



Λάδι, Μέλι και Κρασί: 15 πρακτικές προτάσεις για να κατακτήσουν τις ξένες αγορές

Οι Διεπαγγελματικές Οργανώσεις «Ελαιόλαδου & Ελιάς», «Μελιού & Λοιπών Προϊόντων Κυψέλης», «Αμπέλου & Οίνου» και ο ΣΕΒ ενώνουν τις δυνάμεις τους και εγκαινιάζουν μία πρωτοβουλία συνεργασίας και προώθησης κοινών θέσεων για την στήριξη της αγροδιατροφικής αλυσίδας και ειδικότερα των προϊόντων υψηλής αξίας που παράγονται από την Ελληνική γη, όπως είναι το λάδι, το μέλι και το κρασί. Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας, οι τέσσερις φορείς καταγράφουν και τεκμηριώνουν πρακτικές προτάσεις πολιτικής που μπορούν να αναβαθμίσουν την παραγωγή, να βελτιώσουν ακόμα περισσότερο τις εξαγωγές, να ενισχύσουν τις συνέργειες μεταξύ δυναμικών κλάδων της Ελληνικής οικονομίας και να δημιουργήσουν νέες δουλειές στην Ελληνική περιφέρεια.

Σήμερα τόσο η επιστημονική κοινότητα όσο και οι καταναλωτές αναγνωρίζουν την υψηλή αξία της μεσογειακής διατροφής και των προϊόντων της. Ταυτόχρονα, η τεχνολογία προσφέρει εργαλεία για την αύξηση της αγροτικής παραγωγής, τον έλεγχο της ποιότητας, την τυποποίηση των προϊόντων και την εφαρμογή βασικών αρχών της κυκλικής οικονομίας στην παραγωγή αγροτικών προϊόντων. Κι όμως, ενώ η Ελλάδα έχει πολλές δυνατότητες, λόγω ιστορίας, πολιτισμού και κλίματος, να πρωταγωνιστήσει με τα ποιοτικά προϊόντα της στις διεθνείς αγορές, δεν έχει καταφέρει ακόμη να κεφαλαιοποιήσει το σημαντικό αγροδιατροφικό απόθεμα που διαθέτει.

Ο κατακερματισμένος κλήρος και η έλλειψη τυποποίησης αποτελούν βασικούς λόγους πίσω από την χαμηλή προστιθέμενη αξία των ελληνικών αγροτικών προϊόντων. Παρά την κατά 70% μεγαλύτερη επιδότηση ανά παραγωγή, ο κατακερματισμένος κλήρος παραμένει τριπλάσιος από την Ε.Ε. ενώ η προσθήκη μεταποιητικής αξίας στα ελληνικά αγροδιατροφικά προϊόντα κατά 57% μικρότερη.

Έτσι παραμένουν λίγα τα προϊόντα που μπορούν να ανταγωνιστούν διεθνώς με διαφοροποίηση και ποιότητα και όχι πάντα με χαμηλή τιμή. Το λάδι, το μέλι και το κρασί μπορούν να είναι τρία τέτοια προϊόντα. Όμως, στην προσπάθεια να παραμείνουν διεθνώς ανταγωνιστικά, συναντούν εμπόδια μέσα στη χώρα όπως το λαθρεμπόριο, ο αθέμιτος ανταγωνισμός, οι παράνομες ελληνοποιήσεις και η άσκοπη επιβολή ειδικών φόρων. Παράλληλα, ένα δαπανηρό συγχρηματοδοτούμενο πρόγραμμα διεθνούς προβολής δρομολογείται ήδη από την Ελληνική Πολιτεία χωρίς συντονισμό και συνέργειες με τους επαγγελματίες των κλάδων. Τέλος, η ποιοτική υστέρηση υποδομών μεταφοράς και αποθήκευσης, οι ξεπερασμένες (μη ανταποδοτικές) επιδοτήσεις και ο παρεμβατισμός στους συνεταιρισμούς δεν ευνοούν την ανάπτυξη. Ως σημαντικότερη προτεραιότητα για την ποιοτική αναβάθμιση των εγχώριων προϊόντων αναδεικνύεται η καθιέρωση ενός κοινού σήματος ποιότητας που θα αποδίδεται βάσει συγκεκριμένης διαδικασίας πιστοποίησης και θα διακρίνει τα ελληνικά προϊόντα στις διεθνείς αγορές.

Η έκθεση βασίζεται στην κοινή πρωτοβουλία των Διεπαγγελματικών Οργανώσεων «Ελαιόλαδου & Ελιάς», «Μελιού & Λοιπών Προϊόντων Κυψέλης», «Αμπέλου & Οίνου» και του ΣΕΒ, με το συντονισμό του Γ. Ξηρογιάννη, Διευθυντή και Γ. Ναθαναήλ, Senior Advisor του Τομέα Βιομηχανίας, Αναπτυξιακών Πολιτικών και Δικτύων του ΣΕΒ.

Τομέας Μακροοικονομικής Ανάλυσης και Ευρωπαϊκής Πολιτικής

Μιχάλης Μασουράκης
Chief Economist

E: mmassourakis@sev.org.gr
T: +30 211 500 6104

Μιχάλης Μητσόπουλος
Senior Advisor

E: mmitsopoulos@sev.org.gr
T: +30 211 500 6157

Θανάσης Πρίντσιπας
Associate Advisor

E: printsipas@sev.org.gr
T: +30 211 500 6176

Οι απόψεις στην παρούσα έκθεση είναι των συγγραφέων και όχι απαραίτητα του ΣΕΒ. Ο ΣΕΒ δεν φέρει καμία ευθύνη για την ακρίβεια ή την πληρότητα των πληροφοριών που περιλαμβάνει η έκθεση.



1. Η χαμένη μάχη των οικονομιών κλίμακας

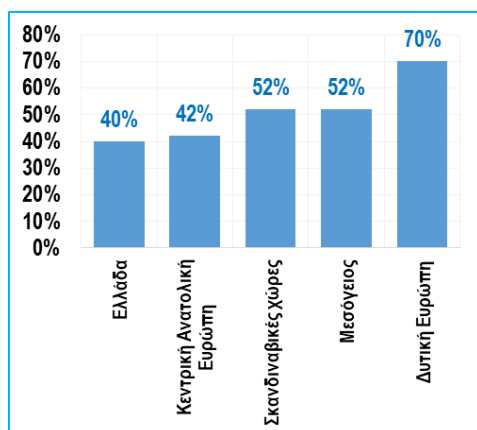
Η βελτίωση του εισοδήματος και του βιοτικού επιπέδου των αγροτικών περιοχών είναι σημαντική πρόκληση στην Ελλάδα όπως και σε ολόκληρη Ευρώπη. Η Ε.Ε. το αντιμετωπίζει με συγκέντρωση κλήρων, εκτεταμένες συμπράξεις με την μεταποίηση, υποδομές εφοδιαστικής αλυσίδας, αλλά και ποιοτική αναβάθμιση των παραγόμενων προϊόντων. Σήμερα οι [χώρες της Κεντρικής Ευρώπης αξιοποιούν τεχνολογικές καινοτομίες](#) στην οργάνωση της αγροτικής παραγωγής. Αυξάνουν τις ποσότητες παραγωγής, διασυνδέουν καλύτερα τα αγροτικά προϊόντα με την μεταποίηση και ξεπερνούν τις προκλήσεις που θέτει η γεωγραφική θέση και το κλίμα τους. Παράλληλα προστατεύουν το περιβάλλον και εξοικονομούν φυσικούς πόρους.

Σε αντίθετη τροχιά, η χώρα μας στην οποία η αγροτική παραγωγή και η κτηνοτροφία δημιουργούν ακαθάριστη προστιθέμενη αξία €5,3 δισ. και η μεταποίηση τροφίμων €5,6 δισ. (Eurostat, 2016) δεν έχει καταφέρει μέχρι σήμερα να αξιοποιήσει σε μεγάλο βαθμό τις οργανωτικές και τεχνολογικές εξελίξεις και τις σημαντικές δυνατότητες που πλέον δίνει η σύγχρονη αγροτική παραγωγή. Έτσι, η ελληνική παραγωγή προσπαθεί εδώ και χρόνια να δημιουργήσει οικονομίες κλίμακας. Όμως, ο μέσος Ελληνικός κλήρος παραμένει μικρός και συνδεδεμένος με συνεχείς επιδοτήσεις (**Δ1**) και αποδίδει σε ακαθάριστη προστιθέμενη αξία ανά στρέμμα, σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, περίπου 60% λιγότερο σε σύγκριση με την Ιταλία των επώνυμων, υψηλής προστιθέμενης αξίας προϊόντων αγρο-διατροφικής αλυσίδας. Επιπλέον, η Ελλάδα αναπτύσσει μικρό βαθμό συμπράξεων με τη μεταποιητική βάση η οποία μπορεί και προσθέτει συνεχώς αξία (**Δ2**) άρα επιπλέον εισόδημα στους παραγωγούς.

Παρά την 70% μεγαλύτερη επιδότηση ανά παραγωγή, ο κατακερματισμός παραμένει τριπλάσιος της Ε.Ε.. ενώ η προσθήκη μεταποιητικής αξίας κατά 57% μικρότερη. Η Ελλάδα δημιουργεί 5 φορές μικρότερη αξία ανά στρέμμα σε σχέση με την Ολλανδία, παρά το άριστο μεσογειακό κλίμα. Έτσι παραμένουν λίγες οι περιπτώσεις που κερδίζουν το διεθνή ανταγωνισμό με διαφοροποίηση και ποιότητα και όχι με χαμηλή τιμή.

	Ελλάδα	Ε.Ε.
% απασχόλησης στον πρωτογενή τομέα ***	11,3%	4,5%
Απασχόληση στον πρωτογενή τομέα, % πληθυσμού ***	4,3%	2,0%
Επιδοτήσεις / παραγωγή	27,4%	16,4%
Εκτάρια / φάρμα	6,85	16,11
Ενεργητικό / φάρμα €	130.020	327.198
Εκτάρια ανά μονάδα εργασίας*	8	18
% απασχόλησης σε φάρμες άνω των 30 εκταρίων *	6,1%	22,3%
Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία τομέα / ΑΕΠ	3,3%	1,4%
Προσθήκη αξίας από μεταποίηση **	40%	70%

Δ1. Ο πρωτογενής τομέας στην Ευρώπη και την Ελλάδα (* [EC Farm Economy Focus 2017](#), [EU statistical factsheet 2016](#), ** [NBG, Sectoral Report Greek agro-food industry](#), *** [AMECO 2016](#))



Δ2. Προσθήκη αξίας σε αγροτικά προϊόντα από μεταποίηση
(National Bank of Greece, Sectoral Report *Unlocking the potential of Greek agro-food industry*)

Ακόμα και οι Σκανδιναβικές χώρες προσθέτουν μεγαλύτερη μεταποιητική αξία στην φτωχότερη αγροτική παραγωγή τους από ό,τι η Ελλάδα (52% έναντι 40% στην Ελλάδα).

Σημαντικά εμπόδια αποτελούν η ποιοτική υστέρηση κρίσιμων υποδομών, η πολιτική των μη ανταποδοτικών επιδοτήσεων και ο παρεμβατισμός στους συνεταιρισμούς.

Στην προσπάθεια αυτή παραμένουν μια σειρά από σημαντικά εμπόδια όπως η ποιοτική υστέρηση κρίσιμων υποδομών, η πολιτική των μη ανταποδοτικών επιδοτήσεων και ο παρεμβατισμός στους συνεταιρισμούς.

Ειδικότερα :

- **Παρατηρείται σημαντική ποιοτική υστέρηση κρίσιμων υποδομών** διαμετακόμισης, κεντρικών αγορών, agrolistics, υπηρεσιών ψυχρής μεταφοράς και αποθήκευσης κτλ που θα μείωναν το κόστος πρώτων υλών και τελικών προϊόντων.
- **Συνεχίζεται η πολιτική (μη ανταποδοτικών) επιδοτήσεων** αδιαφοροποίητα στην παραγωγή, αντί να πριμοδοτείται η ποιότητα και η διαφοροποίηση, αλλά και η φορολογική πολιτική έναντι της αγροτικής παραγωγής που δεν ενθαρρύνει την ουσιαστική αναβάθμιση των αγροτικών προϊόντων. Εστιάζει κυρίως στην αντιστάθμιση φυσικών δυσκολιών (πχ καιρικά φαινόμενα, καταστροφές, γεωμορφολογία, κτλ), παρά στην αντιμετώπιση πολυετών δομικών προβλημάτων (πχ κατακερματισμός, χαμηλή προστιθέμενη αξία, λαθρεμπόριο, αθέμιτος ανταγωνισμός, κτλ).
- **Ο μακροχρόνιος παρεμβατισμός στους συνεταιρισμούς** οδήγησε σε αναποτελεσματικότητα πολλούς εξ αυτών, γεγονός που υπονόμησε ένα κρίσιμο εργαλείο βελτίωσης του αγροτικού εισοδήματος. Οι ιδιωτικές συνεργατικές πρωτοβουλίες είναι ικανές να αποφύγουν τα λάθη του παρελθόντος και να παίξουν κρίσιμο ρόλο εκεί που οι δημόσιες παρεμβάσεις στους Ελληνικούς συνεταιρισμούς αποτυγχάνουν. Το ίδιο ισχύει και για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στην αγροδιατροφική



αλυσίδα, οι οποίες παραδοσιακά μεταφέρουν τεχνογνωσία, καινοτομία, καλές πρακτικές και ποιοτικές προδιαγραφές στους παραγωγούς.

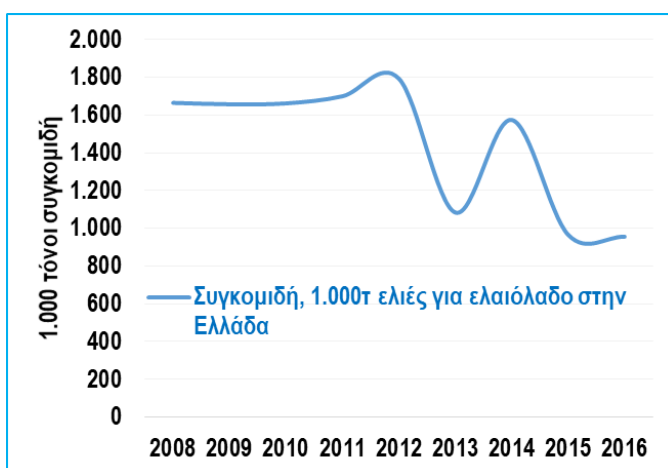
Παρόλα αυτά, υπάρχουν [παραδείγματα του κλάδου](#), όπως ενδεικτικά ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Καλαβρύτων ή η [Stevia Hellas Cooperative](#), που έχουν καταφέρει να κερδίσουν το στοίχημα της ποιότητας, της τεχνολογικής και περιβαλλοντικής αναβάθμισης και εν τέλει της κερδοφορίας και έχουν εδραιωθεί στην εγχώρια και διεθνή αγορά, ακόμα και μέσα στην κρίση. Η ίδια η ελληνική γεωμορφολογία προσδίδει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχουν τα πρωτογενή προϊόντα της χώρας (πχ γηγενείς ποικιλίες), κάτι που κατοχυρώνεται με σχετικά σήματα ποιότητας και προέλευσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το στοίχημα θα κερδηθεί, με συνδυασμό τεχνογνωσίας και παράδοσης, συνεχή ποιοτικό έλεγχο σε όλα τα στάδια, δημιουργία παραγωγικών δικτύων (χωράφι, μεταποίηση, διάθεση προβολή, κτλ), συντονισμένη εμπλοκή μεγαλύτερων μονάδων μεταποίησης που προσθέτουν αξία και διεθνώς ανταγωνιστικά χαρακτηριστικά.

2. Παρουσίαση δυναμικών αγροδιατροφικών προϊόντων – Η σημασία και οι προκλήσεις

A. Ελαιόλαδο

Ο ελαιοκομικός τομέας αποτελεί έναν από τους δυναμικότερους πυλώνες του αγροτικού τομέα της χώρας, με μεγάλη οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική σημασία λόγω μεγέθους παραγωγής (**Δ3**). Ο τομέας προσφέρει εισόδημα και απασχόληση σε περισσότερες από 600.000 οικογένειες σε ολόκληρη τη χώρα.

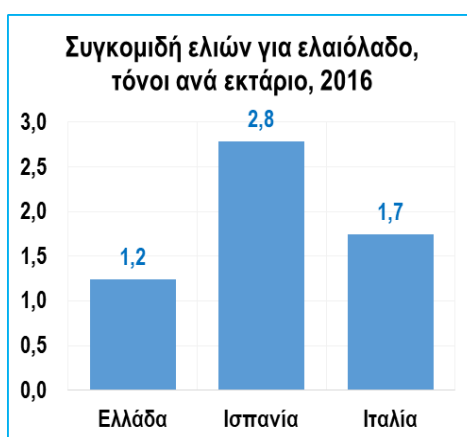


Δ3. Συγκομιδή ελιών για ελαιόλαδο, 1.000 τόνοι (Πηγή: Eurostat)



Το ελαιόλαδο αποτελεί ιστορικά το σημαντικότερο αγροτικό προϊόν της χώρας με τη μέση ετήσια παραγωγή να κυμαίνεται στη περιοχή των 300 χιλ. τόνων. Οι μέγιστες δυνατότητες παραγωγής μπορούν να πλησιάσουν τους 400 χιλ. τόνους. Το ελαιόλαδο συνεισφέρει στο ΑΕΠ της χώρας σε ετήσια βάση ένα ποσό της τάξης του €1 δις.

Όμως, η μοναδιαία παραγωγή (συγκομιδή ανά εκτάριο (**Δ4**) υστερεί σε σχέση με τους βασικούς ανταγωνιστές.



Δ4. Συγκομιδή ελιών για ελαιόλαδο, 1.000 τόνοι σε βασικές χώρες παραγωγούς ελαιόλαδου στην Ευρώπη και συγκομιδή ανά εκτάριο (Πηγή: Eurostat)

Οικογένειες με εισόδημα από ελαιόλαδο	600 χιλιάδες
Ελαιοτριβεία	2.000
Εγκεκριμένα τυποποιητήρια ελαιόλαδου	450+
Εγχώρια παραγωγή ελαιόλαδου	300 χιλ. τόνοι
Μερίδιο εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου	75%+
Εξαγωγές "χύμα" ελαιόλαδου	50%+

Δ5. Επιλεγμένα στοιχεία κλάδου ελαιόλαδου (Πηγή: ΕΔΟΕΕ, Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, McKinsey)

Η παρουσία του επώνυμου ελληνικού ελαιόλαδου στις διεθνείς αγορές είναι περιορισμένη, μόλις στο 4,2% (30 χιλ. τόνοι) της διεθνούς επώνυμης αγοράς. Ο δε ανταγωνισμός στις επώνυμες εξαγωγές προέρχεται από χώρες χαμηλού κόστους, όπως Ισπανία και Τυνησία, παρά τα ανώτερα χαρακτηριστικά του ελληνικού λαδιού.

Το βασικό πλεονέκτημα του ελληνικού ελαιόλαδου είναι η εξαιρετική του ποιότητα: πάνω από το 75% της ετήσιας παραγωγής ανήκει στην κατηγορία του εξαιρετικού παρθένου, με πολύ ψηλού επιπέδου οργανοληπτικά χαρακτηριστικά. Τα μειονεκτήματα είναι το σχετικά υψηλό κόστος παραγωγής οφειλόμενο στον κατακερματισμένο κλήρο, και την έλλειψη τυποποίησης. Επίσης η εγχώρια αγορά υποφέρει από σημαντικές στρεβλώσεις, λόγω διάθεσης «χύμα» ελαιόλαδου χωρίς παραστατικά, με αποτέλεσμα τον αθέμιτο ανταγωνισμό και την απώλεια εσόδων για το κράτος. Η έλλειψη τυποποίησης και ελέγχων ποιότητας



συνεπάγεται την απώλεια εισοδήματος για τους παραγωγούς. Χωρίς πιστοποίηση της ποιότητας του ελαιόλαδου, η πώληση γίνεται σε μειωμένη τιμή, σε αντίθεση με την τυποποιημένη και επώνυμη πώληση. Σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές, το ελαιόλαδο αποτελεί το 5^ο σημαντικότερο εξαγωγικό προϊόν της χώρας με εξαγωγές πάνω από €500 εκατ. ετησίως, αλλά η έλλειψη τυποποίησης έχει σαν αποτέλεσμα πάνω από 50% της παραγωγής να εξάγεται «χύμα» στην Ιταλία (**Δ5**, και όπως κατέγραφε [το 2012 η McKinsey](#)).

B. Μέλι

Το ελληνικό μέλι έχει ιδιαίτερα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά και γι' αυτό προτιμάται από Έλληνες και ξένους καταναλωτές. Η ελληνική κατανάλωση τυποποιημένου μελιού είναι 2.804 τόνοι ετησίως (2016). Ο κατακερματισμός είναι ιδιαίτερα εμφανής και εδώ, με περιορισμένο αριθμό μεγάλων συσκευαστών. Οι εξαγωγές μελιού είναι 1.536 τόνοι αξίας €8,06 εκατ. (μέση αξία €5 ανά κιλό). Αντίστοιχα οι εισαγωγές είναι 2.772 τόνοι αξίας €6,8 εκατ. (μέση αξία 2,5 € ανά κιλό) με σημαντικές ποσότητες εισαγόμενου μελιού από χώρες εκτός Ε.Ε. σε πολύ χαμηλή τιμή. Επισημαίνεται επίσης ότι η ευρωπαϊκή αγορά είναι σημαντικά εισαγωγική, και εισάγει 170,000 τόνους μελιού ετησίως.

Λόγω της πολύ χαμηλής τιμής εισαγόμενου μελιού (τουλάχιστον στο 50% του εγχώριου) δημιουργούνται εύλογα ερωτήματα για την ελληνικότητα και την ποιότητα ιδιαίτερα φθηνών προϊόντων. Επίσης αναδεικνύονται οι δυσλειτουργίες των τελωνείων και των ελέγχων της αγοράς που δεν αντιμετωπίζουν τη λαθρεμπορία, τον αθέμιτο ανταγωνισμό και τις παράνομες «ελληνοποιήσεις».

Γ. Κρασί

Το εμφιαλωμένο κρασί είναι από τα λίγα αγροτικά προϊόντα που επιδεικνύει την προέλευσή του μέχρι τον τελικό καταναλωτή εκπροσωπώντας έτσι και τη χώρα προέλευσης. Κατά συνέπεια, πρόκειται για ένα από τα σημαντικότερα προϊόντα-πρεσβευτές της Ελλάδας. Με παραγωγή οίνου, η οποία ανήλθε το 2016 σε 2,58 εκατ. HL και αξία εγχώριας παραγωγής σε ex-works τιμές €340 εκατ. (2015), ο οινικός κλάδος αποτελεί μια μεγάλη επαγγελματική κατηγορία στην οποία εμπλέκονται:

- 160.000 αμπελουργικές εκμεταλλεύσεις,
- 1.000 και πλέον οργανωμένα οινοποιεία, εκ των οποίων 50 συνεταιρισμοί,
- 20.000 εργαζόμενοι άμεσα στο χώρο της οινοποιίας,
- εκατοντάδες επιχειρήσεις που εξαρτώνται από την παραγωγή και την εμπορία οίνου (φυτώρια, επιχειρήσεις εξοπλισμού, εταιρείες προώθησης, διανομείς, εστίαση, κάβες κ.λπ.).

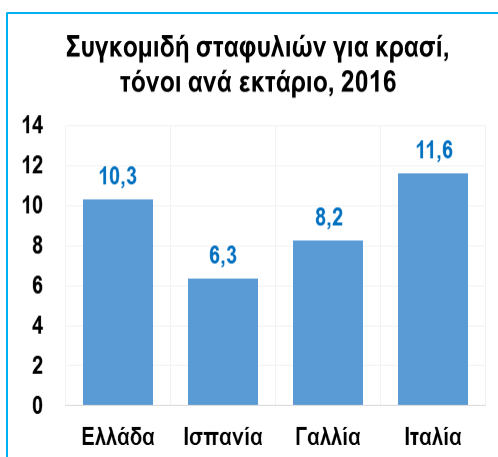
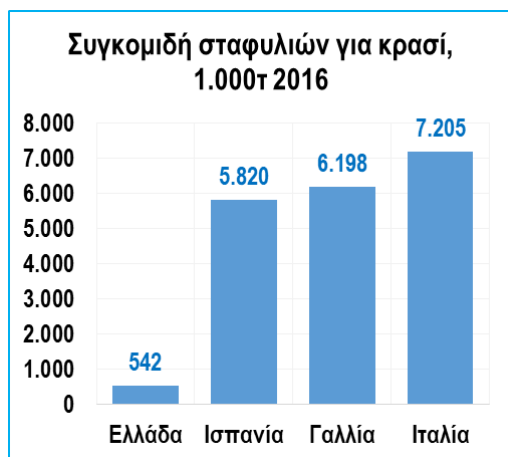


Αμπελουργοί	160 χιλιάδες
Οινοποιεία	1.000+
Εγχώρια παραγωγή	2,6 εκατ. hl, αξίας €340 εκατ.
Μερίδιο χύμα κρασιού (εγχώρια αγορά)	60%

Δ6. Επιλεγμένα στοιχεία κλάδου οίνου (Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ, 2016)

Η εξαγωγική δραστηριότητα του ελληνικού κρασιού ανέρχεται σε €73,7 εκατ., με κύριους εξαγωγικούς προορισμούς τις χώρες της ΕΕ, και υπολογίζεται στο 12% της ετήσιας παραγωγής, ενώ αντίστοιχα οι εισαγωγές οίνου προς την Ελλάδα ανέρχονται σε €30 εκατ. Στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς η εγχώρια κατανάλωση ανέρχεται σε 2,9 εκατ. HL (27 λίτρα κατά κεφαλήν) με μερίδιο αγοράς του χύμα κρασιού στην ελληνική αγορά το 60% (Δ6).

Σε σχέση με άλλες σημαντικές χώρες παραγωγούς οίνου, η ελληνική παραγωγή είναι σχετικά μικρή αλλά η απόδοση ανά εκτάριο είναι συγκρίσιμη με τα επίπεδα της Ιταλίας (Δ7).



Δ7. Συγκομιδή σταφυλιών για κρασί, 1.000 τόνοι σε βασικές χώρες παραγωγούς κρασιού στην Ευρώπη και συγκομιδή ανά εκτάριο (Πηγή: Eurostat)

Παρά το σημαντικό καλλιεργητικό κόστος, τις αυξημένες επιβαρύνσεις (ειδικός φόρος), το μικρό μέγεθος των εκμεταλλεύσεων, τη συρρίκνωση και τη γήρανση των εκτάσεων, η μικρή ελληνική παραγωγή (3,8 στρέμματα μ.ο.) έχει απόδοση συγκρίσιμη με την Ιταλία (10,3 έναντι 11,6 χιλιοτόνων).

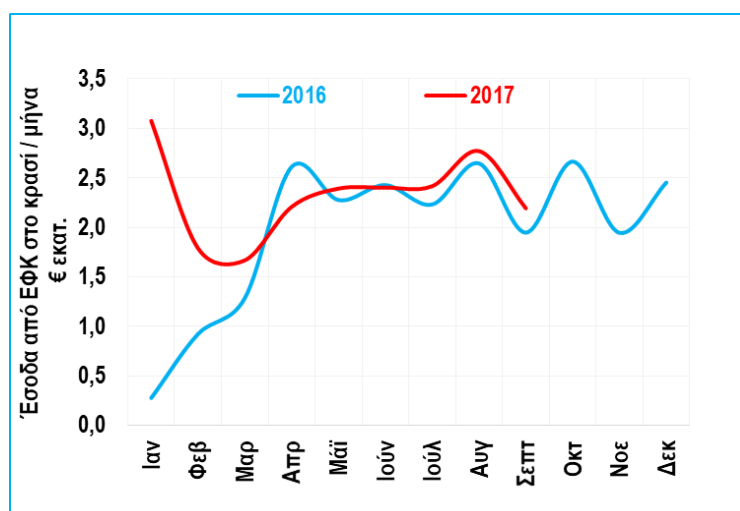
Η επιβολή ειδικού φόρου κατανάλωσης (ΕΦΚ), με στοιχεία της ΚΕΟΣΟΕ υπολείπεται των αρχικών στόχων που είχαν τεθεί, όπως συνέβη και με πολλούς άλλους φόρους τα τελευταία χρόνια. Οι εισπράξεις ΕΦΚ στο κρασί το 2016, ανήλθαν στο ύψος των €23,6 εκατ., ενώ και το 2017 οι σχετικές εισπράξεις αναμένεται να κυμανθούν σε παρόμοια επίπεδα (Δ8). Η αρχική εκτίμηση προϋπολόγιζε έσοδα €120 εκατ. (με ΕΦΚ €40 / HL) ενώ στη συνέχεια, ο ΕΦΚ μειώθηκε στο μισό (€20 / HL).



Η προσδοκία για έσοδα από τον ΕΦΚ στο κρασί ύψους €60 εκατ. επί κατανάλωσης 3.000.000 HL, ήρθε στην πράξη να διαψεύσει το ύψος των εισπραχθέντων εσόδων (€23,6 εκατ.) που αντιστοιχεί σε φορολόγηση μόνο 1.180.000 HL, έναντι κατανάλωσης 2.500.000 HL οίνου ετησίως (στοιχεία ΚΕΟΣΟΕ, Απρίλιος 2017).

Δ8. Έσοδα από ΕΦΚ στο κρασί

(Πηγή Υπ. Οικονομικών)



Με βάση τα στοιχεία της ΚΕΟΣΟΕ, φορολογήθηκε με ΕΦΚ μόνο το 47,2% των δηλωθεισών ποσοτήτων οίνου, ενώ διέφυγε του φόρου το 52,8%.

3. Πρακτικές και άμεσα εφαρμόσιμες λύσεις.

Το ελαιόλαδο, το κρασί και το μέλι διαθέτουν εκείνα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα πάνω στα οποία μπορεί να στηριχθεί η προσπάθεια για την οικονομική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών της χώρας. Ο ΣΕΒ σε στενή συνεργασία με τις Διεπαγγελματικές Οργανώσεις Ελαιόλαδου & Ελιάς, Μελιού & Λοιπών Προϊόντων Κυψέλης, και Αμπέλου & Οίνου, παρουσιάζουν πρακτικές και άμεσα εφαρμόσιμες προτάσεις πολιτικής που μπορούν να αντιμετωπίσουν χρόνια προβλήματα της αγροτικής οικονομίας.

Ως προς τα οριζόντια μέτρα, προτεραιότητα είναι τα εξής:

- 1. Ενίσχυση εξαγωγικής δυναμικής.** Και οι τρεις κλάδοι διαθέτουν σημαντικές δυνατότητες εξαγωγών. Οι δημόσιοι πόροι και ενισχύσεις πρέπει να αξιοποιούνται πλέον ανταποδοτικά για τη βελτίωση της ποιότητας, την πιστοποίηση και τη διεθνή προβολή των προϊόντων. Η συντονισμένη εμπλοκή φορέων όπως το Enterprise Greece με τη συστηματική συμμετοχή των αρμόδιων διεπαγγελματικών οργανώσεων θα οδηγήσει στην βέλτιστη αξιοποίηση δημόσιων πόρων. Ενδεικτικές παρεμβάσεις που μπορούν να αξιοποιήσουν το ΕΣΠΑ ή/και ένα παρακράτημα (με παράδειγμα αυτό της Ισπανίας) είναι οι ακόλουθες:
 - **Καθιέρωση ενός κοινού σήματος ποιότητας**, το οποίο θα απονέμεται στους παραγωγούς / συσκευαστές βάσει συγκεκριμένης διαδικασίας πιστοποίησης, και το οποίο θα είναι αναγνωρίσιμο



διεθνώς (αντίστοιχο με το σήμα του ήλιου που έχουν καθιερώσει για το ελαιόλαδο οι Ισπανοί). Προτείνεται η δημιουργία ενός ανεξάρτητου φορέα, με μέλη τις τρεις διεπαγγελματικές ενώσεις, ο οποίος θα απονέμει το σήμα. Η διαδικασία πιστοποίησης για την απονομή του σήματος μπορεί να είναι συναφής με το Ελληνικό Σήμα Συμμόρφωσης Συστήματος Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στη Γεωργική Παραγωγή. Στον φορέα μπορούν να συμμετάσχουν στο μέλλον περισσότεροι φορείς και αγροτικές οργανώσεις.

- **Οριζόντια διεθνής πρωτοβουλία marketing** και συστηματική συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, με το μήνυμα ότι «η Ελλάδα παράγει εκλεκτά αγροδιατροφικά προϊόντα». Ο ίδιος ανωτέρω φορέας θα υλοποιεί την διεθνή προβολή για το σήμα συνεργαζόμενος με δημόσιες δομές (πχ ΕΟΤ, Enterprise Greece, κτλ) που έχουν αποδεδειγμένη τεχνική ικανότητα και επαγγελματικές επιτυχίες στο παρελθόν.
- **Συστηματική ενημέρωση** (μέσω εντύπων και ημερίδων) όλων των εμπλεκόμενων στην παραγωγή και διακίνηση του κάθε προϊόντος για ορθές πρακτικές παραγωγής, μεταποίησης, προστασίας και βελτίωσης της ποιότητας. Εξαιρετικής σημασίας είναι η ευαισθητοποίηση για τα ισχύοντα πρότυπα σε όλη την παραγωγική αλυσίδα.

- 2. Ιχνηλάτηση προϊόντων για περιορισμό του λαθρεμπορίου και του αθέμιτου ανταγωνισμού.** Οι νοθεύσεις, οι παράνομες εισαγωγές και οι «ελληνοποιήσεις» των προϊόντων δημιουργούν αθέμιτο ανταγωνισμό και μπορούν να ακυρώσουν πολλές από τις ενέργειες προβολής τους. Προτείνεται να τροποποιηθεί το πλαίσιο διακίνησης και να υπάρχει μέγιστη ιχνηλασιμότητα των προϊόντων ανάλογη με αυτή που πρόσφατα θεσπίστηκε για το μέλι (νέοι κανόνες ΔΙΕΠΠΥ). Παράλληλα να δρομολογηθούν αυστηρότεροι έλεγχοι στα τελωνεία.
- 3. Απλές και γρήγορες τελωνειακές διαδικασίες.** Επειδή παρατηρούνται μεγάλες καθυστερήσεις λόγω γραφειοκρατίας στις εξαγωγές, πρέπει να λειτουργήσει ένα πραγματικό One-stop-shop, που θα διευκολύνει τους εξαγωγείς σε διαδικασίες και ειδικές περιπτώσεις, όπως φυτο-υγειονομικά πιστοποιητικά, κλπ.
- 4. Εξορθολογισμός φορολογίας.** Μείωση φορολογίας για τους παραγωγούς που εμπίπτουν στην κατηγορία των ελευθέρων επαγγελματιών με αντικειμενικά κριτήρια. Κατάργηση ειδικών φόρων κατανάλωσης που έτσι και αλλιώς δεν αποδίδουν τους στόχους.

3.1. Ειδικές παρεμβάσεις για το ελαιόλαδο

Κεντρική επιδίωξη είναι η βελτίωση των παγκόσμιων μεριδίων αγοράς. Το ποσοστό εξαγωγών επώνυμου ελαιόλαδου να αυξηθεί στο 7% (50 χιλ. τόνοι) στην πενταετία και σε 14% (100 χιλ. τόνοι) στην δεκαετία, έναντι 4,2% (30 χιλ. τόνοι) σήμερα στην παγκόσμια αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου.

Πέρα των οριζόντιων παρεμβάσεων, πρακτικές και άμεσα εφαρμόσιμες προτάσεις είναι και οι ακόλουθες:



5. **Κίνητρα συγκέντρωσης παραγωγής.** Πρόβλεψη για φορολογικές απαλλαγές (πχ στα πλαίσια του ΕΣΠΑ ή/και του αναπτυξιακού νόμου) που θα ενθαρρύνουν τη δημιουργία μεγαλύτερων παραγωγικών σχημάτων (πχ συμπράξεις συγχωνεύσεις, εξαγορές, κλπ). Μόνο τέτοια σχήματα είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν τις ανάγκες και τις απαιτήσεις της παγκόσμιας αγοράς και του διεθνούς ανταγωνισμού.
6. **Βελτίωση και ανάδειξη της ποιότητας.** Θεσμοθέτηση, υπό την αιγίδα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΥπΑΑΤ), διεθνούς διαγωνισμού ποιότητας για τα εξαιρετικά παρθένα ελαιόλαδα (στα πρότυπα του ισπανικού αντίστοιχου διαγωνισμού Mario Solinas), με στόχο την βελτίωση και την ανάδειξη της ποιότητας του ελληνικού ελαιόλαδου.
7. **Εφαρμογή νομοθεσίας.** Η ρύθμιση για την χρήση ατομικών συσκευασιών ελαιόλαδου μίας χρήσης σε όλους τους χώρους εστίασης, που θεσπίστηκε πρόσφατα (ΦΕΚ 2983/2017), πρέπει να εφαρμοστεί χωρίς χρονικές παρεκκλίσεις, με την εφαρμογή της να ελέγχεται συστηματικά.

3.2. Ειδικές παρεμβάσεις για το μέλι

Κεντρική επιδίωξη είναι η προστασία των αυθεντικών προϊόντων από τον αθέμιτο ανταγωνισμό. Χωρίς την ταχεία καταπολέμηση του λαθρεμπορίου και των παράνομων ελληνοποιήσεων, το μέλι κινδυνεύει να απωλέσει μερίδια στις διεθνείς αγορές.

Αναφορικά με το μέλι, οι ειδικότερες προτάσεις εστιάζουν σε:

8. **Αποτελεσματικοί έλεγχοι προέλευσης.** Στους ελέγχους για την ελληνικότητα του μελιού, οι διοικητικοί έλεγχοι είναι πλέον πρόσφοροι (σε σχέση με τους εργαστηριακούς και τους οργανοληπτικούς), και πρέπει να ενταθούν, με την προσέγγιση της «κλειστής αποθήκης». Επίσης είναι αναγκαία η αποτελεσματικότερη εφαρμογή του υπάρχοντος νομοθετικού πλαισίου ελέγχων στην τελική διάθεση του προϊόντος.
9. **Επέκταση χρήσης επώνυμων προϊόντων** και επώνυμων ατομικών μερίδων μελιού σε όλους τους χώρους εστίασης, όπως και με το ελαιόλαδο. Με τον τρόπο αυτό προστατεύονται, η ποιότητα του προϊόντος, η νομιμότητα στο τρόπο λειτουργίας της αγοράς αλλά και τα συμφέροντα του Δημοσίου (πχ δημόσια υγεία, δημόσια έσοδα, κτλ).
10. **Ιχνηλάτηση προϊόντων για τον περιορισμό του αθέμιτου ανταγωνισμού.** Να εξεταστεί η σκοπιμότητα της χρήσης του συστήματος ARTEMIS του ΥπΑΑΤ για το μέλι.
11. **Συγκέντρωση αρμοδιοτήτων της δημόσιας διοίκησης.** Είναι απαραίτητο, προκειμένου να υπάρχει ενιαία αντιμετώπιση, όλες οι σχετικές αρμοδιότητες να συγκεντρωθούν σε ένα Υπουργείο. Για παράδειγμα, οι έλεγχοι για το συσκευασμένο μέλι σήμερα ανήκουν στη ΓΓ Εμπορίου, ενώ όλες οι άλλες αρμοδιότητες στο ΥπΑΑΤ. Είναι συνεπώς σκόπιμο όλες οι αρμοδιότητες να υπαχθούν είτε στο ΥπΑΑΤ είτε στο ΥΠΑΝ. Στη μεταβατική φάση θα πρέπει να βελτιωθεί ο συντονισμός των εμπλεκόμενων υπηρεσιών.



12. Εφαρμογή νομοθεσίας. Συστηματικός έλεγχος εφαρμογής του νέου ΔΙΕΠΠΥ (ΦΕΚ 2983/2017) στα ξενοδοχεία και στους χώρους εστίασης που προσφέρουν μέλι. Τα προϊόντα θα πρέπει να αναφέρουν την χώρα προέλευσης.

3.3. Ειδικές παρεμβάσεις για το κρασί

Το 2010 η Διεπαγγελματική Αμπέλου και Οίνου ολοκλήρωσε το στρατηγικό σχέδιο marketing και branding για το ελληνικό κρασί το οποίο ανάδειξε ως μόνη βιώσιμη στρατηγική, τη στρατηγική της διαφοροποίησης. Ο στόχος της αμπελοκαλλιέργειας στα ακόλουθα χαρακτηριστικά διαφοροποίησης:

- **Αυθεντικότητα:** ιδιαίτερα ελληνικά terroirs και αξιόλογες γηγενείς ποικιλίες.
- **Καινοτομία:** ανάπτυξη νέων οινικών προϊόντων που απαντούν στις ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών
- **Οινοτουρισμός:** δημιουργία ιδιαίτερων, υψηλής ποιότητας, ολοκληρωμένων οινικών εμπειριών στις κύριες τουριστικές και οινοπαραγωγικές περιοχές. Ειδικότερα πρέπει αναπτυχθούν συστηματικά εμπειρίες οινοτουρισμού, σε συνεργασία με μεγάλους tour operators που επιχειρούν στην Ελλάδα.

Κεντρική επιδίωξη είναι η βιώσιμη και ανταγωνιστική αμπελουργία με σταθερή προσφορά σταφυλιού, κατάλληλης ποικιλιακής σύνθεσης και προδιαγραφών, για την παραγωγή διαφοροποιημένων προϊόντων με άριστη σχέση ποιότητας/τιμής και με απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον.

Αναφορικά με το κρασί, οι ειδικότερες προτάσεις εστιάζουν σε:

13. Ανάδειξη επώνυμου και τυποποιημένου προϊόντος. Για την ελληνική αγορά το βασικό ζητούμενο είναι η ανάδειξη του επώνυμου, τυποποιημένου ελληνικού κρασιού και η αύξηση των πωλήσεών του έναντι του «χύμα», ανώνυμου. Πέρα από ένα αποτελεσματικό πλαίσιο ιχνηλάτησης, είναι αναγκαία η προώθηση ορθών οινικών αντιλήψεων σε επαγγελματίες εστίασης και καταναλωτές και τουρίστες για την ποιοτική διαφοροποίηση του επώνυμου, τυποποιημένου κρασιού.

14. Άρση υπερ-φορολόγησης. Ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης στο εμφιαλωμένο κρασί, λειτουργεί στρεβλωτικά, μειώνει την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών κρασιών στο εξωτερικό, και ενθαρρύνει ακόμη περισσότερο την παραοικονομία.

15. Επαναπροσδιορισμός τιμής στις διεθνείς αγορές. Για τις διεθνείς αγορές ο στόχος είναι η αύξηση της μέσης τιμής πώλησης των ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών



Οικονομικά μεγέθη μελών ΣΕΒ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ
€368 δισ.
67% συνόλου*



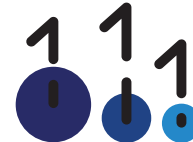
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ
€60 δισ.
51% συνόλου*



ΠΩΛΗΣΕΙΣ
€62 δισ.
43% συνόλου*



ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ ΚΕΡΔΗ
€2,4 δισ. **
30% συνόλου**



ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ
190.000
11% συνόλου ασφαλισμένων στο ΙΚΑ



ΜΙΣΘΟΙ
€4,8 δισ.
20% συνόλου***



ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ
€2,1 δισ.
20% συνόλου***



ΦΟΡΟΣ ΕΠΙ ΚΕΡΔΩΝ
€0,8 δισ.
29% συνόλου****



* ποσοστό επί του συνόλου ICAP

** κέρδη κερδοφόρων ως ποσοστό επί του συνόλου κερδών κερδοφόρων ICAP

*** ποσοστό επί του συνόλου τακτικών αποδοχών/ασφαλιστικών εισφορών ασφαλισμένων στο ΙΚΑ

**** ποσοστό επί του συνόλου εσόδων από φόρο εισοδήματος νομικών προσώπων

Όραμα

Οραματιζόμαστε την Ελλάδα ως τη χώρα, που κάθε πολίτης του κόσμου θα θέλει και θα μπορεί να επισκεφθεί, να ζήσει και να επενδύσει.

Οραματιζόμαστε μια ανοιχτή, κοινωνικά υπεύθυνη και οικονομικά φιλελεύθερη χώρα-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που προτάσσει την ισχυρή ανάπτυξη ως παράγοντα κοινωνικής συνοχής. Θέλουμε μια Ελλάδα δυναμικό κέντρο της ευρωπαϊκής περιφέρειας, με στέρεους θεσμούς, ελκυστικό κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον, που προάγει τις εξαγωγές, την καινοτόμο επιχειρηματικότητα, την παραγωγή και τις ποιοτικές υπηρεσίες, τη βιώσιμη ανάπτυξη, τη γνώση, τη συνοχή, τις ίσες ευκαιρίες και το κράτος δικαίου.

Αποστολή

Ηγεσία & Γνώση

Ο ΣΕΒ διαδραματίζει ηγετικό ρόλο στον μετασχηματισμό της Ελλάδας σε μια παραγωγική, εξωστρεφή και ανταγωνιστική οικονομία, ως ανεξάρτητος και υπεύθυνος εκπρόσωπος της ιδιωτικής οικονομίας.

Κοινωνικός Εταίρος

Ο ΣΕΒ, ως κοινωνικός εταίρος που πιστεύει στη λειτουργία των θεσμών, προωθεί στα αρμόδια όργανα της Πολιτείας και της Ε.Ε. τις απόψεις και θέσεις της επιχειρηματικής κοινότητας.

Ισχυρός Εκπρόσωπος

Ο ΣΕΒ διαμορφώνει θέσεις, αναλύσεις και προτάσεις πολιτικής για την οικονομία, τη βιομηχανία, την καινοτομία, την απασχόληση, την παιδεία και τις εργασιακές δεξιότητες, τον κοινωνικό διάλογο, τη βιώσιμη ανάπτυξη, την εταιρική υπευθυνότητα.

Φορέας Δικτύωσης

Ο ΣΕΒ δικτυώνει τα μέλη του μεταξύ τους & με τα κέντρα αποφάσεων (εγχώρια και διεθνή), με στόχο τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας.



Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα

ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών

Ξενοφώντος 5, 105 57 Αθήνα
T: 211 5006 000
F: 210 3222 929
E: info@sev.org.gr
www.sev.org.gr

SEV Hellenic Federation of Enterprises

168, Avenue de Cortenbergh
B-1000 Bruxelles
M: +32 (0) 494 46 95 24
E: sevbrussels@proximus.be

ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ
ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

