

# ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Τεύχος 4, Απρίλιος - Ιούνιος 2015

---

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Σημείωμα του Συντονιστή Έκδοσης

### Επιστημονικές εργασίες

- Α. Κοντογεώργος, Δ. Τσελεμπής και Π. Σεργάκη «*Αγροτικοί Συνεταιρισμοί και Οικονομική Κρίση. Υπάρχουν Διέξοδοι; Απόψεις Στελεχών*».
- Φ. Ι. Καρυπίδης, «*Συνεταιριστική Εμπορία Γεωργικών Προϊόντων και Αναξιοποίητες δυνατότητες στην Ελλάδα*».

### Αξιόλογα κείμενα

- Απελευθερώνοντας το δυναμικό της κοινωνικής οικονομίας για την ανάπτυξη της ΕΕ: Η στρατηγική της Ρώμης (Μετάφραση Μ.Δ. Τζουβελέκας, Επιμέλεια Δρ Γ. Αλεξόπουλος).
- Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Συμβούλιο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών: «Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη» (Βρυξέλλες 28.10.2009, COM(2009)591 τελικό).
- Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα «Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών – Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη» (2011/C 48/25).
- Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα τις «Εμπορικές σχέσεις μεταξύ των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου και των προμηθευτών τροφίμων – σημερινή κατάσταση» (NAT/571, Βρυξέλλες 13.2.2013).
- Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Αντιμετώπιση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών (ΑΘΕΠ) στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων από επιχείρηση σε επιχείρηση», (COM92014) 472 final).

### Συνεταιριστικές οργανώσεις

- Μεσοπρόθεσμο Σχέδιο Δράσης 2014-2018, ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ (από Γ. Δημάκη, Π. Λογοθέτη και Γ. Κωσταρέλη).
- Οι μεγάλες Αγροτικές Συνεταιριστικές Οργανώσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Πηγή: COGECA. Εισαγωγικό σημείωμα Κ. Παπαγεωργίου)

## **Σχόλια**

- Δύο επισημάνσεις (του Κ. Παπαγεωργίου)
- Πρωτοβουλία του Δικτύου Κοινωνικής Αλληλεγγύης και Περιφερειακής Ανάπτυξης (Δικτύου Κ.Α.Π.Α.) (του Κ. Παπαγεωργίου)

## **Νέα βιβλία**

- Οι Συνεταιρισμοί στην Ελλάδα, τόμοι 7 και 8 (Περίοδοι 1977-1981 και 1982-1993).

**Συμβούλιο Έκδοσης** ( κριτές επιστημονικών εργασιών):

Αλεξόπουλος Γεώργιος	Δρ Γεωργοοικονομολόγος, ΕΕΔΙΠ Γεωπονικό Πανεπιστήμιο
Ανεσιάδης Αντώνιος	Γενικός Διευθυντής Ένωσης Αγροτών Ν. Σερρών
Αποστολόπουλος Κωνσταντίνος,	Καθηγητής Χαροκοπείου Πανεπιστημίου
Δημάκης Ιωάννης	Γενικός Διευθυντής Ένωσης Αγροτών Αργολίδας «ΡΕΑ»
Δοδόπουλος Σοφοκλής	Πρώην Εντεταλμένος Σύμβουλος της ΣΕΚΑΠ
Καμενίδης Χρίστος	Καθηγητής Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσ/νίκης
Καραμέτου Παναγιώτα	Διδάκτωρ Χαροκοπείου Πανεπιστημίου
Καρυπίδης Φίλιππος	Καθηγητής ΤΕΙ Θεσσαλονίκης
Κλήμη-Καμινάρη Ολυμπία	Επ. Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου
Κορέντζελου Νάνσυ	Δικηγόρος
Κουτσού Σταυριανή	Αν. Καθηγήτρια ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης
Μητροπούλου Ανδριανή-Άννα	Δικηγόρος, π. Νομικός Σύμβουλος ΠΑΣΕΓΕΣ
Παναγιωτόπουλος Φώτιος	Πρώην Υποδιοικητής ΑΤΕ
Παπαγεωργίου Κωνσταντίνος	Ομότ. Καθηγητής Γεωπονικού Πανεπιστημίου
Σδράλη Δέσποινα	Επ. Καθηγήτρια Χαροκοπείου Πανεπιστημίου
Σελλιανάκης Γεώργιος	Πρώην Γεν. Δ/ντής Ελαιουργικής, π. Γεν. Γραμματέας Υπ. Γεωργίας
Σέμος Αναστάσιος	Καθηγητής Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσ/νίκης
Σεργάκη Παναγιώτα	Επ. Καθηγήτρια Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσ/νίκης
Σινίκης Ευστάθιος	Πρώην Διευθυντής Υπουργείου Γεωργίας
Σωφρονάς Αντώνιος	τ. Διευθυντής Υπουργείου Γεωργίας
Φεφές Μιχαήλ	Επ. Καθηγητής Πανεπιστημίου Πελοποννήσου

Διεύθυνση επικοινωνίας με το ΙΣΕΜ: [isem-institute@gmail.com](mailto:isem-institute@gmail.com)

Διεύθυνση Συντονιστή Έκδοσης: [clpapageorgiou@gmail.com](mailto:clpapageorgiou@gmail.com)

## **Σημείωμα του Συντονιστή έκδοσης**

Με το παρόν 4<sup>ο</sup> τεύχος συμπληρώνεται ένας χρόνος «κυκλοφορίας» του περιοδικού του ΙΣΕΜ «Κοινωνική Οικονομία». Η περίοδος αυτή έδειξε ότι, παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν ιδίως οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, υπάρχουν δυνάμεις ανανέωσης και στήριξης του συνεταιριστικού θεσμού. Οι πειραματισμοί με τη νομοθεσία αποδείχθηκαν καταστροφικοί και δεν έβλαψαν μόνο τους αγροτικούς συνεταιρισμούς αλλά και τον συνεταιριστικό θεσμό γενικότερα. Όμως, νέοι υποστηρικτές του θεσμού εμφανίζονται και νέοι συνεταιρισμοί ιδρύονται, ιδίως από νέους ανθρώπους, που έχουν αντιληφθεί την υπεροχή αυτού του κοινωνικο-οικονομικού θεσμού.

Οι αναγνώστες του περιοδικού θα παρατηρήσουν κάποια αλλαγή στη δομή της ύλης από το τεύχος αυτό. Ανάλογα με τη διαθεσιμότητα, η ύλη θα διακρίνεται σε:

α) Επιστημονικές εργασίες και έρευνες για συνεταιριστικά θέματα (αξιολογούμενες από κριτές).

β) Σημαντικά κείμενα, προερχόμενα από φορείς της Ε.Ε. ή γενικότερου κύρους φορείς.

γ) Κείμενα νομικής φύσεως.

δ) Κείμενα προβολής καλών συνεταιριστικών παραδειγμάτων ή επιτευγμάτων, νέων βιβλίων, βιβλιοκριτικές, κλπ συναφή, και

δ) Σχόλια αναφερόμενα ή συνδεδεμένα με συνεταιρισμούς.

Εννοείται ότι η ταξινόμηση στις κατηγορίες αυτές δεν είναι πάντοτε ευχερής. Όμως, θα καταβάλλεται προσπάθεια να προσανατολίζονται οι αναγνώστες στα αντικείμενα που τους ενδιαφέρουν ιδιαίτερα.

Εναπόκειται στους επιστήμονες που ασχολούνται με τους συνεταιρισμούς να προμηθεύουν κείμενα των τριών πρώτων κατηγοριών, ενώ για την τέταρτη κατηγορία αναμένονται κείμενα προβολής από τους ίδιους τους συνεταιρισμούς. Επάνυμα σχόλια μπορούν να προμηθεύουν οι ενδιαφερόμενοι και θα ακολουθείται η διαδικασία που αναφέρεται στην ιστοσελίδα του ΙΣΕΜ ([isem-journal.blogspot.gr](http://isem-journal.blogspot.gr)).

Παρατηρήσεις και προτάσεις από αναγνώστες είναι ευπρόσδεκτες και θα εξετάζονται με ενδιαφέρον.

# ***Αγροτικοί Συνεταιρισμοί και Οικονομική Κρίση. Υπάρχουν Διέξοδοι; Απόψεις Στελεχών.***

**Α. Κοντογεώργος\*, Δ. Τσελεμπής\*\* και Π. Σεργάκη\*\*\***

- \* Λέκτορας, Τμήμα «Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων» Πανεπιστήμιο Πατρών, Γ. Σεφέρη 2 30100 Αγρίνιο email: akontoge@upatras.gr
- \*\* Υποψ. Διδάκτορας, ΑΠΘ, Σχολή Γεωπονίας Δασολογίας και Φυσικού Περιβάλλοντος, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, email: dtselemp@agro.auth.gr
- \*\*\* Επίκουρος Καθηγήτρια, ΑΠΘ, Σχολή Γεωπονίας Δασολογίας και Φυσικού Περιβάλλοντος, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, email: gsergaki@agro.auth.gr

## **Περίληψη**

Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα επέδρασε με πολλούς τρόπους στις επιχειρήσεις και την απασχόληση και δοκιμάζει ολόκληρη την οικονομία της χώρας. Μία σοβαρή συνέπεια για τις επιχειρήσεις είναι η πολύ χαμηλή ρευστότητα στις αγορές που τις αναγκάζει να μεταρρυθμίσουν και να αναμορφώσουν τις στρατηγικές τους.

Σε αυτή την εργασία, γίνεται προσπάθεια να εξεταστεί η επίδραση της κρίσης στους Αγροτικούς Συνεταιρισμούς της Ελλάδας, όπως τη βιώνουν τα ανώτερα στελέχη τους, προκειμένου τελικά να καταγραφεί ο τρόπος αντίδρασης των συνεταιρισμών στη χαμηλή ρευστότητα, στη διαχείριση του δανεισμού, στα επενδυτικά σχέδια, καθώς και ποιες αλλαγές έγιναν σε οργανωτικό επίπεδο (π.χ. στη διαχείριση του προσωπικού τους) και τέλος να προταθούν πιθανές στρατηγικές που θα τους οδηγήσουν σε έξοδο από την κρίση.

Τα πρώτα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι στις μελλοντικές στρατηγικές τους, τα στελέχη που συμμετείχαν σε αυτή την έρευνα, αποκλείουν την εγκατάλειψη δραστηριοτήτων και την πώληση περιουσιακών στοιχείων και εξοπλισμού και προωθούν τις εξαγωγές και τις επενδύσεις μάρκετινγκ (συνεταιριστικά προϊόντα και επωνυμίες) και τη δημιουργία συνεργασιών (π.χ. δίκτυα διανομής) μεταξύ των αγροτικών συνεταιρισμών.

**Λέξεις κλειδιά:** Αγροτικοί Συνεταιρισμοί, Οικονομική Κρίση, Διοίκηση, Στρατηγικός Σχεδιασμός

***Agricultural Cooperatives and Economic Crisis:  
Is there a way out? Executives' Perceptions***

**Abstract**

The economic crisis in Greece has numerous consequences on businesses and employment, affecting the whole economy. A serious consequence of the crisis is the cash shortage in the market that forces businesses to reform and re-shape their strategies.

This paper conducts a strategic assessment of the Greek agricultural cooperatives in order to illustrate how they have reacted to the economic crisis and investigate their strategic options for the next period. For this reason, a qualitative research has been carried out using in- depth interviews with cooperative executives in order to illustrate their financial situation and their reaction to the crisis.

The findings show that according to cooperative executives, their strategies do not refer to changes in the spectrum of activities or sale of fixed assets. Their strategy includes promotion of exports, hiring of experienced personnel, investments in marketing and establishment of partnerships among agricultural cooperatives (e.g. in distribution channels).

**Key Words:** Agricultural Cooperatives, Economic Crisis, Greece, Strategic Management

## Εισαγωγή

Η οικονομική κρίση που δοκιμάζει ολόκληρη την Ελληνική οικονομία επιδρά με ποικίλους τρόπους τόσο στην απασχόληση όσο και στις επιχειρήσεις. Χαρακτηριστική είναι η πολύ χαμηλή ρευστότητα στην αγορά. Οι επιχειρήσεις σταματούν τις επενδύσεις, μειώνουν τους μισθούς και το προσωπικό τους. Από την άλλη, το υψηλό ποσοστό ανεργίας και η ταυτόχρονη μείωση στο εισόδημα των εργαζομένων τροφοδότησε έναν κύκλο ύφεσης που δεν μπορεί να σταματήσει χωρίς ριζικές οικονομικές μεταρρυθμίσεις για το σύνολο της χώρας και των οικονομικών δραστηριοτήτων. Ταυτόχρονα και οι επιχειρήσεις πρέπει να μεταρρυθμίσουν και να επανασχεδιάσουν τις επιχειρηματικές τους στρατηγικές υιοθετώντας πιο εξεζητημένες λύσεις, προκειμένου αφενός να αντιμετωπίσουν την κρίση και αφετέρου να οδηγήσουν το σύνολο της οικονομίας στην μετά – κρίση εποχή.

Ο τομέας των τροφίμων στην Ελλάδα αντιπροσωπεύει περίπου το 17% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων, συμβάλλει στο 22% της συνολικής απασχόλησης και το 21% του ετήσιου κύκλου εργασιών της μεταποιητικής βιομηχανίας. Η σημασία λοιπόν του τομέα των τροφίμων για την ελληνική οικονομία είναι αδιαμφισβήτητη (IOBE, 2010). Ωστόσο, η συμβολή των αγροτικών συνεταιρισμών είναι μικρή στον τομέα των τροφίμων (σχεδόν 8% του συνόλου των επιχειρήσεων). Παρόλα αυτά ο ρόλος τους είναι ζωτικής σημασίας για τη βελτίωση της κοινωνικό - οικονομικής κατάστασης τόσο των μελών τους όσο και των τοπικών κοινοτήτων. Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί έχουν αυξήσει τη διαπραγματευτική ισχύ των αγροτών και αποτελούν σημαντικό φορέα αγροτικής ανάπτυξης, καθώς συμβάλλουν στην οικονομική βιωσιμότητα των αγροτικών περιοχών, ιδίως στις λιγότερο ευνοημένες περιφέρειες της Ελλάδας (Theodosiou et al., 2010, Chatzitheodoridis et al., 2013). Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα κατέχουν σημαντικά μερίδια αγοράς στο ελαιόλαδο, τις επιτραπέζιες ελιές, το κρασί, και τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Από την άλλη όμως, οι συνεταιρισμοί δημιουργούν, στο σύνολο τους, περιορισμένη αξία για τους αγρότες - μέλη τους (Πιορούλος, 2012). Αυτό θα μπορούσε να αποδοθεί στον αυξημένο αριθμό των «επιχειρησιακά ανενεργών» αγροτικών συνεταιρισμών.

Στην πραγματικότητα, πολλοί συνεταιρισμοί δεν εξυπηρετούν κανένα πραγματικό επιχειρηματικό σκοπό, αλλά η ύπαρξή τους έχει μόνο πολιτικά ερείσματα. Τις τελευταίες δεκαετίες, πολλά στελέχη συνεταιρισμών χρησιμοποίησαν τη θέση τους ως ένα πρώτο βήμα για μια πολιτική καριέρα είτε στο εθνικό είτε στο Ευρωπαϊκό κοινοβούλιο (Δημάκης, 2004). Η πολιτική παρέμβαση προς τους συνεταιρισμούς εμφανίζεται σταθερή μέσα στο χρόνο. Από τις αρχές της δεκαετίας του 1930, οι κυβερνήσεις χρησιμοποίησαν τους αγροτικούς συνεταιρισμούς ως εργαλείο δημόσιας πολιτικής για την παροχή αγροτικών πιστώσεων, την οργάνωση των αγορών αλλά και για να επηρεάσουν πολιτικά τα μέλη τους (Patronis, 2002). Το κύριο εργαλείο κρατικής παρέμβασης στους αγροτικούς συνεταιρισμούς ήταν μέσω της νομοθεσίας (Karafolas, 2005). Ο πειραματισμός με διαφορετικά νομικά πλαίσια και ο παρεμβατισμός στα εσωτερικά θέματα οργάνωσης και τις επιχειρηματικές αποφάσεις των αγροτικών συνεταιρισμών οδήγησε σε διόγκωση των οικονομικών και άλλων προβλημάτων των συνεταιρισμών κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του 1980 και του 1990, με αρνητικό αντίκτυπο στην ανταγωνιστικότητα και την θέση τους στην αγορά.

Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί όμως πρέπει να ανταγωνιστούν με ιδιωτικές εταιρείες που εφαρμόζουν εξελιγμένες στρατηγικές διοίκησης και τεχνικές μάρκετινγκ. Μόλις πρόσφατα (μετά τα μέσα της δεκαετίας του 1990) οι συνεταιρισμοί στην Ελλάδα έχουν αρχίσει συστηματικές προσπάθειες για να αναδιοργανώσουν την δομή τους και τις στρατηγικές που εφαρμόζουν. Πολλοί αγροτικοί συνεταιρισμοί, έχουν εμπλακεί πιο δραστήρια στη διαδικασία παραγωγής τροφίμων δημιουργώντας τα δικά τους εμπορικά σήματα. Πολλοί από αυτούς επίσης παράγουν προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΟΠ & ΠΓΕ) και έχουν υιοθετήσει στρατηγικές διαχείρισης και μάρκετινγκ παρόμοιες με τις ιδιωτικές εταιρείες, αποκτώντας μια νέα δυναμική. Ωστόσο, η εφαρμογή στρατηγικών εμπορίας είναι, σε γενικές γραμμές, αδύναμη και τα προϊόντα τους είναι λιγότερο διαφοροποιημένα από εκείνα των μεγάλων ιδιωτικών επιχειρήσεων τροφίμων (Sergaki & Semos, 2006, Salavou & Sergaki, 2013). Επιπλέον, η έλλειψη στρατηγικής διαφοροποίησης, σε συνδυασμό με την εμμονή τους στην παραγωγή και όχι

στο μάρκετινγκ (Kyriakopoulos et al, 2004) έκανε τους αγροτικούς συνεταιρισμούς της χώρας εξαιρετικά ευάλωτους (Benos et al, 2007) και αδύναμους να ανταποκριθούν στις ραγδαίες αλλαγές των αγορών (Novkovic & Power, 2005). Αυτό το έλλειμμα στρατηγικής, σε σύγκριση με ιδιωτικές επιχειρήσεις, έγινε ακόμη πιο σημαντικό με την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης.

Καθίσταται λοιπόν απαραίτητο να εξετάσουμε την στρατηγική προσέγγιση των αγροτικών συνεταιρισμών, προκειμένου να διασαφηνίσουμε τις αντιδράσεις τους στην οικονομική κρίση, αλλά και να προσδιορίσουμε τις στρατηγικές τους δράσεις για τα επόμενα χρόνια. Παρ' όλα αυτά, η έλλειψη επαρκών χρηματοοικονομικών στοιχείων για τις δραστηριότητες των συνεταιρισμών καθιστά αναγκαία τη διερεύνηση των εκτιμήσεων των στελεχών τους, ως τον μόνο τρόπο προκειμένου να σκιαγραφηθεί αδρομερώς η κατάσταση των αγροτικών συνεταιρισμών κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης. Σε αυτή την κατεύθυνση, μια αναλυτική μελέτη πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια του 2013 με τη χρήση συνεντεύξεων με στελέχη συνεταιρισμών σε διαφορετικές περιοχές της χώρας.

Η υπόλοιπη εργασία χωρίζεται σε τρία τμήματα. Η δεύτερη ενότητα παρουσιάζει το σκεπτικό της μεθοδολογίας, τη σύνθεση του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε και τα χαρακτηριστικά των συνεταιρισμών και των στελεχών τους που συμμετείχαν στη μελέτη. Η τρίτη ενότητα ασχολείται με τα ευρήματα της έρευνας και την αξιολόγηση των εναλλακτικών στρατηγικών που είναι διαθέσιμες στους αγροτικούς συνεταιρισμούς. Η τελευταία ενότητα παρουσιάζει εν συντομία τα συμπεράσματα της μελέτης αυτής.

## **Μεθοδολογία**

Η έλλειψη στατιστικών δεδομένων και προηγούμενων μελετών απ' τον Ελλαδικό χώρο για τη στρατηγική ανάλυση των αγροτικών συνεταιρισμών κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης καθιστά την ποιοτική – περιγραφική (qualitative) ανάλυση ουσιαστικά τη μόνη διαθέσιμη. Η παρούσα εργασία, σκιαγραφώντας τη σημερινή κατάσταση των συνεταιρισμών, έχει ως στόχο την παρουσίαση εναλλακτικών σεναρίων που μπορούν να αποτελέσουν λύσεις και επιλογές των διευθυντικών στελεχών των αγροτικών συνεταιρισμών για να αντιμετωπίσουν την περίοδο της κρίσης. Η ανάλυση βασίζεται στις αντιλήψεις και τις αντιδράσεις στην οικονομική κρίση των στελεχών και των προέδρων των διοικητικών συμβουλίων των συνεταιρισμών. Είναι πεποιθήσή μας, ότι μια τέτοια προκαταρκτική έρευνα θα μπορούσε να είναι χρήσιμη στην εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με το μέλλον του τομέα αυτού. Η διατύπωση εναλλακτικών στρατηγικών διοίκησης είναι ένα εντελώς υποκειμενικό θέμα που απαιτεί την ανάλυση ποιοτικών χαρακτηριστικών και προβλέψεις μέσω μιας αναλυτικής – ποιοτικής μεθοδολογίας. Οι αναλυτικές ποιοτικές μέθοδοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για δύο κύριους σκοπούς: για προγνωστικούς σκοπούς, δηλαδή για την διαμόρφωση μελλοντικών σεναρίων μέσω των πληροφοριών που συγκεντρώνονται αλλά και για ενημερωτικούς σκοπούς συγκεντρώνοντας απόψεις και πληροφορίες σχετικά με ένα θέμα για το οποίο δεν υπάρχει προηγούμενη ενημέρωση.

Σε αυτή την εργασία, προκειμένου να αναδειχτούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι αγροτικοί συνεταιρισμοί πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με συνεταιριστικά στελέχη (πρόεδροι των διοικητικών συμβουλίων, γενικοί διευθυντές και διευθυντές τμημάτων, κυρίως του οικονομικού). Η συνέντευξη ως μέθοδος της ποιοτικής έρευνας γίνεται συνήθως πρόσωπο-με-πρόσωπο χωρίς ωστόσο να αποκλείονται και άλλα μέσα, όπως το τηλέφωνο. Για τις ανάγκες της συγκεκριμένης εργασίας, αρχικά στάλθηκε μια πρόσκληση σε στελέχη συνεταιρισμών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και στη συνέχεια έγινε μια υπενθύμιση μέσω τηλεφώνου, προκειμένου να συμμετάσχουν σε αυτή την έρευνα. Τα θέματα της συνέντευξης ανακοινώθηκαν στους συμμετέχοντες δύο έως τρεις εβδομάδες πριν από τη συνέντευξη, ενώ χρησιμοποιήθηκαν και οι δύο τρόποι συνέντευξης (επιτόπια και μέσω τηλεφώνου).

Η συνέντευξη χωρίζεται σε τρία μέρη. Στο πρώτο μέρος υπάρχουν τα δημογραφικά στοιχεία του ερωτώμενου και στοιχεία της ταυτότητας των συνεταιρισμών τους. Στο δεύτερο μέρος υπάρχουν 2 ερωτήσεις πολλαπλών σημείων, από τις οποίες η μια αφορά τις τεχνικές διαχείρισης που χρησιμοποιούνται από τους συνεταιρισμούς και μια δεύτερη (μια κλειστή ερώτηση με χρήση 7-βάθμιας κλίμακα Likert) που διερευνά τις πηγές χρηματοδότησης των συνεταιρισμών. Και οι δύο



ερωτήσεις αναφέρονται σε δύο διακριτές περιόδους η πρώτη περίοδος πριν από το 2009 (πριν την κρίση) και η δεύτερη περίοδος μετά το 2009 μέχρι και το 2013. Το τρίτο μέρος της συνέντευξης περιέχει μια πολλαπλή ερώτηση σχετικά με τις μελλοντικές στρατηγικές και τακτικές που πρέπει να ακολουθήσουν οι συνεταιρισμοί σύμφωνα με την άποψη του ερωτώμενου, για να ξεπεραστεί η οικονομική κρίση.

Εν κατακλείδι, η έρευνα στοχεύει στο να απαντήσει σε δυο βασικά ερωτήματα: πρώτον πώς η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τους αγροτικούς συνεταιρισμούς και δεύτερον, ποία θα ήταν η καταλληλότερη στρατηγική διοίκησης για να ξεπεράσουν την οικονομική κρίση. Συνοψίζοντας, η ανάλυση που διενεργήθηκε στη παρούσα εργασία ενδείκνυται για τη μελέτη της τρέχουσας κατάστασης και την διαμόρφωση μελλοντικών προτάσεων στρατηγικής προς τα στελέχη των αγροτικών συνεταιρισμών.

### Ανάλυση και Αποτελέσματα

Σε αυτή τη μελέτη έλαβαν μέρος σαράντα έξι (46) στελέχη αγροτικών συνεταιρισμών που δεχτήκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα από ισάριθμους διαφορετικούς αγροτικούς συνεταιρισμούς, σχεδόν απ' όλη τη χώρα, όπως φαίνεται στον πίνακα 1α. Η θέση τους στην οργάνωση των συνεταιρισμών παρουσιάζεται στον πίνακα 1β. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι γενικοί διευθυντές των αγροτικών συνεταιρισμών έχουν τη μεγαλύτερη εργασιακή εμπειρία στη θέση που κατέχουν και το μεγαλύτερο χρονικό διάστημα εκπαίδευσης, που συνήθως περιλαμβάνει και μεταπτυχιακά. Το δεύτερο χαρακτηριστικό που περιγράφει το δείγμα των συνεταιρισμών είναι η κύρια δραστηριότητα τους. Η πλειονότητα των αγροτικών συνεταιρισμών στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται ως πολλαπλών σκοπών ασχολούνται δηλαδή, με περισσότερα από ένα προϊόντα και δραστηριότητες. Ο Πίνακας 2 παρουσιάζει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων στο ερώτημα: «ποια είναι η κύρια δραστηριότητα του συνεταιρισμού σας». Συνεπώς οι συνεταιρισμοί που εντάσσονται στις κατηγορίες του πίνακα δεν αποκλείεται να ασχολούνται και με άλλες δραστηριότητες, τα στελέχη όμως που συμμετέχουν στην έρευνα εντάσσουν τον συνεταιρισμό τους στον συγκεκριμένο τομέα.

**Πίνακας 1α:** Η γεωγραφική κατανομή των συνεταιρισμών που συμμετείχαν στην έρευνα.

Γεωγραφικό Διαμέρισμα	Αριθμός Συνεταιρισμών	Ποσοστό (%)
Κεντρική Μακεδονία	22	47,83
Δυτική Στερεά Ελλάδα	6	13,04
Δυτική Μακεδονία	5	10,87
Νησιά Αιγαίου	3	6,52
Θεσσαλία	3	6,52
Θράκη	3	6,52
Πελοπόννησος	2	4,35
Αττική	1	2,17
Ήπειρος	1	2,17

Πηγή: Αποτελέσματα Έρευνας, 2013

**Πίνακας 1β:** Χαρακτηριστικά των στελεχών των ΑΣ

Ερωτώμενοι	Παρατηρήσεις	Ποσοστό (%)	Εμπειρία στην Θέση (χρόνια)	Εργασιακή Εμπειρία (χρόνια)	Εκπαίδευση*
Πρόεδροι ΔΣ	14	30,4	10,3	22,8	1,7
Γενικοί Διευθυντές	10	21,7	13,7	20,0	3,5
Διευθυντές Παραγωγής	8	17,4	13,4	16,0	3,1
Οικονομικοί Διευθυντές	14	30,4	10,3	14,6	2,5

\*Σημ: (από 1 = Βασική 9 Χρόνια έως 4 = Μεταπτυχιακή, 18 Χρόνια)

Πηγή: Αποτελέσματα Έρευνας, 2013

**Πίνακας 2:** Η κύρια δραστηριότητα των συνεταιρισμών που συμμετέχουν στην έρευνα (κατά δήλωση των ερωτώμενων)

<i>Κύρια Δραστηριότητα των ΑΣ</i>	<b>Παρατηρήσεις</b>	<b>Ποσοστό</b>
Εμπορία Αγροτικών Προϊόντων και Εφοδίων	12	26,00
<b>Ελιές &amp; Ελαιόλαδο</b>	3	6,52
Κρασί	6	13,04
Τοπικά /Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι Συν/σμοί	3	6,52
Κονσερβοποιεία (Κυρίως ροδάκινα)	4	8,70
Φρέσκα Φρούτα και Λαχανικά	18	39,13

Πηγή: Αποτελέσματα Έρευνας, 2013

**Πίνακας 3:** Επεξεργασία τροφίμων, προϊόντα ΠΟΠ & ΠΓΕ από τους συνεταιρισμούς που συμμετέχουν στην έρευνα.

<b>Αγροτικοί Συνεταιρισμοί που ασχολούνται με:</b>	<b>Παρατηρήσεις</b>	<b>Ποσοστό</b>
Επεξεργασία Τροφίμων (Γενικά)	28	60,9
Προϊόντα ΠΟΠ	8	17,4
Προϊόντα ΠΓΕ	3	6,5
Προϊόντα ΠΟΠ & ΠΓΕ (και τα 2)	1	2,2
Χωρίς επεξεργασία τροφίμων	6	13,0

Πηγή: Αποτελέσματα Έρευνας, 2013

Ο πίνακας 3 παρουσιάζει τους αγροτικούς συνεταιρισμούς που επεξεργάζονται τρόφιμα και πιο συγκεκριμένα με τη μεταποίηση προϊόντων με τις ενδείξεις "Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης-ΠΟΠ» και «Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης-ΠΓΕ" ή και τα δύο. Μετά την εξέταση των χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων η υπόλοιπη ανάλυση χωρίζεται σε τρία μέρη. Στο πρώτο μέρος, εξετάζονται επιλεγμένοι δείκτες κατά την περίοδο πριν από την οικονομική κρίση και κατά τη διάρκεια της κρίσης, όπως ο συνολικός κύκλος εργασιών, οι εξαγωγές, ο αριθμός του προσωπικού (μόνιμου και εποχικού), ο αριθμός των δραστηριοτήτων τους (έναρξη νέων και εγκατάλειψη παλαιών) και τέλος υπήρξε μια ερώτηση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης αλλά και τις εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης. Στο δεύτερο μέρος, γίνεται μια προσπάθεια να ομαδοποιηθούν οι απόψεις των στελεχών για την καταλληλότερη στρατηγική αντιμετώπισης της κρίσης. Στο τρίτο μέρος εξετάζεται κατά πόσο διαφέρουν οι προτεινόμενες στρατηγικές, διαχωρίζοντας τους συμμετέχοντες σε ομάδες με βάση την κύρια δραστηριότητα των αγροτικών συνεταιρισμών που αντιπροσωπεύουν και σε ομάδες ανάλογα με τη θέση που κατέχουν στο συνεταιρισμό.

Ο Πίνακας 4 παρουσιάζει τις τάσεις σε βασικά μεγέθη των συνεταιρισμών όπως παρουσιάστηκαν από τα στελέχη τους. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι εμφανίζεται μια αύξηση του κύκλου εργασιών εκτός από αυτούς που ασχολούνται με τα φρούτα και τα λαχανικά αλλά και στους γυναικείους συνεταιρισμούς (παραδοσιακά / τοπικά προϊόντα). Τα στελέχη των συνεταιρισμών σημειώνουν ότι υπάρχει επίσης μια αύξηση των εξαγωγών τους. Το φαινόμενο αυτό εξηγείται πιθανώς από τη μείωση της εγχώριας κατανάλωσης, που τους ανάγκασε να αναζητήσουν νέες αγορές στο εξωτερικό.

Από την άλλη ωστόσο πλευρά, τα στελέχη των συνεταιρισμών αναφέρουν μια μείωση στο προσωπικό τους είτε μόνιμο είτε εποχικό, ενώ μεικτές είναι οι τάσεις στην έναρξη νέων δραστηριοτήτων και στην εγκατάλειψη κάποιων παλαιών. Η κατάσταση αυτή δείχνει ότι οι συνεταιρισμοί μπορεί να στρέφονται σε αγορές του εξωτερικού απλά και μόνο για να πουλήσουν την πλεονασματική παραγωγή τους χωρίς όμως να κάνουν τις απαραίτητες επενδύσεις και έναρξη δραστηριοτήτων για να διεκδικήσουν αποτελεσματικά ένα μόνιμο μερίδιο αγοράς.

Έχοντας υπόψη την μειωμένη ρευστότητα στην ελληνική αγορά, (Manifava, 2013), το επόμενο θέμα που εξετάστηκε ήταν η πρόσβαση σε χρηματοδότηση αλλά και οι ευκαιρίες χρηματοδότησης για τις διάφορες κατηγορίες των συνεταιρισμών (Πίνακας 5).

**Πίνακας 4:** Αλλαγές στα βασικά μεγέθη των συνεταιρισμών πριν και κατά τη διάρκεια της κρίσης

	Εμπορία Αγροτικών Προϊόντων και Εφοδίων	Ελιές & Ελαιόλαδο	Κρασί	Τοπικά / Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι Συνεταιρισμοί	Κονσερβοποιεία (Κυρίως ροδάκινα)	Φρέσκα Φρούτα και Λαχανικά
Κύκλος Εργασιών	Αύξηση	Αύξηση	Αύξηση	Μείωση	Αύξηση	Μείωση
Εξαγωγές	Αύξηση	Αύξηση	Αύξηση	Αύξηση	Αύξηση	Αύξηση
Αριθμός Μονίμου προσωπικού	Μείωση	Σταθερό	Μείωση	Μείωση	Αύξηση	Μικρή Μείωση
Part time Προσωπικό	Μικρή Αύξηση	Μικρή Αύξηση	Σταθερό	Μείωση	Σταθερό	Σταθερό
Μη μισθολογικά κίνητρα	Σταθερό	Σταθερό	Σταθερό	Σταθερό	Μικρή Αύξηση	Μικρή Αύξηση
Περικοπή δραστηριοτήτων	Μικρή Μείωση	Σταθερό	Μικρή Μείωση	Μικρή Αύξηση	Σταθερό	Μικρή Αύξηση
Εναρξη δραστηριοτήτων	Αύξηση	Μείωση	Αύξηση	Μείωση	Αύξηση	Σταθερό
Σύναψη νέων δανείων	Μείωση	Σταθερό	Μείωση	Μείωση	Σταθερό	Μείωση

Πηγή: Αποτελέσματα Έρευνας, 2013

Σημ.: Η μικρή αύξηση ή μείωση αναφέρεται σε οριακά θετική ή αρνητική μεταβολή του δείκτη.

**Πίνακας 5:** Ευκολία πρόσβασης σε διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης πριν και κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

Περίοδος	Ευκολία Εξεύρεσης Χρηματοδότησης		Χρηματοδότηση από τα Μέλη		Χρηματοδότηση από το Κράτος / ΕΕ		Χρηματοδότηση από Τράπεζες	
	'06-'09	'09-'12	'06-'09	'09-'12	'06-'09	'09-'12	'06-'09	'09-'12
Εμπορία Αγροτικών Προϊόντων και Εφοδίων	6,40	4,30	2,44	2,33	2,00	2,11	5,67	3,89
Ελιές & Ελαιόλαδο	5,00	1,00	n/a*	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Κρασί	5,20	1,60	3,20	4,20	2,60	1,20	3,2	2,2
Τοπικά / Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι Συνεταιρισμοί	5,33	1,00	4,33	3,67	5,33	1,00	2,67	1,00
Κονσερβοποιεία (Κυρίως ροδάκινα)	6,75	4,50	5,00	3,75	4,50	3,75	6,67	5,33
Φρέσκα Φρούτα και Λαχανικά	4,75	2,08	4,31	4,85	3,33	2,42	5,00	1,83

\*n/a=Μη διαθέσιμα στοιχεία

Πηγή: Αποτελέσματα Έρευνας, 2013

Σημείωση: '06-'09 αναφέρεται στην προ-κρίσης εποχή και '09 – '12 αναφέρεται στην εποχή της κρίσης, 1 = min 7 = max

Τα στελέχη των συνεταιρισμών ανέφεραν ότι κατά τη διάρκεια της κρίσης είναι πιο δύσκολο να έχουν πρόσβαση σε πόρους, ιδίως από ιδιωτικές τράπεζες αλλά και τα ευρωπαϊκά διαρθρωτικά ταμεία. Σταθερή πηγή χρηματοδότησής τους είναι μέλη τους και θα ήταν λογικό την περίοδο της κρίσης να στραφούν πιο έντονα σ' αυτά, ωστόσο, δεν υπάρχει μια σαφής τάση. Η παρατήρηση αυτή θα μπορούσε να αποτελέσει το έναυσμα για μια ποσοτική έρευνα σε αυτόν τον τομέα, εξετάζοντας αφενός τι θα κάνει τους Έλληνες παραγωγούς να επενδύσουν περισσότερο στους συνεταιρισμούς τους και αφετέρου κατά πόσο οι συνεταιρισμοί θα μπορούσαν να παρακινήσουν τα μέλη τους να συμμετάσχουν στα επενδυτικά τους σχέδια. Οι επενδύσεις στον αγροτικό τομέα πάντα υστερούσαν σε σχέση με τους άλλους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας και ίσως αυτό το κενό θα μπορούσε να καλυφθεί εν μέρει από τους αγροτικούς συνεταιρισμούς. Μια πρόσφατη μελέτη για την περιοχή της Θεσσαλίας για τη δεκαετία του 2000, έδειξε ότι η γεωργία έλαβε μόνο το 9,5% των επενδύσεων που χρηματοδοτούνται από το δημόσιο στην περιοχή, έναντι 64,5% για τη βιομηχανία και το 26% για τον τουρισμό (Karafolas 2013).

Το δεύτερο μέρος της ανάλυσης επικεντρώνεται στα μελλοντικά σχέδια της διοίκησης των συνεταιρισμών. Σε αυτό το μέρος της ανάλυσης, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να κατατάξουν (με τη χρήση 7βάθμιας κλίμακας Likert) μια σειρά διοικητικών πρακτικών - στρατηγικών. Οι στρατηγικές διοίκησης με την υψηλότερη προτεραιότητα χαρακτηρίζονται ως «πρέπει», ενώ οι στρατηγικές διοίκησης με τη χαμηλότερη προτεραιότητα χαρακτηρίζονται ως «αποφεύγετε» (πίνακας 6). Για όλα σχεδόν τα είδη των συνεταιρισμών, αποτελεί προτεραιότητα η επέκταση των εξαγωγών τους, η επένδυση στο μάρκετινγκ και η δημιουργία επώνυμων προϊόντων. Αξίζει να σημειωθεί, ότι οι οινοποιητικοί συνεταιρισμοί τοποθετούν ψηλά στις προτεραιότητές τους την αναδιάρθρωση των δραστηριοτήτων τους με στόχο την επέκταση σε νέες αγορές, αλλά και τη στροφή σε προϊόντα τοπικού ενδιαφέροντος.

Οι συνεταιρισμοί φρούτων και λαχανικών θέτουν ως προτεραιότητα τη δημιουργία δικτύων συνεργασίας. Συνεταιριστικά δίκτυα, στρατηγικές συμμαχίες ακόμη και συγχωνεύσεις θα μπορούσαν να επιτρέψουν τη συγκέντρωση και διαχείριση της αγροτικής προσφοράς. Μια τέτοια προσέγγιση θα καθιστούσε δυνατή την παροχή αγροτικών προϊόντων σε ανταγωνιστικό κόστος. Λαμβάνοντας υπόψη την έντονη πίεση που ασκείται από τα κανάλια διανομής και υπεραγορές στις τιμές των αγροτικών προϊόντων, η στρατηγική αυτή θα μπορούσε να είναι συμβατή με μια στρατηγική μείωσης του κόστους μέσω της συγκέντρωσης της γεωργικής παραγωγής. Η παρατήρηση αυτή χρειάζεται επίσης μια περαιτέρω ποσοτική έρευνα για να εξετάσει ποια εναλλακτική στρατηγική (συμμαχίες, δίκτυα ή συγχωνεύσεις) θα μπορούσε να είναι εφικτή. Οι στρατηγικές διοίκησης με τη χαμηλότερη προτεραιότητα αποτέλεσαν την κατηγορία "αποφύγετε". Είναι ενδιαφέρον το γεγονός ότι όλα τα στελέχη των συνεταιρισμών έδωσαν χαμηλή προτεραιότητα σε στρατηγικές διοίκησης που ασχολούνται με την εγκατάλειψη δραστηριοτήτων, εξοπλισμού, μηχανημάτων και πώληση ακινήτων. Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί είναι σε γενικές γραμμές συνεταιρισμοί πολλαπλών σκοπών που ασχολούνται με πολλά προϊόντα και δραστηριότητες. Ωστόσο, δε φαίνεται να είναι μια ελκυστική επιλογή για τις διοικήσεις των συνεταιρισμών να εγκαταλείψουν κάποιες από τις δραστηριότητές τους. Πολλές φορές στο παρελθόν υπήρξαν προσπάθειες για να αναγκαστούν οι αγροτικοί συνεταιρισμοί να συγχωνεύσουν τις δραστηριότητές τους σε μια ενιαία συνεταιριστική οργάνωση χωρίς ωστόσο κανένα αποτέλεσμα. Για παράδειγμα, ενώ οι τιμές παραγωγού του έξτρα παρθένου ελαιολάδου έχουν μειωθεί δραματικά, υπήρχαν οκτώ ελαιοπαραγωγικοί συνεταιρισμοί στο νομό Χανίων (Oustapassidis et al., 2000). Γενικά, ο αριθμός των συνεταιρισμών παραμένει πολύ υψηλός σε σχέση με τις ανάγκες των αγροτών αλλά και της ζήτησης της αγοράς (Πιiorouλος, 2012). Μια πρώτη εξήγηση για αυτήν την απροθυμία των αγροτικών συνεταιρισμών να συγχωνευθούν σε μεγαλύτερες επιχειρηματικές μονάδες εξηγείται εν μέρει από την απροθυμία των ηγετών τους να εγκαταλείψουν, μερικές φορές, τους ρόλους διοίκησης που κατέχουν, ως αποτέλεσμα της μείωσης των διαθέσιμων θέσεων του οργανισμού μετά τη συγχώνευση (Πιiorouλος and Valentinov, 2012).

**Πίνακας 6:** Πιθανές στρατηγικές για το μέλλον των αγροτικών συνεταιρισμών (ανά δραστηριότητα)

	<i>Εμπορία Αγροτικών Προϊόντων και Εφοδίων</i>	<i>Ελιές &amp; Ελαιόλαδο</i>	<i>Κρασί</i>	<i>Τοπικά / Παραδοσιακά Προϊόντα &amp; Γυναικείοι Συνεταιρισμοί</i>	<i>Κονσερβοποιεία (Κυρίως ροδάκινα)</i>	<i>Φρέσκα Φρούτα και Λαχανικά</i>
«Πρέπει»	Αξιοποίηση ακίνητης περιουσίας	Εξαγωγές	Αναδιάρθρωση Δραστηριοτήτων σε προϊόντα τοπικού ενδιαφέροντος	Εξαγωγές		
		Επενδύσεις σε θέματα εμπορίας, μάρκετινγκ, Σήματα, Διαφήμιση, κλπ	Αναδιάρθρωση Δραστηριοτήτων με επέκταση σε άλλες αγορές	Προστατευτικά μέτρα για τους συνεταιρισμούς (Με αλλαγές στο νομοθετικό πλαίσιο των συνεταιρισμών)	Συγχωνεύσεις με άλλες συνεταιριστικές επιχειρήσεις με παρόμοιες δραστηριότητες	Χρήση άλλων μορφών συνεργασίας π.χ. κοινά δίκτυα διανομής με ιδιωτικές ή συνεταιριστικές επιχειρήσεις
«Αποφεύγετε»	Πώληση γραμμών παραγωγής & πάγιου εξοπλισμού παραγωγής	Εγκατάλειψη αριθμού δραστηριοτήτων	Εγκατάλειψη αριθμού δραστηριοτήτων	Συγχωνεύσεις με άλλες συνεταιριστικές επιχειρήσεις με παρόμοιες δραστηριότητες	Εγκατάλειψη αριθμού δραστηριοτήτων	
			Πώληση γραμμών παραγωγής & πάγιου εξοπλισμού παραγωγής			

Πηγή: Αποτελέσματα Έρευνας, 2013

Στο τρίτο μέρος της ανάλυσης παρουσιάζονται οι στρατηγικές που είναι σημαντικά διαφορετικές ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Για το λόγο αυτό πραγματοποιήθηκε η ανάλυση διακύμανσης (one way ANOVA) με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS 15, προκειμένου να διερευνηθούν ποιες από τις προτεινόμενες στρατηγικές αξιολογούνται διαφορετικά από τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Οι συμμετέχοντες ομαδοποιήθηκαν ανά είδος δραστηριότητας του συνεταιρισμού που ανήκουν και ανά θέση την οποία κατέχουν στο συνεταιρισμό. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης για όσες από τις προτεινόμενες στρατηγικές αντιμετωπίζονται διαφορετικά παρουσιάζονται στους πίνακες 7α και 7β.

*Πίνακας 7α: Αξιολόγηση πιθανών στρατηγικών ανάλογα με τη θέση του ερωτώμενου*

Στρατηγική	Θέση Ερωτώμενου	N	Mean	Std. Dev.	F	Sig.
Αξιοποίηση ακίνητης περιουσίας (π.χ. ενοικίαση σε τρίτους)	Πρόεδροι ΔΣ	14	<b>3.14</b>	2.214	4.754	.006
	Γενικοί Διευθυντές	10	<b>6.00</b>	1.563		
	Διευθυντές Παράγωγης	8	4.50	1.927		
	Οικονομικοί Διευθυντές	14	5.07	1.817		
	Σύνολο	46	4.59	2.146		
Αλλαγή καταστατικών – κριτήρια λειτουργίας και ελέγχου της διοίκησης	Πρόεδροι ΔΣ	14	<b>4.57</b>	2.209	3.367	.027
	Γενικοί Διευθυντές	10	4.90	1.792		
	Διευθυντές Παράγωγης	8	<b>6.88</b>	.354		
	Οικονομικοί Διευθυντές	14	6.36	1.082		
	Σύνολο	46	5.59	1.821		
Αναζήτηση στελεχών (και γενικού διευθυντή) στον ιδιωτικό τομέα / με τεχνικές ιδιωτικών επιχειρήσεων	Πρόεδροι ΔΣ	14	<b>3.86</b>	1.834	5.260	.004
	Γενικοί Διευθυντές	10	5.00	1.886		
	Διευθυντές Παράγωγης	8	5.25	1.165		
	Οικονομικοί Διευθυντές	14	<b>5.93</b>	1.730		
	Σύνολο	46	4.98	1.856		
Αλλαγές στο νομοθετικό πλαίσιο (των συνεταιρισμών) Με προστατευτικά μέτρα για τους συνεταιρισμούς	Πρόεδροι ΔΣ	14	4.71	2.463	3.477	.024
	Γενικοί Διευθυντές	10	<b>4.20</b>	2.486		
	Διευθυντές Παράγωγης	8	5.63	1.996		
	Οικονομικοί Διευθυντές	14	<b>6.57</b>	.646		
	Σύνολο	46	5.33	2.150		

*Πηγή: Αποτελέσματα Έρευνας, 2013*

Από τις απαντήσεις των στελεχών στους πίνακες 7α και 7β φαίνεται ότι ανάλογα την θέση των ερωτώμενων στο συνεταιρισμό αλλά και με βάση την κύρια δραστηριότητα του συνεταιρισμού δίνεται βαρύτητα σε διαφορετικές στρατηγικές ανάλογα με την ομαδοποίηση των ερωτώμενων. Για παράδειγμα, όταν γίνεται ομαδοποίηση ανά θέση οι σημαντικότερες διαφορές των στρατηγικών έχουν να κάνουν με την λειτουργία των συνεταιρισμών σε επίπεδο θεσμικού πλαισίου ενώ όταν γίνεται ομαδοποίηση ανά δραστηριότητα τότε το ενδιαφέρον φαίνεται να είναι στις επιμέρους τακτικές που θα εφαρμοστούν για την καθημερινή λειτουργία και απόδοση του συνεταιρισμού.

**Πίνακας 7β:** Αξιολόγηση πιθανών στρατηγικών ανά είδος συνεταιρισμού

Στρατηγική	Είδος Συνεταιρισμών	N	Mean	Std. Dev.	F	Sig.
Εγκατάλειψη αριθμού δραστηριοτήτων	Εμπορία Αγρ. Προϊόντων & Εφοδίων	12	2,67	2,015	2,770	0,031
	Ελιές & Ελαιόλαδο	3	2,00	1,732		
	Κρασί	6	2,67	2,422		
	Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι	3	<b>3,33</b>	2,082		
	Κονσερβοποιεία	4	1,25	0,500		
	Φρέσκα Φρούτα & Λαχανικά	18	<b>1,06</b>	0,236		
	Σύνολο	46	1,91	1,644		
Επενδύσεις σε νέες γραμμές παραγωγής & πάγιο εξοπλισμό	Εμπορία Αγρ. Προϊόντων & Εφοδίων	12	5,50	1,679	2,518	0,045
	Ελιές & Ελαιόλαδο	3	6,00	1,000		
	Κρασί	6	5,17	1,941		
	Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι	3	<b>6,67</b>	0,577		
	Κονσερβοποιεία	4	5,50	1,732		
	Φρέσκα Φρούτα & Λαχανικά	18	<b>3,67</b>	2,249		
	Σύνολο	46	4,85	2,076		
Επέκταση δραστηριοτήτων σε εμπορικές και αστικές π.χ. εμπορικά κέντρα,	Εμπορία Αγρ. Προϊόντων & Εφοδίων	12	4,33	2,309	3,089	0,019
	Ελιές & Ελαιόλαδο	3	4,00	2,646		
	Κρασί	6	5,50	1,225		
	Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι	3	<b>6,33</b>	1,155		
	Κονσερβοποιεία	4	<b>2,50</b>	0,577		
	Φρέσκα Φρούτα & Λαχανικά	18	3,17	1,757		
	Σύνολο	46	3,98	2,049		
Αξιοποίηση ακίνητης περιουσίας (π.χ. ενοικίαση σε τρίτους)	Εμπορία Αγρ. Προϊόντων & Εφοδίων	12	<b>6,17</b>	1,337	3,709	,007
	Ελιές & Ελαιόλαδο	3	5,67	1,528		
	Κρασί	6	4,83	2,229		
	Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι	3	5,00	2,646		
	Κονσερβοποιεία	4	4,25	2,363		
	Φρέσκα Φρούτα & Λαχανικά	18	<b>3,28</b>	1,904		
	Σύνολο	46	4,59	2,146		
Δραστηριότητα σε προϊόντα τοπικού ενδιαφέροντος	Εμπορία Αγρ. Προϊόντων & Εφοδίων	12	5,33	2,103	2,420	0,052
	Ελιές & Ελαιόλαδο	3	5,67	2,309		
	Κρασί	6	<b>6,33</b>	1,211		
	Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι	3	<b>6,33</b>	0,577		
	Κονσερβοποιεία	4	4,25	2,630		
	Φρέσκα Φρούτα & Λαχανικά	18	<b>3,72</b>	2,081		
	Σύνολο	46	4,83	2,163		
Δραστηριότητα σε αγορές Αγροτών (λιανική πώληση)	Εμπορία Αγρ. Προϊόντων & Εφοδίων	12	4,33	2,498	2,779	0,030
	Ελιές & Ελαιόλαδο	3	4,67	2,082		
	Κρασί	6	5,67	1,366		
	Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι	3	<b>6,33</b>	0,577		
	Κονσερβοποιεία	4	<b>2,50</b>	2,380		
	Φρέσκα Φρούτα & Λαχανικά	18	3,00	2,114		
	Σύνολο	46	3,98	2,324		
Συγχωνεύσεις με άλλες συνεταιριστικές επιχειρήσεις με παρόμοιες δραστηριότητες	Εμπορία Αγρ. Προϊόντων & Εφοδίων	12	5,08	1,881	2,570	0,042
	Ελιές & Ελαιόλαδο	3	6,33	1,155		
	Κρασί	6	3,83	1,472		
	Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι	3	<b>2,67</b>	2,887		
	Κονσερβοποιεία	4	<b>6,50</b>	1,000		
	Φρέσκα Φρούτα & Λαχανικά	18	5,06	1,697		
	Σύνολο	46	4,96	1,885		
Συλλογική πρωταρχική διαφήμιση. Από τον συνεταιρισμό	Εμπορία Αγρ. Προϊόντων & Εφοδίων	12	5,58	2,109	2,458	0,049
	Ελιές & Ελαιόλαδο	3	<b>6,67</b>	0,577		
	Κρασί	6	4,83	1,602		
	Παραδοσιακά Προϊόντα & Γυναικείοι	3	5,33	2,082		
	Κονσερβοποιεία	4	<b>4,50</b>	1,000		
	Φρέσκα Φρούτα & Λαχανικά	18	3,61	2,004		
	Σύνολο	46	4,67	2,034		

## Συμπεράσματα

Η ανάλυση που διεξήχθη στην προηγούμενη ενότητα απεικονίζει την αντίδραση των αγροτικών συνεταιρισμών στην οικονομική κρίση και παρέχει πληροφορίες για τη δημιουργία στρατηγικών για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης μπορούν να παρέχουν χρήσιμες κατευθύνσεις στα διοικητικά συμβούλια των συνεταιρισμών και όχι μόνο, για το πώς να αντιμετωπίσουν αυτή τη δύσκολη οικονομική κατάσταση. Ωστόσο, εξαιτίας του τρόπου επιλογής του δείγματος της έρευνας τα αποτελέσματα δεν μπορούν να θεωρηθούν αντιπροσωπευτικά για το σύνολο των αγροτικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων.

Αναφορικά με την αντίδραση στην κρίση πρέπει αρχικά να σημειωθεί ότι οι αγροτικοί συνεταιρισμοί που συμμετείχαν στην έρευνα αύξησαν τις εξαγωγές τους. Αυτό έχει αναφερθεί από όλους σχεδόν τους συμμετέχοντες και θεωρείται ως ένα κύριο σημείο των μελλοντικών σχεδίων στρατηγικής τους. Ωστόσο, τα στελέχη των συνεταιρισμών φαίνονται μάλλον απρόθυμα ή δυσκολεύονται γενικότερα να ξεκινήσουν νέες δραστηριότητες μιας και δεν ενδιαφέρονται για την αγορά νέων περιουσιακών στοιχείων (δηλαδή μηχανημάτων και εξοπλισμού) και ως εκ τούτου δεν αναζητούν τυχόν πρόσθετες πηγές χρηματοδότησης. Από την άλλη πλευρά, οι περισσότεροι από τους συνεταιρισμούς (εκτός από αυτούς που ασχολούνται με τα κονσερβοποιημένα φρούτα) προσπαθούν να μειώσουν το προσωπικό τους (και κατά συνέπεια το κόστος εργασίας τους), ανεξάρτητα από το αν είναι πλήρους ή μερικής απασχόλησης.

Το δεύτερο σημείο που πρέπει να αναφερθεί είναι ότι ανεξαρτήτως δραστηριότητας όλοι οι συνεταιρισμοί της έρευνας αντιμετωπίζουν δυσκολίες στη χρηματοδότηση της λειτουργία τους. Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες, είναι πιο εύκολο να αναζητήσουν χρηματοδότηση μεταξύ των μελών από ό,τι από τις τράπεζες και το δημόσιο τομέα. Επιπλέον, το φαινόμενο της έλλειψης χρηματοδότησης παρατηρείται και σε άλλες μεσογειακές χώρες (Campos - Climent et al., 2012). Συνεπώς, οι αγροτικοί συνεταιρισμοί πρέπει να ψάξουν για νέες πηγές χρηματοδότησης διαφορετικές από τα δημόσια κονδύλια (επιχορηγήσεις και επιδοτήσεις) και τα παραδοσιακά πιστωτικά ιδρύματα, με τα μέλη τους να αποτελούν την πρώτη και καλύτερη εναλλακτική λύση. Τα συνεταιριστικά στελέχη που συμμετείχαν σε αυτή την έρευνα αποκάλυψαν τις προθέσεις τους για τις μελλοντικές στρατηγικές τους. Τα πρώτα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι εξαγωγές, οι νέες αγορές και οι επενδύσεις μάρκετινγκ, προκειμένου να δημιουργηθούν εμπορικές ονομασίες είναι μεταξύ των πρώτων προτεραιοτήτων για όλους τους τύπους συνεταιρισμών. Πολύ σημαντική θέση ανάμεσα στις στρατηγικές είναι και η δημιουργία συνεργασιών μεταξύ των συνεταιρισμών (εκτός ίσως από αυτούς που ασχολούνται με τα παραδοσιακά προϊόντα). Επιπλέον, τα στελέχη των συνεταιρισμών πιστεύουν ότι οι συνεταιριστικές οργανώσεις δεν θα πρέπει να εγκαταλείψουν τις δραστηριότητές τους ή να πουλήσουν τα περιουσιακά στοιχεία τους (κυρίως την ακίνητη περιουσία τους). Θεωρούν, ωστόσο, ότι θα πρέπει να βρουν νέους τρόπους (διαφορετικούς ανά δραστηριότητα) να αξιοποιήσουν τα περιουσιακά τους στοιχεία ίσως και με την επέκταση σε άλλες εμπορικές δραστηριότητες.

Συνοψίζοντας, τα πρώτα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι αγροτικοί συνεταιρισμοί κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης έχουν περιορίσει τις δραστηριότητές τους ενώ προσπάθησαν να εξάγουν την πλεονάζουσα παραγωγή τους και να ανοίξουν νέες αγορές. Δεύτερον, υπάρχει μια σημαντική έλλειψη ρευστότητας που τους οδηγεί στο να βασίζονται σε μέλη τους για τη χρηματοδότηση κάθε νέας οικονομικής δραστηριότητας. Οι μελλοντικές στρατηγικές τους, σύμφωνα με τα στελέχη που συμμετείχαν σε αυτή την έρευνα αποκλείουν την εγκατάλειψη δραστηριοτήτων και την πώληση περιουσιακών στοιχείων και εξοπλισμού και προωθούν τις εξαγωγές και τις επενδύσεις μάρκετινγκ (συνεταιριστικά προϊόντα) και τη δημιουργία συνεργασιών (π.χ. δίκτυα διανομής) μεταξύ των αγροτικών συνεταιρισμών.

Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η έρευνα αυτή περιορίζεται σε ένα περιγραφικό (qualitative) επίπεδο. Παρ' όλα αυτά, είναι απαραίτητη όχι μόνο για να απεικονίσει την αντίδραση των αγροτικών συνεταιρισμών στην οικονομική κρίση, αλλά και για να συμβάλει στη δημιουργία στρατηγικών διοίκησης για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των αγροτικών συνεταιρισμών της χώρας.



## Βιβλιογραφία

- Benos, Th., Kalogeras, N., and Verhees, F. (2007) "Greek Co-ops' Re-Engineering: Exploring the influences among organizational attributes, strategic attributes and performance", in: *International Conference on Economics and Management of Networks. EMNet 2007. (Franchising, Cooperatives, Strategic Alliances, Joint Ventures and Venture Capital Relations)*, Rotterdam, The Netherlands, 28-30 June 2007. – Rotterdam: 1 – 25.
- Campos-Climent, V., A., Apetrei and Chaves-Ávila, R. (2012) "Delphi method applied to horticultural cooperatives", *Management Decision*, 50 (7), 1266 – 1284, doi 10.1108/00251741211247003
- Chatzitheodoridis F., Michailidis A., Theodosiou G., Loizou E. (2013) "Local Cooperation: A Dynamic Force for Endogenous Rural Development", in Karassavoglou A., Polychronidou P., (eds) *Balkan and Eastern European Countries in the Midst of Global Economic Crisis*, Contributions to Economics, Part 3, Springer - Verlag, Germany, pp.121-132
- Δημάκης, J. (2004) «Συνεταιριστική Ιδέα και Επιχειρηματικότητα στο Πλαίσιο της ΕΕ» Πρακτικά Επιστημονικής Ημερίδας - Δευτέρα 20 Οκτώβριου 2003, σελ 59-70 Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, 2004
- Iliopoulos, C. (2012) *Support for Farmers' Cooperatives; Country Report Greece*. Wageningen: Wageningen UR.
- Iliopoulos, C., and Valentinov V. (2012) "Opportunism in Agricultural Co-operatives: The Case of Greece" *Outlook on Agriculture*. 41, (1), 15–19, doi: 10.5367/oa.2012.0071
- IOBE (2010) "The Food and Beverages Industry in Greece". Annual Report 2009.
- Karafolas, S. (2013) "Public financial support to investments in rural areas: the case of the region of Thessaly in Greece", *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 6 (2) available at: <http://ssrn.com/abstract=2348578>
- Karafolas, S. (2005) "Development and Prospects of the Greek Cooperative Credit System", *Journal of Rural Cooperation*. 33 (1), 3-20
- Kyriakopoulos, K., Meulenberg, M.T.G and Nilsson, J. (2004) "The impact of cooperative structure and firm culture on market orientation and performance". *Agribusiness: An International Journal*, 20(4): 379. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/agr.20021/abstract>
- Manifava, D. (2013) Delays in invoice payment show extent of cash shortage in market, *Kathimerini newspaper*: [ekathimerini.com](http://ekathimerini.com), June 10, 2013 accessed at [http://www.ekathimerini.com/4dcgi/w\\_articles\\_wsite2\\_1\\_10/06/2013\\_503740](http://www.ekathimerini.com/4dcgi/w_articles_wsite2_1_10/06/2013_503740)
- Novkovic, S and Power, N. (2005) "Agricultural and Rural Cooperative Viability: A Management Strategy based on Cooperative Principles and Values". *Journal of Rural Cooperation*, 3(1): 67-78.
- Oustapassidis, K., Baourakis, G., Sergaki, P., and Kontogeorgos A. (2000) Strategies for Restructuring and Increasing the Competitiveness of Agricultural Co-operatives of Crete, Mediterranean Agronomic Institute of Chania, Chania, Greece (in Greek).
- Patronis, V. (2002) "Between state and market forces: Greek agricultural co-operative organizations in transition period." *Paper presented at the 13th Congress of the International Economic History*

*Association*, July 22-26, Buenos Aires, Argentina.

Salavou, H.E, and Sergaki,P. (2013) “Generic Business Strategies in Greece: Private Food Firms versus Agricultural Cooperatives”, *Journal of Rural Co-operation*, 41 (1) : 44-59.

Sergaki, P. & Semos, A. (2006) ‘The Greek Unions of Agricultural Cooperatives as Efficient Enterprises’. *Agricultural Economics Review*, 7 (2), 15-27.

*Theodosiou, G., Michailidis, A., Loizou, E., Chatzitheodoridis, F. and Sergaki, P. (2010)*  
“*Endogenous Rural Development: Evidence from a Typical Greek Region*”. *Economics and Rural Development*, 6 (2): 17-23.

# Συνεταιριστική Εμπορία Γεωργικών Προϊόντων και Αναξιοποίητες Δυνατότητες στην Ελλάδα

Φίλιππος Ι. Καρυπίδης

Τμήμα Τεχνολόγων Γεωπόνων –Κατεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας,  
Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, e –mail: philika@farm.teithe.gr

## Περίληψη

Στο άρθρο αυτό επιδιώκεται να εντοπισθούν τα περιθώρια που έχει η συνεταιριστική εμπορία γεωργικών προϊόντων, προκειμένου να οδηγήσει σε μεγιστοποίηση των ωφελειών για την αγροτική οικονομία. Τα συμπεράσματα βασίζονται σε καταγραφή των δραστηριοτήτων τις οποίες μπορούν να αναπτύξουν οι συνεταιρισμοί και σε βιβλιογραφικές αναφορές για το μερίδιο αγοράς που κατέχουν σε συνδυασμό με τις στρατηγικές που εφαρμόζουν. Διαπιστώνεται ότι υπάρχουν πολλές αναξιοποίητες δυνατότητες για τη συνεταιριστική εμπορία και ότι οι ιδιαιτερότητες της ελληνικής παραγωγής και οι εξελίξεις στο παγκοσμιοποιημένο επιχειρηματικό περιβάλλον, καθιστούν τη συνεταιριστική συνεισφορά ακόμη πιο απαραίτητη από πριν.

## Cooperative Marketing of Agricultural Products and Unused Capabilities in Greece

Philippos Karipidis

Dpt of Agricultural Technology –Agricultural Economics, Alexander TEI of Thessaloniki, e –mail:  
philika@farm.teithe.gr

## Abstract

This article aims to identify the margins of cooperatives in the fields of marketing of agricultural products in order to lead to a maximisation of benefits for the agricultural economy. The conclusions are based on recording the activities that cooperatives can undertake and on bibliographical references concerning the market shares combined with the strategies that cooperatives may implement. It is observed that many unexploited opportunities for cooperative marketing exist and that the specificities of Greek agricultural production and the complex global business environment, make the cooperative contribution more necessary than before.

## 1. Εισαγωγή

Οι συνεταιρισμοί που ασκούν εμπορία γεωργικών προϊόντων βοηθούν τους παραγωγούς να πετύχουν εμπορικούς στόχους που δεν μπορούν μεμονωμένα. Πιο συγκεκριμένα, αυξάνεται η

διαπραγματευτική ικανότητα των πολλών και αδύναμων παραγωγών απέναντι στους λίγους και ισχυρούς αγοραστές, πετυχαίνονται οικονομίες μεγέθους σε όλα τα στάδια και τις λειτουργίες εμπορίας, αυξάνεται η ικανότητα των παραγωγών να συμμετέχουν στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας και να αξιοποιήσουν ευκαιρίες στην παγκοσμιοποιημένη αγορά.

Οι σημερινές συνθήκες χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη ρευστότητα και συνθετότητα, μια και στον κόσμο των επιχειρήσεων και της αγοράς, παρατηρούνται ταχύτερες αλλαγές με περισσότερες και δύσκολα προβλέψιμες πτυχές από εκείνες του παρελθόντος (Rainey, 2008). Χαρακτηρίζονται επίσης από την επέκταση των καναλιών διανομής τροφίμων σε παγκόσμιο επίπεδο, τον πολλαπλασιασμό των ευκαιριών και των απειλών στην παγκόσμια αγορά, τη μεγαλύτερη ποικιλία αγοραστικών επιλογών που έχουν οι καταναλωτές σε συνδυασμό με το μεγαλύτερο ενδιαφέρον τους για την ποιότητα και την υγιεινή των τροφίμων (Bijman κ. ά., 2012, Bourlakis, 2004). Ιδιαίτερη σπουδαιότητα επίσης αποκτά το γεγονός ότι αυξάνεται η δύναμη των λιανοπωλητών και χάνεται ο έλεγχος των παραγωγών επί των αλυσίδων εφοδιασμού τροφίμων (Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, 2012, Knickel, 2008).

Στην παρούσα ελληνική συγκυρία, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η γεωργική παραγωγή αντιμετωπίζει την πρόκληση να πορευθεί σε μια βιώσιμη αγροτική οικονομική ανάπτυξη συνεισφέροντας στο να ξεπερασθεί η οικονομική κρίση. Παρόλα τα ισχυρά σημεία της που βασίζονται στην ιδιαίτερη φύση, την πολυετή πλούσια παράδοση, τη μεγάλη ποικιλία εδαφοκλιματικών συνθηκών και γενετικών πόρων, η παραγωγή γεωργικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από σοβαρές αδυναμίες με επακόλουθο τη χαμηλή ανταγωνιστικότητα και την απώλεια εμπορικών ευκαιριών. Τέτοιες αδυναμίες είναι το μικρό μέγεθος γεωργικών εκμεταλλεύσεων/επιχειρήσεων, ο καταταμαχισμός των ποσοτήτων των γεωργικών προϊόντων, η γεωγραφική διασπορά τους, που γίνεται πιο πολύπλοκη εξ αιτίας των γεωφυσικών συνθηκών (πεδινές, ημιορεινές, ορεινές, νησιωτικές περιοχές), το χαμηλό επίπεδο επαγγελματικών ικανοτήτων των αγροτών, η ανεπαρκής εμπορική και γενικότερα επιχειρηματική παιδεία και η τεχνολογική υστέρηση (Καρυπίδης, 2005). Αυτές οι αδυναμίες γίνονται ακόμη πιο έντονες επειδή είναι ανεπαρκής η υποστήριξη των αγροτών με την κατάλληλη πληροφόρηση και χαμηλή η αποτελεσματικότητα των αρμοδίων υπηρεσιών και οργανισμών του δημοσίου που καλούνται να διευκολύνουν ή να ωθήσουν την αγροτική ανάπτυξη (Kontogeorgos κ.ά. 2015, Karipidis και Tselepmis 2014).

Αυτές οι συνθήκες κάνουν ακόμη πιο απαραίτητη και πιο κρίσιμη τη δραστηριοποίηση και την αποτελεσματική λειτουργία των αγροτικών συνεταιρισμών στα πεδία του μάρκετινγκ γεωργικών προϊόντων. Είναι όμως γενικευμένη η διαπίστωση ότι οι ελληνικοί αγροτικοί συνεταιρισμοί, στη μεγάλη πλειοψηφία τους, δεν ανταποκρίνονται ικανοποιητικά στις ανάγκες των αγροτών και στις προκλήσεις των καιρών, επιτείνοντας το πρόβλημα. Ιδιαίτερη σημασία για να είναι μια

συνεταιριστική προσπάθεια επιτυχημένη έχει το να καθορισθεί εύστοχα το αντικείμενό της (Κοντογεώργος, κ.ά., 2014, Bruynis, 2001), δηλαδή με ποιες δραστηριότητες θα ασχοληθεί, ποιον όγκο θα έχουν αυτές και με ποιο τρόπο θα αποφέρουν τα μέγιστα οφέλη για τους αγρότες. Σκοπός του άρθρου είναι να γίνει συνοπτική περιγραφή των δραστηριοτήτων που ασκούν οι συνεταιρισμοί στα πεδία της εμπορίας γεωργικών προϊόντων, ώστε να αναδειχθούν οι αναξιοποίητες δυνατότητες στην Ελλάδα. Η δομή του άρθρου έχει ως εξής: Στην επόμενη ενότητα (2) εξετάζεται η θέση των αγροτικών συνεταιρισμών στις αγορές γεωργικών προϊόντων, ενώ στην ενότητα 3 παρουσιάζονται ορισμένες δραστηριότητες με τις οποίες οι συνεταιρισμοί μπορούν να δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία. Στην ενότητα 4 γίνεται παρουσίαση των εμπορικών στρατηγικών που εφαρμόζουν οι συνεταιρισμοί και στην ενότητα 5 παρουσιάζονται ορισμένα συμπεράσματα και προτάσεις.

## 2. Ύψος εμπορικών δραστηριοτήτων

Με την παραδοχή ότι το μερίδιο αγοράς που κατέχουν οι συνεταιρισμοί σε κάθε χώρα –μέλος- της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) αντανακλά το ύψος της συνεταιριστικής εμπορικής δραστηριότητας, παρουσιάζεται, στον πίνακα 1, μια εικόνα για το μερίδιο αγοράς των ελληνικών συνεταιρισμών σε οκτώ κλάδους παραγωγής<sup>1</sup>. Στον ίδιο πίνακα, παρουσιάζονται τα αντίστοιχα στοιχεία για την Ευρωπαϊκή Ένωση (μέσος όρος 27 χωρών), καθώς και επιλεγμένα στοιχεία για δύο χώρες της Δυτικής Ευρώπης και για μια χώρα της Νότιας Ευρώπης, προκειμένου να γίνουν συγκρίσεις.

Παρατηρούμε ότι το μερίδιο αγοράς των συνεταιρισμών ως μέσος όρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης βρίσκεται στο υψηλότερο επίπεδο στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, του κρασιού και των οπωροκηπευτικών, ενώ στο χαμηλότερο επίπεδο βρίσκεται στον τομέα του πρόβειου κρέατος. Από τον ίδιο πίνακα, επιβεβαιώνεται η γενική διαπίστωση ότι η συνεταιριστική εμπορική δραστηριότητα στην Ελλάδα βρίσκεται σε πολύ χαμηλό επίπεδο σε σχέση με το μέσο όρο αλλά και σε ακόμη χαμηλότερο σε σχέση με των τριών χωρών που επιλέχθηκαν. Μάλιστα, από τη σχετική μελέτη που έγινε πρόσφατα (Bijman κ. ά. 2012, Πιορούλος 2012), η Ελλάδα κατατάσσεται μεταξύ των χωρών που οι συνεταιρισμοί κατέχουν το χαμηλότερο μερίδιο στις αγορές γεωργικών προϊόντων (0-25%).

**Πίνακας 1.** Μερίδιο αγοράς (ποσοστό % το 2010) που κατέχουν οι συνεταιρισμοί σε οκτώ κλάδους (Bijman κ. ά., 2012)

Χώρα	Γαλακτοκομικά	Χοιρινό κρέας	Πρόβειο κρέας	Κρασί	Ελαιόλαδο & ελιές	Οπωροκηπευτικά	Ζάχαρη	Σιτηρά

<sup>1</sup> Η ανεπάρκεια στοιχείων από την Ελλάδα αλλά και η επιλογή των οκτώ κλάδων παραγωγής για να οικοδομηθεί μια κοινή ευρωπαϊκή βάση, δε βοηθά να έχουμε την πληρέστερη εικόνα για τους ελληνικούς συνεταιρισμούς.

Μ. όρος ΕΕ-27	57	27	4	42	37	42	27	34
Ελλάδα	..	0	..	15	..	35	..	..
Γερμανία	65	20	..	33	..	40	..	50
Ολλανδία	90	..	..	..	..	95	100	55
Ισπανία	40	25	25	70	70	50	28	35

### 3. Προστιθέμενη αξία

Κύριοι στόχοι των συνεταιρισμών που ασκούν εμπορία είναι: να δημιουργήσουν τις πιο αποτελεσματικές μονάδες (καταστήματα) εμπορίας, αποτελώντας μάλιστα μέτρο σύγκρισης του ανταγωνισμού (yardstick), να επιτύχουν αύξηση στη ζήτηση των προϊόντων των μελών τους, να επιτύχουν καλύτερο συντονισμό μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης με καινοτόμες πρακτικές. Επίσης, να εξασφαλίσουν απρόσκοπτη πρόσβαση στην αγορά για όλους τους παραγωγούς, ακόμη και για εκείνους που δεν έχουν εναλλακτικές επιλογές ή έχουν δυσκολίες πρόσβασης αλλά και να επιτύχουν ηγετική θέση στα κανάλια εμπορίας με κάθετη ολοκλήρωση (παραγκωνίζοντας τους ενδιάμεσους) και ισχυρότερο έλεγχο επί της αγοράς (Γαλάτουλας, κ.ά., 2014, Rhodes κ. ά. 2007).

Είναι πολλές οι συζητήσεις για τις τιμές παραγωγού και για το λογαριασμό μάρκετινγκ (marketing bill) δηλαδή για το ποσοστό των χρημάτων που εισπράττουν οι παραγωγοί σε σχέση με αυτό που πληρώνουν οι καταναλωτές. Αυτό το ποσοστό είναι πολύ χαμηλό, ενώ μειώνεται συνεχώς, διεθνώς (Μάττας κ.ά., 2013, Καμενίδης, 2010). Για παράδειγμα, το ποσοστό που παίρνει ο παραγωγός μπορεί να φτάνει για το σιτάρι μόλις στο 15 % αυτών που πληρώνει ο καταναλωτής για ένα απλό ψωμί και μόλις στο 2,8 % όταν το σιτάρι προορίζεται για έναν ειδικό τύπο φρυγανιάς. Για το αιγοπρόβειο γάλα, με το οποίο παράγεται μια γραβιέρα προστατευόμενης ονομασίας προελεύσεως (ΠΟΠ), μπορεί να φτάσουν στο 40 % και στο σταφύλι από το οποίο προκύπτει ένα καλό πεπαλαιωμένο κρασί που πωλείται 20 ευρώ, μόλις στο 2,7 %. Έτσι συμπεραίνεται ότι τα περιθώρια που έχουν οι παραγωγοί να δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία και να αυξήσουν το εισόδημά τους είναι μεγάλα (Παππάς και Παπαδάς, 2014, Καρυπίδης 2008, Karipidis κ.ά., 2005α, Karipidis κ.ά., 2005β).

Η προστιθέμενη αξία που δημιουργούν οι αγρότες εξαρτάται από τις δραστηριότητες εμπορίας που αναλαμβάνουν και από τις υπηρεσίες εμπορίας που προστίθενται στα πρωτογενή προϊόντα μέχρι να φτάσουν, σε τελική μορφή, στους καταναλωτές. Αυτό μπορεί να γίνει πιο αποτελεσματικά δια μέσου των συνεταιρισμών, στους οποίους εναπόκειται να καθορίσουν το αντικείμενό τους και να επιλέξουν εκείνες τις δραστηριότητες που μπορούν να χειρισθούν ικανοποιητικά. Στη συνέχεια, παρατίθενται οι σημαντικότερες εμπορικές δραστηριότητες στις οποίες εμπλέκονται ή μπορούν να

εμπλακούν οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, κατά λειτουργία εμπορίας, προσέγγιση που ακολουθείται συχνά για τη μελέτη ζητημάτων του αγροτικού μάρκετινγκ (Καμενίδης 2010, Kohls και Uhl 2002). Οι δραστηριότητες αυτές είναι: πώληση –απευθείας πώληση, έρευνα αγοράς και διαφήμιση, ανάπτυξη νέων προϊόντων, συσκευασιών και εμπορικών σημάτων, τυποποίηση και μεταποίηση, συντήρηση –αποθήκευση, εφοδιασμός –διαχείριση δικτύων εφοδιασμού.

### *Πώληση προϊόντων*

Οι συνεταιρισμοί αναλαμβάνουν να διαπραγματευθούν, να συνάψουν συμβάσεις, να πωλήσουν την παραγωγή των μελών τους, αυξάνοντας τη διαπραγματευτική ικανότητα των πολλών και αδύναμων παραγωγών απέναντι στους λίγους και ισχυρούς τοπικούς ή εθνικούς αγοραστές. Για παράδειγμα, όταν οι αγρότες μιας περιοχής συμφωνήσουν σε από κοινού διαπραγμάτευση και πώληση των προϊόντων τους, εξασφαλίζουν καλύτερες τιμές, πετυχαίνουν χαμηλό κόστος συγκέντρωσης και διάθεσης, καλύτερη οργάνωση και μεγαλύτερη αποδοτικότητα ποιοτικού και ποσοτικού ελέγχου των προϊόντων, συνάπτουν συμβάσεις με μεγάλους και απαιτητικούς αγοραστές, όπως είναι οι αλυσίδες λιανικής πώλησης, στο εσωτερικό και στο εξωτερικό. Μπορούν επίσης να διαπραγματευθούν και να επιτύχουν ώστε στην ετικέτα του τελικού προϊόντος να αναφέρεται, με κάποιον τρόπο, το συλλογικό όνομα που έχουν επιλέξει ή το όνομα της περιοχής τους, ώστε να συνδεθούν καλύτερα με τους καταναλωτές και να μειωθεί ο κίνδυνος υποκατάστασης των προϊόντων τους από ομοειδή προϊόντα άλλων παραγωγών.

### *Απευθείας πώληση*

Ένας καλός τρόπος για να συνδεθούν οι παραγωγοί με τους καταναλωτές στενότερα και καλύτερα, είναι να πωλούν τα προϊόντα τους απευθείας στους καταναλωτές, σε πρωτογενή μορφή ή μεταποιημένα. Με την απευθείας πώληση, οι αγρότες προσφέρουν μίγμα προϊόντων και υπηρεσιών στους καταναλωτές, ανταποκρινόμενοι καλύτερα στα αγοραστικά τους ενδιαφέροντα, και τους ενημερώνουν καλύτερα για τα προϊόντα, τις συνθήκες παραγωγής και τις χρήσεις τους. Έτσι, πετυχαίνουν υψηλότερες τιμές, χωρίς να επιβαρύνουν πρόσθετα τους καταναλωτές, ερχόμενοι σε απευθείας επαφή μαζί τους κατανοούν τα ενδιαφέροντά τους και προβλέπουν καλύτερα τις προτιμήσεις τους, ενώ δημιουργώντας δεσμούς/συνδέσεις με τους καταναλωτές, δεν κινδυνεύουν να εκτοπισθούν εύκολα από άλλους ανταγωνιστές. Επίσης, έρχονται σε επαφή με άλλους επαγγελματίες και φορείς που βοηθούν έμμεσα στην πληροφόρηση και στην εκπαίδευσή τους. Με τη συλλογικότητα, η απευθείας πώληση μπορεί να γίνει πιο αποτελεσματικά, ωφελώντας παραγωγούς και καταναλωτές, όπως γίνεται εξ άλλου σε ορισμένες περιπτώσεις, στην Ελλάδα, με την κάθετη ολοκλήρωση της εμπορίας στο φρέσκο γάλα, τα κοτόπουλα, τα ροδάκινα, το σπαράγγι, τον κρόκο, τη μαστίχα, κ.ά. (Καρυπίδης 2015).

### *Έρευνα αγοράς και Διαφήμιση*

Με την έρευνα αγοράς γίνεται συστηματική και αντικειμενική συγκέντρωση, ταξινόμηση και ανάλυση πληροφοριακών στοιχείων για την αγορά προϊόντων, ώστε να διευκολύνεται η λήψη εμπορικών αποφάσεων. Με τη συλλογική χρηματοδότηση ερευνών αγοράς, πετυχαίνεται να αναλογεί μικρό μόνο μέρος της δαπάνης σε κάθε παραγωγό, οι αγρότες εξασφαλίζουν πληροφορίες χρήσιμες για να προσαρμόσουν κατάλληλα την παραγωγή τους, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, στις συνεχώς μεταβαλλόμενες πολύπλοκες συνθήκες. Έτσι μπορούν να παράγουν τα ζητούμενα προϊόντα, να τα διαθέτουν με επιτυχία στα διάφορα τμήματα της αγοράς, να αξιοποιούν τις έκτακτες συνθήκες που δημιουργούνται στην αγορά και να μειώνονται οι εμπορικοί κίνδυνοι για τα προϊόντα τους.

Με τη διαφήμιση γίνεται μαζική, απρόσωπη, ταυτοποιημένη, ενημέρωση των καταναλωτών για τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες των προϊόντων, προκειμένου να πεισθούν να τα αγοράσουν. Με τη συλλογικότητα μειώνεται το κόστος διαφήμισης των προϊόντων ανά παραγωγό, ενώ γίνεται αποτελεσματικότερη η διαφήμιση, επειδή οι παραγωγοί εξασφαλίζουν τις κατάλληλες πληροφορίες από την αγορά, διαφοροποιούν τα προϊόντα τους βασιζόμενοι σε ένα συλλογικό ή τοπικό εμπορικό σήμα (brand), εξασφαλίζουν την κατάλληλη ποιότητα και ομοιομορφία προϊόντων ασκώντας τους απαραίτητους ελέγχους ποιότητας. Επίσης, με τη μεγάλη ποσότητα και ποικιλία προϊόντων ανταποκρίνονται καλύτερα στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς και μειώνουν την αγοραστική αβεβαιότητα για τους πελάτες τους.

### *Ανάπτυξη νέων προϊόντων, Συσκευασιών και Εμπορικών σημάτων*

Η ανάπτυξη νέων προϊόντων περιλαμβάνει την εισαγωγή ενός τελείως νέου πρωτογενούς προϊόντος ή τη δημιουργία ενός νέου μεταποιημένου, την αναζωογόνηση (τροποποίηση) ενός παλιού, τη δημιουργία μιας νέας συσκευασίας ή μιας νέας ετικέτας ή ενός νέου εμπορικού σήματος. Είναι απαραίτητη για να καλυφθούν καλύτερα οι μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών, να διατηρηθούν ή αυξηθούν οι πωλήσεις, να καλυφθούν νέες απαιτήσεις των πελατών, να αυξηθεί ο έλεγχος που ασκούν οι παραγωγοί στην αλυσίδα εφοδιασμού. Με τη συλλογική προσπάθεια γίνονται μεγαλύτερα και καλύτερα προγράμματα ανάπτυξης νέων προϊόντων, νέων συσκευασιών, νέων ετικετών, αντλούνται περισσότερες πληροφορίες από την αγορά και διαφημίζεται το νέο προϊόν, ενώ χρηματοδοτούνται πιο αποτελεσματικές προσπάθειες προώθησης πωλήσεων. Επί πλέον, παρέχεται η δυνατότητα να δημιουργηθεί ενιαίο (συλλογικό) εμπορικό σήμα με τοπικό, παραδοσιακό ή καινοτόμο χαρακτήρα. Σε όλες αυτές τις δραστηριότητες, μειώνεται το κόστος ανά παραγωγό και ανά μονάδα προϊόντος. Ιδιαίτερα για τις ελληνικές συνθήκες με τον κατατεμαχισμό των ποσοτήτων των γεωργικών προϊόντων, το άνοιγμα σε ξένες αγορές και η σύναψη συμβάσεων



με αλυσίδες λιανοπωλητών, προϋποθέτει την ανάληψη περισσότερων ποιοτικών και ποσοτικών δεσμεύσεων. Αυτό μπορεί να γίνεται με συνενώσεις ποσοτήτων, έλεγχο ποιοτήτων, κάτω από ενιαίο εμπορικό σήμα που αντανακλά το ποιοτικό περιεχόμενο των προϊόντων αλλά και την ποιότητα των υπηρεσιών εφοδιασμού που τα συνοδεύουν.

### *Τυποποίηση και Μεταποίηση*

Με την τυποποίηση δημιουργούνται ομοιογενείς ποιοτικοί τύποι προϊόντων, π.χ. με διαχωρισμό των προϊόντων σε ποιοτικές κατηγορίες και κατηγορίες μεγέθους, προκειμένου να ανταποκριθούν στις διαφορετικές ανάγκες των διαφόρων τμημάτων αγοράς, ενώ με τη μεταποίηση γίνεται επεξεργασία ώστε να προκύψουν νέες μορφές προϊόντων και να αυξηθεί η δυνατότητα συντήρησης των προϊόντων. Για να είναι οι δραστηριότητες αυτές αποδοτικές, απαιτούνται όσο το δυνατόν μεγαλύτερες ποσότητες προϊόντων, κατάλληλες πληροφορίες από την αγορά, κατάλληλες εγκαταστάσεις, κατάλληλη γνώση και σκέψη, κατάλληλο στελεχιακό δυναμικό, ικανοποιητική χρηματοδότηση. Με τη συλλογική δράση, συγκεντρώνονται επαρκείς ποσότητες και μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων και ποιοτήτων. Έτσι, μειώνεται το κόστος, εξασφαλίζονται περισσότερα κεφάλαια εκκίνησης και λειτουργίας, προσφέρεται μεγαλύτερη ποικιλία (παραλλαγές) προϊόντων στην αγορά, σε περισσότερες ποιοτικές κατηγορίες, σε μεγαλύτερη ποσότητα. Έτσι, αυξάνεται η ανταγωνιστικότητα των προϊόντων και των (συλλογικών) φορέων εμπορίας, ενώ αποκτάται μεγαλύτερη ικανότητα να διατεθούν τα προϊόντα σε μακρινές και νέες αγορές αλλά και σε μεγάλους αγοραστές.

### *Αποθήκευση –Συντήρηση των προϊόντων*

Η αποθήκευση, συντήρηση ή ωρίμαση ογκωδών, ευπαθών και εποχικών προϊόντων όπως τα γεωργικά, χαρακτηρίζεται από υψηλό κόστος και περισσότερους κινδύνους εμπορίας, ενώ χρειάζεται υποδομές, εξοπλισμό αλλά και κατάλληλους διαχειριστικούς και εμπορικούς χειρισμούς. Με τη συλλογική αποθήκευση ή συντήρηση των προϊόντων οι παραγωγοί πετυχαίνουν υψηλότερη αποδοτικότητα, επειδή μειώνεται το κόστος αποθήκευσης/συντήρησης και προλαμβάνονται ή αντιμετωπίζονται οι εμπορικοί κίνδυνοι, π.χ. οι αλλοιώσεις προϊόντων και η πτώση τιμών. Το κόστος μειώνεται γιατί αποθηκεύονται μεγάλες ποσότητες προϊόντων, εξασφαλίζεται κατάλληλη υποδομή, κατάλληλοι αυτοματισμοί, ενώ γίνονται κατάλληλοι έλεγχοι πριν και κατά την αποθήκευση. Γίνεται επίσης λιγότερο δαπανηρή και καλύτερη διαχείριση. Οι κίνδυνοι μειώνονται επειδή οι αγρότες μπορούν να εξασφαλίσουν καλύτερες συνθήκες αποθήκευσης/συντήρησης, να συνάψουν κατάλληλα συμβόλαια με αγοραστές, να αποκτήσουν την κατάλληλη τεχνογνωσία και πληροφόρηση αγοράς, ώστε η πώληση να γίνει τη στιγμή που πετυχαίνονται υψηλότερες τιμές και ικανοποιούνται καλύτερα οι απαιτήσεις των πελατών.

### *Μεταφορά (συγκέντρωση, διαμετακόμιση, διανομή)*

Επειδή η γεωργική παραγωγή είναι κατατεμαχισμένη και διεσπαρμένη, ενώ τα προϊόντα είναι σχετικά ογκώδη, ευπαθή, εποχικά και σχετικά ανομοιόμορφα, το κόστος συγκέντρωσης, διαμετακόμισης και διανομής, είναι συνήθως υψηλό σε σχέση με την αξία των προϊόντων, ενώ οι φυσικοί και οικονομικοί κίνδυνοι είναι περισσότεροι από άλλες περιπτώσεις. Έχει μάλιστα διαπιστωθεί ότι δεν είναι βιώσιμη μια παραγωγική δραστηριότητα εξ αιτίας δυσκολιών πρόσβασης σε καταναλωτικά κέντρα αλλά και χάνονται ευκαιρίες στη διεθνή αγορά από τις δυσκολίες συγκέντρωσης των προϊόντων. Η συλλογική δραστηριοποίηση, λοιπόν, σε διάφορα επίπεδα και σε διάφορα στάδια, είναι ιδιαίτερα σημαντική. Η συγκέντρωση των σχετικά μικρών ποσοτήτων γεωργικών προϊόντων που είναι διεσπαρμένα, πολλές φορές σε απομακρυσμένες, ορεινές και νησιωτικές περιοχές, μπορεί να γίνεται πιο αποδοτικά εάν συνεργασθούν οι παραγωγοί μεταξύ τους αλλά και με τους φορείς εμπορίας. Μπορούν επίσης, να μειώσουν αισθητά τη συμβολή του κόστους αυτού στο συνολικό κόστος εμπορίας, με κατάλληλους χειρισμούς που μειώνουν τον όγκο ή αλλάζουν τη μορφή των προϊόντων, όπως π.χ. μια πρώτη διαλογή ή/και μεταποίηση, ένας αρχικός ποιοτικός έλεγχος, κατάλληλος προγραμματισμός και επιλογή των πιο αποδοτικών μεταφορικών μέσων και δρομολογίων. Η διανομή των προϊόντων μπορεί να γίνει επίσης πιο αποδοτικά με συλλογικές προσπάθειες που καταφέρνουν να μειώσουν το κόστος μεταφοράς και να εξυπηρετούν καλύτερα τους πελάτες που βρίσκονται διεσπαρμένοι στην ελληνική, την ευρωπαϊκή ή την παγκόσμια αγορά.

### *Εφοδιασμός και Δίκτυα εφοδιασμού*

Το ζήτημα των δικτύων εφοδιασμού αναφέρεται στο σύνολο των φορέων που δραστηριοποιούνται, άμεσα και έμμεσα, για να εξασφαλισθεί ροή των γεωργικών προϊόντων από τα σημεία παραγωγής στα σημεία αγοράς και κατανάλωσης, με τρόπο που να είναι έγκαιρα διαθέσιμες οι κατάλληλες μορφές των προϊόντων, στα κατάλληλα σημεία πώλησης, ώστε να διευκολύνονται καλύτερα οι πελάτες με τη μικρότερη επιβάρυνση. Με άλλα λόγια, δίκτυο εφοδιασμού είναι δίκτυο αλληλοσυνδεδεμένων και αλληλοεξαρτημένων οργανώσεων που λειτουργούν από κοινού σε κλίμα συνεργασίας για να ελέγξουν, να διευθύνουν και να βελτιώσουν τη ροή προϊόντων και πληροφοριών, από τους προμηθευτές στους τελικούς χρήστες. Οι νέοι κανόνες ανταγωνισμού, η παγκοσμιοποίηση των αγορών, η συμπίεση των τιμών και η ανάληψη του ελέγχου από τους πελάτες/λιανοπωλητές, κάνει το ζήτημα του εφοδιασμού ιδιαίτερα κρίσιμο.

Πετυχημένο θεωρείται ένα δίκτυο εφοδιασμού όταν καταφέρνει να:

-Ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών σε βραχύτερο χρόνο και έχει ευελιξία προσφέροντας εξατομικευμένες λύσεις, καθοδηγούμενο από τη ζήτηση.

-Είναι αξιόπιστο, υπό την έννοια ότι εμπεριέχει χαμηλή αβεβαιότητα για τους πελάτες, δηλαδή δεσμεύεται και ανταποκρίνεται με ακρίβεια στις δεσμεύσεις του, με έλεγχο και επανασχεδιασμό των διαδικασιών.

-Προσαρμόζεται ανάλογα με τις αλλαγές που εμφανίζονται στη ζήτηση, έχοντας την ικανότητα να ανταποκρίνεται σε απρόβλεπτες μεταβολές, αντιμετωπίζοντας τα σημεία ευπάθειας (αδυναμίες), διατηρώντας στρατηγικά αποθέματα και κάνοντας επιλεκτική χρησιμοποίησή τους.

-Οδηγείται σε όλο και πιο καλά επιλεγμένους προμηθευτές, προχωρώντας σε διαδικασίες που συνδέουν προμηθευτές και αγοραστές, κάτι που κάνει πιο δύσκολη την είσοδο ανταγωνιστών. Με αυτή τη λογική, οι λιανοπωλητές προτιμούν να συνεργάζονται με λιγότερους –επιλεγμένους- προμηθευτές, κάτι που κάνει ιδιαίτερα απαραίτητη τη συνεργασία των παραγωγών.

Η συλλογικότητα προσφέρει στους αγρότες τη δυνατότητα να ανταποκρίνονται καλύτερα στις προσδοκίες των πελατών, επειδή αντιμετωπίζουν πιο αποτελεσματικά τους εξωτερικούς και εσωτερικούς κινδύνους του εφοδιασμού, επειδή μπορούν να μειώσουν το κόστος εφοδιασμού, να εξασφαλίζουν μεγαλύτερη αξιοπιστία με την κατάλληλη οργάνωση, τα κατάλληλα συστήματα ροής προϊόντων και πληροφοριών, τις κατάλληλες υποδομές. Επίσης, μπορούν να ανταποκρίνονται καλύτερα στις αυξανόμενες και διαφοροποιημένες ποιοτικές απαιτήσεις των πελατών, σε συνδυασμό με τα κατάλληλα εμπορικά συλλογικά σήματα ή ακόμη και τις συνενώσεις εμπορικών σημάτων κάτω από ένα σήμα ομπρέλα.

#### **4. Κύριες στρατηγικές μάρκετινγκ**

##### *4.1. Στρατηγικές που μπορούν να υιοθετήσουν*

Οι στρατηγικές των συνεταιρισμών αποφέρουν πολλαπλά οφέλη από την αγορά –περισσότερα από ότι τα οργανωσιακά χαρακτηριστικά τους (Benos κ.ά. 2009, Kyriakopoulos κ. ά. 2004). Οι κύριες εμπορικές στρατηγικές που μπορούν να ακολουθήσουν οι συνεταιρισμοί είναι τρεις (Νικολαΐδης, 2008, Καρυπίδης, 2004): η στρατηγική διαφοροποίησης, η στρατηγική ηγεσίας κόστους και η στρατηγική εστίασης. Με τη στρατηγική διαφοροποίησης δημιουργούν αξία προσφέροντας προϊόντα που ξεχωρίζουν στα μάτια και στη σκέψη των καταναλωτών, έναντι των ανταγωνιστικών, ως επώνυμα ή/και ως προϊόντα ανώτερης ή ειδικής ποιότητας. Σε αυτό, προστίθεται η υψηλότερη αξία που προσδίδουν οι καλύτερες υπηρεσίες εφοδιασμού που τα συνοδεύουν.

Η στρατηγική αυτή ακολουθείται συνήθως όταν οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές, όταν δεν υπάρχουν περιθώρια για οικονομίες μεγέθους και μάθησης και όταν τα σπουδαιότερα χαρακτηριστικά των προϊόντων δεν μπορούν να τα εκτιμήσουν οι καταναλωτές τη στιγμή που τα αγοράζουν (Καρυπίδης, 2008). Δημιουργεί μακροχρόνιες σχέσεις με τους πελάτες και αποφέρει περισσότερα έσοδα στους αγρότες. Κλάδοι στους οποίους εφαρμόζεται συχνότερα

είναι των φρούτων και λαχανικών, των κρασιών, του ελαιόλαδου και της επιτραπέζιας ελιάς, των γαλακτοκομικών προϊόντων, του μελιού, κ. ά. Αυτή η στρατηγική ενδείκνυται για περιπτώσεις όπως η ελληνική, όπου τα μικρά μεγέθη εκμεταλλεύσεων/επιχειρήσεων δεν έχουν αρκετά περιθώρια να αυξηθούν και οι παραγωγοί είναι ανάγκη να εξασφαλίσουν ένα υψηλότερο εισόδημα με τη μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία. Πέραν αυτού, οι εδαφοκλιματικές συνθήκες και ο πλούτος γενετικών πόρων και παραδοσιακής τεχνογνωσίας ευνοούν την παραγωγή προϊόντων με ειδική ποιότητα, ενώ οι συνεταιρισμοί κατέχουν μικρό μόνο μερίδιο στον εφοδιασμό τροφίμων που τους δυσκολεύει να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας.

Με τη στρατηγική ηγεσίας κόστους ο συνεταιρισμός επιδιώκει να δημιουργήσει αξία προσφέροντας την ίδια ποιότητα προϊόντος σε χαμηλότερη τιμή σε σχέση με των ανταγωνιστών ή προϊόν κάπως καλύτερης ποιότητας, στην ίδια τιμή. Κύρια πλεονεκτήματα σε αυτή την περίπτωση, είναι το χαμηλό κόστος με οικονομίες μεγέθους και μάθησης και η ισχυρή διαπραγματευτική θέση έναντι των προμηθευτών και των αγοραστών, ενώ κύριο μειονέκτημα είναι ότι το προϊόν αντιγράφεται εύκολα και υποκαθίσταται εύκολα από ανταγωνιστικά προϊόντα. Η στρατηγική αυτή ακολουθείται όταν υπάρχουν περιθώρια για οικονομίες μεγέθους και οικονομίες μάθησης, όταν οι δυνατότητες περαιτέρω βελτίωσης του προϊόντος είναι περιορισμένες, ενώ οι αγοραστές είναι ευαίσθητοι στις τιμές και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος είναι τέτοια που μπορούν να τα εκτιμήσουν οι πελάτες εύκολα, πριν το αγοράσουν. Αγορές στις οποίες εφαρμόζεται συχνότερα είναι των πρωτογενών προϊόντων αλλά και μεταποιημένων προϊόντων που πωλούνται ανώνυμα, όπως τα σιτηρά, το βαμβάκι, οι ζωοτροφές, η ζάχαρη, το κρέας, κ. ά. Είναι στρατηγική που οι ελληνικές διαρθρωτικές ιδιαιτερότητες δεν είναι ευνοούν την εφαρμογή της.

Είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι οι δύο στρατηγικές διαφοροποίησης και κόστους δεν εφαρμόζονται αμιγώς αλλά συνήθως συνδυασμένα. Για παράδειγμα, δεν μπορεί να προσφέρεται ένα εξαιρετικό επώνυμο τοπικό προϊόν, χωρίς να γίνεται προσπάθεια για χαμηλότερο κόστος και μικρότερη επιβάρυνση των καταναλωτών. Έτσι, γίνεται λόγος για μια υβριδική στρατηγική.

Με τη στρατηγική εστίασης η επιχείρηση εστιάζει σε μια αγορά μικρότερου μεγέθους, στην οποία προσφέρει ένα προϊόν που είναι ιδιαίτερα φτηνό ή ιδιαίτερα ακριβό. Παράδειγμα πολύ φτηνού προϊόντος αποτελεί ένας απλός τύπος φτηνού ψωμιού που απευθύνεται σε πελάτες πολύ χαμηλού εισοδήματος και παράδειγμα πολύ ακριβού προϊόντος αποτελεί ένας ειδικός τύπος κρασιού ή γραβιέρας προστατευόμενης ονομασίας προελεύσεως που απευθύνεται σε συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών με ειδικές απαιτήσεις. Αγορές στις οποίες προτιμάται η στρατηγική ακριβού προϊόντος (φωλιές –niche) είναι των προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προελεύσεως, προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης, οίνων ελεγχόμενης ή ανώτερης ποιότητας, άλλων τοπικών και παραδοσιακών προϊόντων. Επειδή η οικονομική κρίση στην Ελλάδα φαίνεται να επηρεάζει και τους καταναλωτές υψηλών ποιοτικών απαιτήσεων, δημιουργείται η ανάγκη για πιο προσεκτικούς

χειρισμούς στο ζήτημα των τιμών.

#### 4.2. Στρατηγικές που εφαρμόζουν

Η ευρωπαϊκή εμπειρία δείχνει ότι στην πορεία μετάβασης από τον προσανατολισμό στην παραγωγή στον προσανατολισμό στην αγορά, οι συνεταιρισμοί χρειάζεται να εφαρμόζουν καινοτόμα προγράμματα για ανάπτυξη εμπορικών σημάτων, αναζητώντας ακόμη και μια άλλη οργανωσιακή και κεφαλαιακή διάρθρωση σε περίπτωση που η παραδοσιακή δομή δε θεωρείται τόσο κατάλληλη (Beverland, 2010). Για παράδειγμα, για να εφαρμόσει τη στρατηγική διαφοροποίησης ο συνεταιρισμός χρειάζεται κεφάλαια προκειμένου να αναπτύξει εμπορικά σήματα ή νέες μορφές προϊόντων, να εφαρμόσει συστήματα διαχείρισης ποιότητας, να κάνει προβολή των προϊόντων. Για να εφαρμόσει τη στρατηγική ηγεσίας κόστους χρειάζεται κεφάλαια για να κάνει επενδύσεις μεγάλης κλίμακας, προκειμένου να επιτύχει μείωση κόστους στην παραγωγή και στην επεξεργασία. Για τις δύο στρατηγικές, είναι σημαντικό να έχει ένα αποδοτικό σύστημα εφοδιασμού. Έτσι, προσπαθώντας να προσελκύσει κεφάλαια αναγκάζεται να επιφέρει αλλαγές στην οργανωσιακή και κεφαλαιακή δομή, κάτι που δείχνει ότι υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ στρατηγικής και δομής του συνεταιρισμού. Όταν τους συνεταιρισμούς τους απασχολούν τέτοια ερωτήματα, χρειάζεται να συνεκτιμάται ότι μια άλλη δομή από αυτήν που έχουν, δεν πετυχαίνει πάντοτε, αφού σε σχετικές έρευνες που έγιναν σε ορισμένες χώρες, δε βρέθηκε η δομή που προσπαθεί να προσελκύσει κεφάλαια να είναι πιο αποτελεσματική οικονομικά από την παραδοσιακή (Kalogeras κ. ά. 20013).

Στον πίνακα 2 παρατίθενται στοιχεία για τις κύριες εμπορικές στρατηγικές που εφαρμόζουν οι συνεταιρισμοί στην ΕΕ και στην Ελλάδα σε ορισμένα προϊόντα. Βασίζεται σε σχετικές εκθέσεις που εκπονήθηκαν με ανάθεση εκ μέρους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Bijman κ. ά. 2012, Πιόρουλος 2012). Στον πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα εφαρμογής κάθε στρατηγικής, σε οκτώ κλάδους παραγωγής. Μελετώντας τον πίνακα αυτό και τις σχετικές εκθέσεις, παραθέτουμε, στη συνέχεια, επί μέρους αναλύσεις και σχολιασμούς.

Στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων οι συνεταιρισμοί αναπτύσσουν εμπορικές δραστηριότητες σε όλα τα στάδια ροής των προϊόντων από την παραγωγή μέχρι την κατανάλωση και σε όλους τους κρίκους της αλυσίδας εφοδιασμού. Από τον πίνακα (2) προκύπτει ότι κυριαρχεί η στρατηγική διαφοροποίησης, αφού μόλις σε λιγότερο από το ένα τρίτο των περιπτώσεων εφαρμόζεται η στρατηγική ηγεσίας κόστους. Υπάρχουν μάλιστα πολλά ισχυρά συνεταιριστικά εμπορικά σήματα (ακόμη και διεθνή) σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες αλλά και στην Ελλάδα, στην οποία όμως το μερίδιο αγοράς των συνεταιρισμών είναι πολύ μικρό, ενώ σε δεκατρείς ευρωπαϊκές χώρες το γάλα που συγκεντρώνουν οι συνεταιρισμοί ξεπερνά το 50% του συνόλου. Άξιο ιδιαίτερης προσοχής, είναι το υψηλό ποσοστό της στρατηγικής εστίασης που εξηγείται από την παρουσία

πολλών ακριβών προϊόντων με ειδική ποιότητα, π.χ. προστατευόμενης ονομασίας προελεύσεως αλλά και ορισμένων πολύ φθηνών προϊόντων από άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Στον κλάδο του χοιρινού κρέατος οι συνεταιρισμοί εμπλέκονται σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων, όπως η μεταφορά, η αποθήκευση, η πρώτη και δεύτερη επεξεργασία, η επισήμανση και η χονδρική πώληση. Το υψηλότερο μερίδιο στην αγορά παρατηρείται στη Μάλτα, τη Γαλλία, τη Δανία, τη Φιλανδία από 100 % μέχρι 80%. Όπως φαίνεται από τον πίνακα (2) όμως, κυριαρχεί η στρατηγική ηγεσίας κόστους, λόγω της υψηλής ζήτησης και της φύσης του προϊόντος, του οποίου μεγάλο ποσοστό πωλείται νωπό και οι καταναλωτές επηρεάζονται αρκετά από τον τελευταίο πωλητή. Στην Ελλάδα, αυτή η συλλογική δραστηριότητα είναι ανύπαρκτη.

Για το πρόβειο κρέας που μόλις το 4% διακινείται δια μέσου των συνεταιρισμών, ακολουθείται κυρίως η στρατηγική εστίασης επειδή είναι μεγάλος ο αριθμός των μικρών παραγωγών και χαμηλή η ζήτηση, κάτι που δε βοηθά να πετυχαίνονται οικονομίες μεγέθους. Οι δραστηριότητες περιορίζονται στην διάθεση της παραγωγής -κυρίως χονδρεμπορική- και δεν προχωρούν στο μάρκετινγκ επώνυμων προϊόντων. Υπάρχουν όμως, σε ορισμένες χώρες, πετυχημένα παραδείγματα πρόβειου κρέατος που πωλείται συλλογικά με τοπικό όνομα –όχι βέβαια στην Ελλάδα.

Στην περίπτωση του κρασιού, υπάρχουν μεγάλα περιθώρια δημιουργίας προστιθέμενης αξίας (Καρυπίδης, 2008). Παρατηρούμε τους συνεταιρισμούς να καλύπτουν ένα υψηλό μερίδιο της αγοράς με πολλά επώνυμα κρασιά στην ΕΕ που είναι απόρροια της στρατηγικής διαφοροποίησης (45%), καθώς και της στρατηγικής εστίασης, συνδεδεμένης κυρίως με πολλούς οίνους ονομασίας προελεύσεως προστατευμένης ή ελεγχόμενης (ΟΠΕ, ΟΠΑΠ, ΠΟΠ) οι οποίοι προορίζονται για συγκεκριμένα -μικρά- τμήματα της αγοράς. Υπάρχουν πολλά τέτοια παραδείγματα στην Ελλάδα, σε χαμηλότερο όμως βαθμό από το μέσο όρο της ΕΕ (Salavou και Sergaki, 2013, Parageorgiou, 2013, Πιόρουλος, 2012). Επισημαίνεται ότι αξιόλογες ποσότητες ελληνικού κρασιού πωλούνται από τους συνεταιρισμούς ανώνυμα στην αγορά του εσωτερικού και του εξωτερικού, αφήνοντας το περιθώριο στους αγοραστές να τα πωλούν με δικό τους εμπορικό σήμα και να καρπώνονται εκείνοι τις σημαντικότερες εμπορικές ωφέλειες.

Στην αγορά ελαιολάδου διαπιστώνεται ότι είναι υψηλό το ποσοστό (39%) των περιπτώσεων που οι συνεταιρισμοί ακολουθούν την στρατηγική ηγεσίας κόστους. Στο 39% των περιπτώσεων οι συνεταιρισμοί ακολουθούν τη στρατηγική διαφοροποίησης και σε ποσοστό 22% τη στρατηγική εστίασης, συνδεδεμένης με πολλές προστατευόμενες ονομασίες προελεύσεως (ΠΟΠ και ΠΓΕ). Για την Ελλάδα που η στρατηγική διαφοροποίησης εφαρμόζεται σε χαμηλότερο βαθμό, αφού δεν είναι μικρή η ποσότητα του προϊόντος που πωλείται ανώνυμο στην αγορά του εσωτερικού και του εξωτερικού, παρατηρείται απώλεια ευκαιριών δημιουργίας προστιθέμενης αξίας αλλά και χαμηλότερη σύνδεση με τους καταναλωτές που δημιουργεί τον κίνδυνο εκτοπισμού από άλλα προϊόντα, ομοειδή. Εκτός από αυτό, η μεγάλη κατάτμηση των ποσοτήτων (πολυάριθμοι τύποι

επώνυμων προϊόντων με μικρές ποσότητες) δυσκολεύει την ανάπτυξη κατάλληλων εμπορικών σημάτων που θα μπορούσαν να προσδώσουν στους αγρότες τις ωφέλειες της στρατηγικής διαφοροποίησης στην παγκόσμια αγορά, όπως δυσκολεύει και τη σύναψη συμβάσεων με μεγάλους αγοραστές του εξωτερικού.

Στην αγορά οπωροκηπευτικών κυρίαρχη στρατηγική είναι η στρατηγική ηγεσίας κόστους με ποσοστό 41%, ενώ ακολουθεί η στρατηγική διαφοροποίησης (34%) και η στρατηγική εστίασης (25%) που συνδέεται κυρίως με προϊόντα προστατευόμενης ονομασίας προελεύσεως και προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης αλλά και με επώνυμα προϊόντα μικρών συνεταιρισμών. Το χαμηλό μερίδιο αγοράς των ελληνικών συνεταιρισμών σε συνδυασμό με το χαμηλό σχετικά βαθμό υιοθέτησης της στρατηγικής διαφοροποίησης, είναι ένδειξη απώλειας ευκαιριών για δημιουργία προστιθέμενης αξίας.

Στις αγορές ζάχαρης και σιτηρών κυριαρχεί η στρατηγική ηγεσίας κόστους, σε υψηλό ποσοστό, 60% και 54% αντίστοιχα. Παρατηρείται όμως μεγάλη διαφορά μεταξύ χωρών, αφού το μερίδιο των συνεταιρισμών κυμαίνεται από μηδέν μέχρι 100% στη ζάχαρη και από μηδέν μέχρι 74% στα σιτηρά. Στις δύο αυτές αγορές, οι δραστηριότητες των ελληνικών συνεταιρισμών είναι ανύπαρκτες στον κλάδο της ζάχαρης και πολύ ασθενικές στον κλάδο των σιτηρών.

Καταληκτικά, επισημαίνεται ότι οι ελληνικοί αγροτικοί συνεταιρισμοί, πέραν του χαμηλού μεριδίου αγοράς, ακολουθούν τη στρατηγική διαφοροποίησης σε χαμηλό σχετικά βαθμό (Salavou και Sergaki 2013, Parageorgiou 2013, Plioroulos, 2012), οδηγώντας σε απώλειες ευκαιριών για δημιουργία προστιθέμενης αξίας εκ μέρους των παραγωγών και σε μη ικανοποιητική βελτίωση της θέσης των προϊόντων στην παγκοσμιοποιημένη αγορά. Επίσης, πολλά ελληνικά προϊόντα πωλούνται στην αγορά του εξωτερικού και του εσωτερικού επώνυμα (ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΟΠΕ, ΟΠΑΠ και άλλα τοπικά ή παραδοσιακά), ακολουθώντας τη στρατηγική εστίασης σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς. Η κατάτμηση όμως των ποσοτήτων οδηγεί σε «πλημμύρα εμπορικών σημάτων» που δημιουργεί σύγχυση στους καταναλωτές. Οδηγεί όμως, πολλές φορές, στην αδυναμία να δημιουργηθούν ισχυρά εμπορικά σήματα, με κατάλληλες ενέργειες προβολής που, σε συνδυασμό με κατάλληλα δίκτυα εφοδιασμού, θα μπορούσαν να αποφέρουν περισσότερες ωφέλειες στους αγρότες. Αυτά επιβεβαιώνουν τον γενικό ισχυρισμό ότι οι συνεταιρισμοί πετυχαίνουν πιο εύκολα την αποστολή τους όταν βασίζονται στις οικονομίες μεγέθους και λιγότερο όταν βασίζονται σε εξαιρετική διοικητική ικανότητα, στην ιδιοκτησία μιας πατέντας ή στην κατοχή ειδικού χαρακτηριστικού επιχείρησης (Μάττας κ.ά., 2013).

**Πίνακας 2.** Ποσοστό συνεταιρισμών που ακολουθούν στρατηγική ηγεσίας κόστους, διαφοροποίησης και εστίασης (Bijman κ. ά., 2012)

Στρατηγική	Γαλακτοκομικά	Χοιρινό κρέας	Πρόβειο κρέας	Κρασί	Ελαιόλαδο & Ελιές	Οποροκηπευτικά	Ζάχαρη	Σιτηρά
<b>Κόστους</b>	28%	47%	29%	28%	39%	41%	60%	54%
<b>Διαφοροποίησης</b>	42%	32%	29%	45%	39%	34%	33%	28%
<b>Εστίασης</b>	29%	22%	43%	27%	22%	25%	7%	19%

### Συμπεράσματα και προτάσεις

Οι συνθήκες που επικρατούν στην ελληνική αγροτική πραγματικότητα αλλά και οι μεγάλες και ταχύτατες αλλαγές που συμβαίνουν ακατάπαυστα στις αγορές γεωργικών προϊόντων, δημιουργούν μεγαλύτερη ανάγκη από ότι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, να ασκείται η εμπορία των γεωργικών προϊόντων συλλογικά, από συνεταιρισμούς. Αυτό όμως συμβαίνει σε πολύ χαμηλό βαθμό, έχοντας ως επακόλουθο να χάνονται ευκαιρίες βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας των γεωργικών προϊόντων, ευκαιρίες δημιουργίας προστιθέμενης αξίας αλλά και πολλές εμπορικές ευκαιρίες στην παγκοσμιοποιημένη αγορά.

Αναφορικά με τις εμπορικές στρατηγικές, οι ιδιαιτερότητες της ελληνικής παραγωγής (αδυναμίες και πλεονεκτήματα), κάνουν πιο κατάλληλη για τους αγρότες τη στρατηγική διαφοροποίησης αλλά και τη στρατηγική εστίασης σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς. Παρόλο που οι στρατηγικές αυτές εφαρμόζονται, η συχνότητα εφαρμογής τους βρίσκεται σε σχετικά χαμηλό επίπεδο σε σχέση με άλλων ευρωπαϊκών χωρών, οδηγώντας σε απώλειες ευκαιριών δημιουργίας προστιθέμενης αξίας, εμπορικών ευκαιριών αλλά και σε εύκολη υποκατάσταση (εκτοπισμό) πολλών προϊόντων που διατίθενται ανώνυμα στις αγορές. Αυτό έχει ως επακόλουθο να μην αυξάνονται ικανοποιητικά τα έσοδα των αγροτών, να μειώνονται οι τιμές παραγωγού και να υποσκάπτεται το μέλλον των γεωργικών προϊόντων και των γεωργικών επιχειρήσεων – εκμεταλλεύσεων.

Δεδομένου ότι οι συνεταιρισμοί κατέχουν μικρό μερίδιο στην αγορά, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι έχουν περιθώρια να αναπτύξουν περισσότερες δραστηριότητες πετυχαίνοντας οικονομίες μεγέθους. Αυτό, μπορεί να γίνει με μεγαλύτερη μαζικότητα στις διάφορες λειτουργίες και τα στάδια εμπορίας και μεγαλύτερη συμμετοχή των μελών, τα οποία όμως χρειάζεται να



διαπιστώνουν ότι η συλλογική προσπάθεια αποφέρει περισσότερες ωφέλειες από την ατομική. Παρόλο που είναι δύσκολη η επιτυχία η οποία βασίζεται στη στρατηγική διαφοροποίησης και στη στρατηγική εστίασης με προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας, οι συνεταιρισμοί χρειάζεται να πορεύονται σε αυτές τις κατευθύνσεις, έχοντας ως υπόστρωμα τον ελληνικό φυσικό και ανθρωπογενή πλούτο, χωρίς όμως να παραμελούν τον παράγοντα κόστος/τιμή που σήμερα είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Κάθε συνεταιριστική εμπορική προσπάθεια είναι απαραίτητο να βασίζεται στη λογική βελτίωσης της θέσης των ελληνικών γεωργικών προϊόντων στην παγκόσμια αγορά, κάτι που χρειάζεται συνεχείς βελτιωτικές προσαρμογές, π.χ. ανάληψη περισσότερων δραστηριοτήτων εμπορίας, ανάπτυξη κατάλληλων εμπορικών σημάτων, ανάπτυξη αποτελεσματικών δικτύων εφοδιασμού στην ελληνική και στην παγκόσμια αγορά.

Στις περιπτώσεις που οι συνθήκες δεν είναι ευνοϊκές για να προχωρήσουν οι συνεταιρισμοί σε ανάληψη πολλών δραστηριοτήτων εμπορίας και σε κάθετη ολοκλήρωση της εμπορίας, μπορούν να αναλάβουν, σε αρχικό στάδιο, τουλάχιστον εκείνες τις δραστηριότητες που βοηθούν να διοχετεύεται ικανοποιητικά η παραγωγή των μελών στην ευρωπαϊκή και παγκόσμια αγορά. Αυτό μπορεί να γίνει αναλαμβάνοντας βαθμιαία δραστηριότητες από κοινού διαπραγμάτευσης, συγκέντρωσης της παραγωγής, ελέγχου ποιότητας και εφαρμογής συστημάτων ποιότητας, κλπ. Σε αυτή την πορεία, ενδείκνυται να μεριμνούν ώστε να υπάρχει κατάλληλη σύνδεση με τους τελικούς αγοραστές (καταναλωτές), π.χ. με αναφορά κάποιου συλλογικού ή τοπικού ονόματος στα προϊόντα, ώστε να μειώνεται ο κίνδυνος υποκατάστασης από άλλα. Επίσης, για να αντιμετωπίσουν τα μειονεκτήματα από την κατάτμηση των ποσοτήτων, χρειάζεται να σκεφθούν συνεργασίες με άλλους συνεταιρισμούς αλλά και στρατηγικές συμμαχίες με άλλους φορείς εμπορίας, για από κοινού ανάπτυξη δραστηριοτήτων, όπως η έρευνα ανάπτυξης νέων προϊόντων, η έρευνα αγοράς, η διαφήμιση, τα κοινά εμπορικά σήματα ως ομπρέλες (umbrella branding), τα κοινά ή συνεργαζόμενα δίκτυα εφοδιασμού, οι υποδομές συγκέντρωσης, αποθήκευσης/συντήρησης, τυποποίησης, συσκευασίας, επεξεργασίας, μεταφοράς.

Σημαντικό μειονέκτημα του άρθρου αποτελεί το γεγονός ότι δεν προσδιορίζονται με ακρίβεια οι μη αξιοποιούμενες δυνατότητες και ο βαθμός ανάπτυξης της συνεταιριστικής εμπορίας, αφού βασίζεται κυρίως σε τριτογενείς πηγές πληροφοριών. Μια έρευνα που θα βασίζονταν σε πρωτογενή στοιχεία, θα μπορούσε να δώσει πιο ακριβείς πληροφορίες για επί μέρους κλάδους παραγωγής και δραστηριότητες συνεταιριστικής εμπορίας. Επίσης, η απουσία αξιόπιστων δευτερογενών στοιχείων για τη συνεταιριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα, στερεί από την επιστημονική κοινότητα τη δυνατότητα να αναλύει τις εξελίξεις και να προσφέρει συμπεράσματα χρήσιμα στην πολιτεία, την κοινωνία, τους συνεταιρισμούς και τους αγρότες.

## Βιβλιογραφία

- Benos T., Kalogeras N., Verhees F.J.H.M., Pennings J.M.E. (2009), Marketing Cooperatives' Re-engineering: Influences among Organizational Attributes, Strategic Attributes and Performance, Paper presented at the international workshop, Rural Cooperation in the 21st Century: Lessons from the Past, Pathways to the Future, Rehovot, Israel.
- Beverland M. (2010), Can Cooperatives Build and Sustain Brands?, in Lindgreen A., Hingley M., Harness D., Custance P. (2010), Market Orientation: Transforming Food and Agribusiness around the Customer, Surrey: Gower.
- Bijman J., Pliopoulos C., Poppe K. J., Gijssels C., Hagedorn K., Hanisch M., Hendrikse G. W.J., Kühl R., Ollila P., Pyykkönen P., van der Sangen G. (2012), Support for Farmers' Cooperatives, final report, EC., Wageningen.
- Bourlakis M.A. (2004), Food Supply Chain Management, Blackwell publishing.
- Bruynis C. L., Goldsmith P., Hahn D.E., Taylor W. J. (2001), Key Success Factors for Emerging Agricultural Cooperatives, Journal of Cooperatives, 16: 14-24.
- Pliopoulos C. (2012), Support for Farmers' Cooperatives; Country Report Greece. Wageningen: Wageningen UR.
- Γαλάτουλας Ι., Κλήμη-Καμινάρη Ο., Αποστολόπουλος, Κ. (2014), Διερεύνηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης στην Ελλάδα, τριών κλάδων παραγωγής υπερτροφών (Superfoods) μέσω ενός σύγχρονου συνεταιρισμού νέας γενιάς, κάθετης μορφής, 13<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Ο ρόλος του Αγροτικού Τομέα στην Παρούσα Κρίση, Αθήνα, 21-22 Νοεμβρίου 2014.
- Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (2012), Μεγάλες Εταιρείες Λιανικού Εμπορίου - Εμπορικές σχέσεις μεταξύ των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου και των προμηθευτών τροφίμων – σημερινή κατάσταση (γνωμοδότηση πρωτοβουλίας NAT/571).
- Kalogeras N., Pennings J. M. E., Benos M., Doumpos T. (2013), Which Cooperative Ownership Model Performs Better? A Financial-Decision Aid Approach Agribusiness, 29(1): 80–95.
- Καμενίδης Χ. (2010), Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων, Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης.
- Καρυπίδης Φ. (2015), Απευθείας Πώληση Γεωργικών Προϊόντων από τους Μικρούς Παραγωγούς, ΓΕΩΡΓΙΑ – Κτηνοτροφία, 1: 69 – 72.
- Καρυπίδης Φ. (2008), ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ: Εφαρμογές στη Γεωργία και στα Τρόφιμα, Θεσσαλονίκη: Ζήτη.
- Καρυπίδης Φ. (2005), Εμπορικοί Προσανατολισμοί και Αγροτικές Δυνατότητες, ΓΕΩΡΓΙΑ – Κτηνοτροφία, 6: 22- 24.
- Καρυπίδης Φ. (2004), Συστήματα Διασφάλισης Ποιότητας στο Μάρκετινγκ των Μικρών Αγροτοσυνεταιριστικών Επιχειρήσεων, Α.Π.Θ., Πρακτικά Εκπαιδευτικής Δημερίδας, της Α. Σ. «ΗΡΑ», Δικτύωση Μικρομεσαίων Γυναικείων Επιχειρήσεων, (υπόεργο 8, Κ.Π. equal), 24-25

Μαΐου, σ. 45-51.

- Karipidis P., Tsakiridou E., Tabakis N. (2005α), The Greek Olive Oil Market Structure, *Agricultural Economics Review*, 6(1): 64-72.
- Karipidis P., Tsakiridou E., Tabakis N., Mattas K. (2005β), Hedonic Analysis of Retail Egg Prices, *Journal of Food Distribution Research*, 36(3): 69-73.
- Karipidis P., Tselepmis D. (2014), Farmers' Intention to Maintain the Quality Certification, *EuroMed Journal of Business*, 9(1): 93-110.
- Knickel K., Zenger C., Jahn G., Renting H. (2008), Limiting and Enabling Factors of Collective Farmers' Marketing Initiatives: Results of a Comparative Analysis of the Situation and Trends in 10 European Countries, *Journal of Hung & Environmental Nutrition* 3(2-3): 247-269.
- Kohls R. L., Uhl J. N. (2002), *Marketing of Agricultural Products*, London: Prentice Hall.
- Κοντογεώργος Α., Τσελεμπής Δ., Σεργάκη Π. (2014), Αγροτικοί Συνεταιρισμοί και Οικονομική Κρίση. Υπάρχουν Διέξοδοι; Απόψεις Στελεχών. 13<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Ο ρόλος του Αγροτικού Τομέα στην Παρούσα Κρίση, Αθήνα, 21-22 Νοεμβρίου 2014.
- Kontogeorgos A., Tselempis D., Karipidis P. (2014), Young Farmers' Perceived Service Quality of the Greek Ministry of Agriculture: A SERVQUAL Approach, *Agricultural Economics Review*, 15(1): 60-71.
- Kyriakopoulos K, Meulenbergh, M.T.G., Nilsson, J. (2004), The Impact of Cooperative Structure and Firm Culture on Market Orientation and Performance. *Agribusiness: An International Journal*, 20(4): 379 -396.
- Μάττας Κ., Ρεζίτης Α., Τσακίριδου Ε., Βλάχος Η., Καφούσιος Δ. (επιμ.), (2013), *Μάρκετινγκ και Τιμές Αγροτικών Προϊόντων*, Nicosia: Broken Hill Publishers.
- Νικολαΐδης Χ. (2008), Διοίκησης Ολικής Ποιότητας και Διαχείριση Περιβάλλοντος-Στρατηγικό Μάνατζμεντ και Διαρθρωτικές Αλλαγές, *Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο*, Πάτρα.
- Papageorgiou K. (2013), Usage and mis-usage of Co-operatives. The example of Greece, in Gardikas-Katsiadakis H., Bregianni C. (eds) *Agricultural Co-operatives in South and Central Europe, 19th-20th Century. A comparative approach*", Academy of Athens, Modern Greek History Research Centre, Athens.
- Παππάς Χ., Παπαδάς Θ. (2014), Κόστος Γεωργικής Παραγωγής, Τιμές Παραγωγού και Τιμές Καταναλωτού Γεωργικών Προϊόντων: Ανάλυση Συνολοκλήρωσης. 13<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Ο ρόλος του Αγροτικού Τομέα στην Παρούσα Κρίση, Αθήνα, 21-22 Νοεμβρίου 2014.
- Rainey L. D. (2008), *Sustainable Business Development –Inventing the Future through Strategy, Innovation, and Leadership*, Cambridge.
- Rhodes J. V., Dauve J. L., Parcell J. L. (2007), *The Agricultural Marketing System*, Arizona:

Holcomb Hathaway publ.

- Salavou H., Sergaki P. (2013), Generic Business Strategies in Greece: Private Food Firms versus Agricultural Cooperatives, Rural Cooperation, 41(1): 44-59.

### **Ευχαριστίες**

*Εκφράζονται ευχαριστίες στους δύο ανώνυμους κριτές του άρθρου και στον υπεύθυνο έκδοσης για τις χρήσιμες παρατηρήσεις και υποδείξεις.*

# Απελευθερώνοντας το δυναμικό της κοινωνικής οικονομίας για την ανάπτυξη της ΕΕ: Η στρατηγική της Ρώμης<sup>1</sup>

Βασισμένη στα Πρακτικά του Συνεδρίου της Ρώμης, Νοέμβριος 17 και 18, 2014

Με την ευκαιρία της Ιταλικής Προεδρίας του Συμβουλίου της ΕΕ, η ιταλική κυβέρνηση είχε την ευκαιρία να προωθήσει το διάλογο μεταξύ οργανώσεων της κοινωνικής οικονομίας, εθνικών και τοπικών κυβερνήσεων, καθώς και ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων - ένα διάλογο που τα τελευταία χρόνια περιλαμβάνει μια πληθώρα φορέων που εργάζονται για να καθορίσουν και να προωθήσουν το ρόλο της Κοινωνικής Οικονομίας για την ευρωπαϊκή ανάπτυξη.

Το συνέδριο «Απελευθερώνοντας το δυναμικό της κοινωνικής οικονομίας για την ανάπτυξη της ΕΕ», που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη στις 17 και 18 Νοεμβρίου του 2014, άδραξε την ευκαιρία που παρέχεται από την έναρξη της θητείας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και της νέας Ευρωπαϊκής Επιτροπής, προκειμένου να εντοπίσει τους τομείς παρέμβασης που κρίνονται αναγκαίοι από τους ποικίλους φορείς οι οποίοι έχουν εργαστεί για την προώθηση, τη διάδοση και την ενίσχυση της Κοινωνικής Οικονομίας ως βασικής κινητήριας δύναμης της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης στην Ευρώπη. Αυτό έγινε με βάση τη δυναμική που αναπτύχθηκε στη διάσκεψη του Στρασβούργου (Ιανουάριος 2014) σχετικά με την πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα που δημοσιεύθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2011, το ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με την Κοινωνική Οικονομία του 2009, το έργο της Διακομματικής Επιτροπής Κοινωνικής Οικονομίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, το ολοκληρωμένο έργο που διεξάγεται από την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή κατά τη διάρκεια των τελευταίων 10 ετών, καθώς και τις δραστηριότητες των ομάδων εργασίας, όπως της GECES<sup>2</sup> και της Task Force της G7 για τις Επενδύσεις Κοινωνικού Αντικτύπου. Αυτό, φυσικά, κατέστη, επίσης, εφικτό με τις άοκνες προσπάθειες των ίδιων των φορέων της κοινωνικής οικονομίας, των αντιπροσωπευτικών οργανώσεών τους, καθώς και των ερευνητικών κέντρων και δικτύων που μελετούν αυτόν το συγκεκριμένο τομέα της κοινωνικο-οικονομικής ζωής.

Στη δημόσια διαβούλευση που προηγήθηκε του Συνεδρίου, συμμετείχε ένα ευρύ φάσμα ευρωπαϊκών οργανισμών, και οργανώθηκαν δέκα ομάδες εργασίας για συγκεκριμένα θέματα, τα οποία παρακολούθησαν περισσότεροι των 600 συνέδρων από όλη την Ευρώπη, συμπεριλαμβανομένων επαγγελματιών, φορέων χάραξης πολιτικής, καθώς και εμπειρογνομόνων. Μέσω της “από τα κάτω” προσέγγισης, το Συνέδριο της Ρώμης δεν συνόψισε μόνο τα αποτελέσματα που έχουν επιτευχθεί μέχρι σήμερα, αλλά εξέτασε, επίσης, τις μελλοντικές προκλήσεις που οι διάφοροι λήπτες αποφάσεων και οι υπεύθυνοι φορείς για τη διαχείριση και την προώθηση της Κοινωνικής Οικονομίας καλούνται να λύσουν, είτε μεμονωμένα είτε, συχνότερα, συλλογικά.

<sup>1</sup> Μετάφραση: *Μανώλης Δ. Τζουβελέκας, διδακτορικός φοιτητής Τμήματος Δημόσιας Διοίκησης Παντείου Πανεπιστημίου, επιστημονικός συνεργάτης SES Net. Επιμέλεια Δρ Γ. Αλεξόπουλος, ΕΕΑΠΠ Γεωπονικού Πανεπιστημίου.*

<sup>2</sup> Groupe d'experts de la Commission sur l'entrepreneuriat Social (GECES), - Ομάδα Εμπειρογνομόνων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα.

Η συζήτηση που έγινε κατά το Συνέδριο υπογράμμισε ιδιαίτερα το βαθμό στον οποίο η κοινωνική οικονομία, -παρά το γεγονός ότι αποτελείται από ένα πλήθος οργανωτικών μορφών, καθεμιά με τη δική της ιστορία και τις ιδιαιτερότητες με βάση τα διαφορετικά εθνικά και ιστορικά πλαίσια- είναι πράγματι μια περιοχή με σαφή κοινά χαρακτηριστικά, που ορίζεται στη βάση των επιδιωκόμενων στόχων. Πράγματι, ο όρος "Κοινωνική Οικονομία" αναφέρεται σε ένα σύμπαν οργανώσεων που βασίζονται στην υπεροχή των ανθρώπων έναντι του κεφαλαίου. Στόχος τους είναι η παροχή αγαθών, υπηρεσιών ή θέσεων εργασίας στα μέλη τους ή στην κοινωνία στο σύνολό της με μακροπρόθεσμη προοπτική, με τη συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών και εταίρων στη διακυβέρνηση της οργάνωσης, καθώς και μέσω της επανεπένδυσης των κερδών στην αποστολή τους. Αυτό το σύμπαν περιλαμβάνει οργανωτικές μορφές, όπως οι συνεταιρισμοί, τα ταμεία αλληλασφάλισης, τα ιδρύματα και οι ενώσεις, καθώς και νεότερες μορφές, όπως οι κοινωνικές επιχειρήσεις, στις διάφορες εκδοχές που λαμβάνει αυτός ο όρος σε διαφορετικά πολιτισμικά και γεωγραφικά πλαίσια.

«Κοινωνική Οικονομία» είναι μία έκφραση που ενώνει μια μεγάλη και πλούσια ποικιλία φορέων που συμβάλλουν στην πολυφωνία στις αγορές σε όλο τον κόσμο και υπογραμμίζει την ιδιαίτερη σημασία που αποδίδουν αυτές οι οργανώσεις στην οικονομική και κοινωνική διάσταση των δραστηριοτήτων τους. Στην πραγματικότητα οι οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας υιοθετούν μεθόδους εργασίας που βασίζονται στη συνεργασία και την αμοιβαιότητα, και ως εκ τούτου χαρακτηρίζονται από δημοκρατική διακυβέρνηση και διαφανή μοντέλα που είναι σε θέση να εξασφαλίσουν τη συμμετοχή ενός ευρέος φάσματος βασικών φορέων της κοινωνίας (παραγωγοί, καταναλωτές, χρήστες υπηρεσιών, εργαζόμενοι, κοινότητες, γονείς, κλπ). Η δομή διακυβέρνησής τους δημιουργεί εμπιστοσύνη σε εκείνους που συμμετέχουν στις δραστηριότητές τους – χαρακτηριστικό που συνιστά βασική προϋπόθεση για την επιβίωση και τη μελλοντική ανάπτυξη του ευρωπαϊκού κοινωνικού μοντέλου.

Το Συνέδριο επιβεβαίωσε ότι η Κοινωνική Οικονομία, χάρη στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που την καθορίζουν, συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη και ήδη διαδραματίζει ζωτικό ρόλο σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες. Η Κοινωνική Οικονομία συμβάλλει στην υλοποίηση πολλών σημαντικών στόχων της ΕΕ, όπως η δημιουργία και διατήρηση θέσεων απασχόλησης, η κοινωνική συνοχή, η κοινωνική καινοτομία, η αγροτική και περιφερειακή ανάπτυξη, συμπεριλαμβανομένης της διεθνούς συνεργασίας και ανάπτυξης, η προστασία του περιβάλλοντος, κ.λπ. Πράγματι, ο ρόλος της έχει καταστεί ακόμη πιο σημαντικός κατά τα τελευταία χρόνια, καθώς οι οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας έχουν αποδείξει ότι είναι μια σημαντική αντι-κυκλική δύναμη στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης που επηρεάζει την ήπειρό μας.

Το Συνέδριο έδειξε, επίσης, ότι το εύρος της δράσης της Κοινωνικής Οικονομίας εκτείνεται πέρα από τους τομείς παραδοσιακών δραστηριοτήτων και συμπεριλαμβάνει όλο και περισσότερο νέους τομείς που χαρακτηρίζονται από ένα ιδιαίτερα υψηλό επίπεδο κοινωνικού αντίκτυπου καθώς και από διευρυμένες δυνατότητες δημιουργίας θέσεων εργασίας, όπως οι υπηρεσίες πρόνοιας και οι κοινωνικές υπηρεσίες, η ένταξη των εργαζομένων που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση, περιβαλλοντικές υπηρεσίες, υπηρεσίες αναψυχής και τουρισμού, ακόμη και η διανομή ενέργειας, για να αναφερθούν κάποιες από αυτές.

Συνολικά, η Κοινωνική Οικονομία μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της Ευρώπης, καθώς μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση ενός ευρέος φάσματος κοινωνικών και οικονομικών ζητημάτων. Η συμβολή της σε ορισμένες περιπτώσεις συνιστά μια

εναλλακτική λύση στη δράση άλλων φορέων (βελτίωση των συνθηκών του ανταγωνισμού και των επιλογών των καταναλωτών), ενώ σε άλλες περιπτώσεις συμπληρώνει και ενισχύει τις δράσεις τους, αφού οι οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας μπορούν να έχουν πρόσβαση σε ανθρώπινους, οργανωτικούς και οικονομικούς πόρους που δεν είναι απαραίτητα διαθέσιμοι σε άλλους τύπους θεσμών ή επιχειρήσεων.

Για να απελευθερωθεί, όμως, αυτό το δυναμικό και να ενισχυθεί περαιτέρω ο ήδη ζωτικός ρόλος που διαδραματίζει η Κοινωνική Οικονομία, θα απαιτηθεί μια κοινή προσπάθεια εκ μέρους όλων των φορέων που μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη αυτού του τομέα: οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας, δημόσια ιδρύματα, ιδιώτες επενδυτές, ερευνητικά κέντρα και επιστήμονες. Υπό την έννοια αυτή, το Συνέδριο αποτέλεσε, ως ένα ενοποιητικό πλαίσιο και προσέγγιση, ένα σημαντικό βήμα ευαισθητοποίησης σχετικά με τη σημασία της Κοινωνικής Οικονομίας.

Κατά συνέπεια, προκειμένου να εφαρμοστεί αποτελεσματικά, η στρατηγική της Ρώμης απαιτείται μια συντονισμένη, κοινή και ενεργή δέσμευση εκ μέρους όλων των φορέων, συμπεριλαμβανομένων των δημόσιων φορέων και των οργανώσεων της κοινωνικής οικονομίας. Οι στρατηγικές δεσμεύσεις που απαριθμούνται κατωτέρω συνοψίζουν τα κύρια σημεία της προτεινόμενου σχεδίου για την ανάληψη δράσης, όπως προέκυψε από τις εργασίες του Συνεδρίου. Πιο αναλυτικές εκθέσεις των ομάδων εργασίας είναι διαθέσιμες, στον ιστοχώρο του Συνεδρίου (<http://socialeconomyrome.it/>).

Όσον αφορά τους δημόσιους θεσμούς, τα ακόλουθα θέματα θεωρήθηκαν στρατηγικής σημασίας:

1. Να προσδιορισθούν με σαφήνεια οι συνομιλητές της κοινωνικής οικονομίας εντός των ακόλουθων ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων:

1.1 Στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής:

- i) Ένα σαφές πολιτικό σημείο αναφοράς μεταξύ των Επιτρόπων.
- ii) Μια ειδική δομή με επαρκείς πόρους ανάλογους με τη σημασία της Κοινωνικής Οικονομίας στην Ευρώπη.
- iii) Ένα σχέδιο δράσης (Πρωτοβουλία για την Κοινωνική Οικονομία) που να αποτελεί μια νέα στρατηγική, ξεκινώντας με τις προτεραιότητες του 2015.

1.2 Μέσα στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την ανασύσταση της διακομματικής ομάδας της Κοινωνικής Οικονομίας.

1.3 Στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, η διοργάνωση τακτικών συναντήσεων των υπουργών των οποίων οι αρμοδιότητες περιλαμβάνουν την κοινωνική οικονομία και η δημιουργία ομάδων εμπειρογνομόνων υψηλού επιπέδου σε εθνικό επίπεδο.

- 2 Στο πλαίσιο της επικείμενης ενδιάμεσης αναθεώρησης της στρατηγικής Ευρώπη 2020:

2.1 Να αναγνωριστεί ο μοναδικός ρόλος της Κοινωνικής Οικονομίας στην επίτευξη του στόχου της «έξυπνης, βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξης».

2.2 Να αναπτυχθούν απλές κατευθυντήριες γραμμές, και εργαλεία παρακολούθησης και αναφοράς για τις εθνικές και περιφερειακές αρχές σχετικά με την εφαρμογή της Οδηγίας για τις δημόσιες συμβάσεις σε εθνικό και τοπικό επίπεδο.

2.3 Να επεκταθούν οι τρόποι συνεργασίας μεταξύ του δημόσιου τομέα και των οργανώσεων της κοινωνικής οικονομίας στη βάση της επικουρικότητας του από κοινού σχεδιασμού και της συμπαραγωγής.

2.4 Να παρακολουθείται και να αναφέρεται ο βαθμός στον οποίο τα ευρωπαϊκά διαρθρωτικά ταμεία χρησιμοποιούνται σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο για την προώθηση και την υποστήριξη της Κοινωνικής Οικονομίας.

3. Το Πακέτο Επενδύσεων που ανακοινώθηκε από τον Πρόεδρο Juncker θα πρέπει να στοχεύει, όχι μόνο στην υλικές υποδομές, αλλά και στις κοινωνικές επενδύσεις με τη συμμετοχή φορέων της κοινωνικής οικονομίας, με την ίδια αναλογία που εγκρίθηκε για τα διαρθρωτικά ταμεία.

4. Να βελτιωθεί η διαθεσιμότητα χρηματοδοτικών επιλογών και χρηματοοικονομικών λύσεων για την Κοινωνική Οικονομία μέσω:

4.1. Ενθάρρυνσης των παραδοσιακών τραπεζών να βελτιώσουν τις πρακτικές αξιολόγησης των χορηγήσεών τους, προκειμένου να εκτιμηθεί με μεγαλύτερη ακρίβεια ο κίνδυνος που συνδέεται με τη χορήγηση δανείων σε φορείς κοινωνικής οικονομίας.

4.2. Προώθησης της δημιουργίας και της ενίσχυσης εξειδικευμένων χρηματοοικονομικών μέσων και των θεσμών.

4.3. Αύξησης δανεισμού και συμμετοχής στο (μετοχικό) κεφάλαιο, σε επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας με τη δημιουργία ειδικών ταμείων εγγυήσεων.

4.4. Ενθάρρυνσης των φορέων της κοινωνικής οικονομίας για να κινητοποιήσουν δικούς τους οικονομικούς πόρους για την ανάπτυξη της Κοινωνικής Οικονομίας, π.χ. μέσω της δημιουργίας αλληλεγγυητικών κεφαλαίων.

5. Λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν έχει επιτευχθεί η απαιτούμενη συναίνεση στις διαδικασίες μέτρησης του κοινωνικού αντικτύπου, είναι αναγκαίος ο περαιτέρω διάλογος μεταξύ της Επιτροπής και των οργανώσεων της κοινωνικής οικονομίας. Πριν προχωρήσουμε περαιτέρω, είναι σημαντικό να διευκολυνθεί η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων φορέων με προσεκτική παρακολούθηση και αξιολόγηση των πρώτων πειραμάτων.

Όσον αφορά στους φορείς της κοινωνικής οικονομίας, τα ακόλουθα θέματα θεωρήθηκαν στρατηγικής σημασίας:

6. Να αυξήσουν το επίπεδο της αυτογνωσίας τους πέρα από τις ιδιαιτερότητες των διαφόρων οργανωτικών μοντέλων σε σχέση με τη θέση τους στην ευρωπαϊκή κοινωνική οικονομία. Ιδιαίτερα, αναπτύσσοντας και προωθώντας:

6.1. Την αλληλεπίδραση και τη συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών ιδιοκτησιακών και οργανωτικών μοντέλων της κοινωνικής οικονομίας



6.2. Ειδικές διαχειριστικές ικανότητες και δεξιότητες

6.3. Δραστηριότητες έρευνας και οικοδόμησης γνώσης.

7. Παρά την ισχυρή παρουσία των γυναικών και των νέων στην κοινωνική οικονομία, υπάρχει ακόμα περιθώριο για βελτίωση, ιδίως όσον αφορά στην εκπροσώπησή τους στα όργανα διακυβέρνησης των οργανώσεων τους.

8. Να ευνοούν τη διαδικασία της καινοτομίας και του πειραματισμού, συμπεριλαμβανομένων στη δράση τους τομέων δραστηριότητας που κατά παράδοση δεν συνδέονται με την κοινωνική οικονομία, και σε συνεργασία με άλλους φορείς της αγοράς.

9. Την καλλιέργεια μιας κουλτούρας αξιολόγησης, που να υπογραμμίζει την προστιθέμενη αξία των οργανώσεων της κοινωνικής οικονομίας και να βελτιώνει την ικανότητα τους να αξιολογούν και να αναφέρουν τις κοινωνικές και οικονομικές διαστάσεις των πράξεών τους, με την ανάπτυξη μεθοδολογιών και δεικτών που συνάδουν με τη φύση και τις ιδιαιτερότητες τους.

**ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ  
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ  
ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ**

## **Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη**

### **Εισαγωγή**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκε έντονη διακύμανση των τιμών κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Από τα μέσα του 2007 έως τα μέσα του 2008, οι τιμές των βασικών γεωργικών προϊόντων αυξήθηκαν κατακόρυφα, πράγμα το οποίο είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των τιμών καταναλωτή στα τρόφιμα και γενικότερα την αύξηση του πληθωρισμού. Έκτοτε, οι τιμές πολλών βασικών προϊόντων έχουν μειωθεί στα ίδια επίπεδα με εκείνα που επικρατούσαν πριν από την απότομη άνοδο των τιμών ή σε χαμηλότερα. Ωστόσο, οι τιμές καταναλωτή στα τρόφιμα συνέχισαν να αυξάνονται και παρουσίασαν κάμψη μόλις τον Μάιο του 2009, προκαλώντας ανησυχίες σχετικά με τη λειτουργία της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Οι μεταβολές αυτές προκάλεσαν σημαντικά προβλήματα στους παραγωγούς αγροτικών προϊόντων και υποδηλώνουν ότι η συμπεριφορά έναντι των καταναλωτών δεν είναι δίκαιη.

Η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων συνδέει τρεις σημαντικούς τομείς της ευρωπαϊκής οικονομίας - τη γεωργία, τον κλάδο μεταποίησης τροφίμων και τον διανεμητικό κλάδο - που από κοινού καταλαμβάνουν περισσότερο από το 5% της ευρωπαϊκής προστιθέμενης αξίας και το 7% της απασχόλησης. Επιπλέον, η επίδοσή της έχει άμεσες συνέπειες για όλους τους πολίτες της Ευρώπης, λόγω του ότι τα τρόφιμα αντιπροσωπεύουν το 16% των δαπανών των ευρωπαϊκών νοικοκυριών. Η λειτουργία της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων αποκτά αυξημένη σπουδαιότητα στην προσπάθεια ανάκαμψης από την τρέχουσα οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση. Οι υψηλές τιμές καταναλωτή στα τρόφιμα αποτελούν πηγή προβληματισμού διότι θέτουν υπό πίεση τα εισοδήματα των νοικοκυριών ιδίως τώρα, σε περίοδο κατά την οποία απαιτείται αύξηση της κατανάλωσης. Οι πιέσεις είναι ιδιαίτερα μεγάλες για τα πλέον ασθενή νοικοκυριά που αναλώνουν σημαντικά μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός τους σε τρόφιμα. Μακροπρόθεσμα, η βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων είναι καθοριστική για τους καταναλωτές και για την εξασφάλιση διατηρήσιμης κατανομής της προστιθέμενης αξίας κατά μήκος της αλυσίδας, και με τον τρόπο αυτόν συμβάλλει στην αύξηση της γενικότερης ανταγωνιστικότητας. Απαιτούνται επείγοντως βελτιώσεις για να αποφευχθεί η κλιμάκωση της αύξησης των τιμών καταναλωτή στα τρόφιμα καθώς εδραιώνεται η ανάκαμψη.

Η Επιτροπή παρακολουθεί τις εξελίξεις στις τιμές των τροφίμων ως μέρος της παρακολούθησης των αγορών που δρομολογήθηκε στο πλαίσιο της επισκόπησης της ενιαίας αγοράς<sup>1</sup> τον Νοέμβριο του 2007, σκοπός της οποίας είναι η εξεύρεση λύσεων πολιτικής για την αντιμετώπιση συγκεκριμένων λόγων δυσλειτουργίας. Τον Δεκέμβριο του 2008, η Επιτροπή δημοσίευσε ενδιάμεση έκθεση με τίτλο «Οι τιμές των τροφίμων στην Ευρώπη» και χάραξε χάρτη πορείας με τους βασικούς προσανατολισμούς για δράσεις πολιτικής<sup>2</sup>. Η παρούσα ανακοίνωση παρουσιάζει συγκεκριμένες πρωτοβουλίες πολιτικής που ακολουθούν τις κατευθύνσεις του χάρτη πορείας και, κατά συνέπεια, ολοκληρώνει την παρακολούθηση της αγοράς σχετικά με την αλυσίδα εφοδιασμού

<sup>1</sup> Έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής με τίτλο «Εφαρμογή της νέας μεθοδολογίας για την παρακολούθηση των προϊόντων, της αγοράς και του τομέα» SEC(2007)1517, που συνόδευε την ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο "Ενιαία αγορά για την Ευρώπη του 21ου αιώνα", COM(2007)724.

<sup>2</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής "Οι τιμές των τροφίμων στην Ευρώπη" – COM(2008)821 και συνοδευτικό έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της.

τροφίμων<sup>3</sup>.

Η παρούσα ανακοίνωση δομείται ως εξής: Η ενότητα 2 περιγράφει τον σύνδεσμο μεταξύ τιμών βασικών γεωργικών προϊόντων και μεταβολών στις τιμές καταναλωτή στα τρόφιμα. Η ενότητα 3 περιγράφει τις κυριότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων και παρουσιάζει ορισμένες πρωτοβουλίες πολιτικής για την αντιμετώπιση των εν λόγω προκλήσεων. Η ενότητα 4 παρουσιάζει τα επόμενα βήματα της Επιτροπής για την εφαρμογή των πρωτοβουλιών αυτών, η δε ενότητα 5 εκθέτει τα σχετικά συμπεράσματα.

## **2. ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ**

Κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2007 και στις αρχές του 2008, παρατηρήθηκε ταχεία άνοδος στις τιμές των βασικών γεωργικών προϊόντων<sup>4</sup>. Ως εκ τούτου, οι τιμές παραγωγού και οι τιμές καταναλωτή στα τρόφιμα άρχισαν επίσης να ανέρχονται, αν και με βραδύτερους ρυθμούς. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι τα βασικά γεωργικά προϊόντα αποτελούν μικρό μόνον μέρος της συνολικής παραγωγής ειδών διατροφής<sup>5</sup> και ότι στις ανταγωνιστικότερες αγορές, οι επιχειρήσεις επεξεργασίας και διανομής τροφίμων απορροφούν μέρος της αύξησης των τιμών.

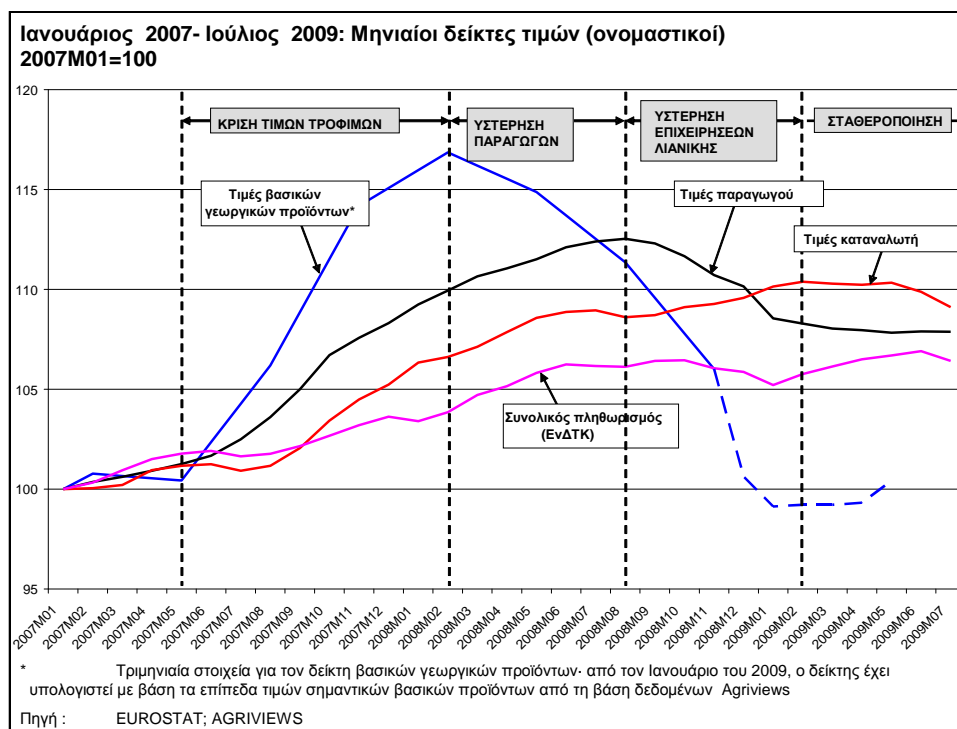
Από το δεύτερο τρίμηνο του 2008, παρατηρείται ταχεία υποχώρηση στις τιμές των βασικών γεωργικών προϊόντων. Αντίθετα με τις τιμές των βασικών γεωργικών προϊόντων, οι τιμές παραγωγού συνέχισαν να αυξάνονται έως το τέταρτο τρίμηνο του 2008, ενώ οι τιμές καταναλωτή στα τρόφιμα δεν υποχώρησαν παρά μόνον πρόσφατα. Επιπλέον, οι ρυθμοί υποχώρησης των τιμών παραγωγού και καταναλωτή στα τρόφιμα είναι σχετικά χαμηλοί σε σύγκριση με την πτώση των τιμών βασικών γεωργικών προϊόντων – βλ. Διάγραμμα 1. Η αντίδραση των επιχειρήσεων επεξεργασίας και διανομής τροφίμων στην μείωση των τιμών των βασικών γεωργικών προϊόντων ήταν βραδύτερη και ασθενέστερη από την αντίδρασή τους στην αύξηση που παρατηρήθηκε το 2007. Η διαφορά αυτή έχει αρνητικές επιπτώσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων δεδομένου ότι εμποδίζει τους καταναλωτές να επωφελούνται από τη διαμόρφωση χαμηλών τιμών και αναστέλλει την ανάκαμψη των τιμών των βασικών γεωργικών προϊόντων λόγω μείωσης της ζήτησης για είδη διατροφής.

<sup>3</sup> Η τεχνική ανάλυση στην οποία βασίζεται η παρούσα ανακοίνωση δημοσιεύεται σε μια σειρά έξι συνοδευτικών εγγράφων εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής.

<sup>4</sup> Η εξέλιξη των τιμών των βασικών γεωργικών προϊόντων αναλύεται λεπτομερώς στην ανακοίνωση του 2008 με τίτλο «Οι τιμές των τροφίμων στην Ευρώπη».

<sup>5</sup> Τα ακατέργαστα γεωργικά προϊόντα αντιπροσωπεύουν όλο και μικρότερο ποσοστό της τιμής καταναλωτή στα είδη διατροφής.

## Διάγραμμα 1: Πρόσφατες εξελίξεις στις τιμές κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, ΕΕ27



Οι διαφορές που παρατηρούνται μεταξύ της εξέλιξης των τιμών βασικών γεωργικών προϊόντων και τιμών καταναλωτή στα τρόφιμα, σε συνδυασμό με την ασύμμετρη ανταπόκριση των τιμών των τροφίμων στις διακυμάνσεις των τιμών των βασικών γεωργικών προϊόντων, σχετίζονται εν μέρει με τις διαρθρωτικές αδυναμίες του συστήματος, όπως ο αριθμός των μεσαζόντων που δραστηριοποιούνται κατά μήκος της αλυσίδας και τη διάρθρωση του ανταγωνισμού σε ορισμένα σημεία της αλυσίδας αυτής. Επιπλέον, οι διάχυτες ανισότητες όσον αφορά τη διαπραγματευτική ισχύ μεταξύ συμβαλλομένων μερών συμβάλλει στη μείωση τόσο της ταχύτητας όσο και του μεγέθους της μετάδοσης των μεταβολών στις τιμές κατά μήκος της αλυσίδας και εξηγούν την ασυμμετρία. Επιπλέον, η βραδεία μετάδοση των μεταβολών στις τιμές καθυστερεί τις απαραίτητες προσαρμογές και συμβάλλει στην διατήρηση ανεπαρκειών σε όλα τα στάδια της αλυσίδας. Οι ανεπάρκειες αυτές μπορούν να εντείνουν την αστάθεια των τιμών στις αγορές βασικών γεωργικών προϊόντων. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή θεωρεί ότι οι πρόσφατες εξελίξεις των τιμών πρέπει να καταστήσουν επείγουσα την ανάληψη συγκεκριμένων πρωτοβουλιών πολιτικής σύμφωνα με τις κατευθύνσεις που αναφέρονται στον χάρτη πορείας του Δεκεμβρίου 2008.

### 3. ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΩΝ ΠΡΟΚΛΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων συνδέει σημαντικούς και ποικίλους τομείς της ευρωπαϊκής οικονομίας που είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομική, την κοινωνική και την περιβαλλοντική ευημερία, καθώς και για την υγεία των Ευρωπαίων πολιτών. Σε ορισμένα επίπεδα η αλυσίδα εφοδιασμού λειτουργεί καλά: παραδίδει υψηλής ποιότητας τρόφιμα σε συμφέρουσες τιμές στους Ευρωπαίους καταναλωτές, εξασφαλίζει την ασφάλεια και την ανιχνευσιμότητα των προϊόντων και μπορεί να είναι περήφανη για την μεγάλη προσφορά εξαιρετικά ανταγωνιστικών, καινοτόμων και παραδοσιακών προϊόντων, τόσο εντός όσο και εκτός ΕΕ. Ωστόσο, η συνολική ανταγωνιστικότητα της αλυσίδας και η οικονομική της ανάπτυξη υπήρξαν κατώτερες σε σχέση με το σύνολο της οικονομίας της ΕΕ από το 1995<sup>6</sup>, ορισμένοι τομείς της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων

<sup>6</sup> Η μέση αύξηση προστιθέμενης αξίας στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων ήταν 2% χαμηλότερη ετησίως από την

αντιμετωπίζουν όλο και περισσότερο ανταγωνισμό από διεθνείς φορείς και οι πρόσφατες εξελίξεις στις τιμές των τροφίμων έφεραν στο προσκήνιο την έλλειψη αντοχής σε κλυδωνισμούς στον τομέα των τιμών των γεωργικών προϊόντων.

Η Επιτροπή συνεργάζεται με τα ενδιαφερόμενα μέρη για να σχηματίσει καλύτερη εικόνα των σημαντικότερων προκλήσεων που αντιμετωπίζει η αλυσίδα και να προσδιορίσει κατάλληλες και συγκεκριμένες δράσεις πολιτικής σύμφωνες προς τον χάρτη πορείας του Δεκεμβρίου του 2008. Παρά την ετερογένεια της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων και το γεγονός ότι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ενδιαφερόμενοι ποικίλλουν μεταξύ κλάδων και κρατών μελών, προσδιορίστηκαν τρεις εγκάρσιες προτεραιότητες που έχουν επίπτωση σε ολόκληρη την αλυσίδα: (1) προώθηση διατηρήσιμων και βασιζόμενων στην αγορά σχέσεων μεταξύ ενδιαφερομένων μερών στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, (2) αύξηση της διαφάνειας κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων προς ενθάρρυνση του ανταγωνισμού και βελτίωση της αντοχής της στην αστάθεια των τιμών, και (3) ενίσχυση της ολοκλήρωσης και της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων σε όλα τα κράτη μέλη.

### **3.1 Προώθηση διατηρήσιμων και βασιζόμενων στην αγορά σχέσεων μεταξύ ενδιαφερομένων μερών στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων**

Η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων χαρακτηρίζεται από τη μεγάλη ποικιλομορφία παραγόντων που μετέχουν σε αυτήν: γεωργοί, επιχειρήσεις επεξεργασίας τροφίμων, διαπραγματευτές, επιχειρήσεις χονδρικής και επιχειρήσεις λιανικής. Δραστηριοποιούνται σε αυτήν τόσο πολύ μεγάλες επιχειρήσεις όσο και ΜΜΕ, ως ανταγωνιστές, προμηθευτές ή πελάτες. Οι σχέσεις αυτές συχνά ταλανίζονται από προβλήματα που αναστέλλουν την πλήρη αξιοποίηση του δυναμικού της αλυσίδας. Βασικό δίδαγμα των αναλύσεων στο θέμα αυτό, που πραγματοποιήθηκαν με τη συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών και εθνικών αρχών ανταγωνισμού, είναι η ανάγκη να γίνει διάκριση μεταξύ ανησυχιών όσον αφορά δυνητικά αθέμιτες εμπορικές πρακτικές - σχετιζόμενες με τις ανισορροπίες στη διαπραγματευτική ισχύ των συμβαλλόμενων μερών - και ανησυχιών όσον αφορά αντιανταγωνιστικές πρακτικές.

#### *3.1.1 Διαπραγματευτική ισχύς και δυνητικά αθέμιτες εμπορικές πρακτικές*

Εντός της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, οι σημαντικές ανισορροπίες στη διαπραγματευτική ισχύ μεταξύ συμβαλλόμενων μερών αποτελούν συχνό φαινόμενο, κάτι το οποίο τα ενδιαφερόμενα μέρη του τομέα έχουν επισημάνει ως σοβαρό πρόβλημα. Η ασυμμετρία αυτή στη διαπραγματευτική ισχύ μπορεί να οδηγήσει σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, καθώς οι μεγαλύτεροι και ισχυρότεροι παράγοντες της αγοράς επιδιώκουν να επιβάλουν συμβατικές ρυθμίσεις προς όφελός τους, είτε μέσω καλύτερων τιμών είτε μέσω καλύτερων όρων συναλλαγής. Οι πρακτικές αυτές μπορούν να εμφανισθούν σε όλους τους κρίκους της αλυσίδας και περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, καθυστερημένες πληρωμές, μονομερείς αλλαγές σε συμβάσεις, αλλαγές ad hoc σε συμβατικούς όρους, πληρωμές προκαταβολών ως προϋπόθεση για την έναρξη διαπραγματεύσεων.... Στις αλυσίδες μη επεξεργασμένων τροφίμων, οι μικρές γεωργικές εκμεταλλεύσεις και οι συνεταιρισμοί συχνά έρχονται αντιμέτωποι με αγοραστές (παραγωγοί, χονδρέμποροι ή επιχειρήσεις λιανικής) μεγάλου μεγέθους. Από τη μία πλευρά, στις αλυσίδες επεξεργασμένων τροφίμων μικρές επιχειρήσεις επεξεργασίας τροφίμων συνάπτουν συμβάσεις συνήθως με μεγάλες επιχειρήσεις λιανικής που συχνά αποτελούν τον μόνο διάυλο πρόσβασης στην αγορά. Από την άλλη, μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις παραγωγής τροφίμων μπορεί να έχουν επίσης σημαντική διαπραγματευτική ισχύ δεδομένου ότι προσφέρουν εμπορικά σήματα τα οποία δεν μπορούν να στερηθούν οι επιχειρήσεις λιανικής.

Οι συμβατικές ανισορροπίες που συνδέονται με την άνιση διαπραγματευτική ισχύ των μερών, έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην ανταγωνιστικότητα της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων δεδομένου

ότι μικρότεροι μεν, αλλά αποτελεσματικότεροι φορείς μπορεί να αναγκασθούν να λειτουργούν με μειωμένη κερδοφορία, που περιορίζει την ικανότητα και τα κίνητρά τους να επενδύσουν στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων τους και στην καινοτομία ως προς τις μεθόδους παραγωγής. Η καλύτερη γνώση των συμβατικών δικαιωμάτων και η ανάληψη αποφασιστικότερης δράσης κατά των αθέμιτων πρακτικών σύναψης συμβάσεων θα συνέβαλε στην πρόληψη των αδυναμιών αυτών δεδομένου ότι οι φορείς που διαθέτουν μικρή διαπραγματευτική ισχύ υποφέρουν από έλλειψη πληροφόρησης ως προς τα δικαιώματά τους. Επιπλέον, μπορεί να διστάσουν να προσβάλουν συμβατικές ρήτρες από φόβο μήπως χάσουν την εκάστοτε σύμβαση ολωσδιόλου. Συνεπώς, υπάρχει ανάγκη για καλύτερη κατανόηση και σε βάθος εξέταση των πρακτικών σύναψης συμβάσεων και της σχέσης τους με τις ασυμμετρίες στη διαπραγματευτική ισχύ εντός της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων εφόσον αυτές, ανάλογα με την κάθε περίπτωση, μπορούν να οδηγήσουν σε αθέμιτες και μη αποδοτικές καταστάσεις.

### *3.1.2 Αγοραία ισχύς και δυνητικά αντιανταγωνιστικές πρακτικές*

Η ικανότητα των προμηθευτών ή/και των αγοραστών να ασκήσουν την αγοραία ισχύ τους με τρόπο που στρεβλώνει τον ανταγωνισμό σε βάρος των καταναλωτών εξαρτάται, πρωταρχικά, από το είδος της αλυσίδας εφοδιασμού και τις τοπικές συνθήκες αγοράς. Δεδομένου ότι οι αγορές τροφίμων είναι ως επί το πλείστον εθνικές ή τοπικές σε έκταση, η Επιτροπή συνεργάστηκε στενά με τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού για θέματα σχετικά με τα τρόφιμα, στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Ανταγωνισμού (ΕΔΑ).

Ως αποτέλεσμα, οι εθνικές αρχές ανταγωνισμού έχουν δώσει προτεραιότητα στη διεξαγωγή ερευνών ανά υπόθεση, καθώς και στην ευρύτερη διερεύνηση των αγορών τροφίμων. Οι δράσεις αυτές, από κοινού, βελτίωσαν σημαντικά την κατανόηση της λειτουργίας του κρίσιμου αυτού τομέα της οικονομίας. Επιπλέον, ορισμένες έρευνες οδήγησαν στη διαπίστωση σημαντικού αριθμού σοβαρών παραβάσεων, όπως συμπράξεις και περιπτώσεις προκαθορισμένης τιμής μεταπώλησης. Οι παραβάσεις αυτές αντιμετωπίστηκαν γρήγορα με διαταγές παύσης και παράλειψης, που συνοδεύονταν, κατά περίπτωση, από σημαντικά πρόστιμα.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση που εξέδωσε τον Δεκέμβριο του 2008<sup>7</sup>, η Επιτροπή εξέτασε επίσης τη συνάφεια ορισμένων εμπορικών πρακτικών από άποψη τόσο πιθανότητας εμφάνισής τους όσο και της ικανότητάς τους να δημιουργήσουν προβλήματα ανταγωνισμού στις σχετικές αλυσίδες εφοδιασμού τροφίμων. Εκτός από τις κλασικές περιπτώσεις συμπράξεων και προκαθορισμένων τιμών μεταπώλησης, υπάρχουν και άλλες πρακτικές που αξίζουν ιδιαίτερης προσοχής από μέρους των αρχών ανταγωνισμού, όπως οι συμφωνίες κοινής εμπορίας, οι ρήτρες δέσμευσης και ομαδικής πώλησης, οι συμφωνίες από κοινού πραγματοποίησης αγορών (αγοραστικές συμμαχίες) και η αυξανόμενη χρήση εμπορικού σήματος του λιανοπωλητή. Για τις πρακτικές αυτές, απαιτείται η προσεκτική στάθμιση της βελτίωσης της αποδοτικότητας με τις δυνητικές αντιανταγωνιστικές επιπτώσεις. Σε κάθε περίπτωση, δεν μπορεί να γίνονται γενικεύσεις και οι εθνικές αρχές ανταγωνισμού συμφωνούν ότι η κατά περίπτωση ανάλυση με βάση τις ιδιαιτερότητες των συνθηκών της εκάστοτε τοπικής αγοράς είναι απαραίτητη για τη διαπίστωση της ύπαρξης τυχόν αρνητικών συνεπειών στον ανταγωνισμό.

**Όσον αφορά την προώθηση διατηρήσιμων και βασιζόμενων στην αγορά σχέσεων μεταξύ ενδιαφερομένων μερών στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, η Επιτροπή:**

- 1. κρίνει ότι απαιτείται δράση για την εξάλειψη των αθέμιτων συμβατικών πρακτικών μεταξύ επιχειρηματικών φορέων καθ' όλο το μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων.**

<sup>7</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής "Οι τιμές των τροφίμων στην Ευρώπη" – COM(2008) 821

**1.1.** Η Επιτροπή θα συνεργασθεί με τα κράτη μέλη προκειμένου να τεθούν οι συμβατικές σχέσεις σε ασφαλέστερη βάση, ούτως ώστε τα συμβαλλόμενα μέρη να είναι σε θέση να επωφελούνται πλήρως από τα οφέλη που προσφέρει η ενιαία αγορά, με παράλληλη διατήρηση της συναλλακτικής τους ελευθερίας. Αυτό περιλαμβάνει :

- **ανταλλαγή πληροφοριών για πρακτικές σύναψης συμβάσεων**, περιλαμβανομένης της διευκρίνισης των συμβατικών δικαιωμάτων και της νομιμότητας και του δίκαιου χαρακτήρα των συνήθων συμβατικών ρητρών,
- **δρομολόγηση ενημερωτικών εκστρατειών** με σκοπό την πληροφόρηση των ενδιαφερομένων ως προς τα συμβατικά τους δικαιώματα και τις δυνητικά παράνομες ή αθέμιτες πρακτικές,
- **ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών σχετικά με την κοινοποίηση πρακτικών σύναψης συμβάσεων** (π.χ. διαμεσολαβητές, ενέργειες από αρχές επιβολής του νόμου, συλλογικές ενέργειες).

**1.2.** Σε κοινοτικό επίπεδο, βάσει των πληροφοριών που συγκεντρώθηκαν στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή:

- **θα συνεργασθεί με τους ενδιαφερόμενους φορείς της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων για να καταρτισθούν σύνολα τυποποιημένων συμβάσεων**, προαιρετικού χαρακτήρα, λαμβάνοντας υπόψη την ποικιλομορφία που υπάρχει στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων,
- **θα αξιολογεί τις αθέμιτες πρακτικές σύναψης συμβάσεων στην εσωτερική αγορά και θα προτείνει τα τυχόν κοινοτικά μέτρα που απαιτούνται για την αντιμετώπιση των πρακτικών αυτών.**

**2.** Θα συνεργασθεί με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ανταγωνισμού (ΕΔΑ) για την χάραξη κοινής προσέγγισης σε σχετικά θέματα ανταγωνισμού<sup>8</sup> με σκοπό την συνεχή ανταλλαγή πληροφοριών, την ταχεία διαπίστωση προβληματικών υποθέσεων και τον αποδοτικό καταμερισμό καθηκόντων μεταξύ των μελών. Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή προτείνει τη σύσταση, κατά περίπτωση, κοινών ομάδων εργασίας εντός του ΕΔΑ αφιερωμένων στην ανάλυση συγκεκριμένων πρακτικών και αγορών που ενδέχεται να είναι καθοριστικής σημασίας για τη λειτουργία της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Η ενισχυμένη αυτή συνεργασία θα συμβάλει στον καλύτερο εντοπισμό ενδημικών προβλημάτων στις αγορές τροφίμων και στον άμεσο συντονισμό μελλοντικών δράσεων.

### **3.2 Αύξηση της διαφάνειας κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων προς ενθάρρυνση του ανταγωνισμού και βελτίωση της αντοχής της στην αστάθεια των τιμών**

Οι αγορές κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων πλήττονται από έλλειψη διαφάνειας και προβλεψιμότητας στις τιμές. Πρώτα στην αλυσίδα εμφανίζονται τα παράγωγα τα οποία αποτελούν

<sup>8</sup> Πρέπει να σημειωθεί ότι ο αντίκτυπος που έχουν για τον ανταγωνισμό οι κάθετες σχέσεις μεταξύ φορέων της αλυσίδας υπάγεται στο πεδίο των υφιστάμενων κανόνων για τις κάθετες συμφωνίες – κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2790 της Επιτροπής, της 22ας Δεκεμβρίου 1999 και σχετικές κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, που τελούν υπό εξέταση επί του παρόντος.

σημαντικό εργαλείο για την αντιμετώπιση της παρατηρούμενης αστάθειας των τιμών των βασικών γεωργικών προϊόντων. Είναι θεμελιώδες να εξασφαλιστεί ότι τα παράγωγα θα συνεχίσουν να υπηρετούν τον αρχικό σκοπό της διερεύνησης των τιμών και της αντιστάθμισης των κινδύνων. Το θέμα του τρόπου αντιμετώπισης της "υπερβολικής κερδοσκοπίας" στις αγορές βασικών προϊόντων συζητείται διεθνώς. Από την άποψη αυτή, είναι απαραίτητο να βελτιωθεί η συνολική διαφάνεια και εποπτεία στην ΕΕ για τα παράγωγα επί βασικών γεωργικών προϊόντων - περιλαμβανομένων των εξωχρηματιστηριακών αγορών. Ειδικότερα, απαιτείται μια καλύτερη εικόνα της δραστηριότητας που αναπτύσσουν οι διάφορες κατηγορίες φορέων της αγοράς.

Πέραν αυτού, ο χάρτης πορείας προτείνει τη δημιουργία ενός μέσου παρακολούθησης των ευρωπαϊκών τιμών τροφίμων με σκοπό την αύξηση της διαφάνειας όσον αφορά τις τιμές στις παρεπόμενες αγορές της αλυσίδας. Σήμερα η Επιτροπή δημοσιεύει μια πρώτη εκδοχή του μέσου αυτού<sup>9</sup>, με τη συγκέντρωση δεδομένων από την Eurostat και τις εθνικές στατιστικές υπηρεσίες.

Δομείται πάνω σε δύο άξονες:

- Παρακολούθηση των επιπέδων των τιμών συγκρίσιμων προϊόντων διατροφής σε όλα τα κράτη μέλη με σκοπό την εκτίμηση της διασποράς των τιμών και της ολοκλήρωσης της εσωτερικής λιανικής αγοράς τροφίμων - βλ. ενότητα 3.3.
- Παρακολούθηση της εξέλιξης των τιμών στα κράτη μέλη σε κάθε στάδιο της αλυσίδας - βασικά γεωργικά προϊόντα, τιμές παραγωγού και καταναλωτή στα τρόφιμα - για ένα δείγμα συγκεκριμένων προϊόντων, όπως γάλα, τυρί ή χοιρινό κρέας.

Το μέσο παρακολούθησης, συνεπώς, παρέχει πολύτιμες πληροφορίες για τα επίπεδα τιμών και τις εξελίξεις κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων και δείχνει την εξέλιξη των τιμών ανά προϊόν και κράτος μέλος, λαμβάνοντας υπόψη την ποικιλομορφία που χαρακτηρίζει την αλυσίδα. Καθιστά ορατή την εξέλιξη των τιμών των τροφίμων σε κάθε χώρα και θα συμβάλει στην αύξηση των πιέσεων που ασκούνται στους ενδιαφερόμενους για ταχύτερη μετάδοση των μεταβολών στις τιμές. Το μέσο αυτό θα αναπτυχθεί περαιτέρω με σκοπό τη βελτίωση της σχέσης μεταξύ τιμών καταναλωτή, τιμών παραγωγού και τιμών βασικών γεωργικών προϊόντων, καθώς και την κάλυψη των υπό παρακολούθηση προϊόντων.

Ενώ οι έρευνες καταναλωτών που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο του Δεύτερου πίνακα αποτελεσμάτων για τους καταναλωτές<sup>10</sup> δείχνουν γενική ικανοποίηση με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων, αποκαλύπτουν και κάποια έλλειψη ικανοποίησης όσον αφορά την συγκρισιμότητα των τιμών των τροφίμων μεταξύ διαφόρων επιχειρήσεων λιανικής. Συνεπώς είναι επιθυμητό να αναπτυχθούν περαιτέρω εργαλεία σύγκρισης των τιμών (όπως δικτυακοί τόποι ή έξυπνα τηλέφωνα που μπορούν να χρησιμοποιούνται εντός των καταστημάτων για την σάρωση και σύγκριση τιμών προϊόντων) στα προϊόντα διατροφής, ακολουθώντας τα παραδείγματα διαφόρων επιτυχημένων υπηρεσιών του είδους αυτού στην Ευρώπη. Η ανάπτυξη και χρήση τέτοιων δικτυακών τόπων μπορεί να δώσει ένα σαφές μήνυμα στους πολίτες ότι οι κυβερνήσεις λαμβάνουν συγκεκριμένα μέτρα για να τους βοηθήσουν να εξοικονομήσουν χρήματα στα καθημερινά ή εβδομαδιαία ψώνια τους. Θα συνέβαλε στην αύξηση της έντασης του ανταγωνισμού σε λιανικό επίπεδο στις τοπικές αγορές, καθώς και στις αγορές που προηγούνται κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Ταυτόχρονα η Επιτροπή έχει επίγνωση της ανάγκης να διασφαλιστεί η υψηλή ποιότητα κάθε πληροφορίας που τίθεται στη διάθεση των καταναλωτών. Ο εντοπισμός των βασικών παραγόντων επιτυχίας για τέτοιου είδους υπηρεσίες σύγκρισης των τιμών με βάση την υφιστάμενη πείρα θα ήταν μεγάλη βοήθεια για την περαιτέρω ανάπτυξη εργαλείων του τύπου αυτού.

<sup>9</sup> Διατίθεται στη διεύθυνση <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>

<sup>10</sup> Πίνακας αποτελεσμάτων για τους καταναλωτές, δεύτερη έκδοση, 2009.



**Προκειμένου να αυξηθεί η διαφάνεια στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, η Επιτροπή:**

3. **θα υποβάλει προτάσεις για τη βελτίωση της εποπτείας και της συνολικής διαφάνειας των αγορών παραγώγων επί βασικών γεωργικών προϊόντων στο πλαίσιο της συνολικής προσέγγισης σε σχέση με τα παράγωγα<sup>11</sup> και της επανεξέτασης της οδηγίας για τις αγορές χρηματοπιστωτικών μέσων (MiFID):**
  - 3.1. κατάλληλες απαιτήσεις διαφάνειας και αναφοράς θα πρέπει να καλύπτουν όλα τα παράγωγα βασικών γεωργικών προϊόντων, περιλαμβανομένων εκείνων που αποτελούν αντικείμενο εξωχρηματιστηριακής διαπραγμάτευσης,
  - 3.2. οι υποχρεώσεις αυτές πρέπει να συμπληρωθούν με την εισαγωγή υποχρεώσεων αναφοράς θέσεων για κάθε κατηγορία διαπραγματευτών που θα προσδιοριστούν σε επίπεδο ΕΕ. Αυτό θα επιτρέψει στις ρυθμιστικές αρχές να έχουν συνολική εικόνα των θέσεων που διατηρεί κάθε κατηγορία διαπραγματευτών,
  - 3.3. θα εξεταστεί προσεκτικά το ενδεχόμενο να δοθεί στις ρυθμιστικές αρχές η δυνατότητα να θέτουν όρια θέσεων με σκοπό την αντιμετώπιση δυσανάλογων διακυμάνσεων στις τιμές ή της συγκέντρωσης κερδοσκοπικών θέσεων<sup>12</sup>, ούτως ώστε να εξασφαλιστεί η αποδοτική λειτουργία των αγορών αυτών,
4. **δημοσιεύει σήμερα την πρώτη έκδοση του μέσου παρακολούθησης των ευρωπαϊκών τιμών τροφίμων και δεσμεύεται να εξετάσει τρόπους περαιτέρω ανάπτυξης του** προκειμένου να καλύψει μεγαλύτερο αριθμό προϊόντων διατροφής και αλυσίδων εφοδιασμού, αρχίζοντας το καλοκαίρι του 2010. Αυτό θα απαιτήσει τη συνεργασία των εθνικών στατιστικών υπηρεσιών. Η Επιτροπή, συνεπώς, καλεί τις εθνικές στατιστικές υπηρεσίες να συγκεντρώσουν τα απαιτούμενα δεδομένα,
5. **συνιστά σε όλα τα κράτη μέλη να έχουν διαδικτυακές και εύκολης πρόσβασης υπηρεσίες σύγκρισης των τιμών λιανικής των τροφίμων.** Η Επιτροπή θα συνεργασθεί με τα κράτη μέλη ώστε να εξασφαλιστεί η ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών και εμπειριών στον τομέα αυτόν.

### **3.3 Ενίσχυση της ολοκλήρωσης και της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων σε όλα τα κράτη μέλη**

#### *3.3.1 Ολοκλήρωση της αλυσίδας προσφοράς τροφίμων*

Όπως ήδη επισημαίνεται στην ανακοίνωση «Οι τιμές των τροφίμων στην Ευρώπη», η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων είναι εξαιρετικά κατακερματισμένη μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ. Τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν για το μέσο παρακολούθησης των ευρωπαϊκών τιμών τροφίμων επιβεβαιώνει ότι υφίστανται σημαντικές διαφορές από χώρα σε χώρα τόσο ως προς το επίπεδο τιμών όσο και ως προς την εξέλιξη των τιμών. Ενώ η διασπορά τιμών εντός της ΕΕ για είδη διατροφής και μη οينوπνευματώδη ποτά μειώνεται εν γένει, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικές διαφορές στη διασπορά τιμών μεταξύ διαφορετικών προϊόντων, όπως προκύπτει από το διάγραμμα

<sup>11</sup> Όπως περιγράφεται στο έγγραφο COM(2009) 563 «Διασφάλιση αποδοτικών, ασφαλών και υγιών αγορών παραγώγων προϊόντων: μελλοντικές δράσεις πολιτικής».

<sup>12</sup> Τα όρια κερδοσκοπικών θέσεων είναι όρια ως προς τον αριθμό των ανοικτών συμβάσεων επί παραγώγων που μπορούν να τηρούν συγκεκριμένες κατηγορίες διαπραγματευτών.

2, με βάση μια πειραματική συγκέντρωση στοιχείων ως προς τις τιμές<sup>13</sup>. Η διασπορά των τιμών ορισμένων βασικών προϊόντων, όπως η ζάχαρη ή το βούτυρο, είναι πολύ κατώτερη του μέσου όρου· ωστόσο, για άλλα καταναλωτικά προϊόντα, όπως το μεταλλικό νερό, τα αυγά ή το παγωτό, η μεταβλητότητα τιμής είναι υψηλότερη από την μέση διασπορά για τα αναλυθέντα προϊόντα διατροφής.

Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που εξηγούν τις παρατηρούμενες διαφορές στα επίπεδα τιμών από χώρα σε χώρα, όπως οι διαφορές στο μέσο εισόδημα των νοικοκυριών, οι προτιμήσεις των καταναλωτών, οι διαφορές στο ύψος του φόρου προστιθέμενης αξίας ή το μερίδιο της τοπικής παραγωγής. Ωστόσο, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες σχετιζόμενοι με τη δυναμική των αγορών και το κανονιστικό πλαίσιο που διαδραματίζουν επίσης κάποιο ρόλο. Η Επιτροπή έχει αρχίσει την εναρμόνιση των προτύπων ασφάλειας των τροφίμων προκειμένου να τονωθεί το διασυνοριακό εμπόριο ειδών διατροφής. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την αποφυγή των προβλημάτων που οφείλονται σε επείγουσες καταστάσεις εμφανιζόμενες στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων που αρχίζει σε ένα κράτος μέλος ή σε τρίτη χώρα. Η συνέχιση της εφαρμογής της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, καθώς και η υπό εξέλιξη επισκόπηση της οδηγίας περί σημάτων<sup>14</sup> θα συμβάλουν επίσης στην μεγαλύτερη ολοκλήρωση της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Τέλος, η Επιτροπή έλαβε πρόσφατα ορισμένες αποφάσεις με σκοπό να σταματήσει η ανάπτυξη εθνικών και περιφερειακών καθεστώτων επισημάνσης της καταγωγής. Επιπλέον, πρότεινε να αναπτυχθεί ένα νέο πλαίσιο για γεωγραφικές ενδείξεις, εμπορικά πρότυπα και καθεστώτα πιστοποίησης στην ποιοτική πολιτική της για τα γεωργικά προϊόντα<sup>15</sup>.

## Διάγραμμα 2: Διασπορά των επιπέδων τιμών για επιλεγμένα προϊόντα σε όλα τα κράτη μέλη



Επιχειρηματικές πρακτικές, όπως περιορισμοί ως προς την εδαφική κάλυψη ή εμπόδια στην παράλληλη εμπορία αποτελούν άλλον έναν βασικό φραγμό για την ολοκλήρωση των αγορών της ΕΕ. Οι ενδιαφερόμενοι φορείς έχουν αναφέρει φαινόμενα τέτοιων πρακτικών που δεν συνάδουν με

<sup>13</sup> Η συγκέντρωση στοιχείων για τις τιμές πραγματοποιήθηκε από την Eurostat για τον πίνακα αποτελεσμάτων για τους καταναλωτές και το μέσο παρακολούθησης των ευρωπαϊκών τιμών τροφίμων.

<sup>14</sup> Πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα στους καταναλωτές COM(2008) 40.

<sup>15</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την πολιτική ποιότητας των γεωργικών προϊόντων – COM(2009) 234 τελικό.

τις αρχές της εσωτερικής αγοράς. Σε μια περίπτωση επιχειρήσεις λιανικής μιας χώρας «εξαναγκάζονται» να προμηθεύονται προϊόντα από τοπικές πηγές όταν συναλλάσσονται με πολυεθνικούς προμηθευτές, πράγμα που δημιουργούσε εμπόδια για το διασυνοριακό εμπόριο. Πρακτικές του τύπου αυτού μπορούν να υπονομεύσουν τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και να επηρεάσουν αρνητικά τους καταναλωτές μέσω της αύξησης των τιμών και της μείωσης του προσφερόμενου φάσματος προϊόντων.

**Προκειμένου να αρθούν τα εμπόδια και να παύσουν πρακτικές που κατακερματίζουν την εσωτερική αγορά, η Επιτροπή:**

- 6. θα αξιολογήσει τα μέτρα αντιμετώπισης των περιορισμών εφοδιασμού σε εδαφική βάση, στο μέτρο που αυτά δημιουργούν οικονομική ανταποδοτικότητα και αντιβαίνουν στις αρχές της εσωτερικής αγοράς. Η Επιτροπή θα προβεί σε εκτίμηση επιπτώσεων βασισμένη σε λεπτομερή μελέτη στην οποία θα στηρίζει τη δράση της έως τα τέλη του 2010,**
- 7. προτρέπει το Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο να εγκρίνουν γρήγορα την πρόταση της Επιτροπής σχετικά με την αναθεώρηση της νομοθεσίας για τους κανόνες επίσημησης,**
- 8. θα επανεξετάσει επιλεγμένα περιβαλλοντικά πρότυπα και καθεστώτα επίσημησης της καταγωγής που μπορεί να εμποδίζουν το διασυνοριακό εμπόριο, με σκοπό να διαπιστωθεί αν μπορούν να επιτευχθούν οι στόχοι πολιτικής των κανονιστικών αυτών ρυθμίσεων με μικρότερο αντίκτυπο στην ολοκλήρωση της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, εκτός αυτού, θα συνεργαστεί με τα κράτη μέλη και τον κλάδο για την καλύτερη εναρμόνιση της εφαρμογής των κοινοτικών προτύπων ασφάλειας των τροφίμων.**

### *3.3.2 Ανταγωνιστικότητα της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων*

Ο γεωργικός τομέας είναι σε μεγάλο βαθμό κατακερματισμένος και ποικιλόμορφος από άποψη μεγέθους, τύπου γεωργικής εκμετάλλευσης και κοινωνικοοικονομικών επιδόσεων των γεωργικών επιχειρήσεων. Η τρέχουσα οικονομική κρίση έχει πολύ μεγάλο αντίκτυπο στον τομέα δεδομένου ότι ασκεί σημαντική πίεση στις γεωργικές τιμές και εισοδήματα, ιδίως στον γαλακτοκομικό και τον κτηνοτροφικό τομέα. Μολονότι έχουν τεθεί σε εφαρμογή διάφοροι μηχανισμοί ενσωματωμένοι στην ΚΓΠ για την άμβλυνση ορισμένων εκ των πλέον αρνητικών συνεπειών της κρίσης, έχει αυξηθεί η πίεση για περαιτέρω αναδιάρθρωση του τομέα.

Ο κλάδος γεωργικών προϊόντων διατροφής συμβάλλει σημαντικά στην απασχόληση και την αύξηση της προστιθέμενης αξίας στους μεταποιητικούς κλάδους της ΕΕ, αλλά η αύξηση προστιθέμενης αξίας και παραγωγικότητας της εργασίας εντός του κλάδου των τροφίμων της ΕΕ είναι μικρότερη σε σχέση με τις Ηνωμένες Πολιτείες. Σε παγκόσμιο επίπεδο, το μερίδιο αγοράς της Βραζιλίας, του Καναδά και της Αυστραλίας στα προϊόντα διατροφής αυξάνεται σε βάρος του μεριδίου αγοράς της ΕΕ. Η ομάδα υψηλού επιπέδου αρμόδια για την ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας γεωργικών προϊόντων διατροφής<sup>16</sup> (ΟΥΕ) ακολουθώντας μια διεξοδική προσέγγιση προσδιόρισε τα βασικά προβλήματα στα οποία οφείλεται το κενό ανταγωνιστικότητας του τομέα και πρότεινε μια σειρά από 30 συγκεκριμένες συστάσεις που απευθύνονται σε πολιτικούς και

<sup>16</sup> Απόφαση της Επιτροπής αριθ. 2008/359/ΕΚ της 28 Απριλίου 2008

οικονομικούς φορείς<sup>17</sup>. Η ΟΥΕ παραδέχθηκε ότι η έλλειψη διαφάνειας στους μηχανισμούς καθορισμού των τιμών και οι ανισοροπίες μεταξύ φορέων της αγοράς είναι μεγάλα προβλήματα για την αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. Επιπλέον, η ομάδα, αφενός μεν παροτρύνει την ΕΕ να διατηρήσει υψηλού επιπέδου πρότυπα ασφάλειας και ποιότητας των τροφίμων, αφετέρου δε διαπιστώνει μεγάλη ανάγκη βελτίωσης του πλαισίου καινοτομίας και ανάληψης στοχευμένων δράσεων για τις πολυάριθμες ΜΜΕ του κλάδου, καθώς και για τις επιδόσεις του ευρωπαϊκού κλάδου γεωργικών προϊόντων διατροφής στις διεθνείς αγορές.

Ο τομέας των επιχειρήσεων λιανικής αντιμετωπίζει επίσης προβλήματα ανταγωνιστικότητας. Μολονότι υπέστη δραματικές αλλαγές την τελευταία δεκαετία εξαιτίας του αυξημένου ρυθμού ενοποίησης, της εμφάνισης επιχειρήσεων που εφαρμόζουν σκληρές εκπτώσεις και της εισαγωγής προϊόντων χαμηλού κόστους με το σήμα του λιανοπωλητή, οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις λιανικής παρουσιάζουν χαμηλότερη παραγωγικότητα έναντι, π.χ. των αμερικανικών κατά την τελευταία δεκαετία. Μεταξύ των διαφόρων παραγόντων που συνέβαλαν στο εν λόγω κενό παραγωγικότητας, το οποίο επίσης εξαρτάται από τη διαφορετική δυναμική των αγορών, η πραγματοποίηση επενδύσεων στην πληροφορική και στις τηλεπικοινωνίες, καθώς και σε νέες επιχειρηματικές μεθόδους, φαίνεται ότι διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο. Ορισμένες κανονιστικές ρυθμίσεις μπορεί να έχουν επίσης εμποδίσει την αύξηση της παραγωγικότητας του τομέα των λιανικών πωλήσεων της ΕΕ. Η ύπαρξη περιοριστικών κανόνων εγκατάστασης έχει οδηγήσει σε μικρότερο αριθμό νέων καταστημάτων με αποτέλεσμα μικρότερη διάδοση καινοτομίας<sup>18</sup>. Καθοριστικό είναι δε το γεγονός ότι η φιλόδοξη εφαρμογή της οδηγίας περί υπηρεσιών θα συνέβαλε τα μάλα στην άρση των φραγμών αυτών.

**Προκειμένου να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, η Επιτροπή:**

- 9. θα προωθήσει και θα διευκολύνει την αναδιάρθρωση και την ενοποίηση του γεωργικού τομέα** τόσο στο πλαίσιο της πολιτικής για την αγροτική ανάπτυξη, ιδίως με την περαιτέρω ενθάρρυνση της σύστασης οργανώσεων παραγωγών γεωργικών προϊόντων, όσο και στο ευρύτερο πλαίσιο της μετά το 2013 Κοινής Γεωργικής Πολιτικής. Αυτό θα εξετασθεί για πρώτη φορά για την συγκεκριμένη περίπτωση του γαλακτοκομικού τομέα από την νεοσυσταθείσα ομάδα εμπειρογνομόνων υψηλού επιπέδου για το γάλα,
- 10. θα αναλάβει δράση για να προωθήσει τις προτάσεις της ομάδας υψηλού επιπέδου με σκοπό τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τομέα γεωργικών προϊόντων διατροφής, ιδίως δε των ΜΜΕ, και τη στήριξη της καινοτομίας και των εξαγωγών στον εν λόγω τομέα.**

#### **4. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

Η παρούσα ανακοίνωση παρουσιάζει ορισμένες προτάσεις για την αντιμετώπιση των προκλήσεων που έχουν διαπιστωθεί. Η αύξηση της διαφάνειας κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων και η προώθηση διατηρήσιμων και βασιζόμενων στην αγορά σχέσεων μεταξύ ενδιαφερομένων μερών θα μπορούσαν να διευκολύνουν την ανάκαμψη της ευρωπαϊκής οικονομίας και, συνεπώς, θα πρέπει να υλοποιηθούν κατά προτεραιότητα πριν από τα τέλη του 2010. Οι άλλες πρωτοβουλίες αφορούν διαρθρωτικά ζητήματα της αλυσίδας αυτής με σκοπό τη βελτίωση της ολοκλήρωσης και της ανταγωνιστικότητας μακροπρόθεσμα. Θα συμπληρωθούν από προτάσεις για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τομέα λιανικής της Ευρώπης στην επικείμενη ανακοίνωση για την

<sup>17</sup> Βλ. τελική έκθεση, συστάσεις και χάρτης πορείας με βασικές πρωτοβουλίες στη διεύθυνση: <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/high-level-group/documentation/>

<sup>18</sup> Τα θέματα αυτά θα αναπτυχθούν περαιτέρω στην επικείμενη ανακοίνωση σχετικά με τηνχείρηση παρακολούθησης της αγοράς λιανικής.

επιχείρηση παρακολούθησης της αγοράς λιανικής.

Έως τον Νοέμβριο του 2010, η Επιτροπή θα εκδώσει έκθεση για τη συνέχεια που δόθηκε στις προταθείσες δράσεις στο πλαίσιο συζητήσεων διεξαγόμενων σε συνεχή βάση μεταξύ θεσμικών οργάνων της ΕΕ και σχετικών ενδιαφερόμενων φορέων. Προς τούτο, η Επιτροπή προγραμματίζει να διευρύνει το πεδίο και την εντολή της υφιστάμενης ομάδας υψηλού επιπέδου για την ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας γεωργικών προϊόντων διατροφής, καθώς και να αυξήσει τον αριθμό των μελών της ομάδας αυτής.

## **5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

Η ταχεία άνοδος και πτώση των τιμών των βασικών γεωργικών προϊόντων και ο καθυστερημένος αντίκτυπός τους στις τιμές των τροφίμων έχουν προβληματίσει τα ενδιαφερόμενα μέρη και τους υπεύθυνους για την χάραξη πολιτικής, ως προς τη λειτουργία της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Η επιχείρηση παρακολούθησης της αγοράς που έλαβε χώρα την τελευταία διετία έδειξε ότι ο προβληματισμός αυτός είναι βάσιμος. Η έλλειψη διαφάνειας στην αγορά, οι ανισότητες όσον αφορά τη διαπραγματευτική ισχύ και οι αντιανταγωνιστικές πρακτικές που εφαρμόζονται δημιούργησαν στρεβλώσεις στην αγορά που επηρεάζουν αρνητικά την ανταγωνιστικότητα ολόκληρης της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Ομοίως, η ανελαστικότητα των τιμών επηρέασε αρνητικά την ικανότητα προσαρμογής και καινοτομίας όλων των κλάδων που μετέχουν στην αλυσίδα.

Όσον αφορά το μέλλον, δεν θα πρέπει να εκπλαγεί κανείς αν με την έξοδο της παγκόσμιας οικονομίας από την ύφεση αρχίσει πάλι η ταχεία άνοδος των τιμών των βασικών γεωργικών προϊόντων. Εάν δεν αντιμετωπιστεί σύντομα η διαπιστωθείσα δυσλειτουργία της αγοράς, υπάρχει κίνδυνος να αυξηθούν δυσανάλογα οι τιμές καταναλωτή στα τρόφιμα με συνέπεια τη μείωση της αγοραστικής δύναμης και της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και, ενδεχομένως, την επιβράδυνση της ανάκαμψης της ευρωπαϊκής οικονομίας. Ως εκ τούτου, είναι πάρα πολύ σημαντική η συνεχής επαγρύπνηση για τον εντοπισμό και την άρση των στρεβλώσεων της αγοράς που έχουν συμβάλει στις παρατηρηθείσες ασυμμετρίες κατά τη μετάδοση των τιμών κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων.

**Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα  
«Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την Οικονομική και  
Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών —**

## **Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη»**

COM(2009) 591 τελικό

2011/C 48/25

Εισηγητής: ο κ. Pedro NARRO

Συνεισηγητής: ο κ. József KAPUVÁRI

Στις 28 Οκτωβρίου 2009, και σύμφωνα με το άρθρο 262 της Συνθήκης περί ιδρύσεως της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, η Επιτροπή αποφάσισε να ζητήσει τη γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής για την:

«Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών – Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη»

COM(2009)591 τελικό.

Το ειδικευμένο τμήμα «Γεωργία, αγροτική ανάπτυξη, περιβάλλον», στο οποίο ανατέθηκε η προετοιμασία των σχετικών εργασιών, υιοθέτησε τη γνωμοδότησή του στις 31 Αυγούστου 2010.

Κατά την 465η σύνοδο ολομέλειάς της, της 15ης και 16ης Σεπτεμβρίου 2010 (συνεδρίαση της 15ης Σεπτεμβρίου 2010), η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή υιοθέτησε με 121 ψήφους υπέρ και 5 αποχές την ακόλουθη γνωμοδότηση.

### 1. Συμπεράσματα και συστάσεις

1.1 Οι εκθέσεις και ανακοινώσεις που εξέδωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατά τα τελευταία χρόνια προβαίνουν σε μια αποκαλυπτική ανάλυση των αδυναμιών και δυσλειτουργιών της αλυσίδας αξίας. Η αστάθεια των τιμών, η κερδοσκοπία, η πώληση κάτω από το κόστος, η έλλειψη διαφάνειας, η γενικευμένη χρήση αθέμιτων και αντίθετων προς τον ανταγωνισμό πρακτικών ή οι ανισοροπίες στη διαπραγματευτική ισχύ μεταξύ συμβαλλομένων μερών αποτελούν προβλήματα που επιβαρύνουν το μέλλον ολόκληρου του διατροφικού κλάδου και υποθηκεύουν την επιβίωση του

λεγόμενου «ευρωπαϊκού γεωργικού προτύπου».

1.2 Στην ανακοίνωσή της «Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη», η Επιτροπή προσδιορίζει σαφώς τους τομείς στους οποίους απαιτείται κατά προτεραιότητα δράση. Ωστόσο, η ΕΟΚΕ εκφράζει τη λύπη της για τους αργούς ρυθμούς με τους οποίους υιοθετούνται οι προτάσεις και καλεί την Επιτροπή να επιταχύνει τη λήψη αποφάσεων σε έναν τομέα στον οποίο απαιτείται ταχεία, συγκεκριμένη και απτή δράση. Η ανανεωμένη Ομάδα υψηλού επιπέδου που είναι αρμόδια για την ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας γεωργικών προϊόντων διατροφής, θα πρέπει να ξαναρχίσει τις εργασίες της το συντομότερο δυνατό και να καταστεί ο πυλώνας των νέων και αναδυόμενων πολιτικών για τα γεωργικά προϊόντα διατροφής.

1.3 Η επιτυχία θα εξαρτηθεί κατά μεγάλο μέρος από τον βαθμό συμμετοχής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, των κρατών μελών και του συνόλου των παραγόντων της αλυσίδας. Η κοινή και συντονισμένη δράση είναι απολύτως απαραίτητη σε έναν τομέα στον οποίο υφίστανται σημαντικές διαφορές τόσο μεταξύ των επιμέρους εθνικών αγορών όσο και μεταξύ των επιμέρους προϊόντων. Η Ευρωπαϊκή Ένωση οφείλει να ηγηθεί δυναμικά των προσπαθειών σε αυτόν τον τομέα και να ενθαρρύνει τόσο την προσαρμογή των διαθέσιμων όσο και τη χρήση νέων μέσων, τα οποία να συμβάλουν σε μια πιο ισορροπημένη εξέλιξη της αλυσίδας και στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

1.4 Η μέχρι σήμερα ανάλυση των πρωτοβουλιών που αφορούν την αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων αποδεικνύει την περιορισμένη αποτελεσματικότητα της αυτορρύθμισης και των εθελοντικών συμφωνιών. Η ΕΟΚΕ υποστηρίζει την ανάπτυξη εθελοντικών μηχανισμών, αλλά σημειώνει ότι χωρίς οργανισμούς εποπτείας και επιβολής αποτελεσματικών κυρώσεων δεν θα είναι δυνατό να δοθεί τέλος στη συστηματική μη συμμόρφωση των πλέων ισχυρών κρίκων της αλυσίδας προς τους μηχανισμούς αυτούς.

1.5 Οι μεταβολές της συμπεριφοράς των οικονομικών παραγόντων πρέπει να συνοδεύονται από μια ρύθμιση των αγορών η οποία να θέτει τις βάσεις για έναν νέο προσανατολισμό του τομέα των γεωργικών προϊόντων διατροφής. Για να καταστεί το σύστημα πιο διαφανές, είναι απαραίτητο να ενισχυθεί η σύναψη συμφωνιών και να μελετηθεί σε κάθε τομέα η δυνατότητα η δυνατότητα καθιέρωσης δεσμευτικών ρητρών ή υποχρεωτικής σύναψης γραπτών συμφωνιών. Πολλοί από τους στόχους που αναφέρονται από την Επιτροπή στην ανακοίνωσή της μπορεί να επιτευχθούν μόνο με κατάλληλες και αναλογικές νομοθετικές παρεμβάσεις.

1.6 Όσον αφορά τους κώδικες δεοντολογίας, η ΕΕ θα πρέπει να εμπνευστεί από τις εθνικές πρωτοβουλίες και να δημιουργήσει έναν αποτελεσματικό μηχανισμό ελέγχου και επιβολής κυρώσεων με τον ορισμό ενός ευρωπαϊού Διαμεσολαβητή. Εκτός από τα στοιχεία που πρέπει να συμπεριλαμβάνονται στους κώδικες δεοντολογίας, το κυριότερο είναι να εξασφαλιστεί η αποτελεσματικότητα και ο βαθμός εφαρμογής τους.

1.7 Το εθνικό και ευρωπαϊκό δίκαιο ανταγωνισμού πρέπει να προσαρμοστεί κατάλληλα ώστε να επιτρέπει την αποτελεσματική οργάνωση του τομέα, να διασφαλίζει την ευέλικτη λειτουργία των αλυσίδων εφοδιασμού και να προσφέρει νομική ασφάλεια στους ενδιαφερόμενους φορείς, προς όφελος των καταναλωτών. Τα συμπεράσματα της Ομάδας υψηλού επιπέδου για τον τομέα του γάλακτος [\(1\)](#) και τα συμπεράσματα της Ισπανικής Προεδρίας σχετικά με την Ανακοίνωση για την

αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων [\(2\)](#), ταυτίζονται με το αίτημα της ΕΟΚΕ για μια ελαστικότερη εφαρμογή του δικαίου περί ανταγωνισμού, λόγω των ιδιαιτεροτήτων του αγροτικού τομέα.

1.8 Η ΕΟΚΕ διαπιστώνει ότι η έντονη συγκέντρωση της ζήτησης, ιδίως στον μεγάλο τομέα του λιανικού εμπορίου, έρχεται σε αντίθεση με τον κατακερματισμό της προσφοράς, πράγμα που επηρεάζει την εύρυθμη λειτουργία της αλυσίδας παραγωγής αξίας. Η εξέλιξη και η ενίσχυση του ρόλου των διεπαγγελματικών οργανώσεων μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της ατελούς οργάνωσης του τομέα παραγωγής. Ενώπιον αυτής της πρόκλησης πρέπει να αρχίσει ένας έντονος προβληματισμός, όχι τόσο σχετικά με το μέγεθος των οργανώσεων των παραγωγών αλλά περισσότερο σχετικά με τον τρόπο μετατροπής τους σε αποτελεσματικά εργαλεία εμπορίας στη διάθεση των γεωργών. Οι οργανώσεις παραγωγών δεν θα πρέπει να αποτελούν το μόνο αποτελεσματικό μέσο για τη βελτίωση της οικονομικής οργάνωσης της προσφοράς γεωργικών προϊόντων.

1.9 Η ΕΟΚΕ καλεί την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να επικεντρώσει την προσοχή της όχι μόνο στον τρόπο συγκέντρωσης της προσφοράς, αλλά και σε αποτελεσματικές δράσεις στον τομέα της προσφοράς, ελέγχοντας καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης και διάφορες αθέμιτες πρακτικές και πρακτικές που θίγουν τον ανταγωνισμό και οι οποίες συχνά διαφεύγουν στην ουσία του ελέγχου εκ μέρους των εθνικών και κοινοτικών αρχών.

1.10 Οι ευρωπαίοι καταναλωτές χρειάζονται κατάλληλες, προβλέψιμες και σταθερές τιμές και διαρθρώσεις τιμών. Τα μέτρα που προτείνονται στην ανακοίνωση θα λειτουργήσουν αποτελεσματικότερα εφόσον εφαρμοστούν ευρέως και αποφευχθεί η στρέβλωση της δυνατότητας επιλογής του καταναλωτή. Τα παρατηρητήρια τιμών θα καταστούν χρήσιμα εργαλεία, υπό την προϋπόθεση ότι δεν θα περιοριστούν στη διαπίστωση των τιμών, αλλά θα μπορούν να αντιδράσουν προληπτικά στην ενδεχόμενη στρέβλωση της εξέλιξής τους.

## 2. Κύρια σημεία της ανακοίνωσης της Επιτροπής

2.1 Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνωρίζει τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων –γεωργοί, βιομηχανία και διανομή – στην ευρωπαϊκή οικονομία. [\(3\)](#) Ως εκ τούτου, η εποπτεία της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων έχει καταστεί πολιτική προτεραιότητα στην κοινοτική ατζέντα. Η δημοσίευση της Ανακοίνωσης «Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη» συνιστά έκφραση αυτής της θεμιτής ανησυχίας του ευρωπαϊκού νομοθέτη και στοχεύει στη θέσπιση συγκεκριμένων μέτρων εθνικού και κοινοτικού επιπέδου που θα μπορούσαν να συμβάλουν στη βελτίωση της κατάστασης στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.

2.2 Η Επιτροπή διατυπώνει μια σειρά συγκεκριμένων προτάσεων για κάθε μία από τις τρεις προκλήσεις που αντιμετωπίζει η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, τις οποίες αναπτύσσει στο έγγραφό της. Για την προώθηση αειφόρων σχέσεων, η Επιτροπή σκοπεύει να καταπολεμήσει τις αθέμιτες πρακτικές και να επιβλέπει τα θέματα που σχετίζονται με τον ανταγωνισμό. Η αύξηση της διαφάνειας στην αλυσίδα, που αποτελεί πάντα στόχο προτεραιότητας, επιδιώκεται μέσω της καταπολέμησης της κερδοσκοπίας και της θέσης σε λειτουργία ενός ευρωπαϊκού μέσου παρακολούθησης των τιμών τροφίμων. Τέλος, με σκοπό να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα, η Επιτροπή είναι αποφασισμένη να αναθεωρήσει τους κανόνες περί σήμανσης και περιβάλλοντος, να



καταστείλει τις πρακτικές εδαφικού περιορισμού του εφοδιασμού και να ενισχύσει τη διαπραγματευτική ισχύ των γεωργών μέσω των οργανώσεων παραγωγών.

2.3 Τον Νοέμβριο 2010 η Επιτροπή θα πρέπει να δημοσιεύσει έκθεση παρακολούθησης σχετικά με τον βαθμό εφαρμογής των κυριότερων προταθέντων μέτρων, που θα συμπληρώνεται από μία νέα ανακοίνωση για την παρακολούθηση της αγοράς λιανικής. Η Επιτροπή αποφάσισε επίσης να παρατείνει την εντολή και τη θητεία των μελών της Ομάδας Υψηλού Επιπέδου για την ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας γεωργικών προϊόντων διατροφής και να την μετατρέψει σε ένα πραγματικό φόρουμ διαλόγου για την αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.

### 3. Γενικές παρατηρήσεις

3.1 Με την ανακοίνωση αυτή αλλά και με άλλες πρωτοβουλίες, η ΕΕ απέδειξε τα τελευταία χρόνια ότι η κατάσταση όσον αφορά την αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων έχει καταστεί ένα από τα βασικά σημεία του πολιτικού της θεματολογίου. Η αστάθεια των τιμών και η ανισορροπία δυνάμεων εντός της αλυσίδας έχουν επιπτώσεις τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τον τομέα παραγωγής. Παρά τις πολυάριθμες αναλύσεις και προτάσεις των τελευταίων ετών, η κατάσταση εξακολουθεί να παρουσιάζει πολλές στρεβλώσεις που θέτουν σοβαρά υπό αμφισβήτηση την επιδιωκόμενη αειφορία του ευρωπαϊκού γεωργικού προτύπου.

3.2 Εκτός από τη διασφάλιση του κατάλληλου εφοδιασμού σε τρόφιμα, η ποιότητα αποτελεί επίσης θέμα στρατηγικής σημασίας. Για τους λόγους αυτούς είναι απαραίτητο να παρέχεται στην παραγωγή κατάλληλη προστασία μέσω σημάτων ποιότητας. Προβλήματα αποτελεσματικότητας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων θα συντελέσουν ενδεχομένως σε περιορισμό της προσφοράς προϊόντων στην ενιαία αγορά, γεγονός που θα μπορούσε να απειλήσει το ευρωπαϊκό γεωργικό πρότυπο. Παρά το γεγονός ότι η Επιτροπή έχει αναφέρει σε διάφορα έγγραφα τις αντιφάσεις που υφίστανται όσον αφορά τη λειτουργία της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η ανακοίνωση δεν θίγει σε κανένα σημείο το θέμα αυτό.

3.3 Οι ανισορροπίες που υφίστανται στην ευρωπαϊκή αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων αποτελούν επίσης σοβαρή απειλή και για τα συμφέροντα των ευρωπαίων πολιτών. Οι διαφορές μεταξύ των τιμών των πρώτων υλών και των καταναλωτικών αγαθών οδήγησαν σε ανεδαφικές διαρθρώσεις τιμών, οι οποίες απειλούν τις μακροπρόθεσμες προοπτικές όλων των μερών της αλυσίδας παραγωγής αξίας και όλης της οικονομικής και κοινωνικής τάξης της ΕΕ. Ο τομέας των λιανικών πωλήσεων χαρακτηρίζεται από έντονη συγκέντρωση και καλή οργάνωση, και συμπιέζει αδιάλειπτα τις τιμές των τροφίμων. Οι μεγάλες αλυσίδες εφοδιασμού τροφίμων έχουν αυτή τη δυνατότητα δεδομένου ότι, χάρη σε συγκεκριμένες εμπορικές πρακτικές, το περιθώριο κέρδους τους δεν προέρχεται μόνο από τους αγοραστές αλλά και από τους προμηθευτές, όπως αποδείχθηκε με την έκρηξη των τιμών γεωργικών προϊόντων κατά την περίοδο 2007-2008. Οι εμπορικές πολιτικές που βασίζονται στην τεχνική του «διπλού περιθωρίου κέρδους» προκαλούν σοβαρά προβλήματα τόσο στους καταναλωτές όσο και στους προμηθευτές.

3.4 Η αυξανόμενη ένταση των σχέσεων μεταξύ των παραγόντων της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων προκαλεί διάφορες οικονομικές δυναμικές με ιδιαίτερα αρνητικές συνέπειες για έναν γεωργικό τομέα που διανύει μια πρωτοφανή κρίση, σε μία περίοδο βαθιάς γενικής οικονομικής κρίσης.

3.5 Ακόμη μια φορά οι απόψεις της ΕΟΚΕ και της Επιτροπής συμπίπτουν σχετικά με τους τομείς προτεραιότητας και τα επείγοντα μέτρα και τα συγκεκριμένα μέσα που απαιτούνται για τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη. Χρειάζονται ουσιαστικές αλλαγές ώστε να επιτευχθεί ένας νέος προσανατολισμός. Για να αντιμετωπιστούν με επιτυχία οι κυριότερες προκλήσεις που τίθενται στον τομέα των γεωργικών προϊόντων διατροφής, η ΕΟΚΕ θεωρεί καθοριστικής σημασίας την ανάπτυξη και τη διαφοροποίηση της παραγωγής, τη μείωση του κόστους μέσω της αύξησης του μεγέθους των εκμεταλλεύσεων και τη βελτίωση των στρατηγικών εμπορίας.

3.6 Η ΕΟΚΕ, με βάση και τις πρόσφατες εργασίες της στον γεωργικό τομέα (4), συμφωνεί με τα κυριότερα συμπεράσματα της Ομάδας Υψηλού Επιπέδου για την ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας γεωργικών προϊόντων διατροφής.

«Το κρίσιμο ερώτημα όσον αφορά το μερίδιο του καθενός στην αλυσίδα αξίας ρυθμίζεται σήμερα - με την εντελώς φιλελεύθερη έννοια του όρου- αποκλειστικά από την αγορά. Η κατάσταση αυτή είναι κάθε άλλο παρά ικανοποιητική, ειδικά για τους γεωργούς οι οποίοι, ενώ αυξάνεται το κόστος ανά μονάδα, βλέπουν να μειώνονται συνεχώς οι τιμές παραγωγού και αναγκάζονται να αντιδράσουν με μέτρα τα οποία αντίκεινται στους στόχους του ευρωπαϊκού γεωργικού προτύπου. Δεδομένου ότι, στην ΕΕ των 27, 15 μόνο αλυσίδες λιανικής πώλησης ελέγχουν ήδη το 77 % της αγοράς τροφίμων, η ΕΟΚΕ κρίνει ότι πρέπει να εξετασθεί – όπως συμβαίνει σήμερα και στις ΗΠΑ – αν το δίκαιο του ανταγωνισμού είναι από μόνο του αρκετό για να εμποδίσει δεσπόζουσες θέσεις και αμφίβολες συμβατικές πρακτικές στην αγορά. Σημαντικό είναι να συμπεριληφθούν όλοι οι ενδιαφερόμενοι φορείς στη διαδικασία αυτή».

3.7 Η επιτυχία όλων αυτών των πρωτοβουλιών θα εξαρτηθεί κατά μεγάλο μέρος από τον βαθμό συμμετοχής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, των κρατών μελών και του συνόλου των παραγόντων της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να συντονισθούν οι προσπάθειες των διαφόρων φορέων και να αναθεωρηθεί η εφαρμογή του δικαίου ανταγωνισμού. Η πλειονότητα των μέτρων που προτείνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, έχουν ήδη εφαρμοστεί σε εθνικό επίπεδο. (5) Συνεπώς, θα πρέπει να εξετασθεί γιατί η ίδια προβληματική αντιμετωπίστηκε από διαφορετική εθνική οπτική γωνία, καθώς και ποιο ήταν το - συχνά ασήμαντο - αποτέλεσμα των διάφορων πρωτοβουλιών που ανέπτυξαν τα κράτη μέλη. Αυτό ισχύει, για παράδειγμα, στην περίπτωση της θέσης σε λειτουργία των παρατηρητηρίων των τιμών ή της θέσπισης κωδίκων δεοντολογίας, που λόγω έλλειψης ουσιαστικών μέσων ελέγχου και εφαρμογής δεν συντέλεσαν στον περιορισμό των καταχρήσεων.

3.8 Ορισμένες πτυχές της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, που έχουν αναλυθεί λεπτομερώς σε εθνικό ή τομεακό επίπεδο, τίγονται με πολύ γενικό τρόπο στην ανακοίνωση. Οι προσπάθειες της Γαλλίας για την εξισορρόπηση της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων χρησίμευσαν ως παράδειγμα για άλλα κράτη μέλη της ΕΕ. Ο γαλλικός νόμος για τον εκσυγχρονισμό της γεωργίας υπερβαίνει το πλαίσιο της ανακοίνωσης, διότι καθορίζει το υποχρεωτικό συμβατικό πλαίσιο για τις ποσότητες και τις τιμές, επιβάλλει την υποχρεωτική συμπερίληψη ρητρών, διευρύνει τη λειτουργία των διεπαγγελματικών οργανώσεων και καθιερώνει ένα σύστημα διαμεσολάβησης και επιβολής κυρώσεων για την επίλυση ενδεχόμενων διαφορών.

3.9 Σε τομεακό επίπεδο, η Επιτροπή αναγνώρισε τον τομέα του γάλακτος ως «περίπτωση που απαιτεί επείγοντως δράση». Για τον λόγο αυτόν, η Ομάδα Υψηλού Επιπέδου για τον

γαλακτοκομικό τομέα, που συστάθηκε τον Οκτώβριο 2009, διεύρυνε τον προβληματισμό της πέραν του περιεχομένου της ανακοίνωσης και επικεντρώθηκε στον καθορισμό ενός προτύπου συμβατικού πλαισίου, στις δυνατότητες εξέλιξης των διεπαγγελματικών οργανώσεων και των οργανώσεων των παραγωγών και στην καθιέρωση της προθεσμιακής αγοράς στον τομέα του γάλακτος. Δεδομένης αυτής της πληθώρας κοινοτικών, εθνικών και τομεακών πρωτοβουλιών, η ΕΟΚΕ, συνειδητοποιώντας την πολυπλοκότητα και την εμβέλεια αυτών των θεμάτων, τονίζει ότι είναι αναγκαίο να δημιουργηθεί ένα σταθερό βασικό κοινοτικό πλαίσιο, ενθαρρύνει την ανταλλαγή εμπειριών και ζητεί να ενταθεί ο συντονισμός των αρμόδιων αρχών.

3.10 Η ΕΟΚΕ έχει επισημάνει επανειλημμένα την ανάγκη προσαρμογής της νομοθεσίας στη σημερινή κατάσταση της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Οι ριζικές αλλαγές που απαιτούνται στις εθνικές και κοινοτικές νομικές διατάξεις πρέπει να συνοδεύονται από τη δημιουργία ενός πλαισίου σχέσεων εντός της αλυσίδας, το οποίο να προαγάγει τη συνεργασία, τη διαφάνεια και τη δίκαια κατανομή των κερδών σε όλη την αλυσίδα αξίας. Η αυτορρύθμιση στον τομέα θα πρέπει να ενθαρρυνθεί ταυτόχρονα με την καθιέρωση δεσμευτικών εργαλείων. Για την αποτελεσματική εφαρμογή του συστήματος απαιτείται μια αποφασιστική δέσμευση για διαφάνεια, πράγμα που θα απαιτήσει μηχανισμούς ελέγχου οι οποίοι να εγγυώνται τη συμμόρφωση με τις εθελοντικές συμφωνίες που ενδέχεται να συναφθούν μεταξύ των διάφορων κρίκων της αλυσίδας.

3.11 Η Επιτροπή παρουσιάζει στο κείμενο της ανακοίνωσης και στα συνοδευτικά έγγραφα εργασίας μια σωστή ανάλυση της αστάθειας των τιμών. Ωστόσο, είναι απαραίτητο να εξετασθεί με κριτικό πνεύμα κατά πόσον οι πρόσφατες αλλαγές της ΚΓΠ, που πραγματοποιήθηκαν στα πλαίσια του «διαγνωστικού ελέγχου», επέδρασαν στην ισορροπία της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Η κατάργηση των μέτρων ρύθμισης των γεωργικών αγορών (ποσοστώσεις, παρέμβαση, αποθήκευση) είχε πάντως επιπτώσεις όσον αφορά την αστάθεια των τιμών και τη διαχείριση της αγοράς, γεγονός που θα πρέπει να εξετασθεί στην ανάλυση των εκτελεστικών οργάνων της ΕΕ.

#### 4. Ειδικές παρατηρήσεις

##### 4.1 Προαγωγή αειφόρων σχέσεων αγοράς

4.1.1 Η Επιτροπή διαπιστώνει στην ανάλυσή της μια ασυμμετρία μεταξύ των διαφόρων κρίκων της αλυσίδας. Οι ανισορροπία αυτή αντικατοπτρίζεται στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές καθώς και σε πρακτικές αντίθετες προς τους κανόνες ανταγωνισμού. Οι ανισορροπίες αυξάνονται όσον αφορά τα ευπαθή προϊόντα με μικρότερο περιθώριο διαπραγμάτευσης. Η ΕΟΚΕ συμφωνεί με τον προσανατολισμό της Επιτροπής προς την ενίσχυση των συμβάσεων με βάση κοινούς κανόνες που να προσδιορίζονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Μολονότι η εξέλιξη των συμβάσεων μπορεί να έχει εθελούσιο χαρακτήρα, θα ήταν χρήσιμο να μελετηθούν ορισμένες περιπτώσεις στις οποίες η κατάθεση μιας σύμβασης και ορισμένων συμβατικών ρητρών θα είναι νομικά υποχρεωτική.

4.1.2 Η Επιτροπή θα πρέπει πάντως οπωσδήποτε να αποτρέψει συναλλαγές γεωργικών προϊόντων χωρίς πιστοποιητικά έγγραφα, με στόχο να εξαλειφθούν διαδεδομένες και επιζήμιες πρακτικές, όπως η αυτή της «ανοιχτής τιμής» με την οποία η τιμή που καταβάλλεται στον παραγωγό καθορίζεται εκ των υστέρων, ανάλογα με την τιμή πώλησης που επιτυγχάνει ο μεσάζων. Επιπλέον του συμβατικού πλαισίου, η ΕΟΚΕ κρίνει απαραίτητο να δημιουργηθεί ένας κώδικας ορθών πρακτικών [\(6\)](#) και μια επιτροπή παρακολούθησης που να ελέγχει την εφαρμογή του. Ο κώδικας

δεοντολογίας θα πρέπει να διασφαλίζει την ποιότητα των διαπραγματεύσεων μεταξύ όλων των μερών της αλυσίδας αξίας, προς όφελος του καταναλωτή. Ο ευρωπαϊός νομοθέτης οφείλει να θέσει τέρμα στην πώληση κάτω του κόστους ως συνήθη στρατηγική δελεασμού του καταναλωτή και να αναλύσει τον αντίκτυπο της αυξανόμενης χρήσης ‘σημάτων λιανικής πώλησης’ στον ανταγωνισμό, στην ελευθερία επιλογής του καταναλωτή και στην προώθηση ποιοτικών προϊόντων που παράγονται στην ΕΕ.

4.1.3 Η εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού σε εθνικό επίπεδο παρουσιάζει μεγάλες διαφορές. Η ίδια πράξη μιας διεπαγγελματικής οργάνωσης τυγχάνει διαφορετικής μεταχείρισης ανάλογα με την αρμόδια εθνική αρχή που εξετάζει το θέμα σε ένα συγκεκριμένο κράτος μέλος. Σε πολλά κράτη μέλη επικρατεί η τάση παρεμπόδισης οποιασδήποτε πρωτοβουλίας του τομέα παραγωγής που αποσκοπεί στη βελτίωση της διαχείρισης της προσφοράς. Η κατάσταση δεν είναι καινούργια: παρά τις προσπάθειες για εντατικότερη συνεργασία με το ευρωπαϊκό δίκτυο ανταγωνισμού, δεν επιτεύχθηκε αποτελεσματικότερος συντονισμός της δράσης των αρχών ανταγωνισμού.

4.1.4 Η ΕΟΚΕ συνηγορεί υπέρ ενός νέου προτύπου σχέσεων μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών το οποίο συμβάλλει στην προτίμηση των τοπικών αγορών (δυνατότητα εισαγωγής ελάχιστων υποχρεωτικών ποσοστώσεων) και στην κατάργηση των μεσαζόντων μέσω σύντομων κύκλων διακίνησης ή προϊόντων «μηδενικών χιλιομέτρων». Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή οφείλει να ενθαρρύνει τις πρωτοβουλίες των παραγωγών για την προσέγγιση των καταναλωτών επιδιώκοντας μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία για την παραγωγή τους και την διατήρηση της πολιτισμικής συνιστώσας και τοπικής ταυτότητας των προϊόντων.

4.1.5 Η αναθεώρηση της οδηγίας για τις καθυστερήσεις πληρωμών προκάλεσε σε ευρωπαϊκό επίπεδο μια ενδιαφέρουσα συζήτηση σχετικά με τη σκοπιμότητα συντόμευσης της προθεσμίας πληρωμής των αγροτικών προϊόντων. Στην περίπτωση των ευάλωτων προϊόντων, θα ήταν χρήσιμο να καθορισθεί ως ανώτατο όριο μια προθεσμία 30 ημερών από την παράδοση του προϊόντος στον πελάτη και όχι από την ημερομηνία έκδοσης του τιμολογίου. Εκτός από τον καλύτερο έλεγχο των καθυστερήσεων πληρωμών, πρέπει να θεσπισθεί ένας σαφής ορισμός των καταχρηστικών πρακτικών και ρητρών, καθώς και αποτελεσματικών μέσων για την εξάλειψή τους από τις εμπορικές σχέσεις.

## 4.2 Η διαφάνεια στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων

4.2.1 Κατά την ΕΟΚΕ, η διαφάνεια των τιμών συνιστά υψηλή προτεραιότητα. [\(7\)](#) Η δημιουργία ενός νέου κοινοτικού μέσου για την εποπτεία των τιμών τροφίμων πρέπει να συμπληρώνεται με νέες αρμοδιότητες όσον αφορά τον έλεγχο και την επιβολή κυρώσεων. Η ΕΟΚΕ κρίνει ότι πρέπει πλέον να περάσουμε από την εποπτεία στη δράση, ώστε οι αρμόδιοι οργανισμοί να μπορούν να αντιδρούν ταχέως και αποτελεσματικά στις στρεβλώσεις της εξέλιξης των τιμών.

4.2.2 Η ΕΟΚΕ δεν συμφωνεί με την άποψη ότι έχοντας μεγαλύτερη δυνατότητα σύγκρισης των τιμών κατανάλωσης επιτυγχάνεται αυτομάτως και μεγαλύτερη διαφάνεια στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. Η αύξηση της διαφάνειας και της προβλεψιμότητας των τιμών δεν αποτελεί παρά έναν από τους πολλούς παράγοντες που επηρεάζουν τις τάσεις και τις διαδικασίες διαμόρφωσης των τιμών.

4.2.3 Οι αξιέπαινες προσπάθειες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την εναρμόνιση και τον συντονισμό των διάφορων εθνικών μέσων εποπτείας των τιμών είναι καταδικασμένες να αποτύχουν εάν δεν δημιουργηθεί μια ομοιογενής βάση αναφοράς για τη μετακύλιση των τιμών. Χρησιμοποιείται η ίδια βάση αναφοράς για τη συλλογή των στοιχείων; Υπάρχουν κοινοί κανόνες για τη δημιουργία και τη λειτουργία των παρατηρητηρίων τιμών; Διαθέτει η ΕΕ οργανισμούς ικανούς να παρέμβουν όταν διαπιστώνονται ανισορροπίες, ανωμαλίες ή αδικαιολόγητες διακυμάνσεις όσον αφορά τις τιμές; Συχνά, τα στοιχεία που διαβιβάζουν τα κράτη μέλη στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν ανταποκρίνονται στα ίδια κριτήρια. Για παράδειγμα, στην περίπτωση των εσπεριδοειδών, διαπιστώθηκε ότι τα στοιχεία που δημοσιεύει η Επιτροπή ως τιμές παραγωγού είναι στην πραγματικότητα οι τιμές πώλησης στα καταστήματα, στις οποίες δεν συμπεριλαμβάνεται το κόστος εμπορίας. Αυτές οι διαφορές ως προς τα στοιχεία δημιουργούν ενδεχομένως μια στρεβλωμένη εικόνα της πραγματικότητας, γεγονός που δυσχεραίνει την επίτευξη του στόχου της διαφάνειας.

4.2.4 Τα μέτρα που προτείνονται στην ανακοίνωση θα έχουν αποτελέσματα μόνον εφόσον δημοσιοποιούνται με τον κατάλληλο τρόπο. Πρόκειται για μια βασική προϋπόθεση δεδομένου ότι είναι αναγκαίο να προσφέρεται ακριβής πληροφόρηση στους καταναλωτές. Λόγω της αυξανόμενης συγκέντρωσης που παρατηρείται στη βιομηχανία γεωργικών τροφίμων και στον τομέα διανομής, η φήμη ενός εμπορικού σήματος έχει γίνει πιο ευάλωτη, με όλους τους κινδύνους που αυτό συνεπάγεται για τις επιχειρήσεις.

4.3 Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της ολοκλήρωσης της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων

4.3.1 Η Επιτροπή καταβάλλει προς το παρόν σημαντικές προσπάθειες για τη δημιουργία μιας ενιαίας αγοράς προϊόντων διατροφής. Ωστόσο, οι μεγάλες διαφορές τιμών μεταξύ των κρατών μελών είναι άμεσο αποτέλεσμα των διαφορετικών επιπέδων αγοραστικής δύναμης. Τα νέα κράτη μέλη (ΕΕ-12) όχι μόνον δεν προσεγγίζουν το επίπεδο των υπόλοιπων κρατών μελών, αλλά οι διαφορές διευρύνονται. Είναι συνεπώς αναγκαίο να υποστηρίξει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή τα νέα κράτη μέλη ώστε να μειωθούν οι διαφορές και να επιτευχθεί η βέλτιστη δυνατή λειτουργία της ενιαίας αγοράς. Εάν δεν αντιστραφεί η τάση αυτή, τα προϊόντα που προέρχονται από την ΕΕ-15 θα απολέσουν σταδιακά μερίδια στην αγορά των νέων κρατών μελών.

4.3.2 Η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων χαρακτηρίζεται από έντονο κατακερματισμό όσον αφορά τον τομέα της παραγωγής και από έντονη συγκέντρωση όσον αφορά τις μεγάλες εταιρείες διανομής, πράγμα που δημιουργεί σημαντικές ανισορροπίες στις σχέσεις μεταξύ των δύο τομέων. Κατά την ΕΟΚΕ, η αιτία πολλών προβλημάτων που απειλούν την απρόσκοπτη λειτουργία της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων είναι η επιταχυνόμενη, σταθερή και συγκεντρωμένη εξέλιξη των επιχειρήσεων που βρίσκονται στο τέλος της αλυσίδας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, έχοντας επίγνωση του προβλήματος, επιθυμεί να αναπτύξει τις οργανώσεις των παραγωγών (κατά το παράδειγμα της ΚΟΑ οπωροκηπευτικών) με στόχο να περιοριστεί ο κατακερματισμός της προσφοράς. Ωστόσο, η ΕΟΚΕ τονίζει ότι το ζητούμενο δεν είναι η δημιουργία μεγαλύτερων οργανώσεων παραγωγών, αλλά η βελτίωση της διαχείρισής τους και των ικανοτήτων εμπορίας των οργανώσεων αυτών, ώστε να καταστούν χρήσιμο εργαλείο για τους γεωργούς. Η ΕΟΚΕ ζητεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να θεσπίσει νέα μέτρα αντιμετώπισης της κρίσης και σταθεροποίησης, όπως για παράδειγμα ένα μέσο εξασφάλισης του εισοδήματος. Οι θετικές εμπειρίες που αποκτήθηκαν στον Καναδά και στις ΗΠΑ στον τομέα αυτό συνηγορούν υπέρ της εφαρμογής του εν λόγω μέτρου, το οποίο αναγνωρίστηκε ως νόμιμο και από τον ΠΟΕ.

4.3.3 Οι διεπαγγελματικές οργανώσεις πρέπει να ενισχυθούν και να αποκτήσουν μεγαλύτερο δυναμισμό μέσω ενός κοινού πλαισίου δράσης. Χρειάζεται μια ευρωπαϊκή νομοθεσία που θα εναρμονίζει και θα αναπτύσσει υπό τους ίδιους κανόνες τις διεπαγγελματικές οργανώσεις σε κάθε κράτος μέλος, ούτως ώστε να μην αποτελούν απλά τομεακά όργανα που ασχολούνται γενικά με την πρόωθηση. Είναι οπωσδήποτε αναγκαίο να εξαλειφθούν τα εμπόδια κανονιστικού χαρακτήρα που υποσκιάζουν τη νομική ασφάλεια αυτών των οργανώσεων στα πλαίσια της αποστολής τους όσον αφορά τη σταθεροποίηση της αγοράς, πράγμα που θα επιτευχθεί αν τους δοθεί μεγαλύτερη ευχέρεια κατά την υιοθέτηση διατομεακών συμφωνιών, προκειμένου να μην υπόκεινται σε αυθαίρετες αποφάσεις των εθνικών αρμοδίων αρχών.

Βρυξέλλες, 15 Σεπτεμβρίου 2010.

Ο Πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής

Mario SEPI

# ΓΝΩΜΟΔΟΤΗΣΗ

του ειδικευμένου τμήματος «Γεωργία, αγροτική ανάπτυξη, περιβάλλον»  
με θέμα τις

## «Εμπορικές σχέσεις μεταξύ των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου και των προμηθευτών τροφίμων – σημερινή κατάσταση»

(γνωμοδότηση πρωτοβουλίας)

Εισηγητής: ο κ. Igor ŠARMÍR

Στις 12 Ιουλίου 2012, και σύμφωνα με το άρθρο 29 σημείο Α των διατάξεων εφαρμογής του Εσωτερικού της Κανονισμού, η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή αποφάσισε να καταρτίσει γνωμοδότηση πρωτοβουλίας με θέμα τις

*«Εμπορικές σχέσεις μεταξύ των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου και των προμηθευτών τροφίμων – σημερινή κατάσταση».*

Το ειδικευμένο τμήμα «Γεωργία, αγροτική ανάπτυξη, περιβάλλον», στο οποίο ανατέθηκαν οι σχετικές προπαρασκευαστικές εργασίες, υιοθέτησε τη γνωμοδότησή του στις 9 Ιανουαρίου 2013.

Κατά την ... σύνοδο ολομέλειας, της ... και ... (συνεδρίαση της ...), η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή υιοθέτησε ... την ακόλουθη γνωμοδότηση.

\*

\* \*

### - Συμπεράσματα και συστάσεις

1.1 Η ΕΟΚΕ διαπιστώνει ότι οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου συνιστούν, σε όλες τις χώρες, ολιγοπώλιο. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία σχετικά με τα μερίδια αγοράς, ένας πολύ μικρός αριθμός εμπόρων λιανικής πώλησης ελέγχει το μεγαλύτερο μέρος της. Η ΕΟΚΕ πιστεύει ότι αυτή η θέση ολιγοπωλίου παρέχει στις επιχειρήσεις που είναι μέλη της τεράστια διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών, με αποτέλεσμα να έχουν τη δυνατότητα να επιβάλλουν σε αυτούς κάθε άλλο παρά ισορροπημένους εμπορικούς όρους.

1.2 Η ΕΟΚΕ σημειώνει ότι οι αλυσίδες λιανικού εμπορίου που συνιστούν το ολιγοπώλιο ανταγωνίζονται μεταξύ τους μόνο σε σχέση με τους καταναλωτές. Μάχονται για να κερδίσουν την εύνοια των καταναλωτών, αλλά σε σχέση με τους προμηθευτές, δεν υπάρχει ανταγωνισμός. Ωστόσο, ακόμη και ο ανταγωνισμός μεταξύ αλυσίδων σε σχέση με τους καταναλωτές ασκείται κυρίως στον τομέα της τιμής πώλησης προς το κοινό, δεν λαμβάνει επαρκώς υπόψη τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές πτυχές από τις οποίες εξαρτάται η συνολική ποιότητα<sup>1</sup>.

1.3 Η ΕΟΚΕ επισημαίνει την ύπαρξη μεγάλης αδιαφάνειας σχετικά με τη διαμόρφωση των τιμών

<sup>1</sup> Γνωμοδότηση ΕΟΚΕ «Κοινοτικό γεωργικό πρότυπο: ποιότητα της παραγωγής και της ενημέρωσης των καταναλωτών ως στοιχεία ανταγωνιστικότητας», [EE C 18 της 19.01.2011, σ. 5-10.](#)

και των περιθωρίων των διαφόρων ενδιαφερομένων μερών. Πράγματι, λόγω των περιθωρίων έκπτωσης «εκτός τιμολογίου» των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου, η τιμή αγοράς που καταβάλλεται στον προμηθευτή δεν αντανακλά το πραγματικό ποσό που εισπράττει ο τελευταίος για το προϊόν του.

- 1.4 Η ΕΟΚΕ είναι πεπεισμένη ότι, όταν ένα συμβαλλόμενο μέρος είναι σε θέση να επιβάλλει τους όρους του στους εμπορικούς εταίρους του, δεν υπάρχει συμβατική ελευθερία. Κατά τη γνώμη της ΕΟΚΕ, ένδειξη της απουσίας πραγματικής συμβατικής ελευθερίας είναι η επιβολή καταχρηστικών και αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών εκ μέρους των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου στους προμηθευτές τροφίμων. Η προσφυγή σε καταχρηστικές πρακτικές είναι επιζήμια όχι μόνο για τους προμηθευτές αλλά και για τους καταναλωτές (κυρίως μακροπρόθεσμα). Γενικά, η έκταση που έχει λάβει σήμερα το φαινόμενο των καταχρηστικών πρακτικών βλάπτει το δημόσιο συμφέρον και ιδιαίτερα το οικονομικό συμφέρον των κρατών μελών.
- 1.5 Σύμφωνα με την ΕΟΚΕ, οι καταχρηστικές πρακτικές που προκαλούν ιδιαίτερη ανησυχία παρατηρούνται μόνο στο πλαίσιο των σχέσεων μεταξύ των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου και των προμηθευτών τροφίμων. Δεν εφαρμόζονται από τη βιομηχανία τροφίμων έναντι των γεωργών ούτε από τις μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου έναντι των προμηθευτών αγαθών που δεν είναι τρόφιμα.
- 1.6 Η ΕΟΚΕ διαπιστώνει ότι σε ορισμένα κράτη μέλη, οι προσπάθειες των γεωργών και των μεταποιητών να σχηματίσουν ομίλους παραγωγών έχουν τιμωρηθεί από τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού, διότι η βαρύτητα των ομάδων αυτών αξιολογήθηκε λαμβάνοντας υπόψη μόνο την εγχώρια παραγωγή.
- 1.7 Η ΕΟΚΕ διαπιστώνει την αποτυχία της αγοράς, διότι η κατάσταση, σε ένα σύστημα που δεν ρυθμίζεται επαρκώς, εξακολουθεί να επιδεινώνεται.
- 1.8 Κατά την άποψη της ΕΟΚΕ, η αυτορρύθμιση δεν αποτελεί επαρκή θεραπεία των στρεβλώσεων που παρατηρήθηκαν. Δεν είναι οι «κώδικες δεοντολογίας», που θα εξισορροπήσουν τις εν λόγω εμπορικές σχέσεις. Η ίδια η φύση των καταχρηστικών πρακτικών απαιτεί και δικαιολογεί την απαγόρευσή τους από το νόμο.
- 1.9 Η ΕΟΚΕ ζητεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να αρχίσει να ασχολείται σοβαρά με το θέμα των ολιγοπωλίων, να μελετήσει πραγματικά το βάρος και την επιρροή τους, και να καθορίσει σε ποιο βαθμό η επίδρασή τους είναι συγκρίσιμη με εκείνη των μονοπωλίων, και στη συνέχεια να τροποποιήσει κατάλληλα τις βασικές αρχές των κανόνων ανταγωνισμού.
- 1.10 Η ΕΟΚΕ ζητεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να αναγνωρίσει, και αυτή, την έλλειψη της συμβατικής ελευθερίας στις σχέσεις των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου με προμηθευτές τροφίμων.
- 1.11 Η ΕΟΚΕ ζητεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να προτείνει λύσεις ώστε το σύστημα να καταστεί πιο διαφανές. Το ιδανικό θα ήταν να «προβληθούν» τα περιθώρια «εκτός τιμολογίου» των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου, δηλαδή να υποχρεωθούν οι εταιρείες αυτές να ενσωματώνουν τις τιμές των διαφόρων υπηρεσιών που χρεώνονται στους προμηθευτές στην τιμή αγοράς του προϊόντος. Τούτο θα καταδείξει το ποσό που έχει πραγματικά λάβει ο προμηθευτής για το προϊόν του.
- 1.12 Η ΕΟΚΕ ζητεί από την Επιτροπή να παράσχει σαφείς κατευθύνσεις στις εθνικές αρχές ανταγωνισμού προκειμένου, κατά την αξιολόγηση της διαπραγματευτικής ισχύος των



ενώσεων παραγωγών, να λαμβάνουν υπόψη την σχετική αγορά, δηλαδή το σύνολο των τροφίμων της ίδιας κατηγορίας που διατίθενται στην αγορά του εν λόγω κράτους, και όχι μόνο τα εγχώρια τρόφιμα.

- 1.13 Η ΕΟΚΕ απευθύνει έκκληση στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή να εγκαταλείψει την ιδέα της αυτορρύθμισης και να προτείνει ένα δεσμευτικό νομικό κείμενο, προκειμένου να βελτιωθεί η κατάσταση στην αλυσίδα τροφίμων με την ενθάρρυνση του υγιούς ανταγωνισμού. Η ρύθμιση δεν θα πρέπει να στηρίζεται στην προστασία του ανταγωνισμού, αλλά να προσφέρει στα κράτη μέλη, των οποίων διακυβεύεται το οικονομικό συμφέρον, τη δυνατότητα να ενεργούν ως ενάγοντες.
- 1.14 Τέλος, η ΕΟΚΕ πιστεύει ότι πρέπει να θεσπιστεί νομοθεσία με γνώμονα την κοινωνία και όχι μόνο την λογική της αγοράς, προκειμένου να σταματήσει η τάση συγκέντρωσης των ολοένα ισχυρότερων εταιρειών λιανικού εμπορίου και να προωθηθούν άλλες μορφές εμπορίου, όπως μικρές ανεξάρτητες επιχειρήσεις λιανικής πώλησης, οι παραδοσιακές αγορές της γειτονιάς, ή η απευθείας πώληση από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Σε αυτό το πλαίσιο, η ΕΟΚΕ ζητά από την Επιτροπή να μεριμνήσει ώστε, στα υπό κατάρτιση κείμενα με θέμα την καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων, να δίδεται ιδιαίτερη προσοχή στις πιο μικρές αλυσίδες εφοδιασμού.

## - Αιτιολόγηση

### 2.1 Εξέλιξη της αντίληψης των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου

Το θέμα των εμπορικών σχέσεων μεταξύ μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου και προμηθευτών τροφίμων προκαλεί ολοένα και περισσότερο ενδιαφέρον, αλλά και ανησυχία. Ωστόσο, πριν από δέκα χρόνια, το θέμα αυτό ήταν ακόμη ταμπού όχι μόνο για τις αρχές και τα θεσμικά όργανα της ΕΕ, αλλά και για τους περισσότερους δημοσιογράφους<sup>2</sup>, παρά το γεγονός ότι στη Γαλλία, καταβάλλονται νομοθετικές προσπάθειες από το 1992 και ότι στο Ηνωμένο Βασίλειο, η Επιτροπή Ανταγωνισμού πραγματοποίησε το 1999 και το 2000, μια έρευνα σχετικά με την κατάχρηση των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου έναντι των προμηθευτών τροφίμων στην οποία διαπιστώνεται ότι τα σουπερμάρκετ κάνουν κατάχρηση της αγοραστικής τους ισχύος (ο όρος αυτός αντικατοπτρίζει σε μεγάλο βαθμό την ικανότητα του αγοραστή να εξασφαλίσει ευνοϊκότερους όρους αγοράς από ό, τι θα ήταν δυνατό σε μια πλήρως ανταγωνιστική αγορά<sup>3</sup>). Οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου θεωρούνταν γενικά ως ένα φαινόμενο κοινής ωφελείας, προς όφελος όλων, και η ανάπτυξή του θεωρήθηκε μάλιστα ως εκδήλωση της οικονομικής υγείας της χώρας. Οι αρχές και τα μέσα ενημέρωσης αναφέρθηκαν ιδιαίτερα στις αναμφισβήτητα θετικές πτυχές τους, ιδίως στη δυνατότητα των καταναλωτών να αγοράζουν σχεδόν τα πάντα στο ίδιο μέρος και σε ελκυστική τιμή, καθώς και στις διευκολύνσεις που παρέχουν (π.χ., επαρκείς χώροι στάθμευσης) και στις προτεινόμενες υπηρεσίες. Εδώ και πέντε περίπου έτη, η κατάσταση έχει αλλάξει δραματικά και τα ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα έχουν δημοσιεύσει πολλά έγγραφα στα οποία ασκούν κριτική σχετικά με το θέμα αυτό.

<sup>2</sup> Ένας από τους λίγους ειδικούς που τόλμησε τότε να καταγγείλει δημοσίως τις καταχρήσεις των διανομέων μεγάλης κλίμακας ήταν ο ήταν Christian Jacquiau, συγγραφέας του βιβλίου «Παρασκήνια των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου» και του άρθρου που δημοσιεύθηκε στην εφημερίδα Le Monde Diplomatique (Δεκέμβριος 2002) με τίτλο "Racket dans la grande distribution à la française- Εκβιασμός α λα γαλλικά στον τομέα λιανικού εμπορίου".

<sup>3</sup> Consumers International, "The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?", 2012, p. 2.

## 2.2 Η θέση ολιγοπωλίου των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου

- 2.2.1 Οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου άρχισαν να αναπτύσσονται ταχέως πριν από τριάντα περίπου χρόνια. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται στενά με την διαδικασία της παγκοσμιοποίησης. Πράγματι, οι περισσότερες από τις μεγάλες εταιρείες που ελέγχουν τώρα την λιανική αγορά είναι πολυεθνικές. Οι πολυεθνικές είναι σε θέση να επωφελούνται καλύτερα από τις νέες συνθήκες που προκύπτουν από την παγκοσμιοποίηση από ό,τι οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ).
- 2.2.2 Η άνθηση των πολυεθνικών (και των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου) πραγματοποιείται συχνά σε βάρος των ΜΜΕ. Σε πολλούς τομείς, λίγες μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς. Εκτός από τις εταιρείες λιανικής πώλησης, στις μεγάλες πολυεθνικές περιλαμβάνονται η φαρμακευτική βιομηχανία, η βιομηχανία τροφίμων, εταιρείες σποροπαραγωγής<sup>4</sup>, εταιρείες επεξεργασίας πετρελαίου, ο τραπεζικός τομέας και ούτω καθεξής. Οι πολυεθνικές αυτές δεν είναι μονοπώλια. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ανταγωνίζονται άλλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, ακόμη και ΜΜΕ στην ίδια αγορά, και για τον λόγο αυτό, δεν θεωρείται ότι κατέχουν δεσπόζουσα θέση<sup>5</sup>.
- 2.2.3 Οι μεγάλες ευρωπαϊκές εταιρείες λιανικής πώλησης συμμετέχουν ενεργά στην κατάκτηση της παγκόσμιας αγοράς. Η βρετανική εταιρεία Tesco, οι γαλλικές Carrefour και Auchan, οι πολυεθνικές γερμανικές και αυστριακές Kaufland, Lidl, Metro και Billa, καθώς και η ολλανδική Ahold, έχουν καταστήματα σε πολλές χώρες.
- 2.2.4 Το αποτέλεσμα όλων αυτών είναι να ελέγχεται η λιανική αγορά τροφίμων διάφορων χωρών από έναν πολύ μικρό αριθμό εταιρειών λιανικού εμπορίου, με αποτελεσματικό τρόπο. Για παράδειγμα, στη Γερμανία, τέσσερις εταιρείες ελέγχουν το 85% της αγοράς· στο Ηνωμένο Βασίλειο επίσης, τέσσερις εταιρείες ελέγχουν το 76%· στην Αυστρία, τρεις εταιρείες ελέγχουν το 82%, στη Γαλλία καθώς και στην Ολλανδία, πέντε εταιρείες ελέγχουν το 65% και ούτω καθεξής<sup>6</sup>. Η κατάσταση αυτή αντανακλά το γεγονός ότι, ενώ κανένας λιανοπωλητής δεν ανταποκρίνεται στον επίσημο ορισμό της δεσπόζουσας θέσης, τρεις έως πέντε εμπορικές εταιρείες ελέγχουν το κύριο μέρος της αγοράς και συνιστούν ολιγοπώλιο.
- 2.2.5 Τα μέλη αυτών των ολιγοπωλίων αναμφισβήτητα ανταγωνίζονται μεταξύ τους, αλλά μόνο σε σχέση με τους καταναλωτές. Όσον αφορά τους προμηθευτές, ο ανταγωνισμός είναι ελάχιστα εμφανής, ιδίως όταν πρόκειται για ΜΜΕ. Σε αντίθεση με τους προμηθευτές, που είναι πολυάριθμοι, οι αγοραστές βρίσκονται στη δύσκολη θέση της επιλογής. Με άλλα λόγια, οι προμηθευτές πρέπει να κάνουν μεγάλη προσπάθεια και πολλές παραχωρήσεις για να παραδώσουν, ενώ οι αγοραστές επιλέγουν εκείνους που είναι πιο «ευέλικτοι» σε σχέση με τους όρους τους.
- 2.2.5.1 Ωστόσο, προκειμένου ο παραγωγός να μπορεί να διεκδικήσει το νόμιμο δικαίωμά του για συμμετοχή στο κέρδος, στα πλαίσια υγιών και ισότιμων εμπορικών σχέσεων με τους

<sup>4</sup> Το 2009, το 80% της παγκόσμιας αγοράς σπόρων ελεγχόταν από δέκα εταιρείες, ενώ πριν από 25 χρόνια, η επιλογή και η πώληση σπόρων γινόταν από εκατοντάδες εταιρείες. Το ίδιο ισχύει για αγροχημικά προϊόντα.

<sup>5</sup> British Institute of International and Comparative Law, "Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain", 23 April 2012, p. 4.

<sup>6</sup> Consumers International, "The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?", 2012, p. 5.

εκπροσώπους του λιανικού εμπορίου με τους οποίους συναλλάσσεται, θα πρέπει να παρακολουθεί προσεκτικά τις ενδείξεις σχετικά με τις προσδοκίες των καταναλωτών. Η διαπραγματευτική του θέση θα είναι ισχυρότερη εάν καινοτομεί και κατορθώσει να προσαρμόσει στη ζήτηση τη διαμόρφωση και την εμφάνιση του προϊόντος του.

## 2.3 Καταχρηστικές πρακτικές

2.3.1 Χάρη στην αγοραστική τους δύναμη, οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου είναι σε θέση να υπαγορεύουν τους συμβατικούς όρους, οι οποίοι έχουν διαμορφωθεί με τέτοιο τρόπο ώστε μπορούν να χαρακτηριστούν ως κατάχρηση της ισχύος του αγοραστή. Αυτοί οι συμβατικοί όροι αποκαλούνται επίσης «καταχρηστικές πρακτικές» ή «αθέμιτες πρακτικές», για τις οποίες έχει καταρτιστεί επανειλημμένα ένας μη εξαντλητικός κατάλογος. Εκτός από τη συνεχή πίεση επί της τιμής αγοράς (προς τα κάτω), τις καθυστερήσεις πληρωμών, ή τις υπερβολικά μεγάλες προθεσμίες πληρωμών, οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου έχουν αλλάξει εντελώς, μέσω των καταχρηστικών πρακτικών, το κλασικό μοντέλο συνεργασίας μεταξύ του προμηθευτή και του αγοραστή. Απλουστεύοντας λίγο, θα μπορούσαμε να πούμε ότι στο παρελθόν, τα συμβαλλόμενα μέρη συμφωνούσαν για τον όγκο και την τιμή των προς παράδοση προϊόντων, καθώς και για άλλες αναγκαίες ρυθμίσεις, και στη συνέχεια, ο προμηθευτής παρέδιδε τα αγαθά και ο αγοραστής πλήρωνε. Με την άφιξη των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου, το μοντέλο αυτό ανατράπηκε. Σήμερα, οι προμηθευτές που αμείβονται ολοένα και λιγότερο για τα προϊόντα τους, είναι αναγκασμένοι να πληρώνουν περισσότερα, ή να παραχωρούν άλλα ανταλλάγματα ως αντιστάθμισμα για τις υπηρεσίες που προσφέρει ο αγοραστής. Έτσι, αυτοί που θα έπρεπε να εισπράττουν χρήματα, λαμβάνουν τιμολόγια! Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου κατάφεραν να επιβάλουν αυτό το νέο και σήμερα πλέον γενικά αποδεκτό μοντέλο, και ότι κανείς, αρχής γενομένης από τις αρμόδιες αρχές, δεν εκπλήσσεται.

2.3.2 Σε γενικές γραμμές, μπορούμε να πούμε ότι οι πιο συνήθεις καταχρηστικές πρακτικές <sup>7</sup> αφορούν δύο πτυχές της σχέσης μεταξύ του προμηθευτή και του αγοραστή. Η πρώτη αφορά τη μεταφορά από τον αγοραστή στον προμηθευτή, των εξόδων λιανικού εμπορίου, δηλαδή των εξόδων προώθησης και μάρκετινγκ, του κόστους του εξοπλισμού καταστημάτων, του λιανικού εμπορίου και της διαχείρισης των επιμέρους καταστημάτων. Οι έμποροι λιανικής πώλησης επιτυγχάνουν τον στόχο αυτό μέσω των διαφόρων «πληρωμών» που επιβάλλονται στους προμηθευτές, π.χ. για προμήθειες ή για διαφημιστικά φυλλάδια. Όσον αφορά τη δεύτερη πτυχή, ο διανομέας μεταφέρει στον προμηθευτή το κόστος του επιχειρηματικού του κινδύνου, πράγμα που επιτυγχάνεται στην πράξη με μεταγενέστερες προσαρμογές της τιμής αγοράς σε συνάρτηση με τις πωλήσεις του συγκεκριμένου προϊόντος στους τελικούς καταναλωτές, ούτως ώστε όλες οι αποκλίσεις από το επιθυμητό επίπεδο πωλήσεων να επιβαρύνουν τον προμηθευτή. Ο δεύτερος στόχος επιτυγχάνεται μέσα από ένα περίπλοκο σύστημα καθορισμού της καθαρής τελικής τιμής (διαφορετικοί τύποι πριμοδοτήσεων επιστροφών). Και οι δύο μηχανισμοί στρεβλώνουν τον απλό εμπορικό τύπο επιχείρησης σύμφωνα με τον οποίο το κόστος παραγωγής βαρύνει τον παραγωγό και τα έξοδα λιανικού εμπορίου βαρύνουν τον έμπορο.

2.3.3 Αυτό το νέο μοντέλο των σχέσεων μεταξύ εμπόρων λιανικής και προμηθευτών δημιουργήθηκε με το πρόσχημα της ανάγκης για στενότερη εμπορική συνεργασία λόγω της αύξησης του ανταγωνισμού στην αγορά λιανικής πώλησης. Σύμφωνα με το σκεπτικό των αλυσίδων λιανικού εμπορίου, η αύξηση των πωλήσεων των προϊόντων είναι προς το συμφέρον των προμηθευτών, και για το λόγο αυτό, είναι απολύτως θεμιτό να συμμετέχουν

<sup>7</sup> British Institute of International and Comparative Law, "Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain", 23 April 2012, p. 4.

οικονομικά στο κόστος εμπορίας. Παρά το γεγονός ότι δεν συμμερίζονται όλοι αυτή τη θεώρηση των πραγμάτων, οι προμηθευτές αναγκάζονται να προσαρμοστούν. Ωστόσο οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου δεν αρκέστηκαν σε αυτό και συνεχίζουν να εκμεταλλεύονται αυτή τη διευρυμένη εμπορική συνεργασία με τον πιο σκανδαλώδη τρόπο. Είτε οι υπηρεσίες που πραγματικά παρέχονται υπερτιμολογούνται είτε οι αγοραστές χρεώνουν καθαρά πλασματικές υπηρεσίες. Αυτή η τελευταία πρακτική αποκαλείται «χρέωση χωρίς αιτία», επειδή προδήλως στερείται κάθε ανταλλάγματος. Τέτοια παραδείγματα είναι η «πληρωμή για σταθερή συνεργασία», «πληρωμή για την έκδοση τιμολογίου», «πληρωμή για την εξόφληση του τιμολογίου» ή «συνεισφορά στο κόστος της εορτής της επιχείρησης». Όσο απίστευτο κι αν φαίνεται, τέτοιου είδους τιμολόγια απεστάλησαν από τις εταιρείες στους προμηθευτές τροφίμων.

2.3.3.1 Οι γάλλοι βουλευτές εντόπισαν πάνω από 500 αιτίες τις οποίες επικαλούνται τα κεντρικά τμήματα προμηθειών για να απαιτήσουν πρόσθετα οφέλη από τους προμηθευτές τους<sup>8</sup>.

2.3.3.2 Σύμφωνα με τη Συνομοσπονδία Βιομηχανιών Τροφίμων (CIAA) και την Ευρωπαϊκή Ένωση Βιομηχανιών Προϊόντων που φέρουν Εμπορικό Σήμα (AIM), το 84% των ευρωπαϊκών προμηθευτών μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου, υπήρξαν το 2009 θύματα παραβίασης συμβατικών όρων. Το 77% εξ αυτών απειλήθηκε με διαγραφή, αν δεν παρείχε αδικαιολόγητα πλεονεκτήματα στις μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου, το 63% μείωσε τις τιμές του χωρίς σοβαρή εμπορική αιτία, το δε 60% από αυτούς αναγκάστηκε να προβεί σε πληρωμές χωρίς να υπάρχει κανένα πραγματικό αντάλλαγμα.

2.3.4 Οι τιμολογήσεις των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου προς τους προμηθευτές τους που αποτελούν εκπτώσεις «εκτός τιμολογίου» καθιστούν εντελώς αδιαφανές το σύστημα των τιμών. Ούτε ο προμηθευτής ούτε οποιοσδήποτε εξωτερικός παρατηρητής μπορεί έτσι να γνωρίζει την πραγματική τιμή αγοράς. Οι εμπορικές πολιτικές που βασίζονται στην τεχνική του «διπλού οριακού κέρδους» δημιουργούν σοβαρά προβλήματα στους καταναλωτές και στους προμηθευτές<sup>9</sup>. Θα πρέπει να επιβληθεί ένα διαφανέστερο σύστημα.

## 2.4 Απουσία πραγματικής συμβατικής ελευθερίας

2.4.1 Οι προμηθευτές δέχονται αυτό το πολύ μειονεκτικό γι' αυτούς σύστημα, επειδή δεν έχουν άλλη επιλογή. Για να πωλούν τα προϊόντα τους, χρειάζονται τις μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου. Συνεχίζουν για το λόγο αυτό, να υπογράφουν συμβάσεις πώλησης εφόσον η συνεργασία αυτή τους εξασφαλίζει ένα ελάχιστο περιθώριο κέρδους. Πράγματι, οι καταχρηστικές πρακτικές που χρησιμοποιούν οι διάφορες εταιρείες είναι σχεδόν πανομοιότυπες, και ως εκ τούτου δεν είναι δυνατή η επιλογή της μιας ή της άλλης για καλύτερη συνεργασία. Οι εμπορικές σχέσεις χαρακτηρίζονται από μια ατμόσφαιρα φόβου (απειλή αποκλεισμού των προϊόντων), η οποία αναγνωρίζεται ακόμα και σε επίσημα έγγραφα<sup>10</sup>.

2.4.2 Η εφαρμογή των καταχρηστικών συμβατικών όρων θεωρείται συνήθως μη δεοντολογική. Ωστόσο, δεδομένων των πρακτικών που περιγράφονται παραπάνω, ο ορισμός αυτός φαίνεται

<sup>8</sup> Christian Jacquiau, "Racket dans la grande distribution à la française", Le Monde diplomatique, décembre 2002, pp 4 et 5.

<sup>9</sup> Γνωμοδότηση ΕΟΚΕ «Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη» [EE C 48 της 15.02.2011, σ. 145-149](#)

<sup>10</sup> Για παράδειγμα η έκθεση της Επιτροπής COM(2010)355 final, «Προς μια πιο αποτελεσματική και πιο δίκαιη εσωτερική αγορά εμπορίου και διανομής για το 2020», σ. 8 ή British Institute of International and Comparative Law, "Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain", 23 April 2012, σ. 3..

να είναι ανεπαρκής. Σε μια κατάσταση όπου οι εμπορικοί όροι υπαγορεύονται από το ισχυρότερο μέρος και όπου το άλλο μέρος δεν διαθέτει κανένα περιθώριο άρνησης, μάλλον πρέπει να μιλάμε για εκβιασμό ή αθέμιτη «προστασία». Και υπό αυτές τις περιστάσεις, δεν μπορεί να γίνεται λόγος για συμβατικές ελευθερίες τις οποίες συχνά επικαλούνται οι έμποροι λιανικής πώλησης και οι αρμόδιες αρχές. Όπως δεν υπάρχει συμβατική ελευθερία στην περίπτωση της σχέσης των φυσικών μονοπωλίων (προμηθευτές ηλεκτρικής ενέργειας και φυσικού αερίου, κλπ.) με τους καταναλωτές, είναι ουτοπία να ορίζεται έτσι η πραγματικότητα των σχέσεων μεταξύ μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου και προμηθευτών τροφίμων.

## 2.5 Συνέπειες και εντοπισμός των θυμάτων καταχρηστικών πρακτικών

2.5.1 Η χρήση των καταχρηστικών πρακτικών από τις μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου έχει αρνητικό αντίκτυπο στους προμηθευτές, αλλά και στους καταναλωτές. Οι προμηθευτές, ιδίως οι ΜΜΕ, λόγω αυτών των πρακτικών, αντιμετωπίζουν συχνά μια πολύ δύσκολη οικονομική κατάσταση, η οποία μπορεί να οδηγήσει ορισμένες φορές ακόμη και στην εκκαθάριση της εταιρείας. Οι μεγάλες εταιρείες τροφίμων μπορούν να αποφύγουν ευκολότερα αυτόν τον σκόπελο επειδή είναι σε θέση να αντισταθμίσουν το χαμηλότερο εισόδημα ανά προϊόν με μεγάλες παραδοτέες ποσότητες. Επιπλέον, οι πολυεθνικές τροφίμων διαθέτουν αρκετά μεγάλη διαπραγματευτική ισχύ: οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου δεν μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς τα προϊόντα τους και, ως εκ τούτου, δεν αντιμετωπίζονται με τον ίδιο τρόπο όπως οι ΜΜΕ. Το αποτέλεσμα είναι, όπως για παράδειγμα, στη Γαλλία, οι παραδόσεις των είκοσι μεγάλων πολυεθνικών ομίλων να καλύπτουν το 70 - 80% του κύκλου εργασιών των σούπερ μάρκετ <sup>11</sup>.

2.5.2 Όσον αφορά τους καταναλωτές, οι οποίοι, σύμφωνα με τις αρμόδιες αρχές, είναι οι βασικοί δικαιούχοι αυτού του συστήματος, η πραγματικότητα δεν είναι τόσο ρόδινη όσο δείχνει. Πράγματι, διάφοροι παράγοντες καταδεικνύουν ότι η χρήση των καταχρηστικών πρακτικών έναντι των προμηθευτών επηρεάζει αρνητικά και τους καταναλωτές. Από τη μία πλευρά, οι καταναλωτές δεν ωφελούνται πάντα από τη σχετικά χαμηλή τιμή αγοράς <sup>12</sup> και, από την άλλη, οι δυνατότητες επιλογής είναι πιο περιορισμένες, η ποιότητα πολλών τροφίμων μειώνεται λόγω της μόνιμης πίεσης επί των τιμών αγοράς, και τέλος, αυξάνονται επίσης οι τιμές λιανικής <sup>13</sup>.

2.5.2.1 Οι μεγάλες εταιρείες λιανικού εμπορίου επιδρούν επίσης και σε κοινωνικό επίπεδο, δεδομένου ότι έσπασαν ορισμένα ταμπού της κοινωνικής ζωής. Η Κυριακή, για παράδειγμα δεν αποτελεί πλέον τόσο «άγια» ημέρα όσο στο παρελθόν. Οι υπεραγορές και τα σουπερμάρκετ λειτουργούν πλέον όλες τις ημέρες της εβδομάδας, ακόμη και 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τις συνθήκες εργασίας.

2.5.3 Πέραν του τομέα τροφίμων, το πρόβλημα των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου αφορά και πολλούς άλλους τομείς. Ωστόσο, τα θύματα των καταχρηστικών πρακτικών είναι κυρίως οι προμηθευτές τροφίμων. Οι λόγοι είναι πιθανόν πολλοί, και ένας από αυτούς είναι

<sup>11</sup> Sgheri Marie-Sandrine, "La machine à broyer des PME", Le Point, Paris, no 1957 - 18 Μαρτίου 2010, σελ. 88 - 89.

<sup>12</sup> Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια της κρίσης του γαλακτοκομικού τομέα το 2009, τα σούπερ μάρκετ συνέχισαν για μήνες να πωλούν το γάλα στους καταναλωτές στην ίδια τιμή όπως και πριν, παρά τη σημαντική μείωση της τιμής αγοράς από τους παραγωγούς.

<sup>13</sup> Consumers International, "The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?", 2012, σ. 12, αλλά και γνωμοδότηση ΕΟΚΕ, [EE C 255 της 14.10.2005, σ.48](#).

σίγουρα η ύπαρξη μεγαλύτερης επιλογής αγορών για τους κατασκευαστές προϊόντων εκτός τροφίμων. Εκτός από τα σούπερ μάρκετ, οι παραγωγοί ενδυμάτων, διαφόρων οικιακών συσκευών, βιβλίων ή αθλητικού εξοπλισμού μπορούν να διαθέσουν τα προϊόντα τους και στα δίκτυα ειδικών καταστημάτων. Επομένως, είναι θεμιτό να αποτελούν αντικείμενο ειδικής εξέτασης οι σχέσεις των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου με τους προμηθευτές τροφίμων.

2.5.4 Οι καταχρηστικές πρακτικές σπανίζουν στις σχέσεις μεταξύ των γεωργών και της βιομηχανίας τροφίμων όπου οι επιχειρήσεις του τομέα αυτού διαθέτουν επίσης μια σημαντική αγοραστική ισχύ. Αν από την μία πλευρά, οι διαπραγματεύσεις όσον αφορά την τιμή αγοράς είναι συχνά αρκετά σκληρές, από την άλλη, ο βιομήχανος συνήθως δεν ζητάει από τον προμηθευτή των πρώτων υλών να συνεισφέρει στην αγορά ...μιας νέας γραμμής εμφιάλωσης, σε αντίθεση με την εταιρεία λιανικού εμπορίου η οποία απαιτεί συστηματικά από τον προμηθευτή της να πληρώσει για την ανακαίνιση του καταστήματός της ή για το άνοιγμα νέου.

2.5.5 Εν συντομία, οι περισσότερες καταχρηστικές πρακτικές διαπιστώνονται μόνο στις σχέσεις σουπερμάρκετ - προμηθευτών τροφίμων. Ωστόσο, λόγω των προαναφερθεισών συνεπειών και της έκτασης που λαμβάνουν, οι καταχρηστικές πρακτικές έχουν και ένα τρίτο θύμα: το εθνικό οικονομικό συμφέρον. Πράγματι, η αδυναμία μέρους των προμηθευτών να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου και οι οικονομικές δυσχέρειες που αυτό συνεπάγεται, συμβάλουν στην κατάρρευση ολόκληρου του κλάδου της παραγωγής τροφίμων πολλών κρατών μελών. Ορισμένα κράτη μέλη, τα οποία είχαν κατά το παρελθόν αυτάρκεια όσον αφορά τον εφοδιασμό σε τρόφιμα, έχασαν με αυτόν τον τρόπο μεγάλο μέρος της επισιτιστικής τους ασφάλειας, γεγονός ιδιαίτερα επικίνδυνο κάτω από τις σημερινές συνθήκες.

## 2.6 Πιθανές λύσεις

2.6.1 Εδώ και λίγο καιρό, οι καταχρηστικές πρακτικές των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου έναντι των προμηθευτών τους αποτελούν αντικείμενο ολοένα και πιο συγκεκριμένων επικρίσεων από τις αρχές των διαφόρων κρατών μελών και από τα ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα. Το πρώτο σημαντικό έγγραφο υιοθετήθηκε από την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, το 2005<sup>14</sup>. Αλλά η γραπτή δήλωση των μελών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου<sup>15</sup>, η οποία υπογράφηκε από την πλειοψηφία των βουλευτών, είναι αυτή που τον Ιανουάριο του 2009 προκάλεσε μια πραγματική συζήτηση επί του θέματος. Τη δήλωση ακολούθησαν διάφορα έγγραφα και μελέτες που δημοσιεύθηκαν από την Επιτροπή, το Κοινοβούλιο και την ΕΟΚΕ<sup>16</sup>.

2.6.1.1 Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ανταγωνισμού (ΕΔΑ), το οποίο φέρνει σε επαφή την Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού των 27 κρατών μελών, έχει δημοσιεύσει μια έκθεση μετά από την ανακοίνωση της Επιτροπής για τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων. Στην ανακοίνωση γινόταν έκκληση για μια κοινή προσέγγιση των αρχών ανταγωνισμού στο πλαίσιο του ΕΔΑ για την καλύτερη ανίχνευση

<sup>14</sup> Γνωμοδότηση «Ο κλάδος των μεγάλων λιανοπωλητών — τάσεις και αντίκτυπος σε αγρότες και καταναλωτές», [EE C 255 της 14.10.2005, σ.44-49](#).

<sup>15</sup> WRITTEN DECLARATION no 0088/2007 "on investigating and remedying the abuse of power by large supermarkets operating in the European Union".

<sup>16</sup> Γνωμοδότηση ΕΟΚΕ «Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη», [EE C 48 της 15.02.2011, σ. 145-149](#).

ενδημικών προβλημάτων, ειδικά στις αγορές τροφίμων, και για ταχύ συντονισμό των μελλοντικών δράσεων. Η Επιτροπή δημιούργησε ένα φόρουμ υψηλού επιπέδου σχετικά με τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, η οποία στηρίζεται στις εργασίες διαφόρων πλατφόρμων εμπειρογνομόνων, όπως η πλατφόρμα για τις συμβατικές πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων («business to business»), με εντολή τον προσδιορισμό της καταλληλότερης μεθόδου για την αποφυγή αθέμιτων πρακτικών. Μετά την επίτευξη συμφωνίας μεταξύ όλων των φορέων που εμπλέκονται στην αλυσίδα παραγωγής και διάθεσης τροφίμων όσον αφορά τις βασικές αρχές, η πλατφόρμα έλαβε την εντολή να επιτύχει τη συναίνεση των ενδιαφερομένων σχετικά με την εφαρμογή τους στην πράξη. Προς το παρόν, οι ενδιαφερόμενοι φορείς στο σύνολό τους δεν έχουν καταλήξει σε ικανοποιητική συμφωνία στα πλαίσια ενός εθελούσιου κώδικα δεοντολογίας.

- 2.6.2 Η κατάσταση έχει γίνει πολιτικά ευαίσθητη, και οι αρχές καλούνται συνεχώς να ανταποκριθούν. Ωστόσο, η ρύθμιση μόνο μέσω των δυνάμεων της αγοράς έχει αποτύχει και σπανίως σήμερα θεωρείται ως η βέλτιστη λύση, επειδή τις τελευταίες δεκαετίες που χαρακτηρίζονται από ένα σύστημα εμπορικών σχέσεων που δεν ρυθμίζονται, τα προβλήματα συνέχισαν να επιδεινώνονται. Μεταξύ των πιθανών λύσεων, προωθούνται οι κανονιστικές ρυθμίσεις ή η αυτορρύθμιση, ή η συγκρότηση ομάδων παραγωγών η δύναμη των οποίων θα μπορούσε να αντισταθμίσει την αγοραστική ισχύ των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου.
- 2.6.3 Η θέσπιση κώδικα δεοντολογίας αποτελεί μια «ήπια» λύση. Πρόκειται για μια εθελοντική δέσμευση αποφυγής της προσφυγής στις εν λόγω πρακτικές. Η αυτορρύθμιση εφαρμόστηκε στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Ισπανία και το Βέλγιο. Τα αποτελέσματα δεν είναι ούτε ικανοποιητικά ούτε πειστικά. Πέρα από το γεγονός ότι δεν αποκτήθηκαν θετικές εμπειρίες με την εφαρμογή της αυτορρύθμισης, οι κώδικες δεοντολογίας θέτουν και ένα ζήτημα φιλοσοφικής φύσης. Ποιοι δεοντολογικοί κανόνες πρέπει να ισχύουν στην περίπτωση μιας πολυεθνικής; Οι κανόνες των διοικητικών στελεχών, των μετόχων ή της ίδιας της κοινωνίας; Στην πραγματικότητα, τα ινία μίας πολυεθνικής βρίσκονται στα χέρια των μετόχων, οι οποίοι είναι συνήθως ανώνυμοι και για τους οποίους η απόκτηση μετοχών δεν είναι παρά μία επένδυση καθαρά οικονομική. Δεν φέρουν καμία προσωπική ευθύνη για τη συμπεριφορά της επιχείρησης ή τη χρησιμοποίηση καταχρηστικών πρακτικών. Συνεπώς, στην περίπτωση των μεγάλων εταιρειών λιανικού εμπορίου δύσκολα μπορεί να χρησιμοποιηθεί η δεοντολογία ως κριτήριο αναφοράς.
- 2.6.4 Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, καθώς και άλλες αρχές, συνιστούν με έμφαση στους γεωργούς και στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ομίλους προκειμένου να βελτιώσουν τη διαπραγματευτική τους θέση στις σχέσεις τους με τους αγοραστές των αλυσίδων λιανικού εμπορίου. Ωστόσο, σε ορισμένα κράτη μέλη όπου σχηματίστηκαν τέτοιοι όμιλοι, η πρωτοβουλία αυτή τιμωρήθηκε από τις αρμόδιες αρχές εποπτείας του ανταγωνισμού με το επιχείρημα ότι πρόκειται για συμπράξεις δεσπόζουσας θέσης. Κατά τη γνώμη των αρχών αυτών, οι όμιλοι αυτοί έλεγχαν υπερβολικά μεγάλο μερίδιο της αγοράς. Ωστόσο, λάμβαναν υπόψη μόνο την εγχώρια παραγωγή και όχι τα εισαγόμενα προϊόντα. Για δυσνόητους λόγους, οι αρχές αυτές, όταν προσδιορίζουν το μερίδιο της αγοράς που καταλαμβάνει ένας παράγοντας, κατά κανόνα δεν λαμβάνουν υπόψη το σύνολο των προϊόντων που διατίθενται στην εγχώρια αγορά.
- 2.6.5 Πολλά κράτη μέλη κατέβαλαν φιλότιμες προσπάθειες όσον αφορά την νομική ρύθμιση. Ορισμένα κράτη μέλη απαγόρευαν κάποιες πρακτικές (π.χ. περίπου στα μισά κράτη μέλη απαγορεύεται να πωλούνται προϊόντα κάτω του κόστους), άλλα κράτη μέλη, όπως η Ουγγαρία, η Ιταλία, η Τσεχία, η Ρουμανία, η Σλοβακία και η Πολωνία, θέσπισαν ειδικές τομεακές νομικές ρυθμίσεις ή τροποποίησαν τις ισχύουσες ρυθμίσεις τους όπως η Λετονία



και η Γαλλία. Κατά τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα πολλά πρώην κομμουνιστικά κράτη της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης θέσπισαν νόμους για την καταστολή καταχρηστικών πρακτικών στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Ίσως αυτό να οφείλεται στο γεγονός ότι η κατάσταση σε αυτήν την περιοχή είναι ιδιαίτερα ανησυχητική. Σε αυτές τις χώρες, σε αντιδιαστολή με την κατάσταση στη Δυτική Ευρώπη, το λιανικό εμπόριο μεγάλης κλίμακας ελέγχεται σχεδόν αποκλειστικά από ξένες εταιρείες, οι οποίες διατηρούν ιδιαίτερες σχέσεις με τους προμηθευτές τους στις χώρες καταγωγής τους ή στις χώρες που είχαν παλαιότερα την έδρα τους. Το αποτέλεσμα είναι ο μαρασμός του τομέα της παραγωγής τροφίμων στην περιοχή.

2.6.6 Είναι προφανές ότι οι νόμοι αυτοί δεν εφαρμόζονται πάντα, ιδιαίτερα επειδή οι προμηθευτές που γίνονται θύματα καταχρήσεων φοβούνται να παραπονεθούν για λόγους επιβίωσης. Ωστόσο, οι νόμοι αυτοί συνιστούν καταλληλότερη απάντηση από ό,τι οι κώδικες δεοντολογίας. Αυτό ισχύει διότι αφενός, οι καταχρηστικές πρακτικές δεν είναι απλώς αντίθετες στην δεοντολογία αλλά και ασυμβίβαστες ακόμη και με μία στοιχειώδη δικαιοσύνη. Πέρα από τα προβλήματα που σχετίζονται με την εφαρμογή, αυτό το επιχείρημα και μόνον επαρκεί για την απαγόρευσή τους διά νόμου. Αφετέρου, επειδή στη Γαλλία έχουν ήδη καρποφορήσει οι συστηματικές νομοθετικές προσπάθειες που καταβάλλονται.<sup>17</sup>

2.6.7 Η Επιτροπή, αν και παραδέχεται ότι υπάρχουν προβλήματα, προτιμά προς το παρόν την και 60 ημερών για τα λοιπά προϊόντα. Ιδιαίτερα θα πρέπει να απαγορεύονται τα εξής:

- η άμεση ή έμμεση επιβολή όρων αγοράς, πώλησης ή άλλων δεσμευτικών συμβατικών όρων, καθώς και η επιβολή μη συμβατικών όρων με αναδρομική ισχύ·
- η επιβολή διαφορετικών όρων για ισότιμες υπηρεσίες·
- η εξάρτηση της σύναψης και της εφαρμογής μίας συμφωνίας, καθώς και της συνέχειας και της τακτικότητας των εμπορικών σχέσεων από την προσφορά διευκολύνσεων που δεν έχουν ουδεμία σχέση είτε με το αντικείμενο της σύμβασης είτε με την συγκεκριμένη εμπορική σχέση·
- η αποδοχή μη ενδεδειγμένων υπηρεσιών που δεν δικαιολογούνται από τη φύση ή το αντικείμενο των εμπορικών σχέσεων·
- η υιοθέτηση οποιασδήποτε άλλης αθέμιτης συμπεριφοράς όσον αφορά την εμπορική σχέση στο σύνολό της.

Βρυξέλλες, 9 Ιανουαρίου 2013

Ο πρόεδρος  
του ειδικευμένου τμήματος  
"Γεωργία, αγροτική ανάπτυξη, περιβάλλον"

Mario CAMPLI

---

<sup>17</sup> Σύμφωνα με στοιχεία του γαλλικού φορέα DGCCRF (Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού, Κατανάλωσης και Καταπολέμησης της Απάτης) τα κέρδη «εκτός τιμολογίου» των μεγάλων αλυσίδων λιανικού εμπορίου έχουν περιοριστεί σε αποδεκτό επίπεδο.



**ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ  
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ  
ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ**

**Αντιμετώπιση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών (ΑΘΕΠ) στην  
αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων από επιχείρηση σε επιχείρηση**

**11. ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων διασφαλίζει την παροχή τροφίμων και ποτών στο ευρύ κοινό για προσωπική ή οικιακή κατανάλωση. Επηρεάζει όλους τους καταναλωτές στην ΕΕ, σε καθημερινή βάση, και αντιστοιχεί σε σημαντικό μέρος του μέσου προϋπολογισμού των νοικοκυριών<sup>1</sup>. Πριν φθάσει το προϊόν στον καταναλωτή, διάφοροι φορείς της αγοράς (παραγωγοί, μεταποιητές, έμποροι λιανικής κ.λπ.) προσθέτουν αξία σε αυτό και διαμορφώνουν την τελική τιμή που καταβάλλει ο καταναλωτής. Από την άποψη αυτή, η ενιαία αγορά έχει αποφέρει σημαντικά οφέλη στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. Οι προμηθευτές και οι έμποροι λιανικής, μικροί και μεγάλοι, έχουν πλέον περισσότερες ευκαιρίες στην αγορά και ευρύτερη πελατειακή βάση. Το διασυνοριακό εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ αντιστοιχεί σήμερα σε ποσοστό περίπου 20% της συνολικής παραγωγής τροφίμων και ποτών στην ΕΕ και τουλάχιστον το 70% των συνολικών εξαγωγών αγροδιατροφικών προϊόντων από τα κράτη μέλη της ΕΕ έχει ως προορισμό άλλα κράτη μέλη της ΕΕ<sup>2</sup>. Ως εκ τούτου, η εύρυθμη λειτουργία και η αποδοτικότητα της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων σε ολόκληρη την ΕΕ μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην ενιαία αγορά.

Ωστόσο, κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, διάφορες εξελίξεις, όπως η αύξηση της συγκέντρωσης και η κάθετη ολοκλήρωση των φορέων της αγοράς σε ολόκληρη την ΕΕ, έχουν επιφέρει διαρθρωτικές αλλαγές στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. Οι εξελίξεις αυτές έχουν συντελέσει στη διαμόρφωση μιας κατάστασης όπου οι μεμονωμένες εμπορικές σχέσεις μεταξύ των παραγόντων της αλυσίδας χαρακτηρίζονται από πολύ διαφορετικά επίπεδα διαπραγματευτικής ισχύος και από οικονομικές ανισορροπίες. Παρότι οι διαφορές ως προς τη διαπραγματευτική ισχύ είναι συνήθεις και νόμιμες στις εμπορικές σχέσεις, η κατάχρηση των διαφορών αυτών ενδέχεται, σε ορισμένες περιπτώσεις, να οδηγήσει σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (ΑΘΕΠ)<sup>3</sup>.

Οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές μπορούν να οριστούν, σε γενικές γραμμές, ως πρακτικές που παρεκκλίνουν σε μεγάλο βαθμό από την ορθή εμπορική συμπεριφορά, αντιβαίνουν στην καλή πίστη και τα χρηστά συναλλακτικά ήθη και επιβάλλονται μονομερώς από έναν εμπορικό εταίρο σε έναν άλλο.

Η παρούσα ανακοίνωση δεν προβλέπει ενέργειες κανονιστικών ρυθμίσεων σε επίπεδο ΕΕ και δεν υποδεικνύει ενιαία λύση για την αντιμετώπιση του ζητήματος των ΑΘΕΠ, αλλά ενθαρρύνει μάλλον τα ενδιαφερόμενα μέρη και τα κράτη μέλη να αντιμετωπίσουν τις ΑΘΕΠ με κατάλληλο και αναλογικό τρόπο, λαμβάνοντας υπόψη τις εθνικές περιστάσεις και τις βέλτιστες πρακτικές. Ενθαρρύνει τους οικονομικούς παράγοντες στην ευρωπαϊκή αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων να συμμετάσχουν σε εθελοντικά συστήματα που αποσκοπούν στην προώθηση των βέλτιστων πρακτικών και στον περιορισμό των ΑΘΕΠ. Δίνει επίσης βαρύτητα στον σημαντικό ρόλο της αποτελεσματικής έννομης προστασίας. Η Επιτροπή δεσμεύεται να εξακολουθήσει να εργάζεται σε

<sup>1</sup> Οι δαπάνες για τρόφιμα αντιστοιχούν περίπου στο 14% του μέσου προϋπολογισμού των νοικοκυριών στην ΕΕ (δεδομένα από την έρευνα της Eurostat για τον προϋπολογισμό των νοικοκυριών – HBS-Household Budget Survey).

<sup>2</sup> Έκθεση του Φόρουμ Υψηλού Επιπέδου για τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, Δεκέμβριος 2012.

<sup>3</sup> Βλ. ανακοίνωση της Επιτροπής COM(2009) 591: Βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων στην Ευρώπη [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/publication16061\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication16061_en.pdf)

στενή συνεργασία με τα κράτη μέλη και τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη· όλοι οι εμπλεκόμενοι θα χρειαστεί να διαδραματίσουν τον ρόλο τους προκειμένου να συμβάλουν στην εξάλειψη των ΑΘΕΠ.

## 12. ΙΣΤΟΡΙΚΟ

Αν και είναι δύσκολο να αξιολογηθεί η πλήρης έκταση και συχνότητα του προβλήματος των ΑΘΕΠ, το ζήτημα έχει αναγνωριστεί από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. Ορισμένες έρευνες δείχνουν ότι οι ΑΘΕΠ εμφανίζονται σχετικά συχνά, τουλάχιστον σε ορισμένα τμήματα της αλυσίδας εφοδιασμού. Για παράδειγμα, σε μια έρευνα σε επίπεδο ΕΕ μεταξύ των προμηθευτών στην αλυσίδα τροφίμων, το 96% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι είχαν ήδη υποστεί μία τουλάχιστον μορφή ΑΘΕΠ<sup>4</sup>. Έρευνες έχουν επίσης διεξαχθεί και σε εθνικό επίπεδο. Σε μια έκθεση της ισπανικής αρχής ανταγωνισμού για τις σχέσεις μεταξύ μεταποιητών και εμπόρων λιανικής στον τομέα των τροφίμων, το 56% των προμηθευτών που απάντησαν δήλωσαν ότι συνέβαιναν, συχνά ή περιστασιακά, αναδρομικές αλλαγές των συμβατικών όρων<sup>5</sup>. Μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την ιταλική αρχή ανταγωνισμού δείχνει ότι το 57% των παραγωγών, συχνά ή πάντοτε, δέχονται αναδρομικές μονομερείς αλλαγές, επειδή φοβούνται εμπορικά αντίποινα, σε περίπτωση άρνησης των αλλαγών<sup>6</sup>.

Οι ΑΘΕΠ μπορεί να έχουν επιζήμιες επιπτώσεις, ιδίως σε ΜΜΕ της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων<sup>7</sup>. Μπορούν να επηρεάσουν την ικανότητα των ΜΜΕ να επιβιώσουν στην αγορά, να πραγματοποιήσουν νέες οικονομικές επενδύσεις σε προϊόντα και τεχνολογία, και να αναπτύξουν διασυννοριακές δραστηριότητες στην ενιαία αγορά. Αν και είναι δύσκολο να εκτιμηθεί σε ποσοτικούς όρους το σύνολο των επιπτώσεων των ΑΘΕΠ στην αγορά, ο άμεσος αρνητικός αντίκτυπος στα μέρη που θίγονται από τις πρακτικές αυτές είναι αδιαμφισβήτητος. Στην προαναφερθείσα πανευρωπαϊκή έρευνα, το 83% των ερωτηθέντων, που δήλωσαν ότι υπέστησαν ΑΘΕΠ, ανέφεραν ότι οι ΑΘΕΠ αύξησαν το κόστος τους και το 77% ανέφεραν ότι οι ΑΘΕΠ μείωσαν τα έσοδά τους. Επιπλέον, ενδέχεται να υπάρχουν και έμμεσες επιπτώσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού, οι οποίες έγκεινται, κυρίως, στο γεγονός ότι ορισμένες ΜΜΕ δεν αποπειρώνται καν να συνάψουν εμπορικές σχέσεις, λόγω του κινδύνου να τους επιβληθούν ΑΘΕΠ.

Η νέα κοινή γεωργική πολιτική (ΚΓΠ)<sup>8</sup> και η νέα κοινή αλιευτική πολιτική (ΚΑΠ)<sup>9</sup>, ενισχύουν τη θέση των παραγωγών στην αλυσίδα εφοδιασμού έναντι των οικονομικών παραγόντων του επόμενου σταδίου, ιδίως με την υποστήριξη της δημιουργίας και της ανάπτυξης οργανώσεων παραγωγών. Η νέα ενιαία κοινή οργάνωση των αγορών, περιλαμβάνει στοιχεία που αποσκοπούν στον περιορισμό του χάσματος ως προς τη διαπραγματευτική ισχύ μεταξύ γεωργών και άλλων μερών της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, σε ορισμένους επιλεγμένους τομείς (γάλα, ελαιόλαδο, βόειο κρέας και αροτραίες καλλιέργειες). Οι νέοι κανόνες παρέχουν επίσης στα κράτη μέλη τη δυνατότητα να απαιτούν υποχρεωτικές γραπτές συμβάσεις σε άλλους γεωργικούς τομείς, που υπόκεινται σε μέτρα διασφάλισης τα οποία εγγυώνται ότι οι εν λόγω διατάξεις δεν διαταράσσουν την εύρυθμη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Η μεταρρύθμιση της ΚΓΠ, ιδίως μέσω της νέας κοινής οργάνωσης των αγορών, περιλαμβάνει στοιχεία που αποσκοπούν στον περιορισμό του

<sup>4</sup> Έρευνα σχετικά με τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στην Ευρώπη, του Μαρτίου 2011, που διοργανώθηκε από την Dedicated για λογαριασμό της CIAA (Συνομοσπονδία Βιομηχανιών Τροφίμων και Ποτών της ΕΕ) και της AIM (Ευρωπαϊκή Ένωση Βιομηχανιών Προϊόντων που φέρουν Εμπορικό Σήμα).

<sup>5</sup> Έκθεση για τις σχέσεις μεταξύ μεταποιητών και εμπόρων λιανικής στον τομέα των τροφίμων, της Comision Nacional de la Competencia, του Οκτωβρίου 2011.

<sup>6</sup> Indagine conoscitiva sul settore della GDO – IC43, Αύγουστος 2013.

<sup>7</sup> Βλ. επίσης ανακοίνωση της Επιτροπής COM(2011) 78 τελικό: Ανασκόπηση της πρωτοβουλίας «Small Business Act» για την Ευρώπη, στην οποία αναφέρεται ότι «Επιπλέον, οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν συχνά αθέμιτους συμβατικούς όρους και πρακτικές που επιβάλλονται από διάφορους συντελεστές της αλυσίδας εφοδιασμού».

<sup>8</sup> Στο πλαίσιο του νέου προγράμματος αγροτικής ανάπτυξης, προβλέπονται μέτρα στήριξης για τη δημιουργία και την ανάπτυξη οργανώσεων παραγωγών, τα οποία μπορούν να βοηθήσουν τους παραγωγούς να αντιμετωπίσουν τους μεγαλύτερους αγοραστές.

<sup>9</sup> Η νέα κοινή οργάνωση των αγορών των προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας (κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1379/2013) παρέχει στήριξη στις οργανώσεις παραγωγών για τη βελτίωση της διάθεσης των προϊόντων τους στην αγορά, καθώς και της θέσης τους στην αγορά, μέσω σχεδίων παραγωγής και εμπορικής προώθησης.

χάσματος ως προς τη διαπραγματευτική ισχύ μεταξύ γεωργών και άλλων μερών της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων.

Ορισμένα κράτη μέλη έχουν αντιμετωπίσει τις ΑΘΕΠ σε εθνικό επίπεδο, ακολουθώντας πολλές διαφορετικές προσεγγίσεις, άλλες κανονιστικού χαρακτήρα και άλλες βασισμένες σε συστήματα αυτορρυθμισμού μεταξύ των φορέων της αγοράς. Στις περιπτώσεις όπου υφίστανται κανονιστικές διατάξεις, οι διατάξεις αυτές διαφέρουν όσον αφορά τον χαρακτήρα, το επίπεδο και τη νομική μορφή της προστασίας που παρέχουν έναντι των ΑΘΕΠ.

Η ύπαρξη ΑΘΕΠ και η επιζήμια επίδρασή τους στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων έχει επίσης αναγνωριστεί από τα ενδιαφερόμενα μέρη στο Φόρουμ Υψηλού Επιπέδου για τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, το οποίο συστάθηκε από την Επιτροπή το 2010<sup>10</sup>. Τα ενδιαφερόμενα μέρη, αναγνωρίζοντας την ανάγκη να αντιμετωπιστεί το ζήτημα σε ευρωπαϊκό επίπεδο, συγκρότησαν ένα πλαίσιο αυτορρυθμισμού (την Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού), που επικροτήθηκε από την Επιτροπή και που, μετά από εννέα μήνες, δείχνει ότι έχει υιοθετηθεί από εμπόρους λιανικής και χονδρικής, καθώς και εταιρείες μεταποίησης και ορισμένες ΜΜΕ. Ωστόσο ορισμένα ενδιαφερόμενα μέρη – συγκεκριμένα, οι γεωργοί και η βιομηχανία μεταποίησης κρέατος – δεν συμμετέχουν στο πλαίσιο αυτό σε επίπεδο ΕΕ. Μολονότι οι γεωργοί εκπροσωπούνται σε εθνικές πλατφόρμες σε ορισμένα κράτη μέλη<sup>11</sup>, μόνον τέσσερις γεωργικές επιχειρήσεις έχουν ενταχθεί στο προαναφερθέν πλαίσιο σε επίπεδο ΕΕ. Επιπλέον, το εν λόγω πλαίσιο δεσμεύει μόνον τις εταιρείες που αποφάσισαν να προσχωρήσουν σε αυτό.

Το αποτέλεσμα είναι ότι, σήμερα, εξακολουθεί να υπάρχει μεγάλη απόκλιση ως προς τον τρόπο με τον οποίον αντιμετωπίζονται στην ΕΕ τα ζητήματα ΑΘΕΠ στις αλυσίδες εφοδιασμού τροφίμων.

Τα δυνητικά οφέλη από τον περιορισμό των ΑΘΕΠ μπορούν να είναι σημαντικά, ιδίως για τις ΜΜΕ και τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, καθώς αυτές έχουν περισσότερες πιθανότητες να θιγούν από τις ΑΘΕΠ και τις επιπτώσεις τους, σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι οι ΑΘΕΠ που εφαρμόζονται εντός της ΕΕ ενδέχεται να έχουν άμεσες ή έμμεσες επιπτώσεις σε παραγωγούς και εταιρείες εκτός ΕΕ, μεταξύ άλλων σε αναπτυσσόμενες χώρες.

Στο πλαίσιο αυτό, στόχος της παρούσας ανακοίνωσης είναι να συμβάλει στην οικοδόμηση θεμιτών και βιώσιμων εμπορικών σχέσεων και στην επικράτηση ίσων όρων ανταγωνισμού για τους φορείς της αγοράς στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, βοηθώντας στη μείωση των επιζήμιων επιπτώσεων και των πιθανών διασυννοριακών εμποδίων που προκαλούν οι ΑΘΕΠ, ιδίως για τις ΜΜΕ.

### **13. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΘΕΠ**

Οι πιθανές συνέπειες των ΑΘΕΠ σε επίπεδο ΕΕ έχουν προκαλέσει ανησυχίες τόσο στους κόλπους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής όσο και στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. Τον Ιανουάριο του 2012, το Κοινοβούλιο ενέκρινε ψήφισμα<sup>12</sup>, στο οποίο επισημαίνεται η ευρωπαϊκή διάσταση των ανισορροπιών στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε αθέμιτες πρακτικές. Στο εν λόγω ψήφισμα περιλαμβάνεται κατάλογος με συγκεκριμένες ΑΘΕΠ και διατυπώνεται έκκληση να αποτελέσουν αντικείμενο ειδικών κανονιστικών ρυθμίσεων, εποπτείας και κυρώσεων.

Προκειμένου να γίνει καλύτερα κατανοητό το ζήτημα, η Επιτροπή δημοσίευσε, τον Ιανουάριο του 2013, Πράσινη Βίβλο για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, με σκοπό να συγκεντρωθούν οι απόψεις των ενδιαφερόμενων μερών σχετικά με την εμφάνιση ΑΘΕΠ στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων<sup>13</sup>, και να προσδιοριστούν πιθανοί τρόποι για την αντιμετώπισή τους. Από τα αποτελέσματα της δημόσιας διαβούλευσης που ακολούθησε προέκυψαν

<sup>10</sup> Απόφαση της Επιτροπής, της 30ής Ιουλίου 2010, για τη σύσταση φόρουμ υψηλού επιπέδου για τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων (2010/C 210/03).

<sup>11</sup> Βέλγιο, Γερμανία, Κάτω Χώρες και Φινλανδία.

<sup>12</sup> Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με τις ανισότητες στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, της 19.1.2012.

<sup>13</sup> Πράσινη βίβλος για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στην αλυσίδα εφοδιασμού από επιχείρηση σε επιχείρηση τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων στην Ευρώπη COM(2013) 37, 31 Ιανουαρίου 2013.

τα εξής σημαντικά στοιχεία.

- Παρότι, καταρχήν, αθέμιτες εμπορικές πρακτικές μπορούν να υπάρχουν σε οποιονδήποτε τομέα, από τα σχόλια των ενδιαφερόμενων μερών στην Πράσινη Βίβλο προκύπτει ότι οι εν λόγω πρακτικές δημιουργούν ιδιαίτερα προβλήματα στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.
- Οι κυριότερες κατηγορίες ΑΘΕΠ που προσδιορίστηκαν στην Πράσινη Βίβλο και επιβεβαιώθηκαν από πολλά ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να περιγραφούν ως ακολούθως:
  - αναδρομική κατάχρηση απροσδιόριστων, διαφορούμενων ή ελλιπών συμβατικών όρων από εμπορικό εταίρο
  - υπερβολική και απρόβλεπτη μεταφορά του κόστους ή των κινδύνων από έναν εμπορικό εταίρο στον αντισυμβαλλόμενο του
  - χρήση εμπιστευτικών πληροφοριών από εμπορικό εταίρο
  - αθέμιτη λύση ή διακοπή εμπορικής σχέσης.
- Ως προβληματική πρακτική προσδιορίστηκαν επίσης διάφοροι εδαφικοί περιορισμοί εφοδιασμού. Οι περιορισμοί αυτοί, ορισμένες φορές, επιβάλλονται από πολυεθνικούς προμηθευτές σε εμπόρους λιανικής, εμποδίζοντάς τους να προμηθεύονται πανομοιότυπα εμπορεύματα διασυννοριακά ή από μια κεντρική πηγή. Ωστόσο, οι εδαφικοί περιορισμοί είναι διαφορετικής φύσεως από τις κατηγορίες των ΑΘΕΠ που αναφέρθηκαν ανωτέρω και, ως εκ τούτου, η Επιτροπή θα τους αξιολογήσει χωριστά.
- Οι άμεσες επιπτώσεις των προαναφερόμενων ΑΘΕΠ, ιδίως όταν επιβάλλονται με απρόβλεπτο τρόπο, μπορούν να οδηγήσουν σε αδικαιολόγητες δαπάνες ή σε έσοδα κατώτερα του αναμενομένου για τον εμπορικό εταίρο που βρίσκεται σε μειονεκτική διαπραγματευτική θέση. Οι απρόβλεπτες αλλαγές των συμβατικών όρων μπορεί επίσης να οδηγήσουν σε υπερπαραγωγή και να έχουν ως αποτέλεσμα την άσκοπη σπατάλη τροφίμων. Όταν ένας εμπορικός εταίρος υφίσταται τις συνέπειες αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, ή υπάρχει πιθανότητα να υποστεί τις συνέπειες αυτές στο μέλλον, μπορεί να επηρεαστεί η δυνατότητα ή η προθυμία του να χρηματοδοτήσει επενδύσεις. Η Επιτροπή διενεργεί επίσης τώρα μελέτη σχετικά με την επιλογή και την καινοτομία στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Με τον τρόπο αυτόν θα αποσαφηνιστούν οι εξελίξεις και οι κινητήριες δυνάμεις των επιλογών και της καινοτομίας σε επίπεδο συνολικής αγοράς. Επιπλέον, το ανομοιομορφο κανονιστικό περιβάλλον για την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ σε εθνικό επίπεδο συνεπάγεται ότι οι ΜΜΕ — με τους περιορισμένους νομικούς τους πόρους — έρχονται αντιμέτωπες με μια σύνθετη κατάσταση όσον αφορά τις ΑΘΕΠ και τα πιθανά ένδικα μέσα προστασίας από αυτές. Η απορρέουσα αβεβαιότητα ενδέχεται να αποτρέψει ορισμένες εταιρείες, ιδίως ΜΜΕ, από το να εισέλθουν σε νέες γεωγραφικές αγορές ή ακόμη να δραστηριοποιηθούν στο διασυννοριακό εμπόριο. Αυτό κατέστη σαφές από μια πανευρωπαϊκή έρευνα μεταξύ των γεωργών και των παραγωγών του πρωτογενούς τομέα στην αγορά αγροδιατροφικών προϊόντων. Το 46% των ερωτηθέντων που συμμετείχαν στην έρευνα θεωρούσαν ότι οι ΑΘΕΠ έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην πρόσβαση σε νέες αγορές ή σε διασυννοριακές δραστηριότητες<sup>14</sup>.

## **14. ΤΟ ΑΝΟΜΟΙΟΜΟΡΦΟ ΤΟΠΙΟ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΘΕΠ**

### **ΣΤΗΝ ΕΕ**

#### **4.1 Κατακερματισμός ως προς την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ**

Μέχρις ενός σημείου, το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο σε επίπεδο ΕΕ περιέχει ορισμένους κανόνες

<sup>14</sup>

Επιπτώσεις των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών στον ευρωπαϊκό αγροδιατροφικό τομέα, του Απριλίου 2013, που διοργανώθηκε από την Dedicated για λογαριασμό της COPA-COGECA (Επιτροπή Γεωργικών Επαγγελματικών Οργανώσεων της ΕΕ-Γενική Επιτροπή Γεωργικής Συνεργασίας της ΕΕ)

που αποσκοπούν στην αντιμετώπιση των αθέμιτων πρακτικών στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων ή πέραν αυτής. Τα υφιστάμενα μέσα, όπως η προαναφερθείσα μεταρρύθμιση της ΚΓΠ, το δίκαιο περί ανταγωνισμού, το πλαίσιο σχετικά με τις πρακτικές μάρκετινγκ<sup>15</sup>, τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές<sup>16</sup>, η προταθείσα οδηγία περί εμπορικών απορρήτων<sup>17</sup> και άλλες διατομεακές νομοθετικές διατάξεις, μπορούν να αποδειχθούν χρήσιμα για την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ σε ορισμένες καταστάσεις, αλλά, στις περισσότερες περιπτώσεις, δεν ισχύουν για τις συγκεκριμένες ΑΘΕΠ που αναφέρονται ανωτέρω. Η πρόταση κανονισμού σχετικά με τη θέσπιση κοινού ευρωπαϊκού δικαίου των πωλήσεων<sup>18</sup> απαγορεύει ορισμένους καταχρηστικούς όρους στις συμβάσεις μεταξύ επιχειρήσεων, παρέχοντας ενδεχομένως χρήσιμη σαφήνεια σε βιώσιμες μακροχρόνιες σχέσεις. Παρά ταύτα, η εφαρμογή αυτής της νομοθετικής πράξης, εφόσον συμφωνηθεί από τους συννομοθέτες, θα εξαρτάται από διμερείς συμφωνίες μεταξύ των ενδιαφερόμενων εμπορικών εταιρών.

Υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις στον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζονται οι ΑΘΕΠ σε εθνικό επίπεδο. Μερικά κράτη μέλη έχουν θεσπίσει κανονιστικά μέτρα, αλλά ορισμένα εξ αυτών έχουν επιλέξει προσεγγίσεις αυτορρύθμισης ή δεν έχουν αναλάβει συγκεκριμένη δράση κατά των ΑΘΕΠ στις αλυσίδες εφοδιασμού, βασιζόμενα, αντιθέτως, σε γενικές αρχές. Τα κράτη μέλη που επεδίωξαν να καταπολεμήσουν συγκεκριμένα τις ΑΘΕΠ μέσω της νομοθεσίας τους είτε έχουν θεσπίσει ειδικούς κανόνες για τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων, είτε έχουν συμπληρώσει το εθνικό τους δίκαιο περί ανταγωνισμού, είτε έχουν επεκτείνει την εφαρμογή της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές<sup>19</sup> στις σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων. Ορισμένα κράτη μέλη που είχαν αρχικά αντιμετωπίσει τις ΑΘΕΠ μέσω εθελοντικών προσεγγίσεων, στη συνέχεια αποφάσισαν να αντιμετωπίσουν τις πρακτικές αυτές με τη θέσπιση νομοθεσίας.

Η ποικιλία των προσεγγίσεων που ακολουθούνται συνεπάγεται ότι η έκταση και το είδος της παρεχόμενης προστασίας έναντι των ΑΘΕΠ, καθώς και οι ενδεχόμενοι υφιστάμενοι μηχανισμοί επιβολής, θα εξαρτώνται από τον τόπο στον οποίο είναι εγκατεστημένη η εταιρεία με ισχυρή διαπραγματευτική ισχύ, η οποία εφαρμόζει ΑΘΕΠ. Κάτι τέτοιο μπορεί να αποδειχθεί προβληματικό σε μια κατάσταση όπου αυξάνονται οι δημόσιες συμβάσεις με συμμετοχή από πολλές χώρες. Επιπλέον, οι δημόσιες αρχές, στις απαντήσεις που έδωσαν στο πλαίσιο της διαβούλευσης σχετικά με την Πράσινη Βίβλο, ανέφεραν μεμονωμένες περιπτώσεις «άγρας δικαστηρίου», η οποία συνιστά πρακτική όπου το ισχυρότερο συμβαλλόμενο μέρος καθορίζει μονομερώς το κράτος μέλος, και κατ'επέκταση το κανονιστικό πλαίσιο, στο οποίο ισχύει η σύμβαση, προκειμένου να αποφύγει τα εθνικά πλαίσια που προβλέπουν αυστηρότερα μέτρα κατά των ΑΘΕΠ. Το ζήτημα αυτό τέθηκε ρητώς από 5 κράτη μέλη, στο πλαίσιο της δημόσιας διαβούλευσης και κατά τη διάρκεια των συζητήσεων σε διάφορα φόρα ενδιαφερόμενων μερών τα οποία έχει διοργανώσει η Επιτροπή.

## 4.2 Επιβολή

Οποιοδήποτε μέρος εκτίθεται σε ΑΘΕΠ μπορεί, κατ'αρχήν, να ζητήσει έννομη προστασία στο πλαίσιο προσφυγής στη δικαιοσύνη, βάσει διατάξεων του γενικού αστικού δικαίου κατά των καταχρηστικών συμβατικών ρητρών. Ωστόσο, κάποια ενδιαφερόμενα μέρη, ιδίως ΜΜΕ, έχουν επισημάνει ότι η προσφυγή στα δικαστήρια συχνά δεν συνιστά, στην πράξη, αποτελεσματικό τρόπο αντιμετώπισης των ΑΘΕΠ. Πρώτον, οι δικαστικές διαμάχες είναι εν γένει δαπανηρές και χρονοβόρες. Δεύτερον, και ίσως πιο σημαντικό, το ασθενέστερο μέρος σε μια εμπορική σχέση στην

<sup>15</sup> Οδηγία [2006/114/EK](#) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση.

<sup>16</sup> Οδηγία 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 5ης Απριλίου 1993, σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές.

<sup>17</sup> Πρόταση οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία της τεχνολογίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων) κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψής τους, της 28ης Νοεμβρίου 2013 COM(2013) 813 final.

<sup>18</sup> Πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τη θέσπιση κοινού ευρωπαϊκού δικαίου των πωλήσεων, της 11ης Οκτωβρίου 2011 COM(2011) 635 τελικό.

<sup>19</sup> Οδηγία 2005/29/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά.

αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων (το οποίο στις περισσότερες περιπτώσεις είναι ΜΜΕ) συχνά φοβάται ότι η κίνηση δικαστικής διαδικασίας από μέρους του μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη λύση της εμπορικής σχέσης από το ισχυρότερο μέρος (ο «παράγοντας του φόβου»). Το γεγονός αυτό μπορεί να αποθαρρύνει τα μέρη που υφίσταται τις συνέπειες αθέμιτων εμπορικών πρακτικών να προβούν σε προσφυγή, πράγμα το οποίο, με τη σειρά του, μπορεί να περιορίσει τον αποτρεπτικό παράγοντα για τον εμπορικό εταίρο που εφαρμόζει ΑΘΕΠ.

Επί αυτής της βάσεως, κάποια κράτη μέλη έχουν καθιερώσει άλλους μηχανισμούς έννομης προστασίας για την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ στις κάθετες αλυσίδες εφοδιασμού. Ορισμένα κράτη μέλη έχουν ορίσει μια αρχή επιβολής που είναι ανεξάρτητη από τους παράγοντες της αγοράς, και ορισμένα άλλα κράτη μέλη εξετάζουν σήμερα το ενδεχόμενο μεταρρυθμίσεων προς την κατεύθυνση αυτή.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, είναι εντεταλμένη η εθνική αρχή ανταγωνισμού για την επιβολή κανόνων κατά της καταχρηστικής συμπεριφοράς έναντι οικονομικώς εξαρτημένων επιχειρήσεων και/ή της κατάχρησης της ισχυρότερης διαπραγματευτικής θέσης. Ωστόσο, υπάρχουν επίσης παραδείγματα κρατών μελών που έχουν ορίσει άλλες υφιστάμενες αρχές (π.χ. αρχές αρμόδιες για ζητήματα που άπτονται των τροφίμων ή για την προστασία των καταναλωτών) ή έχουν συστήσει νέες διοικητικές αρχές για την επιβολή των κανόνων κατά των ΑΘΕΠ. Αρκετές από τις αρχές αυτές έχουν εξουσία διεξαγωγής ερευνών και, κατά κανόνα, δέχονται εμπιστευτικές καταγγελίες.

Σε κάποια άλλα κράτη μέλη έχει καθιερωθεί από τα ενδιαφερόμενα μέρη εθελοντικός μηχανισμός επίλυσης διαφορών, στο πλαίσιο του οποίου τα μέρη προσπαθούν να επιλύσουν τις διαφορές εξωδικαστικά. Σε άλλες περιπτώσεις, έχει επιλεγεί «μικτή προσέγγιση», η οποία συνίσταται από εθελοντικά συστήματα που συμπληρώνονται από δημόσιους μηχανισμούς επιβολής

Οι γεωργοί και οι προμηθευτές που είναι ΜΜΕ τονίζουν ότι η ύπαρξη διοικητικής αρχής, που διαθέτει εξουσία να κινεί έρευνες και να δέχεται εμπιστευτικές καταγγελίες για εικαζόμενες ΑΘΕΠ, έχει κρίσιμη σημασία για την αντιμετώπιση του παράγοντα του φόβου που περιγράφηκε ανωτέρω. Τα περισσότερα από τα εν λόγω ενδιαφερόμενα μέρη ζητούν τη σύσταση ανεξάρτητου φορέα επιβολής σε εθνικό επίπεδο, διότι η ουσιαστική επιβολή των κανόνων είναι παράγοντας αποφασιστικής σημασίας για τη μείωση της εμφάνισης ΑΘΕΠ.

Αλλα ενδιαφερόμενα μέρη θεωρούν ότι θα πρέπει, κατά πρώτον, να εξεταστεί το ενδεχόμενο εφαρμογής εθελοντικών πλαισίων και λύσεων αυτορρύθμισης. Εφόσον τα μοντέλα αυτά αποδειχθούν ανεπαρκή για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ, θα μπορούσε να εξεταστεί το ενδεχόμενο σύστασης ανεξάρτητης αρχής.

#### 4.3 Η Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού

Η Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του Φόρουμ Υψηλού Επιπέδου της Επιτροπής για τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, το οποίο αποτελείται από εκπροσώπους των εθνικών αρχών και των βασικών ενδιαφερόμενων μερών σε επίπεδο ΕΕ από την πλευρά των προμηθευτών και των εμπόρων λιανικής του τομέα των τροφίμων. Τον Νοέμβριο του 2011, όλοι οι εκπρόσωποι της αγοράς που συμμετέχουν στην ομάδα εργασίας του Φόρουμ για τις ΑΘΕΠ συμφώνησαν από κοινού σε μια σειρά αρχών ορθής πρακτικής στις κάθετες σχέσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων<sup>20</sup>. Στις αρχές αυτές περιλαμβάνονται: προβλεψιμότητα των αλλαγών στους συμβατικούς όρους· ευθύνη για τον ίδιο επιχειρηματικό κίνδυνο· και το βάσιμο των αιτημάτων και των χρεώσεων.

Σε δεύτερο στάδιο, δρομολογήθηκε, τον Σεπτέμβριο του 2013, ένα εθελοντικό πλαίσιο για την εφαρμογή των αρχών ορθής πρακτικής (η Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού)<sup>21</sup>. Στην Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού μπορούν να συμμετέχουν μεμονωμένες εταιρείες, αφού αξιολογήσουν τη συμμόρφωσή τους με τις αρχές ορθής πρακτικής. Σύμφωνα με το πλαίσιο και υπό ορισμένες προϋποθέσεις, είναι δυνατή η διευθέτηση μεμονωμένων διαφορών μέσω μηχανισμών

<sup>20</sup> <http://www.supplychaininitiative.eu>.

<sup>21</sup> Όπως ανωτέρω.

επίλυσης διαφορών, διαμεσολάβησης και διαιτησίας. Για την αποτροπή των ΑΘΕΠ, το πλαίσιο εφαρμογής εστιάζεται σε οργανωτικές απαιτήσεις σε εταιρικό επίπεδο, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται η κατάρτιση του προσωπικού και η ικανότητα συμμετοχής σε μηχανισμούς επίλυσης διαφορών που ορίζονται στο πλαίσιο. Παραβιάσεις των εν λόγω οργανωτικών απαιτήσεων μπορεί να οδηγήσουν στον αποκλεισμό της συγκεκριμένης εταιρείας από την πρωτοβουλία. Το πλαίσιο υποχρεώνει τα μέλη του να παρέχουν διαβεβαίωση ότι τα ασθενέστερα μέρη που χρησιμοποιούν τους μηχανισμούς επίλυσης διαφορών δεν θα υφίστανται εμπορικά αντίποινα.

Τη διαχείριση της πρωτοβουλίας ασκεί ομάδα διακυβέρνησης που αποτελείται από διάφορες ενώσεις ενδιαφερόμενων μερών, οι οποίες εκπροσωπούν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. Έως σήμερα, εννέα μήνες μετά την έναρξή της, έχουν εγγραφεί 98 όμιλοι και εταιρείες λιανικού εμπορίου, χονδρικού εμπορίου και μεταποίησης, που αντιπροσωπεύουν 736 εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ. Ο αριθμός των ΜΜΕ που εγγράφονται αυξάνεται. Ωστόσο, δεν έχουν δηλώσει συμμετοχή στο πλαίσιο όλες οι σχετικές ενώσεις ενδιαφερόμενων μερών. Συγκεκριμένα, οι εκπρόσωποι των πρωτογενών παραγωγών (ήτοι των γεωργών) και της βιομηχανίας μεταποίησης κρέατος δεν συμμετέχουν στην ομάδα διακυβέρνησης του συστήματος σε επίπεδο ΕΕ. Τα εν λόγω ενδιαφερόμενα μέρη, παρότι συμφωνούν με τις αρχές, εκφράζουν ανησυχίες για την απουσία ανεξάρτητης και ουσιαστικής επιβολής των κανόνων στο πλαίσιο της Πρωτοβουλίας για την Αλυσίδα Εφοδιασμού. Ωστόσο, ορισμένα εξ αυτών συμμετέχουν σε εθνικό επίπεδο.

Τα ενδιαφερόμενα μέρη δεν θεωρούν ότι η Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού αντιμετωπίζει επαρκώς τον προαναφερόμενο παράγοντα του φόβου για τους οικονομικά εξαρτώμενους εμπορικούς εταίρους, κυρίως διότι μια εταιρεία η οποία εκτίθεται σε ΑΘΕΠ δεν έχει καμία δυνατότητα να υποβάλει εμπιστευτικές καταγγελίες. Η εθελοντική πρωτοβουλία παρέχει εμπιστευτικότητα μόνον στην περίπτωση συγκεντρωτικών διαφορών, μέσω της δυνατότητας που παρέχει στις ενώσεις ενδιαφερόμενων μερών να ζητούν από την ομάδα διακυβέρνησης να προβεί σε ερμηνεία των αρχών, η δε πρόσβαση στους μηχανισμούς επίλυσης διαφορών προϋποθέτει τη συμφωνία αμφοτέρων των αντισυμβαλλομένων. Ούτε προβλέπει η πρωτοβουλία δυνατότητα διεξαγωγής ερευνών ή επιβολής κυρώσεων, σε περίπτωση παραβίασης των αρχών της ορθής πρακτικής από μια εταιρεία.

Θα πρέπει να αναγνωριστεί ότι υπάρχουν όρια ως προς τον βαθμό στον οποίο μια πρωτοβουλία αυτορρυθμίζεται μπορεί να προβλέπει μηχανισμό επίλυσης διαφορών. Ως εκ τούτου, η συμπλήρωση της Πρωτοβουλίας για την Αλυσίδα Εφοδιασμού με ανεξάρτητα μέτρα επιβολής, στα κράτη μέλη όπου δεν υφίστανται επί του παρόντος τέτοιου είδους μέτρα, θα αυξήσει την αποτελεσματικότητα της πρωτοβουλίας και φαίνεται ότι θα εξαλείψει τη βασική αιτία για τη μη συμμετοχή ορισμένων ομάδων ενδιαφερόμενων μερών στο πλαίσιο της Πρωτοβουλίας για την Αλυσίδα Εφοδιασμού.

Σε αυτό το πλαίσιο, θα πρέπει να επισημανθεί ότι η έκθεση πρωτοβουλίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για θέματα σχετικά με το λιανικό εμπόριο, που εκδόθηκε τον Δεκέμβριο του 2013, υποστηρίζει τις αρχές και το πλαίσιο της Πρωτοβουλίας για την Αλυσίδα Εφοδιασμού, αλλά ταυτόχρονα καλεί την Επιτροπή να εξετάσει την αναγκαιότητα και τη σκοπιμότητα της ανεξάρτητης επιβολής των κανόνων, προκειμένου να αντιμετωπιστεί ο προαναφερόμενος παράγοντας του φόβου για τους μικρούς επιχειρηματίες στην αλυσίδα εφοδιασμού<sup>22</sup>.

## **15. ΜΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΑΘΕΠ**

### **5.1 Ολοκληρωμένη υιοθέτηση της Πρωτοβουλίας για την Αλυσίδα Εφοδιασμού από την αγορά**

Οι εθελοντικοί κώδικες δεοντολογίας συνιστούν σημαντικό ακρογωνιαίο λίθο για τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν συναλλαγές μεταξύ τους με θεμιτό και

<sup>22</sup> Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, της 11ης Δεκεμβρίου 2013, σχετικά με το ευρωπαϊκό σχέδιο δράσης για το λιανικό εμπόριο προς όφελος όλων των παραγόντων.



βιώσιμο τρόπο. Οι κώδικες αυτοί μπορούν να συνδράμουν αποτελεσματικά στη διαμόρφωση σωστής νοοτροπίας και ορθών διαπραγματευτικών προσεγγίσεων και στη σύσταση κατάλληλων μηχανισμών επίλυσης διαφορών εντός των οργανώσεων, και με τον τρόπο αυτόν να μειώσουν, ή – ιδανικά – να εξαλείψουν, τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Επιπλέον, οι εθελοντικοί κώδικες μπορούν να προβλέπουν διαδικασίες επίλυσης διαφορών μεταξύ δύο μερών με κάθετη μεταξύ τους σχέση, πράγμα το οποίο συχνά μπορεί να συνδράμει στην αποφυγή μακροχρόνιων και επαχθών δικαστικών διαδικασιών. Επομένως, η Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού αποτελεί πολύ σημαντικό βήμα για την καταπολέμηση των ΑΘΕΠ. Η δημιουργία εθνικών πλατφορμών στο πλαίσιο της Πρωτοβουλίας για την Αλυσίδα Εφοδιασμού μπορεί να ενισχύσει περαιτέρω τα θετικά της αποτελέσματα.

#### **Προτάσεις για μελλοντικές ενέργειες:**

- (1) Η Επιτροπή ενθαρρύνει όλες τις επιχειρήσεις και τις σχετικές οργανώσεις της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων να συμμετάσχουν σε μια εθελοντική πρωτοβουλία για την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ, συγκεκριμένα στην Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού, προκειμένου να καταδείξουν τη δέσμευσή τους, να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων και να επιτύχουν την κρίσιμη μάζα και την ευρεία κάλυψη που απαιτούνται για την αποτελεσματική λειτουργία τέτοιου είδους συστημάτων.
- (2) Η Επιτροπή ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων να προωθήσουν ενεργά την Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού στους επιχειρηματικούς εταίρους τους και να τους ενημερώσουν σχετικά με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους. Θα πρέπει, εξ αρχής, να ενημερώνουν καθέναν από τους εμπορικούς εταίρους τους για τη συμμετοχή τους στην Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού και να τους ενθαρρύνουν να συμμετάσχουν και οι ίδιοι.
- (3) Η ομάδα διακυβέρνησης της Πρωτοβουλίας για την Αλυσίδα Εφοδιασμού θα πρέπει να συνεχίσει και να εντείνει τις προσπάθειές της προκειμένου να ευαισθητοποιήσει περισσότερο τις ΜΜΕ και να βρει αποδοτικούς τρόπους για τη συμμετοχή τους στην πρωτοβουλία. Οι ΜΜΕ είναι εκείνες που επωφελούνται περισσότερο από τέτοιου είδους συστήματα και, ως εκ τούτου, η μεγιστοποίηση της συμμετοχής τους έχει καίρια σημασία.
- (4) Η ομάδα διακυβέρνησης της Πρωτοβουλίας για την Αλυσίδα Εφοδιασμού θα πρέπει να εξακολουθήσει τις προσπάθειές της προκειμένου να κατευθύνει και να διευκολύνει τη δημιουργία εθνικών πλατφορμών σε κάθε κράτος μέλος της ΕΕ.
- (5) Η Επιτροπή θα συνεχίσει να διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφοριών και τη διεξαγωγή συζητήσεων μεταξύ των ομάδων των βασικών ενδιαφερόμενων μερών, καθώς και να συμμετέχει ενεργά στην ομάδα διακυβέρνησης της πρωτοβουλίας, ώστε να μεγιστοποιηθεί η εμπέλειά της, ιδίως όσον αφορά τις ΜΜΕ, ενώ επίσης θα συνεχίσει να παρακολουθεί προσεκτικά την εξέλιξη της πρωτοβουλίας και να ενθαρρύνει την Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού προκειμένου να επιδοθεί στην ενίσχυση του μηχανισμού επίλυσης διαφορών και των συστημάτων επιβολής κυρώσεων.

#### **5.2 Αρχές ορθής πρακτικής**

Τα κράτη μέλη που έχουν ήδη αντιμετωπίσει τις ΑΘΕΠ σε εθνικό επίπεδο έχουν επιλέξει διαφορετικές προσεγγίσεις για να το επιτύχουν, συμπεριλαμβανομένων διαφορετικών ορισμών των αθέμιτων πρακτικών. Οι εν λόγω εθνικοί ορισμοί ποικίλλουν από πολύ ευρείες περιγραφές έως λεπτομερείς καταλόγους απαγορευμένων πρακτικών. Από την άλλη πλευρά, ορισμένα κράτη μέλη δεν έχουν λάβει κανένα συγκεκριμένο μέτρο κατά των αθέμιτων πρακτικών. Για την αποτελεσματική καταπολέμηση των ΑΘΕΠ σε ολόκληρη την ΕΕ, και ιδίως σε διασυνοριακό επίπεδο, θα ήταν επωφελής η κοινή αντίληψη των κανόνων για την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ. Η Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού δεν περιλαμβάνει συγκεκριμένο ορισμό των ΑΘΕΠ,



αλλά προβλέπει κατάλογο των αρχών ορθής πρακτικής και παραδείγματα θεμιτών και αθέμιτων πρακτικών. Οι αρχές αυτές συμφωνήθηκαν από κοινού, στο πλαίσιο του Φόρουμ Υψηλού Επιπέδου, από όλες τις σχετικές οργανώσεις ενδιαφερόμενων μερών στην ΕΕ που δραστηριοποιούνται στην κάθετη αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.

Ως εκ τούτου, αποτελούν χρήσιμη βάση για τον εντοπισμό των αθέμιτων πρακτικών που θα μπορούσαν να αντιμετωπιστούν σε ενδεχόμενες πρωτοβουλίες έναντι των ΑΘΕΠ. Ο εντοπισμός των ΑΘΕΠ, με τη σειρά του, επιτρέπει τον καθορισμό αρχών για την αντιμετώπισή τους. Υπενθυμίζεται ότι, όταν οι οικονομικοί παράγοντες θέτουν σε εφαρμογή τις εν λόγω αρχές, πρέπει επίσης να εξασφαλίζουν ότι συμμορφώνονται με όλους τους ισχύοντες κανόνες, συμπεριλαμβανομένου του εθνικού και/ή του ευρωπαϊκού δικαίου περί ανταγωνισμού, ανάλογα με την περίπτωση.

Οι αρχές που έχουν οριστεί στο Φόρουμ Υψηλού Επιπέδου και έχουν εγκριθεί από την Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού είναι οι εξής:

- Γραπτές συμφωνίες: Οι συμφωνίες θα πρέπει να είναι γραπτές, εκτός εάν αυτό δεν είναι εφικτό ή, στις περιπτώσεις που είναι προφορικές, να είναι αμοιβαία αποδεκτές και κατάλληλες. Θα πρέπει να είναι σαφείς και διαφανείς, και να καλύπτουν όσο το δυνατόν περισσότερα συναφή και προβλέψιμα στοιχεία, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων και των διαδικασιών που αφορούν τη λύση τους.
- Προβλεψιμότητα: Δεν πραγματοποιούνται μονομερώς μεταβολές των συμβατικών όρων, εκτός εάν αυτή η δυνατότητα, καθώς και οι περιστάσεις και οι σχετικοί όροι, έχουν συμφωνηθεί εκ των προτέρων. Οι συμφωνίες θα πρέπει να περιγράφουν τη διαδικασία βάσει της οποίας το κάθε μέρος θα συζητά με το άλλο τυχόν μεταβολές που είναι αναγκαίες για την εφαρμογή της συμφωνίας ή οφείλονται σε απρόβλεπτες περιστάσεις, όπως ορίζεται στη συμφωνία.
- Συμμόρφωση: Οι συμφωνίες πρέπει να τηρούνται.
- Ενημέρωση: Τυχόν ανταλλαγή πληροφοριών πραγματοποιείται με αυστηρή συμμόρφωση προς το δίκαιο περί ανταγωνισμού και οποιαδήποτε άλλη εφαρμοστέα νομοθεσία, και τα μέρη θα πρέπει να μεριμνούν σε εύλογο βαθμό για τη διασφάλιση της παροχής ορθών και μη παραπλανητικών πληροφοριών.
- Εμπιστευτικότητα: Πρέπει να τηρείται η εμπιστευτικότητα των πληροφοριών, εκτός εάν αυτές είναι ήδη διαθέσιμες στο κοινό ή έχουν ήδη ληφθεί με ανεξάρτητο τρόπο από το ενδιαφερόμενο μέρος, νομίμως και καλή τη πίστει. Οι εμπιστευτικές πληροφορίες χρησιμοποιούνται από το ενδιαφερόμενο μέρος αποκλειστικά για τους σκοπούς για τους οποίους του κοινοποιήθηκαν.
- Ευθύνη για κινδύνους: Όλα τα συμβαλλόμενα μέρη στην αλυσίδα εφοδιασμού θα πρέπει να επωμίζονται τα ίδια τους επιχειρηματικούς κινδύνους που τους αναλογούν.
- Δικαιολογημένο αίτημα: Ένα συμβαλλόμενο μέρος δεν καταφεύγει σε απειλές προκειμένου να αποκτήσει αδικαιολόγητο πλεονέκτημα ή να μετακυλίσει αδικαιολόγητο κόστος.

#### **Προτάσεις για μελλοντικές ενέργειες:**

- (6) Η Επιτροπή ενθαρρύνει τα κράτη μέλη να εξετάσουν κατά πόσον το ισχύον εθνικό κανονιστικό τους πλαίσιο είναι κατάλληλο για την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ, λαμβάνοντας υπόψη τις βέλτιστες πρακτικές που εφαρμόζονται σε άλλα κράτη μέλη. Τα κράτη μέλη θα πρέπει επίσης να εξετάζουν άλλες πιθανές επιπτώσεις των ΑΘΕΠ, όπως είναι η αυξημένη σπατάλη τροφίμων. Για τον σκοπό αυτόν, τα κράτη μέλη καλούνται να αξιολογήσουν κατά πόσον τα πλαίσια που διαθέτουν μπορούν να βασιστούν σε κατάλογο πρακτικών ή σε μια γενική διάταξη που να παρέχει τη δυνατότητα αντιμετώπισης δυνητικών παραβιάσεων των προαναφερόμενων αρχών.

- (7) Επιπλέον, τα κράτη μέλη θα πρέπει να ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο έδαφός τους να συμμετέχουν σε κοινούς εθελοντικούς κώδικες δεοντολογίας, τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο ΕΕ.
- (8) Η Επιτροπή θα εξακολουθήσει να στηρίζει την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών μεταξύ των κρατών μελών, π.χ. διοργανώνοντας συναντήσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα με τη συμμετοχή εμπειρογνομόνων από τις εθνικές διοικήσεις.

### 5.3 Εξασφάλιση ουσιαστικής επιβολής των κανόνων σε εθνικό επίπεδο

Προκειμένου να εξασφαλιστεί η ύπαρξη αξιόπιστου αποτρεπτικού παράγοντα κατά της χρήσης ΑΘΕΠ, χρειάζονται κατάλληλα μέτρα επιβολής.

Εάν το ασθενέστερο μέρος μιας εμπορικής σχέσης εξαρτάται οικονομικά από τον ισχυρότερο εμπορικό εταίρο του, ενδέχεται να μην ζητήσει έννομη προστασία έναντι ΑΘΕΠ, μέσω προσφυγής στη δικαιοσύνη ή εθελοντικών μηχανισμών επίλυσης διαφορών. Μπορεί να υπάρξουν καταστάσεις οικονομικής εξάρτησης. Για παράδειγμα, από μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε από την ισπανική επιτροπή ανταγωνισμού<sup>23</sup> προκύπτει ότι, κατά μέσο όρο, σχεδόν το 40% των εσόδων των προμηθευτών στην αλυσίδα εφοδιασμού ειδών παντοπωλείου προερχόταν, το 2010, μόνον από τρεις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης. Σε ακραίες περιπτώσεις, η κατάσταση της οικονομικής εξάρτησης σημαίνει ότι η οικονομική βιωσιμότητα του μέρους που είναι είτε ο πωλητής είτε ο αγοραστής εξαρτάται από συγκεκριμένες επιμέρους εμπορικές σχέσεις. Σε περιπτώσεις που δεν καταγγέλλονται οι ΑΘΕΠ λόγω του «παράγοντα του φόβου» μήπως χαθεί η συμβατική σχέση, τα πλαίσια για την καταπολέμηση των ΑΘΕΠ μπορούν να ενισχυθούν σημαντικά από τη δυνατότητα του ασθενέστερου μέρους να προσφεύγει σε ανεξάρτητη αρχή ή ανεξάρτητο φορέα με εξουσίες επιβολής, καθώς και από τη δυνατότητα προστασίας της εμπιστευτικότητας του καταγγέλλοντος.

#### Προτάσεις για μελλοντικές ενέργειες:

- (9) Η Επιτροπή καλεί τα κράτη μέλη να αξιολογήσουν την αποτελεσματικότητα και την αξιοπιστία των διαθέσιμων μηχανισμών τους για την επιβολή των κανόνων κατά των ΑΘΕΠ. Τα κράτη μέλη καλούνται να εξετάσουν κατά πόσον ενδείκνυται η λήψη περαιτέρω διαδικαστικών ή οργανωτικών μέτρων, με βάση τις βέλτιστες πρακτικές που εφαρμόζονται σε άλλα κράτη μέλη. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στη δυνατότητα διατήρησης της εμπιστευτικότητας των επιμέρους εταιρειών που υποβάλλουν καταγγελίες και στη δυνατότητα διεξαγωγής ερευνών.
- (10) Οι εθνικοί μηχανισμοί επιβολής, στους οποίους μπορούν να συγκαταλέγονται φορείς με συγκεκριμένη αποστολή, θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να συνεργάζονται αποτελεσματικά σε επίπεδο ΕΕ, προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι ΑΘΕΠ που ασκούνται σε διασυνοριακό επίπεδο και να αποφευχθεί το ρυθμιστικό αρμπιτράζ.
- (11) Η Επιτροπή θα συνεχίσει να στηρίζει τον συντονισμό μεταξύ των κρατών μελών, διευκολύνοντας την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των εθνικών μηχανισμών επιβολής.
- (12) Κατά την κατάρτιση και την εφαρμογή μέτρων επιβολής, τα κράτη μέλη θα πρέπει να ενεργούν αναλογικά, έχοντας κατά νουν τις ενδεχόμενες επιπτώσεις για την ευημερία των ενδιαφερόμενων μερών και των καταναλωτών. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να εφαρμόζουν τα ίδια κριτήρια και τις ίδιες πρακτικές επιβολής των κανόνων τόσο στους εγχώριους όσο και στους αλλοδαπούς παράγοντες της αγοράς.

<sup>23</sup> Έκθεση για τις σχέσεις μεταξύ μεταποιητών και εμπόρων λιανικής στον τομέα των τροφίμων, της Comision Nacional de la Competencia, του Οκτωβρίου 2011.

#### 5.4 Τα δυνητικά οφέλη και το ενδεχόμενο κόστος της μείωσης των ΑΘΕΠ

Τα δυνητικά οφέλη από την εξάλειψη ή τουλάχιστον τη μείωση των ΑΘΕΠ μπορούν να είναι σημαντικά. Όταν γίνεται προσπάθεια να προσδιοριστούν τα εν λόγω οφέλη και κόστη, φαίνεται ότι τα αποτελέσματα μπορούν να προκύψουν σε διάφορα επίπεδα. Σε μεμονωμένες διμερείς σχέσεις, τα δυνητικά οφέλη από την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ είναι μάλλον προφανής.

Οι ΑΘΕΠ συχνά έχουν αρνητικό οικονομικό αντίκτυπο στις εταιρείες στις οποίες εφαρμόζονται. Επιπλέον, η απρόβλεπτη συμπεριφορά εμπορικών εταίρων που προβαίνουν σε κατάχρηση της ανώτερης διαπραγματευτικής τους θέσης θα μπορούσε να οδηγήσει σε απώλειες οικονομικής αποδοτικότητας, για παράδειγμα χαμηλότερες επενδύσεις ή πλεονασματική/ελλειμματική παραγωγή, λόγω του απρόβλεπτου χαρακτήρα και του αυξημένου κόστους των συναλλαγών που συνδέονται με τον κίνδυνο μονομερών και απροσδόκητων μεταβολών στους συμβατικούς όρους. Ως εκ τούτου, θα μπορούσαν να υπάρξουν σημαντικά οφέλη, εάν οι εμπορικές σχέσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων καταστούν περισσότερο βιώσιμες. Ενδεχομένως, αυτό θα μπορούσε να εκτείνεται πέραν των άμεσων οφελών και της οικονομικής ανακούφισης των εταιρειών που προηγουμένως πλήττονταν από ΑΘΕΠ, δηλαδή ως επί το πλείστον των ΜΜΕ. Οι μηχανισμοί που προτείνονται στην παρούσα ανακοίνωση θα μπορούσαν επίσης να μετριάσουν τις επιπτώσεις των ΑΘΕΠ σε ασθενέστερα μέρη σε τρίτες χώρες, συμπεριλαμβανομένων αυτών που βρίσκονται σε αναπτυσσόμενες χώρες.

Για την αγορά στο σύνολό της, η αξιολόγηση των επιπτώσεων των ΑΘΕΠ και του αντικτύπου στη γενική ευημερία από την ενδεχόμενη μείωση ή εξάλειψή τους είναι πιο περίπλοκη. Όσον αφορά τις πιθανές επιπτώσεις στους καταναλωτές, δεν υπάρχουν στοιχεία που να καταδεικνύουν αρνητικό αντίκτυπο στις τιμές καταναλωτή<sup>24</sup> στα κράτη μέλη όπου οι ΑΘΕΠ υπόκεινται σε κανονιστικές ρυθμίσεις και όπου λαμβάνονται μέτρα από δημόσιους φορείς κατά των καταχρηστικών πρακτικών σε επίπεδο μεταξύ επιχειρήσεων. Στις περιπτώσεις όπου οι ΑΘΕΠ μπορεί να έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην επιλογή, τη διαθεσιμότητα και την ποιότητα των προϊόντων, είναι δυνατόν να αναμένεται ότι η μείωση ή η εξάλειψη των εν λόγω πρακτικών θα είναι επίσης επωφελής και για τους καταναλωτές.

Από την άποψη των επιπτώσεων στο κόστος, δεν θα προκύψουν πρόσθετα κόστη για τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν ήδη ή σκοπεύουν να συμμετάσχουν στην Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού ή σε παρόμοια εθνικά πλαίσια. Η προτεινόμενη προσέγγιση δεν συνεπάγεται δαπάνες για τα κράτη μέλη όπου το ισχύον πλαίσιο πληροί τα κριτήρια που περιγράφηκαν ανωτέρω. Στα κράτη μέλη που θα επιλέξουν να προσαρμόσουν το πλαίσιο που διαθέτουν σύμφωνα με τα προαναφερθέντα, οι δαπάνες για την επιβολή θα εξαρτηθούν από το αν θα χρησιμοποιηθεί κάποιος υφιστάμενος μηχανισμός για τους σκοπούς αυτούς ή αν θα καθιερωθούν νέες διαδικαστικές ή οργανωτικές ρυθμίσεις.

## 16. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι πρακτικές τις οποίες εφαρμόζουν οι φορείς της αγοράς στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων είναι, στην πλειονότητα των περιπτώσεων, θεμιτές και βιώσιμες και για τα δύο μέρη. Ωστόσο, τα ενδιαφερόμενα μέρη από ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού συμφωνούν ότι οι ΑΘΕΠ πράγματι υφίστανται, και ιδίως οι ΜΜΕ υποστηρίζουν ότι είναι σχετικά σύνηθες φαινόμενο και ότι έχουν δυσμενείς επιπτώσεις στην οικονομική τους βιωσιμότητα και στη δυνατότητά τους να αναπτύξουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Από τη διαβούλευση για την Πράσινη Βίβλο, τις συνοδευτικές μελέτες και ορισμένες από τις πλέον πρόσφατες εθνικές πρωτοβουλίες διαφαίνεται ότι μια «μικτή προσέγγιση», ήτοι εθελοντικά συστήματα που συμπληρώνονται από αξιόπιστους και αποτελεσματικούς μηχανισμούς επιβολής, βάσει συγκρίσιμων αρχών, μπορεί να ενδείκνυται για την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ. Εφόσον υπάρχει αξιόπιστος αποτρεπτικός παράγοντας, οι εθελοντικές πρωτοβουλίες, όπως η Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού, θα μπορούσαν να

<sup>24</sup> Όσον αφορά τις γενικές εξελίξεις των τιμών, χρήσιμο μέσο είναι το ευρωπαϊκό μέσο παρακολούθησης των τιμών τροφίμων: [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/prices\\_monitoring\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/prices_monitoring_en.htm).

αποτελούν τον βασικό τρόπο επίλυσης των διαφορών μεταξύ εμπορικών εταιρών, ενώ η δημόσια επιβολή των κανόνων ή η προσφυγή στη δικαιοσύνη θα ενεργοποιείται μόνον εάν δεν είναι εφικτή η αποδοτικότερη και ταχύτερη εναλλακτική της διμερούς λύσης. Επομένως, η πορεία που προτείνεται να ακολουθηθεί στην παρούσα ανακοίνωση όχι μόνον θα συμπληρώσει, αλλά και θα ενισχύσει την Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού, καθιστώντας την περισσότερο ελκυστική για τις ομάδες ενδιαφερόμενων μερών που έως τώρα διστάζουν να συμμετάσχουν, λόγω των ενδοιασμών τους σχετικά με την απουσία ουσιαστικής επιβολής των κανόνων.

Προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα ζητήματα που άπτονται των ΑΘΕΠ, στην παρούσα ανακοίνωση προτείνεται συνδυασμός εθελοντικών και ρυθμιστικών πλαισίων, με προσδιορισμό των ΑΘΕΠ και των αρχών για την αντιμετώπισή τους, λαμβανομένων υπόψη των διαφορετικών εθνικών συνθηκών και προσεγγίσεων. Ενώ ορισμένα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει ειδική νομοθεσία, άλλα στηρίζονται σε γενικές αρχές του δικαίου ή/και πρωτοβουλίες αυτορρύθμισης. Τα κράτη μέλη, εξετάζοντας κατά πόσον απαιτούνται περαιτέρω μέτρα, σύμφωνα με την παρούσα ανακοίνωση και έχοντας υπόψη τις βέλτιστες πρακτικές, θα πρέπει να ενεργούν αναλογικά και να λαμβάνουν υπόψη τυχόν επιπτώσεις στην ευημερία των ενδιαφερόμενων μερών και των καταναλωτών. Στο επίπεδο της Επιτροπής, οι προτεινόμενες δράσεις δεν έχουν δημοσιονομικό αντίκτυπο πέραν των πόρων που έχουν ήδη προβλεφθεί για τα προσεχή έτη στον επίσημο προγραμματισμό.

Η Επιτροπή θα παρακολουθεί και θα αξιολογεί την πρόοδο που θα σημειωθεί, εκτιμώντας i) τον πραγματικό αντίκτυπο από την Πρωτοβουλία για την Αλυσίδα Εφοδιασμού και τις εθνικές της πλατφόρμες<sup>25</sup> και ii) τους μηχανισμούς επιβολής που θα δημιουργήσουν τα κράτη μέλη για την αύξηση της εμπιστοσύνης όλων των μερών στην ορθή λειτουργία μιας βιώσιμης αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων.

Η Επιτροπή θα υποβάλει έκθεση στο Συμβούλιο και στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο κατά τα τέλη του 2015. Υπό το πρίσμα της έκθεσης αυτής, η Επιτροπή θα αποφασίσει κατά πόσον θα πρέπει να αναληφθεί περαιτέρω δράση σε επίπεδο ΕΕ για την αντιμετώπιση των ζητημάτων που περιγράφηκαν ανωτέρω.

---

<sup>25</sup> Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή θα εξετάσει το ενδεχόμενο να παρατείνει την εντολή του Φόρουμ Υψηλού Επιπέδου για τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, ώστε η παρακολούθηση της υλοποίησης των δράσεων που προσδιορίζονται στην παρούσα ανακοίνωση να πραγματοποιηθεί μέσω διαφανούς διαλόγου με τα ενδιαφερόμενα μέρη του ιδιωτικού τομέα και τις εθνικές αρχές.

# **ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ**

*Η ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ είναι μια επιτυχημένη συνεταιριστική επιχείρηση, που σε δύσκολους καιρούς προσφέρει σημαντικές υπηρεσίες στη γεωργία της Αργολίδας. Ως παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί ότι κατά την παραγωγική περίοδο 2013-2014 κατέβαλε στους παραγωγούς εσπεριδοειδών που είναι μέλη της τιμές εκκαθάρισης που ήταν κατά 60% ανώτερες από τις τιμές που κατέβαλε το ελεύθερο εμπόριο.*

*Καταχωρώντας στο περιοδικό «Κοινωνική Οικονομία» το «Μεσοπρόθεσμο Σχέδιο Δράσης 2014-2018» της ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ, ευελπιστούμε να αποτελέσει παράδειγμα για κάθε συνεταιριστική επιχείρηση, ώστε με νοικοκυροσύνη και πολλή προσπάθεια να αναστηλωθεί η συνεταιριστική κίνηση, ο ελληνικός γεωργικός τομέας και η ελληνική ύπαιθρος. Η Ελληνική γεωργία κρύβει πολλές δυνατότητες ανάπτυξης. Εναπόκειται στους Έλληνες να τις αξιοποιήσουν.*

*Η Σύntαξη του περιοδικού ευχαριστεί την ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ για την παραχώρηση του δικαιώματος δημοσίευσης του Σχεδίου Δράσης της.*

## **ΕΑΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ- ΡΕΑ ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ 2014-2018**

Το σχέδιο συντάχθηκε από τους:

Γιάννη Δημάκη Δ/ντή ,  
Παναγιώτη Λογοθέτη Προϊστάμενο Λογιστηρίου και  
Γιάννη Κωσταρέλη ορκωτό Λογιστή

Εγκρίθηκε από την Γενική Συνέλευση της ΕΑΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ – ΡΕΑ τον Ιούνιο του 2013

### **Περιεχόμενα**

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....	3
Α. Γραμμές επεξεργασίας φρούτων για τη παραγωγή χυμών(συμπυκνωμάτων) .....	4
Β. Γραμμές συσκευασίας χυμών σε χαρτοκυτία (ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ).....	4
Γ. Γραμμές παραγωγής αναψυκτικών.....	4
Δ. Άλλες γραμμές παραγωγής.....	4
Ε. Λοιπά.....	5
ΔΙΟΙΚΗΣΗ.....	6

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ.....	7
Α. Προϊόντα σε συσκευασία ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ 1 LT .....	7
Β. Προϊόντα σε συσκευασία ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ 0,25 Lt.....	7
Γ. Ζαχαρούχοι χυμοί.....	8
Δ. Αναψυκτικά.....	8
Ε. Αιθέρια έλαια .....	8
ΣΤ. Συμπυκνωμένοι χυμοί.....	8
Ζ. Άλλα προϊόντα .....	9
ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	9
Α. Συνεταιριστικές εργασίες.....	9
Β. Συσκευασία και εξαγωγή εσπεριδοειδών .....	9
Γ. Χυμοποίηση φρούτων.....	10
Δ. Τυποποίηση χυμών.....	11
Ε. Αναψυκτικά.....	11
ΒΑΘΜΟΣ ΚΑΛΥΨΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ .....	13
Α. Γραμμή εκχύμωσης.....	13
Β. Γραμμές ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ.....	13
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΙΣΤΟΡΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1/1/2009-31/12/2013 .....	15
ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ .....	17
ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1/1/2014 – 31/12/2018 .....	18
Βασικές επιλογές για την επίτευξη των στόχων.....	18
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ 2014-2018 .....	19
ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2014-2018	22
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ 2009-2013 .....	23
Ισολογισμοί περιόδου 2009-2013 .....	23
Κατάσταση εξόδων 2009-2013 .....	25
Κατάσταση Αποτελεσμάτων 2009-2013 .....	26
Χρηματοοικονομικοί Δείκτες 2009-2013.....	27
ΕΤΗΣΙΟΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2014-2018 .....	28
Προϋπολογισμός εξόδων 2014-2018 .....	28
Προϋπολογισμός Αποτελεσμάτων 2014-2018 .....	29
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	30

## ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ είναι πρωτοβάθμιος συνεταιρισμός που λειτουργεί με βάση τις διατάξεις του Ν.4015/2011.

Αποτελεί μετεξέλιξη της Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών Αργολίδας, που ιδρύθηκε αρχικά το 1937 με τον τίτλο Ένωση Συνεταιρισμών Παραγωγών Κηπαίων Αργολίδας (ΕΣΠΚΑ).

Στο αρχικό στάδιο η επιχείρηση ασχολήθηκε με την επεξεργασία τομάτας για την παραγωγή τοματοπολτού. Για το σκοπό αυτό το 1948 κατασκευάστηκε το εργοστάσιο τοματοπολτού ΡΕΑ στην Τίρυνθα Αργολίδας, το οποίο για την εποχή του ήταν εξαιρετικά ανταγωνιστικό.

Η παραγωγή τοματοπολτού συνεχίστηκε μέχρι το 1983 οπότε και σταμάτησε δεδομένου ότι οι παραγωγοί της Αργολίδας εστράφησαν στην δενδροκαλλιέργεια και συγκεκριμένα στην παραγωγή εσπεριδοειδών και βερικόκων

Την περίοδο 1983-1995 η επιχείρηση ασχολήθηκε κυρίως με την επεξεργασία βερικόκων για την παραγωγή κομπόστας και πουρέ. Αρχικά στο ιδιόκτητο εργοστάσιο ΡΕΑ αλλά και σε άλλα ιδιωτικά τα οποία επινοείαζε.

Το 1986 εξαγόρασε το κονσερβοποιείο ΠΕΛΑΡΓΟΣ στο οποίο συνεχίστηκε η παραγωγή μέχρι και το 1996, οπότε και σταμάτησε δεδομένου ότι το εργοστάσιο βρισκόταν στην παραλιακή ζώνη, δεν διέθετε βιολογικό καθαρισμό και αντιμετώπιζε την εχθρότητα των υπηρεσιών και των περιοίκων.

Από το 1983 η επιχείρηση εστράφη και στην συσκευασία και εξαγωγή εσπεριδοειδών. Αρχικά σε νοικιασμένα εργοστάσια μέχρι το 1987, οπότε και κατασκευάστηκε το ιδιόκτητο συγκρότημα συσκευαστηρίου-ψυγείων και γραφείων στην παραλία του Ναυπλίου.

Από το 1995 η επιχείρηση ασχολήθηκε με την επεξεργασία εσπεριδοειδών για την παραγωγή συμπυκνωμάτων χυμού, αρχικά σε νοικιασμένο ιδιωτικό εργοστάσιο (ΛΕΜΟΡΑ), στο οποίο το 1998 εγκατέστησε γραμμές παραγωγής ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ.

Το 1999 αποκτήθηκε σε πλειστηριασμό το ιδιωτικό εργοστάσιο χυμοποίησης φρούτων ΑΡΓΟΧΥΜ, το οποίο εκσυγχρονίστηκε, επεκτάθηκε και μετονομάστηκε σε ΕΣΠΕΡΙΔΕΣ.

Στο εργοστάσιο αυτό σήμερα είναι εγκατεστημένες και λειτουργούν οι ακόλουθες γραμμές παραγωγής, με τις αντίστοιχες δυναμικότητες:

### **A. Γραμμές επεξεργασίας φρούτων για τη παραγωγή χυμών(συμπυκνωμάτων)**

- 3 Γραμμή επεξεργασίας εσπεριδοειδών, δυναμικότητας 25 τόνων φρούτων ανά ώρα.
- 4 Γραμμή επεξεργασίας βερικόκων – ροδακίνων, δυναμικότητας 7 τόνων φρούτων ανά ώρα.
- 5 Γραμμή επεξεργασίας σταφυλιών, δυναμικότητας 6 τόνων φρούτων ανά ώρα.
- 6 Γραμμή επεξεργασίας μήλων-αχλαδιών, δυναμικότητας 10 τόνων φρούτων ανά ώρα.

### **B. Γραμμές συσκευασίας χυμών σε χαρτοκυτία (ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ).**

1. Γραμμή συσκευασίας σε χαρτοκυτία 1 λίτρου τύπου TETRA PRISMA, δυναμικότητας 7.000/ώρα
2. Γραμμή συσκευασίας σε χαρτοκυτία 1 λίτρου τύπου TETRA BRICK, δυναμικότητας 6.500 /ώρα
3. Γραμμή συσκευασίας σε κυτία 250ml τύπου BASE TB 19, δυναμικότητας 7.000 τεμάχια /ώρα
4. Γραμμή συσκευασίας σε κυτία 250ml τύπου BASE TB 9, (εκτός λειτουργίας λόγω παλαιότητας).

### **Γ. Γραμμές παραγωγής αναψυκτικών**

1. Γραμμή εμφιάλωσης αναψυκτικών σε φιάλες PET 0,5 Lt, 1 Lt, 1,5 Lt, δυναμικότητας

- 4.500 φιαλών ανά ώρα.
2. Γραμμή παραγωγής αναψυκτικών σε μεταλλικά κυτία (CANS), δυναμικότητας 300 τεμαχίων /λεπτό.

#### **Δ. Άλλες γραμμές παραγωγής.**

1. Γραμμή εμφιάλωσης ζαχαρούχων χυμών σε φιάλες PET 1Lt, δυναμικότητας 2.500 φιαλών /ώρα.
2. Γραμμή εμφιάλωσης αρτύματος λεμονιού και ξυδιού σε φιάλες PET 400ml, δυναμικότητας 3.000 /ώρα
3. Γραμμή παραγωγής ζαχαρούχων χυμών σε δοχεία 5 Lt, δυναμικότητας 1.000 δοχείων /ώρα.

#### **Ε. Λοιπά**

Εκτός αυτών το εργοστάσιο διαθέτει υποστηρικτικές εγκαταστάσεις, αναγκαίες για την παραγωγή και συγκεκριμένα:

1. Βιολογικό καθαρισμό για την επεξεργασία των υγρών αποβλήτων, τα οποία στην συνέχεια κατευθύνονται στον βιολογικό καθαρισμό του Άργους.
2. Πλήρως οργανωμένο χημείο
3. Ψυγεία καταψύξεως για την διατήρηση των συμπυκνωμάτων.

Το εργοστάσιο διαθέτει πιστοποιήσεις για την παραγωγή και συγκεκριμένα:

2. Πιστοποίηση ISO 22000 FSSC
3. Πιστοποίηση ISO 9000
4. Πιστοποίηση BIO
5. FDA Approval



## **ΔΙΟΙΚΗΣΗ**

Η ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ διοικείται από 5μελές διοικητικό συμβούλιο, του οποίου η θητεία διαρκή 4 χρόνια. Η τελευταία εκλογή έγινε τον Ιούνιο του 2013.

Σημερινός πρόεδρος είναι ο κος Σπύρος Αντωνόπουλος, του οποίου η παρούσα θητεία είναι η δεύτερη.

Ανώτατο όργανο αποτελεί η Γενική Συνέλευση στην οποία συμμετέχουν 28 αντιπρόσωποι, οι οποίοι εκπροσωπούν τα 460 μέλη του συνεταιρισμού.

Η επιχείρηση διευθύνεται από διευθυντή ο οποίος έχει την ευθύνη της τρέχουσας διαχείρισης στα πλαίσια των αποφάσεων της Γενικής Συνέλευσης, και του Διοικητικού Συμβουλίου.

Σημερινός διευθυντής είναι ο κος Ιωάννης Δημάκης, χημικός μηχανικός ΕΜΠ, ο οποίος κατέχει αυτή την θέση από το 1983.

Προϊστάμενος λογιστηρίου είναι ο κος Παναγιώτης Λογοθέτης, απόφοιτος ΑΣΟΕΕ, ο οποίος κατέχει αυτή την θέση από το 2009.

Προϊστάμενος παραγωγής είναι ο κος Παναγιώτης Βαμβακάς, χημικός μηχανικός, πανεπιστημίου Σικάγου, ο οποίος κατέχει την θέση αυτή από το 2010.

Προϊστάμενος συνεταιρισμών και ΟΣΔΕ είναι ο κος Βαγγέλης Κυριάκου, γεωπόνος, που κατέχει την θέση αυτή από το 2009.

Υπεύθυνη μεγάλων πελατών είναι η κα Ανυφαντή, απόφοιτος οικονομικών, πανεπιστημίου Παρισιού, που κατέχει αυτή την θέση από το 2000.

Υπεύθυνος μηχανοργάνωσης είναι ο κος Παπαμιχαήλ απόφοιτος πανεπιστημίου Γλασκώβης, που κατέχει αυτή την θέση από το 2002.

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

### A. Προϊόντα σε συσκευασία ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ 1 LT

A/A	ΠΡΟΪΟΝ
1	Χυμός Πορτοκάλι 100%
2	Χυμός Γκρέιπφρουτ 100%
3	Χυμός Ανανά 100%
4	Χυμός Μήλου 100%
5	Πολυβιταμινούχος χυμός 100% με 8 φρούτα και βιταμίνες
6	Νέκταρ Πορτοκάλι
7	Νέκταρ Βερίκοκο
8	Νέκταρ Ροδάκινο
9	Νέκταρ Κοκταίηλ 3 φρούτων (Πορτοκάλι-Μήλο-Βερίκοκο)
10	Νέκταρ Ρόδι
11	Νέκταρ Μπανάνα
12	Φρουτοποτό Βύσσινο
13	Φρουτοποτό Μάνγκο
14	Φρουτοποτό Πορτοκάλι
15	Φρουτοποτό Λεμόνι
16	Φρουτοποτό Μπανάνα
17	Φρουτοποτό Φραγκοστάφυλλο
18	Φρουτοποτό Φρούτα του δάσους
19	Φρουτοποτό Cranberry
20	Φρουτοποτό Μανταρίνι – Σαγκουίνι
21	Χυμός Τομάτας
22	Χυμός 100% τροπικών φρούτων

### B. Προϊόντα σε συσκευασία ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ 0,25 Lt

A/A	ΠΡΟΪΟΝ
1	Χυμός Πορτοκάλι 100%
2	Χυμός Ανανά 100%
3	Χυμός Μήλου 100%
4	Πολυβιταμινούχος χυμός 100% με 8 φρούτα και βιταμίνες
5	Χυμός 100% 4 φρούτα
6	Χυμός 100% 3 φρούτα (Πορτοκάλι – Μήλο – Βερίκοκο)
7	Χυμός 100% Junior Μπλέ
8	Χυμός 100% junior Κόκκινο
9	Χυμός 100% junior κίτρινο
10	Χυμός Μανταρίνι
11	Νέκταρ Ροδάκινο
12	Νέκταρ Βερίκοκο
13	Νέκταρ Κοκταίηλ 3 φρούτων (Πορτοκάλι-Μήλο-Βερίκοκο)
14	Νέκταρ Ρόδι
15	Φρουτοποτό Βύσσινο
16	Φρουτοποτό Πορτοκάλι
17	Φρουτοποτό Μάνγκο
18	Φρουτοποτό Λεμόνι
19	Φρουτοποτό Μπανάνα
20	Φρουτοποτό Φράουλα

### **Γ. Ζαχαρούχοι χυμοί**

A/A	ΠΡΟΪΟΝ
1	Ζαχαρούχος χυμός πορτοκάλι (1:3) 1Lt
2	Ζαχαρούχος χυμός λεμόνι (1:3) 1Lt
3	Ζαχαρούχος χυμός Γκρειπφρούτ (1:3) 1 Lt
4	Ζαχαρούχος χυμός Βύσσινο (1:4) 1Lt
5	Ζαχαρούχος χυμός Πορτοκάλι (1:6) 5Lt
6	Ζαχαρούχος χυμός Λεμόνι (1:6) 5 Lt

### **Δ. Αναψυκτικά**

A/A	ΠΡΟΪΟΝ
1	Πορτοκαλάδα 1,5 Lt PET
2	Λεμονάδα 1,5 Lt PET
3	Γκαζόζα 1,5Lt PET
4	Cola 1,5Lt PET
5	Πορτοκαλάδα 0,5 Lt PET
6	Λεμονάδα 0,5 Lt PET
7	Γκαζόζα 0,5Lt PET
8	Cola 0,5Lt PET
9	Σόδα 0,5 Lt PET
10	Πορτοκαλάδα 330ml CAN
11	Λεμονάδα 330ml CAN
12	Γκαζόζα 330ml CAN
13	Cola 330ml CAN
14	Σόδα 330ml CAN

### **Ε. Αιθέρια έλαια**

A/A	ΠΡΟΪΟΝ
1	Αιθέριο έλαιο Πορτοκαλιού
2	Αιθέριο έλαιο Λεμονιού

### **ΣΤ. Συμπυκνωμένοι χυμοί**

A/A	ΠΡΟΪΟΝ
1	Συμπυκνωμένος κατεψυγμένος φυσικός χυμός πορτοκάλι 60 brix
2	Συμπυκνωμένος κατεψυγμένος φυσικός χυμός λεμόνι 40 brix.

### **Ζ. Άλλα προϊόντα**

A/A	ΠΡΟΪΟΝ
1	Άρτυμα λεμονιού σε φιάλη PET 330ml
2	Ξύδι σε φιάλη PET 400ml
3	Ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός τομάτας (Passata) σε ΤΕΤΡΑ ΠΙΑΚ 0,5 Lt

### **ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.**

Η ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ δραστηριοποιείται, πέραν των κλασικών συνεταιριστικών εργασιών παροχής υπηρεσιών σε τρεις επί μέρους κλάδους: την συσκευασία φρούτων, την επεξεργασία φρούτων για την παραγωγή χυμών και την τυποποίηση χυμών και αναψυκτικών. Κάθε ένας από τους χώρους αυτούς διαθέτει ξεχωριστά χαρακτηριστικά.

## **A. Συνεταιριστικές εργασίες.**

Η ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ είναι μια συνεταιριστική επιχείρηση που παρέχει υπηρεσίες στα μέλη της αλλά και σε μη μέλη σχετικά με το ΟΣΔΕ , την επιστροφή ΦΠΑ, και τέλος αποτελεί Ομάδα Παραγωγών.

Οι εργασίες αυτές εκτελούνται αποτελεσματικά. Υπάρχει πλήρης μηχανοργάνωση και όσον αφορά το ΟΣΔΕ και την επιστροφή ΦΠΑ συνεργάζεται με το ΓΑΙΑ Επιχειρείν.

## **B. Συσκευασία και εξαγωγή εσπεριδοειδών**

Η ΕΑΣ Αργολίδας-ΡΕΑ διαθέτει ιδιόκτητο συσκευαστήριο το οποίο τα τελευταία τουλάχιστον 5 χρόνια είναι εκτός λειτουργίας.

Η απόφαση της μη λειτουργίας στηρίχθηκε σε 2 λόγους:

αφενός στην έλλειψη ρευστότητας, η οποία επέβαλε τη χρησιμοποίηση των όποιων πόρων στη βασική λειτουργία που είναι η τυποποίηση χυμών, και αφ' ετέρου στο γεγονός ότι στο χώρο των συσκευαστηρίων το βασικό χαρακτηριστικό είναι ο αθέμιτος ανταγωνισμός από πολλούς μικρούς συσκευαστές, οι οποίοι στηρίζουν την βιωσιμότητά τους στην αποφυγή καταβολής ασφαλιστικών εισφορών, στην καθυστέρηση αποπληρωμής των παραγωγών και πολλές φορές στην μη πληρωμή τους.

## **Γ. Χυμοποίηση φρούτων.**

Στον τομέα της χυμοποίησης εσπεριδοειδών, η Αργολίδα αποτελεί το κέντρο παραγωγής για την Ελλάδα.

Δραστηριοποιούνται οι ακόλουθες επιχειρήσεις :

17. ASPIS ΔΕΔΕΣ
18. ΑΦΟΙ ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ
19. ALBERTA
20. ΧΥΜΟΦΡΟΥΤ
21. ΛΕΡΝΑ

Εκτός Αργολίδας στην Λακωνία, η οποία αποτελεί το δεύτερο κέντρο παραγωγής υπάρχουν μονάδες :

- Αγροτικός συνεταιρισμός ΑΜΥΚΛΩΝ ΛΑΚΩΝΙΑ
- BIOFRESH

Τέλος στα Χανιά λειτουργεί το εργοστάσιο BIOXYM.

Συνολικά στην Ελλάδα χυμοποιούνται ετήσια περίπου 150.000 τόνοι εσπεριδοειδών εκ των οποίων οι 100.000 περίπου στην Αργολίδα.

Ο κλάδος έχει υποστεί σημαντική συρρίκνωση την τελευταία 5ετία, λόγω της κατάργησης της συνδεδεμένης κοινοτικής επιδότησης, την οποία απολάμβαναν οι παραγωγοί εσπεριδοειδών, που παρέδιδαν προϊόντα προς χυμοποίηση, και η οποία ήταν σημαντικό τμήμα του εισοδήματός τους. Κατά το παρελθόν οι προς χυμοποίηση ποσότητες εσπεριδοειδών έφταναν τις 250.000 – 350.000 τόνους.

## **Δ. Τυποποίηση χυμών.**

Ο τομέας ελέγχεται πανελλαδικά από λίγες ισχυρές εταιρείες.

1. ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ (COCA COLA)
2. ΗΒΗ (PEPSICO)
3. ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΧΥΜΟΙ
4. DAMAVANT

## 5. ASPIS ΔΕΔΕΣ

## 6. ΛΑΚΩΝΙΑ

Δεσπόζουσα θέση κατέχει η ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ, η οποία έχει μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο από 50%. Η εταιρεία PEPSICO δεν διαθέτει δικό της εργοστάσιο και εμφιαλώνει τα προϊόντα με το σήμα HBH στο εργοστάσιο ΛΑΚΩΝΙΑ του αγροτικού συνεταιρισμού ΑΜΥΚΛΩΝ.

Η εταιρεία ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΧΥΜΟΙ διαθέτει στην αγορά προϊόντα με τα δικά της σήματα VIVA και BELO αλλά η κύρια απασχόλησή της είναι η παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό των σουπερ μάρκετ CARREFOUR, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΓΑΛΛΕΙΑΣ.

Η εταιρεία ASPIS ΔΕΔΕΣ δεν τυποποιεί προϊόντα σε δικό της brand. Απασχολείται αποκλειστικά με την παραγωγή ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό της LIDL.

Η ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ παράγει αφενός με τα δικά της brand ΡΕΑ, ΑΓΡΟΣ, ΜΑΔΟΡΑ, ΜΥΘΙΚΑΛΟΙ ΧΥΜΟΙ, ΜΥΔΡΙΝΚ και αφ' ετέρου παράγει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό των αλυσίδων ΑΒ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΕΤΡΟ, ΜΑΚΡΟ, MARKET IN, ΒΑΖΑΑΡ, ΕΛΟΜΑΣ. Έχει επίσης αναλάβει την παραγωγή των προϊόντων ΚΡΕΤΑ FRESH για λογαριασμό του εργοστασίου ΒΙΟΧΥΜ.

Η ιδιωτική ετικέτα καλύπτει περίπου το 40% της παραγωγής και βαίνει μειούμενη τα τελευταία 4 χρόνια ως ποσοστό, κυρίως λόγω της αύξησης των πωλήσεων των ιδίων brands.

### Ε. Αναψυκτικά

Ο τομέας των αναψυκτικών πανελλαδικά ελέγχεται από την ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ (COCA COLA) και σαφώς μικρότερο ρόλο παίζει η PEPSICO.

Υπάρχει αρκετά μεγάλος αριθμός ελληνικών εταιρειών, οι οποίες δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο. Κάποιες εξ αυτών τα τελευταία χρόνια επεκτάθηκαν σταδιακά πανελλαδικά και κατέκτησαν σημαντικά μερίδια αγοράς.

1. LUX, Πάτρα
2. ΕΠΣΑ, Βόλος
3. ΝΕΚΤΑΡ, Σέρρες
4. ΕΠΑΠ, Ορεστιάδα
5. ΦΗΜΗ, Ηράκλειο Κρήτης.
6. ΒΑΠ, Ρόδος

Η μονάδα της ΕΑΣ Αργολίδας- ΡΕΑ υπολειτουργεί για διάφορους λόγους, κυριότερος των οποίων είναι η ανάγκη τεχνολογικού εκσυγχρονισμού.

Κατά το παρελθόν και συγκεκριμένα την περίοδο 2002-2009 είχε αναλάβει την παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό της αλυσίδας ΔΙΑ. Μετά την αποχώρηση της ΔΙΑ από την Ελλάδα δεν κατέστη δυνατή η εξασφάλιση σημαντικής πελατείας.

## ΒΑΘΜΟΣ ΚΑΛΥΨΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ

### Α. Γραμμή εκχύμωσης

Με βάση το σχεδιασμό, η γραμμή εκχύμωσης επεξεργάζεται φρούτα με στόχο την κάλυψη των αναγκών της μονάδας τυποποίησης. Επιτυγχάνεται σταθερά η κάλυψη των αναγκών σε χυμούς πορτοκάλι, λεμόνι, μανταρίνι, βερίκοκο, σταφύλι και σε σημαντικό βαθμό μήλο και ρόδι.

Η μονάδα αυτή θα μπορούσε επί πλέον της κάλυψης των ιδίων αναγκών της μονάδας τυποποίησης να αυξήσει τους όγκους παραγωγής και να απευθυνθεί στην αγορά συμπυκνωμάτων. Μέχρι σήμερα διατίθενται μικρές ποσότητες συμπυκνωμένων χυμών πορτοκαλιού και λεμονιού εντός της Ελλάδος.

Το εργοστάσιο διαθέτει σημαντικά μεγαλύτερη δυναμικότητα της χρησιμοποιούμενης και πρέπει σοβαρά να μελετηθεί το ενδεχόμενο συστηματικής προσπάθειας πωλήσεων συμπυκνωμένων χυμών. Στην περίπτωση αυτή όμως θα χρειαστεί επένδυση στον τομέα συσκευασίας τελικού

προϊόντος σε σιδηρά βαρέλια. Έχει γίνει η σχετική μελέτη, με την αναγκαία επένδυση να βρίσκεται στο επίπεδο των 700.000 ευρώ.

Πρέπει όμως να ληφθεί σοβαρά υπ' όψιν ότι οι σταθερά αυξανόμενες πωλήσεις τελικών προϊόντων την τελευταία πενταετία αυξάνουν τις ανάγκες παραγωγής συμπυκνωμένων χυμών της γραμμής συσκευασίας.

## **B. Γραμμές TETRA ΠΑΚ.**

### **1. Γραμμή TETRA PRISMA 1Lt.**

Η γραμμή αυτή παρήγαγε το 2013 18.000.000 τεμάχια και το 2014 θα υπερβεί τα 20.000.000 τεμάχια.

Παρά το γεγονός ότι αν λάβει κανείς υπ' όψιν του την ωριαία δυναμικότητα φαίνεται να υπάρχει περιθώριο περαιτέρω αύξησης, το περιθώριο αυτό είναι σημαντικά μικρό, δεδομένου ότι οι ανάγκες την περίοδο αιχμής ΜΑΪΟΣ-ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ, είναι αυξημένες.

Παράλληλα το γεγονός ότι η ΕΑΣ Αργολίδας –ΡΕΑ έχει αναλάβει την παραγωγή πολλών διαφορετικών κωδικών για διάφορους πελάτες, επιβάλλει συχνές αλλαγές με περαιτέρω επιβάρυνση των μεγεθών της παραγωγής.

### **2. Γραμμή TETRA BRICK 1Lt.**

Η γραμμή αυτή αγοράστηκε μεταχειρισμένη το 1998 και το 2013 παρήγαγε 1.200.000 κουτιά. Είναι σε καλή κατάσταση και έχει μεγάλα περιθώρια αύξησης της παραγωγής. Υπάρχει σε εξέλιξη διαπραγμάτευση για την ανάληψη παραγωγής προϊόντων για λογαριασμό του ΟΗΕ αλλά και για εξαγωγές σε χώρες του τρίτου κόσμου.

Τα περιθώρια αύξησης πωλήσεων στην Ελλάδα είναι μηδενικά.

### **3. Γραμμή TB 19 250ml**

Η γραμμή αυτή το 2013 παρήγαγε 20.000.000 κουτιά τα οποία το 2014 αναμένεται να αυξηθούν περαιτέρω σε 23.000.000 έως 24.000.000 κουτιά.

Η χρονική κατανομή των πωλήσεων είναι πιο ισορροπημένη κατά την διάρκεια του έτους και αυτό δίνει περιθώρια περαιτέρω αύξησης της παραγωγής.

Υπάρχει όμως πρόβλημα με το συγκεκριμένο μέγεθος, δεδομένου ότι οι μεγάλοι του κλάδου έχουν εγκαταστήσει γραμμές 250ml με διαφορετικό σχήμα κουτιού (Slim Line).

Το γεγονός αυτό επιβάλλει τάχιστα την εγκατάσταση μιας αντίστοιχης γραμμής από την ΕΑΣ Αργολίδας –ΡΕΑ.

Υπάρχει σε εξέλιξη διαπραγμάτευση με την TETRA ΠΑΚ με εκτιμώμενο κόστος μιας νέας γραμμής στο 1.400.000 ευρώ. Εναλλακτικά αναζητείται μεταχειρισμένη σε καλή κατάσταση.

### **4. Γραμμές αναψυκτικών.**

Σχεδόν όλη η δυναμικότητα των γραμμών είναι διαθέσιμη, υπό την προϋπόθεση σοβαρής παρέμβασης στην τεχνολογία των γραμμών. Εκτιμώμενα απαιτούμενα κεφάλαια 400.000 ευρώ.

Υπάρχουν ήδη σε εξέλιξη συζητήσεις για την ανάληψη παραγωγής για λογαριασμό τρίτου και στην περίπτωση αυτή έχουν ήδη ληφθεί όλες οι αποφάσεις έγκρισης επενδυτικών δαπανών.

## **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΙΣΤΟΡΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1/1/2009-31/12/2013**

Σ' αυτό το τμήμα της μελέτης αναλύονται τα απολογιστικά οικονομικά στοιχεία της ΕΑΣ Αργολίδας –ΡΕΑ, για την πενταετία 1/1/2009 -31/12/2013.

Για την πληρέστερη κατανόηση των μεγεθών παρατίθενται σημαντικά γεγονότα της περιόδου, τα

οποία είχαν σοβαρή επίδραση στα οικονομικά μεγέθη.

1. Διακοπή συμβολαίου παραγωγής ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό της αλυσίδας σούπερ μάρκετ DIA.

Η διακοπή ανακοινώθηκε τον Σεπτέμβριο 2009 και ολοκληρώθηκε το Φεβρουάριο του 2010.

Το συμβόλαιο αφορούσε την παραγωγή χυμών σε συσκευασία ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ και αναψυκτικών σε συσκευασία PET και CAN.

Η DIA αποτελούσε τον σημαντικότερο πελάτη της ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ και αντιπροσώπευε το 32% των πωλήσεων.

Για την αντιμετώπιση του σημαντικού προβλήματος ανελήφθησαν πρωτοβουλίες προς δυο κατευθύνσεις.

Αφενός εξασφαλίστηκε η ανάληψη της παραγωγής προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για τις αλυσίδες ΜΑΣΟΥΤΗΣ, MARKET IN, ΒΑΖΑΑΡ, ΜΑΚΚΡΟ, ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΗ, ΒΙΟΧΥΜ και αφ' ετέρου επιδιώχθηκε η αύξηση του μεριδίου στην εσωτερική αγορά με την τοποθέτηση των προϊόντων πέραν του παραδοσιακού brand ΡΕΑ και με τα νέα ΑΓΡΟΣ, ΜΑΔΟΡΑ.

Ταυτόχρονα δημιουργήθηκε τμήμα πωλήσεων με γραφεία στη Αθήνα, έναν πωλητή με έδρα τη Θεσσαλονίκη, έναν με έδρα την Λάρισα και την ανάθεση επί προμηθεία των πωλήσεων σε Δωδεκάνησα, Κυκλάδες, Κρήτη.

2. Δραστική μείωση των εσόδων από προμήθειες που προέκυπταν από την λειτουργία της ΕΑΣ Αργολίδας –ΡΕΑ ως Ομάδας Παραγωγών Φρούτων.

Το 2009 καταργήθηκε η συνδεδεμένη επιδότηση των εσπεριδοειδών που απολάμβαναν οι παραγωγοί μέλη των Ομάδων Παραγωγών, που διέθεταν τα προϊόντα τους για χυμοποίηση.

Αποτέλεσμα ήταν η σταδιακή απομάκρυνση των παραγωγών από τις Ομάδες Παραγωγών, και ως εκ τούτου η δραστική μείωση των εσόδων από προμήθειες.

Η εξέλιξη αυτή βρήκε την ΕΑΣ Αργολίδας-ΡΕΑ σχετικά προετοιμασμένη, δεδομένου ότι από το 2004, είχε αποφασιστεί η σταδιακή απεξάρτηση από τον τομέα παροχής υπηρεσιών και η στροφή στην μεταποίηση.

3. Αντιμέτωπιση των προβλημάτων χρηματοδότησης από τράπεζες, αλλά και των γενικότερων προβλημάτων που ανέκυπταν λόγω της οικονομικής κρίσης.

Παραδοσιακά η ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ συνεργάζεται με την ΑΤΕ και σε πολύ μικρότερο βαθμό με την ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.

Το 2005 αποφασίστηκε η απομάκρυνση από την ΑΤΕ, λόγω της γραφειοκρατικής της οργάνωσης και η συνεργασία με την ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ.

Αποτέλεσμα ήταν ότι η κατάρρευση της ΑΤΕ δεν επηρέασε σοβαρά την λειτουργία της επιχείρησης .

Ταυτόχρονα επιδιώχθηκε συστηματικά η μείωση του κόστους λειτουργίας σε όλους τους τομείς με θεαματικά αποτελέσματα.

Ειδικότερα, στο κόστος εργασίας μειώθηκαν οι αποδοχές των εργαζομένων, που καλύπτονταν από την σύμβαση των συνεταιριστικών υπαλλήλων κατά περίπου 25%. Οι αποδοχές των εργαζομένων που αμείβονταν με βάση την Εθνική Γενική Συλλογική Σύμβαση Εργασίας δεν άλλαξαν.

Το 2012 οργανώθηκε τμήμα εξαγωγών με την πρόσληψη ενός ειδικευμένου υπαλλήλου, του οποίου η μέχρι σήμερα λειτουργία αποδεικνύεται εξαιρετικά αποτελεσματική με τις εξαγωγές να αποτελούν πλέον πέραν του 10% των πωλήσεων, και να είναι γεωγραφικά

εξαπλωμένες σε πολλές χώρες όπως Κίνα, Ηνωμένες Πολιτείες, Σουηδία, Λιβύη, Αλγερία, Ιορδανία, Σεϋχέλλες και σε πολλές άλλες να υπάρχουν προχωρημένες διαπραγματεύσεις.

Τέλος επιδιώχθηκε η χρήση του εξοπλισμού για παραγωγή και άλλων προϊόντων πέραν των προϊόντων εσπεριδοειδών.

Με επενδύσεις μικρού κόστους κατέστη εφικτή η παραγωγή συμπυκνωμένων χυμών από μήλα, σταφύλια, ρόδια, ροδάκινα, βερίκοκα, αχλάδια.

## **ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

Ως αποτέλεσμα των δράσεων που ανελήφθησαν κατά την παρελθούσα πενταετία, η γενική κατάσταση της ΕΑΣ Αργολίδας –ΡΕΑ χαρακτηρίζεται από τα ακόλουθα στοιχεία:

1. Οικονομικά η επιχείρηση είναι πλήρως ενήμερη προς εργαζόμενους, ασφαλιστικά ταμεία, δημόσιο, προμηθευτές, τράπεζες.
2. Εμπορικά κατέχει πλέον στην εσωτερική αγορά μετρήσιμο μερίδιο με τα ίδια brands. Ταυτόχρονα αποτελεί τον σημαντικότερο παραγωγό ιδιωτικής ετικέτας στον κλάδο της. Τέλος έχει οργανωθεί ένα σοβαρό δίκτυο πελατών διεθνώς, που δίνει ελπίδες ότι σύντομα οι εξαγωγές θα παρουσιάσουν σημαντικότερη αύξηση ως ποσοστό των πωλήσεων.
3. Από πλευράς εγκαταστάσεων, η επιχείρηση με σταθερές επενδύσεις ετησίως της τάξης των 500.000 ευρώ χρηματοδοτούμενες από ίδια κεφάλαια, διατήρησε την θέση της τεχνολογικά και ενδεχομένως τη βελτίωσε σε σχέση με τον ανταγωνισμό.
4. Οργανωτικά έχει βελτιωθεί σημαντικά το επίπεδο λογιστικής παρακολούθησης, με πλήρη εφαρμογή του ERP. Έχουν εξασφαλιστεί όλα τα αναγκαία πιστοποιητικά ποιότητας ISO FSSE και HACCP.

## **ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1/1/2014 - 31/12/2018**

Οι μακροπρόθεσμοι στόχοι της ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ, αφορούν την σταθερή αύξηση του κύκλου εργασιών για την συγκεκριμένη περίοδο μεσοσταθμικά κατά 15% ετησίως.

Η επιτυχία αυτού του στόχου θα επιδιωχθεί μέσα από τις ακόλουθες επί μέρους δράσεις:

1. Επέκταση της γκάμας διατιθέμενων προϊόντων.
2. Χρήση του συνόλου των διατιθέμενων εγκαταστάσεων.
3. Δραστική επέκταση των εξαγωγών.

### **Βασικές επιλογές για την επίτευξη των στόχων.**

Η υλοποίηση των επί μέρους στόχων θα στηριχθεί στη αυστηρή εφαρμογή των ακόλουθων αρχών:

1. Διατήρηση απόλυτης ανεξαρτησίας απέναντι σε εξαρτήσεις από πελάτες. Ορίζεται ως μέγιστο όριο συμμετοχής μεμονωμένου πελάτη στις πωλήσεις το 20%. Αυτό κρίνεται απαραίτητο μετά την εμπειρία της συνεργασίας με την DIA και των προβλημάτων που δημιούργησε η διακοπή της.
2. Αποφυγή τραπεζικού δανεισμού για την υλοποίηση των απαραίτητων επενδύσεων. Οι επενδύσεις θα χρηματοδοτούνται από ίδια διαθέσιμα ή εναλλακτικά με την μέθοδο Leasing.
3. Σταδιακή αύξηση των προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας. Αναγκαία προϋπόθεση η δημιουργία δίπλα στην διεύθυνση παραγωγής, τμήματος έρευνας και ανάπτυξης νέων προϊόντων, προοριζόμενων κυρίως για βιομηχανικούς πελάτες.
4. Συνεχής αναβάθμιση του επιπέδου εκπαίδευσης του προσωπικού.



## ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ 2014-2018

Στην ερχόμενη πενταετία θα αναληφθούν οι ακόλουθες πρωτοβουλίες σε επίπεδο επενδύσεων:

1. Εκσυγχρονισμός μονάδας αναψυκτικών  
Η μονάδα αναψυκτικών βρίσκεται ουσιαστικά εκτός λειτουργίας και προϋπόθεση για την θέση της σε παραγωγή είναι ο σημαντικός της εκσυγχρονισμός.  
Εκτιμώμενη δαπάνη 400.000 ευρώ.  
Χρόνος υλοποίησης 2<sup>ο</sup> εξάμηνο του 2014.  
Υπάρχει σε προχωρημένο στάδιο διαπραγμάτευση με άλλη επιχείρηση για την ανάληψη παραγωγής αναψυκτικών για λογαριασμό της, που θα καλύψουν σημαντικό τμήμα της δυναμικότητας.  
Η χρηματοδότηση θα γίνει από ίδια διαθέσιμα τα οποία έχουν εξασφαλιστεί.
2. Κατασκευή αίθουσας εκπαίδευσης, αποδυτηρίων εργαζομένων, νέου χημείου.  
Και τα τρία αυτά έργα κρίνονται απαραίτητα αφενός μεν προκειμένου η επιχείρηση να είναι σύμφωνη με την νομοθεσία, αφ' ετέρου προκειμένου να αυξήσει το επίπεδο ποιότητας, όπως απαιτούν οι σημαντικοί πελάτες.  
Θα χρησιμοποιηθούν υπάρχοντες χώροι στους οποίους θα γίνουν οι σχετικές εργασίες διαμόρφωσης.  
Κόστος : 100.000 ευρώ.  
Χρόνος υλοποίησης : 4<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2014  
Χρηματοδότηση : Ίδια διαθέσιμα
3. Αναβάθμιση ηλεκτρικού δικτύου εργοστασίου ΕΣΠΕΡΙΔΕΣ  
Το υπάρχον δίκτυο στηρίζεται σε έναν μετασχηματιστή 1200 KWA, από τον οποίον τροφοδοτούνται όλες οι μονάδες παραγωγής.  
Το δίκτυο έχει φθάσει στα όρια αντοχής του και απαιτείται ανασχεδιασμός, ώστε να καταστεί δυνατή η προσθήκη νέων καταναλώσεων.  
Ο υπάρχων μετασχηματιστής θα συνεχίσει να τροφοδοτεί το χυμοποιείο, το θερμοστήριο, το βιολογικό καθαρισμό και την μονάδα επεξεργασίας νερού.  
Θα εγκατασταθεί ένας νέος μετασχηματιστής 800KWA.  
Θα τοποθετηθούν νέοι πίνακες στην μονάδα ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ, στην μονάδα αναψυκτικών, στο παρασκευαστήριο.  
Προβλεπόμενο κόστος : 80.000 ευρώ.  
Χρόνος υλοποίησης : 4<sup>ο</sup> τρίμηνο 2014.  
Χρηματοδότηση : Ίδια διαθέσιμα
4. Προμήθεια γενικού εξοπλισμού  
Είναι ανάγκη να γίνει προμήθεια ενός νέου φορτηγού αυτοκινήτου μεταχειρισμένου, εις αντικατάσταση υπάρχοντος, ενός νέου καινούργιου ανυψωτικού ηλεκτροκίνητου και ενός νέου καινούργιου ανυψωτικού πεζού χειριστή ηλεκτροκίνητου.  
Επίσης 10.000 πλαστικών κιβωτίων.  
Προβλεπόμενο κόστος : 90.000 ευρώ.  
Χρόνος υλοποίησης : 1<sup>ο</sup> εξάμηνο 2015.  
Χρηματοδότηση : Ίδια κεφάλαια.
5. Προμήθεια γραμμής ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ 250ml Slim Line.  
Η προμήθεια αυτής της γραμμής κρίνεται αναγκαία δεδομένου ότι ήδη οι σημαντικότεροι ανταγωνιστές, έχουν προχωρήσει σε παρόμοιες επενδύσεις.  
Βρισκόμαστε ήδη σε συζητήσεις με την ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ για την προμήθεια μιας μεταχειρισμένης γραμμής με λίγες ώρες λειτουργίας.  
Εκτιμώμενο κόστος 500.000 – 600.000 ευρώ.  
Χρόνος υλοποίησης : 1<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2015.  
Χρηματοδότηση : Leasing από ΤΕΤΡΑ ΠΑΚ για 7 χρόνια.

6. Προμήθεια 2<sup>ης</sup> γραμμής TETRA PRISMA 1Lt.  
Η προμήθεια αυτής της γραμμής κρίνεται απαραίτητη προκειμένου να εξασφαλιστεί η απρόσκοπτη τροφοδοσία των πελατών, και η κάλυψή μας σε ενδεχόμενη σημαντική εποχική αύξηση, ή σοβαρή βλάβη της υπάρχουσας γραμμής.  
Το κόστος θα εξαρτηθεί από την πληρότητα της γραμμής, την παλαιότητα της και την διαθεσιμότητα.  
Εκτιμώμενο κόστος: 800.000 ευρώ.  
Χρόνος υλοποίησης: 2<sup>ο</sup> εξάμηνο του 2015.  
Χρηματοδότηση : Leasing από TETRA ΠΑΚ διάρκειας 7 ετών.
7. Κατασκευή χώρου αποθήκης περίπου 1.000 τ.μ.  
Κρίνεται άκρως απαραίτητη δεδομένης της αύξησης του κύκλου εργασιών και του πλήθους των προϊόντων.  
Εκτιμώμενο κόστος : 200.000 ευρώ.  
Χρόνος υλοποίησης: 1<sup>ο</sup> εξάμηνο του 2015  
Χρηματοδότηση : Ίδια διαθέσιμα.
8. Προμήθεια και εγκατάσταση γραμμής εμφιάλωσης χυμών σε γυάλινες φιάλες.  
Η γυάλινη συσκευασία σε φιάλες μιας χρήσης, εμφανίζει σταδιακά αύξηση στη Δυτική Ευρώπη, για προϊόντα premium.  
Είναι ανάγκη να παρακολουθήσουμε την εξέλιξη αυτής της συσκευασίας με προσοχή, προκειμένου να είμαστε σε θέση να λάβουμε σχετικές αποφάσεις εάν χρειαστεί.  
Κόστος επένδυσης : 1.200.000 ευρώ  
Χρόνος επένδυσης: 2016  
Τόπος εγκατάστασης : αίθουσα αναψυκτικών  
Χρηματοδότηση : Leasing από τράπεζα.
9. Εξασφάλιση πρόσθετου χώρου οικοπέδων στο εργοστάσιο ΕΣΠΕΡΙΔΕΣ.  
Το υπάρχον οικόπεδο στο εργοστάσιο ΕΣΠΕΡΙΔΕΣ είναι 32.000 τμ. και η επιτρεπόμενη δόμηση μετά την κατασκευή της σχεδιαζόμενης αποθήκης έχει καλυφθεί.  
Για το λόγο αυτό πρέπει πάση θυσία να εξασφαλιστεί ένα από τα τέσσερα οικόπεδα που συνορεύουν με το εργοστάσιο.
10. Προμήθεια και εγκατάσταση γραμμής ασηπτικής συσκευασίας χυμών σε βαρέλια.  
Η επένδυση αυτή είναι άκρως απαραίτητη εφόσον η επιχείρηση αποφασίσει να ασχοληθεί με την εμπορία συμπυκνωμένων χυμών.  
Μέχρι σήμερα στον τομέα αυτό διατίθενται μικρές ποσότητες συμπυκνωμένων χυμών πορτοκαλιού και λεμονιού σε κατεψυγμένη μορφή.  
Κόστος : 700.000 ευρώ  
Χρόνος : 2017  
Χρηματοδότηση : Leasing τραπεζής ή ίδια διαθέσιμα.
11. Προμήθεια και εγκατάσταση γραμμής παραγωγής χυμών σε pouch.  
Είναι μια δυνατότητα ακόμα που προσφέρεται από ανταγωνιστές στην Ευρώπη, με κύριο χαρακτηριστικό την μείωση του κόστους υλικού συσκευασίας  
Η περίπτωση αυτή χρειάζεται προσεκτική μελέτη και ο χρόνος υλοποίησής της εφόσον τελικά αποφασιστεί θα πρέπει να είναι το 2017.  
Κόστος : 600.000 ευρώ.

## **ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2014-2018**

Η σημερινή οργανωτική διάρθρωση έχει εξαντλήσει τα όριά της.  
Η ΕΑΣ Αργολίδας – ΡΕΑ ξεκίνησε με την βασική δομή όλων των συνεταιριστικών επιχειρήσεων, δηλαδή παροχή υπηρεσιών στους αγρότες, μεγάλος αριθμός προσωπικού κυρίως μέσης εκπαίδευσης, που διακατέχονταν από την αίσθηση εξασφάλισης που παρείχε η μονιμότητα.  
Διαφοροποιήθηκε σημαντικά όμως από τις άλλες συνεταιριστικές επιχειρήσεις, κυρίως διότι από

την δημιουργία της η ΡΕΑ το 1948, είχε τομέα παραγωγής και μάλιστα ισχυρό. Οι νέες συνθήκες που επικρατούν παγκόσμια επιβάλλουν νέο σχεδιασμό, και εργαζομένους με ειδικές ικανότητες.

Βασικό στοιχείο του νέου σχεδιασμού αποτελεί το τμήμα πωλήσεων.

Η επιχείρηση οφείλει να πείσει ότι είναι αξιόπιστος παραγωγός προϊόντων με ανταγωνιστικό κόστος, και να παράγει όσα προϊόντα μπορεί να πουλήσει το τμήμα πωλήσεων σε όλο τον κόσμο.

Για τον έλεγχο του κόστους απαραίτητη είναι η συγκρότηση ενός ισχυρού τμήματος προμηθειών, που θα ελέγχει σε μόνιμη βάση την εξέλιξη της αγοράς κάθε είδους που ενδιαφέρει, και θα εκμεταλλεύεται τις διακυμάνσεις των τιμών, και την υπάρχουσα ρευστότητα.

Τέλος το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης νέων προϊόντων θα δώσει την δυνατότητα παραγωγής προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας που θα εξασφαλίσουν αυξημένη κερδοφορία.

Η εκμετάλλευση του δικτύου πωλήσεων είναι σημαντική για τη διάθεση προϊόντων που παράγει το εργοστάσιο, αλλά μπορεί να γίνει και προσφυγή φασόν σε άλλα εργοστάσια.

Αυτονόητο είναι ότι πρέπει να συνεχισθεί η αναβάθμιση του λογιστηρίου, των μηχανισμών εσωτερικού ελέγχου, του τμήματος συντήρησης.

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ 2009-2013

### Ισολογισμοί περιόδου 2009-2013

<b>ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
<b>ΟΦΕΙΛΟΜΕΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ</b>					
ΟΦΕΙΛΟΜΕΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	19.386	339.756	339.756	339.756	177.500
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΟΦΕΙΛΟΜΕΝΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ</b>	<b>19.386</b>	<b>339.756</b>	<b>339.756</b>	<b>339.756</b>	<b>177.500</b>
<b>ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
ΕΝΣΩΜΑΤΕΣ	12.383.67				
ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ	1	4.028.011	3.775.814	4.059.960	3.914.114
ΣΥΜ/ΧΕΣ ΚΑΙ ΜΑΚΡΟΠΡ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	205.014	290.802	290.510	446.037	496.723
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>12.588.68</b>	<b>4.318.813</b>	<b>4.066.324</b>	<b>4.505.997</b>	<b>4.410.837</b>
<b>ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	3.225.265	3.419.485	3.445.995	3.495.188	3.825.176
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		11.564.89	10.895.22	10.744.01	
	8.046.664	4	5	5	50.469.535
ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	593.515	733.816	811.628	1.002.913	873.529
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>11.865.44</b>	<b>15.718.19</b>	<b>15.152.84</b>	<b>15.242.11</b>	<b>55.168.240</b>
<b>ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ</b>					

<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>					
<b>ΕΞΟΔΑ ΕΠΙΟΜΕΝΩΝ</b>					
ΧΡΗΣΕΩΝ	68.791	58.316	85.090	174.490	240.385
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>					
<b>ΜΕΤΑΒΑΤ.ΛΟΓ.ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
<b>Υ</b>	<b>68.791</b>	<b>58.316</b>	<b>85.090</b>	<b>174.490</b>	<b>240.385</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>					
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>24.542.30</b>	<b>20.435.08</b>	<b>19.644.01</b>	<b>20.262.35</b>	
	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>59.996.962</b>
<b>ΠΑΘΗΤΙΚΟ &amp; ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ</b>					
<b>ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ</b>					
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ</b>					
ΚΕΦΑΛΑΙΟ	221.867	1.633.393	1.633.393	1.633.393	1.793.293
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ</b>	<b>221.867</b>	<b>1.633.393</b>	<b>1.633.393</b>	<b>1.633.393</b>	<b>1.793.293</b>
<b>ΔΙΑΦΟΡΕΣ</b>					
ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ	1.284.749	1.284.749	1.009.121	1.009.121	1.228.264
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	12.200.85				
	9	4.597.300	4.597.300	4.597.300	4.597.300
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΙΣ ΝΕΟ	-	-			
	1.072.410	1.074.554	-722.753	-586.617	-169.371
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ</b>	<b>12.635.06</b>				
	<b>5</b>	<b>6.440.888</b>	<b>6.517.061</b>	<b>6.653.197</b>	<b>7.449.486</b>
<b>ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ</b>					
<b>ΕΚΤΑΚΤΟΥΣ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ</b>					
<b>ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ</b>					
ΕΚΤΑΚΤΟΥΣ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ	952.387	130.864	65.523	65.523	202.962
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ</b>	<b>952.387</b>	<b>130.864</b>	<b>65.523</b>	<b>65.523</b>	<b>202.962</b>
<b>ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>					
<b>ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ</b>					
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	634.711	734.712	834.712	984.712	1.426.954
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ	10.317.80	13.128.61	12.226.72	12.558.92	
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	3	6	2	7	50.917.560
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ</b>	<b>10.952.51</b>	<b>13.863.32</b>	<b>13.061.43</b>	<b>13.543.63</b>	
	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>52.344.514</b>
<b>ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ</b>					
<b>ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>					
<b>ΕΞΟΔΑ ΧΡΗΣΕΩΣ</b>					
ΔΟΥΛΕΜΕΝΑ	2.340	0	0	0	0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>					
<b>ΜΕΤΑΒΑΤ.ΛΟΓ.ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>2.340</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>					
<b>ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>24.542.30</b>	<b>20.435.08</b>	<b>19.644.01</b>	<b>20.262.35</b>	
	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>59.996.962</b>

**Κατάσταση εξόδων 2009-2013**

<b>ΟΡΓΑΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<i>ΑΜΟΙΒΕΣ &amp; ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ</i>	2.179.853,7 6	2.342.449,8 5	2.525.590,3 6	3.115.583,2 7	2.682.771,2 7
<i>ΑΜΟΙΒΕΣ &amp; ΕΞΟΔΑ ΤΡΙΤΩΝ</i>	307.401,05	278.401,41	283.951,97	782.522,85	506.863,53
<i>ΠΑΡΟΧΕΣ ΤΡΙΤΩΝ</i>	933.825,50	799.014,99	725.015,13	728.118,89	925.533,23
<i>ΦΟΡΟΙ - ΤΕΛΗ</i>	69.678,36	48.189,59	57.688,91	51.313,13	54.783,08
<i>ΕΞΟΔΑ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ</i>	1.112.168,0 5	1.115.266,9 5	943.188,65	824.709,77	1.161.769,7 3
<i>ΕΞΟΔΑ ΤΑΞΙΔΙΩΝ</i>	16.298,88	23.968,48	37.612,93	45.565,72	71.201,41
<i>ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ &amp; ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ</i>	15.376,05	15.243,57	13.296,10	13.929,58	16.830,10
<i>ΕΞΟΔΑ ΕΚΘΕΣΕΩΝ-ΕΠΙΛΕΙΞΕΩΝ</i>	341,56	0,00	2.200,00	0,00	8.366,04
<i>ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ- ΕΙΣΦΟΡΕΣ</i>	1.537,11	68.101,50	57.884,22	5.552,74	12.896,59
<i>ΔΩΡΕΕΣ-ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ</i>	900,00	250,00	0,00	310,00	1.535,00
<i>ΕΝΤΥΠΑ &amp; ΓΡΑΦΙΚΗ ΥΛΗ</i>	36.679,11	56.216,21	46.327,81	49.463,46	57.995,09
<i>ΥΛΙΚΑ ΑΜΕΣΗΣ ΑΝΑΛΩΣΗΣ</i>	46.771,35	70.184,70	57.089,77	35.936,71	26.874,14
<i>ΕΞΟΔΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ</i>	200,00	203,25	1.333,25	1.352,61	2.119,75
<i>ΕΞΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</i>	270.897,10	271.545,08	398.071,26	416.553,69	506.897,75
<i>ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</i>	30.048,62	7.611,47	30.152,35	38.634,17	35.738,55
<i>ΕΞΟΔΑ ΑΓΟΡΩΝ</i>	1.380,35	3.650,14	1.300,88	0,00	0,00
<i>ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΞΟΔΑ</i>	216.339,44	299.196,85	164.709,90	124.645,41	179.498,31
<i>ΤΟΚΟΙ &amp; ΣΥΝΑΦΗ ΕΞΟΔΑ</i>	467.176,82	418.309,06	373.931,44	263.405,89	322.199,40
<i>ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΕΠΙΣΦΑΛΕΙΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ</i>	567.542,25	334.545,73	395.828,68	456.814,34	431.282,72
	71.522,33	65.340,72	0,00	65.523,46	202.771,17
	<b>6.345.937,6 9</b>	<b>6.217.689,5 5</b>	<b>6.115.173,6 1</b>	<b>7.019.935,6 9</b>	<b>7.207.926,8 6</b>

### Κατάσταση Αποτελεσμάτων 2009-2013

<i>ΕΤΗ</i>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ</b>					
<b>ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</b>					
<i>ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)</i>	15.218.09	14.026.98	13.224.76	14.529.75	15.077.22
	2	0	2	6	4
<i>ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</i>	12.376.40	12.115.72	11.662.61	12.350.78	12.323.28
	7	0	1	3	1
<b>ΜΙΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΜΑΤΑ</b>					
<b>ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</b>	<b>2.841.685</b>	<b>1.911.260</b>	<b>1.562.151</b>	<b>2.178.973</b>	<b>2.753.943</b>
<i>ΑΛΛΑ ΕΣΟΔΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</i>	528.688	761.792	960.500	756.830	746.045
<i>ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ</i>					
<i>ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</i>	2.015.613	1.901.268	2.006.803	2.116.694	2.232.817
<b>ΜΕΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΜΑΤΑ</b>					
<b>ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</b>	<b>1.354.760</b>	<b>771.784</b>	<b>515.848</b>	<b>819.109</b>	<b>1.267.171</b>
<i>ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ &amp; ΣΥΝΑΦΗ</i>					
<i>ΕΣΟΔΑ</i>	2.104	1.812	2.993	41.574	6.465
<i>ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ &amp; ΣΥΝΑΦΗ</i>					
<i>ΕΣΟΔΑ</i>	467.177	418.309	373.931	263.406	322.199
<b>ΟΛΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΜΑΤΑ</b>					
<b>ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</b>	<b>889.687</b>	<b>355.287</b>	<b>144.910</b>	<b>597.277</b>	<b>951.437</b>
<i>ΕΚΤΑΚΤΑ &amp; ΑΝΟΡΓΑΝΑ ΕΣΟΔΑ</i>	35.829	24.499	181.034	152.956	9.264
<i>ΕΚΤΑΚΤΑ &amp; ΑΝΟΡΓΑΝΑ ΕΞΟΔΑ</i>	911.704	546.798	423.621	1.149.702	752.925
<b>ΟΡΓΑΝΙΚΑ &amp; ΕΚΤΑΚΤΑ</b>					
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ</b>	<b>13.812</b>	<b>-167.012</b>	<b>-97.677</b>	<b>-399.469</b>	<b>207.776</b>
<i>ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ</i>	567.542	334.546	395.829	456.814	431.282
<i>ΟΙ ΕΝΣΩΜΑΤΩΝΕΣ ΣΤΟ</i>					
<i>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</i>	567.542	334.546	357.370	439.037	382.818
<b>ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ</b>					
<b>ΦΟΡΩΝ</b>	<b>13.812</b>	<b>-167.012</b>	<b>-136.136</b>	<b>-417.246</b>	<b>159.312</b>
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ</b>					
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΜΑΤΩΝ</b>					
<i>ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ</i>					
<i>ΧΡΗΣΗΣ</i>	13.812	-167.012	-136.136	-417.246	159.312
<i>ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ</i>	-				
<i>ΠΡΟΗΓ.ΧΡΗΣΕΩΝ</i>	1.074.554	-722.753	-586.617	-169.371	-328.683
<i>ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ</i>					
<i>ΕΛΕΓΧΟΥ</i>	0	-144.809	0	0	0
<i>ΛΟΙΠΟΙ ΜΗ ΕΝΣΩΜΑΤΩΜΕΝΟΙ</i>					
<i>ΣΤΟ ΛΕΙΤ.ΚΟΣΤΟΣ ΦΟΡΟΙ</i>	11.668	39.980	0	0	0

**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ**

- -  
1.072.410 1.074.554 -722.753 -586.617 -169.371

**Χρηματοοικονομικοί Δείκτες 2009-2013****ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ  
ΔΕΙΚΤΕΣ**

2013 2012 2011 2010 2009

**ΑΠΟΔΟΤΗΚΟΤΗΤΑΣ**

ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	18,67%	13,63%	11,81%	15,00%	18,27%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	8,90%	5,50%	3,90%	5,64%	8,40%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	0,09%	-1,19%	-1,03%	-2,87%	1,06%
ROTA	1,96%	1,23%	1,21%	-0,76%	0,80%
ROE	0,11%	-2,59%	-2,09%	-6,27%	2,14%
ROCE	3,62%	3,50%	3,23%	-2,01%	5,42%

**ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ**

ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ		2.589.57	2.926.12	2.683.18	4.250.68
	1.547.641	9	6	9	0
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,15	1,20	1,24	1,21	1,08
ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,15	1,20	1,24	1,21	1,08
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,06	0,06	0,07	0,08	0,02

**ΔΑΝΕΙΑΚΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ**

ΓΕΝΙΚΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ (ΣΥΝ. ΥΠΟΧΡ./ΙΔΙΑ)	0,87	2,15	2,00	2,04	7,03
ΔΑΝΕΙΑ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,05	0,11	0,13	0,15	0,19
ΚΑΛΥΨΗ ΤΟΚΩΝ	1,03	0,60	0,64	-0,58	1,49

**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ  
(ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ)**

ΤΑΧ.ΚΥΚΛ.ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ (ΣΕ ΗΜΕΡΕΣ)	95	103	108	103	113
ΤΑΧ.ΚΥΚΛ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (ΣΕ ΗΜΕΡΕΣ)	193	301	301	270	1.222
ΤΑΧ.ΚΥΚΛ.ΠΕΛΑΤΩΝ & ΓΡΑΜ.ΕΙΣ. (ΣΕ ΗΜΕΡΕΣ)	170	265	264	237	436
ΤΑΧ.ΚΥΚΛ.ΠΡΟΜ & ΓΡΑΜ.ΠΛΗΡ. (ΣΕ ΗΜΕΡΕΣ)	112	163	160	153	1.109
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΩΝ	1,23	3,48	3,50	3,58	3,85
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0,62	0,69	0,67	0,72	0,25

## ΕΤΗΣΙΟΙ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2014-2018

### Προϋπολογισμός εξόδων 2014-2018

<b>ΟΡΓΑΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<i>ΑΜΟΙΒΕΣ &amp; ΕΞΟΔΑ</i>		2.450.00	2.600.00	2.750.00	
<i>ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ</i>	2.350.000	0	0	0	3.000.000
<i>ΑΜΟΙΒΕΣ &amp; ΕΞΟΔΑ ΤΡΙΤΩΝ</i>	500.000	450.000	500.000	600.000	700.000
<i>ΠΑΡΟΧΕΣ ΤΡΙΤΩΝ</i>	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
<i>ΦΟΡΟΙ - ΤΕΛΗ</i>	150.000	200.000	200.000	200.000	300.000
<i>ΕΞΟΔΑ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ</i>		1.200.00	1.250.00	1.300.00	
	1.200.000	0	0	0	1.400.000
<i>ΕΞΟΔΑ ΤΑΞΙΔΙΩΝ</i>	70.000	70.000	70.000	100.000	100.000
<i>ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ &amp; ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ</i>	50.000	100.000	100.000	100.000	100.000
<i>ΕΞΟΔΑ ΕΚΘΕΣΕΩΝ-ΕΠΙΔΕΙΞΕΩΝ</i>	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
<i>ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ- ΕΙΣΦΟΡΕΣ</i>	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
<i>ΔΩΡΕΕΣ-ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ</i>	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
<i>ΕΝΤΥΠΑ &amp; ΓΡΑΦΙΚΗ ΥΛΗ</i>	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
<i>ΥΛΙΚΑ ΑΜΕΣΗΣ ΑΝΑΛΩΣΗΣ</i>	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000
<i>ΕΞΟΔΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ</i>	200	200	200	200	200
<i>ΕΞΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</i>	300.000	310.000	330.000	350.000	400.000
<i>ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</i>	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
<i>ΕΞΟΔΑ ΑΓΟΡΩΝ</i>	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
<i>ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΞΟΔΑ</i>	200.000	200.000	200.000	250.000	250.000
<i>ΤΟΚΟΙ &amp; ΣΥΝΑΦΗ ΕΞΟΔΑ</i>	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
<i>ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ</i>	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
<i>ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΕΠΙΣΦΑΛΕΙΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ</i>	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
		<b>7.285.20</b>	<b>7.555.20</b>	<b>7.955.20</b>	
	<b>7.125.200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8.555.200</b>



**Προϋπολογισμός Αποτελεσμάτων 2014-2018**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<i>ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ</i>	17.800.00	19.000.00	21.000.00	23.000.00	24.500.00
	0	0	0	0	0
<i>ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</i>	14.300.00	15.300.00	17.000.00	18.500.00	19.400.00
	0	0	0	0	0
<b><i>ΜΕΙΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</i></b>	<b>3.500.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>4.000.000</b>	<b>4.500.000</b>	<b>5.100.000</b>
<i>ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</i>	2.300.000	2.500.000	2.700.000	2.900.000	3.000.000
<b><i>ΜΕΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</i></b>	<b>1.200.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>1.300.000</b>	<b>1.600.000</b>	<b>2.100.000</b>
<i>ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΗ ΕΞΟΔΑ</i>	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
<b><i>ΟΛΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</i></b>	<b>700.000</b>	<b>700.000</b>	<b>800.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>1.600.000</b>
<i>ΕΚΤΑΚΤΑ ΚΑΙ ΑΝΟΡΓΑΝΑ ΕΞΟΔΑ</i>	400.000	400.000	400.000	500.000	600.000
<b><i>ΟΡΓΑΝΙΚΑ ΚΑΙ ΕΚΤΑΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ</i></b>	<b>300.000</b>	<b>300.000</b>	<b>400.000</b>	<b>600.000</b>	<b>1.000.000</b>
<i>ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ</i>	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
<i>ΕΝΣΩΜΑΤΩΜΕΝΕΣ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ</i>	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
<b><i>ΚΑΘΑΡΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ</i></b>	<b>300.000</b>	<b>300.000</b>	<b>300.000</b>	<b>300.000</b>	<b>300.000</b>

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η επιχείρηση είναι υγιής οικονομικά, διαθέτει εγκαταστάσεις κοντά στην αιχμή της τεχνολογίας, έχει ισχυρή πελατειακή βάση.

Η δανειακή της επιβάρυνση σε σχέση με τον κύκλο εργασιών της και την αξία των εγκαταστάσεών της είναι μικρή.

Η Διοίκησή της έχει δοκιμαστεί και έχει αποδειχθεί ικανή και αποτελεσματική.

Τα βασικά στελέχη που διαχειρίζονται καθημερινά την επιχείρηση, έχουν καλές σπουδές, διεθνή αντίληψη των πραγμάτων και εμπειρία αρκετών ετών.  
Αυτή είναι μια καλή επιχείρηση.

## ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Στην έκδοση “2014 Cogeca report on developments in EU agri-cooperatives”, Brussels 5<sup>th</sup> February 2015, μεταφέρουμε εδώ τις πληροφορίες που αναφέρονται στις 100 μεγαλύτερες αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση, συνολικά και κατά κλάδους. Ως μέγεθος εκλαμβάνεται ο κύκλος εργασιών.

Στους πίνακες που ακολουθούν περιλαμβάνονται 8 κλάδοι: Γεωργικά Εφόδια, Γαλακτοκομικά, Κρέατα, Πολλαπλού σκοπού, Δημητριακά, Οπωροκηπευτικά, Κρασί και Ελαιόλαδο-Ελιές. Για κάθε συνεταιριστική οργάνωση αναφέρεται ο κύκλος εργασιών για τα έτη 2011, 2012 και 2013, με εξαίρεση τους δύο τελευταίους κλάδους, για τους οποίους αναφέρεται ο κύκλος εργασιών μόνο του έτους 2013.

Από τον συνολικό πίνακα προκύπτει ότι από τις 28 χώρες μέλη της Ε.Ε. μόνο οι 12 έχουν μία ή περισσότερες αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις που μπορούν να ενταχθούν στις 10 μεγαλύτερες κάποιου κλάδου στην Ε.Ε. Οι τέσσερις πρώτες χώρες του συνολικού πίνακα (Γαλλία, Γερμανία, Ολλανδία, Δανία) έχουν το 80,7% του συνόλου του κύκλου εργασιών των 100 μεγαλύτερων συνεταιριστικών οργανώσεων των 12 χωρών του πίνακα.

Οι 100 μεγαλύτερες αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις είχαν το 2013 συνολικό κύκλο εργασιών ύψους 223 δισεκ. €. Τα 2/3 αυτού του μεγέθους το διέθεταν οι 25 μεγαλύτερες (σε κύκλο εργασιών) από τις οργανώσεις αυτές.

Όπως αναφέρει ο Προηγούμενος Πρόεδρος της COGECΑ Paolo Bruni, προλογίζοντας μια προηγούμενη έρευνα<sup>1</sup>, «η πιο ανταγωνιστική γεωργία βρίσκεται στις χώρες μέλη και στους κλάδους με τον εντονότερο προσανατολισμό προς την αγορά και στις περιοχές εκείνες όπου οι συνεταιρισμοί ακολουθούν τις πιο επιχειρηματικές στρατηγικές και δραστηριότητες προστιθέμενης αξίας με τη συγκέντρωση της προσφοράς και στη συνέχεια με επεξεργασία και εμπορία. Αυτά όλα αποδεικνύουν ότι η βιωσιμότητα της γεωργίας εξαρτάται από το βαθμό οργάνωσης των αγροτών και των συνεταιρισμών τους. Στο μέλλον, ενώπιον των συνεχώς πιο ανταγωνιστικών αγορών και της μεγαλύτερης πολυμορφίας των αναγκών και των προτιμήσεων των καταναλωτών, οι συνεταιρισμοί θα καταστούν πιο σημαντικοί για τη διατήρηση και την ανάπτυξη της γεωργίας».

Η Ελλάδα δεν εμφανίζεται σε κανένα πίνακα, ούτε στον κλάδο «Ελαιόλαδο-Ελιές», τον πίνακα που περιλαμβάνει 8 οργανώσεις από την Ισπανία, μία μόνο από την Ιταλία αλλά και μία από την Πορτογαλία, η οποία παράγει μόλις το 20% της ελληνικής παραγωγής. Αυτό δείχνει τη μεγάλη διασπορά των συνεταιριστικών μονάδων διάθεσης ελαιολάδου και ελαιών στην Ελλάδα, ή, με άλλα λόγια, την ανυπαρξία συνεργασίας μεταξύ συνεταιρισμών που έχουν το ίδιο προϊόν προς διάθεση. Να θυμίσουμε ότι η 6<sup>η</sup> Συνεταιριστική Αρχή για τη «συνεργασία μεταξύ συνεταιρισμών», ορίζει: **«Οι συνεταιρισμοί υπηρετούν με τη μέγιστη αποτελεσματικότητα τα μέλη τους και ισχυροποιούν τη συνεταιριστική κίνηση όταν συνεργάζονται μεταξύ τους δια μέσου οργανώσεων τοπικού, εθνικού, περιφερειακού και διεθνούς επιπέδου».** Στην Ελλάδα, προφανώς, θέλουμε να περιφρονούμε αυτή την Αρχή, με διάφορα προσχήματα. Είναι σαν να δηλώνουμε στους τρίτους «ελάτε να μας εκμεταλλευθείτε»!

Καθένας θα συναγάγει τα συμπεράσματά του για την ευθύνη των ίδιων των ελληνικών συνεταιρισμών για την παντελή έλλειψη μεγάλων συνεταιριστικών οργανώσεων στη χώρα, γεγονός που έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στα γεωργικά εισοδήματα, και στην ανταγωνιστικότητα των ελληνικών γεωργικών προϊόντων.

Κ. Παπαγεωργίου

<sup>1</sup> Agricultural Cooperatives in Europe, COGECΑ 15.9.2010.

**ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ  
ΚΑΤΑ ΚΛΑΔΟ, με βάση τον κύκλο εργασιών σε εκατ. €, έτη 2011, 2012, 2013, ή μόνο 2013**

Πηγή: Cogeca report on development in EU agri-cooperatives, COGECAs/Brussels 5.2.2015  
(www.agro-alimentarias.coop/ficheros/doc/o4518.pdf)

**Οι 10 μεγαλύτερες Συνεταιριστικές Οργανώσεις του κλάδου εφοδίων**

α/α	Συνεταιριστική οργάνωση	Χώρα	2011	2012	2013
1	Bay Wa	Γερμανία	9586	10531	15957
2	DLG	Δανία	5494	6610	7939
3	Agravis	Γερμανία	6468	7108	7504
4	InVivo	Γαλλία	6083	5669	6138
5	Axereal	Γαλλία	3375	3400	3707
6	Danish Agro	Δανία	2130	2263	3400
7	RWZ Rhein Main, Koeln	Γερμανία	1910	2298	2683
8	RWA	Αυστρία	2513	2698	2657
9	ForFarmers	Ολλανδία	5224	6620	2825
10	Agrifirm	Ολλανδία	2272	2436	2532

**Οι 10 μεγαλύτερες Συνεταιριστικές Οργανώσεις του κλάδου γαλακτοκομικών**

α/α	Συνεταιριστική οργάνωση	Χώρα	2011	2012	2013
1	FrieslandCampina	Ολλανδία	9626	10309	11418
2	Arla Foods	Δανία	7384	8450	9887
3	Kerry Group	Ιρλανδία	4700	5848	5836
4	DMK	Γερμανία	4575	4438	5310
5	Sodiaal	Γαλλία	4021	4421	4616
6	Glanbia	Ιρλανδία	2735	3038	3282
7	Irish Dairy Board	Ιρλανδία	1905	1977	2100
8	Even	Γαλλία	1800	1958	2060
9	Valio	Φινλανδία	1929	1999	2029
10	Maitres Laitiers du Cotentin	Γαλλία	1028	1305	1400

**Οι 10 μεγαλύτερες Συνεταιριστικές Οργανώσεις του κλάδου κρέατος**

α/α	Συνεταιριστική οργάνωση	Χώρα	2011	2012	2013
1	Danish Crown	Δανία	6954	6940	7844
2	Vion Food*	Ολλανδία	8870	9620	7033
3	Agricola Tre Valli SCA**	Ιταλία	3056	..	3135
4	Westfleisch	Γερμανία	2207	2475	2507
5	HKScan	Φινλανδία	2491	2546	2100
6	Cooperl Arc Atlantique	Γαλλία	1700	1952	2100
7	Atria	Φινλανδία	1302	1343	1411
8	Gesco Consorzio Cooperativo	Ιταλία	..	..	1352

	SCA***				
9	Coren	Ισπανία	1005	..	982
10	Grandi Salumifici Italiani	Ιταλία	605	652	675

\*Μη-συνεταιριστική νομική μορφή αλλά ανήκει και ελέγχεται από γεωργούς

\*\* και \*\*\* Αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις

#### Οι 10 μεγαλύτερες Συνεταιριστικές Οργανώσεις πολλαπλού σκοπού

a/a	Συνεταιριστική οργάνωση	Χώρα	2011	2012	2013
1	Terrena	Γαλλία	3871	4478	4667
2	Agrial	Γαλλία	2261	2715	3901
3	Lantmaennen	Σουηδία	4244	4302	3750
4	Triskalia	Γαλλία	2200	2200	2200
5	Cecab	Γαλλία	1300	2044	1910
6	Euralis	Γαλλία	1326	1321	1544
7	Maisadour	Γαλλία	1206	1230	1491
8	ADVITAM	Γαλλία	..	..	1349
9	Lur Berri	Γαλλία	610	1128	1125
10	Terres du sud	Γαλλία	553	616	685

#### Οι 10 μεγαλύτερες Συνεταιριστικές Οργανώσεις δημητριακών

a/a	Συνεταιριστική οργάνωση	Χώρα	2011	2012	2013
1	VIVESCIA	Γαλλία	3483	3983	4209
2	Limagrain	Γαλλία	1555	1784	1938
3	CAP Seine	Γαλλία	698	716	9
4	SCAEL	Γαλλία	..	..	798
5	CAVAC	Γαλλία	..	..	798
6	Arterris	Γαλλία	594	678	778
7	EMC2	Γαλλία	491	474	602
8	AVEBE	Ολλανδία	565	595	591
9	ACOLYANCE	Γαλλία	..	..	525
10	Noriap	Γαλλία	455	499	518

#### Οι 10 μεγαλύτερες Συνεταιριστικές Οργανώσεις οπωροκηπευτικών

a/a	Συνεταιριστική οργάνωση	Χώρα	2011	2012	2013
1	Flora Holland	Ολλανδία	4130	4281	4350
2	Landgard	Γερμανία	2024	2033	2035
3	Coforta (The Greenery)	Ολλανδία	1843	1397	1293
4	Conserve Italia	Ιταλία	1009	1033	980
5	Apo Conerpo	Ιταλία	696	702	723
6	Anecoop	Ισπανία	506	508	593
7	ZON fruit & vegetables	Ολλανδία	326	353	362
8	BELORTA	Βέλγιο	..	..	350

9	CONSORZIO MELINDA	Ιταλία	244	..	286
10	AGRINTESA	Ιταλία	250	..	274

### Οι 10 μεγαλύτερες Συνεταιριστικές Οργανώσεις κρασιών

α/α	Συνεταιριστική οργάνωση	Χώρα	2013
1	Cooperativa Agricole Vitifrutticoltori Italiani Riuniti Organizzati	Ιταλία	302
2	Val D' Orbieu	Γαλλία	274
3	CVC – Champagne Nicolas Feuillat	Γαλλία	210
4	Cantine Riunite & Civ – SCA*	Ιταλία	199
5	Mezzacorona Societa' Cooperativa Agricola	Ιταλία	157
6	Cavit Cantina Viticoltori Consorzio Cantine Sociali Del Trentino	Ιταλία	154
7	Gruppo Cevico – Centro Vinicolo Cooperativo Ramagnolo	Ιταλία	128
8	SCA** Consortile Collis Veneto Wine Group	Ιταλία	108
9	Cantina Sociale Cooperativa Di Soave	Ιταλία	108
10	Alliance Champagne	Γαλλία	105

\*και \*\* Αγροτική συνεταιριστική οργάνωση

### Οι 10 μεγαλύτερες Συνεταιριστικές Οργανώσεις ελαιολάδου και ελαιών

α/α	Συνεταιριστική οργάνωση	Χώρα	2013
1	Dcoop (Hojiblanca)	Ισπανία	564
2	Agro Sevilla Aceitunas	Ισπανία	96
3	Jaencoop	Ισπανία	72
4	Oleoestepa	Ισπανία	71
5	Granada Oil “Tierras Altas” (Highlands)	Ισπανία	40
6	Ntra. Sra. Del Pilar	Ισπανία	32
7	Montalbano	Ιταλία	25
8	Manzanilla Olive	Ισπανία	22
9	Nuestra Senora De Las Virtudes	Ισπανία	22
10	Moura E Barrancos – Cooperativa Agricola Crl	Πορτογαλία	15

## ΔΥΟ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ

Σε μελέτη της Γενικής Συνομοσπονδίας Αγροτικού Συνεργατισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης (COGECA)<sup>1</sup>, οι οργανώσεις μέλη της καλούνται να απαντήσουν σε συγκεκριμένα ερωτήματα για την κατάσταση που επικρατεί και τους προβληματισμούς που απασχολούν τις αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις στη χώρα τους. Σχετικά με το πλούσιο περιεχόμενο αυτής της έκδοσης, γίνονται στη συνέχεια δύο επισημάνσεις:

A) Δεν απάντησαν όλες οι κορυφαίες οργανώσεις στο σχετικό ερωτηματολόγιο. Οι οργανώσεις που απάντησαν ανήκουν στις μεγαλύτερες ή πιο αναπτυγμένες συνεταιριστικά χώρες. Έτσι, η γενική γνώμη που σχηματίζεται από τον μελετητή είναι η εικόνα που επικρατεί στις χώρες αυτές. Οι μικρές και συνεταιριστικά αδύναμες χώρες, οι οποίες κατά τεκμήριο αντιμετωπίζουν και πιο σοβαρά προβλήματα κατά την εποχή της παγκοσμιοποίησης, απουσιάζουν, οπότε τα προβλήματά τους δεν γίνονται γνωστά και δεν αποκτούν προτεραιότητα στην ημερήσια διάταξη της COGECA.

B) Η Σουηδική κορυφαία συνεταιριστική οργάνωση, από τις πιο επιτυχημένες στην Ευρωπαϊκή Ένωση, δίνει την ακόλουθη απάντηση στο ερώτημα: «*Ποιες επιπτώσεις θα μπορούσε να έχει η αναμόρφωση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ) στους συνεταιρισμούς;*»:

*«Η αναμόρφωση της ΚΑΠ και ειδικά η αποσύνδεση των άμεσων πληρωμών μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της παραγωγής ιδιαίτερα στις μειονεκτικές περιοχές (μικρά και διάσπαρτα αγροτεμάχια, μεγάλες αποστάσεις από τις αγορές και τις μονάδες επεξεργασίας). Η μείωση της παραγωγής θα έχει επιπτώσεις στο σύνολο της αλυσίδας, από τη διάθεση των εφοδίων μέχρι τα σιλό και τα σφαγεία, τις γαλακτοβιομηχανίες και τους μύλους. Δεδομένου ότι οι δραστηριότητες αυτές στη Σουηδία ανήκουν κυρίως στους συνεταιρισμούς, αυτοί οι συνεταιρισμοί θα αντιμετωπίσουν οικονομική πίεση εξαιτίας της μείωσης του κύκλου εργασιών και της μειωμένης αξιοποίησης του δυναμικού τους. Η πίεση για διαρθρωτική αλλαγή θα αυξηθεί, και αυτό συνεπάγεται απώλεια θέσεων εργασίας και για τους αγρότες χαμηλότερο επίπεδο εξυπηρέτησης».*

*Η Ελλάδα δεν απάντησε στα ερωτήματα. Μήπως θα είχε πολύ περισσότερα να πει; Ή μήπως όλα πάνε καλά στον τόπο μας;*

---

<sup>1</sup> “Agricultural Cooperatives in Europe – Main issues and trends, including a compendium of member organizations”, Brussels 15 Sept. 2010 ([www.agroalimentarias.coop/ficheros/doc/03020.pdf](http://www.agroalimentarias.coop/ficheros/doc/03020.pdf)).

## ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ Κ.Α.Π.Α.

Το Δίκτυο ΚΑΠΑ (Δίκτυο Κοινωνικής Αλληλεγγύης & Περιφερειακής Ανάπτυξης), που εδρεύει στα Ιωάννινα<sup>1</sup>, πήρε την πρωτοβουλία να συνεργασθεί με το Ευρωπαϊκό Τμήμα της Διεθνούς Συνεταιριστικής Ένωσης (I.C.A.) “Cooperatives Europe” στη διοργάνωση «Συνεταιριστικού Εργαστηρίου» στην Αθήνα στις 6 Μαρτίου 2015. Όπως αναφέρεται σε σχετική Έκθεση του Δικτύου ΚΑΠΑ, σκοποί του Εργαστηρίου ήταν:

- Η επισκόπηση του συνεταιριστικού τοπίου και των ευκαιριών στην Ευρώπη
- Η ανταλλαγή απόψεων της Cooperatives Europe με Έλληνες συνεταιριστές σχετικά με τις βασικές προκλήσεις για τους συνεταιρισμούς στην Ελλάδα, και
- Η σχεδίαση των προτεραιοτήτων της συνεταιριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα και η ενημέρωση για τις διάφορες δράσεις.

Στην εκδήλωση είχαν προσκληθεί και συμμετείχαν αγροτικοί, αστικοί και κοινωνικοί συνεταιρισμοί, η Ένωση Συνεταιριστικών Τραπεζών Ελλάδος (ΕΣΤΕ), η Ομοσπονδία Συνεταιρισμών Φαρμακοποιών Ελλάδος (ΟΣΦΕ) και το Ινστιτούτο Συνεταιριστικών Ερευνών και Μελετών (ΙΣΕΜ).

Κύριος εισηγητής στην εκδήλωση ήταν ο Διευθυντής της Cooperatives Europe κ. Klaus Niederlaender, ο οποίος αναφέρθηκε στην ανάπτυξη του συνεταιριστικού θεσμού στην Ευρώπη, στην τήρηση των διεθνών συνεταιριστικών αρχών, στις νομοθεσίες και στις σύγχρονες συνεταιριστικές πρωτοβουλίες. Οι μετέχοντες συνεταιριστικοί φορείς αναφέρθηκαν στις πρωτοβουλίες τους, πολλές από τις οποίες είναι καινοτόμες και στις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν από τη νομοθεσία και την έλλειψη συνεταιριστικής ενημέρωσης και κατάρτισης στις ιδιαιτερότητες του συνεταιριστικού μοντέλου οικονομικής δραστηριότητας.

Ως άξονες της μελλοντικής στρατηγικής διατυπώθηκαν από το Συνεταιριστικό Εργαστήριο οι ακόλουθοι:

- Μια σύγχρονη γενική συνεταιριστική νομοθεσία ως ομπρέλα για όλους τους συνεταιρισμούς με ειδικές διατάξεις για επιμέρους κλάδους
- Μια Ελληνική Συνεταιριστική Ένωση ως εκπρόσωπος των ελληνικών συνεταιρισμών
- Συνεταιριστική εκπαίδευση και ανάπτυξη στελεχών συνεταιριστικών επιχειρήσεων
- Χρηματοδότηση των συνεταιριστικών επιχειρήσεων.

Είναι πράγματι αξιέπαινη η πρωτοβουλία του Δικτύου ΚΑΠΑ να ευαισθητοποιήσει την κεντρική οργάνωση των Ευρωπαϊκών Συνεταιρισμών για τα ελληνικά θέματα. Αυτό αποτελεί μια σημαντική επένδυση για το μέλλον, ιδίως αν οι ελληνικές αρχές αποφασίσουν να αποκτήσει και η Ελλάδα ένα σύγχρονο νομικό πλαίσιο, που όπως τονίζουν σταθερά ο ΟΗΕ και ο Διεθνής Οργανισμός Εργασίας, πρέπει να ευνοεί τη συνεταιριστική ανάπτυξη και σε καμιά περίπτωση να μην είναι περισσότερο περιοριστικός από ό,τι η νομοθεσία για άλλου είδους επιχειρήσεις. Είναι επίσης καιρός, οι ανεπιτυχείς στο παρελθόν προσπάθειες του ΙΣΕΜ να δημιουργηθεί ένας Διασυνεταιριστικός Σύνδεσμος, που να μεριμνά για τα κοινά θέματα όλων των κατηγοριών συνεταιρισμών, να λάβει σάρκα και οστά, υπερνικώντας προσωπικές φιλοδοξίες και ακόμη να υπάρξει μηχανισμός συνεταιριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης και να υπάρξει σοβαρός προβληματισμός για τον μηχανισμό χρηματοδότησης των συνεταιρισμών.

*Κ. Παπαγεωργίου*

---

<sup>1</sup> ([www.diktio-kapa.dos.gr](http://www.diktio-kapa.dos.gr)),



**ΜΟΛΙΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΗΣΕ:**

**Από το ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΩΝ  
(ΙΣΕΜ)**

**«Οι Συνεταιρισμοί στην Ελλάδα», τόμοι 7<sup>ος</sup> και 8<sup>ος</sup>**

Τόμος 7<sup>ος</sup> : Περίοδος 1977-1981, σελ. 390

Τόμος 8<sup>ος</sup> : Περίοδος 1982-1993, σελ. 696

***Η ιστορική πορεία των ελληνικών συνεταιρισμών κατά την περίοδο 1977-1993  
με αυτούσια τα σημαντικά κείμενα, σε δύο τόμους,***

***συνέχεια των 6 τόμων του κλασικού έργου του ΑΡΙΣΤ. Ν. ΚΛΗΜΗ:  
«ΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»***

Συγγραφείς είναι οι συνεχιστές του έργου του ΑΡΙΣΤ. Ν. ΚΛΗΜΗ:

- **Κων/νος Παπαγεωργίου**, Ομότιμος Καθηγητής Συνεταιριστικής Οικονομίας του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών
- **Ολυμπία Κλήμη-Καμινάρη**, Επ. Καθηγήτρια Συνεταιριστικής Οικονομίας του Παντείου Πανεπιστημίου

<b>Τόμος 7<sup>ος</sup> , περίοδος 1977-1981</b>	<b>Τόμος 8<sup>ος</sup> , περίοδος 1982-1993</b>
<p>Προσπάθεια ανασύνταξης των συνεταιρισμών, σώρευση «νεφών» στον συνεταιριστικό ορίζοντα</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Προετοιμασία ένταξης στην ΕΟΚ – συγκρούσεις κομμάτων</li><li>- Κινητοποίηση για ενημέρωση αγροτών</li><li>- Ανάλυση σοβαρών πρωτοβουλιών από αγροτοσυνεταιριστικές επιχειρήσεις</li><li>- Απόκτηση επιστημόνων από τους αγροτικούς συνεταιρισμούς</li><li>- Προετοιμασία ίδρυσης Τοπικών Αγορών</li><li>- Υποσχέσεις για συνεταιριστικοποίηση της ΑΤΕ</li><li>- Ανταγωνισμός ΑΤΕ-συνεταιρισμών για τις ασφαλιστικές εργασίες</li><li>- Εσωτερικές διχαστικές αντιπαραθέσεις στην ΠΑΣΕΓΕΣ με κομματικό «άρωμα»</li><li>- Νέα Κυβέρνηση, νέες ιδέες</li></ul>	<p>Η περίοδος κατεδάφισης των συνεταιρισμών, με όλα τα σημαντικά κείμενα της περιόδου</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ο θρίαμβος του κομματισμού</li><li>- Η καταδίκη της ΚΥΔΕΠ και η διάλυσή της</li><li>- Το ναυάγιο των Τοπικών Αγορών</li><li>- Η ΑΤΕ, που από υπόσχεση να γίνει συνεταιριστική τράπεζα, έγινε Α.Ε., για να καταλήξει στην Τράπεζα Πειραιώς</li><li>- Το συνεχές Κόμμα-Κυβέρνηση-Συνεταιρισμοί</li><li>- Οι ερασιτεχνισμοί με τους αγροτοβιομηχανικούς συνεταιρισμούς</li><li>- Το σπρώξιμο της ΣΥΝΕΛ στο γκρεμό</li><li>- Τα χρέη, η ρύθμιση και ο εμπαιγμός των συνεταιρισμών</li><li>- Ο ρόλος του Τύπου</li></ul> <p>Συνέβησαν τυχαία; Ποιοί ωφελήθηκαν;</p> <p><b>Με περίληψη του τόμου, και Ευρετήριο και των 8 τόμων</b></p>

**Έκδοση: Ινστιτούτο Συνεταιριστικών Ερευνών και Μελετών (ΙΣΕΜ)**

Εκδοτικός Οίκος: «Αμφιλύκη», Τριών Ναυάρχων 17, 262 22 ΠΑΤΡΑ, Τηλ. 2610-338888,  
e-mail: [vivliothiki.pat.17@gmail.com](mailto:vivliothiki.pat.17@gmail.com)

**Τιμή 40€ (οι δύο τόμοι), με αντικαταβολή. (Συμπεριλαμβάνονται τα έξοδα αποστολής).**  
(Δύο ζεύγη τόμων 75€, τρία ζεύγη τόμων 105€)