

ΙΔΡΥΜΑ

ΚΑΠΕΤΑΝ ΒΑΣΙΛΗ ΚΑΙ ΚΑΡΜΕΝ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ

Διημερίδα για την Παγκόσμια Ημέρα Ελιάς και Ελαιολάδου

- 12 Οκτωβρίου 2018 Χώρα Μεσσηνίας – Κινηματογράφος “Rex”

Συντονιστής: Ιωάννης Κυριακόπουλος, διευθυντής Διεύθυνσης
Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής Μεσσηνίας

- 13 Οκτωβρίου 2018 Navarino Dunes, Costa Navarino

Συντονιστής: Ιωάννης Καπόλος, πρύτανης ΤΕΙ Πελοποννήσου

Επιμέλεια πρακτικών: Κέλλυ Δημητρούλια

Φιλολογική επιμέλεια: Ντίντα Πλεμμένου

Μετάφραση: «Διά λόγου» – Υπηρεσίες Μετάφρασης

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Διάγγελμα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου (Δ.Σ.Ε.) για την Παγκόσμια Ημέρα Ελιάς

Διαδημοτικές δράσεις στην προβολή και διάθεση ελαιολάδου. Η περίπτωση του ΣΕΔΗΚ

«Ελιά, ο ευλογημένος καρπός της Φωκίδας. Ευκαιρίες για μια βιώσιμη ανάπτυξη μέσα από κοινωνικές συμπράξεις στους τομείς της αγροδιατροφής και του τουρισμού»

Δίκτυο Δήμων των Εκλεκτών Ελληνικών Γεύσεων: Μία πρόταση για τον ελληνικό γαστρονομικό πολιτισμό

Ο πολιτισμός της μεσογειακής διατροφής και η σύνδεσή του με τη μεσσηνιακή γαστρονομία

Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών στην ελαιοκαλλιέργεια στην περιοχή της Τριφυλίας

Βότανα – Συνεργασίες – Εκχυλίσματα – Έρευνα: Η περίπτωση του ελαιολάδου

*Η συναισθηματική πλευρά του Slow Travel:
Το πρόγραμμα «Ο δρόμος του ΠΟΠ Ελαιολάδου της Ούμπρια»*

Το ελαιόλαδο και η προώθηση τουριστικών προορισμών: Προεκτάσεις και διαμόρφωση βιωματικών εμπειριών

«Ο ελαιοτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης των ελαιοπαραγωγικών περιοχών: Επιτυχημένες εμπειρίες από την Ισπανία»

«Ελαιοτουρισμός: Εργαλείο τουριστικής ανάπτυξης, η περίπτωση της Ελλάδος»

Διεθνές Εμπόριο Ελαιολάδου των Μεσογειακών Χωρών και Προκλήσεις για τις Ελληνικές Επιχειρήσεις

«Περιβαλλοντική διαχείριση ελαιώνων: Μια ευκαιρία για το φυσικό περιβάλλον, τον άνθρωπο και την οικονομία»

Διάγγελμα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου (Δ.Σ.Ε.) για την Παγκόσμια Ημέρα Ελιάς

Το 1992, οι χώρες μέλη του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου (Δ.Σ.Ε.) αποφάσισαν να διαιωνίσουν την κοινή πολιτιστική τους κληρονομιά με τον εορτασμό της Παγκόσμιας Ημέρας Ελαιοκομίας.

Είναι μια πλούσια και ποικίλη κληρονομιά που έρχεται από την αρχαιότητα, όταν η ελιά ήταν σύμβολο ειρήνης, αρμονίας, φιλίας και δόξας. Ως δένδρο που συσχετίζεται με την αρχαία ελληνική θεά Αθηνά, η ελιά παριστάνει τη δύναμη και τη νίκη, τη σοφία και την πίστη, την αθανασία και την ελπίδα, τον πλούτο και την αφθονία.

Στις εβραϊκές θρησκείες, η ελιά είναι ιερό δέντρο ειρήνης και συμφιλίωσης. Συμβολίζει τις ανθρωπιστικές αξίες και το ελαιόλαδο είναι η πηγή θεϊκού φωτός.

Από τη σημαία των Ηνωμένων Εθνών με τα κλαδιά ελιάς που περιβάλλουν τον κόσμο, έως το διάσημο περιστέρι του Πικάσο που φέρει ένα κλαδί ελιάς και πολλά άλλα έργα τέχνης, νομίσματα και γραμματόσημα, το ελαιόδεντρο χρησιμοποιείται για να εκφράσει μηνύματα ελπίδας και καθησύχησης.

Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, πρέπει να θυμόμαστε αυτά τα σύμβολα και να συνεργαζόμαστε για να διαφυλάξουμε αυτήν την κληρονομιά και να την μεταδώσουμε στις μελλοντικές γενιές.

Η ελαιοκαλλιέργεια, η οποία ξεκίνησε γύρω από τη Μεσόγειο πριν από έξι χιλιάδες χρόνια, τώρα εκτείνεται σε πέντε ηπείρους. Με περίπου ένα δισεκατομμύριο ελαιόδεντρα παγκοσμίως σε πάνω από έντεκα εκατομμύρια στρέμματα, είναι μια καλλιέργεια που συμβάλλει σημαντικά στη βιώσιμη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Εκτός του ότι αποτελεί πηγή εισοδήματος για 30 εκατομμύρια ανθρώπους, η ελαιοκομία αποτελεί εμπόδιο στην ερημοποίηση, προστατεύει το έδαφος από τη διάβρωση και λειτουργεί ως απορροφητήρας διοξειδίου του άνθρακα.

Το ελαιόλαδο βρίσκεται στην καρδιά της μεσογειακής διατροφής, η οποία έχει συμπεριληφθεί στον κατάλογο της UNESCO σαν άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Έχει ποικίλα αρώματα και γεύσεις, προσφέροντας χιλιάδες γαστρονομικές δυνατότητες, εκτός από τις αποδεδειγμένες θεραπευτικές του ιδιότητες.

Η Παγκόσμια Ημέρα Ελαιοκομίας, η οποία γιορτάζεται φέτος στην έδρα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιοκομίας (Δ.Σ.Ε.) και στα κράτη μέλη του, είναι μια ευκαιρία να παρουσιάσουμε αυτόν τον Οργανισμό, τα επιτεύγματά του και τους στόχους του.

Το Δ.Σ.Ε., το οποίο αντιπροσωπεύει το 94% των ελαιοπαραγωγικών χωρών και το 71% των χωρών κατανάλωσης ελαιολάδου, μπήκε σε μια νέα φάση με την έναρξη ισχύος της νέας διεθνούς συμφωνίας για το ελαιόλαδο και τις επιτραπέζιες ελιές, η οποία αποτέλεσε αντικείμενο διαπραγματεύσεων το 2015 στη διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το εμπόριο και την ανάπτυξη (UNCTAD).

Οι στόχοι αυτής της νέας συμφωνίας προσανατολίζονται προς την αειφόρο ανάπτυξη, την εδραίωση της ανταλλαγής πληροφοριών σχετικά με την οικονομία της ελιάς, τη βελτίωση των γνώσεων σχετικά με τα οφέλη των προϊόντων ελιάς καθώς και την ένταξη των καταναλωτικών χωρών. Το κέντρο τεκμηρίωσης και πληροφόρησης, που θα συσταθεί το προσεχές έτος, θα αποτελέσει σημαντικό παράγοντα που θα συμβάλλει στο θέμα αυτό.

Από το τρέχον έτος, το έργο του Οργανισμού βασίζεται σε ένα τετραετές σχέδιο που αποσκοπεί στο να τοποθετήσει το Δ.Σ.Ε. ως παγκόσμιο φόρουμ προκειμένου για να συζητηθούν θέματα που απασχολούν τον ελαιοκομικό τομέα με σκοπό τον προσδιορισμό των σημερινών και μελλοντικών προκλήσεων και την χάραξη κοινών πολιτικών.

Το τετραετές αυτό σχέδιο θα παράσχει αποτελεσματική στήριξη στις χώρες μέλη του, στους τομείς της ελαιοκαλλιέργειας και της τεχνολογίας του ελαιολάδου μέσω της μεταφοράς τεχνολογίας, τεχνικής βοήθειας και κατάρτισης, διεξαγωγής μελετών σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος και εφαρμογής δικτύου ανταλλαγής φυτοϋγειονομικών πληροφοριών.

Η εκτελεστική γραμματεία του Δ.Σ.Ε., η οποία επί του παρόντος συνεργάζεται με περισσότερους από 300 εμπειρογνώμονες και 150 εργαστήρια και ομάδες γευσιγνωσίας ελαιολάδου σε κράτη μέλη αλλά και μη, θα συνεχίσει να υποστηρίζει το έργο των ομάδων εμπειρογνομώνων και να ενισχύει τα δίκτυα αναγνωρισμένων ομάδων και εργαστηρίων προκειμένου να εξοπλιστούν τα κράτη με τα εργαλεία που απαιτούνται για τη βελτίωση και την παρακολούθηση της ποιότητας. Με τον τρόπο αυτό, το Δ.Σ.Ε. φιλοδοξεί να αναπτύξει το εμπόριο και να προστατεύσει τους καταναλωτές από ανέντιμες και παραπλανητικές πρακτικές.

Στον τομέα της οικονομίας αλλά και της προώθησης του ελαιολάδου, ο Οργανισμός θα εργαστεί για την εδραίωση και τη διάδοση των παγκόσμιων στατιστικών για την ελαιοκομία, θα ενισχύσει τις δραστηριότητες για την προώθηση του εμπορικού της προτύπου και θα υποστηρίξει τον εορτασμό της Παγκόσμιας Ημέρας Ελαιοκομίας.

Διαδημοτικές δράσεις στην προβολή και διάθεση ελαιολάδου Η περίπτωση του ΣΕΔΗΚ

Γιώργης Μαρινάκης
Πρόεδρος ΣΕΔΗΚ - Δήμαρχος Ρεθύμνου

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Ο ΣΕΔΗΚ εκπροσωπώντας το σύνολο σχεδόν των ελαιοπαραγωγών της Κρήτης συμβάλλει από την ίδρυσή του στην αναβάθμιση των συνθηκών στον τομέα της παραγωγής και την βελτίωση των όρων στον τομέα της διάθεσης των ελαιοκομικών προϊόντων στις περιοχές των δήμων-μελών του, με παράλληλη προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των ιστορικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών στοιχείων της ελαιοκομίας της Κρήτης. Επιπλέον συμβάλλει στη διαφάνεια της αγοράς, τον ανταγωνισμό των αγοραστών και την ενημέρωση των παραγωγών. Προτείνει την ίδρυση Φορέα Προστασίας Ελαιοπαραγωγής στην Περιφέρεια, ο οποίος θα έχει την ευθύνη της δακοκτονίας. Ο ΣΕΔΗΚ πραγματοποιεί πολλές παράλληλες δράσεις για την προβολή του ελαιολάδου και της ελιάς.

Λέξεις-κλειδιά: ελαιοκαλλιέργεια, δακοκτονία, διάθεση ελαιολάδου, Κρήτη.

Η ελαιοκαλλιέργεια αποτελεί οικονομική δραστηριότητα η οποία σε πολλούς δήμους της χώρας απασχολεί ένα αρκετά μεγάλο αριθμό δημοτών και το ελαιόλαδο αποτελεί ένα σημαντικό κύριο οικονομικό πόρο.

Στην Κρήτη, όπου το σύνολο σχεδόν των δήμων έχουν δημότες ελαιοπαραγωγούς σε ποσοστά που φθάνουν από 50 έως και 100%, και τα προβλήματα τους είναι κοινά σε μεγάλο βαθμό, θεωρήθηκε ότι η ίδρυση και λειτουργία ενός συλλογικού φορέα των δήμων που θα ασχολείται ή θα συνδράμει στην επίλυσή τους, ήταν σκόπιμη και αναγκαία.

Το 2001 άρχισε η πρώτη προσπάθεια ίδρυσης και λειτουργίας του Συνδέσμου Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης (ΣΕΔΗΚ) στον οποίο πρόθυμα μετείχαν τότε 59 από τους 62 καποδιστριακούς δήμους του νησιού.

Σύμφωνα με το καταστατικό του συνδέσμου ο ΣΕΔΗΚ αποτελεί «Αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία», που έχει έδρα το Ρέθυμνο και διοικείται από 9/μελές Δ.Σ. στο οποίο μετέχουν δήμαρχοι, αντιδήμαρχοι ή και απλοί δημοτικοί σύμβουλοι.

Οι δήμοι-μέλη του ΣΕΔΗΚ συμβάλλουν στα οικονομικά του με μια ετήσια συνδρομή ανάλογη με τον πληθυσμό τους, που κυμαίνεται από 800 -8.800 € /έτος. Οι πλείστοι όμως από αυτούς καταβάλλουν 2.400 €/έτος.

Κύρια αποστολή του ΣΕΔΗΚ είναι: Η επεξεργασία και διαμόρφωση ενιαίας στρατηγικής και προτάσεων και η υλοποίηση ενεργειών, δράσεων και έργων που αποβλέπουν στην αναβάθμιση των συνθηκών στον τομέα της παραγωγής και την βελτίωση των όρων στον τομέα της διάθεσης των ελαιοκομικών προϊόντων στις περιοχές των δήμων-μελών τους, με παράλληλη προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των ιστορικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών στοιχείων της ελαιοκομίας της Κρήτης.

Το έργο που έχει επιτελέσει ο ΣΕΔΗΚ κατά την διάρκεια της λειτουργίας του ήταν αρκετά αξιόλογο και τον έχει καταξιώσει στην συνείδηση των ελαιοπαραγωγών και των παραγόντων του νησιού.

Οικονομικά το έργο του ΣΕΔΗΚ στηρίχτηκε κυρίως από ευρωπαϊκά προγράμματα, προγράμματα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου και ενισχύσεις της Περιφέρειας Κρήτης. Οι συνδρομές των δήμων χρησίμευαν κυρίως για διοικητικές δαπάνες και κάλυψη των αναγκαίων συμμετοχών στα προγράμματα.

ΔΑΚΟΚΤΟΝΙΑ

1. Οι δακοπροσβολές αποτελούν τον παράγοντα που μπορεί να υποβαθμίσει αποφασιστικά την ποιότητα του ελαιολάδου, επηρεάζοντας κυρίως την οξύτητα αλλά και την οξείδωση και τα άλλα ποιοτικά χαρακτηριστικά του.

2. Οι δολωματικοί από εδάφους ψεκασμοί, εφαρμοζόμενοι συλλογικά, έχουν αποδειχτεί ως η πλέον αποτελεσματική αλλά και προσφορότερη περιβαλλοντικά και διατροφικά μέθοδος για την διασφάλιση της παραγωγής ποιοτικά και ποσοτικά.



Άλλες εναλλακτικές μέθοδοι όπως δακοπαγίδες, παρασιτοειδή κ.ά. μπορούν να συμβάλουν σε μείωση των δολωματικών ψεκασμών, δεν μπορούν όμως να διασφαλίσουν την παραγωγή εφαρμοζόμενες αυτόνομα σε μεγάλες εκτάσεις.

3. Η πλημμελής και αναποτελεσματική δακοκτονία έχει σαν συνέπεια σοβαρές οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις κυριότερες από τις οποίες είναι:

(α) Η υποβάθμιση της ποιότητας του ελαιολάδου με αύξηση της οξύτητας και οξειδωσης και σημαντική αλλοίωση άλλων ποιοτικών παραμέτρων που έχουν άμεση σχέση με την τιμή του προϊόντος.

(β) Η εξώθηση των παραγωγών σε εφαρμογή ατομικών ψεκασμών πλήρους διαβροχής των δέντρων με ισχυρά εντομοκτόνα με συνέπεια σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον, την υγεία των καταναλωτών και την δυσφήμιση του προϊόντος

4. Η αποτελεσματικότητα της μεθόδου στην πράξη τα τελευταία χρόνια, κινδυνεύει σημαντικά από ισχυρά προβλήματα γραφειοκρατίας και υποχρηματοδότησης. Αναφέρθηκε ότι ενώ αυξάνονται οι απαιτούμενες διαδικασίες και απαιτούνται 45 περίπου αποφάσεις για την προμήθεια φαρμάκων και ενέργεια των προσλήψεων, μειώνονται συνεχώς οι διατιθέμενες πιστώσεις από 14 εκατ./έτος το 2011 έφτασαν σε περίπου 7 εκατ.€, το 2016. Έτσι, οι δυο αυτοί παράγοντες οδηγούν σε καθυστέρηση ο ένας και πλημμελή εφαρμογή της μεθόδου, ο άλλος.

5. Οι οικονομοτεχνικοί παράγοντες κρίσιμης σημασίας που απαιτείται να εξασφαλιστούν για ικανοποιητική αποτελεσματικότητα της δακοκτονίας είναι:

- ✓ Έγκαιρη εξασφάλιση των υλικών δακοκτονίας (εντομοκτόνων και πρωτεϊνών)
- ✓ Έγκαιρη πρόσληψη, εκπαίδευση και τακτική αμοιβή του προσωπικού.
- ✓ Μέριμνα για προστασία όλων των δέντρων της προστατευόμενης περιοχής ανεξαρτήτως ποσοστού καρποφορίας.
- ✓ Παρακολούθηση και έλεγχος των ψεκασμών με χρήση σύγχρονων μέσων τεχνολογίας (GPS, δοσομετρητών κ.ά.) ώστε να ελέγχεται και η πορεία του ψεκαστικού μηχανήματος αλλά και η δόση του ψεκαζόμενου υγρού ανά δένδρο.

✓ Αποτύπωση «εστιακών θέσεων» σε ορθοφωτοχάρτες κάθε περιοχής με βάση στοιχεία του Ελαιοκομικού Μητρώου.

6. Ο εξορθολογισμός και η εξασφάλιση της εισπραξιμότητας της εισφοράς του 2% που πληρώνουν οι παραγωγοί για την δακοκτονία στα ελαιοτριβεία μπορεί να καλύψει σημαντικό μέρος της συνολικής δαπάνης και να επιτρέψει την σωστή εφαρμογή της.

Στην Κρήτη με μέση παραγωγή 100 χιλ. τόνων ετησίως, η εισφορά των παραγωγών (2%) μπορεί, αν εισπραχτεί και αποδοθεί σωστά, να αποφέρει 6-7 εκατ. ευρώ.

ΠΡΟΤΑΣΗ

Ίδρυση Φορέα Προστασίας Ελαιοπαραγωγής στην Περιφέρεια

Ο συνολικός σχεδιασμός και η υλοποίηση των προηγούμενων προτάσεων θα μπορούσε να ανατεθεί σε ειδικό Φορέα κατά Περιφέρεια, ενδεχόμενα ως ΝΠΙΔ, ο οποίος θα έχει σαν αποστολή την συνολική διοικητική, επιστημονική και οικονομική ευθύνη της διεξαγωγής της δακοκτονίας με αρμοδιότητες και για είσπραξη πόρων και εκτέλεση δαπανών.

Οι πόροι του Φορέα μπορούν να προέλθουν από την Κρατική επιχορήγηση όπως γίνεται και τώρα, τις εισφορές δακοκτονίας, οι οποίες θα πρέπει να είναι ανάλογες με τα προστατευόμενα δέντρα και όχι την παραγωγή και να παρακρατούνται από τις ενισχύσεις για την Πράσινη Ενίσχυση της ΚΑΠ ή από άλλα ειδικά προγράμματα της ΕΕ.

Α. ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΔΙΑΘΕΣΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Έκδοση Δελτίου Τιμών Ελαιολάδου

Ο ΣΕΔΗΚ προκειμένου να συμβάλλει στην διαφάνεια της αγοράς, τον ανταγωνισμό των αγοραστών και την ενημέρωση των παραγωγών, από την ίδρυση του ασχολήθηκε με την έκδοση ενός «Εβδομαδιαίου Δελτίου Τιμών Παραγωγού» που παρουσιάζει τιμές από 40 επώνυμες επιχειρήσεις και Συν/σμούς της Κρήτης, της Πελοποννήσου, της Λέσβου, αλλά και από Κύπρο, Ιταλία και Ισπανία.

Το Δελτίο αυτό που εκδίδεται ήδη συνεχώς επί 16 χρόνια, δημοσιεύεται στην Ιστοσελίδα ΣΕΔΗΚ www.sedik.gr, ενώ αποστέλλεται με e-mail ως "News Letter", στους δήμους-μέλη του ΣΕΔΗΚ και

| ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΑΙΟΚΟΜΙΚΩΝ ΔΗΜΩΝ ΚΡΗΤΗΣ | | | | | |
|---|--------|---------|---------|---------|------------|
| ΔΕΛΤΙΟ ΤΙΜΩΝ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ 29-8-17 | | | | | |
| Στην Ελλάδα, Ισπανία, Ιταλία και Κρήτη | | | | | |
| www.sedik.gr | | | | | |
| Πιν.1 ΤΙΜΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (€/Kg) | | | | | |
| Πιν.1α Ελαιολάδο Έξτρα Παρθένο 0.3 βαθμών | | | | | |
| ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ | 8 Αυγ. | 16 Αυγ. | 22 Αυγ. | 29 Αυγ. | ΜΕΤΑΒΟΛΗ % |
| ΚΡΗΤΗ | | | | | |
| Α.Σ. Κανάρι | 3,80 | 3,80 | 3,80 | 3,80 | 0 |
| ΕΝΩΣΗ ΣΕΛΙΝΟΥ | 3,70 M | 3,70 M | 3,70 M | 3,70 M | 0 |
| Α.Σ. ΠΑΛΑΙΩΝΟΥ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| ΚΟΥΛΜΒΑΡΙ Α.Ε. | 3,70 M | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| Ε.Α.Σ. ΡΕΘΥΜΝΙΟΥ | 3,50 M | 3,50 M | 3,50 M | ΔΑ | - |
| Ε.Α.Σ. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ | 3,50 M | 3,50 M | 3,50 M | 3,50 M | 0 |
| Ε.Σ.Σ. ΠΙΣΣΩ | 3,60 M | ΔΑ | 3,60 M | 3,60 M | 0 |
| Η.ΔΕΡΑΚΗΣ Σητεία | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| Α.Σ. ΖΑΚΡΟΥ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| Α.Σ. Κριτσάς | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| Α.Σ. ΣΚΟΠΗΣ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| ΑΝΘΩΚΕΛΗ Α.Β.Ε.Ε. | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| ΜΠΡΑΧΙΜΟ Πέρισμα | ΔΑ | ΔΑ | 3,70 M | ΔΑ | - |
| ΑΦΟΙ ΚΥΔΑΝΩΝΗ Τυρπάζι | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| ΑΣ ΒΟΥΚΟΛΙΩΝ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| ΑΓΓΕΛΙΔΑΚΗΣ Α.Ε. Ασίζι | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | 3,90 M | - |
| ΒΑΛΑΒΑΝΗΣ Δ. Ο.Ε. Ασίζι | 3,80 M | ΔΑ | 3,85 M | 3,85 M | 0 |
| ΠΑΝΑΓΙΟΤΑΚΗΣ Β.Αντώνια | 3,80 M | ΔΑ | 3,80 | 3,80 | 0 |
| ΔΗΜΠΑΝΤΑΚΗΣ Καλόσι | 3,70 M | 3,70 M | 3,70 M | 3,70 M | 0 |
| ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ-ΝΗΣΙΑ-ΚΥΠΡΟΣ | | | | | |
| ΚΩΣΤΑΝΤΙΝΟΥΔΗΣ ΔΕ (επώνυμ Ε.Σ. Μεσσηνίας) | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| ΑΓΓΕΛΑΚΟΠΟΥΛΟΣ Σ. Ρεθύμιο - Αλιό | 3,80 M | 3,80 M | 3,80 M | 3,80 M | 0 |
| Ε.Σ. ΚΥΝΟΥΡΙΑΣ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| Α.Σ. Ελαϊνάς, Γαργαλιάνοι | 4,10 | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| Αφοι ΑΡΚΑΔΙΝΟΥ Ζάκυνθος | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | ΔΑ | - |
| Ε.ΑΣ. ΛΕΙΒΟΥ | 3,75 M | 3,75 M | 3,75 M | 3,75 M | 0 |
| ΜΑΥΡΟΥΔΗΣ Λευκωσία | 3,20 M | 3,20 M | 3,20 M | 3,20 M | 0 |
| ΣΕΚΕΠ | 3,50 M | 3,50 M | 3,50 M | 3,50 M | 0 |

σε πάνω από 1.000 εγγεγραμμένους φίλους του ΣΕΔΗΚ σε όλη την Ελλάδα.

Η συμβολή του Δελτίου αυτού στην ενημέρωση και διαφάνεια της αγοράς είναι σημαντική όπως αποδεικνύεται από την μεγάλη επισκεψιμότητα που έχει από παραγωγούς και εμπόρους η οποία κατά την περίοδο αιχμής της εμπορίας φθάνει στους 2.000 -3.000 επισκέπτες την ημέρα.

Υποβολή υπομνημάτων για την διάθεση του ελαιολάδου στην λιανική και την εστίαση:

Υποβλήθηκαν κατά καιρούς υπομνήματα με τα οποία ζητήθηκαν τα εξής:

(α) Απαγόρευση ανάμειξης ελαιολάδου με σπορέλαια η οποία εισακούστηκε και ικανοποιήθηκε (**Κ.Υ.Α αριθ. 323902 (ΦΕΚ 2026/τ.Β'/18-09-09)**).

(β) Ρύθμιση της διάθεσης ελαιολάδου κατευθείαν από παραγωγούς σε καταναλωτές η οποία εκκρεμεί.

(γ) Υποχρεωτική αναγραφή στους καταλόγους των λαδιών που χρησιμοποιούνται στην εστίαση η οποία έγινε αποδεκτή και θεσμοθετήθηκε, αλλά δυστυχώς εφαρμόζεται ελάχιστα στην πράξη. (**Δι.Ε.Π.Π.Υ. - Κανόνες αγοράς - Αριθμ. Α2 -861/14.8.2013 (ΦΕΚ Β' 2044/22-08-2013)**)

(δ) Αύξηση των μέγιστων επιτρεπτών συσκευασιών στην εστίαση η οποία έγινε αποδεκτή και θεσμοθετήθηκε. Ήδη επιτρέπεται η χρήση συσκευασιών μέχρι **10 λίτρων** (ΦΕΚ 2983-30.08.2017 Τ. Β' Διακίνηση - Εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών Άρθρο 42 παρ 3)

(ε) Υποχρεωτική χρήση μη ξαναγεμιζόμενων επώνυμων συσκευασιών ή συσκευασιών μια χρήσης στα τραπέζια των επιχειρήσεων εστίασης, η οποία έγινε αποδεκτή και άρχισε η εφαρμογή της από 1-1-2018. (**ΦΕΚ 2983-30.08.2017 Τ. Β' Διακίνηση -Εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών Άρθρο 42 παρ 4**).

Οργάνωση Ημερίδων για ορθές «Ορθές Πρακτικές στην Εμπορία του Ελαιολάδου»

Οργανώθηκαν στα Χανιά, στο Ρέθυμνο, στον Άγιο Νικόλαο, Σητεία και μεγάλα χωριά της Κρήτης με παρουσίαση εισηγήσεων από ειδικούς επιστήμονες και μεγάλη συμμετοχή παραγωγών και άλλων ενδιαφερόμενων.

Ίδρυση και υποστήριξη Δικτύων «ΕλαιοΓευσίες»

Στα πλαίσια ειδικού προγράμματος του Interreg ιδρύθηκαν δίκτυα Επιχειρήσεων Αποκλειστικής Χρήσης Ελαιολάδου «ΕλαιοΓευσίες» στην Κρήτη και Κύπρο. Στα δίκτυα συμμετέχουν Επιχειρήσεις Εστίασης (Ταβέρνες, Ξενοδοχεία κ.α.), Εδεσματοπωλεία και Επιχειρήσεις Εμπορίας.

Υποστηρίχτηκε η διοικητική εξυπηρέτηση και η προβολή των δικτύων με διαφημίσεις στα ΜΜΕ, με δημιουργία ιστοσελίδας (www.olivetastes.eu), με ειδικά επιτραπέζια stands, με ειδικά έντυπα κ.ά.

ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ
Αναβάθμιση Ποιότητας και Βελτίωση Εμπορίας Ελαιολάδου (ΑΠΠΕΕ)

Ο ΣΕΔΗΚ με δεδομένη την οικονομική αδυναμία χρηματοδότησης δράσεων από τον πενιχρό προϋπολογισμό του ασολήθηκε με την αξιοποίηση Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων.

Από το 2009 υπόβαλλε σε συνεργασία με Φορείς της Κύπρου στο Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας Ελλάδα-Κύπρου, πρόταση με τίτλο: «**Αναβάθμιση Ποιότητας και Προώθηση Εμπορίας Ελαιολάδου**» (ΑΠΠΕΕ).

Η πρόταση εγκρίθηκε το 2011 αλλά απαιτήθηκαν χρονοβόρες διαδικασίες για αλλαγές συνεργαζομένων Φορέων, διενέργεια διαγωνισμών κλπ ώστε η υλοποίηση του έργου έγινε τελικά το 2013
Με το έργο υλοποιήθηκαν 26 Δράσεις

Βραβεύσεις ελαιοτριβείων που εφαρμόζουν ορθές πρακτικές στην διάθεση

Με στόχο τη βελτίωση των όρων της διάθεσης του ελαιολάδου και την καθιέρωση διαγωνισμών, οργανώθηκε διαδικασία Βράβευσης των Ελαιοτριβείων που διακρίνονται για την εφαρμογή ορθών πρακτικών στην διάθεση του ελαιολάδου.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΕΛΙΑΣ 2016
Βραβεύσεις Ελαιοτριβείων
ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΛΑΔΙ

ΧΑΝΙΑ, 26-11-2016, Αίθουσα ΜΑΙΧ

Απονέμηση Βραβείων σε Ελαιοτριβεία για ορθές πρακτικές στην έγχληση του ελαιολάδου

Απονέμηση Βραβείων σε Ελαιοτριβεία για ορθές πρακτικές διάθεσης του ελαιολάδου

ΘΕΑΤΡΙΚΟ ΔΡΑΜΜΑΤΟ
«Το Ελίοιο Αρβύλι του Ουσσάου»
Μαθητές του ΕΠΙΛΑ Χανίων

Γευσιγνωσία Ελαιοεδεσμάτων (Εστιατόριο ΜΑΙΧ)

Β. ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

1. Οργάνωση «Εκστρατείας Ευαισθητοποίησης της Νεολαίας»

Οργανώθηκε εκστρατεία για την ευαισθητοποίηση της νεολαίας για την ελιά και το ελαιόλαδο η οποία περιέλαβε διάφορες δράσεις οι οποίες συνεχίζονται, όπως:

(1) Έγκριση προγράμματος με τίτλο «Ευαισθητοποίηση νεολαίας για την υγιεινή, γευστική και πολιτιστική αξία του ελαιολάδου» από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου, με

Πρόγραμμα: Ευαισθητοποίησης Νεολαίας
Θεατρικά δρώμενα μαθητών για την Ελιά και το Λάδι

Θεατρικές παράστασεις

Ομιλίες

Δοκιμή ελαιοεδεσμάτων

Κατασκευές μαθητών

προϋπολογισμό 38.500 ευρώ και συμμετοχή του ΣΕΔΗΚ 50%.

(2) Έκδοση βιβλίου με τίτλο «Παιχνίδια με την Ελιά» για παιδιά Νηπιαγωγείου και Α΄ Δημοτικού στα Ελληνικά σε 3.000 αντίτυπα.

(3) Έκδοση βιβλίου με τίτλο «Στους δρόμους της Ελιάς» για μεγάλα παιδιά και ενήλικες σε 2.500 αντίτυπα.

(4) Διανομή βιβλίων σε μαθητές σε εκδηλώσεις για παιδιά που οργανώθηκαν σε συνεργασία με Σχολεία σε διαφορές περιοχές της Κρήτης

(5) Έκδοση βιβλίου «Θεατρικά έργα για την Ελιά και το Λάδι»

Διανέμεται ως βοήθημα για την οργάνωση μαθητικών θεατρικών παραστάσεων. Μετά την εξάντληση της Α΄ έκδοσης, έγινε και Β΄ έκδοση.

(6) Οργάνωση εκδηλώσεων ευαισθητοποίησης στα σχολεία

Οργανώθηκαν εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης για την ελιά και το λάδι από ομάδες 2-3 σχολείων κατά δήμο, οι οποίες περιλάμβαναν εισηγήσεις και θεατρικές παραστάσεις μαθητών των Σχολείων τις οποίες παρακολούθησε μεγάλος αριθμός γονέων, οικείων και άλλων ενδιαφερόμενων.

2. Οργάνωση Εκδηλώσεων Ενημέρωσης Εκπαιδευτικών

Με στόχο την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των εκπαιδευτικών σε θέματα ελιάς και ελαιολάδου οργανώθηκαν:

- Ημερίδα Εκπαιδευτικών: «Στους δρόμους της Ελιάς» στο **Καββούσι** Ιεράπετρας .

- Σεμινάριο Εκπαιδευτικών: «Ελιά και Λάδι: Ευαισθητοποίηση νεολαίας» στην αίθουσα ΛΑΤΩ στην Κριτσά και το ξενοδοχείο ΕΡΜΗΣ στον **Άγιο Νικόλαο**.

3. Εκδηλώσεις στα πλαίσια της Παγκόσμιας Ημέρας Ελιάς 2016, 2017 και 2018.

Στα πλαίσια της Παγκόσμιας Ημέρας Ελιάς 2016 και 2017 με ενίσχυση και αιγίδα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου οργανώθηκαν σειρά εκδηλώσεων όπως:

- Ημερίδα: «Ελιά και λάδι στην Κρήτη, Πολιτισμός–Ποιότητα–Υγεία–Οικονομία» με εισηγήσεις, θεατρική παράσταση μαθητών, Βραβεύσεις Ελαιοτριβείων και συμμετοχή 150 ατόμων στο ΜΑΙΧ στα Χανιά την 26-11-2016

- Ημερίδα: «Ελιά και λάδι στην Κρήτη, Πολιτισμός –Ποιότητα–Υγεία–



Οικονομία», με Εισηγήσεις, Θεατρική παράσταση μαθητών και Βραβεύσεις Ξενοδοχείων και συμμετοχή 120 ατόμων, στο Σπίτι Πολιτισμού στο Ρέθυμνο, την 29 Νοεμβρίου 2016.

-Ημερίδα: «Ελιά και Λάδι: Ποιότητα-περιβάλλον –Πολιτισμός» στο ΜΑΙΧ στα Χανιά, την 15 Νοεμβρίου 2017, με εισηγήσεις, θεατρική παράσταση μαθητών και Βραβεύσεις Ελαιοτριβείων.

- Ημερίδα» «Ελιά και Λάδι: Ποιότητα-περιβάλλον–Πολιτισμός» στο Σπίτι του Πολιτισμού, την 24 Νοεμβρίου 2017, με εισηγήσεις, θεατρική παράσταση μαθητών και Βραβεύσεις Ξενοδοχείων.

-Ημερίδα: «Ελιά και Λάδι: Πολιτισμός-Υγεία-Οικονομία» την 27 Δεκεμβρίου στην Γέργερη με συμμετοχή 120 ατόμων.

Με στόχο την ευαισθητοποίηση και παρότρυνση των ξενοδοχείων της Κρήτης να συμβάλουν στην προβολή και διάθεση του ελαιολάδου καθιερώθηκαν βραβεύσεις για τις μονάδες που με διάφορους τρόπους προωθούν το ελαιόλαδο μέσα στα ξενοδοχεία τους.



Οι πλακέτες με την Χρυσή, Αργυρή και Χάλκινη Μινωική Ελιά

Εκδηλώσεις Παγκόσμιας Ημέρας Ελιάς 2018

Φέτος, στα πλαίσια της Παγκόσμιας Ημέρας Ελιάς 2018, ο ΣΕΔΗΚ έχει και πάλι την έγκριση και αιγίδα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου και πρόκειται να οργανώσει διάφορες εκδηλώσεις στην Κρήτη όπως:

-Ημερίδα: «Ορθή χρήση του Ελαιολάδου στην εστίαση» η οποία έχει προγραμματιστεί για τις 17 Οκτώβριου στο ΜΑΙΧ στα Χανιά.

-Ημερίδα: «Πρωώθηση Ελαιοτουρισμού στην Κρήτη» η οποία σχεδιάζεται να γίνει σε Μεγάλο Ξενοδοχείο που έχει βραβευτεί για τις δράσεις του στο Ελαιόλαδο

Διάθεση βιβλίων σε τουρίστες μέσω ξενοδοχείων

Εκδόθηκαν βιβλία στα Αγγλικά με τίτλους: “Games with the Olives” για μικρά παιδιά (2.000 αντίτυπα) και “On the olive routes” για μεγάλα παιδιά και ενήλικες(3.000 αντίτυπα)

Τα βιβλία αυτά διατίθενται μέσα από ειδικά stands από 60 συνεργαζόμενα μεγάλα ξενοδοχεία της Κρήτης σε τουρίστες, οι οποίοι με την ευκαιρία

Πρόγραμμα: Ευαισθητοποίησης Νεολαίας

Εκδοση παιδικών βιβλίων στα Αγγλικά



Διάθεση στα παιδιά Τουριστών μέσω Ξενοδοχείων

συμπληρώνουν με την παραλαβή τους ειδικό ερωτηματολόγιο.

Ανακήρυξη και ανάδειξη Μνημειακών Ελαιόδέντρων.

Ο ΣΕΔΗΚ συνεχίζοντας μεθοδικά τις προσπάθειες που άρχισε από το 2002 προχώρησε στην καταγραφή, ανακήρυξη και ανάδειξη 25 μνημειακών ελαιόδέντρων της Κρήτης με την ειδική διαδικασία που είναι αναρτημένη στην ιστοσελίδα του ΣΕΔΗΚ www.sedik.gr.

Πρόταση μνημειακών ελαιόδεντρων για το Βραβείο EUROPA NOSTRA

Ο ΣΕΔΗΚ στα πλαίσια της περαιτέρω ανάδειξης και προβολής των μνημειακών ελαιόδεντρων Κρήτης συνέταξε και υπόβαλε στην ΕΕ, ειδικό φάκελο για την απονομή του Βραβείου EUROPA NOSTRA σε 14 μνημειακά ελαιόδεντρα της Κρήτης για τα οποία οι ιδιοκτήτες τους υπόγραψαν σχετική δήλωση αποδοχής.

Τα βραβεία EUROPA NOSTRA απονέμονται κάθε χρόνο από την ΕΕ σε 30 έργα ή πρωτοβουλίες προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς τα οποία μπορεί να προταθούν από 37 χώρες της ΕΕ και εκτός αυτής.

Μελέτη και έργα ανάπλασης των Μνημειακών Ελαιόδέντρων

Ο ΣΕΔΗΚ υπέβαλε στην Περιφέρεια Κρήτης πρόταση για χρηματοδότηση μελέτης των εργασιών ανάπλασης του περιβάλλοντος χώρου 14 μνημειακών ελαιόδέντρων Κρήτης για την οποία εγκρίθηκε το ποσό των 10.000 ευρώ.

Βασικοί στόχοι της πρότασης τέθηκαν:

- Η διατήρηση και ανάδειξη των Μνημειακών Ελαιόδέντρων σαν ζωντανών μνημείων της πατρογονικής μας κληρονομιάς.
- Ο εμπλουτισμός της ενδοχώρας της Κρήτης με αξιοθέατα για ανάπτυξη πολιτιστικού, περιβαλλοντικού και γαστρονομικού τουρισμού στην ενδοχώρα.
- Η έμμεση αλλά αποτελεσματική προβολή της πολιτισμικής και υγιεινής αξίας του κρητικού ελαιολάδου που αποτελεί τον δεύτερο οικονομικό πόρο της Κρήτης.



«Ελιά, ο ευλογημένος καρπός της Φωκίδας. Ευκαιρίες για μια βιώσιμη ανάπτυξη μέσα από κοινωνικές συμπράξεις στους τομείς της αγροδιατροφής και του τουρισμού»

Έλλη Κοτσάνου – Ρομβοτσάνου

**Πρόεδρος Επιτροπής Τουρισμού και Δημοτικού Συμβουλίου Δήμου Δελφών,
στέλεχος Κοινωνικής Οικονομίας**

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Ο ελαιώνας της Άμφισσας δεσπόζει στην καρδιά του Νομού Φωκίδας και αποτελεί μοχλό ανάπτυξης της πρωτογενούς παραγωγής της περιοχής.

Θαυμαστό μνημείο ΟΥΝΕΣΚΟ και προστατευόμενος από το Πρόγραμμα Διατήρησης Παραδοσιακού Ελαιώνα, συνδέει την γαστρονομία, τον τουρισμό και την μεταποίηση.

Ωστόσο η ενασχόληση με την συστηματική καλλιέργειά του τα τελευταία χρόνια φθίνει ή εξακολουθεί να γίνεται με ελλιπή τεχνογνωσία και με αποσπασματικές πρωτοβουλίες.

Η απάντηση στην αποσπασματική καλλιέργεια μπορεί να έρθει μέσα από κοινωνικές συμπράξεις φορέων και ιδιωτών που στόχο θα έχουν την ανάληψη και υλοποίηση πρωτοβουλιών με γνώμονα την βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής.

Στη διεθνή βιβλιογραφία αποτυπώθηκαν καλές πρακτικές που υιοθέτησαν περιοχές με όμοια χαρακτηριστικά και που σταδιακά είχαν ως αποτέλεσμα α) την καταγραφή καλύτερης τουριστικής εμπειρίας από τους επισκέπτες της περιοχής, β) βελτίωση του προσφερόμενου προϊόντος ελιάς και ελαιολάδου, γ) εμπειρία word of mouth που δίνει ώθηση στον προορισμό, δ) δημιουργία θέσεων εργασίας, ε) μείωση της εποχικότητας, στ) κοινωνικό αντίκτυπο και βιώσιμη ανάπτυξη.

Λέξεις- κλειδιά: Ελαιώνας Άμφισσας, κοινωνικές συμπράξεις, βιώσιμη ανάπτυξη, ανταλλαγή τεχνογνωσίας, διαχειριστικό σχέδιο.

Ο εορτασμός της Παγκόσμιας Ημέρας Ελιάς και Ελαιολάδου, για τόπους με τόσο σημαίνουσα παρουσία στην παραγωγή και διάθεση των 2 σημαντικών αυτών προϊόντων, καταδεικνύει τον πρωταρχικό ρόλο και τη σπουδαιότητά τους σε κάθε έκφανση της ζωής του τόπου.

Δεν είναι μόνο η αδιαμφισβήτητη διατροφική τους αξία, αλλά η οικονομική, πολιτιστική, ιστορική και τουριστική διάσταση υπό την οποία μπορούμε να αξιολογήσουμε την ελαιουργική φυσιογνωμία μιας περιοχής ή ακόμη και μιας χώρας, και να επιχειρήσουμε να διεργαστούμε τις προοπτικές του μέλλοντος.

Η διαχρονικότητα της καλλιέργειας της ελιάς και της παραγωγής ελαιολάδου έρχεται ως γεγονός να απαντήσει σε διλήμματα του είδους «μα υπάρχει κρίση, οικονομική αστάθεια, έλλειψη ρευστότητας, τι να κάνεις χωρίς επιδοτήσεις, δεν υπάρχει εξωστρέφεια » και άλλα τέτοια.

Η δική μου εισήγηση λοιπόν έρχεται ως αναφορά σε μια ιδιαίτερη περιοχή της Ελλάδας, τη Φωκίδα και πιο συγκεκριμένα την Άμφισσα.

Μια περιοχή στην οποία ο Ελαιώνας μετρά πάνω από τρεις χιλιετηρίδες παρουσίας. Οι Πελασγοί είναι οι πρώτοι καλλιεργητές και από εκείνη την εποχή έως σήμερα η ίδια χωρική έκταση παραμένει αμετάβλητη.

Ένα εκατομμύριο ελαιόδεντρα απλώνονται σε μια έκταση 55 χιλιάδων στρεμμάτων από την Ερατεινή Δωρίδας έως την Άμφισσα και παράγουν το ΠΟΠ προϊόν Κονσερβολιά Άμφισσας.

Σημαντικό μέρος του ελαιώνα αποτελεί προστατευόμενο μνημείο της UNESCO καθώς εκτείνεται ή πλαισιώνει τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών.

Η τοπική οικονομία εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από την ελαιοκαλλιέργεια.

Ιδιώτες καλλιεργητές αλλά και συνεταιριστικά σχήματα με επικρατέστερη την Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Άμφισσας, καλλιεργούν, παράγουν, εξάγουν και μεταποιούν την ελιά και τα παράγωγά της.

Ο ευλογημένος καρπός της Φωκίδας, όπως χαρακτηρίζεται, διακρίνεται για την ανθεκτικότητά του, γεγονός που αποδίδεται στις ιδιαίτερες εδαφοκλιματικές συνθήκες στις οποίες αναπτύσσεται.

Η φύτευση γίνεται σε συστάδες που ανασηκώνονται για να συγκρατούν το νερό και το χώμα, τα λεγόμενα λαχίδια, ενώ σε ορισμένες περιοχές υπάρχουν αναβαθμίδες. Η διατήρηση αυτού του ύφους καλλιέργειας με δέντρα που

φτάνουν σε ορισμένο ύψος, επιτεύχθηκε μέσω του προγράμματος διατήρησης του παραδοσιακού ελαιώνα από το 2007- 2013.

Ποιο όμως είναι το μέλλον της σπουδαίας αυτής έκτασης μέσα στο ευρύτερο περιβάλλον της περιοχής που χαρακτηρίζεται ως τουριστική με σχεδόν ένα εκατομμύριο επισκέπτες ετησίως;

Παρατηρείται τα τελευταία χρόνια σημαντική στροφή νέων καλλιεργητών στον τρόπο προσέγγισης της ελαιοκαλλιέργειας, αναζητώντας τρόπους αναβάθμισης του προϊόντος και αύξησης της προστιθέμενης αξίας του.

Πολιτικές μάρκετινγκ, απόκτηση τεχνογνωσίας, συμπράξεις και δράσεις εξωστρέφειας είναι βήματα που έχουν ήδη αποφέρει τα πρώτα αποτελέσματα, με διακρίσεις σε διεθνείς διαγωνισμούς, με τοποθέτηση σε διακεκριμένα σημεία σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Το διαχειριστικό σχέδιο για τον Ελαιώνα που εκπονεί ο Δήμος Δελφών σε συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο θα αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης για το μέλλον του Ελαιώνα, καθώς προβλέπει για πρώτη φορά τη σύσταση φορέα διαχείρισης με κύριες αρμοδιότητες:

A) Αδειοδότηση υφιστάμενων επιχειρήσεων.

B) Λειτουργία του αρδευτικού δικτύου και των τεχνικών έργων υδροληψίας επί των χειμάρρων.

Γ) Αδειοδότηση έργων και κατασκευών μικρού μεγέθους. Δ) Τουριστική ανάδειξη του Ελαιώνα.

E) Εκπόνηση επιχειρησιακού σχεδίου προστασίας από καταστροφές.

Στ) Εκπόνηση σχεδίου διαχείρισης των αποβλήτων.

Εκτός όμως από τις πολύ σημαντικές αυτές προτεραιότητες από πλευράς αυτοδιοίκησης, υπάρχει μια άλλη εξίσου σημαντική ευκαιρία για τη ανάδειξη της ελαιοργικής δραστηριότητας μέσα από τον τομέα της κοινωνικής οικονομίας.

Η κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία είναι το τρίτο πόδι της οικονομίας, ανάμεσα στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα.

Μέσα από την κοινωνική οικονομία δίδεται μια ευκαιρία για την ανάδειξη της γεωργικής ανάπτυξης της περιοχής μας σε συνδυασμό με τη γαστρονομία, τον

τουρισμό, την εκπαίδευση. Το αποτέλεσμα συνεργασιών οδηγεί στη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής, καθώς εξοικονομούνται πόροι για προβολή και δράσεις εξωστρέφειας, ενισχύονται συμμαχίες, δημιουργούνται νέα τουριστικά προϊόντα.

Ταυτόχρονα νέα επαγγέλματα κάνουν την εμφάνισή τους.

Ας δούμε μερικά παραδείγματα του τι συμβαίνει σήμερα στην περιοχή μας.

Συγκροτημένες άτυπες ομάδες παραγωγών από διαφορετικά πεδία δραστηριοτήτων προσπαθούν να προσελκύσουν το καταναλωτικό ενδιαφέρον σε χώρους τυποποίησης όπου παρέχεται αγνή εμπειρία και ενημέρωση για την ιστορία, τις μεθόδους παραγωγής και τα χαρακτηριστικά του παραγόμενου προϊόντος.

Στα σημεία αυτά ο επισκέπτης έχει άμεση επαφή με το προϊόν στο φυσικό του περιβάλλον, δηλαδή μέσα στον Ελαιώνα.

Ένα τέτοιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η ομάδα παραγωγών της «Σύνδελφους».

Η ομάδα έχει συνεταιριστικό χαρακτήρα, χωρίς νομική υπόσταση παρά μόνο με την ηθική δέσμευση των βασικών αρχών λειτουργίας με τις οποίες δημιουργήθηκε.

Τα μέλη της ομάδας απαρτίζουν οι εξής παραγωγοί:

Οικογένεια Σκορλέτου: Παράγει το διακεκριμένο ελαιόλαδο ΠΥΘΙΟ

Οικογένεια ΡΕΛΛΟΥ: Παράγει το διακεκριμένο ΜΕΛΙ ΜΕΛΛΗΝ

Κοινωνικός Συνεταιρισμός Κοι.Σ.Π.Ε Φωκίδας: Παράγει σαπούνι από βιολογικό ελαιόλαδο Άμφισσας και δίδει θέσεις εργασίας σε άτομα που αντιμετωπίζουν ψυχοκοινωνικά προβλήματα

Αποστακτήριο Ανδρέου: Παράγει απόσταγμα στέμφυλων (τσίπουρο) με την επωνυμία Ρακαριό του Σάλωνα

Έχουν δημιουργήσει ειδικό χώρο υποδοχής επισκεπτών στο τυποποιητήριο ελαιολάδου που βρίσκεται στον Ελαιώνα της Άμφισσας στην περιοχή Σερνικάκι, πραγματοποιούν γευσιγνωσία και προώθηση και πώληση όλων των προϊόντων. Ταυτόχρονα συμμετέχουν από κοινού σε διεθνείς και άλλες εκθέσεις τροφίμων.

Το κοινό καλάθι προϊόντων τους προμηθεύεται ο Δήμος Δελφών ως δώρο εθιμοτυπίας.

Αξίζει να αναφερθεί ότι διερευνάται το πλαίσιο συνεργασίας με την αυτοδιοίκηση και τέτοια σχήματα κοινωνικής διάστασης ώστε να διατεθούν γαίες και ελαιοκτήματα που αποτελούν αδρανή περιουσία του Δήμου σε όσους μπορούν να τα αξιοποιήσουν με σκοπό την κοινωνική ωφέλεια.

Προς αυτή την κατεύθυνση, διοργανώνουμε ημερίδες, πραγματοποιούμε σεμινάρια ενημέρωσης και προωθούμε δράσεις συνεργατισμού. Με την πρόσφατη επικαιροποίηση του νόμου για την κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία (4430/2016) θεωρούμε ότι ο δρόμος είναι ανοικτός για μια ουσιαστική και παραγωγική σύμπραξη σε τοπικό επίπεδο (διατοπική με την αρωγή της αυτοδιοίκησης) με σκοπό την ανάδειξη του τοπικού μας προϊόντος, τη διαφύλαξη της αξίας του, την διατήρηση ενός ισχυρού τοπικού brand που θα σχετίζεται με την ιστορικότητα, την γαστρονομία και τα ετήσια πολιτιστικά δρώμενα.

**Δίκτυο Δήμων των Εκλεκτών Ελληνικών Γεύσεων:
Μία πρόταση για τον ελληνικό γαστρονομικό πολιτισμό**

Σωτήρης Μπόλης

**Διευθυντής έργου του Δικτύου Δήμων των Εκλεκτών Ελληνικών
Γεύσεων, συνεργάτης της Αναπτυξιακής Εταιρείας Πάρνωνα**

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Το Δίκτυο Δήμων των Εκλεκτών Ελληνικών Γεύσεων από την ίδρυσή του υποστηρίζει την αειφόρο και φιλική προς το περιβάλλον ποιοτική παραγωγή και την ολοκληρωμένη/ ενδογενή αγροτική ανάπτυξη. Επίσης προσεγγίζει την αγροτική κληρονομιά και τα αναγνωρισμένα προϊόντα **ΠΟΠ** και **ΠΓΕ** ως στοιχεία της τοπικής ταυτότητας, που αποτελούν στρατηγικά στοιχεία ανάπτυξης και μπορούν να ενισχύσουν τον τουρισμό, τον εναλλακτικό τουρισμό, τον οινοτουρισμό και πολλές άλλες τέτοιες μορφές τουρισμού που σχετίζονται με τη γαστρονομία και τη διατροφή. Έχει οργανώσει το Σχέδιο «Γεύσεις Ελλήνων Εκλεκτές» με δράσεις, ημερίδες και φεστιβάλ όπως η Μελιτζάzz Λεωνιδίου, το Koroni TzazesFest, η Οινοξένεια Αιγιαλείας κ.ά.

Λέξεις κλειδιά: Δίκτυο Δήμων των Εκλεκτών Ελληνικών Γεύσεων, γαστρονομικός πολιτισμός, αγροδιατροφική καινοτομία, εναλλακτικός τουρισμός.

Θα ήθελα να σας μιλήσω για το πώς σκεφτήκαμε και πώς υλοποιήσαμε το Δίκτυο Δήμων των Εκλεκτών Ελληνικών Γεύσεων.

Τα προϊόντα, ξεκινώντας από την ελιά και το ελαιόλαδο είναι εξαιρετικά από μόνα τους αλλά δε μπορούν να σταθούν εύκολα μόνα τους. Φτάνουν τελικά να αποτελούν ένα κομμάτι της συνολικής διατροφής.

Υπάρχουν βασικά στοιχεία στην ελληνική ύπαιθρο και γαστρονομία που συνθέτουν το προϊόν του αγροτικού μας χώρου. Τα τελευταία χρόνια

πολλές ευρωπαϊκές χώρες αλλά και η ίδια η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αρχίσει να ξεφεύγει από τη λογική της κλαδικής προσέγγισης για την υποστήριξη των προϊόντων της παραγωγής και να πηγαίνει στη χωρική προσέγγιση. Προσπαθεί να υποστηρίξει την αειφόρο και φιλική προς το περιβάλλον ποιοτική παραγωγή, την ολοκληρωμένη/ ενδογενή αγροτική ανάπτυξη και αυτό έχει αποτυπωθεί σε συνθήκες από Cork declaration 1996, Cork 2.0 2016, Agenda 2000, Πυλώνα II της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ).

Σοβαρό κομμάτι σε αυτή την προσέγγιση είναι η αγροτική κληρονομιά ως στοιχείο της τοπικής ταυτότητας. Τα ιδιαίτερα προϊόντα ενός τόπου είναι στα βασικά στοιχεία της αγροτικής κληρονομιάς κυρίως γιατί είναι η πρώτη ύλη (δεσμός με τον τόπο παραγωγής και τα φυσικά χαρακτηριστικά του) και οι κληροδοτημένες τεχνικές και τεχνολογίες (δεσμός με τον πολιτισμό και τις δεξιότητες).

Σοβαρό κομμάτι αυτής της παραγωγής είναι τα αναγνωρισμένα προϊόντα **ΠΟΠ** και **ΠΓΕ** που αποτελούν τα στρατηγικά στοιχεία αγροτικής ανάπτυξης. Μπορούν να ενισχύσουν τον τουρισμό, τον εναλλακτικό τουρισμό, τον οινοτουρισμό και πολλές άλλες τέτοιες μορφές τουρισμού που σχετίζονται με τη γαστρονομία και τη διατροφή.

Η ένταξη της γαστρονομικής κληρονομιάς κατά την εξέλιξή της στην πορεία του χρόνου αλλά και πώς διαμορφώνεται σήμερα στον τουρισμό και την αγροτική ανάπτυξη είναι σοβαρό αντικείμενο της συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για να έχουμε πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα.

Γαστρονομία: Υπάρχει έναν κατάλογος από λέξεις, τις οποίες μπορεί να μην τις γνωρίζετε. Είναι όμως λέξεις, κρυμμένοι θησαυροί, γαστρονομία της χώρας:

Γκόγκες, πατλιτζιάνια, τριφτάδια, πιταρούδες, ανεβατό, κιουνεφέ, καβουρμάς, μπαρδουνιώτικο, βολβοί, Σαν Μιχάλη, κελαηδί, καψαλιστό, πασιοκουφτέδες, ακανές, πλαστό, τσιγαρολάχανα, κλέφτικο, σφέλα, μπλατσάρα, γκαρούφα, λαλάγγια, τρεβλοφάι, φλωμάρια, μπατζίνα, σπετσοφάι, ρεγάλι, φορμαέλα, κρεμμυδερή, σαμουσάδες, σύγκλινο, λαγωτό, μπουμπάρι, μεσενικόλα, ρετζέλι...

Πρόκειται για κρυμμένους θησαυρούς, αναξιοποίητες ευκαιρίες του τόπου. Πρέπει να πατήσουμε σε αυτά που έχουμε και να τα εξελίξουμε. Κάποια από αυτά είναι προϊόντα ΠΟΠ, όπως το ανεβατό, το Σαν Μιχάλη, η σφέλα, φορμαέλα, μεσενικόλα...

Το Σχέδιο «Γεύσεις Ελλήνων Εκλεκτές» ξεκίνησε για να ασχοληθούμε με τα προϊόντα ΠΟΠ αλλά εξελίχθηκε να ασχοληθούμε με τις γεύσεις διότι το προϊόν μόνο του δεν είναι τόσο δυνατό όσο η γεύση. Τα Προγράμματα LEADER και οι αναπτυξιακές εταιρείες που συνεργάζονται για τέτοιες δράσεις, συμφώνησαν ότι πρόκειται για μια πολύ ωραία ιδέα και συγκεντρώθηκαν 21 από τις 48 αναπτυξιακές και με συντονιστή την Αναπτυξιακή Πάρνωνα έστησαν το σχέδιο για να κάνουν προσπάθειες να αναδείξουν τις εκλεκτές ελληνικές γεύσεις. Δηλαδή τη γαστρονομία, τα προϊόντα, τις εκλεκτές γεύσεις και τον πολιτισμό.

Η ιδέα προχώρησε, εξασφαλίστηκε η αιγίδα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, της ΚΕΔΕ, συνεργάστηκαν σεφ και άνθρωποι της ενημέρωσης. Δημιουργήθηκε υλικό το οποίο είναι αναρτημένο στο Διαδίκτυο, προσβάσιμο απ' όλους.

Δημιουργήθηκαν εργαλεία όπως βίντεο παρουσίασης όλων των περιοχών του Σχεδίου, των προϊόντων και της γαστρονομίας τους, μέσα από ένα οδοιπορικό με παρουσίαση των τόπων, με συνεντεύξεις τοπικών παραγωγών και chef και με εκδηλώσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος.

(βλ. YouTube: Finest Greek Tastes)

Υλοποιήθηκαν μελέτες:

- Μελέτη για «Το ποιοτικό απόθεμα της Ελληνικής παραγωγής και γαστρονομίας».
- «Μελέτη - Έρευνα αγοράς διείσδυσης πιστοποιήσεων ΠΟΠ, ΠΓΕ».
- «Ερευνητικές εργασίες αύξησης προστιθέμενης αξίας στην Ελληνική διατροφή και στα προϊόντα ποιότητας»

Εκπονήθηκαν Σχέδια Δράσης:

- «Εκπόνηση σχεδίου δράσης/ marketing plan ανάδειξης των εκλεκτών ελληνικών γεύσεων».
- «Εκπόνηση Σχεδίου δράσης και στρατηγικής για τη σύσταση του Δικτύου «Γεύσεις Ελλήνων Εκλεκτές».

Σκεφτήκαμε πως πρέπει να δημιουργηθεί ένα δίκτυο για να υπάρξει συνέχεια και αξιοποίηση των εργαλείων. Συγκεντρώθηκαν 56 Δήμοι της χώρας, 22 Αναπτυξιακές Ανώνυμες Εταιρείες Ο.Τ.Α. και 4 Πανεπιστημιακοί και Κοινωνικοί φορείς. Ακολούθησε η σύσταση του Δικτύου Δήμων των Εκλεκτών Ελληνικών Γεύσεων ως Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία (ΑΜΚΕ) και η πανηγυρική ίδρυση έγινε στις Βρυξέλλες, στις 23/11/2015, στην έδρα της Επιτροπής των Περιφερειών (Committee of Regions).

Ιδρύθηκε το δίκτυο, στο οποίο το 2016 προσχώρησε και ο Δήμος Πειραιά. Έγιναν: 1^η Γενική συνέλευση, Αθήνα 2016, 2^ο Διοικητικό Συμβούλιο, Πειραιάς 2016, 2^η Γενική Συνέλευση, Κορώνη 2017.

Ακόμα έχουν γίνει –όχι όσα θέλαμε καθώς το Σχέδιο προέβλεπε στην αμέσως επόμενη περίοδο Leader 2014 – 2020 να κάνουμε δουλειά, αλλά ακόμα, 2018, δεν υπάρχει το θεσμικό πλαίσιο, που αναμένεται. Κάναμε μια σειρά παρουσιάσεων και υλοποιήσαμε έργα, ως εξής:

1. **Συνέδριο** «1^ο Διεθνές Συνέδριο για τον Οινικό τουρισμό», Σαντορίνη 2016.
2. **Ημερίδα** «Η μελισσοκομία στην Άνδρο: Παρελθόν, παρόν & μέλλον», Άνδρος 2017.
3. **Ημερίδα** «Σχεδιάζοντας το πρόγραμμα CLLD/ LEADER 2014-2020 στους Δήμους Κεφαλονιάς-Ιθάκης», Κεφαλονιά 2017.
4. **Ημερίδα** «Η τοπική αυτοδιοίκηση στη σύγχρονη εποχή: Προκλήσεις και πολιτικές στην Ελλάδα και στην Ευρώπη», Λάρισα 2017.
5. **Διεθνές workshop** “ENRD Workshop on ‘Extending LEADER Innovation’”, Βρυξέλλες 2017.

6. **Ημερίδα** «Η Κ.Α.Π. μετά το 2020 και οι προκλήσεις της νέας εποχής», Περίπτερο Υπ.Α.Α.Τ., 27^η AGROTICA, Θεσσαλονίκη 2018.
7. **Συνέδριο** «Διεθνές συμπόσιο για το Αμπέλι, το Κρασί και την Υγεία», Ηράκλειο 2018.

Έργα του Δικτύου.

1. **Μουστάκειο κληροδότημα Άνδρου:** Εκπόνηση Μελέτης βιωσιμότητας και λειτουργίας του «Κέντρου Μεσογειακής Γαστρονομίας- Μουστάκειο Κληροδότημα» στην Πίσω Μεριά της Άνδρου.
2. **Φεστιβάλ Μεσογειακής Δίαιτας Κορώνης 2017:** «Branding και δημιουργία υλικού προβολής για το φεστιβάλ.

Η στρατηγική του Δικτύου έχει ως εξής:

1. **Στρατηγική και τελικός στόχος: Η παραγωγική οικονομία.** Απώτερος σκοπός του Δικτύου είναι η δημιουργία συνθηκών και προϋποθέσεων ώστε να αναλάβει την υπόθεση η παραγωγική οικονομία.
2. **Αγροδιατροφική στρατηγική.** Η ευρεία μορφή του Δικτύου, η πλατιά του βάση και η διαφαινόμενη ανάπτυξή του σε εθνικό επίπεδο μπορούν να του δώσουν ρόλο στη διαμόρφωση της Εθνικής Αγροδιατροφικής Στρατηγικής.
3. **Εθνική Πλατφόρμα Ποιότητας: Εργαλείο και στόχος.** Το Δίκτυο μπορεί να λειτουργήσει ως Εθνική Πλατφόρμα Ποιότητας, υποστηρίζοντας και πιστοποιώντας τα επιμέρους στοιχεία αλλά και τη συνολική γαστρονομική εμπειρία της Ελλάδας.

Η στόχευση του Δικτύου έχει να κάνει με τα εξής:

Αξιοποίηση, υποστήριξη και ανάδειξη της ελληνικής γαστρονομίας και του ελληνικού γαστρονομικού πολιτισμού.

Επικέντρωση στα τέσσερα συστατικά τους στοιχεία (4 βασικοί άξονες σχεδιασμού):

1. **Προϊόν:** τα εκλεκτά τοπικά προϊόντα.
2. **Κουζίνα:** η τοπική κουζίνα με τις χαρακτηριστικές της γεύσεις.
3. **Τόπος:** οι τόποι παραγωγής με τα ιδιαίτερα μορφολογικά και ανθρωπολογικά χαρακτηριστικά τους.
4. **Πολιτισμός:** ο πολιτισμός και τα έθιμα που δημιουργούν οι γαστρονομικές συνήθειες των περιοχών.

Ενδεικτικές δράσεις του Δικτύου είναι:

- Δημιουργία ταυτότητας/ branding περιοχών
- Καταγραφή και αξιοποίηση γαστρονομικού δυναμικού
- Τοπικοί θεσμοί γαστρονομίας και πολιτισμού
- Τοπικές και εθνικές συνέργειες
- Εκπαίδευση
- Αγροδιατροφική καινοτομία
- Δράσεις ιδιωτικού ενδιαφέροντος

Σκοπός του Δικτύου είναι:

- Αγροδιατροφική παραγωγή, πολιτισμός και τουρισμός.
- Εθνικός συντονισμός αξιοποίησης πόρων κυρίως του προγράμματος LEADER/CLLD.
- Τοπικές γαστρονομικές κοινότητες.
- Παράδοση, φολκλόρ και σύγχρονη διάσταση.

- Ελληνική γαστρονομική ταυτότητα. Branding για τον «**Ελληνικό Γαστρονομικό Πολιτισμό**».

Υπάρχουν παραδείγματα γαστρονομικών θεσμών και κοινοτήτων.

Ενδεικτικά παραδείγματα θεσμών γαστρονομικού, πολιτιστικού και ιστορικού ενδιαφέροντος τους οποίους υποστηρίζει ή διαμορφώνει το Δίκτυο και τα στελέχη του και υποστηρίζουν τοπικές κοινότητες είναι:

1. Μελιτζάzz Λεωνιδίου

Τοπική γαστρονομία και πολιτισμός.

2. Koroni TzaresFest

Μεσογειακή δίαιτα.

3. Οινοξένεια Αιγιαλείας

Τοπικός οίνος και γαστρονομία.

4. The Malvasia myth

Οίνος, ιστορία και πολιτισμός.

Ειδικότερα,

Μελιτζάzz Λεωνιδίου

Η τσακώνικη γαστρονομία με αρχηγό την **τσακώνικη μελιτζάνα Λεωνιδίου**, η τσακώνικη διάλεκτος, η παράδοση, ο χορός, η υφαντική η αρχιτεκτονική αναδεικνύονται μέσα από μια ethno-jazz εναλλακτική ματιά, με μουσικές, χορούς, γεύσεις και δράσεις πολιτισμού στα σοκάκια του Λεωνιδίου, στα πυργόσπιτα και τα αρχοντικά.

Τοπική κοινότητα υποστήριξης:

Πολλοί φορείς, πολλοί εθελοντές και πάνω από 150 επιχειρήσεις - χορηγοί.

Αναγνώριση:

- Βραβείο Best City Awards
- Σήμα EFFE Label - Remarkable festival 2015-2018.
- Σήμα Ευρωπαϊκού έτους Πολιτιστικής κληρονομιάς 2018.
- Παρουσιάσεις ως case study σε συνέδρια.
- Αντικείμενο μελέτης σε 4 μεταπτυχιακές εργασίες.
- Αιγίδες Υπουργείου Αγροτικής ανάπτυξης & Τροφίμων, Υπουργείου Πολιτισμού & Αθλητισμού.

Koroni TzaresFest

Από την αραβική "dgiarrah" στην ισπανική "jarra" κι από την ιταλική "giara" στην περίφημη κορωνέικη "τζάρα", οι λαοί της Μεσογείου διαφυλάσσουν στα πιθάρια τους τα μυστικά του Μεσογειακού γαστρονομικού τους πολιτισμού.

4ο Φεστιβάλ Μεσογειακής Διατροφής

Koroni TzaresFest

29/6-1/7/2017

Οινοξένεια Αιγιαλείας

Ένας καινοτόμος, πολυδιάστατος θεσμός στο δεύτερο μισό του Αυγούστου, μια γιορτή των μοναδικών κρασιών και του αμπελώνα της περιοχής, της τοπικής γαστρονομίας, των ιδιαίτερων τοπίων και του πολιτισμού της Αιγιαλείας.

Τοπική κοινότητα υποστήριξης:

- “Δίκτυο Οινοξένεια” με 30 επιχειρήσεις οίνου, εστίασης και κατάλυσης.
- Γαστρονομική κοινότητα Αιγιαλείας (υπό σύσταση).

Αναγνώριση:

- Βραβείο Best City Awards.
- Βραβείο Tourism awards.

- Βραβείο ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ - Πρόσωπα της χρονιάς.
- Σήμα Ευρωπαϊκού έτους Πολιτιστικής κληρονομιάς 2018.
- Παρουσίαση σε συνέδριο ως case study.
- Αιγίδες Υπουργείου Τουρισμού, Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Υπουργείου Πολιτισμού & Αθλητισμού.

The Malvasia myth

Η ιστορία, ο πολιτισμός, ο μύθος του πιο διάσημου κρασιού της ιστορίας. Το ταξίδι του Μαλβαζία οίνου από τη Μονεμβασιά και την Κρήτη στη Βενετία και από κει στην Ευρώπη του Μεσαίωνα και της Αναγέννησης.

Συνδυασμός τοπικών και διακρατικών δράσεων με ελληνικό συντονισμό.

Χτίζουμε ένα διεθνές δίκτυο για τον μύθο του Μαλβαζία οίνου με συμμετοχή περιοχών παραγωγής από όλη τη Μεσόγειο.

Τουριστική αξιοποίηση και διασύνδεση με τον τόπο και τη γαστρονομία.

Κοινότητες υποστήριξης χτίζονται σε όλες τις περιοχές.



**ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ
ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ**

Ο πολιτισμός της μεσογειακής διατροφής και η σύνδεσή του με τη μεσσηνιακή γαστρονομία

Βίκυ Ιγγλέζου

Διευθύντρια Μανιατακείου Ιδρύματος

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Το Μανιατάκειο Ίδρυμα συστηματικά αναδεικνύει την πολιτιστική παρουσία της Κορώνης και του Δήμου Πύλου –Νέστορος και προωθεί την πολιτιστική και αναπτυξιακή διάσταση της μεσογειακής διατροφής. Συμμετέχει σε συνέδρια και ημερίδες για τη διεθνοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Μεσσηνίας. Επιστημονικές μελέτες έχουν αναδείξει τη μεσογειακή διατροφή ως υπόδειγμα διατροφής για την προαγωγή της υγείας. Οι ρίζες της μεσογειακής διατροφής είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τον πολιτισμό, την παράδοση, τα ήθη και τα έθιμα καθώς επίσης και τους κοινωνικούς θεσμούς. Η μεσογειακή διατροφή συνδέει την αγροτική ανάπτυξη, τη γαστρονομία και βεβαίως τον τουρισμό συμβάλλοντας έτσι στην προβολή και ανάπτυξη της χώρας μας.

Λέξεις κλειδιά: Μεσογειακή διατροφή, βιώσιμη αειφόρος ανάπτυξη, γαστρονομική κληρονομιά, μεσσηνιακή κουζίνα.

Το Μανιατάκειο Ίδρυμα είναι ΝΠΙΔ κοινωφελούς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με έδρα την Αθήνα, το οποίο συστάθηκε το 1995 από τον οικονομολόγο και επιχειρηματία Δημήτρη Μανιατάκη και τη σύζυγό του Ελένη Ταγωνίδα - Μανιατάκη λογοτέχνιδα.

Ο κύριος σκοπός του ιδρύματος είναι η συστηματική ανάδειξη της πολιτιστικής παρουσίας της Κορώνης και του Δήμου Πύλου –Νέστορος στη διαχρονική πορεία του Ελληνισμού, καθώς επίσης ο εντοπισμός, η ανάδειξη και η διεθνοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Μεσσηνίας και της ευρύτερης περιφέρειας Πελοποννήσου. Η εμπλοκή του Μανιατακείου Ιδρύματος με τη μεσογειακή διατροφή ξεκίνησε το 2009 όταν το υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού ήρθε σε

επικοινωνία μαζί μας και ζήτησε από τους τοπικούς φορείς της Κορώνης επιστολές υποστήριξης της διακρατικής πρότασης υποψηφιότητας της μεσογειακής διατροφής στον αντιπροσωπευτικό κατάλογο της άυλης κληρονομιάς της UNESCO. Έκτοτε έχει οριστεί από το Δήμο Πύλου-Νέστορος ως ο τεχνικός σύμβουλος και πρωτοστατεί σε επίπεδο πρωτοβουλιών και δράσεων που στοχεύουν στη διαφύλαξη και ανάδειξη του άυλου αυτού θησαυρού.

Το 2008 η Ελλάδα, η Ιταλία, η Ισπανία και το Μαρόκο ανέλαβαν την πρωτοβουλία να αναδείξουν την πολιτιστική διάσταση της μεσογειακής διατροφής κι έτσι υπέβαλλαν διακρατικό φάκελο υποψηφιότητας στην UNESCO, προκειμένου η μεσογειακή διατροφή να συμπεριληφθεί στους παγκόσμιους θησαυρούς, πράγμα που έγινε. Η Κορώνη ανακηρύχθηκε μεταξύ των εμβληματικών κοινοτήτων, μαζί με τη Soria από την Ισπανία, το Cilento από την Ιταλία και το Chefchaouen από το Μαρόκο. Όμως, ενώ επιστημονικές μελέτες έχουν αναδείξει τη μεσογειακή διατροφή ως υπόδειγμα διατροφής για την προαγωγή της υγείας, παρατηρείται οι Έλληνες να εγκαταλείπουμε την ελληνική παραδοσιακή διατροφή με συνέπεια να αυξάνονται η παχυσαρκία και οι αρρώστιες που οφείλονται σε αυτήν. Την ίδια ώρα, η φήμη για τα οφέλη της ξεπερνά τα όρια και γίνεται δικαίως κληρονομιά όλης της ανθρωπότητας. Ο όρος είναι συνώνυμος με τη υγιεινή διατροφή, τη μακροζωία και τα χαμηλά ποσοστά εμφραγμάτων και καρκίνων. Το διατροφικό αυτό μοντέλο αποτυπώνεται στην πυραμίδα διατροφής, στην οποία κυρίαρχη θέση έχουν το σιτάρι, η ελιά και το αμπέλι, που μαζί με τα παράγωγά τους, αλεύρι, ελαιόλαδο και κρασί αποτελούν τα χαρακτηριστικά της διατροφής και του πολιτισμού της Μεσογείου.

Οι ρίζες της μεσογειακής διατροφής είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τον πολιτισμό, την παράδοση, τα ήθη και τα έθιμα καθώς επίσης και κοινωνικούς θεσμούς όπως η οικογένεια, οι φιλικές σχέσεις, η κοινωνικοποίηση, η φιλοξενία, χαρακτηριστικά που αποτελούν κοινό γνώρισμα των λαών που ζουν γύρω από τη λεκάνη της Μεσογείου.

Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι πως η μεσογειακή διατροφή:

- Φέρνει τους ανθρώπους κοντά.

- Συμβάλλει στην αειφόρο διαχείριση της υπαίθρου και των φυσικών πόρων και στη διατήρηση παραδοσιακών πρακτικών αλιείας και καλλιέργειας.
- Συμβάλλει στην καλή υγεία.
- Αποτελεί στοιχείο διαπολιτισμικής και διαγενεακής ανταλλαγής.
- Βρίσκεται στο επίκεντρο σημαντικών κοινωνικών εκδηλώσεων.
- Είναι διαρκώς παρούσα στην προφορική παράδοση.

Στις 4 Δεκεμβρίου 2013 η διακυβερνητική επιτροπή της UNESCO αποφάσισε τη διεύρυνση των χωρών που υποστήριξαν την υποψηφιότητα της μεσογειακής διατροφής, προσθέτοντας την Κροατία (Brac & Hvar), την Κύπρο (Αγρός) και την Πορτογαλία (Tavira).

Η μεσογειακή διατροφή μπορεί και πρέπει να αποτελέσει βασικό αναπτυξιακό εργαλείο, εκφράζοντας έναν ιδιαίτερο και μοναδικό τρόπο ζωής αλλά ταυτόχρονα αξιοποιώντας μέρος του ελληνικού πλούτου, ιστορικού, κοινωνικού και πολιτιστικού. Πρέπει να επαναπροσδιοριστεί η σχέση μεταξύ αξιοποίησης και ανάδειξης της μεσογειακής διατροφής, ως αγαθό άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς με τη βιώσιμη αειφόρο ανάπτυξη.

Η σύγχρονη πρόκληση είναι η σύνδεσή της με τέτοιους όρους και προϋποθέσεις προκειμένου να υπάρξει μια σχέση μεταξύ κοινωνίας και φύσης. Η αναγνώριση της μεσογειακής διατροφής από την UNESCO έχει απτά οικονομικά οφέλη, αφού δίνει την ευκαιρία να αναπτυχθούν τοπικές καλλιέργειες, μπορεί να λειτουργήσει ως αποτελεσματικό μέσο προώθησης των τοπικών αγροτικών προϊόντων, τα οποία αποτελούν και τη βάση της μεσογειακής διατροφής και συμβάλλει στην προβολή και ανάπτυξη της χώρας μας.

Στις σύγχρονες αντιλήψεις για την οικονομική ανάπτυξη η πολιτιστική κληρονομιά αναγνωρίζεται ταυτόχρονα ως ατμομηχανή και ως καταλύτης οικονομικής και κοινωνικής ανασυγκρότησης.

Η διεθνής εμπειρία είναι πλούσια σε παραδείγματα όπου η επιτυχής εφαρμογή τη πρακτικής της νέας αυτής προσέγγισης στην οικονομική αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς ανέτρεψε την παρακμή και οδήγησε σε οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη,

Η Κορώνη, η Μεσσηνία, η Ελλάδα έχει την ευκαιρία να αξιοποιήσει το αγαθό «πολιτισμός». Η πρώτη ύλη υπήρχε, ήταν εξαιρετικά ενδιαφέρουσα για τον επισκέπτη αλλά δεν είχε προστιθέμενη αξία. Η συγκυρία είναι μοναδική προκειμένου να αναδείξουμε τον πολιτισμό, συνδέοντάς τον άμεσα με την αγροτική ανάπτυξη και τη γαστρονομία και βεβαίως τον τουρισμό, δημιουργώντας έτσι ένα δυναμικό και σύνθετο μοντέλο ανάπτυξης.

Η γαστρονομία είναι η τέχνη της επιλογής, της ετοιμασίας, του σερβιρίσματος και της απόλαυσης του καλού φαγητού. Έχει αποδειχθεί ως η μεγαλύτερη πολιτιστική δύναμη μεταξύ των λαών του κόσμου, από τη γλωσσολογία ή άλλες επιδράσεις.

Η φυσιογνωμία των κοινωνιών και των λαών μέσα από τους αιώνες, διαμορφώνεται και μέσα από την επαφή τους με τον φυσικό χώρο που τους περιστοιχίζει. Για τους μεσογειακούς λαούς λοιπόν, ένα από τα στοιχεία που έπαιξε σπουδαίο ρόλο, όχι μόνο στην οικονομική και κοινωνική πραγματικότητα, αλλά και σαν στοιχεία λατρευτικής πρακτικής είναι το κατεξοχήν μεσογειακό δέντρο, η ελιά. Θα μπορούσε να πει κανείς πως η ελιά αποτελεί μια γέφυρα που συνδέει τους λαούς μεταξύ τους.

Κατά την ελληνική μυθολογική παράδοση η Ελαΐς ήταν κόρη του Ανίου και της Δωρίππης και είχε ως αποστολή της την προστασία του ελαιόλαδου. Είχε αδερφές την Οινώ και τη Σπερμώ, προστάτιδες του αμπελιού και του σιταριού αντίστοιχα. Τα τρία αυτά σπουδαία προϊόντα της φύσης, ελαιόλαδο, κρασί και σιτάρι, ταυτίζονται με την ελληνική γη από αρχαιοτάτων χρόνων.

Η «καλλίκαρπος» Μεσσηνία, σύμφωνα με τον Ευριπίδη: Οι ομορφιές της μεσσηνιακής γης, μια από τις περιοχές της Ευρώπης με τη μεγαλύτερη βιοποικιλότητα, σε συνδυασμό με τις διατροφικές συνήθειες και τις γαστριμαργικές προτάσεις της τοπικής κουζίνας, είναι αποτέλεσμα της εύφορης γης και της φροντίδας των Μεσσηνίων για τις παραδόσεις τους. Διατηρώντας τις παραδόσεις, τα γνήσια τοπικά προϊόντα και τη διατροφική ιστορία της περιοχής, μένει ζωντανή η πολιτιστική κληρονομιά.

Τι συνιστά η μεσσηνιακή γαστρονομία:

Ελιά και ελαιόλαδο, σταφύλι και κρασί, σύκα ξερά, σταφίδα, τυριά, ποτά, μέλι, παστέλι, δίπλες και λαλάγγια, σύγκλινο, βαλσαμικό ξύδι και τα βότανα.

Βουνό και θάλασσα και μερικά εκατομμύρια λιόδεντρα συμμαχούν για να προσφέρουν στην περιοχή όλα τα εχέγγυα για να την κάνουν γνωστή και περιζήτητη και βεβαίως μια τοπική μαγειρική παράδοση σε όλο τον κόσμο. Είναι κατά κανόνα η περιοχή με τη μεγαλύτερη παραγωγή ελαιόλαδου που εναλλάσσεται στην πρωτιά με τους νομούς της Κρήτης. Το ελαιόλαδο αποτελεί τη βάση της μεσογειακής διατροφής και είναι το Α και το Ω στην κουζίνα της Μεσσηνίας.

Τόσο η διεθνής εμπειρία όσο κι επιμέρους μελέτες έχουν καταδείξει ότι το σημαντικότερο στοιχείο για την ανάπτυξη του τουρισμού σε μία περιοχή, είναι τα ίδια τα συγκριτικά πλεονεκτήματά της. Υπολογίζεται πως 3 εκ. Ευρωπαίοι ταξιδιώτες έχουν ως βασικό κριτήριο των διακοπών τους τη γαστρονομία και όχι τον ήλιο και τη θάλασσα, ενώ ο αριθμός αυτός διπλασιάζεται αν συμπεριλάβουμε και τους αντίστοιχους Αμερικανούς.

Η γαστρονομία, εφόσον ενταχθεί με σωστό τρόπο στο τουριστικό προϊόν μπορεί να αυξήσει το ΑΕΠ κατά 1 δις. ευρώ και να δημιουργήσει 50.000 νέες θέσεις εργασίας, ενώ μέσα σε 3 με 5 χρόνια μπορεί να αποτελεί έναν από τους τρεις κύριους λόγους επιλογής της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού.

Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ 500.000 το τουρίστες περισσότεροι θα έρχονταν στην Ελλάδα αν βελτιώναμε και προωθούσαμε τη γαστρονομική μας κληρονομιά.

Η γαστρονομία και ο τουρισμός αναδεικνύουν μια εξαιρετικά δυναμική συνέργεια, υποδεικνύουν τον τρόπο με τον οποίο η τοπική διατροφική παράδοση γίνεται κινητήρια δύναμη της τουριστικής ανάπτυξης. Ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί το πάντρεμα των ποιοτικών τοπικών προϊόντων με το τουριστικό προϊόν στο οποίο στηρίζεται ένα τόσο μεγάλο κομμάτι της ελληνικής οικονομίας.

Παραδείγματα υπηρεσιών γαστρονομικού τουρισμού είναι η διοργάνωση σεμιναρίων γαστρονομίας, εκδηλώσεων γευσιγνωσίας, η ξενάγηση και γνωριμία με παραδοσιακά προϊόντα και μεθόδους

παρασκευής τους, οι μαγειρικές επιδείξεις, συμμετοχή σε γαστρονομικές επιδείξεις, φεστιβάλ κ.λπ.

Η βασική επιδίωξη κάθε τουριστικού προορισμού είναι να τον ερωτευτεί ο τουρίστας, ώστε να ξαναγυρίσει σε αυτόν, και ως γνωστόν ο έρωτας περνάει από το στομάχι.

Μέσα στην πολύπλευρη κρίση που περνάει η χώρα, ανοίγεται ένας νέος αναπτυξιακός τομέας, αρκεί να τον αντιμετωπίσουμε με τη δέουσα σοβαρότητα και να μην τον ευτελίσουμε με προϊόντα δεύτερης αξίας. Αυτό είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα σε μία παγκοσμιοποιημένη κοινωνία που αναζητεί τη διαφορετικότητα και το μοναδικό. Η ελληνική γη το παράγει. Δεν έχουμε παρά να το σεβαστούμε και να το διαφημίσουμε. Το στοίχημα είναι η επιτυχής διασύνδεση της πρωτογενούς και δευτερογενούς της αγροτικής παραγωγικής διαδικασίας με την κατανάλωση με την ταυτόχρονη προβολή και ανάδειξη της μεσσηνιακής πολιτιστικής κληρονομιάς, συνδέοντάς την με τη γαστρονομία και τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα.

Το Μανιατάκειο ίδρυμα αυτοτελώς αλλά και ως τεχνικός σύμβουλος του Δήμου Πύλου-Νέστορος προωθεί την πολιτιστική και αναπτυξιακή διάσταση της μεσογειακής διατροφής. Συμμετέχει σε συνέδρια και ημερίδες, με ομιλίες που διοργανώνουν διάφοροι φορείς στην Ελλάδα, συνεργάζεται με τον δήμο για το Φεστιβάλ Μεσογειακής Διατροφής στην Κορώνη, σαν ίδρυμα διοργανώνουμε τη μεσογειακή διατροφή στα ευρωπαϊκά προγράμματα που συμμετέχουμε.

Κλείνοντας, να σημειωθεί πως: Η σύνδεση των ανθρώπων με την ιστορία και τον πολιτισμό είναι ο καλύτερη ευκαιρία για να γνωρίσουν τον εαυτό τους, να βρουν τη θέση τους στη ροή του χρόνου και να προσδιορίσουν το μέλλον τους!

Σύμφωνα με τον Επίκουρο: «Αρχή και ρίζα παντός αγαθού η της γαστρός ηδονή».

Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών στην ελαιοκαλλιέργεια στην περιοχή της Τριφυλίας

Αντώνης Παρασκευόπουλος

Διευθυντής της Διεύθυνσης Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής Τριφυλίας

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Η Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής Τριφυλίας καινοτομεί με τη χρήση Γεωργίας Ακριβείας που με την πληροφορική και τα ηλεκτρονικά εφαρμοσμένα στη γεωργία, βοηθά το γεωργό στη λήψη αποφάσεων για την καλύτερη διαχείριση του αγροκτήματός του επιτυγχάνοντας μείωση του κόστους παραγωγής. Επίσης βελτιώνουμε την εφαρμογή των δολωματικών ψεκασμών από εδάφους για την καταπολέμηση του δάκου με τη χρήση GIS και GPS. Ταυτόχρονα εφαρμόζοντας το πρόγραμμα Green Water Drone παρέχουμε στους παραγωγούς τις πραγματικές ανάγκες άρδευσης σε πραγματικό χρόνο. Ένα άλλο πρόγραμμα το οποίο υλοποιείται στην περιοχή της Χώρας είναι το IoF2020 που συνδέει τη γεωργία και τα τρόφιμα. Με την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών της Ευφυούς Γεωργίας ή της Γεωργίας Ακριβείας μπορούμε μαζί με το ανθρώπινο δυναμικό και τα χαρακτηριστικά της γεωγραφικής περιοχής να αναδείξουμε το λάδι και να βελτιώσουμε την ποιότητά του.

Λέξεις κλειδιά: Γεωργία Ακριβείας, ασύρματα δίκτυα αισθητήρων, εφαρμογή τεχνολογίας GIS και GPS, Green Water Drone, IoF2020.

Θα παρουσιάσουμε τις δικές μας προσπάθειες για την ανάδειξη του ελαιολάδου και την υποστήριξη της ελαιοκαλλιέργειας. Θα μιλήσουμε για νέες τεχνολογίες. Αρχίζουμε με τον όρο Γεωργία Ακριβείας, με τον οποίο ορίζουμε τη διαχείριση της χωρικής και χρονικής παραλλακτικότητας των αγρών, προκειμένου να βελτιωθεί η αποδοτικότητα των αγροκτημάτων και/ή να επιτευχθεί μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον από την μη ορθολογική χρήση των εισροών. Η Γεωργία Ακριβείας είναι ένα σύστημα διαχείρισης αγροκτημάτων το οποίο χρησιμοποιώντας την πληροφορική και τα

ηλεκτρονικά εφαρμοσμένα στη γεωργία, βοηθά τον γεωργό στη λήψη αποφάσεων για την καλύτερη διαχείριση του αγροκτήματος.

Αξιοποιούμε την τεχνολογία στη δακοκτονία. Η παρουσίαση αφορά στη μελέτη εφαρμογής τεχνολογίας GIS και GPS στη διαχείριση των δολωματικών ψεκασμών, που είναι η πιο οικονομική, αποτελεσματική μέθοδος, που έχει προστατεύσει το ελληνικό ελαιόλαδο από την παρουσία υπολειμμάτων στις αγορές του εξωτερικού.

Σκοπός του προγράμματος είναι η βελτίωση της εφαρμογής των δολωματικών ψεκασμών από εδάφους για την καταπολέμηση του δάκου με τη χρήση GIS και GPS, γιατί έτσι επιτυγχάνουμε έλεγχο και αριστοποίηση της ποιότητας των ψεκασμών (ποιοτικό έργο), επιμέτρηση τελικής εργασίας και αυτό είναι το ζητούμενο, μείωση του κόστους και της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης. Απαραίτητα είναι οι κατάλληλες συσκευές, ένα λογισμικό και ορθοφωτοχάρτες για την αποτύπωση του έργου. Ο δάκος, αυτό το μικρό έντομο, μπορεί να μας κάνει ζημιά μέχρι και 150.000 έως 180.000 τόνους το χρόνο και αυτό έχει σημαντικές επιπτώσεις στο ελληνικό εισόδημα.

Ξεκινήσαμε αυτή την εφαρμογή το 2006 -μετά τη Φωκίδα που ξεκίνησε το 2005- αγοράσαμε τα GPS, κατεβάσαμε ειδικό λογισμικό στον υπολογιστή και καθημερινά γινόταν σε κάθε περιοχή καταγραφή. Είχαμε την αποτύπωση, παρακολουθήσαμε και καταλάβαμε πως μπορούμε να πάμε πιο κάτω και να διορθώνουμε τις αστοχίες, τις παραλείψεις και τα λάθη στο έργο σε πραγματικό χρόνο παρακολουθώντας τη δακοκτονία.

Είχαμε πληροφορία σε πραγματικό χρόνο για όλα, όπως το ημερολόγιο των δρομολογίων, την επιλογή της τοποθεσίας και την κίνηση των ψεκαστικών. Τα δεδομένα αφορούσαν σε κάθε σημείο και για τους ψεκασμούς και για τις παγίδες.

Φέτος θα εφαρμόσουμε ηλεκτρονική παγίδα για την παρακολούθηση του δάκου για να έχουμε προσέγγιση και στην παρακολούθηση των δακοσυλλήψεων. Έχει ήδη γίνει μια εφαρμογή με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο. Ο δάκος δημιουργεί εστίες τις οποίες εάν γνωρίζουμε κι έχουμε δεδομένα, θα μπορούμε να μοντελοποιήσουμε τον βιολογικό του κύκλο και να έχουμε πολύ καλά αποτελέσματα. Αυτό γίνεται από πέρυσι στα Χανιά και στο Ρέθυμνο και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Περνάμε

στις νέες τεχνολογίες, οι οποίες όμως δεν αντικαθιστούν το ανθρώπινο δυναμικό.

Ένα άλλο πρόγραμμα έχει να κάνει με την εφαρμογή Γεωργίας Ακριβείας -η πρώτη που έγινε στη χώρα μας- σε ελαιοπερίβολο 91 στρεμμάτων με 1.700 ελαιόδεντρα. Θέλαμε να δούμε ποια τεχνική καλλιέργειας αυξάνει την οργανική ουσία και αν μπορούμε να κάνουμε λίπανση μεταβαλλόμενη, βάσει της Γεωργίας Ακριβείας. Να εκτιμήσουμε δηλαδή δύο διαφορετικές επεμβάσεις στη διαχείριση ζιζανίων, ώστε, είτε με μηχανική καταστροφή, είτε με συνδυασμό, να έχουμε μια ολοκληρωμένη αντιμετώπιση για να δούμε πού αυξάνει η γονιμότητα και τι πετυχαίνουμε με τη λίπανση και τη μείωση του κόστους.

Χαρτογραφήσαμε τα 91 στρέμματα. Διαπιστώσαμε ότι τα χωράφια στη συντριπτική τους πλειοψηφία είχαν 3 με 5 φορές παραπάνω λίπασμα απ' ό,τι έπρεπε. Αλόγιστη χρήση και μεγάλο κοστολόγιο. Άρα, έπρεπε να κάνουμε μεταβαλλόμενη λίπανση, διαφοροποιώντας την από σημείο σε σημείο μέσα στο ίδιο χωράφι και υπολογίζοντας μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή την ποσότητα που θα διαθέσει ο λιπασματοδιανομέας στην καθορισμένη θέση και το σημείο.

Κάναμε μετρήσεις για κάλιο και φώσφορο. Διαπιστώσαμε πως δε γίνεται ορθολογική χρήση των εισροών, δεν γίνονται εδαφολογικές αναλύσεις. Τα στοιχεία των εδαφολογικών αναλύσεων -όταν γίνονται- δεν ερμηνεύονται από ειδικούς, ώστε να πετύχουμε αύξηση παραγωγής, μείωση του κόστους και να έχουμε ωφέλεια.

Έτσι καταφέραμε να έχουμε οικονομικότητα. Ότι δηλαδή είχαμε 22% περισσότερη οργανική ουσία στην ολοκληρωμένη αντιμετώπιση και όχι στη φρέζα, 26% μικρότερη αντίσταση του εδάφους στη χημική ζιζανιοκτονία και 30% μικρότερη λίπανση από αυτή που έκανε ο παραγωγός.

Στη συνέχεια αξιοποιήσαμε τα ασύρματα δίκτυα στη Γεωργία Ακριβείας για να έχουμε πληροφορίες για γεωργικές προειδοποιήσεις καλλιέργειας στους παραγωγούς. Στήσαμε δίκτυα που μετρούν φυσικά μεγέθη στην περιοχή της Κυπαρισσίας, συγκεντρώνουμε τις μετρήσεις σε τοπικό επίπεδο, ασύρματα τις λάμβανε ο υπολογιστής και παρακολουθούσαμε τα πάντα από το γραφείο.

Τα ασύρματα δίκτυα αισθητήρων είναι ηλεκτρονικά συστήματα τα οποία μετρούν φυσικά μεγέθη, όπως υγρασία εδάφους, θερμοκρασία, ηλιακή ακτινοβολία και δεδομένα που μεταφέρονται ασύρματα σε ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Ένα νέο πρόγραμμα που εφαρμόζεται από φέτος, με τη συνεργασία του Γεωπονικού Πανεπιστημίου και του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, είναι η ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμου και οικονομικού συστήματος για τον ακριβή δυναμικό προγραμματισμό της άρδευσης και την επιτήρηση των καλλιεργειών. Το πρόγραμμα λέγεται Green Water Drone. Προτείνει ένα σύστημα προγραμματισμού άρδευσης, που θα παρέχει στους παραγωγούς τις πραγματικές ανάγκες άρδευσης σε πραγματικό χρόνο, μέσω ενός συντελεστή που θα αποτυπώνει την υδατική κατάσταση της καλλιέργειας.

Εκτός από αυτό, το προτεινόμενο καινοτόμο σύστημα μέτρησης και εφαρμογής του δείκτη υδατικής καταπόνησης, το οποίο βαθμολογήθηκε σαν πρώτο στην αξιολόγηση στο «Ερευνώ και Καινοτομώ», για την εστιασμένη και σε πραγματικό χρόνο διαχείριση των αναγκών άρδευσης των καλλιεργειών με μεγάλες υδατικές απαιτήσεις, αποτελεί μια σύζευξη των πλεονεκτημάτων της εστιασμένης και από μικρή απόσταση μέτρησης θερμοκρασίας των υπέργειων συστημάτων υπέρυθρων αισθητήρων, με τις δυνατότητες αποτελεσματικής και κυρίως χαμηλού κόστους κάλυψης μεγάλων εκτάσεων των δορυφορικών συστημάτων τηλεμετρίας. Βασίζεται στη χρήση drones που φέρουν κατάλληλο εξοπλισμό για την άμεση μέτρηση της θερμοκρασίας φυλλώματος, με χωρική ακρίβεια που μπορεί να προσαρμοστεί δυναμικά στην πυκνότητα και ετερογένεια της καλλιέργειας.

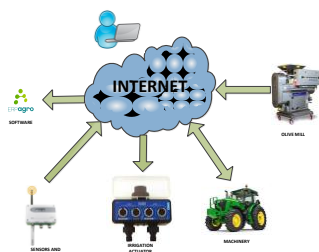
Ένα άλλο πρόγραμμα το οποίο υλοποιείται στην περιοχή της Χώρας είναι το IoF2020, διασύνδεση πραγμάτων στη γεωργία και στα τρόφιμα. Εταίρος είναι ο «Νηλέας». Συμμετέχουν 74 εταίροι από την Ευρώπη και είναι το μεγαλύτερο πρόγραμμα που έχει χρηματοδοτήσει η Ε.Ε. στη γεωργία. Την Ελλάδα εκπροσωπεί το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο, ο «Νηλέας» και η ΔΑΟΚ Τριφυλίας, ενώ συμμετέχει σαν σύμβουλος το Πανεπιστήμιο.

5 τομείς, 19 επιδείξεις χρήσης.

Στόχοι του προγράμματος:

- Η χρησιμοποίηση αισθητήρων στη διαχείριση καλλιεργειών, για την βελτιστοποίηση του κόστους, αύξηση της παραγωγής και της ποιότητας.
- Με τη χρήση αισθητήρων διασυνδεδεμένων (internet of things) μπορεί να επιτευχθεί:
 - Διαχείριση της καλλιέργειας με βάση δεδομένα που συλλέγονται από αισθητήρες
 - Έλεγχος γεωργικών μηχανημάτων από απόσταση
 - Ενεργοποίηση αυτόματων συστημάτων άρδευσης και λίπανσης
 - Έλεγχος και ενεργοποίηση συστημάτων στις μονάδες αποθήκευσης και επεξεργασίας τροφίμων

Το IoF2020 ανοίγει το δρόμο για την ευφυή γεωργία που είναι ικανή να προσφέρει υψηλότερες αποδόσεις παραγωγής με πιο βιώσιμο και υπεύθυνο για το περιβάλλον τρόπο, ενώ παράλληλα καθιστά τον ευρωπαϊκό γεωργικό τομέα πιο ανταγωνιστικό σε έναν όλο και περισσότερο παγκοσμιοποιημένο κόσμο.



Για τον σκοπό αυτό διεξάγει επιδεικτικά πειράματα μεγάλης κλίμακας στους τομείς της γαλακτοπαραγωγής, των αροτραίων καλλιεργειών, των φρούτων, του κρέατος και των λαχανικών καλύπτοντας όλη την εφοδιαστική αλυσίδα (από το χωράφι στο ράφι). Στο έργο συμμετέχουν πάνω από 70 εταιρείες από τον χώρο των πανεπιστημίων, της έρευνας, των εταιρειών, των συνεταιρισμών και των παραγωγών, ενώ έχει λάβει απευθείας χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση ύψους 30 εκατομμυρίων €.

- Τα συστήματα αποτελούνται κυρίως από μετεωρολογικούς σταθμούς και αισθητήρες εδάφους (υγρασίας, θερμοκρασίας και

ηλεκτρικής αγωγιμότητας) που αναλύουν συνεχώς τα δεδομένα και υποστηρίζουν τον παραγωγό στην λήψη αποφάσεων που αφορούν κυρίως την άρδευση.

- Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στην εγκατάσταση ενός συστήματος που ελέγχει την άρδευση εξ αποστάσεως μέσω δικτύου κινητής τηλεφωνίας και το οποίο μπορεί να ελέγχει την εκκίνηση της αντλίας με την χρήση ενός ρελέ καθώς και το άνοιγμα και κλείσιμο της ηλεκτροβάννας.
- Η άρδευση παρακολουθείται από ροόμετρα και ηλεκτρονικά μανόμετρα ενώ ο χρήστης μπορεί να έχει πρόσβαση σε όλα τα δεδομένα του μέσα από τον υπολογιστή του, το τάμπλετ και το κινητό του τηλέφωνο.
- Μέσω της σωστής άρδευσης επιτυγχάνεται υψηλή ποσότητα παραγωγής και ποιότητα τόσο ελιάς όσο και ελαιολάδου.
- Επιπλέον επιτυγχάνεται μείωση του κόστους παραγωγής λόγω των μειωμένων εισροών αλλά και της αποτελεσματικότητας των γεωργικών μεταχειρίσεων.
- Τέλος, συστήματα IoT θα εγκατασταθούν και στο ελαιοτριβείο με σκοπό την παρακολούθηση της ποιότητας του ελαιολάδου κατά την παραγωγή του.
- Τα δεδομένα που θα συλλεχθούν από τους επιδεικτικούς αγρούς και αφορούν την παραγόμενη ποιότητα και ποσότητα της ελιάς θα αναλυθούν με σκοπό την αξιολόγηση της χρήσης των συστημάτων IoT στην γεωργία.

Ο σκοπός: Έλεγχος στο χωράφι, έλεγχος στα ελαιοτριβεία και διασύνδεση όλων των αισθητήρων σε μια κεντρική βάση.

ΑΓΡΟΚΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τι γίνεται στη χώρα μας:

- **Σχίνος (Νηλέας)**

- Στη Χώρα Τριφυλίας, υψόμετρο 350 μέτρα, υπάρχουν 190 δένδρα βιολογικής γεωργίας, κορωνέικης και μαυρολιάς, σε έκταση 11 στρ.
- Οι αισθητήρες που έχουν εγκατασταθεί μετρούν
 - Θερμοκρασία και υγρασία εδάφους στα 30 cm and 50 cm
 - Ταχύτητα και κατεύθυνση ανέμου, βροχόπτωση, θερμοκρασία, σχετική υγρασία
 - Αυτόματο σύστημα άρδευσης, που ενεργοποιείται από τον υπολογιστή, όταν η στάθμη πέσει κάτω από το δεδομένο όριο.

Άλλες περιοχές είναι ο **Τζίτζιρας** και οι **Βαγιές**.

Η περιοχή παρακολουθεί τις εξελίξεις. Ο νομός είναι ο πρώτος ελαιοκομικός. Θα πρέπει για να μεγαλώσουμε να συνεργαστούμε, να αναδείξουμε τα πλεονεκτήματα των ΠΟΠ ελαιολάδων, να αναδείξουμε τις προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις, να συνεργαστούμε και να προσέχουμε γιατί γίνονται λάθη στη χρήση εισροών και φυτοπροστατευτικών, επιμολυντών, υπολειμμάτων, ορυκτελαίων κ.λπ. Χρειάζονται όλοι βελτίωση: Ελαιοτριβεία, παραγωγοί, υπηρεσίες, τοπική αυτοδιοίκηση, συνέργειες, ώστε μέσα απ' όλα αυτά να μπορέσουμε να βελτιωθούμε.

Έγινε εξοικονόμηση εισροών έως 8% για το 2017 βάσει των πρώτων αποτελεσμάτων.

Αντιλαμβάνεστε πως με την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών της Ευφυούς Γεωργίας ή της Γεωργίας Ακριβείας μπορούμε μαζί με το ανθρώπινο δυναμικό και τα χαρακτηριστικά της γεωγραφικής περιοχής να αναδείξουμε το λάδι, να βελτιώσουμε την ποιότητα και να βγούμε στις αγορές σαν leader με ψηλά τον πήχη και με μεγάλες δυνατότητες.

Βότανα – Συνεργασίες – Εκχυλίσεις – Έρευνα: Η περίπτωση του ελαιολάδου

Γιώργος Σταυρόπουλος

Γεωπόνος Έρευνας και Ανάπτυξης στην εταιρεία ΚΟΡΡΕΣ Φυσικά Προϊόντα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Η εταιρεία καλλυντικών ΚΟΡΡΕΣ δουλεύει πάνω τετράπτυχο: Βότανα – Συνεργασίες – Εκχυλίσεις – Έρευνα. Έχει άμεση σχέση με την ελληνική φύση και τους Έλληνες παραγωγούς. Η έρευνα επικεντρώνεται στον πρωτογενή τομέα και στα φυτά της χώρας μας, έτσι έχει αναπτυχθεί ένα δίκτυο ηθικών συνεργασιών. Η εταιρεία δημιούργησε τη σειρά καλλυντικών «Ελαιώνας Κρήτης» σε συνεργασία με τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Βιοκαλλιεργητών Μεσσαράς στο Ηράκλειο της Κρήτης. Η διαδικασία παραγωγής τηρεί όλα τα ποιοτικά στάνταρντ που εξασφαλίζουν την ποιότητα ελαιολάδου, από την καλλιέργεια μέχρι την παραγωγή του ελαιολάδου στο ελαιοτριβείο. Αυτή η σειρά προϊόντων με το ελαιόλαδο έχει μεγάλη απήχηση στους καταναλωτές ιδιαίτερα στην Αμερική και την Ευρώπη.

Λέξεις κλειδιά: Ελληνικά βότανα, βιολογική παραγωγή σποροφύτων, εκχυλίσματα, συμβολαιακή γεωργία, ελαιόλαδο.

Θα αναφερθώ στην εμπλοκή της δικής μας εταιρείας με το ελαιόλαδο, το οποίο λέμε ότι μας εκπροσωπεί στα πέρατα της γης, από μια άλλη λογική.

Είμαστε μια εταιρεία καλλυντικών και το τετράπτυχο στο οποίο δουλεύουμε είναι: Βότανα – Συνεργασίες – Εκχυλίσεις – Έρευνα. Γίνεται αναφορά στην ελληνική φύση, στους Έλληνες παραγωγούς και στις

συνεργασίες που προκύπτουν από παραγωγούς και πώς η έρευνα επικεντρώνεται στον πρωτογενή τομέα και μάλιστα στα φυτά της χώρας μας.

Διεξάγουμε μια εκτεταμένη έρευνα στην ελληνική χλωρίδα σε συνεργασία με το Εργαστήριο Γεωργίας του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Πώς μπορεί ενδημικά φυτά να ενταχθούν σε οργανωμένη καλλιέργεια και να αξιοποιηθούν γιατί πραγματικά οι σημερινές συνθήκες όταν μιλάμε για διάσωση, εννοούμε κατά μία έννοια και την αξιοποίησή τους, μέρους βέβαια σεβασμού στο περιβάλλον και στον γενετικό πλούτο της χώρας μας.

Επίσης, έχουμε συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα που αφορούν στον πρωτογενή τομέα.

- Επιλέγουμε κατάλληλες περιοχές για ποιοτική και ποσοτική απόδοση.
- Επιλέγουμε συνεργάτες.
- Παρέχουμε τεχνική υποστήριξη σε συνεργαζόμενους παραγωγούς στη βιολογική παραγωγή σποροφύτων (πολλαπλασιαστικού υλικού) υψηλών προδιαγραφών.

Η εταιρεία λειτουργεί πλέον των 20 ετών. Τα τελευταία 10 χρόνια παράγει και τα εκχυλίσματα. Μέχρι τότε προμηθευόταν τα εκχυλίσματα από το εξωτερικό. Δεν υπήρχε μονάδα μεταποίησης των αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών. Έτσι πρώτα έφευγαν για το εξωτερικό, γινόταν η μεταποίηση και τα προμηθευόμασταν στην συνέχεια από μεταποιητές του εξωτερικού.

Έτσι έχει αναπτυχθεί ένα δίκτυο ηθικών συνεργασιών. Το ονομάζουμε έτσι γιατί υπάρχει μια αξιολόγηση για να καταλήξουμε στους τελικούς προμηθευτές. Μια διαδικασία στην οποία περιλαμβάνουμε και κοινωνικά, όπως περιοχές που δεν είναι οικονομικά εύρωστες, συνεταιρισμοί παραγωγοί, κοινωνικοί φορείς.

Υπάρχει συμβολή στην προφύλαξη απειλούμενων ειδών και τη συμμετοχή στη διατήρηση φυτικών πληθυσμών.

Υπάρχει μια λίστα φυτών που χρησιμοποιούσαμε τα εκχυλίσματά τους και θέλαμε να αντικατασταθούν από ελληνικά φυτά. Αυτή η λίστα δόθηκε στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών πριν 10 χρόνια, έχει

τροποποιηθεί σημαντικά, καθώς ανά τακτά χρονικά αλλάζουμε τα φυτά.

Εφαρμόζουμε συμβολαιακή γεωργία.

Παρέχουμε εκπαίδευση – συμβουλευτική στήριξη στη βιολογική γεωργία.

Έχουμε συνεργασίες από τη Θράκη έως την Κρήτη και από την Θεσπρωτία μέχρι τη Σάμο, όπως η Ένωση Κροκοπαραγωγών Κοζάνης, ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Αρωματικών Φυτών Αγρινίου, η Δρόγη στην Κομοτηνή, η Αμερικανική Γεωργική Σχολή, οι Αγροτικές φυλακές Αγιάς, το ΚΕΘΕΑ Θεσσαλονίκης - Ιθάκη και μικροπαραγωγοί.

Φαρμακευτικές και αρωματικές ιδιότητες μπορούν να έχουν όλα τα φυτά.

ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Η ελιά: Το μυθικό δένδρο στην Αρχαία Ελλάδα.

Οι πρώτες ιστορικές αναφορές θέλουν το ελαιόλαδο να χρησιμοποιήθηκε αρχικά για τις κοσμετολογικές του ιδιότητες.

Δημιουργήσαμε μια σειρά καλλυντικών «Ελαιώνας Κρήτης» και συνεργαζόμαστε με τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Βιοκαλλιεργητών Μεσσαράς στο Ηράκλειο της Κρήτης, στο οποίο έχουν ενταχτεί πολλοί νέοι και υπάρχει σημαντική εξαγωγικής δραστηριότητα.

Η διαδικασία παραγωγής τηρεί όλα τα ποιοτικά στάνταρντ που εξασφαλίζουν την ποιότητα ελαιολάδου που μας ενδιαφέρει, από την καλλιέργεια μέχρι την παραγωγή του ελαιολάδου στο ελαιοτριβείο.

Έτσι, έχει δημιουργηθεί μια σειρά που περιλαμβάνει όλη τη γκάμα προϊόντων: πρόσωπο, μαλλιά, άρωμα.

Είναι σημαντικό να διερευνηθεί πού οφείλεται αυτή η μεγάλη απήχηση που έχει αυτή η σειρά προϊόντων με το ελαιόλαδο ιδιαίτερα στην Αμερική και την Ευρώπη. Από την πρώτη στη δεύτερη χρονιά είχαμε 326% αύξηση των πωλήσεων, από το 2006 στο 2007, και μέχρι πριν λίγο διάστημα σε σχέση με τις περυσινές πωλήσεις είχαμε αύξηση 100% με τα σημάδια να δείχνουν ακόμα μεγαλύτερη ένταση αυτής της καλής πορείας.

Κύρια αιτία για αυτό αποτελεί και η δυνατή ιστορία πίσω από ένα προϊόν, γιατί ο κάθε καταναλωτής που ψάχνει ένα ελληνικό προϊόν στις ΗΠΑ, στην Ευρώπη, γνωρίζει το ελαιόλαδο, γνωρίζει την περιοχή και βασίζεται σε μια ιστορία βιολογικής διαχείρισης ενός ελαιώνα. Και μια ιστορία ανθρώπων φυσικά.

ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ

Αξίζει κάποιος να επισκεφθεί τη μονάδα των εκχυλίσεών μας, ήταν η πρώτη που λειτούργησε στην Ελλάδα.

Η θεμελιώδης έρευνα που διεξάγουμε περιλαμβάνει συνεργασία με διάφορα πανεπιστήμια, με το Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο, τη Φαρμακευτική, το Γεωπονικό και συμμετέχουμε σε αρκετά ευρωπαϊκά προγράμματα.

Κλείνοντας θα ήθελα να σημειώσω αναφορικά με την καλλιέργεια, ότι αν δεν ενισχυθεί η πρωτογενής έρευνα, η οποία θέλει και βάθος χρόνου και κόστος, δε μπορούμε να μιλάμε για βελτίωση στον αγροτικό τομέα.

Η συναισθηματική πλευρά του Slow Travel: Το πρόγραμμα «Ο δρόμος του ΠΟΠ Ελαιολάδου της Ούμπρια»

Paolo Morbidoni

Πρόεδρος του προγράμματος «Ο Δρόμος του ΠΟΠ Ελαιολάδου της Ούμπρια»

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Το πρόγραμμα «Ο δρόμος του ΠΟΠ Ελαιολάδου της Ούμπρια"», ιδρύθηκε το 2004 και ήταν ένα από τα πρώτα εγχειρήματα στην Ιταλία που πειραματίστηκε με τις διάφορες μορφές τοπικού μάρκετινγκ -πάντα με επίκεντρο την ενίσχυση του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου και του τόπου παραγωγής του.

Τα τελευταία χρόνια -χάρη σε μια συνολική οργάνωση- έχουν αναπτυχθεί μορφές δράσης που, σε ολόκληρη την περιοχή, είναι αντιπροσωπευτικές όλων των τμημάτων της αλυσίδας παραγωγής και του τουρισμού, με την παρουσία ενός πλούσιου δημόσιου-ιδιωτικού τομέα, και η χρήση των νέων μέσων μαζικής ενημέρωσης με γνώμονα την προώθηση.

"Ο Δρόμος του Ελαιολάδου" έχει υιοθετήσει από την αρχή της δραστηριότητάς του μια πολύ συγκεκριμένη φιλοσοφία στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος, την ενίσχυσή του. Ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά μιας μικρής περιοχής, όπως Ούμπρια (η οποία είναι ο τέταρτος προορισμός γαστρονομικού τουρισμού στην Ιταλία μετά την Τοσκάνη, το Πιεμόντε και το Βένετο) είναι η ιδέα της "βραδύτητας" ως αξίας, του "ανακτημένου χρόνου" ως ευκαιρία και αυθεντικό εργαλείο γνώσης για την περιοχή.

Θα αναλυθούν τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες του δικτύου, οι λειτουργίες και τα βασικά εργαλεία δράσης του "Δρόμου του Ελαιολάδου". Χάρη σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Περούτζια θα δείξουμε τα σημαντικά στοιχεία που καθορίζουν το προφίλ και τα κίνητρα του «ταξιδιώτη» ο οποίος επιλέγει να έρθει στην Umbria σε «Crusher Open», σε ένα από τα πιο σημαντικά γεγονότα για τον ελαιοκομικό τουρισμό που πραγματοποιείται στην Ιταλία.

Λέξεις κλειδιά: Ούμπρια, γαστρονομικός και ελαιοκομικός τουρισμός, event «Ανοιχτά Ελαιοτριβεία», «Δρόμοι της ελιάς».

Μια συχνή άποψη στην Ιταλία, μια χώρα πλούσια σε πολιτιστική κληρονομιά, φυσική ομορφιά και μοναδικά γαστρονομικά προϊόντα, είναι ότι αρκεί να κάθεται στην άκρη του ποταμιού και να περιμένεις να περάσει ο μέσος τουρίστας. Αντιθέτως η πραγματικότητα είναι διαφορετική. Ο Μορπιντόνι έχοντας περάσει πρώτα από τη θέση του δημάρχου και μετά ως επαγγελματία του χώρου μας εξηγεί τα αξιοσημείωτα βήματα που έγιναν στον τουρισμό. Δημιουργώντας τους «Δρόμους της ελιάς» στην Ούμπρια συνεργάστηκε με όλους τους φορείς (αυτοδιοίκηση, πανεπιστήμια, εταιρείες, άτομα) γιατί τελικά το μάρκετινγκ μιας περιοχής δεν μπορεί να επιτευχθεί από μονάδες. Όλοι μαζί ανέλυσαν το θέμα τουρισμός και ελαιόλαδο και κατέληξαν στο event «Ανοιχτά Ελαιοτριβεία» - ένα event μοναδικό σε εθνικό επίπεδο που έκανε την Ούμπρια να είναι ο τέταρτος γαστρονομικός προορισμός στην Ιταλία!

Στην εισήγησή του, ανέφερε μεταξύ άλλων χαρακτηριστικά για το event «Ανοιχτά Ελαιοτριβεία»:

Στην Ούμπρια αυτή τη στιγμή, υπάρχουν πολλοί τουρίστες. Εμείς πραγματοποιήσαμε μια έρευνα με 250 ερωτηματολόγια σε τουρίστες που συμμετείχαν στην εκδήλωση για να διερευνήσουμε το προφίλ του καθενός και τους λόγους που τους έκαναν να συμμετάσχουν. Τα αποτελέσματα ήταν τρομερά ενδιαφέροντα. Το 92% των τουριστών μας ήταν Ιταλοί, το 28,5% ήταν Ούμπριοι και ήταν ξεκάθαρο πόσο δύσκολο μας ήταν να καλέσουμε ξένους στο νομό μας. Οι Ούμπριοι ανταποκρίθηκαν πάρα πολύ στο κάλεσμα. Το 47% των επισκεπτών ήταν πτυχιούχοι, άρα απευθυνόμαστε σε τουρίστα που είναι μορφωμένος. Το 43% των επισκεπτών διανυκτέρευσαν τουλάχιστον μία νύχτα στην περιοχή μας ενώ το 53% συμμετείχε για πρώτη φορά αλλά το 10% είναι άνθρωποι που επέστρεψαν στην Ούμπρια 4 – 5 φορές. Όλοι αυτοί οι επισκέπτες επισκέπτονται το ελαιοτριβείο για να ζήσουν μια εμπειρία βαθιάς γνώσης του τόπου. Μόνο το 29% θεωρεί ότι το ελαιοτριβείο αποτελεί μέρος μόνο για παραγωγή. Πιστεύω ότι κυρίως σε απομακρυσμένα μέρη, η ικανότητα του να προσφέρει τέτοιους, διαδεδομένους, φιλικούς προς το περιβάλλον, αυθεντικούς, τρόπους τουρισμού είναι πολύ καθοριστικό.

Το στοίχημα είναι απλό και σύνθετο την ίδια στιγμή. Κάθε κομμάτι του συστήματος πρέπει να κάνει καλά τη δουλειά του, από τον ιδιώτη παραγωγό, τη δημόσια υπηρεσία, η οποία πρέπει να δημιουργήσει

προσαρμοσμένο κλίμα διοικητικό και νομοθετικό, συμβούλια, προστασία, επιχειρήσεις, συνδικαλιστικούς οργανισμούς. Πρέπει να δουλέψουν όλοι μαζί. Ακούγεται κοινότυπο αλλά δεν είναι. Όσοι πραγματοποιούν τα πάντα και μόνοι τους συχνά κάνουν ζημιές. Δηλαδή η δουλειά μας στην πραγματικότητα δεν είναι να πουλήσουμε λάδι αλλά να εφαρμόσουμε και να αξιολογήσουμε ένα τουριστικό προϊόν, κρατώντας μαζί το προϊόν και τις υπηρεσίες του τόπου, για να απολαύσουμε τα πάντα και να δουλέψουμε στον τόπο, ώστε να προσφέρουμε στον επισκέπτη ένα υψηλό στάνταρντ υπηρεσιών. Και με αυτόν τον τρόπο γίνεται η διαφορά. Παίρνεις ένα αυθεντικό feed back, κάνεις ανασκόπηση και προκαλούνται νέες αφίξεις. Τελικά ποια είναι τα δυνατά μας σημεία; Έχουμε μία σταθερή πραγματικότητα. Όχι την ιδέα που ψάχνει τις πηγές, αλλά τις πηγές που στηρίζουν τις ιδέες. Έχουμε γνώση της περιοχής. Όταν κάνουμε event και έρχονται εταιρείες απ' έξω, εμείς αναζητούμε εκείνες που είναι προσαρμοσμένες στην πραγματικότητα του τόπου μας. Παντρεύουμε το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα. Κρατάμε μαζί θεσμούς και εταιρείες. Άρα όλοι έχουμε κοινά συμφέροντα. Έχουμε ένα know how ώριμο. Ελαστικότητα και ευκολία στις δράσεις μας. Βοηθάμε τα άτομα να δρουν με τη μέγιστη επαγγελματική ταχύτητα, αντιπροσωπεύουμε την Ούμπρια τοπικά ως κοινό brand Ούμπρια και όχι ως μεμονωμένες μονάδες. Έχουμε έναν κοινό στόχο. Για να κατανοήσετε πώς κινούμαστε, το τοπικό ινστιτούτο οικονομικού προγραμματισμού μιας περιοχής κοντά μας, όπως η Τοσκάνη, προβλέπει μια κάθετη αύξηση στον τουρισμό και την οικονομία μας, από 6% που είναι τώρα, σε 24% το 2030, πράγμα που θα αποτελέσει έναν σημαντικό άξονα στην πρόοδο και την οικονομία μας από τον τουρισμό. Αυτό το θέμα ασφαλώς αφορά όλες τις περιοχές. Η Ούμπρια είναι ο 4^{ος} προορισμός γαστρονομικού τουρισμού στην Ιταλία μετά την Τοσκάνη, το Πιεμόντε και το Βένετον και κάνει έναν κύκλο εργασιών από 3 εκ. ευρώ έως 5 εκ. ευρώ σύμφωνα με το παρατηρητήριο τουρισμού – υπηρεσίες 2010. Άρα θέλουμε να δώσουμε μία αληθινή προοπτική σε όλες τις απομακρυσμένες περιοχές που σήμερα αντιθέτως υποφέρουν λόγω των δυνάμεων της οικονομίας των τελευταίων 30-40 ετών που τελικά άδειασαν τους αγρούς μας κι έκαναν δύσκολη τη δουλειά σε αυτούς που παρέμειναν. Εμείς θέλουμε να προσφέρουμε τουριστικά πακέτα εκτός τουριστικής εποχής. Έχουμε τη δυνατότητα συμμετοχής σε εκθέσεις του κλάδου. Διοργανώνουμε

event όπως τα «Ανοιχτά Ελαιοτριβεία» και τα εκμεταλλευόμαστε. Έχουμε ιδρύσει ένα front office που διαχειρίζεται όλα τα θέματα επικοινωνίας και κυρίως έχουμε δημιουργήσει ένα back office που λειτουργεί όλο το χρόνο με ένα μόνιμο Γραφείο Τύπου κι Επικοινωνίας και σωστή διαχείριση των social media. Η επικοινωνία είναι το πιο σημαντικό πράγμα. Εμείς έχουμε μια άυλη φοβερή κληρονομιά. Αυτό σημαίνει πάνω από 17.000 διευθύνσεις e-mail επισκεπτών, δημοσιογράφων, χρηστών, επαφών από εκθέσεις... Έχουμε ένα site που κάθε μέρα έχει το λιγότερο 100 προβολές κι έχει φτάσει μέχρι και τις 600 προβολές την ημέρα. Έχουμε 50.000 προβολές στα event, 16.000 like στη σελίδα Facebook των «Δρόμων του Ελαιολάδου». Όλα αυτά είναι μια ένδειξη που δείχνει ότι ο «Δρόμος του Ελαιολάδου» είναι πάντα ψηλά στις μηχανές αναζήτησης.

Θα ήθελα να κλείσω με μια σκέψη, που θα δώσει νόημα στην εθελοντική μας εργασία, η οποία γίνεται με μεγάλο πάθος. Είναι μια δουλειά σπουδαία όχι μόνο για να διατηρήσουμε το ωραίο που υπάρχει, αλλά και για να το μετατρέψουμε σε ένα όχημα έξυπνο για την τοπική μας οικονομία. Για να περάσουμε μέσα από αυτά τα όργανα και να δημιουργήσουμε αξία στον τουρισμό. Αυτά τα όργανα έχουν μια μεγαλύτερη επίγνωση και θα πρέπει να καταφέρουμε να παρέμβουμε στην αρνητική αλλαγή μιας περιοχής. Με προοπτική, όπως συχνά λέω, να αφήσουμε έναν κόσμο καλύτερο στα παιδιά μας και να μην έχουμε σύνδρομο κατάθλιψης που είναι η συχνή ασθένεια της εποχής μας.

Το ελαιόλαδο και η προώθηση τουριστικών προορισμών: Προεκτάσεις και διαμόρφωση βιωματικών εμπειριών

Πανταζής Πάστρας

Διευθυντής έρευνας στην εταιρεία Toposophy

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Η γαστρονομία αναδεικνύεται ως ένας βασικός πόλος έλξης για επισκέπτες. Η Μεσσηνία, με πολύ ισχυρή πολιτιστική αλλά και γαστρονομική παράδοση μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στη διαμόρφωση βιωματικών εμπειριών και να αυξήσει τον τουρισμό της περιοχής. Από την στιγμή που θα επισκεφθεί κάποιος ένα προορισμό, κι έχοντας υπόψη το βιοπεριβάλλον και τις πανέμορφες παραλίες, ταυτόχρονα μπορεί να ανακαλύψει και μία νέα πτυχή, όπως την πολύ ισχυρή παράδοση στο ελαιόλαδο που διαθέτει η περιοχή. Αυτό λοιπόν, εάν το ανακαλύψει καθώς βρίσκεται στον προορισμό, μπορεί φυσικά να το βιώσει, αλλά όταν θα έχει φύγει, θα έχει πάρει κάτι μαζί του, το οποίο θα είναι σε θέση να μοιραστεί με φίλους, συγγενείς και με όλο το δίκτυο με το οποίο συνδιαλέγεται στην καθημερινότητά του, μέσα από διάφορα κανάλια που προσφέρει η ψηφιακή τεχνολογία.

Λέξεις κλειδιά: Βιοπεριβάλλον, γαστρονομία, ελαιόλαδο, διαμόρφωση βιωματικών εμπειριών, γευσιγνωσίες.

Ο τουρισμός και η γαστρονομία διάγουν βίους παράλληλης ανάπτυξης. Και το λέμε αυτό λαμβάνοντας υπόψη πρώτα απ' όλα πως ο παγκόσμιος τουρισμός βρίσκεται σε συνεχή ανάπτυξη εδώ και πολλά χρόνια. Από το 2010 και μετά υπάρχει σταθερή αύξηση των τουριστικών αφίξεων σε όλο τον κόσμο.

Η Ελλάδα βρίσκεται στο επίκεντρο των διεθνών εξελίξεων γιατί κατάφερε να ξεπεράσει τις αρνητικές πιέσεις της περιόδου 2011 – 2012, τότε που η αρνητική δημοσιότητα σε όλο τον κόσμο δημιούργησε κάποια στρεβλή εικόνα για τον προορισμό της χώρας μας. Η θετική

εικόνα που ξεκίνησε το 2013 και συνεχίζεται μέχρι και σήμερα έχει φέρει την Ελλάδα στην κατάταξη των 10 πρώτων χωρών παγκοσμίως με τη μεγαλύτερη άνοδο των διεθνών αφίξεων την περίοδο 2010 – 2017. Και αυτό είναι πολύ σημαντικό καθώς θα πρέπει να λάβουμε υπόψη και τον δυισμό που χαρακτηρίζει τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα. Αυτό σημαίνει ότι περίπου το 85 – 90% των τουριστικών μεγεθών της χώρας μας επικεντρώνεται αυτή τη στιγμή σε 5 περιφέρειες. Μιλάμε κυρίως για την Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο, την Κεντρική Μακεδονία, την Αττική και τα Ιόνια Νησιά. Αυτό σημαίνει ότι σε μια περίπτωση όπως η Μεσσηνία, με πολύ ισχυρή πολιτιστική αλλά και γαστρονομική παράδοση, έχει μεγάλη σημασία να δούμε κατά πόσο είναι εφικτό να έρθουν περισσότεροι τουρίστες σε έναν αναδυόμενο κατά κάποιον τρόπο προορισμό – αφορά σε όλη τη χώρα αυτή η πρόκληση- ώστε να εξομαλυνθούν οι πιέσεις, οι οποίες αφορούν και βασικούς ανταγωνιστές της χώρας μας, γιατί σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, παρόμοια φαινόμενα υπάρχουν σε χώρες όπως η Ισπανία και η Κροατία. Από την άλλη πλευρά οι γαστρονομικές απολαύσεις διεγείρουν περισσότερο από ποτέ το ενδιαφέρον των ταξιδιωτών. Εννέα στους δέκα τουρίστες στην Ισπανία επηρεάστηκαν το 2017 από τη γαστρονομία, ως πόλο έλξης για την πραγματοποίηση ταξιδιών. Ένα φαινόμενο που έχει να κάνει με ταξιδιώτες τόσο από παραδοσιακές όσο και αναδυόμενες αγορές, διότι σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον κι ενώ η χώρα μας στηρίχτηκε και στηρίζεται στις παραδοσιακές αγορές όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Γερμανία και οι Ηνωμένες Πολιτείες, πλέον, η γαστρονομία αναδεικνύεται ως ένας βασικός πόλος έλξης για επισκέπτες από αναδυόμενες αγορές, είτε αυτές προέρχονται από την Ασία, είτε από την Ανατολική Ευρώπη, είτε από τη Νότιο Αμερική.

Το στοιχείο αυτό αφορά τις νεότερες γενιές ταξιδιωτών, διότι για τουλάχιστον 3/10 ταξιδιώτες ηλικίας 16 έως 34 ετών η προοπτική γαστρονομικών απολαύσεων αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τη λήψη απόφασης σε σχέση με τον προορισμό των διακοπών τους. Αυτό το συμπέρασμα βασίζεται σε έρευνα που υλοποιήθηκε από τη Global Data Analysis το πρώτο 6μηνο του 2018 και το δείγμα ήταν σημαντικό από χώρες της Δυτικής Ευρώπης και της Αμερικής.

Επιπλέον, οι νεότερες γενιές τουριστών ξοδεύουν κι ένα σημαντικό μέρος του προϋπολογισμού τους για γαστρονομικές απολαύσεις.

Σύμφωνα με μελέτη που δημοσίευσε στις αρχές του 2018, ο διεθνής σύνδεσμος για τα ταξίδια εκπαίδευσης και νεότητας περίπου το 37% του διαθέσιμου εισοδήματος των ταξιδιωτών ηλικίας 16 έως 34 ετών αφορά σε απολαύσεις κι εμπειρίες σχετικές με τη γαστρονομία.

Στην περίπτωση της Ευρώπης, πάντως, υπάρχει και μια πρόκληση ως προς την εδραίωση μιας ανταγωνιστικής σχέσης στην ποιότητα και την τιμή. Διότι, σε σχέση με τους αναδυόμενους προορισμούς άλλων περιοχών, οι ευρωπαϊκοί προορισμοί υπολείπονται έναντι άλλων προορισμών κυρίως σε πτυχές όπως η σχέση ποιότητας – τιμής, η φιλοξενία που παρέχει το προσωπικό στις επισιτιστικές μονάδες και η ποικιλία σε επιλογές γαστρονομικών επιλογών.

Αυτό το εύρημα βασίζεται σε έρευνα που δημοσίευσε ο πανευρωπαϊκός σύνδεσμος επιμελητηρίων του ξενοδοχειακού κι επισιτιστικού κλάδου και τα συμπεράσματά του έχουν ήδη αρχίσει να διαχέονται προς όλα τα μέλη του οργανισμού, με στόχο τη διαμόρφωση μιας κοινής στρατηγικής τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και βάσει των αναγκών που υπάρχουν σε κάθε χώρα.

Πώς όμως μπορούμε να δούμε τον τουρισμό και τη γαστρονομία; Και να δούμε πώς η δεύτερη πτυχή συμβάλλει στη διαμόρφωση βιωματικών εμπειριών.

Πρέπει να θυμόμαστε πως οι εμπειρίες λογίζονται ως το πολυτιμότερο αγαθό, διότι πλέον, όσο σημαντικό είναι να έχεις χρόνο παρά χρήματα ενδεχομένως, άλλο τόσο σημαντικό είναι να μπορείς να έχεις εμπειρίες και όχι προϊόντα στη διάθεσή σου για να μπορείς να έχεις ισχυρές αναμνήσεις. Και το πιο σημαντικό εδώ είναι ότι προορισμοί αναδεικνύονται πλέον σε κάθε στιγμή της τουριστικής εμπειρίας, διότι το ταξίδι δεν ξεκινάει τη στιγμή που φτάνεις σε έναν προορισμό και δεν τελειώνει τη στιγμή που φεύγεις από τον προορισμό. Αν κάποιος έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την περιοχή της Πύλου ενδεχομένως μπορεί να θέλει να βρεθεί στη Σφακτηρία, τον μοναδικό ίσως τόπο όπου οι Σπαρτιάτες έχασαν δύο φορές, τόσο από τους Μεσσήνιους όσο και από τους Αθηναίους. Από εκεί και πέρα όμως, από την στιγμή που θα επισκεφθείς τον προορισμό, κι έχοντας υπόψη το φοβερό βιοπεριβάλλον και τις πανέμορφες παραλίες, ταυτόχρονα μπορείς να ανακαλύψεις και μία νέα πτυχή, όπως την πολύ ισχυρή παράδοση στο ελαιόλαδο που διαθέτει η περιοχή. Αυτό λοιπόν, εάν το ανακαλύψεις

καθώς βρίσκεσαι στον προορισμό, μπορεί φυσικά να το βιώσεις, αλλά όταν θα έχεις φύγει, θα έχεις πάρει κάτι μαζί σου, το οποίο θα είσαι σε θέση να μοιραστείς με φίλους, συγγενείς και με όλο το δίκτυο με το οποίο συνδιαλέγεσαι στην καθημερινότητά σου, μέσα από διάφορα κανάλια που προσφέρει η ψηφιακή τεχνολογία.

Η γαστρονομία ορίζει ένα πλήθος τουριστικών υπηρεσιών. Αυτό είναι εύρημα έρευνας που υλοποίησε ο Σύνδεσμος των οινοποιείων της Ισπανίας, όπου υπάρχει ένα ανεπτυγμένο δίκτυο διαδρομών του κρασιού. Οι ταξιδιώτες με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την γαστρονομία ενδιαφέρθηκαν για τοπικές αγορές, οινοποιεία και ελαιολαδοποιεία, εκδηλώσεις... Η γαστρονομία αποτελεί πλέον ένα οριζόντιο στοιχείο κάθε τουριστικής εμπειρίας και οι δυνατότητες να τον αναδείξουμε είναι απεριόριστες.

Για να καταστεί η γαστρονομία αξέχαστη εμπειρία χρειάζεται να βρεθεί ο συνδυασμός κρίκων προϊόντων, υπηρεσιών και φυσικά να δημιουργηθεί ένα αφήγημα που θα τα ενώνει και θα τα κάνει ελκυστικά. Διαφορετικά παραμένουν από μόνα τους μεμονωμένες πτυχές ενός προορισμού.

Αυτό είναι μια προσαρμογή που έχουμε κάνει σε μελέτη του Τουριστικού Οργανισμού Βορείου Ιρλανδίας, όπου από το τίποτα προσπαθούν να δημιουργήσουν αξέχαστες πολιτιστικές εμπειρίες. Λένε πως μπορείς να έχεις ένα αγαθό, όπως τον καρπό της ελιάς ή του σταφυλιού, μπορεί να έχεις το αντίστοιχο προϊόν, όπως το ελαιόλαδο ή το κρασί, μπορείς να έχεις υπηρεσίες όπως ξεναγήσεις σε ελαιώνες ή οινοποιεία αλλά για να δημιουργήσεις μια εμπειρία που θα τα περικλείει την καλύτερη δυνατή εμπειρία, πρέπει να δημιουργηθεί μια σειρά συνδυασμένων κρίκων, όπως γευσιγνωσίες, τοπικές γιορτές. Για να μπορεί ο ελαιοπαραγωγός ή ο οινοποιός να αφηγηθεί αυτό που τον συνδέει με την παράδοση τόσων ετών.

Ειδικότερα για το ελαιόλαδο και την προώθηση τουριστικών προορισμών, σε σχέση με την ανάπτυξη θεματικών προϊόντων και εμπειριών, υπάρχουν τα πακέτα των δραστηριοτήτων ελαιολαδοτουρισμού. Στην Ισπανία έχουν αναπτυχθεί διάφορα πακέτα κι εμείς αναφερόμαστε σε ένα τυπικό πακέτο μιάμισης ώρας, που περιλαμβάνει ξενάγηση σε ελαιώνα, περιήγηση σε ελαιολαδοποιείο, γευσιγνωσία κ.λπ. Από εκεί και πέρα, επειδή ακόμα, ειδικά σε μια χώρα όπως η Ελλάδα

δεν υπάρχει τέτοια ωριμότητα στον τομέα αυτό, χρειάζεται η καλύτερη δυνατή σύνδεση με προϊόντα και υπηρεσίες. Θα πρέπει να εντοπίσουμε στην περιοχή –για παράδειγμα της Μεσσηνίας- πώς συνδέεται η ελιά και το ελαιόλαδο με όλα εκείνα τα στοιχεία που έχουν καταστήσει τη Μεσσηνία ελκυστικό προορισμό, όπως η παράδοση, η ιστορία, τα μνημεία, κάποιες υπηρεσίες που προσφέρονται για τουρισμό πολυτελείας και πολλά ακόμα διαφορετικά πράγματα.

Προφανώς η ανάπτυξη συνεργασιών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο είναι αναγκαίος παράγοντας. Για παράδειγμα στην περιφέρεια της Τοσκάνης στην Ιταλία, που είναι από τις πιο ανεπτυγμένες περιοχές σε θέματα διασύνδεσης γαστρονομίας και τουρισμού, είναι φανερό ότι οι δρόμοι του κρασιού συνεπικουρούνται από τους δρόμους της ελιάς και του ελαιολάδου.

Όσον αφορά στην ενίσχυση των πωλήσεων, όσοι έχουν καταφέρει να δημιουργήσουν συνθήκες που προσελκύουν τουρίστες που ενδιαφέρονται για το ελαιόλαδο, είναι πολύ πιθανό να αποτελέσουν δυνητικούς καταναλωτές για συναφή προϊόντα.

Από μια γρήγορη έρευνα προκύπτει πως είναι δεδομένο ότι τα πιο αναπτυγμένα ελαιοτριβεία στην Ιταλία και στην Ισπανία, διαθέτουν ιστοσελίδα για την πώληση αντίστοιχων προϊόντων. Από εκεί και πέρα, η προώθηση και η προβολή γίνεται για όλους τους φορείς που ασχολούνται με τον ελαιοτουρισμό σε πλήθος ψηφιακών και μη καναλιών.

Ορισμένα συμπεράσματα και προεκτάσεις:

1. Η ανάδειξη του ελαιόλαδου σε συστατικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας προϋποθέτει στρατηγικό σχεδιασμό και ένα πλαίσιο συνεργασιών.
2. Η προϊόντική ανάπτυξη (βιωματικές εμπειρίες, θεματικές εκδηλώσεις, σήμανση τουριστικού ενδιαφέροντος, κ.λπ.) είναι αναγκαία συνθήκη ενός φιλόδοξου σχεδίου μάρκετινγκ.
3. Οι δράσεις προώθησης και προβολή (ταυτότητα προορισμού, ποιοτικό περιεχόμενο, προώθηση μέσω online και travel trade καναλιών, κ.λπ.) απαιτούν μεσο-μακροπρόθεσμη υλοποίηση.

«Ο ελαιοτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης των ελαιοπαραγωγικών περιοχών: Επιτυχημένες εμπειρίες από την Ισπανία»

José María Penco Venezuela

Τεχνικός διευθυντής της Ισπανικής Ένωσης Δήμων Ελαιολάδου

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Το 2003, η ΑΕΜΟ ανέπτυξε ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα που ονομάζεται Oleotourism, μαζί με το Diputación de Jaén και άλλους επτά εταίρους από τη Γαλλία, την Πορτογαλία, την Ελλάδα, το Μαρόκο, την Τυνησία, τη Σερβία και την Κροατία. Ήταν η πρωτοβουλία INTERREG III-SUDOE για τη συνεργασία μεταξύ των χωρών της ΕΕ και των γειτόνων τους. Ήταν τρία χρόνια εργασίας, όπου μοιραστήκαμε τις απόψεις μας, εντοπίσαμε τις ευκαιρίες του τουρισμού σε σχέση με την ελιά και το ελαιόλαδο σε άλλες χώρες και σχεδιάσαμε μία μεσογειακή διαδρομή του ελαιοτουρισμού. Μάθαμε πολλά, αλλά πάνω απ' όλα ανακαλύψαμε το μέλλον του τουρισμού που συνδέεται με την ελιά και το ελαιόλαδο και την αξία που θα μπορούσε να φέρει αυτή η έννοια στο συγκεκριμένο τομέα. Ο τουρισμός που συνδέεται με τη γαστρονομία είναι μια έννοια αρκετά συνηθισμένη στη σύγχρονη κοινωνία. Μπορούμε να επιβεβαιώσουμε ότι ο αμπελοοινικός τομέας είναι ο πρωτοπόρος στην παροχή πόρων και τουριστικών προσφορών που δικαιολογούν από μόνα τους ένα ταξίδι, αλλά ποια είναι η δυναμική του ελαιοκομικού τομέα για αυτό;

Είμαστε τυχεροί που ο καρπός της ελιάς μας δίνει το καλύτερο λίπος, αλλά και φυσικό χυμό φρούτων, όπως είναι, έχει διαφορετικές οργανοληπτικές ιδιότητες ανάλογα με την ποικιλία, ανάλογα με το έδαφος όπου αναπτύσσονται τα δένδρα και με τις καιρικές συνθήκες. Το σύμπαν του εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου είναι άπειρο και είναι ένας κόσμος που πρέπει να διερευνηθεί και ο καταναλωτής είναι πρόθυμος να μάθει. Ο τουρίστας θέλει να δοκιμάσει τα διαφορετικά έλαια, θέλει να μάθει να τα δοκιμάζει, θέλει να παντρευτούν τα πιάτα με μερικούς χυμούς ελιάς.

Συμπεραίνουμε, επομένως, ότι η καλλιέργεια της ελιάς και η παραγωγή ελαιολάδου είναι κάτι το οποίο οι τουρίστες θέλουν να μάθουν πώς γίνονται. Επιθυμούν να επισκεφθούν μία περιοχή για να γνωρίσουν το ελαιόλαδο και τις ελιές και να απολαύσουν τη γαστρονομία του τόπου.

Ενισχύουμε τους τουριστικούς πόρους που σχετίζονται με τον ελαιώνα, οργανώνουμε διαδρομές και δρομολόγια, τις μεταδίδουμε στους καλλιεργητές και με αυτόν τον τρόπο θα πουλάμε και το ελαιόλαδό μας καλύτερα.

Λέξεις κλειδιά: Ελαιοτουρισμός, μεσογειακός ελαιώνας, επισκέψιμα και τα τουριστικά ελαιοτριβεία, ελαιοθεραπείες.

Πάντα είμαστε υπερήφανοι όταν ερχόμαστε στην Ελλάδα, γιατί είναι το λίκνο της ελιάς, του ευρωπαϊκού ελαιώνα και συνεπώς αισθανόμαστε ότι βρισκόμαστε στην καταγωγή του ελαιώνα και θέλουμε όχι μόνο να το αισθανόμαστε αλλά να το μεταφέρουμε και στις ομιλίες μας.

Η καταγωγή της ελιάς προέρχεται από τη Μέση Ανατολή. Η Ισπανική, η Ιταλική και η Γαλλική ποικιλία γενετικά είναι κόρες της Ελληνικής ελιάς. Γι' αυτό λέω πως η Ελλάδα αποτελεί το λίκνο.

Η Ισπανική Ένωση Δήμων Ελαιολάδου αποτελείται από 50 μέλη, δήμους, κοινότητες, νομαρχίες περιοχών όπου παράγεται η ελιά.

Η Ένωσή μας δημιουργήθηκε το 1996. Αρχίσαμε με 40 μέλη και σήμερα έχουμε 151. Επίσης, η Ένωση μας αυτή την περίοδο προεδρεύει στο δίκτυο ελαιοπαραγωγικών πόλεων της Μεσογείου, όπου συμμετέχουν 13 παράκτιες μεσογειακές χώρες. Σκοπός της Ένωσης είναι να προωθήσει τον πολιτισμό της ελιάς των χωρών της Μεσογείου. Ο σκοπός, σύμφωνα με το καταστατικό μας, είναι να προωθήσουμε τον πολιτισμό και την κατανάλωση του ελαιολάδου και της ελιάς σε όλο τον κόσμο. Πιστεύουμε πως το μέλλον της ελιάς είναι η καλλιέργεια ποιοτικού προϊόντος. Πολύ σημαντική είναι και η περίπτωση του ελαιοτουρισμού.

Μέσα τις εργασίες μας είναι να αναζητήσουμε τρόπους για να είναι αποδοτική η καλλιέργεια της ελιάς και αυτό το κάνουμε μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων και σε συνεργασία με άλλους θεσμούς της

Μεσογείου σχετικά με την καλλιέργεια της ελιάς, πράγμα που αποτελεί τη σημαία.

Ειδικότερα για τον ελαιοτουρισμό, στην Ένωσή μας αρχίσαμε να δουλεύουμε πάνω σε αυτό το 2002, οπότε αυτή η λέξη ακούστηκε πρώτη φορά στην Ισπανία, καθώς μέχρι τότε μιλούσαμε μόνο για τον οινοτουρισμό. Συμμετέχουμε επτά μέλη -μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα- και αναπτύξαμε το 1^ο πρόγραμμα ελαιοτουρισμού στην Ευρώπη για 4 χρόνια. Σκοπός του είναι να δημιουργηθεί μια διαδρομή ελιάς από την Ελλάδα στην Ισπανία, διασχίζοντας όλες τις χώρες της Μεσογείου. Γι' αυτό και το σημείο αναχώρησης είναι η ελιά στην Ακρόπολη, στην Αθήνα. Όλοι ξέρουμε το μύθο για τη γέννηση αυτής της ελιάς, όταν έριξε η Αθηνά το δόρυ της. Ξεκινήσαμε από εκεί και φτάσαμε μέχρι τη νότια Ανδαλουσία, στο τέλος της διαδρομής.

Το 2006 έγιναν συνέδρια στη Γκόρντοβα, με τη συμμετοχή αρκετών χωρών της Μεσογείου, γιατί θεωρούμε σημαντικό τον ελαιοτουρισμό στην Ισπανία.

Ο παγκόσμιος ελαιοκομικός τομέας έχει αγορά 3,1 εκ. τόνων που παράγονται σε 48 χώρες του κόσμου, σε μια επιφάνεια 11,1 εκ. εκταρίων, με έσοδα από πωλήσεις μεταξύ 6,5 και 11,5 εκ. ευρώ, με κοινωνική μάζα απασχολούμενων και άμεσα εξαρτώμενων από αυτόν τον τομέα 30 εκ. άτομα, δηλαδή 7 εκ. οικογένειες. Αυτό αντιπροσωπεύει ο τομέας μας έναντι στην παγκόσμια οικονομία.

Κάποια στοιχεία ακόμα: Στο top 10 της καλλιεργούμενης επιφάνειας σε εκτάρια σε διάφορες χώρες η Ελλάδα καταλαμβάνει στην 4^η θέση. Επίσης, το 95% της καλλιεργούμενης επιφάνειας των ελαιώνων βρίσκεται στη Μεσόγειο. Η Ισπανία είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός σε τόνους, ακολουθούν Τυνησία, Ιταλία, Ελλάδα, Μαρόκο, Τουρκία, Συρία, Πορτογαλία, Αργεντινή κ.λπ. Οι Ισπανοί είμαστε πολλές φορές οι υπεύθυνοι για τον καθορισμό της τιμής του ελαιολάδου, όχι μόνο για εμάς αλλά και για τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου.

Αναφορικά με το κόστος παραγωγής του ελαιολάδου ανά κιλό σε κάθε χώρα, σύμφωνα με τα στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου, στην Ισπανία ο μέσος όρος –μεταξύ όλων των συστημάτων καλλιέργειας- είναι 2,75 ευρώ ανά κιλό. Στην Ελλάδα 2,45 ευρώ ανά

κιλό, ενώ το κόστος ανεβαίνει σημαντικά στην Ιταλία, την Τυνησία, το Μαρόκο.

Η μέση τιμή πώλησης χύμα ελαιολάδου την τελευταία χρονιά ήταν 2,20 ευρώ ανά κιλό. Αν συγκρίνουμε έσοδα και κόστος, βλέπουμε ότι τα τελευταία χρόνια, αν πουλάμε το ελαιόλαδο χύμα δεν έχουμε κέρδη. Στην ουσία χάνουμε και δεν είναι αποδοτική η καλλιέργεια.

Πώς μπορούμε να αντιστρέψουμε αυτή την κατάσταση;

Τα 4 βασικά επιχειρήματα είναι:

1. Οι θεραπευτικές ιδιότητες του ελαιολάδου. Η αύξηση στην κατανάλωση στην Κίνα, την Ινδία, στις ΗΠΑ, στη Νότια Αμερική, οφείλεται μόνο στις θεραπευτικές ιδιότητες του προϊόντος. Αν ρωτήσεις κάποιον καταναλωτή στη διεθνή αγορά, θα σου απαντήσει πως καταναλώνει ελαιόλαδο γιατί είναι πιο υγιεινό.
2. Η γαστρονομία. Το ελαιόλαδο παρέχει γεύση και άρωμα στα πιάτα μας.
3. Ο πολιτισμός. Σίγουρα στην Ελλάδα, που είναι η μητέρα όλων των πολιτισμών της Μεσογείου, έχει μεγάλη σημασία. Εδώ γεννήθηκε η σκέψη και αναπτύχθηκε μέσω της Ρώμης για να δημιουργηθεί η μοντέρνα σκέψη. Αυτό για τους Αγγλοσάξονες που αγοράζουν το προϊόν έχει μεγάλη σημασία γιατί έχει ιστορία χιλιετιών.
4. Και τέλος η σχέση της καλλιέργειας της ελιάς με το περιβάλλον. Δεν είναι ένα ετήσιο φυτό, αλλά ένα δέντρο. Οι χώρες της Βόρειας Ευρώπης γνωρίζουν την αξία της ελιάς και το ρόλο της στο περιβάλλον και γι' αυτό κυρίως αγοράζουν ελαιόλαδο.

Άρα οι αξίες σχετικά με το ελαιόλαδο που πρέπει να ενδυναμώσουμε είναι ο πολιτισμός, η γαστρονομία, το περιβάλλον και η υγεία.

Θα σας αναφέρω εν συντομία ένα πρόγραμμα ελαιοτουρισμού που αναπτύσσεται στην Ισπανία, κι έχει δύο χρόνια ζωής. Είναι ένα πρόγραμμα-μοντέλο για το πώς ένας δημόσιος θεσμός, η Νομαρχία της Χαέν, συνέδεσε ελαιοτριβεία, μουσεία... για να τα εντάξει σε μια ενιαία πλατφόρμα και να την προωθήσει. Εξελίσσεται αυτή την στιγμή και λέγεται «Ελαιοτουρισμός της Χαέν».

Η Χαέν παράγει 500.000 τόνους, το 25% της παγκόσμιας παραγωγής ελαιολάδου, από μια μόνο επαρχία. Η Χαέν λοιπόν εκτός από την ποιότητα και την προώθηση του ελαιολάδου έχει στοιχηματίσει και στον ελαιοτουρισμό, μέσα από αυτό πρόγραμμα.

Για τον ελαιοτουρισμό, στις αξίες που προαναφέραμε για την καλλιέργεια (υγεία, γαστρονομία, πολιτισμός, περιβάλλον) προστίθεται και το ελαιοτριβείο. Όλη αυτή η διαδρομή καταγράφεται σε ηλεκτρονική πλατφόρμα στο Διαδίκτυο, όπου παρουσιάζονται όλα αυτά τα σημεία ελαιοτουρισμού και ο επισκέπτης κάνοντας «κλικ» μπορεί να επιλέξει τη διαδρομή που τον ενδιαφέρει.

Μέσα στην πρώτη χρονιά ενσωματώθηκαν σε αυτή τη διαδρομή 20 ελαιοτριβεία, τα χαρακτηριστικά των οποίων παρουσιάζονται στην πλατφόρμα. Στην είσοδο του κάθε ελαιοτριβείου υπάρχει σήμανση για τη συμμετοχή στην πλατφόρμα. Στον ελαιοτουρισμό μπορούν να ενταχθούν δύο ειδών ελαιοτριβείων: Τα επισκέψιμα και τα τουριστικά. Στην πρώτη περίπτωση ο κόσμος τα επισκέπτεται, του δείχνουν τη διαδικασία παραγωγής και γίνεται γευσιγνωσία. Στη δεύτερη περίπτωση όμως, σε σχέση με τα προηγούμενα, η τουριστική δραστηριότητα είναι μια παραπάνω δραστηριότητα μιας επιχείρησης. Πολύ πιο έντονη, καθώς ένα μέρος των εσόδων του ελαιοτριβείου προέρχεται από τον τουρισμό. Αυτό γίνεται π.χ. με την πώληση ελαιολάδου, σε μια μπουτίκ ελαιολάδου που υπάρχει στον χώρο, για παράδειγμα, ή με διαμονή των επισκεπτών σε καταλύματα που βρίσκονται μέσα στον χώρο της μονάδας.

Ακόμα συμμετέχουν 23 εστιατόρια στη συγκεκριμένη πλατφόρμα. Φυσικά για να συμμετάσχει ένα εστιατόριο απαιτείται στα πιάτα να χρησιμοποιείται το ελαιόλαδο ως κύριο συστατικό.

Όσον αφορά στον πολιτισμό, έχουμε μουσεία ελαιολάδου, που έχουν να κάνουν με τα παλιά μηχανήματα, με τον τρόπο συλλογή κ.ά. Αλλά και μοντέρνα μουσεία που χρησιμοποιώντας την τεχνολογία δείχνουν όλη τη διαδικασία συγκομιδής και παραγωγής ελαιολάδου.

Σχετικά με την υγεία, έχουμε spa σε ξενοδοχεία, όπου γίνονται θεραπείες μασάζ και ελαιοθεραπείες χρησιμοποιώντας το ελαιόλαδο, καθώς και καταστήματα όπου πωλούνται καλλυντικά με βάση το ελαιόλαδο.

Τέλος, αναφορικά με το περιβάλλον, έχουμε 12 συμμετέχοντες με μνημειώδη ελαιόδεντρα, που εντάσσονται στη διαδρομή, στην οποία γενικότερα ο ελαιώνας φυσικά αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της, σε ένα εκπληκτικό τοπίο.

Σε αυτό λοιπόν το πρόγραμμα που έχει ένα χρόνο ζωής, συμμετέχουν 81 διαφορετικοί πόροι που βρίσκονται μέσα σε μία μόνο επαρχία, της Χαέν, και τους οποίους είδαμε ξεχωριστά. Και υπάρχει πολύ μεγάλη προώθηση αυτού του σχεδίου στις ΗΠΑ, στη Γαλλία, στο Λονδίνο. Παρουσιάζεται βέβαια στην κύρια τουριστική έκθεση της Ισπανίας.

Επενδύσαμε σ' αυτό το πρόγραμμα γύρω στα 3 εκ. ευρώ. Είχε επιτυχία καθώς τον πρώτο χρόνο είχαμε 200.000 επισκέψεις, ιδιαίτερα σημαντικό αποτέλεσμα.

Και φυσικά το προωθούμε σε εκθέσεις τουρισμού ανά τον κόσμο.

«Ελαιοτουρισμός: Εργαλείο τουριστικής ανάπτυξης, η περίπτωση της Ελλάδος»

Κωνσταντίνος Ανδριανόπουλος

Συνιδρυτής του Σχολείου Τουρισμού Καλαμάτας

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Με τον ελαιοτουρισμό προσπαθούμε να βελτιώσουμε το κομμάτι της εποχικότητας, να δημιουργήσουμε και να εκπαιδεύσουμε μια νέα γενιά τουριστών αλλά και στελεχών που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Η διατροφή και η γευσιγνωσία είναι το ουσιαστικό κομμάτι της κουλτούρας, που επικουρικά στο βασικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, εμπλουτίζει το τουριστικό προϊόν. Διαπιστώνοντας τις παθογένειες του ελληνικού συστήματος προσπαθούμε να δημιουργούμε, να παράγουμε και να κάνουμε πράγματα με πάθος εθελοντικά, όπως το Σχολείο Τουρισμού Καλαμάτας. Χρειάζεται να «χτίσουμε» δραστηριότητες. Να είναι βιωματική η εμπειρία του απαιτητικού και ενημερωμένου τουρίστα, όπως να μαζέψει ελιές, να πάρει μια γεύση, μια ιδέα. Να συμμετάσχει σε μια γευσιγνωσία. Χρειάζονται πάθος έμπνευση και πολλή δουλειά.

Λέξεις κλειδιά: Ελαιοτουρισμός, γευσιγνωσία, Σχολείο Τουρισμού Καλαμάτας, επισκέψιμο ελαιοτριβείο, μνημειακά ελαιόδεντρα.

Ελαιοτουρισμός: Σαν όρος είναι σχετικά ένας νέος όρος, αν και στην Ιταλία και την Ισπανία προηγούνται σημαντικά σχετικά με αυτόν.

Σήμερα δε θα μιλήσουμε για το κλασικό μοντέλο τουρισμού, ήλιος, θάλασσα. Αυτό υπάρχει και είναι πολύ ισχυρό. Οι 8 στους 10 που έρχονται στη χώρα μας, έρχονται γι' αυτό. Και βέβαια δεν θέλουμε να τους χάσουμε αυτούς τους 8. Θέλουμε να τους αυξήσουμε. Όμως οι 7,5 στους 10 έχουν βάλει τη γαστρονομία το ίδιο ψηλά. Είναι μεταξύ των τριών παραγόντων που τους ωθούν να επιλέξουν τη χώρα μας για τουρισμό. Και το ίδιο έδειξαν οι μελέτες για την Ισπανία και την Ιταλία, άρα απευθυνόμαστε στο ίδιο κοινό. Είμαστε ουσιαστικά η ίδια γειτονιά. Η Μεσόγειος.

Άρα έχουμε ένα κλασικό μοντέλο και οι επισκέπτες θα συνεχίσουν να έρχονται γι' αυτό, με μια κλασική εποχικότητα, που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν, πολύ μεγαλύτερη από τις άλλες περιοχές καθώς η Ελλάδα σε αυτό είναι πρωταθλήτρια, κακή πρωταθλήτρια.

Εμείς λοιπόν θα πρέπει να παρέμβουμε όσο γίνεται πιο διακριτικά, χωρίς να πειράξουμε την υπάρχουσα πελατεία, ώστε να δημιουργήσουμε κάποια νέα, βελτιώνοντας το κομμάτι της εποχικότητας και δημιουργώντας κι εκπαιδύοντας μια νέα γενιά τουριστών αλλά και στελεχών που δραστηριοποιούνται στην περιοχή.

Βέβαια, πρέπει να μιλάμε όλοι την ίδια γλώσσα. Για παράδειγμα ο Στράτος Διονυσίου τα είπε όλα με μια φράση: «Βρέχει φωτιά στη στράτα μου». Αυτοί οι στίχοι όμως δε λένε τίποτα μεταφρασμένοι στην αγγλική γλώσσα. Δε λένε τίποτα οι στίχοι στον μέσο Άγγλο, τον μέσο Ολλανδό τουρίστα.

Άρα θα πρέπει να μιλάμε την ίδια γλώσσα είτε είμαστε οι παραγωγοί ελιάς κι ελαιολάδου, είτε στελέχη της τουριστικής βιομηχανίας, είτε όποιος άλλος που συμβάλλει σε αυτή την αλυσίδα του τουριστικού προϊόντος. Θέλει μεγάλη προσπάθεια.

Η διατροφή και η γευσίγνωσία είναι το ουσιαστικό κομμάτι της κουλτούρας. Η Ιταλία και η Ισπανία έχουν στραφεί σε ένα άλλο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης το οποίο θα έρθει επικουρικά στο βασικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, εμπλουτίζοντας έτσι το τουριστικό προϊόν, δημιουργώντας πραγματικά μια τελείως διαφορετική γενιά τουριστών.

Τους βλέπουμε. Στη Μεσσηνία, πέρα από τον κλασικό τουρίστα που είναι ξαπλωμένος στην ξαπλώστρα και απολαμβάνει τον ήλιο και τη θάλασσα, βλέπουμε ανθρώπους να κάνουν ποδήλατο, να επισκέπτονται οινοποιεία, να επισκέπτονται ελαιοτριβεία – λιγότερους βέβαια. Και πρέπει να αντιληφθούμε τι δεν κάνουμε καλά, γιατί σίγουρα κάτι δεν κάνουμε καλά, αφού δεν είναι περισσότεροι. Προσπάθειες γίνονται πολλές. Αλλά οι περισσότερες είναι αποσπασματικές. Με χαρά βλέπω ανθρώπους να δημιουργούν, να τυποποιούν, να παράγουν νέα προϊόντα -και τουριστικά- τα οποία είναι και καλαίσθητα και εμπνευσμένα και προς τη σωστή κατεύθυνση. Κάπου όμως χάνουμε την ουσία. Δεν χρειάζεται να ανακαλύψουμε πάλι τον τροχό. Δεν χρειάζεται να αντιγράψουμε. Μπορούμε απλώς να αντιγράψουμε καλές πρακτικές. Να διαπιστώσουμε ποιες είναι οι παθογένειες του ελληνικού συστήματος. Βέβαια, σε ένα περιβάλλον που είναι πραγματικά δύσκολο. Πάντα όμως ήταν δύσκολα, παρά τις στιγμές ευμάρειας που ζήσαμε. Και πρέπει να συνεχίσουμε να δημιουργούμε, να παράγουμε και να κάνουμε πράγματα με πάθος. Και όλα ξεκινούν από τον εθελοντισμό. όπως το Σχολείο Τουρισμού Καλαμάτας. Στον εθελοντισμό στηρίχτηκε. Δεν πήρε την άδεια ή την ευλογία από κανέναν.

Σε πρόσφατη μελέτη του ΣΕΤΕ για το ελληνικό τουριστικό προϊόν διαπιστώθηκε πως ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένα πάρα πολύ δυνατό κομμάτι, είναι μέσα στα 3 πιο σημαντικά πράγματα που ωθούν τον μέσο τουρίστα να

επιλέξει την Ελλάδα σαν προορισμό. Εκεί θα δείτε ότι οι επισκέψιμοι χώροι παραγωγής, τα ελαιοτριβεία στην περίπτωση μας, καθώς και τα καταστήματα εμπορίας τροφίμων και ποτών, είναι στην ατζέντα των θεμάτων που απασχολούν. Γιατί όμως δυσκολευόμαστε να συστήσουμε σε κάποιον τουρίστα ένα ελαιοτριβείο εδώ στη Μεσσηνία που να είναι πλήρως επισκέψιμο, πολύ καλά οργανωμένο; Αυτά που υπάρχουν μετριούνται στα δάχτυλα του ενός χεριού ενώ φυσικά υπάρχουν και άλλες αδυναμίες που οφείλονται σε άλλους παράγοντες.

Ο επισκέπτης μας έρχεται υποχρεωτικά σε επαφή με τη γαστρονομία του τόπου. Δε γίνεται διαφορετικά, πρέπει να φάει, να επιβιώσει. Το φαγητό είναι κυρίαρχο. Μπορεί να μην πάει σε ένα μουσείο, να μην κάνει τα μπάνια του αν είναι βροχερός ο καιρός, αλλά την εμπειρία του φαγητού θα τη βιώσει οπωσδήποτε, είτε ευχάριστα, είτε δυσάρεστα, είτε ουδέτερα. Όταν πηγαίνω στον τόπο παραγωγής ενός προϊόντος που έχω γευτεί –π.χ. ο Ολλανδός, ο Βέλγος τουρίστας έχει σίγουρα γευτεί μια ελληνική σαλάτα σε εστιατόριο στις Βρυξέλλες – θέλω να βιώσω την απόλυτη εμπειρία. Να είναι η καλύτερη ελληνική σαλάτα που έχω γευτεί. Δεν είμαι όμως απόλυτα σίγουρος αν βιώνουν αυτή την εμπειρία εδώ. Δεν είμαι απόλυτα σίγουρος αν ο τουρίστας βιώνει αυτή την εμπειρία στο 99% των καταστημάτων. Και προϊόντα φυσικά έχουμε. Και δεν είναι μόνο το λάδι ή η ελιά αλλά και πλήθος άλλων. Είμαστε ένας τόπος ευλογημένος, το ίδιο με την Ιταλία και την Ισπανία θα έλεγα.

Εξετάζοντας το προφίλ των τουριστών μας, από μια έρευνα ενός από τους μεγαλύτερους tour operator, την TUI, προκύπτει πως το φαγητό μαζί με τα αξιοθέατα είναι πολύ ψηλά στην εμπειρία τους.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε επίσης ότι ο επισκέπτης μας πλέον αυτή την εποχή έχει βιώσει ήδη την εικόνα. Θα ταξιδέψει, θα διαβάσει... Αυτή την εποχή ο επισκέπτης έχει ήδη βιώματα. Έχει πολύ υψηλές προσδοκίες πλέον.

Οι πελάτες μας είναι διαβασμένοι πάρα πολύ. Περιμένουν να βιώσουν το απόλυτο, δεν έρχονται απροετοίμαστοι. Τη γεύση όμως; Θα την έχουν πάντα μαζί τους. Όπως αν αναπολήσετε το παρελθόν θα θυμάστε πάντα εκείνο το ούζο που ήπιατε στη Μυτιλήνη, εκείνη τη φέτα που δοκιμάσατε στα Καλάβρυτα, το κρασί... Πρέπει να παίζουμε πολύ πάνω σε αυτό, είναι πολύ ισχυρό. Δεν παίζουμε, ενώ τα τοπικά προϊόντα φυσικά και η παραγωγή είναι σαφέστατα μέσα στο DNA του τουριστικού προϊόντος.

Ας μείνουμε περισσότερο στην Ελλάδα. Τι κάνουμε εμείς;

Ας πάρουμε για παράδειγμα το ελαιόλαδο, για το οποίο αντιλήφθηκα ότι δεν γνώριζα τίποτα, ώσπου παρακολούθησα ένα σεμινάριο του ιδρύματος που μας φιλοξενεί προ ετών και όσα έμαθα ήταν ένα σοκ για εμένα και τους υπόλοιπους συμμετέχοντες.

Τι συμβαίνει εδώ; Όχι πολλά πράγματα, μόνο ελάχιστα με την κλασική δικαιολογία πως είναι δύσκολες οι στιγμές για να επενδύσουμε. Οι ίδιοι οι πελάτες όμως έρχονται και μας ρωτάνε «Πού; Πού πάμε σήμερα;» αλλά συχνά δεν έχουμε να απαντήσουμε.

Στην Κρήτη έχουν ξεκινήσει να κάνουν κάποια πρώτα βήματα. Τι χρειαζόμαστε για να γίνει η αρχή; Ένα ισχυρό θεσμικό πλαίσιο πάνω στον ελαιοτουρισμό; Κι όμως όχι. Είναι λάθος. Δεν χρειαζόμαστε κανένα θεσμικό πλαίσιο. Από πότε η οργανωμένη Πολιτεία πρωτοπορεί και καταγράφει τις ανάγκες; Ποτέ δεν το έκανε αυτό. Η Πολιτεία ακολουθεί τους πρωτοπόρους, αυτούς που σκέφτονται μπροστά, που

πρωτοπορούν. Η Πολιτεία σκέφτεται με πολύ μεγάλη καθυστέρηση. Κανένα θεσμικό πλαίσιο δε χρειαζόμαστε. Νομίζω δεν το χρειάστηκαν ούτε στην Ισπανία και την Ιταλία. Πρώτα ξεκινάμε. Πρώτα διαμορφώνονται οι βάσεις, αναπτύσσονται οι συνεργασίες μέσα σε όλο το κλίμα του ενθουσιασμού, με την εμπειρία που έχει ο καθένας, βρίσκονται τα απαραίτητα κλειδιά, και μετά καλείται η Πολιτεία να προστατεύσει αυτό που σχεδιάστηκε και ήδη υλοποιείται. Η Πολιτεία δεν μπορεί να κάνει κατά παραγγελία ανάπτυξη. Έρχεται επικουρικά, αν θέλει και όταν θέλει. Άλλες φορές βοηθάει, άλλες όχι, ίσως κάνει και ζημιά.

Πρέπει να φτιάξουμε μια ιστορία. Οι Ιταλοί και οι Ισπανοί έφτιαξαν τη δική τους ιστορία. Μπορεί να υπάρχουν ομοιότητες, αλλά εμείς πρέπει να φτιάξουμε τη δική μας και να την πούμε όμορφα και να την ντύσουμε με ωραίες εικόνες. Η Ελληνική Μυθολογία έχει ιστορίες. Χρειαζόμαστε το αφήγημα. Και έχουμε να πούμε ωραίες ιστορίες για την ελιά και το ελαιόλαδο. Το υποστηρίζουμε... Αυτό έκαναν και στην Κρήτη. Κατέγραψαν 50 μνημειακά ελαιόδεντρα από τα οποία ξεχώρισαν τα 14 και πάνω σε αυτά έστησαν τα μονοπάτια.

Στην Καλαμάτα υπάρχει σε κεντρικό σημείο η «μάννα ελιά». Πόσοι έχουν πάει εκεί; Ελάχιστοι. Μπορούμε σήμερα να πάμε εμείς; Όχι. Είναι κάποιος εκεί να μας υποδεχτεί; Όχι. Υπάρχει τουριστικό προϊόν εκεί δίπλα; Όχι. Θεσμικό πλαίσιο χρειάζεται γι' αυτό; Όχι. Δεν είναι η δουλειά της Πολιτείας. Υπάρχουν άλλοι άνθρωποι να εμπνεύσουν και σημαντικοί πάνω σε αυτό.

Άρα για να ολοκληρώσουμε την ιστορία μας χρειαζόμαστε τα μνημειακά ελαιόδεντρα, ένα μουσείο, ελαιοτριβεία, μια πέτρα, ένα μύλο, προσβασιμότητα. Αν και η προσβασιμότητα δεν είναι το νούμερο ένα. Οι πελάτες της Costa Navarino δεν διαμαρτύρονται για το οδικό δίκτυο.

Χρειάζεται να «χτίσουμε» δραστηριότητες. Να είναι βιωματική η εμπειρία, όπως να μαζέψει ελιές, να πάρει μια γεύση, μια ιδέα. Να συμμετάσχει σε μια γευσιγνωσία...

Δεν είναι κάτι που ανακαλύπτουμε. Πατάμε στα ίδια μονοπάτια. Αλλά πρέπει να γίνει οργανωμένα. Να υπάρχει σε ένα φυλλάδιο, να αναγράφονται οι ώρες λειτουργίας και όλα τα απαραίτητα στοιχεία και φυσικά να φτάνει στα χέρια μας για να ενημερώνουμε τον μέσο τουρίστα για τις δυνατότητες που έχει.

Και φυσικά να μπορούμε να πουλάμε το προϊόν μας σε τιμές που αφήνουν κέρδος και να μην είμαστε ζημιογόνοι γιατί πουλάμε χύμα. Στην τυποποίηση έχουν γίνει πολύ μεγάλα βήματα αλλά δε φτάνουν μόνο αυτά. Για να φέρουμε τους ανθρώπους και να πουλήσουμε χρειάζεται ένα αφήγημα. Δεν αρκεί ένα μαύρο μπουκάλι με ωραία γράμματα. Όλοι το κάνουν το μαύρο μπουκάλι με τα ωραία γράμματα πια.

Φυσικά πρέπει να φτιαχτούν τα έντυπα, να σχεδιαστεί μια οργανωμένη προώθηση. Στην Ούμπρια είδαμε ότι έχουν επενδύσει πάνω σε αυτό. Πάνω απ' όλα όμως χρειάζονται συνέργειες στη διακίνηση. Ειδικοί να μας βοηθήσουν πάνω στη δική μας ιστορία, να την πούμε καλύτερα, έτσι όπως θέλει να την ακούσει ο Γερμανός, ο Ιταλός, ο Ρώσος... Ο καθένας μπορεί να θέλει να ακούσει διαφορετικά μια ιστορία. Για παράδειγμα, όπως πρόσφατα διαπίστωσα σε μια εταιρεία, άλλες συσκευασίες προωθούνται στη Ρώσικη αγορά, άλλες στη Σκανδιναβική και άλλες στην Αμερικανική.

Χρειαζόμαστε λοιπόν ειδικούς να μας πουν βάσει των γνώσεών τους αυτή την ιστορία και να γίνει κτήμα των ανθρώπων που έρχονται σε εμάς.

«Πρέπει να εγκαταλείψουμε την ελπίδα πως ο καιρός θα φτιάξει. Πρέπει να μάθουμε να πορευόμαστε μέσα σε άστατο καιρό» είχε πει ο Αριστοτέλης Ωνάσης.

Οι πιθανότητες να ξαναγυρίσουμε στο 2004 είναι μηδαμινές. Δεν ποντάρω ούτε ένα ευρώ. Άλλαξαν οι καιροί κι εμείς πρέπει να αλλάξουμε μαζί με τους καιρούς. Νομίζω ότι αυτό πρέπει να είναι το κεντρικό μήνυμα για όλους εμάς, για τις τοπικές κοινότητες. Χρειάζονται λίγοι να ξεκινήσουν την προσπάθεια. Αυτοί θα παρασύρουν και τους υπόλοιπους.

Στο ερώτημα λοιπόν αν γίνεται ή δε γίνεται (το έθεσε ο Πίτερ Οικονομίδης και ήταν το βασικό «μότο» του Σχολείου Τουρισμού όταν ξεκινήσαμε) η απάντηση είναι φυσικά και γίνεται. Χρειάζονται πάθος έμπνευση, πολλή δουλειά, συνεργασία. Φυσικά και γίνεται. Ο Πίτερ Οικονομίδης έχει πει ακόμα ότι η Ελλάδα είναι από τις μεγαλύτερες «μπράντες» (εμπορικά σήματα) στον κόσμο, τα οποία δεν έχουν αξιοποιηθεί εμπορικά.

Έχουμε λοιπόν την ιστορία, έχουμε την αρχή της ιστορίας που ξεκινάει από την Ακρόπολη, έχουμε την ελιά και τους ανθρώπους...

Διεθνές Εμπόριο Ελαιολάδου των Μεσογειακών Χωρών και προκλήσεις για τις ελληνικές επιχειρήσεις

Δρ Παναγιώτης Κώτσιος

Economist - Researcher at the American Farm School Strategic Project Management Office, 6979158015, pkotsi@afs.edu.gr

Λέξεις κλειδιά: Μεσογειακή διατροφή, ποιότητα, ποσότητα και κατανάλωση ελαιολάδου, παγκόσμιες εξαγωγές.

Η Μεσόγειος Θάλασσα περιβάλλεται από 22 χώρες με συνολικό πληθυσμό 506.682.798 κατοίκων. Στην περιοχή αυτή παράγεται η μεγαλύτερη ποσότητα ελαιολάδου στον κόσμο, σύμφωνα με στοιχεία του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών. Η μέση ετήσια παραγωγή σε τόνους μεταξύ 1994 και 2013 στην Ισπανία ήταν 1.059.194, την Ιταλία 557.574, την Ελλάδα 344.615, την Τυνησία 159.990, την Συρία 140.466 και την Τουρκία 128.168. Σύμφωνα με στοιχεία του Διεθνούς Συμβουλίου Ελιάς για το 2012, η μεγαλύτερη κατανάλωση ελαιολάδου κατά κεφαλή καταγράφεται στην Ελλάδα με 17,9 κιλά ετησίως ανά άτομο, την Ισπανία με 12,6 κιλά και την Ιταλία με 10,9 κιλά.

Σε επίπεδο εξαγωγών οι μεσογειακές χώρες είναι υπεύθυνες για το 95% των παγκόσμιων εξαγωγών και η συνολική αξία εξαγωγών αυξάνεται κάθε έτος, φτάνοντας τα 7,18 δις ευρώ το 2017 από τα 5,03 δις ευρώ το 2013. Η παγκόσμια αύξηση της ζήτησης για το ελαιόλαδο οφείλεται κυρίως στην αύξηση της ζήτησης για υγιεινή διατροφή και καλά λιπαρά, καθώς και την άμεση σύνδεση του ελαιολάδου με την μεσογειακή διατροφή και τα οφέλη της. Η Ισπανία είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας ελαιολάδου, ακολουθούμενη από την Ιταλία, την Πορτογαλία, την Ελλάδα, την Τυνησία και την Τουρκία. Η αυξανόμενη ζήτηση έχει οδηγήσει σε αύξηση της μέση τιμής του

ελαιολάδου παγκοσμίως, από 2,98€ ανά κιλό το 2013 σε 4,09€ ανά κιλό το 2017.

Σε σχέση με τις εισαγωγές ελαιολάδου των μεσογειακών χωρών, αυτές αντιπροσωπεύουν ποσοστό κάτω του 50% των παγκόσμιων εισαγωγών. Η Ιταλία είναι ο μεγαλύτερος εισαγωγέας ελαιολάδου στην Μεσόγειο αλλά και τον κόσμο. Σημαντικές εισαγωγές γίνονται επίσης από την Γαλλία, την Πορτογαλία και την Ισπανία. Το εμπορικό ισοζύγιο (διαφορά εισαγωγών και εξαγωγών) των μεσογειακών χωρών παρουσιάζει σημαντικές διαφορές. Χώρες όπως η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Ελλάδα και η Τυνησία έχουν εμπορικό πλεόνασμα, ενώ η Ιταλία και η Γαλλία έχουν σημαντικά εμπορικά ελλείμματα.

Αυτά τα στοιχεία γεννούν ορισμένες σημαντικές προκλήσεις για τις ελληνικές επιχειρήσεις (παραγωγοί-μεταποιητές-διακινητές) που ασχολούνται με το ελαιόλαδο. Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα πρέπει να επικεντρωθούν στις καλύτερες αγορές παγκοσμίως σε όρους ποσότητας και τιμής, εισερχόμενες σε αυτές με ποιοτικά διαφοροποιημένα προϊόντα, πολλαπλές συσκευασίες και έντονη προώθηση τόσο σε επίπεδο καταναλωτών όσο και διανομέων. Απαραίτητες προϋποθέσεις σε αυτή τη διαδικασία είναι η εξασφάλιση μεγέθους παραγωγής που μπορεί να ικανοποιήσει τη ζήτηση των μεγάλων αγορών και η έρευνα αγοράς στις στοχευμένες αγορές προκειμένου να αναγνωριστούν και να ικανοποιηθούν αποτελεσματικά οι ανάγκες των πελατών.

«Περιβαλλοντική διαχείριση ελαιώνων: Μια ευκαιρία για το φυσικό περιβάλλον, τον άνθρωπο και την οικονομία»

Γιώργος Κόκκινος

Πρόεδρος της Ομάδας Παραγωγών «Νηλέας»

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Η Ομάδα Παραγωγών «Νηλέας» εφάρμοσε το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης αντιλαμβανόμενη τη μεγάλη σημασία του. Η παραγωγή αγροτικών προϊόντων με μέριμνα για το περιβάλλον είναι το ζητούμενο επειδή η μη ορθολογική χρήση εισροών στη γεωργία έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον και στην οικονομία. Η συνειδητοποίηση της ανάγκης για ένα καλύτερο αγροπεριβάλλον κάνει αισθητή την ανάγκη συλλογικής αντιμετώπισης του προβλήματος, πέρα από στερεότυπα και συναισθηματισμούς. Η ενσωμάτωση της μέριμνας για το περιβάλλον στις καλλιεργητικές δραστηριότητες και η προβολή τους μπορεί να έχει οικονομική ανταπόδοση από την πλευρά των καταναλωτών. Η βιώσιμη ελαιοκαλλιέργεια είναι το μέλλον όλων μας.

Λέξεις κλειδιά: Ομάδα Παραγωγών «Νηλέας», περιβαλλοντική διαχείριση στη γεωργία, αειφορία, βιολογική γεωργία.

Ο «Νηλέας» ιδρύθηκε στις αρχές του 2002 με τη μορφή αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας στην αρχή, από 55 ελαιοπαραγωγούς από τη Χώρα και την ευρύτερη περιοχή. Αρχική φιλοδοξία ήταν η εφαρμογή συστήματος ολοκληρωμένης διαχείρισης. Από το 2002 έως το 2011 τα καταφέραμε πάρα πολύ καλά στην εφαρμογή περιβαλλοντικής διαχείρισης. Όταν το 2002 μας ενημέρωσε ο σύμβουλος να κάνουμε περιβαλλοντική διαχείριση στους ελαιώνες, ρωτήσαμε τι σχέση έχει αυτό με το λάδι και τη ελιά. Τελικά, σήμερα, είμαι υπέρμαχος της περιβαλλοντικής διαχείρισης γιατί έχει σχέση με τα πάντα.

Η γαστρονομία, το περιβάλλον, ο πολιτισμός και η ιστορία, είναι ένα «πακέτο» που πρέπει να συνδυαστεί πολύ καλά για να πάμε παρακάτω.

Όπως έχω αντιληφθεί εγώ τα πράγματα, πρόκειται για ένα νόμισμα με δύο όψεις: Από τη μια μεριά είναι το περιβάλλον και από την άλλη είναι η οικονομία, η τσέπη μας. Κάθε λάθος που κάνουμε έχει επιπτώσεις στην τσέπη μας. Συνήθως όσον αφορά στο περιβάλλον έχει καταντήσει

ρομαντισμός και αγνοούμε την οικονομία. Το παραπάνω λίπασμα κάνει ζημιά στο περιβάλλον αλλά και στην τσέπη μας. Αν επιμέναμε σε αυτή τη διάσταση, επειδή η τσέπη μας πονάει όλους, ενώ λιγότεροι έχουμε ευαισθησίες, ίσως είχαμε περισσότερα και καλύτερα αποτελέσματα.

Τι είναι η Περιβαλλοντική Διαχείριση στη γεωργία;

Είναι η παραγωγή αγροτικών προϊόντων με μέριμνα για το περιβάλλον.

Πρέπει να παραδεχτούμε ότι το χωράφι δεν είναι ένα κομμάτι ιδιοκτησίας κάποιου αλλά ένα τμήμα του περιβάλλοντος που το επηρεάζει κι επηρεάζεται απ' αυτό, υπάρχει δηλαδή μια σχέση αλληλεπίδρασης. Συνηθίζουμε να λέμε «χωράφι μου είναι, ό,τι θέλω κάνω». Δεν είναι όμως ακριβώς έτσι. Είναι τμήμα του περιβάλλοντος. Κάθε άστοχη ενέργεια στο χωράφι έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον. Κάθε άσκοπος ψεκασμός που γίνεται επηρεάζει το περιβάλλον. Ήδη μέσα στον ελαιώνα υπάρχουν πάρα πολλοί οργανισμοί, ωφέλιμοι και μη. Συνήθως όμως είναι ωφέλιμοι. Κάθε ενέργεια που κάνουμε, ακόμα και με μια βόλτα μας στο χωράφι, τους διώχνουμε. Δεν λέμε να μην πηγαίνουμε αλλά να σεβόμαστε το περιβάλλον καθώς υπάρχει μια σοβαρή σχέση αλληλεπίδρασης.

Ο ΑΓΡΟΤΗΣ

Ο σύγχρονος αγρότης - καλλιεργητής **οφείλει** να παράγει τρόφιμα λαμβάνοντας υπόψη:

- Τις ανάγκες και απαιτήσεις των καταναλωτών, γιατί τον συμφέρει. Οι απαιτήσεις συνεχώς αυξάνονται όσον αφορά στην ποιότητα.
- Ότι είναι ένας βασικός διαχειριστής του περιβάλλοντος.

Υπηρεσίες και αγαθά που προσφέρει το περιβάλλον

- Αισθητική
- Καταφύγιο ζώων – ακεραιότητα τροφικής αλυσίδας
- Οικονομία και ποιότητα νερού
- Τροφή
- Οικολογική ισορροπία, δείκτης υγιούς οικοσυστήματος

Γιατί πρέπει να μας ενδιαφέρει το περιβάλλον;

- Η μη ορθολογική χρήση εισροών στη γεωργία έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον και στην οικονομία. Εισροές είναι αυτά που αγοράζουμε –λιπάσματα, φυτοφάρμακα- και πώς έχουν επιπτώσεις. Σε μια περιοχή όπως η δική μας με έντονο ανάγλυφο, μεγάλες κλίσεις, χωράφια που συνορεύουν με ρέματα, κάθε άστοχη ενέργεια π.χ. λίπανσης μια μέρα που αναμένονται σύντομα βροχές, έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον, αφού το λίπασμα θα πάει στο ποτάμι, στους οργανισμούς που ζουν εκεί, αλλά και στη θάλασσα.
- Έτσι λοιπόν οι λανθασμένες καλλιεργητικές πρακτικές έχουν σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον, στα προϊόντα, στο κόστος παραγωγής και στην αειφορία. Γιατί στην αειφορία; Για παράδειγμα η φρέζα, την οποία χρησιμοποιούσαμε ως καλλιεργητική πρακτική για την καταστροφή των ζιζανίων, όταν ξεκινήσαμε να εφαρμόζουμε περιβαλλοντική διαχείριση. Εφαρμοζόταν στο 45% της έκτασης. Σήμερα εφαρμόζεται στο 5%, γιατί στα επικλινή εδάφη με την πρώτη βροχή το χώμα έφευγε. Έτσι το χωράφι, όταν φεύγει το επιφανειακό γόνιμο χώμα, οδηγείται σε ερημοποίηση, άρα δεν είναι γόνιμο, χάνεται η αειφορία, υπάρχει οικονομική ζημιά κι ενδεχομένως να υπάρξει εγκατάλειψη, αφού αν παραδώσουμε μη γόνιμα εδάφη στις επόμενες γενιές, οι επόμενες γενιές δεν θα μπορούν να ζήσουν.

Μιλώντας για καλλιεργητικές πρακτικές να σημειωθεί πως όσον αφορά στο κάψιμο των κλαδιών στον ελαιώνα, θα σας αναφέρω μόνο πως συμμετέχοντας ο «Νηλέας» στην ανάκληση κύκλου ζωής ελαιολάδου, το τελικό συμπέρασμα ήταν πως για κάθε κιλό ελαιολάδου που φτάνει εμφιαλωμένο στην Αυστρία, αποθηκεύεται στο έδαφος, δεν εκλύεται, διοξειδίο του άνθρακα 335 γραμμαρίων. Πράγμα που σημαίνει πως ο μεσογειακός ελαιώνας παίρνει μια άλλη διάσταση, που σημαίνει πως αν σταματούσαμε να καίμε τα κλαδιά, το όφελος θα ήταν δύο κιλά. Το έχουμε δοκιμάσει με θρυμματισμό κλαδιών για παραγωγή

κομπόστ. Μια μέθοδος που μπορούμε να τη δούμε σοβαρά. Όλα αυτά δεν είναι εύκολα, είναι όμως αναγκαία.

Μιλώντας για ποιότητα, θα πρέπει να δούμε σε ποιους πελάτες απευθυνόμαστε, τι προϊόν έχουμε και να ικανοποιήσουμε τις απαιτήσεις τους. Επιλέγουμε κάποιους πελάτες οι οποίοι να θέλουν εκτός από ένα πολύ καλό προϊόν και γαστρονομία, ιστορία, πολιτισμό και μέριμνα για το περιβάλλον.

- Η εφαρμογή φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών βελτιώνει την εικόνα μας και συμβάλλει στην ανάπτυξη του αγροτουριστικού προϊόντος

Από το ενδιαφέρον για το περιβάλλον στην περιβαλλοντική διαχείριση

Η συνειδητοποίηση της ανάγκης για ένα καλύτερο αγροπεριβάλλον κάνει αισθητή την ανάγκη συλλογικής αντιμετώπισης του προβλήματος, πέρα από στερεότυπα και συναισθηματισμούς.

Μην ξεχνάμε πως η κακή χρήση της χημείας και των μηχανών δημιούργησαν το πρόβλημα. Όχι οι μηχανές και η χημεία. Αν κάναμε ορθολογική διαχείριση, τα προβλήματα θα ήταν πολύ λίγα με τίμημα πολύ μικρότερο από αυτό που πληρώνουμε σήμερα.

Βασικοί άξονες

- Διερεύνηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την άσκηση της αγροτικής δραστηριότητας. Εμείς διαπιστώσαμε πως πρόβλημα ήταν η χρήση της φρέζας. Μάλιστα η χρήση ζιζανιοκτόνων διαπιστώσαμε πως ήταν πιο φιλική στο περιβάλλον από τη φρέζα. Στη συνέχεια βέβαια περάσαμε στη χρήση χορτοκοπτικών που ήταν ακόμα πιο καλή πρακτική.
- Κατάρτιση προγράμματος βελτιώσεων

Πιο συγκεκριμένα

Εξετάζονται οι περιβαλλοντικές πλευρές που σχετίζονται με την καλλιέργεια της ελιάς, δηλαδή εξετάζονται όλες οι δραστηριότητες, οι καλλιεργητικές πρακτικές κτλ οι οποίες αλληλεπιδρούν με το περιβάλλον.

Προϋποθέσεις

- Θέσπιση και τήρηση τεκμηριωμένων διαδικασιών. Η περιβαλλοντική διαχείριση είναι επιστήμη.
- Χρειάζεται τήρηση πρωτοκόλλου ή προτύπου που θα προσφέρει αναγνωρισμένη και αξιόπιστη πιστοποίηση.

Διαπιστώνουμε όμως μέσα από την εμπειρία της 17χρονης διαδρομής, από το 2002 μέχρι σήμερα, οι πιστοποιήσεις ουσιαστικά μας έχουν καταστρέψει, αφού κυνηγάγαμε την πιστοποίηση και όχι την ουσία, το περιεχόμενο, νομίζοντας πως με το χαρτί θα πουλήσουμε πιο ακριβά το λάδι μας. Πάνω σε αυτό κατέρρευσε και το σύστημα ολοκληρωμένης διαχείρισης, το οποίο θα μπορούσε να προσφέρει πάρα πολλά στους Έλληνες παραγωγούς, μέσα από συνεχή εκπαίδευση και προσαρμογή στα νέα δεδομένα που συνεχώς αλλάζουν. Αν -όπως έχουμε επισημάνει- δεν προσαρμοστούμε στις απαιτήσεις για τους υδρογονάνθρακες, δεν θα πουλάμε και κινδυνεύουμε το λάδι μας να χαρακτηριστεί μη εμπορεύσιμο. Και δεν είναι η μόνη απαίτηση. Φοβάμαι ότι οι απαιτήσεις από την αγορά συνεχώς θα μεγαλώνουν και θα πρέπει να προσαρμοζόμαστε.

Οι βασικές αρχές είναι το πιο σημαντικό

- Ένα σύστημα διαχείρισης σχεδιάζεται για την περιοχή που εφαρμόζεται.
- Αφορά και επηρεάζει όλους όσοι με τον έναν ή με άλλο τρόπο εμπλέκονται.
- Βελτιώνεται και εξελίσσεται συνεχώς. Ένα δυναμικό σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης οφείλει να έχει διαχείριση κρίσεων. Όταν θα συμβεί μια καταστροφή να ανταποκριθεί, να λάβει μέτρα.

Η καλλιέργεια της ελιάς και το περιβάλλον

Η καλλιέργεια της ελιάς σε σχέση με τις άλλες γεωργικές δραστηριότητες είναι η πιο ήπια προς το περιβάλλον διότι:

- ο ελαιώνας προέκυψε ως φυσική εξέλιξη χωρίς να απαιτήσει βίαιες επεμβάσεις του ανθρώπου.

- Απαιτεί ελάχιστες καλλιεργητικές φροντίδες και εισροές.
- Ο ελληνικός ελαιώνας είναι περισσότερο ελαιοδάσος και λιγότερο σύγχρονη καλλιέργεια.

Οι επιπτώσεις από την καλλιέργεια της ελιάς προς το περιβάλλον

- Χρήση χημικών (φυτοφάρμακα - λιπάσματα)
- Χρήση μηχανημάτων
- Χρήση νερού
- Διαχείριση εδάφους
- Κλαδέματα – διαχείριση κομμένων κλαδιών

Για όλα αυτά υπάρχουν σχέδια διαχείρισης και με επιστημονικό τρόπο γίνονται οι επεμβάσεις για τη μικρότερη επιβάρυνση του περιβάλλοντος.

Ποια η σχέση της περιβαλλοντικής διαχείρισης με τη βιολογική γεωργία

- Η βιολογική γεωργία είναι μια καλλιεργητική πρακτική φιλική προς το περιβάλλον που διέπεται από τον κανονισμό της ΕΕ
- Η περιβαλλοντική διαχείριση είναι ένα δυναμικό σύστημα παραγωγής αγροτικών προϊόντων συμβατικών και βιολογικών. Κάθε εκδοχή του βασίζεται σε ένα αποδεκτό σύστημα τεκμηρίωσης (πχ ISO 14001 κτλ)

Γιατί με συμφέρει να προσέχω το περιβάλλον

- Ως άνθρωποι, παραγωγοί και καταναλωτές είμαστε μέρος του περιβάλλοντος.
- Η διατάραξη του περιβάλλοντος απειλεί την υγεία και το μέλλον μας.
- Η ενσωμάτωση της μέριμνας για το περιβάλλον στις καλλιεργητικές δραστηριότητές μας και η προβολή τους, μπορεί να έχει οικονομική ανταπόδοση από την πλευρά των

καταναλωτών. Μπορεί να αυξηθεί η προτίμηση γιατί έχει μια περιβαλλοντική σήμανση και αν αυξηθεί η ζήτηση, μπορεί να προσφέρει και προστιθέμενη αξία. Αν μάλιστα συνδεθεί με τον αγροτουρισμό, τον ελαιοτουρισμό και τη γαστρονομία, τότε μπορούμε να ελπίζουμε σαν περιοχή ότι μπορούμε στο μέλλον να κερδίσουμε και προστιθέμενη αξία. Δεν έρχεται όμως ως δια μαγείας με τα πιστοποιητικά, όπως καλλιεργήθηκε μια εντύπωση για σειρά ετών.

- Το πιο σημαντικό είναι πως όταν δεν αγνοώ το περιβάλλον και το λαμβάνω υπόψη σοβαρά, μειώνω το κόστος παραγωγής.

Το όφελος

- Το περιβάλλον και η περιβαλλοντική σήμανση προσφέρει μια ευκαιρία για διαφοροποίηση του προϊόντος.
- Προσφέρει επίσης μια ευκαιρία για ανάπτυξη τοπικών επιχειρήσεων συσκευασίας ελαιολάδου. Κάτι τέτοιο μας λείπει. Χρειάζεται σύνδεση της παραγωγής με τη μεταποιητική μονάδα.
- Μέσω της ιχνηλασιμότητας δίνεται η ευκαιρία προβολής του τύπου που παράγεται το προϊόν των ανθρώπων που το παράγουν και των δραστηριοτήτων τους.
- Το προϊόν απευθύνεται σε ευαισθητοποιημένους για το περιβάλλον καταναλωτές.

Τυποποιημένο βιολογικό ελαιόλαδο

Η περιβαλλοντική διαχείριση είναι η τεκμηριωμένη επιστημονική προσέγγιση βελτίωσης του περιβάλλοντος. Η μέριμνα για το περιβάλλον είναι: Υγεία, ποιότητα ζωής και πολιτισμός.

Είναι υποχρέωσή μας να δώσουμε στις επόμενες γενιές τα χωράφια μας πιο γόνιμα, γιατί το ζητούμενο είναι η βιώσιμη γεωργία, η βιώσιμη ελαιοκαλλιέργεια και να τους δώσουμε ένα περιβάλλον καλύτερο από αυτό που παραλάβαμε.

Έχουμε περιθώρια να το βελτιώσουμε γιατί τα κέρδη είναι πολλαπλά.