

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



24/6/2020

Τεύχος 11

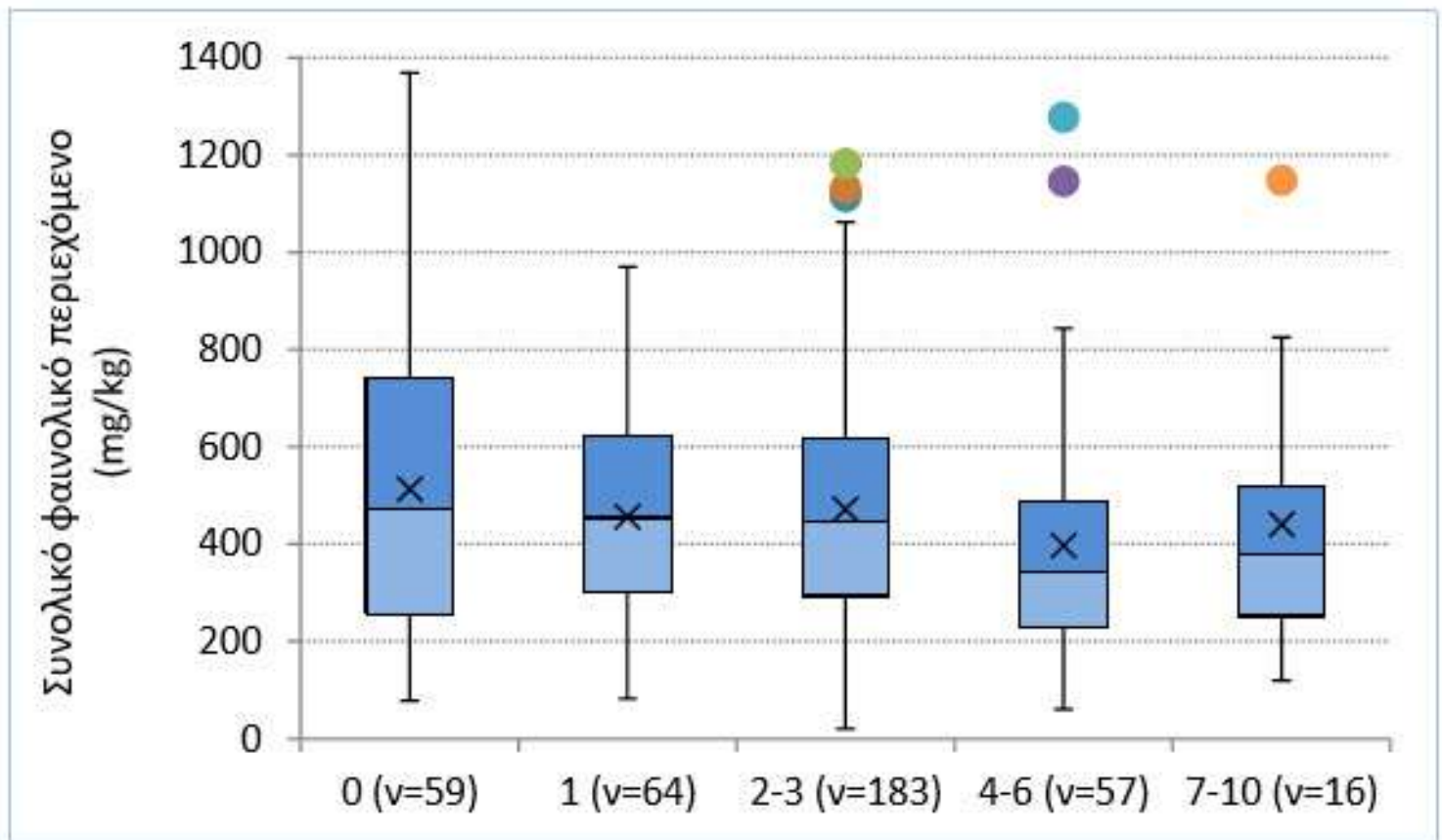
## Η ιστορία της ελιάς

Από τα προϊστορικά χρόνια τα δύο πολύτιμα υγρά του μεσογειακού χώρου, το έλαιον και ο οίνος φαίνεται να διαδραματίζουν το δικό τους ξεχωριστό ρόλο σε διάφορες τελετές. Στα προϊστορικά νεκροταφεία υπάρχουν εγκαταστάσεις έκθλιψης σταφυλιών και πιθανόν ελαιοκάρπου. Η αρχαία χρήση του λαδιού στην ταφική τελετουργία έχει διατηρηθεί και στη χριστιανική θρησκεία. Η ελιά είναι το μόνο φυτό που αναφέρεται πάνω από 170 φορές στη Βίβλο.

Στην Καινή Διαθήκη το ελαιόλαδο εξακολουθεί να εκτιμάται ως πολύτιμο μέσο θεραπείας, ακόμη και ως ένδειξη τιμής, φιλίας και αγάπης! Επιγλέον οι μαθητές του Χριστού χρησιμοποιώντας χρίσματα ελαίου εκδίωκαν τα ακάθαρτα πνεύματα και θέραπευαν τους ασθενείς.

# Διακύμανση φαινολικού περιεχομένου με βάση το χρονικό διάστημα από τη συγκομιδή μέχρι την ελαιοποίηση

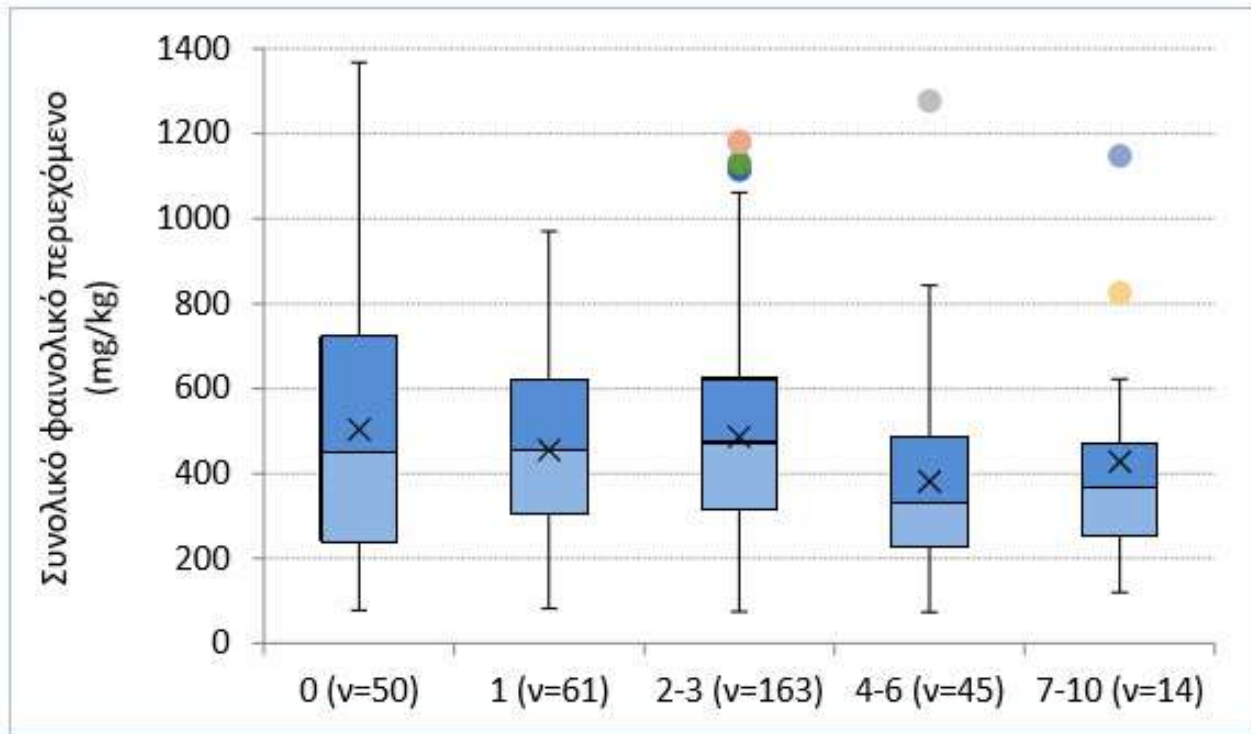
Στο Διάγραμμα 1 φαίνεται το συνολικό φαινολικό περιεχόμενο με βάση τις ημέρες από τη συγκομιδή μέχρι την ελαιοποίηση στο σύνολο των δειγμάτων Β. Αιγαίου.



Διάγραμμα 1

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι μέσοι όροι για το χρονικό διάστημα 0, 1 και 2-3 ημερών δεν παρουσιάζουν στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ τους, όπως και το χρονικό διάστημα 4-6 και 7-10 ημερών στη μεταξύ τους σύγκριση. Συμπεραίνεται ότι τα ελαιόλαδα που παράγονται εντός 3 ημερών από τη συγκομιδή τους διαφοροποιούνται από εκείνα που παράγονται μετά το πέρας των 3 αυτών ημερών. Επισημαίνεται επίσης ότι τα ελαιόλαδα που παρήχθησαν σε σύντομο χρονικό διάστημα από τη συγκομιδή τους (έως 3 ημέρες) παρουσιάζουν υψηλότερο συνολικό φαινολικό περιεχόμενο σε σύγκριση με τα υπόλοιπα ελαιόλαδα, των οποίων η παρατεταμένη καθυστέρηση ως προς την ελαιοποίησή τους είχε αρνητική επίδραση στη διαμόρφωση του βιοδραστικού τους περιεχομένου.

Στο Διάγραμμα 2 φαίνεται το συνολικό φαινολικό περιεχόμενο με βάση τις ημέρες από τη συγκομιδή μέχρι την ελαιοποίηση για το νησί της Λέσβου ξεχωριστά (καθώς τα υπόλοιπα νησιά δεν παρείχαν ικανοποιητικό αριθμό δειγμάτων για το σύνολο των παραμέτρων-ημέρων που μελετήθηκαν).



**Διάγραμμα 2**

Τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν τα συμπεράσματα που εξήχθησαν με τη μελέτη στο σύνολο των νησιών. Έτσι, καταφαίνεται ότι η ελαιοποίηση εντός των πρώτων 3 ημερών από τη συγκομιδή του ελαιοκάρπου δίνει ελαιόλαδο με υψηλότερο συνολικό φαινολικό περιεχόμενο.

Στον Πίνακα 2 αναγράφονται στατιστικές παράμετροι συνολικού φαινολικού περιεχομένου με βάση τις ημέρες από τη συγκομιδή μέχρι την ελαιοποίηση για το νησί της Λέσβου.

	Διάμεση τιμή (mg/kg)	Μέσος όρος (mg/kg)	Τυπική απόκλιση (mg/kg)	Εύρος (mg/kg)
0 ημέρες (v=50)	450	503	310	78 - 1368
1 ημέρα (v=61)	454	454	213	82 - 970
2-3 ημέρες (v=163)	474	486	233	75 - 1181
4-6 ημέρες (v=45)	330	382	241	74 - 1277
7-10 ημέρες (v=14)	368	428	276	120 - 1148

**Πίνακας 1**

# Με πολλά βραβεία τα ελαιόλαδα της Λέσβου!



Με πολλά μετάλλια για τα ελαιόλαδα της Λέσβου ολοκληρώθηκε ο διεθνής διαγωνισμός Athena International Olive Oil 2020. Ο διαγωνισμός πραγματοποιήθηκε 11-13 Ιουνίου στα Σπάτα αν και στο πρόγραμμα ήταν να γίνει στη Λέσβο, στο Μουσείο Βιομηχανικής ελαιουργίας της Αγίας Παρασκευής. Λόγω της πανδημίας, η διοργάνωσή του στο νησί μετατίθεται για του χρόνου.

Αναλυτικά τα βραβεία:



## Διπλό Χρυσό (1)

--*Σαπφώ*, Παπαδέλλης Χαράλαμπος, 70% Κολοβή, 20% Αδραμυτινή, 10% Αγριελιά

## Χρυσά (13)

- Γέρας*, Γλιγλής Γρηγόρης, Κολοβή
- Acaia*, Hellenic Agricultural Enterprises, Κολοβή
- Βαλέρια*, Ελαιοτριβείο Πολιχνίτου, Κολοβή
- Σαπφώ Limited Edition*, Παπαδέλλης Χαράλαμπος, 60% Αδραμυτινή, 30% Κολοβή, 10% Αγριελιά
- Eleón*, Τζωρτζής Μιχαήλ, 70% Αδραμυτινή, 30% Κολοβή
- Acaia Flavoured With Grapefruit & Bergamot*, Hellenic Agricultural Enterprises, Κολοβή
- Acaia Flavoured With Lemon & Oregano*, Hellenic Agricultural Enterprises, Κολοβή
- Σαπφώ Βιολογικό*, Παπαδέλλης Χαράλαμπος, 70% Κολοβή, 20% Αδραμυτινή, 10% Αγριελιά
- Σελάδι*, Περί Λέσβου, Κολοβή
- Ελαιώνας Οικογένειας Μπαρέλη*, Μπαρέλη Μαρία, Κολοβή
- Lesvos Gold Premium Βιολογικό*, Ελληνικά Συνεταιριστικά Ελαιόλαδα, Κολοβή
- Acaia Organic*, Hellenic Agricultural Enterprises, Κολοβή
- Irina*, Κατσακούλης, 70% Κολοβή, 30% Αδραμυτινή



## Αργυρά (17)

- Όμικρον*, Βογιατζής Χρυσά Ελαιόλαδα, 70% Κολοβή, 30% Αδραμυτινή
- Alpha Plus*, Αγροτικός Ελαιουργικός Συνεταιρισμός Ακρασίου, Κολοβή
- Eclectic Earth*, Εκλεκτική Γή, Κολοβή
- Ειρήνη Πλωμαρίου*, Καλαμποκά Κωνσταντίνα, Κολοβή
- Protoleo*, Ραφτέλη - Πρωτούλη Μαρία, Κολοβή
- Stalos*, Χατζηνικολάου Ιωάννης, 80% Κολοβή, 20% Αδραμυτινή
- Irina Βιολογικό*, Κατσακούλης, Κολοβή
- Olea Lesvos*, Κτήματα Πλωμαρίου, Κολοβή
- Blackbird Natural Treasures*, Κανέλλος Ιωάννης, 80% Κολοβή, 20% Αδραμυτινή
- ΗΩ*, Γλιγλής Γρηγόρης, Κολοβή



- Lesvos Gold be a Gourmet, Ελληνικά Συνεταιριστικά Ελαιόλαδα, 80% Κολοβή, 20% Αδραμυτινή
- Blackbird Natural Treasures Βιολογικό, Κανέλλος Ιωάννης, 80% Κολοβή, 20%
- Πόρτο Γέρα, Πόρτο Γέρα, 95% Κολοβή, 5% Αδραμυτινή
- Οινία Βιολογικό, Τζωρτζής Μιχαήλ, 70% Αδραμυτινή, 30% Κολοβή
- Μοδούσα, Κοιν. Σ.ΕΠ. Μοδούσα, Κολοβή
- Aegaea, Ραφτέλη – Πρωτούλη Μαρία, Κολοβή



### Χάλκινα (3)

- Diolia*, Μάριος Αγγελούκος, Κολοβή
- Oilon Organic*, Φραγκόπουλος Γεώργιος, 60% Κολοβή, 40% Αδραμυτινή
- Βιολογικά Ελαιοκτήματα Ιωάννα Ζούρου*, Βιολογικά Ελαιοκτήματα Ιωάννα Ζούρου, 80% Κολοβή, 20% Αδραμυτινή

## Ειδικά βραβεία

### Ειδικό βραβείο για το καλύτερο ελαιόλαδο ανά ποικιλία

Γέρας, Γλιγλής Γρηγόρης, Κολοβή

### Ειδικό βραβείο για το καλύτερο ελληνικό ελαιόλαδο ανά περιοχή: Κρήτη, Πελοπόννησος, Στερεά Ελλάδα, Θεσσαλία, Ήπειρος, Μακεδονία, Θράκη, Ιόνια Νησιά, Νησιά Αιγαίου

Σαπφώ, Παπαδέλλης Χαράλαμπος, 70% Κολοβή, 20% Αδραμυτινή, 10% Αγριελιά



# Ψηφιακό εκπαιδευτικό πρόγραμμα για τις εξαγωγές αγροδιατροφικών προϊόντων



Το πρόγραμμα «Νέα Γεωργία για τη Νέα Γενιά», δημιούργησε ένα νέο πρόγραμμα κατάρτισης με θέμα «Θεμελιώδεις αρχές για εξαγωγές αγροδιατροφικών προϊόντων». Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των αγροδιατροφικών επιχειρήσεων είναι πιο επιτακτική από ποτέ, ειδικά τώρα που η πανδημία έχει επιφέρει μια νέα οικονομική κρίση. Το νέο αυτό πρόγραμμα που θα υλοποιηθεί ψηφιακά, απευθύνεται σε επιχειρηματίες και εργαζόμενους μικρομεσαίων αγροδιατροφικών επιχειρήσεων με εξαγωγικό προσανατολισμό και σε

απόφοιτους σχολών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που σχετίζονται με τον τομέα των αγροδιατροφικών προϊόντων με καθόλου ή μικρή εμπειρία.

Ο στόχος είναι να αποκτήσουν οι συμμετέχοντες τις απαραίτητες γνώσεις για μια επιτυχημένη εξαγωγική δραστηριότητα ως μέρος της επιχειρηματικής τους στρατηγικής. Διακεκριμένοι εισηγητές, στελέχη επιχειρήσεων με μακρόχρονη επαγγελματική και ακαδημαϊκή εμπειρία θα μεταφέρουν στους συμμετέχοντες με διαδραστικό τρόπο και πρακτικά παραδείγματα, ένα ευρύ φάσμα θεματικών, προσανατολισμένο στις απαιτήσεις των αγορών του εξωτερικού.

Η κατάρτιση αυτή, διάρκειας 48 διδακτικών ωρών, θα εγκαινιάσει την πιλοτική λειτουργία της πλατφόρμας διαδικτυακής εκπαίδευσης Cultivate του προγράμματος «Νέα Γεωργία για τη Νέα Γενιά» η οποία έχει ως όραμα την δημιουργία ενός διαδικτυακού κόμβου μη τυπικής εκπαίδευσης στον κλάδο της αγροδιατροφής τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η περίοδος υποβολής αιτήσεων για το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Θεμελιώδεις αρχές για εξαγωγές αγροδιατροφικών προϊόντων», θα διαρκέσει μέχρι τις 21 Ιουνίου. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να μάθουν περισσότερα σχετικά με την εκπαίδευση και να κάνουν την αίτησή τους στον σύνδεσμο <https://www.generationag.org/themeliodeis-arxes-gia-eksagoges-agrodiatrofikon-proionton>. Το πρωτοποριακό πρόγραμμα «Νέα Γεωργία για τη Νέα Γενιά», είναι μια πρωτοβουλία ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας των νέων στον αγροδιατροφικό τομέα, της οποίας ηγείται το Πανεπιστήμιο Rutgers σε συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και την Αμερικανική Γεωργική Σχολή. Το πρόγραμμα υλοποιείται μέσω αποκλειστικής δωρεάς του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ).

Πηγή: [agrocapital.gr](http://agrocapital.gr)

## Έρευνα: Πρόθυμοι να αλλάξουν τις διατροφικές τους συνήθειες οι Ευρωπαίοι

Συνειδητοποιώντας κατά κάποιο βαθμό τον αντίκτυπο των διατροφικών τους συνθηκών στο περιβάλλον, οι Ευρωπαίοι καταναλωτές δείχνουν πρόθυμοι να αλλάξουν αρκετά, σύμφωνα με στοιχεία έρευνας που πραγματοποίησε η Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών (BEUC) μαζί με την ΕΚΠΟΙΖΩ σε 11 χώρες της Ε.Ε.

Προτιμούν προϊόντα τοπικής παραγωγής, χωρίς φυτοφάρμακα και περισσότερα φυτικά τρόφιμα. Μάλιστα το 40% των καταναλωτών σταμάτησαν να τρώνε κόκκινο κρέας ή το έχουν μειώσει. Απαιτούν την επιβολή αυστηρότερων περιβαλλοντικών προδιαγραφών από τους αγρότες και συμφωνούν με την υποχρεωτική αναγραφή πληροφοριών αειφορικού χαρακτήρα στην ετικέτα των τροφίμων. Διαφωνούν με την υψηλότερη φορολόγηση και επομένως την ακριβότερη τιμή των τροφίμων και συμφωνούν με την παροχή κινήτρων στους αγρότες για πιο αειφορική παραγωγή τροφίμων.

Πηγή: [ellinikigeorgia.gr](http://ellinikigeorgia.gr)



Τα προϊόντα της Oilon είναι το Early Harvest που είναι αγουρέλαιο βιολογικής καλλιέργειας, το Organic Extra Virgin που βιολογικής καλλιέργειας και το Extra Virgin που είναι έξτρα παρθένο ελαιόλαδο.

Ο Γιώργος Φραγκόπουλος, ελαιοπαραγωγός και τυποποιητής ελαιολάδου, απέκτησε την πολύχρονη πείρα του πατέρα του Στέφανου ως πολύτιμη γνώση και λειτούργησε ο ίδιος το ελαιοτριβείο της οικογένειας για μια δεκαετία. Σύμφωνα με τον ίδιο: «Παράγουμε ελαιόλαδο υψηλής ποιότητας και απόδειξη αποτελούν οι βραβεύσεις μας σε όσους διαγωνισμούς ποιότητας λάβαμε μέρος στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Κατά βάση η ποικιλία είναι η Κολοβή και Αδραμυτιανή. Ο ελαιώνας της Λέσβου είναι εμβολιασμένος πάνω σε άγριο ελαιώνα. Για αυτό και οι παραφυάδες είναι άγριες. Αυτό μας δίνει το πλεονέκτημα να γίνονται τα ελαιόδεντρα πιο ανθεκτικά σε ασθένειες και στις καιρικές συνθήκες. Επίσης παράγεται ελαιόλαδο με πολύ υψηλά διατροφικά χαρακτηριστικά, ωραία γεύση, οσμή και ιδιαίτερο χρώμα.»

Ο αριθμός των επιχειρήσεων που παράγουν ελαιόλαδο είναι μεγάλος, η τυποποίηση όμως είναι συγκεντρωμένη σε λίγες επιχειρήσεις. Ο διεθνής ανταγωνισμός είναι σκληρός και οι εξαγωγές ενέχουν δυσκολίες.

Η οικογένεια Φραγκοπούλου ασχολείται με την παραγωγή ελαιολάδου πάνω από τρεις γενιές. Το εξαιρετικό ελαιόλαδό τους παράγεται στους ιδιόκτητους ελαιώνες της οικογένειας, στους οικισμούς Κώμη και Πηγή. Βρίσκονται σε ημιορεινή θέση και εφαρμόζεται άνυδρη καλλιέργεια.



Παρόλα αυτά όπως δήλωσε ο κ. Φραγκόπουλος «Στοχεύουμε μόνο σε εξαγωγές και τώρα συζητάμε για Γερμανία και Σουηδία. Ο τομέας του ελαιολάδου είναι πολύ ανταγωνιστικός λαμβάνοντας υπόψη τα εξής: 1) Τη φορολογία, δεδομένου ότι σε άλλες χώρες της ΕΕ δεν φορολογείται καθόλου ή φορολογείται με συντελεστή 10% στη Γαλλία. 2) Το κόστος παραγωγής, η μορφολογία του εδάφους αυξάνει το κόστος διότι γίνεται δύσκολη ως αδύνατη η χρήση μηχανικών μέσων. Επίσης υπάρχει έλλειψη προσωπικού. 3) Κατάργηση των δασμών για εισαγωγή ελαιολάδου από τρίτες χώρες. Αυτό έχει ως επακόλουθο χώρες όπως η Γερμανία, η οποία είναι μια μη ελαιοπαραγωγική χώρα να εισάγει μεγάλες ποσότητες ελαιολάδου με πολύ χαμηλό κόστος και να τις διαθέτει στις αγορές.»



Συνεπώς, απαιτείται η χάραξη μιας σαφούς στρατηγικής που θα οδηγήσει τις επιχειρήσεις να αποκτήσουν ισχυρή χρηματοοικονομική κατάσταση, να χτίσουν ένα καλό και ισχυρό όνομα στην αγορά, με αποτέλεσμα να κατέχουν σημαντικά μερίδια στην αγορά. Για να επιτευχθεί το χτίσιμο ενός ισχυρού brand name απαιτείται πολλή δουλειά και ισχυρή διαφημιστική καμπάνια προς γνώση και όφελος του καταναλωτή. Ο κ. Φραγκόπουλος πιστεύει ότι «το brand είναι η ταυτότητα του προϊόντος και το marketing είναι πολύ σημαντικό λόγω του υψηλού ανταγωνισμού που υπάρχει στην αγορά. Είναι κάτι στο οποίο ο κάθε παραγωγός ή έμπορος ελαιολάδου πρέπει να επενδύσει πολλά χρήματα ώστε να έχει τα αποτελέσματα που επιθυμεί. Οι ειδικοί του marketing λένε ότι οποιαδήποτε επιχείρηση θέλει να επιτύχει στον χώρο των τροφίμων πρέπει το 50% των δαπανών της να επενδύονται στο marketing. Δυστυχώς δεν υπάρχει υποστήριξη από την πολιτεία, η γραφειοκρατία και η οικονομική κατάσταση της χώρας αποτρέπουν κάποιον να επιλέξει ως επάγγελμα την ενασχόληση με τον πρωτογενή τομέα, με αποτέλεσμα να έχει σχεδόν εγκαταλειφθεί».

Κάθε επιχείρηση για να δημιουργηθεί και να συνεχίσει να υπάρχει, πρέπει να έχει ένα όραμα και να πορεύεται με βάση αυτό. Συνήθως αντανakλά τις πεποιθήσεις του επιχειρηματία και ταυτίζεται με τις αρχές και τις αξίες του. Το όραμα εκφράζεται με το πώς θα ήθελε ο επιχειρηματίας να δει την επιχείρησή του μετά από χρόνια. Ο κ. Φραγκόπουλος θα ήθελε να καταφέρει να κάνει γνωστά τα κορυφαία ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων του με αποτέλεσμα τη διάθεσή τους σε ανάλογες αγορές.



## Γλοισπόριο



Η περίοδος της άνοιξης είναι κρίσιμη για την ανθοφορία και την καρπόδεση της ελιάς. Την ίδια περίοδο παρουσιάζονται ασθένειες και έντομα-εχθροί που προκαλούν προβλήματα στην καλλιέργεια της ελιάς. Μεταξύ των σημαντικών ασθενειών είναι και η μυκητολογική προσβολή από γλοισπόριο (*Gloesporium olivarum*) που βρίσκεται σε έξαρση τα τελευταία χρόνια. Ο θύλακας εμφάνισης του εντοπίζεται στις περιοχές της Ιταλίας και της Ελλάδας, που βρέχονται από το Ιόνιο πέλαγος. Παρόλα αυτά, έχει ταυτοποιηθεί μόλυσμα και στη Λέσβο.

Οι προσβολές ξεκινούν την άνοιξη από μουμιοποιημένους καρπούς ελιάς της προηγούμενης χρονιάς, όπου και επιβιώνει ο μύκητας. Η ασθένεια εμφανίζεται όταν ο καρπός αλλάζει χρώμα, αποκτά σκούρες κηλίδες που με ευνοϊκές συνθήκες υγρασίας επεκτείνονται, καλύπτοντας ολόκληρο τον καρπό. Τότε οι καρποί πέφτουν στο έδαφος ή αν παραμείνουν στο δέντρο, αποσαθρώνονται και συρρικνώνονται. Η βασική αιτία εκδήλωσης της νόσου είναι η αυξημένη υγρασία. Οι ελιές που προσβάλλονται πέφτουν πρόωρα μειώνοντας την απόδοση της συγκομιδής και στο στάδιο

της ελαιοπαραγωγής παράγουν ένα κοκκινωπό λάδι χαμηλής ποιότητας, πολύ θολό και με υψηλό βαθμό οξύτητας. Συμπτώματα ξήρανσης μπορεί να παρατηρηθούν και στα φύλλα. Όπως γίνεται κατανοητό η συλλογή και απομάκρυνση των πεσμένων στο έδαφος καθώς και των μουμιοποιημένων καρπών αλλά και των προσβεβλημένων φύλλων που αποτελούν σημαντική πηγή μόλυνσης για το επόμενο έτος, είναι επιβεβλημένη.

Επιπλέον για την καταπολέμηση του γλοισπορίου μπορούν να πραγματοποιηθούν προληπτικοί ψεκασμοί με χαλκούχο σκεύασμα λίγο πριν την ανθοφορία, στην καρπόδεση στις περιοχές που υπάρχει πρόβλημα αλλά και πριν τις πρώτες βροχές του φθινοπώρου. Πέραν των χαλκούχων σκευασμάτων, τα φυτοπροστατευτικά προϊόντα με δραστική χημική ομάδα τις τριαζόλες που χρησιμοποιούνται για το κυκλοκόνιο καλύπτουν και το γλοισπόριο.



## Το blogging ενισχύει το brand




Σήμερα όλοι είναι online, ειδησεογραφικά sites και περιοδικά, bloggers αλλά και καθένας από μας με τα κοινωνικά δίκτυα που διαθέτουμε. Μοιραζόμαστε πληροφορίες και νέα, ενημερωνόμαστε για τα πάντα γρήγορα και στοχευμένα. Το μόνο που χρειαζόμαστε είναι μια συσκευή και το διαδίκτυο. Όταν αναζητούμε πληροφορίες για κάτι συγκεκριμένο π.χ. ελαιόλαδο και τις συλλέγουμε από το oliveoilfactory το πιθανότερο είναι ότι θα εμπιστευτούμε αυτό το brand.

Συνεπώς ένα ενεργό blog προσδίδει αξία και είναι ένας ωραίος τρόπος να δείξετε ότι γνωρίζετε καλά αυτό που εκπροσωπείτε καθώς κι ένας αποτελεσματικός τρόπος να προσελκύσετε την προσοχή του κοινού. Στη συγγραφή των άρθρων σας προσθέστε λέξεις-κλειδιά που θα σας φέρνουν ψηλά στην αναζήτηση στην google. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δίνετε στον τίτλο ο οποίος θα πρέπει να είναι κατανοητός και να μην ξεπερνά τους 60 χαρακτήρες. Η γνωστοποίηση του brand σας δεν είναι κάτι που θα συμβεί μέσα σε μια μέρα. Θέλει χρόνο, υπομονή και είναι αποτέλεσμα συνδυασμού ενεργειών και όχι αποκλειστικότητα μιας μόνο ενέργειας ή μιας πληρωμένης καμπάνιας. Η αρθρογραφία εντάσσεται στις τακτικές του digital marketing, όταν θέλει κάποιος να γνωστοποιήσει το brand του. Η στοχευμένη παραγωγή περιεχομένου σας φέρνει στις οθόνες των καταναλωτών σας με άμεσο τρόπο, δίνοντας τις πληροφορίες που αναζητούν.

Με το blogging επιτυγχάνετε αύξηση της επισκεψιμότητας στην ιστοσελίδα σας, που θα πρέπει να είναι ο στόχος στη στρατηγική που θα ακολουθήσετε. Μεγαλύτερη κίνηση στην ιστοσελίδα σημαίνει περισσότεροι δυνητικοί πελάτες, άρα περισσότερες πιθανότητες αύξησης των πωλήσεων. Το blog είναι καλύτερα να είναι ενσωματωμένο στην ιστοσελίδα σας γιατί αν είναι ξεχωριστό, στην περίπτωση που ο αναγνώστης θα θέλει να μάθει περισσότερα για το brand σας θα πρέπει επισκεφτεί την ιστοσελίδα σας με την πιθανότητα να μη συνεχίσει το "ταξίδι" του και να τον χάσετε. Κάθε άρθρο στο blog σας έχει ένα μοναδικό url που αφήνει το δικό του ψηφιακό αποτύπωμα στο διαδίκτυο. Από την στιγμή που κοινοποιείται, βρίσκεται εκεί, θα παραμείνει εκεί και θα εμφανίζεται πάντα στις αναζητήσεις του κοινού. Δηλαδή, σε αντίθεση με τις διαφημίσεις, μπορεί να φέρνει συνεχώς νέους επισκέπτες στην ιστοσελίδα σας.



**Παγάκια με βότανα και ελαιόλαδο**



Χρησιμοποιούνται σε φαγητά κατσαρόλας, σούπες ή μπορούν να αφεθούν να λιώσουν σε μια φέτα ψωμί.



"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