jaen Ισπανίας (€/100 κιλά) (2017-2018).....	39
Διάγραμμα 6: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου Ιταλίας (€/100 κιλά) (2017-2018).....	39
Διάγραμμα 7: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου Μπάρι Ιταλίας (€/100 κιλά) (2017-2018).....	40
Διάγραμμα 8: Μέσες μηνιαίες τιμές διάθεσης έξτρα παρθένου ελαιόλαδου στις πιο αντιπροσωπευτικές αγορές της Ε.Ε. (€/100 κιλά).....	41
Διάγραμμα 9: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου από την Ελλάδα (€/100 κιλά) (2017-2018).....	42
Διάγραμμα 10: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Χανίων Κρήτης (€/100 κιλά) (2017-2018).....	42
Διάγραμμα 11: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Ισπανίας (€/100 κιλά) (2017-2018).....	43
Διάγραμμα 12: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Jaen Ισπανίας (€/100 κιλά) (2017-2018).....	43
Διάγραμμα 13: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Ιταλίας (€/100 κιλά) (2017-2018).....	44
Διάγραμμα 14: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Μπάρι Ιταλίας (€/100 κιλά) (2017-2018).....	44
Διάγραμμα 15: Μέσες μηνιαίες τιμές διάθεσης παρθένου ελαιόλαδου στις πιο αντιπροσωπευτικές αγορές της Ε.Ε. (€/100 κιλά).....	45

Εισαγωγή

Η βιομηχανία ελαιολάδου είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία του ελληνικού αγροτικού τομέα, για το οποίο γίνονται πολλές συζητήσεις στις μέρες μας. Λόγω της υψηλής ποιότητας, το ελαιόλαδο μπορεί να προσφέρει σημαντικές προοπτικές εξέλιξης στις ελληνικές εξαγωγές. Για το λόγο αυτό, ο ελληνικός ελαιοπαραγωγικός κλάδος θα αποτελέσει το θέμα της μελέτης μας.

Αν και η Ελλάδα παράγει το μεγαλύτερο σε ποσότητα παρθένο ελαιόλαδο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.)¹, οι οικονομικές αποδόσεις που προέκυψαν από τις πωλήσεις αυτού του υψηλής ποιότητας προϊόντος ήταν μη αναμενόμενες, όπως αυτό διαφαίνεται στους πίνακες τιμών των τριών μεγαλύτερων ελαιοπαραγωγικών χωρών, οι οποίοι παρατίθενται παρακάτω.

Σκοπός αυτής της μελέτης είναι να εξετάσει τις ελληνικές εξαγωγικές ροές για το ελαιόλαδο παγκοσμίως, καθώς και τις παραμέτρους που επηρεάζουν τις ελληνικές εξαγωγικές επιδόσεις του ελαιολάδου, σε σύγκριση με τους κύριους ανταγωνιστές της (Ιταλία και Ισπανία).

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του κλάδου του ελαιολάδου στην Ελλάδα. Για τον σκοπό αυτό δίνονται τα βασικά στοιχεία της δομής και της σύνθεσης του κλάδου. Έπειτα, γίνεται μία σύντομη περιγραφή των προϊόντων της ελαιοκομίας, με έμφαση σε αυτά που αναλύονται στην εργασία και μια αναφορά στην προτίμηση των ελλήνων καταναλωτών για το χύμα ελαιόλαδο. Τέλος, αναλύεται ο ρόλος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Ελαιόλαδου (ΕΔΟΕ).

Στο δεύτερο κεφάλαιο, προκειμένου να μελετήσουμε την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού ελαιοπαραγωγικού κλάδου, θα δοθούν στοιχεία για τις κύριες χώρες παραγωγής και κατανάλωσης ελαιολάδου (Ελλάδα, Ιταλία και Ισπανία). Τα στοιχεία αυτά σχετίζονται με το ύψος της παραγωγής, την κατανάλωση, την εξέλιξη των τιμών αλλά και τις εξαγωγές

Επειδή η αμερικανική κατανάλωση ελαιόλαδου έχει δείξει μια σταθερή άνοδο, κάνοντας Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (ΗΠΑ) την κύρια χώρα

¹ Vlontzos, G. & Duquenne, M. (2008). Greek Olive Oil: How Can Its International Market Potential Be Realized? *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 9, No 2, p.1

εισαγωγής ελαιόλαδου από ευρωπαϊκές χώρες, στο τρίτο κεφάλαιο, αναλύονται οι τάσεις και οι ευκαιρίες της αμερικανικής αγοράς.

Τέλος, στο 4^ο κεφάλαιο, χρησιμοποιήσαμε ως εργαλείο την SWOT ανάλυση για τον ελαιοπαραγωγικό κλάδο για να εξάγουμε, στο 5^ο κεφάλαιο, χρήσιμα συμπεράσματα, καθώς και προτάσεις για την τόνωση των εξαγωγών του ελληνικού ελαιόλαδου, ούτως ώστε να αποκτήσει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

Μεθοδολογία της εργασίας

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αποτελεί ο ελαιοπαραγωγικός κλάδος της Ελλάδος, τα χαρακτηριστικά του και η ανταγωνιστικότητα του κλάδου. Σκοπός της εργασίας είναι να μελετηθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κλάδου, τα δυνατά και «τρωτά» του σημεία, η πορεία του και ο εξαγωγικός του χαρακτήρας. Για την διεξαγωγή πληρέστερων συμπερασμάτων, κρίνεται απαραίτητη η σύγκριση του εγχώριου ελαιοπαραγωγικού κλάδου με τον αντίστοιχο ανταγωνιστικών χωρών.

Η μελέτη μας έχει βασιστεί σε δευτερογενείς πηγές που αφορούν κυρίως την σύγχρονη περίοδο, ενώ σε περιπτώσεις που θέλουμε να τονίσουμε την διαχρονική εξέλιξη αναφέρεται η δεκαετία του '90.

Από έρευνα που έγινε σε βάσεις δεδομένων και βιβλιογραφικές πηγές σχετικά με τα χαρακτηριστικά του ελληνικού ελαιοπαραγωγικού κλάδου, συλλέξαμε δεδομένα για τη δομή, σύνθεση και τα προϊόντα του κλάδου, την προτίμηση των ελλήνων καταναλωτών για το χύμα ελαιόλαδο, και τον ρόλο της ΕΔΟΕ. Μελέτες, όπως της ICAP,) διαδικτυακά άρθρα καθώς και ιστότοποι λαμβάνονται υπόψη στο σημείο αυτό.

Για την μελέτη της ανταγωνιστικότητας, με βάση τα δεδομένα που συλλέξαμε, εστιάζουμε στους εξής παράγοντες: το ύψος της παραγωγής, την κατανάλωση, την εξέλιξη των τιμών αλλά και τις εξαγωγές. Τα δεδομένα αυτά είναι διαθέσιμα από δημοσιευμένες εκθέσεις και τον ιστότοπο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία συλλέγει και επεξεργάζεται στοιχεία της Ευρωπαϊκής Στατιστικής Υπηρεσίας (Eurostat), του Διεθνές Συμβούλιο Ελαιόλαδου κ.α., ενώ αντίστοιχη μελέτη της Εθνικής τράπεζας της Ελλάδος αποτέλεσε έναν καλό οδηγό για την οργάνωση και παρουσίαση αυτών των στοιχείων.

Για τις τάσεις και τις ευκαιρίες της αμερικανικής αγοράς, η οποία λόγω του μεγέθους της χώρας και του μεγάλου πληθυσμού της, μπορεί να προσφέρει μεγάλες δυνατότητες για τους έλληνες εξαγωγείς, αντλήσαμε πληροφορίες από έκθεση της Πρεσβείας της Ελλάδας στην Ουάσιγκτον καθώς και σχετικό άρθρο στο διαδίκτυο.

Όσον αφορά την SWOT ανάλυση και τα συμπεράσματα που ακολουθούν έχουν ληφθεί υπόψη όλες οι παραπάνω βιβλιογραφικές πηγές και βάσεις δεδομένων .

Κεφάλαιο 1^ο

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΗΚΑ ΕΛΑΙΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

1.1 Η δομή και τα μερίδια αγοράς του κλάδου

Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στα διαφορετικά στάδια της ελαιοπαραγωγής, από την παραλαβή της πρώτης ύλης (ελιά ή πυρήνας ελιών), μέχρι τη διάθεση του προϊόντος στον τελικό καταναλωτή. Η πρώτη φάση της παραγωγής του ελαιολάδου πραγματοποιείται στα ελαιοτριβεία, με την άλεση των ελιών και την εξαγωγή του ελαιολάδου, το οποίο έπειτα μπορεί να διατεθεί σε βρώσιμη χύμα μορφή απευθείας προς κατανάλωση. Σε άλλες περιπτώσεις προμηθεύεται σε εμπορικές επιχειρήσεις για μεταπώληση, εντός ή εκτός Ελλάδος, είτε προωθείται σε επιχειρήσεις για επεξεργασία ή τυποποίηση. Από την άλλη μεριά στα πυρηνελαιουργεία παράγεται το πυρηνέλαιο σε μη βρώσιμη μορφή, το οποίο μεταφέρεται σε επιχειρήσεις επεξεργασίας ή τυποποίησης στην Ελλάδα και κυρίως στο εξωτερικό, ενώ λίγα από τα υπάρχοντα πυρηνελαιουργεία διαθέτουν «ραφινάρια» για την επεξεργασία του προϊόντος.

Σημαντικό στοιχείο του κλάδου είναι οι συνεταιρισμοί ή ενώσεις αγροτικών συνεταιρισμών, που κύριο μέλημά τους είναι η συλλογή των προϊόντων των μελών τους και στη συνέχεια η εμπορία, επεξεργασία ή τυποποίηση αυτών. Στην Ελλάδα ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποίησης Ελαιολάδου (ΣΕΒΙΤΕΛ) και ο Ελληνικός Σύνδεσμος Βιοτεχνών Τυποποίησης Ελαιολάδου (ΕΣΒΙΤΕ), εκπροσωπούν τις επιχειρήσεις τυποποίησης και έχουν ενεργή συμμετοχή στις κλαδικές εξελίξεις².

Στην συνέχεια παρουσιάζονται εν συντομία οι κυριότερες επιχειρήσεις που αποτελούν τους βασικούς παίκτες του κλάδου, όπως προκύπτουν από τα μερίδια αγοράς, σύμφωνα με τις ποσότητες των προϊόντων που διανέμουν στην ελληνική αγορά.

² Συνοπτική Κλαδική Μελέτη – Ελαιόλαδο & Πυρηνέλαιο, Αθήνα: ICAP, Μάιος 2011, σελ.8.

Ελάνθη ABEE

Η ελληνική ανώνυμη εταιρεία Ελάνθη ABEE (ΕΛΑΪΣ) εξαγοράστηκε από την αγγλο-ολλανδική πολυεθνική εταιρεία Unilever το 2007. Η ΕΛΑΪΣ UNILEVER HELLAS A.E. είναι ηγέτης στο 90% των κατηγοριών στις οποίες δραστηριοποιείται, όπου συμπεριλαμβάνεται και ελαιοπαραγωγικός τομέας. Στον τομέα του ελαιολάδου και των προϊόντων ελιάς, η εταιρεία προσφέρει τα προϊόντα ΑΛΤΙΣ και ΕΛΑΪΣ και στα σπορέλαια, τα ΦΛΩΡΑ και SOL. Επίσης, αξίζει να γίνει αναφορά στην εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σε 19 χώρες, με τον τζίρο από αυτή να ανέρχεται σε 30 εκατομμύρια ευρώ, ποσό που αντιστοιχεί στο 7,5% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της.³

Μινέρβα ΑΕ Ελαιοουργικών Επιχειρήσεων

Η MINEPBA A.E ξεκίνησε να δραστηριοποιείται στον ελληνικό τομέα του ελαιολάδου το 1900. Σήμερα έχει στο δυναμικό της περίπου 200 εργαζόμενους και διατηρεί συνεργασία με εκατοντάδες παραγωγούς ελαιόδεντρων. Αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες του εσωτερικού στον διατροφικό τομέα και πραγματοποιεί εξαγωγές σε 42 χώρες, οι οποίες αποτελούν το 10% του συνολικού τζίρου της, που είναι περίπου 100 εκατομμύρια ευρώ ετησίως. Κατά συνέπεια, κατατάσσεται στην πρώτη θέση ανάμεσα στις εξαγωγικές εταιρείες ελαιολάδου στην Ελλάδα.

Η MINEPBA είναι μεταξύ των πρώτων ελληνικών εταιριών που συμπεριέλαβε στις συσκευασίες των προϊόντων της την «Ενδεικτική Ημερήσια Πρόσληψη (GDA)» προκειμένου να ενημερώνονται καλύτερα οι καταναλωτές σχετικά με τη διατροφική αξία. Τέλος, το προϊόντικό της χαρτοφυλάκιο αποτελείται από μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων σε διαφορετικούς τομείς, όπως:

- Προϊόντα Ελιάς
- Τυριά
- Βιολογικά Προϊόντα

³ <https://www.unilever.gr/about/>

- Μαργαρίνες
- Βούτυρο
- Προϊόντα μείωσης της χοληστερίνης
- Προϊόντα μαγειρικής
- Προϊόντα προσωπικής περιποίησης
- Επαγγελματικά προϊόντα ⁴

Ένωση Πεζών Κρήτης (ΕΑΣ Πεζών)

Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Πεζών αποτελεί μία ομάδα ελαιοπαραγωγών με 4.500 μέλη, που έχει την έδρα της στο νομό Ηρακλείου Κρήτης, στο Δήμο Αρχανών Αστερουσίων. Δραστηριοποιείται στον αγροτοσυνεταιριστικό χώρο από το 1933, με δύο κύρια προϊόντα: κρασί και ελαιόλαδο. Σήμερα η ένωση έχει στην κατοχή της:

- 2 ελαιουργεία που παράγουν 1500 τόνους ελαιόλαδο
- Παραδοσιακό σαπυνοποιείο
- Ελαιοδεξαμενές 6.500 τόνων
- Τυποποιητήριο ελαιολάδου
- Εργαστήριο ποιοτικού ελέγχου

Οι παραδοσιακές παραγωγικές μέθοδοι σε συνδυασμό με τις καλές καιρικές συνθήκες, οδηγούν στην δημιουργία ενός ελαιολάδου με εξαιρετικές ιδιότητες. Ο συνεταιρισμός, επιπλέον, έχει επενδύσει στην καινοτομία, υιοθετώντας την τεχνολογία της ασηπτικής συσκευασίας Tetra Prisma asepti (3 & 5 λίτρων), η οποία προστατεύει το ελαιόλαδο «από εξωτερικούς παράγοντες που αλλοιώνουν το χαρακτήρα του, όπως είναι το φως και ο αέρας, διατηρώντας τις θρεπτικές και οργανοληπτικές του ιδιότητες αναλλοίωτες.»⁵

⁴ <http://www.minerva.com.gr/i-eteria-mas/istoria/>

⁵ http://www.pezaunion.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=64&catid=64&Itemid=89&lang=el

Η εικόνα των τριών αυτών μεγαλύτερων επιχειρήσεων στον τομέα της αγοράς τυποποιημένου ελαιόλαδου έχει προκύψει μέσα από σχετική κλαδική μελέτη της ICAP (2011) που μελετά τα μερίδια των εν λόγω εταιρειών τυποποιημένου ελαιόλαδου κατά το διάστημα 2009/2010 στην ελληνική αγορά.

Πιο συγκεκριμένα στην πρώτη θέση βρίσκεται η Ελεάνθη ABEE (στο κοινό γνωστή ως ΕΛΑΪΣ) που έχει εξαγοραστεί από τη διεθνή εταιρεία UNILEVER με 34,0% - 35,0%, ακολουθεί η Μινέρβα ΑΕ Ελαιουργικών Επιχειρήσεων με 20,5%, ακολουθεί η ΕΑΣ Πεζών από την Κρήτη με 5%, ακολουθεί η ΕΑΣ Ρεθύμνης από την Κρήτη με 3,5% - 4,0%, ακολουθεί η Λεσέλ ΕΑΣ Λέσβου ΣΥΝ.ΠΕ με 2,5% - 3,0% και τέλος η ΕΑΣ Λακωνίας με 1,5%. Η απεικόνιση της εν λόγω κατάστασης φαίνεται ακολούθως:

Πίνακας 1: Μερίδια επιχειρήσεων στην αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου (2009/10)

Επιχειρήσεις	Μερίδια
Ελάνθη AB&EE Τροφίμων	34,0%-35,0%
Μινέρβα ΑΕ Ελαιουργικών Επιχειρήσεων	≈20,5%
ΕΑΣ Πεζών	≈5,0%
ΕΑΣ Ρεθύμνης	3,5%-4,0%
Λεσέλ ΕΑΣ Λέσβου ΣΥΝ.ΠΕ.	2,5%-3,0%
ΕΑΣ Λακωνίας	≈1,5%

Πηγή: Συνοπτική Κλαδική Μελέτη – Ελαιόλαδο & Πυρηνέλαιο, Αθήνα: ICAP, 2011.

Βέβαια, θα πρέπει να επισημανθεί πως, εκτός από τις προαναφερθείσες επιχειρήσεις, ικανή παρουσία στην εγχώρια αγορά έχουν και οι κάτωθι επιχειρήσεις: Ελαιουργική ΚΣΕΠΕΠ, ΕΑΣ Ηρακλείου Κρήτης Agrounion, Ολυμπία – Χένια ΑΕ, Ανατολή ΑΒΕΑ και ΕΑΣ Σητείας ΣΥΝ.ΠΕ.

Όσον αφορά το πυρηνέλαιο, θα πρέπει να τονισθεί πως το μείζον μέρος της εγχώριας παραγωγής διατίθεται σε χώρες του εξωτερικού και μάλιστα σε μορφή ακατέργαστη. Ωστόσο, ένα μικρό ποσοστό πυρηνέλαιου τελικά δέχεται επεξεργασία. Ακολούθως τυποποιείται και τελικώς διατίθεται στην εγχώρια αγορά. Συγκεκριμένα η εγχώρια αγορά πυρηνέλαιου που έχει δεχθεί επεξεργασία (και καλείται ραφινρισμένο πυρηνέλαιο) σύμφωνα με εκτιμήσεις για την περίοδο 2009/2010

κινήθηκε στους 5.100 τόνους. Συγκριτικά με το έτος 2008/2009 σημειώθηκε στην επίδοση αυτή μια κάμψη της τάξης του 15%, καθώς η επίδοση του 2008/2009 ήταν 6.000 τόνοι. Το δε σύνολο της αξίας της εγχώριας αγοράς πυρηνέλαιου κυμάνθηκε για το διάστημα 2009/2010 στα 13 εκατομμύρια ευρώ (σε τιμές χονδρικής πώλησης). Η πτώση εν συγκρίσει με το 2008/2009 ήταν σημαντική καθώς η επίδοση του 2008/2009 ήταν 15 εκατομμύρια ευρώ. Συνεπώς το ποσοστό της μείωσης άγγιξε το 13,3%.

Αναφορικά με τα μερίδια των εταιρειών που ασχολούνταν στην αγορά του ραφινρισμένου πυρηνέλαιου το διάστημα 2009/2010, η εικόνα έδειξε πως η Μινέρβα ΑΕ Ελαιουργικών Επιχειρήσεων μαζί την Αγροτική ΑΕ κατείχαν το ηγεμονικό ποσοστό του 84% - 85%, ενώ η Nutria ΑΕ κατείχε ένα 6% και τέλος η Λεσέλ ΕΑΣ Λέσβου ΣΥΝ.ΠΕ ένα 3,5%. Την ίδια στιγμή σημαντικό μερίδιο στην αγορά πυρηνέλαιου κατείχε αυτή την χρονιά και η Ανατολή ΑΒΕΑ ΑΒΕ. Η απεικόνιση της εν λόγω κατάστασης φαίνεται ακολούθως⁶:

Πίνακας 2: Μερίδια επιχειρήσεων στην αγορά ραφινρισμένου πυρηνέλαιου (2009/10)

Επιχειρήσεις	Μερίδια
Μινέρβα ΑΕ Ελαιουργικών Επιχειρήσεων	84%-85%
Αγροτική ΑΕ	
Nutria ΑΕ	≈6,0%
Λεσέλ ΕΑΣ Λέσβου ΣΥΝ.ΠΕ.	≈3,5%

Πηγή: Συνοπτική Κλαδική Μελέτη – Ελαιόλαδο & Πυρηνέλαιο, Αθήνα: ICAP, 2011.

⁶ Συνοπτική Κλαδική Μελέτη – Ελαιόλαδο & Πυρηνέλαιο, Αθήνα: ICAP, Μάιος 2011, σελ.54

1.2 Εγχώρια Παραγωγή Ελαιολάδου – Πυρηνελαίου

Η παραγωγή εντός της Ελλάδος υπερκαλύπτει την εγχώρια ζήτηση, κατά συνέπεια οι εισαγωγές που πραγματοποιούνται ετησίως σε ελαιόλαδο και πυρηνέλαιο είναι ελάχιστες και συνήθως αφορούν προϊόντα με ειδικά χαρακτηριστικά, με σκοπό την πρόσμιξη.⁷ Η Ελλάδα, μία από τις μεγαλύτερες ελαιοπαραγωγικές χώρες παγκοσμίως, διαθέτει μεγάλη ποσότητα της παραγωγής της στο εξωτερικό. Το ελαιόλαδο που παράγεται σε συγκεκριμένες περιοχές της χώρας μας, και ειδικά το εξαιρετικά παρθένο, φημίζεται για την πολύ υψηλή ποιότητα.

Τόσο ο αριθμός των παραγομένων ελιών, όσο και η περιεκτικότητά τους σε λάδι επηρεάζουν το μέγεθος της παραγωγής ελαιολάδου. Το μέγεθος της παραγωγής και των ελαιοδέντρων, άρα και η ελαιοπαραγωγή επηρεάζονται έντονα από τις κλιματικές συνθήκες. « Χαρακτηριστικό της παραγωγής των εν λόγω προϊόντων είναι η κυκλικότητα που παρουσιάζει, καθώς μία «καλή» ελαιοκομική χρονιά συνοδεύεται συνήθως από μία «κακή» ελαιοκομική χρονιά. Η διάρκεια του κύκλου της παραγωγής κυμαίνεται μεταξύ 1-2 ετών »⁸.

⁷ Συνοπτική Κλαδική Μελέτη – Ελαιόλαδο & Πυρηνέλαιο, Αθήνα: ICAP, Μάιος 2011, σελ.53

⁸ Κωνσταντίνου, Κ. (2012). *Στρατηγικός σχεδιασμός του κλάδου τυποποιημένου ελαιόλαδου στην Ελλάδα – Μελέτη περίπτωσης*, Πειραιάς: ΠΑΠΕΙ, σσ. 52-53.

1.3 Περιγραφή των προϊόντων του κλάδου

Σύμφωνα με το Παράρτημα I του Κοινοτικού Κανονισμού 865/04 «σχετικά με την Κοινή Οργάνωση Αγοράς Ελαιολάδου και Επιτραπέζιων Ελιών» οι κατηγορίες των ελαιολάδων ορίζονται ως εξής:

α. Παρθένο Ελαιόλαδο

Ως παρθένο ελαιόλαδο χαρακτηρίζονται έλαια τα οποία προκύπτουν από τον ελαιόκαρπο, μέσω μηχανικών ή φυσικών μεθόδων, οι οποίες δεν αλλοιώνουν τη φυσική σύνθεση του ελαίου και τα έλαια αυτά δεν έχουν υποστεί καμία χημική επεξεργασία. Το παρθένο ελαιόλαδο είναι ουσιαστικά ο "φυσικός χυμός" της ελιάς, ο οποίος διαθέτει όλες τις ευεργετικές για την υγεία ιδιότητες. Το παρθένο ελαιόλαδο κατατάσσεται περαιτέρω, με βάση την οξύτητά του, στις εξής κατηγορίες :

- Εξαιρετικά (extra) παρθένο ελαιόλαδο: Η πιο φυσική και καλή κατηγορία ελαιόλαδου με άριστο άρωμα, γεύση και οσμή. Η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα δεν υπερβαίνει τα 0,8 g ανά 100 g ελαιολάδου. Η γεύση του είναι έντονα φρουτώδης και το άρωμά του μυρίζει φρεσκοκομμένο καρπό ελιάς.
- Παρθένο ελαιόλαδο: το παρθένο ελαιόλαδο διαθέτει πολύ καλή γεύση και άρωμα και η περιεκτικότητά του σε ελεύθερα λιπαρά οξέα δεν ξεπερνά τα 2 g ανά 100 g ελαιολάδου (οξύτητα: 0,8 - 2%).
- Ελαιόλαδο λαμπάντε: Παρθένο ελαιόλαδο του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα είναι μεγαλύτερη από 2 g ανά 100 g, ενώ τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτήν. Αποτελεί ελαιόλαδο με άσχημη γεύση και άρωμα, το οποίο είναι ακατάλληλο για κατανάλωση και προορίζεται αποκλειστικά για βιομηχανική χρήση.

β. Πυρηνέλαιο

Το πυρηνέλαιο σχηματίζεται από την ανάμειξη εξευγενισμένου πυρηνελαίου και παρθένου ελαιολάδου (δεν συμπεριλαμβάνεται το ελαιόλαδο λαμπάντε), του οποίου η οξύτητα δεν ξεπερνά τον 1 βαθμό, και του οποίου τα άλλα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με αυτά που προβλέπονται για την εν λόγω κατηγορία. Η εξαγωγή του λαδιού από τον πυρήνα των ελιών και ο εξευγενισμός του, γίνεται κάτω από πολύ αυστηρές διαδικασίες ελέγχου και έτσι προφυλάσσεται η άριστη ποιότητά του. Το πυρηνέλαιο, έχει απαλή, ήπια γεύση. Θεωρείται ιδανικό για τηγάνισμα, καθώς έχει αντοχή σε υψηλές θερμοκρασίες.

Όσον αφορά το ελαιόλαδο, πέραν των ειδών του Παρθένου Ελαιόλαδου, στα οποία ήδη έχει γίνει αναφορά ανωτέρω, θα πρέπει να επισημανθεί πως στην αγορά διοχετεύονται και: α) εξευγενισμένα ελαιόλαδα, β) συνδυασμός εξευγενισμένων και παρθένων ελαιολάδων. Το αυτό συμβαίνει και με το Πυρηνέλαιο όπου στην αγορά διοχετεύονται και: α) ακατέργαστο πυρηνέλαιο, β) εξευγενισμένο πυρηνέλαιο.

Ακόμα υπάρχουν και ορισμένα είδη ελαιολάδου με ιδιαιτερότητες, ελάχιστη ή καθόλου επεξεργασία και άριστη ποιότητα όπως το αγουρέλαιο, τα ελαιόλαδα βιολογικής καλλιέργειας και τα αρωματικά ελαιόλαδα.^{9, 10}

Πρέπει να σημειωθεί ότι στο λιανικό εμπόριο επιτρέπεται να διατίθεται μόνο εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, παρθένο ελαιόλαδο, ελαιόλαδο αποτελούμενο από εξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα καθώς και πυρηνέλαιο.¹¹

⁹<https://www.oliveoil.gr/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B5%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%BF%CF%85>

¹⁰ <http://www.elies-ladikalamatiano.gr/olive/taxinomesekaisustasetouladiou/classification.html>

¹¹ *Συνοπτική Κλαδική Μελέτη – Ελαιόλαδο & Πυρηνέλαιο*, Αθήνα: ICAP, Μάιος 2011, σελ.2

1.4 Η επιμονή των ελλήνων στην κατανάλωση χύμα ελαιόλαδου

Όπως θα αναλύσουμε παρακάτω, η Ελλάδα είναι μία χώρα όχι μόνο με υψηλά επίπεδα παραγωγής αλλά και κατανάλωσης ελαιόλαδου (αναλογικά με τον πληθυσμό της). Παρατηρείται όμως, μια σαφή εξάρτηση των καταναλωτών πανελλαδικά (σε επίπεδο που αγγίζει μάλιστα το 67%) από το χύμα ελαιόλαδο απευθείας από τον παραγωγό. Οι λόγοι, που ωθούν τους Έλληνες σε αυτή την καταναλωτική συμπεριφορά ως προς το ελαιόλαδο, είναι οι εξής: α) υπάρχει αυξημένη εμπιστοσύνη απευθείας στον παραγωγό (μάλιστα τις περισσότερες φορές είναι και κάποιος οικογενειακός γνωστός ή ακόμη και συγγενής), β) υπάρχει μια αυξημένη αντίληψη περί της αγνότητας του εν λόγω ελαιόλαδου¹², καθώς τονίζεται από τον παραγωγό η οξύτητα που είναι πολύ χαμηλή εν αντιθέσει με τα τυποποιημένα ελαιόλαδα, όπου στη συσκευασία δεν αναγράφονται υποχρεωτικά οι βαθμοί οξύτητας¹³, γ) υπάρχει μια ευρεία αντίληψη πως το κόστος / κιλό ελαιόλαδου είναι σαφώς πιο χαμηλό στη χύμα μορφή αυτού (τενεκές) από ότι στα τυποποιημένα ελαιόλαδα (είτε σε χάρτινη, είτε σε γυάλινη είτε σε μεταλλική συσκευασία).

Θα πρέπει να διευκρινιστεί στο σημείο αυτό πως η τάση των Ελλήνων για κατανάλωση χύμα ελαιόλαδου δεν έχει να κάνει αποκλειστικά με το γεγονός ότι αποτελεί ένα είδος καταναλωτικής κουλτούρας αλλά με το ότι αποτελεί αμιγή συνάρτηση του διαθέσιμου εισοδήματος του μέσου Έλληνα καταναλωτή που ιδίως τα τελευταία έτη έχει συρρικνωθεί κατά πολύ. Μάλιστα έρευνες έχουν δείξει πως τα ελληνικά νοικοκυριά δαπανούν αποκλειστικά για ελαιόλαδο περί τα 13,7 ευρώ μηνιαίως ποσό που αντιστοιχεί στο 4,2% των εν γένει διατροφικών εξόδων των ελληνικών νοικοκυριών σε μηνιαία βάση. Βέβαια παρατηρείται και το έτερο φαινόμενο της αύξησης της κατανάλωσης και λοιπών υποκατάστατων του ελαιόλαδου προϊόντων όπως σπορέλαιο κλπ.¹⁴

Φυσικά το χύμα ελαιόλαδο δεν είναι μια μορφή που παράγεται αποκλειστικά για οικιακή χρήση. Τα στοιχεία των εξαγωγών του χύμα ελαιόλαδου είναι εξαιρετικά

¹² «Επιμονή των καταναλωτών στις προμήθειες από παραγωγούς» στο Olive Oil Plus (ειδική έκδοση της εφημερίδας *Agrenda* που δημοσιεύθηκε στις 07-08/04/2012), σελ.9.

¹³ <http://www.prosodol.gr/sites/prosodol.gr/files/Simansi%20elaiolodaou%20uploaded.pdf>

¹⁴ «Επιμονή των καταναλωτών στις προμήθειες από παραγωγούς» στο Olive Oil Plus (ειδική έκδοση της εφημερίδας *Agrenda* που δημοσιεύθηκε στις 07-08/04/2012), σελ.9.

ενδιαφέροντα και αποδεικνύουν ισχυρή προώθηση χύμα ελληνικού ελαιόλαδου στην αγορά της Ιταλίας. Η πρακτική αυτή πρακτική ακολουθείται εκ μέρους της Ιταλίας και για τις εισαγωγές ελαιόλαδου που πράττει από Ισπανία και Τυνησία. Ακολούθως το επεξεργάζεται και το επαναπροωθεί στην αγορά ως ιταλικό τυποποιημένο. Αξίζει να αναφερθεί ότι η παγκόσμια κατανάλωση χύμα ελαιόλαδου ανέρχεται στο υψηλότερο ποσό των 0,8 εκατομμυρίων τόνων ετησίως.¹⁵

¹⁵ Κωνσταντίνου, Κ. (2012). *Στρατηγικός σχεδιασμός του κλάδου τυποποιημένου ελαιόλαδου στην Ελλάδα – Μελέτη περίπτωσης*, Πειραιάς: ΠΑΠΕΙ, σσ. 12-25.

1.5 Ο ρόλος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Ελαιόλαδου

Η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Ελαιόλαδου (ΕΔΟΕ) αποτελεί έναν ενεργό φορέα, με ουσιαστική συνδρομή προς τους επαγγελματίες του χώρου της ελαιοπαραγωγής. Διατηρεί στενή συνεργασία με ερευνητικά εργαστήρια, που εδράζουν στη Μεγάλη Βρετανία καθώς και την Ολλανδία αλλά και με αντίστοιχες Οργανώσεις του χώρου της Μεσογείου (συγκεκριμένα από την Πορτογαλία, την Ισπανία και την Ιταλία). Η εν λόγω Οργάνωση ιδρύθηκε το 2002 και έως και το 2017 συμμετείχε σε αυτή και η μεταποίηση επιτραπέζιας ελιάς. Ωστόσο από τις αρχές του 2018 η ΕΔΟΕ συνέχισε τη δράση της χωρίς τη συμμετοχή της στην μεταποίηση επιτραπέζιας ελιάς, εκπροσωπώντας πλέον μόνο τους θεσμικούς φορείς του ελαιολάδου¹⁶. Γενικά θα πρέπει να αναφερθεί πως η τα Μέλη της ΕΔΟΕ είναι τα εξής: η Νέα Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑΣΕΓΕΣ), ο Σύνδεσμος Αγροτικών Συνεταιριστικών Οργανώσεων και Επιχειρήσεων Ελλάδος (ΣΑΣΟΕΕ), ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Ελαιουργείων (ΠΑ.Σ.ΕΛ), ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποίησης Ελαιολάδου (ΣΕΒΙΤΕΛ) & ο Σύνδεσμος Παραγωγών και Εμπόρων Λιπασμάτων (ΣΠΕΛ)¹⁷.

Η ΕΔΟΕ έχει αναπτύξει μια ολοκληρωμένη παρέμβαση σε τομείς όπως: η διαδικασία καλλιέργειας, η συλλογή, η επεξεργασία, η τυποποίηση και φυσικά το τελικό στάδιο της εμπορίας του ελαιολάδου. Για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι η Οργάνωση, επιμελήθηκε την υλοποίηση τριετούς Προγράμματος Δραστηριοτήτων, συγκεκριμένα για τα έτη 2006-2009. Το συνολικό ποσό διάθεσης ανήλθε στα 9.334.410 ευρώ. Το εν λόγω κονδύλιο είχε εγκριθεί από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΥΠΑΑΤ), στο πλαίσιο του Κανονισμού (Ε.Κ). 2080/05, με τη συγχρηματοδότηση και της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στόχος της Οργάνωσης, ήταν

¹⁶ *Εθνική Στρατηγική για το ελαιόλαδο προτείνει η ΕΔΟΕ* (14.06.2018). Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο:

<http://www.agrotypos.gr/index.asp?mod=articles&id=109754> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

¹⁷ *Η Γενική Συνέλευση της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Ελαιολάδου* (14.06.2018). Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο:

<http://foodbusiness.gr/h-genikh-syneleysh-ths-eunikh-s-diepaggelmatikh-s-organvsh-s-elaioladoy/> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

η κατοχύρωση της ποιότητας του ελληνικού ελαιολάδου, σύμφωνα με τις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς και του καταναλωτή¹⁸.

Ακόμη, μια από τις πιο αξιοσημείωτες πρωτοβουλίες που έχει αναλάβει τα τελευταία έτη είναι η συμμετοχή στο «Πρόγραμμα Vertigeeen», που είχε ως στόχο την ανάπτυξη μιας νέας συσκευής για τον έλεγχο της παρουσίας μίας καταστροφικής ασθένειας (βερτισιλλίωση) στους ελαιώνες. Το εν λόγω πρόγραμμα είχε μια τριετή διάρκεια (2012 - 2015). Σε αυτό συμμετείχαν, μάλιστα, και θεσμικοί φορείς του ελαιοκομικού τομέα από την Ισπανία, Ιταλία και Πορτογαλία. Στο πλαίσιο του εν λόγω η ΕΔΟΕ παρουσίασε σε σχετική ενημερωτική ημερίδα εκπαιδευτικό υλικό, καθώς και οδηγίες για την αντιμετώπιση της ασθένειας¹⁹.

Πρόσφατα, οι μεγάλες οργανώσεις παραγωγών, εξαγωγέων και άλλων επαγγελματιών του ελαιολάδου στην Ελλάδα, μέσω της ΕΔΟΕ, πρότειναν, τόσο στους κρατικούς φορείς όσο και στο σύνολο του πολιτικού κόσμου, την επίτευξη μιας στοιχειώδους εθνικής συνεννόησης, συναίνεσης και συνεργασίας με απώτερο στόχο την υιοθέτηση μιας Εθνικής Στρατηγικής για τη δημιουργία ενός σταθερού περιβάλλοντος για την ελαιουργική βιομηχανία. Σκοπός της πρωτοβουλίας αυτής είναι να αυξηθούν σταδιακά οι ετήσιες εξαγωγές ελληνικού τυποποιημένου ελαιολάδου σε 100.000 τόνους από περίπου 40.000 τόνους που αποστέλλονται σήμερα στο εξωτερικό.

Η στρατηγική περιλαμβάνει ορισμένα μέτρα και διατάξεις που στοχεύουν στην αλυσίδα παραγωγής. Ένα ουσιαστικό βήμα, σύμφωνα με την οργάνωση, είναι η εφαρμογή οικονομικών κλίμακας για τη μείωση του κόστους κατά τη συγκομιδή, το

¹⁸ *Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Ελαιολάδου και Ελιάς* (10.10.2006). Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <http://www.skai.gr/news/greece/article/9730/%CE%95%CE%B8%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%94%CE%B9%CE%B5%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%B3%CE%B5%CE%BB%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%9F%CF%81%CE%B3%CE%AC%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7-%CE%95%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%95%CE%BB%CE%B9%CE%AC%CF%82/> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

¹⁹ *Η Διεπαγγελματική Ελαιολάδου οργανώνει ημερίδα για το Βερτισίλιο της ελιάς* (20.02.2015). Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <https://www.agro24.gr/agrotika/agrotikes-organoseis/i-diepaggelmatiki-elaioladoy-organonei-imerida-gia-vertitsilio-tis> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

οποίο είναι σχετικά υψηλό στην Ελλάδα σε σύγκριση με άλλες χώρες λόγω του κατακερματισμού των ελαιώνων και της παραγωγικής διαδικασίας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση οικονομικών κινήτρων όπως οι φορολογικές ελαφρύνσεις για τους παραγωγούς για τη σύσταση ενώσεων ή τη χρήση του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) της ΕΕ για τη χρηματοδότηση των συγχωνεύσεων και τη δημιουργία ομάδων παραγωγών και εξαγωγέων.

Το κόστος ενισχύεται, επίσης, στα ελαιοτριβεία, όπου οι παραγωγοί συνήθως ζητούν τη χωριστή επεξεργασία των καλλιεργειών τους. Αυτό σημαίνει ότι απαιτείται περισσότερος χρόνος και ενέργεια για την επεξεργασία των ελιών, συνεπώς μια αλλαγή στη νοοτροπία των παραγωγών είναι απαραίτητη για την επιτάχυνση της διαδικασίας. Προτείνεται επίσης ότι, σε συνεργασία με το κράτος, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα απλοποιημένο και εκσυγχρονισμένο νομοθετικό πλαίσιο για την κατασκευή και λειτουργία ελαιοτριβείων, μονάδων εμφιάλωσης και μονάδων εξευγενισμού ελαίων (ραφιναρία). Επιπλέον, είναι ουσιαστικής σημασίας ένας αποτελεσματικός τρόπος διαχείρισης των αποβλήτων που παράγονται στα ελαιοτριβεία, καθώς και προβλέψεις για την επιτυχή αξιοποίηση των υδάτινων πόρων με την κατασκευή φραγμάτων και συστημάτων άρδευσης, όπου απαιτείται.

Όσον αφορά την προώθηση και την πώληση ελαιολάδου, προτείνεται η επανεκτίμηση όλων των ετικετών Προστατευόμενου Προορισμού Προέλευσης (ΠΟΠ) για τον εντοπισμό πιθανών αδυναμιών και την περαιτέρω ενίσχυση του προϊόντος. Διαπιστώνεται, επίσης, ότι η εσωτερική αγορά ελαιολάδου είναι καλά οργανωμένη και ότι πρέπει να αναπτυχθούν επιθετικά νέες αγορές στο εξωτερικό. Είναι αξιοσημείωτο ότι κατά τη διάρκεια των οκτώ ετών ύφεσης ο τομέας κατάφερε να αυξήσει τις εξαγωγές εμφιαλωμένου ελαιολάδου, φθάνοντας τους 40.000 τόνους ετησίως, από 15.000 τόνους πριν από την εμφάνιση της χρηματοπιστωτικής κρίσης.

Σημαντικό στοιχείο της στρατηγικής είναι ένας φόρος υπέρ τρίτων, ο οποίος προτείνεται να επιβληθεί σε όλους τους επαγγελματίες στον τομέα του ελαιολάδου, ώστε να εξασφαλιστεί ότι υπάρχει επαρκής χρηματοδότηση για τη στήριξη του τομέα και την προώθηση του ελληνικού ελαιολάδου. Το καθεστώς αυτό έχει ήδη εφαρμοστεί στην Ισπανία και πρόσφατα στην Τυνησία, όπου στην περίπτωση της Ισπανίας ο φόρος ανέρχεται σε 6 € ανά τόνο ελαιολάδου, επιστρέφοντας, ως χρηματοδότηση, συνολικά πάνω από 6 εκατομμύρια ευρώ ετησίως στους

οργανισμούς και τις ενώσεις ελαιολάδου. Σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες του τομέα, ο φόρος μπορεί να φτάσει τα € 1 ή € 2 ανά τόνο για όλους όσους εμπλέκονται στον κύκλο του ελαιολάδου, όπως οι καλλιεργητές, οι παραγωγοί, οι ιδιοκτήτες ελαιοτριβείων, οι έμποροι και οι εξαγωγείς. Αυτό θα σήμαινε ότι συνολικά μεταξύ 200.000 € και 400.000 € θα επιστρέφονταν κάθε χρόνο στην Οργάνωση ως οικονομικός πόρος.

Εκτός από την προτεινόμενη εθνική στρατηγική, η οργάνωση όρισε ως πρώτη της προτεραιότητα την παρακολούθηση και καταγραφή του μεγέθους, των σχετικών ποσοτήτων και των προβλημάτων όλων των κλάδων στον χώρο της ελαιοκομίας. Σύμφωνα με τον επικεφαλής της ΕΔΟΕ, Μανώλη Γιαννούλη, υπάρχει πλήρης έλλειψη στοιχείων στην Ελλάδα για την παραγωγή ελαιολάδου, τις πωλήσεις, τις εξαγωγές, τα αποθέματα και πολλά άλλα. Οι Ισπανοί έχουν διαθέσιμα δεδομένα και τα ενημερώνουν κάθε μήνα. Γνωρίζοντας το επόμενο μέγεθος καλλιεργειών τους κατάφεραν να δημιουργήσουν ένα χρηματιστήριο ελαιολάδου και να υπογράψουν συμβόλαια. Η τακτική αυτή μπορεί να εφαρμοστεί και στην Ελλάδα, καθώς υπάρχουν φορείς που είναι σε θέση να κάνουν την καταγραφή αυτή.

Ένα άλλο μεγάλο ζήτημα είναι το ελαιόλαδο που πωλείται χύμα στη χώρα, συνήθως σε συσκευασίες των 17 λίτρων (τενεκέδες). Σύμφωνα με τον Γιαννούλη: "Όλοι μιλάνε για το ελαιόλαδο που εστάλη στην Ιταλία χύμα, αλλά κανείς δεν λέει τίποτα για το χύμα ελαιόλαδο σε κουτιά που πωλούνται στο εσωτερικό της χώρας". Ακόμη και η νέα εντολή, που απαιτεί ότι μόνο εμφιαλωμένο ελαιόλαδο σερβίρεται σε εστιατόρια, δεν εφαρμόζονται επαρκώς. Τέλος, η οργάνωση επισημαίνει το πρόβλημα της νοθείας. Πριν από πέντε χρόνια σε έρευνα που πραγματοποίησε η οργάνωση σε συνεργασία με τον ΣΕΒΙΤΕΛ με τον ΕΦΕΤ (Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων) έδειξε ότι 40 τοις εκατό του ελαιολάδου που πωλείται σε τενεκέδες ήταν νοθευμένα και το 30 τοις εκατό δεν ήταν εξαιρετικά παρθένο, ακόμη και αν πωλήθηκε ως εξαιρετικό παρθένο.²⁰

²⁰ Vasilopoulos, C. (31.07.2018). *Greek Trade Group Proposes National Strategy for Olive Oil* *The National Interbranch Olive Oil Association unveiled a strategy to create a stable environment and boost exports*. Full text available at the official Olive Oil Times Site at the following link: <https://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/europe/greek-trade-group-proposes-national-strategy-for-olive-oil/63946> [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

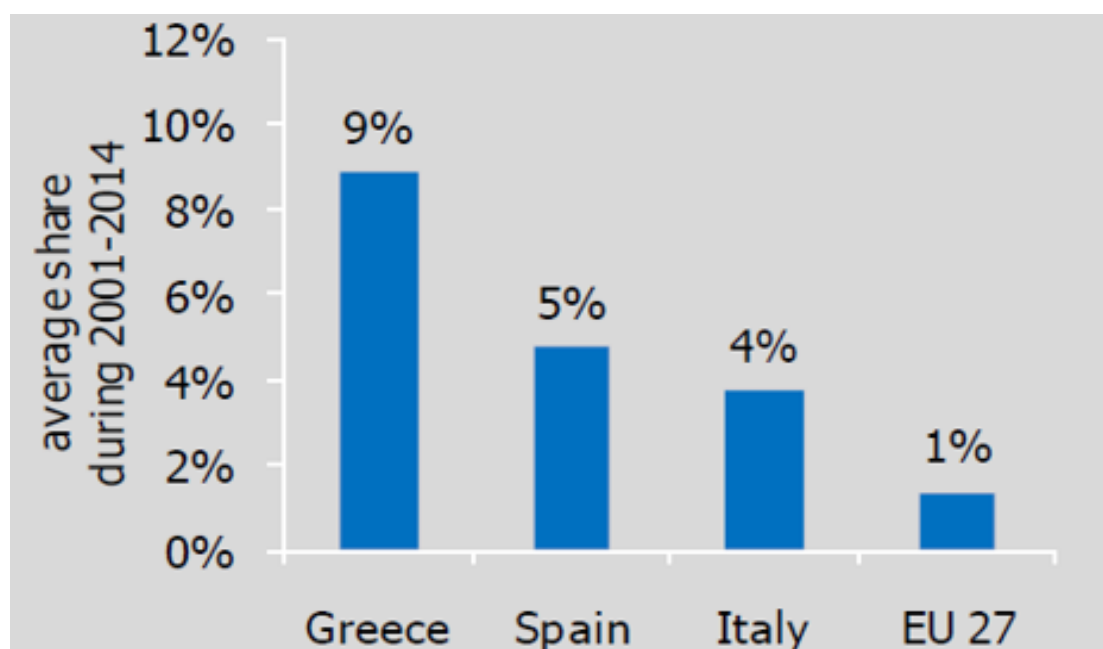
Κεφάλαιο 2^ο

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

2.1 Παραγωγή ελαιολάδου

Ένα από τα κυρίαρχα προϊόντα του γεωργικού τομέα της Ελλάδος είναι το ελαιόλαδο, το οποίο καλύπτει το 9% της συνολικής αξίας της αγροτικής παραγωγής, ενώ στην Ευρώπη καλύπτει μόλις το 1%.

Γράφημα 1: Μερίδιο παραγωγής ελαιολάδου επί του συνόλου της αγροτικής παραγωγής (2001-2014)

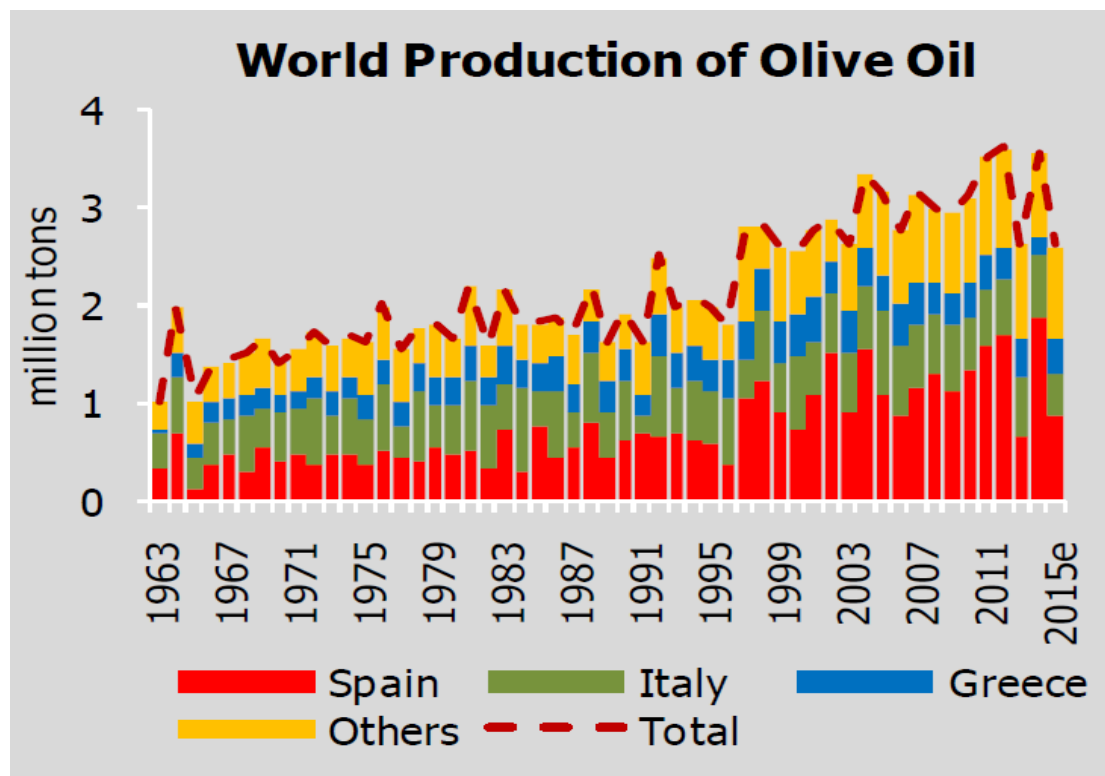


Πηγή: National Bank of Greece (NBG)

Η Ελλάδα κατέχει την τρίτη θέση στην παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου με ποσοστό 11% της συνολικής παραγωγής, μετά την Ισπανία με 40% και την Ιταλία με 14%. Το 80% του ελαιόλαδου της Ελλάδος είναι εξαιρετικά παρθένο, σε αντίθεση με 65% της Ιταλίας και μόλις 30% της Ισπανίας, συνεπώς το ελληνικό ελαιόλαδο θεωρείται ανώτερης ποιότητας.²¹

²¹ *Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand*, Athens: National Bank of Greece, p.1,

Γράφημα 2: Παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου για τα έτη 1963 – 2015 (σε χιλιάδες τόνους)



Πηγή: National Bank of Greece (NBG)

Η Ισπανία είναι ο αδιαμφισβήτητος ηγέτης, κατευθύνοντας έτσι σε μεγάλο βαθμό την εξέλιξη της παγκόσμιας παραγωγής. Συγκεκριμένα, με την εισαγωγή νέων τεχνικών στην ελαιοκαλλιέργεια, η Ισπανία κατόρθωσε να διπλασιάσει την παραγωγή ελαιολάδου από 0,6 εκατομμύρια τόνους το 1990 σε 1,2 εκατομμύρια τόνους το 2014, ποσό που αντιστοιχεί στο ήμισυ της αύξησης της παγκόσμιας παραγωγής κατά την περίοδο αυτή.

Περίπου το 95% της παγκόσμιας παραγωγής ελαιολάδου προέρχεται από την Μεσογειακή λεκάνη, όπου το κλίμα είναι ευνοϊκό, και το 75% από Ευρωπαϊκές χώρες. Εκτός από την Ευρώπη, το Μαγκρέμπ (Μαρόκο, Αλγερία και Τυνησία) και η Τουρκία είναι επίσης σημαντικοί παραγωγοί ελαιολάδου.²² Πιο συγκεκριμένα, παραγωγοί όπως η Τουρκία, η Τυνησία, το Μαρόκο και η Συρία σχεδόν διπλασίασαν

²² Ζουκίδου, Κ. (2010). *Ενδοκλαδική ανάλυση εμπορίου ελαιολάδου και επιτραπέζιας ελιάς*, Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, σελ. 66.

την παραγωγή τους κατά την περίοδο 1990-2014, αυξάνοντας το μερίδιο αγοράς τους στην παγκόσμια παραγωγή από 25% σε 35%.

Η Ελλάδα, με μέσο ετήσιο ρυθμό ελαιοπαραγωγής περίπου 0,3 εκατομμυρίων τόνων, συνείσφερε περίπου 0,4% στο ΑΕΠ (ή 750 εκατ. Ευρώ) ετησίως κατά τη διάρκεια των ετών 2009-2014, σε σύγκριση με 0,3% στην Ισπανία και 0,1% στην Ιταλία. Η παραγωγή ελαιολάδου στον κόσμο αυξήθηκε σημαντικά (περίπου 90%) τα τελευταία 25 χρόνια. Ενώ οι τρεις πρώτοι (Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα) συνεχίζουν να απορροφούν περίπου το ½ της παγκόσμιας κατανάλωσης ελαιολάδου, η αυξημένη παραγωγή απορροφήθηκε κυρίως από χώρες μη παραγωγούς, των οποίων η ζήτηση υπερδιπλασιάστηκε λόγω της αυξανόμενης συνειδητοποίησης των οφελών για την υγεία που προσφέρει το ελαιόλαδο σε σχέση με άλλα φυτικά έλαια.

Πέρα από τη γενικότερη αυξητική τάση, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις ανά περίοδο συγκομιδής, κυρίως λόγω των καιρικών συνθηκών. Πράγματι, ο όγκος των παγκόσμιων πωλήσεων ελαιολάδου σημείωσε σημαντική πτώση το 2013 (28%) λόγω της μεγάλης ξηρασίας στη νότια Ισπανία το προηγούμενο έτος. Οι πωλήσεις του ελληνικού ελαιόλαδου μειώθηκαν σημαντικά κάτω από το μέσο όρο των 25 ετών το 2014 (0,13 εκατ. τόνους σε σύγκριση με 0,35 εκατ. τόνους κατά την περίοδο 1990-2013), λόγω των ακραίων καιρικών συνθηκών στην Ελλάδα το προηγούμενο έτος.²³

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημάνουμε ότι τα επίπεδα παραγωγής αναφέρονται στο έτος πώλησης (εγχώρια πώληση ή εξαγωγή), που είναι ένα έτος μετά τη συγκομιδή (οι περισσότερες ποσότητες συλλέγονται κατά τους τελευταίους μήνες κάθε ημερολογιακού έτους).

Κατά τη διάρκεια αυτής της αύξησης της παγκόσμιας ζήτησης για ελαιόλαδο, η Ελλάδα δεν κατάφερε να εκμεταλλευτεί το συγκριτικό πλεονέκτημα της όσον αφορά την ποιότητα. Αντίθετα, η παραγωγή παρέμεινε χαμηλή (με πτωτική τάση τα έτη 2009-2014), προκαλώντας μείωση του ελληνικού μεριδίου αγοράς στην παγκόσμια παραγωγή από 19% το 1990 σε 11% το 2014²⁴.

²³ *Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand*, Athens: National Bank of Greece, p.1,3.

²⁴ *Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand*, Athens: National Bank of Greece, p.1.

Πίνακας 3: Παραγωγή ελαιόλαδου στην Ελλάδα (2013-2019) (σε χιλιάδες τόνους)

2013/14	132
2014/15	300
2015/16	320
2016/17	195
2017/18	346
2018/19	225

Πηγή: Zolichova, L. (29.11.2018). *Market Situation in the Olive Oil and Table Olives Sectors*. Brussels: European Commission

Στον προηγούμενο πίνακα παρατίθενται και οι πιο πρόσφατες τιμές για την παραγωγή ελαιόλαδου στην Ελλάδα με βάση την πιο πρόσφατη έρευνα της Committee for the Common Organization of the Agricultural Markets που λειτουργεί υπό τον άμεσο έλεγχο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το Νοέμβριο του 2018²⁵.

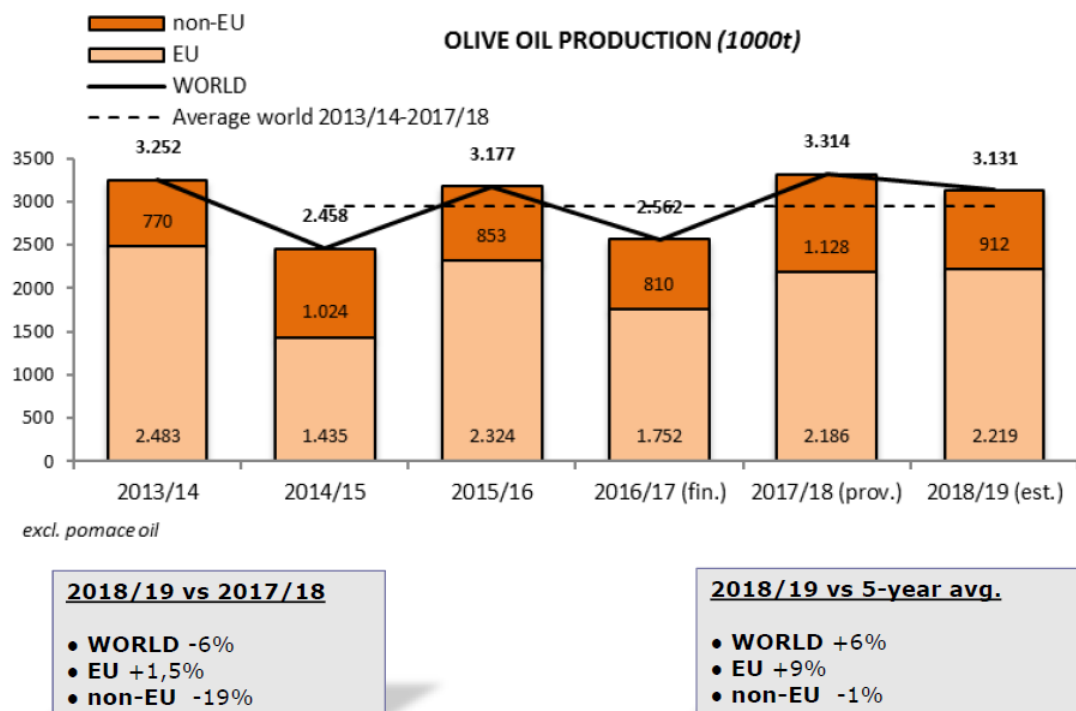
Παρατηρούμε ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχουν αυξομειώσεις στην παραγωγή, με το έτος 2013/14 να σημειώνεται η μικρότερη ετήσια παραγωγή των τελευταίων χρόνων ενώ το 2018 έως και τη στιγμή που διεξήχθη η έρευνα, φαίνεται η παραγωγή να ανακάμπτει και να φτάνει τα επίπεδα του 2012.

Το κάτωθι διάγραμμα δείχνει πώς εξελίχθηκε η παραγωγή τα έτη 2012-2018 (παραγωγή σε χιλ. τόνους). Συγκεκριμένα, απεικονίζονται η παγκόσμια παραγωγή, η παραγωγή της Ευρώπης και η παραγωγή των χωρών εκτός Ευρώπης²⁶. Από νεότερα στοιχεία λαμβάνουμε και μία εκτίμηση για το έτος 2018/2019, από τη συλλογή των δεδομένων της έως τώρα παραγωγής σε συνάρτηση με λογικές εκτιμήσεις. Οι εκτιμήσεις αυτές συμπεριλαμβάνονται στα γραφήματα που ακολουθούν.

²⁵ Zolichova, L. (29.11.2018). *Market Situation in the Olive Oil and Table Olives Sectors*. Brussels: European Commission, page 4.

²⁶ Zolichova, L., (29.11.2018). *Market Situation in the Olive Oil and Table Olives Sectors*. Brussels: European Commission, page 3

Γράφημα 3: Παραγωγή ελαιόλαδου σε πανευρωπαϊκή και παγκόσμια κλίμακα (2013-2018) (σε χιλιάδες τόνους)



Πηγή: European Commission

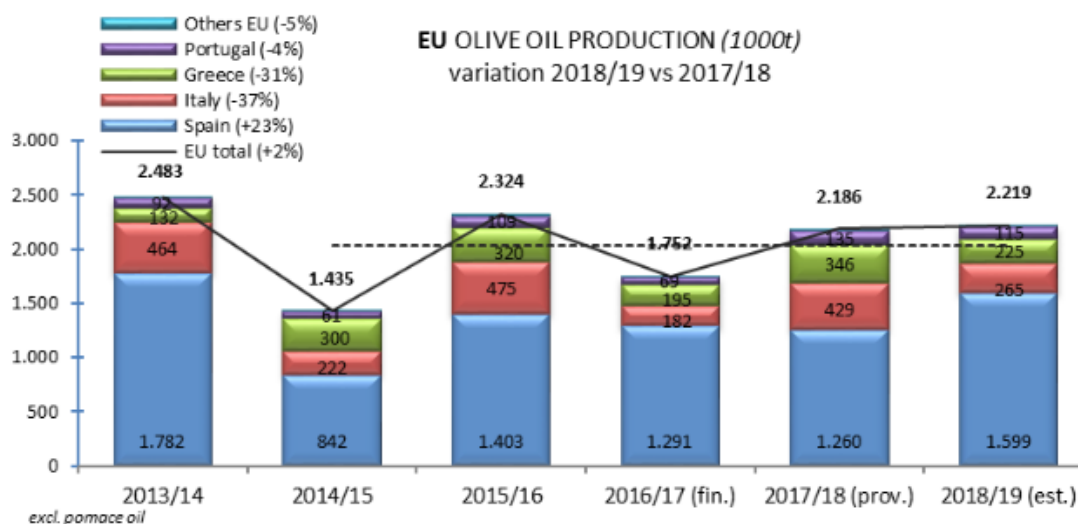
Η παραγωγή της Ευρώπης για το 2018/19 αναμένεται να αυξηθεί από 2.186 χιλ. τόνους σε 2.219 χιλ. τόνους σε σύγκριση με το 2017/18. Αντιθέτως στην παραγωγή των χωρών εκτός Ευρώπης αναμένεται αξιοσημείωτη μείωση της τάξεως του 19%, μειώνοντας έτσι την παγκόσμια παραγωγή κατά 6% (από 3.314 σε 3.131 χιλ. τόνους).

Όσον αφορά τη συνολική παραγωγή για το έτος 2018/19 σε σχέση με το μέσο όρο της πενταετίας που προηγήθηκε, η Ευρώπη, αναμένεται να παρουσιάσει θετική εικόνα με αύξηση 9%. Το ίδιο και η παγκόσμια παραγωγή με αύξηση 6%. ενώ οι χώρες εκτός Ε.Ε. παρουσιάζουν μία μικρή μείωση (1%).

Παρατηρούμε ότι αν και οι Ευρωπαϊκές χώρες κατέχουν σταθερά την πρωτιά στον τομέα του ελαιολάδου, ωστόσο έχουν αρχίσει και συμμετέχουν και περισσότεροι «παίκτες» στον κλάδο αυτό, από χώρες εκτός Ευρώπης.

Στη συνέχεια βλέπουμε πιο συγκεκριμένα την εξέλιξη της παραγωγής για τις τέσσερις κυριότερες χώρες, οι οποίες είναι κατά σειρά: Ισπανία, Ιταλία, Ελλάδα και ακολουθεί η Πορτογαλία.

Γράφημα 4: Παραγωγή ελαιόλαδου από χώρες Ε.Ε. (2013-2019). Διακύμανση της παραγωγής του έτους 2018/19 εν συγκρίσει με το έτος 2017/18 (σε χιλιάδες τόνους)



EU production in 2018/19 **9% above** 5-year average

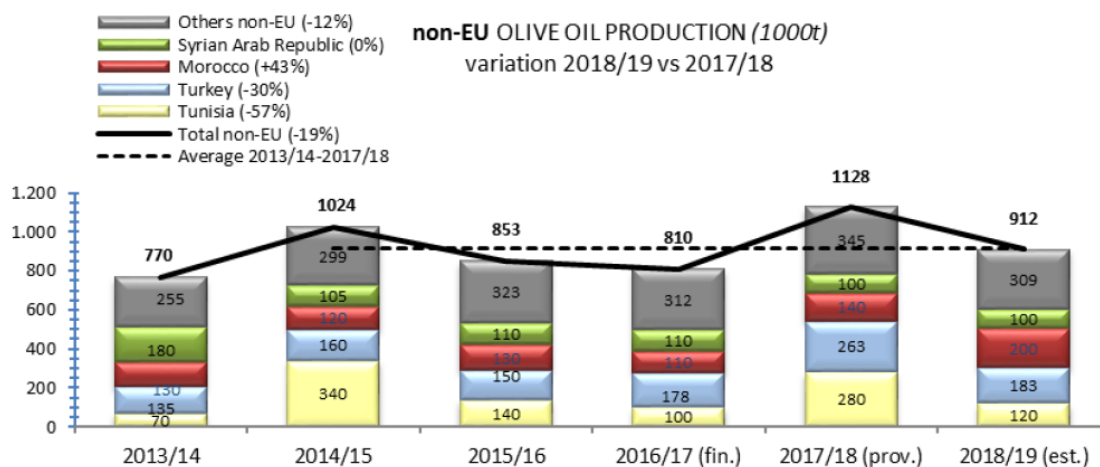
Πηγή: Διεθνές Συμβούλιο Ελαιόλαδου

*

Βλέπουμε ότι η παραγωγή της Ελλάδας εμφανίζεται αρκετά μειωμένη κάποια έτη, όπως για παράδειγμα το 2016/17 (μόλις 195 χιλ. τόνους), όμως η παραγωγή που ακολούθησε το έτος 2017/218 ήταν αυξημένη κατά 77%.

Η παραγωγή της Ισπανίας αναμένεται να αυξηθεί κατά 23%. Στον αντίποδα βρίσκεται η παραγωγή της Ιταλίας, της Ελλάδας και της Πορτογαλίας η οποία εκτιμάται ότι θα μειωθεί κατά 37%, 31% και 4% αντίστοιχα, καθώς και η παραγωγή των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών με μείωση 5%. Συνολικά, η παραγωγή στην Ευρώπη εκτιμάται ότι θα αυξηθεί κατά 2%, με συνέπεια να είναι, με ποσοστό 9%, υψηλότερα από το μέσο όρο των 5 τελευταίων ετών.

Γράφημα 5: Παραγωγή ελαιόλαδου από χώρες εκτός Ε.Ε. (2013 – 2018)²⁹. Διακύμανση της παραγωγής του έτους 2018-2019 εν συγκρίσει με το έτος 2017-2018 (σε χιλιάδες τόνους)



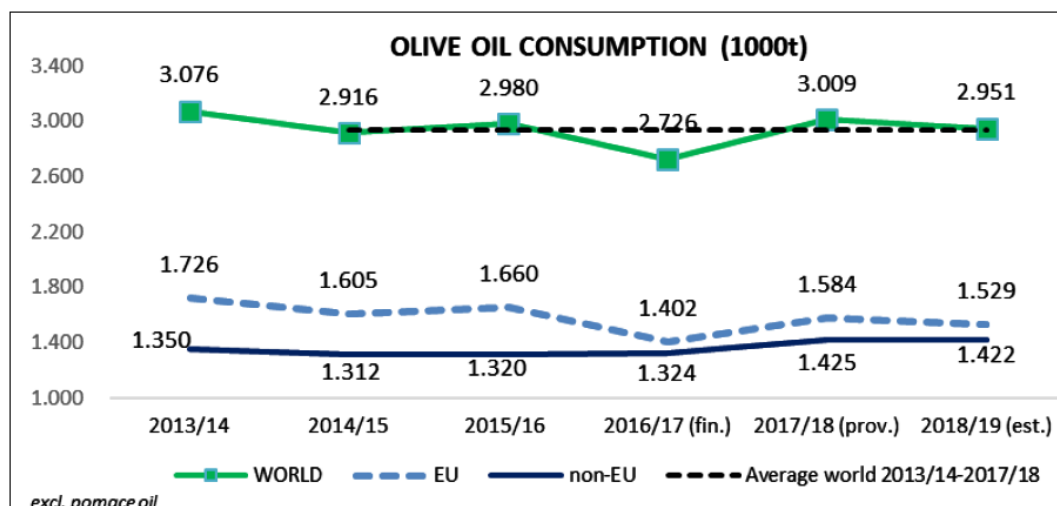
Πηγή: European Commission

Για σκοπούς σύγκρισης παρατίθεται και το διάγραμμα με την πορεία της παραγωγής των τελευταίων χρόνων καθώς και εκτίμησή της για το επόμενο έτος, των χωρών εκτός Ευρώπης. Η συνολική παραγωγή των χωρών εκτός Ευρώπης αναμένεται να μειωθεί αισθητά κατά 19%, με την Τυνησία και την Τουρκία να παρουσιάζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά μείωσης (57% και 30% αντίστοιχα).

2.2 Εξέλιξη κατανάλωσης

Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε την παγκόσμια κατανάλωση ελαιόλαδου κατά τα τελευταία χρόνια και τον διαχωρισμό της σε χώρες εντός και εκτός ευρωπαϊκής ένωσης.

Διάγραμμα 1: Κατανάλωση ελαιόλαδου (2009-2018) (σε χιλιάδες τόνους)



2018/19 vs 5-year avg.

- **WORLD** 0%
- **EU** -4%
- **non-EU** +6%

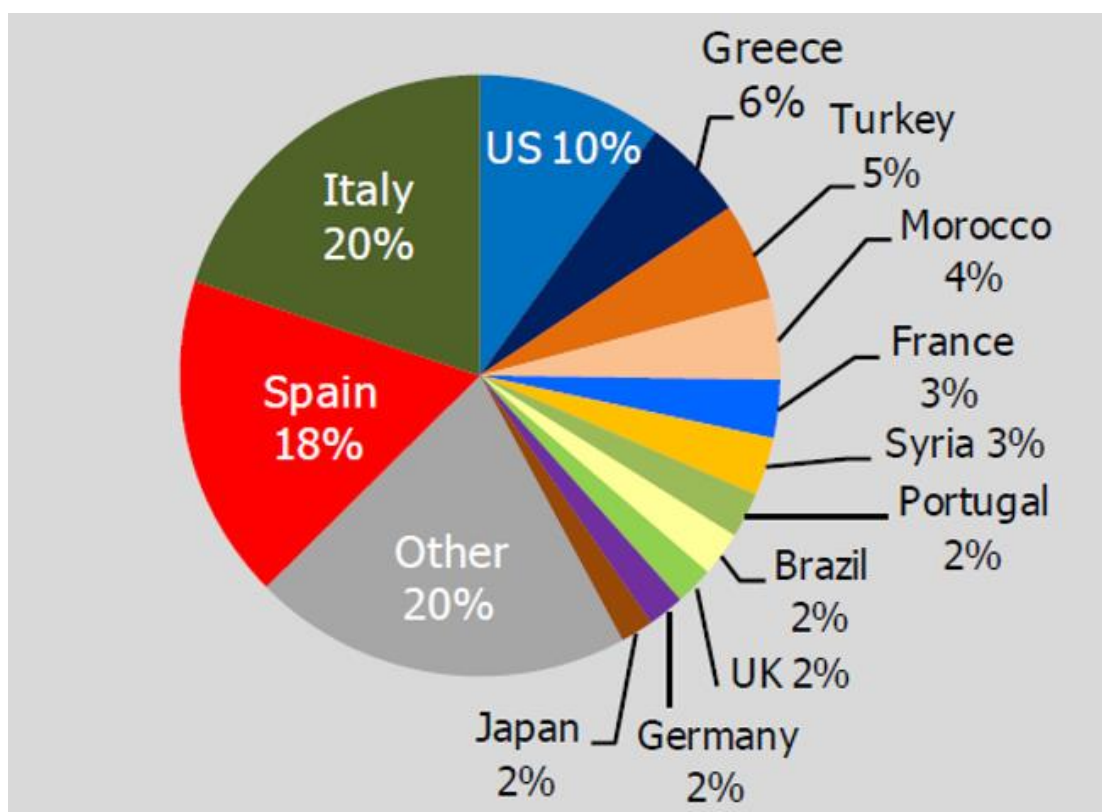
Πηγή: European Commission

Σε σχέση με το μέσο όρο της προηγούμενης πενταετίας, η κατανάλωση του ελαιόλαδου στην Ευρώπη για το 2018 είναι μικρότερη κατά 4%, ενώ η παγκόσμια κατανάλωση κινείται στο ίδιο επίπεδο. Αξίζει να σημειωθεί ότι η κατανάλωση ελαιόλαδου σε χώρες εκτός E.E είναι αυξημένη κατά 6%.

Όσον αφορά την κατανάλωση ελαιόλαδου το έτος 2018/19 σε σχέση με το έτος 2017/18, αυτή προβλέπεται να μειωθεί, τόσο παγκοσμίως όσο και εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, από 3.009 χιλ. τόνους σε 2.951 τόνους και από 1.584 τόνους σε 1.529 τόνους αντίστοιχα. Στον αντίποδα η κατανάλωση ελαιόλαδου σε χώρες εκτός E.E θα αυξηθεί.²⁷

²⁷ Zolichova, L., (29.11.2018). *Market Situation in the Olive Oil and Table Olives Sectors*. Brussels: European Commission, page 6

Γράφημα 6: Παγκόσμια κατανάλωση ελαιόλαδου το έτος 2014



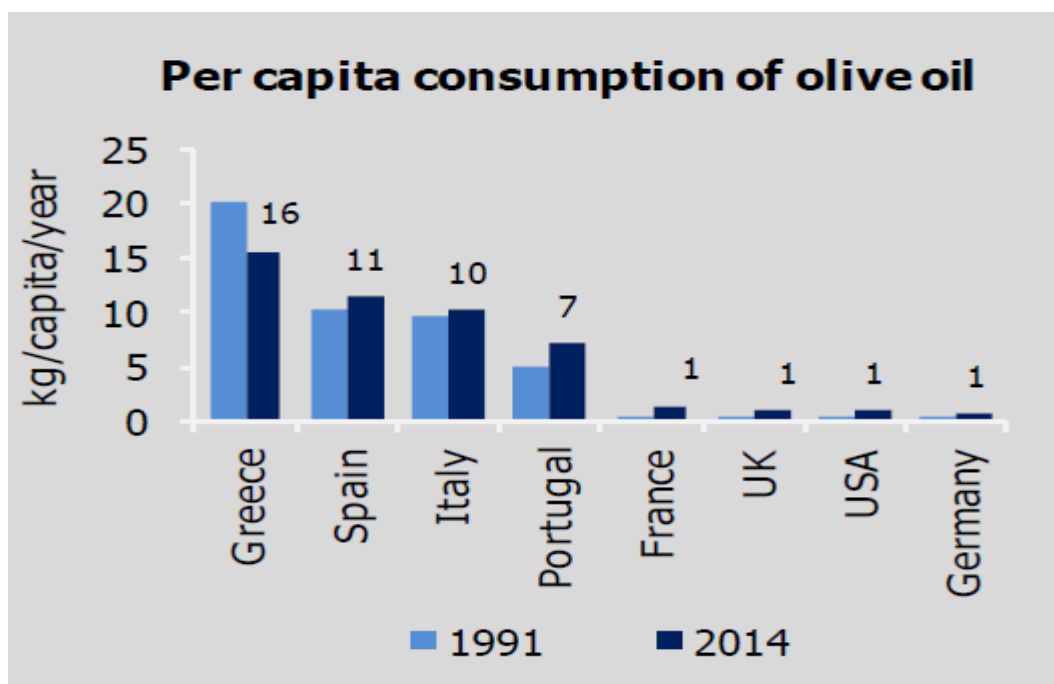
Πηγή: National Bank of Greece (NBG)

Οι κύριες χώρες παραγωγοί καταναλώνουν τη μεγαλύτερη ποσότητα της παραγωγής ελαιολάδου. Πιο αναλυτικά, περίπου το 45% της παγκόσμιας κατανάλωσης απορροφάται από τους τρεις κύριους παραγωγούς, όπου συναντάται και η υψηλότερη κατανάλωση ελαιόλαδου ανά κάτοικο, περίπου 10-12 κιλά ετησίως σε σύγκριση με 2,5 κιλά κατά μέσο όρο σε άλλες χώρες. Στις χώρες αυτές, το ελαιόλαδο υποκαθίσταται από φυτικά έλαια όπως το σογιέλαιο ή το ηλιέλαιο, που έχουν χαμηλότερη θρεπτική αξία αλλά είναι διαθέσιμα σε λιγότερο από το ένα τέταρτο της τιμής του ελαιολάδου. Η κύρια αγορά καταναλωτής, εκτός της λεκάνης της Μεσογείου, είναι οι ΗΠΑ, απορροφώντας περίπου το 10% της παγκόσμιας κατανάλωσης (που, ωστόσο, είναι ισοδύναμο με σημαντικά λιγότερο από 1 κιλό κατά κεφαλήν ετησίως).

Παρόλο που η κατανάλωση διατηρείται συγκεντρωμένη στις χώρες παραγωγούς, νέες αγορές αναδύονται και επιδεικνύουν ισχυρή ζήτηση. Ουσιαστικά, οι χώρες αυτές κατείχαν το μεγαλύτερο μερίδιο της αύξησης της παγκόσμιας κατανάλωσης σε ελαιόλαδο κατά την περίοδο 1990-2014. Συγκεκριμένα το επίπεδο

κατανάλωσης στις εν λόγω χώρες υπερδιπλασιάστηκε. Αυτό υποδεικνύει πως οι καταναλωτές στις χώρες αυτές σταδιακά εξοικειώνονται περισσότερο τόσο με το ίδιο το προϊόν του ελαιόλαδου, όσο και με τις ευεργετικές για την υγεία ιδιότητες του. Καθώς η κατανάλωση στις κορεσμένες αγορές των κυριότερων παραγωγών παρέμεινε σχετικά σταθερή, η συμβολή τους στην παγκόσμια κατανάλωση μειώθηκε από 70% το 1990 σε 45% το 2014.

Γράφημα 7: Κατά κεφαλήν κατανάλωση στις χώρες με τη μεγαλύτερη παγκόσμια κατανάλωση ελαιόλαδου (1991 & 2014)




Πηγή: National Bank of Greece (NBG)

Παρατηρούμε ότι για όλες τις εξεταζόμενες χώρες, η κατά κεφαλήν κατανάλωση αυξήθηκε, εκτός από την Ελλάδα, όπου η μειώθηκε. Αν και η Ελλάδα διατηρεί υψηλά επίπεδα κατά κεφαλήν κατανάλωσης ελαιόλαδου, η κατανάλωση αυτή μειώνεται συνεχώς, φτάνοντας τα 16 κιλά κατά κεφαλήν το 2014 από 20 κιλά κατά κεφαλήν το 1990 (σε σύγκριση με περίπου 11 κιλά κατά κεφαλήν στην Ισπανία και την Ιταλία). Το ελαιόλαδο έχει αντικατασταθεί από άλλα φθηνότερα φυτικά έλαια, που καλύπτουν το 55% της συνολικής κατανάλωσης φυτικού ελαίου στην Ελλάδα το 2014 σε σύγκριση με 10% το 1980.²⁸

²⁸ *Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand*, Athens: National Bank of Greece, p.2-3

Σύμφωνα με στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου (International Olive Council) η Ελλάδα καταλαμβάνει πανευρωπαϊκά την τρίτη θέση ακολουθώντας την Ιταλία και την Ισπανία, αλλά με σαφώς χαμηλότερα επίπεδα κατανάλωσης από αυτές (κυρίως ένεκα της μικρότερης πληθυσμιακής σύστασης). Συγκεκριμένα σύμφωνα με τον Πίνακα που παρατίθεται:

Πίνακας 4: Πανευρωπαϊκή κατανάλωση ελαιόλαδου (2010-2019) σε χιλιάδες τόνους

		CONSUMPTION (1,000 tonnes)										
		2010/11	2011/12	2012/13	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19
		(21)	(22)	(23)	(22)	(23)	(24)	(25)	(26)	(27)	(28)	(29)
												
Chypre	Cyprus	6,5	6,3	6,0	6,3	6,0	6,3	6,3	6,2	6,3	6,3	6,3
Croatie	Croatia						7,1	4,5	7,8	7,9	7,0	7,0
Espagne	Spain	554,2	574,0	486,9	574,0	486,9	524,8	492,2	494,5	442,9	475,1	525,0
France	France	112,8	112,0	113,1	112,0	113,1	110,6	106,0	113,4	109,0	113,0	81,0
Grèce	Greece	227,5	200,0	180,0	200,0	180,0	140,0	130,0	140,0	105,0	130,0	130,0
Italie	Italy	660,0	610,0	550,0	610,0	550,0	641,1	571,7	598,1	438,9	566,1	500,0
Malte	Malta	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	1,3	1,0	1,0	0,8	1,0	1,0
Portugal	Portugal	82,0	78,0	74,0	78,0	74,0	75,0	70,0	70,0	70,0	75,0	75,0
Slovénie	Slovenia	2,1	1,9	1,9	1,9	1,9	2,3	2,0	2,0	2,1	2,0	2,1
TOTAL A)		1.645,7	1.582,9	1.412,6	1.582,9	1.412,6	1.508,5	1.383,7	1.433,0	1.182,9	1.375,5	1.327,4
Allemagne 1)	Germany 1)	58,8	61,0	60,5	61,0	60,5	66,0	64,2	62,7	60,9	64,2	62,4
Autriche	Austria	8,7	9,2	8,0	9,2	8,0	8,7	9,4	8,8	9,1	8,9	7,6
Belgique	Belgium	13,7	13,4	13,8	13,4	13,8	15,4	14,9	16,7	14,4	15,9	14,5
Bulgarie	Bulgaria	1,3	1,9	2,0	1,9	2,0	2,8	2,2	2,6	2,3	0,6	0,6
Danemark	Denmark	5,9	4,8	5,8	4,8	5,8	6,7	5,8	6,4	5,3	4,6	4,6
Estonie	Estonia	0,4	0,6	0,5	0,6	0,5	0,7	0,7	0,6	0,8	0,3	0,3
Finlande	Finland	2,4	2,7	2,9	2,7	2,9	4,0	3,4	3,5	2,9	2,6	2,6
Hongrie	Hungary	2,5	2,1	2,2	2,1	2,2	2,7	2,3	2,8	2,4	1,4	1,4
Irlande	Ireland	6,3	4,8	5,8	4,8	5,8	6,4	6,1	5,6	4,5	5,4	6,0
Lettonie	Latvia	1,5	1,6	1,5	1,6	1,5	1,2	0,6	1,6	1,5	1,2	1,2
Lithuanie	Lithuania	1,0	0,8	1,1	0,8	1,1	1,2	1,2	1,1	0,8	0,1	0,1
Luxembourg	Luxembourg	1,2	1,4	3,0	1,4	3,0	1,8	1,7	1,6	1,5	4,0	2,9
Pays-Bas	Netherlands	16,3	14,6	14,4	14,6	14,4	13,9	13,3	14,6	15,5	14,0	13,6
Pologne	Poland	9,6	10,4	7,9	10,4	7,9	8,0	7,8	7,4	6,7	9,9	10,4
Rép. Tchèque	Czech. Rep.	6,1	5,0	4,0	5,0	4,0	6,3	10,0	10,3	6,8	5,6	5,6
Roumanie	Romania	5,7	3,7	3,5	3,7	3,5	3,6	3,2	3,6	3,1	1,2	1,2
Royaume-Uni	United King.	69,5	59,2	62,0	59,2	62,0	61,3	62,9	66,1	69,6	61,7	60,5
Slovaquie	Slovakia	1,8	1,8	1,6	1,8	1,6	1,7	1,6	1,8	1,6	0,2	0,2
Suède	Sweden	8,1	8,4	8,3	8,4	8,3	10,0	9,7	10,6	9,6	6,2	6,2
UEBL	E. B. L. U.											
TOTAL B)		220,8	207,4	208,8	207,4	208,8	222,4	221,0	227,4	219,3	208,0	201,9
TOTAL A + B		1866,5	1.790,3	1.621,4	1.790,3	1.621,4	1.730,9	1.604,7	1.660,4	1.402,2	1.583,5	1.529,3

Πηγή: International Olive Oil Council (2018)

[Τελευταία θέαση: 05.02.2019] Τα εν λόγω στοιχεία έχουν επεξεργαστεί από καθώς ο αρχικός πίνακας εμπεριείχε στοιχεία από το 1990 και έπειτα.]

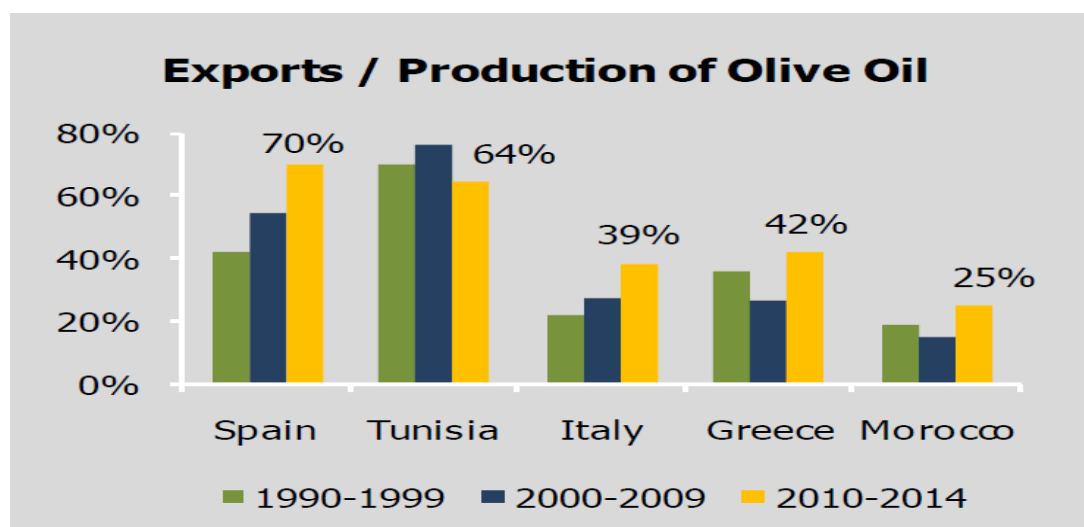
Διαφαίνεται πως για το έτος 2017-2018 η κατανάλωση στην Ισπανία ήταν 475 χιλιάδες τόνοι, στην Ιταλία ήταν 566 χιλιάδες τόνοι και στην Ελλάδα ήταν 130 χιλιάδες τόνοι. Την περίοδο 2018-2019 (σύμφωνα με προβλέψεις καθώς δεν υπάρχουν ακόμη συγκεντρωτικά στοιχεία για το εν λόγω διάστημα) η κατανάλωση στην Ισπανία ήταν 525 χιλιάδες τόνοι, στην Ιταλία ήταν 500 χιλιάδες τόνοι και στην Ελλάδα ήταν 130 χιλιάδες τόνοι.

2.3 Εξέλιξη εξαγωγών

Η Ελλάδα, η Ισπανία και η Ιταλία εκτός από μεγαλύτερες χώρες παραγωγοί ελαιολάδου παγκοσμίως είναι επίσης και οι κυριότερες εξαγωγικές παγκοσμίως. Οι παγκόσμιες εξαγωγές ελαιολάδου υπερδιπλασιάστηκαν από 0,7 εκατομμύρια τόνους το 1990 σε 1,8 εκατομμύρια τόνους το 2014, καθώς υπήρξε αυξημένη παραγωγή η οποία κατευθύνθηκε κυρίως προς νέες αγορές. Δεδομένου ότι η πρόσθετη παραγωγή αυτή προέρχονταν κυρίως από την Ισπανία, ο εξαγωγικός της προσανατολισμός ενισχύθηκε σημαντικά, εξάγοντας το 70% της παραγωγής της τα έτη 2010-2014 έναντι 40% κατά τη δεκαετία του 1990. (Γράφημα 8)

Από την αυξημένη ισπανική παραγωγή επωφελήθηκε και η Ιταλία. Πράγματι, οι ιταλικές εταιρείες παραγωγής ελαιολάδου παραδοσιακά εισάγουν ελαιόλαδο χύμα από διαφορετικές προελεύσεις, ποιότητες και προδιαγραφές και έπειτα τα αναμειγνύουν για να παράγουν ένα τυποποιημένο επώνυμο προϊόν που στη συνέχεια επανεξάγεται στις διεθνείς αγορές για τελική κατανάλωση. Αυτές οι μεγάλες πολυεθνικές έχουν χρησιμοποιήσει αυτήν τη στρατηγική για να κυριαρχήσουν στη διεθνή αγορά επώνυμου ελαιολάδου, συνδυάζοντας: i) μεγάλες ποσότητες (κυρίως από την Ισπανία), ii) εξαιρετική ποιότητα (κυρίως από ελληνικό και ιταλικό ελαιόλαδο) και iii) εκτεταμένα δίκτυα διανομής και iv) το ισχυρό εμπορικό σήμα τους.

Γράφημα 8: Μεριδίο εξαγωγών ελαιολάδου επί του συνόλου της παραγωγής στις χώρες με τα μεγαλύτερα ποσοστά εξαγωγών (1990-2014)



Πηγή: National Bank of Greece (NBG)

Ο εξαγωγικός προσανατολισμός της ελληνικής παραγωγής αυξήθηκε κατά το χρονικό διάστημα 1990 έως 2014, συγκεκριμένα, οι Έλληνες εξήγαγαν το 42% της παραγωγής κατά τα έτη 2010-2014 σε σχέση με το 35% κατά τη χρονική περίοδο της δεκαετίας του '90. Το μεγαλύτερο ποσοστό του ελληνικού ελαιολάδου πωλείται σε μορφή χύμα, εδώ συμπεριλαμβάνεται το 70% των εξαγωγών, οι οποίες κατευθύνονται συνήθως στην Ιταλία για επανεξαγωγή. Όμως, οι Έλληνες εξαγωγείς έχασαν ένα σημαντικό κομμάτι της ιταλικής αγοράς, καλύπτοντας μόλις το 17% των ιταλικών εισαγωγών σε χύδην μορφή κατά τη διάρκεια των ετών 2011-2014, έναντι 33% κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990.

Στην διεθνή αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου οι Έλληνες εξαγωγείς κατείχαν το 4 % της αγοράς τα έτη 2010-2014, σε σχέση με 6% κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90, η οποία κυριαρχείται από την Ισπανία και την Ιταλία, με την βαθμιαία είσοδο καινούργιων συμμετεχόντων, όπως για παράδειγμα η Τυνησία και η Πορτογαλία. «Οι ελληνικοί παραγωγοί δεν επωφελήθηκαν από την παγκόσμια αύξηση της ζήτησης ελαιολάδου, κυρίως λόγω διαρθρωτικών προβλημάτων».

Παρατηρούμε ότι, τόσο η Ισπανία όσο και η Ιταλία παρουσιάζουν αυξανόμενο ποσοστό εξαγωγών, επί του συνόλου της παραγωγής και για τις 3 χρονικά διαστήματα που παρουσιάζονται στο Γράφημα 8. Αντίθετα, στην Ελλάδα το ποσοστό αυτό μειώθηκε κατά τη δεκαετία 2000-2009. Βέβαια, τα έτη 2010-2014 αυξήθηκε, όπως προαναφέρθηκε, ξεπερνώντας έτσι και τις 2 προηγούμενες δεκαετίες.

Για την Ιταλία, κατά την περίοδο 2010-2014 το ποσοστό των εξαγωγών ήταν 39% και υπολογίζεται στο άθροισμα της παραγωγής και των εισαγωγών (λόγω επανεξαγωγής), διαφορετικά θα έφθανε το 90% της παραγωγής.

Συνεπώς, οι προαναφερόμενες παγκόσμιες ροές εμπορίου ύψους 1,8 εκατομμυρίων τόνων το 2014 περιλαμβάνουν διπλή μέτρηση περίπου 35% του εξαγόμενου όγκου ελαιολάδου υπό μορφή χύδην (κυρίως στην Ιταλία), οι οποίες στη συνέχεια επανεξάγονται σε τρίτες χώρες.²⁹

Το μέγεθος των εξαγωγών ελαιολάδου εξαρτάται όχι μόνο από το ύψος της εγχώριας παραγωγής, το οποίο ποικίλει από έτος σε έτος λόγω της κυκλικότητας της

²⁹ *Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand*, Athens: National Bank of Greece, p.4

παραγωγής, αλλά και από τη ζήτηση των χωρών του εξωτερικού. Κατά συνέπεια, οι εξαγωγές ελαιολάδου συνήθως παρουσιάζουν σημαντικές διακυμάνσεις από έτος σε έτος.³⁰

Στον παρακάτω πίνακα εμφανίζονται οι κύριες χώρες εκτός Ε.Ε. στις οποίες εξάγει ελαιόλαδο η Ε.Ε.:

Πίνακας 5: Εξαγωγές των χωρών της Ε.Ε. προς χώρες εκτός Ε.Ε. (2015-2018)

DESTINATION	2015/16		2016/17		2017/18		change 2017/18 vs 2016/17
	tonnes	share	tonnes	share	tonnes	share	
USA	248.018	38%	236.909	37%	207.026	33%	-13%
Brazil	46.212	7%	45.961	7%	67.891	11%	48%
Japan	53.708	8%	51.928	8%	51.262	8%	-1%
China	43.955	7%	38.799	6%	36.891	6%	-5%
Canada	29.266	4%	27.816	4%	31.053	5%	12%
Australia	26.288	4%	26.907	4%	29.838	5%	11%
Russia	16.581	3%	16.569	3%	17.279	3%	4%
Others	191.142	29%	188.826	30%	193.314	30%	2%
EXTRA EU	655.170		633.715		634.554		0,1%

Πηγή: European Commission

Η κύρια χώρα εισαγωγής ελαιολάδου από ευρωπαϊκές χώρες είναι οι Η.Π.Α. (με μερίδιο περίπου 30% επί του συνόλου), ακολουθεί η Βραζιλία (ποσοστό 7-11% την τελευταία τριετία), η Ιαπωνία (8%), η Κίνα (6-7%) , ο Καναδάς και η Αυστραλία (4-5%) και τέλος η Ρωσία³¹. Οι συνολικές εξαγωγές ελαιολάδου της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε χώρες εκτός Ε.Ε. , δεν παρουσίασαν σημαντική μεταβολή το έτος 2017/18 σε σχέση με το προηγούμενο (+0,1%). Οι λόγοι για τους οποίους οι παραπάνω χώρες αποτελούν τους κύριους εξαγωγικούς προορισμούς του ελαιόλαδου σχετίζονται κατά κύριο λόγο με πληθυσμιακά στοιχεία, διατροφικά πρότυπα και συνήθειες, απουσία δυνατότητας εγχώριας παραγωγής ελαιόλαδου κ.α.

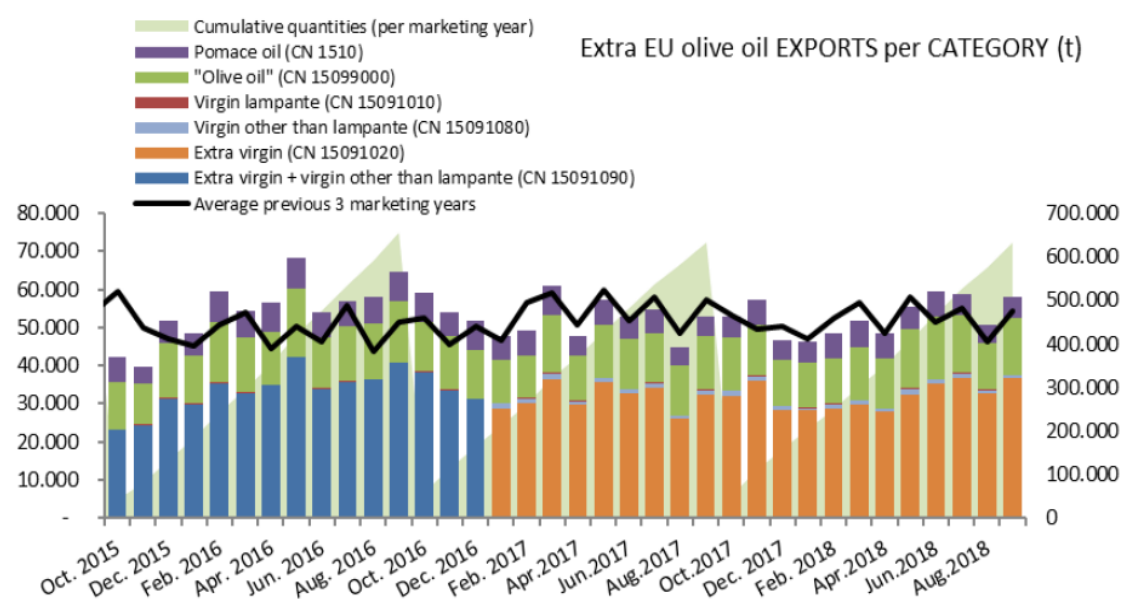
³⁰ Πτώση στον κλάδο ελαιολάδου, λόγω οικονομικής κρίσης (21.03.2013). <http://www.kathimerini.gr/32214/article/oikonomia/epixeirhseis/ptwsh-ston-klado-elaioladoy-logw-oikonomikh-krisis> [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

³¹ Zolichova, L., (29.11.2018). *Market Situation in the Olive Oil and Table Olives Sectors*. Brussels: European Commission, page 14

Όσον αφορά την παγκόσμια ζήτηση, κυριαρχεί το παρθένο ελαιόλαδο (που αντιπροσωπεύει το 80% των παγκόσμιων εξαγωγών ελαιολάδου το 2014 σε σύγκριση με το 70% το 1990), το οποίο είναι το είδος του ελαιολάδου που εξάγει η Ελλάδα.³²

Διαθέσιμα είναι και τα στοιχεία των εξαγωγών Ευρωπαϊκής Ένωσης, ανά κατηγορία ελαιόλαδου, που αφορούν στην τελευταία τριετία.

Γράφημα 9: Εξαγωγές ανά κατηγορία ελαιόλαδου από χώρες της Ε.Ε. (2015-2018) (σε τόνους)



Πηγή: Zolichova, L. (29.11.2018). *Market Situation in the Olive Oil and Table Olives Sectors*. Brussels: European Commission

Το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο είναι αυτό το οποίο κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο των εξαγωγών, μιας και η εξαιρετική ποιότητά του το καθιστά πρώτο στις προτιμήσεις των καταναλωτών.³³ Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο κορυφαίος παραγωγός, καταναλωτής και εξαγωγέας ελαιολάδου. Κατά τις πέντε τελευταίες περιόδους εμπορίας (2012/13 - 2016/17), η ΕΕ παρήγαγε 67%, κατανάλωσε 55% και εξήγαγε το 67% του παγκόσμιου ελαιολάδου.³⁴

³² *Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand*, Athens: National Bank of Greece, p.4

³³ Zolichova, L., (29.11.2018). *Market Situation in the Olive Oil and Table Olives Sectors*. Brussels: European Commission, page 10

³⁴ *Agriculture & Rural Development – Olive Oil*. Brussels: European Commission Full text available: https://ec.europa.eu/agriculture/olive-oil_en [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

2.4 Εξέλιξη τιμών

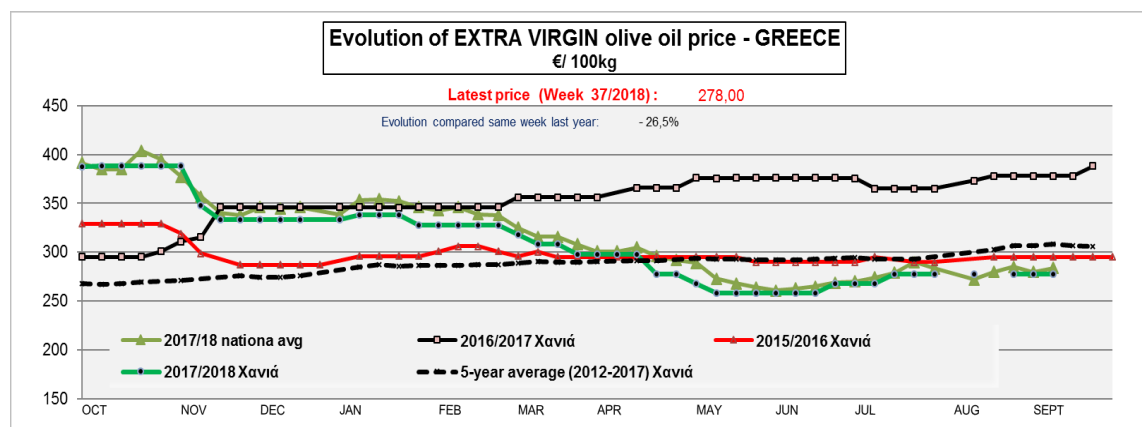
Πέρα από τους τρεις τομείς που εξετάσαμε (παραγωγή, κατανάλωση και εξαγωγές σε χιλ. τόνους), προκειμένου να εξάγουμε χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με την κατάσταση του κλάδου του ελαιολάδου στην Ελλάδα καθώς και τα περιθώρια θετικής συνεισφοράς του στο συνολικό ΑΕΠ, είναι απαραίτητο να δούμε την εξέλιξη των τιμών του διαχρονικά, καθώς και σε σύγκριση με τους δύο κύριους ανταγωνιστές της, την Ισπανία και την Ιταλία³⁵. Τα είδη του ελαιολάδου τα οποία θα εξετάσουμε, είναι το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο και το παρθένο ελαιόλαδο.

Οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκαν μόνο αυτές οι δύο κατηγορίες από συνολικά οκτώ, είναι αφενός ότι αποτελούν τις κατηγορίες με την υψηλότερη ζήτηση και αφετέρου ότι το μεγαλύτερο ποσοστό της παραγωγής στην Ελλάδα αφορά τις δύο αυτές κατηγορίες.

Σημειώνεται ότι σύμφωνα με το Διεθνές συμβούλιο ελαιολάδου η ελαιοκομική περίοδος ξεκινάει την 1η Οκτωβρίου και τελειώνει την 30η Σεπτεμβρίου του επόμενου.

ΤΙΜΕΣ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Διάγραμμα 2: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου από την Ελλάδα (€/100 κιλά) (2015-2018)



Πηγή: European Commission

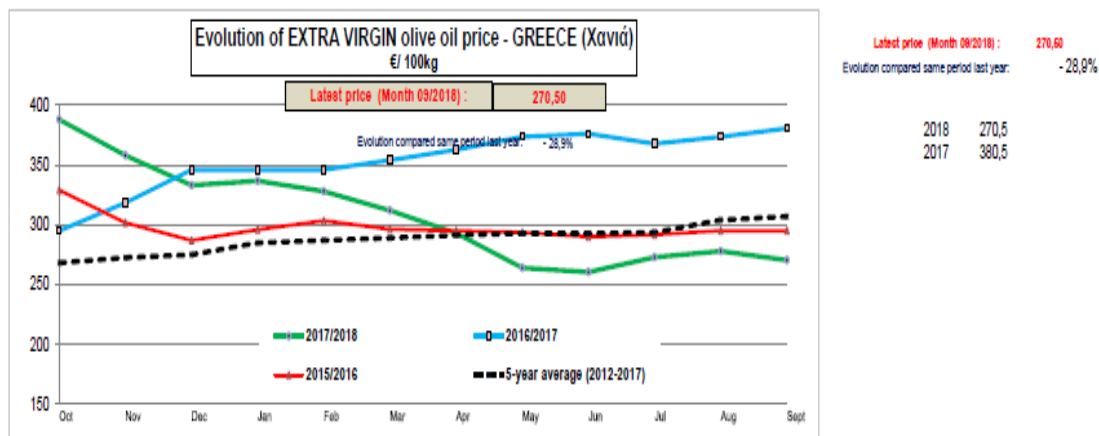
³⁵ DG Agriculture and Rural Development Unit G.4. Arable crops and olive oil. Data available at the following link:

https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/olive-oil/prices/market-prices_en.pdf

[Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

Η πιο πρόσφατη τιμή πώλησης του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου της Ελλάδας είναι 278 ευρώ ανά 100 kg. Σε σχέση με πέρυσι η τιμή μειώθηκε κατά 26,5%. Στο ίδιο διάγραμμα απεικονίζεται και η τιμή μιας από τις πιο αντιπροσωπευτικές περιοχές- παραγωγούς της Ελλάδας, τα Χανιά.

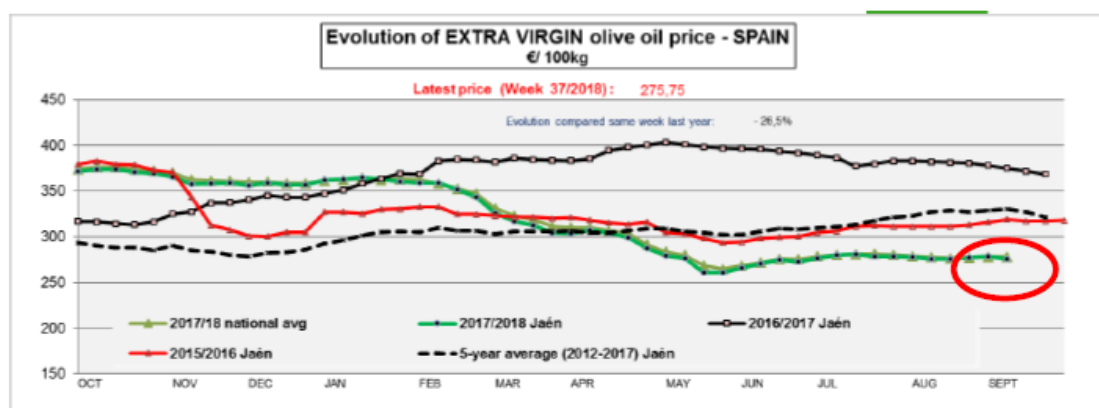
Διάγραμμα 3: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδου Χανίων Κρήτης (€/100 κιλά) (2015-2018)



Πηγή: European Commission

Πιο συγκεκριμένα στο εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο Χανίων βλέπουμε ότι η τιμή μειώθηκε κατά 28,9% το έτος 2018.

Διάγραμμα 4: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδου Ισπανίας (€/100 κιλά) (2015-2018)



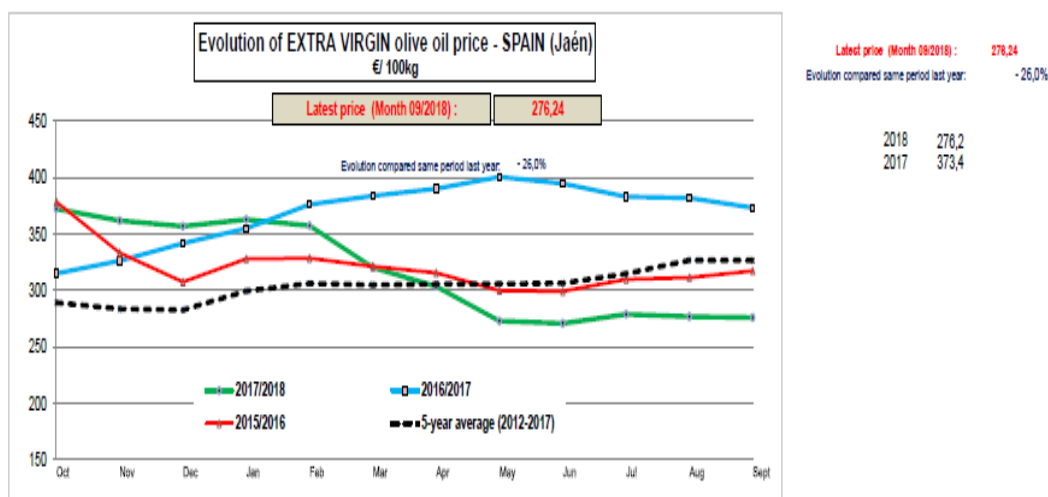
Πηγή: European Commission

Η πιο πρόσφατη τιμή πώλησης του εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδου στην Ισπανία είναι 275,75 ευρώ, μειωμένη κατά 26,5% σε σχέση πέρυσι. Στο ίδιο

διάγραμμα απεικονίζεται και η τιμή μιας από τις πιο αντιπροσωπευτικές περιοχές- παραγωγούς της Ισπανίας, της πόλης Jaen.

Πιο συγκεκριμένα η τιμή του ελαιολάδου της πόλης Jaen μειώθηκε κατά 26,0%. Το 2018.

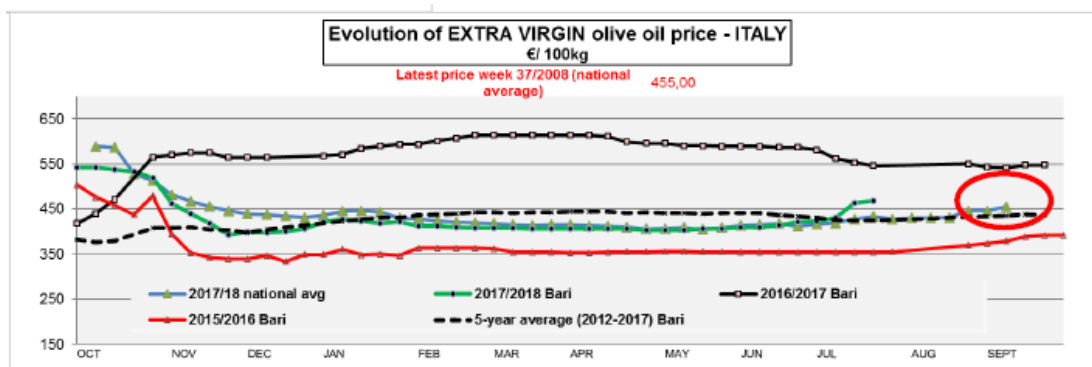
Διάγραμμα 5: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου Jaen Ισπανίας (€/100 κιλά) (2015-2018)



Πηγή: European Commission

Η πιο πρόσφατη τιμή πώλησης του ελαιολάδου στην Ιταλία είναι 455 ευρώ, ελαφρώς αυξημένη σε σχέση με την αντίστοιχη μέση τιμή της πενταετίας 2012-2017 της πόλη Bari.

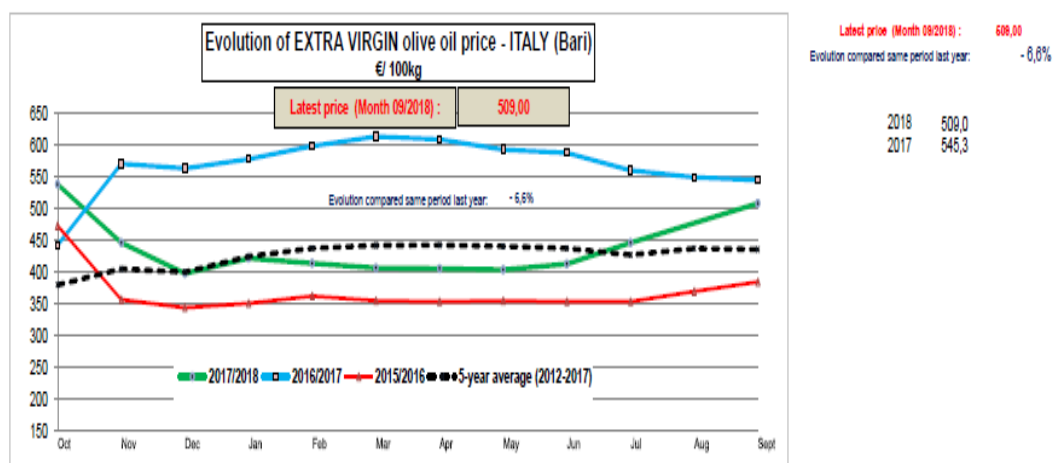
Διάγραμμα 6: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου Ιταλίας (€/100 κιλά) (2017-2018)



Πηγή: European Commission

Στο επόμενο διάγραμμα απεικονίζεται και η τιμή μιας από τις πιο αντιπροσωπευτικές περιοχές- παραγωγούς της Ιταλίας, την πόλη Bari. Το Bari διατηρεί μία υψηλή τιμή πώλησης (πάνω από 400ευρώ/ 100 Kg τα τελευταία δύο χρόνια), με την τιμή του να μειώνεται ελαφρώς το 2018 κατά 6,6% συγκρινόμενο με την ίδια χρονική περίοδο το προηγούμενο έτος .

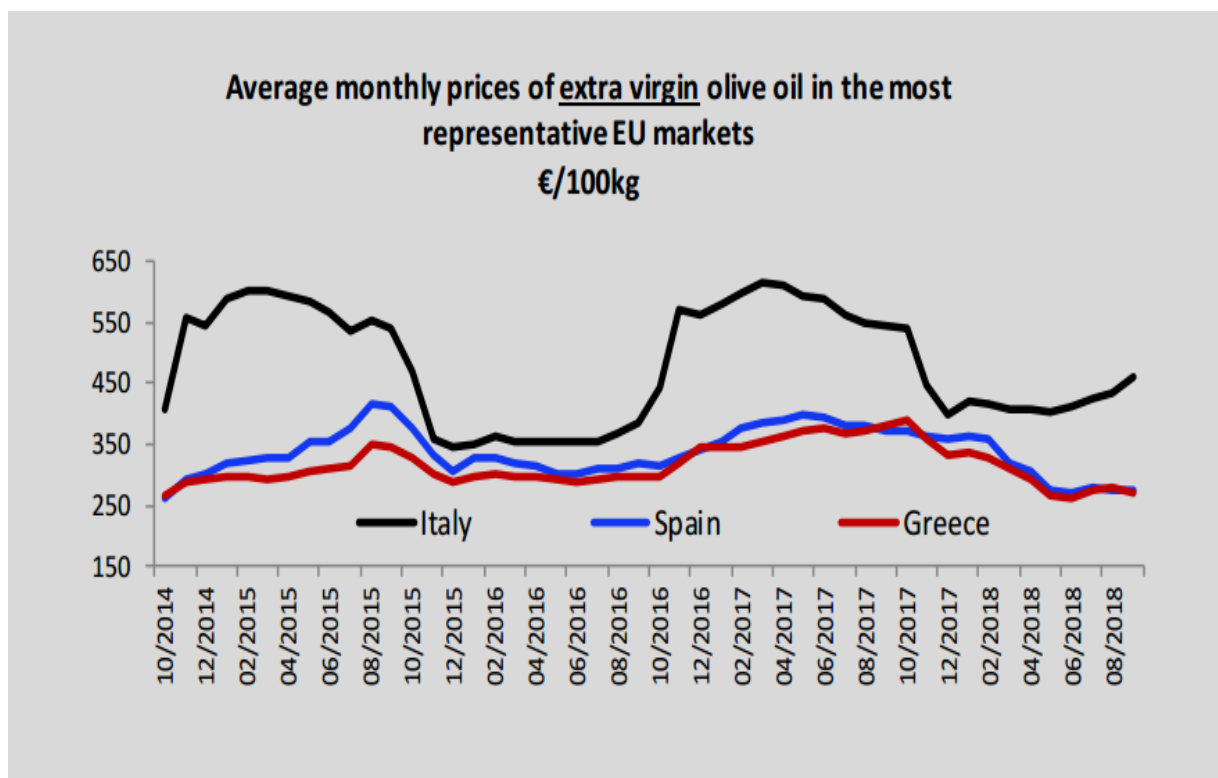
Διάγραμμα 7: Εξέλιξη τιμών εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου Μπάρι Ιταλίας (€/100 κιλά) (2017-2018)



Πηγή: European Commission

Προκειμένου να είμαστε σε θέση να διεξάγουμε πιο αποτελεσματικές συγκρίσεις, βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα τις κατά μέσο όρο τιμές του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου για τις πιο αντιπροσωπευτικές αγορές - παραγωγούς της Ευρώπης, δηλαδή την Ιταλία, την Ισπανία και την Ελλάδα.

Διάγραμμα 8: Μέσες μηνιαίες τιμές διάθεσης έξτρα παρθένου ελαιόλαδου στις πιο αντιπροσωπευτικές αγορές της Ε.Ε. (€/100 κιλά)



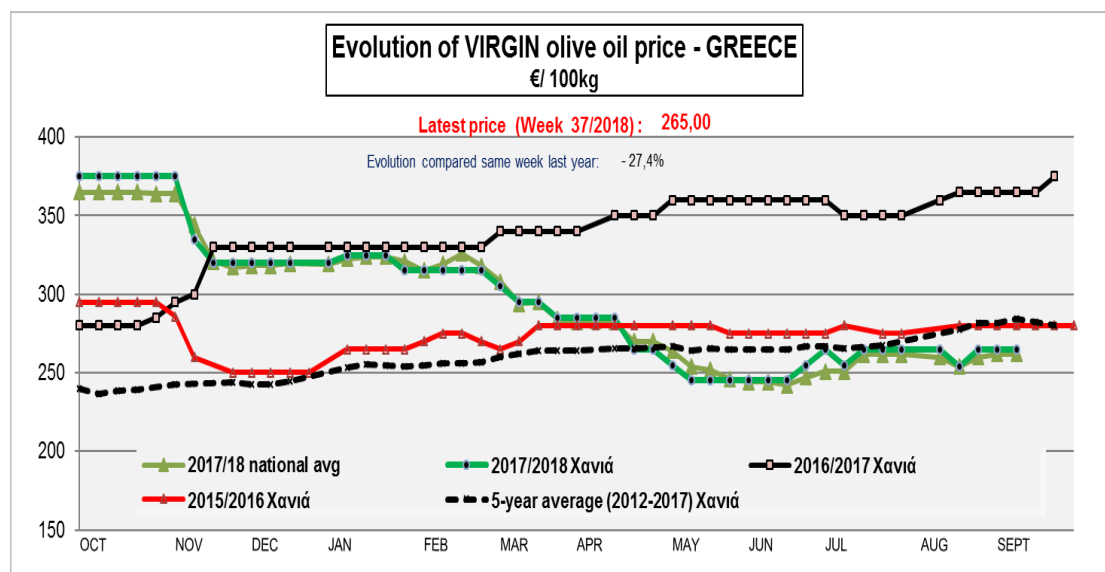
Πηγή: Eurostat/Comtext

Παρατηρούμε ότι οι τιμές της Ελλάδας και της Ισπανίας τείνουν να συγκλίνουν, ενώ οι τιμές για το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο για την Ιταλία είναι σχεδόν διπλάσιες σε σχέση με τις δύο άλλες χώρες. Από αυτό μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η Ιταλία έχει υιοθετήσει την πιο αποτελεσματική στρατηγική μάρκετινγκ, δημιουργώντας ισχυρό brand name το οποίο έχει καταγραφεί στη συνείδηση των καταναλωτών ως ανώτερης ποιότητας ελαιόλαδο. Με αυτό τον τρόπο αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη, που της επιτρέπει να διατηρεί υψηλότερο επίπεδο τιμών.

ΤΙΜΕΣ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Η πιο πρόσφατη τιμή πώλησης του παρθένου ελαιόλαδου της Ελλάδας είναι 265 ευρώ ανά 100 kg. Σε σχέση με την ίδια χρονική περίοδο το προηγούμενο έτος η τιμή μειώθηκε κατά 27,4%. Στο ίδιο διάγραμμα απεικονίζεται και η τιμή μιας από τις πιο αντιπροσωπευτικές περιοχές- παραγωγούς της Ελλάδας, τα Χανιά.

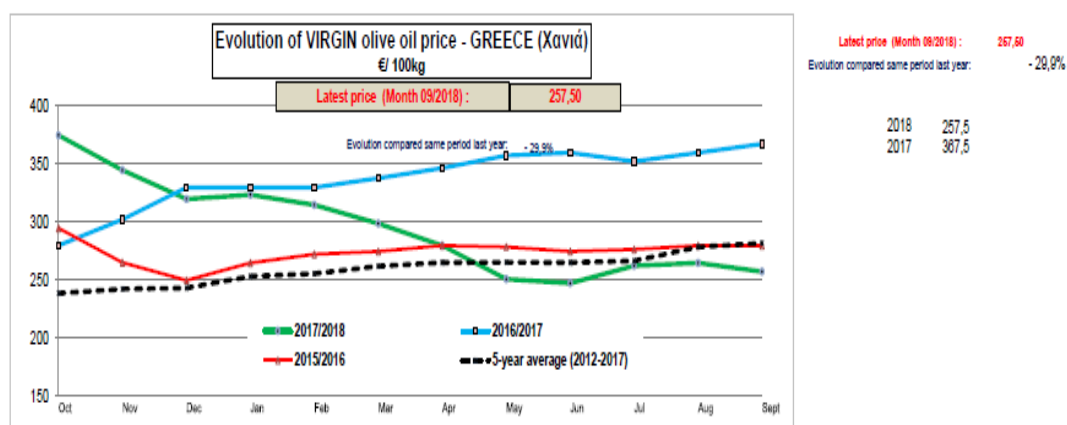
Διάγραμμα 9: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου από την Ελλάδα (€/100 κιλά) (2015-2018)



Πηγή: European Commission

Πιο συγκεκριμένα η τιμή του παρθένου ελαιόλαδου των Χανίων μειώθηκε κατά 29,9% το 2018 σε σχέση με το 2017, με την πιο πρόσφατη τιμή του να διαμορφώνεται στα 257,50 ευρώ/ 100 kg (Σεπτέμβριος 2018).

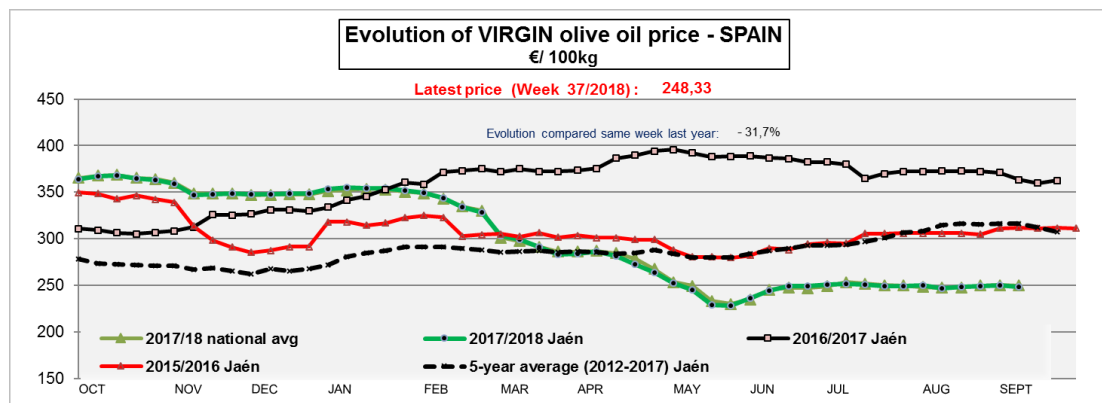
Διάγραμμα 10: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Χανίων Κρήτης (€/100 κιλά) (2015-2018)



Πηγή: European Commission

Η πιο πρόσφατη τιμή πώλησης του παρθένου ελαιόλαδου στην Ισπανία είναι 248,33 ευρώ, μειωμένη κατά 31,7% σε σχέση με την τιμή της κατά το ίδιο χρονικό διάστημα της προηγούμενο έτος.

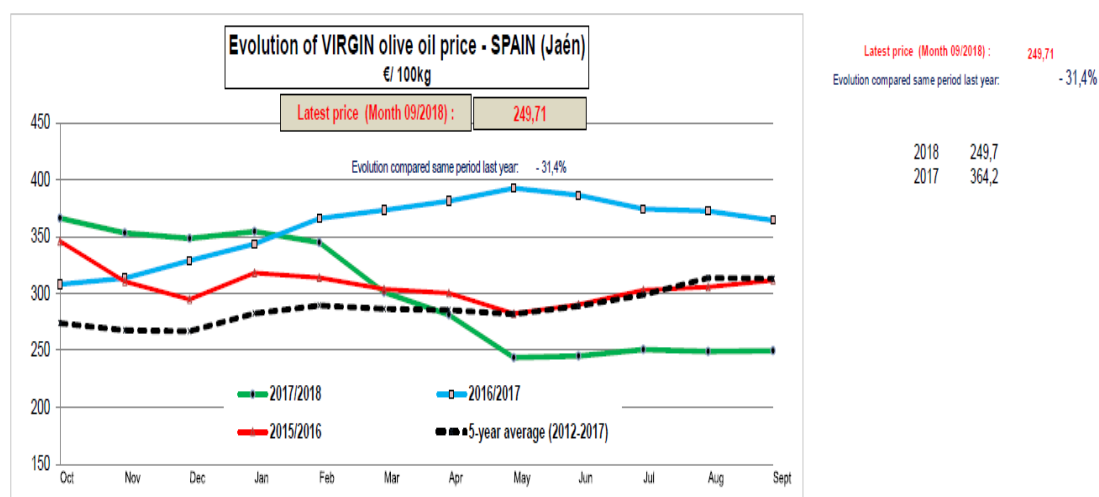
Διάγραμμα 11: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Ισπανίας (€/100 κιλά) (2015-2018)



Πηγή: European Commission

Στο αμέσως επόμενο διάγραμμα απεικονίζεται και η τιμή διάθεσης παρθένου ελαιόλαδου από μια από τις πιο αντιπροσωπευτικές περιοχές - παραγωγούς ελαιόλαδου της Ισπανίας, τη Jaen. Συγκεκριμένα η τιμή του παρθένου ελαιόλαδου της πόλης Jaen μειώθηκε κατά 31,4% το 2018 και διαμορφώθηκε στα 249,7 ευρώ.

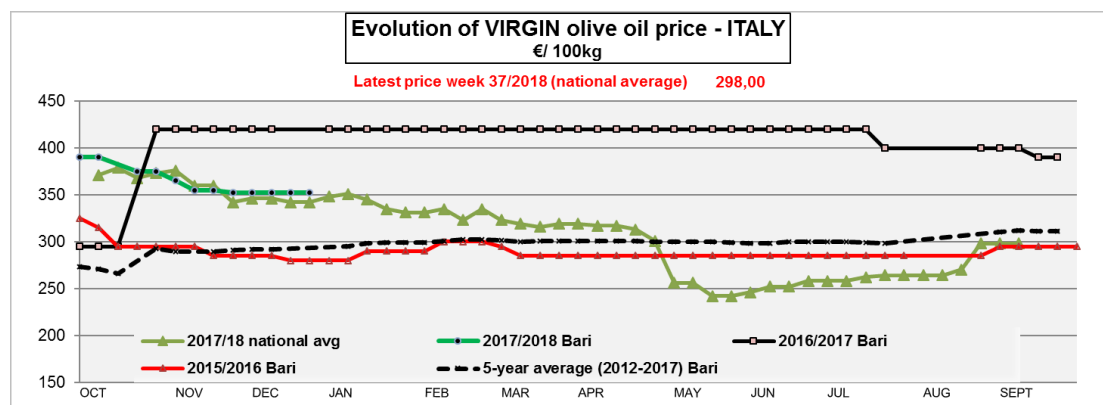
Διάγραμμα 12: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Jaen Ισπανίας (€/100 κιλά) (2017-2018)



Πηγή: European Commission

Η πιο πρόσφατη τιμή πώλησης του παρθένου ελαιόλαδου στην Ιταλία είναι 298 ευρώ, τιμή κοντά στο μέσο όρο της πενταετίας που προηγήθηκε για το Bari.

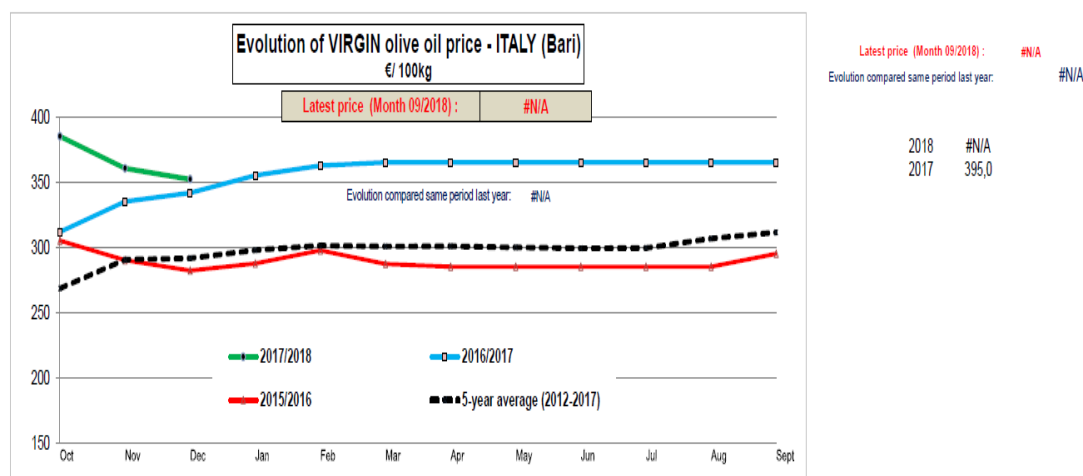
Διάγραμμα 13: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Ιταλίας (€/100 κιλά) (2017-2018)



Πηγή: European Commission

Στο αμέσως επόμενο διάγραμμα απεικονίζεται και η τιμή διάθεσης παρθένου ελαιόλαδου από μια από τις πιο αντιπροσωπευτικές περιοχές- παραγωγούς της Ιταλίας, την πόλη Bari. Το Bari παρουσιάζει μία υψηλή τιμή πώλησης (395 ευρώ/ 100 Kg) το 2017 , ενώ για το 2018 τα στοιχεία δεν είναι ακόμα διαθέσιμα.

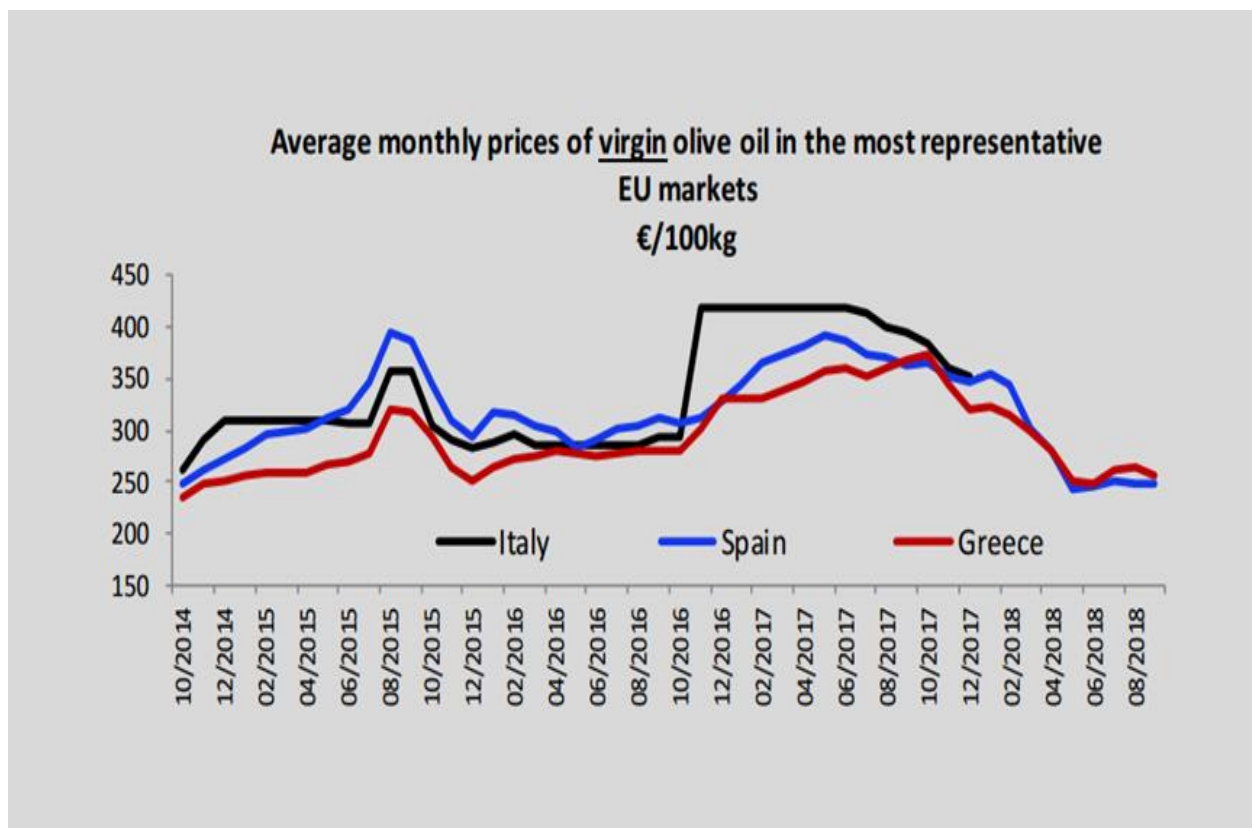
Διάγραμμα 14: Εξέλιξη τιμών παρθένου ελαιόλαδου Μπάρι Ιταλίας (€/100 κιλά) (2017-2018)



Πηγή: European Commission

Προκειμένου να είμαστε σε θέση να διεξάγουμε πιο αποτελεσματικές συγκρίσεις, βλέπουμε τις κατά μέσο όρο τιμές του παρθένου ελαιόλαδου για τις πιο αντιπροσωπευτικές αγορές - παραγωγούς της Ευρώπης, δηλαδή την Ιταλία, την Ισπανία και την Ελλάδα.

Διάγραμμα 15: Μέσες μηνιαίες τιμές διάθεσης παρθένου ελαιόλαδου στις πιο αντιπροσωπευτικές αγορές της Ε.Ε. (€/100 κιλά)



Πηγή: European Commission

Βλέπουμε ότι στην περίπτωση του παρθένου ελαιόλαδου η Ελλάδα τείνει να παρουσιάζει τις πιο χαμηλές τιμές, χωρίς ωστόσο μεγάλες αποκλίσεις από τις δύο άλλες ανταγωνίστριες χώρες. Η τιμή του παρθένου ελαιόλαδου της Ιταλία μετά από μία σημαντική εκτόξευση τον Οκτώβριο του 2016, εμφάνισε πτωτική τάση πλησιάζοντας σχεδόν τις τιμές της Ισπανίας και της Ελλάδας.

Κεφάλαιο 3^ο

3.1 Τάσεις και ευκαιρίες στην αμερικανική αγορά

Η κατανάλωση ελαιόλαδου στις Ηνωμένες Πολιτείες αυξήθηκε κατά 250% τα τελευταία 17 χρόνια και κατά 2,48% το 2017 σε σύγκριση με το 2016, φθάνοντας συνολικά τους 326.000 τόνους. Το μεγαλύτερο μέρος του ελαιόλαδου που καταναλώνεται στη χώρα εισάγεται από την Ισπανία και την Ιταλία, ενώ η εγχώρια παραγωγή καλύπτει λιγότερο από το 5% της ζήτησης.

Η αμερικανική κατανάλωση ελαιόλαδου έχει δείξει μια σταθερή άνοδο, κάνοντας τη χώρα μια βασική αγορά για παραγωγούς από όλο τον κόσμο. Εάν αυτό αξιοποιηθεί από τους Έλληνες παραγωγούς και εξαγωγείς, τότε θα έχουν πολλές δυνατότητες για επιτυχημένη πορεία στην αμερικανική αγορά, σύμφωνα με την έκθεση για την αμερικανική αγορά ελαιολάδου που κυκλοφόρησε το Φεβρουάριο του 2018 από το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Ελληνικής Πρεσβείας στην Ουάσιγκτον και τιτλοφορείται «Η Αγορά Ελαιόλαδου στις ΗΠΑ»³⁶.

Η έκθεση τόνισε ότι, λόγω του μεγέθους της χώρας και του μεγάλου πληθυσμού της, ακόμη και μια μικρή αύξηση της ζήτησης θα είχε τεράστιο αντίκτυπο στη συνολική κατανάλωση ελαιολάδου. Βέβαια, η αύξηση της ζήτησης προϋποθέτει επίσης ότι οι καταναλωτές είναι καλά ενημερωμένοι για το ελαιόλαδο και την αξία του. Η αγορά κυριαρχείται από την Ισπανία και την Ιταλία, αλλά υπάρχουν και άλλα ελαιόλαδα από την Ελλάδα, την Πορτογαλία, το Μαρόκο, την Τυνησία, την Τουρκία και τη Νότια Αφρική.

Στην έκθεση επισημάνθηκε ότι τα δύο μεγάλα μειονεκτήματα της ελληνικής ελαιουργικής βιομηχανίας είναι το υψηλό κόστος παραγωγής και η έλλειψη διαφοροποίησης, με το τελευταίο να οδηγεί σε υπερβολική εξάρτηση από τις χονδρικές εξαγωγές. Το χαρακτηριστικό της ταχέως αναπτυσσόμενης παγκόσμιας βιομηχανίας καταναλωτικών αγαθών είναι η ανάγκη για καινοτομία, η οποία εντοπίζεται και στα ελληνικά προϊόντα ελαιολάδου.

³⁶ Η αγορά ελαιόλαδου στις ΗΠΑ (2018). Ουάσιγκτον: Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων της Πρεσβείας της Ελλάδας στην Ουάσιγκτον, σελ. 7.

Ένα πεδίο καινοτομίας θα μπορούσε να είναι η συσκευασία του ελαιολάδου: τα νέα πακέτα μπορούν να ξεπεράσουν τους ανταγωνιστές καλύπτοντας την ανάγκη των Αμερικανών καταναλωτών για πρακτικότητα και ευκολία χρήσης. Για παράδειγμα, τα καπάκια του εμφιαλωμένου ελαιολάδου που πωλείται από την αμερικανική εταιρεία Crisco έχουν διπλή χρησιμότητα, λειτουργούν ως μετρητές που επιτρέπουν την κατανάλωση ακριβούς ποσότητας, ενώ το υπόλοιπο λάδι μπορεί να διοχετευθεί πίσω στο δοχείο. Μια άλλη περίπτωση είναι η εταιρεία Santini, η οποία πωλεί το ελαιόλαδο της με ένα στόμιο εκροής ενσωματωμένο στο μπουκάλι, καθιστώντας το, έτσι, δημοφιλές στους αγοραστές. Οι Αμερικανοί καταναλωτές θέλουν τρόφιμα που να έρχονται έτοιμα για κατανάλωση, σε εύχρηστες συσκευασίες, οι οποίες να καθιστούν τα καθημερινά γεύματα απλούστερα και ευκολότερα.

Η έκθεση κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι Έλληνες εξαγωγείς ελαιολάδου πρέπει να επικεντρωθούν σε τρεις παραμέτρους: ποιότητα, τιμή και συσκευασία. Η εξέλιξη σε αυτές θα τους πρόσφερε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για να διεισδύσουν στην ολοένα διευρυνόμενη και ελπιδοφόρα αγορά ελαιολάδου.³⁷

³⁷ Vasilopoulos, C. (19.03.2018). *Report Advises Greek Exporters to Innovate - After an analysis of the American olive oil market, the Greek Embassy in Washington says innovation is the key for Greek olive oil exporters.* Full text available at the official Olive Oil Times Site at the following link: <https://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/europe/report-advises-greek-exporters-to-innovate/62535> [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

Κεφάλαιο 4^ο

4.1 Ανάλυση SWOT

Στηριζόμενοι στα πρωτογενή στατιστικά στοιχεία που συλλέχθηκαν και στα στοιχεία από δημοσιευμένα άρθρα και μελέτες που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη υποενότητα, είμαστε σε θέση να διακρίνουμε τις θετικές και αρνητικές παραμέτρους του κλάδου του ελληνικού ελαιολάδου και να παρουσιάσουμε μια ανάλυση SWOT.

Πλεονεκτήματα

Το σημαντικότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ελληνικού ελαιολάδου είναι η ανώτερη ποιότητα του σε σχέση με τα ελαιόλαδα που παράγονται σε άλλες μεσογειακές χώρες. Ογδόντα τοις εκατό του ελαιολάδου που παράγεται στην Ελλάδα είναι παρθένο. Αυτό το ποσοστό είναι το υψηλότερο της Μεσογείου (στοιχεία της ΕΕ, 2002). Η ποιότητα αυτή μπορεί να αποτελέσει βασικό πλεονέκτημα στην προσπάθεια αύξησης της αξίας του ελαιολάδου. Χωρίς ανώτερη ποιότητα, δεν είναι δυνατό να μετατραπεί το ελαιόλαδο σε ένα διαφοροποιημένο προϊόν που να μπορεί να προωθηθεί και να επιτύχει υψηλότερες τιμές πώλησης από άλλα ελαιόλαδα (στρατηγική διαφοροποίησης).

Από την αρχαιότητα, το ελαιόλαδο αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της μεσογειακής διατροφής. Αυτή η παράδοση επιμένει και ενισχύεται λόγω μιας ροής επιστημονικών ευρημάτων τα οποία υποστηρίζουν την άποψη ότι το ελαιόλαδο αποτελεί υγιή εναλλακτική λύση έναντι άλλων φυτικών ελαίων και λιπαρών. Τα ευρήματα αυτά αποτελούν μια μεγάλη ενίσχυση για την προώθηση του ελληνικού ελαιολάδου.

Είκοσι έξι ελαιόλαδα έχουν συμπεριληφθεί στον κατάλογο με τα προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) σύμφωνα με τη νομοθεσία της Ε.Ε.. Αυτά τα προϊόντα αποκτούν ένα πλεονέκτημα, μέσω μιας αναγνωρισμένης διαφοροποίησης, που τους επιτρέπει να προωθηθούν και να ξεχωρίσουν από τα ανταγωνιστικά προϊόντα. Ένα θετικό αποτέλεσμα των διαπραγματεύσεων του ΠΟΕ (Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου) σχετικά με την αυξημένη προστασία των προϊόντων που περιλαμβάνονται

σε αυτό τον κατάλογο, είναι ότι παρέχονται ακριβέστερες πληροφορίες στους καταναλωτές σχετικά με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων.

Επίσης έχει διαπιστωθεί ότι υπάρχει σημαντική αλληλεξάρτηση μεταξύ της κατανάλωσης ελαιολάδου και των τουριστικών επισκέψεων στην Ελλάδα.³⁸ Αυτή η συσχέτιση θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό στοιχείο σε μια στρατηγική μάρκετινγκ για το ελληνικό ελαιόλαδο. Μεγάλο μέρος αυτής της διαφημιστικής δραστηριότητας μπορεί να πραγματοποιηθεί στην Ελλάδα, αλλά θα πρέπει και να ενισχυθεί στις χώρες από τις οποίες προέρχονται οι τουρίστες.

Αδυναμίες

Ένα από τα σημαντικότερα εμπόδια για την ελληνική γεωργία γενικότερα είναι το υψηλό κόστος που οφείλεται στην έλλειψη υποδομής. Η καλλιέργεια ελαιόδεντρων δεν αποτελεί εξαίρεση. Πολλά από τα ελαιόδεντρα είναι παλιά και ως εκ τούτου η παραγωγικότητα τους μειώνεται. Η αρδευτική υποδομή είναι σε μεγάλο βαθμό απύσχα, μειώνοντας περαιτέρω την παραγωγικότητα. Τα έξοδα εισόδου τείνουν να είναι υψηλότερα σε σύγκριση με αυτά σε άλλες μεσογειακές χώρες της ΕΕ. Επίσης υπήρξε μια σταδιακή αύξηση των μισθών των μεταναστών εργατών γης.

Ο άλλος κρίσιμος παράγοντας που προκαλεί μειωμένη ανταγωνιστικότητα του ελληνικού ελαιοπαραγωγικού κλάδου είναι ο μεγάλος αριθμός μικρών ελαιοπαραγωγών. Εκτός από το αυξημένο κόστος παραγωγής που έχουν οι μικροί ελαιοπαραγωγοί, έχουν και δραματικά μειωμένη διαπραγματευτική ισχύ για την τιμή πώλησης του προϊόντος τους. Επιπλέον, ενώ υπάρχουν πολλοί αγροτικοί συνεταιρισμοί, λειτουργούν ανεπαρκώς, αφήνοντας περιθώρια για ιδιωτικούς αγοραστές να πληρώνουν χαμηλότερες τιμές στους παραγωγούς.

Η πλειοψηφία των εξαγωγών έχουν τη μορφή χύδην παραγόμενου ελαιόλαδου που στη συνέχεια συσκευάζεται στην Ιταλία καθώς και σε ορισμένες άλλες χώρες. Το χύμα ελαιόλαδο το οποίο δεν έχει συσκευαστεί, δε μπορεί να πληροί υψηλές προδιαγραφές και έτσι χάνονται οι δυνατότητές του ως προϊόντος ανώτερης

³⁸ Vlontzos, G. & Duquenne, M. (2008). Greek Olive Oil: How Can Its International Market Potential Be Realized? *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 9, No 2, p.41-44 (concerning the SWOT Analysis).

ποιότητας. Το ελληνικό ελαιόλαδο αναμειγνύεται με ελαιόλαδα άλλων χωρών και με αυτόν τον τρόπο μειώνεται η ποιότητά του.

Ευκαιρίες

Υπήρξε ένα μεγάλο χρονικό διάστημα όπου εφαρμόστηκε ένα αρκετά περίπλοκο σύστημα διανομής επιδοτήσεων της Ε.Ε. στους γεωργούς. Το νέο καθεστώς επιδότησης από το 2007 και μετά προβλέπει μια απλούστερη μέθοδο για τη διάθεση των επιδοτήσεων και παρέχει ασφαλέστερο εισόδημα για τους αγρότες. Το πιο σημαντικό ζήτημα, ωστόσο, ήταν η κατάργηση μιας σειράς περιοριστικών μέτρων που αφορούν την ποσότητα της παραγωγής. Παρόλο που, αναμένεται μείωση του προϋπολογισμού της νέας Κοινής Γεωργικής Πολιτικής (ΚΓΠ) (2014-2020) σε σχέση με τον αντίστοιχο της προηγούμενης περιόδου (2007-2013), θα υπάρξει πιο δίκαια κατανομή των ενισχύσεων, μόνο σε όσους ασκούν ενεργά το επάγγελμα του αγρότη. Μάλιστα, ορίζεται πλέον η έννοια του ενεργού αγρότη, προκειμένου να αποκλειστούν από τις ενισχύσεις όσοι δεν πληρούν τις προϋποθέσεις. Η ΚΓΠ με συνεχιίζει να αποτελείται από δύο πυλώνες. Ο πρώτος πυλώνας θα προσφέρει το εισόδημα που έχει ανάγκη ο παραγωγός προκειμένου να διασφαλίσει την υψηλή ποιότητα και αξία των προϊόντων του. Ο δεύτερος πυλώνας αφορά την επιχειρηματική δράση των παραγωγών με σκοπό την αύξηση της ανταγωνιστικότητά τους «με συνεργασίες και διάχυση της γνώσης, της τεχνολογίας και της καινοτομίας.»³⁹ Στον δεύτερο πυλώνα είναι επιλέξιμες δαπάνες που σχετίζονται με την ανάπτυξη σχεδίων μάρκετινγκ και την απόκτηση μεριδίων αγοράς παγκοσμίως.

Η αυξημένη υιοθέτηση της μεσογειακής διατροφής είναι μια διεθνής τάση με σημαντικό δυναμικό αντίκτυπο. Οι καταναλωτές σε μια σειρά από αναπτυσσόμενες χώρες παρουσιάζουν αυξανόμενες ανησυχίες σχετικά με τις διατροφικές τους συνήθειες. Ως αποτέλεσμα, έχουν σταδιακά συμπεριλάβει στη διατροφή τους συστατικά που έχουν την προέλευσή τους στην Μεσογειακή περιοχή. Το ελαιόλαδο αποτελεί βασική συνιστώσα αυτής της διατροφής, διότι είναι ενσωματωμένο σε

³⁹ Η νέα ΚΑΠ 2014-2020 ως μοχλός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας. Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <http://www.excelixi.org/knowledge-base/agro/2-nea-kap-2014-2020> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

σχεδόν όλα τα γεύματα της Μεσογείου. Η αναγνώριση αυτής της τάσης θα πρέπει να αποτελέσει κεντρικό στοιχείο της στρατηγικής μάρκετινγκ για το ελαιόλαδο.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική αύξηση του τουρισμού στην Ελλάδα. Κατά τη διάρκεια της παραμονής τους οι τουρίστες έχουν την ευκαιρία να δοκιμάσουν το προϊόν και να εξοικειωθούν με αυτό. Αυτή η ευκαιρία πρέπει να χρησιμοποιηθεί για να φέρει σε επαφή τους τουρίστες με αναγνωρίσιμες Ελληνικές μάρκες, που να μπορούν να αναζητήσουν όταν επιστρέψουν στην πατρίδα τους. Μία τέτοιου είδους αποτελεσματική και χαμηλού κόστους στρατηγική προώθησης είναι δυνατή, επειδή η πλειοψηφία των τουριστών δεν θα έχουν τέτοια εύκολη πρόσβαση στο προϊόν στις χώρες καταγωγής τους.

Τέλος, διαγράφονται νέες προοπτικές από την εμφάνιση των νέων μεγάλων αγορών στις ταχέως αναπτυσσόμενες (πρώην σοσιαλιστικές) χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας⁴⁰.

Απειλές

Παρά την βεβαιότητα που επικρατεί για την περαιτέρω αύξηση της ζήτησης ελαιολάδου (κυρίως στις χώρες εκτός των κυριότερων παραγωγών), η βαθμιαία μείωση των επιδοτήσεων της ΚΓΠ της Ε.Ε. για το ελληνικό ελαιόλαδο αναμένεται να καταστήσει τους μικρούς παραγωγούς με χαμηλή παραγωγικότητα μη κερδοφόρους. Ως αποτέλεσμα, η ελληνική παραγωγή ελαιολάδου αναμένεται να μειωθεί σε 280.000 τόνους το 2020 σε σύγκριση με ετήσιο μέσο όρο 310.000 τόνων τα έτη 2010-2015.⁴¹

Η πρόσφατη σταδιακή ανατίμηση του ευρώ έναντι του δολαρίου ΗΠΑ δημιούργησε ένα αρνητικό περιβάλλον για τις εξαγωγές στις Ηνωμένες Πολιτείες, καθώς και σε χώρες με νομίσματα συνδεδεμένα με το δολάριο των ΗΠΑ.⁴² Επιπλέον, μεσογειακές χώρες που δεν είναι μέλη της ΕΕ μπορούν να αξιοποιήσουν αυτήν την

⁴⁰ Ψώνης, Β. (2017). *Η διεθνής αγορά ελαιολάδου και οι ελληνικές εξαγωγές* στο Υπουργείο Εσωτερικών – Γενική Γραμματεία Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Αναπτυξιακής Συνεργασίας. Το πλήρες κείμενο της Εκθέσεως Ψώνη είναι διαθέσιμο στις σελίδες 418 – 420 του εγγράφου: <http://sev4enterprise.org.gr/wp-content/uploads/2014/05/PROIONTA-4.pdf> [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

⁴¹ *Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand*, Athens: National Bank of Greece, p.1.

⁴² *Το ισχυρό ευρώ «σύμμαχος» του QE*(29.07.2017). Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <http://www.kathimerini.gr/920636/article/oikonomia/die8nhs-oikonomia/to-isxyro-eyrw-symmaxos-toy-qe> [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

κατάσταση προς όφελός τους και οι τιμές τους να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικές.

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για το ελαιόλαδο διεθνώς οδήγησε τους αγρότες σε περιφέρειες με κλίματα παρόμοια με αυτά της περιοχής της Μεσογείου για να φυτέψουν ελαιόδεντρα, ακόμη και αν και δεν υπάρχει καμία παράδοση ή εμπειρία με την καλλιέργεια ελιάς. Οι ελαιοκομικές καλλιέργειες έχουν πολλαπλασιαστεί τόσο στην Αμερική όσο και στη Νότιο Αφρική και σε κάποιες ασιατικές χώρες.⁴³ Εάν είναι επιτυχείς, αυτοί οι αγρότες μπορούν να ικανοποιήσουν εν μέρει την αυξημένη ζήτηση για ελαιόλαδο.

⁴³ Vlontzos, G. & Duquenne, M. (2008). Greek Olive Oil: How Can Its International Market Potential Be Realized? *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 9, No 2, p.41-44

Κεφάλαιο 5ο

5.1 Συμπεράσματα – προτάσεις

Η καλλιέργεια ελαιοδέντρων και η παραγωγή ελαιολάδου αποτελεί παραδοσιακή αγροτική δραστηριότητα στην Ελλάδα, με σημαντική συμβολή στην οικονομική ζωή της χώρας. Στις μέρες μας, η Ελλάδα κατατάσσεται τρίτη σε παγκόσμιο επίπεδο βάσει της παραγωγής ελαιολάδου, μετά την Ισπανία και την Ιταλία. Η εγχώρια παραγωγή υπερκαλύπτει τη ζήτηση, ενώ πραγματοποιούνται σημαντικές εξαγωγές ετησίως. Ωστόσο, η επέκταση των μεριδίων των κύριων ανταγωνιστικών χωρών στη διεθνή αγορά και η σχετικά περιορισμένη προβολή του ελληνικού ελαιολάδου στις ξένες αγορές, δημιουργούν προβλήματα στον κλάδο. Παρόλο που υπάρχει σήμερα η αντίληψη ότι υπάρχει υπερπροσφορά ελαιολάδου, που είναι ταυτόχρονα λόγος για χαμηλές τιμές του παραγωγού, η σταδιακή αύξηση της ζήτησης σε παγκόσμιο επίπεδο πιστεύεται ότι θα εξαλείψει τελικά αυτή την πίεση. Μια προοδευτική μείωση της εξάρτησης του ελληνικού ελαιολάδου από τις μαζικές εξαγωγές προς την Ιταλία είναι το κλειδί για σημαντική βελτίωση της διεθνούς επιτυχίας του και η βάση για στρατηγική διαφοροποίησης που θα αυξήσει την τιμή εξαγωγής που μπορεί να επιτύχει το προϊόν.

Μια άλλη πρωτοβουλία θα είναι η θέσπιση και η εφαρμογή μιας επιθετικής στρατηγικής μάρκετινγκ σε χώρες με σημαντικές δυνατότητες κατανάλωσης ελαιολάδου όπως οι χώρες της Βόρειας Ευρώπης και της Ανατολικής Ευρώπης, καθώς και οι αγορές στην Ασία και τη Βόρεια Αμερική. Οι στρατηγικές πρωτοβουλίες στους τομείς αυτούς είναι επιλέξιμες για χρηματοδότηση σύμφωνα με τον δεύτερο πυλώνα της νέας ΚΓΠ και θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας του τομέα. Είναι προφανές ότι ο μόνος μηχανισμός που θα βελτιώσει τις οικονομικές αποδόσεις και την κερδοφορία είναι η αύξηση της τιμής του προϊόντος μέσω μιας επιτυχημένης στρατηγικής διαφοροποίησης βασισμένη στην μοναδική ποιότητα και τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά του ελληνικού ελαιολάδου. Μέχρι τώρα, το σύστημα επιδότησης της ΚΓΠ δεν παρείχε αυτή τη μορφή κινήτρων. Η νέα ΚΓΠ μπορεί να αποτελέσει την αφετηρία για την ανάπτυξη μιας επιτυχημένης διεθνούς στρατηγικής μάρκετινγκ.

Στο μέλλον, εάν πραγματοποιηθούν μία σειρά διαρθρωτικών αλλαγών, η αύξηση της ζήτησης παγκοσμίως και η ανώτερη ποιότητα του ελληνικού ελαιολάδου θα έχουν ως αποτέλεσμα μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία για τον κλάδο. Πιο συγκεκριμένα, το πέρασμα από το χύδην σε τυποποιημένο επώνυμο ελαιόλαδο και «μια αποτελεσματικότερη στρατηγική μάρκετινγκ θα μπορούσε να αυξήσει την αξία των ελληνικών εξαγωγών κατά περίπου 250 εκατομμύρια ευρώ (περίπου 80 τοις εκατό υψηλότερα από το 2014)»⁴⁴. Είναι γεγονός ότι, μια πιο κάθετα ολοκληρωμένη δομή παραγωγής θα οδηγήσει σε αύξηση της αποδοτικότητας του κλάδου, θα ισχυροποιήσει τη στρατηγική μάρκετινγκ και, κατά συνέπεια, θα συμβάλει στην δημιουργία μίας ισχυρής και επιτυχημένης επωνυμίας για το ελληνικό ελαιόλαδο.

⁴⁴ *Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand*, Athens: National Bank of Greece, p.1.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση:

Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Ελαιολάδου και Ελιάς (10.10.2006). Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <http://www.skai.gr/news/greece/article/9730/%CE%95%CE%B8%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%94%CE%B9%CE%B5%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%B3%CE%B5%CE%BB%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%9F%CF%81%CE%B3%CE%AC%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7-%CE%95%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%95%CE%BB%CE%B9%CE%AC%CF%82/> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

«*Επιμονή των καταναλωτών στις προμήθειες από παραγωγούς*» στο Olive Oil Plus (ειδική έκδοση της εφημερίδας *Agrenda* που δημοσιεύθηκε στις 07-08/04/2012).

Ζουκίδου, Κ. (2010). *Ενδοκλαδική ανάλυση εμπορίου ελαιολάδου και επιτραπέζιας ελιάς*, Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο.

Η αγορά ελαιόλαδου στις ΗΠΑ (2018). Ουάσιγκτον: Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων της Πρεσβείας της Ελλάδας στην Ουάσιγκτον.

Η Διεπαγγελματική Ελαιολάδου οργανώνει ημερίδα για το Βερτισίλιο της ελιάς (20.02.2015). Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <https://www.agro24.gr/agrotika/agrotikes-organoseis/i-diepaggelmatiki-elaioladoy-organonei-imerida-gia-vertitsilio-tis> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

Η νέα ΚΑΠ 2014-2020 ως μοχλός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας. Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <http://www.excelixi.org/knowledge-base/agro/2-nea-kap-2014-2020> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

Κωνσταντίνου, Κ. (2012). *Στρατηγικός σχεδιασμός του κλάδου τυποποιημένου ελαιόλαδου στην Ελλάδα – Μελέτη περίπτωσης*, Πειραιάς: ΠΑΠΕΙ.

Πτώση στον κλάδο ελαιολάδου, λόγω οικονομικής κρίσης (21.03.2013) Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <http://www.kathimerini.gr/32214/article/oikonomia/epixeirhseis/ptwsh-ston-klado-elaioladoy-logw-oikonomikhsh-krishts> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

Συνοπτική Κλαδική Μελέτη – Ελαιόλαδο & Πυρηνέλαιο, Αθήνα: ICAP, Μάιος 2011

Το ισχυρό ευρώ «σύμμαχος» του QE(29.07.2017). Το πλήρες κείμενο της δημοσίευσης είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο ιστοτόπο: <http://www.kathimerini.gr/920636/article/oikonomia/die8nhs-oikonomia/to-isxyro-eyrw-symmaxos-toy-qe> [Τελευταία θέαση: 01.02.2019]

Ψώνης, Β. (2017). *Η διεθνής αγορά ελαιολάδου και οι ελληνικές εξαγωγές* στο Υπουργείο Εσωτερικών – Γενική Γραμματεία Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Αναπτυξιακής Συνεργασίας. Το πλήρες κείμενο της Εκθέσεως Ψώνη είναι διαθέσιμο στις σελίδες 418 – 420 του εγγράφου:

<http://sev4enterprise.org.gr/wp-content/uploads/2014/05/PROIONTA-4.pdf>

[Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

Ελληνόγλωσσες διαδικτυακές πηγές:

<http://www.elies-ladikalamatiano.gr/olive/taxinomesekaisustasetouladiou/classification.html>

<http://www.minerva.com.gr/i-eteria-mas/istoria/>

<https://www.oliveoil.gr/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B5%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%BF%CF%85>

http://www.pezaunion.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=64&catid=64&Itemid=89&lang=el

<http://www.prosodol.gr/sites/prosodol.gr/files/Simansi%20elaiolodaou%20uploaded.pdf>

<https://www.unilever.gr/about/>

Ξενόγλωσση:

Agriculture & Rural Development – Olive Oil. Brussels: European Commission Full text available: https://ec.europa.eu/agriculture/olive-oil_en [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

DG Agriculture and Rural Development Unit G.4. Arable crops and olive oil. Data available at the following link:

https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/olive-oil/prices/market-prices_en.pdf [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

Sectoral Report (May 2015): Olive Oil – Establishing the Greek Brand, Athens: National Bank of Greece (NBG).

Vasilopoulos, C. (19.03.2018). *Report Advises Greek Exporters to Innovate - After an analysis of the American olive oil market, the Greek Embassy in Washington says innovation is the key for Greek olive oil exporters.* Full text available at the official Olive Oil Times Site at the following link: <https://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/europe/report-advises-greek-exporters-to-innovate/62535> [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

Vasilopoulos, C. (31.07.2018). *Greek Trade Group Proposes National Strategy for Olive Oil - The National Interbranch Olive Oil Association unveiled a strategy to create a stable environment and boost exports.* Full text available at the official Olive Oil Times Site at the following link: <https://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/europe/greek-trade-group-proposes-national-strategy-for-olive-oil/63946> [Τελευταία θέαση: 07.01.2019]

Vlontzos, G. & Duquenne, M. (2008). Greek Olive Oil: How Can Its International Market Potential Be Realized? *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 9, No 2, p.32-47.

Zolichova, L. (29.11.2018). *Market Situation in the Olive Oil and Table Olives Sectors.* Brussels: European Commission