

NEWSLETTER

26



ΕΛΙΑ-Ο ΘΗΣΑΥΡΟΣ ΤΟΥ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Κάθε εβδομάδα κοντά σας με χρήσιμες πληροφορίες!

27 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2020



Για να δείτε όλα τα newsletters
πατήστε



Μπορείτε να ακολουθήσετε τη
σελίδα facebook Ελιά-ο
θησαυρός του Β. Αιγαίου
πατώντας



Αρχισυντάκτρια: Χαρά Ζήκα
Χημικός, Δρ Φαρμακευτικής,
Δημοσιογράφος

 6932951019

 xarazika@gmail.com



Νικόλαος Θωμαΐδης
Καθηγητής Αναλυτικής Χημείας στο Εθνικό και
Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

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.



Η ιστορία της ελιάς

Ο Κωνσταντίνος Πορφυρογέννητος ήταν ο τέταρτος Αυτοκράτορας της δυναστείας των Μακεδόνων της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας.

Θεωρούσε τις περιοχές της Μικράς Ασίας, την νότια Πελοπόννησο καθώς επίσης και την Δαλματία ως περιοχές με εξαιρετική παραγωγή ελαιολάδου.

Το περίφημο λάδι της Νίκαιας της Βιθυνίας τον συνόδευε στις εκστρατείες του και το χαρακτήριζε ως «κάλιστον έλαιον» και «δεσποτικόν».

Η φωτιστική χρήση του λαδιού αποτελεί προνόμιο των ανακτόρων, των δημόσιων οικοδομημάτων και των ναών της Κωνσταντινούπολης.

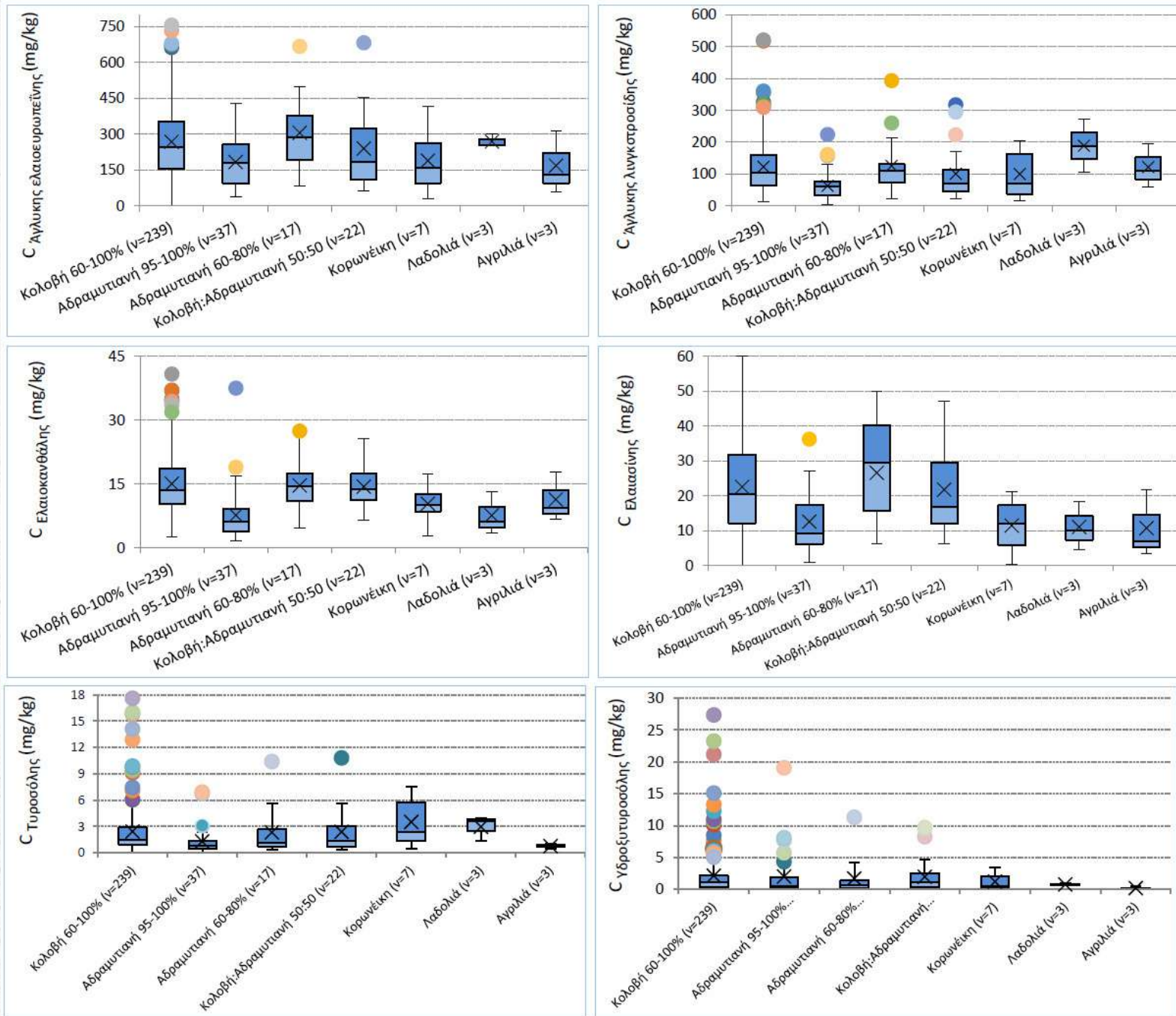
Η λυχναψία σε κανδήλες και πολυκάνδηλα είχε ανατεθεί σε ειδική υπηρεσία. Οι δρόμοι της Κωνσταντινούπολης και των μεγάλων αστικών κέντρων φωτίζονταν από δημόσια λύχνα

Διακύμανση ενώσεων ισχυρισμού υγείας με βάση την ποικιλία του ελαιόδεντρου

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ
ΕΡΓΟΥ

Α. Λέσβος

Στα παρακάτω διαγράμματα παρουσιάζονται οι ενώσεις που μελετήθηκαν με βάση τη διαφορετική ποικιλία του ελαιόκαρπου στο νησί της Λέσβου. Οι ποικιλίες που μελετήθηκαν ήταν οι: Κολοβή, Αδραμυτιανή και μίγματα αυτών, Κορωνέικη, Λαδολιά και Αγριλιά.

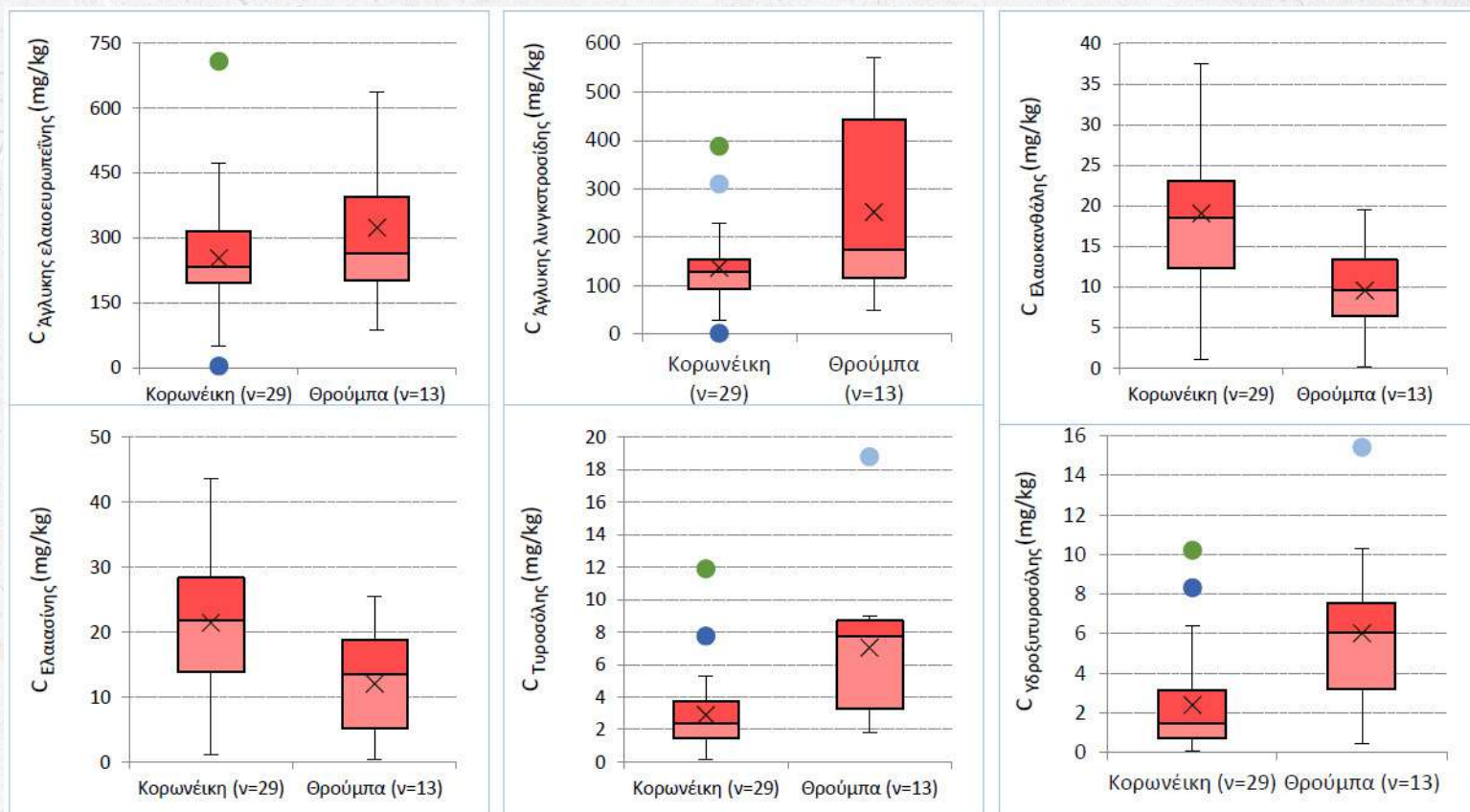


Διαγράμματα ενώσεων ισχυρισμού υγείας στη Λέσβο με βάση την ποικιλία του ελαιόδεντρου

Από τα παραπάνω διαγράμματα παρατηρείται ότι η ποικιλία της Κολοβής (60-100%) παρουσιάζει τις υψηλότερες συγκεντρώσεις φαινολικών ενώσεων σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ποικιλίες, για την πλειονότητα των ενώσεων.

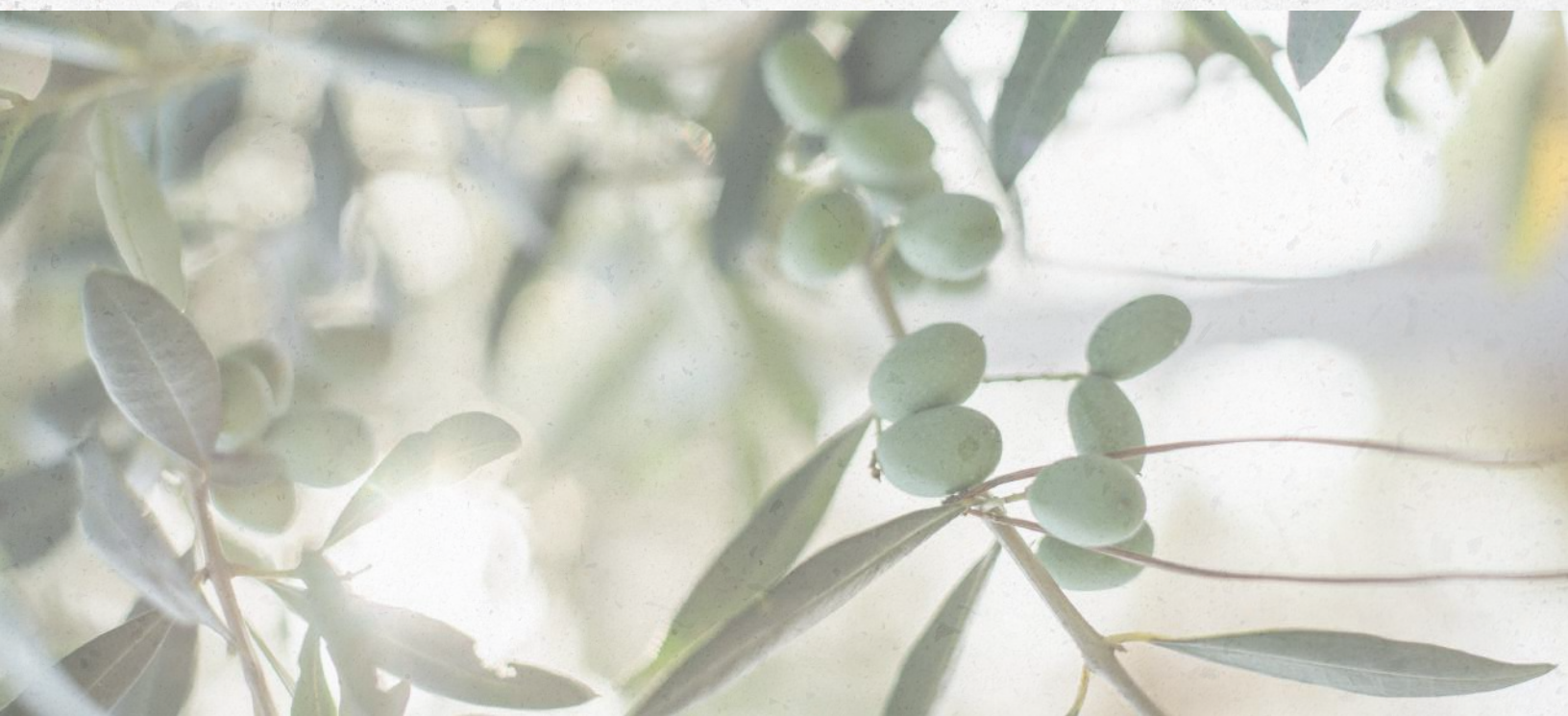
Β. Σάμος

Αντίστοιχα μελετήθηκαν οι ενώσεις με βάση τη διαφορετική ποικιλία του ελαιόκαρπου στο νησί της Σάμου. Οι ποικιλίες που μελετήθηκαν ήταν η Κορωνέικη και η Θρούμπα.



Διαγράμματα ενώσεων ισχυρισμού υγείας στη Σάμο με βάση την ποικιλία του ελαιόδεντρου

Από τα παραπάνω διαγράμματα δεν εξάγεται σαφές συμπέρασμα ως προς την ποικιλία, καθώς η διακύμανση των ενώσεων μεταβάλλεται για το σύνολο των ενώσεων..





Ελαιόλαδο-Καναδάς-Στην 4η θέση η Ελλάδα

Πρώτοι έρχονται οι Ιταλοί στις εξαγωγές ελαιολάδου στον Καναδά, οι οποίοι καλύπτουν το 66% των συνολικών εισαγωγών, εφαρμόζοντας χαμηλές τιμές και φαίνεται να έχουν καταφέρει να κερδίσουν ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς, σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιοποίησε το Ελληνικό Προξενείο στο Τορόντο.



Σε ό,τι αφορά την Ελλάδα, τα στοιχεία αναφέρουν ότι αν και μέχρι το 2016 ήταν στη δεύτερη θέση στην αγορά του Καναδά, από το 2017 έπεσε στην τέταρτη.

Οι Ιταλοί έχουν καταφέρει να έχουν καλά αποτελέσματα αξιοποιώντας συγκριτικά πλεονεκτήματα, όπως οι μεγάλες σε μέγεθος ελαιουργίες και τυποποιητικές μονάδες, η ελαστική νομοθεσία, που επιτρέπει την ανάμειξη του ιταλικού με άλλα ελαιόλαδα, προκειμένου να ενισχυθεί η γεύση και το άρωμα του, οι έντονες και συστηματικές προωθητικές εκστρατείες τόσο κρατικών αρχών, όσο και διεπαγγελματικών οργανώσεων και συνενώσεων παραγωγών και εμπόρων.

Ιδιαίτερη προσοχή στην τυποποίηση

Ιδιαίτερη προσοχή αποδίδουν οι Ιταλοί τυποποιητές στις φιάλες ελαιολάδου, καθώς το σχήμα, το σχέδιο και η ετικέτα ελκύουν την προσοχή του καταναλωτή. Μεγαλύτερο χώρο στα ράφια των καταστημάτων *delicatessen* παρατηρείται ότι κερδίζουν τα τετραγωνισμένα μπουκάλια, το έντονο χρώμα σε αδιαφανή μπουκάλια, που δεν παραπέμπουν άμεσα σε ελαιόλαδο, αλλά τραβούν το μάτι χάρη στην εμφάνισή τους, καθώς και το πώμα φελλού, που είναι περισσότερο συσχετισμένο με το κρασί παρά με το ελαιόλαδο.

Αύξησε το μερίδιο η Ισπανία

Επίσης οι Ισπανοί, ακολουθώντας το ίδιο πλάνο, έχουν καταφέρει να κερδίσουν σημαντικό μερίδιο της αγοράς, ενώ οι Τυνήσιοι υποστηρίζουν σε ειδικές καμπάνιες προώθησης ότι το ελαιόλαδό τους είναι βιολογικό, λόγω κλιματικών συνθηκών και κερδίζουν τους καταναλωτές. Μεγάλο βάρος έχει δώσει η Ισπανία τα τελευταία χρόνια και στην προώθηση του βιολογικού ελαιολάδου, αφουγκραζόμενη τις τάσεις των καταναλωτών, που επιζητούν περισσότερα "εχέγγυα" για τα προϊόντα που καταναλώνουν, όπως την ανάλογη πιστοποίηση.

Επιθετικό μάρκετινγκ από την Τυνησία

Αύξηση των εξαγωγών έχει καταφέρει και η Τυνησία, με επιθετική πολιτική μάρκετινγκ (προβολή των στοιχείων: ελαιοκομική περιοχή της Μεσογείου, χρήση του ελαιολάδου από τα αρχαία χρόνια και ουσιαστικό μέρος της εγχώριας διατροφής) και πολύ χαμηλές τιμές στο ράφι. Η Τυνησία στις καμπάνιες προώθησης υποστηρίζει ότι το ζεστό και ξηρό κλίμα της χώρας αποτρέπει την ανάπτυξη εντόμων (δάκου), που αποτελούν κίνδυνο για την ελιά και ως εκ τούτου, δεν απαιτείται χρήση των φυτοφαρμάκων (δηλαδή είναι προϊόν βιολογικής καλλιέργειας). Έτσι πουλά και φτηνό και βιολογικό ελαιόλαδο.

Και η Καλιφόρνια στο παιχνίδι

Ανερχόμενος παραγωγός ελαιολάδου θεωρείται πλέον και η περιοχή της Καλιφόρνια στις ΗΠΑ, που λόγω εγγύτητας με τον Καναδά, έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα σε θέματα logistics.





Ο Συνεταιρισμός Πέτρας είναι αγροτικός, ελαιοουργικός και κτηνοτροφικός. Διοικείται από πενταμελές συμβούλιο, το οποίο εκλέγεται από τα μέλη του ανά τέσσερα χρόνια. Οι εγκαταστάσεις βρίσκονται σε ιδιόκτητα οικόπεδα στο χωριό της Πέτρας.

Το ελαιοτριβείο και η αποθήκη ελαιολάδου στεγάζονται σε παραδοσιακά λιθόκτιστα κτίρια. Διαθέτει πρατήριο λεσβιακών παραδοσιακών προϊόντων, κατάστημα αγροτικών εφοδίων, αποθήκες ζωοτροφών, κτηνιατρείο, γεωπόνο και παραληπττήριο γάλακτος από τους κτηνοτρόφους. Ο Συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 1927 από αγρότες των περιοχών της Πέτρας και Λαφιώνας. Εκείνη την εποχή η αξία του ελαιολάδου ήταν μεγάλη αλλά οι τσιφλικάδες είχαν πολλά χωράφια και δικά τους ελαιοτριβεία, οπότε εκμεταλλεύονταν τους παραγωγούς. Η ανάγκη να αντιμετωπίσουν αυτή τη δυσκολία έκανε τους αγρότες της εποχής να δημιουργήσουν μικρές ομάδες και στη συνέχεια Συνεταιρισμούς. Οι αγρότες των περιοχών Λαφιώνα και Πέτρας έφτιαξαν το Συνεταιρισμό Πέτρας και το δικό τους ελαιοτριβείο.

Στην πορεία ο Συνεταιρισμός έγινε και κτηνοτροφικός και άρχισε να επεκτείνεται συνεχώς. Ο κ. Βελούτσος είναι διαχειριστής στον Συνεταιρισμό από το 1996. Όπως δήλωσε: «Ο Συνεταιρισμός πέρασε από χίλια κύματα, όπως συνέβη σε πολλούς Συνεταιρισμούς στον ελλαδικό χώρο. Σημειώθηκαν ατασθαλίες που προήλθαν από εξωτερικούς ή εσωτερικούς παράγοντες. Σήμερα αριθμεί 72 μέλη και έχει μια από τις μεγαλύτερες μερίδες. Θα πρέπει να κατανοήσουμε όλοι ότι οι Συνεταιρισμοί είναι επιχειρήσεις, δεν είναι κομματικά όργανα ούτε φιλανθρωπική οργάνωση. Στην ουσία πρόκειται για μικρές ΑΕ, όσοι συμμετέχουν πρέπει να έχουν

κέρδη αλλά και να επενδύουν ώστε να αναπτύσσεται ο Συνεταιρισμός. Κάποιοι Συνεταιρισμοί που είναι κρυμμένοι πίσω από προσωπικές πολιτικές φιλολογίες δεν μπορούν να προχωρήσουν. Το καλύτερο είναι να είναι ολιγομελείς ώστε να λαμβάνονται γρήγορα οι αποφάσεις. Αυτό το διάστημα διαχειριζόμαστε ένα πρόγραμμα ύψους 1,5 εκατομμύριο ευρώ για δημιουργία τυροκομείου. Οπότε, ένα μέρος από το γάλα των παραγωγών θα το τυροκομούμε και το υπόλοιπο θα το εμπορευόμαστε. Είμαστε ο μοναδικός Συνεταιρισμός που πουλάει το γάλα και εκτός Λέσβου και μάλιστα σε πολύ καλές τιμές. Ενδεικτικά, αναφέρω ότι πέρυσι το πρόβειο γάλα πωλούνταν 0,78 ευρώ και οι παραγωγοί πληρώνονταν κάθε δύο μήνες ενώ εμείς αγοράζαμε το γάλα με 0,84 ευρώ πληρώνοντας τους παραγωγούς μετρητοίς. Φυσικά αυτά επιτυγχάνονται μετά από μεγάλη προσπάθεια, δεν γίνονται από τη μια μέρα στην άλλη.





Ο Συνεταιρισμός δεν έχει χρέη, υπάρχει εξωτερικός λογιστής που ελέγχει τη διαχείριση και δίνει αναφορά στο ΔΣ και επιπλέον υπάρχει ορκωτός λογιστής που ελέγχει τον λογιστή και δίνει αναφορά στη Γενική Συνέλευση. Όλα είναι μηχανογραφημένα, υπάρχει μεγάλη οργάνωση και ο αυστηρός έλεγχος γίνεται ώστε να διασφαλίζεται η εύρυθμη λειτουργία και να αποτρέπεται στο ελάχιστο κάθε "λάθος" χειρισμός. Διότι ο Συνεταιρισμός φτάνει τα 2,5 εκατομμύρια τζίρο, είναι ένα ποσό που μπορεί να ζαλίζει κάποιον αλλά με όλες αυτές τις δικλείδες ασφαλείας που λαμβάνουμε, είμαστε όλοι σίγουροι ότι τα πάντα γίνονται με απόλυτα διαφανείς και νόμιμες διαδικασίες. Τυποποιούμε μόνο το δικό μας το λάδι το οποίο το διακινούμε μέσα από το πρατήριο του Συνεταιρισμού και στην ευρεία περιοχή της Πέτρας, η οποία έχει αρκετό τουρισμό το καλοκαίρι. Κάποιες ποσότητες τις διαθέτουμε σε εμπόρους ή άλλους Συνεταιρισμούς από τους οποίους αγοράζουμε το καλαμπόκι τους συντελώντας στην ανταλλαγή προϊόντων.

Επίσης, αξιοποιούμε το λιμάνι της Πέτρας, το Καβάκι. Έρχεται βαπόρι κατευθείαν από τη Βόρεια Ελλάδα για να παίρνουμε από την πηγή καλαμπόκι και άλλα προϊόντα και έτσι πέφτει πολύ το κόστος των ζωοτροφών για τα μέλη μας, πράγμα που είναι μεγάλη βοήθεια. Κάνουμε εμπό-

ριο κατευθείαν με την ηπειρωτική Ελλάδα, προτιμάμε μόνο ελληνικά προϊόντα και συνεργαζόμαστε με Συνεταιρισμούς της Βόρειας Ελλάδας ώστε να παίρνουμε ποιοτικό προϊόν.» Στην ερώτηση για το μέλλον του ελαιοκομικού κλάδου και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν, ο κ. Βελούτσος είπε: «Είναι κοινό μυστικό ότι η ελαιοκομία εδώ και μια δεκαπενταετία ακολουθεί φθίνουσα πορεία. Κάποιοι τυποποιητές του νησιού μας προσπαθούν να κρατήσουν ψηλά τον πήχη αλλά είναι δύσκολο να τα καταφέρνουν μόνοι τους. Οι παραγωγοί προσπαθούν να βγάλουν ποιοτικό λάδι αλλά ποια είναι η ανταμοιβή τους όταν πωλείται 1,5 ευρώ το κιλό? Πολλοί δεν πηγαίνουν καν να μαζέψουν τις ελιές. Τα τελευταία χρόνια τα ελαιοτριβεία αντιμετωπίζονται σαν να είναι οι εγκληματίες του αγροτικού κόσμου. Ανακάλυψαν ξαφνικά ότι ο κατσιγάρος ρυπαίνει, ζητάνε υπέρογκα ποσά για να διατηρηθεί η λειτουργία τους και να είναι νόμιμα ενώ η τιμή του ελαιολάδου είναι χαμηλή. Έτσι, επέρχεται μαρasmus του κλάδου, κάποια ελαιοτριβεία δεν θα αντέξουν κατά τη γνώμη μου. Είναι ακριβός ο εξοπλισμός, τα μηχανήματα μόνο κοστίζουν περίπου 300000 ευρώ, ποιος νοήμων άνθρωπος θα ήθελε να ασχοληθεί γνωρίζοντας ότι δε θα δουλεύει για έντεκα μήνες και θα δουλεύει ένα μήνα πατημένο; Δυστυχώς στη χώρα μας δεν υπάρχει κοινή πολιτική για το λάδι.





Αντίθετα κάποιες χώρες όπως η Τυνησία, η Αυστραλία κλπ δημιούργησαν τους δικούς τους ελαιώνες, μπαίνουν δυναμικά στην αγορά με αποτέλεσμα το ελαιόλαδο να έχει πτωτική πορεία. Είναι κρίμα γιατί εδώ γίνεται πολύ αξιόλογη προσπάθεια. Υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες λαμβάνουν συνέχεια βραβεία, αυτό δεν γίνεται πουθενά αλλού στον κόσμο.

Είμαι βέβαιος πως η έρευνα του κ. Νικόλαου Θωμαΐδη θα βοηθήσει πολύ τον τόπο μας αλλά θα ήθελα να πω κάποια πράγματα και για άλλες έρευνες που γίνονται. Σέβομαι τους επιστήμονες, αυτοί είναι ειδικοί να μας πουν τι πρέπει να κάνουμε αλλά θα πρέπει να αναφέρουν και το κόστος. Για παράδειγμα, αν εγώ ξεκινήσω από την Πέτρα να πάω στη Μυτιλήνη με ένα μικρό αυτοκινητάκι, θα χρειαστώ μία ώρα ενώ αλλά με ένα γρήγορο αλλά ακριβό αυτοκίνητο, θα φτάσω σε μισή ώρα. Αυτή η μισή ώρα διαφοράς σε κόστος αξίζει ή όχι η επένδυση σε ένα γρήγορο αυτοκίνητο; Δηλαδή, αν εγώ έχω ένα ελαιοτριβείο και μου πουν να το εκσυγχρονίσω και να κατασκευάσω δίπλα εγκαταστάσεις βιολογικού καθαρισμού των λημμάτων αξίας 100,000 ευρώ, θα μπορέσω να το κάνω; Όχι βέβαια!

Να λέμε σε κάποιον να κάνει κάτι αλλά να μπορεί να το κάνει. Μετά όλοι οι παραγωγοί δεν είναι το ίδιο, υπάρχει ο μικρός, ο μεγάλος, ο επαγγελματίας, ο δημόσιος υπάλληλος, υπάρχει ο ορεινός, ημιορεινός και πεδινός ελαιώνας. Αυτά πρέπει να διευθετηθούν και να λυθούν αλλιώς θα πάμε στο γνωστό σενάριο: κάποια ξένη εταιρία θα τα αγοράσει όλα γιατί ο νομοθέτης θα έχει διαμορφώσει μια κατάσταση που μόνο μια μεγάλη εταιρία θα μπορεί να αντέξει τα κόστη και το δικό μας μέλλον προδιαγράφεται σκοτεινό και ανέλπιδο.»

Για τις επιπτώσεις του Covid-19 στις εργασίες του Συνεταιρισμού ο κ. Βελούτσος είπε: «Αν παρατηρήσετε τον αγρότη, θα διαπιστώσετε ότι είναι superman. Δουλεύει καθημερινά χωρίς να έχει καμία ασφάλεια και ανεξάρτητα από τις καιρικές συνθήκες. Ένας αγρότης που θέλει να μαζέψει τις ελιές του, κάτι που γίνεται εντός δύο μηνών, αν αρρωστήσει, ποιος θα κάνει την ελαιοσυλλογή; Αν ένας κτηνοτρόφος ασθενήσει, ποιος θα πάει να αρμέξει; Άρα κι αυτός είναι superman. Η κτηνοτροφία και η ελαιοκαλλιέργεια δεν έχουν ωράρια. Αντίθετα, ένας υπάλληλος που θα νοσήσει από τον ιό, θα καθίσει σπίτι για 15 μέρες, θα πληρώνεται και μετά θα πάει στη δουλειά του. Άλλοι κάνουν τηλεργασία για να μην κολλήσουν τον ιό. Συνεπώς υπάρχει διαχωρισμός πολιτών και εργαζομένων. Θέλω να πω ότι αυτοί οι άνθρωποι





χρειάζονται στήριξη. Λένε ότι τους αγρότες τους επιδοτεί το κράτος. Αλλά ας δούμε τι είναι η επιδότηση. Η πραγματική αξία του λαδιού πρέπει να είναι 5 ευρώ αλλά ο καταναλωτής πρέπει να το αγοράζει 3 ευρώ. Ο έμπορος το κατεβάζει στο 1,5 ευρώ για να είναι στο ράφι με την τιμή των 3 ευρώ. Δηλαδή επικρατεί χαμήλωμα των τιμών για να μπορεί να απορροφά το προϊόν ο καταναλωτής. Κατά την άποψή μου, πρέπει να παρέμβουν οι Συνεταιρισμοί ή ομάδες παραγωγών, ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να παίρνει ποιοτικό και φτηνό προϊόν από τον ίδιο τον παραγωγό και να μειωθούν όσο γίνεται οι μεσάζοντες.» Ο στόχος του Συνεταιρισμού σύμφωνα με τον κ. Βελούτσο

είναι: «Τα μέλη να είναι αγρότες επιχειρηματίες και να μην υπάρχει καμία εμπλοκή με κομματικά θέματα. Θέλουμε να φτάσουμε στον καταναλωτή, φτάσαμε με το λάδι μας, το ίδιο θέλουμε να κάνουμε με το τυρί μας. Επίσης έχουμε σκοπό τα παιδιά των συνεταίρων να σπουδάζουν και να επιστρέφουν πίσω να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον συνεταιρισμό ή μέσω των δικών τους επιχειρήσεων να στηρίζουν τον συνεταιρισμό. Μεγάλο μέλημά μας είναι να ασφαλίζουμε το επαγγελματικό κομμάτι των αγροτών. Ένας φορτηγατζής ασφαλίζει το φορτηγό του, ο αγρότης δεν μπορεί να ασφαλίσει τα ζώα του αλλά αυτά είναι το δικό του «μηχάνημα» που του προσφέρει κέρδος.»



Τροφοπενία Βορίου στην Ελιά

Γράφει η Ελένη Ταμπούκου, Τεχνολόγος Γεωπόνος MSc



Είναι μια από τις πιο συνηθισμένες και σοβαρές τροφοπενίες της ελιάς στην Ελλάδα. Παρατηρείται τόσο σε νεαρά όσο και αιωνόβια δένδρα. Το χαρακτηριστικό σύμπτωμα της τροφοπενίας βορίου είναι ότι τα κορυφαία φύλλα στους νέους βλαστούς έχουν το ακραίο 1/3-2/3 τμήμα τους χλωρωτικό (αρχικά πρασινοκίτρινο στη συνέχεια κίτρινο/πορτοκαλί).

Σταδιακά, το σύμπτωμα αυτό εμφανίζεται και στα φύλλα της βάσης των βλαστών, τα οποία μπορεί να εμφανίσουν και ξήρανση στην κορυφή τους.

Σε πιο προχωρημένο στάδιο της τροφοπενίας παρατηρείται μικροφυλλία, παραμόρφωση φύλλων (παρουσιάζουν σχήμα ροπάλου) και έντονη φυλλόπτωση, όπως επίσης ισχυρή καρπόπτωση το καλοκαίρι.

Σε κλάδους που εμφανίζουν συμπτώματα στα φύλλα, αν αφαιρεθεί με μαχαίριδιο λεπτό στρώμα του φλοιού, φαίνεται ένας καστανός χρωματισμός που οφείλεται σε νέκρωση του καμβίου.

Το σύμπτωμα αυτό είναι

χαρακτηριστικό και επιβεβαιώνει

την έλλειψη του βορίου. Για να μπορεί να χρησιμοποιηθεί το βόριο από τα φυτά πρέπει να βρίσκεται στο έδαφος υπό διαλυτή μορφή.

Τα ελαφρά όξινα εδάφη των υγρών περιοχών όπως επίσης τα αμμώδη, πολύ αλκαλικά και εκπλυμένα εδάφη είναι φτωχά σε βόριο.

Η αύξηση του pH του εδάφους λόγω ασβέστωσης περιορίζει το απορροφούμενο βόριο, ενώ η οργανική ουσία διευκολύνει τη χρησιμοποίηση του βορίου από τα φυτά.

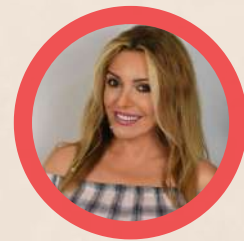
Όταν τέλος η περιεκτικότητα του εδάφους είναι χαμηλή σε βόριο, η έλλειψη εδαφικής υγρασίας μπορεί να προκαλέσει τροφοπενία βορίου στα φυτά.

Έτσι, δένδρα που υποφέρουν από έλλειψη βορίου φαίνονται από απόσταση σαν χλωρωτικά ενώ καθυστερούν σημαντικά την έναρξη της νέας βλάστησης την Άνοιξη. Φύλλα από δένδρα που πάσχουν, περιέχουν βόριο λιγότερο από 20 ppm (επί ξηρού βάρους).

Η θεραπεία της τροφοπενίας βορίου στην ελιά είναι εύκολη. Προστίθενται στο έδαφος 300-500 γρ βόρακα ανά δένδρο πλήρους ανάπτυξης, ενώ σε νεότερα δένδρα χορηγούνται μικρότερες ποσότητες (10 γρ ανά έτος ηλικίας από την στιγμή φύτευσης στο χωράφι).

Για γρηγορότερη αντίδραση των δένδρων μπορεί να χρησιμοποιηθεί και υδατοδιαλυτή μόρφη του βορίου, με διαφυλλική εφαρμογή ή μέσω του δικτύου άρδευσης αν υπάρχει. Σε περίπτωση ξηρασίας ή ξηρικού ελαιώνα μπορούν να γίνουν ψεκασμοί των δένδρων με διάλυμα βόρακα 0,7% μαζί με προσκολλητικό διαβρεκτικό σκεύασμα. Αυτές οι επεμβάσεις δεν πρέπει να επαναλαμβάνονται κάθε χρόνο, αλλά κάθε 3-4 χρόνια. Η προσθήκη του βόρακα θα πρέπει να γίνεται πριν από τα ποτίσματα ή πριν τις βροχοπτώσεις στους ελαιώνες.

Η σημασία της φωτογραφίας στο marketing



Γράφει η Χαρά Ζήκα, Digital Marketeer



Μια φωτογραφία είναι χίλιες λέξεις λένε. Πράγματι, σε ελάχιστο χρόνο ένας άνθρωπος που κοιτάει μια φωτογραφία συλλέγει πληροφορίες (συνειδητά και υποσυνείδητα) τις οποίες με ένα κείμενο θα ήταν δύσκολο να του παρέχουμε.

Συνεπώς, οι καλές φωτογραφίες είναι από τα πιο σημαντικά στοιχεία που μπορούν να κάνουν μια επιχείρηση να ξεχωρίσει. Μια σαφής φωτογραφία θα δώσει στον πελάτη μια γρήγορη ιδέα του προϊόντος. Οι άνθρωποι δεν θέλουν να βομβαρδιστούν με κείμενο μόλις μπουν στην ιστοσελίδα σας. Να θυμάστε ότι έχετε περίπου τρία δευτερόλεπτα για να κερδίσετε τον χρήστη που επισκέπτεται την ιστοσελίδα για πρώτη φορά.

Αυτό σημαίνει ότι μέσα σε τρία δευτερόλεπτα πρέπει να του κινήσετε το ενδιαφέρον, να δει το προϊόν ακριβώς όπως είναι και να κατανοήσει πόσο χρήσιμο θα είναι στην καθημερινή του ζωή: αυτό ονομάζεται οπτικό πλαίσιο. Μόλις κερδίσετε την προσοχή του καταναλωτή, μπορείτε να του παρέχετε περαιτέρω λεπτομέρειες μέσω του κειμένου.

Υπάρχουν κάποια βασικά σημεία που πρέπει να έχετε υπόψιν όταν πρόκειται να προσθέσετε φωτογραφίες στον ιστότοπό σας ή στα social media:

1. Στην ιστοσελίδα πρέπει να μπαίνουν εξαιρετικά ποιοτικές φωτογραφίες. Οπότε, η καλύτερη επιλογή (ειδικά αν έχετε e-shop) είναι να συνεργαστείτε με κάποιον φωτογράφο. Για αυτές που χρησιμοποιείτε στα social media θα πρέπει να προσέχετε τα πνευματικά δικαιώματα. Προτιμήστε να κατεβάζετε φωτογραφίες που παρέχονται δωρεάν (royalty free) είτε επί πληρωμή από ειδικές ιστοσελίδες.
2. Οι φωτογραφίες πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας, δηλαδή η εικόνα να έχει το κατάλληλο μέγεθος χωρίς pixelation. Οι φωτογραφίες υψηλής ποιότητας που χρησιμοποιούνται για να συμπληρώσουν υψηλής ποιότητας περιεχόμενο ενισχύουν και το SEO της σελίδας σας!
3. Οι φωτογραφίες πρέπει να είναι σχετικές με το περιεχόμενό στο οποίο αναφέρονται.
4. Στόχος είναι να προσφέρετε μια ωραία εμπειρία στους επισκέπτες της ιστοσελίδας ή των social media της επιχείρησης. Γι' αυτό χρησιμοποιήστε καλαίσθητες φωτογραφίες. Έτσι, θα έχετε μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και καλύτερα αποτελέσματα.

Ελιές της Μυτιλήνης



**"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**