

# Truly Great Exhibitions Again!

Κολωνία 9-13/10/2021

TRULY  
GREECE

# LET'S GO



Η **GREAT EXHIBITIONS** σας περιμένει για μια "δημιουργική στάση" στο Hall 1.1 H040, για να σας παρουσιάσει το **Εκθεσιακό της Πρόγραμμα για το 2022**.

**Γνωρίστε** τα μεγαλύτερα εκθεσιακά γεγονότα του κλάδου Τροφίμων και Ποτών. **Αποκτήστε** πρόσβαση στην παγκόσμια αγορά.

Θα βρείτε τους εκθέτες μας στις αίθουσες : Hall 1 | Hall 2.2 | Hall 4.2 | Hall 5.1 | Hall 7 | Hall 8 | Hall 10.1

07.10.2021 Τεύχος #09

Δέσμευση της  
διοίκησης για  
εξαγωγές: το Α  
και το Ω για μία  
επιτυχημένη  
εξαγωγική  
δραστηριότητα

**SPECIAL REPORT**  
Συμμαχία  
Ελλάδας - Αραβικών  
χωρών στον  
αγροδιατροφικό  
τομέα

Η Wise Greece  
βοηθά μικρούς  
παραγωγούς  
να κάνουν  
βήμα στην  
εξωστρέφεια



Το Export GREECE έρχεται στο e-mail σας κάθε Τρίτη και Πέμπτη στις 12:00.

Κυκλοφορεί σε ελληνική και αγγλική έκδοση και αποστέλλεται στους συνδρομητές του, βάσει ετήσιας συνδρομής.

Ο πρώτος μήνας μετά την εγγραφή σας είναι δωρεάν και δεν συνεπάγεται καμία οικονομική υποχρέωση. Η ύλη του περιοδικού είναι πνευματική ιδιοκτησία της εκδοτικής εταιρείας sayyescomm και οποιαδήποτε αναπαραγωγή περιεχομένου μπορεί να γίνει εφόσον έχει παραχωρηθεί σχετική άδεια και αναφέρεται η πηγή.

## εγγραφή



**Σύμβουλος Έκδοσης:**  
Κωσταντίνος Μαριόλης  
**Διευθύντρια Σύνταξης:**  
Μαρία Ακριβού  
**Συντάκτρια:**  
Νικόλ Καζαντζίδου  
**Εμπορική Διεύθυνση:**  
Κλαίρη Στυλιάρη  
**Art direction:**  
fourletter

**Πληροφορίες / Συνδρομές:**  
sales@sayyescomm.gr  
**Δελτία Τύπου:**  
media@sayyescomm.gr

**Τηλέφωνο επικοινωνίας:**  
+30 210 22 41 770



## Editorial Διέξοδο στο επιχειρούν αναζητούν οι Έλληνες!

Μπορεί η πανδημία να έβαλε στον πάγο την παγκόσμια οικονομία και να στάθηκε η αφορμή για λουκέτο σε αρκετές επιχειρήσεις και για απολύσεις σε ένα μεγάλο ποσοστό του εργατικού δυναμικού, όμως τα σημερινά δεδομένα δείχνουν πως η εικόνα αυτή έχει αρχίσει σταδιακά να αντιστρέφεται.

Αυτό επιβεβαιώνουν, τουλάχιστον για την πρωτεύουσα, τα στοιχεία του Γενικού Εμπορικού Μητρώου για την Περιφέρεια Αττικής, το διάστημα Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου 2021. Η άνοδος που σημειώθηκε στο άνοιγμα νέων επιχειρήσεων, χαρακτηρίζεται ως εντυπωσιακή. Πιο συγκεκριμένα το εννεάμηνο του τρέχοντος έτους συστάθηκαν 13.984 νέες επιχειρήσεις, ενώ διέκοψαν τη λειτουργία τους 2.684. Δηλαδή, η αναλογία εγγράφων - διαγραφών επιχειρήσεων στα έξι Επιμελητήρια του Λεκανοπεδίου είναι πέντε προς μία.

Σύμφωνα με τον επισυναπτόμενο πίνακα του Γ.Ε.ΜΗ., το εν λόγω διάστημα, δημιουργήθηκαν 4.975 ΙΚΕ, 4.694 ατομικές, 1.982 Ε.Ε., 1.335 Ο.Ε., 667 Α.Ε., 165 ΕΠΕ, 121 αστικές, 36 Κοινοπραξίες και 9 ενέργειας.

Στο top 3 των κλάδων που προσέλκυσαν νέες επιχειρήσεις είναι το λιανικό εμπόριο, με 1.833 επιχειρήσεις, η εστίαση με 1.175 επιχειρήσεις και το χονδρικό εμπόριο με 1.150 νέες εταιρείες. Ακολουθεί ο κλάδος της ακίνητης περιουσίας, της παροχής συμβουλών διαχείρισης, των παροχών ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και κλιματισμού, των εξειδικευμένων κατασκευαστικών δραστηριοτήτων, των κατασκευαστών κτιρίων, του προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών & παροχής συμβουλών και της παροχής προσωπικών υπηρεσιών.

Το άνοιγμα των νέων επιχειρήσεων μεταφράζεται σε ανάπτυξη της οικονομίας, αλλά και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Την ίδια ώρα, σε σταυρόλεξο για γερούς λύτες έχουν αναθεί, τόσο για τους παλιούς, όσο και για τους νέους επιχειρηματίες οι επιπτώσεις στην ελληνική αγορά από την «εισαγόμενη» ανατίμηση των πρώτων υλών, αλλά και γενικότερα, των αγαθών εξαιτίας των στρεβλώσεων στην εφοδιαστική αλυσίδα όπου τα κόστη διαμετακόμισης, κυρίως στα εμπορευματοκιβώτια, βρίσκονται σε ιστορικά υψηλά. Στους προβληματισμούς έρχεται να προστεθεί το ενεργειακό κόστος και η διαμόρφωση των τιμών που αναμένεται να επηρεάσει σε όλο του το εύρος τον μεταποιητικό τομέα, αλλά και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Μαρία Ακριβού  
Editor in Chief Export GREECE

## Μια ανάσα πριν από την Anuga!

Η μεγάλη στιγμή για όλους μας έφτασε! Η επιστροφή στα μεγάλα εκθεσιακά γεγονότα είναι πραγματικότητα. Στις 9 Οκτώβρη ανοίγει τις πύλες της η μεγαλύτερη έκθεση Τροφίμων και ποτών του κόσμου, η Δ.Ε. ANUGA.

Η GREAT EXHIBITIONS για άλλη μια φορά εξασφάλισε την παρουσία των εκθετών της στα σημαντικότερα HALLS της έκθεσης και με μία άψογη κατασκευή, που ο συνδυασμός των γήινων και των Ελληνικών χρωμάτων αναδεικνύει την μοναδικότητα της ‘‘Αληθινής Ελλάδας’’.

Αλκιβιάδης Καλαμπόκης, Managing Director Great Exhibitions

Η ώρα της παγκόσμιας συνάντησης του κλάδου είναι γεγονός. Ξανασυναντιόμαστε για να ανταλλάξουμε ιδέες, να νοιώσουμε τη ζεστασιά της ανθρώπινης επαφής, να δημιουργήσουμε νέες εμπορικές συνεργασίες και να υποστηρίξουμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους πελάτες μας.

Το πλέγμα των ενεργειών μας είναι δυναμικό και συνδυαστικό: Οι προσκλήσεις των αγοραστών για B2B συναντήσεις από την πλούσια βάση δεδομένων μας, οι ενισχυτικές εκδηλώσεις, η διαφημιστική υποστήριξη της συμμετοχής μας, οι καθημερινές ανταποκρίσεις από το EXPORT GREECE, το άνοιγμα της διαδικτυακής FOOD MARKET SHOW για αυτούς που συμμετείχαν τον Μάιο



Αλκιβιάδης Καλαμπόκης, Managing Director Great Exhibitions

του 2021, τα ζωντανά τηλεοπτικά γυρίσματα, το Hydration Area, το Coffee Break Area είναι μερικές από τις δράσεις μας για την άρτια παρουσία των εκθετών μας.

Η GREAT EXHIBITIONS θα σας περιμένει για μια ‘‘δημιουργική στάση’’ στα σημεία υποδοχής της HALL 1.1 - H040 και HALL 1 - H049 για να σας παρουσιάσει το επιχειρησιακό μας πρόγραμμα για το 2022, αλλά και για να απολαύσετε τα μοναδικά προϊόντα των Ελλήνων παραγωγών.

Σας περιμένουμε λοιπόν με χαρά για ‘‘GREAT εκθέσεις’’ σε όλο τον κόσμο με το πλουσιότερο εκθεσιακό πρόγραμμα που σας εξασφαλίζει πρόσβαση σε όλες τις αγορές του κόσμου.

Καλή αντάμωση και καλή επιτυχία σε όλους!

“

**B** Beyond Exports Executive Diploma

**IST** INDEPENDENT STUDIES OF SCIENCE & TECHNOLOGY

[beyondexports.gr](http://beyondexports.gr)

Το πρώτο Εξειδικευμένο και Πιστοποιημένο Σεμινάριο στις **Εξαγωγές και το Διεθνές Εμπόριο**

**10,000 +**

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΟΙ

**340 +**

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

**99,8%**

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ  
ΜΕ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΤΟΥ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ


**99,9%**


**10 ΚΥΚΛΟΙ**


ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΚΑΙ  
ΑΜΕΣΑ ΕΦΑΡΜΟΣΙΜΟ

”

 [www.beyondexports.gr](http://www.beyondexports.gr)

 [contact@beyondexports.gr](mailto:contact@beyondexports.gr)

 +30 210 48 22 222

**ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ**



**ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ**



**SPECIAL REPORT**<sup>®</sup>

Συμμαχία Ελλάδας - Αραβικών χωρών  
στον αγροδιατροφικό τομέα





## Συμμαχία Ελλάδας - Αραβικών χωρών στον αγροδιατροφικό τομέα

Οι αραβικές χώρες συνιστούν μια δύσκολη και συνάμα απαιτητική αγορά. Όταν όμως μια επιχείρηση καταφέρει να τοποθετήσει τα προϊόντα της εκεί, οι προοπτικές ανάπτυξης που διανοίγονται είναι τεράστιες. Αφενός, διότι πρόκειται για μια “παρθένα” αγορά που μέχρι πρότινος κατανάλωνε αποκλειστικά τα δικά της προϊόντα, αφετέρου διότι οι κάτοικοι αυτών των περιοχών διαθέτουν υψηλή αγοραστική δύναμη.

Στις ευκαιρίες που θα προκύψουν από ενίσχυση των εμπορικών σχέσεων της Ελλάδας με τον αραβικό κόσμο, στάθηκε ο ΥΠΑΑΤ κ. Σπύλιος Λιβανός κατά την ομιλία του στο συνέδριο τροφίμων που διοργάνωσε το Ελληνοαραβικό Επιμελητήριο. Με άξονα το τρίπτυχο τεχνολογία- καινοτομία- περιβάλλον το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων επιδιώκει να διευρύνει τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες στο πεδίο των επενδύσεων που αφορούν στα τρόφιμα και στην αγροδιατροφή.

«Μέσα από την ενίσχυση της συνεργασίας, των συνεργειών και της ανταλλαγής τεχνογνωσίας, μπορούμε να βελτιώσουμε ακόμα περισσότερο τις

εμπορικές και επενδυτικές μας σχέσεις», τόνισε ο κ. Λιβανός, διευκρινίζοντας ότι το ΥΠΑΑΤ ακολουθεί μια πολυεπίπεδη στρατηγική συντονισμού και αναδιοργάνωσης των εργαλείων εξαγωγικής υποστήριξης των προϊόντων μας, με στόχο να αποκτήσουν τα ελληνικά προϊόντα την εμπιστοσύνη ακόμα περισσότερων καταναλωτών αλλά και ακόμα μεγαλύτερο μερίδιο στην παγκόσμια αγορά. Πρόσθεσε δε πως βασική προτεραιότητα παραμένει η προσέλκυση του ενδιαφέροντος νέων επενδυτών. Μάλιστα στον αγροδιατροφικό τομέα, τόνισε πως τα σημαντικότερα ελληνικά προϊόντα στα οποία καταγράφεται η μεγαλύτερη ζήτηση από τις αραβικές χώρες, είναι τα φρούτα, τα λαχανικά, ο καπνός και το βαμβάκι, ενώ ικανοποιητική συνεργασία υπάρχει και στον κλάδο της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας και σε επιχειρηματικό επίπεδο. Υπενθύμισε ότι οι αραβικές χώρες αξιοποιούν πολύ συχνά το ανθρώπινο δυναμικό της Ελλάδας (ιχθυολόγοι, μηχανικοί και τεχνικοί σύμβουλο) προκειμένου να επωφεληθούν από την μακροχρόνια εμπειρία και την τεχνογνωσία που διαθέτουν οι Έλληνες στο κομμάτι της αλιείας.

Ο κ. Λιβανός χαρακτήρισε ως πολύ καλές τις υφιστάμενες εμπορικές και επενδυτικές σχέσεις της Ελλάδας με τον αραβικό κόσμο στον τομέα του τροφίμου, εκτιμώντας ότι μπορούν να αυξηθούν ακόμα περισσότερο μέσω της διεύρυνσης και εμβάθυνσης της συνεργασίας και της αμοιβαίας ανταλλαγής τεχνογνωσίας μεταξύ τους.

Σύμφωνα με τον ίδιο απτά αποτελέσματα θα έχουμε αν στηριχθούμε σε δύο άξονες:

1. Στη δύναμη των προϊόντων της ελληνικής γης, καθώς, όπως σημείωσε «έχουμε την τύχη σαν χώρα να διαθέτουμε εξαιρετικά προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας και ποιότητας. Έναν πραγματικό θησαυρό». Ο κ. Λιβανός εξέφρασε την πεποίθηση

ότι αυτά τα προϊόντα μπορούν να αποτελέσουν ένα σπουδαίο brand μοναδικής αξίας και παγκόσμιας προβολής και να δημιουργήσουν σημαντικές επενδυτικές και επιχειρηματικές ευκαιρίες. Για το λόγο αυτό, τόνισε, το ΥΠΑΑΤ προωθεί το ολοκληρωμένο πρόγραμμα της «Ελληνικής διατροφής», που αποτελεί την αιχμή του δόρατος μιας ευρύτερης Εθνικής Στρατηγικής για την Αγροτική Παραγωγή.

2. Στην Εθνική Στρατηγική που προωθεί την καινοτομία, τον ψηφιακό μετασχηματισμό, την εξωστρέφεια και τη βιωσιμότητα του συστήματος τροφίμων, η οποία έχει τις εξής προτεραιότητες: Αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και υλοποίηση δράσεων για την αποτελεσματικότερη διαχείριση των φυσικών πόρων. Συγκροτήθηκε ήδη Ειδική Επιτροπή κατά της Ερημοποίησης με σκοπό την εκπόνηση Εθνικής Δράσης.

- Επενδύσεις στις νέες τεχνολογίες και στην καινοτομία για τον εκσυγχρονισμό του αγροδιατροφικού τομέα.
- Στήριξη βιολογικών καλλιεργειών με βάση και την ευρωπαϊκή Στρατηγική «Από το Αγρόκτημα στο Πιάτο».

- Ενδυνάμωση των ελέγχων σε συνεργασία και με τους αρμόδιους εποπτευόμενους φορείς, τον ΕΛΓΟ & τον ΕΦΕΤ, για να διασφαλιστεί η ποιότητα και η ασφάλεια των τροφίμων μας.

- Στήριξη της επιχειρηματικότητας και προώθηση της εξωστρέφειας των ελληνικών προϊόντων.





## ΕΕ: «Βάζει πλάτη» στον αμπελοοινικό τομέα

Μέτρα για την τόνωση του αμπελοοινικού τομέα, ενέκρινε η ΕΕ τα οποία περιλαμβάνουν την αύξηση της στήριξης για εργαλεία διαχείρισης κινδύνου, όπως η ασφάλιση της συγκομιδής και τα ταμεία αλληλοβοήθειας, αλλά και την παράταση των μέτρων ευελιξίας που εφαρμόζονται ήδη, έως τις 15 Οκτωβρίου 2022. Σε ό,τι αφορά τον τομέα των οπωροκηπευτικών, η στήριξη στις οργανώσεις παραγωγών — που συνήθως υπολογίζεται με βάση την αξία παραγωγής — θα αντισταθμιστεί, ώστε να μην είναι χαμηλότερη από το 85 % του επιπέδου του προηγούμενου έτους.

Η αποζημίωση αυτή θα παρέχεται όταν: η μείωση της παραγωγής συνδέεται με φυσικές καταστροφές, κλιματικά φαινόμενα, ασθένειες φυτών ή προσβολή από παράσιτα είναι εκτός του ελέγχου της οργάνωσης παραγωγών και κατά τουλάχιστον 35 % χαμηλότερη σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Επιπλέον, εάν οι παραγωγοί αποδείξουν ότι έλαβαν προληπτικά μέτρα κατά της αιτίας της μείωσης της παραγωγής, η αξία παραγωγής που χρησιμοποιήθηκε για τη στήριξη θα είναι η ίδια με εκείνη του προηγούμενου έτους.

«Από τους εαρινούς παγετούς, τις πλημμύρες, έως τα κύματα καύσωνα, οι ακραίες καιρικές συνθήκες ήταν ιδιαίτερα δύσκολες για τον αμπελοοινικό τομέα και τον τομέα των οπωροκηπευτικών κατά το τρέχον έτος. Οι ακραίες αυτές καιρικές συνθήκες δε, επήλθαν αφότου διανύσαμε ήδη ένα δυσχερές έτος το 2020, λόγω της κρίσης της νόσου Covid-19. Αυτά τα τόσο αναγκαία μέτρα στήριξης θα ανακουφίσουν τους παραγωγούς σε ολόκληρη την ΕΕ σε αυτούς τους δύσκολους καιρούς,



επιπλέον εκείνων που είχαν ήδη προταθεί το 2020 και επεκτάθηκαν το 2021» ανέφερε σε δηλώσεις του ο Γιάνους Βοϊτσεχόφσκι, Επίτροπος Γεωργίας.

Τι περιλαμβάνουν τα έκτακτα μέτρα

- Οι χώρες της ΕΕ μπορούν να συνεχίσουν να τροποποιούν τα εθνικά τους προγράμματα στήριξης ανά πάσα στιγμή, ενώ συνήθως αυτό μπορεί να γίνει μόνο δύο φορές το χρόνο (έως την 1η Μαρτίου και τις 30 Ιουνίου κάθε έτους, αντίστοιχα).
- Σε ό,τι αφορά δραστηριότητες προώθησης και ενημέρωσης, αναδιάρθρωση και μετατροπή αμπελώνων, πρώιμο τρύγο και επενδύσεις, η δυνατότητα χορήγησης μεγαλύτερης συνεισφοράς από τον προϋπολογισμό της ΕΕ παρατείνεται έως τις 15 Οκτωβρίου 2022.

- Η συνεισφορά του προϋπολογισμού της ΕΕ στην ασφάλιση της συγκομιδής αυξήθηκε από 70 % σε 80 % έως τις 15 Οκτωβρίου 2022.
- Η στήριξη της ΕΕ όσον αφορά την κάλυψη των δαπανών για τη σύσταση ταμείων αλληλοβοήθειας διπλασιάστηκε από: 10 %, 8 % και 4 % κατά το πρώτο, το δεύτερο και τρίτο έτος εφαρμογής της, σε 20 %, 16 % και 8 %.
- Παράταση των δυνατοτήτων ευελιξίας που χορηγήθηκαν για τα μέτρα του προγράμματος για τον αμπελοοικονομικό τομέα έως τις 15 Οκτωβρίου 2022.

## Ιστορικό

Υπενθυμίζεται ότι λόγω των πρωτοφανών δυσχερειών που επέφερε η πανδημία Covid-19, εγκρίθηκε μια πρώτη δέσμη μέτρων τον Μάιο του 2020. Τα μέτρα αυτά συμπληρώθηκαν από μια δεύτερη δέσμη μέτρων για τον αμπελοοικονομικό τομέα, η οποία εγκρίθηκε στα τέλη Ιουλίου 2020.

Στο πλαίσιο της δέσμης μέτρων, εγκρίθηκε σειρά μέτρων υπό τη μορφή εκτελεστικών πράξεων. Όσον αφορά τις κατ' εξουσιοδότηση πράξεις, θα πρέπει να υποβληθούν σε 2μηνη περίοδο ελέγχου στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο.



## Οι οινοπαραγωγοί της Κρήτης κάνουν “Come back” με δράσεις εξωστρέφειας

Πριν από λίγες ημέρες οι οινοπαραγωγοί της Κρήτης έστειλαν σε 200 εξειδικευμένους στο κρασί παραλήπτες, δείγματα από τη σοδιά της φετινής χρονιάς. Μια κασετίνα με 23 δείγματα (ένα από κάθε οινοποιείο) σε μπουκαλάκια των 187 ml, δηλαδή ποσότητα ίση με το ένα τέταρτο του μπουκαλιού. Ακολούθησε διαδικτυακό wine tasting. Πρωτόγνωρες εμπειρίες, που όμως δείχνουν ότι οι οινοπαραγωγοί της Κρήτης δεν το βάζουν κάτω. Μπορεί η πανδημία να “φρέναρε” πολλές δράσεις, έδωσε όμως το ερέθισμα, για εκείνους που είναι ευέλικτοι, να γίνουν και ευρηματικοί.

Με δεδομένο (ή την ελπίδα) ότι η υγειονομική κρίση του covid-19 πλησιάζει στο τέλος της, το Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης ενισχύει τις δράσεις εξωστρέφειας επιδιώκοντας να δώσει ώθηση στις εξαγωγές κρασιού που είναι σημαντικό κομμάτι για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής τους δράσης και γιατί δεν μπορούν να εξαρτώνται μόνο από μια αγορά, εν προκειμένω την ελληνική.

Όπως ανέφερε στο Export Greece ο Νίκος Μπλιαράκης, μέλος του ΔΣ του Δικτύου Οινοποιών Κρήτης, σχεδόν το 75% της συνολικής παραγωγής των κρητικών κρασιών διοχετεύεται στην τοπική αγορά, η οποία στο μεγαλύτερο μέρος της συνδέεται με τον τουρισμό, δηλαδή τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια κ.α.



«Αυτήν τη στιγμή οι εξαγωγές μας αφορούν ένα ποσοστό της τάξεως του 15% με 17%», επισημαίνει ο κ.Μπλιαράκης και τονίζει ότι στόχος τους είναι να αυξηθεί αυτό το ποσοστό με κινήσεις και δράσεις εξωστρέφειας που υλοποιούν.

«Ως δίκτυο τρέχουμε ένα πρόγραμμα δράσεων που αφορά στην προώθηση των κρασιών μας μέσω εκδηλώσεων wine tasting, σεμιναρίων, Master classes και με παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αξιοποιούμε την τεχνολογία και όλα τα εργαλεία που μας προσφέρει. Μάλιστα πρόσφατα ανανεώσαμε και επικαιροποιήσαμε την σελίδα μας Wines of Crete. Εκεί, μπορεί να βρει όποιος επιθυμεί αναλύσεις για τις ποικιλίες μας ανά υποπεριοχή της Κρήτης, πού υπάρχει οινοποίηση και πολλές άλλες πληροφορίες. Παράλληλα, συνεργαστήκαμε με τον master of wine Γιάννη Καρακάση για την έκδοση βιβλίου με θέμα τον κρητικό αμπελώνα ενώ ετοιμάζουμε αρκετές εκδηλώσεις και στο εξωτερικό», σημειώνει ο κ.Μπλιαράκης. Ενδεικτικά αναφέρει τη διοργάνωση στρογγυλών τραπεζιών και Master classes στον Καναδά, τις ΗΠΑ και τη Μεγάλη Βρετανία παράλληλα με τη συμμετοχή τους στην London Wine Fair για το 2022, όπως φυσικά και στην έκθεση κρασιού στο Ντυσελντορφ της Γερμανίας την γνωστή Prowein, η οποία διεξάγεται τον Μάρτιο. Οι δυνατές αγορές στις οποίες στοχεύουν τα

κρητικά κρασιά είναι οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Γερμανία, η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο και μπορεί η πανδημία να ανέκοψε τη δυναμική στον τομέα των εξαγωγών αλλά οι οινοποιοί είναι ήδη σε “θέσεις μάχης” για την επόμενη μέρα.

Αυτό ενισχύεται και με μια συστηματική προσπάθεια για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Ήδη εδώ και 15 χρόνια γίνονται σημαντικές ενέργειες προς αυτήν την κατεύθυνση. Στο Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης -που αντιπροσωπεύει πάνω από το 90% της εφιαλωμένης παραγωγής- σχεδόν όλα τα οινοποιεία, από τα συνολικά 33, είναι επισκέψιμα. «Έχουμε σχεδιάσει χρονομετρημένες οινικές διαδρομές και έχουμε χαρτογραφήσει το νησί ενώ κάθε οινοποιείο έχει μπει στην κουλτούρα της εμπειρίας. Όσο το κρητικό κρασί αυξάνει την αναγνωρισιμότητά του, τόσο πληθαίνουν οι λόγοι για έναν επισκέπτη να έρθει στην Κρήτη αλλά και τούμπαλιν. Όταν κάποιος επισκέπτης γνωρίζει το κρασί μας και το δοκιμάζει, θέλει και πολλές φορές το αναζητά και όταν επιστρέφει στον τόπο του», προσθέτει ο κ.Μηλιάρκης.

Σε αυτό το πλαίσιο ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κρήτης στηρίζοντας τις προσπάθειες εξωστρέφειας των οινοπαραγωγών της Κρήτης, συμμετέχει μεταξύ άλλων στο πρόγραμμα στο πρόγραμμα EU QUALITY WINES, το οποία έχει διάρκεια ενός έτους και συγχρηματοδοτείται από

την Ε.Ε.. Στόχος του η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιλεγμένων οίνων, καθώς και η αύξηση της αναγνώρισης του ενωσιακού συστήματος Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε. για τα κρασιά. Οι αγορές στόχοι είναι η Γαλλία, η Γερμανία και η Ρουμανία και περιλαμβάνει δράσεις όπως συμμετοχή σε εκθέσεις (Prowein, Wine Paris Vinexpo, Indagra), B2B dinners, εκπαιδευτικά ταξίδια, συμμετοχή σε διαγωνισμούς κρασιού κ.α.

### Οι εξαγωγές των κρητικών προϊόντων συνολικά ακολουθούν ανοδική πορεία

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης για το πρώτο εξάμηνο του 2021, η πορεία των εξαγωγών για το σύνολο των κρητικών προϊόντων ακολουθεί μια ανοδική πορεία.

Ειδικότερα, για το συγκεκριμένο διάστημα παρατηρείται ισχυρή αύξηση που αγγίζει σχεδόν το 39% σε αξία και το 15% σε ποσότητα, με τις εξαγωγές να φτάνουν τα 340,6 εκ. ευρώ, έναντι των 245,7 εκ. ευρώ το α' έμνηνο του 2020 (δεν περιλαμβάνονται τα πετρελαιοειδή).

Την ίδια ώρα, ο κλάδος των Τροφίμων και Ποτών ο οποίος αποτελεί το 60% του συνόλου των Κρητικών εξαγωγών, αναφορικά πάντα με το πρώτο εξάμηνο, παρουσιάζει αύξηση ίση με 54,2%.



Νίκος Μηλιάρκης, μέλος του ΔΣ του Δικτύου Οινοποιών Κρήτης

## Κοινωνικό Επιχειρείν

# Η Wise Greece βοηθά μικρούς παραγωγούς να κάνουν βήμα στην εξωστρέφεια

Υπάρχει μια Ελλάδα που διαχειρίζεται “σοφά” την αγορά των τροφίμων δίνοντας ευκαιρία σε μικρούς παραγωγούς! Πρόκειται για τη Wise Greece, μια μη κερδοσκοπική Κίνηση που βοηθά τους μικρούς Έλληνες παραγωγούς τροφίμων να προωθήσουν τα προϊόντα τους σε Ελλάδα και εξωτερικό ενώ με το κέρδος από την πώλησή τους αγοράζει τρόφιμα υψηλής διατροφικής αξίας για Ορφανοτροφεία, Συσσίτια και Κοινωνικά Παντοπωλεία.

Υπάρχει μια Ελλάδα που διαχειρίζεται “σοφά” την αγορά των τροφίμων δίνοντας ευκαιρία σε μικρούς παραγωγούς! Πρόκειται για τη Wise Greece, μια μη κερδοσκοπική Κίνηση που βοηθά τους μικρούς Έλληνες παραγωγούς τροφίμων να προωθήσουν τα προϊόντα τους σε Ελλάδα και εξωτερικό ενώ με



Μελίνα Ταπρατζή, Ιδρύτρια Wise Greece

το κέρδος από την πώλησή τους αγοράζει τρόφιμα υψηλής διατροφικής αξίας για Ορφανοτροφεία, Συσσίτια και Κοινωνικά Παντοπωλεία.

«Μέχρι σήμερα συνεργαζόμαστε με 100 παραγωγούς με περισσότερα από 2.500 προϊόντα», αναφέρει στο Export Greece η Μελίνα Ταπρατζή πρόεδρος Wise Greece.

Στόχος της Wise Greece είναι η υποστήριξη των παραγωγών σε πολλά επίπεδα, είτε δίνοντάς τους πρόσβαση σε νέα κανάλια πώλησης στο εξωτερικό, είτε εκπαιδεύοντας την επόμενη γενιά ώστε να ασχοληθεί με την παραγωγή προϊόντων με βιώσιμο τρόπο. Η Wise Greece, στα χρόνια λειτουργίας της, εξάγει τα προϊόντα των παραγωγών, δημιουργώντας γωνιές Wise Greece σε διάφορα καταστήματα σε 8 χώρες του εξωτερικού.

«Η ομάδα έχει αποκτήσει μεγάλη εμπειρία πάνω στο τι είναι τελικά αυτό που ενδιαφέρει τον Ευρωπαίο ή Αμερικάνο καταναλωτή. Για παράδειγμα οι καταναλωτές στις Σκανδιναβικές χώρες δείχνουν μία προτίμηση στα πιο γνωστά ή «απλά» ελληνικά προϊόντα, όπως το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο ή το μέλι (ειδικά όταν αυτά είναι βιολογικά), ενώ είναι

With every product you buy  
**YOU EAT  
AND  
PEOPLE  
IN NEED  
EAT TOO**

#actwise

δύσκολο να επιλέξουν γλυκά κουταλιού και άλλα προϊόντα πλούσια σε ζάχαρη, λόγω των διατροφικών τους προτιμήσεων», σημειώνει η κ.Ταπραντζή και προσθέτει: «Στη Γερμανία και την Αυστρία, βλέπουμε μία προτίμηση σε σάλτσες, ελιές, αλείμματα κ.α. τα οποία συνήθως είναι συνοδευτικά σε κρέας. Στη Γαλλία βλέπουμε μία προτίμηση σε ελληνικά πατέ ή μεζέδες και προϊόντα delicatessen. Στην Αμερική, το ελληνικό έξτρα παρθένο ελαιόλαδο και τα ελληνικά βότανα κερδίζουν σταδιακά ολοένα και περισσότερο έδαφος στις προτιμήσεις των καταναλωτών, ενώ το κοινό που έχουμε εμείς τουλάχιστον συναντήσει είναι πιο «δεκτικό» στο να δοκιμάζει νέες γεύσεις».

«As μην ξεχνάμε άλλωστε», συμπληρώνει η πρόεδρος της Wise Greece, «ότι κάτι που θεωρείται απλό και δεδομένο για τον Έλληνα καταναλωτή δεν σημαίνει ότι είναι και για τον ξένο καταναλωτή. Έχουμε συναντήσει καταναλωτές για παράδειγμα, που μας ρωτούσαν αν το ελαιόλαδο χρειάζεται αναγκαστικά να μαγειρευτεί ή μπορεί να καταναλωθεί και ωμό. Οπότε η προσπάθειά μας στη Wise Greece, είναι όχι μόνο να μεταφέρουμε την κουλτούρα και τον πολιτισμό μας, μέσα από τις ελληνικές γεύσεις, αλλά και να εκπαιδύσουμε τους παγκόσμιους καταναλωτές για το τι σημαίνει ελληνική διατροφή».

## The Business of Food

Την ίδια ώρα, η Wise Greece ξεκινά ένα δωρεάν εκπαιδευτικό πρόγραμμα για την εργασιακή ένταξη των ανέργων και την ενδυνάμωση των ευάλωτων ομάδων.

Μετά από οκτώ χρόνια δράσης, περνάει σε άλλο επίπεδο και σχεδιάζει ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα με δωρεάν συμμετοχή για όσους και όσες ενδιαφέρονται για την ενδυνάμωση και την επιχειρηματικότητα, ώστε να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις για να ασχοληθούν επαγγελματικά με την παραγωγή τροφίμων.

Το δωρεάν εκπαιδευτικό πρόγραμμα “The Business of Food” απευθύνεται σε ευάλωτες ομάδες που αγαπούν τα ελληνικά προϊόντα και θα επιθυμούσαν να ασχοληθούν επαγγελματικά με τον τομέα των τροφίμων ή να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση. Συγκεκριμένα, φοιτητές όλης της Ελλάδας, άνεργες γυναίκες της Αθήνας ή της επαρχίας, άνδρες και γυναίκες άνω των 50 που σκέπτονται να κάνουν στροφή στο επάγγελμά τους αλλά και μέλη γυναικείων συνεταιρισμών είναι οι βασικοί ωφελούμενοι του προγράμματος.

Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν μεταξύ άλλων πώς μπορούν να δημιουργήσουν τη δική τους σειρά προϊόντων, τι πρέπει να προσέξουν στη συσκευασία, πώς μπορούν να καταρτίσουν το επιχειρηματικό και οικονομικό πλάνο, πώς να επικοινωνούν αποτελεσματικά με τους καταναλωτές και πώς να προωθούν τα προϊόντα τους σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Ταυτόχρονα, οι συμμετέχοντες γνωρίζουν τις ιστορίες επιτυχίας διάσημων Chef και συνομιλούν με καταξιωμένους παραγωγούς τροφίμων, που φιλοξενούμε στα σεμινάρια.

«Εμπειροί ομιλητές και εκπαιδευτές, καθοδηγούν τους συμμετέχοντες στον μαγικό κόσμο της επιχειρηματικότητας και των τροφίμων με τρόπο εύκολο, ευχάριστο και διαδραστικό. Ήδη έχουν πραγματοποιηθεί με μεγάλη επιτυχία σεμινάρια στους νομούς Δράμας, Φωκίδας, Ευρυτανίας, αλλά και στην Κρήτη, ενώ στους επόμενους μήνες το “the Business of Food” θα φτάσει σχεδόν σε κάθε γωνιά της Ελλάδας», αναφέρει η κ.Ταπραντζή.

Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του προγράμματος Active citizens fund, με φορέα υλοποίησης τη Wise Greece, υπό την αιγίδα της Γενικής Γραμματείας Οικογενειακής Πολιτικής και Ισότητας των Φύλων.



fun - food - social good

# Δέσμευση της διοίκησης για εξαγωγές: το Α και το Ω για μία επιτυχημένη εξαγωγική δραστηριότητα

Θα έλεγε κανείς ότι είναι από τις εταιρείες που αν και διαθέτουν DNA ελληνικό, η φιλοσοφία και ο τρόπος λειτουργίας τους δεν έχουν τίποτα να ζηλέψουν από εκείνον που εφαρμόζουν οι μεγαλύτεροι πολυεθνικοί κολοσσοί.

Με μια “κίνηση ματ” η ελληνικών συμφερόντων PeopleCert ισχυροποίησε ακόμη περισσότερο τη θέση της παγκοσμίως στον κλάδο της διενέργειας εξετάσεων και πιστοποίησης επαγγελματικών και γλωσσικών δεξιοτήτων. Στα χέρια της πέρασε το 100% της βρετανικής AXELOS, έναντι του ποσού των 450 εκατ. ευρώ. Το «χρυσό deal» που θεωρείται από τις μεγαλύτερες εξαγορές στις οποίες έχει προβεί ελληνική εταιρεία, ήταν κάτι που συζητούνταν από καιρό με την ελληνική διοίκηση να συνεχίζει απρόσκοπτα το επενδυτικό της πλάνο μέσα στην πανδημία, περίοδος κατά την οποία η δραστηριότητά της ενισχύθηκε, λόγω της στροφής που παρατηρήθηκε στα online courses και κατ’ επέκταση στις εξετάσεις μέσω διαδικτύου.

Η AXELOS είναι μια εταιρεία κοινοπραξίας (joint venture) που δημιουργήθηκε το 2013 από το Υπουργικό Συμβούλιο (Cabinet Office) εκ μέρους της κυβέρνησης (HMG) στο Ηνωμένο Βασίλειο και της Capita plc (CPL), για την ανάπτυξη και προώθηση παγκόσμιων μεθοδολογιών για τη διαχείριση έργων (Project Management) και των ψηφιακών υπηρεσιών (IT & Digitally enabled services), συμπεριλαμβανομένων των PRINCE2® και ITIL®.

Στο τιμόνι της PeopleCert βρίσκεται ο Βύρων Νικολαΐδης. Ίδρυσε την εταιρεία το 2000, η οποία, έπειτα από δύο δεκαετίες, έχει στόφα πολυεθνικής καθώς δραστηριοποιείται σε 200 αγορές και έχει καταφέρει να κερδίσει διαγωνισμούς αφήνοντας στην άκρη πολύ δυνατούς παίκτες με παγκόσμιο εκτόπισμα, όπως τα πανεπιστήμια του Cambridge και του Michigan.



Βύρων Νικολαΐδης, Πρόεδρος PeopleCert



Υπενθυμίζεται ότι και το 2020 σφραγίστηκε με την εξαγορά της αμερικανικής εταιρείας επαγγελματικών πιστοποιήσεων, International Association for Six Sigma Certification (IASSC), ενώ μέσω της εξαγοράς της AXELOS, με την οποία συνεργάζεται από το 2014, η διοίκηση της PeopleCert ευελπιστεί να επιταχύνει την ανάπτυξη της και προσβλέπει σε περαιτέρω εδραίωση της θέσης της στις επαγγελματικές δεξιότητες και στις αγορές πιστοποίησης γλωσσών.

Η PeopleCert απασχολεί συνολικά 700 εργαζόμενους εκ των οποίων οι 550 βρίσκονται στην Ελλάδα. Όπως αποκάλυψε ο κ. Νικολαΐδης στόχος του είναι κάθε χρόνος που περνάει να τρέχει με ανάπτυξη της τάξης του 40%. Το 30% θα είναι οργανικό και το υπόλοιπο 10% θα προκύπτει από νέες εξαγορές που θα πραγματοποιούνται. Πιθανοί τομείς για πιστοποιήσεις είναι η τεχνητή νοημοσύνη, το blockchain και το cyber security. Παράλληλα, ανακοίνωσε πως η εταιρεία του θα επιστρέψει στο μοντέλο τηλεργασίας δίνοντας τη δυνατότητα στους εργαζομένους της να επιλέξουν οι ίδιοι τον τρόπο εργασίας που προτιμούν.

«Στην PeopleCert θέλουμε να έχουμε τα καλύτερα talenta. Οι εργαζόμενοι μπορούν να δουλεύουν από όπου θέλουν. Έτσι και αλλιώς όλοι κρίνονται από την απόδοση τους όχι από την παρουσία τους. Στο κέντρο της Αθήνας διατηρούμε γραφεία 5.000 τ.μ. και παρά την κίνηση αυτή δεν σκοπεύουμε να μειώσουμε τους χώρους. Από τις αρχές του 2021, 200 άτομα εντάχθηκαν στο ανθρώπινο δυναμικό μας και η ομάδα μεγαλώνει» επεσήμανε ο κ. Νικολαΐδης.

Ως επιχειρηματίας που έχει μάθει να κάνει σταθερά βήματα και μεθοδικές κινήσεις μίλησε για την εξαγορά της AXELLOS και το πώς αυτή επηρεάζει το μέλλον του ομίλου PeopleCert.

«Σίγουρα δεν ήταν μια εύκολη διαδικασία το να καταλήξουμε στην τελική συμφωνία. Ήταν μια κίνηση 5-6 φορές πάνω από το μπόι μας. Η πρώτη προσπάθεια έγινε τον Οκτώβριο του 2020. Είχαμε εξασφαλίσει χρηματοδότηση από δυο τράπεζες, αλλά η αγγλική κυβέρνηση ήθελε να τρέξει δημόσιο διαγωνισμό. Έτσι και έγινε. Κατέβηκαν 50 private equity funds και στη δεύτερη φάση περάσαμε μόλις 5! Ήμασταν και παραμένουμε ένα υγιές μαγαζί χωρίς τραπεζικό δανεισμό. Είναι σπάνιο για μια εταιρεία στον χώρο του edutech, όπως εμείς, να είναι κερδοφόρα. Νομίζω ότι αυτό το στοιχείο έπαιξε σημαντικό ρόλο» πρόσθεσε.

Χάρη στο νέο σχήμα η αποτίμηση της PeopleCert ανέρχεται σε 1,1δισ ευρώ και το EBITDA της έχει ανέβει κατά 25%. Οι εκτιμήσεις της διοίκησης είναι πως η κεφαλαιοποίησή της εταιρείας για το 2022 θα αγγίζει τα 1,8 δισ ευρώ και τα EBITDA τα 80 εκατ. ευρώ.

«Αν είναι να μπορούμε στο χρηματιστήριο θα προτιμήσουμε να γίνει στην Αμερική στον δείκτη Nasdaq. Το ομόλογο που εκδώσαμε, ύψους 300 εκατ. ευρώ υπερκαλύφθηκε 4 φορές. Λάβαμε δε την πιστοληπτική ικανότητα και από τους 3 μεγάλους οίκους πιστοληπτικής αξιολόγησης Fitch, S&P και Moody's. Στο μετοχικό μας κεφάλαιο η FTV έχει το 20,5% και το υπόλοιπο 79,5% ανήκει σε εμένα. Η είσοδος της FTV εκτός από αξιοπιστία μας έφερε

και μια αίσθηση προεμίας, ότι έχουμε έναν σημαντικό σύμμαχο δίπλα μας» κατέληξε ο κ. Νικολαΐδης.

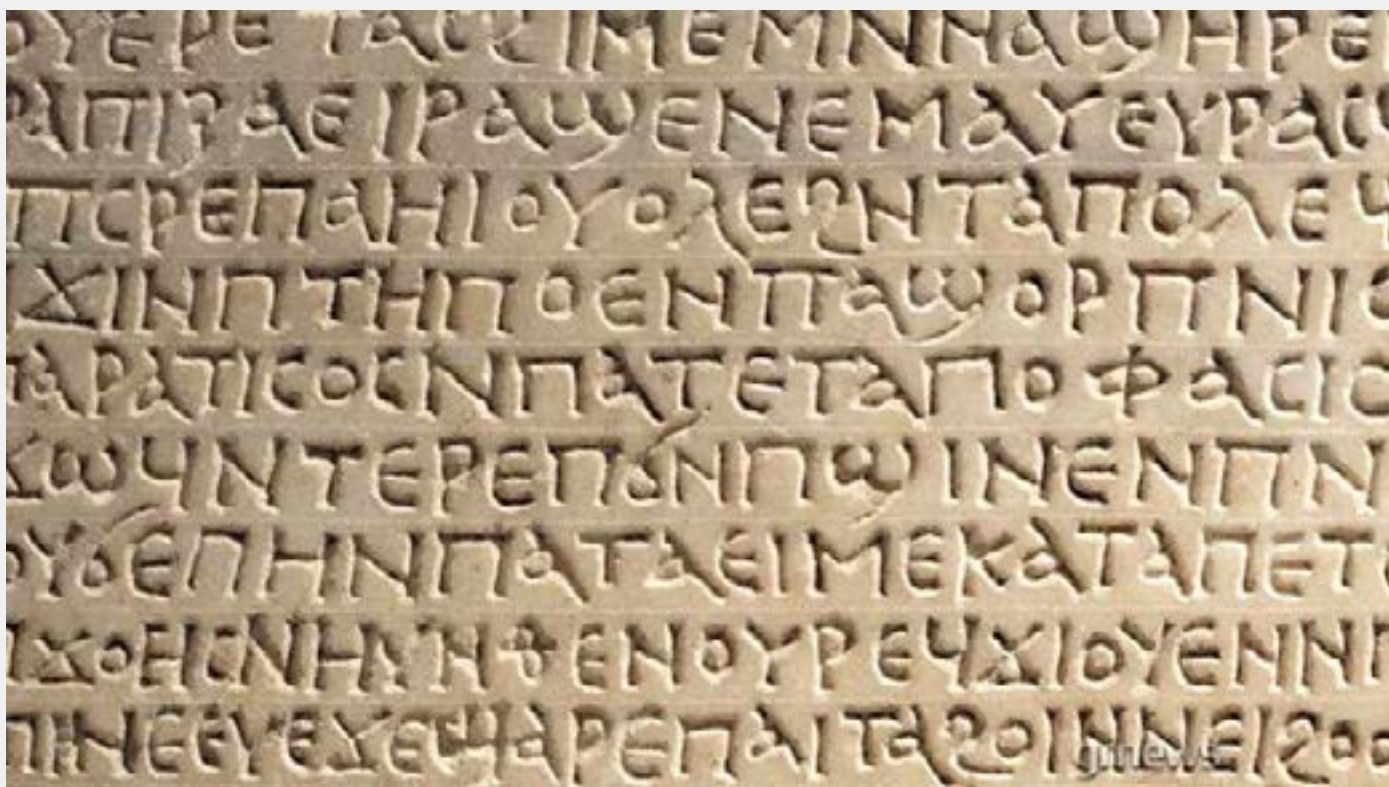
Να σημειωθεί ότι το PRINCE2 και το ITIL τα πνευματικά δικαιώματα των οποίων έχει αποκλειστικά ο όμιλος PeopleCert τα χρησιμοποιούν 800 κυβερνητικοί οργανισμοί σε 45 χώρες και περισσότερες από 50.000 επιχειρήσεις!

### Παγκόσμια πιστοποίηση Αρχαίων Ελληνικών

Σε μια εξαιρετικά συμβολική για την Ελλάδα χρονιά, η LanguageCert, θυγατρική του Ομίλου PeopleCert ανακοίνωσε πριν από λίγο καιρό την πρώτη στον κόσμο Πιστοποίηση της Αρχαίας Ελληνικής Γλώσσας.

Με αφορμή την επέτειο των 200 ετών από την Ελληνική Επανάσταση που οδήγησε στο σύγχρονο ελληνικό κράτος, και με αίσθημα εθνικής ευθύνης, ο Ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος του Ομίλου Βύρων Νικολαΐδης έκανε γνωστό ότι όλες οι εξετάσεις θα διενεργούνται δωρεάν, ως συνεισφορά της εταιρείας στον επετειακό εορτασμό.

Για τον επιχειρηματία με ρίζες από την Κωνσταντινούπολη, η συγκεκριμένη πιστοποίηση αποτελεί φόρο τιμής στη γλώσσα που κράτησε τον ελληνισμό ζωντανό στο πέρασμα των αιώνων, στη γλώσσα που κερδίζει αξία διεθνώς, που κερδίζει τον θαυμασμό και τον σεβασμό στο εξωτερικό. Είναι, η ελάχιστη, όπως λέει, συνεισφορά μιας ελληνικής εταιρείας που έγινε παγκόσμια δύναμη, διενεργώντας εκατομμύρια εξετάσεις σε περισσότερες από 200 χώρες, αλλά δεν ξεχνά ποτέ τις ρίζες της.







## Ο πολύτιμος κρόκος Κοζάνης: Στόχος να περάσουμε από το “χύμα” στο τυποποιημένο προϊόν

Ο Κρόκος, κατά την ελληνική μυθολογία, ήταν φίλος του θεού Ερμή. Την ιστορία του όμως σηματοδότησε ένα τραγικό γεγονός καθώς την ώρα που έπαιζε δίσκο με τον τον φίλο του, ο Ερμής χτύπησε κατά λάθος τον Κρόκο στο κεφάλι και τον σκότωσε. Εκεί όμως που συνέβη αυτό φύτευσε ένα λουλούδι και στο κέντρο του λουλουδιού έπεσαν τρεις σταγόνες από το αίμα του άτυχου νέου, οι οποίες έδωσαν τα στίγματα του φυτού, που από τότε πήρε το όνομα Κρόκος.

Έτσι κάπως η αρχαία ελληνική μυθολογία εξηγεί τη γέννηση αυτού του πολύτιμου φυτού, που παράγεται στην Κοζάνη. Ο κρόκος Κοζάνης προέρχεται από τα κόκκινα στίγματα του άνθους του κρόκου και κατατάσσεται στην καλύτερη ποιότητα σαφρών παγκοσμίως. Οφείλει το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα στην αδιαμφισβήτητη ποιότητα της πρώτης ύλης, βάσει αντικειμενικών μετρήσεων με τη διαδικασία ISO, αλλά και στην καθαρότητα (χωρίς προσμίξεις) του τελικού προϊόντος. Μάλιστα, η χρωστική δύναμη του, επιβεβαιωμένη από εργαστηριακές εκθέσεις, είναι 50 τουλάχιστον βαθμούς υψηλότερα από το

ελάχιστο διεθνές πρότυπο. Παρά τις υψηλές προδιαγραφές του όμως και το γεγονός ότι είναι προϊόν Π.Ο.Π οι εξαγωγές που γίνονται αφορούν το χύμα προϊόν στην πλειονότητά τους. Από τους περίπου 3 τόνους που παράγονται ετησίως, εξάγεται το 75% αλλά από αυτό, μόλις το 5 με 10% είναι τυποποιημένο.

Όπως όμως εξηγεί στο Export Greece ο πρόεδρος του Αναγκαστικού Συνεταιρισμού Κροκοπαραγωγών Κοζάνης Βασίλης Μπτσιόπουλος, είναι σημαντικό να αλλάξει αυτό και να βγει ο κρόκος ως τυποποιημένο προϊόν στο εξωτερικό, ως προϊόν Π.Ο.Π. και ως brand. Αυτό θα δώσει στο προϊόν την αναγνωρισιμότητα που του αξίζει και θα αυξήσει τις θέσεις εργασίας, που είναι τόσο σημαντικές σε μια περιοχή όπως αυτή της Κοζάνης με υψηλά ποσοστά ανεργίας, σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνεταιρισμού.

«Αυτήν τη στιγμή εξαγωγήμε σε όλη την Ευρώπη και μικρές ποσότητες σε ΗΠΑ, ΗΑΕ και Αυστραλία. Γίνονται προσπάθειες και για την αγορά της Κίνας, η οποία όμως εισάγει σαφράν από το Ιράν. Εκεί

οι τιμές είναι διαφορετικές γιατί υπάρχει φθηνό εργατικό δυναμικό και άλλες συνθήκες», σημειώνει ο κ.Μπτσιόπουλος.

«Στόχος μας είναι σταδιακά να αλλάξουμε και να προχωρήσουμε στο τυποποιημένο. Η αγορά της Ευρώπης έχει μεγάλο ενδιαφέρον και νομίζω ότι εκεί πρέπει να εστιάσουμε. Άλλωστε είμαστε η μεγαλύτερη σε κροκοπαραγωγή χώρα στην Ευρώπη. Πουθενά αλλού δεν παράγονται τέτοιες ποσότητες. Για παράδειγμα η κροκοπαραγωγή στην Ιταλία είναι μόλις 200 κιλά το χρόνο και στην Ισπανία περίπου 500, αναφέρει ο πρόεδρος του Συνεταιρισμού.

«Εμείς μπορούμε να εγγυηθούμε για την ασφάλεια και τη ποιότητα του προϊόντος μας, καθώς και για τις συνθήκες στις οποίες παράγεται. Αυτό αποτελεί και το συγκριτικό μας πλεονέκτημα να διεκδικήσουμε στην αγορά του εξωτερικού τη θέση που μας αξίζει», προσθέτει.

Στην Κοζάνη καλλιεργούνται περίπου 5.500 στρέμματα κρόκου. Η μέση τιμή ανά κιλό για τον παραγωγό είναι 1.200 ευρώ ενώ η λιανική τιμή κυμαίνεται

στα 3 ευρώ ανά γραμμάριο, που όπως επισημαίνει ο κ.Μητσιόπουλος είναι μια χαμηλή τιμή και αφορά την αγορά της Ελλάδας.

### Η συγκομιδή του κρόκου γίνεται από τα τέλη Οκτωβρίου ως τις αρχές Νοεμβρίου.

Επειδή το άνθος ανοίγει την αυγή και μαραίνεται πολύ γρήγορα και τα στίγματα χάνουν το χρώμα και το άρωμα τους, η συγκομιδή γίνεται από το ξημέρωμα έως τις 10 το πρωί. Χρειάζεται ξηρό και θερμό καιρό το καλοκαίρι και κρύο το χειμώνα. Το έδαφος που απαιτείται πρέπει να είναι ξηρό, ασβεστώδες, επίπεδο και χωρίς δένδρα. Πρέπει επίσης να είναι καλά στραγγιζόμενο, ώστε να απομακρύνεται το νερό και να αποφεύγονται έτσι πιθανές προσβολές μυκήτων στους βολβούς, που μπορεί να βλάψουν το φυτό και να το κάνουν να σαπίσει.

Η σοδιά γίνεται τους μήνες Ιούνιο - Ιούλιο και η διαδικασία αφορά την

τοποθέτηση των βολβών σε αυλάκια βάθους 20 εκατοστών και σε απόσταση 10 εκατοστών μεταξύ τους.

### Λίγα λόγια για τον Συνεταιρισμό Κροκοπαραγωγών

Ο Αναγκαστικός Συνεταιρισμός Κροκοπαραγωγών Κοζάνης ιδρύθηκε το 1971 και απαρτίζεται από περίπου 1.000 μέλη ενώ έχει το αποκλειστικό δικαίωμα συλλογής, συσκευασίας και διακίνησης του κρόκου Κοζάνης.

Η ίδρυση του Συνεταιρισμού δημιούργησε ένα φορέα που έχει τη συνολική ευθύνη της συγκέντρωσης, επεξεργασίας, τυποποίησης και διάθεσης του προϊόντος, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ποιότητά του και να αποφεύγεται η νοθεία που γινόταν στο παρελθόν, από τους εμπορομεσίτες, με αποτέλεσμα την υποβάθμιση και την αρνητική εικόνα του προϊόντος. Ο κρόκος καλλιεργείται στην περιοχή της Κοζάνης από τον 17ο αιώνα. Όλα αυτά τα χρόνια αποκτήθηκε σημαντική εμπειρία στην παραγωγή του προϊόντος. Μέχρι το 1966 η διακίνηση

και εμπορία του προϊόντος γινόταν μέσα από κυκλώματα χονδρεμπόρων, οι οποίοι έπαιρναν το προϊόν από τους μεμονωμένους παραγωγούς σε χαμηλές τιμές.

Η έλλειψη διαπραγματευτικής ικανότητας, καθώς και η αδυναμία διερεύνησης της διεθνούς αγοράς, οδήγησαν τους παραγωγούς το 1966 στην ίδρυση του Ελεύθερου Συνεταιρισμού Κροκοπαραγωγών, ο οποίος και μετονομάστηκε το 1971 σε Αναγκαστικό Συνεταιρισμό Κροκοπαραγωγών Κοζάνης. Από τότε μέχρι και σήμερα η επωνυμία του Συνεταιρισμού είναι: "Αναγκαστικός Συνεταιρισμός Κροκοπαραγωγών Κοζάνης". Στις διεθνείς σχέσεις του ο Συνεταιρισμός χρησιμοποιεί την επωνυμία: "Cooperative de Safran / Crocos - 50010 Kozani".

Στην καλλιέργεια του κρόκου εργάζονται περίπου 5.000 άτομα ενώ κάθε παραγωγός έχει την υποχρέωση να παραδίδει το προϊόν στον Συνεταιρισμό για κοινή διαχείριση.





LET'S EXPORTGREECE  
εξάγουμε Ελλάδα  
THE NEWSLETTER

