



Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
«ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ Ο ΈΛΛΗΝΑΣ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ»

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ :

**ΚΟΣΜΑ ΝΙΚΟΛΙΤΣΑ
ΜΙΚΡΟΥΛΗ ΕΛΕΑΝΑ**

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : ΓΕΩΡΓΟΠΟΥΛΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ



104

ΠΑΤΡΑ 2008

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	1
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ.....	11
«ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΑΙ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ. Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΑΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ».....	11
1.1 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ	12
1.1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ	15
1.2 ΕΠΙΣΗΜΗ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΚΑΙ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ	16
1.2.1 ΣΤΟΧΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ	18
1.3 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ	21
1.3.1 ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ	23
1.3.1.1 Ο ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΟΚ) αριθ. 2092/91	23
1.3.1.2 Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΙ Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....	25
1.3.1.3 ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ	26
1.3.1.4 ΚΑΝΟΝΕΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	28
1.3.1.5 ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ	31
1.3.1.6 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΛΙΠΑΝΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΕΔΑΦΟΥΣ	35
1.3.1.7 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΣΙΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΣΘΕΝΕΙΩΝ.....	39
1.3.1.8 ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	42
1.3.1.9 ΤΙ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΕΙΣΑΓΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ;	44
1.3.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	45
1.3.2.1 ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟ	45
1.3.2.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΙΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ	46
1.3.2.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΟΥΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΙΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ	46
1.3.2.4 ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ	47
1.3.2.5 ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	48
1.3.3.1 ΑΠΛΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	49
1.3.3.2 ΣΥΝΘΕΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	50
1.3.3.3 ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	51
1.3.3.4 ΠΟΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΕΙ ΕΝΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΕΝΤΑΧΘΕΙ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ;	53

1.3.3.5 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	53
1.3.3.6 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	54
1.3.3.7 Η ΔΙΑΦΟΡΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΤΙΜΗ...	56
1.3.3.8 Η ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ, ΤΟ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΚΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	57
1.3.3.9 ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΗΣ Ε.Ε.-ΘΕΣΠΙΣΗ ΚΑΘΕΣΤΩΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	60
1.4 ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	64
1.4.1 Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ	64
1.4.2 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	73
«ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ»	73
2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	74
2.2. ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	75
2.2.1. Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	79
2.2.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΔΙΕΘΝΩΣ ΤΗ ΖΗΤΗΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	80
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ.....	87
«ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΈΛΛΗΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ»	87
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	88
3.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	88
3.2.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	88
3.2.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΓΕΝΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	90
3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	98
3.3.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΗΚΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	108
3.3.2 ΑΙΤΙΕΣ ΑΠΟΡΡΙΨΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	117
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ	120
«ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΥΠΑΡΞΗΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ».....	120
4.1 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	121
4.1.1 ΔΙΑΝΟΜΗ: ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑΣ	122
4.1.2 ΤΙΜΗ.....	124
4.1.3 ΤΟ "ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ" ΚΑΙ ΤΟ "ΔΙΟΓΚΩΜΕΝΟ" ΠΡΟΪΟΝ: Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ	125
4.1.4 ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ: Η ΤΕΛΙΚΗ ΛΥΣΗ	126

4.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	128
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	129
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	130
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – ΚΛΑΔΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ.....	131
1. ΚΛΑΔΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ICAP ΓΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ - ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (1993-2002).....	131
2. ΚΛΑΔΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ICAP ΓΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (2005-2006) - ΣΕ ΤΡΟΧΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ	135
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ– ΠΑΡΑΘΕΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	140

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας, αποσκοπεί στην ολοκλήρωση των σπουδών μας ως φοιτήτριες του Α.Τ.Ε.Ι. Πατρών, της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων. Κατόπιν ορισμένων διαδικασιών του τμήματος, αναλάβαμε ως θέμα πτυχιακής εργασίας, την ανάλυση των Βιολογικών Προϊόντων και το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή.

↔

Θεωρούμε πως είναι υποχρέωσή μας να ευχαριστήσουμε θερμά όλους όσους συνέβαλλαν ενεργά με την υλική και ψυχική συμπαράστασή τους, στην διεξαγωγή της πτυχιακής μας εργασίας.

↔

Πρώτα απ' όλα, ευχαριστούμε θερμά την εποπτεύουσα καθηγήτριά μας κα Γεωργία Γεωργοπούλου, η συμβολή της οποίας, τόσο στο θεωρητικό όσο και στο πρακτικό μέρος της εργασίας μας, ήταν πολύτιμη.

↔

Επιπλέον, ευχαριστούμε τους καταναλωτές που συνεργάστηκαν και απάντησαν με ιδιαίτερη προθυμία στα ερωτήματα που υπεβλήθησαν.

↔

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το ευρύτερο κίνημα που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμια κλίμακα, υπέρ της διατήρησης και προστασίας του περιβάλλοντος, είναι φυσικό να αγγίζει άμεσα και τον τομέα της γεωργίας. Έτσι, καθώς μια ολοένα αυξανόμενη μερίδα ευαισθητοποιημένων καταναλωτών απαιτεί πλέον στο πιάτο της τρόφιμα υγιεινά, απαλλαγμένα από χημικά κατάλοιπα, ένα καινούριο σύστημα γεωργικής παραγωγής, που ακούει στο όνομα "βιολογική γεωργία", έρχεται στο επίκεντρο των εξελίξεων και φαίνεται ότι θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στο αγροτικό "γίγνεσθαι" του μέλλοντος.

Είναι γεγονός ότι στην Ελλάδα συντρέχουν πολλές δυνατότητες και προϋποθέσεις για την ανάδειξη και την επέκταση των πρακτικών παραγωγής γεωργικών προϊόντων. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας, όπως οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες, οι οικογενειακής μορφής γεωργικές εκμεταλλεύσεις σε μικρές εκτάσεις, και ακόμα το γεγονός ότι σε πολλές περιοχές γίνεται καλλιέργεια με παραδοσιακές τεχνικές, ευνοούν – κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις – την ευκολότερη υιοθέτηση υπό προϋποθέσεις του συστήματος παραγωγής της βιολογικής γεωργίας και την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, με πολύ καλές οργανοληπτικές ιδιότητες που απολαμβάνουν άλλωστε και καλύτερες τιμές από τα αντίστοιχα συμβατικά.

Το πρώτο Κεφάλαιο εξετάζει τα βιολογικά προϊόντα ως "οικολογικά", κατάλληλα για τους καταναλωτές αυτούς που είναι ευαισθητοποιημένοι σε ζητήματα οικολογίας - περιβάλλοντος, οι οποίοι ακολουθούν μία ευρύτερα υγιεινή και ευαισθητοποιημένη σε θέματα ποιότητας στάση ζωής. Το τελευταίο μέρος του Κεφαλαίου προσφέρει μια βαθύτερη γνώση και κάποια αριθμητικά δεδομένα για τη διεθνή και την ελληνική αγορά βιολογικών προϊόντων. Στο δεύτερο Κεφάλαιο περιγράφεται λεπτομερώς η διεθνή βιβλιογραφία που ασχολείται με τον βιολογικό καταναλωτή και τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των βιολογικών προϊόντων διεθνώς.

Αναλύοντας ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα, η έρευνα που παρουσιάζεται στο τρίτο Κεφάλαιο καταλήγει ότι υφίστανται δύο τύποι καταναλωτών, από άποψη

συμπεριφοράς ως προς την πρόθεση αγοράς και την ενημέρωση πάνω στα βιολογικά προϊόντα: οι ενήμεροι και οι μη ενήμεροι αγοραστές των βιολογικών τροφίμων. Επιπλέον, αναπτύσσεται ένα λεπτομερές προφίλ των αγοραστών, βάση παραγόντων προσωπικότητας και συμπεριφοράς. Στο τέλος του Κεφαλαίου, γίνεται ανάλυση των λόγων μη αγοράς των βιολογικών προϊόντων, με απώτερο στόχο την εξακρίβωση των αντικινήτρων αγοράς τους.

Στο τέταρτο Κεφάλαιο προτείνονται, βάση των ευρημάτων της έρευνας, ενδεδειγμένες στρατηγικές marketing για τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο των βιολογικών προϊόντων. Στο τελευταίο τμήμα του κεφαλαίου, επιχειρείται η διερεύνηση ύπαρξης μελλοντικών αγοραστών.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Όλοι οι ζωντανοί οργανισμοί στον πλανήτη μας, βρίσκονται σε συνεχή αλληλεξάρτηση μεταξύ τους όπως και με το περιβάλλον. Για παράδειγμα ένα φυτό, προσηλωμένο σταθερά στην θέση που βλάστησε ο σπόρος του, ζει προσλαμβάνοντας τα απαραίτητα θρεπτικά στοιχεία από το άμεσο θρεπτικό περιβάλλον. Την ανάπτυξή του (την περιορισμένη στα πλαίσια της βλαστικής και αναπαραγωγικής του δυνατότητας) χαλιναγωγούν, από τη μια μεριά παράγοντες βιοτικοί (ζώα και φυτά) κι από την άλλη μεριά, παράγοντες αβιοτικοί (έδαφος, κλιματολογικοί παράγοντες, κ.τ.λ.). Δημιουργείται έτσι ένα πολύπλοκο σύστημα αλληλοεξαρτώμενων παραγόντων, που ονομάζεται Οικολογικό Σύστημα ή Οικοσύστημα.

Εξεταζόμενο στο σύνολό του, το Οικοσύστημα βρίσκεται σε ισορροπία. Η ισορροπία αυτή δεν είναι στατική, αλλά δυναμική. Δηλαδή, οι πληθυσμοί των ζωντανών οργανισμών αυξομειώνονται σε αριθμό, με την συναίνεση ή σε βάρος άλλων παραγόντων του Οικοσυστήματος. Το Οικοσύστημα έχει μια ευαισθησία και μια δυνατότητα ενδογενή, να αντιδρά αυτόματα σε κάθε επερχόμενη διατάραξή του.

Ο άνθρωπος, παράγοντας και αυτός του Οικοσυστήματος, αρχικά ζούσε νομαδικά, μετακινούμενος προς την περιοχή που του εξασφάλιζε τροφή (κυνήγι, φυτά). Με την πάροδο των αιώνων, έγινε πρακτικότερος δημιουργώντας οικισμούς, κατασκευάζοντας εργαλεία και επιδιόμενος γενικά στην γεωργική πράξη. Στην κυριολεξία, μετατράπηκε από κυνηγός σε καλλιεργητή.

Η γεωργία είναι η έκφραση της προσπάθειας του ανθρώπου για να την εξασφάλιση της τροφής. Η προσπάθεια αυτή γίνεται όλο και πιο έντονη, αν αναλογιστεί κανείς, από τη μια μεριά το πλήθος των ατόμων που πρέπει να διατραφούν και από την άλλη μεριά την σταθερότητα –αν όχι τη μείωση- των εκτάσεων που διατίθενται προς εκμετάλλευση για παραγωγή τροφών.

Με την γεωργική πράξη, τον ηθελημένο δηλαδή πολλαπλασιασμό διαφόρων φυτών και εκτροφή ζώων, σε βάρος φυσικά άλλων μη χρήσιμων

οργανισμών, επήλθε μια σοβαρή διαταραχή του Οικοσυστήματος. Σε αυτή την διαταραχή, η αντίδραση του Οικοσυστήματος είναι μια τάση επαναφοράς της φυσικής ισορροπίας, μια τάση αυξήσεως των πληθυσμών διαφόρων οργανισμών, ζώων ή φυτών, οι οποίοι επωφελούνται από το μεγάλο πληθυσμό καλλιεργούμενων φυτών και εκτρεφόμενων ζώων, αντίστοιχα. Ο άνθρωπος, προφανώς, προσπαθεί να διατηρήσει σταθερή την αστάθεια αυτή του Οικοσυστήματος, που ο ίδιος προκάλεσε, και το κατορθώνει με συνεχείς επεμβάσεις επί όλων των παραγόντων που επηρεάζουν καταστρεπτικά τις καλλιέργειές του. Από την άλλη μεριά, η συνεχής εκμετάλλευση του εδάφους για γεωργικούς σκοπούς, επέφερε σταδιακά την πενία σε θρεπτικά στοιχεία, με αποτέλεσμα πολλές εκτάσεις να μετατραπούν σε μη καλλιεργήσιμες και στη συνέχεια ερημικές. Έλαβε επομένως ο άνθρωπος και λαμβάνει, όλα τα απαιτούμενα μέτρα για την διατήρηση της γονιμότητας του εδάφους και την αύξηση της γεωργικής παραγωγής. Και στις δύο προσπάθειες αυτές, ο άνθρωπος χρησιμοποίησε και χρησιμοποιεί συνθετικές χημικές ουσίες, για την άσκηση δηλαδή της Φυτοπροστασίας και για την Λίπανση των εδαφών¹.

(¹ <http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

**«ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΑΙ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ
ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ. Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΑΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΑΓΟΡΑ»**

1.1 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Η βιολογική γεωργία, είναι η κατάληξη μιας σειράς μελετών και το αποτέλεσμα της ανάπτυξης διαφόρων εναλλακτικών μεθόδων γεωργικής παραγωγής. Θα πρέπει εδώ να αναφερθούν κυρίως τρία ρεύματα σκέψης:



1. Η βιοδυναμική γεωργία, που εμφανίστηκε στη Γερμανία με την ώθηση του Rudolf Steiner.

2. Η οργανική γεωργία, (organic farming), που είδε το φως στην Αγγλία χάρη στις απόψεις που ανέπτυξε ο Sir Howard στη Γεωργική Διαθήκη (1940).

3. Η βιολογική γεωργία, που αναπτύχθηκε στην Ελβετία, από τους Hans Peter Rusch και H. Muller.

Αυτά τα διάφορα κινήματα, στα οποία οφείλουν την καταγωγή τους ορισμένοι από τους προστατευόμενους από την Κοινοτική νομοθεσία όρους, θεωρούσαν ουσιαστικό, με ορισμένες αποχρώσεις, το δεσμό ανάμεσα στην γεωργία και την φύση, καθώς και τον σεβασμό των φυσικών ισορροπιών και απείχαν από μια μάλλον καθοδηγητική προσέγγιση της γεωργίας, που μεγιστοποιεί τις αποδόσεις μέσω πολλαπλών παρεμβάσεων, με διάφορες κατηγορίες συνθετικών-χημικών εισροών.

Παρά την ύπαρξη και την ισχύ αυτών των ρευμάτων σκέψης, η βιολογική γεωργία έμεινε για πολύ καιρό σε εμβρυακή κατάσταση στην Ευρώπη. Καθόλη τη διάρκεια της δεκαετίας του '50, ο κύριος στόχος, ο οποίος αποδιδόταν στη γεωργία, ήταν να ικανοποιεί, χάρη σε μια πολύ σημαντική αύξηση της γεωργικής παραγωγής, τις άμεσες ανάγκες σε τρόφιμα και να αυξάνει το βαθμό αυτάρκειας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Είναι κατανοητό, επομένως, ότι η

βιολογική γεωργία δυσκολεύτηκε πολύ να επιτύχει, στο πλαίσιο αυτό, πλατύτερη αποδοχή.

Αντίθετα, το τέλος της δεκαετίας του '60 και κυρίως η δεκαετία του '70, αντιστοιχούν στην αύξηση της συνειδητοποίησης, σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, στα οποία η βιολογική γεωργία θα μπορούσε να δώσει την κατάλληλη απάντηση. Νέοι σύνδεσμοι δημιουργούνται, συγκεντρώνοντας παραγωγούς, καταναλωτές και άλλα άτομα τα οποία ενδιαφέρονται για την οικολογία και για μια περισσότερο στενά συνδεδεμένη με τη φύση ζωή. Οι οργανώσεις αυτές, αναπτύσσουν τις δικές τους συγγραφές υποχρεώσεων, με τους κανόνες παραγωγής που πρέπει να τηρούνται².

(² Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.16-18, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα)

Η βιολογική γεωργία ανθίζει στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, κυρίως στη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ελβετία. Η ουσιαστική ανάπτυξή της όμως, ξεκίνησε τη δεκαετία του '80, με τη συνέχιση της ανάπτυξης νέων μεθόδων παραγωγής, αλλά και της αύξησης του ενδιαφέροντος των καταναλωτών για τα βιολογικά προϊόντα. Η αύξηση των παραγόμενων και εμπορευόμενων βιολογικών προϊόντων ήταν σημαντική³.

(³<http://www.up-magazine.gr/2008/03/15/cms/index.php?option=com-content.task.>)

Ειδικότερα κατά τη δεκαετία του '90, η ανάπτυξη και η εξέλιξη της βιολογικής γεωργίας στο Ευρωπαϊκό τοπίο, ήταν ραγδαία και συνεχίζεται με ακόμα υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης, στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, σε ορισμένα κράτη. Μολονότι αντιπροσώπευε μόνο το 3% περίπου της συνολικής χρησιμοποιούμενης γεωργικής έκτασης της Ε.Ε. το 2000, η βιολογική γεωργία εξελίχθηκε στην πραγματικότητα σε έναν από τους δυναμικότερους γεωργικούς τομείς στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο τομέας της βιολογικής γεωργίας, αυξήθηκε κατά 25% περίπου ετησίως, μεταξύ του 1993 και 1998 και εκτιμάται ότι αναπτύσσεται κατά 30% περίπου ετησίως⁴.

(⁴<http://www.up-magazine.gr/2008/03/15/cms/index.php?option=com-content.task>.)

Αυτό το ευνοϊκό πλαίσιο για την ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας, οφείλει σε μεγάλο βαθμό την προσέλευσή του στη σταθερή απαίτηση των καταναλωτών, να τους προσφέρονται προϊόντα υγιή και περισσότερο φιλικά προς το περιβάλλον. Παράλληλα, οι επίσημες διοικητικές υπηρεσίες, αναγνωρίζουν σιγά σιγά την βιολογική γεωργία, εντάσσοντάς την στα θέματα έρευνάς τους και αποκτώντας νομοθεσίες ιδιαίτερες στον τομέα (στην Αυστρία, τη Γαλλία, τη Δανία κ.τ.λ.)⁵.

(⁵Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.17-18, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

Εκτός από τα περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα, αυτά τα συστήματα γεωργίας, μπορούν να έχουν σημαντικά οφέλη, τόσο για την οικονομία όσο και για την κοινωνική συνοχή των αγροτικών περιοχών. Η χρηματοδοτική στήριξη και άλλα κίνητρα για να στραφούν οι γεωργοί στη βιολογική παραγωγή, είναι έτσι σχεδιασμένα, ώστε να βοηθήσουν να αναπτυχθεί ακόμη περισσότερο ο τομέας και να στηρίξουν τις συνδεδεμένες επιχειρήσεις σε όλη την τροφική αλυσίδα. Η αειφορία τόσο της γεωργίας όσο και του περιβάλλοντος, αποτελεί βασικό στόχο της σημερινής Κοινής Γεωργικής Πολιτικής (ΚΓΠ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης⁶.

(⁶<http://www.up-magazine.gr/2008/03/15/cms/index.php?option=com-content.task>)

Παρά τις προσπάθειες αυτές, η βιολογική γεωργία παραμένει στη διάρκεια αυτής της περιόδου ελλειμματική, λόγω χαμηλής αναγνωσιμότητας. Πράγματι, επικρατεί μια κάποια σύγχυση στα μάτια των καταναλωτών, όσον αφορά τη σημασία της ίδιας της έννοιας της βιολογικής γεωργίας και των περιορισμών που επιβάλλει. Η αιτία της σύγχυσης αυτής, βρίσκεται ουσιαστικά στην ύπαρξη διαφόρων «σχολών» και διαφορετικών «φιλοσοφιών», στην έλλειψη εναρμόνισης των χρησιμοποιούμενων ορολογιών, στην ετερογενή παρουσίαση των προϊόντων, στην εννοιολογική σύγχυση ανάμεσα σε βιολογικά προϊόντα, προϊόντα ποιότητας, φυσικά προϊόντα, κλπ. Η απατηλή

χρησιμοποίηση των ενδείξεων που αναφέρονται σε αυτόν τον τρόπο παραγωγής, συμβάλλει στην ενίσχυση αυτής της σύγχυσης⁷.

(⁷Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.18, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)



1.1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Βιολογικό προϊόν, μπορεί να είναι ένα μη μεταποιημένο αγροτικό προϊόν φυτικής προέλευσης, είτε ένα είδος ανθρώπινης διατροφής, που κυρίως αποτελείται από ένα ή και περισσότερα συστατικά φυτικής προέλευσης. Στα προϊόντα αυτά υπάρχει η σήμανση «βιολογικό», εφόσον έχει παραχθεί ή παρασκευασθεί σύμφωνα με τις αρχές παραγωγής ή παρασκευής, που περιγράφονται στα Παραρτήματα I, II και IV, του Καν. 2092/91 και να έχει ελεγχθεί, σύμφωνα με τα ειδικά μέτρα ελέγχου, που περιγράφονται στο Παράρτημα III του Καν. 2091/91.

Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, ο Καν. 2092/91 δεν αντιμετωπίζει τους κανόνες παραγωγής και τα μέτρα ελέγχου που αφορούν στα βιολογικά προϊόντα ζωικής προέλευσης. Παρόλα αυτά, τέτοια προϊόντα μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην παρασκευή βιολογικών προϊόντων φυτικής προέλευσης, εφόσον τα ζωικής προέλευσης συστατικά έχουν παραχθεί σύμφωνα με τους ισχύοντες κανόνες παραγωγής, αν υπάρχουν τέτοιοι. Στην περίπτωση που δεν

υπάρχουν εθνικοί κανόνες παραγωγής, θα πρέπει τα ζωικής προέλευσης συστατικά των βιολογικών προϊόντων, να έχουν παραχθεί σύμφωνα με τις διεθνώς αναγνωρισμένες πρακτικές βιολογικής κτηνοτροφίας, όπως της IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements)⁸.

(⁸<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.2 ΕΠΙΣΗΜΗ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΚΑΙ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Υπό αυτές τις συνθήκες, η θέσπιση ενός νομοθετικού πλαισίου, φάνηκε ως μέσον, το οποίο θα επέτρεπε στην βιολογική γεωργία να βρει τη θέση της, κατά αξιόπιστο τρόπο, στην περιορισμένη αγορά που αποτελούν τα προϊόντα ποιότητας. Μια νομοθετική πλαισίωση - ο Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ.2092/31-εγκρίθηκε στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Κοινότητας στις αρχές της δεκαετίας του '90. Η κίνηση αυτή επίσημης αναγνώρισης της βιολογικής γεωργίας, επεκτάθηκε στη συνέχεια σε διάφορες άλλες χώρες και ακολουθήθηκε από πρωτοβουλίες σε διεθνές επίπεδο. Επιπλέον, ο Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 2078/32, άνοιγε νέες δυνατότητες οικονομικής στήριξης στη βιολογική γεωργία, χάρη στα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά της.

Η IFOAM (Διεθνής Ομοσπονδία Κινημάτων Βιολογικής Γεωργίας), θέσπισε, το Νοέμβριο του 1998, το «Πλαίσιο συγγραφών υποχρεώσεων της βιολογικής γεωργίας και μεταποίησης». Η ομοσπονδία αυτή, η οποία δημιουργήθηκε το 1972, συγκεντρώνει τις ενδιαφερόμενες οργανώσεις από όλο τον κόσμο στην παραγωγή, την πιστοποίηση, την έρευνα, την εκπαίδευση και την προώθηση της βιολογικής γεωργίας. Οι συγγραφές υποχρεώσεων που δημιούργησε, δεν είναι καταναγκαστικές, αλλά αποτελούν οπωσδήποτε έναν «τρόπο σκέψης», εφόσον συνθέτουν τη σημερινή κατάσταση των μεθόδων παραγωγής και μεταποίησης βιολογικών προϊόντων.

Η οργάνωση αυτή, δημιούργησε επιπλέον μια περιφερειακή ομάδα, προκειμένου να διατηρήσει με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή έναν διάλογο, σχετικά με την ανάπτυξη του τομέα της βιολογικής γεωργίας. Άλλωστε, τον Ιούνιο του 1999, η επιτροπή του Codex Alimentarius (Κώδικας Τροφίμων), ενέκρινε τις κατευθυντήριες γραμμές που αφορούν την παραγωγή, τη μεταποίηση, τη σήμανση και την εμπορία των τροφίμων, που προέρχονται από τη βιολογική παραγωγή. Οι οδηγίες αυτές, καταρτίζουν τις αρχές της βιολογικής παραγωγής σε επίπεδο γεωργικής εκμετάλλευσης, της προετοιμασίας, της αποθεματοποίησης, της μεταφοράς, της επισήμανσης και της εμπορίας των φυτικών προϊόντων. Πρέπει να επιτρέπουν στις χώρες-μέλη, να εκπονούν τη δική τους νομοθεσία με βάση αυτές τις αρχές, λαμβάνοντας ωστόσο υπόψη τις εθνικές ιδιομορφίες.

Από το 1999, ο Οργανισμός Επισιτισμού και Γεωργίας του ΟΗΕ (Food and Agriculture Organization, FAO), θέσπισε επίσης ένα πρόγραμμα εργασίας στον τομέα της βιολογικής γεωργίας, στόχος του οποίου είναι ουσιαστικά, η ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας στις αναπτυσσόμενες χώρες. Σχετικά με τις λοιπές χώρες, η Ισλανδία, η Νορβηγία και το Λινχενστάιν, δημιούργησαν στο πλαίσιο του Ενιαίου Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου νομοθεσίες, οι οποίες ευθυγραμμίζονται με την κοινοτική νομοθεσία και συμμετέχουν ως παρατηρητές στις εργασίες διαχείρισης, σε επίπεδο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Επιπλέον, απέναντι στην ανάγκη να περιλάβουν το κοινοτικό κεκτημένο μετά την προσχώρηση, οι χώρες οι οποίες ετοιμάζονται να προσχωρήσουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση (χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, Κύπρος, Μάλτα, Τουρκία), έχουν ήδη αρχίσει μια διαδικασία θέσπισης ίδιων νομοθεσιών της βιολογικής γεωργίας, ευθυγραμμιζόμενες με την κοινοτική νομοθεσία. Άλλωστε, η Αργεντινή, η Αυστραλία, ο Καναδάς, οι ΗΠΑ, το Ισραήλ, η Ιαπωνία, η Ελβετία και άλλες χώρες έχουν ήδη, ή βρίσκονται στο σημείο να θεσπίσουν, τις δικές τους ειδικές νομοθεσίες για τη βιολογική γεωργία⁹.

(^οΧρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.18-20, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.2.1 ΣΤΟΧΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Μια από τις εναλλακτικές μορφές γεωργικής παραγωγής, είναι η **βιολογική γεωργία**. Αυτή αποτελεί αντικείμενο αυξανόμενου και πολύπλευρου ενδιαφέροντος, ιδιαίτερα κατά τα τελευταία χρόνια. Το ενδιαφέρον αυτό, είναι συνισταμένη πολλών πρωτοβουλιών που αναπτύχθηκαν παγκόσμια. Ένα από τα αποτελέσματα αυτών των πρωτοβουλιών, ήταν η διαφοροποίηση της ορολογίας, που χρησιμοποιείται για την περιγραφή της π.χ. σε οργανική, οικολογική, αειφόρο, φυσική και άλλες έννοιες, που σε γενικές γραμμές, είναι συνώνυμες με την χρησιμοποιούμενη στην χώρα μας έννοια «βιολογική».

Κυριότερος λόγος αυτού του απότομα αυξημένου ενδιαφέροντος στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.), είναι η αναγνώρισή της από την Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ). Στα πλαίσια λοιπόν των στόχων που έχει θέσει η αναθεωρημένη ΚΑΠ, η βιολογική γεωργία έχει αναγνωριστεί στην Ε.Ε., ως ένας άλλος τρόπος γεωργικής παραγωγής, που έχει σκοπό, τόσο να οργανώσει την αγροτική εκμετάλλευση, όσο και τον ευρύτερο αγροτικό τομέα, κατά τρόπο αυτοτροφοδοτούμενο, αυτορρυθμιζόμενο και με μικρότερη δυνατή αναφορά σε εξωτερικές εισροές.

Καταστατικοί της στόχοι, είναι η ανάπτυξη και προαγωγή ολοκληρωμένων σχέσεων μεταξύ εδάφους, φυτών, ζώων, ανθρώπου και βιόσφαιρας, έτσι ώστε εν τέλει, να λαμβάνονται γεωργικά προϊόντα και είδη διατροφής, χωρίς χημικά υπολείμματα και ταυτόχρονα το περιβάλλον να αναβαθμίζεται και να προστατεύεται.

Η βιολογική γεωργία διαφέρει από τη λεγόμενη συμβατική γεωργία, από το γεγονός ότι δεν επιτρέπεται η χρήση συνθετικών χημικών ουσιών, για τη θρέψη των φυτών και την προστασία τους. Με άλλα λόγια, στη Βιολογική

Γεωργία, δεν χρησιμοποιούνται συνθετικά λιπάσματα και φυτοπροστατευτικά προϊόντα. Κατά τη Συμβατική Γεωργία, το οικοσύστημα δέχεται καλλιεργητικές πρακτικές υψηλών εξωτερικών ενεργειακών εισροών, με αποτέλεσμα να προϋποθέτει την εντατική χρήση καλλιεργητικών, αγροχημικών, φυσικών όρων και πηγών ενέργειας. Αντίθετα, η Βιολογική Γεωργία, είναι κατ' εξοχή αειφορική. Δηλαδή, αποτελεί πρακτική, που οι ενεργειακές εισροές στο αγροοικοσύστημα να είναι ίσες ή λιγότερες από τις εκροές.

Επισημαίνεται ότι:

- Τα βιοτεχνολογικά μέσα και η χρησιμοποίηση γενικά τροποποιημένων οργανισμών, θεωρούνται γενικά, ως μέσα μη οικολογικού προσανατολισμού και δεν περιλαμβάνονται στις πρακτικές της βιολογικής γεωργίας.
- Η βιολογική γεωργία δεν πρέπει να συγχέεται με τη μέθοδο της **ολοκληρωμένης γεωργίας**, κατά την οποία, ιδιαίτερα για την αντιμετώπιση εχθρών και ασθενειών, εφαρμόζεται συνδυασμός προφυλακτικών, φυσικών, βιολογικών, βιοχημικών, βιοτεχνολογικών και χημικών πρακτικών. Η ολοκληρωμένη γεωργία είναι συμβατική γεωργία, που ασκείται όμως με μεθόδους περισσότερο φιλικές προς το περιβάλλον¹⁰.

(¹⁰<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές του Κώδικα Τροφίμων - ο οποίος Κώδικας περιλαμβάνει οδηγίες που αφορούν την παραγωγή, την επισήμανση και την εμπορία των προϊόντων που προέρχονται από τη βιολογική γεωργία -, η βιολογική γεωργία πρέπει να συμβάλλει στους εξής στόχους:

- ✘ στην αύξηση της βιοποικιλότητας στο σύνολο του συστήματος
- ✘ στην αύξηση της βιολογικής δραστηριότητας των εδαφών
- ✘ στη διατήρηση της γονιμότητας των εδαφών μακροπρόθεσμα

- ✘ στην ανακύκλωση των αποβλήτων φυτικής και ζωικής προέλευσης, προκειμένου να αποκατασταθούν τα στοιχεία που είναι θρεπτικά για τη γη, μειώνοντας έτσι, όσο είναι δυνατόν τη χρήση μη ανανεώσιμων πόρων
- ✘ στην προσφυγή στους ανανεώσιμους πόρους στα γεωργικά συστήματα που είναι οργανωμένα τοπικά
- ✘ στην προώθηση της ορθής χρήσης των εδαφών, του νερού και του αέρα και τη μείωση όλων των μορφών μόλυνσης, που θα μπορούσαν να προκαλέσουν οι καλλιεργητικές πρακτικές εκτροφής
- ✘ στον χειρισμό των γεωργικών προϊόντων, προσέχοντας ιδίως τις μεθόδους μεταποίησης, προκειμένου να διατηρηθεί η βιολογική ακεραιότητα και οι ουσιαστικές ποιότητες του προϊόντος σε όλα τα στάδια
- ✘ στην πρόβλεψη σε μια υπάρχουσα εκμετάλλευση (μετά από μια περίοδο μετατροπής, η διάρκεια της οποίας καθορίζεται από ειδικούς παράγοντες του τόπου όπως, για παράδειγμα, του ιστορικού της γης) των τύπων καλλιέργειας και εκτροφής προς πραγματοποίηση.

Όσο για την εκτροφή, στα πλαίσια της βιολογικής κτηνοτροφίας, εναπόκειται στην αρχή ενός στενού δεσμού, ανάμεσα στα ζώα και τις γεωργικές εκτάσεις. Η αναγκαιότητα αυτή ενός δεσμού με το έδαφος, απαιτεί έτσι, ότι τα ζώα θα έχουν άνετη πρόσβαση σε εξωτερικές εκτάσεις για κίνηση και ότι η διατροφή που τους δίνεται, θα είναι όχι μόνο βιολογική, αλλά κατά προτίμηση, θα προέρχεται από την ίδια την εκμετάλλευση. Οι διαταράξεις, οι σχετικές με την ευημερία των ζώων και η κτηνιατρική περίθαλψη, πλαισιώνουν στενά αυτό το μέρος της βιολογικής γεωργίας.

Ανεξάρτητα από τα προϊόντα, φυτικά ή ζωικά, οι στόχοι της βιολογικής παραγωγής παραμένουν οι ίδιοι: εφαρμογή περιοριστικών πρακτικών από την άποψη της προστασίας του περιβάλλοντος, αρμονικότερη κατοχή του αγροτικού

χώρου, σεβασμός της ευημερίας των ζώων, παραγωγή γεωργικών προϊόντων υψηλής ποιότητας.

Προκειμένου να δοθεί σε αυτούς τους στόχους, που είναι δύσκολα υπολογίσιμοι, συγκεκριμένο περιεχόμενο, που να μπορεί να καταστήσει εξειδικευμένη τη βιολογική γεωργία σε σχέση με τη συμβατική, ήταν απαραίτητο να κωδικοποιηθούν οι αποδεκτές πρακτικές. Αυτό πραγματοποιήθηκε καταρχήν, στις ιδιωτικές εγγραφές υποχρεώσεων, μετά από τις νομοθεσίες ή τις επίσημες κατευθυντήριες γραμμές, σε διεθνές ή σε εθνικό επίπεδο¹¹.

(¹¹Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.20-21, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.3 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Από το 1980 σταδιακά, άρχισε η διάδοση και η ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας, σε πολλές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Γερμανία, Γαλλία, Ολλανδία, Ισπανία) - οι χώρες αυτές μάλιστα, άρχισαν να δημιουργούν δικές τους νομοθεσίες για την παραγωγή, τον έλεγχο και τη διάθεση των βιολογικών προϊόντων, θεσπίζοντας μέτρα για εμφάνιση των προϊόντων αυτών στην αγορά, καθώς και μέτρα για την προστασία του καταναλωτή.

Το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στην αρχή της διαμορφούμενης πραγματικότητας, εκτίμησε τους παρακάτω παράγοντες:

- ▶ Οι καταναλωτές ζητούν όλο και περισσότερο γεωργικά προϊόντα και είδη διατροφής βιολογικής παραγωγής, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί μια νέα αγορά για τα γεωργικά προϊόντα.
- ▶ Τα βιολογικά προϊόντα πωλούνται στην αγορά σε υψηλότερη τιμή, ενώ ο τρόπος παραγωγής, συνεπάγεται λιγότερο εντατική χρησιμοποίηση των γαιών. Ο βιολογικός τρόπος παραγωγής των

βιολογικών προϊόντων, μπορεί να συμβάλλει στην επίτευξη καλύτερης ισορροπίας μεταξύ προσφοράς και ζήτησης γεωργικών προϊόντων, στην προστασία του περιβάλλοντος και στη διαφύλαξη της υπαίθρου.

- ▶ Λόγω της αυξημένης ζήτησης, διατίθενται στην αγορά αγροτικά προϊόντα και είδη διατροφής, με ενδείξεις που αναφέρουν ή αφήνουν να εννοηθεί από τους αγοραστές, ότι έχουν παραχθεί με βιολογικό τρόπο ή χωρίς τη χρησιμοποίηση συνθετικών χημικών προϊόντων.
- ▶ Ο βιολογικός τρόπος παραγωγής, συνεπάγεται σημαντικούς περιορισμούς στη χρησιμοποίηση λιπασμάτων ή φυτοφαρμάκων, που μπορεί να έχουν αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον ή να έχουν ως αποτέλεσμα, την ύπαρξη καταλοίπων στα γεωργικά προϊόντα.
- ▶ Η βιολογική καλλιέργεια περιλαμβάνει ποικίλες καλλιεργητικές πρακτικές, καθώς και η περιορισμένη χρήση λιπασμάτων και μη χημικών βελτιωτικών χαμηλής διαλυτότητας¹².

(¹²<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

Η Ε.Ε., είναι σήμερα η μόνη αγορά διεθνώς, που έχει αναπτύξει συγκεκριμένο θεσμικό/ νομοθετικό πλαίσιο για τη βιολογική γεωργία. Σύμφωνα με τους Πάντζιο και Τζουβελέκα (1999), το πλαίσιο αυτό έχει αναλυθεί διεξοδικά και επανειλημμένα και περιλαμβάνει βασικά τρεις νομοθετικές ρυθμίσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και συγκεκριμένα τους Κανονισμούς: α) Καν. (Ε.Ε.) 2092/91 «περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών διατάξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής», συμπληρωμένος από β) τον Καν. (Ε.Ε.) 1804/99, ειδικά για τα βιολογικά προϊόντα ζωικής προέλευσης και γ) τον Καν. 331/2000, που δημιούργησε το λογότυπο των βιολογικών προϊόντων, στόχος του οποίου είναι

να αυξήσει την αξιοπιστία τους στα μάτια των καταναλωτών και να βελτιώσει τον εντοπισμό τους στην αγορά.

Οι πρώτοι δύο Κανονισμοί, καθορίζουν τις βασικές προδιαγραφές της βιολογικής γεωργίας και της κτηνοτροφίας – δηλαδή, τις απολύτως απαραίτητες προϋποθέσεις που οφείλουν να τηρούν οι γεωργοί στις καλλιεργητικές τους τεχνικές, ώστε να παραμένουν στο πλαίσιο της βιολογικής γεωργίας. Επιβάλλουν επίσης, τη λειτουργία συστημάτων ελέγχου και πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων, στις χώρες της Ε.Ε.: κάθε κράτος – μέλος, οφείλει να ορίσει σε εθνικό επίπεδο μια αρμόδια αρχή ελέγχου, η οποία επιβλέπει τη διαδικασία πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων (η οποία μπορεί να ανατεθεί σε δημόσιες υπηρεσίες ή ιδιωτικούς φορείς εγκεκριμένους από την Εθνική Αρχή Ελέγχου).

Σε αντίθεση με τους παραπάνω Κανονισμούς, ο Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 2078/92, δεν αναφέρεται αποκλειστικά στη βιολογική γεωργία, αλλά αποτελεί ένα από τα λεγόμενα συνοδευτικά μέτρα της ΚΑΠ, αφορά δε φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους γεωργικής παραγωγής. Έτσι, και με δεδομένη τη πολυμορφία του φυσικού περιβάλλοντος και τις διαφορετικές διαρθρώσεις στα κράτη - μέλη, η εφαρμογή του κανονισμού πραγματοποιείται, μέσα από συγκεκριμένα εθνικά προγράμματα που υποβάλλουν τα κράτη-μέλη¹³.

(¹³Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.22-21, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.3.1 ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ

1.3.1.1 Ο ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΟΚ) αριθ. 2092/91

Ο Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 2092/91, του Συμβουλίου περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής, ο οποίος θεσπίστηκε

στις 24 Ιουνίου του 1991, φαίνεται συγχρόνως ως κατάληξη των διαβημάτων νομοθετικής αναγνώρισης της βιολογικής γεωργίας, σε ορισμένα κράτη-μέλη, και ως η επιβεβαίωση της θέλησης διασαφήνισης στα μάτια των καταναλωτών, της έννοιας της βιολογικής γεωργίας, ενάντια κυρίως στις πολυάριθμες απάτες που είχαν διαπιστωθεί ως τότε.

Ο κανονισμός αυτός έχει πράγματι ως στόχο, να ορίσει τους κοινούς κανόνες, που πρέπει να εφαρμόζονται στην κοινοτική παραγωγή βιολογικών προϊόντων φυτικής προέλευσης. Οι κανόνες αυτοί, συμπληρώθηκαν για πρώτη φορά από το Συμβούλιο το 1992 και στη συνέχεια το 1995, με τη δυνατότητα δημιουργίας ενός λογότυπου χαρακτηριστικού του τομέα της βιολογικής γεωργίας, και με διάφορους σχετικούς τεχνικούς κανόνες, ιδίως για την επισήμανση και το καθεστώς εισαγωγής. Η Επιτροπή, κατόπιν, εξέδωσε διάφορους κανονισμούς, προκειμένου να ενημερώσει ή να συμπληρώσει τα τεχνικά παραρτήματα του κανονισμού 2092/91.

Το 1999, το Συμβούλιο εξέδωσε τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1804/1999, της 19^{ης} Ιουλίου 1999, που ορίζει τους κοινοτικούς κανόνες, τους σχετικούς με την παραγωγή των βιολογικών προϊόντων ζωικής προέλευσης και δημιουργεί έτσι ένα πλήρες νομοθετικό πλαίσιο, εφόσον η κοινοτική νομοθεσία αφορά στο εξής, τόσο τη φυτική όσο και τη ζωική παραγωγή.

Ο κανονισμός του Συμβουλίου, προβλέπει ένα ένταλμα για την Επιτροπή (Commission), ώστε να θεσπίσει τις λεπτομέρειες εφαρμογής και ιδίως να τροποποιήσει, αν χρειάζεται, τα τεχνικά παραρτήματα του κανονισμού. Η δυνατότητα αυτή, επιτρέπει να ενημερώνονται οι διατάξεις του κανονισμού σε σχέση με τις επιστημονικές και τεχνικές εξελίξεις και την πραγματικότητα της αγοράς των προϊόντων της βιολογικής γεωργίας.

Τέλος, η δημιουργία ενός κοινοτικού λογότυπου, χαρακτηριστικού της βιολογικής γεωργίας, το Μάρτιο του 2000, ήρθε να ενισχύσει τόσο την προστασία των βιολογικών προϊόντων κατά της απάτης όσο και την αξιοποίηση

των προϊόντων, και αυτό συγχρόνως για τα φυτικά και τα ζωικά προϊόντα, τα οποία προέρχονται από τη βιολογικά γεωργία¹⁴.

(¹⁴Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.23-24, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

Παρόλο που στον Καν. με αριθ. 2092/91, δεν δίδεται ο ορισμός της βιολογικής γεωργίας με σαφήνεια, θεωρείται η μέθοδος ασκήσεως της γεωργίας δια της οποίας, λόγω αποφυγής της ρύπανσης, προστατεύεται το περιβάλλον. Επίσης, με την βιολογική γεωργία, παράγονται προϊόντα απαλλαγμένα από χημικές ουσίες, που συνήθως χρησιμοποιούνται κατά τη συμβατική γεωργία και έτσι προστατεύεται ο καταναλωτής.

Κύριοι στόχοι του Καν. με αριθ. 2092/91 είναι οι παρακάτω:

- ▶ Η εγκαθίδρυση δικαίων όρων ανταγωνισμού, μεταξύ των παραγωγών βιολογικών προϊόντων εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- ▶ Η βελτίωση και διασφάλιση της αξιοπιστίας των βιολογικών προϊόντων, στα μάτια των καταναλωτών.
- ▶ Η διασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των βιολογικών προϊόντων, μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
- ▶ Η προώθηση με αυτό τον τρόπο, μιας γεωργικής δραστηριότητας, που μπορεί να συμβάλλει στην καλύτερη ισορροπία, μεταξύ προσφοράς και ζήτησης των γεωργικών προϊόντων και του περιβάλλοντος¹⁵.

(¹⁵<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.1.2 Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΙ Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Το νομοθετικό πλαίσιο που δημιουργήθηκε από την Ε.Ε., για την ζωική και φυτική παραγωγή, εντάσσεται σε ένα γενικότερο πλαίσιο της πολιτικής ποιότητας των γεωργικών προϊόντων. Η πολιτική αυτή, η οποία δημιουργήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '90, ανταποκρίνεται σε μια ζήτηση, ολοένα και πιο πειστική των Ευρωπαίων καταναλωτών για εξειδικευμένα προϊόντα, απέναντι

στην ολοένα αυξανόμενη τυποποίηση των συμβατικών προϊόντων. Οι παραγωγοί, έχουν επομένως στο εξής τη δυνατότητα, εφόσον τα προϊόντα τους ανταποκρίνονται στους όρους που τίθενται από την Ευρωπαϊκή νομοθεσία, να επιδιώξουν μια ανώτερη τιμή πώλησης, η οποία θα συμβάλλει στη καλύτερη αξιοποίηση των προϊόντων τους.

Τα ποιοτικά προϊόντα, μπορούν πράγματι να τύχουν, αναλόγως του δεσμού τον οποίο έχουν με τη γεωγραφική περιοχή από την οποία προέρχονται, δύο ενδείξεων: της Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και της Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ). Μπορούν επίσης, να τύχουν της βελτίωσης ιδιοτυπίας (με την ένδειξη «εγγυημένη παραδοσιακή σπεσιαλιτέ»), που αναφέρει ότι τα προϊόντα έχουν υποστεί επεξεργασία, σύμφωνα με μια παραδοσιακή μέθοδο. Η δημιουργία αυτών των καθεστώτων προστασίας, επιτρέπει τόσο τη δημιουργία μιας οδού αποδοτικής οικονομικά, για τις εκμεταλλεύσεις, οι οποίες γενικά έχουν πληγεί από σημαντικές διαρθρωτικές ελλείψεις, όσο και την προσφορά στους καταναλωτές πραγματικά ειδικών προϊόντων. Η βιολογική γεωργία, αποτελεί τον 2^ο άξονα αυτής της νέας πολιτικής, ακόμη και αν διατηρεί την ιδιοτυπία της, εφόσον πρώτος της στόχος, παραμένει η προστασία και η διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της υγείας των καταναλωτών¹⁶.

(¹⁶Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.24-25, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.3.1.3 ΠΕΛΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ

Ο κανονισμός 2092/91, εφαρμόζεται στα φυτικά προϊόντα που δεν έχουν μεταποιηθεί, στα μεταποιημένα γεωργικά προϊόντα, τα οποία προορίζονται για ανθρώπινη κατανάλωση, καθώς και στις ζωοτροφές (άρθρο 1) και τα οποία φέρουν την ετικέτα, τη διαφήμιση ή τα εμπορικά έγγραφα, τις ενδείξεις που είναι σε χρήση σε κάθε κράτος - μέλος και οι οποίες αναφέρουν στον αγοραστή,

ότι το εν λόγω προϊόν, παρήχθη σύμφωνα με τον τρόπο βιολογικής παραγωγής που ορίζεται στον Κανονισμό.

Οι κανόνες που ορίζονται από τη νομοθεσία αυτή δεν επιβάλλονται επομένως, παρά μόνο στο μέτρο στο οποίο επιθυμεί ο παραγωγός να ανακοινώσει για το προϊόν του τις ενδείξεις αυτές. Σ' ένα πρώτο στάδιο, το Συμβούλιο καθόρισε για κάθε γλώσσα, τον όρο που θεωρείται ως ο καθοριστικότερος για τον καθορισμένο τρόπο παραγωγής στον Κανονισμό και ο οποίος, τυγχάνει κατά ειδικό τρόπο, της προστασίας που προέρχεται από τον Κανονισμό. Πρόκειται ιδίως για τους εξής όρους:

Ισπανικά:	Ecologico	Ιταλικά:	Biologico
Δανικά:	Okologisk	Ολλανδικά:	Biologisch
Γερμανικά:	Okologisch, biologisch	Πορτογαλικά:	Biologico
Ελληνικά:	Βιολογικό	Φιλανδικά:	Luonnonmukainen
Αγγλικά:	Organic	Σουηδικά:	Ekologisk
Γαλλικά:	Biologique		

Επιπλέον, κατά την έκδοση του Κανονισμού 1804/99, η προστασία αυτή επεκτάθηκε στα συνήθη παράγωγα των όρων αυτών, όπως «bio», «eco» κ. λ. π. και τα υποκοριστικά τους, σύνθετα ή μη (2092/91, άρθρο 2).

Πέρα από τις διατάξεις του Κανονισμού 2092/91, οι κανόνες σχετικά με τα συμβατικά προϊόντα εφαρμόζονται επίσης. Συνεπώς ο 2092/91, θέτει περισσότερο αυστηρούς κανόνες από εκείνους που τίθενται στη γενική κοινοτική νομοθεσία, επί της συμβατικής γεωργίας και των προϊόντων, που προορίζονται για ανθρώπινη κατανάλωση. Έτσι, οι γενικές διατάξεις που διέπουν την παραγωγή, την παρασκευή, την εμπορία, την επισήμανση και τον έλεγχο των γεωργικών προϊόντων και των συμβατικών τροφίμων εφαρμόζονται (2092/91, άρθρο 3). Αυτό, αφορά ιδιαίτερα όλους τους κανόνες σε θέματα ασφαλείας των προϊόντων αυτών, για την ανθρώπινη υγεία¹⁷.

(¹⁷Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.25, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.3.1.4 ΚΑΝΟΝΕΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Ένας παραγωγός, αγροτικών προϊόντων που παράγονται με συμβατικό τρόπο, ο οποίος επιθυμεί να καλλιεργήσει τα χωράφια του με βιολογικό τρόπο, πρέπει να εφαρμόσει για τα αγροτεμάχια αυτά, τις αρχές της βιολογικής γεωργίας και μια μεταβατική περίοδο που ονομάζεται **περίοδος μετατροπής**. Η περίοδος μετατροπής είναι διάρκειας τουλάχιστον δύο (2) ετών, προ της σποράς, για την περίπτωση ετήσιων καλλιεργειών ή, στην περίπτωση πολυετών καλλιεργειών, εκτός από λιβάδια, τουλάχιστον τριών (3) ετών, πριν από την πρώτη συγκομιδή των προϊόντων. Ο Οργανισμός Ελέγχου, μπορεί με την έγκριση της Αρμόδιας Ελέγχουσας Αρχής, να αποφασίσει την παράταση ή μείωση της χρονικής διάρκειας της μεταβατικής περιόδου, σε ορισμένες περιπτώσεις, λαμβάνοντας υπόψη την προγενέστερη χρήση των αγροτεμαχίων.

Για την διατήρηση ή την αύξηση της γονιμότητας και της βιολογικής δραστηριότητας του εδάφους, επιτρέπονται οι παρακάτω κατάλληλες ενέργειες :

- **Καλλιέργεια ψυχανθών:** τα ψυχανθή - τριφύλλια, όσπρια, μηδική κ. α. - έχουν την ιδιότητα ανάπτυξης συμβιωτικών σχέσεων με συμβατικά αζωτοβακτήρια. Αυτό, δίδει τη δυνατότητα στα φυτά αυτά, να δεσμεύουν το ατμοσφαιρικό άζωτο και να εμπλουτίσουν κατ' αυτό τον τρόπο. Άρα, η καλλιέργεια των ψυχανθών βελτιώνει το έδαφος από θρεπτικής απόψεως.
- **Χλωρά λίπανση:** με την έννοια αυτή, εννοείται η ενσωμάτωση στο έδαφος καλλιέργειας φυτών - κυρίως ψυχανθών - ευρισκομένων σε κατάλληλο στάδιο ανάπτυξης - κυρίως στην άνθηση. Η τεχνική αυτή βελτιώνει τη δομή του εδάφους, εμπλουτίζοντας το έδαφος με οργανική

ουσία και θρεπτικά στοιχεία, από τα αποσυντιθέμενα φυτά της χλωράς λίπανσης.

- **Καλλιέργεια βαθύρριζων φυτών:** τα βαθύρριζα φυτά εκμεταλλεύονται μεγαλύτερο βάθος εδάφους, με τη διεύδυση του ενεργού ριζοστρώματός του. Μετά την καλλιέργεια των φυτών αυτών, τα υπολείμματα της ρίζας αποσυντιθέμενα, αυξάνουν το πορώδες του εδάφους σε μεγαλύτερο βαθμό και εμπλουτίζουν το έδαφος στο βάθος αυτό, με οργανική ουσία και θρεπτικά στοιχεία.
- **Κατάλληλο πρόγραμμα πολυετούς αμειψισποράς:** με τον όρο αμειψισπορά, εννοείται η εναλλαγή των καλλιεργειών, κυκλικά και αιτιολογημένα. Από τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να κλείσει ο κύκλος διαδοχής των φυτών, η αμειψισπορά, ορίζεται ως διετής, τετραετής, πολυετής. Με την αμειψισπορά προσδοκάτε:
 - Η διατήρηση και η βελτίωση της παραγωγικότητας του εδάφους,
 - Η άμβλυνση των εποχιακών αιχμών και η ομαλότερη κατανομή των εργασιών των γεωργικών μηχανών και του ανθρώπου καθ' όλη την διάρκεια του έτους.
 - Η διασφάλιση του εισοδήματος του παραγωγού από βιαιώς δρώντες παράγοντες.
- **Η ενσωμάτωση στο έδαφος οργανικών ουσιών:** οι οργανικές αυτές ουσίες είναι αποσυντιθέμενες, οργανικές ή μη, που παράγονται σε εκμεταλλεύσεις προς τις διατάξεις του Καν. με αριθ. 2092/91, δηλαδή με βιολογική άσκηση της γεωργίας. Τα οργανικά ή ανόργανα λιπάσματα που αναφέρονται στο Παράρτημα II του Καν. με αριθ. 2092/91 μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνον στο βαθμό που οι προαναφερόμενες ενέργειες – ψυχανθή, χλώρα λίπανση κλπ- δεν μπορούν να καλύψουν τις θρεπτικές ανάγκες των φυτών της αμειψισποράς ή της κατεργασίας του εδάφους. Για την ενεργοποίηση των οργανικών λιπασμάτων (Compost), μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατάλληλα παρασκευάσματα που ονομάζονται

βιοδυναμικά παρασκευάσματα, από σκόνη πετρωμάτων, κοπριά αγροκτήματος ή με βάση μικροοργανισμούς ή φυτά (Καν. με αριθ. 2608/93).

Η καταπολέμηση των παρασίτων, ασθενειών και ζιζανίων πραγματοποιείται με την εφαρμογή των ακόλουθων μέτρων:

- Επιλογή των κατάλληλων ειδών και ποικιλιών των καλλιεργούμενων φυτών.
- Κατάλληλο πρόγραμμα αμειψισποράς
- Μηχανικές μέθοδοι καλλιέργειας
- Προστασία των φυσικών εχθρών των φυτοπαρασίτων με τη λήψη κατάλληλων μέτρων (π.χ. φράκτες από φυτά, φωλιές, διασπορά των φυσικών εχθρών)
- Καταστροφή των ζιζανίων με φωτιά.

Τα προϊόντα που αναφέρονται κατωτέρω ως επιτρεπόμενα φυτοπροστατευτικά προϊόντα στην βιολογική γεωργία, αναφερόμενα επίσης στο Παράρτημα II του Καν. με αριθ. 2092/91, μπορούν να χρησιμοποιούνται μόνον σε περιπτώσεις που η βιολογική καλλιέργεια κινδυνεύει άμεσα.

Η συλλογή εδωδύμων φυτών που φύονται σε φυσικές περιοχές, δάση και γεωργικές εκτάσεις, θεωρείται ως μια βιολογική μέθοδος παραγωγής, υπό τον όρο ότι:

- Στις εν λόγω εκτάσεις δεν έχουν χρησιμοποιηθεί άλλα προϊόντα εκτός εκείνων που αναφέρονται στο Παράρτημα II του Καν. με αριθ. 2092/91 κατά την διάρκεια περιόδου τριών ετών πριν από τη συλλογή.
- Η συλλογή δεν επηρεάζει τη σταθερότητα του φυσικού περιβάλλοντος και τη διατήρηση των ειδών στην περιοχή συλλογής¹⁸.

(¹⁸<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>)

1.3.1.5 ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ

Οι βασικοί κανόνες του τρόπου παραγωγής που εφαρμόζονται στα φυτικά προϊόντα, αναφέρονται αναλυτικά στο Παράρτημα I, μέρος A του Κανονισμού. Έτσι, η διατήρηση και η αποκατάσταση της γονιμότητας και της βιολογικής δραστηριότητας του εδάφους, πρέπει να διασφαλίζονται από την καλλιέργεια οσπρίων, πράσινων λιπασμάτων και φυτών με βαθιές ρίζες, στο πλαίσιο ενός προγράμματος αμειψισποράς.

Αυτό το μέτρο, μπορεί να συμπληρωθεί από την ενσωμάτωση απορριμμάτων εκτροφής προερχόμενων από τη βιολογική ζωική παραγωγή, έως τα όρια που ορίζονται στο Παράρτημα I, μέρος A7 (170 χλγμ. Αζώτου ανά εκτάριο κατ' έτος), και οργανικών υλικών, σε μίγματα ή όχι, προερχομένων από εκμεταλλεύσεις που τηρούν τον τρόπο βιολογικής παραγωγής.

Εφόσον τα μέσα αυτά είναι ανεπαρκή για να διασφαλίσουν την κατάλληλη διατροφή των φυτών ή το στέγνωμα του εδάφους, οι συμπληρωματικές εισροές είναι στην περίπτωση αυτή, απαραίτητες. Ωστόσο, τα οργανικά ή ορυκτά λιπάσματα δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν, παρά μόνον εφόσον αναφέρονται στο Παράρτημα I, μέρος A2, α του κανονισμού που αναφέρει ουσιαστικά τα φυσικά ορυκτά, που είναι λίγο διαλυτά και δεν παρασκευάζονται μέσω χημικής σύνθεσης.

Σκευάσματα μικροοργανισμών μη τροποποιημένων γενετικά, μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν, για να βελτιώσουν τη γενετική κατάσταση του εδάφους ή τη διαθεσιμότητα θρεπτικών στοιχείων στο έδαφος ή τις καλλιέργειες, με την επιφύλαξη ότι μια τέτοια ανάγκη έχει αναγνωριστεί από το ενδιαφερόμενο κράτος μέλος.

Η προστασία των φυτών έναντι των παρασίτων και των ασθενειών, καθώς και η εκρίζωση των αγριόχορτων, μπορούν να διασφαλιστούν αποφεύγοντας στο μέγιστο βαθμό τη χρήση φυτοϋγειονομικών προϊόντων. Επομένως, η προστασία των φυτών, πρέπει να διασφαλίζεται καταρχήν, με την

επιλογή ειδών και ποικιλιών με φυσική αντοχή, προγραμμάτων εναλλαγής των καλλιεργειών, μηχανικών διαδικασιών καλλιέργειας, εκρίζωση των χόρτων με θερμική επεξεργασία και την προστασία των φυσικών εχθρών των παρασίτων (π.χ. θάμνοι, φωλιές, κλπ).

Προβλέπεται, ωστόσο, ότι σε περίπτωση άμεσου κινδύνου που απειλεί την καλλιέργεια, τα φυτοϋγειονομικά προϊόντα, μπορούν να χρησιμοποιηθούν υπό ορισμένους όρους, εφόσον αναφέρονται στο Παράρτημα I, μέρος A2, β του Κανονισμού. Ο πίνακας αυτός, εξουσιοδοτεί τη χρήση τεσσάρων κατηγοριών προϊόντων: ορισμένα προϊόντα φυτικής ή ζωικής προέλευσης, τα προϊόντα με βάση μικροοργανισμούς, ορισμένες ουσίες που χρησιμοποιούνται υποχρεωτικά στις παγίδες ή τους διανομείς και, τέλος, ορισμένες ουσίες που έχουν ήδη παραδοσιακά χρησιμοποιηθεί στη βιολογική γεωργία, πριν την έκδοση του Κανονισμού 2092/91.

Κατά το πέρασμα μιας συμβατικής γεωργίας προς μια βιολογική γεωργία, η ελάχιστη διάρκεια μετατροπής είναι 2 χρόνια (πριν από τη σπορά) για τις ετήσιες καλλιέργειες και 3 χρόνια (πριν τη πρώτη συγκομιδή) για τις πολυετείς καλλιέργειες άλλες από τα λιβάδια. Η περίοδος αυτή μπορεί να παραταθεί ή να μειωθεί, συναρτήσει των προηγούμενων καλλιεργητικών περιστατικών. Οι όροι επαύξησης ή μείωσης της περιόδου μετατροπής, καθορίζονται από τα κράτη-μέλη.

Τέλος, το Παράρτημα I του κανονισμού, ορίζει ότι η συγκομιδή των φυτών που φυτρώνουν αυθόρμητα στις φυσικές περιοχές, τα δάση και τις γεωργικές περιοχές εξομοιώνονται με μια μέθοδο βιολογικής παραγωγής, υπό τον όρο ότι, οι εν λόγω εκτάσεις δεν έχουν δεχθεί, στη διάρκεια τριών χρόνων, προϊόντα που απαγορεύονται στη βιολογική γεωργία και ότι η συγκομιδή δεν θίγει τη σταθερότητα του φυσικού οικοτόπου και την επιβίωση των ειδών.

Σχετικά, με τη ζωική παραγωγή, το Παράρτημα I, μέρος A1, β του κανονισμού 2092/91, έτσι όπως τροποποιήθηκε τον Ιούλιο του 1999 από τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1804/99, καθορίζει τους ελάχιστους κανόνες σχετικά με

τη ζωική βιολογική παραγωγή. Τα κράτη-μέλη μπορούν να θεσπίσουν, δυνάμει του άρθρου 12 του Κανονισμού 2091/92, αυστηρότερες κανόνες για τα ζώα εκτροφής και τα ζωικά προϊόντα που παράγονται στο έδαφός τους.

Σύμφωνα με τις γενικές αρχές, που εφαρμόζονται στη ζωική βιολογική παραγωγή, είναι αναγκαίο να τηρείται η αρχή της «συμπληρωματικότητας», μεταξύ του εδάφους και των ζώων. Ο δεσμός αυτός με το έδαφος, έχει επίσης ως συνέπεια, ότι τα ζώα έχουν πρόσβαση σε χώρους στην ύπαιθρο και ότι η ζωική πυκνότητα ανά εκτάριο είναι περιορισμένη.

Η αναγνώριση μιας αρχής διαχωρισμού επιβάλλει επιπλέον την υποχρέωση όλα τα ζώα τα οποία εκτρέφονται στην ίδια μονάδα παραγωγής να εκτρέφονται σύμφωνα με τους κανόνες της βιολογικής παραγωγής. Παρεκκλίσεις δεν επιτρέπονται παρά μόνο εάν έχουν ληφθεί όλες οι επαρκείς εγγυήσεις οι οποίες συμβάλλουν στην πρόληψη κάθε σύγχυσης μεταξύ βιολογικής και συμβατικής παραγωγής.

Το Παράρτημα I, μέρος A1, β του κανονισμού 2092/91 ορίζει επιπλέον τους κανόνες σχετικά με την περίοδο μετατροπής και προέλευσης των ζωικών κεφαλαίων. Υφίσταται έτσι δύο τύποι περιόδων μετατροπής. Η μετατροπή αφορά συγχρόνως στις γεωργικές εκτάσεις που προορίζονται για ζωική παραγωγή και τα ζώα τα ίδια.

Κατά τη σύσταση του ζωικού κεφαλαίου, πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη φροντίδα στην επιλογή των φύλων, προκειμένου οι τελευταίες να προσαρμόζονται όσο το δυνατό καλύτερα στο περιβάλλον τους και να εφαρμόζουν μια σχετική αντίσταση στις αρρώστιες. Τα ζώα πρέπει, να προέρχονται από μια εκμετάλλευση η οποία τηρεί τους κανόνες της βιολογικής γεωργίας και πρέπει να έχουν εκτραφεί στη συνέχεια σύμφωνα με τους κανόνες αυτούς.

Θεσπίστηκαν επίσης διατάξεις σχετικά με τη διατροφή των ζώων. Η τελευταία αυτή πρέπει όχι μόνο να προέρχεται από τον τρόπο βιολογικής παραγωγής αλλά κατά προτίμηση να προέρχονται από την ίδια την

εκμετάλλευση. Πολύ σημαντική θέση πρέπει να αφήνεται στη φυσική διατροφή. Έτσι, όλα τα θηλαστικά πρέπει να διατρέφονται με φυσικό γάλα, για τουλάχιστον μια περίοδο που ορίζεται στο Παράρτημα Ι του κανονισμού. Ακριβείς κανόνες σχετικά με τη σύσταση της ημερήσιας δόσης και των πρώτων υλών και άλλων ουσιών που χρησιμοποιούνται στις ζωοτροφές έχουν επίσης καθοριστεί.

Όσον αφορά τις αρχές που αναφέρονται στην προφύλαξη και τις κτηνιατρικές φροντίδες, σημασία πρέπει να δίνεται, καταρχήν, στην πρόληψη. Τα μέτρα που πρέπει να εφαρμοστούν, εκτός από την επιλογή των κατάλληλων φύλων, αφορούν την εφαρμογή πρακτικών εκτροφής οι οποίες δύνανται να ενισχύσουν την αντοχή των ζώων, τη χρησιμοποίηση μιας κατάλληλης πυκνότητας του πληθυσμού των ζώων.

Ωστόσο, εάν τα μέτρα αυτά αποδειχθούν ανεπαρκή και εκδηλωθεί μια ασθένεια, ορισμένες φυσικές θεραπείες (όπως οι φυτικοθεραπευτικές και ομοιοθεραπευτικές) πρέπει να προτιμούνται σε σχέση με τα αντιβιοτικά και τα κτηνιατρικά αλλοπαθητικά φάρμακα που μπορούν να αφήσουν κατάλοιπα στα προϊόντα. Οι τελευταίοι αυτοί τύποι θεραπείας πρέπει ωστόσο να επιτραπούν υπό ορισμένες συνθήκες εάν αποδειχθούν απαραίτητοι για τη θεραπεία του ζώου. Τέλος, η χρήση ουσιών οι οποίες προορίζονται να ενθαρρύνουν την αύξηση (όπως οι ορμόνες) ή να ελέγξουν την αναπαραγωγή απαγορεύεται αυστηρά.

Διατάξεις σχετικά με την ευημερία των ζώων επιβάλλονται επίσης: ορισμένες πρακτικές, όπως η κοπή της ουράς, το μέγεθος των δοντιών, η αφαίρεση των κεράτων, υπόκεινται στη χορήγηση άδειας. Η τελευταία αυτή δε μπορεί να δοθεί παρά μόνο για λόγους ασφαλείας, υγιεινής, υγείας ή ευημερίας των ζώων. Το δέσιμο των ζώων απαγορεύεται καταρχήν και οι συνθήκες διαμονής πρέπει κατά γενικό τρόπο να ανταποκρίνονται στις φυσιολογικές ανάγκες των ζώων. Για το σκοπό αυτό έχουν καταρτιστεί πολύ ακριβείς προδιαγραφές σχετικά με τα χαρακτηριστικά που πρέπει να παρουσιάζουν τα

κτίρια εκτροφής. Τέλος, η μετακίνηση των ζώων πρέπει να πραγματοποιείται έτσι ώστε η ευημερία των ζώων να είναι πάντα σεβαστή και να μειώνεται όσο το δυνατό περισσότερο το στρες.

Ο Κανονισμός 2092/91 εφαρμόζεται επίσης και στη μελισσοκομία. Ωστόσο, δεδομένου ότι η παραγωγή αυτή είναι πολύ ειδική, έχουν θεσπιστεί κανόνες παραγωγής ξεχωριστά στο παράρτημα I, μέρος A1, γ. δύο ειδικές αρχές μπορούν έτσι να υπογραμμισθούν:

- Σε θέματα βιολογικής μελισσοκομίας, η περίοδος μετατροπής μειώνεται σε ένα χρόνο.
- Το μέρος όπου τοποθετούνται οι κυψέλες να είναι πολύ καλά πλαισιωμένο. Έτσι, οι πηγές νέктar και γύρης που είναι διαθέσιμες σε ακτίνα τριών χιλιομέτρων γύρω από τις κυψέλες πρέπει ουσιαστικά να προέρχονται από καλλιέργειες του τρόπου βιολογικής παραγωγής ή από καλλιέργειες που υπόκεινται σε επεξεργασίες με πολύ χαμηλές συνέπειες στο περιβάλλον. Οι κυψέλες πρέπει να είναι αρκετά απομακρυσμένες από κάθε πηγή μη γεωργικής παραγωγής που θα μπορούσε να επιφέρει μόλυνση (όπως αστικά κέντρα, χωματερές, θέσεις καψίματος απορριμμάτων, κτλ.). προσφέρεται συγχρόνως στα κράτη μέλη η δυνατότητα να απαγορεύσουν την παραγωγή βιολογικού μελιού σε ορισμένες περιφέρειες ή σε ορισμένες περιοχές που δεν ανταποκρίνονται στους όρους αυτούς¹⁹.

(¹⁹Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.27-29, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.3.1.6 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΛΙΠΑΝΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΕΛΑΦΟΥΣ

Στη βιολογική γεωργία απαγορεύεται η χρήση συνθετικών χημικών λιπασμάτων. Τα προϊόντα που επιτρέπεται να χρησιμοποιούνται για τη

βελτίωση και λίπανση του εδάφους στη βιολογική γεωργία σύμφωνα με το Παράρτημα II του Κανονισμού 2092/91, όπως τροποποιήθηκε από του Κανονισμό 2608/93, είναι οι ακολουθεί:

- **Κοπριά αγροτικών ζώων:** Είναι προϊόν που συνίσταται από μείγμα περιττωμάτων ζώων και της στρωμνής τους. Η προέλευσή της πρέπει να προέρχεται αποκλειστικά από εκτατική εκτροφή ζώων, κατά την έννοια του άρθρου 6 παρ.4 του Καν. (ΕΟΚ) 2328/91. Χρησιμοποιείται χωνευμένη σε σωρούς ή επιφανειακά.
- **Αποξηραμένη κοπριά και αφυδατωμένη κοπριά πουλερικών:** Και αυτής η προέλευση πρέπει να προέρχεται αποκλειστικά από εκτατική εκτροφή ζώων, κατά την έννοια του άρθρου 6 παρ. 4 του Καν. (ΕΟΚ) 2328/91. Χρησιμοποιείται χωνευμένη σε σωρούς ή επιφανειακά.
- **Κομποστοποιημένα ζωικά περιττώματα:** Περιλαμβάνονται: η κομποστοποιημένη κοπριά πουλερικών και η κομποστοποιημένη κοπριά αγροτικών ζώων. Απαγορεύεται η προέλευση από βιομηχανοποιημένη εκτροφή.
- **Υγρά απεκκρίματα ζώων:** Υγρή κοπριά και ούρα. Χρησιμοποιείται μετά από ελεγχόμενη ζύμωση ή και κατάλληλη αραίωση. Η προέλευση από εντατικοποιημένη εκτροφή απαγορεύεται.
- **Τύρφη:** Είναι βιοχημικό κοίτασμα, πλούσιο σε οργανική ουσία, που σχηματίζεται σε λίμνες, έλη και θάλασσες μετά από απόθεση οργανικής ουσίας. Η οργανική της ύλη προέρχεται από την ατελή απανθράκωση υδροβίων και χερσαίων φυτών. Στην Ελλάδα τύρφη βρέθηκε σε αποστραγγισμένα έλη (Κωπαΐδα, Λόψιστα Ιωαννίνων, Βαρκό Κατερίνης, κ.ά.). μεγάλο κοίτασμα βρέθηκε στους Φιλίππους της Καβάλας. Η χρήση της είναι διαδεδομένη και περιορισμένη στα κηπευτικά και ανθοκομικά. Χρησιμοποιείται επίσης στην φυτωριακή παραγωγή και την δεντροκομία.
- **Υπολείμματα μανιταροκαλλιέργειας:** Επειδή η καλλιέργεια μανιταριών γίνεται επί υποστρωμάτων κοπριάς, η χρήση των υπολειμμάτων στην

βιολογική γεωργία περιορίζεται στα προϊόντα που αναφέρθηκαν ανωτέρω.

- **Περιττώματα σκωλήκων και εντόμων:** Αναφέρονται τα περιττώματα γαιοσκωλήκων εντόμων που εκτρέφονται γι' αυτό το σκοπό.
- **Γκουανό:** Πρόκειται περί φυσικού λιπάσματος, που αποτελείται από φωσφορικά άλατα αμμωνίας, ασβεστίου, κ.ά. Σχηματίζεται από τα περιττώματα θαλασσινών πουλιών που ζουν σε πολλά νησιά και ερημικές ακτές του Περού και της Χιλής. Σε μερικά μέρη το ύψος των αποθέσεων φθάνει τα 20m.
- **Κομποστοποιημένα μείγματα φυτικής προέλευσης:** Τα οργανικά αυτά φυτικά υπολείμματα να μην είναι ρυπασμένα.
- **Προϊόντα και υποπροϊόντα ζωικής προέλευσης:** Τέτοια είναι το αιματάλευρο (ξηρό αίμα) , το άλευρο οπλών, το άλευρο κεράτων, το οστεάλευρο και το ζελατοποιημένο οστεάλευρο, η ζωική τέφρα, το ιχθυάλευρο, το κρεατάλευρο, το άλευρο από φτερά, τρίχες και ξύσματα δέρματος, τα υπολείμματα από μαλλί, τρίχες και γούνα ζώων, τα γαλακτοκομικά προϊόντα.
- **Προϊόντα και υποπροϊόντα φυτικής προέλευσης:** τέτοια είναι το άλευρο πλακούντα ελαιούχων σπόρων, φλοιοί του κακάο, φύτρα βύνης, κτλ.
- **Φύκη και προϊόντα φυκών:** επιτρέπεται η χρήση τους στη βιολογική γεωργία, εφόσον λαμβάνονται, είτε με φυσικές επεξεργασίες (που περιλαμβάνουν την αφυδάτωση, την ψύξη και την άλεση), είτε με εκχύλιση με νερό ή υδατικά διαλύματα (όξινα ή αλκαλικά), είτε, τέλος, με ζύμωση.
- **Πριονίδια ξύλου και θρύμματα ξύλου:** επιτρέπεται η χρήση τους εφόσον το ξύλο δεν έχει υποστεί χημική επεξεργασία μετά την υλοτόμηση.

- **Κομποστοποιημένοι φλοιοί δέντρων:** επιτρέπεται η χρήση τους εφόσον το ξύλο από το οποίο προέρχονται δεν έχει υποστεί χημική επεξεργασία μετά την υλοτόμηση.
- **Τέφρα ξύλου:** επιτρέπεται η χρήση τους εφόσον δεν έχει υποστεί χημική επεξεργασία μετά την υλοτόμηση.
- **Μαλακά φυσικά φωσφορικά ορυκτά αλεσμένα:** ένα προϊόν που καθορίζεται στην Οδηγία 76/116/ΕΟΚ όπως τροποποιήθηκε από την Οδηγία 89/284/ΕΟΚ. Στο προϊόν η περιεκτικότητα σε Κάδμιο πρέπει να είναι κατώτερη ή ίση προς 90mg/kg P₂ O₅.
- **Φωσφορικό αργίλιο και ασβέστιο:** είναι προϊόντα που καθορίζονται στην Οδηγία 76/116/ΕΟΚ όπως τροποποιήθηκε από την Οδηγία 89/284/ΕΟΚ. Στα προϊόντα η περιεκτικότητα σε Κάδμιο πρέπει να είναι κατώτερη ή ίση προς 90mg/kg P₂ O₅. Η χρήση τους περιορίζεται στα αλκαλικά εδάφη (με pH>7.5).
- **Σκωρίες αποφωσφατώσεως:** Λέγονται και Σκωρίες του Θωμά.
- **Ακατέργαστα ορυκτά καλίου:** Τέτοια είναι ο καϊνίτης, συλβινίτης, κ.ά.
- **Θευκό κάλιο και μαγνήσιο:** Λαμβάνονται από ακατέργαστα ορυκτά καλίου.
- **Βυνάσσα και εκχυλίσματα βυνάσσας:** Εξαιρούνται οι αμμωνιακές βυνάσσες.
- **Ανθρακικό μαγνήσιο και ασβέστιο:** Πρέπει να είναι φυσικής προέλευσης, όπως η κιμωλία, η μάργα, ο αλεσμένος ασβεστόλιθος, το βελτιωτικό της Βρετάννης, το φωσφορικό ασβέστιο.
- **Θευκό μαγνήσιο:** Αποκλειστικά επιτρέπεται το φυσικής προέλευσης, όπως κιζερίτης.
- **Διάλυμα χλωριούχου ασβεστίου:** Επιτρέπεται η χρήση του ως διαφυλλικός ψεκασμός στη μηλιά, για θεραπεία αποδεδειγμένης τροφοπενίας ασβεστίου.

- **Θευκό ασβέστιο:** Πρέπει να είναι φυσικής προέλευσης, όπως ο γύψος. Είναι προϊόν που καθορίζεται στην Οδηγία 76/116/ΕΟΚ όπως τροποποιήθηκε από την Οδηγία 89/284/ΕΟΚ.
- **Στοιχειακό θείο:** Είναι προϊόν που καθορίζεται στην Οδηγία 76/119/ΕΟΚ όπως τροποποιήθηκε από την Οδηγία 89/284/ΕΟΚ.
- **Ιχνοστοιχεία:** Ιχνοστοιχεία που αναφέρονται στην Οδηγία 89/530/ΕΟΚ.
- **Χλωριούχο νάτριο:** Πρέπει να προέρχεται από ορυκτά άλατα.
- **Σκόνη πετρωμάτων²⁰.**

(²⁰<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.1.7 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΣΙΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΣΘΕΝΕΙΩΝ

Τα προϊόντα που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για τον έλεγχο των παρασίτων και των ασθενειών των φυτών στη βιολογική γεωργία σύμφωνα με το Παράτημα II του Κανονισμού 2092/91 είναι τα ακόλουθα:

- **Πύρεθρο:** πρόκειται περί παρασκευασμάτων με βάση τις πυρεθρίνες, που εξάγονται από το φυτό *Chrysanthemum* (*Pyrethrum Cinerarialfolium* Compositae) και περιέχουν ενδεχομένως συνεργό ουσία. Η χρησιμοποίηση του πυρέθρου ως εντομοκτόνου ήταν γνωστή στους νομάδες του Καυκάσου από το 1800. Η πρώτη βιομηχανική παραγωγή άρχισε στην Ευρώπη το 1828. Χρησιμοποιήθηκε ιδιαίτερα ως οικιακό εντομοκτόνο. Η εντομοτοξική ουσία του πυρέθρου είναι οι πυρεθρίνες, που λαμβάνονται με εκχύλιση των ανθέων του φυτού. Δρουν ως εντομοκτόνα επαφής.
- **Ροτενόνη-ροτενοειδή :** πρόκειται περί παρασκευασμάτων που προέρχονται από το φυτό *Perris Elliptica* (Leguminosae). Η εντομοτοξική ουσία λαμβάνεται με εκχύλιση κονιοποιημένων ριζών του φυτού. Δρουν ως εντομοκτόνα στομάχου.

- **Quassia:** Είναι εντομοκτόνο προερχόμενο από εκχύλιση του ξύλου του δένδρου (*Quassia amara* L. (Simarubaceae)). Το δένδρο φύεται στο Σουρινάκ, την Βραζιλία, την Κεντρική Αμερική. Το εντομοκτόνο δρα επί του νευρικού συστήματος των εντόμων. Χρησιμοποιήθηκε από το 1812 εναντίον αφίδων του λυκίσκου. Οι σπουδαιότερες εντομοτοξικές ουσίες που περιέχει είναι η κουασσίνη, νεοκουασσίνη και πικρασμίνη.
- **Παρασκευάσματα από το *Ryania Speciosa*.**
- **Προπόλη:** είναι μια ρητινώδης ουσία που χρησιμοποιούν οι μέλισσες στα κελλιά της κερήθρας για να φράξουν τις σχισμές και να επικαλύπτουν τα τοιχώματά τους. Οι μέλισσες συλλέγουν την προπόλη από τους οφθαλμούς και τους φλοιούς δένδρων, κυρίως της σημύδας, της ελάτης και του πεύκου. Η σύνθεσή της είναι 30% κερί, 50% ρητίνες και βάλαμο και 10% αιθέρια έλαια. Έχει αντιβακτηριακή και μυκητοστατική δράση.
- **Γη διατόμων.**
- **Κόνις πετρωμάτων.**
- **Παρασκευάσματα μεταλδεΐδης:** Η μεταλδεΐδη είναι γνωστή χημική ουσία που χρησιμοποιείται εναντίον λειμάκων (γυμνοσάλιαγκες) και κοχλιών. Δρα από του στόματος με κατάποση. Η δραστηριότητά της είναι μεγαλύτερη σε περιβάλλον ξηρασίας, υψηλής θερμοκρασίας και ηλιοφάνειας. Είναι επίσης τοξική επί βατράχων, ψαριών και άλλων ομάδων ζώων. Επιτρέπεται η χρήση της στη βιολογική γεωργία εφόσον χρησιμοποιείται μέσα σε παγίδες.
- **Θείον:** το θείον «θειάφι» έχει ακαρεοκτόνες, μυκητοκτόνες και εντομοκτόνες ιδιότητες. Στο εμπόριο κυκλοφορεί ως κόνις επιπάσεων περιεκτικότητας 45% σε θείον. Οι λεπτές κόνιες είναι καλλίτερες από τις χονδρόκοκκες. Κυκλοφορεί επίσης ως βρέξιμη σκόνη για ψεκασμούς. Η μορφή αυτή συνίσταται για εφαρμογή στα ευαίσθητα στο θειάφι φυτά (π.χ. βερικοκιά, κολοκυνθοειδή). Πρέπει να αποφεύγεται η χρήση του σε

θερμό άνω των 35°C και ξηρό καιρό. Είναι κατάλληλο εναντίον των ωιδίων και των τετρανύχων.

- **Βορδιγάλειος πολτός:** Είναι γνωστό μυκητοκτόνο εναντίον περονόσπορων με βάση το χαλκό. Το όνομά του προέρχεται από την Γαλλική πόλη Bardeau («Μπορντό» Βορδίγαλον). Ο βορδιγάλειος πολτός πρωτοπαρασκευάστηκε από τον Millardet (1882) ως μείγμα θεικού χαλκού «γαλαζόπετρα» με υδροξείδιο του ασβεστίου (σβησμένη ασβέστη) σε αναλογία 1:2 περίπου. Εκτός των περονόσπορων παρουσιάζει δράση εναντίον παθογόνων που προκαλούν σεπτοριάσεις, μονιλιώσεις, εξωασκώσεις, φουζικλάδιο, κορύνεο, κερκοσποριάσεις, κλαδοσποριάσεις, σκωριάσεις. Είναι το περισσότερο παραγόμενο μυκητοκτόνο στον κόσμο. Όσο πιο όξινο είναι το μείγμα τόσο πιο φυτοτοξικό είναι. Κατά γενικό κανόνα ο βορδιγάλειος πολτός χρησιμοποιείται ως ψεκαστικό υγρό περιεκτικότητας 1-2% σε θεικό χαλκό. Η συνήθης αναλογία του μείγματος θεικού χαλκού με υδροξείδιο του ασβεστίου είναι 1:1-1,5 ανάλογα με την ποιότητα του υδροξειδίου του ασβεστίου.
- **Βουργούνδιος πολτός:** Είναι μείγμα θεικού χαλκού με ανθρακικό νάτριο (Na_2CO_3). Πρωτοπαρασκευάστηκε από τον Μασσόν (1887). Χρησιμοποιείται όπως και ο βορδιγάλειος πολτός.
- **Πυριτικό νάτριο.**
- **Διττανθρακικό νάτριο.**
- **Καλιθούχος σάπων-μαλακό σαπούνι.**
- **Φερομόνες:** η λέξη φερομόνη αναφέρεται στην ένωση που εκκρίνεται από ένα ζώο για να επηρεάσει η συμπεριφορά ζώων του αυτού είδους. Οι φερομόνες μπορούν να διακριθούν σε ομάδες:
 - Ø Φερομόνες φύλου ή sex φερομόνες
 - Ø Φερομόνες συναγεμμού
 - Ø Φερομόνες σμήνους

Ø Φερομόνες τροφής

Ø Φερομόνες ωοθεσίας κ.ά.

Οι παρουσιαζόμενες δυνατότητες χρήσεως φερομόνων για την αντιμετώπιση των εντόμων στη βιολογική γεωργία είναι η τεχνική συγχύσεως. Συγκεκριμένα διανέμονται στον αγρό πολλά σημεία εκλύσεως φερομόνης. Έτσι τα αρσενικά δεν είναι δυνατόν να εντοπίσουν τα δεκτικά γονιμότητας θηλυκά, με αποτέλεσμα να μην παρατηρούνται ωοθεσίες.

- **Παρασκευάσματα του *Bacillus Thuringiensis*:** το βακτήριο *Bacillus Thuringiensis* έχει αποδειχθεί ότι προκαλεί ασθένειες σε προνύμφες εντόμων, κυρίως Λεπιδοπτέρων, χωρίς να επηρεάζει βλαστικά τον άνθρωπο και τα θερμόαιμα. Έτσι, έχουν παρασκευασθεί ιδιοκατασκευάσματα από τον βάκιλλο, τα οποία είναι σε μορφή βρεξίμης σκόνης, που με ψεκασμό επιφέρουν το επιθυμητό εντομοκτόνο αποτέλεσμα εναντίον πολλών εχθρών των καλλιεργούμενων φυτών.
- **Κοκκώδη παρασκευάσματα ιών:** έχει διαπιστωθεί ότι ορισμένοι ιοί προκαλούν ασθένειες σε προνύμφες κυρίως, εντόμων. Έτσι παρασκευάστηκαν ιδιοσκευάσματα που περιέχουν σωματίδια του εντομοκτόνου ιού, τα οποία εφαρμόζονται για την προστασία των καλλιεργούμενων φυτών.
- **Παραφινέλαιο.**
- **Φυτικά και ζωικά έλαια²¹.**

(²¹<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.1.8 ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Οι κανόνες σχετικά με τη μεταποίηση, καθορίζονται από το άρθρο 5, σε σχέση με το Παράρτημα Ι, μέρος Α6 του κανονισμού.

Η κοινοτική νομοθεσία, καθορίζει μια ισορροπία ανάμεσα στην ζήτηση των καταναλωτών, σε προϊόντα όσο το δυνατόν περισσότερο φυσικά και την αναγκαιότητα να ληφθεί υπόψη συγχρόνως, η ανάγκη ενός αρκετά ευρέως φάσματος τροφίμων, τα οποία παρουσιάζονται με την ονομασία «βιολογικά», καθώς και τους τεχνολογικούς καταναγκασμούς που ιδιάζουν στη δραστηριότητα της μεταποίησης.

Ο Κανονισμός 2092/91, περιορίζει επομένως ιδιαίτερα, αλλά δεν αποκλείει τελείως, τα συστατικά μη γεωργικής προέλευσης (τις προσθετικές ουσίες, τα αρώματα, το αλατόνερο, τα παρασκευάσματα με βάση μικροοργανισμούς και τα ορυκτά), καθώς και τα τεχνολογικά βοηθητικά, που αποδεικνύονται απαραίτητα για την παρασκευή τροφίμων, με βάση γεωργικά προϊόντα βιολογικής προέλευσης. Ο πίνακας των προϊόντων που επιτρέπονται στη μεταποίηση των βιολογικών προϊόντων, αναφέρεται στο Παράρτημα I, μέρος Α6, α του Κανονισμού 2092/91.

Εκτός από τους περιορισμούς αυτούς, το άρθρο 5, απαγορεύει την προσφυγή σε οργανισμούς γενετικά τροποποιημένους και επεξεργασίες με ιόντα. Επιπλέον, η συνακόλουθη χρησιμοποίηση του ίδιου τύπου συστατικού, αλλά το οποίο έχει προέλθει από τρόπο βιολογικής παραγωγής και από έναν τρόπο συμβατικής παραγωγής απαγορεύεται, και αυτό προκειμένου να αποφευχθεί κάθε κίνδυνος απάτης.

Τέλος, η χρησιμοποίηση γεωργικών συστατικών συμβατικής προελεύσεως, περιορίζεται σε ορισμένα εκατοστιαία ποσοστά και με δεδομένο ότι το αντίστοιχο συστατικό, δεν είναι διαθέσιμο στη βιολογική γεωργία. Τα συστατικά αυτά, περιλαμβάνονται καταρχήν στο Παράρτημα I, μέρος Α6, γ, αλλά τα κράτη - μέλη μπορούν επίσης να εκδώσουν κρατικές άδειες²².

(²²Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.29-30, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.3.1.9 ΤΙ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΕΙΣΑΓΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ;

Προκειμένου να πραγματοποιηθεί εισαγωγή προϊόντων βιολογικής γεωργίας από τρίτες χώρες, ο εισαγωγέας, πρέπει να λάβει ειδική άδεια εισαγωγής, αφού πρώτα προσκομίσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά στον Ο.Π.Ε.Γ.Π. AGROCERT. Η άδεια αυτή εκδίδεται εφόσον, από τα προσκομιζόμενα δικαιολογητικά, αποδειχθεί η ισοδυναμία των κανόνων παραγωγής, παρασκευής, επισήμανσης και ελέγχου, που ισχύουν και εφαρμόζονται στην τρίτη Χώρα, με τις αντίστοιχες απαιτήσεις του ΚΑΝ (ΕΟΚ)2092/91.

Η άδεια εκδίδεται για μια συνολική ποσότητα και όχι για κάθε παρτίδα εισαγωγής. Το εισαγόμενο προϊόν, πρέπει να συνοδεύεται από έγγραφο πιστοποίησης της αρχής ή του φορέα της τρίτης Χώρας, του οποίου το σύστημα ελέγχου, μετά από τον έλεγχο του Ο.Π.Ε.Γ.Π, έχει αποδειχθεί ισοδύναμο με αυτό του ΚΑΝ (ΕΟΚ)2092/91.

Οι εισαγωγείς οφείλουν πριν την εισαγωγή, να υποβάλουν στον Ο.Π.Ε.Γ.Π. AGROCERT:

- Σχετική αίτηση, στην οποία θα αναφέρεται η χώρα, το είδος και η ποσότητα των προϊόντων που πρόκειται να εισαχθούν, καθώς και η περιοχή ή η μονάδα προέλευσης των προϊόντων.
- Πρότυπα παραγωγής των προϊόντων, στην εν λόγω περιοχή ή μονάδα της τρίτης χώρας, καθώς και επαρκείς αποδείξεις, ότι τα εν λόγω πρότυπα ισοδυναμούν με τα αναφερόμενα στον ΚΑΝ (ΕΟΚ)2092/91.
- Τα μέτρα ελέγχου που εφαρμόστηκαν κατά την παραγωγή των εν λόγω προϊόντων, καθώς και επαρκείς αποδείξεις ότι τα μέτρα αυτά ισοδυναμούν με τα αναφερόμενα στον ΚΑΝ (ΕΟΚ)2092/91 και ότι η εφαρμογή τους είναι αποτελεσματική και διαρκής.

- Τις προϋποθέσεις που πληροί ο Οργανισμός Ελέγχου της τρίτης χώρας, καθώς και επαρκείς αποδείξεις, ότι οι εν λόγω προϋποθέσεις ισοδυναμούν με τις αναφερόμενες στον ΚΑΝ (ΕΟΚ)2092/91.

Η ισοδυναμία των προτύπων παραγωγής, παρασκευής και των μέτρων ελέγχου του Οργανισμού ελέγχου για την εν λόγω περιοχή ή μονάδα της τρίτης Χώρας, κρίνεται με απόφαση του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, η οποία εκδίδεται ύστερα από εισήγηση της Διεύθυνσης Βιολογικής Γεωργίας, του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων²³.

(²³<http://www.agrocert.gr/2008/05/23/pages/content.asp?cntID=75&catID=48#anchor09>)

1.3.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Ο έλεγχος των βιολογικών προϊόντων, αρχίζει από το χωράφι και γίνεται σε όλα τα στάδια (δηλαδή στην παραγωγή, τη συσκευασία, τη μεταποίηση και εμπορία), που ακολουθούν τα βιολογικά προϊόντα²⁴.

(²⁴<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.2.1 ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟ

Ο παραγωγός, κάθε χρόνο πριν από την καλλιεργητική περίοδο, κοινοποιεί στον Οργανισμό Ελέγχου, το πρόγραμμα παραγωγής του ανά αγροτεμάχιο. Επίσης, υποχρεούται να τηρεί λογιστικά βιβλία, για όλες τις εισροές που χρησιμοποιεί κατά την παραγωγική διαδικασία (είδος, ποσότητες, προέλευση, τρόπος χρήσης, κτλ.), καθώς επίσης και τις πωλήσεις γεωργικών προϊόντων που πραγματοποιεί (είδος, ποσότητες, προορισμός)²⁵.

(²⁵<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.2.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΙΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

Ο έλεγχος αυτός γίνεται με αμοιβαία συμφωνία μεταξύ Οργανισμού Ελέγχου και παρασκευαστή ή συσκευαστή. Αυτή η συμφωνία αφορά:

- Τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν σε επίπεδο μονάδας, προκειμένου να διασφαλιστεί η τήρηση των διατάξεων του Καν. με αριθμό 2092/91.
- Την περιγραφή των εγκαταστάσεων που χρησιμοποιούνται για την μεταποίηση, τη συσκευασία και την αποθήκευση των γεωργικών προϊόντων και μετά τις παραπάνω εργασίες.
- Τήρηση λογιστικών βιβλίων, που δίδει την δυνατότητα στον ελέγχοντα, να επαληθεύσει την καταλληλότητα των υλών που χρησιμοποιούνται, καθώς και την αντιστοιχία μεταξύ των ποσοτήτων που χρησιμοποιούνται ως πρώτες ύλες και αυτών που αφορούν στα προϊόντα που τίθενται σε εμπορία.

Επίσης ελέγχεται η προέλευση, το είδος, οι ποσότητες των πρόσθετων βελτιωτικών ή μέσων επεξεργασίας που χρησιμοποιούνται κατά την μεταποίηση, καθώς και η σύνθεση των τελικών προϊόντων²⁶.

(²⁶<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.2.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΟΥΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΙΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ

Ο έλεγχος αυτός αφορά:

- Στην πλήρη περιγραφή των εγκαταστάσεων του εισαγωγέα και των δραστηριοτήτων εισαγωγής, καθώς επίσης και των σημείων εισόδου των προϊόντων στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Στην τήρηση λογιστικών βιβλίων.
- Στην δέσμευση του εισαγωγέα, ότι τηρεί τις διαδικασίες του άρθρου 11 του Καν. με αριθμό 2092/91.

- Στην ενημέρωση του Οργανισμού Ελέγχου για κάθε εισαγόμενη παρτίδα προϊόντων μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση²⁷.

(²⁷<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.2.4 ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

Αν στην ίδια γεωργική εκμετάλλευση, γίνεται παραγωγή γεωργικών προϊόντων με βιολογικό τρόπο, καθώς και με μεθόδους συμβατικής γεωργίας, ταυτόχρονα, τότε τα αγροτεμάχια και οι χώροι αποθήκευσης, θα πρέπει να είναι σαφώς διαχωρισμένα. Ο έλεγχος γίνεται επί του συνόλου της γεωργικής εκμετάλλευσης, ενώ οι ίδιες ποικιλίες της ίδιας φυτείας, δεν μπορούν να καλλιεργηθούν βιολογικά και συμβατικά.

Αν σε μια μονάδα μεταποιούνται ή συσκευάζονται και μη βιολογικά προϊόντα, τότε η μονάδα αυτή πρέπει να έχει ξεχωριστούς χώρους αποθήκευσης για τα βιολογικά προϊόντα, προ και μετά τις πραγματοποιούμενες εργασίες. Οι εργασίες αυτές, πρέπει να γίνονται σε πλήρη σειρά, διαχωριζόμενες, είτε στον χώρο είτε στον χρόνο, από τις αντίστοιχες εργασίες που αφορούν στα μη βιολογικά προϊόντα.

Εφόσον οι εργασίες δεν γίνονται συχνά, πρέπει ο Οργανισμός Ελέγχου να ειδοποιείται έγκαιρα και εκ των προτέρων.

Επίσης, λαμβάνονται όλα τα απαραίτητα μέτρα για την αναγνώριση των παρτίδων και την αποφυγή των αναμειξεων με μη βιολογικά προϊόντα.

Όσον αφορά στον έλεγχο και στην πιστοποίηση των αυτοφυών εδωδίων φυτών ή μερών αυτών, ισχύει ότι και στην περίπτωση αυτή του καλλιεργητή των βιολογικών προϊόντων. Προ του ελέγχου, ο συλλέκτης των αυτοφυών φυτών και ο Οργανισμός Ελέγχου προβαίνουν:

- Σε πλήρη περιγραφή των περιοχών συλλογής.

- Σε παροχή εγγυήσεων εκ μέρους του συλλέκτη και όπου κριθεί αναγκαίο, εκ μέρους τρίτων, για την διασφάλιση των όρων που προαναφέρθηκαν παραπάνω στα περί συλλογής αυτοφυών φυτών²⁸.

(²⁸<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.2.5 ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τα μεταποιημένα φυτικά προϊόντα, για να δικαιούνται την ένδειξη «βιολογικό», θα πρέπει να ανταποκρίνονται στις παρακάτω προϋποθέσεις:

- Ποσοστό 95% τουλάχιστον, των συστατικών γεωργικής προέλευσης, να είναι βιολογικά.
- Το υπόλοιπο 5% των συστατικών γεωργικής προέλευσης, που δεν είναι βιολογικά, να προέρχονται από τον κατάλογο Γ του Παραρτήματος του Καν. με αριθμό 2092/91. Ο κατάλογος αυτός, αφορά αποκλειστικά συστατικά γεωργικής προέλευσης που δεν είναι βιολογικά προϊόντα και που δεν παράγονται καθόλου ή είναι μη επαρκώς παραγόμενα στην Ευρωπαϊκή Ένωση και διατίθενται στην αγορά βιολογικών προϊόντων, εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Τα μεταποιημένα βιολογικά προϊόντα, περιέχουν ως μη συστατικό μη γεωργικής προέλευσης μόνον αυτά που έχουν εγκριθεί στο Α μέρος του Παραρτήματος του Καν. με αριθμό 2092/91. Τέτοια είναι τα πρόσθετα τροφίμων και οι φορείς, τα αρτύματα, το νερό και το άλας, τα μικροβιολογικά παρασκευάσματα, καθώς και τα μέταλλα (ιχνοστοιχεία) και βιταμίνες.
- Τα μεταποιημένα βιολογικά προϊόντα κατά την παρασκευή τους, δεν έχουν υποστεί επεξεργασία με ιονίζουσες ακτινοβολίες ή με ουσίες που δεν έχουν εγκριθεί και δεν αναφέρονται στο Β μέρος του Παραρτήματος, του Καν. με αριθμό 2092/91, ως βοηθητικά μέσα επεξεργασίας και άλλα προϊόντα, τα οποία είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν για την

επεξεργασία ή βιολογική παραγωγή συστατικών γεωργικής προέλευσης και υπό τις αναφερόμενες ειδικές συνθήκες χρησιμοποίησης.

Παρόλα αυτά, προβλέπεται μια παρέκκλιση σε ό,τι αφορά κάποια γεωργικά συστατικά, που δεν περιλαμβάνονται στο Γ μέρος του Παραρτήματος VI, του Καν. με αριθμό 2092/91, ως συστατικά γεωργικής προέλευσης, που δεν παράγονται ή παράγονται με επαρκείς ποσότητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Τα εν λόγω συστατικά, μπορούν να χρησιμοποιηθούν εφόσον:

- Ο ενδιαφερόμενος, έχει κοινοποιήσει στην Αρμόδια Αρχή του κράτους - μέλους, όλα τα απαραίτητα αποδεικτικά στοιχεία, βάσει των οποίων αποδεικνύεται, ότι δεν είναι διαθέσιμο στην αγορά βιολογικών προϊόντων της Κοινότητας, για τους λόγους που προαναφέρθηκαν.
- Η Αρμόδια Αρχή του κράτους - μέλους, εγκρίνει την χρήση αυτών των συστατικών για μια περίοδο τριών μηνών, η οποία μπορεί να μειωθεί όταν αποδειχθεί ότι, τα εν λόγω συστατικά είναι διαθέσιμα στην αγορά βιολογικών προϊόντων της Κοινότητας²⁹.

(²⁹<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.3.1 ΑΠΛΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Για να αναγνωρίζονται τα βιολογικά προϊόντα όταν προωθούνται στην αγορά, έχει καθιερωθεί ένα πλαίσιο κοινοτικών κανόνων σήμανσης και ελέγχου, που εγγυάται τις συνθήκες θεμιτού ανταγωνισμού μεταξύ των παραγωγών αυτών των προϊόντων, ενώ ταυτόχρονα εμποδίζεται η ανωνυμία τους στην αγορά.



Η ένδειξη «Βιολογική γεωργία - Συστήματα ελέγχου ΕΟΚ», δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί στα:

- Φυτικά μεταποιημένα προϊόντα, που περιέχουν λιγότερο από 15% βιολογικά συστατικά.

- Γεωργικά προϊόντα, που παράγονται κατά την περίοδο μετατροπής από τη συμβατικά γεωργία.
- Ζωικά γεωργικά προϊόντα και σύνθετα μεταποιημένα προϊόντα, που κυρίως αποτελούνται από ζωικά προϊόντα.
- Φυτικά μεταποιημένα ή μη μεταποιημένα προϊόντα, που προέρχονται από τρίτες χώρες³⁰.

(³⁰<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>).

1.3.3.2 ΣΥΝΘΕΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τα σύνθετα βιολογικά προϊόντα, διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- Κατηγορία πλέον του 95%

Σε αυτά, το 95% τουλάχιστον των συστατικών γεωργικής προέλευσης, πρέπει να είναι βιολογικά. Το υπόλοιπο 5%, πρέπει να είναι συστατικά μη βιολογικής προέλευσης (συστατικά γεωργικής προέλευσης που δεν παράγονται καθόλου ή παράγονται μη επαρκώς, με βιολογικό τρόπο), είτε συστατικά που περιλαμβάνονται στο Παράρτημα VI, τμήμα I του Καν. με αριθμό 2092/91, ως συστατικά γεωργικής προέλευσης, που δεν είναι βιολογικά.

Από της 11/11/1995, μόνον τα προϊόντα που είναι σύμφωνα με τον βιολογικό τρόπο παραγωγής και τους βιολογικούς κανόνες μεταποίησης, μπορούν να φέρουν στις ονομασίες πώλησής τους ενδείξεις σχετικές με τον βιολογικό τρόπο παραγωγής τους και να χρησιμοποιούν τους όρους, που χρησιμοποιούνται σε κάθε κράτος - μέλος.

- Βιολογικά προϊόντα πλέον του 50%

Σε αυτά, τουλάχιστον 50% των γεωργικής προέλευσης συστατικών τους είναι βιολογικά. Στη σήμανση αυτών των προϊόντων, επιτρέπεται να γίνεται αναφορά στον τρόπο βιολογικής παραγωγής, μόνον στον κατάλογο των συστατικών του προϊόντος. Στην περίπτωση αυτή, τα συστατικά κατατάσσονται με φθίνουσα

σειρά βάρους και με όμοιο σχήμα, μέγεθος, χρώμα και είδος γραφής, που χρησιμοποιείται για όλα τα συστατικά του προϊόντος.

Τα μεταποιημένα φυτικά προϊόντα που περιέχουν βιολογικά συστατικά σε ποσοστό κάτω του 50%, **δεν δικαιούνται** να φέρουν την ένδειξη που να αναφέρεται στον βιολογικό τρόπο παραγωγής.

- Βιολογικά προϊόντα μετατροπής

Για τα ελεγχόμενα προϊόντα, των οποίων οι πρώτες ύλες προέρχονται από εκμεταλλεύσεις που βρίσκονται σε διαδικασία μετατροπής, από συμβατική σε βιολογική καλλιέργεια, **τουλάχιστον 12 μήνες προ της συγκομιδής**, επιτρέπεται κατά παρέκκλιση και για μια μεταβατική περίοδο που έληξε την 01/07/1995, η σήμανσή τους ως **βιολογικά**, με την ένδειξη **σε διαδικασία μετατροπής** και με την προϋπόθεση, ότι αυτά τα βιολογικά προϊόντα, «νωπά και μεταποιημένα», αποτελούνται από ένα μόνο συστατικό γεωργικής προέλευσης, π.χ. βιολογικό λάδι σε διαδικασία μετατροπής. Η γραφή της ένδειξης, γίνεται με ίδιο σχήμα, μέγεθος, χρώμα, για να μην παραπλανάτε ο καταναλωτής και για να διακρίνονται αυτά τα προϊόντα από τα βιολογικά.

Τα προϊόντα μετατροπής, δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν συστατικά για την παρασκευή βιολογικού προϊόντος, π.χ. βιολογικές ελιές μέσα σε λάδι μετατροπής. Επίσης, τα μεταποιημένα προϊόντα που περιέχουν περισσότερα του ενός φυτικά συστατικά γεωργικής προέλευσης, δεν δικαιούνται σήμανσης μεταβατικής περιόδου³¹.

(³¹<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.3.3 ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τα βιολογικά γεωργικά προϊόντα, καθώς και τα είδη διατροφής, μπορούν να μεταφέρονται από μια μονάδα παραγωγής σε κάποια άλλη ή προς τους χονδρεμπόρους και τους λιανοπωλητές (**σε κλειστές συσκευασίες ή**

εμπορευματοκιβώτια), έτσι ώστε να εμποδίζεται η αντικατάσταση του περιεχομένου τους. Επίσης, φέρουν και ετικέτα, που εκτός των άλλων ενδείξεων που προβλέπονται από την σχετική νομοθεσία, αναφέρονται:

- Το όνομα και η διεύθυνση του υπευθύνου παραγωγής ή παρασκευής του προϊόντος. Στην περίπτωση που αναφέρεται άλλος πωλητής, να υπάρχει δήλωση, έτσι ώστε η μονάδα παραλαβής του προϊόντος και ο Οργανισμός Ελέγχου, να μπορούν να προσδιορίσουν επακριβώς τον υπεύθυνο παρασκευής του προϊόντος.
- Η ονομασία του προϊόντος και η σχετική ένδειξη ότι πρόκειται για βιολογικό προϊόν, σύμφωνα με τις σχετικές ενδείξεις που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Όταν ένα βιολογικό προϊόν προέρχεται από τρίτη χώρα, η μεταφορά του γίνεται επίσης σε κλειστές συσκευασίες ή εμπορευματοκιβώτια, η ετικέτα των οποίων αναφέρει τον εξαγωγέα και όλες τις άλλες σχετικές ενδείξεις, που επιτρέπουν την αναγνώριση της παρτίδας με το πιστοποιητικό ελέγχου (Καν. με αριθμό 2083/92). Ο παραλήπτης αυτού του προϊόντος, οφείλει να ελέγξει την σφράγιση της συσκευασίας ή του εμπορευματοκιβωτίου και να επαληθεύσει τις σχετικές ενδείξεις της ετικέτας με τα συνοδευτικά έγγραφα (πιστοποιητικά). Στην συνέχεια, πρέπει να καταγράψει ακριβώς το αποτέλεσμα της επαλήθευσης στα λογιστικά βιβλία της επιχείρησης.

Δεν απαιτείται να είναι κλειστές οι συσκευασίες ή τα εμπορευματοκιβώτια, εφόσον συντρέχουν οι προϋποθέσεις ότι :

- Η μεταφορά πραγματοποιείται μεταξύ ενός παραγωγού και ενός άλλου εμπορευόμενου, οι οποίοι ελέγχονται από τον ίδιο Οργανισμό Ελέγχου.
- Τα προϊόντα συνοδεύονται από έγγραφο, όπου φαίνονται όλα τα στοιχεία που αναφέρθηκαν στην περίπτωση μεταφοράς, από μονάδα σε μονάδα, ή χονδρεμπόρους ή λιανοπωλητές.

Σε περίπτωση που υπάρχει αμφιβολία σχετικά με την προέλευση ενός προϊόντος και που δεν διευκρινιστεί πλήρως, τότε αυτό το προϊόν δεν μπορεί να

χρησιμοποιηθεί για μεταποίηση ή συσκευασία με την ένδειξη «βιολογικό» και επομένως, διατίθεται στην αγορά ως προϊόν συμβατικής γεωργίας³².

(³²<http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>.)

1.3.3.4 ΠΟΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΕΙ ΕΝΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΕΝΤΑΧΘΕΙ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ;

Ένας παραγωγός, προκειμένου να ενταχθεί στο Σύστημα ελέγχου και πιστοποίησης προϊόντων βιολογικής γεωργίας, θα πρέπει αρχικά να επιλέξει τον Οργανισμό Ελέγχου και Πιστοποίησης με τον οποίο θα συνεργαστεί και:

- Να υποβάλει στον Οργανισμό Ελέγχου και Πιστοποίησης μία Αίτηση συνοδευόμενη από μία Υπεύθυνη Δήλωση, με την οποία θα δεσμεύεται για την εφαρμογή της νομοθεσίας.
- Να υπογράψει με τον Οργανισμό Ελέγχου και Πιστοποίησης, σύμβαση συνεργασίας.
- Να γνωστοποιήσει την έναρξη της δραστηριότητάς του σχετικά με το βιολογικό τρόπο παραγωγής προϊόντων, εντός 10 (δέκα) ημερών από την υπογραφή της Σύμβασης, στη Δ/ση Αγροτικής Ανάπτυξης της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, στα διοικητικά όρια της οποίας βρίσκεται η έδρα της εκμετάλλευσης ή της επιχείρησής του³³.

(³³<http://www.agrocert.gr/2008/05/23/pages/content.asp?cntID=75&catID=48#anchor09>)

1.3.3.5 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τα οφέλη από την κατανάλωση και τη διαδικασία παραγωγής των βιολογικών προϊόντων, είναι πολύ σημαντικά, γιατί δεν αφορούν μόνο τον

καταναλωτή σε προσωπικό επίπεδο, αλλά αφορούν και το κοινωνικό σύνολο και είναι τα ακόλουθα:

1. Τα βιολογικά τρόφιμα είναι υψηλής θρεπτικής αξίας, πλουσιότερα σε πρωτεΐνες, ιχνοστοιχεία, μεταλλικά άλατα, βιταμίνες κ. α., σε σχέση με τα συμβατικά προϊόντα.
2. Τα βιολογικά προϊόντα έχουν αναλλοίωτη φυσική γεύση και άρωμα, είναι πάντα φρέσκα, αφού συλλέγονται και πωλούνται μόνο στην εποχή τους.
3. Η κατανάλωση των βιολογικών τροφίμων, συμβάλλει στην προστασία της υγείας του καταναλωτή, μιας και δεν χρησιμοποιούνται καθόλου πρόσθετες χημικές ουσίες για την παραγωγή και την συντήρησή τους.
4. Η παραγωγική διαδικασία των βιολογικών προϊόντων, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος, αφού δεν δημιουργεί απόβλητα που να δηλητηριάζουν το έδαφος, τα νερά, την ωφέλιμη χλωρίδα και πανίδα. Σε αντίθεση με τις συμβατικές παραγωγικές διαδικασίες, η φυσική λίπανση διατηρεί τα εδάφη ζωντανά και γόνιμα μακροπρόθεσμα.
5. Η παραγωγική διαδικασία των βιολογικών προϊόντων, αλληλεπιδρά με εποικοδομητικό και ζωτικό τρόπο, σε όλα τα φυσικά συστήματα και συνάμα, συμβάλλει στην διατήρηση της ισορροπίας στο οικοσύστημα.
6. Η υψηλή ποιότητα και η γνησιότητα των βιολογικών προϊόντων, είναι εγγυημένη από τους οργανισμούς πιστοποίησης, οι οποίοι και διενεργούνται σε όλα τα στάδια παραγωγής των προϊόντων³⁴.

(³⁴ <http://www.hrima.gr/article.asp?view=48&ref=43>)

1.3.3.6 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, οι διαφορές ανάμεσα στα συμβατικά με τα βιολογικά προϊόντα είναι όχι μόνο πολλές, αλλά και ουσιαστικές. Εάν

επιλέξουμε να φάμε προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας και κτηνοτροφίας, πετυχαίνουμε:

- να θωρακίσουμε την υγεία μας
- να παρέχουμε στον οργανισμό μας υψηλής θρεπτικής αξίας τροφές
- να έχουμε καλύτερη γεύση, καθώς τα βιολογικά προϊόντα αναπτύσσονται με φυσική διαδικασία και διατηρούν ανέπαφη την φυσική τους κατάσταση
- να βοηθήσουμε την σωστή ανάπτυξη των παιδιών μας
- να σεβαστούμε το φυσικό μας περιβάλλον, ενισχύοντας την γονιμότητα του εδάφους με τη μέθοδο της εναλλαγής των ειδών καλλιέργειας κάθε χρόνο
- να είμαστε σίγουροι ότι καταναλώνουμε όντως προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας και κτηνοτροφίας, αφού ελέγχονται, όπως απαιτούν οι κανονισμοί.

Συγκρίνοντας την ευπάθεια των προϊόντων, σημειώνουμε ότι τα συμβατικής καλλιέργειας προϊόντα, εξαιτίας της μεγάλης περιεκτικότητάς τους και των μεγάλων συγκεντρώσεών τους σε φυτοφάρμακα και συντηρητικά, απαιτούν μεγαλύτερο χρόνο συντήρησης, σε σχέση με αυτά της βιολογικής καλλιέργειας. Γι' αυτό το λόγο τα βιολογικά προϊόντα είναι σαφέστατα πιο ευπαθή, αφού καλλιεργούνται και αναπτύσσονται πάντα στην εποχή τους και η διαδικασία της ωρίμανσής τους γίνεται στους σωστούς χρόνους.

Ωστόσο, οι φορείς του κλάδου αναφέρουν, ότι τα βιολογικά προϊόντα, παρά το γεγονός ότι αναπτύσσονται με φυσική διαδικασία και διατηρούν τα θρεπτικά συστατικά και τις βιταμίνες τους, έχουν αυθεντική γεύση και άρωμα σε σχέση με τα συμβατικά³⁵.

(³⁵ <http://www.hrima.gr/article.asp?view=48&ref=43>)

1.3.3.7 Η ΔΙΑΦΟΡΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΤΙΜΗ

Η διαφορετική τιμή πώλησης που παρατηρείται ανάμεσα στα βιολογικά και τα συμβατικά προϊόντα οφείλεται κυρίως στην ποιοτική ανωτερότητα των βιολογικών. Τα βιολογικά προϊόντα αναμφισβήτητα αξίζουν κάτι περισσότερο από τα συμβατικά, αφού υπερέχουν σαφώς σε θρεπτική αξία, γεύση και επιπλέον μας προσδίδουν μεγαλύτερη ασφάλεια. Παράλληλα, το γεγονός ότι τα συμβατικά τρόφιμα έχουν μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε νερό μας δίνει αφορμή να πούμε πως στην ουσία η φαινομενικά αυξημένη τιμή των βιολογικών προϊόντων είναι ίδια με αυτή των συμβατικών.

Πέρα από την ποιότητα, το υψηλό κόστος παραγωγής των βιολογικών προϊόντων δικαιολογημένα ανεβάζει την τιμή πώλησης. Οι ακριβότερες πρακτικές που απαιτεί η βιολογική γεωργία κοπιαστικές φροντίδες που καταβάλλουν οι βιοκαλλιεργητές, αυξάνουν σημαντικά το κόστος παραγωγής, το οποίο υπερβαίνει αρκετά εκείνο των συμβατικών προϊόντων. Η χρήση ισχυρών φυτοφαρμάκων, χημικών λιπασμάτων και άλλων χημικών ουσιών βοηθά τον συμβατικό παραγωγό στην επίτευξη της μεγιστοποίησης της παραγωγής με ελάχιστα εργατικά χέρια. Αντίθετα, στη βιολογική καλλιέργεια απαγορεύεται η χρήση οποιουδήποτε χημικού και επομένως παρουσιάζεται αυξημένη η ανάγκη για περισσότερα εργατικά χέρια αφού όλες οι εργασίες γίνονται χειρωνακτικά.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των βιολογικών τροφίμων που υπάρχουν στα ράφια των καταστημάτων στη χώρα μας, παράγονται στο εξωτερικό και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να είναι άγνωστη η προέλευση των προϊόντων αυτών και σε μεγάλο ποσοστό οι καταναλωτές να τα θεωρούν άγνωστα λόγω της μη εντοπιότητάς τους, με αποτέλεσμα την ελάχιστη κατανάλωσή τους. Για το λόγο αυτό πρέπει να παράγουμε περισσότερα βιολογικά τρόφιμα στη χώρα μας, διότι μπορούμε να έχουμε άριστες πρώτες

ύλες, λόγω του Μεσογειακού μας κλίματος που προσφέρεται για τέτοιων ειδών καλλιέργειες και με χαμηλότερη τιμή³⁶.

(³⁶ <http://www.hrima.gr/article.asp?view=48&ref=43>)

1.3.3.8 Η ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ, ΤΟ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΚΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η επισήμανση, καθώς και η διαφήμιση, δεν μπορούν να αναφερθούν στον τρόπο βιολογικής παραγωγής, παρά μόνον εάν οι ενδείξεις αυτές καθιστούν σαφές ότι πρόκειται για έναν τρόπο γεωργικής παραγωγής. Το εν λόγω προϊόν πρέπει άλλωστε να τηρεί τις διατάξεις του κανονισμού 2092/91. Ο συναλλασσόμενος πρέπει να έχει υπαχθεί στα μέτρα ελέγχου που προβλέπονται από τον Κανονισμό και το όνομα και/ή ο αριθμός κωδικού του οργανισμού πιστοποίησης πρέπει να αναφέρονται.

Η νομοθεσία λαμβάνει υπόψη της την περιεκτικότητα του προϊόντος σε συστατικά βιολογικής γεωργικής προέλευσης προκειμένου να καθορίσει σε τι μέτρο μπορεί να γίνει αναφορά στον τρόπο βιολογικής παραγωγής.

Έτσι, η επισήμανση και η διαφήμιση ενός προϊόντος δεν μπορούν να αναφέρουν, στην ονομασία πώλησης, τον τρόπο βιολογικής παραγωγής παρά μόνο εφόσον το προϊόν περιέχει τουλάχιστον 95% συστατικών προερχόμενων από βιολογική παραγωγή. Τα προϊόντα αυτά μπορούν, επομένως, να περιέχουν έως 5% συστατικών συμβατικής παραγωγής, εφόσον πρόκειται για μη διαθέσιμα προϊόντα (ορισμένα εξωτικά φρούτα, για παράδειγμα) ή διαθέσιμα σε ανεπαρκή ποσότητα στην Κοινοτική αγορά βιολογικής παραγωγής. Ο πίνακας των συστατικών που επιτρέπονται αναφέρεται στο Παράρτημα I, μέρος Α6,α, του Κανονισμού 2092/91.

Τα προϊόντα που περιέχουν 70-95% συστατικά περιεχόμενα από τον τρόπο βιολογικής παραγωγής δεν μπορούν να τύχουν της ένδειξης που αναφέρει τον τρόπο αυτό παραγωγής παρά μόνο στον πίνακα συστατικών, και όχι στην

ονομασία πώλησης. Οι ενδείξεις σχετικά με τον τρόπο βιολογικής παραγωγής που αναφέρονται στον πίνακα των συστατικών δεν πρέπει να φαίνονται περισσότερο απ' ό,τι οι άλλες ενδείξεις του πίνακα των συστατικών. Το εκατοστιαίο ποσοστό συστατικών που προέρχονται από τον τρόπο βιολογικής παραγωγής πρέπει επιπλέον να εξειδικεύεται υποχρεωτικά. Όταν ένα προϊόν περιέχει τουλάχιστον 70% συστατικά βιολογικής γεωργικής προέλευσης, καμία αναφορά δεν μπορεί να γίνει στον τρόπο βιολογικής παραγωγής στην επισήμανση ή στην διαφήμιση του προϊόντος.

Ωστόσο, η κοινοτική νομοθεσία προσφέρει τη δυνατότητα να γίνεται αναφορά στην περίοδο μετατροπής. Πράγματι, οι ενδείξεις που αναφέρονται στη μετατροπή προς τον τρόπο βιολογικής παραγωγής, με μορφή «προϊόν σε μετατροπή προς τη βιολογική γεωργία» μπορούν να τεθούν επί των προϊόντων φυτικής προέλευσης που τηρούν τις διατάξεις του Κανονισμού 2092/91 και για τις οποίες ο συναλλασσόμενος υπόκειται στα μέτρα ελέγχου.

Παρόλα αυτά, η μετατροπή πρέπει να εφαρμοστεί στα αντίστοιχα αγροτεμάχια στη διάρκεια τουλάχιστον δώδεκα μηνών. Επιπλέον, οι ενδείξεις αυτές δεν πρέπει να προκαλούν κίνδυνο σύγχυσης στο μυαλό του καταναλωτή. Η δυνατότητα αυτή να γίνεται αναφορά στην περίοδο μετατροπής στοχεύει να βοηθήσει τον παραγωγό στην φάση μετάβασης προς τον τρόπο βιολογικής παραγωγής, περίοδος η οποία είναι εν γένει δυσχερής από άποψη επενδύσεων, επιτρέποντάς του ιδίως να αξιοποιεί την παραγωγή του μετά τον πρώτο χρόνο.

Ο Κανονισμός 2092/91, έτσι όπως τροποποιήθηκε από το Συμβούλιο το 1995 παραχώρουσε τη δυνατότητα στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή να αναπτύξει ένα ειδικό λογότυπο σχετικά με τον βιολογικό τρόπο παραγωγής, καθώς και μια ένδειξη ελέγχου, με στόχο να εξειδικεύσει ρητά ότι



το καλυπτόμενο προϊόν είχε υπαχθεί στο καθεστώς ελέγχου. Τον Μάρτιο του

2000, ο Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 331/2000 της Επιτροπής δημιούργησε το εν λόγω λογότυπο, στόχος του οποίου είναι να αυξήσει την αξιοπιστία των βιολογικών προϊόντων στα μάτια των καταναλωτών και να βελτιώσει τον εντοπισμό τους στην αγορά. Το λογότυπο που δημιουργήθηκε έτσι δεν είναι υποχρεωτικό. Επομένως, οι παραγωγοί μπορούν να το χρησιμοποιήσουν σε εκούσια βάση εφόσον τα προϊόντα τους ανταποκρίνονται στους απαιτούμενους όρους.

Το λογότυπο και η ένδειξη ελέγχου δεν μπορούν να τεθούν παρά μόνο επί ορισμένων προϊόντων που καλύπτονται από τον Κανονισμό 2092/91 και, ιδίως, εκείνα τα οποία ανταποκρίνονται στο σύνολο των εξής όρων:

- Περιέχουν τουλάχιστον 95% συστατικά τα οποία έχουν παραχθεί με τον βιολογικό τρόπο.
- Έχουν υπαχθεί στη διάρκεια της διαδικασίας παραγωγής και παρασκευής στο καθεστώς προβλεπόμενου ελέγχου από τον κανονισμό. Αυτό συνεπάγεται ότι οι ενδιαφερόμενοι συναλλασσόμενοι από τη γεωργική παραγωγή, τη μεταποίηση, τη συσκευασία και τη σήμανση του προϊόντος υπόκεινται στο καθεστώς αυτό ελέγχου.
- Πωλούνται κατευθείαν σε σφραγισμένες συσκευασίες ή τίθενται στην αγορά ως προσυσκευασμένα τρόφιμα.
- Φέρουν επί της ετικέτας την ονομασία και/ή την εμπορική επωνυμία του παραγωγού, προπαρασκευαστή ή πωλητή, καθώς και τον αριθμό κωδικού του οργανισμού ελέγχου.

Εξάλλου, ο Κανονισμός 331/2000 ρυθμίζει τους όρους παρουσίασης και χρησιμοποίησης του κοινοτικού λογότυπου. Το επιτιθέμενο λογότυπο πρέπει έτσι να είναι σύμφωνο προς τα υποδείγματα που αναφέρονται στο Παράρτημα του κανονισμού. Τέλος, το κοινοτικό λογότυπο καθώς και οι ενδείξεις που περιλαμβάνει, πρέπει να έχουν χρησιμοποιηθεί σύμφωνα με τους κανόνες τεχνικής αναπαραγωγής που αναφέρονται στο γραφιστικό σχέδιο.

Οι διατάξεις του Κανονισμού 2092/91 προβλέπουν επίσης ότι σε επίπεδο διαφήμισης σχετικά με τα προϊόντα της βιολογικής γεωργίας τηρούνται ορισμένοι όροι. Οι διατάξεις αυτές στοχεύουν να διασφαλίσουν ότι η διαφήμιση δεν θέτει σε κίνδυνο τις προσπάθειες διαφάνειας που προβλέπονται για την επισήμανση των προϊόντων. Θα πρέπει, άλλωστε, να υπενθυμιστεί στο πλαίσιο αυτό η οδηγία 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου σχετικά με την απατηλή διαφήμιση, που απαγορεύει κάθε διαφήμιση η οποία θα έχει ως συνέπεια να οδηγήσει σε λάθος τους καταναλωτές και να βλάψει τον ανταγωνισμό. Η οδηγία αυτή προβλέπει, επίσης, την υποχρέωση για κάθε κράτος-μέλος να αποκτήσει τα κατάλληλα και αποτελεσματικά μέσα για να απαγορεύσει αυτόν τον τύπο διαφήμισης³⁷.

(³⁷Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.30-33, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.3.3.9 ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΗΣ Ε.Ε.-ΘΕΣΠΙΣΗ ΚΑΘΕΣΤΩΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ

Όλα τα προϊόντα τα οποία τηρούν τις διατάξεις της κοινοτικής νομοθεσίας σχετικά με την βιολογική γεωργία μπορούν, σύμφωνα με την αρχή της ενιαίας αγοράς που επιβεβαιώνεται στη συνθήκη της Ρώμης, να κυκλοφορούν στο σύνολο της επικράτειας της Ε.Ε., είτε έχουν παραχθεί σε αυτήν είτε έχουν εισαχθεί από τρίτες χώρες. Επομένως, ένα κράτος-μέλος δεν μπορεί, για λόγους που οφείλονται στον τρόπο βιολογικής παραγωγής και στην παρουσίαση αυτού του τρόπου παραγωγής στην τοποθέτηση ετικέτας ή την διαφήμιση, να απαγορεύσει ή να περιορίσει την εμπορία του, εάν το εν λόγω προϊόν τηρεί το σύνολο των διατάξεων που προβλέπονται στον εν λόγω κανονισμό.

Λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία διασφάλισης της υψηλότερης αξιοπιστίας του τομέα της βιολογικής γεωργίας, ο κανονισμός εισάγει ορισμένα μέτρα σχετικά με τον έλεγχο των ενεργών συναλλασσομένων του τομέα:

Κάθε συναλλασσόμενος που παράγει, παρασκευάζει ή εισάγει από μια Τρίτη χώρα προϊόντα προερχόμενα από τον τρόπο της βιολογικής παραγωγής πρέπει να ανακοινώνει αυτή τη δραστηριότητα στην αρμόδια αρχή του κράτους-μέλους στο οποίο ασκείται η δραστηριότητα αυτή. Η ανακοίνωση αυτή πρέπει να επιτρέπει τον εντοπισμό των αγροτεμαχίων που καλλιεργήθηκαν σύμφωνα με τον βιολογικό τρόπο και να επιτυγχάνει τη ρητή δέσμευση του συναλλασσόμενου να τηρήσει τις διατάξεις του κανονισμού, καθώς και την ονομασία του οργανισμού ελέγχου ο οποίος είναι επιφορτισμένος με τον έλεγχο της εκμετάλλευσης.

Ο κανονισμός επιβάλλει σε κάθε κράτος-μέλος να θεσπίσει ένα καθεστώς ελέγχου το οποίο θα ασκείται από μία ή περισσότερες δημόσιες αρχές /ή από αναγνωρισμένους ιδιωτικούς οργανισμούς. Ορίζει μία αρχή (Εθνική Επιτροπή Διαπίστευσης) επιφορτισμένη με την αναγνώριση και την εποπτεία των αναγνωρισμένων ιδιωτικών οργανισμών ελέγχου, στην περίπτωση που ο τύπος αυτός καθεστώτος επιλεγεί. Η Εθνική Επιτροπή Διαπίστευσης έχει κυρίως ως υποχρέωση να εποπτεύει τους οργανισμούς αυτούς προκειμένου να βεβαιώνεται για την ικανότητά τους να πραγματοποιούν τους προβλεπόμενους ελέγχους και να διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα και η αντικειμενικότητα των ελέγχων που διενεργούνται. Άλλωστε, μέσω της αρχής αυτής ή του συστήματος διαπίστευσης, κάθε κράτος-μέλος βεβαιώνεται για τη συμβατότητα αυτών των ιδιωτικών οργανισμών με το πρότυπο EN45011 (ή ISO 65). Το πρότυπο αυτό έχει καθοριστεί από την Κοινή Ευρωπαϊκή Οργάνωση Τυποποίησης (CEN) και προβλέπει τις απαιτήσεις προς ικανοποίηση από τους οργανισμούς πιστοποίησης προκειμένου να διασφαλίζεται ότι οι πιστοποιήσεις τους πραγματοποιούνται κατά τρόπο αξιόπιστο και σταθερό.

Κάθε συναλλασσόμενος ο οποίος, στο πλαίσιο μιας εμπορικής δραστηριότητας, παράγει, παρασκευάζει ή εισάγει γεωργικά προϊόντα ή τρόφιμα τα οποία αναφέρονται στον τρόπο βιολογικής παραγωγής, πρέπει να υπόκειται σε αυτό το ειδικό καθεστώς ελέγχου το οποίο θεσπίστηκε από το κράτος-μέλος. Το καθεστώς αυτό ελέγχου αποτελεί αντικείμενο λεπτομερών διατάξεων, οι οποίες αναφέρονται ιδίως στο Παράρτημα I, μέρος A3,γ του Κανονισμού 2092/91.

Το σύστημα ελέγχου περιλαμβάνει έτσι την υποχρέωση για τον υπεύθυνο της γεωργικής εκμετάλλευσης και τον οργανισμό ελέγχου να καταρτίσουν μια πλήρη περιγραφή της μονάδας. Η περιγραφή αυτή πρέπει ιδίως να επιτρέπει τον εντοπισμό των τόπων παραγωγής και αποθήκευσης, των περιοχών συγκομιδής, των προγραμμάτων λιπασματοδιανομής και ενδεχομένως τους τόπους όπου θα διεξαχθούν ορισμένες ενέργειες μεταποίησης ή/ και συσκευασίας. Τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν για να διασφαλισθεί η τήρηση της Κοινοτικής νομοθεσίας πρέπει επίσης να περιγράφονται. Από τη στιγμή που θα καταρτιστεί η έκθεση αυτή, ο παραγωγός ανακοινώνει κάθε χρόνο στον οργανισμό το πρόγραμμα παραγωγής των φυτικών προϊόντων, αναλυτικά σε επίπεδο αγροτεμαχίων.

Λογιστικά αναλυτικά βιβλία πρέπει άλλωστε να τηρούνται προκειμένου να είναι δυνατή η βέλτιστη ανιχνευσιμότητα των προϊόντων. Στην περίπτωση της παραγωγής βιολογικών προϊόντων ζωικής προέλευσης ο παραγωγός δεσμεύεται επιπλέον να τηρεί μητρώο το οποίο θα επιτρέπει την πλήρη άποψη του συστήματος διαχείρισης του ζωικού κεφαλαίου. Πρέπει επίσης να αναφέρονται σε αυτά τα “ τετράδια εκτροφής” οι εισοδοί και έξοδοι ζώων ανά είδος, οι ενδεχόμενες απώλειες ζώων, η διατροφή και οι κτηνιατρικές θεραπείες που ενδεχομένως εφαρμόστηκαν.

Στη περίπτωση στην οποία μια βιολογική παραγωγή και μια συμβατική παραγωγή εφαρμόστηκαν στην ίδια γεωργική εκμετάλλευση, υποχρεούται να παραγωγός να διαχωρίσει κατά τρόπο αναμφισβήτητο τα αγροτεμάχια και τους τόπους αποθεματοποίησης μεταξύ των δύο τύπων παραγωγής. Ταυτόσημες

ποικιλίες φυτών ή φυλών ζώων δεν μπορούν να καλλιεργηθούν /εκτραφούν στην ίδια εκμετάλλευση. Ο έλεγχος που διενεργείται από τον οργανισμό αναφέρεται στο σύνολο της εκμετάλλευσης, επομένως και στις περιοχές που προορίζονται για την παραγωγή των συμβατικών προϊόντων.

Ο οργανισμός ελέγχου πρέπει να πραγματοποιεί τουλάχιστον μια ετήσια επιθεώρηση επιτόπου σε κάθε εκμετάλλευση. Η επιθεώρηση αυτή πρέπει να συμπληρώνεται από απροειδοποίητους ελέγχους. Κατά τους ελέγχους αυτούς ο οργανισμός ελέγχει την τήρηση της νομοθεσίας, προβαίνοντας, ενδεχομένως, σε δειγματοληψίες προκειμένου να προσδιορίσει την ενδεχόμενη χρήση απαγορευμένων προϊόντων.

Για τις μονάδες μεταποίησης και συσκευασίας βιολογικών προϊόντων, θεσπίζονται οι ίδιες αρχές εντοπισμού, παρακολούθησης και λογιστικής. Η αρχή διαχωρισμού των περιοχών μεταποίησης, αποθεματοποίησης και συσκευασίας επιβάλλεται επίσης και στους συναλλασσομένους οι οποίοι προβαίνουν στον χειρισμό των προϊόντων βιολογικής προέλευσης και προϊόντων συμβατικής προέλευσης.

Η νομοθεσία η οποία εφαρμόζεται για τον έλεγχο των εισαγωγέων στοχεύει και αυτή να διασφαλίσει την εποπτεία των κινήσεων των προϊόντων που εισάγονται από τρίτες χώρες σε επίπεδο κάθε παρτίδας, ιδίως, απαιτώντας τον πλήρη εντοπισμό των προϊόντων πρέπει να τίθενται στη διάθεση του οργανισμού ελέγχου.

Όταν διαπιστώνεται μια παρατυπία από τον οργανισμό ελέγχου, ο τελευταίος αυτός προβαίνει στον αποχαρακτηρισμό των εν λόγω παρτίδων. Τα εν λόγω προϊόντα δε θα μπορούν επομένως να πωληθούν με την ένδειξη “βιολογικά”. Το μέτρο αυτό μπορεί επίσης να γίνει αυστηρότερο σε περίπτωση έκδηλης ή παρατεταμένης παράβασης: στην περίπτωση αυτή πράγματι μπορεί να απαγορευθεί στον ενδιαφερόμενο συναλλασσόμενο η παραγωγή ή η εμπορία προϊόντων προερχομένων από τον τρόπο της βιολογικής παραγωγής για μια ορισμένη περίοδο από τον οργανισμό ελέγχου. Η εφαρμογή αυτών των μέτρων

είναι αποδεκτή προκαταβολικά από τους συναλλασσομένους οι οποίοι, υποκείμενοι σε αυτό το καθεστώς ελέγχου, υπογράφουν την σύμβαση με τον εν λόγω οργανισμό. Η αρμόδια αρχή σε κάθε κράτος μέλος υποχρεούται να γνωρίζει τις παρατυπίες και/ ή παραβάσεις που διαπιστώθηκαν από τους ιδιωτικούς οργανισμούς ελέγχου.

Τα γεωργικά προϊόντα που προέρχονται από βιολογική παραγωγή δε μπορούν να μεταφερθούν παρά μόνο σε συσκευασίες ή containers κλειστά έτσι ώστε να εμποδίζεται κάθε υποκατάσταση του περιεχομένου.

Ο κανονισμός 2092/91 προβλέπει, τέλος, την υποχρέωση για τα κράτη μέλη να λαμβάνουν όλα τα αναγκαία μέτρα προκειμένου να αποφύγουν την παραπλανητική χρησιμοποίηση των ενδείξεων που αναφέρονται στον τρόπο βιολογικής παραγωγής. Η διάταξη αυτή συνεπάγεται ότι οι δραστηριότητες ελέγχου που διεξάγονται στο πλαίσιο του ιδιωτικού καθεστώτος ελέγχου συμπληρώνονται, αν απαιτείται, από τη δράση των δημοσίων αρχών σε κάθε κράτος μέλος³⁸.

(³⁸ Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.30-33, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

1.4 ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

1.4.1 Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ

Ο ρόλος της βιολογικής γεωργίας σήμερα είναι πλέον ορατός και αποδεκτός ως ένα οικοπεριβαλλοντικό σύστημα παραγωγής της τροφής του ανθρώπου, με τα λιγότερα περιβαλλοντικά προβλήματα το οποίο λειτουργεί με αρμονία και ισορροπία στη φύση, αρκεί να εφαρμοστεί το ότι «έχω ένα κεφάλαιο-γη στην τράπεζα-περιβάλλον και παίρνω μόνο τους τόκους προϊόντα».

Τα παραγόμενα προϊόντα της βιολογικής γεωργίας είναι πλέον «συνήθεια» στο καθημερινό διατροφικό τραπέζι, αρκεί και εδώ να υπάρχει ο προβληματισμός των κοινωνικών κριτηρίων, ποιος παρήγαγε το προϊόν, από ποιο σημείο του πλανήτη προήλθε, τι καθεστώς επικρατεί εκεί, έτσι ώστε να υπάρχει και εδώ μια ισόρροπη κατάσταση κοινωνίας και περιβάλλοντος.

Σήμερα είναι επιβεβλημένος ο ρόλος των πιστοποιητικών οργανισμών όσο ποτέ άλλοτε γιατί ενώ το υπάρχον κοινωνικό-αγροτικό συμβατικό σύστημα παραγωγής της τροφής συνεχώς ολισθαίνει, ο πιστοποιητικός οργανισμός πρέπει να διασφαλίσει ότι το σύστημα παραγωγής της τροφής θα έχει αποτέλεσμα να φθάνουν στον κάθε ένα από εμάς, παραγωγό-καταναλωτή, «καθαρά» προϊόντα, ώστε να προστατεύεται έτσι όχι μόνον ο άνθρωπος αλλά και κάθε έμβιος οργανισμός³⁹. Η ένδειξη «προϊόν βιολογικής γεωργίας» είναι πράγματι η πρώτη «οίκο-ετικέτα», το πρότυπο όλων των προσπαθειών εμπορίας μιας περιβαλλοντικής αξίας.

(³⁹ Θωμάς Μισαηλίδης Γενικός Διευθυντής “GREEN CONTROL”, 03/05/2008, ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ).

Από τις συνολικές βιολογικά καλλιεργούμενες εκτάσεις παγκοσμίως, όπως φαίνονται και στο σχήμα 7 και στο σχήμα 8 που ακολουθούν, το σύνολο



των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων της Ασίας αγγίζει τα 31 εκατομμύρια στρέμματα, σε σχεδόν 30.000 αγροκτήματα, που αποτελούν το 10% της συνολικής βιολογικής αγροτικής έκτασης παγκοσμίως. Ηγετική θέση κατέχει η Κίνα (23 εκατ. στρέμματα), και η Ινδία (5,2 εκατ. στρέμματα). Τα υψηλότερα ποσοστά βιολογικά καλλιεργούμενης έκτασης σε σχέση με το σύνολο καλλιεργούμενων εκτάσεων αντιστοιχούν στο Τιμόρ-Λέστε (6,9%), το Λίβανο (1%), τη Σρι Λάνκα και το Ισραήλ (0,7%). Η συλλογή αυτοφυών είναι ιδιαίτερα σημαντική στο Αζερμπαϊτζάν, την Ινδία και την Κίνα (πάνω από 10 εκατ. στην κάθε χώρα).

Στην Αφρική υπάρχουν περισσότερα από 4 εκατομμύρια στρέμματα πιστοποιημένης βιολογικής αγροτικής έκτασης παγκοσμίως. Υπάρχουν τουλάχιστον 175.266 βιοκαλλιεργητές. Οι χώρες με τη μεγαλύτερη βιολογικά καλλιεργούμενη έκταση είναι οι: Τυνησία (1.547.930 στρέμματα), Ουγκάντα (884.390 στρέμματα), και Ν. Αφρική (500.000 στρέμματα). Τα υψηλότερα ποσοστά βιολογικά καλλιεργούμενης έκτασης σε σχέση με το σύνολο των καλλιεργούμενων εκτάσεων αντιστοιχούν στο Σάο Τομέ και Πρίνσιπε (5,2%), την Τυνησία (1,6%) και την Ουγκάντα (0,7%).



Στη Βόρεια Αμερική σχεδόν 22 εκατομμύρια στρέμματα καλλιεργούνται βιολογικά, αντιπροσωπεύοντας περίπου το 0,6 % των συνολικών αγροτικών εκτάσεων και το 7% των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων παγκοσμίως. Ο αριθμός των βιολογικών αγροκτημάτων είναι 12.064 και το μεγαλύτερο τμήμα των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων βρίσκεται στις ΗΠΑ (16 εκατομμύρια στρέμματα το 2005).

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, η βιολογική γεωργία έχει αρχίσει να αναπτύσσεται σχεδόν σε όλες της χώρες της Ευρώπης. Σύμφωνα με στοιχεία του τέλους του 2006, τα 74 εκατ. στρέμματα βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων της Ευρώπης αντιστοιχούσαν σε πάνω από 200.000 αγροκτήματα. Από αυτά, 68 εκατ. στρέμματα και σχεδόν 180.000 βιολογικά αγροκτήματα βρίσκονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Όσον αφορά



τις αγροτικές καλλιέργειες, το 1,6% των αγροτικών εκτάσεων της Ευρώπης και το 4% των εκτάσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης καλλιεργούνται βιολογικά. Το

24% της συνολικής βιολογικής αγροτικής έκτασης παγκοσμίως βρίσκεται στην Ευρώπη. Οι χώρες με τις περισσότερες εκτάσεις βιολογικής καλλιέργειας είναι οι: Ιταλία (11.481.620 στρέμματα), Ισπανία (9.263.900 στρέμματα) και Γερμανία (8.255.390 στρέμματα). Τα περισσότερα ποσοστά έχουν το Λιχτενστάιν (29%), η Αυστρία (13%) και η Ελβετία (12%). Σε σχέση με το 2005, οι εκτάσεις βιολογικής καλλιέργειας έχουν αυξηθεί περισσότερο από μισό εκατομμύριο στρέμματα. Η αύξηση αυτή οφείλεται στην ανάπτυξη των περισσότερων ευρωπαϊκών χωρών, ιδίως της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Πολωνίας και της Πορτογαλίας.

Στη Λατινική Αμερική, σε 223.277 αγροκτήματα καλλιεργήθηκαν με βιολογικές μεθόδους περίπου 49 εκατομμύρια στρέμματα αγροτικών εκτάσεων,



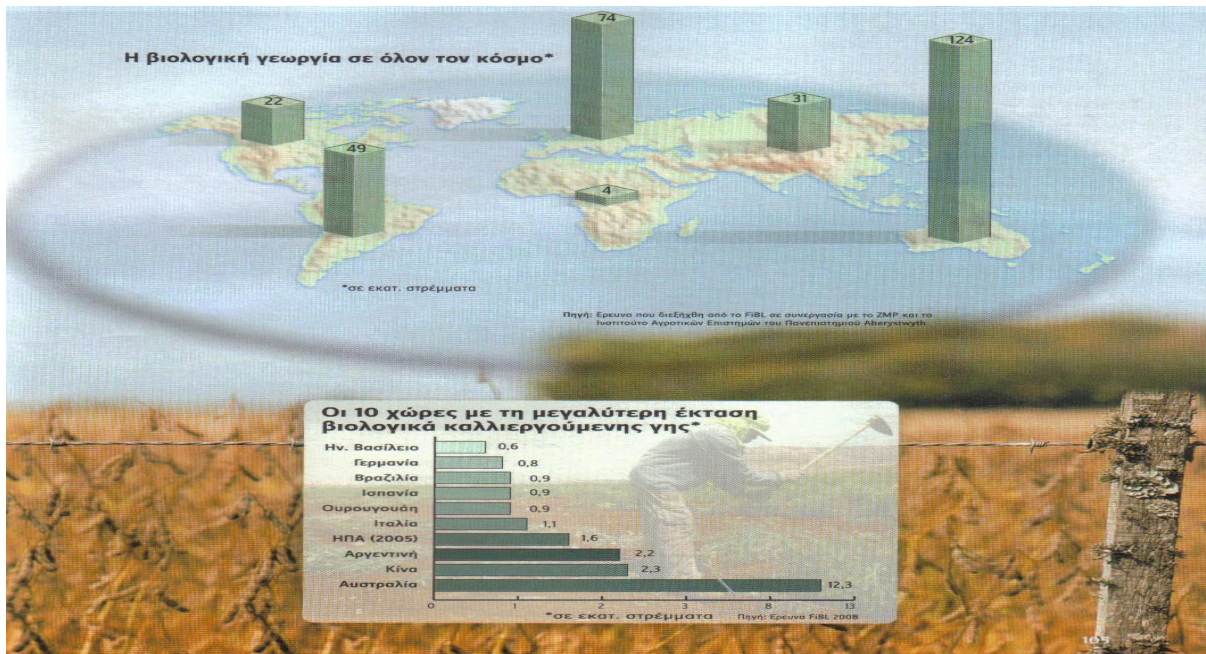
που αποτελούν το 0,7% των συνολικών αγροτικών εκτάσεων της περιοχής αυτής και το 16% του συνόλου των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων παγκοσμίως. Ηγετική θέση κατέχει η Αργεντινή (22.204.890 στρέμματα), η Ουρουγουάη (9.309.650 στρέμματα) και η Βραζιλία. Τα υψηλότερα ποσοστά βιολογικά καλλιεργούμενης γης επιδεικνύει η Ουρουγουάη (6,1%), ακολουθούμενη από την Αργεντινή (1,7%) και τη Δομινικανή Δημοκρατία (1,3%).

Η Ωκεανία περιλαμβάνει την Αυστραλία, τη Ν. Ζηλανδία και νησιωτικά κράτη όπως το Φίτζι, την Παπούα Νέα Γουινέα, την Τόνγκα και το Βανουάτου. Συνολικά, υπάρχουν 7.594 αγροκτήματα, με έκταση σχεδόν 124 εκατομμύρια στρέμματα. Οι εκτάσεις αυτές αντιστοιχούν στο 2,7% των συνολικών αγροτικών εκτάσεων της περιοχής και στο 42% του συνόλου των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων παγκοσμίως. Το 99% των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων της περιοχής βρίσκεται στην



Αυστραλία (122.942.900 στρέμματα, από τα οποία 97% είναι βοσκοτόπια), ενώ οι υπόλοιπες εκτάσεις βρίσκονται κυρίως στη Ν. Ζηλανδία (638.830 στρέμματα). Τα υψηλότερα ποσοστά επί του συνόλου των αγροτικών εκτάσεων έχει το Βανουάτου (6,1%), η Σαμόα (5,5%) και οι Νήσοι Σολομώντα (3,1%). Με αύξηση κατά 6.000.000 στρέμματα το 2006, η ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας ακολουθεί ραγδαίους ρυθμούς⁴⁰.

(⁴⁰ Έρευνα FiBL, 03/05/2008, ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ).



Σχήμα 1

Πηγή: Έρευνα που διεξήχθη από το FiBL σε συνεργασία με το ZMP και το Ινστιτούτο Αγροτικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Aberystwyth, 03/05/2008, ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ.



Σχήμα 2

Πηγή: Έρευνα FiBL 2008, 03/05/2008, ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ

1.4.2 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Συνεχίζει την αναπτυξιακή του πορεία ο κλάδος των βιολογικών τροφίμων στην Ελλάδα, σύμφωνα με τη νεότερη έκδοση κλαδικής μελέτης η οποία κυκλοφόρησε από τη Διεύθυνση Μελετών Οικονομικού Περιβάλλοντος της ICAP.

Η συνολική αξία της εγχώριας αγοράς βιολογικών τροφίμων (σε τιμές λιανικής) παρουσίασε αύξηση της τάξης του 30% το 2006 σε σχέση με το 2005, ενώ όσον αφορά τα εισαγόμενα βιολογικά τρόφιμα, αυτά εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύουν το 65% περίπου της συνολικής αξίας για το 2006. Όσον αφορά τρία από τα κυριότερα βιολογικά προϊόντα, η εγχώρια κατανάλωση τυποποιημένου βιολογικού ελαιόλαδου παρουσίασε αύξηση 22% την περίοδο 2006/05, ενώ το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής παραγωγής (περίπου 70% το 2006) έχει σαν προορισμό χώρες του εξωτερικού.

Η αγορά κρασιού από βιολογικά σταφύλια σημείωσε άνοδο της τάξης του 4% το 2006 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής παραγωγής του συγκεκριμένου προϊόντος (περίπου 80% το 2006) απευθύνεται στην εγχώρια αγορά. Τέλος, η κατανάλωση βιολογικών εσπεριδοειδών παρουσιάζεται μειωμένη κατά 23% περίπου το 2006 με το ποσοστό των εξαγωγών να ξεπερνά το 65%.

Τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων κάλυψαν συνολικά το 50% περίπου των εγχώριων λιανικών πωλήσεων σε βιολογικά προϊόντα το 2006, ενώ το ποσοστό που κατέλαβαν τα σούπερ μάρκετ εκτιμάται στο 45%. Το υπόλοιπο 5% καλύφθηκε από τις λαϊκές αγορές και τα λοιπά καταστήματα.

Παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι οι προοπτικές εξέλιξης του συγκεκριμένου κλάδου είναι ευνοϊκές, εφόσον δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ενημέρωση των καταναλωτών. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, η σταδιακή ευαισθητοποίηση μιας σχετικά μικρής, αλλά αυξανόμενης μερίδας καταναλωτών πάνω σε θέματα διατροφής οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης για βιολογικά προϊόντα. Επίσης, μεγάλη συμβολή στην ανάπτυξη της εξεταζόμενης

αγοράς θα έχει η περαιτέρω διείσδυση των βιολογικών προϊόντων στα σούπερ μάρκετ.

Η βιολογική γεωργία είναι ένα σύστημα ολοκληρωμένης παραγωγής, με μειωμένους βαθμούς ελευθερίας όσον αφορά τις εισροές θρεπτικών στοιχείων (λιπάνσεων) και των φυτοπροστατευτικών ουσιών, σε σύγκριση με τα κλασικά συστήματα ολοκληρωμένης παραγωγής. Ταυτόχρονα, αποτελεί μια ολιστική προσέγγιση, με στόχο την παραγωγή γεωργικών προϊόντων χωρίς χημικά κατάλοιπα, καθώς και την ανάπτυξη μεθόδων παραγωγής φιλικών προς το περιβάλλον, με έμφαση στη διατήρηση της γονιμότητας του εδάφους.

Η εφαρμογή του βιολογικού τρόπου παραγωγής ξεκίνησε στην Ελλάδα στις αρχές της δεκαετίας του '80, όταν κάποιοι μεμονωμένοι αγρότες κινήθηκαν προς την κατεύθυνση αυτή, απορρίπτοντας τις χημικές εισροές. Η εφαρμογή του κοινοτικού κανονισμού 2092/91 το 1993 στη χώρα μας, έδωσε σημαντικό κίνητρο για τη μετατροπή πολλών συμβατικών καλλιεργειών σε βιολογικές. Επιπλέον, η θέσπιση του συγκεκριμένου κανονισμού δημιούργησε ένα πλαίσιο κοινοτικών κανόνων παραγωγής, επισήμανσης και ελέγχου, που προστατεύουν τη γεωργία με οικολογικές μεθόδους, στο μέτρο που το πλαίσιο αυτό εγγυάται συνθήκες θεμιτού ανταγωνισμού μεταξύ των παραγωγών και εμποδίζει την ανωνυμία στην αγορά βιολογικών προϊόντων, εξασφαλίζοντας παράλληλα τη διαφάνεια σε κάθε στάδιο της παραγωγής και της κατεργασίας. Το 1996 ξεκίνησε το καθεστώς οικονομικών ενισχύσεων με την εφαρμογή του κανονισμού (ΕΟΚ) 2078/92, δίνοντας περαιτέρω ώθηση στη βιολογική γεωργία, με αύξηση των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων και του αριθμού των βιοκαλλιεργητών.

Η Ελλάδα συγκριτικά με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, κατέχει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά βιολογικά καλλιεργούμενης έκτασης. Το ποσοστό αυτό για το έτος 1999 ανήλθε στο 0,6% της συνολικής καλλιεργούμενης γης, ενώ το 2005 διαμορφώθηκε στο 3% περίπου. Σε ολόκληρη τη χώρα, οι συνολικά βιολογικά καλλιεργούμενες εκτάσεις (χωρίς τους βοσκότοπους) ανήλθαν το

2005 σε 1.037 χιλ. στρέμματα. Η περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας συγκεντρώνει το 2005 το μεγαλύτερο αριθμό σε βιολογικά καλλιεργούμενες εκτάσεις (μερίδιο 18,6% μαζί με τους βοσκότοπους), ενώ όσον αφορά τα είδη καλλιέργειας, την πρώτη θέση για το 2005 κατέχουν τα σιτηρά με ποσοστό 38,3% επί του συνόλου των βιοκαλλιεργούμενων εκτάσεων και ακολουθεί η ελιά με μερίδιο 38,2%. Αξιόλογο ποσοστό επίσης καταλαμβάνουν και οι αμπελοκαλλιέργειες (3,8%)⁴¹.

(⁴¹ <http://www.e-tipos.com/newsitem?id=10602/24/09/2007>).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

«ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ»

2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα θέματα προστασίας του περιβάλλοντος έγιναν δημοφιλή στην Ευρώπη ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του '80 (Greenan et al, 1997), ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες τέτοια ζητήματα και θέματα προστασίας της υγείας απασχολούσαν τους καταναλωτές από τη δεκαετία του '60 (Klonsky and Tourte, 1998). Οι Davis et al. (1995) επισημαίνουν την «ξαφνική αύξηση του ενδιαφέροντος» σε περιβαλλοντικά θέματα στην Ευρώπη από το 1988, οπότε οι πολίτες άρχισαν να αναφέρουν τα περιβαλλοντικά ζητήματα σε διάφορες μελέτες, ως θέματα προτεραιότητας για την κυβερνητική πολιτική. Η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση (environmentalism) αναφερόταν ως ένα από τα μεγαλύτερα θέματα που αντιμετώπιζαν οι επιχειρήσεις και το κοινό τη δεκαετία του '90, μια δεκαετία η οποία ονομάστηκε «δεκαετία του περιβάλλοντος» (Pujari and Wright, 1996). Πολυάριθμες εμπειριστατωμένες μελέτες βρήκαν ότι η περιβαλλοντική «πρόκληση» θα είναι σαφώς ένα από τα κεντρικά οικονομικά και επιστημονικά θέματα του εικοστού πρώτου αιώνα (Czinkota and Ronkainen, 1995).

Το περιβάλλον και η υγεία γεννούν το ζήτημα του «καταναλωτισμού» (Consumerism), τις επιπτώσεις του στην ανθρώπινη υγεία και στη μακροπρόθεσμη διατήρηση και ανανέωση των αποθεμάτων του πλανήτη (Silverstone, 1993). Σύμφωνα με τους Browne et al. (2000) στο αυξανόμενο ενδιαφέρον για τις «ηθικά αποδεκτές» (ethical) μεθόδους παραγωγής (στις οποίες περιλαμβάνεται και η βιολογική) οδήγησαν τόσο οι καταναλωτές όσο και το εμπόριο. Η θεωρία του καταναλωτή κατατάσσει τον ηθικό καταναλωτισμό σε ένα «τέταρτο κύμα» καταναλωτισμού, ο οποίος επιδιώκει να επαναβεβαιώνει την ηθική διάσταση στις επιλογές του καταναλωτή.

Στη γεωργία, η σχέση μεταξύ της εντατικής μαζικής παραγωγής και των περιβαλλοντικών της επιπτώσεων είναι ένα από τα βασικά ζητήματα (Zilberman et al, 1999). Οι αυστηρότεροι περιβαλλοντικοί κανονισμοί κρίνονται συνήθως από τους παραγωγούς, οι οποίοι διαμαρτύρονται για την αύξηση του κόστους

παραγωγής, τη μείωση του εισοδήματος και την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων τους στο παγκόσμιο περιβάλλον (Kyriakopoulos and Oude Ophuis, 1997, Zilberman et al, 1999). Από την άλλη, οι καταναλωτές υποστηρίζουν την ευαισθησία τους για το περιβάλλον μέσω των απαιτήσεων που θέτουν για επιπλέον προδιαγραφές στους κατασκευαστές, τους διανομείς, τους εμπόρους και τους πολιτικούς σχεδιαστές. Η διατροφή έχει κοινωνικές και πολιτισμικές διαστάσεις, αφού οι προσωπικές μας επιλογές επηρεάζονται όλο και περισσότερο από προσωπικές αξίες και σύμβολα (Beharelll and Crockett, 1992).

2.2. ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Στις μέρες μας, η ευαισθητοποίηση σε θέματα περιβάλλοντος, δεν είναι μόνο μια ιδεολογία ακτιβιστών, αλλά και ένα ζήτημα «ανταγωνισμού της αγοράς» (McCloskey and Maddock, 1994), το οποίο επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά (Follows and Jobber, 1999). Πολλοί καταναλωτές παρουσιάζουν προτιμήσεις για περιβαλλοντικές δραστηριότητες, είτε ευθέως μέσω σφυγμομετρήσεων, είτε εμμέσως, συμμετέχοντας σε συζητήσεις, υπαίθριες δραστηριότητες, ανακύκλωση, περιβαλλοντικούς οργανισμούς ή παίρνοντας μέρος σε άλλες οργανωτικές δραστηριότητες (Erickson and Kramer-Le- Blanc, 1991). Η κατανόηση της συμπεριφοράς των περιβαλλοντικά ευαίσθητων, επονομαζόμενων και «πράσινων» καταναλωτών, είναι σημαντική για όλη την αλυσίδα προσφοράς τροφίμων και ιδιαίτερα για το λιανεμπόριο, εφόσον τα περιβαλλοντικά θέματα επηρεάζουν τις αγορές και τις διατροφικές προτιμήσεις των 6 από τους 10 καταναλωτές στις Μ. Βρετανία και Η.Π.Α. (Ottman, 1992). Πολλές σφυγμομετρήσεις στις Η.Π.Α. από τις αρχές του '90 δείχνουν ότι το ποσοστό των καταναλωτών με μεγάλο βαθμό ενημέρωσης σε περιβαλλοντικά θέματα κυμαίνεται από 37 ως 96% (Erickson and Kramer-Le- Blanc, 1991), ή 70-90% (Chase and Smith, 1992) ή 60-90% (Follows and Jobber, 1999). Αυτό συγκοινωνεί με την Βρετανική Market Inteligance (MINTEL),

η οποία συμπεραίνει ότι το 27% των ενήλικων Βρετανών είναι προετοιμασμένοι να πληρώσουν μέχρι και 25% περισσότερο για «πράσινα» προϊόντα (Tilikidou and Zotos, 1999). Σαν σύνολο, τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα διατηρούν μερίδιο αγοράς μεταξύ 20 και 30% μέσα σε ένα πλήθος κατηγοριών προϊόντων λιανικής στη Μ. Βρετανία (Follows and Jobber, 1999).

Οι Teisl et al. (1999) ισχυρίζονται ότι η υποθετική επίδραση μιας «οικοετικέτας» ποικίλει σημαντικά μεταξύ ατόμων με διαφορετικά επίπεδα μόρφωσης και περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Επιπλέον, η επίδραση της ετικέτας φαίνεται να εξαρτάται από τον τύπο των πληροφοριών που προσφέρονται στον καθέναν. Ομοίως, οι Tilkainen and Huddleston (2000) ισχυρίζονται ότι οι ενδιαφερόμενοι για το περιβάλλον Βορειοαμερικανοί και Ευρωπαίοι καταναλωτές χαρακτηρίζονται συνήθως ως άτομα υψηλού εισοδήματος, γυναίκες, νεαρής ως μέσης ηλικίας, με καλύτερο μορφωτικό επίπεδο.

Αξίζει να αναφέρουμε εδώ τα αποτελέσματα της έρευνας των Davies et al. (1995). Κατατάσσουν τους καταναλωτές της Μ. Βρετανίας σύμφωνα με την πρόθεσή τους να αγοράσουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον, σε «ανοιχτούς πράσινους», «σκούρους πράσινους» και «πράσινους της πολυθρόνας». Οι «σκούροι πράσινοι» αποτελούσαν το 39% του δείγματος και ήταν εκείνοι που αναφέρεται ότι επιζητούσαν ενεργά να αγοράσουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον. Αυτοί, ήταν κυρίως γυναίκες με παιδιά, επηρεαζόμενες περισσότερο από την ποιότητα παρά από την τιμή και οι οποίες καθοδηγούνταν από τις περιβαλλοντικές προδιαγραφές, όταν αποφάσιζαν τι να αγοράσουν. Μόνο το 1/10 των καταναλωτών δεν ενδιαφερόταν καθόλου για το περιβάλλον, χωρίς την ύπαρξη παραγόντων όπως άγνοια ή σύγχυση σχετικά με τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα να επηρεάζουν τη συμπεριφορά τους. Το τελικό συμπέρασμα ήταν ότι οι πιο ένθερμοι καταναλωτές τέτοιων προϊόντων είναι γυναίκες ηλικίας 35-44 ετών, υψηλού κοινωνικοοικονομικού

επιπέδου, οι οποίες ψωνίζουν από σουπερμάρκετ και έχουν παιδιά πάνω από 6 χρονών (Davies et al., 1995).

Η ανάπτυξη επενδυτικών και ερευνητικών προγραμμάτων ανά τον κόσμο με ανάλογο περιεχόμενο είναι επίσης ενδεικτική της αύξησης των καταναλωτικών προτιμήσεων για μια ποικιλία προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, από μήλα (Blend and Ravenswaay, 1999) και θαλασσινά (Wessels et al., 1999) έως υφάσματα (Nimon and Beghin, 1999). Η ανάγκη για την βιομηχανία να συμμετέχει ως συνεργάτης σ' αυτήν την ανάπτυξη επιδοκιμάστηκε ευρέως, τόσο σε κυβερνητικό επίπεδο (π.χ. στο World Commission on Environment and Development του 1997) όσο και από στελέχη ιδρυμάτων και εταιρειών (Hussain, 2000). Ο Reinhardt (1999) υποστηρίζει ότι οι μάνατζερ των εταιρειών θα πρέπει να αποφασίζουν την εκτέλεση περιβαλλοντικών επενδύσεων για τους ίδιους λόγους που κάνουν και άλλου τύπου επενδύσεις : «επειδή αναμένουν να τους αποδώσουν κέρδη ή να μειώσουν τον κίνδυνο». Και οι Teisl et al. (1999) επισημαίνουν ότι από επιχειρηματικής σκοπιάς, ο χαρακτηρισμός ως «οικολογικά ευαίσθητες» μπορεί να επέτρεπε σε εταιρείες που χρησιμοποιούν περιβαλλοντικά φιλικές μεθόδους παραγωγής να κερδίσουν μεγαλύτερα μερίδια αγοράς και να μεγιστοποιήσουν κάθε προστιθέμενη αξία.

Για το λόγο αυτό, ο «πράσινος» καταναλωτισμός θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια μεταβολή των προτιμήσεων σχετικά με τις απαιτήσεις του εταιρικού marketing, ενθαρρύνοντας μια αύξηση της κατανάλωσης τέτοιων προϊόντων αντιληπτών ως περιβαλλοντικά φιλικών, *ceteris paribus*. Ωστόσο, για να γίνει αυτό, απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί, πρώτον, οι «πράσινοι» καταναλωτές να μπορούν αρχικά να ξεχωρίζουν μεταξύ των ανταγωνιστικών τα περιβαλλοντικώς φιλικά προϊόντα ή να εξετάζουν το σύνολο των προϊόντων βάσει των περιβαλλοντικών τους χαρακτηριστικών και, δεύτερον, η αγορά να επιτρέπει στους «πράσινους» καταναλωτές να ικανοποιούν τις προτιμήσεις τους (Hussain, 2000).

Ενώ δόθηκε προσοχή στις γενικές προτιμήσεις για προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον, οι Siram and Forman (1993) και οι Teisl et al. (1999) ισχυρίζονται ότι η γνώση μας σχετικά με τη φύση και το μέγεθος της «θυσίας» που οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να κάνουν γι' αυτό το θέμα είναι περιορισμένη. Οι Blend and van Ravenswaay (1999) υποστηρίζουν ότι στοιχεία διαφορετικών δημοσκοπήσεων δεν λαμβάνουν υπόψη τους οικονομικούς παράγοντες όπως τιμές και διαθέσιμο εισόδημα που επηρεάζουν τη ζήτηση των οικο-προϊόντων, ούτε για την επίδραση της προσφερόμενης ποικιλίας των χαρακτηριστικών των οικο-ετικετών όπως πόση «ποσότητα» περιβαλλοντικής προόδου υπόσχονται ή εάν αυτή βεβαιώνεται από κάποιον τρίτο ανεξάρτητο και έγκριτο φορέα. Ακόμη, έλειπε, μέχρι πρόσφατα τουλάχιστον, η ευκαιρία για τους καταναλωτές να διακρίνουν μεταξύ των προϊόντων βάσει περιβαλλοντικά ορθών τεχνικών παραγωγής και management. Επειδή οι καταναλωτές δεν μπορούν να γνωρίζουν πώς παράγονται τα προϊόντα, προβλήματα πληροφόρησης μπορεί να καταλήξουν σε ανεπάρκειες, ακόμα και σε απώλεια κοινωνικής ευημερίας (Erickson and Kramer-Le Blanc, 1992).

Ως αποτέλεσμα, ο Hussain (2000) συμπεραίνει ότι, αν και πολλοί άνθρωποι θεωρούν τα περιβαλλοντικά θέματα σημαντικά, αυτό δεν μεταφράζεται απαραίτητα άμεσα σε συνειδητό «πράσινο» καταναλωτισμό. Αν και ο van Dam (1991) ισχυρίστηκε νωρίτερα ότι αυτό δεν είναι απαραίτητα αντιφατική συμπεριφορά, εφόσον οι καταναλωτές θα μπορούσαν να συγκρίνουν τη φιλικότητα απέναντι στο περιβάλλον με άλλα, περισσότερο επιθυμητά, χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προϊόντος, υπάρχουν επίσης και αντίθετες στον περιβαλλοντισμό απόψεις. Ο Troy (1994, σε Tilikidou and Zotos, 1999) συμφωνεί ότι οι πραγματικές αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών δεν φαίνεται να αντικατοπτρίζουν τις θεωρητικές προθέσεις τους, τουλάχιστον όπως αυτές μετρούνται από περιβαλλοντικές έρευνες. Οι Thompson and Kidwell (1998) ισχυρίζονται ότι η προβλεπόμενη και πολυαναμενόμενη αύξηση του μεριδίου αγοράς, ειδικά των νωπών βιολογικών προϊόντων, στα σουπερμάρκετ

των Η.Π.Α. απέτυχε να υλοποιηθεί στην αρχή της δεκαετίας του '90. Ο Peattie (1995) θεωρεί ότι τέτοιες παρατηρούμενες διαφορές αποδίδονται σε ένα περισσότερο θεωρητικό και πολυαναφερόμενο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον και όχι σε πραγματική πρόθεση αγοράς. Και ο Rainhardt (1999) συμφωνεί ότι τα περιβαλλοντικά ζητήματα δε δημιουργούν αυτομάτως ευκαιρίες για κέρδος. Ταυτόχρονα, η αντίθετη θέση- ότι ποτέ δεν αποφέρει κέρδος σε μια εταιρεία να επενδύσει στη βελτίωση της περιβαλλοντικής της ευαισθησίας- φαίνεται επίσης λανθασμένη.

2.2.1. Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Βραχυπρόθεσμα έως μακροπρόθεσμα, αντί για την έλλειψη ζήτησης η ελλιπής προσφορά θα είναι το κυριότερο πρόβλημα του κλάδου της βιολογικής γεωργίας. Το γεγονός αυτό θα μπορούσε να δημιουργήσει ευκαιρίες για τους παραγωγούς και τους εξαγωγείς στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ωστόσο, υπάρχουν κάποιοι πιθανοί κίνδυνοι: άλλες μορφές περιβαλλοντικά φιλικής και ισχυρής γεωργίας θα μπορούσαν να ασκήσουν σκληρότερο ανταγωνισμό στο μέλλον και θα ήταν επισφαλές να συμπεράνουμε ότι οι παραγωγοί θα έχουν πάντα κέρδος. Από την άλλη πλευρά, οι περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες αντιμετωπίζουν ακόμη έλλειψη τεχνογνωσίας και πληροφόρησης για την αγορά και δυσκολίες πρόσβασης στην αγορά και στη χρηματοδότηση (AgraEurope, 1999), με την Ελλάδα να είναι μια από αυτές.

Ωστόσο, όσο περισσότερα βιολογικά προϊόντα προσφέρονται, τόσο περισσότεροι από τους ασχολούμενους με την αγορά προβλέπουν ότι στο άμεσο μέλλον η βιολογική «ιδέα» θα είναι όμοια της συμβατικής από άποψη γενικής φιλοσοφίας (Duran, 1998). Επιπλέον, ο βιολογικός παραγωγός θα τείνει όλο και περισσότερο προς το μοντέλο του επιχειρηματία (Dobbs, 1998). Όλο και περισσότερα επεξεργασμένα βιολογικά τρόφιμα ζητούνται. Οι καταναλωτές, ειδικά εκείνοι που ψωνίζουν σε σουπερμάρκετ, θέλουν βολικά και «εύκολα

στην προετοιμασία» προϊόντα με βιολογικά συστατικά, όμοια σε εμφάνιση και «ποιότητα» με τα συμβατικά τους υποκατάστατα. Η συγκρισιμότητα των βιολογικών τροφών με την συμβατική παραγωγική γραμμή είναι σαφώς ένας από τους λόγους της αυξανόμενης αποδοχής των βιολογικών τροφίμων στη λεγόμενη μαζική αγορά (Worner and Meier-Ploeger, 1999).

2.2.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΔΙΕΘΝΩΣ ΤΗ ΖΗΤΗΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Μελέτες σχετικές με τη συμπεριφορά του καταναλωτή απέναντι στα βιολογικά προϊόντα έχουν διεξαχθεί σε πολλές χώρες, συμπεριλαμβανομένων των Η.Π.Α., Μ. Βρετανία, Ολλανδία, Ιρλανδία, Γερμανία, Δανία, Σουηδία και Ιταλία, ενώ σε περιορισμένη έκταση, όσον αφορά το μέγεθος του δείγματος ή την γεωγραφική κατανομή, μελέτες έχουν γίνει και στην Ελλάδα.

Αυτές οι μελέτες ορίζουν το πώς οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται την έννοια των βιολογικών προϊόντων, εξετάζουν θέματα σχετικά με την βιολογική παραγωγή, τις στάσεις των καταναλωτών και τους παράγοντες που διευκολύνουν ή δυσχεραίνουν την αποδοχή αυτών των προϊόντων. Όπως το θέτουν οι Worner and Meier-Ploeger (1999): «φαίνεται ότι ο «τυπικός» βιολογικός καταναλωτής, ο «εξτρεμιστής» με τα μακριά μαλλιά και το μούσι ή η hippie μητέρα με τα 3 παιδιά, δεν υπάρχουν πραγματικά. Η ζήτηση βιολογικών προϊόντων βασίζεται όλο και περισσότερο σε οικονομικές αξίες, σε πραγματικές καταστάσεις και στην δυνατότητα πληροφόρησης, και όχι αποκλειστικά σε κοινωνικο-δημογραφικούς παράγοντες».

Τα «βιολογικά» αγοραστικά κίνητρα θα έπρεπε να αποδίδονται σε κάποιο είδος ευαισθητοποίησης σε θέματα περιβάλλοντος/ηθικής, ποιότητας/υγείας, σε μια διερευνητική συμπεριφορά κατά την επιλογή και αγορά τροφίμων, καθώς επίσης και σε ειδικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως διατροφική αξία, γεύση, φρεσκάδα και τιμή (Tregear et al, 1994, Grumert and Juhl, 1995, Davis

et al, 1995, Roddy et al, 1996, Reicks et al, 1997, Zanolì, 1998, Zotos et al, 1999, Worner and Meier-Ploeger, 1999, Fotopoulos and Chrysochoidis, 2000, Browne et al, 2000). Μερικές έρευνες καταναλωτών αποκαλύπτουν επίσης ένα πλήθος άλλων λόγων για βιολογικές αγορές, οι οποίοι φαίνεται να αντικατοπτρίζουν εθνικά ενδιαφέροντα, όπως «υποστήριξη στους αγρότες» για τους Γερμανούς καταναλωτές (Worner and Meier-Ploeger, 1999) ή «προστασία των ζώων για τους Βρετανούς (Meier-Ploeger and Woodward, 1999). Δε μας εκπλήσσει το ότι οι κύριοι λόγοι που επικαλούνται οι Ευρωπαίοι λιανέμποροι (συμπεριλαμβανομένων και των Ελλήνων) όταν προωθούν βιολογικά τρόφιμα είναι η υγεία, η προστασία του περιβάλλοντος, η γεύση και προστασία των ζώων, επιδεικνύοντας ένα είδος ταύτισης με τις καταναλωτικές επιθυμίες (Michelsen et al, 1999).

Η αγορά βιολογικών προϊόντων είναι ζήτημα επιλογής τρόπου ζωής από περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους καταναλωτές (Sriram and Forman, 1993). Οι αγοραστές βιολογικών προϊόντων είναι αποδεδειγμένα μεταξύ των πιο φανατικών «πράσινων» καταναλωτών. Οι Davies et al. (1995) σημειώνουν ότι μόνο 6,8% των βιολογικών καταναλωτών περιορίζεται αποκλειστικά στην αγορά βιολογικών προϊόντων. Αντίθετα το 44% αυτών προχωρεί σε περισσότερες πράξεις που δείχνουν περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, όπως η αγορά απορρυπαντικών φιλικών προς το περιβάλλον ή η συνειδητή ανακύκλωση χαρτιού ή γυαλιού. Ο Hatrman (1998) ισχυρίζεται ότι το 48% του Αμερικανικού πληθυσμού παρουσιάζει ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την αγορά περιβαλλοντικά φιλικών προϊόντων. Επιπλέον, οι εμπορικές συναλλαγές με «ηθικό» περιεχόμενο έχουν αρχίσει να αλληλοκαλύπτονται και να θεωρούνται συνώνυμες με αυτές των βιολογικών προϊόντων. Ένας αυξανόμενος αριθμός «ηθικά» εμπορευόμενων αγαθών είναι επίσης και βιολογικά, ενώ το βιολογικό κίνημα οδεύει προς την ένταξη κοινωνικών δικαιωμάτων και «ηθικών» συναλλαγών στο πεδίο της δραστηριότητάς του (Brownie et al, 2000).

Το ζήτημα της βελτίωσης της φροντίδας της υγείας μέσω της σωστής διατροφής, είναι ένας παράγοντας- κλειδί που επηρεάζει τις καταναλωτικές επιλογές. Ο αντίκτυπος στην κοινή γνώμη των σκανδάλων σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων (π.χ. κρίση των «τρελών αγελάδων» (BSE crisis), παίζει σημαντικό ρόλο στην επιλογή αγοράς βιολογικών τροφίμων. Η εμφάνιση τέτοιων σκανδάλων είχε επισημανθεί αρκετά νωρίς στη διεθνή βιβλιογραφία π.χ. ο Lacey (1992) αναφέρει 12 σημαντικές υποθέσεις στη Μ. Βρετανία σε μια περίοδο τριών χρόνων (1988-1991). Στην άλλη άκρη του Ατλαντικού, ανησυχίες για χημικά κατάλοιπα υπήρχαν για αρκετό καιρό, αλλά μόνο μετά το περιστατικό των ψεκασμένων με Alar μήλων το 1989 τα θέματα των χημικών καταλοίπων έτυχαν ευρείας προσοχής (anonymous, 2000). Το αποτέλεσμα είναι η έλλειψη εμπιστοσύνης από πλευράς καταναλωτών απέναντι σε συγκεκριμένες κατηγορίες τροφής παραγόμενης μαζικά (Davis et al, 1995).

Έτσι, ενώ φαίνεται να υπάρχει ένας τύπος καταναλωτή ευαίσθητος σε θέματα τιμής, μπορεί κανείς να παρατηρήσει μια συνεχώς αυξανόμενη τάση επιλογής τροφίμων υψηλότερης ποιότητας και ασφάλειας (OECD, 1997) συμπεριλαμβανομένων και των βιολογικών. Για τον λόγο αυτό, ο Γερμανικός φορέας προστασίας του κλάδου βιολογικών προϊόντων (BNN) συμπεραίνει ότι η υγεία είναι το κίνητρο για την αγορά βιολογικών προϊόντων. Σε μια δημοσκόπηση σε Γερμανούς βιολογικούς καταναλωτές που διενεργήθηκε το 1999, το 67% των ερωτηθέντων επικαλέστηκαν το ζήτημα της υγείας ως κύριο λόγο για την αγορά βιολογικών προϊόντων, με μόνο το 13% να υποδεικνύει την καλύτερη γεύση και άλλο ένα 10% να αποδίδει την τάση του να αγοράζει βιολογικά προϊόντα σε περιβαλλοντικούς λόγους (Worner and Meier-Ploeger, 1999). Παρόμοια είναι η κατάσταση και στην Μ. Βρετανία, όπου ο παράγοντας υγεία μνημονεύεται από το 46% των ατόμων και ο παράγοντας «τροφή χωρίς χημικά/ εντομοκτόνα» - που μπορεί να σχετίζεται με την υγεία και με το περιβάλλον- από το 41% (Meier-Ploeger and Woodward, 1999). Ωστόσο, οι Conklin and Thompson (1993) αναφέρουν ότι δεν υπάρχουν πραγματικά

σημαντικές διαφορές μεταξύ βιολογικών και μη-βιολογικών προϊόντων όσον αφορά την περιεκτικότητά τους σε υπολείμματα φυτοφαρμάκων, κυρίως επειδή η μη-βιολογική παραγωγή εποπτεύεται έντονα σε τέτοια θέματα.

Η άποψη ότι η βιολογική παραγωγή είναι γευστικότερη από την συμβατική δεν είναι ευρέως αποδεκτή στα μάτια των καταναλωτών. Η άποψη της καλύτερης γεύσης υποδηλώνεται πιθανώς έμμεσα, ως αποτέλεσμα της άποψης ότι τα βιολογικά φρούτα και λαχανικά παράγονται με «καθαρότερο» τρόπο και σε μικρές ποσότητες και ανήκουν σε πιο γευστικές ποικιλίες (Davis et al, 1995). Παρόλα αυτά, ο Mikkelsen (1993) ισχυρίζεται ότι δεν υπάρχουν σημαντικοί διατροφικοί λόγοι, οι οποίοι να πείθουν για την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων. Ωστόσο, ο παράγοντας της καλύτερης γεύσης τοποθετείται αρκετά υψηλά σε χώρες όπως η Γερμανία (13-24%) και η Μ. Βρετανία (40%, Meier-Ploeger and Woodward, 1999).

Περισσότερο κριτικοί απέναντι στα παραπάνω ευρήματα είναι οι Hutchins and Greenhalgh (1997). Η πλειοψηφία του δείγματός τους δήλωσε ότι αγοράζει βιολογικά προϊόντα για λόγους υγείας και /είτε επειδή είναι πιο θρεπτικά για τα παιδιά, παρόλο που αυτό δεν είναι επιστημονικά αποδεδειγμένο ή τα διατροφικά πλεονεκτήματα είναι, στην καλύτερη των περιπτώσεων, οριακά. Λιγότερο από το ένα τρίτο δήλωσε ως λόγο αγοράς βιολογικών τροφίμων την φιλικότητά τους προς το περιβάλλον, παρόλο που αυτό μοιάζει να είναι το μόνο επιστημονικά αποδεκτό συμπέρασμα. Έτσι, φαίνεται ότι οι καταναλωτές έχουν μια κάπως γενική ιδέα όσον αφορά την έννοια του «βιολογικού» τρόπου παραγωγής και οι απόψεις τους αποκλίνουν απ' την πραγματικότητα (Hutchins and Greenhalgh, 1997).

Οι κύριοι λόγοι που αντιστρέφουν την ευνοϊκή στάση απέναντι στα βιολογικά προϊόντα (Silverstone, 1993, Davis et al, 1995, Roddy et al, 1996, Latacz-Lohman and Foster, 1997, Reicks et al, 1997, Worner and Meier-Ploeger, 1999) είναι η υψηλή τιμή τους και η χαμηλή τους διαθεσιμότητα. Οι Tregear et al. (1993) και Roddy et al. (1996) αναφέρουν επιπλέον την έλλειψη

κάποιας ιδιαίτερης αξίας των βιολογικών προϊόντων στα μάτια των καταναλωτών. Οι Worner and Meier- Ploeger (1999) αναφέρουν επίσης τις αμφιβολίες για την εγγύηση του βιολογικού τρόπου παραγωγής των προϊόντων, την έλλειψη στρατηγικών προώθησης και το γενικότερα «αδιαφανές» πέπλο που συχνά καλύπτει την παραγωγή ορισμένων από τα βιολογικά προϊόντα.

Αναφορικά με το επιπλέον ποσοστό επί της τιμής που οι καταναλωτές προτίθενται να πληρώσουν για τα βιολογικά προϊόντα, οι Davis et al. (1995) αναφέρουν παλαιότερες μελέτες οι οποίες το καθόριζαν στο 5% το 1987, αυξημένο στο 49% σε 2 μόνο χρόνια (1989), ενώ το υπολόγισαν περίπου στο 30% σε ένα δείγμα Ιρλανδών καταναλωτών το 1995. Οι Hutchins and Greenhalgh (1997) σημειώνουν ότι κατά προσέγγιση οι μισοί καταναλωτές του δείγματός τους ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές για βιολογικά τρόφιμα, για την πλειοψηφία των οποίων έφτανε σε επίπεδα του 10-20%. Οι Meier- Ploeger and Woodward (1999) ισχυρίζονται ότι το 52% των Γερμανών καταναλωτών του δείγματός τους ήταν διατεθειμένο να πληρώσει περισσότερο για βιολογικά φρούτα και λαχανικά, το 34% για ζωικά προϊόντα και το 39% για δημητριακά. Ο Zanolì (1998) συμπεραίνει ότι οι έρευνες για τον καταναλωτή γενικά, υποτιμούν το πραγματικό ύψος αυτών των επιπλέον ποσών, εξαιτίας της «χαλαρής» συμπεριφοράς των ερωτηθέντων. Σε πραγματικές συνθήκες αγοράς οι τελικοί καταναλωτές συχνά πληρώνουν μέχρι και 300% επιπλέον για βιολογικά προϊόντα (Zanolì, 1998).

Ο Sylverstone (1993), μεταξύ άλλων αναφέρει ότι η υψηλή διαθεσιμότητα είναι το άλλο μεγάλο εμπόδιο στη συνειδητή κατανάλωση βιολογικών προϊόντων. Υπήρχε ένα 2% στο δείγμα του για το οποίο βρήκε ότι είναι «πιστοί» αγοραστές βιολογικών προϊόντων, αποφασισμένοι να τα αναζητούν συνειδητά, ωστόσο το 13% της αγοράς απαιτεί αυστηρά μια τακτική, ξεχωριστή και προσβάσιμη παραγωγή και προμήθεια βιολογικών προϊόντων. Γενικά καθώς οι κοινωνίες κινούνται από το πρώτο επίπεδο αποδοχής των βιολογικών προϊόντων σε πιο ώριμα και συνειδητοποιημένα επίπεδα, μπορεί να

παρατηρηθεί μία συγκεκριμένη μεταστροφή στη σημασία των παραγόντων μη-αγοράς, από την υψηλότερη τιμή τους, αρχικά, στην διαθεσιμότητά τους, έπειτα (Roddy et al, 1997). Ωστόσο, η τιμή παραμένει ακόμη σε πολλές μελέτες ο κύριος παράγοντας ενάντιος στη βιολογική αγορά (Reicks et al, 1997).

Αναφορικά με το κοινωνικο-δημογραφικό προφίλ των αγοραστών βιολογικών προϊόντων, όλες οι παραπάνω μελέτες συμφωνούν ότι πρόκειται κυρίως για γυναίκες, που αγοράζουν μεγαλύτερες ποσότητες και συχνότερα από τους άντρες. Μικρή διαφορά μεταξύ των δύο φύλων παρατηρείται όσον αφορά την πρόθεσή τους να πληρώσουν (οι Davies et al, 1995, αναφέρουν ότι 41% των ανδρών-μελών του δείγματός τους θα πλήρωναν περισσότερα σε σύγκριση με το 44% των γυναικών). Αντίθετα, οι Reicks et al. (1997) αναφέρουν ότι, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας US Fresh Trends του 1996, οι άντρες ήταν πιο πιθανό να είχαν αγοράσει βιολογικά προϊόντα 6 μήνες πριν την περίοδο εκτέλεσης της έρευνας.

Ούτε ο παράγοντας «ηλικία» φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο, με τους νεότερους να παρουσιάζονται ελαφρά πιο πρόθυμοι να αγοράσουν (περισσότερα και ακριβότερα) λόγω μεγαλύτερης ευαισθητοποίησης σε θέματα περιβάλλοντος, γεγονός το οποίο ωστόσο δεν μεταφράζεται σε πραγματική ζήτηση, εξαιτίας της χαμηλότερης αγοραστικής τους δύναμης. Παρόλα αυτά, ένα μεγάλο κομμάτι της υπάρχουσας βιβλιογραφίας δείχνει τη σημασία της ηλικίας ως παράγοντα αγοράς βιολογικών τροφίμων (π.χ. Reicks et al, 1997). Από την άλλη, η παρουσία παιδιών στην οικογένεια φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο, επηρεάζοντας θετικά την αγορά βιολογικών προϊόντων (Reicks et al, 1997, Thompson and Kidwell, 1998), παρόλο που θα έπρεπε να δίνεται μεγαλύτερη προσοχή στην ηλικία των παιδιών ως πραγματικό παράγοντα αγοράς βιολογικών προϊόντων.

Το διαθέσιμο εισόδημα φαίνεται να επηρεάζει κυρίως την ποσότητα των βιολογικών προϊόντων που αγοράζονται και όχι τη γενική πρόθεση αγοράς. Ακόμη-παρά τις μεγάλες υπερτιμήσεις των βιολογικών τροφίμων- νοικοκυριά

υψηλότερων εισοδημάτων δε δείχνουν απαραίτητα μεγαλύτερη προθυμία για βιολογικές αγορές. Μερικές ομάδες χαμηλότερου εισοδήματος μοιάζουν να είναι πιο «πιστοί» αγοραστές. Γενικά, γυναίκες, νεαρότερων ηλικιακών ομάδων, υψηλότερων επιπέδων μόρφωσης και εισοδήματος καθώς και οικογένειες με παιδιά, είναι πιο πιθανό να αγοράζουν βιολογικά προϊόντα, ένα προφίλ πολύ κοντά σε αυτό των «πράσινων» καταναλωτών που είδαμε, αν και υπάρχουν συχνά στη βιβλιογραφία αντικρουόμενα στοιχεία (Reicks et al, 1997, Krissoff, 1998).

Αξίζει να σημειώσουμε ότι, σύμφωνα με τους Kyriakopoulos and Oude Ophuis (1997), παράγοντες όπως η ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον, η προστασία της υγείας και η αναζήτηση της ποιότητας, που παραβλέπουν το καταναλωτή ως κινητήρια δύναμη του ανταγωνισμού, κινδυνεύουν να είναι στατικοί στο πέρασμα του χρόνου. Το να ανιχνεύσουμε τις απόψεις των Ελλήνων καταναλωτών, είναι μια πρόκληση που μπορεί να γίνει μια κρίσιμη παράμετρος επιτυχίας. Νέα προϊόντα, βασισμένα στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των καταναλωτών, μπορεί να είναι μια λύση που θα παρείχε στους παραγωγούς ξεκάθαρες κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των αγοραστών βιολογικών ή περιβαλλοντικά φιλικών προϊόντων⁴².
(⁴² Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.30-62, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

**«ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΈΛΛΗΝΑ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ»**

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μία ποσοτική (quantitative) μελέτη της διαδικασίας μέσω της οποίας οι Έλληνες καταναλωτές αξιολογούν τα βιολογικά προϊόντα είναι απαραίτητη και σημαντική. Στη μελέτη χρησιμοποιείται ένα τυχαίο στρωματοποιημένο δείγμα (random stratified sample) σε πανελλήνιο επίπεδο προκειμένου να εξεταστούν διαφορές μεταξύ τριών υποθετικών υποομάδων Ελλήνων καταναλωτών σε σχέση με τα βιολογικά προϊόντα: των «μη-ενήμερων» των «ενήμερων, μη-αγοραστών» και των «(ενήμερων) αγοραστών» βιολογικών προϊόντων. Ο σκοπός του πρώτου μέρους της μελέτης, είναι να αναλυθούν σε βάθος οι «(ενήμεροι) αγοραστές» ή απλά αγοραστές βιολογικών προϊόντων, αναγνωρίζοντας πιθανές νησίδες (clusters) αγοραστών χρησιμοποιώντας ποσοτικές στατιστικές μεθόδους πολύ-μεταβλητής ανάλυσης (multi-variate data analysis) όπως στην ανάλυση νησίδων (cluster analysis), τη διακριτή ανάλυση (discrimination analysis) και την conjoint analysis. Βάσει των αναλύσεων αυτών αποτελούν μεταβλητές που μετρούν την ευαισθητοποίηση των αγοραστών σε θέματα ποιότητας, υγείας και περιβαλλοντικής προστασίας, την ευαισθησία τους στον παράγοντα «τιμή» των βιολογικών προϊόντων και του πιθανού «διερευνητικού» (exploratory) τρόπου με τον οποίο επιλέγουν να τα αγοράσουν.

3.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

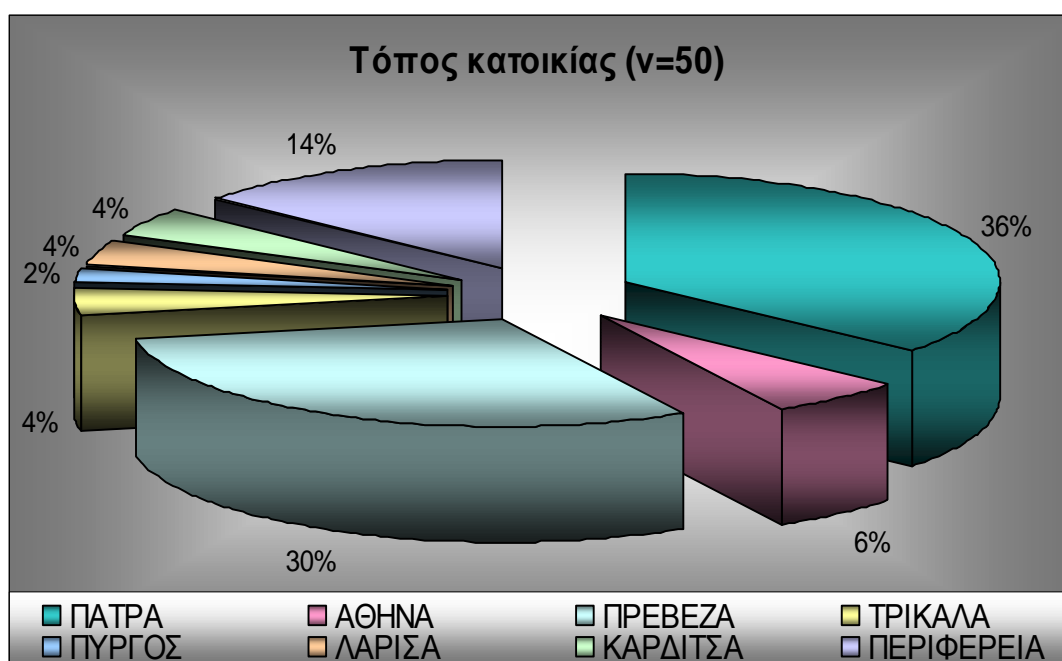
3.2.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Στην παρούσα μελέτη, ο υπό εξέταση πληθυσμός είναι κάτοικοι διαφόρων αστικών περιοχών και της περιφέρειας της Ελλάδας. Έτσι, η γεωγραφική περιοχή της μελέτης περιλαμβάνει 7 πόλεις: Πάτρα (36% του δείγματος), Αθήνα (6%), Πρέβεζα (30%), Τρίκαλα (4%), Πύργος (2%), Λάρισα (4%), Καρδίτσα (4%) και την περιφέρεια (14%). Έχει χρησιμοποιηθεί ένα στρωματοποιημένο δείγμα 50 ερωτηθέντων, με ένα τρόπο που να

αντικατοπτρίζει, όσο το δυνατόν περισσότερο, την γεωγραφική κατανομή του ελληνικού πληθυσμού. Επιλέχθηκε η μέθοδος των προσωπικών συνεντεύξεων (personal interviews), κάθε μία από τις οποίες διήρκεσε 10-15 λεπτά, κατά την περίοδο Ιουλίου – Αυγούστου.

ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ	ΠΑΤΡΑ	ΑΘΗΝΑ	ΠΡΕΒΕΖΑ	ΤΡΙΚΑΛΑ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	18	3	15	2
ΠΟΣΟΣΤΑ	36%	6%	30%	4%
ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ	ΠΥΡΓΟΣ	ΛΑΡΙΣΑ	ΚΑΡΔΙΤΣΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	1	2	2	7
ΠΟΣΟΣΤΑ	2%	4%	4%	14%

Πίνακας 1



Διάγραμμα 1

Το ερωτηματολόγιο (Παράρτημα) περιλαμβάνει αρχικά ένα εισαγωγικό κομμάτι γενικότερης συμπεριφοράς κατά την αγορά τροφίμων, διαιτητικών συνηθειών και χρήσης των μέσων μαζικής ενημέρωσης από τα μέλη του δείγματος. Έπειτα το τμήμα των «ερωτήσεων-φίλτρων» κάνει την διάκριση μεταξύ των τριών πιθανών βιολογικών υπό-ομάδων, την ύπαρξη των οποίων η μελέτη προσπαθεί να αποδείξει σε αυτή τη φάση της. Ακολουθεί το κομμάτι των παραγόντων

προσωπικότητας συνδεδεμένων με τα βιολογικά προϊόντα, σε συνδυασμό με το κομμάτι των παραγόντων προσωπικότητας μη-συνδεδεμένοι με τα βιολογικά προϊόντα.

Αυτά τα δύο κομμάτια προσφέρουν τη δυνατότητα ανάλυσης της συμπεριφοράς κάθε υπο-ομάδας και τον περαιτέρω διαχωρισμό αυτής των αγοραστών, χρησιμοποιώντας την κλίμακα συμφωνίας 5 σημείων Likert (5-points Likert agreement scale): 1= «συμφωνώ απολύτως» έως 5= «διαφωνώ απολύτως». Το τελευταίο κομμάτι του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει τα κοινωνικο-δημογραφικά κριτήρια στρωμάτωσης του δείγματος, το οποίο συμβάλλει στην περαιτέρω εξήγηση της συμπεριφοράς και στον εμπλουτισμό των προσδιοριζόμενων καταναλωτικών προφίλ σε σχέση με τα βιολογικά προϊόντα.

3.2.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΓΕΝΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ

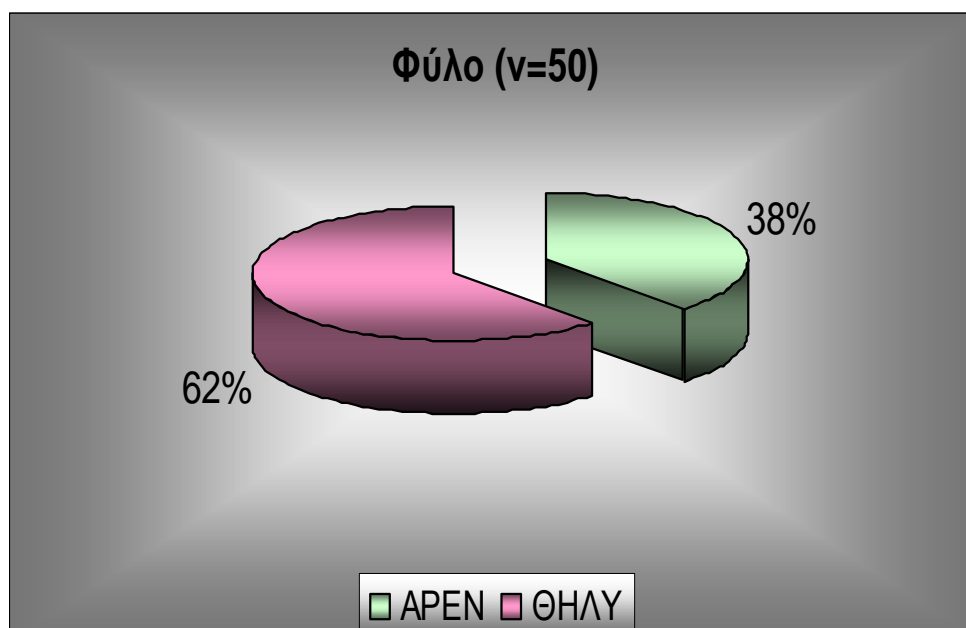
Στην παρούσα μελέτη το 78% του δείγματος είναι γυναίκες από τις οποίες το 42% είναι εργαζόμενες γυναίκες-μέλη της οικογένειας. Επίσης, το 64% του δείγματος ανήκει στο ηλικιακό γκρουπ κάτω των 35 ετών, το 26% μεταξύ 35-55 ετών και μόλις ένα 10% άνω των 55 ετών. Όσον αφορά τα κοινωνικο-δημογραφικά κριτήρια επιλογής, το 8% του δείγματος έχουν βασική εκπαίδευση, το 42% είναι απόφοιτοι Λυκείου, το 42% επίσης απόφοιτοι Α.Ε.Ι. και Τ.Ε.Ι., ενώ το 8% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού. Συμπεραίνουμε από το σύνολο του δείγματός μας, ότι το 42% έχουν ετήσιο εισόδημα άνω των 6 χιλιάδες ευρώ, το 30% 6-12 χιλιάδες ευρώ, το 20% 12-36 χιλιάδες ευρώ και το 8% πάνω από 36 χιλιάδες ευρώ. Επιπλέον, το 64% του δείγματος είναι άγαμοι. Οι έχοντες 1 ή 2 παιδιά αποτελούν το 32% του δείγματός μας, το 8% ανήκει σε εκείνους που έχουν περισσότερα από 2 παιδιά και το 60% σε εκείνους που δεν έχουν κανένα παιδί.

Ακολουθεί η διαγραμματική απεικόνιση του παραπάνω κοινωνικο-δημογραφικού προφίλ του συνολικού δείγματος:

Αγοραστική συμπεριφορά και διαιτητικές συνήθειες:

ΦΥΛΟ	ΑΡΕΝ	ΘΗΛΥ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	19	31
ΠΟΣΟΣΤΑ	22%	78%

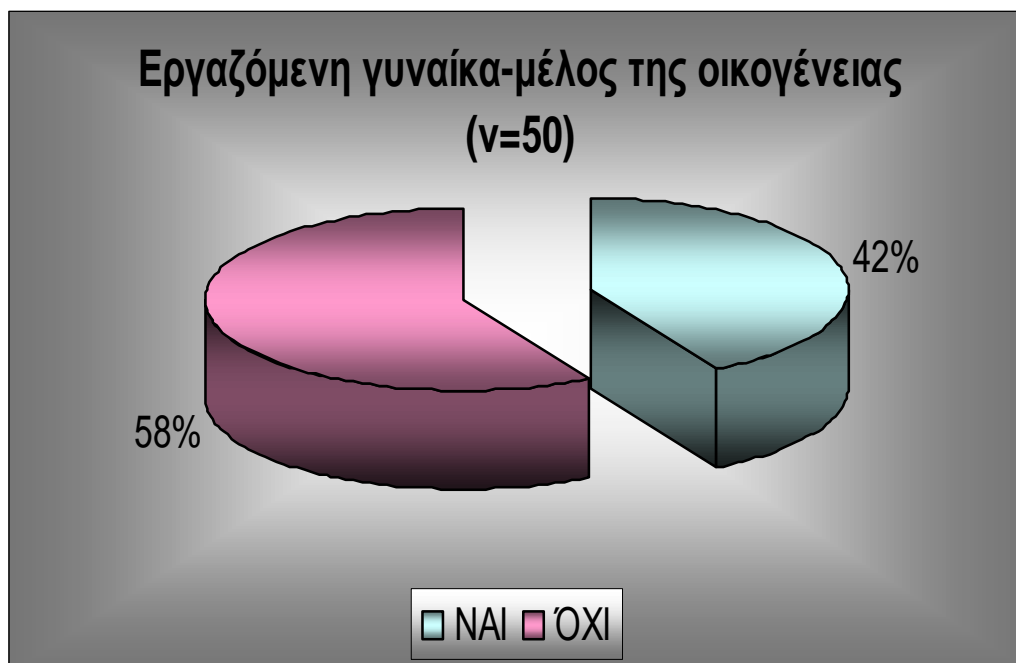
Πίνακας 2



Διάγραμμα 2

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΗ ΓΥΝΑΙΚΑ-ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ	ΝΑΙ	ΌΧΙ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	21	29
ΠΟΣΟΣΤΑ	42%	58%

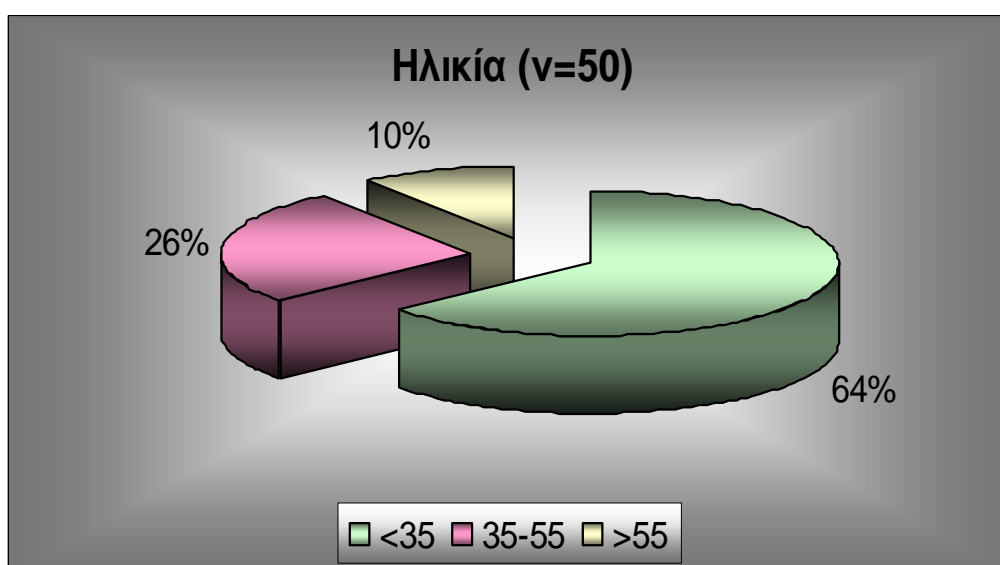
Πίνακας 3



Διάγραμμα 3

ΗΛΙΚΙΑ	<35	35-55	>55
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	32	13	5
ΠΟΣΟΣΤΑ	64%	26%	10%

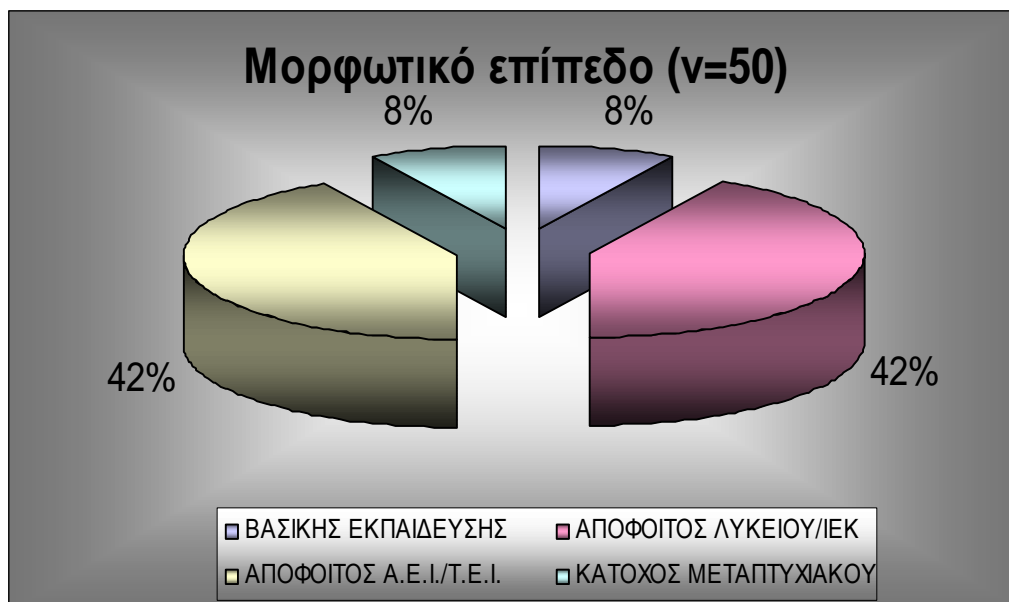
Πίνακας 4



Διάγραμμα 4

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	ΒΑΣΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΛΥΚΕΙΟΥ/ ΙΕΚ	ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ Α.Ε.Ι./Τ.Ε.Ι.	ΚΑΤΟΧΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	4	21	21	4
ΠΟΣΟΣΤΑ	8%	42%	42%	8%

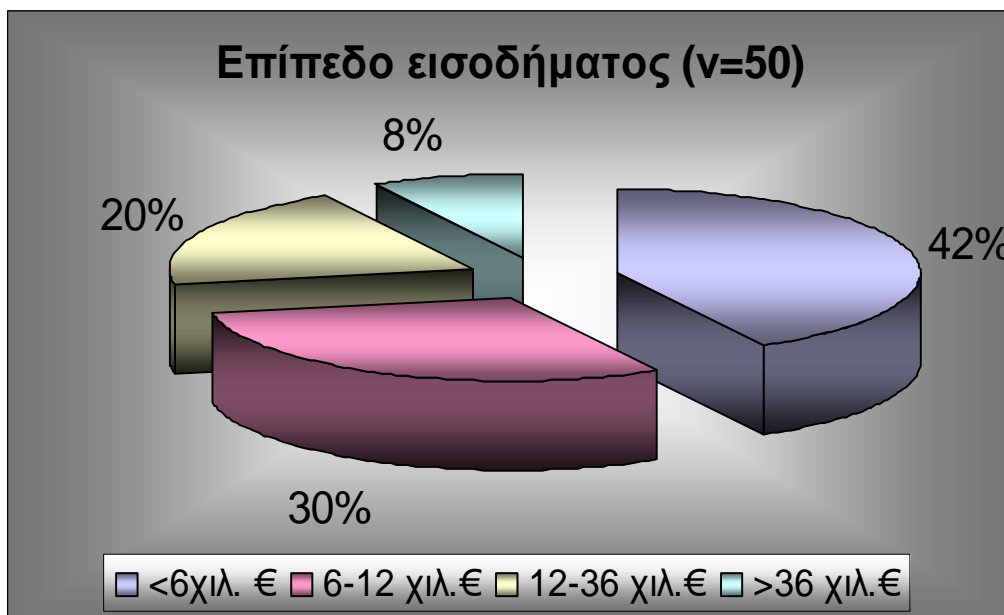
Πίνακας 5



Διάγραμμα 5

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	<6χιλ. €	6-12 χιλ.€	12-36 χιλ.€	>36 χιλ.€
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	21	15	10	4
ΠΟΣΟΣΤΑ	42%	30%	20%	8%

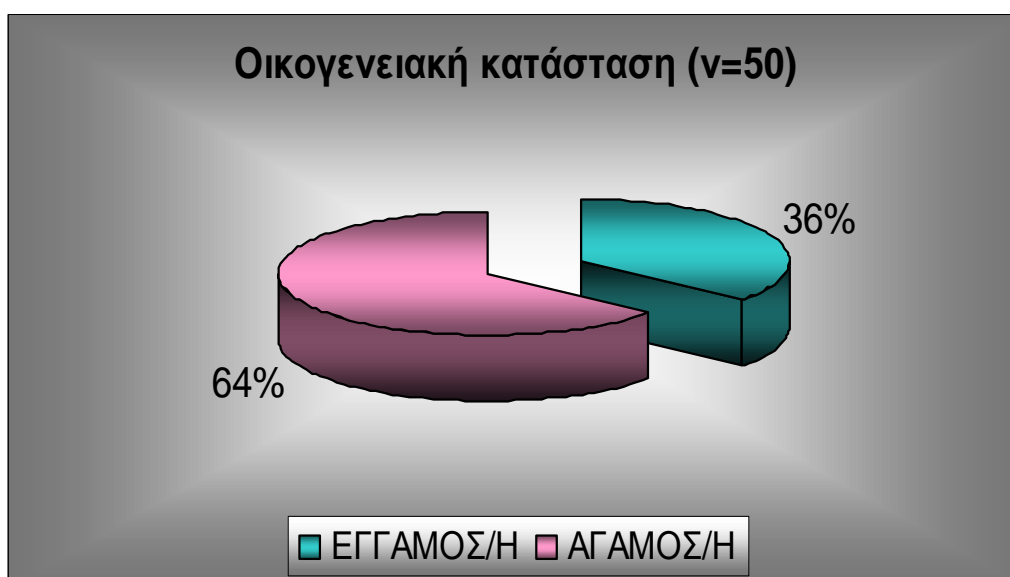
Πίνακας 6



Διάγραμμα 6

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΕΓΓΑΜΟΣ/Η	ΑΓΑΜΟΣ/Η
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	18	32
ΠΟΣΟΣΤΑ	36%	64%

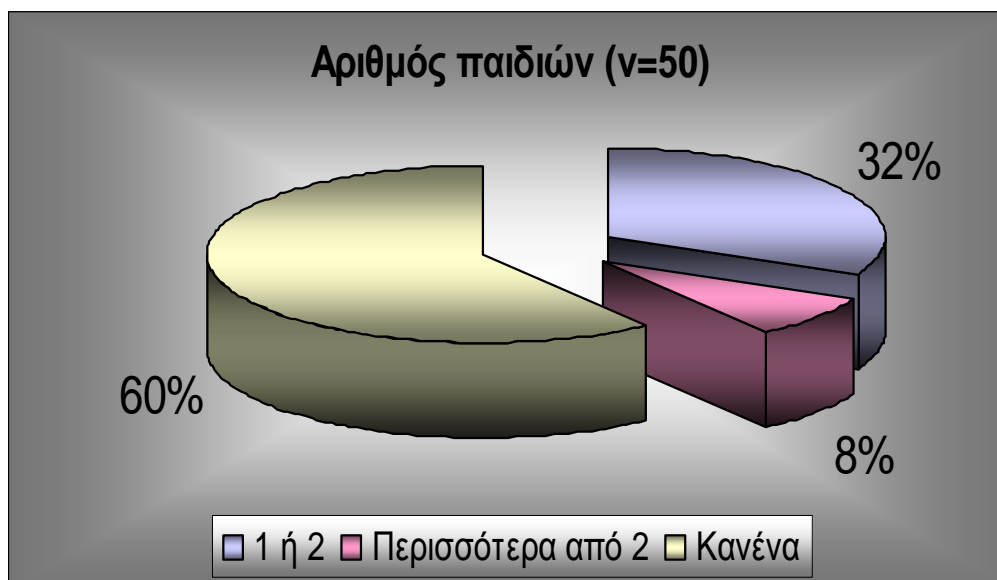
Πίνακας 7



Διάγραμμα 7

ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ	1 ή 2	Περισσότερα από 2	Κανένα
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	16	4	30
ΠΟΣΟΣΤΑ	32%	8%	60%

Πίνακας 8

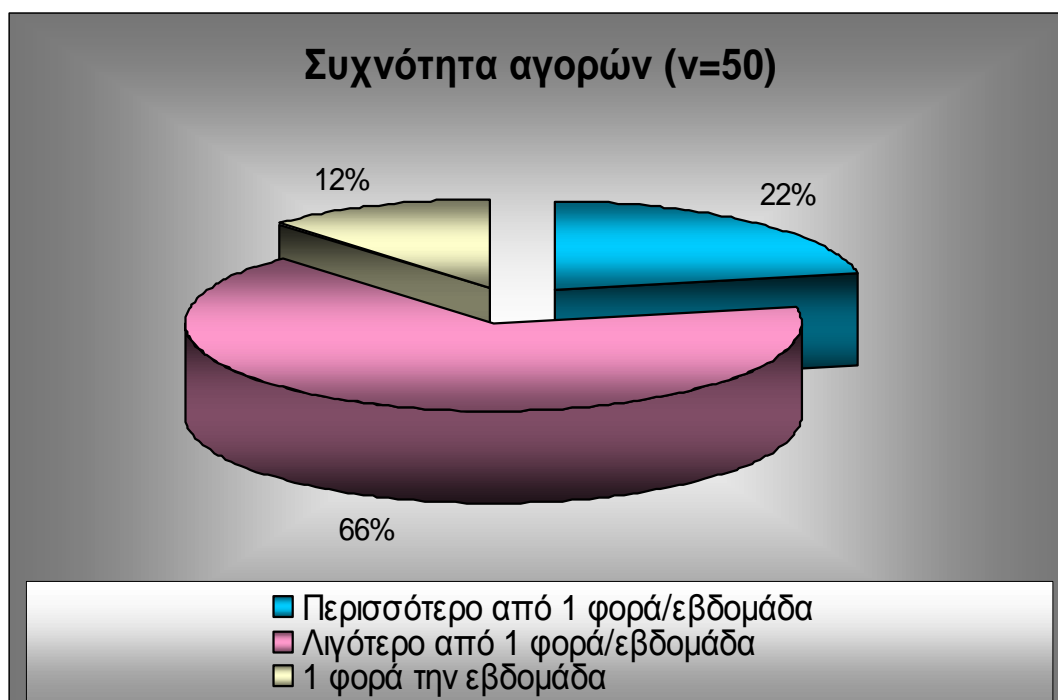


Διάγραμμα 8

Όπως είδαμε, ένας αριθμός μεταβλητών γενικότερης συμπεριφοράς κατά την αγορά τροφίμων και διαιτητικών συνηθειών από τα μέλη του δείγματος περιλαμβάνεται σε αυτή την αρχική φάση της έρευνας. Είναι ενδιαφέρον ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων αγοράζει τρόφιμα περισσότερο από μία φορά την εβδομάδα (66%), ξοδεύει λιγότερο από 60 ευρώ την εβδομάδα σε φαγητό (50%) και συχνότερα ψωνίζει τρόφιμα από παντοπωλείο/minimarket (42%) ή από συνοικιακό σουπερμάρκετ (52%), ενώ μόλις το 16% του δείγματος αγοράζει συχνά από ειδικό μαγαζί τροφίμων και από λαϊκές αγορές. Ακόμα, μόνο το 32% του δείγματος ισχυρίζεται ότι ακολουθεί μια ισορροπημένη διατροφή.

Συχνότητα αγορών	Περισσότερο από 1 φορά/εβδομάδα	Λιγότερο από 1 φορά/εβδομάδα	1 φορά την εβδομάδα
Συχνότητα	11	33	6
Ποσοστά	22%	66%	12%

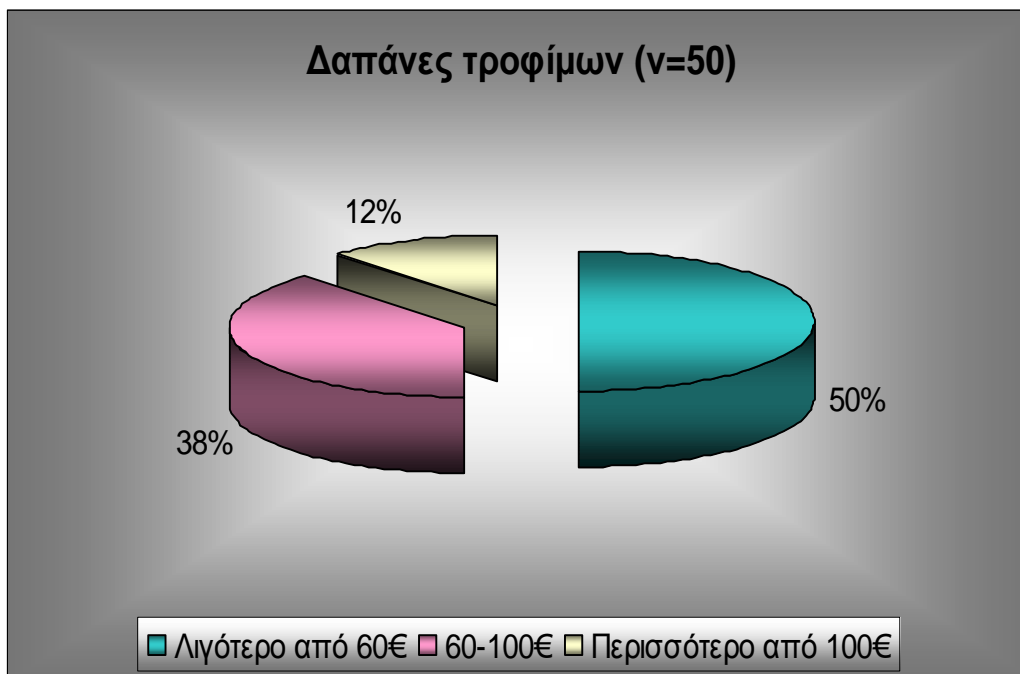
Πίνακας 9



Διάγραμμα 9

Δαπάνες τροφίμων	Λιγότερο από 60€	60-100€	Περισσότερο από 100€
Συχνότητα	25	19	6
Ποσοστά	50%	38%	12%

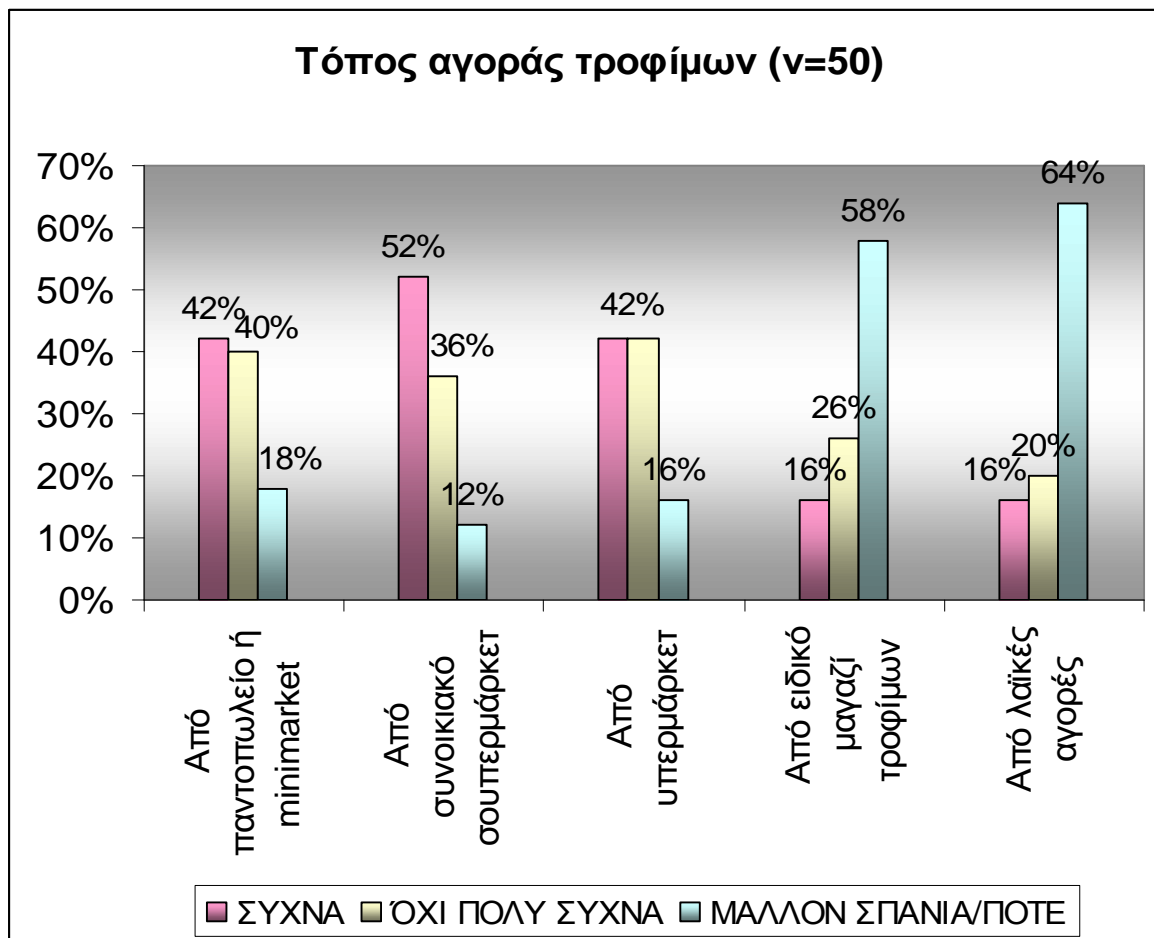
Πίνακας 10



Διάγραμμα 10

	ΣΥΧΝΑ	ΌΧΙ ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	ΜΑΛΛΟΝ ΣΠΑΝΙΑ/ ΠΟΤΕ
Από παντοπωλείο ή minimarket	42%	40%	18%
Από συνοικιακό σουπερμάρκετ	52%	36%	12%
Από υπερμάρκετ	42%	42%	16%
Από ειδικό μαγαζί τροφίμων	16%	26%	58%
Από λαϊκές αγορές	16%	20%	64%

Πίνακας 11



Διάγραμμα 11

3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

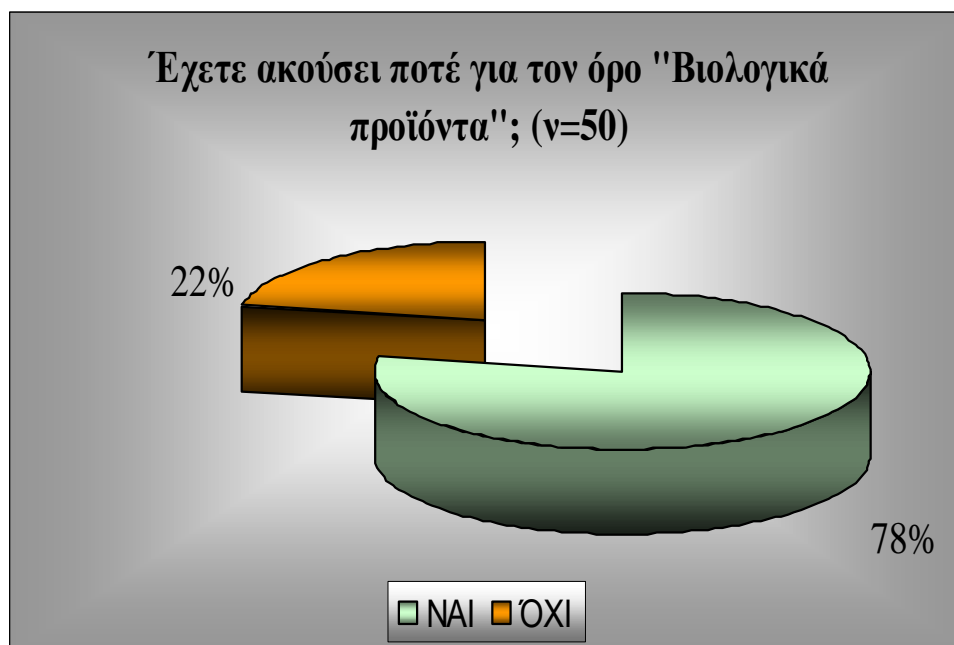
Στην αρχή του ερωτηματολογίου, περιλαμβάνεται μια σειρά “ερωτήσεων-φίλτρων” (filter questions) με σκοπό τη διάκριση μεταξύ των ενημερων και μη ενημερων καταναλωτών βιολογικών προϊόντων.

Ερώτηση 1: Έχετε ποτέ ακούσει για τον όρο “Βιολογικά Προϊόντα¹ (Β.Π.)”;

	ΝΑΙ	ΌΧΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΕΣ	39	11	50
ΠΟΣΟΣΤΑ	78%	22%	100%

Πίνακας 12

¹Όπου εμφανίζεται ο όρος “Βιολογικά Προϊόντα”, για λόγους συντομίας, θα αναφέρεται ως “Β.Π.”.



Διάγραμμα 12

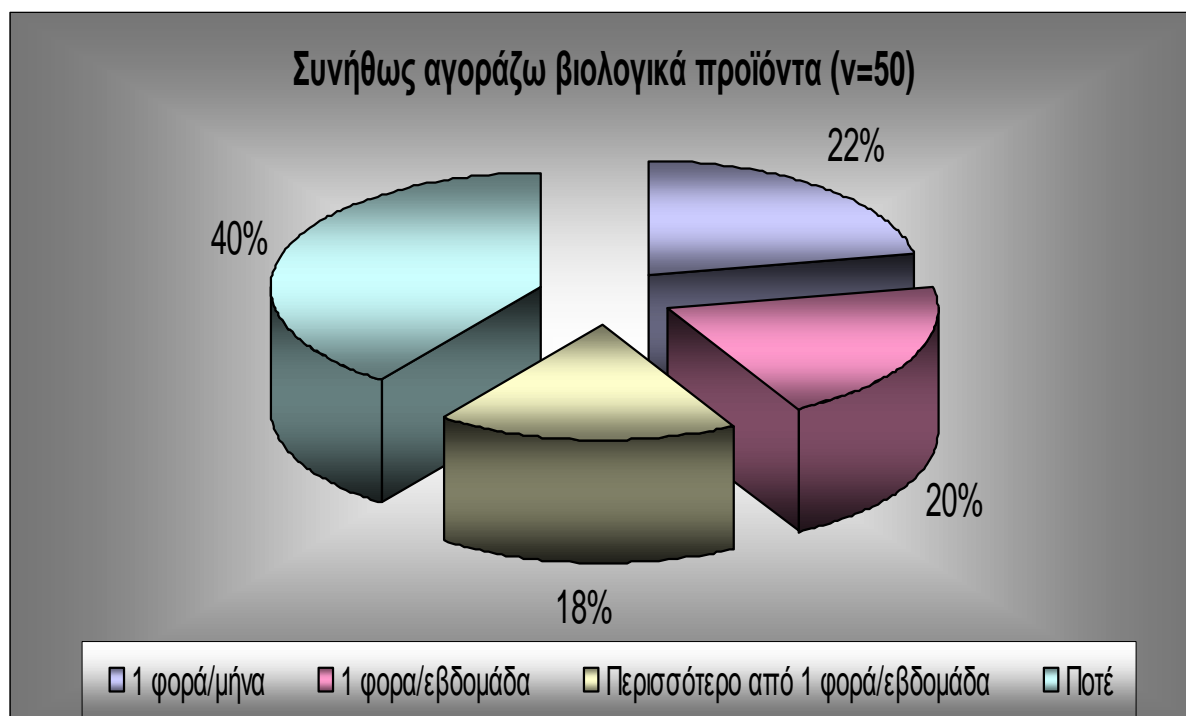
Από την έρευνα προκύπτει ότι το 78% έχει ακούσει για τον όρο "Βιολογικά Προϊόντα", ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι το 22% δεν έχει ακούσει ποτέ για τον όρο αυτό.

Είναι σαφές ότι η δηλωμένη γνώση μεταξύ των ερωτηθέντων γύρω από τα βιολογικά προϊόντα είναι πολύ χαμηλή. Όταν τους ζητήθηκε να δώσουν έναν ορισμό του όρου, μόνο το 16% έδωσαν τον ακριβή. Το υπόλοιπο 78% έδωσε έναν ορισμό λίγο ή πολύ ανακριβή, ενώ υπήρξε και ένα 6% που δεν έδωσε καθόλου ορισμό, μειώνοντας σημαντικά το πραγματικό επίπεδο γνώσης. Από την άλλη, ο όρος "βιολογικό προϊόν" συσχετίζεται από τους περισσότερους με υγιεινά, αγνά και φυσικά προϊόντα που δεν έχουν δεχθεί καμία χημική επεξεργασία.

Ερώτηση 3: Συνήθως αγοράζω Β.Π.:

ΣΥΝΗΘΩΣ ΑΓΟΡΑΖΩ Β.Π.	1 φορά/μήνα	1 φορά/εβδομάδα	Περισσότερο από 1 φορά/εβδομάδα	Ποτέ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	11	10	9	20
ΠΟΣΟΣΤΑ	22%	20%	18%	40%

Πίνακας 13



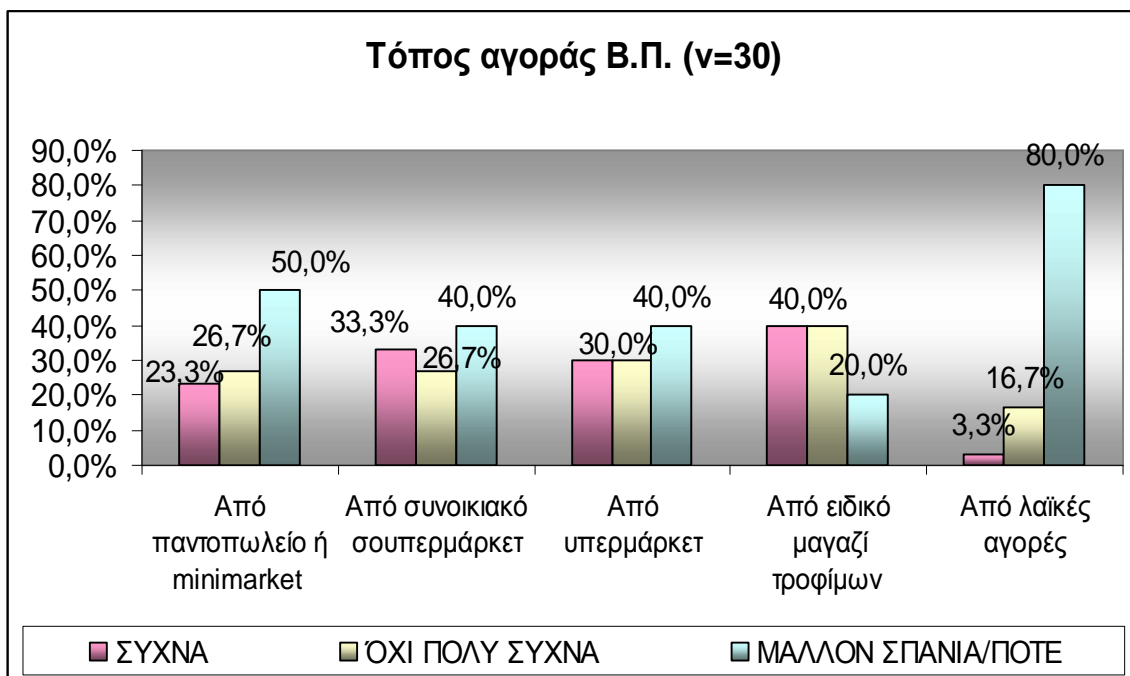
Διάγραμμα 13

Από το διάγραμμα φαίνεται ότι το 22% του συνόλου του δείγματος συνήθως αγοράζει Β.Π. μία φορά τον μήνα, το 20% μία φορά την εβδομάδα, το 18% περισσότερο από μία φορά την εβδομάδα, ενώ το 40% δεν αγοράζει ποτέ Β.Π.

Ερώτηση 4: Τόπος αγοράς Β.Π.:

	ΣΥΧΝΑ	ΌΧΙ ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	ΜΑΛΛΟΝ ΣΠΑΝΙΑ/ΠΟΤΕ
Από παντοπωλείο ή minimarket	23,3%	26,7%	50,0%
Από συνοικιακό σουπερμάρκετ	33,3%	26,7%	40,0%
Από υπερμάρκετ	30,0%	30,0%	40,0%
Από ειδικό μαγαζί τροφίμων	40,0%	40,0%	20,0%
Από λαϊκές αγορές	3,3%	16,7%	80,0%

Πίνακας 14



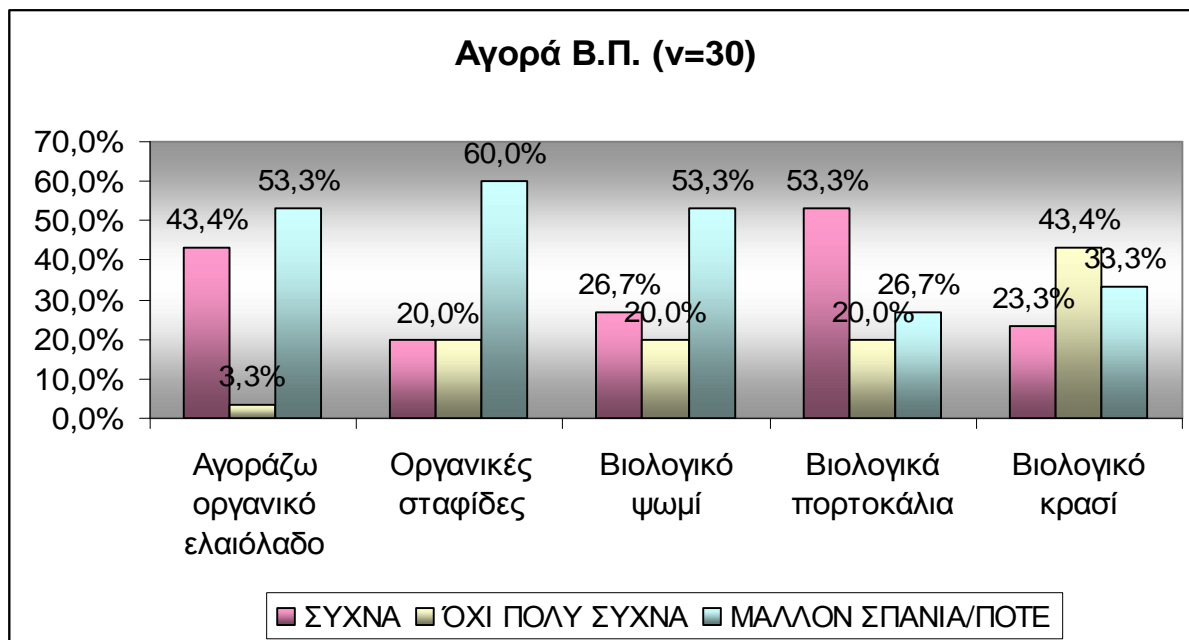
Διάγραμμα 14

Παρατηρούμε ότι, από παντοπωλείο/ minimarket, από συνοικιακό σουπερμάρκετ και από υπερμάρκετ δεν αγοράζει ποτέ ή αγοράζει σπάνια Β.Π. το 50%, 40% και 40% του συνόλου του δείγματος αντίστοιχα. Ενδιαφέρον παρουσιάζει ότι, από ειδικό μαγαζί τροφίμων αγοράζει συχνά το 40% του συνόλου του δείγματος, ενώ από λαϊκές αγορές δεν αγοράζει ποτέ ή αγοράζει σπάνια το 80%.

Ερώτηση 5: Αγορά Β.Π.:

	ΣΥΧΝΑ	ΌΧΙ ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	ΜΑΛΛΟΝ ΣΠΑΝΙΑ/ΠΟΤΕ
Αγοράζω οργανικό ελαιόλαδο	43,4%	3,3%	53,3%
Οργανικές σταφίδες	20,0%	20,0%	60,0%
Βιολογικό ψωμί	26,7%	20,0%	53,3%
Βιολογικά πορτοκάλια	53,3%	20,0%	26,7%
Βιολογικό κρασί	23,3%	43,4%	33,3%

Πίνακας 15



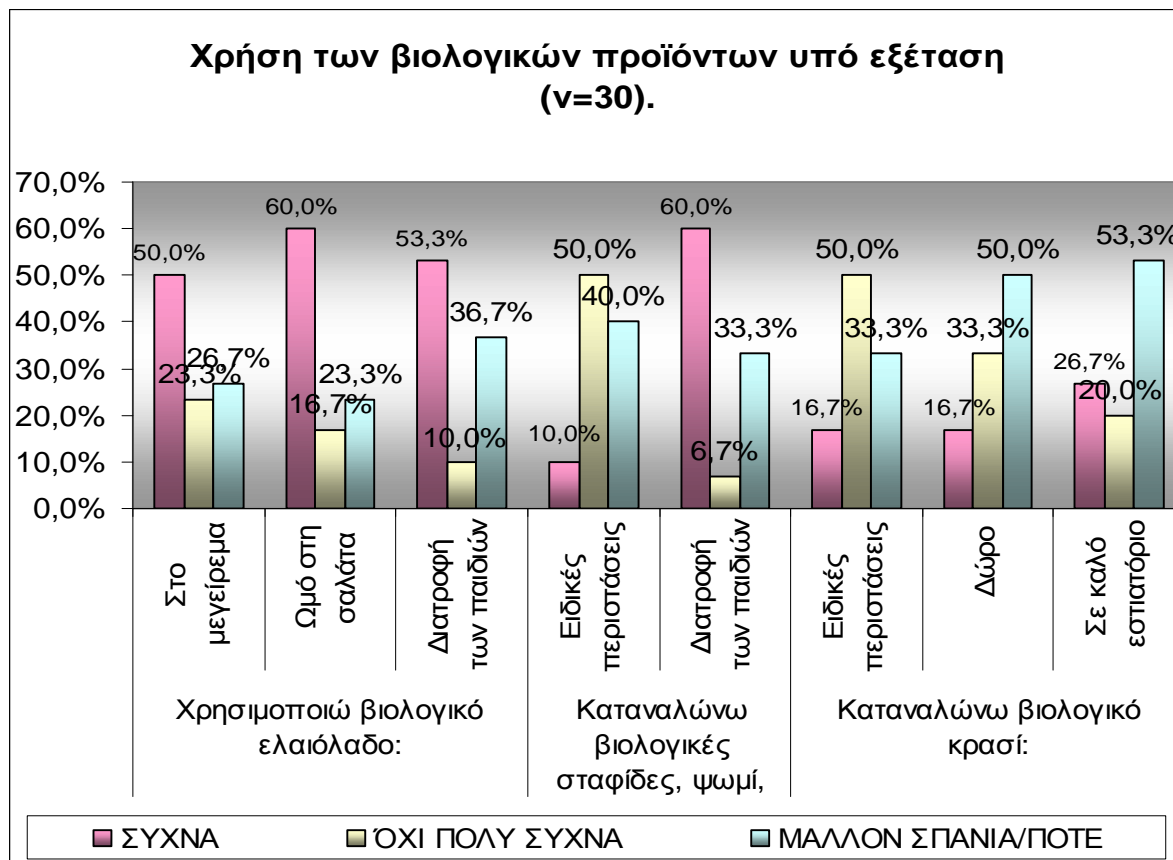
Διάγραμμα 15

Βλέπουμε λοιπόν ότι καταναλωτές που προτιμούν Β.Π., αγοράζουν συχνότερα βιολογικά πορτοκάλια (53,3%) και βιολογικό κρασί (43,4), ενώ σπανιότερα ή και ποτέ οργανικό ελαιόλαδο (53,3%), οργανικές σταφίδες (60%) και βιολογικό ψωμί (53,3%).

Ερώτηση 6: Χρήση των Β.Π. υπό εξέταση:

		ΣΥΧΝΑ	ΌΧΙ ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	ΜΑΛΛΟΝ ΣΠΑΝΙΑ/ΠΟΤΕ
Χρησιμοποιώ βιολογικό ελαιόλαδο:	Στο μαγείρεμα	50,0%	23,3%	26,7%
	Ωμό στη σαλάτα	60,0%	16,7%	23,3%
	Διατροφή των παιδιών	53,3%	10,0%	36,7%
Καταναλώνω βιολογικές σταφίδες, ψωμί, πορτοκάλια:	Ειδικές περιστάσεις	10,0%	50,0%	40,0%
	Διατροφή των παιδιών	60,0%	6,7%	33,3%
Καταναλώνω βιολογικό κρασί:	Ειδικές περιστάσεις	16,7%	50,0%	33,3%
	Δώρο	16,7%	33,3%	50,0%
	Σε καλό εστιατόριο	26,7%	20,0%	53,3%

Πίνακας 16



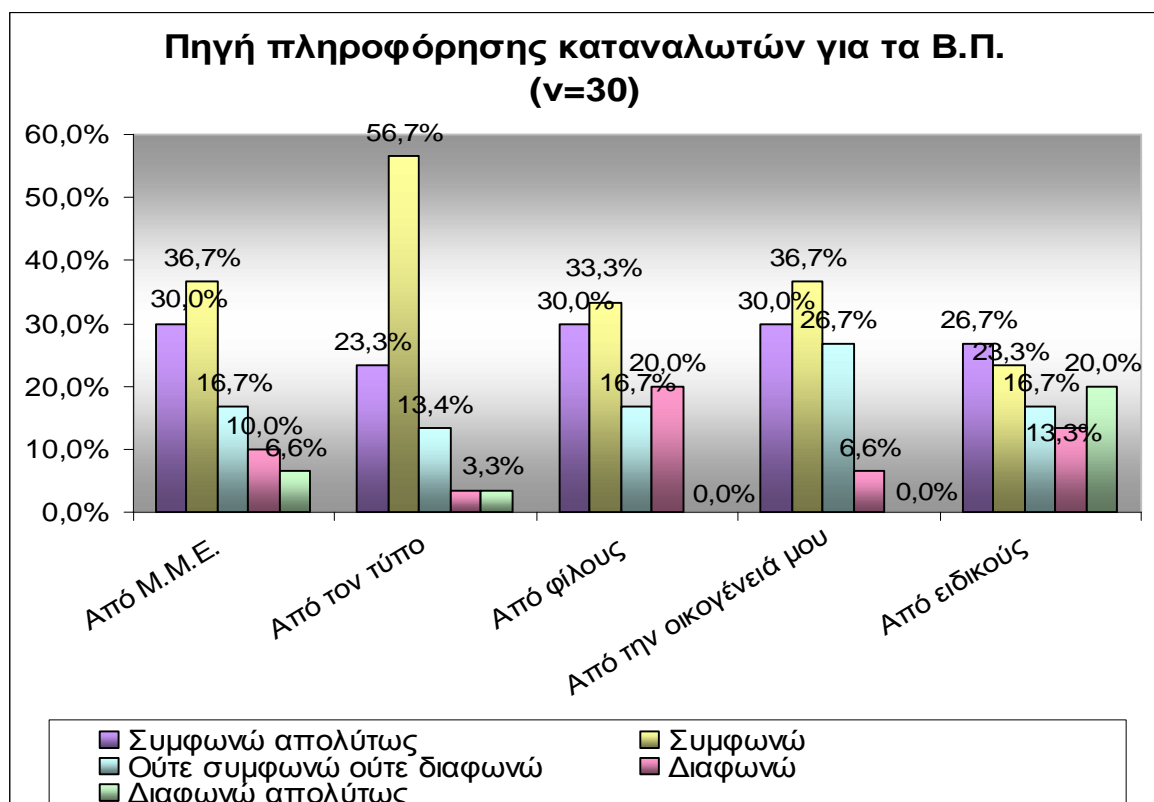
Διάγραμμα 16

Παρατηρώντας τον πίνακα, συμπεραίνουμε ότι η διατροφή παίζει σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητα των ερωτώμενων. Αυτό προκύπτει αναλύοντας τα τρία πρώτα υπο-ερωτήματα, όπου το σύνολο του δείγματος χρησιμοποιεί το βιολογικό ελαιόλαδο ως συστατικό στο μαγείρεμα (50%), ωμό στη σαλάτα (60%) αλλά και για τη διατροφή των παιδιών (53,3%). Όσον αφορά τις βιολογικές σταφίδες, το ψωμί και τα πορτοκάλια, τα χρησιμοποιούν συχνά για την διατροφή των παιδιών (60%) αλλά όχι πολύ συχνά σε ειδικές περιστάσεις (50%). Από την άλλη, δεν καταναλώνουν βιολογικό κρασί πολύ συχνά για ειδικές περιστάσεις (50%) και σπάνια ή ποτέ το προσφέρουν ως δώρο (50%) ή το προτιμούν όταν τρώνε σε κάποιο καλό εστιατόριο (53,3%).

Ερώτηση 7: Πηγή πληροφόρησης καταναλωτών για τα Β.Π.:

	Από Μ.Μ.Ε.	Από τον τύπο	Από φίλους	Από την οικογένειά μου	Από ειδικούς
Συμφωνώ απολύτως	30,0%	23,3%	30,0%	30,0%	26,7%
Συμφωνώ	36,7%	56,7%	33,3%	36,7%	23,3%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	16,7%	13,4%	16,7%	26,7%	16,7%
Διαφωνώ	10,0%	3,3%	20,0%	6,6%	13,3%
Διαφωνώ απολύτως	6,6%	3,3%	0,0%	0,0%	20,0%

Πίνακας 17



Διάγραμμα 17

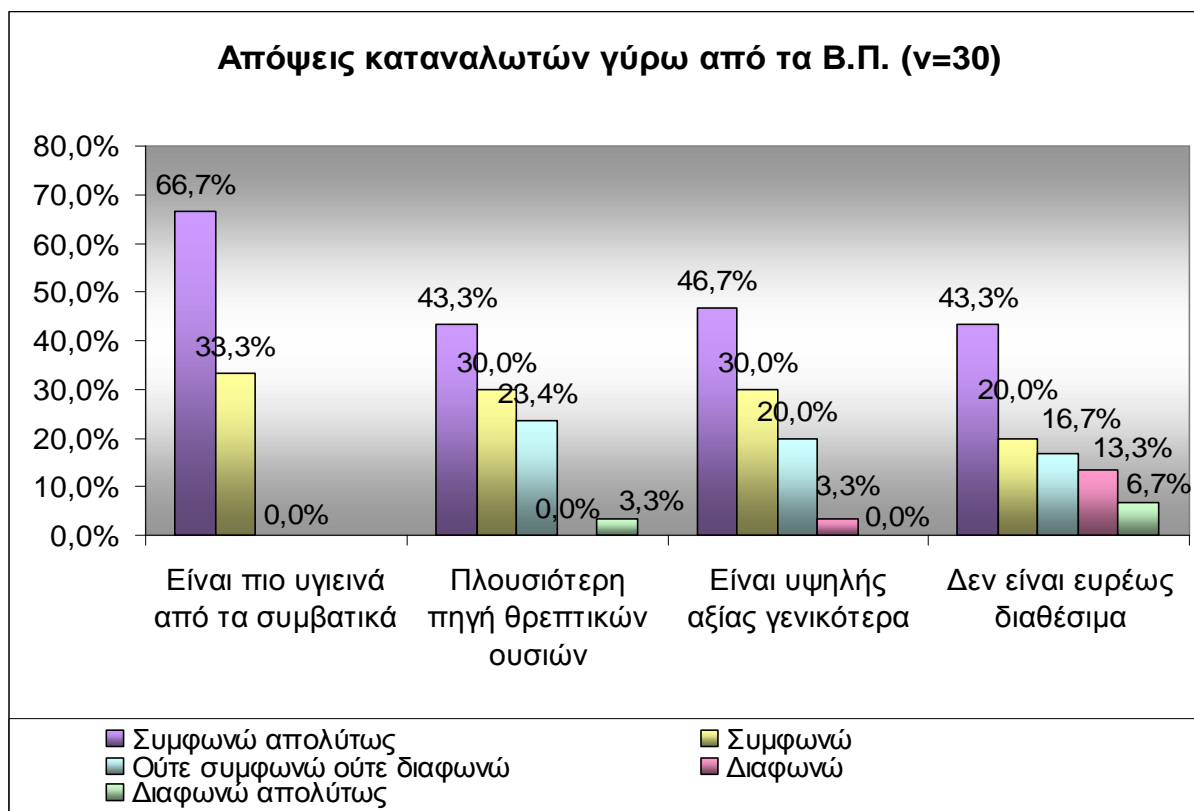
Φαίνεται ξεκάθαρα από το διάγραμμα, ότι κυριότερη πηγή πληροφόρησης για τους Έλληνες καταναλωτές αποτελεί ο τύπος (80%), τα Μ.Μ.Ε. (66,7%), η οικογένεια (66,7%) και οι φίλοι (63,3%) και ακολουθούν οι ειδικοί (γιατροί, διαιτολόγοι)(50%). Έκπληξη προκαλεί το γεγονός ότι, συγκριτικά με τις υπόλοιπες πηγές πληροφόρησης, ένα μεγάλο ποσοστό των καταναλωτών

(33,3%) διαφωνεί/ διαφωνεί απολύτως για την παροχή πληροφοριών εκ μέρους των ειδικών.

Ερώτηση 8: Απόψεις καταναλωτών γύρω από τα Β.Π.:

	Είναι πιο υγιεινά από τα συμβατικά	Πλουσιότερη πηγή θρεπτικών ουσιών	Είναι υψηλής αξίας γενικότερα	Δεν είναι ευρέως διαθέσιμα
Συμφωνώ απολύτως	66,7%	43,3%	46,7%	43,3%
Συμφωνώ	33,3%	30,0%	30,0%	20,0%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	0,0%	23,4%	20,0%	16,7%
Διαφωνώ	0,0%	0,0%	3,3%	13,3%
Διαφωνώ απολύτως	0,0%	3,3%	0,0%	6,7%

Πίνακας 18



Διάγραμμα 18

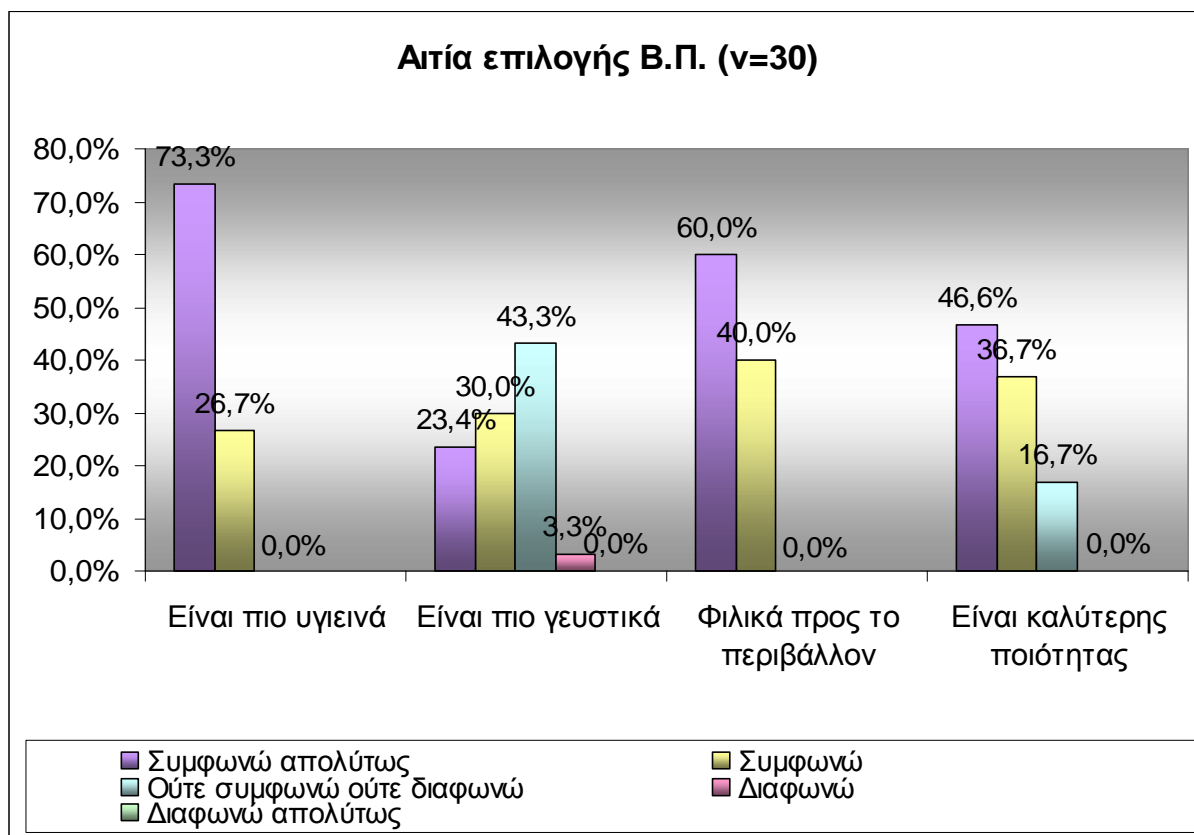
Βασιζόμενοι στο διάγραμμά μας, συμπεραίνουμε ότι η γνώμη των καταναλωτών για τα Β.Π. είναι θετική, εφόσον συμφωνούν απόλυτα ότι τα Β.Π.

είναι πιο υγιεινά από τα συμβατικά (100%), καθώς επίσης και ότι είναι πλουσιότερη πηγή θρεπτικών ουσιών (73,3%). Εκπλήσσει ωστόσο το γεγονός, ότι ακόμα και το 60% των αγοραστών, παρόλο που τα επιλέγει, πιστεύει πως είναι υψηλής αξίας γενικότερα (76,7%) και δεν είναι ευρέως διαθέσιμα στα καταστήματα από τα οποία ψωνίζει τρόφιμα (63,3%).

Ερώτηση 9: Αιτία επιλογής Β.Π.:

	Είναι πιο υγιεινά	Είναι πιο γευστικά	Φιλικά προς το περιβάλλον	Είναι καλύτερης ποιότητας
Συμφωνώ απολύτως	73,3%	23,4%	60,0%	46,6%
Συμφωνώ	26,7%	30,0%	40,0%	36,7%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	0,0%	43,3%	0,0%	16,7%
Διαφωνώ	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%
Διαφωνώ απολύτως	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Πίνακας 19



Διάγραμμα 19

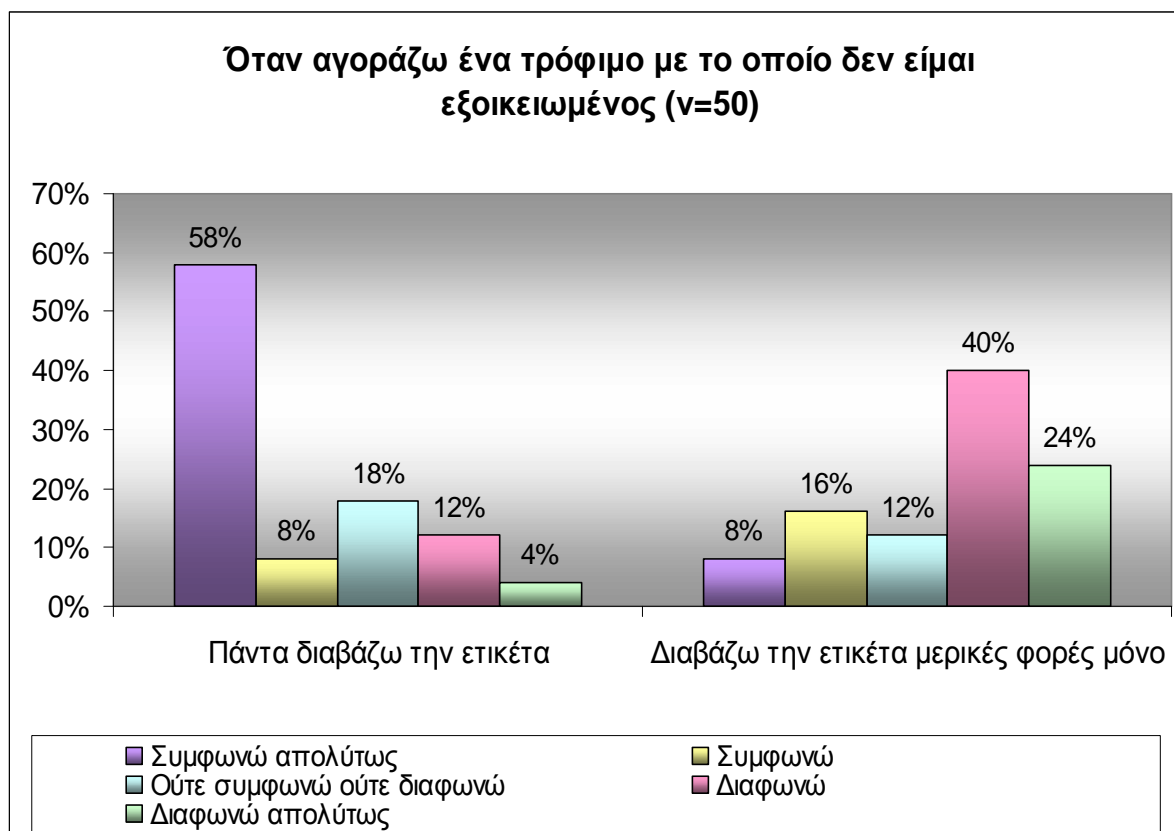
Ο σημαντικότερος λόγος επιλογής Β.Π. είναι, το ότι είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον και πιο υγιεινά (κάθε ένα για το 100% των αγοραστών), η ανώτερη ποιότητά τους (83,3%) και η καλύτερη γεύση τους (53,4%) συγκριτικά με τα συμβατικά τρόφιμα.

3.3.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΗΚΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ερώτηση 11: Τάση αναζήτησης πληροφορίας/ Διερευνητικός τρόπος αγοράς:

Όταν αγοράζω ένα τρόφιμο με το οποίο δεν είμαι εξοικειωμένος:	Πάντα διαβάζω την ετικέτα	Διαβάζω την ετικέτα μερικές φορές μόνο
Συμφωνώ απολύτως	58%	8%
Συμφωνώ	8%	16%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	18%	12%
Διαφωνώ	12%	40%
Διαφωνώ απολύτως	4%	24%

Πίνακας 20

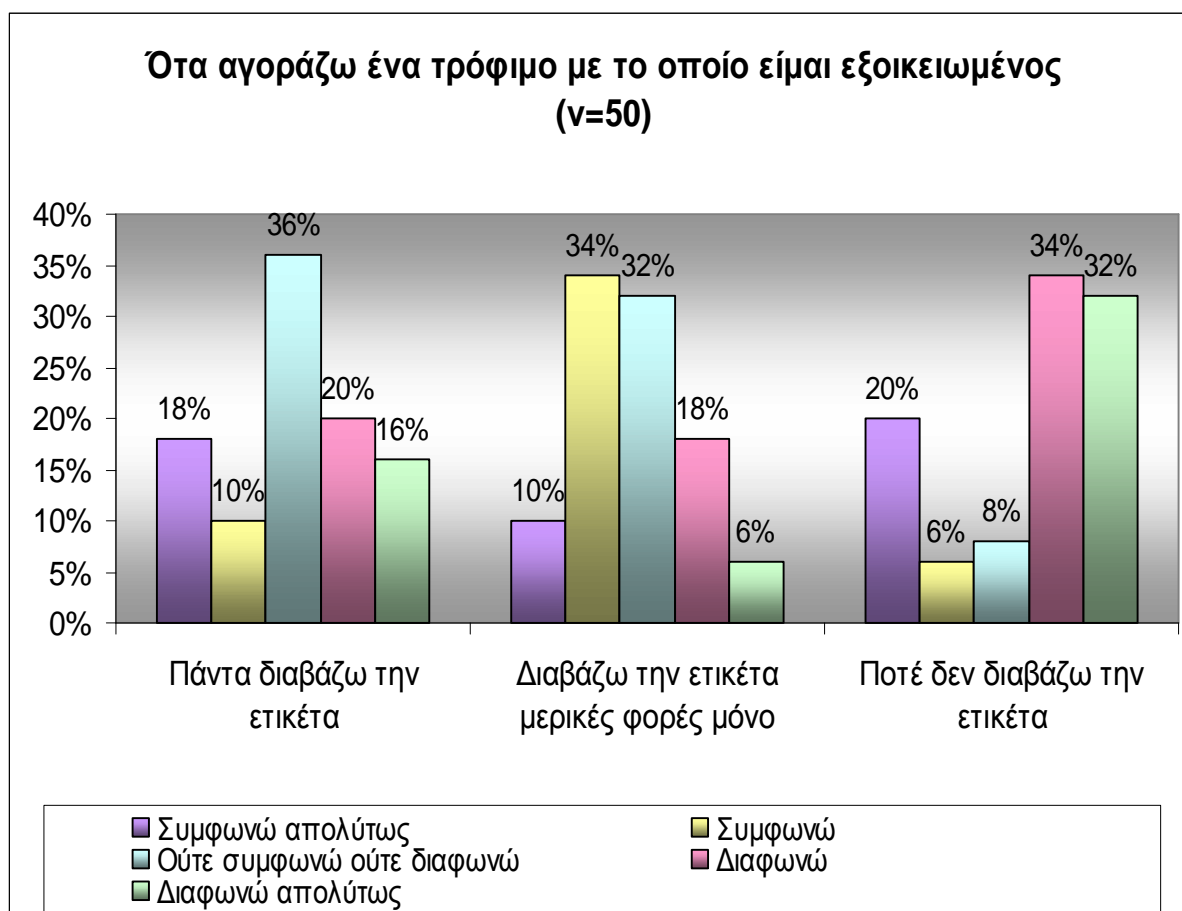


Διάγραμμα 20

Απεικονίζεται διαγραμματικά ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 66%, όταν αγοράζει ένα τρόφιμο με το οποίο δεν είναι εξοικειωμένος, πάντα διαβάζει την ετικέτα, ενώ μόλις το 24%, συμφωνεί ότι διαβάζει την ετικέτα μερικές φορές μόνο.

Όταν αγοράζω ένα τρόφιμο με το οποίο είμαι εξοικειωμένος:	Πάντα διαβάζω την ετικέτα	Διαβάζω την ετικέτα μερικές φορές μόνο	Ποτέ δεν διαβάζω την ετικέτα
Συμφωνώ απολύτως	18%	10%	20%
Συμφωνώ	10%	34%	6%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	36%	32%	8%
Διαφωνώ	20%	18%	34%
Διαφωνώ απολύτως	16%	6%	32%

Πίνακας 21

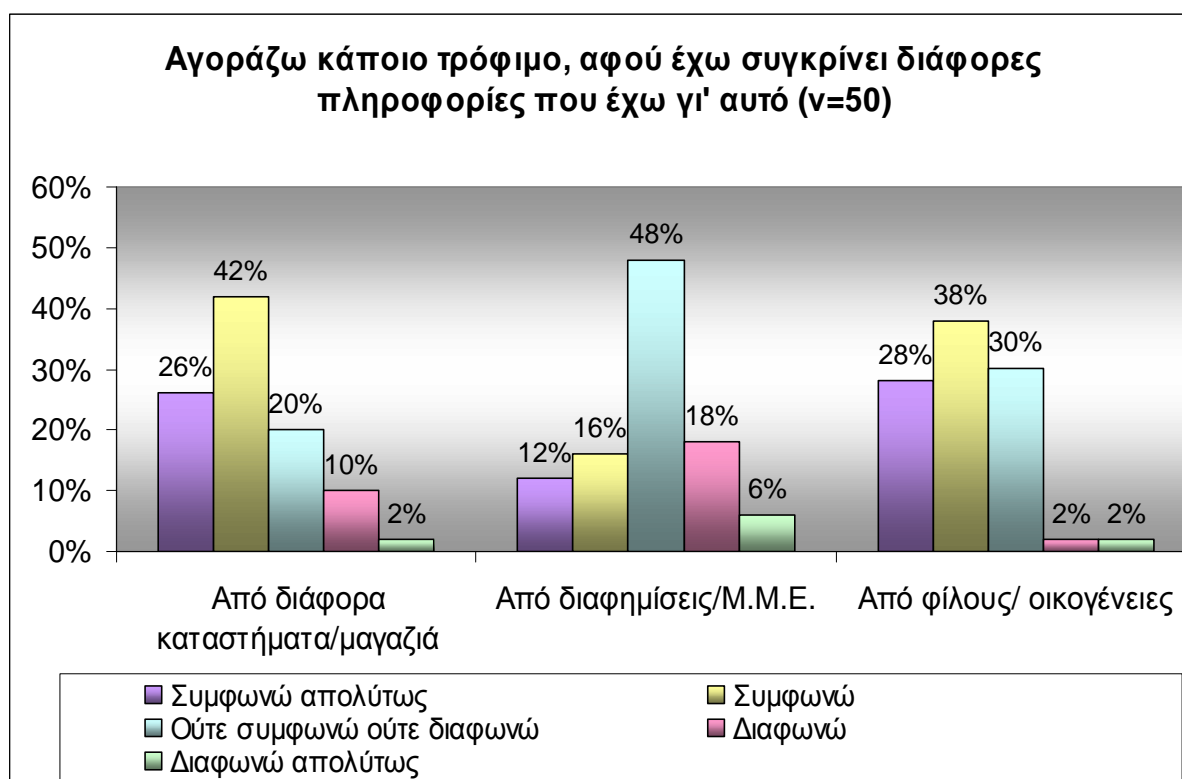


Διάγραμμα 21

Ανάλογα με τον βαθμό εξοικείωσης με ένα προϊόν, οι καταναλωτές άλλοτε διαβάζουν την ετικέτα και άλλοτε όχι.

Αγοράζω κάποιο τρόφιμο, αφού έχω συγκρίνει διάφορες πληροφορίες:	Από διάφορα καταστήματα/μαγαζιά	Από διαφημίσεις/M.M.E.	Από φίλους/οικογένειες
Συμφωνώ απολύτως	26%	12%	28%
Συμφωνώ	42%	16%	38%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	20%	48%	30%
Διαφωνώ	10%	18%	2%
Διαφωνώ απολύτως	2%	6%	2%

Πίνακας 22



Διάγραμμα 22

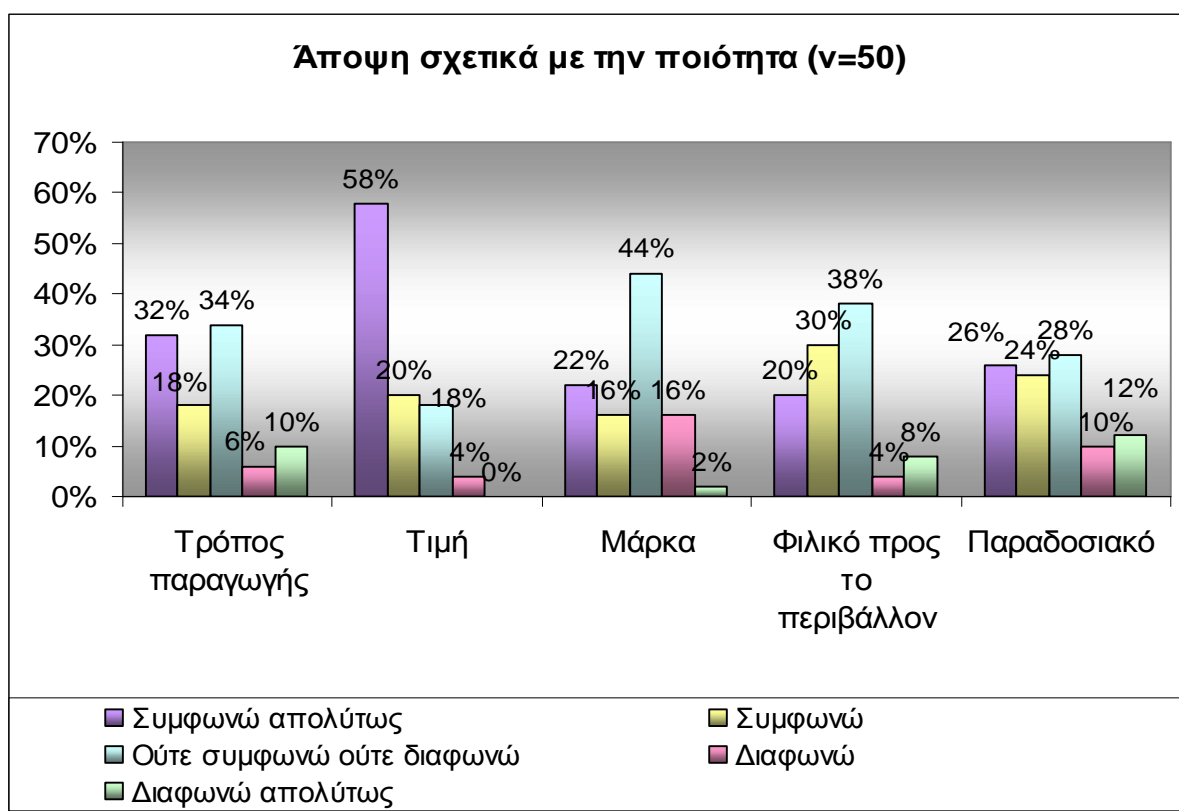
Είναι προφανές, ότι οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράσουν κάποιο τρόφιμο, αφού έχουν συγκρίνει διάφορες πληροφορίες που έχουν συγκεντρώσει γι' αυτό, από καταστήματα/μαγαζιά (68%) και από ομάδες αναφοράς (φίλους/οικογένειες)(66%), ενώ δεν αποτελεί αγοραστικό κίνητρο γι' αυτούς ένα

διαφημιστικό μήνυμα, που προβάλλεται μέσω των Μ.Μ.Ε. (48%).

Ερώτηση 12: Άποψη σχετικά με την ποιότητα:

	Τρόπος παραγωγής	Τιμή	Μάρκα	Φιλικό προς το περιβάλλον	Παραδοσιακό
Συμφωνώ απολύτως	32%	58%	22%	20%	26%
Συμφωνώ	18%	20%	16%	30%	24%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	34%	18%	44%	38%	28%
Διαφωνώ	6%	4%	16%	4%	10%
Διαφωνώ απολύτως	10%	0%	2%	8%	12%

Πίνακας 23



Διάγραμμα 23

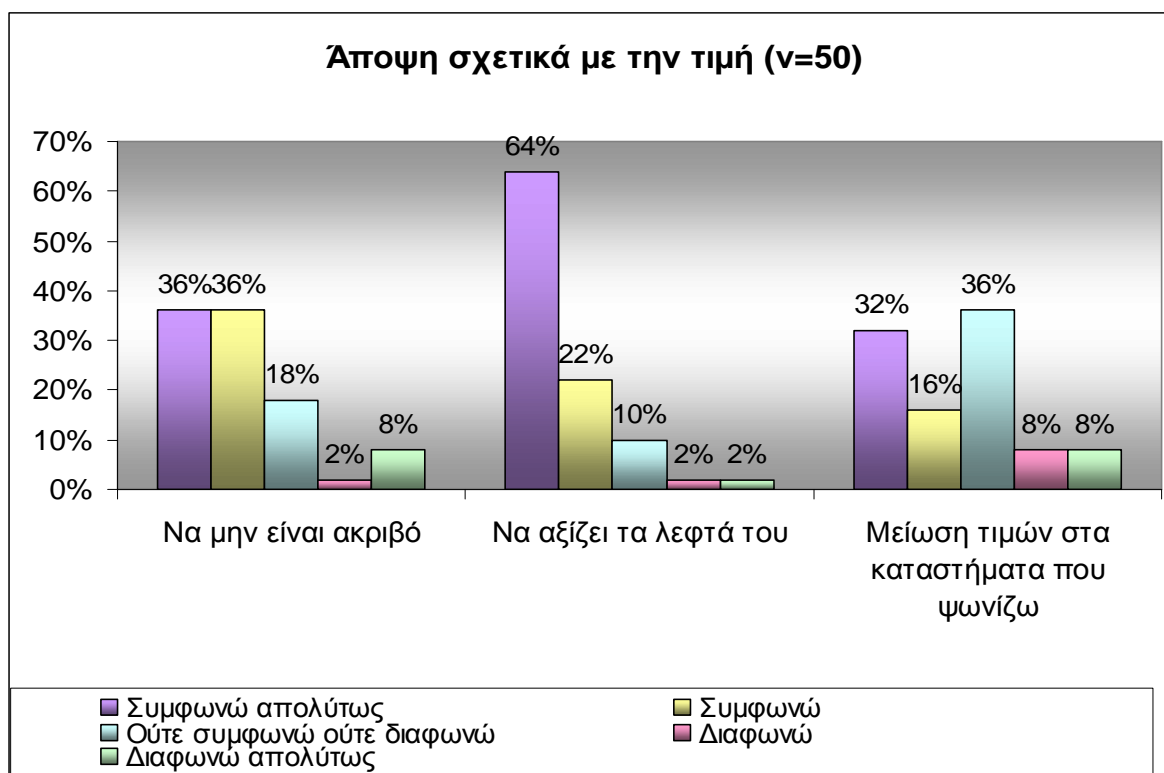
Παρατηρούμε στο διάγραμμα ότι, το πιο σημαντικό ποιοτικό χαρακτηριστικό που προσέχουν οι αγοραστές όταν αγοράζουν ένα τρόφιμο, είναι ο τρόπος παραγωγής του (50%) και η φιλικότητά του προς το περιβάλλον (50%), ενώ φαίνεται να υπάρχει σύγχυση σχετικά με το αν είναι παραδοσιακό ένα προϊόν. Παρόλο που τις περισσότερες φορές η μάρκα ενός προϊόντος δείχνει την

ποιότητά του, βλέπουμε ότι οι ερωτώμενοι δεν επηρεάζονται τόσο από αυτή (μάρκα – 44%), προκειμένου να προβούν σε μια αγορά χαμηλότερης αξίας (78%).

Ερώτηση 13: Άποψη σχετικά με την τιμή:

	Να μην είναι ακριβό	Να αξίζει τα λεφτά του	Μείωση τιμών στα καταστήματα που ψωνίζω
Συμφωνώ απολύτως	36%	64%	32%
Συμφωνώ	36%	22%	16%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	18%	10%	36%
Διαφωνώ	2%	2%	8%
Διαφωνώ απολύτως	8%	2%	8%

Πίνακας 24



Διάγραμμα 24

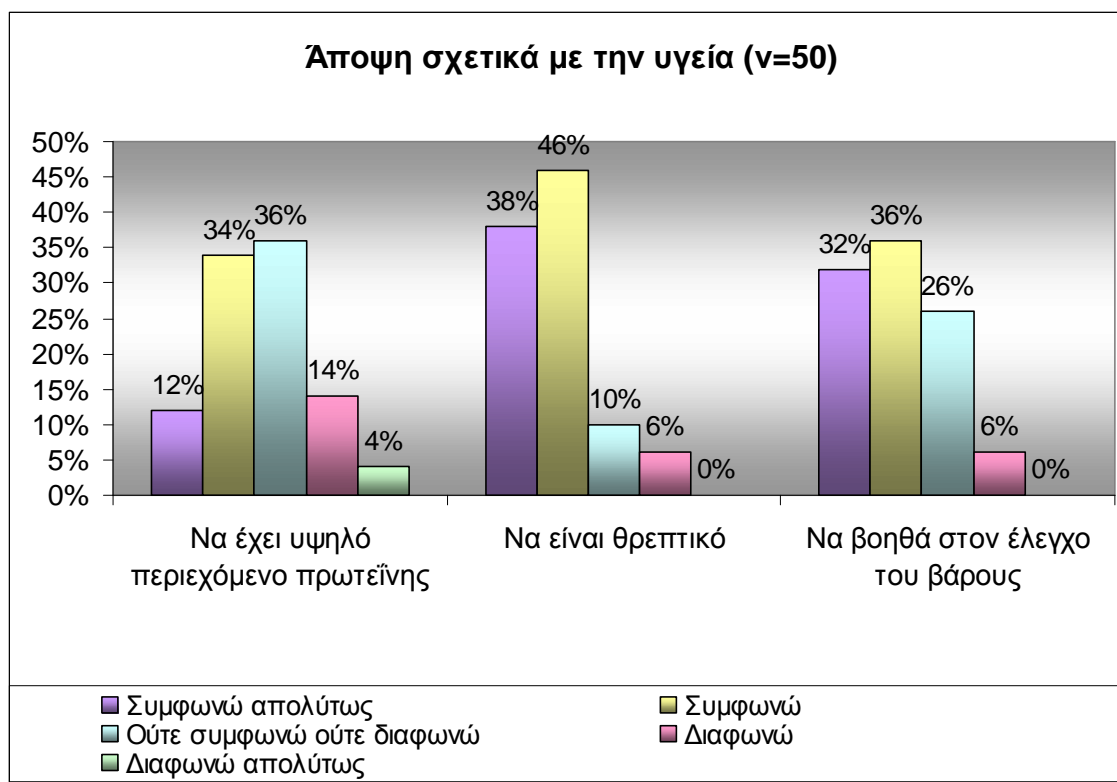
Από την έρευνα προκύπτει, ότι είναι σημαντικό για τον Έλληνα καταναλωτή, το φαγητό που τρώει μια συνηθισμένη μέρα να μην είναι ακριβό (72%), να "αξίζει"

τα λεφτά του (86%) και πάντα φροντίζει να ενημερώνεται για τις μειώσεις των τιμών, που γίνονται στο κατάστημα από το οποίο ψωνίζει (48%).

Ερώτηση 14: Άποψη σχετικά με την υγεία:

	Να έχει υψηλό περιεχόμενο πρωτεΐνης	Να είναι θρεπτικό	Να βοηθά στον έλεγχο του βάρους
Συμφωνώ απολύτως	12%	38%	32%
Συμφωνώ	34%	46%	36%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	36%	10%	26%
Διαφωνώ	14%	6%	6%
Διαφωνώ απολύτως	4%	0%	0%

Πίνακας 25



Διάγραμμα 25

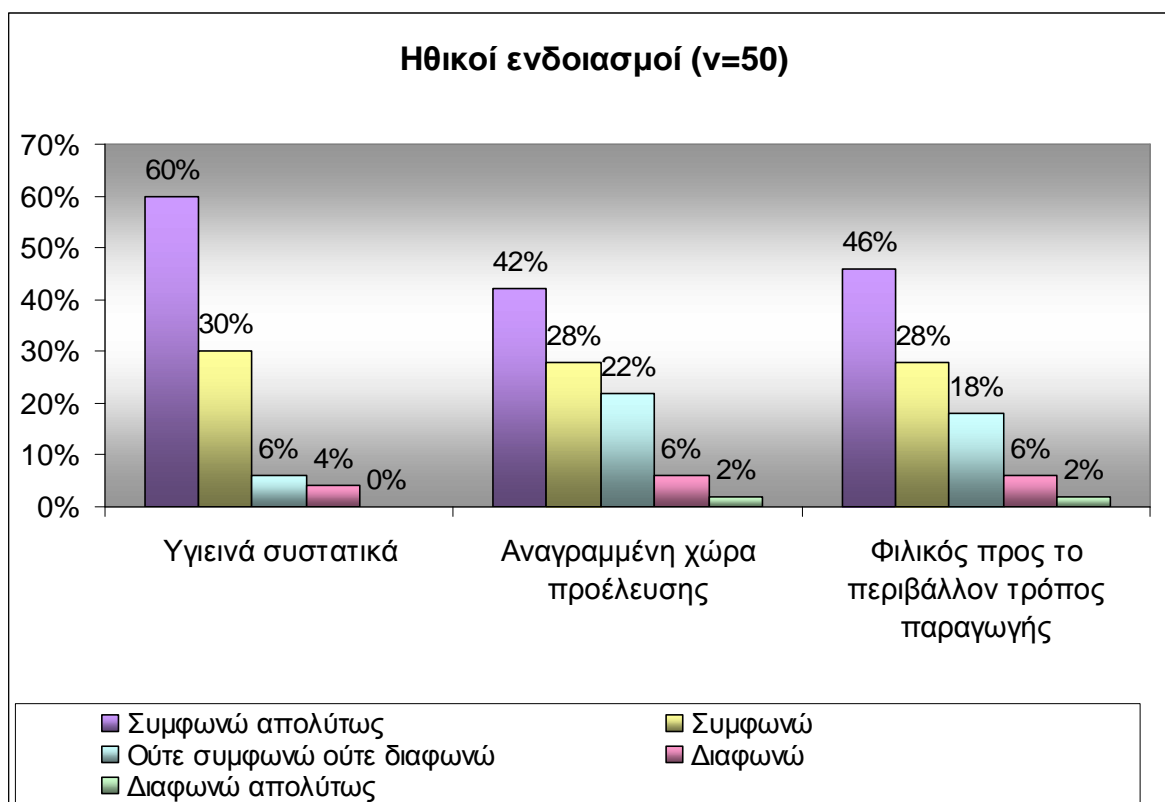
Οι καταναλωτές, φαίνεται να δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην θρεπτικότητα (84%) του φαγητού που τρώνε μια συνηθισμένη μέρα, απ’ ότι στο υψηλό περιεχόμενο πρωτεΐνης (46%). Επίσης, για την πλειοψηφία αυτών σημαντικό

ρόλο παίζει ο καθημερινός έλεγχος του βάρους τους (68%).

Ερώτηση 15: Ηθικοί ενδοιασμοί:

	Υγιεινά συστατικά	Αναγραμμένη χώρα προέλευσης	Φιλικός προς το περιβάλλον τρόπος παραγωγής
Συμφωνώ απολύτως	60%	42%	46%
Συμφωνώ	30%	28%	28%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	6%	22%	18%
Διαφωνώ	4%	6%	6%
Διαφωνώ απολύτως	0%	2%	2%

Πίνακας 26



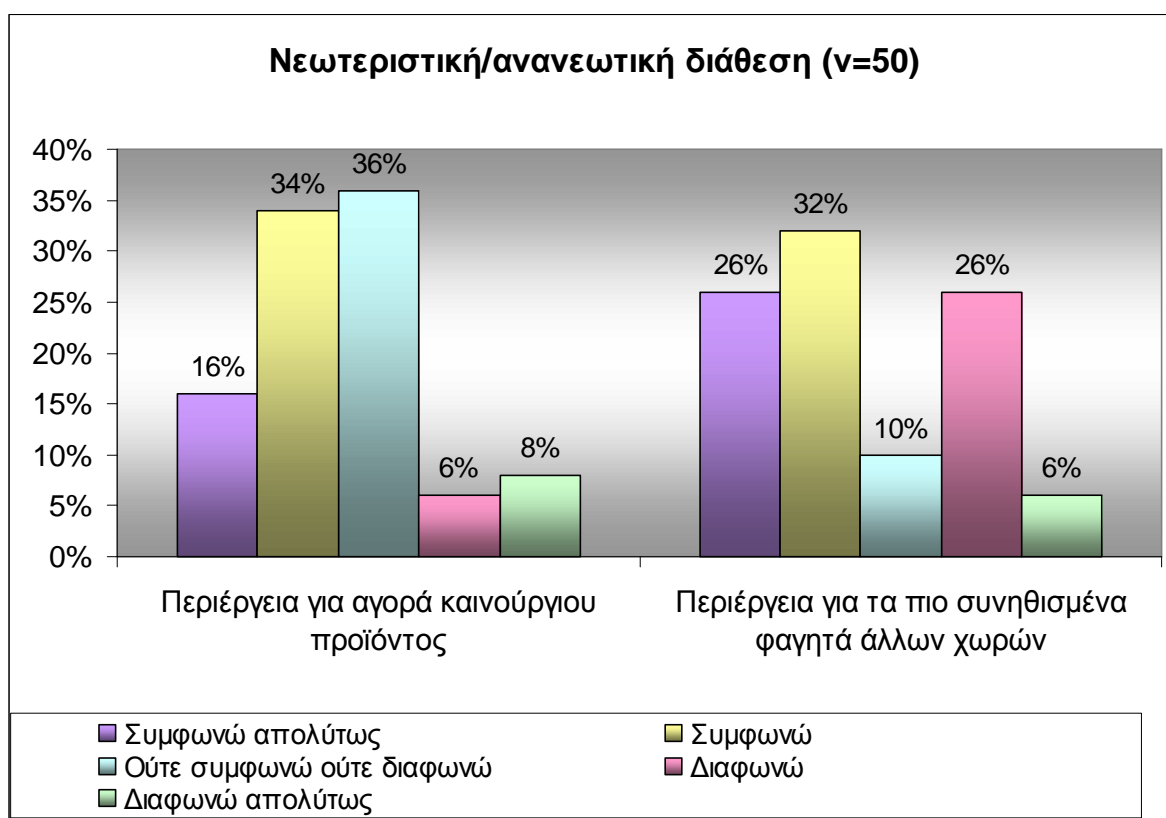
Διάγραμμα 26

Βάση των στοιχείων που έχουμε διακρίνουμε ότι, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων συμφωνεί ότι το φαγητό που τρώει μία συνηθισμένη μέρα πρέπει να περιέχει υγιεινά συστατικά (90%), να έχει αναγραμμένη την χώρα προελεύσεως στην ετικέτα (70%) και να παρασκευάζεται με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον (74%).

Ερώτηση 16: Νεωτεριστική/ Ανανεωτική διάθεση:

	Περιέργεια για αγορά καινούργιου προϊόντος	Περιέργεια για τα πιο συνηθισμένα φαγητά άλλων χωρών
Συμφωνώ απολύτως	16%	26%
Συμφωνώ	34%	32%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	36%	10%
Διαφωνώ	6%	26%
Διαφωνώ απολύτως	8%	6%

Πίνακας 27



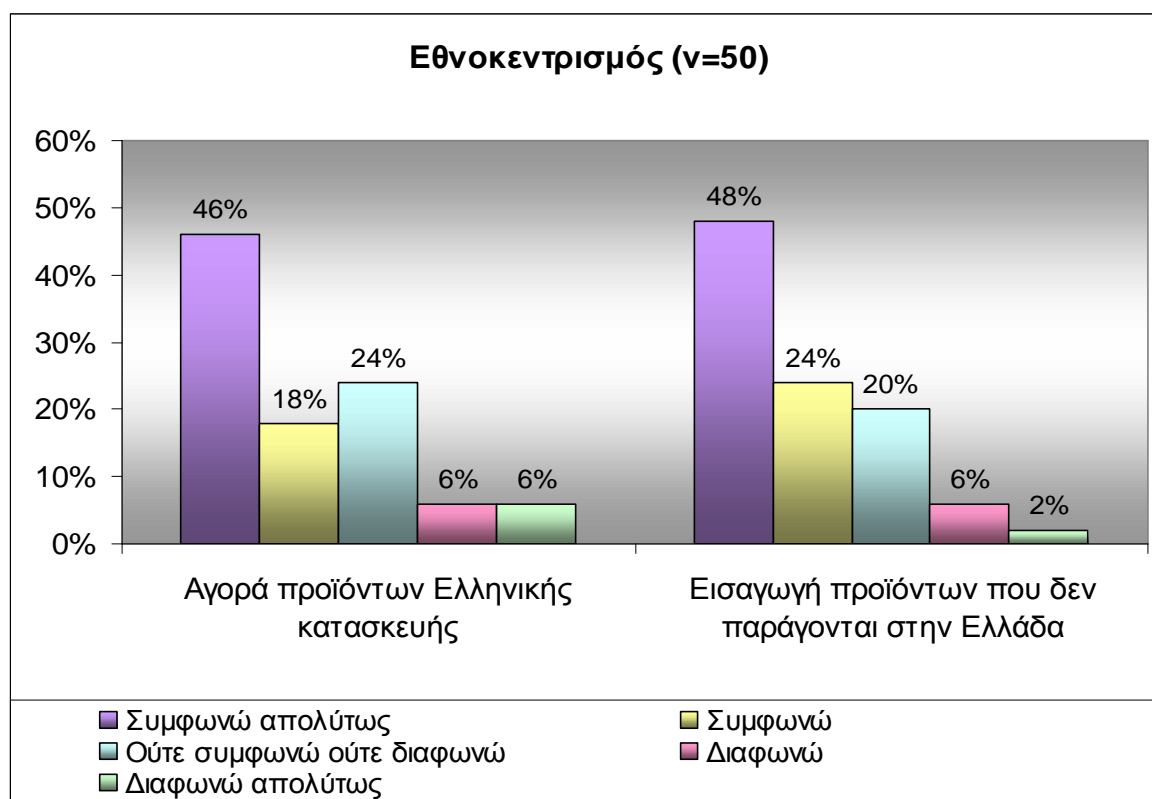
Διάγραμμα 27

Όσον αφορά την νεωτεριστική και ανανεωτική διάθεση των καταναλωτών, το ποσοστό που θα αγόραζε ένα καινούργιο προϊόν, απλώς από περιέργεια, κυμαίνεται στο μέσο όρο (36%), ενώ από την άλλη, συμφωνούν ότι θα επιθυμούσαν να αγοράσουν κάποιο συνηθισμένο φαγητό μιας άλλης χώρας (58%).

Ερώτηση 17: Εθνοκεντρισμός:

	Αγορά προϊόντων Ελληνικής κατασκευής	Εισαγωγή προϊόντων που δεν παράγονται στην Ελλάδα
Συμφωνώ απολύτως	46%	48%
Συμφωνώ	18%	24%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	24%	20%
Διαφωνώ	6%	6%
Διαφωνώ απολύτως	6%	2%

Πίνακας 28



Διάγραμμα 28

Οι περισσότεροι Έλληνες καταναλωτές διέπονται από έντονα εθνοκεντρικά χαρακτηριστικά. Είναι ολοφάνερο λοιπόν, ότι το 64% προτιμά Ελληνικής κατασκευής προϊόντα και το 72% συμφωνεί ότι πρέπει να εισάγονται μόνο εκείνα τα προϊόντα, που δεν παράγονται στην χώρα μας.

3.3.2 ΑΙΤΙΕΣ ΑΠΟΡΡΙΨΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

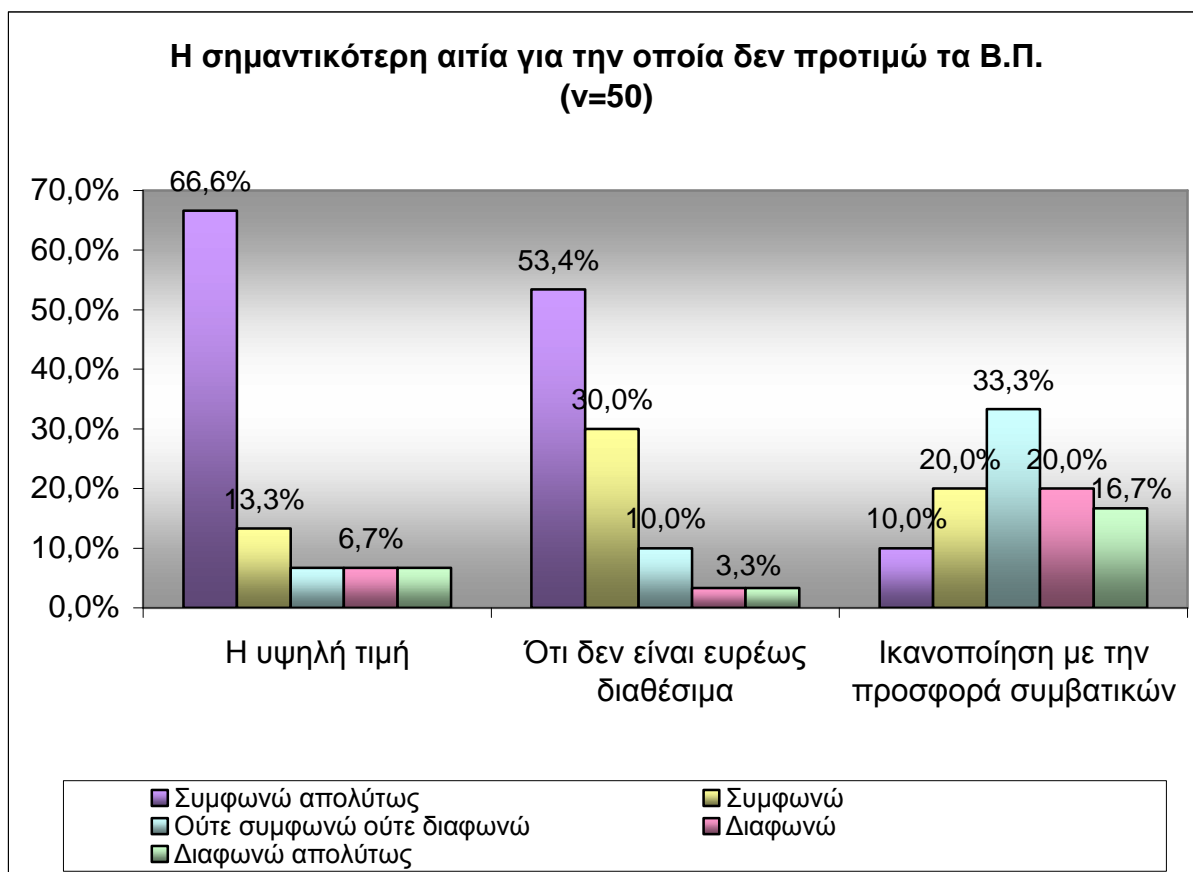
Στην αρχή του ερωτηματολογίου, με την βοήθεια ερώτησης – φίλτρου, καταφέραμε να διακρίνουμε τους ενήμερους καταναλωτές, σε εκείνους που συνειδητά αγοράζουν και σε εκείνους που δεν αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα. Έτσι, το 18% του δείγματος (9 ερωτηθέντες), παρόλο που είναι ενήμεροι, δεν αγοράζουν ποτέ βιολογικά τρόφιμα.

Μέσω της έρευνας, έγινε μία διεξοδική ανάλυση των αγοραστών Β.Π. Βάσει των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν, δεν είναι στατιστικά σημαντικές οι διαφορές μεταξύ των αγοραστών και μη αγοραστών, και αυτό μας δίνει μία εξήγηση των λόγων μη- αγοράς Β.Π.

Ερώτηση 9: Η σημαντικότερη αιτία για την οποία ΔΕΝ προτιμώ τα Β.Π. είναι:

	Η υψηλή τιμή	Ότι δεν είναι ευρέως διαθέσιμα	Ικανοποίηση με την προσφορά συμβατικών
Συμφωνώ απολύτως	66,6%	53,4%	10,0%
Συμφωνώ	13,3%	30,0%	20,0%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	6,7%	10,0%	33,3%
Διαφωνώ	6,7%	3,3%	20,0%
Διαφωνώ απολύτως	6,7%	3,3%	16,7%

Πίνακας 29



Διάγραμμα 29

Σχεδόν όλοι οι ερωτηθέντες, συμφωνούν ότι βρίσκουν τα Β.Π. ακριβά (79,9%) και ότι δεν είναι ευρέως διαθέσιμα στην ελληνική αγορά (83,4%). Όσον αφορά την ικανοποίησή τους με την υπάρχουσα προσφορά συμβατικών προϊόντων, ένα 30% δηλώνει ικανοποιημένο με την παρούσα κατάσταση, το 33,3% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί μ’ αυτήν, ενώ το 36,7 % διαφωνεί.

Σχετικά με τις αιτίες απόρριψης Β.Π., το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών είναι κατηγορηματικοί ότι η τιμή αποτελεί κριτήριο ποιότητας των τροφίμων, κάτι που μπορεί να συνδυαστεί με την μάλλον υψηλή ευαισθησία τους στην τιμή, μια που οι περισσότεροι θέλουν το φαγητό τους να μην είναι ακριβό.

Αρνητική επίδραση βρέθηκε να ασκεί η απόσταση του τόπου διαμονής από τα καταστήματα αγοράς των Β.Π. Πρόθυμα θα αγόραζε κάποιος Β.Π., με την προϋπόθεση όμως, ότι αυτά θα είναι ευρέως διαθέσιμα στην αγορά.

Οι αντιφατικές απόψεις των καταναλωτών γύρω από την προσφορά συμβατικών προϊόντων, αποτελούν την τρίτη αιτία απόρριψης των βιολογικών. Αυτό οφείλεται, αφενός στο ότι υπάρχει μία κατηγορία καταναλωτών όπου δηλώνουν αδιάφοροι για τα Β.Π., και αφετέρου, υπάρχει εκείνη η μερίδα που ενώ επιθυμεί να αγοράσει Β.Π., δεν το κάνει, είτε επειδή δεν έχει την οικονομική δυνατότητα, είτε λόγω της περιορισμένης διαθεσιμότητάς τους. Οι τελευταίοι, θα μπορούσαν να αποτελέσουν πιθανούς μελλοντικούς αγοραστές, οι οποίοι βραχυπρόθεσμα, θα ήταν δυνατό να αυξήσουν το προβλεπόμενο μέγεθος της βιολογικής αγοράς στην Ελλάδα, αποτελώντας το επόμενο βήμα στην διαδικασία ωρίμανσης της αγοράς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

«ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΥΠΑΡΞΗΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ»

4.1 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Οι προσπάθειες των βιο-καλλιεργητών και των εταιρειών παραγωγής ή/και εμπορίας βιολογικών προϊόντων, πρέπει να εστιάσουν σε δύο σημεία:

A) Στην όσο το δυνατό πληρέστερη ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των υπαρχόντων βιο-καταναλωτών, που θα οδηγήσει στην αύξηση της συχνότητας αγοράς. Προς το παρόν, μόνο το 18% της αγοράς επιλέγει βιολογικά προϊόντα τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα ή συχνότερα, και με δεδομένο ότι το 66% των Ελληνικών νοικοκυριών αγοράζει τρόφιμα τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα.

B) Κυρίως στο να επιδιώξουν την προσέλκυση βραχυπρόθεσμα νέων βιο-καταναλωτών από τη «δεξαμενή» του 18% των «ενήμερων μη αγοραστών» και μακροπρόθεσμα από το υπόλοιπο 22% των «μη ενήμερων». Στην παρούσα φάση της αγοράς πρέπει να επιδιωχθεί η αύξηση του μεγέθους της με κάθε τρόπο, ώστε να επιτευχθούν οι απαραίτητες οικονομίες κλίμακας και να δοθεί η δυνατότητα περαιτέρω μείωσης των τιμών των βιολογικών προϊόντων.

Είδαμε ότι οι βασικές αιτίες μη επιλογής βιολογικών προϊόντων για τους μη αγοραστές είναι η μικρή διαθεσιμότητά τους (για περίπου το 78% των μη αγοραστών) και η υψηλή τιμή τους (80%). Η τιμή αποτελεί επίσης μερικό εμπόδιο και για το 72% των αγοραστών. Επίσης, είδαμε ότι η υγιεινή, η φιλικότητα προς το περιβάλλον, η ανώτερη ποιότητα και η καλύτερη γεύση, αποτελούν τις αιτίες κατά σειρά σπουδαιότητας, προτίμησης των βιολογικών προϊόντων.

Εφόσον σε θέματα ποιότητας (εμφάνιση, γεύση κλπ., που αποτελούν τον «κορμό» -core- του προϊόντος) τα βιολογικά τρόφιμα δεν εμφανίζουν προβλήματα στα μάτια των καταναλωτών, οι παραγωγοί και οι εταιρείες που

παράγουν ή/ και εμπορεύονται βιολογικά προϊόντα θα πρέπει να επικεντρωθούν, από τα στοιχεία του μείγματος εμπορίας (προϊόν- τιμή- διανομή- προώθηση), περισσότερο σε θέματα τιμής- προώθησης- διανομής, καθώς και στα στοιχεία του «παρόντος»- actual- και του «διογκωμένου»- augmented- προϊόντος (δηλαδή στην τυποποίηση, ετικέτες, μάρκα, εμπορικό σήμα κλπ.). τα βασικά ζητήματα που πρέπει να επιλυθούν είναι:

4.1.1 ΔΙΑΝΟΜΗ: ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Είναι πρώτιστα το κυριότερο πρόβλημα του κλάδου, με προφανείς βραχυπρόθεσμες αλλά κυρίως μακροπρόθεσμες συνέπειες. Η τύχη όλου του κλάδου στηρίζεται στο αν θα καταφέρει να κάνει τη βιολογική «ιδέα», όσο το δυνατό πιο προσιτή και προσβάσιμη στο μέσο καταναλωτή. Προς το σκοπό αυτό, θεωρείται απαραίτητη η διείσδυση των βιολογικών προϊόντων στις μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου, οι οποίες κατέχουν τη μεγαλύτερη δύναμη σε όλη την αλυσίδα προσφοράς τροφίμων, λόγω της άμεσης επαφής τους με τον καταναλωτή, πράγμα που τους δίνει άμεση πληροφόρηση για τις καταναλωτικές τάσεις. Αντίθετα, οι παραγωγοί και μεταποιητές στερούνται αυτής της δυνατότητας, δημιουργώντας έτσι το πρόβλημα της «ασύμμετρης πληροφόρησης» στην αλυσίδα προσφοράς. Κατά συνέπεια, σε όσο περισσότερες αλυσίδες διεισδύσουν τα βιολογικά προϊόντα, τόσο μεγαλύτερη αναμένεται και η διάχυση της βιολογικής ιδέας ανάμεσα στους καταναλωτές.

Εξάλλου, η διείσδυση στα σουπερμάρκετ είναι επιβεβλημένη και από το γεγονός ότι σε ώριμες βιολογικές αγορές, αυτά αποτελούν το κυριότερο σημείο πώλησης βιολογικών τροφίμων.

Βεβαίως, και για την ελληνική αγορά, πριν την αθρόα είσοδο των βιολογικών στο σουπερμάρκετ, θα πρέπει να λυθεί το πρόβλημα της κανονικής χρονικά και σταθερής ποιοτικά προμήθειάς τους με βιολογικά τρόφιμα, κατά τη διάρκεια όλου του έτους, πράγμα που με τη σειρά του θα επιτευχθεί, όταν το

ποσοστό των βιο-καταναλωτών φθάσει σε επίπεδα τέτοια ώστε όλος ο κλάδος των βιολογικών προϊόντων να θεωρηθεί επικερδής χώρος επιχειρηματικής δραστηριότητας. Προς την κατεύθυνση αυτή, ελπιδοφόρα είναι η είσοδος στον κλάδο εταιρειών, όπως η Interamerican και η Φουρλής, και στο λιανεμπόριο μεγάλων αλυσίδων του εξωτερικού (π.χ. Carrefour), οι οποίες έχουν την απαιτούμενη οικονομική δύναμη να σηκώσουν το βάρος της επίτευξης μεγάλου μεγέθους επενδύσεων, που θα εξασφαλίσουν μεσοπρόθεσμα σταθερή προμήθεια ντόπιων ή/ και εισαγόμενων βιολογικών τροφίμων, προς τα ράφια των σουπερμάρκετ.

Πολύ σημαντική θεωρείται η συμμετοχή στη διάχυση της βιολογικής ιδέας των βιολογικών αγορών, στις οποίες ο καταναλωτής παραδοσιακά θεωρεί ότι θα βρει νωπά προϊόντα καλής ποιότητας, σε χαμηλότερες από το λιανεμπόριο τιμές και σε σημεία κοντινότερα στον τόπο κατοικίας του. Συνεπώς η αύξηση του αριθμού τους πρέπει να επιδιώκεται με κάθε τρόπο. Εξάλλου, αποτελούν στη χώρα μας, όπως είδαμε, το πιο προτιμητέο σημείο πώλησης.

Η σημασία των εξειδικευμένων καταστημάτων πώλησης τροφίμων προς το παρόν δείχνει περιορισμένη. Αυτό και πάλι αναμένεται να αλλάξει με την αύξηση του αριθμού και της πυκνότητάς τους. Το κομμάτι των βιο-αγοραστών της παρούσας μελέτης προτιμά τέτοια καταστήματα σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από τους άλλους τύπους καταναλωτών. Αυτό σημαίνει ότι ο καταναλωτής απλώς δεν βρίσκει εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης τροφίμων σε σημεία που να τον εξυπηρετούν.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η συνειδητοποιημένη καταναλωτική συμπεριφορά σε θέματα ποιότητας και υγείας απαιτεί κατανάλωση χρόνου σε βάρος άλλων δραστηριοτήτων. Από την άλλη, λόγω του ότι ο χρόνος είναι πολύτιμος για τον σύγχρονο αστικό καταναλωτή, γίνεται μια «διαπραγμάτευση» μεταξύ ποιότητας/ υγείας και απαραίτητου χρόνου που πρέπει να διατεθεί. Το αποτέλεσμα αυτής της διαπραγμάτευσης θα γείρει προς το μέρος της αναζήτησης και αγοράς βιολογικών τροφίμων ως το σημείο που η αξία τους

είναι μεγαλύτερη ή ίση με το κόστος του απαιτούμενου για την αγορά τους χρόνου. Αυξάνοντας τα σημεία πώλησης βιολογικών προϊόντων, μειώνουμε το κόστος χρόνου αναζήτησης και απόφασης αγοράς τους και άρα τα καθιστούμε ελκυστικότερα στα μάτια του καταναλωτή.

4.1.2 ΤΙΜΗ

Είδαμε ότι ο βαθμός σημασίας της τιμής ως αντικίνητρο αγοράς βιολογικών προϊόντων εκφράζει τον βαθμό ωρίμανσης μιας βιολογικής αγοράς. Από τη σκοπιά αυτή, η Ελληνική αγορά βρίσκεται σε μια φαινομενικά στάσιμη φάση μετάβασης στην ωριμότητα, πράγμα που αντανακλάται και στο μέγεθός της. Η τιμή εξακολουθεί να αποτελεί ένα βασικότατο εμπόδιο, τόσο για τους αγοραστές όσο και για τους μη αγοραστές βιολογικών προϊόντων.

Είναι βέβαιο ότι το επίπεδο των τιμών αντικατοπτρίζει το αυξανόμενο παραγωγικό κόστος που εμφανίζουν οι βιο-καλλιέργειες. Ειδικά στην Ελλάδα η προσπάθεια των βιο-καλλιεργητών είναι νέα, πολλές βιο-φάρμες δεν έχουν εισέλθει σε πλήρη παραγωγική φάση μετά τη μετατροπή της καλλιεργητικής τεχνικής και ειδικά το μέγεθός τους δεν τους επιτρέπει οικονομίες κλίμακας που ως ένα βαθμό θα αντιστάθμιζαν τις αυξημένες απώλειες παραγωγής της βιολογικής σε σχέση με τη συμβατική παραγωγή. Τα προβλήματα αυτά αντανακλούν στη διαφορά τιμής με τη συμβατική παραγωγή. Όμως και η ανώτερη ποιότητα που έχουν τα βιο-προϊόντα στα μάτια των καταναλωτών και η αυξημένη προστιθέμενη αξία που αυτό συνεπάγεται, τους δίνει το δικαίωμα να διαφοροποιούνται και να «απαιτούν» υψηλότερη τιμολόγηση από την αγορά ως στρατηγική επιλογή των εταιρειών.

Από την άλλη, όσο περισσότερο αυξάνει η προσφερόμενη ποσότητα και με δεδομένη την ύπαρξη μη ικανοποιημένης ζήτησης, παρατηρούνται μειώσεις στη διαφορά τιμής με τα συμβατικά τρόφιμα, όπως η περίπτωση πολλών νωπών φρούτων και κηπευτικών. Είναι προφανές ότι η αγορά μόνη της θα φέρει

σταδιακά μια σταθερότερη ισορροπία τιμών, με την προϋπόθεση ότι υπάρχει ικανοποιητική προσφορά. Συνεπώς, και πάλι το πρόβλημα της διαθεσιμότητας φαντάζει να κυριαρχεί και στο θέμα των τιμών. Παρόλα αυτά, βραχυπρόθεσμα πρέπει να καταβληθεί προσπάθεια ώστε με κάθε κόστος να κρατηθούν οι τιμές των βιολογικών προϊόντων σε όσο το δυνατόν κοντινότερο στα συμβατικά προϊόντα επίπεδο. Αυτό είναι ευθύνη τόσο των εταιρειών παραγωγής και διακίνησης όσο και των λιανοπωλητών, οι οποίοι θα πρέπει να θυσιάσουν ένα μέρος από την πιθανή τωρινή τους κερδοφορία με μακροπρόθεσμο στόχο την προσέλκυση περισσότερων καταναλωτών στα βιολογικά προϊόντα μέσω πιο προσιτών τιμών. Θεωρείται βέβαιο ότι η αύξηση του μεγέθους της αγοράς θα λειτουργήσει έπ' ωφελεία όλων των εμπλεκομένων στην αλυσίδα προσφοράς των βιολογικών και ειδικά των αλυσίδων λιανικής.

4.1.3 ΤΟ “ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ” ΚΑΙ ΤΟ “ΔΙΟΓΚΩΜΕΝΟ” ΠΡΟΪΟΝ: Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Η έλλειψη ποικιλίας, ιδιαίτερα, τυποποιημένων βιολογικών προϊόντων αποτελεί μια μεγάλη ανισορροπία του κλάδου των βιο-καλλιέργειών, πράγμα που προκαλεί απόκλιση από τις καταναλωτικές προτιμήσεις και αφήνει χώρο για εισαγωγές τυποποιημένων βιολογικών τροφίμων από το εξωτερικό.

Η διακίνηση επώνυμων βιο-προϊόντων θα οδηγήσει στη δημιουργία πιστών καταναλωτών που θα τα προτιμούν σταθερά και θα τα αναγνωρίζουν εύκολα και γρήγορα στα ράφια των σουπερμάρκετ. Μια ετικέτα, μάρκα ή γνωστό εμπορικό σήμα μετατρέπει τα χαρακτηριστικά ποιότητας και υγιεινής ενός προϊόντος από χαρακτηριστικά που ο καταναλωτής τα δέχεται «καλή τη πίστη» (credence attributes) σε χαρακτηριστικά που τα αναζητά συνειδητά στην επιλογή αγοράς του προϊόντος (search attributes). Έτσι, μια ποιοτική ετικέτα, όπως η υπάρχουσα των βιολογικών προϊόντων, προσελκύει μεν ποιοτικά συνειδητοποιημένους καταναλωτές, αλλά είναι από μόνη της ικανή να πείσει

και τους πιο «μαζικούς» και λιγότερο συνειδητοποιημένους; Πόσο είναι το κομμάτι των καταναλωτών που ευχαρίστως θα πλήρωνε την ανώτερη τιμή (premium) που «ζητούν» τα βιολογικά προϊόντα στην αγορά;

Είναι φανερό ότι μια γνωστή εμπορική επωνυμία που θα εμπιστεύεται ο καταναλωτής θα προσδώσει ταυτότητα στο προϊόν, θα το διαφοροποιήσει από τα ανταγωνιστικά του και θα κάνει πιο πρόθυμους τους καταναλωτές να πληρώσουν γι' αυτό λόγω της αυξημένης προστιθέμενης αξίας που απολαμβάνουν αγοράζοντάς το. Από την άλλη, για προϊόντα ευρείας κατανάλωσης (fast moving consumer goods) όπως τα τρόφιμα, οι επαναλαμβανόμενες αγορές από τον ίδιο καταναλωτή αποτελούν το μυστικό της επιτυχίας. Η επανα-προσέλκυση πελατών (customer retention) είναι σε κάθε περίπτωση ο φθηνότερος τρόπος επίτευξης πωλήσεων από τη δημιουργία καινούργιου (customer attraction). Έτσι, μια γνωστή εμπορική βιο-ετικέτα θα επανα-προσελκύσει αγοραστές, δημιουργώντας πιστή στο επώνυμο προϊόν πελατεία (brand loyalty), που είναι η βάση επίτευξης υψηλών πωλήσεων σε μακρύ χρονικό ορίζοντα.

4.1.4 ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ: Η ΤΕΛΙΚΗ ΛΥΣΗ

Οι στρατηγικές προώθησης των βιολογικών προϊόντων αναμένεται να αποτελέσουν την αποτελεσματικότερη λύση στα προβλήματα του κλάδου. Σε όλη τη διάρκεια της παρούσας μελέτης διάχυτη είναι η εντύπωση ότι ο βιο-καταναλωτής βρίσκεται συχνά σε καθεστώς σύγχυσης και αντλεί πληροφόρηση για τα βιολογικά προϊόντα αποσπασματικά και από πηγές αμφίβολου κύρους. Η ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού αναμένεται να δια φωτίσει τους εν συγχύσει αγοραστές, αλλά κυρίως να προσελκύσει ως οπαδούς της βιολογικής ιδέας άλλους, είτε από το 22%, που ούτε καν τα έχουν ακούσει, είτε κυρίως, από το 18%, που είναι τώρα διστακτικοί απέναντί της. Φυσικά, οι προσπάθειες

προβολής των βιολογικών τροφίμων και του κοινωνικού οφέλους που αυτό συνεπάγεται, είναι, όπως έχει ήδη τονιστεί, στόχος κοινός και προσπάθεια συλλογική όλων των εμπλεκομένων στο θέμα της βιολογικής καλλιέργειας.

Δεδομένου ότι η μόρφωση παίζει το βασικό διαχωριστικό ρόλο και καθορίζει την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στα βιολογικά προϊόντα, είναι προφανές ότι οποιαδήποτε ενημερωτική προσπάθεια συνεισφέρει άμεσα στην καλύτερη πληροφόρηση των καταναλωτών και έμμεσα στο επίπεδο γνώσης τους. Φυσικά, μακροχρόνιος στόχος μας θα πρέπει να είναι η διαρκής μόρφωση και ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού, ειδικά σε ζητήματα διατροφής και υγείας.

Τέλος, η πιο ισορροπημένη γεωγραφική κατανομή των κέντρων βιο-καλλιέργειας στην Ελλάδα, επίσης αναμένεται να συνεισφέρει σημαντικά στη διάδοση της βιολογικής ιδέας, δεδομένης της υψηλής συσχέτισης μεταξύ γειτνίασης με κέντρα βιο-παραγωγής και γνώσεις των βιολογικών προϊόντων⁴³.

(⁴³ Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing σελ.118-123, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.)

4.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Με την παρούσα μελέτη, γίνεται μία προσπάθεια να περιγραφεί η υπάρχουσα κατάσταση, όσον αφορά την αντίληψη των Ελλήνων καταναλωτών, για τα βιολογικά προϊόντα.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε, παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω:

- Πολύ περιορισμένος αριθμός σημείων πώλησης βιολογικών προϊόντων
- Πολύ περιορισμένη ποικιλία προσφερόμενων επώνυμων νωπών και τυποποιημένων προϊόντων
- Η υψηλή τιμή των βιολογικών προϊόντων
- Η σχετικά περιορισμένη ζήτηση λόγω ελλιπούς ενημέρωσης και περιορισμένης διαθεσιμότητας, κρατάει τις τιμές σε υψηλά επίπεδα, δημιουργώντας ένα φαύλο κύκλο στον τρόπο λειτουργίας της βιολογικής αγοράς

Συμπερασματικά, τα προβλήματα της ελληνικής βιολογικής γεωργίας, δεν φαίνεται να σχετίζονται τόσο με το προϊόν αυτό καθ' αυτό και το πώς γίνεται αντιληπτό από τον καταναλωτή, αλλά είναι μάλλον σχετικά με τον συνολικότερο τρόπο λειτουργίας της αγοράς. Για το λόγο αυτό, θεωρούμε ότι μπορούν να αντιμετωπιστούν, εφόσον υπάρχει ανοιχτόμυαλη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων ομάδων. Για να επιτύχει ο βιολογικός τομέας την προβλεπόμενη ανάπτυξη, απαιτείται ένας υψηλός βαθμός εμπιστοσύνης, εξαιτίας των διακριτών οικονομικών, κοινωνικών και ψυχολογικών εμποδίων που πρέπει να υπερνικηθούν. Τα σωστά δείγματα πολιτικής από την κυβέρνηση και άλλους πολιτικούς φορείς, τα δείγματα αγοράς από τους καταναλωτές και τις βιομηχανίες τροφίμων, η πρόσβαση σε πληροφορίες και η απαλοιφή όλων των καθιερωμένων φραγμών ή ανταγωνιστικών δυνάμεων είναι απαιτούμενα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**Βιβλία:**

- Χρήστος Φωτόπουλος και Αθανάσιος Κρυστάλλης (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.
- Θωμάς Μισαηλίδης Γενικός Διευθυντής “GREEN CONTROL”, 03/05/2008, ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ
- Έρευνα Fibl, 03/05/2008, ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ

Sites:

- <http://www.aegeaskek.gr/2008/03/13/eco-agro/pdf/enotita1.pdf>
- <http://www.up-magazine.gr/2008/03/15/cms/index.php?option=com-content.task>
- <http://www.agrocert.gr/2008/05/23/pages/content.asp?cntID=75&catID=48#anchor09>
- http://www.icap.gr/services/consulting/financial_studies/finrep_kladikes_base_gr_2438.asp
- <http://www.e-tipos.com/newsitem?id=10602>
- <http://www.hrima.gr/article.asp?view=48&ref=43>

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1 : Εξέλιξη των Βιολογικά Καλλιεργούμενων Εκτάσεων και των Επιχειρηματιών Βιολογικής Καλλιέργειας

Πηγή: ΟΠΕΓΕΚ σελ. 131

Διάγραμμα 2 : Κανάλια Διακίνησης Βιολογικών Προϊόντων.

Πηγή: ICAP σελ. 133

Διάγραμμα 3 : 2005-2006

Πηγή: ICAP σελ. 135

Διάγραμμα 4 : Εγχώρια Κατανάλωση

Πηγή: ICAP σελ. 136

Διάγραμμα 5: Κανάλια Διακίνησης Βιολογικών Προϊόντων

Πηγή: ICAP σελ. 137

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – ΚΛΑΔΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ

1. ΚΛΑΔΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ICAP ΓΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ - ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (1993-2002)

Η εντεινόμενη βιομηχανοποίηση της παγκόσμιας αγοράς τροφίμων σε συνδυασμό με τα διατροφικά «σκάνδαλα» των τελευταίων χρόνων, είχαν σαν αποτέλεσμα τη στροφή μερίδας των καταναλωτών από το βιομηχανοποιημένο σε ένα πιο φυσικό τρόπο διατροφής και κατά συνέπεια στην αναζήτηση τροφών χωρίς χημικά κατάλοιπα.

Η Ελλάδα, συγκριτικά με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, κατέχει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά βιολογικά καλλιεργούμενης έκτασης. Το ποσοστό αυτό για το έτος 1999 ανήλθε στο 0,63% της συνολικής καλλιεργούμενης έκτασης, ενώ το 2002 σύμφωνα με δηλώσεις εκπροσώπων του Υπουργείου Γεωργίας, άγγιξε το 0,9%. Παρά το χαμηλό ποσοστό που κατέχει η βιολογική γεωργία στη χώρα μας, η ανάπτυξη που σημειώθηκε τα τελευταία χρόνια ήταν σημαντική, καθώς η αύξηση των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη αύξηση που παρατηρείται στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, οι οποίες είναι ήδη διαμορφωμένες. Οι αναφερόμενες διαπιστώσεις καταγράφονται και αναλύονται στη δεύτερη ανανεωμένη έκδοση της κλαδικής μελέτης της ICAP, η οποία εξετάζει τις Βιολογικές Καλλιέργειες και τα Βιολογικά Προϊόντα.

Τα μέσο μέγεθος ενός ελληνικού αγροκτήματος τα τελευταία τρία χρόνια, είναι περίπου 45 στρέμματα. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων την περίοδο 1993-2002 ήταν 51,4%, ενώ την ίδια περίοδο οι εμπλεκόμενοι επιχειρηματίες αυξήθηκαν κατά 43,9% (διάγραμμα 1).

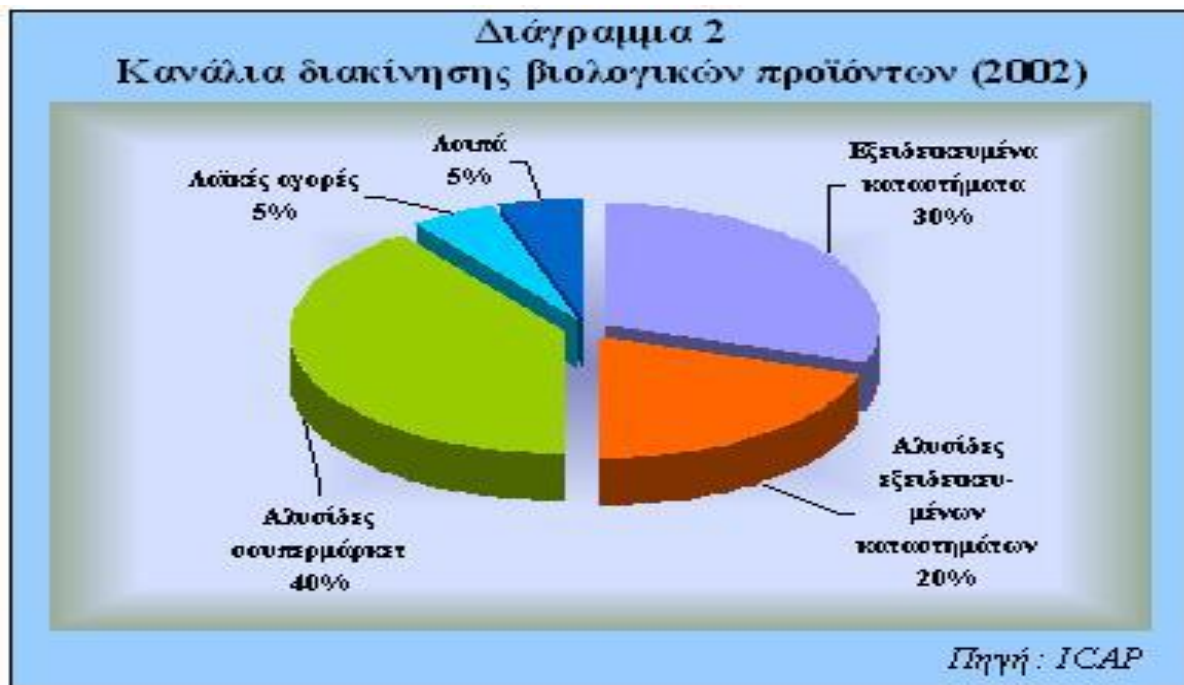


Το σύνολο των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων το 2002 ανήλθε σε 292.557 στρέμματα, ενώ οι πέντε πρώτοι νομοί όσον αφορά τις καλλιεργούμενες εκτάσεις ήταν οι νομοί Λακωνίας, Αιτωλοακαρνανίας, Χαλκιδικής, Λέσβου και Αχαΐας. Όσον αφορά τα είδη καλλιέργειας, την πρώτη θέση, με σημαντική διαφορά από τα υπόλοιπα, κατέχει η καλλιέργεια της ελιάς για την παραγωγή ελαιολάδου, με ποσοστό 53,5% επί του συνόλου των βιοκαλλιεργούμενων εκτάσεων και ακολουθεί η καλλιέργεια του αμπελιού για την παραγωγή κρασιού με ποσοστό 7,9%. Σημαντικά ποσοστά επίσης καταλαμβάνουν οι βιοκαλλιέργειες των σιτηρών (4,8%), της βρώμης (3,8%), καθώς και των εσπεριδοειδών (3,7%) το 2002.

Ο συνολικός αριθμός των επιχειρήσεων του κλάδου (παραγωγόι, μεταποιητές, εισαγωγείς) παρουσίασε μείωση την περίοδο 2002/01 κατά 8,1% και διαμορφώθηκε σε 6.482 από 7.055 μονάδες το 2001. Οι συνολικές οικονομικές ενισχύσεις που έλαβαν οι βιοκαλλιεργητές την περίοδο 1997-2002 ανήλθαν σε €19 εκατ., παρουσιάζοντας μέση ετήσια αύξηση 9,25%. Οι

συνολικές συμβάσεις που πραγματοποιήθηκαν την περίοδο 1997-2002 ανήλθαν σε 4.258, αφορούσαν 3.948 δικαιούχους και περιλάμβαναν 164.423,19 στρέμματα.

Η βιολογική γεωργία ξεκίνησε στην Ελλάδα με σαφείς εξαγωγικές κατευθύνσεις. Μέχρι πρόσφατα, ο αριθμός των σημείων λιανικής πώλησης των εξεταζόμενων προϊόντων στην ελληνική αγορά ήταν σχετικά περιορισμένος. Το γεγονός αυτό άρχισε να αλλάζει με τη δραστηριοποίηση μεγάλων αλυσίδων supermarket, στο εμπόριο βιολογικών τροφίμων. Παράλληλα, θετική εξέλιξη αποτελεί και η δημιουργία αλυσίδων εξειδικευμένων καταστημάτων που διαθέτουν μόνο βιολογικά προϊόντα, καθώς και η δημιουργία τακτικών λαϊκών αγορών βιολογικών προϊόντων. Τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων εκτιμάται ότι κάλυψαν συνολικά το 50% των εγχώριων λιανικών πωλήσεων σε βιολογικά προϊόντα το 2002. Ειδικότερα, το 30% καλύφθηκε από τα ανεξάρτητα καταστήματα του κλάδου, το δε 20% κατέλαβαν οι αλυσίδες εξειδικευμένων καταστημάτων βιολογικών προϊόντων. Το ποσοστό που κατέλαβαν τα supermarket αγγίζει το 40%. Τέλος, σχετικά περιορισμένες πωλήσεις πραγματοποιήθηκαν από τις λαϊκές αγορές και τα λοιπά κανάλια διάθεσης (διάγραμμα 2).



Με βάση τα αποτελέσματα της κλαδικής μελέτης, η συνολική αξία της εγχώριας αγοράς βιολογικών τροφίμων, σε τιμές λιανικής, εκτιμάται σε €8,5 εκατ. για το 2002, σημειώνοντας αύξηση κατά 19,4% σε σχέση με το 2001, ενώ για το τρέχον έτος εκτιμάται περαιτέρω αύξηση της τάξης του 10%, παρουσιάζοντας όμως επιβράδυνση των ρυθμών αύξησης.

Η εγχώρια κατανάλωση τυποποιημένου βιολογικού ελαιόλαδου σημείωσε αύξηση την περίοδο 1999-2002 με μέσο ετήσιο ρυθμό 16,45%. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής παραγωγής βιολογικού ελαιόλαδου έχει ως προορισμό χώρες του εξωτερικού, στις οποίες κατευθύνθηκε το 71,5% της παραγωγής για το 2002. Η αγορά κρασιού από βιολογικά σταφύλια για την ίδια περίοδο παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 53,74%. Το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής παραγωγής του συγκεκριμένου προϊόντος απευθύνεται στην ελληνική αγορά. Οι εξαγωγές κάλυψαν μόλις το 19,5% της παραγωγής το 2002. Τέλος, η κατανάλωση βιολογικών εσπεριδοειδών παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 108,01%, ενώ το ποσοστό των εξαγωγών επί της εγχώριας παραγωγής ανήλθε το 2002 σε 75,0%.

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, το σύστημα πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων χαρακτηρίζεται σύνθετο, γραφειοκρατικό και υψηλού κόστους για τους παραγωγούς. Επιπλέον, τα ποσά των επιδοτήσεων που δίδονται αξιολογούνται χαμηλά, ενώ ο ρυθμός διάρκειάς τους (πενταετία) θεωρείται μικρός. Η μη δυνατότητα συνέχισης των επιδοτήσεων για τους βιοκαλλιεργητές που συμπληρώνουν πέντε χρόνια ένταξης στο πρόγραμμα αυτό, οδηγεί στη στροφή κάποιων εξ' αυτών στη συμβατική γεωργία, καθώς αδυνατούν πλέον να ανταπεξέλθουν στο υψηλό κόστος παραγωγής. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που αγρότες εισέρχονται στη βιολογική γεωργία με κερδοσκοπική διάθεση και αποχωρούν μετά το πέρας της περιόδου της επιδότησης.

Η διαφορά τιμής των βιολογικών προϊόντων σε σχέση με τα αντίστοιχα συμβατικά εκτιμάται ότι κυμαίνεται μεταξύ 20-100% για τα είδη φυτικής παραγωγής, αλλά στα προϊόντα ζωικής παραγωγής μπορεί να φτάσει και το 300%. Οι εκπρόσωποι της αγοράς δηλώνουν ότι μια αποδεκτή και ρεαλιστική απόκλιση τιμής για τα βιολογικά προϊόντα θα ήταν μεταξύ του 20%-30%, σε σχέση με τα αντίστοιχα συμβατικά. Οι προοπτικές εξέλιξης του συγκεκριμένου κλάδου κρίνονται ευνοϊκές, εφόσον δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ενημέρωση των καταναλωτών. Επίσης, μεγάλη συμβολή στην ανάπτυξη της αγοράς θα έχει η περαιτέρω διεύρυνση των βιολογικών προϊόντων στα supermarket³⁸.

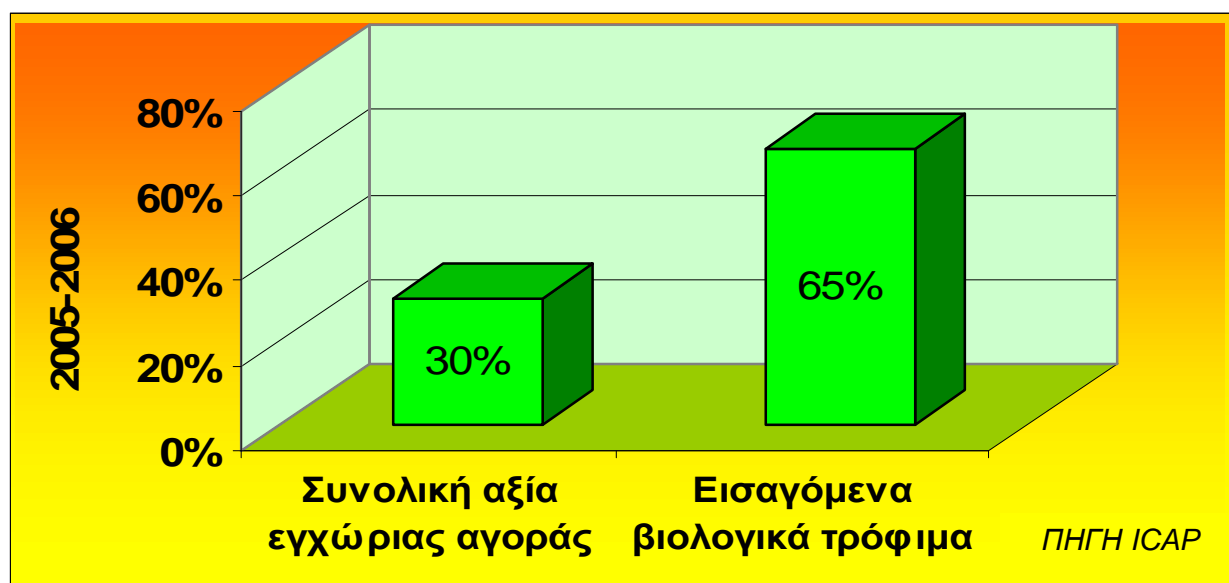
(³⁸http://www.icap.gr/services/consulting/financial_studies/finrep_kladikes_base_gr_2438.asp)

2. ΚΛΑΔΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ICAP ΓΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (2005-2006) - ΣΕ ΤΡΟΧΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ

Συνεχίζει την αναπτυξιακή του πορεία ο κλάδος των βιολογικών τροφίμων στην Ελλάδα, σύμφωνα με τη νεότερη έκδοση κλαδικής μελέτης η οποία κυκλοφόρησε από τη Διεύθυνση Μελετών Οικονομικού Περιβάλλοντος της ICAP.

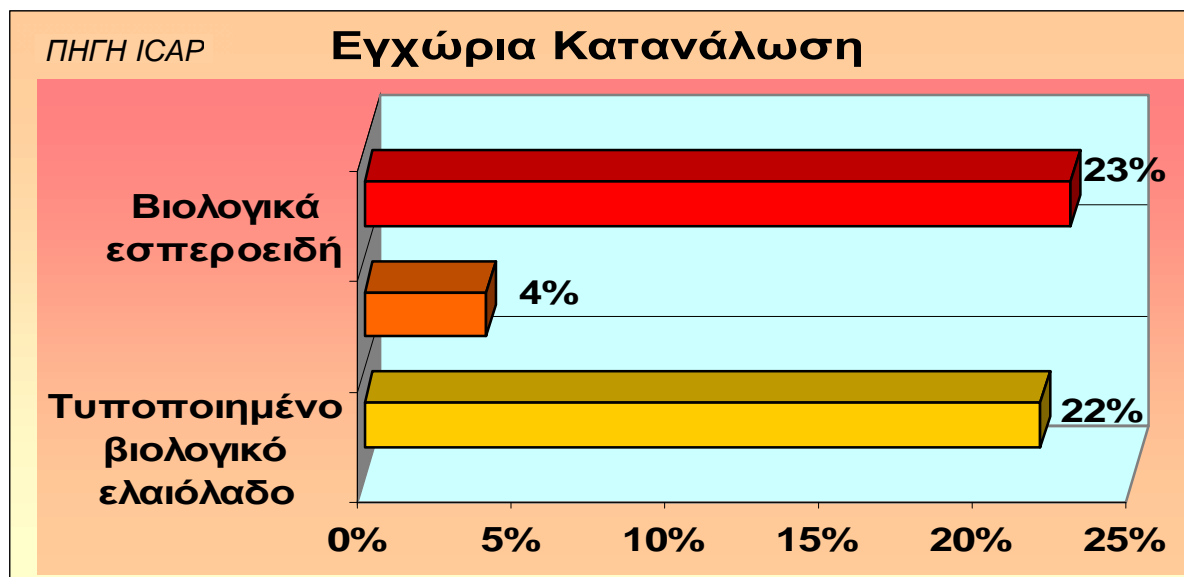
Η συνολική αξία της εγχώριας αγοράς βιολογικών τροφίμων (σε τιμές λιανικής) παρουσίασε αύξηση της τάξης του 30% το 2006 σε σχέση με το 2005, ενώ όσον αφορά τα εισαγόμενα βιολογικά τρόφιμα, αυτά εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύουν το 65% περίπου της συνολικής αξίας για το 2006.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3



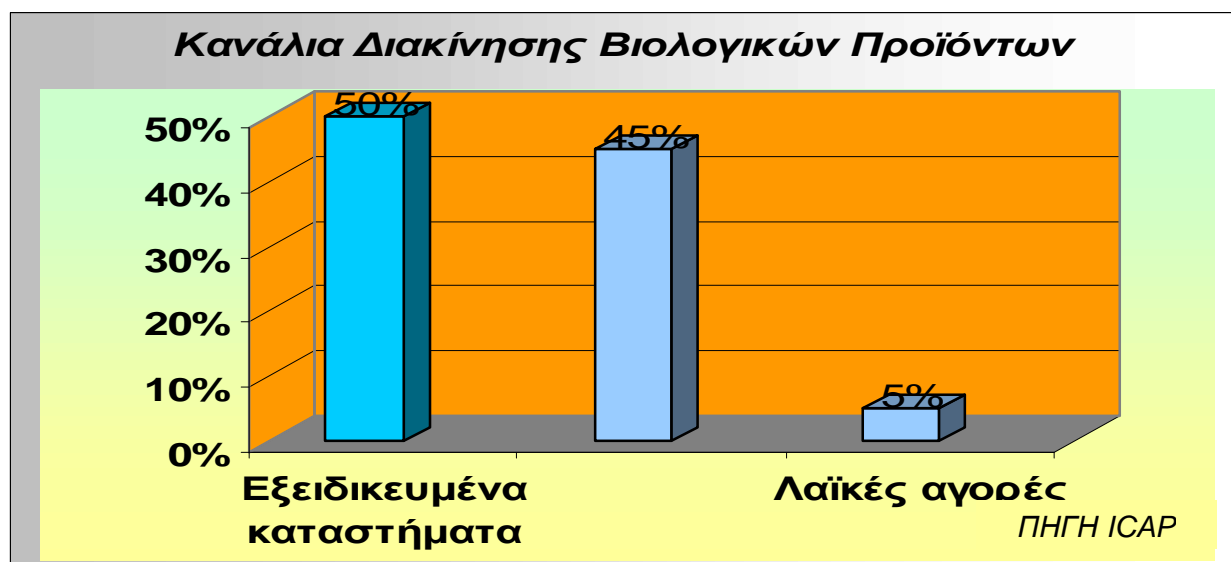
Όσον αφορά τρία από τα κυριότερα βιολογικά προϊόντα, η εγχώρια κατανάλωση τυποποιημένου βιολογικού ελαιόλαδου παρουσίασε αύξηση 22% την περίοδο 2006/05, ενώ το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής παραγωγής (περίπου 70% το 2006) έχει σαν προορισμό χώρες του εξωτερικού. Η αγορά κρασιού από βιολογικά σταφύλια σημείωσε άνοδο της τάξης του 4% το 2006 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής παραγωγής του συγκεκριμένου προϊόντος (περίπου 80% το 2006) απευθύνεται στην εγχώρια αγορά. Τέλος, η κατανάλωση βιολογικών εσπεριδοειδών παρουσιάζεται μειωμένη κατά 23% περίπου το 2006 με το ποσοστό των εξαγωγών να ξεπερνά το 65%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4



Τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων κάλυψαν συνολικά το 50% περίπου των εγχώριων λιανικών πωλήσεων σε βιολογικά προϊόντα το 2006, ενώ το ποσοστό που κατέλαβαν τα σούπερ μάρκετ εκτιμάται στο 45%. Το υπόλοιπο 5% καλύφθηκε από τις λαϊκές αγορές και τα λοιπά καταστήματα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5



Παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι οι προοπτικές εξέλιξης του συγκεκριμένου κλάδου είναι ευνοϊκές, εφόσον δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ενημέρωση των καταναλωτών. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, η σταδιακή ευαισθητοποίηση μιας σχετικά μικρής, αλλά αυξανόμενης μερίδας καταναλωτών πάνω σε θέματα διατροφής οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης για βιολογικά προϊόντα. Επίσης, μεγάλη συμβολή στην ανάπτυξη της εξεταζόμενης αγοράς θα έχει η περαιτέρω διείσδυση των βιολογικών προϊόντων στα σούπερ μάρκετ.

Η βιολογική γεωργία είναι ένα σύστημα ολοκληρωμένης παραγωγής, με μειωμένους βαθμούς ελευθερίας όσον αφορά τις εισροές θρεπτικών στοιχείων (λιπάνσεων) και των φυτοπροστατευτικών ουσιών, σε σύγκριση με τα κλασικά συστήματα ολοκληρωμένης παραγωγής. Ταυτόχρονα, αποτελεί μια ολιστική προσέγγιση, με στόχο την παραγωγή γεωργικών προϊόντων χωρίς χημικά κατάλοιπα, καθώς και την ανάπτυξη μεθόδων παραγωγής φιλικών προς το περιβάλλον, με έμφαση στη διατήρηση της γονιμότητας του εδάφους.

Η εφαρμογή του βιολογικού τρόπου παραγωγής ξεκίνησε στην Ελλάδα στις αρχές της δεκαετίας του '80, όταν κάποιοι μεμονωμένοι αγρότες κινήθηκαν προς την κατεύθυνση αυτή, απορρίπτοντας τις χημικές εισροές. Η εφαρμογή του κοινοτικού κανονισμού 2092/91 το 1993 στη χώρα μας, έδωσε σημαντικό κίνητρο για τη μετατροπή πολλών συμβατικών καλλιεργειών σε βιολογικές. Επιπλέον, η θέσπιση του συγκεκριμένου κανονισμού δημιούργησε ένα πλαίσιο κοινοτικών κανόνων παραγωγής, επισήμανσης και ελέγχου, που προστατεύουν τη γεωργία με οικολογικές μεθόδους, στο μέτρο που το πλαίσιο αυτό εγγυάται συνθήκες θεμιτού ανταγωνισμού μεταξύ των παραγωγών και εμποδίζει την ανωνυμία στην αγορά βιολογικών προϊόντων, εξασφαλίζοντας παράλληλα τη διαφάνεια σε κάθε στάδιο της παραγωγής και της κατεργασίας. Το 1996 ξεκίνησε το καθεστώς οικονομικών ενισχύσεων με την εφαρμογή του κανονισμού (ΕΟΚ) 2078/92, δίνοντας περαιτέρω ώθηση στη βιολογική γεωργία, με αύξηση των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων και του αριθμού των

βιοκαλλιεργητών.

Η Ελλάδα συγκριτικά με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, κατέχει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά βιολογικά καλλιεργούμενης έκτασης. Το ποσοστό αυτό για το έτος 1999 ανήλθε στο 0,6% της συνολικής καλλιεργούμενης γης, ενώ το 2005 διαμορφώθηκε στο 3% περίπου. Σε ολόκληρη τη χώρα, οι συνολικά βιολογικά καλλιεργούμενες εκτάσεις (χωρίς τους βοσκότοπους) ανήλθαν το 2005 σε 1.037 χιλ. στρέμματα. Η περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας συγκεντρώνει το 2005 το μεγαλύτερο αριθμό σε βιολογικά καλλιεργούμενες εκτάσεις (μερίδιο 18,6% μαζί με τους βοσκότοπους), ενώ όσον αφορά τα είδη καλλιέργειας, την πρώτη θέση για το 2005 κατέχουν τα σιτηρά με ποσοστό 38,3% επί του συνόλου των βιοκαλλιεργούμενων εκτάσεων και ακολουθεί η ελιά με μερίδιο 38,2%. Αξιόλογο ποσοστό επίσης καταλαμβάνουν και οι αμπελοκαλλιέργειες (3,8%)⁴⁰.

(⁴⁰ <http://www.e-tipos.com/newsitem?id=10602>).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ– ΠΑΡΑΘΕΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Α. ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ / ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1. Έχετε ποτέ ακούσει για τον όρο «ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ»;

ΝΑΙ(*)

ΟΧΙ(**)

* Αν ΝΑΙ, μπορείτε να δώσετε έναν ορισμό του όρου;

.....

.....

.....

** Αν ΟΧΙ, πηγαίνετε στην ερώτηση 2β.

2. Παρακαλώ περιγράψτε ποια είναι η πρώτη σκέψη που ο όρος «βιολογικό» σας φέρνει στο νου.

.....

.....

.....

ΝΑ ΔΙΑΒΑΣΤΕΙ ΣΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ, ΕΠΕΙΤΑ, ΠΡΟΧΩΡΗΣΤΕ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ Α7.

3. Συνήθως αγοράζω βιολογικά προϊόντα (*):

1 φορά/μήνα

1 φορά/εβδομάδα

Περισσότερο από 1 φορά/εβδομάδα

Ποτέ(**)

* Παρακαλώ προχωρήστε ΜΟΝΟ στην ερώτηση Α13.

4. Τόπος αγοράς ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Αγοράζω βιολογικά τρόφιμα:	Συχνά	Όχι πολύ συχνά	Μάλλον σπάνια/ποτέ
α. Από παντοπωλείο ή minimarket	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
β. Από συννοικιακό σουπερμάρκετ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
γ. Από υπερμάρκετ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
δ. Από ειδικό μαγαζί τροφίμων (π.χ. με είδη υγιεινής διατροφής)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ε. Από λαϊκές αγορές	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
στ. Αγοράζω οργανικό ελαιόλαδο (*)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ζ. Οργανικές σταφίδες	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
η. Βιολογικό ψωμί	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
θ. Βιολογικά πορτοκάλια	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ι. Βιολογικό κρασί	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

5. Χρήση των βιολογικών προϊόντων υπό εξέταση

Χρησιμοποιώ βιολογικό ελαιόλαδο:

α. Ως συστατικό στο μαγείρεμα	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
β. Ωμό στη σαλάτα	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
γ. Για τη διατροφή των παιδιών	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Καταναλώνω βιολογικές σταφίδες, ψωμί, πορτοκάλια:	Συχνά	Όχι πολύ συχνά	Μάλλον σπάνια/ποτέ
α. Όταν μαγειρεύω για ειδικές περιστάσεις (καλεσμένοι, γιορτές)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
β. Για τη διατροφή των παιδιών	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Καταναλώνω βιολογικό κρασί:	Συχνά	Όχι πολύ συχνά	Μάλλον σπάνια/ποτέ
α. Σε ειδικές περιστάσεις (καλεσμένοι, γιορτές)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
β. Για να το προσφέρω ως δώρο	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
γ. Όταν τρώω σε καλό εστιατόριο	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Παρακαλώ αντιστοιχίστε ένα νούμερο από το 1 ως το 5 σε κάθε μία από τις παρακάτω απόψεις, όπου:

- 1: συμφωνώ απολύτως, 2: συμφωνώ, 3: ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ,
4: διαφωνώ, 5: διαφωνώ απολύτως.

6. Πηγή πληροφόρησης καταναλωτών για τα βιολογικά προϊόντα

Έχω πληροφορηθεί για την ύπαρξη των βιολογικών προϊόντων:

- α. Από τα ΜΜΕ (τηλεόραση, ράδιο)
- β. Από τον τύπο (περιοδικά, εφημερίδες)
- γ. Από φίλους
- δ. Από την οικογένειά μου
- ε. Από ειδικούς (γιατρούς, διαιτολόγους, ινστιτούτα αδυνατίσματος)

7. Απόψεις καταναλωτών γύρω από τα βιολογικά προϊόντα (ΒΠ)

- α. Τα ΒΠ είναι συνήθως πιο υγιεινά από τα συμβατικά
- β. Τα ΒΠ είναι πλουσιότερη πηγή θρεπτικών ουσιών από τα συμβατικά τρόφιμα
- γ. Τα ΒΠ είναι υψηλής αξίας γενικότερα
- δ. Τα ΒΠ δεν είναι ευρέως διαθέσιμα στα συνήθη καταστήματα από τα οποία ψωνίζω τρόφιμα

Παρακαλώ αντιστοιχίστε ένα νούμερο από το 1 ως το 5 σε κάθε μία από τις παρακάτω απόψεις, όπου:

- 1: συμφωνώ απολύτως, 2: συμφωνώ, 3: ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ,
4: διαφωνώ, 5: διαφωνώ απολύτως.

8. Αιτία επιλογής βιολογικών προϊόντων

Η σημαντικότερη αιτία για την οποία προτιμώ τα βιολογικά προϊόντα είναι:

- α. Ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο υγιεινά
- β. Ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο γευστικά
- γ. Ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι φιλικά προς το περιβάλλον
- δ. Ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι καλύτερης ποιότητας

9. Η σημαντικότερη αιτία για την οποία ΔΕΝ προτιμώ τα βιολογικά προϊόντα είναι:

- α. Ότι τα βιολογικά προϊόντα έχουν υψηλή τιμή
- β. Ότι τα βιολογικά προϊόντα δεν είναι ευρέως διαθέσιμα
- γ. Είμαι ευχαριστημένος με την υπάρχουσα προσφορά συμβατικών προϊόντων

**B1. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
(που καθορίζουν την αγορά βιολογικών προϊόντων)**

Παρακαλώ αντιστοιχίστε ένα νούμερο από το 1 ως το 5 σε κάθε μία από τις παρακάτω απόψεις, όπου:

- 1: συμφωνώ απολύτως, 2: συμφωνώ, 3: ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ,
- 4: διαφωνώ, 5: διαφωνώ απολύτως.

10. Τάση αναζήτησης πληροφορίας/Διερευνητικός τρόπος αγοράς.

Όταν αγοράζω ένα τρόφιμο με το οποίο δεν είμαι εξοικειωμένος:

- α. Πάντα διαβάζω την ετικέτα
- β. Διαβάζω την ετικέτα μερικές φορές μόνο

Όταν αγοράζω ένα τρόφιμο με το οποίο είμαι εξοικειωμένος:

- γ. Πάντα διαβάζω την ετικέτα
- δ. Διαβάζω την ετικέτα μερικές φορές μόνο
- ε. Ποτέ δεν διαβάζω την ετικέτα ενός τροφίμου

Αγοράζω κάποιο τρόφιμο, αφού έχω συγκρίνει διάφορες πληροφορίες που έχω γι' αυτό:

στ. από διάφορα καταστήματα/μαγαζιά

ζ. Από διαφημίσεις/MME

η. Από φίλους/οικογένειες/συναδέλφους

11. Άποψη σχετικά με την ποιότητα.

Το πιο σημαντικό ποιοτικό χαρακτηριστικό το οποίο προσέχω όταν αγοράζω ένα τρόφιμο, είναι:

α. Οι πληροφορίες για τον τρόπο παραγωγής ή παρασκευής του

β. Η τιμή του

γ. Η μάρκα του

δ. Το αν είναι φιλικό με το περιβάλλον

ε. Το αν είναι παραδοσιακό

12. Άποψη σχετικά με την τιμή.

Είναι σημαντικό για μένα το φαγητό που τρώω μια συνηθισμένη μέρα:

α. Να μην είναι ακριβό

β. Να «αξίζει» τα λεφτά του

γ. Πάντα προσέχω τις μειώσεις τιμών που γίνονται στο κατάστημα που ψωνίζω τρόφιμα

13. Άποψη σχετικά με την υγεία.

Είναι σημαντικό για μένα το φαγητό που τρώω μια συνηθισμένη μέρα:

α. Να έχει υψηλό περιεχόμενο πρωτεΐνης

β. Να είναι θρεπτικό

γ. Να με βοηθά να ελέγχω το βάρος μου

14. Ηθικοί ενδοιασμοί.

Είναι σημαντικό για μένα το φαγητό που τρώω μια συνηθισμένη μέρα:

α. Να μην έχει βλαβερά για την υγεία συστατικά

β. Να έχει την χώρα προελεύσεως καθαρά αναγραμμένη στην ετικέτα

γ. Να παράγεται/παρασκευάζεται με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον

15. Νεωτεριστική/ανανεωτική διάθεση

α. Θα αγόραζα ένα καινούριο προϊόν απλώς από περιέργεια

β. Θα ήθελα να γνωρίζω μερικά από τα πιο συνηθισμένα φαγητά άλλων χωρών

16. Εθνοκεντρισμός

α. Πρέπει πάντα να αγοράζουμε Ελληνικής κατασκευής προϊόντα, αντί εισαγόμενα

β. Μόνο όσα προϊόντα δεν παράγονται στην Ελλάδα πρέπει να εισάγονται

Γ. ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

17. Συχνότητα αγορών

Συνήθως αγοράζω τρόφιμα:

Περισσότερο από 1 φορά/εβδομάδα

Λιγότερο από 1 φορά/εβδομάδα

1 φορά/εβδομάδα

18. Δαπάνες τροφίμων

Τις τελευταίες 7 μέρες, ξόδεψα για τρόφιμα:

19. Τόπος αγοράς τροφίμων

Συνήθως αγοράζω τρόφιμα:

	Συχνά	Όχι πολύ συχνά	Μάλλον σπάνια/ποτέ
α. Από παντοπωλείο ή minimarket	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
β. Από συνοικιακό σουπερμάρκετ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
γ. Από υπερμάρκετ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
δ. Από ειδικό μαγαζί τροφίμων (π.χ. με είδη υγιεινής διατροφής)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ε. Από λαϊκές αγορές	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Λ. ΔΙΑΙΤΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

Παρακαλώ αντιστοιχίστε ένα νούμερο από το 1 ως το 5 σε κάθε μία από τις παρακάτω απόψεις, όπου:

- 1: συμφωνώ απολύτως, 2: συμφωνώ, 3: ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ,
4: διαφωνώ, 5: διαφωνώ απολύτως.

20. Διαιτητικές συνήθειες

- α. Συνήθως τρώω τρεις φορές την ημέρα σε κανονικές ώρες
- β. Συνήθως τρώω μικρές ποσότητες κάθε μερικές ώρες μέσα στην ημέρα
- γ. Συνήθως τρώω στο σπίτι μια φορά την ημέρα, γιατί είμαι πολυάσχολος
- δ. Ακολουθώ μια γενικά ισορροπημένη καθημερινή διαίτα
- ε. Η καθημερινή μου διαίτα σχεδόν πάντα περιλαμβάνει φρούτα και λαχανικά

Z. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

21. Ηλικία:

<35 35-55 >55

22. Υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο:

Βασικής Εκπαίδευσης Απόφοιτος Λυκείου/ΙΕΚ Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ Κάτοχος μεταπτυχιακού

23. Αριθμός παιδιών:

1 ή 2 Περισσότερα από 2 Κανένα

24. Επίπεδο εισοδήματος: Εργαζόμενη γυναίκα –μέλος της οικογένειας:

25. Οικογενειακή κατάσταση:

Έγγαμος/η

Άγαμος/η

26. Φύλο:

Άρην

Θήλυ

27. Τόπος κατοικίας:

α. Πάτρα

β. Αθήνα

γ. Πρέβεζα

δ. Τρίκαλα

ε. Πύργο

στ. Λάρισα

ζ. Καρδίτσα

η. Περιφέρεια