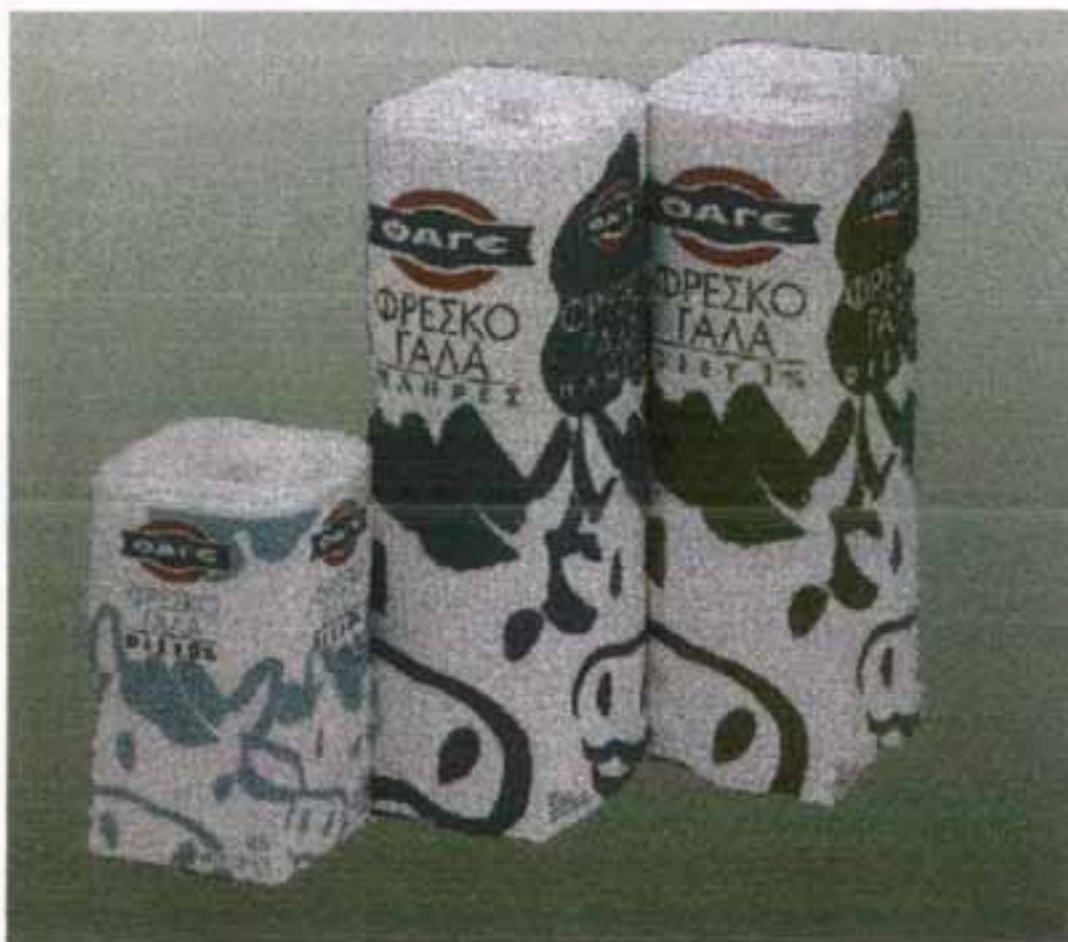


ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (ΦΑΓΕ, ΕΒΓΑ, ΔΕΛΤΑ)
ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΣΤΗΝ ΒΑΛΚΑΝΙΚΗ ΚΑΙ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΦΑΝΗ ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΥ

ΚΟΥΡΟΥΠΑΚΗΣ ΑΛΚΙΒΙΑΔΗΣ
ΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΜΑΡΙΟΣ
ΣΚΟΥΛΙΚΑΡΗΣ ΑΝΤΩΝΗΣ

ΑΘΗΝΑ 1996

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	2096
----------------------	------



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελίδα

1	Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ.....	6
1.1	Σύντομη Ιστορική αναδρομή.....	6
1.2	Η αναθεώρηση της ΚΑΠ για το γάλα.....	13
1.3	Η συμφωνία GATT για το γάλα.....	15
1.4	Η αύξηση της ποσόστωσης αγελαδινού γάλακτος για την Ελλάδα.....	19
2	Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ.....	24
2.1	Η μεταποίηση εμπορία του γάλακτος.....	28
3	ΤΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ....	39
3.1	Νεότερες εξελίξεις.....	41
3.2	Ένα σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για το γάλα.....	44
3.2.1	Προϊόντα απομιμίσεων του γάλακτος.....	45
3.2.2	Προστατεύομενη ονομασία προέλευσης ελλ. Τυριών.	46
3.2.3	Γενετική βελτίωση και συντήρηση των αυτόχθονων φυλών.....	48
3.2.4	Χρήση βοείου σωματοτροπίνης (BST) για αύξηση γαλακτοπαραγωγής αγελάδων.....	51
4	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΟΜΗΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	55
4.1	Κυριότερες παραγωγικές επιχειρήσεις.....	55
4.1.1	ΜΕΒΓΑΛ.....	56
4.1.2	ΑΓΝΟ.....	57
4.1.3	ΔΩΔΩΝΗ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.....	58
4.1.4	NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.....	59
4.1.5	ΠΙΝΔΟΣ Α.Ε.Β.Ε. ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΗ.....	60

4.1.6	ΤΥΡΑΣ Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ.....	60
4.2	Εισαγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου.....	61
5	ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ.....	62
5.1	Συνέπεια και δυναμικότητα.....	63
5.2	Καινοτομίες της ΔΕΛΤΑ.....	63
5.3	Επενδύσεις της ΔΕΛΤΑ.....	65
5.4	Επενδύσεις της ΔΕΛΤΑ στο εξωτερικό.....	69
5.5	Οικονομικοί πόροι της ΔΕΛΤΑ - κέρδη.....	72
5.6	Οργάνωση - ανθρώπινο δυναμικό.....	74
5.7	Ανταγωνισμός και προβλήματα.....	75
5.8	Έμπρακτο το ενδιαφέρον της ΔΕΛΤΑ για άνθρωπο - περιβάλλον.....	80
6	ΦΑΓΕ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ.....	84
6.1	Συνέπεια και δυναμικότητα.....	85
6.2	Πορεία της ΦΑΓΕ μέσα στο χρόνο.....	86
6.3	Καινοτομίες της ΦΑΓΕ.....	88
6.4	Δομή και επενδύσεις της ΦΑΓΕ.....	90
6.5	Εξαγωγές της ΦΑΓΕ.....	96
6.6	Οικονομικοί πόροι της ΦΑΓΕ - κέρδη.....	100
6.7	Οργάνωση σε ανθρώπινο δυναμικό.....	101
6.8	Ανταγωνισμός και προβλήματα.....	104
6.9	ΦΑΓΕ και κοινωνικό προφίλ.....	110
7	ΕΒΓΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ.....	111
7.1	Συνέπεια και δυναμικότητα.....	112
7.2	Πορεία της ΕΒΓΑ μέσα στο χρόνο.....	112
7.2.1	Προβλήματα στην πορεία της ΕΒΓΑ (ως θυγατρικής της υπερχρεωμένης ΑΠΚΟ).....	114
7.2.2	Καινοτομίες της ΕΒΓΑ.....	115

7.3	Ένταξη της ΕΒΓΑ στον όμιλο κ. Φιλίππου και επενδύσεις της.....	117
7.4	Εξαγωγές της ΕΒΓΑ.....	121
7.5	Κέρδη της ΕΒΓΑ Α.Ε.....	123
7.6	Οργάνωση - ανθρώπινο δυναμικό.....	124
7.8	Ανταγωνισμός και προβλήματα.....	126
7.9	ΕΒΓΑ, προσφορά, υπευθυνότητα και κοινωνική ευαισθησία.....	127
8	ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....	129
8.1	Αιγοπρόβειο γάλα και παραδοσιακά τυριά.....	129
8.2	Η προστασία των παραδοσιακών τυριών.....	130
8.3	Αίτια της κρίσης και προτάσεις.....	131
8.3.1	Αίτια της κρίσης.....	132
8.3.2	Επιπτώσεις και κίνδυνος.....	133
8.3.3	Μέτρα.....	136
8.4	Περιθώρεια ανταγωνιστικότητας της φέτας.....	139
8.4.1	Στοιχεία κόστους.....	140
8.4.2	Αθέμιτος ανταγωνισμός.....	145
8.5	Προτάσεις.....	146
8.6	Να αναγράφεται η φίρμα προμηθευτή.....	148
8.7	Ανάγκη αναβάθμισης της ποιότητας της φέτας.....	150
8.8	Εκσυγχρονισμός των τυροκομικών μονάδων.....	151
8.9	Έλεγχος.....	153
8.10	Διαφήμιση της φέτας στο εξωτερικό από το ΟΠΕ....	155
8.11	Εδραίωση φέτας διεθνώς.....	156
8.12	Κατοχύρωση φέτας ως ελληνικό προϊόν.....	158
9	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΓΑΛΑΚ/ΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	160
9.1.1.	Διαφημιστική δαπάνη ανά κατηγορία προϊόντων....	160
9.1.2.	Διαφημιστική δαπάνη ανά μέσο.....	161

9.1.3.	Διαφημιστική δαπάνη ανά προϊόν και μέσο.....	161
9.1.4.	Κυριότερα διαφημιζόμενα προϊόντα/εμπορικά σήματα...	162
9.2	Συσκευασία ως μέσο προώθησης γαλακ/κών προϊόντων.....	165
10	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	170
10.1	Γενικά για την ανάλυση.....	170
10.2	Ανάλυση βάσει αριθμοδεικτών.....	170
10.2.1	Γενική Ρευστότητα.....	171
10.2.2	Πραγματική ρευστότητα.....	173
10.2.3	Ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων.....	175
10.2.4	Μέσου χρόνου είσπραξης των απαιτήσεων - μέσου χρόνου εξόφλησης των υποχρεώσεων.....	177
10.2.5	Αποδοτικότητας ιδίου κεφαλαίου.....	180
10.3	Κάθετη και οριζόντια ανάλυση ισολογισμού.....	182
10.3.1	Κάθετη ανάλυση ισολογισμού.....	182
10.3.2	Οριζόντια ανάλυση ισολογισμού.....	186
11	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	192
12	ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΞΕΙΞΗ.....	197
12.1	Συσκευασία και ποιότητα προϊόντων.....	198
12.2	Υποκατάστατα.....	199
12.3	Υγιεινή διατροφή.....	199
12.4	Προσδιοριστικοί παράγοντες της εξέλιξης - προβλήματα.....	199
12.5	Προβλέψεις ανά προϊόν.....	203
12.6	Προβλέψεις σε επιχειρηματικό επίπεδο.....	205
13	ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	207

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

A	Πίνακες.....	209
B	Προϊόντα.....	250
Γ	Ισολογισμοί.....	286
Δ	Βιβλιογραφία - Πηγές.....	296

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ****1.1. Σύντομη Ιστορική αναδρομή**

Σε όλη τη περίοδο μετά τον πόλεμο και μέχρι τα μέσα δεκαετίας του "70" η πολιτική που ακολουθούσε η πολιτεία στην γαλακτοπαραγωγό κτηνοτροφία ήταν επεκτατική.

Οι βασικοί άξονες αυτής της πολιτικής ήταν:

- α) Ο αναπτυξιακός προγραμματισμός του τομέα γάλακτος και η υλοποίηση του με τη θέσπιση κινήτρων επενδύσεων στην πρωτογενή παραγωγή, τη μεταποίηση και εμπορία.
- β) Ο προστατευτισμός από το διεθνή ανταγωνισμό με την επιβολή υψηλών σχετικά δασμών στα εισαγόμενα γαλακτοκομικά προϊόντα.
- γ) Η συμπλήρωση του εισοδήματος του παραγωγού με άμεσες εισοδηματικές ενισχύσεις.

Για την επίτευξη των πιο πάνω στόχων χορηγούνται επιδοτούμενα κτηνοτροφικά σιτηρά σε χαμηλές τιμές στο πλαίσιο της κρατικής διαχείρισης.

Θεσπίζοντας δασμολογικές απαλλαγές εισαγόμενων ζώων αναπαραγωγής εξοπλισμού και άλλων μέσων παραγωγής.

Σε αυτό το πλαίσιο εκπονούνταν μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα προγράμματα ταχύρυθμης ανάπτυξης της κτηνοτροφίας γαλακτοπαραγωγής και εκδίδονταν Υπουργικές Αποφάσεις που προέβλεπαν σειρά μέτρων και παραγωγικότητας της κτηνοτροφίας.

Οι στόχοι όλων των προγραμμάτων επικεντρώνονται στην εξασφάλιση της "αυτάρκειας" της χώρας σε γαλακτοκομικά προϊόντα ή τουλάχιστον στην προσέγγιση ενός βαθμού αυτάρκειας που θα εξασφάλιζε ένα μεγάλο ποσοστό κάλυψης της ζήτησης από την εγχώρια παραγωγή.

Οι στόχοι των προγραμμάτων που οριοθετούνταν την πιο πάνω περίοδο των έντονων προσπάθειών ταχύρυθμης ανάπτυξης της κτηνοτροφίας, προσέγγιζαν τα επίπεδα των 1,3 εκατομ. τόννων αγελαδινού γάλακτος και των 1,25 εκατομ. τόννων αιγοπρόβειου γάλακτος.

Θα μπορούσε να τεθεί το ερώτημα κατά πόσο οι πιο πάνω στόχοι ήταν εφικτοί στις δεδομένες συνθήκες που ασκείται η αγελαδοτροφία στην Ελλάδα. Η απάντηση είναι ότι αυτά τα επίπεδα της παραγωγής θα ήταν δυνατό να καταγραφούν σαν επιτεύγματα της όλης αναπτυξιακής προσπάθειας εάν διαμορφώνονταν ευνοϊκές εξελίξεις γι' αυτόν τον τομέα, που θα αφορούσαν κυρίως: Την ισόρροπη κατανομή των γεωργο-κτηνοτροφικών δραστηριοτήτων στο σύνολο του αγροτικού χώρου, ιδιαίτερα τον προσανατολισμό των εντατικών άροτραίων καλλιεργειών, την χρήση της γης, και γενικότερα τις έγγειες διαρθρώσεις.

Το επίπεδο της γενετικής βελτίωσης του αναπαραγωγικού ζωικού κεφαλαίου, και μάλιστα την οργάνωση των

προγραμμάτων αναβάθμισης του γενετικού υλικού σε σταθερή και μακροχρόνια βάση.

Φυσικά δεν ενθαρύνθηκε η δημιουργία τέτοιων συνθηκών που θα οδηγούσαν στις πιο πάνω εξελίξεις ούτε διατηρήθηκε ένα γενικότερο σταθερό αναπτυξιακά περιβάλλον στο σύνολο της κτηνοτροφίας που θα δημιουργούσε τη βάση για τον περαιτέρω εκσυγχρονισμό της, όταν θα καταργούνταν ή θα περιορίζονταν οι κάθε μορφής επιδοτήσεις που προαναφέρθησαν και η αγορά του γάλακτος θα εντασσόταν στο διεθνή ανταγωνισμό, όπως άλλωστε αναμενόταν.

Ανεξαρτήτως από την απουσία της παραγωγικής υποδομής για τη μακροχρόνια ανάπτυξη της αγελαδοτροφίας και αιγοπροβατοτροφίας, τα προγράμματα που εφαρμόζονταν και βασίζονταν στην πολιτική των επιδοτήσεων και του προστατευτισμού των εισαγωγών, απέδωσαν θετικά αποτελέσματα, τα οποία στόχευαν στην επίτευξη ενός αποδεκτού επιπέδου αυτάρκειας και ταυτοχρόνος στη βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων.

Στο σημείο αυτό, είναι σκόπιμο να αναφερθούμε εκτενέστερα στη σύγκριση του επιπέδου της παραγωγής των αρχικών πραγματικών στόχων, του σημερινού ύψους της παραγωγής και της εξελικτικής πορείας του τομέα, ο οποίος αποκτά ιστορική και οικονομική υπόσταση κατά τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια. Ο κατωτέρω πίνακας παρουσιάζει τη διαχρονική εξέλιξη της παραγωγής και της κατανάλωσης γάλακτος. Σύμφωνα με τον πίνακα, οι σημερινές εκτιμήσεις της δυνητικής παραγωγής των 1 εκατομ. τόννων αποδεικνύονται βάσιμοι εγκυρότητας.

Στη στήλη (β) του πίνακα παρουσιάζονται τα μεγέθη της παραγωγής που προέβλεπαν οι αρχικοί συνδιασμοί και σύμφωνα με τα οποία θα μπορούσε να επιτευχθεί μια ουσιαστική προσέγγιση της αυτάρκειας.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ				
(1000 T)	1950	1960	1955	
παραγωγή γάλακτος	430	900	(α) 1850	(β)
αγελαδινού	130	330	750	1.300
πρόβειου	150	310	650	800
αίγειου	150	260	450	450
ισοδύναμο αγελαδινό	592	1.220	2.504	3.410
κατανάλωση χγρ/κεφ./χρόνο σε ισοδύναμο αγελαδινό	80	140	355,1	

Η συγκριτική αξιολόγηση των σχετικών μεγεθών μας οδηγεί στα εξής συμπεράσματα, δεδομένης της προϋπόθεσης ότι οι ανωτέρω αρχικοί στόχοι έχουν πραγματοποιηθεί επιτυχώς.

Στο πλαίσιο μιας συμβατικής βάσης αναφοράς, που θα μπορούσε να οριστεί η περίοδος 1993-97, θα επιτυγχανόταν βαθμός αυτάρκειας στο αγελαδινό γάλα της τάξεως του 80%, εάν ληφθεί υπόψη η μέση κατανάλωση αγελαδινού γάλακτος τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, ύψους 1.600 χιλιάδων τόννων, σε ισοδύναμη ποσότητα αγελαδινού γάλακτος.

Πρέπει δε να σημειωθεί ότι προαναφερθέν μέγεθος εκφράζει τη συνολική ποσότητα εσωτερικής χρήσης του ισοζυγίου, μετά από την μετατροπή του εβαπορέ, των ζαχαρούχων και του κονιοποιημένου γάλακτος σε ισοδύναμη ποσότητα νωπού αγελαδινού γάλακτος.

Επί προσθέτος, ικανοποίηση των ίδιων αρχικών στόχων θα κατέληγε σε αλληπάλληλη αναδιάρθρωση της αγοράς:

Δεν θα εισάγονταν αγελαδινό γάλα πρώτη ύλη για τη βιομηχανία γάλακτος, ούτε πηγμένο γάλα για την τελική

παραγωγή τυριών ή μπασκά ή οποιοδήποτε άλλο ενδιάμεσο προϊόν, δεδομένου ότι τέτοιες ποσότητες, που σήμερα εισάγονται, θα καλύπτονταν απ' την εγχώρια παραγωγή.

- Το μεγαλύτερο ποσοστό του γάλακτος εβαπορέ, του ζαχαρούχου, της σκόνης γάλακτος και του UHT θα παράγονταν από γάλα εγχώριας παραγωγής.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των τυριών Ευρωπαϊκού τύπου από αγελαδινό γάλα που καταναλώνονται στην Ελλάδα και που η ζήτηση τους προβλεπόταν πριν ακόμα από δύο δεκαετίες, έντονα ανοδική, θα καλυπτόταν επίσης από αγελαδινό γάλα εγχώριας παραγωγής.

Η επίτευξη του στόχου των 1,25 εκατομ. τόννων αιγοπρόβειου γάλακτος θα σήμαινε ότι θα υποκαθίστατο το σύνολο των δυνητικών εισαγωγών τυριών αιγοπρόβειου γάλακτος από χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, που βάσιμα μπορούν να εκτιμηθούν στους 10 χιλ. Τόννους τυριών ή 50 χιλ. τόννους πρόβειου γάλακτος (εφαρμόζεται συντελεστής 5 διότι προβλέπεται επίσης και εισαγωγή σκληρών τυριών στα επόμενα χρόνια και μάλιστα απουσία αποθεμάτων).

Θα μπορούσαν επίσης να καλυφθούν δυνητικές εξαγωγές 20 χιλ. τόννων τυριών ή 100 χιλ. τόννων αιγοπρόβειου γάλακτος. Η σύγκριση των δύο ισοζυγίων, του αρχικού σχεδιασμού και του σημερινού πραγματικού, μας οδηγεί στα παρακάτω ποσοστά αυτάρκειας στις αντίστοιχες δύο περιπτώσεις κατά τη περίοδο 1993-1997, όπως υποδεικνύεται και στον πίνακα ισοζυγίων.

Η εξέταση των στοιχείων, φανερώνει μια θεαματική αύξηση της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος, με ενιαύσιο ρυθμό 5%, κατά χρονική περίοδο 1970/75.

Από 330 χιλ. τόννους που ήταν η παραγωγή το 1960, έφθασε στους 570 χιλ. τόννους το 1970 και στους 720 χιλ.

τόννους το 1975, όσο δηλαδή είναι περίπου στα σημερινά επίπεδα.

Από το 1975 η παραγωγή μειώθηκε και στα μέσα της δεκαετίας των 80, έφθασε στους 650 χιλ. τόννους, όσο ήταν στην αρχή της δεκαετίας του 70 και εν συνεχεία σημείωσε ανάκαμψη μέχρι τα σημερινά γνωστά επίπεδα. Εάν συνεχίζονταν ο αυξητικός αριθμός της περιόδου 1970-75 πιστεύεται ότι η παραγωγή θα πλησίαζε τα επίπεδα των προγραμματικών στόχων.

Εάν επίσης δεν τίθεντο οι φραγμοί των ποσοστόσεων θα συνεχίζονταν η ανοδική πορεία της παραγωγής της περιόδου 1985-93 και κατα βάσιμες εκτιμήσεις θα κυμαίνονταν στο επίπεδο του 1 εκατομ. τόννων.

Η σημαντική άνοδος της παραγωγής του αιγοπρόβειου γάλακτος είναι εμφανής, και η επίτευξη του στόχου των αρχικών προγραμμάτων του 1,25 εκατομ. τόννων θα μπορούσε να αποτελεί αξιοσημείωτο γεγονός.

Η κρίση όμως της αγοράς και των εταιρών με τις γνωστές συνέπειες, επέδρασε ανασταλτικά στην άνοδο της παραγωγής και δημιούργησε ευκαιρίες, παροντικές και μελλοντικές, για αυξημένες εισαγωγές από χώρες της Ανατολικής Ευρώπης.

Είναι εύκολο να διαγνώσουμε ποιά είναι η παραγωγική βάση που οδηγεί στην άνοδο της παραγωγής εάν επισημάνουμε ότι σύμφωνα με τα στοιχεία του ζωικού κεφαλαίου, το 1975 το επίπεδο παραγωγής αυτό το έτος που ήταν ίδιο με το σημερινό δηλαδή των 730 χιλ. τόννων προερχόταν από 300 χιλ. βελτιωμένες αγελάδες ενώ το 1995 το ίδιο επίπεδο παραγωγής προέρχεται μόνο από 230 χιλ. αγελάδες περίπου.

Σημειώνεται επίσης ότι το επίπεδο της γαλακτοπαραγωγής αιγοπροβάτων του 0,1 εκατομ. τόννων παράγεται από τον ίδιο αριθμό αρμεγόμενων ζώων που εκτρέφονταν το 1955-60

δηλαδή 12 εκατομ. κεφ. Με τη διαφορά ότι το ύψος της παραγωγής αιγοπρόβειου γάλακτος το 1960 ήταν τότε 800 χιλ. τόννοι.

Σύμφωνα με τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι παρά την υστέρηση τους όσο αφορά την σταθερή και μακροχρόνια οργάνωση του, τα προγράμματα γενετικής βελτίωσης απέδιδαν ουσιαστικά θετικά αποτελέσματα.

Όσον αφορά την ένταξη του παραγωγικού συστήματος της εντατικής χρήσης της γης για την παραγωγή χονδροειδών ζωοτροφών στην εκτροφή αγελάδων γαλακτοπαραγωγής οι εξελίξεις δεν ήταν ευνοϊκές.

Η διαπίστωση αυτή στοιχειοθετείται από την μείωση των εκτάσεων με καλλιέργειες μηδικής και χλωρού αραβοσίτου, ενώ οι αρδευόμενες εκτάσεις το λοιπόν αροτραίων καλλιεργειών σημειώνουν ουσιαστική αύξηση. Τα τελευταία χρόνια όμως διαπιστώνεται επέκταση των αρδευομένων εκτάσεων με χονδροειδής ζωοτροφές. Διαπιστώνεται αύξηση των αποδόσεων σε γάλα ανά βελτιωμένη αγελάδα το χρόνο, από 2,5 τόννους που ήταν πριν από 15 χρόνια στους 3,5 και 4 τόννους σε ορισμένες περιοχές. Αύξηση σημείωσαν και οι αποδόσεις των αιγοπροβάτων που σήμερα ξεπερνούν τα 100 χιλ. κεφ. το έτος.

Παράλληλά με την αύξηση των αποδόσεων παρατηρείται μετατροπή μεγάλου αριθμού αγελάδων χαμηλών αποδόσεων, περίπου 1-1,5 τόννους γάλακτος το έτος σε θηλάζουσες αγελάδες λόγω του ασύμφουρου της διατήρησης αναπαραγωγικών ζώων χαμηλών αποδόσεων.

Τη περίοδο μετά την ένταση τα περιοριστικά μέτρα της Ε.Ε. στο γάλα που θεσπίζονταν λόγω των υψηλών αποθεμάτων, είχαν ήπια επίδραση στην Ελλάδα. Το τέλος συνυπευθυνότητας που ίσχυε τότε δεν εφαρμόζονταν για την Ελλάδα ενώ το επίπεδο της παραγωγής γάλακτος ήταν

μικρότερο από την ποσόστωση που είχε οριστεί για την Ελλάδα. Το αιγοπρόβειο γάλα δεν αντιμετώπιζε προβλήματα ανταγωνισμού από τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε. ενώ ταυτόχρονα απολάμβανε ένα ισχυρό προστατευτικό καθεστώς από τις χώρες της GATT με την εφαρμογή αντισταθμιστικών εισφορών.

Στο πλαίσιο της αναθεώρησης του ΚΑΠ και της συμφωνίας GATT ανατράπηκαν οι ήπιες και ευνοϊκές συνθήκες κατά περίπτωση στους κλάδους της Ελληνικής γαλακτοπαραγωγής που εξασφάλιζε το παραδοσιακό θεσμικό πλαίσιο της ΚΑΠ και διαμορφώθηκε ένα αρνητικό αναπτυξιακό περιβάλλον γι' αυτούς τους κλάδους, σε συνδιασμό με ένα πλέγμα περιοριστικών μέτρων και συστηρών ποινών.

1.2. Η Αναθεώρηση της ΚΑΠ για το γάλα

Με την αναθεώρηση της ΚΑΠ για το αγελαδινό γάλα θεσπίστηκαν αυστηρότερα περιοριστικά μέτρα στην παραγωγή, προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα που προέκυψαν από την εκρηκτική διόγκωση των ήδη συσσωρευμένων αποθεμάτων βουτύρου και σκόνης αποβουτυρωμένου γάλακτος, την περίοδο μάλιστα που οι διεργασίες για την μείωση των δαπανών αποθεματοποίησης βρίσκονταν σε εξέλιξη. Η ίδια αναθεώρηση στόχευε στην προετοιμασία του τομέα για την επιμηκυμένη "ελεγχόμενη" ένταξη τους στη διεθνή αγορά με τους όρους και προϋποθέσεις που προβλέπονται στη συμφωνία του GATT διαμορφώνοντας το απαιτούμενο μεταβατικό πλαίσιο ομαλής προσαρμογής στις νέες συνθήκες.

Τα συνολικά μέτρα που θεωρήθηκαν τα αποτελεσματικότερα προκειμένου να υλοποιηθούν οι στόχοι της αναθεώρησης, διακρίνονται σε άμεσα και έμεσα που συνοψίζονται ως εξής:

Στα άμεσα μέσα περιλαμβάνονται οι σταδιακές μειώσεις της τιμής παρέμβασης του βουτύρου, καθώς και η θέσπιση αυστηρών όρων εφαρμογής των ποσοστώσεων.

Το πριμ συνυπευθυνότητας καταργείται και μαζί μ' αυτό οι προϋπολογισμοί που συστήνονταν από άμεσες εισφορές των παραγωγών και διατίθονταν για τη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων ρευστοποίησης αποθεμάτων ή πρόληψης πλεονασμάτων γάλακτος, όπως, π.χ. διάθεση βουτύρου σε συλλογικούς φορείς, προώθησης πωλήσεων κ.λ.π.

Στο εξής αυτές οι δραστηριότητες θα χρηματοδοτούνται από άλλα κονδύλια όπως π.χ. πρόστιμα υπέρβασης των ποσοστώσεων κ.λ.π. και θα διατίθενται μέσα από τη κεντρική διαχείριση.

Παράλληλα αποφασίστηκαν νέα μέτρα που άμεσα συμβάλλουν στον περιορισμό των δημοσιονομικών δαπανών σε αυτό τον τομέα ή ενισχύθηκαν θεσμοί που ήδη λειτουργούσαν προς αυτή την κατεύθυνση.

Καταργήθηκαν δύο άμεσες επιδοτήσεις εισοδήματος του παραγωγού αγελαδινού γάλακτος, που ήταν το πριμ για κάθε μοσχάρι που γεννιόταν και το πριμ του "μικροπαραγωγού" δηλαδή εκείνος που οι παραδόσεις γάλακτος στο εργοστάσιο δεν ξεπερνούν τους 60 τόννους το χρόνο.

Ενισχύθηκαν τα προγράμματα αντιμετώπισης ή πρόληψης των αποθεμάτων που προέβλεπαν τα εξής κυρίως μέτρα:

- Προώθησης πωλήσεων
- Βελτίωσης της ποιότητας του γάλακτος με σκοπό τη διαμόρφωση συνθηκών πωλήσεως του σε ευρύτερη κλίμακα
- Διάθεσης αποθεμάτων σε ιδρύματα ή απ' ευθείας στον καταναλωτή με μειωμένη τιμή

Η ίδια η επιδότηση των θηλαζουσών αγελάδων με υψηλό σχετικά πριμ, αποτελεί έμμεσα ένα κίνητρο για στροφή των συστημάτων εκτροφής από την γαλακτοπαραγωγή στην κρεατοπαραγωγή, ώστε να αποφευχθεί προφανώς η υπερπαραγωγή γάλακτος.

Η μείωση της σύνδεσης στη σκόνη γάλακτος που χρησιμοποιείται για ζωοτροφές με τάση κατάργησης της, συνιστά επίσης ένα μέτρο αποθάρρυνσης της δημιουργίας και διόγκωσης αποθεμάτων της σκόνης αποβουτυρωμένου γάλακτος.

1.3. Η συμφωνία GATT για το γάλα

Η συμφωνία αυτή σκοπό έχει τη βαθμιαία ένταξη του τομέα γάλακτος στη διεθνή αγορά, που συνεπάγεται τον περιορισμό της προστατευτικής πολιτικής της παραδοσιακής ΚΑΠ στο επίπεδο:

- α) Της προστασίας από τις εισαγωγές από τρίτες χώρες
- β) Της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των εξαγωγών στη διεθνή αγορά.
- γ) Της στήριξης της αγοράς στο εσωτερικό της Ε.Ε.

Το γενικό πλαίσιο της συμφωνίας σύμφωνα με τις πιο πάνω κατευθύνσεις που αφορά εκτός από το γάλα και όλα τα αγροτικά προϊόντα συνοψίζεται ως εξής:

α) Δασμοποίηση

Κατά την έννοια αυτού του θεσμού καταργήθηκαν οι μεταβαλλόμενες αντισταθμιστικές εισφορές και οι πρόσθετες εισφορές στα γαλακτομικά προϊόντα καθώς και οι τιμές κατωφλίων.

Αντί όλων αυτών των προστατευτικών δικλείδων θεσπίστηκε ισοδύναμος σταθερός δασμός. Το ύψος του σταθερού δεσμού με την τιμή παρέμβασης στη διάρκεια μιας

συμβατικής περιόδου βάσης 1986-88 προσαυξημένη κατά 10%.

Οι τιμές παρέμβασης (ΤΠ) που ορίσθηκαν για τη δασμοποίηση στον τομέα του γάλακτος είναι εκείνες οι οποίες ίσχυαν στο πλαίσιο της ΚΑΠ για το γάλα, δηλαδή του βουτύρου και της σκόνης αποβουτυρωμένου γάλακτος (ΣΑΓ).

Ο ισοδ. δασμός για το βούτυρο και τη σκόνη ορίσθηκε ως εξής:

Βούτυρο: ΤΠ 1986-88: $3.549,9 + 10\% = 3.904 \text{ ECU/t}$

ΣΑΓ: ΤΠ 1986-88: $1.972,6 + 10\% = 2.170 \text{ ECU/t}$

Οι ισοδύναμοι δασμοί μειώνονται κατά 36% μέχρι το 2.000, με εκάχιστη μείωση κατά προϊόν 15%.

β) Τρέχουσα πρόσβαση

Προβλέπεται διατήρηση ορισμένων προνομιακών εισαγωγών από τη Νέα Ζηλανδία και τον Καναδά.

γ) Ελάχιστη πρόσβαση

Υιοθετείται αποδοχή ενός ελάχιστου ορίου προνομιακών εισαγωγών που ανέρχεται στο 3% της κατανάλωσης για το 1995, με δυνατότητα προσαύξησης 5% ως το 2.000.

Ο τελικός δασμός μπορεί να είναι το 32% του δασμού βάσης.

δ) Ρήτρα διασφάλισης

Το εν λόγω μέτρο αποσκοπεί στην αντιμετώπιση μεγάλων διαταραχών της αγοράς στις εισαγωγές από τρίτες χώρες με πιο χαμηλές τιμές.

Σ' αυτή τη περίπτωση επιβάλλεται ένας πρόσθετος δασμός που το ύψος του ποικίλλει για κάθε προϊόν και ανάλογα με το επίπεδο της μειωμένης τιμής εισαγωγής.

Τίθεται σε εφαρμογή όταν η τιμή εισαγωγής ενός προϊόντος είναι κατώτερη από μια θεσμική τιμή εισαγωγής η οποία ονομάζεται "τιμή ενεργοποίησης".

Αυτή η θεσμική τιμή ορίζεται στο ύψος της μέσης τιμής εισαγωγής την περίοδο 1986-88 και διαφέρει ανάλογα με το προϊόν. Είναι φανερό ότι η ρήτρα διασφάλισης και η τιμή ενεργοποίησης αντικαθιστούν σε κάποιο βαθμό την παλιά τιμή κατωφλίου και την "πρόσθετη αντισταθμιστική εισφορά".

Δε θεωρούνται όμως ότι είναι θεσμοί ίδιας αποτελεσματικότητας γαι την αντιμετώπιση κρίσιμων συγκυριών στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων.

Σε ότι αφορά τον περιορισμό της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας στη διεθνή αγορά διακρίνονται δύο ρυθμίσεις:

α) Μείωση των ποσοτήτων που χορηγούνται για εξαγωγικές επιδοτήσεις.

Η μείωση είναι της τάξης του 21% με περίοδο βάσης 1986-90. Λαμβάνεται δηλαδή ως βάση ο μέσος όρος των ποσοτήτων που επιδοτούνται αυτή τη περίοδο. Σαν περίοδος βάσης μπορεί να ληφθεί το διάστημα 1991-92, εάν οι επιδοτούμενες ποσότητες είναι υψηλότερες παό εκείνες της περιόδου 1986-90.

β) Μείωση επιδοτήσεων εξαγωγών.

Η μείωση των δαπανών αγγίζει το 36%. Η περίοδος βάσης είναι η ίδια με εκείνη των εξαγωγίμων ποσοτήτων.

Σχετικά με το περιορισμό των μέτρων στήριξης της αγοράς, προέβλεπεται μείωση των σχετικών δαπανών κατά 20%, με περίοδο βάσης τα έτη 1986-88.

Τα επιμέρους προϊόντα

Στη συμφωνία ορίζονται οι εξής βασικές κατηγορίες γαλακτομικών προϊόντων: το βούτυρο, η σκόνη αποβουτυ-

ρωμένου γάλακτος (ΣΑΓ), το τύρι και άλλα γαλακτοκομικά προϊόντα.

ΣΑΓ (σκόνη αποβουτυρωμένου γάλακτος)

1. Πρόσβαση στην αγορά: ο δασμός μειώνεται από 1.485 ECU ανά τόνο σε 1.188 ECU ανά τόνο στο 2.000
2. Εξαγωγικές επιδοτήσεις: οι ποσότητες μειώνονται στο χρονικό διάστημα 1986-90 μέχρι το 2.000 από 308 χιλ. τ. σε 243 χιλ. τ. και η αξία των επιδοτήσεων από 370 εκατ. ECU σε 237 εκ. ECU.

Το βούτυρο

Ο δασμός μειώνεται από 2.962 ECU ανά χρόνο στα 1.896 ECU ανά τόνο, την ίδια χρονική περίοδο.

Σε ότι αφορά τις εξαγωγικές επιδοτήσεις η αξία τους μειώνεται από 1,325 εκατ. ECU σε 848 εκατ. ECU.

Τυριά

1) Δασμός:

Λόγω του μεγάλου αριθμού των ειδών σε αυτό το προϊόν δεν ορίζεται άμεσος ενιαίος δρόμος. Για κάθε κατηγορία τυριού υπολογίζεται παράγωγος δασμός με βάση τον ισοδύναμου δασμό του βουτύρου. Η μείωση είναι 36%, 6%/έτος.

2) Τρέχουσα πρόσβαση:

Διατηρούν ποσότητες ημιτελών Cheddar για μεταποίηση προέλευσης Νέας Ζηλανδίας, Αυστραλίας και Καναδά. Ο δασμός κυμαίνεται μεταξύ 137,5 και 170,6 ECU/τ.

3) Ελάχιστη πρόσβαση:

Σε ορισμένα είδη τυριών όπως το Emmental, η Gruyere, το Cheddar και διάφορα νωπά τυριά, ορίζονται αντίστοιχες ποσότητες αρχικής και τελικής πρόσβασης.

Εξαγωγικές επιδοτήσεις

Οι ποσότητες των εξαγωγικών επιδοτήσεων μειώνονται την περίοδο 1986-90 έως 2.000 από 386 σε 305 χιλ. τόννους.

Οι εξαγώμενες επιδοτούμενες ποσότητες μειώνονται από 1.518 σε 939 χιλ. τόννους.

1.4. Η αύξηση της ποσόστωσης αγελαδινού γάλακτος για την Ελλάδα

Όταν στα μέσα της δεκαετίας του '80 τέθηκε επιτακτικά το θέμα των ποσοστόσεων για το σύνολο των χωρών της Ε.Ε., η χώρα μας δεν βρέθηκε αντιμέτωπη με το πρόβλημα δεδομένου ότι η παραγωγή αγελαδινού γάλακτος παρουσίαζε πτώση, αποθέματα δεν υπήρχαν και το έλλειμα διευρυνόταν συνεχώς. Αλλωστε το επίπεδο της ποσόστωσης που είχε οριστεί για την Ελλάδα ήταν ουσιαστικά ανώτερο από το σύνολο της παραγωγής που συγκέντρωναν τα εργοστάσια.

Από το 1986 όμως και έπειτα, διαπιστώθηκε μια σημαντική και απρόβλεπτη αύξηση της παραγωγής, με αποτέλεσμα να διαμορφωθούν τάσεις υπέρβασης της ποσόστωσης, στις αρχές της δεκαετίας του '90, με όλες τις τραγικές συνέπειες που ακολούθησαν. Μετά τα γνωστά διαβήματα της Ελλάδας, έγινε αποδεκτή από τα αρμόδια όργανα της Ε.Ε. προσαύξηση της Ελληνικής ποσόστωσης κατά 100 χιλ. τόννους, η οποία όπως αποδείχθηκε, δε φάνηκε να καλύπτει τις ανάγκες της ελληνικής αγοράς. Νέα διαβήματα της Ελλάδας και πολλαπλές παρεμβάσεις για περαιτέρω προσαύξηση της ποσόστωσης δεν απέδωσαν καρπούς, εξαιτίας της επιτακτικής και αδήριτης ανάγκης αυστηρής εφαρμογής της πολιτικής των ποσοστόσεων που θα έπρεπε να εναρμονίζετε με τις κατευθύνσεις της νέας ΚΑΠ.

Εξίσου επιτακτική είναι και η ανάγκη να αυξηθεί η ποσόστωση για την Ελλάδα και πρέπει να εξαντληθεί κάθε προσπάθεια προς αυτή τη κατεύθυνση από τους αρμόδιους

φορείς. Η πρόσθετη ποσόστωση επιβάλλεται να είναι σε τέτοιο ύψος ώστε να είναι δυνατόν να καλυφθούν πλήρως οι ανάγκες της αγοράς και να αποφευχθεί στο μέλλον επανυποβολή αντίστοιχου τμήματος, τουλάχιστον μέχρι το 2.000 όπου ισχύει το μέτρο των ποσοστώσεων.

Κατά αυτόν το τρόπο θα επανορθωθούν οι αδικίες που έχουν επισωρευθεί στην ελληνική αγελαδοτροφία και θα αποκατασταθούν οι ισορροπίες που είχαν ανατραπεί στο μέτωπο των συναλλαγών παραγωγής - κατανάλωσης, με εμφανές σύμπτωμα την αύξηση των εισαγωγών με "πρώτη ύλη" γάλακτος, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι καλύπτονται οι ανάγκες της ζήτησης από ποιοτικής πλευράς.

Το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα που προβάλλει έντονα αυτό το αίτημα και κατ'επανάληψη, δείχνει το μέγεθος των αρνητικών επιπτώσεων που ταλανίζουν τον τομέα του γάλακτος στο σύνολο του. Πολλές χώρες της Ε.Ε. βρίσκονται σε ένα όριο ισορροπίας προσφοράς - ζήτησης. Άλλες χώρες, όπως η Πορτογαλία, απέκτησαν ποσόστωση ανώτερη της παραγωγής τους, εφόσον κάθε απόπειρα αύξησης της θα σήμαινε νέο κύκλο διόγκωσης των αποθεμάτων.

Ειδικότερα η Ελλάδα δεν σημείωσε την αναμενόμενη επαρκή ποσόστωση, αξιαιτίας μιας σειράς αρνητικών συγκυριών οι οποίες συνέβαλαν στη δημιουργία μιας ασαφούς εικόνας των πραγματικών αναγκών της αλλά και των δυνατοτήτων που υπέκρυπτε το παραγωγικό δυναμικό αυτού του τομέα.

Την περίοδο που αναθεωρείτο η ΚΑΠ με σκοπό τη μείωση των δαπανών η COMMISSION ήταν υποχρεωμένη να ζητήσει ουσιαστική μείωση της ποσόστωσης στο σύνολο της Ε.Ε., διότι τότε τα αποθέματα βουτύρου βρίσκονταν στο μεγαλύτερο ύψος τους από την αρχή της ίδρυσης της κοινότητας. Την ίδια περίοδο οι γαλακτοπαραγωγική αγελαδοτροφία στη χώρα ανέπτυξε δυναμικά το πιο σύγχρονο παραγωγικό της ιστό

υλοποιώντας επενδύσεις και υποδομές μεγάλης κλίμακας που είχαν σαν αποτέλεσμα την εκρηκτική και απρόβλεπτη αύξηση της παραγωγής όπως αναφέραμε.

Πιστεύουμε ότι η αποδοχή της παρέκκλισης που ζητεί η Ελλάδα όσον αφορά την ποσόστωση που της έχει καταχωρηθεί στηρίζεται σε ισχυρή βάση δικαίου, εάν μάλιστα αναλογιστεί κανείς ορισμένες βασικές κοινοτικές αρχές:

- α) Επιβάλεται ο πλήρης εφοδιασμός της κατανάλωσης στο είδος τροφίμου που προτιμάται τόσο από ποσοτικής, όσο και από ποιοτικής πλευράς, και για όλο το εύρος των ποιοτικών κατηγοριών και διαβαθμίσεων.
- β) Οποιοδήποτε περιοριστικό μέτρο δεν πρέπει να παρεμποδίζει τον εκσυγχρονισμό των εκμεταλεύσεων.
- γ) Όποια πολιτική ακολουθείται πρέπει να μη καταλύει την κοινοτική προτίμηση, ούτε να παρεμποδίζει την αύξηση του μεριδίου της Ε.Ε. στην διεθνή αγορά.

Προτού παραθέσουμε τους λόγους για τους οποίους η μειωμένη ποσότητα της Ελλάδας συναρτάται με παραβίαση στην ουσία αυτών των βασικών αρχών επισημαίνουμε τις παρακάτω ιδιαιτερότητες της Ελλάδας στον τομέα του γάλακτος.

- Βρίσκεται σε μεγάλη απόσταση από τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε. και γι' αυτό το λόγο ο εφοδιασμός της με νωπό γάλα που δεν έχει υποστεί νωρίτερα επεξεργασία καθίσταται προβληματικός.
- Το έλλειμμα σε νωπό γάλα είναι τεράστιο και συνεχώς διευρύνεται.
- Γειτονεύει με βαλκανικές χώρες που κατά παράδοση ανταγωνίζονται την εγχώρια κτηνοτροφία.

Στην φάση των διαπιστώσεων υποστηρίζουμε ότι η μη αποδοχή του αιτήματος της Ελλάδος για αύξηση της ποσό-

στώσης οδηγεί στις πιο κάτω ανισορροπίες και στρεβλώσεις, που όπως υποστηρίχθηκε αντιβαίνουν σε βασικές αρχές της Ε.Ε. όσον αφορά την αγροτική πολιτική:

- 1) Τα εργοστάσια οδηγούνται στην προσφορά διαρκώς μεγαλύτερων ποσοτήτων νωπού γάλακτος στην κατανάλωση από πρώτη ύλη που εισάγεται και έχει υποστεί επεξεργασία καταστρατηγώντας με αυτό τον τρόπο την προτίμηση των για τα πραγματικά νωπά γαλακτοκομικά προϊόντα.
- 2) Η Ελλάδα παραμποδίζεται να αναπτύξει εξαγωγικές δραστηριότητες με αντικείμενο τα προϊόντα γάλακτος λόγω ανεπάρκειας πρώτης ύλης, με γειτονικές βαλκανικές χώρες που παρουσιάζουν ίδιες προτιμήσεις ως προς τη ζήτηση για αυτά τα προϊόντα.

Αντίθετα, δημιουργούνται οι ευκαιρίες σε αυτές τις χώρες να αναπτύξουν την παραγωγή τους απρόσκοπτα και να δημιουργήσουν μελλοντικά εξαγωγικές πιέσεις στην Ελλάδα.

- 3) Ο εκσυγχρονισμός της παραγωγής αναστέλλεται; δεδομένου ότι σε μία εκμετάλευση η αύξηση των αποδόσεων που είναι απαραίτητη για να μειωθεί το κόστος θα πρέπει να συνοδεύεται από μείωση του αριθμού των αγελάδων. Η αποδοτικότητα όμως θα κινείται σε οριακά επίπεδα.
- 4) Δεν δίνεται η δυνατότητα σε πολλές περιοχές όπου οι φυτικές καλλιέργειες έφτασαν σε σημείο κορεσμού να δημιουργηθούν πλεονασματικά προϊόντα, να στραφούν στην αγελαδοτροφία που σε αυτές τις περιοχές μπορεί να ευδοκιμήσει ικανοποιητικά.
- 5) Λόγω του μεγάλου ελλείματος διαμορφώνονται υψηλές τιμές των δικαιωμάτων που μεταβιβάζονται δίνοντας ευκαιρίες για επενοικιάσεις ευκαιριακού χαρακτήρα και αύξηση της κερδοσκοπίας.

Η εξεύρεση δικαιωμάτων για μεταβίβαση είναι δύσκολη, δεδομένου ότι οι μικροί παραγωγοί διατηρούν τα δικαιώματα τους προκειμένου να εξασφαλίσουν συμπλήρωση του εισοδήματός τους

- 6) Τέλος, η αγορά του γάλακτος παρουσιάζει βελτίωση, τα αποθέματα στην Ε.Ε. και διεθνώς μειώνονται, ενώ ορισμένες χώρες παρουσιάζουν ανώτερο επίπεδο ποσόστωσης από την πραγματική τους παραγωγή.

Για όλους τους πιο πάνω λόγους επιβάλλεται η αύξηση της ποσόστωσης στην Ελλάδα σε επίπεδο που να εξασφαλιστεί η ισορροπία προσφοράς - ζήτησης στο πλαίσιο μιας υγιούς αγοράς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**Η αγορά του γάλακτος**

Οι μεταβολές των μεγεθών του ισοζυγίου των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι ουσιαστικές και δείχνουν τις βαθμιαίες αναδιαρθρώσεις της αγοράς, καθώς και τις επιδράσεις των μέτρων πολιτικής που κατά καιρούς εφαρμόζονται σ' αυτό τον τομέα.

Είναι πάγια η διαπίστωση ότι ο βαθμός της αυτάρκειας της χώρας στο γάλα γενικότερα μειώνεται και το έλλειμμα συνεχώς διευρύνεται. Ο πίνακας 2.1 του γενικού ισοζυγίου χρήσης δείχνει την μεταβολή του βαθμού αυτάρκειας του συνόλου των γαλακτοκομικών προϊόντων σε ισοδύναμες ποσότητες αγελαδινού γάλακτος, σύμφωνα με την οποία το επίπεδο της αυτάρκειας από 84,5% την περίοδο 1975-80 μειώθηκε στο 76,5% την περίοδο 1990-95.

Πίνακας 2.1: ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΙΣΟΖΥΓΙΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ 1000 (ΣΕ ΙΣΟΔΥΝΑΜΕΣ ΠΟΣΟΤ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ)

Μέσος όρος περιόδων	1975-80	1990-95
Σύνολο εγχώριας καθαρής παραγωγής	2.303	2.615
Εισαγωγές	05	760
Εξαγωγές	11	120
Κατανάλωση	2.697	3.255
χγρ./κεφ. το χρόνο	284	325,5
Βαθμός αυτάρκειας	84,5	76,5

Οι εισαγωγές προσυμπυκνωμένου γάλακτος αλλά και άλλων κατηγοριών επεξεργασμένων γαλακτοκομικών προϊόντων που χρησιμοποιούνται για πρώτη ύλη εμφανίζουν συνεχή άνοδο. Σύμφωνα με αυτή την εξέλιξη, το μέγεθος της οποίας προβλέπεται να ενταθεί στο μέλλον, η ακαθόριστη εγχώρια παραγωγή θα αντιπροσωπεύει ένα συνεχώς ελατούμενο μερίδιο στο σύνολο της καθαρής παραγωγής. Ενώ θα αυξηθεί αντίστροφα το ποσοστό των ημικατεργασμένων ή ενδιάμεσων μορφών γαλακτοκομικών προϊόντων που χρησιμοποιούνται για πρώτη ύλη από τη βιομηχανία. Σέ αυτή τη κατηγορία ανήκουν και ποσότητες εισαγόμενης σκόνης γάλακτος, ανεξάρτητα αν καταγράφονται συνήθως στην κατηγορία των έτοιμων προϊόντων. Στις ποσότητες των εισαγωγών των τυριών, που διαρκώς σημειώνουν άνοδο, είναι εντονότερη η παρουσία πηγμένου γάλακτος για τυρί ή τυρομάζας που θα προορίζεται για μεταποίηση από την εγχώρια παραγωγή. Διαπιστώνεται επίσης τα τελευταία χρόνια αύξηση εισαγωγών καζεϊνών και καζεϊνικών αλάτων που χρησιμοποιούνται ως πρώτη ύλη από τη βιομηχανία.

Από την αρχή της δεκαετίας του '90 σημείωσαν άνοδο οι εξαγωγές τυριών και άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων. Μέρος δε των εξαγόμενων ποσοτήτων προέρχεται από εισαγόμενες πρώτες ύλες γάλακτος. Η κατανομή της παραγωγής γάλακτος στις διάφορες χρήσεις προσδιορίζει την κατεύθυνση της ζήτησης των αντίστοιχων επιμέρους προϊόντων. Διαπιστώνεται επίσης η αύξηση της χρήσης του αγελαδινού γάλακτος στα νωπά προϊόντα και μείωση του ποσοστού του τυροκομούμενου γάλακτος. Σε ότι αφορά το αιγοπρόβειο γάλα παρατηρείται αντίστροφη μεταβολή των ίδιων ποσοστών. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η θετική μεταβολή του ποσοστού του τυροκομούμενου γάλακτος δείχνει τη διευρυνόμενη αγορά των τυριών.

Παράλληλα όμως παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια αποθεματοποιήσεις, οι οποίες αποτελούν συμπτώματα κρίσης της αγοράς των τυριών.

Στον πίνακα 2.2 παρουσιάζονται τα ετήσια ισοζύγια της περιόδου 1990-94 για τα τυριά. Η σωρευτική μεταβολή των αποθεμάτων κορυφώθηκε το 1994, όπου η κρίση της αγοράς των τυριών άρχισε να εντείνεται σε ανησυχητικό βαθμό. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η κατανομή της εσωτερικής χρήσης σε νωπό ή διατηρημένο γάλα. Το ποσοστό για νωπή χρήση, από 60% που ήταν τη δεκαετία του '70, αυξήθηκε στο 70% τα τελευταία χρόνια, ενώ μειώθηκε αντιστοίχως το ποσοστό χρήσης του διατηρημένου γάλακτος.

Πίνακας 2.2: ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΙΣΟΖΥΓΙΟΥ ΤΥΡΙΩΝ (1000 ΤΟΝΟΙ)

ΕΤΟΣ	1990	1991	1992	1993	1994
Παραγωγή	167,8	165	173,4	185,7	197,6
Εισαγωγές	39,8	44,9	45,9	52,8	61,5
Εξαγωγές	10,5	11,4	12,5	13,2	13,8
Αυξομείωση αποθεμάτ.	-1,4	-	-9,2	-2,5	+44,5
Κατανάλωση	198,4	198,6	215,9	227,9	207,7
Εισαγωγές τει. τυριών	2,8	3,3	3,2	3,5	3,3

Η ανάλυση των παραμέτρων του ισοζυγίου δείχνει ότι το ποσοστό συμμετοχής στην κατανάλωση του αγελαδινού γάλακτος αυξάνεται, ενώ το ίδιο ποσοστό του αιγοπρόβειου γάλακτος μειώνεται. Η τάση αυτή οφείλεται κυρίως στις διαρκώς αυξανόμενες εισαγωγές τυριών αγελαδινού γάλακτος. Η εξέλιξη των πιο πάνω μεγεθών δείχνει τα περιθώρια δυναμικής ανάπτυξης της αγελαδοτροφίας γαλακτοπαραγωγής και τα οφέλη που θα προέκυπταν για τον τομέα στο πλαίσιο της διευρυνόμενης αγοράς αυτών των ειδών μεταποιημένου γάλακτος, εάν δε θεσπίζονταν το περιοριστικό μέτρο της ποσόστωσης στη παραγωγή. Η αρνητική επίπτωση αυτού του μέτρου γίνεται ακόμα πιο αισθητή, εάν ληφθεί υπόψη, εκτός

από την αύξηση της ζήτησης και η εμφανής προτίμηση του καταναλωτή στα εγχώρια νωπά προϊόντα γάλακτος, σε συνδιασμό με τη χαλαρή στροφή που εκδηλώνει στα αντίστοιχα προϊόντα έντονης θερμικής επεξεργασίας και μακράς διάρκειας συντήρησης. Από τη προηγούμενη παρουσίαση των βασικών παραμέτρων της αγοράς του γάλακτος, προκύπτει ότι ο κλάδος των τυριών αναπτύχθηκε δυναμικά σε όλη τη διάρκεια της μεταπολεμικής περιόδου προκειμένου να καλύψει τη συνεχή άνοδο της ζήτησης τόσο στην εγχώρια αγορά, όσο και στις χώρες του εξωτερικού που έχει συγκεντρωθεί ελλ. πληθυσμός (πίνακας 2.3). Ιδιαίτερα ταχύρυθμη αύξηση της ζήτησης παρατηρήθηκε τη περίοδο μετά την έντξη στην Ε.Ο.Κ., όπου η αδυναμία της προσφοράς να ανταποκριθεί σ' αυτή την εξέλιξη είχε ως αποτέλεσμα τη θεαματική διεύρυνση του ελλείματος των τυριών. Πρέπει να αναφέρουμε, βέβαια, ότι τα εγχώρια τυριά είναι κυρίως "παραδοσιακού τύπου" και σε μικρό ποσοστό "ευρωπαϊκού τύπου". Παρασκευάζονται σε μεγάλο ποσοστό από αιγοπρόβειο γάλα, ενώ το αγελαδινό συμμετέχει μόνο σε μικρό ποσοστό του συνολικά τυροκομούμενου γάλακτος και προορίζεται για παρασκευή τυριών "ευρωπαϊκού τύπου". Τα εισαγόμενα τυριά, κυρίως από τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε., παρασκευάζονται από αγελαδινό γάλα. Το 1995 οι τιμές παραγωγού αιγοπρόβειου γάλακτος μειώθηκαν σε απόλυτες τιμές.

Πίνακας 2.3: ΕΞΕΛΙΞΗ ΙΣΟΖΥΓΙΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΚΑΙ ΤΥΡΙΩΝ
(1.000 ΤΟΝΟΙ) ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1950-95

Μέσος όρος περιόδων	1950-55	1975-80	1990-95
Παραγωγή	110	1.601	90
Εισαγωγές	6	10	50
Εξαγωγές	-	1,5	12
Κατανάλωση	116	168,5	228
χγρ./κεφ.	14	18	23
Β.Α. %	94,8	95	83,3

Αναμφισβήτητα τη περίοδο πριν από τη κρίση, είχε προκύψει τέτοια άνοδος των τιμών αγοράς του αιγοπρόβειου γάλακτος στο πλαίσιο των ευνοϊκότερων τότε συνθηκών αγοράς, ώστε διαμορφώθηκε υπερδιπλάσιο ύψος τιμής σε σχέση με την τιμή του αγελαδινού γάλακτος. Στην παρούσα συγκυρία διαμορφώθηκαν πιέσεις “επιστροφής” των κερδών που είχε απολαύσει ο παραγωγός την ευνοϊκή πιο πάνω περίοδο. Τέλος, πιστεύεται ότι η τιμή αγοράς του αιγοπρόβειου γάλακτος είναι δυνατό να υπερβεί το διπλάσιο της τιμής του αγελαδινού γάλακτος και να προσεγγίσει το επίπεδο της δίκαιας αμοιβής για τον παραγωγό, εάν αντιμετωπιστούν οι νοθείες και τηρηθούν αυστηρά οι προδιαγραφές που προβλέπει η νομοθεσία “Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης” όπως έχει θεσπιστεί.

2.1. Η μεταποίηση - εμπορία του γάλακτος

Το εύρος των ειδών των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα και των αντίστοιχων κατηγοριών των μονάδων μεταποίησης δε μπορεί να θεωρηθεί μεγάλο σε σύγκριση με εκείνο των χωρών με ανεπτυγμένη αγελαδοτροφία γαλακτοπαραγωγής.

Η διάρθρωση της παραγωγής, η δομή του δικτύου μεταποίησης και εμπορίου, η χωροταξική κατανομή του συνόλου των δραστηριοτήτων, καθώς και οι προτιμήσεις του καταναλωτή συνθέτουν ένα υπόδειγμα αυτού του τομέα στη χώρα μας, που παρουσιάζει μεγάλες ιδιαιτερότητες και αποκλίσεις σε σχέση με το αντίστοιχο υπόδειγμα των πλεονασματικών χωρών της Ε.Ε.

Η συνολική του θεώρηση μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι αποτελεί μέρος του μεσογειακού τομέα γάλακτος, που διαφοροποιείται αισθητά στο σύνολο του ευρωπαϊκού χώρου, λόγω των ξεχωριστών του χαρακτηριστικών στα συστήματα

παραγωγής και στη διάρθρωση της αγοράς. Συγκεκριμένα, η μεσογειακή γαλακτοπαραγωγή βασίζεται πρωταρχικά στα νωπά προϊόντα αγελαδινού γάλακτος και στα αιγοπρόβεια τυριά, ενώ η βορειοευρωπαϊκή βασίζεται στα συντηρημένα κυρίως προϊόντα αγελαδινού γάλακτος, που είναι το βούτυρο, η σκόνη γάλακτος, το κονσερβοποιημένο γάλα και τα αγελαδινά τυριά ενώ τα αιγοπρόβεια τυριά παράγονται σε ελάχιστες ποσότητες.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει μια σύντομη περιγραφή των τρόπων αξιοποίησης του γάλακτος στη χώρα μας και μάλιστα σύμφωνα με ορισμένες βασικές ενότητες που αφορούν ειδικότερα:

- α) Την κατανομή του αγελαδινού, του πρόβειου και του αιγείου γάλακτος στις διάφορες "χρήσεις" που οριοθετεί η ίδια εγχώρια ζήτηση.
- β) Τη μορφή των μονάδων μεταποίησης και τον τεχνολογικό τους προσανατολισμό.
- γ) Τη διαμόρφωση του ελληνικού καταναλωτικού προτύπου στα γαλακτοκομικά προϊόντα που θα μπορούσε να θεωρηθεί "μεσογειακού χαρακτήρα".
- δ) Τη διαμόρφωση των ζωνών συλλογής γάλακτος των δικτύων συγκέντρωσης και διακίνησης των προϊόντων.
- ε) Τις ανακατατάξεις που σφράγισαν την εξέλιξη αυτού του τομέα, στο επίπεδο της μεταποίησης και εμπορίας.
- στ) Τις μεταβολές της ζήτησης στα διάφορα προϊόντα γάλακτος.
- ζ) Τις μελλοντικές σχετικές αναπροσαρμογές που αναμένονται, κάτω από τις επιδράσεις της εννιαίας ευρωπαϊκής αγοράς και της διεθνοποίησης από την εφαρμογή της GATT.

Η πολιτεία διέγνωσε έγκαιρα ότι οι προσπάθειες ανάπτυξης της αγελαδοτροφίας θα αποτύγχαναν, εάν δεν ιδρύονταν μεγάλα εργοστάσια για τη συγκέντρωση και αξιοποίηση της παραγωγής σύμφωνα με τις σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις.

Τα ίδια εργοστάσια θα αναλάμβαναν επίσης την διακίνηση των προϊόντων γάλακτος στα μεγάλα καταναλωτικά κέντρα με τη πραγματοποίηση επενδύσεων σε δίκτυα διανομής και προώθησης πωλήσεων.

Σε αυτό το πλαίσιο θεσπίστηκαν κίνητρα για την ίδρυση τέτοιων εργοστασίων σε επιλεγμένες περιοχές της χώρας που παρουσίαζαν συγκριτικό πλεονέκτημα στην ανάπτυξη της αγελαδοτροφίας.

Αυτά τα εργοστάσια άνηκαν σε ιδιωτικούς φορείς και σε συνεταιριστικές οργανώσεις με τη συμμετοχή της Α.Τ.Ε. Χαρακτηρίζονταν ως "μονάδες παστερίωσης γάλακτος", διότι ο κύριος προσανατολισμός τους ήταν η παστερίωση, η εμφιάλωση και η διακίνηση του αγελαδινού γάλακτος, αλλά και η παραγωγή λοιπών προϊόντων με βάση το γάλα. Κατά το στάδιο ίδρυσης αυτών των εργοστασίων που καλύπτει τη δεκαετία 1950-60, ιδρύθηκαν 5 μονάδες συνολικής δυναμικότητας 100 χιλ. τόννους πρώτης ύλης - γάλα για επεξεργασία. Στη συνέχεια, οι αντίστοιχες επενδύσεις αυξήθηκαν με ταχύ ρυθμό, με αποτέλεσμα τη περίοδο πριν από την ένταξη στην Ε.Ο.Κ. να απαριθμούνται 21 μονάδες συνολικής δυναμικότητας 450 χιλ. τόννων πρώτης ύλης το χρόνο. Η δυναμικότητα των εργοστασίων κατανέμεται την ίδια περίοδο στις διάφορες περιοχές της χώρας ως εξής: (πίνακας 2.4)

Πίνακας 2.4: ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ % ΤΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1975-83)

Περιφέρειες	% της συνολικής δυναμικότητας
Μακεδονίας - Θράκης	10
Κεντρικής και Δυτικής Μακεδονίας	50
Ηπείρου	3
Κεντρικής Ελλάδας	6
Πελοποννήσου	5
Δυτικής Στερεάς	5
Αττικής και Νήσων	26
Σύνολο δυναμικότητας	100

- 1) Οι πιο πάνω μονάδες εφαρμόζουν παστερίωση του γάλακτος, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι σε όλες τις περιπτώσεις παράγουν κυρίως εμφιαλωμένο γάλα.
- 2) Δεν περιλαμβάνεται το εργοστάσιο της Nestle στο νομό Ημαθίας.

Η τεχνολογική διάρθρωση και ο παραγωγικός προσανατολισμός αυτών των εργοστασίων παρουσίαζαν ελάχιστες διαφορές από περιοχή σε περιοχή.

Οι τυπικές γραμμές παραγωγής ενός τέτοιου εργοστασίου ήταν οι κάτωθι:

Η βασική δραστηριότητα ήταν η παστερίωση - εμφιάλωση και η διακίνηση του εμφιαλωμένου γάλακτος για τον εφοδιασμό των νοικοκυριών, καθώς και η προμήθεια άλλων εργοστασίων και βιοτεχνιών με παστεριωμένο γάλα - "χύμα" που χρησιμοποιούνταν ως πρώτη ύλη. Παράγονταν επίσης και άλλα νωπά προϊόντα με βάση το γάλα. Η παστερίωση - εμφιάλωση και η παραγωγή γιουρτιού διαμόρφωναν το 70% - 80% του κύκλου εργασιών ενός τυπικού τέτοιου εργοστασίου. Οι υπόλοιπες δραστηριότητες αναπτύχθηκαν σε οριακά επίπεδα και σε εποχιακή βάση. Όπως διαπιστώνεται οι αρχικές επενδύσεις στράφηκαν στις κατηγορίες μεταποιημένου γάλακτος που προορίζονταν για τις άμεσες και βασικές ζωτικές ανάγκες του πληθυσμού, δηλαδή τα νωπά κυρίως προϊόντα του τομέα.

Στις γραμμές τυροκόμησης μεταποιείτο ένα μικρότερο ποσοστό του αγελαδινού γάλακτος και μικρές σχετικά ποσότητες αιγοπρόβειου γάλακτος που συγκέντρωναν αυτά τα εργοστάσια από πεδινές ως επί το πλείστον περιοχές. Ο κύριος όγκος του αιγοπρόβειου γάλακτος αξιοποιείτο σε μικρά, εποχιακά τυροκομεία διασπαρμένα στις ορεινές ή ημιορεινές περιοχές της χώρας. Σύμφωνα με το αρχικό σχεδιασμό, οι γραμμές τυροκόμησης στα εργοστάσια παστερίωσης είχαν σχεδιαστεί σε τέτοιο μέγεθος, ώστε να απορροφήσουν το

αιγοπρόβειο γάλα που θα κινδύνευε να παραμείνει αναξιοποίητο, στο μέτρο που διέκοπταν τη λειτουργία τους τα πρόχειρα μικρά ορεινά τυροκομεία. Στο αρχικό στάδιο δεν είχαν περιληφθεί στα εργοστάσια τμήματα παραγωγής γάλακτος μακράς διάρκειας συντήρησης δηλαδή το εβαπορέ, το ζαχαρούχο, η σκόνη γάλακτος και το M.H.T., λόγω της άμεσης προτεραιότητας για κάλυψη της ζήτησης σε νωπά προϊόντα. Είχε όμως προβλεφθεί η δυνατότητα επέκτασης για τέτοια τμήματα σε μεταγενέστερα στάδια εξέλιξης της αγοράς.

Στο πλαίσιο του σχεδιασμού ανάπτυξης του τομέα είχαν τεθεί βάσιμες προοπτικές υποκατάστασης από την εγχώρια παραγωγή, μεγάλου μέρους των εισαγωγών όλων των προαναφερθέντων μορφών συντηρημένου γάλακτος, που η ζήτηση τους παρουσίαζε συνεχή άνοδο. Είχαν διατυπωθεί κατά καιρούς προβλέψεις για επίπεδα παραγωγής αγελαδινού γάλακτος που προσέγγιζαν τους 1,2 ακόμα και τους 1,3 εκατομμ. τόννους και θα αξιοποιούνταν από τα εργοστάσια για την παραγωγή όλων των ειδών αυτού του προϊόντος. Ακολούθησε όμως η δρομολόγηση της ένταξης της χώρας μας στην Ε.Ο.Κ., κατά τη διάρκεια της οποίας δημιουργήθηκαν οι αναμενόμενες συνθήκες ανάσχεσης και αυξητικής πορείας της παραγωγής. Οι προβλέψεις για προσέγγιση του επιπέδου αυτάρκειας αναθεωρήθηκαν και οι στόχοι παραγωγής συντηρημένου γάλακτος εγκαταλείφθηκαν. Στα πλαίσια της Ε.Ο.Κ. οι συσχετισμοί, της αγοράς ώθησαν την ελληνική παραγωγή σε μια θέση συμπληρωματικότητας στον καταμερισμό αυτού του τομέα μέσα στον ευρωπαϊκό χώρο, με συνέπεια τη διατήρηση της εξειδίκευσης του στο νωπό γάλα. Σε ότι αφορούσε την εκτροφή των αιγοπροβάτων δεν αναπτύχθηκε το εντατικό σύστημα της παραγωγής στις πεδινές περιοχές. Εξακολούθησε να κυριαρχεί το εκτατικό σύστημα στις ορεινές - ημιορεινές περιοχές που συνέβαλε στον αργό ρυθμό μείωσης των μικρών ορεινών τυροκομείων.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, διαμορφώθηκαν και διατηρήθηκαν δύο διαφορετικά δίκτυα μεταποίησης και εμπορικής υποδομής που λειτουργούσαν στο επίπεδο της αξιοποίησης του γάλακτος χωριστά για το κάθε κλάδο παραγωγής:

- α) Η υποδομή αγελαδινού γάλακτος για την παραγωγή νωπών προϊόντων και αγελαδινών τυριών.
- β) Η υποδομή αιγοπρόβειου γάλακτος για τη παραγωγή τυριών και γιαουρτιού.

Σταδιακά συντελούνταν ουσιώδεις μεταβολές στην αγορά του γάλακτος σαν αποτέλεσμα των γενικότερων αναδιαρθρώσεων στον τομέα. Οι μεταβολές αυτές συνοψίζονται σε δύο σημεία:

- Τα εργοστάσια απορροφούν σταδιακά μεγαλύτερες ποσότητες αιγοπρόβειου γάλακτος και διευρύνουν το δίκτυο διανομής τους με μεγαλύτερη ποικιλία τυριών.
- Πολλά εξειδικευμένα τυροκομεία, που λειτουργούσαν μόνο με αιγοπρόβειο γάλα, συλλέγουν και αξιοποιούν ποσότητες αγελαδινού γάλακτος, διευρύνοντας τις γραμμές παραγωγής τους.

Οι παρακάτω πίνακες παρουσιάζουν την αξιοποίηση του αιγοπρόβειου γάλακτος ως προς τα ποσοστά αυτοκατανάλωσης και εμπορικής παραγωγής.

Το αγελαδινό γάλα θεωρείται ότι παστεριώνεται και απορροφάται σε μεγάλο βαθμό από τη βιομηχανία.

Με τη πάροδο του χρόνου, αυξάνονται όλο και περισσότερο οι ποσότητες εισαγόμενου γάλακτος που χρησιμοποιείται από τα εργοστάσια ως πρώτη ύλη και ειδικότερα:

- Προσυμπυκνωμένο γάλα
- Σκόνη γάλακτος

- Καζεΐνες και καζεϊνικά άλατα
- Τυρόμαζες - μπασκιά

Δημιουργούνται δύο ειδικευμένα εργοστάσια που λειτουργούν στην αρχή με εισαγόμενο γάλα, αλλά αργότερα συλλέγουν και ποσότητες εγχώριας παραγωγής. Τα ίδια εργοστάσια ανέπτυξαν και εξαγωγικές δραστηριότητες. Το ένα εργοστάσιο παράγει γάλα εβαπορέ και ζαχαρούχο. Το δεύτερο παράγει στην αρχή μόνο γιούρτι και αργότερα επεκτείνεται σε μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων.

Ιδρύονται επίσης εξειδικευμένα εργοστάσια στους κλάδους του τυριού και του βουτύρου αντίστοιχα. Ο αριθμός αστικών βουστασιών μειώνεται ουσιαστικά, μετά την αύξηση των τιμών των συμπυκνωμένων ζωοτροφών και τη μετατροπή των λαχανοκηπίδων σε οικοδομίσιμη γη. Τα εργοστάσια επεκτείνουν τις ζώνες συλλογής τους σε αγροτικές περιοχές ακόμα και σε πιο απομακρυσμένες ενώ αυξάνουν τις προμήθειες τους σε εισαγόμενο γάλα για πρώτη ύλη. Περιορίζεται το τυπικό μοντέλο του εργοστασιακού συγκροτήματος στη πεδινή αγροτική περιοχή που βασίζεται στη περιφερειακή ζώνη συλλογής που διακινεί τα προϊόντα του γάλακτος στον ίδιο νομό. Οι ζώνες συλλογής επεκτείνονται σε άλλους νομούς, ακόμα και εκτός συνόρων της Ελλάδας και τα δίκτυα διανομής καλύπτουν όλη τη χώρα και πολλές αγορές του εξωτερικού. Τα εργοστάσια συμμετέχουν ακόμα στη διαδικασία της πρωτογενούς παραγωγής προσφέροντας υπηρεσίες στους παραγωγούς και συμβάλλοντας κατά αυτό τον τρόπο στην βελτίωση της ποιότητας γάλακτος από πλευράς σύστασης και υγιεινής, καθώς και στον εκσυγχρονισμό των εκμεταλεύσεων.

Μεγάλος αριθμός σταθμών πρόψυξης ιδρύθηκε με πρωτοβουλία των εργοστασίων και εκπονήθηκαν από τους ίδιους φορείς εκπαιδευτικά προγράμματα για τους κτηνοτρόφους. Βασικό ρόλο έπαιξαν επίσης οι βιομηχανίες στη

διάδοση της ενσίρωσης, με συνέπεια την ουσιαστική μείωση του κόστους παραγωγής του αγελαδινού γάλακτος.

Το φάσμα των προϊόντων μεταποίησης του γάλακτος συνεχώς διευρύνεται, προκειμένου να ικανοποιηθούν οι διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις του καταναλωτή, ως προς τις δυνατότητες και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά αυτών των προϊόντων.

Τα νέα προϊόντα αυτού του τομέα διαφοροποιούνται κυρίως ως προς:

- τη διάρκεια συντήρησης
- τη πρόσθεση προϊόντων φυτικής παραγωγής π.χ. φρούτων
- τη κλίμακα λιποπεριεκτικότητας

Ο βαθμός συγκέντρωσης των μονάδων μεταποίησης παρουσιάζει διαχρονική αύξηση.

Ο αριθμός των μικρών τυροκομείων, στις ορεινές και ημιορεινές περιοχές εγχωρίως συνεχώς περιορίζεται ενώ αυξάνει ο αντίστοιχος αριθμός των μεσαίων και μεγάλων μονάδων. Εκτιμάται ότι ο αριθμός τους την τελευταία εικοσαετία, μειώθηκε από 1.200 σε 700.

Όσον αφορά τα εργοστάσια γάλακτος η μεγένθυση του βαθμού συγκέντρωσης σηματοδοτείται από τις πιο κάτω εξελίξεις:

- Εντείνεται συνεχώς ο ανταγωνισμός για την απόκτηση όσο το δυνατόν μεγαλύτερου μεριδίου τόσο στη συγκέντρωση της πρώτης ύλης, όσο και στη διακίνηση των προϊόντων στα καταναλωτικά κέντρα.
- Έχει διακοπεί η λειτουργία πολλών μονάδων λόγω των αρνητικών εξελίξεων στην ανάπτυξη της κτηνοτροφίας

Ο μεγαλύτερος αριθμός των μονάδων που δε λειτουργούν συγκεντρώνεται στον νομό Αττικής.

Εργοστάσια που δεν λειτουργούν υπάρχουν επίσης και σε άλλες περιοχές και συγκεκριμένα:

Στη Κέρκυρα, στη Ρόδο, στους νομούς Ηλείας, Σερρών, Χαλκιδικής και Αιτωλοακαρνανίας.

Εκτιμάται ότι η σχολάζουσα δυναμικότητα των μονάδων που δεν λειτουργούν είναι της τάξης των 150 χιλ. τόννων.

Τα επόμενα χρόνια πιστεύεται ότι θα λάβουν μεγαλύτερες διαστάσεις οι εξελίξεις που επιτάχυναν τις αναδιαρθρώσεις της βιομηχανίας γάλακτος κυρίως από την αρχή της περιόδου που λειτουργεί η εννιαία ευρωπαϊκή αγορά.

Συγκεκριμένα, οι ποσότητες γάλακτος που εισάγονται για πρώτη ύλη, είτε με τη μορφή του προσυμπυκνωμένου ή κονιοποιημένου γάλακτος θα αυξηθούν ακόμη περισσότερο στο βαθμό που η εγχώρια παραγωγή δε θα επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών της βιομηχανίας.

Η ποικιλία των νέων προϊόντων θα διευρυνθεί ακόμα περισσότερο όσο θα ανανεώνονται οι προτιμήσεις των καταναλωτών.

Η συγκέντρωση της παραγωγής σε μεγαλύτερες σύγχρονες μονάδες θα γίνεται περισσότερο αισθητή. Ταυτόχρονα θα μειώνονται οι ποσότητες "απ' ευθείας" πωλήσεων που θα συγκεντρώνονται σε διαρκώς μεγαλύτερη έκταση από τις βιομηχανίες και θα υποβάλλονται σε θερμική επεξεργασία. Οι μονάδες επεξεργασίας γάλακτος θα είναι υποχρεωμένες να προσφέρουν ουσιαστικές εγγυήσεις στον καταναλωτή για τη τήρηση των υγειονομικών προδιαγραφών και για τη γνησιότητα των προϊόντων που διακινούν (π.χ. εφαρμογής της νομοθεσίας για προϊόντα γάλακτος ή προστατευομένης ονομασίας προέλευσης).

Η βιομηχανία γάλακτος θα συμμετάσχει αμεσότερα και ενεργητικότερα στον εκσυγχρονισμό και στη στήριξη των εκμεταλεύσεων στο βαθμό που θα διευρύνει τις αντίστοιχες υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει στη ζώνη συλλογής και συγκεκριμένα:

- εφοδιασμό με ζωοτροφές, εγγυημένες και ελεγχμένες
- εκπόνηση προγραμμάτων γενετικής βελτίωσης
- εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης, πληροφόρησης και ενημέρωσης του παραγωγού
- δημιουργία υποδομών για τη βελτίωση της ποιότητας γάλακτος
- προσφορά υπηρεσιών κτηνιατρικής περίθαλψης και τεχνικής καθοδήγησης

Τα επόμενα χρόνια οι φορείς των βιομηχανιών γάλακτος θα εντείνουν τις δραστηριότητες τους και θα πραγματοποιούν τέτοιες επενδύσεις ώστε να διευρυνθεί η ποικιλία των γαλακτοκομικών προϊόντων, να βελτιωθεί ακόμα περισσότερο η ποιότητα του γάλακτος από υγειονομικής πλευράς και να διευρυνθούν τα δίκτυα διανομής. Στο εξής, διαρκές μέλημα αυτών των φορέων θα είναι η προσαρμογή της παραγωγής των μονάδων στις απαιτήσεις του σύγχρονου καταναλωτή, από πλευράς νέων προϊόντων, συσκευασιών και τεχνολογιών.

Δυναμικότερα αναμένεται να επεμβαίνει στο μέλλον η βιομηχανία γάλακτος στο επίπεδο των δικτύων διανομής και στη διάθεση των προϊόντων και της γενικότερης εξυπηρέτησης του καταναλωτή. Έτσι θα είναι συντομότερη η παρουσία της στα σημεία πώλησης ή στα super market με τη διάθεση ψυκτικών χώρων ή άλλου εξοπλισμού και με τη προσφορά λοιπών υπηρεσιών. Η ίδια η βιομηχανία θα εκπονεί σε μεγαλύτερο βαθμό προγράμματα ενημέρωσης του καταναλωτή, προώθησης πωλήσεων στο πλαίσιο εφαρμογής αντίστοιχών

προγραμμάτων, διαμόρφωσης των καταλλήλων λογοτύπων
σημάτων ποιότητας, εμπορικής πολιτικής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**Το ταμειακό πρόγραμμα του γάλακτος**

Το ταμειακό πρόγραμμα γάλακτος στο πλαίσιο των κανονισμών 355/77 και 366/90 περιλαμβάνει το αρχικό πρόγραμμα που υποβλήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 80 και τη σειρά των τροποποιήσεων και συμπληρώσεων που ακολούθησαν σε όλη τη διάρκεια της περιόδου από την αρχική υποβολή μέχρι και σήμερα.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει τα εξής έργα:

- 1) Βελτιώσεις, εκσυγχρονισμούς, επεκτάσεις, μετεγκαταστάσεις, συγχωνεύσεις
 - i) εργοστασίων γάλακτος
 - ii) τυροκομείων
- 2) Ίδρυση δικτύων διανομής γαλακτοκομικών προϊόντων.

Είναι προφανές ότι οι επενδύσεις για ίδρυση νέων έργων ήταν γενικά αποθαρυμένες, εκτός από εξαιρετικές περιπτώσεις σε επιλεγμένες περιοχές που θα έπρεπε να αιτιολογηθούν....

Ο λόγος που συνίστατο η αποφυγή νέων εξαρχής επενδύσεων σε αυτό τον τομέα είναι η έντονη υποαπασχόληση των υφιστάμενων εγκαταστάσεων, δεδομένου ότι η παραγωγή δεν επαρκούσε για τη κάλυψη των αναγκών των εργοστασίων,

αλλά και της εγχώριας ζήτησης. Λόγω όμως της παλαιότητας των εγκαταστάσεων των εργοστασίων και της ακαταλληλότητας της θέσης τους επιβάλλονταν να πραγματοποιηθούν μεγάλης έντασης εκσυγχρονισμοί, βελτιώσεις, επεκτάσεις και μετεγκαταστάσεις.

Όσον αφορά τα περιφερειακά τυροκομεία που επεξεργάζονταν αιγοπρόβειο γάλα, οι κύριες κατευθύνσεις του προγράμματος συνέκλιναν εκτός από τις πιο πάνω βελτιώσεις και σε συγχωνεύσεις, ώστε να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα τους στις νέες συνθήκες αγοράς.

Οι επιλέξιμες δραστηριότητες αφορούσαν το νωπό αγελαδινό γάλα, τα αιγοπρόβεια τυριά και γενικά τα νωπά γαλακτοκομικά προϊόντα. Αποκλείονται επενδύσεις στο βούτυρο, στη σκόνη γάλακτος και στο συντηρημένο γάλα. Επενδύσεις μεγάλης σημασίας για τον τομέα εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του ταμειακού προγράμματος αφορούν τη βελτίωση της ποιότητας γάλακτος. Γι' αυτή τη δραστηριότητα προβλέπεται δίκτυο σταθμών πρόψυξης, εργαστήρια και άλλες σχετικές υποδομές.

Επίσης προβλέφθηκε εκσυγχρονισμός των γραμμών τυροκόμησης λόγω του αυξημένου ενδιαφέροντος των εργοστασίων να συγκεντρώνουν αιγοπρόβειο γάλα για αξιοποίηση. Η εκτίμηση της δυναμικότητας των τυροκομείων για εκσυγχρονισμό στηρίχθηκε στη διαπίστωση ότι θα αυξάνονταν οι ποσότητες αιγοπρόβειου γάλακτος με βιομηχανική επεξεργασία στο βαθμό που θα μειώνονταν οι ποσότητες για απ' ευθείας πώληση ή οικοτεχνική επεξεργασία. Κατά τη πορεία εφαρμογής του προγράμματος διαπιστώνεται η υλοποίηση σε μεγάλη κλίμακα σταθμών πρόψυξης, εκσυγχρονισμών κ.λ.π. ενώ δε παρατηρείται τάση για συγχωνεύσεις.

3.1. Νεότερες εξελίξεις

Στο πλαίσιο του Β' Κ.Π.Σ. (κοινοτικό πλαίσιο στήριξης) που ισχύει για τη περίοδο 1994-1999 ψηφίστηκε από την επιτροπή και ισχύει ο τροποποιημένος καν. 866/90 (καν. 3669/93). Εν' όψει εφαρμογής του κανονισμού το υπουργείο γεωργίας κατάρτισε το λειτουργικό πρόγραμμα "Ανάπτυξη του Τομέα Γεωργίας" για την ίδια περίοδο. Μέρος του παραπάνω προγράμματος αποτελεί το υποπρόγραμμα "Βελτίωση των συνθηκών μεταποίησης και εμπορίας των Γεωργικών και Δασοκομικών προϊόντων" που περιλαμβάνει ως μέτρα τους κανονισμούς 866/90 (γεωργικά προϊόντα) και 867/90 (δασικά προϊόντα).

Το μέτρο 1 "καν. 866/90" περιλαμβάνει δράσεις που αναφέρονται στους τομείς:

- κρέας
- γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα
- αυγά και πουλερικά
- μέλι
- σηροτροφία
- σιτηρά
- ελαιούχα προϊόντα
- οίνος
- οπωροκηπευτικά και βρώσιμη ελιά
- άνθη
- γεώμηλα
- ζωοτροφές

Στον "τομέα 2: γάλα, γαλακτοκομικά" οι δράσεις που προβλέπονται εν γένει του τομέα γάλακτος είναι οι εξής:

Δράση 2.1 - δημιουργία νέων εγκαταστάσεων επεξεργασίας γάλακτος: στις απομακρυσμένες ή νησιωτικές περιοχές, δημιουργία μικρών μονάδων παραγωγής, νωπών προϊόντων για τις ανάγκες της τοπικής κατανάλωσης.

Δράση 2.2 - Ορθολογική ανάπτυξη, εκσυγχρονισμός, μετεγκατάσταση υφιστάμενων εργοστασίων γάλακτος: εκσυγχρονισμός των κτιρίων και του μηχανολογικού εξοπλισμού, χωρίς αύξηση της δυναμικότητας. Η μετεγκατάσταση αφορά την απομάκρυνση βιομηχανιών από κατοικημένες περιοχές για λόγους προστασίας του περιβάλλοντος. Οι μετεγκαταστάσεις μπορεί να συνδιάζονται με εκσυγχρονισμό χωρίς αύξηση της δυναμικότητας.

Δράση 2.3 - μετεγκατάσταση τυροκομείων: μετεγκατάσταση τυροκομείων για λόγους που αφορούν κυρίως στο περιβάλλον. Επιπλέον προβλέπεται η αντικατάσταση παλιών τυροκομείων από νέα ίσης παραγωγικής ικανότητας. Η μετεγκατάσταση μπορεί να συνδιάζεται με εκσυγχρονισμό.

Δράση 2.4 - Εκσυγχρονισμός τυροκομείων: Εκσυγχρονισμός και επέκταση ενός σημαντικού αριθμού τυροκομείων, προκειμένου να μπορέσουν να συνεισφέρουν στη μεταποίηση του αιγοπρόβειου γάλακτος.

Δράση 2.5 - Ίδρυση μικρών τυροκομείων σε εξαιρετικές περιπτώσεις και μόνο σε νησιά ή ορεινές και προβληματικές περιοχές της χώρας όπου αποδεικνύεται η αναγκαιότητα μικρής δυναμικότητας τυροκομείων.

Δράση 2.6 - Δημιουργία νέων μονάδων συγκέντρωσης και πρόψυξης του γάλακτος εξασφαλίζουν την κανονική τροφοδοσία των μονάδων επεξεργασίας γάλακτος και θεωρούνται απαραίτητες στη χώρα μας, δεδομένου ότι η

παραγωγή του γάλακτος προέρχεται από πολλές κτηνοτροφικές εκμεταλεύσεις μικρού μεγέθους δεν είναι συγκεντρωμένη και οι κλιματολογικές συνθήκες (υψηλές θερμοκρασίες από Απρίλιο ως Οκτώβριο) δεν διευκολύνουν τη μεταφορά του γάλακτος χωρίς ψύξη. Η αναγκαιότητα των κέντρων και σταθμών πρόψυξης για το αιγοπρόβειο γάλα είναι επιτακτικότερη εκείνης του αγελαδινού (προφανώς λόγω της μεγαλύτερης διασποράς των μονάδων παραγωγής αιγοπρόβειου γάλακτος).

Παρατηρήσεις:

- α. Οι επενδύσεις στον τομέα του αγελαδινού γάλακτος θα περιοριορίζονται στο πλαίσιο των ποσοστώσεων που ισχύουν για κάθε μονάδα.
- β. Αποκλείεται η επικάλυψη κοινοτικών ενισχύσεων στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων με άλλα μέτρα που χρηματοδοτούνται από τα κοινοτικά ταμεία στον τομέα βελτίωσης της ποιότητας.

Οι χρηματοδοτικοί όροι των έργων που θα εντάσσονται στους καν. 866/90 όπως αυτοί συμπεριλήφθησαν στο εγκριθέν Λ.Π. έχουν ως εξής:

1. Η εθνική και κοινοτική επιδότηση δεν θα πρέπει να υπερβαίνει τα κάτωθι ποσοστά του επιλέξιμου κόστους των έργων:
 - A. Νομός Αττικής και Πειραιώς (μόνο για εκσυγχρονισμούς και μεταγκαταστάσεις) ποσοστά 10% (εθνική), 20% (κοινοτική), σύνολο 30% πλην της μείζονος περιφέρειας Αθηνών και των επαρχιών τροιζηνίας και Κυθήρων.
 - B. Διαμερίσματα Δ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ, ΗΠΕΙΡΟΥ, ΚΡΗΤΗΣ, Ν. ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ, επαρχιών Τροιζηνίου, ΚΥΘΗΡΩΝ και ακριτικές περιοχές των νομών Κ. Μακεδονίας σε απόσταση μικρότερη ή ίση 20 χιλιομ. Από τα σύνορα ποσοστά 10% - 40% -50%.

- Γ. Διαμερίσματα Β. ΑΙΓΑΙΟΥ - Ν. ΑΙΓΑΙΟΥ, ΘΡΑΚΗΣ, Ν.ΔΡΑΜΑΣ, ποσοστά 10% - 50% - 60%.
- Δ. Λοιπή ΕΛΛΑΔΑ και επαρχία ΛΑΥΡΙΟΥ ποσοστά 10% - 35% - 45%. Τα ανωτέρω ποσοστά ενίσχυσης είναι κοινά για όλες τις κατηγορίες των φορέων (ιδιώτες, συνεταιρισμοί κ.λ.π.).
2. Η υποχρεωτική συμμετοχή των φορέων με ίδια κεφάλαια (μη δανειακά) δεν μπορεί να είναι μικρότερη του 25% του επιλέξιμου κόστους της επένδυσης.
 3. Λεπτομερείς πληροφορίες για τους υποψήφιους φορείς των έργων ΚΑΝ 866/90 αναφορικά με τον τρόπο υποβολής του αιτήματος, των απαραίτητων δικαιολογητικών συμμετοχής κ.λ.π. περιλαμβάνονται στη σχετική διυπουργική απόφαση - εγκύκλιο.

3.2. Ένα σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για το γάλα

Τα επιμέρους θέματα που θα παρουσιάσουμε εν συνεχεία συνιστούν το πολύπλευρο πρίσμα ενός κοινού προβληματισμού, ο οποίος πηγάζει από την ανησυχία του σύγχρονου καταναλωτή για τη ραγδαία εισβολή της τεχνολογίας στη βιομηχανική διαδικασία της παραγωγής τροφίμων και τον συνεχώς αυξανόμενο ρυθμό βιομηχανοποίησης των γεωργικών προϊόντων που προορίζονται για επεξεργασία. Συμπεριλαμβάνονται επίσης οι συγκρουόμενες πλευρές του χρόνιου διλήματος μεταξύ του αναπόφευκτου και της χρησιμοποίησης της τεχνικής προόδου και της ανάγκης διατήρησης ενός ελάχιστου χώρου όπου θα φυλάσσονται και θα αναπαράγονται τα παροδοσιακά στοιχεία της γεωργικής παραγωγής και επεξεργασίας των προϊόντων με τα στοιχεία της φυσικότητας και της γνησιότητας τους.

Τα αρμόδια όργανα της Ε.Ε. αντιδρώντας στα μυνήματα των Ευρωπαίων, αναφορικά με τους παραπάνω προβληματισμούς, έχουν θεσπίσει ένα πλαίσιο δράσης προκειμένου να προσπελαστούν οι ενδεχόμενες δυσκολίες επί του θέματος.

Αυτό το πλαίσιο αισιοδοξεί να αντιμετωπίσει ανωμαλίες που θα προέλθουν από:

- ΠΟΠ (Προστασία Ονομασίας Προέλευσης) για ορισμένα γεωργικά προϊόντα
- Προϊόντα απομιμήσεων του γάλακτος
- Διατήρηση αυτόχθονων φυλών ζώων
- Χρήση ορμονών στην παραγωγή γάλακτος

3.2.1. Προϊόντα απομιμήσεων του γάλακτος

Το γάλα χαρακτηρίζεται από μια ιδιόμορφη φυσιοχημική σύσταση και δομή, που το καθιστά επιδεκτικό σε πλήθος τεχνολογικών επεξεργασιών, ώστε να είναι δυνατόν να προσφερθεί στην αγορά μια μεγάλη ποικιλία τελικών μεταποιημένων προϊόντων. Το προϊόν αυτό αποτελεί στην πραγματικότητα ένα μηχανικό μίγμα από λίπη, πρωτεΐνες και νερό, και σαν τέτοιο εύκολα υπόκειται σε ανασυστάσεις ή προσμίξεις ή υποκαταστάσεις των βασικών του συσταστικών με ξένες ομοειδείς ουσίες. Η βιομηχανία γάλακτος σε παγκόσμια κλίμακα έχει επινοήσει και παράγει μεγάλο αριθμό προϊόντων - υποκαταστάτων του γάλακτος, ο βαθμός υποκατάστασης των οποίων ποικίλει για κάθε κατηγορία προϊόντος. Κατά αυτόν το τρόπο προσφέρονται προϊόντα που καλύπτουν προτιμήσεις μερίδας καταναλωτών και ανταποκρίνονται σε μια πληθώρα χρήσεων, κυρίως ειδικών.

Ένας έντονος όμως προβληματισμός κινήθηκε σχετικά με το εν λόγω θέμα και οι αντιδράσεις που εκδηλώθηκαν είχαν ορμητήριο τις οργανώσεις των παραγωγών, σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Οι αντιδράσεις βασίστηκαν στις πιο κάτω διαπιστώσεις:

- α) Στην αλλοίωση της φυσικότητας των γαλακτοκομικών προϊόντων, στην παραχάραξη της γνησιότητας των συστατικών του και της θρεπτικής του αξίας, με επακόλουθο τον αποπροσανατολισμό του καταναλωτή και την απώλεια της εμπιστοσύνης του για αυτό το προϊόν σε όφελος των ανταγωνιστικών τομέων.
- β) Στην επιδείνωση της κρίσης του γάλακτος, η οποία οδηγεί σε διόγκωση των πλεονεκτημάτων.

Από την Ευρωπαϊκή Οργάνωση COPA/COCECA είχαν διατυπωθεί οι εξής προτάσεις για αυτό το θέμα:

Είναι αναγκαία η εφαρμογή αυστηρής κοινοτικής νομοθεσίας για την κατοχύρωση των προϊόντων γάλακτος που θα δημιουργήσει ίσους όρους ανταγωνισμού μεταξύ κρατών μελών, θα συμβάλει στη μείωση των αποθεμάτων και θα ισχυροποιήσει τη θέση του τομέα γάλακτος τόσο στο εσωτερικό της Ε.Ε. όσο και στη διεθνή αγορά. Η νομοθεσία θα πρέπει να καλύπτει και τα τρία είδη γάλακτος, το αγελαδινό, το πρόβειο και το αίγαιο. Τα προϊόντα που εμπεριέχουν σε μεγάλο ποσοστό προσμίξεων ξένων ουσιών προς το γάλα δεν πρέπει να φέρονται ως γαλακτοκομικά προϊόντα. Πρέπει να θεσμοθετηθούν ειδικά σήματα ενδείξεων για τα γνήσια προϊόντα. Οι αναγραφές να γίνονται με εμφανή γράμματα και να ανφέρονται αναλυτικά τα συστατικά.

3.2.2. Η προστατευόμενη ονομασία προέλευσης των ελλ. τυριών (ΠΟΠ)

Το θεσμικό αυτό πλαίσιο προσφέρει την απαραίτητη κατοχύρωση και προστασία των γεωργικών προϊόντων, που η παραγωγή και η αξιοποίηση τους είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τις ειδικές συνθήκες μιας συγκεκριμένης περιοχής.

Τα προϊόντα ΠΟΠ αποτελούν γι' αυτές τις περιοχές μια μακροχρόνια παράδοση και κληρονομιά, που δημιουργήθηκε

και ρίζωσε στο βάθος του ιστορικού τους γίνεσθαι. Η εκτός περιοχής αναπαραγωγή τους δεν είναι δυνατή, γιατί η μοναδικότητα τους σφραγίζεται από τις ιδιομορφίες των εδαφοκλιματικών συνθηκών, του γενετικού υλικού των αυτόχθονων φυλών των ζώων των συστημάτων εκτροφής και από τον παράγοντα άνθρωπο που μέσα από γενεές μεταφέρει τις παραδοσιακές τεχνικές που συνθέτουν τα χαρακτηριστικά αυτών των προϊόντων. Στη χώρα μας η ποικιλομορφία του τοπίου, το μεγάλο φάσμα των μικροκλιμάτων και η μακρόχρονη παράδοση αποτέλεσαν τη βάση για τη παραγωγή μεγάλου αριθμού παραδοσιακών προϊόντων όπου τα τυριά κατέχουν μια εξέχουσα θέση. Οι παραδοσιακοί τύποι των ελληνικών τυριών από αιγοπρόβειο γάλα, με επίκεφαλής τη φέτα, παρέμειναν χωρίς θεσμική κατοχή της προέλευσης τους, με αποτέλεσμα να κινδυνεύουν να υποβαθμιστούν λόγω του αθέμιτου ανταγωνισμού των υποκατάστατων. Πρόσφατα η COMMISSION έκανε αποδεκτή πρόταση του συμβουλίου για τη καταγραφή 318 αγροτικών προϊόντων με την ένδειξη ΠΟΠ. Σ' αυτό τον κατάλογο περιλαμβάνονται και 20 είδη ελληνικών παραδοσιακών τυριών που είναι τα εξής:

- Ανεβατό (Anevato) (AOP)
- Γαλοτύρι (Galotyri) (AOP)
- Γραβιέρα Αγραφων (Graviera Agrafon) (AOP)
- Γραβιέρα Κρήτης (Graviera Kritis) (AOP)
- Γραβιέρα Νάξου (Graviera Naxou) (AOP)
- Καλαθάκι Λήμνου (Kalathaki Limnou) (AOP)
- Κασερί (Κασσερι) (AOP)
- Κατίκι Δομοκού (Katiki Domokou) (AOP)
- Κεφαλογραβιέρα (Kefalograviera) (AOP)

- Κοπανιστή (Kopanisti) (AOP)
 - Λαδοτύρι Μυτιλήνης (Ladotyri Mitilinis) (AOP)
 - Μανούρι (Manouri) (AOP)
 - Μετσοβόνη (Metsovone) (AOP)
 - Μπάτζος (Batzos) (AOP)
 - Ξυνομυζήθρα Κρήτης (Xynomyzithra Kritis) (AOP)
 - Πηχτόγαλο Χανίων (Pichtogalo Chanion) (AOP)
 - Σαν Μιχάλη (San Michali) (AOP)
 - Σφέλα (Sfela) (AOP)
 - Φέτα (Feta) (AOP)
-
- Φορμαέλλα Αράχωβας Παρνασσού (Formaella Arachovas Parnassou) (AOP)

Σημειώνεται ότι στο ΦΕΚ 8 Β' 1994 θεσπίστηκε με υπουργική απόφαση η κατοχύρωση της φέτας και άλλων παραδοσιακών προϊόντων σε εθνικό επίπεδο.

3.2.3. Γενετική βελτίωση και συντήρηση των αυτόχθονων φυλών

Σε γενικές γραμμές διακρίνουμε δύο βασικές κατευθύνσεις όσον αφορά τα προγράμματα γενετικής βελτίωσης.

- α) Ο σκοπός του προγράμματος είναι η αύξηση των αποδόσεων σε χλγ. γάλακτος ανά κεφαλή, το χρόνο, σε συνδυασμό με την διατήρηση ενός ικανοποιητικού ορίου λιποπεριεκτικότητας.

β) Το πρόγραμμα αποσκοπεί στην καταγραφή, διατήρηση και σταθεροποίηση του αυτόχθονου πλυθισμού που κινδυνεύει να αφανισθεί ή να εκφυλισθεί.

Η εξάντληση του ντόπιου γενετικού δυναμικού είχε σαν αποτέλεσμα την οριστική απώλεια ενός εθνικού ζωικού κεφαλαίου αναπαραγωγής που συστάθηκε μέσα από μια μακροχρόνια διαδικασία προσαρμογής στις ελληνικές δύσκολες συνθήκες, κυρίως στις ορεινές και ημιορεινές περιοχές με όλες τις αρνητικές επιπτώσεις στην κτηνοτροφία.

Η σταθεροποίηση επίσης φυλών υψηλής γενετικής αξίας που είναι η φυλή "ΧΙΟΥ" θα απέτρεπε τις προσπάθειες απομίμησης της εκτός Ελλάδας. Το ιστορικό της όλης προσπάθειας βελτίωσης των ζωικών κεφαλαίων συνοψίζεται ως εξής:

Τα προγράμματα ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού της αγελαδοτροφίας που εκπονήθηκαν μετά τον πόλεμο δεν θα οδηγούσαν στα επιθυμητά αποτελέσματα εάν δεν αναβαθμίζονταν το εγχώριο γενετικό υλικό των ζώων αναπαραγωγής. Οι ντόπιοι πληθυσμοί που εκτρέφονταν σε χωρικού τύπου εκμεταλεύσεις, ήταν αυθόρμητα δημιουργήματα του φυσικού περιβάλλοντος ή τυχαίων διασταυρώσεων, παρουσιάζουν έντονη παραλλακτικότητα και αστάθεια, αλλά μεγάλη προσαρμοστικότητα στις ελλ. συνθήκες εκτροφής και περιβάλλοντος. Οι αποδόσεις σε γάλα δεν ξεπερνούν τα 500 χγρ. Το χρόνο ανά αγελάδα και οι μόσχοι σφάζονται σε ηλικία κάτω του έτους, οι δύο κάτωθι βασικές αυτόχθονες φυλές και τα απροσδιόριστα παράγωγα των διασταυρώσεων τους, αποτελούσαν τον εγχώριο πληθυσμό της

α) βραχυπερουτικής φυλής

β) στεππικής φυλής και

γ) τον ελλ. Βούβαλο που εκτρέφονταν σε μικρό αριθμό εκμετάλευσης

Οι προσπάθειες δημιουργίας βελτιωμένου γενετικού υλικού απέδιδαν αργά αλλά σταθερά. Οδήγησαν από τα χαμηλά επίπεδα των αποδόσεων των εγχώριων φυλών, της τάξης του 0,5 τόνου το χρόνο, όπως προαναφέρθηκε, στο ύψος των 4,5 τόνων το χρόνο της καθαρόαιμης Jolstein και στο ακραίο επίπεδο των 7 τόνων που συχνά καταγράφεται. Ακολούθησαν οι δύο κλασικές μέθοδοι γενετικής βελτίωσης, στη διάρκεια των διαδοχικών περιόδων που ίσχυσαν και εξακολουθούν να ισχύουν αντίστοιχα προγράμματα.

- Η μέθοδος των διασταυρώσεων
- Η μέθοδος της καθαρόαιμης αναπαραγωγής

Από την εφαρμογή της πρώτης μεθόδου δημιουργήθηκαν οι εγχώριες βελτιωμένες αγελάδες, από διασταυρώσεις τεχνικής γονιμοποίησης των εγχώριων φυλών με καθαρόαιμες εισαγώμενες φυλές, με την πάροδο όμως, του χρόνου ο κίνδυνος εξαφάνισης των αυτόχθονων φυλών και της αναπόφευκτης εξάντλησης του προσαρμοσμένου στις ελλ. συνθήκες γονιδιακού αποθέματος με όλες τις αρνητικές συνέπειες σε βάρος της ελλ. κτηνοτροφίας.

Οι δραστηριότητες στη γενετική βελτίωση χρηματοδοτούνταν από τα ΜΟΠ (Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα) μέχρι το 1993. Λόγω ανεπάρκειας πόρων τα σχετικά προγράμματα από τότε ανεστάλησαν. Οι ενισχύσεις αυτές επαναφέρονται σήμερα, δεδομένου ότι η χρηματοδότηση τους προβλέπεται μέσα από το 2ο χρηματοδοτικό πλαίσιο στήριξης για την Ελλάδα. Το πλαίσιο, όμως, που θα αναπτύσσονταν οι σχετικές δραστηριότητες, είναι αυστηρότερο, διότι σύμφωνα με την ΑΠ. 90/254 της επιτροπής, ο τομέας είναι υποχρεωμένος να ακολουθήσει αυστηρούς κανόνες ως προς την καταγραφή και σταθεροποίηση των φυλών.

Τα νέα προγράμματα περιλαμβάνουν δράσεις για την αύξηση των αποδόσεων και μέτρα για την αναβάθμιση -

διατήρηση των αυτόχθονων φυλών. Οι φυλές που πρόκειται να καταγραφούν είναι οι εξής:

Αιγοπροβάτων

Ζακύνθου, Χίου, Σκοπέλου, Κύμης, Μπούτσικο, Πελαγωνίας, Λευκίμης Κερκύρας.

Βοοειδών

Στεππικής, Συκιάς, Χαλκιδικής, Βραχυκερατική Θεσπρωτίας, Ελληνικός βούβαλος

3.2.4. Χρήση βόειου σωματοτροπίνης (BST) για αύξηση γαλακτοπαραγωγής αγελάδων

Η βόειος σωματοτροπίνη, γνωστή ως BST, είναι μια φυσική μεταβολική πρωτεϊνικής φύσεως που εκκρίνεται από την απόφυση των βοοειδών με πολλές και διαφορετικές μεταβολικές δραστηριότητες. Το σύγχρονο όμως ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην ικανότητα της να προκαλεί αύξηση της γαλακτοπαραγωγής. Μέχρι τώρα η αύξηση της απόδοσης μπορούσε να επιτευχθεί με συμβατικές τεχνολογίες. Τώρα ένας νέος τύπος τεχνολογίας, η βιοτεχνολογία, υπόσχεται θεαματική αύξηση της παραγωγής, στις αρχές του επόμενου αιώνα. Το πρώτο κύριο αγροτικό προϊόν της βιοτεχνολογίας είναι η βόειος σωματοτροπίνη (η τεχνική της παραγωγής της βασίζεται στη δημιουργία συνδιασμένου DNA), η οποία δύναται να προκαλέσει αύξηση της συνολικής απόδοσης γάλακτος μέχρι και πάνω από 25%. Για το λόγο αυτό, αναμένεται στο άμεσο μέλλον να παίξει σημαντικό ρόλο στη ζωική παραγωγή.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση απαγορεύει τη διάθεση της BST στην αγορά των κρατών - μελών μέχρι τις 31-12-1999, με εξαίρεση τη χρήση της για πειραματικούς σκοπούς. Η BST επιτρέπεται να παράγεται στο έδαφος των κρατών - μελών για την εξαγωγή της σε τρίτες χώρες. Ήδη, όμως, σε πολλές

χώρες η χρήση της BST επιτρέπεται, επίσης, από το 1994 μετά από πολυάριθμες μελέτες (1500 μέχρι το 1993), η χρήση της επιτράπηκε και στις Η.Π.Α.

Παρόλο που σε πειραματικές μελέτες η BST έδωσε αύξηση της παραγωγής γάλακτος πάνω από 25%, σε επίπεδο εκμετάλλευσης δεν αναμένεται η αύξηση να ξεπεράσει το 12%.

Η χορήγηση της, η οποία γίνεται με έγχυση αρχίζει μετά τις 63 - 90 ημέρες από τον τοκετό και η αύξηση της γαλγής αρχίζει μετά από τρεις μέρες περίπου. Η χρήση της απαιτεί υψηλού επιπέδου διαχείριση και διατροφή, τέτοια που να στηρίζει την αυξημένη παραγωγή. Αγελάδες της 1ης γαλακτικής περιόδου και οι αγελάδες σε κακή σωματική κατάσταση έχουν μικρή αντίδραση στη χορήγηση της BST. Το προϊόν διατίθεται σε συσκευασία των 25 δόσεων. Κάθε δόση έχει διάρκεια δράσης 14-μέρες και το κόστος χρήσης της ανά αγελάδα και γαλακτική περίοδο είναι 86 δολάρια ή 0,4 δολάρια ανά αγελάδα και ημέρα.

Η χρήση της BST, μετά από διεξοδική έρευνα και μελέτη, θεωρείται ασφαλής για τον άνθρωπο και αυτό για τους εξής λόγους:

- Η BST είναι μια φυσική μεταβολική ορμόνη με μεγάλο μοριακό βάρος και δεν είναι ορμόνη ανάπτυξης όπως οι στεροειδής ορμόνες
- Δεν δρα χορηγημένη από το στόμα, διότι σαν μακρομόριο δεν μπορεί να απορροφηθεί από τον εσωτερικό σωλήνα.
- Έχει αποδειχθεί μετά από πολλές μετρήσεις ότι τόσο η BST όσο και η IGF-I μέσω της οποίας δρα η BST, βρίσκονται στα ίδια επίπεδα και στο γάλα που προέρχεται από αγελάδες που δεν τους έχει χορηγηθεί η BST.
- Η BST δεν είναι ομόλογος της ανθρώπινης σωματροπίνης και επομένως ακόμα και όταν λαμβάνεται από τον άνθρωπο

είναι ανενεργός σε αντίθεση με τις στεροειδής ορμόνες. Οι στεροειδείς ορμόνες ενός είδους μπορεί να δράσουν και σε άλλο είδος.

Παρότι η χρήση της BST θεωρείται ασφαλής, πολλοί άνθρωποι αμφιβάλλουν για την ασφάλεια της και αναρωτιούνται αν η χρήση της οδηγήσει σε απρόβλεπτα ιατρικά προβλήματα ή αν θα προκαλέσει αλλεργικές αντιδράσεις σε ορισμένα άτομα ή αν θα οδηγήσει αυξημένα υπολείματα αντιβιοτικών (λόγω μαστίτιδων). Αν όμως η BST είναι μια φυσική ορμόνη ακίνδυνη για τον άνθρωπο δεν ξέρουμε αν το ίδιο ισχύει και για τις εμπορικές και φαρμακοτεχνικές μορφές της που αποτελούν σύνθετα προϊόντα και την παρασκευή των οποίων απαιτείται προηγμένη τεχνολογία. Επίσης έχει αποδειχτεί ότι η χρήση της BST αυξάνει ελαφρά τις μαστίτιδες για την αντιμετώπιση των οποίων χρησιμοποιούνται αντιβιοτικά, τα οποία ως γνωστόν εγκυμονούν κινδύνους για την υγεία των ανθρώπων. Ακόμα, επειδή η BST υποχρεώνει το ζώο σε αύξηση της απόδοσης του, πέρα του κληρονομικού του δυναμικού, θα πρέπει η χρήση της να συνδιαστεί με υψηλού επιπέδου διαχείριση για να μην υπάρξουν αρνητικές επιπτώσεις στα ζώα (ήτοι πρόβλήματα αναπαραγωγής ή προβλήματα υγείας) και για να μην υπάρξει αλλαγή της σύστασης του γάλακτος.

Τέλος ορισμένες έρευνες έδειξαν αλλαγή στη χημική σύνθεση των κλασμάτων της πρωτεΐνης του γάλακτος, γεγονός που μπορεί να επιδράσει στην απόδοση του σε τυρί.

Στις θετικές επιδράσεις της BST αναφέρονται:

- Αύξηση γαλακτοπαραγωγής και βελτίωσης της μετατρεψιμότητας της τροφής. Το καθαρό κέρδος υπολογίστηκε σε μελέτες στις Η.Π.Α. ότι είναι πάνω από 100 δολάρια / αγελάδες / γαλακτική περίοδο.

- Ευνοϊκές επιπτώσεις στο περιβάλλον, διότι η χρήση της θα οδηγήσει στη μείωση των διατηρουμένων ζώων και, βελτιώνοντας τη μετατρεψιμότητα της τροφής, θα περιορίσει την παραγωγή αποβλήτων κτηνοτροφικών μονάδων.

Σημειώνεται όμως ότι για να υπάρξουν θετικά αποτελέσματα, χωρίς αρνητικές επιπτώσεις, η χρήση της BST θα πρέπει να συνδιάζεται με υψηλού επιπέδου διαχείριση.

Σε πολλές εκμεταλεύσεις η BST θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν τακτικό διαχειριστικό μέτρο π.χ. για την αύξηση της παραγωγής ή όταν το κόστος των ζωοτροφών είναι χαμηλό ή όταν η ζήτηση του γάλακτος είναι μεγάλη ή για τη ρύθμιση της εποχιακότητας της παραγωγής ή όταν η παραγωγή είναι κάτω της ατομικής ποσόστωσης γάλακτος και όχι σαν καθημερινή τακτική.

Η Κοινότητα επιτρέπει σήμερα τη χρήση της BST μόνο για πειραματικούς σκοπούς. Παράλληλα, έχει αναθέσει σε ομάδα επιστημόνων τις συνέπειες της BST, ιδίως όσον αφορά τις επιπτώσεις της χρήσης της στα κρούσματα μαστίτιδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**Περιγραφή δομής του κλάδου****4.1. Κυριώτερες παραγωγικές επιχειρήσεις**

Σε αγώνα δρόμου για την κατάκτηση μεγαλύτερου μεριδίου της αγοράς έχουν επιδοθεί οι βιομηχανίες γάλακτος στην Ελλάδα. Ο έντονος και υγιής ανταγωνισμός που αναπτύσσεται μεταξύ των ελληνικών γαλακτοβιομηχανιών έχει ως αποτέλεσμα την βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων τους, τη δημιουργία νέων και την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Κάθε εταιρία γάλακτος στρέφει το ενδιαφέρον της στην παραγωγή των προϊόντων εκείνων που θα της χάρισουν την κορυφαία θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Για τον λόγο αυτό σχεδιάζει συγκεκριμένο πρόγραμμα ενεργειών που θα τη βοηθήσει να καταλάβει μια απ' τις πρώτες θέσεις όσο αφορά τα μερίδια αγοράς. Σύμφωνα

με στοιχεία κατά το 1995 οι βιομηχανίες γάλακτος που πέτυχαν τις μεγαλύτερες πωλήσεις ήταν οι ΦΑΓΕ, ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ, ΑΓΝΟ, ΔΩΔΩΝΗ και ΕΒΓΑ ενώ ακολουθούσαν οι ΤΥΡΑΣ, ΝΕΟΓΑΛ, ΟΛΥΜΠΟΣ, ΡΟΔΟΠΗ και ΠΑΡΝΑΣΟΣ.

Πέρα των τριών βιομηχανιών ΔΕΛΤΑ, ΕΒΓΑ, ΦΑΓΕ για τις οποίες ακολουθεί εκτεταμένη αναφορά στα επόμενα κεφάλαια οι κυριότερες επιχειρήσεις ανταγωνιστές της ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας παρουσιάζονται στον πίνακα 1 του παραρτήματος Α.

Τα στοιχεία του πίνακα αφορούν την επωνυμία των επιχειρήσεων, την έδρα, την διεύθυνση του εργοστασίου της, τον αριθμό του απασχολούμενου προσωπικού και τα παραγώμενα προϊόντα τους.

Οι εταιρίες που παρουσιάζονται έχουν επιλεγεί με κριτήριο το κύριο αντικείμενο τους να αποτελεί την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων καθώς επίσης οι πωλήσεις τους για το έτος 94 να ανέρχονται από 300 εκατομ. δρχ. και άνω.

Πληροφοριακά στοιχεία για τις κυριότερες παραγωγικές επιχειρήσεις.

4.1.1. ΜΕΒΓΑΛ

Η εταιρία ΜΕΒΓΑΛ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. είναι ο τρίτος σε πωλήσεις, έλληνας παραγωγός γαλακτοκομικών προϊόντων. Γνώρισε θεαματική ανάπτυξη των δραστηριοτήτων και των εργασιών του το 1994 παρά το γεγονός της κατακόρυφης αύξησης του ανταγωνισμού ανάμεσα στις δύο μεγαλύτερες σε πωλήσεις βιομηχανίες του τομέα. Οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 27% και διαμορφώθηκαν σε 25.479 εκατομ. δολάρια. Η κερδοφορία σημείωσε ουσιαστική βελτίωση. Τα προ φόρων καθαρά κέρδη της

επιχείρησης, αυξήθηκαν κατά 86,5% και διαμορφώθηκαν σε 914 εκατομ. δρχ. το 94 έναντι 490 εκατομ. δρχ. το 93.

Ιδιαίτερη ανάπτυξη γνώρισε μεταξύ άλλων ο τομέας παραγωγής και διάθεσης γιαουρτιών της εταιρίας, προϊόντων που ως γνωστόν αποτέλεσαν αντικείμενο "εμπορικού πολέμου" ανάμεσα στις δύο μεγαλύτερες Ελληνικές βιομηχανίες γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι εξαγωγές της σημείωσαν εντυπωσιακή αύξηση και ανήλθαν από 1,7 δις σε 2,7 δις αντιπροσωπεύοντας γύρω στο 12% των συνολικών πωλήσεων.

Η μερίδα του λέοντος των εξαγωγών έγινε στη Γερμανία όπου εξάγονται με την επωνυμία της, τυρί, φέτα κασέρι και μανούρι, καθώς επίσης γιαούρτια ελληνικού παραδοσιακού και ευρωπαϊκού τύπου.

Η ΜΕΓΓΑΛ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. έχει ιδρυθεί το 1966 και έγινε Α.Ε. το 1975. Διευθύνων σύμβουλος είναι ο κ. Χατζάκος της οικογένειας των μετόχων. Οι εργαζόμενοι ανέρχονται σε 750. Η έδρα και οι εγκαταστάσεις της βρίσκονται στα κουφάλια του νομού Θεσσαλονίκης.

4.1.2. ΑΓΝΟ

Πρόκειται για τη μεγαλύτερη ελληνική Βιομηχανία αμιγώς συνεταιριστικού χαρακτήρα με ιδιοκτήτη την Ένωση Αγελαδοτροφικών Συναιρισμών Θεσσαλονίκης σε συνεργασία με την Αγροτική Τράπεζα. Η ΑΓΝΟ κατέχει υψηλό μερίδιο στην αγορά γάλακτος ιδίως της Βορείου Ελλάδος. Συνεργάζεται με 4.000 παραγωγούς γάλακτος και συγκντρώνει καθημερινά περί τα 330.000 κιλά γάλακτος. Το 1994 έθεσε σε λειτουργία νέο υπερσύγχρονο εργοστάσιο συνολικού κόστους της τάξεως των 12,5 δις και παραγωγικής δυναμικότητας επεξεργασίας γάλακτος και άλλων γαλακτοκομικών ειδών και παγωτών καθώς επίσης χυμών. Από τα μέσα του 94 διανέμει το

μεταλλικό νερό με το σήμα πηγή Ολύμπου. Διεκδικεί το χαρακτηρισμό της εταιρίας με το πιο φρέσκο γάλα, χάρη στην άμεση σχέση της με χιλιάδες παραγωγούς γάλακτος μέλη της. Έχει πρόεδρο τον κ. Ο. Παέζαρη αντιπρόεδρο τον κ. Α. Κολοκυθά και γενικό Διευθυντή το κ. Γ. Κλέπκο. Η απασχόληση κυμαίνεται κατά περιόδους από 600 και 900 ατόμων. Η ευρεία αναδιοργάνωση του δικτύου διανομής των προϊόντων της εταιρίας σε συνδιασμό με την αύξηση της γκάμας τους και των σημείων πώλησης κατά 823 σε περίπου 8.100 σημεία, συνέβαλαν ώστε οι πωλήσεις το 94 φθάσουν τα 20.884 εκατομ. σημειώνοντας αύξηση 6%.

4.1.3. ΔΩΔΩΝΗ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.

Πρόκειται για τον 5ο μεγαλύτερο παραγωγό γάλακτος και ευρύτερα γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων της χώρας. Είναι παράλληλα ένας από τους μεγαλύτερους Έλληνες εξαγωγείς γαλακτοκομικών προϊόντων. Το 27% των πωλήσεων το 93 προήλθε από εξαγωγές σε ευρωπαϊκές και άλλες χώρες όπως η Η.Π.Α. και η Αυστραλία.

Η ΔΩΔΩΝΗ είναι εταιρία που ελέγχεται απ' τις Ενώσεις Συνεταιρισμών των Ιωαννίνων κατά 40%. Το 60% ανήκει στην Αγροτική Τράπεζα προτίθεται να μεταβιβάσει τις μετοχές στους Συνεταιρισμούς.

Η έδρα και οι βιομηχανικές εγκαταστάσεις βρίσκονται στον νομό Ιωαννίνων. Με βάση συμφωνία που έχει επιτευχθεί από τα τέλη του 1991 η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Παγωνίου Ιωαννίνων συγκεντρώνει το για λογισμό των Α.Ε. Δωδώνη και κάτω από τον έλεγχο της το γάλα της περιοχής που υπολογίζεται σε 5.200.000 κιλά ετησίως. Επίσης, η ίδια Ένωση παράγει τυροκομικά για λογαριασμό της Α.Ε. ΔΩΔΩΝΗ. Μετά το 1992 ολοκληρώθηκε επενδυτικό πρόγραμμα της βιομηχανίας ύψους 2 δις που αφορούσε τον

εκσυγχρονισμό των τμημάτων της παραγωγής και τη δημιουργία νέας μονάδας τυποποίησης και συσκευασίας. Η εταιρία έχει καταστεί αυτάρκης σε ψυκτικούς - αποθηκευτικούς χώρους μετά την αγορά των ψυγείων της υπό εκκαθάρισης ΑΓΡΕΞ. Το 1994 προχώρησε σε επένδυση ύψους 350 εκατομ. για τον εκσυγχρονισμό του συστήματος βιολογικού καθαρισμού.

Οι εργαζόμενοι κυμαίνονται κατά διαστήματα από 180-355. Διευθύνων Σύμβουλος είναι ο κ. Χ. Παπαδόπουλος.

Η εταιρία εκτιμάται ως ο μεγαλύτερος Έλληνας παραγωγός - εξαγωγέας τυροκομικών και γενικότερα γαλακτοκομικών προϊόντων.

4.1.4. NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.

Θυγατρική εταιρία της Ελβετικής NESTLE, είναι ο μεγαλύτερος Έλληνας παραγωγός γάλακτος εβαπορέ.

Διαθέτει βιομηχανικές εγκαταστάσεις στον νομό Ημαθίας και έχει εξαγοράσει το μειοψηφικό μερίδιο που κατείχε η Αγροτική Τράπεζα Ελλάδος. Παράγει επίσης ζαχαρούχο και σοκολατούχο γάλα. Με κύκλο εργασιών 17.344 εκατομ. το 1994 είναι η δεύτερη σε πωλήσεις μετά την Α.Ε. ΛΟΥΜΙΔΗΣ, εταιρία ειδών διατροφής που ανήκει στο γνωστό για τον πρωταγωνιστικό ρόλο του στην παγκόσμια παραγωγή τροφίμων, ελβετικό συγκρότημα. Γενικώς Διευθυντής της εταιρίας είναι ο κ. P. Grand. Οι εργαζόμενοι ανέρχονται σε 265.

Στη NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε. μετέχουν με 51% η NESTLE S.A. και με 49% η ΠΡΟΒΙΓΑΛ Α.Ε. στην οποία κατόπιν εξαγοράς του ποσοστού της ΑΤΕ συμμετέχουν με ποσοστό 70% η NESTLE S.A. και με το υπόλοιπο 30% δεκαεφτά ενώσεις γεωργικών συνεταιρισμών.

4.1.5. ΠΙΝΔΟΣ Α.Ε.Β.Ε. ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΗ

Παραγωγός τυροκομικών προϊόντων και ειδικότερα φέτας και κεφαλογραβιέρας, με εξαγωγική δραστηριότητα στις Η.Π.Α. και την Αυστραλία. Το 1993 οι εξαγωγές ήταν ύψους 800 εκατομ. σε συνολικό κύκλο εργασιών 1.046 εκατομ. Έχει την έδρα και τις εγκαταστάσεις της στα Ιωάννινα. Ιδρύθηκε ως Α.Ε. το 1989 και απασχολεί 40 εργαζομένους. Διευθύνεται εκ μέρους των μετόχων από τον κ. Ι. Βακάλη. Μετά από αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου κατά 375 εκατομ. το 1994 αποτελεί μέρος του ομίλου της ΦΑΓΕ Α.Ε.

Ιδρύθηκε το 1989 από τυροκόμους των Ιωαννίνων και υλοποίησε επενδυτικό πρόγραμμα 600 εκατομ. για την παραγωγή φέτας αποκλειστικά για εξαγωγές. Το 1994 ενίσχυσε τη θέση της στην αγορά με 1.751 εκατομ. αυξημένες κατά 67% αλλά παρουσίασε ζημιές 82 εκατομ. λόγω αύξησης του κόστους παραγωγής. Στη διετία 94-95 υλοποιήθηκε επενδυτικό πρόγραμμα 630 εκατομ. και εντός του 94 επενδύθηκαν σε πάγια 410 εκατομ. Η πώληση της φέτας που παράγει η εταιρία ξεκίνησε στις αρχές του 1995 μέσω του δικτύου και με το σήμα της ΦΑΓΕ Α.Ε.

4.1.6. ΤΥΡΑΣ Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Με έδρα και σύγχρονες εγκαταστάσεις στα Τρίκαλα η βιομηχανία γαλακτοκομικών προϊόντων ΤΥΡΑΣ Α.Ε. είναι μεγάλη επαρχιακή βιομηχανία του τομέα γαλακτοκομικών και μια από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου. Οι πωλήσεις της στη πρώτη υπερδωδεκάμηνη χρήση της που έληξε στις 30/12/93 ήταν ύψους 11.499 εκατομ. ενώ τα καθαρά κέρδη στην ίδια χρήση ήταν ύψους 142 εκατομ. Με αναγωγή σε 12μηνη βάση οι πωλήσεις ήταν ύψους 6.272 εκατομ. και τα κέρδη 78 εκατομ. Στην δεύτερη χρήση του 94 η εταιρία πραγματοποίησε πωλήσεις 7.805 εκατομ. αυξημένες κατά 24%

και υπερδιπλασίασε τα κέρδη της σε 171 εκατομ. Ιδρύθηκε ως Α.Ε. το 92 και ελέγχεται από την οικογένεια Σαραντή. Η ΦΑΓΕ Α.Ε. κατέχει το 10% των μετοχών και συνεργάζεται στον τομέα των τυροκομικών. Η ΤΥΡΑΣ Α.Ε. παράγει παστεριωμένο γάλα, γιαούρτι, νωπό βούτυρο και οφείλει σημαντικό μέρος των πωλήσεων της στην παραγωγή τυροκομικών. Παράγει κασέρι για τρίους. Απασχολεί 120 εργαζομένους και διευθύνεται από τους κ.κ. Μ. και Δ. Σαράντης που την ελέγχουν. Η δανειακή επιβάρυνση της εταιρίας μειώθηκε το 94 σε 50% από 68% το 93 ενώ τα καθαρά πάγια έφθαναν να καλύπτουν το 45% του συνόλου ενεργητικού. Η ρευστότητα εξάλου βελτιώθηκε σε 1,3.

4.2. Εισαγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου

Στον κλάδο των γαλακτοκομικών, προϊόντων πραγματοποιούνται εισαγωγές σε διάφορες κατηγορίες προϊόντων, αλλά κατά κύριο λόγο στα τυροκομικά και στο συμπυκνωμένο γάλα. Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την εισαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων συνήθως επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους στην εμπορία διαφόρων ειδών διατροφής. Στον πίνακα 1 του παραρτήματος Α παρουσιάζονται οι κυριώτερες εισαγωγικές επιχειρήσεις (με αλφαβητική σειρά) με στοιχεία που αφορούν την διείσδυση τους. Επιπλέον αναφέρεται το είδος των γαλακτοκομικών προϊόντων που εισάγουν, η χώρα προέλευσης καθώς και το εμπορικό σήμα με το οποίο κυκλοφορούν στην εγχώρια αγορά.

Σε ξεχωριστό πίνακα, στον πίνακα 2 του παραρτήματος Α, παρουσιάζονται οι κυριότερες εισαγωγικές επιχειρήσεις παγωτού, καθώς διαφοροποιούνται από τις υπόλοιπες εισαγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου επειδή εισάγουν μόνο παγωτά (τυποποιημένα και χύμα).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

Πρόκειται για μια παλιά γαλακτοβιομηχανία η οποία κατέλαβε τη 2η θέση σε πωλήσεις μεταξύ των εταιρειών του κλάδου το 1994. Οι μετοχές της διαπραγματεύονται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από το 1990.

Δραστηριοποιείται στην παραγωγή ποικιλίας γαλακτοκομικών προϊόντων: φρέσκο παστεριωμένο γάλα, σοκολατούχο γάλα, επιδόρπια, παγωτά και γιαούρτια. Επίσης παράγει φυσικούς χυμούς φρούτων και εισάγει κρέμα γάλακτος. Στο παρελθόν η εταιρεία παρήγαγε παραδοσιακού τύπου γιαούρτι αλλά από το 1994 μπήκε και στη αγορά του "Ευρωπαϊκού Τύπου" γιαουρτιού. Για το σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε νέα επένδυση συνολικού ύψους 16 δις δρχ. με τη δημιουργία υπερσύγχρονης παραγωγικής μονάδας. Στο γιαούρτι η εταιρεία έχει επεκταθεί σήμερα σε 18.000 σημεία πώλησης πανελλαδικά που εξυπηρετούνται από τουλάχιστον 200 φορτηγά.

Η εταιρεία διαθέτει έντεκα σταθμούς συγκέντρωσης γάλακτος, 45.000 σημεία πώλησης πανελλαδικά για όλα τα προϊόντα της, 800 αυτοκίνητα - ψυγεία και 5 κέντρα διανομής. Συνεργάζεται με 2.500 και πλέον παραγωγούς και συγκεντρώνει το γάλα με 35 ειδικά αυτοκίνητα και 24 βυτιοφόρα.

5.1. Συνέπεια και δυναμικότητα

Η συνέπεια και ο δυναμισμός είναι τα δύο βασικά χαρακτηριστικά που σηματοδοτούν τη φιλοσοφία και την πορεία της ΔΕΛΤΑ στα σχεδόν σαράντα χρόνια της ύπαρξής της. Κανένας όμως ζωντανός οργανισμός όπως η ΔΕΛΤΑ δεν εξηγείται βέβαια μονοσήμαντα. Αλλά χωρίς τη συνέπεια και το δυναμισμό η ΔΕΛΤΑ δε θα είχε καταφέρει να διανύσει μέσα σε ένα τόσο σύντομο χρονικό διάστημα την τεράστια απόσταση από ένα μικρό μαγαζί που παστερίωνε γάλα και έφτιαχνε μερικά γιαούρτια σε μία από τις δέκα μεγαλύτερες επιχειρήσεις της Ελλάδας και από πλευράς κερδών και από πλευράς τζίρου, με διεθνή παρουσία και αναγνώριση και με εκτεταμένες συνεργασίες με πολυεθνικές του χώρου της. Συνέπεια σημαίνει καθορισμός σαφών στόχων και μέσων για την υλοποίησή τους, που ακολουθούνται χωρίς παρεκκλίσεις εκτός από αυτές που απαιτούν οι μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Δυναμισμός σημαίνει αναγνώριση των επιχειρηματικών ευκαιριών που προσφέρει η αγορά και εκμετάλλευσή τους, αλλά πάντα μέσα στα πλαίσια που προσδιορίζουν οι στόχοι και τα μέσα που έχουν ήδη υιοθετηθεί. Αλλά μια εταιρεία του μεγέθους της ΔΕΛΤΑ έχει και ευθύνη απέναντι στον καταναλωτή που παραμένει πάντα ο τελικός κριτής των αποφάσεων και των πράξεων της, καθώς και απέναντι στην πολιτεία στους νόμους και τους κανονισμούς της.

5.2 Καινοτομίες της ΔΕΛΤΑ

Η ιστορία του δευτέρου μισού του 20ου αιώνα χαρακτηρίζεται κατά κύριο λόγο από ένα παράγοντα: τη διαρκή και εκτεταμένη αλλαγή σε όλους σχεδόν τους τομείς της κοινωνίας. Η επιβίωση μέσα στο περιβάλλον αυτό απαιτεί προσαρμογή και ευελιξία. Διαφορετικά είναι αδύνατη. Η ΔΕΛΤΑ έδειξε στα σαράντα χρόνια της πορείας της πως διαθέτει αυτά τα προσόντα γιατί η πορεία της περνά από μια σειρά καινοτομιών που της

έδωσαν την πρωτοπορεία στην αγορά και την καταξίωσαν ως τη μεγαλύτερη εταιρεία τροφίμων και ποτών στην Ελλάδα.

Στον τομέα του γάλακτος η ΔΕΛΤΑ ήταν αυτή που πρώτη εισήγαγε την ομογενοποίηση και τη συσκευασία του FRESH BOX διεθνώς καθιερωμένη ως ένδειξη φρέσκου προϊόντος που επιπλέον προσφέρει στον καταναλωτή την απόλυτη σιγουριά της ασφάλειας. Αυτή ήταν που επέκτεινε εντυπωσιακά την γκάμα των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές όλων των ηλικιών με το MILKO, το γάλα με λίγα και με μηδέν λιπαρά το γάλα με καφέ. Αυτή ήταν που πρώτη εισήγαγε φρέσκο γάλα ειδικά παρασκευασμένο για παιδιά ηλικίας ενός έτους και πάνω. Αυτή ήταν που πρόσφερε συσκευασίες δύο λίτρων με ειδικά συστήματα ασφάλειας, για όλη την οικογένεια και για την ευκολία της νοικοκυράς. Και αυτή ήταν που έμαθε τους Έλληνες το φρέσκο γάλα όταν μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980 η Ελληνική αγορά ακολουθούσε την τάση να καταναλώνει γάλα εβαπορέ και όταν άλλες μεγάλες εταιρίες του κλάδου την εγκατέλειπαν.

Στον τομέα του παγωτού η ΔΕΛΤΑ ήταν αυτή που πρώτη βελτίωσε θεαματικά την ποιότητα χρησιμοποιώντας αγνά υλικά. Αυτή ήταν η πρώτη που εισήγαγε νέα μηχανήματα ώστε η παραγωγή να είναι αυτοματοποιημένη και ταχύτατη. Αυτή ήταν που αύξησε τον αριθμό των προϊόντων που προσφέρονται στον καταναλωτή έτσι ώστε να ανταποκριθεί στις ανάγκες και τις προτιμήσεις όλων των ηλικιών και όλων των κοινωνικών ομάδων. Ήταν η πρώτη που υιοθέτησε την άμεση επικοινωνία με τον ίδιο τον καταναλωτή, ώστε να είναι να είναι διαρκώς κοντά του και να γνωρίζει κάθε στιγμή ποιές είναι οι αντιδράσεις του και οι επιθυμίες του.

Στον τομέα των χυμών η ΔΕΛΤΑ ήταν αυτή που πρώτη δημιούργησε κυριολεκτικά από το μηδέν την αγορά των φυσικών χυμών LIFE. Έδειξε στους καταναλωτές ότι υπάρχει καλύτερη λύση από τον χυμό μακράς διάρκειας, ένα προϊόν

κοντά στο φρέσκο χωρίς διόλου συντηρητικά και ζάχαρα, όμως με όλα τα θρεπτικά συστατικά των φρέσκων χυμών. Καθιέρωσε πρώτη και σ' αυτήν την αγορά τη συσκευασία του FRESH BOX δίνοντας έτσι στον καταναλωτή ασφάλεια και το μήνυμα ότι αγοράζει προϊόν της ΔΕΛΤΑ. Συνέχισε δε τη διαρκή επέκταση των γεύσεων που διατίθενται στην αγορά.

Οι καινοτομίες της ΔΕΛΤΑ δεν σταματούν εδώ. Στον τομέα του γιαουρτιού η εταιρεία έχει ήδη ξεκινήσει μια ριζική επανάσταση με την παρασκευή, από τις αρχές του 1994, γιαουρτιών που δεν έχουν υποστεί διπλή παστερίωση και τα οποία διατηρούν έτσι ζωντανά εκείνα τα ένζυμα που δίνουν στο γιαούρτι την παραδοσιακή θρεπτική αξία του. Παράλληλα, προσφέρει στην αγορά μία ευρύτατη γκάμα εύγευστων προϊόντων για όλα τα γούστα και όλες τις ηλικίες.

5.3. Επενδύσεις της ΔΕΛΤΑ

Οι επενδύσεις για τη ΔΕΛΤΑ αποτελούν ένα από τους σημαντικότερους στόχους της γιατί της δίνουν τη δυνατότητα να διατηρεί την πρωτοπορεία της, να ανοίγει νέους δρόμους και να παραμένει διεθνώς ανταγωνιστική. Για τη ΔΕΛΤΑ όμως οι επενδύσεις δεν αποτελούν μια απλή υπόθεση που φέρνουν την ανάπτυξη έτσι απλά γιατί η ανάπτυξη έρχεται όχι μόνο με τη μεγαλύτερη και αποδοτικότερη χρησιμοποίηση κεφαλαίου και εργασίας αλλά και με την εισαγωγή τεχνολογικής προόδου, με την καλύτερη εκπαίδευση με τη γενικότερη αύξηση της παραγωγικότητας που προκύπτει από υλικούς και άυλους παράγοντες.

Η βιομηχανία γάλακτος "ΔΕΛΤΑ" πραγματοποίησε την τελευταία πενταετία επενδύσεις της τάξης των 51 δις δραχμών. Οι επενδύσεις αυτές αφορούσαν τη δημιουργία μιας σύγχρονης και ανταγωνιστικής παραγωγικής βάσης, ενός αποτελεσματικού δικτύου διανομής, βελτίωσης του εργασιακού

περιβάλλοντος. Πιο συγκεκριμένα οι κυριότερες επενδύσεις στις οποίες προχώρησε η ΔΕΛΤΑ είναι οι εξής:

- Έντεκα σταθμούς συγκέντρωσης γάλακτος για όλη την Ελλάδα που καθημερινά στέλνουν στο εργοστάσιο γάλακτος στον Ταύρο 425 τόννους για παστερίωση, ομογενοποίηση και διανομή.
- Τρία κέντρα διανομής που διευκολύνουν την ομαλή ροή των προϊόντων προς τη αγορά και εξασφαλίζουν την κάλυψη των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών με 650 αντιπροσώπους και 800 φορτηγά.
- Ένα υπερσύγχρονο εργοστάσιο παραγωγής γάλακτος και χυμών, πλήρως αυτοματοποιημένο στον Ταύρο Αττικής συνολικής επένδυσης 16 δις δραχμών. (Δυνατότητα παστερίωσης 850-τόνων γάλακτος και 300 τόννων χυμών).
- Ένα υπερσύγχρονο εργοστάσιο παραγωγής γιαουρτιού, πλήρως αυτοματοποιημένο στον Άγιο Στέφανο Αττικής, συνολικής επένδυσης 14 δις δραχμών. (Έκταση 18.000 m² με δυνατότητα επεξεργασίας 150 τόννων γάλακτος)
- Εκσυγχρονισμός του εργοστασίου παγωτού στον Ταύρο Αττικής με νέα σύγχρονα μηχανήματα συνολικής επένδυσης 3 δις δραχμές.
- Εκσυγχρονισμός της Ζώνης Γάλακτος με εγκατάσταση Παγολεκάνων στις κτηνοτροφικές εκμεταλεύσεις συνολική επένδυσης 0,8 δις δρχ.
- Εξαγορά του 51% αρχικά της "Μπάρμπα Στάθης Α.Ε." με κόστος 3,2 δις δρχ.
- Ένα σύγχρονο Εκπαιδευτικό Κέντρο 500 m² , πλήρως εξοπλισμένο, για τις ανάγκες εκπαίδευσης του προσωπικού ΔΕΛΤΑ, επενδυτικής αξίας 0,2 δις δρχ.

Ανάπτυξη των πληροφοριακών συστημάτων της εταιρείας με έργα υποδομής και αγορά soft-hardware συνολικής επένδυσης 2 δις δρχ.

Ένα μεγάλο δίκτυο διασφάλισης της ποιότητας του γάλακτος με την αποκλειστική συνεργασία της με 3.500 παραγωγούς γάλακτος, σε όλη την Ελλάδα. Η ΔΕΛΤΑ προσφέρει στους παραγωγούς αυτούς φτηνές ζωοτροφές, ζωικό κεφάλαιο σε χαμηλές τιμές, κτηνοτροφικές υπηρεσίες, εξοπλισμό για τη συντήρηση του γάλακτος από τη στιγμή του αρμέγματος μέχρι τη στιγμή που αυτό πηγαίνει στο σταθμό συγκέντρωσης, καθώς και τεχνογνωσία με τη μορφή σεμιναρίων, εκπαιδευτικών ταξιδιών, εκδόσεων και διαλέξεων. Με τον τρόπο αυτό η ΔΕΛΤΑ είναι σίγουρη ότι οι παραγωγοί πληρούν τις προδιαγραφές της Ευρωπαϊκής Κοινότητας ως προς την ποιότητα του προϊόντος τους και ότι τους εξασφαλίζει τις απαραίτητες προϋποθέσεις ώστε να είναι οικονομικά αποδοτικοί και ανταγωνιστικοί.

Οι επενδύσεις της ΔΕΛΤΑ έχουν επεκταθεί και σε τομείς έξω από τα κτίρια τα μηχανήματα τα μεταφορικά μέσα και τον εξοπλισμό. Κατά τα προηγούμενα χρόνια έχουν δαπανηθεί πάνω από 50.000.000 δρχ. στην εκπαίδευση του προσωπικού της, στην διοικητική αναδιοργάνωση της και στην εισαγωγή σύγχρονων μεθόδων διοίκησης και πληροφορικής. Το γεγονός αυτό δείχνει ότι η ΔΕΛΤΑ είναι κοντά στις διεθνείς και Ευρωπαϊκές εξελίξεις του χώρου της. Επένδυση για τη ΔΕΛΤΑ είναι είναι το άνοιγμα νέων αγορών. Στη βάση αυτή η ΔΕΛΤΑ κινήθηκε προς τις εξής κατευθύνσεις:

- Απέκτησε την εταιρία FROZA και την μετέτρεψε σε μία μονάδα παραγωγής κατεψυγμένων προϊόντων υψηλής ποιότητας και με ευρεία γκάμα προσφοράς. Μέσα σε δύο χρόνια από την είσοδο της στην αγορά η FROZA είχε κατακτήσει την δεύτερη θέση και είχε καθιερωθεί στη συνείδηση του καταναλωτή ως ένα προϊόν υψηλών

προδιαγραφών. Σημαντικός παράγοντας στην πετυχημένη αυτή πορεία ήταν η εισαγωγή νέων προϊόντων όπως τα ψάρια, η αναγνώριση από τους καταναλωτές των ειδικών πλεονεκτημάτων που προσφέρει η συσκευασία του αλουμινίου και η πανελλαδική επέκταση του δικτύου διανομής της εταιρίας.

- Αγόρασε την εταιρία Ευρωτροφές, που της έδωσε τη δυνατότητα να προσφέρει στους παραγωγούς γάλακτος ζωτροφές υψηλής ποιότητας. Η ΔΕΛΤΑ διευκόλυνε έτσι την κοινή προσπάθεια της ίδιας και των παραγωγών για τη σταθερά υψηλή ποιότητα του γάλακτος που παράγεται. Το 1994 η εταιρία Ευρωτροφές κατείχε τη δεύτερη θέση στις πωλήσεις ζωοτροφών για μηρυκαστικά, πραγματοποίησε επενδύσεις 30 εκατ. δρχ. απασχόλησε προσωπικό 41 ατόμων και διακίνησε 45.000 τόννους προϊόντων. Ήδη δε βρίσκεται σε εξέλιξη επενδυτικό πρόγραμμα της τάξεως των 400 εκατ. δρχ. με στόχο τον πλήρη εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού της εταιρίας, την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας της και την μείωση του κόστους παραγωγής της.

Η πορεία της ΔΕΛΤΑ μέσω των επενδύσεων μας δείχνει την επιθυμία της εταιρίας όχι απλώς να επιβιώσει αλλά και να συνεχίσει να παίζει έναν ηγετικό ρόλο στον τομέα της. Η είσοδος της στον τομέα των έτοιμων προϊόντων με την αγορά του 6% των μετοχών της CHIPITA αποδεικνύουν ότι η εταιρία δεν επαναπαύεται στα μέχρι τώρα επιτεύγματα της.

Τα πρώτα αποτελέσματα της μεγάλης αυτής επενδυτικής προσπάθειας της ΔΕΛΤΑ είναι ενθαρυντικά. Ήδη η εταιρία κατάφερε να αποκτήσει ένα σημαντικό μερίδιο αγοράς στον τομέα επώνυμων συσκευασμένων γιαουρτιών, ενώ το τέλος του 1995 βρίσκεται τη ΔΕΛΤΑ να κατέχει ηγετική θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών σε μια εκτεταμένη γκάμα προϊόντων.

Εκτός όμως από την εσωτερική αγορά, η εταιρία προσπαθεί με θετικά μέχρι στιγμής αποτελέσματα, να κατακτήσει την κορυφαία θέση και στην Βαλκανική αγορά.

5.4. Επενδύσεις της ΔΕΛΤΑ στο εξωτερικό

Με ορμητήριο την Βουλγαρία η ΔΕΛΤΑ ετοιμάζεται για το ρόλο του μεγαλύτερου διανομέα ειδών διατροφής. Έτσι επί Βουλγάρικου εδάφους η ΔΕΛΤΑ έχει επενδύσει μέχρι στιγμής πάνω από 2 εκατομ. Δολλάρια για την παραγωγή και διανομή παγωτού και φιλοδοξεί να περάσει σύντομα στη θέση του μεγαλύτερου διανομέα ειδών διατροφής στη Βαλκανική.

Με ποιόν τρόπο;

Ήδη η εταιρία έχει αναπτύξει ένα σημαντικό δίκτυο διανομής παγωτού στη Βουλγαρία το οποίο διαθέτει, 70 περίπου φορτηγά, 6.500 ψυγεία φτάνει δε σε 5.500 και πλέον σημεία πώλησης. Σχετικά πρόσφατα η ΔΕΛΤΑ (πάντοτε μέσω Βουλγαρίας) άρχισε να εξάγει και στη Ρουμανία, όπου έχει ήδη εγκαταστήσει πάνω από 2.000 ψυγεία και ιδρύσει την ανάλογη εμπορική επιχείρηση.

Για την επένδυση αυτή συνεργάστηκε και με τοπικούς επιχειρηματικούς παράγοντες ιδρύοντας μικτή επιχείρηση κατασκευής παγωτού καθώς επίσης και εταιρία διανομής. Πρόκειται για τις εταιρίες ΔΕΛΒΙ-Τ και ΔΕΛΒΙ-Π που ιδρύθηκαν με συνεταίρους τις τοπικές εταιρίες Vitalact και L.B. Bulgaricum (η ΔΕΛΒΙ-Π παράγει παγωτό και το διαθέτει αποκλειστικά στη ΔΕΛΒΙ-Τ για εμπορεία).

Το εργοστάσιο έχει ετήσια παραγωγική δυναμικότητα 70 εκατομ. τεμαχίων και πρόπερσι παρήχθησαν 30 διαφορετικά ήδη παγωτού, αριθμός που αυξήθηκε ακόμα περισσότερο πέρσι. Ολόκληρη η διαδικασία παραγωγής και διάθεσης ελέγχεται από σύγχρονο δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Στις δύο επιχειρήσεις απασχολούνται πάνω από 400 άτομα, ο δε ετήσιος κύκλος εργασιών υπερβαίνει τα 220 εκατ. λέβα (περίπου 2 δις εκατομ. δρχ.) και αντιστοιχεί στο 50% της συνολικής Βουλγαρικής αγοράς παγωτών.

Στην κορυφή των δύο εταιριών βρίσκεται η Εκτελεστική Επιτροπή που απαρτίζεται από κορυφαία στελέχη της ΔΕΛΤΑ. Παράλληλα η εμπορική δραστηριότητα στη Ρουμανία και στη Βουλγαρία δεν είναι παρά ο προάγγελος για την πραγματοποίηση περαιτέρω επενδύσεων στις χώρες αυτές. Εν καιρώ η Βουλγαρία προορίζεται να χρησιμοποιηθεί και ως κέντρο εξαγωγικής δραστηριότητας. Όσον αφορά τη Ρουμανία προβλέπεται η επιτάχυνση της διείσδυσης στο αμέσως προσεχές μέλλον με την αύξηση των σημείων πώλησης από 500 σε 2.000.

Πέρσι η εταιρία προχώρά στην υλοποίηση ενός νέου επενδυτικού πλάνου με πενταετή ορίζοντα, με σκοπό τον εκσυγχρονισμό και την επέκταση του εργοστασίου παγωτού στη Βουλγαρία. Είναι σημαντικό ότι στην επένδυση θα συμμετάσχει με ένα ποσοστό 30% περίπου η ευρωπαϊκή Τράπεζα για την Ανασυγκρότηση και την Ανάπτυξη (EBRD) παρέχοντας με το κύρος της σημαντική ασφαλιστική κάλυψη σε οποιοδήποτε ρίσκο πολιτικής υφής απειλήσει την υπόσταση της επένδυσης.

Η εταιρία επέλεξε το παγωτό από όλη τη γκάμα των προϊόντων της ως πρώτο βήμα διείσδυσης στη Βαλκανική μετά από προσεχτικό επιχειρηματικό σχεδιασμό, στο πλαίσιο του οποίου το επόμενο βήμα της ΔΕΛΤΑ είναι η είσοδος της στην Ουκρανία μέσω της νεοιδρυθείσας εταιρίας DELTA KRAINE.

Από το 1992 η ελληνική εταιρία αποφάσισε να υλοποιήσει μια ακόμη στρατηγική απόφαση και να επενδύσει σε δίκτυα διανομής στη Δυτική Ευρώπη στις χώρες εκείνες όπου τα προϊόντα της είναι διαφοροποιημένα έναντι του ανταγωνισμού.

Σύμφωνα με τον κ. Πολυκανδριώτη, η ΔΕΛΤΑ αποδίδει τεράστια σημασία στην αξία και την παρουσία του ονόματος της στις αγορές αυτές (της Ανατολικής και Δυτικής Ευρώπης).

Στις αρχές του 1994 όπως αναφέραμε λειτούργησε για πρώτη φορά το υπερσύγχρονο εργοστάσιο γιαουρτιού στον Αγ. Στέφανο Αττικής. Άμεση προτεραιότητα της εταιρίας είναι η διείσδυση του γνήσιου ελληνικού παραδοσιακού στραγγιστού γιαουρτιού στην Δυτική Ευρώπη.

Ήδη έχουν αρχίσει δοκιμαστικές εξαγωγές στην Αγγλία και την Ιταλία, ενώ παράλληλα γίνεται έρευνα αγοράς για την αποτελεσματική εισαγωγή του προϊόντος στις περισσότερες Ευρωπαϊκές χώρες.

Η συμφωνία της ΔΕΛΤΑ με την πολυεθνική BSN/DANONE με την πολύ μεγάλη δύναμη και δυνατότητες στα Ευρωπαϊκά δίκτυα της δίνει μια ακόμη μεγαλύτερη ευκαιρία να αξιοποιήσει με ταχύτερους ρυθμούς τον διεθνή της προσανατολισμό. Ο Γαλλικός κολοσός (BSN) του τομέα του τροφίμων συμμετέχει πλέον με 20% στο μετοχικό κεφάλαιο της ΔΕΛΤΑ στηρίζοντας έτσι χρηματοδοτικά τα επεκτατικά σχέδια της. Το πιο ενδιαφέρον είναι ότι η BSN εξετάζει πολύ θετικά την περίπτωση να συνεργαστεί στενά με την ελληνική εταιρία για την διείσδυση σε νέες αγορές. Αν η προοπτική αυτή ευοδωθεί η ΔΕΛΤΑ θα κατορθώσει πιθανόν να διεθνοποιηθεί σε βαθμό που δεν θα μπορούσε να διανοηθεί από μόνη της. Θα πρέπει βεβαίως εδώ να σημειωθεί η τεράστια σημασία που αποδίδει η ΔΕΛΤΑ στην αξία και τη παρουσία του ονόματος της στις αγορές αυτές, διότι από τη στιγμή που το σήμα της ΔΕΛΤΑ είναι πλήρως αποδεκτό στις αγορές αυτές και έχει μπει γερά στην συνείδηση του καταναλωτή, τότε χρησιμεύει σαν "ομπρέλα" μιας σειράς δραστηριοτήτων.

Στην Γαλλία μετά από δοκιμές που έγιναν φάνηκε ότι οι χυμοί Life μπορούσαν να ανταγωνιστούν τους γαλλικούς και έτσι ιδρύθηκε η θυγατρική Delios Specialties Alimentairew SA,

η οποία στελεχώθηκε με Γάλλους. Ήδη τα προϊόντα της ΔΕΛΤΑ με την επωνυμία Delios βρίσκονται στα ράφια των μεγαλύτερων Γαλλικών υπεραγορών. Παράλληλα η ΔΕΛΤΑ εξαγόρασε την Γαλλική εταιρία Πιπέλ που παράγει φρέσκες φρουτοσαλάτες και φρουτοχυμούς, προσθέτοντας έτσι τα προϊόντα αυτά στη σειρά Delios. Επιπλέον σε συνεργασία με την Ελβετική εταιρία MILKO η ΔΕΛΤΑ δημιούργησε θυγατρική εταιρία στην Ελβετία με στόχο την προώθηση των χυμών Delios εκεί, καθώς και την κάλυψη των αγορών της Αγγλίας, της Ισπανίας και της Βόρειας Ιταλίας.

Τέλος η πολιτεία πρέπει να διευκολύνει τις προσπάθειες που καταβάλουν σήμερα πολλές Ελληνικές επιχειρήσεις για να επεκταθούν στα Βαλκάνια γιατί μέχρι σήμερα ότι πέτυχαν οφείλεται αποκλειστικά και μόνο στη σκληρή δουλειά στην επιμονή και στην εξοικείωση με το ρίσκο και την αβεβαιότητα. Από την πολιτεία οι επιχειρήσεις θα περίμεναν τουλάχιστον να ελαχιστοποιήσει τις γραφιοκρατικές διαδικασίες σε κρίσιμα θέματα όπως οι ασφαλίσεις επενδύσεων, οι διευκολύνσεις στα τελωνία κ.λ.π. προκειμένου να διευκολυνθούν οι επιχειρηματικές συναλλαγές και οι επενδύσεις και αυτό σε κάθε περίπτωση, με παράλληλη ενίσχυση του ρόλου των εμπορικών ακολούθων. Γιατί πρέπει να συνειδητοποιήσει ο κρατικός μηχανισμός ότι τα κέρδη βγαίνουν ή θα βγούν σε αυτές τις περιοχές, εκτός από την κάλυψη των αναγκών εκεί θα έρθουν και στη χώρα μας. Μέρος από αυτά δηλαδή θα πάει στα ταμεία του Ελληνικού κράτους. Όλοι καταλαβαίνουμε λοιπόν πόσο σημαντικό είναι μια ελληνική επιχείρηση να μπορεί να έχει μια δραστηριότητα ευρύτερα Βαλκανική.

5.5. Οικονομικοί πόροι της ΔΕΛΤΑ και κέρδη

Το χρηματιστήριο για τη ΔΕΛΤΑ ήταν ένας αναγκαίος δρόμος και εκείνο που της έδωσε ουσιαστικά την δυνατότητα να φτιάξει την βιομηχανική της υποδομή στο επίπεδο του

Το σύνολο επίσης, του ενεργητικού της εταιρίας ανήλθε κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο σε 79 δις δρχ. έναντι 43,3 δις δρχ. του περυσινού πρώτου εξαμήνου. Ας σημειωθεί τέλος, ότι οι επενδύσεις σε πάγια στοιχεία κατά το πρώτο εξάμηνο του έτους ανήλθαν σε 4,2 δις δρχ.

Σε μια εποχή που οι περισσότερες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τεράστια προβλήματα ρευστότητας και υψηλό χρηματοοικονομικό κόστος, η ΔΕΛΤΑ συνέχισε να παρουσιάζει μια εντυπωσιακά καλή οικονομική θέση.

Η προσφορά έξι νέων προϊόντων, ο σκληρός ποιοτικός έλεγχος και η συνεχής επικοινωνία με τον καταναλωτή βοήθησαν την εταιρία να αυξήσει το μερίδιο της σε βάρος των δύο κυριότερων ανταγωνιστών της, καθώς η συνολική αγορά παράμεινε η ίδια από πλευρά όγκου.

Με γερές βάσεις και στην παραγωγή και στην οικονομική δομή της, με ευρεία γκάμα προϊόντων για όλες τις ανάγκες του καταναλωτή και με συνεχείς επενδύσεις η ΔΕΛΤΑ είναι, έτσι έτοιμη να αντιμετωπίσει τόσο τον εγχώριο ανταγωνισμό όσο και την πρόκληση της διεθνούς εξάπλωσης της.

5.6. Οργάνωση σε ανθρώπινο δυναμικό

Το 1994 ήταν χρονιά ολοκλήρωσης και παγιοποίησης της οργανωτικής μεταρρύθμισης της ΔΕΛΤΑ, πού είχε ήδη αρχίσει από τα τέλη του 1992. Με τη νέα οργανωτική δομή της η εταιρία απέκτησε, μεγαλύτερη ευλυγισία στην αντιμετώπιση προβλημάτων και έδωσε την ευκαιρία στα στελέχη της να επικεντρωθούν καλύτερα στην δουλειά τους. Η πολιτική της ΔΕΛΤΑ ως προς τους ανθρώπους της στηρίζεται στην απλή αναγνώριση του γεγονότος ότι στις επόμενες δεκαετίες ένα μεγάλο μέρος από την ανάπτυξη της κάθε επιχείρησης, όπως και κάθε οικονομίας σε εθνικό επίπεδο θα προέλθει από την ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού της. Η νέα τεχνολογία της

τηλεπληροφορικής οδηγεί σε νέες μεθόδους αποτίμησης και ομαδικής εργασίας, σε νέες απαιτήσεις των στελεχών προς την επιχείρηση και της επιχείρησης προς τα στελέχη αυτά. Στη βάση αυτή η νέα οργανωτική δομή της ΔΕΛΤΑ είναι ένα πρώτο βήμα σε μια μακροχρόνια προσπάθεια να αναβαθμιστεί η ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης σε όλα τα επίπεδα και να αποκτηθεί, έτσι, ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα στον αγώνα για την διεθνή επιβίωση και ανάπτυξη της εταιρίας.

Το 1994 η ΔΕΛΤΑ συνέχισε την πολιτική της, να δίνει αυξήσεις αμοιβών εξαιτίας της πετυχημένης πορείας της και της ανταπόκρισης που βρήκε η διοίκηση από το προσωπικό σε όλα τα θέματα. Εκατόν τριάντα εκατ. δρχ. από τα κέρδη της μοίρασε στο προσωπικό της με την μορφή ειδικού BONUS.

Όλα αυτά συμβαίνουν ενώ η ανάπτυξη της εταιρίας συνεχίζεται και ταυτόχρονα δημιουργείται και ανάλογη αύξηση της απασχόλησης. Έτσι σήμερα η ΔΕΛΤΑ απασχολεί πάνω από 1.800 άτομα ενώ πριν από 10 χρόνια το προσωπικό της ήταν κάτω από 30 άτομα. Επίσης προσλαμβάνει ολοένα και περισσότερο εκπαιδευμένο προσωπικό. Έτσι η συμμετοχή των πτυχιούχων στο σύνολο των εργαζομένων αυξήθηκε από 29% το 1992 στο 35,5% το 1994.

Η προσπάθεια αυτή της ΔΕΛΤΑ να βελτιώσει την ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού της και να αναβαθμίσει τις αρμοδιότητες των στελεχών της, ανοίγει τις προοπτικές για μια πραγματική πετυχημένη επέκταση στο υπόλοιπο της δεκαετίας του 1990 καθώς και στις αρχές του 21ου αιώνα. Μια ανάπτυξη που αφενός θα στηρίζεται στον ανθρώπινο παράγοντα και αφετέρου θα εξαρτάται από την ύλη: τα κεφάλαια, τον εξοπλισμό, τα μηχανήματα και τα κτίρια.

5.7. Ανταγωνισμός και προβλήματα

Αγώνας δρόμου έχει γίνει για τις Ελληνικές εταιρίες γάλακτος η απόκτηση όλο και μεγαλύτερου μεριδίου αγοράς. Η προσπάθεια αυτή έχει πάρει εδώ και μερικά χρόνια νέα διάσταση, καθώς προβάλλει πλέον ανοιχτή η πύλη για διεξόδου των επιχειρήσεων αυτών στο Βαλκανικό και ευρύτερο Ανατολικοευρωπαϊκό χώρο.

Ο έντονος και υγιής ανταγωνισμός που αναπτύσσεται μεταξύ των ελληνικών γαλακτοβιομηχανιών, έχει ως αποτέλεσμα τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων τους, τη δημιουργιάνένων και την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

Κάθε εταιρία γάλακτος στρέφει το ενδιαφέρον της στην παραγωγή των προϊόντων εκείνων που θα της χάρισουν την κορυφαία θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Για το λόγο αυτό, σχεδιάζε συγκεκριμένο πρόγραμμα ενεργειών που θα τη βοηθήσει να καταλάβει μια από τις πρώτες θέσεις όσον αφορά τα μερίδια αγοράς.

Σύμφωνα με στοιχεία κατά το 1994 οι βιομηχανίες γάλακτος που πέτυχαν τις μεγαλύτερες πωλήσεις ήταν οι ΔΕΛΤΑ, ΦΑΓΕ, ΜΕΒΓΑΛ, ΑΓΝΟ, ΔΩΔΩΝΗ και ΕΒΓΑ, ενώ ακολουθούσαν οι Τυράς, Νεογάλ, Όλυμπος, Ροδόπη και Παρνασσός. Οι ίδιες περίπου επιχειρήσεις κατάφεραν να κατακτήσουν τις πρώτες θέσεις όσον αφορά τα κέρδη που πέτυχαν το 1994, με κορυφαίες τη ΔΕΛΤΑ και την ΦΑΓΕ.

Έτσι η ΔΕΛΤΑ σύμφωνα με στοιχεία της εταιρίας Amer Nielsen, το δωδεκάμηνο που έληξε τον Μάρτιο του 1995 είχε μερίδιο στο τζίρο της αγοράς γάλακτος της τάξης του 42% πανελλαδικά. Το μερίδιο αυτό επιτεύχθηκε με τη συμβολή και παρουσία ολόκληρης της γκάμας των προϊόντων της είτε πρόκειται για λευκά είτε για σοκολοτούχα είδη γάλακτος.

Άλλωστε από τον πρώτο χρόνο εισόδου της ΔΕΛΤΑ στον τομέα του γιαουρτιού κατάφερε να αποσπάσει ένα αξιόλογο

μερίδιο 25% στα επώνυμα συσκευασμένα γιαούρτια. Τα υψηλότερα ποσοστά μεριδίου αγοράς η ΔΕΛΤΑ τα συγκεντρώνει κυρίως στην Αττική και την Πελοπόννησο. Η εταιρία είναι ικανοποιημένη από την πορεία της μέχρι σήμερα και οι προσπάθειες της επικεντρώνονται αφενός στο να εδραιώσει το μερίδιο που κατέχει, αφετέρου στο να αυξήσει επιλεκτικά τη δύναμη της είτε σε κάποια προϊόντα είτε σε κάποιες περιοχές.

Στην αγορά του εξωτερικού (Βουλγαρία) κατά το 1994 όλες οι Ελληνικές αντιμετώπισαν σοβαρά προβλήματα εισαγωγής των προϊόντων τους, λόγω ποσοτώσεως που επέβαλε η Βουλγαρική πλευρά. Συγκεκριμένα η Βουλγαρική πλευρά είχε συμφωνήσει να αφήσει ελεύθερη την εισαγωγή παγωτών στην χώρα από την Ελλάδα, με αντάλλαγμα η Ελλάδα να απορροφήσει από τη γείτονα χώρα όσο το δυνατόν περισσότερα αρνιά στην περίοδο του Πάσχα.

Κατά τον απολογισμό που έκανε η Βουλγαρική πλευρά μετά το Πάσχα προέκυψε, κατά την άποψη της, ότι η χώρα μας, δεν είχε εισαγάγει ικανοποιητικό αριθμό αρνιών. Έτσι αποφάσισε, προφασιζόμενη συναλλαγματικούς λόγους, να επιβάλει ποσοτώσεις στην εισαγωγή ελληνικών παγωτών.

Στο πλαίσιο αυτό η ΕΒΓΑ, η ΑΓΝΟ, η ΚΡΙ-ΚΡΙ και η ALGIDA επλήγησαν σημαντικά, καθώς ανέμεναν σημαντική αύξηση των εξαγωγών τους στη Βουλγαρία ενώ αντίθετα η ΔΕΛΤΑ που έχει εργοστάσιο στη χώρα αυτή δεν αντιμετώπισε κανένα πρόβλημα και αύξησε ουσιαστικά τις πωλήσεις της.

Σε σχέση με τη ΔΕΛΤΑ που κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στο χώρο των γαλακτοκομικών με περίπου 50% της αγοράς (κατ' αυτήν) ακολουθούν η ΕΒΓΑ με μερίδιο αγοράς κοντά στο 30% και η ALGIDA με μερίδιο αγοράς γύρω στο 25%.

Η διαφημιστική δαπάνη του κλάδου φτάνει τα 3 δις δρχ. έναντι των 2 δις δρχ. προηγούμενων ετών, ενώ στις αξιολόγες εξελίξεις του κλάδου είναι η ανάπτυξη από την ΤΡΟΦΕΚΛΕΚΤ πανελλαδικού δικτύου πωλήσεων και διακοπή της μέχρι τώρα συνεργασίας της με τη ΔΕΛΤΑ.

Αισιόδοξος για την πορεία και τις προοπτικές της ελληνικής βιομηχανίας γάλακτος δηλώνει ο Διευθύνων σύμβουλος της ΔΕΛΤΑ. Τονίζει το γεγονός ότι η ελληνική γαλακτοβιομηχανία δεν έχει να ζηλέψει τίποτε από τις αντίστοιχες των υπολοίπων Ευρωπαϊκών χωρών, όσον αφορά τόσο τον τεχνολογικό εξοπλισμό όσο και την ποιότητα των παραγόμενων.

Ο ανταγωνισμός είναι πολύ έντονος στον κλάδο με αποτέλεσμα οι τιμές να συγκρατούνται σε χαμηλά επίπεδα, με ρυθμούς αύξησης που δεν ξεπερνούν ουσιαστικά τον πληθωρισμό και οι συσκευασίες είναι όλες διεθνές αποδεκτές. Έτσι ο μεν άμεσως ανταγωνισμός εντοπίζεται πρωταρχικά στη γεύση και την ποιότητα η δε εξάπλωση του ανταγωνισμού, περιορίζεται από τη φύση του προϊόντος σε συνάρτηση με τα γεωγραφικά εμπόδια που υπάρχουν. Εξάλλου ο ανταγωνισμός δεν είναι μόνο μεταξύ των μονάδων που παράγουν φρέσκο γάλα, αλλά και μεταξύ φρέσκου και του συμπυκνωμένου γάλακτος. Για διάφορους λόγους έχει δημιουργηθεί στη χώρα μας μια "κουλτούρα" υπέρ του συμπυκνωμένου γάλακτος η κατανάλωση του οποίου καλύπτει το 50% του συνόλου περίπου. Φαινόμενο που δεν απαντάται πουθενά στην Ευρώπη παρά μόνο σε αναπτυσσόμενες χώρες, οι οποίες έχουν προβλήματα στην τήρηση των κανόνων υγιεινής.

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες σήμερα και κατά συνέπεια η ΔΕΛΤΑ είναι τα εξής:

- Η χαμηλή ποσότητα που μας καθορίζει η ευρωπαϊκή Ένωση. Οι 625.000 τόνοι αναλώνονται κατά το 70% περίπου στην παραγωγή φρέσκου γάλακτος, ενώ το

υπόλοιπο πηγαίνει πρωταρχικά στην παραγωγή τυριών και γιαούρτης. Με τον τρόπο αυτό η κατανάλωση επίσης περιορίζεται - και ενθαρρύνεται έτσι η συνέχιση ενός προτύπου που δεν ταιριάζει σε αναπτυσσόμενη ευρωπαϊκή χώρα. Δηλαδή συντηρείται η κατανάλωση συμπυκνωμένου γάλακτος.

- Ένα δεύτερο πρόβλημα αφορά τη σχετική έλλειψη γάλακτος που διατηρεί την τιμή του σε υψηλότερη θέση από ό,τι θα μπορούσε να είναι για τον καταναλωτή. Αυτό οφείλεται στην δομή και το μέγεθος των κτηνοτροφικών μονάδων. Παραδοσιακά η Ελλάδα είναι πλέον κατάλληλη για την παραγωγή γάλακτος από αίγες και πρόβατα παρά από αγελαδινό. Επίσης, παραδοσιακά οι Ελληνικές μονάδες είναι μικρότερες ως μέσου μεγέθους από τις Ευρωπαϊκές. Η αναβάθμιση επιχειρείται ήδη (και εδώ η ΔΕΛΤΑ παίζει και θα παίζει πρωτεύοντα ρόλο) με ειδικά προγράμματα τα οποία στοχεύουν στην ποιοτική, οικονομική και οργανωτική αναβάθμιση της κτηνοτροφικής μονάδας.

Τέλος σύμφωνα με την ΔΕΛΤΑ, για τις προοπτικές των εταιριών του κλάδου έχουμε:

“ Η βασική προοπτική των μονάδων παραγωγής φρέσκου γάλακτος είναι καλή. Καθώς η χώρα προοδεύει η κατανάλωση θα στραφεί προς το υγιές φρέσκο γάλα. Παράλληλα, η διαρκής βελτίωση στην ποιότητα και η αναβάθμιση των κτηνοτροφικών μονάδων ενισχύει ακόμα περισσότερο την κατανάλωση. Στην περίπτωση αυτή η πίεση για αύξηση της ελληνικής ποσοστόσης θα είναι ισχυρή και θα πρέπει να ικανοποιηθεί ”.

Θετική είναι η απόφαση της ευρωπαϊκής Ένωσης για την κατοχύρωση της φέτας σαν προϊόν προστατευόμενης ονομαστικής προέλευσης. Η πενταετής, βεβαίως περίοδος προσαρμογής που παραχωρήθηκε στη Δανία για το δικό της λευκό τυρί που ονομάζει φέτα, δεν βοηθά ιδιαίτερα τη δική μας προσπάθεια.

5.8. Έμπρακτο, το ενδιαφέρον της ΔΕΛΤΑ για τον άνθρωπο και το περιβάλλον.

Ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει πάντα πρωταγωνιστικό ρόλο στα στρατηγικά σχέδια της ΔΕΛΤΑ, γιατί πιστεύει ότι κάθε επιτυχημένη ιδιωτική εταιρία οφείλει να προσφέρει κοινωνικό έργο τόσο στους δικούς της ανθρώπους όσο και στη χώρα γενικότερα. Έτσι το 1994 συνεχίστηκε η κοινωνική πολιτική της εταιρίας που βασίζεται σε δύο άξονες.

Πρώτος άξονας, η συμπλήρωση των υπηρεσιών που δίνει το κοινωνικό κράτος και οι οποίες έχουν αποδυναμωθεί και υποβαθμιστεί κυθρίως λόγω της δημοσιονομικής κρίσης που αντιμετωπίζει η χώρα.

Δεύτερος άξονας, η αντιμετώπιση προβλημάτων στα οποία το κράτος δεν αφιερώνει τους πόρους που θα έπρεπε, παρά τις σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις τους.

Στα πλαίσια αυτής της βάσης, η ΔΕΛΤΑ συνέχισε και το 1994 την εφαρμογή μιας σειράς από ενέργειες:

α) για τους ανθρώπους της εταιρίας μέσα και έξω από αυτή:

- παροχή συμπληρωματικής ιατροφαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης και ασφάλειας ζωής και ατυχημάτων για το προσωπικό της εταιρίας καθώς και για λιανεμπόρους που ανήκουν στο ΔΕΛΤΑ CLUB.
- έκδοση των περιοδικών ΔΕΛΤΑ ΠΛΑΝΟ και ΦΑΡΜΑ ΔΕΛΤΑ, με στόχο την καλύτερη ενημέρωση των λιανοπωλητών και των παραγωγών γάλακτος αντίστοιχα, για τη δράση της ΔΕΛΤΑ αλλά και για γενικότερα θέματα που τους ενδιαφέρουν από επιχειρηματικής πλευράς.

β) για τους νέους, στα πλαίσια του τριετούς προγράμματος με γενικό μήνυμα "Η ΔΕΛΤΑ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ":

- Προκήρυξη υποτροφιών για αποφοίτους πανεπιστημίου (ΟΠΑ, Γεωργικό και DEREΕ), καθώς και για τελειόφοιτους που αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα.
- Χορήγηση υποτροφιών στο χώρο της μουσικής και στήριξη μουσικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων για την πολιτιστική ευαισθητοποίηση της νεολαίας.
- Χορήγηση προς το ΚΕ.ΘΕ.Α. για να ενισχυθεί η ενημέρωση του κοινού και ιδιαίτερα των νέων για τον κίνδυνο των ναρκωτικών και να προωθηθεί η προσπάθεια για την απεξάρτηση μέσω της κινητής μονάδας πήγασος.

Σήμερα έχει ευρύτατα αναγνωρισθεί ο διπλός ρόλος που παίζει το περιβάλλον στην παραγωγή και αναπτυξιακή διαδικασία - ως τροφοδότης του παραγωγικού συστήματος με φυσικούς πόρους και πρώτες ύλες και ως αποδέκτης των αποβλήτων της παραγωγικής διαδικασίας.

Η ΔΕΛΤΑ λοιπόν που είναι μια από τις πρωτοπόρες βιομηχανίες στην παραγωγή τροφίμων στον ελληνικό χώρο πρωτοστατεί και σ' αυτόν τον τομέα, προωθώντας μια περιβαλλοντική πολιτική που να συμβαδίζει τόσο με την εγχώρια νομοθεσία, αλλά να δημιουργεί και τις προϋποθέσεις για βιώσιμη ανάπτυξη, σύμφωνα με τα πρότυπα και τις οδηγίες της ευρωπαϊκής Κοινότητας, δείχνοντας αυξημένη προσοχή και σεβασμό στο ανθρωπογενές περιβάλλον.

Στα πλαίσια του επενδυτικού αναπτυξιακού ενδιαφέροντος της εταιρίας στο περιβάλλον έχει τη δική του βαρύτητα. Παράδειγμα αποτελεί η ολοκληρωμένη προσπάθεια στον Αη. Στέφανο (εργοστάσιο γιαούρτης) όπου από το επενδυτικό

πρόγραμμα των 15 δις το 1 δις δρχ. διατέθηκε για την προστασία του περιβάλλοντος και ιδιαίτερα για την εγκατάσταση του βιολογικού καθαρισμού της μονάδας.

Η μονάδα αντιρρύπανσης βασίζεται αρχικά στην πρόληψη έχοντας πάντα κατά νου την χρήση της καθαρής και της κατά το δυνατό πιο σύγχρονης τεχνολογίας, που αποσκοπεί στην καθαρή παραγωγή και επεκτείνεται στον έλεγχο των πρώτων υλών, του ισοζυγίου του νερού χρήσης, τον περιορισμό των απωλειών και στη στενή παρακολούθηση του ενεργειακού ισοζυγίου της μονάδας, έτοιμος πάντα για χρήση νέων μεθόδων ή υλικών που αποδεικνύονται φιλικότερα γαι το περιβάλλον (φυσικό αέριο, βιοδιασπώσιμα υλικά, νέες συσκευασίες).

Η εγκατάσταση του βιολογικού καθαρισμού συμπληρώνει και σηματοδοτεί την προσπάθεια μετατρέποντας τα υγρά απόβλητα της μονάδας σε νερό κατάλληλο για δευτερεύουσες χρήσεις (π.χ. πότισμα).

Καινοτομία της ΔΕΛΤΑ αποτελεί η ύπαρξη ξεχωριστού τμήματος στο εργοστάσιο Γιαούρτης με μόνιμα απασχολούμενο προσωπικό σε εικοσιτετράωρη βάση, έτσι ώστε να είναι έτοιμη να αντιμετωπίσει τις συνεχώς αυξανόμενες περιβαλλοντικές απαιτήσεις και να κερδίσει την εμπιστοσύνη του καταναλωτή, προσφέροντας του υπηρεσίες και στο θέμα της ποιότητας του περιβάλλοντος.

Το τμήμα προστασίας του περιβάλλοντος στεγάζεται στο χώρο της εγκατάστασης του βιολογικού καθαρισμού, όπου υπάρχει κτίριο ελέγχου με σύγχρονα εξοπλισμένο εργαστήριο ποιοτικής ανάλυσης, για την εύρυθμη και αξιόπιστη λειτουργία του σταθμού.

Ο εξοπλισμός που έχει χρησιμοποιηθεί επιλέχθηκε από τις περιβαλλοντικά πιο εξελιγμένες χώρες της Ευρώπης ώστε να εξασφαλιστεί η αξιοπιστία του, η σταθερή ποιότητα επεξε-

ργασίας, αλλά και η μεταφορά της τεχνογνωσίας και των σύγχρονων μεθόδων επεξεργασίας στο προσωπικό της μονάδας. Ιδιαίτερη προσοχή έχει δοθεί στον αυτοματισμό της μονάδας έτσι ώστε η λειτουργία να γίνεται από το κτίριο ελέγχου σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα του εργαστηρίου. Παράλληλα βελτιώθηκαν οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων και εκμηδενίζεται η πιθανότητα ανθρώπινου σφάλματος αλλά και επιτευχθηκε ο μεγαλύτερος δυνατός βαθμός ασφάλειας και υγιεινής για το προσωπικό της εγκατάστασης.

Η εγκατάσταση έχει σχεδιαστεί να καλύψει χωρίς προβλήματα την παραγωγική διαδικασία του εργοστασίου και στο εγγύς μέλλον, ενώ έχει ληφθεί ειδική μέριμνα ώστε να είναι δυνατή και χωρίς προβλήματα η επέκταση της μονάδας, αν αυτό απαιτηθεί από νέες αναπτυξιακές δραστηριότητες του εργοστασίου.

Η μέθοδος που εφαρμόζεται είναι αυτή της ενεργού ίλυος με παρατεταμένο αερισμό (extended Aeration activated sludge) με παράλληλη νιτροποίηση και απονιτροποίηση και πλήρη σταθεροποίηση της ίλυος.

Η δομή της εγκατάστασης περιλαμβάνει τα στάδια της άφιξης των αποβλήτων, της μηχανικής επεξεργασίας, της φυσικοχημικής, της βιολογικής και τελικής απολύμανσης (χλωρίων πριν από την απόρριψη και το τέλος της επεξεργασίας της παραγόμενου ίλυος).

Με όλες αυτές τις ενέργειες η ΔΕΛΤΑ βρίσκεται κοντά σε όλους τους Έλληνες, προσφέροντας τους περισσότερες δυνατότητες για καλύτερη ποιότητα ζωής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**ΦΑΓΕ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

Η ΦΑΓΕ είναι μια από τις μεγαλύτερες ελληνικές επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων με έδρα την Μεταμόρφωση Αττικής όπου βρίσκονται οι παραγωγικές της εγκαταστάσεις και τα κεντρικά της γραφεία. Το 1994 πραγματοποίησε τις μεγαλύτερες πωλήσεις μεταξύ των άλλων γαλακτοβιομηχανιών του κλάδου. Το 1991 μπήκε δυναμικά στην αγορά των τυροκομικών προϊόντων με τη διάθεση του τυποποιημένου ημίσκληρου τυριού "ΤΡΙΚΑΛΙΝΟ" και το 1993 έκανε την είσοδο της στην αγορά του παστεριωμένου γάλακτος, όπου έχει καταφέρει να κερδίσει ένα σημαντικό μερίδιο.

Η εταιρία κατέχει επίσης το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά του γάλακτος μακράς διάρκειας το οποίο παράγεται στο Βέλγιο και στην αγορά της κρέμας γάλακτος, η οποία παράγεται στη Γαλλία. Διαθέτει επίσης διάφορα επιδόρπια και εμπορεύεται τους χυμούς φρούτων της ΕΒΓΑ Α.Ε.

Πραγματοποιεί σημαντικές εξαγωγές κυρίως στο λευκό γιαούρτι, σε 14 χώρες με 14.000 σημεία πώλησης. Κυριότερες χώρες εξαγωγής είναι η Αγγλία, όπου κατέχει σημαντική θέση στο λευκό γιαούρτι, η Γερμανία, η Γαλλία, η Ελβετία, τα

Αραβικά Εμιράτα, η Αυστραλία, ενώ νέες αγορές αποτελούν οι ΗΠΑ και η Ιαπωνία.

Η εταιρία πραγματοποιεί συνεχώς νέες επενδύσεις, το ύψος των οποίων τα τελευταία 6 χρόνια ανήλθε σε 12 δις δρχ. εκ των οποίων τα 5 δις αφορούσαν την παραγωγή φρέσκου γάλακτος.

Βασικός ανταγωνιστής της ΦΑΓΕ είναι η ΔΕΛΤΑ με την οποία ανταλλάσσουν καθημερινά "διαξιφισμούς". Τα κύρια όπλα της ΦΑΓΕ σε αυτή τη μάχη είναι:

- Οι σύγχρονες εγκαταστάσεις που διαθέτει, αλλά και η συνεχής ανανέωση του εξοπλισμού της, ιδίως όσον αφορά στα συστήματα υψηλής τεχνολογίας.
- Η ποιότητα των προϊόντων της
- Το εξειδικευμένων και συνεχώς εκπαιδευόμενου προσωπικό
- Το εκτεταμένο δίκτυο διανομής της

6.1. Συνέπεια και δυναμικότητα

Το σλόγκαν της ΦΑΓΕ είναι "Δεν θα φτιάχναμε ποτέ ένα προϊόν που δεν θα δίνουμε στα παιδιά μας". Μια φράση των ιδρυτών της ΦΑΓΕ συνοψίζει όλη τη φιλοσοφία της εταιρίας. Αυτή η φαινομενικά απλή φράση έγινε κινητήρια δύναμη, λόγος ύπαρξης και αποστολή της. Ό,τι γίνεται στη ΦΑΓΕ, γίνεται με άξονα αυτή την ασυμβίβαστη αρχή που μοιράζονται όλοι. Οι άνθρωποι, οι εγκαταστάσεις, η τεχνολογία, οι προδιαγραφές, οι έλεγχοι, η έρευνα, - όλοι και όλα επιλέχθηκαν, σχεδιάστηκαν και λειτουργούν, για να υλοποιούν καθημερινά αυτή τη φιλοσοφία της απόλυτης ποιότητας, χωρίς την παραμικρή παραχώρηση ή συμβιβασμό. Το αποτέλεσμα φαίνεται στη

γευστική υπεροχή των προϊόντων ΦΑΓΕ, από την πρώτη κουταλιά, την πρώτη μπουκιά, την πρώτη γουλιά.

Γνώση, μεράκι, εμπειρία, ευθύνη καθώς και υψηλή κατάρτιση έχουν τα άτομα που εργάζονται καθημερινά για την ΦΑΓΕ. Αφιερωμένοι στο όραμα της απόλυτης ποιότητας επενδύουν καθημερινά τον καλύτερο εαυτό τους στην δημιουργία των προϊόντων που έγιναν κομμάτι της ελληνικής ζωής. Το δυναμικό της εταιρείας βάζει την προσωπική του σφραγίδα σε κάθε στάδιο της παραγωγής δουλεύοντας με ένα και μοναδικό στόχο: να κάνει το καλό ακόμα καλύτερο.

Έτσι η συνέπεια αποτελεί για την ΦΑΓΕ έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες εδραίωσης των δραστηριοτήτων της και εμπιστοσύνης του καταναλωτικού κοινού απέναντι στα προϊόντα της που σε συνδιασμό με τη δυναμικότητα στο να εκμεταλεύεται τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που της δίνονται, έχει φτάσει στην κορφή της ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας.

6.2. Πορεία της ΦΑΓΕ μέσα στον χρόνο

Η ιστορία της ΦΑΓΕ ξεκινά το 1920 όταν ο Αθανάσιος Φιλίππου ιδρύει ένα ζαχαροπλαστείο - γαλακτοπωλείο στην οδό Πατησίων, με την συνεργασία του αδελφού του. Το κατάστημα είχε την επωνυμία "Αδελφοί Φιλίππου" και αποτελούσε το χώρο παραγωγής και πώλησης γιαουρτιού, που έμελε να είναι το βασικό προϊόν της μετέπειτα γαλακτοβιομηχανίας ΦΑΓΕ.

Η ποιότητα των παραγόμενων, στο μικρό εργαστήριο "Αδελφών Φιλίππου", προϊόντων επέτρεψε στην μικρή επιχείρηση να επιβιώσει και ταυτόχρονα να ξεχωρίσει από τα άλλα γαλακτοπωλεία της εποχής.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα της φήμης που απέκτησε η μικρή επιχείρηση είναι το γεγονός, ότι πολλές φορές το τραμ

της γραμμής Πατησίων, έκανε ειδική στάση μπροστά στο κατάστημα και όλοι οι επιβάτες μαζί με τον οδηγό κατέβαιναν αγοράζαν γιαούρτι και έπειτα συνέχιζαν το δρομολόγιο τους.

Το 1949 η επιχείρηση επεκτείνεται και ο Αθανάσιος Φιλίππου αποφασίζει να εντατικοποιήσει την παραγωγή και να εφοδιάζει και άλλα καταστήματα με τα προϊόντα του λειτουργώντας πλέον και ως χονδρέμπορος.

Η μαζική παραγωγή όμως απαιτεί και την ύπαρξη ενός δικτύου διανομής. Έτσι το 1954 αρχίζουν οι προσπάθειες για τη δημιουργία ενός ικανοποιητικού δικτύου διανομής χονδρικής πώλησης γιαουρτιού, το οποίο θα καλύπτει ολόκληρο το λεκανοπέδιο Αττικής.

Η είσοδος το 1964 των Κυριάκου και Ιωάννη Φιλίππου, υιών και διαδόχων του ιδρυτή, δίνει νέα ώθηση στην επιχείρηση και συνοδεύεται με τη λειτουργία του πρώτου εργοστασίου παραγωγής γιαουρτιού στην Ελλάδα. Ολόκληρη η παραγωγή απορροφάται. Οι παραγγελίες ικανοποιούνται με το σύστημα ex van πωλήσεων - δηλαδή με πωλήσεις απευθείας από το φορτηγό ψυγείο στο χώρο του καταστήματος των πελατών.

Το 1974 κτίζεται το σημερινό εργοστάσιο της ΦΑΓΕ στην Μεταμόρφωση Αττικής και παρουσιάζονται οι πρώτες ποσότητες τυποποιημένου γιαουρτιού αεροστεγούς συσκευασίας. Η παραγωγή του νέου ομογενοποιημένου προϊόντος συσκευασμένου με αλουμινόφυλλο, συνάντησε αρκετά εμπόδια από το Υπουργείο Εμπορίου, το οποίο δεν έδινε τις σχετικές άδειες. Τελικά έπειτα από επίμονες προσπάθειες της διοίκησης της ΦΑΓΕ, τα εμπόδια ξεπεράστηκαν και επιτράπη η κυκλοφορία του νέου προϊόντος.

Τα στενά όρια και το μέγεθος της ελληνικής αγοράς καθώς και ανάπτυξη της επιχείρησης, δημιουργούν την ανάγκη για πραγματοποίηση εξαγωγών. Το 1981, εκπονούνται οι πρώτες

μελέτες για εξαγωγές στην Ευρώπη με πρώτη επιτυχία στην Αγγλία.

Το Greek style yoghurt (στραγγιστό γιαούρτι), γίνεται γνωστό στην Ευρώπη από τους τουρίστες του καλοκαιριού. Σήμερα το 20% της παραγωγής καλύπτει εξαγωγές σε 14 χώρες της Ευρώπης, στη Μ. Ανατολή στην Αφρική.

Το Μάρτιο του 1990 πεθαίνει ο Αθανάσιος Φιλίππου αφήνοντας πίσω του μια σειρά από επιχειρήσεις στις οποίες ήταν πρόεδρος. Οι υιοί και διάδοχοι του κρατούν με ίσα ποσοστά την ΦΑΓΕ και μοιράζουν τον έλεγχο στις υπόλοιπες.

6.3. Καινοτομίες της ΦΑΓΕ

Τα τελευταία σαράντα χρόνια χαρακτηρίζονται από μια διαρκή εξέλιξη σε όλους τους τομείς της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η προσπάθεια λοιπόν για ανανέωση και εκσυγχρονισμό είναι κάτι παραπάνω από απαραίτητη. Η ΦΑΓΕ έδειξε όπως αναφέραμε και παραπάνω, έμπρακτα ότι στοχεύει να συνεχίσει την επιτυχημένη πορεία της μέσα στο χρόνο και μετά το δύο χιλιάδες (2.000).

Οι καινοτομίες είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες που την βοήθησαν μέχρι σήμερα να παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών της Ελλάδας.

Το 1981 και 1982 μετά από μελέτες κατάφερε η ΦΑΓΕ να αυξήσει τη διάρκεια ζωής των γιαουρτιών που μέχρι τότε κυμαίνονταν από 7 ως 21 μέρες.

Αυτή την ειδική ευρεσιτεχνία την κατοχύρωσε ο Κυριάκος Φιλίππου και η διάρκεια ζωής του προϊόντος αυξήθηκε στις 40 ημέρες, δημιουργώντας προϋποθέσεις για εξαγωγές.

Από τότε μέχρι σήμερα έχουν γίνει πολλές καινοτομίες. Το τμήμα marketing της ΦΑΓΕ πιστεύει ότι ένας από τους

σημαντικότερους παράγοντες της επιτυχίας του γάλακτος ΦΑΓΕ είναι η πρωτοποριακή συσκευασία του με το μοντέρνο design και την ευκολία στο άνοιγμα (easy open). Η συσκευασία - που πρέπει να επισημάνουμε ότι είναι αποκλειστικότητα της ΦΑΓΕ κυκλοφορεί για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά και εκτός από το εύκολο άνοιγμα, παρέχει επίσης ευκολία στο σερβίρισμα, δυνατότητα επανακλεισίματος, διατηρεί τη φρεσκάδα του προϊόντος και προστατεύει το γάλα εμποδίζοντας την απορρόφηση μυρωδιάς από άλλα τρόφιμα του ψυγείου. Επίσης η ΦΑΓΕ κατασκεύασε επιδόρπια με στόχο να κερδίσει την προτίμηση των μικρών παιδιών σε αυτά. Τέτοια επιδόρπια είναι τα γνωστά TUTTI FRUTI, AFTER SCHOOL, CHOCO, AFTER SCHOOL ALL FRUIT, DO RE MI μήλο/καραμέλα, αχλάδι/σοκολάτα, ΒΕΛΟΥΤΕΛΑ, ΚΟΚΤΕΙΛ δάσους, τροπικό, φραούλα, μάγκο, ΣΙΚΑΓΟ, MILK SHAKE, DRINK Υρφράουλα, ανανάς, φρούτα δάσους, τροπικά φρούτα, ροδάκινο, ΒΙΟΛΑΤ με κομμάτια φράουλας, με κομμάτια τροπικών φρούτων.

Η δημιουργία παραδοσιακού τυροκομείου στη Κρήτη για την παραγωγή γραβιέρας φτιαγμένης από 100% κρητικό αιγοπρόβειο γάλα και παραγωγή της φέτας του αναγνωρισμένου από την ευρωπαϊκή Ένωση Ελληνικού τυριού σε βιομηχανοποιημένη μορφή. Μαζί με τα υπόλοιπα τυριά που παράγει προσφέρει μια πλήρη γκάμα τυροκομικών προϊόντων.

Τέλος στον τομέα του γιαουρτιού η ΦΑΓΕ ήταν αυτή που δημιούργησε τυποποιημένο στραγγιστό (TOTAL) και δεν έπαψε να το εξελίσει προσπαθώντας πάντοτε να κερδίζει το γευστικό ενδιαφέρον του κοινού και να ανταποκρίνεται στις νέες διαφορετικές ανάγκες και συνήθειες. Κι ακόμα ήταν η ΦΑΓΕ αυτή που έφτιαξε ένα σύγχρονο πρόβειο γιαούρτι, εμπλουτισμένο με ανθόγαλα και βασισμένο στις παραδοσιακές του αξίες (ΠΡΟΒΑΤΑΚΙ) που δημιούργησε ένα γιαούρτι αγελάδας εμπλουτισμένο με ανθόγαλα και πραγματικά πλούσια γεύση (VELOUTE) και που λάνσαρε πρώτη μια σειρά

δισαιτητικών γιαουρτιών με χαμηλά λιπαρά και πλούσια γεύση (SILOUET 0% κ' SILOUET 2%).

6.4. Δομή και επενδύσεις της ΦΑΓΕ

Η ΦΑΓΕ μετά το 1990 πέρασε στα χέρια των υιών του Αθανασίου Φιλίππου. Έτσι ο Κυριάκος Φιλίππου Χημικός Μηχανικός κατέχει το 50% της ΦΑΓΕ ελέγχει την ελληνική Εταιρία Μπισκότων (τέως ΕΛΙΤ και ΑΛΛΑΤΙΝΗ) και υπό όρους ενέχυρου από την Εθνική Τράπεζα την ΑΛΚΟ (συσκευαστική βιομηχανεία) και τη θυγατρική της ΕΒΓΑ. Το 1993 η ελληνική Εταιρία Μπισκότων αγόρασε την ΚΡΙΣ-ΚΡΙΣ.

Ο Ιωάννης Φιλίππου οικονομολόγος εκτός από την ΙΩ.ΦΙΛ. Α.Ε. μιας holding company η οποία κατέχει το 50% της ΦΑΓΕ, ελέγχει την ΚΑΝΑΚΙ και την ΒΙΣ.

Στα τέλη του 1993 η ΦΑΓΕ εξαγόρασε την τυροκομική μονάδα Πίνδος, η οποία το προηγούμενο χρόνο πραγματοποίησε πωλήσεις ύψους 1 δις δρχ. Επίσης κατέχει το 80% των μετοχών της εταιρίας "Τρόφιμα Ελλάδας".

Η ΦΑΓΕ διατηρεί τον οικογενειακό της χαρακτήρα και υπάρχει ειδική συμφωνία μεταξύ των δύο συνιδιοκτητών που δεν τους επιτρέπει να μεταβιβάσουν το μερίδιό τους σε τρίτους, χωρίς να το προσφέρουν πρώτα στον άλλον.

Ο όμιλος Φιλίππου ελέγχει ένα ευρύ φάσμα επιχειρήσεων, οι οποίες κατά κύριο λόγο λειτουργούν στο χώρο των τροφίμων. Οι δραστηριότητες των επιχειρήσεων αυτών θα μπορούσαν να διακριθούν σε τρεις κλάδους, με βάση τα προϊόντα που παράγουν:

- α) Στο χώρο παραγωγής προϊόντων ψυγείου
- β) Στο χώρο παραγωγής κατεψυγμένων προϊόντων και χυμών

γ) Στο χώρο των δημητριακών, όπου υπάρχουν τρεις εταιρίες οι οποίες δραστηριοποιούνται στην παραγωγή συγκεκριμένων ειδών. Αναλυτικότερα:

- Η Ελίτ που δραστηριοποιείται στο χώρο της φρυγανιάς
- Η Κρις-Κρις που δραστηριοποιείται στο χώρο του ψωμιού
- Η ελληνική Εταιρία Μπισκότων που δραστηριοποιείται στο χώρο των μπισκότων και των αλεύρων
- Η Κανάκι που δραστηριοποιείται στον χώρο των κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης.

Εκτός των προαναφερθέντων εταιριών η Κυριάκος και Ιωάννης Φιλίππου είναι ιδιοκτήτες και διάφοροι άλλων επιχειρήσεων στο εξωτερικό.

Για την παραγωγή του γιαουρτιού η ΦΑΓΕ διαθέτει μια υπερσύγχρονη μονάδα εγκαταστάσεων, η επέκταση των οποίων στοίχισε πάνω από 4 δις δρχ. Επεκτάσεις γίνονται επίσης και στις μινάδες παραγωγής γάλακτος και τυροκομικών, ενώ η επενδυτική δραστηριότητα της εταιρίας προβλέπεται να συνεχιστεί με τον ίδιο ρυθμό και τα επόμενα χρόνια.

Σήμερα η ΦΑΓΕ λίγο έξω από την Αθήνα στην Εθνική οδό Αθηνών - Λαμίας έχει δημιουργήσει ένα εντυπωσιακό σε σύλληψη και κατασκευή κτιριακό συγκρότημα 50.000 τ.μ. Πρόκειται για μία από τις πλέον σύγχρονες, σε παγκόσμια κλίμακα, μονάδες παραγωγής και διανομής γαλακτοκομικών προϊόντων και για τη μεγαλύτερη μονάδα επεξεργασίας γάλακτος σε όλη την Ευρώπη. Το κτιριακό συγκρότημα της ΦΑΓΕ βραβεύτηκε για τη μοντέρνα αισθητική και λειτουργική μορφολογία του από το ΥΠΕΧΩΔΕ με κρατικό βραβείο εφαρμοσμένης αρχιτεκτονικής.

Σ' αυτήν την υπερσύγχρονη μονάδα - οι εγκαταστάσεις της οποίας εξυπηρετούν τη παραγωγή, αποθήκευση και διακίνηση

- παραλαμβάνεται καθημερινά φρέσκο επιλεγμένο γάλα σε 25 σιλό των 50 και 100 τόννων, το οποίο στη συνέχεια ακολουθώντας μια ασφαλή ασηπτική διαδικασία χρησιμοποιείται για την παραγωγή των προϊόντων της ΦΑΓΕ. 500.000 λίτρα γάλακτος επεξεργάζονται καθημερινά με δυνατότητα ημερήσιας παραγωγής 2.000.000 τεμαχίων. Η προχωρημένη τεχνολογία που χρησιμοποιείται εξασφαλίζει για τις ανάγκες της ευρωπαϊκής αγοράς μια ετήσια παραγωγή της τάξεως των 500.000.000 τεμαχίων.

Ο εξοπλισμός του υπερσύγχρονου εργοστασίου επίσης περιλαμβάνει

- Ηλεκτρονικές εγκαταστάσεις αυτόματης διακίνησης και αυτόματου καθαρισμού
- Μηχανήματα καθαρισμού παστερίωσης και ομογενοποίησης γαλακτοκομικών
- Πληρωτικές μηχανές συσκευασίας γαλακτοκομικών προϊόντων

Η ρομποτική κυριαρχεί στην υπεραυτόματη ψυχόμενη αποθήκη της ΦΑΓΕ που έχει χωρητικότητα 4.000 πελατών. Η αποθήκευση των τελικών προϊόντων γίνεται με το σύστημα First In - First Out, όπου ταξινομούνται ανά είδος και ημερομηνία λήξεως, μετά από συνεχή ποιοτικό έλεγχο. Η υψηλή τεχνολογία και οι προδιαγραφές ποιότητας επιβεβαιώνονται και στο χώρο των ειδικών εργαστηρίων ποιοτικού ελέγχου, στον οποίο δίνεται ιδιαίτερη σημασία.

Η ΦΑΓΕ, έχοντας πάντοτε ως στόχο το συνεχή εκσυγχρονισμό δεδομένης άλλωστε της δυσκολίας εξεύρεσης γάλακτος, δαπάνησε την διετία 1993-94 το ποσό των 2 δις δρχ. για τον εκσυγχρονισμό και ανάπτυξη του δικτύου συγκέντρωσης γάλακτος που διαθέτει.

Οι σταθμοί συγκέντρωσης που διαθέτει η επιχείρηση και οι οποίοι βρίσκονται στην Φλώρινα, Λαγκάδια ΒΙΠΕ Θεσσαλονίκης, Ξάνθη, Λάρισα, Τρίκαλα, Καρδίτσα, Κοζάνη, Λεχαινά Ηλείας και Αλιβέρι Αττικής απασχολούν συνολικά 170 άτομα από τα οποία τα 40 είναι επιστήμονες.

Στους σταθμούς αυτούς συγκεντρώνεται κάθε μέρα το γάλα από τους 4.000 γαλακτοπαραγωγούς οι οποίοι είναι κατανομημένοι σε 20 νομούς.

Σε αυτούς τους παραγωγούς η ΦΑΓΕ καταβάλλει διάφορες παροχές και κίνητρα που έχουν αρκετά μεγάλο κόστος αλλά είναι απαραίτητα για την αύξηση της παραγωγής γάλακτος. Αυτά αφορούν:

- Την ενίσχυση των κτηνοτρόφων για το χτίσιμο σύγχρονων μονάδων εκτροφής αγελάδων
- Τη χορήγηση δανείων για την αγορά αγελάδων "ράτσας" από την Ολλανδία
- Την παροχή κτηνιατροφαρμακευτικής περίθαλψης
- Τον εφοδιασμό των παραγωγών με φθηνές ζωοτροφές κ.λ.π.

Οι σταθμοί συγκέντρωσης γάλακτος διαθέτουν σύγχρονο εξοπλισμό που περιλαμβάνει:

- Διαυγαστήρες
- Εναλλακτές θερμότητας
- Σιλό
- Ανοξείδωτα βυτία συλλογής και συγκέντρωσης γάλακτος
- Αυτόματα συστήματα καθαρισμού των εγκαταστάσεων

Η διαδικασία συγκέντρωσης ελέγχου και αποστολής του γάλακτος στο κεντρικό εργοστάσιο στην Αθήνα είναι η ακόλουθη: το γάλα το οποίο βρίσκεται στις δεξαμενές πρόψυξης των παραγωγών, παραλαμβάνεται από τα 30 ειδικά βυτία μεγάλου κόστους και μεταφέρεται στο σταθμό συγκέντρωσης όπου φιλτράρεται, προθερμείται, ψύχεται και αποστέλεται στην Αθήνα.

Σε κάθε σταθμό λειτουργεί εργοστάσιο αναλύσεων το οποίο διενεργεί ελέγχους σε όλες τις φάσεις συλλογής και επεξεργασίας του γάλακτος.

Η ανάπτυξη του δικτύου συγκέντρωσης και οι παροχές προς τους παραγωγούς, έδωσαν τη δυνατότητα στη ΦΑΓΕ να αυξήσει τις ποσότητες γάλακτος που συγκέντρωνε.

Η ΦΑΓΕ επένδυσε μεγάλα ποσά για τον ποιοτικό έλεγχο και αυτό γιατί η διοίκηση της δίνει μεγάλη σημασία στην ποιότητα των προϊόντων της. Γι' αυτό το λόγο κατασκεύασε ένα υπερσύγχρονο εργαστήριο για την έρευνα και ανάπτυξη νέων προϊόντων και τη διασφάλιση της ποιότητας. Ο έλεγχος γίνεται σε τέσσερα σημεία:

- Στο σημείο συγκέντρωσης γάλακτος
- Κατά τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας
- Κατά τη διάρκεια παραμονής των προϊόντων στην αποθήκη
- Και τέλος στα σημεία πώλησης

Το κόστος για την εξασφάλιση υψηλής ποιότητας δεν επιβαρύνει ιδιαίτερα την τιμή, διότι η επιχείρηση διαθέτει σύγχρονα εργαστήρια όπως προαναφέραμε και σύγχρονο εξοπλισμό.

Το ποσοστό των επιστρεφόμενων προϊόντων τα οποία καταστρέφονται φτάνει το 3% των πωληθέντων. Οι επιστροφές των προϊόντων που δέχεται η εταιρία είναι ελάχιστες χάρη στο

σύστημα ex van (πώληση από αυτοκίνητο) που εφαρμόζει η ΦΑΓΕ.

Μια άλλη μεγάλη επένδυση της ΦΑΓΕ αφορά το παραδοσιακό τυροκομείο στην Κρήτη (1994). Η μονάδα αυτή βρίσκεται στην περιοχή Ηρακλείου Κρήτης, έχει συνολική έκταση 20 στρεμάτων και οι εγκαταστάσεις της καλύπτουν 2.000 τ.μ. Στους 6.000 τόννους ετησίως ανέρχεται η δυναμικότητα σε αιγοπρόβειο γάλα του παραδοσιακού τυροκομείου της ΦΑΓΕ.

Η απόκτηση από την ΦΑΓΕ της εταιρίας ΠΙΝΔΟΣ Α.Ε.Β.Ε. τα προηγούμενα χρόνια αποτέλεσε μια σημαντική επένδυση που σήμερα αποφέρει μεγάλα κέρδη στον όμιλο ΦΑΓΕ.

Η εταιρία ΠΙΝΔΟΣ με την αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου στο ύψος των 375 εκατ. δρχ. με τη βοήθεια της ΦΑΓΕ έκανε πρόσθετες επενδύσεις σε πάγιο μηχανολογικό εξοπλισμό. Η παρουσία της μονάδας σε όλη σχεδόν τη ζώνη συλλογής γάλακτος της περιφέρειας Ηπείρου και Αιτωλοακαρνανίας, η διακίνηση των προϊόντων της μέσω του δικτύου της ΦΑΓΕ Α.Ε. αποτελούν εγγύηση για μια δυναμική παρουσία στο χώρο της τυροκόμησης, καθώς και για αλματώδη ανάπτυξη τα προσεχή χρόνια.

Πιο συγκεκριμένα σήμερα η μονάδα τελειοποιεί τις εγκαταστάσεις της και την υποδομή στη ζώνη συλλογής γάλακτος με επενδύσεις που ανήλθαν κατά το 1995 σε 360 εκατ. δρχ. ενώ προβλέπεται να ολοκληρωθούν το 1996 με επιπλέον επενδύσεις ύψους 300 εκατ. δρχ.

Με την ολοκλήρωση του επενδυτικού σχεδίου, οι εγκαταστάσεις της ΠΙΝΔΟΣ Α.Ε.Β.Ε. θα αποτελούν υπόδειγμα με τα ελληνικά δεδομένα στο χώρο της τυροκόμησης.

Επενδύσεις κάνει η ΦΑΓΕ και στα μέσα μεταφοράς των προϊόντων της. Έχει στην κατοχή της 600 αυτοκίνητα - ψυγεία

που εφοδιάζουν 25.000 σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα καθώς και 50 φορτηγά TIR ψυχώμενα που μεταφέρουν τα προϊόντα εξαγωγής (μέσω Ιταλίας).

Η πλειοψηφία των οχημάτων της εταιρίας είναι ιδιόκτητα, ενώ μερικά από αυτά έχουν αποκτηθεί με leasing. Οι αντιπρόσωποι χρησιμοποιούν δικά τους οχήματα.

Το δίκτυο διανομής διαθέτει φορητούς υπολογιστές πάνω σε κάθε αυτοκίνητο και αποτελείται από ένα περιφερειακό και μια κεντρική μονάδα. Οι οδηγοί - πωλητές είναι 300.

Το 1994 η ΦΑΓΕ δαπάνησε περίπου 2,5 δις δρχ. για διαφημίσεις στα Μ.Μ.Ε. Το 50% από τις δαπάνες αυτές αφορούν την τηλεόραση και το υπόλοιπο 50% έντυπα, ραδιόφωνο, αφίσες, καθώς και διάφορες προσφορές προς τους καταναλωτές.

Η ΦΑΓΕ Α.Ε. επένδυσε κατά το 1995 σε πάγια στοιχεία πάνω από 3 δις 960 εκατομ. δρχ. τα οποία κατευθύνθηκαν κυρίως στην αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού και ανέβασαν την αξία των προ αποσβέσεων παγίων της σε 24.975 εκατομ. δρχ. χωρίς τις συμμετοχές που ανήλθαν σε 1.585 εκατομ. δρχ. Οι επενδύσεις αυτές σε μηχανολογικό εξοπλισμό αφορούν και την εταιρία "Τρόφιμα Α.Ε." που ελέγχεται από την ΦΑΓΕ.

6.5. Εξαγωγές της ΦΑΓΕ

Η εγχώρια αγορά αποδεικνύεται περιορισμένη για να μπορέσει να απορροφήσει τα επιχειρηματικά - επενδυτικά σχέδια και τις προσδοκίες της ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας, η οποία τα τελευταία χρόνια επιχειρεί το μεγάλο άνοιγμα όχι μόνο προς τις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης που θεωρούνται σχετικά εύκολες, αλλά και προς τη Δύση, όπου ο ανταγωνισμός είναι έντονος και η αποδοχή εκ μέρους του καταναλωτικού κοινού δύσκολη.

Παρά ταύτα όμως και με διαβατήριο την ποιότητα τα Ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα (κυρίως τυριά και γιαούρτι για τη ΦΑΓΕ) "κατακτούν" τα ράφια αρκετών μεγάλων αλυσίδων super market της Δυτικής Ευρώπης εκτοπίζοντας από αυτά προϊόντα που προέρχονται από χώρες με μεγάλη παράδοση και ισχυρή κλαδική βιομηχανία.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα του εξαγωγικού προσανατολισμού της ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας αποτελεί αφενός η ΔΕΛΤΑ, η οποία συνεργάστηκε με την Danone για την διάθεση των προϊόντων της στη Δυτική Ευρώπη και η ΜΕΒΓΑΛ η οποία διαθέτει προϊόντα σε 12 Ευρωπαϊκές χώρες καθώς επίσης στις Η.Π.Α. και στο Χονγκ Κονγκ.

Υψηλή εξαγωγική δραστηριότητα παρουσιάζει και η ΦΑΓΕ και τα προϊόντα της κατά το 1994 πλησίασαν τα 5 δις δρχ. Κατέχει μεγάλο μερίδιο στις αγορές των χωρών της Δ. Ευρώπης. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η παρουσία της ΦΑΓΕ στη Βρετανία όπου ο εκεί αντιπρόσωπος υποστηρίζει ότι τα προϊόντα της επιχείρησης κατέχουν το 20% της συνολικής αγοράς.

Σημαντική είναι επίσης η θέση της επιχείρησης και στη Γαλλία και Ισπανία ενώ αναπτύσσει δραστηριότητες και σε χώρες του πρώην Ανατολικού μπλόκ όπως Βουλγαρία, Ουγγαρία, Ρουμανία, Ουκρανία κ.α. το 1991 το 15% του συνόλου του κύκλου εργασιών της προερχόταν από εξαγωγές. Σήμερα αυτό το ποσοστό κυμαίνεται στο 22%.

Η στρατηγική που ακολουθείται για την πραγματοποίηση των εξαγωγών οργανώνεται με τη συνεργασία μιας πολυεθνικής διαφημιστικής εταιρίας η οποία, κατά τόπους με τα υποκαταστήματα της, σχεδιάζει τον τρόπο επικοινωνίας που αρμόζει σε κάθε χώρα, ανάλογα με τις συνήθειες, τη κουλτούρα και τις διαιτητικές ιδιαιτερότητες.

Ανάλογα με τα στοιχεία που θα προκύψουν σχεδιάζεται και η στρατηγική που θα εφαρμοστεί καθώς επίσης και τα προϊόντα που θα εξαχθούν στη συγκεκριμένη χώρα.

Σύμφωνα πάντα με το μοντέλο της εξαγωγικής δραστηριότητας της επιχείρησης, υπάρχει ένας αποκλειστικός συνεργάτης σε κάθε χώρα για να είναι σταθερή η τιμολογιακή πολιτική. Πρέπει να αναφέρουμε ότι η διακίνηση των προϊόντων της ΦΑΓΕ στην Αγγλία πραγματοποιείται από επιχείρηση η οποία ανήκει στον Κυριάκο Φιλίππου.

Κύριο εξαγωγικό προϊόν της ΦΑΓΕ είναι το στραγγιστό γιαούρτι TOTAL με το οποίο η επιχείρηση έγινε ευρύτερα γνωστή στο εξωτερικό. Ιδιαίτερα στην Αγγλία η ονομασία TOTAL χρησιμοποιείται περισσότερο από τη FAGE κυρίως για την αντιμετώπιση γλωσσικών προβλημάτων. Το TOTAL ήταν άλλωστε αυτό που αγαπήθηκε και εκτιμήθηκε περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο γιαούρτι δημιουργώντας έτσι μια νέα κατηγορία που ονομάστηκε "Greek yoghurt". Απόδειξη της μεγάλης επιτυχίας του, είναι ότι όλες οι μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες της Ευρώπης αποπειράθηκαν να μιμηθούν αυτό το επώνυμο γιαούρτι, που κατέπληξε με τη γεύση και την ποιότητα του, δημιουργώντας έτσι ειδική κατηγορία με το χαρακτηρισμό Greek style yoghurt.

Είναι γεγονός ότι η θέση της ΦΑΓΕ στις μεγαλύτερες Ευρωπαϊκές αγορές δεν είναι τυχαία. Η ΦΑΓΕ κατέχει την πρώτη θέση στο τυποποιημένο επώνυμο γιαούρτι στην Αγγλία ενώ κατέχει μια αξιοσημείωτη παρουσία σε όλες τις χώρες της ευρωπαϊκής Ένωσης. Η δυναμική επέκταση των δραστηριοτήτων της και στις άλλες ηπείρους συμπεριλαμβάνεται στα άμεσα σχέδια της ενώ αυτή τη στιγμή έχει ήδη 15.000 σημεία πώλησης στο εξωτερικό. Πρόκειται για μια επιτυχία μοναδική, αν αναλογιστεί κανείς το μέγεθος και τον ανταγωνιστικό χαρακτήρα αυτών των αγορών.

Νεότερες οδηγίες της Κοινότητας μείωσαν το μέγεθος των συσκευασιών. Οι οδηγίες αυτές επέβαλλαν περιορισμούς στη χωρητικότητα των κυπέλλων και δεν επέτρεπαν να ξεπερνούν τα 150 - 200 - 250 - 500 - 1.000 γραμμάρια, διαφορετικά θα έπρεπε να υπάρχει διπλή αναγραφή μονάδας και κιλού. Το αποτέλεσμα αυτών των οδηγιών ήταν να μειωθεί το περιεχόμενο των ελληνικών γιαουρτιών κατά 10% (από 225 σε 200 γραμ.).

Σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα παρουσιάζουν και άλλα προϊόντα όπως ρυζόγαλο και τυριά (κασέρι και τελευταία φέτα), μερικά από τα οποία δεν είναι ευρέως διαδεδομένα στην ελληνική αγορά. Η ΦΑΓΕ για παράδειγμα εξάγει δύο καμιόνια ρυζόγαλο και δύο καμιόνια "κότατζ τσιζ" την εβδομάδα.

Οι τιμές των προϊόντων της ΦΑΓΕ είναι υψηλότερες από τις τιμές των εγχώριων προϊόντων των ξένων κρατών. Η διαφορά αυτή στην τιμή οφείλεται στο κόστος μεταφοράς που υπολογίζεται σε 25-30 δρχ. το κιλό - περίπου 10 δρχ. το τεμάχιο - , ενώ στη συνέχεια προστίθεται και το ποσοστό του κέρδους των super market, τα οποία κυμαίνονται σε επίπεδα μεγαλύτερα του 35% (τα Ελληνικά super market θέτουν περιθώριο κέρδους 15%). Αυτή η διαφορά στη τιμή δεν εμποδίζει την άνοδο των πωλήσεων, κυρίως λόγω της αυξημένης ζήτησης για ποιοτικά προϊόντα από τους καταναλωτές.

Η συγκεκριμένη κατάσταση δεν μπορεί όμως να συνεχιστεί για μακρύ χρονικό διάστημα, ιδιαίτερα δε σε χώρες όπου η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών είναι περιορισμένη. Σ' αυτές τις χώρες η ΦΑΓΕ σχεδιάζει να ιδρύσει "join venture" επιχειρήσεις με τη συνεργασία ντόπιων επιχειρηματιών. Σε κάθε περίπτωση ίδρυσης εταιρίας η ΦΑΓΕ θα διεκδικήσει την πλειοψηφία των μετοχών.

Αντικείμενο των νέων επιχειρήσεων θα είναι η παραγωγή προϊόντων όπως γιαούρτια, παγωτά και φρυγανιές.

Η Ελλάδα έχει γίνει πλέον ταυτόσημη με την υψηλή ποιότητα στο γιαούρτη και αυτό είναι επίτευγμα της ΦΑΓΕ.

Γι' αυτό το λόγο, η ΦΑΓΕ δέχεται συνεχώς επισκέψεις ξένων προσωπικοτήτων και στελεχών γαλακτοκομικών εταιριών που ζητούν να δούν από κοντά τον τρόπο που επιτυγχάνεται αυτή η ανώτερη ποιότητα. Η "ποιότητα χωρίς σύνορα" που χαρακτηρίζει όλα τα προϊόντα ΦΑΓΕ.

6.6. Οικονομικοί πόροι της ΦΑΓΕ και κέρδη

Ως η ταχύτερα αναπτυσσόμενη, βάση των πωλήσεων της, βιομηχανία γαλακτοκομικών προϊόντων στη χώρα χαρακτηρίζεται η ΦΑΓΕ Α.Ε.

Η κυριαρχία της στην αγορά του γιαουρτιού, με δικό της know how και η συνδιασμένη, την τελευταία τριετία, δυναμική είσοδος της στην αγορά του παστεριωμένου γάλακτος και η αυξανόμενη παρουσία της στην αγορά των τυροκομικών προϊόντων αποτελούν τους σημαντικότερους παράγοντες της ανάπτυξης της.

Η συντριπτική πλειοψηφία των πωλήσεων της ΦΑΓΕ πραγματοποιείται από τις μεγάλες αλυσίδες super market καθώς και από τους αντιπροσώπους της στην επαρχία, τους οποίους θεωρεί ως μεγάλους πελάτες. Οι πωλήσεις αυτές ανέρχονται σε ποσοστό 80-90% επί του συνόλου πανελλαδικά. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα το 80-90% των πωλήσεων να είναι επί πιστώσει, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό, που καταλαμβάνουν τα μικρά καταστήματα και γαλακτοπωλεία, είναι τόσο μετρημένο.

Η δεσπόζουσα θέση δύο μόνο εταιριών στην αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων (ΔΕΛΤΑ - ΦΑΓΕ), τους έδωσε τη δυνατότητα καθορισμού των λιανικών τιμών πώλησης των βασικών γαλακτοκομικών προϊόντων.

Η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί η ΦΑΓΕ είναι ίδια για όλα τα προϊόντα που παράγει και συνίσταται στην πρόσθεση ενός ποσοστού κέρδους πάνω στο κόστος παραγωγής (κόστους συν). Το περιθώριο κέρδους που αφήνει στους πελάτες της φτάνει το 15%.

Τα γαλακτομικά προϊόντα κατά τη τετραετία 1989-1992 ανατιμήθηκαν με ποσοστό 94% - 141%. Τους πρώτους μήνες του 1993, χωρίς να έχουν διαφοροποιηθεί βασικοί συντελεστές κόστους, οι τιμές στο παστεριωμένο γάλα αυξήθηκαν κατά 25%-30%.

Η ευρωπαϊκή Κοινότητα χρηματοδοτεί έως 40% των προϋπολογιζόμενων επενδύσεων που αφορούν συστήματα υψηλής τεχνολογίας. Από αυτό το μέτρο η ΦΑΓΕ χρηματοδοτήθηκε με το ποσό του 1,6 δις δρχ. για επενδύσεις που πραγματοποίησε.

Η δανειακή επιβάρυνση της ΦΑΓΕ είναι 82,5% και τα καθαρά κέρδη μαζί με τα χρηματοοικονομικά έξοδα ανέρχονται σε 4.815 εκατομ. δρχ.

Σημαντικό είναι ότι η ΦΑΓΕ Α.Ε. τα 3 τελευταία χρόνια δεν διάνειμε μερίσματα στους μετόχους της επαναεπενδύοντας τα κέρδη της.

6.7. Οργάνωση σε ανθρώπινο δυναμικό

Η οργανωτική δομή της ΦΑΓΕ είναι διαρθρωμένη σε τέσσερις κεντρικές διευθύνσεις, οι οποίες χωρίζονται σε επιμέρους υποδιευθύνσεις. Αναλυτικότερα:

- α) Διεύθυνση Οικονομικών, στην οποία υπάγονται οι υποδιευθύνσεις Λογιστηρίου, Προσωπικού, Μηχανογράφησης.
- β) Διεύθυνση Εργοστασίου, στην οποία υπάγονται οι υποδιευθύνσεις Ποιοτικού Ελέγχου, Παραγωγής, Τεχνική

Υπηρεσία, Περιφερειακών Εργοστασίων και Ζώνης Γάλακτος.

γ) Διεύθυνση Πωλήσεων, η οποία ορίζεται στις υποδιευθύνσεις Πωλήσεων Αττικής, Πωλήσεων Επαρχίας, Πωλήσεων Εξωτερικού, Διακίνησης Αποθηκών.

δ) Διεύθυνση Marketing, το προσωπικό της οποίας είναι χωρισμένο κατά τμήματα.

Η κατανομή των πόρων της επιχείρησης στις Διευθύνσεις και στις επιμέρους Υποδιευθύνσεις γίνεται κάθε χρόνο στην αρχή του έτους με την κατάρτιση του προϋπολογισμού. Η κατάρτιση του προϋπολογισμού στηρίζεται σε δεδομένα που προκύπτουν από τις προηγούμενες ανάγκες των Διευθύνσεων, από τις προβλέψεις των υπευθύνων της επιχείρησης για τις εξελίξεις στην αγορά και από τους στόχους που θέλει να επιτύχει η επιχείρηση.

Κατά τη διάρκεια του έτους είναι δυνατόν έκτακτα γεγονότα τα οποία δεν έχουν προβλεφθεί να δημιουργήσουν αποκλίσεις από τον προϋπολογισμό. Σ' αυτή την περίπτωση αποφασίζεται η τροποποίηση του προϋπολογισμού και η προσαρμογή του στα νέα δεδομένα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελεί το γεγονός της αύξησης των πωλήσεων γιαουρτιών το πρώτο τρίμηνο του 1994, παρά τις αντίθετες προβλέψεις των υπευθύνων της ΦΑΓΕ, οι οποίοι πρόβλεψαν μείωση των πωλήσεων λόγω εισόδου της ΔΕΛΤΑ στη συγκεκριμένη αγορά. Το γεγονός αυτό υποχρέωσε την επιχείρηση να επαναπροσδιορίσει τους στόχους της, καθώς και τον προϋπολογισμό που είχε καταθέσει στις αρχές του 1994.

Για την αποτελεσματικότητα δραστηριοτήτων των διαφόρων υποδιευθύνσεων, διενεργείται έλεγχος κάθε μήνα όπου γίνεται μέτρηση της αποδοτικότητας μέσω του ελέγχου των εσόδων - εξόδων.

Το ανθρώπινο δυναμικό της ΦΑΓΕ ανέρχεται στους 1.000 ειδικευμένους εργαζόμενους συνολικά. Στην παραγωγή ανέρχεται στα 350 άτομα εκ των οποίων 100 απασχολούνται στην παραγωγή γάλακτος και 250 στην παραγωγή γιαουρτιού. Οι οδηγοί - πωλητές είναι 300 και οι σταθμοί συγκέντρωσης γάλακτος απασχολούν συνολικά 170 άτομα από τα οποία τα 40 είναι επιστήμονες ειδικοί στο γάλα. Το υπόλοιπο προσωπικό είναι διοικητικό.

Η ΦΑΓΕ δίνει μεγάλη σημασία στο προσωπικό της, από τις ανώτερες ως τις κατώτερες βαθμίδες. Ένας από τους λόγους, όπως λέει ο κ. Κ. Φιλίππου, που η εταιρία εμφανίζει μειωμένα κέρδη, είναι ότι έχει επενδύσει σε ποιότητα εργαζομένων. Γι' αυτό και οι αμοιβές των εργαζομένων της είναι πολύ υψηλότερες από αυτές των ανταγωνιστών της. Επίσης χρησιμοποιεί επαγγελματικό management και πραγματοποιεί σεμινάρια σε όλες τις βαθμίδες.

Σε συνέντευξη του στο περιοδικό "Οικονομικός Ταχυδρόμος", ο κ. Κ. Φιλίππου είπε σχετικά: "Πιστεύουμε στον ανθρώπινο παράγοντα και στηριζόμαστε σε συνεργάτες υψηλής στάθμης. Και όταν λέω υψηλής στάθμης, δεν εννοώ κατ' ανάγκη υψηλής επιστημονικής, πανεπιστημιακής στάθμης. Εννοώ και τον εργάτη, ο οποίος απολύτως έχει αντιληφθεί ότι δεν έχει δικαίωμα να δώσει στο δικό σας παιδί, αυτό που δε θα έδινε ποτέ στο δικό του. Μπορέσαμε να περάσουμε αυτό το πνεύμα σε όλους τους ανθρώπους που δουλεύουν μαζί μας". Και συνεχίζει: "Στηριζόμαστε σε όλο τον κόσμο. Δεν πιστεύω ότι μια επιχείρηση και ένας μεγάλος όμιλος, όπως είμαστε εμείς, μπορεί να στηρίζεται μόνο στους γενικούς διευθυντές. Στηρίζεται και στη καθαρίστρια και στην τηλεφωνήτρια και στο θυρωρό και σε όλους. Δεν μπορείς να αγνοείς και να μην λαμβάνεις υπόψη σου το τι σου προσφέρει η καθαρίστρια, το τι σου προσφέρει η τηλεφωνήτρια που σηκώνει το τηλέφωνο και που είναι η πρώτη εμφάνιση της εταιρίας και όλα τα ενδιάμεσα κλιμάκια".

6.8. Ανταγωνισμός και προβλήματα

Η ελληνική γαλακτοβιομηχανία περνά τα τελευταία χρόνια μια περίοδο έντονης επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτέλεσμα της οποίας είναι η διαρκής ανάπτυξη του κλάδου.

Η ένταξη της Ελλάδας στην ευρωπαϊκή Ένωση και η σταδιακή απελευθέρωση της αγοράς σε συνδιασμό με τη συνεχή βελτίωση του βιωτικού επιπέδου, οδήγησαν στην μεταβολή των καταναλωτικών τάσεων που είχε ως αποτέλεσμα την αναδιάρθρωση του κλάδου.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες οι γαλακτοβιομηχανίες επιδόθηκαν - και επιδίδονται ακόμη - σε ένα μαραθώνιο, επενδυτικού εκσυγχρονισμού που στόχο έχει τόσο τη βελτίωση της ποιότητας όσο και την παρασκευή νέων ελκυστικών προϊόντων. Έτσι έχει δημιουργηθεί έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων οι οποίες διεκδικούν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

Οι προσπάθειες τους δεν συγκεντρώνονται μόνο στον εκσυγχρονισμό και στη βελτίωση των προϊόντων αλλά και σε προσφορές προς το καταναλωτικό κοινό, τα super market και τους λιανοπωλητές για την αύξηση των σημείων πώλησης.

Πέραν όμως αυτών ενισχύουν με τεράστια ποσά τη διαφημιστική προβολή των προϊόντων τους με στόχο τη διεύρυνση του μερίδιου τους στην ελληνική αγορά, το ύψος της οποίας υπερβαίνει τα 500 δις δρχ. ετησίως.

Η διαφημιστική μάχη η οποία άρχισε με το φρέσκο παστεριωμένο γάλα κορυφώθηκε πρόσφατα στο γιαούρτι, η μέση ημερήσια κατανάλωση του οποίου υπολογίζεται σε 600.000 κεσεδάκια και ο ετήσιος τζίρος σε 40 δις δρχ. και οι ηγέτιδες δυνάμεις του χώρου διέθεσαν επιτούτου τεράστια ποσά.

Ο ανταγωνισμός αυτός παρουσιάζεται κυρίως μεταξύ των δύο μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου, της ΦΑΓΕ και της ΔΕΛΤΑ. Η "κόντρα" μεταξύ των παραπάνω επιχειρήσεων που έχει προσλάβει τη μορφή πραγματικού οικονομικού πολέμου, εξελίσσεται σε δύο κυρίως μέτωπα: στο φρέσκο παστεριωμένο γάλα όπου ηγέτης είναι η ΔΕΛΤΑ και στο γιαούρτι όπου υπερισχύει η ΦΑΓΕ.

Η διαμάχη ξεκίνησε το 1993 όταν η ΦΑΓΕ μπήκε στην αγορά φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος. Η είσοδος της εταιρίας στην αγορά γάλακτος αποφασίστηκε και πραγματοποιήθηκε σε σύντομο χρονικό διάστημα (100 ημέρες). Μεγάλο μέρος του σχεδιασμού έγινε στη Γαλλία από όπου έλκουν και την καταγωγή τους οι ζωγραφιστές αγελάδες, που βρίσκονται στη συσκευασία του γάλακτος. Η ταχύτερη είσοδος της ΦΑΓΕ στην παραγωγή γάλακτος εξυπηρετούσε δύο βασικούς στόχους:

- α) Να καλύψει το κενό που υπήρχε στην παραγωγή, μιας και η ΕΒΓΑ δεν κατάφερε να πετύχει τους στόχους της και να κατακτήσει ένα σεβαστό μερίδιο αγοράς, τόσο στο απλό όσο και στο βιταμινούχο γάλα.
- β) Να χτυπηθεί η ΔΕΛΤΑ στη βάση της, ενόψει της συνεργασίας της με την BSN και την είσοδο της στην αγορά γιαουρτιού.

Ύστερα από προσεχτικό σχεδιασμό ο οποίος περιελάμβανε:

- Εξεύρεση παραγωγών γάλακτος
- Πραγματοποίηση επενδύσεων
- Προσδιορισμό του target group και προσδίδοντας στο προϊόν οικογενειακό χαρακτήρα, η εαρινή επίθεση της ΦΑΓΕ έδωσε ένα ισχυρό χτύπημα στη ΔΕΛΤΑ.

Τα αποτελέσματα αυτής της προσπάθειας ήταν, το δίμηνο Ιουνίου - Ιουλίου 1993 οι πωλήσεις να φθάσουν το 21% του κλάδου πανελλαδικά, έναντι 42% της ΔΕΛΤΑ, 14% της ΑΓΝΟ και 23% των υπολοίπων εταιριών.

Τα οφέλη της ΦΑΓΕ από την είσοδο της στην παραγωγή γάλακτος, ήταν ακόμη πιο σημαντικά στο λεκανοπέδιο της Αττικής, αφού το δίκτυο διανομής της σ' αυτό είναι ισχυρότερο. Έτσι στο διάστημα Ιουνίου - Ιουλίου 1993 τα μερίδια αγοράς έχουν κατανεμηθεί ως εξής ΔΕΛΤΑ 64%, ΦΑΓΕ 33% υπόλοιπα 3%. Η ΦΑΓΕ εμφάνισε αυξημένες πωλήσεις ιδιαίτερα στο χώρο των super market.

Για την ικανοποίηση της ζήτησης η ΦΑΓΕ πραγματοποίησε επενδύσεις ύψους 1,5 δις δρχ. για τη δημιουργία δύο νέων γραμμών παραγωγής. Η επιχείρηση όμως δεν συνέχισε με τον ίδιο ρυθμό και τις διαφημιστικές δαπάνες για το νέο προϊόν με αποτέλεσμα η "αντεπίθεση" της ΔΕΛΤΑ να είναι πιο ισχυρή.

Σχετικά μεγάλο πλήγμα δέχτηκε η ΦΑΓΕ στις 21 Φεβρουαρίου του 1994 όταν η ΔΕΛΤΑ άρχισε επίσημα την πώληση γιαουρτιών με την ονομασία Venus. Την είσοδο της, συνόδεψε ένας καταγισμός διαφημιστικών μυνημάτων από όλα τα Μ.Μ.Ε. Το ποσό της διαφημιστικής δαπάνης έφθασε τον Φεβρουάριο τα 143 εκατομ. δρχ. ενώ μέχρι το Μάιο πλησίασε τα 500 εκατομ. δρχ.

Το ίδιο έντονη ήταν και η αντίδραση της ΦΑΓΕ, αν και ενεργούσε "αμυντικά". Αποτέλεσμα οι συνολικές πωλήσεις γιαουρτιού την τελευταία εβδομάδα του Φεβρουαρίου να φτάσουν τα 1 δις δρχ.

Πρέπει να επισημανθεί ότι η διαφημιστική εκστρατία της ΔΕΛΤΑ περιείχε υπονοούμενα για την ποιότητα των προϊόντων της ΦΑΓΕ. Ιδιαίτερα η έκφραση "επιτέλους πραγματικό ζωντανό γιαούρτι", άφηνε σαφές αιχμές για την ποιότητα των πρώτων υλών της ΦΑΓΕ. Οι λέξεις αυτές εξόργισαν τους

ανθρώπους της ΦΑΓΕ, οι οποίοι προσέφυγαν στα δικαστήρια και στη ένωση διαφημιστικών επιχειρήσεων για αντιδεολογική διαφήμιση. Τελικά όμως οι επιχειρήσεις οδηγήθηκαν σε συμβιβασμούς.

Η είσοδος της ΔΕΛΤΑ στην αγορά γιαουρτιού, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις στελεχών της ΦΑΓΕ, δεν φαίνεται να πέτυχε σε μεγάλο ποσοστό το στόχο της. Το μερίδιο που κατέκτησε οφείλεται κυρίως στην διεύρυνση της αγοράς - αποτέλεσμα της δημοσιότητας - και όχι τόσο στην κατάκτηση μεριδίου από την ΦΑΓΕ.

Αξιόλογες όμως είναι και οι προσπάθειες των υπόλοιπων επιχειρήσεων του κλάδου για αύξηση του μεριδίου αγοράς τους.

Τέλος στο πλαίσιο του ανταγωνισμού έχουν ενταχθεί και οι συμμαχίες κορυφαίων Ελληνικών βιομηχανιών με αντίστοιχους Ευρωπαϊκούς κολοσσούς. Στόχος στην περίπτωση αυτή είναι όχι μόνο να διατηρήσουν τα μερίδια και τα κέρδη τους στην ελληνική αγορά αλλά και η διεθνής "καριέρα" μέσω των δικτύων των αλλοδαπών επιχειρήσεων.

Τα κοινοτικά standards, το Διεθνές Δίκαιο οι εξαγωγές καθώς και τα εσωτερικά προβλήματα στην παραγωγή γάλακτος επηρεάζουν άμεσα τις δραστηριότητες της ΦΑΓΕ.

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ΦΑΓΕ καθώς και οι άλλες Ελληνικές επιχειρήσεις από την είσοδο μας στην ευρωπαϊκή Ένωση είναι:

- Η προστασία που παρέχεται σήμερα από τις εθνικές νομοθεσίες σε πολλές αγορές για τα γαλακτοκομικά προϊόντα θα εκλείψει
- Θα υπάρχουν κοινά standards για την ποιότητα του γάλακτος μέσα στην Κοινότητα, αντικαθιστώντας αυτά που υπάρχουν στις κατά τόπους αγορές

- Η επιδότηση του βουτύρου θα καταργηθεί
- Το σύστημα της ΝΕΠ (Νομισματικών Εξισορροπητικών Ποσών) θα καταργηθεί επίσης
- Θα ενταθεί ο ανταγωνισμός στην βιομηχανία τροφίμων καθώς θα “πέσουν” τα σύνορα και οι εταιρίες θα διεθνοποιηθούν
- Η οικονομική κρίση που επικρατεί στην Ελλάδα, επηρεάζει άμεσα τις αποφάσεις της διοίκησης της κάθε εταιρίας

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ΦΑΓΕ κατά τη διάρκεια των εξαγωγών της οφείλεται στην ιδιαιτερότητα των προϊόντων της. Τα νωπά γαλακτοκομικά προϊόντα χρειάζονται ιδιαίτερη φροντίδα κατά τη μεταφορά τους από χώρα σε χώρα και για αυτό το λόγο δημιουργούν προβλήματα. Αυτά είναι η συνεχής ψύξη σε συγκεκριμένη θερμοκρασία καθόλο το ταξίδι και ο όσο το δυνατόν συντομότερος χρόνος ταξιδιού, για να προλάβει το προϊόν να φθάσει στον προορισμό του, να διανεμηθεί στα καταστήματα λιανικής πώλησης, να εκτεθεί σ' αυτά έως ότου να πωληθεί και στη συνέχεια να μείνει κάποιο χρονικό διάστημα για να καταναλωθεί. Όπως καταλαβαίνουμε οι δυσκολίες αυτές περιορίζουν και το εύρος των περιοχών που θα ήταν δυνατόν να εξαχθεί το γιαούρτι.

Ένα ακόμη ανασταλτικό παράγοντα στην εξαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, αποτελεί το γεγονός ότι όντως η κτηνοτροφία ένας βασικός κλάδος των οικονομιών πολλών χωρών, προστατεύεται με την επιβολή δασμών στα εισαγόμενα γαλακτοκομικά προϊόντα ή με την ισχύ ποσοστώσεων. Έτσι δημιουργείται ένα ακόμα, τις πιο πολλές φορές αζεπέραστο εμπόδιο για την επέκταση των εξαγωγών σε χώρες εκτός ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι ποσοστώσεις που επέβαλε η Βουλγαρία από το 1994 έκαμψαν την εξαγωγική δραστηριότητα της ΦΑΓΕ σε αυτή τη

χώρα με αποτέλεσμα τη μείωση των κερδών της από αυτή την "αγορά".

Τέλος ευνοϊκότερη εποχή για τις εξαγωγές ήταν τότε που δεν υπήρχε "Ελληνικού τύπου" γιαούρτι στην ευρωπαϊκή αγορά, πλην του πραγματικά ελληνικού. Τότε βέβαια, το προϊόν αυτό ήταν πιο άγνωστο, κέρδιζε όμως απότομα προτιμήσεις. Όταν άρχισε να γίνεται γνωστό, οι Ευρωπαϊκές γαλακτοβιομηχανίες παρουσίασαν αντιγραφές του Ελληνικού γιουρτιού χωρίς να πλησιάσουν όμως τη ποιότητα του πραγματικού Ελληνικού, έχοντας παρόλα αυτά, σαν πλεονέκτημα την χαμηλότερη τιμή του.

Τα εσωτερικά προβλήματα αφορούν τη σημερινή κατάσταση στο χώρο της ελληνικής κτηνοτροφίας που είναι πολύ ανησυχητική και αυτό γιατί όπως στα υπόλοιπα κράτη - μέλη της ευρωπαϊκής Ένωσης έτσι και στην Ελλάδα το καθεστώς παραγωγής και εμπορίας γάλακτος διέπεται από την οδηγία της Ε.Ο.Κ. 46/92 και το σύστημα των ποσοστώσεων.

Η παραγωγή γάλακτος στην Ελλάδα λόγω της διάρθρωσης της ελληνικής κτηνοτροφίας, αντιμετωπίζει μεγαλύτερες δυσκολίες σε σχέση με τη παραγωγή γάλακτος σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Κατά συνέπεια οι εταιρείες διεξάγουν ένα δύσκολο αγώνα για την εξασφάλιση των απαραίτητων ποσοτήτων κατάλληλου γάλακτος που γίνεται ακόμη δυσκολότερος καθώς το ζήτημα της ποιότητας "φρενάρεται" από το σύστημα των ποσοστώσεων, αφού το δικαίωμα μας σαν κράτος - μέλος στην παραγωγή και εμπορία αγελαδινού γάλακτος είναι 625.000 τόνοι ετησίως, ποσότητα που επαρκεί περίπου για τις μισές μας ανάγκες σαν κράτος.

Η έλλειψη επίσης κοινών συνόρων με άλλη κοινοτική χώρα, κάνει απαγορευτική - λόγω χρόνου μεταφοράς - τη χρησιμοποίηση εισαγόμενου γάλακτος για τη διάθεση του ως παστεριωμένου. Τέλος λόγω κοινωτικών απαγορεύσεων δεν είναι δυνατή η εισαγωγή γάλακτος από τη Βουλγαρία.

6.9. ΦΑΓΕ και κοινωνικό προφίλ

Καμία επιχείρηση στο σύγχρονο και διαρκώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό κόσμο δεν δύναται να επιβιώσει αποκομμένη από το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον. Η ΦΑΓΕ αποδεχόμενη το κοινωνικό της ρόλο ευαισθητοποιήθηκε και ανέπτυξε δραστηριότητες σε κοινωνικά και πολιτιστικά θέματα.

Μερικές απ' τις δραστηριότητες της αφορούσαν συναυλίες που πραγματοποιήθηκαν στα στρατόπεδα της Ακριτικής Ελλάδας με διάφορες χορηγίες (Έκθεση Αρχαιολογικών Ευρυμάτων της "Συλλογής Μητσοτάκη"). Θα πρέπει να αναφέρουμε το ενδιαφέρον της για την απόκτηση αθλητικών συλόγων (παλαιότερα ενδιαφέρον για την Π.Α.Ε. Α.Ε.Κ. και την προσπάθεια απόκτησης μετοχών της Αθηναϊκής Π.Α.Ε.). Σημαντική επίσης κοινωνική δραστηριότητα της ΦΑΓΕ ήταν η παροχή ασφάλισης, που έκανε σε συνεργασία με την INTERAMERICAN στους μαθητές των σχολείων της Θεσσαλονίκης.

Η ενασχόληση της όμως με τα σύγχρονα κοινωνικά προβλήματα θα μπορούσε να ήταν εντονότερη και με περισσότερη δημοσιότητα. Εξάλλου οι σχετικές δαπάνες χορηγίες εκπίπτουν από την εφορία.

Σε αντίθεση με την ΦΑΓΕ η ΔΕΛΤΑ ο μεγάλος ανταγωνιστής της ασχολείται με προβλήματα που αντιμετωπίζουν άμεσα οι νέοι και φυσικά δίνει την ανάλογη δημοσιότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**ΕΒΓΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

Η ΕΒΓΑ Α.Ε. συμπλήρωσε το 1994 εξήντα χρόνια λειτουργίας και είναι παραγωγός παγωτών, σοκολατούχου γάλακτος και χυμών φρούτων ενώ εισάγει και εμπορεύεται γάλα μακράς διάρκειας. Ελέγχεται από τον κ. Κ. Φιλίππου και διευθύνεται από τον κ. Δ. Ρούσσο. Εξάγει σημαντικό και αυξανόμενο μέρος της παραγωγής της και απασχολεί μεγάλο αριθμό εργαζομένων.

Είναι η πρώτη ελληνική εταιρία που ξεκίνησε την παραγωγή νωπού παστεριωμένου γάλακτος, δραστηριότητα που σταμάτησε το 1978. Μετά από απουσία αρκετών χρόνων επανήλθε, στην αγορά του φρέσκου γάλακτος το 1991 και διέκοψε ξανά την παραγωγή στο λευκό γάλα το 1993. Εξακολουθεί όμως να παράγει σοκολατούχο νωπό γάλα για λογαριασμό της ΦΑΓΕ.

Από το 1988 ανήκει στον όμιλο των εταιριών Κυριάκου Φιλίππου. Συνεργάζεται με τη συγγενή εταιρία ΦΑΓΕ Α.Ε. όσον αφορά την εμπορία ορισμένων προϊόντων.

Στον τομέα των παγωτών έχει τη δεύτερη θέση στην αγορά και προμηθεύει με τα προϊόντα της 25.000 σημεία πώλησης.

Έχει αναπτύξει εξαγωγικές δραστηριότητες στις εξής χώρες: Γερμανία, Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ρωσσία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Πολωνία, Κροατία, Αλβανία και Κύπρο.

Ανταγωνιστής της ΕΒΓΑ είναι βασικά η ΔΕΛΤΑ μιας και η εταιρία ανήκει στον όμιλο Φιλίππου με την οποία συγκρούεται καθημερινά στους τομείς που δραστηριοποιείται.

7.1. Συνέπεια και δυναμικότητα

Η φιλοσοφία της ΕΒΓΑ είναι “παράδοση, ποιότητα, πρωτοπορία, όραμα” για ένα καλύτερο αύριο. Μια μεγάλη και καθιερωμένη εταιρία σαν την ΕΒΓΑ η οποία έχει ένα τόσο δοκιμασμένο και σπουδαίο παρελθόν ως προς την ποιότητα και προσφορά των προϊόντων της δεν μπορεί να μην συνεχίσει την φωτεινή πορεία της στο παρόν και στο μέλλον.

Αυτό βέβαια επιτυγχάνεται κατόπιν ορισμένων προϋποθέσεων που στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι ο άρτιος μηχανολογικός εξοπλισμός, οι σύγχρονες κτιριακές εγκαταστάσεις, τα μεταφορικά μέσα, το οργανωμένο δίκτυο διανομής και το άριστα ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό σε όλους τους τομείς. Όλα αυτά τα στοιχεία βέβαια συνδιάζονται τέλεια με την αγάπη και την εκτίμηση των ανθρώπων της ΕΒΓΑ προς το κοινωνικό σύνολο. Το αποτέλεσμα όλων αυτών είναι η δημιουργία άριστων ποιοτικά προϊόντων που οδηγούν το καταναλωτικό κοινό σε μια καλύτερη ποιοτικά ζωή.

Το όραμα της ΕΒΓΑ για το μέλλον είναι σίγουρα μεγαλεπίβολο γιατί πάντα σκοπεύει στη βελτίωση, στην τελειότητα στην αναβάθμιση και την υπευθυνότητα.

7.2. Πορεία της ΕΒΓΑ μέσα στο χρόνο

Από τη ρομαντική εκείνη εποχή που ο γαλατάς άφηνε τα γυάλινα μπουκάλια πόρτα - πόρτα και ο παγωτατζής κυλούσε το καρότσι του φωνάζοντας "ΕΒΓΑ! ... να πάρεις ΕΒΓΑ!" στους ήσυχους, γραφικούς δρόμους της παλαιάς Αθήνας μέχρι σήμερα που ζούμε στον έντονο, γρήγορο ρυθμό των Ελληνικών μεγαλουπόλεων. Η ΕΒΓΑ ήταν και είναι πάντα ο εκφραστής της πρωτοπορίας! Με προϊόντα μοναδικά γαλούχισε γενιές και γενιές έγινε ο πιο πιστός σύντροφος της ελληνικής οικογένειας και έκανε παράδοση την κορυφαία της ποιότητα.

Το χθές της ΕΒΓΑ χαρακτηρίζεται από μια διαρκή πορεία μέσα στο χρόνο:

- 1934: Ιδρύεται η ΕΒΓΑ. Ιδρυτές της οι προερχόμενοι από την Αμερική αδερφοί Σουρραπά. Κτίζεται σε έκταση 10.000 τ.μ. στον Βοτανικό, το εργοστάσιο της ΕΒΓΑ. Στοιχίζει 30.000.000 δρχ. και είναι το πρώτο εργοστάσιο γάλακτος που γίνεται στην Ελλάδα.
- 1935: Κυκλοφορούν τα πρώτα προϊόντα της ΕΒΓΑ (παστεριωμένο γάλα και παστεριωμένη κρέμα γάλακτος σε γυάλινα μπουκάλια, γιαούρτια αγελάδος σε κεσέδες από αλουμίνιο και βούτυρο σε πακέτο).
- 1936: Κυκλοφορούν για πρώτη φορά τα παγωτά ΕΒΓΑ. Είναι ξυλάκια με ή χωρίς επικάλυψη σοκολάτας και κύπελλα. Για το ξυλάκι κατατίθεται ευρεσιτεχνία για την Ελλάδα.
- 1941: Η χώρα βρίσκεται υπό Γερμανική κατοχή. Η παραγωγή περιορίζεται μόνο σε παστεριωμένο γάλα, που η διανομή του γίνεται υπό τον έλεγχο του Ερυθρού Σταυρού και των στρατευμάτων κατοχής.

- 1945: Μετά την επανόρθωση των ζημιών που έχει υποστεί στον β' παγκόσμιο πόλεμο το εργοστάσιο ΕΒΓΑ επαναλειτουργεί.
- 1950: Τον Νοέμβριο εγκαινιάζεται το καινούριο εργοστάσιο, που έχει κτιστεί με δάνεια 2.000.000.000 δρχ. και 350.000 δολλαρίων. Η έκταση της βιομηχανικής μονάδας ΕΒΓΑ έχει αυξηθεί σε 12.500 τ.μ.
- 1953: Η ΕΒΓΑ χρησιμοποιεί, πρώτη στην Ελλάδα, πλαστική συσκευασία για το γιαούρτι και τα παγωτά της.
- 1964: Αντικαθίσταται το γυάλινο μπουκάλι με πλαστικό μίας χρήσεως.
- 1974: Η ΕΒΓΑ αγοράζεται από την ΑΠΚΟ. Από το 1971 έως το 1979 θα επενδυθούν 500.000.000 δρχ για τον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων της.
- 1988: Εντάσσεται στον όμιλο Κυριάκου Φιλίππου.
- 1991: Είσοδος στην αγορά των παστεριωμένων χυμών. Κυκλοφορεί η σειρά 100% φυτικών παστεριωμένων χυμών REFRESH με ημερομηνία λήξης λίγων ημερών.

7.2.1. Προβλήματα στην πορεία της ΕΒΓΑ (ως θυγατρικής της υπερχρεωμένης ΑΠΚΟ)

Αποκτώντας το 1989 τον έλεγχο της υπερχρεωμένης εταιρίας πλαστικών ΑΠΚΟ, ο Κυριάκος Φιλίππου πήρε τον έλεγχο της ΕΒΓΑ (θυγατρική της προηγούμενης), αλλά συγχρόνως βρέθηκε και μεγαλοοφειλέτης στην πιστώτρια τράπεζα την Εθνική. Οι όροι μεταβίβασης του ελέγχου των εταιριών προέβλεπαν να διατηρήσει η Εθνική ως ενέχυρο τις μετοχές της ΕΒΓΑ που αποτελούσαν τότε το 67% του

συνολικού πακέτου. Όπως φαίνεται από τα πράγματα, η Εθνική δεν απέβλεπε στην άσκηση λειτουργικού ελέγχου πάνω στην γαλακτοβιομηχανία, παρά μόνο προσδοκούσε την εξασφάλιση των χρημάτων της. Δηλαδή με άλλα λόγια, η τράπεζα άφηνε ανοικτό πεδίο διαχείρισης στον Κ. Φιλίππου, ο οποίος παίζοντας έξυπνα το πολιτικοοικονομικό πόκερ εξουσίας αυτής της χώρας κατάφερε μεν να ελέγξει την ΕΒΓΑ, να έρθει δε σε διένεξη με την τράπεζα. Το ουσιαστικό έναυσμα αυτής της διένεξης δόθηκε όταν φάνηκε, από τα γραφόμενα του ορκωτού λογιστή Χ. Πετρίδη στον ισολογισμό της ΑΠΚΟ του 1991, ότι υπάρχει αδυναμία εξόφλησης χρεών προς την Εθνική. Ο ορκωτός λογιστής έγραφε: *“Με επιστολή της που έστειλε η δανείστρια τράπεζα επιβεβαιώνει το υπόλοιπο των βιβλίων της εταιρίας για δάνεια που έχει χορηγήσει σ’ αυτήν, συνολικού ποσού, την 31/12/1991, δρχ. 4.157.910.096. Η τράπεζα αναφέρει στην επιστολή της ότι στα ανωτέρω δάνεια που βρίσκονται σε καθυστέρηση από πολλά χρόνια, έχουν λογιστεί τόκοι μέχρι 15/9/1988”*. Μάλιστα φαίνεται ότι η διαμάχη πήρε διαστάσεις όταν με τρία χρόνια καθυστέρηση περίπου, οι τραπεζίτες αποφάσισαν να βάλουν τα πράγματα στη θέση τους και να εισπράξουν τα οφειλόμενα. Τότε βρέθηκαν προ εκπλήξεων. Ερήμην της Εθνικής τράπεζας αλλά και κατά παράβαση των συμβάσεων ενεχυριάσεως, το 67% των μετοχών μετατρέπεται σε 18%. Αυτό επετεύχθει μετά από αυξήσεις του κεφαλαίου της ΕΒΓΑ για τις οποίες η Εθνική δηλώνει άγνοια. Πρόκειται για αυξήσεις κεφαλαίων που έγιναν είτε μέσω κεφαλοποίησης αποθεματικών είτε με την καταβολή νέων εισφορών που άλλαξαν την μετοχική διάβρωση της εταιρίας, εξουδετερώνοντας ουσιαστικά το ενέχυρο της Εθνικής.

7.2.2 Καινοτομίες της ΕΒΓΑ

Τα τελευταία εξήντα χρόνια η ΕΒΓΑ εξελίσσεται σε όλους τους τομείς προσπαθώντας να μείνει ανταγωνιστική και να

επιτύχει τόσο τους βραχυπρόθεσμους όσο και τους μακροπρόθεσμους στόχους της. Η βλέψη της λοιπόν για οτιδήποτε καινούριο, μοναδικό και αξεπέραστο είναι επιτακτική.

Οι καινοτομίες που έχει πραγματοποιήσει από παλαιότερα μέχρι σήμερα είναι πολύ σημαντικές και τη βοήθησαν να καταλάβει μια σημαντική θέση ανάμεσα στις γαλακτοβιομηχανίες, που τη κρατά μέχρι σήμερα.

Το 1936 ήταν η πρώτη εταιρία που δημιούργησε τα παγωτά ξυλάκια με ή χωρίς επικάλυψη σοκολάτας που κατέχουν για όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου μέχρι σήμερα μεγάλο μέρος στη κατανάλωση παγωτών. Γι' αυτήν την ξεχωριστή δημιουργία κατέθεσε ευρεσιτεχνία για την Ελλάδα. Το 1950 πρώτη χρησιμοποιεί πλαστικές συσκευασίες και το 1964 είναι η πρώτη που αλλάζει τη συσκευασία του γάλακτος στην Ελλάδα και μεταξύ των πρώτων σε ολόκληρη την Ευρώπη (αντικατάσταση του γυάλινου μπουκαλιού με πλαστικού μίας χρήσεως).

Σήμερα καινοτομεί με τα σχηματοποιημένα παγωτά, στην κατηγορία ξυλάκι όπως το Channel caramela, το Channel caruccino, το geutal και το μοναδικό σε πρωτοτυπία 0%+0% που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον των Ευρωπαίων αγοραστών. Δημιουργεί το γάλα "ΕΒΓΑ Α κ' D" ένα γάλα με 1,5% λιπαρά, ασβέστιο, πρωτεΐνες και βιταμίνες Α και D που απευθυνόταν στις ηλικίες 18 εως 28 ετών. Το 1996 η ΕΒΓΑ είναι η πρώτη εταιρία σε όλη την Ευρώπη που κυκλοφορεί παστεριωμένο χυμό με ασβέστιο τον "Refresh Calcium".

Έτσι σύμφωνα με τα παραπάνω βλέπουμε ότι η ΕΒΓΑ και οι άνθρωποι της δεν σταματούν εδώ και έξι δεκαετίες να εργάζονται και καινοτομούν σε όλους τους τομείς της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας για να επιτύχουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα που έχει σα στόχο την αποδοχή των προσπαθειών της από το κοινωνικό σύνολο.

7.3. Ένταξη της ΕΒΓΑ στον Όμιλο Κυριάκου Φιλίππου και επενδύσεις της

Η αναπτυξιακή φάση στην οποία βρίσκεται η ΕΒΓΑ από το 1988 οπότε εντάχθηκε στον Όμιλο Κυριάκου Φιλίππου, χαρακτηρίζεται από μια τάση ανανέωσης.

Ο Όμιλος Κυριάκου Φιλίππου απαρτίζεται από μια ομάδα σύγχρονων δυναμικών εταιριών που η καθεμία τους ηγείται του χώρου της. Πιο συγκεκριμένα στον Όμιλο συμμετέχουν: Η ΦΑΓΕ (Κορυφαία εταιρία γιαουρτιού στην Ελλάδα), η ELITE (Νο 1 στις φρυγανιές), η ΑΛΛΑΤΙΝΗ (πρώτη δύναμη στις γκοφρέτες και από τα μεγαλύτερα ονόματα στα μπισκότα), η ΚΡΙΣ-ΚΡΙΣ (η πρώτη εταιρία που προσέφερε συσκευασμένο ψωμί στην ελληνική αγορά και η ΑΠΚΟ (μια μεγάλη φίρμα με μακριά παράδοση στα πλαστικά).

Μια σειρά από σημαντικές επενδύσεις και η χάραξη μιας δυναμικής στρατηγικής που στόχο είχε τη διαμόρφωση της σύγχρονης φυσιογνωμίας της εταιρίας, έφεραν την ΕΒΓΑ σε μια περίοδο άνθησης.

Αυτές οι επενδύσεις έγιναν, κυρίως κατά τη περίοδο 1992-1994. Το ύψος των επενδύσεων αυτών σε πάγια στοιχεία έφτασε τα 3,5 δις, εκ των οποίων τα 2 δις αφορούσαν την χρήση του 1994.

Τα επενδυτικά προγράμματα της ΕΒΓΑ εφαρμόστηκαν τόσο στον χώρο παραγωγής παγωτού όσο και των χυμών. Επενδύσεις όμως έγιναν και για την επιμόρφωση του προσωπικού όλων των κλάδων της εταιρίας.

Τα αποτελέσματα αυτών των ενεργειών της ΕΒΓΑ είναι ορατά. Έτσι λοιπόν όσον αφορά τον τεχνολογικό εξοπλισμό, οι μονάδες παραγωγής της εταιρίας βασίζονται πλέον σε σύγχρονα υπεραυτόματα μηχανήματα τα οποία πέρα από την ταχύτητα παραγωγής, διασφαλίζουν την ποιότητα καθώς και τα

υψηλά standards υγιεινής. Από την άλλη πλευρά, στον ανθρώπινο παράγοντα, η συνεχής επιμόρφωση είχε ως αποτέλεσμα την αποδοτικότερη και καλύτερη σε ποιότητα προσφορά έργου εκ μέρους των εργαζομένων.

Οι επενδύσεις που πραγματοποιεί η ΕΒΓΑ συνεχίζονται ως σήμερα και κάθε χρόνο αφορούν και έναν διαφορετικό τομέα της εταιρίας.

Οι εγκαταστάσεις αποθήκευσης της ΕΒΓΑ έρχονται δεύτερες στην Ευρώπη και σε συνδυασμό με το πολύ καλό δίκτυο διανομής και τους κατά τόπους εμπορικούς αντιπροσώπους μπορεί να διανέμει μεγάλες ποσότητες προϊόντων καθημερινά σε όλη την επικράτεια. Τα ψυγεία που διαθέτει ανέρχονται σε 34.000 και είναι διεσπαρμένα σε όλη την Ελλάδα.

Οι εμπορικοί αντιπρόσωποι υπογράφουν σύμβαση με την εταιρία που αφορά την περιοχή δραστηριοποίησης, τους ποσοτικούς στόχους καθώς και τα διαθέσιμα ψυγεία (φορτηγά και απλά που διατίθενται στα καταστήματα). Ο αριθμός των εμπορικών αντιπροσώπων είναι 150 σε όλη την Ελλάδα.

Η ΕΒΓΑ έχει τα τελευταία δύο χρόνια δραστηριοποιηθεί και στο χώρο του Catering (διανομή) που αφορά παγωτό χύμα παραγωγής της, προϊόντα κατεψυγμένης ζύμης κ.λ.π. Την επιτυχία της σε αυτόν το τομέα την στήριξε στην εμπειρία της στα κατεψυγμένα προϊόντα, στο κύρος της, στο δίκτυο διανομής της και στον μεγάλο αριθμό φορτηγών ψυγείων που διαθέτει.

Στον τομέα του παγωτού η ΕΒΓΑ επενδύει 1,2 δις δρχ. για έρευνες αγοράς, δημιουργία νέων τύπων και προσπάθεια αύξησης του μεριδίου της στην παιδική αγορά που αποτελεί και τον μεγαλύτερο "καταναλωτή" παγωτού τους καλοκαιρινούς μήνες. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της ίδιας της επιχείρησης το μερίδιο της σε τζίρο φτάνει το 35%. Πολλά είναι τα προϊόντα

εκείνα που με τη συνεχώς ανοδική τους πορεία, έδωσαν στην ΕΒΓΑ, το υψηλό αυτό μερίδιο αγοράς. Μεταξύ αυτών, τα παγωτά Mega-Bite, Status και τα οικογενειακά παγωτά Variete. Μεγάλη όμως επιτυχία σημείωσε και το νέο παγωτό της εταιρείας "0%+0%" για το οποίο οι καταναλωτές έδειξαν από την πρώτη στιγμή ιδιαίτερη προτίμηση καθώς και η super premium σειρά Scandal ένα πραγματικό σκάνδαλο απόλαυσης που κυκλοφορεί σε έξι υπέροχες γεύσεις σε ατομική και οικογενειακή συσκευασία. Με τις καλύτερες πρώτες ύλες από όλο τον κόσμο όπως καρποί Pecan από την Αριζόνα, φρέσκες φράουλες από τις ποικιλίες Klondike, φυστίκια από τις εκλεκτότερες ποικιλίες Αιγίνης και φρέσκια κρέμα γάλακτος αποτελούν ένα αληθινό σκάνδαλο. Επίσης η ΕΒΓΑ επενδύει και σε μια νέα σειρά επώνυμου επαγγελματικού σερβιριζόμενου παγωτού. Δημιουργώντας τα ICE MANIA CORNERS και το πρώτο της κατάστημα Hot & ICE CLUB στα Γιάννενα, η ΕΒΓΑ δραστηριοποιείται δυναμικά και επώνυμα πλέον σε ένα ραγδαία αναπτυσσόμενο χώρο πώλησης παγωτών. Η παραγωγή δε της ΕΒΓΑ σε παγωτά φτάνει κάθε χρόνο τα 100 εκατομ. και αφορά δεκάδες ποικιλίες.

Στον τομέα του γάλακτος ενώ παλαιότερα είχε δραστηριοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό σήμερα παραιτείται και προσπαθεί να καλύψει αυτό το κενό με την εισαγωγή της στον χώρο των φυσικών χυμών. Η παραίτηση αυτή οφείλεται στην δυναμική παρουσία άλλων επιχειρήσεων στο χώρο που δεν άφησαν περιθώρια σε οποιαδήποτε αντεπίθεση από την πλευρά της ΕΒΓΑ.

Στους παστεριωμένους χυμούς η ΕΒΓΑ διαθέτει στην αγορά τους Refresh με γεύση πορτοκάλι, σαγκουίνι, ροδάκινο, φράουλα, ανανάς - πορτοκάλι (φρουτοποτό) και πορτοκάλι εμπλουτισμένο με ασβέστιο. Στην αγορά των φυσικών χυμών, μπήκε στα τέλη του 1991 και σήμερα κατέχει το 25% έναντι του 62% της ΔΕΛΤΑ και του 16% της ΦΑΓΕ. Υπάρχουν σκέψεις για

την εισαγωγή της ΕΒΓΑ και στους χυμούς μακράς διάρκειας που στην αγορά σήμερα κυριαρχεί η Amita.

Όσον αφορά τα μερίδια αγοράς ανά περιοχή, αξίζει να επισημανθεί ότι είναι πολλές οι περιπτώσεις όπου η ΕΒΓΑ κυριαρχεί. Έτσι η Θεσσαλονίκη, η Χαλκιδική, η Μαγνησία, η Δυτική Αττική καθώς και τα νησιά, αποτελούν τις περιοχές εκείνες της χώρας, όπου τα προϊόντα ΕΒΓΑ σημειώνουν τη μεγαλύτερη επιτυχία.

Η βιομηχανική μονάδα που κατέχει η ΕΒΓΑ σήμερα στοίχισε πάνω από 3 δις δρχ. και διαθέτει το τελειότερο μηχανολογικό εξοπλισμό στην παραγωγή γαλακτοκομικών και άλλων προϊόντων (νωπά προϊόντα ψυγείου που θα καλύπτουν όλες τις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή, στα άμεσα σχέδια της εταιρίας).

Η μεγάλη δύναμη της ΕΒΓΑ πηγάζει από ένα στοιχείο που την κάνει να ξεχωρίζει από όλες τις άλλες βιομηχανίες του χώρου της. Την πρωτοτυπία των προϊόντων της. Αυτό είναι επακόλουθο της πολιτικής καθώς και της επένδυσης στο θέμα της έρευνας. Η ΕΒΓΑ δίνει μεγάλη σημασία στον τομέα της έρευνας για την ανάπτυξη νέων προϊόντων. Οι υπεύθυνοι του τμήματος νέων προϊόντων εργάζονται με ανήσυχο πνεύμα και φαντασία δημιουργώντας πάντα προϊόντα που διακρίνονται για την μοναδικότητά τους. Γιατί η φιλοσοφία της ΕΒΓΑ στηρίζεται στην αρχή της συνεχούς αναζήτησης για όσο το δυνατό τελειότερα προϊόντα, που να ικανοποιούν και το πιο απαιτητικό καταναλωτή.

Την αγορά δε την παρακολουθεί βλέποντας τις τάσεις που επικρατούν, τα ποσοστά επιτυχίας του κάθε προϊόντος, τις περιοχές επικράτησης και γενικά όλες τις πλευρές ενός αδιάκοπου ανταγωνισμού, έσω της εταιρίας Nielsen - Focus που έχει ως αντικείμενο τέτοιου είδους έρευνες.

Μεγάλα κεφάλαια έχει επενδύσει η ΕΒΓΑ και στο marketing. Έτσι η γενικότερη πολιτική της στον τομέα αυτό είναι: "πρώτον να παράγει προϊόντα διαφοροποιημένα από αυτά των ανταγωνιστών της. Δεύτερον, το προϊόν να εξυπηρετεί τις ακριβείς ανάγκες του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς. Τρίτον να εμπεριέχει τις σύγχρονες αντιλήψεις των καταναλωτών και τέρτατον να εφαρμόζει επιθετικό marketing χρησιμοποιώντας το εκτεταμένο δίκτυο διανομής της και ενημερώνοντας ειδικές κατηγορίες επιστημόνων (π.χ. γιατροί) για το νέο της προϊόν".

Το κόστος της διαφημιστικής επένδυσης στα παγωτά κατά το 1995 κυμάνθηκε στα 1,2 δις για την ΕΒΓΑ 1,4 δις για την ΔΕΛΤΑ και 2,8 δις για την Algida. Στους χυμούς το πρώτο τετράμηνο του 1995 η ΕΒΓΑ δαπάνησε 200,5 εκατομ. (44,5% της πίτας) ενώ 213,5 εκατομ. δαπάνησε η ΔΕΛΤΑ (47,4% της διαφημιστικής πίτας).

Πάντως κυριότερα όπλα στη μάχη διατήρησης και αύξησης των μεριδίων της αγοράς είναι τόσο οι ειδικές ανάγκες του δικτύου διανομής (κατάλληλα φορτηγά ψυγεία, έγκαιρη διακίνηση κ.λ.π.) όσο και η εξασφάλιση του αριθμού των τελικών σημείων πώλησης. Οι αυστηροί κανονισμοί παραγωγής, ψύξεως και μεταφοράς ισχύουν βεβαίως και στην εκτός Αθηνών διακίνηση, με αποτέλεσμα να μπορούν μόνο λίγες εταιρίες να αντέξουν το δυσβάσταχτο αυτό έξοδο.

Με την συνεχή εφαρμογή επενδυτικών προγραμμάτων η αξιολογη αυτή γαλακτοβιομηχανία επιδιώκει την όλο και μεγαλύτερη βελτίωση της με νέες ιδέες για πρωτοποριακά προϊόντα, ώστε να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό αλλά και να αποκτήσει τα εφόδια εκείνα που θα της επιτρέψουν την επιτυχημένη πορεία της στις αγορές του εξωτερικού.

7.4. Εξαγωγές της ΕΒΓΑ

Ακολουθώντας συνεχή ανοδική πορεία η ΕΒΓΑ είναι η πρώτη ελληνική γαλακτοβιομηχανία που ξεπέρασε τα σύνορα της χώρας μας κάνοντας σημαντικές εξαγωγές στις απαιτητικές χώρες της Ε. Ευρώπης. Με προϊόντα υψηλής ποιότητας που ξεχωρίζουν όχι μόνο στην εγχώρια, αλλά και στην διεθνή αγορά, η ΕΒΓΑ επεκτείνει διαρκώς τη παρουσία της στη Ευρώπη. Χρόνο με τον χρόνο οι όγκοι των παγωτών που εξάγονται και διακινούνται στην Δυτική Ευρώπη αυξάνεται με εντυπωσιακό ρυθμό. Παράλληλα η ΕΒΓΑ επεκτείνεται στις παρθένες αγορές της Ανατολικής Ευρώπης. Με δεδομένο το ενδιαφέρον των χωρών αυτών για ξένες επενδύσεις και βάση ενός μακροπρόθεσμου ευέλικτου σχεδιασμού οι πρώτες ενδείξεις είναι εξαιρετικά ενθαρρυντικές καθώς η ποιότητα και η ποικιλία των παγωτών ΕΒΓΑ έχουν κερδίσει και τους Ανατολικοευρωπαίους καταναλωτές.

Στην Ανατολική Ευρώπη διαθέτει ψυγεία άνω των 3.000 στη Ρουμανία, άνω των 1.000 στην Βουλγαρία, περί τα 350 στην Κροατία και περί τα 500 στη Πολωνία καθώς και ένα μικρό αριθμό στη Αλβανία και την Σλοβενία. Η προώθηση των προϊόντων της η ΕΒΓΑ στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης - εξάγει από το 1992 - στηρίζεται με την τοποθέτηση αντιπροσώπου, ο οποίος με τη σειρά του και με την καθολική υποστήριξη της εταιρίας στην Ελλάδα, οργανώνει το δίκτυο διανομής.

Εξαγωγική δραστηριότητα πραγματοποιείται και στην Δυτική Ευρώπη που ξεκίνησε και εκεί από το 1992 και σήμερα μόλις 4 χρόνια μετά έχει αναπτυχθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό. Οι Ευρωπαίοι καταναλωτές δείχνουν να ξεχωρίζουν τα προϊόντα της ΕΒΓΑ όχι μόνο για την εξαιρετική ποιότητα τους, αλλά και για την πρωτοτυπία τους. Το μοναδικό σε πρωτοτυπία 0%+0% παγωτό συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον των Ευρωπαίων αγοραστών. Χώρες εξαγωγών στη Δυτική Ευρώπη είναι η Γερμανία, η Ολλανδία, η Ιταλία και η Πορτογαλία.

Το σύνολο των εξαγόμενων προϊόντων της ΕΒΓΑ καλύπτει το 20% της παραγωγής της. Σύμφωνα με τις απόψεις στελεχών της εταιρίας η άριστη όπως την χαρακτηρίζουν, πορεία είναι αποτέλεσμα των υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών, της συνέπειας με την οποία αντιμετωπίζεται κάθε νέα αγορά, της εμπειροπαιστωμένης μελέτης των αγορών και φυσικά της μοναδικότητας και της μεγάλης ποικιλίας.

Η ΕΒΓΑ παράγει επίσης παγωτά για μεγάλες βιομηχανίες του εξωτερικού, οι οποίες στη συνέχεια προωθούν τα συγκεκριμένα προϊόντα κάτω από τη δική τους επωνυμία. Το γεγονός αυτό είναι πολύ σημαντικό, γιατί οι Ευρωπαϊκές εταιρίες που ως γνωστόν έχουν πολύ υψηλές ποιοτικές προδιαγραφές, όχι μόνο διακινούν προϊόντα της ΕΒΓΑ, αλλά λόγω της υψηλής ποιότητας και της συνέπειας που διακρίνει τα προϊόντα της εταιρίας, δεν διστάζουν να τα διακινούν κάτω από το δικό τους όνομα.

Σαν πρώτη εταιρία η ΕΒΓΑ που εισήχθει στην αγορά της Δυτικής Ευρώπης στοχεύει στο άμεσο μέλλον να εδραιωθεί σε μία από τις σημαντικότερες εταιρίες στην ευρωπαϊκή αγορά. Τα εξαγώγιμα προϊόντα της ΕΒΓΑ είναι παγωτά και φυσικοί χυμοί φρούτων.

7.5. Κέρδη της ΕΒΓΑ Α.Ε.

Με σημαντική αύξηση των πωλήσεων της τάξης του 11% γιορτάζει η ΕΒΓΑ Α.Ε. τα 60 χρόνια της λειτουργίας της.

Οι πωλήσεις της έφτασαν τα 16.120 εκατομ. δρχ. σημειώνοντας ταυτόχρονα μεγάλη βελτίωση της κερδοφορίας της, καθώς υπερδιπλασιάστηκε το καθαρό της αποτέλεσμα φτάνοντας τα 621 εκατομ. δρχ.

Ο υψηλός ρυθμός αύξησης των κερδών οφείλεται τόσο στη μείωση του κόστους παραγωγής με επίτευξη περιθωρίου μικτών κερδών και εισόδου 48% όσο και στη συγκράτηση των χρηματοοικονομικών εξόδων που περιορίστηκαν κατά 22%.

Το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων της προέρχεται από το παγωτό, κατέχει τη δεύτερη θέση. Τα προϊόντα της διακινούνται σε 25.000 σημεία πώλησης. Επίσης κατέχει σημαντική θέση στον τομέα των χυμών σύντομης διάρκειας στον οποίο δραστηριοποιήθηκε από τις αρχές της δεκαετίας.

Η συνολική αξία των προαποσβέσεων παγίων της ΕΒΓΑ Α.Ε. φτάνει τα 15.345 εκατομ. δρχ. ενώ στη διάρκεια των ετών 1992-94 πραγματοποίησε επενδύσεις σε πάγια στοιχεία αξίας 3.427 εκατομ. δρχ. από τα οποία τα 2.105 εκατομ. αφορούν τη χρήση του 1994, ενώ αύξησε τις συμμετοχές κατά 420 εκατομ. δρχ. σε συγγενείς εταιρίες.

Σε εμπορική βάση συνεργάζεται για ορισμένα προϊόντα με την ΦΑΓΕ Α.Ε. ενώ πρόσφατα άρχισε να επεκτείνεται στον τομέα του catering.

Η ΦΑΓΕ Α.Ε. δεν έχει εισαχθεί στο χρηματιστήριο.

7.6. Οργάνωση σε ανθρώπινο δυναμικό

Η οργανωτική δομή της ΕΒΓΑ Α.Ε. είναι διαρθρωμένη σε τέσσερις κεντρικές διευθύνσεις όπως και η ΦΑΓΕ οι οποίες χωρίζονται σε επιμέρους υποδιευθύνσεις. Αναλυτικότερα:

- α) Γενική Διεύθυνση στην οποία δεν υπάγεται καμία υποδιεύθυνση
- β) Διεύθυνση εργοστασίου στην οποία υπάγονται οι υποδιευθύνσεις Τεχνική, Προγραμματισμού, Ελέγχου Παραγωγής και Ποιοτικού Ελέγχου
- γ) Διεύθυνση Οικονομική στην οποία υπάγονται οι υποδιευθύνσεις Λογιστηρίου και Κοστολόγησης

δ) Διεύθυνση εμπορική στην οποία υπάγονται οι υποδιευθύνσεις Marketing και Πωλήσεων

Σε αυτές τις διευθύνσεις και υποδιευθύνσεις κάθε έτος γίνεται κατανομή κεφαλαίων για την άριστη, αποδοτική και χωρίς προβλήματα λειτουργία τους. Το μέγεθος των κεφαλαίων που διατίθενται εξαρτάται από τις ανάγκες και τους στόχους που έχει βάλει η εταιρία. Κάθε τρεις μήνες διενεργείται έλεγχος στις υποδιευθύνσεις για να διαπιστωθεί η καλή πορεία τους.

Απασχολεί 250 - 750 εργαζόμενους ανάλογα την εποχή και κάθε ένας απ' αυτούς έχει τοποθετηθεί στην καταλληλότερη θέση σύμφωνα με τα προσόντα του και την εξειδίκευση του. Το σπουδαίο παρελθόν της δημιουργεί πρόσθετο βάρος και ευθύνη στο νεώτερο προσωπικό για τη συνέχιση της επιτυχημένης πορείας της.

Διαθέτωντας μοναδική τεχνογνωσία και εξειδικευμένο προσωπικό στο χώρο της και αναζητώντας πάντα τις πιο εξελιγμένες μεθόδους παραγωγής η ΕΒΓΑ σχεδιάζει το μέλλον της με σιγουριά και δυναμισμό. Είναι δε η πρώτη επιχείρηση στην Ελλάδα που υιοθέτησε το σύστημα αυτό που απαιτεί εξειδικευμένο προσωπικό για να λειτουργήσει το εφαρμόζει εδώ και μία δεκαετία (σύστημα "Ανάπτυξης Επικινδυνότητας Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου"). Ένα πρωτοποριακό σύστημα διασφάλισης της υγιεινής και ποιότητας των προϊόντων. Μια "αλυσίδα" ποιοτικού ελέγχου σε όλη τη διάρκεια παραγωγής ενός τροφίμου. Από τη παραλαβή των πρώτων υλών έως τη στιγμή που φτάνει στα χέρια των καταναλωτών. Το πιστοποιητικό ποιότητας που ανοίγει νέους δρόμους στην ΕΒΓΑ αφού αποτελεί εγγύηση για την:

- Διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων
- Καλύτερα και ανταγωνιστικότερα προϊόντα

- Ορθολογικότερη, αποτελεσματικότερη λειτουργία της εταιρίας

που εγγυάται δηλαδή και εκτός συνόρων μας αυτό που η ΕΒΓΑ ήταν πάντα: Μια πρότυπη εταιρία με πρωτοποριακά προϊόντα.

7.8. Ανταγωνισμός και προβλήματα

Μεγάλος είναι ο ανταγωνισμός που παρατηρείται μεταξύ των Ελληνικών γαλακτοβιομηχανιών που ξοδεύουν μεγάλα ποσά τόσο για διαφημιστικούς λόγους όσο και για λόγους καινοτομίας και συσκευασίας.

Η ΕΒΓΑ διαθέτει τα δικά της μέσα για να ανταπεξέλθει σε αυτό το φοβερό "πόλεμο". Αυτά αφορούν την υπερσύγχρονη τεχνολογία που διαθέτει για τη παραγωγή των προϊόντων της, το σύστημα "Ανάπτυξης Επικινδυνότητας Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου" (H.A.C.C.P), το μεγάλο δίκτυο διανομής της, τα ίδια τα προϊόντα που παράγει, το marketing που χρησιμοποιεί, οι καινοτομίες της και τέλος η ίδια η θέληση για ανάπτυξη του προσωπικού της.

Ο κλάδος όμως της γαλακτοβιομηχανίας αντιμετωπίζει και πολλά προβλήματα που επηρεάζουν πολλές φορές την εξέλιξη του.

- Πρώτον, ότι στην Ελλάδα, αντίθετα με τις χώρες του βορρά, δεν έχουμε κατανάλωση παγωτού από το Νοέμβριο έως τον Απρίλιο. Δηλαδή, ενώ ο Σουηδός και ο Γερμανός καταναλώνουν 14 και 9 λίτρα παγωτού, αντίστοιχα, κατά κεφαλή το χρόνο, αντίθετα ο Έλληνας καταναλώνει μόλις 3,5 λίτρα υπολογίζοντας μάλιστα και τα 5 εκατομ. τουριστών.
- Δεύτερον, αντίθετα με τις άλλες χώρες του βορρά, το καταναλωτικό ελληνικό κοινό είναι τα παιδιά κάτω από 12-14 χρονών. Μάλιστα από μετρήσεις, μόνο το 17% της

κατανάλωσης αφορά το λεγόμενο “οικογενειακό παγωτό”. Η στρατηγική λοιπόν των αντιπάλων επιτελείων του marketing είναι συγκεκριμένη και ιδιαίτερα ορατή στην Τ.Υ. Καταρχήν η κατανάλωση από τα παιδιά και κατα δεύτερο, η προσπάθεια διεύρυνσης των καταναλωτών είτε “γαργαλώντας” τις αναμνήσεις των μεγαλύτερων είτε προσπαθώντας να επιμηκύνουν την κατανάλωση και πέραν του Οκτωβρίου. Παγωτό - απολαύσεις όλο το χρόνο.

- Τρίτον, Οι ποσοτώσεις που επιβάλλονται από την Ε.Ο.Κ. και μας επιτρέπουν να παράγουμε και να χρησιμοποιούμε 625.000 τόννους γάλακτος (αγελαδινού) ετησίως ποσότητα που επαρκεί για τις μισές μας ανάγκες.
- Τέταρτον, τα προϊόντα που παράγονται πρέπει συνεχώς να βρίσκονται σε κατάλληλη θερμοκρασία (ψύξη) και να καταναλώνονται μέσα σε ορισμένο χρονικό διάστημα που συνήθως είναι πολύ μικρό.

7.9. ΕΒΓΑ, προσφορά, υπευθυνότητα και κοινωνική ευαισθησία

Η ΕΒΓΑ πέρα από την αδιάκοπη προσπάθεια για συνεχή βελτίωση των προϊόντων της, που έχει άμεσο αποδέκτη τον Έλληνα καταναλωτή, διαπνέεται από ένα πνεύμα ενεργού συμμετοχής στην κοινωνική ζωή και αναπτύσσει πολύπλευρες δραστηριότητες προσφοράς προς το κοινωνικό σύνολο.

Πάντα ευαίσθητη σε θέματα ζωής και περιβάλλοντος υποστηρίζει έμπρακτα τη διαφύλαξη και προστασία της φύσης. Συμμετέχοντας στην εκστρατεία για την διάσωση των σπάνιων ζώων που ζουν στην Ελλάδα και απειλούνται με εξαφάνιση, έθεσε υπό την προστασία της την θαλάσσια χελώνα CARETTA - CARETTA.

Παράλληλα η ΕΒΓΑ ενδιαφέρεται για την προαγωγή των τεχνών και έχει αξιόλογη δράση στον χώρο των πολιτιστικών γεγονότων. Υποστηρίζει ενεργά την προσπάθεια για την διατήρηση των θερινών κινηματογράφων που ο αριθμός τους μειώνεται δραματικά τα τελευταία χρόνια. Ακόμα ενισχύει σαν χορηγός παραστάσεις ποιοτικών θεατρικών έργων για παιδιά, πιστεύοντας πως η γνωριμία με το θέατρο είναι πολύ σημαντική για τη γενικότερη παιδεία τους.

Αυτές οι δραστηριότητες δείχνουν την αντίληψη που έχει η ΕΒΓΑ για την πολιτιστική αναβάθμιση της κοινωνικής ζωής μας. Γιατί η ΕΒΓΑ είναι πάνω απ' όλα μια ανθρώπινη εταιρία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ****8.1. Αιγοπρόβειο γάλα και παραδοσιακά τυριά**

Η αιγοπροβατοτροφία αποτελεί σημαντικό παράγοντα της εθνικής μας οικονομίας γιατί αξιοποιεί τους τεράστιους σε έκταση, φτωχούς συνήθως, βοσκότοπους των ορεινών και ημιορεινών περιοχών της χώρας μας, εξασφαλίζει εισόδημα σε περισσότερες από 250.000 οικογένειες, μετέχει με 44% περίπου στην ακαθόριστη αξία της ζωικής παραγωγής και προμηθεύει τους Έλληνες με προϊόντα υψηλής βιολογικής αξίας. Υπολογίζεται ότι το αιγοπρόβειο γάλα αντιπροσωπεύει το 65% περίπου της γαλακτοπαραγωγής μας και ότι απ' αυτό παράγεται το 90% των τυριών μας.

Είναι φυσικό, κατά συνέπεια, τα παραδοσιακά μας τυριά να παράγονται σχεδόν αποκλειστικά από αιγοπρόβειο γάλα. Το τελευταίο αποτελεί εξαιρετική πρώτη ύλη για τυροκόμηση, με συνέπεια και τα προϊόντα που παράγονται από αυτό να είναι ξεχωριστά και να εκτιμώνται ιδιαίτερα από τους καταναλωτές. Το γεγονός ότι πολλά απ' αυτά "αντιγράφονται" σήμερα, έστω και ανεπιτυχώς από άλλες χώρες, επιβεβαιώνει την ποιοτική τους υπεροχή έναντι άλλων ομοειδών τους που παρασκευά-

ζονται από αγελαδινό γάλα και επιβάλλει τη λήψη μέτρων για την προστασία τους.

8.2. Η προστασία των παραδοσιακών τυριών

Μέχρι πριν από λίγα χρόνια δεν υπήρχε νομικό πλαίσιο για την προστασία των παραδοσιακών τροφίμων σε διεθνές επίπεδο. Οι διάφορες χώρες εφαρμόζουν διαφορετικές εθνικές πρακτικές για τα προϊόντα τους, γεγονός που δεν διασφάλιζε μια ενιαία θεώρηση και ίσους όρους ανταγωνισμού μεταξύ των παραγωγών τους, ενώ οι καταναλωτές δεν είχαν πάντοτε τις απαραίτητες πληροφορίες για τα προϊόντα ώστε να μπορούν να κάνουν τις επιλογές τους. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, στα πλαίσια επαναπροσανατολισμού της αγροτικής πολιτικής της και με δεδομένο ότι οι καταναλωτές τα τελευταία χρόνια δίδουν προτεραιότητα σε ότι αφορά τη διατροφή τους, μάλλον στην ποιότητα παρά στην ποσότητα, προχώρησε στη έκδοση του κανονισμού 92/2081/ΕΟΚ του Συμβουλίου. Με τον κανονισμό αυτό δίδεται η δυνατότητα, στις χώρες - μέλη της, προστασίας των γεωργικών προϊόντων ή τροφίμων τους που διακρίνονται από την γεωγραφική τους καταγωγή και παρουσιάζουν ορισμένα ιδιότυπα χαρακτηριστικά. Η χώρα μας αξιοποίησε τη δυνατότητα αυτή και υπέβαλε το 1994 πλήρεις φακέλους για τα παραδοσιακά τρόφιμα, μεταξύ των οποίων και για τα 24 παραδοσιακά μας τυριά, που εξετάζονται την περίοδο αυτή. Ήδη μάλιστα έχουμε και την πρώτη σχετική ψηφοφορία, το αποτέλεσμα της οποίας ήταν ικανοποιητικό για την χώρα μας - 45 ψήφοι υπέρ (Πορτογαλία, Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία, Λοξεμβούργο, Βέλγιο, Έλλαδα) και 42 κατά - όχι όμως ικανό για την κατοχύρωση.

Σε εθνικό επίπεδο έχει δημιουργηθεί ειδικό νομικό πλαίσιο για τα παραδοσιακά μας τυριά. Ήδη από το 1988 έχουν δημοσιευτεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως πλήρεις ατομικές προδιαγραφές για καθένα από αυτά, που συμπληρώ-

θηκαν το 1994, ενώ δημιουργήθηκε ειδική υπηρεσία στο Υπουργείο Γεωργίας, που θα ασχολείται υπεύθυνα με αυτά. Παράλληλα συγκροτήθηκε και η Εθνική Επιτροπή Παρακολούθησης και Εφαρμογής της Νομοθεσίας για τα Παραδοσιακά Τυριά. Σημαντικό στοιχείο της όλης προσπάθειας είναι η οριοθέτηση των περιοχών που κινείται κάθε τυρί και ο καθορισμός της πρώτης ύλης από την οποία παρασκευάζεται. Για τη φέτα που είναι και το πιο σημαντικό προϊόν μας, ορίστηκε ότι παρασκευάζεται από πρόβειο γάλα ή μίγμα πρόβειου και γιδινού, στο οποίο όμως το τελευταίο δεν ξεπερνά το 30%, κάτι που δεν πρέπει να ξεφεύγει της προσοχής κανενός.

8.3. Αιτία της κρίσης και προτάσεις

Η Ελλάδα κατέχει τα διεθνή πρωτεία στην ποσοτική και ποιοτική διάσταση της φέτας. Κατέχει την πρώτη ευρωπαϊκή θέση στην αιγοτροφία και την τέταρτη στην προβατοτροφία ενώ το ελληνικό ζωικό κεφάλαιο αιγοπροβάτων αντιπροσωπεύει το 15% περίπου όλων των χωρών της ευρωπαϊκής Ένωσης. Κατά συνέπεια η Ελλάδα είναι μια ισχυρή δύναμη στον τομέα αυτό, ενώ για την ελληνική κτηνοτροφία τα αιγοπρόβατα προσφέρουν το 42% του ακαθάριστου εισοδήματος. Η γενική παρατήρηση όμως είναι ότι η παραδοσιακή μας αιγοπροβατοτροφία, με τα προϊόντα της, δεν απέκτησε ποτέ τη δική της πολιτική, δεν αξιοποιήθηκε όσο έπρεπε, δεν ενεργοποίησε πόρους και δυνατότητες οικονομικής, εμπορικής, κοινωνικής, περιφερειακής ανάπτυξης, έστω και αν σήμερα, μόνο από αυτό τον κλάδο, αποζούν 400 χιλιάδες οικογένειες, χωριά και δεκάδες χιλιάδες άτομα που απασχολούνται στις άλλες φάσεις του οικονομικού κυκλώματος. Αυτά ως εισαγωγή στο πρόβλημα: ότι δηλαδή φέτα και αιγοπρόβειο γάλα είναι εθνικό προϊόν και εθνική υπόθεση.

8.3.1. Αίτια της κρίσης

Τα αίτια της κρίσης είναι ενδογενή και εξωγενή. Οι εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες που διαμόρφωσαν και πυροδότησαν την κρίση - αποδιοργάνωση, επιγραμματικά είναι οι ακόλουθοι: Απελευθέρωση της αγοράς το 1991 από το αγορανομικό καταπιεστικό καθεστώς. Ανακούφιση των δυνάμεων παραγωγής, προσφορά ποιότητας, αύξηση των τιμών γάλακτος, αναζωογόνηση της ζήτησης για φέτα και φυσικά για αιγοπρόβειο γάλα. Η τιμή στην κατανάλωση έφθασε σε απρόσιτα ύψη για τον μέσο Έλληνα. Η φέτα από 700-800 δραχ. πλησίασε τις 1800-2000-2200 δραχ/κιλό! Η ζήτηση άρχισε να υποχωρεί. Στο παιχνίδι μπήκε ισχυρά πλέον, η εισαγόμενη "λευκή" από αγελαδινό γάλα "φέτα", η κερδοσκοπία εμπόρων, εισαγωγέων, με τα εισαγόμενα τυριά, κυρίως "λευκού τύπου" (δήθεν φέτα). Μπήκε και η νοθεία από κακούς τυροκόμους, που προτιμούσαν δήθεν "φέτα" από σκόνη, από υποκατάστατα και από άλλες ύποπτες εισαγόμενες πρώτες ύλες από αγελαδινό γάλα κλπ. Έτσι η ελληνική παραδοσιακή φέτα από 100% αιγοπρόβειο γάλα υποσκάφτηκε από τις σκοτεινές και ανεξέλεγκτες (;) δυνάμεις της κερδοσκοπίας και της ασυδοσίας.

Ένας άλλος υγιής όμως παράγοντας στη διαμόρφωση της κρίσης προήλθε από τις πρώτες επενδύσεις ορισμένων μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών που στράφηκαν στα τυριά, ιδίως στη φέτα, που γι' αυτό αναζήτησαν αιγοπρόβειο γάλα, προσφέροντας υψηλότερες τιμές. Προσφορά και ζήτηση πέρασαν σε κύκλους ανερχόμενων τιμών. Οι κτηνητρόφοι είδαν το προϊόν τους (το γάλα) να αμείβεται σε διπλάσια τιμή μέσα σε δυο χρόνια. Ζήτηση γάλακτος σε αυξημένες ποσότητες αλλά και τιμές υπήρχε φυσικά και από τους (μικρούς ή μεγάλους, 900 τον αριθμό σε όλη την χώρα) τυροκόμους, που ελέγχουν ως γνωστόν το 80%-85% της παραγωγής ελληνικών τυριών, κυρίως φέτας. Στη χώρα μας το 60-65% του αιγοπρόβειου γάλατος (πάνω από ένα εκατομμύριο τόννους ετησίως) γίνεται φέτα, το δε υπόλοιπο πηφαίνει για άλλες χρήσεις

(αυτοκατανάλωση, ζωοτροφή, ημίσκληρα τυριά, μυζήθρα κλπ.). Οι πανύψηλες όμως λιανικές τιμές της φέτας συρρίκνωσαν την αντίστοιχη ζήτηση (η Ελλάδα κατέχει τα παγκόσμια πρωτεία στην κατά κεφαλήν κατανάλωση φέτας, άλλα και τυριού γενικά μετά τη Γαλλία), η οποία ζήτηση βρήκε διεξόδους είτε στα εισαγόμενα λευκά, τύπου "φέτας" τυριά από Δανία, Γερμανία κλπ., είτε στα "λοιπά εισαγόμενα τυριά" (σκληρά, ημίσκληρα, λειωμένα κ.α.), είτε και σε φθηνότερη φέτα εισαγωγής από γειτονικές Βαλκανικές χώρες η οποία εισάγεται νόμιμα, κυρίως όμως παράνομα, και σε πολύ φθηνότερες τιμές, είτε σε φθηνότερη, νοθευμένη όμως εγχώρια παρασκευής.

Στο μεταξύ η εγχώρια παραγωγή φέτας αυξήθηκε τα τελευταία 1-2 χρόνια κατά 12-15 χιλιάδες τόννους. Έτσι λοιπόν η αυξημένη εισαγωγή τυριών, η εγχώρια νοθεία, η αυξημένη παραγωγή σε συνάρτηση με τη μειωμένη λόγω υψηλών τιμών ζήτηση, οδήγησε σε μεγάλα αποθέματα που και σήμερα συνιστούν πιεστικό πρόβλημα για όλους. Βέβαια με την αποδιοργάνωση και την έντονα μειωμένη ζήτηση, οι τιμές της φέτας υποχώρησαν αισθητά με τάσεις περαιτέρω πτώσης τους.

8.3.2. Επιπτώσεις και κίνδυνος

Με τη σταθερή πτώση της ζήτησης για φέτα, δημιουργήθηκαν σιγά-σιγά απύλητα αποθέματα στα χέρια τυροκόμων, εμπορίου και συνεταιρισμών, που έφθασαν τους 35000-40000 τόννους, ρεκόρ στα χρονικά. Τα υψηλά αποθέματα συγκρότησαν την τυροκόμηση και φυσικά μείωσαν τη ζήτηση του αιγοπρόβειου γάλακτος. Τυροκόμοι, έμποροι, βιομηχανίες προσφέρουν όλο και μικρότερες τιμές στους κτηνοτρόφους. Από 280-300 δρχ. το κιλό το πρόβειο και 200-220 το κατσικίσιο γάλα οι τιμές κατρακύλησαν απότομα για να φθάσουν σήμερα στο πρόβειο τις 215 δρχ., στις 180 και στις 150-130 δρχ., δηλαδή στο ήμισυ των πριν από ένα χρόνο

επιπέδων. Και μάλιστα με μικρές προκαταβολές και ... "μετά βλέπουμε" δίχως εγγύηση για τον χρόνο και την τιμή της εξόφλησης. Η αγορά του αιγοπρόβειου γάλακτος είχε πλέον καταρρεύσει. Οι κτηνοτρόφοι εξάλλου βγήκαν στους δρόμους, ζητώντας κάποιο μέτρο, κάποιο χέρι βοήθειας.

Μια άλλη επίπτωση ήταν οι διογκούμενες εισαγωγές τόσο διαφόρων τύπων ξένων τυριών όσο (και κυρίως) ψεύτικης φέτας από αγελαδινό γάλα, εννοείται σε κατά 30-40% μικρότερες τιμές από την εγχώρια παραδοσιακή φέτα, που κι αυτές οι τιμές υποχώρησαν από την κορυφή των 2000-2200 δραχ. στις 1400-1600 δραχ., με περαιτέρω μειωτικές τάσεις. Ο ξένος ανταγωνισμός εισχώρησε περισσότερο στην ελληνική αγορά, και το χειρότερο είναι ότι αλλοίωσε τα ποιοτικά γευστικά γούστα της ντόπιας κατανάλωσης για την γνήσια φέτα, μέσω της "λευκής" εισαγόμενης "τύπου φέτας" που έχουν το θράσος να την κυκλοφορούν πλέον με ελληνικές τοπωνυμίες (ΣΥΡΤΑΚΙ, Αρκαδία, Αθηνά κ.α.). Δημιουργήθηκαν νέοι δεσμοί οικονομικού συμφερόντος μεταξύ ξένων εισαγωγέων φέτας στην Ελλάδα και ντόπιων εμπόρων που έφθασαν στην ανοικτή και θρασεία εξαπάτηση του καταναλωτικού κοινού (αφού άλλωστε δεν υπάρχει ούτε κρατικός έλεγχος ούτε κρατική πολιτική προστασίας ενός εθνικού προϊόντος και των Ελλήνων ή οποιονδήποτε άλλων καταναλωτών), αναγράφοντας πάνω στην ψεύτικη εισαγόμενη "φέτα" την ένδειξη τυρί "τύπου φέτας", ή λευκό τυρί, σε τιμή εννοείται δελεαστική για την πληττόμενη από την λιτότητα Ελληνίδα νοικοκυρά. Άλλες επιπτώσεις από την αποδιοργάνωση της αγοράς είναι: Αναγκαστική προσφορά φέτας (από τυροκόμους και έμπορους) σε τιμές κάτω του κόστους. Χρεωκοπία πολλών μικρών τυροκομείων. Δεκάδες χιλιάδες κτηνοτρόφοι, σχεδόν απλήρωτοι για το γάλα που πούλησαν από το 1994 και μετά. Κίνδυνος ποιοτικής αλλοίωσης μεγάλων ποσοτήτων φέτας και άλλων τυροκομικών λόγω αποθεματοποίησης. Η πτώση των (χονδρικών, λιανικών) τιμών επιφέρει οικονομική ζημιά σε τυροκόμους, συνεταιρισμούς, έμπορους. Οι εξαγωγές λόγω ξένου

ανταγωνισμού και υψηλού κόστους συγκρατήθηκαν ή μειώθηκαν, με αντίστοιχη απώλεια αγορών. Η ελληνική φέτα λόγω υψηλού μη ανταγωνιστικού κόστους παραγωγής έχασε την ανταγωνιστικότητά της προς όφελος δυστυχώς του ξένου ανταγωνισμού λόγω υπεπροσφοράς που σαρώνει τις εξωτερικές αγορές με φθηνότερα τυριά. Δυσφήμιση της γνήσιας παραδοσιακής φέτας, εθισμός της εγχώριας κατανάλωσης σε ξένα τυριά "τύπου φέτας - μαϊμού". Διείσδυση στην ελληνική αγορά, με ώθηση των ξένων συμφερόντων, ορισμένων ύποπτων εμπορικών κυκλωμάτων που διαθέτουν παράνομα, εισαγόμενη σκόνη γάλακτος, κι άλλα υποκατάστατα για την παρασκευή της δήθεν "φέτας". Μια σημαντική συγκέντρωση της τυροκόμησης σε μεγάλες εγχώριες γαλακτοβιομηχανίες, με παράλληλη ανάπτυξη τυποποιημένων προσυσκευασμένων τυριών φέτας ή άλλων, σε υψηλότερες τιμές λιανικής. Τα εμπορικά κέντρα κατανάλωσης επιβάλλουν τώρα τους κανόνες του παιχνιδιού στην αγορά, ενώ πρώτα τον πρώτο λόγο είχαν οι τυροκόμοι - παραγωγοί (π.χ. στην ποιότητα, στις τιμές, στις γευστικές προτιμήσεις, στους όρους και στις πηγές εφοδιασμού μέσω εισαγωγών, ή από παράνομες τυροκομικές μονάδες που εργάζονται με νοθεία).

Επικίνδυνη αποσταθεροποίηση της εγχώριας αγοράς αιγοπρόβειου γάλακτος και φέτας, με δυσοίωνες προοπτικές αν δεν ληφθούν ριζικά μέτρα. Τεράστιες ζημιές των κτηνοτρόφων που εκτιμούν πως μόνο από την απότομη πτώση των τιμών τους ζημιώθηκαν κατά 80-100 δισ. δρχ. Ζημιές υπέστησαν πολλοί τυροκόμοι, ορισμένοι από τους οποίους χρεωκόπησαν ενώ πολλοί βρίσκονται στα πρόθυρα χρεωκοπίας. Αρνητικές παρενέργειες στο συνολικό οικονομικό και πιστωτικό κύκλωμα της συγκεκριμένης αγοράς. Οικονομική οφέλεια και κερδοσκοπία ενός μεγάλου μέρους εμπορικού, μεταπρατικού κυκλώματος, που μετέστρεψε υπέρ αυτού έναν άλλο συσχετισμό δυνάμεων και επιρροών στην αγορά. Ωφέλεια οικονομική, εμπορική, κ.λ.π. απέκτησαν και οι γαλακτοβιομηχανίες που παράγουν τυροκομικά. Η ελληνική παραδοσιακή φέτα που

διεκδικεί χρόνια τώρα στα διεθνή φόρουμ την αποκλειστικότητα της εμπορικής ονομασίας προέλευσης, δέχθηκε ένα πλήγμα που είναι όμως ανατρέψιμο μέσω ρισκικών μέτρων.

Τέλος μια πολύ σοβαρή επίπτωση είναι ότι διαφαίνονται κίνδυνοι επιβίωσης μεγάλου μέρους της αιγοπροβατοτροφίας γαι τα επόμενα 2-3 χρόνια αν στο μεταξύ δεν σταθεροποιηθεί και ισορροπήσει η συγκεκριμένη αγορά.

Μετά από όλα αυτά, οφείλουμε να επισημάνουμε ότι οι νέες ισορροπίες της αγοράς δεν θα ανευρεθούν στις προηγούμενες υψηλές τιμές παραγωγής και λιανικής πώλησης, επειδή ακριβώς το τεχνητό αυτό ύψος απεδείχθη μη ανταγωνιστικό (εξού και η κατάρρευση της αγοράς), αλλά θα πρέπει να σταθεροποιηθούν σε πραγματικά επίπεδα εκεί δηλαδή όπου συναντάται η προσιτή τιμή κατανάλωσης και εξαγωγών, η αποφυγή νοθείας με υποκατάστατα και η απομάκρυνση των δελεαστικών εισαγωγών διαφόρων (φθηνότερων) τυριών και κυρίως "τύπου φέτας" η οποία πρέπει να απαγορευτεί, ως αντιβαίνουσα τον κώδικα τροφίμων που απαιτεί η φέτα να είναι 100% από αιγοπρόβειο γάλα.

8.3.3. Μέτρα

Μετά από την κατάρρευση και αποδιοργάνωση της εγχώριας αγοράς γάλακτος και φέτας, που έδωσε την ευκαιρία στον ξένο ανταγωνισμό να διεισδύσει, να συνάψει νέους δεσμούς συμφερόντων, η πολιτεία πρώτον, αλλά και άλλοι φορείς και παράγοντες της αγοράς οφείλουν να πάρουν μέτρα πολύ αυστηρά και αποτελεσματικά όσο και αν στοιχίσουν στους ίδιους. Επειδή ακριβώς πρόκειται για εθνικό προϊόν, για εθνικό συμφέρον, για έναν κτηνοτροφικό κλάδο παραδοσιακό, σημαντικό, με δυναμική που δεν έχει ακόμα αξιοποιηθεί όσο θα έπρεπε και με προοπτικές πολύ θετικές για τις 1,5 εκατομμύρια και πλέον ασχολούμενους άμεσα ή έμμεσα με αυτόν τον τομέα

(κτηνοτρόφους, τυροκόμους, εμπόρους, εξαγωγείς, συναιτερισμούς) και φυσικά προς μια πολύπτυχη ωφέλεια όλων των Ελλήνων και αλλοδαπών καταναλωτών της πολυφημισμένης παραδοσιακής ελληνικής φέτας.

Τα άμεσα αυτά μέσα πρέπει να δρομολογηθούν προς όλες τις κατευθύνσεις και τα επίπεδα. Πομποί και δέκτες των μέτρων όφειλαν να είναι οι πάντες, εφόσον το πρόβλημα αφορά τους πάντες, έστω και με τη στενή οικονομική έννοια. Συνέχιση της αποσταθεροποίησης ή περαιτέρω καθίζηση της συγκεκριμένης αγοράς θα έχει ανυπολόγιστες επιπτώσεις σε μύρια επίπεδα: από την οικονομική - επαγγελματική πλευρά, την κοινωνική, περιφεριακή μέχρι την πολιτισμική διάσταση. Οι Έλληνες θα χάσουν κάτι που είναι δικό τους, που τους ανήκει, που το έχουν κατακτήσει εδώ και χιλιάδες χρόνια ...

Αναφέρουμε ενδεικτικά ορισμένα μέτρα: συμπαράσταση προς τους πληττόμενους κτηνοτρόφους, έστω και αν ωφελήθηκαν οικονομικά τα 2-3 προηγούμενα χρόνια. Προέχει τώρα να μην καταρεύσει ο κλάδος. Ρευστοποίηση των αποθεμάτων, κάτι στο οποίο οφείλουν να συμβάλλουν όλοι: είτε μέσω της μείωσης των τιμών, είτε μέσω κρατικών παρεμβάσεων να διοχετευτούν τα αποθέματα στον στρατό, σε κοινωφελή ιδρύματα κ.λ.π., είτε μέσω πειστικής ενημέρωσης του καταναλωτικού κοινού, είτε μέσω κοινοτικών εγκρίσεων για δωρεάν διάθεση σε ιδρύματα και λιμοκτονούντες πληθυσμούς άλλων χωρών, είτε μέσω συμπιεσμένων εμπορικών κερδών των αλυσίδων SIM κ.λ.π. Οι επιχειρηματικοί παράγοντες να αναλάβουν με αυτοχρηματοδότηση μια συνεχή καμπάνια προώθησης της αποθεματοποιημένης φέτας. Τα ΜΜΕ να δώσουν ένα χέρι αφιλοκερδούς βοήθειας κι όχι να ζητάνε εκατομμύρια για διαφήμιση μισού λεπτού. Η κυβέρνηση να ζητήσει από την Κομισιόν έγκριση για μια εθνική ενίσχυση του κλάδου που χτυπήθηκε παράνομα και ανηλεώς από το ξένο (ισχυρότερο) ανταγωνισμό. Όλοι οι φορείς να προχωρήσουν σε μια διεπαγγελματική οργάνωση και συνεργασία που να έχει

θετικά αποτελέσματα προς όφελος όλων τους. Οι κτηνοτρόφοι να περάσουν σε αυτοοργάνωση και να συνεργαστούν με τα πολλά τυροκομεία σε μια πανίσχυρη επιχειρηματική ή περιφερειακές επιχειρήσεις καθετοποίησης του γάλακτος, με νέες επενδύσεις παράλληλα φυσικά με την επιχειρηματική οργάνωση που έχουν οι μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες που παράγουν τυροκομικά.

Οι κτηνοτρόφοι να συνειδητοποιήσουν την αλήθεια που τους αποκαλύπτει η πικρή εμπειρία των τελευταίων 2-3 ετών, ότι δηλαδή οι νέες ισορροπίες δεν θα ανευρεθούν στις υψηλές τιμές που υποσκάπτουν την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων αλλά σε τιμές που να είναι ανταγωνιστικές. Δεν θα πρέπει να εγκαταλείπουν τις προσπάθειες για συμπίεση του κόστους παραγωγής, προσπάθειες στις οποίες οφείλουν να συμβάλλουν όχι μόνο οι ίδιοι οι κτηνοτρόφοι αλλά και οι κρατικές υπηρεσίες, η επιστημονική έρευνα, η γενετική βελτίωση, οι ζωοτροφές, οι μεταφορές, οι απαραίτητες υποδομές, μια νέα θεσμοθετημένη προστασία του κτηνοτρόφου από αρρώστιες, θεομηνίες αλλά και σύνταξη και κοινωνική περίθαλψη του βοσκού, αυτού του ακρίτα των ελληνικών βουνών και της γνήσιας παράδοσης.

Τέλος όλα αυτά να ενσωματωθούν σε μια δυναμική στρατηγική ανάπτυξης ενός ζωτικότητας για την κτηνοτροφία και την εθνική μας οικονομία κλάδου.

Αν σήμερα ο κλάδος αυτός περνάει μια σοβαρή κρίση, είτε από εξωτερικούς (ανταγωνισμός) παράγοντες, που όλοι τους κινούνται με τους αυστηρούς κανόνες της αγοράς της προσφοράς - ζήτησης και του ελεύθερου ή αθέμιτου ανταγωνισμού, οφείλουν όλοι, τόσο οι άμεσα ενδιαφερόμενοι όσο και το ίδιο το καταναλωτικό κοινό, να συντρέξουν, να συνεργαστούν, να βοηθήσουν για να ξεπεραστεί η κρίση.

8.4. Τα περιθώρια ανταγωνιστικότητας της φέτας

Τον τελευταίο καιρό εξαιτίας της μεγάλης κρίσης και αποσταθεροποίησης της αγοράς της φέτας, με επιπτώσεις στην πρώτη ύλη δηλαδή το αιγοπρόβειο γάλα (αίτια πυροδότησης των οργισμένων κινητοποιήσεων των κτηνοτρόφων σε πολλές πόλεις και χωριά της χώρας) προέκυψαν στον πρακτικό προβληματισμό όλων των άμεσα ενδιαφερόμενων παραγόντων και φορέων, διάφορα ερωτήματα όπως: ποιά είναι τα περιθώρια ανταγωνιστικότητας γάλακτος και φέτας, μέχρι που μπορούν ν' ανέβουν ή να κατέβουν οι σχετικές τιμές και το κόστος ώστε αν ανέβουν να μην επιτρέπουν στον έξοθεν ανταγωνισμό να αποσταθεροποιήσει την αγορά ή αν κατέβουν να μην αποθαρρύνουν τους κτηνοτρόφους και εγκαταλείψουν τον παραδοσιακό αυτό κλάδο; Επίσης ποιές οι δυνατότητες συμπίεσης του κόστους παραγωγής γάλακτος και φέτας; Και από θα αντληθεί η δυνατότητα συμπίεσης (δηλ. από τον κτηνοτρόφο, από τον τυροκόμο, από τον έμπορο) κ.λ.π.; Τα ερωτήματα αυτά αφορούν τη βιωσιμότητα της αιγοπροβατοτροφίας αλλά και των επιχειρήσεων που διακινούν γάλα, φέτα κ.α.

Η αναπροσαρμογή της τιμής του αιγοπρόβειου γάλακτος σε επίπεδα που η λιανική τιμή της φέτας να διαμορφωθεί κάτω από τις 1.200 δρχ./κιλό με στόχο τις 1.000 δρχ./κιλό.

Πράγματι, οι τιμές που προτείνονται είναι τιμές κοντά στην τιμή λευκού τυριού από αγελαδινό γάλα, που λειτουργεί ως υποκατάστατο της φέτας, είτε από άγνοια του καταναλωτή, είτε γιατί είναι οικονομικότερο, διαφοροποιώντας παραπέρα τις γευστικές προτιμήσεις των καταναλωτών.

Υπάρχουν όμως και κατά πόσο, δυνατότητες συμπίεσης του κόστους στον τομέα παραγωγής / εκτροφής, τυροκόμησης και εμπορίας και ειδικότερα στο "ευαίσθητο" επίπεδο της παραγωγής / εκτροφής - στο επίπεδο του κτηνοτρόφου.

8.4.1. Στοιχεία κόστους

Ένας από τους γενεσιουργούς λόγους της πρόσφατης κρίσης της ελληνικής φέτας (υψηλά αποθέματα και όχι γνήσιας αλλά και νοθευμένης, εκτοπισμού της από εισαγόμενου "λευκά τυριά", φέτα μαϊμού) σε φθηνότερες τιμές κατά 30-40%, απότομη πτώση τιμών παραγωγού λόγω απροθυμίας των τυροκόμων και των γαλακτοβιομηχανιών ν' αγοράσουν γιδοπρόβειο γάλα για να τυροκομήσουν, εκτεταμένη νοθεία με σκόνη, αγελαδινό γάλα, "μπασκί" κ.α., εισαγωγή φτηνής φέτας από γειτονικές χώρες, κερδοσκοπικά κυκλώματα στο χονδρεμπόριο, λιανεμπόριο και πολλά άλλα τέτοια φαινόμενα) ήταν η αφύσικη αύξηση των τιμών παραγωγού εξαιτίας απότομης ζήτησης της πρώτης ύλης (=γάλακτος) και άλλων παραγόντων με αποτέλεσμα η τιμή λιανικής πώλησης να ανέβει σε επίπεδα δισπρόσιτα στο πλατύ καταναλωτικό κοινό που κατέφυγε έτσι στα φθηνότερα "λευκά τυριά" εισαγωγής, είτε σε άλλα τυριά, ελληνικά και εισαγόμενα, είτε σε συρρίκνωση των αγορών του για τυρί φέτα. Την ζημιά φυσικά την πλήρωσαν οι κτηνοτρόφοι, που εκδήλωσαν την οργή τους με τα γνωστά επεισόδια - σόου, που μάλλον αποπροσανατόλισαν τους ίδιους και τις οργανώσεις τους προς μεγάλη ικανοποίηση τόσο των διάφορων αγροτοπατέρων που ενήργησαν με πολιτικές και όχι με επιχειρηματικές σκοπιμότητες. Χάθηκαν έτσι ευκαιρίες προς πολλές κατευθύνσεις (π.χ. καθορισμός μιας συμφωνίας επί της τιμής, της ποσότητας κ.α. μεταξύ παραγωγών και μεταποιητών για μια συντομότερη αποκατάσταση της ισορροπίας εξυγίανσης της αγοράς προς την ευρωπαϊκή Επιτροπή, είτε για αποζημιώσεις, μέτρα κ.α. είτε για να αποδειχθεί το κακό που έκαναν οι αθέμιτες εισαγωγές λευκών τυριών/μαϊμού στη χώρα μας από κράτη - μέλη, πράγμα που θα βοηθούσε τη γνωστή υπόθεση της ελληνικής φέτας, η οποία "δικαζόταν" τότε στα κοινοτικά όργανα). Το μάθημα λοιπόν από την πρόσφατη κρίση της φέτας (κρίση που ακόμα δεν έχει ξεπεραστεί ήταν πως η ανταγωνιστικότητα του προϊόντος (τιμή, ποιότητα και άλλα εξίσου σημαντικά στοιχεία) έχει καθορισμένα όρια. Αν τα

παραβείς τότε οι νόμοι της αγοράς σε πετάνε έξω από τον στίβο. Τιμές παραγωγού και φυσικά έτοιμου προϊόντος, ποιότητα και λοιπά στοιχεία πρέπει κι αυτά να κινούνται μέσα στους κανόνες του παιχνιδιού της αγοράς. Διαφορετικά χάνεις.

- Κοστολογικά στοιχεία

- α) Εφόσον τα υψηλά επίπεδα λιανικής (2000 - 2300 δρχ./kg) οδήγησαν εκεί που οδήγησαν την αγορά της φέτας, πρέπει να αναπροσαρμόσουμε τα στοιχεία που αναμορφώνουν το κόστος "με βάση τα νέα δεδομένα, τους νέους συσχετισμούς της αγοράς", που είναι ο ισχυρός ξένος ανταγωνισμός από κράτη - μέλη αλλά και από γειτονικά βαλκανικά κράτη, τα φθηνά τους κοστολόγια, οι μελλοντικές εξελίξεις στη διεθνή αγορά και πολλά άλλα. Είμαστε λοιπόν αναγκαστικά υποχρεωμένοι σε τέτοια αναπροσαρμογή. Το ερώτημα που τίθεται, είναι μέχρι ποιο σημείο.
- β) Πρέπει να προσθέσουμε όμως ότι η συμπίεση δε θα προέλθει μόνο από την τιμή της πρώτης ύλης δηλαδή το γάλα αλλά και από το χώρο της εκτροφής (=παραγωγικότητα κλπ.), της τυροκόμησης και της εμπορίας. Και μόνο η διαφορά, στο στάδιο της εμπορικής διακίνησης (κέρδος, ΦΠΑ κ.α.) είναι 56% μέχρι και 50% επιπλέον της τιμής παραγωγικού κόστους, που σημαίνει πως κάποια περιθώρια συμπίεσης υπάρχουν και εκεί. Περιθώρια επίσης συμπίεσης υπάρχουν και στο στάδιο εκτροφής με παραγωγικότερες αποδόσεις, ράτσες που θα προέλθουν από γενετική βελτίωση, ζωοτροφές κ.α. Επίσης περιθώρια συμπίεσης θα ανευρεθούν και στο στάδιο της τυροκόμησης, με μεγαλύτερες τυροκομικές μονάδες, εκσυγχρονισμένες με νέες μεθόδους, τεχνολογία κλπ. Επομένως για να επιδιώξουμε ένα επίπεδο λιανικής τιμής γύρω στις 1200 δρχ./kg (σήμερα κυμαίνεται μεταξύ 1350-1500 δρχ.) δε θα περιοριστούμε στην ευαίσθητη πλευρά της τιμής του γάλακτος αλλά και στις άλλες δύο - τρεις πλευρές

- από τις οποίες θα μπορεί να προέλθει μια συρρίκνωση έστω της τάξης του 10-15%.
- γ) Ο ΦΠΑ που υπολογίζεται στο 18% είναι μόνο 8% (οπότε πέφτει έξω στους υπολογισμούς του κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες)
- δ) Σε ότι αφορά τις επιμέρους δαπάνες που ενσωματώνονται στην τελική λιανική τιμή του προϊόντος, παραθέτουμε τους πίνακες 1,2,3 και 4.

Πίνακας 1: Κοστολόγιο φέτας τύπου 75/25		
- Με γάλα πρώτη ύλη 100 κιλών		
Γάλα πρόβειο 75%-	κιλό 75x200 δρχ. =	15.000 δρχ.
Γάλα γίδινο 25%-	κιλό 25x200 δρχ. =	3.375 δρχ.
Έξοδα μεταφοράς - περσυλλογής	100x6 δρχ. =	600 δρχ.
Έξοδα επεξεργασίας	100x35 δρχ. =	3.500 δρχ.
Κόστος παραγωγής	ΣΥΝΟΛΟ	22.475 δρχ.
Απόδοση φέτας και μυζήθρας 26%=		864,40 δρχ.
φύρα 4%		34,00
		898,40
Βιοτεχνικό κέρδος 12%		107,80
		1.006,20
Α' χονδρ. Κέρδος 6%		60,40
		1.066,60
8% Φ.Π.Α. χονδρεμπορίου		85,40
		1.152,00
Λιανικής κέρδος 15%		173,00
		1.325,00
Φ.Π.Α. 8%		106,00
		1.431,00
ΜΕΙΟΝ Φ.Π.Α. ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ		85,40
ΤΕΛΙΚΗ ΛΙΑΝΙΚΗ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ		1.345,60

- ε) Δεν είναι σωστό η φέτα από καθαρό γιδοπρόβειο γάλα, με ποιότητα, γεύση και τ' άλλα γνωστά παραδοσιακά χαρακτηριστικά - που άλλωστε αυτά την έχουν ανεβάσει σε υψηλά επίπεδα εκτίμησης διεθνώς - πρέπει να έχει μια τιμή

ιση περίπτωση με εκείνη του λευκού τυριού/μαϊμού. Πρέπει, αντίθετα να έχει τη λογική απόσταση της ποιοτικής διαφοράς - υπεροχής. Κανονικά η απόσταση αυτή πρέπει να είναι της τάξης του 40%-50% με τα πιο συμπιεσμένα περιθώρια.

Πίνακας 2: Κοστολόγιο σε δραχμές τυριού φέτας, τύπου 70/30⁽¹⁾

Τιμή πρόβειου (κιλό)	Τιμή γίδινου (κιλό) (2)	Τιμή μικτή (κιλό) (3)	Κόστος σε γάλα (4)	Συν 23% έξοδα βιοτεχνικής μεταποίησης (5)	Συνολικό κόστος μέχρι την τυροκόμηση (6)	Επιβάρυνση 56% από εμπ. Κέρδος, Φ.Π.Α. κ.α. (7)	Τελική λιανική τιμή πώλησης
300	195	269	1.076	247	1.323	741	2.064
280	182	251	1.004	230	1.234	691	1.925
260	169	233	932	214	1.146	642	1.788
240	156	215	860	198	1.058	592	1.650
220	143	197	788	181	969	543	1.612
200	130	179	716	165	881	493	1.374
180	117	161	644	148	792	443	1.235
160	104	143	572	132	704	394	1.098
140	91	125	500	115	615	344	958
120	78	108	432	99	531	297	828

Δηλαδή 70% πρόβειο και 30% γίδινο για την τυροκόμηση

Πίνακας 3: Κοστολόγιο σε δραχμές τυριού φέτας, τύπου 80/20⁽¹⁾

Τιμή πρόβειου (κιλό)	Τιμή γίδινου (κιλό) (2)	Τιμή μικτή (κιλό) (3)	Κόστος σε γάλα (4)	Συν 23% έξοδα βιοτεχνικής μεταποίησης (5)	Συνολικό κόστος μέχρι την τυροκόμηση (6)	Επιβάρυνση 56% από εμπ. Κέρδος, Φ.Π.Α. κ.α. (7)	Τελική λιανική τιμή πώλησης
300	195	279	1.116	257	1.373	769	2.142
280	182	261	1.044	240	1.284	719	2.003
260	169	242	968	223	1.191	667	1.858
240	156	223	892	205	1.097	614	1.711
220	143	205	820	189	1.009	565	1.574
200	130	186	744	171	915	512	1.427
180	117	168	672	155	827	463	1.290
160	104	150	600	138	738	413	1.151
140	91	130	520	120	640	358	998
120	78	112	448	103	551	309	860

(1) Δηλαδή 80% πρόβειο και 20% γίδινο για την τυροκόμηση

Πίνακας 4: Κοστολόγιο σε δραχμές τυριού φέτας, τύπου 90/10 ⁽¹⁾							
Τιμή πρόβειου (κιλό)	Τιμή γίδινου (κιλό)	Τιμή μικτή (κιλό)	Κόστος σε γάλα	Συν 23% έξοδα βιοτεχνικής μεταποίησης	Συνολικό κόστος μέχρι την τυροκόμηση	Επιβάρυνση 56% από εμπ. Κέρδος, Φ.Π.Α. κ.α.	Τελική λιανική τιμή πώλησης
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
300	195	290	1.160	267	1.427	800	2.227
280	182	270	1.080	248	1.328	744	2.072
260	169	251	1.004	231	1.235	697	1.932
240	156	232	928	214	1.142	640	1.782
220	143	212	848	195	1.043	584	1.627
200	130	193	772	178	950	532	1.482
180	117	174	696	160	856	479	1.335
160	104	155	620	143	763	427	1.190
140	91	135	540	124	664	372	1.036
120	78	116	464	107	571	320	891

(1) Δηλαδή 90% πρόβειο και 10% γίδινο για την τυροκόμηση
(2) Η οποία ως είθισται ισούται με το 65% της τιμής του πρόβειου
(3) Όπου το 70% περιέχει την τιμή του πρόβειου και το 30% την τιμή του γίδινου
(4) Με απόδοση 4 κιλά γάλα = 1 κιλό φέτα, συντελεστής 25% αν και ο πραγματικός συντελεστής απόδοσης είναι 27% οπότε το ανωτέρω κόστος σε γάλα πρέπει να μειωθεί κατά 7%
(5) Περιλαμβάνει έξοδα μεταφοράς - περισυλλογής και επεξεργασίας
(6) Περιλαμβάνει αξία γάλακτος και 23% ως δαπάνες βιοτεχνικής μεταποίησης
(7) Η επιβάρυνση κατά 56% βλ. Αναλυτικότερα στον Πίνακα 1.

στ) Μια και αναφέρθηκε το όλο θέμα της ανταγωνιστικής τιμής της φέτας σε συνάρτηση με τον τύπο παρασκευής από πρόβειο - γιδινό γάλα και για να ολοκληρώσουμε με συγκεκριμένα στοιχεία ώστε να διευκολυνθεί ένας διάλογος και μια προσπάθεια στο κρίσιμο αυτό πρόβλημα του οριακού περιθωρίου ανταγωνιστικότητας (μόνο επί της τιμής διότι υπάρχουν οι επίσης σημαντικές πλευρές της ποιότητας, γεύσης κλπ.) παραθέτουμε τους τρεις πίνακες (2,3,4) με τους αντίστοιχους τύπους φέτας 70/30, 80/20 και 90/10 με βάση πάντα τα δυο κεφαλαιώδη ποσοστά (23% έξοδα μεταποίησης και 56% επιβάρυνση έτοιμου προϊόντος από εμπορικά κέρδη ΦΠΑ) ώστε να δούμε καθαρά ποιες λιανικές τιμές διαμορφώνονται πάνω μια κλίμακα τιμών αιγοπρόβειου γάλακτος (από 300 μέχρι 120 δρχ/kg) στο πρόβειο με την αντιστοιχία του γιδινού).

- Από τους πίνακες 2,3,4 προκύπτουν τα εξής βασικά συμπεράσματα:

- 1) Τα όρια ανταγωνιστικότητας κυμαίνονται μεταξύ 1300-1500 δρχ. το κιλό με τύπο 70/30 και τιμές παραγωγού 190-210 δρχ. για πρόβειο και 120-140 δρχ. για γιδινό. Αν όμως προχωρήσουμε σε ανώτερη ποιότητα - τύπο (π.χ. 80/20 ή 90/10) τότε η μεν λιανική τιμή ανεβαίνει η δε τιμή παραγωγού κατεβαίνει αντίστοιχα. Η πλέον διαδεδομένη και ισορροπημένη σύνθεση ή τύπος τυριού πρέπει να είναι το 75/25 (πρόβειο/γιδινό γάλα) οπότε διαμορφώνεται (πίνακας 1) μια λιανική τιμή γύρω στις 1350 δρχ. το κιλό που πρέπει να είναι για την εσωτερική αγορά ανταγωνιστική και ανθεκτική στις εξωτερικές επιθέσεις λευκών τυριών από αγελαδινό γάλα.
- 2) Εφόσον οι τρεις τύποι φέτας επιτρέπουν ανταγωνιστικότητα, τότε κανείς λόγος δεν δικαιολογεί οποιαδήποτε νοθεία ή παρασπονδία από τις προδιαγραφές του κώδικα τροφίμων που απαιτεί παρασκευή μόνο από καλό γνήσιο, ποιοτικά επιλεγμένο γιδοπρόβειο γάλα.
- 3) Συμπιέσεις επιδέχονται τόσο η φάση τυροκόμησης όσο και η φάση διακίνησης της φέτας. Οπότε το κέρδος που θα προκύψει απ' αυτές τις συμπιέσεις θα πρέπει να μετακυκλισθεί στην τιμή παραγωγού / κτηνοτρόφου για να βελτιωθεί το εισόδημά του.
- 4) Τέλος σε ότι αφορά βελτίωση του κτηνοτροφικού κόστους, του κτηνοτροφικού εισιδήματος, το θέμα πλέον ανήκει σε πολλές συγκεκριμένες και συνεχείς ενέργειες που θα εκπορεύονται από την πολιτεία, από την επιστημονική έρευνα, από τους κτηνοτρόφους και από άλλους παράγοντες.

8.4.2. Αθέμιτος ανταγωνισμός

Το πρόβλημα διάθεσης που αντιμετωπίζει σήμερα η φέτα δεν οφείλεται ούτε στο ότι αυξήθηκε σημαντικά η παραγωγή της, ούτε στο ότι άλλαξαν οι διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων, ούτε στο ότι το προϊόν υποβαθμίστηκε. Οφείλεται σε

κάποιο βαθμό σην υψηλή τιμή της , κυρίως όμως στον αθέμιτο ανταγωνισμό που υφίσταται από άλλα ομοειδή προϊόντα. Θα μπορούσε κανείς να ανφέρει πολλά παραδείγματα τέτοιου ανταγωνισμού (χρήση νωπού ή υπεδμημένου αγελαδινού γάλακτος, σκόνης γάλακτος, καζεϊνικών συνιζημάτων, εισαγωγή από τρίτες χώρες τυριών αλμής και εμπορία τους ως φέτας κ.λ.π.). Όμως το πιο χαρακτηριστικό και επικύνδυνο για την καλή φήμη της φέτας είναι η προσπάθεια ορισμένων χωρών να εμφανίσουν ομοειδή προϊόντα τους που παρασκευάζουν από αγελαδινό γάλα, κυρίως με της μέθοδο της υπερδμηθήσεως, ως φέτα. Ο λόγος της ενέργειας αυτής είναι προφανής. Επιδιώκουν να προωθήσουν τις πωλήσεις τους με την παράνομη και καταχρηστική χρήση του ονόματος ενός φημισμένου παραδοσιακού προϊόντος. Συχνά μάλιστα δεν αρκούνται σ' αυτό αλλά χρησιμοποιούν στη συσκευασία ελληνικά γράμματα και παραστάσεις που θυμίζουν Ελλάδα ώστε να πείσουν για την ελληνικότητα του προϊόντος τους. Η ενέργεια αυτή είναι πέρα από κάθε δεοντολογία και νομιμότητα.

8.5. Προτάσεις

Για την ουσιαστική προστασία και προβολή της φέτας αλλά και των άλλων παραδοσιακών μας τυριών θα πρέπει να γίνουν τα εξής:

1. Να ενημερωθούν οι κτηνοτρόφοι και τυροκόμοι για τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα τους, που προσδιορίζονται από Οδηγίες και Κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και την Εθνική Νομοθεσία. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό στο πλαίσιο της ενημέρωσης αυτής να ξεκαθαριστεί ο ρόλος και οι ευθύνες του καθενός στην κοινή προσπάθεια. Θα πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι ήλθε η ώρα των κτηνοτρόφων και τυροκόμων να αναλάβουν τις ευθύνες τους γιατί σ' αυτούς ανήκει η κληρονομιά των παραδοσιακών προϊόντων.

2. Να εκπαιδευτούν ώστε να γίνουν ικανοί να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους για παραγωγή προϊόντων ποιότητας.
3. Να χρηματοδοτηθούν για να κάμουν στις εκμεταλεύσεις τους τις βελτιώσεις που επιβάλλονται.
4. Να αναπτυχθεί ταχύτατα μια σταθερή, ειλικρινής και αποτελεσματική διεπαγγελματική συνεργασία μεταξύ όλων αυτών που εμπλέκονται στην παραγωγή και εμπορία των παραδοσιακών μας τυριών, ώστε να σέβονται καθημερινά τους όρους παραγωγής τους σε όλα τα επίπεδα.
5. Να υπάρξει άμεσα πλήρης και έγκυρη ενημέρωση αφ' ενός όλων όσων εμπλέκονται στην παραγωγή της φέτας αφ' ετέρου των καταναλωτών της για όσα έγιναν, γίνονται και θα γίνουν για την κατοχύρωση της φέτας και από ποιούς πρέπει να γίνουν.
6. Να εφαρμοστεί νομοθεσία προς όλες τις κατευθύνσεις, να ενταθούν οι έλεγχοι, να επιβάλλονται αυστηρές κυρώσεις και να στερούνται του προνομίου να παράγουν παραδοσιακά τυριά όσοι δε συμμορφώνονται.
7. Να στελεχωθεί και να λειτουργήσει στο Υπουργείο Γεωργίας η Υπηρεσία που θα ασχολείται υπεύθυνα με τα παραδοσιακά προϊόντα και τη διατροφική πολιτική της χώρας μας.
8. Να εξασφαλιστεί η διάθεση των παραδοσιακών προϊόντων από ειδικές προθήκες ώστε να διευκολύνεται ο καταναλωτής στη διάκριση.
9. Να θεσπιστούν μέτρα που να επιβάλλουν σε χώρους μαζικής εστίασης, νοσοκομεία, φοιτητικές λέσχες, κ.λ.π. που ελέγχονται από το κράτος, τη χρησιμοποίηση αποκλειστικά παραδοσιακών προϊόντων κυρίως φέτας.
10. Να επανέλθει νομοθεσία που προέβλεπε τη χρήση φέτας κατά την παρασκευή χωριάτικης σαλάτας. Είναι αδιανόητο η σαλάτα αυτή, καθαρά ελληνική συνταγή να περιλαμβάνει προϊόντα άλλων χωρών.

11. Να προσεχθούν ιδιαίτερα οι διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων. Η ενημέρωση των μαθητών όλων των βαθμίδων για τα παραδοσιακά μας προϊόντα και τις ιδιότητες τους αποτελεί υποχρέωση της πολιτείας για να με φθάσουμε σε λίγα χρόνια να αναζητούμε καταναλωτές.

8.6. Να αναγράφεται η φέρμα προμηθευτή

Η σημαντική μείωση της ζήτησης των τυροκομικών προϊόντων είναι το κύριο χαρακτηριστικό της χρονιάς που πέρασε για τον τομέα της γαλακτοκομίας. Κι ενώ θα περίμενε κανείς τη σημαντική αύξηση των πωλήσεων μας, αντίθετα παρατηρήθηκε το φαινόμενο της μείωσης των πωλήσεων των εγχωρίως παραγόμενων τυροκομικών προϊόντων, όπως για παράδειγμα στη φέτα. Αυτό συνέβη κατ' αρχήν γιατί αυξήθηκε και η τιμή στην κατανάλωση. Σημαντικό ρόλο όμως προς τη κατεύθυνση αυτή έπαιξε και η λαθραία εισαγωγή βουλγαρικού και δανέχικου λευκού τυριού άλμης, το οποίο προωθείται στην αγορά ως "φέτα" ελληνική και παραδοσιακή. Το κόστος παραγωγής αυτού του τυριού είναι μικρό, η τιμή είναι χαμηλή και ο ανταγωνισμός αθέμιτος και σκληρός. Αυτό το θαυμάσιο τυρί η φέτα που με αυτό μεγάλωσαν γενιές γενεών, που αποτελεί καθημερινή διατροφή των Έλληνα και είναι παγκοσμίως γνωστό ως ελληνικό προϊόν κινδυνεύει να χαρακτηριστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση ως προϊόν Ονομασίας Εμπορικής, χάνοντας την ταυτότητα του και τον παραδοσιακό χαρακτήρα που έχει για τον Έλληνα. Ο κίνδυνος αυτός οφείλεται στη διαμάχη των συντεχνιών, στην πασπερμία των ελεγκτικών οργάνων (κτηνίατροι, υπουργείο Εμπορίου, αγορανομία, Γενικό Χημείο του Κράτους, γεωπόνοι) στην έλλειψη ενιαίας πολιτικής κρατικής μηχανής να παρέμβει. Για όλους αυτούς τους λόγους εξακολουθεί να κυκλοφορεί στην Ελληνική αγορά, λευκό τυρί άλμης ως φέτα και κανείς δεν ανησυχεί. Ακόμα και για τη διαφύλαξη της εγχώριας παραγωγής μόλις τον Απρίλιο του 1992 η Ελληνική πολιτεία

χαρακτήρισε νοθεία τη χρησιμοποίηση του αγελαδινού γάλακτος στα παραδοσιακά προϊόντα. Μέχρι τότε η νοθεία γινόταν με τις ευλογίες του κράτους και βέβαια ήταν ο μόνος τρόπος να αντιμετωπίσει κανείς τους κολοσσούς των Δανών, οι οποίοι προωθούσαν το λευκό τυρί τους στο 1/3 της τιμής της ελληνικής παραδοσιακής φέτας, αφού τόση είναι η διαφορά του κόστους παραγωγής ενόε τυριού από αγελαδινό γάλα και αιγοπρόβειο. Πρόσφατα επέτρεψε την κυκλοφορία προϊόντων με ποσοστό ανάμιξης με παραδοσιακό όπως το ημίσκληρο τυρί, με κασέρι 10%. Αυτό είναι απαράδεκτο!! Αυτή και μόνο η απόφαση θα επιτρέψει αύριο στους Δανούς να προσθέσουν πρόβειο γάλα 1% στο λευκό τυρί τους και να το ονομάσουν "λευκό τυρί με φέτα 1%".

Επετράπη επίσης η κυκλοφορία στην ελληνική αγορά, ενός τυροκομικού προϊόντος το οποίο παράγεται σε άλλη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και χρησιμοποιεί το όνομα ελληνικού χωριού, παραπλανώντας με αυτό τον τρόπο τον Έλληνα καταναλωτή, χωρίς κανείς να επέμβει.

Επειδή όμως οι διαπιστώσεις δεν αρκούν οι προτάσεις για έναν αποτελεσματικό έλεγχο είναι:

- Δημιουργία ενιαίου φορέα ελέγχου των προϊόντων γάλακτος με συμμετοχή όλων των επιστημόνων που γνωρίζουν το αντικείμενο.
- Ίδρυση και λειτουργία διεπαγγελματικών εργαστηρίων ελέγχου γάλακτος με συνεισφορά των παραγωγών και των μεταποιητών.
- Εφαρμογή της ισχύουσας νομοθεσίας με την επιβολή κυρώσεων.
- Πληροφόρηση των καταναλωτών

- Δραστηριοποίηση στα πλαίσια της Ε.Ε. και των διμερών επαφών για την κατοχύρωση των προϊόντων ονομασίας προέλευσης.
- Αγορά της πρώτης ύλης, του αιγοπρόβειου γάλακτος σύμφωνα με το λίπος, τις πρωτεΐνες και το μικροβιακό φορτίο.
- Νομοθετική ρύθμιση των αποτελεσμάτων των ήδη υπάρχοντων εργαστηρίων γάλακτος και η ένταξη τους στον Οργανισμό Γάλακτος ή να γίνουν Ανώνυμες Εταιρίες με μετόχους, τους παραγωγούς και τους μεταποιητές.
- Προώθηση επώνυμων προϊόντων στην αγορά.
- Να αναγράφεται στις βιτρίνες των ταμείων λιανικής πώλησης, η φίρμα του προμηθευτή όπως προβλέπει η σχετική αγορανομική διάταξη.

Δυστυχώς υπάρχουν αντίπαλοι στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

8.7. Ανάγκη αναβάθμισης της ποιότητας της φέτας

Όπως είναι γνωστό στις κατηγορίες των τυριών κυρίαρχη θέση έχει η φέτα αλλά επίσης είναι γνωστό ότι η Ελλάδα κατέχει τα σκήπτρα στην κατηγορία τυριών στην Ευρώπη και η μόνη χώρα που την ακολουθεί κατά βήμα είναι η Γαλλία. Μέσος όρος κατανάλωσης κατά άτομο:

- Ελλάδα: 23 κιλά
- Γαλλία: 22 κιλά
- Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες: 8-15 κιλά

Αυτό αφορά την ποσοτική πλευρά της τυροκομίας. Αν θελήσουμε να δούμε από ποιοτικής πλευράς την τυροκομία, θα

πρέπει να δεχθούμε ότι οι μικρές τυροκομικές μονάδες που ξεπερνούν τις 1.000 και οι οποίες επεξεργάζονται τουλάχιστον 1/3 της συνολικής ποσότητας αιγοπρόβειου γάλακτος, θα αντιμετωπίσουν προβλήματα στο μέλλον λόγω της μειωμένης παραγωγικότητας και της χρηματοοικονομικής επιβάρυνσης που αντιμετωπίζει το προϊόν.

Η κρίση της τυροκομίας δεν μπορούμε να πούμε αν θα παροδική ή διαρκής γιατί εξαρτάται και από εξωτερικούς παράγοντες των οποίων δεν μπορούμε άμεσα να προβλέψουμε την επιρροή. Είναι γεγονός ότι αυξήθηκαν οι τιμές των τυριών τα τελευταία τέσσερα χρόνια και μέχρι τον Οκτώβριο του 94, αύξηση η οποία οφειλόταν σε δύο κυρίως παράγοντες:

- στην ακριβή πρώτη ύλη του αιγοπρόβειου γάλακτος
- στα αυξημένα κόστη του μεριδίου αγοράς που καταναλώνει τυποποιημένη φέτα

8.8. Εκσυγχρονισμός των τυροκομικών μονάδων

• Η Ελλάδα είναι η πρώτη χώρα σε κατανάλωση τυριών, όχι μόνο στην Ευρώπη αλλά σχεδόν σε ολόκληρο τον κόσμο με μια κατανάλωση που ανέρχεται σε 24 κιλά/άτομο ετησίως περίπου. Η αγορά των τυροκομικών προϊόντων στην Ελλάδα φαίνεται ότι έχει φτάσει σημείο κορεσμού, ώστε να είναι δύσκολο να αυξηθεί κι άλλο. Παράλληλα, πριν από δύο χρόνια είχαμε μεγάλη αύξηση της παραγωγής, σε μια εποχή που η αγορά του τυριού δεν αυξήθηκε ανάλογα. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την δημιουργία μεγάλων αποθεμάτων, και ειδικότερα πέρσι διαπιστώθηκε η ύπαρξη μεγάλων αποθεμάτων σε μικρούς παραγωγούς.

Η ΦΑΓΕ, που κατέχει την πρώτη θέση σε πωλήσεις στο χώρο της γαλακτοβιομηχανίας για δεύτερη συνεχή χρονιά, παράγει μια μεγάλη ποικιλία τυροκομικών προϊόντων, όπως Τρικαλινό, Φέτα, Γραβιέρα Κρήτης και άλλα τυριά που αποτελούν τον πιο αναπτυσσόμενο κλάδο της εταιρίας.

Το μερίδιο της εταιρίας στην τυροκομική αγορά αυξήθηκε σημαντικά με την παραγωγή και διάθεση δύο ελληνικών παραδοσιακών τυριών, της φέτας ΦΑΓΕ και της γραβιέρας Κρήτης. Το μυστικό αυτής της επιτυχίας και συνεπώς, η απεμπλοκή της εταιρίας από την ύφεση είναι η άριστη και σταθερή ποιότητα φέτας από αιγοπρόβειο γάλα.

- Είναι ευρέως γνωστό ότι οι τιμές των ελληνικών τυριών έχουν αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, καθώς αυξήθηκε σημαντικά η τιμή της πρώτης ύλης, δηλαδή του αιγοπρόβειου γάλακτος. Πέρσι για παράδειγμα, σε ορισμένες περιοχές της Ελλάδας είχε ξεπεράσει τις 280 δρχ/κιλό (τιμή πρόβειου γάλακτος). Η αύξηση της τιμής της πρώτης ύλης οδήγησε σε αύξηση της τιμής του τελικού προϊόντος. Ένας άλλος λόγος όμως που δρα αυξητικά στις τιμές, είναι ότι σήμερα προσφέρεται ποιοτικώς ανώτερη φέτα καθώς στοχεύουμε σε επώνυμα προϊόντα υψηλών προδιαγραφών. Την στιγμή αυτή δηλαδή, διναύουμε μια περίοδο προσαρμογής δίνοντας στα ελληνικά παραδοσιακά τυριά τις προδιαγραφές ποιότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτός ο μετασχηματισμός της παραγωγής κοστίζει, καθώς εξοπλίζονται τυροκομεία με μηχανολογικό εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας, που πρέπει όμως να λειτουργήσει με τις παραδοσιακές συνταγές παραγωγής. Πέραν αυτού, έχουν γίνει πολλές σημαντικές επενδύσεις, καθώς υπάρχει στροφή προς τα τυποποιημένα επώνυμα προϊόντα και η τάση αυτή θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια.

- Η ΦΑΓΕ είναι η πρώτη που υλοποίησε την σχετική νομοθεσία για τα τυριά προστατευόμενης ονομασίας - προέλευσης (Π.Ο.Π.), περνώντας από σχετικούς ελέγχους και

παίρνοντας έτσι την σχετική έγκριση για τη σωστή παραγωγή των ελληνικών παραδοσιακών τυριών της συμπεριλαμβανόμενης και της φέτας.

Όσον αφορά τις τιμές, η ανακαίνιση και ο εκσυγχρονισμός μικρών παραδοσιακών τυροκομείων, η ενσωμάτωση τους στις μεγάλες εταιρίες του κλάδου, αλλά και η τυποποίηση των προϊόντων, αποτελούν αυσιώδεις παράγοντες συμπίεσης του κόστους ώστε να αντιμετωπιστούν οι χαμηλές τιμές των εισαγόμενων τυριών. Ένας ακόμη τρόπος προστασίας εγχώριων τυριών είναι η σωστή και έντονη διαφημιστική και ενημερωτική καμπάνια από τα μέσα μαζικής ανημέρωσης.

Πρέπει να καλλιεργήσουμε ένα κλίμα εμπιστοσύνης των καταναλωτών προς τα γνήσια ελληνικά παραδοσιακά τυριά, τα τυριά Π.Ο.Π. Ο μοναδικός τρόπος διασφάλισης ποιότητας και εξασφάλισης γνήσιας φέτας είναι να προσφέρεται συσκευασμένα γιατί διαφορετικά (περίπτωση τυριού που προσφέρεται χύμα) είναι δύσκολη η αξεκρίβωση των στοιχείων ταυτότητας (προέλευση, σύσταση, κ.λ.π.) της φέτας.

- Ένα από τα σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίσουμε στο χώρο της τυροκομίας είναι η διασπορά πολλών μικρών μονάδων τόσο στη γαλακτοπαραγωγή όσο και στην τυροκόμηση. Η πολιτεία θα μπορούσε να παρέχει όχι μόνο κίνητρα αλλά εκπαίδευση και οδηγίες στους παραγωγούς για οργάνωση σύγχρονων εκτροφών.

8.9. Έλεγχος

Η ύφεση που διέρχεται η τυροκομεία είναι παροδική και μέσα σε 1-2 χρόνια θα καθαρίσει το τοπίο, αφού σταματήσουν να λειτουργούν ή συγχωνευτούν τα πολλά μικρά τυροκομεία που λειτουργούν σήμερα. Παράλληλά, σωστοί κανόνες εμπορίας και διακίνησης, έλεγχος νοθείας και εισαγωγών αλλά

και εφαρμογή της οδηγίας 92/46 θα βάλουν πολλά πράγματα στη θέση τους.

- Η σημαντική αύξηση τα τελευταία δύο χρόνια των τιμών χονδρικής οφείλεται στην απότομη αύξηση που δόθηκε στις τιμές του αιγοπρόβειου γάλακτος στη Θεσσαλία, κύρια από παραγωγούς γιαούρτης, οι οποίοι παρέσυραν τα υπόλοιπα τυροκομεία να πλειοδοτήσουν στις αγορές γάλακτος.

- Αυστηρός έλεγχος χρειάζεται από αρμόδιες υπηρεσίες στους χονδρέμπορους, λιανέμπορους και super market για τη φέτα που πουλάνε. Η κίνηση από τη ΠΑΣΕΓΕ που δίνει ιδιαίτερο βάρος στο πρόβλημα του λευκού τυριού είναι μια σωστή αρχή, καθώς και η πρόταση του υφυπουργού Γεωργίας για κατάθεση τροπολογίας που θα προβλέπει το κλείσιμο των επιχειρήσεων που παράγουν και πουλούν νοθευμένη φέτα στους καταναλωτές.

- Η ελληνική αγορά φέτος έχει έντονη κίνηση και αρκετά κέρδη και αυτό είναι ένα από τα κίνητρα για τους εμπόρους των λαθραίων τιμών. Οι μεγάλες τυροκομικές επιχειρήσεις θα πρέπει να επιμείνουν για συνεχή αγορανομικό έλεγχο στα σημεία πώλησης και ταυτόχρονα ενημέρωση στον καταναλωτή για το τι ζημιιά κάνει η αγορά λευκών τυριών στην ελληνική παράδοση και οικονομία. Παράλληλα θα πρέπει ο Ο.Π.Ε. να εντάξει στα άμεσα διαφημιστικά του προγράμματα την ενημέρωση των Ευρωπαίων καταναλωτών για τη γνήσια φέτα.

- Ο καταναλωτής είναι ελεύθερος να επιλέξει όποια προϊόντα θέλει αλλά το κύριο θέμα είναι η αλλαγή των διατροφικών συνηθειών. Ειδικά των νέων παιδιών που με τoστ και χάμπουργκερ και διάφορα fast food μαθαίνουν στη γεύση των ξένων τυριών. Οι γονείς - κύριοι καταναλωτές είναι υπεύθυνοι για τη διατροφή των παιδιών. Εάν οι ίδιοι δεν εκπαιδευτούν στον ελληνικό τρόπο διατροφής τα παιδιά τους πως μπορούν οι αυριανοί καταναλωτές να υποστηρίξουν την ελληνική τυροκομία;

Οι μεγάλες εταιρίες αναγκαστικά είτε με το δίκτυο διανομής είτε με κίνητρα στο εμπορικό και καταναλωτικό χώρο πρέπει να εκτιμήσουν ότι η πίτα και η μορφή της αγοράς έχει αλλάξει και έχει απλωθεί.

- Για το μέλλον ο ανταγωνισμός από εισαγόμενα τυριά και μεταξύ των μεγάλων εταιριών θα δημιουργήσει αρκετά προβλήματα στις μικρές μονάδες που παράγουν τυρί, όχι στο άμεσο τοπικό επίπεδο αλλά στη γενική ελληνική αγορά διότι η έλλειψη τυποποίησης και η χαμηλότερη ποιότητα δεν θα τους επιτρέψουν να ανταγωνιστούν. Όσο όμως υπάρχουν "μπακάλικα" θα υπάρχουν και οι μικρές μονάδες που παράγουν τυρί.

8.10. Διαφήμιση της φέτας στο εξωτερικό από τον Ο.Π.Ε.

Η Ελλάδα πράγματι δίνει μια μάχη σε διεθνές επίπεδο για την καθιέρωση του ονόματος φέτα σαν ελληνικό προϊόν.

Εκείνο όμως που πιστεύουμε ότι πρέπει να επιδιωχθεί από τις μεγάλες βιομηχανίες που παράγουν παραδοσιακή φέτα είναι η διείσδυση στις μεγάλες αλυσίδες τροφίμων του εξωτερικού. Και εκεί βέβαια τον πρώτο ρόλο παίζει ο συνδιασμός άριστη ποιότητα - καλή συσκευασία - ικανές ποσότητες - συνέπεια και προσιτή τιμή.

Όταν ο ξένος καταναλωτής δοκιμάσει τη σωστή παραδοσιακή φέτα πιστεύουμε ότι αυτή θα αποτελέσει τη βασική προτίμηση αποβάλλοντας έτσι τις κακές απομιμήσεις, οι οποίες έχουν διεισδύσει και έχουν κατακλύσει τις αγορές του εξωτερικού.

- Θα πρέπει όλες οι μεγάλες ελληνικές βιομηχανίες, οι οποίες παράγουν επώνυμα παραδοσιακά τυριά από πρόβειο γάλα να ενημερώνουν σωστά τον καταναλωτή ώστε να ζητάει

επώνυμα ελληνικά τυριά με τα οποία θα είναι σίγουρος ότι παρασκευάζονται από ελληνικό πρόβειο γάλα με την παραδοσιακή τεχνολογία κάτω από τις τελειότερες συνθήκες υγιεινής και ελέγχου.

Το κριτήριο της γεύσης που έχουν τα τυριά που παράγονται από πρόβειο γάλα σε συνδυασμό με την καλή συσκευασία, τη σωστή ενημέρωση του καταναλωτή και την ανταγωνιστική κατά το δυνατό τιμή, πιστεύουμε ότι είναι τα μόνα όπλα που διαθέτουμε για την αντιμετώπιση της επίθεσης που υφίστανται τα ελληνικά τυριά από τα εισαγόμενα.

- Ασφαλώς μας ανησυχεί η τάση της αγοράς για αύξηση του μεριδίου των εισαγόμενων τυριών. Ο Έλληνας όμως είναι εκλεκτικός ως προς τη διατροφή του και εφόσον η διαφορά τιμής δικαιολογείται από την ποιότητα και τη γεύση, είναι σχεδόν σίγουρο ότι θα στραφεί προς τα ελληνικά παραδοσιακά τυριά που παράγονται σύμφωνα με τους αυστηρούς κανόνες υγιεινής που έχει επιβάλλει η Ε.Ο.Κ. Η ελληνική βιομηχανία τυρώς, θα πρέπει να βελτιώνει συνεχώς την ανταγωνιστικότητα της με συνεχείς προσπάθειες βελτίωσης της ποιότητας και των μεθόδων παραγωγής, συσκευασίας και διακίνησης και παράλληλα να συμπίεσει το κόστος της ώστε η διαφορά τιμής που υπάρχει για τον καταναλωτή να δικαιολογείται από τη σαφώς ανώτερη ποιότητα των προϊόντων.

Δεν είναι δυνατόν ελληνικά τυροκομεία να χρησιμοποιούν για την παραγωγή φέτας ανενόχλητα σκόνη γάλακτος και πρωτεΐνες γάλακτος και να μην υφίστανται από την πλευρά της πολιτείας κανένα έλεγχο.

8.11. Εδραίωση φέτας διεθνώς

Η ύφεση της τυροκομείας στη χώρα μας, όπως και άλλοι κλάδοι της παραγωγής και μεταποίησης, δεν μπόρεσαν να είναι δέκτες των διεργασιών που γίνονταν και γίνονται στην

παγκόσμια αγορά και ειδικότερα στην Ευρώπη. Αυτή η αδυναμία, κράτησε τον κλάδο της τυροκομίας σε παλαιές μεθόδους και νοοτροπία παραγωγής και εμπορίας. Πρόχειρες εγκαταστάσεις, απαράδεκτη συσκευασία, ανομιόμορφοι μέθοδοι παραγωγής, ποικιλόμορφοι τρόποι νοθείας και υποβάθμιση ποιότητας των προϊόντων με πρώτο το τυρί φέτα. Αυτά σε συνδιασμό με μια απαράδεκτη ανατίμηση της φέτας την περίοδο 1994-95, τη στιγμή που η αγοραστική δύναμη της κατανάλωσης, έχει μείνει σταθερή εδώ και πέντε χρόνια, εαν δεν έχει υποχωρήσει. Την ύφεση αυτή μπορούμε να τη θεωρήσουμε παροδική, με την προϋπόθεση ότι θα υπάρξουν διορθωτικές κινήσεις στην παραγωγή και την εμπορία που θα εξαλείψουν τις αιτίες που τις παράγουν.

- Οι τιμές των ελληνικών τυριών έχουν αυξηθεί τα τελευταία χρόνια. Τα μεν σκληρά τυριά κατά 35%, η δε φέτα κατά 50%. Η αύξηση αυτή σηματούργησε υποκατανάλωση, μεγάλα αποθέματα και σήμερα παρουσιάζεται πτωτική τάση των τιμών κατά 20-25%. Σε ότι αφορά τις διαφορές τιμών δεν υπάρχουν μεγάλες αποστάσεις γιατί σήμερα το μεγάλα κέντρα (αλυσίδες, super market), αγοράζουν απευθείας από τους παραγωγούς.

- Το τυρί φέτα για να προστατευτεί τρείς είναι οι βασικές προϋποθέσεις: α) να αναβαθμιστεί η ποιότητα της - θέμα παραγωγής, β) να ομαλοποιηθεί η τιμή προσφοράς και γ) να καθιερωθεί ένα γενικό εθνικό σήμα που θα συνοδεύσει το προϊόν από την παραγωγή, διακίνηση μέχρι τον πάγκο του λιανοπωλητή και θα πρέπει να ισχυροποιήσει το σήμα με αγορανομική διάταξη που θα αποκλείσει τη νοθεία και την εξαπάτηση του κοινού, κάτι το οποίο συμβαίνει σήμερα. Με αυτές τις προϋποθέσεις θα εδραιωθεί το είδος και διεθνώς.

- Τα προβλήματα του κλάδου της τυροκομίας είναι πολλά. Τα σημαντικότερα είναι: α) η ποιότητα του γάλακτος κυρίως σε ότι αφορά την υγιεινή πλευρά και τον κίνδυνο των αντιβιοτικών,

β) η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού, γ) η αναθεώρηση του Νομικού Πλαισίου (κώδικας τροφίμων και ποτών, αγορανομικών διατάξεων κ.λ.π.), δ) η έλλειψη οργάνωσης του κλάδου και συμμετοχής του σε όργανα αποφάσεων και ε) τα προβλήματα χρηματοδότησης.

• Είναι ιστορικά βεβαιωμένο ότι κάθε κρίση σε προβλήματα παραγωγής και εμπορίας πάντα βρίσκει δικλίδες καλύτερες από τις προηγούμενες. Έτσι θα συμβεί και στη περίπτωση της τυροκομίας.

Αυτό που δεν πρέπει να φύγει είναι η παράδοση στη γνησιότητα και γεύση της ελληνικής τυροκομίας. Αυτό πρέπει να πιστέψουν οι τυροκόμοι παραγωγής και να αναζητήσουν το κέρδος από την ποιότητα και όχι ευκαιριακά από μεθόδους του παρελθόντος. Σήμερα ο καταναλωτής ξεπέρασε το χώρο της ανάγκης και κινείται στο χώρο της επιθυμίας, πράγμα το οποίο τον κάνει πιο εκλεκτικό. Η υπερπροσφορά του επιτρέπει να συνδιάσει ποιότητα και προσιτή τιμή σε κάθε είδος. Πρέπει και ο Έλληνας πολίτης παραγωγός να αποκτήσει άλλη νοοτροπία και άλλους διαύλους. Αυτούς που χαράζει η εποχή και οι ανάγκες της ζωής σήμερα. Πρέπει να λειτουργήσει και στην Ελλάδα η ευρωπαϊκή σκέψη.

8.12. Κατοχύρωση φέτας ως ελληνικό προϊόν

Επικρατούσε η άποψη ότι η κρίση στη τυροκομεία διαρκεί 1-2 χρόνια. Αυτή τη στιγμή διανύουμε ήδη τον τρίτο χρόνο της ύφεσης που τείνει να γίνει από παροδική διαρκής. Οι παράγοντες που συντελούν στην συνεχιζόμενη αυτή ύφεση είναι αρκετοί. Επιγραμματικά ανέφεραμε τους εξής: α) απότομη αύξηση στην τιμή του γάλακτος, β) μεγάλο κόστος παραγωγής, γ) αυθώδης πυρετός, δ) εισαγωγές προϊόντων από το εξωτερικό, ε) μη απορρόφηση μεγάλων ποσοτήτων από το εξωτερικό για διάφορους λόγους.

- Τιμές του ελληνικού γάλακτος (πρόβειος γιδινού) σύμφωνα με στοιχεία της βιομηχανίας μας τα τέσσερα τελευταία χρόνια

1991 οι τιμές ήταν πρόβειο 135 δραχ/κιλό, γίδινο 95 δραχ/κιλό

1992 πρόβειο 150 δραχ/κιλό, γίδινο 105 δραχ/κιλό

1993 πρόβειο 190 δραχ/κιλό, γίδινο 118 δραχ/κιλό

1994 πρόβειο 240 δραχ/κιλό, γίδινο 140 δραχ/κιλό

1995 πρόβειο 210 δραχ/κιλό, γίδινο 120 δραχ/κιλό

- Η πρόταση για τη διάσωση της φέτας και κατοχύρωση της σε διεθνές επίπεδο είναι να κατοχυρωθεί σαν Ελληνικό Προϊόν.

- Πιστεύουμε ότι οι μικρές παραδοσιακές μονάδες της επαρχίας, σιγά - σιγά θα εκτοπιστούν, αφού οι μεγάλες εταιρίες έχουν μπεί στην παραγωγή τυροκομικών προϊόντων με σύγχρονα συστήματα τυροκόμησης και παραγωγής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9**Διαφημιστική δαπάνη γαλακτοκομικών προϊόντων****9.1.1. Διαφημιστική δαπάνη ανα κατηγορία προϊόντων**

Η συνολική διαφημιστική δαπάνη για όλα τα προϊόντα γάλακτος ανήλθε σε 12.836.520 χιλ. δρχ. το 1994 από 8.351.073 χιλ. δρχ. το 1993. Σημειώθηκε δηλαδή σημαντική αύξηση της τάξεως του 53,7% που οφείλεται κυρίως στην αύξηση των διαφημιστικών δαπανών για τα εξής προϊόντα: Γάλα εβαπορέ, γιαούρτι χωρίς πρόσθετα και με πρόσθετα, κρέμα γάλακτος, τυριά και παγωτά.

Τα προϊόντα που συμμετέχουν με το υψηλότερο ποσοστό στο σύνολο της δαπάνης είναι τα εξής, κατά το 1994: Γιαούρτια (29,9%), Παγωτά (25,3%, Γάλα εβαπορέ, πλήρες - light και μερίδες (14%) και φρέσκο γάλα (8,4%).

Σημαντική αύξηση της συμμετοχής τους στο σύνολο της διαφημιστικής δαπάνης σημείωσε μόνο η κατηγορία των γιαουρτιών, ενώ αντίθετα μείωση σημειώθηκε στο ποσοστό συμμετοχής του φρέσκου γάλακτος και του γάλακτος με κακάο.

Στους πίνακες 7.1 και 7.2 παρουσιάζεται η διαφημιστική δαπάνη των προϊόντων γάλακτος κατά μέσο όρο σε απόλυτα μεγέθη και σε ποσοστιαία συμμετοχή αντίστοιχα.

9.1.2. Διαφημιστική δαπάνη ανα μέσο

Η τηλεόραση απορροφά ποσό της διαφημιστικής δαπάνης γαλακτοκομικών προϊόντων. Το ποσοστό συμμετοχής της τηλεόρασης στο σύνολο της δαπάνης διαμορφώθηκε στα ίδια επίπεδα κατά τα δύο τελευταία έτη (93,6%). Την μεγαλύτερη συμμετοχή στη διαφημιστική δαπάνη στην τηλεόραση είχαν κατά το 1994 οι εξής κατηγορίες προϊόντων: Παγωτά (25,9%), γιαούρτι χωρίς πρόσθετα (24,1%) και γάλα εβαπορέ (14,2%).

Στα περιοδικά το μεγαλύτερο ποσοστό της διαφημιστικής δαπάνης, κατέχουν τα γιαούρτια χωρίς πρόσθετα (21,8%), το φρέσκο γάλα (16,6%), τα παγωτά (15,5%) και το εβαπορέ σε μερίδες (11,6%).

Στις εφημερίδες υψηλή διαφημιστική δαπάνη είχε κυρίως το γιαούρτι χωρίς πρόσθετα (27,6%).

Τέλος στο ραδιόφωνο το υψηλότερο ποσοστό είχαν τα γιαούρτια χωρίς πρόσθετα (44,5%), τα παγωτά (26,6%) και το γάλα με κακάο (9,5%).

9.1.3. Διαφημιστική δαπάνη ανά προϊόν και μέσο

Όλα σχεδόν τα γαλακτοκομικά προϊόντα διαφημίζονται κυρίως μέσω της τηλεόρασης. Εξαιρέση αποτελούν το εβαπορέ σε μερίδες και το ζαχαρούχο.

Η υψηλότερη διαφημιστική δαπάνη, σε σχέση με τα άλλα μέσα μαζικής ενημέρωσης, σημειώθηκε στα εξής προϊόντα:

- Γάλα εβαπορέ 98,4%

- Γάλα light 95,2%
- Γάλα σε σκόνη 100%
- Γιαούρτι με πρόσθετα 99,8%
- Κρέμα γάλακτος 97,3%
- Τυριά 95%
- Παγωτά 95,4%

Στα περιοδικά διαφημίζονται κυρίως τα προϊόντα:

- Εβαπορέ σε μερίδες 91,8%
- Ζαχαρούχο 100%

9.1.4. Κυριότερα διαφημιζόμενα προϊόντα / εμπορικά σήματα

Γάλα: Το σύνολο της διαφημιστικής δαπάνης για όλες τις κατηγορίες γάλακτος (εβαπορέ, εβαπορέ light, ζαχαρούχο γάλα, γάλα σε σκόνη, φρέσκο και γάλα με κακάο) ανήλθε σε 3.512.966 χιλ. δρχ. το 1994 έναντι 3.948.234 χιλ. δρχ. το 1993. Σημειώθηκε δηλαδή μείωση κατά 11% (πίνακας 7.4). Στο γάλα μακράς διάρκειας

Γάλα εβαπορέ: Το σύνολο της διαφημιστικής δαπάνης για το εβαπορέ γάλα (πλήρες, ελαφρύ και μερίδες) ανήλθε σε 1.798.503 χιλ. δρχ. το 1994, έναντι 1.338.658 χιλ. δρχ. το 1993. Το εβαπορέ γάλα απέσπασε το μεγαλύτερο μερίδιο στο σύνολο της δαπάνης για όλες τις κατηγορίες γάλακτος το 1994, σε αντίθεση με το 1993 που το φρέσκο γάλα είχε τη μεγαλύτερη δαπάνη λόγω των ανακατατάξεων που έλαβαν χώρα στην εγχώρια αγορά.

Όσον αφορά τις κατηγορίες του εβαπορέ γάλακτος παρατηρείται σημαντική αύξηση διαφημιστικής δαπάνης στο πλήρες και στις μερίδες.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται τα μερίδια των κυριότερων εμπορικών σημάτων στο σύνολο της δαπάνης εβαπορέ γάλακτος τα δύο τελευταία χρόνια.

Γάλα με κακάο: Στο γάλα με κακάο πραγματοποιείται σημαντική διαφήμιση, επειδή πρόκειται για προϊόν που απευθύνεται σε νεανικές συνήθως ηλικίες και έχει αρκετά ανταγωνιστικά προϊόντα (χυμούς, αναψυκτικά κ.λ.π.)

Κυρίαρχη θέση στη διαφήμιση έχει το MILKO της ΔΕΛΤΑ, το πλέον γνωστό προϊόν της κατηγορίας αυτής. Το μερίδιο του ήταν 53,4% το 1994 από 51% το 1993, το CARNATION της NESTLE ήταν το δεύτερο σήμα το 1994 με 20,5%, ενώ το 1993 ήταν το N'JOY της ΦΑΓΕ με 24,8%.

Γιαούρτι: Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει γιαούρτι χωρίς πρόσθετα και γιαούρτι με φρούτα. Η διαφημιστική δαπάνη το 1994 αυξήθηκε σημαντικά σε σχέση με το 1993 και για τις δύο κατηγορίες, λόγω της είσοδου της ΔΕΛΤΑ στην αγορά του λευκού γιαουρτιού αλλά και λόγω της εμφάνισης νέων προϊόντων στα γιαούρτια με φρούτα / πρόσθετα.

Στο λευκό γιαούρτι η διαφήμιση για τη σειρά γιαουρτιών VERUS της ΔΕΛΤΑ απέσπασε το πρώτο μερίδιο με 61,7% συνολικά. Το μερίδιο για όλες τις κατηγορίες γιαουρτιών της ΦΑΓΕ ανήλθε σε 34,4% το 1994 από 90,7% το 1993.

Στο γιαούρτι με φρούτα, τα προϊόντα της ΦΑΓΕ μονοπωλούν σχεδόν τη διαφημιστική δαπάνη με μερίδιο 89,8%.

Κρέμα γάλακτος: Η διαφήμιση για τη κρέμα γάλακτος τριπλασιάστηκε σχεδόν το 1994 σε σχέση με το 1993. Πρώτη μάρκα σε δαπάνη το 1994 ήταν η κρέμα γάλακτος της ΔΕΛΤΑ, με ποσοστό 46,7%. Ακολουθεί η NOYNOY με 29,5% και η ΦΑΓΕ με 21,3%.

Νωπό Βούτυρο: Η δαπάνη για το νωπό βούτυρο υπερδιπλασιάστηκε το 1994 σε σχέση με το 1993. Κύριες μάρκες το 1994 ήταν το βούτυρο ADORO με ποσοστό συμμετοχής 48,4% και το LURPAK με 39,9%.

Τυροκομικά προϊόντα: Η συνολική διαφημιστική δαπάνη για τα τυριά κάθε τύπου (μαλακά, σκληρά κ.λ.π.) ανήλθε σε 1.272.294 χιλ. δρχ. το 1994 από 881.936 χιλ. δρχ. το 1993.

Η κατηγορία των σκληρών και ημίσκληρων τυριών απερρόφησε το 58,3% της δαπάνης κατά το 1994. Τα κυριότερα διαφημιζόμενα προϊόντα στην κατηγορία αυτή ήταν το Kerrygold με μερίδιο 18,8% το 1994, η κεφαλογραβιέρα ΓΡΑΒΙΑ της ΦΑΓΕ με 15,4%, το σύνολο των ελληνικών τυριών χωρίς συγκεκριμένο εμπορικό σήμα με 13,3% και το ΤΡΙΚΑΛΙΝΟ της ΦΑΓΕ με 12%.

Από τα μαλακά τυριά η μεγαλύτερη διαφημιστική δαπάνη πραγματοποιήθηκε για το PHILADELFIA της KRAFT (35,7%) και για το LA VACHE QUI RIT με 28,3%.

Παγωτά: Η αγορά των παγωτών χαρακτηρίζεται από πολύ έντονο ανταγωνισμό. Το σύνολο της διαφημιστικής δαπάνης αυξήθηκε κατά 58% το 1994 σε σχέση με το 1993.

Πρώτα παγωτά σε διαφημιστική δαπάνη το 1994 ήταν τα παγωτά της Algida με ύψος δαπάνης 1.244.208 χιλ. δρχ. από 677.399 χιλ. δρχ. το 1993. Το ύψος της δαπάνης δηλαδή διπλασιάστηκε σχεδόν, καλύπτοντας το 38,2% της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης παγωτών το 1994. Τα κυριότερα είδη παγωτών που διαφημίστηκαν ήταν το MAGIC CHOC με μερίδιο συμμετοχής 27,3% επί της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης παγωτών ALGIDA το 1994, το CORNETTO με 20,6% και το CHAMP με 18,8%.

Δεύτερη εταιρία σε διαφημιστική δαπάνη ήταν η ΔΕΛΤΑ με 1.010.648 χιλ. δρχ. το 1994 από 651.919 χιλ. δρχ. το 1993. Τα

κυριότερα είδη παγωτών ήταν το BOSS με 22% συμμετοχή επί της δαπάνης των παγωτών ΔΕΛΤΑ το 1994, το MAGNUM με 14,7%, το BOSS PEANUTS με 14,2% και το BOSS CARAMELLE με 11,4%.

Τρίτη μάρκα ήταν η ΕΒΓΑ με 831.000 χιλ. δρχ. το 1993. Το STATUS ήταν το πρώτο παγωτό σε διαφήμιση το 1994 με μερίδιο 18,3% επί των παγωτών ΕΒΓΑ.

Οι άλλες μάρκες παγωτών που διαφημίστηκαν το 1994 ήταν αρκετές αλλά με χαμηλό ποσοστό συμμετοχής η κάθε μία (ΑΓΝΟ, ΔΩΔΩΝΗ, HAAGEN DAZS, MARS κ.λ.π.).

Από όλες τις μάρκες παγωτών το μεγαλύτερο κονδύλι δόθηκε για τη διαφήμιση του MAGIC CHOC της ALGIDA (10,4% επί της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης το 1994). Ακολουθεί το CORNETTO με 7,9% και το CHAMP με 7,2% και τα δύο της ALGIDA.

Για το 1995 προβλέπεται ότι η δαπάνη για τη διαφημιστική προώθηση των παγωτών θα αυξηθεί λόγω της εισόδου νέων, ξένων, μεγάλων εταιριών.

9.2. Συσκευασία ως μέσο προώθησης γαλακτοκομικών προϊόντων

Η συσκευασία ως στοιχείο της διαφημιστικής προώθησης καθορίζει σίγουρα κατά μεγάλο ποσοστό την επιλογή ενός καταναλωτή για την αγορά ενός προϊόντος. Πόσες φορές άλλωστε μια ελκυστική συσκευασία μας έχει οδηγήσει χωρίς δεύτερη σκέψη στην αγορά ενός αγαθού που ίσως δεν χρειαζόμασταν καν. Οι εταιρίες έχοντας αντιληφθεί την επιρροή της συσκευασίας στον καταναλωτή δίνουν μεγάλη σημασία στο εξωτερικό περίβλημα του προϊόντος αλλά ταυτόχρονα στη διασφάλιση της ποιότητας του προϊόντος. Η διασφάλιση της ποιότητας εξασφαλίζεται με τη σωστή επιλογή υλικών, τα

οποία υλικά διατηρούν τα οργανοληπτικά στοιχεία του προϊόντος και την μεγιστοποίηση της διάρκειας καταλληλότητας του προϊόντος καθώς επίσης και της σωστής τεχνολογίας παραγωγής του αντικειμένου συσκευασίας. Οι ειδικοί όροι συσκευασίας και διάθεσης στον καταναλωτή γαλακτοκομικών προϊόντων ορίζονται επακριβώς στο άρθρο 85 του κώδικα τροφίμων - ποτών. Σύμφωνα με το άρθρο αυτό όλα τα είδη διατηρημένου γάλακτος εκτός του γάλακτος κατάψυξης πρέπει να διατίθενται στην κατανάλωση, πάντοτε σε συσκευασία ως εξής:

- α. Μέσα σε μεταλλικά δοχεία από αργίλιο ή άλλο μέταλλο καλά επικασσιτερωμένο με κασσίτερο που δεν περιέχει μόλυβδο ή ψευδάργυρο ή άλλα βαρέα μέταλλα σε ποσοστό ανώτερο του 0,5%.

Η συσκευασία αυτή χρησιμοποιείται κυρίως για το εβαπορέ ή συμπυκνωμένο γάλα, για ορισμένα γάλατα μακράς διάρκειας (σοκολατούχο καθώς και για τις σκόνες γάλακτος).

- β. Μέσα σε πλαστικές ή γυάλινες φιάλες όπου διατίθεται το παστεριωμένο γάλα και οι οποίες αντικαθίστανται πλέον από τη χάρτινη συσκευασία. Επιτρέπεται η επαναχρησιμοποίηση των μεταλλικών φιαλών μετά από τον επιμελή καθαρισμό τους.

- γ. Μέσα σε σακίδια από ειδικό χαρτί, που προέρχεται από χημικό καθαρό πολτό, η εξωτερική επιφάνεια των οποίων είναι επιστρωμένη με καθαρή παραφίνη ή πλαστικό βερνίκι. Η εσωτερική επιφάνεια πρέπει να έχει επένδυση από ειδική πλαστική ύλη εγκεκριμένη για συσκευασία γάλακτος. Η χάρτινη ασηπτική συσκευασία είναι στο εσωτερικό της καλυμμένη με λεπτό φύλλο αργιλίου στο οποίο έχει επικολληθεί λεπτό φύλλο πολυαιθυλενίου.

Το παστεριωμένο γάλα που διατίθεται σήμερα στην κατανάλωση κυκλοφορεί κυρίως σε χάρτινη συσκευασία ενώ το μακράς διάρκειας σε χάρτινη ασηπτική συσκευασία.

Η αντικατάσταση των γυάλινων και πλαστικών μπουκαλιών από την χάρτινη συσκευασία που στην Ευρώπη παρατηρήθηκε τα τελευταία 20 χρόνια και στην Ελλάδα την τελευταία δετία μπορεί να αποδοθεί:

1. Στην ανάπτυξη της τεχνολογίας της χάρτινης συσκευασίας και στο επιθετικό marketing των μεγάλων εταιριών (PURE-PAK, TETRA-PAK) προς τις γαλακτοβιομηχανίες.
2. Στην αύξηση της κατανάλωσης του γάλακτος μακράς διάρκειας (UHT) το οποίο επέτρεψε την διανομή και προώθηση του προϊόντος σε ευρύτερη περιοχή. Αυτό θα ήταν πολύ πιο δύσκολο, με την συλλογή και επιστροφή των μπουκαλιών.
3. Στην μεγαλύτερη έμφαση που επιτρέπει η χάρτινη συσκευασία να δοθεί στο σχεδιασμό του brand name.
4. Στα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα super market. Τα super market ωφελήθηκαν από τη νέα συσκευασία, μειώνοντας το κόστος εργασίας, καθώς το κόστος συλλογής και επιστροφής των μπουκαλιών ήταν υψηλό, για ένα προϊόν με μικρό περιθώριο κέρδους όπως είναι το γάλα.

Το γιαούρτι διατίθεται στην κατανάλωση ως εξής:

Μέσα σε δοχεία από πλαστική εγκεκτιμένη ύλη, από γυαλί, από ξύλο, σε πλαστικά ή πήλινα δοχεία ή μέσα σε σάκκους από ειδική πλαστική ύλη λευκού υφάσματος ή ειδικού χαρτιού που έχει επένδυση από πλαστική ύλη.

Το ημιαποβουτυρωμένο γιαούρτι διατίθεται στην κατανάλωση μέσα σε ειδική συσκευασία (κύπελλου καλυμμένου με κόκκινο ή υποκοκκινωπό κάλυμμα από χαρτί ή πλαστική ύλη.

Σε γενικές γραμμές οι συσκευασίες ως ρυθμιστές της ζωής του προϊόντος προέρχονται από οικολογικά και πλήρως ανακυκλώσιμα υλικά συνδιάζοντας πλεονεκτήματα για τον παραγωγό, τον καταναλωτή αλλά και το περιβάλλον.

Η Βιομηχανία Γάλακτος εμφανίζεται ως δυναμικός κλάδος της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων ο οποίος έχει εκδηλώσει την τελευταία δεκαετία αξιόλογη ανάπτυξη. Οι επάλληλες επενδύσεις εκσυγχρονισμού του μηχανολογικού εξοπλισμού, η επέκταση των δικτύων πώλησης στο εσωτερικό, οι σημαντικές εξαγωγικές επιδόσεις, ο καταγισμός νέων προϊόντων στην ελληνική αγορά και η καταλυτική διαφημιστική προβολή αυτών, χαρακτηρίζουν τον κλάδο που αποτελεί την αιχμή του δόρατος της ελληνικής βιομηχανίας.

Ο τομέας του γάλακτος διέρχεται σήμερα στη χώρα μας ένα μεταβατικό στάδιο ουσιαστικών μεταλλαγών, που συμπαρασύρουν σε ανακατατάξεις μεγάλης κλίμακας όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων, τόσο της πρωτογενούς παραγωγής όσο και της μεταποίησης - εμπορίας.

Παραδοσιακές δομές και θεσμικές ανεπάρκειες που παγιοποιήθηκαν μέσα από αδράνεια δεκαετιών εξωθούνται σε ανατροπές ή ριζικές αναπροσαρμογές που πρέπει να συντελεσθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα. Αναθεωρούνται οι πολιτικές που όρθωναν μόνιμα προστατευτικά τείχη απέναντι στο διεθνή ανταγωνισμό και καταργούνται οι δικλείδες των άμεσων διαρθρωτικών παρεμβάσεων μέσα από τα θεσμικά όργανα που εξασφάλιζαν την αδιατάρακτη πορεία του τομέα προς γνωστές οριοθετημένες κατευθύνσεις.

Παράλληλα καταρρίπτονται τα τελευταία εμπόδια στα σύνορα των χωρών της Ε.Ε. που παρεμβάλλονταν στις μετακινήσεις συναλλαγές.

Η καταλληλότητα των προϊόντων κρίνεται και η εμπορική τους ταυτότητα ελέγχεται μόνο στους τύπους παραγωγής και στα σημεία υποδοχής σύμφωνα με τις διαδικασίες που προβλέπουν οι ενιαίοι ευρωπαϊκοί θεσμοί και κάτω από την επιτήρηση των εκτελεστικών εξουσιών που ορίζονται στη θέση σύμβάσει κοινών κριτηρίων αποδοχής.

Στην προκείμενη εργασία περιγράφεται η πολιτική στο τομέα του γάλακτος, παρουσιάζονται οι βασικές κατευθύνσεις που χαράζονται στο επίπεδο της Ε.Ε. που αναμορφώνουν τους ρυθμιστικούς μηχανισμούς της παραδοσιακής ΚΑΠ, γίνεται περιγραφή της δομής του κλάδου από πλευράς μονάδων παραγωγής, ζήτησης και εμπορίας των προϊόντων. Κατά κύριο λόγο εξετάζεται η πορεία τριών από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου της ΔΕΛΤΑ - κυρίαρχος στον τομέα του γάλακτος, της ΦΑΓΕ που διαδραματίζει ηγετικό ρόλο στην αγορά γιαουρτιού και της ΕΒΓΑ η οποία κατέχει την δεύτερη θέση στον τομέα των παγωτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10**ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ****10.1. Γενικά για την ανάλυση**

Τα είδη αναφερθέντα στοιχεία, δεδομένου ότι μας παρασχέθηκαν από τις τρεις εταιρείες, προάγουν την θετικότερη πλευρά των επιχειρήσεων αυτών. Θα προσπαθήσουμε σε αυτό το κομμάτι μια αντικειμενικότερη ανάλυση/σύγκριση βάσει αριθμών (και μόνο) όπως αυτοί προκύπτουν από τα στοιχεία των ισολογισμών των εταιριών τα τελευταία τρία χρόνια.

10.2. Ανάλυση βάσει αριθμοδεικτών

Ως γβωστόν η ανάλυση με αριθμοδείκτες έχει κυρίως συγκριτική αξία. Μια τέτοιου είδους σύγκριση θα προσπαθήσουμε χρησιμοποιώντας αριθμοδείκτες και για τις τρεις επιχειρήσεις, συγκρίνοντας τους μεταξύ τους για τα έτη 1993, 1994 και 1995. Μια τέτοια διαχρονική σύγκριση των χρηματοοικονομικών δεικτών παρέχει μια ένδειξη της κατεύθυνσης της μεταβολής και δείχνει κατά πόσο η χρηματοοικονομική κατάσταση και απόδοση των τριών επιχειρήσεων βελτιώθηκε, χειροτέρευσε ή παρέμεινε σταθερή διαχρονικά.

Απαραίτητη προϋπόθεση για να είναι έγκυρη η διαχρονική αυτή σύγκριση αποτελεί η γνώση των δεικτών του κλάδου οι οποίοι επίσης παραθέτονται , και η απρακάτω ανάλυση γίνεται και με μέτρο σύγκρισης αυτούς.

Η μελέτη της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης περιλαμβάνει την ανάλυση και ερμηνεία των τριών βασικών της πλευρών:

- α. Ικανότητα των επιχειρήσεων να αποκρίνονται στις τρέχουσες υποχρεώσεις τους.
- β. Ικανότητα των επιχειρήσεων να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα κυκλοφοριακά στοιχεία και γενικά το κεφάλαιο κίνησης τους και
- γ. Βραχυπρόθεσμη δανειοληπτική ικανότητα των επιχειρήσεων.

Στην ανάλυση θα χρησιμοποιηθούν οι εξής βασικοί αριθμοδείκτες: Γενικής ρευστότητας
Πραγματικής ρευστότητας
Ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων
Μέσου χρόνου είσπραξης των απαιτήσεων
Αποδοτικότητα ιδίου κεφαλαίου

10.2.1. Γενική Ρευστότητα

Κατά το έτος 1993 παρατηρούμε ότι ο συγκεκριμένος δείκτης έχει ως εξής

ΓΕΝΙΚΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

	1995	Μεταβολή %	1994	Μεταβολή %	1993
ΦΑΓΕ	0,71	1,43	0,70	9,39	0,54
ΔΕΛΤΑ	1,35	-12,34	1,54	24,19	1,24
ΕΒΓΑ	0,54	3,85	0,52	-3,70	0,54
ΚΛΑΔΙΚΟΣ	1,14	-	1,09	-	1,02

Θεωρείται ως ο πιο δημοφιλής δείκτης στους οικονομικούς κύκλους και υπολογίζεται αν διαιρέσουμε το σύνολο των κυκλοφοριακών στοιχείων με το σύνολο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.

Αναλυτικότερα, και κατά το έτος 1993 παρατηρούμε ότι ο δείκτης είναι ο ίδιος (0,54) για τις ΕΒΓΑ και ΦΑΓΕ ενώ παρατηρείται αυξημένος κατά 0,7 για την ΔΕΛΤΑ (1,24). Τιμή (1,24) μεγαλύτερη κατά 0,22 από αυτή του κλάδου που σημαίνει ότι η επιχείρηση διαθέτει επαρκή ρευστότητα και έχει, συνέπως, την ικανότητα να πληρώσει τις τρέχουσες υποχρεώσεις της.

Για το έτος 1994, βλέπουμε μια σημαντικότερη αύξηση στον δείκτη της ΦΑΓΕ (μεταβολή της τάξης του 9,39%) καθώς και της ΔΕΛΤΑ (αλματώδης αύξηση 24,19%). Αντίθετα ο αντίστοιχος δείκτης της ΕΒΓΑ μεταβάλλεται αρνητικά κατά -3,70%. Σαν αποτέλεσμα έχουμε την ΔΕΛΤΑ να βρίσκεται στο 1,54 δείκτης μεγαλύτερος σχεδόν κατά 1.2 (0,45) από τον κλαδικό και 1 μονάδα από αυτόν της ΕΒΓΑ (0,52) ενώ 0,84 μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο της ΦΑΓΕ (0,70).

Το γεγονός ότι η ΦΑΓΕ και η ΕΒΓΑ είναι μικρότερη από την τιμή του κλάδου αποτελεί ένδειξη ότι η οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων για το έτος 1994 δεν ήταν καλή και ότι ενδεχομένως, αντιμετώπισαν δυσκολίες στην εξόφληση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της. Πάντως για τον έλεγχο της αξιοπιστίας και της επάρκειας αυτού του δείκτη, και ιδιαίτερα όταν η τιμή του υπολείπεται από την τιμή του κλάδου (όπως παρατηρείται στο σημείο αυτό), κρίνεται αναγκαίος ο υπολογισμός και των δεικτών που δίνουν πληροφορίες για την σύμθεση του κυκλοφοριακού ενεργητικού και των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων κ.τ.λ.

Τέλος κατά το έτος 1995 εντύπωση κάνει η θεαματική μεταβολή (-12,34%) του δείκτη της ΔΕΛΤΑ που διαμορφώνεται τελικά σε 1,35 σημειώνοντας μια μείωση κατά 0,19. Για την

μείωση αυτή ευθύνεται η αντίστοιχη μείωση του κυκλοφορούντος ενεργητικού της επιχείρησης κατά περίπου 7 δις ($\approx 7.917.949$ χιλιάδες δρχ.) ενώ παράλληλα οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης είχαν μείωση περίπου στο μισό του παραπάνω ποσού (≈ 3 δις).

Οι δύο άλλες επιχειρήσεις παρέμειναν στα ίδια περίπου επίπεδα με την ΦΑΓΕ να σημειώνει άνοδο 1,43% φτάνοντας τον δείκτη στο 0,71, και την ΕΒΓΑ να επανέρχεται στα επίπεδα του 1993 δηλαδή 0,54 (άνοδος 3,85%).

Έχοντας τον κλαδικό αριθμοδείκτη σε σταθερά επίπεδα, σε σχέση με το 1994 (αύξηση μόλις 0,05) τα συμπεράσματα για το έτος 1995 είναι παρόμοια με αυτά του προηγούμενου έτους.

10.2.2. Πραγματική ρευστότητα

ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

	1995	Μεταβολή %	1994	Μεταβολή %	1993
ΦΑΓΕ	0,46	4,55	0,44	0,00	0,44
ΔΕΛΤΑ	0,81	-24,30	1,07	64,62	0,65
ΕΒΓΑ	0,38	2,70	0,37	0,00	0,37
ΚΛΑΔΙΚΟΣ	1,68	-	0,65	-	0,59

Δείκτης που συγκρίνει τα ρευστά και τα εύκολα ρευστοποιούμενα στοιχεία του κυκλοφοριακού ενεργητικού με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις η ικανοποίηση των οποίων θα αποκτήσει εκροή χρήματος.

Αναλυτικά, και για το έτος 1993 παρατηρούμε ότι ο δείκτης για όλες τις επιχειρήσεις είναι σε περίπου ίδια επίπεδα με αυτόν της ΔΕΛΤΑ να βρίσκεται και πάλι σε υψηλότερη τιμή σε σύγκριση με τις άλλες δύο και με αυτόν του κλάδου. Η τιμή 0,65 που κατέχει ο δείκτης δείχνει ότι η επιχείρηση έχει καλή οικονομική κατάσταση αφού τα εύκολα ρευστοποιούμενα

στοιχεία της είναι κατά ένα, μικρό μόνο, ποσοστό λιγότερα από τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις αυτής.

Για τις δύο άλλες επιχειρήσεις ΦΑΓΕ και ΕΒΓΑ, με δείκτες 0,44 και 0,37 αντιστοίχως θα λέγαμε ότι οι συγκεκριμένες τιμές δεν συνεπάγονται αναγκαστικά μια κακή οικονομική κατάσταση.

Έτσι δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις αυτές παρουσίασαν κέρδη, φαίνεται ότι μπορούσαν να πληρώσουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις τους έγκαιρα με καλή διαχείριση των αποθεμάτων τους με μια συνεχή ροή πωλήσεων απαιτήσεων και εισπράξεων αυτών.

Ιδιομορφία παρουσιάζει ο δείκτης κατά το έτος 1994 αφού παρουσιάζεται σταθερός για τις επιχειρήσεις ΕΒΓΑ και ΦΑΓΕ ενώ με αύξηση κατά 64,62% για την ΔΕΛΤΑ που φτάνει την τιμή 1,07. Η σταθερότητα όμως που αναφέρθηκε δεν είναι ουσιαστική αφού ο κλαδικός δείκτης για το ίδιο έτος φτάνει την τιμή 0,65 (αύξηση 0,06).

Αντίθετα η ΔΕΛΤΑ με τα εύκολα ρευστοποιούμενα στοιχεία της καλύπτει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της 1,07 φορές δηλαδή για κάθε μια (1) δραχμή βραχυπρόθεσμης υποχρέωσης η επιχείρηση διαθέτει για την κάλυψη ή εξόφληση της 1,07 δραχμές. Σύμφωνα με τους εμπειρικούς κανόνες που γνωρίζουμε μια καλή τιμή για τον συγκεκριμένο δείκτη, είναι 1 αλλά αφού ο κλαδικός δείκτης βρίσκεται στο 0,65 θα λέγαμε ότι σαφώς η ΔΕΛΤΑ δίνει μια πολύ καλή εικόνα, με την ΦΑΓΕ να πλησιάζει τον δείκτη πολύ κοντά και σε απόσταση η ΕΒΓΑ αφού η τιμή του δείκτη για την τελευταία είναι η μισή από την αντίστοιχη κλαδική.

Τέλος κατά το έτος 1995 παρατηρούμε τον κλαδικό δείκτη να παρουσιάζει μικρή αύξηση (0,03) κάνοντας έτσι τις αυξήσεις της τιμής του δείκτη για τις ΕΒΓΑ και ΦΑΓΕ (0,01 και 0,02 αντίστοιχα) να είναι άνευ σημασίας και να έχουμε τα ανωτέρο

συμπεράσματα (του έτους 1994) για τις δύο αυτές επιχειρήσεις. Σημαντική είναι όμως είναι η διαφοροποίηση του δείκτη για τη ΔΕΛΤΑ αφού με μια μείωση της τάξης του 24,30% "πέφτει" σε τιμή μικρότερη της μονάδας (0,81). Προφανώς υπάρχει αύξηση των, δύσκολα ρευστοποιούμενων απαιτήσεων της (γραμμάτια σε καθυστέρηση, δεσμευμένοι λογ/σμοι καταθέσεων) είτε αυτών που είναι αμφίβολης είσπραξης (επισφαλείς - επίδικοι πελάτες και χρεώστες) είτε, τέλος, εκείνες που δεν πρόκειται δεν πρόκειται να μετατραπούν σε χρήμα (λογ/σμοι διαχείρισης προκαταβολών και πιστώσεων). Παρόλαυτα η τιμή του δείκτη είναι μεγαλύτερη από την κλαδική που σημαίνει ότι η επιχείρηση βρίσκεται σε αρκετά καλό επίπεδο γενικά.

10.2.3. Ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων

Η ταχύτητα κυκλοφορίας των αποθεμάτων είναι ένα κριτήριο για την αποτελεσματική ή μη διαχείριση των αποθεμάτων των επιχειρήσεων καθώς και για το βαθμό ρευστότητας τους

ΤΑΧΥΤΗΤΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

	1995	Μεταβολή %	1994	Μεταβολή %	1993
ΦΑΓΕ	43 ΗΜ	-10,26	39 ΗΜ	-14,71	34 ΗΜ
ΔΕΛΤΑ	55 ΗΜ	-1,85	54 ΗΜ	5,26	57 ΗΜ
ΕΒΓΑ	39 ΗΜ	-18,18	33 ΗΜ	2,94	34 ΗΜ
ΚΛΑΔΙΚΟΣ	78 ΗΜ	-	75 ΗΜ	-	74 ΗΜ

Αναλυτικότερα και για το έτος 1993 παρατηρούμε ότι ο δείκτης για τις ΔΕΛΤΑ, ΕΒΓΑ και ΦΑΓΕ έχει τις τιμές 57 ημ., 34 ημ. Και 34 ημ. Αντίστοιχα, τιμές μικρότερες από αυτή του κλάδου, γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι και οι τρεις εταιρίες χρησιμοποιούν τα αποθέματα τους αποτελεσματικά βελτιώνοντας παράλληλα την ρευστότητα αυτών.

Επειδή όμως για τις ΦΑΓΕ και ΕΒΓΑ η διαφορά από τον κλαδικό δείκτη είναι 40 ημ. Θα πρέπει να δοθεί μεγάλη προσοχή. Αυτό διότι ίσως να οφείλεται: α) σε χαμηλό επίπεδο αποθεμάτων, γεγονός που οδηγεί σε συχνές εξαντλήσεις του αποθέματος ή β) σε συχνή ανανέωση των αποθεμάτων, πολύ συχνά, σε μικρές παρτίδες. Τόσο οι συχνές εξαντλήσεις των αποθεμάτων όσο και η ανανέωση τους, συχνά, σε μικρές ποσότητες είναι δαπανηρές. Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι μια τιμή πολύ μικρότερη από την τιμή του δείκτη του κλάδου μπορεί να σημαίνει: πρώτον ανεπάρκεια αποθεμάτων και συνεπώς απώλεια πωλήσεων και κάποιας αποδοτικότητας και δεύτερον, ποιοτικά καλύτερη ρευστότητα γιατί τα αποθέματα μετατρέπονται γρήγορα σε απαιτήσεις δηλ. ένα βήμα πριν από τα ρευστά. Για την ΔΕΛΤΑ, που βρίσκεται πιο κοντά στην τιμή του όμοιου δείκτη του κλάδου, φαίνεται ότι διαχειρίζεται ορθολογικά τα αποθέματα της, αποφεύγει την πέρα του κανονικού δέσμευση κεφαλαίων σε αποθέματα με αποτέλεσμα την ελαχιστοποίηση των καταβαλομένων τόκων, εξοικονομώντας δαπάνες αποθήκευσης και άλλες δαπάνες διαχείρισης των αποθεμάτων μετατρέποντας κανονικά τα αποθέματα σε απαιτήσεις και, τέλος, μειώνοντας τον κίνδυνο οικονομικής απαξίωσης των αποθεμάτων λόγω αλλοίωσης ή πολύ περιορισμένης ζήτησης τους.

Για το έτος 1994 παρατηρήται μια μικρή μείωση των ημερών παραμονής των αποθεμάτων στις αποθήκες της ΔΕΛΤΑ και ΕΒΓΑ κατά 5,26% και 2,34% αντίστοιχα (3 ημ, και 1 ημ.) με παράλληλη αύξηση του χρόνου αυτού για την ΦΑΓΕ και του κλάδου κατά 14,71% (5 ημ.) και 1 ημέρα αντίστοιχα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί ότι και οι τρεις εταιρίες έχουν προϊόντα με συγκεκριμένο χρόνο ζωής (ημερομηνία λήξης), ως επί το πλείστον που σημαίνει ότι θα πρέπει να ανανεώνουν τα αποθέματα τους σε πολύ γρήγορους ρυθμούς αφού σε αντίθετη περίπτωση θα έχουν ζημιές από την συσώρευση ληγμένων προϊόντων στις αποθήκες τους.

Τα συμπεράσματα για αυτό το έτος είναι παρεμφερή με εκείνα του προηγούμενου έτους καταλήγοντας στο 1995 για να παρατηρήσουμε ότι υπάρχει μια γενική αύξηση του δείκτη, τόσο για τις τρεις επιχειρήσεις, όσο και για τον αντίστοιχο (δείκτη) του κλάδου. Η αύξηση του τελευταίου είναι τρεις (3) ημέρες ενώ για την ΔΕΛΤΑ 1 ημ. (1,85%), για την ΦΑΓΕ 4 ημ. (10,26%) και για την ΕΒΓΑ 6 ημ. (18,18%).

Γενικά συμπεραίνουμε ότι ο συγκεκριμένος δείκτης έχει αρκετά ικανοποιητικές τιμές και διακρίνεται από μια σταθερή πορεία στο σύνολο της περιόδου που μελετάμε. Στον δείκτη αυτόν, εξάλλου, οι τρεις επιχειρήσεις δεν έχουν περιθώρια τιμών, μεγαλύτερες του κλάδου λόγω της φύσης των προϊόντων τους (ελάχιστη ημερομηνία κατανάλωσης).

10.2.4. Μέσου χρόνου είσπραξης των απαιτήσεων - μέσου χρόνου εξόφλησης των υποχρεώσεων

Στην συνέχεια θεωρείται καλό να γίνει ανάλυση και ταυτόχρονη σύγκριση δύο ακόμα αριθμοδεικτών.

Ο πρώτος είναι αυτός του μέσου χρόνου είσπραξης των απαιτήσεων των τριών εταιριών που δείχνει τον αριθμό των ημερών που παραμένουν ανείσπρακτες οι απαιτήσεις της επιχείρησης, από την στιγμή της δημιουργίας τους - πώληση με πίστωση - μέχρι τη στιγμή της μετατροπής τους σε μετρητά (είσπραξη).

ΜΕΣΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

	1995	Μεταβολή %	1994	Μεταβολή %	1993
ΦΑΓΕ	60 ΗΜ	-20,00	50 ΗΜ	9,09	55 ΗΜ
ΔΕΛΤΑ	55 ΗΜ	-22,22	45 ΗΜ	-21,62	37 ΗΜ
ΕΒΓΑ	50 ΗΜ	-38,89	36 ΗΜ	16,28	43 ΗΜ
ΚΛΑΔΙΚΟΣ	86 ΗΜ	-	85 ΗΜ	-	87 ΗΜ

Ο δεύτερος είναι αυτός του μέσου χρόνου εξόφλησης των βραχ/σμων υποχρεώσεων δείχνει τον αριθμό των ημερών που, κατά μέσο όρο, παραμένουν οφειλόμενες ή ανεξόφλητες οι αγορές ή οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις των επιχειρήσεων προς τους προμηθευτές τους από την στιγμή της δημιουργίας τους - αγοράς με πίστωση - μέχρι την στιγμή της εξόφλησης τους.

ΜΕΣΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΒΡΑΧ/ΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ

	1995	Μεταβολή %	1994	Μεταβολή %	1993
ΦΑΓΕ	63 ΗΜ	3,28	61 ΗΜ	-1,61	62 ΗΜ
ΔΕΛΤΑ	44 ΗΜ	-13,73	51 ΗΜ	4,08	49 ΗΜ
ΕΒΓΑ	68 ΗΜ	47,83	46 ΗΜ	12,20	41 ΗΜ
ΚΛΑΔΙΚΟΣ	75 ΗΜ	-	74 ΗΜ	-	76 ΗΜ

Με μια πρώτη ματιά του πρώτου πίνακα (μέσου χρόνου είσπραξης) παρατηρούμε ότι και οι τρεις επιχειρήσεις εισπράτουν τις απαιτήσεις τους σε χρόνο περίπου 1 (ενός) μήνα μικρότερο από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου.

Το γεγονός αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις ΔΕΛΤΑ, ΕΒΓΑ και ΦΑΓΕ

- α) Έχουν αυστηρές πολιτικές πιστώσεων προς τους πελάτες τους καθώς επίσης και
- β) ποιοτικά καλύτερη ρευστότητα αφού οι απαιτήσεις μετατρέπονται γρήγορα σε ρευστά διαθέσιμα.

Πολύ πιθανό είναι, βέβαια, να γίνεται προσπάθεια έγκυρης εξόφλησης των υποχρεώσεων αυτών με την ρευστοποίηση των απαιτήσεων και την αποφυγή έτσι της καταβολής τόκων προς τους προμηθευτές τους. Ειδικότερα, κατά το έτος 1993, έχουμε την ΔΕΛΤΑ να εισπράτει στον γρηγορότερο χρονικό διάστημα (37 ημ.) με την ΕΒΓΑ (55 ημ.) τιμή όμως της τελευταίας που είναι 32 ημ. Μικρότερη από αυτή του κλάδου. Εντύπωση κάνει κατά τα έτη 1994 και 1995 η αύξηση του χρόνου είσπραξης για

την ΔΕΛΤΑ η οποία με μια συνολική μεταβολή 43,84% φτάνει στις 55 ημ. Αυτό ίσως να αποτελεί προσπάθεια χορήγησης πιστώσεων στους πελάτες της γαι την αύξηση των πωλήσεων τις δεδομένου ότι γαι τα έτη αυτά η ρευστότητα της ΔΕΛΤΑ είναι αρκετά ικανοποιητική (βλέπτε δείκτες γενικής-πραγματικής ρευστότητας), με αποτέλεσμα να μην υπάρχει έλλειψη κεφαλαίων κίνησης.

Η ΦΑΓΕ φαίνεται να έχει μια σταθερή πορεία διαχρονικά (9,09% για το 1994 και 20% για το 1995) ενώ η ΕΒΓΑ, ενώ καταφέρνει να φτάσει τον δείκτη στις 36 ημ. Γαι το 1994, αυξάνεται δραματικά ο τελευταίος, κατά το 38,89% φτάνοντας τις 50 ημ. το 1995.

Η γενική αυτή αύξηση όλων των δεικτών όλων των επιχειρήσεων κατά το 1995 ίσως δεν θα έπρεπε να μας προξενεί μεγάλη εντύπωση αφού είναι και οι τρεις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις και (δεδομένου του ότι είναι οι τιμές του δείκτη κατά πολύ μικρότερες από τον αντίστοιχο κλαδικό) γίνεται προσπάθεια αύξησης των πωλήσεων με χορήγηση περισσότερων πιστώσεων στους πελάτες τους. Πολιτική που ίσως στοχεύει στην προσέγγιση πιθανών πελατών από την ανοιχτή αγορά ελεύθερου ανταγωνισμού του συγκεκριμένου τομέα.

Όσον αφορά τον μέσο χρόνο εξόφλησης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.

Εντύπωση κάνει, για μια ακόμα φορά, η συμπεριφορά του δείκτη αυτού διαχρονικά όσον αφορά την ΔΕΛΤΑ. Ειδικότερα, και κατά το έτος 1993 παρατηρούνται τιμές και για τις τρεις επιχειρήσεις, κατά πολύ μικρότερες από αυτές του κλαδικού δείκτη, τιμές που με κάποιες αυξομειώσεις κρατούνται σταθερές και για τα έτη 1994, 1995 γεγονός που δεν είναι τόσο ευνοϊκό διότι αποτελεί ένδειξη ότι οι επιχειρήσεις εξοφλούν γρηγορότερα τις υποχρεώσεις τους προς τους προμηθευτές τους, και κατ' επέκταση, αυξημένες ανάγκες χρηματοδότησης

λόγω αύξησης της μέσης διάρκειας του κυκλώματος μετατροπής μετρητών.

Η ΕΒΓΑ παρουσιάζει μια καλή εικόνα του δείκτη αφού με δύο μεταβολές της τάξεως του 12,20%, για το 1994 και 47,83% για το έτος 1995 φτάνει από 41 ημ. σε 68 ημ. πράγμα που θεωρείται θετικό με την προϋπόθεση ότι δεν επιβαρύνεται με τόκους και ότι δεν προκλήθηκαν άλλες αρνητικές επιπτώσεις στις σχέσεις της με τους προμηθευτές της δεδομένου ότι αυτό συνδιάζεται με έναν ικανοποιητικό μέσο χρόνο εξόφλησης των απαιτήσεων της έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία μιας πηγής αυτοχρηματοδότηση, η οποία όμως επειδή δεν δημιουργεί νέα κεφάλαια από την δραστηριότητα της επιχείρησης, αλλά απλά χρησιμοποιεί πιο αποτελεσματικά τα ξένα κεφάλαια, χαρακτηρίζεται ως μια μη γνήσια πηγή χρηματοδότησης.

Παρεμφερή είναι τα συμπεράσματα και για την ΦΑΓΕ με την διαφορά ότι οι τιμές του δείκτη χαρακτηρίζονται από μια σταθερότητα αφού έχουμε 62 ημ. για το 1993 καταλήγοντας σε 63 ημ. για το 1995 (μετά από μεταβολή -1,61% για το 1994 και 3,28% για το 1995).

Τέλος και αναφερόμενοι στην ΔΕΛΤΑ, καταλήγουμε ότι η πορεία των τιμών του δείκτη αυτής (49 ημ. - 1993, 51 ημ. - 1994 και 44 ημ. - 1995) ίσως να έχει επιπτώσεις στην αποδοτικότητα της αφού η τελευταία είναι, ίσως χαμηλότερη από αυτή που θα μπορούσε να επιτύχει η επιχείρηση, εξαιτίας των αυξημένων τιμών αγοράς αποθεμάτων και κάποιας απώλειας πωλήσεων λόγω ανεπάρκειας αποθεμάτων.

10.2.5. Αποδοτικότητας ιδίου κεφαλαίου

Οι τελευταίοι από τους δείκτες που μελετώνται είναι αυτοί της αποδοτικότητας των ιδίων κεφαλαίων των τριών

επιχειρήσεων, ο οποίος δείχνει την γονιμότητα των ιδίων κεφαλαίων να δημιουργούν κέρδη.

ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

	1995	Μεταβολή %	1994	Μεταβολή %	1993
ΦΑΓΕ	22,02%	18,39	18,60%	32,57	14,03%
ΔΕΛΤΑ	4,91%	-59,60	9,94%	-29,00	14,00%
ΕΒΓΑ	11,00%	-17,48	13,33%	94,31	6,86%
ΚΛΑΔΙΚΟΣ	13,42%	-	14,89%	-	11,09%

Μια πρώτη παρατήρηση, που κάνουμε είναι ότι κατά το τελευταίο έτος οι δύο από τις τρεις επιχειρήσεις ΔΕΛΤΑ και ΕΒΓΑ παρουσιάζουν μείωση του δείκτη 59,60% και 17,48% κάνοντας τις αντίστοιχες τιμές, μόλις 4,91% για την πρώτη και 11,00% για την δεύτερη.

Η ΦΑΓΕ παρουσιάζει μια σταθερή άνοδο της αποδοτικότητας των ιδίων κεφαλαίων της κατά 32,57% για το 1994 και 18,33% για το 1995, αποτέλεσμα της αύξησης των κερδών, αποτέλεσμα της αύξησης των κερδών με ταυτόχρονη, κατά πολύ μικρότερη, αύξηση των ιδίων κεφαλαίων. Σε σύγκριση με τις δύο άλλες επιχειρήσεις η ΦΑΓΕ βρίσκεται σε πολύ καλύτερα επίπεδα αφού η τιμή του δείκτη για αυτήν είναι διπλάσια του αντίστοιχου της ΕΒΓΑ, για το 1993, κατά 5,27% το 1994 και διπλάσια πάλι για το 1995 ενώ σε σχέση με τη ΔΕΛΤΑ, ενώ ξεκινάμε το 1993 σε ίδια επίπεδα η διαφορά διπλασιάζεται κατά 1994 και σχεδόν εξαπλασιάζεται κατά το 1995.

Σε αυτό συμβάλει η μεγάλη ελλάτωση της τιμής του δείκτη για την ΔΕΛΤΑ που είναι αποτέλεσμα της μείωσης των κερδών της επιχείρησης (\approx 2 δις από το 1993 μέχρι το 1995) με, αναλογικά, αύξηση των ιδίων κεφαλαίων της (κατά περίπου 20 δις για το ίδιο διάστημα).

Τέλος η ΕΒΓΑ παρουσιάζοντας σχεδόν διπλασιασμό της αποδοτικότητας των ιδίων κεφαλαίων κατά το 1994 (μεταβολή 94,31%) καταφέρνει να παραμείνει σε ικανοποιητικά επίπεδα και κατά το έτος 1995 (μεταβολή 17,48%).

Καταλήγοντας θα λέγαμε ότι, όσον αφορά τον συγκεκριμένο δείκτη η ΕΒΓΑ παρουσιάζει μια σταθερή πορεία σε σχέση με αντίστοιχο κλαδικό, με την ΦΑΓΕ να επιτυγχάνει τις πλέον ικανοποιητικές τιμές (σχεδόν διπλάσια από τον κλαδικό κατά το 1995) και την ΔΕΛΤΑ, γαι τους λόγους που αναφέρθηκαν, να καταλαμβάνει την τελευταία θέση, όσον αφορά, πάντα, την αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων της.

10.3. Κάθετη και οριζόντια ανάλυση ισολογισμού

Στις δύο ενότητες που ακολουθούν θα ασχοληθούμε με την κάθετη και οριζόντια ανάλυση των ισολογισμών των δύο από τις τρεις επιχειρήσεις δεδομένου ότι η ΕΒΓΑ έχει αγοραστεί πλέον από τη ΦΑΓΕ και (από τη μέχρι στιγμής επεξεργασία των στοιχείων που έχουν συλλεχθεί) φαίνεται ότι η ΔΕΛΤΑ με την ΦΑΓΕ είναι οι κορυφαίοι ανταγωνιστές του κλάδου.

10.3.1. Κάθετη ανάλυση ισολογισμού

Με την κάθετη ανάλυση στον ισολογισμό επιδιώκεται ο προσδιορισμός της εσωτερικής δομής του. Αυτό επιτυγχάνεται με τον προσδιορισμό της δομής των κεφαλαίων των επιχειρήσεων, καθώς και της δομής της περιουσίας αυτών.

Ξεκινώντας με τη ΔΕΛΤΑ παρατηρούμε τα εξής:

1. Η εταιρία χαρακτηρίζεται ως μονάδας έντασης παγίως αφού το ποσοστό των παγίων στοιχείων, με μια διακύμανση από 66,8% (1994) μέχρι 73,7% (1995), είναι πολύ μεγαλύτερο από το 50% του συνολικού ενεργητικού. Στα πάγια

περιλαμβάνονται τα ενσώματα ή άυλα πάγια στοιχεία, τ αξόδοα πολυστούς απόσβεσης, οι συμμετοχές σε άλλες επιχειρήσεις καθώς και μακροπρόθεσμες απαιτήσεις που έχουν προθεσμία λήξης μετά το τέλος της επόμενης χρήσης.

2. Το ίδιο κεφάλαιο κατά την διάρκεια της τριετίας, ως ποσοστό κυμάνθηκε στα ίδια επίπεδα (74,55 - 79,1%). Αντίθετα ως απόλυτο μέγεθος παρουσιάζει μια σημαντική αύξηση αφού από 39.452.813.000 δρχ. φτάνει τα 61,5 δις το 1994 και τα 63,5 περίπου το 1995. Σε κάθε περίπτωση η εταιρία δίνει την εικόνα ότι εξασφαλίζει τους πιστωτές της όλο και καλύτερα και αποφεύγει την εξάρτηση από το ξένο κεφάλαιο, ενισχύοντας την χρηματοοικονομική της θέση από μακροχρόνια σκοπιά.
3. Από τα ποσοστά των παγίων στοιχείων (74%, 66,8%, 73,7%) και των ίδιων κεφαλαίων (74,5%, 76,6%, 79,1%) διαπιστώνουμε ότι η εταιρία, οριακά καλύπτει τα πάγια στοιχεία γεγονός που σημαίνει ότι για την χρηματοδότηση του κυκλοφοριακού ενεργητικού χρησιμοποιούνται οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις και οι προβλέψεις σε ποσοστό 4,5%, 1,8% και 1,8% για τα έτη 1993, 1994 και 1995 αντίστοιχα.
4. Το ποσοστό του κυκλοφοριακού ενεργητικού από το 1993 προς το 1995 παρουσιάζει άνοδο (με εξαίρεση τα τελευταία χρόνια) ενώ το ποσοστό των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων παρέμεινε στα ίδια επίπεδα (21,5%, 21,6% και 19,1%) γεγονός ευνοϊκό όσον αφορά την ρευστότητα της επιχείρησης. Εντύπωση κάνουν τα απόλυτα μεγέθη κατά το έτος 1994 αφού η εταιρία καταφέρνει να καλύπτει τις υποχρεώσεις της κατά 10 δις περίπου, διαφορά που εμφανίζεται λόγω της αύξησης των απαιτήσεων της επιχείρησης κατά το ποσό αυτό.

Συμπερασματικά, φαίνεται ότι η ΔΕΛΤΑ πετυχαίνει μια τεράστια βελτίωση της χρηματοοικονομικής της θέσης κατά το έτος 1994 που όμως αυτή μειώνεται το 1995 χωρίς όμως να

φτάνει τα επίπεδα του 1993. Αυτό οφείλεται στην αύξηση του ενεργητικού και παθητικού της επιχείρησης το έτος 1994 κατά 30 δις. Αύξηση που για το ενεργητικό σημαίνει αύξηση κυρίως των παγίων και των απαιτήσεων ενώ για το παθητικό, αύξηση των ίδιων κεφαλαίων κυρίως.

Κάθετη ανάλυση ισολογισμού για τη ΔΕΛΤΑ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	1995	%	1994	%	1993	%
Καθαρά πάγια	56.649.776	73,7	53.759.783	66,8	39.181.744	74,0
Αποθέματα	6.746.906	8,8	6.355.318	7,9	5.825.853	11,0
Απαιτήσεις	13.099.320	17,0	19.939.722	24,7	7.626.179	14,4
Ταμείο + καταθέσεις	398.651	0,5	477.048	0,6	339.450	0,6
Σύνολο κυκλ. Ενεργ.	20.244.877	26,3	26.772.088	33,2	13.791.482	26,0
Σύνολο ενεργητικού	78.894.653	100,0	80.531.871	100,0	52.973.226	100,0

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	1995	%	1994	%	1993	%
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	62.443.722	79,1	61.647.375	76,6	39.452.813	74,5
Προβλέψεις	193.420	0,2	66.297	0,1	53.024	0,1
Μακροπρ. Υποχρ.	1.272.727	1,6	1.457.413	1,7	2.316.870	4,4
	1.466.147	1,8	1.523.710	1,8	2.369.894	4,5
Προμ.+Γραμ. Πληρ.	5.339.496	6,8	6.052.491	7,5	5.079.408	9,6
Τράπεζες	5.820.426	7,4	5.603.808	7,0	1.958.838	3,7
Μερίσματα	1.334.701	1,7	1.917.674	2,4	1.349.606	2,5
Λοιπές υποχρεώσεις	2.490.161	3,2	3.786.813	4,7	2.762.667	5,2
Σύνολο βραχ. υπ.	14.984.784	19,1	17.360.786	21,6	11.150.519	21,0
Σύνολο παθητικού	78.894.653	100,0	80.531.871	100,0	52.973.226	100,0

Για την ΦΑΓΕ θα παρατηρούσαμε τα εξής:

1. Και αυτή η επιχείρηση είναι εντάσεως παγίων στοιχείων αφού το ποσοστό των παγίων στοιχείων με μια μικρή διακύμανση από 56,5% μέχρι 53,2% είναι μεγαλύτερο από το 50%, έστω και οριακά, του συνόλου του ενεργητικού. Παρατηρείται, επίσης, πτωτική τάση του ποσοστού αυτού παρά το γεγονός ότι υπάρχει αύξηση όσον αφορά τα απόλυτα μεγέθη των ισολογισμών για την ίδια περίοδο. Αυτό οφείλεται στην παράλληλη αύξηση του κυκλοφοριακού ενεργητικού μεγαλύτερη από την αύξηση των καθαρών παγίων.

2. Παρά την ποσοστιαία μείωση των ιδίων κεφαλαίων (αύξηση, όμως, ως απόλυτα μεγέθη) παρατηρείται ότι οι αριθμοί είναι αρκετά χαμηλοί με αποτέλεσμα να μην καλύπτουν το σύνολο των παγίων της επιχείρησης. Αυτό επιτυγχάνεται με υψηλές τραπεζικές υποχρεώσεις της επιχείρησης δηλαδή με χρήση ξένων (δανειακών) κεφαλαίων.
3. Οι χαμηλές τιμές των ιδίων κεφαλαίων κατά τα έτη 1993, 1994, 1995 (18,2%, 17,5%, 17,1%) δείχνουν, την προαναφερόμενη, εξάρτηση από το ξένο κεφάλαιο αποδυναμώνοντας την χρηματοοικονομική της θέση από μακροχρόνια σκοπιά. Τα ποσοστά αυτά σε σύγκριση με αυτά των τραπεζικών υποχρεώσεων (42,6%, 37,7% και 39,5%) της επιχείρησης δείχνουν ότι η τελευταία είναι υπερδανεισμένη και ίσως να διατρέξει σοβαρούς κινδύνους αν τα επόμενα χρόνια παρατηρηθεί σημαντική κάμψη στην δραστηριότητα της.
4. Το ποσοστό του κυκλοφοριακού ενεργητικού από το 1993 προς το 1995 παρουσίασε μικρή άνοδο και από 43,5% έφτασε στο 46,8%. Αντίθετα οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις ποσοστιαία μειώθηκαν από 67,8% σε 65,7% που όμως μεταφραζόμενα σε απόλυτα μεγέθη δείχνουν αύξηση του ίδιου ποσού με την αύξηση του κυκλοφοριακού ενεργητικού. Δεδομένου της "σταθερής" αυτής μεταβολής και των δύο μεγεθών συμπεραίνουμε πιθανά πιθανά προβλήματα στην ρευστότητα της επιχείρησης αφού για κάθε 26.199.200.000 δρχ., το 1995 (22,5 δις για το 1994 και 20 δις το 1993) διέθετε μόλις 18.673.582.000 δρχ (15,5 δις και 13 δις για τα έτη 1994, 1993) για την κάλυψη τους.
5. Στην διάρκεια της τριετίας 1993-95, τόσο το ποσοστό των αποθεμάτων (11,9%, 14,8%, 14,7%) όσο και των απαιτήσεων (31%, 28,6%, 31%) καθώς και τα απόλυτα μεγέθη αυτών δείχνουν μια σταθερή πορεία (με μικρές αυξομειώσεις) γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι

ο βαθμός ρευστότητας του κυκλοφοριακού ενεργητικού παρέμεινε σε σταθερά επίπεδα.

Έχοντας μια συνολική εικόνα της κάθετης ανάλυσης των ισολογισμών και των δύο επιχειρήσεων εντοπίζουμε ως βασική διαφορά την άντληση κεφαλαίων για την κάλυψη του (πάγιου κυρίως) ενεργητικού ώπου για την μεν ΔΕΛΤΑ είναι τα ίδια κεφάλαια, ενώ για την ΦΑΓΕ αποτελούν ξένα κεφάλαια (κυρίως από τραπεζική δανειοδότηση).

Κάθετη ανάλυση ισολογισμού για τη ΦΑΓΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	1995	%	1994	%	1993	%
Καθαρά πάγια	21.261.413	53,2	18.736.361	54,7	16.830.976	58,5
Αποθέματα	5.882.996	14,7	5.089.151	14,8	3.557.752	11,8
Απαιτήσεις	12.389.681	31,0	9.796.181	28,6	9.227.939	31,0
Ταμείο + καταθέσεις	400.905	1,1	653.070	1,9	169.951	0,6
Σύνολο κυκλ. Ενεργ.	18.673.582	46,8	15.538.402	45,3	12.955.642	43,5
Σύνολο ενεργητικού	39.934.995	100,0	34.274.763	100,0	29.786.618	100,0

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	1995	%	1994	%	1993	%
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	6.840.680	7,1	6.003.711	17,5	5.425.634	18,2
Προβλέψεις	59.896	0,1	51.579	0,2	23.247	0,1
Μακροπρ. Υποχρ.	6.827.219	17,1	5.901.781	17,2	4.155.186	13,9
	6.887.115	17,2	5.953.360	17,4	4.178.433	14,0
Προμ.+Γραμ. Πληρ.	8.544.979	21,4	7.995.213	23,3	6.487.605	21,8
Τράπεζες	15.789.220	39,5	12.921.406	37,7	12.694.625	42,6
Λοιπές υποχρεώσεις	1.865.001	4,8	1.397.073	4,1	1.000.321	3,4
Σύνολο βραχ. υπ.	26.199.200	65,7	22.317.692	65,1	20.182.551	67,8
Σύνολο παθητικού	39.934.995	100,0	34.274.763	100,0	29.786.618	100,0

10.3.2. Οριζόντια ανάλυση ισολογισμού

Η συγκεκριμένη ανάλυση μπορεί να βοηθήσει, μέσω της μελέτης των απόλυτων και σχετικών μεταβολών των λογικά συνδεδεμένων στοιχείων, στον εντοπισμό των προβληματικών περιοχών αλλά και στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων, ανάλογα με τα επιλεγόμενα κάθε φορά στοιχεία για την εξέλιξη στην τρέχουσα ή στην μακροχρόνια οικονομική κατάσταση των

δύο επιχειρήσεων, στην αποδοτικότητα ή στον βαθμό χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων της κ.τ.λ.

Ξεκινώντας με την ΔΕΛΤΑ παρατηρούμε τα εξής:

A. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1993/94:

1. Το κυκλοφοριακό ενεργητικό αυξήθηκε κατά 94,1% ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις αυξήθηκαν κατά 55,7%. Η εξέλιξη αυτή χαρακτηρίζεται ως ευνοϊκή, γιατί το καθαρό κεφάλαιο κίνησης αυξήθηκε (βελτιώθηκε) καθώς επίσης και η γενική ρευστότητα της επιχείρησης (αρθροδείκτες).
2. Η μεγάλη αύξηση των απαιτήσεων (161,5%) έναντι των αυξήσεων των αποθεμάτων (9,1%) και των διαθέσιμων (40,5%), δείχνει ότι μεγάλο μέρος του κυκλοφοριακού ενεργητικού δεσμεύεται σε απαιτήσεις.
3. Το ποσοστό αύξησης των ιδίων κεφαλαίων (56,3%) είναι ανεπαίσθητα μεγαλύτερο από εκείνο του συνολικού παθητικού (52,0%). Το ποσοστό αύξησης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (55,7%) με ταυτόχρονη δραματική μείωση των μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων (-37,1%) χαρακτηρίζεται ως δυσμενής εξέλιξη διότι οι υποχρεώσεις της επιχείρησης, στην πλειονότητα τους, είναι μικρής λήξης κάνοντας δυσκολότερη την ικανοποίησή τους.
4. Το πάγιο ενεργητικό αυξάνεται (37,2%) ενώ έχουμε αύξηση των του ιδίου κεφαλαίου (56,3%) και μείωση των μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων (-37,1%) που δείχνει ότι το μεγαλύτερο μέρος των ιδίων κεφαλαίων χρησιμοποιείται προς κάλυψη των παγίων στοιχείων δίχως την "υποστήριξη" των μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων.

B. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1994/95:

1. Το κυκλοφοριακό ενεργητικό μειώθηκε (16,9%) με ταυτόχρονη μείωση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (13,7%) αλλά αφού η τελευταία ήταν μικρότερου μεγέθους (περίπου 3%) με δυσμενή αποτελέσματα στο

- καθαρό κεφάλαιο κίνησης καθώς και στην γενική ρευστότητα της εταιρίας.
2. Η μείωση των αποθεμάτων (9,6%) και των απαιτήσεων (19,3%) είναι μεγαλύτερες ποσοστιαία από την μείωση των διαθέσιμων (16,4) βελτιώνοντας έτσι την σύνθεση του κυκλοφορούντος ενεργητικού.
 3. Παρατηρήται παράλληλα αύξηση των ιδίων κεφαλαίων (1,3%) με ταυτόχρονη μείωση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (13,7%) και του συνολικού παθητικού (2,0%). Παρόλαυτά παρατηρείται μια στροφή προς τα ξένα κεφάλαια (τράπεζες) αφού έχουμε μια ποσοστιαία αύξηση αυτών κατά 3,9%.
 4. Ο παραπάνω συνδιασμός δικαιολογεί την πηγή χρηματοδότησης των πάγιων στοιχείων τα οποία αυξάνονται κατά 5,4% γεγονός που δείχνει τις προθέσεις της επιχείρησης προς την κατεύθυνση των παγίων αυτής.

Γ. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1995/96:

1. Η αύξηση του κυκλοφοριακού ενεργητικού (61,3%) είναι διπλάσια από αυτή των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (34,4%), εξέλιξη πολύ ευνοϊκή αφού βελτιώνεται σημαντικά τόσο το καθαρό κεφάλαιο κίνησης όσο και η γενική ρευστότητα της εταιρίας.
2. Η αύξηση των απαιτήσεων (111,1%) σε σύγκριση με αυτή των διαθέσιμων (17,4%) δείχνει μια όχι και τόσο ικανοποιητική σύνθεση του κυκλοφ. Ενεργητικού αφού μεγάλο μέρος αυτού δεσμεύεται σε απαιτήσεις.
3. Η αύξηση των ιδίων κεφαλαίων (58,3%) σε σύγκριση με την μείωση των μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων της επιχείρησης (38,1%) και την αύξηση των παγίων (44,6%) δείχνουν την ολοκληρωτική χρηματοδότηση των επενδύσεων σε πάγια στοιχεία από τα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης.
4. Τέλος, παρατηρούμε ότι η αύξηση των ιδίων κεφαλαίων, συγκριτικά με την μικρότερη αύξηση των βραχυπρό-

θεσμων υποχρεώσεων (34,4%) και του συνολικού παθητικού (48,9%), δείχνει βελτίωση στην συνολική δομή των κεφαλαίων της επιχείρησης.

Οριζόντια ανάλυση - ΔΕΛΤΑ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	ΠΟΣΑ			ΜΕΤΑΒΟΛΗ					
	1993	1994	1995	1993/94	%	1994/95	%	1993/95	%
Καθαρά πάγια	39.181.744	53.759.783	56.649.776	14.578.039	37,2	2.889.993	5,4	17.468.032	44,6
Αποθέματα	5.825.853	6.355.318	6.746.906	529.465	9,1	-608.412	-9,6	-78.947	-1,4
Απαιτήσεις	7.626.179	19.939.722	13.099.320	12.313.543	161,5	-3840.402	-19,3	8.473.141	111,1
Ταμείο+καταθ.	339.450	477.048	398.651	137.598	40,5	-78.397	-16,4	59.201	17,4
Σύνολο κυκλ. ενεργ.	13.791.482	26.772.088	20.244.877	12.980.606	94,1	-4.527.211	-16,9	8.453.395	61,3
Σύνολο ενεργητικού	52.973.226	80.531.871	78.894.653	27.558.645	52,0	-1.637.218	-2,0	25.921.407	48,9

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	ΠΟΣΑ			ΜΕΤΑΒΟΛΗ					
	1993	1994	1995	1993/94	%	1994/95	%	1993/95	%
Ίδια κεφάλαια	39.452.813	61.647.375	62.443.722	22.194.562	56,3	796.347	1,3	22.990.909	58,3
Προβλέψεις	53.024	66.297	193.420	13.273	25,0	127.123	191,7	140.396	264,9
Μακροπρ. Υποχρ.	2.316.870	1.457.413	1.272.727	-859.457	-37,1	-184.686	-12,7	-044.143	-45,1
	2.369.894	1.523.710	1.466.147	-846.184	-35,7	-57.563	-3,8	-903.743	-38,1
Πραμηθ.+γραμ. Πλ.	5.079.408	6.052.491	5.339.496	973.083	19,2	-712.995	-11,8	260.088	5,1
Τράπεζες	1.958.838	5.803.808	5.820.426	3.644.970	186,1	216.618	3,9	3.861.588	197,1
Μερίσματα	1.349.606	1.917.674	1.334.701	568.068	42,1	-582.973	-30,4	-14.905	-1
Λοιπές υποχρεώσεις	2.762.667	3.786.813	2.490.161	1.024.146	37,1	-1.296.652	-34,2	-272.506	-9
Σύνολο βραχ. υποχρ.	11.150.519	17.360.786	14.984.653	6.210.267	55,7	-376.002	-13,7	3.834.265	34,4
Σύνολο παθητικού	52.973.226	80.531.871	78.894.653	27.558.645	52,0	1.637.218	-2,0	25.921.427	48,9

Στην συνέχεια έχουμε για την ΦΑΓΕ συγκεντρωτικά:

Α. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1993/94:

1. Το κυκλοφοριακό ενεργητικό παρουσιάζει αύξηση 19,9% ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις αυξήθηκαν κατά 10,6%, εξέλιξη ευνοϊκή γιατί η ποσοστιαία αύξηση του πρώτου είναι μεγαλύτερη από αυτή των τελευταίων που σημαίνει βελτίωση του κεφαλαίου κίνησης καθώς και της γενικής ρευστότητας της επιχείρησης.
2. Η μεγάλη ποσοστιαία αύξηση, 284,3% των διαθέσιμων συγκριτικά με τις αντίστοιχες αυξήσεις 43% και 6,2% των αποθεμάτων και των απαιτήσεων της εταιρίας κατά το 1993/94, δείχνουν βελτίωση της σύνθεσης, της ποιότητας ή αλλιώς ο βαθμός ρευστότητας του κυκλοφοριακού ενεργητικού και κατ' επέκταση του κεφαλαίου κίνησης.
3. Το ποσοστό αύξησης των ιδίων κεφαλαίων είναι 10,7%, ποσοστό κατά 5%, περίπου, μικρότερο από την

συνολική αύξηση του παθητικού (15,1%), γεγονός που σε συνδιασμό με την αύξηση των βραχ/σμων υποχρεώσεων (10,6%) και των μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων (42,5%) έχει δύο αποτελέσματα: το αρνητικό είναι ότι η αύξηση των ιδίων κεφαλαίων δεν είναι μεγαλύτερη από το σύνολο των κεφαλαίων της επιχείρησης ενώ το θετικό είναι το ότι οι μακρής λήξης, υποχρεώσεις είναι περισσότερες από τις βραχυπρόθεσμες έτσι ώστε να είναι λιγότερο επαχθείς οι όριο της εξόφλησης και κατα συνέπεια πιο εύκολο για την εταιρία να τις ικανοποιήσει κατά τη λήξη τους.

4. Η αύξηση του πάγιου ενεργητικού (11,3%) φαίνεται ότι καλύπτεται από την αύξηση των ιδίων κεφαλαίων (10,7%) σε συνδιασμό με την αύξηση της δανειοληψίας της επιχείρησης (τράπεζες 1,8%).

Β. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1994/95:

1. Αρχικά φαίνεται η αύξηση του συνολικού κυκλοφοριακού ενεργητικού 20,2% ποσό που, ενώ καλύπτει την αύξηση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (με διαφορά περίπου 3% - 17,4%), σε απόλυτα μεγέθη συμβαίνει το αντίθετο (μεγαλύτερες οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις κατά 700 εκ. περίπου).
2. Σημαντική είναι η διαμόρφωση της σύνθεσης του κυκλοφοριακού ενεργητικού αφού έχουμε μείωση των διαθέσιμων κατά 38,6% κάνοντας έτσι λιγότερο ευέλικτη την διαδικασία ρευστότητας της εταιρίας.
3. Τα πάγια για μια ακόμα φορά καλύπτονται ως ποσοστά, από τα ίδια κεφάλαια ενώ ως απόλυτες τιμές, σε συνδιασμό (των ιδίων κεφαλαίων) με την δανειληπτική δράση της επιχείρησης (τράπεζες: 2.867.814.000).

Γ. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1995/96:

1. Τέλος, και κοιτάζοντας συνολικά τα ποσοστά καθώς και τα απόλυτα μεγέθη της ΦΑΓΕ για την τριετία καταλήγουμε, στο προαναφερόμενο συμπέρασμα της βαρύτητας από μέρους της εταιρίας στην δανειοληψία

(αύξηση 24,4%) σε αντίθεση με την ποσοστιαία (26,2%), αλλά όχι κατά απόλυτο μέγεθος, αύξηση των ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης.

2. Η σύνθεση του κυκλοφορούντος ενεργητικού δείχνει μια τάση αύξηση, του κεφαλαίου κίνησης της ΦΑΓΕ (διαθέσιμα +135,9%, απαιτήσεις +34,3%, αποθέματα +65,4%) αλλά η κυριαρχία των απαιτήσεων αποθεμάτων κατ' απόλυτα μεγέθη, είναι σταθερή.
3. Καταλήγοντας φαίνεται εδώ όπως και προηγούμενα, η κάλυψη των παγίων στοιχείων από τα ίδια κεφάλαια σε συνδιασμό με τα ξένα.

Οριζόντια ανάλυση - ΦΑΓΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	ΠΟΣΑ			ΜΕΤΑΒΟΛΗ					
	1993	1994	1995	1993/94	%	1994/95	%	1993/95	%
Καθαρά πάγια	16.830.976	18.736.365	21.261.413	1.905.385	11,3	2.522.052	13,5	4.430.437	26,3
Αποθέματα	3.557.752	5.089.151	5.882.996	1.531.399	43,0	793.845	15,6	2.325.244	65,4
Απαιτήσεις	9.227.939	9.796.181	12.389.681	568.242	6,2	2.593.500	26,5	3.161.742	34,3
Ταμείο+καταθ.	169.951	653.070	400.905	483.119	284,3	-252.165	-38,6	230.954	136,9
Σύνολο κυκλ. ενεργ.	12.955.642	15.536.402	18.673.582	2.582.760	19,9	3.135.180	20,2	5.717.940	44,1
Σύνολο ενεργητικού	29.786.618	34.274.763	39.934.965	4.488.145	15,1	5.660.232	16,5	10.148.377	34,1

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	ΠΟΣΑ			ΜΕΤΑΒΟΛΗ					
	1993	1994	1995	1993/94	%	1994/95	%	1993/95	%
Ίδια κεφάλαια	5.425.634	6.003.711	6.848.680	578.077	10,7	844.969	14,1	1.423.046	26,2
Προβλέψεις	23.247	51.579	59.896	28.332	121,9	8.317	16,1	36.649	157,7
Μακροπρ. Υποχρ.	4.155.186	5.901.781	6.827.219	1.746.595	42,0	925.438	15,7	2.672.033	64,3
	4.178.433	5.953.360	6.887.115	1.774.927	42,5	933.755	15,7	2.708.682	64,8
Προμηθ.+γραμ. Πλ.	6.487.605	7.999.213	8.544.979	1.511.608	23,3	545.766	6,8	2.057.374	31,7
Τράπεζες	12.694.625	12.921.406	15.789.220	226.781	1,8	2.867.814	22,2	3.094.596	24,4
Λοιπές υποχρεώσεις	1.000.321	1.397.073	1.865.001	396.752	39,7	467.928	33,5	864.680	86,4
Σύνολο βραχ. υποχρ.	20.182.551	22.317.692	26.199.200	2.135.141	10,6	3.881.508	17,4	6.016.649	29,8
Σύνολο παθητικού	29.786.618	34.274.763	39.934.965	4.488.145	15,1	5.660.232	16,5	10.148.377	34,1

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11**ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ**Γενικά συμπεράσματα

Η βιομηχανία αποτελεί ένα πολύ σημαντικό τομέα δραστηριότητας της βιομηχανίας ειδών διατροφής. Οι υψηλές οικονομικές αποδόσεις των μεγαλύτερων βιομηχανιών του κλάδου, οι επενδύσεις που έχουν αρχίσει να πραγματοποιούνται από τις μεγάλες αλλά και τις μικρότερες επιχειρήσεις, η δημιουργία νέων προϊόντων καθώς και η εξαγωγική δραστηριοποίηση αποτελούν τα βασικά στοιχεία ανάπτυξης του κλάδου ώστε ηθελημένα να αποτελεί ένα από τους πλέον νευραλγικούς τομείς της ελληνικής οικονομίας.

Η αυξητική τάση στην κατανάλωση ορισμένων γαλακτοκομικών προϊόντων καθώς και η μεταστροφή της ζήτησης σε νέα προϊόντα γάλακτος έχουν ωθήσει τους επιχειρηματίες σε νέες επενδύσεις ή σε εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων μονάδων τους. Η εγχώρια ιδιωτική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων αντιπροσωπεύει σήμερα το 18% της κατανάλωσης ειδών διατροφής με ετήσια άνοδο. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων που προέρχεται από την ευρωπαϊκή αγορά προτρέπει την εγχώρια

γαλακτοβιομηχανία να εκσυγχρονιστεί και να αναπτυχθεί δυναμικά. Έτσι παρατηρούνται εξελίξεις όπως:

Επενδύσεις που αφορούν είτε τους εκσυγχρονισμούς είτε τη δημιουργία νέων παραγωγικών μονάδων κυρίως από τις μεγαλύτερες μονάδες του κλάδου. Η ΦΑΓΕ επένδυσε 6 δις δρχ. για τη δημιουργία μονάδας φρέσκου γάλακτος ενώ η ΔΕΛΤΑ επένδυσε 16 δις δρχ. για τη δημιουργία νέας μονάδας γιαουρτιού και 17 δις δρχ. για το νέο εργοστάσιο γάλακτος και χυμών στον Ταύρο.

Οι συνολικές επενδύσεις και από τις δύο εταιρίες έφθασαν σε πολύ υψηλότερα επίπεδα τα τελευταία χρόνια και αφορούσαν τον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων τους και την δημιουργία νέων μονάδων. Επενδύσεις επίσης έχουν πραγματοποιηθεί ή βρίσκονται σε εξέλιξη και από άλλες επιχειρήσεις του κλάδου όπως: ΜΕΒΓΑΛ (εκσυγχρονισμός εργοστασίου - επενδύσεις στα τυροκομικά ύψους 2,4 δις), ΑΓΝΟ (νέα σύγχρονη μονάδα γαλακτοκομικών ύψους 13 δις), ΔΩΔΩΝΗ (εκσυγχρονισμός εργοστασίου ύψους 2 δις), ΤΥΡΑΣ (εκσυγχρονισμός εργοστασίου ύψους 2 δις), ΠΙΝΔΟΣ (επέκταση και εκσυγχρονισμός ύψους 1,2 δις), ΡΟΔΟΠΗ (επέκταση και εκσυγχρονισμός ύψους 600 εκατομ.). Το γεγονός αυτό αποδुकνει την τάση της βιομηχανίας για όλο και μεγαλύτερη αξιοποίηση της δυναμικότητας της και την ισχυροποίηση της θέσης της, τάση η οποία επισημαίνεται κυρίως από τις μεγάλες εταιρίες του κλάδου.

Ο τομέας που παρουσιάζει την μεγαλύτερη δραστηριοποίηση σε επενδύσεις είναι εκείνος των τυροκομικών, συγκεκριμένα της τυροποίησης-τυριών όπου παρατηρούνται σημαντικές εξελίξεις.

Η ΦΑΓΕ αποτελεί την εταιρία με τις μεγαλύτερες συμμετοχές στον κλάδο. Μετά από την συμμετοχή της κατά 10% στην γαλακτοβιομηχανία ΤΥΡΑΣ εξαγόρασε το 1993 την

πλειοψηφεία των μετοχών του τυροκομείου ΠΙΝΔΟΣ ενώ έχει προχωρήσει σε συνεργασίες με άλλες εγχώριες μονάδες.

Η ΔΕΛΤΑ έχει συνάψει συμφωνία με την DANONE μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες τροφίμων και ποτών στον κόσμο για συνεργασία των δύο εταιριών σε νέες δραστηριότητες. Νέες συμφωνίες και εξαγορές προγραμματίζονται επίσης για το μέλλον μεταξύ εγχώριων γαλακτοβιομηχιών.

Σημαντικές εξελίξεις παρατηρούνται στην επέκταση και ανάπτυξη νέων αγορών στο εξωτερικό. Η ΔΕΛΤΑ έχει δημιουργήσει νέα παραγωγική μονάδα παγωτών στη Βουλγαρία με σκοπό την επέκταση της και στις άλλες Βαλκανικές χώρες. Η ΕΒΓΑ είναι η πρώτη και μόνη αμιγώς ελληνική εταιρία που εξαγει τα παγωτά της στην Γερμανία, Αγγλία, Ιρλανδία, Ιταλία, Ισπανία, Ολλανδία, Πορτογαλία και Κύπρο και επίσης είναι η εταιρία που χάρη στις γεύσεις της έχει κατακτήσει την Βουλγαρία, Ρουμανία, Κροατία, Σλοβενία, Αλβανία, Ρωσία και Αρμανία όπου κάνει πλάνα μακροπρόθεσμου σχεδιασμού και επενδύσεων σ' αυτές τις αγορές. Νέες μονάδες έχουν αρχίσει να πραγματοποιούν εξαγωγές στα τυριά (ΠΙΝΔΟΣ, ΗΠΕΙΡΟΣ) ενώ γίνονται προσπάθειες για διείσδυση σε νέες αγορές.

Όσο αφορά τις εξελίξεις στις διάφορες κατηγορίες γαλακτομικών προϊόντων παρατηρούνται τα εξής:

Ανάπτυξη και επιχειρηματικό ενδιαφέρον επικεντρώνεται στις αγορές του νωπού γάλακτος, των τυροκομικών, των γιαουρτιών και στην κρέμα γάλακτος.

Η κατανάλωση του νωπού παστεριωμένου γάλακτος ανήλθε σε 335.000 τόννους το 1994 παρουσιάζοντας αύξηση κατά 3% σε σχέση με το 1991. Η σημαντικότερη εξέλιξη της αγοράς τα τελευταία 10 χρόνια ήταν η είσοδος της ΦΑΓΕ το 1993 ώστε σήμερα να κατέχει ένα αξιόλογο μερίδιο.

Στην κρέμα γάλακτος παρατηρείται αύξηση της κατανάλωσης της κρέμας σε χύμα μορφή για επαγγελματική χρήση. Το μέγεθος της συνολικής αγοράς υπολογίζεται στους 17.800 τόννους. Πρόσφατα έχει παρατηρηθεί εκδήλωση επιχειρηματικού ενδιαφέροντος στην κρέμα για λιανική πώληση που εστιάζεται στη είσοδο νέων εταιριών (ΝΟΥΝΟΥ, ΜΕΒΓΑΛ, ΑΓΝΟ). Η συγκεκριμένη αγορά υπολογίζεται στους 3.000 τόννους.

Στο γιαούρτι η κατανάλωση ανήλθε στους 77.000 τόννων, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 6,9% σε σχέση με το 1993. Η ζήτηση στρέφεται στο λευκό γιαούρτι και στο γιαούρτι με πρόσθετες ουσίες σε βάρος του παραδοσιακού γιαουρτιού. Οι εξαγωγές έχουν χάσει μερίδιο τα τελευταία χρόνια. Ενώ οι εισαγωγές είναι πολύ χαμηλές. Κυριότερη εξέλιξη της αγοράς τα τελευταία χρόνια ήταν η είσοδος της ΔΕΛΤΑ στο βιομηχανικό "ευρωπαϊκού τύπου" γιαούρτι.

Η αγορά των τυροκομικών αποτελεί εκείνη την αγορά που παρατηρούνται οι πιο ραγδαίες εξελίξεις και ανακατατάξεις. Η ζήτηση έχει αρχίσει να στρέφεται σε επώνυμα τυποποιημένα προϊόντα και ενώ αρχικά αφορούσε μόνο το ημίσκληρο τυρί (κασέρι) σήμερα έχει επεκταθεί σε πολλά είδη τυριών. Ο ανταγωνισμός επικεντρώνεται στην ΦΕΤΑ, επειδή παρουσιάζει τη μεγαλύτερη κατανάλωση στην ελληνική αγορά, εξάγεται σε σημαντικές ποσότητες και επίσης επειδή υπάρχει η ανάγκη για σταθερή γεύση και καλή ποιότητα. Στην τυποποίηση των τυριών έχουν μπει σήμερα όλες οι μεγάλες μονάδες του κλάδου εκτός από τη ΔΕΛΤΑ (για την οποία πιθανολογείται σύντομα η είσοδος της) αλλά και μικρότερες επιχειρήσεις. Η συνολική φαινομενική κατανάλωση ανήλθε σε 229.520 τόννους το 1994 εκ των οποίων η φέτα αφορούσε τους 102.454 τόννους.

Στις άλλες κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων (συμπυκνωμένο γάλα, γάλα μακράς διάρκειας, παγωτά και βούτυρο) είτε στασιμότητα είτε μείωση της ζήτησης.

Το συμπυκνωμένο εβαπορέ γάλα όπως και το γάλα μακράς διάρκειας παρουσιάζουν μείωση στην κατανάλωση τους σε όφελος του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος. Το μέγεθος της κατανάλωσης ανήλθε το 1995 σε 117.000 τόνους. Χαρακτηριστικό της εξέλιξης της αγοράς του συμπυκνωμένου γάλακτος τα τελευταία χρόνια είναι η αύξηση της ζήτησης για τα τυποποιημένα γάλακτα (γάλα ειδικά για βρέφη) σε βάρος των απλών.

Η αγορά των παγωτών αποτελεί μια ιδιαίτερη ανταγωνιστική αγορά με τρεις κυρίαρχες ελληνικές εταιρίες να μοιράζονται το μεγαλύτερο κομμάτι. Η ζήτηση είναι ιδιαίτερα ελαστική ως προς τις καιρικές συνθήκες και την τουριστική κίνηση. Χαρακτηριστικό της αγοράς είναι η αυξανόμενη διείσδυση των εισαγόμενων παγωτών καθώς και του χύμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

Προβλέψεις κατανάλωσης και εξέλιξη

Η εξέλιξη είναι συνισταμένη πολλών παραγόντων αλλά κυρίως εξαρτημένη της κατανάλωσης η οποία αποτελεί τον βασικό παράγοντα που καθορίζει τις προοπτικές εξέλιξης.

Τοποθετούμενοι γανικά μπορούμε να πούμε ότι η ζήτηση γαλακτοκομικών προϊόντων παρουσίασε αξιόλογη αύξηση τα τελευταία χρόνια. Η αύξηση αυτή επηρεάστηκε από διάφορους παράγοντες όπως η καλύτερη οργάνωση του δικτύου διανομής, η συσκευασία και ποιότητα των προϊόντων, η διαφήμιση, οι αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, το αρτιότερο ψυκτικό κύκλωμα και τα υποκ/τα.

Η καλύτερη οργάνωση του δικτύου διανομής σε συνδιασμό με τον αριότερο εξοπλισμό σε ψυκτικά μηχανήματα έχουν παίξει πρωτεύοντα ρόλο στην ενίσχυση της ζήτησης των γαλακτοκομικών προϊόντων. Σήμερα οι μεγαλύτερες εταιρίες του κλάδου με το αντίστοιχα μεγαλύτερο μερίδιο της κατανάλωσης διαθέτουν δικό τους δίκτυο διανομής ή διακινούν τα προϊόντα τους μέσω αντιπροσώπων με φορτηγά ψυγεία τα οποία επιτρέπουν την διανομή των προϊόντων σε αυρύτερη περιφέρεια, επιτυγχάνοντας σωστή διατήρηση των προϊόντων μέχρι την διάθεση στα σημεία λιανικής πώλησης με ιδιόκτητα

ψυγεία, εξασφαλίζοντας έτσι τις ιδανικές συνθήκες διάθεσης των προϊόντων τους στον καταναλωτή, γεγονός που το επιβάλλει η ευπάθεια και η μικρή διατηρησιμότητα των προϊόντων.

12.1. Συσκευασία και ποιότητα προϊόντων

Σήμερα το παστεριωμένο γάλα κυκλοφορεί στην χώρα μας σε χάρτινη συσκευασία, πού έχει πλέον αντικαταστήσει πλήρως το πλαστικό μπουκάλι. Η εξέλιξη αυτή στη συσκευασία του γάλακτος άλλαξε ριζικά τα μέχρι τότε δεδομένα της αγοράς γάλακτος και επέτρεψε την καλύτερη και μεγαλύτερη διατηρησιμότητα του φρέσκου γάλακτος την διανομή του σε περιοχές απομακρυσμένες από τις μονάδες παραγωγής, γεγονός που δεν επέτρεπε η συσκευασία σε πλαστικό μπουκάλι.

Επίσης η χάρτινη συσκευασία επιτρέπει τον καλύτερο σχεδιασμό του brand-name και των διαφημιστικών μνημάτων των εταιριών, κατί το οποίο βέβαια ισχύει και για τη συσκευασία του γιαουρτιού και των παγωτών. Ακόμα και για λόγους περιβαλλοντολογικής προστασίας η αντικατάσταση των πλαστικών μπουκαλιών ήταν επιθυμητή.

Διαφήμιση

Η διαφήμιση θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των γαλακτοκομικών προϊόντων. Η μεγάλη αύξηση των διαφημιστικών δαπανών τα τελευταία χρόνια αποδεικνύει τον σημαντικό ρόλο που αποδίδετε στον παράγοντα αυτό. Μάλιστα στον κλάδο αυτό εμφανίζεται υψηλή συλλογική διαφήμιση, που χρηματοδοτείται από όλες τις εταιρίες του κλάδου, τουλάχιστο για το γάλα και γιαούρτι. Τμήμα της διαφημιστικής αυτής δαπάνης ήταν επιδοτούμενο και από την Ε.Ε. Παρατηρούνται ακόμα και άλλες

μορφές πρώθησης όπως συμμετοχή σε αθλητικούς αγώνες, διαγωνισμούς κ.α.

12.2. Υποκατάστατα

Η ύπαρξη υποκατάστων προϊόντων παίζει επίσης καθοριστικό ρόλο στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Στην αγορά του φρέσκου γάλακτος όμως ένας βασικός ανταγωνιστής του είναι το συμπυκνωμένο γάλα, η κατανάλωση του οποίου βρίσκεται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα στην Ελλάδα. Θα πρέπει βέβαια να τονιστεί ότι η παρουσία φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος στην χάρτινη συσκευασία κερδίζει όλο και περισσότερο τις προτιμήσεις των καταναλωτών, εις βάρος βέβαια της κατανάλωσης του συμπυκνωμένου.

Το γιαούρτι και τα παγωτά τα οποία καταναλώνονται σαν δροσερά snacks, ανταγωνίζονται με προϊόντα όπως αναψυκτικά, γλυκά κ.α. Εδώ θα πρέπει ακόμα να αναφερθεί ότι και ο καιρός φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο στην ζήτηση των προϊόντων αν και παρατηρείται διασπορά της κατανάλωσης σε όλες τις εποχές του χρόνου.

12.3. Υγιεινή διατροφή

Η τάση για υγιεινή διατροφή που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια έχει μετατρέψει τις προτιμήσεις των καταναλωτών αφενός στα πιο φρέσκα και λιγότερο μεταποιημένα προϊόντα, αφετέρου στα προϊόντα με μειωμένα λιπαρά. Έτσι αρχίζει να μειώνεται η κατανάλωση του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, προς τα προϊόντα που ικανοποιούν τα πρότυπα υγιεινής και σωστής διατροφής.

12.4. Προσδιοριστικοί παράγοντες εξέλιξης

Προσδιοριστικοί παράγοντες βέβαια της εξέλιξης αποτελούν και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος των γαλακτοκομικών.

Το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο κλάδος είναι οι ποσοστώσεις του γάλακτος. Για τη χώρα μας το ποσοστό αυτό ανέρχεται σε 625.000 τόννους και αντιστοιχεί στο ποσό του ετησίως παραγόμενου γάλακτος που παραδίδεται στη βιομηχανία για τυποποίηση (στην ποσότητα αυτή δε περιλαμβάνεται το γάλα που αυτοκαταναλίσκεται). Η ελληνική παραγωγή γάλακτος πληροί τις ανάγκες της αγοράς μόνο κατά 50%. Πρόκειται για το όριο των 625.000 τόννων οι οποίοι αναλώνονται κατά 70% στην παραγωγή φρέσκου γάλακτος ενώ το υπόλοιπο πγαίνει πρωταρχικά στην παραγωγή τυριών και γιαούρτης. Το γεγονός αυτό δεν επιτρέπει στην χώρα μας να αναπτυχθεί όσο θέλει στους τομείς της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος με αποτέλεσμα να δαπανούνται καθε χρόνο αρκετά δις δρχ. σε συνάλλαγμα στην προσπάθεια κάλυψης του ελλείματος.

Συγκεκριμένα τα είδη του γάλακτος που εισάγονται είναι τρία:

Γάλα σε σκόνη:

Χρησιμοποιείται κυρίως στην παρασκευή παγωτού από μέλη και μη του Σ.Ε.Β.Γ.Α.Π. Οι ποσότητες που εισάγονται σε αυτή τη μορφή ανέρχονται στους 1.200-1.500 τόννους τον χρόνο.

Γάλα συμπυκνωμένο:

Όπως και εκείνο που κυκλοφορεί υπό την μορφή κονσέρβας, εισάγεται το μεγαλύτερο μέρος από την "NOYNOY" και ένα μικρότερο ποσοστό από την Nestle" (εκτός από αυτό που παράγει εδώ) καθώς και από άλλες μικρότερες εταιρίες που αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι - αγγίζει το 30% - της

συνολικής ποσότητας που καταναλίσκεται στην Ελλάδα υπό τη μορφή συμπυκνωμένου.

Σημαντικό μέρος των εισαγωγών αφορά τα τυροκομικά προϊόντα, τα οποία τα τελευταία χρόνια καταλαμβάνουν σημαντική θέση στην ελληνική αγορά.

Επιπλέον γίνονται τα τελευταία χρόνια και εισαγωγές μικρών όμως ποσοτήτων - υπό τη μορφή "μπάστου" (μορφή φρέσκου συμπυκνωμένου γάλακτος). Τις εισαγωγές αυτές κάνει κυρίως η ΔΕΛΤΑ και η ΦΑΓΕ για την παρασκευή γιουρτιού.

Εξαιρετικά σημαντικά προβλήματα επίσης αποτελούν η μεγάλη διασπορά και η δομή της κτηνοτροφίας. Δεδομένου ότι στην χώρα μας υπάρχουν πολλές μικρές εκμεταλεύσεις που δεν είχαν την υποδομή για να μπορέσουν να παρασκευάσουν ποιοτικό γάλα το οποίο πρέπει να συγκεντρωθεί από απομακρυσμένα σημεία, τα τελευταία χρόνια γίνεται πολύ μεγάλη προσπάθεια από τις βιομηχανίες και ξοδεύονται μεγάλα ποσά για να αλλάξει σημαντικά η δομή της κτηνοτροφίας. Συγκεκριμένα πριν από 6-7 χρόνια υπήρχαν τα 80.000 εκμεταλεύσεις που παρήγαν γάλα. Τώρα ο αριθμός αυτός δεν πρέπει να υπερβαίνει τις 20.000. Το σημαντικότερο όμως είναι ότι ένα μέρος από αυτές το 10% παράγει το 90% του γάλακτος. Η προσπάθεια συνοψίζεται στην ενίσχυση των επαγγελματιών κτηνοτρόφων και λιγότερο των άλλων. Χαρακτηριστική είναι η τάση μεγένθυσης των αγελαδοτροφικών και άλλων μονάδων. Ενώ δηλαδή η χώρα μας είχε επί χρόνια κατά μέσο όρο δύο αγελάδες, σήμερα οι μονάδες αυτές τείνουν να γίνουν μεγαλύτερες με 10, 20, 50 και 100 αγελάδες η κάθε μία. Αποτέλεσμα της νέας αυτής τάσης είναι να υπάρχει πιο συστηματική εκμετάλευση, καθαρότερο και πιο υγιεινό γάλα. Σήμερα το 55% του Βόρειου - αγελαδινού πλυθισμού της χώρας βρίσκεται σε 10 νομούς κυρίως της κεντρικής και Αν. Μακεδονίας. Η Μακεδονία, η Θεσσαλονίκη και η Θράκη είναι οι περιοχές στις οποίες είναι περισσότερο ανεπτυγμένη η

βοοτροφία όπου συγκεντρώνεται πάνω από 80% του βόειου πλυθησμού. Η συγκέντρωση αυτή οφείλεται στο ότι οι συνθήκες για την ανάπτυξη του κλάδου είναι ευνοϊκότερες εκεί από ότι στην υπόλοιπη χώρα αν και το κύριο πρόβλημα της ελληνικής υπαίθρου εξακολουθεί να είναι η έλλειψη εργατικών χεριών και μη ύπαρξη τσοπάνηδων.

Άλλη τάση είναι η αύξηση της μέσης απόδοσης ανά ζώο έτσι ενώ ο μέσος όρος παραγωγής γάλακτος πριν από μερικά χρόνια ήταν 2.000 κιλά σήμερα το ποσό αυτό αγγίζει τα 8.000 περίπου κιλά. Από τη μια μεριά σαν δυνατότητα είναι πολύ καλό από την άλλη όμως "κοντράρεται" με το καθεστώς των ποσοστώσεων, όπου ο παραγωγός είναι αναγκασμένος να τηρεί ένα ορισμένο "πλαφόν". Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η επιβολή προστίμων για τα πλεονάσματα γάλακτος (14.000 τόνοι για το έτος 1995) αναμένεται να επιβληθούν και φέτος δεδομένης της σφοδρής μείωσης κατανάλωσης βοοειδών εξαιτίας της κρίσης που επήλθε στην αγορά με την νόσο των τρελών αγελάδων.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Γαλακτοκομικών προϊόντων κ. Αλ. Χατζηγεωργίου οι επόμενες μέρες θα είναι πολύ δύσκολες. Θα υπάρξει γενική αναστάτωση με την γνωστοποίηση των υπερβάσεων και των προστίμων καθώς και των καταλογισμών που γίνονται στους παραγωγούς.

Το δεδομένο είναι ότι υπάρχουν υπερβάσεις που έγιναν από τις ποσοστώσεις που έχουν δοθεί σε παραγωγούς. Οι τελευταίες είχαν πιστέψει ότι θα βρεθεί μια φόρμουλα ώστε να μην κληθούν να το πληρώσουν αλλά δεν υπήρξε κάτι προς την κατεύθυνση αυτή. Είναι δε στη δυσάρεστη θέση όλες οι βιομηχανίες να κρατήσουν τα χρήματα που οφείλει ο κάθε παραγωγός. Η επιστροφή αυτή των ποσοστώσεων αφορά 10.000 παραγωγούς εξέλιξη που αποτελεί πλήγμα για την κτηνοτροφία γιατί όσο μικρό και αν είναι το κονδύλι που

καλούνται να πληρώσουν οι παραγωγοί είναι σημαντικό για τον προϋπολογισμό τους. Υπάρχει βέβαια και ένας αριθμός παραγωγών που θα κληθεί να πληρώσει μεγαλύτερα ποσά τα οποία φθάνουν μέχρι 10.000.000 δρχ. ποσό που αντιστοιχεί σε παραγωγούς οι οποίοι πρέπει να πληρώσουν ένα ποσό της τάξης του 1-3 εκατομ. και αυτό είναι αρκετά συνήθες νούμερο σε καλούς, μεγάλους, επαγγελματίες κτηνοτρόφους.

12.5. Προβλέψεις ανά προϊόν

Με γνώμονα λοιπόν τους προσδιοριστικούς παράγοντες της κατανάλωσης και τα προβλήματα, οι προοπτικές εξέλιξης του κλάδου διαμορφώνονται ως εξής:

Η αγορά των γαλακτοκομικών θα συνεχίσει να παρουσιάζει αύξηση τα επόμενα χρόνια σε ορισμένες κατηγορίες προϊόντων. Επίσης θα διευρύνεται με την εμφάνιση νέων προϊόντων. Ανοδική τάση θα συνεχίσει να εκδηλώνεται στο νωπό παστεριωμένο - γάλα , στο γιαούρτι και στα τυποποιημένα τυριά.

Αναλυτικότερα για το 1996 οι διάφορες κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων εκτιμάται ότι θα παρουσιάσουν την παρακάτω εξέλιξη:

Νωπό παστεριωμένο γάλα: Προβλέπεται αύξηση της αγοράς της τάξης του 3% το 1996 δεδομένου της μικρότερης κατά κεφαλή κατανάλωση νωπού παστεριωμένου γάλακτος σε σχέση με την Ευρώπη. Επιπλέον προβλέπεται η δημιουργία νέας αγοράς με προϊόντα γάλακτος ειδικά τροποποιημένα για παιδιά στα πλαίσια ανταγωνισμού με το συμπυκνωμένο γάλα που απευθύνεται κυρίως σ' αυτήν την κατηγορία καταναλωτών. Επίσης πιθανή είναι και η εμφάνιση νέας σειράς γάλακτος με πρόσθετα, προϊόν που προορίζεται να κερδίσει μερίδιο από την αγορά χυμών - αναψυκτικών.

Γάλα μακράς διάρκειας: θα κυμανθεί στα ίδια σχεδόν επίπεδα γύρω στους 25.000 λαμβάνοντας υπόψη σταθερά ποσοστά κατανάλωσης που έχει τα τελευταία χρόνια.

Συμπυκνωμένο εβαπορέ γάλα: Προβλέπεται μείωση της κατανάλωσης με ρυθμό μείωσης 1%-2% για το έτος 1991. Η εξάλιξη θα πρέπει να θεωρείται φυσιολογική δεδομένου ότι η κατανάλωση συμπυκνωμένου γάλακτος από Ευρώπη δεν ξεπερνά το 10% σε αντίθεση με την Ελλάδα που κυμαίνεται στο 50%. Στην προσπάθεια διατήρησης της προνομιακής αυτής θέσης στην Ελλάδα αναμένεται η περαιτέρω προώθηση του εβαπορέ light, του εβαπορέ τροποποιημένου για παιδιά και η προώθηση των προϊόντων private - label.

Βούτυρο γάλακτος: Η φαινομενική αύξηση της κατανάλωσης που παρατηρήθηκε το 1994 και 1995 εκτιμάται ότι θα περιορισθεί με αποτέλεσμα να σημειωθεί μείωση που θα κυμανθεί μεταξύ 4%-5% σε σχέση με το '95.

Κρέμα γάλακτος: Οι εισαγωγές κρέμας γάλακτος θα περιορισθούν ενώ η παραγωγή θα παρουσιάσει πτώση λόγω της διακοπής της παραγωγής της LA CREME της ΔΕΛΤΑ. Η κατανάλωση θα κυμανθεί στα ίδια επίπεδα με το 1995.

Γιαούρτι: προβλέπεται αύξηση της κατανάλωσης σε ρυθμό χαμηλότερο όμως από τα επίπεδα των προηγούμενων ετών. Γενικά το παραδοσιακό γιαούρτι θα παρουσιάσει μείωση ενώ αντίθετα θα αυξηθεί η κατανάλωση του γιαουρτιού με πρόσθετα καθώς και το γαιούρτι με χαμηλά λιπαρά.

Παγωτό: Λόγω της κάμψης στην τουριστική κίνηση, η αγορά του παγωτού με τις πιο αισιόδοξες προβλέψεις θα παραμείνει στα ίδια επίπεδα ή θα μειωθεί σε σχέση με το 1995.

Τυροκομικά: Η κατανάλωση αναμένεται να σταθεροποιηθεί στα επίπεδα των προηγούμενων ετών μετά τη κρίση που επήλθε στην αγορά με τα αδιάθετα απόθέματά φέτας.

Σημαντική άνοδος στην κατανάλωση αναμένεται στα τυποποιημένα τυριά μετά την είσοδο στον χώρο των μεγάλων βιομηχανιών αλλά και της επικείμενης αλλαγής των καταναλωτικών συνηθειών.

12.6. Προβλέψεις σε επιχειρηματικό επίπεδο

Σε επιχειρησιακό επίπεδο η ελληνική γαλακτοβιομηχανία θα συνεχίσει να αεξελίσσεται και να αναδιοργανώνεται με σημαντικές επενδύσεις. Κυρίαρχο λόγο θα έχουν λίγες επιχειρήσεις - όμιλοι, οι οποίοι θα επεκτείνονται σε όλο τον κλάδο των ειδών διατροφής εκμεταλευόμενοι υπάρχοντα δίκτυα πωλήσεων. Οι συγχωνεύσεις, συνεργασίες και εξαγορές θα συνεχισθούν με αποτέλεσμα την διεξόδου σε νέες αγορές τροφίμων. Στην αγορά του γάλακτος σημαντικός είναι ο ρόλος των γεωργικών εκμεταλεύσεων και των μικρών επιχειρήσεων οι οποίες αναμένεται να πορευθούν "υπό την προστασία των μεγάλων βιομηχανικών μονάδων".

Συγκεκριμένα αναμένεται η είσοδος της ΔΕΛΤΑ στην αγορά των τυροκομικών με τυποποιημένα προϊόντα (φέτα, κασέρι κ.α.) εκμεταλευόμενη πλήρως τα δίκτυα διανομής - πώλησης στην περίπτωση διάθεσης κατεψυγμένων λαχανικών.

Αναφορικά με την ΕΒΓΑ αναμενόμενη είναι η ολήρης αποχώρηση της από την αγορά γάλακτος, προσήλωση στην αγορά των χυμών και πιθανή είσοδο σε αγορές τροφίμων που η διανομή τους εξυπηρετείται από το υπάρχον δίκτυο (φορτηγά καταψύκτες). Χαρακτηριστικό παράδειγμα μελλοντικής δραστηριότητας της ΕΒΓΑ είναι η είσοδος που ήδη έχει γίνει στο χώρο του Catering με προϊόντα κατεψυγμένης ζύμης.

Αναφορικά με την ΦΑΓΕ η οποία δραστηριοποιείται στο χώρο του γάλακτος, γιαουρτιού, τυροκομικών και χυμών (ΕΒΓΑ) αναμένονται κινήσεις ανάλογες των υπόλοιπων ανταγωνιστών του κλάδου, ενώ τέλος αναμενόμενη πρέπει να

είναι η δραστηριοποίηση της NUTRICIA στο χώρο του εβαπορέ.

Συνοψίζοντας ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στη δημιουργία private label προϊόντων που αναμένεται να είναι βασικό στοιχείο "τριβής", ανακατατάξεων και αναταράξεων στο χώρο της αγοράς του γάλακτος. Ήδη η σημαντική αυτή εξέλιξη, αν και αναμενόμενη (αν κηφθεί υπόψη η εμφάνιση προϊόντων "ιδιωτικής ετικέτας" στο χώρο των τροφίμων) είναι διαρκώς αυξανόμενη και τα τελευταία χρόνια έδωσε τα πρώτα σημάδια της. Έτσι ακούσθηκαν πληροφορίες για επικείμενη συμφωνία μεγάλης ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας με επίσης μεγάλη αλυσίδα super market για την προώθηση στην αγορά παστεριωμένου γάλακτος private label. Σύμφωνα με τις πληροφορίες αυτή η συμφωνία της ΜΕΒΓΑΛ με την "Continent" ήταν κυριολεκτικά "προ των πυλών", Δεν στάθηκε όμως δυνατόν να προχωρήσει γιατί βρήκε έντονη αντίδραση τόσο από ορισμένα super market όσο και από παραγωγούς γάλακτος. Πάντως ανεξάρτητα από το πότε θα παρουσιασθεί και στην ελληνική αγορά τα παστεριωμένο γάλα "ιδιωτικής ετικέτας" το σίγουρο είναι ότι θα επιδιωχθεί η χαμηλότερη τιμή σε σχέση με αυτή των επωνύμων.

Αντίθετα, μπορεί στο χώρο του παστεριωμένου γάλακτος τώρα να κινούνται τα νήματα για την παραγωγή του προς χρήση με τη φήρμα κάποιας αλυσίδας super market, στον χώρο όμως του εβαπορέ γάλακτος η παρουσία private label προϊόντων είναι ήδη γεγονός. Πρόκειται για προϊόντα που εισάγονται από τη Γερμανία με το εμπορικό σήμα της αλυσίδας super market που τα διακινεί. Τέτοια σήματα είναι κυρίως το ΠΙ-ΜΙ και των καταστημάτων "Μαρινόπουλος" και το SPAR των καταστημάτων "Βερόπουλος". Αποτέλεσμα της παρουσίας αυτής είναι μια ανοδική τάση που συνεχίζεται είτε με την είσοδο νέων σημάτων αλλά και την προσπάθεια που γίνεται για μελλοντική εγχώρια παραγωγή από πλευράς αλυσίδων super market.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13**ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε., ΦΑΓΕ Α.Ε., ΕΒΓΑ Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Β.Ε.Ε. ... οι τρεις μεγαλύτερες εταιρίες στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, αποτέλεσαν ανεξάντλητη πηγή πληροφοριών για την ολοκλήρωση της δουλειάς που έχετε τα χέρια σας. Επιτυχημένες, εταιρίες με παρελθόν και απρόν στην Ελληνική αγορά, προσπαθούν τώρα για ένα μέλλον επεκτεινόμενο στην, έντονα ανταγωνιστική, Ευρωπαϊκή αγορά.

Ο "πόλεμος" του "ζωντανού" γιαουρτιού, του γάλακτος, των "στιμμένων στο ποτήρι", χυμών μας κάνει να αναρωτιώμαστε στη συνέχεια. Θα ακολουθήσει, άραγε, επέκταση σε κάποια άλλα προϊόντα ή καθιέρωση, των ήδη υπαρχόντων, σε άλλες, "παρθένες", αγορές; Ερωτήματα που θα απαντηθούν στο κοντινό μέλλον αφού ήδη παρατηρείται εισχώρηση στην Βαλκανική αγορά με ταυτόχρονη παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, που έως τώρα, δεν τις αφορούσε.

Με τον συνεχή "βομβαρδισμό" διαφημίσεων κάθε τύπου, έχουν καταφέρει να "μπούνε" σε όλα τα νοικοκυριά και να καταστήσουν τα προϊόντα τους απαραίτητα για κάθε οικογένεια. Από απλές εταιρίες γάλακτος, ο ρόλος τους, πλέον

έχει αποκτήσει κοινωνική διάσταση, αφού διαμορφώνουν προτιμήσεις, διατροφής, προσφέρουν δουλειά σε χιλιάδες εργαζόμενους, βοηθούν στην οικονομία της χώρας...

Ολοκληρώνοντας, η έρευνα που έγινε, γύρω από τις τρεις εταιρίες, είχε τεράστιο πεδίο άντλησης πληροφοριών, από τις οποίες πιστεύουμε πως παρουσιάσαμε τις πιο σημαντικές...

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Επωνυμία	Διεύθυνση	Προσωπικό	Δραστηριότητα	Γαλακτοκομικά προϊόντα
ΑΜΑΛΘΕΙΑ ΑΕΒΕ	Τραπεζούνας 30 145 65 Άγιος Στέφανος τηλ. 4831840-3	16	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή & εμπορία ειδών διατροφής (είδη αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής, γαλακτοκομικά κ.τ.λ.)	Τυριά, κρέμα γάλακτος και κρέμα φυτική: PARMALAT (Ιταλίας)
ΑΣΗΜΟΜΥΤΗΣ ΑΕ	Θέμιδος 26 & Αγγινίου 177 78 Ταύρος τηλ. 4831840-3	40	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή & εμπορία ειδών διατροφής, delicatessen & πρώτων υλών γαλακτοβιομηχανίας	Γάλα μακράς διάρκειας: PRESIDENT (Γαλλίας) Γάλα εβαπορέ: ROYAL (Γερμανίας) Κρέμα γάλακτος: PRESIDENT (Γαλλίας) Τυριά: MADRIGAL (Γαλλίας), ROYAL (Γερμανίας) PRESIDENT (Γαλλίας), RIGAL (Γαλλίας)
ΑΤΛΑΝΤΑ ΑΕ	Λεωφ. Μαρκόπουλου (3ο χλμ.) Παιανία Τ.Θ. 67814 153 03 Σταυρός, τηλ: 6644721	85	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και εμπορία ειδών διατροφής και ποτών.	Τυριά: MILKANA (Γερμανίας)
ΒΕΡΒΕΡΗΣ ΑΕΒΕ	Λυκόβρυσης 15, 144 52 Μεταμόρφωση, τηλ: 2811702	20	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και εμπορία ειδών διατροφής (κυρίως τυροκομικά προϊόντα)	Τυριά, βούτυρο: Avonmore (Ιρλανδίας) Τυριά: Milchhof Kemnath (Γερμανίας)
ΒΕΡΟΥΚΑΣ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕΒΕ	Πειραιώς 8, 183 46 Μοσχάτο τηλ: 4827501-4	30	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και εμπορία ειδών διατροφής (γαλακτοκομικά προϊόντα, κρέατα, αλλαντικά κ.λπ.). Παραγωγή, εμπορία και εξαγωγές τυριών	Βούτυρο LURPAK (Δανίας) Γάλα εβαπορέ COBERCO (Ολλανδίας) Τυριά: VALIO (Φιλανδίας) VONK (Ολλανδίας) BIRACHI (Ιταλίας) INDIKA (Βελγίου) Κρέμα γάλακτος MABILIC (Βελγίου) Γάλα μακράς διάρκειας BRIDEL (Γαλλίας) Γιούρτι φρούτων SUDMILCH (Γερμανίας) BAYERSHE MILCH UNION (Γερμανίας)

Πίνακας 2: ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΑΓΩΤΩΝ

Επωνυμία	Διεύθυνση	Προσωπικό	Δραστηριότητα	Γαλακτοκομικά προϊόντα
ΤΡΟΦΕΚΛΕΚΤ	Πλατεία Ηρώων Πολυτεχνείου 17, 145 64 Κηφισιά τηλ: 8000962	70	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και εμπορία ειδών διατροφής (ρύζι, παγωτό, ζαχαρώδη κ.λ.π.)	MARS
Α. ΝΙΚΑ ΑΕΕ	Εθν. Οδός Αθηνών-Λαμίας (22ο χλμ) 145 65 Αγ. Στέφανος τηλ: 6216444	10	Αντιπροσώπευση εισαγωγή και εμπορία παγωτών	HAAGEN DAZS (Γαλλίας)
ΝΕΟΦΟΥΝΤ ΑΕΒΕ	Αρδήτου 14-16 116 30 Αθήνα τηλ: 9224050	2	Αντιπροσώπευση εισαγωγή και διάθεση παγωτών και προϊόντων αρτοποιίας	BASKIN ROBBIN'S (Αγγλίας)
SWEET & LIGHT ΑΕ	Κασσαβέτη 4 145 62 Κηφισιά τηλ: 8084685	10	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και εμπορία παγωτών	I CAN'T BELIEVE IT'S YOGURT/BRISE FOODS (Η.Π.Α.)
BRESLER'S HELLAS ΑΕ	Ελ. Βενιζέλου 91 146 71 Νέα Ερυθραία τηλ: 6209684	7	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και εμπορία παγωτών, καφέ και εμπόριο ειδών διατροφής	BRESLER'S (Η.Π.Α.)
ΙΩΑΝ. ΜΗΛΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ ΕΠΕ	Ευριπίδου 57, 185 32 Πειραιάς τηλ: 4179619	9	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και διάθεση παγωτών και ειδών διατροφής. Εισαγωγές και εμπόριο ρολογιών, στυλό, αναπτήρων ψευδοκοσμημάτων, αρωμάτων και στυλό.	MOVEN PICK (Ελβετία)

ΠΗΓΗ: ICAP

Πίνακας 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (συνέχεια)

Επωνυμία	Διεύθυνση	Προσωπικό	Δραστηριότητα	Γαλακτοκομικά προϊόντα
VIVA ΑΕ	Αγ. Παρασκευής 27, 121 32 Περιστέρι τηλ: 5716702	35	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και εμπορία διαφόρων ειδών διατροφής.	Γιαούρτι: ZOTT (Γερμανίας) Κρέμα γάλακτος: CHAMPIGNON (Γερμανίας) Τυριά: CRICKETER (Αγγλίας) CHAMPIGNON (Γερμανίας), ILLCESTER (Αγγλίας)
ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕ	Χειμάρρας 6 151 25 Μαρούσι, τηλ: 6899050	100	Αντιπροσώπευση, εισαγωγή και εμπορία γάλακτος, γαλακτοκομικών, τυροκομικών προϊόντων και παιδικών τροφών	Γάλα εβαπορέ, ζαχαρούχο: NOYNOY (Ολλανδίας) Τυριά: FRICO (Ολλανδίας)
ΧΑΤΖΗΠΑΝΑΓΟΣ ΑΕΕ	Λεωφ. Αλίμου 70 174 55 Αλιμος τηλ: 9950603	40	Αποκλειστικές εισαγωγές και εμπόριο ειδών διατροφής, αναψυκτικών, χαρτικών και τροφών οικιακών ζώων. Διανομή των τυριών "Καρδάρι"	Τυριά: Grozette Poederkass (Ολλανδίας)

ΠΗΓΗ: ICAP

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ

Προϊόν	Έτος	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
						Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΝΟΥΝΟΥ γάλα εβαπορέ	93	396.796	15.520	612	6.413	419.341	38,22
	94	540.254	0	612	3.600	544.466	34,50
ΒΛΑΧΑΣ γάλα εβαπορέ	93	136.058	0	0	0	136.058	12,40
	94	258.480	8.686	0	0	267.166	16,93
ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΑ ΑΡΟΖΑ εβαπ.	93	156.199	8.187	0	0	164.386	14,98
	94	193.318	0	0	76	193.394	12,25
NESLAC γάλα εβαπορέ	93	198.122	2.897	0	0	201.019	18,32
	94	138.199	3.835	0	0	142.034	9,00
ΝΟΥΛΑC γάλα εβαπορέ	93	168.724	7.736	0	0	176.460	16,08
	94	213.290	5.081	0	0	218.371	13,84
ΝΟΥΝΟΥ ΚΙD γάλα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	209.716	1.588	0	0	211.304	13,39
ΝΟΥΝΟΥ γάλατα γενικά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	1.367	0	0	1.317	0,09
ΓΑΛΑ ΕΒΑΠΟΡΕ	93	1.055.899	34.340	612	6.413	1.097.264	13,14
	94	1.553.257	20.557	612	3.676	1.578.102	12,29
ΝΟΥΝΟΥ LIGHT γάλα εβαπορέ	93	123.426	113	0	0	123.539	51,32
	94	37.156	0	0	8.230	45.386	26,56
ΒΛΑΧΑΣ ΕΛΑΦΡΥ γάλα εβαπ.	93	117.206	0	0	0	117.207	48,68
	94	125.527	0	0	0	125.527	73,44

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΓΑΛΑ ΕΒΑΠΟΡΕ LIGHT	93	240.632	113	0	0	240.745	2,88
	94	162.683	0	0	8.230	170.913	1,33
ΝΟΥΝΟΥ εβαπορέ μερίδα	93	0	649	0	0	649	100,00
	94	0	1.111	4.076	0	5.187	10,48
CARNATION εβαπορέ μερίδα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	1.032	0	0	1.032	2,09
ΝΟΥΝΟΥ LIGHT μερίδα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	329	0	0	329	0,66
CARNATION μερίδες	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	42.940	0	0	42.940	86,77
ΓΑΛΑ ΕΒΑΠΟΡΕ ΜΕΡΙΔΑ	93	0	649	0	0	649	0,01
	94	0	45.412	4.076	0	49.488	0,39
ΝΟΥΝΟΥ ζαχαρούχο	93	0	113	0	0	113	0,47
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΒΛΑΧΑΣ ζαχαρούχο	93	0	23.368	614	0	23.982	99,53
	94	0	27.554	0	0	27.554	100,00
ΖΑΧΑΡΟΥΧΟ ΓΑΛΑ	93	0	23.481	614	0	24.095	0,29
	94	0	27.554	0	0	27.554	0,21
REGILAIT γάλα σκόνη	93	46.883	0	0	0	46.883	100,00
	94	42.052	0	0	0	42.052	100,00
ΓΑΛΑ ΣΚΟΝΗ	93	46.883	0	0	0	46.883	0,56
	94	42.052	0	0	0	42.052	0,33

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΔΕΛΤΑ φρέσκο παστ. γάλα	93	630.574	4.626	21.462	9.411	666.073	43,42
	94	214.741	14.152	0	0	228.893	21,11
ΑΓΝΟ φρέσκο παστ. γάλα	93	32.862	3.974	1.007	0	37.843	2,47
	94	59.085	6.654	2.367	86	68.192	6,29
ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜ. Γάλα	93	118.871	0	0	0	118.871	7,75
	94	142.704	30.639	0	0	173.343	15,99
ΜΕΒΓΑΛ φρέσκο γάλα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	724	1.596	0	2.320	0,21
ΔΕΛΤΑ ελαφρύ φρέσκο γάλα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	340	0	0	340	0,03
STYLE /ΑΓΝΟ φρ. γάλα ελαφρύ	93	36.363	1.135	0	0	37.498	2,44
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΔΕΛΤΑ ΦΡ. ΕΛΑΦ.+0% ΛΙΠΑΡΑ	93	49.298	930	0	0	50.228	3,27
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΕΒΓΑ Α+D φρέσκο γάλα	93	5.705	0	0	0	5.705	0,37
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΔΕΛΤΑ PLUS φρέσκο γάλα	93	79.571	4.803	0	0	84.374	5,50
	94	0	1.146	0	0	1.146	0,11
MUST-ΜΕΒΓΑΛ φρέσκο γάλα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	1.866	0	0	0	1.866	0,17
ΦΑΓΕ φρέσκο γάλα	93	516.586	3.629	0	12.494	532.709	34,73
	94	437.054	5.217	527	0	442.798	40,84

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΓΑΛΑ ΑΜΕΡΚ. ΓΕΩΡΓ. ΣΧΟΛΗΣ	93	0	0	737	0	737	0,05
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΦΑΓΕ ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ 0%	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	6.384	0	0	6.384	0,59
ΔΕΛΤΑ φρ. γάλα με ανθόγαλο	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	158.973	0	0	0	158.973	14,66
ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ	93	1.469.830	19.097	23.206	21.905	1.534.038	18,37
	94	1.014.423	65.256	4.490	86	1.084.255	8,45
DOLCA γάλα με κακάο	93	0	1.588	0	0	1.588	0,16
	94	0	4.545	0	0	4.545	0,81
CARNATION γάλα με κακάο	93	135.011	1.293	1.701	0	138.005	13,74
	94	114.715	0	0	0	114.715	20,46
MILKO γάλα με κακάο	93	509.931	2.540	0	84	512.555	51,02
	94	280.410	0	0	18.870	299.280	53,39
COCO-MILK γάλα με κακάο	93	34.364	0	0	0	34.364	3,42
	94	0	1.608	0	0	1.608	0,29
MILKO/ΦΡΑΟΥΛ. γάλα με κακάο	93	69.225	0	0	0	69.225	6,89
	94	0	0	0	0	0	0,00
N'JOY / ΦΑΓΕ γάλα με κακάο	93	236.009	7.144	0	5.670	248.823	24,77
	94	63.030	0	0	5.857	68.887	12,29
CHOQ ΝΟΥΝΟΥ γάλα με κακάο	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	71.567	0	0	0	71.567	12,77

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΓΑΛΑ ΜΕ ΚΑΚΑΟ	93	984.540	12.565	1.701	5.754	1.004.560	12,03
	94	529.722	6.153	0	24.727	560.602	4,37
ΣΥΝΟΛΟ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	93	3.797.784	90.245	26.133	34.072	3.948.234	47,28
	94	3.202.137	164.932	9.178	36.719	3.512.966	27,36
ΑΓΝΙΤΑ COSTAIL ξυν. Φρέσκο	93	21.682	4.174	0	1.751	27.607	65,25
	94	25.763	2.344	0	0	28.107	100,00
ΔΡΟΣΑΤΟ/ΦΑΓΕ ξυνόγαλα	93	14.705	0	0	0	14.705	34,75
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΞΥΝΟΓΑΛΑ	93	36.387	4.174	0	1.751	42.312	0,51
	94	25.763	2.344	0	0	28.107	0,22
ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	65.585	680	14.891	4.826	85.982	2,74
2% ΜΕΒΓΑΛ γιαούρτι	93	7.563	0	0	0	7.563	1,16
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΜΕΒΓΑΛ γιούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	1.956	4.525	8.721	15.202	0,48
ΣΙΛΟΥΕΤ-ΣΒΕΛΤΟ/ΦΑΓΕ	93	39.916	0	0	0	39.916	6,12
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΑΓΕΛΑΔΙΤΣΑ/ΦΑΓΕ γιούρτι	93	68.330	0	0	0	68.330	10,48
	94	42.105	1.361	0	0	43.466	1,38
ΓΙΟΥΡΤΙ (ΣΥΝ.ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ)	93	36.726	0	0	0	36.726	5,63
	94	44.013	0	0	0	44.013	1,40

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
TOTAL/ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	107.289	0	0	0	107.289	16,45
	94	119.032	0	0	0	119.032	3,79
ΣΙΛΟΥΕΤ/ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	51.150	0	0	0	51.150	7,84
	94	266.975	9.186	1.814	0	277.975	8,85
EXTRA ΣΤΡ. ΓΙΑΟΥΡ. ΜΕΒΓΑΛ	93	0	309	0	0	309	0,05
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΦΑΓΕ ΒΕΛΟΥΤΕ γιαούρτι	93	62.752	0	0	0	62.752	9,62
	94	11.487	0	0	0	11.487	0,37
ΤΟ ΚΑΡΔΑΡΙ γιαούρτι	93	5.789	1.090	0	0	6.879	1,05
	94	659	0	0	0	658	0,02
ΡΗΓΑ γιαούρτι	93	0	340	8.192	0	9.250	1,42
	94	0	0	0	0	0	0,0
ΠΡΟΒΑΤΑΚΙ/ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	67.666	0	0	300	67.966	10,42
	94	8.482	0	0	0	8.482	0,27
TOTAL μέλι / ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	19.089	397	0	0	19.486	2,99
	94	0	0	0	0	0	0,00
TOTAL LIGHT / ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	94.752	0	0	0	94.752	14,53
	94	175.870	1.361	0	0	177.231	5,64
ΦΑΓΕ / ΒΙΟΛΑΤ γιαούρτι	93	69.031	10.893	0	0	79.924	12,25
	94	93.243	34.892	512	0	128.647	4,10
VERUS ΔΕΛΤΑ γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	373.033	33.478	26.622	100.265	533.398	16,98

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΜΕΓΓΑΛ ΔΥΕΤΤΙΝΟ γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	60.489	0	0	1.922	62.411	1,99
ΚΙΔ/VERUS ΔΕΛΤΑ γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	132.055	1.224	0	0	133.279	4,24
FYSIDO/VERUS ΔΕΛΤΑ γιαούρ.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	263.092	0	0	0	263.092	8,38
LACTIVA/VERUS ΔΕΛΤΑ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	218.712	0	0	0	218.712	6,96
VIVE/VERUS γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	444.490	0	0	0	44.490	14,15
VITALINE/VERUS ΔΕΛΤΑ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	159.414	0	0	0	159.414	5,07
VERUS SATINE/DELTA γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	183.976	0	0	0	183.976	5,86
TOTAL 0%/ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	120.723	0	0	0	120.723	3,84
ΦΑΓΕ/HAPPY DAY γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	108.160	0	0	0	108.160	3,44
ΑΓΝΟ SUPER ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	724	0	0	724	0,02
ΑΓΝΟ ΠΑΡΑΔ. ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΑΓ.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	658	0	0	658	0,02

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΓΙΑΟΥΡΤΙ	93	630.053	13.029	8.910	300	652.292	7,81
	94	2.891.595	85.520	48.364	115.734	3.141.213	24,47
ΒΕΛΟΥΤΕΛΑ ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	63.806	0	0	0	63.806	79,41
	94	56.220	0	0	0	56.220	8,08
BEAUTIFUL/ΜΕΒΓΑΛ γιαούρ. Φ.	93	16.248	0	294	0	16.542	20,59
	94	20.573	0	0	0	20.573	2,96
TUTTI FRUTTI/ΦΑΓΕ γιαούρτι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	206.680	1.134	0	0	207.814	29,88
TOTAL/ΦΑΓΕ ΜΕ ΦΡΟΥΤΑ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	142.278	0	0	0	142.278	20,46
VELOUTELLA LIGHT ΦΑΓΕ γ.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	122.509	0	0	0	122.509	17,62
EXTRA ΣΤΡΑΓ. ΦΡ./ΜΕΒΓΑΛ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	50.787	0	0	0	50.787	7,30
AFTER SCHOOL FUN/ΦΑΓΕ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	95.205	0	0	0	95.205	13,69
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΜΕ ΦΡΟΥΤΑ	93	80.054	0	294	0	80.348	0,96
	94	694.252	1.138	0	0	695.386	5,42
LA CREME /ΔΕΛΤΑ Κρ. Γάλακτ.	93	6.175	0	0	0	6.175	4,80
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΦΑΓΕ Κρέμα γάλακτος	93	42.175	0	0	0	42.598	33,14
	94	74.181	0	0	0	74.181	21,28

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
CARNATION κρέμα γάλακτος	93	47.332	32.431	0	0	79.763	62,05
	94	0	8.970	0	0	8.970	2,57
ΝΟΥΝΟΥ κρέμα γάλακτος	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	102.208	431	0	0	102.639	29,45
ΔΕΛΤΑ κρέμα γάλακτος	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	162.787	0	0	0	162.787	46,70
ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	93	96.105	32.431	0	0	128.536	1,54
	94	339.176	9.401	0	0	348.577	2,72
LURPAK βούτυρο	93	31.680	0	0	0	31.680	96,21
	94	19.450	0	0	4.235	33.685	39,91
MEGGLE βούτυρο-DELICAT.	93	0	567	0	0	567	1,72
	94	6.868	0	0	2.262	9.130	10,82
KRAFT/VITALITE βούτυρο	93	0	680	0	0	680	2,07
	94	0	748	0	0	748	0,89
ADORO βούτυρο	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	36.338	771	0	3.727	40.836	48,38
ΝΩΠΟ ΒΟΥΤΥΡΟ	93	31.680	1.247	0	0	32.927	0,39
	94	72.656	1.519	0	10.224	84.399	0,66
KERRYGOLD τυρί	93	137.535	42.533	408	11.370	191.846	35,60
	94	114.942	14.499	8.938	966	139.345	18,78
EDAM τυρί	93	58.488	0	0	0	58.488	10,85
	94	69.626	0	0	0	69.626	9,38

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
						Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
						ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΓΟΥΔΑ τυρί	93	58.731	0	0	0	58.731	10,90
	94	75.103	0	0	0	75.103	10,12
ADORO τυρί	93	0	295	0	0	295	0,05
	94	0	0	0	0	0	0,00
DANESBORG τυρί	93	0	340	0	0	340	0,06
	94	0	431	0	0	431	0,06
ΤΥΡΑΣ τυριά	93	0	448	0	0	448	0,08
	94	0	1.803	0	0	1.803	0,24
RUPP τυριά	93	0	8.152	0	9.054	17.571	3,26
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΥΡΙΑ	93	60.045	10.612	0	0	70.657	13,11
	94	98.543	431	0	0	98.974	13,34
ΠΙΝΔΟΣ τυριά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	0	258	0	258	0,03
DANABLU/ROSENBORG τυριά	93	0	113	0	0	113	0,02
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΑΓΝΟ ΤΥΡΙΑ γενικά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	724	0	0	724	0,10
ΑΡΒΑΝΙΤΗ τυριά	93	0	692	0	0	692	0,13
	94	0	340	0	0	340	0,05
ΣΓΟΥΡΙΤΣΑΣ τυρί	93	0	216	0	0	216	0,04
	94	0	0	0	0	0	0,00

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
						Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
						ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΤΡΙΚΑΛΙΝΟ/ΦΑΓΕ τυρί	93	39.492	0	0	0	39.492	7,33
	94	89.187	0	0	0	89.187	12,02
EDAM & GOUDA τυρί	93	0	1.429	0	0	1.429	0,27
	94	0	2.246	0	0	2.246	0,30
MINI ΡΕΓΚΑΤΟ τυρί	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	308	0	0	308	0,04
ΜΕΒΓΑΛ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟ κασέρι	93	45.639	0	0	0	45.639	8,47
	94	23.459	0	0	0	23.459	3,16
CHRISTIS HALLOUMI τυρί	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	488	0	0	488	0,07
DAIRYLAND τυριά	93	0	1.077	0	0	1.077	0,20
	94	0	0	0	0	0	0,00
TYROLETTE+TYROLER έμεντ.	93	0	2.620	0	4.855	7.475	1,39
	94	0	397	0	0	397	0,05
HOLLANDA+GOUDA τυριά	93	0	737	0	0	737	0,14
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΜΕΒΓΑΛ φέτα	93	41.410	0	0	0	41.410	7,68
	94	52.453	0	0	0	52.453	7,07
ΔΙΑΜΑΝΤΙ τυριά	93	0	295	0	0	295	0,05
	94	0	0	0	0	0	0,00
KRAFT/DANISH BLUE CHEESE	93	0	680	0	0	680	0,13
	94	0	0	0	0	0	0,00

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
						Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
						ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
EMMENTAL/PRESID. τρ. Τυρ.	93	0	1.111	0	0	1.111	0,21
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΚΑΡΓΑΚΗΣ τυριά	93	0	193	0	0	193	0,04
	94	0	244	0	0	244	0,03
ΔΑΝΕΖΙΚΗ ΜΟΤΣΑΡΕΛΑ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	306	0	0	306	0,04
ΓΡΑΒΙΑ ΚΕΦΑΛΟΓΡΑΒ./ΦΑΓΕ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	113.948	0	0	0	113.948	15,35
ΧΤΥΠΗΤΟ τυρί	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	17.504	1.236	0	1.086	19.826	2,67
ΧΑΛΟΥΜΙ τυρί	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	27.710	431	0	0	28.141	3,79
ΔΩΔΩΝΗ φέτα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	18.752	0	0	0	18.752	2,53
ΗΠΕΙΡΟΣ φέτα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	885	0	0	885	0,12
ΔΩΔΩΝΗ ΓΡΑΒΙΕΡΕΣ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	4.058	0	0	0	4.058	0,55
ΡΟΥΣΣΑΣ ΦΕΤΑ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	431	0	0	431	0,06
ΡΙΤΤΑΣ ΧΑΛΟΥΜΙ ΤΥΡΙ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	431	0	0	431	0,06

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΤΥΡΙΑ	93	441.340	71.908	408	25.279	538.935	6,45
	94	705.285	25.631	9.196	2.052	742.164	5,78
LA VACHE QUI RIT τυράκια	93	121.871	0	577	0	122.448	35,70
	94	150.143	0	0	0	150.143	28,32
ALMA μαλακά τυριά	93	0	19.664	0	0	19.664	5,73
	94	0	431	0	0	431	0,08
PHILADEL./KRAFT μαλ. Τυρί	93	138.671	1.329	0	0	140.000	40,82
	94	188.584	748	0	0	189.332	35,71
FLAIR COTT. CHEESE/ΦΑΓΕ	93	18.639	0	0	0	18.639	5,43
	94	0	1.361	0	0	1.361	0,26
LINEA τυράκια	93	17.473	0	0	0	17.473	5,09
	94	69.393	0	0	0	69.393	13,09
LINEA κρέμα τυρί	93	19.525	0	0	0	19.525	5,69
	94	70.299	0	0	0	70.299	13,26
DELISSY μαλακά τυριά	93	0	5.252	0	0	5.252	1,53
	94	0	0	0	0	0	0,00
DELI BUKO μαλ. τυρί	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	35.296	0	0	0	35.296	6,66
BUKO KID τυρομπουκίτσες	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	13.875	0	0	0	13.875	2,62
ΜΑΛΑΚΑ ΤΥΡΙΑ	93	316.179	26.245	577	0	343.001	4,11
	94	527.590	2.540	0	0	530.130	4,13

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
						Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
						ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΑΓΝΟ παγωτά	93	33.560	5.247	6.538	8.014	53.359	2,59
	94	45.530	6.744	8.136	6.454	66.864	2,06
ΑΓΝΟ/RODO+ROC παγ. σαντ.	93	5.731	0	0	0	5.731	0,28
	94	0	0	0	0	0	0,00
BIG BEN/ ΑΓΝΟ πυραυλ. παγ.	93	4.058	0	0	0	4.058	0,20
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΜΟCCA/ΑΓΝΟ παγ. κύπελο	93	1.850	0	0	0	1.850	0,09
	94	0	0	0	0	0	0,00
TWIX/ΑΓΝΟ παγωτό	93	26.977	0	3.718	0	30.695	1,49
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΔΕΛΤΑ παγωτό γενικά	93	46.921	0	0	0	46.921	2,28
	94	30.216	0	0	5.446	35.662	1,10
COLOSSEUM/ΔΕΛΤΑ παγ. πυρ.	93	46.394	0	0	0	46.394	2,25
	94	21.515	0	0	2.515	24.030	0,74
MAGNUM/ΔΕΛΤΑ παγ. πύραυλ.	93	91.133	0	0	0	91.133	4,43
	94	140.095	0	0	3.246	143.341	4,41
MARS ICE CREAM/ΔΕΛΤΑ παγ.	93	53.431	0	0	0	53.431	2,60
	94	0	0	0	0	0	0,00
BOSS/ΔΕΛΤΑ παγωτό ξυλάκι	93	97.750	0	0	0	97.750	4,75
	94	211.683	0	0	2.526	214.209	6,59
HATMAN/ΔΕΛΤΑ παγωτό ξυλάκι	93	42.237	0	0	0	42.237	2,05
	94	76.390	0	0	0	76.390	2,35

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
BOUNTY / ΔΕΛΤΑ παγ. σοκολ.	93	45.207	0	0	0	45.207	2,20
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΔΕΛΤΑ SCRATCH παγωτό	93	0	0	0	2.526	2.526	0,12
	94	0	0	0	0	0	0,00
BOSS PEANUTS/ΔΕΛΤΑ παγ.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	138.082	0	0	288	138.370	4,25
BOSS CAMELLE/ΔΕΛΤΑ παγ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	111.464	0	0	0	111.464	3,43
CHERRY DREAM/ΔΕΛΤΑ κυτ.	93	29.956	0	0	0	29.956	1,46
	94	0	0	0	0	0	0,00
OVER/ΔΕΛΤΑ παγ. πύραυλος	93	55.502	0	0	0	55.502	2,70
	94	0	0	0	1.596	1.595	0,05
SNICKERS/ΔΕΛΤΑ παγωτό	93	44.704	0	0	0	44.704	2,17
	94	0	0	0	0	0	0,00
DREAM παγωτά/ΔΕΛΤΑ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	91.599	0	0	3.372	94.971	2,92
LAKY CAR/ΔΕΛΤΑ παγωτό	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	13.414	0	0	0	13.414	0,41
ΔΕΛΤΑ οικογ. Παγωτά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	0	0	45	45	0,00
ΑΛΟΜΑ/ΔΕΛΤΑ οικογ. παγωτά	93	96.158	0	0	0	96.158	4,67
	94	120.582	0	0	0	120.582	3,71

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΕΒΓΑ παγωτά γενικά	93	33.683	0	0	0	33.683	1,64
	94	71.828	0	0	0	71.828	2,21
4x4 ΕΒΓΑ πυραυλ. Παγ.	93	63.026	0	0	0	63.026	3,06
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΤΡΥΚ/ΕΒΓΑ παγωτό πύραυλος	93	52.435	0	0	0	52.435	2,55
	94	26.399	0	0	0	26.399	0,81
ΤΡΟΡΗΥ/ΕΒΓΑ πύραυλος	93	981	0	0	0	981	0,05
	94	79.251	0	0	0	79.251	2,44
ΕΒΓΑ/ΠΟΠ ΚΟΡΝ παγ. πυρ.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	41.565	0	0	0	41.565	1,28
ΕΒΓΑ USA 94 παγ. ξυλάκι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	57.233	0	0	0	57.233	1,76
STATUS/ΕΒΓΑ παγ. ξυλάκι	93	112.089	0	0	0	112.089	5,44
	94	151.779	0	0	0	151.779	4,67
CLASSIC/ΕΒΓΑ παγ. κυτ.	93	50.104	0	0	0	50.104	2,43
	94	0	0	0	0	0	0,00
KISS/ΕΒΓΑ παγωτό	93	62.216	0	0	0	62.216	3,02
	94	49.740	0	0	0	49.740	1,53
LILA PAUSE/ΕΒΓΑ παγωτό	93	48.494	0	0	0	48.494	2,36
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΕΒΓΑ/RESITAL παγωτό ξυλάκι	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	118.474	0	0	0	118.474	3,64

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΕΒΓΑ/ΒΑΡΙΕΤΕ οικογ. Παγωτό	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	82.954	0	0	0	82.954	2,55
ΕΒΓΑ TIRAMISU τούρτα παγ.	93	50.583	0	0	0	50.583	2,46
	94	98.790	0	0	0	98.790	3,04
FUN CLUB/ΕΒΓΑ	93	68.434	0	0	0	68.434	3,32
	94	52.523	0	0	0	52.523	1,61
ΕΒΓΑ οικογ. Παγωτά	93	0	309	0	0	309	0,02
	94	0	454	0	0	454	0,01
ALGIDA παγωτά γενικά	93	0	3.175	0	0	3.175	0,15
	94	0	0	0	1.215	1.215	0,04
CORNETTO/ALGIDA παγ. πυρ.	93	184.777	0	0	0	184.777	8,98
	94	246.973	0	0	9.612	256.585	7,89
MAGIC CHOC/ALGIDA παγ. ξ.	93	213.466	0	0	4.627	218.093	10,59
	94	324.416	12.474	410	2.400	339.700	10,44
MAX ALGIDA παγωτό ξυλάκι	93	38.788	431	0	0	39.219	1,91
	94	122.594	0	0	29	122.623	3,77
VIENETTA/ALGIDA οικ. Παγωτό	93	108.068	0	0	0	108.068	5,25
	94	134.244	0	0	0	134.244	4,13
CHAMP/ALGIDA παγωτό	93	116.727	0	0	340	117.067	5,69
	94	234.321	0	0	0	234.321	7,20
ROMANTICA/ALGIDA τουρ. π.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	155.520	0	0	0	155.520	4,78

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
BOSS/ΔΕΛΤΑ παγωτοσοκολάτα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	36.575	0	0	0	36.575	1,12
ΚΡΙ ΚΡΙ παγωτά γενικά	93	6.394	193	0	0	6.587	0,32
	94	10.612	488	0	0	11.100	0,34
ΔΕΛΗΟΛΑΝΗ παγωτά	93	44.144	714	255	0	45.113	2,19
	94	0	0	0	1.341	1.341	0,04
ΔΩΔΩΝΗ παγωτά	93	0	22.292	0	24.003	46.295	2,25
	94	0	31.514	765	22.038	54.317	1,67
ILO ILO παγωτά	93	0	0	255	0	255	0,01
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΑΤΕΝ παγωτά-γλυκά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	141	0	0	0	141	0,00
ΜΙΝΟΣ παγωτά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	528	0	0	528	0,02
ΗΑΑΓΕΝ DAZS παγωτά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	7.598	0	7.137	14.735	0,45
ΜΑΡΣ ΙCΕ CREAMS γενικά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	658	8.007	0	8.665	0,27
ΜΑΡΣ παγωτοσοκολάτα	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	8.771	0	0	0	8.771	0,27
ΡΙCΚΟΛΙΝΟ παγ. στιγμής	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	384	0	0	384	0,01

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΣΥΝΟΛΟ					
		ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
		ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΘΕΜΙΣ παγωτά	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	0	271	0	271	0,01
ΠΑΓΩΤΑ	93	1.975.978	32.361	10.766	39.510	2.058.615	24,65
	94	3.105.283	60.842	17.589	69.259	3.252.973	25,34
ΜΕΒΓΑΛ γαλακτ. Προϊόντα	93	0	0	0	3.878	3.878	3,92
	94	0	0	0	0	0	0,00
RISOLAT/ΦΑΓΕ ριζόγαλο	93	31.534	0	0	0	31.534	31,87
	94	0	0	0	0	0	0,00
MAXIREN πτυία	93	0	340	233	0	573	0,58
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΓΑΛΑΚΤ.ΠΡΟΪΟΝ. ΣΥΜΛ.ΔΙΑΦ.	93	62.057	0	0	0	62.057	62,71
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΦΑΓΕ/ΤΖΑΤΖΙΚΙ	93	0	397	0	0	397	0,40
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΚΑΛΛΑΣ-ΠΑΠΑΔΟΠ. Γαλακτ.	93	0	0	522	0	522	0,53
	94	0	0	0	0	0	0,00
AFTER SCHOOL/ΦΑΓΕ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	188.112	1.701	0	0	189.813	100,0
ΔΙΑΦΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ	93	93.591	737	755	3.878	98.961	1,19
	94	188.112	1.701	0	0	189.813	1,48
ΦΑΓΕ βιομ. Γαλακτ. Προϊόντων	93	31.953	6.044	9.753	3.358	51.108	11,97
	94	0	12.009	5.273	20.849	38.131	12,27

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
						Αξία σε χιλ. δρχ.	Ποσοστό
						ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΔΕΛΤΑ βιομ. γαλ. προϊόντων	93	219.257	27.030	14.171	0	260.458	61,01
	94	0	15.304	44.081	45	59.430	19,12
ΜΕΒΓΑΛ βιομηχ. γάλακτος	93	0	805	6.361	5.915	13.081	3,06
	94	0	337	0	0	337	0,11
ΑΓΝΟ βιομ. γάλακτος	93	0	7.571	4.177	11.359	23.107	5,41
	94	0	1.145	2.953	3.754	7.852	2,53
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ βιομ. γάλακτος	93	0	989	3.340	0	4.329	1,01
	94	0	1.089	986	0	2.075	0,67
ΠΙΝΔΟΣ βιομ. γάλακτος	93	0	0	119	0	119	0,03
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΕΒΓΑ βιομηχ. γάλακτος	93	9.669	0	147	0	9.816	2,30
	94	0	1.258	823	1.525	3.606	1,16
ΡΗΓΑ βιομηχ. γάλακτος	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	244	0	0	244	0,08
ALGIDA βιομ. γάλακτος	93	0	0	196	0	196	0,05
	94	0	0	0	0	0	0,00
Η ΜΙΚΡΗ ΟΛΛΑΝΔΕΖΑ γαλ. πρ.	93	0	397	0	0	397	0,09
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΒΙΟΓΑΛ/ΜΩΚΟΣ βιομ. γάλακτος	93	0	193	0	0	193	0,05
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΑΜΕΡΚ> ΓΩΡΓ. ΣΧΟΛΗ ΘΕΣΣ.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	0	919	0	919	0,30

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
						Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
						ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΕΒΓΑ BEACH VOLLEY	93	1.026	0	0	0	1.026	0,24
	94	0	0	0	0	0	0,00
Ο ΙΣΜΑΡΟΣ βιομ. τυροκομικά	93	0	386	0	0	386	0,09
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΟΛΥΜΠΟΣ εταιρ. γάλακτ.	93	0	170	945	0	1.115	0,26
	94	0	193	129	46	368	0,12
MAX CLUB/ALGIDA	93	9.280	3.017	0	0	12.297	2,88
	94	0	0	0	0	0	0,00
MILKO/GUNS 'N' ROSES	93	16.478	1.122	3.843	2.226	23.669	5,54
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΑΡΒΑΝΙΤΗ ΕΤ. γαλακτοκομ.	93	0	692	0	0	692	0,16
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΑΦΟΙ ΚΟΡΕΝΤΖΕΛΗ αντιπροσ.	93	0	380	546	0	926	0,22
	94	0	0	0	0	0	0,00
VENUS COMPANY/ΜΙΡΑΜΠΙΤ.	93	0	0	330	0	330	0,08
	94	0	0	0	0	0	0,00
COOL-A-COO ΕΤ. παγωτών	93	0	0	368	0	368	0,09
	94	0	0	0	0	0	0,00
N' JOY/JURASSIC PARK	93	18.453	0	0	4.449	22.902	5,36
	94	0	0	0	0	0	0,00
ΔΕΛΤΑ βιομηχ. γιαουρτιού	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	97.107	3.084	32.684	0	132.875	42,75

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (συνέχεια)

Προϊόν	Έτος	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
						Αξία σε χιλ.δρχ.	Ποσοστό
						ΙΑΝ-ΔΕΚ	ΙΑΝ-ΔΕΚ
ΚΑΤΣΙΜΙΧΑ βιομ. γαλακτ.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	431	0	0	431	0,14
ΤΥΡΙΑ ΕΛΑΣΩΝΑΣ	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	9.905	0	0	0	9.905	3,19
ΦΑΓΕ/INTERAMERICAN	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	50.492	0	0	0	50.492	16,25
ΚΑΡΔΑΡΙ ετ. γαλακτ.	93	0	0	0	0	0	0,00
	94	0	362	0	0	363	0,12
ΒΙΟΜ. ΑΝΤΙΠΡ. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜ.	93	0	397	0	0	397	0,09
	94	0	915	2.849	0	3.764	1,21
ΒΙΟΜΗΧΑΝ. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	93	306.116	49.193	44.296	27.307	426.912	5,11
	94	157.504	36.372	90.697	26.219	310.792	2,42
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	93	7.805.267	321.570	92.139	132.097	8.351.073	4,02
	94	2.009.353	391.936	175.024	260.207	12.836.520	4,48

ΠΗΓΗ: MEDIA SERVICES

Πίνακας 4: ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ * ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΕΥΡ. ΚΟΙΝΟΤΗΤΑΣ (1992) ΣΕ ΚΙΛΑ/ΑΤΟΜΟ/ΕΤΗΣΙΑ

σε χιλ. τόνους

Χώρα	Νωπά Προϊόντα εκτός Κρέμας	Γάλα Κατανάλωσης	Κρέμα	Συμπυκνωμένο Γάλα	Βούτυρο	Τυρί
ΕΥΡΩΠΗ 12	100,3	82,8	3,3	2,5	4,5	14,8
Βέλγιο / Λουξεμβούργο	84,9	66,6	3,6	1,1	6,9	14,3
Δανία	144,5	103,8	9,5	-	3,1	15,5
Γερμανία	93,3	71,8	7,0	5,3	6,8	16,7
Ελλάδα	61,9	57,5	0,9	0Δ	1,0	21,0
Ισπανία	114,4	87,9	1,4	1,1	0,4	6,6
Γαλλία	96,8	71,4	3,7	1,4	8,9	22,6
Ιρλανδία	189,1	186,0	6,2	-	3,4	6,5
Ιταλία	63,8	59,9	1,8	0,2	2,4	18,6
Ολλανδία	137,2	101,2	3,0	8,4	2,6	14,0
Πορτογαλία	98,0	87,5	0,6	-	1,4	6,5
Ηνωμένο Βασίλειο	131,0	122,2	0,9	2,7	3,1	7,2

* Περιλαμβάνεται η παραγωγή των γαλακτοκομικών και των γεωργικών εκμεταλεύσεων

ΠΗΓΗ: EUROSTAT

Πίνακας 5: ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Επωνυμία	Εδρα	Εργοστάσιο	Προσ.	Προϊόντα
ΦΑΓΕ ΑΕ	Ερμού 35, 13ο χλμ. Εθν. Οδού Αθηνών- Λαμίας, 144 52 Μεταμόρφωση, τηλ: 2813112	Ερμού 35, 13ο χλμ. Εθν. Οδού Αθηνών- Λαμίας, Μεταμόρφωση	1.000	Γιαούρτι, γάλα νωπό, τυριά, ξυνόγαλα και διάφορα επιδόρπια. Εισαγωγή γάλακτος μακράς διάρκειας και κρέμας γάλακτος.
ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ	Κερκύρας 3 & Προφ. Δανιήλ 177 78 Ταύρος τηλ: 3459611	Κερκύρας 3 & Προφ. Δανιήλ, Ταύρος 22ο χλμ Εθν. Οδού Αθηνών- Λαμίας Άγιος Στέφανος	1.518	Γάλα νωπό, τυριά, γιούρτι, παγωτά, κρέμα καραμελέ, ριζόγαλο, φυσικοί χυμοί. Εισαγωγή κρέμας γάλακτος
ΜΕΓΓΑΛ ΜΑΚ. ΒΙΟΜΗΧ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ	Κουφάλια 571 00 Θεσ/νίκη τηλ: 0391/54202	Κουφάλια, Θεσσαλονίκη	750	Γάλα νωπό, ξυνόγαλα, γιαούρτι, βούτυρο γάλακτος, κρέμα γάλακτος, τυριά. Εμπόριο φυσικών χυμών.
ΑΓΝΟ ΕΝΩΣΗ ΑΓΕΛ/ΦΙΚΩΝ ΣΥΝ/ΣΜΩΝ ΘΕΣ/ΚΗΣ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ	14ο χλμ. 571 00, Θεσσ/νίκη-Λαγκαδά 572 00 Λαγκαδάς - Θεσ/νίκης, τηλ: 0394/25405	14ο χλμ, Θεσσαλονίκη	750	Γάλα νωπό, ξυνόγαλα, γάλας μακράς διαρκειάς, γιαούρτι, βούτυρο, κρέμα γάλακτος, κρέμα σαντιγύ, παγωτά, τυριά. Παραγωγή χυμών εσπεριδοειδών (σε εγκαταστάσεις τρίτων)
ΔΩΔΩΝΗ ΑΓΡΟΤ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΑΕ	Ταγματ. Κωστάκη 1 Ελεούσα, Τ.Θ. 1087 455 00 Ιωάννινα, τηλ: 0651/61244	Ταγματ. Κωστάκη 1, Ελεούσα, Ιωάννινα	185	Γάλα νωπό, γιαούρτι βούτυρο, κρέμα γάλακτος, ξυνόγαλα, τυριά.
NESTLE ΕΛΛΑΣ ΑΕ	Πατρόκλου 4, 151 10 Μαρούσι, τηλ: 6840312	Πλατύ, Ημαθείας	265	Γάλα εβαπορέ, σοκ., ζαχαρούχο, γάλα μακράς διάρκειας σοκο-λατούχο, κρέμα γάλακτος, γάλα για βρέφη

Πίνακας 5: ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ (συνέχεια)

Επωνυμία	Εδρα	Εργοστάσιο	Προσ.	Προϊόντα
ΕΒΓΑ ΕΛΛ. ΒΙΟΜΗΧ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΒΕΕ	Ιερά οδός 88, 104 47 Βοτανικός τηλ: 3463572-5	Ιερά οδός 88, Βοτανικός	250	Γάλα σοκολατούχο, παγωτά, φυσικοί χυμοί. Εισαγωγή γάλακτος μακράς διάρκειας και κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης.
LEVER ΕΛΛΑΣ ΑΕ	Αλεξανδρουπόλεως 25, 115 27 Αθήνα, τηλ: 7704811	ΒΙ.ΠΕ. Πατρών	300	Παγωτά ALGIDA, απορρυπαντικά, είδη διατροφής, καλλυντικά
ΥΙΟΙ Δ. ΚΟΛΙΟΥ ΟΕ	Κατούνη 25, 546 25 Θεσσαλονίκη τηλ: 031/531606	Πολύκαστρο, Κιλκίς	210	Τυριά, κρέμα γάλακτος. Εισαγωγή τυριών.
ΤΥΡΑΣ ΑΕ	50 χλμ. Εθν. Οδού Πύλης-Τρικάλων, 421 00 Τρίκαλα, τηλ: 0431/61422	50 χλμ. Εθν. Οδού Πύλης Τρικάλων, Τρίκαλα	120	Γάλα νωπό, ξυνόγαλα, γιαούρτι, βούτυρο κρέμα, κρέμα γάλακτος, τυριά.
ΑΛΠΙΝΟ ΑΒΕΕ	Πατρ. Αθηναγόρα 5, 546 29 Θεσ/νίκη τηλ: 031/682202	Πατρ. Αθηναγόρα 5, Θεσσαλονίκη	115	Βούτυρο γάλακτος, τυριά. Εισαγωγή τυριών.
ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	Τέρμα Λεωφόρου 1ης Ιουλίου, 661 00 Δράμα, τηλ: 0521/23131	Τέρμα Λεωφόρου 1ης Ιουλίου, Δράμα	102	Γάλα νωπό, γιαούρτι, ξυνόγαλα, κρέμα γάλακτος, βούτυρο, παγωτά εμπόριο χυμών.
ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ	Μαυρονέρι, 321 00 Λειβαδιά τηλ: 0261/53585	Μαυρονέρι, 321 00 Λειβαδιά	50	Τυρί φέτα και τυρί λευκό

Πίνακας 5: ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ (συνέχεια)

Επωνυμία	Εδρα	Εργοστάσιο	Προσ.	Προϊόντα
ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΛΑΡΙΣΗΣ ΑΕ	Σωκράτους 107, 413 36 Ν. Σμύρνη, Λάρισα τηλ: 041/230683	Σωκράτους 107, Λάρισα	95	Γάλα νωπό, ξυνόγαλα, γιαούρτι, βούτυρο, κρέμα γάλακτος, τυριά
ΡΟΔΟΠΗ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΞΑΝΘΗΣ ΑΕ	Οδός Ξάνθης- Λάγους (3ο χλμ) 671 00 Ξάνθη, τηλ:0541/22347	Επισκοπικόν, Ιωάννινα	79	Γάλα παστεριωμένο, γάλα μακράς διαρκείας, γιαούρτι, τυριά (φέτα).
ΠΙΝΔΟΣ ΑΕΒΕ	Επισκοπικόν, 455 00 Ιωάννινα τηλ: 0651/93360	Σμάρι Πεδιάδος, Ηράκλειο	95	Τυριά (φέτα, κεφαλογραβιέρα)
"ΚΡΗΤΗ" ΑΦΟΙ ΚΑΛΟΓΕΡΑΚΗ ΑΕΒΕ	Λεωφ. Κωσσού 16 71306 Ηράκλειο τηλ: 081/330711-2	Αμύνταιο, Φλώρινα	50	Τυριά (γραβιέρα, κεφαλοτύρι, φέτα, ανθότυρο, μυζήθρα), γιαούρτι, βούτυρο.
ΑΦΟΙ ΣΠΥΡΟΥ ΣΙΔΕΡΗ ΑΕ	Αμύνταιο, 532 Φλώρινα τηλ: 0386/22280	Λεωφ. Καραμανλή & Αγ. Τριάδος, Αχαρνές	45	Τυροκομικά (φέτα, μυζήθρα), στραγγιστό γιαούρτι και χύμα παστεριωμένο γάλα.
ΕΛ-ΓΑΛ ΕΛΛ. ΒΙΟΜΗΧ. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΡΗΓΑ ΑΕ	Λεωφ. Καραμανλή & Αγ. Τριάδας 136 71 Αχαρνές, τηλ:2461632-5	Σπάρτο, Αμφιλοχία	45	Γιαούρτι, τζατζίκι, κρέμα γάλακτος, σάλτσες και dressings. Αποκλειστική εισαγωγή γιαουρτιών (onken).
ΑΦΙΓΑΛ Β. & Δ. ΑΥΓΕΡΙΝΟΣ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΠΑΡΤΟ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑΣ ΑΕ	Σπάρτο, 305 00 Αμφιλοχία, τηλ: 0642/61236, 23683	Οδός Παιανίας- Μαρκοπούλου (7ο χλμ) Κορωπί	29	Τυριά σκληρά (τύπου pecorino, κεφαλογραβιέρα, γραβιέρα).

Πίνακας 5: ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ (συνέχεια)

Επωνυμία	Εδρα	Εργοστάσιο	Προσ.	Προϊόντα
ΑΦΟΙ ΜΩΚΟΥ & ΣΙΑ "ΒΙΟΓΑΛ" ΟΕ	Οδός Παιανίας- Μαρκοπούλου (7ο χλμ) 194 00 Κορωπί τηλ: 6626259	Οδός Παιανίας- Μαρκοπούλου (7ο χλμ) Κορωπί	22-25	Γιαούρτι σακούλας στραγγιστό, γιαούρτι παραδοσιακό, πρόβειο (χύμα), φέτα και λοιπά λευκά τυριά, κρέμα γάλακτος και γάλα παστεριωμένο.
ΚΡΙ-ΚΡΙ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΒΕΕ	Οδός Σερρών- Δράμας (3ο χλμ) 621 25 Σέρρες τηλ: 0321/58347	Οδός Σερρών-Δράμας (3ο χλμ) 621 25 Σέρρες	70	Παραγωγή παγωτού (κυρίως) βιομηχανοποιημένου και χύμα γιαούρτης.
ΔΩΔΩΝΗ ΠΑΓΩΤΑ ΑΒΕΕ	Δωδώνης 31, 16ο χλμ Λεωφ. Αθηνών- Μαραθώνος 153 44 Παλλ. τηλ: 665101	Δωδώνης 31, 16ο χλμ Λεωφ. Αθηνών- Μαραθώνος 153 44 Παλλήνη	40	Παγωτά χύμα, κατεψυγμένα προϊόντα ζαχαροπλαστικής.
ΚΟΥΡΕΛΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΑΕ	Μέγαρο, 511 00 Γρεβενά τηλ: 0462/73273	Επαρχιακή οδός Γρεβενών-Μεγάρου, Γρεβενά	12	Τυριά βούτυρο, γιούρτι
ΓΑΛΚΟ ΕΠΕ	Τέρμα Κοσμίου, 691 00 Κομοτηνή, τηλ: 0531/26962	Τέρμα Κοσμίου, Κομοτηνή,	14	βούτυρο γάλακτος, γιαούρτι. Τυριά.
ΙΓΚΛΟΥ ΑΕ	Γ. Κυριαζή 34, 145 62 Κηφισιά τηλ: 8019769	Χελιδονούς & Μονοματίου, Αχαρνές	35	Παγωτά χύμα και προϊόντα ζαχαροπλαστικής.
ΞΑΝΘΗ ΑΕ	Δάγκλη 21, 671 00 Ξάνθη, τηλ: 0541/22239	Πέρα Αμπέλια, Ξάνθη	16	Βούτυρο γάλακτος, τυρί άσπρο(φέτα, μυζήθρα, τελεμές)

Πίνακας 5: ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ (συνέχεια)

Επωνυμία	Εδρα	Εργοστάσιο	Προσ.	Προϊόντα
ΝΕΟΓΑΛ ΚΩ ΑΕ	Μαρμαρωτό, 853 00 ΚΩΣ τηλ: 0242/24043	Μαρμαρωτό, Κως	10	Γάλα, γιαούρτι, τυριά
ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ	Εθν. Οδός Αθηνών- Λαμίας (14ο χλμ) 145 64 Κηφισιά τηλ: 8001476	Φιλιπιάδα, Πρέβεζα	150	Τυριά (φέτα, μυζήθρα)
ΓΙΟΒΕΡ ΑΕΒΕ	Ξάνθου 5, 402 00 Ελασσώνα, Λάρισα τηλ: 0493/2287	Ελασσώνα, Λάρισα	45	Κρέμα γάλακτος, τυριά (κασέρι, φέτα, μυζήθρα).
SHM HELLAS ΑΕΒΕ	Αγ. Γεώργιος Φερών 375 00 Βελεντίνο τηλ: 0425/23971	Αγ. Γεώργιος Φερών, Βελεντίνο	20-35	Τυποποίηση και εξαγωγές τυροκομικών (φέτα και μανούρι).
TORRE ΗΛΙΑΣ ΓΚΛΑΤΖΟΥΝΗΣ ΑΒΕΕ	Μεγ. Αλεξάνδρου 7, 564 30 Σταυρούπολη τηλ: 031/608990-2	Νέα Σάντα, Κιλκίς	30	Παραγωγή παγωτού, βιομηχανοποιημένου και χύμα και γάλακτος σε μερίδες. Εισαγωγές και εμπορία γαλακτοκομικών ειδών διατροφής.

Πηγή: ICAP

Πίνακας 6: ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (σε χιλ. δρχ)

Προϊόν	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ		ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ		ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ		ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ		ΣΥΝΟΛΟ	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994
ΓΑΛΑ Εβαπορέ	1.055.899	1.553.257	34.340	20.557	612	612	6.413	3.676	1.097.264	1.578.102
Εβαπορέ Light	240.632	162.683	113	0	0	0	0	8.230	240.745	170.102
Εβαπορέ μερίδα	0	0	649	45.412	0	4.076	0	0	649	49.488
Ζαχαρούχο	0	0	23.481	27.554	614	0	0	0	24.095	27.554
Γάλα σκόνη	46.883	42.052	0	0	0	0	0	0	46.883	42.052
Φρέσκο γάλα	1.469.830	1.014.424	19/097	65.256	23.206	4.490	21.905	86	1.534.038	1.084.255
Γάλα με κακάο	984.540	529.722	12.565	6.153	1.701	0	5.754	24.727	1.004.560	560.602
ΣΥΝΟΛΟ	3.797.784	3.302.137	90.245	164.932	26.133	9.178	34.072	36.719	3.948.234	3.512.966
Ξυνόγαλα	36.387	25.763	4.174	2.344	0	0	1.751	0	42.312	28.107
ΓΙΑΟΥΡΤΙ										
Χωρίς πρόσθετα	630.053	2.891.595	13.029	85.520	8.910	48.364	300	115.734	652.292	3.141.213
Με φρούτα	80.054	694.252	0	1.134	294	0	0	0	80.348	695.386
ΣΥΝΟΛΟ	710.107	3.585.847	13.029	86.654	9.204	48.634	300	115.734	732.640	3.836.599
ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	96.105	339.176	32.431	9.401	0	0	0	0	128.536	348.577
ΝΩΠΟ ΒΟΥΤΥΡΟ	31.680	72.656	1.247	1.519	0	0	0	10.224	32.927	84.399
ΤΥΡΙΑ	441.340	705.285	71.908	25.631	408	9.196	25.279	2.052	538.935	742.164
ΜΑΛΑΚΑ ΤΥΡΙΑ	316.179	527.590	26.245	2.540	577	0	0	0	343.001	530.130
ΣΥΝΟΛΟ	757.519	1.232.875	98.153	28.171	985	9.196	25.279	2.052	881.936	1.272.294
ΠΑΓΩΤΑ	1.975.978	3.105.283	32.361	60.842	10.766	17.589	39.510	69.259	2.058.615	3.252.973
ΔΙΑΦΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤ.	93.591	188.112	737	1.701	755	0	3.878	0	98/961	189.813

Πίνακας 6: ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (σε χιλ. δρχ)

Προϊόν	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ		ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ		ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ		ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ		ΣΥΝΟΛΟ	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994
ΣΥΝΟΛΟ	7.499.151	11.851.849	272.377	355.564	47.843	84.327	104.790	233.988	7.924.161	12.525.728
ΒΙΟΜΗΧ. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	306.116	157.504	49.193	36.372	44.296	90.697	27.307	26.219	426.912	310.792
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	7.805.267	12.009.353	321.570	391.936	92.139	175.024	132.097	260.207	8.351.073	12.836.520

ΠΗΓΗ: MEDIA SERVICES

Πίνακας 7: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ ΑΝΑ ΜΕΣΟ

Προϊόν	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ		ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ		ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ		ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ		ΣΥΝΟΛΟ	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994
ΓΑΛΑ Εβαπορέ	13,5%	12,9%	10,7%	5,0%	0,7%	0,3%	4,8%	1,4%	13,1%	12,3%
Εβαπορέ Light	3,1%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	2,9%	1,3%
Εβαπορέ μερίδα	0,0%	0,0%	0,2%	11,6%	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Ζαχαρούχο	0,0%	0,0%	7,3%	7,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%
Γάλα σκόνη	0,6%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,3%
Φρέσκο γάλα	18,8%	8,4%	5,9%	16,6%	25,2%	2,6%	16,6%	0,0%	18,4%	8,4%
Γάλα με κακάο	12,6%	4,4%	3,9%	1,6%	1,8%	0,0%	4,3%	9,5%	12,0%	4,4%
ΣΥΝΟΛΟ	48,7%	27,5%	28,1%	42,1%	28,4%	5,2%	25,8%	14,1%	47,3%	27,4%
Ξυνόγαλα	0,5%	0,2%	1,3%	0,6%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,5%	0,2%
ΓΙΑΟΥΡΤΙ										
Χωρίς πρόσθετα	8,1%	24,1%	4,0%	21,8%	9,7%	27,6%	0,2%	44,5%	7,8%	24,5%
Με φρούτα	1,0%	5,8%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	5,4%
ΣΥΝΟΛΟ	9,1%	29,9%	4,0%	22,1%	10,0%	27,6%	0,2%	44,5%	8,8%	29,9%
ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	1,2%	2,8%	10,1%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	2,7%
ΝΩΠΟ ΒΟΥΤΥΡΟ	0,4%	0,6%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	3,9%	0,4%	0,7%
ΤΥΡΙΑ	5,6%	5,9%	22,4%	6,5%	0,4%	5,2%	19,1%	0,8%	6,4%	5,8%
ΜΑΛΑΚΑ ΤΥΡΙΑ	4,1%	4,4%	8,2%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%	4,1%
ΣΥΝΟΛΟ	9,7%	10,3%	30,5%	7,2%	1,0%	5,2%	19,1%	0,8%	10,5%	9,9%
ΠΑΓΩΤΑ	25,3%	25,9%	10,1%	15,5%	11,7%	10,0%	29,9%	26,6%	24,7%	25,3%
ΔΙΑΦΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤ.	1,2%	1,6%	0,2%	0,2%	0,9%	0,0%	2,9%	0,0%	1,2%	1,5%

Πίνακας 7: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ ΑΝΑ ΜΕΣΟ

Προϊόν	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ		ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ		ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ		ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ		ΣΥΝΟΛΟ	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994
ΣΥΝΟΛΟ	96,1%	98,7%	84,7%	90,7%	51,9%	48,2%	79,3%	89,9%	94,9%	97,6%
ΒΙΟΜΗΧ. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	3,9%	1,3%	15,3%	9,3%	48,1%	51,8%	20,7%	5,1%	5,1%	2,4%
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

ΠΗΓΗ: MEDIA SERVICES

Πίνακας 8: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ ΑΝΑ ΠΡΟΪΟΝ (σε χιλ. δρχ.)

Προϊόν	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ		ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ		ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ		ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ		ΣΥΝΟΛΟ	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994
ΓΑΛΑ Εβαπορέ	96,2%	98,4%	3,1%	1,3%	0,0%	0,0%	0,6%	0,2%	100,0%	100,0%
Εβαπορέ Light	99,9%	95,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	100,0%	100,0%
Εβαπορέ μερίδα	0,0%	0,0%	100,0%	91,8%	0,0%	8,2%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Ζαχαρούχο	0,0%	0,0%	97,4%	100,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Γάλα σκόνη	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Φρέσκο γάλα	95,8%	93,6%	1,2%	6,0%	1,5%	0,4%	1,4%	0,0%	100,0%	100,0%
Γάλα με κακάο	98,0%	94,5%	1,2%	1,1%	0,2%	0,0%	0,6%	4,4%	100,0%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ	96,2%	94,0%	2,3%	4,7%	0,7%	0,3%	0,9%	1,0%	100,0%	100,0%
Ξυνόγαλα	86,0%	91,7%	9,9%	8,3%	0,0%	0,0%	4,1%	0,0%	100,0%	100,0%
ΓΙΑΟΥΡΤΙ										
Χωρίς πρόσθετα	96,6%	92,0%	2,0%	2,7%	1,4%	1,5%	0,1%	3,7%	100,0%	100,0%
Με φρούτα	96,6%	99,8%	0,0%	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ	96,9%	93,5%	1,8%	2,2%	1,2%	1,3%	0,0%	3,0%	100,0%	100,0%
ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	74,7%	97,3%	25,2%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
ΝΩΠΟ ΒΟΥΤΥΡΟ	96,2%	86,1%	3,8%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	12,1%	100,0%	100,0%
ΤΥΡΙΑ	81,9%	95,0%	13,3%	3,4%	0,1%	1,2%	4,7%	0,3%	100,0%	100,0%
ΜΑΛΑΚΑ ΤΥΡΙΑ	92,2%	7,7%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ	85,9%	96,9%	11,1%	2,2%	0,1%	0,7%	2,9%	0,2%	100,0%	100,0%
ΠΑΓΩΤΑ	96,0%	95,4%	1,6%	1,9%	0,5%	0,5%	1,9%	2,1%	100,0%	100,0%
ΔΙΑΦΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤ.	94,6%	99,1%	0,7%	0,9%	0,8%	0,0%	3,9%	0,0%	100,0%	100,0%

Πίνακας 8: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ ΑΝΑ ΠΡΟΪΟΝ (σε χιλ. δρχ.)

Προϊόν	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ		ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ		ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ		ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ		ΣΥΝΟΛΟ	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994
ΣΥΝΟΛΟ	94,6%	94,6%	3,4%	2,8%	0,6%	0,7%	1,3%	1,9%	100,0%	100,0%
ΒΙΟΜΗΧ. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	71,7%	50,7%	3,9%	3,1%	1,1%	1,4%	1,6%	2,1%	100,0%	100,0%
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	93,5%	93,6%	3,9%	3,1%	1,1%	1,4%	1,6%	2,0%	100,0%	100,0%

ΠΗΓΗ: MEDIA SERVICES

Πίνακας 9: ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (σε χιλ. δρχ.)

Επωνυμία / Έτος	1994	1993	1992	1991
ΦΑΓΕ ΑΕ	65.230.071	50.726.436	30.454.725	21.933.229
ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ	61.215.021	54.132.202	48.388.930	41.124.658
ΜΕΒΓΑΛ ΜΑΚ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ	25.479.122	20.088.986	15.931.541	12.929.885
ΑΓΝΟ ΕΝΩΣΗ ΑΓΕΛ. ΣΥΝ. ΘΕΣ. & ΒΙΟΜ. ΓΑΛ.	20.884.715	19.797.426	17.497.666	14.000.000
ΔΩΔΩΝΗ ΑΓΡ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ	18.443.219	14.788.392	10.724.696	8.307.121
NESTLE ΕΛΛΑΣ ΑΒΕ	17.031.068	17.151.576	14.405.435	10.487.799
ΕΒΓΑ ΕΛΛΗΝ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΒΕΕ	16.120.146	14.474.498	12.847.847	8.270.511
ΚΟΛΙΟΥ Δ. ΥΙΟΙ ΟΕ	8.648.000	7.150.000	5.500.000	4.691.000
ΤΥΡΑΣ ΑΕ	7.804.518	11.498.989	5.200.000	3.205.604
ΑΛΠΙΝΟ ΑΒΕΕ	3.711.630	2.690.874	2.303.044	2.124.437
ΝΕΟΓΑΛ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	2.632.142	2.173.443	1.770.652	1.643.323
ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ ΒΙΟΜ. ΕΠΕΞ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ	2.418.174			
ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒ. ΛΑΡΙΣΗΣ ΑΕ	2.3432.938	1.798.987	1.300.000	875.088
ΡΟΔΟΠΗ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΞΑΝΘΗΣ ΑΕ	2.009.431	1.809.808	ΟΔ	1.494.509
ΠΙΝΔΟΣ ΑΕΒΕ	1.750.686	1.046.123	700.285	404
ΚΡΗΤΗ ΑΦΟΙ ΚΑΛΟΓΕΡΑΚΗ ΑΕΒΕ	1.583.296	1.240.493	1.223.957	691.404
ΑΦΟΙ ΣΠΥΡΟΥ ΣΙΔΕΡΗ ΑΕ	1.349.209	1.085.071		
ΕΛ-ΓΑΛ ΕΛΛΗΝ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΡΗΓΑ ΑΕ	1.224.696	987.756	755.960	654.555
Β. & Δ. ΑΥΓΕΡΙΝΟΣ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚ. ΣΠΑΡΤΟΥ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑΣ ΑΕ	1.030.747	698.871	799.565	

Πίνακας 10: ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ 1994

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ 1994	ΠΩΛΗΣΕΙΣ 1993	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
ΦΑΓΕ ΑΕ	65.230.071	50.726.436	28,6
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	61.215.021	54.132.202	13,1
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	25.479.122	20.088.986	26,8
ΑΓΝΟ	20.884.715	19.797.426	5,5
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	18.443.219	14.788.392	24,7
NESTLE ΑΕ	17.031.068	17.151.576	-0,7
ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	16.120.146	14.476.498	11,4
ΤΥΡΑΣ ΑΕ	7.804.518	11.498.989	-
ΣΥΝΟΛΟ	232.207.880	202.660.505	14,6

ΠΗΓΗ: ICAP

Πίνακας 11: ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΜΕ ΤΑ ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ ΤΟΥ 1994

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΚΕΡΔΗ 1994 (χιλ. δρχ)	ΚΕΡΔΗ 1993 (χιλ. δρχ)	ΜΕΤΑΒΟΛΗ %
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	6.124.671	5.524.687	10,9
ΦΑΓΕ ΑΕ	1.116.447	761.263	46,7
NESTLE ΕΛΛΑΣ	1.015.955	718.432	41,4
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	914.242	489.648	86,7
ΕΒΓΑ ΑΕΒΕ	621.352	296.335	109,6
ΤΥΡΑΣ ΑΕ	170.776	142.306	20,0
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	161.538	28.353	469,7
ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	160.581	88.441	81,6
ΣΥΝΟΛΟ	10.285.562	8.049.465	27,8

ΠΗΓΗ: ICAP

Πίνακας 12: ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ 1994

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ 1994	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ 1993	ΜΕΤΑΒΟΛΗ %
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	61.647.375	39.452.813	56,2
ΑΓΝΟ	9.531.415	7.642.112	24,7
ΦΑΓΕ ΑΕ	6.003.711	5.425.634	10,7
ΕΒΓΑ ΑΕΒΕ	4.661.028	4.320.158	7,9
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	3.117.519	2.505.788	20,5
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	3.018.401	2.367.713	27,5
ΤΥΡΑΣ ΑΕ	1.615.951	1.048.166	54,2
NESTLE ΕΛΛΑΣ	1.400.101	1.366.719	2,4
ΣΥΝΟΛΟ	89.995.501	64.129.103	40,3

ΠΗΓΗ: ICAP

ΠΙΝΑΚΑΣ 13: ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

	ΠΑΡΑΓΩΓΗ	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	ΕΞΑΓΩΓΕΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	
ΛΕΥΚΑ	146.000	5.800	12.000	139.800	63,6%
ΦΕΤΑ	103.00		12.000	91.000	57,7%
ΛΕΥΚΑ	30.000	5.800		35.800	
ΑΛΛΑ	13.000			13.000	
ΗΜΙΣΚΛΗΡΑ	15.000	29.200	2.000	42.200	19,2%
ΚΑΣΕΡΙ	15.000		2.000	13.000	
ΕΔΑΜ		11.000		11.000	
ΓΟΥΔΑ		13.700		13.700	
ΑΛΛΑ		4.500		4.500	
ΣΚΛΗΡΑ	21.900	10.400		32.300	14,7%
ΓΡΑΒΙΕΡΑ	10.000			10.000	
ΚΕΦΑΛΟΓΡΑΒΙΕΡΑ	2.900	2.000		4.900	
ΚΕΦΑΛΟΤΥΡΙ	4.000	4.600		8.600	
ΡΕΓΑΤΟ		3.800		3.800	
ΑΛΛΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ	5.000			5.000	
ΑΛΛΑ		5.450		5.450	2,5%
ΣΥΝΟΛΟ	182.900	50.850	14.000	219.750	100%

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

**ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟΙ
ΧΥΜΟΙ**

Refresh

ΠΟΙΚΙΛΙΑ

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

**ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΤΙΜΕΣ ΛΙΑΝΙΚΗΣ
ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΕ Φ.Π.Α.**

ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ 100% ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ	1 ΛΙΤΡΟ 450ml	450 280
ΣΤΡΩΒΙΛΙΝΙ 100% ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ	1 ΛΙΤΡΟ 450ml	450 280
ΡΟΔΑΚΙΝΟ 100% ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ	1 ΛΙΤΡΟ 450ml	450 280
ΦΡΑΟΥΛΑ 100% ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ	1 ΛΙΤΡΟ 450ml	450 280
ΑΝΑΝΑΣ-ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ	1 ΛΙΤΡΟ 450ml	450 280
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΕΝΟ ΜΕ ΑΣΒΕΣΤΙΟ 100% ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ	1 ΛΙΤΡΟ 450ml	530 330



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ, ΙΕΡΑ ΟΔΟΣ 88, 104 47 ΑΘΗΝΑ, ΤΗΛ: 3463572-5
ΦΑΓΕ Α.Ε., ΕΡΜΟΥ 35, 144 52 ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ ΑΤΤΙΚΗΣ, ΤΗΛ: 2845555

ΑΘΗΝΑ

**ΜΑΚΡΑΣ
ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ**

Refresh

ΠΟΙΚΙΛΙΑ

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΤΙΜΕΣ ΜΑΡΙΚΗΣ ΠΛΗΡΗΣ ΜΕ Φ.Π.Α.

**ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ
100% ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ**

**1 ΛΙΤΡΟ 390
330ml 210**

**ΡΟΔΑΚΙΝΟ
100% ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ**

**1 ΛΙΤΡΟ 390
330ml 210**

**ΣΤΑΦΥΛΗ ΚΑΙ ΛΙΜΟΝΟΣ ΦΡΟΥΤΑ
(ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ)**

**1 ΛΙΤΡΟ 390
330ml 210**

**ΔΙΑΝΑΣ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΜΠΑΝΑΝΑ
100% ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ**

**1 ΛΙΤΡΟ 405
330ml 215**

**ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΠΕΡΙΚΟ ΜΗΛΟ
(ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ)**

**1 ΛΙΤΡΟ 315
330ml 155**

**ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΜΑΝΤΑΡΙΝΙ ΓΚΡΕΙΠΦΟΥΤ
(ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ)**

**1 ΛΙΤΡΟ 315
330ml 155**

ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΦΡΟΥΤΟ ΜΕ ΠΙΣΤΙΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ, ΙΕΡ
ΦΑΓΕ Α.Ε., ΕΡΜΟΥ 35, 144 52 ΜΕΤ

ΑΤΤΙΚΗ - ΕΠΑΡΧΙΑ



ASTICA

παγωτό με
καραμέ-
λάτα
ς, κομ-
μαμέλας
στα αμυ-



€ 9
800

IOS ECSTASY

κορμός σε
οριτικό σχήμα,
η βανίλιας,
φυσικής
και πλούσια
μη πραγματικής σοκολάτας γάλακτος.



€ 8
500

IA CANADA

κορμός
στρώσεις
κι κάτω
κρέμα-
και στη μέση
σοκολάτα. Επικόλυψη σοκολάτας
μάτια σοκολάτας παντού.



€ 6
500

AKI

σιακό
Καιμάκι.
€ 20
000



σιακό
Καιμάκι
πριστό
€ 10
400



0%
αρωματισμένες
ες. Παγωτό
σοκολάτα
τό βανίλια-
α-φράουλα,
άχαρη και
βάνα.
€ 20
000

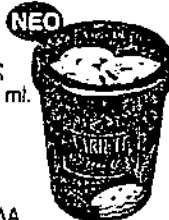


για προχωρημένες
ες με προχω-
ρεύση. Απο-
η βανίλια με 0%
και 0% λιπαρά
ερά κομμάτια
α.



VARIETE COLLECTION

Συλλογή από
4 μοντέρνες και
εξωριστές γεύσεις
σε συσκευασία 750 ml.
ΜΕΡΙΔΕΣ 9



ΒΑΝΙΛΙΑ ΚΑΡΑΜΕΛΑ
Απολαυστική βανίλια με
λαχταριστές στρώσεις καραμέλας.
ΔΡΧ. 1.500

ΣΤΡΑΤΣΑΤΕΛΑ
Απολαυστική βανίλια με
γευστικά κομμάτια σοκολάτας.
ΔΡΧ. 1.500

ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ
Απολαυστικό παγωτό σοκολάτα
με λαχταριστές στρώσεις από
σιρόπι πορτοκάλι.
ΔΡΧ. 1.500

ΒΑΝΙΛΙΑ ΒΑΤΟΜΟΥΡΟ
Απολαυστική βανίλια
με κομμάτια δροσερού βατόμουρου.
ΔΡΧ. 1.500

VARIETE

Παρφέ
σοκολάτα-
βανίλια με
τραγανούς
ξηρούς
καρπούς.
ΜΕΡΙΔΕΣ 20
ΔΡΧ. 2.500



Παρφέ βανίλια
με τραγανούς
ξηρούς
καρπούς.
ΜΕΡΙΔΕΣ 10
ΔΡΧ. 1.600



Παρφέ σοκολάτα
με τραγανούς
ξηρούς
καρπούς.
ΜΕΡΙΔΕΣ 10
ΔΡΧ. 1.600



Σοκολάτα.
ΜΕΡΙΔΕΣ 10
ΔΡΧ. 1.400



Βανίλια.
ΜΕΡΙΔΕΣ 10
ΔΡΧ. 1.400



Βανίλια
με κομμάτια
κεράσι.
ΜΕΡΙΔΕΣ 10
ΔΡΧ. 1.400



Cream & Cookies Βανίλια
με κομμάτια
λαχταριστού
μπισκότου.
ΜΕΡΙΔΕΣ 10
ΔΡΧ. 1.400



Βανίλια-
Σοκολάτα.
ΜΕΡΙΔΕΣ 20
ΔΡΧ. 2.000



Βανίλια-
Σοκολάτα-
Φράουλα.
ΜΕΡΙΔΕΣ 20
ΔΡΧ. 2.000



Μοναδική 4γευστή
απόλαυση. Βανί-
λια-Σοκολάτα-
Μόκα-Φιστίκι.
ΜΕΡΙΔΕΣ 20
ΔΡΧ. 2.000



PLUS
"Η δύναμη
στο παγωτό".
Παγωτό βανί-
λια-σοκολάτα
εμπλουτισμένο
με 10 βιταμίνες.
ΔΡΧ. 2.000





1996



200 ΔΡΧ

CORN

300 ΔΡΧ

MAKI

300 ΔΡΧ

TROPHY

300 ΔΡΧ

NUMBER 1

250 ΔΡΧ

STATUS

400 ΔΡΧ

4X4

350 ΔΡΧ

ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΜΕ 0% ΖΑΧΑΡΗ.

250 ΔΡΧ



350 ΔΡΧ

STATUS



300 ΔΡΧ

ΒΑΝΙΛΙΑ ΜΕ ΚΟΜΜΑΤΙΑ ΦΡΑΟΥΛΑΣ

0% & 0%



300 ΔΡΧ

CHOCOLATE ONLY



250 ΔΡΧ

RECITAL



400 ΔΡΧ

SCANDAL

200 ΔΡΧ

SUPER BIG



250 ΔΡΧ

D.J.



250 ΔΡΧ

CREAM & COOKIES



250 ΔΡΧ

CHICAGO



200 ΔΡΧ

LIVE



250 ΔΡΧ

PALMA

250 ΔΡΧ

ΚΥΠΕΛΟ SOFT



250 ΔΡΧ

MARENGATA



250 ΔΡΧ

KAÏMAKI



150 ΔΡΧ

CONCERTINO BITE



150 ΔΡΧ

MEGA BITE



100 ΔΡΧ

CHOCO BITE



100 ΔΡΧ

VANILLA BITE



150 ΔΡΧ

FRUTTI BITE

ΑΠΟΚΤΗΣΤΕ ΜΙΑ ΑΠΙΘΑΝΗ ΣΥΛΛΟΓΗ ΜΕ 18 ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ



200 ΔΡΧ



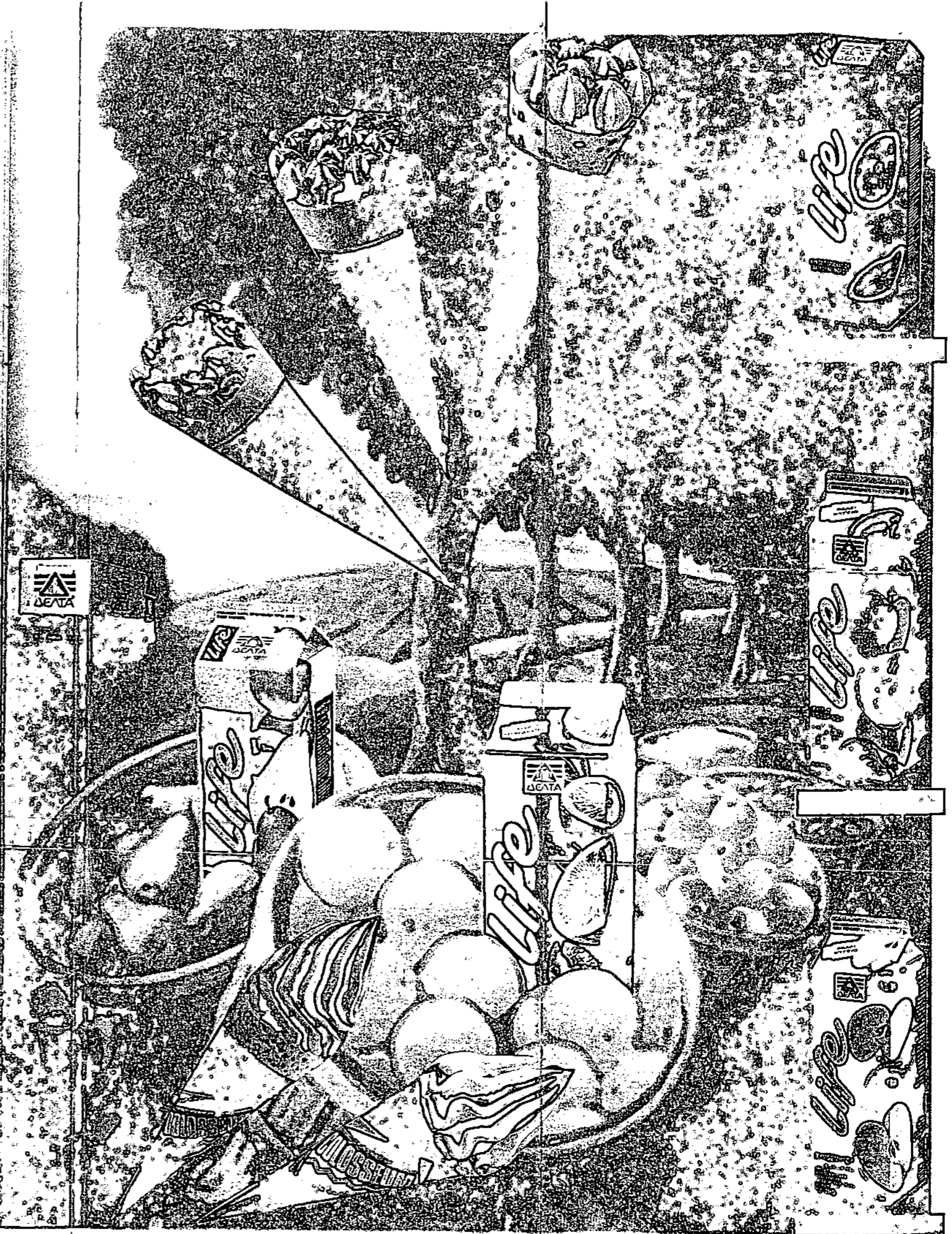
250 ΔΡΧ



200 ΔΡΧ

BISCO BITE

150 ΔΡΧ



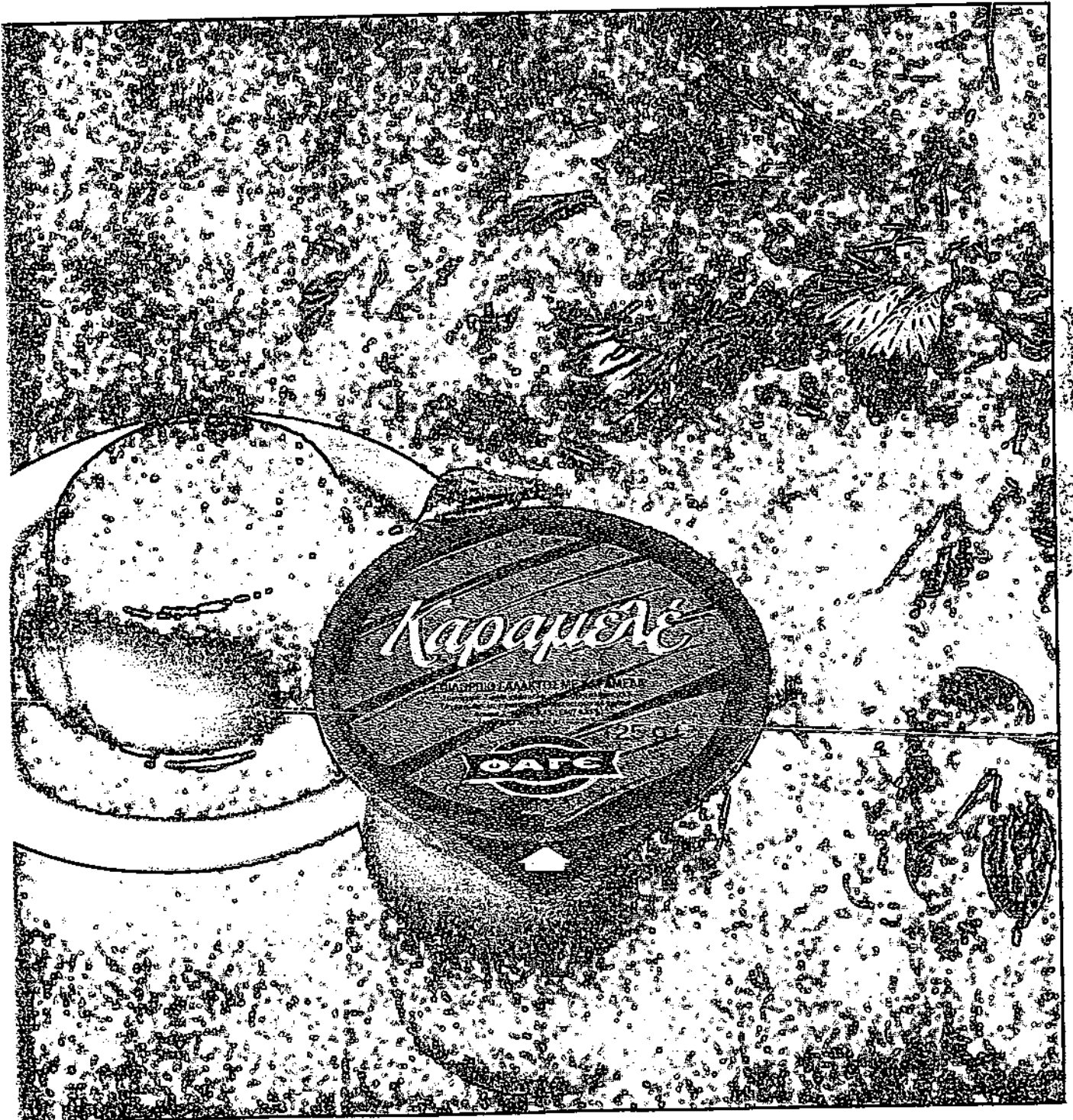
BUTTER MILK

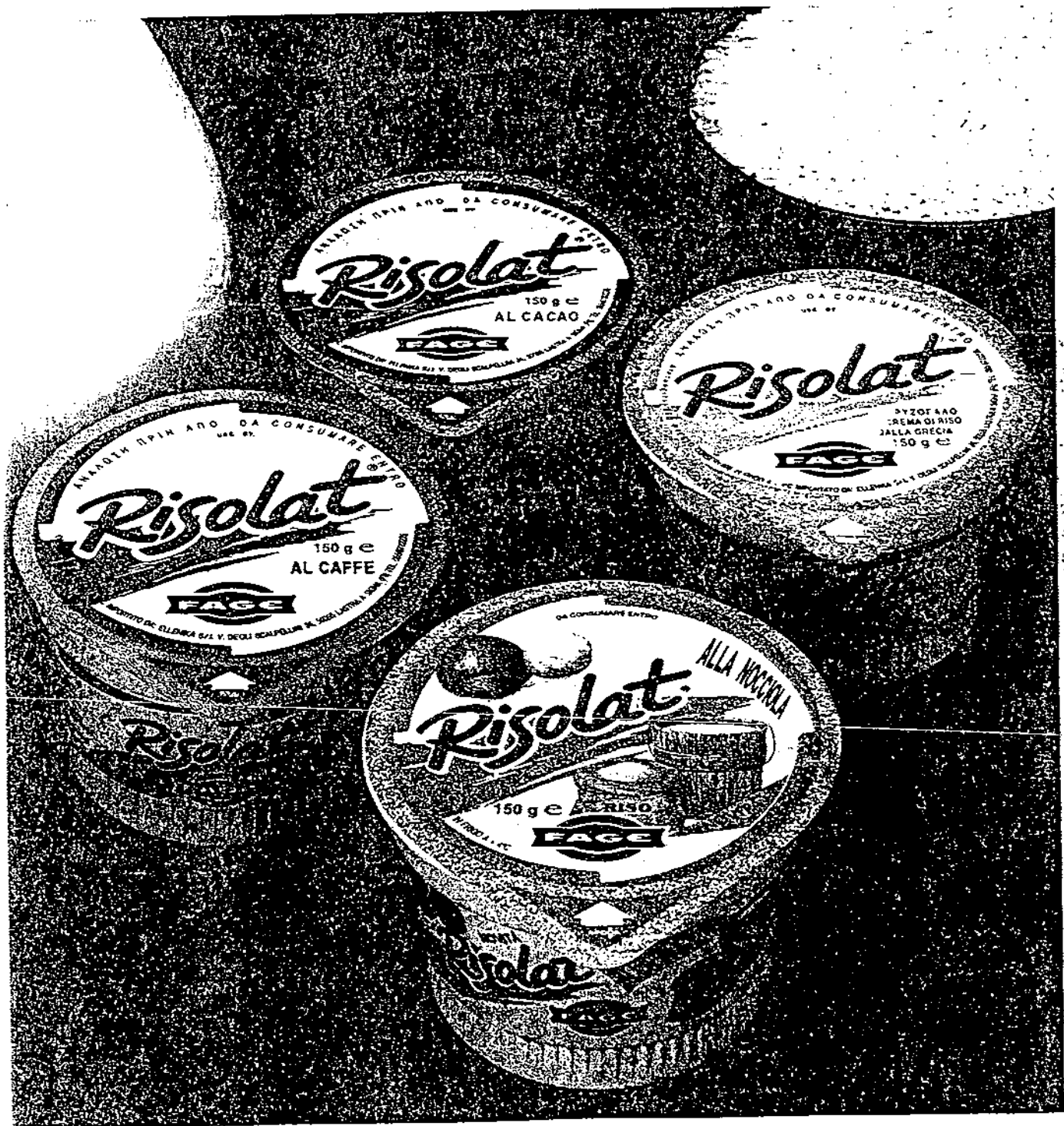


CHEESE



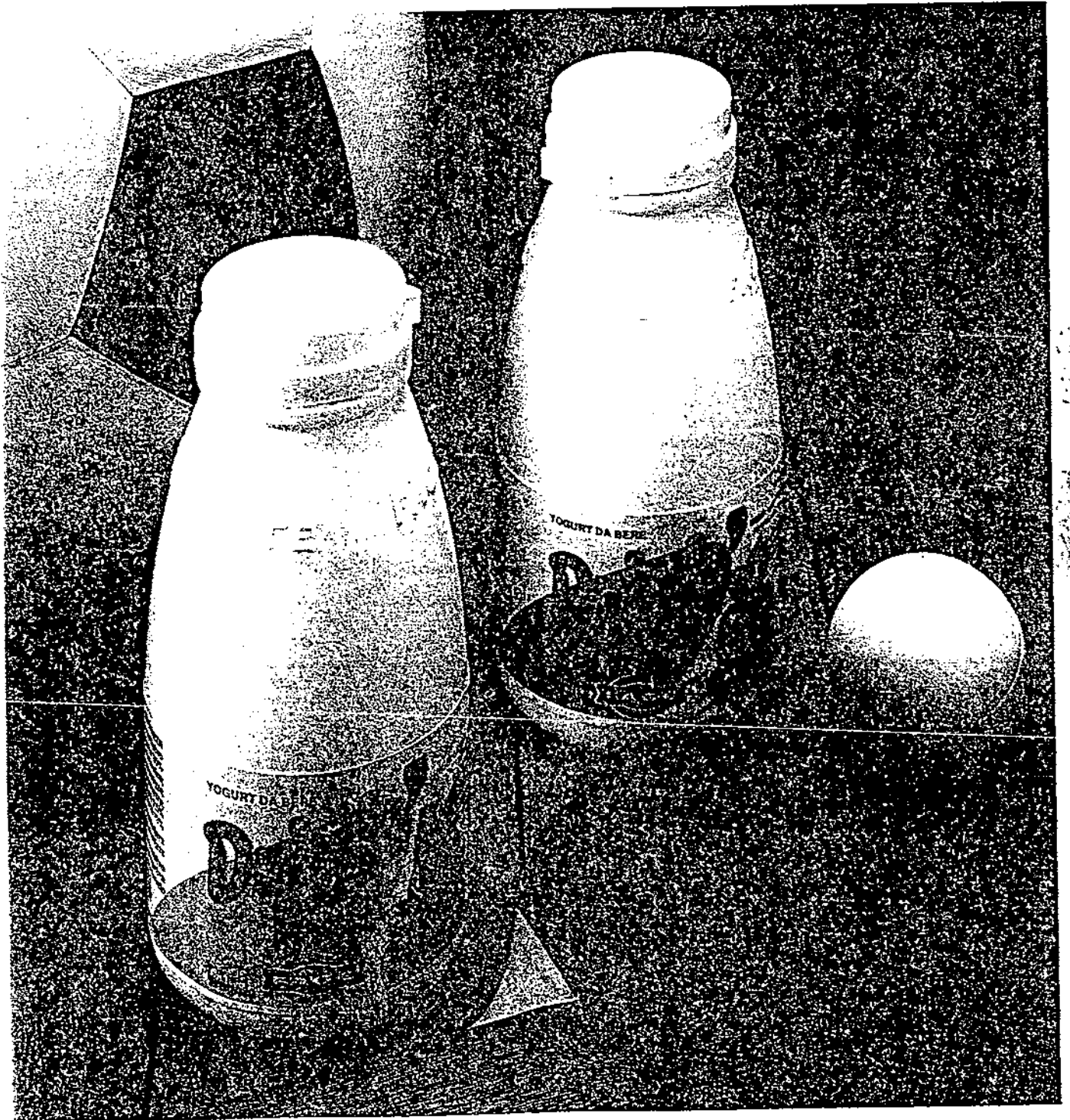




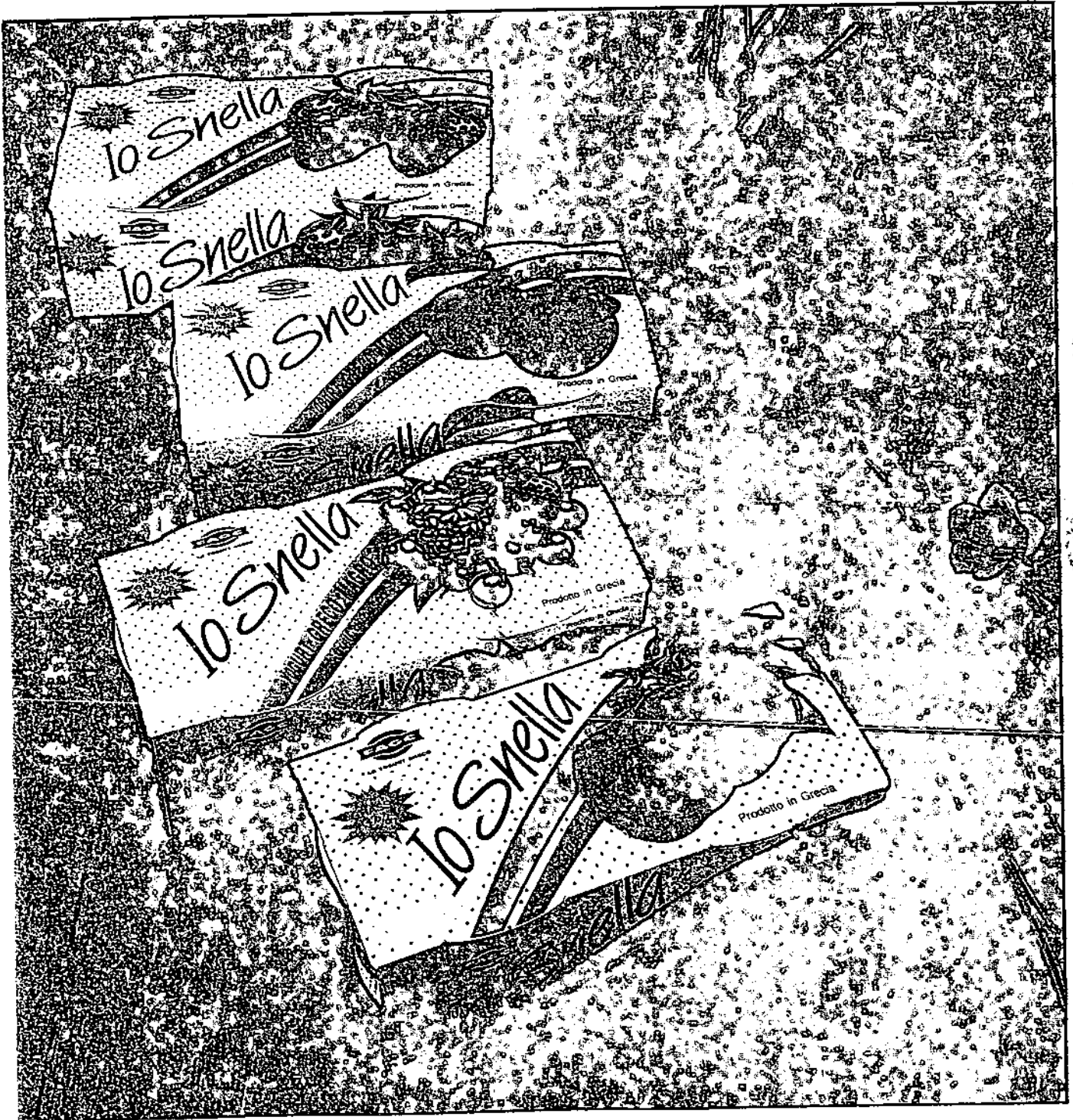




DRINKING YOGHURT



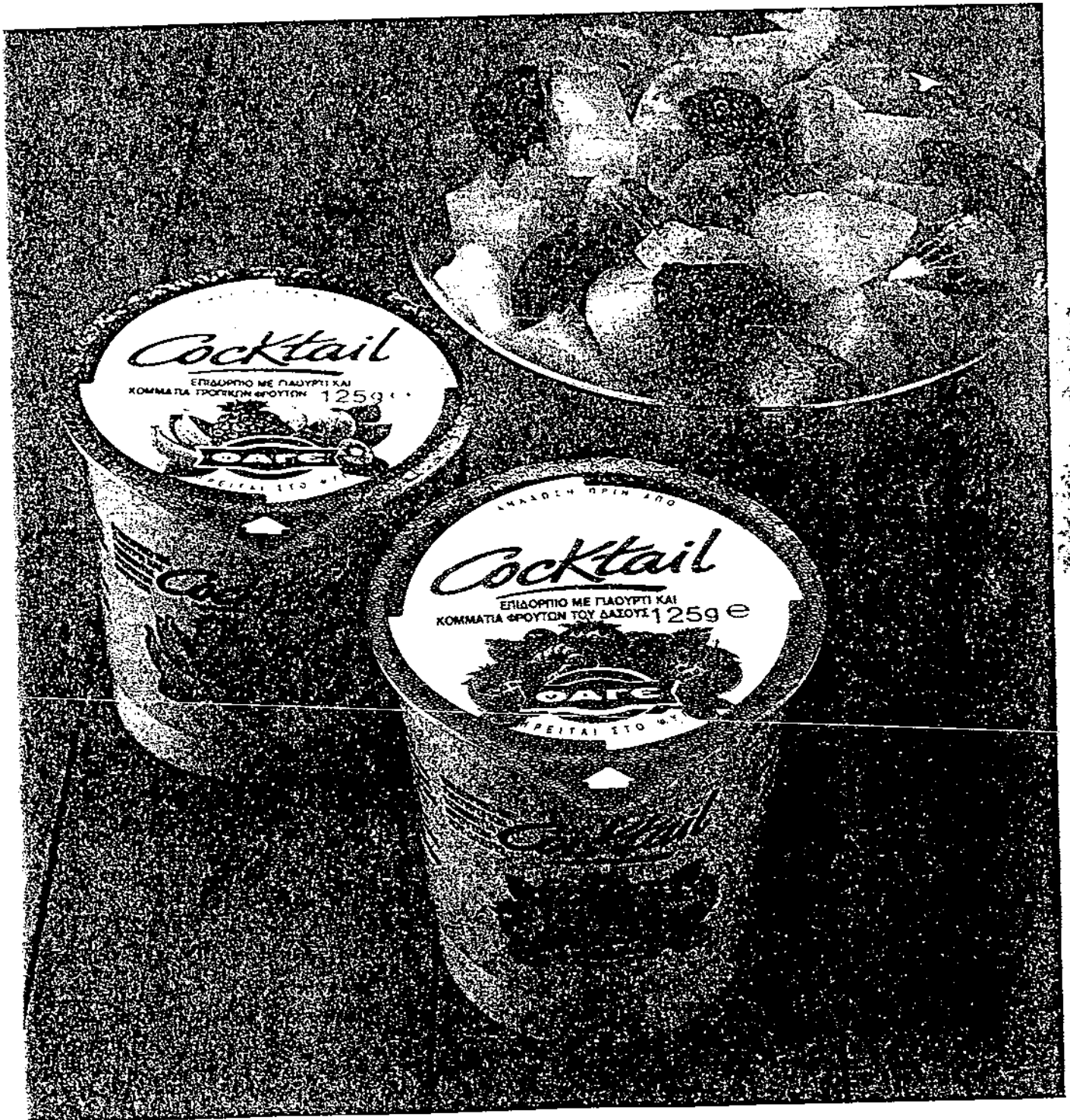
DIET FRUIT YOGHURTS



DIET FRUIT YOGHURTS



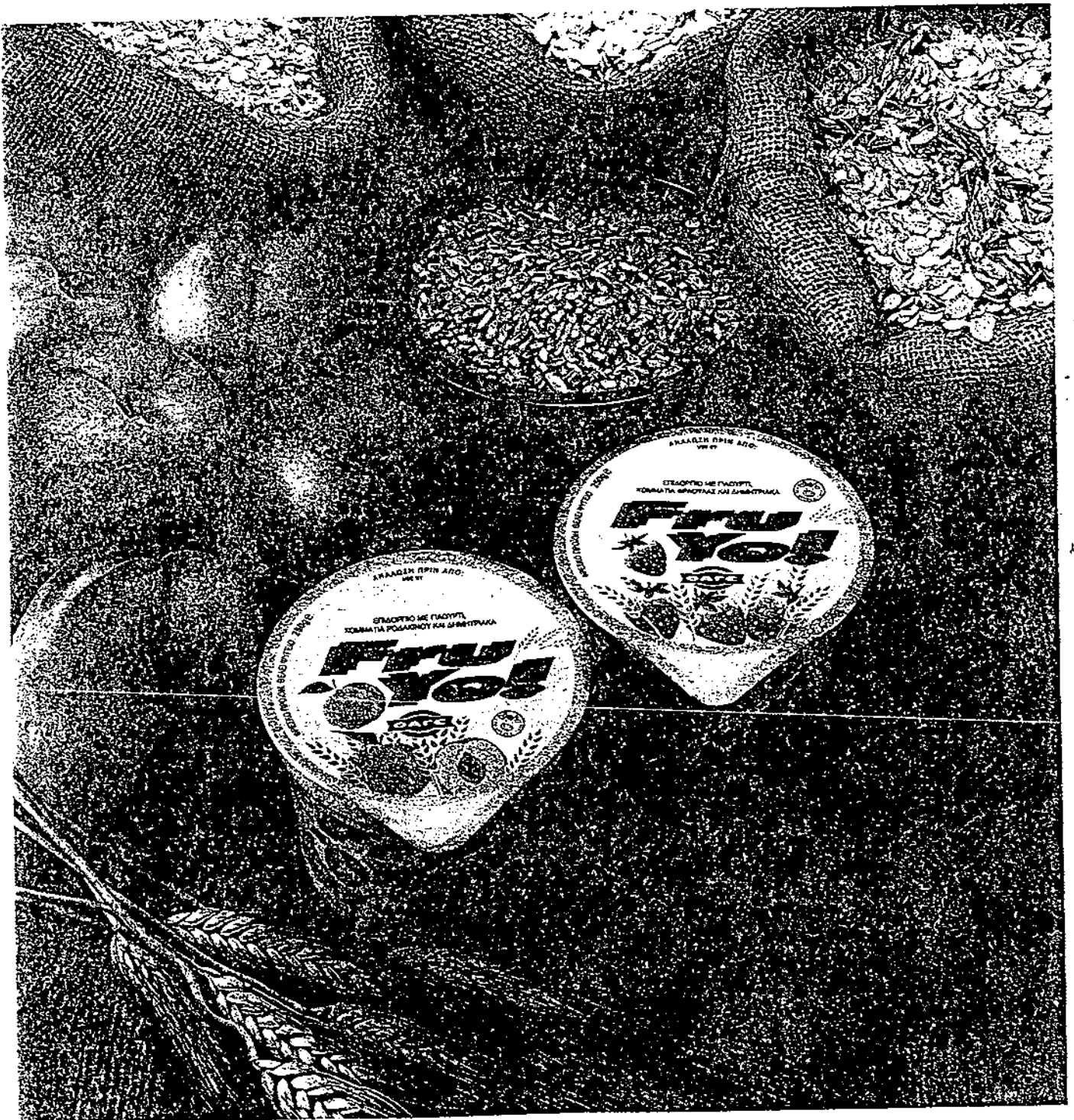
FRUIT YOGHURTS



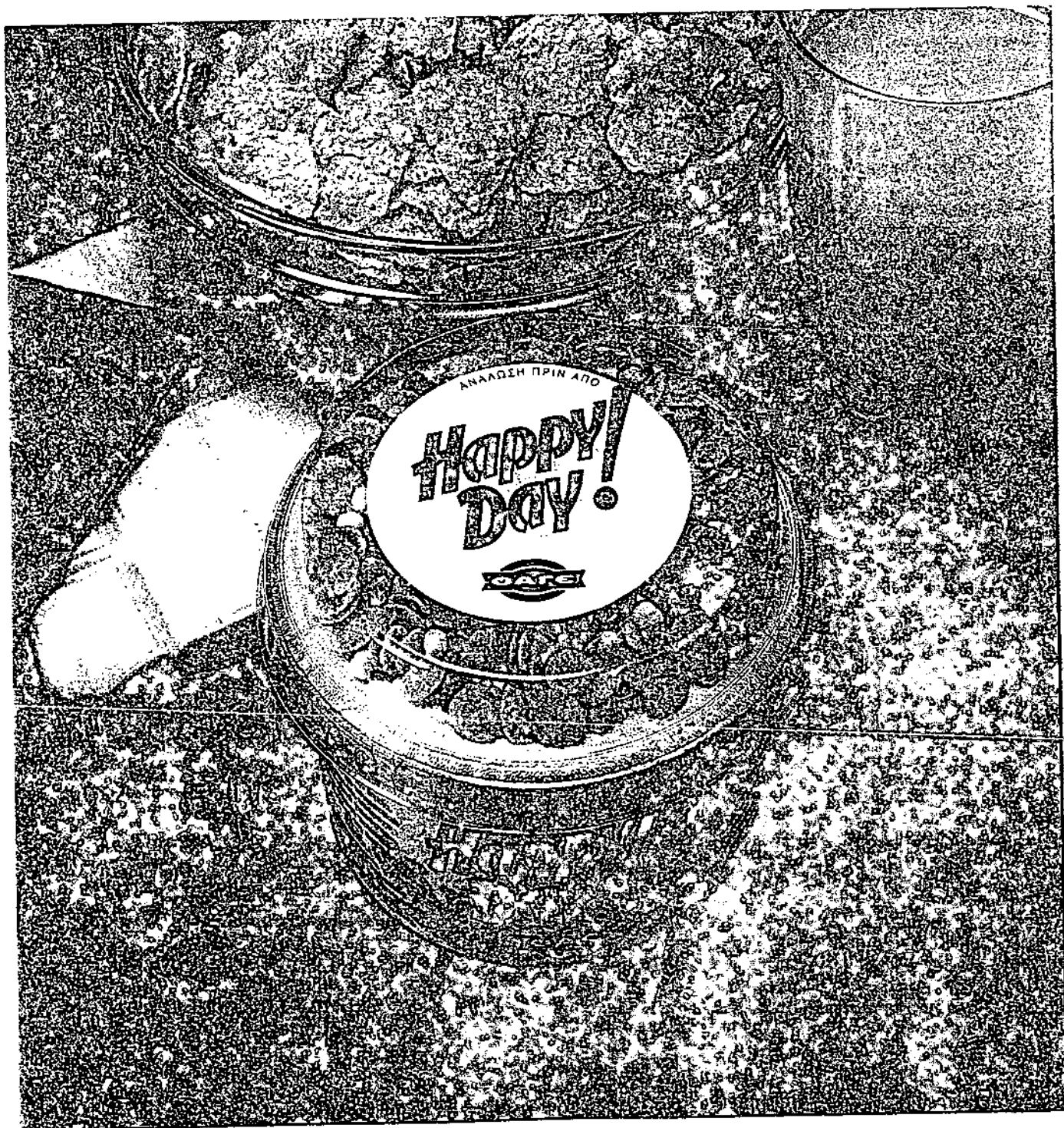
FRUIT YOGHURTS



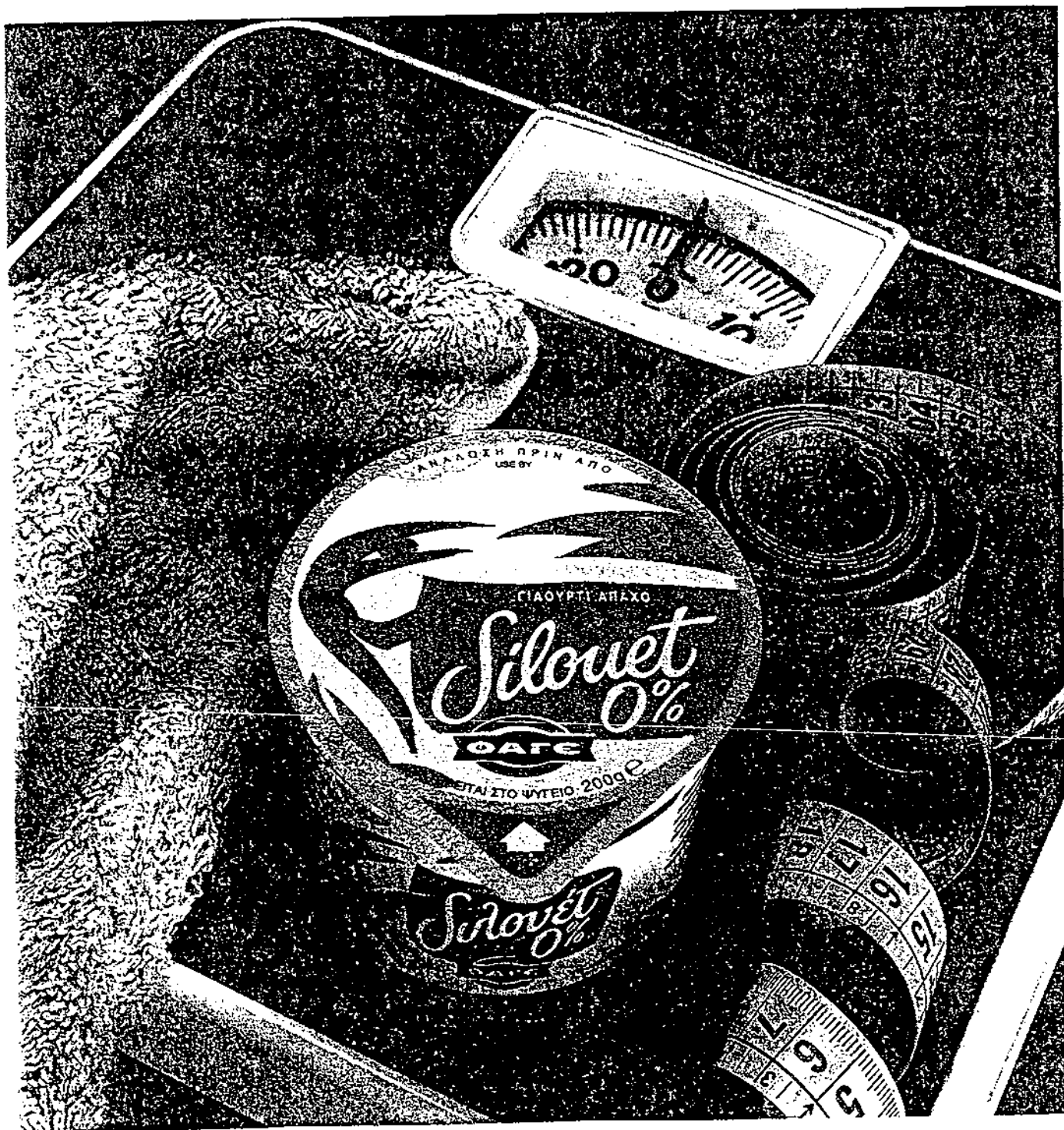
FRUIT YOGHURTS



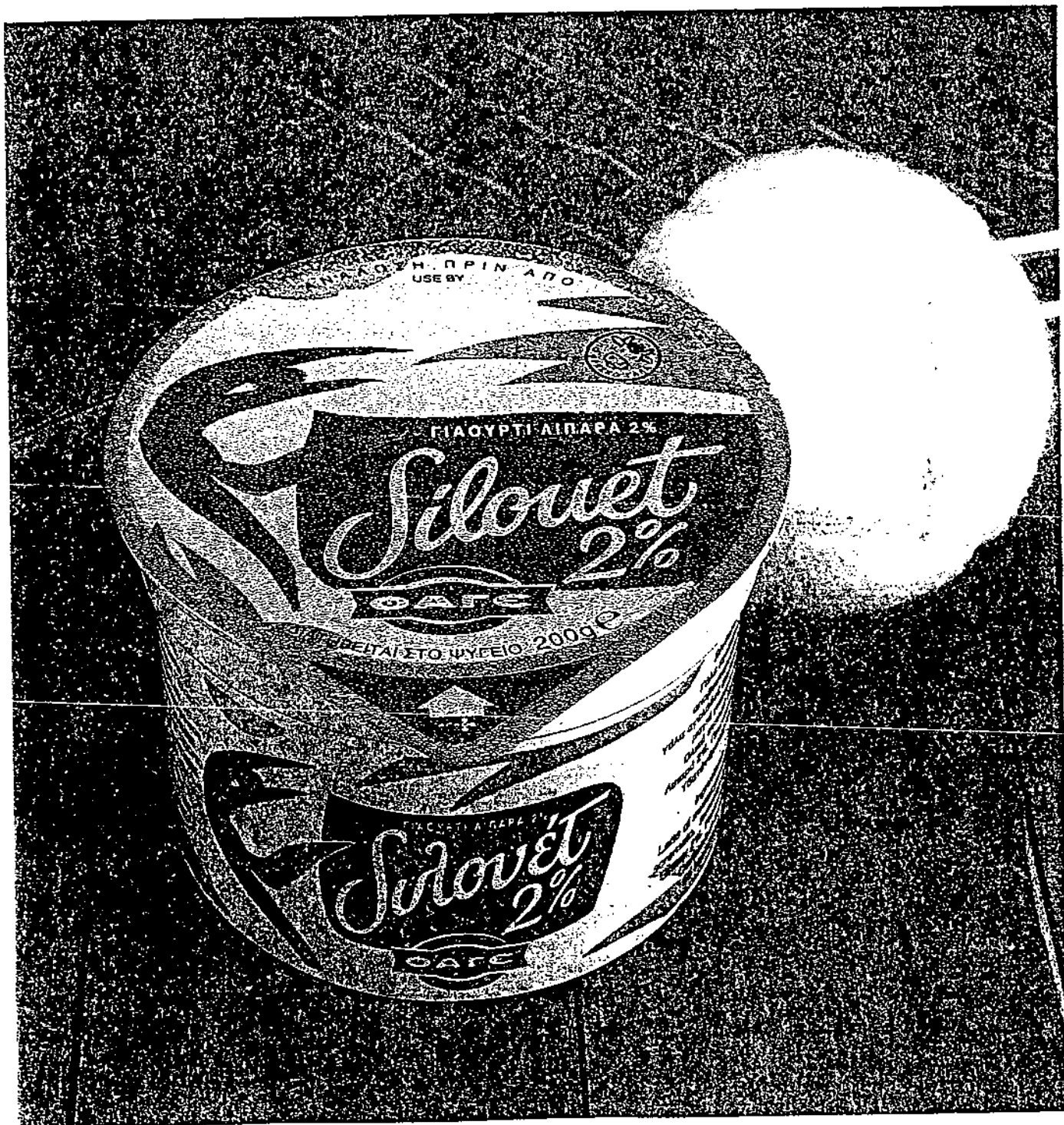
YOGHURT



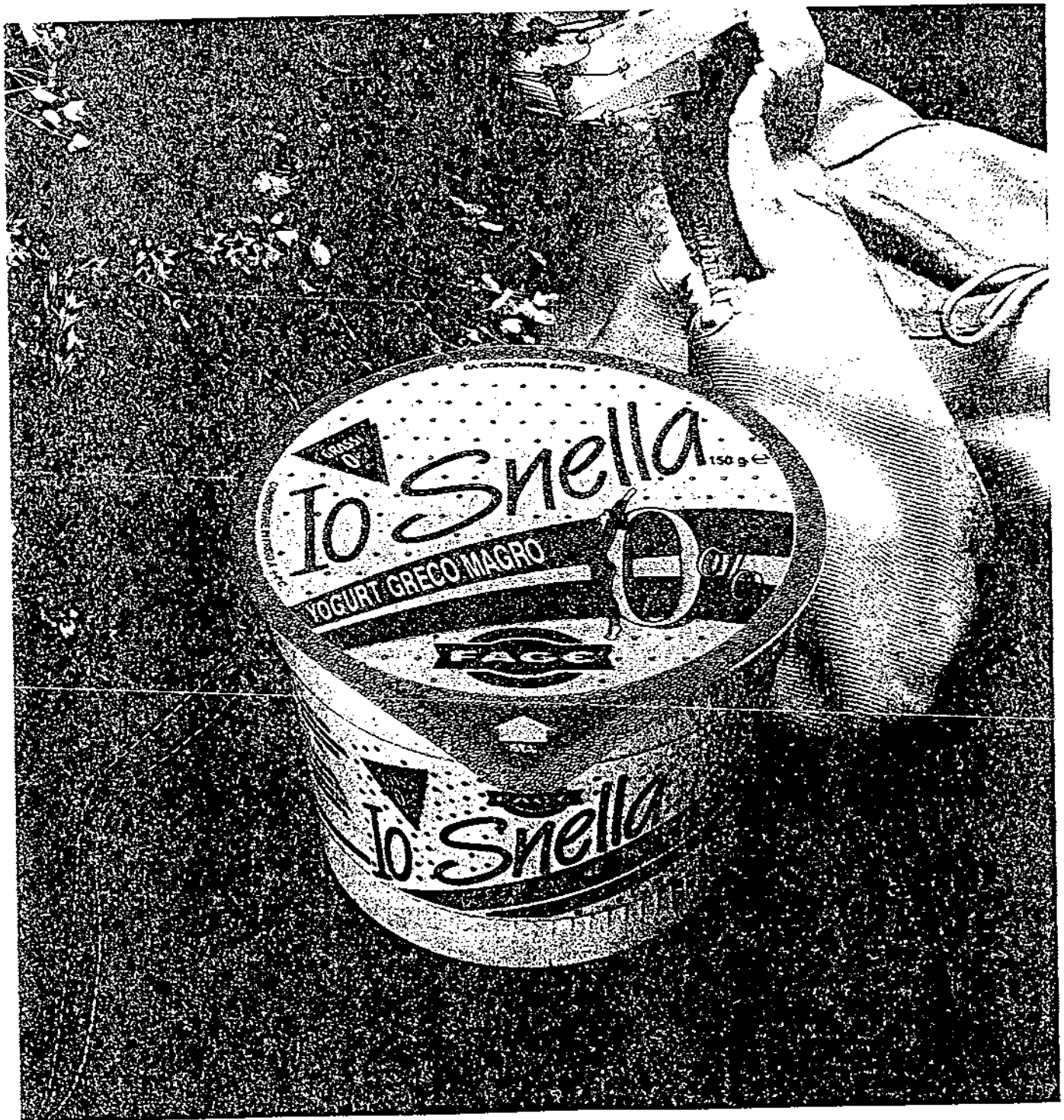
DIET YOGHURTS



DIET YOGHURTS



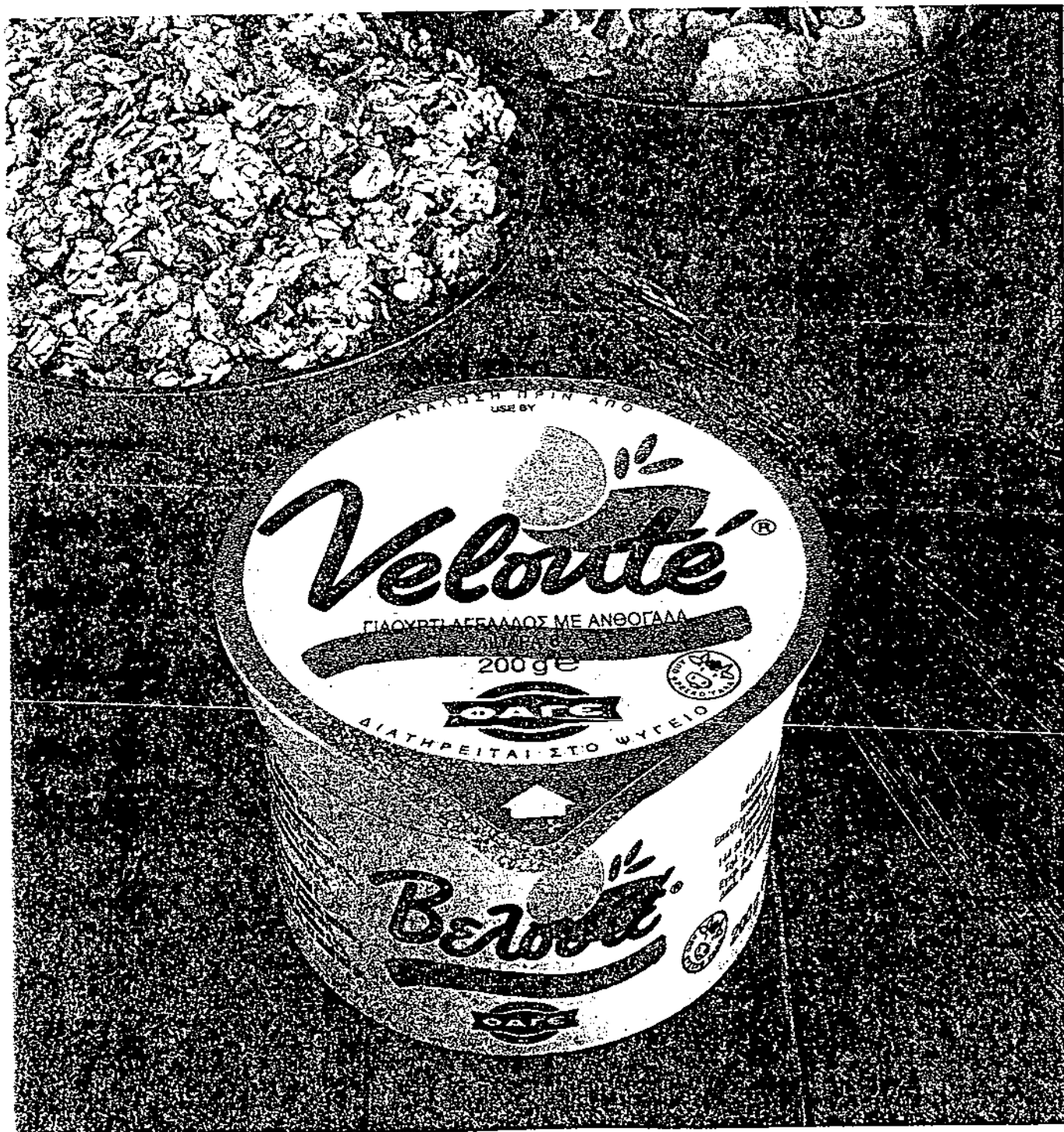
DIET YOGHURTS



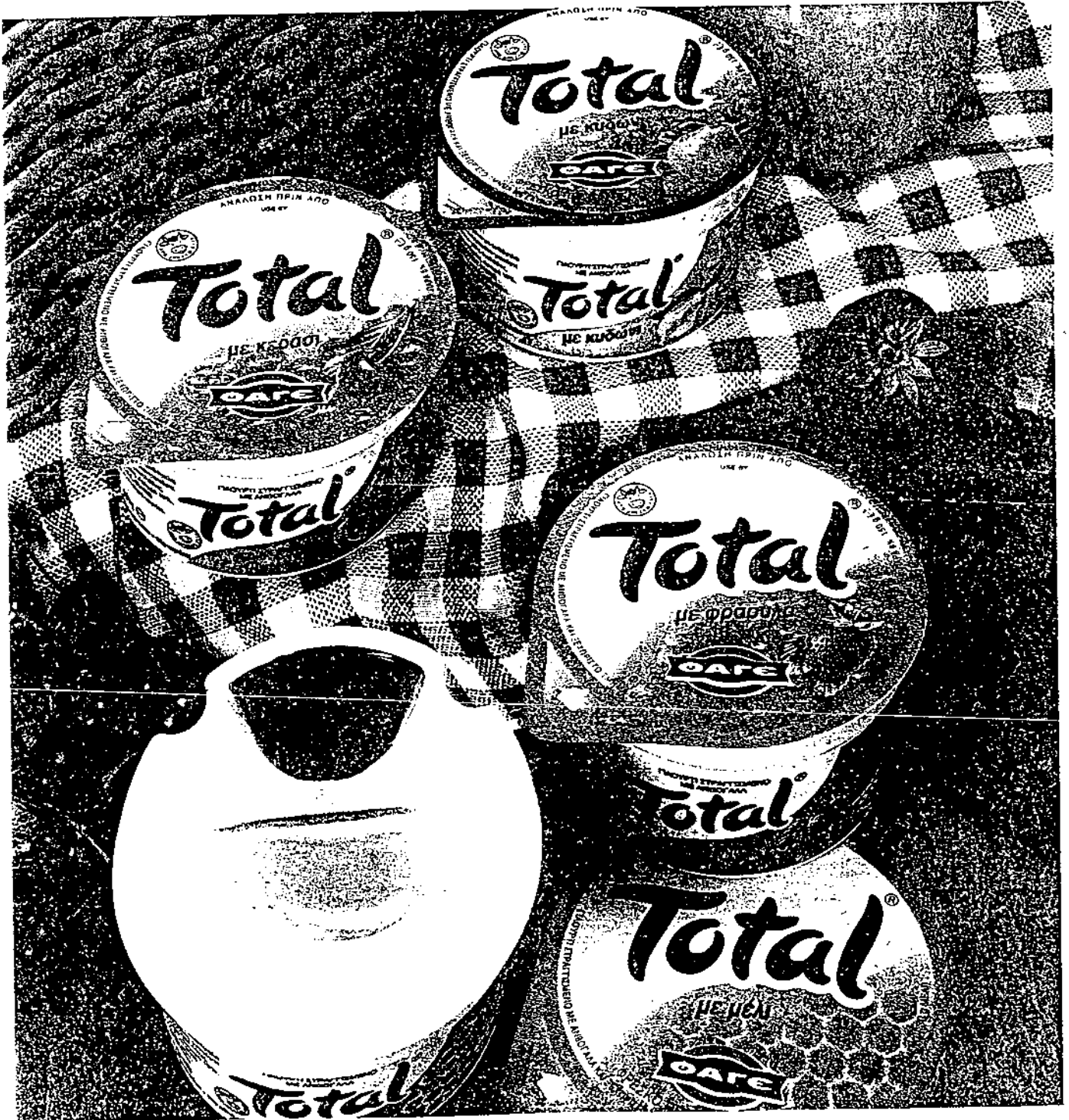
Y O G H U R T



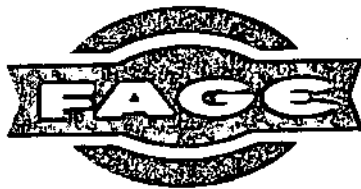
Y O G H U R T



Y O G H U R T



YOGHURT



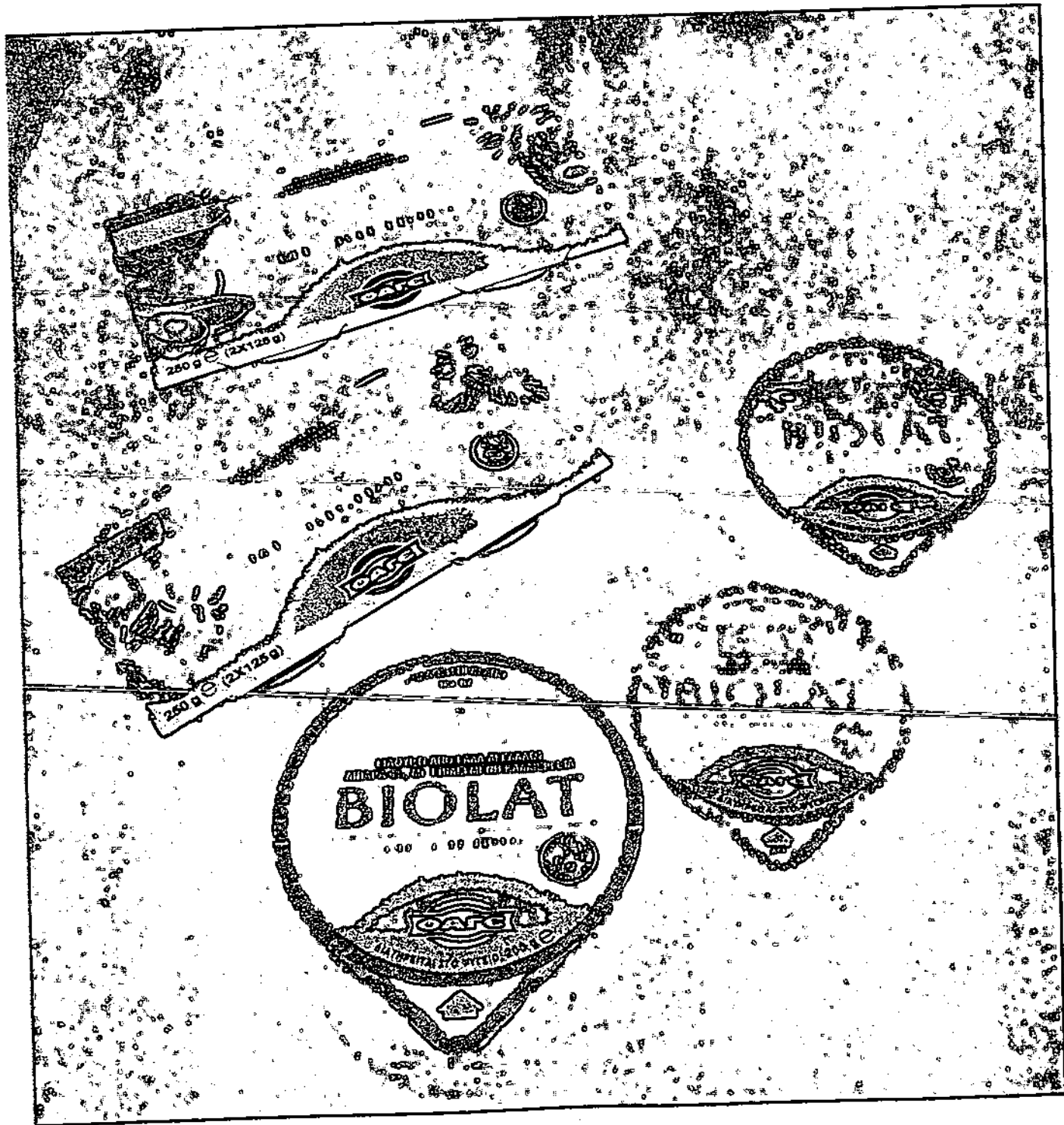
YOGHURT



YOGHURT



Y O G H U R T



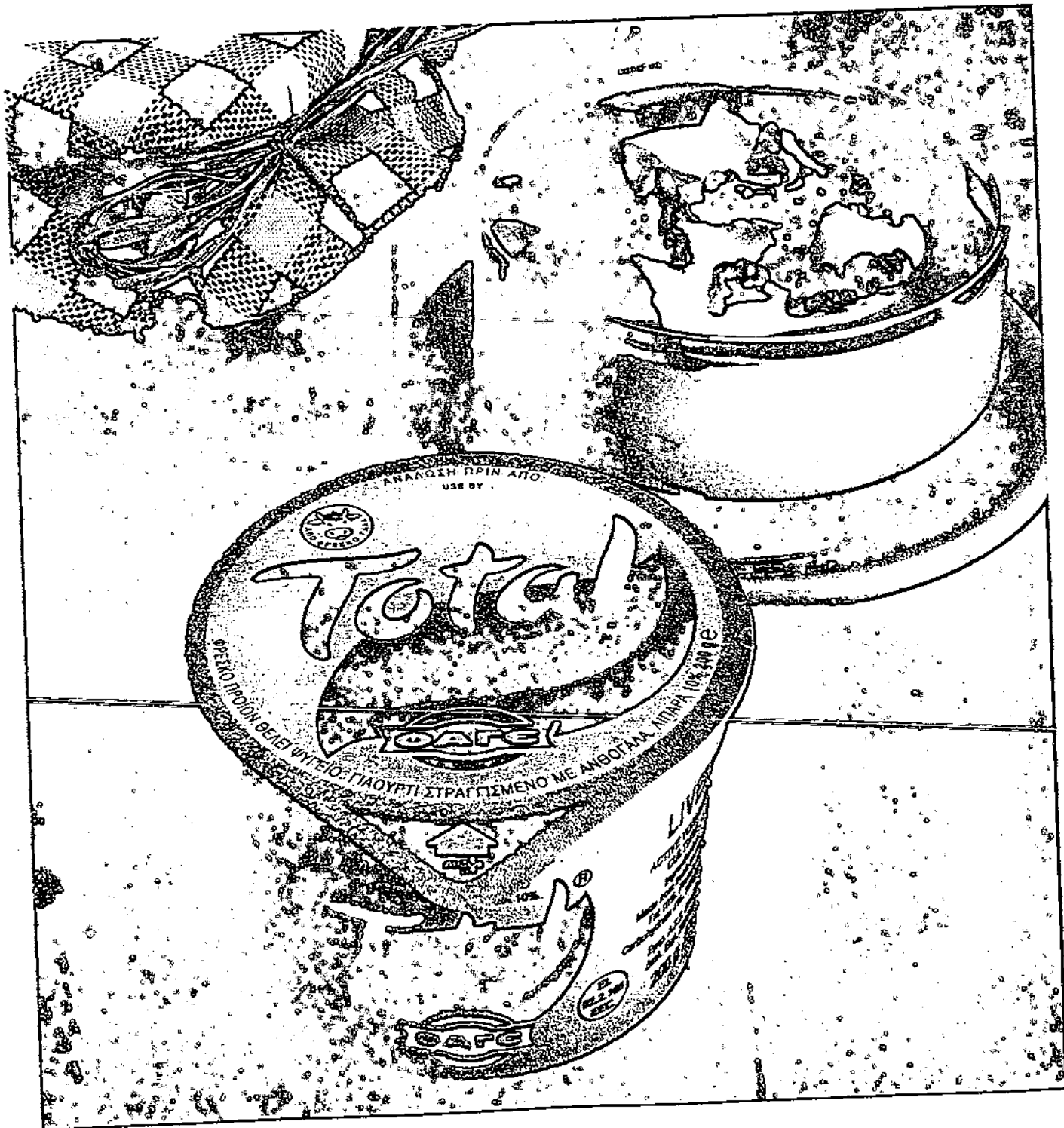
Y O G H U R T



Y O G H U R T



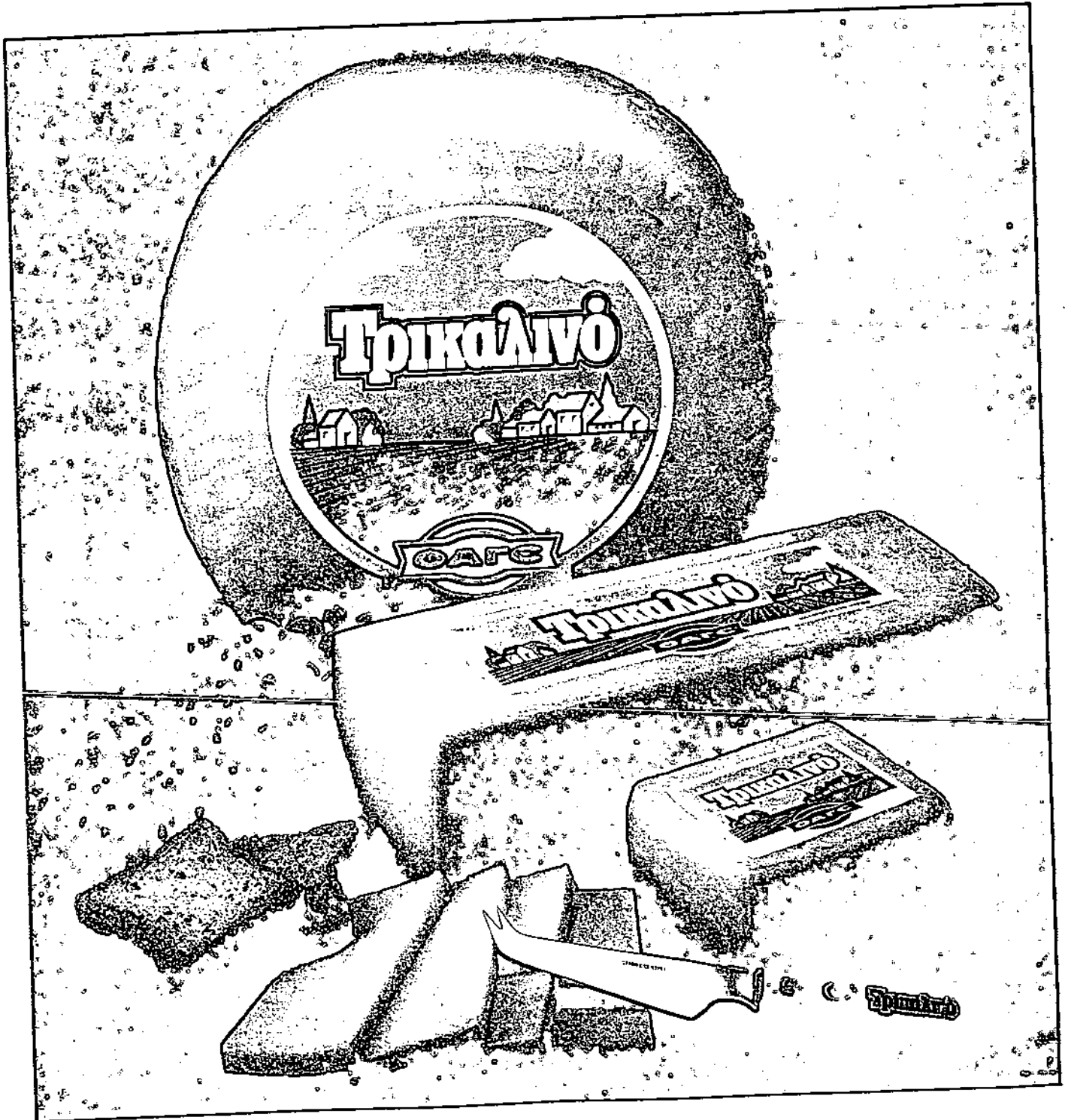
YOGHURT



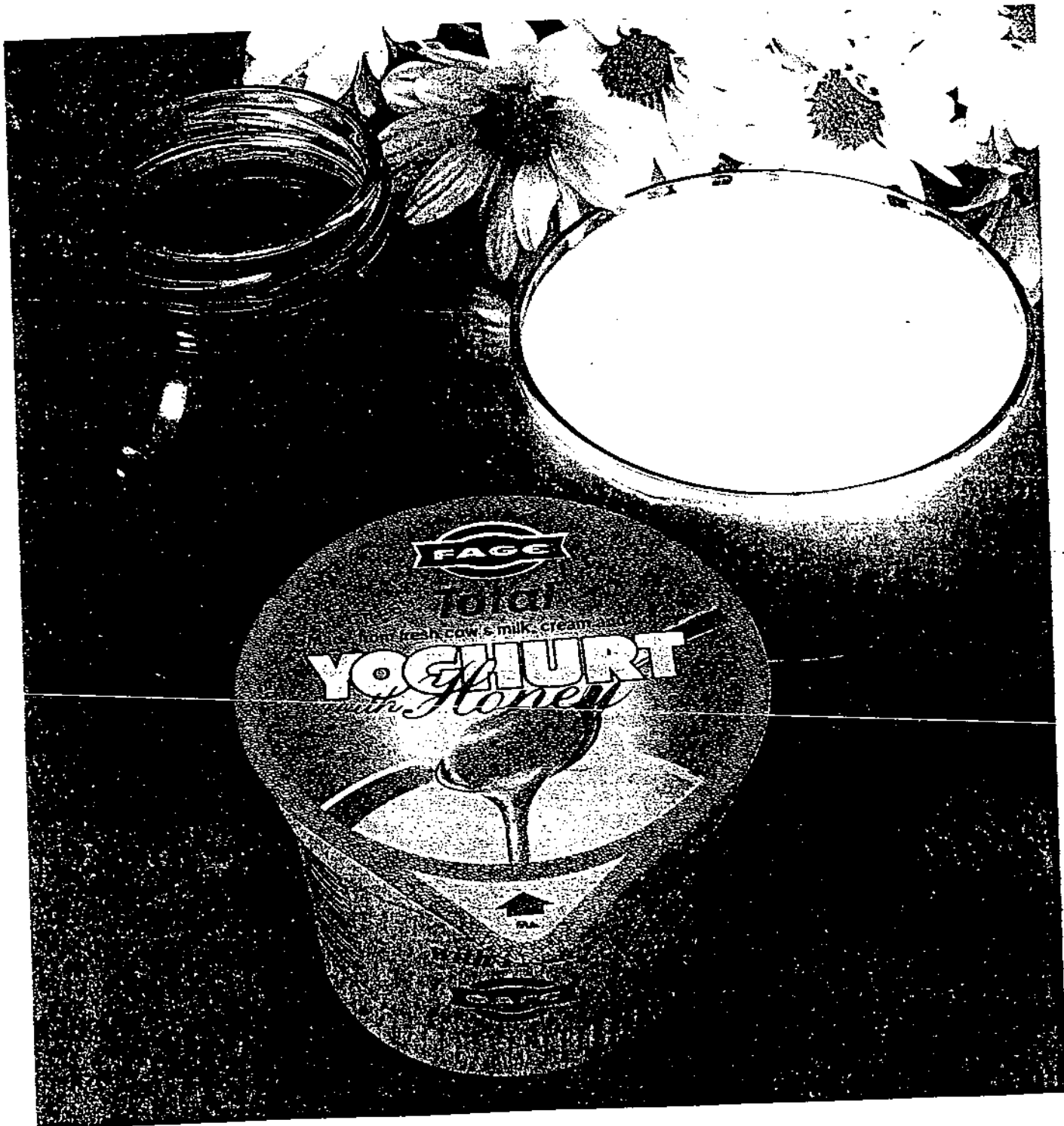
C H E E S E



C H E E S E



DESSERTS



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΥ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.

5ος ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1995 (1 ΙΑΝ. - 31 ΔΕΚ.1995) ΑΡ. ΜΑΕ 1154/06/Β/86/39 (ΣΕ ΔΡΑΧΜΕΣ)

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	Αξία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη αξία	Αξία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη αξία
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ						
1. Έξοδα ιδρύσεως και πρώτης εγκαταστάσεως.....	29.477.724	20.588.026	8.889.698	21.384.418	14.580.361	6.804.058
3. Τόκοι δανείων κατασκ.....	207.769.995	172.439.733	35.330.262	191.013.441	191.013.441	246.304.866
4. Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως.....	6.426.580.845	2.542.786.936	3.883.793.909	1.180.940.431	1.180.940.431	3.987.041.340
	<u>6.663.828.564</u>	<u>2.735.814.695</u>	<u>3.928.013.869</u>	<u>5.626.684.486</u>	<u>1.386.534.233</u>	<u>4.240.150.264</u>
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
1. Έξοδα ερευνών και αναπτύξεων.....	1.521.389.490	346.249.248	757.504.543	940.128.243	188.041.660	752.086.583
2. Παραχωρήσεις & δικαιώματα βιομ. ιδιοκτησ.....	529.070.662	197.605.124	331.465.538	477.341.645	118.363.312	358.978.333
3. Υπεραξία επιχειρήσεως.....	0	0	0	22.467.000	17.973.600	4.493.400
4. Προκαταβολές.....	0	0	0	6.148.507	0	6.148.507
5. Λοιπές ασώματες ακινητοποιήσεις.....						
παραχωρήσεις & δικαιώματα βιομηχ. ιδιοκτ.....	104.037.920	35.135.537	68.901.383	0	0	0
	<u>2.050.460.152</u>	<u>578.990.909</u>	<u>1.157.871.464</u>	<u>1.446.085.395</u>	<u>324.378.572</u>	<u>1.121.706.823</u>
II. Ενσώματες ακινητοποιήσεις						
1. Γήπεδα - Οικόπεδα.....	4.154.309.288	0	4.154.309.288	4.137.745.334	0	4.137.745.334
3. Κτίρια και τεχνικά έργα.....	13.552.045.709	2.774.060.468	10.777.985.241	9.033.703.136	2.438.903.069	6.594.800.067
4. Μηχανήματα - τεχνικές εγκαταστάσεις και λοιπός μηχανολογικός εξοπλισμός.....	50.570.724.749	15.448.108.735	35.124.616.014	32.671.458.522	12.405.125.330	20.266.333.192
5. Μεταφορικά μέσα.....	5.179.737.509	3.002.482.360	2.177.255.149	4.432.088.074	2.609.947.889	1.822.140.185
6. Έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός.....	3.057.012.815	1.396.073.405	1.660.939.410	2.893.798.400	976.765.957	1.917.032.443
7. Ακινήτοποιήσεις υπό εκτέλεση & προκαταβολ.....	2.922.894.936	0	2.922.894.936	16.126.937.823	0	16.126.937.823
8. Λοιπές ενσώματες ακινητοποιήσεις.....	404.816.033	116.369.472	288.446.569	460.615.278	73.756.314	386.858.964
	<u>79.841.154.038</u>	<u>22.735.094.440</u>	<u>57.106.446.599</u>	<u>69.756.346.567</u>	<u>18.504.498.559</u>	<u>51.251.848.008</u>
Σύνολο Ακινήτοποιήσεων (Π+ΠΙ).....	<u>81.892.001.191</u>	<u>23.314.085.349</u>	<u>58.264.318.063</u>	<u>71.202.431.962</u>	<u>18.828.877.131</u>	<u>52.373.554.831</u>
III. Συμμετοχές και άλλες μακροπρόθεσμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις						
1. Συμμετοχές σε συνδεδεμένες επιχειρήσεις.....		0			103.126.816	
Μείον: προβλέψεις για υποτιμήσεις.....		0	87.761.337		10.738.063	92.388.753
2. Συμμετοχές σε λοιπές επιχειρήσεις.....			15.273.733			10.273.733
3. Μακρ/σμες απαιτήσεις κατά συνδ. Επιχειρήσεων.....			118.774.406			30.000.000
5. Γραμμάτια εισηπρακτά μακρ/σμης λήξεως.....			100.022.858			96.307.514
7. Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις.....			75.381.540			48.930.423
			<u>395.213.874</u>			<u>277.900.423</u>
Σύνολο Παγίου Ενεργητικού(Π+ΠΙ+ΠΙΙ).....			<u>58.659.531.937</u>			<u>52.651.455.254</u>
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
I. Αποθέματα						
1. Εμπορεύματα.....			754.904.235			844.248.163
2. Προϊόντα έτοιμα και ημιτελή υποπροϊόντα και υπολείματα.....			3.238.883.679			2.555.370.379
4. Πρώτες και βοηθητικές ύλες, αναλώσιμα υλικά ανταλλακτικά και είδη συσκευασίας.....			2.225.068.197			3.765.896.053
5. Προκαταβολές για αγορές αποθεμάτων.....			10.532.182.339			9.917.586.223
II. Απαιτήσεις						
1. Πελάτες.....			7.972.889.093			4.510.466.347
2. Γραμμάτια εισηπρακτά.....			141.151.465			81.325.590
3. Γραμμάτια σε καθυστέρηση.....			1.113.097			603.097
3α. Επιταγές εισηπρακτές (μακρ/σμες).....			5.408.172.380			2.341.070.067
2β. Επιταγές σε καθυστέρηση.....			43.110			2.251.208
5. Βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις κατά συνδεδεμένων επιχειρήσεων.....			454.369.784			102.607.421
8. Δεσμευμένοι λογαριασμοί καταθέσεων.....			0			0
9. Μακ/θεσμες απαιτήσεις εισηπρακτές στην επόμενη χρήση.....			54.364.746			52.454.874
10. Επισφαλείς - επίδοκοι πελάτες και χρεώστες.....			215.734.275			368.647.787
11. Χρεώστες διάφοροι.....			2.495.634.512			2.170.139.256
12. Λογ/σμοί διαχειρ. Προκαταβολών & πιστώσεων.....			876.017.563			512.762.167
			<u>15.661.557.683</u>			<u>10.142.327.814</u>
III. Χρεόγραφα						
1. Μετοχές.....			363.848.999			375.622.474
2. Ομολογίες.....			1.597.524.958			2.991.413.180
3. Λοιπά χρεόγραφα.....			205.244.670			7.151.367.985
4. Ίδιες μετοχές.....			31.407.200			31.407.200
			<u>2.198.025.827</u>			<u>10.549.810.839</u>
IV. Διαθέσιμα						
1. Ταμεία.....			636.134.042			559.307.987
3. Καταθέσεις όψεως και προθεσμίας.....			212.837.038			534.933.634
			<u>848.971.080</u>			<u>1.094.241.621</u>
Σύν. Κυκλόφουρτος Ενεργητικού(ΔΙ+ΔΙΙ+ΔΙΙΙ+ΔΙΥ).....			<u>29.240.736.929</u>			<u>31.703.966.487</u>

Ε.ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

1. Εξοδα επόμενων χρήσεων.....	87.437.396	311.673.176
2. Έσοδα χρήσεως εισπρακτέα.....	66.862.944	505.913.274
3. Λοιποί λογαριασμοί τάξεως.....	92.342.987	98.889.323
	<u>246.643.327</u>	<u>916.475.773</u>

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Β+Γ+Δ+Ε)

92.074.926.062 89.512.047.788

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΥ

1. Αλλότρια περιουσιακά στοιχεία.....	1.544.000	1.562.280
2. Χρεωστικοί λογαριασμοί εγγυήσεων και εμπροσμάτων ασφαλείων.....	2.185.971.809	1.057.162.675
4. Λοιποί λογαριασμοί τάξεως.....	3.956.690.758	4.748.150.695
	<u>6.144.206.567</u>	<u>5.806.975.650</u>

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

	Ποσό κλεισμένης χρήσεως 1996	Ποσό προηγούμενης χρήσεως 1994
Α.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
I.Μετοχικό Κεφ. (19.901.112 μετ. Των 1.000 δρχ.)		
1.Καταβλημένο.....	19.901.112.000	19.901.112.000
	<u>19.901.112.000</u>	<u>19.901.112.000</u>
II.Διαφορά από έκδοση μετοχών υπέρ το άρτο.....	23.278.743.611	23.278.743.611
	<u>23.278.743.611</u>	<u>23.278.743.611</u>
III.Διαφορές αναπροσαρμογής Επιχορηγήσεις επενδύσεων		
2.Διαφορές από αναπροσαρμογή αξίας λοπών περιουσιακών στοιχείων.....	68.850	0
3.Επιχορηγήσεις επενδύσεων πάγιου ενεργητικού.....	3.452.165.944	3.248.600.606
	<u>3.452.234.794</u>	<u>3.248.600.606</u>
IV.Αποθεματικά κεφάλαια		
1.Τακτικό αποθεματικό.....	1.177.121.820	1.076.543.070
2.Αποθεματικά καταστατικού.....	50.000	50.000
3.Ειδικά αποθεματικά.....	930.000.000	0
5.Αφορολόγητα αποθ. ειδικών διατάξεων νόμων.....	9.392.488.103	9.056.106.326
	<u>11.499.659.923</u>	<u>10.142.699.396</u>
V.Αποτέλεσμα εις νέον Υπόλοιπο κερδών εις νέον.....	4.193.443.331	4.760.547.160
	<u>4.193.443.331</u>	<u>4.760.547.160</u>
VII.Συναλλαγματική διαφορά μετατροπής ισολογισμών.....	(493.787.676)	(403.225.516)
βυγατρικών εξωτερικού.....	<u>(493.787.676)</u>	<u>(403.225.516)</u>
VIII.Διαφορές ενοποίησης- Πιστωτικό υπόλοιπο Μειον: Μεταφορές στα ενοπτ. Αποτίσματα.....	(1.097.963.926)	(1.769.744.506)
	<u>(1.097.963.926)</u>	<u>(1.769.744.506)</u>
IX.Διακαίωμα μειοψηφίας.....	4.437.925.908	3.139.922.457
	<u>4.437.925.908</u>	<u>3.139.922.457</u>
Σύνολο Ιδίων κεφαλαίων (ΑI+ΑII+ΑIII+ΑIV+AVII+AVIII+ΑIX).....	<u>65.225.367.965</u>	<u>62.298.655.208</u>
Β.ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ		
1.Πρόβλεψη για αποζημίωση προσωπικού λόγω εξόδου από την υπηρεσία.....	18.768.628	2.658.015
2.Λοιπές προβλέψεις.....	211.195.940	191.371.076
	<u>229.874.568</u>	<u>194.029.091</u>
Γ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
I.Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
1.Ομολογιακά δάνεια.....	2.050.000.000	2.050.000.000
2.Δάνεια τραπεζών.....	110.052.454	675.199.009
3.Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις.....	305.166.726	259.600.054
	<u>2.465.219.180</u>	<u>2.984.799.063</u>
II.Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
1. Πραγματοετές.....	4.279.167.035	3.031.396.290
2. Γραμμάτια πληρωτέα.....	2.155.714.072	3.291.974.643
2α. Επιταγές πληρωτέες μεταχρονολογημένες.....	297.924.909	312.827.941
3. Τράπεζες λογισμοί βραχυπρ. Υποχρεώσεων.....	4.751.523.050	6.044.042.213
4. Προκαταβολές πελατών.....	679.224.870	402.229.371
5. Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη.....	911.115.984	2.099.396.797
6. Ασφαλιστικοί οργανισμοί.....	737.735.816	651.168.291
7. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις πληρωτέες στην επόμενη χρήση.....	5.286.587.251	4.134.351.073
8. Υποχρεώσεις προς λοιπές συμμετοχές.....	597.136.661	24.474.546
10. Μερίσματα πληρωτέα.....	1.334.700.822	1.953.130.320
11. Πιστωτές διάφοροι.....	23.444.689.692	23.027.229.522
Σύνολο Υποχρεώσεων (Π+ΠI).....	<u>25.906.908.872</u>	<u>26.012.028.585</u>

Δ.ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		
2.Έξοδα χρήσεως δουλευμένα.....	689.016.875	982.758.153
3.Λοιποί μεταβατικοί λογαριασμοί παθητικού.....	22.757.78	224.576.751
	<u>711.774.657</u>	<u>1.007.334.904</u>
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (Α+Β+Γ+Δ).....	92.076.926.062	89.512.047.788
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥ		
1.Δικαιούχοι αλλότριων περιουσιακών στοιχείων.....	1.544.000	1.662.280
2.Πιστωτικοί λογαριασμοί εγγυήσεων και εμπραγμάτων ασφαλειών.....	2.185.971.809	1.057.162.675
4.Λοιποί λογαριασμοί τάζεως.....	3.956.690.758	4.748.150.695
	<u>6.144.206.567</u>	<u>5.806.975.650</u>

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1995 (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1995)

	Χρήση 1995		Χρήση 1994	
I.Αποτελέσματα εκμεταλεύσεως.....				
Κύκλος εργασιών (πωλήσεις).....		73.727.905.781		72.658.443.222
Μείον: κόστος πωλήσεων.....		<u>50.781.424.150</u>		<u>49.747.369.989</u>
Μικτά αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλεύσεως.....		22.946.481.631		22.911.073.233
Πλέον: άλλα έσοδα εκμεταλεύσεως.....		<u>1.251.853.226</u>		<u>1.120.068.159</u>
Σύνολο		24.198.334.857		24.031.141.392
Μείον:				
1.Έξοδα διοικητικής λειτουργίας.....	4.755.748.467		4.215.550.744	
3.Έξοδα λειτουργίας διαθέσεων.....	<u>14.091.522.230</u>	<u>18.867.270.697</u>	<u>12.252.373.156</u>	<u>16.467.923.900</u>
Μερικά αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλεύσεως.....		5.331.064.160		7.563.217.492
Πλέον:				
1.Έσοδα συμμετοχών.....	85.245.586		40.413.846	
2.Έσοδα χρεογράφων.....	370.056.253		489.895.615	
3.Κέρδη πωλήσεως συμμετοχών και χρεογράφων.....	268.914.721		840.835.604	
4.Πιστωτικοί τόκοι.....	<u>123.788.655</u>	<u>848.005.215</u>	<u>184.666.748</u>	<u>1.555.811.813</u>
		6.179.069.375		9.119.029.305
Μείον:				
2.Έξοδα και ζημιές συμμετοχών και χρεογράφων.....	3.010.680		32.989.124	
3.Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα.....	<u>2.308.552.472</u>	<u>2.311.156.152</u>	<u>2.867.941.452</u>	<u>2.900.930.576</u>
Ολικά αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλεύσεως.....		3.867.508.223		6.218.098.729
II.Πλέον Έκατα αποτελέσματα				
1.Έκατα και ανόργανα έσοδα και κέρδη, έσοδα προηγούμενων χρήσεων.....	2.050.693.632		1.599.239.869	
Μείον:				
1. Έκατα και ανόργανα έξοδα, ζημιές και έξοδα προηγούμενων χρήσεων.....	<u>1.130.061.382</u>	<u>920.632.250</u>	<u>1.035.072.287</u>	<u>564.167.582</u>
Όργανικά και έκτακτα αποτελέσματα(κέρδη).....		4.788.138.473		6.782.266.311
Μείον:				
Σύνολο αποσβέσεων παγίων στοιχείων.....	6.962.076.728		5.788.662.570	
Μείον: Οι από αυτές ενσωμ. Στο λοιπ. Κόστος.....	<u>5.468.222.212</u>	<u>1.493.854.516</u>	<u>5.105.726.182</u>	<u>682.936.388</u>
		3.294.283.957		6.099.329.923
Μείον: Αναλογία μετοχών μειωμηνίας.....		<u>225.740.803</u>		<u>170.021.523</u>
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΙΤΑ (κέρδη) ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ.....		3.068.543.1504		5.929.308.400

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ:

α) Οι εταιρίες που περιλαμβάνονται στην ανωτέρω ενσωπείση είναι ο εξής:

1. ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.
2. ΕΥΡΩΤΡΟΦΕΣ ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΑΤΩΝ
3. ΑΡΜΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΕΛΕΤΩΝ & ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ
4. ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ (ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ)
5. ΑΛΕΞΙΣ ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ ΑΡΤΟΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΜΑΤΩΝ Α.Ε.
6. DELIOS SPECIALITES ALIMENTAIRES S.A.
7. DELVI -T S.A.
8. DELVI -P S.A.
9. DELMIL S.A.
10. DELROM S.A.
11. DELTA INTERNATIONAL HOLDINGS S.A.
12. DELTA DAIRY HOLDINGS LIMITED
13. DELTA - UKRAINE S.A.
14. DELTA SISTRIBUZIONE S.R.L.
15. DELMIL S.A.

β) Κατά τη διάρκεια της χρήσης 1995 η "ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑ" συγχωνεύτηκε με απορρόφηση σύμφωνα με τις διατάξεις του Κ.Ν. 2190/1920 και του Ν.Δ. 1297/72 διαδοχικά από την 1.3.95 με την "ΦΡΟΖΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ Α.Ε." (ΦΕΚ 1048/7.3.95) και από 1.7.95 με την "ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ" και με την εταιρία "ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ ΝΟΤΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ" (ΦΕΚ 3658/3.7.95).

γ) Η τελευταία αναπροσαρμογή της αξίας των ακινήτων έγινε στη χρήση 1992, βάσει του Ν. 2065/1992.

δ) Οι εταιρίες υπ' αριθμόν 14, 15 περιλαμβάνονται στην ενσωπείση για πρώτη φορά.

Αθήνα, 10 Μαΐου 1996

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Δ.Σ.
ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΔΗΜ. ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΣ
ΑΡ. ΤΑΥΤ. Α 042897/62

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΔΗΜ. ΑΡ. ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΣ
ΑΡ. ΤΑΥΤ. Μ 289326/80

Ο Δ/ΝΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΚΩΝ/ΝΟΣ Γ. ΝΙΚΟΛΑΪΔΗΣ
ΑΡ. ΤΑΥΤ. Π 054417/90

Ο Δ/ΝΤΗΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ
ΝΙΚΟΛΑΟΣ Τ. ΚΑΠΠΑΣ
ΑΡ. ΤΑΥΤ. Ξ 425851/86

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	1995	1994	1993
1 ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΤΙΑ		21,261,413	18,736,361
2 ΓΗΡΕΟΑ/ΟΙΚΟΔΟΕΑ/ΕΘΑΡΜΙΚΕΣ ΕΚΤΑΣΕΙΣ	1,624,623		1,593,123
3 ΚΤΙΡΙΑ/ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	13,193,467		12,123,419
4 ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ	6,016,931		7,019,453
5 ΑΙΧΜΑΙΕΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ/ΣΑΡ. ΠΟΔ. ΑΠΟΣΤ.	8,512,201		4,099,788
6 ΚΕΙΜΕΝΑ ΣΥΣΤΡΕΦΥΜΕΝΗΣ ΑΠΟΣΤΡΕΦΕΙΣ	10,255,045		8,113,198
7 ΑΠΟΣΤ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	1,051,999		3,962,787
8 ΑΠΟΣΤΡΕΦΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡ. ΕΞΟΠΛ.	2,313,886		3,007,109
9 ΑΠΟΣΤ. ΟΔΩΝ/ΠΟΔ. ΑΠΟΣΤ. -ΑΙΥΚ. ΑΚΙΝ.	2,989,880		1,743,902
10 ΜΑΚΡΟΠΡΟΒΕΣΝΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	92,893		139,132
11 ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	2,077,144		1,874,644
12 ΑΠΘΕΝΑΤΑ		5,892,936	5,089,151
13 ΕΥΔΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1,340,939		1,509,094
14 ΥΔΕΙΣ/ΥΔΙΚΑ	4,542,057		3,580,057
15 ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΓΡΑΜΜ. ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ		12,399,681	9,796,181
16 ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	11,320,248		8,793,882
17 ΟΦΙΛΕΤ ΗΡΑΙΤΗΣΕΙΣ	454,387		106,915
18 ΤΑΧΕΙΟ & ΚΑΤΑΒΕΣΕΙΣ	814,446		695,384
19 ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		400,905	653,070
		39,934,995	34,274,763
20 ΠΑΡΗΓΙΚΟ			
21 ΎΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		6,849,680	6,003,711
22 ΝΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3,440,000		3,440,000
23 ΑΠΘΘΕΜΑΤΙΚΑ	3,408,660		2,176,600
24 ΑΔΙΑΜ. ΚΕΡΔΗ / ΣΥΣΤΡΕΦΥΜΕΝΕΣ ΤΗΜΕΙΣ	0		387,111
25 ΚΕΙΜ. & ΚΑΠΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΘΛΕΨΕΙΣ		5,887,115	5,952,310
26 ΝΕΤΟΧΙΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	6,827,219		5,901,781
27 ΠΡΟΘΛΕΨΕΙΣ	59,856		51,579
28 ΕΡΑΧΥΠΡΟΒΕΣΝΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		25,199,200	22,317,692
29 ΟΦΕΙΛΕΙΣ ΙΣ ΤΡΑΠ./ΟΦΙΛΕΙΣ Μ.ΘΑΝΕΙΩΝ	15,789,220		12,921,406
30 ΓΡΑΜ. ΔΑΝΗΡΩΤΕΣ/ΠΡΟΚΑΘΕΥΤΕΣ/ΠΙΣΤΩΤΕΣ	9,544,979		7,999,213
31 ΟΦΙΛΕΤ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1,365,901		1,397,073
32 ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΡΗΓΙΚΟΥ		39,934,995	34,274,763
33 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ		01/01/95-31/12/95	01/01/94-31/12/94
34 ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΑΡΗΓΙΕΙΣ)		69,708,891	65,230,071
35 ΚΕΙΜΕΝΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΡΩΝΕΩΝ		42,697,403	47,566,965
36 ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ		19,511,499	17,683,106
37 ΕΡΩΝΕΩΣΕΙΣ & ΑΔΙΑΜ. ΔΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ		503,185	473,237
38 ΚΕΙΜΕΝΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΟΔΗΓΗΣΗΣ		4,111,156	3,703,466
39 ΚΕΙΜΕΝΑ ΑΔΙΑΜ. ΔΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΣΟΔΩΝ		13,361,636	11,735,359
40 ΔΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ		2,523,959	2,697,519
41 ΗΗ ΔΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ		517,629	383,914
42 ΚΕΙΜΕΝΑ ΗΗ ΔΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΩΝ		1,532,670	1,964,985
43 ΚΕΙΜΕΝΑ ΑΠΘΘΕΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΒΕΝΓΩΝ		0	0
44 ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΘΘΕΣΕΩΝ		2,586,223	2,261,821
45 ΑΠΘΘΕΣΕΙΣ ΚΕΙΑ ΙΣΤΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΡΩΝΕΩΝ		2,586,223	2,361,921
46 ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΕΡΩΝΕΥ ΕΠΙΘΕΩΜΑΤΟΣ		1,509,215	1,116,447
47 ΕΡΩΝΕΥ ΕΠΙΘΕΩΜΑΤΟΣ		276,617	325,313
48 ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΘΕΩΜΑΤΟΣ		1,785,832	1,441,760
1995		10.5.96	*ΙΑ/ΕΑ/3/5.5.96
1994		2.06.95	*ΙΑ/ΕΑ/4/2.5.95
1993		11.7.94	*ΙΑ/ΕΑ/4/8.6.94

ΕΜΕΡΓΗΤΙΚΟ

1	ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΙΑ		31,727,197		9,596,021		9,276,225
2	ΓΗΠΕΔΑ/ΟΙΚΟΠΕΔΑ/ΕΘΑΦΙΚΕΣ ΕΚΤΑΣΕΙΣ	1,954,997		1,954,997		1,856,892	
3	ΚΤΙΡΙΑ/ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	8,517,511		4,943,244		4,068,969	
52	ΜΗΧΑΝΙΚΟΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ	8,019,249		7,151,295		6,155,019	
4	ΑΙΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ / ΟΑΠ. ΠΟΛ. ΑΡΧΩΝ.	1,555,753		1,274,744		1,148,548	
7	ΜΕΙΩΝ ΣΥΛΛΟΓΕΥΜΕΝΗΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	1,430,406		5,241,634		5,036,680	
60	ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	3,071,337		2,539,514		2,223,047	
53	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	3,739,622		3,175,362		2,495,964	
61	ΑΠΟΣΒ. ΟΑΠΑΝΩΝ ΠΟΛ. ΑΡΧΩΝ - ΑΙΩΜ. ΑΚΙΝ.	759,477		526,758		315,672	
8	ΜΑΚΡΟΠΡΩΒΕΣΤΙΚΕΣ ΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	20,436		20,436		9,836	
9	ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	653,537		433,037		72,744	

10	ΑΠΟΒΕΝΑΤΑ		1,087,195		775,800		773,069
11	ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	140,252		124,163		97,224	
12	ΥΔΕΙΣ/ΥΔΙΚΑ	946,934		651,637		685,043	

14	ΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		2,739,533		1,953,844		1,974,339
15	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΓΡΑΜΜ. ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	2,504,053		1,597,691		1,716,857	
17	ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	127,027		337,336		105,291	
18	ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	108,551		18,817		192,201	

19	ΤΑΜΕΙΟ & ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ		270,754		75,964		156,876
20	ΣΥΝΟΛΟ ΕΜΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		15,814,810		12,402,629		11,190,509

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

21	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		4,650,993		4,661,028		4,320,158
22	ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3,804,270		3,804,270		3,804,270	
23	ΑΠΟΣΒΕΣΤΙΚΑ	733,712		595,002		299,728	
24	ΑΔΙΑΜ. ΚΕΡΩΝ / ΣΥΣΤΡΕΦΥΜΕΝΕΣ ΖΗΤΗΣΕΙΣ	113,011		351,756		216,160	

25	ΜΕΙΩΝ & ΜΑΚΡΩ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ		3,528,476		2,333,589		1,506,257
56	ΜΕΙΩΜΑΝΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	3,358,561		2,268,122		1,498,178	
57	ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	169,915		65,466		8,079	

26	ΒΡΑΧΥΠΡΩΒΕΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		7,645,341		5,408,013		5,364,894
27	ΦΕΙΝΕΙ ΣΕ ΤΡΑΠ./ΛΟΙΠΕΣ Μ. ΟΑΜΕΙΩΝ	4,993,129		3,702,453		3,907,902	
28	ΓΡΑΜ. ΠΟΛΥΤΡΕΦΑ/ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ/ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1,897,998		1,089,575		954,536	
29	ΚΕΡΤΙΜΑΤΑ ΠΟΛΥΤΡ. / ΚΕΡΩΝ ΠΡΩΤ. ΔΙΑΚΩΜΗ	440,000		0		0	
30	ΠΟΡΤΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	3,640		5,351		5,226	
31	ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	310,574		619,634		496,430	

32	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		15,824,810		12,402,629		11,190,509
----	------------------	--	------------	--	------------	--	------------

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

01/01/95-31/12/95 01/01/94-31/12/94 01/01/93-31/12/93

34	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΗΡΩΑΣΕΙΣ)		18,237,729		15,120,146		14,474,498
35	ΜΕΙΩΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΗΣΕΩΝ		10,195,101		8,607,283		8,412,893
36	ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ		8,042,548		7,512,863		6,061,615

37	ΠΡΟΜΗΘΕΙΣ & ΛΟΙΠΑ ΔΕΙΤ. ΕΙΣΘΑ		121,594		59,488		12,629
38	ΜΕΙΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	1,361,967		1,389,023		1,769,551	
39	ΜΕΙΩΜ ΛΟΙΠΑ ΔΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΘΑ	5,421,390		5,155,639		3,833,204	
40	ΔΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	380,895		1,017,584		471,389	

41	ΜΗ ΔΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΙΣΘΑ		368,286		85,290		191,709
42	ΜΕΙΩΜ ΜΗ ΔΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΘΑ		297,213		481,522		365,763
43	ΜΕΙΩΜ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΩΝ		0		0		0
44	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	1,435,081		1,219,743		827,342	
45	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΙΩ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΗΡΩΑΣΕΩΝ	1,425,093		1,219,743		827,342	

46	ΚΕΡΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΠΙΣΟΦΗΜΑΤΟΣ		511,558		521,352		296,335
50	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΤΙΜΑΤΑ		440,000		0		0
59	ΦΟΡΟΣ ΕΠΙΣΟΦΗΜΑΤΟΣ		108,046		224,115		74,960

1995 Ο ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ 30 ΑΦΟΡΑ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΣΥΝΔΕΔΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ. 7.6.96 ΝΙΑ/ΕΥ/1/5.4.96

1994 5.05.95 ΝΙΑ/ΕΑ/1/2.5.95

1993 12.06.94 ΝΙΑ/Χ3Ε/1/03.06.94

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Εταιρίες

1. ΔΕΛΤΑ Α.Ε.
κ. Α. Ασημακόπουλου
2. ΕΒΓΑ Α.Β.Ε.Ε.
κ. Οικονόμου
3. ΦΑΓΕ Α.Ε.
κ. Α. Γεωργακόπουλος

2. Ενημερωτικά Φυλλάδια

1. ΔΕΛΤΑ
2. ΕΒΓΑ
3. ΦΑΓΕ

3. Βιβλιοθήκες

1. Βιβλιοθήκη Αγροτικής Τράπεζας (Αθήνας, Τρίπολης)
2. Βιβλιοθήκη Υπουργείου Γεωργίας (Αθήνας, Τρίπολης)
3. Δημοτική βιβλιοθήκη Πατρών

4. Εφημερίδες

1. ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ
2. ΕΞΠΡΕΣ
3. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (ένθετο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ, ισολ. ΔΕΛΤΑ, ΕΒΓΑ, ΦΑΓΕ)
4. ΚΕΡΔΟΣ, ΚΕΡΔΟΣ (ετήσια ειδική έκδοση, Τρόφιμα-Ποτά & Συσκευασία)

5. Περιοδικά

1. Οικονομικός Ταχυδρόμος
2. Αγορά
3. Money & Life
4. Men (Άρθρο: Πόλεμος ΔΕΛΤΑ - ΦΑΓΕ)
5. Χρήμα

6. Εταιρίες ερευνών και πληροφοριών

1. Amer Nielsen

- κ. Ευφροσυνίδου
2. ICAP HELLAS S.A.
κ. Ξενάκη
 3. Εκδόσεις INDUSTRIAL NEWS & RESEARCH
(Η ελληνική βιομηχανία κατά το 1994-95)
κ. Χρήστος Κορφιάτης

7. Λοιπές εταιρίες

3. Ναυτεμπορική
4. Σ.Ε.Β. (Σύλλογος Ελλήνων Βιομηχάνων)

8. Λοιπές πηγές

1. Α.Τ.Ε.
Διευθυντής Πατεράκης Μανώλης (τμ. Βιομ. Γάλακτ.)
2. Ανάλυση Ισολογισμού Σ.Δ.Ο. παράρτημα Α
κ. Πετρίδης

