



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
***ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ***

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«Η αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα και σύνδεση με τη διεθνή αγορά. Μια μικροοικονομική και μακροοικονομική προσέγγιση».**

**Γεωργακόπουλος Ι. Δημήτριος**

**Επιβλέπων Καθηγητής:**  
**Ζωγραφάκης Σταύρος**

**Μάρτιος 2012, ΑΘΗΝΑ**



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
***ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ***

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«Η αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα και σύνδεση με τη διεθνή αγορά. Μια μικροοικονομική και μακροοικονομική προσέγγιση».**

**Γεωργακόπουλος Ι. Δημήτριος**

**Επιβλέπων Καθηγητής:**  
**Ζωγραφάκης Σταύρος**

**Μάρτιος 2012, ΑΘΗΝΑ**

## **ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«Η αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα και σύνδεση με τη διεθνή αγορά. Μια μικροοικονομική και μακροοικονομική προσέγγιση».**

**Γεωργακόπουλος Ι. Δημήτριος**

### **Εξεταστική Επιτροπή:**

Ζωγραφάκης Σταύρος, Επίκουρος Καθηγητής ΓΠΑ (Επιβλέπων καθηγητής)

Δαμιανός Δημήτριος, Καθηγητής ΓΠΑ

Σπαθής Πάυλος, Καθηγητής ΓΠΑ

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	7
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ</b> .....	9
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	10
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΓΕΝΙΚΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b> .....	12
1.1 Βασικά χαρακτηριστικά του κλάδου .....	12
1.2 Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων .....	13
1.3 Περιγραφή των προϊόντων του κλάδου .....	14
1.4 Θεσμικό πλαίσιο .....	17
1.4.1 Ορισμός των γαλακτοκομικών προϊόντων .....	17
1.4.2 Κοινή Οργάνωση Αγοράς Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	19
1.4.3 Καθεστώς Ποσοστώσεων .....	25
1.4.4 Εξελίξεις σχετικά με την ομαλή σταδιακή κατάργηση του συστήματος γαλακτοκομικών ποσοστώσεων .....	27
1.4.5 Οδηγίες – Κανονισμοί Ποιότητας Γάλακτος.....	28
1.4.6 Ασφάλεια και Υγιεινή Τροφίμων .....	29
1.4.7 Αγορανομική Διάταξη 5/2009 (ΦΕΚ 798/Β΄/29.04.2009).....	30
1.5 Τελικές παρατηρήσεις.....	32
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΖΗΤΗΣΗ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b> .....	34
2.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση.....	34
2.2 Η σημερινή κατάσταση στην αγορά .....	36
2.2.1 Το γάλα .....	36
2.2.2 Το γιαούρτι .....	41
2.2.3 Το τυρί .....	44
2.3 Μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για προϊόντα.....	47
2.4 Τελικές παρατηρήσεις.....	51
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b> .....	53
3.1 Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου .....	53
3.2 Διαφημιστική Δαπάνη Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	56
3.3 Δίκτυα διανομής .....	61

3.4 Όροι Εμπορίου .....	62
3.5 Παραγωγικές επιχειρήσεις γαλακτοκομικών προϊόντων .....	63
3.5.1 Πωλήσεις παραγωγικών επιχειρήσεων .....	63
3.6 Εισαγωγικές επιχειρήσεις γαλακτοκομικών προϊόντων .....	65
3.6.1 Πωλήσεις εισαγωγικών επιχειρήσεων .....	66
3.7 Τα νέα της αγοράς.....	66
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΑΓΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b> .....	69
4.1 Μέγεθος Εγχώριας Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	69
4.1.1 Φρέσκο παστεριωμένο γάλα .....	69
4.1.2 Γάλα υψηλής παστερίωσης.....	70
4.1.3 Γάλα μακράς διάρκειας.....	71
4.1.4 Συμπυκνωμένο γάλα .....	72
4.1.5 Γιαούρτι .....	72
4.1.6 Βούτυρο .....	73
4.1.7 Κρέμα γάλακτος.....	74
4.1.8 Ξυνόγαλο .....	75
4.2 Εξωτερικό Εμπόριο Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	76
4.2.1 Εξέλιξη των εισαγωγών – κυριότερες χώρες προέλευσης.....	76
4.2.2 Εξέλιξη των εξαγωγών – κυριότερες χώρες προορισμού .....	79
4.3 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	82
4.3.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος – Μερίδια αγοράς.....	82
4.3.2 Μέγεθος εγχώριας αγοράς γάλακτος υψηλής παστερίωσης– Μερίδια Αγοράς .	84
4.3.3 Μέγεθος εγχώριας αγοράς γάλακτος μακράς διαρκείας – Μερίδια αγοράς.....	86
4.3.4 Μέγεθος εγχώριας αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος– Μερίδια Αγοράς.....	87
4.3.5 Μέγεθος εγχώριας αγοράς γιαουρτιού – Μερίδια αγοράς.....	89
4.3.6 Μέγεθος εγχώριας αγοράς βουτύρου – Μερίδια αγοράς.....	90
4.3.7 Μέγεθος εγχώριας αγοράς κρέμας γάλακτος – Μερίδια αγοράς.....	91
4.3.8 Μέγεθος εγχώριας αγοράς ξυνόγλαου και ποτών με βάση το γάλα – Μερίδια αγοράς.....	92
4.3.9 Μέγεθος εγχώριας αγοράς επιδόρπιων γάλακτος.....	93
4.4 Κατά Κεφαλή Κατανάλωση των Κυριοτέρων Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	93
4.5 Τελευταίες εξελίξεις .....	94
4.5.1 Η εξαγορά Vivartia-MEBΓΑΛ .....	94

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:**

### **Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ..... 98**

**5.1** Εισαγωγή ..... 98

**5.2** Τιμή παραγωγού του γάλακτος: σταθερές ονομαστικές τιμές, μείωση όμως της πραγματικής αξίας ..... 100

**5.3** Τιμή καταναλωτή του γάλακτος: αποσυνδεδεμένη σε μεγάλο βαθμό από την τιμή παραγωγού ..... 101

**5.4** Η αναδιάρθρωση επιφέρει έντονη μείωση του αριθμού των εκμεταλλεύσεων..103

**5.5** Οι ευρωπαϊκές εξαγωγές βασικών γαλακτοκομικών προϊόντων εμφανίζουν τάση συρρίκνωσης..... 105

**5.6** Η Ευρωπαϊκή Ένωση μείωσε δραστικά τις ενισχύσεις των εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων ..... 107

**5.7** Δυσχέρεια πρόσβασης στην παγκόσμια αγορά χωρίς δημοσιονομική ενίσχυση 108

**5.8** Ανταγωνιστικότητα στις παγκόσμιες αγορές. Ένας στόχος που βαρύνει τόσο τους παραγωγούς όσο και τους μεταποιητές ..... 109

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ**

**6.1** Εισαγωγή ..... 111

**6.2** Η Παραγωγή Γαλακτοκομικών Διεθνώς ..... 111

**6.3** Η Κατανάλωση των Γαλακτοκομικών Προϊόντων..... 116

**6.4** Η Γαλακτοκομική Βιομηχανία ..... 118

**6.5** Η Αγορά των Γαλακτοκομικών Προϊόντων ..... 121

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

#### **ΚΑΙ ΟΙ ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

**7.1** Εξελίξεις στην αγορά (ΕΕ27) έως σήμερα ..... 123

7.1.1 Μεσοπρόθεσμες εξελίξεις της αγοράς ..... 126

**ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ** ..... 134

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ** ..... 136

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**..... 139

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στο να εξετάσει και να αναλύσει τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων και πως αυτές συνδέονται με την διεθνή αγορά. Πιο συγκεκριμένα, η παρούσα μελέτη αναλύει την εγχώρια αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων τόσο σε μικροοικονομικό, όσο και σε μακροοικονομικό επίπεδο.

Η εργασία διαρθρώνεται σε δυο μέρη. Στο πρώτο μέρος γίνεται αναφορά και ανάλυση του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων. Πιο αναλυτικά, εξετάζονται οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τη ζήτηση και την προσφορά των γαλακτοκομικών προϊόντων. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται όλα τα στοιχεία εκείνα που συνθέτουν την αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων. Στο δεύτερο μέρος γίνεται παρουσίαση της κατάστασης της αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, καθώς και των τρεχουσών εξελίξεων του κλάδου στα πλαίσια της οικονομικής κρίσης.

**ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ:** γαλακτοκομικά προϊόντα, προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, μέγεθος εγχώριας αγοράς, εξωτερικό εμπόριο, ευρωπαϊκή αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων, διεθνής αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων, διαφήμιση, ανταγωνισμός αγοράς, οικονομίες κλίμακας, εξελίξεις της αγοράς

## **ABSTRACT**

The aim of this study is to examine and analyze the financial conditions that take place in the dairy product industry and how they relate to the international market. More specifically, this study analyzes the domestic market for dairy products both at micro and at macro level.

The study is based on research through internet, scientific articles, newspaper's articles, consulting companies such as ICAP and Nielsen.

The study is divided into two parts. The first part, deals with the dairy product industry. More specifically, we examine the factors that affect the demand and supply of dairy products. Here are all the elements that compose the dairy market. The second part, presents the situation of the dairy market in European and international level, as well as the current developments in the sector, regarding the economic crisis.

**KEY WORDS:** dairy products, private labeled products, domestic market size, foreign trade, European dairy market, international dairy market, advertisement, competitiveness, economies of scale, market news



## ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ

ΑΓΣ: αποκορυφωμένο γάλα σε σκόνη

COPA-COGECA: Επιτροπή των Επαγγελματικών Γεωργικών Οργανώσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης - Γενική Επιτροπή Γεωργικής Συνεργασίας της ΕΕ (Βρυξέλλες)

EDA: *European Dairy Association*, Ευρωπαϊκή Γαλακτοκομική Ένωση (Βρυξέλλες)

ΕΕ: Ευρωπαϊκή Ένωση

EUROSTAT: Στατιστική Υπηρεσία των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

FAO: Οργανισμός Επισιτισμού και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (Ρώμη)

ΚΓΠ: Κοινή Γεωργική Πολιτική

ΚΟΑ: Κοινή Οργάνωση Αγοράς

ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Παρίσι)

ΠΟΕ: Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (Γενεύη)

USDA: United States Department of Agriculture, Υπουργείο Γεωργίας των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής

ZMP: Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle GmbH (Βόννη)

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα είναι από τις πλέον απαραίτητες ομάδες τροφών, που βρίσκει κανείς σε κάθε νοικοκυριό ανεξαιρέτως. Πρόκειται για έναν από τους μεγαλύτερους κλάδους της βιομηχανίας τροφίμων, ο οποίος περιλαμβάνει μερικές από τις μεγαλύτερες εταιρίες ειδών διατροφής της Ελλάδας. Οι κατηγορίες των τυροκομικών και γαλακτοκομικών προϊόντων, βρίσκονται σε πτωτική πορεία, παρά το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου επενδύουν τόσο σε παραγωγικές εγκαταστάσεις και εξοπλισμό, όσο και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων που καλύπτουν τις απαιτήσεις των καταναλωτών.

Ωστόσο, δεν είναι όλα τα σημάδια αρνητικά. Σε μια δύσκολη χρονιά για το λιανικό εμπόριο, με το διαθέσιμο καταναλωτικό εισόδημα να περιορίζεται συνεχώς λόγω αυξήσεων σε πολλά είδη καθημερινής κατανάλωσης, τα συσκευασμένα τυροκομικά προϊόντα διατηρούν το μερίδιο αγοράς τους, καταφέροντας να παρουσιάσουν θετικά αποτελέσματα, εν μέσω του γενικότερου αρνητικού κλίματος. Αντίστοιχοι είναι οι αριθμοί και στο κομμάτι των γαλακτοκομικών, όπου παρά τη γενική πτώση, το γάλα υψηλής παστερίωσης καταφέρνει και διατηρεί την ανοδική του πορεία, με τον όγκο της κατανάλωσης να αυξάνεται οριακά το 2011 σε σχέση με το 2010.

Στη διατήρηση των μεγεθών του τομέα γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων, βοηθούν σημαντικά τόσο οι καινοτομίες που εισάγονται στον κλάδο, όσο και η διαφημιστική δαπάνη των εταιριών, που επενδύουν στην προβολή των νέων προϊόντων τους.

Η αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα, χαρακτηρίζεται από μεγάλη συγκέντρωση. Παρά το γεγονός ότι στο χώρο δραστηριοποιούνται πολλές εταιρίες κάθε μεγέθους, οι οποίες παράγουν μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων γάλακτος, τα μερίδια αγοράς μοιράζονται κυρίως μεταξύ των μεγάλων παικτών και μόνο σε τοπικό επίπεδο υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Ο κλάδος των γαλακτοκομικών παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις, τόσο ως προς την κατανάλωση, όσο και στις πωλήσεις. Ο "πόλεμος του γάλακτος" που έχει ξεσπάσει τα τελευταία χρόνια, φαίνεται να έχει σημαντικό ποσοστό απωλειών για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο, κάτι που φαίνεται από τη γενική πορεία της

κατηγορίας, αλλά και από το ολοένα αυξανόμενο ποσοστό που αποκτούν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, απορροφώντας μερίδιο αγοράς από τα επώνυμα προϊόντα. Ειδικότερα αυτή η στροφή των καταναλωτών στα γαλακτοκομικά και τυροκομικά ιδιωτικής ετικέτας, είναι μια τάση που αναμένεται να συνεχιστεί, δημιουργώντας σκεπτικισμό στην αγορά. Παρόλο που οι εταιρίες εισάγουν καινοτομίες στον κλάδο με νέα προϊόντα (για τα οποία επενδύονται σημαντικά ποσά στη διαφήμιση και προβολή), το σύνολο της αγοράς δείχνει να κινείται πτωτικά.

Ο κλάδος των προϊόντων γάλακτος, σαφώς και περνάει μια περίοδο κρίσης (όπως και οι περισσότεροι τομείς της ελληνικής οικονομίας). Το αγοραστικό εισόδημα μιας μεγάλης μερίδας καταναλωτών έχει μειωθεί δραστικά μέσα στο τελευταίο έτος, με αποτέλεσμα κάποια brands που δεν ξεχωρίζουν από τον ανταγωνισμό να αποτελούν 'εύκολο στόχο' για τον καταναλωτή που θέλει να μειώσει τα έξοδά του, στρεφόμενος σε προϊόντα PL (private label) ή 'αγνώστου προελεύσεως'. Ωστόσο, οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο γνωρίζουν το παιχνίδι καλά και φροντίζουν να διατηρούν τα μερίδια αγοράς τους, είτε ποντάροντας σε δημιουργία ζήτησης μέσω της επικοινωνίας, είτε προχωρώντας στην παραγωγή νέων, καινοτόμων προϊόντων που καλύπτουν σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών, ακόμη κι αν οι τελευταίοι βάζουν το χέρι πιο βαθιά στην τσέπη. Το μόνο σίγουρο είναι, ότι όσες επιχειρήσεις αδρανούν στους δύο αυτούς τομείς, σύντομα δε θα έχουν θέση στο παιχνίδι.

## **Κεφάλαιο 1: Γενικά πληροφοριακά στοιχεία του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων**

### **1.1 Βασικά χαρακτηριστικά του κλάδου**

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα κατατάσσονται στην κατηγορία των βασικότερων ειδών διατροφής. Χαρακτηριστικό του κλάδου των γαλακτοκομικών στην Ελλάδα είναι ότι, αφ' ενός δραστηριοποιείται σε αυτόν μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, αφ' ετέρου το μεγαλύτερο ποσοστό της παραγωγής είναι συγκεντρωμένο σε λίγες, μεγάλου μεγέθους γαλακτοβιομηχανίες. Οι εν λόγω εταιρείες καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής αγοράς, έχοντας εδραιωθεί πλέον λόγω της μακροχρόνιας παρουσίας τους στον κλάδο, της ποικιλίας των προϊόντων τους και των ισχυρών εμπορικών σημάτων που διαθέτουν, καθώς και των ευρύτερων δικτύων διανομής. Αναφορικά με τις λοιπές παραγωγικές επιχειρήσεις, η πλειοψηφία τους περιλαμβάνει μονάδες παραγωγής μικρού μεγέθους και παραγωγικής δυναμικότητας, που δραστηριοποιούνται κυρίως σε τοπικό επίπεδο. Στον κλάδο δραστηριοποιούνται ακόμη και ορισμένες επιχειρήσεις οι οποίες ασχολούνται με την εισαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, κυρίως από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι εταιρείες αυτές δραστηριοποιούνται στην πλειοψηφία τους στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής και οι εισαγωγές γαλακτοκομικών αποτελούν μικρό ποσοστό της συνολικής τους δραστηριότητας. Παρόλα αυτά, ορισμένες από αυτές κατέχουν αξιόλογα μερίδια αγοράς, καθότι διαθέτουν επώνυμα προϊόντα που είναι ευρέως γνωστά στο καταναλωτικό κοινό. Επιπλέον, οι εταιρείες αυτές έχουν πανελλαδικό δίκτυο διανομής και οργανωμένες μεθόδους προώθησης των προϊόντων τους.

Η πορεία της αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα δεν παρουσιάζει δραστικές μεταβολές τα τελευταία έτη, γεγονός που αποδίδεται κυρίως στην εφαρμογή του συστήματος των ποσοστώσεων (από το 1984), το οποίο καθορίζει το σύνολο της παραγωγής της βασικής πρώτης ύλης (αγελαδινό γάλα), σε όλες τις χώρες της Ε.Ε.

## 1.2 Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων

Στη χώρα μας, η παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελεί παραδοσιακό τομέα δραστηριότητας. Ως οργανωμένος κλάδος αναπτύχθηκε μετά τις αρχές του 20ου αιώνα, όταν ξεκίνησαν τις δραστηριότητές τους μερικές από τις βασικότερες γαλακτοβιομηχανίες του κλάδου. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις, οι οποίες λειτουργούσαν έως τότε εξελίχθηκαν σταδιακά σε μεγάλο μεγέθους παραγωγικές μονάδες, οι οποίες έδωσαν στον κλάδο βιομηχανικό χαρακτήρα. Η σύγχρονη βιομηχανική παραγωγή αφορά κυρίως το γάλα κατανάλωσης (παστεριωμένο), το γιαούρτι και τα επιδόρπια γάλακτος. Σημαντικό σημείο αναφοράς για τον εξεταζόμενο κλάδο υπήρξε η εφαρμογή της τεχνικής παστερίωσης Ultra High Temperature (UHT). Το γεγονός αυτό έδωσε τη δυνατότητα να παραχθεί γάλα κατανάλωσης χωρίς συμπίκνωση και τη διατήρησή του εκτός ψυγείου για μεγάλο χρονικό διάστημα. Η εφαρμογή της νέας τεχνικής είχε σαν αποτέλεσμα την υποκατάσταση του συμπυκνωμένου γάλακτος (εβαπορέ), από το γάλα UHT και το φρέσκο παστεριωμένο γάλα.

Οι περαιτέρω βελτιώσεις στην παραγωγή του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος και η δυνατότητα παραγωγής διαφοροποιημένων προϊόντων, όπως το γάλα υψηλής παστερίωσης δημιουργούν νέα δεδομένα στην αγορά, ενώ παρατηρείται και σταδιακή προσαρμογή των καταναλωτικών προτιμήσεων. Ο παραγωγικός τομέας του κλάδου παρά τις αλλαγές που έχουν υλοποιηθεί, εξακολουθεί να στηρίζεται στην πρωτογενή παραγωγή γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Οι εν λόγω παραγωγικές μονάδες χαρακτηρίζονται από χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα, καθώς στερούνται του απαιτούμενου σύγχρονου μηχανολογικού εξοπλισμού.

Εκτός από τον παραγωγικό τομέα, ο κλάδος περιλαμβάνει ένα σχετικά μικρό αριθμό μεγάλων εισαγωγικών εταιρειών, οι οποίες κατέχουν αξιόλογη θέση στην εγχώρια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων. Ορισμένες απ' αυτές βρίσκονται σε άμεση ή έμμεση σχέση με πολυεθνικές εταιρείες. Στον εισαγωγικό τομέα εντάσσονται και αρκετές μικρότερου μεγέθους εταιρείες που πραγματοποιούν εισαγωγές γαλακτοκομικών, από τις οποίες σημαντικό μέρος αφορά προϊόντα που προορίζονται

για επαγγελματική χρήση, ενώ κάποιες εισαγωγές πραγματοποιούν και αρκετές παραγωγικές εταιρείες, με σκοπό τον εμπλουτισμό της σειράς των προϊόντων τους. Στον τομέα του λιανικού εμπορίου κυρίαρχη εξέλιξη αποτέλεσε η ραγδαία ανάπτυξη των σουπερμάρκετ, τα οποία συγκεντρώνοντας μεγάλο μέρος της συνολικής αγοράς, αποδυνάμωσαν τα παραδοσιακά γαλακτοπωλεία. Ωστόσο πέραν των μεγάλων αλυσίδων, το γάλα ή τα βασικά γαλακτοκομικά προϊόντα εξακολουθούν να διατίθενται σε μεγάλο αριθμό των λεγόμενων «μικρών σημείων πώλησης», περιλαμβανομένων mini markets, αρτοποιείων και μικρών συνοικιακών ψιλικάτζιδικών.

### 1.3 Περιγραφή των προϊόντων του κλάδου

Οι διατάξεις του ελληνικού Κώδικα Τροφίμων και Ποτών καθορίζουν τις επιμέρους κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και τις επιτρεπτές συνθήκες παραγωγής, συντήρησης και συσκευασίας.

Οι βασικές κατηγορίες γάλακτος είναι:

- **Νωπό Γάλα:** νοείται το γάλα που προέρχεται από μαστικούς αδένες αγελάδων, προβάτων, αιγών ή βουβαλιών, το οποίο δεν έχει θερμανθεί πέρα από τους 40°C ή έχει υποστεί επεξεργασία με ισοδύναμο αποτέλεσμα.
- **Παστεριωμένο Γάλα:** νοείται το γάλα που πρέπει να έχει υποστεί θερμική επεξεργασία, η οποία περιλαμβάνει την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία για μικρό χρονικό διάστημα (τουλάχιστον 71,7°C για 15 δευτερόλεπτα ή ισοδύναμο συνδυασμό με το ίδιο αποτέλεσμα).
- **Γάλα UHT:** νοείται το γάλα που πρέπει να έχει παραχθεί με συνεχή θέρμανση νωπού γάλακτος, που συνεπάγεται τη βραχυχρόνια εφαρμογή υψηλής θερμοκρασίας (τουλάχιστον στους 135°C επί τουλάχιστον ένα δευτερόλεπτο), με σκοπό την καταστροφή όλων των υπολειπόμενων μικροοργανισμών και των σπορίων τους.
- **Γάλα Υψηλής Παστερίωσης:** νοείται το γάλα που έχει υποστεί θερμική επεξεργασία με έκθεση στους 85°C 127°C και για τέτοιο χρονικό διάστημα ώστε να ανταποκρίνεται σωστά στις δύο χημικές δοκιμασίες που εφαρμόζονται για το παστεριωμένο γάλα.

- **Γάλα Κατάψυξης:** νοείται το νοπό γάλα, το οποίο έγινε διατηρήσιμο με αναγνωρισμένη μέθοδο ταχείας κατάψυξης και στη συνέχεια διατηρείται σε θερμοκρασία κατώτερη από -15°C. Το γάλα αυτό διατίθεται στην κατανάλωση μετά από πλήρη απόψυξη.
- **Σκευάσματα Γάλακτος:** νοούνται τα ροφήματα και κυρίως τα σοκολατούχα. Επιτρέπεται να παρασκευάζονται από μια από τις βασικές κατηγορίες γάλακτος που προαναφέρθηκαν και με την προσθήκη σκόνης κακάο, ζάχαρης και άλλων πρώτων υλών που περιλαμβάνονται στον Κώδικα.
- **Διατηρημένα Γάλατα (Μερικά ή Ολικά Αφυδατωμένα):** οι διατάξεις του Κώδικα Τροφίμων συμπληρώνεται με τις διατάξεις του Π.Δ. 518/83, το οποίο αφορά τα διατηρημένα γάλατα (μερικά ή ολικά αφυδατωμένα), που προορίζονται για ανθρώπινη διατροφή, σε συμμόρφωση προς τις Οδηγίες 76/118/ΕΟΚ, 78/630/ΕΟΚ και 79/1067/ΕΟΚ.

**Μερικά αφυδατωμένα γάλατα (εβαπορέ) νοούνται τα εξής:**

- Γάλα συμπυκνωμένο ή γάλα συμπυκνωμένο μη ζαχαρούχο ή πλήρες γάλα συμπυκνωμένο.
- Γάλα συμπυκνωμένο αποβουτυρωμένο ή γάλα συμπυκνωμένο αποβουτυρωμένο μη ζαχαρούχο.
- Γάλα συμπυκνωμένο μερικά αποβουτυρωμένο ή γάλα συμπυκνωμένο μερικά αποβουτυρωμένο μη ζαχαρούχο.
- Γάλα συμπυκνωμένο πλούσιο σε λιπαρά ή γάλα συμπυκνωμένο μη ζαχαρούχο πλούσιο σε λιπαρά.
- Γάλα συμπυκνωμένο ζαχαρούχο ή γάλα πλήρες συμπυκνωμένο ζαχαρούχο.
- Γάλα συμπυκνωμένο αποβουτυρωμένο ζαχαρούχο.
- Γάλα συμπυκνωμένο μερικά αποβουτυρωμένο ζαχαρούχο.

**Ολικά Αφυδατωμένα Γάλατα (γάλα σε σκόνη ή κόκκους) νοούνται τα εξής:**

- Γάλα σε σκόνη (Σκόνη Γάλακτος, Πλήρες Γάλα Σκόνη, Σκόνη Πλήρους Γάλακτος).
- Γάλα αποβουτυρωμένο σε σκόνη ή σκόνη αποβουτυρωμένου γάλακτος.
- Γάλα μερικά αποβουτυρωμένο σε σκόνη ή σκόνη γάλακτος.

- Γάλα σε σκόνη πλούσιο σε λιπαρά ή σκόνη γάλακτος πλούσιο σε λιπαρά.

#### **Οι βασικές κατηγορίες βούτυρου είναι:**

- **Βούτυρο ή Βούτυρο Γάλακτος:** νοείται το προϊόν που λαμβάνεται με κτύπημα γάλακτος ή αφρογάλακτος ή μίγματος αυτών, ή μετά από οξύνιση με βιολογικό τρόπο και έχει περιεκτικότητα σε λίπος τουλάχιστον 80%. Το βούτυρο αυτό χαρακτηρίζεται και ως «Νωπό ή Φρέσκο Βούτυρο».
- **Τηγμένο Βούτυρο ή Τηγμένο Βούτυρο Γάλακτος ή Βούτυρο Μαγειρικό:** νοείται το προϊόν που λαμβάνεται με τήξη νωπού βούτυρου.
- **Τηγμένο Βούτυρο Τυρογάλακτος ή Τυροβούτυρο:** νοείται το προϊόν που λαμβάνεται με πίεση θερμού πήγματος τυριού, απαλλαγμένο από νερό και πρωτεϊνικές ύλες, το οποίο πρέπει να έχει τα ίδια αναλυτικά στοιχεία με το τηγμένο βούτυρο γάλακτος.

#### **Οι βασικές κατηγορίες γιαουρτιού είναι:**

- **Γιαούρτι:** νοείται το προϊόν που προκύπτει μετά από πήξη αποκλειστικά και μόνο νωπού γάλακτος, με την επίδραση καλλιέργειας ζύμης που προκαλεί ειδική γι' αυτό ζύμωση.
- **Στραγγισμένο Γιαούρτι:** νοείται το προϊόν που προκύπτει από πλήρες γιαούρτι μετά από απομάκρυνση (αποστράγγιση) μέρους του νερού του.
- **Γιαούρτι από Αγνό Γάλα Αγελάδας περιεκτικότητας σε λίπος 5% τουλάχιστον:** νοείται το γιαούρτι που παρασκευάζεται αποκλειστικά από νωπό ή κατεψυγμένο γάλα αγελάδας το οποίο έχει υποστεί συμύκνωση με βρασμό.
- **Γιαούρτι από Αγνό Γάλα Προβάτου περιεκτικότητας σε λίπος 8% τουλάχιστον:** νοείται το γιαούρτι που παρασκευάζεται αποκλειστικά από νωπό ή κατεψυγμένο γάλα προβάτου.
- **Γιαούρτι Σακούλας:** νοείται το στραγγισμένο γιαούρτι που προσφέρεται στην κατανάλωση σε σάκους από λευκό ύφασμα ή σε ξύλινα βαρέλια. Στην παρασκευή γιαουρτιού επιτρέπεται και η χρήση αποστειρωμένου γάλακτος, εκτός από κατεψυγμένο, αλλά όχι του διατηρημένου.



## **Βασικές κατηγορίες λοιπών γαλακτοκομικών προϊόντων:**

- **Αφρόγαλα ή Ανθόγαλα ή Καϊμάκι:** νοείται το προϊόν που λαμβάνεται από νωπό γάλα με ειδικό κορυφολόγο χωρίς καμιά άλλη προσθήκη.
- **Τεχνητό Αφρόγαλα ή υποκατάστατο κρέμας σαντιγύ:** νοούνται τα σκευάσματα αφρογάλακτος στα οποία το λίπος έχει αντικατασταθεί σε οποιοδήποτε ποσοστό με άλλη ξένη λιπαρή ουσία.
- **Ρυζόγαλο:** νοείται το προϊόν που παρασκευάζεται από νωπό, παστεριωμένο ή μη πλήρες γάλα, ζάχαρη και ρύζι και πρέπει να περιέχει λιπαρές ουσίες γάλακτος τουλάχιστον 3%.
- **Κρέμα:** νοείται το προϊόν που παρασκευάζεται από νωπό ή παστεριωμένο ή μη πλήρες γάλα, κρόκο αυγών, αμυλώδεις ουσίες και ζάχαρη.

**Επιδόρπιο:** νοείται το προϊόν που παρασκευάζεται από μία ή περισσότερες κατηγορίες γάλακτος, από προϊόντα γάλακτος (π.χ. κρέμα, βούτυρο) ή και συστατικά γάλακτος (π.χ. καζεΐνες, λακτόζη) ή μαγιά γιαούρτης.

## **1.4 Θεσμικό πλαίσιο**

### **1.4.1 Ορισμός των γαλακτοκομικών προϊόντων**

Σύμφωνα με Κοινή Υπουργική Απόφαση (ΚΥΑ) 278186 (ΦΕΚ 1097 Β'/22.8.2002) των υπουργών Εθνικής Οικονομίας & Οικονομικών και Γεωργίας και του υφυπουργού Ανάπτυξης, η οποία τροποποιήθηκε από τον 282939/2003 (ΦΕΚ 1839B/2003) δεν επιτρέπεται πλέον η κοινή παραγωγή και η κοινή πώληση γνήσιων και υποκατάστατων γαλακτοκομικών προϊόντων από 14 Δεκεμβρίου 2002. Έτσι, απαγορεύεται να βρίσκονται στα ίδια ράφια και στον ίδιο χώρο παραγωγής συνθετικά προϊόντα με γνήσια. Επίσης, απαγορεύεται στα συνθετικά να φέρουν ονομασίες όπως γιαούρτι, τυρί, τυρόπιτα κ.ά. Για τις παραγωγικές μονάδες δεν επιτρέπεται να παράγουν στον ίδιο χώρο γνήσια και συνθετικά προϊόντα και υλικά. Η σχετική ΚΥΑ εκδόθηκε σε υλοποίηση του κοινοτικού κανονισμού 1898/87 και στοχεύει στην αποτροπή παραπλάνησης των καταναλωτών. Με το νέο κανονισμό, δεν επιτρέπεται σε κανένα να ονομάζει π.χ. τυρόπιτα προϊόν, στο οποίο δεν περιέχεται γνήσιο τυρί και παραδοσιακό γιαούρτι όταν παράγεται απευθείας από νωπό γάλα. Επιπλέον, απαγορεύονται

πρακτικές παραπλάνησης στις ονομασίες, στις διαφημίσεις κλπ. Δεν επιτρέπεται, π.χ., να διαφημίζεται προϊόν σκόνης γάλακτος με εικόνες αγελάδων, προβάτων κλπ. Για τους παραβάτες προβλέπονται κυρώσεις που ξεκινούν από €30.000 φτάνοντας στο 10% του κύκλου εργασιών μιας επιχείρησης.

### **Ειδικές Επισημάνσεις:**

- Απαγορεύεται η κοινή τοποθέτηση γνήσιων και συνθετικών προϊόντων, ομοίως απαγορεύεται η κοινή παραγωγή.
- Οι σημάνσεις και οι ονομασίες πρέπει να είναι ευκρινείς και εύκολα διαχωριζόμενες.
- Απαγορεύεται να υπονοείται ότι τα «μη γαλακτοκομικά» είναι γνήσια.
- Απαγορεύεται σχήμα, χρώμα, εμφάνιση, που δημιουργούν σύγχυση με τα γνήσια.
- Απαγορεύεται η σύνδεση, μέσω διαφήμισης, των μη γνήσιων με εικόνες και ονόματα που αναφέρονται σε γνήσια γαλακτοκομικά.
- Δεν επιτρέπεται η χρήση του όρου «γαλακτοκομικό προϊόν-υποκατάστατο».
- Σε αρτοσκευάσματα, όπως πίτες, σαλάτες, σάντουιτς, που προσφέρονται από καταστήματα ομαδικής εστίασης (γρήγορα μικρογεύματα), απαγορεύεται η χρήση των ονομασιών τυρόπιτα, τυροσαλάτα, τυρί κλπ., εφ' όσον το περιεχόμενό τους είναι συνθετικό, μη γαλακτοκομικό προϊόν. Τα εστιατόρια, όταν διαθέτουν παρόμοια προϊόντα πρέπει να το αναφέρουν στον τιμοκατάλογο.

Ελέγχους για την εφαρμογή της απόφασης θα διενεργεί ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ).

### **Ποια δεν είναι γαλακτοκομικά προϊόντα**

Η απόφαση εφαρμόζεται στα μη γαλακτοκομικά προϊόντα. Ως μη γαλακτοκομικά προϊόντα νοούνται τα προϊόντα που είναι υποκατάστατα ή αναπληρώματα ή απομιμήσεις κλπ. προϊόντων γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων, τα οποία δεν είναι σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΟΚ) 1898/87 του Συμβουλίου.

#### 1.4.2 Κοινή Οργάνωση Αγοράς Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων

Η κοινή οργάνωση αγοράς (ΚΟΑ) στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων θεσπίστηκε το 1968 και ήταν μία από τις πρώτες ΚΟΑ της κοινής γεωργικής πολιτικής (ΚΓΠ). Η κοινοτική πολιτική στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως και οι λοιπές τομεακές γεωργικές πολιτικές, βασίζεται στους γενικούς στόχους της ΚΓΠ που διατυπώνονται στο άρθρο 33 της συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Λόγω της δυσχέρειας ταυτόχρονης επίτευξης όλων αυτών των στόχων, η ιεράρχηση των προτεραιοτήτων που ανατίθενται στις οργανώσεις της αγοράς μπορεί να μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου. Η ΚΟΑ του τομέα του γάλακτος ρυθμίζει το γάλα και τις κρέμες γάλακτος, το βουτυρόγαλα, το γιαούρτι, το κεφίρ, τον ορό γάλακτος, το βούτυρο και άλλες λιπαρές ουσίες, τα τυριά και το πηγμένο γάλα για τυρί, τη λακτόζη και τα σιρόπια λακτόζης όπως και τα παρασκευάσματα που χρησιμοποιούνται για τη διατροφή των ζώων. Η κανονιστική ρύθμιση που αφορά την ΚΟΑ γάλακτος αναφέρεται ρητά στους τέσσερις ακόλουθους στόχους:

1. Εξισορρόπηση της αγοράς στον τομέα του γάλακτος. Η ισορροπία αφορά την ποσοτική προσαρμογή της προσφοράς στη ζήτηση στην αγορά του γάλακτος και τη μείωση των διαρθρωτικών πλεονασμάτων.
2. Σταθεροποίηση των τιμών του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων. Η σταθερότητα αξιολογείται βάσει της εξέλιξης των τιμών παραγωγού. Η εξέλιξη των τιμών καταναλωτή παρέχει επίσης ορισμένες ενδείξεις όσον αφορά τις συνέπειες της ΚΟΑ για τους καταναλωτές.
3. Εξασφάλιση ενός δίκαιου βιοτικού επιπέδου για το γεωργικό πληθυσμό. Η βελτίωση του ατομικού εισοδήματος εξαρτάται από την αύξηση της παραγωγικότητας των εκμεταλλεύσεων. Η διαρθρωτική προσαρμογή αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ΚΟΑ στον τομέα του γάλακτος, έστω και αν κατά τη χάραξη της γεωργικής πολιτικής πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη βαθμιαίας εφαρμογής των κατάλληλων προσαρμογών.
4. Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των γαλακτοκομικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές. Η ανταγωνιστικότητα πρέπει να επιτευχθεί, μεταξύ άλλων, φέρνοντας τις ευρωπαϊκές τιμές στο επίπεδο των παγκόσμιων τιμών, οι οποίες

είναι διαρθρωτικά χαμηλότερες. Ο στόχος της ανταγωνιστικότητας έχει καταστεί ένας από τους κύριους άξονες της δράσης της Επιτροπής, μετά την απόφαση που ελήφθη το 2003 για τη μείωση του επιπέδου στήριξης της αγοράς και τη θέσπιση άμεσων ενισχύσεων του εισοδήματος για τους παραγωγούς γάλακτος.

## **Μέσα διαχείρισης**

Η κοινή οργάνωση αγοράς (ΚΟΑ) στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων ήταν μία από τις πρώτες ΚΟΑ της κοινής γεωργικής πολιτικής (ΚΓΠ). Υπέστη πολλές μεταρρυθμίσεις, εκ των οποίων η ριζικότερη περιλάμβανε, το 1984, τη θέσπιση ποσοτώσεων γάλακτος για την αντιμετώπιση των διαρθρωτικών πλεονασμάτων που ήταν αποτέλεσμα της έλλειψης ισορροπίας μεταξύ προσφοράς και ζήτησης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων<sup>1</sup>. Σύμφωνα με τις αποφάσεις που περιέχονται στο πρόγραμμα δράσης 2000, η μεταρρύθμιση του 2003 δρομολόγησε την ελευθέρωση του τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων μειώνοντας τη στήριξη των τιμών<sup>2</sup> και καθιερώνοντας άμεσες ενισχύσεις του εισοδήματος. Το 2007, στο πλαίσιο της απλούστευσης της κοινοτικής νομοθεσίας, το Συμβούλιο ενσωμάτωσε τις διατάξεις που αφορούν τον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων σε μια ενιαία ΚΟΑ, η οποία καλύπτει το σύνολο των ρυθμιζόμενων γεωργικών παραγωγών<sup>3</sup>.

Η μεταρρύθμιση του 2003 διατήρησε ως μέσα διαχείρισης του τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, εκτός από τον καθορισμό ανωτάτων ορίων στην παραγωγή μέσω των ποσοτώσεων, τα περισσότερα από τα συνήθη εργαλεία εσωτερικής στήριξης, προστασίας στα σύνορα και ενίσχυσης των εξαγωγών (πλαίσιο 1).

---

<sup>1</sup> Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 856/84 του Συμβουλίου, της 31ης Μαρτίου 1984, για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 804/68 περί κοινής οργάνωσης αγοράς στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων (ΕΕ L 90 της 1.4.1984, σ. 10).

<sup>2</sup> Ο μηχανισμός στήριξης των τιμών αποδυναμώθηκε με την κατάργηση της ενδεικτικής τιμής του γάλακτος, με τη μείωση των τιμών παρέμβασης, με την αύξηση των εθνικών ποσοτώσεων κατά 1,5 % καθώς και με τη σταδιακή μείωση της εισφοράς που καταβάλλεται από τους παραγωγούς σε περίπτωση υπέρβασης της ποσόστωσης

<sup>3</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1234/2007.

## **Πλαίσιο 1 – Μέσα διαχείρισης**

Οι κανονιστικές διατάξεις που τέθηκαν σε ισχύ μετά τη μεταρρύθμιση του 2003 προέβλεπαν τα ακόλουθα μέσα διαχείρισης:

- Το καθεστώς των ποσοτώσεων γάλακτος, το οποίο παρατάθηκε από το Συμβούλιο έως την 31η Μαρτίου 2015. Το καθεστώς αποδίδει σε κάθε κράτος μέλος μια εθνική ποσόστωση παραδόσεων για το γάλα που παραδίδεται σε αγοραστές (κυρίως γαλακτοκομεία) και μια εθνική ποσόστωση άμεσων πωλήσεων για τις άμεσες πωλήσεις και διαθέσεις γάλακτος στους καταναλωτές, καθώς και για όλες τις πωλήσεις και διαθέσεις άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων. Στους παραγωγούς κατανέμονται ατομικές ποσοτώσεις για τις παραδόσεις ή/και τις άμεσες πωλήσεις τους εντός των εθνικών ανωτάτων ορίων. Κάθε υπέρβαση οποιασδήποτε από τις εθνικές ποσοτώσεις καθιστά το κράτος μέλος υπόχρεο καταβολής «εισφοράς» στην Κοινότητα. Η μεταρρύθμιση του 2003 είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των εθνικών ποσοτώσεων κατά 1,5 % (για 11 από τα κράτη μέλη της ΕΕ-15) και προέβλεψε σταδιακή μείωση της εισφοράς έως τα 27,83 ευρώ ανά 100 kg (έτος ποσόστωσης 2007/2008), ελάττωση της αναλογικής μείωσης των τιμών παρέμβασης.

- Τη δημόσια αποθεματοποίηση βουτύρου και αποκορυφωμένου γάλακτος σε σκόνη, η οποία αποτελεί μέσο άμεσης παρέμβασης στην αγορά που χρησιμοποιείται για τη διατήρηση των τιμών της αγοράς σε επίπεδα που προσεγγίζουν τις «τιμές παρέμβασης». Ωστόσο, οι αγορές περιορίζονται σε συγκεκριμένη περίοδο κάθε έτος (από την 1η Μαΐου έως την 31η Αυγούστου).

- Ενίσχυση για την ιδιωτική αποθεματοποίηση κρέμας γάλακτος και αποκορυφωμένου γάλακτος σε σκόνη (ενισχύσεις οι οποίες καταργήθηκαν το 2007), ορισμένων προϊόντων βουτύρου και ορισμένων τυριών, με σκοπό τη ρύθμιση των ποσοτήτων που διατίθενται στην αγορά.

- Ενισχύσεις διάθεσης στην εσωτερική αγορά (κυρίως ενίσχυση στο αποκορυφωμένο γάλα σε σκόνη για ζωοτροφές, ενίσχυση στη μεταποίηση του αποκορυφωμένου γάλακτος σε καζεΐνη, ενίσχυση στη χρησιμοποίηση βουτύρου ζαχαροπλαστικής, ενίσχυση για την παροχή γάλακτος στα σχολεία). Σκοπός των συγκεκριμένων ενισχύσεων είναι ο περιορισμός της προσφυγής στον μηχανισμό παρέμβασης.

- Τη ρύθμιση των συναλλαγών με το εξωτερικό, η οποία πραγματοποιείται μέσω εισαγωγικών δασμών<sup>4</sup> και, όταν οι ευρωπαϊκές τιμές είναι υψηλότερες από τις παγκόσμιες τιμές, μέσω επιστροφών κατά την εξαγωγή για ορισμένα προϊόντα.

- Στήριξη του εισοδήματος των παραγωγών γάλακτος κατά την περίοδο 2004-2007 (επιδότηση για το γάλα και συμπληρωματικές ενισχύσεις), με σκοπό τη μερική αντιστάθμιση της μείωσης της τιμής του γάλακτος σε συνέχεια των διαδοχικών μειώσεων των τιμών παρέμβασης<sup>5</sup>. Από το 2007, η επιδότηση για το γάλα και οι συμπληρωματικές ενισχύσεις έχουν αποσυνδεθεί υποχρεωτικώς από την παραγωγή και ενσωματωθεί στην ενιαία ενίσχυση<sup>6</sup>.

Ο διαγνωστικός έλεγχος της ΚΓΠ το 2008 κατέληξε στις ακόλουθες κύριες τεχνικές προσαρμογές: νέες αυξήσεις των ποσοστώσεων παραγωγής, κατάργηση των ενισχύσεων στην εποχιακή αποθεματοποίηση ορισμένων τυριών, κατάργηση της ενίσχυσης στο βούτυρο ζαχαροπλαστικής, ένταξη συνοδευτικών μέτρων αναδιάρθρωσης στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων στην κατάσταση προτεραιοτήτων, τα οποία τα κράτη μέλη θα μπορούν να ενσωματώνουν στα εθνικά και περιφερειακά προγράμματα αγροτικής ανάπτυξης, και δυνατότητα των κρατών μελών να χορηγούν ειδικές ενισχύσεις στους παραγωγούς εντός του ορίου του 3,5 % του ποσού των άμεσων ενισχύσεων.

### **Δημοσιονομική δαπάνη**

Η δημοσιονομική δαπάνη που διατίθεται για τη στήριξη της αγοράς του τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων μειώθηκε σημαντικά μετά τη θέσπιση των ποσοστώσεων γάλακτος και, ακόμη περισσότερο, στην περίοδο κατά την οποία η εξέλιξη των παγκόσμιων τιμών επέτρεψε την αναστολή της εφαρμογής του μηχανισμού παρέμβασης, των ενισχύσεων διάθεσης και των επιστροφών κατά την εξαγωγή (διάγραμμα 1.1).

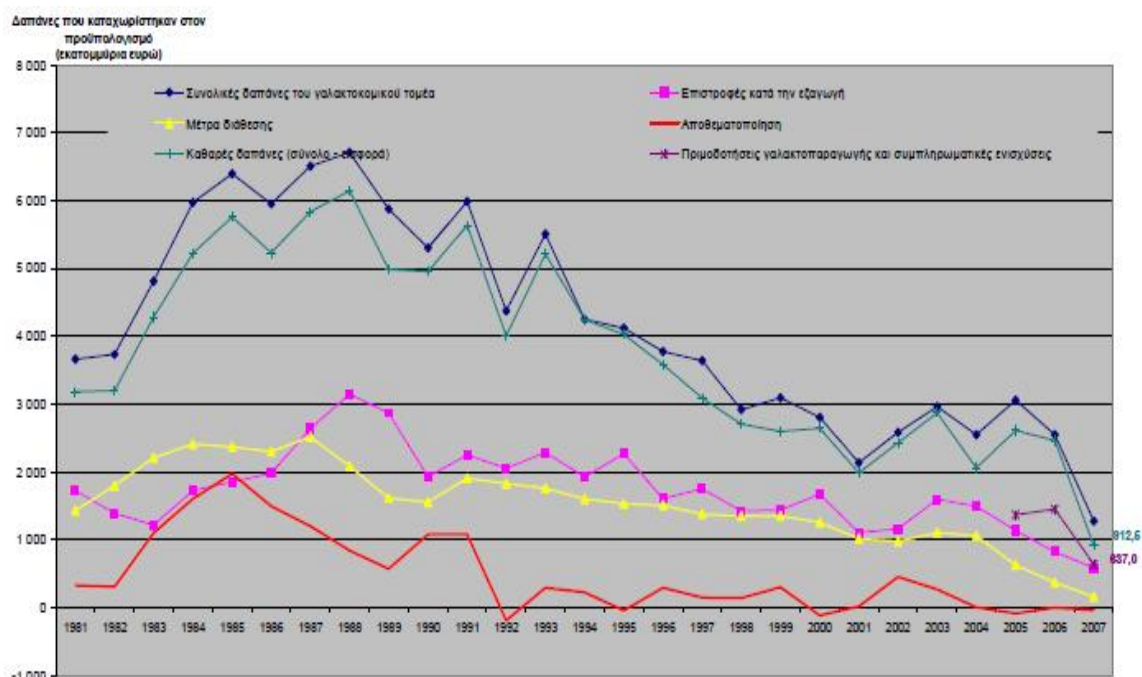
---

<sup>4</sup> Η ΚΟΑ στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων περιλάμβανε αρχικώς, έναν μηχανισμό εισφοράς κατά την εισαγωγή βασιζόμενο σε μια «τιμή κατοφλίου». Το σύστημα αυτό εγκαταλείφθηκε το 1995 (συμφωνίες της GATT της 15ης Δεκεμβρίου 1993) και αντικαταστάθηκε με σταθερούς τελωνειακούς δασμούς.

<sup>5</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 (ΕΕ L 270 της 21.10.2003, σ. 1), άρθρα 95 έως 97.

<sup>6</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 του Συμβουλίου, άρθρο 47, παράγραφος 2.

**Διάγραμμα 1.1: Δαπάνες του τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων της ΕΕ (1981-2007)**



Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ΓΔ προϋπολογισμού και ΓΔ AGRI.

Η μεταρρύθμιση του 2003 επέφερε την τροποποίηση της οργάνωσης και της ανάγνωσης του προϋπολογισμού. Οι δαπάνες που συνδέονται με τις αγορές αποσυνδέθηκαν από την άμεση στήριξη των γεωργών, λόγω της σταδιακής θέσπισης της αποσύνδεσης. Επομένως, ο προϋπολογισμός των δαπανών στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων αντικατοπτρίζει μόνον το κόστος που σχετίζεται με τη στήριξη της αγοράς. Οι πριμοδοτήσεις γαλακτοπαραγωγής και η συμπληρωματική επιδότηση καταχωρίζονται λογιστικά στις αποσυνδεδεμένες άμεσες ενισχύσεις από το 2005 για τη Δανία, τη Γερμανία, την Ιρλανδία, το Λουξεμβούργο και το Ηνωμένο Βασίλειο, από το 2006 για το Βέλγιο, την Ισπανία, τη Γαλλία, τη Φινλανδία και την Ιταλία και από το 2007 για το σύνολο της ΕΕ-15. Στα νέα κράτη μέλη<sup>7</sup>, οι ενισχύσεις για τους γαλακτοπαραγωγούς έχουν συμπεριληφθεί στο κατ'αποκοπήν ποσό ανά εκτάριο που καταβλήθηκε βάσει του απλοποιημένου και μεταβατικού μοντέλου, του καθεστώτος ενιαίας στρεμματικής ενίσχυσης. Από τον προϋπολογισμό του 2008, οι

<sup>7</sup> Εκτός από τη Μάλτα και τη Σλοβενία, χώρες οι οποίες επέλεξαν την εφαρμογή, από το 2007 του κανονικού καθεστώτος ενιαίας ενίσχυσης, σε περιφερειακή κλίμακα.

άμεσες ενισχύσεις στους παραγωγούς γάλακτος είναι πλήρως ενσωματωμένες στην ενιαία ενίσχυση.

Το 2001, η Επιτροπή απέρριπτε ακόμη την ιδέα της ελευθέρωσης της παραγωγής γάλακτος κατά το πρότυπο του τομέα των αροτραίων καλλιεργειών, λόγω του υπερβολικού δημοσιονομικού κόστους της<sup>8</sup>. Έκτοτε η Επιτροπή έχει ταχθεί υπέρ της ελευθέρωσης, παρά το εγγενές κόστος της. Τα διαθέσιμα δεδομένα επιβεβαιώνουν, πράγματι, ότι ο αναπροσανατολισμός της ΚΟΑ στον τομέα του γάλακτος δεν θα επιφέρει καμία νέα περικοπή των δαπανών.

Το 2005, οι καθαρές δαπάνες για τον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων υπερέβησαν τα 2 750 εκατομμύρια ευρώ, εκ των οποίων το 50 % (1 370 εκατομμύρια ευρώ) διατέθηκε για την επιδότηση γαλακτοκομικών προϊόντων και τις συμπληρωματικές ενισχύσεις<sup>9</sup>.

Το 2007, παρά τη διεύρυνση του 2004, οι καθαρές δαπάνες που καταχωρίστηκαν στα κονδύλια του προϋπολογισμού που αφορούν τον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων ανέρχονταν συνολικά μόλις σε 912 εκατομμύρια ευρώ, εκ των οποίων 637 εκατομμύρια ευρώ διατέθηκαν για τις πριμοδοτήσεις γαλακτοπαραγωγής και τις μη αποσυνδεδεμένες συμπληρωματικές ενισχύσεις. Για το ίδιο έτος, το ποσό των πριμοδοτήσεων γαλακτοπαραγωγής και των αποσυνδεδεμένων συμπληρωματικών ενισχύσεων εκτιμάται σε 600 εκατομμύρια ευρώ. Επομένως, το συνολικό κόστος του τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων για τον φορολογούμενο πολίτη ξεπέρασε τα 500 εκατομμύρια ευρώ το 2007, ήτοι 64 % περισσότερο από τη δαπάνη που ενεγράφη στον προϋπολογισμό του 2005<sup>10</sup>.

Το 2014, όταν τα νέα κράτη μέλη θα λάβουν το σύνολο της ενίσχυσης, οι πριμοδοτήσεις γαλακτοπαραγωγής και οι αποσυνδεδεμένες συμπληρωματικές ενισχύσεις ενδέχεται, αυτές καθαυτές, να υπερβούν τα 4.700 εκατομμύρια ευρώ. Στο ποσό αυτό θα πρέπει να προστεθούν οι δαπάνες για την παρέμβαση, τα μέτρα διάθεσης

---

<sup>8</sup> Απαντήσεις της Επιτροπής στην ειδική έκθεση αριθ. 6/2001 σχετικά με το καθεστώς των ποσοστώσεων γάλακτος.

<sup>9</sup> Δαπάνες των κονδυλίων του προϋπολογισμού 050212, 05030216 και 05030217.

<sup>10</sup> Το 2004, ο ΟΟΣΑ είχε διαπιστώσει ότι η επιδότηση των γαλακτοκομικών προϊόντων μείωνε αναπόφευκτα την «ευημερία» των φορολογούμενων πολιτών



ή οι επιστροφές κατά την εξαγωγή, στο βαθμό που τα εν λόγω μέσα της αγοράς δεν θα έχουν εγκαταλειφθεί πλήρως. Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι η μετάβαση στις αποσυνδεδεμένες ενισχύσεις ενδέχεται να οδηγήσει ορισμένους δικαιούχους να εγκαταλείψουν την παραγωγή γάλακτος.

### **1.4.3 Καθεστώς Ποσοτώσεων**

Υπό το πρίσμα της κοινής οργάνωσης γάλακτος, καθορίζεται από το σύστημα των ποσοτώσεων το σύνολο της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος ανά χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με σκοπό την υιοθέτηση κανόνων που θα συνδέουν την κοινοτική παραγωγή γάλακτος με τις ανάγκες της αγοράς.

Το σύστημα των ποσοτώσεων εφαρμόστηκε προκειμένου να σταματήσει η υπερπαραγωγή γάλακτος σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης που προέρχεται κυρίως από τις χώρες της Βορείου Ευρώπης. Η Ελλάδα εντάχθηκε σε αυτό το σύστημα, παρά το γεγονός ότι η εγχώρια παραγωγή της δεν επαρκούσε για την κάλυψη της κατανάλωσης. Συγκεκριμένα, η συνολική εγγυημένη ποσότητα που καθορίζεται για κάθε κράτος-μέλος αφορά την ανώτατη ποσότητα αγελαδινού γάλακτος που μπορεί να παραδοθεί από τους παραγωγούς συνολικά σε γαλακτοκομεία και άλλες μονάδες παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων (εμπορεύσιμο γάλα), καθώς και τις ποσότητες γάλακτος που δύναται να πουλήσει ο παραγωγός απευθείας στην κατανάλωση.

Βάσει του συστήματος προστατεύεται η τιμή του γάλακτος σε επίπεδο παραγωγού, καθόσον οι συνολικές ποσότητες αγελαδινού γάλακτος που παραδίδονται στους αγοραστές σε κάθε κράτος-μέλος είναι εντός συγκεκριμένων ορίων. Οι εγγυημένες ποσότητες για κάθε κράτος-μέλος αποτελούν σημείο αναφοράς. Για να αποθαρρυνθεί η επιπλέον παραγωγή εφαρμόζεται (συμπληρωματική) εισφορά σε παραδόσεις οι οποίες υπερβαίνουν τις ποσότητες αναφοράς. Ο Κανονισμός 595/2004 ρυθμίζει τις λεπτομέρειες εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1788/2003, όσον αφορά τη θέσπιση εισφοράς στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων. Σκοπός του κανονισμού (ΕΚ) 1788/2003 είναι η μείωση της ανισορροπίας μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και των διαρθρωτικών πλεονασμάτων που προκύπτουν, επιτυγχάνοντας καλύτερη ισορροπία της αγοράς. Στόχος του κανονισμού 595/2004 είναι η κατανομή των εθνικών

ποσοτήτων αναφοράς μεταξύ των «παραδόσεων» και των «απευθείας πωλήσεων», ο υπολογισμός και η πληρωμή της εισφοράς, τα μέτρα ελέγχου καθώς και οι ανακοινώσεις των κρατών μελών.

Σύμφωνα με το κεφάλαιο II, άρθρο 6 του κανονισμού 595/2004 ως ποσότητες «παραδόσεων» εννοείται το γάλα το οποίο εγκαταλείπει την εκμετάλλευση για να υποστεί επεξεργασία ή μεταποίηση. Το άρθρο 2 του κανονισμού 1788/2003 ορίζει την εισφορά ανά 100 χιλιόγραμμα γάλακτος. Για την περίοδο 2006/2007 η εισφορά ορίστηκε σε €28,54 και σε €27,83 αντίστοιχα για τις περιόδους 2007/2008 και εφεξής.

Οι εθνικές ποσότητες αναφοράς που είχαν ορισθεί για τις χώρες της Ευρωπαϊκής ένωσης (ΕΕ- 15) παρουσιάζονται στο παρακάτω πίνακα (πίνακας 1.1).

**Πίνακας 1.1 Ποσότητες και τιμή αναφοράς αγελαδινού στις χώρες της Ε.Ε.**

Κράτος μέλος	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009- 2014/2015
Βέλγιο	3.310.431	3.326.983	3.343.535	3.360.087
Δανία	4.455.348	4.477.624	4.499.900	4.522.176
Γερμανία	27.863.827	28.003.146	28.142.465	28.281.784
Ελλάδα	820.513	820.513	820.513	820.513
Ισπανία	6.116.950	6.116.950	6.116.950	6.116.950
Γαλλία	24.235.798	24.356.977	24.478.156	24.599.335
Ιρλανδία	5.395.764	5.395.764	5.395.764	5.395.764
Ιταλία	10.530.060	10.530.060	10.530.060	10.530.060
Λουξεμβούργο	269.049	270.394	271.739	273.084
Κάτω Χώρες	11.074.692	11.130.066	11.185.440	11.240.814
Αυστρία	2.750.389	2.764.141	2.777.893	2.791.645
Πορτογαλία	1.920.461*	1.929.824	1.939.187	1.948.550
Φιλανδία	2.407.003	2.419.025	2.431.047	2.443.069
Σουηδία	3.303.000	3.319.515	3.336.030	3.352.545
Ηνωμένο Βασίλειο	14.609.747	14.682.697	14.755.647	14.828.597

*Ποσότητα: τόνοι*  
*\*Ειδική αύξηση κατά 50.000 τόνους για αποκλειστική χορήγηση στους παραγωγούς των Αζορών*  
*Πηγή: Κανονισμός 1788/2003, Παράρτημα I, II*

Σύμφωνα με τον κοινοτικό Κανονισμό (ΕΚ) 72/2009 του Συμβουλίου Υπουργών Γεωργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι εθνικές ποσοτώσεις παραγωγής αγελαδινού γάλακτος όλων των κρατών μελών της Κοινότητας, αυξάνονται από την γαλακτοκομική περίοδο 2009 - 2010 (η περίοδος ξεκινά κάθε έτος την 1η Απριλίου) κατά 1% το χρόνο μέχρι και την γαλακτοκομική περίοδο 2013 - 2014. Κατόπιν διατηρούνται σταθερές και από το 2015 το κοινοτικό σύστημα των εθνικών ποσοτώσεων καταργείται.

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την αύξηση αυτή η προβλεπόμενη γαλακτοκομική ποσόστωση για την Ελλάδα, από 837 χιλ. τόνους το 2008 αυξάνεται σε 845 χιλ. τόνους το 2009. Την περίοδο 2010 - 2011 η ελληνική ποσόστωση γάλακτος αυξάνεται στους

854 χιλ. τόνους, την περίοδο 2011 - 2012 στους 862 χιλ. τόνους, την περίοδο 2012 - 2013 στους 871 χιλ. τόνους, την περίοδο 2013 - 2014 και 2014 - 15 στους 880 χιλ. τόνους. Επιπλέον συμπληρωματικά μέτρα για την εκτέλεση του Καν. (ΕΚ) 1788/03 του Συμβουλίου καθώς και του Καν. (ΕΚ) 595/04 της Επιτροπής, αναφέρονται στην Απόφαση 302026 (08/11/04 - ΦΕΚ 1688B), για τη θέσπιση εισφοράς στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων.

#### **1.4.4 Εξελίξεις στην Ε.Ε σχετικά με την ομαλή σταδιακή κατάργηση του συστήματος γαλακτοκομικών ποσοτώσεων**

Περί τους 681.587 τόνους γάλακτος παραδόθηκαν την περίοδο 2010-2011 στην Ελλάδα, ποσότητα που παραμένει κατά 17,5% χαμηλότερη από την ποσόστωση που αντιστοιχεί στη χώρα μας (843.710 τόνοι). Αξίζει να σημειωθεί ότι, σε ευρωπαϊκό επίπεδο οι παραδόσεις γάλακτος υστερούν μόλις κατά 5,5% σε σχέση με τις ποσότητες που επιτρέπουν οι ποσοτώσεις. Μόνο πέντε κράτη μέλη, Δανία, Ολλανδία, Αυστρία, Κύπρος και Λουξεμβούργο υπερέβησαν τις γαλακτοκομικές ποσοτώσεις τους το 2010-2011, με αποτέλεσμα συμπληρωματική εισφορά περίπου 55,57 εκατ. ευρώ.

Παρά την υπέρβαση των ποσοτώσεων στα εν λόγω κράτη μέλη, η συνολική κοινοτική παραγωγή παρέμεινε πολύ χαμηλότερη του συνολικού όγκου των ποσοτώσεων, όπως αναφέρει η Κομισιόν. Ο κ. Ντατσιάν Τσιόλος, Επίτροπος για τη Γεωργία και την Αγροτική Ανάπτυξη, δήλωσε: «Μολονότι η απόφαση για τον τερματισμό του καθεστώτος των ποσοτώσεων το 2015 είχε ληφθεί το 2008, τα κράτη μέλη οφείλουν να εξακολουθήσουν να εφαρμόζουν τους κανόνες».

Μετά τις αποφάσεις που ελήφθησαν στο πλαίσιο του «τσεκ απ» του 2008 οι ποσοτώσεις αυξήθηκαν κατά 1% το έτος 2010/2011. Ωστόσο, σύμφωνα με τις εθνικές δηλώσεις, η Δανία, η Ολλανδία, η Αυστρία, η Κύπρος και το Λουξεμβούργο έχουν υπερβεί τις εθνικές τους ποσοτώσεις συνολικά περίπου κατά 200 000 τόνους. Η Δανία και οι Κάτω Χώρες ξεπέρασαν τόσο τις ποσοτώσεις παραδόσεων στα γαλακτοκομεία όσο και τις ποσοτώσεις άμεσων πωλήσεων, ενώ τα άλλα κράτη μέλη έχουν υπερβεί μόνο την ποσόστωσή τους για τις παραδόσεις. Σε πολλά από τα άλλα κράτη μέλη όχι μόνο τηρήθηκαν οι εθνικές ποσοτώσεις αλλά και η αντίστοιχη παραγωγή ήταν πολύ

χαμηλότερη αυτών. Σε 14 κράτη μέλη οι καταγραφείσες παραδόσεις ήταν τουλάχιστον 10% χαμηλότερες από την ποσόστωσή τους.

Για το έτος ποσόστωσης 2010/2011, η συνολική παραγωγή της ΕΕ ήταν 6% μικρότερη από το άθροισμα των εθνικών ποσοστώσεων ανά την Ευρωπαϊκή Ένωση.<sup>11</sup>

#### **1.4.5 Οδηγίες – Κανονισμοί Ποιότητας Γάλακτος**

Με το Προεδρικό Διάταγμα που τέθηκε σε ισχύ από τον Ιούλιο του 1999, καταργήθηκε το προγενέστερο Π.Δ. 104/88. Το νέο Π.Δ. αποσαφηνίζει τον ορισμό του Παστεριωμένου Γάλακτος και του Γάλακτος Υψηλής Παστερίωσης που αποτελεί σχετικά νέο προϊόν. Επιπλέον, προσδιορίζονται τα περιθώρια και οι συνθήκες συντήρησης αυτών των δύο τύπων γάλακτος κατανάλωσης, καθώς και οι σχετικές ευθύνες.

Από 01/01/06 ισχύουν οι εξής Κανονισμοί:

- **Κανονισμός (ΕΚ) Αριθμός 852/2004** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004 για την υγιεινή των τροφίμων.
- **Κανονισμός (ΕΚ) Αριθμός 853/2004** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004 για τον καθορισμό ειδικών κανόνων υγιεινής για τα τρόφιμα ζωικής προέλευσης.
- **Κανονισμός (ΕΚ) Αριθμός 854/2004** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004, για τον καθορισμό ειδικών διατάξεων για την οργάνωση των επίσημων ελέγχων στα προϊόντα ζωικής προέλευσης που προορίζονται για κατανάλωση από τον άνθρωπο.
- **Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 882/2004** για τον επίσημο έλεγχο τροφίμων και ζωοτροφών.
- **Οδηγία 2004/68/ΕΚ** του Συμβουλίου της 26/04/2004 σχετικά με τον καθορισμό κανόνων υγειονομικού ελέγχου για την εισαγωγή στην Κοινότητα και τη διαμετακόμιση μέσω αυτής ορισμένων ζώντων οπληφόρων ζώων, για την τροποποίηση των οδηγιών 90/426/ΕΟΚ και 92/65/ΕΟΚ και για την κατάργηση της οδηγίας 72/462/ΕΟΚ .

---

<sup>11</sup> <http://www.agronews.gr/content/view/72067/234/lang,el/>

- **Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 882/2004** για τον επίσημο έλεγχο τροφίμων και ζωοτροφών.

Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι, η εγχώρια βιομηχανία γάλακτος υπόκειται σε ένα αρκετά περιεκτικό και αυστηρό πλαίσιο λειτουργίας όσον αφορά την υγιεινή και την ποιότητα, σε όφελος του καταναλωτή. Ακόμη και το καθεστώς προσωρινής παρέκκλισης, απαιτεί από τις παραγωγικές μονάδες σοβαρές αναβαθμίσεις των εγκαταστάσεών τους, με ανάλογη δέσμευση κεφαλαίων και επενδύσεις.

#### **1.4.6 Ασφάλεια και Υγιεινή Τροφίμων**

Έπειτα από απαιτήσεις διαφόρων οργανώσεων προστασίας καταναλωτών, σχετικά με εγγυήσεις και διαβεβαιώσεις για τη διασφάλιση της δημόσιας υγείας από παραβλέψεις των βιομηχανιών τροφίμων, ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ) αποφάσισε την ένταξη των μονάδων μαζικής ή βιομηχανικής εστίασης, στον επίσημο έλεγχο τροφίμων από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Παράλληλα, για τη διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων και (κατά συνέπεια) των γαλακτοκομικών προϊόντων, τέθηκε νομοθετικό πλαίσιο με βάση την οδηγία 93/43/ΕΟΚ του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ασφάλεια και υγιεινή των τροφίμων και την υπουργική απόφαση εναρμόνισης ΦΕΚ 487/Β/4.10.2000 των ελληνικών αρχών. Σύμφωνα με τις παραπάνω ρυθμίσεις, οι επιχειρήσεις τροφίμων σε τακτά χρονικά διαστήματα οφείλουν να εφαρμόζουν, να διατηρούν και να αναθεωρούν μια διαδικασία συστημάτων διασφάλισης ποιότητας τροφίμων με βάση τις αρχές των διεθνών προτύπων του συστήματος Ανάλυσης Επικινδυνότητας και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP: Hazard Analysis Critical Control Points).

Οι ακόλουθες αρχές χρησιμοποιήθηκαν για την ανάπτυξη του συστήματος HACCP:

- ανάλυση των δυνητικών κινδύνων για τρόφιμα κατά τις διαδικασίες παραγωγής μίας επιχείρησης τροφίμων,
- επισήμανση του σταδίου και της χρονικής στιγμής («σημεία») κατά τις διαδικασίες κατά τις οποίες μπορούν να ανακύψουν τέτοιοι κίνδυνοι,
- καθορισμός των επισημανθέντων σημείων που έχουν κρίσιμη σημασία για την ασφάλεια των τροφίμων («κρίσιμα σημεία»),

- καθορισμός και εφαρμογή αποτελεσματικών διαδικασιών ελέγχου και παρακολούθησης στα εν λόγω κρίσιμα σημεία και
- επανεξέταση, κατά περιόδους και όποτε μεταβάλλεται η δραστηριότητα της επιχείρησης τροφίμων, της ανάλυσης των κινδύνων των τροφίμων, των κρίσιμων σημείων ελέγχου και των διαδικασιών ελέγχου και παρακολούθησης.

Επίσης, στην τρίτη παράγραφο του ίδιου άρθρου της οδηγίας, επισημαίνεται ότι οι επιχειρήσεις τροφίμων θα πρέπει να ακολουθούν συγκεκριμένους κανόνες υγιεινής. Οι εταιρείες των κλάδων που σχετίζονται με τρόφιμα, θα πρέπει επίσης να συμμορφώνονται προς τους κανόνες αυτούς, όπως αυτοί παρατίθενται στα κεφάλαια του παραρτήματος της οδηγίας.

Οι επιχειρήσεις τροφίμων θα πρέπει να ακολουθούν τους οδηγούς υγιεινής πρακτικής, όπως αυτοί καθορίζονται από τον ΕΦΕΤ, με βάση το συνιστώμενο διεθνή κώδικα πρακτικής – γενικές αρχές υγιεινής τροφίμων του Codex Alimentarius. Το στοιχείο αυτό συνοψίζεται άλλωστε και στην οδηγία (άρθρο 5 παράγραφος 3) και συμπληρώνεται με το άρθρο 6, σύμφωνα με το οποίο οι επιχειρήσεις αυτές όποτε κρίνεται σκόπιμο από τον ΕΦΕΤ θα πρέπει να εφαρμόζουν τα ευρωπαϊκά πρότυπα της σειράς EN 29000 (το ταυτόσημο σύστημα ISO 9000) ώστε να τηρούνται αυτοί οι κανόνες των οδηγιών ορθής υγιεινής και οι γενικοί κανόνες υγιεινής.

#### **1.4.7 Αγορανομική Διάταξη 5/2009 (ΦΕΚ 798/Β'/29.04.2009)**

Με την Αγορανομική Διάταξη 5/2009 (και την διευκρινιστική εγκύκλιο που ακολούθησε), το Υπουργείο Ανάπτυξης αναβάθμισε το επίπεδο πληροφόρησης του καταναλωτή, καθιστώντας υποχρεωτική την αναγραφή ενδείξεων επί της συσκευασίας των πάσης φύσεως γαλακτοκομικών προϊόντων, οι οποίες υποδηλώνουν την χώρα προέλευσης της πρώτης ύλης (γάλα) που χρησιμοποιείται για την παρασκευή και διάθεση των προϊόντων αυτών στον τελικό καταναλωτή. Επιπλέον, καθορίζει τις υποχρεώσεις των λιανοπωλητών, όσον αφορά την τοποθέτηση των γαλακτοκομικών προϊόντων στα σημεία πώλησης των καταστημάτων τους.

#### **1.4.8 Ελληνικός Οργανισμός Γάλακτος και Κρέατος (ΕΛ.Ο.ΓΑ.Κ)**

Ο ΕΛ.Ο.ΓΑ.Κ. ιδρύθηκε με τον Νόμο 2127/93 ως ΕΛ.Ο.Γ. (Ελληνικός Οργανισμός Γάλακτος) και μετατράπηκε με τον Ν. 3698/2008 σε ΕΛ.Ο.ΓΑ.Κ. (Ελληνικός Οργανισμός Γάλακτος & Κρέατος). Είναι Ν.Π.Ι.Δ. που ανήκει στον ευρύτερο Δημόσιο Τομέα και εποπτεύεται από τον Υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Το κύριο αντικείμενο του ΕΛ.Ο.ΓΑ.Κ. είναι:

1. Η διαχείριση του συστήματος των ποσοτώσεων του αγελαδινού γάλακτος σύμφωνα με τις κοινοτικές οδηγίες.
2. Ο έλεγχος της ποιότητας του αγελαδινού, πρόβειου και γίδινου γάλακτος σύμφωνα με την Ελληνική και Κοινοτική Νομοθεσία.
3. Ο έλεγχος των «ισοζυγίων γάλακτος» όλων των μονάδων μεταποίησης και εμπορίας γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων για τη νόμιμη χρήση όλων των ειδών γάλακτος ως πρώτη ύλη.
4. Η τήρηση και ο έλεγχος των «ισοζυγίων κρέατος» όλων των μονάδων σφαγής, τεμαχισμού, τυποποίησης, διακίνησης και εμπορίας κρεάτων.
5. Η παροχή συμβουλών και οδηγιών στους κτηνοτρόφους για καλύτερη διαχείριση των μονάδων τους και καλύτερη παραγωγή γάλακτος.
6. Ο συντονισμός και η εφαρμογή των κοινοτικών προγραμμάτων έρευνας και Διαφήμισης στον τομέα γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων.
7. Η διενέργεια έρευνας στον τομέα του γάλακτος για λογαριασμό του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης ή άλλων ενδιαφερομένων.
8. Η άσκηση συμβουλευτικού ρόλου προς το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Υπάρχουν οκτώ Εργαστήρια Ελέγχου Ποιότητας Γάλακτος, διαπιστευμένα κατά ISO 17025/2005 από το ΕΣΥΔ, στις πόλεις Αλεξανδρούπολη, Γιαννιτσά, Δράμα, Ιωάννινα, Λάρισα, Μυτιλήνη, Πάτρα και Ρέθυμνο. Τα εργαστήρια αυτά διενεργούν τις απαραίτητες αναλύσεις, εξετάσεις και δοκιμές του νοπού γάλακτος που παραδίδεται από τους παραγωγούς στις μονάδες επεξεργασίας- μεταποίησης γάλακτος, του θερμικά επεξεργασμένου γάλακτος, καθώς επίσης και των γαλακτοκομικών προϊόντων, για τον καθορισμό της ποιότητας τους. Ακόμη, σύμφωνα με το ΦΕΚ 24438B και τη σχετική

υπουργική απόφαση ορίζονται επακριβώς οι λεπτομέρειες εφαρμογής των μέτρων για τον έλεγχο παραγωγής, αξιοποίησης, μεταποίησης, τυποποίησης, διακίνησης και εμπορίας για το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα.

### **1.5 Τελικές Παρατηρήσεις**

Ο γαλακτοκομικός τομέας βίωσε μια περίοδο έντονης διακύμανσης των τιμών από το 2007 έως το 2009. Έκτοτε, η κατάσταση της αγοράς έχει βελτιωθεί και οι προοπτικές είναι γενικά θετικές. Συνολικά, ο γαλακτοκομικός τομέας προσανατολίζεται σταδιακά όλο και περισσότερο προς την αγορά. Η διαδικασία αυτή επηρεάστηκε από την οικονομική κρίση το 2008 και το 2009. Η διακύμανση τιμών, η οποία αποτελεί σύνηθες φαινόμενο ενός τομέα που προσανατολίζεται προς την αγορά, έχει καταστεί εντονότερη και, συνεπώς, επιβλαβής λόγω της σύγκλισης εξωγενών παραγόντων, μεταξύ των οποίων είναι η μείωση της οικιακής κατανάλωσης λόγω έλλειψης αγοραστικής δύναμης μετά την οικονομική κρίση.

Η «ομαλή προσγείωση» έχει ξεκινήσει στη συντριπτική πλειονότητα των κρατών μελών. Οι τιμές των ποσοτώσεων γάλακτος έχουν πολύ χαμηλή αξία και βρίσκονται ήδη σε μηδενικά επίπεδα σε ορισμένα κράτη μέλη, ενώ μειώνονται στα περισσότερα από τα υπόλοιπα κράτη μέλη και προβλέπεται να φτάσουν στο μηδέν το 2015. Οι γαλακτοκομικές ποσοτώσεις έπαψαν να λειτουργούν ως όριο στην παραγωγή στα περισσότερα κράτη μέλη, ιδίως στα νέα κράτη μέλη, και ο προσανατολισμός προς την αγορά αποτελεί ήδη βασική αρχή σε αρκετά από αυτά.

Προκειμένου να ανοίξει τον δρόμο προς την κατάργηση των ποσοτώσεων το 2015, η Επιτροπή θα ήθελε να θέσει προς εξέταση ένα επιπλέον μέτρο για την στήριξη της διαδικασίας ομαλής προσγείωσης: για να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση και να ενισχυθεί η ευθύνη των επιχειρήσεων της αλυσίδας γαλακτοκομικών προϊόντων ώστε να λαμβάνονται καλύτερα υπόψη τα μηνύματα της αγοράς και να προσαρμόζεται η προσφορά στη ζήτηση, θα πρέπει να ενισχυθεί η διαφάνεια, όπως έχει επισημάνει η Ομάδα Υψηλού Επιπέδου για το γάλα. Πέραν των υφιστάμενων συστημάτων πληροφόρησης, θα πρέπει να διοργανωθούν κοινές συνεδριάσεις των εμπειρογνομόνων της διαχειριστικής επιτροπής για την ενιαία ΚΟΑ και της



συμβουλευτικής ομάδας για το γάλα για την παρακολούθηση των εξελίξεων της αγοράς με στόχο την αξιολόγηση της κατάστασης της αγοράς και των προοπτικών.

Τέλος, για την Ελλάδα θεσμικά με την Αγορανομική Διάταξη 5/2009, το Υπουργείο Ανάπτυξης αναβάθμισε το επίπεδο πληροφόρησης του καταναλωτή, καθιστώντας υποχρεωτική την αναγραφή ενδείξεων για τη χώρα προέλευσης της πρώτης ύλης (γάλα) που χρησιμοποιείται για την παρασκευή και διάθεση των προϊόντων αυτών στον τελικό καταναλωτή.

## Κεφάλαιο 2: Ζήτηση Γαλακτοκομικών Προϊόντων

### 2.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση

Οι βασικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι οι ίδιες οι τιμές τους και το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών. Η ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή είναι μικρότερη της μονάδας δηλαδή μιλάμε για ανελαστική ζήτηση. Στον παρακάτω πίνακα αναγράφεται η ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή κατά μέσο όρο στην Ε.Ε. (πίνακας 2.1).

**Πίνακας 2.1: Ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή**

ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΤΙΜΗ
Όλα τα γαλακτοκομικά προϊόντα	-0,57
Γάλα	-0,53
Γιαούρτι	-0,74
Βούτυρο	-0,47

Πηγή : Demand for dairy products in the E.U. Νοέμβριος 2007

Στον πίνακα φαίνεται πως σε μια αύξηση της τιμής κατά 1€ παρατηρήται μείωση της ζητούμενης ποσότητας για όλα τα γαλακτοκομικά κατά 0,57 μονάδες, του γάλακτος κατά 0,53 μονάδες, του γιαουρτιού κατά 0,74 μονάδες και του βουτύρου κατά 0,47 μονάδες. Το πρόσημό της είναι αρνητικό γιατί υπόκειται στο νόμο της ζήτησης, δηλαδή σε μια αύξηση της τιμής η ζητούμενη ποσότητα για γαλακτοκομικά προϊόντα μειώνεται. Ο νόμος αυτός βρίσκει καλύτερη εφαρμογή όταν εξετάζουμε την κάθε γαλακτοβιομηχανία ξεχωριστά. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι οι καταναλωτές δύσκολα μειώνουν την ζητούμενη ποσότητα όλων των επωνυμιών γάλακτος σε ενδεχόμενη αύξηση της τιμής τους. Έτσι, σε περίπτωση αύξησης της τιμής οι καταναλωτές θα μειώσουν τη ζητούμενη ποσότητα μιας επωνυμίας και θα στραφούν σε κάποια άλλη συνήθως φθηνότερη. Αυτό γίνεται εύκολα αντιληπτό και από το γεγονός ότι τα γαλακτοκομικά αποτελούν βασικό είδος διατροφής για τους καταναλωτές και ειδικότερα για τα παιδιά. Αυτό σημαίνει ότι σε οποιαδήποτε μεταβολή της τιμής, η μεταβολή της ζητούμενης ποσότητας θα είναι μικρή.

Οι Zohra Bouamra-Mechemache, Vincent Requillart, Claudio Soregaroli και Audrey Trevisiol, στο άρθρο «Demand for dairy products in the E.U.», (Η ζήτηση των γαλακτοκομικών προϊόντων στην E.E., 2007) αναφέρουν πως σε διάφορες προηγούμενες έρευνες που έχουν γίνει η εισοδηματική ελαστικότητα, για το σύνολο των γαλακτοκομικών προϊόντων, είναι κατά μέσο όρο 0,86. Στον πίνακα 2.2 αναγράφεται η ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα κατά μέσο όρο στην E.E. για τα γαλακτοκομικά προϊόντα στο σύνολο αλλά και για το γάλα, το γιαούρτι και το βούτυρο ξεχωριστά όπως αυτές αναφέρονται στο εν λόγω άρθρο. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως μια αύξηση στο εισόδημα των καταναλωτών κατά 1€ θα αυξήσει τη ζήτηση όλων των γαλακτοκομικών κατά 0,86 μονάδες, του γάλακτος κατά 0,56 μονάδες, του γιαουρτιού κατά 0,92 μονάδες και του βουτύρου κατά 0,60 .

**Πίνακας 2.2: Ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα**

ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ
Όλα τα γαλακτοκομικά προϊόντα	0,86
Γάλα	0,56
Γιαούρτι	0,92
Βούτυρο	0,60

Πηγή : Demand for dairy products in the E.U. Νοέμβριος 2007

Οι μικρότερες τιμές της ελαστικότητας ζήτησης ως προς την τιμή και το εισόδημα παρατηρούνται στο γάλα μιας και δεν υπάρχουν προϊόντα που να μπορούν να υποκαταστήσουν πλήρως το φρέσκο γάλα .

Επίσης πρωταρχικό ρόλο παίζει και η διαφήμιση καθώς κάνει γνωστά τα προϊόντα στο καταναλωτικό κοινό, δημιουργεί ανάγκες, τάσεις αγοράς και “δίνει” συγκριτικό πλεονέκτημα στο εκάστοτε διαφημιζόμενο προϊόν. Ακόμα οι ποιοτικές βελτιώσεις και η τεχνολογική εξέλιξη επιδρούν καταλυτικά στην επιλογή του προϊόντος από τον καταναλωτή όπως για παράδειγμα το γάλα υψηλής παστερίωσης . Επιπροσθέτως τα ειδικά χαρακτηριστικά των γαλακτοκομικών προϊόντων όπως είναι η γεύση, η οσμή, η συσκευασία δημιουργούν καταναλωτικό κοινό . Εδώ θα πρέπει να αναφερθούμε και στα προϊόντα συγκεκριμένων χαρακτηριστικών όπως τα βιολογικά, τα προστασίας ονομασίας προέλευσης, τα προστασίας γεωγραφικής ένδειξης όπου έχουν το δικό τους

αγοραστικό κοινό αν και μεσούσης της κρίσης τα μερίδια τους συνεχώς συρρικνώνονται. Τέλος η ηλικία, το φύλο, η οικονομική και η οικογενειακή κατάσταση, ο τρόπος ζωής δημιουργεί καταναλωτικά πρότυπα .

## **2.2 Η σημερινή κατάσταση στην αγορά**

### **2.2.1 Το γάλα**

Σταθερότητα πωλήσεων εμφανίζει η αγορά του γάλακτος, το οποίο ως προϊόν πρώτης ανάγκης δεν πλήττεται από την οικονομική κρίση. Ως απόρροιά της όμως, παρατηρούνται στο εσωτερικό της κατηγορίας ανακατατάξεις μεριδίων. Για παράδειγμα, η στροφή της ζήτησης στο υψηλής παστερίωσης γάλα ή στις συσκευασίες μικρού μεγέθους συνδέεται με την αποφυγή της σπατάλης προϊόντος, που δεν καταναλώνεται έγκαιρα, ενώ η αύξηση των μεριδίων του PL γάλατος σχετίζεται απευθείας με την οικονομία χρημάτων.<sup>12</sup>

Στον αντίποδα τέτοιων τάσεων, διαπιστώνεται η σημαντική άνοδος των επώνυμων μαρκών γάλατος, που πωλούνται σε υψηλές τιμές. Στο πλαίσιο αυτό, σύμφωνα με στελέχη αλυσίδων σούπερ μάρκετ, η αγορά του προϊόντος παρουσιάζει πόλωση μεταξύ της πλειονότητας των καταναλωτών, των οποίων οι προτιμήσεις δείχνουν την προσπάθεια των νοικοκυριών να μειώσουν τα έξοδά τους, και των καταναλωτών που επιλέγουν το ακριβό προϊόν, πεισμένοι για την υψηλή ποιότητά του.

Η άνοδος των μεριδίων της υποκατηγορίας γάλακτος υψηλής παστερίωσης, είναι ένα ακόμα στοιχείο ή τάση που χαρακτήρισε την αγορά της κατηγορίας το τελευταίο 12μηνο. Οι πωλήσεις του γάλατος σε όγκο παρέμειναν σχεδόν αμετάβλητες πέρυσι, αλλά υποχώρησαν ελαφρώς σε αξία, ως συνέπεια του «πολέμου» εκπτωτικών προσφορών στα ψυγεία των σούπερ μάρκετ.

Ειδικότερα, σύμφωνα με στοιχεία της αγοράς βασισμένα σε μετρήσεις Nielsen (στοιχεία 11μήνου του 2010), η κατηγορία του παστεριωμένου γάλακτος παρουσιάζει σταθερές πωλήσεις, ανοδικές πωλήσεις εμφανίζει η αγορά του γάλακτος υψηλής παστερίωσης, ενώ πτωτικές του εβαπορέ. Η αύξηση των πωλήσεων του γάλακτος

---

<sup>12</sup> <http://www.selfservice.gr/default.asp?pid=9&la=1&cID=20&arId=3637>

υψηλής παστερίωσης αποδίδεται στην ανάγκη πρακτικών λύσεων που ζητάει ο καταναλωτής, στην κατεύθυνση της αποφυγής του καθημερινού εξαναγκασμού του να επισκέπτεται το σημείο πώλησης για την προμήθεια γάλατος, ενώ η σταθερή πορεία της αγοράς του παστεριωμένου γάλακτος αποδίδεται στη μείωση των τιμών του, λόγω των προσφορών (πίνακας 2.3 και 2.4).

**Πίνακας 2.3: Πωλήσεις γάλακτος στα σούπερ μάρκετ σε όγκο (χιλ. λίτρα)**

Κατηγορία	2008	2009	Ιαν.– 28/11/09	Ιαν.– 28/11/10	Μεταβ.
Γάλα ψυγείου	231.197	236.259	217.859	225.100	3,3%
Εβαπορέ λευκό	113.163	106.068	97.659	91.943	-5,9%
Μακράς διάρκειας	5.032	5.424	5.011	4.221	-158%
Σύνολο επωνύμων	349.392	347.751	320.529	321.265	0,2%
PL	32.521	35.190	32.462	34.265	5,6%
Πηγή: SymphonyIRI					

**Πίνακας 2.4: Πωλήσεις γάλακτος στα σούπερ μάρκετ σε αξία (χιλ. ευρώ)**

Κατηγορία	2008	2009	Ιαν.– 28/11/2009	Ιαν.– 28/11/2010	Μεταβ.
Γάλα ψυγείου	315.173	294.996	272.863	273.449	0,2%
Εβαπορέ λευκό	110.345	103.122	94.538	90.390	-4,4%
Μακράς διάρκειας	7.918	8.294	7.674	6.365	-17,1%
Σύνολο επωνύμων	433.437	406.413	375.077	370.205	-1,3%
PL	26.656	29.253	27.095	27.864	2,8%
Πηγή: SymphonyIRI					

Η άνοδος των πωλήσεων του γάλακτος υψηλής παστερίωσης ωθεί το μερίδιό του σε ύψος που πλησιάζει εκείνο του παστεριωμένου προϊόντος. Ενδεικτικά, σε αλυσίδα πανελλαδικής εμβέλειας το μερίδιο πωλήσεων του γάλατος υψηλής παστερίωσης έφτασε στο δεκάμηνο του 2010 το 46%, έναντι 54% του μεριδίου του παστεριωμένου προϊόντος.

Στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, ο καταναλωτής φαίνεται ότι αντιλαμβάνεται το γάλα υψηλής παστερίωσης ως φρέσκο. Το σίγουρο είναι ότι η μεγαλύτερη διάρκεια ζωής του προϊόντος τον απαλλάσσει από περιττές σπατάλες, αφού δεν είναι πλέον αναγκασμένος να απορρίπτει ένα μέρος του.

<b>Τιμές παραγωγού του αγελαδινού γάλακτος (ευρώ ανά κιλό)</b>		
<b>Μήνες</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Ιανουάριος	0,4081	0,3756
Φεβρουάριος	0,4018	0,3755
Μάρτιος	0,3908	0,3725
Απρίλιος	0,3835	0,3698
Μάιος	0,3784	0,3648
Ιούνιος	0,3765	0,3640
Ιούλιος	0,3731	0,3637
Αύγουστος	0,3702	0,3673
Σεπτέμβριος	0,3711	0,3768
Σύνολο	0,3837	0,3698
<b>Πηγή: ΕΛΟΓΑΚ</b>		

Πάντως, οι επισκέψεις στο σούπερ μάρκετ για αγορά γάλατος παραμένει συχνή. Κατ' επέκταση το γάλα, εκτός από είδος πρώτης ανάγκης, αποτελεί τον υπ' αριθμόν ένα λόγο αύξησης της συχνότητας των επισκέψεων του καταναλωτή στα σούπερ μάρκετ, με αποτέλεσμα να θεωρείται ως κλειδί ανάπτυξης των πωλήσεων κι άλλων κατηγοριών προϊόντων.

### **Μείωση των δίλιτρων**

Στο ίδιο πλαίσιο αναδεικνύοντας μια άλλη πλευρά της σύγχρονης καταναλωτικής ανάγκης για εξοικονόμηση, παρατηρήθηκε ότι στο παρελθόν ο πρώτος σε πωλήσεις κωδικός γάλακτος το απόγευμα της Παρασκευής ήταν η δίλιτρη συσκευασία γάλακτος. Τα πράγματα πλέον έχουν αλλάξει. Προτιμώνται οι συσκευασίες του λίτρου ή ακόμα και του μισού λίτρου, όταν πρόκειται π.χ. για προϊόν με χαμηλά λιπαρά, που καταναλώνεται μόνο από τα ενήλικα άτομα της οικογένειας. Οι δίλιτρες συσκευασίες προτιμώνται μόνο σε περιπτώσεις μεγάλης κατανάλωσης, που συνδέονται κυρίως με την ύπαρξη μικρών παιδιών στο νοικοκυριό.

Αυτή η τάση σε ορισμένες περιπτώσεις έχει οδηγήσει σε κατάργηση κωδικών, πχ κάποιες δίλιτρες συσκευασίες γάλακτος με χαμηλά λιπαρά, καθώς οι πωλήσεις τους μειώθηκαν σημαντικά. Ως αιτιολογία της αύξησης των μικρών συσκευασιών προβάλλεται και η αύξηση των μονομελών νοικοκυριών. Αυτό όμως, δεν φαίνεται να ευσταθεί, τουλάχιστον από άποψη συντομίας χρόνου και ταχύτητας εκδήλωσης μιας

τόσο σημαντικής κοινωνικής τάσης, οπότε η στροφή στις μικρές συσκευασίες πρέπει να συνδεθεί ευθέως με την πρόνοια τώρα του καταναλωτή να μην αγοράζει ποσότητες προϊόντων που, πιθανώς, θα αναγκαστεί να πετάξει.

Η συσκευασία PET, συνιστά «μόδα» στη γαλακτοβιομηχανία, καθώς όλα τα νέα λανσαρίσματα γίνονται σε αυτή. Η εν λόγω συσκευασία προτιμάται από πολλές γαλακτοβιομηχανίες, μικρές και μεγάλες, αφού οι επιτυχίες των λανσαρισμάτων αντιγράφονται ταχύτητα, πολύ περισσότερο εφόσον η συσκευασία PET θεωρείται ότι προσδίδει εικόνα «αγνότητας» στο προϊόν και ότι προσιδιάζει στην παράδοσή του.

### **Υποκατηγορίες Γάλακτος**

Οι ενήλικοι καταναλωτές φαίνεται ότι δίνουν ιδιαίτερο βάρος στη διατροφή τους με χαμηλότερα λιπαρά. Έτσι, το ελαφρύ γάλα κατέχει μερίδιο πωλήσεων σε όγκο 41%, σύμφωνα με στοιχεία αλυσίδων σούπερ μάρκετ. Αφενός στην υποκατηγορία του σοκολατούχου γάλακτος οι πωλήσεις είναι πτωτικές κατά 5,5% σε αξία και κατά 5% σε όγκο, και αφετέρου το μερίδιο αγοράς του βιολογικού γάλακτος παραμένει μικρό, κυμαινόμενο περίπου στο 1,9%-2% του συνόλου της κατηγορίας του λευκού γάλακτος. Πάντως, σε αλυσίδες οι οποίες επενδύουν στην υποκατηγορία, το μερίδιό της σχεδόν διπλασιάζεται, φτάνοντας περίπου στο 3,35%.

Στη γενική κατηγορία του γάλακτος, είναι γνωστό ότι αθροιστικά τρεις-τέσσερις μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες νέμονται περίπου το 90% των πωλήσεων της κατηγορίας. Το υπόλοιπο 10% προέρχεται από μικρές εταιρείες, που δρουν κυρίως σε τοπικό επίπεδο. Πολλές από αυτές αποφάσισαν να βγουν από τα όρια των περιοχών τους και να «κατακτήσουν» με τα προϊόντα τους τα ψυγεία των μεγάλων σούπερ μάρκετ της Αττικής.

Σε αρκετές περιπτώσεις το εγχείρημα αποδεικνύεται επιτυχές, ιδιαίτερα όταν το προϊόν υπερτερεί γευστικά. Ωστόσο, η μειωμένη παραγωγή των τοπικών γαλακτοβιομηχανιών παραμένει το κύριο πρόβλημα της διείσδυσής τους στην ευρύτερη αγορά. Συχνά μάλιστα, η είσοδος των τοπικών εταιρειών στα οργανωμένα δίκτυα κωλύεται από το γεγονός ότι δεν είναι σε θέση να τα καλύπτουν καθημερινά με επαρκείς ποσότητες. Η οικονομική πίεση είναι μια ακόμη σημαντική παράμετρος, που εκτιμάται ότι θα

επιρεάσει την πορεία τους στο εγγύς μέλλον μιας και πολλοί μικροί γαλακτοπαραγωγοί δεν θα αντέξουν την οικονομική κρίση, οπότε είτε θα εξαναγκαστούν να αναστείλουν τις δραστηριότητές τους, είτε θα απορροφηθούν από τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου.

### **Το γάλα ιδιωτικής ετικέτας στις δόξες του**

Το μερίδιο του γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας εμφανίζει σημαντική άνοδο. Όπως επισημαίνει στέλεχος μεγάλης αλυσίδας σούπερ μάρκετ, σταδιακά οι καταναλωτές πείθονται να το δοκιμάσουν. Αρχικά το αγοράζουν για τις ανάγκες της οικιακής μαγειρικής, αλλά αν το γνωρίσουν και το εμπιστευτούν, αρχίζουν να το αγοράζουν συστηματικά. Στην τάση αυτή παίζει ενισχυτικό ρόλο, όπως είναι αναμενόμενο, η μείωση της αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών. Σύμφωνα με εκτιμήσεις των αρμόδιων στελεχών των αλυσίδων σούπερ μάρκετ, σήμερα το μερίδιο πωλήσεων σε όγκο του γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας υπολογίζεται περίπου σε 8%. Στο μερίδιο αυτό δεν καταγράφεται το σύνολο των κωδικών γάλακτος ιδιωτικής φίρμας. Ειδικότερα, πολλά από τα επώνυμα γάλατα, που εισάγονται αποκλειστικά από κάποιες αλυσίδες για λογαριασμό της πελατείας τους δεν καταγράφονται στις μετρήσεις των εταιρειών ερευνών. Κατά συνέπεια, το πραγματικό ποσοστό του γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας είναι πολύ μεγαλύτερο. Πιθανώς κυμαίνεται μεταξύ 14% και 15% σε όγκο, επί των συνολικών πωλήσεων της κατηγορίας, εμφανίζοντας ανοδική τάση.

Είναι ενδεικτικό πως πρόσφατη (2010) έρευνα του τμήματος Marketing & Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σε δείγμα 2.000 νοικοκυριών έδειξε πως το 16,4% του δείγματος εκδήλωσε πρόθεση να αγοράσει γάλα και γαλακτοκομικά ιδιωτικής ετικέτας. Σήμερα, το μερίδιο για το γάλα ιδιωτικής ετικέτας ανέρχεται στο 14,9%, ενώ για το γιαούρτι ιδιωτικής ετικέτας διαμορφώνεται στο 10,5%.

Το private label γάλα έχει παρουσία κυρίως στην υποκατηγορία της υψηλής παστερίωσης, καθώς είναι εξαιρετικά δαπανηρή η καθημερινή διανομή του παστεριωμένου γάλακτος, πράγμα που πολύ λίγοι λιανέμποροι μπορούν και διατίθενται να υποστηρίξουν, κυρίως στο πλαίσιο της στρατηγικής διαφοροποίησης καθενός τους.



Λόγω της ανόδου της τιμής του γάλακτος ως πρώτης ύλης στην Ευρώπη, εκτιμάται ότι τα περιθώρια συμπίεσης τιμών στο γάλα ιδιωτικής ετικέτας είναι πλέον πολύ μικρά. Οι τιμές του επομένως, αναμένεται ότι θα διατηρηθούν στα ίδια επίπεδα, δηλαδή σε ποσοστά τουλάχιστον κατά 10% ως 15% χαμηλότερα από το επώνυμο γάλα μέσης τιμής. Στο πλαίσιο αυτό, το μερίδιο του γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας αναμένεται ότι θα ενισχυθεί περαιτέρω την τρέχουσα χρονιά.

Από την άλλη πλευρά, η αναζήτηση οικονομικών προϊόντων από τον καταναλωτή αντικατοπτρίζεται και στις συνεχείς προσφορές και προωθητικές ενέργειες της γαλακτοβιομηχανίας στα σούπερ μάρκετ. Τα εκπτωτικά στίκερ συνοδεύουν σχεδόν μόνιμα τα προϊόντα, ενώ όπως χαρακτηριστικά επισημαίνεται από στέλεχος μεγάλης αλυσίδας, «όποια εταιρεία αποσύρει το εκπτωτικό στίκερ αντιμετωπίζει άμεσα κατάρρευση μεριδίων». Είναι ενδεικτικό ότι το επώνυμο γάλα που διατίθεται σε συμφέρουσα τιμή, παρουσιάζει διψήφια άνοδο μεριδίων. Αντίστοιχα, διψήφια είναι κι η άνοδος των πωλήσεων στα γάλατα ιδιωτικής ετικέτας.

### **2.2.2 Το γιαούρτι**

Πτωτικά επιδρά η κακή ψυχική διάθεση των καταναλωτών στις πωλήσεις των γαλακτοκομικών, αν και ως είδη πρώτης ανάγκης δείχνουν ανθεκτικότητα στην κρίση. Στο πλαίσιο της γενικότερης ανασφάλειας που προκαλεί το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, τα στελέχη του σχετικού κλάδου διατυπώνουν με επιφύλαξη τις προσδοκίες τους για φέτος. Όμως στη νέα χρονιά αναμένονται ανακατατάξεις στη γενική κατηγορία των γαλακτοκομικών, λόγω των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Σημαντικές εξελίξεις έχει δρομολογήσει η συγχώνευση της ΜΕΒΓΑΛ με τη Vivartia, κυρίως στον τομέα του γιαουρτιού. Η Μινέρβα ΑΕ συνεχίζει τις επενδύσεις της στον κλάδο των τυροκομικών, με το λανσάρισμα νέων προϊόντων, ενώ νέες ισορροπίες αναμένεται ότι θα δημιουργήσει η πώληση από την ΑΤΕ, της θυγατρικής της Δωδώνη ΑΕ.

Εντός του σούπερ μάρκετ, στελέχη του λιανεμπορίου εκτιμούν ότι σταδιακά εκδηλώνεται μια τάση μετακίνησης προϊόντων από τις γόνδολες προς τα ράφια

ψυγείου, με στόχο την ανανέωση της εικόνας ορισμένων προϊόντων (βλέπε ζωμούς ψυγείου). Σήμερα, τη μερίδα του λέοντος στα ψυγεία την έχουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Αν επιβεβαιωθεί η τάση μετακίνησης άλλων κατηγοριών προϊόντων προς τα ψυγεία, η αναπόφευκτη πίεση των περιορισμών χώρου θα οδηγήσει, πιθανώς, σε νέες ανακατατάξεις, πολώσεις και «ξεκαθαρίσματα».

Η αγορά του γιαουρτιού και των επιδόρπιων παρουσιάζει μία πτώση της τάξεως του 2,9% σε όγκο και 2,2% σε αξία το 11μηνο του 2010, έναντι της αντίστοιχης περιόδου του 2009, σύμφωνα με στοιχεία εταιρειών βασισμένα σε στοιχεία της SymphonyIRI.

Ανοδικά κινούνται μόνο οι οικογενειακές συσκευασίες, που το ίδιο διάστημα ενισχύθηκαν κατά 8% σε αξία, λόγω της καλής αντιστοιχίας ποσότητας-τιμής. Ανάπτυξη σημειώνει και η υποκατηγορία των λειτουργικών προϊόντων, ενώ μικρή άνοδο παρουσιάζουν τα παιδικά προϊόντα (+1% σε αξία) και το στραγγιστό γιαούρτι (+1% σε αξία). Η οικονομική κρίση αποτυπώνεται στη ραγδαία ανάπτυξη των μεριδιών των PL γιαουρτιών, αλλά και στη στροφή των καταναλωτών στο λευκό γιαούρτι, που συνδυάζεται με πολλές τροφές, αντίθετα προς το γιαούρτι με τα φρούτα (πίνακες 2.3 και 2.4).

**Πίνακας 2.3: Πωλήσεις γιαουρτιού στα σούπερ μάρκετ σε όγκο (σε τόνους)**

Κατηγορία	2008	2009	Ιαν.-28/11/2009	Ιαν.-28/11/2010	Μεταβολή (%)
Επώνυμα προϊόντα					
-Γιαούρτι σε κουπάκια	50.223	50.571	47.096	45.698	-3%
-Πινόμενο γιαούρτι	1.781	1.605	1.496	1.101	-26,4%
-Γιαούρτι σε πήλινο	6.238	5.621	5.229	5.331	2%
-Επιδόρπια	4.650	4.557	4.230	3.972	-6,1%
Σύνολο επωνύμων	62.893	62.355	58.052	56.104	-3,4%
PL	2.397	3.500	3.241	3.920	20,9%
Πηγή: SymphonyIRI					

**Πίνακας 2.4: Πωλήσεις γιαουρτιού στα σούπερ μάρκετ σε αξία (σε χιλ. ευρώ)**

Πωλήσεις	2008	2009	Ιαν.-28/11/2009	Ιαν.-28/11/2010	Μεταβολή (%)
Επώνυμα προϊόντα					
Γιαούρτι σε κουτάκια	220.340	208.818	194.716	192.237	-1,3%
Πινόμενο γιαούρτι	12.755	11.621	10.805	8.149	-24,6%
Γιαούρτι σε πήλινο	21.872	20.275	18.853	19.290	2,3%
Επιδόρπια	25.414	23.546	21.880	19.929	-8,9%
Σύνολο επωνύμων	280.382	264.262	246.255	239.607	-2,7%
PL	5.964	8.119	7.509	9.335	24,3%

Πηγή: SymphonyIRI

Έντονα αισθητή είναι και η μείωση των δαπανών επικοινωνίας. Βάσει των μετρήσεων της Media Services, το 2009 κατεγράφη πτώση περίπου 40% έναντι του 2008, η οποία συνεχίστηκε στο δεκάμηνο του 2010, πιο ήπια όμως (-15%), σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2009. Σημαντικός λόγος μείωσης των δαπανών στη μαζική διαφήμιση είναι η ένταση του ανταγωνισμού, που οδήγησε στη μονιμοποίηση των προωθητικών προγραμμάτων (π.χ. τύπου «2+1 δώρο»). Μόλις πέρυσι ξεκίνησαν οι προσπάθειες από κάποιες εταιρείες να περιοριστεί η ένταση των προωθητικών ενεργειών, ώστε να βελτιωθούν τα οικονομικά αποτελέσματά τους. Σχετικά οι εταιρείες του κλάδου τηρούν στάση αναμονής, μέχρι να αποσαφηνιστεί το νέο νομοθετικό πλαίσιο για τις προσφορές από το αρμόδιο υπουργείο. Πάντως, εκτιμάται ότι θα συνεχιστούν με την ίδια ένταση ενέργειες promotion όπως οι δειγματοδιανομές, τα εκπτωτικά κουπόνια, οι γευστικές δοκιμές κλπ κυρίως στα σούπερ μάρκετ, καθώς μέσω αυτών πραγματοποιείται το 80% των πωλήσεων της κατηγορίας.

#### **Δύσκολη εποχή για τα suppliers brands**

Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στο σύνολο της κατηγορίας γιαουρτιού το 10μηνο 2010 απέσπασαν μερίδιο 6,8% σε όγκο και 3,7% σε αξία, με αυξητικές τάσεις σε σχέση με τα προηγούμενα έτη (το 2009 τα μερίδια ήταν 5,7% και 3,1% αντίστοιχα). Η τάση αυτή αναμένεται ότι θα επιβεβαιωθεί και το 2011. Παράλληλα, αυξάνεται και το μερίδιο των hard discounters και των εισαγόμενων προϊόντων στην κατηγορία, που κάνει ολοένα πιο δύσκολες τις συνθήκες για τα επώνυμα brands της κατηγορίας.

Τη νέα χρονιά η πορεία πωλήσεων της κατηγορίας του γιαουρτιού αναμένεται ελαφρώς πτωτική σε όγκο αλλά και σε αξία, καθώς διαπιστώνεται μια μετατόπιση των καταναλωτών σε προϊόντα χαμηλότερης μέσης τιμής.

Φέτος οι τιμές γενικά στην κατηγορία αναμένεται ότι θα διατηρηθούν στα περυσινά επίπεδα. Παρά την οικονομική κρίση εκτιμάται ότι οι πωλήσεις τους θα παραμείνουν σταθερές, δεδομένου ότι αποτελούν βασικό προϊόν της καθημερινής διατροφής των Ελλήνων.

### 2.2.3 Το τυρί

Υποχώρηση παρουσιάζουν και οι πωλήσεις της κατηγορίας των τυροκομικών. Σύμφωνα με στοιχεία εταιρειών του κλάδου, βασισμένα σε μετρήσεις της Nielsen, στο 11μηνο του 2010 υποχώρησαν κατά 2,6%. Η μείωση αφορά κυρίως στην κίνηση των χύμα τυροκομικών, καθώς στα τυποποιημένα διαπιστώνεται αυξητική τάση. Χαρακτηριστικό της κατηγορίας στη διάρκεια του 2010 ήταν η σημαντική υποχώρηση των πωλήσεων των light κίτρινων τυριών, που αποδίδεται στην υψηλή τους τιμή. Στα light κίτρινα τυριά, όπως και σε όλα τα εισαγόμενα, υπήρξε κύμα ανατιμήσεων που σε ορισμένες περιπτώσεις άγγιξε το 50%, σημειώνει εκπρόσωπος μεγάλης αλυσίδας σούπερ μάρκετ, κατά τις εκτιμήσεις του οποίου τα εισαγόμενα τυριά κατέχουν μερίδιο ύψους 40% επί των συνολικών πωλήσεων της κατηγορίας. Πάντως, οι εξελίξεις στην ελληνική αγορά κράτησαν σταθερές τις τιμές στη φέτα (πίνακες 2.5 και 2.6).

**Πίνακας 2.5: Πωλήσεις τυριού σε όγκο (σε τόνους)**

Πωλήσεις	Ιαν- 24/10/2009	Ιαν- 24/10/2010	Μεταβολή (%)
Κίτρινο τυρί	77.802	75.375	-3,1%
Λευκό τυρί	81.426	78.103	-4,1%
Επεξεργασμένα τυριά (τύπου la vache qui rit)	2.866	2.755	-3,9%
Σύνολο επωνύμων	162.094	156.234	-3,6%
PL	7.582	8.647	14,1%
<i>* Περιλαμβάνονται πωλήσεις τυριών πάγκου και συσκευασμένων.</i>			
Πηγή: SymphonyIRI			

**Πίνακας 2.6: Πωλήσεις τυριού σε αξία (χιλ. ευρώ)**

Πωλήσεις	Ιαν- 24/10/2009	Ιαν- 24/10/2010	Μεταβολή (%)
Κίτρινο τυρί	698.554	666.611	-4,6%
Λευκό τυρί	611.858	599.615	-2%
Επεξεργασμένα τυριά (τύπου la vache qui rit)	30.994	29.240	-5,7%
Σύνολο επωνύμων	1.341.408	1.295.466	-3,4%
PL	62.956	71.849	14,1%

*\* Περιλαμβάνονται πωλήσεις τυριών πάγκου και συσκευασμένων.*

Πηγή: SymphonyIRI

### **Στροφή προς το τυποποιημένο τυρί**

Σύμφωνα με στέλεχος μεγάλης αλυσίδας, η αναλογία χύμα/συσκευασμένου τυριού άλλαξε από 24% με76% πέρυσι, σε 30% με70% φέτος και ίσως σε ορισμένες αλυσίδες σε 40% με 60%. Στα τυποποιημένα τυριά δεν συμπεριλαμβάνονται όσα προσσκευάζονται από τους λιανέμπορους σε διαφανείς συσκευασίες, χωρίς επωνυμία, και διατίθενται στα ψυγεία των σούπερ μάρκετ (αυτά προσμετρώνται στα χύμα).

Η άνοδος των πωλήσεων των τυποποιημένων τυροκομικών αποδίδεται στην ανάγκη του καταναλωτή για πρακτικότητα και μεγαλύτερο αίσθημα «ασφάλειας», καθώς και στους περιορισμούς χρόνου που έχει για τις αγορές του.

Επίσης, η άνοδος των συσκευασμένων τυροκομικών αποτελεί απόδειξη ότι η κρίση δεν επηρεάζει προϊόντα που προσφέρουν υψηλή προστιθέμενη αξία και κάτι το διαφορετικό στον καταναλωτή. Ενδεικτικά, η συσκευασμένη φέτα παρουσίασε φέτος άνοδο της τάξης του 5%, παρά το γεγονός ότι η διαφορά της τιμής της από τη χύμα είναι 20%-25%. Η συσκευασμένη φέτα κατέχει σήμερα μερίδιο 17%, έναντι 15% και 10% πέρυσι και πρόπερσι (πηγή: στοιχεία εταιρειών με βάση τις μετρήσεις της Nielsen για το κυλιόμενο 12μηνο έως 4.12.2010).

Η μείωση των πωλήσεων των κίτρινων light τυριών επηρέασε το σύνολο της κατηγορίας, αφού τα τελευταία χρόνια παρουσίαζε διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης, ενώ

διατίθενται σε ακριβότερες τιμές, πράγμα που επηρέασε τις πωλήσεις σε αξία. Η πτώση εξισορροπήθηκε σε ένα βαθμό από τις πωλήσεις της φέτας και των εισαγόμενων κίτρινων τυριών. Η φέτα διατηρεί το κυρίαρχο μερίδιο στις πωλήσεις τυριών στην εγχώρια αγορά, με μερίδιο που ξεπερνά το 50%.

Στα κίτρινα τυριά η κατηγορία περιλαμβάνει αρκετά διαφορετικά προϊόντα. Κάποια από αυτά, όπως π.χ. οι φέτες για τοστ, θεωρούνται πλέον «πρώτης ανάγκης». Όπως επισημαίνει στέλεχος εταιρείας του κλάδου, τα ελληνικά κίτρινα τυριά είναι σημαντικά ακριβότερα από τα εισαγόμενα. Οι πωλήσεις των ελληνικών ημίσκληρων τυριών (κασέρι, γραβιέρα κ.ά.) και των εισαγόμενων κίτρινων (γκούντα, ένταμ) είναι ισοδύναμες από άποψη πωλήσεων. Στην κατηγορία των κίτρινων εισαγόμενων, στέλεχος εταιρείας του κλάδου σημειώνει ότι τη μεγαλύτερη ανάπτυξη παρουσιάζουν κατηγορίες που προσφέρουν value for money: ποιότητα, γεύση και ευκολία χρήσης σε λογική τιμή.

Ανάπτυξη πωλήσεων παρουσιάζουν και τα λευκά τυριά τύπου φέτας που παρασκευάζονται από αγελαδινό γάλα, ενώ πολλές εταιρείες εκδηλώνουν το ενδιαφέρον να λανσάρουν προϊόντα στη συγκεκριμένη κατηγορία.

### **Τυροκομικά χαμηλής τιμής**

Ειδικά στον τομέα του catering- ho.re.ca. η πτώση των καταναλώσεων τυροκομικών υπήρξε έντονη, όχι μόνο λόγω της μείωσης της τουριστικής κίνησης αλλά κυρίως λόγω της ελάττωσης των καταναλωτικών δαπανών εκτός σπιτιού στα αστικά κέντρα. Συνέπεια της κρίσης θεωρείται η σημαντική άνοδος των πωλήσεων των τυροκομικών ιδιωτικής ετικέτας. Πράγματι, στο 11μηνο του 2010 το μερίδιο όγκου τους στην κατηγορία των τυποποιημένων τυροκομικών εκτιμάται ότι παρουσίασε αύξηση 3%, σε σχέση με την περυσινή αντίστοιχη περίοδο. Ενδεικτικά, στην κατηγορία της τυποποιημένης φέτας το μερίδιο των pl έχει φτάσει στο 21,5% έναντι του 18,4% που ήταν το αντίστοιχο περυσινό 11μηνο.

Σε ορισμένες αλυσίδες, μάλιστα, το ποσοστό των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας επί των πωλήσεων συσκευασμένων τυροκομικών είναι ακόμη μεγαλύτερο και φτάνει, σύμφωνα με τα στοιχεία τους, στο 28%.

Στα χύμα τυροκομικά προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας με την «αυστηρή» έννοια δεν είναι διαθέσιμα. Οι αλυσίδες συνήθως συνεργάζονται αποκλειστικά με τυροκομεία, από τις εκατοντάδες μικρές μονάδες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, και προχωρούν σε συμφωνίες χαμηλών τιμών. Έτσι, το λανσάρισμα προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στα χύμα τυροκομικά δεν προσφέρει επιπλέον οφέλη για τις αλυσίδες.

### **Τυρί σε άλειμμα**

Αυξητικές τάσεις παρουσιάζει η υποκατηγορία τυριού σε άλειμμα, που κατέχει περίπου το 3% της αγοράς του τυριού. Η αύξησή της οφείλεται στο προϊόν Philadelphia, που κατέχει ηγετική θέση και υποστηρίζεται έντονα με ολοκληρωμένο πλάνο προώθησης και επένδυση στα media. Σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας, η ετήσια αύξηση της υποκατηγορίας είναι 4,5% σε όγκο.

Βασικός άξονας επικοινωνίας της μάρκας είναι οι εναλλακτικές χρήσεις του Philadelphia στη μαγειρική και τη ζαχαροπλαστική. Η διεύρυνση των χρήσεων του διαφύλαξε την υποκατηγορία από τις συνέπειες της κρίσης, επιβραδύνοντας απλώς τους ρυθμούς της ανάπτυξής της.

Στην υποκατηγορία το μερίδιο των προϊόντων private label, χωρίς να υπολογίζονται οι πωλήσεις των Lidl, εκτιμώνται σε 7% σε αξία και 12% σε όγκο.

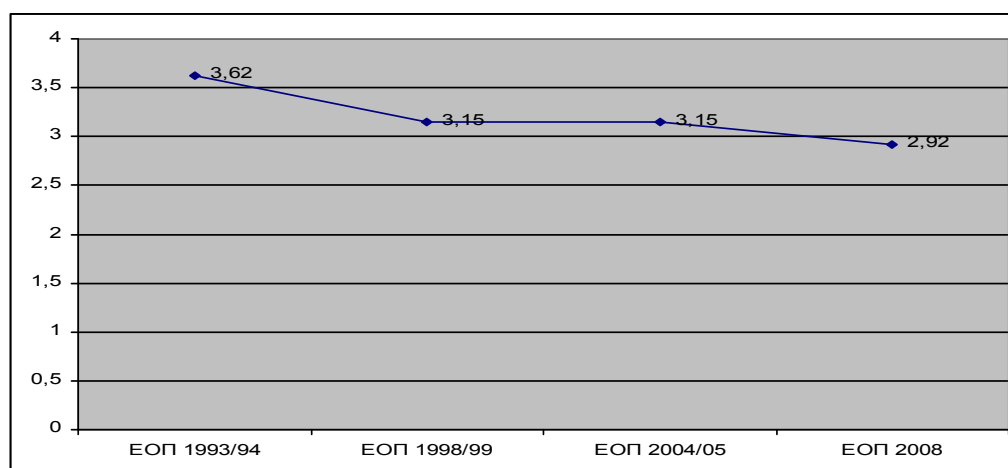
### **2.3 Μέση Μηνιαία Δαπάνη των Νοικοκυριών για Γαλακτοκομικά Προϊόντα**

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 2.7 που ακολουθεί, από τις έρευνες οικογενειακών προϋπολογισμών που πραγματοποίησε η ελληνική στατιστική υπηρεσία, τα ελληνικά νοικοκυριά τα τελευταία 15 χρόνια ξοδεύουν κατά μέσο όρο 48,2 € το μήνα για την αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων με μέση μηνιαία αύξηση κατά 24,34% η οποία όμως έχει φθίνουσα τάση. Αυτό συνάγεται και με τη βοήθεια των διαγραμμάτων (διαγράμματα 1 και 2) όπου παρατηρούμε μία μείωση της μηνιαίας κατανάλωσης κατά 13% την περίοδο 1993-1999, παρέμεινε σταθερή με ποσοστό 3,15% για την αγορά γαλακτοκομικών επί του συνολικού μηνιαίου ποσού που ξοδεύουν τα νοικοκυριά για την αγορά τροφίμων και ποτών το μήνα μέχρι το 2005 και συνέχισε να μειώνεται κατά 7,3% μέχρι και το 2008.

**Πίνακας 2.7: Μέσος όρος μηνιαίων αγορών γαλακτοκομικών προϊόντων των νοικοκυριών κατά αστικές και αγροτικές περιοχές.**

<b>ΕΟΠ 2008</b>	Όλες οι περιοχές	Αστικές περιοχές	Αγροτικές περιοχές
Μέσος Όρος στο Σύνολο των Γαλακτοκομικών(μηνιαίες αγορές σε ευρώ)	61,9	64,2	51,81
Μερίδιο αγοράς(σύνολο δαπανών)	2,92%	2,86%	3,27%
<b>ΕΟΠ 2004/05</b>			
Μέσος Όρος στο Σύνολο των Γαλακτοκομικών(μηνιαίες αγορές σε ευρώ)	56,37	59,47	44,62
Μερίδιο αγοράς(σύνολο δαπανών)	3,15%	3,06%	3,29%
<b>ΕΟΠ 1998/99</b>			
Μέσος Όρος στο Σύνολο των Γαλακτοκομικών(μηνιαίες αγορές σε ευρώ)	43,67	47,39	33,00
Μερίδιο αγοράς(σύνολο δαπανών)	3,15%	3,11%	3,17%
<b>ΕΟΠ 1993/94</b>			
Μέσος Όρος στο Σύνολο των Γαλακτοκομικών(μηνιαίες αγορές σε ευρώ)	30,85		
Μερίδιο αγοράς(σύνολο δαπανών)	3,62%		

**Διάγραμμα 1: Διαχρονική εξέλιξη του μεριδίου αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων ως ποσοστού επι των μηνιαίων εξόδων στο σύνολο των νοικοκυριών**

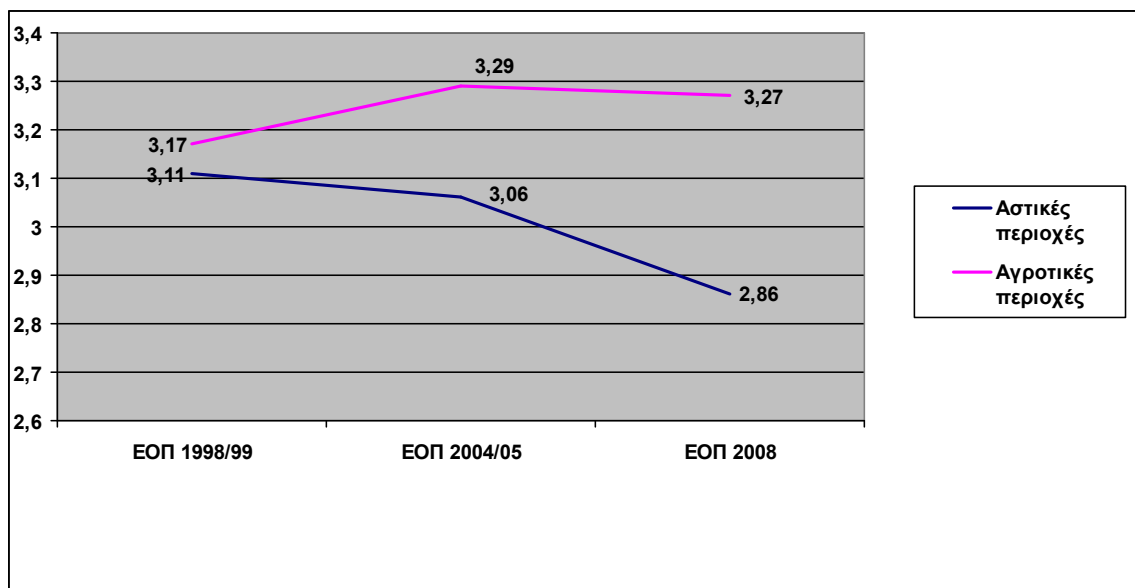


Επίσης παρατηρούμε μια αυξητική τάση κατά 3,78% στο μηνιαίο ποσοστό κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων από νοικοκυριά που δραστηριοποιούνται σε



αγροτικές περιοχές κατά την περίοδο 1998-2005 και κατόπιν μια μικρή μείωση κατά 0,2%. Παράλληλα και για το ίδιο χρονικό διάστημα οι μηνιαίες δαπάνες των αστικών νοικοκυρών μειώνονται στην αρχή 1,6% αλλά στη συνέχεια η μείωση φθάνει το 6,5%. Επίσης πρέπει και εδώ να επισημάνουμε ότι σε απόλυτες τιμές στη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου τα νοικοκυριά εμφανίζουν μια γενικότερη αύξηση στην δαπάνη για γαλακτοκομικά προϊόντα με φθίνουσα όμως τάση. Ακόμα βλέπουμε ότι τα νοικοκυριά στις αγροτικές περιοχές ξοδεύουν λιγότερα χρήματα μιας και πολλά από τα προϊόντα είτε είναι ιδιοπαραγόμενα είτε αποτελούν προϊόν ανταλλαγής μεταξύ των νοικοκυριών αυτών. Τέλος, αυτό έχει να κάνει και με τη διαμόρφωση των καταναλωτικών προτύπων στην κάθε περιοχή καθώς και με την εγγύτητα και την προσβασιμότητα στην εκάστοτε αγορά .

**Διάγραμμα 2. Διαχρονική εξέλιξη του μεριδίου αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων ως ποσοστού επί των μηνιαίων εξόδων των νοικοκυριών σε αγροτικές και αστικές περιοχές .**



Σύμφωνα με τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα(πίνακας 2.8) και με τη βοήθεια των διαγραμμάτων (διαγράμματα 3 και 4) που ακολουθούν όταν ο επικεφαλής του νοικοκυριού ασχολείται επαγγελματικά στον πρωτογενή αγροτικό τομέα(γεωργός, κτηνοτρόφος, αλιέας, κ.λ.π.) παρατηρούμε πως κατά μέσο όρο το μήνα ξοδεύει τα λιγότερα χρήματα για την αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων σε σχέση με οποιονδήποτε άλλο επαγγελματικό τομέα. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί πως μόνο όσοι δεν έχουν σταθερή η καθόλου εργασία ξοδεύουν λιγότερα. Τέλος, ενισχύεται

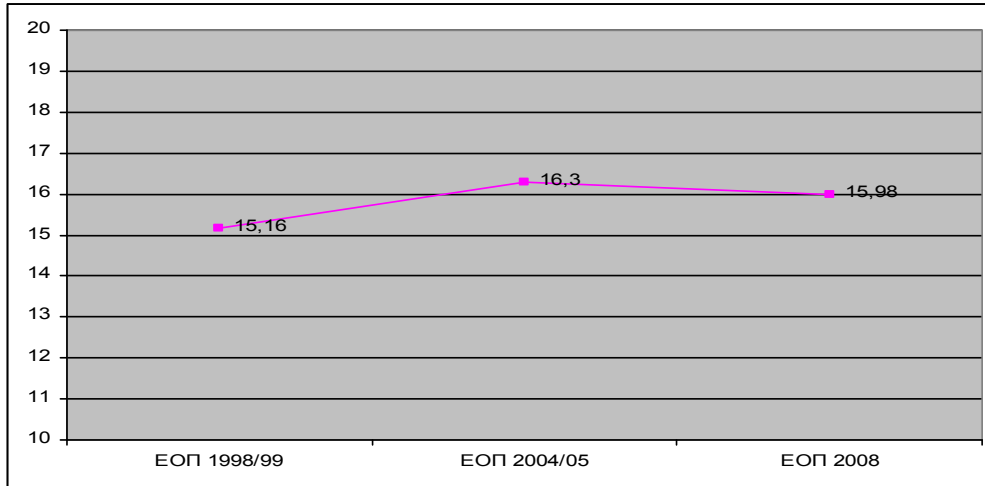
διαχρονικά η τάση που θέλει όλα τα νοικοκυριά να μειώνουν τα ποσοστά αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων, σε σχέση με τα συνολικά μηνιαία έξοδα σε είδη διατροφής, αυξάνοντας όμως τα έξοδά τους σε απόλυτα νούμερα (αυτό μερικώς εξηγείται από την αύξηση των τιμών με την πάροδο των ετών ως συνεπακόλουθο της αύξησης της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών) .

**Πίνακας 2.8: Μέσος όρος μηνιαίων αγορών γαλακτοκομικών προϊόντων των νοικοκυριών ανάλογα με την κοινωνικο-επαγγελματική κατάσταση του υπεύθυνου του νοικοκυριού.**

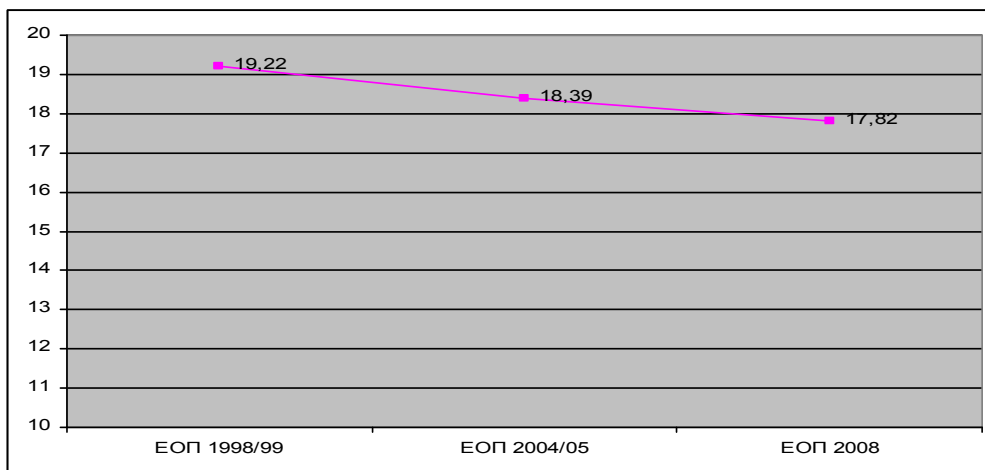
<b>ΕΟΠ 2008</b>	Όλα τα νοικοκυριά	Γεωργός, κτηνοτρόφος, αλιείας, κλπ	Λοιπά επαγγέλματα	Άεργος Άνεργος
Είδη Διατροφής και μη Οινοπνευματώδη Ποτά	347,4	373,52	397,77	299,37
Σύνολο Γαλακτοκομικών (αγορές) -μηνιαίες αγορές σε ευρώ	61,9	59,72	74,11	50,45
Μερίδιο Αγοράς(στα έξοδα διατροφής)	17,82%	15,98%	18,63%	16,85%
<b>ΕΟΠ 2004/05</b>				
Είδη Διατροφής και μη Οινοπνευματώδη Ποτά	306,44	315,45	333,25	
Σύνολο Γαλακτοκομικών (αγορές) -μηνιαίες αγορές σε ευρώ	56,37	51,44	62,64	
Μερίδιο Αγοράς(στα έξοδα διατροφής)	18,39%	16,30%	18,80%	
<b>ΕΟΠ 1998/99</b>				
Είδη Διατροφής και μη Οινοπνευματώδη Ποτά	227,18	230,13	274,22	204,6
Σύνολο Γαλακτοκομικών (αγορές) -μηνιαίες αγορές σε ευρώ	43,67	34,88	52,5	35,78
Μερίδιο Αγοράς(στα έξοδα διατροφής)	19,22%	15,16%	19,15%	17,49%
<b>ΕΟΠ 1993/94</b>				
Είδη Διατροφής και μη Οινοπνευματώδη Ποτά				
Σύνολο Γαλακτοκομικών (αγορές) -μηνιαίες αγορές σε ευρώ	30,85	26,29	36,56	24,84

Μερίδιο Αγοράς(στα έξοδα διατροφής)				
--	--	--	--	--

**Διάγραμμα 3: Διαχρονική εξέλιξη του μεριδίου αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων ως ποσοστού επί των μηνιαίων εξόδων διατροφής στα αγροτικά νοικοκυριά**



**Διάγραμμα 4 . Διαχρονική εξέλιξη του μεριδίου αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων ως ποσοστού επί των μηνιαίων εξόδων διατροφής στο σύνολο των νοικοκυριών**



## 2.4 Τελικές παρατηρήσεις

Πτωτικά επιδρά η κακή ψυχική διάθεση των καταναλωτών στις πωλήσεις των γαλακτοκομικών, αν και ως είδη πρώτης ανάγκης δείχνουν ανθεκτικότητα στην κρίση. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν βασικό είδος διατροφής για τους καταναλωτές και ως εκ τούτου, η ζήτησή τους παρουσιάζει σχετικά χαμηλή ελαστικότητα. Οι

προβλέψεις σχετικά με τη ζήτηση των γαλακτοκομικών προϊόντων συνίστανται σε σταθερή πορεία και ύψος κατανάλωσης με μειωμένους όμως κόστος κατανάλωσης<sup>13</sup>.

Στο νέο οικονομικό περιβάλλον που δημιουργείται δεν αποκλείονται εξαγορές και συγχωνεύσεις, μικρότερης μεν κλίμακας, αλλά δραστικές ως προς την εκκίνηση ανακατατάξεων στα μερίδια των ανταγωνισμού.

---

<sup>13</sup> GAIN Report Number: GR1103 Date: 4/29/2011 Greece Dairy 2011 Semi-Annual

## **Κεφάλαιο 3: Η Προσφορά Γαλακτοκομικών Προϊόντων**

Στο παρόν κεφάλαιο εξετάζεται αρχικά η δομή και η διάρθρωση του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων, ακολουθεί η ανάλυση της διαφημιστικής δαπάνης, καθώς και πληροφορίες σχετικά με τα δίκτυα διανομής και τους όρους εμπορίου που επικρατούν στον κλάδο. Στη συνέχεια παρουσιάζονται ορισμένες από τις κυριότερες παραγωγικές και εισαγωγικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο και πραγματοποιείται χρηματοοικονομική ανάλυση των βασικών οικονομικών μεγεθών των παραγωγικών εταιρειών.

### **3.1 Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου**

Οι εταιρείες του κλάδου διαφοροποιούνται ως προς το μέγεθός τους, το βαθμό κάλυψης της αγοράς, τα κανάλια διανομής και τον τρόπο με τον οποίο διανέμουν τα προϊόντα τους (συνεργασία με χονδρεμπόρους, αντιπροσώπους, εταιρείες διανομής κλπ.). Η εγχώρια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από συνθήκες έντονου ανταγωνισμού μεταξύ κυρίως των κορυφαίων γαλακτοβιομηχανιών, οι οποίες ελέγχουν και το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς. Οι εν λόγω επιχειρήσεις διαθέτουν οργανωμένα δίκτυα διανομής, καλύπτοντας γεωγραφικά το σύνολο σχεδόν της ελληνικής επικράτειας.

Πέραν των κορυφαίων αυτών γαλακτοβιομηχανιών, ο παραγωγικός τομέας περιλαμβάνει επίσης μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν περιορισμένη δυναμικότητα παραγωγής και ασχολούνται παράλληλα με την παραγωγή διαφόρων ειδών γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων, καλύπτοντας κυρίως τις ανάγκες των τοπικών αγορών.

Τα τελευταία χρόνια, ο παραγωγικός τομέας έχει αναβαθμιστεί σημαντικά με επίκεντρο την τυποποίηση της παραγωγής, την αποτελεσματικότερη διαχείριση και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, προσφέροντας έτσι ποικιλία κατηγοριών γάλακτος και λοιπών γαλακτοκομικών προϊόντων. Ο εισαγωγικός τομέας περιλαμβάνει επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής και διαθέτουν κυρίως «επώνυμα» γαλακτοκομικά προϊόντα, ενώ κάποιες διατηρούν και άμεσες σχέσεις/συνεργασίες με πολυεθνικές εταιρείες του κλάδου. Οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου επενδύουν συχνά στην αναβάθμιση του μηχανολογικού τους

εξοπλισμού, καθώς επίσης και στη διαφημιστική προβολή των προϊόντων τους, σε αντίθεση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες αδυνατούν να διαθέσουν τα απαιτούμενα κεφάλαια για την πραγματοποίηση ανάλογων επενδύσεων. Για την ενίσχυση της παρουσίας τους στην αγορά, ορισμένες φορές οι εν λόγω επιχειρήσεις προβαίνουν σε συνεργασίες με άλλες εταιρείες του κλάδου ειδών διατροφής. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι η βαθμιαία μείωση της παραγωγής των μικρών επιχειρήσεων, ο περιορισμός τους σε συγκεκριμένα προϊόντα ή και η αποχώρηση από την αγορά ορισμένων εξ αυτών, μη έχοντας τη δυνατότητα να ανταποκριθούν στις αυξημένες απαιτήσεις που επιβάλλουν οι συνθήκες της αγοράς.

Στον παρακάτω πίνακα(Πίνακας 3.1) παρουσιάζεται η γεωγραφική κατανομή των γαλακτοκομείων και τυροκομείων για το 2005, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε.Σ.Υ.Ε. (Διεύθυνση Απογραφών-Μητρώο επιχειρήσεων).

**Πίνακας 3.1 Γεωγραφική κατανομή γαλακτοκομείων και τυροκομείων Ελλάδας (2005)**

Νομός	Αριθμός Επιχειρήσεων	Νομός	Αριθμός Επιχειρήσεων
ΛΑΡΙΣΙΑΣ	67	ΣΕΡΡΩΝ	11
ΑΤΤΙΚΗΣ	53	ΑΡΤΑΣ	10
ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	42	ΠΙΕΡΙΑΣ	9
ΑΙΤΩΛ/ΝΙΑΣ	40	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	8
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	32	ΦΩΚΙΔΑΣ	8
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	30	ΚΑΒΑΛΑΣ	8
ΧΑΝΙΩΝ	26	ΦΛΩΡΙΝΑΣ	7
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	24	ΔΩΔ/ΝΗΣΟΥ	7
ΑΧΑΪΑΣ	24	ΠΡΕΒΕΖΑΣ	6
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	23	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	6
ΛΕΣΒΟΥ	23	ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	6
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	20	ΗΜΑΘΙΑΣ	6
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	20	ΞΑΝΘΗΣ	5
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	18	ΧΙΟΥ	4
ΗΛΕΙΑΣ	18	ΡΟΔΟΠΗΣ	4
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	17	ΚΕΡΚΥΡΑΣ	4
ΚΙΛΚΙΣ	16	ΔΡΑΜΑΣ	4
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	16	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	3
ΚΟΖΑΝΗΣ	15	ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	3
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	15	ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	3
ΠΕΛΛΑΣ	13	ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	3
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	13	ΖΑΚΥΝΘΟΥ	2
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	12	ΣΑΜΟΥ	1
ΚΕΦΑΛΛΝΙΑΣ	12	ΚΥΚΛΑΔΩΝ	1
ΕΥΒΟΙΑΣ	12		
ΕΒΡΟΥ	12	ΣΥΝΟΛΟ	742

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, στην παραγωγή γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων δραστηριοποιούνται 742 επιχειρήσεις στο σύνολο της χώρας, των οποίων ο συνολικός κύκλος εργασιών (το 2005) διαμορφώθηκε σε €1.700,5 εκ. Ο νομός της Λάρισας συγκεντρώνει τα περισσότερα γαλακτοκομεία και τυροκομεία (67) σε σύγκριση με τους υπόλοιπους νομούς της χώρας.

Ακολουθεί ο νομός Αττικής και ο νομός Θεσσαλονίκης, με 53 και 42 επιχειρήσεις αντίστοιχα.

### Πρωτογενής Παραγωγή και Χρήση Γάλακτος

Στον πίνακα που ακολουθεί(Πίνακας 3.2) παρουσιάζεται η εγχώρια πρωτογενής παραγωγή γάλακτος (όλων των τύπων) στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις για το χρονικό διάστημα 1990-2009, σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Γεωργικής Ανάπτυξης & Τροφίμων και του Ελληνικού Οργανισμού Γάλακτος και Κρεάτων(ΕΛΟΓΑΚ). Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα, η συνολική πρωτογενής παραγωγή όλων των τύπων γάλακτος εμφάνισε ετήσιες αυξομειώσεις την εξεταζόμενη περίοδο.

**Πίνακας 3.2 Εγχώρια πρωτογενής παραγωγή γάλακτος (1990-2009)**

Έτος	Αγελαδινό	Πρόβειο	Κατσικίσιο	Σύνολο
1990	716.300	637.900	448.800	1.803.000
1991	771.300	630.900	442.400	1.844.600
1992	730.900	631.400	440.700	1.803.000
1993	747.000	634.000	447.000	1.828.000
1994	769.300	641.300	436.200	1.846.800
1995	763.500	638.600	432.000	1.834.100
1996	741.200	625.800	421.000	1.788.000
1997	750.000	648.300	422.800	1.821.100
1998	748.700	648.400	424.100	1.821.200
1999	776.800	653.800	434.800	1.865.400
2000	789.000	667.300	439.300	1.895.600
2001	778.100	677.600	445.800	1.901.500
2002	758.200	677.000	441.900	1.877.100
2003	767.800	695.400	445.800	1.908.900
2004	687.742	400.296	158.888	1.246.926
2005	733.224	472.580	169.472	1.375.277
2006	740.908	520.239	186.392	1.447.540
2007	716.396	532.741	173.895	1.423.032
2008	704.801	514.037	149.618	1.368.456
2009	680.836	544.819	156.531	1.382.186

Ποσότητα: τόνοι  
 Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων-  
 Διεύθυνση Αγροτικής Πολιτικής και Τεκμηρίωσης-ΕΛΟΓΑΚ

Το μεγαλύτερο μέρος της πρωτογενούς παραγωγής καλύπτεται από το αγελαδινό γάλα(μέσος όρος συμμετοχής 44%), ακολουθεί το πρόβειο (μέσος όρος συμμετοχής 36%) και τέλος το κατσικίσιο (μέσος όρος συμμετοχής 20%).

### 3.2 Διαφημιστική Δαπάνη Γαλακτοκομικών Προϊόντων

Στον τομέα της διάθεσης των καταναλωτικών προϊόντων, ιδιαίτερα δε των ειδών διατροφής, μεγάλη είναι η συμβολή της διαφήμισης. Η διαφήμιση χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις με σκοπό την προβολή των νέων και υαρχόντων προϊόντων και την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητάς τους. Η αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από την καταβολή υψηλών δαπανών για διαφήμιση, από πλευράς κυρίως των μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών. Στον πίνακα που ακολουθεί(Πίνακας 3.3) εμφανίζεται η διαχρονική εξέλιξη των συνολικών διαφημιστικών δαπανών για την πενταετία 2005-2009, καθώς και η ποσοστιαία κατανομή τους στα μέσα μαζικής επικοινωνίας.

**Πίνακας 3.3 Διαφημιστική δαπάνη ανά μέσο ενημέρωσης (2005-2009)**

Μέσο	2005		2006		2007		2008		2009	
	Αξία	%	Αξία	%	Αξία	%	Αξία	%	Αξία	%
Τηλεόραση	41.277.833	77,3	33.815.729	84,2	34.441.869	82,3	28.314.399	84,8	19.494.353	76,7
Περιοδικά	4.026.919	7,5	3.756.162	9,4	4.394.406	10,5	3.175.744	9,5	3.108.923	12,2
Εφημερίδες	7.017.318	13,1	2.270.234	5,7	1.951.376	4,7	1.015.291	3,0	1.815.419	7,1
Ραδιόφωνο	1.103.594	2,1	302.518	0,8	1.041.746	2,5	880.808	2,6	1.008.745	4,0
<b>Σύνολο</b>	<b>53.425.664</b>	<b>100,0</b>	<b>40.144.643</b>	<b>100,0</b>	<b>41.829.397</b>	<b>100,0</b>	<b>33.386.243</b>	<b>100,0</b>	<b>25.427.440</b>	<b>100,0</b>
<i>Ποσά σε €</i>										

*Πηγή: Media Services AE*

Επίσης, στον επόμενο πίνακα(Πίνακας 3.4) παρουσιάζονται τα μεγέθη της διαφημιστικής δαπάνης ανά ευρύτερη κατηγορία γαλακτοκομικών προϊόντων και διαφημιστικό μέσο(τηλεόραση, περιοδικά, εφημερίδες, ραδιόφωνο) το διάστημα 2005-2009. Η διαφημιστική δαπάνη για γαλακτοκομικά προϊόντα συνολικά ακολούθησε φθίνουσα τάση την περίοδο 2005-2009, διαμορφούμενη σε €25,4εκ το 2009 (μείωση κατά 23,8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος).

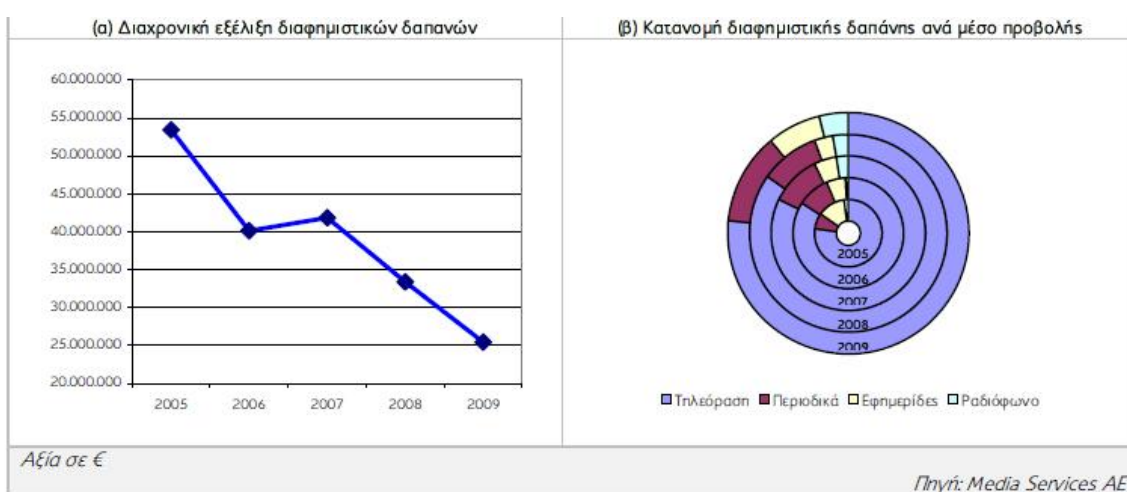


**Πίνακας 3.4 Διαφημιστική δαπάνη του κλάδου ανά κατηγορία προϊόντων (2005-2009)**

Προϊόν	Έτος	Τηλεόραση	Εφημερίδες	Περιοδικά	Ραδιόφωνο	Αξία	Ποσοστά
Γάλα Εβαπορέ	2005	4.019.252	486.333	76.183	13.634	4.595.402	8,60%
	2006	990.911	0	142.459	0	1.133.370	2,82%
	2007	2.109.187	0	152.750	93.786	2.355.723	5,63%
	2008	1.841.687	162.845	13.608	0	2.018.140	6,04%
	2009	1.867.008	8.505	66.396	0	1.941.908	7,64%
Γάλα Εβαπορέ Light	2005	311.152	0	0	0	311.152	0,58%
	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	3.402	0	3.402	0,01%
	2008	453.015	0	264.335	0	717.350	2,15%
	2009	121.070	0	0	0	121.070	0,48%
Ζαχαρούχο Γάλα	2005	0	0	277.773	0	277.773	0,52%
	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	6.804	0	6.804	0,02%
	2008	0	0	0	0	0	0,00%
	2009	0	0	0	0	0	0,00%
Γάλα Γενικά	2005	1.189.052	252.252	439.674	26.303	1.907.282	3,57%
	2006	921.214	0	284.827	0	1.206.041	3,00%
	2007	971.581	0	55.850	0	1.027.431	2,46%
	2008	0	0	0	0	0	0,00%
	2009	595.227	0	15.593	0	610.820	2,40%
Γάλα Σκόνη	2005	96.253	21.773	103.364	0	221.390	0,41%
	2006	90.430	20.718	240.805	0	351.952	0,88%
	2007	73.769	0	161.958	0	235.727	0,56%
	2008	50.514	0	184.955	0	235.469	0,71%
	2009	0	0	114.307	0	114.307	0,45%
Φρέσκο Γάλα	2005	4.369.386	1.544.072	208.156	349.678	6.471.292	12,11%
	2006	2.550.182	1.128.718	161.788	116.811	3.957.498	9,86%
	2007	1.983.454	1.040.810	19.732	214.598	3.258.593	7,79%
	2008	3.246.167	449.881	77.906	53.696	3.827.650	11,46%
	2009	2.297.330	358.076	43.716	446.029	3.145.152	12,37%
Παστεριωμένο Γάλα	2005	4.679.459	107.731	793.598	8.685	5.589.473	10,46%
	2006	4.594.577	28.384	689.802	32.909	5.345.672	13,32%
	2007	4.441.031	123.774	1.028.107	14.478	5.607.391	13,41%
	2008	4.678.465	171.405	306.838	42.574	5.199.281	15,57%
	2009	2.503.640	267.334	335.426	54.371	3.160.771	12,43%
Γάλα με κακάο	2005	2.962.080	4.052.594	71.748	345.568	7.431.989	13,91%
	2006	1.919.538	638.297	100.926	112.116	2.770.878	6,90%
	2007	1.381.722	89.241	136.497	633.274	2.240.734	5,36%
	2008	1.980.973	14.288	112.912	202.590	2.310.763	6,92%
	2009	1.553.738	10.254	12.565	95.591	1.672.147	6,58%
Συνόγαλα	2005	370	0	215.500	101.236	317.106	0,59%
	2006	656.976	0	141.852	4.544	803.373	2,00%
	2007	291.715	0	0	0	291.715	0,70%
	2008	0	0	0	0	0	0,00%
	2009	0	0	0	0	0	0,00%
Γιαούρι	2005	17.589.824	529.997	922.494	258.490	19.300.805	36,13%
	2006	15.736.174	379.676	769.084	21.634	16.906.569	42,11%
	2007	16.302.823	353.723	1.371.903	19.602	18.048.051	43,15%
	2008	8.038.345	127.291	905.851	336.155	9.407.642	28,18%
	2009	4.826.282	1.171.250	1.135.599	214.634	7.347.766	28,90%
Γιαούρι με Φρούτα	2005	4.248.950	0	9.639	0	4.258.589	7,97%
	2006	4.783.333	61.967	390.504	0	5.235.805	13,04%
	2007	5.090.765	343.828	406.747	45.819	5.887.158	14,07%
	2008	6.116.073	84.251	627.987	245.794	7.074.104	21,19%
	2009	2.481.902	0	421.066	0	2.902.967	11,42%

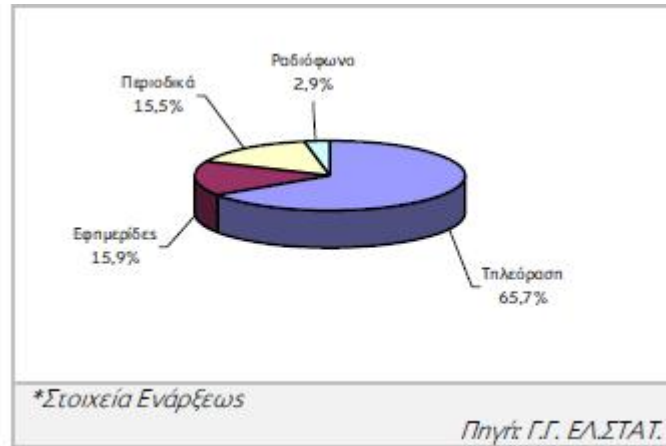
Η τηλεόραση απέσπασε το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής δαπάνης, καθ' όλη την εξεταζόμενη περίοδο, με ποσοστό συμμετοχής μεταξύ του 77,3%-84,8%. Ακολουθούν τα περιοδικά, των οποίων το μερίδιο συμμετοχής κυμάνθηκε μεταξύ του 7,5%-12,2%. Η δαπάνη για την προβολή των γαλακτοκομικών μέσω των εφημερίδων και του ραδιόφωνου κυμάνθηκε σε χαμηλά επίπεδα την εξεταζόμενη περίοδο.

**Διάγραμμα 3.1 Διαφημιστική δαπάνη γαλακτοκομικών προϊόντων στα μέσα μαζικής επικοινωνίας (2005-2009)**



Αναφορικά με τις επιμέρους κατηγορίες, η διαφήμιση για το γιαούρτι(διάγραμμα3.2) απέσπασε το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης γαλακτοκομικών προϊόντων, με μερίδιο συμμετοχής 28,90% το 2009. Ακολούθησε η κρέμα γάλακτος με ποσοστό 12,52%, το παστεριωμένο γάλα με ποσοστό 12,43% και το φρέσκο γάλα με ποσοστό 12,37%.

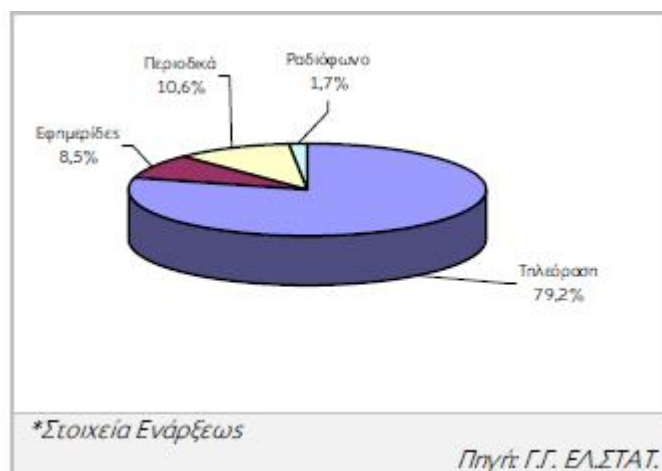
**Διάγραμμα 3.2 Κατανομή διαφημιστικής δαπάνης γιαουρτιού ανά μέσο προβολής (2009)**



Όπως προκύπτει από τα παραπάνω στοιχεία των πινάκων, η διαφημιστική δαπάνη για γιαούρτι παρουσίασε διακυμάνσεις την περίοδο 2005-2009, διαμορφούμενη σε €7,3 εκ. το 2009, μειωμένη σε σχέση με το 2008 (€9,4 εκ.). Το κυριότερο μέσο προβολής ήταν η τηλεόραση και ακολούθως οι εφημερίδες και τα περιοδικά.

Η κρέμα γάλακτος κατέχει τη δεύτερη θέση στη συνολική διαφημιστική δαπάνη γαλακτοκομικών προϊόντων για το 2009. Συνολικά δαπανήθηκαν €3,2 εκ. το 2009 από €1,5 εκ. το 2008. Το μεγαλύτερο ποσοστό των εν λόγω κονδυλίων διατέθηκαν στην τηλεόραση κατά την εξεταζόμενη περίοδο και ακολούθως στα περιοδικά.

**Διάγραμμα 3.3 Κατανομή διαφημιστικής δαπάνης παστεριωμένου γάλακτος ανά μέσο προβολής (2009)**



Για τη διαφήμιση παστεριωμένου γάλακτος δαπανήθηκαν συνολικά €3,2 εκ. το 2009, από €5,2 εκ. το 2008. Το κυριότερο μέσο προβολής τους το 2009 ήταν η τηλεόραση και ακολουθούν τα περιοδικά και οι εφημερίδες. Η δαπάνη για τη διαφήμιση φρέσκου γάλακτος διαμορφώθηκε σε €3,1 εκ. το 2009 από €3,8 εκ. το 2008. Η διαφήμιση του συγκεκριμένου προϊόντος το 2009 πραγματοποιήθηκε κυρίως μέσω της τηλεόρασης και ακολουθούν το ραδιόφωνο και οι εφημερίδες.

Η διαφημιστική δαπάνη για γιαούρτι με φρούτα ανήλθε σε €2,9 εκ. το 2009 έναντι €7,1 εκ. το 2008, κυριότερο δε διαφημιστικό μέσον ήταν η τηλεόραση και ακολούθως τα περιοδικά. Η διαφημιστική δαπάνη για γάλα εβαπορέ διαμορφώθηκε το 2009 σε €1,9 εκ. (από €2,0 εκ. το 2008). Η τηλεόραση απέσπασε το μεγαλύτερο μέρος της διαφημιστικής δαπάνης τόσο το 2008 όσο και το 2009. Η διαφημιστική δαπάνη για γάλα με κακάο διαμορφώθηκε το 2009 σε €1,7 εκ. από €2,3 εκ. το 2008. Η διαφημιστική δαπάνη για νωπό βούτυρο παρουσίασε αύξηση το 2009 σε σχέση με το 2008 και διαμορφώθηκε σε €1,2 εκ. (2008: €1,1 εκ.). Τα κονδύλια που διατέθηκαν για την προβολή γάλακτος εβαπορέ light παρουσίασαν μείωση το 2009 (€121,1 χιλ.) σε σχέση με το 2008 (€717,4 χιλ.). Μείωση παρουσίασαν και τα κονδύλια που διατέθηκαν για την προβολή του γάλακτος σε σκόνη (2009: €114,3 χιλ., 2008: €234,5 χιλ.). Τέλος, για την προβολή της κατηγορίας γάλα γενικά διατέθηκαν το 2009 €610,8 χιλ. σε αντίθεση με το 2008, οπότε οι εταιρείες δεν είχαν προβεί σε διαφημιστικές δαπάνες για αυτή την κατηγορία. Τέλος, σημειώνεται ότι τόσο το 2008 όσο και το 2009 δεν πραγματοποιήθηκε διαφημιστική δαπάνη για το ξινόγαλο και το ζαχαρούχο γάλα, ενώ

σημειώνεται ότι τα τελευταία χρόνια δεν διαφημίστηκε το γάλα μακράς διαρκείας. Επιπρόσθετα, εκτός από τη διαφήμιση των μεμονωμένων εμπορικών σημάτων, καταχωρούνται και κάποιες διαφημιστικές δαπάνες για το σήμα των ίδιων των βιομηχανιών, χωρίς αναφορά σε συγκεκριμένο προϊόν.(ICAP Γαλακτοκομικά2010).

### 3.3 Δίκτυα Διανομής

Το μέγεθος και ο βαθμός οργάνωσης των παραγωγικών μονάδων επηρεάζει και τον τρόπο διανομής των προϊόντων τους. Συγκεκριμένα, οι μεγάλες επιχειρήσεις παραγωγής και εισαγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, διακινούν τα συγκεκριμένα προϊόντα κυρίως μέσω ιδίου δικτύου διανομής και, εν μέρει, μέσω αντιπροσώπων και χονδρεμπόρων. Το δίκτυο των μεγάλων επιχειρήσεων καλύπτει συνήθως ολόκληρο σχεδόν τον ελλαδικό χώρο, ενώ οι τοπικοί αντιπρόσωποι-εταιρείες διανομής εξυπηρετούν ορισμένες περιοχές, οι οποίες είναι γεωγραφικά απομακρυσμένες από τα κέντρα διανομής και τις αποθήκες των εν λόγω εταιρειών.

Οι μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεις συνεργάζονται με δίκτυα αντιπροσώπων, μεσαζόντων και χονδρεμπόρων, ενώ αρκετές εξ αυτών διαθέτουν τα προϊόντα τους απευθείας στα καταστήματά τους ή στην τοπική αγορά. Τα εξεταζόμενα προϊόντα διατίθενται σε σουπερμάρκετ και σε μικρά σημεία πώλησης, ενώ προϊόντα διατίθενται και για επαγγελματική χρήση σε εξειδικευμένα καταστήματα και σε χώρους μαζικής εστίασης.

Ειδικότερα:

- Κανάλι CTN: Το κανάλι αυτό αφορά, τα μικρά σημεία πώλησης (περίπτερα, ψλικάτζιδικα, γαλακτοπωλεία, φούρνοι, πρατήρια βενζίνης κλπ.) τα οποία αποσπών σημαντικό μέρος των συνολικών πωλήσεων γαλακτοκομικών, καθώς καλύπτουν την «αυθόρμητη» επιθυμία του καταναλωτή για προϊόντα γάλακτος.
- Κανάλι FOOD: Στο συγκεκριμένο κανάλι περιλαμβάνονται τα σουπερμάρκετ. Τις δύο τελευταίες δεκαετίες, υπήρξε εντυπωσιακή ανάπτυξη των αλυσίδων σουπερμάρκετ τόσο όσον αφορά τη γεωγραφική επέκταση των δικτύων καταστημάτων, όσο και τη διεύρυνση της ποικιλίας των διαθέσιμων προϊόντων και των παρεχομένων υπηρεσιών.

- **Επαγγελματικό:** Το συγκεκριμένο κανάλι διανομής περιλαμβάνει την τροφοδοσία χώρων μαζικής εστίασης (εστιατόρια, ταβέρνες, ξενοδοχεία, ζαχαροπλαστεία), καθώς και μονάδων catering. Το μέγεθος των πωλήσεων γαλακτοκομικών προϊόντων που πραγματοποιείται μέσω των συγκεκριμένων σημείων δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί, καθώς οι ποσότητες που διακινούνται δεν καταμετρώνται συστηματικά.

### **3.4 Όροι Εμπορίου**

Ο συνεχώς αυξανόμενος ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών, κυρίως μεγάλου μεγέθους, οδηγεί τις επιχειρήσεις στην αναζήτηση συνεχώς νέων τρόπων προώθησης των προϊόντων τους, απευθυνόμενοι τόσο προς τους τελικούς καταναλωτές, όσο και προς τους λιανέμπορους. Προωθητικά μέσα είναι οι διάφορες εκπτώσεις, πιστώσεις και επιπλέον παροχές. Ειδικότερα, οι παροχές των εταιρειών προς τους μεγάλους λιανέμπορους (όπως είναι τα σουπερμάρκετ, τα οποία τα τελευταία χρόνια έχουν αποκτήσει ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη) έχουν αυξηθεί, προκειμένου η καθεμία από αυτές να εξασφαλίσει καλύτερη θέση για τα προϊόντα της στα ψυγεία των καταστημάτων σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

Οι πιστώσεις και οι εκπτώσεις που παρέχονται διαφοροποιούνται ανάλογα με τη συμφωνία που υπογράφεται μεταξύ των μερών, αλλά και από τον τρόπο πληρωμής. Σύμφωνα με πηγές της αγοράς, οι πιστώσεις φτάνουν μέχρι και τις 120 μέρες, ενώ οι εκπτώσεις φθάνουν ενίοτε και το 20%-30%. Διαφόρων μορφών προσφορές γίνονται επίσης προς τους χονδρεμπόρους και τους καταναλωτές. Οι παροχές προς τους καταναλωτές αφορούν είτε οικονομικές συσκευασίες (μεγαλύτερη ποσότητα στην ίδια τιμή ή ένα συν ένα δώρο), είτε έκπτωση στην τιμή του προϊόντος, είτε άλλα προωθητικά μέσα όπως: προσφορές δώρων (π.χ. είδη σερβιρίσματος, ποτήρια, παιχνίδια-δώρα για τα παιδιά κ.τ.λ.) και συμμετοχές σε διαγωνισμούς για παιδιά και μεγάλους. Συμπερασματικά αναφέρεται ότι, οι επιχειρήσεις του κλάδου επενδύουν σημαντικά ποσά για την προώθηση των πωλήσεων τους και την εξασφάλιση της καλύτερης δυνατής παρουσίας στα σημεία πώλησης, με σκοπό την προσέλκυση και διατήρηση καταναλωτών, αλλά και την απόσπαση μεγαλύτερου μεριδίου στην αγορά.

### **3.5 Παραγωγικές Επιχειρήσεις Γαλακτοκομικών Προϊόντων**

Παρακάτω παρουσιάζονται τα «χαρακτηριστικά» ορισμένες εκ των κυριότερων επιχειρήσεων παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων (παράρτημα πίνακας 3.5). Η επιλογή των εταιρειών έγινε με βάση τις πωλήσεις γαλακτοκομικών, παρουσιάζονται δε επιχειρήσεις που το 2008 είχαν έσοδα (από την παραγωγή και πώληση των εξεταζόμενων προϊόντων) άνω του €1εκ. Ο πίνακας περιλαμβάνει στοιχεία που αφορούν την επωνυμία, τη διεύθυνση της έδρας και των εγκαταστάσεων της κάθε εταιρείας, το μόνιμα απασχολούμενο προσωπικό, τον κύκλο εργασιών, την πλήρη δραστηριότητα και τους τύπους των εξεταζόμενων προϊόντων, τα εμπορικά σήματα και τις συσκευασίες γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και ορισμένα γενικά πληροφοριακά στοιχεία.

Εκτός από τις εταιρείες που αναφέρονται στον πίνακα που ακολουθεί, αρκετά μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων ασχολείται με την παραγωγή ορισμένων κατηγοριών γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι εν λόγω επιχειρήσεις είναι μικρότερου μεγέθους και η παραγωγή τους καλύπτει κυρίως την τοπική αγορά στην οποία εντάσσονται. Επίσης, με την παραγωγή των εξεταζόμενων προϊόντων ασχολούνται και αρκετές συνεταιριστικές ενώσεις, οι οποίες ως επί το πλείστον δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των αγροτικών προϊόντων. Οι περισσότερες εξ αυτών παράγουν κυρίως βούτυρο, γιαούρτι και κρέμα γάλακτος, προμηθεύοντας κυρίως τα μέλη τους.

Τέλος, αρκετές εταιρείες με κύρια δραστηριότητά τους την παραγωγή τυροκομικών προϊόντων δραστηριοποιούνται και στην εξεταζόμενη αγορά, παράγοντας κυρίως βούτυρο, γιαούρτι και κρέμα γάλακτος.

#### **3.5.1 Πωλήσεις Παραγωγικών Επιχειρήσεων**

Ο πίνακας 3.6 παρουσιάζει τις πωλήσεις των κυριότερων επιχειρήσεων παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, για τη χρονική περίοδο 2005-2009, σύμφωνα με τους

δημοσιευμένους ισολογισμούς τους, αλλά και από δηλώσεις των υπευθύνων των εταιρειών.

**Πίνακας 3.6 Πωλήσεις επιχειρήσεων παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων (2005-2009)**

Επωνυμίες	2005	2006	2007	2008	2009
VIVARTIA Α.Β.Ε.Ε. <sup>1</sup>	-	466.458.000	598.089.000	630.232.000	585.835.000
ΦΑΓΕ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.	319.301.000	321.811.000	313.488.000	286.471.000	237.990.000
ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.	176.007.060	176.909.919	180.592.981	185.161.524	183.987.362
ΤΥΡΑΣ Α.Ε.	140.747.473	99.449.022	92.939.381	113.880.755	119.755.609
ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΛΑΡΙΣΗΣ Α.Ε.	56.302.661	88.707.483	88.887.865	107.265.739	113.180.966
ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε. ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΜΙΝΕΡΒΑ Α.Ε. ΕΛΛΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ <sup>2</sup>	97.880.000	99.095.000	106.041.000	110.381.000	102.434.000
76.978.531	81.315.351	79.460.400	84.846.832	Μ.Δ.	
ΑΓΝΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.	35.279.788	41.561.919	53.922.873	62.683.747	66.011.623*
ΚΡΙ-ΚΡΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	23.854.972	26.597.389	32.092.212	38.172.013	38.678.464
ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε.Β.Ε.	20.858.910	22.326.814	21.688.215	27.249.507	30.264.345
<i>ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ Α.Β.Ε.Ε.</i>	<i>22.684.000</i>	<i>24.450.000</i>	<i>26.974.000</i>	<i>27.443.000</i>	<i>28.853.000</i>
ΡΟΔΩΝΗ Α.Ε.	9.072.111	9.318.856	9.963.379	14.120.412	19.564.251
ΝΕΟΓΑΛ Α.Ε.	16.259.793	17.107.610	18.108.034	19.627.304	17.771.873
ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ - ΤΡΙΚΚΗ	Μ.Δ.	Μ.Δ.	14.699.284*	15.975.540*	15.225.907*
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	5.170.655	6.739.089	8.563.444	11.506.199	13.695.500*
ΚΡΙΑΡΑΣ Α.Ε.	9.933.029	11.492.931	12.640.558	10.987.971	8.217.713
ΣΤΑΜΟΥ Α.Β.Ε.Ε. <sup>3</sup>	2.294.645	3.084.916	3.291.666	-	7.886.797
ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΓΕΛΑΔΟΤΡΟΦΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΑΤΡΩΝ ΣΥΝ.Π.Ε.	Μ.Δ.	Μ.Δ.	8.764.649*	Μ.Δ.	7.687.664*
ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤ. ΛΑΜΙΑΣ ΣΥΝ.Π.Ε.	Μ.Δ.	Μ.Δ.	Μ.Δ.	5.539.408*	5.943.790*
ΚΟΡΦΗ Α.Ε.	2.208.187	3.136.618	4.069.135	4.842.281	5.412.825
ΣΕΡΡΑΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.	3.892.397	4.191.382	4.558.147	5.168.799	5.007.495
ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ Α.Ε.	2.156.817	2.743.654	3.477.120	4.339.812	4.156.095
ΜΑΝΔΡΕΚΑΣ Α.Ε.	Μ.Δ.	Μ.Δ.	2.623.454*	2.451.023*	3.981.849*
ΕΛ-ΓΑΛ ΡΗΓΑ Α.Ε. <sup>4</sup>	5.398.649	7.448.939	8.956.815	Μ.Δ.	Μ.Δ.
NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε. <sup>5</sup>	360.486.974	333.905.556	-	-	-
ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. <sup>6</sup>	326.036.175	-	-	-	-
ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε. <sup>7</sup>	78.769.154	-	-	-	-
<b>Σύνολο</b>	<b>1.794.161.050</b>	<b>1.850.410.893</b>	<b>1.693.891.612</b>	<b>1.768.345.866</b>	<b>1.621.542.128</b>

Μ.Δ. Μη Διαθέσιμο  
\* Κατά δήλωση

1) Η εταιρεία δραστηριοποιήθηκε στο κλάδο των γαλακτοκομικών το 2006, μετά από την απορρόφηση της Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ.  
2) Οι διαχειριστικές χρήσεις κάθε έτους αφορούν τη περίοδο από 1/6 του κάθε έτους μέχρι και 31/5 του επόμενου.  
3) Η διαχειριστική χρήση του 2009 αφορά την περίοδο 01.01.2008-31.12.2009.  
4) Σύμφωνα με πηγές της αγοράς η εταιρεία πρόσφατα σταμάτησε τη λειτουργία της.  
5) Τον Αύγουστο του 2006 η εταιρεία μεταβίβασε το εργοστάσιο γαλακτοκομικών της στον όμιλο Vivartia.  
6) Τον Αύγουστο του 2006 η εταιρεία απορροφήθηκε από τον όμιλο Vivartia.  
7) Το 2005 η εταιρεία σταμάτησε να ασχολείται με την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, μεταβιβάζοντας την εν λόγω δραστηριότητα στην εταιρεία Αγνό Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ.

Πηγή: ICAP – Δημοσιευμένοι ισολογισμοί

Διευκρινίζεται ότι, οι παρουσιαζόμενες πωλήσεις προέρχονται από το σύνολο των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων και όχι αποκλειστικά από τα εξεταζόμενα προϊόντα. Ορισμένες από τις εταιρείες ασχολούνται παράλληλα με την παραγωγή άλλων προϊόντων (π.χ. τυροκομικά, παγωτά, χυμούς κλπ). Επισημαίνεται ότι στον πίνακα δεν



αναφέρονται ορισμένες εταιρείες οι οποίες λόγω της νομικής τους μορφής δεν υποχρεούνται σε δημοσίευση οικονομικών στοιχείων (π.χ. ομόρρυθμες, ετερόρρυθμες). Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα , οι συνολικές πωλήσεις των εν λόγω παραγωγικών εταιρειών την περίοδο 2005-2009 παρουσίασαν διακυμάνσεις, ωστόσο η συνολική τάση ήταν φθίνουσα, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής -2,5%. Το 2009 οι πωλήσεις διαμορφώθηκαν στα €1.621,5 εκ., παρουσιάζοντας πτώση 8,3% σε σχέση με το 2008. Εκτιμάται ότι, οι πωλήσεις γαλακτοκομικών προϊόντων από τις αναφερόμενες εταιρείες διαμορφώθηκαν σε €910-920 εκ. περίπου το 2009, καλύπτοντας περίπου το 56% των αντίστοιχων συνολικών τους πωλήσεων .

### **3.6 Εισαγωγικές Επιχειρήσεις Γαλακτοκομικών Προϊόντων**

Στην παρούσα ενότητα ολοκληρώνεται η ανάλυση του τομέα της προσφοράς γαλακτοκομικών προϊόντων με την παρουσίαση ορισμένων εκ των κυριότερων εισαγωγικών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, στον πίνακα 3.7(παράρτημα πίνακας 3.7), παρουσιάζονται με αλφαβητική σειρά επιχειρήσεις που ασχολούνται με την εισαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Η επιλογή των εταιρειών έγινε με βάση τις πωλήσεις των γαλακτοκομικών προϊόντων, παρουσιάζονται δε εταιρείες που το 2008 είχαν έσοδα από τα εξεταζόμενα είδη άνω του €1 εκ. Ο πίνακας περιλαμβάνει στοιχεία που αφορούν την επωνυμία, τη διεύθυνση της έδρας τους, τον αριθμό του απασχολούμενου προσωπικού, τον τελευταίο δημοσιευμένο κύκλο εργασιών, την πλήρη δραστηριότητά τους, τις κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων, τα εμπορικά σήματα ή/και τους οίκους εισαγωγής, καθώς και ορισμένα γενικά πληροφοριακά στοιχεία. Οι περισσότερες εταιρείες που ασχολούνται με την εισαγωγή των εξεταζόμενων προϊόντων δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής, με αποτέλεσμα σε αρκετές από αυτές οι πωλήσεις από γαλακτοκομικά προϊόντα να συμβάλλουν με μικρό ποσοστό στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών τους. Επίσης, ορισμένες εισαγωγικές εταιρείες ασχολούνται παράλληλα και με το εμπόριο γαλακτοκομικών προϊόντων τα οποία προμηθεύονται από την εγχώρια αγορά και τα διανέμουν σε πανελλαδικό ή τοπικό επίπεδο, ανάλογα με το μέγεθός τους και τη δομή του δικτύου διανομής τους. Επισημαίνεται επίσης ότι, με την εισαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων ασχολούνται και ορισμένες παραγωγικές εταιρείες με σκοπό να εμπλουτίσουν την γκάμα των προϊόντων τους. Τα εν λόγω προϊόντα φέρουν συνήθως το εμπορικό σήμα της εταιρείας ή σήμα που αντιπροσωπεύουν.

### 3.6.1 Πωλήσεις Εισαγωγικών Επιχειρήσεων

Ο πίνακας 3.9 παρουσιάζει τις πωλήσεις των επιχειρήσεων εισαγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων που εμφανίζονται στον πίνακα 3.8(παράρτημα πίνακας3.8), για την χρονική περίοδο 2005-2009, σύμφωνα με τους δημοσιευμένους ισολογισμούς τους. Διευκρινίζεται ότι, οι αναφερόμενες πωλήσεις προέρχονται από το σύνολο των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων και όχι αποκλειστικά από τα εξεταζόμενα προϊόντα.

**Πίνακας3.8 Πωλήσεις εισαγωγικών επιχειρήσεων γαλακτοκομικών προϊόν (2005-2009)**

Επωνυμία	2005	2006	2007	2008	2009
FRIESLANDCAMPINA ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	221.349.539	244.060.497	281.006.073	281.387.599	264.498.868
ΟΠΤΙΜΑ Α.Ε.	74.482.056	83.826.899	92.090.653	102.682.301	102.705.640
CAMPINA ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	40.909.154	77.701.980	91.650.079	91.793.012	87.292.672
LEADER Α.Ε.	38.451.553	38.438.464	49.827.938	53.747.376	44.843.814
ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε. <sup>1</sup>	50.726.693	40.247.317	43.934.374	48.128.641	42.732.350
DANONE Α.Ε. <sup>2</sup>	-	16.387.393	18.340.132	25.580.446	28.850.624
ΓΚΑΤΕΝΙΟ Δ. Σ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	12.597.386	12.145.925	13.228.457	13.537.202	15.455.417
ΚΟΥΡΗ Γ. ΑΦΟΙ Α.Ε.&Β.Ε.	11.828.919	12.891.672	14.262.304	15.255.186	13.271.328
<b>Σύνολο</b>	<b>450.345.300</b>	<b>525.700.147</b>	<b>604.340.010</b>	<b>632.111.763</b>	<b>599.650.713</b>

Αξία σε €  
\* Κατά Δίλωση  
1) Η διαχειριστική χρήση του 2005 αφορά την περίοδο 1/10/2004-31/12/2005.  
2. Ιδρύθηκε το 2005. Η διαχειριστική χρήση του 2006 αφορά την περίοδο 19/5/2005-31/12/2006.  
Πηγή: ICAP – Δημοσιευμένοι ισολογισμοί

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα 3.8, οι συνολικές πωλήσεις των εν λόγω εισαγωγικών εταιρειών παρουσίασαν ανοδική πορεία την τετραετία 2005-2008 με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξεως του 12%. Ωστόσο το 2009 οι πωλήσεις των εν λόγω εταιρειών παρουσίασαν πτώση 5,1% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας τα €599,7 εκ.

### 3.7 Τα νέα της αγοράς

Με κινούμενη άμμο μοιάζει τον τελευταίο καιρό η ζώνη γάλακτος, ειδικά στο αγελαδινό, καθώς το γάλα δεν αρκεί για να καλύψει τα παραγωγικά πλάνα της εγχώριας γαλακτοβιομηχανίας αλλά και τη ζήτηση της αγοράς. Την ίδια στιγμή η πιστωτική πολιτική των βιομηχανιών και οι χρηματοοικονομικές ανάγκες των μονάδων υποχρεώνουν πολλούς παραγωγούς σε μετακινήσεις από τη μια γαλακτοβιομηχανία στην άλλη. Είναι ίσως η πρώτη φορά που οι «συμφωνίες κυριών» στον κλάδο έχουν γίνει γράμμα κενό με τα επιτελεία των βιομηχανιών να κινούνται δραστήρια νύχτα – μέρα, είτε για να συγκρατήσουν τους παραγωγούς, είτε για να αναπληρώσουν τις

όποιες απώλειες. Πληροφορίες αναφέρουν ότι μέσα σε αυτό το κλίμα κανείς δεν αισθάνεται ασφαλής, καθώς υπό τις παρούσες συνθήκες στην ευρωπαϊκή αγορά, η καλή πρώτη ύλη είναι το παν για την παραγωγική δραστηριότητα των μονάδων και τη διατήρηση της σχέσης τους με τις αλυσίδες λιανικής πώληση αλλά και απευθείας με τους καταναλωτές.

Η κινητικότητα στη ζώνη γάλακτος ξεκίνησε από τις αρχές του χρόνου, όταν φάνηκαν καθαρά οι πρώτες δυσκολίες κάλυψης των αναγκών της ευρωπαϊκής αγοράς. Όμως, αυτό το οποίο γίνεται τις τελευταίες εβδομάδες δεν έχει προηγούμενο. Οι εμπορικοί διευθυντές και τα επιτελεία της ζώνης γάλακτος των βιομηχανιών έχουν βγει κυριολεκτικά στο κυνήγι, σε μια προσπάθεια να καλυφθούν από πλευράς πρώτης ύλης λόγω της πλειοδοσίας, η οποία γίνεται από τον ανταγωνισμό. Στο στόχαστρο των επιχειρήσεων έχουν μπει βέβαια οι μεγάλες μονάδες παραγωγής γάλακτος, με αρκετούς αγελαδοτρόφους να μην μπορούν να αντισταθούν στον πειρασμό και στα διλήμματα (τιμολογιακά και άλλα) που μπαίνουν από ισχυρά ονόματα της γαλακτοβιομηχανίας. Σταδιακά, η προσπάθεια εξασφάλισης πρώτης ύλης των βιομηχανιών περνάει και σε μικρότερες μονάδες με την προϋπόθεση ότι αυτές μπορούν να εγγυηθούν ομαλή ροή και ποιότητα παραγωγής.

Μέσα σ' αυτό το «πολεμικό» κλίμα δεν θα μπορούσε να πει κανείς πως υπάρχουν κερδισμένες γαλακτοβιομηχανίες, με εξαίρεση τη ΦΑΓΕ που μετά από επιθετική πολιτική το τελευταίο τρίμηνο(10/2011) ανέκτησε σημαντικό αριθμό προμηθευτών. Αντίθετα, σημαντικές απώλειες δείχνουν να έχουν υποστεί ο Κολιός και η Vivartia (στον όμιλο έχει περάσει πλέον η ΜΕΒΓΑΛ). Αφορμή για την αλλαγή «στρατοπέδου» πολλών παραγωγών δείχνει να αποτελεί η πολιτική πληρωμών που εφαρμόζουν οι βιομηχανίες. Πληροφορίες αναφέρουν ότι Κολιός και Vivartia υποχρεώνονται τον τελευταίο καιρό να «μεταθέτουν» κατά κάποιες εβδομάδες το χρόνο εξόφλησης των αγελαδοτρόφων, κίνηση η οποία, σε αυτές τις ασφυκτικές συνθήκες αγοράς, δυσκολεύει ακόμη περισσότερο τη θέση των μονάδων ζωικού κεφαλαίου. Κι αν τα πράγματα αυτή τη στιγμή βρίσκονται σε τεντωμένο σχοινί, το πρόβλημα για τη βιομηχανία θα γίνει ακόμα μεγαλύτερο σε λίγο καιρό που ετοιμάζεται να μπει στη γραμμή παραγωγής του γάλακτος η Friesland. Παράγοντες της αγοράς λένε ότι πολύ σύντομα η μονάδα των Ολλανδών στην Πάτρα, σε μια από τις δυο γραμμές παραγωγής

θα παράγει το γνωστό γάλα ΝΟΥΝΟΥ μακράς διάρκειας, το οποίο θα παρασκευάζεται από εγχώριο φρέσκο αγελαδινό γάλα.

Αναμφίβολα, η κατάσταση αυτή λειτουργεί σε όφελος των αγελαδοτρόφων, με πολλές μονάδες ωστόσο να βρίσκονται στα όρια της οικονομικής ασφυξίας λόγω των ακριβών ζωοτροφών, της μειωμένης παραγωγικότητας, των χαμηλών τιμών (πίνακας 3.9) και της παντελούς αδυναμίας πρόσβασης σε δανεισμό.

Μήνες	2009	2010
Ιανουάριος	0,4081	0,3756
Φεβρουάριος	0,4018	0,3755
Μάρτιος	0,3908	0,3725
Απρίλιος	0,3835	0,3698
Μάιος	0,3784	0,3648
Ιούνιος	0,3765	0,3640
Ιούλιος	0,3731	0,3637
Αύγουστος	0,3702	0,3673
Σεπτέμβριος	0,3711	0,3768
Σύνολο	0,3837	0,3698

Πηγή: ΕΛΟΓΑΚ

Σταθερά πτωτική πορεία σημειώνει ο πληθυσμός των αγελάδων παγκοσμίως, σύμφωνα με ειδικούς επιστήμονες, οι οποίοι επισημαίνουν πως είναι πλέον πιθανόν σύντομα να παρουσιαστεί ακόμα και έλλειψη γαλακτοκομικών προϊόντων. Σύμφωνα με τα στοιχεία, σήμερα αντιστοιχούν 30,7 εκατ. Αγελάδες σε 1 δις. Ανθρώπων. Μέχρι και το 2011 αντιστοιχούσαν 110 εκατ. ζώα ανά ένα δις. ανθρώπους.

Παρόμοια είναι η κατάσταση και στη χώρα μας. Σύμφωνα με τον καθηγητή του τμήματος Κλινικής Παραγωγικών Ζώων της Κτηνιατρικής Σχολής του ΑΠΘ, Κώστα Μόσκο, ο οποίος τονίζει ότι τη δεκαετία του 1970 λειτουργούσαν στην Ελλάδα 150.000 μονάδες αγελαδοτροφίας, ενώ σήμερα φτάνουν μόλις τις 3.500, με 4.072 κωδικούς. Σε φθίνουσα πορεία βρίσκεται και η γονιμότητα των αγελάδων.

## Κεφάλαιο 4: Η Αγορά Γαλακτοκομικών Προϊόντων

### 4.1 Μέγεθος Εγχώριας Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζεται η εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων ανά κατηγορία, σύμφωνα με επεξεργασία στοιχείων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων για παλαιότερα έτη, ενώ για τα έτη 2007-2009 τα μεγέθη, στην πλειοψηφία τους, προέρχονται από καταγραφές του Ελληνικού Οργανισμού Γάλακτος και Κρέατος (ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ.) που έκανε η ICAP(Γαλακτοκομικά2010).

#### 4.1.1 Φρέσκο Παστεριωμένο Γάλα

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 4.1) παρουσιάζεται η εγχώρια παραγωγή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος για την περίοδο 1996-2009. Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι, το εν λόγω μέγεθος εμφάνισε ανοδική τάση την περίοδο 1996-2005 με ετήσιο ρυθμό αύξησης 4,2%. Την επόμενη τετραετία ωστόσο σημειώνεται πτωτική πορεία, με σημαντικότερη τη μείωση το 2007 σε σχέση με το 2006. Το 2009 η συνολική εγχώρια παραγωγή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος διαμορφώθηκε σε 392,8 χιλ. τόνους(πίνακας 4.1).

**Πίνακας 4.1 Εγχώρια παραγωγή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος (1996-2009)**

Ετος	Φρέσκο Παστεριωμένο γάλα	Μεταβολή
1996	350.000	-
1997	374.200	6,91%
1998	385.000	2,89%
1999	395.000	2,60%
2000	405.000	2,53%
2001	410.100	1,26%
2002	456.469	11,31%
2003	493.199	8,05%
2004	505.000	2,39%
2005	508.000	0,59%
2006	490.000	-3,54%
2007	411.234	-16,07%
2008	396.633	-3,55%
2009	392.774	-0,97%

*Ποσότητες σε τόνους  
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ. (2007-2009)*

Με την παραγωγή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος (τυποποιημένου) ασχολείται περιορισμένος αριθμός επιχειρήσεων, μεγάλου (κυρίως) μεγέθους. Το κόστος

συλλογής, μεταφοράς και διανομής της κατηγορίας αυτής είναι υψηλό, ως εκ τούτου οι μικρές μονάδες παραγωγής εξυπηρετούν κυρίως την τοπική αγορά στην οποία εντάσσονται. Η μείωση της παραγόμενης ποσότητας που παρατηρείται τα τελευταία έτη, συνδέεται με την παράλληλη αύξηση της παραγωγής του γάλακτος υψηλής παστερίωσης (με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 28% την τελευταία τετραετία), το οποίο, λόγω της μεγαλύτερης διάρκειας ζωής του, αποδεικνύεται ευκολότερο στην διανομή, αποθήκευση και διαχείριση (μερική υποκατάσταση του φρέσκου παστεριωμένου). Κάποιες από τις μεγάλες παραγωγικές εταιρείες στην προσπάθειά τους να μειώσουν το κόστος μεταφοράς και ταυτόχρονα να ενισχύσουν την παρουσία τους και σε άλλες τοπικές αγορές, εξαγόρασαν παραγωγικές μονάδες ή/και ίδρυσαν σταθμούς συγκέντρωσης γάλακτος σε περιοχές που βρίσκονται μακριά από τις κεντρικές εγκαταστάσεις τους. Όσον αφορά τη συμμετοχή των εταιρειών στα μεγέθη παραγωγής, ουσιαστικά τα μερίδια παραγωγής ταυτίζονται με τα μερίδια αγοράς.

#### **4.1.2 Γάλα Υψηλής Παστερίωσης**

Τα γάλα υψηλής παστερίωσης αποτελεί τη «συνέχεια» του φρέσκου γάλακτος, καθώς η επεξεργασία του επιτρέπει τη διατήρησή του στο ψυγείο για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα (21-40 ημέρες και 4 ημέρες μετά το άνοιγμα). Η παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος ξεκίνησε το 1997 από την εταιρεία Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ, ενώ από τα μέσα του 2002 με την παραγωγή του εν λόγω προϊόντος ασχολείται και η Vivartia ABEE (πρώην Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ).

Την τελευταία τριετία η συγκεκριμένη κατηγορία εξακολουθεί να αναπτύσσεται δυναμικά, ενώ σταδιακά περισσότερες εταιρείες υποκαθιστούν μέρος της παραγωγής του φρέσκου παστεριωμένου με αυτή την κατηγορία γάλακτος. Η εγχώρια παραγωγή της κατηγορίας αυτής εκτιμάται ότι ανήλθε σε επίπεδα της τάξεως των 126.000 τόνων το 2009(πίνακας 4.2).

**Πίνακας 4.2 Εγχώρια παραγωγή γάλακτος υψηλής παστερίωσης (2006-2009)**

Έτος	Υψηλής Παστερίωσης
2006	60.000
2007	99.710
2008	116.335
2009	126.004

*Ποσότητα σε τόνους*  
*Πηγή: Εκτιμήσεις αγοράς – ICAP Group, ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ. (2007-2009)*

Σημαντικότερες παραγωγικές εταιρείες γάλακτος υψηλής παστερίωσης για το 2009 ήταν οι εταιρείες Vivartia ΑΕ και Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος Α.Ε., ενώ ακολουθεί η εταιρεία Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης Α.Ε. Σημαντικές ποσότητες εκτιμάται ότι παρήγαγαν επίσης και οι Μεβγάλ Α.Ε.<sup>14</sup> και Αγνό Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε.

#### **4.1.3 Γάλα Μακράς Διαρκείας**

Το γάλα μακράς διαρκείας διατηρείται εκτός ψυγείου για μεγάλο χρονικό διάστημα. Το μέγεθος παραγωγής της συγκεκριμένης κατηγορίας γάλακτος χαρακτηρίζεται, από φθίνουσα τάση και διαμορφώθηκε σε 2.400 τόνους το 2009(πίνακας 4.3).

**Πίνακας 4.3 Εγχώρια παραγωγή γάλακτος μακράς διαρκείας (1996-2009)**

Έτος	Ποσότητα
1996	7.200
1997	7.000
1998	6.440
1999	6.300
2000	6.500
2001	6.400
2002	6.250
2003	6.000
2004	5.500
2005	5.000
2006	4.500
2007	2.097
2008	2.500
2009	2.400

*Ποσότητα σε τόνους*  
*Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ. (2007), Εκτιμήσεις αγοράς – ICAP Group (2008-2009)*

<sup>14</sup> Η Μεβγαλ Α.Ε. εξαγοράστηκε από τη Vivartia Α.Β.Ε.Ε.

Οι σημαντικότερες παραγωγικές εταιρείες, μεταξύ άλλων, στην Ελλάδα γάλακτος μακράς διαρκείας είναι η Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ, η Ροδόπη ΑΕ και η Αγνό Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ.

#### 4.1.4 Συμπυκνωμένο Γάλα

Το συνολικό μέγεθος της ελληνικής παραγωγής συμπυκνωμένου γάλακτος παρουσίασε, σε γενικές γραμμές, φθίνουσα τάση την περίοδο 1996-2009 και μειώθηκε σε 22.570 τόνους το 2009 (από 35.200 τόνους το 1996). Η συγκεκριμένη ποσότητα ήταν συγκεντρωμένη κυρίως στην εταιρεία Nestle Ελλάς ΑΕ, η οποία παρήγαγε ποικιλία προϊόντων συμπυκνωμένου γάλακτος, μέχρι την εξαγορά του σχετικού εργοστασίου και του κυριότερου εμπορικού σήματος από την Vivartia ABEE, τον Αύγουστο του 2006. Η εταιρεία Vivartia ABEE κάλυψε το σύνολο σχεδόν της παραγώμενης ποσότητας συμπυκνωμένου γάλακτος, για το 2009 (πίνακας 4.4) .

**Πίνακας 4.4 Εγχώρια παραγωγή συμπυκνωμένου γάλακτος (1996-2009)**

Έτος	Φρέσκο Παστεριωμένο γάλα
1996	35.200
1997	33.800
1998	31.900
1999	35.500
2000	35.100
2001	28.700
2002	30.937
2003	30.076
2004	29.000
2005	30.100
2006	28.100
2007	17.887
2008	23.467
2009	22.570

*Ποσότητα σε τόνους  
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ. (2007-2009)*

#### 4.1.5 Γιαούρτι

Το γιαούρτι κατέχει εξέχουσα θέση στον ευρύτερο κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων. Επίσης οι αξιόλογες εξαγωγές, συγκριτικά με τα λοιπά γαλακτοκομικά προϊόντα, κατατάσσουν το γιαούρτι στην πρώτη θέση των εξαγωγικών προϊόντων του κλάδου. Το μέγεθος της εγχώριας παραγωγής παρουσίασε διαχρονική αύξηση την περίοδο 1996- 2006 συνολικά, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,2% (πίνακας 4.5).



**Πίνακας 4.5 Εγχώρια παραγωγή βιομηχανικού γιαουρτιού (1996-2009)**

Έτος	Σύνολο
1996	76.000
1997	85.400
1998	94.000
1999	93.500
2000	100.000
2001	101.500
2002	101.041
2003	104.765
2004	110.000
2005	108.000
2006	114.500
2007	103.372
2008	102.289
2009	95.453

*Ποσότητα σε τόνους*  
*Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων του Υπουργείου Αγροτικής*  
*Ανάπτυξης και Τροφίμων, ΕΛΟΓΑΚ (2007-2009)*

Την τελευταία τριετία, ωστόσο, οι παραγόμενες ποσότητες γιαουρτιού μειώθηκαν και διαμορφώθηκαν σε 95.453 το 2009. Βάσει των τελευταίων διαθέσιμων ολοκληρωμένων στοιχείων (2009), το 55,1% της συνολικής εγχώριας παραγωγής γιαουρτιού αφορά την κατηγορία “στραγγιστό” γιαούρτι.

Στη παραγωγή γιαουρτιών κορυφαία θέση καταλαμβάνει η εταιρεία Φάγε Επεξεργασία Γάλακτος ΑΕ. Επίσης, σημαντική θέση κατέχει η εταιρεία Vivartia ABEE η οποία εκτιμάται ότι συγκέντρωσε ποσοστό της τάξεως του 20% επί του συνόλου παραγωγής για το 2009, ενώ Μεβγάλ ΑΕ<sup>15</sup> αντίστοιχο μερίδιο της τάξεως του 11%. Οι εταιρείες Φρήσλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕΒΕ και Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης Α.Ε. εκτιμάται ότι κατέλαβαν μερίδιο της τάξεως του 7% η κάθε μια. αξιόλογη παρουσία μεταξύ άλλων στον κλάδο κατέχουν και οι εταιρείες Αγνό Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ και Κρι Κρι Βιομηχανία Γάλακτος ΑΒΕΕ.

#### **4.1.6 Βούτυρο**

Το βούτυρο (αιγοπρόβειο και αγελαδινό), το οποίο προκύπτει κυρίως ως προϊόν της τυροκόμησης, αποτελεί αντικείμενο δραστηριότητας επιχειρήσεων, η πλειοψηφία των οποίων έχει μικρή παραγωγική δυναμικότητα. Η εγχώρια παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος (από τις βιομηχανικές επιχειρήσεις) παρουσίασε διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου και δεν ξεπέρασε τους 1.200 τόνους το 2009 (πίνακας 4.6).

<sup>15</sup> Η Μεβγάλ Α.Ε. εξαγοράστηκε από τη Vivartia Α.Β.Ε.Ε.

**Πίνακας 4.6 Εγχώρια παραγωγή βουτύρου γάλακτος(1996-2009)**

Έτος	Ποσότητα
1996	1.600
1997	1.600
1998	1.500
1999	1.800
2000	1.500
2001	1.500
2002	1.470
2003	1.463
2004	1.550
2005	1.600
2006	1.700
2007	1.456
2008	1.200
2009	1.200

*Ποσότητα σε τόνους*  
*Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων του Υπουργείου Αγροτικής*  
*Ανάπτυξης και Τροφίμων, ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ. (2007-2009)*

Σημαντικές παραγωγικές μονάδες του κλάδου στο συγκεκριμένο προϊόν θεωρούνται οι εταιρείες Μινέρβα ΑΕ Ελαιουργικές Επιχειρήσεις (μερίδιο ~60%), Ήπειρος ΑΕΒΕ (μερίδιο ~15%), Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης ΑΕ (μερίδιο ~9%), Νεογάλ ΑΕ (μερίδιο ~4%) κ.ά.

#### **4.1.7 Κρέμα Γάλακτος**

Η κρέμα γάλακτος αποτελεί κυρίως προϊόν της τυροκόμισης, γεγονός που δικαιολογεί τον μεγάλο αριθμό των επιχειρήσεων που ασχολούνται με την παραγωγή του. Σημαντικό μέρος της εγχώριας παραγωγής είναι συγκεντρωμένο σε μικρομεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις και γεωργικές εκμεταλλεύσεις. Το μέγεθος της εγχώριας παραγωγής παρουσίασε διακυμάνσεις το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα (πίνακας 4.7) και διαμορφώθηκε σε επίπεδα της τάξης των 8.500 τόνων την τελευταία τριετία. Από το έτος 1999 και έπειτα η παραγωγή του εν λόγω προϊόντος ήταν σε γενικές γραμμές φθίνουσα(πίνακας 4.7). Το συγκεκριμένο προϊόν, όπως και το βούτυρο, χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για επαγγελματική χρήση.

**Πίνακας 4.7 Εγχώρια παραγωγή κρέμας γάλακτος(1996-2009)**

Έτος	Ποσότητα
1996	10.700
1997	8.800
1998	10.000
1999	11.000
2000	9.500
2001	9.000
2002	8.526
2003	9.302
2004	9.200
2005	8.900
2006	9.000
2007	8.600
2008	8.400
2009	8.500

*Ποσότητα σε τόνους*  
*Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων του Υπουργείου Αγροτικής*  
*Ανάπτυξης και Τροφίμων, ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ. (2007-2009),*  
*εκτιμήσεις αγοράς – ICAP Group (2008-2009)*

Σημαντικές ποσότητες κρέμας γάλακτος παράγει η εταιρεία Vivartia, ΑΕ η οποία συγκέντρωσε μερίδιο της τάξεως του 27%, ενώ ακολουθούν οι εταιρείες Φάγε Επεξεργασία Γάλακτος ΑΕ, Μεβγάλ ΑΕ<sup>16</sup> (μερίδιο ~25%) και Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης ΑΕ (μερίδιο ~7%).

#### **4.1.8 Ξινόγαλο**

Το ξινόγαλο συγκαταλέγεται στα ποτά με βάση το γάλα, καθώς προέρχεται από ζύμωση η οποία του επιτρέπει να έχει κάποια χαρακτηριστικά του φρέσκου γάλακτος και του γιαουρτιού. Συγκεκριμένα, έχει χαμηλότερα λιπαρά συγκριτικά με το πλήρες γάλα ή το γιαούρτι, η διάρκεια ζωής του είναι μεγαλύτερη από το φρέσκο γάλα και υπάρχει η δυνατότητα προσθήκης χυμών φρούτων. Η παραγωγή αυτής της κατηγορίας προϊόντων χαρακτηρίστηκε από ανοδική τάση κατά την εξεταζόμενη περίοδο. Ωστόσο, το 2009 η παραγωγή ξινόγαλου μειώθηκε κατά 14,7% σε σχέση με το 2008. Το συγκεκριμένο προϊόν παράγεται από αρκετές βιομηχανικές μονάδες, μεταξύ των οποίων ξεχωρίζουν οι εξής εταιρείες: Μεβγάλ ΑΕ<sup>17</sup> με εκτιμώμενο μερίδιο 36,5%, Εβροφάρμα με μερίδιο της τάξεως του 21%, Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης ΑΕ με μερίδιο ~8% και η Φάρμα Κουκάκη ΑΕ με μερίδιο επίσης ~8%(πίνακας 4.8).

<sup>16</sup> Η Μεβγάλ Α.Ε. εξαγοράστηκε από τη Vivartia Α.Β.Ε.Ε.

<sup>17</sup> Η Μεβγάλ Α.Ε. εξαγοράστηκε από τη Vivartia Α.Β.Ε.Ε.

**Πίνακας 4.8 Εγχώρια παραγωγή ξινόγαλου(1996-2009)**

Έτος	Ποσότητα
1996	5.614
1997	5.865
1998	5.300
1999	5.500
2000	5.700
2001	5.900
2002	4.618
2003	6.151
2004*	6.300
2005*	6.500
2006*	6.800
2007	8.079
2008	7.679
2009	6.549

*Ποσότητα σε τόνους  
\*εκτίμηση  
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων του Υπουργείου Αγροτικής  
Ανάπτυξης και Τροφίμων, ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ. (2007-2009),  
εκτιμήσεις αγοράς – Icar*

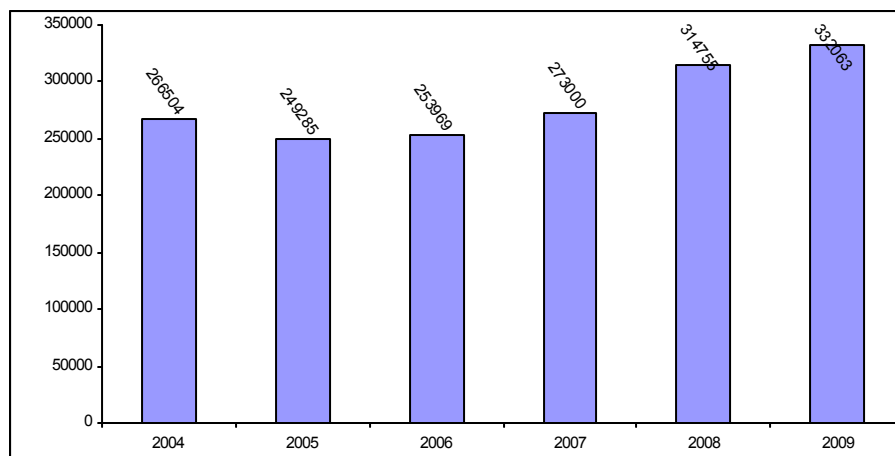
## 4.2 Εξωτερικό Εμπόριο Γαλακτοκομικών Προϊόντων

Με βάση τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΛ.ΣΤΑΤ.) και την ανάλυση της ICAP αναλύεται παρακάτω η εξέλιξη των εισαγωγών και εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων, ανά κατηγορία, κατά το χρονικό διάστημα 2004-2008.

### 4.2.1 Εξέλιξη των Εισαγωγών – Κυριότερες Χώρες Προέλευσης

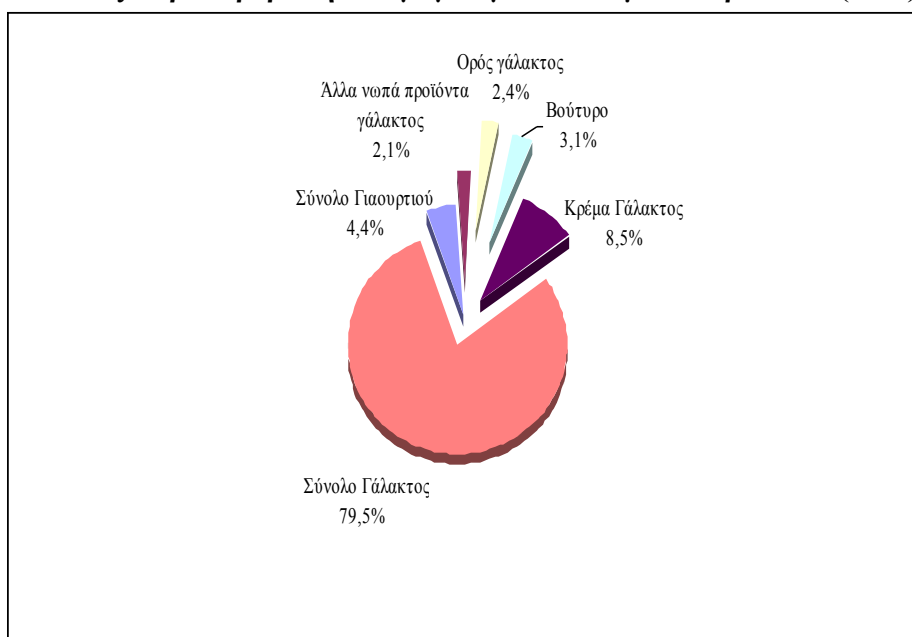
Στο διάγραμμα 4.1(α,β) παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη των εισαγόμενων ποσοτήτων γαλακτοκομικών προϊόντων ανά βασική κατηγορία, τη χρονική περίοδο 2004-2009. Η ανάλυση των εισαγωγών σε επί μέρους κατηγορίες προϊόντος παρατίθενται στον πίνακα 4.9 του κεφαλαίου. Οι συνολικές ποσότητες εισαγωγών εμφάνισαν ανοδική τάση την εξεταζόμενη περίοδο, παρουσιάζοντας σωρευτική άνοδο 24,6%. Το 2009 οι εισαγωγές παρουσίασαν ετήσια αύξηση 5,5%.

**Πίνακας 4.1α Διαχρονική εξέλιξη των εισαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων(2004-2009)**



ΠΗΓΗ : ΕΛΣΤΑΤ

**Πίνακας 4.1β Διάρθρωση εισαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων(2009)**



ΠΗΓΗ : ΕΛΣΤΑΤ

**Πίνακας 4.9 Εισαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων ανά κατηγορία(2004-2009)**

Κατηγορία Προϊόντος	2004*	2005*	2006*	2007*	2008*	2009*
Σύνολο γάλακτος	227.403	208.229	212.535	222.121	260.638	263.902
Κρέμα γάλακτος (UHT)	9.891	9.089	8.591	16.762	15.417	28.099
Σύνολο γιαουρτιού	7.499	8.087	8.801	11.217	13.411	14.565
Άλλα νωπά προϊόντα γάλακτος	5.079	5.589	6.126	5.762	6.545	7.116
Ορός γάλακτος & άλλα προϊόντα	8.334	7.870	7.900	7.933	8.463	7.952
Σύνολο βούτυρο	8.298	10.421	10.016	9.205	10.280	10.429
Γενικό Σύνολο	266.504	249.285	253.969	273.000	314.755	332.063
<i>* Προσωρινά στοιχεία Ποσότητα: τόνοι</i>						
<i>Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.</i>						

Όσον αφορά τις επιμέρους κατηγορίες προϊόντων σημειώνεται ότι, οι συνολικές εισαγωγές γάλακτος διαφόρων τύπων κάλυψαν το 79,5% των συνολικών ποσοτήτων γαλακτοκομικών που εισήχθησαν στη χώρα μας το 2009. Από το σύνολο αυτό, το μεγαλύτερο μέρος αφορά το γάλα μακράς διάρκειας το οποίο συμμετέχει με ποσοστό 54,7%, σύμφωνα με τον πίνακα 4.10. Ακολουθεί το γάλα εβαπορέ χωρίς ζάχαρη με ποσοστό 36,8% το 2009. Οι εισαγόμενες ποσότητες κρέμας γάλακτος κατέλαβαν το 8,5% των συνολικών εισαγωγών το 2009, σημειώνοντας αξιοσημείωτη αύξηση (82,3%) σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι εισαγωγές βουτύρου απέσπασαν το 3,1% των συνολικών εισαγωγών το έτος 2009 και διαμορφώθηκαν σε 10.429 τόνους. Τα λοιπά νωπά προϊόντα γάλακτος απέσπασαν ποσοστό συμμετοχής επί των συνολικών εισαγωγών 2,1% το 2009. Οι ποσότητες ορού γάλακτος και λοιπών προϊόντων με βάση το γάλα κατέλαβαν το 2,4% των συνολικών εισαγωγών το 2009, διαμορφούμενες σε 7.952 τόνους. Οι εισαγωγές σε γιαούρτι παραμένουν χαμηλές (συγκριτικά με την εγχώρια παραγωγή), καλύπτοντας το 4,4% επί των συνολικών εισαγωγών το 2009, ωστόσο παρατηρείται αυξητική τάση σε όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου (2004: 7.499 τόνοι, 2009: 14.565 τόνοι). Επί της συνολικής εισαγόμενης ποσότητας γιαουρτιού το 2009, το μεγαλύτερο μέρος (54,5%) αφορά το λευκό γιαούρτι.

Όσον αφορά τις χώρες προέλευσης των γαλακτοκομικών προϊόντων (πίνακας 4.10) η Γερμανία, η Ολλανδία και η Γαλλία αποτελούν τους κυριότερους προμηθευτές μας σε γαλακτοκομικά προϊόντα, καθώς καλύπτουν ποσοστό μεγαλύτερο του 80% επί των συνολικών εισαγωγών τη διετία 2008-2009.

#### Πίνακας 4.10 Κυριότερες χώρες προέλευσης γαλακτοκομικών προϊόντων

Χώρα Προέλευσης	2007*		2008*		2009*	
	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
Γερμανία	160.776.010	149.912	163.282.347	190.201	128.574.200	176.926
Ολλανδία	67.891.694	44.800	73.748.844	49.636	79.876.388	80.043
Γαλλία	33.941.053	25.469	26.623.183	19.680	20.772.717	14.374
Βέλγιο	19.796.615	7.181	22.579.482	8.848	21.152.714	9.916
Ισπανία	14.383.598	11.464	11.929.507	7.342	11.451.746	8.885
Αυστρία	4.778.778	8.143	7.290.186	9.661	6.113.776	8.348
Ιταλία	8.886.698	8.304	7.649.667	5.198	10.492.033	8.284
Ρουμανία	3.350.357	2.657	7.663.095	6.896	6.093.807	6.656
Βουλγαρία	3.625.079	3.784	6.962.860	5.631	7.025.856	5.430
Δανία	15.165.392	4.864	14.443.712	3.892	13.895.250	5.022
Πολωνία	3.417.988	1.643	4.720.192	2.643	2.963.047	1.896
Μεγάλη Βρετανία	1.813.660	812	822.484	487	2.437.659	1.192
Ιρλανδία	4.408.852	1.945	3.362.839	1.832	1.519.055	1.030
Ουγγαρία	22.200	4	169.307	233	499.052	1.025
Σουηδία	1.279.052	397	1.565.915	568	1.578.299	906
Πορτογαλία	347.337	286	301.607	554	516.360	829
Τσεχία	1.120.811	404	949.684	379	586.925	368
Λιθουανία	532.675	150	133.969	113	502.773	366
Κύπρος	193.314	53	455.530	105	768.446	272
Σλοβακία	1.001.379	397	429.411	216	212.079	115
Λοιπές Χώρες	233.708	331	395.222	640	303.248	179
<b>Γενικό Σύνολο</b>	<b>346.966.250</b>	<b>273.000</b>	<b>355.479.043</b>	<b>314.755</b>	<b>317.335.430</b>	<b>332.062</b>

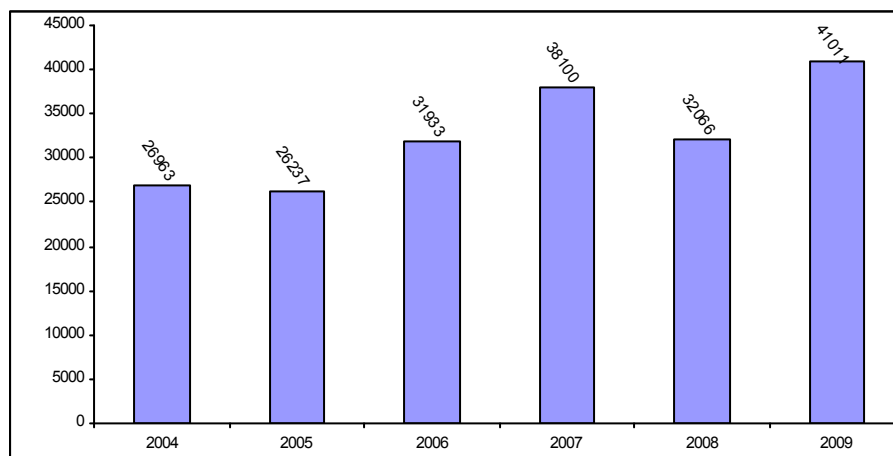
\* Προσωρινά στοιχεία  
Ποσότητα: τόνοι

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

#### 4.2.2 Εξέλιξη των Εξαγωγών – Κυριότερες Χώρες Προορισμού

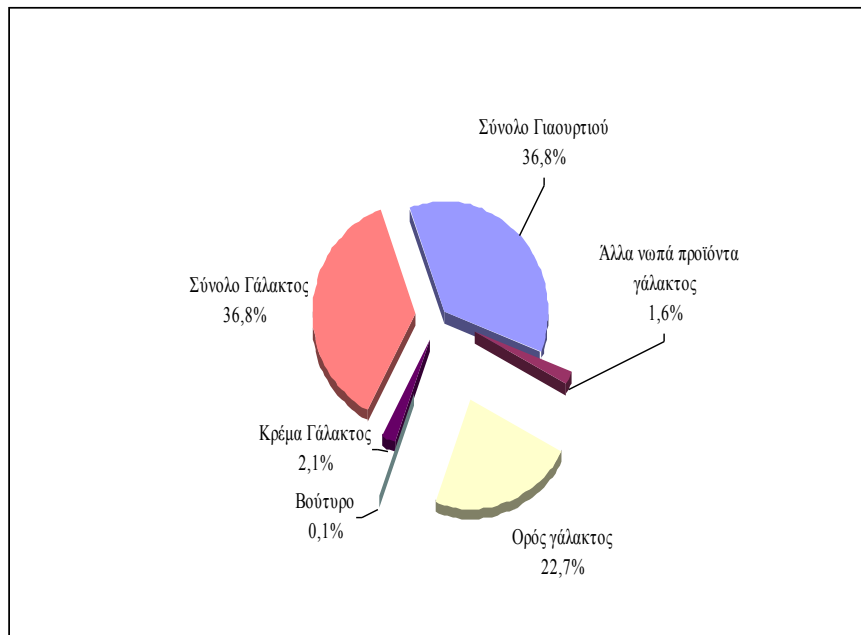
Στο διάγραμμα 4.2(α,β) παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη των εξαγωγών σε ποσότητα γαλακτοκομικών προϊόντων ανά βασική κατηγορία, τη χρονική περίοδο 2004-2009.

Διάγραμμα 4.2 α Διαχρονική εξέλιξη των εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων



ΠΗΓΗ : ΕΛΣΤΑΤ

**Διάγραμμα 4.2 β Διάρθρωση εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων(2009)**



ΠΗΓΗ : ΕΛΣΤΑΤ

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα 4.11, οι εξαγωγές εμφάνισαν, σε γενικές γραμμές, ανοδική πορεία την εξεταζόμενη περίοδο, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 8,8%. Συγκεκριμένα, το 2009 οι εξαγόμενες ποσότητες κορυφώθηκαν και ανήλθαν σε 41.011 τόνους, (αύξηση 27,9% σε σχέση με το 2008).

**Πίνακας 4.11 Εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων ανά κατηγορία(2004-2009)**

Κατηγορία Προϊόντος	2004*	2005*	2006*	2007*	2008*	2009*
Σύνολο γάλακτος	941	3.098	1.827	3.545	2.602	3.144
Κρέμα γάλακτος (UHT)	11	117	495	867	262	1.238
Σύνολο γιαουρτιού	19.230	15.384	21.291	25.160	23.468	22.015
Άλλα νωπά προϊόντα γάλακτος	643	579	824	1.099	404	990
Ορός γάλακτος & άλλα προϊόντα	6.008	6.994	7.449	7.372	5.060	13.565
Σύνολο βούτυρο	130	65	47	56	270	59
<b>Γενικό Σύνολο</b>	<b>26.963</b>	<b>26.237</b>	<b>31.933</b>	<b>38.100</b>	<b>32.066</b>	<b>41.011</b>

\* Προσωρινά στοιχεία  
Ποσότητα: τόνοι

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

Το κυριότερο εξαγωγικό μας προϊόν είναι το γιαούρτι, το οποίο απέσπασε μερίδιο 53,7% της συνολικής ποσότητας εξαγωγών το 2009. Ακολουθεί ο «ορός γάλακτος και άλλα προϊόντα» με μερίδιο 33,1% το ίδιο έτος, και η κατηγορία «σύνολο γάλακτος» με αντίστοιχο ποσοστό 7,7%, ενώ πολύ χαμηλά είναι τα μερίδια των άλλων κατηγοριών. Αναλυτικότερα, κατά κατηγορία προϊόντων σημειώνονται τα εξής:

- Ανοδική πορεία εμφάνισαν οι ποσότητες εξαγωγών σε γιαούρτι την περίοδο 2006-2008. Ωστόσο, το 2009 οι εξαγωγές γιαουρτιού, διαμορφώθηκαν σε 22.015 τόνους,



μειωμένες κατά 6,2% έναντι του 2008. Το μεγαλύτερο μέρος (89,7%) αφορά λευκό γιαούρτι (πίνακας 4.12).

**Πίνακας 4.12 Εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων ανά κατηγορία(2004-2009)**

Κατηγορία Προϊόντος	2004*		2005*		2006*		2007*		2008*		2009*	
	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
Γάλα Μαρκας Διαρκείας (UHT)-Ψηλός παστερ ωσις	261.731	477	222.722	292	299.575	409	629.170	1.127	198.321	208	682.607	756
Γάλα Συμπυκνωμένο σε σκόνη ή κοκκούς	30.844	25	4.135.250	2.278	597.008	334	472.045	132	1.107.141	433	1.213.682	702
Γάλα Ξηραρό χωρίς ζάχαρη	470.334	506	2.704.455	231	1.522.311	871	2.973.020	2.152	3.265.657	1.837	3.181.076	1.588
Γάλα Ξηραρό ζαχαρούχο	240.475	133	485.405	297	279.891	213	255.024	134	354.055	124	331.957	98
<b>Σύνολο Γάλακτος</b>	<b>1.003.384</b>	<b>941</b>	<b>7.547.833</b>	<b>3.098</b>	<b>2.698.785</b>	<b>1.827</b>	<b>4.345.259</b>	<b>3.545</b>	<b>4.925.174</b>	<b>2.602</b>	<b>5.409.322</b>	<b>3.144</b>
Κρέμα Γάλακτος (UHT)	14.022	11	334.635	117	569.987	495	1.142.240	867	389.995	262	808.439	1.238
Γιαούρτι Λευκό	36.061.650	17.077	33.698.468	14.316	44.032.022	20.282	55.651.953	23.785	47.150.502	21.507	37.944.824	19.741
Γιαούρτι με Άρωμα ή Φρούτα	3.380.175	2.152	2.941.046	1.068	2.929.651	1.009	3.759.724	1.375	3.974.599	1.961	5.141.459	2.274
<b>Σύνολο Γιαουρτιού</b>	<b>39.441.835</b>	<b>19.230</b>	<b>36.639.514</b>	<b>15.384</b>	<b>46.961.673</b>	<b>21.291</b>	<b>59.411.677</b>	<b>25.160</b>	<b>51.125.101</b>	<b>23.468</b>	<b>43.086.283</b>	<b>22.015</b>
Βουτυρόγαλα, Ξηνόγαλα, πηχμένο γάλα και κρέμα και άλλα κηπά προϊόντα γάλακτος, που έχουν υποστεί ζύμωση και με επιδόρπια με ή χωρίς πρόσθετα	1.862.252	643	1.451.458	579	2.568.677	824	2.185.099	1.099	738.602	404	1.968.320	990
<b>Άλλα Κηπά Προϊόντα Γάλακτος</b>	<b>1.862.252</b>	<b>643</b>	<b>1.451.458</b>	<b>579</b>	<b>2.568.677</b>	<b>824</b>	<b>2.185.099</b>	<b>1.099</b>	<b>738.602</b>	<b>404</b>	<b>1.968.320</b>	<b>990</b>
Ορός Γάλακτος σε σκόνη, συμπη ή με πρόσθετα	1.073.334	1.549	1.652.953	2.659	1.791.789	2.229	3.018.706	2.536	1.942.735	2.585	3.674.811	6.378
Άλλα προϊόντα με βάση το γάλα	156.297	4.459	351.816	4.335	550.811	5.220	1.194.361	4.836	282.077	2.376	954.685	7.187
<b>Ορός Γάλακτος &amp; Άλλα Προϊόντα</b>	<b>1.229.631</b>	<b>6.008</b>	<b>2.004.769</b>	<b>6.994</b>	<b>2.342.600</b>	<b>7.449</b>	<b>4.213.067</b>	<b>7.372</b>	<b>2.224.816</b>	<b>5.060</b>	<b>4.629.496</b>	<b>13.565</b>
Βούτυρο Γάλακτος (λιπ. μέχρι 85%)	345.096	129	145.478	40	119.180	45	59.855	18	479.349	124	93.367	34
Λιπαρές Ύλες για Επάλειψη (λιπ. μέχρι 80%)	-	-	5.037	1	-	-	30.758	3	212.998	87	1.258	0,1
Αρυθρακωμένο Βούτυρο Επ. Χρήσης (λιπ. > 99%)	5.757	1	26.719	24	6.106	2	143.726	35	210.645	59	82.183	25
<b>Σύνολο Βουτύρου</b>	<b>350.853</b>	<b>130</b>	<b>1.772.34</b>	<b>65</b>	<b>125.286</b>	<b>47</b>	<b>234.339</b>	<b>56</b>	<b>902.996</b>	<b>270</b>	<b>176.808</b>	<b>59</b>
<b>Γενικό Σύνολο</b>	<b>43.902.047</b>	<b>25.963</b>	<b>48.155.454</b>	<b>25.237</b>	<b>55.267.008</b>	<b>31.933</b>	<b>71.531.681</b>	<b>38.100</b>	<b>60.306.684</b>	<b>32.065</b>	<b>56.078.668</b>	<b>41.011</b>

\* Προσωρινά στοιχεία  
Ποσότητα: τόνοι  
Αξία: €

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

- Οι συνολικές εξαγωγές γάλακτος εμφάνισαν έντονες αυξομειώσεις κατά την εξεταζόμενη περίοδο, διαμορφούμενες σε 3.144 τόνους το 2009. Το μεγαλύτερο ποσοστό επί του συνόλου της κατηγορίας συγκέντρωσε η κατηγορία “γάλα εβαπορέ χωρίς ζάχαρη”, με μερίδιο 50,5% το 2009. Σημαντική αύξηση σημείωσαν οι εξαγωγές «ορού γάλακτος και άλλων προϊόντων» με βάση το γάλα την εξεταζόμενη περίοδο, φτάνοντας (το 2009) τους 13.565 τόνους.
- Οι ποσότητες εξαγωγής των λοιπών γαλακτοκομικών προϊόντων κυμαίνονται σε χαμηλότερα επίπεδα. Όσον αφορά τις χώρες προορισμού των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων (πίνακας 4.13) παρατηρείται ότι, η Ολλανδία, η Βρετανία, η Βουλγαρία και η Ιταλία αποτέλεσαν τις σημαντικότερες αγορές προορισμού των εγχώριων γαλακτοκομικών το 2009. Το μερίδιό τους επί των

συνολικών εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων το 2009 ήταν της τάξεως του 67%.

**Πίνακας 4.13 Κυριότερες χώρες προορισμού γαλακτοκομικών προϊόντων(2007-2009)**

Χώρα Προορισμού	2007*		2008*		2009*	
	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
Ολλανδία	2.915.715	1.915	3.898.542	3.900	6.097.788	13.425
Μεγάλη Βρετανία	12.742.897	5.100	13.599.989	6.052	10.585.987	5.935
Βουλγαρία	2.846.171	2.754	2.510.112	2.907	4.155.576	4.263
Ιταλία	6.273.835	4.224	7.342.501	3.179	8.500.327	3.748
Δανία	4.479.080	2.887	5.138.748	3.115	4.381.552	2.879
Κύπρος	7.131.957	3.426	5.409.792	2.527	8.088.684	2.821
Γερμανία	5.379.559	4.902	5.471.210	2.691	5.120.381	2.349
Ρουμανία	679.748	548	731.500	571	966.884	1.105
Αυστρία	843.285	374	975.131	403	2.313.858	820
ΛΙΒΥΗ	Μ.Δ.	Μ.Δ.	3.078	0,45	978.261	811
ΗΠΑ	22.462.988	8.467	10.561.538	4.394	583.815	611
Σουηδία	733.697	409	793.948	422	723.206	420
Αλβανία	261.072	168	387.964	254	392.951	397
Γαλλία	1.642.211	1.088	845.013	482	664.811	380
Ισπανία	435.161	198	534.566	223	513.140	255
Βέλγιο	534.915	117	717.474	459	507.086	230
Ελβετία	400.541	117	475.911	135	460.158	135
Τσεχία	58.430	29	126.313	59	245.638	106
Λοιπές Χώρες	1.710.419	1.377	783.354	293	798.565	321
<b>Γενικό Σύνολο</b>	<b>71.531.681</b>	<b>38.100</b>	<b>60.306.684</b>	<b>32.066</b>	<b>56.078.668</b>	<b>41.011</b>
* Προσωρινά στοιχεία Ποσότητα: τόνοι						
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.						

#### 4.3 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Γαλακτοκομικών Προϊόντων

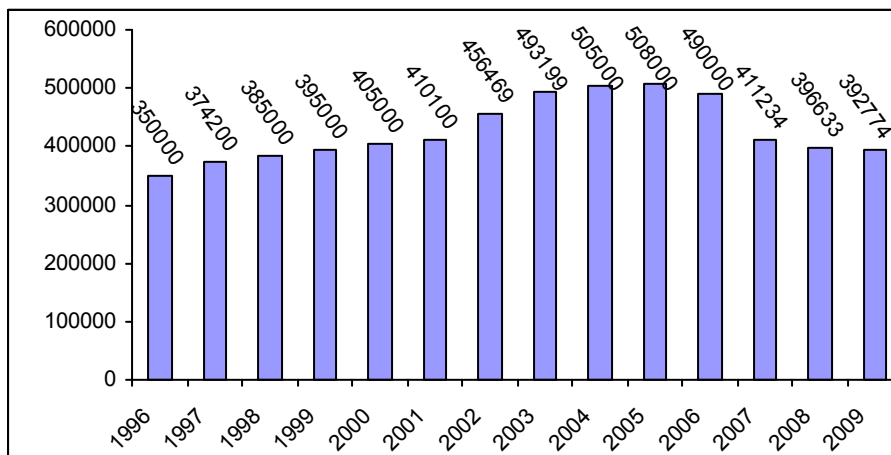
Στην συνέχεια παρουσιάζεται η εξέλιξη της εγχώριας αγοράς προϊόντων γάλακτος ανά κατηγορία, για την χρονική περίοδο 1996-2009.

##### 4.3.1 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Φρέσκου Παστεριωμένου Γάλακτος – Μερίδια αγοράς

Το φρέσκο παστεριωμένο γάλα εξακολουθεί να αποτελεί τη σημαντικότερη κατηγορία γάλακτος, τόσο από άποψη ποσότητας όσο και αξίας. Ο Κώδικας τροφίμων καθορίζει με αυστηρότατες προδιαγραφές τις συνθήκες παραγωγής και μεταφοράς του συγκεκριμένου προϊόντος, ενώ παράλληλα επιβάλλεται η αναγραφή της ημερομηνίας παστερίωσης και λήξης στη συσκευασία του προϊόντος. Η εγχώρια παραγωγή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος καλύπτει το σύνολο των αναγκών της αγοράς για το συγκεκριμένο προϊόν, ενώ δεν πραγματοποιούνται εισαγωγές και εξαγωγές (τα μεγέθη παραγωγής ταυτίζονται ουσιαστικά με εκείνα της φαινομενικής κατανάλωσης). Από το διάγραμμα 4.3 προκύπτει ότι, το μέγεθος της αγοράς φρέσκου παστεριωμένου

γάλακτος εμφάνισε διαχρονική αύξηση την περίοδο 1996-2005 με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,2%. Την επόμενη τετραετία σημειώνεται πτωτική πορεία, με σημαντικότερη τη μείωση (κατά 16,07%) το 2007 σε σχέση με το 2006, ενώ το 2009 εκτιμάται ότι η συνολική εγχώρια αγορά φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος διαμορφώθηκε σε 392.774 τόνους.

**Διάγραμμα 4.3 Διαχρονική εξέλιξη εγχώριας κατανάλωσης φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος (1996-2009)**



Σύμφωνα με εκτιμήσεις της αγοράς, το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών πωλήσεων φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος αφορά τη λιανική /οικιακή κατανάλωση, ενώ η χονδρική πώληση σε επιχειρήσεις εστίασης / catering αποσπά μικρότερο ποσοστό επί των πωλήσεων αυτών.

Η εγχώρια αγορά στο φρέσκο παστεριωμένο γάλα χαρακτηρίζεται από σχετικά υψηλή συγκέντρωση, καθώς μικρός αριθμός επιχειρήσεων καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής κατανάλωσης. Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται και στο πίνακα 4.15, η εταιρεία Vivartia ABEE καλύπτει μερίδιο της τάξεως του 28% το 2009<sup>18</sup> (Το νέο φρέσκο γάλα «ΜΙΚΡΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ» της ΔΕΛΤΑ βραβεύτηκε ως ένα από τα πιο επιτυχημένα λανσαρίσματα του 2011 στο 11ο Συνέδριο Πωλήσεων, που διοργανώθηκε από το περιοδικό Sales Marketing & Business Review κερδίζοντας μέσα στους πρώτους τέσσερις μήνες το 12% των καταναλωτών φρέσκου γάλακτος ανεβάζοντας το μερίδιο αγοράς

<sup>18</sup> [http://www.kathimerini.gr/4dcgi/\\_w\\_articles\\_mel2\\_1\\_13/12/2011\\_1297083](http://www.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_mel2_1_13/12/2011_1297083), εφημερίδα «Το Βήμα» (26-02-2012, ένθετο Ανάπτυξη).

της εν λόγω εταιρείας σε 31%). Ακολουθούν οι Μεβγάλ ΑΕ <sup>19</sup> με μερίδιο που εκτιμάται ότι ήταν της τάξεως του 16%, η Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης Α.Ε. με αντίστοιχο μερίδιο της τάξης του 10% και η εταιρεία Αγνό Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ με μερίδιο παραγωγής που κυμαίνεται μεταξύ του 7,5%-8,5%.

Επισημαίνεται ότι μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2006 στη συγκεκριμένη κατηγορία δραστηριοποιείτο και η Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ, η οποία διέκοψε την παραγωγή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος . Για να εξεταστεί η ένταση του ανταγωνισμού που επικρατεί στον κλάδο, εκτιμήθηκε ο συντελεστής συγκέντρωσης για τις εταιρείες που αναφέρονται στο πίνακα 4.14.

**Πίνακας 4.14 Μερίδια αγοράς εταιρειών στο φρέσκο παστεριωμένο γάλα(2009)**

Επωνυμία εταιρείας	Μερίδιο αγοράς
VIVARTIA A.B.E.E.	~28%
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	~16%
ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΛΑΡΙΣΗΣ Α.Ε.	~10%
ΑΓΝΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ	~8%
ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ ΑΒΕΕ	~4%
ΝΕΟΓΑΛ Α.Ε.	~3%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	~2,6%
ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΑΓΡΟΤ. ΣΥΝΕΤ. ΤΡΙΚΑΛΩΝ - ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	2,0%-2,5%%
ΕΝΩΣΙΣ ΑΓΡΟΤ. ΣΥΝΕΤ. ΒΟΛΟΥ	2,0%-2,5%%
ΣΕΡΡΑΪΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ	~1,5%

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*

Ο συντελεστής συγκέντρωσης για η επιχειρήσεις ή άλλες παραγωγικές μονάδες δίνεται από τον εξής λόγο: όπου ο αριθμητής είναι το άθροισμα των μεγεθών των η μεγαλύτερων μονάδων του κλάδου και ο παρονομαστής το σύνολο του μεγέθους της συγκεκριμένης αγοράς. Με τον τρόπο αυτό προκύπτει ότι, οι προαναφερόμενες εταιρείες κάλυψαν ποσοστό 76%-77% επί της συνολικής εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης φρέσκου γάλακτος, για το 2009, ενώ οι πέντε πρώτες γαλακτοβιομηχανίες κατέχουν το 66%.

#### **4.3.2 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Γάλακτος Υψηλής Παστερίωσης – Μερίδια Αγοράς**

Το γάλα υψηλής παστερίωσης αποτελεί το δυναμικότερα αναπτυσσόμενο τμήμα της αγοράς γάλακτος, καθώς από την πρώτη κυκλοφορία του το 1996 ακολουθεί ανοδική

<sup>19</sup> Η Μεβγαλ Α.Ε εξυγοράστηκε από τη Vivartia A.B.E.E. .

πορεία, με τις εταιρίες του κλάδου να δημιουργούν νέα προϊόντα. Στα τέλη του 1996 η εταιρεία Φρήσλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕΒΕ(εμπορικό σήμα Nounou Family) εισήγαγε το πρώτο γάλα υψηλής παστερίωσης, το 1997 η Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ παρήγαγε γάλα υψηλής παστερίωσης (Φάρμα), ενώ στα μέσα του 2002 στον κλάδο εισήλθε και η Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ με το Mmmilk (λευκό γάλα). Το συγκεκριμένο προϊόν αποτελεί συνέχεια της παραγωγικής διαδικασίας του φρέσκου γάλακτος, ενώ το βασικό του πλεονέκτημα σε σχέση με το φρέσκο γάλα είναι η μεγαλύτερη διάρκεια «ζωής» του. Το γεγονός αυτό το καθιστά ανταγωνιστικό στην αγορά. Επιπλέον, σύμφωνα με πηγές της αγοράς, το συγκεκριμένο προϊόν έχει περισσότερα περιθώρια κερδοφορίας, δεδομένου ότι τα τεχνικά χαρακτηριστικά του επιτρέπουν τον ορθότερο προγραμματισμό των προμηθειών των καταστημάτων, ενώ η όλη διαχείριση των διανομών του είναι λιγότερο κοστοβόρα.

Στον πίνακα 4.15 παρουσιάζεται η διαχρονική πορεία της κατανάλωσης του γάλακτος υψηλής παστερίωσης, για την περίοδο 1996-2009.

**Πίνακας 4.15 Εγχώρια αγορά γάλακτος υψηλής παστερίωσης(1996-2009)**

Έτος	Κατανάλωση
1996	1.200
1997	11.500
1998	26.000
1999	38.800
2000	47.500
2001	55.000
2002	65.000
2003	74.000
2004	85.000
2005	90.000
2006	149.000
2007	196.000
2008	235.200
2009	248.300

*Ποσότητα σε τόνους*  
*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*

Ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης της συγκεκριμένης κατηγορίας κυμάνθηκε σε υψηλά επίπεδα (20,2% την περίοδο 2000-2009). Το 2009 εκτιμάται ότι καταναλώθηκαν στην ελληνική αγορά 248.300τόνοι γάλακτος υψηλής παστερίωσης (2009/08:6%). Επισημαίνεται ότι το μεγαλύτερο μέρος του γάλακτος υψηλής παστερίωσης που διατέθηκε στην αγορά αφορά εισαγόμενες ποσότητες, παρόλη τη δυναμική ανάπτυξη της εγχώριας παραγωγής σε αυτήν την κατηγορία. Το μεγαλύτερο μέρος των

πωλήσεων πραγματοποιείται μέσω των σουπερμάρκετ, ενώ αξιόλογη συμμετοχή στην διαμόρφωση των συνολικών πωλήσεων κατέχουν και τα μικρά σημεία πώλησης.

Η εταιρεία Vivartia ΑΕ συγκέντρωσε μερίδιο της τάξης του 29% επί της συνολικής εγχώριας κατανάλωσης γάλακτος υψηλής παστερίωσης το 2009 και ακολουθούν οι εταιρείες Φρήσλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕΒΕ με αντίστοιχο μερίδιο της τάξης του 26%, η Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ με μερίδιο της τάξης του 25%, η Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης ΑΕ με μερίδιο της τάξεως του 6% και η Μεβγάλ ΑΕ<sup>20</sup> με αντίστοιχο μερίδιο ~3%.

#### 4.3.3 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Γάλακτος Μακράς Διαρκείας – Μερίδια Αγοράς

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η εξέλιξη της εγχώριας κατανάλωσης γάλακτος μακράς διαρκείας, για το χρονικό διάστημα 1994-2009. Επισημαίνεται ότι οι αναφερόμενες εισαγόμενες ποσότητες προέρχονται από την επεξεργασία α) των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν από εταιρείες του κλάδου, β) εκτιμήσεων της αγοράς, και γ) των διαθέσιμων στοιχείων εξωτερικού εμπορίου της ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Όπως είναι φανερό (πίνακας 4.16), η κατανάλωση του γάλακτος μακράς διαρκείας παρουσίασε διακυμάνσεις την εξεταζόμενη περίοδο, διαμορφούμενη το 2009 σε 23.4749 τόνους.

**Πίνακας 4.16 Εγχώρια αγορά γάλακτος μακράς διάρκειας(1996-2009)**

Ετος	Παραγωγή	Εισαγωγές	Εξαγωγές	Φαινομενική Κατανάλωση
1996	7.200	17.950	673	24.477
1997	7.000	18.600	583	25.017
1998	6.440	19.000	600	24.840
1999	6.300	18.500	540	24.260
2000	6.500	17.500	430	23.570
2001	6.400	16.500	180	22.720
2002	6.250	16.500	150	22.600
2003	6.000	15.675	160	21.515
2004	5.500	15.362	180	20.682
2005	5.000	16.053	116	20.937
2006	4.500	15.890	163	20.227
2007	2.097	17.087	451	18.733
2008	2.500	20.990	83	23.407
2009	2.400	21.652	302	23.749

*Ποσότητα σε τόνους*

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*

<sup>20</sup> Η Μεβγάλ Α.Ε εξαγοράστηκε από τη Vivartia Α.Β.Ε.Ε.

Οι εισαγωγές καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας κατανάλωσης, με το βαθμό εισαγωγικής διείσδυσης να διαμορφώνεται σε 91,2% το 2009. Μέρος των εισαγωγών αφορά προϊόντα που παράγονται σε γαλακτοβιομηχανίες του εξωτερικού για λογαριασμό ελληνικών επιχειρήσεων, φέρουν δε τα εμπορικά σήματα των τελευταίων. Σημαντικότερες εταιρείες στη συγκεκριμένη κατηγορία θεωρούνται, μεταξύ άλλων, η Μεβγάλ ΑΕ(μερίδιο 5,5%)<sup>21</sup>, η Φρησλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕ(μερίδιο 5,5%), καθώς και οι Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ, Ροδόπη ΑΕ, Αγνό Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ.

#### 4.3.4 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Συμπυκνωμένου Γάλακτος – Μερίδια Αγοράς

Στον πίνακα 4.17 παρουσιάζεται η εξέλιξη της εγχώριας αγοράς συμπυκνωμένου (εβαπορέ) γάλακτος, για την περίοδο 1994-2009.

**Πίνακας 4.17 Εγχώρια αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος(1996-2009)**

Έτος	Παραγωγή	Εισαγωγές	Εξαγωγές	Φαινομενική Κατανάλωση
1996	35.200	102.022	170	137.052
1997	33.800	101.271	135	134.936
1998	31.900	107.338	528	138.710
1999	35.500	99.543	730	134.313
2000	35.100	99.490	523	134.067
2001	28.700	90.563	545	118.718
2002	30.937	84.635	501	115.071
2003	30.076	100.684	477	130.283
2004	29.000	96.707	439	125.268
2005	30.100	85.634	528	115.206
2006	28.100	89.169	1.084	116.185
2007	17.887	90.346	2.286	105.947
2008	23.467	100.363	1.961	121.869
2009	22.570	99.004	1.686	119.888

*Ποσότητα σε τόνους*

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα, η συνολική εγχώρια φαινομενική κατανάλωση γάλακτος εβαπορέ το 2009 διαμορφώθηκε σε 119.888 τόνους σημειώνοντας μείωση 1,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Η εγχώρια παραγωγή καλύπτει μικρό ποσοστό της κατανάλωσης, οι ποσότητες εξαγωγής είναι πολύ χαμηλές, ενώ οι εισαγωγές της συγκεκριμένης κατηγορίας γάλακτος διαμορφώνονται σε υψηλά επίπεδα, καλύπτοντας το 82,6% περίπου της συνολικής φαινομενικής κατανάλωσης, το 2009. Θα πρέπει να τονιστεί ότι, οι αναφερόμενες ποσότητες εισαγωγής περιλαμβάνουν τόσο το γάλα σε κουτί για λιανική κατανάλωση όσο και το

<sup>21</sup> Η Μεβγαλ Α.Ε εξαγοράστηκε από τη Vivartia Α.Β.Ε.Ε.

γάλα για επαγγελματική χρήση (catering, καφετέριες, ζαχαροπλαστική κλπ.). Με την εισαγωγή συμπυκνωμένου γάλακτος ασχολούνται αρκετές εταιρείες του ευρύτερου κλάδου των ειδών διατροφής, καθώς και αρκετές αλυσίδες σουπερμάρκετ, ορισμένες εκ των οποίων το παράγουν (φασόν) σε μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες του εξωτερικού. Τα προϊόντα αυτά (own label) θεωρούνται ανταγωνιστικότερα των λοιπών επώνυμων προϊόντων, λόγω χαμηλότερης τιμής πώλησης. Η Φρήσλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕΒΕ αποτελεί την κορυφαία εταιρεία στην αγορά του εβαπορέ γάλακτος, πραγματοποιώντας μεγάλες εισαγωγές, με εκτιμώμενο μερίδιο επί της συνολικής εγχώριας αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος της τάξεως του 39% το 2009. Η εταιρεία Nestle Ελλάς ΑΕ ήταν η μόνη παραγωγική μονάδα στην συγκεκριμένη κατηγορία γάλακτος κατά την εξεταζόμενη περίοδο, η οποία κατείχε τη δεύτερη θέση βάσει μεριδίων αγοράς. Από το 2004 ξεκίνησε να δραστηριοποιείται στην συγκεκριμένη κατηγορία και η εταιρεία Δέλτα Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε. (απορροφήθηκε από τη Vivartia ΑΒΕΕ), η οποία εξαγόρασε το εργοστάσιο παραγωγής και το εμπορικό σήμα «Βλάχας» της Nestle Ελλάς ΑΕ, με αποτέλεσμα το μερίδιο αγοράς που συγκεντρώνει το 2009 να είναι της τάξης του 19%.

Συνοψίζοντας, στον πίνακα 4.18, παρουσιάζεται η συνολική κατανάλωση γάλακτος για την περίοδο 1999-2009.

**Πίνακας 4.18 Ανάλυση της εγχώριας αγοράς γάλακτος κατά κατηγορία (1999-2009)**

Κατηγορία Γάλακτος	Ποσότητα										
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Φρέσκο	395	405	410	456	493	505	508	490	411	397	393
Παστεριωμένο	260	256	234	220	274	263	242	244	223	256	252
Υψηλής Παστερίωσης	39	47	55	65	80	85	90	149	196	235	248
Μακράς Διαρκείας	24	24	24	23	22	21	21	20	19	23	24
<b>Σύνολο</b>	<b>718</b>	<b>732</b>	<b>721</b>	<b>764</b>	<b>870</b>	<b>877</b>	<b>861</b>	<b>903</b>	<b>849</b>	<b>911</b>	<b>917</b>
Κατηγορία Γάλακτος	Ποσοστό										
	1999	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009
Φρέσκο	55,01	55,30	56,85	59,78	56,67	57,58	59,0%	54,2%	48,4%	43,6%	42,9%
Παστεριωμένο	36,21	35,00	32,38	28,75	31,44	29,99	28,1%	27,0%	26,2%	28,1%	27,5%
Υψηλής Παστερίωσης	5,40	6,49	7,62	8,51	9,19	9,69	10,5%	16,5%	23,1%	25,8%	27,0%
Μακράς Διαρκείας	3,38	3,22	3,15	2,96	2,70	2,74	2,4%	2,2%	2,2%	2,5%	2,6%
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Ποσότητα σε χιλ. τόνους*

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*



Για την ορθότερη σύγκριση των μεγεθών του πίνακα, το μέγεθος αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος έχει μετατραπεί σε ισοδύναμες ποσότητες πόσιμο γάλακτος με βάση τον συντελεστή 2,1. Το φρέσκο παστεριωμένο γάλα αποτελεί την κυριότερη κατηγορία γάλακτος, καθώς το ποσοστό συμμετοχής του επί του συνολικού μεγέθους, διαμορφώθηκε σε 42,9% το 2009, παρόλα αυτά παρατηρείται σημαντική μείωση του ποσοστού αυτού τη τελευταία τριετία. Το αντίστοιχο ποσοστό για το ισοδύναμο του συμπυκνωμένου γάλακτος, διαμορφώθηκε σε 27 % το 2009. Αντίθετα, το γάλα υψηλής παστερίωσης αύξησε εντυπωσιακά το ποσοστό συμμετοχής του επί της συνολικής αγοράς. Συγκεκριμένα, το 2009 η εν λόγω κατηγορία κάλυψε μερίδιο 27,0% της συνολικής αγοράς γάλακτος, ενώ το γάλα μακράς διάρκειας απέσπασε αντίστοιχο μερίδιο 2,6%.

#### 4.3.5 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Γιαουρτιού – Μερίδια Αγοράς

Στη συνέχεια αναφέρονται στοιχεία που αφορούν την διαχρονική εξέλιξη της εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης γιαουρτιού, για το διάστημα 1996-2009 (πίνακας 4.19).

**Πίνακας 4.19 Εγχώρια αγορά γιαουρτιού(1996-2009)**

Ετος	Παραγωγή	Εισαγωγές	Εξαγωγές	Φαινομενική Κατανάλωση
1996	76.000	2.779	6.626	72.153
1997	85.400	2.046	6.546	80.900
1998	94.000	2.520	6.713	89.807
1999	93.500	3.042	6.863	89.679
2000	100.000	2.708	7.982	94.726
2001	101.500	2.981	7.923	96.558
2002	101.041	3.346	9.046	95.341
2003	104.765	5.971	9.400	101.336
2004	110.000	7.499	19.230	98.269
2005	108.000	8.087	15.384	100.703
2006	114.500	8.801	21.291	102.010
2007	103.372	11.217	25.160	89.429
2008	102.289	13.411	23.468	92.232
2009	95.453	14.565	22.015	88.003

*Ποσότητα σε τόνους*

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*

Όπως προκύπτει από τον πίνακα, η συνολική εγχώρια κατανάλωση γιαουρτιού διαμορφώθηκε το 2009 στους 88.000 τόνους περίπου, παρουσιάζοντας πτώση 4,6% σε σχέση με το 2008 (92.232 τόνοι). Το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας κατανάλωσης καλύπτεται από τα εγχώρια προϊόντα, ενώ οι εξαγωγές γιαουρτιού παρουσίασαν αύξηση την τελευταία τετραετία. Οι εισαγωγές διαμορφώνονται σε αρκετά χαμηλά

επίπεδα (2009: εισαγωγική διείσδυση 16,6%), ενώ σημαντικό μέρος των εισαγόμενων ποσοτήτων προορίζεται για επαγγελματική χρήση. Η εξαγωγική επίδοση στο συγκεκριμένο προϊόν είναι οπωσδήποτε αξιόλογη, συγκριτικά με τα λοιπά γαλακτοκομικά προϊόντα.

Την πρώτη θέση στην εγχώρια κατανάλωση γιαουρτιού με μερίδιο της τάξης του 32,5%- 33,5%, σύμφωνα με εκτιμήσεις της αγοράς, κατέχει η εταιρεία Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ για το 2009. Η Vivartia ABEE εκτιμάται ότι κατέλαβε μερίδιο της τάξης του 21%, το ίδιο έτος. Ακολουθούν οι εταιρείες Μεβγάλ ΑΕ<sup>22</sup> με μερίδιο της τάξεως του 12%, η Φρήσλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕ με μερίδιο 7%-8% και η Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης ΑΕ με μερίδιο 7,0%-7,5%. Σημαντική θέση στην εγχώρια αγορά γιαουρτιού κατέχουν και οι εταιρείες, Αγνό Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ, Κρι-Κρι Βιομηχανία Γάλακτος ΑΒΕΕ.

#### 4.3.6 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Βουτύρου

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη της εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης βουτύρου, για την περίοδο 1996-2009 (πίνακας 4.20).

**Πίνακας 4.20 Εγχώρια αγορά βουτύρου(1996-2009)**

Έτος	Παραγωγή	Εισαγωγές	Εξαγωγές	Φαινομενική Κατανάλωση
1996	1.600	6.865	68	8.397
1997	1.600	7.580	164	9.016
1998	1.500	7.747	119	9.128
1999	1.800	8.799	86	10.513
2000	1.500	5.088	22	6.566
2001	1.500	5.709	23	7.186
2002	1.470	6.131	9	7.592
2003	1.463	8.476	28	9.911
2004	1.550	8.298	130	9.718
2005	1.600	10.421	65	11.956
2006	1.700	10.016	47	11.669
2007	1.456	9.205	56	10.605
2008	1.200	10.280	270	11.210
2009	1200	10.429	59	11.570

*Ποσότητα σε τόνους*

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*

Τα αναφερόμενα μεγέθη αφορούν τόσο την οικιακή κατανάλωση (σε μικρές συσκευασίες), όσο και την κατανάλωση για επαγγελματική χρήση / μεταποίηση (χύμα

<sup>22</sup> Η Μεβγάλ Α.Ε εξαγοράστηκε από τη Vivartia Α.Β.Ε.Ε.

μορφή: σε μπάλες ή κιβώτια και λειωμένο / συμπυκνωμένο). Η εγχώρια αγορά βουτύρου παρουσίασε διακυμάνσεις την περίοδο 1996-2009, ενώ το 2009 διαμορφώθηκε στους 11.570 τόνους, παρουσιάζοντας αύξηση 3,2% σε σχέση με το 2008. Το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας κατανάλωσης καλύπτουν οι εισαγωγές, των οποίων το ποσοστό συμμετοχής, το 2008, διαμορφώθηκε σε 90,1%. Σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων του κλάδου, το βούτυρο επαγγελματικής χρήσης, το οποίο προέρχεται στο μεγαλύτερο μέρος του από εισαγωγές, καλύπτει ποσοστό που αγγίζει το 80% της συνολικής κατανάλωσης. Αντιθέτως, η οικιακή κατανάλωση καλύπτεται κατά κύριο λόγο από την εγχώρια παραγωγή. Με την παραγωγή και εισαγωγή βουτύρου γάλακτος ασχολείται πλήθος εταιρειών, με αποτέλεσμα να παρατηρείται μεγάλη διασπορά στα μερίδια αγοράς που κατέχουν οι επιχειρήσεις. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της αγοράς, η Arla Foods Ελλάς AEBEE (Luipak) κατέλαβε σημαντικό μέρος της συνολικής κατανάλωσης βουτύρου. Αξιόλογη επίσης παρουσία στη συγκεκριμένη αγορά έχουν, μεταξύ άλλων η Μινέρβα ΑΕ Ελαιουργικών Επιχειρήσεων, η Φρήσλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕ, η Ήπειρος ΑΕΒΕ κ.ά.

#### 4.3.7 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Κρέμας Γάλακτος

Ο πίνακας 4.21 παρουσιάζει το μέγεθος της εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης κρέμας γάλακτος, για την περίοδο 1996-2009.

**Πίνακας 4.21 Εγχώρια αγορά κρέμας γάλακτος (1996-2009)**

Έτος	Παραγωγή	Εισαγωγές	Εξαγωγές	Φαινομενική Κατανάλωση
1996	10.700	10.174	6	20.868
1997	8.800	10.612	18	19.394
1998	10.000	10.360	122	20.238
1999	11.000	9.108	26	20.082
2000	9.500	9.303	14	18.789
2001	9.000	10.331	20	19.311
2002	8.526	9.879	2	18.403
2003	9.302	11.001	23	20.280
2004	9.200	9.891	11	19.080
2005	8.900	9.089	117	17.872
2006	9.000	8.591	495	17.096
2007	8.600	16.762	867	24.495
2008	8.400	15.417	262	23.555
2009	8.500	28.099	1.238	35.361

*Ποσότητα σε τόνους*

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, η κατανάλωση κρέμας γάλακτος ανήλθε σε 35.361 τόνους το 2009. Οι εισαγωγές καλύπτουν σημαντικό μέρος της εγχώριας κατανάλωσης, το δε ποσοστό συμμετοχής τους το 2009 διαμορφώθηκε σε 79,5%. Με βάση εκτιμήσεις εκπροσώπων του κλάδου, υπολογίζεται ότι το 80% περίπου της κατανάλωσης κρέμας γάλακτος αφορά την μεταποίηση / επαγγελματική χρήση, ενώ το υπόλοιπο μέρος κατευθύνεται στη λιανική. Σημαντικές εισαγωγές σε κρέμα γάλακτος πραγματοποιούν οι εταιρείες Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ, Φρήσλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕΒΕ (Νουνου) καθώς και οι Arla Foods Ελλάς ΑΕΒΕΕ, Leader ΑΕ (Meggler), Κουρή Γ. Αφοί ΑΕΒΕ κ.ά. Όσον αφορά τα μερίδια αγοράς του 2009 σημειώνεται ότι, η Φρήσλαντκαμπίνα Ελλάς ΑΕΒΕ συγκέντρωσε μερίδιο της τάξεως του 13% επί της συνολικής κατανάλωσης κρέμας γάλακτος, η Vivartia ΑΕ μερίδιο της τάξης του 7% και η Μεβγάλ ΑΕ(βλέπε υποσημείωση 12) αντίστοιχο μερίδιο 6% περίπου.

#### 4.3.8 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Ξυνόγαλου και Ποτών με Βάση το Γάλα

Στη συνέχεια αναφέρονται στοιχεία που αφορούν προϊόντα που εντάσσονται στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων πέραν των «παραδοσιακών» ειδών, όπως το ξυνόγαλο και ποτά με βάση το γάλα και δίνονται εκτιμήσεις για την αγορά επιδορπίων γάλακτος (κρέμες, ρυζόγαλο, μους κλπ.). Ειδικότερα, στον πίνακα 4.22 παρουσιάζεται το μέγεθος της εγχώριας αγοράς για τα προαναφερόμενα είδη.

**Πίνακας 4.22 Εγχώρια αγορά ξυνόγαλου και ποτών με βάση το γάλα(1996-2009)**

Έτος	Παραγωγή	Εισαγωγές	Εξαγωγές	Φαινομενική Κατανάλωση
1996	5.614	3.002	341	8.275
1997	5.865	4.763	261	10.367
1998	5.300	6.255	431	11.124
1999	5.500	9.016	407	14.109
2000	5.700	11.798	384	17.114
2001	5.900	8.266	490	13.676
2002	4.618	6.512	621	10.509
2003	6.151	4.377	629	9.899
2004*	6.300	5.079	643	10.736
2005*	6.500	5.589	579	11.510
2006*	6.800	6.124	824	12.100
2007	8.079	5.762	1.099	12.742
2008	7.679	6.545	404	13.820
2009	6.549	7.116	990	12.675

*Ποσότητα σε τόνους*

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς*

Τα συγκεκριμένα μεγέθη αφορούν το ξυνόγαλο (λευκό και με χυμό φρούτων), τα ποτά με βάση το γάλα και το γιαούρτι (ή καλλιέργεια γιαουρτιού) και την προσθήκη χυμού φρούτων ή αρωμάτων, το αρωματισμένο γάλα και τα ποτά με βάση συστατικά του γάλακτος και άρωμα ή χυμό φρούτων. Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι, η

συνολική εγχώρια αγορά των ποτών με βάση το γάλα γενικότερα, παρουσίασε αυξομειώσεις την εξεταζόμενη περίοδο, φτάνοντας το 2009 τους 12.675 τόνους (2009/08: -8,3%). Οι εισαγωγές καλύπτουν σημαντικό μέρος της συνολικής κατανάλωσης, το δε ποσοστό συμμετοχής τους διαμορφώθηκε στο 56,1% περίπου το 2009. Σημαντική παρουσία στην εν λόγω αγορά κατέχουν οι εταιρείες Μεβγάλ ΑΕ<sup>23</sup> (εκτιμώμενο μερίδιο ~19%), Εβροφάρμα ΑΒΕΕ (μερίδιο ~11%), Φάρμα Κουκάκη ΑΕ και Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης ΑΕ (μερίδιο ~4% η κάθε μια), η Νεογάλ ΑΕ (μερίδιο ~2,5%) και η Σερραϊκή Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε. (μερίδιο ~1%).

#### **4.3.9 Επιδόρπια Γάλακτος**

Η συγκεκριμένη κατηγορία γαλακτοκομικών προϊόντων (κρέμες, μους σοκολάτας, φρούτων κλπ.) έχει εμπλουτιστεί με ποικιλία ειδών τα τελευταία χρόνια. Τα παραδοσιακά επιδόρπια γάλακτος (ρυζόγαλο και κρέμες) καλύπτουν μικρό μέρος της αγοράς και διατίθενται κυρίως μέσω ζαχαροπλαστειών, φούρνων κλπ. Το μέγεθος αγοράς επιδορπίων γάλακτος, από τις επιχειρήσεις του κλάδου, παρουσιάζει αξιόλογους ρυθμούς ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με εκτιμήσεις εκπροσώπων του κλάδου, η εν λόγω αγορά εκτιμάται ότι κυμάνθηκε σε 7.000-8.000 τόνους την τελευταία διετία. Η ζήτηση καλύπτεται τόσο από εισαγωγές όσο και από εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα. Σημαντικό μέρος των πωλήσεων πραγματοποιείται μέσω των σουπερμάρκετ. Στη συγκεκριμένη αγορά, σημαντική παρουσία έχουν μεταξύ άλλων οι εταιρίες Vivartia ΑΕ, Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ, Danone ΑΕ, κ.ά.

#### **4.4 Κατά Κεφαλή Κατανάλωση των Κυριότερων Γαλακτοκομικών Προϊόντων**

Στον πίνακα 4.23 που ακολουθεί παρουσιάζεται η κατά κεφαλή κατανάλωση των κυριότερων γαλακτοκομικών προϊόντων.

##### **Πίνακας 4.23 Κατά κεφαλή κατανάλωση των κυριότερων γαλακτοκομικών προϊόντων(2003-2009)**

---

<sup>23</sup> Η Μεβγάλ Α.Ε. εξαγοράστηκε από τη Vivartia Α.Β.Ε.Ε.

Κατηγορίες Προϊόντων	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Φρέσκο Παστεριωμένο	44,81	45,74	45,84	44,04	36,81	35,37	34,88
Συμπυκνωμένο	24,86	23,83	21,83	21,93	19,92	22,82	22,36
Υψηλής Παστερίωσης	6,72	7,70	8,12	13,39	17,54	20,97	22,05
Μακράς Διαρκείας	1,95	1,87	1,89	1,82	1,68	2,09	2,11
Γιαούρτι	9,21	8,90	9,09	9,17	8,00	8,22	7,82
Ξυνόγαλο-Ποτά με βάση το γάλα	0,90	0,96	1,04	1,09	1,14	1,23	1,13

*Πηγή: ICAP Group – Εκτιμήσεις αγοράς, ΕΛ.ΣΤΑΤ.*

Συγκεκριμένα, αναφέρονται όλα τα είδη γάλακτος, το γιαούρτι, το ξυνόγαλο και τα ποτά με βάση το γάλα, ενώ δεν αναφέρονται το βούτυρο και η κρέμα γάλακτος, καθώς απευθύνονται στο μεγαλύτερο μέρος τους σε εταιρείες μεταποίησης. Επισημαίνεται ότι, για τον υπολογισμό της κατά κεφαλή κατανάλωσης συμπυκνωμένου γάλακτος οι ποσότητες έχουν μετατραπεί σε ισοδύναμες ποσότητες πόσιμου γάλακτος, με βάση τον συντελεστή 2,1.

#### 4.5 Τελευταίες Εξελίξεις

Η επιδείνωση του οικονομικού κλίματος, η πιστωτική ασφυξία, η έντονη τάση συγκέντρωσης των επιχειρήσεων που παρατηρείται και η προσπάθεια διατήρησης των τζίρων χαρακτηρίζουν την τελευταία διετία των κλάδων των εναπομεινάντων "παικτών" στον κλάδο των γαλακτοκομικών.

##### 4.5.1 Η εξαγορά Vivartia-MEBΓΑΛ

Ένας κολοσσός στην αγορά των γαλακτοκομικών και ευρύτερα των τροφίμων, δημιουργείται μετά την εξαγορά της βορειοελλαδικής γαλακτοβιομηχανίας, ΜΕΒΓΑΛ από την Vivartia Συμμετοχών ΑΕ και ουσιαστικά τη συγχώνευση με την θυγατρική της τελευταίας, την Δέλτα Τρόφιμα.<sup>24</sup>

Η Vivartia Συμμετοχών ΑΕ εξαγοράζει ποσοστό 57,8% της ΜΕΒΓΑΛ ενώ το νέο σχήμα έχει σήμερα μερίδιο περίπου 32% στην αγορά λευκού γάλακτος και περίπου 24-25% στην αγορά προϊόντων γιαούρτης. Η εταιρεία που θα προκύψει από τη συγχώνευση ΔΕΛΤΑ – ΜΕΒΓΑΛ θα έχει συνολικές πωλήσεις 640€ εκ. εκ των οποίων τα 500€ εκ. περίπου πραγματοποιούνται στην Ελλάδα και τα υπόλοιπα 140€ εκ. στο

<sup>24</sup> <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12919&subid=2&pubid=54863147>

εξωτερικό. Η συνένωση των δύο εταιρειών προβλέπεται να έχει θετική επίδραση στη δραστηριότητα της Εταιρείας στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων από τις συνέργειες που αναμένεται να προκύψουν, αφενός στα δίκτυα πωλήσεων και διανομών και αφετέρου στην αλυσίδα τροφοδοσίας και την παραγωγή των προϊόντων μας. Οι αναμενόμενες συνέργειες από την ως άνω συγχώνευση αναμένεται να είναι, σε βάθος τριετίας, 23€ εκ. κατ' έτος.<sup>25</sup>

### **Σημερινή Κατάσταση**

Σε «πόλεμο... ζημιών» εξελίχθηκε η κούρσα προσφορών, στην οποία επιδόθηκαν οι γαλακτοβιομηχανίες της χώρας κατά τη διάρκεια του 2010. Σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας ερευνών Nielsen, οι πωλήσεις γαλακτοκομικών (γάλα και γιαούρτι) υποχώρησαν περίπου 7%, στα 859 εκατ. ευρώ, με αποτέλεσμα να «χαθούν» έσοδα 63 εκατ. ευρώ από την αγορά και να γεμίσουν με ζημίες τα ταμεία των μεγαλύτερων εταιρειών του χώρου.

Αναλυτικότερα, η Vivotia -από τις πρώτες εταιρείες που έριξε κατακόρυφα τις τιμές (με αιχμή το φρέσκο γάλα του 1 ευρώ)- «είδε» τις πωλήσεις της στον κλάδο των γαλακτοκομικών και ποτών να περιορίζονται κατά 7,5%, με τη μεγαλύτερη πτώση να σημειώνεται στο γιαούρτι (-12,6%).

Ωστόσο, κατάφερε να κρατήσει την πρώτη θέση στην αγορά του φρέσκου γάλακτος, με μερίδιο που «άγγιξε» το 31%. Σε αρνητικό έδαφος, αντίθετα με ότι συνέβη στις διεθνείς αγορές, κινήθηκαν τα αποτελέσματα της ΦΑΓΕ στην Ελλάδα, η οποία ανακοίνωσε μείωση 10% στις πωλήσεις της (στα 213,9 εκατ. ευρώ) και ζημίες 14,42 εκατ. ευρώ για το 2010. Καθοριστικό ρόλο σε αυτή την εξέλιξη είχε η απόφαση να περιορίσει σε μεγάλο βαθμό τις προσφορές της, με αποτέλεσμα αρκετοί καταναλωτές να στραφούν στους ανταγωνιστές, οι οποίοι συνέχισαν την επιθετική πολιτική τιμών.

Μικρές απώλειες είχε και η βορειοελλαδίτικη «Κρι Κρι», τα κέρδη της οποίας υποχώρησαν στα 2,5 εκατ. ευρώ από 3,26 εκατ. ευρώ, παρά την αύξηση των πωλήσεών της (στα 47,1 εκατ. ευρώ από 40,2 εκατ. ευρώ).

Την ίδια ώρα «συναγερμός» έχει σημάνει στα επιτελεία των εταιρειών, καθώς η

---

<sup>25</sup> <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=351639>

κατανάλωση συνεχίζει να υποχωρεί με ρυθμούς της τάξης του 2% με 3%. Κορυφαία στελέχη του χώρου αναφέρουν πως οι καταναλωτές προκειμένου να τα βγάλουν πέρα περιορίζουν πλέον τις αγορές τους στα απολύτως αναγκαία και επιλέγουν ακόμη και στα γαλακτοκομικά προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας λόγω της χαμηλής τιμής τους.

Μπροστά στα νέα δεδομένα, οι εταιρείες εντείνουν τις προσφορές τους και στρέφονται ολοένα και περισσότερο στο εξωτερικό για να τονώσουν τις πωλήσεις τους. Μετά τη ΦΑΓΕ και την επιτυχία της στις ΗΠΑ(προχώρησε σε επενδύσεις συνολικού ύψους 160εκ. ευρώ μέσα στο 2011)<sup>26</sup>, η «Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία» επιχειρεί να αφήσει τη δική της σφραγίδα στην αμερικάνικη αγορά, ενώ και οι υπόλοιπες γαλακτοβιομηχανίες, όπως η «Δωδώνη<sup>27</sup>», επιδιώκουν να ενισχύσουν τη διεθνή τους παρουσία με την Vivartia να είναι προ των πυλών.

## **Συνεργασίες**

Παράλληλα, αρχίζουν να εξετάζουν το ενδεχόμενο συνεργασιών προκειμένου να αντιμετωπίσουν την ύφεση. Η συγχώνευση Vivartia και ΜΕΒΓΑΛ(αναμένεται να έχει ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος Απριλίου) άλλαξε τα δεδομένα και αναμένεται να επιταχύνει τις εξελίξεις. Στην παρούσα φάση, πάντως, όλη η αγορά έχει στραμμένο το βλέμμα της στην υπόθεση πώλησης της Δωδώνης.

Η κυβέρνηση φέρεται να εξετάζει όλα τα ενδεχόμενα, με στόχο να βρει τη χρυσή τομή που θα ικανοποιεί την τρόικα και κυρίως τους κτηνοτρόφους-μέτοχους, οι οποίοι αντιδρούν έντονα στο ενδεχόμενο ιδιωτικοποίησής της. Ενδιαφέρον για την απόκτησή της φέρονται να έχουν εκδηλώσει μεγάλοι πολυεθνικοί κολοσσοί από όλα τα μήκη και τα πλάτη της γης, οι οποίοι θα ήθελαν να εντάξουν στο χαρτοφυλάκιό τους μία ισχυρή μάρκα με απήχηση εντός και εκτός συνόρων και σημαντικές πωλήσεις.

## **«Η ισχύς εν τη ενώσει»**

Ανεξάρτητα με την τροπή που θα πάρει η υπόθεση πώλησης της Δωδώνης, η δημιουργία μεγαλύτερων σχημάτων θεωρείται αναπόφευκτη. Την άποψη αυτή

<sup>26</sup> εφημερίδα «Το Βήμα» (26-02-2012, ένθετο Ανάπτυξη).

<sup>27</sup> <http://www.casss.gr/PressCenter/Articles/237.aspx>



συμμερίζεται και ο άνθρωπος που έκανε πράξη τη μεγαλύτερη συνένωση δυνάμεων στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Ο επικεφαλής του νέου σχήματος Δέλτα-Μεβγάλ, Πέτρος Παπαδάκης, αναφέρει πως η πολυδιάσπαση είναι σπατάλη σε εποχές ισχνών αγελάδων και τονίζει πως αυτό που χρειάζεται τώρα είναι η συγκέντρωση όσο το δυνατόν περισσότερων δυνάμεων. Στο ίδιο μήκος κινείται και ο διευθύνων σύμβουλος της Danone Hellas, Benoit De Lavarene, ο οποίος θεωρεί θέμα χρόνου τη συγκέντρωση δυνάμεων και στο χώρο των γαλακτοκομικών, καθώς είναι το κλειδί για να ξεπεραστούν τα εμπόδια σε μία αγορά που πιέζεται ασφυκτικά. «Πρέπει να είσαι ισχυρός για να ανταπεξέλθεις στην κρίση. Και για να είσαι ισχυρός πρέπει να είσαι μεγάλος», σημειώνει χαρακτηριστικά.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12334&subid=2&pubid=106935157>

## Κεφάλαιο 5: Η Ευρωπαϊκή Αγορά Γαλακτοκομικών Προϊόντων

### 5.1 Εισαγωγή

Το γάλα συγκαταλέγεται στις κύριες γεωργικές παραγωγές της Ευρωπαϊκής Ένωσης: περισσότερες από ένα εκατομμύριο εκμεταλλεύσεις παράγουν ετησίως 148 εκατομμύρια τόνους γάλακτος, αξίας που προσεγγίζει τα 41 δισεκατομμύρια ευρώ, αντιπροσωπεύοντας το 14 % της αξίας της ευρωπαϊκής γεωργικής παραγωγής (ΕΕ-25, 2006)<sup>29</sup>. Άνω του 60 % του βόειου κρέατος που παράγεται στην Ευρώπη προέρχεται από τη γαλακτοκομική κτηνοτροφία<sup>30</sup>. Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι παγκοσμίως η πρώτη περιοχή παραγωγής γάλακτος (27 %), ακολουθούμενη από την Ινδία (20 %), τις Ηνωμένες Πολιτείες (16 %) και την Ωκεανία με πολύ μικρότερο ποσοστό (5 %)<sup>31</sup>.

Η μεταποίηση του γάλακτος απασχολεί περίπου 400.000 άτομα στην Ευρώπη και αντιπροσωπεύει συνολικό κύκλο εργασιών της τάξης των 120 δισεκατομμυρίων ευρώ<sup>32</sup>. Το μη επεξεργασμένο γάλα που παραδίδεται στα γαλακτοκομεία μετατρέπεται σε ευρύ φάσμα προϊόντων που προορίζονται για ανθρώπινη κατανάλωση και για ζωοτροφές ή για τη βιομηχανία (γραφική απεικόνιση 1 και πίνακας 5.1).

---

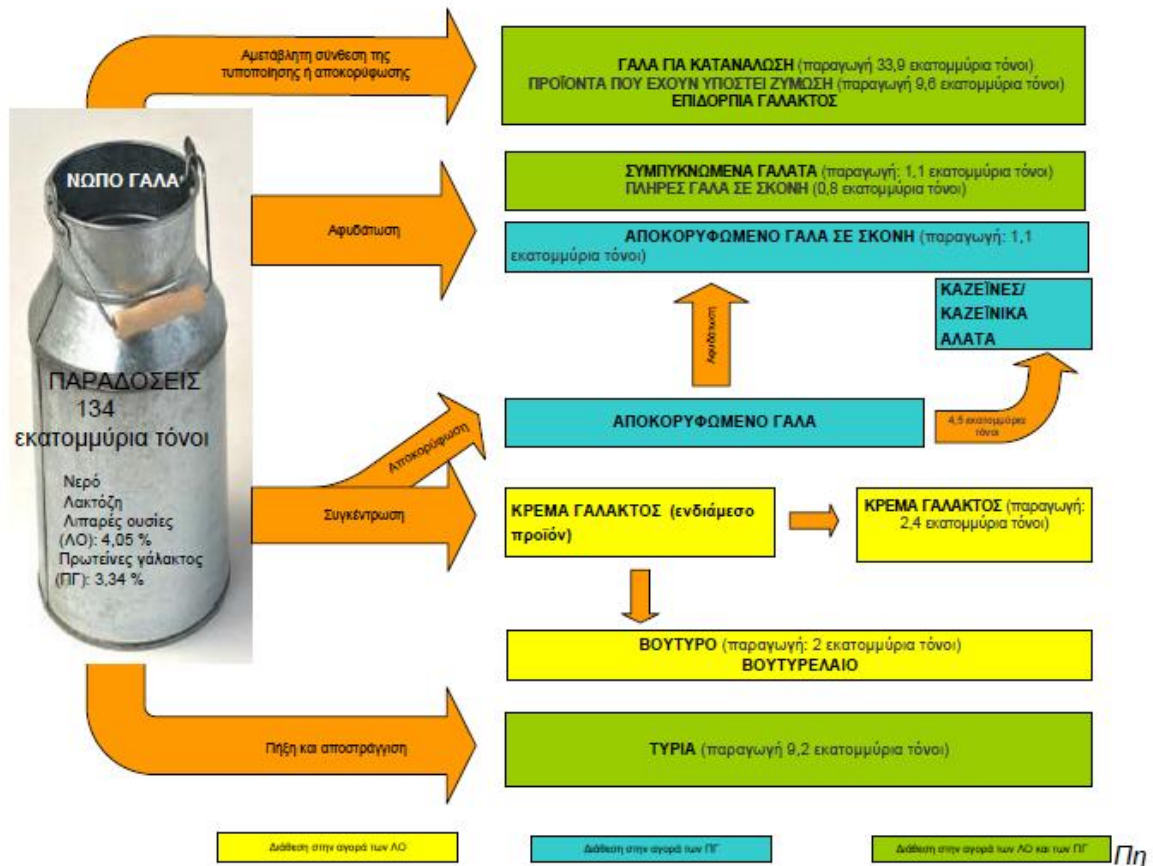
<sup>29</sup> Διεθνής Ομοσπονδία Γάλακτος, "Production of cow milk", 2007 (*Παραγωγή αγελαδινού γάλακτος, 2007*), <http://www.fil-idf.org>. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, *Η γεωργία στην Ευρωπαϊκή Ένωση – Στατιστικά και οικονομικά στοιχεία για το έτος 2008*.

<sup>30</sup> Ernst and Young, OCM viande bovine. Évaluation des mesures de marché dans le secteur de la viande bovine" (ΚΟΑ βοείου κρέατος. Αξιολόγηση των μέτρων αγοράς στον τομέα του βοείου κρέατος), Τελική έκθεση, Δεκέμβριος 2007.

<sup>31</sup> Διεθνής Ομοσπονδία Γάλακτος, "Production of cow milk" (*Παραγωγή αγελαδινού γάλακτος, 2007*), <http://www.fil-idf.org>

<sup>32</sup> Eurostat, δεδομένα 2006.

**Γραφική απεικόνιση 1:**



γή: Αριθμητικά δεδομένα του ZMP (EE-27, 2007).

Το αγελαδινό γάλα περιέχει κυρίως νερό, λακτόζη, λιπαρές ουσίες και πρωτεΐνες. Διαχωρίζοντας τις λιπαρές ουσίες από τις πρωτεΐνες, παράγεται βούτυρο και αποκορυφωμένο γάλα, το οποίο χρησιμεύει κυρίως στην παρασκευή σκονών αποκορυφωμένου γάλακτος και καζεϊνών.

**Πίνακας 5.1 Παραγωγή και κατανάλωση γάλακτος στην ΕΕ**

(σε χιλιάδες τόνους)

	1984 ΕΕ-15 (1)	1994 ΕΕ-15 (1)	2004 ΕΕ-25 (2)	2008 ΕΕ-27 (2)
Παραγωγή αγελαδινού γάλακτος	136 247	120 179	136 752	150 647
Παραδόσεις	123 588 (91 %)	111 515 (93 %)	124 928 (91 %)	134 346 (89 %)
Παραγωγή γάλακτος κατανάλωσης	26 449	30 320	31 942	32 120
Παραγωγή βουτύρου				
Βιομηχανικής παραγωγής	2 622	1 799	1 979	2 072
Σύνολο	2 657	1 817	2 015	2 167
Κατανάλωση βουτύρου	1 893	μ.δ.	1 973	1 882
Παραγωγή τυριών				
Βιομηχανικής παραγωγής (αγελαδινό)	4 508	5 650	7 399	8 163
Σύνολο	4 882	6 168	8 341	9 547
Κατανάλωση τυριών	4 201	μ.δ.	8 024	7 748
Παραγωγή γάλακτος σε σκόνη				
Αποκορυφωμένο	2 364	1 232	891	928
Ημιαποκορυφωμένο + Πλήρες	867	1 001	870	864
Βουτυρόγαλα σε σκόνη	52	52	73	70
Σύνολο	3 283	2 285	1 834	1 862
Κατανάλωση αποκορυφωμένου γάλακτος σε σκόνη	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	660 (3)
Παραγωγή συμπυκνωμένου γάλακτος	1 645	1 284	1 188	1 138
Παραγωγή καζεΐνης και καζεϊνικών αλάτων	127	111	122	137

Πηγές: (1) Cronos, (2) Επιτροπή: απαντήσεις των κρατών μελών στο τριμηνιαίο ερωτηματολόγιο, και (3) Επιτροπή: μηνιαία στοιχεία για τον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, Ιανουάριος 2009.

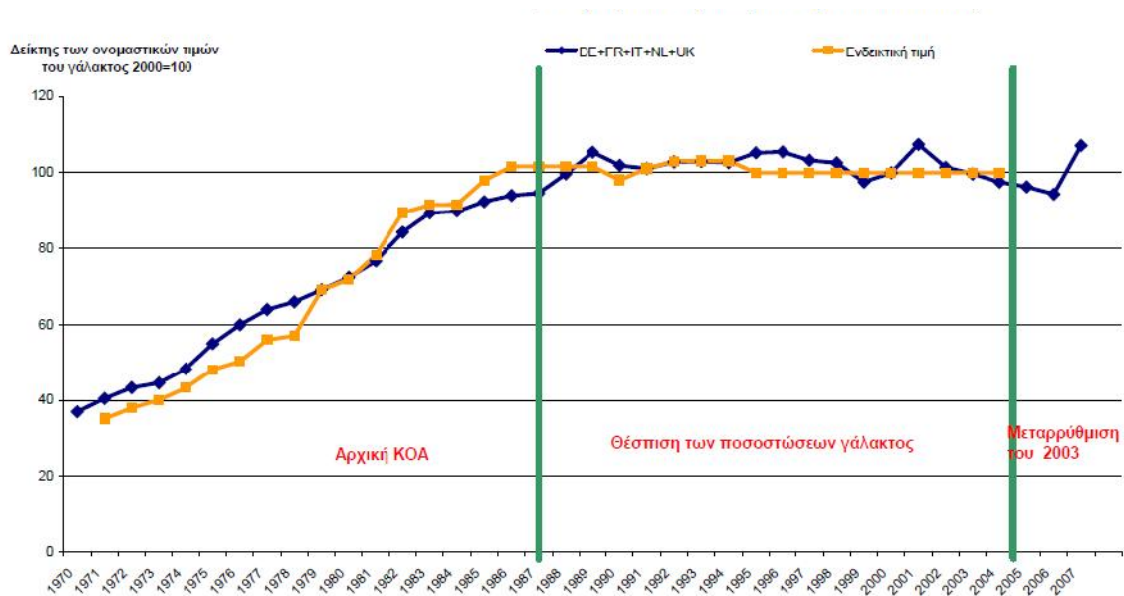
## 5.2 Τιμή παραγωγού του γάλακτος: σταθερές ονομαστικές τιμές, μείωση όμως της πραγματικής αξίας

Δεδομένου ότι στην παραγωγή γάλακτος, οι βραχυπρόθεσμες διακυμάνσεις των τιμών αντικατοπτρίζουν τις εποχιακές μεταβολές, χρησιμοποιούμε ως δείκτη της σταθερότητας στα κράτη μέλη την εξέλιξη της μέσης ετήσιας τιμής παραγωγού. Ωστόσο, οι τιμές σε απόλυτους όρους που διαβιβάστηκαν στην Eurostat από τα κράτη μέλη δεν είναι εξίσου αξιόπιστες και δεν επιτρέπουν τον υπολογισμό μιας

σταθμισμένης μέσης τιμής στατιστικά αντιπροσωπευτικής. Για τον λόγο αυτό, η εξέλιξη των τιμών στην ΕΕ συντίθεται στην προκειμένη περίπτωση σταθμίζοντας τους δείκτες των σημαντικότερων κρατών μελών από πλευράς παραγωγής.

Στη διάγραμμα 2 παρουσιάζεται η εξέλιξη της μέσης τιμής παραγωγού σε πέντε χώρες σημαντικούς παραγωγούς γάλακτος, από το 1971 έως πρόσφατα. Τα εν λόγω κράτη μέλη πραγματοποιούν το 75 % περίπου (ΕΕ-15) ή το 65 % (ΕΕ-25) των παραδόσεων γάλακτος.

**Διάγραμμα 2 . Ονομαστική τιμή γάλακτος στη Γερμανία , τη Γαλλία , την Ιταλία , τις Κάτω Χώρες και το Ηνωμένο Βασίλειο(1971-2007)**



Πηγή: Eurostat.

### 5.3 Τιμή καταναλωτή του γάλακτος: αποσυνδεδεμένη σε μεγάλο βαθμό από την τιμή παραγωγού

Η τιμή καταναλωτή του γάλακτος είναι, σε μεγάλο βαθμό, αποσυνδεδεμένη από την τιμή παραγωγού, όπως κατέδειξε μελέτη της Επιτροπής, σύμφωνα με την οποία, στο διάστημα από τις αρχές 2000 έως τα μέσα του 2007, οι ονομαστικές τιμές καταναλωτή

των γαλακτοκομικών προϊόντων αυξήθηκαν κατά 17 %, ενώ η ονομαστική τιμή που καταβλήθηκε στον παραγωγό μειώθηκε κατά 6 %<sup>33</sup>

Στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως και στο σύνολο της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων<sup>34</sup>, η διαμόρφωση των τιμών καταναλωτή είναι μια πολύπλοκη διαδικασία. Ενώ οι τιμές που καταβάλλονται στους παραγωγούς από τα γαλακτοκομεία ακολουθούν εκ του σύνεγγυς τις εξελίξεις της διεθνούς αγοράς, οι τιμές που καταβάλλονται από τους καταναλωτές επηρεάζονται όχι μόνον από το κόστος της πρώτης ύλης αλλά και από άλλες παραμέτρους, όπως οι ενεργειακές δαπάνες ή οι δαπάνες μισθοδοσίας. Πράγματι, το γάλα ως πρώτη ύλη, καταλαμβάνει σχετικά μικρό μερίδιο στο πλαίσιο της τιμής κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων, αντιπροσωπεύοντας ποσοστό μεταξύ 30 και 50 % ανάλογα με τα προϊόντα<sup>35</sup>

Ένα άλλο χαρακτηριστικό του ευρωπαϊκού τομέα γαλακτοκομικών προϊόντων είναι η υψηλή συγκέντρωση των επιχειρήσεων μεταποίησης και διανομής<sup>36</sup>, η οποία μπορεί να τους προσδώσει κυρίαρχη βαρύτητα στον καθορισμό των τιμών. Σε ανακοίνωση σχετικά με τις τιμές των τροφίμων<sup>37</sup>, η Επιτροπή υπογραμμίζει το φαινόμενο της

---

<sup>33</sup> (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ΓΔ AGRI, « Les conséquences de l'évolution des prix des produits agricoles sur les consommateurs » (Οι συνέπειες της εξέλιξης των τιμών των γεωργικών προϊόντων για τους καταναλωτές), έγγραφο CM/WM/PB D(2007) 34703 της 13.11.2007. ).

<sup>34</sup> Η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων συνδέει τρεις οικονομικούς τομείς: τη γεωργία, τον τομέα των γεωργικών προϊόντων διατροφής και τον τομέα της διανομής.

<sup>35</sup> (Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη στο Βέλγιο, «η γεωργική τιμή αντιπροσωπεύει μόνο το ποσοστό μεταξύ του 30 και του 40 % της τιμής καταναλωτή για τα γαλακτοκομικά προϊόντα», (« Évolution récente des prix et des coûts dans la filière du lait ») (Τελευταία εξέλιξη τιμών και δαπανών στον γαλακτοκομικό τομέα), Service public fédéral Économie, Βρυξέλλες, 2008. Σύμφωνα με άλλες πηγές, το ποσοστό ανoisine 50 % για τα τυριά τύπου Gouda ή Cheddar (βλέπε, συγκεκριμένα, Ευρωπαϊκή Επιτροπή), « Les conséquences dans l'évolution des prix des produits agricoles sur les consommateurs, σ. 22 » (Οι επιπτώσεις της εξέλιξης των τιμών των γεωργικών προϊόντων στους καταναλωτές). ).

<sup>36</sup> (Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Οι τιμές των τροφίμων στην Ευρώπη, COM(2008) 821 τελικό της 9.12.2008. )

<sup>37</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Οι τιμές των τροφίμων στην Ευρώπη, COM(2008) 821 τελικό της 9.12.2008.

ενοποίησης της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, η οποία αφορά ειδικότερα τα γαλακτοκομικά προϊόντα, και υπενθυμίζει ότι «οι αρχές ανταγωνισμού πρέπει να διασφαλίσουν ότι η συντελούμενη διαδικασία ενοποίησης δεν επηρεάζει αρνητικά τις συνθήκες ανταγωνισμού στα προηγούμενα και τα επόμενα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας σε τοπικό επίπεδο εις βάρος καταναλωτών και παραγωγών».

#### **5.4 Η αναδιάρθρωση επιφέρει έντονη μείωση του αριθμού των εκμεταλλεύσεων**

Ο στόχος της εξασφάλισης δίκαιου βιοτικού επιπέδου για τους παραγωγούς γάλακτος, ιδίως με την αύξηση του ατομικού τους εισοδήματος, επιτυγχάνεται, κυρίως, με την αύξηση της παραγωγικότητας των εκμεταλλεύσεων. Η αναδιάρθρωση του τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων και η συνεχής μείωση του αριθμού των εκμεταλλεύσεων έχουν ως συνέπεια τη δυνατότητα διατήρησης, ακόμη και αύξησης, του μέσου στατιστικού εισοδήματος των παραγωγών γάλακτος. Η ΕΕ-15 απώλεσε το ήμισυ των γαλακτοπαραγωγικών εκμεταλλεύσεων της στο διάστημα μεταξύ 1995 και 2007. Με άλλα λόγια, περισσότεροι από 500.000 παραγωγοί διέκοψαν τη δραστηριότητά τους στο διάστημα αυτό. Η αναδιάρθρωση είναι ιδιαίτερα εμφανής στη Δανία, την Ελλάδα, την Ισπανία, την Ιταλία και την Πορτογαλία. Η αναδιάρθρωση του τομέα επιφέρει σε όλα τα κράτη μέλη συνεχή αύξηση του μέσου μεγέθους των εκμεταλλεύσεων, της μέσης ποσόστωσης παράδοσης και της παραγωγικότητας του ζωικού κεφαλαίου (πίνακας 5.2).

**Πίνακας 5.2 Βασικά δεδομένα σχετικά με τη γαλακτοπαραγωγική κτηνοτροφία στην Ε.Ε.**

	Αριθμός αγελάδων (1 000)				Αριθμός γαλακτοπαραγωγών (1 000)				Μέσο μέγεθος του ζώου κεφαλαίου (αγέλαδες ανά κάτοχο εκμετάλλευσης)				Απόδοση ανά αγέλαδα (kg)			
	1985	1995	2005	2007	1985	1995	2005	2007	1985	1995	2005	2007	1985	1995	2005	2007
Ελλάδα	951,19	633,60	549,33	523,70	44,58	22,05	15,18	13,32	21,34	31,02	36,16	33,32	3 950,79	4 935,65	5 622,55	5 490,44
Δανία	913,00	714,00	564,27	545,42	31,77	18,39	6,51	5,38	26,74	43,56	86,73	101,38	5 564,88	6 544,82	8 218,64	8 137,21
Γερμανία	μ.δ.	5 229,40	4 235,96	4 076,38	369,00	209,42	110,37	101,07	n.d.	24,97	33,36	40,33	μ.δ.	5 470,42	6 833,09	6 721,96
Ελλάδα	216,91	135,00	167,92	150,00	73,42	28,00	9,78	μ.δ.	2,96	6,61	17,17	μ.δ.	3 499,34	4 127,03	5 000,00	4 819,40
Ισπανία	1 680,20	1 281,00	1 001,62	903,00	μ.δ.	114,60	42,39	37,29	μ.δ.	11,16	23,64	24,22	μ.δ.	4 800,62	6 445,73	μ.δ.
Γαλλία	6 506,10	4 700,40	3 883,64	3 758,50	326,70	158,57	103,85	93,12	19,79	29,64	37,40	40,36	μ.δ.	5 406,56	6 334,43	6 344,43
Ιρλανδία	1 495,20	1 220,79	1 081,66	1 058,21	76,70	42,10	23,82	21,32	19,49	29,00	45,42	49,63	3 694,13	4 380,03	4 631,79	6 111,47
Ιταλία	2 804,00	2 080,00	1 860,18	1 890,91	337,69	113,19	61,02	62,79	3,30	18,38	30,48	30,11	n.d.	5 046,73	5 958,20	5 581,96
Λουξεμβούργο	70,29	47,75	39,34	40,04	2,31	1,42	0,97	1,09	30,42	33,63	40,72	33,73	4 278,84	5 625,13	6 567,08	6 450,25
Κάτω Χώρες	2 333,00	1 777,00	1 433,20	1 468,30	61,31	40,06	23,53	24,51	38,06	44,36	60,91	59,91	5 379,34	6 356,22	7 298,47	7 247,40
Αυστρία	μ.δ.	703,49	535,79	521,63	μ.δ.	90,73	54,58	49,45	μ.δ.	7,79	9,82	13,55	μ.δ.	4 173,02	5 626,32	5 074,15
Πορτογαλία	μ.δ.	334,00	287,29	272,66	μ.δ.	36,00	15,86	13,50	μ.δ.	4,47	13,11	20,20	μ.δ.	4 583,33	6 361,56	μ.δ.
Φινλανδία	μ.δ.	402,30	318,78	296,07	μ.δ.	32,36	16,94	14,39	μ.δ.	12,43	13,62	23,57	μ.δ.	8 212,78	7 775,04	7 744,07
Σουηδία	μ.δ.	431,70	393,26	369,95	μ.δ.	17,74	8,55	7,10	μ.δ.	27,15	46,01	52,06	μ.δ.	6 859,04	8 206,20	8 163,25
Ηνωμένο Βασίλειο	3 258,47	2 631,93	2 065,07	1 978,00	52,88	36,66	26,31	28,14	61,53	71,76	73,49	73,29	4 956,41	5 578,63	7 073,20	6 899,29
ΕΕ-15		22 626,56	18 418,09	17 852,52		1 009,32	519,66	472,47		22,32	35,44	35,24	4 486,21	5 396,16	6 549,51	μ.δ.
Τσεχική Δημοκρατία	μ.δ.	713,00	440,50	416,52	μ.δ.	μ.δ.	6,78	5,62	μ.δ.	μ.δ.	64,97	74,11	μ.δ.	4 378,58	6 434,91	6 002,75
Εσθονία	μ.δ.	135,40	115,23	107,34	μ.δ.	μ.δ.	9,21	6,08	μ.δ.	μ.δ.	12,51	17,74	μ.δ.	3 812,84	5 927,50	5 705,22
Κύπρος	μ.δ.	29,50	24,25	23,70	μ.δ.	μ.δ.	0,24	0,24	μ.δ.	μ.δ.	n.d.	98,75	μ.δ.	4 711,86	5 990,65	6 079,32
Λετονία	μ.δ.	291,90	172,36	162,32	μ.δ.	μ.δ.	50,90	43,69	μ.δ.	μ.δ.	3,39	4,17	μ.δ.	3 233,64	4 356,37	3 496,12
Λιθουανία	μ.δ.	536,00	493,89	398,37	μ.δ.	μ.δ.	170,79	123,17	μ.δ.	μ.δ.	2,89	3,23	μ.δ.	3 087,88	4 450,42	3 330,36
Ουγγαρία	μ.δ.	390,00	286,83	265,43	μ.δ.	μ.δ.	16,25	12,17	μ.δ.	μ.δ.	17,65	21,81	μ.δ.	5 054,95	6 767,51	5 442,59
Μάλτα	μ.δ.	μ.δ.	7,27	8,03	μ.δ.	μ.δ.	0,15	0,19	μ.δ.	μ.δ.	49,12	42,53	μ.δ.	μ.δ.	5 296,30	5 340,79
Πολωνία	μ.δ.	μ.δ.	2 853,74	2 767,78	μ.δ.	μ.δ.	727,10	651,05	μ.δ.	μ.δ.	3,92	4,25	μ.δ.	μ.δ.	4 328,07	3 266,12
Σλοβενία	μ.δ.	μ.δ.	130,68	124,19	μ.δ.	μ.δ.	19,71	19,20	μ.δ.	μ.δ.	6,63	6,47	μ.δ.	μ.δ.	5 479,59	4 525,34
Σλοβακία	μ.δ.	μ.δ.	193,20	177,22	μ.δ.	μ.δ.	13,46	11,54	μ.δ.	μ.δ.	14,35	15,36	μ.δ.	μ.δ.	5 538,47	5 350,83
ΕΕ-10			4 717,95	4 471,45			1 014,58	372,95			4,63	5,10		3 958,77	4 830,06	3 866,06
Βουλγαρία	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	335,90	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	n.d.	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	2 219,41
Ρουμανία	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	1 572,90	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	1 012,40	μ.δ.	μ.δ.	n.d.	1,55	μ.δ.	μ.δ.	μ.δ.	1 168,03
ΕΕ-2				1 908,80												1 363,04

Πηγή: Ευρωπαϊκό Ελεγκτικό Συνέδριο, βάσει δεδομένων της Eurostat.

Μεταξύ των κρατών μελών και εντός αυτών, υπάρχει μεγάλη ανομοιογένεια των δομών παραγωγής: Στη Δανία, τις Κάτω Χώρες και το Ηνωμένο Βασίλειο, το μέσο μέγεθος των κοπαδιών και των ποσοτώσεων παράδοσης είναι σαφώς υψηλότερο από εκείνο των λοιπών κρατών μελών της ΕΕ-15. Η κατάσταση εμφανίζει ιδιαίτερες αντιθέσεις στα νέα κράτη μέλη. Στην Τσεχική Δημοκρατία, την Εσθονία, την Ουγγαρία και τη Σλοβακία, η μέση ποσόστωση παράδοσης είναι αρκετά υψηλή, καθώς στον κλάδο κυριαρχούν ορισμένες πολύ μεγάλες εκμεταλλεύσεις. Αυτές συνυπάρχουν με πολλούς μικρούς παραγωγούς, σε πολλούς εκ των οποίων δεν χορηγήθηκε ποσόστωση παράδοσης. Αντίθετα, στη Λετονία, τη Λιθουανία και την Πολωνία, οι κάτοχοι ποσοτώσεων είναι στη μεγάλη τους πλειονότητα πολύ μικρές οικογενειακές εκμεταλλεύσεις. Στο σύνολο των κρατών μελών της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, η πλειονότητα των γαλακτοπαραγωγικών εκμεταλλεύσεων ασκεί γεωργία



ημιαυτοσυντήρησης. Το 2005, το 67 % των κοπαδιών περιλάμβαναν κατά μέγιστο δύο αγελάδες.

Σημαντική διαφορά κλίμακας παρατηρείται μεταξύ των ευρωπαϊκών εργαστηρίων παραγωγής γάλακτος και εκείνων των κύριων ανταγωνιστών τους στην παγκόσμια αγορά (πίνακας 6.3). Οι μικρές εκμεταλλεύσεις (1 έως 29 αγελάδες) εξακολουθούν να αντιπροσωπεύουν το 30 % της ευρωπαϊκής παραγωγής, αλλά μόνον το 1,2 % της παραγωγής στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου τα κοπάδια άνω των 2 000 αγελάδων εξασφαλίζουν το 23 % της εθνικής παραγωγής γάλακτος. Το μεγαλύτερο ποσοστό της ευρωπαϊκής παραγωγής προέρχεται από εκμεταλλεύσεις που αριθμούν 30 έως 49 αγελάδες (20 %) και άνω των 50 αγελάδων (50 %)<sup>38</sup>

<b>Πίνακας 6.3 – Δομές παραγωγής στην Ευρώπη (2005), τις Ηνωμένες Πολιτείες και τη Νέα Ζηλανδία (2006) Μέσο κοπάδι</b>	
EE-25 (1)	15
EE-15 (1)	35
EE 10 (1)	5
Νέα Ζηλανδία (2)	322
Ηνωμένες Πολιτείες (3)	120

### **5.5 Οι ευρωπαϊκές εξαγωγές βασικών γαλακτοκομικών προϊόντων εμφανίζουν τάση συρρίκνωσης**

Η παγκόσμια αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι πολύ περιορισμένη: αφορά μόλις το 6 % της παγκόσμιας παραγωγής γάλακτος (2007) και οι τιμές είναι ευμετάβλητες<sup>39</sup>. Αφορά κυρίως τα μεταποιημένα προϊόντα χαμηλής περιεκτικότητας

<sup>38</sup> (Eurostat, « Vaches laitières - Nombre d'exploitations et effectif selon la SAU et l'effectif de vaches laitières de l'exploitation en 2005 » ( Αγελάδες γαλακτοπαραγωγής– Αριθμός εκμεταλλεύσεων και αριθμός ζώων ανάλογα με τη ΧΓΕ και τον αριθμό αγελάδων γαλακτοπαραγωγής της εκμετάλλευσης το 2005).).

<sup>39</sup> (FAO, « Perspectives de l'alimentation » (Διατροφικές προοπτικές), Ιούνιος 2008 και Νοέμβριος 2008).

σε νερό, όπως η σκόνη γάλακτος και το βούτυρο, καθώς και τα τυριά. Το 2007, η ΕΕ εξήγαγε περίπου το 9 % της συνολικής παραγωγής σε ισοδύναμο γάλακτος<sup>40</sup>, γεγονός που την καθιστά δεύτερο εξαγωγέα σε παγκόσμιο επίπεδο μετά τη Νέα Ζηλανδία.

Όσον αφορά την εξέλιξη των γαλακτοκομικών προϊόντων από την πλευρά της ΕΕ στο παγκόσμιο εμπόριο, επηρεάστηκε από τις διαδοχικές διευρύνσεις της Ένωσης. Κάθε διεύρυνση αύξησε αυτόματα τον όγκο του ενδοκοινοτικού εμπορίου και μείωσε τον όγκο των εξαγωγών (πίνακας 6.4).

**Πίνακας 5.4 Μερίδιο της ΕΕ στις παγκόσμιες εξαγωγές ορισμένων γαλακτοκομικών προϊόντων (σε %)**

	1984	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	ΕΕ-10	ΕΕ-15					ΕΕ-25			ΕΕ-27
Βούτυρο/βουτυρέλαιο	48,4	27	20,8	19,6	21,8	30	41,4	39,7	29,9	29,1
Σκόνη αποκορυφωμένου γάλακτος	30	31,6	29,1	12,7	13,3	19,4	27,4	17,4	7,2	19,7
Τυριά	52	48,6	28,6	30	32,3	30,3	38,8	34,8	34,1	35,9
Σκόνη πλήρους γάλακτος	70,2	48,1	37,6	29,8	28,3	27,6	28,3	27,2	23,9	22
Συμπυκνωμένο γάλα	67,7	61,7	51,6	44,4	45,5	38,9	30,7	28,5	29	36,1

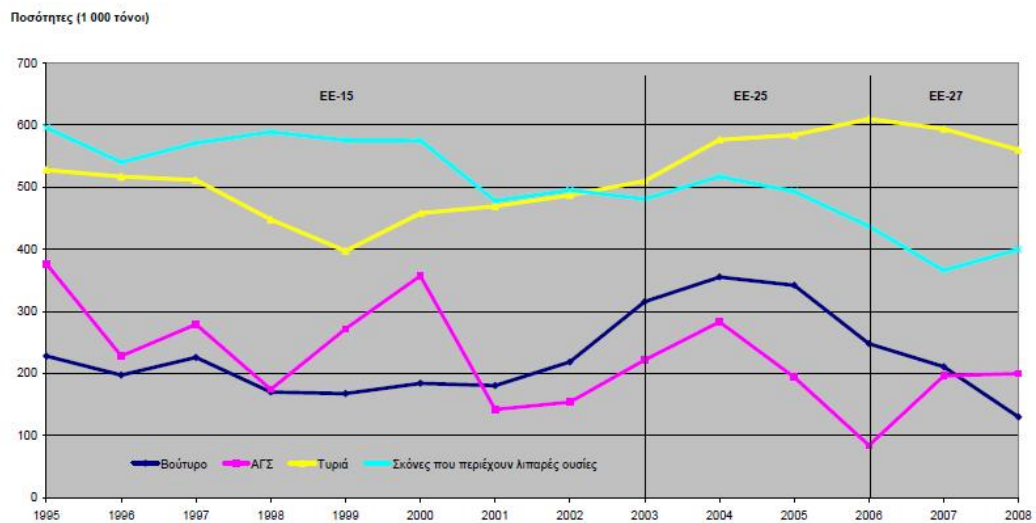
Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ΓΔ Γεωργία και αγροτική ανάπτυξη.

Οι παγκόσμιες τιμές της σκόνης γάλακτος και του βούτυρου είναι σχεδόν πάντοτε χαμηλότερες από τις τιμές που ισχύουν στην ΕΕ. Επομένως, η παγκόσμια αγορά, λιγότερο προσοδοφόρα, αποτελεί συνήθως τελευταία διέξοδο διάθεσης της παραγωγής που δεν μπορεί να απορροφήσει η εγχώρια αγορά. Οι παγκόσμιες τιμές επηρεάζουν λιγότερο το επίπεδο των εξαγωγών προϊόντων με υψηλότερη προστιθέμενη αξία, όπως τα τυριά.

<sup>40</sup> (Πηγή: ZMP)

Οι θέσεις της ΕΕ στην παγκόσμια αγορά υποβαθμίσθηκαν μετά τη θέσπιση των ποσοτώσεων γάλακτος, κυρίως προς όφελος της Νέας Ζηλανδίας και της Αυστραλίας. Το μερίδιο της ΕΕ στο παγκόσμιο εμπόριο γαλακτοκομικών προϊόντων εξακολουθεί να μειώνεται (πίνακας 6.4)<sup>41</sup> και οι ευρωπαϊκές εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων τείνουν να συρρικνώνονται (διάγραμμα 3).

**Διάγραμμα 3: Εξαγωγές βουτύρου, ΑΓΣ, τυριών και σκόνων που περιέχουν λιπαρές ουσίες της ΕΕ (1995-2008)**



Πηγή: Ευρωπαϊκό Ελεγκτικό Συνέδριο, με βάση τα δεδομένα του ZMP.

Οι εξαγωγές μειώθηκαν το 2008, με εξαίρεση όσον αφορά τις σκόνες που περιέχουν λιπαρές ουσίες. Ωστόσο, οι εξαχθείσες ποσότητες υπερβαίνουν το επίπεδο των μη επιδοτούμενων εξαγωγών που επιτεύχθηκε πριν από τον Ιούνιο του 2007.

### 5.6 Η Ευρωπαϊκή Ένωση μείωσε δραστικά τις ενισχύσεις των εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων

Στόχος των ενισχύσεων των εξαγωγών είναι η διασφάλιση της συμμετοχής της Κοινότητας στις διεθνείς συναλλαγές γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων<sup>42</sup>. Οι επιστροφές κατά την εξαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων βασίζονται στη διαφορά

<sup>41</sup> (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, αποσπάσματα από διάφορες εκθέσεις με τίτλο «Η κατάσταση της γεωργίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση»)

<sup>42</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1234/2007

μεταξύ των εσωτερικών και των παγκόσμιων τιμών. Ωστόσο, οι επιδοτούμενες εξαγωγές περιορίζονται σε αξία και όγκο από τις ποσοτώσεις της GATT για τέσσερις κατηγορίες προϊόντων: το βούτυρο και το βουτυρέλαιο, το αποκορυφωμένο γάλα σε σκόνη, το τυρί και τα λοιπά γαλακτοκομικά προϊόντα (Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει, κυρίως, τη σκόνη πλήρους γάλακτος, τα συμπυκνώματα γάλακτος, το γάλα κατανάλωσης και τα νωπά γαλακτοκομικά προϊόντα.).

Από το 2004, το ποσοστό επιστροφής μειώθηκε με μηχανικό τρόπο ώστε να ληφθεί υπόψη η προγραμματισμένη μείωση των τιμών παρέμβασης του βουτύρου και του αποκορυφωμένου γάλακτος σε σκόνη. Η επιδότηση των ευρωπαϊκών εξαγωγών συνεχίστηκε βάσει της διαφοράς τιμής που παρέμεινε μεταξύ της ευρωπαϊκής και της παγκόσμιας αγοράς μετά την αφαίρεση των τιμών παρέμβασης. Από τον Ιούνιο του 2007 έως τον Δεκέμβριο του 2008, η Επιτροπή καθόρισε μηδενικό ποσοστό επιστροφών για όλα τα προϊόντα.

### **5.7 Δυσχέρεια πρόσβασης στην παγκόσμια αγορά χωρίς δημοσιονομική ενίσχυση**

Για τα βασικά προϊόντα, ήτοι βούτυρο και γάλα σε σκόνη (ΑΓΣ), η παγκόσμια αγορά αποτελεί για τους ευρωπαίους παραγωγούς αγορά δεύτερης επιλογής. Στο παρελθόν, οι παραγωγοί απέκτησαν πρόσβαση σε αυτήν χάρη στον κοινοτικό προϋπολογισμό, με εξαίρεση τις περιόδους υψηλών παγκόσμιων τιμών. Κάθε σημαντική πτώση των παγκόσμιων τιμών καθιστούσε τα βασικά ευρωπαϊκά προϊόντα ανεπαρκώς ανταγωνιστικά στην παγκόσμια αγορά.

Καθώς η ζήτηση γαλακτοκομικών προϊόντων στην ευρωπαϊκή αγορά είναι ανελαστική, η αύξηση της παραγωγής που διαδέχθηκε την κατάργηση των ποσοτώσεων γάλακτος θα οδηγήσει σε σημαντική αύξηση των εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων της ΕΕ. Σύμφωνα με το σενάριο που προέκρινε η Επιτροπή κατά τον διαγνωστικό έλεγχο της μεταρρυθμισμένης ΚΓΠ, προβλέπεται εξαγωγή του 70 % της επιπλέον παραγωγής<sup>43</sup>. Η Επιτροπή φιλοδοξεί να αναπτύξει τις εξαγωγές χωρίς προσφυγή σε επιστροφές κατά την εξαγωγή, οι οποίες αναμένεται να καταργηθούν έως το 2013. Η επίτευξη του

---

<sup>43</sup> (Ίδρυμα οικονομικής βιομηχανίας (Institute d'économie industrielle, IDEI), Πανεπιστήμιο Toulouse), « Analyse économique des impacts de la sortie du système de quotas laitiers dans l'UE » (Οικονομική ανάλυση των συνεπειών της εξόδου από το σύστημα ποσοτώσεων γάλακτος στην ΕΕ), Μάρτιος 2008, σ. 5.)

στόχου αυτού εξαρτάται από την ικανότητα του κλάδου παραγωγής της ΕΕ να ανταποκριθεί στην παγκόσμια ζήτηση, καθώς και από νομισματικούς παράγοντες. Στις αρχές του 2009, η μείωση των παγκόσμιων τιμών, σε συνδυασμό με την υποτίμηση του δολαρίου έναντι του ευρώ, έφερε και πάλι στο προσκήνιο το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας των ευρωπαϊών παραγωγών, και οδήγησε την Επιτροπή να ενεργοποιήσει εκ νέου το σύστημα των επιστροφών κατά την εξαγωγή.

### **5.8 Ανταγωνιστικότητα στις παγκόσμιες αγορές. Ένας στόχος που βαρύνει τόσο τους παραγωγούς όσο και τους μεταποιητές**

Ο στόχος επίτευξης της ανταγωνιστικότητας των ευρωπαϊών παραγωγών γάλακτος βρίσκεται στο επίκεντρο της μεταρρύθμισης. Η επίτευξη του στόχου αυτού εξαρτάται από την ικανότητα του ευρωπαϊκού τομέα γαλακτοκομικών προϊόντων να προσαρμοστεί στην παγκόσμια ζήτηση όσον αφορά τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων.

Προκειμένου οι ευρωπαϊκές τιμές να καταστούν ανταγωνιστικές, το επίπεδό τους πρέπει να προσεγγίσει εκείνο των παγκόσμιων τιμών, οι οποίες είναι διαρθρωτικά χαμηλότερες, λαμβάνοντας υπόψη ότι, από το 2003, άμεσες ενισχύσεις και συμπληρωματικές ενισχύσεις αντισταθμίζουν εν μέρει τη μείωση των τιμών. Η ελευθέρωση εντείνει την επίδραση της παγκόσμιας αγοράς βουτύρου και γάλακτος σε σκόνη στις τιμές παραγωγού που εφαρμόζονται στην ΕΕ. Η σύγκλιση των τιμών καθιστά αναπόφευκτη τη συνέχιση της αναδιάρθρωσης, καθώς οι ευρωπαϊκές δομές παραγωγής διαφέρουν ακόμη σημαντικά από εκείνες των εξωκοινοτικών ανταγωνιστών. Ωστόσο, στην ΕΕ-15, το περιθώριο κέρδους των γαλακτοπαραγωγικών εκμεταλλεύσεων δεν συσχετίζεται άμεσα με το μέγεθος του κοπαδιού τους<sup>44</sup>. Διαπιστώνουμε ότι οι εκμεταλλεύσεις που εμφανίζουν θετικά περιθώρια κέρδους δεν είναι κατ' ανάγκη οι μεγαλύτερες, αλλά είναι εκείνες που εμφανίζουν μεγαλύτερη πυκνότητα, υψηλές αποδόσεις και χαμηλή μονάδα ετήσιας εργασίας.

---

<sup>44</sup> Όταν η αύξηση της παραγωγής δεν συνοδεύεται πλέον από μείωση του μέσου κόστους παραγωγής παρατηρείται έλλειψη αποδοτικότητας κλίμακας. Κάτι τέτοιο συμβαίνει όταν η προσφορά ορισμένων συντελεστών παραγωγής είναι σταθερή και δεν είναι εύκολο να αναβιβαστεί στο αναγκαίο επίπεδο για την επίτευξη αποδοτικότητας. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε αδυναμίες του επιχειρησιακού περιβάλλοντος (κλιματικές συνθήκες και τοπογραφία) ή σε έλλειψη αποδοτικότητας ενός φορέα εκμετάλλευσης σε σύγκριση με τους άλλους. Βλέπε MacDonald, James M., O'Donoghue, Erik J., McBride, William D., Nehring, Richard F., Sandretto, Carmen L. και Mosheim, Roberto, «*Profits, costs and the changing structure of dairy*

Όσον αφορά τα προϊόντα, παρά το γεγονός ότι η ΕΕ είναι ο πρώτος εξαγωγέας τυριών, οι πωλήσεις στην παγκόσμια αγορά εξακολουθούν να αφορούν σε μεγάλο βαθμό, τα βασικά προϊόντα, δηλαδή τη σκόνη γάλακτος και το βούτυρο (στοιχεία για το 2008). Στο παρελθόν, οι ευρωπαίοι παρασκευαστές των συγκεκριμένων προϊόντων υπήρξαν ανταγωνιστικοί μόνον όταν οι παγκόσμιες τιμές ήταν υψηλές. Επομένως, η διατήρηση σημαντικών μεριδίων αγοράς στην παγκόσμια αγορά προϋποθέτει αυξημένο ρόλο των παραγωγών τυριών και άλλων προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, σύμφωνα με τον στόχο της ελευθέρωσης, ο οποίος συνίσταται ακριβώς στην αύξηση του προσανατολισμού του τομέα στην αγορά.

Το μερίδιο της ΕΕ στο παγκόσμιο εμπόριο γαλακτοκομικών προϊόντων συρρικνώνεται διαρκώς από το 1984. Ο στόχος επίτευξης της ανταγωνιστικότητας των ευρωπαϊών παραγωγών γάλακτος βρίσκεται στο επίκεντρο της παρούσας εξέλιξης προς την ελευθέρωση του τομέα. Σύμφωνα με τις συμφωνίες του ΠΟΕ, οι ευρωπαϊκές ενισχύσεις των εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων μειώθηκαν σημαντικά κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών.

Στην πραγματικότητα, η παγκόσμια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων αφορά κυρίως βασικά προϊόντα, όπως η σκόνη γάλακτος και το βούτυρο. Οι ευρωπαίοι παραγωγοί των εν λόγω προϊόντων υπήρξαν ανταγωνιστικοί στις παγκόσμιες αγορές μόνον όταν οι τιμές ήταν υψηλές. Εκτός των περιόδων αυτών, οι εξαγωγές τους πραγματοποιήθηκαν με τη βοήθεια του κοινοτικού προϋπολογισμού.

Μετά την έντονη αύξηση των τελευταίων ετών, η ζήτηση στην παγκόσμια αγορά έχει μειωθεί. Για τον λόγο αυτό, η Επιτροπή ενεργοποίησε το 2009 εκ νέου το σύστημα των επιστροφών κατά την εξαγωγή, το ποσοστό των οποίων είχε μηδενιστεί το 2007. Ωστόσο, η λύση αυτή δεν θα ήταν πλέον εφικτή μεσοπρόθεσμα εάν οι συμφωνίες σχετικά με το παγκόσμιο εμπόριο, οι οποίες βρίσκονταν στο στάδιο της διαπραγματεύσεως, κατέληγαν στην κατάργηση των επιστροφών κατά την εξαγωγή. Η μελλοντική ανάπτυξη των εξαγωγών εξαρτάται από την εξέλιξη της παγκόσμιας ζήτησης και από την ικανότητα της βιομηχανίας της ΕΕ να την ικανοποιήσει.

## **Κεφάλαιο 6 : Τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα στη διεθνή αγορά**

### **6.1 Εισαγωγή**

Ο γαλακτοκομικός τομέας παγκοσμίως είναι πιθανόν ένας από τους διαστρεβλωμένους γεωργικούς τομείς. Οι επιχορηγήσεις παραγωγών ενθαρρύνουν την παραγωγή πλεονάσματος, οι εξαγωγικές επιδοτήσεις πληρώνονται από τις κυβερνήσεις για να τοποθετήσουν την υπερβολική παραγωγή στις παγκόσμιες αγορές, και τα δασμολογικά ή μη δασμολογικά εμπόδια που δημιουργούνται από τις αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες, επιθυμούν να προστατεύσουν το γαλακτοκομικό τομέα τους από τον «άδικο» ανταγωνισμό. Παραδείγματος χάριν, η Ευρωπαϊκή κοινότητα μόνο, ξοδεύει περίπου 16 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως υπέρ της γαλακτοκομικής βιομήχανος. Οι γαλακτοκομικοί αγρότες στις ΗΠΑ υπολογίζεται ότι λαμβάνουν επιχορήγηση παραγωγικών διαδικασιών της τάξης του 48 %, ενώ το Μεξικό εφαρμόζει δασμολόγια που υπερβαίνουν το 100% σε διάφορα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Αυτές οι στρεβλώσεις της αγοράς, ασκούν σημαντικές και διαφορετικές επιδράσεις στους παραγωγούς και στους καταναλωτές στις διάφορες χώρες, οι οποίες ωστόσο είναι εξαιρετικά δύσκολο να ποσοτικοποιηθούν. Αν και υπάρχει συναίνεση για την άποψη ότι μια μείωση των γαλακτοκομικών επιχορηγήσεων του ΟΟΣΑ θα οδηγούσε σε μια αύξηση στην αξία του γάλακτος στην παγκόσμια αγορά, οι εκτιμήσεις του μεγέθους της αύξησης ημών ποικίλλουν ευρέως και, λαμβάνοντας υπόψη την πολυπλοκότητα του γαλακτοκομικού τομέα, εγείρονται διαφωνίες για το ποιος θα ωφεληθεί και ποιος θα ζημιωθεί από αυτήν την αύξηση .

### **6.2 Η Παραγωγή Γαλακτοκομικών Διεθνώς**

Ο γαλακτοκομικός κλάδος έχει ορισμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που το διακρίνουν από άλλα γεωργικά προϊόντα και τα οποία διαμορφώνουν την παραγωγή, την επεξεργασία και το εμπόριο του. Για παράδειγμα, και σε αντιδιαστολή με το σιτάρι, το γάλα είναι ογκώδες και βαρύ προϊόν, που απαιτεί υψηλό κόστος αποθήκευσης και μεταφοράς καθότι απαιτεί ψύξη για τη διατήρησή του. Επιπλέον, ο συγκεκριμένος κλάδος στηρίζεται πολύ στο γάλα, που είναι η πρώτη ύλη για τα

γαλακτοκομικά προϊόντα, με αποτέλεσμα ο τομέας που αφορά την επεξεργασία του να είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Σε διεθνές επίπεδο, η μεγάλη πλειοψηφία των παραγωγών γάλακτος είναι μικρής κλίμακας, με μάλλον αδύνατη και τρωτή θέση στην αγορά, λόγω του χαμηλού επιπέδου παραγωγής τους και της ανάγκης για παραγωγή σε καθημερινή βάση. Τα σταθερά κόστη στη γαλακτοκομική παραγωγή είναι υψηλά και μπορούν να προσαρμοστούν μόνο βαθμιαία στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Ωστόσο, η παραγωγή γάλακτος παρέχει μια τακτή πηγή εισοδήματος και θεωρείται εντάσεως εργασίας.

Εξαιτίας του γεγονότος ότι ακόμη και τα μεγαλύτερα παραγωγικά αγροκτήματα δεν είναι σε θέση να παρέχουν επαρκείς ποσότητες στις εγκαταστάσεις επεξεργασίας, αλλά κάθε αγρόκτημα παρέχει μόνο ένα μικρό μερίδιο του συνολικού επεξεργασμένου γάλακτος, οι παραγωγοί σε πολλές χώρες οργανώνονται σε συνεταιρισμούς. Οι συνεταιρισμοί παραγωγών γάλακτος συσσωρεύουν την προσφορά προϊόντων ενός μεγάλου αριθμού παραγωγών και ενισχύουν τη διαπραγματευτική τους δύναμη έναντι των βιομηχανιών επεξεργασίας ή και ακόμα περαιτέρω είναι σε θέση να κανονίζουν τις εγκαταστάσεις επεξεργασίας τους. Επιπλέον, οι συνεταιρισμοί μπορούν να εγγυηθούν στους αγρότες της αγοράς για την καθημερινή παραγωγή τους. Ακόμη και στις αναπτυσσόμενες χώρες, οι συνεταιρισμοί υποστηρίζουν ισχυρές θέσεις στην επεξεργασία γάλακτος, με τους συνεταιρισμούς παραγωγών [όπως οι Γαλακτοκομικοί Αγρότες της Αμερικής (OPA)] να εμπορεύονται το σημαντικότερο μερίδιο του γάλακτος από τα αγροκτήματα.

Ο γαλακτοκομικός τομέας διαδραματίζει ένα σημαντικό οικονομικό ρόλο στον τομέα της γεωργίας, τόσο στις βιομηχανικές, όσο και στις περισσότερες από τις αναπτυσσόμενες χώρες. Στις περισσότερες χώρες του ΟΟΣΑ, η παραγωγή γάλακτος παράγει σε αξία περισσότερο από 20% των αγροτικών προϊόντων (Meilke και Lariviere1999).

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 24 ετών (1980-2004), η παγκόσμια παραγωγή γάλακτος αυξήθηκε κατά 32%, από 466 εκατομμύριο τόνους το 1980 σε 613 εκατομμύριο τόνους το 2004, ενώ η κατά κεφαλήν παραγωγή παγκόσμιου γάλακτος έχει μειωθεί από 105 κιλά κατά κεφαλήν ετησίως το 1980 σε 96 κιλά κατά κεφαλήν ετησίως το 2004 - μια πτώση της τάξης του εννέα τοις εκατό. Αυτοί οι αριθμοί



δείχνουν ότι η παραγωγή παγκόσμιου γάλακτος δεν έχει συμβαδίσει με την αύξηση στον παγκόσμιο πληθυσμό. Η πτώση στην κατά κεφαλήν παγκόσμια παραγωγή γάλακτος μπορεί να αποδοθεί στη μειωμένη παραγωγή στις αναπτυσσόμενες χώρες, ενώ η κατά κεφαλήν παραγωγή γάλακτος στις αναπτυσσόμενες χώρες, έχει αυξηθεί ελαφρώς κατά τη διάρκεια των τελευταίων 24 ετών.

Επιπλέον, οι παγκόσμιες πωλήσεις γαλακτοκομικών έχουν αυξηθεί κατά 39% τα τελευταία χρόνια (1998-2006), φτάνοντας τα 302 δις. δολάρια. Το ενδιαφέρον είναι ότι η αύξηση αυτή ουσιαστικά εμφανίζεται μετά το 2002, όπου μέχρι τότε οι πωλήσεις γαλακτοκομικών παγκοσμίως σημείωναν μια σχετική σταθερότητα, ανά είδος και τελική πώληση. Ο μεγαλύτερος εξαγωγέας γαλακτοκομικών προϊόντων είναι η Νέα Ζηλανδία, ενώ η Ιαπωνία είναι ο μεγαλύτερος εισαγωγέας (OECD, 2005). η οποία ωστόσο κατέχει τη δέκατη θέση ως παραγωγική χώρα (πίνακας 6.1). Οι φυσικοί πόροι (κλίμα, μήκος της εποχής της χορτονομής, εδαφολογική γονιμότητα και διαθεσιμότητα του εδάφους), ασκούν σημαντική επίδραση στην ανάπτυξη και την εξέλιξη των γαλακτοκομικών συστημάτων σε μια χώρα. Τα συστήματα εκείνα που βασίζονται στα διαθέσιμα εδάφη χόρτου, όπως στη Νέα Ζηλανδία, την Αυστραλία και την Αργεντινή, έχουν χαμηλότερο κόστος παραγωγής, με μεγάλα κοπάδια ζώων και χαμηλότερες παραγωγές γάλακτος ανά αγελάδα.

**Πίνακας 6.1**

**Οι Δέκα κορυφαίοι παραγωγοί γάλακτος-2005 (σε χιλ. τον.)**

Ινδία	91,940
Η.Π.Α.	80,264.51
Κίνα	32,179.48
Ρωσία	31,144.37
Πακιστάν	29,612
Γερμανία	28.487.95
Γαλλία	26.133
Βραζιλία	23,455
Η. Βασίλειο.	14.577
Νέα Ζηλανδία	14,500
Σύνολο	372,353.31

Πηγή : UN Food & Agriculture Organization (2007)

Η έλλειψη εδάφους που είναι πρόσφορο για βοσκή, οδηγεί σε συστήματα που βασίζονται περισσότερο στα δημητριακά και συνοδεύονται από υψηλό κόστος και με μικρά σε μέγεθος κοπάδια ζώων. Τα εντατικότερα συστήματα παραγωγής είναι σε ισχύ στο Ισραήλ, τις ΗΠΑ και την Ιαπωνία με πολύ υψηλές παραγωγές ανά αγελάδα. Η παραγωγή στην Ε.Ε. και την Ελβετία, είναι κάπως λιγότερο εντατική, με χαμηλότερες παραγωγές. Η Αυστραλία μπορεί να θεωρηθεί ως ενδιάμεση περίπτωση μεταξύ των δύο συστημάτων τροφοδοσίας. Παρά το γεγονός ότι το σημαντικότερο μέρος της παραγωγής του παγκόσμιου γάλακτος προέρχεται από αυτά τα δύο συστήματα το επικρατούν σύστημα σίτισης ζώων, είναι αυτό των υπολειμμάτων από τη συγκομιδή γεωργικών καλλιεργειών (π.χ. Ινδία και αναπτυσσόμενες χώρες). Το κόστος του είναι αρκετά πιο χαμηλό (χαμηλότερη ποιότητα) και συνοδεύεται επίσης από χαμηλή παραγωγικότητα γάλακτος. Στις αναπτυγμένες χώρες, σχεδόν όλο το γάλα που παράγεται στα αγροκτήματα παραδίδεται στα γαλακτοκομεία για επεξεργασία [για την Ε.Ε. το μερίδιο ήταν 95% το 2003 σύμφωνα με ZMP (2004)]. Τα σημαντικότερα επεξεργασμένα προϊόντα περιλαμβάνουν: το υγρό γάλα, το τυρί, το επεξεργασμένο γάλα για την καζεΐνη, το βούτυρο, το συμπυκνωμένο γάλα, το γάλα σε σκόνη αφρού και το γάλα σε σκόνη.

Στις περιοχές που είναι περισσότερο από αυτόνομες στο γάλα, όπως η ΕΕ, το βούτυρο και το γάλα σε σκόνη αφρού, είναι υπόλοιπα της συνολικής προσφοράς γάλακτος. Όταν η ζήτηση γάλακτος (κυρίως για τα υψηλότερα προϊόντα αξίας, όπως το τυρί, τα φρέσκα προϊόντα και γάλα σε σκόνη) ικανοποιείται, το πλεόνασμα υποβάλλεται σε επεξεργασία και μετατρέπεται σε βούτυρο και σε γάλα σε σκόνη αφρού για αποθήκευση. Επομένως, ο όγκος παραγωγής συνδέεται έντονα με τις συνθήκες προσφοράς και ζήτησης των γαλακτοκομικών προϊόντων με μεγάλη αξία. Κατά συνέπεια, οι διακυμάνσεις στην παραγωγή τυριών, είναι ένας σημαντικός καθοριστικός παράγοντας της παραγωγής βουτύρου. Η αλληλοεξάρτηση στην παραγωγή μπορεί να οδηγήσει τις γαλακτοκομικές αγορές να κινούνται σε διαφορετικές κατευθύνσεις. Παραδείγματος χάριν στην περίπτωση του βουτύρου, η παραγωγή είναι πολύ κυμαινόμενη, γεγονός που επηρεάζει τις παγκόσμιες αγορές καθώς και την τιμή του (Rabobank 2004. OECD 2002).

Όσον αφορά το τυρί, θεωρείται ως ένα από τα σημαντικότερα αγροτικά προϊόντα. Σύμφωνα με στοιχεία (Food and Agricultural Organization. U.N. (2007), περισσότερο από 18 εκ. τόνοι τυριού παραχθήκαν παγκοσμίως το 2004. Αυτή η ποσότητα υπερβαίνει αυτών της ετήσιας παραγωγής των σπόρων του καφέ και του κακάου, των φύλλων τσαγιού και του καπνού. Ο μεγαλύτερος παραγωγός τυριού είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, συνιστώντας το 30 τοις εκατό της παγκόσμιας παραγωγής και ακολουθούν η Γερμανία και η Γαλλία (πίνακας 6.2).

**Πίνακας 6.2**  
**Κορυφαίοι παραγωγοί τυριών – 2005 (αξία σε '000 US \$)**

Η.Π.Α	4,145
Γερμανία	1.929
Γαλλία	1,827
Ιταλία	1,102
Ολλανδία	672
Πολωνία	535
Βραζιλία	470
Αίγυπτος	450
Αυστραλία	373
Αργεντινή	370

Πηγή : (Food and Agricultural Organization. U.N. (2007))

Ο μεγαλύτερος εξαγωγέας τυριού, σε όρους νομισματικής αξίας, είναι η Γαλλία και δεύτερη η Γερμανία (αν και είναι πρώτη σε ποσότητα). Μεταξύ των κορυφαίων δέκα εξαγωγέων, μόνο η Ιρλανδία, η Νέα Ζηλανδία, οι Κάτω Χώρες και η Αυστραλία έχουν παραγωγή τυριών που είναι προσανατολισμένη κυρίως προς τις εξαγωγές,(πίνακας 6.3).

**Πίνακας 6.3**  
**Κορυφαίοι εξαγωγείς τυριών (Αγελαδινό Γάλα) – 2004 (σε χιλ. τον.)**

Γαλλία	2,658,441
Γερμανία	2,416,973
Ολλανδία	2,099,353
Ιταλία	1,253.580
Δανία	1,122,761

Αυστραλία 643,575

N.Ζηλανδία 631.963

Βέλγιο 567.590

Ιρλανδία 445,240

Ην Βασίλειο 374.156

Πηγή : (Food and Agricultural Organization. U.N. (2007))

Αντίστοιχα το 95 τοις εκατό, το 90 τοις εκατό, το 72 τοις εκατό, και το 65 τοις εκατό της παραγωγής τυριών τους εξάγονται. Μόνο το 30 τοις εκατό της γαλλικής παραγωγής, που είναι ο μεγαλύτερος παγκόσμιος εξαγωγέας, εξάγονται. Οι Ηνωμένες Πολιτείες, ο μεγαλύτερος παγκόσμιος παραγωγός του τυριού, είναι οριακός εξαγωγέας, καθώς το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής έχει κατεύθυνση την εγχώρια αγορά. Η Γερμανία είναι ο μεγαλύτερος εισαγωγέας του τυριού και ακολουθούν το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ιταλία.

### **6.3 Η Κατανάλωση των Γαλακτοκομικών Προϊόντων**

Η συνολική κατανάλωση γάλακτος στις αναπτυγμένες χώρες παρέμεινε σχεδόν σταθερή τα τελευταία είκοσι χρόνια. Ωστόσο, παγκοσμίως η κατανάλωση γάλακτος, αλλά και των γαλακτοκομικών προϊόντων, έχει αυξηθεί και ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Μεταξύ 2000 και 2005 η παγκόσμια κατανάλωση γάλακτος αυξήθηκε κατά 8% και έφθασε την ποσότητα των 163 εκ. τόνων. Οι λόγοι για αυτήν την αύξηση έγκειται στην πληθυσμιακή αύξηση και στη βελτίωση των εισοδημάτων των αναπτυσσόμενων χωρών.

Η συνεχής ισχυρή οικονομική ανάπτυξη στην Κίνα και στην Ινδία, μαζί με τις επιταχυνόμενες μεταβολές των καταναλωτικών προτιμήσεων στην Ασία, προβλέπονται να προωθήσουν περαιτέρω αυξήσεις στη ζήτηση για το γάλα και για τα γαλακτοκομικά προϊόντα στο μέλλον. Με την αναμενόμενη άνοδο των εισοδημάτων σε όλες τις σημαντικότερες χώρες κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων, αναμένεται και η παγκόσμια ζήτηση να αυξηθεί. Η Κίνα μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο σε αυτήν την ανάπτυξη, τόσο ως παραγωγός όσο και ως καταναλωτής γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων.

Όσον αφορά τους μεγαλύτερους καταναλωτές τυριών παγκοσμίως η Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση με 27,3 κιλά τυρί να τρώγονται κατά μέσο όρο από τον Έλληνα(Feka

& Kamami. 1994) . Ας σημειωθεί ότι τα 3/4 αυτής της κατανάλωσης αφορούν τη φέτα (πίνακας 6.4).

**Πίνακας 6.4**  
**Κορυφαίοι καταναλωτές τυριών - 2003**  
**(χιλιόγραμμα ανά άτομο ετησίως)**

Ελλάδα	27,3
Γαλλία	24,0
Ιταλία	22,9
Ελβετία	20,6
Γερμανία	20,2
Ολλανδία	19,9
Αυστρία	19,5
Σουηδία	17,9

Πηγή : (Food and Agricultural Organization. U.N. (2007))

Η Γαλλία είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος καταναλωτής του τυριού, με 24 κιλά ανά κάτοικο και ακολουθείται από την Ιταλία. Στις ΗΠΑ, η κατανάλωση τυριού αυξάνεται γρήγορα και έχει τριπλασιαστεί σχεδόν μεταξύ 1970 και 2003. Η κατανάλωση ανά άτομο έχει φθάσει, το 2003, σε 14,1 κλ (31 λίβρες). Η μοτσαρέλλα είναι το αγαπημένο τυρί της Αμερικής και αποτελεί σχεδόν ένα τρίτο της κατανάλωσής του, κυρίως επειδή είναι ένα από τα κύρια συστατικά της πίτσας .

#### **6.4 Η Γαλακτοκομική Βιομηχανία**

Οι αγρότες γαλακτοπαραγωγοί εξαρτώνται σε σημαντικό βαθμό από τη συνεργασία τους με κάποια τοπική μονάδα επεξεργασίας, η οποία θα αγοράσει το προϊόν, πριν αυτό διαβρωθεί με την πάροδο του χρόνου. Το γεγονός αυτό έχει ενθαρρύνει την ανάπτυξη των συνεταιρισμών στο γαλακτοκομικό τομέα. Οι συνεταιρισμοί προέκυψαν στο γαλακτοκομικό τομέα ως όργανο για να ανακουφίσουν την ευπάθεια των παραγωγών που προέρχεται από τις ιδιότητες του ίδιου του προϊόντος και των πόρων που απαιτούνται για την παραγωγή του. Με τη συγκέντρωση της προσφερόμενης παραγόμενης ποσότητας και τη συλλογική επιχειρηματικότητα, οι αγρότες είναι σε θέση να μειώσουν τον κίνδυνο της αγοράς. Αν και οι μεταβολές στις τεχνολογίες και τις μεταφορές έχουν αλλάξει αυτά τα σχέδια σε πολλές χώρες, ο παραγωγικός τομέας παραμένει κατά ένα μεγάλο μέρος συνεταιριστικά οργανωμένος

με μικρούς ή μεγάλους συνεταιρισμούς. Ανάμεσα στις 20 μεγαλύτερες παραγωγικές επιχειρήσεις στον κόσμο οκτώ από αυτές είναι – τουλάχιστον μερικώς - ιδιοκτησία συνεταιρισμών. Οι γαλακτοκομικές επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο αντιμετωπίζουν διάφορες αλλαγές και προκλήσεις, που τις αναγκάζουν να επανεξετάσουν τις στρατηγικές τους. Οι σημαντικότερες προκλήσεις είναι η αυξανόμενη ζήτηση για τα γαλακτοκομικά προϊόντα<sup>45</sup>, η οποία όμως συνδέεται με τις ανησυχίες για την προσφορά γάλακτος που αυξάνεται με πιο αργό ρυθμό. Επίσης, οι γαλακτοκομικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν το συνεχώς αυξανόμενο αριθμό καταναλωτικών απαιτήσεων σε συνδυασμό με την αυξανόμενη δύναμη πελατών. Οι λιανοπωλητές τροφίμων, η βιομηχανία τροφίμων και η βιομηχανία επεξεργασίας τροφίμων είναι οι βασικοί πελάτες για τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Οι κύριες επιχειρήσεις σε αυτόν τον τομέα τείνουν να είναι πολύ μεγαλύτερες από τους φορείς στη γαλακτοκομική βιομηχανία και η τρέχουσα διαδικασία ενοποίησης πολλών από αυτές αυξάνει περαιτέρω την αγοραστική δύναμή τους. (Rabobank 2001). Η μεγέθυνση αποτελεί ουσιαστικό στρατηγικό στόχο των περισσότερων γαλακτοκομικών επιχειρήσεων. Αυτό οφείλεται στον ισχυρό ανταγωνισμό μεταξύ αυτών των επιχειρήσεων στις αγορές με σχετικά χαμηλό αναπτυξιακό δυναμικό, συν την ισχυρή πίεση που δέχονται από τους λιανοπωλητές. Οι επιχειρήσεις που είναι απρόθυμες ή ανίκανες να ακολουθήσουν αυτόν το στόχο και δεν έχουν ισχυρή θέση σε μια συγκεκριμένη (niche) αγορά, διατρέχουν τον κίνδυνο να συντριβούν από τους ανταγωνιστές τους (Rabobank, 2001). Συνεπώς, η διαδικασία συγκέντρωσης επιχειρήσεων με τη βοήθεια των συγχωνεύσεων, των εξαγορών και των στρατηγικών συμμαχιών στη γαλακτοκομική βιομηχανία, είναι πολύ έντονη και αναμένεται να συνεχιστεί περαιτέρω. Ήδη οι μεγάλες επιχειρήσεις γίνονται ακόμα μεγαλύτερες, και το ποσοστό επέκτασης πέρα από τα εθνικά τους σύνορα από τις συγχωνεύσεις, τις κοινοπραξίες και τις συνεργασίες έχει αυξηθεί (Knips 2006).

Δεδομένου ότι η ζήτηση στα γαλακτοκομικά προϊόντα δεν αυξάνεται με ίδια ποσοστά σε όλο τον κόσμο, οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι γαλακτοκομικές επιχειρήσεις ποικίλλουν, ανάλογα με την αγορά στην οποία λειτουργούν. Οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν δραστηριότητες στις μεγάλες, αλλά ώριμες γαλακτοκομικές αγορές της Ευρώπης και των ΗΠΑ, αντιμετωπίζουν τον ισχυρό ανταγωνισμό στα επώνυμα (brand)

---

<sup>45</sup> Είναι 2% ετησίως και ισοδυναμεί με την ποσότητα παραγωγής της Αυστραλίας.

προϊόντα, την αύξηση των μεριδίων αγοράς από προϊόντα μικρών αλλά γνωστών ιδιωτικών επιχειρήσεων, τον αδυσώπητο ανταγωνισμό μεταξύ των λιανοπελατών, με συνέπεια την προς τα κάτω πίεση των ημών.

Οι ευκαιρίες ανάπτυξης της αγοράς, ως προς τον όγκο της, είναι αρκετά περιορισμένες, επειδή τα κατά κεφαλήν επίπεδα κατανάλωσης είναι ήδη πολύ ψηλά και η μεγέθυνση μπορεί μόνο να εμφανιστεί με την αύξηση των μεριδίων αγοράς ή με τη μεταπήδηση σε προϊόντα με υψηλότερη προστιθέμενη αξία (Rabobank ,2004). Όπως αναφέρεται σε μελέτη του κλάδου των γαλακτοκομικών αναφορικά με την διαμόρφωση της παγκόσμιας αγοράς (statistics world 2008). κατά την περίοδο 2007-2011 θα εμφανιστούν σημαντικές ευκαιρίες αλλά και απειλές στον κλάδο. Παρόλο που η αγορά των γαλακτοκομικών στις περισσότερες ανεπτυγμένες οικονομίες είναι συνήθως ώριμη και έντονα εμπορευματική, αλλάζοντας η καταναλωτική αντίληψη και γεύση, δημιουργούνται προσοδοφόρες ευκαιρίες για προστιθέμενη αξία. Οι αλλαγές στην αντίληψη αναμένεται να συνδεθούν κυρίως με θέματα υγιεινής διατροφής και γενικότερα τρόπου ζωής. Στις αναπτυσσόμενες οικονομίες, η επέκταση θα οδηγηθεί από την αύξηση των ποσοτήτων.

Οι εγχώριες επιχειρήσεις που αναπτύσσουν τις δραστηριότητες τους σε αγορές που μεγθύνονται, ωφελούνται από την ανάπτυξη της καταναλωτικής ζήτησης για τα γαλακτοκομικά τους προϊόντα. Σε αυτήν την περίπτωση οι ευκαιρίες μεγέθυνσης της επιχείρησης καθορίζονται κυρίως από την κατά κεφαλήν εισοδηματική αύξηση. Εντούτοις, η ανάπτυξη της αγοράς προσελκύει τον ξένο ανταγωνισμό και η παγκόσμια τάση προς την απελευθέρωση των αγορών ενισχύει περαιτέρω τον ανταγωνισμό. Για να ωφεληθούν από την αύξηση των εγχώριων αγορών τους, οι εγχώριες επιχειρήσεις θα πρέπει να αυξήσουν την ποιότητα των προϊόντων, για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν τον ξένο ανταγωνισμό (Rabobank 2004). Εντούτοις, για να εισέλθει μια επιχείρηση στις αγορές των αναπτυσσόμενων χωρών είναι αρκετά δύσκολο, από την άποψη ότι έχει να αντιμετωπίσει πολλές οργανωτικές προκλήσεις. Μια καλά οργανωμένη δομή ανεφοδιασμού είναι ένα από τα κρίσιμα στοιχεία μιας επιτυχούς γαλακτοκομικής επιχείρησης. Στις περισσότερες αναδυόμενες γαλακτοκομικές χώρες, εντούτοις, η παραγωγή γάλακτος δεν είναι καλά οργανωμένη, και λαμβάνοντας υπόψη την οικειότητά τους με τις συχνά χαοτικές καταστάσεις, οι εγχώριες επιχειρήσεις έχουν



ένα σημαντικό ρόλο στο παιχνίδι σε αυτό το τμήμα της γαλακτοκομικής αλυσίδας (Rabobank 2004).

Κατά συνέπεια, για να εισέλθουν στις αγορές των αναπτυσσόμενων χωρών οι πολυεθνικές γαλακτοκομικές επιχειρήσεις, όπως η Nestle και η Parmalat, έχουν ακολουθήσει μια στρατηγική, η οποία κατευθύνει προς την εξαγορά ή τη συνεργασία με τις τοπικές εταιρίες, γεγονός που θα τους επιφέρει άμεση οικονομική ρευστότητα και υφιστάμενα κανάλια διανομής. Με τα αυξανόμενα εισοδήματα σε αυτές τις χώρες, οι πολυεθνικές προωθούν υψηλής αξίας γαλακτοκομικά προϊόντα, ενώ ταυτόχρονα κτίζουν την εικόνα των προϊόντων και των εμπορικών τους σημάτων και τελικά δημιουργούν το δικό τους δίκτυο διανομής μέσω συνεταιρισμών ή αγροτών (Gutman.2002).

### **6.5 Η Αγορά των Γαλακτοκομικών Προϊόντων**

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα παράγονται κυρίως σε εγχώριο επίπεδο, δεδομένου ότι το γάλα είναι ένα ογκώδες και φθαρτό προϊόν, και καταναλώνονται συνήθως στη χώρα ή την περιοχή όπου παράγονται. Μόνο ένα μικρό μέρος της παγκόσμιας παραγωγής κυκλοφορεί στο διεθνές εμπόριο. Παρά τις τεχνολογικές εξελίξεις στην ψύξη και τη μεταφορά, μόνο 7% του παραχθέντος γάλακτος κυκλοφορεί στο διεθνές εμπόριο με εξαίρεση το ενδοκοινοτικό. Ο συνολικός εμπορικός όγκος του γάλακτος διεθνώς αυξήθηκε από 42 εκατ. τόνους το 1980 σε 73 εκατ. τόνους το 2003, ενώ κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου η αξία του εμπορικού γάλακτος αυξήθηκε από 13 δις δολ. ΗΠΑ σε 27 δις δολ. ΗΠΑ (σε σταθερές τιμές του 1995).

Το εμπόριο των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι ευάλωτο σε διακυμάνσεις που προκαλούνται από την οικονομική κατάσταση της χώρας, τις διακυμάνσεις της προφοράς και ζήτησης της αγοράς, τις μεταβολές των συναλλαγματικών ισοτιμιών και από τα κρατικά μέτρα και τις νομοθετικές ρυθμίσεις. Η πρόσθετη αστάθεια εισάγεται και από το γεγονός ότι η παγκόσμια γαλακτοκομική αγορά είναι εξαιρετικά συγκεντρωμένη, από την άποψη των αγοραστών και των πωλητών. Ως εκ τούτου, οι κλυδωνισμοί της ζήτησης ή της προσφοράς δεν απορροφώνται εύκολα (Rabobank, 2004). Με τη ζήτηση για τα γαλακτοκομικά προϊόντα να αυξάνεται πολύ πιο γρήγορα στις περιοχές που δεν είναι αυτάρκης στην παραγωγή γάλακτος, τα μεγέθη των

γαλακτοκομικών συναλλαγών αυξάνονται. Επίσης το μερίδιο της παγκόσμιας γαλακτοκομικής παραγωγής που κυκλοφορεί στο εμπόριο θα αυξηθεί, δεδομένου ότι το εμπόριο θα αυξηθεί με ταχύτερο ρυθμό από την παραγωγή γάλακτος (OECD 2004α).

Μετά το 1990 παρατηρήθηκε μια μετατόπιση στις παγκόσμιες γαλακτοκομικές εξαγωγές από τις χώρες που έχουν υψηλές επιχορηγήσεις (π.χ. Ε.Ε. και Η.Π.Α.) προς χώρες των οποίων οι επιχειρήσεις δεν λαμβάνουν επιχορηγήσεις (π.χ. η Νέα Ζηλανδία και Αυστραλία). Οι αναπτυγμένες χώρες κατέχουν το 62% των, παγκόσμιων γαλακτοκομικών εισαγωγών και 93% των εξαγωγών, γεγονός που δείχνει ότι το μεγαλύτερο μέρος του παγκόσμιου γαλακτοκομικού εμπορίου πραγματοποιείται μεταξύ των ανεπτυγμένων οικονομικά κρατών .

## Κεφάλαιο 7: Εξέλιξη της κατάστασης της αγοράς γάλακτος και οι μεσοπρόθεσμες προοπτικές

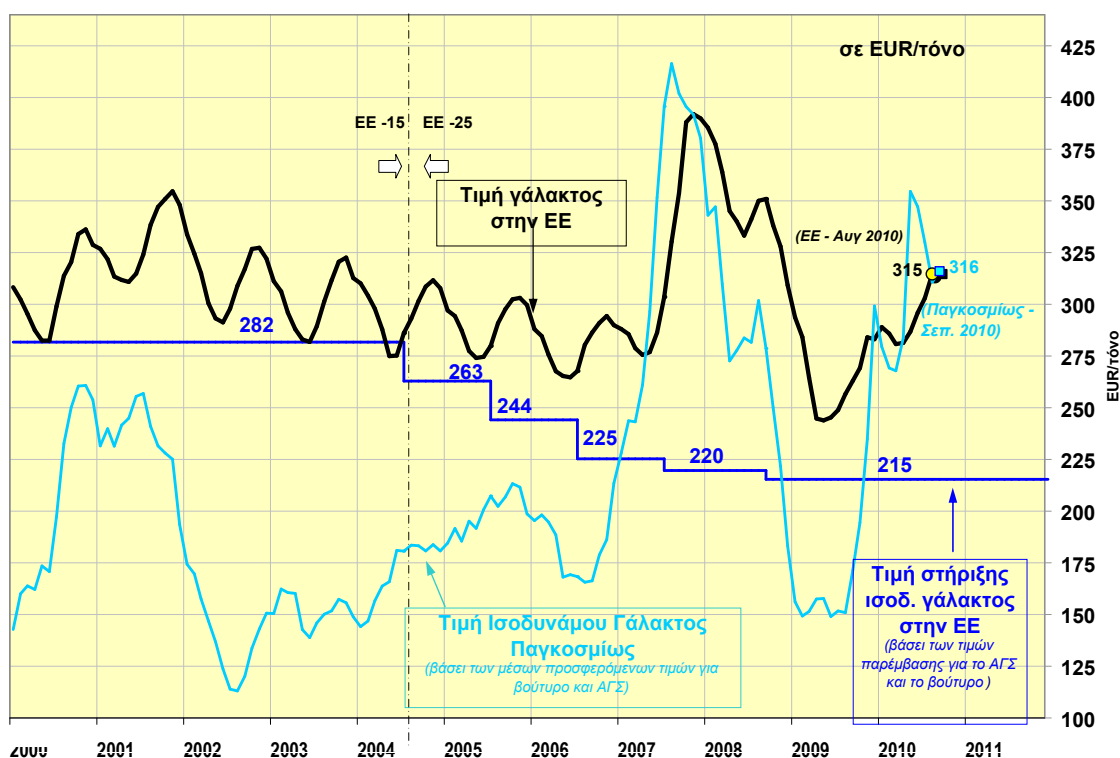
Μετά από μια σημαντική πτώση στις τιμές και τα έσοδα των παραγωγών την περίοδο 2008-09 που ακολούθησε τη ραγδαία αύξηση των τιμών του 2007, η αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων ανέκαμψε το δεύτερο εξάμηνο του 2009 και συνέχισε να βελτιώνεται το πρώτο εξάμηνο του 2010.

### 7.1. Εξελίξεις στην αγορά (ΕΕ27) έως σήμερα

Οι παραδόσεις αγελαδινού γάλακτος παρέμειναν σχετικά σταθερές στην ΕΕ των 27 τα τελευταία 3 έτη, με μικρές ποσοστιαίες μεταβολές από το ένα έτος στο άλλο (+ 1% το 2008, - 0,6% το 2009, + 0,03% κατά τους πρώτους 7 μήνες του 2010).

Η εξέλιξη των τιμών γάλακτος παρουσιάζεται στο διάγραμμα 7.1 .

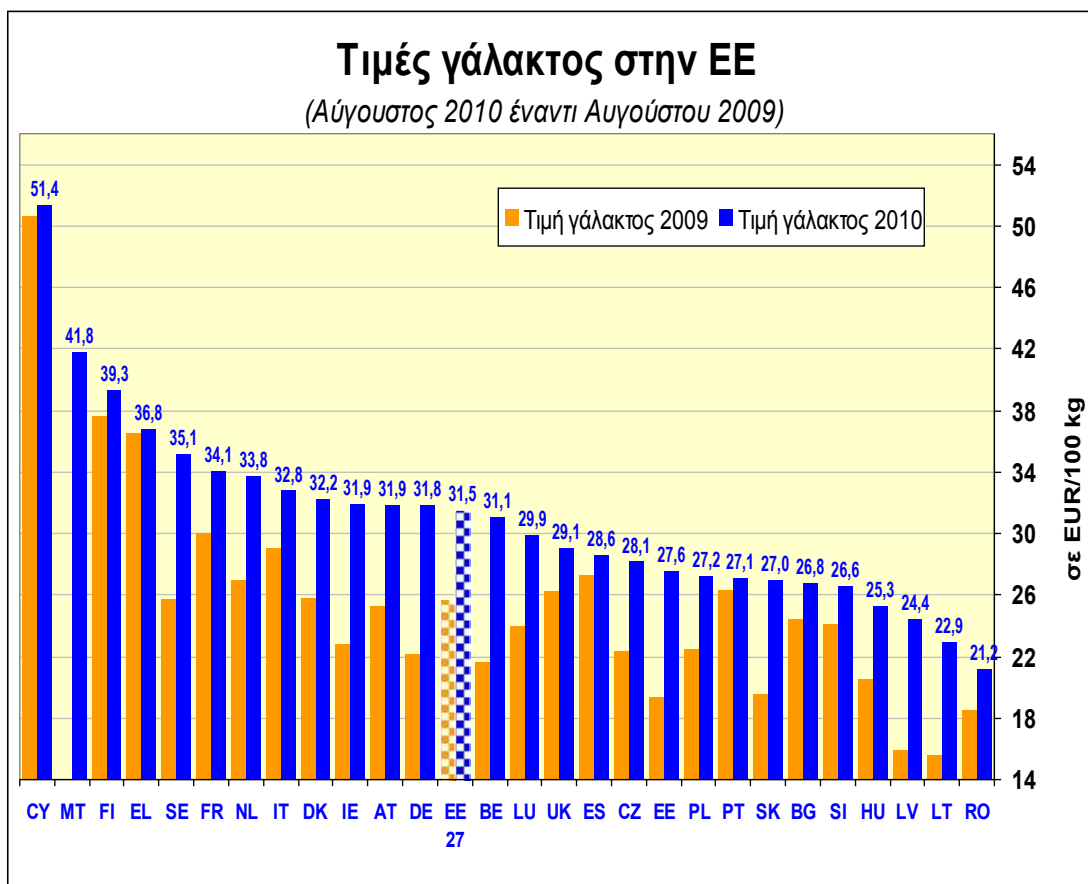
Διάγραμμα 7.1 Εξέλιξη της τιμής του γάλακτος



Μετά την εξαιρετική αιχμή που σημειώθηκε το 2007, οι τιμές παραγωγού γάλακτος μειώθηκαν, ακολουθώντας τη μείωση στις τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων. Μετά από ελαφρά ανάκαμψη από τον Ιούλιο έως τον Σεπτέμβριο του 2008, οι τιμές

έφτασαν σε χαμηλό επίπεδο τον Μάιο 2009, λίγο πάνω από τα επίπεδα δικτύου ασφαλείας κατά μέσο όρο. Οι τιμές γάλακτος αυξήθηκαν από τον Μάιο του 2009 έως τον Νοέμβριο του 2009 και σταθεροποιήθηκαν περίπου στα επίπεδα αυτά κατά το πρώτο τρίμηνο του 2010, σε αντίθεση με το εποχιακό μοντέλο που παρουσιάζει συνήθως τάσεις μείωσης κατά τη διάρκεια του χειμώνα και της άνοιξης. Αύξηση παρουσίασαν οι τιμές του γάλακτος από την άνοιξη του 2010 και έφτασαν περίπου σε 31,5 c/kg τον Αύγουστο κατά μέσο σταθμισμένο όρο στην ΕΕ των 27. Για επισκόπηση των σημαντικών μεταβολών στις τιμές μεταξύ των κρατών μελών ανατρέξτε στο διάγραμμα 7.2 παρακάτω, όπου συγκρίνονται οι τιμές γάλακτος του Αυγούστου 2010 με τις αντίστοιχες του Αυγούστου 2009 στα διάφορα κράτη μέλη.

**Διάγραμμα 7.2 Τιμές παραγωγού γάλακτος στα διάφορα κράτη μέλη  
Αύγουστος 2010 / Αύγουστος 2009**



Τα αποθέματα παρέμβασης βουτύρου και αποκορυφωμένου γάλακτος σε σκόνη (ΑΓΣ) ήταν άδεια το 2008, αλλά τα ιδιωτικά/βιομηχανικά αποθέματα αυξήθηκαν τόσο για το

βούτυρο όσο και για το ΑΓΣ καθ'όλη τη διάρκεια της περιόδου 2007-2008, γεγονός που υποδηλώνει ότι ενώ οι αγορές είχαν ανοδικές τάσεις, υπήρχε μια αυξανόμενη ποσότητα προϊόντων χύμα της ΕΕ που δεν εύρισκε το δρόμο του προς την αγορά. Τα αποθέματα παρέμβασης αυξήθηκαν ταχέως το 2009 λόγω της πτώσης της ζήτησης. Η επιδείνωση της αγοράς το 2009 παρότρυνε τους παραγωγούς να εγκαταλείψουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας (όπως τυρί, φρέσκα προϊόντα, γιαούρτι κλπ.) και να στραφούν στα προϊόντα παρέμβασης (ΑΓΣ και βούτυρο). Συνολικά, 76.367 τόνοι βουτύρου και 256.982 τόνοι ΑΓΣ αγοράστηκαν στην παρέμβαση το 2009. Το δίκτυ ασφαλείας αποδείχθηκε αποτελεσματικό για την εξισορρόπηση της αγοράς μέσω της απόσυρσης από την αγορά προϊόντων που αντιστοιχούσαν στο 1 ή 2% της συνολικής παραγωγής γάλακτος. Χάρη σε μια σημαντική ανάκαμψη στις τιμές του βουτύρου στο τέλος του 2009 και το 2010 μέχρι σήμερα και στις θετικές εξελίξεις της αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων εν γένει, δεν πραγματοποιήθηκε αγορά στην παρέμβαση το 2010 και τα αποθέματα παρέμβασης βουτύρου είναι πλέον σχεδόν άδεια, ενώ μειώνονται σταδιακά τα αποθέματα ΑΓΣ, λόγω της διανομής των προϊόντων αυτών στο πλαίσιο του προγράμματος για τους απόρους και των πωλήσεων μέσω διαγωνισμού.

Η ανάκαμψη των τιμών των γαλακτοκομικών προϊόντων οφειλόταν κυρίως στη μειωμένη προσφορά από το νότιο ημισφαίριο και στην καλύτερη από την αναμενόμενη ανάκαμψη της παγκόσμιας ζήτησης για γαλακτοκομικά προϊόντα. Οι βελτιωμένες συνθήκες της αγοράς είχαν ως αποτέλεσμα τα γαλακτοκομεία να στραφούν και πάλι στα γαλακτοκομικά προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας. Η εξέλιξη των μέσων τιμών της ΕΕ για τα κύρια γαλακτοκομικά προϊόντα παρουσιάζει διακυμάνσεις από το 2008 έως σήμερα. Ενώ οι τιμές εξακολουθούσαν να βρίσκονται σε πολύ υψηλά επίπεδα στις αρχές του 2008, έπεσαν σε πολύ χαμηλά επίπεδα κατά το πρώτο εξάμηνο του 2009 και παρουσίαζαν συνεχόμενη ανάκαμψη κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2009 και τα πρώτα 3 τρίμηνα του 2010. Πτώση παρουσίασαν οι εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων της ΕΕ το 2008, ιδίως όσον αφορά το βούτυρο και το βουτυρέλαιο, με μόνη σημαντική εξαίρεση τις εξαγωγές πλήρους γάλακτος σε σκόνη (ΠΓΣ). Η τάση αυτή ανασχέθηκε το 2009 με την εισαγωγή των επιστροφών κατά την εξαγωγή για την κάλυψη μέρους της αυξανόμενης διαφοράς μεταξύ των τιμών στην παγκόσμια αγορά και στην ΕΕ. Οι εξαγωγές της ΕΕ παρουσίασαν ανάκαμψη κατά τους πρώτους μήνες του 2010, χωρίς επιστροφές κατά την εξαγωγή λόγω της αυξημένης παγκόσμιας ζήτησης.

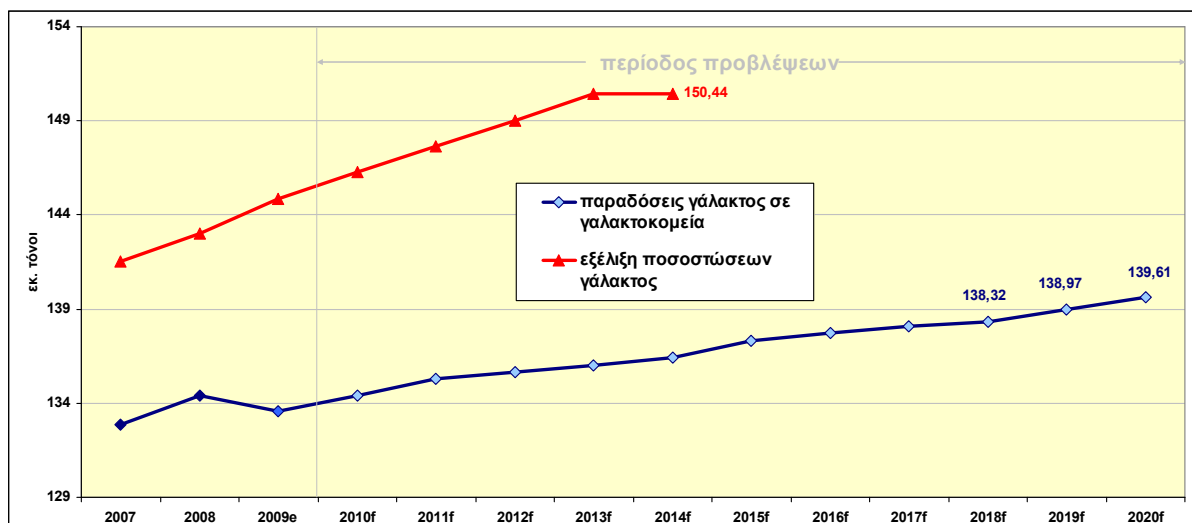
### 7.1.1 Μεσοπρόθεσμες εξελίξεις της αγοράς

Έχει πραγματοποιηθεί προσομοίωση των μεσοπρόθεσμων προοπτικών της αγοράς της ΕΕ με τη χρήση του μοντέλου Aglink-Cosimo. Η παγκόσμια αγορά και το πολιτικό περιβάλλον βασίζονται στις *Προοπτικές για τον γεωργικό τομέα του ΟΟΣΑ και του FAO 2010-2019*, όπου εφαρμόζονται οι πλέον πρόσφατες διαθέσιμες μακροοικονομικές προβλέψεις και θεωρείται ότι δεν θα υπάρξουν αλλαγές στην ΚΓΠ μετά τις αποφάσεις για τον διαγνωστικό έλεγχο, ούτε αλλαγές στις εμπορικές πολιτικές. Ορισμένοι από τους σημαντικότερους παράγοντες των προβλέψεων της αγοράς είναι οι βελτιωμένες προοπτικές αύξησης του ΑΕΠ, η υπόθεση σταδιακής ενίσχυσης του ευρώ έναντι του δολαρίου και οι προβλέψεις τιμών της παγκόσμιας αγοράς του ΟΟΣΑ και του FAO<sup>46</sup> για τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Εάν οποιαδήποτε από τις προβλέψεις/υποθέσεις αυτές δεν επιβεβαιωθεί, θα επηρεαστούν σημαντικά οι προβλέψεις που προκύπτουν. Επιπλέον, οι προβλέψεις για μεγαλύτερη διακύμανση τιμών δεν εντάσσονται στο μοντέλο Aglink-Cosimo. Βάσει του μοντέλου αυτού και των ανωτέρω υποθέσεων, η παραγωγή γάλακτος προβλέπεται να αποκτήσει εκ νέου αυξητικές τάσεις από το 2011 και μετά, ωθούμενη από τις σχετικά αισιόδοξες προβλέψεις όσον αφορά τη ζήτηση βάσει των βελτιωμένων μακροοικονομικών προοπτικών. Η παραγωγή γάλακτος στην ΕΕ-27 θα υπερβεί το 2020 τα επίπεδα του 2009 κατά περίπου 3%. Οι παραδόσεις γάλακτος αναμένεται να αυξηθούν κατά ελαφρώς υψηλότερο ποσοστό, διαφορά που οφείλεται στη σταδιακά μειούμενη κατανάλωση στις ίδιες τις εκμεταλλεύσεις στην ΕΕ-12. Στο πλαίσιο της κατάργησης των ποσοστώσεων, η παραγωγή γάλακτος στην ΕΕ-27 αναμένεται να επηρεαστεί λίγο από το τέλος του καθεστώτος των ποσοστώσεων όσον αφορά τις παραδόσεις στην ΕΕ (διάγραμμα 7.3).

---

<sup>46</sup> (Στις προοπτικές για τον γεωργικό τομέα του ΟΟΣΑ και του FAO 2010-2019, οι τιμές της παγκόσμιας αγοράς βασίζονται στις τιμές που καθορίζονται στην Ωκεανία.)

**Διάγραμμα 7.3 Μελλοντική εξέλιξη της προσφοράς γάλακτος σε σχέση με την ποσόστωση**

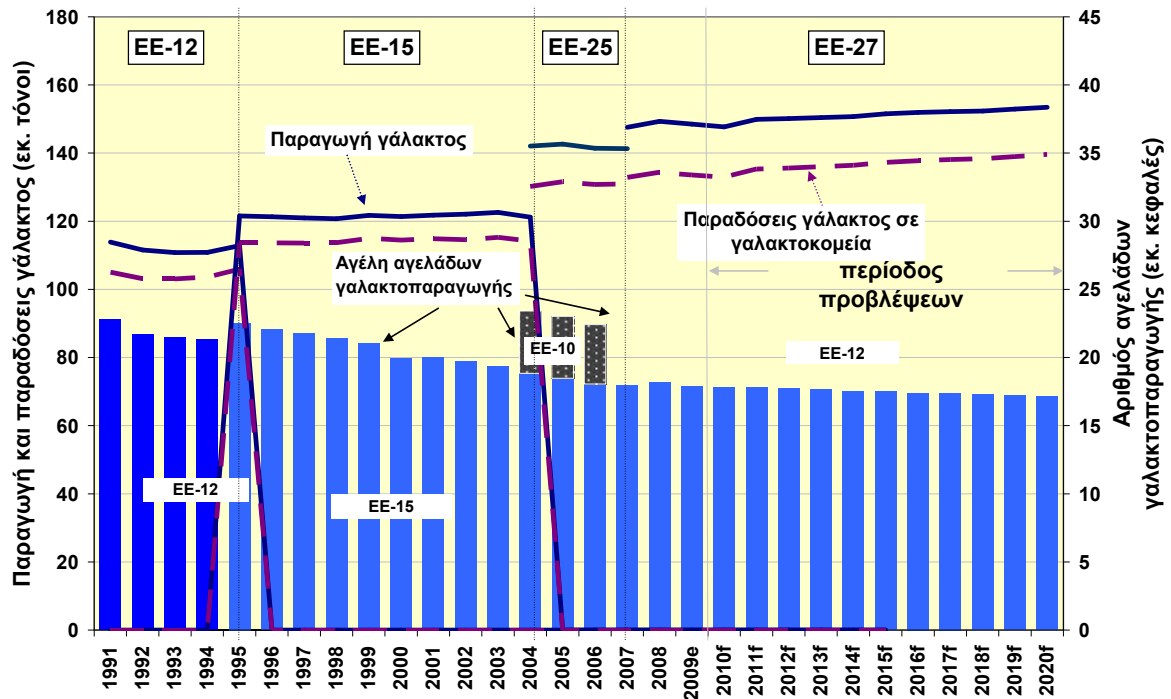


Οι προοπτικές είναι ευνοϊκές για τα γαλακτοκομικά προϊόντα υψηλότερης προστιθέμενης αξίας, λόγω της αυξανόμενης ζήτησης για τυρί και φρέσκα γαλακτοκομικά προϊόντα. Η παραγωγή φρέσκων γαλακτοκομικών προϊόντων (συμπεριλαμβανομένου του γάλακτος κατανάλωσης, της κρέμας γάλακτος, του γιαουρτιού κ.λπ.) προβλέπεται να αυξηθεί κατά περίπου 8% (από το 2009 έως το 2020), ενώ η παραγωγή τυριού αναμένεται να αυξηθεί κατά περίπου 10%. Οι προοπτικές για τις εξαγωγές τυριού μπορούν να θεωρηθούν θετικές, με την επιφύλαξη της προβλεπόμενης σταδιακής ενίσχυσης του ευρώ, ενώ η ΕΕ διατηρεί σταθερό μερίδιο στις παγκόσμιες εξαγωγές τυριού άνω του 30%. Όσον αφορά το πλήρες γάλα σε σκόνη, η παραγωγή αναμένεται να μειωθεί οριακά κάτω από τα επίπεδα του 2009 και οι ευρωπαϊκές εξαγωγές θα παραμείνουν σταθερές μεσοπρόθεσμα, λόγω της σταθερής παγκόσμιας ζήτησης. Ωστόσο, το μερίδιο αγοράς της ΕΕ στις παγκόσμιες εξαγωγές θα μειωθεί σταδιακά στο 21% έως το 2020 (από 24% το 2009). Σύμφωνα με τις προοπτικές, προβλέπεται συνεχιζόμενη σταθερότητα στην αγορά όσον αφορά το βούτυρο, η οποία εξαρτάται ωστόσο από τη διατήρηση της εγχώριας ζήτησης. Η αύξηση στην προβλεπόμενη παραγωγή για το 2015 (έτος κατάργησης των ποσοστώσεων) μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των εξαγωγών της ΕΕ. Οι προοπτικές εξαγωγών ΑΓΣ είναι λιγότερο ευνοϊκές, δεδομένης της προβλεπόμενης ενίσχυσης του ευρώ και της μεγάλης προσφοράς από άλλους εξαγωγείς. Παρά τις σχετικά ευνοϊκές προβλέψεις και την εμφανή σταθερότητα της αγοράς του ΑΓΣ, οι βραχυπρόθεσμες προοπτικές παραμένουν ευαίσθητες έναντι των παγκόσμιων εξελίξεων όσον αφορά την

προσφορά και τη ζήτηση και τη δυνατότητα της αγοράς της ΕΕ να απορροφήσει τα αποθέματα παρέμβασης. Τα αντίστοιχα διαγράμματα επισυνάπτονται:

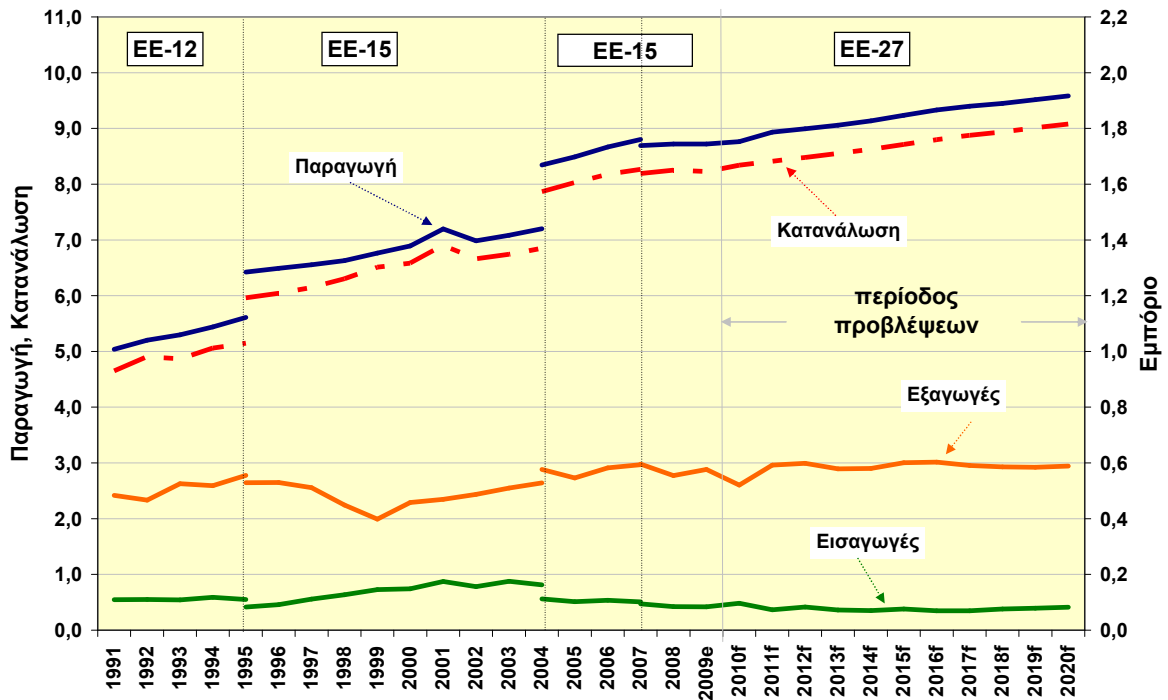
### Μεσοπρόθεσμες προοπτικές στον γαλακτοκομικό τομέα

Προσφορά γάλακτος και μέγεθος αγέλης

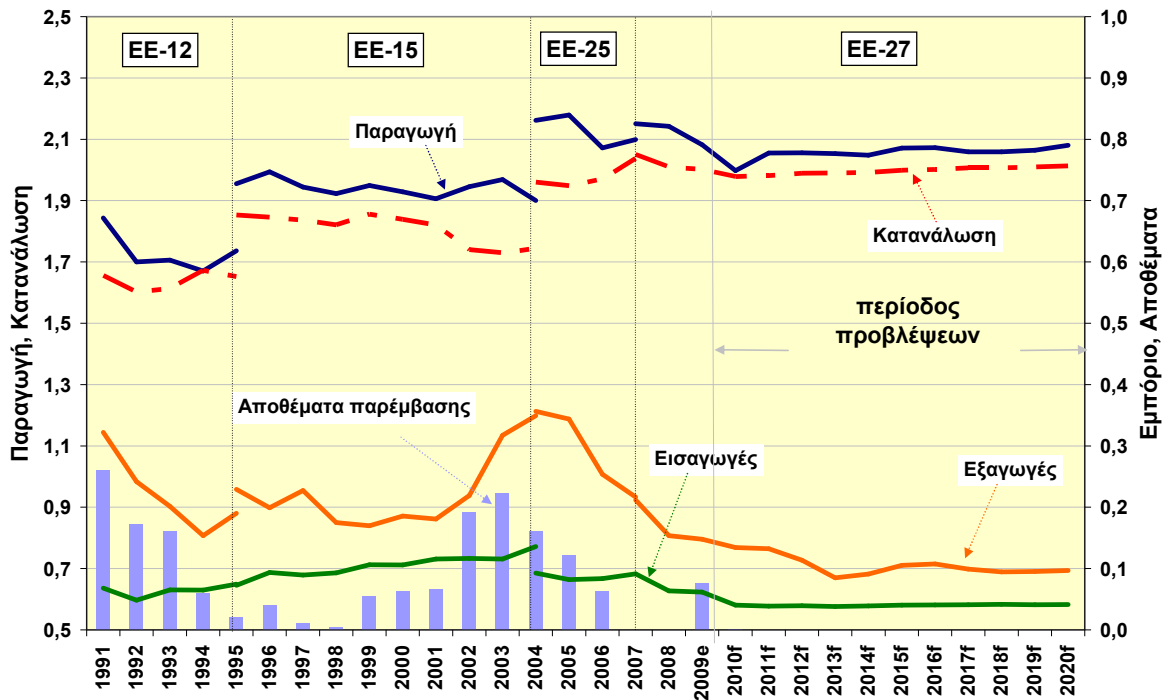




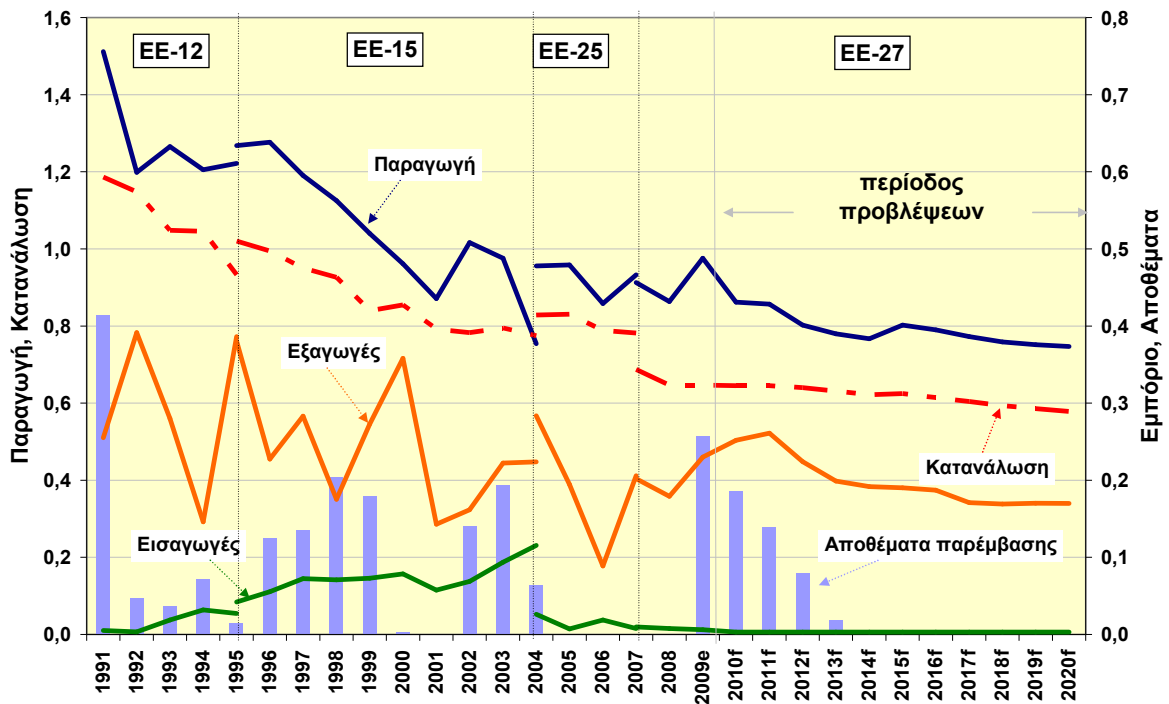
## Ισοζύγιο αγοράς τυριού



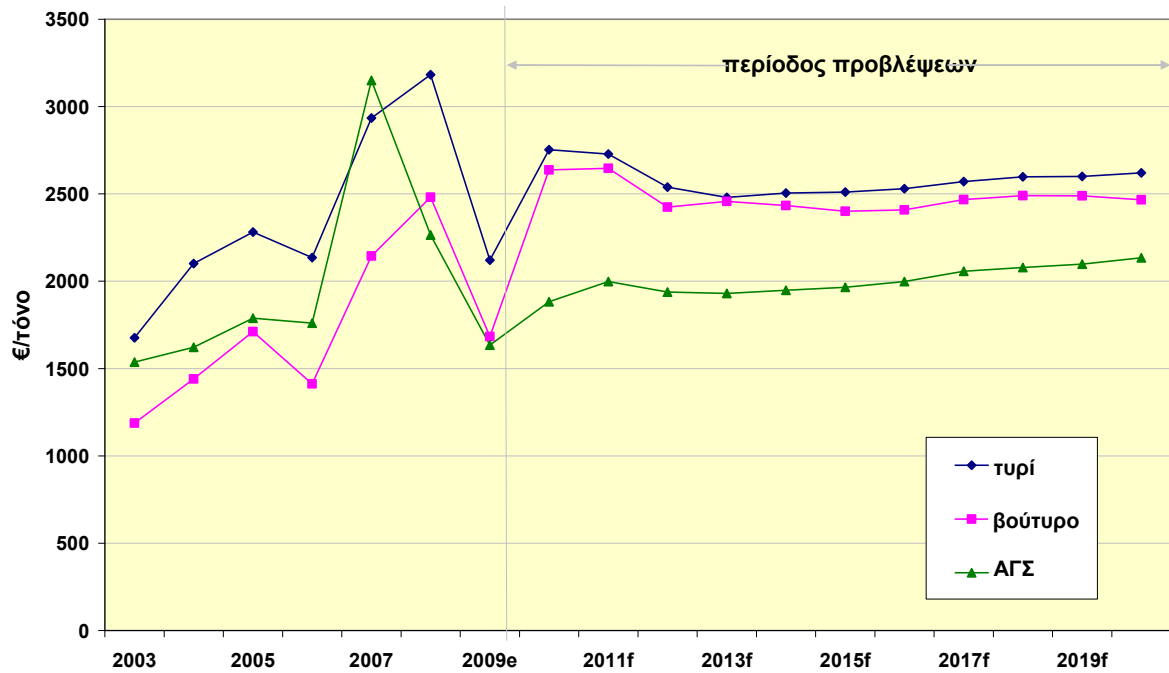
## Ισοζύγιο αγοράς βουτύρου



### Ισοζύγιο αγοράς ΑΓΣ



### Προβλέψεις τιμών στην παγκόσμια αγορά



Οι βραχυπρόθεσμες προοπτικές για τον τομέα αυτό είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τις συνέπειες της τρέχουσας οικονομικής κρίσης. Η πτώση στις τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων τους τελευταίους μήνες αναμένεται να πυροδοτήσει μία αντίστοιχη πτώση στις τιμές παραγωγού στο γάλα μέσα στο 2009. Οι τιμές γάλακτος θα παραμείνουν σε χαμηλά επίπεδα για το πρώτο μισό της περιόδου 2008-2015.

Παρά την αύξηση των ποσοστώσεων γάλακτος κατά 2% για την περίοδο 2008-2009, η παραγωγή γάλακτος στην Ε.Ε. αυξήθηκε ελάχιστα το 2008. Η Κομισιόν εκτιμά πως αυτή η τάση ανεπαρκούς αξιοποίησης των ποσοστώσεων θα είναι ακόμα πιο εντυπωσιακή κατά την περίοδο 2009-2010.

Η παραγωγή γάλακτος στην Ε.Ε. προβλέπεται να ανακάμψει στα επόμενα χρόνια - κρίσιμα για το γάλα αφού οι ποσοστώσεις θα αυξάνονται 1% ετησίως μέχρι την κατάργησή τους το 2015 - αν και θα παραμένουν συνεχώς σε χαμηλότερα επίπεδα από αυτά των ποσοστώσεων. Συνεπώς, η κατάργηση των ποσοστώσεων γάλακτος το 2015 δεν αναμένεται να επηρεάσει σημαντικά την παραγωγή και την τιμή γάλακτος.

Πάντως, η Κομισιόν παραδέχεται πως τα μέτρα στήριξης της αγοράς γάλακτος είναι αναπόφευκτα για την εξισορρόπηση της αγοράς, αφού η αγορά στην παρέμβαση για το βούτυρο μέσα στο 2009 δεν αποκλείεται να ξεπεράσει ακόμα και τους 70.000 τόνους.

Η παραγωγή γάλακτος αναμένεται το 2015 να έχει ξεπεράσει τα επίπεδα του 2008 κατά 1,8%, φτάνοντας τους 151,4 εκατ. τόνους, αν και η προμήθεια στην Ε.Ε. των 12 προβλέπεται να μειωθεί κατά 4,2%, αγγίζοντας τους 27 εκατ. τόνους.

## **Τυρί**

Οι βραχυπρόθεσμες προοπτικές για το τυρί και τα νωπά γαλακτοκομικά προϊόντα θα καθοριστούν σημαντικά από την περιορισμένη ζήτηση σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο. Ωστόσο, φαίνεται πως σταδιακά η ζήτηση για τυρί στην Ε.Ε. θα αυξηθεί και θα επιστρέψει σε μία σταθερή ανάπτυξη από το 2011, φτάνοντας τους 9,9 εκατ. τόνους το 2015 - υπερβαίνοντας τα αντίστοιχα νούμερα του 2007 κατά 11%. Η ανάπτυξη αυτή θα τροφοδοτηθεί πρωτίστως από την ισχυρή άνοδο στην παραγωγή και κατανάλωση τυριού στην Ε.Ε. των 12. Αν και οι εξαγωγές θα αυξηθούν ελαφρώς αρχικά, η ισχυρή

ζήτηση θα απορροφήσει τις παραγόμενες ποσότητες, πράγμα που θα οδηγήσει σε σταθερή μείωση εισαγωγών κατά τα τελευταία χρόνια της περιόδου 2008-2015.

### **Βούτυρο**

Η ζήτηση για βούτυρο και αποκορυφωμένο γάλα σε σκόνη αναμένεται να παραμείνει αδύναμη κατά τα πρώτα χρόνια της περιόδου 2008-2015, γεγονός που θα καταδείξει τη σημασία των κοινοτικών μηχανισμών παρέμβασης, όπως εκτιμά η Κομισιόν. Παρά την επανενεργοποίηση των επιστροφών κατά την εξαγωγή που προφανώς θα στηρίζουν τις εξαγωγές της Ε.Ε., η χαμηλή ζήτηση και ο ισχυρός ανταγωνισμός από φθηνότερες χώρες-εξαγωγείς ενδεχομένως να περιορίσουν το δυναμικό εξαγωγών της Κοινότητας στον χώρο του βούτυρο και του αποκορυφωμένου γάλακτος σε σκόνη για τα επόμενα χρόνια.

Πάντως, οι μεσοπρόθεσμες προβλέψεις για τα χύμα γαλακτοκομικά προϊόντα κάνουν λόγο για σταθερή μείωση απόδοσης, λόγω της ολοένα μεγαλύτερης διάθεσης γάλακτος για την παραγωγή γαλακτοκομικών υψηλότερης προστιθέμενης αξίας αλλά και εξαιτίας των χαμηλών τιμών, καθόλη τη διάρκεια της περιόδου παρέμβασης και αποθεματοποίησης.

Η παραγωγή προβλέπεται να μειωθεί με βραδύτερους ρυθμούς, γεγονός που συνεπάγεται πως η πλήρη εξάντληση των αποθεμάτων παρέμβασης δεν πρόκειται να επέλθει πριν το 2012, οδηγώντας, με τη σειρά της, σε πτώση των εξαγωγών βουτύρου.

Η παραγωγή γάλακτος σε σκόνη προβλέπεται να έχει μειωθεί έως και 14% (787.000 τόνοι) μέχρι το 2015. Ωστόσο, τα αποθέματα παρέμβασης μάλλον δεν θα έχουν εξαντληθεί μέχρι το τέλος της περιόδου 2008-2015, καθώς η ζήτηση στην Ε.Ε. θα παραμείνει χαμηλή.

### **Αγροτικό εισόδημα**

Παρά την τρέχουσα οικονομική κρίση, οι προοπτικές για το αγροτικό εισόδημα στην Ε.Ε. παρουσιάζονται σχετικά ευοίωνες. Προβλέπεται, μάλιστα, πως το συνολικό εισόδημα με πραγματικούς όρους το 2015 θα έχει ξεπεράσει ακόμα και το εισόδημα που καταγράφηκε στο πολύ ευνοϊκό 2007, σε ποσοστό 7,5%. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί πως αυτό το κέρδος μάλλον αποκρύπτει τις έντονες διαφορές που

“χωρίζουν” την Ε.Ε. των 15 “βετεράνων” κρατών-μελών από την Ε.Ε. των 12 νέων κρατών-μελών, αφού η άνοδος του συνολικού εισοδήματος στην Ε.Ε. ουσιαστικά τροφοδοτείται αποκλειστικά από τη δεύτερη.

Συγκεκριμένα, το αγροτικό εισόδημα στην Ε.Ε. εκτιμάται πως θα διαγράψει μία μάλλον μετριοπαθή πορεία ανάπτυξης και θα παραμείνει το 2015 κάτω από τα επίπεδα του 2007 (-2,9%), στην Ε.Ε. των 12, θα κινηθεί σε πολύ υψηλότερα επίπεδα από αυτά του 2007 (+49,8%). Η συνεχής αύξηση στις επιδοτήσεις προς τα νεαρά κράτη-μέλη προφανώς θα αποτελέσει μία παράμετρο-κλειδί για την ανάπτυξη του εισοδήματος στην Ε.Ε. των 12.

Η μείωση στο συνολική εισροή αγροτικής εργασίας στην Ε.Ε. των 15 θεωρείται πως θα σταθεροποιηθεί στις ιστορικές τάσεις του 2,3% κατά μέσο όρο ανά έτος για τα επόμενα επτά χρόνια. Η εισροή αγροτικής εργασίας στην Ευρώπη των 12 προβλέπεται να πέσει κατά 3,5% ετησίως. Η μείωση αυτή στο εργατικό δυναμικό θα ενισχύσει την αύξηση του αγροτικού εισοδήματος. Φυσικά, η συνεισφορά των 12 νέων κρατών στο συνολικό αγροτικό εισόδημα της Ε.Ε. των 27, αν και θα αυξηθεί από το 2008, θα παραμείνει ωστόσο σε χαμηλά επίπεδα, γύρω στο 19% το 2015<sup>47</sup>.

---

<sup>47</sup> (Από το 177ο φύλλο της εφημερίδας Agrenda)

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο γαλακτοκομικός τομέας βίωσε μια περίοδο έντονης διακύμανσης τιμών από το 2007 έως το 2009 λόγω επιβλαβών ενδογενών και εξωγενών παραγόντων. Μερικοί από αυτούς είναι η μείωση της οικιακής κατανάλωσης λόγω έλλειψης αγοραστικής δύναμης, η αλλαγή των αγοραστικών προτύπων καθώς και η όξυνση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων .

Επιπροσθέτως πτωτικά επιδρά η κακή ψυχική διάθεση των καταναλωτών στις πωλήσεις των γαλακτοκομικών, αν και ως είδη πρώτης ανάγκης δείχνουν ανθεκτικότητα στην κρίση. Οι προβλέψεις σχετικά με τη ζήτηση των γαλακτοκομικών προϊόντων συνίστανται σε σταθερή πορεία και όγκου κατανάλωσης με μειωμένη όμως αξία επί των συνολικών πωλήσεων .

Παράλληλα τα τελευταία χρόνια έχουν λάβει χώρα πολλές συγχωνεύσεις και εξαγορές στον κλάδο των γαλακτοκομικών επιχειρήσεων, στοιχείο που είναι συνδεδεμένο με τις τάσεις συγκέντρωσης και την ωρίμανση που εμφανίζει η αγορά. Η διαδικασία αυτή επηρεάστηκε από την οικονομική κρίση το 2008 το 2009 και συνεχίζεται ακόμα και σήμερα.

Το μερίδιο της ΕΕ στο παγκόσμιο εμπόριο γαλακτοκομικών προϊόντων συρρικνώνεται διαρκώς από το 1984. Η ΕΕ-15 απώλεσε το ήμισυ των γαλακτοπαραγωγικών εκμεταλλεύσεών της στο διάστημα μεταξύ 1995 και 2007. Ο στόχος επίτευξης της ανταγωνιστικότητας των ευρωπαϊών παραγωγών γάλακτος βρίσκεται στο επίκεντρο της παρούσας εξέλιξης προς την ελευθέρωση του τομέα.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι, τα στοιχεία της παγκόσμιας αγοράς των γαλακτοκομικών δείχνουν ότι η παραγωγή στις αναπτυγμένες χώρες μειώνεται, ενώ η παραγωγικότητα αυξάνεται. Ταυτόχρονα η παραγωγή γάλακτος στις αναπτυσσόμενες χώρες αυξάνεται έντονα και οι αριθμοί αγελάδων επίσης αυξάνονται. Αυτή η ανάπτυξη αντανακλά την κατανάλωση. Η κατανάλωση των γαλακτοκομικών προϊόντων στις αναπτυγμένες χώρες είναι σταθερή ή μειώνεται ενώ σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, κυρίως στην Ανατολική και τη Νοτιοανατολική Ασία, λόγω της πληθυσμιακής

αύξησης και του κατά κεφαλή εισοδήματος, η γαλακτοκομική κατανάλωση αυξάνεται γρήγορα.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ**

Agrenda Περιοδικό, *Ξαφνικά αγάπες στη ζώνη γάλακτος*(25/03/2011), Τεύχος 280, Αθήνα 2011

Agrenda Περιοδικό, *Προβλέψεις ως το 2015* (06/04/2009), Τεύχος 177, Αθήνα 2009

Χρήμα Περιοδικό, *Αφιέρωμα στην αγορά των γαλακτοκομικών. Αγορά γαλακτοκομικών «Πόλεμος» τιμών και μεριδίων* (Φεβρουάριος 2010), Τεύχος 359, Αθήνα, 2010

Ειδική Έκθεση αριθ. 14/2009 Ευρωπαϊκό Ελεγκτικό Συνέδριο .

Φέκα Β., (2011), *Διδακτορική διατριβή, «Στρατηγικές Ομάδες στην Ελληνική Γαλακτοβιομηχανία* », Θεσσαλονίκη

Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 (ΕΕ L 270 της 21.10.2003, σ. 1), άρθρα 95 έως 97

Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 του Συμβουλίου, άρθρο 47, παράγραφος 2

Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004

ICAP Κλαδική Μελέτη Γαλακτοκομικών Προϊόντων 2010

SymphonyIRI Hellas .

Media Services AE

AGB Nielsen Media Research (Greece)



## ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Report from the European Commission to the European Parliament and the Council, *Evolution of the market situation and the consequent conditions for smoothly phasing out the milk quota system(08/12/2010)*, Brussels .

Zohra Bouamra-Mechemache , Vincent Requillart , Claudio Soregaroli και Audrey Trevisiol Demand for dairy products in the E.U. »2007 .

GAIN Report Number: GR1103 Date: 4/29/2011 Greece Dairy 2011 Semi-Annual .

Feka V. and Kamnian D-J. (1994), IO01 IMP Annual Conference. pp. 457-465.

Meilke, K. et S. Lariviere (1999). 'The problems and pitfalls in modeling international dairy trade liberalization'. International Agricultural Trade Research Consortium (IATRC), Working Paper No. 99-3, Guelph.'Canada.

OECD (2005) Agricultural Outlook Tables, 1970-2014.

OECD (2004b). Agricultural Outlook: 2004-2013,Paris.

ZMP: *Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle GmbH* (Βόλυνη)

FAO, « Perspectives de l'alimentation » (Διατροφικές προοπτικές), Ιούνιος 2008 και Νοέμβριος 2008

Food and Agricultural Organization. U.N. (2007)

Rabobank (2004). Growth opportunities in global dairy". Food & Agribusiness Review. Rabobank International, Utrecht'Netlierlands.

Knips V. (2006). Developing Countries and the Global Dairy- Sector Part I Global Overview, PPLPI Working Paper No. 30.

## **ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

<http://www.agronews.gr/content/view/46210/7/lang,el/>

<http://www.agronews.gr/content/view/72067/234/lang,el/>

<http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12334&subid=2&pubid=106935157>

<http://www.selfservice.gr/default.asp?pid=9&la=1&cID=20&arId=3637>

<http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12919&subid=2&pubid=54863147>

<http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=351639>

<http://www.paseges.gr>

<http://www.minagric.gr>

<http://www.hellastat.eu>

<http://www.elogak.gr>

<http://www.kathimerini.gr>

## Παράρτημα

**Πίνακας 3.7 Επιχειρήσεις παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων**

<b>VIVARTIA A.B.E.E.</b>		ICAP CODE: 4011900
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	585.835.000	
Προσωπικό	3.052 (ICAP Databank)	
Δραστηριότητες	<p>Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, γιαούρτης, χυμών φρούτων, σνακς, κρουασάν, μπισκότων και κατεψυγμένων λαχανικών. Εμπόριο κατεψυγμένων φαγητών και προϊόντων ζύμης.</p> <p>Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα franchising.</p>	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	<p>«Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ» πλήρες (3,5% λιπαρά) και ελαφρύ (1,5% λιπαρά) σε συσκευασίες των 500ml, 1 και 2 λίτρων</p> <p>«Γάλα Βλάχας» συμπυκνωμένο (πλήρες και ελαφρύ), γάλα συμπυκνωμένο με ασβέστιο (πλήρες και ελαφρύ) και ζαχαρούχο σε συσκευασίες 410 γρ., 6x410γρ., 10x15γρ. και 397 γρ.</p> <p>«ΔΕΛΤΑ Mmmilk» Γάλα Υψηλής παστερίωσης σε συσκευασία Tetrapack, πλήρες (3,5% λιπαρά) και ελαφρύ (1,5% λιπαρά) σε συσκευασίες του 1 και 1,5 λίτρου</p> <p>«ΔΕΛΤΑ My Mmmilk» Γάλα Υψηλής παστερίωσης, σε πλαστικό μπουκάλι του 1 και 1,5 λίτρου</p> <p>«ΔΕΛΤΑ Advance» φρέσκο γάλα εμπλουτισμένο με βιταμίνες, σίδηρο και ικνοστοιχεία για βρέφη μετά το 1ο έτος ηλικίας σε συσκευασίες του 1 λίτρου και σε πλαστικά μπουκάλια σε συσκευασία των 4 τεμαχίων (4x250ml).</p> <p>«Delta Daily» Σειρά εμπλουτισμένων γαλάτων, υψηλής παστερίωσης +40% επιπλέον ασβέστιο και -70% λιγότερη λακτόζη σε συσκευασίες του 1 λίτρου.</p> <p>«Delta Daily» γάλα με 0% λιπαρά σε συσκευασία του 1 λίτρου.</p> <p>«Daily Protect», ρόφημα γάλακτος με φυτικές στερόλες σε συσκευασία του 1 λίτρου.</p> <p>«Delta Daily Active» γάλα για την καλή λειτουργία του εντέρου σε συσκευασία των 750ml.</p> <p>«Milko Regular» Σοκολατούχο γάλα παστεριωμένο σε χάρτινες συσκευασίες 250ml και 500ml και σε μπουκάλι των 250ml, 500ml και 1lt και 4x250ml.</p> <p>«Milko Free» Σοκολατούχο γάλα παστεριωμένο χωρίς λιπαρά και ζάχαρη σε πλαστικό μπουκάλι.</p> <p>«Γάλα Βλάχας Συμπυκνωμένο», πλήρες και ελαφρύ, σε μεταλλικές συσκευασίες.</p> <p>«Γάλα Βλάχας Συμπυκνωμένο εμπλουτισμένο +35% ασβέστιο», πλήρες και ελαφρύ, σε μεταλλικές συσκευασίες.</p> <p>Γιαούρτι «Δέλτα Complet» (πλήρες και 2% λιπαρά) στραγγιστού τύπου (200γρ., 1 κιλού 3x200γρ και 2x150γρ).</p> <p>Γιαούρτι «Δέλτα Αγγελόδος» (4% και 2% λιπαρά) σε συσκευασίες των 200γρ. και 3x200γρ.</p> <p>Γιαούρτι «Natural» λευκό (πλήρες και 2%) σε συσκευασίες των 3x200γρ. και 2x150γρ.</p> <p>Γιαούρτι «Natural» λευκό (0% λιπαρά) σε συσκευασία των 2x200γρ.</p> <p>Γιαούρτι «Δέλτα Vitaline» με γεύσεις ροδάκινο, κεράσι, φράουλα και φρούτα του δάσους σε διπλή συσκευασία.</p>	

	<p>Γιαούρτι «Δέλτα Vitaline Ελαφρύ Γεύμα» με γεύσεις τροπικών φρούτων και δημητριακών, Γιαούρτι «Delta Daily Active» σε διπλή συσκευασία (2x200γρ.)          Παιδικό γιαούρτι «Bcool» σε διαφορες γεύσεις, 145 γρ.          Βρεφικό γιαούρτι «Advance step» εμπλουτισμένο σε 3 γεύσεις και σε 4πλή συσκευασία.          Κρέμα γάλακτος ΔΕΛΤΑ με 35% λιπαρά σε συσκευασίες των 250 και 500ml.          Κρέμα γάλακτος ΔΕΛΤΑ με 17% λιπαρά σε συσκευασίες των 250ml.          «Δέλτα mmilky» επιδόρπιο γιαουρτιού σε 3 γεύσεις (σοκολάτα και βανίλια) σε συσκευασία των 4x125γρ.          «Δέλτα mmilky» κρέμα καραμελέ σε συσκευασία 4x100γρ.          «Δέλτα mmilky mix» με γεύση σοκολάτα-μπανάνα και σοκολάτα-κρέμα σε συσκευασία 4x62,5γρ.          Επιδόρπιο γιαουρτιού «Δέλτα Advance» επιδόρπιο γιαουρτιού σε συσκευασία 2x150γρ.          Δέλτα «Milcafe» σε συσκευασία των 230 ml</p>
<b>Άλλα στοιχεία</b>	<p>Ιδρύθηκε το 1968 με έδρα τον Ταύρο Αττικής με την επωνυμία Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος Αρ. Δασκαλόπουλος ΑΕ, συνεχίζοντας τις δραστηριότητες της ατομικής επιχείρησης του Αριστείδη Δασκαλοπούλου (ίδρυση 1952). Το 1982 η επωνυμία της εταιρείας τροποποιήθηκε σε Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ και το 1999 σε Δέλτα Συμμετοχών ΑΕ. Το 2006 απορρόφησε την Goody's ΑΕ, Γενική τροφίμων ΑΕ, Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος ΑΕ και Chipita International ΑΒΕΕ. Το 2006 η επωνυμία της εταιρείας τροποποιήθηκε από Δέλτα Συμμετοχών ΑΕ στη σημερινή. Το 2008 απορρόφησε τον κλάδο παραγωγής γάλακτος της εταιρείας Ευρωτροφές ΑΒ&amp;ΕΕ και την εταιρία ΣΑΡΑΝΤΑ Α.Ε. Τα εξεταζόμενα προϊόντα καλύπτουν σημαντικό μέρος του ετήσιου συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης. (περίπου το 50%). Ο κλάδος γαλακτοκομικών και ποτών της titlouhou υποστηρίζεται από 9 μονάδες παραγωγής εντός και εκτός Ελλάδος και διαθέτει 4 σταθμούς συγκέντρωσης γάλακτος. Επίσης διαθέτει ισχυρό δίκτυο πωλήσεων και διανομής. Επιπλέον, η Vivartia διαθέτει ISO 9000, ΕΛΟΤ 1416, ISO 22000), καθώς και AGRO 2-1 &amp; AGRO 2-2, ISO 9001 &amp; HACCP και ISO 14001. Οι επενδύσεις του τομέα γαλακτοκομικών και ποτών για τη διετία 2008-2010 ήταν ύψους €58,4 εκ.</p>
<b>Διεύθυνση</b>	<p><b>Έδρα:</b>          Ζηρίδη 10, 151 23, Μαρούσι, Αττική          Τηλ 210-349.4000, φαξ 210-349.4040  <b>Εργοστάσια:</b>          · Λ. Ειρήνης 16, 177 78 Ταύρος, Αττική          · Εθν. Οδός Αθηνών-Λαμίας (23ο χλμ.), 145 65 Άγιος Στέφανος          · ΒΙΠΕ Σίνδου, 570 22 Θεσσαλονίκη          www.vivartia.com</p>
<b>ΑΓΝΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ</b>	
	ICAP CODE:0243406
<b>Κύκλος εργασιών 2009 (€)</b>	66.011.623 (κατά δήλωση)
<b>Προσωπικό</b>	432
<b>Δραστηριότητες</b>	<p>Επεξεργασία γάλακτος. Παραγωγή γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων, παγωτών και χυμών φρούτων. Εμφιάλωση φυσικού επιτραπέζιου νερού (φασόν σε τρίτους).          Προϊόντα: γάλα φρέσκο (3,5% &amp; 1,5%), μακράς διάρκειας (3,5%), άπαχο (0%), υψηλής παστερίωσης (3,5% &amp; 1%), γάλα με κακάο, γιαούρτι παραδοσιακό, γιαούρτι αγελάδος,, επιδόρπια γιαουρτιού, κρέμα γάλακτος, ξυνόγαλο αριάνι, βούτυρο αγελάδος.</p>
<b>Άλλα στοιχεία</b>	<p>Ιδρύθηκε στις 31.08.2000, για να συνεχίσει τις εργασίες της Αγνώ Ένωση Αγροτικών Γαλακτοκομικών και Αγελαδοτροφικών Συνεταιρισμών Θεσσαλονίκης, που προϋπήρχε από το 1950. Η titlouhou εξαγόρασε σταδιακά το ενεργητικό της ένωσης και ανέλαβε τις δραστηριότητές της. Οι πλήρεις δραστηριότητες της titlouhou ξεκίνησαν στις 01.10.2001. Από το 2003 σχεδόν αποκλειστικός μέτοχος της εταιρείας είναι η επιχείρηση Κολιός Α.Ε. Σημειώνεται ότι, η εταιρεία προμηθεύει με πρώτη ύλη και άλλες παραγωγικές μονάδες γαλακτοκομικών προϊόντων και ειδών διατροφής γενικότερα.</p>
<b>Διεύθυνση</b>	<p><b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b>          Οδός Θεσσαλονίκης-Λαγκαδά (14ο χλμ.), 572 00 Λαγκαδάς, Θεσσαλονίκη          Τηλ 23940-29.110, 29.170 φαξ 23940-29.127          www.agno.gr</p>

<b>ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΓΕΛΑΔΟΤΡΟΦΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΑΤΡΩΝ ΣΥΝ. Π.Ε.</b>		ICAP CODE:4067000
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	7.687.664 (κατά δήλωση)	
Προσωπικό	50	
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Εμπόριο ζωοτροφών. Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο λευκό και σοκολατούχο, γιαούρτι αγελάδος και κρέμα γάλακτος.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Τα προϊόντα του συνεταιρισμού φέρουν το εμπορικό σήμα «Πρώτο». Πρόκειται για: Γάλα παστεριωμένο λευκό (πλήρες και ελαφρύ) σε συσκευασίες του 0,5 και 1 λίτρου. Γάλα παστεριωμένο σοκολατούχο σε συσκευασία των 0,5 και 1 λίτρου. Γιαούρτι παραδοσιακό αγελαδινό σε συσκευασία των 224-240 γρ. Κρέμα γάλακτος σε δοχεία των 16 κιλών. Διαθέτει πιστοποίηση HACCP.	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1939. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα διατίθενται στην ευρύτερη περιφέρεια της Πάτρας μέσω σούπερ μάρκετ κυρίως.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Εγλυκάδος 165, 263 35 Πάτρα Τηλ 2610-641.144-5, 641.178 φαξ. 2610-642.336	
<b>ΒΙΟΓΑΛ ΜΩΚΟΣ Ν. ΜΩΚΟΣ – Ε. ΓΑΛΑΝΑΚΗΣ ΟΕ</b>		ICAP CODE:0154485
Κύκλος εργασιών 2008 (€)	4.039.000 (κατά δήλωση)	
Προσωπικό	20 (ICAP Databank)	
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Εμπόριο ειδών διατροφής. Προϊόντα: κρέμα γάλακτος και επιδόρπια γάλακτος και γιαουρτιού.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Όλα τα προϊόντα φέρουν το εμπορικό σήμα «Βιογάλ Μώκος» και διατίθενται για επαγγελματική χρήση σε συσκευασίες των 1, 5, 9, 10 και 18 κιλών.	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1963. Το 2008 άλλαξε την επωνυμία της από Μώκου Αφοί & Σία ΟΕ στη σημερινή. Τα εξεταζόμενα προϊόντα καλύπτουν σημαντικό ποσοστό του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης. Διανέμει τα προϊόντα της μέσω ιδίου δικτύου διανομής τόσο σε χώρους μαζικής εστίασης όσο και σε κονδρεμπόρους και σε εταιρείες μεταποίησης. Διαθέτει πιστοποίηση HACCP.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Λεωφ. Παιανίας-Μαρκοπούλου (7ο χλμ), Τ. Θ. 137, 194 00 Κορωπί, Αττική Τηλ 210-662.7585-8, 662.5917 φαξ 210-662.6259	
<b>ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε. ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΗΠΕΙΡΟΥ</b>		ICAP CODE: 4013400
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	102.434.000	
Προσωπικό	180 (μόνιμο), 300 (εποχιακό)	
Δραστηριότητες	Παραγωγή τυριών και γαλακτοκομικών προϊόντων. Παραγωγή τυροκομικών προϊόντων. Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο (λευκό και σοκολατούχο), ξυνόγαλα, γιαούρτι (πρόβειο, αγελαδινό, στραγγιστό), βούτυρο (αγελαδινό και πρόβειο).	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Τα γαλακτοκομικά προϊόντα της διατίθενται με το εμπορικό σήμα Δωδώνη και συνίστανται στα εξής: Γάλα φρέσκο παστεριωμένο πλήρες (3,5% λιπαρά) και ελαφρύ (1,5% λιπαρά) σε χάρτινη συσκευασία 500ml και 1 λίτρου. Γάλα φρέσκο παστεριωμένο άπαχο (0% λιπαρά) σε χάρτινη συσκευασία 500ml. Σοκολατούχο φρέσκο παστεριωμένο γάλα «Domi Milk» σε χάρτινη συσκευασία των 200ml και 500ml. Ξυνόγαλα (1,8% λιπαρά) σε χάρτινη συσκευασία 500ml. Γιαούρτι πρόβειο σε αεροστεγή κύπελλα των 200γρ. Γιαούρτι αγελαδινό σε αεροστεγή κύπελλα των 200γρ. Γιαούρτι τύπου στραγγιστό με 0% και 2% λιπαρά σε αεροστεγή κύπελλα των 200γρ. Γιαούρτι τύπου στραγγιστό λευκό, σε αεροστεγή κύπελλα των 200γρ. και σε πλαστικό δοχείο του 1 κιλού (οικογενειακό). Επίσης, διατίθεται σε συσκευασία 5 και 10 κιλών για επαγγελματική χρήση (catering). Βούτυρο (αγελαδινό και πρόβειο) σε συσκευασίες των 250γρ. και 500γρ.	

Άλλα στοιχεία	<p>Ιδρύθηκε το 1963 με έδρα τα Ιωάννινα. Κύριος μέτοχος είναι η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος, ενώ στο μετοχικό της κεφάλαιο συμμετέχουν και συνεταιριστικές ενώσεις της ευρύτερης περιφέρειας της Ηπείρου. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα καλύπτουν σημαντικό ποσοστό του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης. Ωστόσο, η παραγωγή τυροκομικών προϊόντων αποτελεί την κύρια δραστηριότητα της εταιρείας. Προμηθεύεται την πρώτη ύλη (γάλα) από παραγωγούς-κτηνοτρόφους της περιφέρειας Ηπείρου. Η εταιρεία καλύπτει την ευρύτερη περιοχή της Ηπείρου και της Β. Ελλάδας μέσω του δικτύου διανομής της, ενώ η υπόλοιπη αγορά καλύπτεται από τοπικούς αναπροσώπους. Τα προϊόντα της διατίθενται μέσω καταστημάτων τροφίμων. Διαθέτει τις πιστοποιήσεις ISO 9001, ISO 22000 (HACCP) και BRC 2000 (standard).</p>
Διεύθυνση	<p><b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b>          Ταγμ. Κωστάκη 1, Ελεούσα, 451 10 Ιωάννινα  <b>Εργοστάσιο:</b>          - Φιλοθέη, 471 00 Άρτα          - Καστρί, 461 00 Ηγουμενίτσα, Θεσπρωτία          Τηλ 26510-89700-25, φαξ 26510-89707-8          www.dodoni.eu</p>
<p><b>ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ ΑΒΕΕ</b> <span style="float: right;">ICAP CODE:0049502</span></p>	
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	28.853.000
Προσωπικό	145
Δραστηριότητες	<p>Παραγωγή γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων. Εμπορία γάλακτος μακράς διάρκειας. Εμπορία ζωοτροφών και λοιπών βοηθητικών προϊόντων για τους συνεργαζόμενους παραγωγούς.</p>
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	<p>Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Εβροφάρμα» πλήρες (3,5% λιπαρά) σε συσκευασίες των 500ml, 1 και 2 λίτρων και σε επαγγελματική συσκευασία των 10 λίτρων.          Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Εβροφάρμα» ελαφρύ (1,5% λιπαρά) και άπαχο (0% λιπαρά) σε συσκευασία των 500ml και 1 λίτρου.          Σοκολατούχο φρέσκο παστεριωμένο γάλα «Εβροφάρμα» σε συσκευασίες των 220 και 450γρ.          Γάλα πλήρες «Εβροφάρμα» υψηλής παστερίωσης σε συσκευασία του 1 λίτρου.          Ξυνόγαλα «Αριάνι Παραδοσιακό» σε συσκευασία 300ml, 500ml, 1 και 1,5 λίτρων.          Γιαούρτι αγελαδινό παραδοσιακό «Εβροφάρμα», πλήρες και άπαχο, σε συσκευασίες των 200γρ. και σε συσκευασία των 3 τεμαχίων (3x200γρ).          Γιαούρτι πρόβειο παραδοσιακό «Εβροφάρμα» σε συσκευασίες των 240γρ. και 304γρ.          Γιαούρτι στραγγιστό «Crescendo» (10% και 2% λιπαρά) σε συσκευασίες των 200γρ. και triπλή συσκευασία των 200γρ.          Γιαούρτι στραγγιστό «Αριστο» (10% και 2% λιπαρά) σε συσκευασίες του 1 και 5 κιλών.          Κρέμα γάλακτος 48% «Εβροφάρμα» σε χάρτινη συσκευασία των 10 κιλών (για επαγγελματική χρήση).</p>
Άλλα στοιχεία	<p>Ιδρύθηκε το 1991, με την επωνυμία Παπαζηλάκης Α.Β.Ε.Ε. Στα τέλη του 1991 ξεκίνησε τις εμπορικές της δραστηριότητες, ενώ στα μέσα της δεκαετίας του '90 ξεκίνησε την εκτροφή και πάχυνση βοοειδών και στη συνέχεια την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Το 1995 άλλαξε την επωνυμία της στη σημερινή και το 1999 εισέφερε τον κλάδο πρωτογενούς παραγωγής (αγελαδοτροφική και προβατοτροφική) στην εταιρεία Campus ΑΕ. Οι μετοχές της διαπραγματεύονται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από τις 12.06.2000. Οι πωλήσεις των εξεταζόμενων προϊόντων συνέβαλλαν με ποσοστό της τάξεως του 56% στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης το 2009. Η εταιρεία έχει πιστοποιηθεί με βάση το σύστημα IFS (International Food Standard) για τους τομείς δραστηριοποίησης προμηθειών, αποθήκευσης Αΰλων, επεξεργασίας και παραγωγής, αποθήκευσης προϊόντων, διανομής και ικνηλασιμότητας και στο σύστημα για διατροφή αγελάδων αποκλειστικά από μη γενετικά τροποποιημένες τροφές (FREE GMO). Έχει πραγματοποιήσει επενδύσεις, οι οποίες αναμένεται να ολοκληρωθούν το 2011, ύψους €6,6 εκ. υπαγόμενες στον Ν.3299/2004 (αγορά νέου μηχανολογικού εξοπλισμού, διαμόρφωση και ανάπτυξη χώρων, αγορά φορτηγού και βυτίου γάλακτος)</p>
Διεύθυνση	<p><b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b>          Οδός Αλεξανδρούπολης-Αεροδρομίου (3ο κλμ.), ΤΘ 1020, 681 00 Αλεξανδρούπολη          Τηλ 25510-88120, φαξ 25510-88153  <b>Εργοστάσιο:</b>          Οδός Διδυμότεικου-Ορεστιάδας (1ο κλμ.), 683 00 Διδυμότειχο          ΒΙΠΕ Ξάνθης, 671 00 Ξάνθη          www.evrofarma.gr</p>

<b>ΕΝΩΣΙΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΒΟΛΟΥ</b>		ICAP CODE:4056300
Προσωπικό	130	
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων και τυριών. Εμπόριο δημητριακών, λιπασμάτων και αγροχημικών. Δανειοδοτήσεις και επιδοτήσεις των μελών. Προϊόντα: γιαούρτι, γάλα, βούτυρο	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1926. Προϊόντα της Ένωσης φέρουν το εμπορικό σήμα ΕΒΟΛ. Η παραγωγή και πώληση γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελεί τη κύρια δραστηριότητα του συνεταιρισμού. Διαθέτει τα προϊόντα της απευθείας στην περιοχή της Θεσσαλίας και μέσω αντιπροσώπων στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και τη Χαλκίδα. Διαθέτει πιστοποίηση ISO 22000.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Λαρίσης 99, 383 34 Βόλος Τηλ 24210-95495, 95275 φαξ 24210-95275 <b>Εργοστάσιο:</b> Α ΒΙ.ΠΕ., 38500 Βόλος (Γαλακτοκομικά)	
<b>ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤ. ΛΑΜΙΑΣ ΣΥΝ. ΠΕ.</b>		ICAP CODE:0087593
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	5.943.790	
Προσωπικό	102	
Δραστηριότητες	Εκκόκκιση βάμβακος. Ξήρανση και εμπόριο καλαμποκιού. Παραγωγή αλεύρων, γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων. Εμπόριο αγροτικών εφοδίων.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Τα προϊόντα φέρουν ως εμπορικό σήμα το λογότυπο της ένωσης και περιλαμβάνουν: Γάλα φρέσκο παστεριωμένο σε συσκευασίες του 0,5 και 1 λίτρου. Σοκολατούχο γάλα φρέσκο παστεριωμένο σε συσκευασίες του 0,5 λίτρου. Γιαούτι παραδοσιακό 220γρ. και 320γρ. Ξυνόγαλο σε συσκευασίες του 0,5 λίτρου. Βούτυρο σε συσκευασίες των 8 κιλών.	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1930 με έδρα τη Λαμία. Το 2003 η επωνυμία της άλλαξε από Ένωση Γεωργ. Συνετ. Λαμίας Συν. ΠΕ στην σημερινή. Τα εξεταζόμενα είδη καλύπτουν το σύνολο σχεδόν του ετήσιου κύκλου εργασιών της ένωσης και διατίθενται μέσω του δικτύου διανομής της και με τη βοήθεια αντιπροσώπων σε σουπερμάρκετ και καταστήματα τροφίμων της ευρύτερης περιοχής. Διαθέτει πιστοποίηση ISO 22000 (HACCP).	
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Λεωνίδου 5-7, 351 00 Λαμία Τηλ 22310-338.83, 23287, φαξ 22310-22219, 27318 <b>Εργοστάσιο:</b> Καλύβια, 351 00 Λαμία (γαλακτοκομικά)	
<b>ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ - ΤΡΙΚΚΗ</b>		ICAP CODE:0080599
Κύκλος εργασιών 2008 (€)	15.225.907 (κατά δήλωση)	
Προσωπικό	102	
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων. Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο (λευκό και σοκολατούχο), γιαούρτι (παραδοσιακό και ευρωπαϊκού τύπου), ξυνόγαλο, βούτυρο και κρέμα γάλακτος.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Όλα τα προϊόντα διατίθενται με το εμπορικό σήμα "ΤΡΙΚΚΗ". Γάλα φρέσκο παστεριωμένο πλήρες και ελαφρύ σε συσκευασίες του 0,5 και 1 λίτρου και κύμα. Σοκολατούχο γάλα φρέσκο παστεριωμένο πλήρες, ελαφρύ και άπαχο σε συσκευασίες των 250ml και 0,5 λίτρου. Γιαούρτι αγελαδινό στραγγιστό (2%, 10% λιπαρά) σε συσκευασίες των 200-220γρ. και δοχεία του 1 κιλού και 5 κιλών (σε πλαστικό δοχείο). Γιαούρτι ευρωπαϊκού τύπου αγελαδινό (4% λιπαρά) σε συσκευασία των 200γρ (σε πλαστικό δοχείο). Γιαούρτι παραδοσιακό αγελαδινό σε πλαστικό δοχείο των 224 γρ. και 240γρ. Γιαούρτι παραδοσιακό πρόβειο σε πλαστικό δοχείο των 304-320 γρ., 200-240γρ., σε πήλινο δοχείο 500 γρ. και 1 κιλού. Κρέμα Γάλακτος (52% λιπαρά) Ξυνόγαλο σε συσκευασία 500ml Βούτυρο νωπό αγελάδος Κρέμα σαντιγύ (48% λιπαρά)	

Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1960. Τα εξεταζόμενα προϊόντα κάλυψαν περίπου το 71% του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης το 2009. Την τριετία 2008-2010 πραγματοποίησε επενδύσεις ενταγμένες στον αναπτυξιακό νόμο Ν.3299/04 καθώς και στο πρόγραμμα αγροτικής ανάπτυξης «Αλέξανδρος Μπαλτατζής» (2007-2013) με σκοπό τη βελτιστοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας και τον εκσυγχρονισμό των μηχανημάτων.
Διεύθυνση	Έδρα - Εργοστάσιο: Οδός Τρικάλων – Καρδίτσας (2ο κλμ.), ΤΘ 21, 421 00 Τρίκαλα Τηλ 24310-71130, 28304, 76014 φαξ 24310-39039
<b>ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε.Β.Ε.</b> ICAP CODE:0211913	
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	30.264.345
Προσωπικό	130 (μόνιμο)
Δραστηριότητες	Βιομηχανία προϊόντων γάλακτος. Παραγωγή τυροκομικών προϊόντων και βουτύρου.
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Βούτυρο «Ηπειρος» σε πλαστική συσκευασία των 500γρ. και σε κουβαδάκι των 3 κιλών Βούτυρο «Ηπειρος» παραδοσιακό σε γυάλινο βάζο των 500γρ. και 600γρ.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1994. δραστηριοποιείται στην παραγωγή και πώληση βουτύρου, δραστηριότητα η οποία καταλαμβάνει μικρό ποσοστό επί του συνολικού κύκλου εργασιών της, ενώ η βασική δραστηριότητα αφορά τα τυροκομικά προϊόντα. Κατά τη διετία 2008-2009 πραγματοποίησε επενδύσεις ύψους €9 εκ. στον τομέα των γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων.
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Σωρού 1, Τ.Θ. 52020, 144 10 Μεταμόρφωση Τηλ. 210-2893775, φαξ 210-2845937 <b>Εργοστάσιο:</b> Αμμότοπος, 48200 Άρτα
<b>ΚΟΡΦΗ Α.Ε.</b> ICAP CODE:0247347	
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	5.412.825
Προσωπικό	22
Δραστηριότητες	Παραγωγή γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων. Παραγωγή χυμών.
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Τα εξεταζόμενα προϊόντα διατίθενται με το εμπορικό σήμα «Κορφή» και περιλαμβάνουν: Γάλα σε μπουκάλι 500ml, 1 λίτρου και 2 λίτρων Βούτυρο σε συσκευασίες του 1 κιλού Γιαούρτι σε συσκευασίες των 200γρ., 1 κιλού και 5 κιλών Συνόγαλο αριάνι σε συσκευασίες των 500ml και 1lt Έδεσμα 1, 5 και 10 κιλών
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2000, ενώ οι πλήρεις δραστηριότητες της ξεκίνησαν το 2003. Οι πωλήσεις των γαλακτοκομικών προϊόντων συνέβαλλαν σχεδόν εξ' ολοκλήρου στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών της, την τελευταία διετία. Τα προϊόντα της διατίθενται στην Κατερίνη, στη Θεσσαλονίκη, στους νομούς Πέλλας, Ημαθίας και στη Θεσσαλία, μέσω ιδίου δικτύου διανομής.
Διεύθυνση	Έδρα - Εργοστάσιο: Κάτω Αϊ-Γιάννης, 601 00 Κατερίνη, Πιερία Τηλ 23510-91696, φαξ 23510-91767 www.korfi.gr
<b>ΚΡΙΑΡΑΣ Α.Ε.</b> ICAP CODE:0072949	
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	8.217.713
Προσωπικό	65
Δραστηριότητες	Παραγωγή και εμπόριο τυριών και γαλακτοκομικών προϊόντων. Εμπορία χυμών. Τα προϊόντα της εταιρείας φέρουν το εμπορικό σήμα «ΒΕΡΟ ΚΡΗΤΙΚΟ». Προϊόντα: Πρόβειο γιαούρτι παραδοσιακό και ευρωπαϊκού τύπου, Κατσικίσιο γιαούρτι ευρωπαϊκού τύπου, κατσικίσιο γάλα
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1998 μετά από μετατροπή της εταιρείας Κριαράς, Ανδρέας-Νίκος Κριαράς Ο.Ε. η οποία είχε ιδρυθεί το 1965. Το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων της εταιρείας αφορά τα τυροκομικά προϊόντα και στη συνέχεια ακολουθούν τα γαλακτοκομικά. Τα προϊόντα της διατίθενται στο μεγαλύτερο ποσοστό σε super market μέσω ιδίου δικτύου διανομής αλλά και τοπικών αντιπροσώπων. Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με τους υπευθύνους της εταιρείας, η τιτλούχος από το 2010 ασχολείται κυρίως με τα τυροκομικά προϊόντα.
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Εθν. Βενιζέλου 40, 732 00 Σούδα, Χανιά <b>Εργοστάσιο:</b> Οδός Ηρακλείου-Μαλάδων (5ο κλμ.) Μαλάδες, 715 00 Ηράκλειο Τηλ. 28210- 81380, φαξ 28210- 89898 www.verokritiko.gr



<b>ΚΡΙ-ΚΡΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΒΕΕ</b>		ICAP CODE:0156975
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	38.678.464	
Προσωπικό	237	
Δραστηριότητες	Παραγωγή παγωτών και γαλακτοκομικών προϊόντων. Προϊόντα: παραδοσιακό και ευρωπαϊκού τύπου γιαούρτι, ξυνόγαλα, φρέσκο παστεριωμένο γάλα (λευκό και σοκολατούχο).	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «ΚριΚρι» πλήρες (3,5% λιπαρά) και ελαφρύ (1,5% λιπαρά) σε συσκευασίες του 0,5 και 1 λίτρου. Σοκολατούχο φρέσκο παστεριωμένο γάλα «Chocolatte» (0% λιπαρά) σε συσκευασία των 220γρ. και 450γρ. Γιαούρτι παραδοσιακό αγελαδινό «ΚριΚρι» σε συσκευασίες των 240γρ. και των 320γρ. Γιαούρτι παραδοσιακό πρόβειο «ΚριΚρι» σε συσκευασία των 320γρ. Επιδόρπιο γιαουρτιού «Σπιτικό» 8% και 2% λιπαρά, σε συσκευασίες του 1κιλού. Γιαούρτι στραγγιστό «Σπιτικό με Ροδάκινο» «Σπιτικό με Φράουλα» «Σπιτικό με Κεράσι» «Σπιτικό με Μπισκότο» (2% λιπαρά) σε συσκευασίες των 750 γρ. (σε πλαστικό δοχείο). Κρι Κρι στραγγιστό γιαούρτι 2% και 10% λιπαρά και αγελαδινό γιαούρτι Κρι Κρι με 0%, 2% και 3,9% λιπαρά σε συσκευασία των 200γρ., και 3Χ200γρ. Κρι Κρι στραγγιστό γιαούρτι 10% λιπαρά 1 κιλού. Γιαούρτι-έδεσμα «Salatino» (12% λιπαρά) σε συσκευασίες των 5 και 10 κιλών, για επαγγελματική χρήση. Γιαούρτι παιδικό «Scooby Doo» με γεύση μπανάνα και φράουλα και πορτοκάλι-καρότο σε συσκευασία των 150 γρ. Γιαούρτι «Scooby Doo» με γεύση μπανάνα-μπισκότο και φράουλα-μπισκότο σε συσκευασία των 125γρ. Στραγγιστό γιαούρτι με ξεχωριστό τμήμα που περιέχει γλυκά του κουταλιού (βύσσινο-κυδώνι-περγαμόντο-σύκο) – Λανσάρισμα 2010	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1994. Προήλθε από μετατροπή της ομόρρυθμης εταιρείας Κρι-Κρι Σπιριδών Τσινάβος & Σία ΟΕ που προϋπήρχε από το 1974. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα συνέβαλλαν με ποσοστό 49% περίπου στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών του ομίλου το 2009. Επισημαίνεται ότι, από τις αρχές του 2002 η εταιρεία ξεκίνησε και την παραγωγή /διάθεση φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος. Προμηθεύει τα προϊόντα της τόσο μέσω του ιδίου δικτύου διανομής όσο και μέσω τοπικών αντιπροσώπων. Επίσης δραστηριοποιείται και στην παραγωγή γιαουρτιών ιδιωτικής ετικέτας για μεγάλη αλυσίδα σούπερμάρκετ. Οι μετοχές της τιτλούχου διαπραγματεύονται στο Χ.Α. από τις 6/8/2003. Η εταιρεία εφαρμόζει σύστημα διασφάλισης ποιότητας ISO 9001: 2000 και HACCP, ενώ έχει πιστοποιηθεί για τις φάρμες γαλακτοπαραγωγής κατά το ευρωπαϊκό πρωτόκολλο "Eurepgar IFA". Έχει λάβει επίσης, πιστοποίηση από τη EUROCERT, την Ευρωπαϊκή Εταιρεία Ελέγχων και Πιστοποιήσεων, για μη γενετικά τροποποιημένες ζωοτροφές.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα-Εργοστάσιο:</b> Οδός Σερρών-Δράμας (3ο κλμ.), 621 25 Σέρρες Τηλ. 23210-68300, φαξ 23210-68311 www.krikri.gr	
<b>ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ Α.Ε.</b>		ICAP CODE:0221686
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	4.156.095	
Προσωπικό	11	
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Τα προϊόντα της διατίθενται με το εμπορικό σήμα «ΑΓΡΟΚΤΗΜΑ ΒΡΑΧΙΑΣ» Γάλα φρέσκο παστεριωμένο σε συσκευασίες του λίτρου με 1,7% και 3,7% λιπαρά.	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1999 από μετατροπή της εταιρείας Ε. & Μ. Τζιτζικώστας Ε.Π.Ε. Το 2003 μετονομάζεται από Φάρμα Α.Ε. σε Μακεδονική Φάρμα. Η εταιρεία ξεκίνησε πλήρεις δραστηριότητες το 2003. Η εταιρεία ασχολείται αποκλειστικά με την παραγωγή γάλακτος. Διαθέτει τα προϊόντα της μέσω αντιπροσώπων σε σούπερ μάρκετ και καταστήματα τροφίμων.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Βραχιά, 570 07 Χαλκηδόνα, Θεσσαλονίκη Τηλ. 23910 32200, φαξ 23910 32201	
<b>ΜΑΝΔΡΕΚΑΣ ΑΕ</b>		ICAP CODE:0168570
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	3.981.849 (κατά δήλωση)	
Προσωπικό	20	
Δραστηριότητες	Παραγωγή & εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων και σαλατών. Προϊόντα: γιαούρτι ευρωπαϊκού τύπου, ρυζόγαλα, κρέμες (στις κρέμες και φασόν)	

Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	<p>Τα προϊόντα της εταιρείας φέρουν ως εμπορικό σήμα την επωνυμία της εταιρείας.</p> <p>Γιαούρτι αγελάδος «Βελουτάτο» ευρωπαϊκού τύπου σε συσκευασίες των 175, 200γρ, και σε δίσκο των 12 τεμαχίων.</p> <p>Γιαούρτι «Βελουτάτο» στραγγιστό σε συσκευασίες των 1, 5, 10, 30 κιλών</p> <p>Επιδόρπια γιαουρτιού 1, 5, 10, 30 κιλών</p> <p>Ριζόγαλο και κρέμες σε συσκευασίες των 175γρ.</p> <p>Γάλα μακράς διάρκειας (UHT)/Γερμανία</p>
Άλλα στοιχεία	<p>Ιδρύθηκε το 2009 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Μανδρέκας Ε. Δ. &amp; Σία ΕΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1985 (ως συνέχεια της ατομικής επιχείρησης του Δημήτριου Μανδρέκα, η οποία προϋπήρχε από το 1940). Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται από ίδιο δίκτυο διανομής στο λεκανοπέδιο Αττικής, ενώ σε συνεργασία με μεταφορικές εταιρείες εκτός Αττικής, προμηθεύει δήμους και νοσοκομεία. Πραγματοποιεί επίσης εισαγωγές σε γάλα μακράς διάρκειας από τη Γερμανία. Διαθέτει πιστοποίηση ποιότητας ISO 22000.</p>
Διεύθυνση	<p><b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b>  Νέα Εθνική Οδός Αθηνών-Κορίνθου (80ο χλμ), 201 00 Κορίνθος  Τηλ 27410-24581, 25204, φαξ 27410-72455</p>
<b>ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ</b>	ICAP CODE:4029300
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	183.987.362
Προσωπικό	1.063
Δραστηριότητες	<p>Παραγωγή (και για τρίτους), αντιπροσωπείες, εισαγωγές, χονδρικό εμπόριο και αποκλειστική διανομή γαλακτοκομικών προϊόντων, τυριών, σαλατών (τζατζικί), ζελέ φρούτων και ροφημάτων καφέ. Παραγωγή (φασόν), αποκλειστικές εισαγωγές και εμπόριο χυμών φρούτων.</p> <p>Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο, γάλα με κακάο, εβαπορέ, UHT, γιαούρτι ευρωπαϊκού τύπου, γιαούρτι παραδοσιακό, γιαούρτι με φρούτα, επιδόρπια γάλακτος, κρέμα γάλακτος, ξυνόγαλα</p>
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	<p>Τα παραγόμενα γαλακτοκομικά προϊόντα συνίστανται στα εξής:</p> <p>Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Μεβγάλ» πλήρες (3,5% λιπαρά), ελαφρύ (1,5% λιπαρά) σε χάρτινες συσκευασίες των 500ml, 1 λίτρου και 2 λίτρων και άπαχο (0% λιπαρά) σε χάρτινη συσκευασία των 500ml.</p> <p>Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Μεβγάλ» σε συσκευασίες των 10 και 20 λίτρων.</p> <p>Γάλα μακράς διάρκειας (UHT) πλήρες (3,5% λιπαρά), ημίπαχο (1,5% λιπαρά) και άπαχο (0,1% λιπαρά), καθώς και σοκολατούχο Chocomania (0,5% λιπαρά) σε ασηπτική συσκευασία 472ml.</p> <p>Γάλα υψηλής παστερίωσης «Μεβγάλ Έχεις γάλα κάθε μέρα» πλήρες (3,5% λιπαρά) και ελαφρύ (1,5% λιπαρά), σε χάρτινες συσκευασίες του 1 λίτρου.</p> <p>Σοκολατούχο φρέσκο παστεριωμένο γάλα «Τορίνο» (0,3% λιπαρά) σε χάρτινες συσκευασίες των 310ml και 450ml.</p> <p>Γάλα εβαπορέ «Country» σε αλουμινένιο κουτί των 410γρ.</p> <p>Προβιοτικό ξυνόγαλο «Vita Fresh» (1,5% λιπαρά).</p> <p>Προβιοτικό ποτό «Κεφίρ» (1,5% λιπαρά), σε φιάλη των 500ml.</p> <p>«Αριάνι» (1,5% λιπαρά), σε φιάλες των 500ml και 1 λίτρου.</p> <p>Γιαούρτι πρόβειο παραδοσιακού τύπου με 6,7% και 4% λιπαρά σε συσκευασίες 220γρ. και 300γρ. αντίστοιχα.</p> <p>Γιαούρτι αγελάδας παραδοσιακού τύπου (3,9% λιπαρά) σε συσκευασίες των 220γρ.</p> <p>Γιαούρτι αγελάδας «Μεβγάλ Αγελάδας» ευρωπαϊκού τύπου (3,85% και 2% λιπαρά), σε συσκευασία 3x200γρ.</p> <p>Γιαούρτι «Μεβγάλ Only 2% &amp; 0%» σε συσκευασίες των 3x200γρ.</p> <p>Γιαούρτι λευκό «Μεβγάλ Harmony» με 10%, 2% λιπαρά σε συσκευασίες των 3x200γρ. καθώς και με 0% λιπαρά σε συσκευασίες των 2x175γρ.</p> <p>Γιαούρτι «Μεβγάλ Harmony» (1% λιπαρά) με φρούτα (11 γεύσεις) σε συσκευασίες των 2x200 γρ.</p> <p>Γιαούρτι 2% με μέλι σε συσκευασίες των 120γρ.</p> <p>Παιδικό γιαούρτι «Μεβγαλίτο», σε 4 γεύσεις και συσκευασίες 2x125γρ.</p> <p>Παιδικό γιαούρτι «Frucomania», σε 3 γεύσεις και συσκευασίες των 150γρ.</p> <p>Επιδόρπιο γιαουρτιού «Salad» (8% λιπαρά) σε κουβαδάκι 5 και 10 κιλών.</p> <p>Φυτικό γιαούρτι «Breakfast» (10% λιπαρά) σε κουβαδάκι 5 και 10 κιλών.</p> <p>Φυτικό γιαούρτι «Εβρογάλ» (10% λιπαρά) σε κουβαδάκι 5 και 10 κιλών.</p> <p>Γιαούρτι στραγγιστό «Extra» (10% λιπαρά) σε κουβαδάκι 5 κιλών.</p> <p>Γιαούρτι στραγγιστό «Softy» (8% λιπαρά) σε κουβαδάκι 5 και 10 κιλών.</p> <p>Γιαούρτι στραγγιστό «Μεβγάλ Chef» (8% και 2% λιπαρά), σε κουβαδάκι του 1 κιλού.</p> <p>Επιδόρπιο γιαουρτιού «Μεβγάλ Βορεινό» 8% λιπαρά, σε κουβαδάκι του 1 κιλού.</p> <p>Κρέμα γάλακτος «Μεβγάλ» (36% λιπαρά) σε συσκευασίες των 250ml και 500ml.</p>

	Κρέμα γάλακτος «Μεβγάλ light» (15% λιπαρά) σε συσκευασίες των 200ml.
<b>Άλλα στοιχεία</b>	Ιδρύθηκε το 1976, κατόπιν μετατροπής της εταιρείας Μεβγάλ Κ. Χατζάκος – Χρ. Χατζηθεοδώρου ΟΕ (ιδρυθείσα το 1966). Τον Ιανουάριο του 2010 απορρόφησε τη Μεβγάλ ΑΕ & Σία ΟΕ. Οι πωλήσεις των γαλακτοκομικών προϊόντων (παραγόμενων και εισαγόμενων) συνέβαλλαν σε μεγάλο ποσοστό στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης τα τελευταία έτη. Διαθέτει τα προϊόντα της στην ελληνική αγορά σε περισσότερα από 22.000 μικρά και μεγάλα σημεία πώλησης, ενώ πραγματοποιεί και εξαγωγές. Διαθέτει σύστημα HACCP και πιστοποιήσεις ISO, BRC, IFS και non GMO animal feed.
<b>Διεύθυνση</b>	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> 571 00 Κουφάλια, Θεσσαλονίκη Τηλ 23910-59100, φαξ 23910-52901 www.mevgal.gr
ICAP CODE:4030200	
<b>ΜΙΝΕΡΒΑ Α.Ε. ΕΛΛΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b>	
<b>Κύκλος εργασιών 2008 (€)</b>	84.846.832 (01.06.2008 - 31.05.2009)
<b>Προσωπικό</b>	280
<b>Δραστηριότητες</b>	Παραγωγή και εμπορία καταναλωτικών προϊόντων: λαδιών, spreads, τυριών, διακίνηση και εμπορία προϊόντων υγιεινής. Προϊόντα: βούτυρο
<b>Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες</b>	Βούτυρο γάλακτος «Χωριό», «So Real», «Χωριό Βιολογικό», «Σαβόι» και «Βυρίνο».
<b>Άλλα στοιχεία</b>	Ιδρύθηκε το 1971, με την επωνυμία Μινέρβα Ελαιουργική Βιομηχανική & Εμπορική ΑΕ – Άγγελος Σαχπατζόγλου & Σία ΟΕ, ενώ προήλθε από την μετατροπή σε ΑΕ της εταιρείας Σαχπατζόγλου Άγγελος & Σία ΟΕ, η οποία προήλθε από το 1969. Το 1979 η επωνυμία της άλλαξε στην σημερινή. Το 2000 απορρόφησε την εταιρεία Ρέα ΑΒ&ΕΕ, ενώ το 2008 ανέλαβε τον κλάδο παραγωγής Φέτας από την εταιρεία Φάγε Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος ΑΕ. Επίσης, στα τέλη του 2008 η εταιρεία απέκτησε το εμπορικό σήμα βουτύρου “ΣΑΒΟΪ”. Τα εξεταζόμενα προϊόντα κάλυψαν το 7% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης το 2009. Διαθέτει πιστοποίηση ISO 9001, ISO 22000 και BRC. Η επιχείρηση τα έτη 2008-2010 προέβη σε επενδύσεις όσον αφορά τον κλάδο των γαλακτοκομικών με σκοπό την εγκατάσταση της συσκευασίας βουτύρου στο Σχηματάρι, την αγορά ζώνης βιολογικού γάλακτος στη Λακωνία και τη δημιουργία σταθμού γάλακτος στο νομό Ηλίας.
<b>Διεύθυνση</b>	<b>Έδρα:</b> Τατοῦ 165 & Οδυσσεύς, 144 52 Μεταμόρφωση, Αττική Τηλ 210-2854200, φαξ 210-2854209 <b>Εργοστάσιο:</b> Θέση Πάτημα, 320 09 Σχηματάρι, Βοιωτία
ICAP CODE: 4032700	
<b>ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ</b>	
<b>Κύκλος εργασιών 2009 (€)</b>	17.771.873
<b>Προσωπικό</b>	138
<b>Δραστηριότητες</b>	Παραγωγή γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων και παγωτών. Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο, γάλα με κακάο, ξυνόγαλο, γιαούρτι παραδοσιακό και ευρωπαϊκού τύπου, γιαούρτι με φρούτα, βούτυρο και κρέμα γάλακτος.
<b>Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες</b>	Τα προϊόντα της διατίθενται με το εμπορικό σήμα «Νεογάλ» και είναι: Γάλα φρέσκο παστεριωμένο πλήρες (3,5%) σε συσκευασίες των 500ml, 1 και 2 λίτρων. Γάλα φρέσκο παστεριωμένο ελαφρύ (1,5%) σε συσκευασίες tetrapak των 500ml και 1 λίτρου. Γάλα φρέσκο παστεριωμένο άπαχο (0%) σε συσκευασίες tetrapak των 500ml. Γάλα με κακάο «Your Choice» σε συσκευασίες tetrapak των 210ml και 430ml Ξυνόγαλο «Ariane» (1,8%) σε πλαστικές φιάλες των 300ml, 500ml και 1 λίτρου. Γιαούρτι παραδοσιακό αγελάδος (3,8% λιπαρά) σε συσκευασίες των 240γρ. και 320γρ. Γιαούρτι παραδοσιακό πρόβειο (6,6% λιπαρά) σε συσκευασίες των 320γρ. Γιαούρτι αγελαδινό ευρωπαϊκού τύπου (με 3,8% λιπαρά, με 2% λιπαρά και με 0% λιπαρά) σε αεροστεγείς συσκευασίες των 200γρ. Γιαούρτι με χυμό φρούτων με γεύσεις φράουλα, κεράσι και μπανάνα σε συσκευασία σε συσκευασίες των 175γρ. Γιαούρτι στραγγιστό σε τάπερ (10% λιπαρά) σε συσκευασίες του 1 κιλού, των 5 και σε πλαστικό κύπελλο των 200γρ. Βούτυρο αγελάδος σε συσκευασία των 250γρ. και vacuum των 3 κιλών. Κρέμα γάλακτος (48%-50% και 46%-48%) σε τάπερ του 1 και 8 κιλών. Σμετάνα (Ζυμούμενη κρέμα γάλακτος με 39-42% λιπαρά) σε πλαστικό τάπερ 1 και 8 κιλών.

Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1965 με την επωνυμία «Βιομηχανία Γάλακτος Δράμας ΑΕ» (διακριτικός τίτλος «Νεογάλ») και μετόχους την Ένωση Γαλακτοκομικών Συνεταιρισμών Δράμας-Καβάλας και την Αγροτική Τράπεζα Ελλάδος. Μετά την εξαγορά των μετοχών της ΑΤΕ από την Ένωση, μέτοχοι είναι πλέον οι παραγωγικοί-προμηθευτές αγελαδινού γάλακτος και οι εργαζόμενοι της εταιρείας. Οι πωλήσεις των εξεταζόμενων προϊόντων συνέβαλλαν με ποσοστό της τάξης του 80% περίπου στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης το 2009. Τη διετία 2008-2010 πραγματοποίησε επενδύσεις ύψους €365 κιλ. περίπου στα πλαίσια του αναπτυξιακού νόμου 3299/2004.
Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Τέρμα 1ης Ιουλίου, 661 00 Δράμα Τηλ 25210-23131, 23317, 21134 φαξ 25210-21478 www.neogal.gr
ICAP CODE:4033700	
<b>ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΛΑΡΙΣΗΣ ΑΕ</b>	
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	113.180.966
Προσωπικό	328
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων και χυμών φρούτων. Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο, γάλα υψηλής παστερίωσης, γάλα με κακάο, ξυνόγαλο, γιαούρτι παραδοσιακό (πρόβειο και αγελαδινό), γιαούρτι ευρωπαϊκού τύπου, γιαούρτι με φρούτα, κρέμα γάλακτος και βούτυρο γάλακτος.
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Τα προϊόντα της διατίθενται με το εμπορικό σήμα «Όλυμπος» και περιλαμβάνουν. Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Επιλεγμένο» πλήρες (3,7% & 1,5% λιπαρά) σε συσκευασίες των 500ml, 1 και 2 λίτρων. Γάλα αγελάδος φρέσκο παστεριωμένο (3,5%, 1,5% & 0% λιπαρά) σε ποικιλία συσκευασιών. Γάλα "Όλυμπος Ζωής" υψηλής παστερίωσης (3,7% & 1,5% λιπαρά) σε συσκευασίες του 1 και του 1,5 λίτρου. Σοκολατούχο γάλα «Choco cool» (0,3% λιπαρά) σε χάρτινη συσκευασία των 250ml και 500ml και σε συσκευασία των 330ml και 500ml. Γάλα κατσικίσιο (3,5% λιπαρά) σε συσκευασία του 1lt. Γάλα βιολογικό (3,7% λιπαρά) σε συσκευασίες του 1lt. Γάλα αγελάδος παστεριωμένο λευκό (3,5% λιπαρά) σε συσκευασίες των 10 και 20 κιλών. Ξυνόγαλο Αριάνι με χαμηλά λιπαρά (1%) σε συσκευασία των 500ml και 1lt. Γιαούρτι στραγγιστό κύμα (10% λιπαρά) σε συσκευασία των 5 κιλών. Γιαούρτι πρόβειο παραδοσιακό σε συσκευασία των 330γρ. Γιαούρτι αγελαδινό παραδοσιακό σε συσκευασία των 220γρ. Γιαούρτι βιολογικό σε συσκευασία των 2 τεμαχίων (2X200γρ.). Γιαούρτι κατσικίσιο σε συσκευασίες των 2 τεμαχίων (2X200γρ.). Γιαούρτι στραγγιστό (2% και 10% λιπαρά) σε συσκευασία του 1 κιλού. Γιαούρτι στραγγιστό (0% λιπαρά) των 2 τεμαχίων (2X200γρ.). Γιαούρτι στραγγιστό (2% και 10% λιπαρά) των 3 τεμαχίων (3X200γρ.). Γιαούρτι αγελαδινό (2% και 4% λιπαρά) σε συσκευασία των 3 τεμαχίων (3X200γρ.). Επιδόρπιο γιαουρτιού με γεύσεις φράουλα, ροδάκινο, κεράσι και μπισκότο σε συσκευασίες των 2 τεμαχίων (2X200γρ.). Βιολογικό επιδόρπιο γιαουρτιού Βι-Υο με γεύσεις φράουλα, κεράσι και μπανάνα σε συσκευασία των 145 γρ. Γιαούρτι «Πνοή» (2% λιπαρά) σε συσκευασία των 3 τεμαχίων (3X200γρ.). Βούτυρο από αγελαδινή κρέμα σε συσκευασίες των 4 κιλών. Βούτυρο πρόβειο λιωμένο σε συσκευασίες των 16 κιλών. Βούτυρο αγελάδος 250γρ. Βούτυρο πρόβειο λιωμένο 500 γρ. Κρέμα γάλακτος (48% λιπαρά) σε συσκευασίες των 10 κιλών. Κρέμα γάλακτος (35% λιπαρά) σε συσκευασίες των 10 κιλών.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1965. Σημειώνεται ότι, από τις αρχές του 2003 το σύνολο σχεδόν των μετοχών της ανήκουν στην εταιρεία Τυράς ΑΕ. Το 2006 απορρόφησε το κλάδο διανομής της εν λόγω εταιρείας. Τα εξεταζόμενα προϊόντα συνέβαλλαν με ποσοστό 75% στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών το 2009. Από τις αρχές του 2003 ανέλαβε σχεδόν όλη την ποικιλία των γαλακτοκομικών προϊόντων της Τυράς ΑΕ. Η εταιρεία διαθέτει πιστοποιητικό Περιβαλλοντικής Διαχείρισης σύμφωνα με το πρότυπο EN ISO 14001 από τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης (ΕΛΟΤ) για το σύνολο της παραγωγής της, Πιστοποιητικό του Συστήματος Ποιότητας EN ISO 9001:2000 από τον ΕΛΟΤ και Πιστοποιητικό του Συστήματος Ποιότητας EN ISO 22000:2005 από τον ΕΛΟΤ. Επιπλέον, η τιτλούχος εφαρμόζει σύστημα HACCP για την διασφάλιση της ασφάλειας και υγιεινής των προϊόντων. Οι επενδύσεις της εταιρείας για τη διετία 2008-2009 ήταν ύψους €10,7 εκ.

Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Εθν. Οδός Λάρισας-Θεσσαλονίκης (16ο χλμ.), Τ.Θ. 1663, 410 02 Λάρισα Τηλ 2410-541.160-3, φαξ 2410-541.164 www.olympos.gr	ICAP CODE:4038600
<b>ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ</b>		
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	19.564.251	
Προσωπικό	90	
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων. Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο, γάλα UHT, γάλα με κακάο, γιαούρτι λευκό και παραδοσιακό, ξυνόγαλο, βούτυρο και κρέμα γάλακτος.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Ροδόπη» (πλήρες και ελαφρύ) σε συσκευασίες 500ml και 1 λίτρου. Γάλα υψηλής παστερίωσης (πλήρες και ελαφρύ) σε συσκευασία του 1 λίτρου. Γάλα Μακράς Διαρκείας (UHT) «Ροδόπη» (πλήρες και ελαφρύ) σε συσκευασία του 1 λίτρου. Σοκολατούχο γάλα υψηλής παστερίωσης «Ροδοπάκι» σε χάρτινες συσκευασίες των 250ml και 500ml καθώς και σε φιάλη των 330ml. Γιαούρτι στραγγιστό «Ροδόπη» (10% και 2% λιπαρά) σε συσκευασίες των 200γρ. καθώς και του 1 και 5 κιλών. Γιαούρτι αγελαδινό ευρωπαϊκού τύπου (4% και 2% λιπαρά) σε συσκευασία των 200 γρ. Γιαούρτι πρόβειο παραδοσιακό «Ροδόπη» σε συσκευασίες των 320γρ. και των 200γρ. Βούτυρο αγελαδινό «Ροδόπη» σε συσκευασία των 250γρ. και σε επαγγελματική συσκευασία 2,5 κιλών. Ξυνόγαλο Αριάνι σε πλαστική φιάλη των 330ml, 1 και 5 λίτρων.	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1963. Σημειώνεται ότι από το 2008 το σύνολο σχεδόν των μετοχών της ανήκουν στην εταιρεία Τυράς ΑΕ. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα συμβάλλουν κατά το μεγαλύτερο μέρος στη διαμόρφωση των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας τα τελευταία χρόνια. Αποτελεί μία από τις λίγες βιομηχανίες που ασχολούνται με την παραγωγή γάλακτος μακράς διαρκείας. Τα προϊόντα διατίθενται απ' ευθείας από την εταιρεία από τη Δράμα έως τον Έβρο, ενώ για τους λοιπούς νομούς συνεργάζεται με το δίκτυο της εταιρείας Όλυμπος. Διαθέτει πιστοποίηση Eurocert (μη γενετικά τροποποιημένων ζωοτροφών), διασφάλισης ποιότητας ISO 9001/2000 και ISO 22000.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Οδός Είνθης-Πόρτο Λάγους (3ο χλμ.) Τ.Θ. 19, 671 00 Είνθης Τηλ 25410-22347, 26525 φαξ 25410-22192 www.rodopi-sa.gr	ICAP CODE: 0218840
<b>ΣΕΡΡΑΪΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ</b>		
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	5.007.495	
Προσωπικό	45	
Δραστηριότητες	Επεξεργασία νωπού γάλακτος και παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Προϊόντα: γάλα παστεριωμένο, σοκολατούχο γάλα, γιαούρτι παραδοσιακό και στραγγιστό ευρωπαϊκού τύπου, ξυνόγαλο, κρέμα γάλακτος και βούτυρο γάλακτος.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Σεργάλλ» πλήρες (3,5% λιπαρά) σε χάρτινη συσκευασία των 500ml και του 1 λίτρου καθώς και σε συσκευασίες των 10 και 20 κιλών. Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Σεργάλλ» ελαφρύ (1,5% λιπαρά) σε χάρτινη συσκευασία του 0,5 και 1 λίτρου. Γάλα φρέσκο παστεριωμένο «Σεργάλλ» άπαχο (0%) σε χάρτινη συσκευασία των 500ml. Σοκολατούχο φρέσκο παστεριωμένο γάλα «Energy» (0,4% λιπαρά) σε χάρτινη συσκευασία των 220γρ., 330γρ. (πλαστικό μπουκάλι) και 450γρ. Ξυνόγαλο Αριάνι με γιαούρτι σε πλαστική φιάλη των 330γρ., 500ml και 1.5 λίτρου. Γιαούρτι αγελαδινό παραδοσιακό πλήρες σε κύπελλα των 220 γρ. και των 320 γρ. (και διπλή συσκευασία). Γιαούρτι αγελαδινό πλήρες σε κύπελλα των 220 γρ. και σε συσκευασία των 3 τεμαχίων. Γιαούρτι αγελαδινό (2%) σε κύπελλα των 220γρ. και σε συσκευασία των 2 και 3 τεμαχίων. Γιαούρτι πρόβειο σε κύπελλα των 320γρ. (και σε διπλή συσκευασία) και των 220 γρ. Γιαούρτι στραγγιστό σε συσκευασίες των 500 γρ., 1 και 5 κιλών για επαγγελματική χρήση. Βούτυρο αγελάδας σε συσκευασίες των 125γρ., 250γρ. και του 1 κιλού. Κρέμα γάλακτος για επαγγελματική χρήση.	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1995 με έδρα τις Σέρρες. Οι πλήρεις δραστηριότητές της ξεκίνησαν το Δεκέμβριο του ίδιου έτους, μετά την εξαγορά των παγίων στοιχείων της εταιρείας ΣΕΡΓΑΛ Βιομηχανία Γάλακτος Σερρών ΑΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1964 και τέθηκε σε εκκαθάριση το 1992. Τα εξεταζόμενα προϊόντα καλύπτουν το σύνολο του κύκλου εργασιών της τιτλούχου. Η διανομή των προϊόντων της πραγματοποιείται μέσω του δικτύου διανομής της κυρίως στην τοπική αγορά σε σούπερ μάρκετ, γαλακτοπωλεία και παντοπωλεία.	

Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Εθν. Οδός Σερρών-Θεσσαλονίκης 1ο κλμ., 621 00 Σέρρες Τηλ 23210-50720, φαξ 23210-50723	
<b>ΣΤΑΜΟΥ Α.Β.Ε.Ε</b>		ICAP CODE:0185314
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	7.886.797 (01.01.2008-31.12.2009)	
Προσωπικό	36	
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων και παγωτού. Προϊόντα: γιαούρτι παραδοσιακό και στραγγιστό, επιδόρπια γάλακτος (ριζόγαλο και κρέμες).	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Παραδοσιακό γιαούρτι «Στάμου». Λευκό στραγγιστό γιαούρτι «Στάμου». Συσκευασίες γιαουρτιού: - σε πλαστικό δοχείο των 240γρ., 500γρ. και 950γρ. - σε πήλινο δοχείο των 200γρ., 500γρ. και του 1 κιλού. Επιδόρπια (ριζόγαλο και κρέμες) «Στάμου».	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2008 ύστερα από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Αφοί Στάμου ΟΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1961. Η παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελεί την κύρια δραστηριότητά της καθώς συμβάλει σχεδόν εξ' ολοκλήρου στη διαμόρφωση του κύκλου εργασιών της. Διαθέτει τα προϊόντα της μέσω των τριών εταιρικών καταστημάτων της καθώς και μέσω αλυσίδων σουπερμάρκετ.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Λεωφ. Καραμανλή 17, 136 71 Αχαρνές Τηλ 210-246.9346, φαξ 210-246.4469	
<b>ΤΥΡΑΣ ΑΕ</b>		ICAP CODE:0071596
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	119.755.609	
Προσωπικό	302	
Δραστηριότητες	Παραγωγή τυροκομικών και γαλακτοκομικών προϊόντων. Προϊόντα: Γιαούρτι στραγγιστό και έδεσμα (παραδοσιακό στραγγιστό εμπλουτισμένο με κρέμα γάλακτος)	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1992. Προήλθε από συγχώνευση της Αφοί Στ. Σαράντη ΟΕ (ιδρυθείσα το 1986) και των ατομικών επιχειρήσεων των Δημ. Στ. Σαράντη και Μιχ. Στ. Σαράντη. Τον Νοέμβριο του 2002 απορρόφησε την εταιρεία Foodtech ΑΕ. Το 2006 εισέφερε τον κλάδο διανομής της στην εταιρεία Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης ΑΕ. Από τις αρχές του 2003, η παραγωγή των γαλακτοκομικών προϊόντων περιορίστηκε στα προαναφερόμενα, καθώς εκμεταλλεύομενη τις οικονομίες κλίμακας που προέκυψαν από την εξαγορά της εταιρείας Όλυμπος Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης ΑΕ, εισέφερε στην τελευταία την παραγωγή των λοιπών γαλακτοκομικών προϊόντων, με αποτέλεσμα η παραγωγή των τυροκομικών προϊόντων να αποτελεί τη κύρια δραστηριότητα της εταιρείας. Σημειώνεται επίσης ότι από το 2008 η τιτλούχος κατέχει το σύνολο σχεδόν των μετοχών της εταιρείας Ροδόπη ΑΕ. Διαθέτει το πιστοποιητικό διασφάλισης ποιότητας EN ISO 9001 και EN ISO 14001, έχει πιστοποιηθεί με πιστοποιητικό British Retail Consortium (BRC), ενώ εφαρμόζει το προληπτικό σύστημα διασφάλισης ποιότητας HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point).	
Διεύθυνση	<b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b> Οδός Τρικάλων-Πύλης (5ο κλμ.), 421 00 Τρίκαλα Τηλ 24310-61222, φαξ 24310-61590 www.tyras.gr	
<b>ΦΑΓΕ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ</b>		ICAP CODE:4045400
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	237.990.000	
Προσωπικό	1.000	
Δραστηριότητες	Παραγωγή και εμπορία γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων, επιδορπίων, delicatessen. Εμπόριο χυμών φρούτων. Προϊόντα: Γάλα υψηλής παστερίωσης (λευκό και σοκολατούχο), γιαούρτι (στραγγιστό και σύνθετο), επιδόρπια γιαουρτιού και γάλακτος, ξινόγαλο. Εισάγει γάλα UHT (λευκό και σοκολατούχο) και κρέμα γάλακτος.	

<p><b>Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες</b></p>	<p>Γάλα υψηλής παστερίωσης «Φάρμα» πλήρες (3,5% λιπαρά) και ελαφρύ (1% λιπαρά) σε συσκευασίες των 0,5, 1 και 1,5 λίτρου.  Γάλα υψηλής παστερίωσης «Φάγε 10» πλήρες (3,5% λιπαρά) και ελαφρύ (1% λιπαρά) σε συσκευασίες των 0,5, 1 και 1,5 λίτρου.  Γάλα «Φάρμα» με ασβέστιο σε συσκευασίες του 1 λίτρου.  Γάλα υψηλής παστερίωσης «Φάγε ABΓ» σε συσκευασίες του 1 λίτρου για παιδιά.  Γάλα UHT πλήρες (3,5% λιπαρά), ημίπαχο (1,5% λιπαρά) και άπαχο (0% λιπαρά) σε συσκευασίες του 0,5 και 1 λίτρου.  Ξυνόγαλο «Δροσάτο» σε συσκευασίες των 450ml.  Ξυνόγαλο «Αριάνι» σε συσκευασίες των 450ml.  Γάλα σοκολατούχο υψηλής παστερίωσης «Ν'ιογ» πλήρες (3% λιπαρά) και άπαχο (0% λιπαρά) σε συσκευασίες των 330ml και 500ml.  Γάλα σοκολατούχο υψηλής παστερίωσης «junior» με κακάο σε συσκευασίες των 330ml.  Γάλα σοκολατούχο μακράς διάρκειας «Yoko Choco junior» σε συσκευασίες των 200 ml.  Γάλα σοκολατούχο μακράς διάρκειας «Choco Φιάλη» σε πλαστική συσκευασία των 500ml.  Γιαούρτι «Φάγε Total» (στραγγιστό, 10% λιπαρά) σε συσκευασίες των 200γρ. και 500γρ., καθώς και σε συσκευασία των 3 τεμαχίων (3x200γρ.).  Γιαούρτι τύπου στραγγιστό (10% λιπαρά) «Φάγε Family» σε συσκευασίες 1 κιλού.  Γιαούρτι «Φάγε Total Light» σε συσκευασίες των 2 τεμαχίων (2x200γρ.).  Γιαούρτι «Φάγε Total 0%» σε συσκευασίες των 3 τεμαχίων (3x170γρ.) και 170γρ.  Γιαούρτι «Φάγε Total 2%» σε συσκευασίες των 2 τεμαχίων (3x200γρ.) και 150γρ, 200γρ, 500γρ και 1 κιλού.  Γιαούρτι «Φάγε Αγελαδίτσα» με 4%, 2% και 0% λιπαρά σε συσκευασίες των 100γρ.  Γιαούρτι «Φάγε Silouet» με 0% και 2% λιπαρά σε συσκευασία των 100γρ.  Επιδόρπια γιαουρτιού «Φάγε Velvet» με 2% και 4% λιπαρά σε συσκευασία των 100γρ.  Επιδόρπια γιαουρτιού «Φάγε Silouet 1% με κομμάτια φρούτων» από ροδάκινο, φράουλα, μήλο, κεράσι, μπισκότο σε συσκευασία των 100 γρ.  Επιδόρπια γιαουρτιού «Φάγε Silouet 1% με φρούτα και δημητριακά» (ροδάκινο, φράουλα, ανανάς/μπανάνα, κεράσι, μήλο/σταφίδες/κάνελα) σε συσκευασία των 100γρ  Επιδόρπια γιαουρτιού «Φάγε Junior A+D» παιδικό σε συσκευασία των 101 γρ.  Επιδόρπια γιαουρτιού «Φάγε Junior» παιδικό με γεύση φρούτων (φράουλα, μπανάνα, καραμέλα, κεράσι, μπισκότο, ροδάκινο) σε συσκευασία των 100 γρ.  Επιδόρπια γάλακτος «Φάγε Junior +9 βιταμίνες» παιδικό με γεύση κακάο, βανίλια και φράουλα σε συσκευασία των 100γρ.  Επιδόρπια γιαουρτιού «Φάγε ABΓ» για βρέφη από τον έκτο μήνα, σε συσκευασία των 100γρ.  Επιδόρπια «Γλυκοκουταλιές» με διάφορες γεύσεις (Black Forest, Τρούφα Σοκολάτα, Κρέμα Καραμελέ, Προφιτερόλ, Τιραμισού, Ρυζόγαλο, Μους Σοκολάτα, Βανίλια, cheesecake) σε συσκευασίες των 2 τεμαχίων (2 x100γρ.)  Κρέμα γάλακτος μακράς διάρκειας (UHT) «Φάγε» (35% λιπαρά) σε ασηπτική συσκευασία των 250ml, 500ml.  Κρέμα γάλακτος LIGHT μακράς διάρκειας (UHT) «Φάγε» (15% λιπαρά) σε ασηπτική συσκευασία των 200ml.  Μετατράπηκε σε Α.Ε. το 1977, ενώ προϋπήρχε με διαφορετικές νομικές μορφές από το 1926. Στις αρχές του 2003 απορρόφησε τις εταιρείες Ταμίνα ΑΒΕ και Πίνδος ΑΕΒΕ. Το 2008 εισέφερε τον κλάδο παραγωγής φέτας την εταιρεία Μινέρβα ΑΕ. Τα εξεταζόμενα προϊόντα καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος του ετήσιου κύκλου εργασιών της. Η διανομή των προϊόντων πραγματοποιείται απ' ευθείας από την εταιρεία για την Αττική, ενώ για την υπόλοιπη Ελλάδα συνεργάζεται με 70 περίπου αντιπροσώπους, καλύπτοντας συνολικά 25.000 σημεία πώλησης. Πραγματοποιεί εξαγωγές σε 20.000 σημεία πώλησης του εξωτερικό, ενώ θεωρείται από τις σημαντικότερες εξαγωγικές εταιρείες βιομηχανικού γιαουρτιού. Διαθέτει πιστοποιητικό διασφάλισης ποιότητας ISO 9002 και εφαρμόζει το προληπτικό σύστημα διασφάλισης ποιότητας HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point). Η εταιρεία μέχρι και το Σεπτέμβριο του 2006 διέθετε και φρέσκο παστεριωμένο γάλα, προϊόν το οποίο δεν παράγει πλέον.</p>
<p><b>Άλλα στοιχεία</b></p>	<p><b>Διεύθυνση</b>  <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b>  Ερμού 35, 144 52 Μεταμόρφωση  Τηλ 210-299.2555, φαξ 201-282.8386  <b>Εργοστάσιο:</b>  · Αγ. Απόστολοι, 421 00 Τρίκαλα  · Αμύνταιο, 532 00 Φλώρινα  www.fage.gr</p>

<b>ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.</b>		ICAP CODE: 0252367
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	13.695.500 (κατά δήλωση)	
Προσωπικό	95	
Δραστηριότητες	Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Προϊόντα: Γάλα παστεριωμένο (λευκό και σοκολατούχο), σοκολατούχο γάλα υψηλής παστερίωσης, γιαούρτι λευκό, ξινόγαλο, βούτυρο γάλακτος, επιδόρπια γάλακτος	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Τα προϊόντα φέρουν το εμπορικό σήμα « Φάρμα Κουκάκη» και είναι: Φρέσκο γάλα πλήρες, 1,5% και 0% λιπαρά σε συσκευασίες του 0,5, 1 και 2 λίτρων. «ChocoFull» πλήρες γάλα με κακάο σε συσκευασία των 0,33lt και 0,5lt. «ChocoLight» γάλα με κακάο σε συσκευασία των 0,33lt. Γιαούρτι αγελάδος σε συσκευασίες των 200γρ και 500 γρ. Γιαούρτι πρόβειο σε συσκευασίες των 320γρ. και 500γρ. Ξινόγαλο Αριάνι σε συσκευασίες 330γρ., 500γρ., 1 λίτρου και 1,5 λίτρων. Κεφίρ σε συσκευασία του 330γρ. Ρυζόγαλο και κρέμα συσκευασίες των 180γρ.	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2002, μετά από μετατροπή της ατομικής επιχείρησης Κουκάκης Παναγιώτης η οποία είχε ιδρυθεί το 2000. Η εταιρεία διαθέτει τα προϊόντα της μέσω ιδίου δικτύου διανομής στην Βόρεια Ελλάδα, αλλά και μέσω ειδικών συνεργατών στη Αττική. Τα προϊόντα της διατίθενται στην αγορά μέσω σούπερ μάρκετ και καταστημάτων τροφίμων, ενώ ποσότητες χύμα γάλακτος και κρέμας καθώς και βουτύρου διατίθενται σε εταιρείες μεταποίησης.	
Διεύθυνση	Έδρα/Εργοστάσιο: Κάτω Απόστολοι, 611 00, Κιλκίς Τηλ. 23410-94455, φαξ. 23410-77252 www.koukfarm.gr	
		Πηγή: ICAP



### Πίνακας 3.8 Επιχειρήσεις εισαγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων

ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕΕ		ICAP CODE:0016016
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	42.732.350	
Προσωπικό	37	
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Όλα τα προϊόντα της προέρχονται από τον οίκο Arla Foods Amba Δανίας: Κρέμα γάλακτος UHT (36% λιπαρά) σε ασηπτική συσκευασία του 1 λίτρου. Βούτυρο «Lurpak» ανάλατο και αλατισμένο σε σκαφάκι των 250γρ. Βούτυρο «Lurpak» ανάλατο σε συσκευασίες των 125, 250 και 500γρ. και σε μερίδες των 10γρ. Βούτυρο «Soft Lurpak» ανάλατο και αλατισμένο σε σκαφάκι των 250γρ. Βούτυρο «Lurpak Lighter» ανάλατο και ελαφρώς αλατισμένο σε συσκευασίες των 250γρ. Βούτυρο «Lurpak Organio» ανάλατο σε συσκευασίες των 250γρ. Βούτυρο «Lurpak» σε δοχείο των 25 κιλών (για επαγγελματική χρήση).	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1988. Το 1993 άλλαξε την επωνυμία της από Γενική Τροφίμων ΑΕΒΕΕ σε MD Foods Καλτσόγιας ΑΕ. Το 1999 άλλαξε την επωνυμία της σε MD Foods Ελλάς ΑΕΒΕΕ και το 2000 δημοσίευσε εκ νέου αλλαγή της επωνυμίας της στη σημερινή. Το 2000 απορρόφησε την εταιρεία Επιλογές Δέλτα ΑΤΕ. Μέχρι το 2003 η εταιρεία συμμετείχε (με 70%) στην επιχείρηση Βίγλα Ολύμπου ΑΕΒΕ. Η τιτλούχος από 1/1/2004 είναι θυγατρική (100%) της Δανέζικης εταιρείας ARLA FOODS AMBA. Τα προϊόντα της διανέμονται σε σούπερ μάρκετ, σε χονδρεμπόρους και καταστήματα τροφίμων.	
Διεύθυνση	Έδρα: Λεωφ. Κηφισίας 6-8, Caracas Center, 151 25 Μαρούσι Τηλ 210-819.6100, φαξ 210-620.9462 www.arlafoods.com	

<b>CAMPINA ΕΛΛΑΣ ΑΕ</b>		ICAP CODE:0054974
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	87.292.672	
Προσωπικό	28	
Δραστηριότητες	Μάρκετινγκ, εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Γάλα εβαπορέ, γιαούρτια και επιδόρπια γάλακτος «Μικρή Ολλανδέζα» Campina/ Ολλανδία. Εμπορικό σήμα: Campina	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1986 για να συνεχίσει τις δραστηριότητες της Κουόλιτυ Μπραντς Ιντερνάσιοναλ ΕΠΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1979. Το 2004 άλλαξε την επωνυμία της από Κουόλιτυ Μπραντς Ιντερνάσιοναλ Α.Ε. στη σημερινή. Η εταιρεία ανήκει τον όμιλο Campina ο οποίος έχει από το 2008 συγχωνευτεί με τον όμιλο Friesland Foods, δημιουργώντας ένα νέο διεθνή όμιλο με την επωνυμία Friesland Campina. Οι αντίστοιχες εταιρείες αντιπρόσωποι στην Ελλάδα - η τιτλούχος και η Φρήσλαντ Ελλάς ΑΕΒΕ- έχουν ήδη αρχίσει από το 2009 διαδικασίες συγχώνευσης (δεν έχει δημοσιευτεί ακόμη σχετικό ΦΕΚ). Το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων της προέρχεται από τα τυροκομικά προϊόντα, ενώ τα γαλακτοκομικά συνεισφέρουν περίπου με 5% στις συνολικές πωλήσεις της εταιρείας.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Λεωφ. Κηφισίας 10-12, 151 25 Μαρούσι Τηλ 210-685.0031, φαξ 210-684.4630	
<b>DANONE A.E.</b>		ICAP CODE: 0265571
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	28.850.624	
Προσωπικό	57	
Δραστηριότητες	Αποκλειστικές εισαγωγές και εμπόριο γιαούρτης και γαλακτοκομικών προϊόντων	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Actimel, Danonito, Danette, Activia	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2005. Τα εξεταζόμενα προϊόντα καλύπτουν το σύνολο του ετήσιου κύκλου εργασιών της επιχείρησης. Πραγματοποιεί εισαγωγές από τα πλήθος χωρών, στις οποίες δραστηριοποιούνται εργοστάσια της Danone.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Αιγιαλείας 52, 151 25 Μαρούσι Τηλ. 210-6720000, Φαξ 210-6720029	
<b>FRIESLANDCAMPINA ΕΛΛΑΣ Α.Ε.</b>		ICAP CODE:2000275
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	264.498.868	
Προσωπικό	463	
Δραστηριότητες	Αποκλειστικές εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο ειδών διατροφής. Παραγωγή γιαούρτης.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Γάλα εβαπορέ (κοινό) «Νουπου», «Νουπου Light» σε κουτί 410γρ. και 170γρ. και μερίδες σε διστάκι (10x15γρ. και 400x7,5γρ.) Γάλα εβαπορέ «Νουπου» (0% λιπαρά) σε κουτί 400γρ. Γάλα εβαπορέ (ζαχαρούχο) «Νουπου» σε κουτί 397 γρ. Γάλα εβαπορέ «Νουπου Kid» (γάλα προσχολικής ηλικίας), «Νουλαc» (γάλα 2ης βρεφικής ηλικίας) σε κουτί 415γρ. και 170γρ. Γάλατα σε σκόνη 1ns, 2ns και 3ns βρεφικής ηλικίας «Frisolac» (comfort/premature/AC/HA), «Frisomel» (comfort), «Frisogrow» σε συσκευασίες των 400γρ. και 900γρ. Βρεφική κρέμα «Νουνού Φαρίν Λακτέ» σε συσκευασίες των 300γρ. και 700γρ. Βρεφική κρέμα «Νουνού» με γεύσεις κρέμα βανίλια, μπισκοτόκρεμα, φρουτόκρεμα (3 & 5 φρούτα) και 7 δημητριακών σε συσκευασίες των 400 γρ. και 300γρ. Ρυζάλευρο «Νουνού» σε συσκευασία των 200 γρ. Γάλα υψηλής παστερίωσης λευκό «Νουπου Family» πλήρες (3,5% λιπαρά) και light (1,5% λιπαρά) σε συσκευασίες του 1 και 1,5 λίτρου και 0,33ml. Γάλα υψηλής παστερίωσης λευκό «Νουπου Family» άπαχο ( 0% λιπαρά) σε συσκευασίες του 1 λίτρου Γάλα υψηλής παστερίωσης λευκό «Νουπου Calciplus», σε συσκευασίες του 1 και 1,5 λίτρου. Γάλα υψηλής παστερίωσης λευκό «Νουπου Kid», σε συσκευασίες του 1 λίτρου Σοκολατούχο Γάλα υψηλής παστερίωσης «Choice», πλήρες σε συσκευασίες των 300ml και 1 λίτρου καθώς και 0% λιπαρά σε συσκευασία 300ml. Γάλα σοκολατούχο UHT «Νουπου Choq» σε συσκευασία των 250ml. Ροφήματα γιαουρτιού «Νουνού Calci Plus» σε συσκευασία των 4x94γρ. και σε συσκευασία 2x200γρ. Κρέμα γάλακτος «Νουνού» σε συσκευασία των 250ml, 350ml, 200ml Κρέμα γάλακτος «Νουνού Telia» σε συσκευασία των 300ml Σαντιγύ «Νουνού Spray» σε συσκευασία των 250γρ.	

	<p>Επιδόρπια και κρέμες γάλακτος «Debic», σε συσκευασίες του 1, 2, 5, 0,7 lt και 1,75 κιλά προϊόντα επαγγελματικής εστίασης.</p> <p>Γάλα εβαπορέ και μακράς διάρκειας «Frisian Cow» σε συσκευασίες των 410γρ, 1 κιλού και 1 λίτρου, προϊόντα επαγγελματικής εστίασης.</p> <p>Βούτυρο «Debic» και «Nedgoló» σε συσκευασίες των 25 κιλών και 5 κιλών αντίστοιχα, προϊόντα επαγγελματικής εστίασης.</p> <p>Παραγόμενα γιαούρτια:</p> <p>Γιαούρτι «Νουνού Classic» στραγγιστό και «Νουνού White» αγελάδος σε τριπλές συσκευασίες των 200γρ. (3x200γρ.).</p> <p>Γιαούρτι «Νουνού Yotoria» με φρούτα σε διπλές συσκευασίες των 200γρ. (2x200γρ.).</p> <p>Γιαούρτι «Νουνού Fun-Fun» παιδικό σε συσκευασία των 145γρ.</p> <p>Γιαούρτι «Νουνού Noulac» βρεφικό, σε διπλή συσκευασία των 150γρ. (2x150γρ.).</p>
<b>Άλλα στοιχεία</b>	<p>Ιδρύθηκε το 1983. Το Σεπτέμβριο του 2009 η επωνυμία της εταιρείας άλλαξε από ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕ στη σημερινή. Σημειώνεται ότι, η τιτλούχος και η Campina Ελλάς ΑΕ έχουν αρχίσει από το 2009 διαδικασίες συγχώνευσης, ωστόσο το εν λόγω γεγονός δεν έχει ακόμα δημοσιευτεί σε ΦΕΚ. Οι πωλήσεις των γαλακτοκομικών προϊόντων συνέβαλαν σε ποσοστό 88% περίπου στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2009. Τα εξεταζόμενα προϊόντα διατίθενται κυρίως μέσω σουπερμάρκετ. Μέρος των προϊόντων διατίθεται και σε εταιρείες μεταποίησης. Την τριετία 2008-2010 η επένδυση προέβη σε επενδύσεις συνολικού ύψους €6,2 εκ. (μηχανολογικό, τεχνικό/τεχνολογικό και λοιπό εξοπλισμό).</p>
<b>Διεύθυνση</b>	<p><b>Έδρα:</b> Λεωφ. Κηφισίας 44, 151 25 Μαρούσι Τηλ 210-616.6400, Φαξ 210-616.6449</p> <p><b>Εργοστάσιο:</b> ΒΙ.ΠΕ. Πατρών, 250 18 Αχαΐα</p>
ICAP CODE: 2000325	
<b>LEADER AE</b>	
<b>Κύκλος εργασιών 2009 (€)</b>	44.843.814
<b>Προσωπικό</b>	79
<b>Δραστηριότητες</b>	Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο ειδών διατροφής. Εκμετάλλευση ψυκτικών θαλάμων. Παραγωγή (φασόν) τυριών.
<b>Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες</b>	Κρέμα γάλακτος – Meggle/Γερμανία Βούτυρο – Meggle/Γερμανία Γάλα – Oldenburger/Γερμανία Κρέμα γάλακτος σε σπρέϊ – Meggle/Γερμανία
<b>Άλλα στοιχεία</b>	<p>Ιδρύθηκε το 1983 με την επωνυμία Dafno ΑΕ. Το 1990 δημοσίευσε αλλαγή της επωνυμίας της στη σημερινή. Το 1991 ανέλαβε τις δραστηριότητες της ατομικής επιχείρησης Καλλιτέρης Γεώργιος και το 2003 απορρόφησε την Αιτωλική Ε.Π.Ε. Τα εξεταζόμενα προϊόντα καλύπτουν ένα σημαντικό ποσοστό του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης.</p>
<b>Διεύθυνση</b>	<p><b>Έδρα:</b> Σαλαμίνος 72, 193 00 Ασπρόπυργος, Αττική Τηλ 210-558.0590, φαξ 210-557.9603 www.leaderfoods.gr</p>
ICAP CODE: 2018420	
<b>ΓΚΑΤΕΝΙΟ Δ. Σ. &amp; ΥΙΟΣ ΑΕ</b>	
<b>Κύκλος εργασιών 2009 (€)</b>	15.455.417
<b>Προσωπικό</b>	17
<b>Δραστηριότητες</b>	Εισαγωγές και εμπόριο ειδών διατροφής και πρώτων υλών.
<b>Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες</b>	Γάλα εβαπορέ Γάλα UHT Κρέμα γάλακτος UHT Γάλα παστεριωμένο Βούτυρο γάλακτος
<b>Άλλα στοιχεία</b>	<p>Ιδρύθηκε το 2000. Προήλθε από μετατροπή της εταιρείας Γκατένιο Δανιήλ &amp; Υιός ΕΒΕΠΕ, η οποία υπήρχε από το 1966 σαν συνέχεια της ατομικής επιχείρησης του Γκατένιο Δ. (ιδρυθείσα το 1928). Τα εξεταζόμενα προϊόντα κάλυψαν το 2009 το 18% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης. Διαθέτει τα προϊόντα της μέσω ιδίου δικτύου διανομής σε σουπερ μάρκετ και χονδρεμπόρους σε όλη την Ελλάδα.</p>

Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Κλεισθένους 15, ΤΘ 3147, 102 10 Αθήνα Τηλ 210-321.7945, φαξ 210-322.1858	
<b>ΕΛΑΪΣ – UNILEVER HELLAS ΑΕ</b>		ICAP CODE: 0278608
Κύκλος Εργασιών 2009 (€)	438.193.128	
Δραστηριότητα	Εμπόριο καλλυντικών, απορρυπαντικών και τροφίμων. Σύμβουλοι επιχειρήσεων.	
Εμπορικό Σήμα	Becel pro-activ	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2007 αρχικά με την επωνυμία Lipoma Promotions ΑΕ. Στα τέλη του 2009 απορρόφησε κλάδο της προϋπάρχουσας εταιρείας Ελαΐς – Unilever Hellas ΑΕΒΕ (διασπάστηκε τον Οκτώβριο του 2009 και τις δραστηριότητές της ανέλαβαν 4 διαφορετικές εταιρείες). Μετά την απορρόφηση του κλάδου καλλυντικών, τροφίμων και απορρυπαντικών της προϋπάρχουσας εταιρείας, η επωνυμία της άλλαξε σε Ελαΐς Unilever Hellas Α.Ε. Ο κυριότερος όγκος των πωλήσεών της διανέμεται σε σούπερ μάρκετς σε όλη την Ελλάδα.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Χειμάρρας 8, 151 25 Μαρούσι, Αττική Τηλ: 210 630 4500. Φαξ: 210 630 4717	
<b>ΚΟΥΡΗ Γ. ΑΦΟΙ Α.Ε.&amp;Β.Ε.</b>		ICAP CODE:2047850
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	13.271.328	
Προσωπικό	28	
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπορία ειδών διατροφής, με έμφαση στα τυροκομικά και στα γαλακτοκομικά προϊόντα. Συσκευασία σπορέλαιων και ελαιολάδου.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Γάλα μακράς διάρκειας, κρέμα γάλακτος και βούτυρο γάλακτος	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1972. Προήλθε από μετατροπή της εταιρείας Κουρή Γ. Αφοί ΟΕ, που προϋπήρχε από το 1924. Τα εξεταζόμενα προϊόντα κάλυψαν το 9% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της τιτλούχου το 2009. Ωστόσο, το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών της επιχείρησης προέρχεται από την πώληση τυροκομικών προϊόντων.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Θέση Πάτημα, 196 00 Μάνδρα, Αττική Τηλ 210 555.9991-6, φαξ 210-555.9998	
<b>ΟΠΤΙΜΑ Α.Ε.</b>		ICAP CODE:2064890
Κύκλος εργασιών 2009 (€)	102.705.640	
Προσωπικό	110	
Δραστηριότητες	Αποκλειστικές εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο ειδών διατροφής και ποτών. Αποκλειστική διανομή τυριών.	
Εμπορικά σήματα/ Συσκευασίες	Κρέμα γάλακτος «Dirolo» και «Adoro» Βούτυρο, γάλα εβαπορέ και μακράς διάρκειας «Adoro» Γάλα εβαπορέ με το εμπορικό σήμα «Sana»	
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1981. Προήλθε από μετατροπή της εταιρείας Όπτιμα ΕΠΕ η οποία προϋπήρχε από το 1974.	
Διεύθυνση	<b>Έδρα:</b> Σωρού 1, ΤΘ 52020, 144 10, Μεταμόρφωση Αττική Τηλ. 210-289.3400, Φαξ, 210-284.5937 www.optima.gr	

Πηγή: ICAP

