



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ,  
«ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΛΟΥΙΖΑ Α. ΠΑΣΧΟΥ**

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΣΤΑΔΑΣ (CLUSTER) ΒΙΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

**ΠΑΥΛΟΣ ΚΑΡΑΝΙΚΟΛΑΣ**

ΑΘΗΝΑ 2015



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΛΟΥΙΖΑ Α. ΠΑΣΧΟΥ**

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΣΤΑΔΑΣ (CLUSTER) ΒΙΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

**ΠΑΥΛΟΣ ΚΑΡΑΝΙΚΟΛΑΣ**

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ  
**ΚΩΝ/ΝΟΣ ΤΣΙΜΠΟΥΚΑΣ,**  
**ΠΑΥΛΟΣ ΚΑΡΑΝΙΚΟΛΑΣ,**  
**ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΒΛΑΧΟΣ**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>1</b>	<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>ABSTRACT</b> .....	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>ΣΥΣΤΑΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - CLUSTERS</b> .....	<b>9</b>
4.1	Αρχική αναφορά της έννοιας των clusters - Alfred Marshall .....	11
4.2	Το μοντέλο Διαμάντι του Porter (Porter's Diamond Model) .....	12
4.3	Braun, Williams & Lowe .....	14
4.4	Theus & Zeng .....	14
4.5	Δομές στην Ελλάδα .....	15
4.6	Δομές στο Εξωτερικό .....	21
<b>5</b>	<b>ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ</b> .....	<b>25</b>
5.1	Παραγωγή .....	26
5.2	Διαφοροποιήσεις σε Τύπους και Τιμές Ελαιολάδου .....	28
5.3	Τιμές Παραγωγού .....	32
5.4	Παράγοντες που επηρεάζουν την παραγωγή Ελαιολάδου .....	33
5.5	Μέθοδοι Παραγωγής ελαιολάδου & Ελαιοτριβεία .....	37
5.6	Ανάλυση αγοράς .....	40
<b>6</b>	<b>ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ CLUSTER – ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΥΛΩΝΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ</b> .....	<b>61</b>
6.1	Θεσμικό Πλαίσιο Λειτουργίας – Φορέας Διαχείρισης Cluster .....	61
6.2	Επιλογές Νομικής Μορφής Φορέα Διαχείρισης .....	62
6.3	Επιλογές Χρηματοδότησης .....	63
<b>7</b>	<b>CLUSTER ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ</b> .....	<b>66</b>
7.1	Περιβάλλον εγκατάστασης του Cluster .....	66
7.2	Παραδοχές οικονομικού μοντέλου .....	68
7.3	Οικονομικές προβλέψεις .....	73
<b>8</b>	<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b> .....	<b>75</b>
8.1	Βιβλιογραφία .....	75
8.2	Διαδικτυακοί Τόποι .....	77
8.3	Λοιπά Δίκτυα Cluster στην Ελλάδα .....	78
8.4	Λοιπά Δίκτυα Cluster στο Εξωτερικό .....	85

## ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1: Περιοχές στην Ευρώπη με τον μεγαλύτερο δείκτη τοπικής εξειδίκευσης .....	20
Πίνακας 2: Γεωγραφική Διασπορά Παραγωγής Ελαιόδεντρων .....	26
Πίνακας 3: Κατάλογος προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ) & προϊόντων προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης (ΠΓΕ) στα πλαίσια του Καν. (ΕΟΚ) αριθ. 510/06 του Συμβουλίου .....	30
Πίνακας 4: Εισαγωγές Ελαιολάδου & Πυρηνελαίου Διεθνώς (τόνοι).....	41
Πίνακας 5: Δημοφιλή προϊόντα στη Κίνα ανά πόλη ενδιαφέροντος .....	50
Πίνακας 6: Στρ. βιολογικής καλλιέργειας ελιάς ενταγμένα στο πρόγραμμα επιδότησης ανά Δ/Δ Ν. Ηλείας ...	67
Πίνακας 7: Εκτίμηση Πωλήσεων ανά έτος.....	69
Πίνακας 8: Εκτίμηση Κόστους Πωλήσεων .....	71
Πίνακας 9: Αριθμός και τύπος Προσωπικού, ανά έτος λειτουργίας.....	71
Πίνακας 10: Λοιπά Λειτουργικά Έξοδα.....	71
Πίνακας 11: Έξοδα Αρχικής Εγκατάστασης .....	72
Πίνακας 12: Αποτελέσματα Εκμεταλλεύσεως .....	73
Πίνακας 13: Διάθεση Αποτελεσμάτων .....	73
Πίνακας 14: Ισολογισμός .....	74
Πίνακας 15: Ταμειακές Ροές & Διαθέσιμα .....	74
Πίνακας 16: Ευρωπαϊκά Clusters στο τομέα της Γεωργίας .....	87

## ΣΧΗΜΑΤΑ

Σχήμα 1: Τυπική Μορφή ενός Cluster .....	10
Σχήμα 2: Το Διαμάντι του Porter .....	12
Σχήμα 3: Το cluster οίνου της πολιτείας της Καλιφόρνιας .....	22
Σχήμα 4: Το cluster οίνου της Νότιας Αυστραλίας.....	24
Σχήμα 5: Συμμετοχή επιδοτήσεων στην παραγωγή ελαιόδεντρων, ως % των εσόδων.....	26
Σχήμα 6: Διάρθρωση Ελαιώνων.....	27
Σχήμα 7: Διακύμανση τιμών παραγωγού .....	33
Σχήμα 8: Επιδότηση ανά Εκτάριο .....	36
Σχήμα 9: Τεχνολογία Ελαιοτριβείων .....	38
Σχήμα 10: Μέσος όρος εξόδων παραγωγής ελαιολάδου ανά τύπο ελαιοτριβείου .....	39
Σχήμα 11: % Κατανάλωσης Ελαιολάδου ΕΕ .....	42
Σχήμα 12: Κατά κεφαλήν κατανάλωση Ελαιολάδου (κιλά / έτος) .....	42
Σχήμα 13: Προϊόντα / Μερίδια αγοράς ΗΠΑ.....	48

## ΕΙΚΟΝΕΣ

Εικόνα 1: Ελαιώνας Μαζικής Παραγωγής στην Ανδαλουσία.....	27
Εικόνα 2: Ελαιόλαδο Lamda.....	52
Εικόνα 3: Ελαιόλαδο FIVE Olive Oil .....	52
Εικόνα 4: Ελαιόλαδο Moria Elea .....	53
Εικόνα 5: Ελαιόλαδο Eirini Plomariou .....	53
Εικόνα 6: Ελαιόλαδο Jordan Olivenol:.....	54
Εικόνα 7: Ελαιόλαδο Charisma .....	54
Εικόνα 8: Frantoio Franci .....	56
Εικόνα 9: Titone – Azienda Agricola Biologica .....	56
Εικόνα 10: Trappeto di Caprafico - Az. Agr. Tommasso Masciantonio .....	57
Εικόνα 11: Χάρτης Νομού Ηλείας.....	66
Εικόνα 12: Διαδικτυακή Πλατφόρμα Ευρωπαϊκού Παρατηρητήριου για τα Clusters .....	86

Η αυξανόμενη δημοτικότητα της υγιεινής μεσογειακής διατροφής στις οικονομικά αναπτυγμένες χώρες, έχει υπερδιπλασιάσει τη ζήτηση για το ελαιόλαδο διεθνώς κατά τη διάρκεια των τελευταίων 20 ετών. Παρ' όλα αυτά, η Ελλάδα ως η τρίτη χώρα παγκοσμίως σε μεγέθη παραγωγής (μετά την Ισπανία και την Ιταλία), παρά την αναγνωρισμένη ποιότητα ελαιολάδου που παράγει, εμφάνισε αδυναμία εξασφάλισης αντίστοιχης αύξησης στο μερίδιό της.

Παράλληλα, οι επικείμενες εξελίξεις, όσον αφορά τις επιδοτήσεις και τη σταδιακή μείωσή τους, αναμένεται να επηρεάσουν περαιτέρω τα μεγέθη της εγχώριας παραγωγής τα επόμενα χρόνια. Η σταδιακή μείωση των επιδοτήσεων θα πλήξει πρωτίστως τους μικρούς παραγωγούς, οι οποίοι δεν θα είναι σε θέση να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες εταιρείες σε επίπεδα κόστους παραγωγής. Ως αποτέλεσμα, σύμφωνα με διεθνώς αναγνωρισμένες πηγές<sup>1</sup>, η ελληνική παραγωγή ελαιολάδου αναμένεται να μειωθεί σε 280.000 τόνους το 2020, σε σύγκριση με τον ετήσιο μέσο όρο των 310.000 τόνων κατά τα τελευταία 5 χρόνια, ενώ αντίστοιχα, η παγκόσμια ζήτηση για την ίδια περίοδο, αναμένεται να αυξηθεί.

Σε αυτό το οικονομικό περιβάλλον, οι επιχειρηματικοί συνεργατικοί σχηματισμοί (Clusters) στον κλάδο παραγωγής ελαιολάδου, μπορεί να αποτελέσουν μίαν αποφασιστική στρατηγική επιβίωσης για τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. Στην Ελλάδα, όποιοι σχηματισμοί έχουν αναπτυχθεί από το παρελθόν, είχαν προκύψει στο πλαίσιο υλοποίησης κοινοτικών προγραμμάτων, κυρίως μέσω προγραμμάτων ΕΣΠΑ, των οποίων βασικός σκοπός, ήταν η συνεργασία των επιχειρήσεων για το χρονικό διάστημα τήρησης των προδιαγραφών του κοινοτικού προγράμματος που είχαν ενταχθεί.

Η παρούσα μελέτη φιλοδοξεί να αναδείξει την ωφέλεια που μπορεί να προσφέρει η λειτουργία ενός cluster στον κλάδο παραγωγής ελαιολάδου, μέσω της σύστασης ενός φορέα διαχείρισης, υπό την μορφή Κεφαλαιουχικής Εταιρίας (Α.Ε.), η οποία θα λειτουργεί με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια και με βασικό της μέλημα, την διείσδυση στις αγορές του εξωτερικού. Στο πλαίσιο αυτό, εκπονείται ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό και χρηματοοικονομικό σχέδιο με ορίζοντα οκταετίας, με σκοπό την ανάλυση του προσδοκώμενου οφέλους του εγχειρήματος.

**Λέξεις κλειδιά:** Ελαιόλαδο, παραγωγή ελαιολάδου, εξαγωγή ελαιολάδου, Cluster ελαιολάδου, συστάδα ελαιολάδου, σύμπλεγμα ελαιολάδου, επιχειρηματικό σχέδιο ελαιολάδου

---

<sup>1</sup> *Olive Oil – Sectoral Report, (2015), Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας*

## 2 ABSTRACT

The growing popularity of healthy Mediterranean diet in economically developed countries has more than doubled the demand for olive oil worldwide, during the past 20 years. Greece, the third largest producer in the world (behind Spain and Italy) failed to benefit from the global growth in olive oil demand, despite its worldwide recognized quality of olive oil.

Moreover, the forthcoming developments regarding EU subsidies (gradual reduction) is expected to further affect the domestic production figures in the upcoming years. The gradual reduction of subsidies will mainly affect small producers, who will not be able to compete with larger companies in terms of production costs. As a result, according to well internationally recognized sources<sup>2</sup>, Greek olive oil production is expected to fall to 280,000 tons in 2020, compared to the annual average of 310,000 tons in the last five years, while the global demand respectively for the same period is expected to increase.

In this economic environment, business clusters in the olive oil industry, can provide a solid strategic survival plan for the interested parties. In Greece during the past years, most of Business Clusters were formed within the scope of EU funding (mainly through the NSRF programs), and their main purpose was their compliance with the terms and requirements of the program that were included in.

This study aims to highlight the benefits of cluster formation in the sector, through the establishment of a managing authority in the form of a corporation (S.A.), which will act on the basis of profit making, by penetrating the international markets. For this purpose, an eight-year comprehensive business plan was developed, in order to analyze the expected economic benefits of the project.

**Keywords:** Olive oil, olive oil production, olive oil exporting, olive oil cluster, olive oil business plan

---

<sup>2</sup> *Olive Oil – Sectoral Report, (2015), National Bank of Greece*

Σκοπός της εργασίας είναι η παρουσίαση ενός επιχειρησιακού μοντέλου λειτουργίας για τα δίκτυα cluster στον κλάδο παραγωγής ελαιολάδου, για την ανάλυση της οικονομικής βιωσιμότητάς του. Το προτεινόμενο επιχειρηματικό σχέδιο παρουσιάζει τη δημιουργία ενός cluster παραγωγών ελαιολάδου, σκοπός του οποίου είναι η δημιουργία και προώθηση ενός κοινού προϊόντος, βιολογικού ελαιολάδου, στο εξωτερικό. Η διαχείριση και προώθηση του κοινού προϊόντος θα πραγματοποιηθεί μέσω της δημιουργίας ενός Φορέα Διαχείρισης, του cluster, υπό την μορφή κεφαλαιακής εταιρείας (Α.Ε.).

Για το σκοπό αυτό, πραγματοποιήθηκε επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας επί του αντικείμενου των clusters (Κεφάλαιο 4). Εντός της επισκόπησης, πραγματοποιήθηκε ανάλυση της μορφής ενός τυπικού cluster και παρουσίαση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που τα διέπουν. Στην πορεία, παρουσιάστηκαν τα σημαντικότερα παραδείγματα δικτύων, με αντικείμενο την πρωτογενή παραγωγή (Cluster Οίνου Καλιφόρνιας και Cluster Οίνου Αυστραλίας), καθώς και τα πιο δημοφιλή παραδείγματα σε εγχώριο επίπεδο.

Ακολούθως, πραγματοποιήθηκε ανάλυση του ελαιολάδου, όσον αφορά στα χαρακτηριστικά της παραγωγής στην Ελλάδα έναντι των λοιπών ανταγωνιστριών χωρών, κατά την οποία παρουσιάστηκαν οι παράγοντες που την επηρεάζουν, οι διάφοροι τύποι και οι τιμές που αντιστοιχούν (Κεφάλαιο 5). Στο πλαίσιο ανάλυσης της παραγωγής, παρουσιάστηκαν οι διάφοροι μέθοδοι καλλιέργειας των ελαιοδέντρων, καθώς και οι διάφοροι μέθοδοι έκθλιψης του καρπού για την παραγωγή του ελαιολάδου.

Στη συνέχεια, παρουσιάστηκε η ανάλυση της αγοράς του ελαιολάδου τόσο σε εγχώριο, όσο και σε διεθνές επίπεδο (Κεφάλαιο 5.6). Στο πλαίσιο, αυτό πραγματοποιήθηκε παρουσίαση των μεγεθών κατανάλωσης ανά τύπο ελαιολάδου σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο (Ευρωπαϊκή Ένωση, Ιταλία, Ισπανία, & Γερμανία, Αμερική και Κίνα), στο οποίο αναλύθηκαν τα κανάλια διανομής, τα βασικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών, οι καταναλωτικές προτιμήσεις, ενδεικτικά επώνυμα προϊόντα και οι εκάστοτε τιμολογιακές πολιτικές. Τέλος, εντός της συγκεκριμένης ενότητας, παρουσιάστηκαν οι κύριοι ανταγωνιστές, προϊόντα, τόσο σε εγχώριο, όσο και σε διεθνές επίπεδο ανά διαφορετική ποιότητα.

Στο Κεφάλαιο 6, πραγματοποιήθηκε ανάλυση του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας ενός cluster μέσω της δημιουργίας ενός φορέα διαχείρισης. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάστηκαν οι επιλογές της νομικής μορφής που δύναται να λάβει (π.χ. Συνεταιρισμός, Κοινοπραξία, Κεφαλαιουχική Εταιρεία κ.τ.λ.), καθώς και τα χαρακτηριστικά λειτουργίας του, όπως αποτυπώνονται από την επίσημη βιβλιογραφία. Στο ίδιο κεφάλαιο, παρουσιάστηκαν επίσης και οι επιλογές χρηματοδότησης του εγχειρήματος.

Στην πορεία, πραγματοποιήθηκε μια γενική περιγραφή με τα τοπικά χαρακτηριστικά του δικτύου και την περιοχή εγκατάστασης και στη συνέχεια, αποτυπώθηκε η χρηματοοικονομική ανάλυση του επιχειρησιακού σχεδίου (Κεφάλαιο 7). Το επιχειρησιακό σχέδιο περιέχει ανάλυση και περιγραφή όλων των στοιχείων και δεδομένων που συνθέτουν εν τέλει τις οικονομικές προβλέψεις για την

οικονομική θέση του φορέα διαχείρισης του δικτύου, για τα επόμενα οκτώ έτη. Η ανάλυση του επιχειρησιακού σχεδίου περιλαμβάνει εκτιμήσεις και παραδοχές καθώς και ανάλυση των:

- Κόστους αρχικής εγκατάστασης
- Απαιτούμενων αρχικών κεφαλαίων (Χρηματοδότηση και Ίδια Κεφάλαια)
- Τιμολογιακής πολιτικής
- Επιπέδων εσόδων
- Κόστους πρώτων υλών και κόστους πωληθέντων
- Λειτουργικών εξόδων
- Κεφαλαίου Κινήσεως (αποθέματα, απαιτήσεις, προμηθευτές)
- Χρηματοοικονομικών εξόδων
- Φορολογικών Εξόδων
- Αποσβέσεων

Τέλος, παρουσιάζονται συνοπτικά οι οικονομικές καταστάσεις του Φορέα Διαχείρισης (Αποτελέσματα Εκμεταλλεύσεως, Διάθεση Αποτελεσμάτων, Ισολογισμός και Κατάσταση Ταμειακών Ροών) σε επίπεδο προβλέψεων για τα επόμενα οκτώ έτη.



## 4 ΣΥΣΤΑΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - CLUSTERS

Οι συστάδες επιχειρήσεων – clusters, σύμφωνα με τον ορισμό του Michael Porter, είναι<sup>3</sup>: «...γεωγραφικά γειτνιάζουσες επιχειρήσεις και άλλοι φορείς, όπως, πανεπιστήμια, που αλληλεπιδρούν με την βοήθεια της τεχνολογίας για την υλοποίηση ενεργειών σε συγκεκριμένους τομείς». Κατά κύριο λόγο, αποτελούνται από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο δραστηριότητας (οριζόντια clusters) ή σε διαφορετικούς κλάδους της διαδικασίας παραγωγής, ανήκουν δηλαδή, στην ίδια εφοδιαστική αλυσίδα (κάθετα clusters). Οι επιχειρήσεις αυτές ονομάζονται είτε «επιχειρήσεις-εταίροι», είτε «επιχειρήσεις κορμού». Οι συστάδες επιχειρήσεων εντοπίζονται σε συγκεκριμένη γεωγραφικά περιοχή, καθώς η γειτνίαση διευκολύνει την επικοινωνία, τις διαμεταφορές, αλλά και την αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Αν όμως οι επιχειρηματικές συναλλαγές δεν επηρεάζονται από τη γεωγραφική απόσταση, οι συστάδες δύνανται να αναπτυχθούν σε μεγαλύτερο γεωγραφικά εύρος. Έτσι, υπάρχουν συστάδες σε τοπικό, υπερτοπικό, εθνικό, αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Συστάδες μπορεί ακόμα να αναπτυχθούν σε αστικό ή αγροτικό περιβάλλον.

Οι λόγοι που μπορεί να οδηγήσουν τις επιχειρήσεις να συνασπιστούν σε κάποιο Cluster ενδέχεται να είναι:

- 1) Για να αναδείξουν τοπικά προϊόντα που παράγονται από διαφορετικούς μικρούς παραγωγούς σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Οι τοπικές επιχειρήσεις συνεργάζονται για να τυποποιήσουν τα προϊόντα τους, να αναπτύξουν κοινό σύστημα διαχείρισης ποιότητας ή άλλα σχετικά συστήματα, να αναπτύξουν κοινή εμπορική πολιτική και δυνητικά να μπορέσουν να εισέλθουν μαζί σε νέες αγορές.
- 2) Για να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό ιδίως από μεγάλες και ισχυρές επιχειρήσεις. Η συνεργασία έγκειται στον κοινό τρόπο προβολής και διαφήμισης, στην διοργάνωση εκδηλώσεων και στην παροχή υποστηρικτικών υπηρεσιών.

Γενικότερα, τα Clusters μπορούν να συμβάλλουν καταλυτικά στην ενίσχυση της ανταγωνιστικής δυναμικής επιχειρήσεων συγκεκριμένων κλάδων και να τις οδηγήσουν στην κορυφή, παρότι αντιμετωπίζουν έντονο διεθνή ανταγωνισμό. Σε διεθνές επίπεδο, τα clusters εμπεριέχουν, εκτός από τις επιχειρήσεις, κυβερνητικούς και άλλους οργανισμούς, όπως πανεπιστήμια, φορείς τυποποίησης, ινστιτούτα επαγγελματικής κατάρτισης και εμπορικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί παρέχουν εξειδικευμένη κατάρτιση, εκπαίδευση, πληροφόρηση, έρευνα και τεχνολογική υποστήριξη.

Προκειμένου ένα Cluster να θεωρηθεί επιτυχημένο, θα πρέπει να υλοποιεί αποτελεσματικότερα δράσεις, που θέλουν να προωθήσουν οι επιχειρήσεις – εταίροι. Στόχος είναι η ενδυνάμωση των επιχειρήσεων – εταίρων που ανήκουν στο Cluster, αλλά και του εξωτερικού περιβάλλοντος, από το οποίο το Cluster αντλεί πόρους και δεξιότητες.

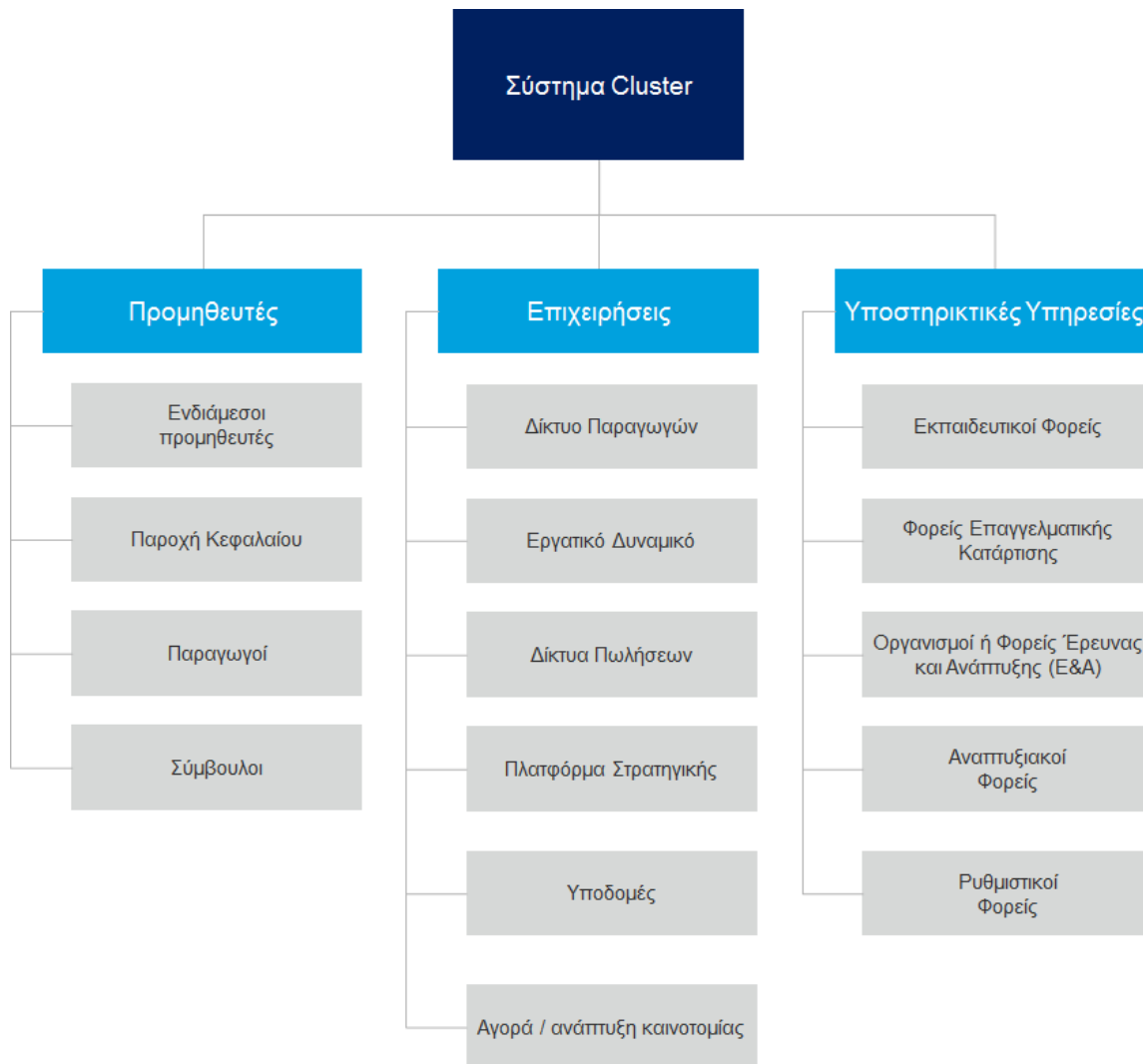
Σύμφωνα με τον EOMMEX<sup>4</sup>, η συστάδα προέρχεται από τις επιχειρήσεις που την απαρτίζουν,

<sup>3</sup> Porter, Michael E.(1990), *Clusters and the New Economics of Competition*, Free Press, New York.

<sup>4</sup> EOMMEX – Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις “Εγχειρίδιο «Συστημάτων-Συστάδων» Επιχειρήσεων (clustering) Δικτύων Επιχειρηματικότητας (networking)” – 2009

αποτελεί όμως μια ξεχωριστή λειτουργική οντότητα, θεσμοθετημένη ή μη. Κάθε επιτυχημένη συστάδα - cluster υλοποιεί αποτελεσματικότερα δράσεις, που είτε οι επιχειρήσεις - εταίροι τις προωθούσαν αυτόνομα, είτε δεν τις προωθούσαν καθόλου. Στόχος είναι η ενδυνάμωση των επιχειρήσεων – εταίρων της συστάδας, αλλά και του εξωτερικού περιβάλλοντος, από το οποίο η συστάδα αντλεί πόρους και δεξιότητες.

**Σχήμα 1: Τυπική Μορφή ενός Cluster<sup>5</sup>**



Σύμφωνα με την μελέτη<sup>6</sup> του Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας (νυν Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού), οι επιχειρήσεις που δικτυώνονται, έχουν καλύτερα αποτελέσματα από άλλες, που δεν αναπτύσσουν αντίστοιχη δραστηριότητα. Η συμμετοχή σε συνεργατικούς σχηματισμούς, προωθεί τη διάχυση της πληροφορίας, ενθαρρύνει την ανάπτυξη της γνώσης και αντισταθμίζει τα εσωτερικά ελλείμματα πόρων και ικανοτήτων των επιχειρήσεων. Οι συστάδες παρουσιάζουν μια σειρά από πλεονεκτήματα, όπως την ταχύτερη

<sup>5</sup> Edward M. Bergman and Edward J. Feser. Βιομηχανικές και Περιφερειακές Συστάδες: Έννοιες και Συγκριτική Εφαρμογή. Morgantown, WV: WVU Regional Research Institute Web Book, 1999.

<sup>6</sup> «Προετοιμασία Δράσεων για την ενίσχυση των Ελληνικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων για Σύσταση ή/και Επέκταση Επιχειρηματικών Συνεργατικών Σχηματισμών ή αλλιώς Συστάδων Επιχειρήσεων (clusters) με Οριζόντιες ή και Κάθετες Διασυνδέσεις με Έμφαση στο Εμπόριο» - 2013

πρόσβαση σε προϊόντα και λύσεις καινοτομίας, μέσω των ενεργών συνεργασιών με ερευνητικά ιδρύματα και πανεπιστήμια. Παράλληλα, τα clusters παρέχουν τη δυνατότητα στα μέλη τους να αυξήσουν την παραγωγικότητά τους, μέσω της ύπαρξης εξειδικευμένων πόρων και ανθρώπινου δυναμικού. Επιπλέον, οι συγκεκριμένοι σχηματισμοί παρουσιάζουν καλύτερους δείκτες εξωστρέφειας, δεδομένης της ευκολότερης πρόσβασης στις αγορές του εξωτερικού. Τέλος, σύμφωνα με την μελέτη, τα clusters ενθαρρύνουν τη νέα επιχειρηματικότητα, καθώς δημιουργούν το κατάλληλο περιβάλλον προστασίας για τις νέες επιχειρήσεις, ενώ παράλληλα ενθαρρύνουν την μετεγκατάσταση των υφιστάμενων επιχειρήσεων, λειτουργώντας ως πόλος έλξης.

Σύμφωνα με την ίδια μελέτη, οφέλη από την λειτουργία των συστάδων παρουσιάζονται και σε επίπεδο τοπικών κοινωνιών, τα οποία περιλαμβάνουν την μείωση των δεικτών ανεργίας, καθώς και την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, μέσω της προσέλκυσης επενδύσεων, την προώθηση της συλλογικής μάθησης και καινοτομίας και μέσω της εφαρμογής της συνδυασμένης γνώσης.

Στην πράξη, υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από συνεργατικούς σχηματισμούς (clusters): Το 2002, ο Giulio Bottazzi, παρουσίασε<sup>7</sup> τις ακόλουθες μορφές clustering για την Ιταλική οικονομική δραστηριότητα: Οριζόντια Διαφοροποιημένη (π.χ. προϊόντα πολυτελείας "Made in Italy"), Κάθετα Διασπασμένη (με βάση ύπαρξης τοπικής αλυσίδας αξίας – local value chain), Ιεραρχική (με βάση την ολιγοπωλιακή δραστηριότητα ενός τομέα) και Cluster, με βάση την έρευνα. Σημειώνεται, ότι η πρώτη εμφάνιση του όρου cluster στην οικονομία και πολιτική οικονομία, πραγματοποιήθηκε το 1890 από τον Alfred Marshall. Έκτοτε, μια σειρά από οικονομολόγους σε όλο τον κόσμο προέβησαν στην παρουσίαση μελετών και οικονομικών μοντέλων για την αποτύπωση των οικονομικών ωφελειών, που παρουσιάζονται μέσα από την οργάνωση επιχειρήσεων σε μορφή συστάδων.

Το 1990, ο καθηγητής του Πανεπιστημίου Harvard, Michael Porter, έφερε την έννοια του clustering στο ευρύ κοινό, το οποίο απασχολούνταν με τις έννοιες της επιχειρησιακής στρατηγικής και της οικονομικής ανάπτυξης, με την εκτεταμένη μελέτη του για το αντικείμενο των Clusters, στο βιβλίο του «Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα των Εθνών<sup>8</sup>».

Στις ακόλουθες ενότητες αποτυπώνεται πιο αναλυτικά το θεωρητικό υπόβαθρο των clusters, αλλά και γενικότερα των συνεργατικών μορφών επιχειρηματικότητας.

#### **4.1 Αρχική αναφορά της έννοιας των clusters - Alfred Marshall**

Ο Alfred Marshall, στο βιβλίο του "Principles of Economics<sup>9</sup>", υπήρξε ο πρώτος, ο οποίος χρησιμοποίησε τον όρο clusters για τους σκοπούς της οικονομικής οργάνωσης διαφορετικών οικονομικών μονάδων. Σύμφωνα με τον Marshall, τα clusters χαρακτηρίσαν τη συγκέντρωση εξειδικευμένων οικονομικών κλάδων της οικονομίας σε συγκεκριμένες γεωγραφικές τοποθεσίες ή βιομηχανικές ζώνες.

---

<sup>7</sup> Πολυπλοκότητα των clusters. Δυναμική και Μοντέλα στη Θεωρία και τη Πράξη, Physica Verlag, Heidelberg, 2002

<sup>8</sup> Michael Porter, «Το ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα των Εθνών» New York: Free Press. (1990)

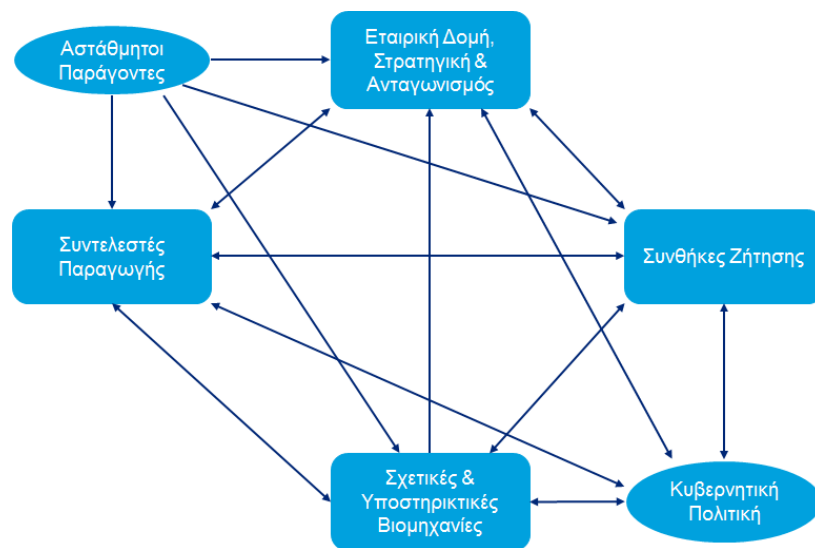
<sup>9</sup> Marshall, Alfred (1890). Principles of Economics, London: Macmillan

Η θεωρία του Marshall αναφέρει ότι η συγκέντρωση βιομηχανιών σε συγκεκριμένες περιοχές δημιουργεί πολλά πλεονεκτήματα για όλους τους εμπλεκόμενους. Κατ' αρχήν, μέσω των clusters παρουσιάζεται σημαντικά πιο μικρός ανταγωνισμός, ως εκ τούτου, αναμένονται μεγαλύτερα κέρδη για κάθε διαφορετικό οικονομικό φορέα. Παράλληλα, η σταθερή παρουσία μιας αμετάβλητης πελατειακής βάσης εγγυάται σε όλους τους εμπλεκόμενους σταθερό εισόδημα. Τέλος, ένα cluster προσφέρει τη σταθερή παρουσία προμηθευτών, το οποίο με τη σειρά του, επιφέρει χαμηλότερο κόστος λειτουργίας.

## 4.2 Το μοντέλο Διαμάντι του Porter (Porter's Diamond Model)

Στο βιβλίο του «Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των Εθνών», ο Michael Porter περιγράφει την έννοια του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και τον τρόπο με τον οποίο αυτό επιφέρει την ανάγκη δημιουργίας συνεργατικών σχηματισμών (clusters) στην οικονομική δραστηριότητα ενός κλάδου, μιας οικονομικής δραστηριότητας, μιας περιοχής, κ.λπ. Βασισμένο στην αντίληψη, ότι η επιχειρησιακή στρατηγική, πρέπει να ανταποκρίνεται στις ευκαιρίες και απειλές που εμφανίζονται στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και η ανταγωνιστική στρατηγική, στην κατανόηση των δομών του κλάδου και των αλλαγών τους, το μοντέλο του Porter προσδιορίζει 5 ανταγωνιστικές δυνάμεις (6 κατόπιν της προσθήκης του παράγοντα της Κυβέρνησης στο διευρυμένο μοντέλο, «Διευρυμένο Διαμάντι του Porter<sup>10</sup>»).

Σχήμα 2: Το Διαμάντι του Porter



Αυτές οι δυνάμεις καθορίζουν την ένταση του ανταγωνισμού εντός του κλάδου και συνεπώς την κερδοφορία και την ελκυστικότητά του. Ο στόχος της ανταγωνιστικής στρατηγικής της εταιρείας, πρέπει να είναι η διαμόρφωση αυτών των δυνάμεων, έτσι ώστε να βελτιώνει τη θέση της εταιρείας και να εκμεταλλευτεί τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Επίσης, αναλύοντας αυτές τις δυνάμεις, μια εταιρεία μπορεί να διαθέσει ανάλογα τα κεφάλαιά της, ώστε να διατηρήσει ή να βελτιώσει τη θέση της εντός του κλάδου.

<sup>10</sup> Moon, H.C., Rugman, A.M., & Verbeke, A. (1995). *The generalized double diamond approach to international competitiveness*. In A. Rugman, J. Van Den Broeck & A. Verbeke (Eds.), *Research in global strategic management: Volume 5: Beyond the diamond* (pp. 97–114). Greenwich, CT: JAI Press. (1995)

Η προσέγγιση της ανάλυσης πραγματοποιείται σε συστάδες (clusters), όπου η ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης σχετίζεται με την απόδοση άλλων, όπου στο σύνολό τους, είναι συνδεδεμένες με βάση τη σχέση εταιρείας–πελάτη (B2C), σε μια συνολική **αλυσίδα προστιθέμενης αξίας (value-added chain)**, είτε σε τοπικό, είτε σε περιφερειακό επίπεδο. Η ανάλυση Porter πραγματοποιείται σε 2 φάσεις. Στην πρώτη φάση, οι συστάδες των επιτυχημένων βιομηχανιών/επιχειρήσεων χαρτογραφούνται σε 10 σημαντικούς εμπορικούς εταίρους. Στη δεύτερη φάση, εξετάζεται το ιστορικό του ανταγωνισμού σε συγκεκριμένους κλάδους, ώστε να αποσαφηνισθούν οι λόγοι για τους οποίους προέκυψε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ο βασικός σκοπός της μεθοδολογίας είναι η ιστορική καταγραφή και ανάλυση των συνθηκών του ανταγωνισμού.

Τα φαινόμενα που αναλύονται, κατατάσσονται σε έξι γενικές κατηγορίες, ενσωματώνοντας το «Διευρυμένο Διαμάντι» του Porter:

- **Συντελεστές Παραγωγής (Factor Conditions).** Αφορούν την αποδοτικότητα, ποιότητα και εξειδίκευση των θεμελιωδών πόρων (Ανθρώπινο Δυναμικό, φυσικοί πόροι, γνώση, κεφάλαιο και υποδομές), που οι επιχειρήσεις απασχολούν, ώστε να ανταγωνιστούν.
- **Συνθήκες Ζήτησης (Demand Factors).** Αφορά την κουλτούρα της εγχώριας ζήτησης και την πίεση από τοπικούς αγοραστές, για αναβάθμιση των προϊόντων και των υπηρεσιών.
- **Σχετικές & Υποστηρικτικές Βιομηχανίες (Related & Supporting Industries).** Αφορά τη διαθεσιμότητα και ποιότητα των τοπικών προμηθευτών και σχετικών βιομηχανιών και την κατάσταση της ανάπτυξης των συμπλεγμάτων (clusters).
- **Εταιρική Δομή, Στρατηγική και Ανταγωνισμός (Firm Strategy Structure & Rivalry).** Ο τέταρτος πυλώνας ανάλυσης της ανταγωνιστικότητας, αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις ιδρύονται, θέτουν τους στόχους τους και διοικούνται, καθορίζει δε σε μεγάλο βαθμό το ποσοστό της επιτυχίας τους. Παρ' όλα αυτά, η ύπαρξη ενός έντονου ανταγωνισμού σε τοπικό επίπεδο, είναι επίσης σημαντική. Ο έντονος τοπικός ανταγωνισμός δημιουργεί συνθήκες πίεσης για καινοτομία, με σκοπό την αναβάθμιση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
- **Κυβερνητική Πολιτική.** Η Κυβερνητική Πολιτική και ο τρόπος άσκησης της επηρεάζει καθέναν από τους άνωθεν παράγοντες ξεχωριστά (τις συνθήκες προσφοράς των βασικών συντελεστών παραγωγής, τις συνθήκες ζήτησης στην εγχώρια αγορά, καθώς και τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων). Η κυβερνητική πολιτική ασκείται σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή υπερεθνικό επίπεδο.
- **Αστάθμητοι Παράγοντες (chance).** Οι αστάθμητοι παράγοντες είναι γεγονότα, τα οποία συμβαίνουν εκτός του εύρους της εταιρείας. Τα εν λόγω γεγονότα είναι σημαντικά, διότι δημιουργούν ασυνέχειες, από τις οποίες κάποιος ωφελούται, ενώ άλλοι όχι.

Με βάση τη θεωρία του Porter, όλοι οι άνωθεν παράγοντες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, δημιουργώντας τις συνθήκες εμφάνισης της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας. Συνεπώς, η καινοτομία αποτελεί στρατηγική κατεύθυνση όλων των λειτουργιών ενός φορέα, είτε αυτές αφορούν την οργανωτική και διοικητική διάρθρωση, είτε τις σχέσεις με τους πελάτες της, είτε με τους προμηθευτές της, είτε με τους ανταγωνιστές της, είτε με τους συνεργάτες της, είτε με το προσωπικό της. Ο Porter υποστηρίζει ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις δεν είναι συχνά μεγάλες, αλλά είναι νέες, ευέλικτες ή μικρές επιχειρήσεις. «Η καινοτομία είναι ο τρόπος με τον οποίο μία επιχείρηση κερδίζει και διατηρεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα».

Συνήθως, οι μεγάλες επιχειρήσεις μπορούν να ανταποκριθούν με επιτυχία σε καινοτομικές δραστηριότητες. Το ίδιο συμβαίνει και με τα συνεργατικά σχήματα (clusters), στα οποία συγκεντρώνεται υψηλό επίπεδο γνώσης και τεχνογνωσίας σχετικά με τα οφέλη της καινοτομίας. Αν και στην πράξη διαπιστώνονται σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των αντιλήψεων για το τι είναι καινοτομία και συνεργασία, η εμπειρία από σχετικά έργα, δείχνει, ότι στην εκπαίδευση σχετικά με τα οφέλη των στρατηγικών συνεργασίας και καινοτομίας στις ΜΜΕ, αυτές επιδεικνύουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον στο να εφαρμόσουν σχετικά εργαλεία και διαδικασίες, που θα τους αποφέρουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Για οργανωμένες δομές, όπως τα συνεργατικά σχήματα, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον στο εξωτερικό, προέρχεται από μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), που θέλησαν να καθιερωθούν ως σημαντικοί φορείς σε συγκεκριμένους τομείς υψηλής απόδοσης ή σε εξειδικευμένους τομείς. Οι ΜΜΕ αντιλαμβάνονται ότι «η συμμετοχή» τους σε τέτοιες δομές, μπορεί πλέον να τους δώσει ένα σημαντικό πλεονέκτημα σε μια σειρά θεμάτων, από την πρόσβαση σε ανθρώπινο δυναμικό υψηλής απόδοσης και σε εργαλεία προώθησης, έως και την κάλυψη επενδυτικών τους αναγκών.

### 4.3 Braun, Williams & Lowe

Στην ανάλυσή τους<sup>11</sup> για τις δομές των Συστάδων μεταξύ των μικρών επιχειρήσεων, οι Braun, Williams & Lowe υποστηρίζουν, ότι οι οργανισμοί προχωρούν στη δημιουργία δικτύων, όχι τόσο για τη μείωση του μεταξύ τους κόστους συναλλαγών, αλλά κυρίως λόγω της δυνατότητας που τους δίνεται, για να αντιμετωπίσουν τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στον κλάδο ενδιαφέροντος. Στη μελέτη τους επισημαίνουν, ότι η μείωση του κόστους των συναλλαγών και μόνο, δεν αρκεί για να εξηγήσει την ανάπτυξη και την επιμονή των συνεργατικών σχηματισμών ανά τον κόσμο.

Για τους Braun, Williams & Lowe, παραμένει βασικό πλεονέκτημα για την ανάπτυξη μιας συστάδας, οι δυνατότητες και ευκαιρίες που παρουσιάζονται δεδομένων των οικονομιών κλίμακας. Μέσω ενός cluster, οι μικρότερες επιχειρήσεις είναι σε θέση να έχουν πρόσβαση σε πόρους και τεχνογνωσία, τα οποία σε άλλη περίπτωση, απαιτούν σημαντικές επενδύσεις σε κεφάλαιο. Επιπλέον, η πρόσβαση σε μεγαλύτερα μητρώα πελατών και η δυνατότητα συμμετοχής σε νέες αγορές, συμβάλλουν στην ενίσχυση ομαδοποίησης των μικρών επιχειρήσεων.

### 4.4 Theus & Zeng

Με βάση την μελέτη<sup>12</sup> των Florian Theus και Douglas Zeng για τα αγροτικά clusters στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, διαπιστώθηκε ότι οι συστάδες επιχειρήσεων στον αγροτικό τομέα, συμβάλλουν θετικά στην περιφερειακή ανάπτυξη της οικονομίας. Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι μέσω της ανάπτυξης των δικτύων, ενισχύθηκαν τα εισοδήματα των εργαζομένων που απασχολούνται στα εν λόγω δίκτυα, ενώ διαπιστώθηκαν και θετικές οικονομικές επιπτώσεις στις υπόλοιπες επιχειρήσεις με γεωγραφική εγγύτητα. Συνοπτικά, οι συστάδες επιχειρήσεων ενίσχυσαν:

1. την αύξηση της παραγωγικότητας,

---

<sup>11</sup> Braun, P., P. McRae-Williams and J. Lowe, 'Small Business Clustering: Accessing Knowledge through Local Networks,' *Journal of New Business Ideas & Trends*, 2005

<sup>12</sup> Florian Theus, Douglas Zeng, *Agricultural Clusters - Innovation Policy Platform*, 2012

2. την πρόσβαση σε νέες τεχνολογίες και
3. τη δημιουργία νέων οικονομικών δραστηριοτήτων στις περιοχές ενδιαφέροντος,

#### 4.5 Δομές στην Ελλάδα

Ο θεσμός των συνεργατικών σχηματισμών επιχειρήσεων, μέχρι σήμερα, δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα στην Ελλάδα. Οι παράγοντες που δεν έχουν ευνοήσει τη δημιουργία και ανάπτυξη των clusters, συνδέονται με τις συνθήκες ανταγωνισμού, την διάρθρωση και τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματικού δυναμικού, τον τρόπο ανάπτυξης των επιχειρήσεων, αλλά και την απουσία μιας ολοκληρωμένης και συνεκτικής πολιτικής, για την υποστήριξη της επιχειρηματικής δικτύωσης.

Ανασταλτικοί παράγοντες φαίνεται να είναι οι ακόλουθοι<sup>13</sup>:

- **Παραδοσιακή δομή – Μικρό μέγεθος:** Το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων και ο οικογενειακός χαρακτήρας αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα σε μία προοπτική συνεργασίας, κυρίως λόγω του περιορισμένου χρόνου και της μειωμένης δυνατότητας ανάληψης ενδεχόμενου ρίσκου, που μπορεί να έχει μία τέτοια επιχειρηματική δραστηριότητα.
- **Εσωστρέφεια:** Ο οικογενειακός χαρακτήρας των επιχειρήσεων δημιουργεί μίαν αντίληψη, ότι η επιχείρηση είναι «προσωπική ή οικογενειακή υπόθεση», με αποτέλεσμα να απομονώνει τις επιχειρήσεις.
- **Έλλειψη συνεργατικού πνεύματος:** Η εσωστρέφεια των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των πολύ μικρών, εμποδίζει την ανάπτυξη συνεργατικής διάθεσης.
- **Έλλειψη ικανών στελεχών:** Η απουσία του στελεχιακού δυναμικού, που είναι σε θέση να αντιληφθεί τα οφέλη μιας δικτύωσης, αποτελεί επίσης ανασταλτικό παράγοντα στην προοπτική δικτύωσης.
- **Έλλειψη ενημέρωσης:** Οι επιχειρήσεις, λόγω του περιορισμένου χρόνου και της έλλειψης ειδικευμένου προσωπικού, δεν έχουν πρόσβαση σε άμεση και έγκαιρη πληροφόρηση. Αντίστοιχα, πολλές επιχειρήσεις αγνοούν τις χρηματοδοτικές πηγές, από τις οποίες μπορούν να αντλήσουν κεφάλαια για να χρηματοδοτήσουν ενέργειες συνεργασίας.
- **Χαμηλός βαθμός καινοτομίας:** Ο χαμηλός βαθμός καινοτομίας που διακρίνει τις ελληνικές επιχειρήσεις, δεν ευνοεί τη σύναψη μιας δικτύωσης, δεδομένου ότι το υφιστάμενο ή επιδιωκόμενο επίπεδο καινοτομίας, αποτελεί βασικό συστατικό στοιχείο για την πρόθεση και ικανότητα συνεργασίας και δικτύωσης.

Οι περισσότερες συστάδες στην Ελλάδα έχουν δημιουργηθεί, είτε στο πλαίσιο προσκλήσεων συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, είτε στο πλαίσιο ευρωπαϊκών ανταγωνιστικών προγραμμάτων. Οι συστάδες αυτές δημιουργούνται στο πλαίσιο των αναγκών συγκεκριμένων έργων (project clusters) και η διάρκεια ζωής τους δεν ξεπερνά τη διάρκεια του συγκεκριμένου έργου (project).

Οι δομές αυτές έχουν τη μορφή Επιχειρηματικών Πάρκων, Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων, Συστάδων Επιχειρήσεων, καθώς και Portals ενημέρωσης και πληροφόρησης, που επιχειρούν να

---

<sup>13</sup> ΕΟΜΜΕΧ – Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις “Εγχειρίδιο «Συστημάτων-Συστάδων»

υποστηρίξουν αποτελεσματικά την ελληνική επιχειρηματικότητα και να αναδείξουν την έρευνα και την καινοτομία, ώστε να αυξηθεί παράλληλα και η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων. Στις ακόλουθες ενότητες παρουσιάζονται ενδεικτικά παραδείγματα από clusters, που έχουν δημιουργηθεί στην Ελλάδα, με έμφαση στην αγροτική και γεωργική παραγωγή.

#### 4.5.1 Lactimed

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας<sup>14</sup>, «το σχέδιο LACTIMED στοχεύει να ενισχύσει την παραγωγή και διανομή τοπικών και καινοτόμων μεσογειακών γαλακτοκομικών προϊόντων, μέσω της οργάνωσης του γαλακτοκομικού τομέα κάθε συμμετέχουσας Περιφέρειας (για την Ελλάδα, η Θεσσαλία), της στήριξης των παραγωγών, για την πραγματοποίηση των αναπτυξιακών τους σχεδίων και τέλος, της δημιουργίας νέων αγορών για τα προϊόντα τους. Το σχέδιο εφαρμόζεται στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού προγράμματος IEPVCTMED<sup>15</sup>».

Το Σχέδιο LACTIMED προβλέπει την υλοποίηση του προγράμματος στην Ελλάδα, μέσω της συμβολής της Κεντρικής Ένωσης Επιμελητηρίων Ελλάδος και του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Από το Νοέμβριο του 2012, έως τον Μάιο του 2015, η ANIMA και οι 11 εταίροι θα έχουν πραγματοποιήσει εκατό περίπου οργανωμένες παρεμβάσεις, προς όφελος των εμπλεκόμενων φορέων στους γαλακτοκομικούς τομείς της Αλεξάνδρειας και της Beheira (Αίγυπτος), της Bekaa και της Baalbeck-Hermel (Λίβανο), της Bizerte και της Béja (Τυνησία), της Σικελίας (Ιταλία) και της Θεσσαλίας (Ελλάδα).

Εντός του προγράμματος, προβλέπεται η οργάνωση των μικροπαραγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων σε μορφή συστάδας επιχειρήσεων (clusters) και με τη συμβολή του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, θα δρομολογηθεί η έμπρακτη ανάπτυξη και προώθηση της παραγωγής τους στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Στόχοι του εγχειρήματος είναι η ανάδειξη του τοπικού χαρακτήρα των προϊόντων και η ανάπτυξη της εξωστρέφειας των τοπικών επιχειρήσεων.

Οι πιλοτικές εφαρμογές του έργου πραγματοποιούνται στις περιφέρειες Αλεξάνδρειας και της Beheira (Αίγυπτος), Bizerte και της Beja (Τυνησία), Bekaa και της Baalbeck-Hermel (Λίβανος), Σικελίας (Ιταλία) και Περιφέρεια Θεσσαλίας (Ελλάδα).

#### 4.5.2 Δίκτυο Παραγωγών Οίνου ΟΚΤΑΝΑ Α.Ε.

Σύμφωνα με μελέτη<sup>16</sup> του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων της Γενικής Ομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδος (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ), το Δίκτυο Παραγωγών Οίνου με την εμπορική επωνυμία ΟΚΤΑΝΑ Α.Ε., ιδρύθηκε το 1997, με στόχο τη δημιουργία εγκαταστάσεων στη Νεμέα για την από κοινού παραγωγή νέων προϊόντων (ειδικά κρασιού), αλλά και την αναζήτηση ευκαιριών και την επιδίωξη συμμαχιών, που θα έδιναν τη δυνατότητα εξαγωγών και διείσδυσης ή/και ανάπτυξης σε τοπικές αγορές. Το δίκτυο αναπτύχθηκε εντός του Β΄ Κοινοτικού Πλαισίου

<sup>14</sup> <http://entre.gr/programmata/lactimed/>

<sup>15</sup> <http://www.enpicbctmed.eu/programme/about-the-programme>

<sup>16</sup> «ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ-ΔΙΚΤΥΩΣΕΩΝ ΜΙΚΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ» της πράξης «Δράσεις για την ενίσχυση του ρόλου της καινοτομίας και των μορφών συνεργασίας στις μικρές επιχειρήσεις», ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, 2013



Στήριξης και πιο συγκεκριμένα, εντός της δράσης «Ανάπτυξη Τοπικών Πρωτοβουλιών για Έρευνα και Καινοτομία για Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις» στο πλαίσιο της «Κοινοτικής Πρωτοβουλίας ΜΜΕ» και συμπληρωματικά, της δράσης «Ενίσχυση της δικτύωσης μεταποιητικών επιχειρήσεων» στο πλαίσιο του «Επιχειρησιακού Προγράμματος Βιομηχανίας» (ΕΠΒ).

Τα μέλη του Δικτύου ήταν 8, και σε αυτά περιλαμβάνονταν μεγάλες εταιρείες παραγωγής οίνου, καθώς και επιχειρήσεις που ειδικεύονταν στη μεταφορά, αποθήκευση, χονδρική, αλλά και λιανική εμπορία και πώληση κρασιού. Συνεργαζόμενος εταίρος, επίσης, ήταν εταιρεία συμβούλων επιχειρήσεων, με εμπειρία σε θέματα αγρονομίας. Το σχέδιο δράσης του Δικτύου έδινε έμφαση στη μείωση του κόστους παραγωγής, ως απόρροια των μεγάλων προμηθειών πρώτων υλών και συσκευασίας, την αύξηση των πωλήσεων μέσα από εξαγωγές, την απόκτηση ανθρώπινων και υλικών πόρων για την εισαγωγή τεχνολογίας και την υιοθέτηση νέων βελτιωμένων μεθόδων καλλιέργειας. Η δημιουργία του Δικτύου ουσιαστικά αποτελούσε μια συνεταιριστικού τύπου πρωτοβουλία, με τις συμμετέχουσες εταιρείες να αξιοποιούν τα πλεονεκτήματα της περιοχής για την παραγωγή οίνων υψηλής ποιότητας και μέσω της χρησιμοποίησης νέων μεθόδων και τεχνολογίας και την κοινή κατανομή του κόστους, κατάφεραν να πετύχουν οικονομίες κλίμακας, να πετύχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα και να προσελκύσουν ξένους επενδυτές.

Η επιχορήγηση που έλαβε το Δίκτυο ήταν πολύ σημαντική για την επίτευξη των στόχων του. Μολονότι δεν κατάφερε να εξελιχθεί και να διευρυνθεί προσελκύνοντας και άλλες οινοπαραγωγικές εταιρείες, εντούτοις το Δίκτυο ωφέλησε τα ίδια του τα μέλη, τόσο στην αύξηση των κερδών, όσο και στην βελτίωση των επιπέδων παραγωγής, ενώ η εισαγωγή κοινής επωνυμίας είχε σημαντικό αντίκτυπο στη δημιουργία ενός ανταγωνιστικού προϊόντος υψηλής ποιότητας. Επιπλέον, η δημιουργία του Δικτύου συνέβαλε σημαντικά στην ευρύτερη ανάπτυξη της περιοχής, αλλά και του κλάδου, καθώς μικροί αμπελοκαλλιεργητές της Νεμέας ωφελήθηκαν από την εισαγωγή νέων μεθόδων.

Η δημιουργία του Δικτύου και η κατασκευή του υπερσύγχρονου οινοποιείου στη Νεμέα, αποτέλεσαν το πρώτο βήμα για την μετέπειτα συγχώνευση των δύο κυριότερων εταιρειών-μελών του (Στροφιλιά και Κατώγι), ενώ στα επόμενα χρόνια δημιουργήθηκαν αρκετές παράλληλες συνεταιριστικές πρωτοβουλίες οινοποιών της περιοχής.

### **1.5.3 Δίκτυα Επιχειρήσεων Προϊόντων Ελαιολάδου Κρήτης (ΔΕΠΕΚ)**

Το ΔΕΠΕΚ<sup>17</sup> οργανώθηκε με πρωτοβουλία και υποστήριξη του Συνδέσμου Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης (ΣΕΔΗΚ) σε συνεργασία με τον Οργανισμό Ανάπτυξης Δυτικής Κρήτης (ΟΑΔΥΚ), έχοντας ως κύριο στόχο, την προώθηση των τοπικών προϊόντων ελαιολάδου. Το δίκτυο οργανώθηκε στο πλαίσιο της κοινοτικής πρωτοβουλίας LEADER+ (2000-2006) και πιο συγκεκριμένα, μέσω της δράσης δημιουργίας σχημάτων Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας (ΤΣΠ) σε πολλές περιοχές της Ελλάδας.

Βασικοί στόχοι του δικτύου είναι:

- η ανάδειξη και προβολή της υγιεινής, γευστικής, ποιοτικής και πολιτιστικής αξίας του

---

<sup>17</sup> <http://depek.sedik.gr>

Κρητικού ελαιολάδου, σαν βασικό στοιχείο της κρητικής διατροφής.

- η γενικότερη ποιοτική βελτίωση του τουριστικού και ιδιαίτερα του αγροτουριστικού προϊόντος της Κρήτης, από πλευράς ποιοτικής και υγιεινής διατροφής
- η προβολή και προώθηση των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων (φαγητών, εδεσμάτων, παρασκευασμάτων) που έχουν σαν βάση το ελαιόλαδο.

Βασικό κορμό του Δικτύου αυτού αποτελούν τα "Εστιατόρια Αποκλειστικής Χρήσης Ελαιολάδου", τα οποία θα προσφέρουν όλα τους τα φαγητά, παρασκευασμένα αποκλειστικά με παρθένο κρητικό ελαιόλαδο. Στο Δίκτυο, συμμετέχει και μικρός αριθμός καταστημάτων και εργαστηρίων που παράγουν ή και διαθέτουν παραδοσιακά προϊόντα, παρασκευασμένα επίσης αποκλειστικά, με παρθένο κρητικό ελαιόλαδο.

Το ΔΕΠΕΚ αναπτύσσεται στον αγροτικό κυρίως χώρο της Δυτικής Κρήτης (Νομός Χανίων και Δυτική πλευρά Νομού Ρεθύμνου) και περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες επιχειρήσεων:

1. Εστιατόρια Αποκλειστικής Χρήσης Ελαιολάδου (ΕΑΧΕ)
2. Καταστήματα Εμπορίας Παραδοσιακών Προϊόντων Ελαιολάδου (ΚΕΠΠΕ)
3. Εργαστήρια Παραδοσιακών Προϊόντων Ελαιολάδου (ΕΠΠΕ), στα οποία περιλαμβάνονται εργαστήρια που παρασκευάζουν ή και διαθέτουν παραδοσιακά κρητικά προϊόντα με χρήση παρθένου κρητικού ελαιολάδου, όπως, διάφορα ζυμαρικά, γλυκά, πάστες από ελιές, βρώσιμες ελιές, παξιμάδια, βουτήματα, σαπούνια και καλλυντικά ελαιολάδου, κ.ά.

#### 1.5.4 Δίκτυο Αμύνταιον Οίνος

Η «Αμύνταιον Οίνος»<sup>18</sup> ιδρύθηκε το 2008, με τη μορφή αστικής εταιρείας μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και με διακριτικό τίτλο «AMYNDEON OENOS», θέλοντας να καλύψει τις αυξημένες ανάγκες της οινοποίησης του νομού Φλώρινας και ειδικότερα της περιοχής του Αμυνταίου, ως προς την υποστήριξη των συμφερόντων της στον ελληνικό και διεθνή χώρο.

Σκοπός της AMYNTAION OINOS είναι η ανάληψη δράσεων και πρωτοβουλιών, που θα συμβάλλουν στην μελέτη, ταυτοποίηση, διαφύλαξη, προβολή και προώθηση των συνιστώμενων και επιτρεπόμενων ποικιλιών αμπέλων του Νομού Φλώρινας και ειδικότερα του ξινόμαυρου, που καλλιεργείται στην Ζώνη Ονομασίας Προέλευσης Αμυνταίου Ανωτέρας Ποιότητας. Ειδικότερα, σκοποί της AMYNTAION OINOS είναι:

- I. Η επιστημονική ανάλυση και μελέτη σε θέματα ταυτοποίησης του ξινόμαυρου και η ανάδειξη της πολιτιστικής και πολιτισμικής κληρονομιάς της περιοχής του Αμυνταίου
- II. Η συνεργασία με πανεπιστημιακούς φορείς για τη μελέτη του ξινόμαυρου
- III. Η συνεργασία με αμπελοοινικά ιδρύματα του εσωτερικού και εξωτερικού
- IV. Η διαμόρφωση προτάσεων και η μεταφορά τεχνογνωσίας προς την Πολιτεία
- V. Η στήριξη της αειφόρου ανάπτυξης της περιοχής του Αμυνταίου

---

<sup>18</sup> <http://www.amyndeonoenos.gr>

- VI. Η συμμετοχή σε προγράμματα που σχετίζονται με την προώθηση των σκοπών της -τα οποία χρηματοδοτούνται από το Ελληνικό Δημόσιο και την Ευρωπαϊκή Ένωση- καθώς επίσης και με τη διαχείριση και υλοποίηση τέτοιων προγραμμάτων
- VII. Η διοργάνωση συνεδρίων και εκστρατειών ενημέρωσης
- VIII. Η διοργάνωση, φιλοξενία και ενημέρωση για θέματα που σχετίζονται με την κουλτούρα και την φυσιογνωμία του ξινόμαυρου
- IX. Η έκδοση βιβλίων, περιοδικών, κλπ.

Η «ΑΜΥΝΤΑΙΟΝ ΟΙΝΟΣ», κατά το παρελθόν (2010-2013), ολοκλήρωσε την πρώτη συμμετοχή της σε αντίστοιχα προγράμματα προώθησης οίνου σε τρίτες χώρες και πιο συγκεκριμένα στην αγορά της Ρωσίας.

### **1.5.5 Ενεργειακό cluster Κρήτης**

Το Ενεργειακό cluster Κρήτης, είναι μία συστάδα επιχειρήσεων με αντικείμενο εργασιών την κατασκευή σταθμών παραγωγής από Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (ΑΠΕ). Το CLUSTER δημιουργήθηκε με πρωτοβουλία του Επιμελητηρίου Ηρακλείου τον Απρίλιο του 2011.

Αρχικά, συμμετείχαν 10 επιχειρήσεις, στις οποίες απασχολούνται συνολικά περισσότεροι από 200 εργαζόμενοι και δραστηριοποιούνται σε όλο το φάσμα των εργασιών (μελέτη, σχεδιασμός, παραγωγή εξοπλισμού, εγκατάσταση, θέση σε λειτουργία, επίβλεψη, συντήρηση). Σταδιακά και άλλες επιχειρήσεις του ίδιου τομέα, ενημερώνονται για τις δράσεις του Cluster και έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον να ενταχθούν σ' αυτό.

Κύριος σκοπός του CRETAN ENERGY CLUSTER (CEC) είναι η οργανωμένη προώθηση των συστημάτων ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ). Για το λόγο αυτό, τα μέλη του σκοπεύουν να διοργανώσουν και να συμμετάσχουν σε ημερίδες, ώστε να ενημερώσουν κάθε ενδιαφερόμενο για τις αρνητικές συνέπειες της χρήσης εισαγόμενων ορυκτών καυσίμων και της αλόγιστης χρήσης ενέργειας στην τοπική οικονομία και στο περιβάλλον.

### **1.5.6 Δίκτυο Νέων Επιχειρηματιών Κορινθίας**

Το Δίκτυο Νέων Επιχειρηματιών Κορινθίας - Corinthian Cluster<sup>19</sup> είναι ένας μη κερδοσκοπικός συνεργατικός σχηματισμός τοπικών επιχειρήσεων και φορέων, με όραμα τη δημιουργία μιας αυθεντικής Κορινθιακής ταυτότητας, μέσω προώθησης των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών. Το Corinthian Cluster αποτελεί έναν μη κερδοσκοπικό φορέα, βασικοί πυλώνες του οποίου είναι η προώθηση των προϊόντων αγροδιατροφής, του τουρισμού και του πολιτισμού της Κορινθίας. Μέλη του Cluster δύναται να γίνουν, κατά κύριο λόγο επιχειρήσεις, αλλά και φυσικά πρόσωπα, φορείς ή ερευνητικά ιδρύματα.

### **1.5.7 Αγροτικό Cluster "ελληνικό γκότζι"**

---

<sup>19</sup> <http://www.dnek.org/>

Το cluster «Ελληνικό Γκότζι<sup>20</sup>» είναι ένας συνεργατικός σχηματισμός πανελληνίας εμβέλειας, που ιδρύθηκε με τη μορφή Ν.Π.Ι.Δ. με έδρα στην Κοζάνη. Ο βασικός στόχος της ίδρυσης του cluster είναι η ανάπτυξη της καλλιέργειας του γκότζι μπερυσ στην Ελλάδα, μέσα από συγκεκριμένη διαδικασία και η παραγωγή ελληνικών προϊόντων γκότζι, με σκοπό τη διάθεσή τους στην ελληνική και ξένη αγορά.

### 1.5.8 Γεωγραφικώς προσδιορισμένα Cluster ανά την Ελλάδα

Λόγω της μη αυστηρής δόμησης και ορισμού ενός cluster, παρουσιάζονται παραδείγματα, κατά τα οποία γεωγραφικές εκτάσεις με κοινό χαρακτήρα καλλιέργειας, παρουσιάζονται στη διεθνή βιβλιογραφία ως cluster, παρ' όλο τον μη συνεργατικό και ενοποιημένο χαρακτήρα τους. Ένα τέτοιο παράδειγμα, αποτελεί η Κεντρική Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα, οι πεδινές περιοχές των νομών Λαρίσης και Καρδίτσας, στους οποίους εμφανίζονται υψηλές συγκεντρώσεις από παρόμοιους τύπους καλλιεργειών (π.χ. βαμβάκι). Στην Ευρωπαϊκή μελέτη<sup>21</sup> των Looijen και Heijman (2013) για τη αναγνώριση και μέτρηση των αγροτικών clusters στις χώρες μέλη της ΕΕ, διαπιστώνεται, ότι αξιολογώντας τις αγροτικές περιοχές της Ευρώπης, με βάση τους δείκτες τοπικής εξειδίκευσης (LQ - Location quotients)<sup>22</sup>, παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά ενός cluster, τόσο οι αγροτικές περιοχές της Κεντρικής Ελλάδας, όσο και η αγροτική περιοχή της Βόρειας Ελλάδας.

**Πίνακας 1: Περιοχές στην Ευρώπη με τον μεγαλύτερο δείκτη τοπικής εξειδίκευσης<sup>23</sup>**

NUTS1	Region	LQ
BG3	Bulgaria, Severna I Iztochna	4,5400
HU3	Hungary, Great Plain and North	4,0090
<b>GR2</b>	<b>Greece, Kentriki Ellada</b>	<b>3,5850</b>
ES4	Spain, Centre	3,4220
<b>GR1</b>	<b>Greece, Voreia Ellada</b>	<b>3,1240</b>
RO2	Romania, Nord-Est, Sud-Est	6,4440
RO4	Romania, Sud-Vest, Vest	4,9190
PT2	Portugal, Azores	4,7780
RO1	Romania, Nord-Vest, Centre	4,4470
PL3	Poland, East Region	3,2100

Πηγή: EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS: HOW CAN EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS BE MEASURED AND IDENTIFIED? Arnold Looijen, Wim Heijman- 2011

<sup>20</sup> [http://www.zookomos.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=269:-cluster-q-q&catid=47:2011-10-03-07-25-49&Itemid=151](http://www.zookomos.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=269:-cluster-q-q&catid=47:2011-10-03-07-25-49&Itemid=151)

<sup>21</sup> EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS: HOW CAN EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS BE MEASURED AND IDENTIFIED? Arnold Looijen, Wim Heijman (2013)

<sup>22</sup> Σύμφωνα με τη Μελέτη του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας «Ο εν λόγω δείκτης είναι ένας από τους πλέον συνήθεις για την ταξινόμηση βασικών και μη βασικών τομέων σε περιπτώσεις όπου μελετάται η απασχόληση στις περιφέρειες. Αποδίδει το μερίδιο της απασχόλησης σε έναν τομέα μιας περιφέρειας, σε σχέση με το μερίδιο της απασχόλησης στον τομέα αυτό σε επίπεδο χώρας. Αν ο δείκτης δίνει τιμή μεγαλύτερη της μονάδας σημαίνει ότι το μερίδιο της απασχόλησης στην εξαεζόμενη μορφή ευέλικτης απασχόλησης είναι μεγαλύτερο από τον εθνικό μέσο όρο, δηλαδή παρουσιάζεται συγκέντρωση της εκάστοτε απασχόλησης στην υπό εξέταση περιφέρεια». (Ευέλικτη εργασία και κρίση στις ελληνικές περιφέρειες: στοιχεία τοπικής εξειδίκευσης και πρώτες ερμηνείες – ΣΤΕΛΙΟΣ ΓΚΙΑΛΗΣ, ΚΩΣΤΑΣ ΓΟΥΡΖΗΣ (2011)

<sup>23</sup> EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS: HOW CAN EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS BE MEASURED AND IDENTIFIED? Arnold Looijen, Wim Heijman (2013)

## 4.6 Δομές στο Εξωτερικό

Στην Ευρώπη, πολλές χώρες έχουν υιοθετήσει πολιτικές cluster, είτε κεντρικά, είτε περιφερειακά. Παραδείγματα<sup>24</sup> χωρών με έντονη παρουσία περιλαμβάνουν την Ολλανδία και τη Δανία, καθώς και τη Μεγάλη Βρετανία, χώρες, οι οποίες έχουν επενδύσει σημαντικούς οικονομικούς πόρους στην ανάπτυξή τους. Παράλληλα, πολιτικές cluster έχουν πραγματοποιηθεί και σε περιφερειακό επίπεδο. Παραδείγματα περιφερειών που υιοθέτησαν πολιτικές cluster περιλαμβάνουν την Καταλονία της Ισπανίας (Κεραμικά προϊόντα), το Oresund της Δανίας (Φαρμακευτικά προϊόντα), τη Στυρία της Αυστρίας (Αυτοκινητοβιομηχανία), τη Σκωτία (Video Games), την Emilia – Romagna στην Ιταλία (Κλωστοϋφαντουργία), κ.ά. Παρ' όλα αυτά, σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, τα παραδείγματα που αφορούν τον κλάδο της γεωργίας είναι ελάχιστα και κυρίως επικεντρώνονται στις καθιερωμένες μορφές οργάνωσης τοπικών περιφερειών, μέρος των οποίων αποτελεί και ο κλάδος της γεωργίας. Ο πυρήνας των συγκεκριμένων cluster είναι κυρίως οι νέες τεχνολογίες και η χρήση τους σε διάφορους τομείς της τοπικής κοινωνίας, μεταξύ των οποίων και ο τομέας της γεωργίας.

Σε διεθνές επίπεδο, τα χαρακτηριστικότερα παραδείγματα αγροτικών συστάδων, στα οποία η γεωργική παραγωγή αποτελεί τον πυρήνα του δικτύου, αφορούν το cluster οίνου της Πολιτείας της Καλιφόρνια και το cluster Οίνου της Νοτίου Αυστραλίας.

### 1.6.1 Τα «συστήματα επιχειρήσεων» οίνου (wine cluster) της Καλιφόρνιας

Σύμφωνα με τον EOMMEX<sup>25</sup>, το wine cluster της Καλιφόρνιας αποτελεί ένα διεθνώς αναγνωρισμένο και μακρόβιο σύστημα επιχειρήσεων, που έχει αντικειμενικό σκοπό την παραγωγή, διάθεση και συνεχή βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του οίνου της Πολιτείας της Καλιφόρνιας των Η.Π.Α. Υπάρχουν ερωτήματα σχετικά με το αν πρόκειται για ένα cluster ή για 17 «συνεργαζόμενα» clusters, που αντιστοιχούν στις 17 «επαρχίες» (districts), στις οποίες διαρθρώνεται διοικητικά η Πολιτεία της Καλιφόρνιας. Ως προς το μέγεθός του, περιλαμβάνει 680 οινοποιεία και αρκετές χιλιάδες ανεξάρτητων αμπελοκαλλιέργητων. Το δίκτυο συμπληρώνεται από μεγάλο αριθμό βιομηχανιών για την υποστήριξη της αμπελοκαλλιέργειας και της οινοποιίας, οι οποίες περιλαμβάνουν:

- Προμηθευτές μηχανημάτων και εξοπλισμού για αποθήκευση αποθεμάτων σταφυλιών,
- άρδευση, συγκομιδή
- Προμηθευτές και κατασκευαστές βαρελιών, ετικετών, φιαλών, πωμάτων και φελλών
- Εταιρείες εξειδικευμένες σε δημόσιες σχέσεις και διαφήμιση
- Εκδόσεις περιοδικών και βιβλίων σχετικά με την οινοποιία.

Επιπλέον, ένας αριθμός τοπικών οργανισμών υποστηρίζει το δίκτυο με διάφορους τρόπους:

- Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας, Davis (με πρόγραμμα οινολογίας παγκοσμίου φήμης)

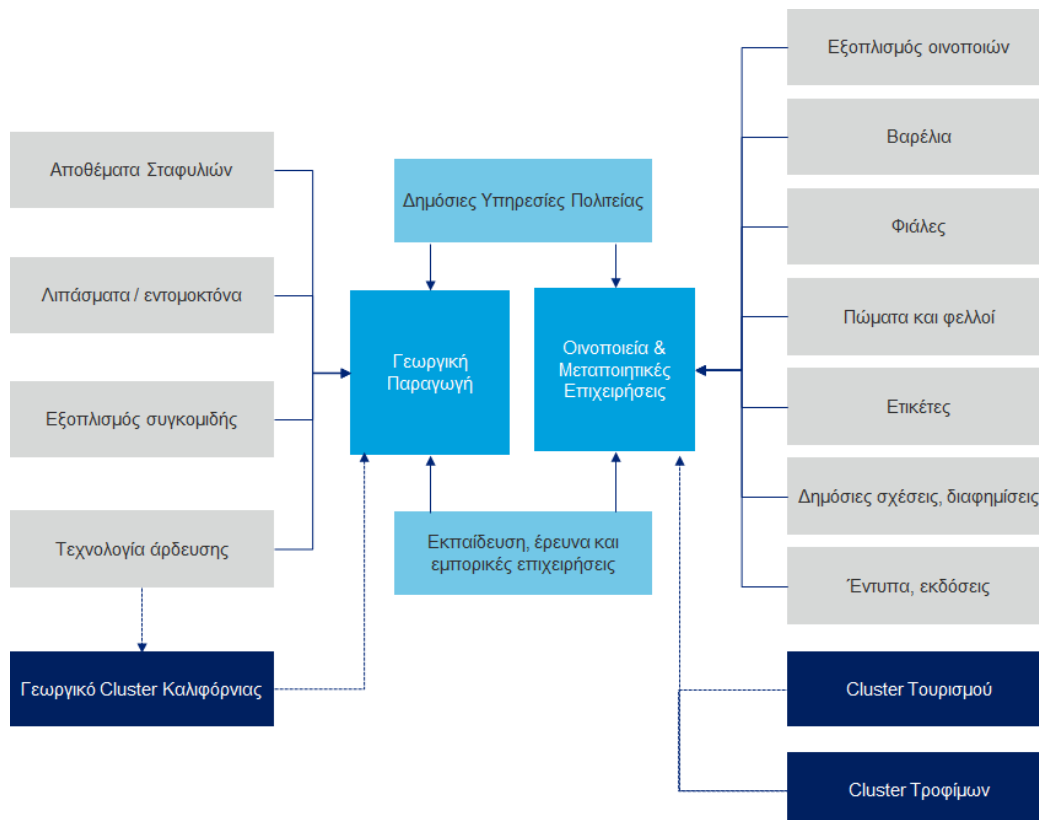
<sup>24</sup> «Προετοιμασία Δράσεων για την ενίσχυση των Ελληνικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων για Σύσταση ή/και Επέκταση Επιχειρηματικών Συνεργατικών Σχηματισμών ή αλλιώς Συστάδων Επιχειρήσεων (clusters) με Οριζόντιες ή και Κάθετες Διασυνδέσεις με Έμφαση στο Εμπόριο» - 2013

<sup>25</sup> EOMMEX – Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις “Εγχειρίδιο «Συστημάτων-Συστάδων»

- Ινστιτούτο Οίνου
- Ειδικές επιτροπές της Βουλής της Καλιφόρνιας

Πέραν των άμεσων, το δίκτυο διαθέτει και έμμεσους δεσμούς με άλλα τοπικά δίκτυα της Καλιφόρνιας, όπως τα δίκτυα γεωργίας, τροφίμων και εστιατορίων, οινικού αγροτουρισμού. Στο ακόλουθο σχήμα παρουσιάζεται η δομή του οινικού δικτύου της Καλιφόρνιας.

**Σχήμα 3: Το cluster οίνου της πολιτείας της Καλιφόρνιας<sup>26</sup>**



### 1.6.2 Το Cluster Οίνου της Νότιας Αυστραλίας

Η συστάδα επιχειρήσεων παραγωγών οίνου της Νότιας Αυστραλίας<sup>27</sup>, αποτελεί τον μεγαλύτερο παραγωγό και εξαγωγέα κρασιών της Αυστραλίας. Το δίκτυο αναπτύχθηκε στις αρχές του 1990 και από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας του, εμφάνισε μεγάλους ρυθμούς ανάπτυξης και μια σειρά από θετικές επιδράσεις στην τοπική κοινωνία.

Η σημαντική ανάπτυξη του δικτύου επήλθε κατόπιν συνδυασμού μιας σειράς από πρωτοβουλίες προερχόμενες, είτε από τους τοπικούς παραγωγούς, είτε από την κεντρική ή περιφερειακή

<sup>26</sup> Michael Porter, *Clusters and the New Economics of Competition*, Harvard Business Review, 1998

<sup>27</sup> <http://www.wineinnovationcluster.com/cluster/>

διοίκηση. Σύμφωνα με τη μελέτη<sup>28</sup> των Nipe κ.ά. (2010), η έναρξη της ανάπτυξης πραγματοποιήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990, μέσω της επιτυχούς πίεσης των τοπικών παραγωγών προς την κεντρική διοίκηση για μείωση των φόρων στον κλάδο του οίνου. Το εν λόγω γεγονός, αύξησε αισθητά την εισροή νέων παραγωγών και την αύξηση των καλλιεργειών τοπικών ποικιλιών. Στη συνέχεια, λόγω του ευνοϊκού φορολογικού καθεστώτος, αυξήθηκε αισθητά, τόσο ο αριθμός των παραγωγών, όσο και οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις, γεγονός που ενίσχυσε τον τοπικό ανταγωνισμό. Η ενίσχυση του τοπικού ανταγωνισμού επέφερε με τη σειρά της, νέες σύγχρονες μεθόδους παραγωγής και νέες τεχνολογίες, αποτέλεσμα των οποίων, ήταν η αύξηση της ποιότητας με την παράλληλη μείωση του κόστους των τελικών προϊόντων. Παράλληλα, στα μέσα της δεκαετίας, τόσο σε εθνικό επίπεδο, όσο και σε παγκόσμιο, παρουσιάστηκε μια στροφή προς τα φρουτώδη κόκκινα κρασιά, με υψηλό δείκτη αλκοόλης και έντονο χρώμα, βασικά χαρακτηριστικά των τοπικών προϊόντων της Νοτίου Αυστραλίας.

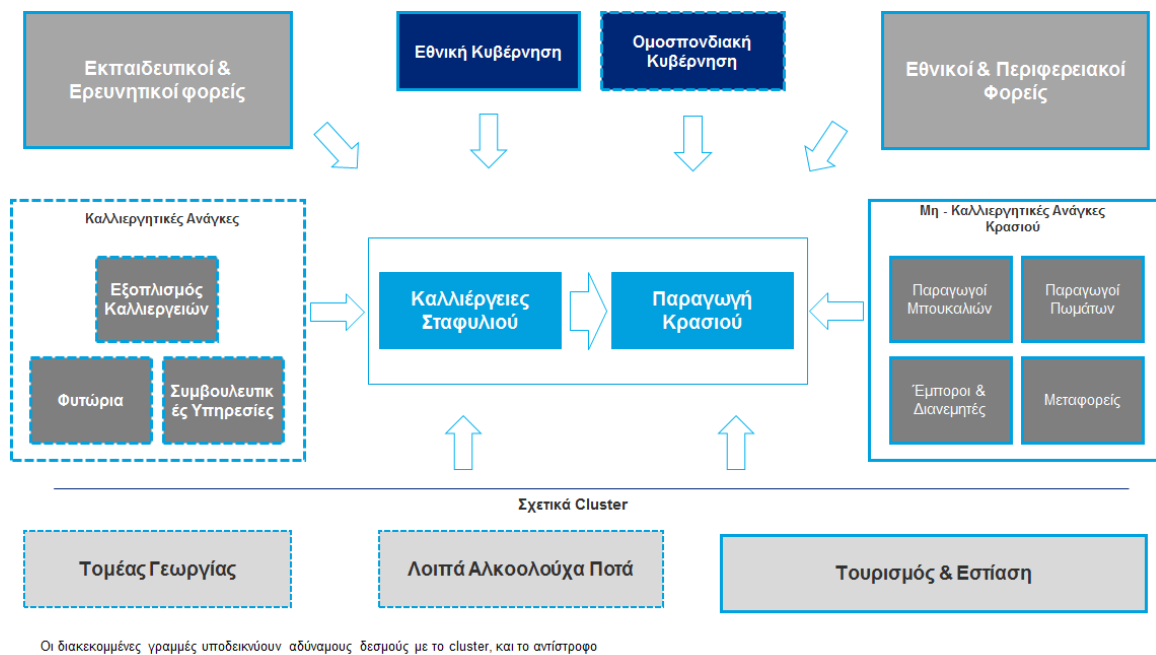
Αναγνωρίζοντας τη σημαντική ανάπτυξη που παρουσιάστηκε σε τοπικό επίπεδο, η Συνομοσπονδία του Κρασιού της Αυστραλίας (<http://www.wfa.org.au/members/member-information/>) ανέπτυξε μια στρατηγική για την περαιτέρω ενίσχυση του κλάδου, με σκοπό την ισχυροποίηση της ανταγωνιστικότητας των τοπικών προϊόντων και τη συνεχή ανάπτυξή τους σε μακροπρόθεσμο επίπεδο. Παρ' όλο τον μακροχρόνιο ορίζοντα της στρατηγικής (1996 – 2025), στα τέλη της δεκαετίας του 1990, ο κλάδος κατάφερε να επιτύχει τους ποσοτικούς στόχους του, μέσω των ιδιαίτερα αυξημένων τιμών των σταφυλιών, την τεράστια αύξηση των εξαγωγών και παράλληλα, την χαμηλή φορολόγηση των επιχειρήσεων του κλάδου. Παρ' όλα αυτά, από τις αρχές του 21ου αιώνα παρουσιάστηκαν μια σειρά από σημάδια μείωσης της ανάπτυξης του κλάδου, κυρίως λόγω της παρουσίας νέων ανταγωνιστών από χώρες της Λατινικής Αμερικής και της Αφρικής, αλλά και την αρνητική πορεία μιας σειράς τοπικών και υπερτοπικών παραγόντων, όπως, προβλήματα ξηρασίας, υπερπροσφορά, αρνητική πορεία του αυστραλιανού νομίσματος, κ.λπ.

Το cluster Οίνου της Αυστραλίας αποτελείται από τους καλλιεργητές σταφυλιών, τους καθετοποιημένους παραγωγούς κρασιού και τους ιδιοκτήτες εμπορικών σημάτων. Οι συγκεκριμένες δραστηριότητες υποστηρίζονται από μια πληθώρα επιχειρήσεων, οι οποίες παρέχουν διάφορες υπηρεσίες σε αυτές. Η κατηγορία των καλλιεργητών υποστηρίζεται, ενδεικτικά, από εταιρείες προϊόντων άρδευσης, περίφραξης, τεχνολογίας συντήρησης, μεταφορικές εταιρείες, εταιρείες συμβούλων, κ.ά. Η κατηγορία των παραγωγών κρασιού με τη σειρά της, υποστηρίζεται από παραγωγούς μπουκαλιών, βαρελιών, πωμάτων και ετικετών. Το δίκτυο αποτελείται επίσης από ερευνητικά κέντρα και αμπελουργούς. Το σύμπλεγμα περιλαμβάνει επιπλέον ερευνητικούς φορείς, με αντικείμενο την οινολογία και την αμπελουργία, καθώς και μια σειρά από θεσμικούς και πολιτειακούς φορείς. Η δομή της συστάδας επιχειρήσεων παρουσιάζεται αναλυτικά στο ακόλουθο σχήμα:

---

<sup>28</sup> *The South Australian Wine Cluster - Microeconomics of Competitiveness 2010 – Harvard University*

**Σχήμα 4: Το cluster οίνου της Νότιας Αυστραλίας<sup>29</sup>**



Βασικό χαρακτηριστικό του δικτύου της Νότιας Αυστραλίας αποτελεί η γεωγραφική εγγύτητα όλων των διαφορετικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο κλάδο. Δεν είναι τυχαίο, ότι στην περιοχή της Νοτίου Αυστραλίας διατηρούν την έδρα τους δυο από τους μεγαλύτερους παραγωγούς φιαλών κρασιού στο κόσμο, οι Owen Illinois και Amcor, οι οποίοι προμηθεύουν το 90% των αναγκών της τοπικής βιομηχανίας. Ενδεικτικό επίσης είναι το παράδειγμα της βιομηχανίας παραγωγής βαρελιών, με την παρουσία 21 διαφορετικών εταιρειών με έδρα στην ευρύτερη περιοχή, ενώ αντίστοιχα παραδείγματα παρουσιάζονται και στις βιομηχανίες των πωμάτων, παλετών, λοιπών δοχείων, κ.ά.

Παράλληλα, οι τοπικοί εκπαιδευτικοί οργανισμοί της περιοχής (π.χ. το Πανεπιστήμιο της Αδελαΐδας) εγγυώνται τη συνεχή αλληλεπίδραση της έρευνας με την τοπική παραγωγή, παραδίδοντας εξειδικευμένες ειδικότητες στον κλάδο, καθώς και πόρους για την υλοποίηση αντίστοιχων ερευνών. Παράλληλα, οι πολύ καλές περιφερειακές υποδομές δίνουν άμεση πρόσβαση μεταξύ των καλλιεργητών, της βιομηχανίας παραγωγής κρασιού, των βιοτεχνιών που τις υποστηρίζουν και του διεθνούς λιμανιού της Αδελαΐδας.

Τέλος, χαρακτηριστικό παράδειγμα της ισχυρής επιρροής του δικτύου, αποτελεί η ανάληψη στοχευμένης Τουριστικής Στρατηγικής από την Περιφερειακή Κυβέρνηση (South Australia Food and Wine Tourism Strategy<sup>30</sup>) με αντικείμενο το κρασί και την εστίαση. Η στρατηγική προέβλεπε την αύξηση των τουριστικών εσόδων κατά 40% από διεθνείς τουρίστες στην περιοχή, με κινητήριο μοχλό την τοπική βιομηχανία κρασιού.

<sup>29</sup> *The South Australian Wine Cluster - Microeconomics of Competitiveness 2010 – Harvard University*

<sup>30</sup> <http://www.tourism.sa.gov.au/>



Η παραγωγή ελαιολάδου αποτελεί μίαν από τις βασικότερες δραστηριότητες της αγροτικής παραγωγής της χώρας μας, αλλά και ολόκληρης της Μεσογείου και συνδέεται άμεσα με την οικονομική και κοινωνική ζωή των κατοίκων της, εδώ και χιλιάδες χρόνια. Το Ελληνικό λάδι φημίζεται για την ποιοτική ανωτερότητά του, συγκρινόμενο με τις άλλες χώρες, καθώς το μεγαλύτερο μέρος του (άνω του 90%<sup>31</sup>) παράγεται σε μορφή έξτρα παρθένου.

Η Ελλάδα αποτελεί τον τρίτο μεγαλύτερο παραγωγό ελαιολάδου στο κόσμο (11% επί του συνόλου της παγκόσμιας παραγωγής), πίσω από την Ισπανία (40%) και την Ιταλία (14%) (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας 2015). Το ελαιόλαδο είναι ένα από τα κορυφαία προϊόντα της ελληνικής γεωργίας, καλύπτοντας το 9% της συνολικής αξίας παραγωγής (σε σύγκριση με το 1% στην Ευρώπη). Η Ελλάδα έχει μέση ετήσια παραγωγή περίπου 0,3 εκατομμύρια τόνους, συμβάλλοντας κατά μέσο όρο 0,4% στο ΑΕΠ (ή € 750 εκατομμύρια) ετησίως, σε σύγκριση με το 0,3% στην Ισπανία και 0,1% στην Ιταλία.

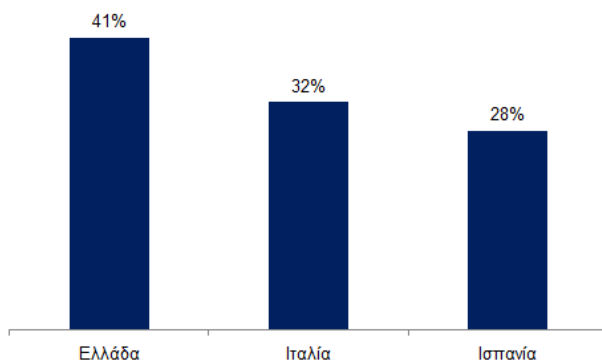
Όσον αφορά στην παγκόσμια αγορά, τα τελευταία χρόνια, η παραγωγή ελαιολάδου αυξήθηκε σημαντικά (περίπου 90%), ενώ οι τρεις πρώτες χώρες σε παραγωγή (Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα) συνεχίζουν να απορροφούν περίπου το μισό της παγκόσμιας κατανάλωσης ελαιολάδου. Η αυξημένη παραγωγή ελαιολάδου απορροφήθηκε κυρίως από χώρες που παράγουν μικρές ποσότητες, η ζήτηση των οποίων υπερδιπλασιάστηκε, λόγω της αυξανόμενης ευαισθητοποίησης σχετικά με τα οφέλη για την ανθρώπινη υγεία από τη χρήση του ελαιολάδου, σε σύγκριση με άλλα φυτικά έλαια. Κατά τη διάρκεια αυτής της αύξησης της παγκόσμιας ζήτησης για το ελαιόλαδο, η Ελλάδα δεν κατάφερε να αξιοποιήσει το συγκριτικό της πλεονέκτημα όσον αφορά στην ποιότητα. Αντίθετα, η παραγωγή παρέμεινε σε χαμηλά επίπεδα (με πτωτική τάση κατά τα τελευταία 5 έτη), με αποτέλεσμα το ελληνικό μερίδιο αγοράς στην παγκόσμια παραγωγή να μειωθεί, από 19% το 1990, σε 11% το 2014 (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας 2015).

Όσον αφορά στους τρεις μεγάλους παραγωγούς (Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα), η παραγωγή τους είναι εξαρτώμενη από την Κοινή Ευρωπαϊκή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ) και ακολουθεί τα προγράμματα των Κοινοτικών Χρηματοδοτήσεων. Ως εκ τούτου, οι αλλαγές στην Ευρωπαϊκή Πολιτική έχουν άμεσο αντίκτυπο, τόσο στα επίπεδα παραγωγής, όσο και στις τιμές του προϊόντος στην παγκόσμια αγορά. Στο ακόλουθο σχήμα αποτυπώνεται η συμμετοχή επιδοτήσεων στην παραγωγή ελαιοδέντρων για τα έτη 2007 – 2012 στις τρεις μεγάλες χώρες παραγωγής.

---

<sup>31</sup> Greece, Olive Oil Update 2013, July 2013, USDA Foreign Agricultural Service, Global Agricultural Information Network

**Σχήμα 5: Συμμετοχή επιδοτήσεων στην παραγωγή ελαιόδέντρων, ως % των εσόδων (2007 - 2012)<sup>32</sup>**



Η παγκόσμια αγορά ελαιολάδου εξαρτάται επίσης από διάφορες μακροοικονομικές συγκυρίες, καθώς και από άλλους λόγους, όπως περιβαλλοντικούς παράγοντες, τις τεχνικές παραγωγής, την παραγωγικότητα του εδάφους, τις κλιματολογικές συνθήκες, κ.ά.

## 5.1 Παραγωγή

Σύμφωνα με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, σε επίπεδο ποσοτικών μεγεθών, στην Ελλάδα, η γεωργική έκταση που καταλαμβάνει η παραγωγή λαδιού ανέρχεται στα 10 εκατ. στρέμματα, τα οποία αντιστοιχούν στο 20,5% της συνολικής γεωργικής έκτασης της χώρας. Επιπλέον, στο σύνολο των Ελλήνων αγροτών, το 51,6% ασχολείται με την ελαιοκαλλιέργεια ως κύρια ή δευτερεύουσα απασχόληση, ενώ σε σύνολο 327.000 μη κατά κύριο επάγγελμα αγροτών, το 80,4% ασχολείται με την ελαιοκαλλιέργεια. Σε σύνολο χώρας, υπάρχουν 532.000 παραγωγικοί κάτοχοι ελαιοδέντρων, εκ των οποίων οι 269.000 (περίπου 50%) δηλώνουν επαγγελματίες αγρότες. Στον ακόλουθο πίνακα αποτυπώνεται η γεωγραφική διασπορά της παραγωγής ελαιοδέντρων, σύμφωνα με την οποία, η Πελοπόννησος και η Κρήτη καταλαμβάνουν άνω του 50% της συνολικής παραγωγής της χώρας.

**Πίνακας 2: Γεωγραφική Διασπορά Παραγωγής Ελαιοδέντρων<sup>33</sup>**

Περιφέρεια	Εκμεταλλεύσεις (Γεωγραφική Κατανομή %)	Δένδρα (Γεωγραφική Κατανομή %)
Πελοπόννησος	31,0	32,1
Κρήτη	20,9	23,7
Στερεά Ελλάδα & Αττική	20,4	16,2
Αιγαίο & Δωδεκάνησα	9,9	10,7
Ιόνιοι Νήσοι	5,7	4,9
Μακεδονία & Θράκη	5,8	5,2
Ήπειρος	3,3	2,6
Θεσσαλία	2,9	4,7

<sup>32</sup> *Olive Oil – Sectoral Report, (2015), National Bank of Greece*

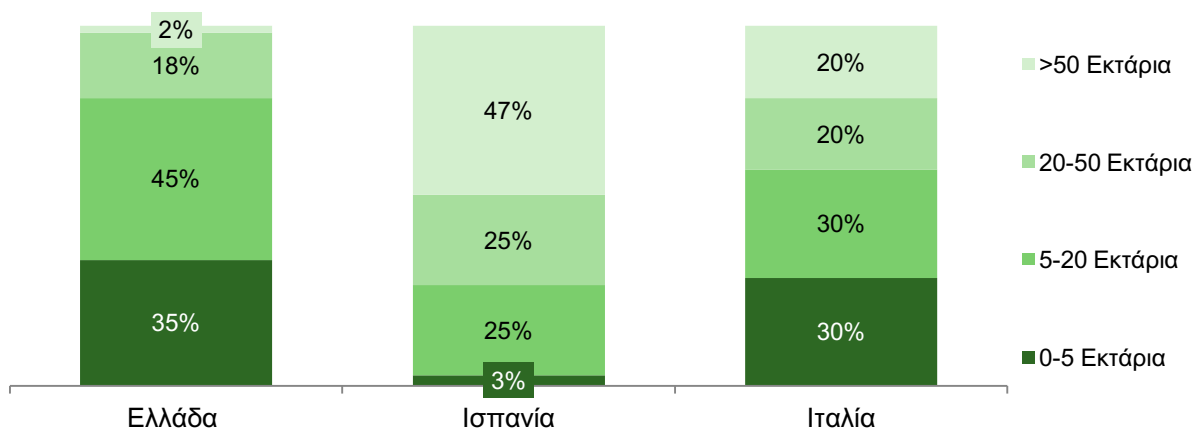
<sup>33</sup> *Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις της Ελαιοουργίας στην Ελλάδα (2007) Τζουβάρη, Πανεπιστήμιο Πειραιώς*

Όσον αφορά στην παραγωγή ελαιόλαδου στην Ελλάδα, αυτή κυμαίνεται μεταξύ 400.000 – 500.000 τόνων ετησίως, από τους οποίους, το μέγεθος των εξαγωγών ανέρχεται περίπου στους 50.000 τόνους.

Για τις τρεις κύριες χώρες παραγωγής (Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα), πάνω από τα 2/3 του ελαιοκομικού δυναμικού συγκεντρώνεται στις νότιες περιοχές, όπως στην Ανδαλουσία της Ισπανίας, στην Καλαβρία και Απουλία της Ιταλίας και στην Κρήτη και Πελοπόννησο της Ελλάδας, όπου η παραγωγικότητα του εδάφους είναι περίπου 30 έως 40% πάνω από τον μέσο όρο. Η συνολική παραγωγικότητα του εδάφους φαίνεται να είναι ακόμη υψηλότερη στην Ιταλία και την Ελλάδα, όπου το κλίμα και τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά ευνοούν την καλλιέργεια. Ωστόσο, η Ισπανία έχει προχωρήσει περαιτέρω σε μεθόδους εντατικής παραγωγής, όπως ελαιώνες υψηλής πυκνότητας, την μαζική παραγωγή και επεξεργασία, με αποτέλεσμα να εμφανίζει αισθητά μειωμένο κόστος.

Η Ισπανία φαίνεται να έχει κάνει σημαντικά βήματα προς τον εκσυγχρονισμό της παραγωγής της, συγκριτικά με τις άλλες δυο χώρες, Ιταλία και Ελλάδα, στις οποίες άνω του 30% της καλλιέργειας της ελιάς πραγματοποιείται σε ελαιώνες μικρότερους των 5 εκταρίων<sup>34</sup>, ενώ στην Ισπανία το ποσοστό της ελαιοκαλλιέργειας μικρών εκτάσεων είναι περίπου 3%.

**Σχήμα 6: Διάρθρωση Ελαιώνων<sup>35</sup>**



**Εικόνα 1: Ελαιώνας Μαζικής Παραγωγής στην Ανδαλουσία<sup>36</sup>**



<sup>34</sup> World Olive Oil Figures – Production, November 2013, International Olive Oil Council

<sup>35</sup> Olive Oil – Sectoral Report, (2012), National Bank of Greece

<sup>36</sup> <http://www.olive-abacus.com>

Είναι ενδεικτικό, ότι από τα 5.000.000 στρέμματα με ελαιώνες στην ΕΕ, το 50% είναι στην Ισπανία, η οποία παράγει σχεδόν το 70% του ελαιολάδου που παράγεται στην ΕΕ. Η Ισπανία παράγει περίπου 0,6 τόνους ελαιολάδου ανά εκτάριο, σε σύγκριση με την Ιταλία, η οποία παράγει 0,35 και η Ελλάδα, η οποία παράγει 0,21<sup>37</sup> τόνους.

Σε γενικά πλαίσια, οι ελαιοπαραγωγοί στην ΕΕ πουλάνε την παραγωγή τους σε τιμές κάτω του κόστους, ως εκ τούτου η βιωσιμότητά τους εξαρτάται από την κοινοτική χρηματοδότηση. Όμως, οι Ισπανοί παραγωγοί, φαίνεται να είναι σε πλεονεκτικότερη θέση, δεδομένου ότι εξαρτώνται λιγότερο από την χρηματοδότηση της ΕΕ, σε σύγκριση με τους παραγωγούς της Ιταλίας και της Ελλάδας, οι οποίοι επιβαρύνονται με υψηλότερο κόστος παραγωγής, κυρίως λόγω της ύπαρξης των κατακερματισμένων ελαιώνων και την χαμηλή παραγωγικότητα της εργασίας.

## 5.2 Διαφοροποιήσεις σε Τύπους και Τιμές Ελαιόλαδου

### Κατηγορίες Ελαιολάδου

Σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου, το ελαιόλαδο είναι το έλαιο που παράγεται αποκλειστικά από τον καρπό της ελιάς, με εξαίρεση τα έλαια που λαμβάνονται με διαλύτες ή με μετεστεροποίηση και όλων των μειγμάτων με έλαια άλλου είδους.

Παρθένα ελαιόλαδα είναι τα έλαια που λαμβάνονται από τον καρπό της ελιάς μόνο με μηχανικές μεθόδους ή άλλες φυσικές μεθόδους, υπό συνθήκες, ιδίως θερμικές, που δεν προκαλούν αλλοίωσή τους και τα οποία δεν έχουν υποστεί καμία άλλη επεξεργασία, πλην, της πλύσης, της μετάγγισης, της φυγοκέντρισης και της διήθησης. Τα προϊόντα που διατίθενται στην αγορά του ελαιολάδου είναι<sup>38</sup>:

**Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο** είναι το ελαιόλαδο ανωτέρας κατηγορίας, που παράγεται απευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους. Έχει άμεμπτη οσμή και γεύση, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα (ελεύθερη οξύτητα) εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ δεν υπερβαίνει τα 0,8 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια προϊόντος.

**Παρθένο Ελαιόλαδο** είναι το ελαιόλαδο που παράγεται απευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους. Έχει καλή οσμή και γεύση, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα (ελεύθερη οξύτητα) εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν υπερβαίνει τα 2 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια προϊόντος.

**Απλό Ελαιόλαδο** είναι το έλαιο που περιέχει αποκλειστικά ελαιόλαδα, που έχουν υποστεί επεξεργασία εξευγενισμού και έλαια που ελήφθησαν απευθείας από τις ελιές. Έχει ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, η οποία δεν υπερβαίνει τα 3,3 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια προϊόντος.

---

<sup>37</sup> *Economic Analysis of the Olive Sector, July 2012, European Commission, Directorate – General for Agriculture and Rural Development.*

<sup>38</sup> *Ευρωπαϊκή Επιτροπή Εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 29/2012 της 13ης Ιανουαρίου 2012 σχετικά με τις προδιαγραφές εμπορίας του ελαιολάδου (κωδικοποίηση)*

**Πυρηνέλαιο** είναι αποκλειστικά το έλαιο που προέρχεται από την χημική επεξεργασία των υπολλειμμάτων που ελήφθησαν από την έκθλιψη των ελιών που συλλέγονται μετά από πολλές παρτίδες από τα ελαιοτριβεία μετά την εξαγωγή του ελαιολάδου (δηλαδή, κουκούτσια, φλούδες από τις αλεσμένες ελιές, σπασμένη σάρκα της ελιάς (ψύχα), οξειδωμένο λάδι και νερό)

#### Λοιπές Κατηγορίες Ελαιόλαδου:

- **Εξευγενισμένο Ελαιόλαδο:** ελαιόλαδο που παράγεται από παρθένα ελαιόλαδα με μεθόδους εξευγενισμού (ραφινάρισμα), οι οποίες δεν οδηγούν σε αλλαγές της αρχικής τους δομής. Έχει ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, η οποία δεν υπερβαίνει τα 0,3 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια προϊόντος
- **Ελαιόλαδο:** έλαιο που αποτελείται από μείγμα εξευγενισμένου ελαιολάδου και παρθένων ελαιολάδων, κατάλληλο για κατανάλωση ως έχουν. Έχει ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που δεν υπερβαίνει το 1 γραμμάριο ανά 100 γραμμάρια προϊόντος
- **Ακατέργαστο Πυρηνέλαιο:** Έλαιο που παράγεται μετά από χημική κατεργασία του πυρήνα με διαλύτη. Θεωρείται υποπροϊόν του καρπού της ελιάς και προορίζεται για εξευγενισμό (χημική διαδικασία), για κατανάλωση από τον άνθρωπο ή όταν πρόκειται για τεχνική χρήση
- **Εξευγενισμένο Πυρηνέλαιο:** έλαιο που παράγεται από ακατέργαστο πυρηνέλαιο με μεθόδους εξευγενισμού, οι οποίες δεν οδηγούν σε αλλαγές της αρχικής γλυκεριδικής δομής του. Έχει ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που δεν υπερβαίνει τα 0,3 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια προϊόντος
- **Παρθένο Ελαιόλαδο το οποίο δεν είναι κατάλληλο για κατανάλωση από τον άνθρωπο (Ελαιόλαδο λαμπάντε):** Ακατάλληλο για βρώση παρθένο ελαιόλαδο, με κακή γεύση και οσμή, το οποίο έχει ελεύθερη οξύτητα, μεγαλύτερη από 3,3 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια προϊόντος. Προορίζεται για ραφινάρισμα ή για τεχνική χρήση

**Αγουρέλαιο** είναι το λάδι που παράγεται σχετικά πρώιμα, πριν ωριμάσει ο ελαιόκαρπος, περίπου στο 60-70% της ανάπτυξης των ελαιόκαρπων και διαφέρει στη γεύση από το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, κυρίως λόγω της ελαφριάς πικρότητάς του. Ο τρόπος συλλογής, εκτός του συγκεκριμένου χρόνου, απαιτεί την δια χειρός συλλογή, την άμεση έκθλιψη χωρίς την παρουσία νερού και την πλήρη αποφυγή της υψηλής θερμοκρασίας, ενώ απαιτεί επίσης την φύλαξή του σε ανοξειδωτες δεξαμενές και τη μη-χρήση φιλτραρίσματος. Σύμφωνα με την Agrenda, «Αν και η παραγωγή γίνεται σε περιορισμένη κλίμακα στην Ελλάδα εδώ και λίγα χρόνια, όλες οι ποσότητες είναι περιζήτητες καθώς το προϊόν διακρίνεται για τη υψηλή περιεκτικότητά σε πολυφαινόλες, με αποτέλεσμα να απευθύνεται σε απαιτητικές αγορές του εξωτερικού για φαρμακευτική χρήση, αλλά και βρώση σε γκουρμέ εστιατόρια της Ιταλίας, των ΗΠΑ και της Αγγλίας». Η τιμή του αγουρέλαιου συνήθως κυμαίνεται σε 1 ευρώ πάνω από την τιμή του συμβατικού.

Όπως αναφέρθηκε, η πιο κοινή κατηγορία ελαιόλαδου που παράγεται στην Ελλάδα είναι το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, καθώς πάνω από το 90%<sup>39</sup> της παραγωγής ελαιολάδου εμπίπτει σε αυτή την

<sup>39</sup> *National Bank of Greece Sectoral Studies, Olive Oil: Quality promotion through concentration and standardization, September 2011, National Bank of Greece.*

κατηγορία, καθιστώντας την Ελλάδα την κορυφαία χώρα παραγωγής του συγκεκριμένου τύπου στον κόσμο.

### Λοιπά χαρακτηριστικά και ονομασίες προέλευσης

Η αγορά του Παρθένου Ελαιόλαδου εμφανίζει διαφορετικές ονομασίες, όπως Προστατευόμενες Ονομασίες Προέλευσης (ΠΟΠ), Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ), καθώς και το Βιολογικό. Οι χαρακτηρισμοί αυτοί αναφέρονται στην ποιότητα των προϊόντων, στην προέλευση, στις διαδικασίες καλλιέργειας και στη διάκριση των διαφόρων προϊόντων του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου στην αγορά. Επιπλέον, συγκεκριμένες πιστοποιήσεις (οι γεωγραφικές ενδείξεις και η βιολογική καλλιέργεια) μπορεί να αναδείξουν περαιτέρω την αξία των εν λόγω χαρακτηριστικών.

- **ΠΟΠ / ΠΓΕ: (σύμφωνα με το σύστημα πιστοποίησης της ΕΕ):** Ανάλογα με τη στρατηγική, τις πολιτικές μάρκετινγκ και τα ποσοστά κερδοφορίας, παρουσιάζονται μια σειρά από διαφορετικές ονομασίες Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) & Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) για το ελαιόλαδο. Στην Ελλάδα περίπου 3% της εγχώριας παραγωγής αφορούν τα ΠΟΠ / ΠΓΕ έλαια, με παρόμοια ποσοστά στην Ισπανία και την Ιταλία (περίπου 2%)<sup>40</sup>. Στον ακόλουθο πίνακα παρατίθενται ο κατάλογος προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ) & προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης (ΠΓΕ), στα πλαίσια του Καν. (ΕΟΚ) αριθ. 510/06 του Συμβουλίου, όπως εμφανίζεται στην ιστοσελίδα του Υπουργείου Παραγωγικής Ανασυγκρότησης, Περιβάλλοντος, Ενέργειας – Αγροτικής Ανάπτυξης:

**Πίνακας 3: Κατάλογος προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ) & προϊόντων προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης (ΠΓΕ) στα πλαίσια του Καν. (ΕΟΚ) αριθ. 510/06 του Συμβουλίου<sup>41</sup>**

A/A	ΠΡΟΙΟΝ ΟΝΟΜΑΣΙΑ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ ΠΟΠ ή ΠΓΕ	ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
1	Βιάννος Ηρακλείου Κρήτης	ΠΟΠ	379576/236-08-93 (ΦΕΚ 677/02-09-93)
2	Λυγουριό Ασκληπίου	ΠΟΠ	440327/15-11-93
3	Βόρειος Μυλοπόταμος Ρεθύμνης Κρήτης	ΠΟΠ	Official Journal L148 21.06.1996
4	Κροκεές Λακωνίας	ΠΟΠ	317738/18-01-97 (ΦΕΚ 24/18-01-94)
5	Πέτρινα Λακωνίας	ΠΟΠ	317714/1-01-94 (ΦΕΚ 17/14-01-94)
6	Κρανίδι Αργολίδας	ΠΟΠ	315790/14-01-94 (ΦΕΚ 15/14-01-94)
7	Πεζά Ηρακλείου Κρήτης	ΠΟΠ	371573/19-07-93 (ΦΕΚ 574/02-08-93)
8	Αρχάνες Ηρακλείου Κρήτης	ΠΟΠ	371575/19-07-93 (ΦΕΚ 575/02-08-93)
9	Λακωνία	ΠΓΕ	444282/23-12-93 (ΦΕΚ 955/31-12-93)
10	Χανιά Κρήτης	ΠΓΕ	379563/20-08-93 (ΦΕΚ 821/07-10-93)
11	Κεφαλονιά	ΠΓΕ	315782/14-01-94 (ΦΕΚ 15/14-01-94)
12	Ολυμπία	ΠΓΕ	392926/31-08-93 (ΦΕΚ 745/27-09-93)

<sup>40</sup> National Bank of Greece Sectoral Studies, Olive Oil: Quality promotion through concentration and standardization, September 2011, National Bank of Greece.

<sup>41</sup> <http://www.minagric.gr>

A/A	ΠΡΟΙΟΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ	ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΕΣ
13	Λέσβος ή Μυτιλήνη	ΠΓΕ	371579/19-07-93 (ΦΕΚ 575/02-08-93)
14	Πρέβεζα	ΠΓΕ	440329/15-11-93 (ΦΕΚ 871/26-11-93)
15	Ρόδος	ΠΓΕ	315783/14-01-94 (ΦΕΚ 15/14-01-94)
16	Θάσος	ΠΓΕ	440305/11-11-93 (ΦΕΚ 871/26-11-93)
17	Καλαμάτα	ΠΟΠ	379567/20-08-93 (ΦΕΚ 821/07-10-93)
18	Κολυμβάρι Χανίων Κρήτης	ΠΟΠ	371571/19-07-93 (ΦΕΚ 574/02-08-93)
19	Σητεία Λασιθίου Κρήτης	ΠΟΠ	440339/18-11-93 (ΦΕΚ 878/06-12-93)
20	Αποκορώνας Χανίων Κρήτης	ΠΟΠ	440338/18-11-93 (ΦΕΚ 878/06-12-93)
21	Σάμος	ΠΓΕ	371572/19-07-93 (ΦΕΚ 574/02-08-93)
22	Ζάκυνθος	ΠΓΕ	379565/20-08-93 (ΦΕΚ 669/02-09-93)
23	Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Θραψανό	ΠΟΠ	C 241/2001 σελ. 12
24	Φοινίκι Λακωνίας	ΠΟΠ	C 180/2001 σελ. 10
25	Άγιος Ματθαίος	ΠΓΕ	C 321/2003 σελ. 43
26	Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Τροιζηνία	ΠΟΠ	C 128/2006 σελ. 11
27	Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Σέλινο Κρήτης	ΠΟΠ	C 232/2009 σελ. 27 L118/2010 σελ.8)
28	Αγουρέλαιο Χαλκιδικής	ΠΟΠ	Official Journal L169/21.06.2013
29	Μεσσαρά	ΠΟΠ	Official Journal L272/12.10.2013

- **Βιολογικά (σύμφωνα με το σύστημα πιστοποίησης της ΕΕ):** Ο όρος βιολογικό προϊόν αναφέρεται στην βιολογική καλλιέργεια της ελιάς και εξασφαλίζει ότι δεν υπάρχουν πρόσθετα ή χημικές ουσίες που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία καλλιέργειας, έκθλιψης και εκχύλισης.
- Η ποιότητα και η πιστοποίηση παίζουν ολοένα και πιο σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια αγορά ελαιολάδου, με την ΕΕ και το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου να αναλαμβάνουν σταδιακά μεγαλύτερο ρόλο στον καθορισμό των προτύπων κατάταξης και στην διασφάλιση της συμμόρφωσής τους. Προς αυτόν τον σκοπό, πρόσφατα γίνονται προσπάθειες περιορισμού των αόριστων ετικετών, όπως "light", "καθαρό", κλπ. Από την άλλη πλευρά, πολλές εταιρείες του κλάδου συνεχίζουν να χρησιμοποιούν ένα μεγάλο αριθμό από διάφορες ονομασίες στα ελαιοκομικά προϊόντα τους, συμβάλλοντας έτσι στη δημιουργία σύγχυσης στους καταναλωτές.

### Προδιαγραφές ΠΟΠ/ΠΓΕ ελαιολάδων

Σύμφωνα με τις οδηγίες<sup>42</sup> του τμήματος πιστοποίησης (Διεύθυνση Πιστοποίησης & Προδιαγραφών) του Οργανισμού Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων<sup>43</sup>, οι προδιαγραφές καταχώρισης των ΠΟΠ/ΠΓΕ ελαιολάδων υπαγορεύονται από τις αντίστοιχες Υπουργικές Αποφάσεις ή τους Εκτελεστικούς Κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Σύμφωνα με αυτές, ο ελαιόκαρπος συγκεκριμένης ποικιλίας που χρησιμοποιείται για την παραγωγή

<sup>42</sup> ΠΟΠ/ΠΓΕ ελαιόλαδα: Τάσεις και προοπτικές, Agrocert, 2013

<sup>43</sup> <http://www.agrocert.gr>



ΠΟΠ/ΠΓΕ ελαιολάδου, προέρχεται αποκλειστικά από συγκεκριμένες περιοχές. Επιπλέον, η επεξεργασία του ελαιοκάρπου γίνεται μέσα στη γεωγραφική ζώνη, σε κλασσικά ή φυγοκεντρικά ελαιοτριβεία, που διασφαλίζουν θερμοκρασίες ελαιόπαστας, σε όλες τις φάσεις επεξεργασίας, μικρότερες από 30°C ή και ακόμα χαμηλότερες. Τέλος, ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις καλλιεργητικές τεχνικές και στις μεθόδους καταπολέμησης εντομολογικών προσβολών που θα πρέπει να εφαρμόζονται, οι οποίες συντελούν σημαντικά στην αύξηση της παραγωγής και βελτίωση της ποιότητας του ελαιόλαδου.

### 5.3 Τιμές Παραγωγού

Οι τιμές παραγωγού ποικίλουν ανάλογα με την προσφορά και ζήτηση. Ως αποτέλεσμα, οι τιμές είναι υψηλότερες σε αγορές που παρουσιάζουν έλλειμμα (Ιταλία) συγκριτικά με τις πλεονασματικές αγορές (Ισπανία και Ελλάδα). Οι τιμές διαφέρουν για διάφορους λόγους και κυρίως αντανakλούν την ποιότητα του ελαιολάδου ανά περιοχή, ενώ η αγορά καθορίζει την τιμή για κάθε κατηγορία του παρθένου ελαιολάδου ξεχωριστά (έξτρα παρθένο, παρθένο και λαμπάντε). Οι μεγαλύτερες διακυμάνσεις στις τιμές παραγωγών παρουσιάζονται στην ιταλική και την ελληνική αγορά, καθώς στην Ισπανία εμφανίζονται σχετικά σταθερές τιμές τα τελευταία χρόνια.

Σύμφωνα με το πρόσφατο ενημερωτικό δελτίο<sup>44</sup> του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου (International Olive Council), οι τιμές παραγωγού κυμάνθηκαν με τον ακόλουθο τρόπο ανά χώρα ενδιαφέροντος:

**Ελλάδα:** Κατόπιν της σταθερής πορείας που παρουσίασαν το καλοκαίρι του 2014 στα 2,51€ το κιλό, οι τιμές παραγωγού στην Ελλάδα αυξήθηκαν για αρκετές εβδομάδες, παρουσιάζοντας σταθερή αύξηση έως το τέλος του έτους. Το 2015, οι τιμές έσπασαν το φράγμα των τριών ευρώ ανά κιλό, ενώ στο τέλος του Ιουνίου του 2015 σταθεροποιήθηκαν στα 3,09€ ανά κιλό, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 24%, σε σχέση με την ίδια περίοδο του προηγούμενου έτους.

**Ισπανία:** Οι τιμές παραγωγού στην Ισπανία αυξήθηκαν σταθερά κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2014. Μετά από το σπάσιμο του φράγματος των 3€ ανά κιλό κατά τη δεύτερη εβδομάδα του Δεκεμβρίου 2014, συνέχισαν την ανοδική πορεία τους με κάποιες μικρές διακυμάνσεις μέχρι το υψηλότερο των 3,59€ ανά κιλό την τρίτη εβδομάδα του Ιουνίου 2015, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 63% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

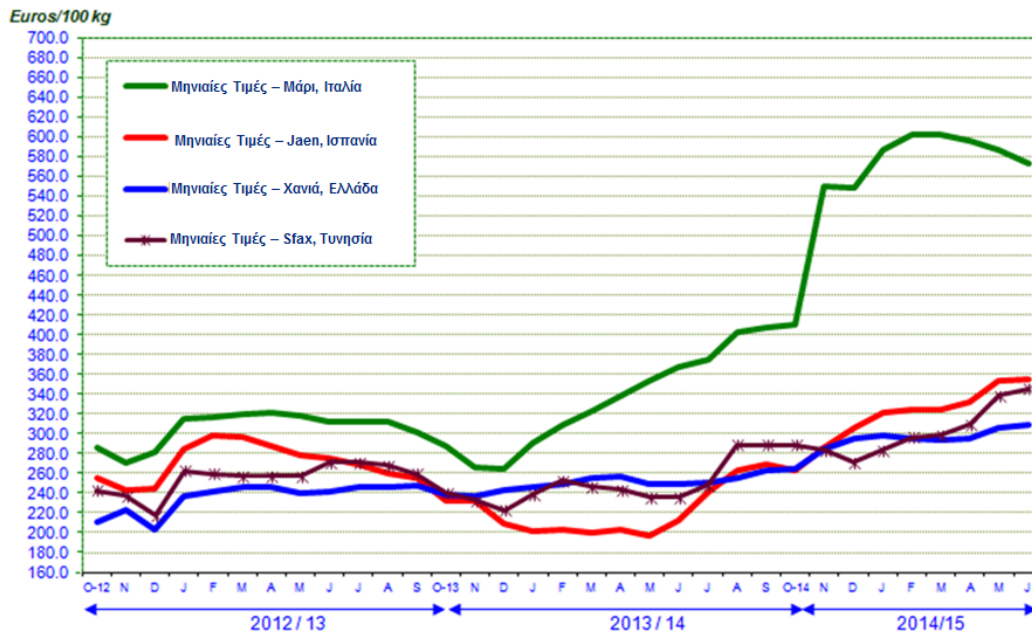
**Ιταλία:** Τους τελευταίους μήνες, οι τιμές παραγωγού στην Ιταλία παρουσίασαν μια σαφή ανοδική τάση. Κατά τη διάρκεια της εβδομάδας 10-16 Νοεμβρίου του 2014 παρουσίασαν το υψηλότερο επίπεδο της τελευταίας δεκαετίας, φτάνοντας τα 6,79€ ανά κιλό. Μετά την ελαφρά πτώση κατά την τελευταία εβδομάδα του Δεκέμβρη του 2014, οι τιμές επανήλθαν με αυξητικές τάσεις και τον Ιούνιο του 2015 ανήλθαν στα 5,64€ ανά κιλό, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 55% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Στο ακόλουθο γράφημα παρουσιάζονται οι μηνιαίες τιμές παραγωγού του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου τα τελευταία χρόνια σε Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία και Τυνησία.

---

<sup>44</sup> *International Olive Council Market Newsletters, June 2015*



**Σχήμα 7: Διακύμανση τιμών παραγωγού  
Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο – Μηνιαίες τιμές σε € ανά 100 κιλά<sup>45</sup>**



Από την εξέταση των παραπάνω στοιχείων, προκύπτει ότι η Ελλάδα παρουσίασε σχετικά μικρή αύξηση στις τιμές της, σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ανταγωνίστριες χώρες, κατά τη διάρκεια ενός αρκετά θετικού διεθνούς κλίματος, σε ό,τι αφορά τις τιμές παραγωγού.

Παραδόξως, τον Σεπτέμβρη και Οκτώβρη του 2015, για πρώτη φορά, η τιμή του ελαιολάδου στην Ελλάδα έφτασε ακόμα και στα 4,5€ ανά κιλό.

## 5.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την παραγωγή Ελαιολάδου

Η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου επηρεάζεται άμεσα από διάφορες μακροοικονομικές τάσεις, όπως επίσης και από την εφαρμογή της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής της ΕΕ. Επιπλέον, η παραγωγή εξαρτάται από την βιολογική εναλλαγή του δέντρου της ελιάς (παρενιαυτοφορία), τις μεθόδους και τις τεχνικές καλλιέργειας, την παραγωγικότητα του εδάφους, αλλά και τις περιβαλλοντικές συνθήκες. Κάθε ένας από αυτούς τους παράγοντες περιγράφονται σε αναλυτικότερο επίπεδο στις ακόλουθες ενότητες.

### 5.4.1 Μακροοικονομικές τάσεις

Η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου επηρεάζεται από διάφορους μακροοικονομικούς παράγοντες, οι σημαντικότεροι των οποίων είναι η παγκοσμιοποίηση και ο διεθνής ανταγωνισμός, οι τεχνολογικές βελτιώσεις, ο ανταγωνισμός από εταιρείες που παράγουν υποκατάστατα προϊόντα και οι περιορισμοί στην πρόσβαση σε συγκεκριμένες αγορές.

<sup>45</sup> *International Olive Council Market Newsletters, June 2015*

## Παγκοσμιοποίηση

Η παραγωγή της ελιάς επικεντρωνόταν κυρίως στις χώρες της Μεσογείου. Ωστόσο, τις τελευταίες δεκαετίες, έχει υπάρξει μια επέκταση της παραγωγής σε ορισμένες αναδυόμενες αγορές, που μέχρι πρόσφατα πραγματοποιούσαν μόνο εισαγωγές, όπως οι ΗΠΑ, η Χιλή, η Αυστραλία και πιο πρόσφατα, η Ινδία και η Κίνα. Πάνω από το 90% του ελαιολάδου παράγεται ακόμη από τις χώρες της λεκάνης της Μεσογείου, κύριες χώρες παραγωγής, συμπεριλαμβανομένων της Συρίας, της Τυνησίας, του Μαρόκου, κλπ. Με την πρόσφατη παρουσία των νέων χωρών στην παραγωγή ελαιολάδου, οι επιπτώσεις είναι σημαντικές, καθώς οι νέοι παίκτες προσπαθούν να αντικαταστήσουν τις ποσότητες των εισαγωγών τους με την εγχώρια παραγωγή, ενώ παράλληλα, προσπαθούν να διεισδύσουν και στις εξαγωγές.

Οι πρόσφατες εξαγορές ορισμένων επιφανών εμπορικών σημάτων από μεγάλες εταιρείες (π.χ. το Ιταλικό Ελαιόλαδο Felipo Berio από Κινέζικη Εταιρεία<sup>46</sup>) είναι άλλο ένα σημάδι της τάσης προς την παγκοσμιοποίηση στον τομέα του ελαιολάδου, η οποία με τη σειρά της, έχει επιπτώσεις και στην ταυτοποίηση των σημάτων με συγκεκριμένες χώρες προέλευσης. Παράλληλα, η εξάπλωση των ποικιλιών των ελαιοδέντρων από συγκεκριμένες περιοχές σε άλλες χώρες, είναι μια άλλη πτυχή αυτής της τάσης. Για παράδειγμα, η Κορωνέϊκη ποικιλία, η οποία θεωρείται ότι είναι από τις καλύτερες ποικιλίες στην Ελλάδα, σήμερα καλλιεργείται στην Ισπανία, την Χιλή και τις ΗΠΑ. Αυτό σημαίνει ότι το επώνυμο ελληνικό λάδι θα μπορούσε να παραχθεί και σε άλλες χώρες εκτός από την Ελλάδα.

Τέλος, η επέκταση των μεγάλων επιχειρήσεων του κλάδου έχει διευρύνει το χάσμα με τους τοπικούς μικρούς παραγωγούς. Αυτό εξηγεί εν μέρει, την πρόσφατη τάση των μικρομεσαίων παραγωγών για την αποκλειστική στόχευση στη κατηγορία των premium και ultra-premium ετικετών.

## Βελτίωση στις Τεχνολογίες Παραγωγής

Η αύξηση του μεριδίου των ελαιώνων υψηλής πυκνότητας έναντι του συνόλου των χωρών παραγωγής της ΕΕ και η μηχανοποίηση της συγκομιδής έχει επίσης σοβαρό αντίκτυπο στον κλάδο. Ολοένα και περισσότερο οι εκάστοτε κυβερνήσεις των εμπλεκόμενων χωρών αντιμετωπίζουν το δίλημμα μεταξύ της συνέχισης παραγωγής με τις τρέχουσες πρακτικές ή την μετάβαση σε μεθόδους μαζικής παραγωγής, δίνοντας κίνητρα για την εκμηχάνισή της και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων, επηρεάζοντας όμως με τη σειρά τους, τα ποσοστά ανεργίας στις αγροτικές περιοχές.

Η Ισπανία, η οποία είναι η πρώτη χώρα παραγωγής ελαιολάδου στο κόσμο, έχει μετακινηθεί προς την εντατική καλλιέργεια ελιάς και έχει εκσυγχρονίσει την παραγωγική της διαδικασία, φθάνοντας σε επίπεδα αποδοτικότητας της παραγωγής πολύ μεγαλύτερης από ό,τι σε οποιαδήποτε άλλη χώρα. Όπως προαναφέρθηκε, από τα 5.000.000 στρέμματα με ελαιώνες στην ΕΕ, το 50% είναι στην Ισπανία, η οποία παράγει σχεδόν το 70% του ελαιολάδου που παράγεται στην ΕΕ. Επιπλέον, η Ισπανία παράγει περίπου 0,6 τόνους ελαιόλαδο ανά εκτάριο, σε σύγκριση με την Ιταλία που

---

<sup>46</sup> <http://www.oliveoiltimes.com>

παράγει 0,35 τόνους ανά εκτάριο και την Ελλάδα που παράγει 0,21 τόνους ανά εκτάριο<sup>47</sup>.

### **Ανταγωνισμός από υποκατάστατα προϊόντα**

Σύμφωνα με το Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ, το ελαιόλαδο που παράγεται σε παγκόσμιο επίπεδο συνεχίζει να μειώνεται ως ποσοστό επί του συνόλου της παραγωγής των φυτικών ελαίων. Σε έξι χρόνια, από το 2007, το ποσοστό μειώθηκε από 2,4% σε 2,0%. Ειδικά στις χώρες που πλήττονται από την οικονομική κρίση (συμπεριλαμβανομένων των χωρών με υψηλή κατανάλωση, όπως η Ιταλία και η Ελλάδα), η μείωση του εισοδήματος των νοικοκυριών έχει ανοίξει την αγορά στην παρουσία ανταγωνιστικών φυτικών ελαίων. Για να διατηρήσει το ελαιόλαδο το υφιστάμενο μερίδιο της αγοράς που κατέχει, πρέπει να υπερασπίσει τη θέση του, προάγοντας τη γεύση του, το μοναδικό χαρακτήρα και τα οφέλη που προσφέρει στην διατροφική αξία<sup>48</sup>.

### **Περιορισμένη πρόσβαση σε αγορές από μικρούς παραγωγούς**

Τα σημεία λιανικής πώλησης (π.χ. μεγάλες αλυσίδες σουπερ μάρκετ), που πουλάνε περισσότερο από το 80% του ελαιολάδου στη διεθνή αγορά, προωθούν τα επώνυμα προϊόντα, μειώνοντας παράλληλα τον αριθμό των σημάτων από τους μικρότερους παραγωγούς. Οι εν λόγω στρατηγικές ευνοούν τους μεγαλύτερους παραγωγούς, που μπορούν να παρέχουν μεγάλες ποσότητες ελαιολάδου, ακόμη και σε μειωμένες τιμές, περιορίζοντας την πρόσβαση στην αγορά για τους μικρούς παραγωγούς.

#### **5.4.2 Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ)**

Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη της ΕΤΕ, από το 1962, ο ευρωπαϊκός γεωργικός τομέας λαμβάνει οικονομική ενίσχυση μέσω της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ). Ωστόσο, παρόλο που ο προϋπολογισμός της ΚΓΠ της ΕΕ έχει ακολουθήσει μια πτωτική τάση, (από το 50% του προϋπολογισμού της ΕΕ το 2007, σε 42% το 2013, με εκτίμηση για 35% το 2020), εξακολουθεί να αποτελεί το μεγαλύτερο τμήμα του προϋπολογισμού της ΕΕ, για τα έτη 2014 – 2020, εκτιμώντας, ότι θα απορροφήσει περίπου 55.500 εκατομμύρια € ετησίως.

Ειδικότερα, στο πλαίσιο της νέας προγραμματικής περιόδου, για το διάστημα 2014-2020, υπάρχουν δύο βασικοί πυλώνες των κεφαλαίων:

- **Πυλώνας I**, αφορά, κυρίως, τις άμεσες πληρωμές στους ιδιοκτήτες των γεωργικών εκμεταλλεύσεων, τη στήριξη των εισοδημάτων, καθώς και μικρότερα μέτρα παρέμβασης, όπως, οι επιστροφές φόρων στις εξαγωγές, λειτουργώντας κυρίως σαν δίκτυ ασφαλείας σε περιπτώσεις αποσταθεροποιήσεων της αγοράς (π.χ. δυσμενείς καιρικές συνθήκες).
- **Πυλώνας II**, παρέχει υποστήριξη για τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη της υπαίθρου, βοηθώντας τους ιδιοκτήτες γεωργικών εκμεταλλεύσεων να εκσυγχρονίσουν τις εκμεταλλεύσεις τους, ώστε να γίνουν πιο ανταγωνιστικές, προστατεύοντας παράλληλα το

<sup>47</sup> *Economic Analysis of the Olive Sector, July 2012, European Commission, Directorate – General for Agriculture and Rural Development*

<sup>48</sup> *Olive Oil Industry Megatrends, June 2013, Olive Oil Times*

περιβάλλον. Οι πληρωμές αυτές χρηματοδοτούνται εν μέρει από τις χώρες μέλη, ως μέρος των αντίστοιχων πολυετών δημοσιονομικών πλαισίων τους.

Επιπλέον, το νέο πρόγραμμα της ΚΑΠ (2014-2020) προωθεί μέτρα που στοχεύουν κυρίως στην πράσινη και αειφόρο ανάπτυξη της γεωργίας και στην αποτελεσματικότερη γεωργική δραστηριότητα. Το τελευταίο επιδιώκεται μέσω:

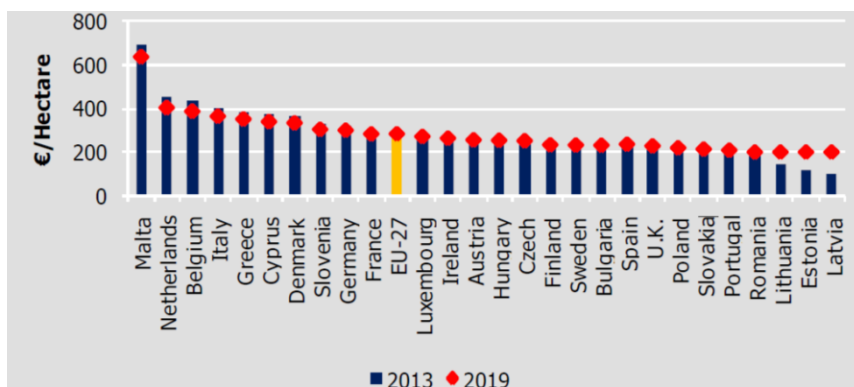
- i) των αυστηρότερων προδιαγραφών για την επιλεξιμότητα των δαπανών
- ii) των διοικητικών βελτιώσεων στο σύστημα διαχείρισης και παρακολούθησης των δράσεων ενίσχυσης και
- iii) της παροχής μεγαλύτερης ευελιξίας στα κράτη μέλη, σχετικά με την κατανομή της χρηματοδότησης της ΚΑΠ μεταξύ των δύο πυλώνων

Το πιο σημαντικό στοιχείο της νέας ΚΑΠ είναι η στόχευση για την σταδιακή σύγκλιση, όσον αφορά στην κατανομή των άμεσων ενισχύσεων ανά εκτάριο μεταξύ των κρατών μελών, προκειμένου να μειωθούν οι μεταξύ τους ανισότητες. Αυτό αναμένεται να επιτευχθεί μέσω:

- i) του ιστορικού των συστημάτων διάθεσης και
- ii) της εισαγωγής των νέων κρατών μελών στην ΕΕ.

Συγκεκριμένα, ο στόχος είναι να κλείσει στο  $\frac{1}{3}$  το χάσμα μεταξύ του τρέχοντος επιπέδου της επιδότησης σε κάθε κράτος μέλος. Δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι ένα από τα κράτη μέλη με υψηλό επίπεδο άμεσης επιδότησης ανά καλλιεργήσιμη γη (€ 384 ανά εκτάριο το 2013, έναντι του μέσου όρου των € 293 ανά εκτάριο στην ΕΕ), το μερίδιό της στον προϋπολογισμό της ΚΑΠ της ΕΕ αναμένεται να μειωθεί στο 3,5% το 2019, από το 5,6% του 2007 (περίπου 2 δις € ετησίως για την περίοδο 2014-2020, σε σύγκριση με περίπου 2,5 δις € κατά τη διάρκεια 2007-2013).

Σχήμα 8: Επιδότηση ανά Εκτάριο<sup>49</sup>



Σύμφωνα με τη κλαδική μελέτη της ΕΤΕ, οι Έλληνες ελαιοπαραγωγοί θα επωφεληθούν από το γεγονός, ότι θα έχουν τη δυνατότητα να λαμβάνουν το πλήρες ποσό της Άμεσης Επιδότησης, χωρίς την υποχρέωση να ανταποκρίνονται σε τυχόν περιβαλλοντικές απαιτήσεις. Τα συνολικά ποσά των επιδοτήσεων θα υποστούν σημαντικές συνέπειες μέσω:

<sup>49</sup> Olive Oil – Sectoral Report, (2015), National Bank of Greece / European Commission

- της μείωσης του συνολικού προϋπολογισμού της ΚΑΠ για την Ελλάδα (περίπου 17% χαμηλότερο το 2019 σε σχέση με το 2013), και
- της μείωσης του ποσοστού επί του συνολικού προϋπολογισμού της ΕΕ, λόγω της εισόδου νέων κρατών μελών στην ΚΑΠ, κατά περίπου 18% το 2019, από το 21% το 2006.

Ως εκ τούτου, οι εν λόγω αλλαγές αναμένεται να επηρεάσουν σημαντικά την παραγωγή ελαιολάδου, καθώς αναμένεται να οδηγήσουν αρκετούς μικρούς παραγωγούς εκτός αγοράς, επηρεάζοντας με τη σειρά τους, την παραγωγή και τις τιμές του εγχώριου προϊόντος.

### **5.4.3 Λοιποί Παράγοντες**

Η παραγωγή του ελαιολάδου εξαρτάται επίσης από την βιολογική και εποχική εναλλαγή της ελιάς, την παρενδιαυτοφορία. Ειδικότερα, μια καλή συγκομιδή, συνήθως ακολουθείται από μια φτωχή, όπου το δέντρο παράγει μια μεγάλη ποσότητα της βλαστικής ανάπτυξης του εντός ενός έτους και έχει περιορισμένες δυνατότητες να σχηματίζει μπουμπούκια καρποφορίας για τη συγκομιδή του επόμενου έτους.

Επιπλέον, οι μέθοδοι καλλιέργειας και άρδευσης είναι ιδιαίτερα σημαντικοί παράγοντες, καθώς μπορεί να υποστηρίξουν ένα εντατικό πρόγραμμα πυκνής καλλιέργειας, ενώ παράλληλα μειώνουν τον κίνδυνο της καταστροφής μιας συγκομιδής για λόγους ανομβρίας. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η παραγωγικότητα του εδάφους είναι υψηλότερη στην Ελλάδα, από ότι σε άλλες χώρες (3 τόνους ελιών ανά εκτάριο, ενώ στην Ισπανία ο μέσος όρος είναι 2,5 τόνοι).<sup>50</sup>

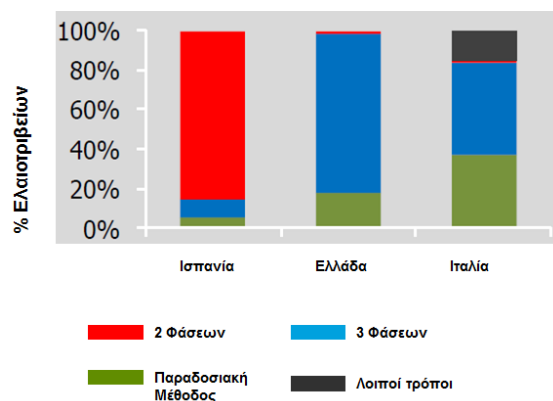
## **5.5 Μέθοδοι Παραγωγής ελαιολάδου & Ελαιοτριβεία**

Κατόπιν της συγκομιδής των ελαιοκάρπων, ακολουθεί η μεταφορά τους στο ελαιοτριβείο, το πλύσιμο, το σπάσιμο του καρπού (έκθλιψη), η μάλαξη και η παραλαβή του ελαιολάδου. Το τελευταίο στάδιο της επεξεργασίας, παραλαβή του ελαιολάδου, πραγματοποιείται με 3 διαφορετικούς τρόπους.

---

<sup>50</sup> *Economic Analysis of the Olive Sector, July 2012, European Commission, Directorate – General for Agriculture and Rural Development.*

Σχήμα 9: Τεχνολογία Ελαιοτριβείων<sup>51</sup>



### A. Παραδοσιακή μέθοδος

Σύμφωνα με την παραδοσιακή μέθοδο, οι ελιές πιέζονται με μη αυτοματοποιημένες υδραυλικές πρέσες. Αυτή η διαδικασία οδηγεί σε χαμηλή απόδοση και αυξημένη πιθανότητα μόλυνσης του προϊόντος, ενώ μπορεί να οδηγήσει και στην οξείδωσή του. Ως αποτέλεσμα, το ελαιόλαδο που παράγεται με αυτή τη μέθοδο είναι, σε γενικές γραμμές, κατώτερης ποιότητας.

### B. Φυγοκεντρικά Συστήματα

Κατά τη μέθοδο αυτή, χρησιμοποιείται φυγοκεντρικό σύστημα, που λειτουργεί με συνεχή διαδικασία. Η ζύμη τοποθετείται σε μια δεξαμενή, μέσα στην οποία περιστρέφεται ελικοειδής άξονας ή ένας ατέρμονας κοχλίας. Η ζύμη, στη συνέχεια, προωθείται με μίαν αντλία, σε μια φυγόκεντρο μηχανή.

#### B1 - ΤΡΙΦΑΣΙΚΗ (ΦΥΓΟΚΕΝΤΡΙΚΗ) ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Σύμφωνα με τη 3-φασική μέθοδο, το ελαιόλαδο εξάγεται μέσω φυγοκέντρισης. Αυτή είναι μια συνεχής και πλήρως αυτοματοποιημένη διαδικασία, η οποία οδηγεί σε υψηλότερη απόδοση από ό,τι με την παραδοσιακή μέθοδο. Αφού οι ελιές έχουν πλυθεί, στη συνέχεια συνθλίβονται και παράγουν μια πάστα, στην οποία προστίθεται νερό και το μίγμα διαχωρίζεται σε λάδι, νερό και στερεά απόβλητα μέσω φυγοκέντρισης. Κατά τη διάρκεια της φυγοκέντρισης, προστίθεται νερό στην πάστα, η οποία αργότερα διαχωρίζεται από το ελαιόλαδο. Σε ορισμένες περιπτώσεις, το προϊόν της φυγοκέντρισης θα μπορούσε να υποστεί περαιτέρω επεξεργασία, προκειμένου να εξαλειφθεί κάθε απομένον νερό. Το ελαιόλαδο στη συνέχεια, αφήνεται σε δεξαμενές, όπου ένας τελικός διαχωρισμός γίνεται μέσω της βαρύτητας, μια διαδικασία που ονομάζεται «ράφια». Τέλος, το έλαιο μπορεί να διηθηθεί, εάν είναι επιθυμητό.

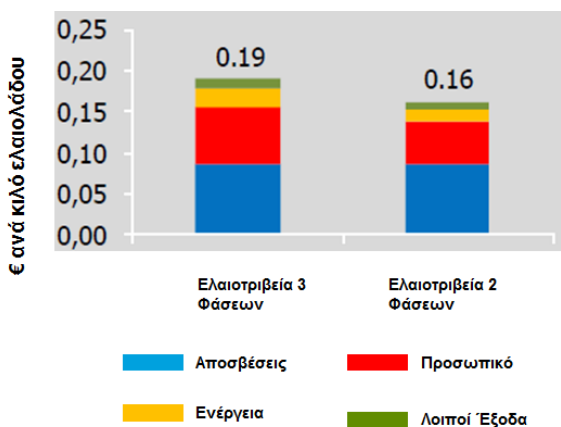
#### B2 - ΔΙΦΑΣΙΚΗ (ΦΥΓΟΚΕΝΤΡΙΚΗ) ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Η μέθοδος 2 φάσεων είναι παρόμοια με την 3-φασική μέθοδο, χωρίς όμως την ανάγκη πρόσθεσης επιπλέον νερού στη πάστα. Αυτή η μέθοδος οδηγεί σε καλύτερη ποιότητα ελαιολάδου με

<sup>51</sup> *Olive Oil – Sectoral Report, (2015), National Bank of Greece*

μεγαλύτερη διάρκεια ζωής στο ράφι (λόγω υψηλότερης συγκέντρωσής του σε αντιοξειδωτικά), υψηλότερες αποδόσεις, χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας και λιγότερα απόβλητα, ενώ είναι πιο οικονομική και αποτελεσματική από τη μέθοδο 3-φάσεων.

**Σχήμα 10: Μέσος όρος εξόδων παραγωγής ελαιολάδου ανά τύπο ελαιοτριβείου<sup>52</sup>**



### Γ – ΣΙΝΟΛΕΑ<sup>53</sup>

Σύμφωνα με τη μέθοδο παραλαβής ελαιολάδου με Σινολέα (Sinolea), η ζύμη της ελιάς, τοποθετείται σε ένα δοχείο που περιέχει τη συσκευή εκχύλισης (απορρόφησης). Η τελευταία, αποτελείται από μια σειρά από λεπίδες ή δίσκους χάλυβα, που βυθίζονται στην πάστα με παλινδρομική συνεχή κίνηση. Καμιά μηχανική πίεση δεν ασκείται στη ζύμη της ελιάς. Το ελαιόλαδο συλλέγεται από τις λεπίδες και στην συνέχεια παραλαμβάνεται με αποστράγγιση. Αυτή η μέθοδος μπορεί να εξάγει περίπου το 50% του ελαίου, το οποίο ονομάζεται «άνθος του ελαιολάδου». Ωστόσο, η υπόλοιπη ζύμη της ελιάς, μπορεί στη συνέχεια να υποβληθεί σε μια δεύτερη διαδικασία εκχύλισης, αλλά το λάδι που παραλαμβάνεται θεωρείται κατώτερης ποιότητας σε σχέση με την πρώτη παραλαβή από την αποστράγγιση. Το ελαιόλαδο που παραλαμβάνεται με την μέθοδο της Σινολέα δεν απαιτεί άλλο στάδιο επεξεργασίας.

Τα περισσότερα από τα ελαιοτριβεία στην Ελλάδα (80%) χρησιμοποιούν τη μέθοδο 3-φάσεων, ενώ για παράδειγμα, στην Ισπανία λόγω της έντονης επένδυσης σε εκσυγχρονισμένες τεχνολογίες, χρησιμοποιείται ως επί το πλείστον η μέθοδος των 2-φάσεων. Στην Ιταλία, τα περισσότερα από τα ελαιουργεία είναι είτε παραδοσιακά (37%), είτε 3-φάσεων (47%)<sup>54</sup>. Θα πρέπει να τονιστεί, ότι η διαδικασία εκχύλισης των 2-φάσεων μειώνει σημαντικά το κόστος παραγωγής ελαιολάδου, προσφέροντας μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους και ως εκ τούτου χαμηλότερες τιμές ελαιολάδου. Αναμένεται, ότι κατά τα επόμενα χρόνια, η χρήση της μεθόδου εκχύλισης 2-φάσεων θα δυναμώσει την Ελληνική και Ιταλική παραγωγή, καθώς η πολιτική της ΕΕ πιέζει για περισσότερο φιλική προς

<sup>52</sup> Olive Oil – Sectoral Report, (2015), National Bank of Greece / European Commission

<sup>53</sup> <http://www.foodbites.eu>

<sup>54</sup> Economic Analysis of the Olive Sector, July 2012, European Commission, Directorate – General for Agriculture and Rural Development.

το περιβάλλον διεργασία παραγωγής.

Όσον αφορά την επάρκεια των υφιστάμενων ελαιολαδοειδών στην Ελλάδα, διαπιστώνεται ότι, «Τόσο από άποψη συνολικού αριθμού, δυναμικότητας, όσο και χωροταξικής κατανομής, τα υπάρχοντα ελαιολαδοειδή, εργαζόμενα σε διπλή βάρδια κατά τους 2-3 μήνες αιχμής της ελαιοσυλλογής, καλύπτουν επαρκώς τις ανάγκες της ελληνικής ελαιοκομίας ...»<sup>55</sup>

## 5.6 Ανάλυση αγοράς

Η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου κυριαρχείται από την αγορά της ΕΕ, με την Ισπανία, την Ιταλία και την Ελλάδα - τις τρεις πρώτες χώρες παραγωγής – να παρουσιάζονται παράλληλα και ως οι πρώτοι στα επίπεδα κατανάλωσης. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, έχει υπάρξει επίσης μια αύξηση της κατανάλωσης του ελαιολάδου σε χώρες, όπως η Γερμανία και οι ΗΠΑ, η οποία οφείλεται κυρίως στην αύξηση της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών ως προς τις ιδιότητές του.

Όσον αφορά στο παγκόσμιο εμπόριο, η Ιταλία, παρά το γεγονός ότι είναι ένας από τους μεγαλύτερους παραγωγούς στο κόσμο, είναι παράλληλα και η υπ' αριθμόν ένα χώρα εισαγωγής σε παγκόσμιο επίπεδο, ακολουθούμενη από χώρες, όπως οι ΗΠΑ, η Πορτογαλία και η Γαλλία. Η διαφορά της Ιταλίας με τις υπόλοιπες χώρες, είναι ότι το μεγαλύτερο μέρος του εισαγόμενου ελαιολάδου είναι σε χύμα μορφή, ενώ στις υπόλοιπες χώρες, εισάγεται ως επώνυμο λάδι (branded), έτοιμο προς κατανάλωση. Η Ιταλία χρησιμοποιεί το μεγαλύτερο ποσοστό των εισαγωγών της για την ανάμιξη με το εγχώριο προϊόν και την μετέπειτα προώθησή του προς τις παγκόσμιες αγορές. Έτσι, η Ιταλία εμφανίζεται και ως ο δεύτερος μεγαλύτερος εξαγωγέας ελαιολάδου στο κόσμο, μετά την Ισπανία.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τα δεδομένα για τις εισαγωγές του ελαιολάδου και του πυρηνελαίου, σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελιάς<sup>56</sup> από διάφορες χώρες, κατά τους πρώτους επτά μήνες του έτους συγκομιδής 2014/15 (Οκτώβριος 2014 - Απρίλιος 2015). Τα στοιχεία αποτυπώνουν την ετήσια αύξηση των εισαγωγών κατά 10% στην Ιαπωνία (κυρίως κατά τον Μάρτιο και Απρίλιο του 2015), την αύξηση κατά 3% στη Βραζιλία (κυρίως κατά τον Ιανουάριο και Φεβρουάριο του 2015) και την αύξηση κατά 2% στην Κίνα, όπου οι εισαγωγές άρχισαν να αυξάνονται το Φεβρουάριο του 2015. Αντίθετα, οι εισαγωγές μειώθηκαν κατά 22% στην Ρωσία, κατά 14% στην Αυστραλία (από τον Νοέμβριο του 2014), στον Καναδά κατά 11% και στις Ηνωμένες Πολιτείες κατά 2%.

Οι χώρες της ΕΕ, τους πρώτους έξι μήνες του 2014/15, δείχνουν μίαν αυξητική τάση κατά 11%, σε

<sup>55</sup> ...Αναλυτικά η μέση δυναμικότητα των ελαιολαδοειδών είναι 3.000 κιλά ελαιολάδου το θωρο. Συντριπτικό ποσοστό τους λειτουργεί από 2 έως 3 μήνες το χρόνο (κατά Μ.Ο. 60-80 ημέρες) και εργαζονται την περίοδο αυτή κατά μέσο όρο δύο βάρδιες ημερησίως. Με μέση λειτουργία 70 ημέρες και δυο βάρδιες, κάθε ελαιολαδοειδίο δύναται να επεξεργαστεί και να αποδώσει 420 τόνους ελαιολάδου. Ένα μικρό μέρος των ελαιολαδοειδών δεν εργάζεται κάθε ελαιοκομική περίοδο. Δεχόμενοι ότι ο αριθμός των ελαιολαδοειδών που λειτουργούν ετησίως είναι 2.300, η συνολική διαθέσιμη δυναμικότητα είναι της τάξεως των χιλιάδων τόνων παραγόμενου ελαιολάδου (966.000 χιλιάδες τόνοι). "#\$%&' (!) \*!+, '-%./01\*1-!1 ( '!, 2.314%5' ( '!, 56-.\$17.859 ( '!, #57/-6:#15.!1.)! - '4;/5)! #\$,! #7\$/:#1\$, '!, -#0! 1\$! :<\$)! 1\*)! # -7-; (;=)! %5! 3, '#5.-!1\* '! , #65.1\$, 7;9-! #66? '!, -#0! -, 14!+. -9157-! 35! #57.0+\$, )! # -75' .-, 1\$2\$79- )@ Τζουβάρια, 2007, Διαχείριση αποβλήτων Ελαιολαδοειδών στην Ελλάδα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

<sup>56</sup> International Olive Council – Newsletter – June 2015



σύγκριση με την ίδια περίοδο του προηγούμενου έτους. Λόγω της μεγάλης πτώσης της παραγωγής στην Ισπανία και στην Ιταλία, οι εισαγωγές εκτός ΕΕ και από τις δύο χώρες αυξήθηκαν, κυρίως από την Τυνησία, κατά 831% και 255% αντίστοιχα, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

**Πίνακας 4: Εισαγωγές Ελαιολάδου & Πυρηνελαίου Διεθνώς (τόνοι)**

No	Importing country	January 14	January 15	February 14	February 15	March 14	March 15	April 14	April 15
1	Australia	2211.3	1856.8	2022.2	1607.8	2946.1	1790.2	2703.3	1727.6
2	Brazil	5163.6	6367.2	5215.4	5517.4	6746.9	6662.1	5281.0	4769.3
3	Canada	3649.0	2341.2	2785.6	3008.9	3955.1	2873.2	5650.3	4114.7
4	China	3268.3	2850.1	1050.3	1471.1	2323.1	2503.5	2532.7	2835.5
5	Japan	4271.0	4531.1	4039.0	3474.0	4840.0	6753.0	5634.0	6319.0
6	Russia	1914.2	1513.0	2641.5	1216.5	3256.9	1589.2	3350.6	1163.6
7	USA	26704.8	24296.3	17979.9	27443.4	29814.3	27063.3	37422.5	31125.9
8	Extra-EU/27	6711.3	18871.7	2110.4	22619.4	3849.5	26731.0	3741.0	nd
	Intra-EU/27	93392.2	101262.0	107591.3	106374.0	98077.7	104311.0	96205.0	nd
	<b>Total</b>	<b>147285.7</b>	<b>163889.4</b>	<b>145435.6</b>	<b>172732.5</b>	<b>155809.6</b>	<b>180276.5</b>	<b>162520.4</b>	

### 5.6.1 Κατανάλωση και διεθνείς αγορές

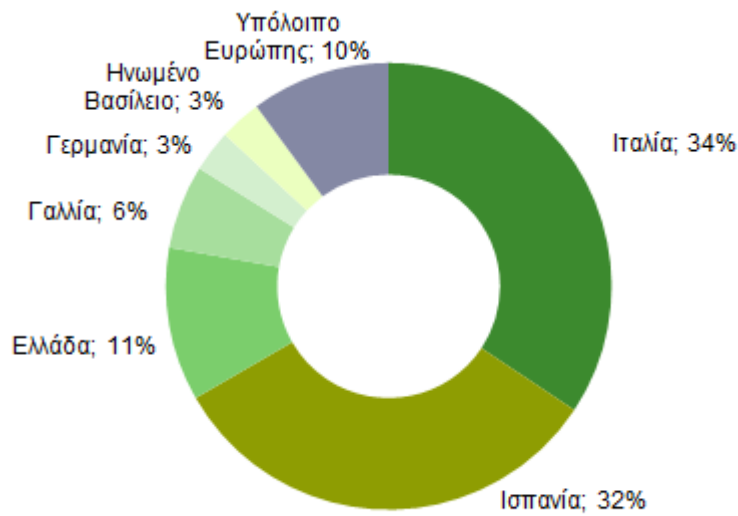
Η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου έχει αυξηθεί σταθερά τα τελευταία χρόνια, κυρίως λόγω, της εξέλιξης του πληθυσμού, της αύξησης του διαθέσιμου εισοδήματος, των μεταβολών των τιμών των υποκατάστατων, π.χ. σπορελαίων, καθώς και της αύξησης των υγιεινότερων διατροφικών συνηθειών.

Η αύξηση αυτή προήλθε κυρίως από τις χώρες της ΕΕ - Ιταλία, Ισπανία, Ελλάδα- αλλά και από τις Ηνωμένες Πολιτείες, η τρίτη μεγαλύτερη καταναλώτρια χώρα ελαιολάδου στον κόσμο πίσω από την Ιταλία και την Ισπανία. Επιπλέον, η βιομηχανία του ελαιολάδου έχει προβεί σε συστηματικές και οργανωμένες ενέργειες προβολής της διατροφικής αξίας του ελαιολάδου, ιδιαίτερα προς τις πληθυσμιακές ομάδες υψηλότερου εισοδήματος, οι οποίες στρέφονται όλο και περισσότερο προς την υγιεινή διατροφή. Παράλληλα, μια άλλη σημαντική τάση στις πρόσφατες διατροφικές συνήθειες είναι η κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, γεγονός που έχει επηρεάσει σημαντικά και την κατανάλωση του βιολογικού ελαιολάδου, όπως και την κατανάλωση προϊόντων ΠΟΠ και ΠΓΕ.

#### 5.6.1.1 Ευρωπαϊκή Ένωση

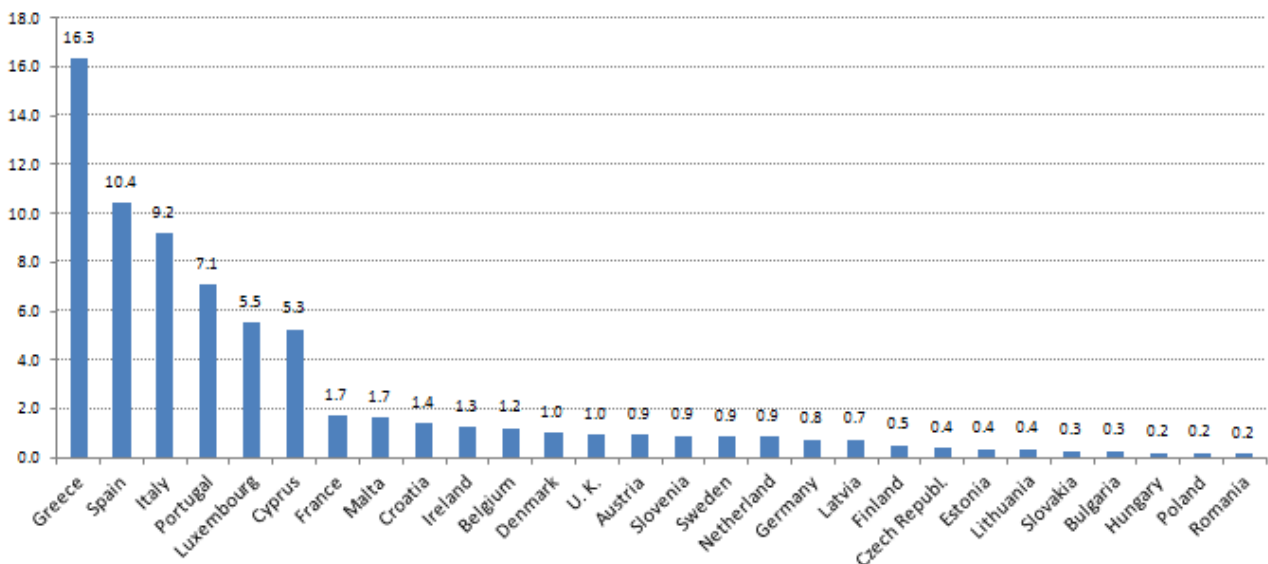
Η ΕΕ είναι ο μεγαλύτερος καταναλωτής ελαιολάδου στο κόσμο, κατέχοντας το 58% της παγκόσμιας κατανάλωσης. Όμως οι ρυθμοί κατανάλωσης στην ΕΕ βαίνουν μειούμενοι, κυρίως λόγω της χρηματοοικονομικής κρίσης στις χώρες της Μεσογείου. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι τρεις κύριες χώρες παραγωγής, Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα, αντιπροσώπευαν το 77% της κατανάλωσης της ΕΕ, ακολουθούμενες από τη Γαλλία, τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο με 6%, 3% και 3% αντίστοιχα.

**Σχήμα 11: % Κατανάλωσης Ελαιολάδου ΕΕ**



Σε επίπεδο κατανάλωσης κατά κεφαλήν, η Ελλάδα βρίσκεται στην πρώτη θέση διεθνώς, ξεπερνώντας τα 16 λίτρα ανά άτομο ετησίως, με την Ισπανία και την Ιταλία να ακολουθούν με περίπου 10 λίτρα ανά άτομο. Ενδεικτικό της μεγάλης ποσότητας κατανάλωσης ελαιολάδου, τόσο στη χώρα μας, όσο και στην Ισπανία και Ιταλία, είναι το γεγονός ότι σε παγκόσμιο επίπεδο, ο μέσος δείκτης κατανάλωσης κυμαίνεται περίπου στα 0,5 λίτρα ανά άτομο.

**Σχήμα 12: Κατά κεφαλήν κατανάλωση Ελαιολάδου (κιλά / έτος)<sup>57</sup>**



### 5.6.1.2 Ελλάδα

Η Ελλάδα είναι η τρίτη μεγαλύτερη χώρα κατανάλωσης ελαιολάδου στην ΕΕ και η τέταρτη στον κόσμο. Η κατανάλωση, σύμφωνα με την Διεθνή Επιτροπή Εμπορίου, παρέμεινε σχετικά σταθερή από το 2008-09 έως το 2010-11, αλλά έπεσε το 2011-12 και αναμένεται να μειωθεί περαιτέρω στο

<sup>57</sup> *International Olive Council – Newsletter – February 2015*

προσεχές μέλλον, πτώση, η οποία οφείλεται κυρίως στη μείωση της καταναλωτικής δαπάνης εξαιτίας τις οικονομικής κρίσης. Η μείωση της αγοραστικής δύναμης έχει οδηγήσει ορισμένους καταναλωτές να υποκαταστήσουν την κατανάλωση του ελαιολάδου με χαμηλότερες ποιότητες, όπως ηλιέλαιο ή σογιέλαιο. Ωστόσο, επειδή το ελαιόλαδο παραμένει να είναι ένα σημαντικό συστατικό της ελληνικής διατροφής με την ιστορική και πολιτιστική του σημασία, η κατανάλωση είναι σε γενικές γραμμές ανεπηρέαστη από τις μεταβολές των τιμών και του εισοδήματος.

Το σύνολο σχεδόν της εσωτερικής κατανάλωσης καλύπτεται από την εγχώρια παραγωγή, ενώ οι απευθείας πωλήσεις από τους παραγωγούς στους καταναλωτές, αποτελούν σημαντική πηγή προμήθειας ελαιολάδου για πολλά ελληνικά νοικοκυριά. Το 70% περίπου του ελαιολάδου καταναλώνεται, είτε από την ίδια την οικογένεια που το παράγει, είτε πωλείται σε τοπικούς καταναλωτές σε χύμα συσκευασίες, ενώ το υπόλοιπο 30% πωλείται σε συσκευασίες λιανικής πώλησης.

Όσον αφορά στις προοπτικές της ελληνικής αγοράς για τα επόμενα έτη, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκτιμάται<sup>58</sup>, ότι τα επίπεδα κατανάλωσης της χώρας το 2020 θα κυμανθούν στα επίπεδα του 2011 (περίπου 220 χιλιάδες τόνοι), ακολουθώντας την τάση των πρόσφατων ετών.

### 5.6.1.3 Ιταλία

Σύμφωνα με την Αμερικανική Επιτροπή Διεθνούς Εμπορίου, η Ιταλία είναι ο μεγαλύτερος καταναλωτής ελαιολάδου στο κόσμο, ξεπερνώντας τους 650 χιλιάδες τόνους ετησίως. Λαμβάνοντας υπόψη το ευρύ φάσμα των ειδών ελιάς που καλλιεργούνται στην Ιταλία, οι Ιταλοί καταναλωτές τείνουν να προτιμούν τα ελαιόλαδα, τα οποία έχουν γεύσεις τοπικού χαρακτήρα, ενώ δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην ποιότητα και λιγότερο στην τιμή του.

Οι Ιταλοί καταναλωτές είναι λιγότερο ευαίσθητοι στις μεταβολές των τιμών σε σχέση με τους καταναλωτές άλλων χωρών, όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες για παράδειγμα, καθώς το ελαιόλαδο θεωρείται ένα πολύ σημαντικό συστατικό στην ιταλική διατροφή. Ως εκ τούτου, οι καταναλωτές είναι απίθανο να το αντικαταστήσουν με άλλο λάδι, εκτός εάν η εξοικονόμηση κόστους είναι πολύ μεγάλη.

Από το σύνολο της κατανάλωσης, άνω του 80% είναι έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, ενώ η πλειονότητα των πωλήσεων πραγματοποιείται σε γυάλινες φιάλες. Ορισμένοι καταναλωτές εξακολουθούν να προτιμούν τις παραδοσιακές μεταλλικές συσκευασίες, ακόμα και αν η διάρκεια ζωής του λαδιού στα λευκοσιδηρά δοχεία είναι πολύ μικρότερη από αυτή σε γυάλινα ή πλαστικά. Οι ιδιωτικές ετικέτες αποτελούν σημαντικό παράγοντα για την ιταλική αγορά, με τους πελάτες να ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για τα προϊόντα που έχουν προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης (ΠΟΠ), προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις (ΠΓΕ), πιστοποίηση για την βιολογική προέλευση ή, τέλος, πιστοποίηση για την αποκλειστική χρήση ιταλικού προϊόντος.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Τμήμα Γεωργίας και Αγροτικής Ανάπτυξης), η

---

<sup>58</sup> <http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices>

κατανάλωση του ελαιολάδου στην Ιταλία βρίσκεται σε πτωτική τροχιά, τάση, που αναμένεται να συνεχιστεί στα επόμενα έτη, ως εκ τούτου, η κατανάλωση αναμένεται να πέσει από 660. 000 τόνους το 2011, σε περίπου 620. 000 τόνους το 2020<sup>59</sup>.

#### 5.6.1.4 Ισπανία

Η Ισπανία είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος καταναλωτής ελαιολάδου στον κόσμο. Σύμφωνα με την Αμερικάνικη Υπηρεσία Εμπορίου<sup>60</sup>, το ελαιόλαδο αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο στην ισπανική διατροφή, αντιπροσωπεύοντας περίπου το 70% της ετήσιας κατανάλωσης λαδιού. Το μεγαλύτερο ποσοστό του ελαιόλαδου που καταναλώνεται στην Ισπανία, ανήκει στην κατηγορία «ελαιόλαδο<sup>61</sup>», το οποίο αποτελείται από μίξη εξευγενισμένων λαδιών και παρθένου ελαιόλαδου, ενώ το παρθένο ελαιόλαδο αποτελεί ένα μικρό ποσοστό της συνολικής κατανάλωσης.

Η κατανάλωση ελαιολάδου στην Ισπανία αυξήθηκε κατά τα τελευταία χρόνια, ξεπερνώντας τους 600.000 τόνους το 2012, με το 51% να δαπανάται σε επώνυμες ετικέτες<sup>62</sup>. Ενώ η ισπανική αγορά ελαιολάδου παραμένει μια αγορά, η οποία αντιμετωπίζει το ελαιόλαδο ως ένα απλό προϊόν διατροφής και εμφανίζει σημαντικές ευαισθησίες έναντι των τιμών που πωλείται, τα τελευταία χρόνια, κατόπιν και των εκστρατειών ευαισθητοποίησης, που διοργανώνονται υπέρ της διατροφικής αξίας του ποιοτικού λαδιού, διαπιστώνεται μια μικρή αύξηση του μεριδίου αγοράς του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου. Ως εκ τούτου, η κατανάλωση του παρθένου ελαιολάδου (και ως επί το πλείστον του έξτρα παρθένου) αυξήθηκε κατά 23% τα τελευταία χρόνια.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Τμήμα Γεωργίας και Αγροτικής Ανάπτυξης) η κατανάλωση ελαιολάδου στην Ισπανία αναμένεται να παραμείνει σταθερή, τόσο σε κατά κεφαλήν όρους, περίπου 13,0 κlg ανά έτος, όσο και σε συνολική κατανάλωση, περίπου 630.000 τόνους, έως το 2020.

#### 5.6.1.5 Γερμανία

Η Γερμανία είναι ο 2ος πιο σημαντικός προορισμός για το ελληνικό ελαιόλαδο, πίσω από την Ιταλία. Η κατανάλωση ελαιολάδου στη Γερμανία έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, κυρίως λόγω της αύξησης του πληθυσμού, που προέρχονται από τις χώρες της Μεσογείου, της αυξανόμενης αναγνώρισης του ρόλου του ελαιολάδου στην υγιεινή διατροφή και της αύξησης της σύγκλισης των καταναλωτικών συνηθειών των ευρωπαίων πολιτών.

Στη Γερμανία, η κατανάλωση ελαιολάδου έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, περίπου 24% αύξηση, μεταξύ 2009 – 2013, φθάνοντας περίπου στους 59.000 τόνους, το οποίο αντιστοιχεί στο περίπου 1,9%<sup>63</sup> της παγκόσμιας κατανάλωσης. Ειδικότερα, η κατά κεφαλήν κατανάλωση έχει αυξηθεί, φθάνοντας σημαντικά τα 0.73 λίτρα ανά έτος το 2012 (αύξηση 26% από το 2008), αν και

<sup>59</sup> <http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices>

<sup>60</sup> <http://www.usitc.gov/>

<sup>61</sup> Σύμφωνα με τη κατηγοριοποίηση του Διεθνούς Συμβουλίου Ελιάς (International Olive Council)

<sup>62</sup> Olive Oil – Sectoral Report, (2015), National Bank of Greece / European Commission

<sup>63</sup> Olive Oil Market In Germany, August 2013, Γενικό Προξενείο της Ελλάδας στο Ντύσσελτορφ, Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων

υπάρχει περιθώριο για ανάπτυξη, όσο το ποσοστό παραμένει πολύ χαμηλό σε σύγκριση με τις χώρες της Μεσογείου (π.χ. κατά κεφαλήν κατανάλωση στην Ισπανία και την Ιταλία είναι περίπου 10-12 λίτρα ανά έτος).

Σύμφωνα με την ίδια πηγή, όσον αφορά στις εισαγωγές απλού και παρθένου ελαιολάδου της Γερμανίας από την Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται μια σχετική κάμψη, το απλό ελαιόλαδο από 5.800 τόνους το 2010 σε 4900 τόνους το 2014 και το παρθένο ελαιόλαδο από 23.300 τόνους σε 16.600 τόνους.

Ανάμεσα στις πιο εμπορικές διατροφικές επιλογές της Γερμανίας είναι το βούτυρο και η μαργαρίνη, αλλά όταν πρόκειται για τα βρώσιμα έλαια, οι τρεις πρώτες, από την άποψη της ποσότητας που καταναλώνεται, είναι το σπορέλαιο από ελαιοκράμβη, το ηλιέλαιο και στη συνέχεια το ελαιόλαδο, με αντίστοιχα μερίδια αγοράς περίπου 37%, 31% και 18%<sup>64</sup>.

Ωστόσο, μεταξύ των βιολογικών ελαίων, το ελαιόλαδο παραμένει ο ηγέτης στη γερμανική αγορά, με τις υψηλότερες πωλήσεις ανά νοικοκυριό. Αξίζει να σημειωθεί ότι η αυξανόμενη ζήτηση για βιολογικά προϊόντα αποτελεί μια από τις πιο εντυπωσιακές τάσεις στη γερμανική αγορά τροφίμων.

Σύμφωνα με την Olive Oil Times<sup>65</sup> η γερμανική αγορά ελαιολάδου παρουσιάζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Οι μεγάλες αλυσίδες supermarkets και ιδιαίτερα τα εκπτώτικα καταστήματα (discount stores, όπως Aldi και Lidl) ευθύνονται για το 50% των πωλήσεων ελαιολάδου
- Ενώ το ήμισυ του συνόλου των πωλήσεων το 2012 προέρχεται από προϊόντα της κατηγορίας 3 - 3,5 € ανά λίτρο, περισσότερο από το ένα πέμπτο ήταν από τα προϊόντα της σειράς 5 – 6 € ανά λίτρο. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, παρουσιάστηκαν στην αγορά ελαιόλαδα της κατηγορίας 7 € ανά λίτρο και άνω, καταλαμβάνοντας πλέον το 15% της συνολικής αγοράς
- Η συντριπτική πλειοψηφία του ελαιολάδου που εισάγεται είναι κατηγορίας παρθένου
- Η Ιταλία καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό πωλήσεων, περίπου 72% της συνολικής αγοράς, ακολουθούμενη από την Ισπανία με 14% και την Ελλάδα με 9%,
- Το 2012, η Ελλάδα ξεπέρασε την Ισπανία, όσον αφορά στην αξία των εισαγωγών παρθένου ελαιολάδου της στη Γερμανία, αλλά η Ισπανία παρέμεινε μπροστά σε επίπεδο ποσοτήτων.
- Οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν το ελαιόλαδό τους σε συσκευασίες γυαλιού σε μεγέθη 500-750 ml.

---

<sup>64</sup> Olive Oil Times - 2013

<sup>65</sup> [www.oliveoiltimes.com](http://www.oliveoiltimes.com)

## Κανάλια διανομής

Οι κύριες αλυσίδες λιανικής πώλησης στη Γερμανία περιλαμβάνουν τις Rewe, Edeka, Kaisers, Cash+Carry Metro, Aldi Sud, Aldi Nord, Lidl, Penny, Norma and Drogerie Rossmann, οι οποίες στο σύνολό τους προσφέρουν επώνυμα ελαιόλαδα (branded).

Οι βασικές εισαγωγικές εταιρείες και χονδρέμποροι είναι οι DeOleo, Unilever, Kölln, Impothaus Wilms, Feinkost Dittmann, Kattus, Rila Feinkost Importe, Dunekacke & Wilms, HMF, Henry Lamotte Λάδια GMBH, Brandle, Importhaus Hellriegel, EMA Delikatessen Importaus και BioGourmet. Οι επιχειρήσεις εισάγουν και εμπορεύονται επώνυμα ελαιόλαδα, κυρίως από τις χώρες της Μεσογείου.

## Τιμές και επώνυμα προϊόντα

Η τιμή του έξτρα παρθένου ελαιολάδου διαφέρει από το ένα σύστημα διανομής στο άλλο. Παρακάτω, παρουσιάζονται ορισμένες ενδεικτικές τιμές ελαιολάδου ανά κατηγορία καταστημάτων<sup>66</sup>:

- Εκπτώτικες αλυσίδες (Discount stores): 3,5 - 7 € / λίτρο.
- Σουπερμάρκετ: 4,5 - 25 € / λίτρο.
- Gourmet Καταστήματα: 10-36 € / λίτρο.
- Delicatessen, σε απευθείας σύνδεση καταστήματα: από 18 έως 50 € / λίτρο.

Όσον αφορά στις εμπορικότερες ετικέτες στην αγορά της Γερμανίας, σύμφωνα με το Olive Oil Times, οι βασικοί παίκτες στην αγορά ελαιολάδου είναι η Bertolli (Ιταλία), η La Espanola (Ισπανία) και η ελληνική εταιρεία Gaia, η οποία έχει καταφέρει να αναρριχηθεί στην 3η θέση, παρά τις υψηλότερες τιμές της, 15,6 € / λίτρο.

### 5.6.1.6 Αμερική

Στις ΗΠΑ, η κατανάλωση ελαιολάδου αυξάνεται σταθερά τα τελευταία χρόνια, λόγω της αύξησης του ενδιαφέροντος για τροφές με πλούσια διατροφική αξία, αλλά και λόγω του γεγονότος ότι τα τελευταία χρόνια, οι τιμές του ελαιόλαδου βαίνουν μειούμενες. Την ίδια στιγμή, οι περισσότεροι καταναλωτές στις ΗΠΑ αγνοούν γενικά, το ευρύ φάσμα των επιλογών που σχετίζονται με το ελαιόλαδο, συμπεριλαμβανομένων των διαφόρων κατηγοριών και τύπων, που διανέμονται στην αγορά και την ευαισθησία που παρουσιάζουν οι τιμές, έναντι μιας σειράς παραγόντων.

Σύμφωνα με το Ελληνικό Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων στη Νέα Υόρκη<sup>67</sup>, η διείσδυση στα νοικοκυριά για το ελαιόλαδο ήταν περίπου 40% το 2011, και με δεδομένο το μέγεθος της αγοράς των ΗΠΑ (πληθυσμό 318 εκατ.), ακόμη και μια μικρή αύξηση στη κατανάλωση θα είχε τεράστιες επιπτώσεις στις συνολικές πωλήσεις. Η κατανάλωση του ελαιολάδου στις ΗΠΑ αυξάνεται, με ετήσιο ρυθμό αύξησης περίπου στο 5%, με κατά κεφαλήν κατανάλωση περίπου 1

<sup>66</sup> Γενικό Προξενείο της Ελλάδας στο Ντύσσελτορφ, Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων

<sup>67</sup> [www.agora.mfa.gr/us68](http://www.agora.mfa.gr/us68)

λίτρο. Η αμερικανική αγορά ελαιολάδου έχει γίνει η 3η μεγαλύτερη αγορά του ελαιολάδου παγκοσμίως, μετά την Ιταλία και την Ισπανία, σε όρους αξίας. Συνολικά, η εγχώρια κατανάλωση έχει αυξηθεί κατά 50% από το 2000, αντιπροσωπεύοντας πάνω από \$ 670 εκατ. της λιανικής αγοράς του κλάδου των τροφίμων το 2012<sup>68</sup>.

Σύμφωνα με τον Αμερικάνικο Σύνδεσμο Παραγωγών Ελαιολάδου στην Αμερική<sup>69</sup>:

- Το ελαιόλαδο παράγεται στις Ηνωμένες Πολιτείες για περισσότερα από 150 χρόνια
- Συνολικά υπάρχουν περίπου 121.000 στρέμματα ελαιώνων στις Ηνωμένες Πολιτείες
- Το ελαιόλαδο παράγεται κυρίως στην Καλιφόρνια, στην Αριζόνα, στο Τέξας, στη Γεωργία, στη Φλόριδα, στο Όρεγκον και στη Χαβάη
- Οι Ηνωμένες Πολιτείες παράγουν μόνο το 2% του ελαιολάδου που καταναλώνεται συνολικά στη χώρα.

Σύμφωνα με το Ελληνικό Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Νέας Υόρκης, οι τελικοί καταναλωτές φαίνεται να προτιμούν το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες ελαιολάδου. Περίπου το 66% του ελαιολάδου που πωλείται στις Ηνωμένες Πολιτείες είναι το έξτρα παρθένο, μπροστά από τα εξευγενισμένα έλαια (33%) και το παρθένο ελαιόλαδο (1%). Επιπλέον, τα βιολογικά έλαια δείχνουν μίαν αξιοσημείωτη αύξηση στις πωλήσεις τους, η οποία είναι περίπου 15-30% σε σχέση με τα τελευταία χρόνια, αλλά το μερίδιο αγοράς τους είναι ακόμα πολύ μικρό, περίπου 1,5%. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην αγορά της Αμερικής, τα ελαιόλαδα με ΠΟΠ και ΠΓΕ ετικέτες πωλούνται κατά 50% υψηλότερα σε επίπεδο τιμών, συγκριτικά με τα υπόλοιπα.

Σημειώνεται ότι στην αγορά των ΗΠΑ, εντός της κατηγορίας των προϊόντων ελαιολάδου, το πιο εμπορικό προϊόν πωλείται σε συσκευασία των 500 ml για περίπου \$11 - 15. Τα ελαιόλαδα που πωλούνται άνω των \$25 ανά 500ml αντιπροσωπεύουν μόλις το 2% του συνόλου της αγοράς των ΗΠΑ. Παραδοσιακά, η Ιταλία και η Ισπανία αποτελούσαν τους μεγάλους προμηθευτές του ελαιολάδου στην αγορά των ΗΠΑ, ωστόσο τα μερίδιά τους μειώνονται σταδιακά, κυρίως λόγω της εμφάνισης της Τυνησίας, του Μαρόκου, της Αργεντινής και της Χιλής. Σύμφωνα με την αμερικανική Επιτροπή Διεθνούς Εμπορίου, το 2012, περίπου το 62% των αμερικανικών εισαγωγών ελαιολάδου ήταν σε φιάλες έτοιμες προς κατανάλωση, κυρίως σε μεγέθη μεταξύ των 250 ml και 3 lt σε γυάλινα ή πλαστικά (PET) μπουκάλια.

Σύμφωνα με το Ελληνικό Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Νέας Υόρκης υπάρχουν 3 ξεχωριστά μεγάλα κανάλια πρόσβασης στην αγορά στις ΗΠΑ:

- Καταστήματα λιανικών πωλήσεων τροφίμων (ethnic, delicatessen, gourmet καταστήματα, supermarkets κλπ.) τα οποία ευθύνονται για το 35-40% των συνολικών πωλήσεων
- Ο κλάδος των υπηρεσιών εστίασης (ξενοδοχεία, εστιατόρια και επιχειρήσεις τροφοδοσίας), τα οποία ευθύνονται για το 40-45%
- Απευθείας από τη βιομηχανία παραγωγής τροφίμων (περίπου το 20%).

<sup>68</sup> *World Olive Oil Figures – International Olive Council, November 2013,*

<sup>69</sup> <http://www.aooa.org>

## Κανάλια διανομής

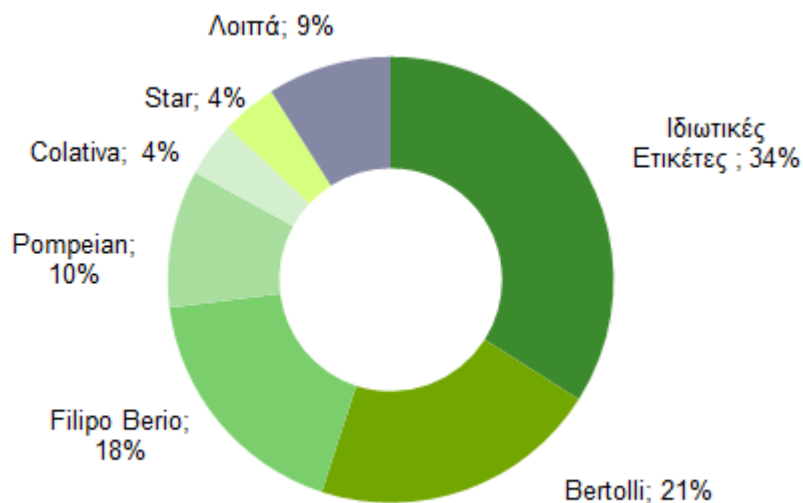
Οι βασικές αλυσίδες λιανικής πώλησης περιλαμβάνουν την Wal-Mart, την Target, την Costco, την Kroger, την Whole Foods, την Wegmans και διάφορες άλλες. Αυτές οι μεγάλες ή μεσαίες υπεραγορές προσφέρουν μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων από ελαιόλαδο, που προέρχονται από διάφορες χώρες. Για παράδειγμα, η Whole Foods προσφέρει ελαιόλαδο από την Ιταλία, την Ισπανία, την Ελλάδα, τις ΗΠΑ, την Τυνησία, τη Γαλλία, την Πορτογαλία, τη Χιλή και την Παλαιστίνη. Οι τιμές των προϊόντων, στο συγκεκριμένο κανάλι διανομής, ποικίλουν σε μεγάλο βαθμό και κυμαίνονται από \$ 6.49 ανά λίτρο έως \$ 100 ανά λίτρο και είναι κατά μέσο όρο υψηλότερες από αυτές των υπολοίπων χωρών διεθνώς.

Οι κύριοι εθνικοί διανομείς στις ΗΠΑ είναι η KeHE, η UNFI και η Haddon House. Παρά την επιρροή από τους κύριους διανομείς για την πλειοψηφία των καταστημάτων λιανικής πώλησης, μια εταιρεία μπορεί να εισέλθει στην αγορά των ΗΠΑ μέσω των περιφερειακών διανομέων, ή απευθείας, μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, ή τέλος, μέσω της απευθείας συνεργασίας με τους τοπικούς εμπόρους και επιχειρήσεις.

## Τιμές και επώνυμα προϊόντα

Σύμφωνα με το Ελληνικό Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Νέας Υόρκης, υπάρχουν λίγες μάρκες που κυριαρχούν στην αγορά ελαιολάδου στις ΗΠΑ. Ενδεικτικά αναφέρονται, η εταιρεία Deoleo με τα προϊόντα Bertolli και Carapelli με 23%, η Salom με το Filippo Berio με 18%, η Pompeian με το ομώνυμο προϊόν με 10%. Παράλληλα, υπάρχουν επίσης πολλά μεγάλα καταστήματα λιανικής πώλησης, που προωθούν τα δικά τους προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private labels), τα οποία έχουν επιτύχει σημαντικά μερίδια αγοράς (περίπου 34%), ενώ το υπόλοιπο περίπου 15% κατανέμεται ανάμεσα σε περισσότερα από 500 εμπορικά σήματα που επικεντρώνονται σε διάφορες εμπορικές στρατηγικές (τιμή, ποιότητα κτλ.).

Σχήμα 13: Προϊόντα / Μεριδία αγοράς ΗΠΑ<sup>70</sup>



<sup>70</sup> [www.statista.com](http://www.statista.com)



### 5.6.1.7 Κίνα

Στην Κίνα, η κατανάλωση του ελαιολάδου έχει γενικά αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, λόγω της ταχείας οικονομικής της ανάπτυξης και της τάσης υιοθέτησης δυτικών διατροφικών συνηθειών. Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Διεθνούς Συμβουλίου Ελιάς (IOC), η Κίνα θα είναι σε μακροχρόνιο επίπεδο ο μεγαλύτερος καταναλωτής ελαιολάδου στον κόσμο ξεπερνώντας τα 30 εκατ. μόνιμων καταναλωτών ανά έτος. Με βάση τις προβλέψεις αυτές, το 98% της κινέζικης κατανάλωσης ελαιολάδου, θα πρέπει να καλύπτεται από εισαγωγές, αφήνοντας μόνο 2% στην τοπική παραγωγή. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελιάς (IOC), από το 2004, το μέσο ποσοστό του εισαγομένου ελαιολάδου έχει αυξηθεί εκθετικά σε σχέση με άλλα βρώσιμα έλαια.

Οι χώρες που κυριάρχησαν τα τελευταία χρόνια στη κινέζικη αγορά ήταν η Ισπανία (42%), η Ιταλία (39%), η Ελλάδα (7%) και η Πορτογαλία (1%). Εκτιμάται, ότι το μερίδιο της Ισπανίας αυξάνεται και μπορεί να φθάσει ακόμα και τα 60%. Το 2012, η Κίνα αντιπροσώπευε περίπου το 5% του συνόλου των ισπανικών εξαγωγών.

Οι μεγαλύτεροι καταναλωτές ελαιόλαδου είναι άτομα υψηλής εκπαίδευσης, κυρίως της μεσαίας τάξης (περίπου το 19% του πληθυσμού της Κίνας, σχεδόν 240 εκατ. κάτοικοι). Το 80% των υφιστάμενων καταναλωτών ελαιόλαδου κατέχουν δίπλωμα πανεπιστημίου ή δίπλωμα ανώτατης εκπαίδευσης, ενώ το 60% είναι μεσήλικες και ηλικιωμένοι, οι οποίοι προσέχουν τις διατροφικές τους συνήθειες. Σημειώνεται, ότι οι Κινέζοι καταναλωτές είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοι σε επώνυμα προϊόντα και έχουν την τάση να θεωρούν τη χαμηλότερη τιμή ως δείκτη χαμηλής ποιότητας.

### Κανάλια διανομής

Σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο Ελιάς (IOC) σχεδόν το 90% του εισαγομένου ελαιολάδου πωλείται σε μεγάλες πόλεις, όπως το Πεκίνο και την Σαγκάη, όπου οι Κινέζοι έχουν μεγαλύτερη αγοραστική δύναμη και επηρεάζονται περισσότερο από τις ξένες καταναλωτικές τάσεις. Τα κύρια κανάλια διανομής είναι τα supermarkets, τα καταστήματα gourmet και τα εστιατόρια. Αξίζει να σημειωθεί ότι πολλοί Κινέζοι θεωρούν το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο ως προϊόν πολυτελείας, εμφανίζοντας μεγάλα ποσοστά κατανάλωσής του για την προσφορά του ως δώρο.

Τα εστιατόρια με δυτικής προέλευσης κουζίνες και τα ξενοδοχεία 5 αστέρων αποτελούν τις κύριες πλατφόρμες πωλήσεων για το ελαιόλαδο στην Κίνα. Τα εστιατόρια με δυτικές κουζίνες και ιδιαίτερα με μεσογειακές, στις πόλεις του Πεκίνο, της Σαγκάης και του Guangzhou, χρησιμοποιούν συνήθως Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο κυρίως από την Ισπανία και την Ιταλία, αγοράζοντας 1-2 φορές το μήνα 20-30 μπουκάλια ελαιολάδου από τους χονδρέμπορους ή τα supermarkets<sup>71</sup>. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, τα ξενοδοχεία 5 Αστέρων στη Σαγκάη, όπως το New World Mayfair Hotel, το Intercontinental και το Marriott Hotel, χρησιμοποιούν έξτρα παρθένο ελαιόλαδο με περίπου 40 έως 50 φιάλες ελαιολάδου ανά μήνα, προερχόμενο, κυρίως, από την Ισπανία, την Ιταλία και την Ελλάδα.

---

<sup>71</sup> Μελέτη προώθησης Κατανάλωσης Ελαιολάδου και Επιτραπέζιων Ελιών στη Κίνα, Μάρτιος 2010, International Olive Council (IOC)

## Επώνυμα προϊόντα

Στην τρέχουσα περίοδο, υπάρχουν περισσότερες από 200 μάρκες στην αγορά ελαιολάδου στην Κίνα, με τις πιο δημοφιλείς μάρκες:

**Πίνακας 5: Δημοφιλή προϊόντα στην Κίνα ανά πόλη ενδιαφέροντος**

Πεκίνο	Σαγκάη	Guangzhou
Muel	Olivoila	Mighty
Olivoila	Mighty	Olivoila
Mighty	Muel	YBARRA
Lu Hua	La Hua	Lu Hua
	YBARRA	Oleaurum
	Carapelli	
	Agric	
	La Espanola	
	Basso	

### 5.6.2 Προϊόντα και βασικοί διεθνείς ανταγωνιστές

Στις επόμενες ενότητες παρουσιάζονται οι επώνυμες και πιο εμπορικές ετικέτες, τόσο στην εγχώρια αγορά, όσο και στο εξωτερικό.

#### 5.6.2.1 Ελλάδα

Η ελληνική αγορά ελαιολάδου, αποτελείται κυρίως από οικογενειακές επιχειρήσεις μικρού μεγέθους, αλλά και από έναν μικρό αριθμό μεγάλων εταιρειών, με μακροχρόνια παρουσία στην αγορά. Τρεις εταιρείες (Minerva, Ελαίς, και Nutria) καλύπτουν περίπου το 40% των εξαγωγών και το 60% της εγχώριας αγοράς. Το υπόλοιπο 60% των εξαγωγών, αλλά και το 40% της εγχώριας αγοράς καλύπτεται από ένα μεγάλο αριθμό ΜΜΕ.

Ως προς τη θέση τους στην εφοδιαστική αλυσίδα, η κατηγοριοποίηση μπορεί να οριστεί ως ακολούθως:

- Ελαιοτριβεία που παράγουν ελαιόλαδο, κατόπιν της υποδοχής του καρπού της ελιάς από τους τοπικούς παραγωγούς, το οποίο με τη σειρά τους, διοχετεύουν στην αγορά, είτε σε χύμα μορφή σε επιχειρήσεις μεταποίησης, είτε σε εμπόρους (χύμα μορφή), είτε στην εσωτερική επεξεργασία και συσκευασία.
- Οι εταιρείες επεξεργασίας ελαιόλαδου λαμβάνουν το ωμό ελαιόλαδο από τα ελαιοτριβεία, εκτελούν όλες τις αναγκαίες δραστηριότητες επεξεργασίας και στην πορεία συσκευάζουν και διανέμουν το τελικό προϊόν στους καταναλωτές, μέσω διαφόρων καναλιών.
- Εταιρείες τυποποίησης και διανομής, οι οποίες εστιάζουν τις εργασίες τους στο τελικό στάδιο της εφοδιαστικής αλυσίδας, δηλαδή στη συσκευασία και διανομή στον τελικό καταναλωτή.

Όσον αφορά στην τοποθέτηση των εταιρειών και τις θέσεις της αγοράς (market positioning), σε γενικές γραμμές θα μπορούσαν να εντοπιστούν δύο γενικές κατηγορίες, με δύο επιμέρους τμήματα η κάθε μια:

- **Premium & ultra-premium παραγωγοί ελαιολάδου:** Στην κατηγορία αυτή, εντάσσονται οι εταιρείες που εστιάζουν στο ανωτέρας ποιότητας έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο συσκευάζεται σε ακριβές συσκευασίες. Οι ποσότητές τους είναι περιορισμένες και η διανομή γίνεται μέσα από τα ιδιωτικά κανάλια πωλήσεων, όπως e-shop, online, εμπόρους λιανικής πώλησης, delicatessen με ακριβά προϊόντα και εστιατόρια ακριβής κατηγορίας. Οι περισσότεροι από αυτούς έχουν λάβει βραβεία σε διεθνείς διαγωνισμούς ελαιολάδου και αποτελούν σχετικά νέες εταιρείες (ιδρυθείσες κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας). Συνήθως, οι εταιρείες αυτές ελέγχουν, άμεσα ή έμμεσα, όλα τα στάδια παραγωγής και διάθεσης, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η απαιτούμενη ποιότητα. Οι δύο επιμέρους κατηγορίες (premium και ultra-premium) διαφοροποιούνται από την έκταση της εστίασης σε αυτά τα χαρακτηριστικά. Τα προϊόντα της κατηγορίας ultra-premium διατίθενται στην αγορά ως προϊόντα πολύ υψηλής ποιότητας σε μικρές πολυτελείς συσκευασίες και έχουν πολύ επιλεκτικά κανάλια διανομής και πολύ υψηλές τιμές (άνω των 50 € ανά lt). Οι εταιρείες της κατηγορίας premium ακολουθούν την ίδια στρατηγική, αλλά παρέχουν πιο εκτεταμένη διανομή και χαμηλότερες τιμές.
- **Μαζικοί παραγωγοί:** Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει όλες τις εταιρείες που διανέμουν τα προϊόντα τους μέσω των αλυσίδων λιανικής. Το τμήμα αυτό περιλαμβάνει το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, αλλά και το απλό ελαιόλαδο. Οι εταιρείες αυτής της κατηγορίας με ετήσια έσοδα άνω των 10 εκατ., μπορεί να θεωρηθούν ως υπο-τμήμα της εν λόγω κατηγορίας, με το υπόλοιπο μέρος να περιλαμβάνει τον μεγαλύτερο αριθμό των εταιρειών.
- **Λοιποί:** Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου, όπως εταιρείες διάθεσης και εξαγωγών ελαιολάδου.

Παρουσίαση ενδεικτικών εταιρειών ανά κατηγορία:

#### A. Ultra Premium

**Εταιρεία Speiron (Lamda):** Η Εταιρεία Speiron, ιδρύθηκε το 2006 και υπήρξε ένας από τους πρωτοπόρους στην προώθηση προϊόντων εντός της συγκεκριμένης κατηγορίας με τη παρουσίαση του ελαιολάδου «λάμδα». Το «λάμδα» παράγεται από ελαιόδεντρα κορωνέϊκης ποικιλίας. Η εταιρεία υποστηρίζει ότι η παραγωγή πραγματοποιείται από επιλεγμένα δέντρα, ενώ η έκθλιψη πραγματοποιείται εντός 8 ωρών από τη συγκομιδή, η οποία πραγματοποιείται με χειρωνακτικό τρόπο. Μεταξύ των σημείων διανομής του, περιλαμβάνονται πολυτελείς μπουτίκ, επιλεγμένα εμπορικά κέντρα και delicatessen της Αγγλίας, Χόνγκ Κόνγκ, Άμπου Ντάμπι και Σιγκαπούρης. Η απλή συσκευασία των 500ml πωλείται προς € 50 περίπου, ενώ προσφέρονται και ακριβότερες επιλογές ανάλογα με τον τύπο συσκευασίας.

**Εικόνα 2: Ελαιόλαδο Lamda**



**Εταιρεία World Excellent Products (FIVE Olive Oil):** Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2011 στη Θεσσαλονίκη και το βασικό προϊόν της το “Five”, προέρχεται από επιλεγμένα ελαιοτριβεία, ώστε να ελέγχεται η ποιότητά του. Έχει λάβει βραβεία σε διάφορους διεθνείς διαγωνισμούς κύρους (όπως π.χ. το 2012 - Παρίσι Pentawards). Τα προϊόντα της διανέμονται σε υψηλά επιλεγμένα διεθνή delicatessen, ακριβά σούπερ μάρκετς, ξενοδοχεία, εστιατόρια, καθώς και σε επιλεγμένα διαδικτυακά καταστήματα.

**Εικόνα 3: Ελαιόλαδο FIVE Olive Oil**



**Εταιρεία Olive Vision (Moria Elea):** Η εταιρεία Olive Vision ιδρύθηκε το 2011. Χρησιμοποιεί τις ποικιλίες Κορωνέϊκη και Μανάκι που καλλιεργούνται σε ιδιόκτητη έκταση στη νότια Ελλάδα. Η εταιρεία διατηρεί τον έλεγχο Olive Vision καθ' όλη τη διαδικασία παραγωγής, από το χωράφι μέχρι τον καταναλωτή. Στο παρελθόν, έχει λάβει διάφορα βραβεία από διεθνείς διαγωνισμούς, όπως, το New York International Olive Oil Competition, Olive Japan International Extra Virgin Olive Oil Competition κ.α. το 2012 και 2013. Το βασικό κανάλι διάθεσης των προϊόντων της εταιρείας

αποτελεί το διαδίκτυο.

**Εικόνα 4: Ελαιόλαδο Moria Elea**



## **B. Κατηγορία Premium**

**Εταιρεία Ειρήνη Πλωμαρίου (irini Plomariou):** Η οικογένεια έχει παράδοση στην επιχείρηση ελαιολάδου για πολλά χρόνια, με την τελευταία γενιά να τρέχει την εταιρεία από το 1996. Η εταιρεία επικεντρώνεται στην βιολογική καλλιέργεια και τα προϊόντα της έχουν λάβει διάφορα βραβεία στο παρελθόν, (π.χ. Olive Japan 2013, Los Angeles 2009, 2010, 2013 κ.α.).

**Εικόνα 5: Ελαιόλαδο Eirini Plomariou**



**Εταιρεία Jordan Olivenol (Jordan Olivenol):** Αφορά μian οικογενειακή επιχείρηση, με μακρά παράδοση στην παραγωγή ελαιολάδου, χρησιμοποιώντας τις ποικιλίες Βαλανολιά και Αδραμυτινή. Οι ελαιώνες παραγωγής τοποθετούνται στο νησί της Λέσβου, στην περιοχή του Πλωμαρίου. Στο παρελθόν έχει τιμηθεί με αρκετά διεθνή βραβεία, όπως, με ασημένιο μετάλλιο στο διαγωνισμό της Νέας Υόρκης, με αργυρό στο Λος Άντζελες και με διεθνή διάκριση BIOL στην Ιταλία.

**Εικόνα 6: Ελαιόλαδο Jordan Olivenöl:**



**Εταιρεία Vassilakis Estate (Charisma):** Αφορά μια οικογενειακή επιχείρηση, η οποία ξεκίνησε τις εργασίες της το 2001, αξιοποιώντας την παραγωγή άνω των 3.000 μικροπαραγωγών από την κοιλάδα της επαρχίας Μιραμπέλου στην Κρήτη. Τα προϊόντα της έχουν κερδίσει διάφορα διεθνή βραβεία, όπως για παράδειγμα, το TerraOlivo, το Kotinos, και το The Guild of Fine Food.

**Εικόνα 7: Ελαιόλαδο Charisma**



## **Γ. Εταιρείες Μαζικής Παραγωγής**

**A. Εταιρεία Minerva:** Η Εταιρεία συστήθηκε στις αρχές του εικοστού αιώνα και αποτελεί μια από τις κορυφαίες εταιρείες της χώρας σε επίπεδο παραγωγής, εξαγωγών και εσόδων. Στόχος της εταιρείας είναι να αναπτύξει το εύρος των προϊόντων της, έτσι ώστε, να παρέχει από απλό ελαιόλαδο, έως βιολογικά προϊόντα. Το 2011, η εταιρεία κέρδισε το διεθνές βραβείο του Superior Taste Award στις Βρυξέλες. Το κύριο κανάλι διάθεσης της εταιρείας αποτελούν οι μεγάλες αλυσίδες super markets, ενώ είναι ο κυριότερος προμηθευτής στον κλάδο του Ho.Re.Ca.<sup>72</sup>.

---

<sup>72</sup> Ο κλάδος των Ξενοδοχείων, Εσπιατορίων και Καφέ (Hotel, Restaurants & Café)

**Β. Εταιρεία Nutria:** Η Εταιρεία κατέχει ένα από τα μεγαλύτερα μερίδια αγοράς στην Ελλάδα, ενώ πραγματοποιεί εξαγωγές σε πάνω από 20 χώρες σε όλο τον κόσμο. Το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής διανέμεται στην ελληνική αγορά και έχει βραβευτεί με 2 χρυσά αστέρια από το International Taste and Quality Institute.

**Γ. Εταιρεία Αγροτική:** Η Αγροτική Α.Ε. είναι μια εταιρεία με ηγετική παρουσία στην Ελλάδα στην επεξεργασία και τυποποίηση ελαιολάδων. Με εμπειρία πάνω από 60 χρόνια στον χώρο της επεξεργασίας ελαιολάδων και έχοντας ως οδηγό την καινοτομία και διαρκή εξέλιξη, η εταιρεία έφτασε στο σημείο να διαχειρίζεται τις εξαγωγές των προϊόντων της, σε περισσότερες από 35 χώρες διεθνώς, διαδίδοντας έτσι, τόσο το όνομα της Αγροτικής, όσο και ένα σημαντικό αριθμό προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

## 5.6.2.2 Ιταλία Frantoio Franci<sup>73</sup>:

Εικόνα 8: Frantoio Franci



### Premi

Rassegna Nazionale Oli Monovarietali - ASSAM Marche



Premio "Olio di Eccellenza" 2013 - monocultura Frantoio  
Premio "Olio di Eccellenza" 2013 - monocultura Moraiolo

New York International Olive Oil Competition



Premio "Gold" 2013  
Premio "Best of Class" 2013 - 2 oli premiati

JOOP - Japan Olive Oil Prize



Premio "Eccellenza" 2013  
1° Premio, Categoria Intensi 2013

Premio Internazionale "Sol d'Oro"

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1958 και βρίσκεται στο Montenero d' Orcia, μια μικρή πόλη, στις πλαγιές του όρους Amiata. Η κύρια προτεραιότητα της οικογενειακής επιχείρησης από το 1995 (όταν η δεύτερη γενιά προσχώρησε στην εταιρεία), ήταν η παρουσία στις διεθνείς αγορές. Στόχος της εταιρείας είναι η παροχή ποιοτικών προϊόντων και η επικέντρωση στη κατηγορία high-end premium. Το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο της Εταιρείας, «Villa Magra Dei Franci», δημιουργήθηκε και κυκλοφόρησε στην αγορά το 1996 και αποτελεί τη ναυαρχίδα της εταιρείας. Η εταιρεία έχει βραβευτεί σε διάφορους διεθνείς διαγωνισμούς και συγκαταλέγεται στα καλύτερα ελαιόλαδα του κόσμου στην κατάταξη WBOO 2012/2013. Ενδεικτική τιμή: 98 \$ / lt.

## Titone – Azienda Agricola Biologica<sup>74</sup>:

Εικόνα 9: Titone – Azienda Agricola Biologica



Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1936 από τον Νικόλαο Titone, παράγοντας ελαιόλαδο από ιδιόκτητες εγκαταστάσεις και ελαιώνες στην περιοχή της Σικελίας. Η εταιρεία υπήρξε από τις πρώτες που στράφηκαν στην βιολογική γεωργία στην περιοχή της Σικελίας, ενώ διατηρεί τον έλεγχο και την πιστοποίηση σε όλη τη γραμμή παραγωγής της. Οι πωλήσεις της εταιρείας βασίζονται στην εγχώρια αγορά κυρίως, αλλά, σταδιακά εισέρχεται και στις διεθνείς αγορές, αναπτύσσοντας

<sup>73</sup> [www.frantoiofranci.it](http://www.frantoiofranci.it)

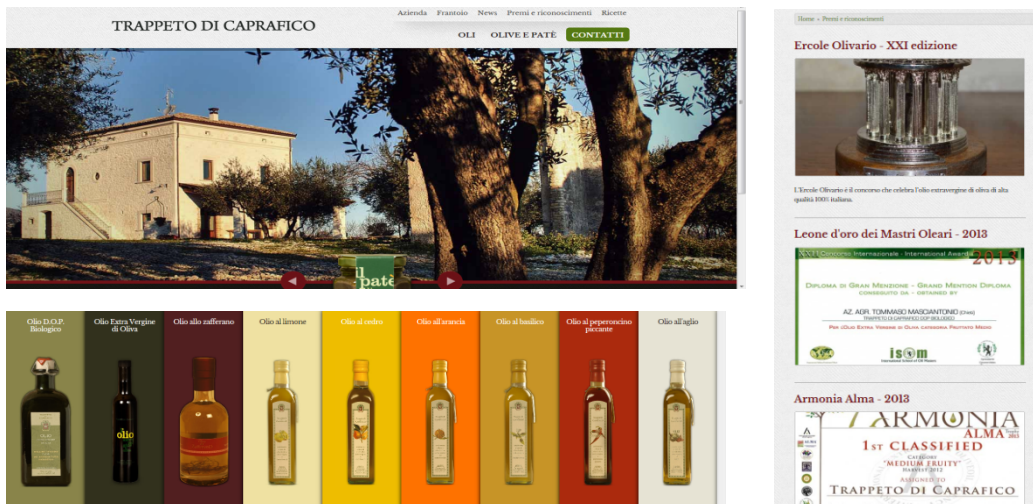
<sup>74</sup> [www.titone.it](http://www.titone.it)



έξυπνες πολιτικές marketing μέσω των κοινωνικών δικτύων<sup>75</sup>. Στο παρελθόν, έχει βραβευτεί σε πολλούς διεθνείς διαγωνισμούς, όπως στο Λος Άντζελες International Olive Oil Awards 2011; στο Golden Olive - Ζυρίχη 2011 το Fruttato Intenso και κατατάσσεται μεταξύ των καλύτερων ελαιολάδων στην κατάταξη WBOO<sup>76</sup> για δύο συναπτά έτη. (Ενδεικτική τιμή: 78 \$ / lt).

## Trappeto di Caprafico - Az. Agr. Tommaso Masciantonio<sup>77</sup>:

Εικόνα 10: Trappeto di Caprafico - Az. Agr. Tommaso Masciantonio



Η εταιρεία χρονολογείται από το 1874. Η οικογένεια Masciantonio αγόρασε το Trappeto di Caprafico το 1924 και από τότε τα μέλη της οικογένειας εργάζονται στο ιδιόκτητο αγρόκτημα. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων αρκετών ετών, η εταιρεία έχει λάβει σημαντικές διακρίσεις και βραβεία στους πιο σημαντικούς διεθνείς διαγωνισμούς ελαιολάδου, μεταξύ των οποίων είναι στο Λος Άντζελες International Olive Oil Competition, στο Sol D'Oro di Verona, στη Sirena D'Oro di Sorrento, στο L'Orciolo D'Oro, κ.ά. Ενδεικτική τιμή: 62 \$ / lt.

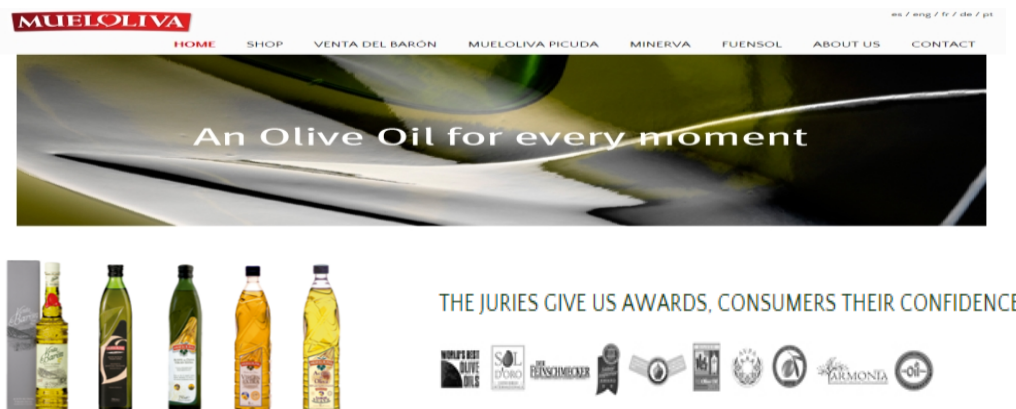
<sup>75</sup> <https://www.facebook.com/TitoneOlioBiologico>

<sup>76</sup> <http://www.worldsbestoliveoils.org/worlds-best-olive-oils.html>

<sup>77</sup> [www.trappetodicaprafico.com](http://www.trappetodicaprafico.com)

### 5.6.2.3 Ισπανία

#### Muela Oliva S.L.<sup>78</sup>



Η εταιρεία ιδρύθηκε πριν από 70 χρόνια (1942) από τον Muela Mateo Velasco, με επίκεντρο την επιμονή του στα παραδοσιακά προϊόντα ελαιολάδου. Το 1984, η εταιρεία άρχισε να εμφιαλώνει το δικό ελαιόλαδο της, με την επωνυμία "Mueloliva". Το 2014, το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδό τους « Venta del Baron» βραβεύτηκε από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου, ως το καλύτερο ελαιόλαδο στο κόσμο. Ενδεικτική τιμή: 45 \$ / lt.

#### Almazaras de la Subbética<sup>79</sup>



Η εταιρεία δημιουργήθηκε το 2007 μετά τη συγχώνευση των δύο εταιριών - SCA Virgen del Castillo (Carcabuey) και S.C.A. Nuestro Padre Jesús Nazareno (Priego de Córdoba) - που χρονολογούνται από τις δεκαετίες του '50 και του '60 αντίστοιχα. Προς το παρόν, η εταιρεία παράγει από δυο διαφορετικές περιοχές. Το Carcabuey, το οποίο καλύπτει μια έκταση πάνω από 350.000 τ.μ. και περιλαμβάνει τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας, το μεγαλύτερο από τα ελαιοτριβεία και τις εγκαταστάσεις ωρίμανσης και εμφιάλωσης. Η άλλη περιοχή καλύπτει 28.000 τ.μ. και βρίσκεται στο Priego de Córdoba. Η εταιρεία είναι ένας σημαντικός παίκτης στην κατηγορία premium -ενδεικτική τιμή: 30\$ / lt- κεφαλαιοποιώντας την μακράν πορεία της στα προϊόντα, όπως προκύπτει από τα αποτελέσματά της σε πολλούς διεθνείς διαγωνισμούς (κατετάγη πρώτο στη διεθνή κατάταξη WBOO για το 2011/2012 και δεύτερο για το 2012/2013 και 2013/2014).

<sup>78</sup> <http://www.mueloliva.es/>

<sup>79</sup> [www.almazarasdelasubbetica.com](http://www.almazarasdelasubbetica.com)

#### 5.6.2.4 Αυστραλία

##### Cobram Estate<sup>80</sup>



Η Cobram Estate είναι μια εταιρεία που ιδρύθηκε το 1998 και σήμερα θεωρείται ως ο κορυφαίος πάροχος ελαιολάδου στην Αυστραλία και κατέχει ηγετική θέση στην κατηγορία του εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου στη χώρα. Η μάρκα εισήχθη στην εγχώρια αγορά το 2001 και διανέμεται μέσω χονδρεμπόρων της premium κατηγορίας, όπως το "Essential Ingredient" στη Μελβούρνη και το Σίδνεϊ και το "Black Pearl Epicure" στο Brisbane. Το 2003, η εταιρεία ξεκίνησε μια μεγάλη εκστρατεία για εξαγωγές στην αγορά των ΗΠΑ και από το 2003 ως τις μέρες μας, εξαγει σε πολλές χώρες, όπως στον Καναδά, στις ΗΠΑ, στη Σιγκαπούρη, στην Κίνα, στην Ταϊλάνδη, στις Μαλδίβες και στην Ιαπωνία. Η εταιρεία χρησιμοποιεί τοπικούς διανομείς σε αυτές τις χώρες, όπως την International Gourmet Foods, στις ΗΠΑ.

#### 5.6.2.5 Χιλή

##### Oivos Olimpo S.A.<sup>81</sup>



Το ελαιόλαδο Sol Del Limari παρουσίασε, για πρώτη φορά το 2005, η εταιρεία Oivos Olimpo από δύο δασολόγους που αποφάσισαν να αναλάβουν την εντατική καλλιέργεια ελαιώνων στη Χιλή. Οι φυτείες βρίσκονται σε περιοχή με έντονα ημι-μεσογειακά στοιχεία (πόλη της Ovalle), αξιοποιώντας τα έντονα παρθένα περιβαλλοντικά στοιχεία, εξασφαλίζοντας έτσι σταθερή προσφορά υψηλής ποιότητας ελιών. Η εταιρεία Oivos Olimpo διαθέτει τα προϊόντα της απευθείας σε όλο τον κόσμο, δεχόμενη παραγγελίες μέσω της ιστοσελίδας της ή άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα. Τα προϊόντα

<sup>80</sup> [www.cobramestate.com](http://www.cobramestate.com)

<sup>81</sup> [www.olivoslimpo.cl](http://www.olivoslimpo.cl)

της είναι διαθέσιμα σε συσκευασίες μπουκαλιών των 0,25ml, 0,5ml και 1,0 lt, με σχετικά χαμηλές τιμές, για μεγάλες παραγγελίες. Ενδεικτική τιμή: \$ 10 / lt για 12 φιάλες παραγγελίες. Το Sol Del Limari είναι το μόνο έξτρα παρθένο ελαιόλαδο από τη Χιλή, το οποίο έχει κερδίσει Χρυσό Βραβείο στο διεθνή διαγωνισμό της Νέας Υόρκης.

### 5.6.2.6 Αργεντινή

#### MidiTerra S.A.<sup>82</sup>



Η Miditerra SA είναι μια επιχείρηση που βρίσκεται στην περιοχή των Άνδεων της Αργεντινής, η οποία δραστηριοποιείται στην παραγωγή και εμπορία επιτραπέζιων ελιών και ελαιολάδου. Η Miditerra είναι μια πολυβραβευμένη εταιρεία με το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο της και στο παρελθόν, έχει συμπεριληφθεί μεταξύ των 50 ελαιολάδων στη κατάταξη του WBOO. Η εταιρεία έχει επίσης επιτύχει σημαντικές διακρίσεις σε διάφορους άλλους διαγωνισμούς, όπως στο Λος Άντζελες (Χρυσό Μετάλλιο, Best of Class), στην Terraolivo (Prestige Gold), κ.λπ.

<sup>82</sup> [www.miditerra.com.ar](http://www.miditerra.com.ar)

**6.1 Θεσμικό Πλαίσιο Λειτουργίας – Φορέας Διαχείρισης Cluster**

Όπως διαπιστώθηκε και από την αποτύπωση των εγχώριων και διεθνών παραδειγμάτων στις προηγούμενες ενότητες, τα clusters δεν υπόκεινται σε αυστηρή μορφή οργάνωσης και λειτουργίας. Για τον ορισμό τους, δεν απαιτείται διοικητική ή φορολογική πράξη και η καθημερινή λειτουργία τους πραγματοποιείται μέσω των άτυπων συνεργασιών που δημιουργούνται μεταξύ των μελών που το απαρτίζουν.

Τα χαρακτηριστικά και διεθνώς αναγνωρισμένα cluster οίνου της πολιτείας της Καλιφόρνια και της Νότιας Αυστραλίας αποτελούν ένα ευρύτερα αναπτυγμένο δίκτυο από επιχειρήσεις χωρίς θεσμικό ή νομικό προσδιορισμό. Η μορφή λειτουργίας τους προσδιορίζεται από την γεωγραφική εγγύτητα των επιχειρήσεων που το απαρτίζουν, χωρίς να υπάρχουν αυστηρές δομές στους τρόπους αλληλεπίδρασης ή επιχειρηματικής συναλλαγής. Παρόμοια είναι τα παραδείγματα σε εγχώριο επίπεδο, η πλειονότητα των οποίων, δημιουργήθηκε και λειτούργησε στο πλαίσιο κοινοτικών προγραμμάτων.

Σύμφωνα με τον ΕΟΜΜΕΧ<sup>83</sup>, κατά την οργάνωση ενός cluster, δεν απαιτείται ένας συγκεκριμένος αριθμός ή τύπος επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις ενός cluster, συνήθως, γειτνιάζουν μεταξύ τους και αποτελούνται από διάφορες επιχειρήσεις και οργανισμούς, οι οποίοι λειτουργούν ανεξάρτητα ως προς τη νομική και επιχειρηματική τους μορφή. Εντούτοις, είναι δυνατόν, μέσω της σύστασης ενός **Φορέα Διαχείρισης του Cluster**, να οριστεί μια πιο δομημένη μορφή επιχειρησιακής συνεργασίας μεταξύ των μελών του δικτύου. Σύμφωνα με μελέτη<sup>84</sup> του Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας (νυν Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού), τα clusters αποτελούν σύνθετους οργανισμούς, δεδομένης της συμμετοχής πολλών και διαφορετικών τύπων επιχειρήσεων, οι οποίες δύναται να εκπροσωπηθούν μέσω της σύστασης ενός Φορέα Διαχείρισης. Η σύσταση ενός φορέα διαχείρισης δίνει τη δυνατότητα της συντονισμένης δράσης και παράλληλα αποτελεί το επιχειρησιακό όχημα, το οποίο συνδέει τις επιμέρους επιχειρήσεις-μέλη με την αγορά και τους λοιπούς εμπλεκόμενους.

Πέραν τούτου, η ένταση και η μορφή της οργανωτικής δομής του cluster, μέσω της σύστασης ενός φορέα διαχείρισης, καθορίζουν τη μορφή λειτουργίας του cluster, καθώς και την ανταγωνιστικότητα και το βαθμό ανάπτυξής του και ως εκ τούτου, τα προσδοκώμενα οφέλη για τις επιχειρήσεις-μέλη του. *«...ένα cluster θα μπορεί να προσελκύει νέα μέλη μακροπρόθεσμα εφόσον η διοίκηση του cluster επιτύχει να προσφέρει υπηρεσίες προς τα μέλη του που αντιμετωπίζουν ουσιαστικά τις ανάγκες του να επιλύει τυχόν προβλήματα / αρρυθμίες που αντιμετωπίζουν. Για το λόγο αυτό απαιτείται το cluster να εστιάζει στην εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων-μελών του, καθώς και στις ανάγκες της αγοράς. Οι επιχειρήσεις-μέλη πρέπει εξαρχής να πιστέψουν ότι το cluster έχει ιδρυτικό σκοπό/μέλημα την εξυπηρέτηση των αναγκών τους, ότι μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας τους και ότι θα έχουν πρόσθετα οφέλη / πλεονεκτήματα από τη συμμετοχή τους*

<sup>83</sup> ΕΟΜΜΕΧ – Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις “Εγχειρίδιο «Συστημάτων-Συστάδων»

<sup>84</sup> Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας, «Προετοιμασία Δράσεων για την ενίσχυση των Ελληνικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων για Σύσταση ή/και Επέκταση Επιχειρηματικών Συνεργατικών Σχηματισμών ή αλλιώς Συστάδων Επιχειρήσεων (clusters) με Οριζόντιες ή και Κάθετες Διασυνδέσεις με Έμφαση στο Εμπόριο» - 2013

σε αυτό, π.χ. αυξημένες πωλήσεις, μεγαλύτερη παραγωγικότητα, ποιοτική αναβάθμιση, μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα / προβολή κλπ.». (Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας – 2013).

## 6.2 Επιλογές Νομικής Μορφής Φορέα Διαχείρισης

Όπως προαναφέρθηκε, η μορφή οργάνωσης και η δομή που λαμβάνει ο φορέας διαχείρισης είναι ιδιαίτερης σημασίας, καθώς αποτελούν το βασικό κανάλι επαφής μεταξύ των επιχειρήσεων και της αγοράς ενδιαφέροντος. Η νομική μορφή που θα λάβει ο Φορέας Διαχείρισης, αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την αποδοχή της ιδέας από τις επιχειρήσεις– μέλη, καθώς και για την αποτελεσματική εφαρμογή και ανάπτυξη του δικτύου. Οι επιλογές που προτείνονται για τη νομική μορφή του δικτύου είναι οι ακόλουθες<sup>85</sup>:

**Αστικές Μη Κερδοσκοπικές:** Η μορφή αυτή προτιμάται ιδιαίτερα από όσους δεν επιθυμούν να ασκήσουν αμιγώς επιχειρηματική δραστηριότητα (οπότε προτιμότερη είναι η ίδρυση εταιρείας), αλλά θέλουν να επενδύσουν τη δραστηριότητά τους με την ιδιότητα ενός νομικού προσώπου για άλλους λόγους (φορολογικούς, κρατικές επιδοτήσεις κ.ά.). Για τις εταιρείες αυτής της μορφής, δεν απαιτείται υψηλή δέσμευση κεφαλαίων από τους συμμετέχοντες, των οποίων η ευθύνη περιορίζεται στο ύψος της συνεισφοράς τους στο εταιρικό κεφάλαιο.

**Αστικοί Συνεταιρισμοί:** Οι συνεταιρισμοί διακρίνονται σε παραγωγικούς, καταναλωτικούς, προμηθευτικούς, πιστωτικούς, μεταφορικούς και τουριστικούς. Στις δραστηριότητές τους περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων, η κοινή οργάνωση παραγωγής, η προμήθεια αγαθών για την κάλυψη αναγκών των μελών τους, η παροχή τεχνικής βοήθειας για την αύξηση ή βελτίωση της παραγωγής τους, η μεταποίηση ή διάθεση προϊόντων των μελών τους, η παροχή δανείων ή άλλων οικονομικών διευκολύνσεων στα μέλη τους, κ.ά. Η νομική μορφή του Αστικού Συνεταιρισμού καθορίζεται από την έκταση της ευθύνης των συνεταίρων. Η πιο συνηθισμένη μορφή είναι εκείνη που περιορίζει την ευθύνη κάθε συνεταίρου για τα χρέη του Συνεταιρισμού έναντι τρίτων, μέσω του καθορισμού ορισμένου χρηματικού ποσού, το οποίο και ορίζεται στο καταστατικό. Οι περιπτώσεις αυτές αποκαλούνται Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (ΣΥΝ.Π.Ε.) και λόγω της φύσης τους είναι εκείνες που προτιμώνται συνηθέστερα στο πλαίσιο μιας δικτύωσης/ cluster.

**Κοινοπραξίες:** αποτελούν συμβατικές ενώσεις μικρού αριθμού φυσικών ή νομικών προσώπων, που προκύπτουν από την συμφωνία για την ανάληψη συγκεκριμένης οικονομικής δραστηριότητας, με κοινή συμβολή και η οποία υπόκειται σε από κοινού έλεγχο. Η χρονική τους διάρκεια είναι επίσης σαφώς προκαθορισμένη. Η μορφή της κοινοπραξίας συναντάται πολύ συχνά σε περιπτώσεις υλοποίησης δημόσιου ή ιδιωτικού τεχνικού έργου από συμπράττουσες εταιρείες.

**Κεφαλαιουχικές Εταιρίες Α.Ε.:** συστήνονται με την συγκέντρωση του κατώτατου ορίου μετοχικού κεφαλαίου, όπως αυτό ορίζεται από την ισχύουσα νομοθεσία. Όργανό τους είναι η Γενική Συνέλευση και το Διοικητικό Συμβούλιο. Ως προς το φορολογικό καθεστώς, η Α.Ε. υποχρεούται στην τήρηση βιβλίων Γ' κατηγορίας και υπόκειται σε αυτόνομη φορολόγηση, με διαφορετικό

<sup>85</sup> «ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ-ΔΙΚΤΥΩΣΕΩΝ ΜΙΚΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ» της πράξης «Δράσεις για την ενίσχυση του ρόλου της καινοτομίας και των μορφών συνεργασίας στις μικρές επιχειρήσεις», ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, 2013



συντελεστή επί των κερδών που η εταιρεία παρακρατά και των κερδών που διανέμει ως μέρος στους μετόχους. Η **Ανώνυμη Εταιρία (Α.Ε.)** αποτελεί κεφαλαιουχική εταιρία, της οποίας το κεφάλαιο είναι διαιρεμένο σε μετοχές, ανώνυμες ή ονομαστικές. Για την σύστασή της, πρέπει να είναι συγκεντρωμένο το κατώτατο όριο μετοχικού κεφαλαίου, όπως αυτό ορίζεται από την ισχύουσα νομοθεσία. Κάθε μέτοχος ευθύνεται μέχρι και το ποσό της εισφοράς του.

### **6.3 Επιλογές Χρηματοδότησης**

Ανάλογα με τους σκοπούς ίδρυσης του cluster και κατ' επέκταση, με τη νομική μορφή του Φορέα Διαχείρισης, προκύπτουν οι ανάγκες της χρηματοδότησής του. Όπως προαναφέρθηκε, στην Ελλάδα, τα περισσότερα clusters δημιουργήθηκαν με βάση την υλοποίηση μιας συγχρηματοδοτούμενης δράσης (υλοποίηση ενός συγκεκριμένου έργου) και ως εκ τούτου η χρηματοδότησή τους προήλθε από τα αντίστοιχα κονδύλια. Ενδεικτικά αναφέρονται, το Β' Κοινοτικό Πλαίσιο: «Ανάπτυξη Τοπικών Πρωτοβουλιών για Έρευνα και Καινοτομία για Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις», Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης: «Προώθηση της δικτύωσης των ΜΜΕ (clustering)», «Προώθηση της δικτύωσης των τουριστικών ΜΜΕ (Clustering)», «Ενίσχυση των Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου», κ.ά.

Στην τρέχουσα Προγραμματική Περίοδο, η χρηματοδότηση για συνεργατικούς σχηματισμούς αναμένεται να προέλθει από το Μέτρο 16 της Νέας Αγροτικής Πολιτικής.

#### **Νέα Αγροτική Πολιτική – Μέτρο 16 (σύμφωνα με τον Καν. (ΕΕ) 1305/2013)- Στήριξη δομών Cluster**

Σύμφωνα με τον Καν. (ΕΕ) 1305/2013 της Νέας Αγροτικής Πολιτικής, κάθε μέτρο αγροτικής ανάπτυξης προγραμματίζεται, ώστε να συμβάλλει, ειδικά, στην επίτευξη ενός ή περισσότερων προτεραιοτήτων της Ένωσης για την αγροτική ανάπτυξη. Σημαντικός παράγοντας της νέας Αγροτικής πολιτικής είναι η στήριξη των συνεργασιών των επιχειρήσεων στον κλάδο της Γεωργίας. Για τον εν λόγω στόχο, προβλέπεται η στήριξη διαφορετικών παραγόντων εντός της ΕΕ, όπως, του γεωργικού και δασικού τομέα, της αλυσίδας τροφίμων και άλλων, που συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων και των προτεραιοτήτων της πολιτικής αγροτικής ανάπτυξης, συμπεριλαμβανομένων, ενώσεων παραγωγών και δικτύων επιχειρήσεων του κλάδου.

Πιο συγκεκριμένα προβλέπεται η στήριξη δημιουργίας Cluster μέσω των υπο-μέτρων:

#### 16.2 Στήριξη για πιλοτικά έργα και για την ανάπτυξη νέων προϊόντων, πρακτικών, διεργασιών και τεχνολογιών στους τομείς της γεωργίας, των τροφίμων και της δασοπονίας

Η ενίσχυση προορίζεται για δραστηριότητες, οι οποίες αφορούν στην «ανάπτυξη» αντί για βασική έρευνα. Ωστόσο, μπορεί να ενισχυθούν ερευνητικές δραστηριότητες, που συνδέονται με συγκεκριμένα «πρακτικά» έργα, ιδιαίτερα αυτά που πραγματοποιούνται από τις επιχειρησιακές ομάδες.

#### 16.3 Στήριξη για πιλοτικά έργα και για την ανάπτυξη νέων προϊόντων, πρακτικών, διεργασιών και τεχνολογιών στους τομείς της γεωργίας, των τροφίμων και της δασοπονίας

Η ενίσχυση αφορά την στήριξη της συνεργασίας μεταξύ μικρών επιχειρήσεων για να οργανώσουν κοινές μεθόδους εργασίας και για να μοιραστούν εγκαταστάσεις και πόρους, καθώς επίσης θα τους βοηθήσει να γίνουν οικονομικά βιώσιμες, παρά το μικρό μέγεθός τους. Η συνεργασία μεταξύ μικρών επιχειρήσεων που συνδέονται με τον αγροτουρισμό, θα τους βοηθήσει να αναπτύξουν και/ή να οργανώσουν καλύτερα την εμπορία (marketing) των τουριστικών υπηρεσιών. Οι κυριότερες μορφές διεπιχειρησιακών συνεργασιών είναι τα «συμπλέγματα», clusters, επιχειρήσεων και τα επιχειρησιακά δίκτυα.

#### 16.4 Στήριξη για την οριζόντια και κάθετη συνεργασία μεταξύ φορέων της αλυσίδας εφοδιασμού για την δημιουργία και την ανάπτυξη των βραχέων αλυσίδων εφοδιασμού και των τοπικών αγορών και για δραστηριότητες προώθησης σε τοπικό πλαίσιο σχετικά με την ανάπτυξη βραχέων αλυσίδων και τοπικών αγορών

Η ενίσχυση αφορά την στήριξη της οριζόντιας και κάθετης συνεργασίας μεταξύ φορέων στην αλυσίδα εφοδιασμού, καθώς και των δραστηριοτήτων προώθησης σε τοπικό πλαίσιο, θα δράσει ως καταλύτης για μια οικονομικά ορθολογική ανάπτυξη των βραχέων αλυσίδων εφοδιασμού, των τοπικών αγορών και των τοπικών αλυσίδων τροφίμων.

#### 16.5 Στήριξη για κοινή δράση που αναλαμβάνεται με σκοπό το μετριασμό της αλλαγής του κλίματος ή την προσαρμογή σε αυτή και για κοινές προσεγγίσεις σε ό,τι αφορά τα περιβαλλοντικά έργα και τις τρέχουσες περιβαλλοντικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης της αποτελεσματικής διαχείρισης των υδάτων, της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της διατήρησης των γεωργικών τοπίων

Η ενίσχυση αφορά την στήριξη κοινών προσεγγίσεων των περιβαλλοντικών έργων και πρακτικών, θα βοηθήσει να παραχθούν μεγαλύτερα και συνεκτικότερα περιβαλλοντικά και κλιματικά οφέλη από αυτά που μπορούν να παραχθούν από μεμονωμένους φορείς που δραστηριοποιούνται χωρίς να αλληλεπιδρούν με άλλους (για παράδειγμα, μέσω πρακτικών που εφαρμόζονται σε μεγαλύτερες συνεχόμενες εκτάσεις γης).

#### 16.6 Στήριξη για οριζόντια και κάθετη συνεργασία μεταξύ των φορέων της αλυσίδας εφοδιασμού για την αειφόρο προμήθεια βιομάζας για χρήση στα τρόφιμα, στην παραγωγή ενέργειας και σε βιομηχανικές διαδικασίες

Η ενίσχυση αφορά την στήριξη για οριζόντια και κάθετη συνεργασία μεταξύ των φορέων της αλυσίδας εφοδιασμού για την αξιοποίηση βιομάζας, υπολειμμάτων και υποπροϊόντων των γεωργικών και κτηνοτροφικών δραστηριοτήτων, καθώς και της μεταποίησης, με σκοπό την παραγωγή ενέργειας και εισροών στον πρωτογενή και στο δευτερογενή τομέα.

Όλες οι άνω ενισχύσεις χορηγούνται με τη μορφή επιχορήγησης και το ύψος της υπολογίζεται ως ποσοστό των επιλέξιμων δαπανών. Η χορήγηση προκαταβολής, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στα άρθρα 45(4) και 63 του Καν. (ΕΕ) 1305/2013, είναι δυνατή μόνο για τις επενδυτικές δαπάνες.

Οι δαπάνες που νοούνται ως επιλέξιμες περιλαμβάνουν:

**Μελέτες / σχέδια:** όπως οι μελέτες της συγκεκριμένης περιοχής, οι μελέτες σκοπιμότητας και η



εκπόνηση επιχειρηματικού σχεδίου.

**Εμψύχωση:** η εμψύχωση (animation) της σχετικής περιοχής, προκειμένου να καταστεί εφικτό ένα συλλογικό εδαφικό έργο ή ένα έργο που πρόκειται να υλοποιηθεί από επιχειρησιακή ομάδα. Η εμψύχωση μπορεί επίσης να αφορά την διοργάνωση κατάρτισης, την δικτύωση μεταξύ μελών και την προσέλκυση νέων μελών.

**Λειτουργικές δαπάνες της συνεργασίας:** δεν είναι όλες οι λειτουργικές δαπάνες του έργου, αλλά οι λειτουργικές δαπάνες που προέρχονται από την ενέργεια της συνεργασίας. Ένα καλό παράδειγμα είναι η αμοιβή του συντονιστή.

**Άμεσες δαπάνες:** οι άμεσες δαπάνες συγκεκριμένων έργων που συνδέονται με την υλοποίηση επιχειρηματικού σχεδίου ή άλλων δράσεων με στόχο την καινοτομία, συμπεριλαμβανομένων των δοκιμών. Αφορούν επενδυτικές δαπάνες αλλά δεν περιορίζονται σε αυτές.

**Δραστηριότητες προώθησης:** σε τοπικό πλαίσιο σχετικά με την ανάπτυξη βραχέων αλυσίδων και τοπικών αγορών.

**Δαπάνες εργασίας προσωπικού:** μπορούν δυνητικά να ανήκουν και στις δύο κατηγορίες, ανάλογα με την φύση της εργασίας.

Σε περίπτωση που ο σκοπός του cluster είναι η συνεχιζόμενη και μακρά λειτουργία πέραν των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων (business cluster), οι πηγές χρηματοδότησης προέρχονται κυρίως από την εισφορά σε κεφάλαιο των μελών, καθώς και από δανεισμό μέσω χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Σύμφωνα με τον οδηγό<sup>86</sup> του EOMMEX, «*Αν η συστάδα έχει τη μορφή εταιρείας μπορεί να λάβει τραπεζικό δανεισμό για τη χρηματοδότηση συγκεκριμένων δράσεων, να αξιοποιεί περιουσιακά στοιχεία, να συμμετέχει σε συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα και γενικά να απολαμβάνει όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από την εταιρικήτητα*».

---

<sup>86</sup> EOMMEX – Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις “Εγχειρίδιο «Συστημάτων-Συστάδων»

### 7.1 Περιβάλλον εγκατάστασης του Cluster

Το Cluster Βιοκαλλιεργητών Ηλείας τοποθετείται στο νομό Ηλείας και πιο συγκεκριμένα στην ευρύτερη περιοχή του Δήμου Ανδραβίδας. Ο Δήμος Ανδραβίδας - Κυλλήνης είναι δήμος της Δυτικής Ελλάδας, που συστάθηκε με το Πρόγραμμα Καλλικράτης, από την συνένωση των προϋπαρχόντων δήμων Ανδραβίδας, Βουπρασίας, Κάστρου – Κυλλήνης και Λεχαιών. Η έκταση του νέου Δήμου είναι 354,12 τετραγωνικά χιλιόμετρα και ο πληθυσμός του 21.581 κάτοικοι, σύμφωνα με την απογραφή του 2011. Έδρα του δήμου είναι τα Λεχαινά και ιστορική έδρα, η Βάρδα.

#### Νομός Ηλείας

Εικόνα 11: Χάρτης Νομού Ηλείας<sup>87</sup>



Ο νομός Ηλείας καταλαμβάνει το βορειοδυτικό τμήμα της Πελοποννήσου και συνορεύει βορειοανατολικά με το νομό Αχαΐας, νοτιοανατολικά με το νομό Αρκαδίας, νότια με το νομό Μεσσηνίας, ενώ δυτικά βρέχεται από το Ιόνιο πέλαγος. Ο νομός Ηλείας υπάγεται στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, έχει έκταση 2.618 τετραγωνικά χιλιόμετρα και ο πληθυσμός του ανέρχεται περίπου σε 159.300 κατοίκους, σύμφωνα με την απογραφή της ΕΛΣΤΑΤ – 2011. Ο νομός διοικητικά, διαιρείται σε δύο επαρχίες, της Ηλείας και της Ολυμπίας, ενώ με βάση το πρόγραμμα «Καποδίστριας», η πρωτοβάθμια τοπική αυτοδιοίκηση συγκροτείται από είκοσι δύο δήμους. Πρωτεύουσα του νομού είναι ο Πύργος και η δεύτερη πόλη, σε πληθυσμό, είναι η Αμαλιάδα.

Όσον αφορά στην παραγωγή ελιάς, οι κυριότερες ποικιλίες που καλλιεργούνται στην Ηλεία είναι η κορωνέικη, η κουτσουρελιά, η κολλυρέικη, η καλαματιανή, η χονδρολιά, κ. ά. Η κολλυρέικη είναι μια καθαρά τοπική ελιά, είδος υπό εξαφάνιση δυστυχώς, που φύεται μόνο στην περιοχή γύρω από την Ολυμπία (στο Κολίρι), με πολύ γλυκειά γεύση και αποτελεί το κατά 10% συστατικό του μοναδικού

<sup>87</sup> Πηγή: Google Maps

πιστοποιημένου ελαιολάδου ως ΠΓΠ, «Ολύμπιον», του νομού, αναμειγμένο κατά το υπόλοιπο, με ελαιόλαδο της συγκεκριμένης περιοχής. Η περιοχή της Ολυμπίας παράγει ετησίως περίπου 15.000 τόνους ελαιόλαδο, προερχόμενο από τα, περίπου, 260.000 στρέμματα ελαιοκαλλιέργειας.

## Σχετικά Στατιστικά στοιχεία Ν. Ηλείας

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας, οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις βιολογικής ελιάς που έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα επιδότησης, αποτυπώνονται στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 6: Στρεμ. βιολογικής καλλιέργειας ελιάς ενταγμένα στο πρόγραμμα επιδότησης ανά Δ/Δ Ν. Ηλείας<sup>88</sup>

ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ ΒΙΟΛ. ΚΑΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΛΙΑΣ ΕΝΤΑΓΜΕΝΑ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗΣ ΑΝΑ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ Ν. ΗΛΕΙΑΣ					
ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ	ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ	ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ
ΑΓ. ΑΠΟΣΤΟΛΟΙ	33,6	ΖΑΧΑΡΩ	17,3	ΜΑΓΟΥΛΑ	16,3
ΑΓ. ΗΛΙΑΣ-ΖΑΧΑΡΩ	29,6	ΚΑΚΟΒΑΤΟ	21,8	ΜΟΥΖΑΚΙ	7,1
ΑΓΡΙΔΙ	2,5	ΚΑΚΟΥΡΑΙΪΚΑ	55,2	ΜΟΥΖΑΚΙ	14,6
ΑΛΙΦΕΙΡΑ	89,3	ΚΑΛΙΔΟΝΑ	138,3	ΝΕΑ ΦΙΓΑΛΕΙΑ	709,5
ΑΛΦΕΙΟΥΣΑ	78,7	ΚΑΛΛΙΘΕΑ	443,8	ΝΕΜΟΥΤΑ	388,9
ΑΜΑΛΙΑΔΑ	220,9	ΚΑΛΥΒΙΑ	1,3	ΝΕΟΧΩΡΙ	33,6
ΑΜΠΕΛΩΝΑ	148,1	ΚΑΜΕΝΑ	145,2	ΝΕΡΑΪΪΔΑ	41,1
ΑΜΥΓΔΑΛΙΕΣ	179,1	ΚΑΡΥΑ	79,2	ΝΗΣΙ	135,9
ΑΝΔΡΑΒΙΔΑ	56,6	ΚΑΤΩ ΣΑΜΙΚΟ	67,3	ΞΗΡΟΚΑΜΠΟΣ	558,3
ΑΝΗΛΙΟ	49,1	ΚΑΥΚΑΝΙΑ	155,4	ΠΑΛΑΙΟΒΑΡΒΑΣΑΙΝΑ	9,4
ΑΡΕΤΗ	51,2	ΚΛΑΔΕΟ	157,0	ΠΕΛΟΠΙΟ	1,0
ΑΡΧΑΙΑ ΙΛΙΔΑ	5,7	ΚΟΛΙΡΙ	88,0	ΠΕΥΚΕΣ	162,4
ΑΡΧΑΙΑ ΟΛΥΜΠΙΑ	25,2	ΚΟΡΑΚΟΧΩΡΙ	34,5	ΠΛΑΤΑΝΟΣ	15,9
ΑΥΓΕΙΟ	15,8	ΚΟΡΥΦΗ	135,2	ΠΛΑΤΙΑΝΑ	139,1
ΒΑΡΒΑΣΑΙΝΑ	139,6	ΚΟΣΚΙΝΑ	53,9	ΠΥΡΓΟΣ	128,2
ΒΑΡΘΟΛΟΜΙΟ	26,0	ΚΟΥΤΣΟΧΕΡΑ	208,2	ΡΟΔΙΑ	100,6
ΒΑΣΙΛΑΚΙ	203,3	ΚΡΕΣΤΕΝΑ	31,6	ΡΟΔΙΝΑ	42,7
ΒΕΛΑΝΙΔΙ	223,5	ΚΡΥΟΝΕΡΙ	98,6	ΣΕΚΟΥΛΑ	54,1
ΒΡΙΝΑ	107,9	ΚΥΛΛΗΝΗ	9,3	ΣΕΛΛΑΣΙΑ	22,4
ΒΥΤΙΝΑΪΪΚΑ	53,6	ΛΑΓΑΝΑ	22,8	ΣΙΜΟΠΟΥΛΟ	28,0
ΓΕΡΑΚΙ	190,6	ΛΑΛΑ	463,8	ΣΚΙΛΛΟΥΝΤΙΑ	77,0
ΓΙΑΝΝΙΤΣΟΧΩΡΙ	15,0	ΛΑΣΤΑΪΪΚΑ	54,7	ΣΧΙΝΑ	34,7
ΓΟΥΜΕΡΟ	67,2	ΛΑΤΖΟΪ	65,2	ΤΑΞΙΑΡΧΕΣ	73,3
ΓΡΥΛΛΟΣ	14,9	ΛΕΠΡΕΟ	211,0	ΤΡΥΠΗΤΗ	46,1
ΔΑΦΝΙΩΤΙΣΣΑ	45,2	ΛΕΧΑΙΑΝΑ	3,4	ΦΟΛΟΗ	46,7
ΔΑΦΝΟΥΛΑ	160,2	ΛΙΝΑΡΙΑ	54,6	ΧΕΙΜΑΔΙΟ	35,2
ΔΙΑΣΕΛΛΑ	282,2	ΛΟΥΚΑ	6,4	ΧΩΡΑ- ΝΕΜΟΥΤΑΣ	14,6
ΔΟΥΚΑ	46,4	ΛΟΥΚΑ	12,0	ΩΛΕΝΑ	141,5
ΕΦΥΡΑ	135,2	ΛΥΓΙΑ	7,7		
				<b>Σύνολο</b>	<b>8.617,1</b>

## Ν. Ηλείας και Αγροτικοί Συνεταιρισμοί

Πολλοί γεωργικοί συνεταιρισμοί ιδρύθηκαν στην πάροδο των χρόνων, όπως, η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Ηλείας- Ολυμπίας, Α.Ε.Σ., που βρίσκεται στο Νομό Ηλείας από το 1924, και δραστηριοποιείται με 3 βασικά αγροτικά προϊόντα: μαύρη σταφίδα, ελαιόλαδο και κρασί και αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες οργανώσεις στον αγροτοσυνεταιριστικό χώρο, έχοντας σήμερα στις τάξεις της περίπου, 7.000 μέλη.

<sup>88</sup> Πηγή: περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας

## 7.2 Παραδοχές οικονομικού μοντέλου

Το επιχειρηματικό πλάνο περιλαμβάνει την ανάλυση της επιχειρησιακής και χρηματοοικονομικής λειτουργίας του φορέα διαχείρισης του Cluster Βιοκαλλιεργητών στο Νομό Ηλείας, ο οποίος θα αποτελέσει το βασικό όχημα προώθησης του δικτύου και των προϊόντων του στο εξωτερικό.

Ο φορέας διαχείρισης του δικτύου θα έχει επίσης την ευθύνη για τον ορισμό της τιμολογιακής πολιτικής, την ευθύνη εκπροσώπησης του προϊόντος στις αγορές του εξωτερικού, την ανεύρεση καναλιών προώθησης και διανομής, την ευθύνη ορισμού της πολιτικής marketing και την ευθύνη εκπροσώπησης του προϊόντος στις διεθνείς εκθέσεις και διαγωνισμούς.

### Μορφή και στόχος του Φορέα Διαχείρισης του Cluster

Ο φορέας διαχείρισης θα αποτελεί μια κεφαλαιουχική εταιρεία (Α.Ε.), μέτοχοι της οποίας, θα είναι τα μέλη του δικτύου. Για την σύσταση της Εταιρείας, πρέπει να είναι συγκεντρωμένο το κατώτατο όριο μετοχικού κεφαλαίου, όπως ορίζεται από τη ισχύουσα νομοθεσία (€24.000 σύμφωνα με την ΠΝΠ της 12/12/2012, Α' 240). Σύμφωνα με τη Γενική Γραμματεία Εμπορίου, οι Εταιρείες Α.Ε. έχουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

1. Διαίρεση του κεφαλαίου σε ίσα μερίδια, που ενσωματώνονται σε έγγραφα, τις μετοχές
2. Οι αυστηροί όροι δημοσιότητας κατά την ίδρυσή της, αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής της
3. Η μακρά διάρκειά της (συνήθως 50 ετών)
4. Η περιορισμένη ευθύνη των μετόχων
5. Η λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία
6. Η ύπαρξη δύο οργάνων, ήτοι της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων και του Διοικητικού Συμβουλίου.
7. Η υποχρέωση τήρησης Γ' κατηγορίας βιβλίων
8. Η υποχρέωση δημοσίευσης ετήσιου ισολογισμού και αποτελεσμάτων χρήσης.

Απώτερος σκοπός του Φορέα Διαχείρισης θα είναι η επιτυχημένη εμπορική λειτουργία, με σκοπό την παραγωγή κερδών, τα οποία θα διανέμει στους μετόχους σε μορφές μερισμάτων. Το ακριβές ποσό της εισφοράς σε κεφάλαιο από τους μετόχους αναφέρεται παρακάτω, Ενότητα «*Ίδια Κεφάλαια / Χρηματοδότηση*».

Ο φορέας διαχείρισης, προβλέπεται, να αγοράζει την πρώτη ύλη του λαδιού από τα μέλη του δικτύου και στη συνέχεια, να την συσκευάζει και να την τυποποιεί, με σκοπό τη διάθεσή του στις αγορές του εξωτερικού. Η επιτυχημένη πορεία της Εταιρείας αναμένεται να αποτελέσει και τον βασικό πόλο έλξης νέων μελών του δικτύου των βιοκαλλιεργητών, με σκοπό την περαιτέρω ανάπτυξή του. Στη πορεία, αποτυπώνονται τα οικονομικά μεγέθη του επιχειρηματικού σχεδίου.

Κατόπιν των πρώτων αρχικών σταδίων προσαρμογής της εταιρείας και του δικτύου, προβλέπεται η εγκατάσταση τοπικού καταστήματος λιανικής, στην ευρύτερη περιοχή του λιμένα, στο Κατάκολο, σκοπός του οποίου θα είναι, καταρχήν, η λειτουργική κερδοφορία του και κατά δεύτερον, η διαφημιστική προώθηση του προϊόντος του δικτύου στις αγορές του εξωτερικού. Στις επόμενες ενότητες, παρουσιάζονται τα επιμέρους βήματα του επιχειρηματικού σχεδίου, όπως αυτά μεταφράζονται σε επίπεδο χρηματοοικονομικών καταστάσεων για τα πρώτα 7 έτη λειτουργίας του.

## Τιμολογιακή πολιτική προϊόντος

Σκοπός του δικτύου είναι η παρουσίαση ενός προϊόντος ανωτέρας ποιότητας, το οποίο όμως, θα είναι παράλληλα και οικονομικά προσιτό στις αγορές του εξωτερικού. Για τους σκοπούς του επιχειρησιακού σχεδίου γίνεται η παραδοχή ότι η τιμή του λίτρου θα ανέρχεται στα €11. Η εν λόγω τιμή εξασφαλίζει την οικονομική βιωσιμότητα της εταιρείας, ενώ παράλληλα, δίνει τη δυνατότητα σε μια πρωτοεμφανιζόμενη εταιρεία να καταστεί ανταγωνιστική, συγκριτικά με τα αντίστοιχα προϊόντα στην διεθνή αγορά (βλ. ενότητα 2.6.2). Στόχος της εταιρείας είναι η διάθεση των προϊόντων σε αλυσίδες super markets και delicatessen των αγορών της Γερμανίας, Αμερικής, Κίνας και Ρωσίας, που απευθύνονται σε πελάτες εισοδημάτων μεσαίας τάξης.

## Πωλήσεις

Τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της εταιρείας, προβλέπεται η οργάνωση των κτιριακών εγκαταστάσεων, η δημιουργία συμφωνιών με τους εξωτερικούς συνεργάτες, η αναζήτηση καναλιών διανομής, η δημιουργία συμφωνιών με τις αλυσίδες / καταστήματα λιανικής πώλησης του εξωτερικού και η συγκέντρωση του απαραίτητου αποθέματος.

Για τα επόμενα χρόνια υπολογίζονται οι ακόλουθες πωλήσεις:

### Πίνακας 7: Εκτίμηση Πωλήσεων ανά έτος

Εκτίμηση Πωλήσεων ανά έτος	Έτος 0	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5	Έτος 6	Έτος 7
€ χιλδ								
Έσοδα από Εξαγωγές	0,0	715,0	929,5	1.072,5	1.102,5	1.150,0	1.198,9	1.249,1

Έως το τρίτο έτος λειτουργίας, γίνεται η παραδοχή, ότι οι πωλήσεις αυξάνονται σταδιακά, κατόπιν αναγνώρισης του προϊόντος από τις αγορές του εξωτερικού, ενώ στο τέταρτο έτος προστίθενται οι πωλήσεις από το κατάστημα στο Κατάκολο. Πέραν του τέταρτου έτους, η εξέλιξη των πωλήσεων πραγματοποιείται σύμφωνα με την μεσοσταθμική ετήσια εκτιμώμενη αύξηση (CAGR %) του ΑΕΠ για επιλεγμένες χώρες (π.χ. Αμερική, Γερμανία, Κίνα, Πηγή: PriceWaterHouseCoopers<sup>89</sup>), η οποία ανέρχεται στα 3,5% το έτος.

Στο τέταρτο έτος λειτουργίας του φορέα διαχείρισης, αναμένεται η παρουσίαση τοπικού καταστήματος πώλησης του ελαιολάδου στην περιοχή του λιμανιού του Κατάκολου, με σκοπό, τόσο την διαφήμιση του προϊόντος, όσο και την λειτουργική του κερδοφορία. Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος,<sup>90</sup> (δημοσιευμένα από την εφημερίδα Ελευθεροτυπία), αλλά και του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών της ΕΣΕΕ<sup>91</sup>, η μέση δαπάνη ανά επισκέπτη κρουαζιέρας ανέρχεται στα €20. Επιπλέον, σύμφωνα με τα στοιχεία που έδωσε στη δημοσιότητα το Λιμενικό Ταμείο Κατάκολου το 2014, τα δρομολόγια κρουαζιέρας έφεραν περί τους 584.879 επιβάτες κρουαζιέρας, καθιστώντας το λιμάνι, ως τον τέταρτο πιο δημοφιλή προορισμό μεταξύ των λιμανιών της χώρας.

Για την εκτίμηση των πωλήσεων του καταστήματος και σύμφωνα με την αρχή της

<sup>89</sup> PWC, "The World in 2050", (Φεβρ. 2015), <https://www.pwc.com/gx/en/issues/the-economy/assets/world-in-2050-february-2015.pdf>

<sup>90</sup> <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=428670>

<sup>91</sup> <http://www.esee.gr/Portals/0/EasyDNNNewsDocuments/669/ESEE-Tourismos.pdf>

συντηρητικότητας<sup>92</sup>, γίνεται η παραδοχή, ότι οι πωλήσεις θα ανέλθουν στο ύψος κάλυψης των λειτουργικών εξόδων του. Σημειώνεται ότι, πέραν των ως άνω υψηλών μεγεθών που παρουσιάζονται από τις επίσημες πηγές για τις προοπτικές της λειτουργίας ενός καταστήματος στην περιοχή, (άνω των 500.000 επισκεπτών με μέσο όρο δαπάνης τα €20), ως δείκτης για την εκτιμώμενη πορεία του καταστήματος, αποτελεί και η ιδιαίτερως υψηλή για την τρέχουσα εποχή, εκτιμώμενη υπεραξία του ενοικίου που ζητείται από την αγορά. Σύμφωνα με πηγές της αγοράς, η υπεραξία του ενοικίου κυμαίνεται μεταξύ €100.000 - €150.000, ποσά, τα οποία έχουν ενσωματωθεί στα έξοδα εγκατάστασης και στους ετήσιους υπολογισμούς των αποσβέσεων, του Φορέα Διαχείρισης.

### Μικτό Περιθώριο Κέρδους / Κόστος Πωλήσεων

Για τους υπολογισμούς του κόστους πωλήσεων της εταιρείας, πραγματοποιήθηκαν οι ακόλουθες παραδοχές:

- Μέση τιμή αγοράς πρώτων υλών (Βιολογικού ελαιολάδου από τους παραγωγούς του δικτύου): € 4 το λίτρο<sup>93</sup>
- Κόστος φιάλης λίτρου: €0,6<sup>94</sup>
- Λοιπά έξοδα εμφιάλωσης (πώμα, ετικέτα) ανά φιάλη λίτρου: €0,4<sup>95</sup>
- Έξοδα μεταφορών / Logistics ανά φιάλη λίτρου: €0,15<sup>96</sup>
- Λοιπά έξοδα ανά φιάλη λίτρου: €0,08

Ενδεικτικά για το πρώτο έτος λειτουργίας το Κόστος Πωλήσεων (€ 340.000) υπολογίζεται ως ακολούθως:

- Κόστος αγοράς ελαιολάδου: €260.000 (65.000 κιλά x €4)
- (+) Κόστος φιαλών: €39.000 (€0,6x65.000)
- (+) Λοιπά έξοδα εμφιάλωσης: €26.000 (€0,4x65.000)
- (+) Έξοδα Μεταφορών: €9.750 (€0,15x65.000)
- (+) Λοιπά έξοδα: €5.200 (€0,08x 65.000)

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία και τις εκτιμήσεις για τις ετήσιες πωλήσεις, το κόστος πωλήσεων ανέρχεται:

---

<sup>92</sup> «Αρχή της συντηρητικότητας είναι μια λογιστική αρχή η οποία ορίζει ότι ο λογιστής όταν έχει επιλογή μέσα από πολλές εναλλακτικές και αποδεκτές λύσεις, θα πρέπει να επιλέξει αυτήν η οποία θα έχει την μικρότερη δυνατή ευνοϊκή επίδραση στην παρουσίαση της χρηματοοικονομικής θέσης της επιχείρησης και των αποτελεσμάτων της. Δηλαδή εκείνη τη λύση που θα αποδώσει κατά τον πιο συντηρητικό τρόπο τα συγκεκριμένα στοιχεία», Πηγή <http://www.euretirio.com/arxi-tis-syntiritikotitas/>

<sup>93</sup> Δελτίο τιμών της αγοράς για την Ελλάδα, International Olive Council, MARKET NEWSLETTER - JULY-AUGUST 2015 (English version)

<sup>94</sup> «Το ελαιόλαδο και η ελιά», μελέτη του e-bloko.gr (2012)

<sup>95</sup> «Το ελαιόλαδο και η ελιά», μελέτη του e-bloko.gr (2012)

<sup>96</sup> [http://dspace.aua.gr/xmlui/bitstream/handle/10329/5760/Reppas\\_K.pdf?sequence=3](http://dspace.aua.gr/xmlui/bitstream/handle/10329/5760/Reppas_K.pdf?sequence=3)

## Πίνακας 8: Εκτίμηση Κόστους Πωλήσεων

Εκτίμηση Κόστους Πωλήσεων								
€ χιλιάδες	Έτος 0	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5	Έτος 6	Έτος 7
Κόστος Πωλήσεων	0,0	340,0	441,9	509,9	523,8	546,2	569,3	593,1

Ως εκ τούτου, για τους σκοπούς του επιχειρησιακού σχεδίου, υπολογίζεται ένα σταθερό Μικτό Περιθώριο Κέρδους της τάξης των 52,5%.

## Λειτουργικά Έξοδα

Για τους σκοπούς της εκτίμησης των εξόδων λειτουργίας, υπολογίζονται οι δαπάνες, τόσο της Εταιρείας Διαχείρισης, όσο και του τοπικού καταστήματος. Πιο αναλυτικά, προβλέπονται:

Αριθμός και τύπος Προσωπικού, ανά έτος λειτουργίας:

## Πίνακας 9: Αριθμός και τύπος Προσωπικού, ανά έτος λειτουργίας

Προσωπικό	Έτος 0	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5	Έτος 6	Έτος 7
<u>Αριθ. Προσωπικού Φορέα Διαχείρισης</u>	-							
Διοίκηση	1	1	1	2	2	2	2	2
Πωλήσεις	0	1	1	2	2	2	2	2
Επιστημονικό Προσωπικό	1	1	1	1	1	1	1	1
Διοικητικό Προσωπικό	1	1	1	2	2	2	2	2
<u>Αριθ. Προσωπικού Κατάστημα</u>								
Πωλήσεις	0	0	0	0	2	2	2	2
<b>Σύνολο</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

Το κόστος μισθοδοσίας για τα στελέχη της διοίκησης υπολογίζεται στα €2.000 – 2.500 το μήνα, για τα στελέχη πωλήσεων, €900 – 1.100 το μήνα, για το επιστημονικό προσωπικό περίπου €1.500, και για το διοικητικό προσωπικό περίπου €650 (μη συμπεριλαμβανομένων των εργοδοτικών εισφορών).

Λοιπά λειτουργικά έξοδα:

## Πίνακας 10: Λοιπά Λειτουργικά Έξοδα

Λοιπά λειτουργικά έξοδα (€)	Έτος 0	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5	Έτος 6	Έτος 7
<b>Έξοδα Marketing &amp; Ταξιδίων</b>	5.000	40.000	45.000	45.000	50.000	50.000	50.000	50.000
<b>Διοικητικά Έξοδα</b> (Πάγια, έξοδα καθαριότητας, έξοδα συντήρησης εξοπλισμού, έξοδα μηχανογράφησης, λογιστικές και νομικές υπηρεσίες)	10.800	14.400	14.400	25.200	32.400	32.400	32.400	32.400
<b>Συνολικά έξοδα ενοικίων</b>	<b>7.200</b>	<b>7.200</b>	<b>7.452</b>	<b>22.113</b>	<b>22.887</b>	<b>23.688</b>	<b>24.517</b>	<b>25.375</b>
Κόστος Ενοικίου Κεντρικών Γραφείων	7.200	7.200	7.452	7.713	7.983	8.262	8.551	8.851
Κόστος Ενοικίου Καταστήματος	0	0	0	14.400	14.904	15.426	15.966	16.524
<b>Σύνολο λοιπά λειτουργ. έξοδα</b>	<b>23.000</b>	<b>61.600</b>	<b>66.852</b>	<b>92.313</b>	<b>105.287</b>	<b>106.088</b>	<b>106.917</b>	<b>107.775</b>

## Κεφάλαιο Κίνησης

Στο επιχειρησιακό σχέδιο εκτιμάται, στο πρώτο έτος, ότι θα απαιτηθούν αγορές αποθεμάτων, τα οποία αναμένεται να πληρωθούν κατά 70% κατά τη παράδοσή τους και το υπόλοιπο 30%, στους επόμενους μήνες. Επιπλέον, συνολικά, για όλα τα μελλοντικά έτη λειτουργίας της εταιρείας, προβλέπεται ότι οι ανάγκες του επόμενου έτους σε αποθέματα, καλύπτονται από τις αγορές του προηγούμενου, το χρονοδιάγραμμα είσπραξης των απαιτήσεων ανέρχεται σε περίπου 2,5 μήνες και η πληρωμή των προμηθευτών σύμφωνα με τους προαναφερθέντες όρους, ήτοι, 70% κατά την παράδοση και 30% στους επόμενους μήνες.

## Επενδύσεις

Οι επενδύσεις αφορούν στο πρώτο και τέταρτο έτος λειτουργίας (εγκατάσταση καταστήματος στο Κατάκολο) και αφορούν στα έξοδα διαμόρφωσης των κτιριακών χώρων, στα έξοδα προκαταβολών ενοικίων, στα έξοδα πιστοποίησης του προϊόντος και στην υπεραξία του ενοικίου στο κατάστημα. Πιο αναλυτικά:

**Πίνακας 11: Έξοδα Αρχικής Εγκατάστασης**

Έξοδα Αρχικής Εγκατάστασης (€)	Έτος 0	...	Έτος 4
Έξοδα σχεδίασης / Branding	10.000		
Έξοδα πιστοποίησης	3.000		
Έξοδα ενοικίων σε προκαταβολή (2 μήνες)	1.200		2.400
Έξοδα διαμόρφωσης χώρων	15.000		6.000
Υπεραξία ενοικίου			130.000
<b>Συνολικά Έξοδα αρχικής εγκατάστασης</b>	<b>29.500</b>		<b>138.400</b>

## Ίδια Κεφάλαια / Χρηματοδότηση

Σύμφωνα με τους παραπάνω υπολογισμούς, εκτιμάται ότι θα απαιτηθούν €100.000 περίπου, για την κάλυψη των λειτουργικών εξόδων του πρώτου έτους λειτουργίας. Επιπλέον, απαιτούνται €176.000 περίπου, για την αγορά αποθεμάτων και €30.000 περίπου, για έξοδα εγκατάστασης. Τα εν λόγω κεφάλαια αναμένεται να αντληθούν, από εύρεση βραχυπρόθεσμης χρηματοδότησης (€160.000) και από εισφορά των μετόχων σε κεφάλαιο (€160.000).

Μέρος των εξόδων εγκατάστασης, δύναται να ληφθεί μέσω της υπαγωγής σε πρόγραμμα ΕΣΠΑ, (όπως προαναφέρθηκε στο κεφάλαιο 6), και πιο συγκεκριμένα, μέσω της υπαγωγής στο Μέτρο 16 - Στήριξη δομών Cluster, στο οποίο προβλέπεται η επιχορήγηση δαπανών, που αφορούν τα λειτουργικά έξοδα και τις επενδυτικές δαπάνες ενός δικτύου. Ωστόσο, το παρόν σχέδιο δεν προβλέπει τη δημιουργία ενός «project cluster»<sup>97</sup>, αλλά τη δημιουργία μιας μόνιμης επιχειρηματικής δομής, σκοπός της οποίας θα είναι η αύξηση της ανταγωνιστικότητας, η μεγαλύτερη παραγωγικότητα, η ποιοτική αναβάθμιση, η μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα / προβολή των μελών του δικτύου, κλπ. Ως εκ τούτου, τυχόν χρηματοδότηση από κοινοτικά προγράμματα, στο πλαίσιο του Μέτρου 16, δεν έχει ενταχθεί στο παρόν επιχειρηματικό σχέδιο. Στη συνέχεια,

<sup>97</sup> Τα project clusters αφορούν τη συγκρότηση δομών στο πλαίσιο υλοποίησης ενός συγκεκριμένου έργου, (π.χ. συγχρηματοδοτούμενου προγράμματος).



αποτυπώνεται το ανάπτυγμα των οικονομικών καταστάσεων της εταιρείας.

### 7.3 Οικονομικές προβλέψεις

**Πίνακας 12: Αποτελέσματα Εκμεταλλεύσεως**

Αποτελέσματα Εκμεταλλεύσεως (σε χιλιάδες ευρώ)	Έτος 0	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5	Έτος 6	Έτος 7
Κύκλος Εργασιών	0,0	715,0	929,5	1.072,5	1.102,5	1.150,0	1.198,9	1.249,1
Κόστος Πωλήσεων	0,0	340,0	441,9	509,9	523,8	546,2	569,3	593,1
Μικτό Κέρδος	0,0	375,1	487,6	562,6	578,7	603,8	629,6	656,0
Έξοδα Λειτουργίας & Διάθεσης	93,1	153,5	160,6	256,4	291,2	296,8	302,5	308,4
Κέρδη προ φόρων, χρηματοδοτικών και επενδυτικών αποτελεσμάτων	-93,1	221,5	327,0	306,2	287,5	307,0	327,1	347,6
Χρηματοοικονομικά Έξοδα	12,8	12,8	12,8	12,8	12,8	12,8	12,8	12,8
Χρηματοοικονομικά Έσοδα	0,0	0,2	2,4	2,6	8,0	14,2	20,8	28,2
Αποσβέσεις	0,0	2,9	2,9	3,8	29,8	29,8	29,8	29,8
Καθαρά Αποτελέσματα προ Φόρων	-105,9	206,1	313,6	292,3	252,9	278,6	305,3	333,3
Φόρος Εισοδήματος	0,0	59,8	91,0	84,8	73,4	80,8	88,5	96,7
Καθαρά Αποτελέσματα μετά Φόρων	-105,9	146,3	222,7	207,5	179,6	197,8	216,8	236,6
Κέρδη προ Φόρων τόκων & αποσβέσεων (EBITDA)	-93,1	221,5	327,0	306,2	287,5	307,0	327,1	347,6

**Πίνακας 13: Διάθεση Αποτελεσμάτων**

Διάθεση Αποτελεσμάτων (σε χιλιάδες ευρώ)	Έτος 0	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5	Έτος 6	Έτος 7
Καθαρά Αποτελέσματα μετά Φόρων	-105,9	146,3	222,7	207,5	179,6	197,8	216,8	236,6
Κερδών εις Νέον	0	-105,9	40,4	263,1	470,7	650,2	848,1	1.064,8
Σύνολο προς διάθεση	-105,9	40,4	263,1	470,7	650,2	848,1	1.064,8	1.301,5
Τακτικό Αποθεματικό	0	0	0	0	0	0	0	0
Αμοιβές Δ.Σ.	0	0	0	0	0	0	0	0
Υπόλοιπο Κερδών εις Νέον	-105,9	40,4	263,1	470,7	650,2	848,1	1.064,8	1.301,5

### Πίνακας 14: Ισολογισμός

Ισολογισμός (σε χιλιάδες ευρώ)	Έτος 0	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5	Έτος 6	Έτος 7
Πάγιο Ενεργητικό	29,2	26,3	23,4	158,0	128,2	98,5	68,7	39,0
Αποθέματα	260,0	338,0	390,0	400,9	418,2	436,0	454,2	454,2
Απαιτήσεις	0,0	56,7	73,7	85,0	87,3	91,0	94,9	98,8
Διαθέσιμα	2,9	40,9	213,1	267,0	462,0	673,4	903,3	1.165,7
<b>Σύνολο Ενεργητικού</b>	<b>292,1</b>	<b>461,8</b>	<b>700,1</b>	<b>910,9</b>	<b>1.095,7</b>	<b>1.298,9</b>	<b>1.521,1</b>	<b>1.757,7</b>
Ίδια Κεφάλαια	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0
Αποτελέσματα εις νέον	-105,9	40,4	263,1	470,7	650,2	848,1	1.064,8	1.301,5
Προμηθευτές	78,0	101,4	117,0	120,3	125,5	130,8	136,3	136,3
Δανειακές Υποχρεώσεις	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0
<b>Σύνολο Παθητικού</b>	<b>292,1</b>	<b>461,8</b>	<b>700,1</b>	<b>910,9</b>	<b>1.095,7</b>	<b>1.298,9</b>	<b>1.521,1</b>	<b>1.757,7</b>

### Πίνακας 15: Ταμειακές Ροές & Διαθέσιμα

Ταμειακές Ροές & Διαθέσιμα (σε χιλιάδες ευρώ)	Έτος 0	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5	Έτος 6	Έτος 7
<b>A&amp;7+ *!#7\$!207 ( '110/ ( '1/ -.! -#\$38&amp;35 ( ' !BCDEFGHI!</b>	-93,1	221,5	327,0	306,2	287,5	307,0	327,1	347,6
(-) Φόροι	0,0	59,8	91,0	84,8	73,4	80,8	88,5	96,7
(-) Επενδύσεις	29,2	0,0	0,0	138,4	0,0	0,0	0,0	0,0
(-) Μεταβολή Κεφαλαίου Κίνησης	182,0	111,3	53,4	19,0	14,4	16,2	16,6	4,0
(-) Τόκοι πληρωτέοι	12,8	12,8	12,8	12,8	12,8	12,8	12,8	12,8
(+) Τόκοι εισπρακτέοι	0,0	0,2	2,4	2,6	8,0	14,2	20,8	28,2
(+) Μεταβολή Δανείων	160,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Μετοχικό Κεφάλαιο	160,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Υπόλοιπο Ταμείου (Εναρξη Χρήσης)</b>	<b>0,0</b>	<b>2,9</b>	<b>40,9</b>	<b>213,1</b>	<b>267,0</b>	<b>462,0</b>	<b>673,4</b>	<b>903,3</b>
Ταμειακό Αποτέλεσμα Χρήσης	2,9	38,0	172,2	53,9	194,9	211,4	229,9	262,4
<b>Υπόλοιπο Ταμείου (Λήξη Χρήσης)</b>	<b>2,9</b>	<b>40,9</b>	<b>213,1</b>	<b>267,0</b>	<b>462,0</b>	<b>673,4</b>	<b>903,3</b>	<b>1.165,7</b>

**8.1 Βιβλιογραφία**

1. **National Bank of Greece**, Olive Oil – Sectoral Report, (2015)
2. **Porter, Michael E**, Clusters and the New Economics of Competition, (1990), Free Press, New York.
3. **EOMMEX** – Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις “Εγχειρίδιο «Συστημάτων-Συστάδων» Επιχειρήσεων (clustering) Δικτύων Επιχειρηματικότητας (networking)” – 2009
4. **Edward M. Bergman and Edward J. Feser**. Βιομηχανικές και Περιφερειακές Συστάδες: Έννοιες και Συγκριτική Εφαρμογές. Morgantown, WV: WVU Regional Research Institute Web Book, 1999.
5. **Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων (πρώην Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας)**, «Προετοιμασία Δράσεων για την ενίσχυση των Ελληνικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων για Σύσταση ή/και Επέκταση Επιχειρηματικών Συνεργατικών Σχηματισμών ή αλλιώς Συστάδων Επιχειρήσεων (clusters) με Οριζόντιες ή και Κάθετες Διασυνδέσεις με Έμφαση στο Εμπόριο» - 2013
6. **Physica Verlag, Heidelberg**, Πολυπλοκότητα των clusters. Δυναμική και Μοντέλα στη Θεωρία και τη Πράξη, (2002)
7. **Michael Porter**, «Το ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα των Εθνών», (1990) New York: Free Press.
8. **Marshall, Alfred**, Principles of Economics, (1890) London: Macmillan
9. **Moon, H.C., Rugman, A.M., & Verbeke, A.**, The generalized double diamond approach to international competitiveness. In A. Rugman, J. Van Den Broeck & A. Verbeke (Eds.), Research in global strategic management: Volume 5: Beyond the diamond (pp. 97–114). Greenwich, CT: JAI Press. (1995)
10. **Braun, P., P. McRae-Williams and J. Lowe**, ‘Small Business Clustering: Accessing Knowledge through Local Networks,’ Journal of New Business Ideas & Trends, 2005
11. **Florian Theus, Douglas Zeng**, Agricultural Clusters - Innovation Policy Platform, 2012
12. **ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ**, ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ-ΔΙΚΤΥΩΣΕΩΝ ΜΙΚΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ» της πράξης «Δράσεις για την ενίσχυση του ρόλου της καινοτομίας και των μορφών συνεργασίας στις μικρές επιχειρήσεις», (2013)
13. **Arnold Looijen, Wim Heijman** EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS: HOW CAN EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS BE MEASURED AND IDENTIFIED? (2013)
14. **ΣΤΕΛΙΟΣ ΓΚΙΑΛΗΣ, ΚΩΣΤΑΣ ΓΟΥΡΖΗΣ**, «Ευέλικτη εργασία και κρίση στις ελληνικές περιφέρειες: στοιχεία τοπικής εξειδίκευσης και πρώτες ερμηνείες» (2011) – Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
15. **Arnold Looijen, Wim Heijman**, EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS: HOW CAN EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS BE MEASURED AND IDENTIFIED?
16. **Andrew Nipe, Anna York, Dennis Hogan, Jonathan Faull, Yasser Baki**, The South Australian Wine Cluster - Microeconomics of Competitiveness 2010 – Harvard University
17. **USDA Foreign Agricultural Service, Global Agricultural Information Network**, Greece, Olive Oil Update 2013, July 2013,
18. **Τζουβάρα** Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις της Ελαιουργίας στην Ελλάδα (2007) - Πανεπιστήμιο Πειραιώς
19. **European Commission, Directorate – General for Agriculture and Rural Development**,

Economic Analysis of the Olive Sector, July 2012,

20. **Ευρωπαϊκή Επιτροπή Εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 29/2012 της 13ης Ιανουαρίου 2012** σχετικά με τις προδιαγραφές εμπορίας του ελαιολάδου (κωδικοποίηση)
21. **Agrocert**, ΠΟΠ/ΠΓΕ ελαιόλαδα: Τάσεις και προοπτικές, 2013
22. **International Olive Council**, Market Newsletters, June 2013
23. **Olive Oil Times**, Olive Oil Industry Megatrends, June 2013,
24. **Γενικό Προξενείο της Ελλάδας στο Ντίσελντορφ, Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων**, Olive Oil Market In Germany, August 2013,
25. **International Olive Council (IOC)**, Μελέτη προώθησης Κατανάλωσης Ελαιολάδου και Επιτραπέζιων Ελιών στη Κίνα, Μάρτιος 2010, <sup>1</sup> Ο κλάδος των Ξενοδοχείων, Εστιατορίων και Καφέ (Hotel, Restaurants & Café)
26. **PWC**, “The World in 2050”, (Φεβρ. 2015),
27. **e-bloko.gr**, «Το ελαιόλαδο και η ελιά», (2012)

## 8.2 Διαδικτυακοί Τόποι

1. <http://entre.gr/programmata/lactimed/>
2. <http://www.enpicbmed.eu/programme/about-the-programme>
3. <http://depek.sedik.gr>
4. <http://www.amyndeonoenos.gr>
5. <http://www.dnek.org/>
6. [http://www.zookomos.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=269:-cluster-q-q&catid=47:2011-10-03-07-25-49&Itemid=15](http://www.zookomos.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=269:-cluster-q-q&catid=47:2011-10-03-07-25-49&Itemid=15)
7. <http://www.wineinnovationcluster.com/cluster/>
8. <http://www.tourism.sa.gov.au>
9. <http://www.olive-abacus.com>
10. <http://www.minagric.gr>
11. <http://www.oliveoiltimes.com>
12. <http://www.foodbites.eu>
13. <http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices>
14. <http://www.usitc.gov/>
15. [www.agora.mfa.gr/us68](http://www.agora.mfa.gr/us68)
16. <http://www.aopra.org>
17. [www.statista.com](http://www.statista.com)
18. [www.frantoiofranci.it](http://www.frantoiofranci.it)
19. [www.titone.it](http://www.titone.it)
20. <https://www.facebook.com/TitoneOlioBiologico>
21. <http://www.worldsbestoliveoils.org/worlds-best-olive-oils.htm>
22. [www.trappetodicaprafico.com](http://www.trappetodicaprafico.com)
23. <http://www.mueloliva.es/>
24. [www.almazarasdelasubbetica.com](http://www.almazarasdelasubbetica.com)
25. [www.cobramestate.com](http://www.cobramestate.com)
26. [www.olivosolimpo.cl](http://www.olivosolimpo.cl)
27. [www.miditerra.com.ar](http://www.miditerra.com.ar)
28. <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=428670>
29. <http://www.esee.gr/Portals/0/EasyDNNNewsDocuments/669/ESEE-Tourismos.pdf>
30. <http://www.euretiro.com/arxi-tis-syntiritikotitas/>
31. <http://www.et-online.gr/default>

### 8.3 Λοιπά Δίκτυα Cluster στην Ελλάδα

#### Corallia Cluster Initiative

Το Corallia Clusters Initiative είναι ο πρώτος φορέας που συστάθηκε στην Ελλάδα για την οργανωμένη και συστηματική διαχείριση και ανάπτυξη συνεργατικών δομών καινοτομίας (**innovation clusters**). Αποτελεί μονάδα το ΕΚ "Αθηνά" (Κέντρο Έρευνας και Καινοτομίας στις Τεχνολογίες της Πληροφορίας - Αθηνά), κάτω από τη εποπτεία της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας του υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων.

Το Corallia έχει δομηθεί σύμφωνα με τις διεθνείς πρακτικές για clusters initiatives, με στρατηγικό στόχο τη δημιουργία ολοκληρωμένων παραγωγικών και καινοτομικών οικοσυστημάτων, στα οποία δραστηριοποιούνται συντονισμένα φορείς από συγκεκριμένους κλάδους και περιφέρειες της Ελλάδας, στους οποίους υπάρχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και εξωστρέφεια.

Η πρωτοβουλία του Corallia συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης και από Εθνικούς Πόρους, στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα 2007-2013» και των «Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων 2007-2013» των περιφερειών μεταβατικής στήριξης και υλοποιεί προγράμματα, που εντάσσονται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα για την ενίσχυση των clusters στις θεματικές περιοχές που υποδεικνύει το Υπουργείο Ανάπτυξης.

Ο συντονισμός, σχεδιασμός και υλοποίηση παρεμβάσεων στήριξης και προώθησης για το σύνολο των φορέων καινοτομίας του οικοσυστήματος των clusters που αναπτύσσει, είναι από τις βασικές λειτουργίες του Corallia. Οι φορείς που συμμετέχουν στα clusters του Corallia μπορεί να είναι επιχειρήσεις, πανεπιστήμια, ερευνητικά εργαστήρια, περιφερειακοί και κεντρικοί κυβερνητικοί φορείς, επιχειρηματικοί άγγελοι και διαχειριστές επενδυτικών κεφαλαίων, των τραπεζών, των ΜΜΕ, που συνεργάζονται και αλληλεπιδρούν στα πλαίσια του Corallia, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και την προώθηση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.

Στα πλαίσια του cluster Corallia έχουν αναπτυχθεί και συντονιστεί μέχρι τώρα τρία τεχνολογικά clusters στην Ελλάδα:

1. Το mi-Cluster (Συστήματα και Εφαρμογές Νανο/Μικροηλεκτρονικής). Αποτελεί το πρώτο επιχειρηματικό cluster καινοτομίας στην Ελλάδα με περισσότερα από 130 μέλη και φορείς (μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις, πανεπιστημιακά εργαστήρια, ΤΕΙ, ερευνητικά ινστιτούτα, τεχνολογικά πάρκα, δίκτυα, ενώσεις, συνδέσμους, παρόχους υπηρεσιών, οργανισμούς μεταφοράς τεχνογνωσίας, χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, εθνικές και περιφερειακές αρχές και υπηρεσίες που ασχολούνται με τη βιομηχανική, περιφερειακή, ερευνητική ή τεχνολογική ανάπτυξη και πολιτική και μέσα μαζικής επικοινωνίας) σε όλη την Ελλάδα. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του mi-cluster έπαιξαν, τόσο το Corallia, ως συντονιστής, όσο και η ΕΝΕΒΗ (Ένωση Ελληνικής Βιομηχανίας Ημιαγωγών), ως βιομηχανική ένωση του κλάδου και λοιποί φορείς στήριξης της καινοτομίας.
2. Το si-Cluster (Διαστημικές Τεχνολογίες και Εφαρμογές). Πρόκειται για ένα βιομηχανικό cluster

καινοτομίας στην Ελλάδα, κυρίως στην περιφέρεια της Αττικής, με δομικά στοιχεία ικανά να παράγουν και να προσελκύσουν υψηλής στάθμης έρευνα, ανάπτυξη και επιχειρηματικότητα, ώστε να ανταγωνιστεί σε Ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο στον τομέα των διαστημικών τεχνολογιών και εφαρμογών. Το si-Cluster αποτελείται από 20 και πλέον επιχειρήσεις-μέλη, συμπεριλαμβανομένων των μεγάλων επιχειρήσεων και ΜΜΕ, με ισχυρούς δεσμούς συνεργασίας με όλους τους παράγοντες του οικοσυστήματος της καινοτομίας, της ακαδημαϊκής κοινότητας, των ερευνητικών κέντρων, δικτύων και ενώσεων, των εθνικών, ευρωπαϊκών, και περιφερειακών αρχών και άλλων εμπλεκόμενων. Η Ένωση Ελληνικών Βιομηχανιών Διαστημικής Τεχνολογίας και Εφαρμογών (ΕΒΙΔΙΤΕ), σε συνεργασία με το Corallia Clusters Initiative, οργάνωσαν την δημιουργία και ανάπτυξη του si-Cluster, το οποίο ιδρύθηκε το 2008.

3. Το gi-Cluster (Τεχνολογίες Παιγνίων και Δημιουργικού Περιεχομένου). Πρόκειται για ένα βιομηχανικό cluster καινοτομίας στην Ελλάδα, με γεωγραφική εστίαση στην περιφέρεια Αττικής, το οποίο αποτελεί μια πρωτοποριακή προσπάθεια σε Ευρωπαϊκό επίπεδο στον ιδιαίτερα ανταγωνιστικό και εξωστρεφή κλάδο των Τεχνολογιών Παιγνίων και Δημιουργικού Περιεχομένου. Το gi-Cluster απαρτίζεται από μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις, ακαδημαϊκούς φορείς και τεχνολογικά ινστιτούτα, ενώ διαθέτει δυναμική συνεργασίας με ερευνητικά ινστιτούτα, δίκτυα, ενώσεις, συνδέσμους, εθνικές και περιφερειακές αρχές και υπηρεσίες για την βιομηχανική, περιφερειακή, ερευνητική ή τεχνολογική ανάπτυξη της Ελλάδας.

Οι ρόλοι και οι λειτουργίες που επιτελεί το Corallia, με σκοπό να αναπτυχθεί κατάλληλο περιβάλλον που θα επιτρέψει στις επιστήμες, στην καινοτομία και στην επιχειρηματικότητα να ανθίσουν, είναι οι ακόλουθες:

- Λειτουργεί ως μέσο πρόσβασης ολόκληρου του δικτύου καινοτομίας σε υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας
- Υποστηρίζει τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και αναπτύσσει υποδομές, όπου επιστήμονες και ερευνητές μπορούν να εφαρμόσουν καινοτόμες ιδέες
- Διεξάγει εξειδικευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα, μέσω των οποίων τα μέλη των clusters μπορούν να αποκτήσουν νέες δεξιότητες
- Αξιοποιεί την συμπληρωματικότητα και τις συνεργασίες ανάμεσα στις επιχειρήσεις-μέλη του cluster, καθώς επίσης και στις επιχειρήσεις-μέλη του cluster, με εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς, για να αντιμετωπίζει τις αδυναμίες της εγχώριας τεχνολογικής βιομηχανίας
- Προωθεί τη μετάδοση τεχνογνωσίας και τη «προϊόντική» αξιοποίηση της Έρευνας & Ανάπτυξης στους θεματικούς τεχνολογικούς τομείς των clusters, ενισχύοντας δράσεις, που καλλιεργούν ισχυρούς δεσμούς με πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα
- Αξιοποιεί τους Έλληνες επιστήμονες και μηχανικούς που απασχολούνται σε τομείς υψηλής τεχνολογίας, χτίζοντας παράλληλα την "ταυτότητα" «Καινοτομία Made in Greece».

Οι στρατηγικοί άξονες, στους οποίους διαρθρώνει τη δράση του το Corallia, περιλαμβάνουν την εφαρμογή πρωτοποριακών διαδικασιών και ισχυροποίηση του οικοσυστήματος καινοτομίας, την συνεχή βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και απόκτηση εξαγωγικού πλεονεκτήματος, την γεωγραφική και τομεακή διαφοροποίηση, την έμφαση στη βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη, την επικέντρωση στο ανθρώπινο δυναμικό και την εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Η συμμετοχή σε Ευρωπαϊκά Προγράμματα και η υλοποίησή τους αποτελεί προτεραιότητα για το Corallia, με γνώμονα την ανάδειξη των συνεργατικών σχηματισμών (clusters) ως κύριο εργαλείο

ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας, τόσο σε εθνικό, όσο και ευρωπαϊκό επίπεδο, αλλά και με Προγράμματα Κρατικών Ενισχύσεων.

### Πρόγραμμα Enter Grow Go – «Egg»

Το Egg, enter-grow-go, είναι ένα πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, που δημιουργήθηκε με πρωτοβουλία της Eurobank και του Corallia, με στόχο τη δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για την τόνωση της νεανικής καινοτομικής επιχειρηματικότητας.

Φιλοδοξεί να ανοίξει τον δρόμο για τη δημιουργία εργαλείων, τα οποία θα επιτρέψουν στους νέους να υλοποιήσουν τα επιχειρηματικά σχέδιά τους και να μειώσουν τα εμπόδια της νεανικής επιχειρηματικότητας. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε νέους, 18-35 ετών (πτυχιούχους ή φοιτητές πανεπιστημίου) που επιθυμούν να μετατρέψουν μια καινοτόμο επιχειρηματική ιδέα τους, σε επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα.

Το πρόγραμμα θα λειτουργήσει σαν θερμοκοιτίδα νέων επιχειρήσεων, καθώς οι προτάσεις και οι ομάδες που επιλέγονται στα πλαίσια του προγράμματος, θα έχουν στη διάθεσή τους για ένα χρόνο, ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο επιχειρηματικής επώασης (incubation), επιτάχυνσης (acceleration) και συνεργασίας (co-working).

Σε αυτό το πλαίσιο, περιλαμβάνεται μια σειρά από υποστηρικτικές δράσεις και εργαλεία:

- Συμβουλευτική καθοδήγηση (mentoring) από διακεκριμένα και καταξιωμένα πρόσωπα από όλο το φάσμα των κλάδων της οικονομίας και της επιστήμης
- Κτηριακή υποδομή με πλήρως λειτουργικούς και άρτια εξοπλισμένους συνεργατικούς γραφειακούς χώρους
- Υποστηρικτικές υπηρεσίες «μίας στάσης» (one-stop-shop) για όλα τα καίρια θέματα εκκίνησης και λειτουργίας της κάθε συμμετέχουσας ομάδας, όπως, υπηρεσίες λογιστικής και εταιρικής διαχείρισης, διαχείρισης ανθρωπίνων πόρων, εταιρικής ταυτότητας και επικοινωνίας, προστασίας διανοητικής ιδιοκτησίας και νομικής κατοχύρωσης, τεχνικής υποστήριξης, πληροφορικής, καθώς και οικονομικών συμβουλών και δικτύωσης με επενδυτικά σχήματα.

Δεν υπάρχουν περιορισμοί ως προς τους τομείς/κλάδους δραστηριότητας των επιχειρήσεων που θέλουν να συμμετέχουν στο πρόγραμμα, εφόσον το επιχειρηματικό τους σχέδιο πληροί τα χαρακτηριστικά επιχειρηματικής καινοτομίας και βιωσιμότητας στο πλαίσιο της ελληνικής και διεθνούς αγοράς και εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων.

Η διαδικασία συμμετοχής στο πρόγραμμα περιλαμβάνει:

- Ηλεκτρονική αίτηση συμμετοχής, όπου συμπληρώνονται όλα τα υποχρεωτικά πεδία της σχετικής ηλεκτρονικής φόρμας
- Κατάθεση επιχειρηματικού σχεδίου, σύμφωνα με συγκεκριμένο υπόδειγμα
- Υπεύθυνες δηλώσεις για καθένα κύριο συντελεστή υλοποίησης του επιχειρηματικού σχεδίου.

Κάθε επιχειρηματικό σχέδιο θα αξιολογηθεί σύμφωνα με τα εξής κριτήρια:

- Αν στηρίζεται σε μια πρωτότυπη/καινοτόμο ιδέα που δίνει λύση σε μια ουσιαστική ανάγκη ή/και



αποτελεί ευκαιρία μιας ικανοποιητικού μεγέθους εγχώριας ή διεθνούς αγοράς

- Αν οι άνθρωποι που θα υλοποιήσουν το επιχειρηματικό σχέδιο διαθέτουν τις απαιτούμενες δεξιότητες, γνώσεις και ικανότητες για την επιτυχή υλοποίηση του σχεδίου
- Αν υπάρχει ένα εύλογο και ρεαλιστικό αρχικό πλάνο ενεργειών, που θα τεκμηριώνει την εφικτότητα και την αξία του επιχειρηματικού σχεδίου.

### 8.3.1 Ενεργειακό cluster Κρήτης

Το Ενεργειακό cluster Κρήτης είναι μία συστάδα επιχειρήσεων με αντικείμενο εργασιών την κατασκευή σταθμών παραγωγής από Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (ΑΠΕ). Το CLUSTER δημιουργήθηκε με πρωτοβουλία του Επιμελητηρίου Ηρακλείου τον Απρίλιο του 2011.

Αρχικά συμμετείχαν 10 επιχειρήσεις, στις οποίες απασχολούνται συνολικά περισσότεροι από 200 εργαζόμενοι και δραστηριοποιούνται σε όλο το φάσμα των εργασιών (μελέτη, σχεδιασμός, παραγωγή εξοπλισμού, εγκατάσταση, θέση σε λειτουργία, επίβλεψη, συντήρηση). Σταδιακά και άλλες επιχειρήσεις του ίδιου τομέα ενημερώνονται για τις δράσεις του Cluster και έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον να ενταχθούν σ' αυτό.

Κύριος σκοπός του CRETAN ENERGY CLUSTER (CEC) είναι η οργανωμένη προώθηση των συστημάτων ΑΠΕ. Για το λόγο αυτό, τα μέλη του σκοπεύουν να διοργανώσουν και να συμμετάσχουν σε ημερίδες, ώστε να ενημερώσουν κάθε ενδιαφερόμενο για τις αρνητικές συνέπειες στην τοπική οικονομία και στο περιβάλλον της χρήσης εισαγόμενων ορυκτών καυσίμων και της αλόγιστης χρήσης ενέργειας.

### 8.3.2 Ζώνη Καινοτομίας Θεσσαλονίκης

Η Ζώνη Καινοτομίας Θεσσαλονίκης (ΖΚΑΙΘ) ιδρύθηκε με στόχο να καταστεί η Θεσσαλονίκη ένας διεθνώς αναγνωρισμένος κόμβος καινοτομίας, που θα ηγείται σε ολόκληρη τη Νοτιοανατολική Ευρώπη, στην ανάπτυξη γνώσης και στην αξιοποίησή της, για καινοτομία και επιχειρηματικότητα. Η Ζώνη Καινοτομίας Θεσσαλονίκης κινείται στην κατεύθυνση επιλεγμένων θεματικών πεδίων για τη δημιουργία κρίσιμης μάζας επιχειρήσεων και συγκριμένα συστάδων επιχειρήσεων-**clusters** που βασίζονται στις νέες τεχνολογίες και στην καινοτομία, σε γεωγραφικά προσδιορισμένες περιοχές (θύλακες/ πυρήνες) της Θεσσαλονίκης.

Γενικότερα, οι ζώνες καινοτομίας αποτελούν γεωγραφικά προσδιορισμένες αστικές περιοχές, στις οποίες συναθροίζονται μικρές και μεσαίες, συνήθως, επιχειρήσεις και ινστιτούτα, που ειδικεύονται σε κοινά γνωστικά πεδία και τεχνολογίες, ώστε να αξιοποιούν τις υποδομές και τις συνέργειες που αναπτύσσονται στην περιοχή αυτή.

Η Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας είναι Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ζ.Κ. Α.Ε.) και αποτελεί τον διαχειριστικό φορέα, που ανέλαβε να οργανώσει και να προωθήσει την Ζώνη Καινοτομίας Θεσσαλονίκης.

Στις δραστηριότητες της Αλεξάνδρειας Ζώνης Καινοτομίας περιλαμβάνονται ενδεικτικά:

- Η ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των εγκατεστημένων ερευνητικών και τεχνολογικών φορέων και επιχειρήσεων

- Η κατάρτιση και διαχείριση προγραμμάτων για ανάπτυξη της εφαρμοσμένης έρευνας και τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών
- Η συμμετοχή της στο σχεδιασμό εθνικών και κοινοτικών αναπτυξιακών προγραμμάτων, τοπικής, ή εθνικής εμβέλειας, με αντικείμενο την ανάπτυξη της έρευνας, της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας
- Η επεξεργασία και η υποβολή στα αρμόδια Υπουργεία θέσεων και προτάσεων και η μετατροπή αυτών σε εφαρμόσιμες πολιτικές, για την ανάπτυξη της έρευνας, της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας
- Η προσέλκυση, η διευκόλυνση και η υποστήριξη εγχώριων και ξένων επενδύσεων για καινοτόμες δραστηριότητες εντός της Ζώνης Καινοτομίας Θεσσαλονίκης

Για να ενταχθεί μια επιχείρηση στη ΖΚΑΙΘ θα πρέπει να καταθέσει συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο στην ΑΖΚ, που θα συνοδεύεται από τα απαραίτητα δικαιολογητικά που έχουν οριστεί.

Τα εξεταζόμενα επενδυτικά σχέδια αφορούν σε καινοτόμες δραστηριότητες, που ενδιαφέρονται να εγκατασταθούν εντός της ΖΚΑΙΘ και ενδέχεται να αναφέρονται:

- στην έναρξη νέας δραστηριότητας, η οποία θα εγκατασταθεί εντός της ζώνης
- σε υπάρχουσα δραστηριότητα, η οποία θα εγκατασταθεί εντός της ζώνης
- σε υπάρχουσα δραστηριότητα, η οποία ενδιαφέρεται να επεκτείνει τις δραστηριότητές της και να εγκατασταθεί εντός της ζώνης.

Η διαδικασία αξιολόγησης των προτάσεων/επενδυτικών σχεδίων πραγματοποιείται από τη ΑΖΚ, βασίζεται σε συγκεκριμένα κριτήρια και έχει στόχο τη δημιουργία κρίσιμης μάζας καινοτόμων επιχειρήσεων για τη Ζώνη Καινοτομίας Θεσσαλονίκης.

Τα κριτήρια αξιολόγησης αφορούν στους ακόλουθους τομείς:

1. Καινοτομία, τεχνολογία και τεχνογνωσία: Τεχνολογική καινοτομία ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, τεχνολογική εφικτότητα, δυνατότητα διατήρησης του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, βασιζόμενου στην καινοτομία, διανοητική ιδιοκτησία
2. Στρατηγική και επιχειρησιακός σχεδιασμός: Όραμα – αποστολή, τοποθέτηση στην αγορά, χρηματοοικονομική ανάλυση, διάρθρωση επένδυσης, χαρακτηρισμός δραστηριότητας ως «έντασης γνώσης» και ανάλυση ευαισθησίας
3. Αναπτυξιακές συνεργασίες και στρατηγικές συμμαχίες
4. Ανθρώπινο δυναμικό: Ερευνητική και επιχειρηματική ομάδα, θέσεις εργασίας και δέσμευση βασικών στελεχών.

Οι επιχειρήσεις που επιλέγονται για να εγκατασταθούν στις υποδομές της Ζώνης απολαμβάνουν συγκεκριμένα οφέλη όπως:

- Χρηματοδοτική ενίσχυση: Για τα κόστη του επενδυτικού σχεδίου, για χρηματοδοτική μίσθωση εξοπλισμού, απασχόληση
- Φοροαπαλλαγή επενδυτικού σχεδίου
- Ειδικό φορολογικό καθεστώς για ξένους επιστήμονες και εξειδικευμένα στελέχη αγοράς
- Υποστήριξη στο κόστος δαπάνης για υπηρεσίες μετατροπής και εμπορικής αξιοποίησης της νέας γνώσης σε καινοτόμα προϊόντα.

### 8.3.3 Τεχνολογικό και Επιστημονικό Πάρκο Αττικής (Τ.Ε.Π.Α.) – Λεύκιππος

Το Τεχνολογικό Πάρκο «Λεύκιππος» ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2009, με σκοπό να υποστηρίξει την ανάπτυξη νέων εταιρειών και να ενισχύσει την προσπάθειά τους, να αξιοποιήσουν εμπορικά καινοτόμες ιδέες και τεχνολογίες αιχμής.

Αποτελεί μια από τις υπηρεσίες που προσφέρει το Εθνικό Κέντρο Έρευνας Φυσικών Επιστημών «Δημόκριτος» (ΕΚΕΦΕ «Δημόκριτος») και φιλοξενεί πάνω από 20 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται κυρίως σε τομείς, όπως, η βιοτεχνολογία, η βιοϊατρική, τα φάρμακα, η πληροφορική και οι τηλεπικοινωνίες.

Το Πάρκο "Λεύκιππος" προχωρά σε ένα σύνολο δράσεων, με σκοπό να αξιοποιηθούν καλύτερα η υλικοτεχνική υποδομή, το ανθρώπινο δυναμικό και η τεχνογνωσία του κέντρου «Δημόκριτος», ώστε να συνδεθεί η έρευνα με την παραγωγή και την οικονομική ανάπτυξη.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει το ίδιο το πάρκο περιλαμβάνουν τεχνοδιαγνώσεις, πρόσβαση σε ευρωπαϊκά προγράμματα, νομική υποστήριξη και χρήση αιθουσών για συσκέψεις.

Σε συμφωνία με τον αρχικό σχεδιασμό του, το Τ.Ε.Π.Α. "Λεύκιππος" αξιοποιεί τον θεσμό των θερμοκοιτίδων και στοχεύει να συμβάλλει στην:

1. Παρακολούθηση των εξελίξεων για έρευνα και ανάπτυξη, συμμετέχοντας στις ερευνητικές προσπάθειες της διεθνούς κοινότητας επιστήμης και τεχνολογίας.
2. Ανάπτυξη και προσαρμογή των εξελίξεων αυτών με τις τεχνολογικές απαιτήσεις της ελληνικής αγοράς, όπως και τη διάχυσή τους με τη μορφή υψηλής τεχνολογίας προϊόντων και υπηρεσιών, με διεθνείς ανταγωνιστικούς όρους
3. Ανάπτυξη συνεργασιών με εταιρείες και ερευνητικούς φορείς της Ελλάδας και του εξωτερικού
4. Ικανοποίηση της ζήτησης τεχνολογικών προϊόντων στην Ελληνική αγορά, με παράλληλη συμβολή στη διεύρυνση της αγοράς αυτής
5. Ανάπτυξη της σύνδεσης έρευνας-παραγωγής
6. Ανάλυση δραστηριοτήτων κατάρτισης και επιμόρφωσης, που θα συμβάλλουν στην εξέλιξη του υπάρχοντος προσωπικού των ελληνικών εταιρειών.

Στο Τ.Ε.Π.Α. "Λεύκιππος" μπορούν να ενταχθούν υφιστάμενες και υπό ίδρυση εταιρείες καθώς και τεχνοβλαστοί Ερευνητικών Κέντρων και Πανεπιστημίων. Για την ένταξη των εταιρειών απαιτείται η υποβολή δικαιολογητικών, που περιλαμβάνουν αίτηση εκδήλωσης ενδιαφέροντος, στοιχεία για την εταιρεία και το επιχειρηματικό σχέδιο της εταιρείας και οι αιτήσεις αξιολογούνται με κριτήρια όπως:

- Η βιωσιμότητα του επιχειρηματικού σχεδίου των εταιρειών μετά την εγκατάστασή τους
- Η συμβατότητα και συμπληρωματικότητα των δραστηριοτήτων τους με αυτές των υφιστάμενων επιχειρήσεων και υποδομών
- Οι δυνατότητες ανάπτυξης συνεργασιών
- Τα χαρακτηριστικά υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας της δραστηριότητας της εταιρείας.

### 8.3.4 Περιφερειακοί Πόλοι Καινοτομίας

Οι Περιφερειακοί Πόλοι Καινοτομίας (ΠΠΚ) αποτελούν ενώσεις φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και συγκεκριμένα συστάδες επιχειρήσεων (Clusters), που λειτουργούν κάτω από το μοντέλο της τριπλής έλικας (αλληλεπίδραση πανεπιστημίων-κρατικών φορέων-επιχειρήσεων), με στόχο την ενίσχυση των τεχνολογικών καινοτομικών επιδόσεων των Περιφερειών της χώρας και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας τους.

Οι ΠΠΚ επιχειρούν να υποστηρίξουν και να καθοδηγούν τις επιχειρήσεις και τα ερευνητικά ιδρύματα της περιφέρειας στην οποία έχουν εγκατασταθεί, στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, τεχνολογιών και άλλων καινοτομιών, που μειώνουν το κόστος παραγωγής, αναδεικνύουν νέες πηγές ενέργειας, ανοίγουν νέες αγορές, επιχειρηματικά μοντέλα, προωθούν στρατηγικές συμμαχίες και δίκτυα συνεργασίας.

Οι φορείς που μπορούν να συμμετέχουν είναι Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΑΕΙ), Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΑΤΕΙ), ερευνητικά κέντρα, τεχνολογικά και επιστημονικά πάρκα, κλαδικές εταιρείες, επιμελητήρια, σύνδεσμοι φορέων, αναπτυξιακές εταιρείες, μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), κ.ά.

Η Γενική Γραμματεία Έρευνας & Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ) υλοποιεί δράσεις, όπως, η «Δημιουργία Περιφερειακών Πόλων Καινοτομίας» για τη δημιουργία ΠΠΚ, στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα", που αποσκοπούν στην ενίσχυση της τεχνολογικής δεξιότητας και αριστείας σε σημαντικούς Περιφερειακούς τεχνολογικούς κόμβους.

Οι ΠΠΚ που έχουν ήδη επιλεγεί από τη ΓΓΕΤ και έχουν αναπτυχθεί και λειτουργούν στην Ελλάδα είναι οι ακόλουθοι:

- ΠΠΚ Δυτικής Ελλάδας
- ΠΠΚ Δυτικής Μακεδονίας
- ΠΠΚ Θεσσαλίας
- ΠΠΚ Κεντρικής Μακεδονίας
- ΠΠΚ Κρήτης

### 8.3.5 CHORUS Clean Energy Cluster <sup>98</sup>

Το Νοέμβριο του 2013, ξεκίνησε η υλοποίηση ενός πρωτοπόρου εγχειρήματος για την ανάπτυξη της Συστάδας Επιχειρήσεων Καθαρής Ενέργειας "CHORUS Clean Energy Cluster".

Δέκα επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται κυρίως στην περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας και το ΕΚΕΤΑ (Εθνικό Κέντρο Έρευνας & Τεχνολογικής Ανάπτυξης), με πλούσια εμπειρία και τεχνογνωσία στη δημιουργία και μεταφορά γνώσης σε περιβαλλοντικά φιλικές ενεργειακές τεχνολογίες, αποτελούν τον αρχικό πυρήνα της πρωτοβουλίας που στοχεύει στην ανάπτυξη καινοτόμων, ολοκληρωμένων προϊόντων και λύσεων για την εγχώρια, αλλά και διεθνή αγορά της Καθαρής Ενέργειας και της Πράσινης Κινητικότητας.

Ηλιακά καύσιμα και καύσιμα με μηδενικό/χαμηλό αποτύπωμα άνθρακα, ενέργεια από

<sup>98</sup> <http://www.et-online.gr/default.asp?pid=19&la=1&arc=7&art=508&nwID=32>

απορρίμματα/γεωργικά απόβλητα, υβριδικά συστήματα παραγωγής-αποθήκευσης ενέργειας, βιομηχανικές διεργασίες με χαμηλό αποτύπωμα άνθρακα, έξυπνα συστήματα ελέγχου εκπομπών οχημάτων, σταθμοί ανεφοδιασμού ηλεκτρικών οχημάτων, συστήματα βιώσιμης κινητικότητας και πράσινες μεταφορές, καθώς και «έξυπνα» λιμάνια και «πύλες» εισόδου/εξόδου για επιβάτες και εμπορεύματα, είναι κάποιες από τις πλέον ώριμες τεχνολογικές προτάσεις που το “CHORUS Clean Energy Cluster” στοχεύει να μετασχηματίσει σε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες.

Η Συστάδα Επιχειρήσεων Καθαρής Ενέργειας “CHORUS Clean Energy Cluster» αναπτύσσεται στο πλαίσιο της δράσης «Δημιουργία Καινοτόμων Συστάδων Επιχειρήσεων – Ένα Ελληνικό Προϊόν, Μια Αγορά: Ο Πλανήτης» που σχεδίασε η ΓΓΕΤ. Η πιλοτική φάση λειτουργίας της (2 πρώτα έτη) συγχρηματοδοτείται, από Εθνικούς πόρους και από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, μέσω, του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς 2007-2013, του ΕΠΑΝ-II (ΕΠ Ανταγωνιστικότητα - Επιχειρηματικότητα 2007-2013) και του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Κεντρικής Μακεδονίας.

## 8.4 Λοιπά Δίκτυα Cluster στο Εξωτερικό

### EU Cluster Observatory

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή τα τελευταία χρόνια έχει αναπτύξει μια σειρά από πρωτοβουλίες για την ενίσχυση των συνεργατικών σχηματισμών (clusters) στην Ευρώπη, με στόχο την βελτίωση της αποδοτικότητάς τους, την ενίσχυση της μεταξύ τους συνεργασίας, αλλά και την προώθηση της δημιουργίας νέων σχηματισμών. Βασική παρέμβαση προς αυτή την κατεύθυνση, αποτελεί το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τους Συνεργατικούς Σχηματισμούς (European Cluster Observatory)<sup>99</sup>.

Το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο συμπλέγματος είναι ένα ενιαίο σημείο πρόσβασης για τη στατιστική πληροφόρηση, ανάλυση και χαρτογράφηση των συστάδων, που δραστηριοποιούνται στην Ευρώπη. Το παρατηρητήριο στοχεύει στην προώθηση της ανάπτυξης των πρωτοβουλιών εγκατάστασης περιφερειακών συστάδων παγκοσμίως κύρους στην Ευρώπη, μέσω της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας και της επιχειρηματικότητας και της διευκόλυνσης στην πρόσβαση των ΜΜΕ.

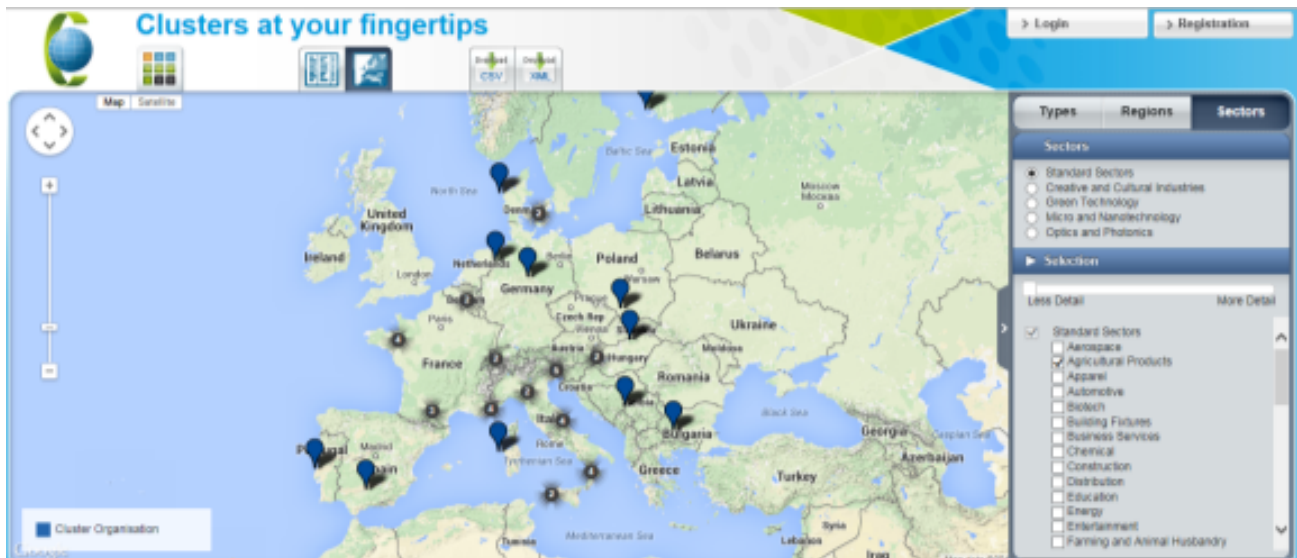
Ο απώτερος στόχος είναι να βοηθήσει τα κράτη μέλη και τις περιφέρειες για την χάραξη στρατηγικών έξυπνης εξειδίκευσης των συστάδων και να βοηθήσει τις επιχειρήσεις στην ανάπτυξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και με αυτόν τον τρόπο να ενισχυθεί ο ρόλος των πολιτικών για τις συστάδες για την αναζωογόνηση της ευρωπαϊκής οικονομίας, σύμφωνα με το πλαίσιο που ορίζει η στρατηγική «Ευρώπη 2020»<sup>100</sup>. Για την υποστήριξη των συστάδων, το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο παρέχει μια πανευρωπαϊκή διαδικτυακή πλατφόρμα, η οποία περιέχει τη τομεακή στατιστική ανάλυση της γεωγραφικής διασποράς των οικονομικών δραστηριοτήτων σε μορφή συστάδων στην Ευρώπη. Το Παρατηρητήριο προσφέρει βάση δεδομένων και χαρτογράφηση των περιφερειακών σχηματισμών – περιλαμβάνει περισσότερους από 2.000 σχηματισμούς στις 27

<sup>99</sup> <http://www.clusterobservatory.eu>

<sup>100</sup> [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm)

χώρες της ΕΕ, την Ισλανδία, το Ισραήλ, τη Νορβηγία, την Ελβετία και την Τουρκία.

**Εικόνα 12: Διαδικτυακή Πλατφόρμα Ευρωπαϊκού Παρατηρητήριου για τα Clusters**



Το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τα Clusters προσφέρει περαιτέρω ανάλυση των τάσεων των βιομηχανικών αλλαγών και την περιφερειακή ανάλυση ειδικών συνθηκών για την κάθε συστάδα. Στόχος της είναι να διευκολύνει την αυτο-αξιολόγηση των πολιτικών για τις συστάδες και να υποστηρίξει τους αναδυόμενους κλάδους της ευρωπαϊκής οικονομίας.

Το Παρατηρητήριο προσφέρει βάση δεδομένων και χαρτογράφηση των περιφερειακών σχηματισμών. Περιλαμβάνει περισσότερους από 2.000 σχηματισμούς στις 27 χώρες της ΕΕ, την Ισλανδία, το Ισραήλ, τη Νορβηγία, την Ελβετία και την Τουρκία. Στον τομέα της Γεωργίας, συμπεριλαμβάνονται 51 ενεργές συστάδες επιχειρήσεων από διάφορες περιοχές της Ευρώπης. Στον ακόλουθο πίνακα αποτυπώνεται ένα μέρος των εν λόγω σχηματισμών:

**Πίνακας 16: Ευρωπαϊκά Clusters στο τομέα της Γεωργίας**

Επωνυμία	Περιοχή	Τομέας
Swiss Food Research	Espace Mittelland	General Food; Agricultural Technology
WAGRALIM	Namur	Agricultural Technology
Pôle PASS	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Agricultural Technology; Cosmetics
Farma	Etelä-Suomi/Åland	Agricultural Technology
Marisa Vegetable Crops Research Institute	Yuzhen tsentralen	Agricultural Technology
InnoPlanta Phytobiotechnology North Harz	Sachsen-Anhalt	Agricultural Technology; Biotech
Valorial	Bretagne	Agricultural Technology
Distretto agroalimentare di Bisignano	Calabria	Agricultural Technology
Seedland	Danmark	Agricultural Technology
Knowledge Centre for Food Development	Danmark	General Food; Agricultural Techn...
Distretto agroindustriale di San Benedetto del Tronto	Marche	Fishing Technology; Agricultural...
Distretto alimentare di San Daniele	Friuli-Venezia Giulia	Meat; Agricultural Technology
Distretto agroalimentare di Nocera Inferiore - Gragnano	Campania	Agricultural Technology
Distretto agricolo florovivaistico del ponente	Liguria	Flowers; Agricultural Technology
Distretto agricolo-meccanico di Cento	Emilia-Romagna	Agricultural Machinery; Mechanic...
Distretto agroalimentare della Marsica	Abruzzo	Agricultural Technology
Distretto agroalimentare di Imperia	Liguria	Dairy; Agricultural Technology; ...
Technopole Anticipa	Bretagne	Optics; Telecom; Agricultural Te...
NieKE	Niedersachsen	General Food; Agricultural Techn...
Industries et Agro-Ressources	Champagne-Ardenne	Agricultural Technology
ANIBI	Provence-Alpes-Côte d'Azur	General Food; Agricultural Techn...
RÓNA-JUH Klaszter	Eszak-Magyarország	Agricultural Technology
Distretto ortofrutticolo	Veneto	Logistics; Agricultural Technolo...
Teknia Agrobiotechnology	Itä-Suomi	Agricultural Technology
Agrimp Sud-Ouest Innovation	Midi-Pyrénées	General Food; Agricultural Techn...
ABC Network	Lombardia	Agricultural Technology
Pannon Local Product Cluster	Nyugat-Dunantul	Agricultural Technology
Distretto agricolo di Sermide	Lombardia	Agricultural Machinery; Engineering
Distretto lattiero-caseario	Veneto	Dairy; Agricultural Technology
Distretto della pelle, cuoio e calzature di Valdarno superiore	Toscana	Agricultural Technology; Fashion...
Prod'Innov	Aquitaine	Healthcare; Agricultural Technology
Distretto agroalimentare di Parma Langhirano	Emilia-Romagna	Meat; Agricultural Technology

### Green Tech Valey Styria (Αυστρία)

Το Green Tech Valey στην περιοχή Στύρια στην Αυστρία, αποτελεί το μεγαλύτερο δίκτυο επιχειρήσεων στον τομέα της περιβαλλοντικής τεχνολογίας στο κόσμο. Στο παρελθόν, αποτελούσε την έδρα ενός δικτύου βιομηχανιών χάλυβα, οι οποίες υπέστησαν μεγάλο οικονομικό πλήγμα κατά τις αρχές της δεκαετίας του '90. Έκτοτε, οι τοπικές βιομηχανίες συνεργάστηκαν επενδύοντας τεράστια ποσά σε δαπάνες έρευνας και ανάπτυξης, ώστε οι παραγωγοί χάλυβα να αλλάξουν τους τομείς της ειδικότητάς τους και να προχωρήσουν στη πράσινη τεχνολογία.

Σήμερα το δίκτυο εξακολουθεί να παράγει χάλυβα, αλλά αυτός χρησιμοποιείται για την εξυπηρέτηση των πράσινων τεχνολογιών. Η περιοχή διαθέτει σήμερα τις περισσότερες και μεγαλύτερες πράσινες εταιρείες τεχνολογίας, εντός μιας ώρας οδικής απόστασης μεταξύ τους από οπουδήποτε αλλού στον κόσμο. Εντός του δικτύου, άνω των 200 εταιρειών και ερευνητικών κέντρων συνεργάζονται για την παραγωγή πράσινων τεχνολογικών λύσεων.

Ως αποτέλεσμα του δικτύου, το 25% της τελικής κατανάλωσης ενέργειας της περιοχής είναι με

βάση τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, με ποσοστό ανακύκλωσης που ξεπερνάει το 70% - το υψηλότερο ποσοστό ανακύκλωσης υλικών στην Ευρώπη. Παράλληλα, το δίκτυο έχει δημιουργήσει 7.500 νέες πράσινες θέσεις εργασίας υψηλής τεχνολογίας σε έξι χρόνια, ενώ τα προϊόντα της έχουν εξοικονομήσει 40 εκατομμύρια τόνους CO<sub>2</sub> σε όλο τον κόσμο, σε πέντε χρόνια.

Οι εταιρείες του cluster Styria εξάγουν σχεδόν το 90% των προϊόντων τους στις διεθνείς αγορές και συνεργάζονται με αντίστοιχα δίκτυα στη Δανία, Σιγκαπούρη, Κίνα και Ηνωμένες Πολιτείες.

### **Sophia Antipolis (Γαλλία)**

Το δίκτυο Τεχνολογίας Sophia Antipolis δημιουργήθηκε το διάστημα 1970 με 1984 στη Νίκαια της Γαλλίας και αποτελεί το μεγαλύτερο τεχνολογικό πάρκο της Ευρώπης, το οποίο συνεργάζεται με τέσσερα πανεπιστήμια, φιλοξενεί στις εγκαταστάσεις του πάνω από 1.490 επιχειρήσεις με συνολικό ετήσιο κύκλο εργασιών περίπου 4,5 δις ευρώ και απασχολεί πάνω από 33.000 εργαζόμενους.

Το πάρκο αποτελείται από οκτώ clusters που διαμορφώνουν μοναδικές δομές επιστημονικής και τεχνολογικής αριστείας, οι οποίες είναι τοποθετημένες σε στρατηγικό σημείο κοντά σε μεγάλους δημόσιους φορείς και ερευνητικές οργανώσεις. Οι επιχειρήσεις που έχουν εγκατασταθεί στο πάρκο, αναπτύσσουν δραστηριότητες κυρίως στους κλάδους της πληροφορικής, ηλεκτρονικής, φαρμακολογίας και βιοτεχνολογίας.

Στόχος του πάρκου είναι να διευκολυνθεί η ανταλλαγή επιστημονικών εμπειριών και ερευνών, καθώς και να αναπτυχθούν δυνητικές επιστημονικές μελέτες, σε τομείς της επιστήμης, της βιομηχανίας και του πολιτισμού, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Η δημιουργία του πάρκου Sophia Antipolis είχε ως σκοπό να προσφέρει ένα χώρο, όπου επιστήμονες αιχμής και επιχειρήσεις μπορούν να συναντηθούν για την παραγωγή «αξίας» και καινοτομίας. Το πάρκο έχει καθιερωθεί σαν σημείο αναφοράς, όπου ανθίζουν οι επιστήμες, η έρευνα, οι νέες εφευρέσεις και καινοτομίες, ενώ παράλληλα καλλιεργείται και αναπτύσσεται ένα διεθνοποιημένο περιβάλλον συνεργασίας και μια διεθνής κοινότητα.

Μέσω του δικτύου, αναδεικνύονται οι νέες ιδέες και τα νέα πεδία σκέψης, μέσα από τη διοργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων, παρουσιάσεων, εκθέσεων, ενώ παράλληλα, υπάρχουν τέσσερα τμήματα που εξυπηρετούν τις επιμέρους ανάγκες του πάρκου, το τμήμα οργάνωσης και διαχείρισης επιστημονικών και επιχειρηματικών δρώμενων, το τμήμα εκπαίδευσης και τηλεπικοινωνιών, το τμήμα πολιτισμού και επικοινωνίας και το τμήμα διεθνών σχέσεων και διασύνδεσης.

### **AREA (Ιταλία)**

Το cluster AREA είναι το μεγαλύτερο επιστημονικό και τεχνολογικό πάρκο της Ιταλίας. Το δίκτυο διαθέτει δύο εγκαταστάσεις (Padriciano και Basovizza) στη Τεργέστη και φιλοξενεί 87 ερευνητικά κέντρα, εταιρείες και ινστιτούτα, που ειδικεύονται στους τομείς έρευνας και ανάπτυξης, μεταφοράς



τεχνολογίας, κατάρτισης και εξειδικευμένων υπηρεσιών προς επιχειρήσεις. Το AREA απασχολεί περισσότερα από 2.500 άτομα και διοικείται από την κοινοπραξία Επιστημονικής και Τεχνολογικής Έρευνας της Τεργέστης, που λειτουργεί ως ενδιάμεσος φορέας μεταξύ των ερευνητικών και επιχειρηματικών κοινοτήτων.

Το AREA ιδρύθηκε το 1982, με στρατηγικό στόχο να λειτουργήσει σαν σύνδεσμος ανάμεσα στην επιχειρηματική κοινότητα και στα ανώτατα επιστημονικά ιδρύματα στην Τεργέστη και αυτή τη στιγμή αποτελεί το πιο σημαντικό επιστημονικό δίκτυο επιχειρήσεων της Ιταλίας και ένα από τα πιο σπουδαία της Ευρώπης. Παράλληλα, αποτελεί ένα εθνικό σημείο αναφοράς για μεταφορά της τεχνολογίας, έγκριτης έρευνας, ανάπτυξης και καινοτομίας. Στο πλαίσιο του δικτύου συναντώνται και αλληλεπιδρούν, η ανώτερη εκπαίδευση, η έρευνα και η επιχειρηματικότητα, ώστε να αποτελέσουν τον κρίσιμο φορέα οικονομικής ανάπτυξης και αύξησης της απασχόλησης στην περιοχή.

Μέσα από την υψηλή ποιότητα υπηρεσιών, τις εκτενείς διασυνδέσεις με ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα και το άρτια καταρτισμένο προσωπικό που διαθέτει, δημιουργείται ευνοϊκό περιβάλλον συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων, των ιδρυμάτων, των δομών και των επιχειρήσεων – μελών του, ώστε να αναπτύξουν ευέλικτες λύσεις και καινοτομίες, που στηρίζονται στη γνώση και τη τεχνολογία και έχουν επιχειρηματική εφαρμογή.

### **Cluster Χαϊδελβέργης (Γερμανία)**

Πρόκειται για ένα διεθνές δίκτυο επιχειρήσεων που ιδρύθηκε το 1984 στη Χαϊδελβέργη της Γερμανίας και αντιπροσωπεύει περισσότερες από 80 επιχειρήσεις, ερευνητικά κέντρα, εταιρείες και ινστιτούτα.

Το δίκτυο συνεργάζεται με δημόσιους, εθνικούς και διεθνείς φορείς και πανεπιστήμια, λειτουργώντας σαν θερμοκοιτίδα για νέες επιχειρήσεις και υποστηρίζοντας μικρομεσαίες επιχειρήσεις, μέσω ενοικίασης κτηριακών υποδομών (γραφεία, εργαστήρια), χρηματοδότησης, παροχής υπηρεσιών διαχείρισης, μάρκετινγκ και νομικής υποστήριξης.

Το δίκτυο συνδυάζει τεχνολογίες και επιστήμες βιολογίας, ιατρικής, περιβάλλοντος, πληροφορικής και επικοινωνίας, με επιχειρηματικές δραστηριότητες και έχει εξελιχθεί σε σημαντική οντότητα, που δίνει νέα ώθηση, τόσο στην επιστημονική έρευνα, όσο και στις επιχειρήσεις.

Στα πλαίσια του πάρκου, προωθείται επίσης και η ταχεία ανάπτυξη τεχνολογιών αιχμής, μέσα από την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών υποστήριξης και της στενής συνεργασίας του με επιχειρήσεις και ερευνητικά ινστιτούτα.

### **Vallès (Ισπανία)**

Το δίκτυο επιχειρήσεων Vallès στη Βαρκελώνη της Ισπανίας αποτελεί έναν κόμβο νέων τεχνολογιών και έχει στόχο να διαμορφώσει ένα ευνοϊκό περιβάλλον, που θα παρέχει επαρκείς και

προσβάσιμους πόρους στις νέες επιχειρήσεις, μέσα στο οποίο, θα μπορέσουν να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και να προάγουν νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Ιδρύθηκε το 1987, από τη CIDEM (Κέντρο Καινοτομίας και Επιχειρηματικής Ανάπτυξης) και την κοινοπραξία “Zona Franca de Barcelona”, με σκοπό να επιτύχει:

1. Την ανάπτυξη συνεργειών μεταξύ των επιχειρήσεων και των θεσμικών οργάνων, μέσα από τη συμπληρωματικότητα των δραστηριοτήτων τους, την φυσική εγγύτητα και τη γνώση
2. Την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών στις επιχειρήσεις που εγκαθίστανται στο πάρκο, ώστε να μπορέσουν να ανταγωνιστούν σε διεθνές επίπεδο άλλες επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους
3. Την ενθάρρυνση των επιχειρήσεων να γίνουν κοινωνοί της γνώσης και της τεχνολογίας που αναπτύσσεται σε εθνικό επίπεδο

Οι επιχειρήσεις του δικτύου προέρχονται από τους κλάδους της πληροφορικής, του internet, των τηλεπικοινωνιών, της βιοτεχνολογίας, των νέων υλικών, της χημείας, του αυτοματισμού, όπως και άλλες δραστηριότητες προστιθέμενης αξίας. Το δίκτυο απαρτίζεται από 142 επιχειρήσεις, εκ των οποίων, το 32% είναι ξένες εταιρείες και απασχολεί περισσότερα από 3.000 άτομα.

### **Cluster Βαρκελώνης**

Το Cluster της Βαρκελώνης ιδρύθηκε το 1997 από το Πανεπιστήμιο της Βαρκελώνης και έχει εξελιχτεί σε ηγέτη στην ανάδειξη της καινοτομίας σε διεθνές επίπεδο, κυρίως για τους επιστημονικούς τομείς της χημείας και της βιολογίας με εστίαση στην βιοϊατρική.

Το Cluster αναπτύσσεται σε ειδικές εγκαταστάσεις στη Βαρκελώνη, όπου φιλοξενεί 20 επιχειρήσεις, 3 ερευνητικά κέντρα και μια Θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας, που υιοθετούν την εφαρμοσμένη έρευνα και απασχολεί περισσότερα από 2.000 άτομα.

Οι στρατηγικοί στόχοι του δικτύου από την ίδρυσή του είναι:

- Να προσφέρει χώρους, υπηρεσίες και υποδομές σε δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς που διεξάγουν έρευνα
- Να ενδυναμώσει την σχέση ανάμεσα στην ακαδημαϊκή έρευνα και στις επιχειρήσεις
- Να ενισχύσει τη δημιουργία νέων εταιρειών
- Να προωθήσει το διάλογο ανάμεσα στην επιστήμη και στην κοινωνία και να αναπτύξει επιστημονικές πρωτοβουλίες.

Μέσα από τη δημιουργία και την λειτουργία του, το δίκτυο έχει αποτελέσει τον ακρογωνιαίο λίθο του συστήματος καινοτομίας που έχει αναπτύξει το Πανεπιστήμιο της Βαρκελώνης. Η σύγκλιση διεπιστημονικών ερευνητικών ομάδων από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα και το ευρύ φάσμα εξελιγμένων τεχνολογικών εγκαταστάσεων, καθιστούν το επιστημονικό πάρκο της Βαρκελώνης πρωτοποριακό σημείο αναφοράς για την προώθηση της μεταφοράς γνώσης και τεχνολογίας και τη δημιουργία των νέων τεχνολογικών εταιρειών.

Στις παροχές του δικτύου περιλαμβάνονται:

- Επιστημονικά εργαστήρια με εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας

- Κτηριακές υποδομές φιλοξενίας των επιχειρήσεων και των δημόσιων ερευνητικών οργανώσεων
- Υπηρεσίες υποστήριξης της έρευνας: τεχνολογικές πλατφόρμες, επιστημονικές και τεχνολογικές υπηρεσίες, αξιολογήσεις και συμβουλευτικές υπηρεσίες
- Αξιολόγηση της βιωσιμότητας νέων επιχειρήσεων, προστασία πνευματικών δικαιωμάτων και κατοχύρωση πατεντών
- Πρόσβαση σε νέες αγορές μέσα από την σύναψη στρατηγικών συμμαχιών με άλλα επιστημονικά πάρκα ή επιχειρήσεις
- Συμμετοχή σε προγράμματα επιδοτήσεων ή διακηρύξεις έργων για καινοτόμες επιστημονικές εφαρμογές
- Οικονομική υποστήριξη και πρόσβαση σε χρηματοδότηση
- Διάδοση και προβολή των επιστημονικών επιτευγμάτων

### **Cluster Μπιλμπάο**

Το δίκτυο ιδρύθηκε το 1985, με πρωταρχικό σκοπό να προωθήσει τον μετασχηματισμό και την επέκταση της βιομηχανίας και να συμβάλλει στην μεταφορά και τη διάδοση της τεχνολογίας και της καινοτομίας.

Σκοπός της δημιουργίας του δικτύου είναι να παρέχει ποιοτικές υποδομές και υποστηρικτικές υπηρεσίες για την επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας. Το πάρκο δεν συγκεντρώνει μόνο καινοτόμες επιχειρήσεις, αλλά στα πλαίσιά του, δρουν και αλληλεπιδρούν επίσης, το πανεπιστήμιο του Μπιλμπάο και πολυάριθμα κέντρα έρευνας και ανάπτυξης, προκειμένου να επιτευχθεί η μεταφορά της τεχνολογίας και της γνώσης, καθώς και να αναπτυχθούν οι απαραίτητες συνέργειες. Προς αυτήν την κατεύθυνση, λειτουργεί σαν δομή επικοινωνίας, η οποία προωθεί τους συνδέσμους μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, ερευνητικών κέντρων και επιχειρήσεων, για την βέλτιστη αξιοποίηση της τεχνολογικής δυναμικότητας και καινοτομιών. Το δίκτυο αποτελείται από 220 επιχειρήσεις και απασχολεί 7.575 άτομα, το 25% των οποίων, ασχολούνται αποκλειστικά με έρευνα και ανάπτυξη.

Η δομή του δικτύου βασίζεται σε τρεις πυλώνες: την πανεπιστημιακή έρευνα, τις ερευνητικές δραστηριότητες των τεχνολογικών κέντρων και τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων των διαφόρων κλάδων. Ιδιαίτερης σημασίας είναι τα επτά τεχνολογικά κέντρα του δικτύου, στα οποία πάνω από 900 τεχνικοί εκτελούν εργασίες έρευνας και ανάπτυξης και παρέχουν υποστήριξη στις επιχειρήσεις για τους κλάδους της Πληροφορικής, Τηλεπικοινωνιών, Ηλεκτρονικής, Μηχανικής, Περιβάλλοντος, Βιοτεχνολογίας και Αεροναυπηγικής.

Για την εγκατάσταση και την παροχή των υποδομών του σε καινοτόμες εταιρείες υψηλής τεχνολογίας, χρησιμοποιεί τα ακόλουθα κριτήρια για την αξιολόγηση των επιλέξιμων εταιρειών:

- Τις δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης που έχει πραγματοποιήσει η εταιρεία
- Ικανότητα ανάπτυξης σχέσεων με τα πανεπιστήμια και τα τεχνολογικά κέντρα
- Σε τι ποσοστό μπορούν οι δραστηριότητες της εταιρείας να ενσωματωθούν στις υποδομές του πάρκου

- Ικανότητα ανάπτυξης, εφαρμογής και διάδοσης νέων τεχνολογιών από την εταιρεία
- Τεχνολογικό επίπεδο των προϊόντων της
- Δυνατότητα προσέλκυσης άλλων εταιρειών υψηλής τεχνολογίας
- Δυναμική ανάπτυξης και επέκτασης
- Καταλληλότητα και προσόντα του προσωπικού
- Τεχνολογική και οικονομική βιωσιμότητα της εταιρείας
- Συνεισφορά που μπορεί να έχει στην ενίσχυση της εικόνας του πάρκου, ως πυρήνα τεχνολογικής εξέλιξης και καινοτομίας