

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



9/7/2020

Τεύχος 13

Η ιστορία της ελιάς

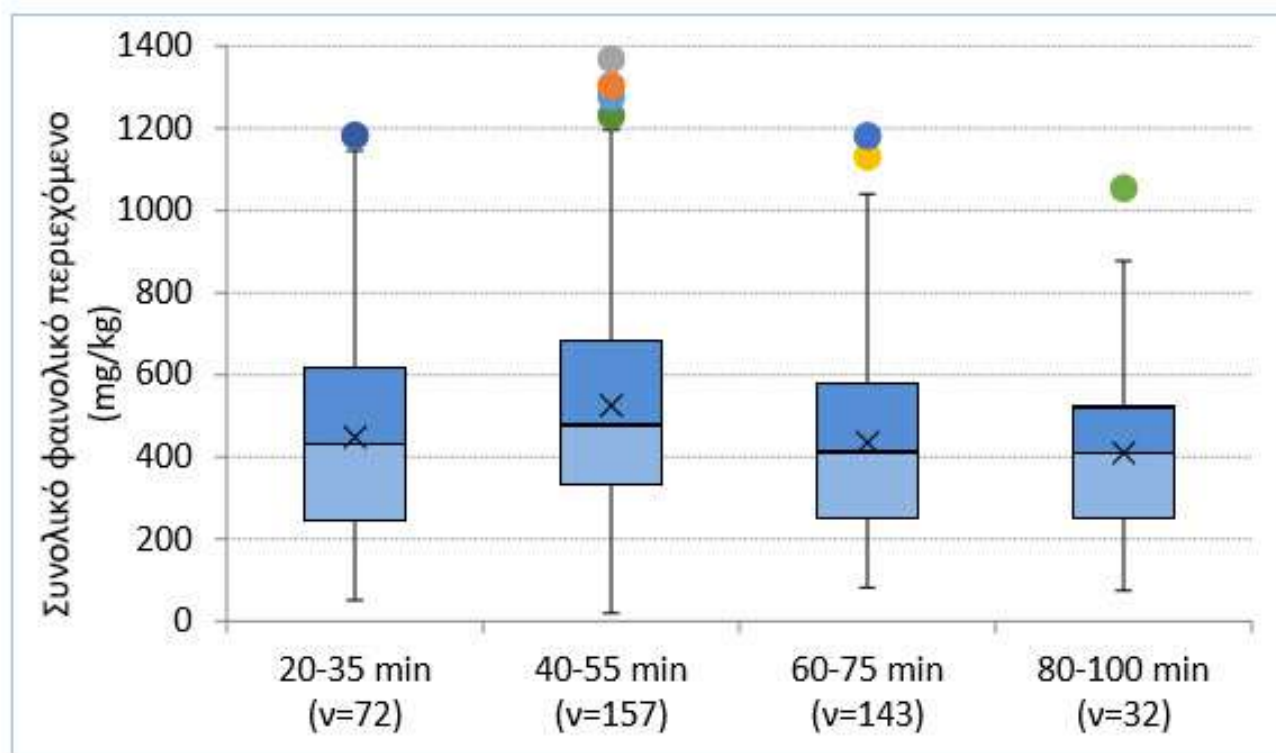
Τα αρχαιολογικά ευρήματα από τα μινωικά ανάκτορα της Κρήτης μαρτυρούν τον παλλαγιό ρόλο του ελαιολάδου στον κρητικό πολιτισμό της Μινωικής περιόδου, η οποία έφθασε στο αποκορύφωμά της μεταξύ των ετών 2000 με 1450 π.Χ.

Οι ανασκαφές στην Κρήτη έφεραν στο φως τεράστιους πίθους για την αποθήκευση του λαδιού, πιστοποιώντας πως η δύναμη των Μινωιτών βασιλιάδων προερχόταν σε μεγάλο βαθμό και από την εξαγωγή του ελαιολάδου, τόσο στην Αίγυπτο, όσο και σε άλλες περιοχές της Μεσογείου, καθώς μάλιστα από το 1450 π.Χ. και εζής η εκμετάλλευση του προϊόντος άρχισε βαθμιαία να συστηματικοποιείται.

Διακύμανση φαινολικού περιεχομένου με βάση το χρόνο μάλαξης



Στο Διάγραμμα 1 φαίνεται το συνολικό φαινολικό περιεχόμενο με βάση το χρόνο μάλαξης στο σύνολο των δειγμάτων Β. Αιγαίου.



Διάγραμμα 1

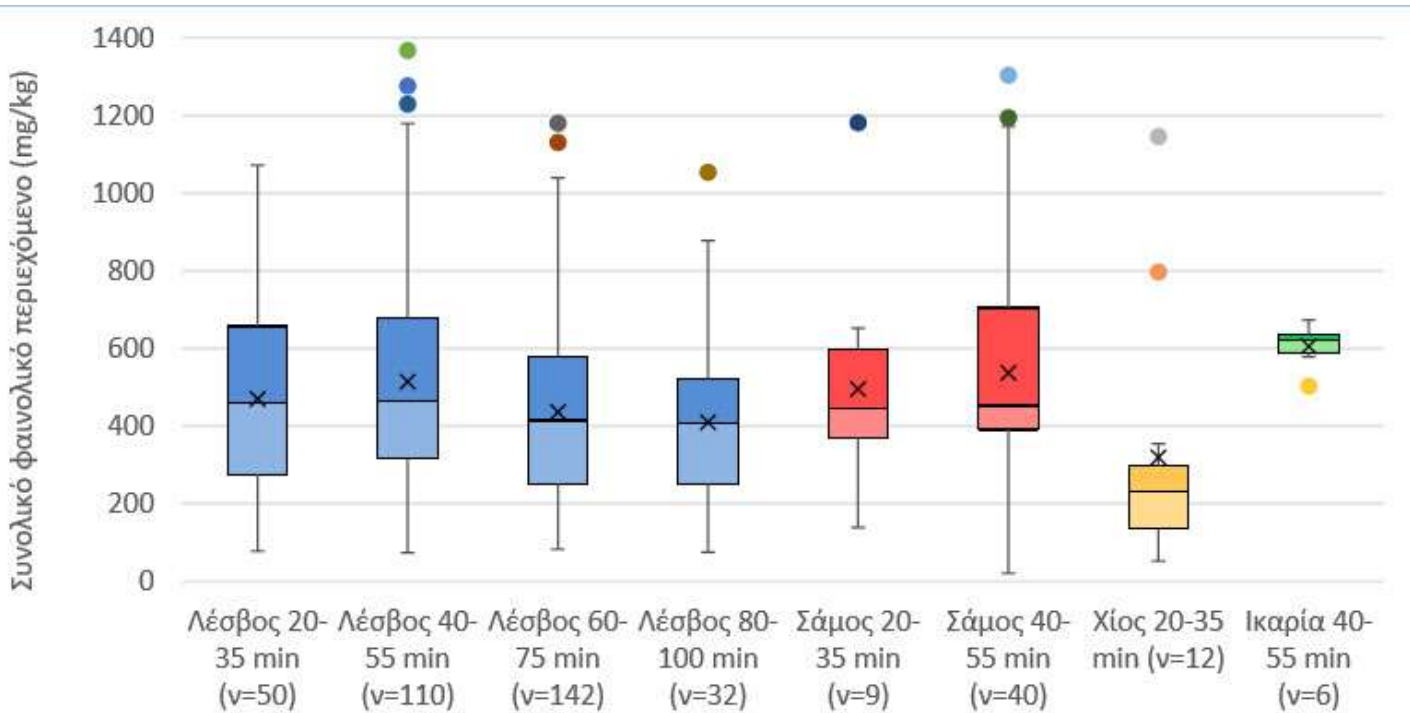
Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο μέσος όρος των χρόνων 40-55' παρουσιάζει στατιστικά σημαντική διαφορά σε σχέση με τους μέσους όρους των υπόλοιπων κατηγοριών χρόνων μάλαξης. Συγκεκριμένα, παρουσιάζει το υψηλότερο συνολικό φαινολικό περιεχόμενο, σε σύγκριση με τους υπόλοιπους χρόνους μάλαξης, γεγονός που καθιστά το χρόνο μάλαξης 40-55' ως βέλτιστο χρόνο μάλαξης. Για τις δύο πρώτες κατηγορίες χρόνων μάλαξης παρατηρείται υψηλότερος αριθμός συνολικού φαινολικού περιεχομένου, γεγονός που φανερώνει ότι η παρατεταμένη παραμονή του καρπού στο μαλακτήρα έχει αρνητική επίδραση στη διαμόρφωση του βιοδραστικού περιεχομένου του παραγόμενου ελαιολάδου.

Στον Πίνακα 1 φαίνονται οι στατιστικές παράμετροι συνολικού φαινολικού περιεχομένου με βάση το χρόνο μάλαξης στο σύνολο των δειγμάτων Β. Αιγαίου.

	Διάμεση τιμή (mg/kg)	Μέσος όρος (mg/kg)	Τυπική απόκλιση (mg/kg)	Εύρος (mg/kg)
20-35 min (v=72)	434	449	263	52-1182
40-55 min (v=157)	478	525	270	20-1368
60-75 min (v=143)	412	436	230	82-1181
80-100 min (v=32)	408	410	218	75-677

Πίνακας 1

Στο Διάγραμμα 2 φαίνεται το συνολικό φαινολικό περιεχόμενο με βάση το χρόνο μάλαξης για κάθε νησί του Β. Αιγαίου.



Διάγραμμα 2

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπάρχει στατιστική διαφορά στους μέσους όρους ανάμεσα στους χρόνους 20-35, 40-55 ' και 60-75, 80-100, για την περίπτωση της Λέσβου. Στη Σάμο δεν υπάρχει σημαντική στατιστική διαφορά στους δύο μέσους όρους, αν και στην περίπτωση της Σάμου (όπως και της Χίου και της Ικαρίας) ο αριθμός των δειγμάτων είναι περιορισμένος για την εξαγωγή αξιόπιστου στατιστικού συμπεράσματος. Στην περίπτωση της Λέσβου, επιβεβαιώθηκε επίσης ότι η παραμονή του ελαιοκάρπου για χρονικό διάστημα ανώτερο των 55' στο μαλακτήρα, έχει ως συνέπεια τη μείωση του βιοδραστικού περιεχομένου του παραγόμενου ελαιολάδου.

Στον Πίνακα 2 αναγράφονται στατιστικές παράμετροι συνολικού φαινολικού περιεχομένου με βάση το χρόνο μάλαξης για κάθε νησί του Β. Αιγαίου.

	Διάμεση τιμή (mg/Kg)	Μέσος όρος (mg/Kg)	Τυπική απόκλιση (mg/Kg)	Εύρος (mg/Kg)
Λέσβος 20-35 min (v=50)	462	470	236	225-825
Λέσβος 40-50 min (v=110)	463	514	275	74-1230
Λέσβος 60-75 min (v=142)	415	436	231	85-1181
Λέσβος 80-100 min (v=32)	408	410	218	75-1054
Σάμος 20-35 min (v=9)	444	495	295	403-1182
Σάμος 40-55 min (v=40)	453	537	276	20-1304
Χίος 20-35 min (v=12)	230	319	326	52-1146
Ικαρία 40-55 min (v=6)	623	606	59	503-673

Πίνακας 2

Απόσπασμα από το δελτίο τύπου του Διεθνούς διαγωνισμού ελαιολάδου Athena 2020



Συμμετείχαν 430 δειγμάτων εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου από 17 χώρες. Η επιτροπή απένειμε συνολικά 350 μετάλλια: 48 χάλκινα, 95 αργυρά, 159 χρυσά και 48 μεγάλα χρυσά, που είναι και η ύψιστη διάκριση (βαθμολογία 95/100 και πάνω). Καλύτερο ελαιόλαδο του διαγωνισμού ανεδείχθη ένα ελαιόλαδο από την Κίνα, το Xiangyu Coratina της εταιρείας Longnan Xiangyu Olive Development από την Gansu της περιοχής Longnan. Πρόκειται για ένα ελαιόλαδο παραχθέν από την πιο διαδεδομένη ιταλική ποικιλία ελιάς, κορατίνα, πατρίδα της οποίας είναι η Τοσκάνη.

Καλύτερο ελληνικό ελαιόλαδο κρίθηκε το Κύκλωπας Αγουρέλαιο από τον Έβρο Θράκης και την ποικιλία Μάκρης. Ήταν αυτό με την υψηλότερη βαθμολογία ανάμεσα στα 9 συνολικά ελληνικά ελαιόλαδα που κέρδισαν φέτος Διπλό Χρυσό μετάλλιο, κάτι που συνέβη για πρώτη φορά, αφού πέρυσι, το 2018 και το 2017 μόνο ένα ελληνικό ελαιόλαδο τη φορά εξασφάλισε Διπλό Χρυσό μετάλλιο και την πρώτη χρονιά του διαγωνισμού (2016) κανένα.

Περισσότερο όμως από ποτέ, η ποιότητα της παραγωγής 2019-2020 αποτυπώνεται στην αύξηση των φετινών διακρίσεων για τα ελληνικά ελαιόλαδα: 37 χάλκινα, 69 αργυρά, 72 χρυσά και 9 μεγάλα χρυσά μετάλλια. Με άλλα λόγια, το ποσοστό 34,5%, που αφορούσε τις διακρίσεις των ελληνικών ελαιολάδων που συμμετείχαν στο διαγωνισμό πέρυσι, φέτος υπερδιπλασιάστηκε και έφτασε το 74,5%.

Οι υπόλοιπες χώρες που έστειλαν φέτος ελαιόλαδά τους στην Ελλάδα για να αξιολογηθούν, ήταν η Αλγερία, η Αυστραλία, η Βραζιλία, η Γαλλία, η Ισπανία, το Ισραήλ, η Ιταλία, η Κίνα, η Κροατία, ο Λίβανος, η Λιβύη, το Μαρόκο, η Πορτογαλία, η Σλοβενία, η Τουρκία και η Τυνησία. Τα δείγματα από το εξωτερικό ήταν 176, δηλαδή περίπου όσα και πέρυσι. Έτσι, όπως κάθε χρόνο, ο διεθνής χαρακτήρας του Athena ήταν και πάλι αδιαμφισβήτητος, παρότι η πανδημία δεν επέτρεψε τη σύνθεση της κριτικής επιτροπής και με ξένους κριτές, στη γνωστή αναλογία 1/3 Έλληνες, 2/3 ξένοι (φέτος η επιτροπή του διαγωνισμού συστάθηκε αναγκαστικά αποκλειστικά από Έλληνες κριτές, που επιλέχθηκαν με τη μέγιστη επιμέλεια). Η διαδικασία αξιολόγησης διήρκεσε τρεις ημέρες κλεισμένων των θυρών, ωστόσο την τελευταία ημέρα οι διοργανωτές είχαν προσκαλέσει ως «επισκέπτες-δοκιμαστές» και τέσσερις από τους πιο γνωστούς Έλληνες αρχιμαγείρους, τον Νίκο Θωμά, τον Πάνο Ιωαννίδη, τον Γκίκα Ξενάκη και την Ντίνα Νικολάου, με στόχο την προώθηση των premium ελληνικών ελαιολάδων στους χώρους υψηλής γαστρονομίας.

B2B Συναντήσεις για τον κλάδο τροφίμων & ποτών, 30.9.2020

B2B συναντήσεις μεταξύ ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων και αγοραστών από την Σκανδιναβία (Δανία και Νότια Σουηδία) θα πραγματοποιηθούν στις 30.9.2020 στην Κοπεγχάγη. Στις επαγγελματικές ομάδες που θα προσκληθούν να συμμετάσχουν περιλαμβάνονται εισαγωγείς, χονδρέμποροι-διανομείς, αγοραστές supermarket, food servers, καταστήματα deli, και μεγάλα εστιατόρια. Προσκεκλημένοι εκπρόσωποι media, δημοσιογράφοι και bloggers. Τα ελληνικά τρόφιμα για τα οποία υπάρχει ενδιαφέρον είναι: Ελαιόλαδο, Ελιές, Αρτύματα, Φέτα και άλλα τυριά, Μέλι, Παρασκευάσματα κρέατος, Παρασκευάσματα λαχανικών, Σπαράγγια και Κρασί.

Πρότυπο Βιολογικό Ελαιοτριβείο Κοίλη Ραφαήλ

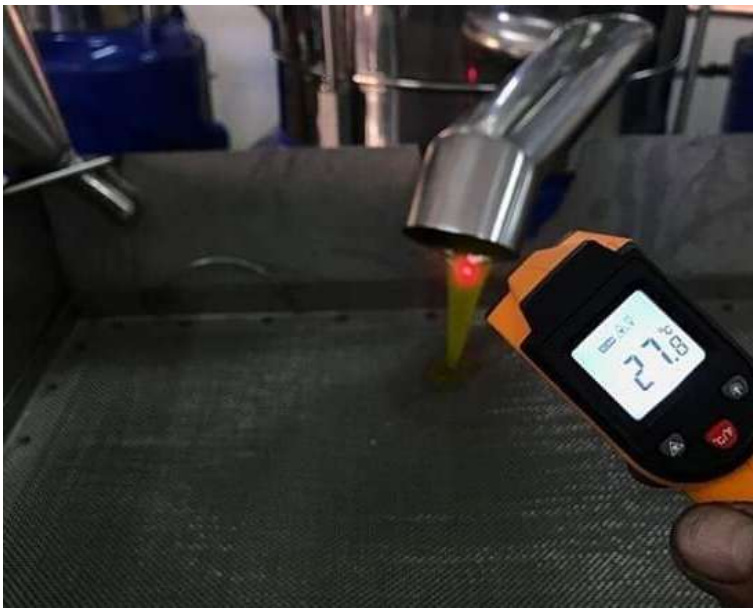


Το βιολογικό ελαιοτριβείο της οικογένειας Κοίλη είναι μια επιχείρηση τρίτης γενιάς. Λειτουργεί στον τομέα μεταποίησης ελαιοκάρπου από το 1977. Το 2012 ακολουθώντας τις ανάγκες της εποχής η μονάδα εκσυγχρονίστηκε και είναι το πρώτο πιστοποιημένο βιολογικό ελαιοτριβείο στο νομό Χίου, από τον οργανισμό ΔΗΩ (Οργανισμός Ελέγχου και Πιστοποίησης Βιολογικών Προϊόντων). Έτσι, καλύφθηκαν οι ανάγκες των βιολογικών καλλιεργητών, οι οποίοι ως εκείνη τη στιγμή αναγκάζονταν να πηγαίνουν εκτός Χίου για να πιστοποιήσουν το προϊόν τους, με αποτέλεσμα να βαλτώνει η βιολογική καλλιέργεια στη Χίο.

Το βιολογικό ελαιοτριβείο Κοίλη Ραφαήλ συμμετείχε στο ερευνητικό πρόγραμμα για την ανάδειξη του βιοδραστικού περιεχομένου του ελαιολάδου του Β. Αιγαίου, το οποίο υλοποιείται από το ΕΚΠΑ και την Περιφέρεια Β. Αιγαίου, με επιστημονικά υπεύθυνο τον κ. Νικόλαο Θωμαΐδη, Καθηγητή Αναλυτικής Χημείας του ΕΚΠΑ. Σύμφωνα με τον κ. Κοίλη: «Ο σχεδιασμός και η αγάπη για την παραγωγή του τόπου προστάζει να συμμετέχουμε σε όλα τα προγράμματα που αφορούν την ανάδειξη και πιστοποίηση των προϊόντων ελιάς. Με την πρόσφατη συμμετοχή μας στο πρόγραμμα του

κ. Θωμαΐδη για την επιστημονική τεκμηρίωση του βιοδραστικού περιεχομένου του ελαιολάδου και όλων τα συστατικών που αναδεικνύουν την εξαιρετική ποιότητα ελαιολάδου και των ποικιλιών της ελιάς του νομού Χίου, αποκτήσαμε ένα ισχυρό εργαλείο marketing που βοηθά στη διεθνή αναγνωρισιμότητα του ελαιολάδου μας, διευκολύνοντας έτσι την πώληση και την προώθησή του. Το χιώτικο ελαιόλαδο είναι γνωστό από την αρχαιότητα. Στο νομό μας υπάρχουν ακόμη παραγωγικά ελαιόδεντρα με ηλικία που ξεπερνά τα 1000 έτη.





Αντιπεριφερειάρχης Χίου κ. Παντελή Μπουγδάνου, αναπτέρωσαν τις ελπίδες μας για την ανάπτυξη του πρωτογενούς τομέα. Επίσης τα επιδοτούμενα προγράμματα τα οποία τρέχουν πιστεύω πως θα προσελκύσουν νέους να ασχοληθούν με τον πρωτογενή τομέα και τη βιοκαλλιέργεια. Το όραμά μου είναι να επεκταθεί η βιοκαλλιέργεια που στο νομό της Χίου βαλτώνει και είμαι αρωγός σε κάθε τέτοια προσπάθεια. Στο νησί μας είναι περίπου 40 πιστοποιημένοι βιοκαλλιεργητές και ευελπιστώ σε μια ουσιαστική συνεργασία ώστε με τη βοήθειά μου να μπορεί να τυποποιηθεί το ελαιόλαδο της Χίου και να πάρει τη θέση που του αξίζει στις διεθνείς αγορές.»

Για παράδειγμα η υπεραιώνobia ελιά Λιβεράνι, την οποία επισκέφτηκε πρόσφατα ο Αντιπεριφερειάρχης πρωτογενούς τομέα κ. Πανάγος Κουφέλος. Ο κ. Κουφέλος δεσμεύτηκε να γίνει η συγκεκριμένη ελιά μνημείο πολιτιστικής κληρονομιάς.»

Η ελιά ονομάστηκε έτσι προς τιμή του Ιταλού βοτανολόγου Paolo Liverani μετά την ενασχόλησή του μαζί της. Έχει ύψος περίπου 11,5 μέτρα και σε απόσταση μικρότερη των 100 μέτρων από το δέντρο υπάρχει διάσπαρτο δομικό υλικό από την αρχαϊκή εποχή.

Όσον αφορά την κατάσταση στον πρωτογενή τομέα ο κ. Κοίλης δήλωσε: «Η επίσκεψη του κ. Κουφέλου και οι ενέργειες του Χωρικού



Άρδευση και θρέψη της ελιάς



Είναι γνωστό ότι αναφορικά τόσο με τη θρέψη όσο και την άρδευση της ελιάς οι απόψεις δίστανται. Σε αντίθεση με κοινότυπες αντιλήψεις περί λιτοδίαιτου και χαμηλού σε υδατικές απαιτήσεις φυτού, η ελιά πρέπει να λιπαίνεται κάθε χρόνο όπως επίσης να ποτίζεται, αν οι συνθήκες το επιτρέπουν. Τα ελαιόδεντρα μπορούν να αναπτύσσονται σε ένα μεγάλο εύρος εδαφοκλιματικών συνθηκών, γι' αυτό και συναντάμε τη συγκεκριμένη καλλιέργεια σε άγονα ή γόνιμα εδάφη σε ξηρικές ή ποτιστικές εκμεταλλεύσεις. Το βέλτιστο βέβαια της παραγωγής επιτυγχάνεται με συνδυασμό των δεύτερων.

Ο υπολογισμός της ποσότητας των λιπασμάτων που εφαρμόζουμε κάθε χρόνο μπορεί να προσδιοριστεί με τους εξής τρόπους: 1) με τη μέθοδο της φυλλοδιαγνωστικής ανάλυσης, 2) με υπολογισμό χονδρικά της ποσότητας καρπού και φυτικής μάζας που αφαιρείται ετησίως καθώς και των συμπτωμάτων που εμφανίζονται στο φύλλωμα. Σαφώς ασφαλέστερη είναι η πρώτη.

Στη Λέσβο συναντάμε όλες τις περιπτώσεις καλλιέργειας, γι' αυτό και οι πρακτικές που θα πρέπει να ακολουθούνται χωρίζονται ουσιαστικά σε δύο.

Οι ξηρικοί ελαιώνες είναι προσαρμοσμένοι στις ξηροθερμικές συνθήκες του νησιού, επιβιώνουν και παράγουν εκμεταλλευόμενοι μόνο το ετήσιο ύψος βροχόπτωσης. Έτσι υπάρχει η δυνατότητα να εφαρμόσουμε την αναγκαία λίπανση μόνο μια φορά το χρόνο, το χειμώνα τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο. Από την άλλη στους ποτιστικούς δίνεται η δυνατότητα μοιράσματος κυρίως του αζώτου σε δύο ή και τρεις δόσεις, μια το χειμώνα και οι υπόλοιπες το καλοκαίρι μαζί με τα ποτίσματα. Η βάση δίνεται στο άζωτο για το λόγο ότι είναι ευκίνητο στοιχείο και εύκολα απομακρύνεται από το έδαφος, συνεπώς η εφαρμογή σε μικρότερες δόσεις ελαχιστοποιεί τις απώλειες, όπως επίσης προσφέρει επάρκεια του στοιχείου κατά τη διάρκεια και των δύο κυμάτων βλάστησης.

Συγκεντρωτικά, η ορθή λίπανση και άρδευση (όπου είναι δυνατή) ενισχύουν την παραγωγή πολύπλευρα αυξάνοντας παραμέτρους όπως το μέγεθος του καρπού, την ελαιοπεριεκτικότητα, την υγεία του φυτού κ.α. Συνεπώς χρειάζεται προσοχή στη σωστή εφαρμογή τους!

Γιάννης Γρηγοράς
Γεωπόνος



Πώς δημιουργείται το brand personality



Κάποιοι επιχειρηματίες πιστεύουν ότι το marketing δεν είναι απαραίτητο και ότι ένα καλό προϊόν πουλάει από μόνο του ενώ άλλοι το ταυτίζουν με τη διαφήμιση. Πολλοί είναι αυτοί που διαβάζουν λίγα πράγματα για το marketing και θεωρούν ότι είναι κάτι εύκολο. Έτσι, αποφασίζουν να μην επενδύσουν στο κομμάτι αυτό και να αναλάβουν την προώθηση της επιχείρησής μόνοι τους. Το αποτέλεσμα είναι ότι οι πελάτες δε θα ανταποκριθούν και ο επιχειρηματίας θα απογοητευτεί, ενώ θα έχει ξοδέψει μεγάλα χρηματικά ποσά σε άκαρπες προσπάθειες.

Φανταστείτε τους επιβάτες ενός αεροσκάφους να ακούνε από τον πιλότο να λέει από το μικρόφωνο ότι στην πραγματικότητα είναι ψαράς και χαίρεται που του δόθηκε η ευκαιρία να πιλοτάρει ένα αεροσκάφος. Όλοι θα πηδούσαν από τα παράθυρα γιατί δεν γίνεται να εμπιστευτείς τη ζωή σου σε έναν άσχετο. Κάτι ανάλογο συμβαίνει με τις επιχειρήσεις, δεν μπορείς να εμπιστευτείς τα χρήματά σου σε κάποιον που δεν κάνει σωστές κινήσεις marketing. Πράγμα που σημαίνει ότι δεν μπορεί να επηρεάσει ή να πείσει τους πελάτες για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του. Όπως οι πιλότοι στο αεροπλάνο ακολουθούν μια συγκεκριμένη διαδικασία πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την πτήση, γνωστή ως "Flight Procedure", έτσι και το marketing έχει συγκεκριμένες διαδικασίες που πρέπει να ακολουθούνται με συγκεκριμένη σειρά.

Αρχικά πρέπει να γίνεται μια έρευνα ώστε να δούμε την εικόνα που έχει η αγορά για το brand. Μπορούν να αξιοποιηθούν τα online εργαλεία social listening σε free και paid για να βρεθεί τι λέγεται στο διαδίκτυο για το brand, πού γίνονται οι συζητήσεις αυτές και ποια τα συναισθήματα του κοινού. Επίσης, είναι απαραίτητο να γνωρίζει η επιχείρηση το «ταξίδι» του πελάτη και τα «σημεία επαφής» στην ιστοσελίδα και στα social media, ώστε να επικεντρώσει τις ενέργειές της εκεί ακριβώς που χρειάζεται. Διότι το σωστό marketing επηρεάζει τις αγοραστικές συνήθειες του πελάτη, χωρίς όμως να δημιουργεί ενόχληση.

Είναι εξαιρετικά σημαντικό να γίνει τμηματοποίηση της αγοράς και συλλογή των δημογραφικών στοιχείων. Στοχεύοντας σε ένα μικρότερο κοινό και όχι σε όλους, θα έχει μεγαλύτερη επιτυχία το πλάνο marketing. Πρέπει να αποκτηθεί ένα κομμάτι της αγοράς και να ταυτιστεί το brand με μια κατηγορία δραστηριότητας ώστε να αποκτήσει αυτό που ονομάζουμε brand personality. Όταν ξέρει κανείς ποιος είναι, τι κάνει και πού θέλει να πάει, δεν τον ενδιαφέρει ο ανταγωνισμός.

Χρειάζεται να γίνει ένας προϋπολογισμός για το συνολικό πλάνο αλλά και για κάθε ενέργεια χωριστά. Το ετήσιο ποσό κυμαίνεται από 3-5% του τζίρου για νέες και μικρές επιχειρήσεις και ως 10% για μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Αν το περιβάλλον είναι άκρως ανταγωνιστικό, απαιτούνται μεγαλύτερα ποσά. Φυσικά, για όλα αυτά απαιτείται χρονικός προσδιορισμός, δηλαδή πότε θα υλοποιηθεί κάθε ενέργεια και πόσο θα διαρκέσει.

Οι ποιητές της ελιάς

Η ελιά

Είμαι του ήλιου η θυγατέρα
Η πιο απ' όλες χαϊδευτή
Χρόνια η αγάπη του πατέρα
Σ' αυτό τον κόσμο με κρατεί
Όσο να πέσω νεκρωμένη
Αυτόν το μάτι μου ζητεί.
Είμ' η ελιά η τιμημένη
Όπου
και αν λάχει κατοικία
Δε μ' απολείπουν οι καρποί.
Ως τα βαθιά μου γηρατειά,
Δεν βρίσκω στην δουλειά ντροπή.
Μ' έχει ο θεός ευλογημένη,
Και είμαι γεμάτη προκοπή.
Είμ' η ελιά η τιμημένη.
Εδώ
στον ίσκιο μου μ' αποκάτω
Έρθ' ο Χριστός να αναπαυθεί
Κι ακούστηκ' η γλυκιά λαλιά του
Λίγο προτού να σταυρωθεί.
Το δάκρυ του, δροσιά αγιασμένη,
Έχει 'ς τη ρίζα μου χυθεί.
Είμ' η ελιά η τιμημένη.
Και
φως πράστατο χαρίζω
Εγώ στην άγρια τη νύχτα.
Τον πλούτο πα δεν τον φωτίζω,
Συ μ' ευλογείς φτωχολογιά.
Κι αν απ' τον άνθρωπο διωγμένη,
Με φέγγω μπρος στην Παναγιά.
Είμ' η ελιά η τιμημένη.

Κωστής Παλαμάς

Επιμέλεια: Μαρία-Ζωή
Φουντοπούλου, Καθηγήτρια Μεθοδολογίας
της Διδασκαλίας των
αρχαίων ελληνικών. Τμήμα Φιλοσοφίας,
Παιδαγωγικής,
Ψυχολογίας. Εθνικό και
Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών



"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