



Μανώλης Καρπαδάκης
Αντιπρόεδρος
Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης
Στέλεχος εξαγωγών & Olive Oil Expert
στην ΜΕΛΙΣΣΑ-ΚΙΚΙΖΑΣ ΑΒΕΕΤ
εγκαταστάσεις Terra Creta

Μανώλης Καρπαδάκης

Προκλήσεις & ευκαιρίες στην αλυσίδα αξίας των αγροδιατροφικών προϊόντων μας

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά για την πρόσκληση και για τη θεματολογία της σημερινής Ημερίδας, η οποία αγγίζει έναν τομέα ζωτικής σημασίας για την Κρήτη: τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα και τη θέση τους στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον. Όπως ανέφερα και στην εισαγωγή μου, «η εποχή μας χαρακτηρίζεται από μεγάλη μεταβλητότητα και από μεγάλη ταχύτητα αλλαγών». Αυτές οι αλλαγές επηρεάζουν άμεσα τον αγροδιατροφικό κλάδο, ο οποίος βρίσκεται στο επίκεντρο διεθνών εξελίξεων, νέων εμπορικών πολιτικών, κλιματικών πιέσεων και μεταβαλλόμενων απαιτήσεων των καταναλωτών.

Η αγορά σήμερα ζητά ποιότητα, αυθεντικότητα και εμπιστοσύνη. Ζητά προϊόντα με αναγνωρισμένη ταυτότητα, σταθερή αξία και υψηλή διατροφική ποιότητα. Η Κρήτη διαθέτει όλα τα εφόδια για να ανταποκριθεί σε αυτές τις απαιτήσεις, αρκεί να κινηθεί με στρατηγική και συνέπεια. Το κρίσιμο ερώτημα είναι κατά πόσο αντιλαμβανόμαστε το νέο περιβάλλον που διαμορφώνεται και αν είμαστε έτοιμοι να προσαρμοστούμε σε αυτό.

Η παράδοση αποτελεί θεμέλιο της κρητικής παραγωγής. Συνδέεται με τη γαστρονομία, την καθημερινότητα και την ταυτότητα του τόπου. Ωστόσο, η παράδοση από μόνη της δεν αρκεί. Πρέπει να συνδεθεί με τις ανάγκες της σύγχρονης αγοράς, οι οποίες καθορίζονται από τη νομοθεσία, τα δίκτυα διανομής και τις προσδοκίες των καταναλωτών. Όπως επισημάνθηκε, «η αγορά είναι η ατμομηχανή που μας οδηγεί στο πώς πρέπει



Video



να παράξουμε τα προϊόντα». Αν δεν ακολουθήσουμε τις προδιαγραφές που θέτει, η εμπορική μας αξία θα παραμείνει χαμηλή.

Στην Κρήτη, ο αγροτικός τομέας χαρακτηρίζεται από μονοκαλλιέργεια. Το ελαιόλαδο και τα κηπευτικά αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της παραγωγής και των εξαγωγών. Δεν είναι τυχαίο ότι τα αγροδιατροφικά προϊόντα καλύπτουν το 60% των εξαγωγών του νησιού, ενώ το ελαιόλαδο και τα κηπευτικά αντιστοιχούν στο 88% αυτών. Χωρίς αυτά, ουσιαστικά δεν υπάρχουν εξαγωγές τροφίμων. Αυτό καθιστά επιτακτική την ανάγκη ενίσχυσης και αναβάθμισης των συγκεκριμένων κλάδων.

Δυστυχώς, στο ελαιόλαδο ελάχιστα έχουν αλλάξει τις τελευταίες δεκαετίες. Το 70% των εξαγωγών εξακολουθεί να γίνεται σε μορφή χύμα, με αποτέλεσμα να χάνεται μια προστιθέμενη αξία που μπορεί να ξεπεράσει το 40%. Χάνονται θέσεις εργασίας, χάνεται αναγνωρισιμότητα, χάνεται η δυνατότητα ανάπτυξης ενός κλάδου που θα μπορούσε να αποτελέσει διεθνές σημείο αναφοράς. Ταυτόχρονα, η παραγωγή ελαιολάδου στην Ελλάδα αναμένεται να μειωθεί έως το 2030, ενώ άλλες χώρες –όπως η Πορτογαλία και η Ισπανία– αυξάνουν την παραγωγή τους. Η Ελλάδα έχει χάσει το 60% της κατά κεφαλήν κατανάλωσης ελαιολάδου τις τελευταίες δεκαετίες, γεγονός που επιβεβαιώνει την ανάγκη για άμεση δράση.

Η λύση βρίσκεται στη βελτίωση της ποιότητας, στην αύξηση της τυποποίησης και στη διεύρυνση των αγορών. Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτείται σταθερότητα στην ποιότητα – κάτι που σήμερα δεν είναι δεδομένο. Ο βασικός λόγος είναι η έλλειψη εκπαίδευσης. Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στο κείμενο, «η περισσότερη παραγωγή βασίζεται στην εμπειρική γνώση και στη γνώση του καφενείου».

Η Ελλάδα βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις της ΕΕ στην εκπαίδευση του αγροτικού τομέα. Χωρίς σύγχρονη κατάρτιση, χωρίς επαγγελματικά πρότυπα, χωρίς πιστοποιημένες δεξιότητες, δεν μπορούμε να ανταγωνιστούμε χώρες που επενδύουν συστηματικά στη γνώση.

Ένα ακόμη ζήτημα είναι η ανισόρροπη ανάπτυξη

του νησιού. Ο τουρισμός, αν και αποτελεί βασικό πυλώνα της οικονομίας, συχνά λειτουργεί εις βάρος του αγροδιατροφικού τομέα. Η σύνδεση των δύο κλάδων παραμένει αδύναμη. Παρά τα έξι εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως, τα τοπικά προϊόντα δεν έχουν την παρουσία που τους αξίζει στα ξενοδοχεία και στην εστίαση. Αν εμείς οι ίδιοι δεν σεβόμαστε και δεν προβάλλουμε τα προϊόντα μας, πώς περιμένουμε να τα σεβαστεί ο επισκέπτης;

Σημαντικό εργαλείο αποτελεί το νέο ΠΓΕ «Κρήτη» για το ελαιόλαδο, το οποίο επιτρέπει την τυποποίηση εντός του νησιού και διασφαλίζει αυστηρές προδιαγραφές και αυθεντικότητα. Είναι μια ευκαιρία που πρέπει να αξιοποιηθεί στο έπακρο, σε αντίθεση με τα υπάρχοντα ΠΟΠ, τα οποία συχνά συσκευάζονται εκτός Κρήτης, με απώλεια προστιθέμενης αξίας.

Τέλος, οι διεθνείς εμπορικές συμφωνίες –όπως η Mercosur ή η συμφωνία με την Ινδία– δημιουργούν νέες προκλήσεις και ευκαιρίες. Η Ελλάδα πρέπει να παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις και να προστατεύει τα προϊόντα της, ιδιαίτερα εκείνα με ονομασία προέλευσης.

Προτάσεις για το μέλλον

- Συστηματική γνώση των αγορών και του ανταγωνισμού. Κάθε προϊόν απαιτεί στοχευμένη στρατηγική.
- Ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων για παραγωγούς και μεταποιητές. Η εκπαίδευση είναι ο μόνος δρόμος για σταθερή ποιότητα.
- Αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Κρήτης με ενιαίες δράσεις. Ο τουρισμός και η αγροδιατροφή πρέπει να λειτουργούν συμπληρωματικά.
- Προώθηση συνεργατικών μοντέλων μεταξύ παραγωγών και εξαγωγέων.
- Ανάπτυξη προδιαγραφών για επισκέψιμες μονάδες και ελαιοτουρισμό.
- Δημιουργία κρητικού σήματος ποιότητας.

Η Κρήτη έχει όλα τα εφόδια για να πρωταγωνιστήσει διεθνώς. Το στοίχημα είναι να μετατρέψουμε τις προκλήσεις σε ευκαιρίες και να χτίσουμε ένα βιώσιμο, ανταγωνιστικό και εξωστρεφές αγροδιατροφικό μοντέλο για τις επόμενες δεκαετίες.

