



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
AGRICULTURAL UNIVERSITY OF ATHENS

Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών  
"Επιχειρηματικότητα και Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη"

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Προοπτικές ανάπτυξης διεθνούς κόμβου εφοδιασμού και  
εμπορίας ανθέων και φυτών στην Ελλάδα

Μαριάννα Ι. Γιαγνάμ Ταράση

Επιβλέπων Καθηγητής: Γ. Μαλινδρέτος, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Οικιακής  
Οικονομίας & Οικολογίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Αθήνα  
2015

## Μεταπτυχιακή Διατριβή

# Προοπτικές ανάπτυξης διεθνούς κόμβου εφοδιασμού και εμπορίας ανθέων και φυτών στην Ελλάδα

Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια: Μαριάννα Ι. Γιαγνάμ Ταράση

Επιβλέπων Καθηγητής: Γ. Μαλινδρέτος, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Μέλη Τριμελούς Επιτροπής:

- Γ. Μαλινδρέτος, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
- Μ. Παπαφωτίου, Καθηγήτρια, Τμήμα Επιστήμης Φυτικής Παραγωγής, ΓΠΑ
- Π. Καρανικόλας, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας & Ανάπτυξης, ΓΠΑ

## Περίληψη

Ο αγροτικός τομέας χαρακτηρίζεται από ιδιαιτερότητες, πολυπλοκότητα και ασταθείς συνθήκες. Η ανθοκομική βιομηχανία δεν αποτελεί εξαίρεση. Η ανθοκομία σε παγκόσμια κλίμακα και στη διάρκεια του χρόνου παρουσιάζει συνεχείς και ουσιαστικές μεταβολές και διακυμάνσεις. Οι τελευταίες εξελίξεις και τάσεις έχουν μετατοπίσει την παραγωγή σε αναπτυσσόμενες χώρες, έχουν επιβάλλει τις συνεργασίες και αρχίζουν να απαιτούν την κοινωνική και οικολογική συνείδηση. Η παγκόσμια οικονομική κρίση, ταυτόχρονα, συμβάλει στην διαφοροποίηση της καταναλωτικής ζήτησης και ως εκ τούτου της αγροτικής προσφοράς σε είδη πιο οικονομικά, με αυξημένη ποικιλία και με μεγαλύτερο χρόνο ζωής.

Τα νέα δεδομένα ευνόησαν ορισμένες αγορές και επιβάρυναν άλλες. Δημιούργησαν νέες μεθόδους και ροές διανομής της ανθοκομικής παραγωγής στην αγορά. Η Ολλανδία και οι Ολλανδικές δημοπρασίες, παρά την αδιαμφισβήτητη υπεροχή τους, φαίνονται να κλονίζονται και να χάνουν το μονοπώλιό τους. Νέες αγορές και εναλλακτικές μορφές διανομής αναδύονται και δημιουργούν νέο χώρο για αξιοποίηση ευκαιριών.

Η Ελλάδα βάσει των γεωπολιτικών και γεωγραφικών συντεταγμένων της φέρει, ήδη, πλεονεκτήματα που δύνανται να την καθιερώσουν ως νέο ανερχόμενο κρικό της ανθοκομικής αλυσίδας αξίας. Η δημιουργία ενός διεθνούς κόμβου εφοδιασμού και εμπορίας ανθών και φυτών στην Ελλάδα μελετάται και κρίνεται υλοποιήσιμη και πολλά υποσχόμενη για την παθούσα Ελληνική οικονομία και γεωργία.

**Επιστημονική Περιοχή Εργασίας:** Αθήνα και Ελληνική Επικράτεια.

**Λέξεις κλειδιά:** Ανθοκομία, Αγροτική Ανάπτυξη, Αγροτική Οικονομία, Κόμβος Εφοδιασμού και Εμπορίας, Παγκόσμια Ανθοκομική Βιομηχανία, Ελληνική Γεωργία, Καινοτομία, Αγροτικά Logistics, Αγροτικό Marketing, Δημοπρασία Ανθών.

## Summary

### Prospects of Establishing a Global Supply and Trade Hub of Flowers and Plants in Greece

Every agricultural branch is usually characterized by particularities, complexity and unstable circumstances. Horticulture industry is not an exception. Globally and historically horticulture is followed by constant and essential changes. Recent circumstances and trends have displaced floral production to developing countries, have imposed collaborating relations and begin to demand social and environmental responsibility. Global economic crisis provoked the differentiation of consumers' needs and as a result the production of less expensive horticulture products, characterized by a vast variation and longer life time.

The new situation works as an advantage for some markets and as a disadvantage for others. New methods and distribution canals have been created within the horticulture industry. Netherlands and Dutch auctions, even though they are still leaders, they have less influence now and they have lost their monopoly. New markets and alternative value chains have risen and they expand the limits of taking advantage of chances.

Greece due to its geopolitical and geografic conditions already has advantages that can establish Greece as a developing part of the global horticulture value chain. The construction of a global supply and trade hub of flowers and plants in Greece is examined and is considered as doable and promising for the weak Greek economy and agriculture.

**Field of Research:** Athens and Greek Area.

**Key Words:** Floriculture, Agricultural Development, Agricultural Economy, Supply and Trade Hub, Global Floriculture Market, Greek Agriculture, Innovation, Agricultural Logistics, Agricultural Marketing, Flowers' Auction.



## Ευχαριστίες

Πρωτίστως, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όσους συνέδραμαν στην υλοποίηση της παρακάτω διπλωματικής εργασίας.

Ευχαριστώ θερμά τον κ. Γεώργιο Μαλινδρέτο για την συνεργασία, την επίβλεψη, τις γνώσεις και την διαρκή καθοδήγηση.

Ευχαριστώ την κ. Μ. Παπαφωτίου και τον κ. Π. Καρανικόλα για την ενασχόληση και την προσοχή στην διπλωματική μου διατριβή.

Ευχαριστώ όλους τους καθηγητές του Δ.Π.Μ.Σ. "Επιχειρηματικότητα και Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη" του Γ.Π.Α. για τις γνώσεις που μας παρείχαν και την συνεργασία.

Ευχαριστώ θερμά την κ. Ελίζα Λαζάκη για την διαρκή βοήθεια και την άψογη επικοινωνία και συνεργασία.

Ευχαριστώ πολύ την κ. Κυριακή Κλουβάτου, από την ανταγορά του Προμπονά, για τις χρήσιμες πληροφορίες.

Ευχαριστώ θερμά την οικογένεια μου και τους φίλους μου για την διαρκή στήριξη.

***ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!***

## Πίνακας Περιεχομένων

<b>Κεφάλαιο I-</b> Στόχος και Μεθοδολογία Προσέγγισης της Εργασίας.....	Σελ. 8
1.1 Στόχος Διπλωματικής Εργασίας.....	Σελ. 9
1.2 Μεθοδολογία Προσέγγισης της Εργασίας.....	Σελ. 10
<b>ΜΕΡΟΣ Α' _</b> .....	Σελ. 12
<b>Κεφάλαιο II-</b> Ανθοκομική Βιομηχανία.....	Σελ. 13
2.1 Εισαγωγή.....	Σελ. 14
2.2 Ιστορία Βιομηχανίας Άνθους.....	Σελ. 16
2.3 Διεθνής Αγορά Άνθους.....	Σελ. 18
2.4 Βιομηχανία και Οικονομία του Άνθους.....	Σελ. 26
2.5 Οικονομική Κρίση και Λοιπές Προκλήσεις.....	Σελ. 29
2.6 Τεχνολογία Ανθοκομίας.....	Σελ. 32
<b>Κεφάλαιο III-</b> Ροές από την Παραγωγή στην Αγορά.....	Σελ. 35
3.1 Κανάλια Διανομής.....	Σελ. 36
3.2 Σύστημα Δημοπρασιών.....	Σελ. 40
3.3 Λιανική Πώληση.....	Σελ. 43
3.4 Συνέργειες.....	Σελ. 45
<b>Κεφάλαιο IV-</b> Αειφορία στην Ανθοκομία.....	Σελ. 48
4.1 Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα και Αειφορία.....	Σελ. 49
4.2 Κοινωνικές Συνθήκες και Ηθική στην Ανθοκομία.....	Σελ. 53
4.3 Πιστοποιήσεις Ποιότητας.....	Σελ. 56
<b>Κεφάλαιο V-</b> Κατανάλωση Ανθών.....	Σελ. 59
5.1 Καταναλωτική Συμπεριφορά.....	Σελ. 60
5.2 Marketing Ανθών.....	Σελ. 63
<b>Κεφάλαιο VI</b> -Η Ανθοκομία ανά τον Κόσμο.....	Σελ. 65
6.1 Η Περίπτωση της Ολλανδίας.....	Σελ. 66
6.2 Η Περίπτωση της Αφρικής.....	Σελ. 69
6.3 Η Περίπτωση της Αμερικής (Λατινική Αμερική και Η.Π.Α.).....	Σελ. 72
6.4 Η Περίπτωση της Ελλάδας.....	Σελ. 75
<b>ΜΕΡΟΣ Β' _</b> .....	Σελ. 78

<b>Κεφάλαιο VII</b> -Προοπτική Δημιουργίας Διεθνούς Κόμβου Εμπορίας και Διανομής Ανθών και Φυτών στην Ελλάδα.....	Σελ. 79
7.1 Εισαγωγή στην Νέα Ευκαιρία.....	Σελ. 80
7.2 Υπάρχουσες Συνθήκες στην Ελλάδα.....	Σελ. 82
7.3 Ανάδειξη Ευκαιρίας στην Ελλάδα.....	Σελ. 85
<b>Κεφάλαιο VIII</b> -Στρατηγικός Σχεδιασμός Νέου Κόμβου Εφοδιασμού και Εμπορίας Ανθών και Φυτών στην Ελλάδα.....	Σελ. 87
8.1 Υπηρεσίες.....	Σελ. 88
8.2 Προϊόντα προς Πώληση.....	Σελ. 89
8.3 Υποψήφιοι Πελάτες.....	Σελ. 89
8.4 Διανομή- Logistics.....	Σελ. 90
8.5 Διαδικασίες Πώλησης και Συναλλαγών.....	Σελ. 90
8.6 Τεχνολογικά- Επιστημονικά Χαρακτηριστικά.....	Σελ. 91
8.7 Συνέργειες.....	Σελ. 91
8.8 Marketing.....	Σελ. 92
8.9 Κέρδη της Επιχείρησης.....	Σελ. 93
8.10 Μελλοντικό Στρατηγικό Πλάνο.....	Σελ. 94
8.11 Εργαζόμενοι στην Επιχείρηση.....	Σελ. 94
<b>Κεφάλαιο IX</b> -Αναμενόμενα Αποτελέσματα από την Ίδρυση του Νέου Κόμβου Εφοδιασμού και Εμπορίας Ανθών και Φυτών.....	Σελ. 95
9.1 Κοινωνικές και Στρατηγικές Εκτιμήσεις.....	Σελ. 96
9.2 Πρώτες Οικονομικές Εκτιμήσεις.....	Σελ. 100
9.3 Περαιτέρω Στοιχεία προς Διερεύνηση.....	Σελ. 103
<b>Επίλογος</b> .....	Σελ. 104
<b>Βιβλιογραφία</b> .....	Σελ. 107

*Κεφάλαιο*

*I.*

ΣΤΟΧΟΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ  
ΕΡΓΑΣΙΑΣ

## 1.1 Στόχος Διπλωματικής Εργασίας

Η παρούσα διπλωματική διατριβή εξελίσσεται στα πλαίσια του διατμηματικού μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, «Επιχειρηματικότητα και Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη». Στόχο έχει την μελέτη και παρουσίαση της παγκόσμιας βιομηχανίας ανθοκομίας και την μελέτη προοπτικής δημιουργίας ενός κόμβου διεθνούς εφοδιασμού και εμπορίας ανθών και λοιπών φυτικών ειδών στην ελληνική επικράτεια.

Ελήφθη υπ' όψιν η πλεονεκτική γεωγραφική και γεωπολιτική θέση της Ελλάδος και η απουσία ενός όμοιου κόμβου στην ευρύτερη περιοχή. Πεποίθηση, που ώθησε την έρευνα, αποτελεί το όραμα για ανέλιξη της ανθοκομίας στην Ελλάδα και δημιουργία ενός νέου δυναμικού και ανταγωνιστικού τομέα στην εγχώρια οικονομία.

Πρότυπο στην ανθοκομική βιομηχανία και στην λειτουργία και αποτελεσματικότητα διεθνούς κόμβου ανεφοδιασμού και εμπορίας ανθών και φυτών αποτελεί η Ολλανδία. Με αυτό το εξαιρετικά επιτυχημένο πρότυπο και θέτοντάς το ως εφαρμοσμένο παράδειγμα κινήθηκε η έρευνα για τα ελληνικά δεδομένα.

## 1.2 Μεθοδολογία Προσέγγισης της Εργασίας

Με όραμα την απόδειξη της επιτυχημένης αντίληψης του κενού και της ευκαιρίας στην Ελληνική και ευρύτερη ανθοκομική βιομηχανία και της βιωσιμότητας της ενδεχόμενης δημιουργίας ενός νέου κόμβου εμπορίας και εφοδιασμού πολυτελών ανθών και φυτών στην περιοχή της Αττικής ακολουθήθηκε η παρακάτω μεθοδολογία και τακτική έρευνας.

Στο πρώτο μέρος της ερευνητικής διαδικασίας, και της παρακάτω έγγραφης καταγραφής αυτής, μελετήθηκε σημαντικό μέρος της παγκόσμιας βιβλιογραφίας και έρευνας που αφορά την ανθοκομική βιομηχανία και τις σύγχρονες συνθήκες λειτουργίας της ανά τον κόσμο.

Με σύντομη ιστορική αναδρομή στην εν λόγω βιομηχανία και παρατήρηση της πορείας εξέλιξης και διαρκών αλλαγών γίνεται αντιληπτό ότι πρόκειται για μία άκρως δυναμική, και εξαρτώμενη από πλήθος παραγόντων, αγορά.

Παράλληλα, η διεθνής ανθοκομική παραγωγή, αγορά και ευρύτερη βιομηχανία φαίνεται να έχει υποστεί σημαντικές τροποποιήσεις και να διατηρεί την τάση νέας μορφοποίησης. Μεγάλο μέρος της παραγωγής φαίνεται να έχει μετατοπιστεί σε νέες ανερχόμενες αγορές που πλέον πρωταγωνιστούν και μεταβάλλουν τα έως τώρα δεδομένα. Η Ολλανδία, ωστόσο, διατηρεί την αδιαμφισβήτη και αήττητη -έως σήμερα- πρωτιά της.

Τα νέα δεδομένα, όπως παρουσιάζεται παρακάτω, φαίνεται να επηρεάζονται από τις νέες οδούς και τα εναλλακτικά κανάλια διανομής που αναπτύσσονται και διαφοροποιούν τις ροές κατανομής της παραγωγής. Ταυτόχρονα, η διαρκώς εξελίξιμη τεχνολογική πρόοδος και επιστήμη δημιουργούν νέα δεδομένα, νέες ευκαιρίες καινοτομίας και διαφοροποίησης και νέες εύθραστες ισορροπίες ανάμεσα στους υιοθετούντες, και μη, τις νέες δυνατότητες και πληροφορίες.

Τα συστήματα logistics, οι τεχνικές του marketing, η παραγωγή και η λιανική και χονδρική πώληση έχουν υποστεί σημαντικούς νεωτερισμούς και τροποποιήσεις. Οι νέες καταναλωτικές τάσεις και συνήθειες φαίνεται να δημιουργούν νέες ανάγκες στην αγορά που, λόγω αυξανόμενης ζήτησης και ευαισθητοποίησης, στρέφεται πλέον σε πιστοποιημένα προϊόντα και παραγωγή που χαρακτηρίζεται από οικολογική και κοινωνική ευθύνη.

Κατόπιν, και στην προσπάθεια δημιουργίας ευρείας εικόνας και σφαιρικής πληροφόρησης επί του ανθοκομικού τομέα, μελετάται και παρουσιάζονται οι ιδιαίτερες περιπτώσεις και τα χαρακτηριστικά των πρωταγωνιστικών "παιχτών" της βιομηχανίας, όπως και της Ελληνικής αγοράς.

Μετά την πλούσια βιβλιογραφική αναζήτηση και έρευνα, ακολουθεί, το δεύτερο μέρος της ερευνητικής διαδικασίας και της προκειμένης διπλωματικής εργασίας.

Μελετάται η συγκεκριμένη επιχειρηματική ευκαιρία και προοπτική δημιουργίας ενός νέου κόμβου εμπορίας και εφοδιασμού πολυτελών ανθών και φυτών που εκτιμάται πως θα λειτουργεί καινοτόμα και ευεργετικά για πλήθος τομέων της Ελληνικής ανθοκομίας, οικονομίας, ανάπτυξης, περιβαλλοντικής συνείδησης και ευρύτερης αειφορίας και ανάκαμψης.

Ο εντοπισμός της αναδυόμενης ευκαιρίας στην Ελληνική αγορά είναι αποτέλεσμα πολύπλευρης μελέτης και στηρίζεται σε υπαρκτά και βάσιμα επιχειρήματα που ισχυροποιούν την εγκυρότητα και τις εκτιμήσεις επί του αναμενόμενου αποτελέσματος και των πολυποίκιλων ευεργετικών επιρροών.

Τα δεδομένα της έρευνας συνηγορούν στην άποψη ότι ο κόμβος χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερα καινοτόμος, σύγχρονος, ανταγωνιστικός στην παγκόσμια αγορά και πολλά υποσχόμενος σε οικονομικό και αναπτυξιακό επίπεδο. Οι εκτιμήσεις που παρατίθενται βασίζονται σε στοιχεία της αγοράς και επιθυμούν να διατηρήσουν ρεαλισμό και εγκράτεια λόγω της ασταθούς εποχής που διανύουμε.

Μέρος Α΄



*Κεφάλαιο*

*II.*

ΑΝΘΟΚΟΜΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

## 2.1 Εισαγωγή

Ο κόσμος του άνθους έχει γοητεύσει και στιγματίσει την παγκόσμια λογοτεχνία, μυθολογία, τέχνη και λαογραφία. Τα παράδοξα όμορφα και περίτεχνα δημιουργήματα της φύσης, που καλούνται άνθη, έχουν αναπτύξει μία δυναμική και διαρκώς εξελίξιμη οικονομική βιομηχανία. Η γεωπονία, η ανθοκομία, η ανθοδετική, η ανθογενετική, η εμπορία, το marketing και το χρηματιστήριο ανθών δεν παύουν να μεταλλάσσονται, να διαφοροποιούνται και να δημιουργούν νέα παγκόσμια δεδομένα.

Ο κλάδος της ανθοκομίας διεθνώς δραστηριοποιείται στην καλλιέργεια φυτών για παραγωγή δρεπτών ανθών, φυλλωμάτων, γλαστρών, μεγαλύτερων δέντρων, βολβών και σπόρων για χρήση αισθητικού και καλλωπιστικού χαρακτήρα. Αξιοποιούνται στην αρχιτεκτονική τοπίου, στην διακόσμηση χώρων, σε κοινωνικές τελετουργίες και προσωπικές περιστάσεις ως αισθητική παρέμβαση ή συμβολισμός δημιουργώντας έναν αξιόλογο καταναλωτικό κλάδο. Τα άνθη κατατάσσονται στην αγορά πολυτελείας καθώς δεν ικανοποιούν κάποια πρωτεύουσα ανθρώπινη ανάγκη, σπάνια καταναλώνονται ως τροφή και έχουν συσχετιστεί, σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα με αισθητικές "ανάγκες". Ως εκ τούτου αποτελούν συνήθως προϊόντα αυξημένης αξίας με συγκεκριμένο καταναλωτικό κοινό.

Η ανθοκομία αποτελεί μία σχετικά νέα επιστήμη και τέχνη που διαρκώς διαμορφώνεται και εξελίσσεται. Διεθνώς η ανθοκομία έχει αναπτυχθεί και παρουσιάζει αυξημένη παραγωγή και κατανάλωση που εκτιμάται στα 30-40 δισεκατομμύρια δολάρια το χρόνο. Κύριοι καταναλωτές παραμένουν οι Ευρωπαίοι και οι Βορειοαμερικάνοι. Η ποικιλότητα των ειδών που κυκλοφορούν στο διεθνές εμπόριο είναι τεράστια. Οι κωδικόι που δημοπρατούνται στον μεγαλύτερο κόμβο εμπορίας ανθών στον κόσμο που βρίσκεται στην Ολλανδία ξεπερνούν τους 15.000 με τα τριαντάφυλλα, τα χρυσάνθεμα, τις τουλίπες, τις ορχιδέες και τα λίλιουμ να είναι τα δημοφιλέστερα άνθη.

Στην Ελλάδα η ανάπτυξη της ανθοκομίας είναι ιδιαίτερα πρόσφατη και ακόμα εκτιμάται ως ανερχόμενος κλάδος. Τις τελευταίες δεκαετίες (από το 1950 και έπειτα) η ανθοκομία στην Ελλάδα απέκτησε υπόσταση ως ανεξάρτητος και υποσχόμενος τομέας αγροτικής παραγωγής και διέφυγε από την οικογενειακής μορφής καλλιέργεια.

Ο παγκόσμιος χάρτης της ανθοκομίας έχει μεταβληθεί σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες. Η ένταξη και η ανέλιξη στον κλάδο προϋποθέτει συνήθως σημαντικές επενδύσεις σε θερμοκηπιακές μονάδες και εξοπλισμό που να εξασφαλίζει ιδανικές συνθήκες για την παραγωγή φυτικών οργανισμών υψηλής ποιότητας και αξίας. Ενώ τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται ραγδαία και επιδιώκονται οι τεχνολογικές πρόοδοι στην αγροτική παραγωγή. Λόγω ευνοϊκότερων καιρικών συνθηκών, λοιπόν, και χαμηλότερου εργατικού κόστους τμήμα της παραγωγής φαίνεται να μεταφέρεται (αρχές 1980) από την βόρεια Ευρώπη προς μέρη της Λατινικής Αμερικής και της Αφρικής, χωρίς ωστόσο να εκθρονίζεται η Ολλανδία από την πρωτιά στον χώρο του άνθους. Η παραδοσιακή ανάγκη της παραγωγής των φυτικών οργανισμών κοντά στον τόπο κατανάλωσης διατηρεί τις Ευρωπαϊκές χώρες, τις Η.Π.Α. και την Ιαπωνία ενεργές στον παγκόσμιο ανταγωνισμό.

Η ανθοκομία κατατάσσεται στις εντατικές γεωργικές καλλιέργειες και συχνά κατηγορείται για έντονη επιβάρυνση του περιβαλλοντικού υποβάθρου της εκάστοτε περιοχής. Ο καλλωπιστικός ρόλος του άνθους επιβάλλει την άψογη εμφάνισή του και αποτελεσματικά απαιτεί την αυξημένη χρήση λιπασμάτων και λοιπών τεχνητών και χημικών μεθόδων. Ακόμα, τον όμορφο κόσμο του λουλουδιού στοιχειώνουν υποθέσεις άσχημων εργατικών συνθηκών και κοινωνικών προδιαγραφών, κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω βιομηχανία τις τελευταίες δεκαετίες.

Μία όμορφη και πολύπλοκη βιομηχανία ξετυλίγεται παρακάτω.

## 2.2 Ιστορία Βιομηχανίας Άνθους

Από την αρχαία Αίγυπτο, την αρχαία Ελλάδα και τους μεσοποτάμιους πολιτισμούς υπάρχουν ενδείξεις και ζωγραφισμένες καταγραφές ανθικών συνθέσεων με χρήση κυρίως σε τελετουργίες. Η ανθοκομία, ωστόσο, κατατάσσεται στις νεότερες επιστήμες και καλλιτεχνικές τάσεις με τις πρώτες ενδείξεις της κατά τον 15ο αί. μ.Χ. στην Ευρώπη. Διαφαίνεται ως πιο πιθανό να αναπτύχθηκαν οι πρώτες εντατικές καλλιέργειες φυτών και ανθών στα πλαίσια βασιλικών και αριστοκρατικών κύκλων για την παραγωγή καλλωπιστικού υλικού, αρωμάτων και εμπορίας φυτών. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι πληροφορίες για χρήση ανθών ως δώρο κατά την περίοδο της αναγέννησης στην Ολλανδία. Ωστόσο, περισσότερες ενδείξεις και καταγραφές καλλιεργειών εντοπίζονται μετά τον 18ο αί. Μέχρι και τον 19ο αί. και από τις συμμετοχές σε ανθοεκθέσεις αριστοκρατικών οικογενειών συμπεραίνουμε ότι η προκειμένη βιομηχανία αποτελούσε αποκλειστικότητα των ανώτερων οικονομικών τάξεων χωρίς ωστόσο να παραβλέπεται η χρήση ανθών σε τελετουργίες λαϊκότερων τάξεων. Συγχρόνως, στις αρχές του 19ου αί. αρχίζει να αναπτύσσεται η καλλιέργεια ανθών και στην Αμερική ιδιαίτερα από μετανάστες που επιζητούσαν τα τοπικά τους προϊόντα και την μεταφορά αναμνήσεων στον νέο τόπο. Οι ίδιοι φαίνεται να καθιέρωσαν τα άνθη ως εμπορικό προϊόν και να καθιέρωσαν την νέα τάση.

Πρέπει να σημειωθεί ότι στην ανατολική Ασία η χρήση ανθών ως καλλωπιστικό στοιχείο φαίνεται να έχει τις ρίζες του τον 16αί. με περισσότερα ευρήματα τον 17ο και 18ο αί.

Στην σημερινή περίοδο και ακολουθώντας τις εποχές οικονομικής ευημερίας τα άνθη και τα καλλωπιστικά φυτά αξιοποιούνται σχεδόν παγκόσμια σε πληθώρα τελετών, κοινωνικών περιστάσεων, ως προσφορά δώρου, με πολυποίκιλους συμβολισμούς και πολλές ακόμα αφορμές που αναζητούν εκβολές ανά τον κόσμο.

Η παγκόσμια ανθοκομία οφείλει το μεγαλύτερο μέρος της ιστορίας της στην μικρή ευρωπαϊκή χώρα της Ολλανδίας που επί αιώνες διατηρεί την πρωτιά στην βιομηχανία του άνθους. Ωστόσο, τις τελευταίες δεκαετίες (από το 1970-1980) η βιομηχανία ανακατέταξε τον χάρτη της και απέκτησε νέα ισχυρά μέλη. Χώρες της Λατινικής Αμερικής και της Καραϊβικής, όπως η Κολομβία, το Εκουδόρ και η Κόστα Ρίκα και

χώρες της Αφρικής, όπως η Κένυα και η Αιθιοπία πρωταγωνιστούν στην παραγωγή ανθών και εφοδιάζουν με φθηνότερα άνθη την υφήλιο.

Στην Ελλάδα η ιστορία της ανθοκομίας καταγράφεται αλλιώς. Μέχρι τον τελευταίο πόλεμο η ανθοκομία περιοριζόταν κατά κύριο λόγο σε οικογενειακές καλλιέργειες ενώ μετά το 1950, και με την οικονομική ακμή της χώρας, αρχίζει να ανατέλει ως ξεχωριστός αγροτικός κλάδος. Πλέον, αποτελεί έναν βρεφικό αλλά υποσχόμενο κλάδο με πολλές προοπτικές ανάπτυξης και οικονομικής προσφοράς στην χώρα.

Τα νέα δεδομένα στην βιομηχανία επιβάλλουν και φαίνεται να επιβραβεύουν συλλογικές προσπάθειες, συμπράξεις και συνέργειες με απώτερο στόχο την ενοποίηση πολλών μικρότερων δυνάμεων σε κατεύθυνση λίγων ισχυρότερων παιχτών. Με αυτόν τον τρόπο φαίνεται να ανταγωνίζονται οι ισχυρότεροι ανταγωνιστές και να αποτελεί πλέον μονόδρομο προς την επιτυχία.



Εικ. 1: Η Frida Kahlo χρησιμοποίησε τα άνθη σε πολλά έργα της και στον προσωπικό της καλλωπισμό

### 2.3 Διεθνής Αγορά Άνθους

Η αγορά άνθους μεταλλάσσεται διαρκώς, ακολουθεί τις παγκόσμιες τάσεις της οικονομίας και παράλληλα διαγράφει την δική της ιδιαίτερη προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες συνθήκες.

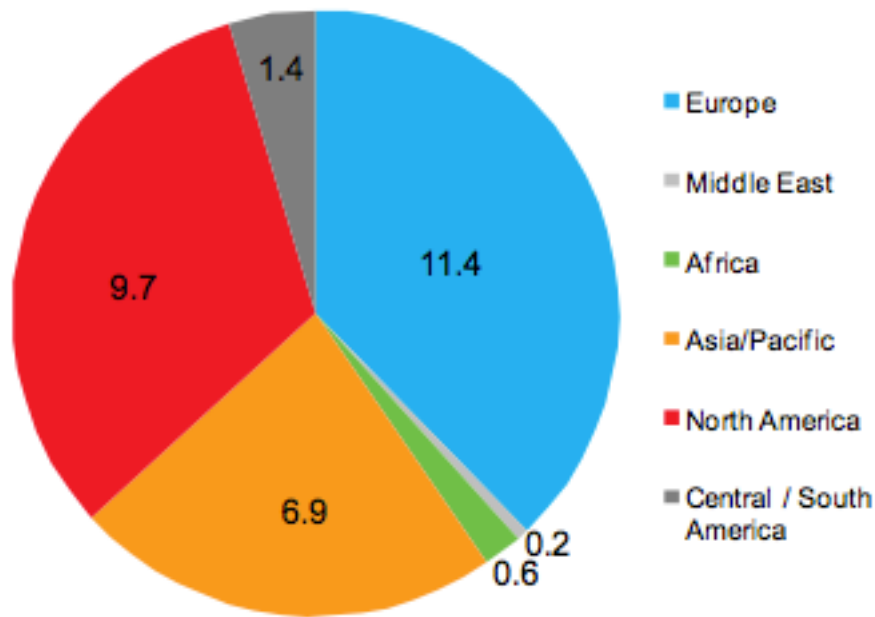
Τα τελευταία 30- 40 χρόνια οι αλλαγές που σημειώθηκαν είναι σημαντικές και έχουν μεταβάλλει οριστικά την βιομηχανία της ανθοκομίας. Η αγορά πλέον διαμορφώνεται παράλληλα και ενιαία διεθνώς. Οι αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, η ζήτηση πιο εξωτικών ειδών, η ανάγκη για εύρεση ειδών σε κάθε εποχή του χρόνου δημιούργησαν νέες ισορροπίες στην αγορά. Η παραγωγή έχει μετατεθεί σημαντικά σε χώρες όπως η Κολομβία και η Κένυα που χαρακτηρίζονται από ευνοϊκά κλίματα όλο τον χρόνο, κατάλληλη ακτινοβολία (Jourdhier, 2006) και χαμηλότερο κόστος παραγωγής. Οι αναπτυσσόμενες χώρες πρωταγωνιστούν πλέον στην ανθοκομία. Ενδιαφέρουσες είναι οι περιπτώσεις παραγωγών που δραστηριοποιούνταν σε βόρειες χώρες και αποφάσισαν να μετακινηθούν νοτιότερα και να επανεκκινήσουν σε νοτιότερα μέρη και κλίματα.

Με τα νέα δεδομένα η Κολομβία, ανέρχεται στην δεύτερη παγκόσμια δύναμη στην παραγωγή και εξαγωγή ανθών, με πρώτη την Ολλανδία. Η Κολομβία καθίσταται πρώτη δύναμη στην Αμερική και κύρια χώρα εισαγωγής των Η.Π.Α που εισάγει περίπου το 80% των αναγκών της από την Νότια Αμερική (CBI, 2007). Σημαντικός παίχτης της Λατινικής Αμερικής είναι και το Εκουαδόρ. Ενώ, η Κόστα Ρίκα και η Γουατεμάλα έχουν επίσης σημαντικές καλλιέργειες. Ιδιαίτερα δραστηριοποιούνται στο χώρο των φυλλωμάτων και στην εξαγωγή φυτικού υλικού σε πρώιμο στάδιο για ανάπτυξη σε άλλους τόπους. Κράτη της Καραϊβικής, όπως η Τζαμάικα και η Τρινιδάδ, χαρακτηρίζονται από μία ανερχόμενη πορεία στα εξωτικά είδη και σπανιότερα άνθη.

Η Αφρική, επίσης, διαμορφώνει τις εξελίξεις στην ανθοκομία. Η Κένυα τροφοδοτεί την Ευρώπη με σημαντική παραγωγή ανθών και φυτών που ανέρχεται στο 21% των αναγκών της Ευρώπης (CBI, 2007). Η ανθοκομία έχει εξελιχθεί σε κινητήρια δύναμη για την οικονομία της χώρας με αμφιλεγόμενες, ωστόσο, συνθήκες που θα αναλυθούν παρακάτω. Η Αιθιοπία έπεται ως χώρα παραγωγής ανθών στην Αφρική

όντας, επίσης, σημαντικός παράγοντας της ανθοκομίας. Σημαντικές παραγωγές έχουν ακόμα η Τανζανία, η Νότια Αφρική, η Ουγκάντα και η Ζιμπάμπουε.

Σε παγκόσμια κλίμακα αξιόλογες παραγωγές υπάρχουν ακόμα στο Ισραήλ, την Αυστραλία, την Ταϋλάνδη, την Μαλαισία και την Ινδία που καλύπτουν εγχώριες ανάγκες, ζήτηση των γύρω περιοχών και δραστηριοποιούνται στις εξαγωγές.



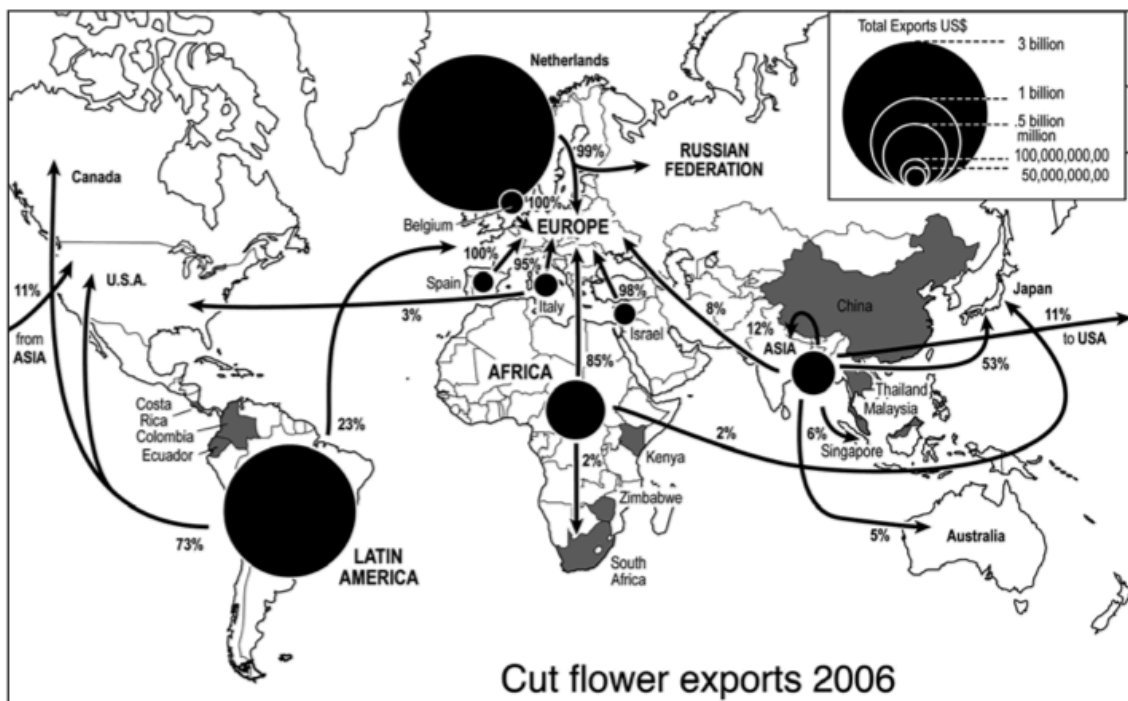
Εικ.2: Παγκόσμια παραγωγή ανθών και γλαστρικών φυτών (AIPH Statistical Yearbook, 2009)  
(ποσά σε δισ. €)

Εκτιμάται ότι η βιομηχανία οδεύει στην παραγωγή αποκλειστικά φυτών και ανθών υψηλής προστιθέμενης αξίας στις χώρες του βορρά (Maharaj and Dorren, 1995). Παράδειγμα αποτελούν ποικιλίες πολυτελών τριανταφύλλων που συνεχίζουν να παράγονται σε μεγαλύτερη κλίμακα στην Ολλανδία ενώ λοιπές ποικιλίες τριανταφύλλων έχουν αποκτήσει ταυτότητα νοτιότερων κρατών.

Η Ευρωπαϊκή παραγωγή παραμένει έως τώρα η σημαντικότερη διεθνώς. Περί τα 11 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως παράγονται στην Ευρώπη, με 40% περίπου αυτών να προέρχονται από την Ολλανδία. Ωστόσο, σε μία δεκαετία, λόγω οικονομικής κρίσης και των νέων δεδομένων στην ανθοκομία, η Ολλανδία μείωσε τις εξαγωγές της από το 58% στο 52% των παγκόσμιων εξαγωγών (Rabobank,

2015). Η Ιταλία, η Γερμανία και η Γαλλία έπονται και αποτελούν επίσης σημαντικές παραγωγούς χώρες. Παρά τα αυξημένα κόστη παραγωγής σε σύγκριση με τις αναπτυσσόμενες χώρες η Ευρώπη διατηρεί την υπεροχή σε παραγωγή φυτικών στελεχών υψηλής ποιότητας και αξίας κυρίως χάρη στα σύγχρονα μέσα παραγωγής, την αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας και της επιστημονικής κατάρτισης.

Ελλείψει έγκυρων στατιστικών στοιχείων εκτιμάται ότι περίπου 5.000.000 στρέμματα (υπαίθρια ή θερμοκηπιακά) παγκοσμίως δραστηριοποιούνται στην παραγωγή ανθών και γλαστρικών φυτών (AIPH, International Association of Horticultural Producers). Τα περισσότερα από αυτά, ακόμα, βρίσκονται σε ευρωπαϊκό έδαφος με την Αμερική να έπεται (βλέπε Εικ. 2). Πέραν της ύπαρξης κατάλληλου και προσφερόμενου εδάφους η συγκέντρωση της παραγωγής στα συγκεκριμένα μέρη αιτιολογείται λόγω της λογικής συγκέντρωσης παραγωγής του προϊόντος κοντά στις περιοχές κατανάλωσης (Ευρώπη, Η.Π.Α., Ιαπωνία).

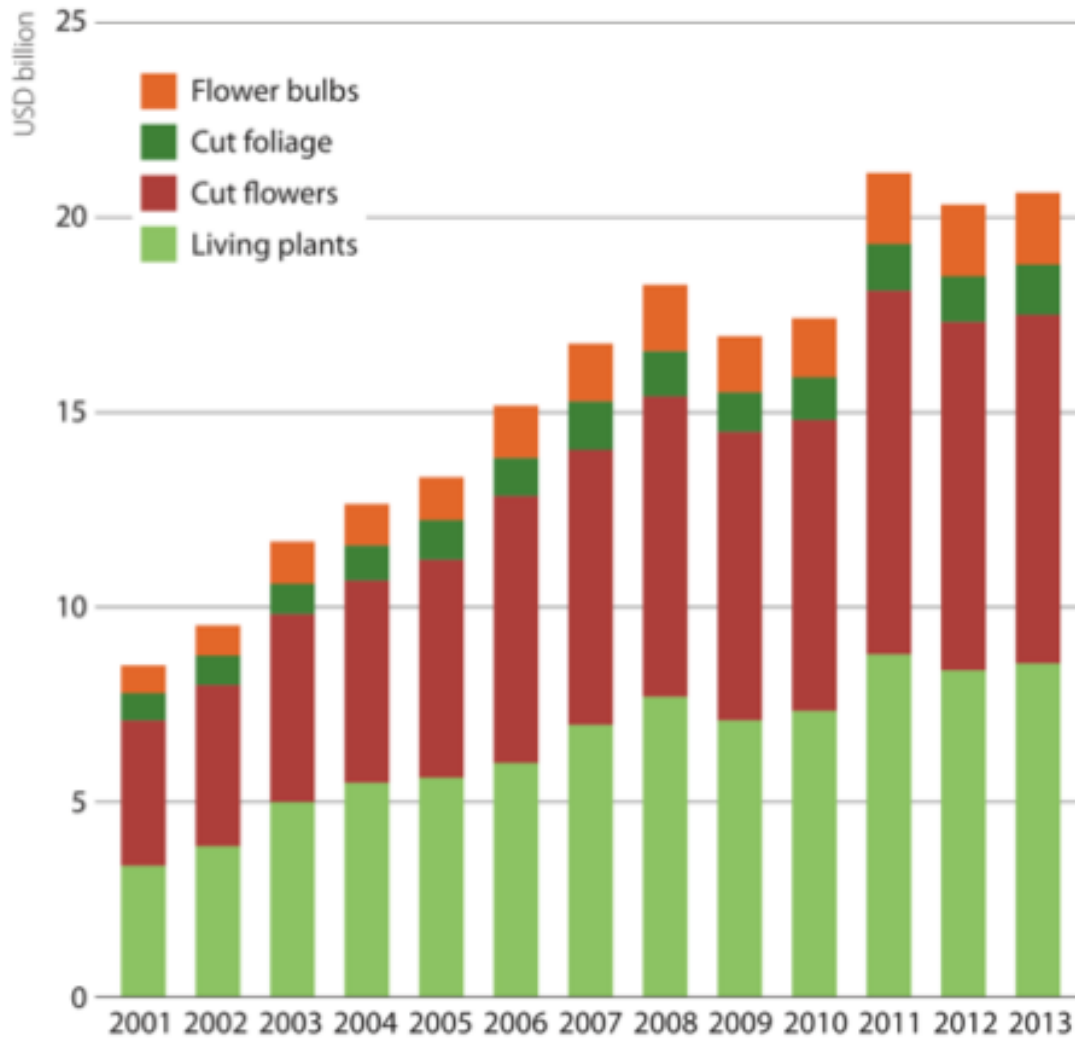


Εικ.3: Όγκος και ροές εξαγωγής ανθών (Comtrade, 2006)



Η ανθοκομία αποτελεί σημαντική οικονομική δύναμη με σημαντικά χρηματικά ποσά να διακινούνται παγκοσμίως σε καθημερινή βάση (βλέπε Εικ. 3). Ακόμα, αποτελεί σημαντικό χρηματιστηριακό κλάδο επηρεάζοντας ποικιλοτρόπως τις διεθνείς αγορές. Η αγορά μόνο των δρεπτών ανθών εκτιμάται γύρω στα 40 δισεκατομμύρια δολάρια τον χρόνο, με περίπου 10 δισεκατομμύρια να αναλογούν στην αγορά των Η.Π.Α και ισχυρότερους καταναλωτές τους Ευρωπαίους. Ως σημαντικότερη αγορά της Ευρώπης αναδεικνύεται η Μεγάλη Βρετανία με περίπου 2,2 δισεκατομμύρια κατανάλωσης τον χρόνο, που κυρίως αποδίδονται σε προσωπική χρήση και δώρα (Stewart, 2007). Στην αγορά των μεγαλύτερων φυτών και δέντρων στην Ευρώπη ξεχωρίζει η Γερμανία. Στην αγορά υπερτερούν τα δρεπτά άνθη με τα γλαστρικά, τα βολβοειδή και τα φυλλώματα να ακολουθούν. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η 14η Φεβρουαρίου, γιορτή του Αγ. Βαλεντίνου και όπως καθιερώθηκε των ερωτευμένων που αποτελεί την ημέρα του έτους με την υψηλότερη κατανάλωση ανθών (πάνω από 175 εκατομμύρια τριαντάφυλλα).

Ως κύριοι καταναλωτές ανθών και φυτών αναδεικνύονται οι Ευρωπαίοι. Παρά την μεγάλη παραγωγή ανθών στο ευρωπαϊκό έδαφος δεν ικανοποιούν τις ανάγκες της ηπείρου στην αγορά. Ως εκ τούτου σημαντικό και επιτακτικό ρόλο παίζουν οι εισαγωγές από τις αναπτυσσόμενες χώρες. Οι ευρωπαϊκές χώρες φαίνονται να εισάγουν περί τα 6 δισεκατομμύρια ευρώ ανθών και φυτών ανά έτος είτε από άλλες ευρωπαϊκές χώρες είτε από τις νεότερες αγορές. Προηγούνται σε εισαγωγές τα δρεπτά άνθη. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η αυξημένη ζήτηση νεαρών φυτικών στελεχών για εισαγωγή από αναπτυσσόμενες χώρες και ανάπτυξη σε Ευρωπαϊκό έδαφος, όπως και φυτικού γενετικού υλικού.



Εικ.4: Αύξηση παγκόσμιων εξαγωγών ανθών και φυτών 2001- 2013 (UN Comtrade, 2014)

Συνολικά, και σε παγκόσμια κλίμακα, στις εξαγωγές προηγείται η Ολλανδία με περίπου 52% των εξαγωγών (βλέπε Εικ. 6), ακολουθεί η Κολομβία με 16% και το Εκουαδόρ και η Κένυα με περίπου 6% των συνολικών εξαγωγών αμφότερες. Στην περίπτωση των εισαγωγών προηγείται η Γερμανία με 18% των συνολικών εισαγωγών, ακολουθεί το Ηνωμένο Βασίλειο με 17%, οι Η.Π.Α. με 16% και η Γαλλία και Ολλανδία με 9% αμφότερες.

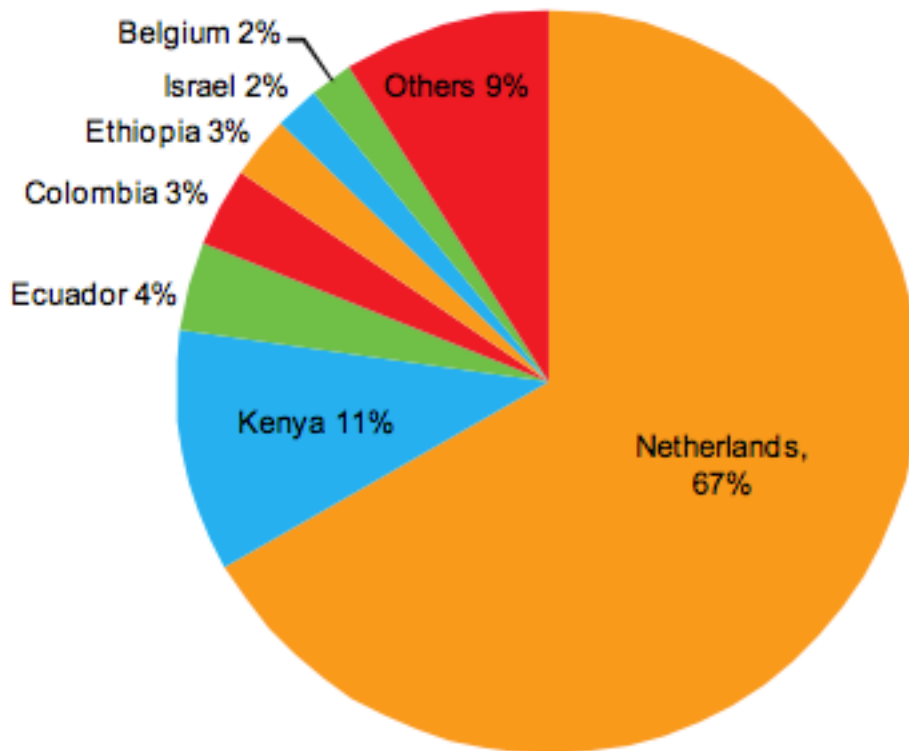
Τα στοιχεία της ανθοκομικής βιομηχανίας έχουν υποστεί διαφοροποιήσεις που αποδίδονται και στην παγκόσμια οικονομική κρίση. Η Ευρώπη παρότι παραμένει ο κύριος καταναλωτής ανθών έχει περιορίσει την κατανάλωση (CBI, 2004, 2009). Δημογραφικά στοιχεία επίσης διαφοροποιούν την αγορά. Παρά τις διαρκείς μεταβολές η πρωτιά στην κατανάλωση παραμένει στην Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Γαλλία, την Ελβετία και την Ιταλία. Οι εισαγωγές ανθών στην Ευρώπη

αυξάνονται τους μήνες του χειμώνα λόγω αντίξοων καιρικών συνθηκών για παραγωγή ανθών.

Η παγκοσμιοποιημένη κλίμακα της αγοράς άνθους οδηγεί σε έντονο ανταγωνισμό και σημαντικές προκλήσεις. Σε αυτές καλούνται να ανταποκριθούν όλοι οι εμπλεκόμενοι στην αλυσίδα αξίας της ανθοκομίας με στόχο την παραμονή και επικράτησή τους στην αγορά. Συγκεκριμένα, παρατηρείται στην Ευρωπαϊκή, αλλά και παγκόσμια, παραγωγή η τάση για αφανισμό των μικρών παραγωγών ενώ οι μεγάλοι παραγωγοί και οι συνεργασίες μικρότερων φαίνονται ολοένα να ενδυναμώνουν και να αποκτούν μεγαλύτερη δύναμη και διαπραγματευτική ικανότητα στην διάθεση των προϊόντων τους. Όλο και περισσότερες, κυρίως πολυεθνικές, εταιρίες τις τελευταίες δεκαετίες επενδύουν σε ισχυρές, διεθνείς ενισχύσεις της αλυσίδας αξίας τους με στόχο αποτελεσματικότερη διείσδυση στην αγορά. Η απάντηση τις περισσότερες φορές στις προκλήσεις της αγοράς είναι η συλλογική προσπάθεια και η δημιουργία συνεργασιών. Η αγορά χαρακτηρίζεται όλο και συχνότερα από ισχυρές συμμαχίες και διεθνείς συνέργειες που καθιστούν πιο εφικτή την παραγωγή, εξαγωγή, διανομή και προώθηση προϊόντων. Σημαντική καθίσταται η φιλοσοφία και οι στόχοι των εμπλεκόμενων στις συνεργασίες ώστε αυτές να καρποφορήσουν.

Σε σημαντικό παράγοντα marketing των αγροτικών προϊόντων και των ανθών αναπτύσσεται η αξιοποίηση περιβαλλοντικών πιστοποιήσεων που εξασφαλίζουν μία διαφοροποίηση στον έντονο ανταγωνισμό όπως θα αναλυθεί παρακάτω. Οι καταναλωτές όλο και εντονότερα παρουσιάζουν προτίμηση σε προϊόντα πιο εξεζητημένα, διαφοροποιημένα και φιλικά προς το περιβάλλον.

Οι αγοραπωλησίες ανθών και φυτών σε παγκόσμια κλίμακα έχουν διευκολυνθεί τα τελευταία χρόνια από την απελευθέρωση της αγοράς, τις παγκόσμιες νέες συμφωνίες, την βελτίωση των μέσων μεταφοράς, των τρόπων διανομής, της θαλάσσιας διακίνησης με κατάλληλα container και των τρόπων συσκευασίας των νωπών προϊόντων (Rabobank 2015). Οι εισαγωγές φυτικών στελεχών σχεδόν ποτέ δεν φορολογούνται επιπλέον, ούτε συνοδεύονται από κάποια οικονομική επιβάρυνση. Οι αγοραπωλησίες πραγματοποιούνται κυρίως, και διευκολύνονται, από τις δημοπρασίες της Ολλανδίας που κινούν την φυτική βιομηχανία.



Εικ.5: Κράτη εισαγωγής ανθών στην Ε.Ε. (Eurostat, 2010)

	<b>2005</b>	<b>2007</b>	<b>2009</b>
Netherlands	2,511	2,919	2,650
Belgium	49	63	120
Italy	60	67	59
Germany	39	45	34
Spain	47	35	25
United Kingdom	31	25	22
Poland	6	11	17
France	14	16	14
Austria	3	5	10
Denmark	5	6	4
Lithuania	1	2	3
Portugal	1	5	3
Czech Republic	2	2	2
Hungary	0	1	1
Slovakia	0	0	1
<b>EU27</b>	<b>2,773</b>	<b>3,207</b>	<b>2,968</b>

Εικ.6: Εξαγωγές ανθών από κράτη της Ε.Ε. σε εκατομμύρια ευρώ (Eurostat, 2010)

Η εισβολή των super market στην λιανική πώληση ανθών και φυτών έχει αναστατώσει την αγορά και έχει δημιουργήσει νέα δεδομένα. Ο ανταγωνισμός στην λιανική πώληση διαφαίνεται ισχυρότερος από ποτέ και οι προκλήσεις για τους παραγωγούς ισχυροποιούνται καθώς θα πρέπει να ανταποκρίνονται σε παραγγελίες μεγάλης κλίμακας και άψογων επαγγελματικών απαιτήσεων.

Οι συνθήκες μεταβάλλονται ασταμάτητα. Βάσει όμως εκτιμήσεων προβλέπεται η αύξηση της παγκόσμιας παραγωγής ανθών και φυτών να συνεχιστεί τα επρχόμενα έτη (Rabobank, 2015), με πολλά υποσχόμενη την παραγωγή εξωτικών και νεότερων ποικιλιών. Την ίδια στιγμή προβλέπεται να συνεχίσουν να μεταβάλλονται και οι ισορροπίες στον χάρτη των διεθνών ανταγωνιστών στην παραγωγή, τις εισαγωγές, τις εξαγωγές και την κατανάλωση σύμφωνα με τις τάσεις που ήδη διαμορφώνονται, ευνοώντας τις παραγωγές χαμηλότερου κόστους.

## 2.4 Βιομηχανία και Οικονομία του Άνθους

Η δομή της βιομηχανίας άνθους διαφέρει ουσιαστικά στις αναπτυγμένες και τις αναπτυσσόμενες χώρες. Τείνει να προκύψει μία νέα ισορροπία μεταξύ βόρειου και νότιου ημισφαιρίου στην ανθοκομική βιομηχανία. Το συγκριτικό πλεονέκτημα στην περίπτωση των βόρειων κρατών έγκειται στην τεχνολογική υπεροχή, τα σύγχρονα μέσα, την αποτελεσματική προώθηση του προϊόντος και σαφώς την εγγύτητα στις καταναλωτικές περιοχές. Αντίθετα, οι αναπτυσσόμενες χώρες πλεονεκτούν στα χαμηλά εργατικά κόστη και το ευνοϊκό κλίμα. Οι διαφοροποιήσεις αυτές διαμορφώνουν τις τιμές των ανθών και φυτών οι οποίες ποικίλουν από εποχή σε εποχή και βάσει διαφορετικών συγκυριών.

Στην οικονομία της ανθοκομίας η σχέση χρόνου και τιμής δρα αντιστρόφως ανάλογα, δεδομένης της όμοιας πορείας της σχέσης χρόνου και ποιότητας. Εκτιμάται ότι στο πέρας μίας ημέρας ένα άνθος χάνει το 15% της αξίας του (Van der Vorst, 2006). Τα άνθη και τα φυτά διατηρούν υψηλή αξία όταν μπορούν να καταλήξουν στον καταναλωτή σε σύντομο χρονικό διάστημα και με την ανάλογη ποιότητα του φρέσκου προϊόντος. Εύκολα γίνεται αντιληπτή, λοιπόν, η υπεροχή των παραγωγών που βρίσκονται πλησίον του τελικού καταναλωτή. Τα άνθη αποτελούν εύθραστα και ευαίσθητα αγροτικά προϊόντα και απαιτούν την ανάλογη μεταχείριση.

Ως εκ τούτου αντιλαμβανόμαστε την επιτυχημένη περίπτωση της Κολομβίας που αναπτύσσοντας αποτελεσματικό δίκτυο διανομής και όντας σε σχετική εγγύτητα εφοδιάζει σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα τις Η.Π.Α. Αντίθετη περίπτωση αποτελούν η Ουγκάντα και η Ζάμπια που παρόλη την σημαντική παραγωγή ανθών λόγω απόστασης και ανώριμων συστημάτων logistics δεν αποκτούν ισχυρή πρόσβαση στους καταναλωτές.

Η τελική τιμή του άνθους είναι πολυπαραγοντικό αποτέλεσμα και, όπως αναφέρθηκε, μπορεί να παρουσιάσει μεγάλες αποκλίσεις. Ο βασικός παράγοντας που επηρεάζει την τιμή όποιας συναλλαγής δεν είναι άλλος από τον θεμελιώδη, για την αγορά, νόμο της προσφοράς και της ζήτησης. Η αυξημένη ζήτηση του προϊόντος αυξάνει την τιμή στην οποία προσφέρεται ενώ η μείωση της ζήτησης δρα αντιστρόφως. Η τιμή των ανθών, ωστόσο, επηρεάζεται και από επιπλέον

παράγοντες όπως είναι ο χρόνος ζωής του άνθους, η ανθεκτικότητά του στον χρόνο, η ποικιλία του, η ποιότητα, το χρώμα, το μέγεθος και η σπανιότητά του. Το χειμώνα και σε περιστάσεις εορτών ή κοινωνικών επετείων οι τιμές φαίνεται να παρουσιάζουν αύξηση στην αγορά.

Παρά τις μεταβολές, ως γενική παραδοχή, εντοπίζουμε μείωση των τιμών τα τελευταία χρόνια. Αυτή αποδίδεται κυρίως στην εισβολή των νέων, φθηνότερων παραγωγών στην αγορά από περιοχές με μειωμένο κόστος παραγωγής. Εξαιρέση αποτελούν τα ιδιαίτερα και εξωτικά φυτά, που διατηρούν υψηλές τιμές ή και αυξημένες. Το γεγονός αυτό υποδεικνύει την υψηλή ζήτηση διαφοροποιημένων, εξεζητημένων ανθών και φυτών.

Η ύπαρξη πιστοποίησης που φέρουν ορισμένα άνθη και φυτά φαίνεται να μην επηρεάζει ιδιαίτερα την διακύμανση της τιμής κάνοντάς τα το ίδιο προσιτά στον καταναλωτή (FFP, Fair Flowers Fair Plants). Οι υψηλότερες τιμές που μπορεί να απολαμβάνουν τα πιστοποιημένα προϊόντα συσχετίζονται κυρίως με την καλή ποιότητα που τα χαρακτηρίζει και όχι με την αναγνώριση της πιστοποίησης. Ωστόσο, ιδιαίτερα σε επίπεδο χονδρικής πώλησης η ύπαρξη πιστοποιήσεων αποδίδει εγκυρότητα και αξιοπιστία στην παραγωγή. Εξαιρέση αποτελούν τα προϊόντα που φέρουν Fairtrade Price (βλέπε Εικ. 7) που επιβαρύνουν την συναλλαγή με το 10% της τιμής, το λεγόμενο Fairtrade Premium, που αποδίδεται σε επενδύσεις για βελτίωση της τοπικής παραγωγής, της περιβαλλοντικής ευημερίας, των κοινωνικών και εργατικών συνθηκών.



**FAIRTRADE**  
INTERNATIONAL

Εικ.7: Σήμα αναγνώρισης προϊόντων Fairtrade International

Διευκόλυνση και κίνητρο στην εμπορία ανθών αποτελεί η απαλλαγή φόρου και χρηματικής επιβάρυνσης στις περισσότερες περιπτώσεις εξαγωγών. Η διακίνηση ανθών και φυτών γίνεται συνήθως (80% των Ευρωπαϊκών εισαγωγών, EU Export Helpdesk) σε συνθήκες ελεύθερης αγοράς και απαλλαγμένη από σταθερές ταρίφες ή φορολόγηση της εξαγωγής. Το συγκεκριμένο καθεστώς ευνόησε και συνέδραμε στην ανάπτυξη των νεότερων αγορών ανθών σε χώρες με περιορισμένες οικονομίες όπως αυτές τις Λατινικής Αμερικής και της Αφρικής. Εξαιρέσεις, με μικρό ποσοστό φορολόγησης των εξαγωγών αποτελούν, ακόμα, χώρες της Μέσης Ανατολής, η Ινδία, η Κίνα και η Νότια Αφρική.

Οι προκλήσεις, ταυτόχρονα, της φυτικής βιομηχανίας είναι πολλές και διαρκώς μεταβαλλόμενες. Ο ανταγωνισμός γίνεται όλο και εντονότερος με την ανάδειξη των νέων αγορών. Η πολιτική και η οικονομική κρίση και αστάθεια έχουν βάλλει, επίσης, την βιομηχανία του άνθους. Η απάντηση στις πολλές προκλήσεις φαίνεται να βρίσκεται στην συμπύκνωση της βιομηχανίας σε λιγότερες αλλά ισχυρότερες μονάδες. Συνεργασίες και συμπράξεις έχουν δημιουργήσει ισχυρότερους και πιο ανταγωνιστικούς παίκτες στην αγορά που μοιράζονται μειωμένα κόστη διανομής, μετακίνησης, προώθησης, συσκευασίας κ.λπ. Ταυτόχρονα παρατηρείται στροφή σε πιο εναλλακτικές και νεότερες καλλιέργειες όπως και προσπάθεια ένταξης και αξιοποίησης της τεχνολογικής προόδου στην παραγωγή.

Έτερη σημαντική διαφοροποίηση της βιομηχανίας άνθους τα τελευταία έτη αποτελεί η εισβολή των super market και των μεγάλων πολυεθνικών αλυσίδων στην λιανική πώληση φυτών. Το 30% της λιανικής πώλησης ανθών στην Ευρώπη φαίνεται να γίνεται μέσω αυτών των οδών (Flower Council of Holland). Αυτοί οι νέοι ισχυροί παίκτες έχουν εξαιρετική διαπραγματευτική ισχύ με αποτέλεσμα να δύνανται να προσφέρουν στην αγορά μεγάλες ποσότητες ανθών σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές λόγω των οικονομιών κλίμακας. Ενώ συχνά η ταυτότητά τους είναι τόσο αναγνωρίσιμη στο ευρύ κοινό που συνδέεται υποσυνείδητα με αίσθηση εμπιστοσύνης και οικειότητας που έλκει τον καταναλωτή.

Πληροφορίες και στατιστικά δεδομένα για τις τιμές των ανθών και φυτών μπορούν να συλλεχθούν από ποικίλες πηγές. Ιδιαίτερα έγκυρη και αξιόπιστη θεωρείται ως πηγή δεδομένων η Federation of Dutch Flower Auctions καθότι οι Ολλανδικές δημοπρασίες αποτελούν το κυρίαρχο μέσο αγωραπωλησιών φυτικών ανθών και φυτών παγκοσμίως.



## 2.5 Οικονομική Κρίση και Λοιπές Προκλήσεις

Τα νέα δεδομένα στην βιομηχανία της ανθοκομίας αλλά και οι νέες κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές συνθήκες που παρατηρούνται παγκοσμίως έχουν προκαλέσει νέες προκλήσεις και ζητήματα προς επίλυση στους εμπλεκόμενους φορείς.

Η οικονομική κρίση που επηρέασε πολλές ανεπτυγμένες χώρες από το 2008 έχει στρέψει το καταναλωτικό κοινό σε χαμηλότερου κόστους άνθη και φυτά και έχει περιορίσει την κατανάλωση ενός προϊόντος που δεν κατατάσσεται στα πρώτης ανάγκης, αλλά στα πολυτελείας. Η Ευρώπη που συνεχίζει να καταναλώνει άνθη με σταθερούς, ίσως και αυξημένους ρυθμούς, στρέφει την προτίμησή της σε χαμηλότερης τιμής άνθη και φυτά επηρεάζοντας την αγορά. Οι εξαγωγές των χωρών της Ευρώπης και προς αυτές μειώθηκαν έντονα τα έτη της βαθιάς οικονομικής κρίσης (2008- 2010). Πιο "ανθεκτικά" είδη στην κρίση αποδείχτηκαν τα γλαστρικά φυτά που λόγω χαμηλότερου κόστους, και μακράς ζωής, υπήρξαν πιο περιζήτητα. Ανάλογη, ανθεκτική, πορεία είχαν και τα προερχόμενα από τις αναπτυσσόμενες χώρες είδη που έφεραν χαμηλότερες τιμές όντας πιο ανταγωνιστικά και δελεαστικά την περίοδο της κρίσης.

Παράλληλα, οι παραγωγοί έχοντας περιορισμένη πρόσβαση σε καταναλωτές και χρηματική ανταμοιβή συχνά στρέφονται στην μονοπωλιακή παροχή των προϊόντων τους σε συγκεκριμένους αγοραστές με πολύ αδύναμες συνθήκες διαπραγμάτευσης και τελικά πολύ χαμηλές τιμές. Τα άνθη, κυρίως τα δρεπτά, έφτασαν να πωλούνται σε τιμές κατώτερες του κόστους τα χρόνια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Σε όμοιες καταστάσεις η δημιουργία συνεταιρισμών ή η παρέμβαση του κράτους επιχειρεί να εξασφαλίσει μία αξιοπρεπή κατώτατη τιμή διάθεσης των προϊόντων.

Αξιόλογο πλήθος παραγωγών βρήκαν ανακουφιστική λύση στην πρόκληση της οικονομικής κρίσης υιοθετώντας εναλλακτικές και σπανιότερες καλλιέργειες στοχεύοντας σε αναπτυσσόμενα και συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς. Άλλοι πάλι, επέλεξαν να μεταφέρουν την παραγωγική τους δραστηριότητα σε περιοχές με χαμηλότερο κόστος παραγωγής, όπως οι νεοφυείς στην βιομηχανία άνθους χώρες του νότιου ημισφαιρίου.

Ο κλάδος της ανθοκομίας χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερα ανταγωνιστικός και πολυποίκιλος ενώ η οικονομική κρίση έχει εντείνει περαιτέρω τις αποκλίσεις. Τα παραδοσιακά ανθοπωλεία και μέσα πώλησης ανθών βάλονται ισχυρά από τις μεγάλες αλυσίδες λιανικής πώλησης και τα super markets (βλέπε Εικ. 8). Αυτή αποτελεί την μεγαλύτερη πρόκληση της λιανικής αγοράς ανθών. Το γεγονός αυτό καθιστά πιο επίκαιρη από ποτέ την ανάγκη για ουσιαστικό και στρατηγικό marketing των ανθοκομικών επιχειρήσεων.



Εικ.8: Πώληση ανθών σε super market

Σε επίπεδο παραγωγών ο ανταγωνισμός, επίσης, είναι έντονος δεδομένης της όλο και εντεινόμενης παραγωγής των αναπτυσσόμενων χωρών που προβληματίζει έντονα την παραγωγή βορειότερων κρατών. Η Ευρώπη και οι Η.Π.Α. προσπαθούν, πλέον, να αποκτήσουν και να διατηρήσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα στην παραγωγή ποιοτικών ανθών υψηλής αξίας και στην χρήση της τεχνολογίας.

Η περιβαλλοντική υποβάθμιση με την οποία μάχεται ο πλανήτης τις τελευταίες δεκαετίες έχει προκαλέσει πλήθος αντιδράσεων και μεταγενέστερα προσπάθειες για αποκατάστασή της. Η ανθοκομία, ως εντατική μορφή καλλιέργειας έχει

κατηγορηθεί για την συμβολή της στην περιβαλλοντική υποβάθμιση, την υπερθέρμανση του πλανήτη, το φαινόμενο του θερμοκηπίου, την ανάπτυξη της τρύπας του όζοντος και την ρύπανση. Η χρήση εντομοκτόνων, ποικίλων λιπασμάτων, χημικών παρασκευασμάτων και οι μεγάλες ανάγκες σε νερό συμβάλουν στην περιβαλλοντική κρίση και αποτελούν κύρια πρόκληση για την εν λόγω βιομηχανία. Ως απάντηση έχει προωθηθεί σε ορισμένες αγορές η αναζήτηση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των προϊόντων, όπως θα μελετηθεί παρακάτω. Ενώ αύξηση παρουσιάζει η ζήτηση για προϊόντα που φέρουν πιστοποιήσεις που διασφαλίζουν τον περιβαλλοντικό και κοινωνικό σεβασμό κατά την παραγωγή.

Οι σημαντικές εκτάσεις που απαιτούνται για την καλλιέργεια ανθών και φυτών σε μεγάλη κλίμακα έχουν στοχοποιηθεί σε περιπτώσεις αναπτυσσόμενων χωρών καθώς έχουν καταγραφεί περιστατικά απομάκρυνσης των ιθαγενών πληθυσμών από τους τόπους τους για γεωργική αξιοποίηση. Αυτή η κοινωνικής διάστασης κατηγορία έχει φέρει την βιομηχανία μπροστά σε νέες προκλήσεις.

Πέραν των κοινωνικών, και πολιτικές προκλήσεις έχουν δυσχεράνει την ανάπτυξη ορισμένων δυνάμεων στην ανθοκομική βιομηχανία. Χαρακτηριστική περίπτωση, η πολιτική κρίση της Ζιμπάμπουε που της απαγόρευσε την εξαγωγή ανθών παρότι η χώρα χαρακτηρίζεται από σημαντική παραγωγή.

Στις τελευταίες, και πρόσφατες, ανακοινώσεις της "Διεθνούς Ένωσης για την Διατήρηση της Φύσης" (IUNC, 2015) εντοπίζεται ακόμη μία σύγχρονη πρόκληση της παγκόσμιας αγροτικής βιομηχανίας αλλά και της βιοποικιλότητας. Το παράνομο εμπόριο φυτών και η ερημοποίηση εκτάσεων για άλλες καλλιέργειες ή ανοικοδόμηση και βιομηχανική αξιοποίηση αποτελούν απειλητικούς παράγοντες για την ανθοκομία και την επιβίωση άγριων, ενδημικών ειδών. Η εν λόγω έρευνα επικεντρώνει το ενδιαφέρον σε κακτώδη άνθη και φυτά της κεντρικής και Λατινικής Αμερικής που οδεύουν προς εξαφάνιση με υψηλότερο κίνδυνο από τα πτηνά ή τα θηλαστικά (Nature Plants, Κόκκινη Λίστα των Απειλούμενων Ειδών).

Οι προκλήσεις της ανθοκομικής βιομηχανίας είναι πολλές και πολυπαραγοντικές. Τα προβλήματα, οι προβληματισμοί και οι πιθανές λύσεις είναι πολυποικίλες όπως και η φύση της ανθοκομίας.

## 2.6 Τεχνολογία Ανθοκομίας

Η ραγδαία πρόοδος της τεχνολογίας και της επιστημονικής κατάρτισης δεν έχει αφήσει ανέπαφο τον κλάδο της ανθοκομίας και δεν περιορίζεται, πλέον, στα απαραίτητα μηχανήματα και οχήματα. Η εντύπωση ότι η αγροτική παραγωγή είναι απαλλαγμένη από την επιρροή της τεχνολογίας διαψεύδεται έντονα. Η τεχνολογική πρόοδος έχει εισβάλει δυναμικά και ανεπιστρεπτί σε όλα τα στάδια της παραγωγής και της εφοδιαστικής αλυσίδας των προϊόντων διευρύνοντας τις αποκλίσεις στους υιοθετούντες την τεχνολογία και μη. Ο παράγων της τεχνολογίας έχει καθορίσει τις διαφοροποιήσεις ανεπτυγμένων και αναπτυσσόμενων κρατών στην βιομηχανία του άνθους. Χώρες που έχουν αποδεχτεί και αφομιώσει τις τεχνολογικές μεθόδους παρουσιάζουν σημαντικό προβάδισμα στην βιομηχανία.

Χωρίς δυσκολία προβλέπεται ότι η εισβολή της τεχνολογίας θα είναι όλο και εντονότερη. Οι νέες, βελτιωμένες μέθοδοι δύνανται να αυξήσουν τον όγκο και την ποιότητα παραγωγής και να βελτιώσουν τις μετέπειτα υπηρεσίες μέχρι την άφιξη του προϊόντος στον καταναλωτή. Η τεχνολογική πρόοδος, αντίθετα με την εσφαλμένη άποψη που επικρατεί δεν πρέπει να θεωρείται σύμμαχος της ανεργίας, καθώς έχει δημιουργήσει περισσότερες θέσεις εργασίας από αυτές που έχει καταργήσει. Ωστόσο, συχνά αποτελεί πρόκληση για μεγαλύτερους σε ηλικία, ή λιγότερο δεκτικούς στις νέες μεθόδους, παραγωγούς και εργαζόμενους στον τομέα του άνθους. Δεν πρέπει να παραβλέπονται περιπτώσεις που αναγκάστηκαν να αποσυρθούν ή να απομακρυνθούν από τον κλάδο λόγω τεχνολογικής ανεπάρκειας.

Υψηλές τεχνολογικές μέθοδοι και πληροφοριακά συστήματα (ICT, Information and Communication Technologies) έχουν τροποποιήσει κάθε εμπλεκόμενο τομέα, όπως οι πωλήσεις, το marketing και τα logistics. Αγοραπωλησίες και δημοπρασίες γίνονται, πλέον, και τείνουν να αυξάνουν μέσω της ηλεκτρονικής οδού. Οι ηλεκτρονικές αγορές (e- marketplaces) και το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) καθιστούν την αγορά πιο ελεύθερη και παγκόσμια από ποτέ και τον ανταγωνισμό χωρίς σύνορα. Τεχνολογίες B2B (Business to Business) έχουν, επίσης, εισβάλει στην ανθοκομία δημιουργώντας νέες πελατειακές σχέσεις.

Στις πλέον προηγμένες χώρες, όπως η Ολλανδία, η Γερμανία, το Ισραήλ και οι Η.Π.Α. η τεχνολογική πρόοδος και μελέτη έχει προεκταθεί πριν καν το στάδιο της



παραγωγής. Σε ινστιτούτα και πανεπιστημιακά ιδρύματα (με σημαντικότερα αυτά της Ολλανδίας) εξελίσσεται σημαντική επιστημονική έρευνα με διαρκή πρόοδο και ευρήματα (βλέπε Εικ. 15). Η ανθογενετική, η νανοτεχνολογία, η μικροτεχνολογία, οι τεχνητές διασταυρώσεις φυτικών στελεχών και η εργαστηριακή εργασία φέρνουν στο φως και στην φαρέτρα της βιομηχανίας άνθους διαρκώς νέα δεδομένα και πιθανότητες διαφοροποίησης και εξέλιξης. Οι τεχνικές αυτές εφαρμόζονται υπό την επιτήρηση του UPOV (International Union for the Protection of New Plant Varieties) για αποφυγή κατάχρησης των επιστημονικών δυνατοτήτων. Αυτά τα δεδομένα φαίνεται να είναι πιο αξιοποιήσιμα και εφαρμόσιμα σε ανεπτυγμένες χώρες. Νεότεροι παραγωγοί και εργαζόμενοι που συνήθως χαρακτηρίζονται και από υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο και έκθεση σε σύγχρονα μέσα φαίνεται να υιοθετούν σε μεγαλύτερη κλίμακα τις νέες τεχνολογίες.



Εικ.15: Εφαρμογή βιοτεχνολογίας σε φυτικό ιστό

Η γενετική δίνει πιθανότητες παρέμβασης στο γενετικό υλικό (ενεργοποιώντας, καταστέλοντας ή μεταβάλλοντας γονίδια του DNA του οργανισμού) ανθών και φυτών παρέχοντας την δυνατότητα για γενετική τροποποίηση σε χώρους εργαστηρίων. Τα, επιθυμητά, μεταλλαγμένα είδη φέρουν διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά που τα καθιστούν πιο ανθεκτικά, με μεγαλύτερη διάρκεια ζωής, με λιγότερες ανάγκες για φως και νερό ενώ μπορεί να μεταβάλλει και τα εξωτερικά χαρακτηριστικά τους κάνοντάς τα πιο ελκυστικά στον καταναλωτή. Η βιοτεχνολογία έχει παράγει πολλές νέες, με διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά, ποικιλίες που συνήθως έχουν καλή καταναλωτική αποδοχή στην αγορά καθώς οι υποψήφιοι πελάτες επιζητούν την ποικιλία και την καινοτομία στα άνθη και φυτά. Οι υποψήφιοι πελάτες, δεδομένου ότι αναφερόμαστε σε άνθη και φυτά, δεν είναι ιδιαίτερα αρνητικά προκατειλημμένοι στην πιθανότητα ύπαρξης γενετικής μετάλλαξης. Αντίθετα, έλκονται από ένα τέλειο οπτικά προϊόν που συνήθως προορίζεται για καλλωπιστικούς λόγους.

Η βιοτεχνολογία έχει καταστήσει δυνατή την τεχνητή παραγωγή πολλαπλασιαστικού υλικού με επιθυμητές ιδιότητες, στις απαιτούμενες ποσότητες και σε μορφή που εύκολα μπορεί να εξάγεται και να ταξιδεύει σε άλλα μέρη για ανάπτυξη. Ενώ, οι νέες τεχνικές και η βιοτεχνολογία μπορούν να αποδειχθούν σύμμαχοι στην προσπάθεια για αειφορία και περιορισμό της περιβαλλοντικής υποβάθμισης από τις εντατικές καλλιέργειες. Υποστηρίζεται η άποψη ότι τα γενετικά τροποποιημένα φυτά φέρουν επιθυμητές ιδιότητες όπως είναι ποικιλίες με μειωμένη ανάγκη για λιπάσματα και χημικά βοηθήματα (Παπαφωτίου, 2009).

*Κεφάλαιο*

*III.*

ΡΟΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

### 3.1 Κανάλια Διανομής

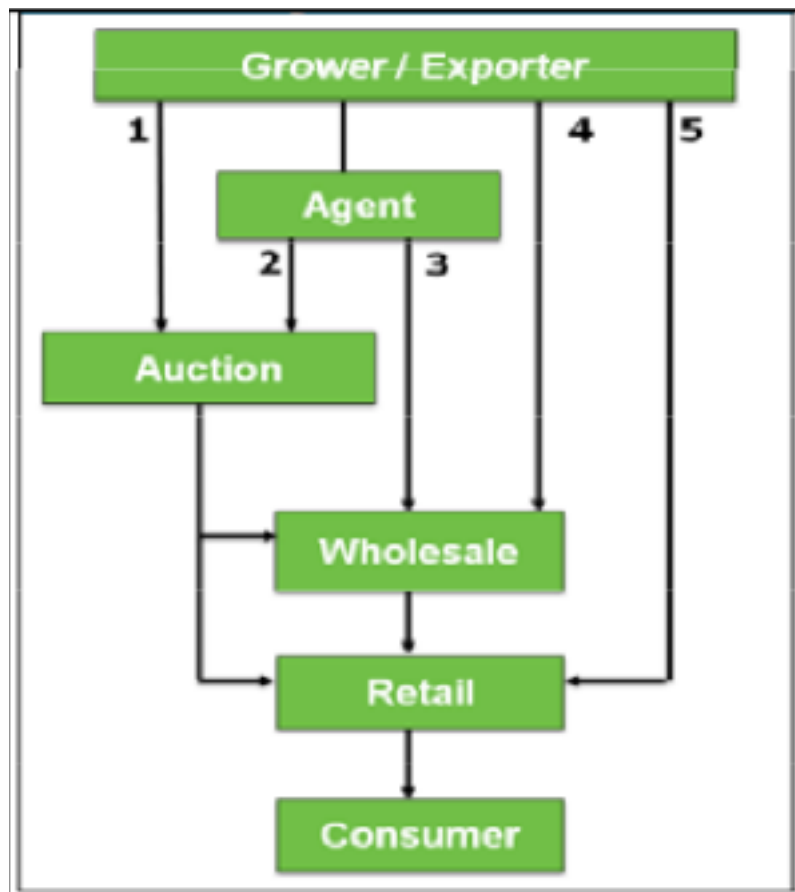
Οι μεταβολές στην ανθοκομία δεν έχουν αφήσει κανέναν τομέα της ανεπηρέαστο. Οι παραδοσιακές μέθοδοι παροχής των προϊόντων στην αγορά έχουν αλλάξει δομή και η ροή της αλυσίδας αξίας παρουσιάζει, πλέον, διάφορες εναλλακτικές πορείες. Η εφοδιαστική αλυσίδα της ανθοκομικής βιομηχανίας υπήρξε πολύπλοκη τις τελευταίες δεκαετίες και συνεχίζει να παρουσιάζει ιδιαιτερότητες. Είθισται να μεταβάλλεται από οικονομικούς, κοινωνικούς, περιβαλλοντικούς και πολιτικούς λόγους. Σε ορισμένες περιπτώσεις οι μέσοι σταθμοί και μεσάζοντες έχουν περιοριστεί, τα τελευταία χρόνια, καθιστώντας την αλυσίδα πιο σύντομη, ποιοτική και ευέλικτη.

Ιστορικά, οι δημοπρασίες έχουν υπάρξει και συνεχίζουν να είναι το πιο σύνηθες κανάλι διανομής σε χονδρέμπορους και λιανέμπορους ειδικά στην περίπτωση της Ευρώπης. Ωστόσο, πρόσφατα έχουν αυξηθεί οι εισαγωγές ανθών στην Ευρώπη που προορίζονται απευθείας για χονδρέμπορους ή λιανέμπορους. Διαφοροποιήσεις στα κανάλια διανομής παρατηρούνται διαρκώς, κοινό στοιχείο όμως είναι η προσπάθεια συντόμευσης και συμπύκνωσης της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Γενικά, διακρίνονται τέσσερις πορείες της παραγωγής άνθους προς τις αγορές. Αυτές είναι οι δημοπρασίες, οι χονδρέμποροι που αναλαμβάνουν εξαγωγές και εισαγωγές, οι μεσάζοντες που παραλαμβάνουν τα άνθη και αναλαμβάνουν την πώλησή τους σε δημοπρασίες ή η απευθείας πώληση σε μέσα λιανικής πώλησης. Φαίνεται οι παραγωγοί να προτιμούν το μέσο των δημοπρασιών με δημοφιλέστερες αυτές τις Ολλανδίας. Ιδιαίτερα οι Ευρωπαίοι παραγωγοί παρουσιάζουν προτίμηση στις Ολλανδικές δημοπρασίες που τους εξυπηρετούν λόγω της κοντινής μετακίνησης και της πιθανότητας εύρεσης πολυποίκιλου και πολυπληθούς πελατιακού κοινού. Σημαντική, όμως, είναι και η παρουσία των χονδρεμπόρων-μεσαζόντων που προωθούν και πωλούν σε δημοπρασίες ή έτερους λιανέμπορους την παραγωγή των αγροτών (βλέπε Εικ. 9). Συνήθως δραστηριοποιούνται κοντά σε μεγάλα αστικά κέντρα αλλά έχοντας εύκολη πρόσβαση στην γεωργική παραγωγή. Ο ρόλος τους συχνά στοχοποιείται, συσχετίζεται με αύξηση των τιμών και δαιμονοποιείται και άλλες φορές αναγνωρίζεται ως σημαντική διευκόλυνση και συμβολή στην έξοδο στην αγορά αγροτικών κοινοτήτων που πιθανώς να αντιμετώπιζαν δυσκολίες στην σωστή



προώθηση του προϊόντος. Ο ρόλος των χονδρεμπόρων στην Ευρώπη έχει εξελιχθεί ιδιαίτερα συντομεύοντας την αλυσίδα διανομής των προϊόντων και παρέχοντας ιδιαίτερα ποιοτικές υπηρεσίες που προσδίδουν προστιθέμενη αξία στο τελικό προϊόν.



Εικ.9: Οι εναλλακτικές ροές της ανθικής/ φυτικής παραγωγής (G. Malindretos & al., 2015)

Στα πιο σύγχρονα και ανερχόμενα μέσα αγοραπωλησιών ανθών κατατάσσεται το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce). Χονδρέμποροι και, ακόμα και, εκσυγχρονισμένες αγροτικές μονάδες παρέχουν τα προϊόντα τους και μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων προωθώντας και διαθέτοντας την δουλειά τους σε απεριόριστο, παγκόσμιο καταναλωτικό κοινό. Αυτό το νέο μέσο, μαζί με την πρόθεση συντόμευσης της εφοδιαστικής αλυσίδας, αποτελεί σημαντική απειλή για τις παραδοσιακές, πλέον, δημοπρατικές αγορές.

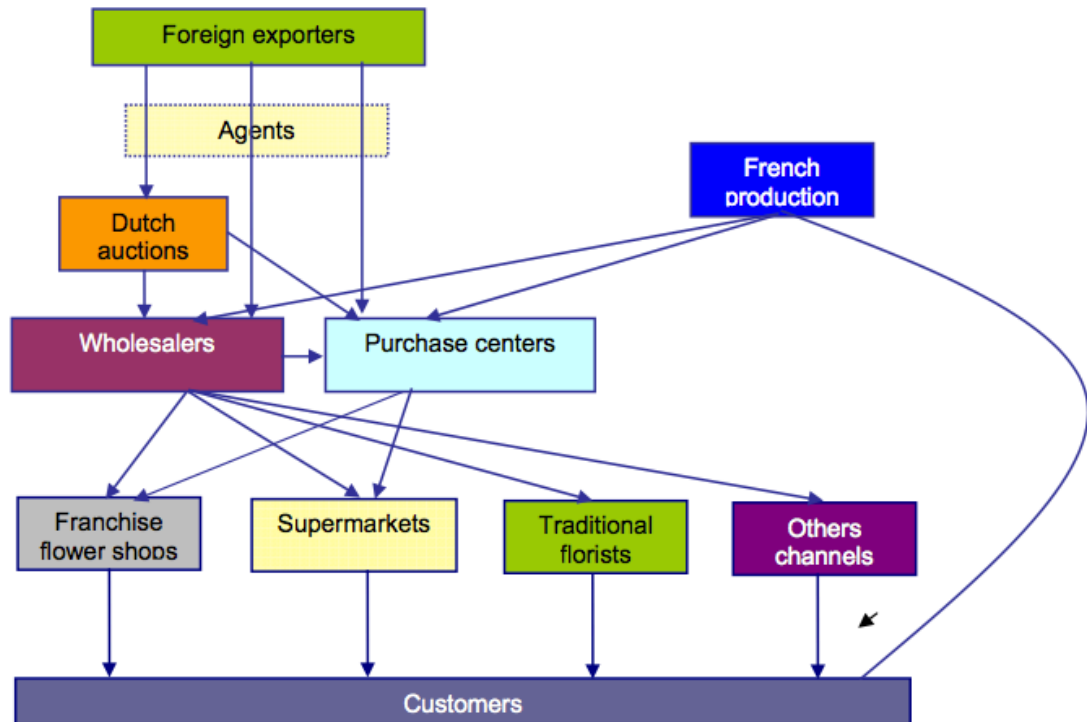
Η πορεία των ανθών προς την αγορά ξεκινάει από την συλλογή στο χώρο καλλιέργειας, την συσκευασία και την άμεση αποθήκευσή τους σε ψυχρές αποθήκες ή χώρους αποθήκευσης που να ενδείκνυνται για την διατήρηση του φυτικού υλικού. Έπειτα με φορητά- ψυγεία κατευθύνονται προς τον τόπο διανομής, ή σε περιπτώσεις μεγαλύτερων αποστάσεων, προς το αεροδρόμιο ή το λιμάνι από όπου συνεχίζουν το ταξίδι τους σε κατάλληλες θερμοκρασιακές συνθήκες και έχοντας υποστεί τελωνιακό έλεγχο και έλεγχο για αποφυγή διάδοσης μολυσματικών στοιχείων ή ανεπιθύμητων ουσιών, γενετικού υλικού και μικροοργανισμών από χώρα σε χώρα ή διαφορετικές ηπείρους (IPPC, International Plant Protection Convention).

Το ταξίδι των ανθών πρέπει να είναι το συντομότερο δυνατό και θεωρείται πως δεν πρέπει να ξεπερνάει τις τέσσερις ημέρες από την κοπή του άνθους στον τόπο λιανικής πώλησης. Η εξής ιδιαιτερότητα καθιστά επιτακτική την ανάπτυξη ενός οργανωμένου και αξιόπιστου συστήματος διανομής. Ένας από τους παράγοντες υπεροχής και εγκατάστασης της Κένυας στην παγκόσμια βιομηχανία άνθους είναι η πρωτοβουλία των Κενυατών παραγωγών να δημιουργήσουν δικό τους συνεταιριστικό σύστημα logistics με αποτέλεσμα την οργανωμένη, γρήγορη και αποτελεσματική προώθηση των προϊόντων τους στις αγορές.

Μεγάλες διαφοροποιήσεις παρατηρούνται στην συμπεριφορά διανομής των μεγάλων σε σύγκριση με τους μικρότερους παραγωγούς. Μικροί παραγωγοί με περιορισμένη δυνατότητα παροχής του προϊόντος τους στις αγορές ή σε δημοπρασίες συχνά προτιμούν την παράδοση της παραγωγής τους σε χονδρέμπορους που αναλαμβάνουν να την διοχετεύσουν στην αγορά. Ως εκ τούτου παρατηρείται συχνά και σε πολλές αγορές η κύρια διαπραγματευτική δύναμη να ανήκει στους χονδρέμπορους.

Ορισμένοι παραγωγοί, κυρίως αναπτυσσόμενων κρατών, όπως η Κένυα επιλέγουν την λύση της συμβολαιακής γεωργίας διασφαλίζοντας την παροχή της παραγωγής τους έστω και σε μειωμένες τιμές. Δείχνουν προτίμηση στην απευθείας συνεργασία με super markets, ή μεγάλες αλυσίδες με ανάλογες ανάγκες για σημαντική παραγωγή, παρά την οδό των δημοπρασιών στην Ευρώπη, που αποτελεί και την συνηθέστερη οδό. Η επιλογή αυτή, βεβαίως, προϋποθέτει την ύπαρξη αξιόπιστου συστήματος logistics. Στις συγκεκριμένες περιπτώσεις, ωστόσο, οι λιανέμποροι (super markets, αλυσίδες ανθοπωλείων) δεν παρουσιάζουν την ίδια μονοπωλιακή

αφοσίωση στον παραγωγό. Συνεργάζονται με πλήθος παραγωγών εξασφαλίζοντας αυξημένη ποικιλία, μεγάλες ποσότητες και ευνοϊκές τιμές.



Εικ.10: Σύγχρονες ροές της αγροτικής παραγωγής στην αγορά (Γαλλική πηγή: Pedrosa, SupAgro Montpellier)

Στον αυξανόμενο και έντονο ανταγωνισμό η αποκρίσεις ποικίλουν. Υπάρχουν περιπτώσεις που επιχειρούν να καθετοποιήσουν, κατά το δυνατό, την αλυσίδα τους και άλλες περιπτώσεις που επενδύουν σε ισχυρές συμμαχίες και συνέργειες που ενισχύει την θέση των εμπλεκόμενων στην αλυσίδα. Αλλάζοντας χώρες και ηπείρους παρατηρούνται πολλές διαφορετικές μέθοδοι και συνδυασμοί της εφοδιαστικής αλυσίδας (βλέπε Εικ. 10) που υποδεικνύουν τις ιδιαιτερότητες, συνήθειες, κοινωνικές δομές και την γεωγραφική υπόσταση του τύπου προδίδοντας εξαιρετικά ενδιαφέρουσες πληροφορίες.

### 3.2 Σύστημα Δημοπρασιών

Οι δημοπρασίες είναι αγορές χονδρικής που δημιουργήθηκαν από χονδρέμπορους για βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών τους. Η πρώτη δημοπρατική αγορά ανθών δημιουργήθηκε στις αρχές του 20ου αιώνα στην Ολλανδία. Σήμερα υπάρχουν πάνω από 10 στην Ευρώπη με σημαντικότερη την δημοπρασία του Aalsmeer στην Ολλανδία (βλέπε Εικ. 11). Οι δημοπρασίες ανθών που βασιλεύουν στην Ολλανδία, αλλά λειτουργούν και σε άλλες χώρες, αποτελούσαν και συνεχίζουν να είναι το δημοφιλέστερο και πιο συχνό μέσο αγοραπωλησιών ανθών διεθνώς. Το σύστημα δημοπρασιών δίνει μέσο προώθησης των προϊόντων στην αγορά σε μεγάλους αλλά και μικρότερους παραγωγούς που προτιμούν αυτήν την οδό. Κάθε παραγωγός μπορεί να διαθέσει την παραγωγή του στην δημοπρατική αγορά. Οι δημοπρασίες ανθών κινούν τεράστια ποσά καθημερινώς και αντιμετωπίζονται σαν ξεχωριστό χρηματιστήριο με έντονη επιρροή στην παγκόσμια οικονομία.

Εκτιμάται ότι το 80-90% της Ολλανδικής παραγωγής περνάει από τις δημοπρασίες και πάνω από το 60% των εισαγόμενων ανθών στην Ολλανδία. Τα άνθη αυτά μπορεί να καταλήξουν σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου, προερχόμενα από τις Ολλανδικές δημοπρασίες. Η έντονη παρουσίαση και επιρροή τους ωθεί την διαμόρφωση τιμών σε όλο τον κόσμο.

Στις δημοπρασίες, που λειτουργούν από νωρίς το πρωί και διαμορφώνουν τις τιμές παγκοσμίως, συνήθως οι τιμές ξεκινάνε υψηλά και όσο ο όγκος προϊόντος μειώνεται, και η ώρα περνάει, φθίνει η τιμή. Όπως και σε κάθε δημοπρασία, λοιπόν, οι υποψήφιοι πελάτες καλούνται να σταθμίσουν το ρίσκο της αγοράς του επιθυμητού προϊόντος σε πιθανά πιο υψηλή τιμή ή την πιθανότητα να αγοράσουν σε μειωμένη τιμή το προϊόν, αν ωστόσο δεν έχει ήδη εξαντληθεί από άλλους αγοραστές (βλέπε Εικ. 12). Συνήθως, οι τιμές είναι υψηλότερες την Δευτέρα και χαμηλότερες την Παρασκευή. Οι υποψήφιοι αγοραστές βρίσκονται αντιμέτωποι με τον χρόνο που περνάει και το ρολόι που τους εκβιάζει να λάβουν αποφάσεις, ενώ βλέπουν τα άνθη να διέρχονται από μπροστά τους ή από τις οθόνες τους σε περίπτωση ηλεκτρονικών αγορών.



Εικ.11: Αποθήκη ανθών στην αγορά του Aalsmeer, Ολλανδία



Εικ.12: Η διαδικασία της δημοπρασίας στο Aalsmeer, Ολλανδία



Οι δημοπρασίες, χάρη στο σύστημα λειτουργίας τους, και επιβραβεύοντας την ποιοτική παραγωγή με υψηλές τιμές θεωρούνται κατάλληλες για μικρότερους παραγωγούς που δυσκολεύονται να βγούνε στις αγορές με άλλα μέσα. Ωστόσο, αυτό παύει να ισχύει για μικρούς παραγωγούς που βρίσκονται μακριά από τον τόπο δημοπρασιών και αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της μεταφοράς.

Την δεκαετία του 1990 η μεγαλύτερη εταιρία εισαγωγής δρεπτών ανθών εκτός Ευρώπης, η East African Flowers, ίδρυσε μία ιδιωτική δημοπρατική αγορά στην Ολλανδία, την Tele Flower Auction. Αυτή η επιχειρηματική κίνηση υποβοήθησε την ανάπτυξη των Αφρικάνικων εξαγωγών στην Ευρώπη και υπήρξε πράξη αντίδρασης καθώς εκείνη την εποχή η Ολλανδία είχε απαγορεύσει τις εισαγωγές ανθών κατά τους καλοκαιρινούς μήνες που η αγορά της μπορούσε να είναι αυτάρκης.

Ταυτόχρονα και με το πέρας των ετών, δημοπρατικές αγορές έχουν ιδρυθεί και σε άλλα, ανερχόμενα στον χώρο του άνθους, κράτη, όπως η Γερμανία, το Βέλγιο, η Ιαπωνία, η Κίνα και το Ντουμπάι.

### 3.3 Λιανική Πώληση

Τα άνθη στην λιανική αγορά πωλούνται συνήθως ως μονάδες, σε ομαδικά μπουκέτα, σε μπουκέτα ανθοδετικής με ποικιλία ειδών και συνθέσεις, ως γλαστρικά φυτά, ενώ μεγάλο μέρος της αγοράς καταλαμβάνουν και τα φυλλώματα και τα βολβώδη φυτά.

Μελετώντας την λιανική πώληση, επίσης, παρατηρούνται σημαντικές διαφοροποιήσεις. Η ενδυνάμωση και επικράτηση των λιανεμπόρων και super markets στην αγροδιατροφική αλυσίδα έχει κλονίσει ανεπιστρεπτί την αγορά άνθους. Τα super markets συχνά προμηθεύονται από μεγάλους χονδρέμπορους που συνήθως τους παρέχουν ήδη συσκευασμένα άνθη προς πώληση. Ενώ, ισχυροί λιανέμποροι, πλέον, δύνανται να συνεργάζονται απευθείας με παραγωγούς παραβλέποντας τα ενδιάμεσα στάδια των χονδρεμπόρων και των δημοπρασιών. Η νέα αυτή μορφή οργάνωσης απαιτεί και χαρακτηρίζεται από υψηλής ποιότητας υπηρεσίες logistics, συσκευασίας, υψηλής παραγωγής και συχνά από την εξασφάλιση πιστοποιήσεων ποιότητας. Τα super markets έχουν κατηγορηθεί για την εφαρμογή συστημάτων, όχι ιδιαιτέρως φιλικών προς το περιβάλλον και τα ανθρώπινα δικαιώματα. Ως εκ τούτου συχνά, πλέον, απαιτούν και επιζητούν την διασφάλιση ποιότητας μέσω πιστοποιήσεων έστω και για λόγους marketing. Στην Μεγάλη Βρετανία που ο ρόλος των super markets στην αγορά άνθους έχει κερδίσει σημαντικό έδαφος, όπως και η ευαισθητοποίηση σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα, είναι απαραίτητη η πιστοποίηση της ETI (Ethical Trade Initiative) για παροχή προϊόντων σε ισχυρότατους φορείς όπως η Tesco και η Marks & Spencer.

Σε ορισμένες χώρες υψηλότερου βιοτικού και οικονομικού επιπέδου, όπως είναι η Γερμανία και το Βέλγιο, η συνηθέστερη οδός λιανικής πώλησης παραμένει το παραδοσιακό ανθοπωλείο και οι ανθοπώλες (54% των πωλήσεων, CBI, 2005). Οι Γερμανοί συνεχίζουν να επενδύουν σε άνθη και να εμπιστεύονται ως πιο ποιοτική και δημιουργική την δουλειά εξειδικευμένων ατόμων στην ανθοκομική και την ανθοδεσία. Σε άλλες αγορές, ωστόσο, όπως η Βρετανική (65% των πωλήσεων, CBI, 2005) και η Αμερικάνικη, η εισβολή των super markets και των μεγάλων αλυσίδων φυτωρίων και ανθοπωλείων έχει υπάρξει καθοριστική και επιθετική προς τα κλασικά ανθοπωλεία.

Παραμένουν, ωστόσο, στην πεποίθηση των καταναλωτών τα παραδοσιακά ανθωπολεία και οι ανθοπώλες σε υψηλότερη εκτίμηση όσον αφορά την ποιότητα των παροχών τους, την εφευρετικότητα και την αισθητική της δουλειάς τους (βλέπε Εικ. 13). Παρέχουν υπηρεσίες ανθεδετικής, διακόσμησης, design, ακόμα και αποστολές στον χώρο του πελάτη που τους καθιστά πιο ποιοτική αγορά και υψηλότερης προστιθέμενης αξίας. Ιδιαίτερα σε περιστάσεις κοινωνικών εκδηλώσεων και εορτών που απαιτούν πελατοκεντρική εξυπηρέτηση ο ρόλος τους κρίνεται ακόμα αναντικατάστος από τις μεγαλύτερες αλυσίδες.



Εικ.13: Floral Designer εν ώρα δημιουργίας

Αντίθετα, τα super markets και οι μεγάλες αλυσίδες υπερτερούν στην ευκολία και αμεσότητα των υπηρεσιών, στις χαμηλότερες τιμές και συχνά στην δυνατότητα που παρέχουν στον πελάτη να δημιουργήσει μόνος του τις συνθέσεις και το αποτέλεσμα επενδύοντας μόνο στην πρώτη ύλη. Τα τελευταία χρόνια, πέραν των super markets, δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον χώρο και εταιρίες-κολοσσοί της παγκόσμιας οικονομίας και οικιακής φροντίδας και διακόσμησης όπως η IKEA, η Praktiker και η Leroy Merlin ενισχύοντας τους άνισους ρόλους στον ανταγωνισμό με μικρομεσαίες επιχειρήσεις.



### 3.4 Συνέργειες

Η κινούμενη άμμος και ο εντεινόμενος ανταγωνισμός της ανθοκομίας έχουν δημιουργήσει νέα δεδομένα και τάσεις που, σχεδόν, επιβλήθηκαν με στόχο την επιβίωση πλήθος επιχειρήσεων. Ίσως η σημαντικότερη και πιο αξιόλογη διαφοροποίηση εντοπίζεται στην δημιουργία ισχυρών συνεργασιών και την σύμπτυξη δυνάμεων με στόχο την ενδυνάμωση της θέσης τους και την επίτευξη ισχυρότερης διαπραγματευτικής δύναμης στην αγορά. Θεμέλιος λίθος για κάθε συνεργασία θεωρείται η κοινή φιλοσοφία, αισθητική και όραμα που εξασφαλίζουν την κοινή προσπάθεια προς κοινή κατεύθυνση. Απαραίτητη είναι η επίτευξη εμπιστοσύνης, ειλικρίνειας, τιμιότητας, τυπικών, σαφών και προκαθορισμένων ρόλων που θα συνδράμουν στην καλή και παραγωγική επικοινωνία.

Ξεκινώντας από τους παραγωγούς παρατηρούμε περιπτώσεις συναργασιών ή "υιοθεσίας" μικρότερων παραγωγών από μεγαλύτερες μονάδες και εταιρίες με στόχο την ικανή παραγωγή και την διευκόλυνση της παροχής στην αγορά των προϊόντων. Η προσέγγιση της αγοράς από μικρότερους ή μεσαίους παραγωγούς δεν είναι πάντα εύκολη και εφικτή αν δρύνε κατά μονάδες και σίγουρα επιδεινώνει την διαπραγματευτική τους δύναμη, αναγκάζοντάς τους να εμπορεύονται σε πολύ χαμηλές και ασύμφορες τιμές. Δημιουργώντας μεγαλύτερες δυνάμεις μέσω συνεργειών δύνανται να διαπραγματευτούνε καλύτερα με χονδρεμπόρους, λιανεμπόρους και μεταφορικές εταιρίες καθότι μοιράζονται τα υψηλά κόστη της μεταφοράς που υπερπολλαπλασιάζονται όταν αφορά μικρής κλίμακας φορτία. Συνεργασίες παραγωγών, λοιπόν, μπορούν να εξασφαλίσουν τον απαραίτητο όγκο παραγωγής, την επιθυμητή ποιότητα και δίκαιες τιμές. Οι παραγωγοί γίνονται από ανταγωνιστές, συναγωνιστές και μοιράζονται τις προσπάθειες και τα οφέλη τους.

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της Κένυας που μέσω ισχυρών συνεργειών κατάφερε να εδραιωθεί στην βιομηχανία άνθους. Ανέπτυξαν δικό τους σύστημα logistics, που συγχρονίζεται με τα ωράρια και τις ανάγκες της Ευρωπαϊκής αγοράς, προσδίδοντας στην Κένυα εξαιρετική εξαγωγική ισχύ στην ανεπτυγμένη Ευρώπη. Η Κενυάτικη ανθοκομία αποτελείται από περίπου 500 παραγωγούς αλλά μόλις 60 εξαγωγικές εταιρίες αναλαμβάνουν σχεδόν όλες τις εξαγωγές της χώρας, με 25 από αυτές να διαχειρίζονται πάνω από το 60% των εξαγωγών. Αυτό το επιτυχημένο

παράδειγμα συνεργειών έχει προσδώσει προστιθέμενη αξία και ισχύ στην παραγωγή της χώρας.

Η Ολλανδία, επίσης, η ισχυρότερη, ιστορικά, χώρα της ανθοκομίας επεδίωκε εδώ και δεκαετίες τις συνεργατικές δράσεις. Η συνεργατική οργάνωση της Ολλανδικής βιομηχανίας εκτιμάται πως εκτόξευσε τον πρωταγωνιστικό της ρόλο στον τομέα του άνθους. Σημαντικό παράδειγμα αποτελεί η συγχώνευση της Aalsmeer Flower και της Auction FloraHolland το 2006. Οι δύο υπερδυνάμεις των εξαγωγών ανθών και των δημοπρασιών αποφάσισαν να ενώσουν τις δυνάμεις τους σε μία καθοριστική για την Ολλανδική ανθοκομία εποχή, λόγω του ισχυρού ανταγωνισμού που αναδύοταν από τον νότο.

Σύγχρονη και απόλυτη περίπτωση συνεργειών στον αγροτικό τομέα θεωρούνται τα clusters. Η δομή των clusters επιδιώκει να προσεγγίσει μεταξύ τους όλους τους εμπλεκόμενους φορείς της εφοδιαστικής αλυσίδας με ένα κοινό όραμα. Αναλαμβάνοντας ο καθένας τον διακριτό του ρόλο και δουλεύοντας με στόχο το κοινό όραμα προβλέπεται να καρποφορήσουν τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα.

Άλλη σύγχρονη μορφή οριζοντιοποίησης της αλυσίδας και ενδυνάμωσης των ενδιαμέσων κρίκων είναι η ανάθεση outsourcing σε συνεργάτες. Όντας κάθε μέλος της αλυσίδας εξειδικευμένο σε αυτό που αναλαμβάνει, μπορώντας να το αναλάβει σε μεγαλύτερη κλίμακα και εκπροσωπώντας περισσότερα μέλη, η ποιότητα της υπηρεσίας συνήθως βελτιώνεται και αντίθετα μειώνεται το κόστος λόγω οικονομιών κλίμακας.

Η τάση των συνεργειών δεν έχει αφήσει ανεπηρέαστο τον κλάδο της λιανικής πώλησης. Μικρότερα ανθοπωλεία και επιχειρήσεις έχουν συμπτυχθεί υπό την διοίκηση μίας ισχυρότερης μητρικής εταιρίας και αποτελούν πλέον αναγνωρίσιμες αλυσίδες. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αλυσίδων ανθοπωλείων αποτελούν η Monceau Fleurs στην Γαλλία και η Blume 2000 στην Γερμανία, χώρες που ακόμα δείχνουν προτίμηση στα ανθοπωλεία.

Αγροτικοί συνεταιρισμοί με κοινές στρατηγικές, ανάγκες και αλληλοσυμπληρούμενες δυνάμεις μπορούν και επιβάλεται, από τις εξωγενείς συνθήκες, να ευδοκιμήσουν και στην Ελλάδα για επιβίωση και ανάδειξη του αγροτικού και ανθοκομικού τομέα. Δυνατοί συνεταιρισμοί και εταιρίες κοινών συμφερόντων και οραμάτων μπορούν να προσεγγίσουν νέες αγορές και να καταστούν ανταγωνιστικοί. Οι σύγχρονες συνεργασίες οφείλουν να φέρουν ως

αρωγό την τεχνολογική και επιστημονική πρόοδο. Συνδυασμός αυτών και της ενότητας των χωριστών μονάδων δύναται να μειώσει το κόστος παραγωγής, να αυξήσει το γεωργικό εισόδημα και να καταστήσει ανταγωνιστική την ελληνική ανθοκομία.



Εικ.14: Συνεργασία

*Κεφάλαιο*

*IV.*

ΛΕΙΦΟΡΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΘΟΚΟΜΙΑ

#### 4.1 Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα και Αειφορία

Η ανθοκομία ως εντατική μορφή καλλιέργειας και επιχειρώντας να παράγει προϊόντα αισθητικά άρτια και χωρίς ατέλειες κατηγορείται για την συστηματική χρήση λιπασμάτων, χημικών παρασκευασμάτων, την μεγάλη κατανάλωση νερού, ενέργειας και την ρύπανση του υδροφόρου ορίζοντα, της ατμόσφαιρας και του εδάφους. Από την διαδικασία της παραγωγής σε θερμές συνθήκες και της αποθήκευσης σε ψυχρές συνθήκες, έως την διανομή και μετακίνηση του προϊόντος η συγκεκριμένη βιομηχανία επιβαρύνει σημαντικά το περιβάλλον. Επιπλέον, ο μέσος καταναλωτής επενδύοντας σε ένα προϊόν που δεν είναι βρώσιμο δεν φαίνεται να παρουσιάζει ιδιαίτερη ευαισθησία για την χρήση χημικών στοιχείων σε αυτό. Ωστόσο, τα λιπάσματα, εντομοτόνα κ.λ.π. έχουν συσχετιστεί με πλήθος ανθρωπίνων ασθενειών και επιπλοκών στην υγεία. Παράλληλα, αγοράζοντας άνθη και φυτά για διακοσμητικούς, κυρίως, σκοπούς και δώρα ο πελάτης δεν συγχωρεί την ατελή εμφάνιση τους, σχεδόν επιβάλλοντας την έντονη ανθρώπινη παρέμβαση κατά την παραγωγή τους.

Ωστόσο, οι διαφοροποιήσεις στο περιβαλλοντικό αντίκτυπο είναι τεράστιες από χώρα σε χώρα και σε διαφορετικά συστήματα καλλιέργειας. Οι ανεπτυγμένες χώρες παρουσιάζουν πολύ υψηλότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τις αναπτυσσόμενες (βλέπε Εικ. 16 και 17). Οι δυσκολότερες κλιματικές συνθήκες και η έντονη συστηματοποίηση των καλλιεργειών, που συχνά είναι θερμοκηπιακές, απαιτεί την κατανάλωση τεράστιων ποσών ενέργειας. Θερμότερες χώρες, όπως της Λατινικής Αμερικής, της Αφρικής και η Αυστραλία, απαιτούν πολύ μικρότερη κατανάλωση ενέργειας για παραγωγή θερμότητας. Οι διαφορές είναι τόσο μεγάλες ώστε παρά το μεγάλο ταξίδι που πρέπει να κάνουν τα άνθη για να φτάσουν στην Ευρωπαϊκή αγορά παραμένουν λιγότερο ενεργειακά φορτισμένα από αυτά της Ευρωπαϊκής παραγωγής. Οι διαφορές, βέβαια, αμβλύνουν ή συγκλίνουν τις διάφορες εποχές του χρόνου και με την μεταβολή της θερμοκρασίας. Χαρακτηριστική είναι η πληροφορία ότι, τριαντάφυλλα ίδιας ποικιλίας, φαίνεται να συμβάλλουν 5,8 φορές περισσότερο στην παραγωγή διοξειδίου του άνθρακα και την υπερθέρμανση του πλανήτη σε Ολλανδικές καλλιέργειες σε σύγκριση με τις Κενυάτικες.

Value	Dutch system	Ethiopian system	Unit	
Average price at auction in 2009	Big bud roses	0,31	0,149	€/ flower
	Small bud roses	0,093	0,1	
Variable production costs (Labor excluded)	0,166	0,044	€/ flower	
Transportation costs	0,0055	0,06	€/ flower	
Primary investment costs	75 - 100	25	€/ m <sup>2</sup>	
Production rate	250-300	250-260	Flowers / m <sup>2</sup>	
Turnover	80-100	30-35	€/ m <sup>2</sup> / year	
Labor price	30	0,5	€/ person-hour	
Labor quantity	1,7	8*	Hours / m <sup>2</sup> / year	
Total labor costs	0,165	0,016	€/ flower	

Εικ.16: Σύγκριση χρηματικού κόστους Ολλανδικής και Αιθιοπικής παραγωγής ενός άνθους (Vries, W. 2010)

Form of energy use	Dutch system (With WKK)	Ethiopian system	Unit
Heating	6.72*	0	MJ of primary energy per flower
Lighting	12.53*	0	MJ of primary energy per flower
Air transport	0	0.8	MJ of primary energy per flower
Total	19.25	0.8	MJ of primary energy per flower

Εικ.17: Σύγκριση ενεργειακού κόστους Ολλανδικής και Αιθιοπικής παραγωγής ενός άνθους (Vries, W. 2010)

Η αιφορία, πλέον, αποτελεί ζητούμενο και προωθείται διαρκώς, κυρίως από τις δυτικές αγορές. Η αιφορία στην ανθοκομική βιομηχανία προβλέπει τον περιορισμό των περιβαλλοντικών δυσμενών συνεπειών, την προστασία των φυσικών πόρων, την διατήρηση της γεωργικής παραγωγής, την οικονομική ευημερία και υγεία των καλλιεργητών και την προστασία των κοινωνικών και εργατικών δικαιωμάτων.

Οι παραγωγοί του δυτικού κόσμου δηλώνουν να συναισθάνονται την ανάγκη για αιφορία και να καταβάλλουν προσπάθειες σε αυτή την κατεύθυνση. Ωστόσο, έως πρόσφατα ήταν περιορισμένοι αυτοί που επιζητούσαν πιστοποιήσεις για τις φιλικές προς το περιβάλλον τεχνικές. Το γεγονός αυτό ανετράπη λόγω των τελευταίων τάσεων στην αγορά, πλέον έχει αυξηθεί η ζήτηση πιστοποιήσεων

ποιότητας. Νεότεροι παραγωγοί και καλλιεργητές με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο φαίνεται να έχουν ασπαστεί καλύτερα τις φιλοπεριβαλλοντικές τεχνικές. Μικρότερες, επίσης, αγροτικές επιχειρήσεις εμφανίζονται πιο ευέλικτες σε αυτές τις αλλαγές και τις εντάσσουν πιο άμεσα στην παραγωγή τους.

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον καταναλωτών, φορέων λιανικής πώλησης και επιστημονικής κοινότητας για το περιβαλλοντικό αντίκτυπο των προϊόντων και για αειφορία δημιουργεί τα τελευταία έτη νέες τάσεις και ανάγκες στην αγορά. Παρατηρείται η αύξηση των βιολογικών καλλιεργειών, των καλλιεργειών χαμηλού περιβαλλοντικού αποτυπώματος, των πιστοποιήσεων που εξασφαλίζουν το περιβαλλοντικό σεβασμό και της προώθησης των "πράσινων" τεχνικών και ως εργαλείο του marketing λόγω καλής αποδοχής από τους καταναλωτές. Το φαινόμενο αυτό, είναι αρκετά καινούριο και εντάσσεται σταδιακά στις διάφορες αγορές.

Η παγκοσμιοποίηση της αγοράς επιβάλλει και την μεταφορά των προϊόντων σε μεγάλες αποστάσεις. Σε αυτά τα πλαίσια, έχει καθιερωθεί ως μονάδα μέτρησης περιβαλλοντικού αποτυπώματος και αειφορίας τα Food Miles (Tim Lang, 1992) του προϊόντος. Στα νωπά προϊόντα εφαρμόζεται η εξής μέτρηση για να υπολογίσει την απόσταση που διανύεται από την παραγωγή στην κατανάλωση του προϊόντος. Πρέπει να αναφερθεί ότι αυτή αποτελεί μια χονδρική μονάδα μέτρησης. Το περιβαλλοντικό αποτύπωμα συνυπολογίζεται από την διανυόμενη απόσταση, το μέσο και της συνθήκες μεταφοράς. Αυξανόμενη βαρύτητα έχει αρχίσει να δίνεται στα μέσα μεταφοράς. Πλοία (με ψυχρά containers), τρένα και χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης φορτηγά έχουν αρχίσει να προτιμώνται και να προβάλλονται στους υποψήφιους πελάτες ως συγκριτικό πλεονέκτημα και ένδειξη περιβαλλοντικής ευθύνης.

Η βιοτεχνολογία, όπως αναφέρθηκε, μπορεί να είναι αρωγός στην προσπάθεια προστασίας του περιβάλλοντος δημιουργώντας ποικιλίες λιγότερο απαιτητικές σε λιπάσματα και πρόσθετα χημικά. Ενώ, η προτίμηση καλλιέργειας ειδών αυτοφυών ή καλά προσαρμοσμένων στο εκάστοτε περιβάλλον συμβάλει στην ελαχιστοποίηση των απαιτούμενων αναγκών του φυτού σε ενέργεια και χημικές ουσίες (Παπαφωτίου 2009).

Η ανθοκομία και η γεωπονία θα πρέπει να λειτουργούν ως παράγοντες βελτίωσης του φυσικού περιβάλλοντος και όχι επιβαρύνοντάς το. Μέσω της αρχιτεκτονικής



τοπίου και της συνετής γεωπονίας μπορούν να ενταχθούν και να αναπτυχθούν τα κατάλληλα είδη σε κάθε βιότοπο και χώρο (βλέπε Εικ. 18). Τα ίδια θα μπορούν να βελτιώνουν την ατμόσφαιρα και το περιβάλλον τους μέσω των ιδιοτήτων τους. Η ανακύκλωση και ο καθαρισμός του αξιοποιήσιμου νερού και η βελτίωση των θερμοκηπίων με στόχο τον περιορισμό των ενεργειακών αναγκών δρύνε στην ίδια κατεύθυνση.

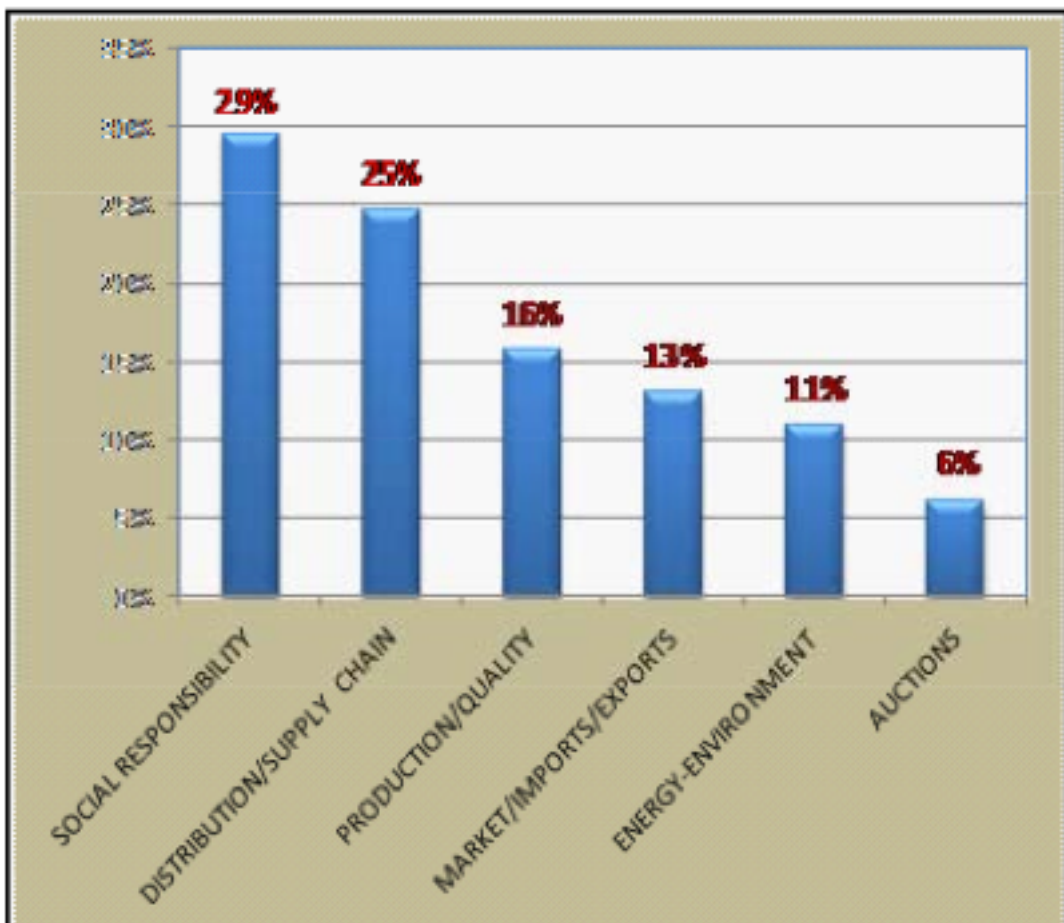


Εικ.18: Αύξηση παρουσιάζουν οι "πράσινες" πόλεις



## 4.2 Κοινωνικές Συνθήκες και Ηθική στην Ανθοκομία

Η έκφραση "ματωμένα άνθη" ξεπερνάει τον λογοτεχνικό ρομαντισμό και αγγίζει τον ρεαλισμό στην περίπτωση της ανθοκομίας. Προσπαθώντας την παράβλεψη της ομορφιάς των λουλουδιών η βιομηχανία βρίσκεται αντιμέτωπη με τις σκληρές συνθήκες που συχνά παρατηρούνται σε αυτήν, ειδικά στην περίπτωση της Αφρικής. Η Ευρώπη και οι Ευρωπαίοι πελάτες έχουν αρχίσει να καταγγέλλουν αυτές τις συνθήκες και να απαιτούν πιστοποιήσεις και διαβεβαιώσεις για την διασφάλιση καλών συνθηκών εργασίας. Ενώ το ζήτημα της κοινωνικής διάστασης της ανθοκομίας φαίνεται να προηγείται στο ενδιαφέρον των επιστημονικών μελετών (IJRMBS, 2015) (βλέπε Εικ. 19).



Εικ.19: Θέματα ενδιαφέροντος των επιστημονικών μελετών (G. Malindretos & al., 2015)

Το Ethical Trade in African Horticulture (ETAH), μέσα ενημέρωσης και μη κυβερνητικές οργανώσεις εφιστούν την προσοχή στην καταπάτηση ανθρωπίνων και εργατικών δικαιωμάτων, φυλετικές διακρίσεις, περιπτώσεις σεξουαλικών παρενοχλήσεων, υπερβολικές ώρες εργασίας, μη σεβασμό στην εγκυμοσύνη και έκθεση σε ανθυγιεινές και επικίνδυνες συνθήκες (Dolan & al, 2002).

Επικεντρώνοντας την προσοχή στις νοτιότερες παραγωγές η παράβλεψη των ανθρωπίνων και εργατικών δικαιωμάτων φαίνεται να είναι καθιερωμένο φαινόμενο. Η ανάπτυξη της ανθοκομίας στην ήπειρο δημιούργησε πολλές θέσεις εργασίας (περί της 50.000 μόνο στην Κένυα), γεγονός θετικό αν συνοδευόταν και από αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας. Η εργασία συχνά είναι ανασφάλιστη, αδήλωτη και διαρκεί μακρές ώρες. Οι φυλετικές διακρίσεις είναι έντονες, με τις γυναίκες να καταλαμβάνουν συνήθως εποχικές θέσεις εργασίας, χωρίς κατοχυρωμένα δικαιώματα (Dolan & Tewari, 2001).



Εικ.20: Εργαζόμενη στην Αφρικάνικη ανθοκομική βιομηχανία

Την Αφρικάνικη βιομηχανία άνθους φαίνεται να στηρίζει η εργασία των γυναικών που αποτελούν το 50-75% του εργατικού δυναμικού, με το 60% εξ αυτών να εκπροσωπούνται από γυναίκες που συντηρούν μονογονεϊκές οικογένειες με παιδιά (Hinos, 2012). Θεωρώντας πως η εργασία στις καλλιέργειες και στην μεταποίηση ανθών απαιτεί την λεπτότητα και προσοχή των γυναικείων εργατικών χεριών και εκμεταλευόμενοι την απόλυτη ανάγκη για εργασία και εισόδημα των συγκεκριμένων γυναικών τις απασχολούν σε αντίξοες συνθήκες. Τα αδύνατα και μικρά χέρια των γυναικών της Αφρικής αποδεικνύονται πιο παραγωγικά στον χειρισμό των ανθών (βλέπε Εικ. 20). Μέρος της εργασίας τους συνήθως παραμένει απλήρωτο, δεν είναι ασφαλισμένες και εργάζονται σε ιδιαίτερα επικίνδυνες, για την υγεία και την σωματική ακεραιότητά τους, συνθήκες. Ο ρόλος της γυναίκας στην συγκεκριμένη βιομηχανία αναγνωρίστηκε επίσημως από την Women Working Worldwide campaign προσφάτως (Ethical Consumer, 2005).

Ο στόχος του Fairtrade είναι η εξασφάλιση δίκαιων και αξιοπρεπών συνθηκών εργασίας για τους παραγωγούς και τους εργαζομένους στην Αφρικάνικη βιομηχανία. Επιδιώκεται να εγκαταλείψουν τις συνθήκες φτώχειας μέσω της εργασίας τους στην οποία πρέπει να προβλέπονται όροι και ανθρώπινες προϋποθέσεις (Nicholls & Opal, 2005). Η Δύση διατείνεται ότι η σωστή διαχείριση και η επιβολή εργατικών προνομίων στην Αφρικάνικη ανθοκομία θα συμβάλει στην ανάπτυξη του τομέα με κοινωνικά και ηθικά αποδεκτές συνθήκες και στην καταπολέμηση της φτώχειας της ηπείρου (DFID, 2002).

Ως αρωγός στην προσπάθεια βελτίωσης των κοινωνικών, εργατικών και περιβαλλοντικών συνθηκών της ανθοκομίας μπορούν να δράσουν οι καταναλωτές αυξάνοντας την ζήτηση πιστοποιημένων προϊόντων που να αναφέρουν στοιχεία της παραγωγικής διαδικασίας τους. Στην Μεγάλη Βρετανία επιχειρείται η πληροφόρηση των καταναλωτών, σε μεγάλες αλυσίδες super market, για τις κοινωνικές συνθήκες στις οποίες παράγονται τα προϊόντα. Οι εισαγωγές Αφρικάνικων ανθών από την Ευρώπη γίνονται ολοένα και με πιο ελεγχόμενες συνθήκες και προαπαιτούμενα από τους παραγωγούς.

### 4.3 Πιστοποιήσεις Ποιότητας

Η διασφάλιση ποιότητας, περιβαλλοντικού και κοινωνικού σεβασμού επικυρώνεται και επισημοποιείται με την χορήγηση ανάλογων πιστοποιήσεων που βρίσκονται σε αυξανόμενη ζήτηση από καταναλωτές, λιανεμπόρους, χονδρεμπόρους και παραγωγούς. Πρωτοβουλίες προς αυτήν την κατεύθυνση ξεκίνησαν από την δεκατία του 1990 και βαίνουν αυξανόμενες. Κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει την συμβολή των ισχυρών εργατικών και ανθρωπίνων συνθηκών που εφάρμοσαν οι αναπτυσσόμενες χώρες στην ραγδαία ανάπτυξη της ανθοκομικής βιομηχανίας. Αυτή η ντροπιαστική αλήθεια επιβάλλεται να μεταβληθεί. Μη κυβερνητικές οργανώσεις αλλά και λοιποί φορείς της Δύσης ενημερώνουν τους καταναλωτές και πιέζουν προς την καθιέρωση πιστοποιήσεων και τον έλεγχο εφαρμογής τους με στόχο την βελτίωση των συνθηκών της βιομηχανίας άνθους.

Ένας από τους βασικούς κώδικες που επέβαλε η Δύση και έχει αποκτήσει ευρεία αποδοχή είναι ο GlobalGAP (EurepGAP). Ο συγκεκριμένος κώδικας δίνει έμφαση στην περιβαλλοντική συνείδηση και την ασφάλεια των τροφίμων που διασφαλίζει. Δεν επεκτείνεται σε κοινωνικές προϋποθέσεις και εργασιακά δικαιώματα. Λόγω της τάσης του στα νωπά προϊόντα αποτελεί προϋπόθεση για συνεργασία με πολλές αλυσίδες super market της Ευρώπης.

Όσον αφορά τα δρεπτά άνθη, και τις εξαγωγές τους, ένας από τους δημοφιλέστερους κώδικες που ζητώνται είναι ο MPS (Miliey Programma Sierteelt) που έχει περιβαλλοντικό χαρακτήρα. Αποτελεί την βασικότερη πιστοποίηση για εμπορία ανθών στις Ολλανδικές δημοπρασίες, γεγονός που επεκτείνει την αγοραστική κοινότητα σχεδόν σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ωστόσο, οι πιστοποιήσεις και οι κώδικες που προβλέπονται είχαν κυρίως περιβαλλοντικό χαρακτήρα έως προσφάτως. Τα τελευταία έτη επιχειρείται η καθιέρωση πιστοποιήσεων με κοινωνική διάσταση, που να διασφαλίζουν ορθές εργασιακές συνθήκες και τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Έως τώρα ο κώδικας με αυστηρότερα προβλεπόμενα στα εργατικά δικαιώματα είναι ο ETI (Ethical Trading Initiative) που προβλέπεται σε πολλές μεγάλες αλυσίδες super market. Αξιοποιείται από την Αφρικάνικη παραγωγή ως συγκριτικό πλεονέκτημα

και ανταγωνιστικό στοιχείο για την διασφάλιση εξαγωγών στην Ευρώπη. Παγκόσμιος κώδικας, με σημαντική αναγνώριση, είναι και ο SA8000. Αποτελείται από 13 σημεία που αφορούν στα ανθρώπινα δικαιώματα και στοχεύουν στην βελτίωση των εργατικών συνθηκών.

Στις ανερχόμενες, στην ανθοκομία, χώρες της Λατινικής Αμερικής, όπως η Κολομβία και το Εκουαδόρ εντοπίζεται δυσλειτουργία στην αξιοποίηση των πιστοποιήσεων. Οι κώδικες που προβλέπουν στρέφονται κυρίως στην παραγωγικότητά τους και δεν αναδεικνύουν τις συνθήκες αυτής όπως ζητάται από την Ευρώπη. Νέα προσαρμογή των πιστοποιήσεων που φέρουν θα μπορούσε να αποτελέσει στρατηγική κίνηση για την περαιτέρω αύξηση των εξαγωγών τους και νέων συνεργασιών.

Ενδιαφέρον προκαλεί πως μέχρι πρόσφατα, ακόμα και παραγωγοί που εφάρμοζαν φιλοπεριβαλλοντικές και σωστές κοινωνικά συνθήκες αδιαφορούσαν για την απόκτηση πιστοποίησης. Οι παραγωγοί φαίνονται να αλλάζουν συμπεριφορά και να επιζητούν τις πιστοποιήσεις. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για πιστοποιήσεις ποιότητας, και προβλεπόμενους κώδικες, ώθησε πολλές χώρες- παραγωγούς στην δημιουργία των δικών τους πιστοποιήσεων. Η πρωτοβουλία αυτή οργάνωσε την παραγωγή και τους προσέδωσε κύρος και φερεγγυότητα στις εξαγωγές. Η εξής κίνηση, καθιέρωσης των πιστοποιήσεων, αποδείχθηκε αποδοτική στρατηγική του marketing αναπτυσσόμενων χωρών και διαβατήριο για τις εξαγωγές.

Στην Ευρώπη, πλέον οι περισσότεροι παραγωγοί φέρουν πάνω από μία πιστοποιήσεις και φροντίζουν πάντα να τις προβάλλουν επαρκώς.

Αντιστοίχως, αλυσίδες super market, κυρίως προερχόμενες από την Μεγάλη Βρετανία, έχουν καθιερώσει δικές τους πιστοποιήσεις αποκτώντας ένα δυνατό στοιχείο στο marketing των προϊόντων τους.

Σε επίπεδο χονδρεμπόρων ιδιαίτερα αναγνωρισμένες πιστοποιήσεις είναι οι GlobalGAP, FFP, ETI (Ethical Trade Initiative) και η FLO (Fairtrade Labelling Organisation). Στην λιανική πώληση παρατηρείται ότι ορισμένες, πιο αναγνωρίσιμες, πιστοποιήσεις έχουν ιδιαίτερη ζήτηση από τους καταναλωτές. Παραδείγματα αποτελούν η EU eco- label, πιστοποιήσεις Fair- trade και οργανικών καλλιεργειών (organic label). Το γεγονός αυτό είναι απόλυτα λογικό βάσει της ψυχολογίας του καταναλωτή και λαμβάνεται υπ' όψιν από τους παραγωγούς που τις επιζητούν.





*Κεφάλαιο*

*V.*

ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΝΘΩΝ

## 5.1 Καταναλωτική Συμπεριφορά

Η καταναλωτική συμπεριφορά έχει υπάρξει αντικείμενο εκτενών ερευνών ψυχολόγων και κοινωνιολόγων. Ιδιαιτερότητες παρατηρούνται στους διαφορετικούς κλάδους. Ο ανθοκομικός κλάδος οφείλει τις περισσότερες ιδιαιτερότητές του στην φύση του προϊόντος. Αποτελεί προϊόν δευτερεύουσας ανάγκης που συχνά αποκαλείται πολυτελείας. Ικανοποιεί ανάγκες διακοσμητικού, καλλωπιστικού και κοινωνικού χαρακτήρα κυρίως που είθισται να συσχετίζεται με την ψυχολογική κατάσταση του καταναλωτή.

Παγκόσμιες εορτές και επετειακές ημέρες, όπως η γιορτή του Αγ. Βαλεντίνου, η γιορτή της μητέρας και τα Χριστούγεννα έρχονται πρώτες σε κατανάλωση ανθών και εκτοξεύουν τις τιμές και την παραγωγικότητα της βιομηχανίας. Ανταγωνιστικά προϊόντα του άνθους θεωρούνται λοιπά είδη δώρων, που στοχεύουν στις αισθήσεις και την έκπληξη του παραλήπτη, όπως τα γλυκά, τα κρασιά και τα κοσμήματα.

Η αξιόλογη ανάπτυξη του interior design, του floral design, της αρχιτεκτονικής τοπίου και της διακόσμησης έχουν δημιουργήσει ένα νέο, και πολλά υποσχόμενο, καταναλωτικό κοινό ανθών. Τα άνθη που πωλούνται για τέτοιες περιστάσεις φέρουν υψηλή προστιθέμενη αξία και τελική τιμή, εκτιμάται πως προέρχονται και απευθύνονται σε συγκεκριμένη μερίδα της αγοράς (premium market) που δύναται να την κινήσει σημαντικά, όπως πολυεθνικές εταιρίες, κυβερνητικές εγκαταστάσεις, πολυτελή ξενοδοχεία, εστιατόρια, εκθεσιακοί χώροι, πολιτιστικά κέντρα και εύποροι ιδιώτες. Πρέπει να σημειωθεί ότι το εν λόγω τμήμα της αγοράς συνήθως ζητάει προϊόντα πιστοποιημένα και υψηλής ποιότητας που φέρουν οικολογική (κυρίως) και κοινωνική συνείδηση.

Η ιδιαιτερότητες του άνθους ως καταναλωτικό αγαθό είναι πολλές. Είναι όμορφο, εύθραστο, απαιτεί συγκεκριμένες -συχνά αυστηρές- συνθήκες διατήρησης και έχει σχετικά μικρό χρόνο ζωής. Είναι σύντομα αναλώσιμο και σε αυτό το μικρό χρονικό διάστημα οφείλει να ικανοποιήσει την προσδοκία του πελάτη.

Εύκολα προκύπτει πως οι ιδιαιτερότητες του κλάδου επεκτείνονται σε επίπεδο κράτους και περιοχής και σχετίζονται άμεσα με τις οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες που επικρατούν. Στην Μεγάλη Βρετανία για παράδειγμα, χώρα που πρωταγωνιστεί στην κατανάλωση ανθών και υψηλού βιοτικού επιπέδου, φαίνεται οι καταναλωτές να ενδιαφέρονται πρωτίστως για την ποιότητα, την



εμφάνιση και την ευκολία εύρεσης του άνθους και δευτερευόντως για την τιμή του. Οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν την προστιθέμενη αξία ενός προϊόντος ποιοτικού, φιλικού προς το περιβάλλον, φορτωμένου με λιγότερα χημικά και καλύτερες συνθήκες παραγωγής (Goodman & Redclift, 1991). Πολλοί εξ αυτών απαιτούν την ύπαρξη συνοδευτικών πληροφοριών για την προέλευση και διαδικασία παραγωγής του προϊόντος. Όπως αναλύθηκε παραπάνω, όλο και περισσότεροι καταναλωτές εκτιμούν και επιβραβεύουν την ύπαρξη πιστοποιήσεων ποιότητας αλλάζοντας τα δεδομένα της αγοράς.

Τα δεδομένα αυτά σαφώς διαψεύδονται με την αλλαγή συνόρων σε άλλο τόπο. Οι θρησκευτικές, πολιτιστικές και λαογραφικές ιδιαιτερότητες κάθε λαού επηρεάζουν επίσης τον τρόπο και την συχνότητα κατανάλωσης ανθών. Η παγκόσμια οικονομική παγκόσμια κρίση, δε, που έβαλλε και συνεχίζει να επηρεάζει πολλές κοινωνίες έχει περιορίσει την κατανάλωση ανθών ή την έχει στρέψει σε άλλα είδη και προτιμήσεις. Η αυξανόμενη επιρροή τους και οι χαμηλότερες τιμές που προσφέρουν έχουν στρέψει μεγάλη μερίδα καταναλωτών στην αγορά ανθών και φυτών από super markets, μεγάλες αλυσίδες με είδη σπιτιού, φυτώρια ή ακόμα αλυσίδες που παρέχουν στον καταναλωτή την δυνατότητα να διαμορφώσει μόνος του το τελικό προϊόν. Οι παραπάνω οδοί αγοράς προσφέρουν πέραν των χαμηλότερων τιμών, μία νέα, καινοτόμα αισθητική και έναν τρόπο λειτουργίας πιο άμεσο και εύκολο. Πολλές από τις αναφερόμενες επιχειρήσεις εξελίσσουν την στρατηγική τους τελευταία προσλαμβάνοντας επαγγελματίες ανθοπώλες αυξάνοντας περαιτέρω την ανταγωνιστική πίεση προς τα παραδοσιακά ανθοπωλεία.

Ωστόσο, είναι σημαντικό σε κάθε τόπο να αναγνωρίζονται η φιλοσοφία, οι συνήθειες και οι ιδιαίτερες ανάγκες των καταναλωτών ώστε να προσαρμόζεται ανάλογα η λιανική πώληση. Παρατηρείται ότι αγορές με πιο συστηματικούς πελάτες παρουσιάζουν υψηλή κατανάλωση και σε γλαστρικά φυτά, δέντρα και βιβλία ή εργαλεία κηπουρικής και ανθοδοτικής. Οι καταναλωτές αυτοί είναι πιο εξοικωμένοι με την ανθοκομία και την έχουν εντάξει πιο υψηλά στις καταναλωτικές τους ανάγκες και επιθυμίες. Μεγάλη αύξηση των συστηματικών πελατών έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια στην Ρωσία.

Οι αγορές άνθους διακρίνονται, επίσης, ως ώριμες ή ανερχόμενες. Οι πιο ώριμες αγορές -όπως η Γερμανία, η Ελβετία και η Η.Π.Α.- διαθέτουν μεγαλύτερο μέρος του

κατά κεφαλήν εισοδήματός τους σε άνθη και φυτά που αξιοποιούν κυρίως σε προσωπική χρήση. Οι συγκεκριμένες αγορές είναι πιο σταθερές και ανθεκτικές στην κρίση. Ακόμα, χαρακτηρίζονται από την τάση των καταναλωτών να προτιμούν νέα, διαφορετικά και ιδιαίτερα είδη. Αντίθετα, οι ανερχόμενες αγορές, που συνήθως ταυτίζονται με πιο αδύναμες οικονομίες, φαίνεται να διαθέτουν μικρότερα ποσά σε άνθη και να επενδύουν σε πιο κλασικές ποικιλίες. Σε αυτές τις κοινωνίες η κατανάλωση ανθών ανήκει ακόμα στην αγορά πολυτελείας και αποτελεί πιο περιστασιακό γεγονός.

Στην Ευρωπαϊκή αγορά το είδος που προτιμάται παραδοσιακά, και προηγείται με ασφάλεια των υπολοίπων, είναι το τριαντάφυλλο. Σχεδόν όλες του οι ποικιλίες έχουν ευρεία αποδοχή στην αγορά. Στην κατανάλωση ανθών ακολουθούν τα χρυσάνθεμα, οι τουλίπες και τα λίλιουμ. Ενώ φαίνεται οι Ευρωπαίοι να προτιμούν να αγοράζουν άνθη ανά μονάδες και λιγότερο σε μορφή μπουκέτου.



Εικ.22: Μπουκέτο ανθών από floral designer

## 5.2 Marketing Ανθών

Η πολύπλοκη και πολυποίκιλη φύση της βιομηχανίας άνθους επιβάλλει ένα ευέλικτο και με πολλές εκφάνσεις σύστημα προώθησης. Το marketing των ανθών και φυτών διαφέρει στις διαφορετικές θέσεις της εφοδιαστικής αλυσίδας αλλά και από μία κοινωνία σε άλλη βάσει των ιδιαιτεροτήτων τους.

Η φύση των ανθών ως καταναλωτικό προϊόν επιβάλλει η προώθησή τους να επικεντρώνεται στην όμορφη εμφάνισή τους, στην αισθητική που αντιπροσωπεύουν και στην αίσθηση πολυτέλειας που προσδοκά να λάβει ο καταναλωτής και παραλήπτης τους. Τα άνθη στις πεισσότερες κοινωνίες θεωρούνται προϊόντα πολυτελείας και πουθενά δεν αποτελούν προϊόντα πρωτεύουσας ανάγκης. Ως τέτοια λοιπόν πρέπει να προωθούνται εντοπίζοντας και στοχεύοντας στην προσδοκία του κάθε καταναλωτή.

Η διεθνής αγορά χαρακτηρίζεται από υψηλές απαιτήσεις και αυτό το φαινόμενο εντείνεται διαρκώς. Η αποτελεσματική προώθηση (marketing) στην παγκόσμια αγορά απαιτεί πλέον μεγάλη ποικιλία σε είδη, χρώματα, συνθέσεις, ποιότητες και μεγέθη ανθών και φυτών. Οι καταναλωτές ζητούν ποικιλία προϊόντων και μεγαλύτερη διάρκεια ζωής αυτών, γεγονός που καλεί στον αγώνα του marketing και τους κλάδους της βιοτεχνολογίας, των logistics και της συσκευασίας. Σε αυτήν την κατεύθυνση δρουν, λοιπόν, οι κρίκοι της εφοδιαστικής αλυσίδας ώστε να καλύψουν τις ανάγκες του καταναλωτικού πλήθους και να δημιουργήσουν νέες.

Ως απόκριση στις νέες ανάγκες παρατηρούνται διάφορες τεχνικές από τους αρμόδιους φορείς. Η καθετοποίηση επιχειρήσεων, η οριζοντιοποίηση υπηρεσιών και η ανάθεση ορισμένων υπηρεσιών outsourcing είναι συνήθεις τακτικές που κατά περίπτωση οφείλουν να προσαρμόζονται και να λαμβάνονται οι κατάλληλες αποφάσεις.

Για τους χονδρέμπορους και τους παραγωγούς αποτελεσματικό και συλλογικό στοιχείο marketing παραμένουν οι εκθέσεις ανθών. Αυτές απευθύνονται είτε μόνο σε επαγγελματίες της βιομηχανίας είτε στο ευρύ κοινό κατά περίπτωση.

Επιπλέον, και όπως αναφέρθηκε, οι πιο απαιτητικοί και ολοένα αυξανόμενοι πελάτες επιζητούν την συνοδεία του άνθους από ένα, ή ακόμα καλύτερα περισσότερα, πιστοποιητικά ποιότητας. Οι καταναλωτές, ειδικά της Ευρωπαϊκής

αγοράς, δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στις εργασιακές συνθήκες παραγωγής του άνθους και ακόμα μεγαλύτερη προσοχή και αξία στις φιλοπεριβαλλοντικές τεχνικές. Η ύπαρξη και ο συνδυασμός πιστοποιήσεων καθίσταται βασικό, σύγχρονο και καινοτόμο στοιχείο του marketing ανθών.

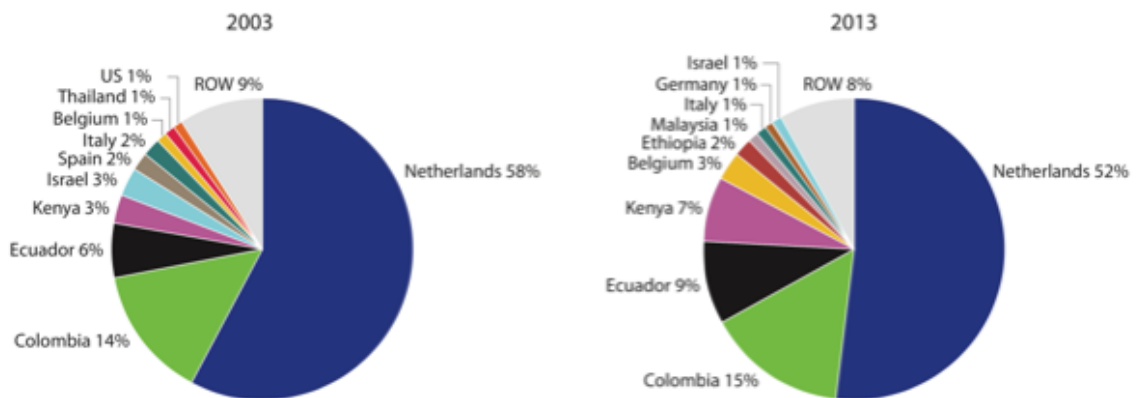
Οι στρατηγικές marketing προσαρμόζονται βάσει του καταναλωτικού κοινού, της οικονομίας, της φιλοσοφίας και κουλτούρας της κοινωνίας, της παραγωγικής ισχύος και του μέσου λιανικής πώλησης ( super market, ανθοπωλείο κ.λ.π.).

*Κεφάλαιο*  
*VI.*

Η ΑΝΘΟΚΟΜΙΑ ΑΝΑ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

## 6.1 Η Περίπτωση της Ολλανδίας

Η Ολλανδία βασιλεύει στον κόσμο του άνθους εδώ και αιώνες, για την ακρίβεια από εκεί ξεκίνησε η βιομηχανία της ανθοκομίας. Παρά τις συγκλονιστικές αλλαγές δεδομένων, την μετακόμιση μεγάλου μέρους της βιομηχανίας σε τρίτες χώρες και τις διαρκείς οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις η Ολλανδία δεν έχει εκθρονιστεί από την πρωτιά στην ανθοκομία. Ο ρόλος της έχει περιοριστεί αλλά παραμένει, με μεγάλο προβάδισμα, η ισχυρότερη δύναμη στην ανθοκομία (βλέπε Εικ. 23). Η χώρα έχει επενδύσει και δημιουργήσει πολύ στέρεες δομές και συστήματα που ανά τους αιώνες της επέτρεπαν την διαρκή εξέλιξη. Από το χωράφι έως και καλάθια της λιανικής πώλησης οι διαδικασίες έχουν, κατά το δυνατό, τελειοποιηθεί.



Εικ.23: Η συμβολή της Ολλανδίας στις παγκόσμιες εξαγωγές 2003-2013 (UN Comtrade, 2014)

Η Ολλανδία είναι μία μικρή χώρα που διαθέτει μόλις το 0,008% του παγκόσμιου εδάφους. Αυτό δεν την εμπόδισε να είναι η πρώτη παγκόσμια δύναμη στα δρεπτά άνθη, κατέχοντας το 65% της παγκόσμιας παραγωγής (Ministry of Foreign Affairs, 2007). Το 88% των δρεπτών ανθών της Ευρώπης εξάγονται από την Ολλανδία, όπως και το 58% των λοιπών φυτών με το Βέλγιο να έπεται.

Η εντυπωσιακή οργάνωση, συνεργατικότητα, συλλογική προσπάθεια των παραγωγών και η στήριξη του κρατικού φορέα επί δεκαετίες τους εξασφάλισε μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη και πολύ καλή δυνατότητα εξαγωγής της

παραγωγής τους σε όλη την υφήλιο. Οι συνεταιρισμοί, τα clusters και οι συνέργειες που άρχισαν να προκύπτουν από τις αρχές του 20ου αιώνα καθιστούν την χώρα ιδιαίτερα ανταγωνιστική ακόμα και σήμερα που προσφέρεται στην αγορά τεράστιος όγκος παραγωγής σε χαμηλότερες τιμές από τις αναπτυσσόμενες χώρες. Σε ορισμένα είδη, όπως τα τριαντάφυλλα η παραγωγή της Αφρικής έχει ξεπεράσει την Ολλανδική. Η Ολλανδία, ωστόσο, προηγείται στην παραγωγή προϊόντων υψηλών χαρακτηριστικών.

Η Ολλανδία τροφοδοτεί την παγκόσμια αγορά με ποιοτικά άνθη, εξαιρετικών χαρακτηριστικών, μακράς ζωής και με ποικιλία εξωτερικών χαρακτηριστικών. Σε αυτήν την υπεροχή και το συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας συμβάλουν τα εξελιγμένα τεχνολογικά και επιστημονικά μέσα που διαθέτει. Ινστιτούτα και πανεπιστημιακά ιδρύματα της Ολλανδίας προάγουν σημαντική έρευνα και εφαρμόζουν τεχνικές της βιοτεχνολογίας συνδράμοντας στην παραγωγή ποιοτικών και διαφοροποιημένων ανθών. Παράλληλα, οι Ολλανδοί παραγωγοί είναι, κατά μεγάλη πλειοψηφία, εξαιρετικά καταρτισμένοι, με κατάλληλη γνώση και διαρκή επιμόρφωση που τους κρατάει ενημερωμένους για τα νέα δρώμενα, τις δυνατότητες και τις τάσεις της αγοράς. Ακόμα, οι περισσότεροι είναι εξοικιωμένοι με τα τεχνολογικά μέσα και δεκτικοί στην ένταξή τους στην παραγωγική τους διαδικασία.

Η Ολλανδική ανθοκομία έχει επενδύσει πολύ σημαντικά ποσά στην ανάπτυξή της και την καινοτομία. Πέραν της προηγμένης έρευνας, του εργατικού δυναμικού και των οργανωμένων συστημάτων, η Ολλανδία λόγω του ψυχρού της κλίματος μεγάλο μέρος του χρόνου απαιτεί την κατανάλωση τεράστιων ποσοτήτων ενέργειας και καυσίμων. Το γεγονός αυτό αυξάνει συχνά την τιμή και το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των Ολλανδικών ανθών.

Καθοριστική υπήρξε και παραμένει η συμβολή των δημοπρατικών αγορών που κινούν την παγκόσμια ανθοκομική οικονομία και εδρεύουν στην Ολλανδία, όπου και πρωτοιδρύθηκαν. Εκτιμάται ότι το 80-90% της Ολλανδικής παραγωγής και το 60% της παγκόσμιας παραγωγής που εισέρχεται στην Ολλανδία περνάει από τις δημοπρασίες. Οι Ολλανδικές δημοπρασίες επηρεάζουν έντονα τις παγκόσμιες τιμές των ανθών και δημιουργούν ένα δυναμικό χρηματιστήριο.

Η Ολλανδική βιομηχανία, παρά την αδιαμφισβήτητη υπερδύναμή της, δεν μπορεί να θεωρηθεί μία ανεξάρτητη δομή. Αυτή η δυναμική οικονομία, όπως και όποια

άλλη, αποτελεί μέλος ενός πολύπλοκου συστήματος που δεν παύει να αλληλεπιδρά και να μεταβάλεται ως ζωντανός οργανισμός. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μείωση των μικρών παραγωγών ενώ παράλληλα οι μεγάλες εκτάσεις και οι μεγαλοπαραγωγοί έχουν αυξηθεί ακολουθώντας την παγκόσμια τάση για συγκέντρωση της παραγωγής σε λιγότερες αλλά πιο ισχυρές μονάδες.



## 6.2 Η Περίπτωση της Αφρικής

Από την δεκαετία του 1960, και με καλπάζουσα πορεία τα τελευταία 20- 30 χρόνια, η Αφρικάνικη ήπειρος αναδείχθηκε σε μία ανερχόμενη δύναμη στον κλάδο του άνθους. Οι ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες και τα φθηνά εργατικά χέρια την κατέστησαν εξ' αρχής ιδιαίτερα ανταγωνιστική προς τις παραδοσιακές αγορές της Ευρώπης και της βορείου Αμερικής. Η ανάπτυξη της ανθοκομίας αντιμετωπίστηκε ως μία ευκαιρία για καταπολέμηση της φτώχειας σε μερικές από τις φτωχότερες χώρες του πλανήτη και της ανεργίας της ηπείρου. Η ευκαιρία, ωστόσο, δεν αξιοποιήθηκε σωστά. Πλήθος καταγγελιών μη κυβερνητικών οργανώσεων και δημοσιογραφικών ερευνών έφεραν στο φως πολλές περιπτώσεις άθλιων εργατικών συνθηκών και παραβίασης εργατικών και ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

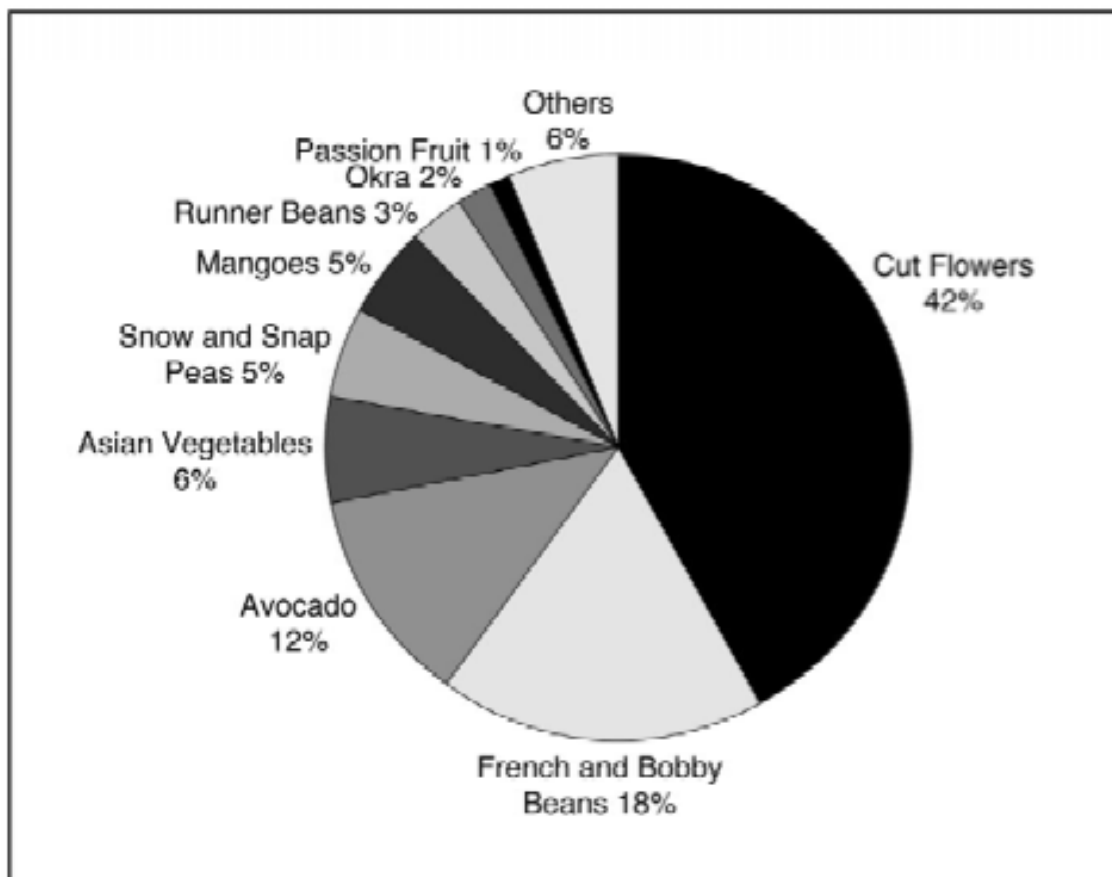
Η χώρα που ηγούνται της Αφρικάνικης ανθοκομίας είναι η Κένυα και η Αιθιοπία. Σημαντικές παραγωγές προκύπτουν και από την Νότιο Αφρική, την Ζάμπια, την Ζιμπάμπουε και την Τανζανία.

Η Κένυα (βλέπε Εικ. 24) έχει ξεπεράσει το Ισραήλ και την Κολομβία στις εξαγωγές προς την Ευρώπη, αναδεικνυόμενη έτσι σε πρώτη εξαγωγό χώρα προς την Ευρώπη. Η Κένυα στην οποία ανήκει το μεγαλύτερο μέρος της Αφρικάνικης παραγωγής, εξάγει το 95% της παραγωγής με διάυλο κυρίως τις Ολλανδικές δημοπρασίες. Μεγάλο μέρος της παραγωγής κατευθύνεται απευθείας στην Μεγάλη Βρετανία, που αποτελεί και τον ισχυρότερο πελάτη της Κένυας (69% της συνολικής παραγωγής και 15% των εξαγωγών, Fairtrade, 2006), μέσω συμφωνιών χονδρεμπόρων και λιανεμπόρων των δύο κρατών. Σε αυτές τις συναλλαγές ισχυρότεροι εμφανίζονται οι μεγάλοι έμποροι λιανικής της Μεγάλης Βρετανίας που ουσιαστικά κινούν την Κενυάτικη αγορά.

Από τις χώρες της Αφρικής θα λέγαμε πως στην Κένυα έχει παρατηρηθεί η μεγαλύτερη πρόοδος στην βελτίωση των εργασιακών συνθηκών. Όντας το άνθος ένα προϊόν μη βρώσιμο οι καταναλωτές άργησαν να αναρωτηθούν για τις συνθήκες στις οποίες παράγεται. Η αυξημένη όμως ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των τελευταίων ετών κινητοποίησε μέρος καταναλωτών και εμπόρων και τους έστρεψε κατά των ανθών που δεν έφεραν διαβεβαιώσεις καλών εργασιακών και ανθρωπίνων συνθηκών. Σε αυτή την κατεύθυνση, λοιπόν και ως απόκριση στις

απαιτήσεις της αγοράς οι περισσότεροι Κενυάτες παραγωγοί έχουν ασπαστεί τον κώδικα της Kenya Flower Council (Kenya Flower Council Code of Practice) που διασφαλίζει καλές συνθήκες εργασίας και ασφαλείς γεωργικές τεχνικές.

Η Κενυάτικη παραγωγή ασπάστηκε σε σημαντικό βαθμό και πλέον εξαρτάται από την τεχνογνωσία και την τεχνολογική πρόοδο του βορά. Οι Κενυάτες παραγωγοί, σε μία σημαντική στρατηγική κίνηση, δημιούργησαν δικό τους σύστημα logistics που τους ισχυροποίησε στην εξαγωγική διαστηριότητα και στην ικανότητά τους για διαπραγμάτευση.



Εικ.24: Οι εξαγωγές της Κενυάτικης αγροτικής παραγωγής (HCDA, 1997)

Η Αιθιοπία που έπεται, με μικρή διαφορά της Κένυας, δραστηριοποιείται κυρίως στην παραγωγή του κλασικότερου και πιο εμπορικού άνθους, του τριανταφύλλου (Gebreyesus & Lizuka, 2012). Αποτελεί την έκτη διεθνώς, και δεύτερη στην

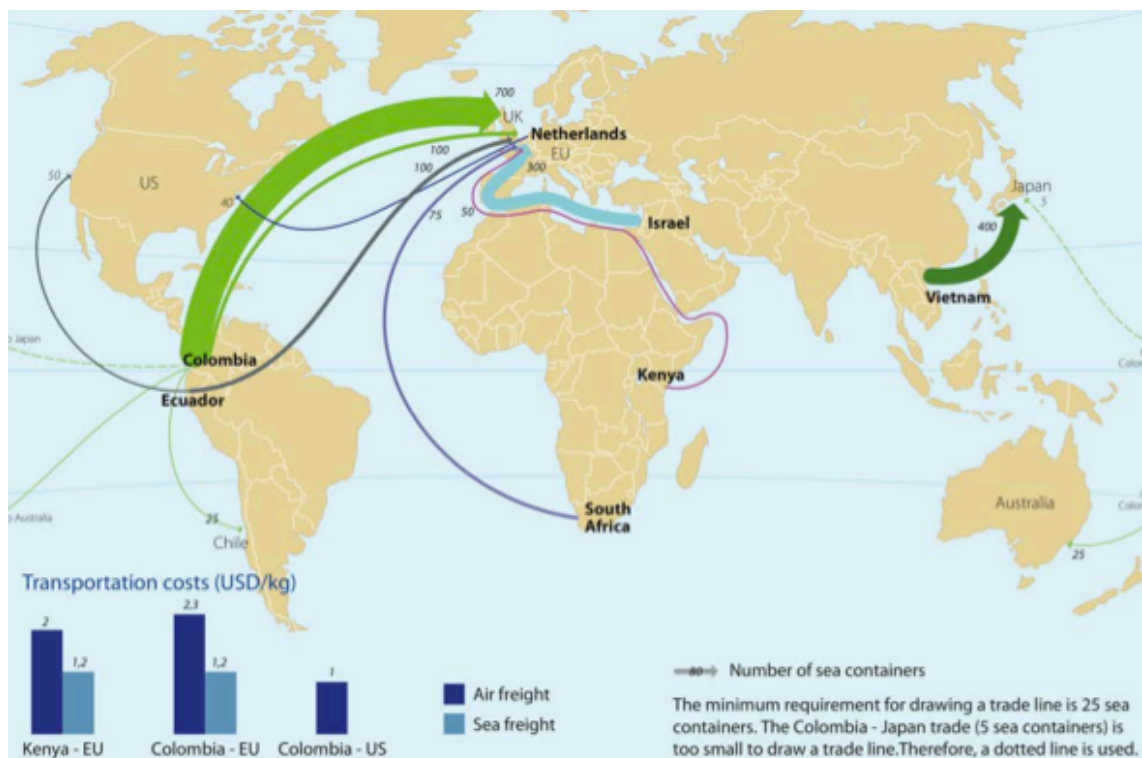
Αφρική, εξαγωγό χώρα τριανταφύλλων. Κοινωνικές και φορολογικές μεταρρυθμίσεις που έλαβαν χώρα το 1993, σε συνδυασμό με το ευνοϊκό κλίμα, το φθινό εργατικό δυναμικό και την εγγύτητα στην Ευρώπη, διευκόλυναν την αγροτική παραγωγή στην χώρα καθιστώντας την έναν από τους βασικότερους κλάδους της οικονομίας της. Λόγω των ενθαρρυντικών συνθηκών υπήρξαν περιπτώσεις Ολλανδών και Ευρωπαίων παραγωγών που μετακόμισαν στην Αιθιοπία και, πλέον, το 65% της Αιθιοπικής παραγωγής διοχετεύεται στην Ολλανδική αγορά.

Η Αιθιοπική παραγωγή έχει κατηγορηθεί έντονα για την εφαρμογή τεχνικών πολύ επιβαρυντικών για το περιβάλλον. Σημαντικές ενεργειακές απαιτήσεις και υπερβολικές ποσότητες επικίνδυνων χημικών επιβαρύνουν πολύ το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των προϊόντων της. Ακόμα, δεν έχει αναπτύξει ιδιαίτερα αποτελεσματικό σύστημα μεταφοράς και logistics (σε αντίθεση με την Κένυα) με αποτέλεσμα να υπολείπεται στο επαγγελματικό της προφίλ και περίπου το ήμισυ της τιμής των ανθών να οφείλεται στο ταξίδι τους στην Ευρώπη. Η σύσταση του Ethiopian Horticulture Producers and Exporters Association (EHPEA) θεωρείται ενθαρρυντικό στοιχείο και προβλέπεται να ενδυναμώσει περαιτέρω την ισχύ της χώρας στην ανθοκομία.

### 6.3 Η Περίπτωση της Αμερικής (Λατινική Αμερική και Η.Π.Α.)

Η Κολομβία ανέρχεται στην δεύτερη θέση παγκοσμίως στην παραγωγή ανθών, με πρώτη την Ολλανδία. Το ιδανικό της κλίμα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και οι χαμηλότεροι, σε σχέση με την Ευρώπη μισθοί την ώθησαν σε αυτήν την θέση. Από τις αρχές του 1980, και θέλοντας να δημιουργήσουν εναλλακτικές καλλιέργειες, που θα απομάκρυναν την παραγωγή κοκαΐνης από την χώρα, η ανθοκομία στην Κολομβία διαγράφει μία επιτυχημένη πορεία.

Την περαιτέρω βελτίωση, της ήδη επιτυχημένης βιομηχανίας, υπόσχεται η δημιουργία πιο οργανωμένων δομών στην ανθοκομία της χώρας. Η συγκρότηση συνεργειών και οι συλλογικές προσπάθειες των παραγωγών και των υπόλοιπων φορέων της βιομηχανίας μπορεί να την εκτοξεύσει δεδομένης της, ήδη, μεγάλης δύναμης της Κολομβιανής ανθοκομίας με ισχνές συνεργειακές δράσεις. Η χώρα ηγείται παγκοσμίως των εξαγωγών ανθών με container σε πλοία (βλέπε Εικ. 25) αυξάνοντας κατακόρυφα την εξαγωγική της δύναμη και δραστηριότητα. Αεροπορικώς αποστέλονται επίσης σημαντικές ποσότητες ανθών, κυρίως στις Η.Π.Α.



Εικ.25: Ροές ανθών ανά τον κόσμο με container σε πλοία (FloraHolland, 2014)

Οι Η.Π.Α. έχουν στενές συνεργασίες με την Κολομβιανή ανθοκομία η οποία αποτελεί την πρώτη τους εφοδιαστική χώρα. Πάνω από το 50% των ανθών που εμπορεύονται στις Η.Π.Α. προέρχονται από την Κολομβία.



Εικ.26: Παρέλαση ανθοστολισμών στην μεγάλη έκθεση ανθών στην Medellin, Κολομβία

Το Εκουαδόρ και η Βολιβία αποτελούν επίσης σημαντικές και ανερχόμενες δυνάμεις της Λατινικής Αμερικής. Σε αυτές τις περιπτώσεις ωστόσο τα προβλήματα του μη οργανωμένου συστήματος της βιομηχανίας δυσχεραίνουν περαιτέρω την ανέλιξη αυτών. Οι προσπάθειες ωστόσο που καταβάλλονται φαίνεται να ενδυναμώνουν αυτές τις βιομηχανίες αλλά ταυτόχρονα να στρέφονται κατά των μικρότερων παραγωγών τους που βαίνουν προς εξαφάνιση. Οι μικρότεροι παραγωγοί αναγκάζονται να συγχωνευτούν για να παράγουν πιο αξιόλογες ποσότητες. Φαίνεται μόνο οι μεγαλύτερες καλλιέργειες να έχουν ισχύ στην εξαγωγική δραστηριότητα.

Οι Η.Π.Α. παραδοσιακά ήταν και παραμένουν μία από τις ισχυρότερες παγκόσμιες οικονομίες και δεν αποτελεί εξαίρεση ο τομέας της ανθοκομίας. Ως παραγωγός χώρα αλλά και ως καταναλωτής φέρει σημαντική δύναμη και επηρεάζει τα παγκόσμια δεδομένα. Η περιοχή της Καλιφόρνια παράγει σημαντικές ποσότητες

ανθών. Ενώ οι Αμερικάνοι ως καταναλωτές είναι ιδιαίτερα απαιτητικοί με απαιτήσεις σε ποιότητα και ποικιλία.

Οι Η.Π.Α. παράγουν και εμπορεύονται κυρίως μεγαλύτερα φυτά κήπου, φυλλώματα και γλαστρικά φυτά. Είναι άξια αναφοράς, όμως, και η σημαντική παραγωγή δρεπτών ανθών παρότι τις τελευταίες δεκαετίες φαίνεται να καλύπτουν μεγάλο μέρος των αναγκών τους σε δρεπτά άνθη από τις εισαγωγές από την Κολομβία. Το μεγαλύτερο μέρος των καλλιεργήσιμων εκτάσεων στις Η.Π.Α. είναι θερμοκηπιακά προστατευμένες.



## 6.4 Η Περίπτωση της Ελλάδας

Η Ελλάδα παρά τον φυσικό πλούτο, τις ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες και τα πολλά αυτοφυή είδη δεν χαρακτηρίζεται από ανεπτυγμένη ανθοκομία και οι καλλιέργειες που επικρατούν δεν χαρακτηρίζονται σύγχρονες. Η ανθοκομία είναι ιδιαιτέρως νέα επιστήμη και αγροτική ασχολία στην Ελλάδα και εξακολουθεί να βρίσκεται σε πολύ πρώιμα στάδια σε σχέση με άλλες αγροτικές δραστηριότητες της χώρας (3% της συνολικής αγροτικής παραγωγής και 0,02% των καλλιεργούμενων εκτάσεων). Δειλά άρχισε να καρποφορεί από την δεκαετία του 1940, σε οικογενειακές επιχειρήσεις, με τις περισσότερες εξελίξεις και ανάπτυξη να έρχονται μετά το 1950. Στην επικράτεια καλλιεργούνται κυρίως τριαντάφυλλα, γαρύφαλλα, χρυσάνθεμα και γλαδιόλες. Η Ελλάδα, ωστόσο, παραμένει χώρα εισαγωγής ανθών (κυρίως από την Ε.Ε.) ενώ οι εξαγωγές της είναι ακόμα πολύ περιορισμένες (8% σε σχέση με τις εισαγωγές) και συνήθως απευθύνονται στην Γερμανία και την Γαλλία.

Οι ανθοκαλλιέργειες στην Ελλάδα φαίνεται να έχουν μία ελαφρώς αυξητική τάση, με αυτήν να είναι πιο έντονη σε θερμοκηπιακές καλλιέργειες, ενώ οι υπαίθριες καλλιέργειες έχουν μειωθεί (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ΥπΑΑΤ). Οι θερμοκηπιακές καλλιέργειες της χώρας φαίνεται να μην είναι τεχνολογικά προηγμένες και σύγχρονες, με την μεγάλη πλειοψηφία αυτών να είναι ιδιαιτέρως ενεργοβόρες, κοστοβόρες και περιβαλλοντικά επιβλαβείς. Η ανθοκαλλιέργεια στην Ελλάδα φαίνεται να συγκεντρώνεται κυρίως στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής (40% των στρεμμάτων), με την κεντρική Μακεδονία να ακολουθεί. Το στοιχείο αυτό, δεν προκαλεί έκπληξη καθώς τα άνθη ως ευαίσθητα, και με σύντομο χρόνο ζωής, προϊόντα είναι προτιμότερο να παράγονται πλησίον της κατανάλωσής τους που είναι κυρίως τα μεγάλα αστικά κέντρα.

Η οικονομική κρίση με την οποία έρχεται αντιμέτωπη η Ελλάδα από το 2008 και έχει επηρεάσει κάθε τομέα της οικονομίας της δεν έχει αφήσει ανεπηρέαστο τον αγροτικό κλάδο, και συγκεκριμένα την ανθοκομία. Οι ανθοπαραγωγοί αστεειούμενοι εναποθέτουν τις ελπίδες τους στον Αγ. Τρύφωνα, προστάτη των ανθοκαλλιεργητών, ενώ πολλοί μικρότεροι ανθοκαλλιεργητές αρχίζουν να εγκαταλείπουν το επάγγελμα ή να στρέφονται σε καλλιέργειες βρώσιμων ειδών που, ακόμα, δεν θεωρούνται είδη πολυτελείας. Πρόσφατα ο Φ.Π.Α. των ανθών

ανέβηκε στον συντελεστή του 23% δυσχεραίνοντας περαιτέρω την κατανάλωση ανθών και τα εισπρακτικά οφέλη των παραγωγών. Οι καταναλωτές έχουν μειώσει έντονα την αγορά ανθών περιορίζοντάς την σε οικονομικότερα είδη, συχνά γλαστρικά. Οι παγκόσμιες τάσεις, ωστόσο, έχουν επηρεάσει και την Ελληνική αγορά που έχει αρχίσει να επιδεικνύει οικολογική συνείδηση και με αργούς ρυθμούς να δείχνει προτίμηση σε προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον. Οι καταναλωτές ανθών, αν και λιγότεροι πλέον, έχουν αυξημένες απαιτήσεις σε ποιότητα, ποικιλία, αυξημένη αισθητική και καλή παροχή υπηρεσιών.

Στόχος της Ελληνικής ανθοκομίας, βάσει των σημερινών δεδομένων, είναι ο περιορισμός του κόστους, η ανάπτυξη των συνεργειών, η επίτευξη αειφορικής παραγωγής, ο εκσυγχρονισμός των ανθοκομικών μονάδων, η αξιοποίηση των Ευρωπαϊκών και κοινοτικών προγραμμάτων, η αξιοποίηση και προώθηση της επιστημονικής έρευνας, η κατάρτιση του ανθρωπίνου δυναμικού, η συνεργασία με κρατικούς φορείς, η στήριξη των εξαγωγών και ο περιορισμός των εισαγωγών ανθών.

Ελπίδα υλοποίησης αυτών των στόχων φαίνεται να υπάρχει στην στροφή σε αυτοφυή, και προσαρμοσμένα στην Ελληνική γη, είδη. Αυτά φέρουν μικρότερες ενεργειακές και χημικές ανάγκες και χαρακτηρίζονται από καλύτερη συμπεριφορά στην διάρκεια ζωής (Εργαστήριο Προστασίας και Αξιοποίησης Αυτοφυών και Ανθοκομικών Ειδών, ΕΘΙΑΓΕ). Αυτοφυή φυτά της Ελλάδος, όπως πολλά αρωματικά είδη (βλέπε Εικ. 27), μπορούν να ισχυροποιήσουν την εμπορική αξία της Ελληνικής ανθοκομίας. Τα εν λόγω είδη μπορούν να αξιοποιηθούν για καλλωπιστική χρήση, για παραγωγή χρωμάτων και αρωμάτων και στην φαρμακευτική βιομηχανία ως πρώτη ύλη.

Η επιστημονική έρευνα, και δράση πανεπιστημίων και ινστιτούτων οφείλει να στηριχθεί και να υποβοηθηθεί στην Ελλάδα. Η επιστημονική κοινότητα, παρά τις αντίξοες συνθήκες, παράγει σημαντική δουλειά. Οι ανθοκομικές μονάδες πολλαπλασιαστικού υλικού παράγουν και συντηρούν γενετικό υλικό υψηλής ποιότητας και με πολλές δυνατότητες για εμπορική αξιοποίηση.

Η αξιόλογη επιστημονική κοινότητα, το καλό κλίμα, ο φυσικός πλούτος, η δυνατότητα ένταξης της τεχνολογικής προόδου και οι χαμηλότεροι μισθοί σε σχέση με την υπόλοιπη Ε.Ε. καθιστούν την Ελλάδα μία καλή μέση κατάσταση των παραγωγών της βορείου Ευρώπης και αυτών της Αφρικής και των



αναπτυσσόμενων χωρών. Η παρατήρηση αυτή δημιουργεί ελπίδα και προοπτικές ανέλιξης της ανθοκομικής βιομηχανίας στην Ελλάδα σε έναν ανταγωνιστικό παράγοντα της χώρας.



Εικ.27: Αρωματικά φυτά σε διακοσμητική χρήση

Μέρος Β΄

*Κεφάλαιο*

*VII.*

ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΟΜΒΟΥ  
ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΝΘΩΝ ΚΑΙ ΦΥΤΩΝ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

## 7.1 Εισαγωγή στην Νέα Ευκαιρία

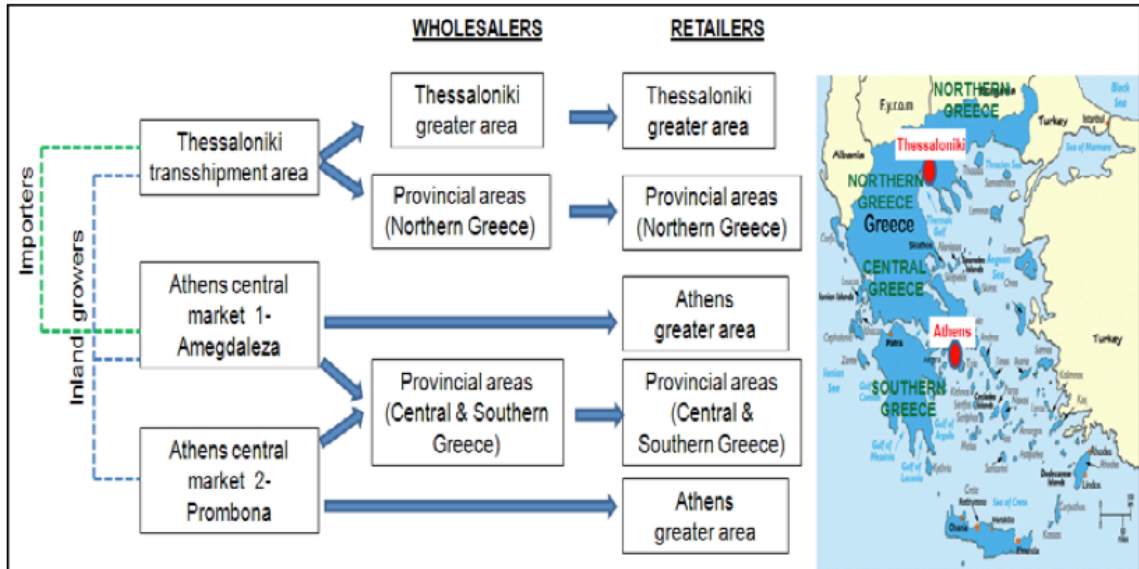
Η Ελλάδα διαθέτει στρατηγική γεωγραφική και γεωπολιτική θέση στην ανατολική Μεσόγειο, ούσα το σταυροδρόμι δύσης και ανατολής, Ευρώπης, Αφρικής και Ασίας. Η θέση αυτή έχει υπάρξει σημείο συγκρούσεων και εκτίμησης από πλήθος λαών ανά τους αιώνες. Η ίδια η χώρα όμως δεν έχει αξιοποιήσει επαρκώς τα πλεονεκτήματα του εδάφους και των συντεταγμένων της.

Όσον αφορά την ανθοκομική της βιομηχανία, πέραν της υπανάπτυξής της σε επίπεδο παραγωγής, δεν έχει αξιοποιηθεί η ευνοϊκή θέση της Ελλάδας για την μεταφορά και διανομή ανθών και φυτών ανά τον κόσμο και κυριώτερα στις γειτονικές ηπείρους. Η Ευρώπη αποτελεί τον παραδοσιακά ιστορικότερο τόπο παραγωγής και κατανάλωσης ανθών, η Αφρική τις τελευταίες δεκαετίες πρωταγωνιστεί στην ανθοκομία τροφοδοτώντας την Ευρώπη με τεράστιο όγκο φθηνών ανθών και η Ασία ανέρχεται σε ισχυρό καταναλωτή και παραγωγό ανθών με ασυγκράτητη δυναμικότητα. Τα παραπάνω δεδομένα σε συνδυασμό με την ανερχόμενη ελληνική ανθοκομία καθιστούν την χώρα ιδιαίτερα ελκυστική για την δημιουργία ενός διεθνούς κόμβου εμπορίας και διανομής ανθών και φυτών.

Η ανθοκομική αγορά στην Ελλάδα κινείται με βάσεις τις τρεις μεγαλύτερες αγορές χονδρικής πώλησης (βλέπε Εικ. 28). Οι δύο αγορές βρίσκονται στην Αττική, και είναι αυτές της Αμυγδαλέζας και του Προμπονά. Η τρίτη, και νεότερη, βρίσκεται στην κεντρική Μακεδονία, στην περιοχή του Αγ. Αθανασίου. Αυτά τα αγοραστικά κέντρα ανθών εξυπηρετούν κυρίως σε εγχώρια βάση (ο Προμπονάς εξυπηρετεί αποκλειστικά εντός Ελλάδος) και, πάραυτα, θεωρείται πως έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη της Ελληνικής ανθοκομίας. Τα άνθη από τις αγορές χονδρικής έως τα μέρη λιανικής πώλησης μεταφέρονται συνήθως από τους χονδρέμπορους που αποτελούν τον ισχυρότερο κρίκο της εφοδιαστικής αλυσίδας με αυξημένη διαπραγματευτική ικανότητα ως προς τους υπολοίπους.

Έως πρόσφατα, αλλά ακόμα και τώρα, σημαντική οδός διοχέτευσης της παραγωγής στην αγορά ήταν και η μεταφορά της από τους ίδιους τους παραγωγούς, στους χονδρέμπορους ή τις λιανικές αγορές. Αυτή η μέθοδος καθιστούσε τον ίδιο άνθρωπο παραγωγό, μεταφορέα και πωλητή του προϊόντος, δυσχαιρένοντας και υποβαθμίζοντας τις υπηρεσίες. Ορισμένες φορές παρατηρείται

και η μεταφορά ανθών και από τους λιανεμπόρους που παραλαμβάνουν τα άνθη και τα μεταφέρουν στον τόπο εργασίας τους. Οι ίδιοι τα παρέχουν στους καταναλωτές, συνήθως από παραδοσιακά ανθοπωλεία που παραμένουν επικεφαλής της λιανικής πώλησης ανθών στην Ελλάδα.



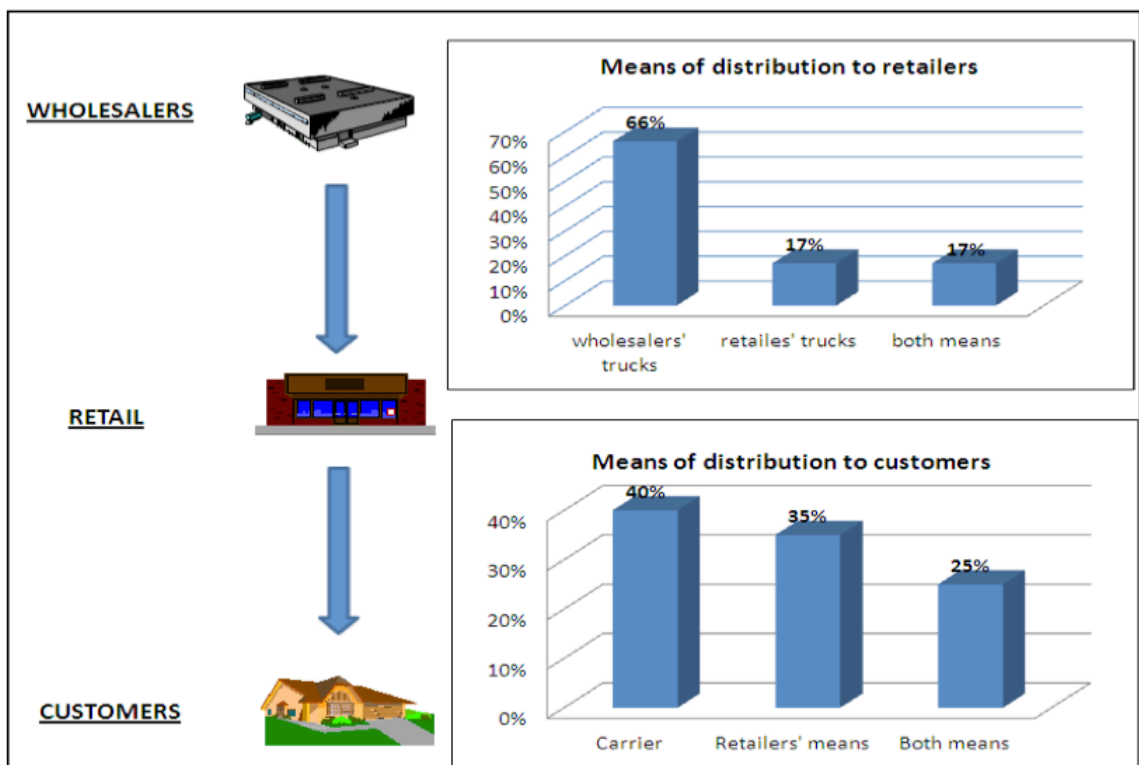
Εικ.28: Χάρτης Ελληνικής ανθοκομικής αγοράς (G. Malindretos & al., 2015)

Για την ανάπτυξη και ορθή πορεία της βιομηχανίας θεωρείται επιβεβλημένη η σαφής διάκριση και κατανομή των ρόλων. Σε μία οργανωμένη δομή βιομηχανίας κάθε κρίκος της αλυσίδας αξίας θα μπορεί να αποδίδει τα μέγιστα, με αποτελεσματικότητα, πείρα, ταχύτητα και χαμηλότερες τιμές λόγω οικονομικών κλίμακας.

Από τα γεωγραφικά πλαίσια της Ελλάδος διέρχονται αεροπορικώς, οδικώς ή μέσω υδάτων καθημερινά σημαντικά ποσά ανθών και φυτών που διακινούνται στις γύρω περιοχές. Αυτά τα προϊόντα μπορεί να διεκδικήσει η Ελλάδα να διακινεί και να εμπορεύεται εισάγοντας και εξάγοντας άνθη οικονομικότερων παραγωγών ή υψηλότερης αξίας και ποιότητας για τις πιο απαιτητικές αγορές. Ακόμα και εξωτικά άνθη και φυτά, προερχόμενα από χώρες της Λατινικής Αμερικής και της Καραϊβικής, έχουν αυξανόμενη ζήτηση σε γειτονικές περιοχές της Ελλάδος, ακόμα και εντός των συνόρων της χώρας για συγκεκριμένες πολυτελείς αγορές και χρήσεις υψηλής αξίας.

## 7.2 Υπάρχουσες Συνθήκες στην Ελλάδα

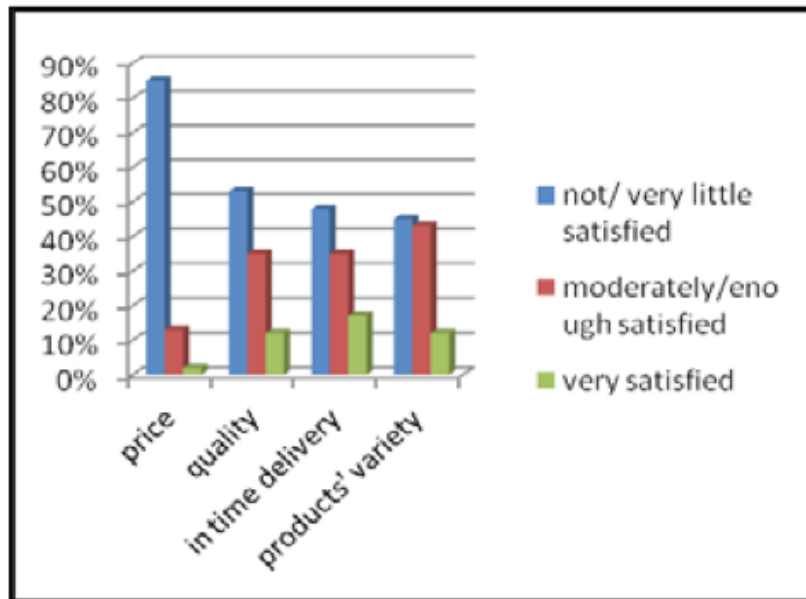
Στην σύγχρονη Ελλάδα, με την ελάχιστα αναπτυγμένη ανθοκομία, οι συνθήκες διανομής και εμπορίας ανθών και φυτών περιορίζονται σε παλαιότερα πρότυπα συνήθως. Όπως προκύπτει από μελέτες το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής φτάνει στα μέσα λιανικής πώλησης μέσω χονδρεμπόρων και των μέσων μεταφοράς που διαθέτουν. Ενώ σε λιγότερες περιπτώσεις οι ίδιοι οι λιανέμποροι αναλαμβάνουν την μεταφορά της παραγωγής στην λιανική αγορά και αρκετές φορές και την τελική τους μεταφορά στον τελικό καταναλωτή (G. Malindretos & al.) (βλέπε Εικ. 29).



Εικ. 29: Τρόποι διανομής ανθών στην Ελληνική αγορά (G. Malindretos & al., 2015)

Η παραπάνω ανώριμη δομή διανομής έχει αποδειχθεί μη λειτουργική, συγκεντρώνοντας πλήθος αρμοδιοτήτων και ευθυνών σε κάθε κρίκο το τελικό αποτέλεσμα δεν μπορεί παρά να στερείται ποιότητας και αποτελεσματικότητας. Η διατυπωμένη άποψη ενισχύεται από τις έρευνες που παρουσιάζουν το 60% των

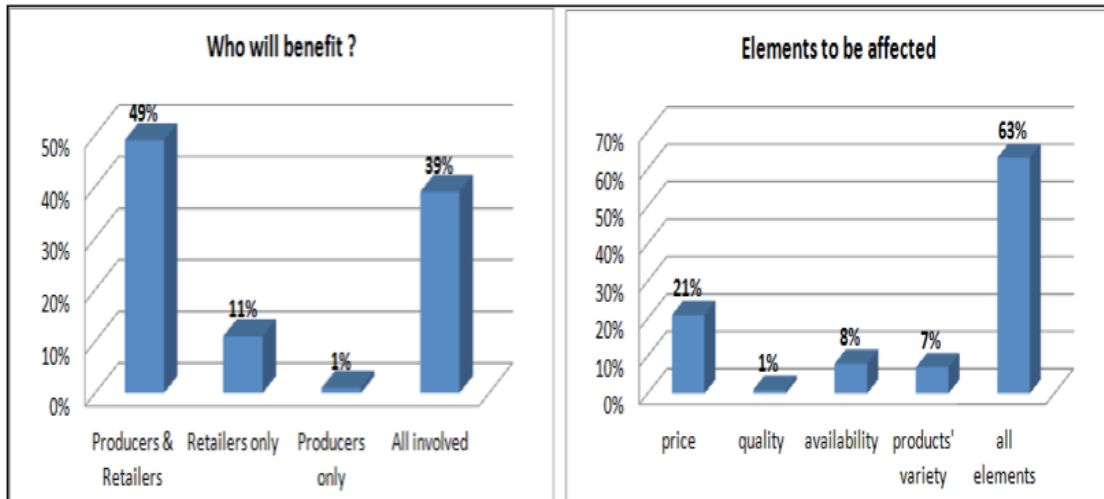
εμπλεκόμενων στην ανθοκομική αλυσίδα μη ικανοποιημένους από το υπάρχον σύστημα και τις υπηρεσίες των χονδρεμπόρων, ενώ οι απόλυτα ικανοποιημένοι ερωτηθέντες περιορίζονται στο 1% του δείγματος (G. Malindretos & al.). Η γενικά αρνητική άποψη επεκτείνεται σε κάθε τομέα των υπηρεσιών, όπως η τιμολόγηση, η ποιότητα, ο χρόνος παράδοσης και η ποικιλία των προϊόντων που διατίθενται (βλέπε Εικ. 30).



Εικ. 30: Βαθμός ικανοποίησης από τις υπηρεσίες χονδρεμπόρων στην Ελλάδα (G. Malindretos & al., 2015)

Στα πλαίσια της ίδιας μελέτης διατυπώνεται η πεποίθηση των ερωτηθέντων πως, κυρίως οι παραγωγοί και οι λιανέμποροι, αλλά επακόλουθα και όλοι οι εμπλεκόμενοι στην εγχώρια ανθοκομική αλυσίδα θα επωφελούνταν από την δημιουργία ενός κόμβου διανομής και εμπορίας ανθών στην βόρεια Ελλάδα. Η μεγάλη πλειοψηφία εικάζει πως οι θετικές συνέπειες θα επηρεάσουν κάθε τομέα της βιομηχανίας του άνθους στην Ελλάδα (βλέπε Εικ. 31).

Πράγματι, η δημιουργία και λειτουργία της κεντρικής αγοράς στον Αγ. Αθανάσιο, στα προάστια της Θεσσαλονίκης, έχει κριθεί θετικά από παραγωγούς και λιανέμπορες και φαίνεται να διευκολύνει την αγοραπωλησία ανθών και φυτών, βελτιώνοντας παράλληλα την ποιότητα των υπηρεσιών.



Εικ. 31: Εκτίμηση συνεπειών από την δημιουργία κόμβου εμπορίας ανθών στην Ελλάδα (G. Malindretos & al., 2015)



### 7.3 Ανάδειξη Ευκαιρίας στην Ελλάδα

Κατόπιν παρατήρησης των υφιστάμενων δεδομένων, εντάσσοντας κριτική και επιχειρηματική σκέψη καταλήγουμε στην εύρεση ενός κενού στην Ελληνική αγορά και ως εκ τούτου στην ανάδειξη μίας επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Η πολύπαθη Ελληνική οικονομία και αγορά, που παρουσιάζεται κορεσμένη και φθαρμένη σχεδόν σε κάθε τομέα της, δεν έχει αξιοποιήσει ως θα προβλεπόταν την ευνοημένη γη της και την θέση την στον χάρτη. Η Ελλάδα λόγω του εδάφους της και των κλιματικών συνθηκών που επικρατούν κρίνεται κατάλληλη για να φιλοξενήσει στα εδάφη της την καλλιέργεια ανθών και καλλωπιστικών φυτών. Επιπλέον, η γεωγραφική της θέση σε ένα σημαντικό πολιτικό, πολιτισμικό και οικονομικό σταυροδρόμι της επιτρέπουν, δυνητικά, να πρωταγωνιστήσει στην διανομή, την εμπορία και τον εφοδιασμό των φυτικών στελεχών που διακινούνται σε ευρεία κλίμακα στις γύρω περιοχές.

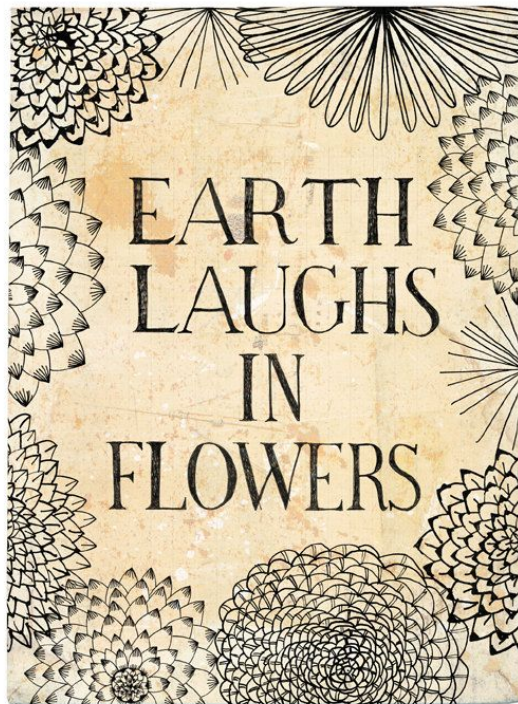
Η γενικευμένη παγκοσμίως, και διαρκώς εντεινόμενη, τάση και ζήτηση για ποιοτικώς ανώτερα προϊόντα δημιουργεί ένα ακόμα κενό στην ανθοκομική βιομηχανία και μία ευκαιρία για επιχειρείν. Όλο και περισσότεροι καταναλωτές, λιανέμποροι, αλυσίδες super market και λοιπά μέσα πώλησης επιζητούν αυξημένη ποικιλία ειδών και στελεχών, προϊόντα που να συνοδεύονται από πιστοποιήσεις ποιότητας, κοινωνικής και εργασιακής ευθύνης, οικολογικού σεβασμού και μειωμένου περιβαλλοντικού αποτυπώματος, προϊόντα βελτιωμένα γενετικά, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και επεκτεινόμενο χρόνο ζωής. Εξωτικά φυτά και άνθη, είδη ενδημικά διαφόρων περιοχών και πρωτότυπες ποικιλίες είναι επίσης περιζήτητα και δημιουργούν έναν νέο δυναμικό οικονομικό κλάδο.

Την ίδια στιγμή που οι συνθήκες στον παγκόσμιο ανθοκομικό χάρτη μεταβάλλονται, η Ολλανδία που πάντα, και ακόμα και τώρα, ηγείται αυτού, φαίνεται για πρώτη φορά να δέχεται αξιόλογη απειλή και ανταγωνισμό από τις αναδυόμενες αγορές. Το εξής δεδομένο αποτελεί ενθαρρυντικό στοιχείο στην ωρίμανση της νέας επιχειρηματικής ιδέας που προορίζεται για έναν τόπο άγουρο ανθοκομικά αλλά πολλά υποσχόμενο που φέρει πλήθος στοιχείων που μπορούν να αποδειχθούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Η παγκόσμια αγορά αναδιοργανώνεται, ανακατατάσσεται και δημιουργεί νέους κενούς χώρους προς

αξιοποίηση. Η περίπτωση της Ολλανδίας ωστόσο, παραμένει πρότυπο και υγιές παράδειγμα προς μελέτη και εποικοδομητική μίμηση.

Ευκαιρία για επιχειρείν κρίνεται ακόμα, η περιορισμένη ικανότητα προώθησης, διανομής και ευρείας πώλησης παραγωγών που προέρχονται από τις αναπτυσσόμενες χώρες. Χαρακτηρίζονται από μεγάλο όγκο προϊόντος, συχνά διαφοροποιημένα και εξωτικά είδη αλλά με μειωμένες οδούς προς τις αγορές και ασήμαντη διαπραγματευτική ισχύ. Το κενό αυτό οφείλει να αξιοποιηθεί από μία χώρα με εξαιρετικές γεωγραφικές συντεταγμένες και περιορισμένη (λόγω μεγέθους αλλά και μη ανθοκομικής ανάπτυξης) παραγωγή.

Η Ελλάδα μπορεί να αξιοποιήσει την γεωγραφική θέση της και την ύπαρξή της στην οικονομική αγορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης για να συλλέγει στην επικράτεια της σημαντικό μέρος παραγωγής από εισαγωγές εξεζητημένων ανθών. Επιπλέον, οφείλει να ενθαρρύνει και να αναπτύξει την ποιοτική και εμπορική ανθοκομία εντός των συνόρων. Αυτή η παραγωγή θα μπορεί πλέον να αξιοποιείται και να προωθείται στις αγορές με αποτελεσματικότητα και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες που θα της προσδίδουν υψηλή προστιθέμενη αξία.



*Κεφάλαιο*

*VIII.*

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΝΕΟΥ ΚΟΜΒΟΥ  
ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΝΘΩΝ ΚΑΙ ΦΥΤΩΝ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Παρατηρώντας τις νέες τάσεις της αγοράς και τις νεοφυείς ανάγκες που προκύπτουν μελετάται η δημιουργία ενός νέου πολυτελούς (Premium αγορά) κόμβου εφοδιασμού και εμπορίας ανθών και φυτών στην περιοχή Αυλώνα της Αττικής με κατεύθυνση την αξιοποίηση των νέων ευκαιριών.

## 8.1 Υπηρεσίες

Το νέο κέντρο εμπορίας ανθών θα προσφέρει υπηρεσίες υψηλής ποιοτικής αξίας που θα διατηρούν τις ποιοτικές παροχές και προσδοκίες σε όλα τα στάδια της παραγωγικής και εμπορικής διαδικασίας.

Εκεί, σε ειδικά διαμορφωμένους, ψυχρούς χώρους που θα χωρίζονται σύμφωνα με το είδος και τις ανάγκες των ανθών θα συλλέγονται και θα τίθενται προς διάθεση τα άνθη.

Ο χαρακτήρας της επιχείρησης θα είναι εισαγωγικός και εξαγωγικός ενώ παράλληλα, αδιαπραγμάτευτος και πρωτεύων στόχος είναι η ώθηση και βελτίωση της Ελληνικής ανθοκομίας και ποιοτικής παραγωγής που, πλέον, θα έχει αγορά και χώρο διάθεσης.

Ο κόμβος θα λειτουργεί από τις 3 π.μ. έως και τις 5 μ.μ. και Δευτέρα με Σάββατο. Την τελευταία εργάσιμη ημέρα της εβδομάδας, δηλαδή το Σάββατο, και μετά τις 12 το μεσημέρι ο κόμβος θα είναι ανοιχτός και προς το ευρύ κοινό που θα μπορεί να προμηθεύεται σε ευνοϊκές τιμές τα προϊόντα που έχουν απομείνει και κινδυνεύουν με απαξίωση.

## 8.2 Προϊόντα προς Πώληση

Σε έναν χώρο 5.000 τ.μ. (τετραγωνικά μέτρα ή 5 στρέμματα) στον Αυλώνα Αττικής θα συλλέγονται και θα διατίθενται προς πώληση άνθη και φυτά από τον ευρύτερο Ελλαδικό, αλλά και παγκόσμιο, χώρο. Τα προϊόντα που θα διακινούνται μέσω του συγκεκριμένου κόμβου θα χαρακτηρίζονται από ανώτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά (Premium προϊόντα).

Τα άνθη και τα φυτά θα προέρχονται από καλλιέργειες πιστοποιημένες για την περιβαλλοντική και κοινωνική τους συνείδηση. Συνεργασίες θα συνάπτονται με παραγωγούς που πληρούν τις προϋποθέσεις καταλληλότητας και υψηλής ποιότητας. Ποικιλίες που φέρουν εξωτικά και πρωτότυπα στοιχεία θα είναι ζητούμενες και θα βρίσκονται όλο το έτος σε διαθεσιμότητα. Ανάλογα με την εποχή θα διατίθενται εξεζητημένα είδη που ευδοκιμούν και παράγονται την εκάστοτε χρονική στιγμή.

## 8.3 Υποψήφιοι Πελάτες

Οι αγοραστές μπορεί να είναι χονδρέμποροι, λιανέμποροι, πελάτες με ανάγκες σε πολυτελή άνθη (Premium αγορά -ξενοδοχεία, Green Key Hotels, επιχειρήσεις, ιδιωτικές και κυβερνητικές εγκαταστάσεις, μουσεία, εστιατόρια κ.λ.π.-) ακόμα και οι αγορές της Αμυγδαλέζας, του Προμπονά και του Αγ. Αθανασίου που στερούνται ανθών υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Οι αγοραστές μπορεί να προέρχονται από την Ελλάδα ή από τρίτες χώρες. Στόχος είναι και η εξυπηρέτηση γειτονικών χωρών όπως η ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων, η Τουρκία, η Κύπρος και η Ρωσία. Πλήθος πελατών με νέες ανάγκες σε άνθη υψηλής αξίας και εξαιρετικές υπηρεσίες αυξάνουν με ενθουσιώδεις ρυθμούς στις εν λόγω αγορές δημιουργώντας υψηλές προσδοκίες για το νέο επιχειρηματικό εγχείρημα.

## 8.4 Διανομή- Logistics

Τα προϊόντα θα φτάνουν στον κόμβο και θα κατανέμονται στην αγορά κυρίως μέσω συνεργειών και ανάθεσης outsourcing των logistics της επιχείρησης. Με αυτόν τον τρόπο θα διασφαλίζονται οι ποιοτικές και συνεπείς υπηρεσίες και θα διατηρείται κατά το δυνατόν στο ελάχιστο το περιβαλλοντικό αποτύπωμα κάθε προϊόντος, όπως και το κόστος μεταφοράς του είτε αυτό καταφθάνει μέσω στεριάς, υδάτων ή μέσω της εναέριας οδού.

Τα προϊόντα που θα παράγονται ή θα πωλούνται στον ευρύτερο χώρο της Αττικής και των περιγύρων θα μεταφέρονται με ίδια μέσα της επιχείρησης που θα διαθέτει 3 ηλεκτροκίνητα φορτηγά- ψυγεία και 3 οδηγούς για εξυπηρέτηση αυτής της κλίμακας.

## 8.5 Διαδικασίες Πώλησης και Συναλλαγών

Οι πωλήσεις θα πραγματοποιούνται είτε φυσική παρουσία του ενδιαφερόμενου πελάτη στον κόμβο, είτε μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop, e-commerce), είτε με το σύστημα δημοπρασίας που θα διαθέτει η επιχείρηση. Η δημοπρατική μέθοδος θα περιορίζεται στις αγοραπωλησίες ιδιαίτερων, σπάνιων και ακριβότερων ανθών.

Το e-shop θα προωθηθεί ιδιαίτερα ως μέσο συναλλαγών λόγω της αμεσότητας, της ταυτόχρονης προβολής σε παγκόσμιο καταναλωτικό κοινό και του σύγχρονου, πρωτοποριακού συστήματος.

Η δυνατότητα αγοράς συγκεκριμένων, σπάνιων, πολυτελών και πολύτιμων ανθών μέσω δημοπρασίας αποτελεί στοιχείο καινοτομίας της επιχείρησης, δημιουργικής μίμησης του Ολλανδικού πετυχημένου προτύπου και διαφοροποιό στοιχείο της υπηρεσίας που της προσδίδει προστιθέμενη αξία και κύρος.

## 8.6 Τεχνολογικά- Επιστημονικά Χαρακτηριστικά

Η τεχνολογική πρόοδος και τα σύγχρονα μέσα θα επιζητώνται και θα εφαρμόζονται στην λειτουργία του κόμβου. Από τις αυτοματοποιημένες, κατά το δυνατόν, διαδικασίες, την ενεργό συμμετοχή του ηλεκτρονικού καταστήματος, το καινοτόμο σύστημα δημοπρασίας, την κομποστοποίηση και αξιοποίηση αποβλήτων έως και τις μεθόδους λειτουργίας που θα είναι συνειδητά και συστηματικά φιλικές προς το περιβάλλον η τεχνολογία θα είναι αρωγός της νέας επιχειρηματικής ιδέας.

Η επιστημονική πρόοδος και τα νέα επιτεύγματα της επιστημονικής κοινότητας θα αποτελούν κατευθυντήρια γραμμή και πυξίδα για τις δράσεις, τις επιλογές και τις αποφάσεις του κόμβου που επιχειρεί να συμπορευτεί με τα νέα δεδομένα και να συνεργάζεται με ινστιτούτα και πανεπιστημιακούς φορείς.

## 8.7 Συνέργειες

Ο νέος κόμβος θα προωθεί και θα επιδιώκει τις συνεργατικές δράσεις και την σύναψη συνεργειών. Οι Έλληνες παραγωγοί που θα διαθέτουν τα προϊόντα τους στον κόμβο θα ενθαρρύνονται και θα καθοδηγούνται, με συμβουλευτική βοήθεια του κόμβου, να συνάπτουν συνεργασίες που θα τους μειώνουν τα κόστη και θα βελτιώνουν την ποιότητα της δουλειάς τους. Στόχος είναι να αποδεσμευτεί ο παραγωγός από τις ευθύνες που τώρα επεκτείνονται σε όλο το μήκος της αλυσίδας αξίας. Ο Έλληνας παραγωγός σήμερα καλείται να αναλάβει την παραγωγή έως και την πώληση του προϊόντος. Το γεγονός αυτό υποβιβάζει την ποιότητα εργασιών και περιορίζει την παραγωγικότητα. Την πραγματικότητα αυτή θα δρομολογήσουμε σε νέα κατεύθυνση συνεργειών και ανάληψης διακριτών καθηκόντων για κάθε εμπλεκόμενο κρίκο.

Ακόμα, τα οργανικά απόβλητα παραγωγών, αλλά και του κόμβου, θα κομποστοποιούνται και θα επιδιώκεται η ανακύκλωση υλικών σε συνεργασία με τον Δήμο Αθηνών.

## 8.8 Marketing

Το νέο εγχείρημα επιχειρεί να καλύψει ανάγκες, και να δημιουργήσει νέες ανάγκες, στο μεταβαλλόμενο πλαίσιο της παγκόσμιας ανθοκομίας. Ως εκ τούτου τα σημεία τα οποία θα προβάλλονται και θα προωθούνται ιδιαίτερω είναι τα καινοτόμα στοιχεία που αποτελούν και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της επιχείρησης.

Η οικολογική, κοινωνική και εργατική συνείδηση και ευαισθησία θα αποτελούν απαραίτητα προαπαιτούμενα για την σύναψη συνεργασιών και για την λειτουργία της ίδιας της επιχείρησης. Πιστοποιημένα προϊόντα και υψηλής αξίας υπηρεσίες θα είναι το αδιαπραγμάτευτο ζητούμενο εξαγωγίμο προϊόν του κόμβου που επιθυμούμε να συμβάλει στην αειφορική ανάπτυξη του τομέα και της χώρας.

Τα πρωτοποριακά συστήματα εργασιών και οι καινοτόμες, και τεχνολογικά προηγμένες, μέθοδοι αγοραπωλησιών θα αποτελούν κύριο σημείο προώθησης και υπεροχής του νέου κόμβου στον Αυλώνα Αττικής. Ταυτόχρονα, ηλεκτρονικές πλατφόρμες θα επιτρέπουν την άμεση και εύκολη επικοινωνία των παραγωγών, των καταναλωτών και του κόμβου βελτιώνοντας τις υπηρεσίες και δίνοντας ενεργό ρόλο σε κάθε κρίκο της αλυσίδας που θα μπορεί να συμμετέχει και να επηρεάζει την επιχείρηση με το διαρκές feedback και την εποικοδομητική κριτική του. Η δομή της επικοινωνίας και η επιδιωκόμενη ανατροφοδότηση (feedback) θα βασίζονται και θα στοχεύουν στην ποιότητα και ικανοποίηση ορισμένων KPIs (Key Performance Indicators) που θα διασφαλίζουν την σωστή λειτουργία και την διαρκώς εξελίξιμη και βελτιωτική πορεία του κόμβου.

Ενώ, οι ισχυρές συνέργειες και συνεργασίες με κρίκους της εφοδιαστικής αλυσίδας και η ανάθεση σε εξωτερικούς συνεργάτες (outsourcing) υπηρεσιών επιμελητείας (logistics) κρίνεται πως θα ισχυροποιήσει το κύρος της επιχείρησης και την διαπραγματευτική της δύναμη στην αγορά. Ταυτόχρονα, εκτιμάται πως θα μειώσει τα κόστη λειτουργίας και τα τρέχοντα έξοδα της επιχείρησης.



## 8.9 Κέρδη της Επιχείρησης

Η επιχείρηση προβλέπεται να είναι επικερδής αποκομίζοντας έσοδα από τις εξής δραστηριότητες. Βασικότερο μέσο κερδών προβλέπεται να είναι τα έσοδα από τις πωλήσεις των παραγωγών που θα εξυπηρετεί. Οι τιμές των προϊόντων θα καθορίζονται από τον παραγωγό αλλά το 15% του κέρδους θα ανήκει στον κόμβο που φιλοξενεί και διευκολύνει τις συναλλαγές. Το ποσοστό αυτό θα ανέρχεται στο 20% σε περιπτώσεις που οι παραγωγοί επιλέγουν να εξυπηρετηθούν από τα μεταφορικά μέσα και τις συνεργασίες του κόμβου και να απαλλαγούν από την επιπλέον ευθύνη και το κόστος της μεταφοράς με δικά τους μέσα. Η παραπάνω τιμολογιακή πολιτική βασίζεται στις υπάρχουσες και εφαρμοζόμενες πολιτικές των λοιπών τριών κόμβων της Ελληνικής επικράτειας όπως διαπιστώθηκε κατόπιν μελέτης και συλλογής πληροφοριών.

Ακόμα, μεγαλύτεροι παραγωγοί ή πιστοί συνεργάτες του κόμβου θα δύνανται να ενοικιάσουν κάποια τετραγωνικά του συνολικού κτίσματος. Με αυτόν τον τρόπο θα οργανώνουν και θα βελτιώνουν τις παροχές και την δουλειά τους ενώ παράλληλα θα αποφέρουν ένα ακόμα μέσο κέρδους στον κόμβο.

Τέλος, τα Σάββατα από τις 12 το μεσημέρι ο κόμβος θα μετατρέπεται σε λιανική αγορά με ένα αντίτιμο εισιτηρίου των 3 ευρώ για την πρόσβαση στον χώρο. Από τα κέρδη των λιανικών πωλήσεων ο κόμβος θα επωφελείται με ένα ποσοστό του 20%.

Η επιχείρηση θα παραμένει ενημερωμένη και σε επιφύλαξη για ενδεχόμενη κοινοτική στήριξη και επιδοτήσεις καινοτομίας από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

## 8.10 Μελλοντικό Στρατηγικό Πλάνο

Η επιχείρηση που θα εδρεύει στον Αυλώνα Αττικής στοχεύει στα 5 πρώτα έτη λειτουργίας να εξυπηρετεί τις ανάγκες παραγωγών και καταναλωτών της Ελληνικής επικράτειας και των γύρω περιοχών όπως τα Βαλκανικά κράτη, η Κύπρος, η Τουρκία, η Ρωσία, και η βόρεια Αφρική.

Σε βάθος 10ετίας και με στόχο την ανάπτυξη και επέκταση της επιχείρησης προβλέπουμε σε άνοιγμα των συνεργασιών σε ευρύτερη κλίμακα προσχωρώντας στην ευρύτερη Ευρωπαϊκή και Λατινοαμερικάνικη αγορά.

Με προϋπόθεση ενθαρρυντικά στοιχεία από τα πρώτα 5 έτη λειτουργίας προσδοκούμε την ίδρυση franchise επιχείρησης στην βόρεια Ελλάδα. Η θυγατρική μονάδα θα δρα συνεπικουρικά διευκολύνοντας την διανομή, την εξυπηρέτηση περισσότερων παραγωγών και καταναλωτών και επεκτείνοντας το δίκτυο του κόμβου με μεγαλύτερη δυναμική.

## 8.11 Εργαζόμενοι στην Επιχείρηση

Η αρχική μονάδα που ιδρύεται στον Αυλώνα Αττικής απαιτεί την εργασιακή συνδρομή των παρακάτω 13 στελεχών:

- 1 Γενικός Διευθυντής- Quality Manager
- 1 Υπεύθυνος Logistics
- 1 Υπεύθυνος Marketing
- 1 Υπεύθυνος Πωλήσεων
- 1 Υπεύθυνος Ηλεκτρονικών Συστημάτων και Δημοπρασιών
- 1 Λογιστής- Οικονομικός Σύμβουλος
- 2 Φύλακες
- 2 Υπάλληλοι Καθαριότητας
- 3 Οδηγοί Φορτηγών

*Κεφάλαιο*

*ΙΧ.*

ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΤΟΥ  
ΝΕΟΥ ΚΟΜΒΟΥ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΝΘΩΝ ΚΑΙ  
ΦΥΤΩΝ

## 9.1 Κοινωνικές και Στρατηγικές Εκτιμήσεις

Η προσεκτική μελέτη και καταγραφή του κλάδου της ανθοκομίας παγκοσμίως και ο εντοπισμός των σύγχρονων κενών και των νέων ευκαιριών δημιουργούν θετική προδιάθεση και σημαντικές προσδοκίες για το νέο εγχείρημα. Η ίδρυση ενός νέου κόμβου εφοδιασμού και εμπορίας πολυτελών ανθών και φυτών στην Αττική φαίνεται να χαρακτηρίζεται από την προοπτική δημιουργίας ενός επιτυχημένου, καινοτόμου επιχειρηματικού μοντέλου.

Η κατά αποκλειστικότητα premium ανθοκομία, που να συνοδεύεται από υψηλής ποιότητας προϊόντα, εξαιρετικές υπηρεσίες, μεγάλη και εξεζητημένη ποικιλία ανθών από όλο τον κόσμο βρίσκει ελάχιστους εκπροσώπους ανά την υφήλιο. Εξαιρώντας κόμβους στην Ολλανδία, την Γαλλία, την Ιαπωνία και, πιθανώς, σε λίγα ακόμα μέρη, η υψηλή ανθοκομία συναντάται αποσπασματικά και σε μικρότερες πρωτοβουλίες και μεγέθη. Από την Ελλάδα και την ευρύτερη Βαλκανική, και λοιπές γειτονικές περιοχές, κάτι ανάλογο απουσιάζει εξ ολοκλήρου. Παράλληλα, φαίνεται να είναι έντονες οι ροές και η διακίνηση ανθών στις γύρω περιοχές της Ευρώπης, της Κεντρικής και Δυτικής Ευρώπης και της Ασίας που παρουσιάζουν αυξημένες ανάγκες σε εισαγόμενα άνθη (βλέπε Εικ. 32) και σε άνθη πολυτελείας. Η υποβιβασμένη ανθοκομία της περιοχής επεκτείνεται δε, πέραν του εμπορικού τομέα, και στον παραγωγικό κλάδο που στην Ελλάδα αιμορραγεί.

Importers	Value US Dollars	Growth in value 2000–2004	Growth in value 2003–2004	Share in world imports
World	5544720	9	13	100
European Union	3751550	10	10	68
NAFTA	978600	4	15	18
Asia	293889	5	22	5
Central and Eastern Europe	141384	19	49	3

Source: *Tips/AusAID 2005*

Εικ. 32: Μέγεθος Εισαγωγών Ανθών ανά τον Κόσμο

Αναμένεται, λοιπόν, η δημιουργία ενός νέου κέντρου εφοδιασμού και εμπορίας ανθών που να αφιερώσει την λειτουργία του σε άνθη υψηλής προστιθέμενης αξίας

να εκτοξεύσει την βιομηχανία, βελτιώνοντας την ποιότητα και αυξάνοντας τις ροές και τους τζίρους της Ελλάδας από το στάδιο της παραγωγής έως και της πώλησης στον τελικό καταναλωτή. Η Ελλάδα, και συγκεκριμένα ο κόμβος εμπορίας ανθών και φυτών στον Αυλώνα Αττικής, δύναται να αναλάβει αυτόν τον ρόλο και συμβάλει ουσιαστικά και πρακτικά στην βελτίωση της εγχώριας ανθοκομίας αλλά και οικονομίας.

Τα άνθη πολυτελείας που θα διέρχονται των Ελληνικών συνόρων και των γύρω περιοχών μπορεί να τα διεκδικήσει ο Ελληνικός κόμβος αναδεικνύοντας την χώρα σε μία νέα, ανερχόμενη και υποσχόμενη δύναμη της ανθοκομικής βιομηχανίας. Μέσω φόρων, τελειοκρατικών τελών, δημιουργίας θέσεων εργασίας αλλά και φήμης της χώρας σε έναν νέο κλάδο εκτιμάται πως η Ελληνική οικονομία θα επωφεληθεί και θα αποτελέσει μία ανακούφιση από την δεινή θέση στην οποία βρίσκεται.

Επιπλέον, σημαντική αναμένεται να είναι η συμβολή του κόμβου στην ανάκαμψη και υποστήριξη της εγχώριας ανθοκομικής παραγωγής. Ο ελάχιστος αναπτυγμένος κλάδος της Ελληνικής γεωργίας, η ανθοκομία, που έχει υποστεί σοκ από τις υπάρχουσες οικονομικές συνθήκες, οδηγώντας παραγωγούς στην εγκατάλειψη του επαγγέλματος ή στην στροφή σε άλλες καλλιέργειες, θα έχει πλέον ένα ισχυρό κίνητρο για να βελτιωθεί και να παράγει ποικιλία και όγκο ποιοτικών, πιστοποιημένων ανθών και φυτών. Η παραγωγή τους θα έχει την μητρική προστασία και προβολή από τον κόμβο πολυτελών και ποιοτικών ανθών και θα αναδείξει την Ελλάδα σε κράτος παραγωγής υψηλής ποιοτικής αξίας φυτικών στελεχών. Ως στοιχείο του marketing, αλλά και ως αντικειμενική αλήθεια, η πραγματικότητα αυτή θα συμβάλει δραστικά και αποτελεσματικά στην ανάπτυξη του τομέα που βάσει και των φυσικών δεδομένων της χώρας έχει όλες τις προϋποθέσεις για να ακμάσει, να διατηρήσει τους ανθοκαλλιεργήτες της στο επάγγελμα, να δημιουργήσει νέους και να βελτίώσει την ποιότητα παραγωγής όσων το επιδιώξουν.

Προκύπτει, λοιπόν, πως η δημιουργία του κόμβου θα επιδράσει θετικά, άμεσα αλλά και έμμεσα, στην δημιουργία θέσεων εργασίας και επομένως την συγκράτηση της ανεργίας. Πέραν των εργαζομένων στον κόμβο, ο κλάδος της ανθοκομικής παραγωγής, των μεταφορέων, των ανθοπωλών και άλλων εμπλεκόμενων και συνεργαζόμενων τομέων στην αλυσίδα θα ανακάμψουν υποβοηθώντας την ευρύτερη οικονομική ανάκαμψη της χώρας.

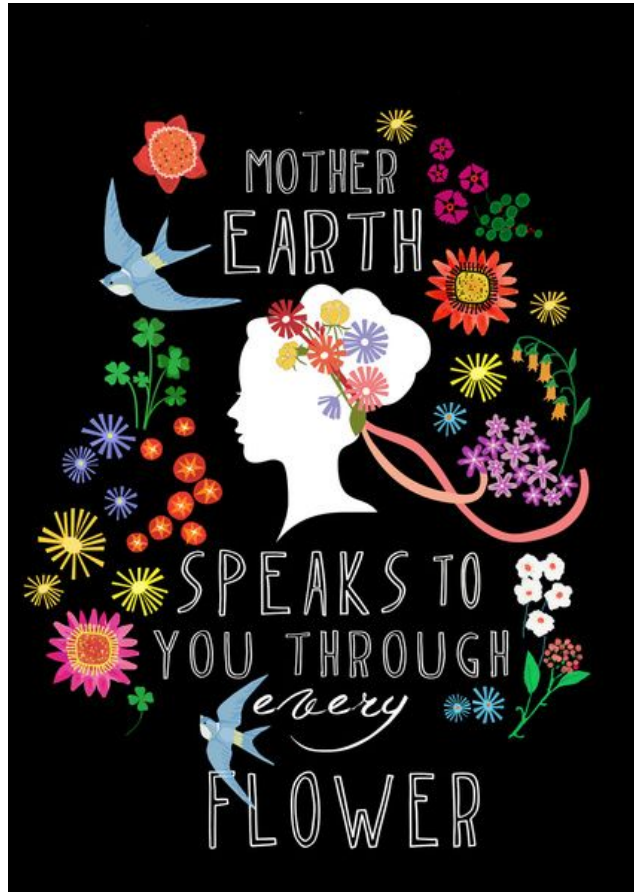
Η ενθάρρυνση και η καθοδήγηση για την σύναψη συνεργειών και ισχυρών συνεργασιών αποτελεί ένα ακόμα όφελος. Ο αγροτικός κόσμος της ανθοκομίας θα εξοικιωθεί πλέον με αυτήν την δομή λειτουργίας της αλυσίδας και θα ακονίσει τις συνεργατικές του ιδιότητες, και την φυσική ανθρώπινη προδιάθεση για συνεργασία, που τείνει να εκλείψει στην αγροτική βιομηχανία. Η καλλιέργεια της κουλτούρας συνεργασίας είναι βασικός στόχος του κόμβου φρονώντας πως αποτελεί και μονόδρομο για την βελτίωση της εγχώριας ανθοκομίας και ευρύτερης αγοράς.

Τα περιβαλλοντικά οφέλη ευελπιστούμε να είναι επίσης αξιόλογα και εμφανή στην Ελληνική γη. Ο κόμβος θα επιζητά και θα απαιτεί την προστασία και τον σεβασμό στο περιβάλλον, συνεργαζόμενος μόνο με παραγωγούς που φέρουν πιστοποιήσεις και αποδεδειγμένα τρέφουν οικολογική και κοινωνική συνείδηση. Η χρήση φωτοβολταϊκών και ανεμογεννητριών θα ενθαρρύνεται να υλοποιείται συνεργατικά λόγω κόστους και ταυτόχρονα θα αποτελεί στόχο η καθιέρωσή τους στην Ελλάδα, μία χώρα που φέρει άφθονο φως και αέρα. Η περιβαλλοντική ευθύνη και συνείδηση του κόμβου θα αποτελέσει κίνητρο για τους εγχώριους παραγωγούς και, ταυτόχρονα, θα συμβάλει στην παγκόσμια τάση για φιλοπεριβαλλοντικές πολιτικές και μεθόδους εντείνοντας την διεθνή πίεση προς αυτήν την κατεύθυνση.

Τέλος, αλλά σημαντικότερα, επιδίωξη του κόμβου θα είναι έμμεσα με την λειτουργία του να τονώσει τον αγροτουρισμό της χώρας. Ουσιαστικά επιδιώκεται η δημιουργία νέων καταναλωτικών "αναγκών" και ως εκ τούτου νέων επιχειρηματικών ευκαιριών και πεδίων επένδυσης στην χώρα. Η ανανεωμένη και ριζικά μεταβαλλόμενη ανθοκομία που ονειρευόμαστε για την Ελλάδα μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης και επισκεψιμότητας για τους, όλο και αυξανόμενους, τουρίστες που δέχεται κάθε χρόνο η Ελλάδα. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού πέραν της ανθοκομίας αφορά και την ελαιοπαραγωγή, την οινοποιία και την παραγωγή βοτάνων, τομείς στους οποίους η χώρα θεωρείται ήδη καταξιωμένη. Διατινόμαστε ότι η τόνωση του αγροτουρισμού δύναται να επεκτείνει την τουριστική περίοδο της χώρας, καθιστώντας την σχεδόν ετήσια, και να συμβάλει δραστικά στην οικονομική ανάκαμψη της Ελλάδας.

Καταλήγοντας, διατηρούμε την αισιοδοξία και την πεποίθηση ότι παρά τις αντίξοες οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες οι ευκαιρίες δεν παύουν να προκύπτουν και να μας καλούν προς αξιοποίηση. Φαίνεται πως για την Ελλάδα

πολλές είναι οι ευκαιρίες που φυτρώνουν από την γη της και το αγροτικό τομέα. Μία τέτοια ευκαιρία και ένα εντοπισμένο κενό στην αγορά κληθήκαμε να αναλύσουμε για να καταλήξουμε με ελπίδα στο συμπέρασμα ότι αξίζει να υλοποιηθεί.





## 9.2 Πρώτες Οικονομικές Εκτιμήσεις

Λαμβάνοντας πληροφορίες για την σύγχρονη αγορά και τις υπηρεσίες της, σύμφωνα με τις μέσες τιμές της υφιστάμενης τιμολόγησης και με ρεαλιστικές εκτιμήσεις περί του νέου εγχειρήματος παρατίθεται παρακάτω η πρώτη οικονομική εκτίμηση για τα βασικά έξοδα, έσοδα και το εν τέλει κέρδος της επιχείρησης. Οι τιμές είναι σύμφωνα με τις τρέχουσες τιμές της αγοράς όπως υποδείχθηκαν μέσω συνεντεύξεων με σχετικούς αρμόδιους φορείς. Οι τιμές, που προέκυψαν από την σύγχρονη και πρόσφατη αναζήτηση, οφείλουμε να αναφέρουμε και να λάβουμε υπ' όψιν, σε όποιο εγχείρημα υλοποίησης ιδεών, ότι μεταβάλλονται διαρκώς όπως και το σύστημα φορολόγησης, ασφάλισης και εργοδότησης λόγω της ασταθούς και δυσμενούς οικονομικής και πολιτικής κατάστασης της Ελλάδας.

### Έξοδα

Η πρώτη εκτίμηση για τα έξοδα του κόμβου πολυτελών ανθών συνίσταται στα εξής:

Στα σταθερά έξοδα:

- Το ενοίκιο της αποθήκης 5.000 τ.μ. στον Αυλώνα Αττικής εκτιμάται στα 5€/τ.μ ανά μήνα. Δηλαδή,  $5.000 \text{ τ.μ.} * 5 \text{ €} * 12 \text{ μήνες} = 300.000 \text{ €/έτος}$ .

- Το κόστος για την μισθοδοσία του εργατικού δυναμικού εκτιμάται πως θα ανέρχεται σε μέσο μισθό των 15.000 € ανά έτος. Δηλαδή,  $13 \text{ εργαζόμενοι} * 15.000 \text{ €} = 195.000 \text{ €/έτος}$ .

Στα μεταβλητά έξοδα:

- Τα λειτουργικά και αναλώσιμα έξοδα του κόμβου βάσει μέσων ισχυουσών τιμών εκτιμώνται σε ένα μέσο ποσό των 6.000 €/ μήνα. Δηλαδή,  $6.000 \text{ €} * 12 \text{ μήνες} = 72.000 \text{ €/έτος}$ .

Τα παραπάνω έξοδα υπολογίζονται στα 567.000 €/ έτος.

<b>Πρώτα Εκτιμώμενα Αποτελέσματα Εξόδων</b>	
Ενοίκιαση	300.000 €/ έτος
Μισθοδοσία	195.000 €/ έτος
Λειτουργικά και Αναλώσιμα	72.000 €/ έτος
Συνολικά Έξοδα	567.000 €/ έτος

### **Έσοδα**

Η πρώτη εκτίμηση για τα έσοδα του κόμβου πολυτελών ανθών συνίσταται στα εξής:

- Εκτιμάται ότι θα διακινούνται ετησίως περί τους 10.000 τόνους ανθών από τον κόμβο. Η μέση τιμή πώλησης ανέρχεται στα 15 €/κιλό, δηλαδή 15.000€/τόνο. Δηλαδή,  $10.000 \text{ τόνοι} * 15.000 \text{ €} = 150.000.000 \text{ €/έτος}$  είναι ο εκτιμώμενος τζίρος του κόμβου. Από αυτό το ποσό το 15% (στις πεισσότερες συναλλαγές) θα αποδίδεται στον κόμβο. Δηλαδή,  $150.000.000 \text{ €} * 15\% = 22.500.000 \text{ €/έτος}$ .

- Εκτιμάται ότι 20 συνεργαζόμενοι παραγωγοί θα επιλέξουν την ενοικίαση ενός τμήματος του κόμβου για αποκλειστική, δική τους αξιοποίηση. Το μέσο ενοίκιο θα ανέρχεται στα 700 €/μήνα. Δηλαδή,  $700 \text{ €} * 20 \text{ παραγωγοί} * 12 \text{ μήνες} = 168.000 \text{ €/έτος}$ .

-Από την ανταπόκριση του λιανικού καταναλωτικού κοινού των 52 Σαββάτων/έτος, που εκτιμώνται σε μέσο όρο 700 ατόμων, και το αντίτιμο του εισιτηρίου των 3 € αναμένονται έσοδα  $52 \text{ Σάββατα} * 700 \text{ άτομα} * 3 \text{ €} = 109.200 \text{ €/έτος}$ .

Τα παραπάνω έσοδα υπολογίζονται στα 22.777.200 €/ έτος.

<b>Πρώτα Εκτιμώμενα Αποτελέσματα Εσόδων</b>	
Πώληση Ανθών	22.500.000 €/έτος
Ενοίκια	168.000 €/ έτος
Λιανική Αγορά Σαββάτου	109.200 €/έτος
<b>Συνολικά Έσοδα</b>	<b>22.777.200 €/ έτος</b>

### **Κέρδος**

Οι πρώτες οικονομικές εκτιμήσεις για τον νέο κόμβο εφοδιασμού και εμπορίας ανθών και φυτών καταλήγουν σε μία εκτίμηση κέρδους της τάξης των 22.777.200 € - 567.000 € = 22.210.200 €/έτος.

**Συνολικά**, βάσει των παραπάνω εκτιμήσεων προκύπτει η παρακάτω, ενθαρρυντική, εκτίμηση.

<b>Πρώτα Εκτιμώμενα Οικονομικά Αποτελέσματα</b>	
Έξοδα	567.000 €/ έτος
Έσοδα	22.777.200 €/ έτος
<b>Κέρδος</b>	<b>22.210.200 €/έτος</b>

### 9.3 Περαιτέρω Στοιχεία προς Διερεύνηση

Στόχος της εργασίας είναι μία πρώτη εκτίμηση σε στρατηγικό επίπεδο της βιωσιμότητας του εγχειρήματος. Από την στιγμή που μία τέτοια επένδυση φαίνεται βιώσιμη, είναι αναγκαίο να γίνει περαιτέρω επεξεργασία και ανάλυση των εξής στοιχείων.

**Προσοχή:** Στα έξοδα της επιχείρησης δεν συνυπολογίζεται η αρχική επένδυση για το πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης, δηλαδή το κόστος των ψυγείων, των θερμαντικών μέσων, των φορτηγών- ψυγείων, των απαραίτητων επίπλων και συσκευών ούτε και οι αποσβέσεις τους, δημιουργώντας ένα αξιόλογο λάθος στους υπολογισμούς που αποτελούν παρα μόνον μία εκτίμηση. Ακόμα, μένει να διερευνηθεί αναλυτικότερα το κόστος επένδυσης για την δημιουργία δημοπρατηρίου, στοιχείου καινοτομίας, και ως εκ τούτου αρκετά άγνωστου πεδίου σε επίπεδο κόστους.

Στα έσοδα της επιχείρησης δεν συνυπολογίζονται τα επιπλέον έσοδα από τις πωλήσεις μέσω δημοπρασιών που επηρεάζονται από, ακόμα πιο, αστάθμητους και μη προβλέψιμους παράγοντες καθιστώντας ιδιαιτέρως δύσκολη την, εκ των προτέρων, εκτίμηση.

Το εκτιμώμενο κέρδος υπολογίστηκε προ της καταβολής φόρων που διαρκώς μεταβάλλονται, όπως και πλήθος οικονομικών δεδομένων που επηρεάζουν το επιχειρείν στην σύγχρονη Ελλάδα.

Κάθε περαιτέρω ανάλυση και αναζήτηση έγκυρων στοιχείων βοηθάει, βελτιώνει και καθιστά πιο έγκυρα τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Ωστόσο, παρά τους αστάθμητους παράγοντες, την επιβολή υψηλής φορολόγησης και το πιθανό λάθος στις εκτιμήσεις το κέρδος που φαίνεται να προκύπτει είναι πολύ υψηλό και ελπιδοφόρο για την επιτυχημένη υλοποίηση και πορεία του νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος στην Ελλάδα.

## Επίλογος

Ποιος δεν έχει προσφέρει και δεχτεί άνθη; Ποιος δεν έχει θαυμάσει την ομορφιά ενός λουλουδιού ενώ ανθίζει και ακμάζει και δεν έχει απογοητευτεί με την σύντομη φθορά του; Σίγουρα οι περισσότεροι από εμάς μπορούμε να ταυτιστούμε με μία τέτοια εικόνα. Πολλοί λιγότεροι ωστόσο, γνωρίζουν τις ιστορίες και τα ταξίδια που ακολουθούν αυτά τα άνθη και φυτά. Συχνά η καταγραφή αυτών των ιστοριών είναι δύσκολη, πολύπλοκη και συνοδευόμενες από πλήθος θλιβερών περιστατικών.

Για να απλουστεύσουμε την περιγραφή μπορούμε να φανταστούμε την πορεία ενός τριαντάφυλλου, του εμπορικότερου άνθους, στα χέρια του αποδέκτη του. Το πιο πιθανό είναι ότι το συγκεκριμένο στέλεχος έχει παραχθεί υπό αδιευκρίνιστες, συχνά άσχημες συνθήκες εργασίας και καταπόνησης του περιβάλλοντος, έχει διανύσει χιλιάδες χιλιόμετρα, που μπορεί να ξεπερνούν την μισή υφήλιο, έχει περάσει από αρκετά χέρια και εμπορικές διαδικασίες και έχει καταλήξει, μετά από διαπραγματεύσεις, σε κάποιο μέσο λιανικής πώλησης που το προωθεί στην αγορά με περίτεχνες τεχνικές του marketing.

Η στοχοποίηση των κακώς κείμενων στην ανθοκομική παγκόσμια βιομηχανία έχει καταστήσει επιτακτική την επικράτηση και προώθηση διαφορετικών τεχνικών και μεθόδων που να συντομεύουν την αλυσίδα αξίας και να θέτουν ως προτεραιότητα την αειφορία του συστήματος. Η προστασία του περιβάλλοντος, ο σεβασμός στα ανθρώπινα και εργατικά δικαιώματα, η αξιοποίηση των σύγχρονων τεχνολογικών και επιστημονικών μέσων, η αειφορική εξέλιξη και επενδύσεις στην ανθοκομία ορίζουν τις νέες κατευθύνσεις στην βιομηχανία που μεταλλάσσεται δυναμικά.

Αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες, αμφότερες πρωταγωνίστριες στον κλάδο του άνθους θέτουν διαφορετικές προτεραιότητες και προσαρμόζονται αναλόγως στις μεταβαλλόμενες συνθήκες. Οι μεν αναπτυγμένες χώρες βρίσκονται αντιμέτωπες με την πρόκληση του αυξημένου κόστους παραγωγής των προϊόντων τους, λόγω αυξημένου εργατικού κόστους και ενεργειακών απαιτούμενων. Αντίθετα, οι προκλήσεις που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι αναπτυσσόμενες χώρες είναι η βελτίωση των οικολογικών και κοινωνικών συνθηκών της παραγωγής, η καλή οργάνωση και υποδομές για τα συστήματα logistics και marketing τους, ωστέ να προωθούν σύντομα και αποτελεσματικά την παραγωγή τους σε τόπους συχνά απομακρυσμένους από την πρωτογενή παραγωγή των

φυτικών στελεχών, και η ένταξη και αποδοχή των σύγχρονων τεχνολογικών μέσων που συνήθως απαιτούν σημαντικές οικονομικές επενδύσεις.

Μέσα σε αυτό το γενικό κλίμα της ανθοκομικής βιομηχανίας και αγοράς εντοπίσαμε μία αναδυόμενη ευκαιρία για την Ελληνική οικονομία. Το πολλά υποσχόμενο Ελληνικό γεωργικό έδαφος, που έχει αξιοποιηθεί πολύ περιορισμένα στην ανθοκομία, και οι ζηλευτές γεωγραφικές συντεταγμένες της χώρας την καθιστούν ικανή και υποψήφια για την δημιουργία και φιλοξενία ενός νέου δυναμικού κόμβου εμπορίας και εφοδιασμού πολυτελών ανθών και φυτών.

Η περιοχή της Αττικής, τόπος παραδοσιακά αγροτικός με ευκολία πρόσβασης από στεριά, αέρα και θάλασσα δύναται να αναδυχθεί στο νέο παγκόσμιο κέντρο διανομής πολυτελών ανθών. Η εν λόγω περιοχή μπορεί να εξυπηρετεί τις ανάγκες σε αγοραπωλησίες ανθών παραγωγών και αγοραστών που προέρχονται από την Ευρώπη, την Ασία, την Αφρική, την ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων και της ανατολικής Μεσογείου, ενώ για πιο εξεζητημένες ανάγκες και αγορές μπορεί να διατηρεί συνεργασίες και με μακρυνότερες αγορές, όπως αυτές τις νοτίου Αμερικής και της ανατολικής Ασίας.

Στην παρούσα διπλωματική μεταπτυχιακή εργασία, και κρίνοντας τα σημεία στα οποία συγκλίνει, παρατηρούμε την αρχή και τον εντοπισμό νέων ευκαιριών στην παγκόσμια και Ελληνική βιομηχανία. Η παραπάνω μελέτη δεν είναι παρά μόνον η αφορμή και το εναρκτήριο έναυσμα και ερέθισμα για περαιτέρω και εκτενέστερες μελέτες και προβληματισμούς. Η προοπτική ανάπτυξης νέων διατριβών και αναζητήσεων είναι πάντα ελπιδοφόρα και πλουσιοπάροχη προϋποθέτοντας κριτική σκέψη, ανάλυση της υφιστάμενης πραγματικότητας και βασιζόμενη στις διαχρονικές θεμελιώδεις αρχές της αγοράς και των κοινωνιών.

Κλείνοντας, διατηρούμε και τρέφουμε την ελπίδα για υλοποίηση των σχεδίων και για επένδυση, ανάπτυξη και άνθιση της Ελληνικής ανθοκομίας. Ενθαρρύνουμε και ευελπιστούμε σε συνέχεια νεότερων μελετών σε αυτήν την κατεύθυνση και ισχυροποίηση της ερευνητικής διαδικασίας με στόχους υλοποιήσιμους, καινοτόμους και αναπτυξιακούς. Διατηρούμε την πεποίθηση μιας ισχυρής ανθοκομικής βιομηχανίας στην χώρα και ασπαζόμαστε την ευθύνη για πρωτοβουλία και δράση προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης.

Τα πάντα υπήρξαν αδύνατα πριν υλοποιηθούν. Κανένα λουλούδι δεν άνθισε προτού φυτευτεί. Ας δράσουμε.





## Βιβλιογραφία

### Ξένη Βιβλιογραφία

- Andersen, I. 2015. Nature Plants. International Union for Conservation of Nature.
- Baourakis, G., M. Marko, E. Tsakiridou and I. Tzimitra- Kalogianni. 2001. The Floriculture Market and its Relation to Consumer Behaviour: a Greek perspective.
- Barrett, H., Ilbery B., Browne A., Binns T. 1999. Globalization and the changing networks of food supply: The importation of fresh horticultural produce from Kenya into the UK. Royal Geographical Society (with The institute of British Geographers).
- Barrientos, S., Dolan C., Tattontire A. 2003. A gendered value chain approach to codes of conduct in African horticulture. World Development Vol. 31, No. 9, pp. 1511- 1526. 2003.
- Belussi, F., Sedita S. 2013. The Symbiotic Division of Labour between Heterogeneous Districts in the Dutch and Italian Horticultural Industry. SAGE. Urban Studies Journal Foundation.
- BTC Trade for Development (Belgian Development Agency). 2010. The European Market for Fair and Sustainable Flowers and Plants.
- Getu, M. 2009. Ethiopian Floriculture and its Impact on the Environment: Regulation, Supervision and Compliance. Mizan Law Review. Vol. 3 No. 2, September 2009.
- Gibson, P., Dunn L., Lloveras I. 2008. Strategic Implications for firms competing in the supply of highly perishable goods- A case study in cut flowers. 2008 Oxford Business and Economics Conference Program.
- Hale, A., Opondo M. 2005. Humanising the Cut Flower Chain: Confronting the realities of flower production for workers in Kenya. Editorial Board of Antipode.
- Hall, T., Dennis J., Lopez R., Marshall M. 2009. Factors Affecting Growers' Willingness to Adopt Sustainable Floriculture Practices. HortScience Vol. 44 (5): 1346- 1351. 2009

- Hall, T., Lopez R., Marshall M., Dennis J. 2010. Barriers to adopting sustainable floriculture certification. *HortScience* 45 (5): 778- 783. 2010.
- Haydu, J., Hodges A., Montenegro D. 1992. Bolivia's emerging cut- flower industry: A performance assessment. *HortScience* 27 (12): 1319- 1322. 1992.
- Heide, M., Silvis H., Heijman W. Agriculture in the Netherlands: Its recent past, current state and perspectives. Agroiinform Publishing House, Budapest, Hungary.
- Hivor. 2012. Power of the Fair Trade Flower.
- Holt, D., Watson A. 2007. The dilemma of "Flower" Miles. Sustainable Social and Ecosystem Stewardship. International Conference of the Greening of Industry Network. June 15- 17, 2007. Wilfrid Laurier University, Waterloo, Ontario, Canada.
- Holt, D., Watson A. 2008. Exploring the dilemma of local sourcing versus international development- the case of the flower industry. *Business Strategy and the Environment* 17, 318- 329 (2008).
- Hughes, A. 2000. Retailers, knowledges and changing commodity networks: the case of the cut flower trade. *Geoforum* 31 (2000) 175- 190.
- Lemonick, M. 2009. Top 10 Myths about Sustainability. *Scientific American* 9 Mar 2009.
- Malindretos, G., Moschuris S., Folinas D. 2015. Cut- Flowers Supply Chain and Logistics. The Case of Greece. *International Journal of Research in Management and Business Studies* Vol. 2 Issue 1 Jan.- Mar. 2015.
- Martsynovska, O. 2011. Global floriculture industry value chain. Position of the Ukranian firms in the floriculture business. Lund Univerirsity, Ukraine.
- Mather, Ch. 2008. Value Chains and Tropical Products in a Changing Global Trade Regime. University of the Witwatersrand, South Africa. Issue Paper No. 13
- Michael, D. Life Cycle Assessment of Waxflowers (*Chamelaucium spp.*).
- Pater- Campillo, A. 2011. Transforming global commodity chains: Actor strategies, regulation, and competitive relations in the Dutch cut flower sector. *Economic Geograpy* 87 (1): 79- 99. 2011.
- Pedrosa Filho, M. X.. Changes in the Governance of the French Market fot Cut Flowers: Challenges and Opportunities for Foreign Suppliers. SupAgro, Montpellier, France.

- Rabobank Industry. 2015. World Floriculture Map 2015. Note #475
- Reid, M. 2005. Trends in flower marketing and postharvest handling in the United States. Departement of Environmental Horticulture. University of California, USA.
- Riisgaard, L. 2007. Global value chains labour organisation and private social standards: Lessons from East African cut flower industries. SAFE policy brief No. 4.
- Sahle, A., Potting J. 2012. Environmental life cycle assessment of Ethiopian rose cultivation. *Science of the Total Environment* 443 (2013) 163- 172.
- Silvis, H. J., Leenstra F. 2009. Prospects for the agricultural sector in the Netherlands: Economic and Technological explorations. LEI Wageningen UR.
- Vries, W. 2010. Qualitative Comparison of Dutch and Ethiopian Rose Production Systems: Why Dutch Rose Growers move to African Nations and what Consequences does this migration have?. University of Groningen, Holland.

## Ελληνική Βιβλιογραφία

- Ανθαγορά Αγ. Αθανασίου, Βόρειας Ελλάδος.
- Ανθαγορά Προμπονά, Αττικής.
- Εργαστήριο Προστασίας και Αξιοποίησης Αυτοφύων και Ανθοκομικών Ειδών, ΕΘΙΑΓΕ.
- Παπαφωτίου, Μ. 2009. Ελληνική Ανθοκομία Φιλική προς το Περιβάλλον και για το Περιβάλλον. Πρακτικά 23ου Συνεδρίου της Ελληνικής της Επιστήμης των Οπωροκηπευτικών -Τεύχος Β, 2009. Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Ελλάδα.
- ΥπΑΑΤ (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Γραφείο Γενικού Γραμματέα). 2007. Προοπτικές Ανάπτυξης Τομέα Ανθοκομίας (Με βάση προτάσεις και συμπεράσματα Περιφερειακών μελετών νέας ΚΑΠ).