

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

18/7/2020

Τεύχος 14



## Η ιστορία της ελιάς

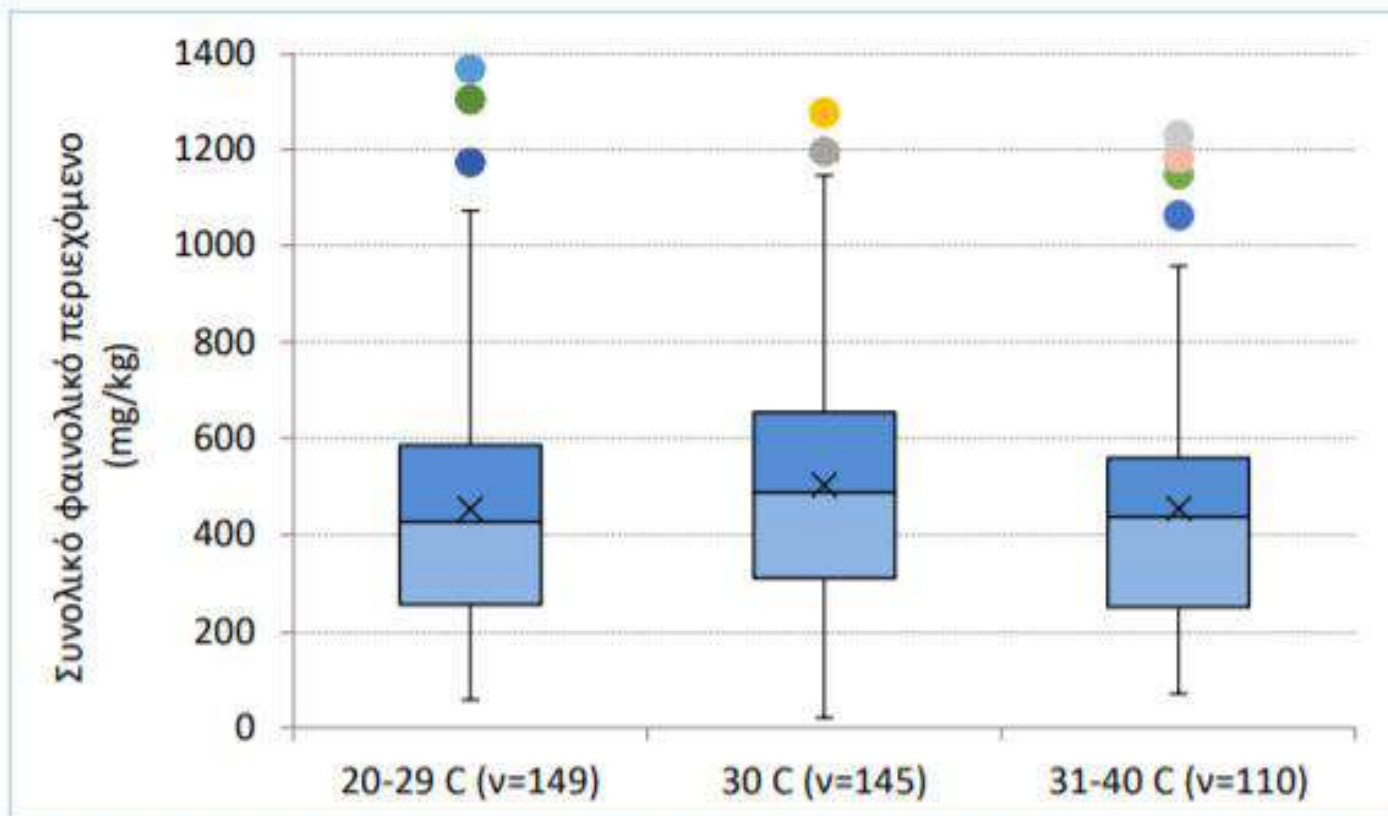
Αρκετοί ιστορικοί έχουν προσπαθήσει να βρουν ποια ήταν τα συστατικά της αμβροσίας σύμφωνα με τους αρχαίους Έλληνες όμως μέχρι και σήμερα μπορούν να γίνουν μόνο υποθέσεις.

Κάποιοι πιστεύουν ότι η αμβροσία είχε ως βασικό συστατικό το μέλι (και αντίστοιχα το νέκταρ με τον βασιλικό πολτό) ενώ περιείχε ελαιόλαδο, κρασί, και χυμό διαφόρων φρούτων και λαχανικών. Άλλοι πιστεύουν ότι το βασικό συστατικό ήταν το ελαιόλαδο το οποίο είναι μια γλούσια πηγή ακόρεστων λιπαρών οξέων με τα φαινόλικά του συστατικά να έχουν αντι-φλεγμονώδεις και χημειοπροστατευτικές ιδιότητες.

# Διακύμανση φαινολικού περιεχομένου με βάση τη θερμοκρασία μάλαξης



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



Διάγραμμα 1

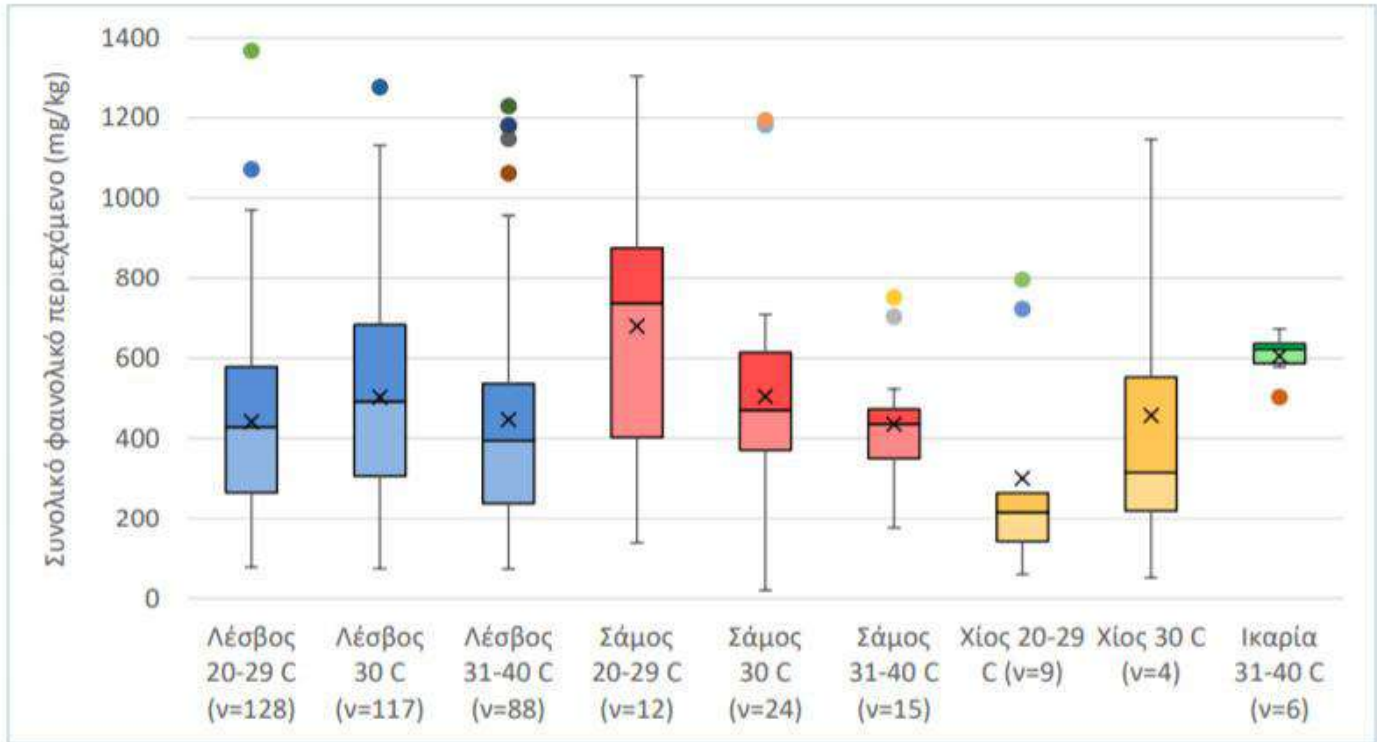
Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι στο σύνολο των θερμοκρασιών δεν παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική διαφορά. Παρόλα αυτά, σε θερμοκρασίες έως και 30C το συνολικό φαινολικό περιεχόμενο παρουσιάζεται υψηλότερο σε σχέση με την εφαρμογή υψηλότερων θερμοκρασιών (31-40C).

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

	Διάμεση τιμή (mg/kg)	Μέσος όρος (mg/kg)	Τυπική απόκλιση (mg/kg)	Εύρος (mg/kg)
20-29 °C (v=149)	426	452	256	61-1368
30 °C (v=145)	487	502	257	20-1277
31-40 °C (v=88)	436	454	246	74-1230

Πίνακας 1

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



**Διάγραμμα 2**

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι στο σύνολο των θερμοκρασιών δεν παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική διαφορά. Όσον αφορά το συνολικό φαινολικό περιεχόμενο, φαίνεται να παρουσιάζει τιμές υψηλότερες σε χαμηλές θερμοκρασίες (20-29 οC) σε σχέση με την εφαρμογή υψηλότερων τιμών θερμοκρασιών στο μαλακτήρα (30 και 31-40 C). Χαρακτηριστική μείωση του βιοδραστικού περιεχομένου με την αύξηση της θερμοκρασίας στο μαλακτήρα φαίνεται στην περίπτωση της Λέσβου και ιδιαίτερα της Σάμου. Στα νησιά Χίο και Ικαρία ο αριθμός δειγμάτων είναι περιορισμένος για την εξαγωγή αξιόπιστου στατιστικού συμπεράσματος.

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

	Διάμεση τιμή (mg/kg)	Μέσος όρος (mg/kg)	Τυπική απόκλιση (mg/kg)	Εύρος (mg/kg)
Λέσβος 20-29 °C (n=128)	428	441	233	90 - 1368
Λέσβος 30 °C (n=117)	492	503	249	75 - 1277
Λέσβος 31-40 °C (n=88)	394	447	264	106 - 1230
Σάμος 20-29 °C (n=12)	737	681	360	139 - 1304
Σάμος 30 °C (n=24)	471	505	266	20 - 1195
Σάμος 31-40 °C (n=15)	436	435	152	176 - 752
Χίος 20-29 °C (n=9)	217	302	268	61 - 797
Χίος 30 °C (n=4)	316	457	477	52 - 1146
Ικαρία 31-40 °C (n=6)	623	606	59	503 - 673

**Πίνακας 2**

# Επενδύει ξανά σε μικρούς παραγωγούς ελαιολάδου η Ευρώπη



Είναι σαφές ότι η 15ετία ανάπτυξης του ευρωπαϊκού ελαιολάδου, κυρίως στη λογική των χαμηλών τιμών, μπορεί να επιβεβαιώσει την πρωτοκαθεδρία των Ισπανών στην παγκόσμια αγορά, δεν συνέβαλε ωστόσο σε μια ισόρροπη ενίσχυση όλων των κρίκων αξίας του προϊόντος, φέρνει δε καθημερινά σε όλο και πιο δύσκολη θέση τους ελαιοπαραγωγούς, ακόμα και στην Ισπανία. Όλη τη δύναμη του ελαιολάδου συγκεντρώνεται σε 2-3 μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις (π.χ. Deoleo), οι οποίες καθίστανται με τον καιρό κυρίαρχες σε όλο τον κόσμο, χωρίς ωστόσο να οικοδομούν μεγάλη υπεραξία γύρω από το προϊόν και χωρίς βέβαια να είναι σε θέση να καλύψουν τη θέση του παραγωγού ως αναντικατάστατο κρίκο της αλυσίδας.

Το αδιέξοδο αυτής της πολιτικής, σε συνδυασμό με το κλίμα έντονης δυσαρέσκειας που καταγράφεται στις τάξεις των παραγωγών, υποχρεώνει την Ισπανική κυβέρνηση να αλλάξει ρότα, όσο οι ελαιοπαραγωγοί ετοιμάζονται ξανά για μεγαλειώδεις κινητοποιήσεις, αντίστοιχες με αυτές που ακινητοποίησαν τη Μαδρίτη τον Οκτώβριο του 2019.

Για την επιχειρούμενη ισπανική μεταρρύθμιση στον κλάδο, ο Luis Planas, υπουργός Γεωργίας της χώρας, μίλησε για ελαιόλαδο δύο ταχυτήτων στις παγκόσμιες αγορές: μία που ανταποκρίνεται στη μαζική κατανάλωση διατηρώντας το χαρακτηρισμό «έξτρα παρθένο» και μία που μπορεί να καρπωθεί την προστιθέμενη αξία του «εκλεκτού».

Το πλάνο της υπερδύναμης του ελαιολάδου, σε περίπτωση που εφαρμοστεί, αφήνει περιθώρια ώστε το προϊόν να βγει από τον σκληρό ανταγωνισμό που με επιμονή κρατά τις τιμές σε ολόκληρη την Ευρώπη σε επίπεδα κάτω του κόστους παραγωγής. Πρόκειται για μια εξέλιξη που έρχεται να συναντήσει την ελληνική παραγωγή σε μια περίοδο όπου ωριμάζουν οι μεμονωμένες προσπάθειες μικρών παραγωγών και τυποποιητών, οι οποίοι τις τελευταίες δεκαετίες δεν επιχειρήσαν να αντιγράψουν το ισπανικό μοντέλο.

Να σημειωθεί ότι αν και οι συζητήσεις δεν έχουν ολοκληρωθεί ανάμεσα στο υπουργείο και τους συντελεστές του κλάδου στην Ισπανία, πολλά από τα μελλοντικά βήματα θα χρειαστούν τη σύμφωνη γνώμη των Βρυξελλών, κάτι που θα δώσει τελικά χαρακτήρα πανευρωπαϊκό στη μεταρρύθμιση.

Πηγή: agronews.gr

## Στροφή προς το wellness

Οι περισσότερες εταιρίες τροφίμων στρέφονται στην παραγωγή και διάθεση προϊόντων wellness διότι είναι μία αγορά με μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης και αυτό προσελκύει και άλλες εταιρίες να ασχοληθούν με την προσωπική υγεία και τους ισορροπημένους τρόπους διατροφής. Μάλιστα κάποιες εταιρίες λανσάρουν ειδική διατροφή που καλύπτουν πιο ειδικές ανάγκες καταναλωτών (πχ. διαβήτη) και άλλες προϊόντα που περιέχουν βιταμίνες και συμβάλλουν στην υγιεινή διατροφή.

Η συγκεκριμένη αγορά στη χώρα μας καταγράφει ετήσια ανάπτυξη περίπου 8%, η οποία είναι από τις μεγαλύτερες στην Ευρώπη και το 2023 η αγορά εκτιμάται πως θα αγγίζει τα €160 δισ. διεθνώς. Οι λόγοι, που η αγορά αυτή αναπτύσσεται συνεχώς, είναι:

- Η αύξηση του προσδόκιμου ζωής
- Το συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για καλή ζωή
- Η ανάπτυξη της τεχνολογίας
- Η συλλογή και επεξεργασία data
- Η προσωποποιημένη ενημέρωση για νέα προϊόντα
- Τα new media
- Η άνοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου
- Το marketing

Ο Γρηγόρης Γλιγλής ασχολείται από πολύ μικρός με την ελαιοπαραγωγή, αφού ήταν η δουλειά των γονιών του. Όταν μετακόμισε στην Αθήνα για σπουδές ανυπομονούσε για τα Χριστούγεννα ή το Πάσχα για να μπορέσει να έρθει στο νησί ώστε να ασχοληθεί με τα ελαιοκτήματα. Όταν ολοκλήρωσε τις σπουδές του επέστρεψε στο νησί με σκοπό να ενταχθεί σε προγράμματα για να εκσυγχρονήσει τα κτήματα. Έκανε γεωτρήσεις, αγόρασε εξοπλισμό, τρακτέρ, έκανε περιφράξεις και σήμερα έγινε μια μονάδα όπως ακριβώς την είχε φανταστεί.

Διαθέτει περίπου διακόσια στρέμματα στο δρόμο για το Τάρτι, τα οποία ανήκουν στην οικογένειά του από το 1910. Είναι ένα παραδεισένιο μέρος με 3.000 ελαιόδεντρα, 30 στρέμματα δάσος, με δικό του νερό, με μελίτσια, αρωματικά φυτά και πολλά τριαντάφυλλα που ευωδιάζουν.

Όπως ο ίδιος δήλωσε: «Όταν πρωτοξεκίνησα, έμαθα ότι ένας Γερμανός είχε μια βιολογική καλλιέργεια στην Πελοπόννησο. Τότε δεν υπήρχαν προγράμματα βιολογικής καλλιέργειας στο νησί μας αλλά ήταν κάτι που μου άρεσε πολύ. Είχα σιχαθεί τα φυτοφάρμακα και τα λιπάσματα και ήθελα ο χώρος που εργάζομαι να είναι ένας μικρός παράδεισος. Έτσι το 1986 έφτιαξα τη μονάδα από την αρχή στην ουσία. Πέτυχα την ποιότητα που επιθυμούσα αλλά ο προβληματισμός μου ήταν η διάθεση του προϊόντος. Αυτό που συμβαίνει είναι να εξάγεται το ελληνικό προϊόν και να αναμιγνύεται με ελαιόλαδα άλλων χωρών ώστε να βελτιώσουν τα δικά τους.

Έτσι μπήκα στη διαδικασία να φτιάξω το εμφιαλωτήριο και να μπω ο ίδιος, πέρα από την παραγωγή, στη μεταποίηση και στην εμπορία του προϊόντος.»

Στο εμφιαλωτήριο, το οποίο φτιάχτηκε το 2008, υπάρχουν πέντε δεξαμενές των δύο τόνων για να ξεχωρίζουν κατά κατηγορία τα

ελαιόλαδα όταν φτάνουν σταδιακά από τα ελαιοτριβεία. Εντυπωσιάζουν η καθαριότητα, η απόλυτη τάξη και η πιστή εφαρμογή των συστημάτων ποιότητας ISO και HACCP. Το λάδι φιλτράρεται με φυσικό τρόπο για να αποκτήσει απόλυτη διαύγεια και ακολουθεί η εμφιάλωση σε μπουκάλι από 500 ml έως ένα λίτρο ή σε λευκοσιδηρό δοχείο 5 lit. Σε κάθε συσκευασία υπάρχει τυπωμένη ένδειξη με τον συγκεκριμένο τύπο και χαρακτηριστικά του ελαιολάδου. Το 70% περίπου της παραγωγής εξάγεται, με κύριες χώρες εξαγωγής τη Γερμανία, τη Γαλλία, το Βέλγιο και μικρότερες ποσότητες σε άλλες περιοχές της Ευρώπης. Η υπόλοιπη παραγωγή κατευθύνεται σε επιλεγμένα καταστήματα της Αθήνας.



Στην ερώτηση αν θα παρότρυνε έναν νέο άνθρωπο να ασχοληθεί με την ελαιοπαραγωγή ο κ. Γλιγλής απάντησε: «Θα πρέπει να αγαπάς αυτό που κάνεις για να μη δουλέψεις ποτέ στη ζωή σου διαφορετικά είναι πολύ δύσκολη δουλειά, ιδιαίτερα απαιτητική και δίνεις μάχη με αντίξοες καιρικές συνθήκες. Γι' αυτό ερήμωσαν τα χωριά και οι νέοι φεύγουν, γιατί αν δεν αναλάβει κάποιος να κάνει κάτι μόνος του, δεν καταφέρνει να επιβιώσει εδώ. Ωστόσο εγώ θα έλεγα να ασχοληθούν οι νέοι, διότι πρόκειται για ένα δυναμικό προϊόν.

Αρκετές οικογένειες που ασχολούνται με τον ελαιοκομικό τομέα, την παραγωγή και την εμφιάλωση λαμβάνουν πολλά βραβεία. Μας δείχνουν με το δάχτυλο και λένε “εκεί πέρα κάτι παίζεται”. Είναι το χρώμα, η ποικιλία της ελιάς, οι αναβαθμίδες, το υψόμετρο, είναι πολλοί παράγοντες που φέρνουν αυτά τα βραβεία. Τη στιγμή που υπάρχει ζήτηση για το προϊόν, θα πρέπει να φροντίσουμε να διατηρηθεί η καλή ποιότητα.»



Ο κ. Γλιγλής συμμετείχε στο πρόγραμμα που υλοποιείται από το ΕΚΠΑ και την Περιφέρεια Β. Αιγαίου με επιστημονικά υπεύθυνο τον κ. Νικόλαο Θωμαΐδη, καθηγητή Αναλυτικής Χημείας του ΕΚΠΑ. Σχετικά με το πρόγραμμα δήλωσε: «Βοηθά πολύ και μελλοντικά πιστεύω πως μπορεί να μας βοηθήσει ακόμη περισσότερο, όταν ολοκληρωθεί όλη η δουλειά



δουλειά και ιδιαίτερα όταν ταυτοποιηθεί το DNA της ελιάς μας. Πρέπει όμως να ενημερωθούμε όλοι για τα αποτελέσματα του έργου και να ακολουθούμε πιστά τις οδηγίες για καλύτερη ποιότητα προϊόντος. Ακόμη και σήμερα σε κάποιες περιοχές του νησιού βάζουν τις ελιές μέσα σε πλαστικά

τσουβάλια που όλοι πλέον ξέρουμε πως αν τα χτυπήσει ο ήλιος πάνω από μισή ώρα, “ανάβει” η ελιά και δε θα βγει ποιοτικό προϊόν. Πρέπει να “έρθει ίσα βάρκα” για να μπορέσουμε να πλεύσουμε. Αν μοχθείς αλλά δε σέβεσαι το προϊόν σου, βάζοντας τις ελιές σε πλαστικό τσουβάλι, δε θα πετύχεις ούτε στην ποιότητα ούτε στην πώληση. Στην εποχή μας υπάρχουν καταναλωτές του 1 ευρώ και καταναλωτές των 100 ευρώ. Ο καθένας διαθέτει τον οβολό του ανάλογα με το εισόδημα αλλά και τη φιλοσοφία που έχει για τη διατροφή. Όσοι θέλουν να τρώνε υγιεινά και ποιοτικά, θα αναζητήσουν το καλύτερο και θα το πληρώσουν. Εδώ έχει ιδιαίτερη σημασία η δουλειά που κάνει ο κ. Θωμαΐδης διότι πολλοί καταναλωτές πλέον ψάχνουν τα χαρακτηριστικά κάθε ελαιολάδου.» Πίσω από ένα brand κρύβεται πάντα ένα όραμα που καθοδηγεί τον εμπνευστή της ιδέας. Ο κ. Γλιγλής συμμετέχει σε εκθέσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, έχοντας αποσπάσει τα τελευταία χρόνια δεκάδες βραβεία. Έχει ως όραμα τη φιλική προς το περιβάλλον καλλιέργεια, το ποιοτικό προϊόν, τον συνδυασμό παράδοσης και σύγχρονης επιστημονικής γνώσης και την ανάδειξη της Λέσβου. Επιθυμεί να παίρνει ο καταναλωτής το λεσβιακό ελαιόλαδο με κλειστά μάτια από το ράφι και όταν ο ίδιος λαμβάνει κάποιο βραβείο νιώθει ότι το παίρνει το νησί μας.

# Αντιμετώπιση του δάκου με ζεόλιθο και καολίνη



Τα τελευταία χρόνια ένας νέος τρόπος αντιμετώπισης του δάκου στην ελιά είναι ο ψεκασμός των δένδρων με ζεόλιθο ή με καολίνη.

Τα δένδρα και στις δύο περιπτώσεις ψεκάζονται σε όλο το φύλλωμα την διάρκεια του καλοκαιριού (περίοδος ανάπτυξης του ελαιόκαρπου) προληπτικά με πολύ καλά αποτελέσματα.

**ΖΕΟΛΙΘΟΣ:** Το φύλλωμα, τα κλαδιά και τον κορμό των ελαιόδεντρων, μπορούμε να τα ψεκάσουμε με ζεόλιθο πούδρα 0,05mm. Μελέτες έδειξαν ότι οι σκονισμένες ελιές δέχτηκαν λιγότερες επιθέσεις από τον δάκο και τη μαργαρόνια που μαστίζουν τους ελαιοπαραγωγούς. Αυτή η μέθοδος είναι πιο αποτελεσματική, διότι επιτρέπει την προφύλαξη δημιουργώντας ένα φιλμ προστασίας που ενοχλεί το έντομο, αλλά και ο καρπός παραμένει φαγώσιμος.

Ο ζεόλιθος

- Προστατεύει από τα εγκαύματα των ηλιακών ακτίνων, ιδιαίτερα στις νότιες περιοχές

- Μειώνει το θερμοκρασιακό στρες των δένδρων
- Προστατεύει από έντομα, δάκο, ακάρεα, μύκητες και βακτήρια
- Ο ψεκασμός με ζεόλιθο προσφέρει στο δένδρο ένα λεπτό και λευκό φίλτρο προστασίας
- Προστατεύει από το κυκλοκόνιο.
- Αυξάνει το βάρος και την ποιότητα της ελιάς
- Προλαμβάνει ζημιές από παγετούς
- Βελτιώνει τη φωτοσύνθεση και τη ζωηρότητα της βλάστησης
- Καθώς ξεπλένεται από τα φύλλα καταλήγει στο έδαφος, αυξάνοντας την γονιμότητά του.

Για προστασία από το δάκο χρειάζονται 2-3 εφαρμογές την περίοδο αύξησης του καρπού.

Χρήση και δοσολογία εφαρμογής.

Ψεκασμοί: Το φύλλωμα, τα κλαδιά και ο κορμός των ελαιόδεντρων, μπορούν να ψεκαστούν με ζεόλιθο πούδρα κοκκομετρίας 0,05mm σε αναλογία 2,5% (500 λίτρα νερό 12,5 κιλά ζεόλιθο πούδρα).

Κατά τον ψεκασμό θα πρέπει κατά διαστήματα να κάνουμε ανάδευση του νερού, γιατί ο ζεόλιθος ως ορυκτό κατακάθεται.



**ΚΑΟΛΙΝΗΣ:** Ο καολίνης έχει μεγάλη αποτελεσματικότητα στην καταπολέμηση του δάκου της ελιάς. Σε πολλά μέρη της Ελλάδας που υπάρχουν βιολογικοί ελαιώνες, η καταπολέμηση του δάκου και άλλων εχθρών-εντόμων γίνεται με ψεκασμό καολίνης. Είναι υψηλής καθαρότητας φυσικό ορυκτό, το οποίο δημιουργεί ένα λεπτό στρώμα πάνω στους καρπούς και στο φυτό όταν ψεκαστεί.

Η κολλοειδής σκόνη του καολίνης, ψεκαζόμενη στη φυλλική επιφάνεια των δέντρων, δημιουργεί μία λεπτή άσπρη κονιώδη υγροφοβική μεμβράνη, που δρα απωθητικά στους ζωικούς εχθρούς, τόσο για τη σίτισή τους, όσο και για την εναπόθεση των αυγών τους. Η απωθητική δράση του καολίνης, αποδίδεται στο ότι παρεμβαίνει αρνητικά στο να αναγνωρίσει το έντομο-εχθρός τα φυτά που πρόκειται να προσβάλει. Επίσης η κονιώδης αυτή μεμβράνη παρεμποδίζει την προσβολή των φυτών και από διάφορα άλλα παθογόνα, όπως μύκητες και βακτήρια αφού τα σπόριά τους δεν βρίσκουν πρόσφορο περιβάλλον.

Είναι επίσης γνωστό ότι η σκόνη του καολίνης επιδρά θετικά στην ανάπτυξη των φυτών και στην προστασία τους από το θερμικό στρες (απότομες αλλαγές θερμοκρασίας). Είναι αδρανές υλικό, δεν αντιδρά με άλλες ενώσεις και έχει έγκριση χρήσης σε ευρύ φάσμα φυτών. Απαραίτητη είναι η πλήρης διαβροχή του φυτού και το ψεκαστικό διάλυμα πριν την εφαρμογή του πρέπει να ανακατεύεται σχολαστικά. Δεν παρουσιάζει τοξικότητα για τον άνθρωπο και τις μέλισσες. Μπορεί να συνδυαστεί με πολλά φυτοφάρμακα και λιπάσματα, δεν βλάπτει τους οργανισμούς μη στόχους και δεν ασκεί καμία επίδραση στις μέλισσες. Βέβαια όσο μεγαλώνει ο καρπός και η επιφάνειά του, η κάλυψή του με καολίνη μειώνεται κι αυξάνει ο κίνδυνος ο δάκος να αφήσει το αβγό του. Γι' αυτό τον λόγο, καλό είναι να ψεκάζεται το δένδρο κατά την περίοδο αύξησης του καρπού κάθε μήνα από τον Ιούνιο μέχρι τον Σεπτέμβριο, που ολοκληρώνεται η περίοδος αύξησης του καρπού.

Για προστασία από το δάκο χρειάζονται 2-3 εφαρμογές την περίοδο αύξησης του καρπού.

#### Χρήση και δοσολογία εφαρμογής

Ψεκασμοί: Το φύλλωμα, τα κλαδιά και ο κορμός των ελαιόδεντρων, μπορούν να ψεκαστούν σε αναλογία 2,5% (500 λίτρα νερό 12,5 κιλά).

Θεοδωρέλλης Δημήτρης  
Γεωπόνος ΤΕ





# Η ελαιοκαλλιέργεια στην Λέσβο-Αλλαγή κάποιων αντιλήψεων



Όταν πρωτοξεκίνησα με την καλλιέργεια των κτημάτων μου είχα την τύχη να γνωρίσω πολλούς εργάτες γης (εμπειρικούς-παραδοσιακούς), παλιούς κτηματίες και επιστάτες. Έμαθα από αυτούς μία διαφορετική κουλτούρα για τον ελαιώνα. Έμαθα να γνωρίζω κάθε δένδρο με τις ιδιαιτερότητες του τα προβλήματα του και τις όποιες λύσεις. Ήταν μία μοναδική εμπειρία που σήμερα βλέπεις σε ντοκιμαντέρ για τον Αμαζόνιο. Διδάχτηκα πάρα πολλά από αυτούς αλλά αρκετά δύσκολα δεχόντουσαν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους (νέες τεχνικές-εφαρμογές). Σημεία αναφοράς τους ιστορίες δεκαετιών.

Από τα πρώτα που έμαθα ήταν το μόδι, η οκά και ότι όταν επρόκειτο να αλέσω έπρεπε να είμαι εκεί, διαφορετικά θα με κλέψει ο ιδιοκτήτης του ελαιοτριβείου στο ζύγισμα, να μην αλέσω στην αρχή γιατί τα μέταλλα πίνουν λάδι, να είμαι εκεί στο ζύγισμα του λαδιού, στην οξυμέτρηση να βλέπω τα χέρια αυτού που κάνει την ανάλυση να είναι καθαρά, στη μεταφορά του λαδιού στις στέρνες του εργοστασίου και το καλύτερο στο τέλος να έχω δικές μου στέρνες στο σπίτι ( φυσικά ούτε είχα ούτε έχω).

Ξεκινώ με την οκά = οθωμανική μονάδα μέτρησης μάζας 1 οκά = 1,2829 χλγρμ  
500 οκάδες = 1 μόδι = 641 χλγρμ ή και εναλλακτικά και με 8 πάνινα σακιά των 80 χλγρμ.

Φυσικά υπάρχει και το Αγιασώτικο μόδι που είναι 500 χλγρμ ( κλέφτικο).

Για πληροφόρησή σας η Τουρκία κατήγγειλε την οκά στις 1/4/1931 ( eski okka παλιά οκά ) και η χώρα μας στις 1/7/1959. Η Ελλάδα έγινε επίσημο μέλος της ΕΕ την 1/1/1981.

Έπρεπε να εκτιμήσω ένα κτήμα σε μόδια, να μαζέψω τις ελιές σε μόδια, να αλέσω σε μόδια, να χρεωθώ την αλεστική σε κιλά ή τόσα το μόδι, να πουλήσω σε κιλά, να επιδοτηθώ σε κιλά και να ελεγχθώ από τις αρμόδιες υπηρεσίες σε κιλά. Το επόμενο στάδιο έπρεπε να γίνω θεωρητικά ιδιοκτήτης ελαιοτριβείου για να αποφύγω όλα τα παραπάνω.

Μα εγώ ήμουν και είμαι ελαιοκαλλιεργητής και σκοπός-στόχος μου η παραγωγική-βιώσιμη διαχείριση των κτημάτων μου. Φυσικά όλα αυτά έγιναν ενώ η Ελλάδα είναι πλήρως μέλλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το υπουργείο Γεωργίας και η ΕΕ μοίρασαν δισεκατομμύρια σε αρμόδιους και αναρμόδιους αλλά δεν νομίζω ότι πέτυχαν στην αλλαγή κουλτούρας εκσυγχρονισμού των αγροτών. Ούτε οι συντηρητικοί ευρωπαϊστές, ούτε οι σοσιαλιστές, ούτε οι προοδευτικοί αριστεροί μπόρεσαν να το αλλάξουν.

**Πρόταση:** Σαν Έλληνες-Λέσβιοι Πατριώτες ας ενωθούμε να καταγγείλουμε και να καταργήσουμε το μόδι σαν μέτρο συμπαράστασης για την Αγία Σοφία.

Άγγελος Μουζάλας  
Ελαιοκαλλιεργητής

## Πώς ένα brand γίνεται ισχυρό



Παλιότερα όλοι έδιναν σημασία στη δύναμη της λογικής και όχι στο συναίσθημα. Σήμερα γνωρίζουμε ότι τα συναισθήματα είναι αυτά που καθορίζουν τις σκέψεις και τις ενέργειες του ανθρώπου. Έτσι και το marketing άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών. Πάντα στόχος του marketing ήταν η ικανοποίηση αλλά και η δημιουργία αναγκών στους καταναλωτές. Στην εποχή μας όμως δίνεται ιδιαίτερη σημασία στα συναισθήματα και στις προσδοκίες που προκαλούνται από τη συνολική εμπειρία του πελάτη με ένα brand, διότι αυτά διαμορφώνουν την αξία, τη δύναμη και τη φήμη του brand.

Όταν μιλάμε για ένα ισχυρό brand συνήθως σκεφτόμαστε ότι από πίσω υπάρχει ένας πολύ ικανός marketing manager που επικοινωνεί τα σωστά μηνύματα στους πελάτες. Αυτό είναι η μισή αλήθεια. Για να δημιουργηθεί το brand έγινε εκτέλεση μιας δημιουργικής ιδέας και μιας σκέψης με στρατηγική, επιμονή και όραμα. Το όραμα είναι σημαντικό να γνωστοποιείται στο ανθρώπινο δυναμικό της εταιρίας ώστε πέρα από τις καθημερινές τους εργασίες να γνωρίζουν το brand dna, δηλαδή τον σκοπό ύπαρξης, γιατί δημιουργήθηκε, τις θεμελιώδεις αξίες, τη φιλοσοφία και την κουλτούρα. Έτσι οι εργαζόμενοι έχουν κοινό προσανατολισμό, δημιουργούν δεσμούς μεταξύ τους και εμπνέονται ώστε να δουλεύουν με μεράκι και ενθουσιασμό.

Η ενδοεταιρική κουλτούρα είναι κάτι που δεν αντιγράφεται και είναι δύσκολο να ανταγωνιστεί κάποιος. Τα καλύτερα προϊόντα να έχει μια εταιρία, θα βρεθεί άλλη με ακόμη καλύτερα. Τις πιο καλές τιμές να έχει, θα εμφανιστεί ανταγωνιστής που θα πουλάει πιο φθηνά. Την καλύτερη διαφήμιση να φτιάξει, θα βγει άλλος με πιο δημιουργική ιδέα. Συνεπώς τα ισχυρά brands είναι ισχυρά γιατί έχουν προνοήσει με κάθε λεπτομέρεια το τι θέλουν να γνωρίζουν οι άλλοι γι' αυτά. Δεν αφήνουν τίποτα στην τύχη και σίγουρα δεν εναποθέτουν τις ελπίδες τους σε μια διαφημιστική καμπάνια.

Το όραμα θα πρέπει να είναι ξεκάθαρο, υλοποιήσιμο και να εμπνέει όχι μόνο τους εργαζόμενους αλλά και τους πελάτες και τους προμηθευτές. Είτε η εταιρία αποτελείται από 500 άτομα είτε πρόκειται για ατομική επιχείρηση, ο επιχειρηματίας θα πρέπει να αποδεικνύει συνεχώς στους άλλους ότι έχει δεσμευτεί να υπηρετεί το όραμά του δίχως εκπτώσεις και εξαιρέσεις. Εν κατακλείδι, πίσω από ένα ισχυρό brand υπάρχουν ισχυρά συναισθήματα και δυνατοί δεσμοί τόσο ενδοεπιχειρησιακά όσο και εξωεπιχειρησιακά.

# Οι ποιητές της ελιάς

## Η Ελιά

Στήν κουφάλα σου έφώλιασε μελίσει,  
γέρικη ελιά, που γέρνεις με τή λίγη  
πρασινάδα που άκόμα σέ τυλίγει  
σά νάθελε νά σέ νεκροστολίσει.

Καί τò κάθε πουλάκι στò μεθύσι  
τῆς αγάπης πιπίζοντας άνοίγει  
στò κλαρί σου έρωτάρικο κυνήγι,  
στò κλαρί σου που δέ θά ξανανθίσει.

Ώ πόσο στή θανή θά σέ γλυκάνουν,  
με τή μαγευτική βοή που κάνουν,  
όλοζώντανης νιότης όμορφάδες  
που σά θύμησες μέσα σου πληθαίνουν·  
ώ νά μποροῦσαν έτσι νά πεθαίνουν  
καί άλλες ψυχές τῆς ψυχῆς σου άδερφάδες.

Λορέντζος Μαβίλης

## Ο ήλιος ο ηλιάτορας

### ΑΦΗΓΗΤΗΣ

Ο Ήλιος ο Ηλιάτορας ο πετροπαιχνιδιάτορας  
από την άκρη των ακρώ κατηφοράει στο Ταίναρο  
Φωτιά 'ναι το πηγούνι του χρυσάφι το πιρούνι του.

### Ο ΗΛΙΟΣ

Εσείς στεριές και θάλασσες  
τ' αμπέλια κι οι χρυσές ελιές  
ακούτε τα χαμπέρια μου  
μέσα στα μεσημέρια μου  
«Σ' όλους τους τόπους κι αν γυρνώ  
μόνον ετούτον αγαπώ!»

Οδυσσέας Ελύτης

**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