



Αγαπητοί Φίλοι και Συμπατριώτες μου,

με τα newsletters που θα αποστέλλονται κάθε εβδομάδα, ελπίζω να λαμβάνετε χρήσιμες πληροφορίες για θέματα που αφορούν τον ελαιοκομικό κλάδο και ενημέρωση σχετικά με τις δράσεις που έγιναν στα πλαίσια του προγράμματος που υλοποιούμε σε συνεργασία με την Περιφέρεια Β. Αιγαίου. Το πρόγραμμα αυτό μας επέτρεψε να έχουμε επιστημονική τεκμηρίωση για το βιοδραστικό περιεχόμενο

του ελαιολάδου μας και όλα τα συστατικά που αναδεικνύουν την εξαιρετική ποιότητα των ποικιλιών ελιάς του Βορείου Αιγαίου. Έτσι, αποκτήσαμε νέα ισχυρά εργαλεία marketing που ενισχύουν τη διεθνή αναγνωρισιμότητα του ελαιολάδου, διευκολύνουν τις εξαγωγές αλλά και τις πωλήσεις με καλύτερες τιμές αγοράς, κάτι εντελώς απαραίτητο στην τρέχουσα συγκυρία.

Στη διάθεσή σας.



Νικόλαος Θωμαΐδης
Καθηγητής Αναλυτικής
Χημείας στο Εθνικό και
Καποδιστριακό
Πανεπιστήμιο Αθηνών

Από τις αναλύσεις...στην πράξη!



Κατερίνα Βασιλάτου, Χημικός-Κοσμητολόγος MSc

Η ελιά έχει αξιοποιηθεί εδώ και πολλά χρόνια από τις μεσογειακές χώρες για δημιουργία προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, όπως καλλυντικά και διατροφικά συμπληρώματα. Η κοινωνική και οικονομική αξία αυτού του καρπού είναι ανυπολόγιστη αλλά η ερευνητική δραστηριότητα παρέμενε ανεπαρκής τα προηγούμενα χρόνια στη χώρα μας, με αποτέλεσμα να υπάρχει περιθώριο λεηλασίας της αγοράς ελαιολάδου από άλλες χώρες. Για τον λόγο αυτό έχουν ιδιαίτερη σημασία οι επιστημονικές αναλύσεις που γίνονται από τον κ. Νικόλαο Θωμαΐδη, Καθηγητή Αναλυτικής Χημείας στο Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ), στα πλαίσια του προγράμματος που υλοποιείται από την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου σε συνεργασία με το Εργαστήριο Αναλυτικής Χημείας του ΕΚΠΑ.

Τα ερευνητικά αποτελέσματα του κ. Θωμαΐδη έδωσαν το έναυσμα στην Κατερίνα Βασιλάτου, Χημικό-Κοσμητολόγο με πολύχρονη εμπειρία στον χώρο των καλλυντικών, να δημιουργήσει μια νέα σειρά καλλυντικών προϊόντων με “πρωταγωνίστρια” την κολοβή λεσβιακή ελιά καθώς και άλλα χαρακτηριστικά προϊόντα των νησιών του Β. Αιγαίου, όπως το μανταρίνι της Χίου και το σταφύλι της Λήμνου.

Όπως δήλωσε η κα Βασιλάτου: «Ξεκινώντας από την επιλογή των πιο χαρακτηριστικών φυτών των νησιών, μπορούμε να επεκταθούμε με την εισαγωγή καινοτόμων και ίσως όχι τόσο γνωστών φυτών, όπως ενδημικά ή παραδοσιακά χρησιμοποιούμενα. Σε αυτό το έργο ήταν ουσιαστική η συμβολή του καθηγητή κ. Θωμαΐδη στην επιστημονική τεκμηρίωση των δραστικών συστατικών των προϊόντων. Η σειρά βασίζεται στις αρχές του cleanbeauty, δηλαδή είναι απαλλαγμένη από συστατικά αμφίβολης ασφάλειας και φυσικά με πολύ καλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Δημιουργήθηκε μια σειρά προϊόντων για όλους τους τύπους δέρματος. Πιο συγκεκριμένα, μια 24ωρη κρέμα ενυδάτωσης για την πόλη, μια κρέμα ματιών σύσφιξης και λάμψης, μια κρέμα χεριών θρέψης και ενυδάτωσης και ένα γαλάκτωμα σώματος ενυδάτωσης και αντιοξειδωτικής προστασίας. Το λεσβιακό ελαιόλαδο συμμετέχει σε όλα τα προϊόντα και προσφέρει θρέψη και ενυδάτωση. Επιπλέον, η 24ωρη κρέμα καθώς και η κρέμα ματιών περιέχουν εκχύλισμα από τα φύλλα της κολοβής ελιάς με ισχυρή αντιοξειδωτική δράση για τις περιβαλλοντικές επιθέσεις που δέχεται η επιδερμίδα. Η κρέμα χεριών και το γαλάκτωμα σώματος από την άλλη περιέχουν εκχύλισμα από τον πυρήνα. Όλα τα προϊόντα αναδίδουν την φρεσκάδα του Χιώτικου μανταρινιού ενώ οι υφές είναι άμεσα απορροφήσιμες με πλούσια αίσθηση ενυδάτωσης.»

Η δράση αυτή επιβεβαιώνει ότι η καινοτομία προωθεί την ανάπτυξη των επιχειρήσεων ανεξάρτητα από τις γενικές συνθήκες της οικονομίας. Επιβεβαιώνει επίσης πρόσφατες μελέτες, σύμφωνα με τις οποίες, οι επιχειρήσεις που υιοθετούν καινοτόμες δράσεις και αποκτούν ανταγωνιστικό προβάδισμα, είναι αυτές που έχουν στενή συνεργασία με ερευνητικά κέντρα ή πανεπιστήμια.

Η ελιά με...αριθμούς



Η ελιά καλύπτει το 75,4% της καλλιεργούμενης έκτασης με δέντρα. Με την ελαιοκομία ασχολείται αποκλειστικά ή εν μέρει το 34% του αγροτικού πληθυσμού της χώρας μας. Η καλλιέργεια της ελιάς, αναπτύσσεται σε πολλά διαμερίσματα της νότιας, κεντρικής και βόρειας Ελλάδας με σκοπό την παραγωγή ελαιολάδου και επιτραπέζιων ελαιών.

Η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου ανέρχεται σε ένα ύψος 3,100.000 τόνων ετησίως. Οι κυριότερες χώρες παραγωγής ελαιολάδου είναι: η Ισπανία με 1,300.000 τόνους, η Ιταλία 450.000 τόνους, η Ελλάδα 350.000 τόνους, η Συρία 200.000 τόνους, η Τουρκία 180.000 τόνους, κ.α.

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ελληνικής ελαιοπαραγωγής είναι η εξαιρετική της ποιότητα αφού το 75-80% του ελληνικού ελαιόλαδου χαρακτηρίζεται σαν «εξαιρετικό παρθένο» ενώ της Ισπανίας μόνο το 25-30% και της Ιταλίας το 40-45%. Εκείνο που λείπει στο ελληνικό ελαιόλαδο είναι η τυποποίηση. Μία πολύ μεγάλη ποσότητα πωλείται χωρίς τυποποίηση με αποτέλεσμα τις χαμηλές τιμές.

Στην Ελλάδα υπάρχουν 97.000.000 ελαιόδεντρα και ασχολούνται με την ελαιοκαλλιέργεια 500.000 οικογένειες, ενώ λειτουργούν 2.700 ελαιοτριβεία. Η μέση κατανάλωση ελαιολάδου σε εθνικό επίπεδο είναι η υψηλότερη στον κόσμο, φθάνει τα 20 κιλά ετησίως ενώ στην Κρήτη φθάνει τα 25 κιλά. Όσον αφορά την παραγωγή βρώσιμων ελαιών σε παγκόσμιο επίπεδο οι χώρες παραγωγής είναι: Η Ισπανία 520.000 τόνους, η Αίγυπτος 500.00 τόνους, η Τουρκία 450.000 τόνους, η Αργεντινή 200.000 τόνους, η Αλγερία 130.000 τόνους, η Ελλάδα 120.000 τόνους, Μαρόκο 100.000 τόνους, η Ιταλία 60.000 τόνους.

Η μέση ετήσια κατανάλωση ελαιών ανά άτομο στην Ελλάδα είναι 9 κιλά.

Τι είναι marketing και ορισμένοι μύθοι γύρω απ' αυτό



Το marketing είναι η δραστηριότητα, το σύνολο των θεσμών και των διαδικασιών με σκοπό τη δημιουργία, την επικοινωνία, τη διανομή και την ανταλλαγή αγαθών, προϊόντων ή υπηρεσιών, που έχουν αξία για τους πελάτες, τους συνεργάτες και την ευρύτερη κοινωνία.

Ιούλιος 2013, Αμερικανικός Σύνδεσμος Επαγγελματιών Marketing

Ορισμένοι μύθοι για το marketing:

1) Το marketing δημιουργεί ανάγκες. **Λάθος!**

Το marketing αναγνωρίζει τις ανάγκες των μελών μιας κοινωνίας και απαντάει σε αυτές.

2) Το marketing είναι πωλήσεις. **Λάθος!**

Σκοπός του marketing είναι να γνωρίζει τον αγοραστή και τις ανάγκες του τόσο καλά, ώστε να δημιουργεί ποιοτικά προϊόντα ή υπηρεσίες και οι αγοραστές να τα επιλέγουν από μόνοι τους, καθιστώντας περιττή τη διαδικασία πωλήσεων.

3) Το marketing και η διαφήμιση είναι το ίδιο. **Λάθος!**

Το marketing δεν ταυτίζεται με τη διαφήμιση. Η διαφήμιση, σε οποιαδήποτε μορφή της (τηλεόραση, τύπος, διαδίκτυο, social media, κ.α.) είναι ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία του marketing για την γνωστοποίηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας στους καταναλωτές-πελάτες.

"Εξειδικευμένη έρευνα προώθησης
ελαιολάδου και προϊόντων ελιάς Βορείου
Αιγαίου μέσω ανάδειξης του βιοδραστικού
περιεχομένου και των ιδιαίτερων
χαρακτηριστικών ποιότητας"



Έργο της Περιφέρειας Β. Αιγαίου & του Ε.Κ.Π.Α.
με τη συμμετοχή του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ και του
Πανεπιστημίου Αιγαίου