

*ΑΤΕΙ Ηρακλείου*

**ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ**

**ΘΕΜΑ: ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ**



**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΔΡΥΜΟΥΣΗΣ ΜΙΧΑΛΗΣ  
ΛΑΠΙΔΑΚΗΣ ΜΑΤΘΑΙΟΣ**

**ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : Δρ. Ε. Χ. ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΥ**

**ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2005**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΡΟΛΟΓΟΣ</b> .....	<b>ΣΕΛ.1</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>ΣΕΛ.2</b>
<b>Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ</b>	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ</b>	
1.1 ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΕΛΙΑΣ.....	ΣΕΛ.6
1.2 Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ .....	ΣΕΛ.7
1.3 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ.....	ΣΕΛ. 14
1.4 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	ΣΕΛ.17
1.5 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ 2092/91 ΤΗΣ Ε.Ε. ΣΤΗΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ.....	ΣΕΛ.20
1.6 ΠΡΟΩΘΗΣΗ – ΕΜΠΟΡΙΑ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ .....	ΣΕΛ.21
1.6.1 ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ Ή ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ.....	ΣΕΛ.24
1.6.2 ΧΟΝΔΡΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	ΣΕΛ.24
1.6.3 ΛΙΑΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	ΣΕΛ.25
1.7 ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΛΑΔΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	ΣΕΛ.27
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ</b>	
<b>ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ</b>	
2.1 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ & ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	ΣΕΛ.28
2.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	ΣΕΛ.29
2.2.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ.....	ΣΕΛ.30
2.2.2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ .....	ΣΕΛ.31
2.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	ΣΕΛ.34
2.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	ΣΕΛ.45
<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ</b> .....	<b>ΣΕΛ.48</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ</b> .....	<b>ΣΕΛ.50</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</b>	
<b>ΠΙΝΑΚΕΣ</b>	
<b>ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ</b>	

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

*Παλιά όσο και η ανθρώπινη ύπαρξη, ιερή όσο τα ανεξήγητα μυστήρια, πολύτιμα μοναδική, που μόνο ως δώρο των θεών προς τους ανθρώπους θα μπορούσε να χαρακτηριστεί, η ελιά ξεπροβάλλει μέσα από την αχλύ της προϊστορίας και βρίσκοντας ευνοϊκές συνθήκες ορθώνεται στο χώρο της Μεσογείου ως μόνιμο και κυρίαρχο στοιχείο του τοπίου της, σύντροφος και τροφός των κατοίκων της, σύμβολο της λατρείας της. Δένδρο -τόπος-άνθρωπο, σ' έναν στενό εναγκαλισμό, συμπορεύονται 5.000 και πλέον χρόνια, δημιουργώντας έναν υψηλής αισθητικής πολιτισμό: τον πολιτισμό της Ελιάς.*

*Μ.Λαμπράκη*

Η βιολογική καλλιέργεια της ελιάς και η παραγωγή του βιολογικού ελαιόλαδου αποτελεί έναν από τους πιο ραγδαία αναπτυσσόμενους αλλά και ελπιδοφόρους τομείς στη χώρα μας. Η βιολογική ελαιοκαλλιέργεια άρχισε στην Ελλάδα πριν δύο δεκαετίες και σήμερα αποτελεί την ναυαρχίδα των βιολογικών καλλιεργειών καταλαμβάνοντας σχεδόν το 50% της συνολικής βιολογικής παραγωγής.

Το βιολογικό ελαιόλαδο είναι ένα από τα λίγα προϊόντα που παράγει η χώρα μας και που έχει την δυνατότητα λόγω της πολύ καλής ποιότητας του, κάτω από κατάλληλες προϋποθέσεις, να το εξαγει. Παρότι όμως οι προδιαγραφές του βιολογικού λαδιού μας είναι εξαιρετικές, η εγχώρια κατανάλωση του βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα. Ενώ και η εμπορία, του τόσο εντός όσο και εκτός των συνόρων είναι πολύ προβληματική.

Στην παρούσα πτυχιακή θα παρουσιαστεί η στάση των καταναλωτών απέναντι στην αγορά βιολογικών προϊόντων και κυρίως του βιολογικού ελαιόλαδου. Επίσης θα προσπαθήσουμε να καταγράψουμε τα προβλήματα εμπορίας στην Ελλάδα καθώς και τον τρόπο διακίνησης, τυποποίησης και πώλησης των βιολογικών προϊόντων και κυρίως του βιολογικού ελαιόλαδου.

Αρχικά γίνεται μία γενική παρουσίαση για την βιολογική καλλιέργεια ελιάς, την εμπορία βιολογικού λαδιού στην χώρα μας, καθώς επίσης και το θεσμικό πλαίσιο ελέγχου στην Ελλάδα. Στη συνέχεια και στο δεύτερο τμήμα της πτυχιακής γίνεται έρευνα της στάσης των καταναλωτών απέναντι στην αγορά βιολογικών προϊόντων.

Τέλος μέσω μίας ενδεικτικής συνέντευξης με ένα μεγαλύτερο βιολογικών προϊόντων προσεγγίζουμε τα προβλήματα της εμπορίας στην Ελλάδα.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ

*«Αν αποσυνδέσεις την Ελλάδα, θα βρεις ότι αποτελείται από μια ελιά, ένα αμπέλι και ένα καράβι, που σημαίνει, Ότι με αυτά τα τρία μπορείς να την ξαναφτιάξεις.»*

**ΟΔΥΣΣΕΑΣ ΕΛΥΤΗΣ**

Η ελιά είναι το εν τρίτον από το τρίπτυχο που συνθέτει την Ελλάδα σύμφωνα με τον εθνικό μας ποιητή Οδυσσέα Ελύτη. Πρόκειται για το δέντρο που ατενίζει επί αιώνες τον ηλιόλουστο Ελληνικό ουρανό και συνδέει το παρελθόν με το παρόν και το μέλλον, την αρχαία Ελλάδα του πνεύματος και της σοφίας, του ολυμπιακού δωδεκάθεου, με την Ελλάδα του σήμερα. Η ελιά φαίνεται να έχει καταγωγή από την Ανατολή, την Μεσοποταμία και την Μικρά Ασία, από όπου και μεταφέρθηκε στην Ελλάδα.

Πρόκειται για ένα είδος φυτού που ανήκει στο γένος **olea** της οικογένειας **OLEACEAE**. Στην Ελλάδα καλλιεργείται το είδος **olea europaea** (ελιά η ευρωπαϊκή) που ευδοκίμει κυρίως στις παραμεσόγειες χώρες. Υπάρχουν δύο ποικιλίες του είδους αυτού : α) Η ευρωπαϊκή (**olea europaea var. europaea**) που καλλιεργείται για τους καρπούς της, τις ελιές και β) η δασική (**olea europaea var. sylvestris**) κοινώς αγριελιά. Είναι δέντρο αειθαλές, μακροβίωτο, ουσιαστικά αθάνατο. Φημισμένος ελαιώνας υπήρχε μεταξύ Ακαδημίας, Ιεράς οδού και Κηφισού όπου ο Πλάτωνας είχε ιδρύσει ιερό των μουσών. Ο ελαιώνας σωζόταν ως τα χρόνια της τουρκοκρατίας με μερικά δέντρα. Μια γερασμένη ελιά («ελιά του Πλάτωνα») επέζησε στο νότιο κράσπεδο της Ιεράς οδού μέχρι το 1975 οπότε και εκριζώθηκε από κτύπημα λεωφορείου και σήμερα διατηρείται σε ειδικό οικίσκο στο προαύλιο του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΓΠΑ).

Η ιστορία της ελιάς και οι παραδόσεις γύρω από αυτήν ανάγονται στα πρώτα χρόνια της οργανωμένης ζωής του ανθρώπου πάνω στη γη. Το γεγονός αυτό αποδεικνύεται από πάρα πολλές πηγές όπως μυθολογικές παραδόσεις, εβραϊκές γραφές, ανασκαφές, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Αίγυπτο και παλαιοντολογικά ευρήματα όπως τα απολιθώματα φύλλων και κλαδιών στα εδαφικά προϊστορικά στρώματα της Κύμης στην Εύβοια και στο Αιξ-αν Προβάνς της Γαλλίας και στα πλειστοκαινικά στρώματα του Mougario, 18 χλμ. από την Μπολόνια, της Ιταλίας,

καθώς και τους πυρήνες ελιάς στις νεολιθικές διαστρωματώσεις του El Garcel της Ισπανίας.

Σύμφωνα με την Εβραϊκή παράδοση, τα ελαιόδεντρα και οι καρποί τους ήταν ανάμεσα στα αγαθά που, σύμφωνα με τις γραφές, περίμεναν τους Εβραίους στην γη Χαναάν, τη γη της επαγγελίας. Το λάδι θεωρούνταν ιερό και όσοι ανακηρύσσονταν βασιλείς ή ιερείς ονομάζονταν «κεχρισμένοι» γιατί η δοκιμασία της ανακήρυξης περιλάμβανε επάλειψη με λάδι. Στη γένεση<sup>1</sup> αναφέρεται ότι το περιστέρι που άφησε ο Νώε μετά τον κατακλυσμό επέστρεψε στην κιβωτό με κλαδί ελιάς στο ράμφος του ως σύμβολο ειρήνης και γαλήνης.

Οι Αιγύπτιοι ήταν από τους πρώτους γνώστες της καλλιέργειας της ελιάς καθώς και της συλλογής του καρπού, χρησιμοποιώντας επίσης το πολύτιμο ελαιόλαδο στις θρησκευτικές και λατρευτικές τελετές τους, τη φαρμακευτική και τη διατροφή τους. Κλαδιά ελιάς βρέθηκαν ακόμη και στους τάφους των Φαραώ ενώ η καλλιέργεια της περιγράφεται σε πάπυρο, που χρονολογείται πριν από το 1550 π.Χ.

Οι Ρωμαίοι πολύ αργότερα εισήγαγαν τη συστηματική καλλιέργεια της ελιάς στις εύφορες κοιλάδες της Τυνησίας, του Μαρόκου και της Αλγερίας, όπου ακόμη και σήμερα βρίσκονται διάσπαρτα υπολείμματα ρωμαϊκών ελαιουργείων.

Στην Ελλάδα η παρουσία της ελιάς ανάγεται στην νεολιθική εποχή. Υπήρχε σε εξημερωμένη μορφή την πρώιμη εποχή του χαλκού και ήταν διαδεδομένη στην Κρήτη κατά την πρώτη μινωική ή πρώτη ανακτορική εποχή 2600-2000π.Χ. Έχουμε μια πληθώρα από πηγές και γραπτές μαρτυρίες για την ελιά που μας δείχνει τον σημαντικότερο ρόλο που είχε το φυτό τόσο στη διατροφή (λάδι, ελιά) όσο και σε άλλους τομείς της καθημερινής ζωής των αρχαίων Ελλήνων. Τα ομηρικά έπη, Ιλιάδα και Οδύσσεια, που θεωρούνται τα πρώτα γραπτά μνημεία της Ελληνικής και δυτικής λογοτεχνίας και πήραν την σημερινή τους μορφή γύρω στα 800 π.Χ., περιέχουν αρκετές και σημαντικές αναφορές στην ελιά. Εκτός από τον Όμηρο υπάρχουν και άλλες γραπτές μαρτυρίες όπως οι πινακίδες της Γραμμικής Β που βρέθηκαν στην Κνωσό, Πύλο, Μυκήνες και αλλού, από όπου αντλούμε πολύτιμες πληροφορίες για το λάδι και την χρήση του. Ακόμη και σε πινακίδες Γραμμικής Α αποτυπώνονται ιδεογράμματα σχετικά με την ελιά και το λάδι.

Ένα από τα σημαντικότερα ιερά δέντρα, για τους έλληνες, ήταν η ελιά. Γι' αυτό άλλωστε είναι και πολύ συχνή η απεικόνιση της ιερής ελιάς σε πολλά έργα τέχνης (αγγειογραφίες, τοιχογραφίες). Τα θέματα που απεικονίζονται συνήθως είναι

---

1. Γένεση κεφ. Η'

λατρευτικές τελετές, κυνηγητικές δραστηριότητες και προσφορές που εξελίσσονται στη σκιά του ιερού δέντρου της ελιάς. Επίσης, η ελιά αποτέλεσε και πηγή έμπνευσης στην κατασκευή χρυσών κοσμημάτων τα οποία μιμούνταν τα φύλλα ή τα κλαδιά της.

Σημαντικές αναφορές για την ελιά συναντάμε και στην Ελληνική μυθολογία. Η ελιά στην ελληνική μυθολογία θεωρείται ιερή και είναι το σύμβολο της ειρήνης και της συμφιλίωσης.

Οι μυθολογικές δοξασίες γύρω από την ιερή ελιά περιστρέφονται σε δύο κεντρικούς άξονες : Ο ένας αναφέρεται στην Ελληνική καταγωγή της ελιάς και στο πελασγικό μύθο, κατά τον οποίο η πιο γνωστή αναφορά του ιερού δέντρου είναι εκείνη που σχετίζεται με την «Μορία Ελαία». Η Μορία Ελαία ή Ιερή Ελιά σύμφωνα με το μύθο ήταν ήμερη ελιά που φυτεύτηκε από την Αθηνά στην Ακρόπολη. Σύμφωνα με αυτή την εκδοχή η ελιά δημιουργήθηκε στο βράχο της Ακρόπολης από χτύπημα του κονταριού της Αθηνάς όταν συναγωνίζονταν με τον Ποσειδώνα για την ονομασία που θα δινόταν στη νεόκτιστη τότε πόλη από τον Κέκροπα. Οι Αθηναίοι τη θεωρούσαν ιερή και τιμούσαν με θάνατο όποιον έκοβε τα κλαδιά της<sup>2</sup>.

Κατά τον δεύτερο άξονα, το ιερό δέντρο έρχεται από το εξωτερικό, όπως αναφέρει μία παράδοση, σύμφωνα με την οποία η πρώτη Ελληνική ελιά ήταν ένα δέντρο άγριας ελιάς που μεταφύτευσε ο Ηρακλής στην Ολυμπία μετά από ένα ταξίδι του στις όχθες του Δούναβη. Η ελιά αυτή ονομαζόταν «καλλιστέφανος» και από τα κλαδιά της κατασκευάζονταν στεφάνια (θεωρούνταν σύμβολα νίκης) με τα οποία στεφανώνονταν οι πρώτοι τη θέσει ολυμπιονίκες. Κατά μια άλλη παράδοση την πρώτη ελιά έφερε στην Αθήνα ο Κέκροπας από την Αίγυπτο.

Γενικά θα πρέπει να αναφερθεί πως για τους Έλληνες η ελιά ήταν θεϊκής καταγωγής και αθηναϊκής ιθαγένειας. Όμως στην πραγματικότητα φαίνεται να έχει καταγωγή από την Ανατολή και τη Μικρά Ασία από όπου και εισήχθη στην Ελλάδα. Πάντως όποια και αν είναι η επικρατέστερη άποψη για την καταγωγή της ελιάς, οι Έλληνες ήταν οι πρώτοι που την καλλιέργησαν γιατί αναγνώρισαν τα προτερήματα της και οι πρώτοι που διέδωσαν την καλλιέργειά της στην Ευρώπη. Αυτό άλλωστε αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι το λατινικό όνομα olea και τα παράγωγα του προέρχονται από την ελληνική ονομασία «ελαία».

Κύριο προϊόν της ελιάς είναι ο καρπός της ο οποίος καταναλίσκεται αυτούσιος η επεξεργασμένος και το πολύτιμο παράγωγο του το λάδι, που η Ελλάδα παράγει το 1|10 της παγκόσμιας παραγωγής . Η ξυλιά της χρησιμοποιείται στην επιπλοποιεία και

---

2.Αριστοτέλης, «Αθηναίων Πολιτεία»

την θέρμανση. Τα υποπροϊόντα της όπως το πυρηνέλαιο και τα υπολείμματα της ελαιουργίας χρησιμοποιούνται ως καύσιμη ύλη, λιπάσματα, στην σαπουνωποιεία καθώς και στην παραγωγή ζωοτροφών. Λόγο της μεγάλης σπουδαιότητας της στον πλουτοπαραγωγικό χώρο της πατρίδος μας καλλιεργείται συστηματικά και με συμβατικές μεθόδους αλλά και με βιολογικές τις τελευταίες δεκαετίες για τα καλύτερα και πιο φιλικά προς το περιβάλλον δυνατά αποτελέσματα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

### 1.1 ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΕΛΙΑΣ

Η Βιολογική Γεωργία είναι ένας ιδιαίτερος τρόπος παραγωγής που χρησιμοποιεί ήπιες τεχνικές καλλιέργειας και προϊόντα φυτοπροστασίας και λίπανσης που δεν αποτελούν κίνδυνο για το περιβάλλον, αξιοποιώντας τις σύγχρονες κατακτήσεις της επιστήμης, της εμπορίας και της ντόπιας παράδοσης. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονίσουμε ότι η βιολογική παραγωγή δεν ταυτίζεται με την παραδοσιακή γεωργία και δεν αποτελεί επιστροφή στη «λίθινη εποχή» όπως συχνά της καταλογίζεται, αλλά μπορεί να αξιοποιεί όλες τις καινούργιες επιστημονικές γνώσεις, στο βαθμό που αυτές λειτουργούν σε αρμονία με τις φυσικές διαδικασίες και όχι ενάντια τους. Με λίγα λόγια θα μπορούσαμε να πούμε ότι η βιολογική γεωργία είναι ένας τρόπος καλλιέργειας όπου δεν επιτρέπεται η χρήση οποιουδήποτε συνθετικού χημικού μέσου. (Α. Ταμπάκου, 1995)

Η απαίτηση μιας συγκεκριμένης ομάδας καταναλωτών για την εξασφάλιση υγιεινών τροφίμων, απαλλαγμένων από φυτοφάρμακα και τοξικές ουσίες (η ομάδα αυτή των καταναλωτών γίνεται όλο και πιο μεγάλη καθώς έχει διευρυνθεί εντυπωσιακά την τελευταία δεκαετία) αλλά και η αυξανόμενη τα τελευταία χρόνια ευαισθητοποίηση του κόσμου για προστασία του περιβάλλοντος (οικολογικές οργανώσεις κ.α.) έχουν δημιουργήσει τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την διάδοση της βιολογικής γεωργίας. Στην Ευρώπη αλλά και σε όλο τον κόσμο μεγαλώνει συνεχώς η ζήτηση βιολογικών προϊόντων με αποτέλεσμα την δημιουργία ενός νέου συνεχώς αναπτυσσόμενου και πολύ προσοδοφόρου εμπορικού κυκλώματος. Έτσι όλο ένα και πιο πολλοί παραγωγοί στρέφονται στη βιολογική γεωργία τα τελευταία χρόνια εγκαταλείποντας την «συμβατική γεωργία» που αντιπροσώπευε έως σήμερα τον κλασικό τρόπο παραγωγής γεωργικών προϊόντων, ο οποίος επιδίωκε την μεγιστοποίηση της παραγωγής με εντατική καλλιέργεια και χρήση μεγάλων ποσοτήτων χημικών λιπασμάτων και παρασιτοκτόνων.

Σύμφωνα με τον κανονισμό 2092/91 της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Περιοδικό ΔΥΩ, τεύχος 18, Ιούνιος 2001, Ευρωπαϊκή Νομοθεσία σελ.9) η βιολογική γεωργία ορίζεται ως ένα σύστημα διαχείρισης αγροτικών εκμεταλλεύσεων, που εφαρμόζει σημαντικούς περιορισμούς στη χρήση συνθετικών λιπασμάτων και βιοκτόνων. Στον ίδιο κανονισμό ορίζεται ότι η βιολογική γεωργία προωθεί σκοπούς όπως την παραγωγή προϊόντων που δεν έχουν υπολείμματα αγροχημικών, την ανάπτυξη



μεθόδων φιλικών προς το περιβάλλον που αποφεύγουν τη χρήση συνθετικών λιπασμάτων και εντομοκτόνων και την εφαρμογή καλλιεργητικών εργασιών που επαναφέρουν και διατηρούν την εδαφική γονιμότητα. Επίσης, ορίζεται από τον κανονισμό ο υποχρεωτικός έλεγχος τόσο στα στάδια παραγωγής όσο και στο μάρκετινγκ με την αναγνώριση και επίβλεψη των κρατών μελών.

Ο κανονισμός 2092/91 της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι το αποτέλεσμα τόσο της αυξανόμενης ζήτησης ενός κομματιού της αγοράς για βιολογικά προϊόντα όσο και της ανάγκης ενοποίησης της νομοθεσίας για να διευκολυνθεί η ελεύθερη διακίνηση των βιολογικών προϊόντων και να αποφευχθούν νοθείες στα προϊόντα, αυτά που είτε παράγονται είτε εισάγονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Έτσι, οδηγηθήκαμε στις 24 Ιουνίου 1991, στην ψήφιση από το Συμβούλιο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων του Κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2092/91 περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής.

Σύμφωνα με τον κανονισμό αυτό ο παραγωγός – επιχειρηματίας που υιοθετεί τη μέθοδο βιολογικής παραγωγής ή εμπορεύεται βιολογικά προϊόντα πρέπει να τηρήσει κάποιες απαιτήσεις που ορίζονται στα άρθρα του. Ο κανονισμός περιλαμβάνει 16 άρθρα που περιέχουν οδηγίες – κανόνες : 1) για την επισήμανση των προϊόντων, 2) την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, 3) το σύστημα ελέγχου, 4) την ένδειξη πιστότητας βιολογικών προϊόντων και 5) την εισαγωγή από τρίτες χώρες βιολογικών προϊόντων καθώς και την εξαγωγή των προϊόντων αυτών είτε μεταξύ των μελών - κρατών είτε σε άλλες χώρες (τα άρθρα του Κανονισμού που αναφέρονται στην παραγωγή, τη πιστοποίηση, τυποποίηση και την εμπορία των βιολογικών προϊόντων βρίσκονται στο παράρτημα).

## **1.2 Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ**

Ο βιολογικός τρόπος παραγωγής στη χώρα μας έχει ξεκινήσει στις αρχές της δεκαετίας του 80 από την Μεσσηνιακή Μάνη, με λίγους αρχικά παραγωγούς, την υποστήριξη της εμπορικής εταιρίας διακίνησης Rapunzel και του Αυστριακού ιδρυτή της εταιρίας Blauel. Τα πρώτα χρόνια η ελαιοκαλλιέργεια ήταν η κυρίαρχη βιολογική καλλιέργεια μιας και ήταν πιο εύκολη η μετατροπή των ελαιώνων της Μάνης σε βιολογικό επειδή υπήρχαν αρκετές ιδιαιτερότητες που αφορούσαν τον τρόπο καλλιέργειας της ελιάς σε αυτές τις περιοχές, καθώς και γιατί το ελαιόλαδο ήταν ένα

προϊόν εύκολο όσον αφορά την διατήρηση του αλλά και προσοδοφόρο για τους παραγωγούς. Για το χρονικό διάστημα 1985-1992 (επίσημα στοιχεία δεν υπάρχουν) θεωρείται ότι η βιολογική καλλιέργεια ελιάς καταλάμβανε στην Ελλάδα περίπου 1500 στρέμματα και αφορά περίπου 70 παραγωγούς, επί συνόλου 2000 στρεμμάτων βιοκαλλιέργειας και 100 παραγωγούς (πηγή ΔΥΩ 2001).

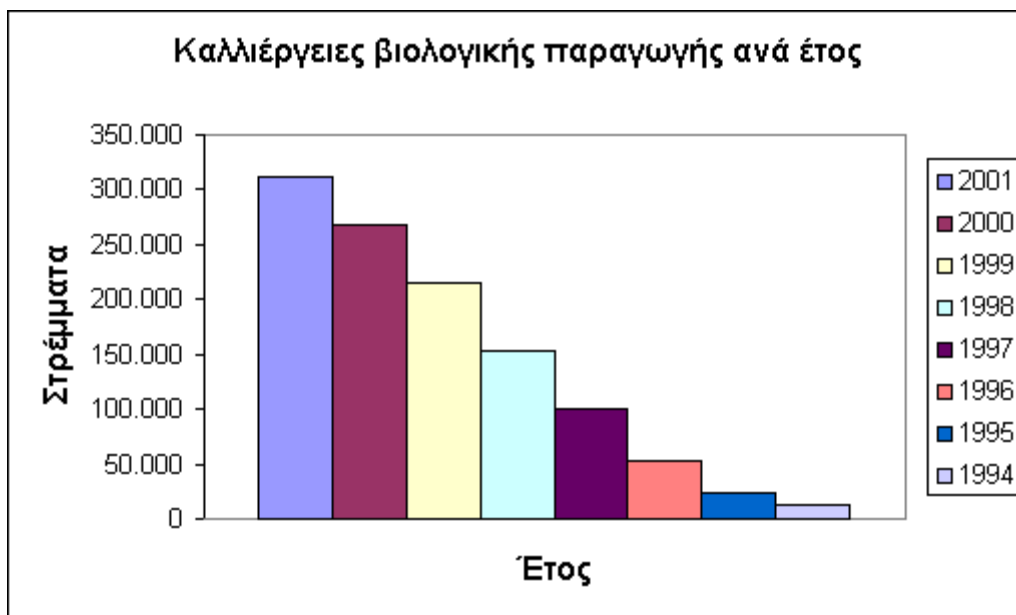
Η εξέλιξη της βιολογικής καλλιέργειας και ελαιοκαλλιέργειας μετά το 1993 και ιδιαίτερα από το 1995 και μετά, δόθηκαν για πρώτη φορά οικονομικές παροχές στον τομέα αυτό, είναι ιδιαίτερα σημαντική. Τα στοιχεία που υπάρχουν δείχνουν ότι η βιολογική καλλιέργεια ελιάς κατέχει κατά μέσο όρο το 50% του συνόλου των βιοκαλλιεργούμενων εκτάσεων στη χώρα μας. Με βάση τα στοιχεία του AGROCERT, το 1999 επί συνόλου 214.512 στρεμμάτων βιοκαλλιέργειας η βιοκαλλιέργεια ελιάς εφαρμόζεται σε 120.852 στρέμματα εκ των οποίων τα 31.541 είναι σε πλήρες βιολογικό στάδιο. Ενώ το 2001, επί συνόλου 311.467 στρεμμάτων βιοκαλλιέργειας, η βιοκαλλιέργεια ελιάς εφαρμόζεται επί 155.000 στρεμμάτων, εκ των οποίων τα 83.540 είναι σε πλήρες βιολογικό στάδιο (Πρακτικά Διεθνούς Συμποσίου Σητεία Κρήτης 23-24/5/2002, σελ.151) .

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του υπουργείου γεωργίας οι εκτάσεις βιολογικής καλλιέργειας το έτος 2001 ήταν 311.182 στρέμματα. Αναλυτικά η εξέλιξη των στρεμμάτων βιολογικής καλλιέργειας τα έτη 1994-2001 σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία είναι:

**Πίνακας 1:Συνολικές εκτάσεις καλλιεργειών βιολογικής παραγωγής στην Ελλάδα**

Έτος	Έκταση (στρ.)
2001	311.182
2000	267.070
1999	214.512
1998	154.019
1997	99.995
1996	52.964
1995	24.009
1994	11.882

\* Πηγή υπουργείο γεωργίας. (INTEPNET [www.Υπουργείο Γεωργίας .gr](http://www.Υπουργείο Γεωργίας .gr) )



**Εικόνα 1: Ραβδόγραμμα της εξέλιξης της βιολογικής καλλιέργειας στην Ελλάδα τα έτη 1994-2001. Πηγή υπουργείο γεωργίας. (INTEPNET [www.Υπουργείο Γεωργίας .gr](http://www.Υπουργείο Γεωργίας .gr))**

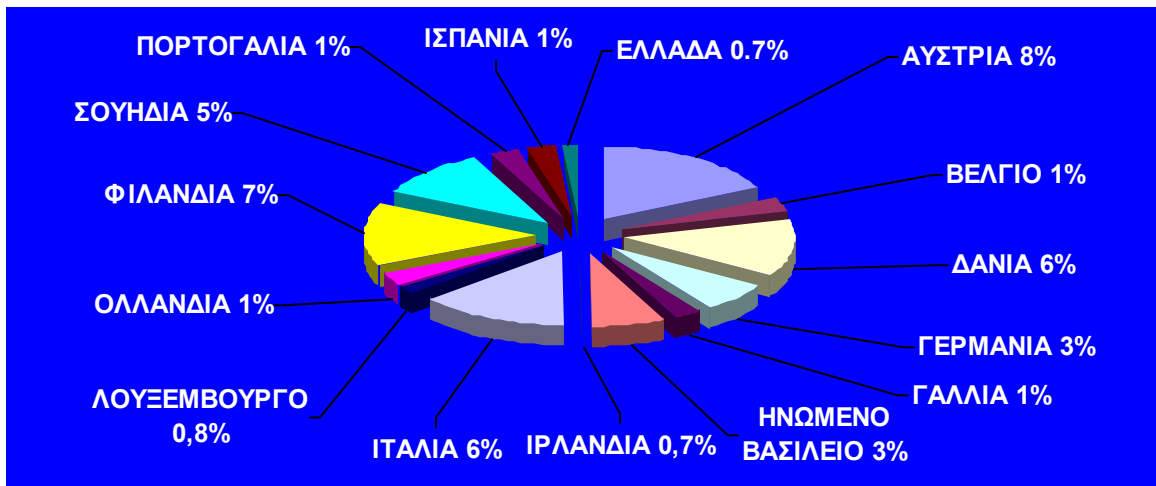
Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζεται το ποσοστό % που καταλαμβάνουν οι εκτάσεις βιολογικής καλλιέργειας επί του συνόλου των καλλιεργήσιμων εκτάσεων, στην Ευρώπη για το έτος 2000.

**Στατιστικά - Η βιολογική γεωργία στην Ευρώπη - 2000**

A/A	ΕΤΟΣ	ΧΩΡΑ	ΕΚΤΑΣΗ (στρ.)	% βιολογικής γεωργίας επί συνολικής έκτασης
1	2000	ΑΥΣΤΡΙΑ	2.719.500	8,64
2	2000	ΒΕΛΓΙΟ	202.630	1,46
3	2000	ΔΑΝΙΑ	1.652.580	6,20
4	2000	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	5.460.230	3,20
5	2000	ΓΑΛΛΙΑ	3.710.000	1,23
6	2000	ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	5.273.230	3,33
7	2000	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	323.550	0,73
8	2000	ΙΤΑΛΙΑ	10.403.770	6,76
9	2000	ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	10.300	0,81
10	2000	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	278.200	1,42
11	2000	ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	1.474.230	6,73
12	2000	ΣΟΥΗΔΙΑ	1.716.820	5,20
13	2000	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	500.020	1,31
14	2000	ΙΣΠΑΝΙΑ	3.808.380	1,30
15	2000	ΕΛΛΑΔΑ	248.000	0,72

Πηγή υπουργείο γεωργίας. (INTEPNET [www.Υπουργείο Γεωργίας .gr](http://www.Υπουργείο Γεωργίας .gr) )

Εικόνα 2 : Η βιολογική γεωργία στην Ευρώπη



Πηγή υπουργείο γεωργίας. (INTEPNET [www.Υπουργείο Γεωργίας .gr](http://www.Υπουργείο Γεωργίας .gr) )

Όπως φαίνεται στο γράφημα τα μεγαλύτερα ποσοστά βιολογικής καλλιέργειας τα έχουν η Αυστρία με 8%, η Φιλανδία με 7%, η Δανία με 6% και η Σουηδία με 5%. Ακολουθούν αρκετές χώρες με ποσοστά κοντά στο 1-3% όπως το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία με 3% και η Πορτογαλία, η Ισπανία, η Ολλανδία και το Βέλγιο με 1%. Η Ελλάδα έχει μαζί και με το Λουξεμβούργο και την Ιρλανδία το μικρότερο ποσοστό 0.7% βιολογικής καλλιέργειας . Αυτό δείχνει αφενός τον αργό ρυθμό με τον οποίο αναπτύσσεται η βιοκαλλιέργεια στην χώρα μας αφετέρου το ότι η βιολογική γεωργία άργησε να εφαρμοστεί από τους έλληνες παραγωγούς, οι οποίοι έχασαν έτσι πολύτιμο έδαφος έναντι των Ευρωπαίων ομόλογων τους. Φαίνεται επίσης ξεκάθαρα ότι στα επόμενα χρόνια η Ελλάδα πρέπει να αυξήσει το ποσοστό της βιολογικής καλλιέργειας, εάν επιθυμεί όχι απλώς να υπάρχει, αλλά και να καταλαμβάνει μία υψηλή θέση στην παραγωγή βιολογικών προϊόντων στον Ευρωπαϊκό χώρο.

Επίσης σημαντικό στοιχείο είναι το ότι ακόμη και σε χώρες που η βιολογική γεωργία εφαρμόζεται χρόνια το ποσοστό δεν ξεπερνά το 8%. Είναι λοιπόν απαραίτητο για το μέλλον της βιολογικής γεωργίας, να υπάρξουν προσπάθειες ώστε να αυξηθούν τα ποσοστά της τα επόμενα χρόνια, σε όλη την Ευρώπη, και να υπάρξουν περισσότεροι παραγωγοί που θα προτιμήσουν την βιολογική παραγωγή εγκαταλείποντας τη συμβατική γεωργία .

Στον πίνακα 3 που ακολουθεί, βλέπουμε το σύνολο των καλλιεργούμενων ειδών βιολογικής γεωργίας στην Ελλάδα. Τα στοιχεία του πίνακα προέρχονται από τα στατιστικά στοιχεία τριών οργανισμών ελέγχου και πιστοποίησης βιολογικών

προϊόντων ΔΗΩ , ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΗ , ΣΟΓΕ. Όπως φαίνεται από τον κατάλογο αυτό, τα σπουδαιότερα είδη που καλλιεργούνται βιολογικά στην Ελλάδα είναι η ελιά για λάδι και για βρώσιμη, το αμπέλι, τα εσπεριδοειδή, οι πατάτες, τα επιτραπέζια σταφύλια, οι φιστικιές (Αιγίνης), οι καρυδιές, οι συκιές, τα όσπρια, τα κηπευτικά και τα σιτηρά . Παρατηρώντας τις εκτάσεις αυτών των καλλιεργειών βλέπουμε πως τις περισσότερες εκτάσεις καταλαμβάνουν οι βιολογικές καλλιέργειες ελιάς τόσο για παραγωγή λαδιού όσο και για βρώσιμη ελιά. Το στοιχείο αυτό δείχνει το πόσο σημαντικό ρόλο είχε και εξακολουθεί να έχει η βιολογική καλλιέργεια ελιάς στην ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας στην Ελλάδα. Για αυτό άλλωστε και κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό από το σύνολο των βιοκαλλιεργούμενων εκτάσεων. Άλλες καλλιέργειες με αρκετά υπολογίσιμες εκτάσεις είναι του αμπελιού, των σιτηρών και των εσπεριδοειδών .

**Πίνακας 3: Εκτάσεις καλλιεργειών βιολογικής παραγωγής και καλλιεργειών σε στάδιο μετατροπής στην Ελλάδα κατά το έτος 2001 ανά είδος καλλιέργειας και Οργανισμό Ελέγχου και Πιστοποίησης (ΔΥΩ, ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΗ, ΣΟΓΕ)**

Α/Α	ΕΙΔΟΣ	ΔΗΩ		ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΗ		ΣΟΓΕ*		ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
		Β (στρ)	Μ (στρ)	Β(στρ)	Μ(στρ)	Β(στρ)	Μ(στρ)	Β(στρ)	Μ(στρ)	
1	Σιτηρά	2536,42	11123,12	4402	1986	6647,61	14224,54	13586,03	27333,66	
2	Όσπρια	301,9	166,5	896	112	567,247	741,763	1765,147	1020,263	
3	Πατάτες	0	0	23	26	44,57	8	67,57	34	
4	Βιομηχανικά φυτά Περιλαμβάνονται τα αρωματικά και τα φαρμακευτικά φυτά	482,3	646,75	1362	327	113	336,6	1957,3	1310,35	
5	Κηπευτικά υπαίθρου	1261,61	1798,3	158	89	980,211	641,63	2399,821	2528,93	
6	Κηπευτικά θερμοκηπίου	56,34	131,22	2	0			58,34	131,22	
7	Φυτά Χορτονομής/ Ζωοτροφές	1677,79	2483,15	6851	1396	893,2	13440,802	9421,99	17319,952	
8	Σπόροι -φυτάρια - υλικό αγενούς πολ/μού	7,8	0,61	40	0			47,8	0,61	
9	Οπώρες (φρούτα) εκτός από εσπεριδοειδή και ελιές	1090,8	4301,8	1254	593	1058,96	1732,253	3403,76	6627,053	
10	Ακρόδρυα	1945,27	1004,28	1525	59	3586,47	2455,94	7056,74	3519,22	
11	Εσπεριδοειδή	6646,2	3842,67	0	2	3491,805	6708,916	10138,005	10553,586	
12	Ελιές	48593,53	33825,48	3485	1667	31461,649	35968,899	83540,179	71461,379	
13	Αμπέλι	8565,4	7320,08	959	327	5324,555	3466,122	14848,955	11113,202	
15	Ελαιούχοι καρποί					0	579,62	0	579,62	
16	Αγρανάπαιυση	2363,18	5129,2				1728,905	2363,18	6858,105	
17	Λοιπά	3,14	56,32		0	0	76,6	3,14	132,92	
	Σύνολο	75531,68	71829,48	20957	6584	54169,277	82110,59	<b>150657,96</b>	<b>160524,07</b>	<b>311182,03</b>
	Σημείωση:	Το σύμβολο * σημαίνει τα συγκεκριμένα στοιχεία έχουν προκύψει από δική μας επεξεργασία καθώς δεν έχουν επίσημα κατατεθεί από τον ΣΟΓΕ								

\* Πηγή υπουργείο γεωργίας. (INTEPNET [www.Υπουργείο Γεωργίας .gr](http://www.Υπουργείο Γεωργίας .gr) )

Η μεγάλη σημασία της ελιάς στην εξέλιξη της βιοκαλλιέργειας φαίνεται και στον επόμενο πίνακα, όπου παρουσιάζεται ενδεικτικά το σύνολο των στρεμμάτων βιολογικής καλλιέργειας ελιάς, σιτηρών και εσπεριδοειδών, των κυριότερων δηλαδή ειδών καλλιέργειας στη χώρα μας, καθώς και η εξέλιξη τους τα έτη 1994-2001

**Πίνακας 4:Συνολικές εκτάσεις ελιάς – αμπέλου - εσπεριδοειδών βιολογικής παραγωγής στην Ελλάδα**

Έτος	Ελιά (στρ.)	Αμπέλι (στρ.)	Εσπεριδοειδή (στρ.)
<b>2001</b>	155.002	25.962	20.692
<b>2000</b>	130.452	23.687	17.582
<b>1999</b>	115.462	19.464	14.692
<b>1998</b>	94.752	15.660	12.990
<b>1997</b>	58.500	11.217	7.950
<b>1996</b>	32.614	5.700	2.537
<b>1995</b>	14.700	2.997	1.150
<b>1994</b>	5.600	950	900

\* Πηγή υπουργείο γεωργίας. (INTEPNET [www.Υπουργείο Γεωργίας .gr](http://www.Υπουργείο Γεωργίας .gr) )

Όπως φαίνεται και από τον πίνακα 4, η βιολογική καλλιέργεια ελιάς καταλαμβάνει τις περισσότερες εκτάσεις από κάθε άλλη καλλιέργεια. Μάλιστα παρατηρώντας τα νούμερα του πίνακα βλέπουμε ότι το 2001 τα στρέμματα της ελιάς ( 155.002 ) ήταν περίπου εξαπλάσια από αυτά του αμπελιού ( 25.962) και εφταπλάσια από αυτά των εσπεριδοειδών ( 20.692). Βλέπουμε λοιπόν πόσο σημαντικό ρόλο είχε και έχει η καλλιέργεια ελιάς για την βιολογική γεωργία στη χώρα μας.



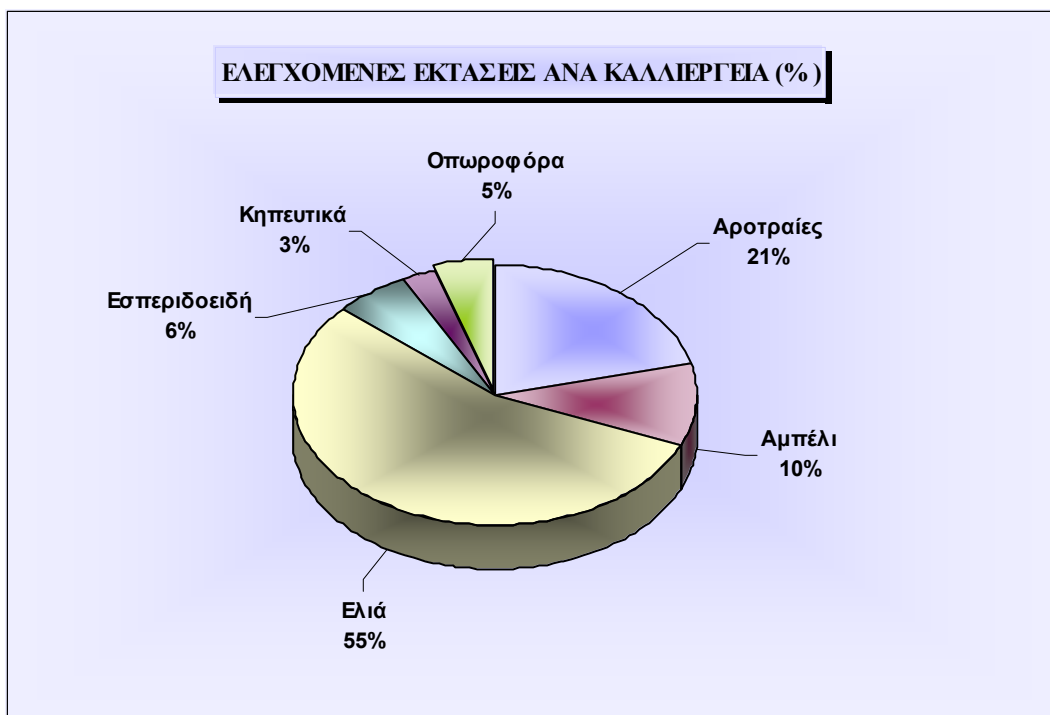
### 1.3 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ

Πριν από περίπου 15 χρόνια άρχισε να εξασκείται στην Ελλάδα η βιολογική γεωργία. Η γεωργία αυτή βρίσκεται σε εμβρυακό στάδιο και χαρακτηρίζεται από τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας, την περιορισμένη χρήση εξωτερικών εισροών, καθώς και τη μη χρήση εκείνων που παρασκευάζονται συνθετικά. Επίσης, κύριος στόχος είναι η παραγωγή προϊόντων ποιότητας με σεβασμό στο περιβάλλον και κατά δεύτερο λόγο τα υψηλά επίπεδα παραγωγής. Η γεωργία αυτή στηρίζεται σε μία διαφορετική σχέση μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών και δίνει έμφαση σε διαφορετικές προτεραιότητες των καταναλωτών.

Όπως φαίνεται και από τα στοιχεία των πινάκων που παρουσιάστηκαν, όταν μιλάμε για βιολογική γεωργία στην Ελλάδα γενικά, κατά το ήμισυ περίπου αναφερόμαστε ουσιαστικά στην βιολογική καλλιέργεια της ελιάς. Το ποσοστό της ελιάς στο σύνολο της βιολογικής γεωργίας, αν και μειώνεται καθώς υπεισέρχεται η δυναμική της εγχώριας ζήτησης, εν τούτοις παραμένει πάντοτε υψηλό.

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνονται τα ποσοστά των έξι σημαντικότερων βιολογικών καλλιεργειών σε σχέση με το σύνολο των ελεγχόμενων εκτάσεων βιολογικής καλλιέργειας στην Ελλάδα. Όπως φαίνεται η βιοκαλλιέργεια ελιάς καταλαμβάνει το 55% της συνολικής βιολογικής παραγωγής. Οι περισσότερες από τις μισές εκτάσεις βιολογικής παραγωγής δηλαδή, αφορούν την καλλιέργεια ελιάς. Άλλες καλλιέργειες με σημαντικά ποσοστά είναι αυτές του αμπελιού με 10% και οι αροτραίες που καταλαμβάνουν το 21% του συνόλου των βιοκαλλιεργειών.

Εικόνα 3 : Ελεγχόμενες εκτάσεις βιολογικής καλλιέργειας ανά καλλιέργεια ( % )



- Πηγή ΔΗΩ ( ΙΝΤΕΡΝΕΤ [www.ΔΥΩ.gr](http://www.ΔΥΩ.gr) )

Πίνακας 5: Εκτάσεις βιολογικής καλλιέργειας ελιάς ανά περιφέρεια

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ (στρ.)
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ	2.260
ΑΤΤΙΚΗΣ	8.851
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	14.312
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	19.635
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	2.291
ΗΠΕΙΡΟΥ	3.209
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	6.814
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	3.727
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	8.150
ΚΡΗΤΗΣ	20.728
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	1.658
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	49.547
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	17.329
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΜΑ</b>	<b>158.511</b>

- \* Πηγή ΔΗΩ ( ΙΝΤΕΡΝΕΤ [www.ΔΥΩ.gr](http://www.ΔΥΩ.gr) )

Παρατηρώντας την λίστα των περιοχών (περιφερειών) που πρωτοπορούν στην βιολογική καλλιέργεια ελιάς βλέπουμε πόσο άρρηκτα συνδεδεμένη είναι η καλλιέργεια ελιάς με την ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας στην Ελλάδα. Στο σύνολο τους, με ελάχιστες ίσως εξαιρέσεις, οι περιοχές αυτές είναι οι ίδιες που πρωταγωνιστούν στη βιολογική γεωργία γενικά. Η βιολογική καλλιέργεια ελιάς σε αυτές τις περιοχές αποτέλεσε και αποτελεί το εφαλτήριο για την συνολική ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο το γεγονός ότι οι περιοχές αυτές πρωτοστατούν ακόμη και στην βιολογική καλλιέργεια προϊόντων στα οποία δεν υπάρχει ιδιαίτερη παράδοση. Αυτό είναι αποτέλεσμα της επιτυχημένης διάθεσης του ελαιόλαδου, η οποία είχε ως άμεση συνέπεια την σχετικά εύκολη διείσδυση τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στην διεθνή. Στις περιφέρειες αυτές έχουμε και τις πρώτες προσπάθειες ανάπτυξης δικτύου διανομής και τεχνικής υποστήριξης, δημιουργία εμφιαλωτηρίων και ελαιουργείων καθώς και οργάνωση των παραγωγών σε ομάδες (π.χ. συνεταιρισμοί). Επίσης γίνονται προσπάθειες για πρώτη φορά να δημιουργηθούν τοπικά σημεία διάθεσης στην επαρχία (Πηγή ΔΥΩ 2001).

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο που προκύπτει από τους παραπάνω πίνακες είναι ότι σε αυτές τις περιοχές συγκεντρώνεται το 90% περίπου της βιολογικής καλλιέργειας ελιάς στην Ελλάδα. Όμως η εξέλιξη δεν έχει την ίδια πορεία σε κάθε περιφέρεια. Έτσι σε περιοχές που καταγράφηκαν ιστορικά οι πρώτες προσπάθειες βιολογικής καλλιέργειας ελιάς βλέπουμε μία διαρκή άνοδο με μειωμένους όμως ρυθμούς από τους αρχικούς. Αντίθετα σε περιοχές όπου πρόσφατα εκδηλώθηκαν πρωτοβουλίες από ομάδες παραγωγών ή εταιρίες, τα ποσοστά ανάπτυξης είναι υψηλά. Τέτοιες περιπτώσεις είναι οι νομοί Πειραιώς, Αργολίδος, Λακωνίας, Λέσβου, Ηρακλείου και Λασιθίου.

Ένα ακόμη στοιχείο που πρέπει να σημειώσουμε είναι ότι από όλους τους νόμους της χώρας, μόνο σε 14 δεν έχουμε βιολογική καλλιέργεια ελιάς. Οι 14 αυτοί νομοί είναι όσοι απλώς δεν έχουν ελιές.

## 1.4 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Με κεντρικό άξονα τα δεδομένα που έχει δημιουργήσει ο κανονισμός 2092/91 έχει σχεδιαστεί και αναπτύσσεται στην Ελλάδα η πολιτική της ποιότητας στον γεωργικό τομέα. Έτσι με την ίδρυση του AGROCERT του Οργανισμού Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (Ο.Π.Ε.ΓΕ.Π.), το Υπουργείο Γεωργίας έχει θέσει σε εφαρμογή το θεσμικό πλαίσιο προώθησης της ποιότητας στη γεωργία. Σκοπός του AGROCERT είναι να προωθήσει την εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας στην ελληνική γεωργία και μέσω της πιστοποίησης και της χρήσης σημάτων ποιότητας να αναδείξει τα προϊόντα στις αγορές τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού. Ο AGROCERT ως εθνική αρχή τυποποίησης και πιστοποίησης στον τομέα των γεωργικών προϊόντων αναπτύσσει τις δραστηριότητες του στους τομείς αυτούς.

### Τυποποίηση

Στον τομέα της τυποποίησης, δηλαδή στη σύνταξη και αναγνώριση προτύπων, προδιαγραφών, οδηγιών και πρωτοκόλλων που αφορούν προϊόντα και διαδικασίες παραγωγής στο γεωργικό τομέα, έχει εκπονηθεί για τα βιολογικά προϊόντα φυτικής παραγωγής (και για το βιολογικό λάδι) το πρότυπο AGRO:

- AGRO 2.1/2 Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στη Φυτική Παραγωγή

### Πιστοποίηση

Στον τομέα της πιστοποίησης, δηλαδή της συμμόρφωσης διαδικασιών της παραγωγής και των προϊόντων προς προδιαγεγραμμένες απαιτήσεις και πρότυπα, ο AGROCERT έχει αναλάβει την προώθηση των συστημάτων πιστοποίησης προς τους παραγωγούς αλλά και την προώθηση της πολιτικής της πιστοποιημένης ποιότητας προς τους καταναλωτές. Ακόμη μεριμνά για την προστασία των σημάτων που χορηγεί αλλά και των όρων που χρησιμοποιούνται έτσι ώστε και ο παραγωγός – επιχειρηματίας να ωφελείται αλλά και το καταναλωτικό κοινό να προστατεύεται και να πληροφορείται σωστά. Τα πεδία πιστοποίησης που προωθεί ο AGROCERT για τα φυτικά βιολογικά προϊόντα (και για το βιολογικό λάδι) είναι:

## **Πιστοποίηση προϊόντων σύμφωνα με κοινοτικούς κανονισμούς**

- Προϊόντα Βιολογικής Γεωργίας (Π.Β.Γ.)
- Προϊόντα Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π)
- Προϊόντα Γεωγραφικής Ενδείξεως (Π.Γ.Ε.)
- Ειδικά Παραδοσιακά Προϊόντα Εγγυημένα (Ε.Π.Π.Ε.)- Ιδιότυπα

## **Πιστοποίηση προϊόντων σύμφωνα με εθνικά πρότυπα**

- Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στη Γεωργική Παραγωγή
- Συστήματα ποιότητας και Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης

Το Υπουργείο Γεωργίας εναρμονιζόμενο με τον Κοινοτικό Κανονισμό 2092/91 και θέλοντας να καταρτίσει και να εισάγει ένα νέο θεσμικό πλαίσιο που να στοχεύει στην διασφάλιση της αξιοπιστίας του Συστήματος Ελέγχου και Πιστοποίησης των βιολογικών προϊόντων, στην ενίσχυση της παραγωγής βιολογικών προϊόντων, στη βελτίωση της εικόνας των βιολογικών προϊόντων στα μάτια των καταναλωτών καθώς και στη προσέγγιση με σωστό και υπεύθυνο τρόπο των υψηλών απαιτήσεων των αγορών, προχώρησε στην υπογραφή της Κ.Υ.Α. αριθ. 332221/01 στην οποία περιλαμβάνεται μια σειρά από συμπληρωματικά μέτρα σύμφωνα με τις προσαγές της κοινοτικής ρύθμισης.

Έτσι σύμφωνα με το νέο θεσμικό πλαίσιο ελέγχου και πιστοποίησης των προϊόντων βιολογικής γεωργίας, οι αρμοδιότητες για τον έλεγχο των παραγωγών, την πιστοποίηση της βιολογικής γεωργίας και της εμπορίας βιολογικών προϊόντων κατανέμονται σε 3 τομείς ανάλογα με τον οργανισμό που είναι υπεύθυνος για την διεκπεραίωση τους, δηλαδή τον Υπουργό και το Υπουργείο, τον AGROCERT και τους ιδιωτικούς οργανισμούς ελέγχου. Αναλυτικότερα οι αρμοδιότητες κατανέμονται ως εξής:

### **Υπουργός-Υπουργείο**

- Χορηγούν άδεια για την εισαγωγή βιολογικών προϊόντων από τρίτε χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Χορηγούν άδειες λειτουργίας σε μονάδες παραγωγής, τυποποίησης, μεταποίησης βιολογικών προϊόντων και οργανισμών ελέγχου.

- Επιβάλλουν πρόστιμα σε όσους επιχειρηματίες δεν τηρούν τους κανονισμούς της Ε.Ε.
- Έχουν την εποπτεία όλου του συστήματος ελέγχου

## **AGROCERT**

- Αξιολογεί και επιβλέπει τους ιδιωτικούς οργανισμούς ελέγχου και τους παραγωγούς.
- Χορηγεί το ενιαίο εθνικό σήμα αναγνώρισης στα ελληνικά βιολογικά προϊόντα.
- Ελέγχει την εμπορία των προϊόντων βιολογικής γεωργίας.

## **Ιδιωτικοί Οργανισμοί Ελέγχου**

- Ελέγχουν και πιστοποιούν τα προϊόντα βιολογικής γεωργίας.
- Ελέγχουν τους επιχειρηματίες που εισάγουν βιολογικά προϊόντα από τρίτες χώρες.
- Ελέγχει την εμπορία των προϊόντων βιολογικής γεωργίας.
- Επιβάλλει κυρώσεις στους παραγωγούς που διαπιστώνει ότι παρατυπούν.

Οι ιδιωτικοί οργανισμοί που έχουν πάρει έγκριση και λειτουργούν σήμερα στην Ελλάδα είναι οι ακόλουθοι:

### **Οργανισμοί ελέγχου και πιστοποίησης προϊόντων βιολογικής γεωργίας**

- 
1. **ΔΗΩ**  
Αριστοτέλους 38 Αθήνα Τ.Κ. 104 33  
Τηλ.: 210-8224384 , Fax: 210- 8218117
  2. **ΒΙΟΕΛΛΑΣ Α.Ε.**  
Κοδριγκτώνος 11Β, Αθήνα  
Τηλ.: 210-8211940, 210-8211707, Fax: 210-8211015
  3. **ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΗ Ε.Π.Ε**  
Ν.Πλαστήρα 24, Αλεξάνδρεια Ημαθίας  
Τηλ./Fax: 2333-24440
  4. **ΣΟΓΕ**  
\* Πηγή υπουργείο γεωργίας. (INTEPNET [www.Υπουργείο Γεωργίας .gr](http://www.Υπουργείο Γεωργίας .gr) )

## **1.5 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ 2092/91 ΤΗΣ Ε.Ε. ΣΤΗΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ**

Όπως και για όλα τα υπόλοιπα είδη που καλλιεργούνται βιολογικά στην Ελλάδα έτσι και για τη βιολογική καλλιέργεια ελιάς ισχύουν οι κανόνες που ορίζει το νέο νομοθετικό πλαίσιο, που κατάρτισε το Υπουργείο Γεωργίας, και το οποίο είναι πλήρως εναρμονισμένο προς τις προσταγές του Κανονισμού 2092/91 της Ευρωπαϊκής Ένωσης .

Επομένως κάθε επιχειρηματίας που παράγει, παρασκευάζει, μεταποιεί ή εισάγει από τρίτες χώρες βιολογικά προϊόντα της ελιάς με σκοπό την εμπορία τους πρέπει να ακολουθήσει την προβλεπόμενη, από τις διατάξεις του κανονισμού, διαδικασία.

Έτσι είναι υποχρεωμένος να δηλώσει την λειτουργία της επιχείρησης του στην αρμόδια αρχή του κράτους. Στην συνέχεια και αφού δοθεί η άδεια λειτουργίας από το Υπουργείο Γεωργίας θα πρέπει να ελεγχθεί η επιχείρηση και να πιστοποιηθούν τα προϊόντα της από έναν ιδιωτικό οργανισμό ελέγχου και πιστοποίησης. Ο ιδιωτικός οργανισμός πρέπει να κάνει συχνούς ελέγχους στην επιχείρηση, με όλες τις προβλεπόμενες ενέργειες (δειγματοληπτικούς ελέγχους, πλήρη έλεγχο των εγκαταστάσεων και των λογιστικών βιβλίων της επιχείρησης κ.α. ), έτσι ώστε να έχει πλήρη εικόνα για το εάν ο επιχειρηματίας τηρεί τους κανόνες της κοινότητας για τα βιολογικά προϊόντα. Μετά από κάθε επίσκεψη και εφόσον όλα είναι σύμφωνα με τον κανονισμό 2092/91 της Ε.Ε. συμπληρώνεται μία έκθεση επιθεώρησης ή οποία συνυπογράφεται από τον υπεύθυνο της επιχείρησης. Ο ιδιωτικός οργανισμός εκτός από το πιστοποιητικό ελέγχου είναι υπεύθυνος και για την επιβολή κυρώσεων σε όσους επιχειρηματίες παρατυπούν.

Ο ιδιωτικός οργανισμός είναι επίσης, υποχρεωμένος να δηλώνει τον αριθμό και τα στοιχεία των επιχειρηματιών που ελέγχει στην αρμόδια αρχή προκειμένου να διαπιστωθεί από αυτή, η αντικειμενικότητα των ελέγχων. Επίσης πρέπει να επιτρέπει στην αρμόδια αρχή την πρόσβαση σε οποιοδήποτε στοιχείο χρειαστεί για να ελεγχθεί η σωστή λειτουργία του οργανισμού.

Στη συνέχεια αφού το προϊόν έχει ελεγχθεί από τον ιδιωτικό οργανισμό ελέγχου και από την αρμόδια αρχή, εφόσον πληρεί όλες τις προδιαγραφές του κανονισμού 2092/91, μπορεί να φέρει την επισήμανση «βιολογικό προϊόν» στη συσκευασία του και την ένδειξη ή το λογότυπο με τα οποία υποδηλώνεται ότι το βιολογικό προϊόν είναι σύμφωνο προς το καθεστώς ελέγχου. Επομένως αφού παραχθεί, παρασκευαστεί ή συσκευαστεί το βιολογικό προϊόν είναι έτοιμο να ξεκινήσει το δρόμο του για τα

ράφια των καταστημάτων, των σούπερ μάρκετ κ.α. με τελικό προορισμό τα σπίτια των καταναλωτών.

## **1.6 ΠΡΟΩΘΗΣΗ – ΕΜΠΟΡΙΑ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

Τα βιολογικά προϊόντα, επομένως και το βιολογικό λάδι, μετά την παραγωγή και συγκομιδή τους από τον παραγωγό ακολουθούν τον δρόμο της διανομής. Η διανομή τους μπορεί να γίνει με τους εξής δύο τρόπους :

1) Διάθεση των προϊόντων απευθείας από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Ο παραγωγός πουλά τα βιολογικά προϊόντα του, «χύμα» ή συσκευασμένα εάν λειτουργεί και ως συσκευαστής, στις λαϊκές αγορές ή σε καταστήματα εξειδικευμένα στα βιολογικά προϊόντα. Επίσης μπορεί ο παραγωγός να εξάγει τα προϊόντα του σε κάποια ευρωπαϊκή ή τρίτη χώρα.

2) Διάθεση των προϊόντων σε κάποιο φορέα εμπορίας ο οποίος με τη σειρά του θα τα προωθήσει στην αγορά. Φορείς εμπορίας ή μεσάζοντες ή ενδιάμεσοι ονομάζονται οι επιχειρήσεις ή τα άτομα που παίρνουν μέρος στη διακίνηση των γεωργικών προϊόντων από τους παραγωγούς ως τους καταναλωτές. Πρόκειται δηλαδή για άτομα ή επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν την αγοραπωλησία προϊόντων ή διαπραγματεύονται την αγοραπωλησία προϊόντων. Οι πιο συνηθισμένοι φορείς εμπορίας των γεωργικών προϊόντων είναι :

1. Οι μεσίτες
2. Οι χονδρέμποροι
3. Οι λιανέμποροι
4. Οι ομάδες παραγωγών
5. Οι συνεταιρισμοί.

Από αυτούς τους φορείς οι σημαντικότεροι είναι οι χονδρέμποροι και οι λιανέμποροι.

### **Οι μεσίτες**

Οι μεσίτες είναι οι φορείς εμπορίας που παρεμβάλλονται μεταξύ παραγωγών και λιανοπωλητών. Οι μεσίτες συγκεντρώνουν τα προϊόντα από τους παραγωγούς και τα προωθούν στους χονδρέμπορους. Η συγκέντρωση των προϊόντων μπορεί να γίνεται είτε αγοράζοντας τα από τους παραγωγούς και πουλώντας τα στους χονδρέμπορους (τοπικοί έμποροι) , είτε κάνοντας συμφωνία με τους παραγωγούς για την τιμή και την



ποσότητα των προϊόντων για λογαριασμό των χονδρέμπορων (αντιπρόσωποι εμπόρων) οι οποίοι και τα αγοράζουν. Συνήθως οι μεσίτες βρίσκονται στους τόπους παραγωγής και ενδεχομένως να κατάγονται από τις περιοχές που παράγονται τα προϊόντα που διακινούν έτσι ώστε να είναι σε θέση να γνωρίζουν την ποιότητα και την ποσότητα των προϊόντων καθώς να κλείνουν ευκολότερα συμφωνίες με τους παραγωγούς.

### **Οι χονδρέμποροι**

Χονδρέμπορους λέμε τους φορείς εμπορίας, που αγοράζουν προϊόντα και τα μεταπωλούν στους λιανοπωλητές ή σε άλλους φορείς. Οι χονδρέμποροι αγοράζουν μικρές ποσότητες προϊόντων από διάφορους παραγωγούς, είτε απευθείας είτε από τους μεσίτες και στη συνέχεια τα πουλούν στους λιανοπωλητές.

### **Οι λιανέμποροι**

Οι λιανέμποροι είναι οι φορείς εμπορίας που πωλούν τα προϊόντα απευθείας στους καταναλωτές. Οι λιανέμποροι αγοράζουν τα προϊόντα από τους χονδρέμπορους, κυρίως στις μεγάλες πόλεις, ή από τοπικούς εμπόρους ή και από τους ίδιους τους παραγωγούς, στα χωρία και στις μικρές πόλεις. Η προμήθεια των προϊόντων από τους λιανέμπορους (ιδιαίτερα στις μεγάλες πόλεις) γίνεται από τις λαχαναγορές σχεδόν κάθε μέρα. Μάλιστα οι λιανέμποροι μεταβαίνουν οι ίδιοι στις αγορές για την προμήθεια των προϊόντων επειδή ή έλλειψη τυποποίησης των προϊόντων δεν επιτρέπει την παραγγελία εμπορεύματος εκ του μακρόθεν.

### **Οι ομάδες παραγωγών**

Οι ομάδες παραγωγών, είναι ένα σύνολο παραγωγών που από κοινού παράγουν γεωργικά προϊόντα. Η ομάδα αυτή λόγω του ότι έχει μεγάλες ποσότητες παραγόμενων προϊόντων, μπορεί εάν επιθυμεί να αναλάβει μόνη της την εμπορία των προϊόντων της. Ακόμη όμως και στην περίπτωση που αναλάβει την προώθηση των προϊόντων κάποιος μεσάζοντας η ομάδα έχει ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη εξαιτίας της μεγάλης ποσότητας παραγωγής.

### **Οι συνεταιρισμοί**

Οι συνεταιρισμοί (γεωργικοί ή καταναλωτικοί) είναι σημαντικό κομμάτι των φορέων εμπορίας. Οι συνεταιρισμοί μπορεί να είναι είτε γεωργικοί (κάνουν κυρίως χονδρεμπόριο) είτε καταναλωτικοί (κάνουν κυρίως λιανεμπόριο).

Οι γεωργικοί συνεταιρισμοί εμπορεύονται προϊόντα τόσο των μελών τους όσο και μη μελών σε σχετικά χαμηλά ποσοστά προμήθειας, τόσα ώστε να καλύπτουν τα έξοδα λειτουργίας τους. Ένας γεωργικός συνεταιρισμός μπορεί να αναλάβει είτε την πώληση των βιολογικών προϊόντων, των παραγωγών μίας περιοχής, σε επιχειρήσεις οι οποίες αφού τα συσκευάζουν ή τα χρησιμοποιούν ως πρώτη ύλη για την παρασκευή άλλων προϊόντων ( π.χ. φρούτα για τη παρασκευή χυμών ) τα προωθούν στην αγορά (σε χονδρέμπορους και λιανέμπορους). Είτε συσκευάζει ή παρασκευάζει προϊόντα ( π.χ. λάδι, κρασί, χυμοί κ.α.) ο ίδιος ο συνεταιρισμός τα οποία πωλούνται για λογαριασμό των παραγωγών σε χονδρέμπορους ή λιανέμπορους. Τέλος μπορεί ο συνεταιρισμός να εξάγει τα προϊόντα των παραγωγών, «χύμα» ή συσκευασμένα, στο εξωτερικό. Στην Ελλάδα μέχρι στιγμής οι συνεταιρισμοί δεν έχουν καταφέρει να αποκτήσουν μία σημαντική θέση στην εμπορία των γεωργικών προϊόντων.

### **1.6.1 Κανάλια εμπορίας ή δίκτυα διανομής**

Τα κανάλια εμπορίας ή δίκτυα διαδρομής είναι οι δίαυλοι που πρέπει να ακολουθήσουν τα γεωργικά προϊόντα για να φτάσουν από τους παραγωγούς στους καταναλωτές. Οι πιο συνηθισμένες μορφές καναλιών εμπορίας των γεωργικών προϊόντων είναι :

1. Παραγωγός → καταναλωτής
2. Παραγωγός → λιανέμπορος → καταναλωτής
3. Παραγωγός → χονδρέμπορος → λιανέμπορος → καταναλωτής

Η πρώτη μορφή καναλιού εμπορίας συναντάται στην εμπορία φρούτων και λαχανικών στις λαϊκές αγορές.

Η δεύτερη αποτελεί την σύγχρονη μορφή λιανεμπορίου, που συναντάται στις μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου τροφίμων και αγαθών πρώτης ανάγκης (σούπερ μάρκετ).

Η τρίτη μορφή συναντάται στην εμπορία των φρούτων και των λαχανικών από τα οπωροπωλεία.

### **1.6.2 Χονδρική πώληση των βιολογικών προϊόντων**

Το χονδρεμπόριο έχει κύριο και αποφασιστικό ρόλο στο σύστημα διάθεσης αγροτικών προϊόντων. Η σωστή και καλή λειτουργία, οργάνωση και στελέχωση του

χονδρεμπορίου είναι απαραίτητη καθώς η αποδοτική λειτουργία του επηρεάζει σε μικρό ή μεγάλο βαθμό την αποδοτικότητα της λιανικής πώλησης. Το χονδρεμπόριο ανάλογα με τον αριθμό των προϊόντων που διακινούνται διακρίνεται σε: α) στο γενικό χονδρεμπόριο, όταν ο φορέας χονδρικής διάθεσης διακινεί μεγάλη ποικιλία προϊόντων. β) στο ειδικό χονδρεμπόριο, όταν ο φορέας χονδρικής διάθεσης πουλά ένα μόνο προϊόν ή ομάδα ομοειδών προϊόντων. Οι σημαντικότεροι φορείς χονδρεμπορίου των βιολογικών προϊόντων είναι οι εξής:

1. Ιδιώτες χονδρέμποροι
2. Συνεταιρισμός παραγωγών
3. Συνεταιρισμός καταναλωτών
4. Συνεταιρισμός λιανοπωλητών

### **1.6.3 Λιανική πώληση των βιολογικών προϊόντων**

Το λιανεμπόριο αποτελεί το τελευταίο και ίσως σημαντικότερο στάδιο του συστήματος εμπορίας. Η βασική του λειτουργία είναι η διάθεση των προϊόντων στους καταναλωτές. Το λιανεμπόριο μπορεί να χωριστεί σε δύο κατηγορίες ανάλογα με τον αριθμό των πωλουμένων προϊόντων : α) στο γενικό λιανεμπόριο, όταν ο λιανοπωλητής διακινεί μεγάλη ποικιλία προϊόντων. Τέτοιο λιανεμπόριο έχουν τα παντοπωλεία και τα σούπερ μάρκετ. β) στο ειδικό λιανεμπόριο, όταν ο λιανοπωλητής πουλά ένα μόνο προϊόν ή ομάδα ομοειδών προϊόντων. Οι κυριότεροι φορείς λιανεμπορίου των βιολογικών προϊόντων είναι οι εξής:

**1. Οι συνοικιακοί λιανοπωλητές**, οι οποίοι συνήθως κάνουν ειδικό λιανεμπόριο ενός βιολογικού προϊόντος ή ομάδας ομοειδών προϊόντων σε συνοικίες των πόλεων.

**2. Τα σούπερ μάρκετ**, τα οποία εκτός των άλλων προϊόντων μπορούν να διαθέσουν και βιολογικά προϊόντα. Τα σούπερ μάρκετ, μπορεί να ανήκουν σε ιδιώτες, σε καταναλωτικούς συνεταιρισμούς ή σε γεωργικούς συνεταιρισμούς. Μειονεκτήματα των σούπερ μάρκετ είναι ότι: δεν πωλούν μη συσκευασμένα προϊόντα (τα περισσότερα βιολογικά προϊόντα διαθέτονται μη συσκευασμένα), η απροθυμία

πώλησης βιολογικών προϊόντων διότι η παρουσία τους υποβαθμίζει τα διατιθέμενα συμβατικά προϊόντα και το γεγονός ότι τα βιολογικά προϊόντα έρχονται σε αντίθεση με τη βασική τους αρχή, τον αγώνα απέναντι στην περιορισμένη διάθεση προϊόντων που υπάρχουν στα ράφια τους.

**3. Οι κεντρικές αγορές,** οι οποίες αποτελούνται από ένα σύνολο ειδικευμένων λιανοπωλητών, συνήθως ιδιώτες, που διεξάγουν το λιανεμπόριο των προϊόντων σε κεντρικά σημεία των πόλεων. Κεντρικές αγορές υπάρχουν σε όλες τις πόλεις της Ελλάδος.

**4. Οι λαϊκές αγορές.** Πρόκειται για μέρη των πόλεων (πλατείες, δρόμοι) στα οποία επιτρέπεται μία ορισμένη ημέρα της εβδομάδας και για ορισμένες ώρες να διαθέτουν τα προϊόντα τους οι παραγωγοί και ορισμένοι επαγγελματίες λιανοπωλητές.

**5. Οι οδικές αγορές.** Πρόκειται για οδικές αρτηρίες (επαρχιακές ή εθνικές) στις οποίες διαθέτουν τα βιολογικά προϊόντα τους ορισμένοι παραγωγοί, τα χωράφια των οποίων βρίσκονται πολύ κοντά στους δρόμους αυτούς.

**6. Οι πλανόδιοι λιανοπωλητές,** οι οποίοι με αυτοκίνητα διαθέτουν προϊόντα στις διάφορες συνοικίες των πόλεων σε σχετικά χαμηλές τιμές αλλά και με κατώτερη ποιότητα από εκείνη των οπωρολαχανοπωλείων.

**7. Τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων.** Τα καταστήματα αυτά πωλούν αποκλειστικά βιολογικά προϊόντα, συνήθως μη συσκευασμένα και ενημερώνουν τους πελάτες τους σχετικά με τα προϊόντα τους. Μειονεκτήματα των εξειδικευμένων καταστημάτων είναι ότι: δεν έχουν μεγάλη ποικιλία, τα προϊόντα τους είναι ακριβά και έχουν αδυναμία διάθεσης βιολογικών προϊόντων όλο το χρόνο.

**8. Τα καταστήματα υγιεινής διατροφής.** Τα καταστήματα αυτά πωλούν προϊόντα τα οποία παράγονται με φιλικούς προς το περιβάλλον και τον άνθρωπο τρόπους (όχι απαραίτητα βιολογικά), χωρίς χημικές ουσίες, που έχουν ως στόχο την σωστή και υγιεινή διατροφή. Στα καταστήματα αυτά μπορεί να πωλούνται και βιολογικά προϊόντα, συνήθως μη συσκευασμένα. Μειονεκτήματα αυτών των καταστημάτων είναι ότι: υπάρχουν λίγα, συνήθως μικρά με χαμηλή αγοραστική δύναμη και με υψηλό κόστος αγοράς για τους καταναλωτές.

## 1.7 ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΛΑΔΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όσον αφορά την εμπορία βιολογικού λαδιού, από τα στοιχεία της εταιρίας ICAP, το 1999 παρήχθησαν 1050 τόνοι βιολογικού λαδιού, από τους οποίους οι 285 τόνοι διατέθηκαν στην εσωτερική αγορά και οι υπόλοιποι διατέθηκαν στο εξωτερικό. Το 2000, η παραγωγή ανήλθε σε 1350 τόνους και η εσωτερική κατανάλωση ήταν 380 τόνοι. Η εμπορία του βιολογικού λαδιού γίνεται σε ποσοστό 85% στις διεθνείς αγορές και κυρίως προς την Γερμανία, Αυστρία, Ηνωμένο Βασίλειο, τις Σκανδιναβικές χώρες, τις Η.Π.Α. ενώ έγινε εξαγωγή και κάποιας μικρής ποσότητας προς την Ιαπωνία. Στην Ελληνική αγορά πωλείται μόνο το 15% της συνολικής παραγωγής ελαιολάδου, αν και υπάρχουν ενδείξεις ότι υπάρχει ενδιαφέρον όχι μόνο για το βιολογικό ελαιόλαδο αλλά και για τις βρώσιμες ελιές καθώς και για άλλα προϊόντα με βάση την ελιά, όπως ο πολτός ελιάς, για τα οποία όμως δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία.

Σύμφωνα με στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από τον Ecocert οι πωλήσεις για την περίοδο 1994-2000 έχουν ως εξής:

**Πίνακας 6 : Πωλήσεις ελαιόλαδου και επιτραπέζιας ελιάς τα έτη 1994-2001**

ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ(tn)	ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ ΕΛΙΑ (tn)
1994-1995	240	50
1995-1996	120	30
1996-1997	400	100
1997-1998	300	120
1998-1999	700	250
1999-2000	1050	Δεν υπάρχουν στοιχεία
2000-2001	1350	Δεν υπάρχουν στοιχεία

\* Πηγή (Πρακτικά Διεθνούς Συμποσίου Σητεία Κρήτης 23-24/5/2002, σελ.151)

Σύμφωνα με τους ειδικούς ο παγκόσμιος τζίρος των λιανικών πωλήσεων βιολογικών προϊόντων ανήλθε από 10 δις δολάρια το 1997 σε 17.5 δις δολάρια το 2000, ενώ εκτιμάται ότι το 2001 ο τζίρος ξεπέρασε τα 21 δις δολάρια. Εκτιμήσεις του International Trade Center αναφέρουν ότι ο τζίρος της βιολογικής γεωργίας θα ανέλθει το 2008 στα 80 δις δολάρια με μέση ετήσια αύξηση γύρω στα 17 δις δολάρια.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

### ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

#### 2.1 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ & ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο αντικειμενικός στόχος αυτής της εργασίας είναι να διερευνηθεί η στάση των καταναλωτών απέναντι στην αγορά βιολογικών προϊόντων και κυρίως του βιολογικού ελαιόλαδου. Επίσης θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε μέσα από μία ενδεικτική συνέντευξη με ένα μεγαλέμπορο βιολογικών προϊόντων τα προβλήματα της εμπορίας στην Ελλάδα καθώς επίσης και τον τρόπο διακίνησης, τυποποίησης και πώλησης των βιολογικών προϊόντων και ιδιαίτερα του βιολογικού ελαιόλαδου.

Συγκεκριμένα, θα ερευνήσουμε τη γνώση των καταναλωτών γύρω από τα βιολογικά προϊόντα, τις συνήθειες αγοράς τους, την ενημέρωση και τις συνήθειες κατανάλωσης τους. Όσον αφορά τη στάση των καταναλωτών απέναντι στα βιολογικά προϊόντα, στηριζόμενοι στην ισχυρή σχετική βιβλιογραφία που βρήκαμε, υποθέσαμε ότι υπάρχει σχετική άγνοια για το τι ακριβώς είναι τα βιολογικά προϊόντα, και ποιες είναι οι διαφορές τους με τα συμβατικά αγροτικά προϊόντα. Ακόμη υποθέσαμε ότι η ενημέρωση είναι ελλιπής και ότι είναι πιθανώς προβληματική η σήμανση για την αναγνώριση των προϊόντων. Υποθέσαμε ακόμη ότι είναι δύσκολη η εύρεση των επιθυμητών προϊόντων και υψηλή η τιμή αγοράς τους. Επίσης υποθέσαμε ότι τα βιολογικά προϊόντα δεν χρησιμοποιούνται ακόμη σε μεγάλο βαθμό για την κάλυψη των διατροφικών αναγκών των καταναλωτών. Τέλος υποθέσαμε ότι υπάρχει άγνοια για τα οφέλη από την κατανάλωση των βιολογικών προϊόντων και ιδιαίτερα του βιολογικού ελαιόλαδου. Γι' όλα αυτά τα θέματα κλήθηκαν να απαντήσουν οι καταναλωτές που συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια μας.

Για την ανάδειξη των προβλημάτων της εμπορίας στην Ελλάδα καθώς επίσης και τον τρόπο διακίνησης, την τυποποίηση και την πώληση των βιολογικών προϊόντων και ιδιαίτερα του βιολογικού ελαιόλαδου έγιναν σχετικές ερωτήσεις στην συνέντευξη που πήραμε από τον μεγαλέμπορο βιολογικών προϊόντων. Οι ερωτήσεις αφορούσαν τα προβλήματα της εμπορίας, την τυποποίηση (συσκευασία) και την τιμή πώλησης του βιολογικού ελαιόλαδου, καθώς και την άποψη του εμπόρου για την εξέλιξη και ανάπτυξη του κλάδου.

## 2.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Με τη βοήθεια της επιβλέπουσας καθηγήτριας της πτυχιακής κας. Σωτηροπούλου, συντάξαμε ένα ερωτηματολόγιο για τους καταναλωτές και ένα οδηγό συνέντευξης βάση του οποίου έγινε η συνέντευξη με τον έμπορο βιολογικών προϊόντων.

Το ερωτηματολόγιο για τους καταναλωτές περιέχει σειρά ερωτήσεων που αφορούν ατομικά στοιχεία του καταναλωτή όπως: την ηλικία, το φύλο, την μόρφωση, τον αριθμό των μελών του νοικοκυριού, καθώς και τα εισοδήματα του. Υπάρχουν επίσης και 20 ερωτήσεις που αφορούν τις στάσεις των καταναλωτών απέναντι στα βιολογικά προϊόντα και ιδιαίτερα στο βιολογικό ελαιόλαδο και την εμπορία του. Οι ερωτήσεις αυτές συντάχθηκαν προκειμένου να ερευνήσουμε τις γνώσεις που έχουν οι καταναλωτές για το βιολογικό λάδι και την εμπορία του καθώς και για να εντοπίσουμε τις κατηγορίες των καταναλωτών που προτιμούν το βιολογικό ελαιόλαδο (κατηγορίες ανάλογα με την ηλικία, την μόρφωση, την οικονομική κατάσταση, τα μηνιαία έξοδα κ.α.).

Η συνέντευξη με τον έμπορο των βιολογικών προϊόντων έγινε με προσωπική επίσκεψη μας στην εταιρία του και με τη χρήση του οδηγού συνέντευξης, ο οποίος πήρε τη μορφή ανοικτών ερωτήσεων. Η συνέντευξη καταγράφηκε όλη σε δημοσιογραφικό κασετοφονάκι και τα σημαντικότερα αποσπάσματα της μεταφέρονται στη συνέχεια. Η συνέντευξή αυτή ήταν απαραίτητη προκειμένου να βγάλουμε πολύτιμα συμπεράσματα για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι έμποροι βιολογικών προϊόντων καθώς και για τον τρόπο διανομής, την τυποποίηση και την πώληση του βιολογικού λαδιού, τόσο στις εγχώριες αγορές όσο και σε αυτές του εξωτερικού.

### 2.2.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, για την μελέτη της στάσης των καταναλωτών απέναντι στην αγορά βιολογικών προϊόντων συντάξαμε ένα ερωτηματολόγιο με 19 ερωτήσεις, το οποίο απαντήθηκε από 50 καταναλωτές. Ο σκοπός αυτού του ερωτηματολογίου είναι να ερευνήσουμε τις γνώσεις που έχουν οι καταναλωτές για το βιολογικό λάδι και την εμπορία του καθώς και για να εντοπίσουμε τις κατηγορίες των καταναλωτών που προτιμούν το βιολογικό ελαιόλαδο. Δηλαδή, τις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών σε σχέση με τα βιολογικά προϊόντα και ειδικότερα το βιολογικό λάδι.

Για να εντοπίσουμε τις κατηγορίες των καταναλωτών που αγοράζουν βιολογικό λάδι υπάρχουν 6 ερωτήσεις σχετικά με τα ατομικά στοιχεία του ερωτηθέντος. Έτσι οι 50 καταναλωτές που ερωτήθηκαν χωρίστηκαν σε κατηγορίες ανάλογα με :

α) Την ηλικία ( 0-18 ετών, 18- 25, 26- 45, 46-60, 60< ) β) Το φύλο τους ( Άρρεν, Θήλυ) γ) Τα μέλη της οικογένειάς τους ( 1 μέλος, 2 μέλη, ζευγάρια με παιδιά, ζευγάρια με παιδιά και γονείς ) δ) Τη μόρφωση ( Δημοτικό, Γυμνάσιο, Λύκειο, Πανεπιστήμιο) ε) Το επάγγελμα ( Δημόσιος υπάλληλος, Ιδιωτικός υπάλληλος, Ελεύθερος επαγγελματίας και Συνταξιούχος ) και ζ) Το εισόδημα ( <1000 ευρώ, 1000-2000 ευρώ, 2000-3000 ευρώ, 3000-4000 ευρώ, >4000 ευρώ )

Όσον αφορά το εισόδημα υπάρχουν δύο ακόμα διευκρινιστικές ερωτήσεις σχετικά με την προέλευση του εισοδήματος ( μισθοί, συντάξεις, ενοίκια, αγροτικά εισοδήματα, ελεύθερα επαγγέλματα ) και το ύψος των μηνιαίων εξόδων του νοικοκυριού.

Για να ερευνηθούν οι γνώσεις που έχουν οι καταναλωτές για τα βιολογικά προϊόντα και ιδιαίτερα για το βιολογικό λάδι υπάρχουν στο ερωτηματολόγιο 19 ερωτήσεις από αυτές οι 7 είναι ανοιχτές και οι 12 είναι κλειστές. Επίσης από το σύνολο των ερωτήσεων οι 14 αφορούν γενικά τα βιολογικά προϊόντα και οι 5 το βιολογικό ελαιόλαδο.

Τα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν από τους καταναλωτές είτε με προσωπική μας επίσκεψη στις οικίες τους είτε μέσω τηλεφωνικής μας συνδιάλεξης. Για την απάντηση κάθε ερωτηματολογίου χρειάστηκαν περίπου 20-25 λεπτά. Οι καταναλωτές ήταν ιδιαίτερα συνεργάσιμοι ενώ η πλειοψηφία έδειξε ενδιαφέρον για την έρευνα και δήλωσε πως θα ήθελε να μάθει περισσότερα πράγματα για τα βιολογικά προϊόντα. Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται αυτούσιο στο παράρτημα της εργασίας μας.

### **2.2.2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ**

Στο πλαίσιο της πτυχιακής μας εργασίας, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, πήραμε μια συνέντευξη από τον κ. Βιαννιτάκη Ιωάννη ιδιοκτήτη της εταιρίας Biosante, η οποία ασχολείται με την εμπορία βιολογικών προϊόντων στην περιοχή του Ηρακλείου Κρήτης. Η συνέντευξη έγινε με τη χρήση του οδηγού συνέντευξης που είχαμε συντάξει με την κα. Σωτηροπούλου. Σύμφωνα με τον οδηγό, ο στόχος που θέσαμε παίρνοντας αυτή την συνέντευξη ήταν να αντλήσουμε στοιχεία για το πλήθος των βιολογικών προϊόντων που υπάρχουν στην αγορά, να εντοπίσουμε τα προβλήματα της εμπορίας βιολογικών προϊόντων και του ελαιόλαδου ειδικότερα, να



πάρουμε πληροφορίες σχετικά με την τιμή του ελαιόλαδου, την συσκευασία του και την διακίνηση του καθώς και την άποψη του εμπόρου για την περαιτέρω ανάπτυξη και εξέλιξη του τομέα αυτού. Η συνέντευξη έγινε στον χώρο της εταιρίας και καταγράφηκε όλη σε δημοσιογραφικό κασετοφωνάκι, ενώ τα σημαντικότερα σημεία της παρατίθενται στη συνέχεια.

Ο κ. Βιαννιτάκης Ιωάννης είναι 42 ετών, έχει σπουδάσει στο N.D. Naturopathic Medicine στον Καναδά, είναι μέτοχος στην Φάρμα της Biosante στο Λασίθι και έχει το francise του καταστήματος βιολογικών προϊόντων της Biosante στο Ηράκλειο Κρήτης. Με την εμπορία των βιολογικών προϊόντων είχε ασχοληθεί για αρκετά χρόνια και στον Καναδά. Όπως μας ανέφερε το κατάστημα του διαθέτει μία μεγάλη ποικιλία βιολογικών προϊόντων. Εμπορεύεται βιολογικά ζυμαρικά, ρύζι, βότανα, λάδι, κρασί, βιολογικά φρούτα, λαχανικά, όσπρια, παγωτά, σοκολάτες, καφέ, ζάχαρη, παιδικές τροφές, γάλα, γιαούρτι, αλλαντικά, κρέατα και καλλυντικά. Όλα τα προϊόντα είναι βιολογικής προέλευσης και παράγονται είτε στη χώρα μας είτε στο εξωτερικό από όπου και εισάγονται.

Η ενασχόληση του με τα βιολογικά προϊόντα όλα αυτά τα χρόνια του επιτρέπει να έχει μία σαφή εικόνα για τα προβλήματα της εμπορίας και γι' αυτό μας έκανε μία απαρίθμηση των σημαντικότερων εξ αυτών. Υπάρχουν, όπως υποστηρίζει ο κ. Βιαννιτάκης, πολλά προβλήματα στην οργάνωση, την τυποποίηση, στο μάρκετινγκ της αγοράς βιολογικών προϊόντων καθώς και τεράστια γραφειοκρατία. Όλα είναι ανοργάνωτα, δεν υπάρχει καμία κρατική πολιτική για τους νέους επιχειρηματίες, δεν υπάρχουν εξειδικευμένα τμήματα στο Υπουργείο Γεωργίας, Περιφέρειες ή τοπικές αγροτικές ενώσεις, ώστε να τους βοηθήσουν σε όλα τα επίπεδα για την επέκταση της βιολογικής καλλιέργειας. Η τυποποίηση των προϊόντων είναι ελάχιστη έως ανύπαρκτη, το μάρκετινγκ για την σωστή προώθηση του τυποποιημένου προϊόντος δεν υπάρχει καθόλου. Τέλος όσον αφορά στην γραφειοκρατία μας είπε ότι, επειδή είχε τέτοια επιχειρηματική δραστηριότητα και στον Καναδά, αν δεν είχε επενδύσει εκατοντάδες χιλιάδες ευρώ θα έφευγε, αφού ο βαθμός της γραφειοκρατίας, για την απόκτηση της άδειας λειτουργίας μίας τέτοιας επιχείρησης καθώς και για τον έλεγχο και την πιστοποίηση των βιολογικών προϊόντων, είναι αποθαρρυντικός για οποιαδήποτε σοβαρή επιχειρηματική δραστηριότητα. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα για την υπάρχουσα κατάσταση στην εμπορία βιολογικών προϊόντων, όπως μας είπε είναι η εξαγωγή του βιολογικού μας ελαιόλαδου στην Ιταλία. Το βιολογικό λάδι εξάγεται, χωρίς να τυποποιηθεί, στην Ιταλία για να αναμιχθεί εκεί με το Ιταλικό, να τυποποιηθεί και να πουληθεί στις αγορές των Η.Π.Α. και της Ιταλίας.

Σχετικά με το βιολογικό λάδι ο κ. Βιαννιτάκης μας είπε ότι υπάρχουν 3 είδη ελιάς στην Κρήτη από τις οποίες παίρνουμε το λάδι η Λιανοελιά, η Κορωνέικια και η Χονδροελιά. Από την Χονδροελιά παίρνουμε επίσης την πάστα ελιάς και την επιτραπέζια ελιά, ενώ τα φύλλα της χρησιμοποιούνται από της Φαρμακοβιομηχανίες για την παρασκευή αντιβιοτικών. Στην Biosante παράγουν και πουλάνε βιολογικό λάδι Denetev. Για να χαρακτηριστεί το λάδι αυτής της ποιότητας πρέπει να έχει τις εξής προδιαγραφές: Η καλλιέργεια να βρίσκεται σε συγκεκριμένο υψόμετρο (πάνω από 500 m), να μην υπάρχουν σε απόσταση αρκετών χιλιομέτρων (2-3 km) άλλες καλλιέργειες και να μην υπάρχουν ρύποι από τους δρόμους καθώς και καλώδια υψηλής τάσης. Επίσης πρέπει να γίνεται αγρανάπαυση με καλλιέργεια βίκου ή σιταρόχορτου έτσι ώστε να απολυμαίνεται το έδαφος αλλά και να εμπλουτίζεται με θρεπτικά στοιχεία. Τέλος συνίσταται η ανακύκλωση με τη χρήση κοπριάς ζώων.

Η τιμή αγοράς του βιολογικού ελαιόλαδου είναι 3,20 ευρώ το λίτρο και η τιμή πώλησης στους καταναλωτές 3,70 ευρώ το λίτρο, ενώ το συμβατικό ανέρχεται σε 2,70 ευρώ. Οι καταναλωτές προτιμούν το τυποποιημένο βιολογικό λάδι από το χύμα. Υπάρχουν συσκευασίες των 1000 ml, 750 ml, 500 ml και των 250 ml. Οι Έλληνες προτιμούν αυτές των 1000 ml, ενώ οι ξένοι κυρίως των 250 ml ίσως γιατί χρησιμοποιούν λάδι μόνο στην σαλάτα τους.

Το κατάστημα θέλοντας να εγγυηθεί για την ποιότητα των προϊόντων του, προτείνει στους πελάτες, εάν δεν είναι ευχαριστημένοι με κάποιο προϊόν, να το επιστρέψουν και να το αντικαταστήσουν με κάποιο άλλο. Επίσης ο παραγωγός που προμηθεύει το εν λόγω προϊόν σταματά να είναι προμηθευτής της επιχείρησης.

Όσον αφορά την εξέλιξη της εμπορίας των βιολογικών προϊόντων στην Ελλάδα ο κ. Βιαννιτάκης μας είπε ότι είναι αισιόδοξος για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου τομέα. Είδη μέσα στα τελευταία 20 χρόνια τα βιολογικά προϊόντα καλύπτουν το 1% των καλλιεργούμενων προϊόντων της χώρας μας και το ποσοστό αυτό αυξάνει συνεχώς. Αυτοί που πρωτοξεκίνησαν την καλλιέργεια και την εμπορία των βιολογικών προϊόντων στην Ελλάδα δεινοπάθησαν και πολλοί καταστράφηκαν, όμως σήμερα τα πράγματα άλλαξαν ενώ όλο και περισσότεροι παραγωγοί ασχολούνται με την βιολογική γεωργία. Η Biosante θέλοντας να ωθήσει τους νέους παραγωγούς να ασχοληθούν με αυτόν τον τομέα ετοιμάζει σεμινάρια και ενημερωτικές εκπομπές στην τηλεόραση για τα βιολογικά προϊόντα και την καλύτερη διαχείριση του περιβάλλοντος.

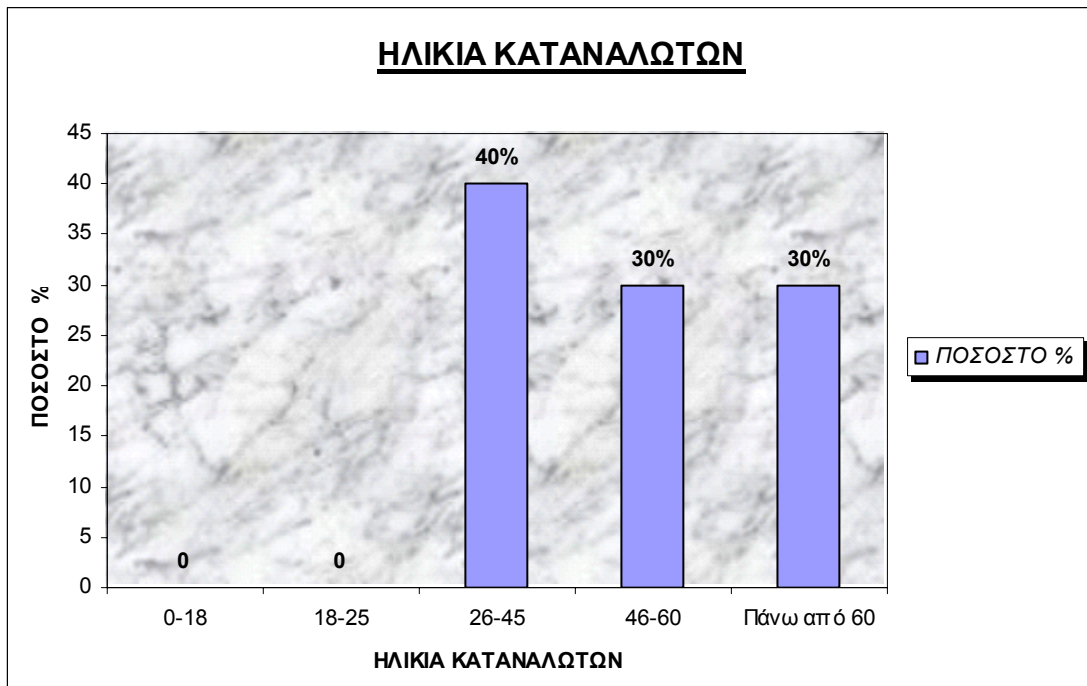
Τέλος για να ξεπεραστούν τα προβλήματα της εμπορίας των βιολογικών προϊόντων και ιδιαίτερα του ελαιόλαδου όπως ανέφερε ο κ. Βιαννιτάκης μας είπε ότι πρέπει να

γίνουν μια σειρά από ενέργειες όπως, πρέπει να καταπολεμηθεί η γραφειοκρατία, να γίνει δίκτυο παραγωγών, τυποποιητών και εμπόρων με σκοπό την δημιουργία βιολογικών προϊόντων σωστών και υγιεινών για τον άνθρωπο αλλά και ελκυστικών για τον καταναλωτή. Πρέπει να γίνει προσπάθεια για Εθνικό Γεωργικό Προγραμματισμό, δηλαδή να σχεδιαστεί και να εφαρμοστεί σε βάθος χρόνου μία κρατική πολιτική σε ότι αφορά την παραγωγή, τυποποίηση και εμπορία βιολογικού ελαιόλαδου. Τέλος πρέπει να οργανωθεί το μάρκετινγκ έτσι ώστε να γίνεται σωστή προβολή των προϊόντων μας από εταιρίες στο εξωτερικό και να χαρακτηί κατάλληλη στρατηγική για την κατάκτηση ξένων αγορών όπως Η.Π.Α., Καναδάς, Ιαπωνία κ.α. Ήδη η Biosante ετοιμάζεται να εξάγει στον Καναδά βιολογικό λάδι δικής της παραγωγής.

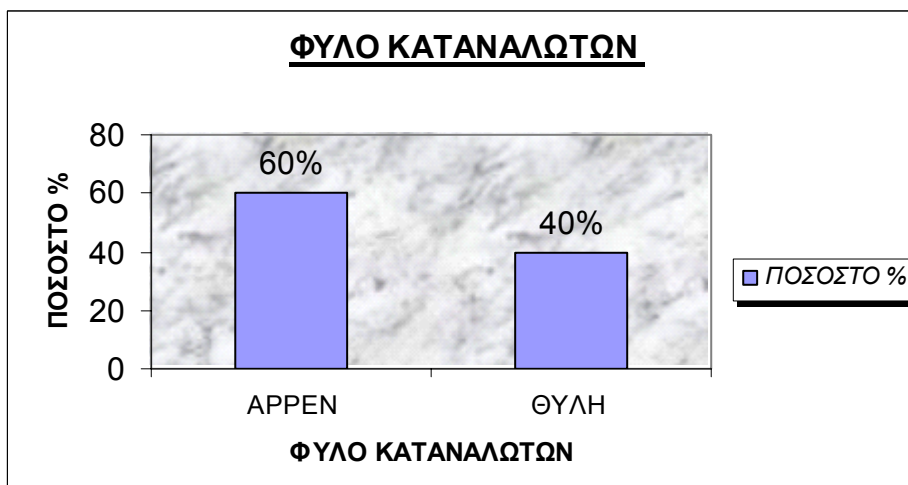
### **2.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Στην έρευνα μας για την εργασία αυτή συμμετείχαν 50 καταναλωτές, οι οποίοι δέχτηκαν να απαντήσουν στα ερωτηματολόγια που συντάξαμε με την κα. Σωτηροπούλου. Όπως φαίνεται και στους πίνακες και τα ραβδογράμματα που ακολουθούν η σύνθεση των καταναλωτών που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο ήταν 60% άνδρες και 40% γυναίκες. Η ηλικία τους κυμαίνεται από 25 ετών και πάνω ενώ διαχωρίζονται στις κλάσεις των 25-45 ετών ( 40%), 45-60 ετών (30%) καθώς και από 60 ετών και πάνω (30%). Το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών μας ήταν ζευγάρια με παιδιά (68%), ενώ τα ζευγάρια χωρίς παιδιά είναι 16%. Μικρό ήταν το ποσοστό αυτών που ζούσαν μόνοι τους (8%) ή ζούσαν με τα παιδιά και τους γονείς (10%). Το 50% των ερωτηθέντων έχουν πανεπιστημιακή μόρφωση ενώ ακολουθούν αυτοί που έχουν τελειώσει το λύκειο (34%), αυτοί που τελείωσαν γυμνάσιο (10%) και οι λιγότεροι (6%) είναι απόφοιτοι του δημοτικού. Όσον αφορά το επάγγελμα τους το 30% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 28% υπάλληλοι του Δημοσίου, το 24% Ελεύθεροι Επαγγελματίες και το 18% Συνταξιούχοι. Τα εισοδήματα των καταναλωτών ανά νοικοκυριο είναι: α) μεταξύ 2001- 3000 ευρώ το μήνα (40%) και αφορά κυρίως τετραμελείς οικογένειες, β) μεταξύ 1000-2000 ευρώ το μήνα (30%) επίσης αφορά τετραμελείς οικογένειες, γ) Το 12% των ερωτώμενων έχει εισόδημα κάτω από 1000 ευρώ που είναι συνήθως μονομελείς οικογένειες, και δ) το 10% που είναι νοικοκυριά με δύο γενιές έχει εισόδημα 3001-4000 ευρώ το μήνα. Τέλος μόλις το 8% του δείγματος είχε εισόδημα άνω των 4000 ευρώ το μήνα. Επίσης θα πρέπει να

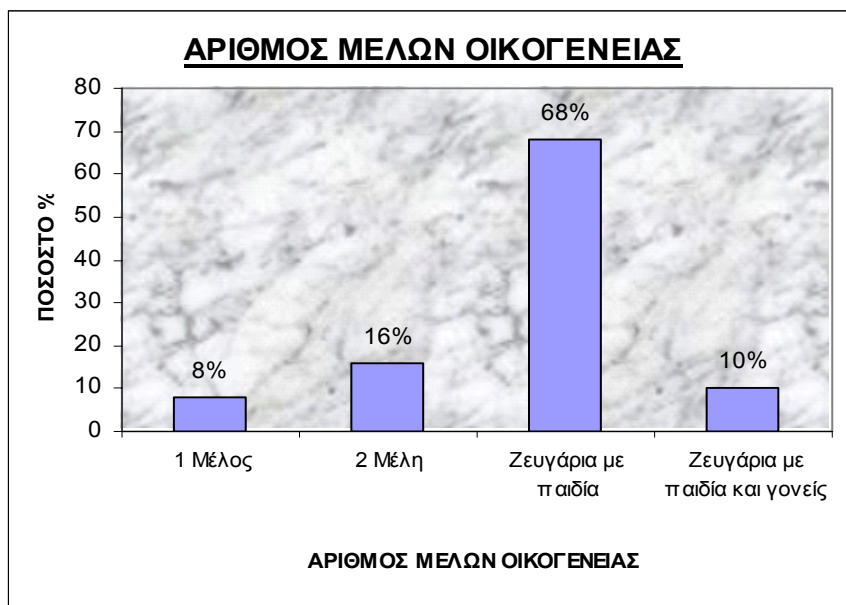
αναφέρουμε ότι τα εισοδήματα των οικογενειών αυτών προέρχονται βασικά από μισθούς (58%), ελεύθερα επαγγέλματα (24%) και συντάξεις (18%) .



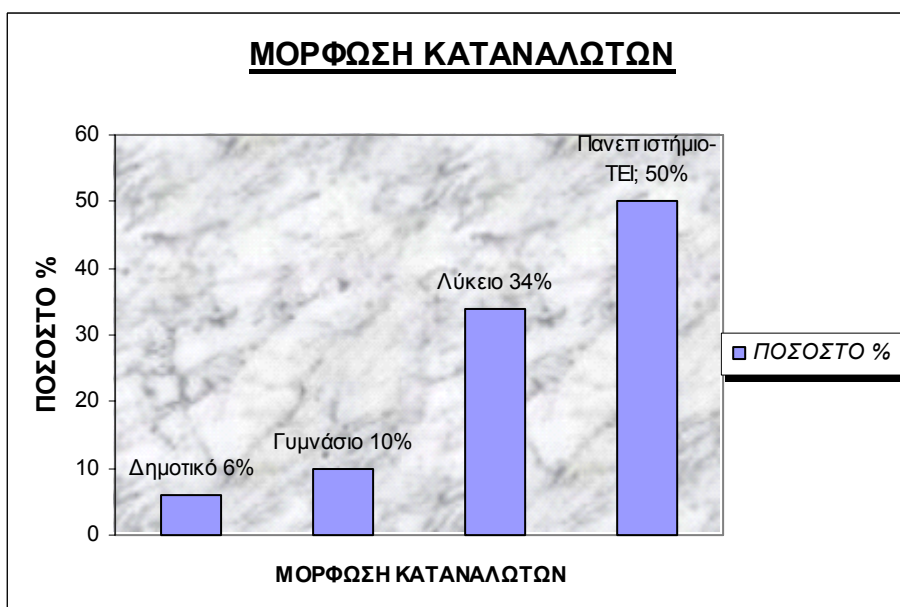
ΗΛΙΚΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
0-18	0
18-25	0
26-45	40
46-60	30
Πάνω από 60	30



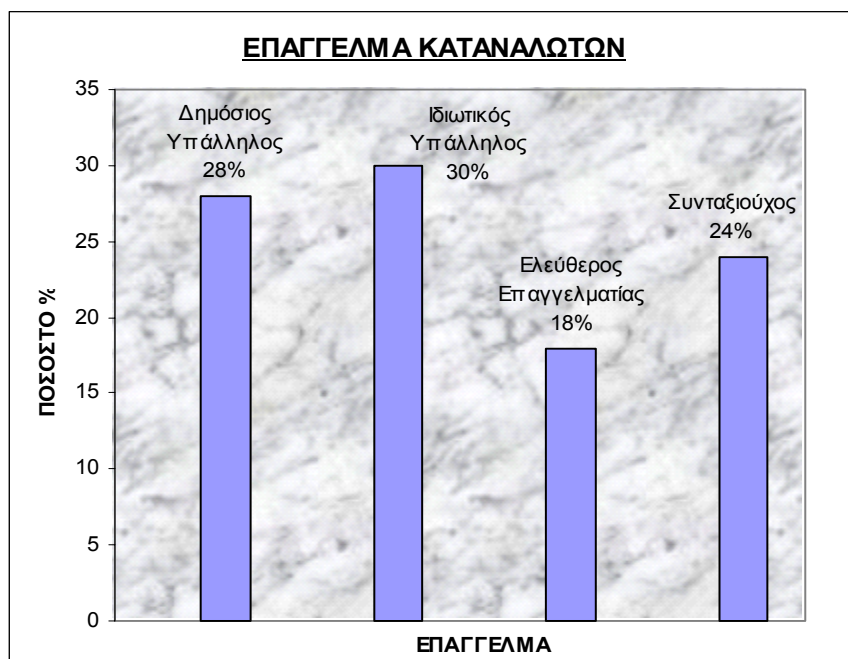
ΦΥΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΑΡΡΕΝ	60
ΘΗΛΥ	40



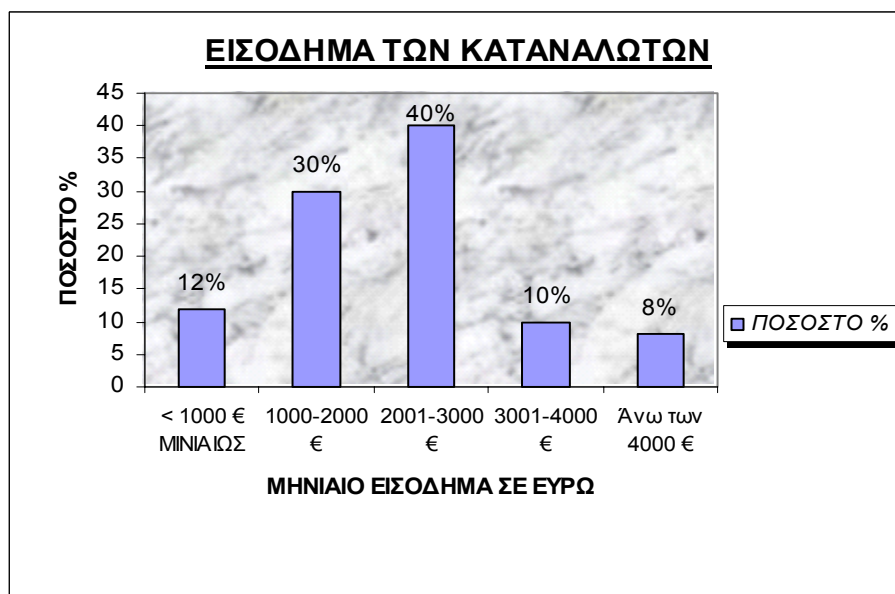
ΜΕΛΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
1 Μέλος	8
2 Μέλη	16
Ζευγάρια με παιδιά	68
Ζευγάρια με παιδιά και γονείς	10



ΜΟΡΦΩΣΗ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Δημοτικό	6
Γυμνάσιο	10
Λύκειο	34
Πανεπιστήμιο-ΤΕΙ	50



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Δημόσιος Υπάλληλος	28
Ιδιωτικός Υπάλληλος	30
ΕΛ. Επαγγελματίας	18
Συνταξιούχος	24



ΕΙΣΟΔΗΜΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
< 1000 € ΜΙΝΙΑΙΩΣ	12
1000-2000 €	30
2001-3000 €	40
3001-4000 €	10
Άνω των 4000 €	8

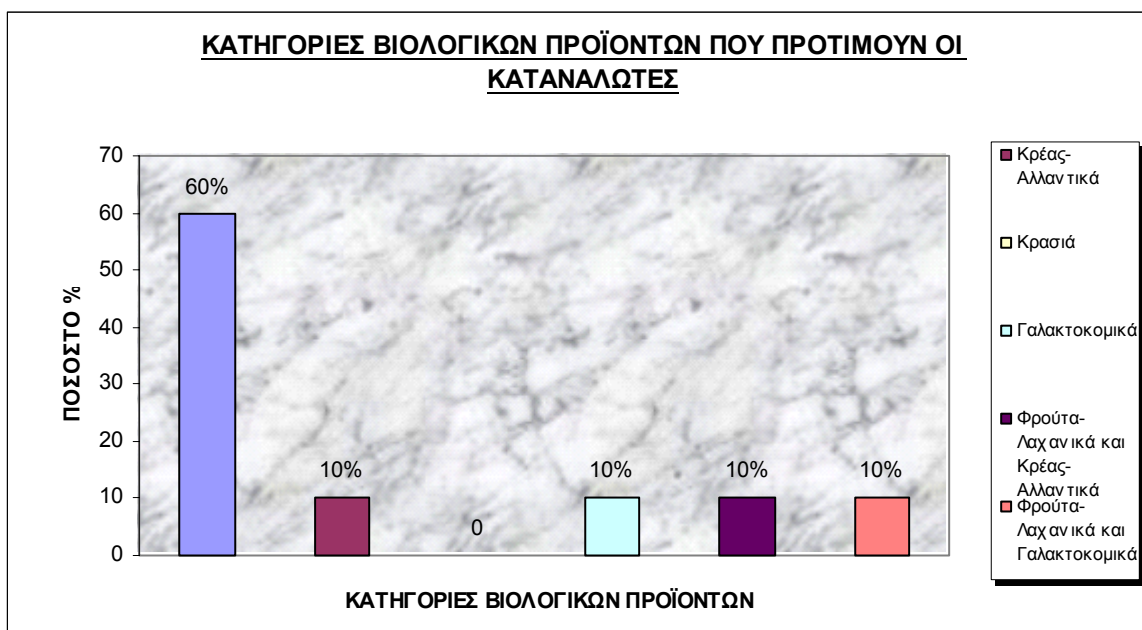
Στην έρευνα σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα και το βιολογικό λάδι, όπως αναφέρθηκε και στην μεθοδολογία, οι ερωτήσεις που έγιναν στους καταναλωτές είναι είτε ανοικτές ερωτήσεις είτε κλειστές. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων λοιπόν έγινε με δύο τρόπους. Στις ανοικτές ερωτήσεις παραθέτουμε το γενικό κλίμα του δείγματος και αναφέρουμε ενδεικτικά κάποιες απαντήσεις. Στις κλειστές ερωτήσεις παραθέτουμε τα ποσοστά (%) των απαντήσεων του δείγματος και δίνονται επίσης και τα σχετικά με κάθε ερώτηση ραβδογράμματα.

Στην ερώτηση **“γνωρίζεται τι είναι τα αγροτικά βιολογικά προϊόντα”**, οι καταναλωτές έδωσαν 3 διαφορετικές απαντήσεις : 1)ΝΑΙ 20% 2)ΟΧΙ 28% και 3) Περίπου 52% . Δηλαδή το 80% των καταναλωτών μας είτε δεν γνωρίζει τι είναι τα βιολογικά προϊόντα είτε γνωρίζει περίπου τι είναι τα βιολογικά προϊόντα. **Η απάντηση που μας έδωσαν οι περισσότεροι καταναλωτές ήταν πως έχουν ακούσει για τα βιολογικά προϊόντα αλλά δεν γνωρίζουν ακριβώς τι είναι.**

Στην ερώτηση **“γνωρίζετε ποιές είναι οι διαφορές από τα συμβατικά προϊόντα”** οι απαντήσεις ήταν πάλι 3 : 1) ΝΑΙ 22% 2) ΟΧΙ 30% 3) Περίπου 48% . Δηλαδή το 78% των ερωτώμενων είτε δεν γνώριζαν είτε περίπου ήξεραν ποιές είναι οι διαφορές των βιολογικών προϊόντων από τα συμβατικά. **Η πιο συχνή απάντηση που πήραμε από το δείγμα μας ήταν πως έχει ακούσει για τα βιολογικά προϊόντα αλλά δεν γνωρίζει ακριβώς ποιές είναι οι διαφορές τους από τα συμβατικά .**

Στην ερώτηση **“αγοράζετε βιολογικά προϊόντα”** η γενική τάση του δείγματος ήταν πως αγοράζει μερικές φορές. Κάποιοι είπαν πως αγοράζουν συχνά, ελάχιστοι ποτέ και λίγοι είπαν πως αγοράζουν πάντα. **Η συνηθέστερη απάντηση των καταναλωτών ήταν πως αγοράζουν βιολογικά προϊόντα μερικές φορές, εφόσον βέβαια υπάρχουν στα καταστήματα που απευθύνονται.**

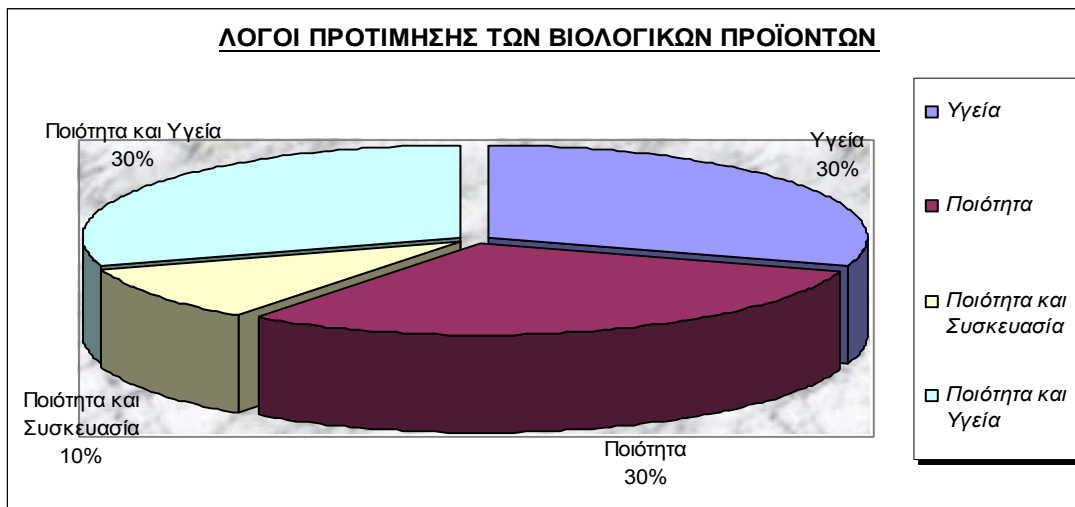
Στην ερώτηση **“από ποιές κατηγορίες τροφίμων αγοράζετε περισσότερο βιολογικά προϊόντα”** οι καταναλωτές έδωσαν τις εξής απαντήσεις: Φρούτα-Λαχανικά 60%, Κρέας- Αλλαντικά 10%, Γαλακτοκομικά 10%, Φρούτα-Λαχανικά και Κρέας- Αλλαντικά 10% και Φρούτα-Λαχανικά και Γαλακτοκομικά 10%. **Οι περισσότεροι καταναλωτές δηλαδή αγοράζουν βιολογικά Φρούτα και Λαχανικά.** Στην συνέχεια ακολουθεί σχετικός πίνακας αλλά και ραβδόγραμμα.



ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Φρούτα- Λαχανικά	60
Κρέας- Αλλαντικά	10
Κρασιά	0
Γαλακτοκομικά	10
Φρούτα- Λαχανικά και Κρέας- Αλλαντικά	10
Φρούτα- Λαχανικά και Γαλακτοκομικά	10

Στην ερώτηση “γιατί προτιμάτε τα βιολογικά προϊόντα” , οι καταναλωτές απάντησαν πως προτιμούν τα βιολογικά προϊόντα λόγω : 1) Ποιότητας 30% 2) Υγείας 30% 3) Ποιότητας και Υγείας 30% και δ) Ποιότητα και Συσκευασία 10% . **Η πλειοψηφία των καταναλωτών δηλαδή προτιμά τα βιολογικά προϊόντα κυρίως λόγω της ποιότητας τους και γιατί τα θεωρεί υγιεινά.** Στην συνέχεια ακολουθεί σχετικός πίνακας αλλά και γράφημα.

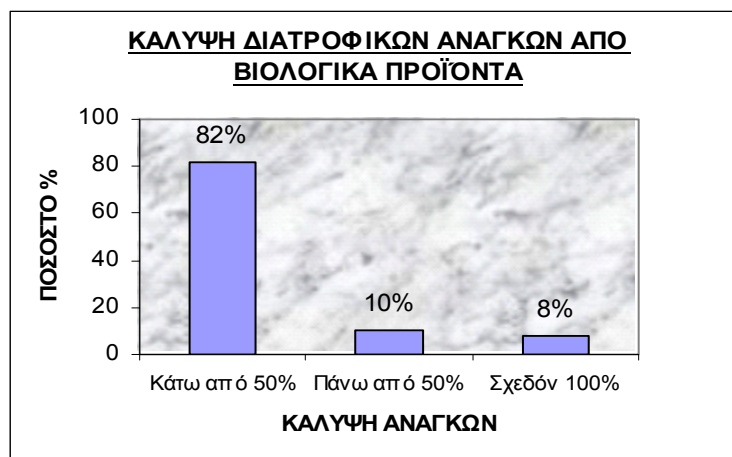




ΛΟΓΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗΣ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Υγεία	30
Ποιότητα	30
Ποιότητα και Συσκευασία	10
Ποιότητα και Υγεία	30
Τιμή	0
Συσκευασία	0
Διαφήμιση	0
Άλλο	0

Στην ερώτηση “**από πότε ξεκινήσατε να αγοράζεται βιολογικά προϊόντα**”, το γενικό κλίμα του δείγματος μας απάντησε πως αγοράζει εδώ και 2-3 χρόνια περίπου. Αυτοί που είχαν αρκετές γνώσεις για τα βιολογικά προϊόντα, έστω κι αν ήταν λίγοι δήλωσαν πως τα αγοράζουν εδώ και 6-7 χρόνια. **Η πλειοψηφία των καταναλωτών επομένως ξεκίνησε να αγοράζει βιολογικά προϊόντα τα τελευταία 2-3 χρόνια.**

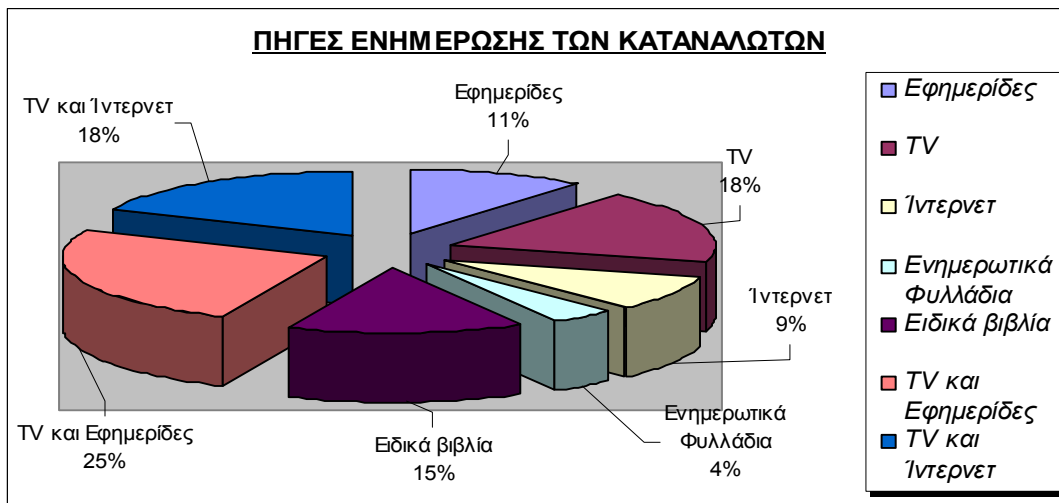
Στην ερώτηση για “**το ποία είναι η επί της εκατό (%) κάλυψη των διατροφικών αναγκών από βιολογικά προϊόντα**”, οι καταναλωτές απάντησαν : 1) Κάτω από 50% (82%) 2) Πάνω από 50% (10%) και 3) Σχεδόν 100% (8%) . **Η πλειοψηφία (80%) δηλαδή καλύπτει μικρότερο από το 50% των διατροφικών αναγκών της με βιολογικά προϊόντα.** Στην συνέχεια ακολουθεί σχετικός πίνακας αλλά και ραβδόγραμμα.



% ΚΑΛΥΨΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΑΠΟ Β. Π.	ΠΟΣΟΣΤΟ
Κάτω από 50%	82
Πάνω από 50%	10
Σχεδόν 100%	8

Στην ερώτηση “**από ποία πηγή ακούσατε πρώτη φορά για τα βιολογικά προϊόντα**”, σχεδόν όλοι οι καταναλωτές ανέφεραν πως αυτό έγινε είτε από την τηλεόραση με σχετικές εκπομπές είτε διάβασαν κάποιο άρθρο στην εφημερίδα.

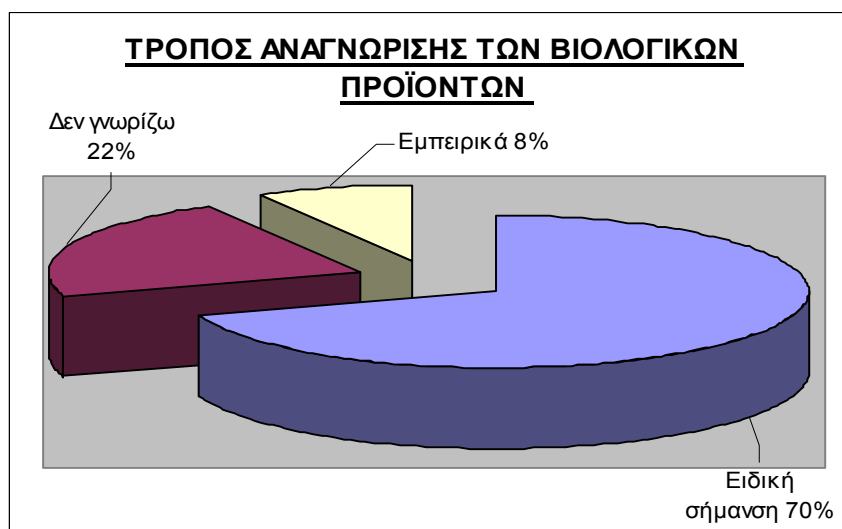
Όσον αφορά τις πηγές από τις οποίες συνεχίζουν να ενημερώνονται, οι καταναλωτές απάντησαν : 1) Εφημερίδες 12%, 2) TV 20%, 3) Ίντερνετ 10%, 4) Από ενημερωτικά φυλλάδια 4%, 5) Ειδικά βιβλία 16%, 6) TV και Ίντερνετ 20% και 7) Εφημερίδες και TV 28% . Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα, τα μέσα από τα οποία ενημερώνεται κυρίως ο καταναλωτής σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα είναι η τηλεόραση και οι εφημερίδες (20% και 12% αντίστοιχα, ενώ ο συνδυασμός τους 28%). Ενώ ακολουθεί το Ίντερνετ (10% και 20% ο συνδυασμός του με την τηλεόραση). Επίσης αρκετοί (16%) προτιμούν τα ειδικά βιβλία. Στην συνέχεια ακολουθεί σχετικός πίνακας αλλά και γράφημα.



ΠΗΓΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Εφημερίδες	12
TV	20
Ίντερνετ	10
Ενημερωτικά Φυλλάδια	4
Ειδικά βιβλία	16
TV και Εφημερίδες	28
TV και Ίντερνετ	20
Άλλο	0

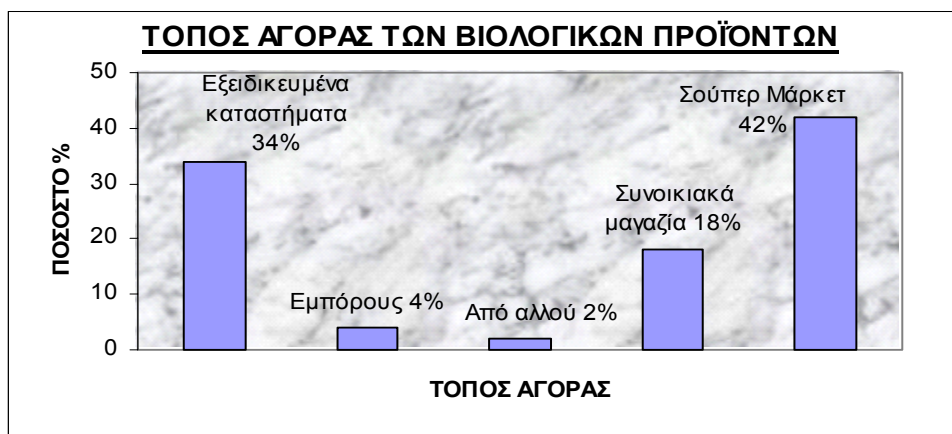
Στην ερώτηση “πιστεύετε ότι είναι επαρκής η ενημέρωση που υπάρχει για τα βιολογικά προϊόντα” το 96% απάντησε όχι, ενώ μόλις το 4% απάντησε πως είναι ικανοποιημένο από την ενημέρωση που του προσφέρεται. Είναι χαρακτηριστικό πως σχεδόν όλο το σύνολο των ερωτώμενων απάντησε πως θεωρεί ανεπαρκή την ενημέρωση για τα βιολογικά προϊόντα. **Μάλιστα η επικρατέστερη άποψη στο δείγμα μας ήταν πως όχι μόνο είναι ανεπαρκής η ενημέρωση αλλά ουσιαστικά σχεδόν ανύπαρκτη.**

Στην ερώτηση “πως αναγνωρίζουμε ένα βιολογικό προϊόν” οι ερωτώμενοι απάντησαν: 1) Ειδική Σήμανση 70% 2) Δεν ξέρω 22% και 3) Εμπειρικά 8% . **Αξιοσημείωτο στην ερώτηση αυτή είναι το γεγονός ότι όπως φαίνεται το 30% των ερωτώμενων δεν γνωρίζουν την ειδική σήμανση στα βιολογικά προϊόντα.** Στην συνέχεια ακολουθεί σχετικός πίνακας αλλά και γράφημα.



ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ Β. Π.	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ειδική σήμανση	70
Δεν γνωρίζω	22
Εμπειρικά	8

Στην ερώτηση “**από πού προμηθεύεστε συνήθως βιολογικά προϊόντα**”, οι απαντήσεις του δείγματος μας ήταν : 1) Σούπερ Μάρκετ 42%, 2) Εξειδικευμένα καταστήματα 34% 3) Εμπόρους 4% 4) Αλλού 2% και 5) Συνοικιακά μαγαζιά 18% . Όπως φαίνεται οι περισσότεροι καταναλωτές αγοράζουν βιολογικά προϊόντα από τα Σούπερ Μάρκετ (42%), ενώ αρκετοί είναι αυτοί που είναι ποιό απαιτητικοί και απευθύνονται σε εξειδικευμένα καταστήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων. (34%) . Τέλος κάποιοι προτιμούν τα συνοικιακά μαγαζιά , ενώ ελάχιστοι αγοράζουν από εμπόρους ή από αλλού ( 2 και 4% αντίστοιχα). Στην συνέχεια ακολουθεί σχετικός πίνακας αλλά και ραβδόγραμμα..



ΤΟΠΟΣ ΑΓΟΡΑΣ Β.Π.	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Εξειδικευμένα καταστήματα	34
Εμπόρους	4
Από αλλού	2
Συνοικιακά μαγαζιά	18
Σούπερ Μάρκετ	42

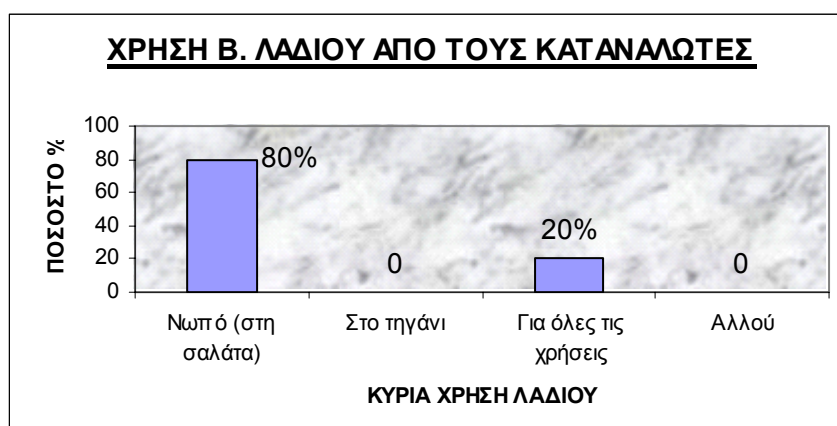
Στις ερωτήσεις εάν **“βρίσκετε εύκολα το βιολογικό προϊόν που θέλετε”** και εάν **“πιστεύετε ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι ακριβά”** όλοι οι ερωτώμενοι απάντησαν πως δεν βρίσκουν εύκολα τα βιολογικά προϊόντα και πως είναι πολύ ακριβά. Είναι δηλαδή καθολική η άποψη των καταναλωτών πως τα βιολογικά προϊόντα είναι δυσεύρετα και ακριβά.

Στην ερώτηση **“θέλετε να επεκταθεί η βιολογική καλλιέργεια και σε άλλα προϊόντα”** όλοι οι καταναλωτές απάντησαν θετικά. Τα προϊόντα στα οποία πρότειναν να επεκταθεί η βιολογική καλλιέργεια ήταν κυρίως τα Φρούτα – Λαχανικά και τα Γαλακτοκομικά . Ελάχιστοι ανέφεραν το κρέας και τα αλλαντικά. **Όλοι οι καταναλωτές δηλαδή ήταν υπέρ της επέκτασης της βιολογικής καλλιέργειας και σε άλλα προϊόντα.**

Στην ερώτηση **“καταναλώνετε βιολογικό ελαιόλαδο”** οι περισσότεροι καταναλωτές απάντησαν πως δεν καταναλώνουν ποτέ (70%) . Ελάχιστοι ήταν αυτοί που απάντησαν πως καταναλώνουν μερικές φορές ή συχνά. **Η πλειοψηφία των καταναλωτών δηλαδή δεν καταναλώνει βιολογικό ελαιόλαδο.**

Στην ερώτηση “γνωρίζετε ποιά είναι η διαφορά του βιολογικού ελαιόλαδου από το ελαιόλαδο συμβατικής καλλιέργειας” οι απαντήσεις των καταναλωτών ήταν 3 : 1) ΝΑΙ 22% 2) ΟΧΙ 30% 3) Περίπου 48%. Δηλαδή το 78% των ερωτώμενων είτε δεν γνώριζαν είτε ήξεραν περίπου. **Η χαρακτηριστικότερη απάντηση των καταναλωτών ήταν πως δεν γνωρίζουν ακριβώς τη διαφορά του βιολογικού ελαιόλαδου από το συμβατικό.**

Στην ερώτηση “πού χρησιμοποιείτε το βιολογικό ελαιόλαδο” οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι αγοράζουν βιολογικό λάδι απάντησαν : 1) Νωπό (στην σαλάτα) 80% και 2) Για όλες της χρήσεις 20% . **Η πλειοψηφία δηλαδή όταν αγοράζει βιολογικό λάδι το χρησιμοποιεί νωπό. Αρκετοί όμως, βασικά αυτοί που αγοράζουν συχνά και γνωρίζουν αρκετά για τα βιολογικά προϊόντα, χρησιμοποιούν βιολογικό ελαιόλαδο για όλες της χρήσεις.** Στην συνέχεια ακολουθεί σχετικός πίνακας αλλά και ραβδόγραμμα..

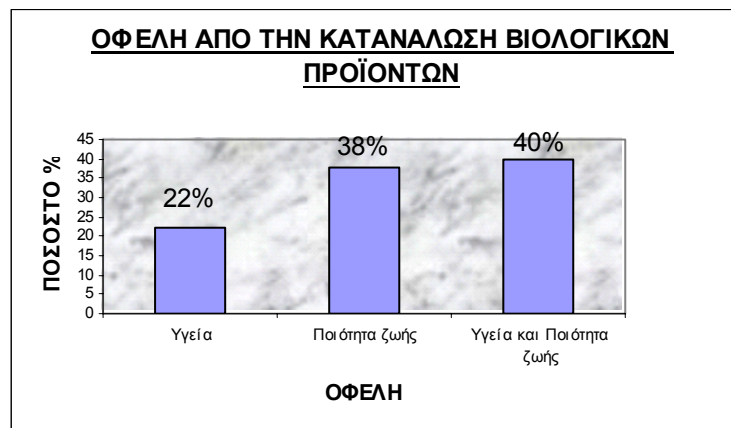


ΧΡΗΣΗ Β. ΛΑΔΙΟΥ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Νωπό (στη σαλάτα)	80
Στο τηγάνι	0
Για όλες τις χρήσεις	20
Αλλού	0

Στην ερώτηση “πόση ποσότητα ελαιόλαδου καταναλώνετε την εβδομάδα και πόσο από αυτό είναι βιολογικό” η τάση του δείγματος ήταν πως καταναλώνεται περίπου 10lt ελαιόλαδου από το οποίο μόνο το 1lt είναι βιολογικό. Όμως υπήρξαν και κάποιοι (ελάχιστοι) που δήλωσαν ότι πάνω από το μισό λάδι που χρησιμοποιούν είναι βιολογικό. Αυτοί είναι τα άτομα που δήλωσαν πως χρησιμοποιούν συχνά ή πάντα

βιολογικό λάδι. Η πλειοψηφία επομένως καταναλώνει 10lt ελαιόλαδο την εβδομάδα από το οποίο μόλις το 1lt είναι βιολογικό

Τέλος στην ερώτηση “ποιά πιστεύετε ότι είναι τα οφέλη των βιολογικών προϊόντων και κυρίως του βιολογικού λαδιού” οι καταναλωτές έδωσαν τις εξής απαντήσεις : 1) Υγεία 22% 2) Ποιότητα ζωής 38% και 3) Υγεία και ποιότητα ζωής 40% . Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις, οι καταναλωτές θεωρούν ότι η υγεία και η ποιότητα ζωής ωφελούνται ιδιαίτερα από την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων και ειδικότερα του βιολογικού ελαιολάδου. Στην συνέχεια ακολουθεί σχετικός πίνακας αλλά και ραβδόγραμμα..



ΟΦΕΛΗ Β.ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.	ΠΟΣΟΣΤΑ
Υγεία	22
Ποιότητα ζωής	38
Υγεία και Ποιότητα ζωής	40

Μέσα από την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας μας μπορούμε να κάνουμε ορισμένες γενικές παρατηρήσεις που αφορούν τόσο το ποιές είναι οι κατηγορίες καταναλωτών που αγοράζουν βιολογικά προϊόντα, όσο και τη γενική στάση των καταναλωτών απέναντι στα προϊόντα αυτά. Βλέποντας τα στοιχεία της έρευνας λοιπόν φαίνεται ότι οι καταναλωτές χωρίζονται σε 3 κατηγορίες ανάλογα με την προτίμηση που δείχνουν για τα βιολογικά προϊόντα :

Στην πρώτη κατηγορία έχουμε αυτούς που προτιμούν να **αγοράζουν βιολογικά προϊόντα πολύ συχνά**. Τα περισσότερα άτομα αυτής της κατηγορίας είναι μεταξύ 25-45 ετών ενώ λίγα είναι 46 ετών και άνω. Πρόκειται κυρίως για ζευγάρια που

έχουν παιδιά. Το μορφωτικό τους επίπεδο είναι, στην πλειοψηφία, υψηλό (Πανεπιστήμιο). Τα άτομα αυτά είναι κυρίως δημόσιοι ή ιδιωτικοί υπάλληλοι είτε κάνουν ελεύθερο επάγγελμα. Το εισόδημα τους ανέρχεται στις κατηγορίες μεταξύ 1000-2000 ευρώ και 2001-3000 ευρώ το μήνα κυρίως από μισθούς ή από κάποιο ελεύθερο επάγγελμα. Γενικά τα άτομα αυτά γνωρίζουν αρκετά στοιχεία για τα βιολογικά προϊόντα και το βιολογικό λάδι, ξέρουν σε ικανοποιητικό βαθμό τις διαφορές τους από τα συμβατικά προϊόντα, αγοράζουν συχνά τέτοια προϊόντα από εξειδικευμένα καταστήματα ή από σούπερ μάρκετ, ξέρουν να τα αναγνωρίζουν και μάλιστα τα αναζητούν. Επίσης ενημερώνονται τακτικά για τα βιολογικά προϊόντα από την τηλεόραση, τις εφημερίδες και το Ίντερνετ. Όσον αφορά το βιολογικό λάδι, τα άτομα αυτά καλύπτουν πάνω από το 50% των διατροφικών τους αναγκών σε λάδι με το βιολογικό. Τέλος οι άνθρωποι αυτοί θεωρούν πως βρίσκουν δύσκολα τα βιολογικά προϊόντα που επιθυμούν, υποστηρίζουν πως η τιμή τους είναι υψηλή και η ενημέρωση ανεπαρκής, ενώ δηλώνουν ότι προτιμούν τα προϊόντα αυτά γιατί ωφελούν την υγεία και προσφέρουν καλύτερη ποιότητα ζωής.

Εκτός από την κατηγορία που αναφέρθηκε προηγουμένως υπάρχει και μία δεύτερη κατηγορία ή οποία αποτελείται από **αυτούς που αγοράζουν βιολογικά προϊόντα κάποιες φορές**. Τα άτομα αυτά είναι κυρίως 46-60 ετών. Και σε αυτή την κατηγορία τα περισσότερα άτομα είναι ζευγάρια με παιδιά. Το μορφωτικό επίπεδο είναι μέσο (απόφοιτοι γυμνασίου- λυκείου) αλλά και υψηλό (Πανεπιστημίου) για ορισμένους. Τα άτομα αυτά είναι είτε δημόσιοι υπάλληλοι είτε ιδιωτικοί ή κάνουν ελεύθερο επάγγελμα ενώ κάποιοι είναι συνταξιούχοι. Το εισόδημα τους είναι μεταξύ 1000-2000 ευρώ και 20001-3000 ευρώ το μήνα κυρίως από μισθούς ή από κάποιο ελεύθερο επάγγελμα και λιγότερο από συντάξεις. Γενικά τα άτομα αυτά δεν γνωρίζουν αρκετά στοιχεία για τα βιολογικά προϊόντα και το βιολογικό λάδι, αν και έχουν ακούσει για αυτά, και δεν ξέρουν ακριβώς τις διαφορές τους από τα συμβατικά προϊόντα. Δεν αγοράζουν πολύ συχνά τέτοια προϊόντα αλλά μόνο μερικές φορές κυρίως από σούπερ μάρκετ. Ορισμένοι ξέρουν να αναγνωρίζουν τα βιολογικά προϊόντα αλλά οι περισσότεροι δεν τα αναγνωρίζουν και δεν τα αναζητούν ιδιαίτερα. Επίσης δεν ενημερώνονται τόσο τακτικά για τα βιολογικά προϊόντα αλλά όταν το κάνουν προτιμούν την τηλεόραση, της εφημερίδες και το ίντερνετ. Όσον αφορά το βιολογικό λάδι, τα άτομα αυτά καλύπτουν κάτω από το 50% των διατροφικών τους αναγκών σε λάδι με το βιολογικό το οποίο και χρησιμοποιούν βασικά ως νωπό στη σαλάτα εκτός από ορισμένους που το χρησιμοποιούν για όλες τις χρήσεις. Τέλος οι άνθρωποι αυτοί θεωρούν πως τις λίγες φορές που αγοράζουν βιολογικά προϊόντα



δυσκολεύονται να τα βρούν, υποστηρίζουν πως η τιμή τους είναι υψηλή και η ενημέρωση ανεπαρκής, ενώ δηλώνουν ότι προτιμούν τα προϊόντα αυτά γιατί ωφελούν την υγεία και προσφέρουν καλύτερη ποιότητα ζωής.

Τέλος υπάρχει μία τρίτη κατηγορία καταναλωτών η οποία αποτελείτε κυρίως από **αυτούς που αγοράζουν σπάνια έως ποτέ βιολογικά προϊόντα**. Τα άτομα αυτά είναι κυρίως από 60 ετών και πάνω αλλά και ορισμένα 46-60 ετών. Τα άτομα αυτά μένουν συνήθως μόνοι ή είναι ζευγάρια και ελάχιστοι έχουν και παιδιά. Το μορφωτικό τους επίπεδο είναι, στην μεγαλύτερη πλειοψηφία, φτωχό (απόφοιτοι δημοτικού) ή είναι απόφοιτοι γυμνασίου- λυκείου. Τα άτομα αυτά είναι κυρίως συνταξιούχοι ή είναι δημόσιοι ή ιδιωτικοί υπάλληλοι, ή τέλος κάνουν κάποιο ελεύθερο επάγγελμα. Το εισόδημα τους είναι βασικά κάτω των 1000 ευρώ το μήνα ή μεταξύ 1000-2000 ευρώ το μήνα, και προέρχεται από συντάξεις ή μισθούς ή κάποιο ελεύθερο επάγγελμα. Γενικά τα άτομα αυτά δεν γνωρίζουν για τα βιολογικά προϊόντα και το βιολογικό λάδι και δεν ξέρουν τις διαφορές τους από τα συμβατικά προϊόντα, αγοράζουν σπάνια έως ποτέ βιολογικά προϊόντα από σούπερ μάρκετ και δεν μπορούν να τα αναγνωρίζουν για αυτό και δεν τα αναζητούν. Επίσης δεν ενημερώνονται για τα βιολογικά προϊόντα. Όσον αφορά το βιολογικό λάδι, τα άτομα αυτά δεν καλύπτουν τις διατροφικές τους ανάγκες σε λάδι με την χρήση βιολογικού ελαιόλαδου αλλά σχεδόν αποκλειστικά με συμβατικό.

## 2.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μετά την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας μας για την στάση των καταναλωτών απέναντι στα βιολογικά προϊόντα, αλλά και την παρουσίαση των κατηγοριών των καταναλωτών σε σχέση με την προτίμηση τους στην αγορά βιολογικών προϊόντων, μπορούμε να ανακεφαλαιώσουμε τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την συγκέντρωση όλων αυτών των ιδιαίτερα σημαντικών στοιχείων.

Όπως προέκυψε από την ανάλυση των ερωτηματολογίων στα οποία απάντησαν οι 50 καταναλωτές, υπάρχουν 3 τύποι ατόμων στους οποίους χωρίζεται το δείγμα των καταναλωτών ανάλογα με την ηλικία και το μορφωτικό τους επίπεδο.

Ο ένας τύπος αφορά τα άτομα σχετικά νεαρής ηλικίας (25-45) συνήθως ζευγάρια με παιδιά, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι πανεπιστημίου). Οι άνθρωποι αυτοί γνωρίζουν αρκετά καλά τα βιολογικά προϊόντα, τα αναζητούν και γενικά αποτελούν σημαντικό κομμάτι της διατροφής τους.

Ο δεύτερος τύπος αφορά άτομα ηλικίας 46-60. Συνήθως είναι ζευγάρια με παιδιά και σε ορισμένες περιπτώσεις και με γονείς, με μέσο ή υψηλό μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι λυκείου- πανεπιστημίου). Οι άνθρωποι αυτοί δεν γνωρίζουν τόσο καλά τα βιολογικά προϊόντα, αν και έχουν ακούσει για αυτά, και τα αναζητούν μερικές φορές. Γενικά αποτελούν ένα μικρό κομμάτι της διατροφής τους.

Ο τρίτος τύπος αφορά άτομα κυρίως μεγάλης ηλικίας 60 ετών. Συνήθως είναι άτομα που ζούνε μόνα τους. Το μορφωτικό επίπεδο είναι χαμηλό (απόφοιτοι δημοτικού-γυμνασίου) αλλά υπάρχουν και αρκετοί απόφοιτοι λυκείου-πανεπιστημίου. Οι άνθρωποι αυτοί δεν γνωρίζουν τα βιολογικά προϊόντα, έχουν ακούσει πολύ λίγα πράγματα για αυτό, και δεν τα αναζητούν. Γενικά τα βιολογικά προϊόντα δεν αποτελούν κομμάτι της διατροφής τους.

Γενικά οι περισσότεροι καταναλωτές (80%) δεν γνώριζαν τι ακριβώς είναι τα βιολογικά προϊόντα και κατά συνέπεια δεν κάλυπταν μεγάλο ποσοστό των διατροφικών τους αναγκών με αυτά. Αντίθετα, όσοι καταναλωτές γνώριζαν τα βιολογικά προϊόντα (20%), κάλυπταν με αυτά πάνω από το 50% των διατροφικών αναγκών τους.

Οι καταναλωτές που προτιμούν τα βιολογικά προϊόντα, τα αγοράζουν γιατί θεωρούν ότι προσφέρουν καλύτερη υγεία και ποιότητα ζωής. Όμως τα θεωρούν ακριβά σε σχέση με τα συμβατικά αγροτικά προϊόντα.

Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών (96%) υποστήριξε πως η ενημέρωση για τα βιολογικά προϊόντα είναι ελλιπής ενώ ανέφερε ότι η κύρια πηγή της υποτυπώδους ενημέρωσης της ήταν η τηλεόραση και δευτερευόντως το Ίντερνετ και οι εφημερίδες.

Οι καταναλωτές που αγοράζουν σπάνια βιολογικά προϊόντα, δεν γνωρίζουν την ειδική σήμανση στα βιολογικά προϊόντα ενώ αγοράζουν τα προϊόντα κυρίως από σούπερ μάρκετ. Οι καταναλωτές που αγοράζουν συχνά βιολογικά προϊόντα δήλωσαν πως αναγνωρίζουν την ειδική σήμανση παρότι όπως υποστηρίζουν είναι ιδιαίτερα προβληματική. Αυτό οφείλεται στο ότι αναγνωρίζουν το ειδικό σήμα των βιολογικών προϊόντων αλλά δεν κατανοούν πλήρως τα συνοδευτικά στοιχεία της σήμανσης. Τα άτομα αυτά προμηθεύονται τα βιολογικά προϊόντα που επιθυμούν από τα εξειδικευμένα καταστήματα και σπανιότερα από τα σούπερ μάρκετ.

Τέλος όσοι από τους καταναλωτές προτιμούν το βιολογικό λάδι (30%), το αγοράζουν κυρίως γιατί πιστεύουν ότι προσφέρει καλύτερη υγεία και ποιότητα ζωής και συνήθως το χρησιμοποιούν νωπό (στη σαλάτα) αλλά και σε άλλες χρήσεις (στο τηγάνι).

Παρατηρήσαμε ότι υπάρχουν αρκετοί καταναλωτές, που οι έμποροι βιολογικών προϊόντων δεν έχουν προσελκύσει ακόμη. Όσους δηλαδή, αγοράζουν λιγότερο συχνά βιολογικά προϊόντα, ή όσους δεν αγοράζουν βιολογικά προϊόντα εμμένοντας σε πιο παραδοσιακά προϊόντα, αυτούς θα πρέπει να προσελκύσουν στο μέλλον οι έμποροι, προκειμένου να έχει την επιθυμητή ανάπτυξη ο κλάδος τους. Για το σκοπό αυτό βέβαια απαιτείται η χάραξη μίας σωστής πολιτικής στην εμπορία των βιολογικών προϊόντων που θα περιλαμβάνει: 1) Τη σωστή ενημέρωση των καταναλωτών μέσω της τηλεόρασης, των εφημερίδων, του Ίντερνετ, διαφημιστικών φυλλαδίων κ.α., 2) Την τυποποίηση και συσκευασία του προϊόντος έτσι ώστε να γίνει πιο ελκυστικό για τον καταναλωτή, 3) Τη μείωση της τιμής που είναι πολύ υψηλή και σαφώς μεγαλύτερη από αυτή των αντίστοιχων συμβατικών προϊόντων, 4) Την επέκταση της βιολογικής παραγωγής και σε άλλα προϊόντα και τέλος 5) Τον εφοδιασμό όλων των καταστημάτων σούπερ μάρκετ, εξειδικευμένων καταστημάτων κ.α. με βιολογικά προϊόντα, έτσι ώστε ο καταναλωτής να βρίσκει εύκολα και γρήγορα το βιολογικό προϊόν που επιθυμεί.

Τα συμπεράσματα αυτά ταυτίζονται με την εικόνα που περιγράφουν και οι έμποροι βιολογικών προϊόντων. Σύμφωνα λοιπόν με τα όσα υποστήριξε ο έμπορος βιολογικών προϊόντων από τον οποίο πήραμε συνέντευξη, οι καταναλωτές ζητούν βιολογικά προϊόντα εγγυημένα, καλής ποιότητας, σωστά τυποποιημένα και συσκευασμένα, σε προσιτές τιμές και σε μεγάλη ποικιλία. Επίσης θα πρέπει να μπορεί ο καταναλωτής να τα βρει χωρίς ιδιαίτερη δυσκολία.

Τέλος τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει η εμπορία των βιολογικών προϊόντων, έχουν να κάνουν με την οργάνωση, την τυποποίηση, το μάρκετινγκ καθώς και την τεράστια γραφειοκρατία. Η τυποποίηση των προϊόντων είναι ελάχιστη έως ανύπαρκτη, το μάρκετινγκ για την σωστή προώθηση του τυποποιημένου προϊόντος δεν υπάρχει καθόλου. Τέλος όσον αφορά την γραφειοκρατία ο βαθμός είναι αποθαρρυντικός για οποιαδήποτε σοβαρή επιχειρηματική δραστηριότητα.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στα πλαίσια της πτυχιακής μας εργασίας, αναλάβαμε να μελετήσουμε τη στάση των καταναλωτών απέναντι στην αγορά βιολογικών προϊόντων και κυρίως του βιολογικού ελαιόλαδου. Επίσης, να διερευνήσουμε, τα προβλήματα εμπορίας καθώς και τον τρόπο διακίνησης, τυποποίησης και πώλησης των βιολογικών προϊόντων και κυρίως του βιολογικού ελαιόλαδου στην Ελλάδα.

Μετά από εφαρμογή ερωτηματολογίων σε δείγμα 50 καταναλωτών διαπιστώσαμε ότι, η πλειοψηφία των καταναλωτών δεν αγοράζει βιολογικά προϊόντα. Επίσης, δεν υπάρχει επαρκής ενημέρωση για τα βιολογικά προϊόντα με αποτέλεσμα οι περισσότεροι καταναλωτές να μην γνωρίζουν επακριβώς ούτε τι είναι τα προϊόντα αυτά αλλά ούτε και την διαφορά τους από τα συμβατικά αγροτικά προϊόντα. Όσοι εκ των καταναλωτών αγοράζουν βιολογικά προϊόντα, δηλώνουν ότι, τα βιολογικά είδη είναι δυσεύρετα, η ειδική σήμανση που φέρουν δεν είναι ευανάγνωστη, ενώ είναι ακριβότερα από τα συμβατικά.

Τα σπουδαιότερα προβλήματα στην εμπορία των βιολογικών προϊόντων που επισημάναμε μέσω μιας συνέντευξης έχουν να κάνουν με την έλλειψη οργάνωσης στον συγκεκριμένο τομέα εμπορίας, την ανυπαρξία σωστής τυποποίησης, το προβληματικό και εντελώς ανούσιο μάρκετινγκ καθώς και την γραφειοκρατία που απωθεί τους εμπόρους από το να επενδύσουν στον κλάδο της βιολογικής γεωργίας.

Σύμφωνα με τα όσα ειπώθηκαν και ερευνήθηκαν παραπάνω, γίνεται αντιληπτό πως πρέπει να παρθούν άμεσα μέτρα τόσο από την πολιτεία όσο και από τους αρμόδιους φορείς (παραγωγοί, τυποποιητές, διανομείς και έμποροι) εάν επιθυμούμε τα βιολογικά προϊόντα και κυρίως το λάδι να πάρουν την θέση που τους αξίζει στην εγχώρια αλλά και ξένη αγορά.

Για το λόγο αυτό θα πρέπει η πολιτεία να διευκολύνει τον έλεγχο και την πιστοποίηση των αγροτικών προϊόντων απαλλάσσοντας τους ενδιαφερόμενους εμπόρους από την άκρως αποθαρρυντική γραφειοκρατία που αντιμετωπίζουν μέχρι σήμερα. Επίσης πρέπει να οργανωθούν επιμορφωτικά σεμινάρια ή εκπομπές για την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα, τα οφέλη τους, την ειδική σήμανση τους κ.α.. Για να προσελκύσει και να δώσει επιπλέον κίνητρα στους παραγωγούς να ασχοληθούν με τη βιολογική γεωργία, η Πολιτεία θα πρέπει, στην αρχή τουλάχιστον, να τους επιδοτεί. Ακόμη πρέπει να επιτευχθεί καλύτερη συνεργασία μεταξύ παραγωγών, τυποποιητών και εμπόρων με σκοπό τη δημιουργία βιολογικών προϊόντων σωστών και υγιεινών για τον άνθρωπο αλλά

και ελκυστικών για τον καταναλωτή. Πρέπει ακόμη να οργανωθεί σωστά το δίκτυο διανομής έτσι ώστε ο καταναλωτής να βρίσκει εύκολα και σε προσιτή τιμή τα βιολογικά προϊόντα. Τέλος να οργανωθεί το μάρκετινγκ έτσι ώστε να γίνεται σωστή προβολή των προϊόντων μας από εταιρίες στο εξωτερικό και να χαραχτεί κατάλληλη στρατηγική για την κατάκτηση ξένων αγορών όπως Η.Π.Α., Καναδάς, Ιαπωνία κ.α.

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

*ΑΤΕΙ Ηρακλείου*

**ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ**

**ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

*ΙΟΥΝΙΟΣ 2005*

**ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΜΕ ΤΙΤΛΟ:  
«ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ»**

**ΠΟΥ ΕΚΠΟΝΟΥΝ ΟΙ ΦΟΙΤΗΤΕΣ: ΛΑΠΙΔΑΚΗΣ ΜΑΤΘΑΙΟΣ  
ΔΡΥΜΟΥΣΗΣ ΜΙΧΑΗΛ**

**ΥΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑΣ: Δρ. Ε. Χ. ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΥ**

Αυτό το ερωτηματολόγιο έχει συνταχθεί στα πλαίσια της πτυχιακής μας, που πραγματοποιούμε στο πλαίσιο των σπουδών μας στο τμήμα Θερμοκηπιακών Καλλιεργειών και Ανθοκομίας του ΤΕΙ Κρήτης, Παρακαλούμε να απαντήσετε με ειλικρίνεια στα παρακάτω ερωτήματα που έχουν στόχο να διαταστώσουν τους προβληματισμούς και τις απόψεις σας σε σχέση με θέματα που αφορούν την εμπορία των βιολογικών αγροτικών προϊόντων. Τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν ανώνυμα αποκλειστικά για της ανάγκες της πτυχιακής.

### Στοιχεία Ερωτώμενου

Αύξων Αριθμός:

Όνοματεπώνυμο:

Ηλικία :

Έτος γέννησης:

Φύλλο: Α  Θ



## Οικογένεια

Από πόσα μέλη αποτελείται η οικογένειά σας (μέλη που ζουν στο ίδιο νοικοκυριό και με κοινό εισόδημα). Τι ηλικία και τι γραμματικές γνώσεις έχει το καθένα, πόσα εργάζονται και ποιο είναι το επάγγελμά τους;

Μέλη	Έτος γέννησης	Μόρφωση	Εργασία - Επάγγελμα

Μόρφωση: άθροισμα από έτη σπουδών  
συνολικά Έτοςγέννησης : 1967 = 38 ετών

Τόπος διαμονής

Έχετε δικό σας σπίτι \_\_\_\_\_ (ξεπληρωμένο ή ξεπληρώνεται με μηνιαίες δόσεις;) ή  
ενοικιάζετε \_\_\_\_\_ (σε τι ποσό ανέρχεται το ενοίκιο);

Έχετε δικό σας αυτοκίνητο \_\_\_\_\_; Πόσα στην οικογένεια \_\_\_\_\_;

Τα εισοδήματα στην οικογένειά σας προέρχονται από :

Μισθούς \_\_\_\_\_

Συντάξεις \_\_\_\_\_

Ενοίκια \_\_\_\_\_

Αγροτικά εισοδήματα/Επιδότησεις \_\_\_\_\_

Ελεύθερα επαγγέλματα \_\_\_\_\_

Άλλο \_\_\_\_\_

Τι έξοδα κάνετε περίπου το μήνα για τα παρακάτω αγαθά;

ΟΤΕ-ΔΕΗ-Νερό \_\_\_\_\_

Φρούτα-λαχανικά \_\_\_\_\_

Κρέατα-ψάρια \_\_\_\_\_

Άλλα τρόφιμα-ποτά \_\_\_\_\_

Ρουχισμό \_\_\_\_\_

Ψυχαγωγία \_\_\_\_\_

Τι καθαρά εισοδήματα έχει περίπου το μήνα η οικογένειά σας συνολικά ;

κάτω των 1000 ευρώ το μήνα. \_\_\_\_\_

1001 - 2000 ευρώ το μήνα \_\_\_\_\_

2001 - 3000 ευρώ το μήνα \_\_\_\_\_

3001 - 4000 ευρώ το μήνα \_\_\_\_\_

άνω των 4000 ευρώ το μήνα \_\_\_\_\_

EP.1 Γνωρίζετε τι είναι τα αγροτικά βιολογικά προϊόντα;

.....  
.....  
.....

EP.2 Γνωρίζετε ποιες οι διαφορές από τα συμβατικά αγροτικά προϊόντα;

.....  
.....  
.....

EP.3A Αγοράζετε βιολογικά προϊόντα;

- A. ΠΟΤΕ
- B. ΣΠΑΝΙΑ
- Γ. ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ
- Δ. ΣΥΧΝΑ
- Ε. ΠΑΝΤΑ

3B. Από ποιες κατηγορίες τροφίμων αγοράζετε περισσότερο βιολογικά προϊόντα;

- A. Φρούτα-Λαχανικά
- B. Κρέας-Αλλαντικά.
- Γ. Κρασιά
- Δ. Γαλακτοκομικά.

EP.4 Αν ναι: γιατί προτιμάτε τα βιολογικά προϊόντα;

- A. ΤΙΜΗ
- B. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ
- Γ. ΠΟΙΟΤΗΤΑ
- Δ. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ
- Ε. ΥΓΕΙΑ
- ΣΤ. ΑΛΛΟ

EP.5 Από πότε ξεκινήσατε να αγοράζετε βιολογικά προϊόντα;

.....  
.....  
.....  
.....

EP.6 Ποια είναι περίπου η επί τοις εκατό κάλυψη των διατροφικών σας αναγκών από βιολογικά προϊόντα;

A. <50%

B. >50%

Γ. Σχεδόν 100%

EP.7 Από ποιες πηγές ακούσατε πρώτη φορά για τα βιολογικά προϊόντα;

.....  
.....  
.....  
.....

EP.8 Συνεχίζετε να ενημερώνεστε για τα βιολογικά προϊόντα;

A. Ναι

B. Όχι

Αν ναι από ποιες πηγές;

A. Εφημερίδες – Περιοδικά

B. Τηλεόραση

Γ. Ιντερνετ

Δ. Ενημερωτικά Φυλλάδια

Ε. Ειδικά Βιβλία

ΣΤ. Άλλο

EP.9 Πιστεύετε ότι είναι επαρκής η ενημέρωση που υπάρχει για τα βιολογικά προϊόντα;

A. Ναι

B. Όχι

EP.10 Πως αναγνωρίζετε ένα βιολογικό προϊόν;

A. Ειδική σήμανση

B. Δεν γνωρίζω

Γ. Εμπειρικά

EP.11 Από πού προμηθεύεστε συνήθως βιολογικά προϊόντα;

- A. Σούπερ Μάρκετ
- B. Εξειδικευμένα Καταστήματα
- Δ. Εμπόρους
- E. Από αλλού
- ΣΤ. Συνοικιακά μαγαζιά

EP.12 Βρίσκετε εύκολα το βιολογικό προϊόν που θέλετε και στην ποσότητα που χρειάζεστε στην αγορά;

- A. Ναι
- B. Όχι

EP.13 Πιστεύετε ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι ακριβά;

- A. Ναι
- B. Όχι

EP.14A Θα θέλατε να επεκταθεί η βιολογική καλλιέργεια και σε άλλα προϊόντα;

- A. Ναι
- B. Όχι

**14B.** Αν ναι σε ποια;

.....  
.....  
.....  
.....

EP.15 Καταναλώνετε βιολογικό ελαιόλαδο;

- A. ΠΟΤΕ
- B. ΣΠΑΝΙΑ
- Γ. ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ
- Δ. ΣΥΧΝΑ
- E. ΠΑΝΤΑ

EP.16 Γνωρίζετε ποια είναι η διαφορά του βιολογικού ελαιόλαδου από ένα ελαιόλαδο συμβατικής καλλιέργειας;

.....  
.....  
.....

EP.17 Εάν καταναλώνετε βιολογικό ελαιόλαδο το χρησιμοποιείτε;

- A. Νωπό(στην σαλάτα)
- B. Στο τηγάνι
- Γ. Για όλες τις χρήσεις
- Δ. Αλλού

EP.18A Περίπου τι ποσότητα ελαιόλαδου καταναλώνετε την εβδομάδα;

.....  
.....  
.....

Τι ποσοστό είναι βιολογικό;

.....  
.....  
.....

EP.19 Ποια πιστεύετε ότι είναι τα οφέλη μας από την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων και ιδιαίτερα του βιολογικού ελαιόλαδου;

.....  
.....  
.....

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

1. Πρακτικά Διεθνούς Συνεδρίου «Ελιά και Λάδι στην Κρήτη» Σητεία 2002
2. Γ.Κιτσοπανίδης- Χ.Καμενίδης «Αγροτική Οικονομική» Θεσσαλονίκη 2003  
Εκδόσεις Ζήτη
3. ΔΥΩ «Περιοδικό για την Οικολογική Γεωργία» Τεύχος 18 , Ιούνης 2001
4. ΔΥΩ «Περιοδικό για την Οικολογική Γεωργία» Τεύχος 24, Δεκέμβρης 2002
5. Γεωργική Τεχνολογία Τεύχος 11, Νοέμβρης 1992 σελ. 30-46
6. Γεωργική Τεχνολογία Τεύχος 5, Μάιος 1993 σελ. 72
7. Γεωργική Τεχνολογία «Αφιέρωμα στην Βιολογική Γεωργία» Τεύχος 1,  
Ιανουάριος 1995
8. Μ.Λαμπράκη «Λάδι Γεύσεις και Πολιτισμός 5.000 χρόνων» Αθήνα 1999  
Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα
9. Υπουργείο γεωργίας. (INTEPNET [www.Υπουργείο Γεωργίας .gr](http://www.Υπουργείο Γεωργίας .gr) )
10. ΔΗΩ ( INTEPNET [www. ΔΥΩ. gr](http://www. ΔΥΩ. gr) )