

# Προοπτικές Ανάπτυξης του Γεωργικού Τομέα: Μύθοι και Πραγματικότητα.

*Προκόπης Θεοδωρίδης  
Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων  
Πανεπιστήμιο Πατρών*



# Μύθοι !!!!

## Ανοίγουν δουλειές στα αρωματικά φυτά

Επενδυτικές ευκαιρίες για την ίδρυση και λειτουργία μονάδων εκκύλισης βοτάνων σε πανελλήνια κλίμακα, προσφέρει το νέο θεσμικό πλαίσιο που εισαγείται για τα αρωματικά ο υφυπουργός Γιάννης Δριβελέγκας. Προβλέπονται η εξάφραση των αιθέριων ελαίων από τη βαριά φορολογία του ονομαστέματος και η ειδική ενίσχυση των επενδύσεων. [σελ. 26-37](#)

Λύση στα θέματα φορολογίας των αιθέριων ελαίων - Ζεστό χρίσμα από τα προγράμματα

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών



**Μύθοι !!!!**



... σίγουρο εισόδημα από την καλλιέργεια αρωματικών φυτών  
Το ετήσιο εισόδημα για τα δέκα στρέμματα μπορεί να φτάσει τα  
**8.000 ευρώ** -  
Η επέκταση και η μεταποίηση δίνει **έως 100.000 €** την τριετία -  
Τρεις οι αγορές που δραστηριοποιείται ο παραγωγός  
....

Νέες ευκαιρίες για τις εξαγωγές αγροτικών προϊόντων  
Τρεις καλλιέργειες που μυρίζουν... μεγάλα κέρδη!!!

Ποια αγροτικά προϊόντα έχουν  
μεγάλες προοπτικές για κέρδη



**Μύθοι !!!!**

**Να γίνουμε Νέοι Αγρότες...**

**Να επιστρέψουμε στη γη...στο χωράφι !!!**



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

**Είναι δύσκολο να είσαι  
αγρότης...**

**αλλά είναι ακόμη  
πιο δύσκολο να είσαι  
νέος αγρότης**

**Μύθοι !!!!**

**Έχουμε τα καλύτερα αγροτικά προϊόντα !!!!**

**Ναι μπορεί...αλλά ποιος το ξέρει ????????????**



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

**6**

## Ελλάδα & Ελαιόλαδο

- Παραγωγή: 357,900 τόνοι ελαιόλαδο
- Εξαγωγή: 229,137 τόνοι – 156,800 τόνοι στην Ε.Ε
- Κυριότερες χώρες εξαγωγής: ΗΠΑ, Καναδάς, Κίνα, Ρωσία, Αυστραλία
- Κυριότερες χώρες εξαγωγής στην Ε.Ε: Ιταλία, Ισπανία
- Τιμή (2013): 2.46 ευρώ/κιλό

Πηγή: *International Olive Council*



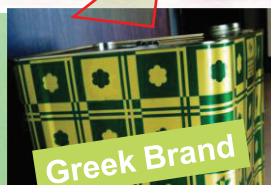
Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

11

## Εξαγωγές ελαιολάδου

### 1. Διάρθρωση χύμα / τυποποιημένου

	Ελαιόλαδο		Πυρηνέλαιο		Σύνολο	
	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%
- Χύμα	95.400	84,4	29.800	92,8	125.200	86,2
- Τυπ/νο	17.700	15,6	2.300	7,2	20.000	13,8
- Σύνολο	113.100	100,0	32.100	100,0	145.200	100,0



Πηγή: *ΣΕΒΙΤΕΛ*

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

12

## Δυστυχώς όμως....

### Είναι γεγονός ότι....

Η μισή (?) συνολική εγχώρια κατανάλωση καλύπτεται από το «**χύμα**» ελαιόλαδο (στο γνωστό 17κιλο τενεκέ)

- Χωρίς ελέγχους
- Χωρίς ανάγκη τυποποίησης & συσκευασίας & σήμανσης
- Χωρίς οργανωμένα δίκτυα και κανάλια διανομής
- Χωρίς την πληρωμή φόρων στερώντας από τη χώρα μας πόρους που θα μπορούσαν να επενδυθούν στις εξαγωγικές προσπάθειες



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

14

## ...υπάρχει όμως και αυτό....



### Lambda

**Ποσότητα: 500ml**

**Τιμή: € 65.56**



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

16

## Είναι γεγονός ότι...

- Το μερίδιο των Ελληνικών **εξαγωγών** ελαιολάδου στις 15 πιο σημαντικές αγορές είναι **μόλις 8%** με την **Ιταλία και την Ισπανία να κατέχουν το 92%**.
- Η **Ισπανία**, η μεγαλύτερη εξαγωγική χώρα ελαιολάδου, εξάγει το 50% από τις ποσότητες της στην Ιταλία, ενώ το υπόλοιπο στις Η.Π.Α., Γαλλία, Πορτογαλία, Ιαπωνία και Αυστραλία.
- Η **Ελλάδα εξάγει «χύμα» περίπου το 65-70%** των εξαγωγικών ποσοτήτων σε **Ιταλούς** παραγωγούς οι οποίοι στη συνέχεια το συσκευάζουν και το εξάγουν με Ιταλική ετικέτα (π.χ. Bertoli).



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

17

Το γεγονός αυτό απεικονίζει το φτωχό δίκτυο εμπορίας και την έλλειψη **μάρκετινγκ** και έχει τεράστιες δυσμενείς επιπτώσεις καθώς....

1. Οι Ιταλοί κερδίζουν την **υπεραξία** του τυποποιημένου και συσκευασμένου Ελληνικού προϊόντος.
2. Δυσκολεύεται η **είσοδος του Ελληνικού ελαιολάδου** σε διεθνείς αγορές γιατί οι καταναλωτές έχουν συνδυάσει το συγκεκριμένο προϊόν με την Ιταλία και συνεπώς βοηθάμε τους Ιταλούς να αυξάνουν το μερίδιο αγοράς τους σε βάρος της χώρας μας. ....



.....και μάλιστα όταν από τις ποσότητες που εξάγουμε, **μόλις το 5%** εξάγεται σε **εμφιαλωμένη μορφή**.

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

18

## Απουσία Ελληνικού Ελαιολάδου από την Διεθνή Αγορά

### Γιατί ?

- **Απουσία** Εθνικής Πολιτικής Εξωστρέφειας του Κλάδου για μακρό χρονικό διάστημα
- **Σκληρός Ανταγωνισμός** στο «ράφι» της διεθνούς αγοράς με τιμές α΄ ύλης 15% μεγαλύτερες από αυτές των άλλων χωρών
- **Κυριαρχία του χύμα** επί του τυποποιημένου τόσο στις εξαγωγές (βυτία- πλοία προς την Ιταλία) όσο & στην εσωτερική αγορά (17κιλο ανώνυμο)



19

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

## Τι μας λείπει;

- Τυποποίηση
  - Εμφιάλωση
  - Αυτοέλεγχος – HACCP
  - Ιχνηλασιμότητα
  - Εκπαίδευση
- Να αλλάξουμε οπτική γωνιά: να σταματήσουμε να βλέπουμε το λάδι ως απλό χύμα προϊόν αλλά ένα προϊόν **ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗΣ** αξίας!



- Εμφιάλωση → Πιστοποίηση → **marketing**

20

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

## Διεθνής Διαγωνισμός – Νέα Υόρκη



RESULTS NEWS LEARN CONTACT US

What is The New York International Olive Oil Competition?

It is the largest and most important olive oil competition in the world.

Each year, the winning olive oils are coveted by chefs, food buyers and consumers everywhere who know the value of the very highest quality extra virgin olive oils.

# The World's Best Olive Oils

SEE THIS YEAR'S AWARD WINNERS



21

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

## St. Olive Premium



Ποσότητα: 500ml

Τιμή: **€21.85**

22

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών



## 5 Unique



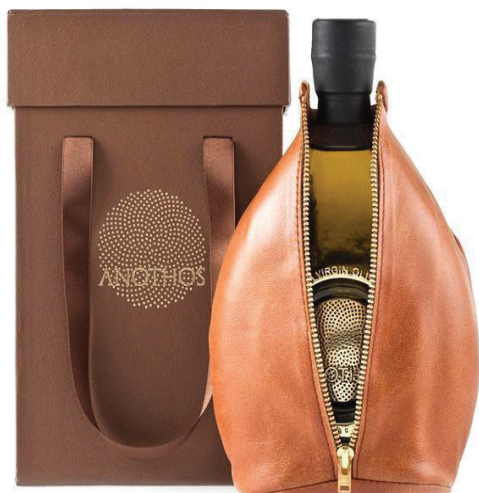
**Ποσότητα: 200ml**

**Τιμή: € 36.42**

*Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών*

23

## Anothos Elite Premium



**Ποσότητα: 500ml**

**Τιμή: € 240.41**

*Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών*

24

## Moria Elea



The image shows the Moria Elea product packaging, which includes a wooden box and a glass bottle. The box is dark brown with a circular logo on the left and the text 'MORIA ELEA' and 'PREMIUM EXTRA VIRGIN OLIVE OIL FROM GREECE' on the right. The bottle is clear glass with a black cap and a white label that reads 'MORIA ELEA EXTRA VIRGIN OLIVE OIL' and 'No. 00644'. The background is a light green gradient with a white plate of olives in the bottom left corner.

**Ποσότητα: 500ml**  
**Τιμή: € 29**

25

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

## Olea Juice



The image shows a single dark glass bottle of Olea Juice. The bottle has a black cap and a white label that reads 'superior extra virgin olive oil' and 'Medison Kallias'. The background is a light green gradient with a white plate of olives in the bottom left corner.

**Ποσότητα: 500ml**  
**Τιμή: € 59**

26

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

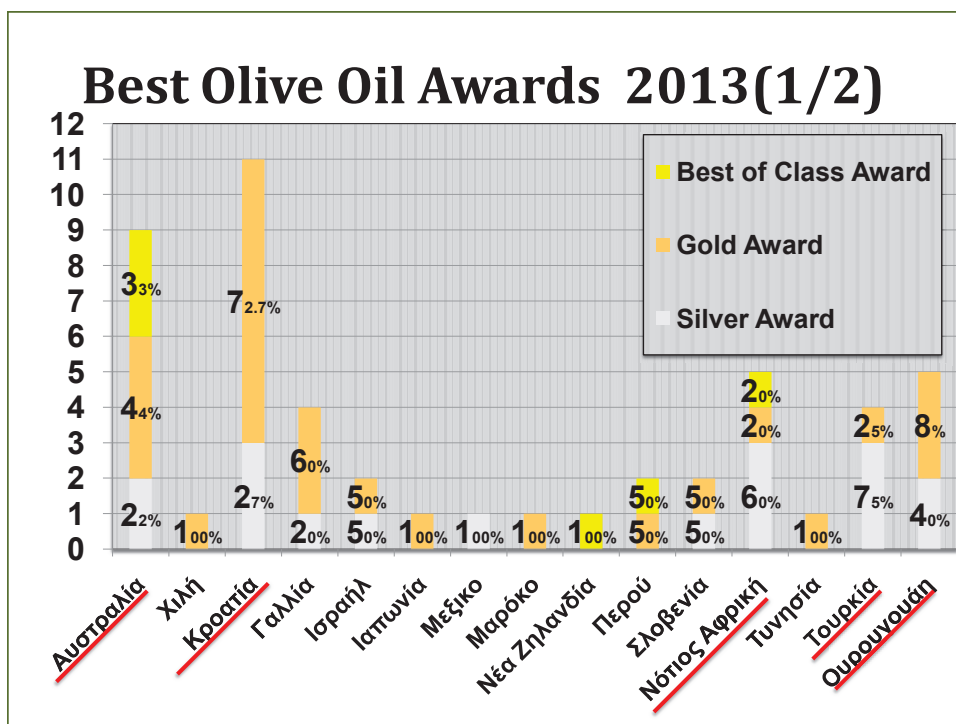
## 0.3 Zero Plus



**Ποσότητα: 500ml**  
**Τιμή: €13.11**

27

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
 Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών



## 5 Βήματα για Στρατηγικές Προσανατολισμένες στον Καταναλωτή

1. Χαρτογράφησε την Αγορά: Ποιοι είναι οι βασικοί πελάτες; Ποιος είναι ο ανταγωνισμός; Πως είναι οργανωμένα τα κανάλια διάθεσης;
2. Κατανόησε τα Τμήματα των Καταναλωτών: Κατανόησε πως διαφέρουν οι καταναλωτές όσον αφορά (1) τη γνώση τους σχετικά με το προϊόν, (2) τα αγοραστικά κίνητρα, και (3) τις επιθυμίες τους σχετικά με συγκεκριμένα προϊόντικά χαρακτηριστικά.
3. Σύνδεσε Καταναλωτικές Επιθυμίες και Αγοραστικά Κίνητρα με Προϊοντικά Χαρακτηριστικά
4. Τοποθέτησε (position) τα Brands ως Βάση Διαφοροποίησης
5. Επικοινωνήσε την Τοποθέτηση (positioning)



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

36

## Αλλαγές...

- Αλλαγή του ρόλου του αγρότη από παραγωγό σε **επιχειρηματία** - αν δεν μπορεί ο παραγωγός... να βρει κάποιον που μπορεί !
- Ανάγκη για **εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό – Νέα γενιά αγροτών**
- **Ο συνεταιρισμός με νέο ρόλο – ομάδες παραγωγών**
- Νέες λειτουργίες στον αγροτικό χώρο : **έρευνα αγοράς**, σχέδια κόστους - ωφέλειας της καλλιέργειας, προβολή προϊόντων, διανομή, εξαγωγή, πιστοποίηση ...
- **Χωρίς πληροφόρηση για την αγορά δεν υπάρχει λόγος καλλιέργειας και τυποποίησης**
  - **Εξωστρέφεια**, στενή συνεργασία με άλλους φορείς με επένδυση σε χρόνο και χρήμα (Ερευνητικά Ινστιτούτα, Πανεπιστήμιο, Ενδιάμεσοι)
  - **Μεσοπρόθεσμοι** οικονομικοί στόχοι



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

37

# ....MARKETING

## Οι λύσεις υπάρχουν...

- **Branding-** Δημιουργία επώνυμων προϊόντων
- Προώθηση
- Ενίσχυση της ονομασίας **Made in Greece** ... και γιατί όχι και της περιφέρειας... **Product of... Region of ...**
- Εγχώριες και διεθνείς εκθέσεις
- Ηλεκτρονικό κατάστημα – E-shop
- Προβολή σε επαγγελματικά και κλαδικά έντυπα
- Ειδικές εκδόσεις
- Χρήση Κοινωνικών δικτύων (FACEBOOK)
- Δημιουργία γεγονότων (γιορτές ελαιόλαδου, κλπ)
  - Επισκέψιμες εγκαταστάσεις (π.χ «Οι Δρόμοι της Ελιάς)
  - Ηλεκτρονικά δημοπρατήρια



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

38

**...αλλά πριν απ' όλα ίσως  
πιο σημαντικό είναι ...**

## Αγροτοδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας

- **Αγροδιατροφικός πυλώνας**
- **Τουριστικός -Πολιτιστικός πυλώνας**
- **Περιβαλλοντικός πυλώνας**
- **Τεχνολογικός-Ερευνητικός Πυλώνας**



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

41

**...λέξεις κλειδιά.....**

**«Συνεργασία  
- Ποιότητα  
- Εντοπιότητα»**



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

42



...αλλά τώρα, σήμερα...εχθές.....  
είναι επιτακτική η ανάγκη για ένα  
**ΕΘΝΙΚΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ**

...με έναν από τους βασικούς πυλώνες  
τον **πρωτογενή τομέα και την  
μεταποίηση...**

Με απλά λόγια ...που είμαστε  
ανταγωνιστικοί, τι παράγουμε και  
τι μπορούμε να εξάγουμε !  
**(το αυτονόητο)**



Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο Πατρών

45

**Ευχαριστώ  
για την προσοχή σας !!!**

Πρ. Θεοδωρίδης, Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ, Τμήμα Διοίκησης  
Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, Πανεπιστήμιο  
Πατρών

