

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**

4/11/2020

Τεύχος 23

## Η ιστορία της ελιάς

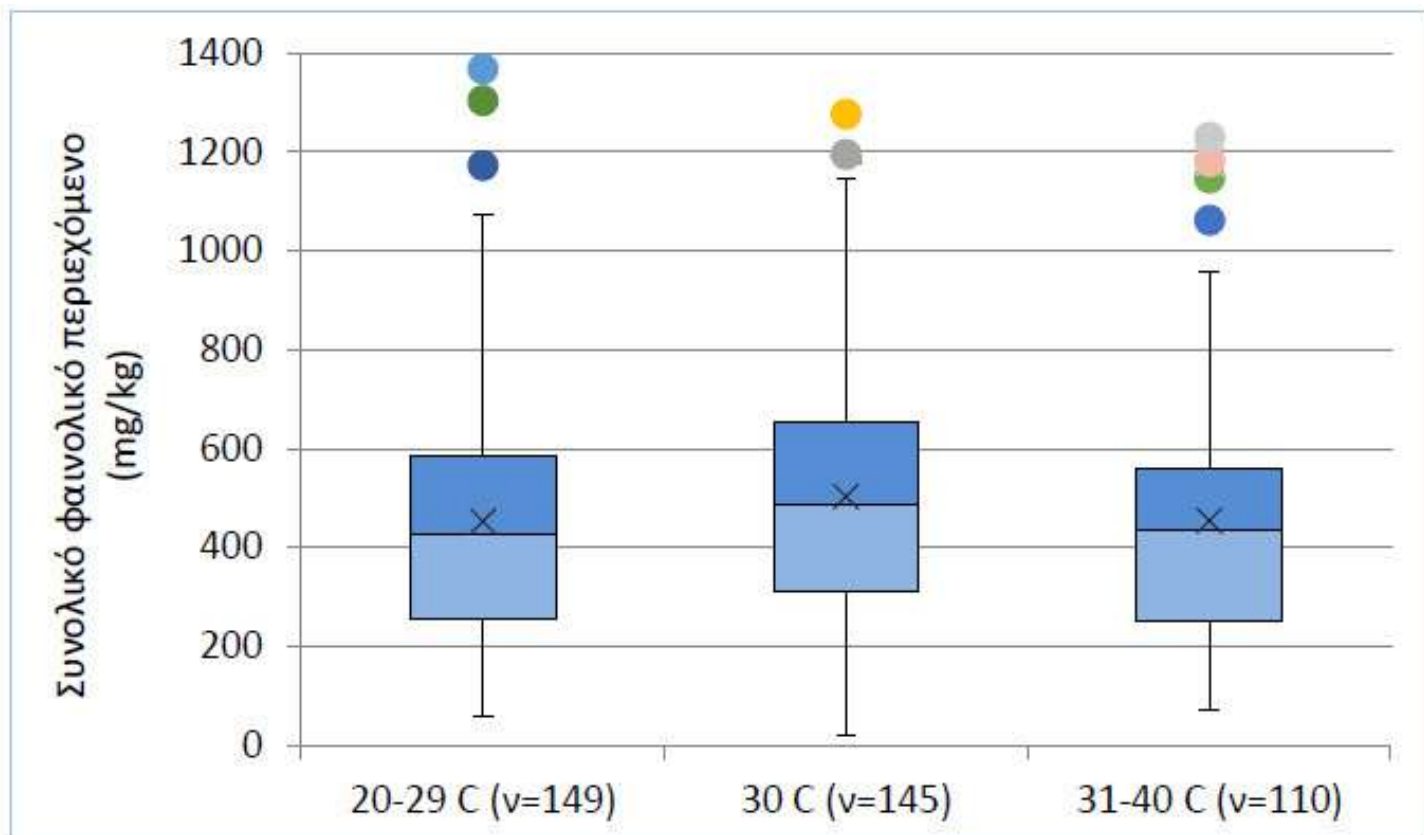
Στην κλασική Ελλάδα τα Βαλανεία αναφέρονται είτε ως ιδιωτικά λουτρά σε κατοικίες είτε, πιο συχνά, ως δημόσια για τους κατοίκους των πόλεων, που αναπτύχθηκαν στα αστικά κέντρα και στα ιερά του ελληνικού κόσμου και εκτός του χώρου των Γυμνασίων από τον 5ο π.Χ. αιώνα.

Οι "παίδες" που υπηρετούσαν στα Βαλανεία έχυναν νερό στους λουόμενους και τους άλειφαν με λάδι. Αυτή η εντριβή γινόταν ώστε να διατηρείται η ελαστικότητα της επιδερμίδας, να θερμανθεί το σώμα και να αποφευχθεί η ζήρανση και ο ερεθισμός από τη χρήση του νερού. Η εντριβή γινόταν σε ειδικό δωμάτιο, το "ελαιοθέσιον". Το αρωματικό λάδι τοποθετούνταν σε μικρά φιαλίδια με στενό λαιμό (αρύβαλλος, αλάβαστρο και λήκυθος) ώστε το λάδι να πέφτει σταγόνα σταγόνα.

# Διακύμανση φαινολικού περιεχομένου με βάση τη θερμοκρασία μάλαξης



Κατασκευάστηκε το ακόλουθο διάγραμμα για το συνολικό φαινολικό περιεχόμενο συναρτήσει της θερμοκρασίας μάλαξης για το σύνολο των νησιών Β. Αιγαίου.



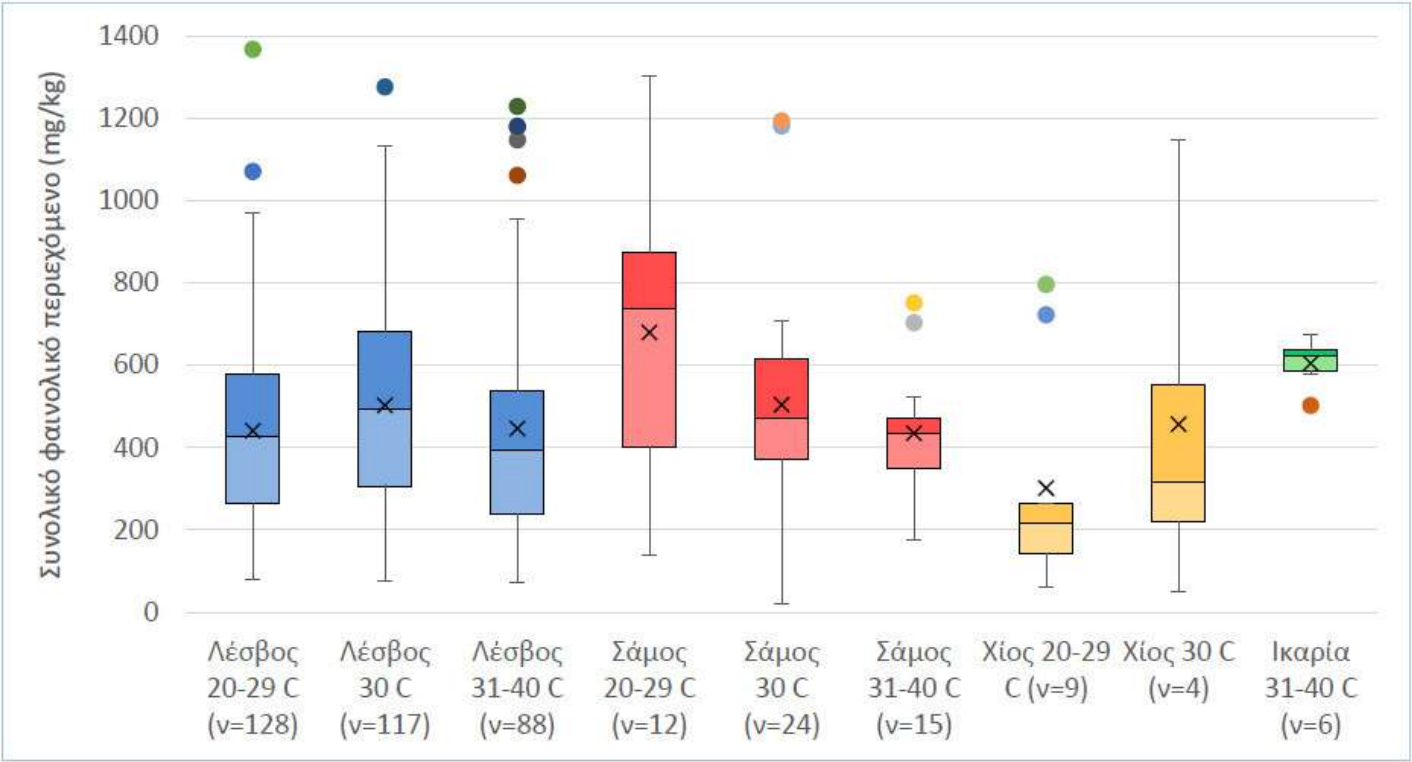
Διάγραμμα συνολικού φαινολικού περιεχομένου με βάση τη θερμοκρασία μάλαξης στο σύνολο των δειγμάτων Β. Αιγαίου

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

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

|                  | Διάμεση τιμή<br>(mg/kg) | Μέσος όρος<br>(mg/kg) | Τυπική απόκλιση<br>(mg/kg) | Εύρος<br>(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          |

Κατασκευάστηκε επίσης το ακόλουθο διάγραμμα για το κάθε νησί ξεχωριστά συναρτήσει της θερμοκρασίας μάλαξης (για όσα δείγματα υπήρχαν πληροφορίες).



**Διάγραμμα συνολικού φαινολικού περιεχομένου με βάση τη θερμοκρασία μάλαξης για κάθε νησί του Β. Αιγαίου**

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 ακόλουθο πίνακα φαίνονται οι στατιστικές παράμετροι συνολικού φαινολικού περιεχομένου με βάση τη θερμοκρασία μάλαξης για κάθε νησί του Β. Αιγαίου.

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



# Ποια ελληνικά τρόφιμα και ποτά θα μπορούσαν να διεισδύσουν στην Ιαπωνία



Περιορισμένες είναι οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων-ποτών στην Ιαπωνία, ωστόσο υπάρχουν προοπτικές σε επιμέρους κατηγορίες προϊόντων, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της πρεσβείας μας στο Τόκιο.

ΤΑ ΚΟΡΥΦΑΙΑ ΕΞΑΓΩΓΙΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (αξία, μερίδιο):

**6,11 εκατ. (3,2%):** Καρποί και φρούτα και άλλα βρώσιμα μέρη φυτών

**3,75 εκατ. (1,9%):** Ελαιόλαδο και τα κλάσματά του

**2,02 εκατ. (1,1%):** Σπέρματα και ελαιώδεις καρποί, έστω και σπασμένα

**1,79 εκατ. (0,9%):** Ζυμαρικά εν γένει έστω και ψημένα ή παραγεμισμένα

**1,19 εκατ. (0,6%):** Ψάρια, βρώσιμα, νωπά ή διατηρημένα με απλή ψύξη

**1,05 εκατ. (0,5%):** Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας

Σύμφωνα με το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της πρεσβείας, η Ιαπωνία είναι μεταξύ των μεγαλύτερων εισαγωγέων γεωργικών προϊόντων και τροφίμων, καθώς έχει πολύ χαμηλό συντελεστή αυτάρκειας. Να σημειωθεί ότι πρόκειται για μια αγορά 125 εκατ. κατοίκων, με υψηλό διαθέσιμο εισόδημα και με διατροφικά πρότυπα, που σταδιακά αρχίζουν να συγκλίνουν προς τα δυτικά. Οι Ιάπωνες σταδιακά υιοθετούν στη διατροφή τους εκλεκτά δυτικά προϊόντα, όπως τα τυριά, το γιαούρτι, το ελαιόλαδο, το κρασί, τα είδη ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας και άλλα. Αυτός είναι ο λόγος, που η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει υιοθετήσει σειρά προγραμμάτων προβολής και προώθησης τροφίμων και γεωργικών προϊόντων.

## ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ

Σημειώνεται ακόμη ότι "οι Ιάπωνες πάντα έδειχναν ενδιαφέρον για την υγιεινή διατροφή. Τα προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας δεν έχουν τη διάδοση, που έχουν στις δυτικές χώρες, αλλά τα τελευταία χρόνια αρχίζουν να γίνονται δημοφιλή.

Οι ελληνικές πιστοποιήσεις βιολογικών προϊόντων γίνονται δεκτές, αλλά όχι για τα προϊόντα ζωικής προέλευσης, για τις οποίες όμως η ΕΕ προτίθεται να διαπραγματευτεί σχετική συμφωνία αμοιβαίας αναγνώρισης".

## Κριτσίνια από αλεύρι ελιάς

Στα κριτσίνια από αλεύρι ελιάς O-live, ένα προϊόν που εκπόνησε η ομάδα του Πανεπιστημίου Αιγαίου απονεμήθηκε το χρυσό βραβείο Ecotrophelia 2020. "Πρόκειται για ένα καινοτόμο κριτσίνι με γέμιση, το οποίο περιλαμβάνεται στην κατηγορία έτοιμων προς κατανάλωση σνακ και διατίθεται σε πέντε διαφορετικές γεύσεις", αναφέρει η Υπεύθυνη Ομάδας, Πανωραία Μπουσδούννη, τονίζοντας ότι το προϊόν είναι μοναδικό στην κατηγορία του, λόγω του τεχνολογικού του σχεδιασμού και της διαδικασίας παραγωγής (τεχνολογία rolling). Η καινοτομία του προϊόντος ενισχύεται από την παρουσία του αλεύρου από σπόρο/πομάσα ελιάς, το οποίο είναι παραπροϊόν της βιομηχανίας ελαιολάδου", υπογραμμίζει, λέγοντας ότι η εκμετάλλευση ενός παραπροϊόντος με περίπου 200.000 τόνους παραγωγής μόνο στην Ελλάδα αντικατοπτρίζει το οικολογικό προφίλ του προϊόντος, το οποίο ενισχύεται ιδιαίτερα από τη χάρτινη βιοδιασπώμενη συσκευασία."

Όπως εξηγεί, η ομάδα έχει σκοπό να παράξει το δικό της αλεύρι ελιάς, αλλά για την ώρα τα προϊόντα παράγονται από αλεύρι ισπανικής προέλευσης. Πρόθεση είναι να αναπτύξουν και το flavor portfolio.



Ο Μιχάλης Φετοκάκης ξεκίνησε να δραστηριοποιείται στη Χίο από το 2012 που επέστρεψε από την Αθήνα με σκοπό να ασχοληθεί με τα πατρογονικά χωράφια. Στο κτήμα υπάρχει ένας αμυγδαλαιώνας, πενήντα ελαιόδεντρα χιώτικης θρούμπας, βερυκοκιές, λεμονιές και διάφορα άλλα δέντρα.

Αποφάσισε να ασχοληθεί με την αλόη κα φύτεψε περίπου δύο στρέμματα. Στόχος του ήταν να προμηθεύει μια μονάδα επεξεργασίας με πρώτη ύλη. Στην πορεία, αυτό φάνηκε ότι ήταν ασύμφορο και για τις δύο πλευρές κι έτσι αποφάσισε να ασχοληθεί ο ίδιος με τη μεταποίηση της δικής του πρώτης ύλης. Μετά από διάφορους πειραματισμούς κατέληξε στη συνταγή του βιολογικού χυμού αλόης της natuevo με λεμόνι και μαστίχα.

Αυτό το προϊόν κυκλοφόρησε το 2015, δηλαδή τρία χρόνια μετά την πρώτη φύτευση. Περίπου δύο χρόνια χρειάστηκαν για να γίνει η συνταγή, να σχεδιαστεί η γραμμή παραγωγής, να ολοκληρωθούν οι απαραίτητες μελέτες, όπως το ISO για να αδειοδοτηθεί το εργαστήριο. Από το 2015 ο κ. Φετοκάκης εξελίσσεται παράλληλα ως ελαιοπαραγωγός και ως παραγωγός εσπεριδοειδών. Ωστόσο η βασική δραστηριότητά του είναι η αλόη και ο χυμός με λεμόνι και μαστίχα. Το λεμόνι είναι το συντηρητικό του και φυσικά προέρχεται από τα λεμόνια του κτήματος. Το μαστιχέλαιο το προμηθεύεται από την ένωση μαστιχοπαραγωγών και είναι αυτό που δίνει τη γεύση και το άρωμα στο τελικό προϊόν.

Όπως δήλωσε ο κ. Φετοκάκης: «Σκέφτομαι να παράγω παραλλαγές του προϊόντος αυτού με άλλες γεύσεις. Δηλαδή αντί για μαστίχα να είναι κάποιο άλλο τοπικό βότανο της Χίου ή του Βορείου Αιγαίου γενικότερα. Ένα άλλο κομμάτι πολύ σημαντικό για μένα είναι το ελαιόλαδο. Παρακολουθώ την πορεία της έρευνας εδώ και δύο χρόνια, από τότε που είχε έρθει ο κ. Θωμαΐδης για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων. Με είχε εντυπωσιάσει πόσο μεγάλη έρευνα γίνεται και πόσοι παράμετροι αναλύονται. Αυτό είναι πολύ καλό για έναν παραγωγό γιατί γνωρίζει καλύτερα αυτό το οποίο παράγει, δημιουργούνται στόχοι για καλύτερη ποιότητα, δεν είναι κάτι αόριστο δηλαδή, και με βάση όλες αυτές τις παραμέτρους εμείς μπορούμε να βελτιωθούμε.





Εδώ στη Χίο υπάρχει ένα όραμα, έχουν ήδη γίνει κάποιες συζητήσεις με παραγωγούς, ώστε να δημιουργηθεί μια ομάδα παραγωγών που θα καλλιεργήσει και θα αναδείξει τη χιώτικη θρούμπα με συγκεκριμένες μεθόδους παραγωγής, συγκομιδής και αποθήκευσης με σκοπό να βγει ένα πολύ καλό μονοποικιλιακό ελαιόλαδο. Όσο προχωρά ή έρευνα του κ. Θωμαΐδη, θα διευκολύνεται η δημιουργία αυτής της ομάδας γιατί προσθέτει υπεραξία στο προϊόν αλλά βάζει και κάποια πρότυπα συγκομιδής, παραγωγής κλπ. Το σημαντικό με το ερευνητικό πρόγραμμα είναι ότι δημιουργείται γνώση και υπεραξία στη συγκεκριμένη ποικιλία.

Σε δεύτερη φάση ευαισθητοποιούνται κάποιοι παραγωγοί. Ακόμη κι αυτοί που δεν είναι αγρότες θα τους δοθεί ένα κίνητρο να παράγουν κι αυτοί πιο ποιοτικό ελαιόλαδο. Όταν θα έχουμε μια κατάλληλη ποσότητα μπορούμε να αξιοποιήσουμε το μάρκετινγκ, το οποίο εννοείται ότι η έρευνα με έναν ισχυρισμό υγείας μπορεί να δώσει ένα πλεονέκτημα στο εξωτερικό και να γίνει διάσημο και το νησί μας και οι ποικιλίες μας. Η χιώτικη θρούμπα έχει προστατευμένη ονομασία προέλευσης.»



Η εταιρία του κ. Φετοκάκη λέγεται Natuevo και διακινεί μόνο χυμό αλόης με λεμόνι και μαστίχα στα καταστήματα λιανικής εντός Ελλάδας. Τα προβλήματα με τη διακίνηση είναι αρκετά, όπως εξήγησε ο κ. Φετοκάκης: «Έχω μόνο μία μέρα την εβδομάδα για να στείλω τα προϊόντα μου. Εκτός του ότι χρειάζεται καράβι για να μεταφερθούν, απαιτείται και ψυγείο γιατί το προϊόν είναι φρέσκο και δεν περιέχει καθόλου χημικά συντηρητικά, συνεπώς έχει μόνο εξήντα μέρες ζωής. Δεν υπάρχει παρόμοιο προϊόν αλόης στην αγορά. Αυτό είναι μια δυσκολία αλλά από την άλλη είναι πλεονέκτημα του προϊόντος, γιατί ο καταναλωτής το βλέπει σαν ένα πολύ φρέσκο προϊόν. Ωστόσο υπάρχει τεράστια δυσκολία γιατί έχω μία μέρα για να στείλω το προϊόν, αν έχει απαγορευτικό ή απεργία και χαθεί αυτή η μέρα, χάνεται μια ολόκληρη εβδομάδα ζωής του προϊόντος. Αυτό είναι μεγάλο πρόβλημα και στις εξαγωγές, διότι αν χρειάζομαι μια εβδομάδα να στείλω τα πράγματα στην Αθήνα όπως πρέπει και μετά να πάνε στον διανομέα του εξωτερικού, από τις 60 μέρες έχουν χαθεί οι δέκα! Όσον αφορά στις εξαγωγές θα πρέπει να δημιουργηθούν οι κατάλληλες δομές, να μπουν επαγγελματίες





έμποροι και όπως έχω καταλάβει το Επιμελητήριο και η Περιφέρεια στρέφονται προς αυτή την κατεύθυνση.

Έχει δημιουργηθεί ένα cluster για την εξαγωγή των χιωτικών προϊόντων, ξεκίνησε και το Χιακό Δίκτυο Αγροδιατροφής από το επιμελητήριο με σκοπό την κοινή συμμετοχή σε εκθέσεις. Δεν χρειάζεται οι παραγωγοί να αφήνουν τα χωράφια και να τρέχουν σε εκθέσεις στο εξωτερικό. Όπως δίνεται σε εμάς το κίνητρο να παράγουμε πιο ποιοτικό ελαιόλαδο, έτσι πρέπει να δοθεί και σε επενδυτές ανάλογο κίνητρο ώστε να εξαγουν αυτά τα προϊόντα με το επιθυμητό κέρδος.»

Η Natuevo ξεκίνησε ως άτυπο brand αλλά πέρυσι έγινε εταιρία ΙΚΕ (Ιδιωτική Κεφαλαιουχική

εταιρία). Έχει μετόχους, έχει εγκριθεί στο πρόγραμμα Leader του Β. Αιγαίου, έχει ξεκινήσει έργα ανοικοδόμησης νέου εργαστηρίου μεταποίησης, έχουν εγκριθεί δαπάνες για το marketing, για την εταιρική ταυτότητα και για εξοικονόμηση ενέργειας. Πρόκειται για μια επένδυση περίπου 158000 ευρώ. Το όραμα του κ. Φετοκάκη είναι να δημιουργηθεί ένα brand που θα παράγει όσο το δυνατό πιο φυσικά τρόφιμα, ντόπια, βιολογικά και βιολειτουργικά, με τη φιλοσοφία της Slow food για παραγωγή μικρού μεγέθους. Επίσης, η Natuevo παρήγαγε πρώτη βιολογικό ελαιόλαδο στη Χίο με ποικιλία χιωτικής θρούμπας και σκοπός του κ Φετοκάκη είναι να γίνει brand.





# Οξυμέτρηση ελαιολάδου



Το λάδι περιέχει οξέα (κυρίως στεατικό, παλμιτικό και ελαϊκό). Η διαδικασία με την οποία μετράμε το ελαϊκό οξύ που υπάρχει μέσα στο λάδι ονομάζεται οξυμέτρηση.

Όσο λιγότερο το ποσοστό των οξέων που περιέχει τόσο καλύτερης ποιότητας είναι το λάδι.

## Τα μέσα που χρειαζόμαστε είναι:

1. Προχοΐδα
2. Κωνική φιάλη
3. Ελαιόλαδο
4. Καθαρό οινόπνευμα
5. Δείκτης φαινολοφθαλείνης
6. Διάλυμα καυστικού νατρίου  $\text{NaOH}$  0,357M (σόδα οξυμέτρησης λαδιού)
7. Ογκομετρικός σωλήνας

## Τρόπος εργασίας:

- Μέσα σε ογκομετρικό σωλήνα παίρνουμε 11 ml λάδι (προσοχή ακριβώς 11ml!) και το ρίχνουμε στη κωνική φιάλη.
- Ξεπλένουμε τον σωλήνα με 11 ml οινόπνευμα (προσοχή να είναι καθαρό οινόπνευμα), αφού ανακινήσουμε καλά για να διαλυθεί το λάδι που έχει μείνει στο κάτω μέρος του σωλήνα, και το ρίχνουμε στην παραπάνω φιάλη.
- Προσθέτουμε στο διάλυμα από ελαιόλαδο και οινόπνευμα που έχουμε δημιουργήσει 7-8 σταγόνες δείκτη φαινολοφθαλείνης, ο οποίος είναι εκείνος που θα μεταβάλει το χρώμα του τελικού διαλύματος, ανακινούμε την κωνική φιάλη και την τοποθετούμε κάτω από την προχοΐδα.
- Γεμίζουμε την προχοΐδα με διάλυμα καυστικού νατρίου (διάλυμα βάσης  $\text{NaOH}$ ) μέχρι την ένδειξη 0 στο πάνω μέρος της. Προσοχή: Η ένδειξη να

είναι ακριβώς στο 0 και το διάλυμα καυστικού νατρίου να μην είναι ληγμένο ή αραιωμένο με νερό διότι κάτι τέτοιο θα επηρεάσει την οξύτητα, αυξάνοντας την τελική μας ένδειξη!

- Προσθέτουμε σιγά-σιγά στην κωνική φιάλη διάλυμα βάσης από την προχοΐδα (σταγόνα σταγόνα) με έντονη και συνεχή ανακίνηση. Αν χρειαστεί φράζουμε το στόμιο της φιάλης με τον αντίχειρα ώστε να γίνει καλύτερη η ανακίνηση (απαιτείται όμως να έχουμε καθαρίσει καλά τα χέρια μας προηγουμένως!)

- Όταν το χρώμα αρχίζει να αλλάζει (γίνεται ρόδινο), σταματάμε να προσθέτουμε  $\text{NaOH}$  και ανακινούμε ξανά το διάλυμα. Εφόσον αυτό χάσει το ροζ χρώμα συνεχίζουμε να ρίχνουμε σταγόνες από την προχοΐδα.

- Όταν με την προσθήκη μιας σταγόνας (με συνεχή ανακίνηση) το ρόδινο χρώμα σταθεροποιηθεί έχουμε τελειώσει τη διαδικασία.

- Βρίσκουμε την τελική ένδειξη της προχοΐδας, η οποία αντιστοιχεί στον όγκο (ml) του διαλύματος  $\text{NaOH}$  που καταναλώθηκε.

- Αυτός ο αριθμός των ml που καταναλώθηκαν είναι και ο βαθμός οξύτητας του λαδιού που οξυμετρήσαμε.

Με βάση αυτό το λάδι μας κατατάσσεται σε μια από τις παρακάτω

κατηγορίες:

a) Εξαιρετικό ή έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο (extra virgin olive oil), αν η οξύτητα είναι κάτω από 0,8 και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

b) Παρθένο Ελαιόλαδο, αν η οξύτητα του είναι κάτω από 2 και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

c) Ελαιόλαδο Λαμπάντε, οξύτητα μεγαλύτερη του 2 και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.



# Πέντε αποτελεσματικοί τρόποι για να προωθήσετε την επιχείρησή σας



Πολλοί πιστεύουν πως αν κάνουν μια διαφήμιση, θα ακολουθήσουν οι πωλήσεις. Αυτό μπορεί να συνέβαινε στο παρελθόν αλλά σήμερα τα πράγματα άλλαξαν πολύ. Οι άνθρωποι κατακλύζονται καθημερινά από πληροφορίες, οπότε θα πρέπει κάποιος λόγος για να διαθέσουν χρόνο για το δικό σας διαφημιστικό μήνυμα.

**-SMS Marketing:** Αποστέλλετε μαζικά SMS σε πελάτες και συνεργάτες. Ο προγραμματισμός των SMS θα σας κρατήσει σε μια πολύ καλή επαφή με τους πελάτες σας και είναι η πλέον αποτελεσματική στρατηγική. Ωστόσο δεν πρέπει να στέλνετε μηνύματα πολύ συχνά, κάτι που θα σας κάνει ενοχλητικούς στους παραλήπτες.

**-E-mail Marketing:** Ένα e-mail που ενημερώνει για προϊόντα και υπηρεσίες είναι ένας ουσιαστικός και ανέξοδος τρόπος να έρθει η επιχείρηση σε επαφή με τους πελάτες της και να τους παρακινήσει να προβούν σε μια αγορά.

**-Social Media Marketing:** Αποτελούν πλέον έναν από τους πιο διαδεδομένους τρόπους επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων που σε πολλές περιπτώσεις έχουν αντικαταστήσει εντελώς την άμεση κατ' ιδίαν επικοινωνία. Μέσα από τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter, LinkedIn κλπ) οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν διαφημιστικές καμπάνιες και να στοχεύσουν με πολύ μεγάλη ακρίβεια σε συγκεκριμένους τύπους κοινού, ώστε να αυξήσουν τις πιθανότητες πώλησης ή έστω αλληλεπίδρασης.

**-Google Ads:** Πρόκειται για τη διαφήμιση της ιστοσελίδας σας μέσω της μηχανής αναζήτησης της Google. Επιλέγετε μερικά keywords, δημιουργείτε κάποιες διαφημίσεις με αυτά και από σήμερα κιόλας, όταν κάποιος τα πληκτρολογεί μπορεί να εμφανιστεί η διαφήμισή σας. Με ένα κλικ στη διαφήμιση, ο επισκέπτης θα έχει έρθει στην ιστοσελίδα σας. Είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να ισχυροποιήσετε πολύ άμεσα την παρουσία σας online.

**-Search Engine Optimization (SEO):** Το SEO είναι ίσως με διαφορά η καλύτερη μέθοδος για να προωθήσετε την ιστοσελίδα σας σε international επίπεδο, όπου το κόστος του Google AdWords είναι σχεδόν απαγορευτικό. Βέβαια για να καταφέρετε να εκτοξεύσετε το SEO της ιστοσελίδας σας και να δείτε σχετικά keywords στην πρώτη σελίδα της Google, απαιτείται χρόνος, μεθοδική εργασία και συνεχής προσπάθεια.

# Αγγεία για τοποθέτηση ελαιολάδου στην αρχαιότητα



**Αρύβαλλος** με τη μορφή κοχυλίων, 6ος αιώνας π.Χ.,

Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης



**Αρύβαλλος** σε σχήμα ποδιού, 500 π.Χ.



Το **αλάβαστρον** είναι αγγείο με ψηλό σώμα και μικρό στόμιο. Συνήθως δε διαθέτει λαβή, αν και ενίοτε έχει μικρές τρύπες ή αυτιά για τη μεταφορά του. Το όνομα αλάβαστρον προέρχεται πιθανώς από την αιγυπτιακή λέξη α λα Μπαστ, που σημαίνει «δοχείο της Εμπάστ» (θεά). Εισήχθη κατά τα τέλη του 6ου π.Χ. αιώνα και εξαφανίστηκε από το προσκήνιο κατά τα τέλη του 5ου π.Χ. αι. Η σκηνή που διακοσμεί το αγγείο καλύπτει περιμετρικά το σώμα, ενώ μερικές φορές είναι κοσμημένο μόνο με ανθέμιο. Το ύψος του ποικίλλει από 15-20 εκ.



Η **λήκυθος** αποτελείται από ένα στενό σώμα, ένα λεπτό και μακρύ λαιμό και μια λαβή που συνδέει το λαιμό με το σώμα. Η διακόσμηση του κεραμικού αγγείου αποτελείται από απαλό ερυθρό και μαύρο χρώμα. Πιστεύεται ότι τα χρώματα αυτά προέρχονται από την εποχή του χαλκού, αλλά πρωτοχρησιμοποιήθηκαν το 530 π.Χ. στην Αθήνα. Οι αναπαραστάσεις που είχαν ήταν συχνά σκηνές καθημερινών δραστηριοτήτων ή τελετουργιών



"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