

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ: ΕΜΠΟΡΙΟ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΜΑΤΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:
ΦΟΥΛΑΤΖΙΚΛΙΔΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΦΙΛΙΠΠΟΣ ΚΑΡΥΠΙΔΗΣ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2010

ΕΜΠΟΡΙΟ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΜΑΤΑΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

- 1.1 Εισαγωγή
- 1.2 Σημασία της Μεταποίησης
- 1.3 Αποτελεσματικότητα της Μεταποίησης
- 1.4 Σκοπός της εργασίας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Η ΤΟΜΑΤΑ ΚΑΙ Η ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ

- 2.1 Τρόποι Μεταποίησης
- 2.2 Πρώτη ύλη
- 2.3 Τύποι Προϊόντων τομάτας
- 2.4 Συσκευασία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΜΑΤΑΣ

- 3.1 Διάρθρωση Βιομηχανίας
- 3.2 Εξέλιξη πρωτογενούς παραγωγής
- 3.3 Θεσμικό πλαίσιο - επιδοτήσεις
- 3.4 Επενδύσεις -Οικονομικά κίνητρα
- 3.5 Η μεταποίηση στο Νομό Θεσσαλονίκης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΔΙΑΝΟΜΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

- 4.1 Δίκτυο Διανομής
- 4.2 Εγχώρια αγορά

4.3 Εγχώρια κατανάλωση

4.4 Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση

4.5 Διαφήμιση

4.6 Τιμές

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

5.1 Εξαγωγές

5.2 Εισαγωγές

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1 Συμπεράσματα

6.2 Προτάσεις

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι εδαφοκλιματολογικές συνθήκες της χώρας μας, είναι ευνοϊκές για την καλλιέργεια των λαχανικών γενικά, αλλά ειδικότερα για την τομάτα, γεγονός που θα μπορούσε να καταστήσει την Ελλάδα "λαχανόκηπο της Ευρώπης".

Η τομάτα είναι σήμερα, το πλέον αγαπητό λαχανικό, απαραίτητο συμπλήρωμα στη διατροφή του ανθρώπου, είτε ως νωπό λαχανικό, είτε ως μεταποιημένο βιομηχανικό προϊόν. Για να σταθεί όμως η τομάτα στην αγορά, τόσο σαν επιτραπέζια όσο και σαν βιομηχανική πρώτη ύλη, πρέπει να είναι ποιοτικά αποδεκτή.

Με το περιεχόμενο της εργασίας, προσπάθησα να αποτυπώσω τις απαραίτητες γνώσεις για την εγχώρια παραγωγή και την βιομηχανική μεταποίηση των μεταποιημένων προϊόντων τομάτας όπως ο τοματοπολτός, η ολόκληρη αποφλοιωμένη και η ψιλοκομμένη τομάτα, ο χυμός τομάτας (φυσικός και ελαφρά συμπυκνωμένος) και το κέτσαπ.

Επιπλέον όμως, θα πρέπει να παρατηρήσουμε ότι οι καταναλωτές σήμερα γίνονται συνεχώς πιο απαιτητικοί και σχολαστικοί σε θέματα που αφορούν τη ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν στην καθημερινότητα της διατροφής τους. Με αποτέλεσμα οι παραγωγοί, οι μεταποιητικές βιομηχανίες και οι αρμόδιοι φορείς ποιοτικού ελέγχου να διαμορφώνουν ολοένα και καλύτερα την οργάνωση ολόκληρου του δικτύου εμπορίας και διάθεσης (αποθήκευση, επεξεργασία, τυποποίηση, μεταποίηση) των προϊόντων. Γεγονός που βοηθάει και βελτιώνει την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής νωπής και μεταποιημένης τομάτας τόσο στην εγχώρια, όσο και στη διεθνή αγορά.

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η τομάτα (*Solanum Lycopersicum, esculentum*) ανήκει στην οικογένεια (*Solanaceae*). Στην οικογένεια αυτή, ανήκουν τα πολύ γνωστά μας λαχανικά, πατάτα, μελιτζάνα, πιπεριά, καθώς επίσης και ο καπνός, η μπελαντόνα και ένας μεγάλος αριθμός αυτοφυών φυτών. Πολλά από αυτά, όταν βρίσκονται ως ζιζάνια μέσα στις καλλιέργειες της τομάτας, μεταδίδουν ασθένειες στα τοματόφυτα, γιατί είναι ξενιστές ασθενειών και παρασίτων.

Η διάρκεια του βιολογικού κύκλου της τομάτας, εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τις κλιματολογικές συνθήκες και κατά δεύτερο λόγο από την ποικιλία.

Στις τροπικές χώρες είναι πολυετής και στην Ευρώπη μονοετής καλλιέργεια



με διάρκεια 5-7 μήνες.

Ευνοϊκές θερμοκρασίες για την τομάτα είναι 18° - 27° C, αλλά αντέχει και σε χαμηλότερες και υψηλότερες θερμοκρασίες 12° - 38° C. Στην επιτόπου σπορά, το ριζικό σύστημα των φυτών προχωρεί σε βάθος και μπορεί να φτάσει με αύξηση 2-3 εκ. την ημέρα στα 60 εκ. στη μεταφύτευση το ριζικό σύστημα αναπτύσσεται πλάγια και όχι σε βάθος. Το στέλεχος του φυτού της τομάτας

προχωρεί σε ύψος. Πάνω στο στέλεχος εναλλακτικά, αναπτύσσονται τα φύλλα. Τα χαρακτηριστικά των φύλλων, προσδιορίζονται από την ποικιλία της τομάτας και διαφοροποιούνται, από τις κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες και τις μεθόδους της καλλιέργειας.

Στη μασχάλη κάθε φύλλου αναπτύσσεται ένας βλαστός, που εξελίσσεται σε κανονικό στέλεχος με φύλλα, άνθη και καρπούς. Η αφαίρεση των βλαστών των πρώτων φύλλων του στελέχους των φυτών της τομάτας, επηρεάζει θετικά την ανάπτυξη του φυτού σε ύψος. Ανεξάρτητα όμως από την αφαίρεση ή μη των βλαστών της μασχάλης των πρώτων φύλλων, το τελικό ύψος του φυτού, προσδιορίζεται στα πλαίσια των κληρονομικών χαρακτήρων της ποικιλίας της τομάτας.

Όλα τα πράσινα μέρη του φυτού της τομάτας, καλύπτονται από τριχίδια, που όταν σπάσουν, αφήνουν μια χαρακτηριστική μυρωδιά της τομάτας. Η ανθοφορία ανάλογα με την ποικιλία, μπορεί να είναι ταξιανθία, απλή, διχαλωτή ή διακλαδισμένη. Η άνθηση δεν είναι σύγχρονος, εκτός ορισμένων ποικιλιών (μηχανοσυλλογής) που είναι σχεδόν σύγχρονος. Τα άνθη φέρουν 5 πέταλα, 5 στήμονες, ωοθήκη, το στυλό και το στίγμα. Είναι ερμαφρόδιτα και αυτογονιμοποιούνται. Σε σπάνιες περιπτώσεις γίνεται σταυρογονιμοποίηση και διασταύρωση ποικιλιών. Η γονιμοποίηση γίνεται δύο μέρες περίπου μετά την επικονίαση. Η γονιμοποίηση επηρεάζεται σημαντικά από την βροχή, τον αέρα, τη χαμηλή θερμοκρασία, κάτω από 12⁰C και πάνω από 36⁰C, καθώς και από παθολογικές καταστάσεις του άνθους. Μετά τη γονιμοποίηση η ανάπτυξη και ωρίμανση του καρπού γίνεται σε 45-60 μέρες, ανάλογα με τις κλιματολογικές και καλλιεργητικές συνθήκες.

Ο καρπός της τομάτας είναι ράγα χρώματος κόκκινου, ρόδινου ή κίτρινου και έχει 4-10 χώρους. Αποτελείται από τον φλοιό, τη σάρκα, τους ιστούς και τους σπόρους.

Το πάχος του φλοιού αυξάνει στο πρώτο στάδιο της ανάπτυξης του καρπού και μετά λεπταίνει και απλώνει κατά το στάδιο ωρίμανσης. Η σάρκα σχηματίζεται στους χώρους των κελιών και είναι ανάλογα με την ποικιλία, λιγότερο ή περισσότερο σημαντική, πλούσια σε χυμό, ο οποίος χρησιμοποιείται στη μεταποίηση από τις βιομηχανίες κονσερβών. Ο χυμός έχει 3-6% στερεά συστατικά. Μέσα στους χώρους, σε μια ζελατινώδη ουσία, βρίσκονται οι σπόροι, πολλοί ή λίγοι σε αριθμό, ανάλογα με την ποικιλία. Οι ώριμοι σπόροι έχουν σχήμα ωοειδές και είναι πλευρικά πεπιεσμένοι. Το μήκος του σπόρου κυμαίνεται από 3-5 χιλ. και το πλάτος 2-4 χιλ. Η επιφάνεια εξωτερικά έχει χρώμα γκριζοκίτρινο και καλύπτεται από χνούδι γκριζο ή αργυρούν. Ο χρωματισμός των καρπών της τομάτας οφείλεται στις δύο χρωστικές, την καροτίνη (κίτρινο) και την λικοπίνη (κόκκινο) και επηρεάζεται από τη σχέση των χρωστικών αυτών και τη θερμοκρασία περιβάλλοντος.

Η καλύτερη θερμοκρασία για την ανάπτυξη του κόκκινου χρώματος είναι 18°C - 25°C.

1.2 Σημασία της μεταποίησης

Η μεταποίηση των γεωργικών προϊόντων αποτελεί ένα μεγάλο και σημαντικό μέρος της δευτερογενούς παραγωγής. Αναπτύχθηκε ουσιαστικά μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και κάλυψε ένα μεγάλο κενό στις θετικές επιστήμες το οποίο είχε επισημανθεί. Προς αυτή τη κατεύθυνση συνέβαλαν οι σημαντικές και ταχύτατες μεταβολές στις ανάγκες διατροφής του ανθρώπου, όπως οι ανάγκες σε μεταποιημένα και συντηρημένα τρόφιμα, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου και της πολιτιστικής στάθμης των λαών, ο καταμερισμός της εργασίας μεταξύ των ατόμων, η δημιουργία μεγάλων κέντρων απομονωμένων από τη πρωτογενή παραγωγή, η ταχύτατη αύξηση του πληθυσμού της γης και η συνεχής αλλαγή των συνηθειών καθώς και της διατροφής.

Κύριος σκοπός, λοιπόν της μεταποίησης των αγροτικών προϊόντων είναι να συμβάλει, σε συνεργασία και με τις άλλες επιστήμες (φυσικής, χημείας, ενζυματολογίας, μικροβιολογίας κ.α.) στη λύση του προβλήματος της διατροφής και άλλων αναγκών του ανθρώπου. Ο στόχος αυτός επιτυγχάνεται με τη δημιουργία προϊόντων που μπορούν να καταναλωθούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Η εφαρμογή της μεταποίησης των αγροτικών προϊόντων είναι πολύ σημαντική και ικανοποιεί σε μεγάλο βαθμό τις ανάγκες των καταναλωτών καθώς επίσης και την βελτίωση της οικονομίας των παραγωγών, που έχει ως αποτέλεσμα να επιδρά θετικά στην εξέλιξη της εθνικής οικονομίας.

Η σημασία της μεταποίησης των προϊόντων στον άνθρωπο ως καταναλωτή συνοψίζονται στα παρακάτω :

1. Μεταβάλλει ορισμένα πρωτογενή αγροτικά προϊόντα από μη εδώδιμα σε εδώδιμα π.χ. τα σιτηρά για να είναι βρώσιμα πρέπει να μετατραπούν σε ψωμί, τα ζαχαρότευτλα σε ζάχαρη κ.α. Η μεταποίηση στις περιπτώσεις αυτές είναι

πολύ σημαντική αφού πάρα πολλά αγροτικά προϊόντα δεν μπορούν να καταναλωθούν χωρίς να υποστούν κάποιο βαθμό μεταποίησης.

2. Δημιουργεί νέα προϊόντα από ένα ή από συνδυασμό πρωτογενών αγροτικών προϊόντων, τα οποία ικανοποιούν ποικιλία αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών π.χ. οι τομάτες που μετατρέπονται σε χυμό.

3. Ευπαθή αγροτικά προϊόντα όπως είναι και η τομάτα που παράγεται σε ορισμένες εποχές του έτους, για να επιτευχθεί η μακροχρόνια κατανάλωσή της απαιτεί κάποιες επεμβάσεις και ενέργειες που θα ενισχύσουν την αντοχή της στο χρόνο. Με αποτέλεσμα η μεταποίηση να τις βοηθάει να διατηρούνται για μεγάλο χρονικό διάστημα ικανοποιώντας τη ζήτηση της αγοράς για όλο το χρόνο.

4. Με τη μεταποίηση δημιουργούνται προϊόντα συμπυκνωμένα και επομένως μικρότερου όγκου και βάρους από τα αρχικά πρωτογενή προϊόντα. Αυτό έχει ως συνέπεια μείωση του κόστους μεταφοράς τους και φυσικά ασφαλή και οικονομικότερη αποθήκευση.

1.3 Αποτελεσματικότητα της μεταποίησης

Η αποτελεσματικότητα της μεταποίησης των αγροτικών προϊόντων, ως μέσου αύξησης της ζήτησής τους από τους καταναλωτές και συνεπώς της διάθεσής τους από τους παραγωγούς καθώς και επίτευξης ικανοποιητικής τιμής πωλήσεών τους, εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, μεταξύ των οποίων οι σπουδαιότεροι είναι οι εξής:

1. Η καταλληλότητα των μεταποιημένων προϊόντων, που είναι ο πρώτος και σπουδαιότερος παράγοντας. Για να αγορασθεί ένα μεταποιημένο προϊόν από τον καταναλωτή πρέπει το προϊόν αυτό να ικανοποιεί ορισμένες ανάγκες ή επιθυμίες του, οι οποίες και θα τον παρακινήσουν να το ζητήσει. Αυτό σημαίνει πως, για να είναι η μεταποίηση των αγροτικών προϊόντων πιο αποτελεσματική στην προώθηση των πωλήσεών τους, θα πρέπει πρώτα να διαπιστωθεί τί προϊόντα χρειάζονται ή θέλουν οι καταναλωτές και στη συνέχεια να επιτευχθεί η παραγωγή των προϊόντων αυτών. Αυτό όμως, μπορεί να επιτευχθεί μόνο με μια συστηματική έρευνα αγοράς, κατά την οποία θα προσδιορισθούν όχι μόνο οι προτιμήσεις των καταναλωτών για τις διάφορες μορφές μεταποιημένων προϊόντων αλλά και να εκτιμηθεί η συνολική ζήτηση για το κάθε προϊόν ξεχωριστά.

2. Η ποικιλομορφία των μεταποιημένων προϊόντων, που γεγονός είναι ότι όσο περισσότερες μορφές μεταποιημένων προϊόντων μπορούν να παραχθούν, τόσο μεγαλύτερες δυνατότητες υπάρχουν για αύξηση της ζήτησής τους γιατί μ' αυτό τον τρόπο μπορούν να ικανοποιήσουν μεγαλύτερο αριθμό αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών.

Όλα αυτά, βέβαια, πάντοτε με την προϋπόθεση ότι οι ποιότητες των παραγόμενων μεταποιημένων προϊόντων είναι καλές και έχουν την κατάλληλη συσκευασία (ζητούμενο μέγεθος συσκευασίας, καλή ποιότητα υλικού

συσκευασίας) και συνεπώς ικανοποιούν πλήρως τους καταναλωτές, επομένως αναμένεται να είναι ανάλογη και η ζήτησή τους.

3. Το κόστος παραγωγής των μεταποιημένων προϊόντων, γιατί το χαμηλό κόστος μεταποίησης των αγροτικών προϊόντων παρέχει τη δυνατότητα πώλησής τους σε σχετικά μειωμένες τιμές. Το γεγονός αυτό ενθαρρύνει τη ζήτηση των μεταποιημένων προϊόντων και συνεπώς συμβάλλει ουσιαστικά στην αύξηση της διάθεσης των αντίστοιχων πρωτογενών αγροτικών προϊόντων.

1.4 Σκοπός της εργασίας

Σκοπός της εργασίας είναι να μελετηθεί η εμπορία των προϊόντων μεταποίησης της τομάτας που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την αγροτική οικονομία και τις αγροτικές περιοχές. Η πρώτη ύλη της τομάτας επεξεργάζεται και μετατρέπεται σε πολλά προϊόντα, όπως: ο τοματοπολτός, η ολόκληρη αποφλοιωμένη και η ψιλοκομμένη τομάτα, ο χυμός τομάτας (φυσικός και ελαφρά συμπυκνωμένος), το κέτσαπ και οι έτοιμες σάλτσες τομάτας.

Ο τομέας των προϊόντων τομάτας έχει έντονα εξαγωγικό χαρακτήρα, στηρίζει την εγχώρια αγροτική παραγωγή και αποτελεί σημαντική πηγή συναλλάγματος.

Στα πλαίσια της εργασίας γίνεται προσπάθεια να προσδιοριστούν τα μεγέθη της παραγωγής, των εισαγωγών και των εξαγωγών. Ακόμα εξετάζεται η διάρθρωση της αγοράς για κάθε υποκατηγορία προϊόντος, προσδιορίζονται τα μεγέθη της κατανάλωσης, οι τάσεις και οι εξελίξεις της ζήτησης καθώς επίσης και της αγοράς γενικότερα.

Παρουσιάζονται μερικές σημαντικές εταιρίες του κλάδου (παραγωγικές και εισαγωγικές) και παράλληλα εκτιμώνται τα μερίδια που κατέχουν στην εγχώρια αγορά. Αναφέρονται οι συνθήκες που επικρατούν στην αγορά των προϊόντων τομάτας, τα προβλήματα του κλάδου, τα χαρακτηριστικά και οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση καθώς και οι προοπτικές εξέλιξης των προϊόντων που εξετάζονται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΤΟΜΑΤΑ ΚΑΙ Η ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ

2.1. Τρόποι μεταποίησης

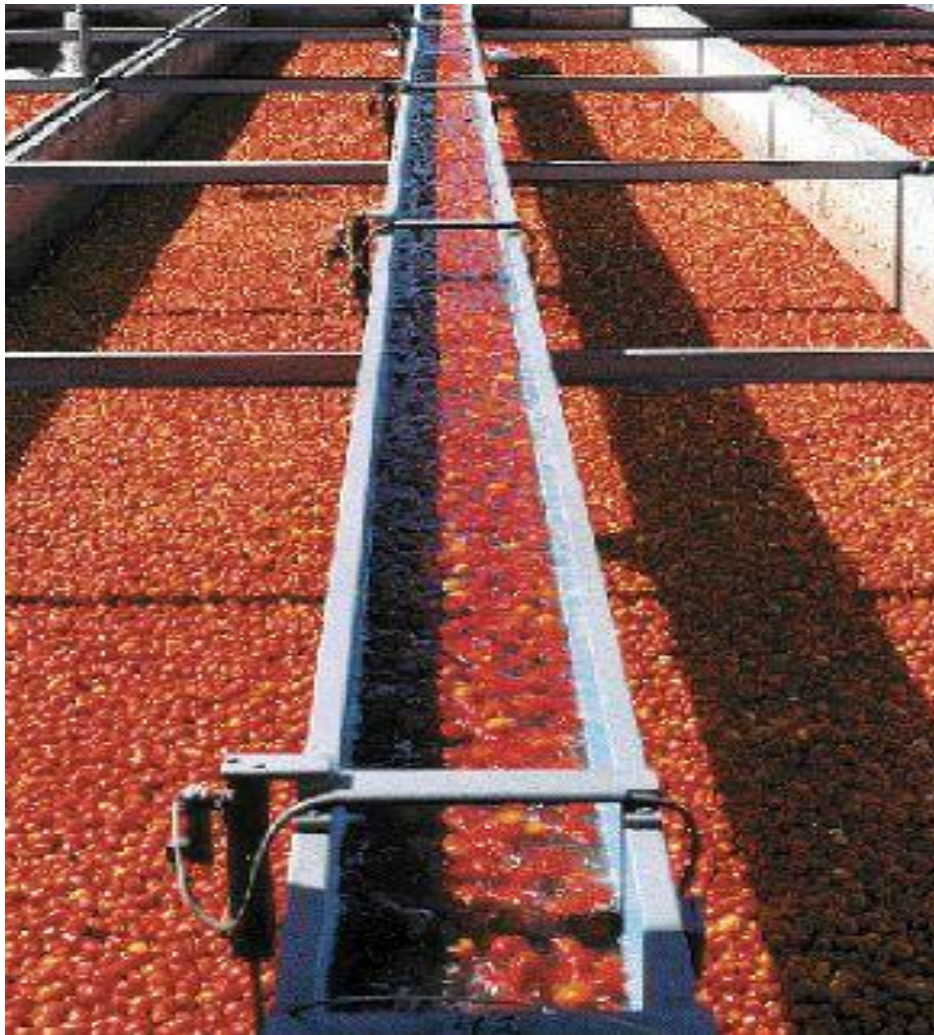
Ανάλογα με τη φύση και τη μορφή του πρωτογενούς προϊόντος, αλλά και ανάλογα με τη χρήση του τελικού προϊόντος χρησιμοποιούνται διάφοροι τρόποι μεταποίησης. Ως τρόπους μεταποίησης εννοούμε τις διάφορες επεμβάσεις που γίνονται στο πρωτογενές προϊόν ώστε να παραχθεί το τελικό μεταποιημένο προϊόν. Οι επεμβάσεις μπορεί να είναι πολλές και διαφορετικής μορφής αλλά, πρέπει να ακολουθούν μια συγκεκριμένη σειρά για κάθε αγροτικό προϊόν ώστε να παραχθεί το επιθυμητό τελικό προϊόν. Οι πιο διαδεδομένοι μέθοδοι μεταποίησης είναι η μηχανική και η θερμική.

Η μηχανική επεξεργασία. Η μέθοδος αυτή εφαρμόζεται κυρίως σε πρωτογενή προϊόντα, όπως η τομάτα, τα οποία με τη μεταποίησή τους δεν αλλάζουν τελείως μορφή και παράγεται ένα νέο μεταποιημένο προϊόν όπως είναι ο τοματοπολτός, ο χυμός τομάτας, το κον κασέ κ.α.

Η μηχανική επεξεργασία μπορεί να έχει τη μορφή του τεμαχισμού, της συμπίεσης του πρωτογενούς προϊόντος και προετοιμάζει το προϊόν για περαιτέρω επεξεργασία. Δηλαδή, η μηχανική επεξεργασία, τις περισσότερες φορές, αποτελεί αρχικό στάδιο μεταποίησης, καθιστά το πρωτογενές προϊόν κατάλληλο για περαιτέρω επεξεργασία και ακολουθούν άλλες μέθοδοι μεταποίησης.

Η χημική επεξεργασία περιλαμβάνει την επέμβαση στη φύση και τη μορφή του προϊόντος με χημικές ουσίες οι οποίες μετατρέπουν το πρωτογενές προϊόν σε νέο. Η χημική επεξεργασία τις περισσότερες φορές αποτελεί μέσο

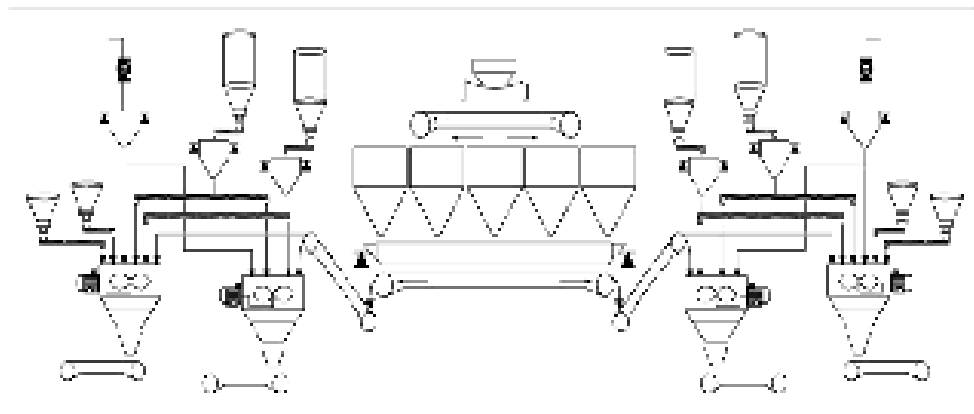
καθαρισμού των μεταποιημένων προϊόντων από ανεπιθύμητες ουσίες που παράγονται κατά τη διαδικασία της μεταποίησης και για τον λόγο αυτό χρησιμοποιούνται διάφορα αντιδραστήρια.



Εικόνα 2-1: Δεξαμενές εναπόθεσης και καθαρισμού τομάτας



Εικόνα 2.2: Κονσερβοποίο



Εικόνα 2.3: Σχέδιο μονάδας μεταποίησης-κονσερβοποίησης

Η συμπύκνωση του χυμού τομάτας, γίνεται σήμερα με τη θερμική μέθοδο σε κενό. Επειδή η θερμοκρασία στην οποία μπορεί να γίνει η εξάτμιση του νερού του χυμού της τομάτας, προσβάλλει τις οργανοληπτικές και βιολογικές ιδιότητες του, δηλαδή αλλοιώνει το άρωμα, τη γεύση, αποσυνθέτει τα οργανικά οξέα και σάκχαρα, καταστρέφει σε μεγάλο ποσοστό τις βιταμίνες κ.λπ., τόσο η επιστήμη, όσο και η τεχνική, κατέβαλαν προσπάθειες να εξουδετερώσουν τις δυσμενείς αυτές συνέπειες της θερμότητας, με τη χρησιμοποίηση νέων μεθόδων συμπύκνωσης και νέων μηχανημάτων.

Έτσι από το απλό χάλκινο καζάνι που γινόταν η συμπύκνωση, φθάσαμε στις διπλοπύθμενες μπούλες με κενό και στους σημερινούς συμπυκνωτές με κενό και συνεχούς ροής.

Όταν η συμπύκνωση γίνεται σε κενό (σε χαμηλή ατμοσφαιρική πίεση), ο βρασμός πραγματοποιείται σε χαμηλή θερμοκρασία 42° - 62°C και ο τοματοπολτός διατηρεί αναλλοίωτες τις οργανοληπτικές και βιολογικές ιδιότητες της τομάτας, χρώμα, γεύση, άρωμα, βιταμίνες.

Οι συμπυκνωτές με κενό διακρίνονται σε 4 κατηγορίες:

1. Απλής ενέργειας.
2. Διπλής ενέργειας.
3. Τριπλής ενέργειας.
4. Τετραπλής ενέργειας.

Ο συμπυκνωτής απλής ενέργειας είναι μεταλλική σφαίρα (μπούλα) με διάμετρο περίπου 1,3 μ. το κάτω ημισφαίριο έχει διπλό πιθμένα μέσα στον οποίο κυκλοφορεί ατμός. Στο πάνω ημισφαίριο μαζεύονται οι ατμοί της συμπύκνωσης του χυμού που βρίσκονται στο εσωτερικό του κάτω ημισφαιρίου. Με σωλήνες οι υδρατμοί διοχετεύονται στη στήλη συμπίεσης όπου αναμιγνύονται με ψυχρό νερό που τους υγροποιεί και τους παρασύρει στην έξοδο. Αντλία κενού που επικοινωνεί με το εσωτερικό της σφαίρας δημιουργεί το κενό 65-70 cm/hg.

Στο άνω εξωτερικό μέρος της σφαίρας υπάρχει βαλβίδα εισαγωγής χυμού για συμπύκνωση, μανόμετρο, θυρίδα για την παραλαβή δείγματος, βαλβίδα για την αφαίρεση του κενού και δυο θυρίδες ελέγχου.

Σε κάθετο εσωτερικό άξονα περιστρέφεται μεταλλικός αναδευτήρας για τη συνεχή ανάδευση του προϊόντος. Στο κατώτερο τμήμα υπάρχει θυρίδα για την εξαγωγή του τοματοπολτού, είσοδος και έξοδος ατμού με ατμοπαγίδα, για την υγροποίηση του ατμού και βαλβίδα ασφαλείας.

Για την αύξηση της απόδοσης συνδέονται 2-4 μπούλες με προσυμπυκνωτή του χυμού σ' ένα συγκρότημα. Ο προσυμπυκνωτής του χυμού αποτελείται από σύστημα σωλήνων καθέτων στο κάτω μισό εσωτερικό μέρος της σφαίρας του μέσα από τους οποίους κυκλοφορεί ο χυμός τομάτας και εξωτερικά οι υδρατμοί της συμπύκνωσης.

Η κονσερβοποίηση αν και δεν θεωρείται μέθοδος μεταποίησης, είναι όμως, τις περισσότερες φορές αναγκαία για τη συσκευασία και διατήρηση των μεταποιημένων προϊόντων και άρρηκτα συνδεδεμένη με τη μεταποίηση. Με την κονσερβοποίηση το μεταποιημένο προϊόν τοποθετείται σε αεροστεγές και αποστειρωμένο περιβάλλον και έτσι παρατείνεται η διάρκεια ζωής τους, διευκολύνει σημαντικά την μεταφορά τους, αλλά κυρίως την αποθήκευσή τους.

Οι παραπάνω μέθοδοι εφαρμόζονται είτε μεμονωμένες είτε συνδυασμός αυτών, με μια συγκεκριμένη σειρά, ανάλογα με το είδος του πρωτογενούς προϊόντος και του τελικού προϊόντος που παράγεται.

Η ποιότητα των προϊόντων και κυρίως των τροφίμων δεν διασφαλίζεται μόνο από το υλικό συσκευασίας αλλά από τη μέθοδο με την οποία το τρόφιμο αποστειρώνεται αφού έχει ήδη τοποθετηθεί σε περιέκτες. Η βιομηχανία τροφίμων στην οποία συγκαταλέγεται και η βιομηχανία προϊόντων τομάτας έχει υιοθετήσει ευρέως την ασηπτική επεξεργασία.

Η ασηπτική επεξεργασία
υπάγεται στις
επεξεργασίες υψηλής
θερμότητας/μικρού
χρόνου (HT/ST). Με τη
μέθοδο αυτή το



Εικόνα 2-4: Σύστημα διαλογής τοματοπολτού

προϊόν αποστειρώνεται πριν συσκευαστεί (σε αντίθεση με τις συμβατικές τεχνικές θερμικής επεξεργασίας) και στη συνέχεια συσκευάζεται σε προασπαστημένους περιέκτες κάτω από ασηπτικές συνθήκες.

Το κύριο πλεονέκτημα της ασηπτικής επεξεργασίας έναντι των συμβατικών μεθόδων θερμικής επεξεργασίας είναι η υψηλή θρεπτική και οργανοληπτική ποιότητα του τροφίμου εξαιτίας του μικρού χρόνου αποστείρωσης, ανεξάρτητα από το μέγεθος του περιέκτη. Ένα άλλο σημαντικό πλεονέκτημα της ασηπτικής επεξεργασίας είναι η μεγάλη διάρκεια ζωής του προϊόντος σε συνθήκες περιβάλλοντος, γεγονός που καταργεί το δίκτυο ψύξης για τη διακίνηση και συντήρηση, επιφέροντας έτσι σημαντική μείωση του τελικού κόστους των προϊόντων.

2.2. Πρώτη ύλη

Η τομάτα είναι φυτό της οικογένειας των σολανωδών. Είναι ιθαγενές φυτό της Νότιας Αμερικής και μεταφέρθηκε στην Ελλάδα το 1818. Καλλιεργείται ως ετήσιο φυτό για τους καρπούς του, οι οποίοι περιέχουν πολύτιμα συστατικά. Συγκεκριμένα βιταμίνη Α (είκοσι φορές περισσότερη από τα πορτοκάλια), βιταμίνη Β₁ και Β₂ (όση και τα πορτοκάλια), βιταμίνη C (λιγότερη κατά το 1/3 από τα πορτοκάλια). Οι τομάτες καταναλώνονται είτε νωπές, είτε μεταποιημένες.

Η βιομηχανική επεξεργασία της τομάτας έχει αναπτυχθεί τα τελευταία είκοσι χρόνια. Η τομάτα έχει πλούσιο ριζικό σύστημα και βλαστούς που καλύπτονται από αδενόφορες τρίχες, οι οποίες όταν σπάσουν, βγάζουν ένα υγρό που αναδύει χαρακτηριστική μυρωδιά και χρησιμεύει για να απομακρύνει τα διάφορα έντομα.

Η τομάτα είναι φυτό που απαιτεί θερμότητα, γι' αυτό μεταφυτεύεται μετά τους παγετούς της άνοιξης. Περίοδοι ξηρασίας (εδάφους και ατμόσφαιρας) μπορούν να προκαλέσουν πέσιμο των λουλουδιών.

Καλλιεργητικές φροντίδες : 1) Λίπανση : Η τομάτα απαιτεί πλούσια οργανική και ανόργανη λίπανση για μεγάλες αποδόσεις. Συνήθως απαιτούνται 2,5-5 τόνοι κοπριάς ανά στρέμμα ή η μισή κοπριά από την ποσότητα αυτή και συμπλήρωμα με 20-25 κιλά το στρέμμα νιτρικό ή αμμωνιακό λίπασμα, 40-50 κιλά υπερφωσφορικό και 20-25 κιλά καλιούχο. Αν γίνεται λίπανση μόνο με χημικά λιπάσματα (σπάνια), πρέπει η σχέση των τριών στοιχείων να είναι 1:3:1 η λίπανση γίνεται πριν τη μεταφύτευση των φυτών. 2) Πολλαπλασιασμός : Γίνεται με σπόρο που σπέρνεται στα θερμοσπέρεια (από τον Οκτώβριο ως το Φεβρουάριο) ή σε ανοιχτά σπορεία (άνοιξη). Τα φυτά μεταφυτεύονται μετά

στον αγρό. 3) Μεταφύτευση : Γίνεται αφού περάσει ο κίνδυνος των όψιμων παγετών και όταν τα φυτά έχουν ύψος 10-25 εκ.

Το φύτεμα γίνεται στις πλαγιές των αυλακιών ποτίσματος και σε διάφορες αποστάσεις, ανάλογα με την ποικιλία της τομάτας, το έδαφος και κυρίως τον τρόπο καλλιέργειας (ελεύθερα φυτά ή υποστηριγμένα). 4) Καταπολέμηση ζιζανίων : Γίνεται με 3-4 τσαπίσματα ή σκαλίσματα, που πρέπει να είναι επιφανειακά για να μην καταστρέφονται οι ρίζες. 5) Ποτίσματα : Γίνεται συνήθως ένα πότισμα κάθε 6-12 μέρες, ανάλογα με το έδαφος. Το πότισμα πρέπει να γίνεται συνέχεια, γιατί αν γίνει μετά από μεγάλη ξηρασία, οι καρποί σχίζονται.



2.3 Τύποι προϊόντων τομάτας

Βάσει του νέου αγορανομικού κώδικά τα προϊόντα της τομάτας είναι τα παρακάτω :

1. Τοματοπολτός διάφορων συμπυκνώσεων
2. Χυμός τομάτας και συμπεπυκνωμένος χυμός
3. Αποφλοιωμένη τομάτα ολόκληρη κονσερβοποιημένη
4. Κον κασε
5. Κέτσαπ

Ο τοματοπολτός είναι το προϊόν της συμπύκνωσης του χυμού της τομάτας, μετά την εξάτμιση του νερού της, που προέρχεται έπειτα από το σπάσιμο της τομάτας, διήθησης του χυμού της και αφαίρεση της φλούδας, των σπόρων και των ινών.

Με το νέο αγορανομικό κώδικα, καθορίζονται τα παρακάτω είδη τοματοπολτού, με βάση τα στερεά συστατικά τους, που προέρχονται από το χυμό της τομάτας.

1. Πελτές Θήρας στερεά συστατικά 45% τουλάχιστο.
2. Πελτές Άργους στερεά συστατικά 40% τουλάχιστο.
3. Τοματοπολτός τριπλής συμπύκνωσης, στερεά συστατικά 36% τουλάχιστο.
4. Τοματοπολτός τριπλής συμπύκνωσης, στερεά συστατικά 28% τουλάχιστο.
5. Τοματοπολτός τριπλής συμπύκνωσης, στερεά συστατικά 22% τουλάχιστο.

6. Ημισυμπυκνωμένος τοματοπολτός, στερεά συστατικά 16% τουλάχιστο.

Οι παρακάτω τοματοπολτοί μπορούν να έχουν αλάτι :

1. Θήρας μέχρι 4%
2. Άργους, τριπλής και διπλής συμπύκνωσης και για συσκευασία μέχρι 10 κιλά 36%, για συσκευασία 10 κιλών και πάνω 5%
3. Απλής συμπύκνωσης 2%
4. Ημισυμπυκνωμένος 1%

Επιτρέπεται η χρησιμοποίηση συντηρητικού, βενζοϊκού, από 1-1,5%.

Ανεκτά όρια στην ύπαρξη ενώσεων χαλκού, μέσα στον τοματοπολτό είναι:

1. 0,1% από στερεά συστατικά 36% και πάνω
2. 0,075% από στερεά συστατικά 28%-36%
3. 0,05% από στερεά συστατικά 22%-28%
4. 0,025% από στερεά συστατικά 16%-22%

Στοιχεία που αναγράφονται σε συσκευασία τοματοπολτού διπλής συμπύκνωσης 28-30% έχει στερεά συστατικά από χυμό, καθαρό βάρος 410g και 51,57mg λυκοπενίου ανά 100g. όπου το λυκοπένιο είναι φυσικό αντιοξειδωτικό που περιέχεται στη τομάτα. Τα αντιοξειδωτικά συμβάλλουν στη διατήρηση της καλής υγείας του οργανισμού.

Ο χυμός τομάτας είναι, το ασυμπύκνωτο υγρό, που βγαίνει από την ώριμη τομάτα κόκκινης ποικιλίας, με ψυχρή ή θερμή κατεργασία και διήθηση. Ο χυμός τομάτας που προορίζεται για κονσερβοποίηση πρέπει να προέρχεται από φυσιολογικά ώριμες τομάτες ζηρού κόκκινου χρώματος. Πρέπει να προηγείται πολύ καλό πλύσιμο, αυστηρή διαλογή για να απομακρύνονται τομάτες πράσινες, ηλιοκαμμένες, προσβεβλημένες από διάφορες αρρώστιες. Ο χυμός πρέπει να έχει ζηρό κόκκινο χρώμα, ευχάριστη γεύση και άρωμα τομάτας.

Την καλύτερη ποιότητα χυμού εξασφαλίζει η ώριμη τομάτα του Αυγούστου. Στον πίνακα 2.1 παρουσιάζεται η σύνθεση του χυμού τομάτας. Από τα συστατικά αυτά, το νικοτινικό οξύ, η θειαμίνη, και η ριβοφλαβίνη έχουν ευεργετική επίδραση στις εκκρίσεις του στομάχου. Ακόμα έχει μεγάλη περιεκτικότητα σε φώσφορο, ασβέστιο και χαλκό.

Πίνακας 2.1. Συστατικά του χυμού της τομάτας

				Βιταμίνες	
Νερό	93,5 gr	Ασβέστιο	7 mgr	A (Δ.Μ)	1050
Πρωτεΐνες	1 gr	Φώσφορος	15 mgr	B1	mgr
Λίπος	0,2 gr	Σίδηρος	0,3 mgr	B2	0,05 mgr
Τέφρα	1 gr	Νάτριο	230 mgr	Νικοτινικό	0,03 mgr
Υδρογονάνθρακες	4,1 gr	Κάλιο	230 mgr	Οξύ	0,8 mgr
Ίνες	0,2 gr	Χαλκός	906 mgr	C	
				Θερμίδες 21	16 mgr

Αποφλοιωμένες τομάτες είναι οι χωρίς φλοιό ολόκληρες τομάτες, που είναι συσκευασμένες σε λευκοσιδηρά ή γυάλινα δοχεία με χυμό τομάτας ή χωρίς χυμό. Χρησιμοποιούνται στη μαγειρική και σαν νωπές.

Στην Ελλάδα, η κονσερβοποίηση της αποφλοιωμένης τομάτας άρχισε από το κονσερβοποιείο της Ομοσπονδίας Γεωργικών Συν/μων Θεσσαλονίκης.

Για αποφλοίωση δεν προσφέρονται όλες οι ποικιλίες τομάτας. Στην Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλλία χρησιμοποιούνται ποικιλίες με καρπό επιμήκη, ενώ στις ΗΠΑ, Καναδά και Βουλγαρία χρησιμοποιούνται και στρογγυλόκαρπες ποικιλίες.

Για να είναι μια ποικιλία κατάλληλη για αποφλοίωση πρέπει οι καρποί της να έχουν:

1. Ζηηρό κόκκινο χρώμα.
2. Φλοιοό λεπτό, που να ξεκολλά εύκολα από τη σάρκα της τομάτας.
3. Να είναι παχύσαρκη και ανθεκτική στη σύνθλιψη.
4. Ο μίσχος να μην εισχωρεί βαθιά μέσα στον καρπό.
5. Να έχουν σχήμα και μέγεθος κανονικό.
6. Ο καρπός εσωτερικά να είναι γεμάτος και όχι κούφιος.

Η καλύτερη ποικιλία για αποφλοίωση είναι η San Marzano.

Ο καρπός της είναι επιμήκης με λεπτό φλοιοό, βαθύ κόκκινο χρώμα. Στη χώρα μας, η ποικιλία αυτή παρουσιάζει μειονεκτήματα σαν καλλιέργεια και γι' αυτό χρησιμοποιούνται για αποφλοίωση οι ποικιλίες Roma, Super Roma, Red River κ.λπ.

Για να παράγουμε καλής ποιότητας αποφλοιωμένη τομάτα, πρέπει η συγκομιδή να γίνεται όταν οι τομάτες ολοκληρώσουν φυσιολογικά την ωρίμανσή τους, οπότε αναπτύσσεται το ζηηρό κόκκινο χρώμα, τα σάκχαρα, το άρωμα και η γεύση.

Η παραμονή της τομάτας για 1-2 μέρες κάτω από σκιά σε υπόστεγα του εργοστασίου πριν την αποφλοίωση, βελτιώνει σημαντικά την ποιότητά της, γιατί συνεχίζεται η ωρίμανση και μετά την κοπή της από το φυτό.

Η αποφλοίωση της τομάτας γίνεται μετά το ζεμάτισμά της σε βραστό νερό, είτε με το χέρι είτε με 1)μηχανικά μέσα, 2)χημικά, 3)με ατμό, 4)με ψύξη, 5)με χημικά μέσα και ατμό.

Με οποιοδήποτε τρόπο και αν πραγματοποιηθεί η αποφλοίωση, η τομάτα πρέπει : 1. να διαλεχτεί σε ειδικό διανομέα μεγέθους, για να υπάρχει ομοιομορφία μεγέθους καρπού στη συσκευασία, 2. να διαλεχτεί ποιοτικά και να απομακρυνθούν τομάτες ακατάλληλες για αποφλοίωση, όπως άγουρες, ηλιοκαμένες, προσβεβλημένες από αρρώστιες, κακοσχηματισμένες και 3. να γίνει πολύ καλό πλύσιμο.

Η αποφλοιώση με το χέρι είναι πρώτη κλασική μέθοδος. προηγείται πλύσιμο, ζεμάτισμα με βραστό νερό για λίγα λεπτά 3' -4', μεταφορά σε τραπέζια ή μεταφορικές ταινίες, όπου εργάτριες με μαχαιράκια κόβουν το άκρο της τομάτας προς το μίσχο και με κατάλληλη κίνηση του καρπού του χεριού αφαιρείται ο φλοιός. Στην Ιταλία η εργάτρια αμείβεται κατά κουτί αποφλοιωμένης τομάτας.

Η μηχανική αποφλοιώση έχει σχεδόν εγκαταλειφθεί σήμερα, εξαιτίας του μεγάλου κόστους της. Η βάση της λειτουργίας των μηχανών αυτών είναι, η κοπή των άκρων αρχικά και με διάφορο τρόπο, για την κάθε μηχανή των εργοστασίων αποφλοιώσης. Τα μειονεκτήματα της μηχανικής αποφλοιώσης είναι ότι δεν προσφέρονται για αποφλοιώση όλα τα μεγέθη, χρειάζεται κάποια ομοιομορφία, μικρή παραγωγή, μεγάλος αριθμός εργατριών και έχει μεγάλη φύρα.

Αποφλοιώση με την επίδραση χαμηλών θερμοκρασιών (ψύξη). Είναι η μέθοδος του Ιταλού μηχανικού Canioni, η τομάτα περνά από χαμηλή θερμοκρασία (-10°C), με θέρμανση στη συνέχεια σε 0°C .

Ενδεικτικά, παρουσιάζονται κάποια χαρακτηριστικά που αναγράφονται στις συσκευασίες από **ψιλοκομμένες αποφλοιωμένες τομάτες σε ελαφρά συμπυκνωμένο χυμό τομάτας** είναι τα συστατικά : ψιλοκομμένες αποφλοιωμένες τομάτες (70%), ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός τομάτας (30%), διορθωτής οξύτητας : κιτρικό οξύ.

Ακόμη, παρουσιάζονται χαρακτηριστικά που αναγράφονται στις συσκευασίες από **αποφλοιωμένα τοματάκια σε χυμό τομάτας** είναι τα συστατικά: ολόκληρες τομάτες, ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός τομάτας και ο ρυθμιστής οξύτητας: κιτρικό οξύ.

Κον κασέ (κομματιασμένη αποφλοιωμένη τομάτα) είναι ένα ακόμη προϊόν της αποφλοιωμένης τομάτας, που τα τελευταία χρόνια με τις πίτσες, έχει μεγάλη κατανάλωση και είναι η κομματιασμένη τομάτα. Ακολουθεί τη διαδικασία κονσερβοποίησης της αποφλοιωμένης τομάτας, με μόνη διαφορά, αντί ολόκληρη, μετά την αποφλοίωση κομματιάζεται σε ομοιόμορφα κομματάκια που μοιάζουν με κιβάκια και στη συνέχεια μπαίνει στα κουτιά. Όπως η ολόκληρη έτσι και η κομματιασμένη αποφλοιωμένη τομάτα πρέπει να προέρχεται από τομάτα ώριμη με καλό κόκκινο χρώμα και να μην είναι τα σκάρτα της αποφλοιωμένης.

Κέτσαπ λέμε, ένα ειδικό παρασκεύασμα που γίνεται με βάση το τοματοπολτό, με την προσθήκη ζάχαρης, ξυδιού, αλατιού, σκόρδου ή κρεμμυδιού, διάφορα καρυκεύματα, αρώματα και κόκκινο πιπέρι.

Οι συνταγές για την κατασκευή του κέτσαπ είναι πολλές, με διαφορά στα συμπληρωματικά συστατικά που μπαίνουν στον τοματοπολτό και οι αναλογίες τους.

Το στερεό υπόλειμμα του κέτσαπ είναι διάφορο από 16%-35% στους διάφορους τύπους. Σαν βάση θεωρείται ο τοματοπολτός συμπυκνώσεως 30%. Παράγεται σε συμπυκνωτές υπό κενό και κυκλοφορεί σε μπουκάλια ειδικού σχήματος και μεγέθους, βάρους καθαρού περίπου μιας λίμπρας ή και σε κουτιά λευκοσιδηρά εσωτερικά βερνικωμένα με ειδικό βερνίκι ανθεκτικό στα οξέα. Εφ' όσον το κέτσαπ γεμίσει στους 85⁰-90⁰C και η συμπύκνωσή του είναι πάνω από 30%, δεν υπάρχει ανάγκη αποστείρωσης. Το κέτσαπ χρησιμοποιείται σήμερα σαν σάλτσα ειδική στα ζυμαρικά και σαν άρτυμα στα ψητά.

Τα συστατικά που αναγράφονται πάνω σε μια ενδεικτική συσκευασία κέτσαπ είναι τα παρακάτω : νερό, τοματοπολτός τριπλής συμπύκνωσης (23%), ζάχαρη, ξύδι, ισογλυκόζη, τροποποιημένο άμυλο, αλάτι, μπαχαρικά, εκχυλίσματα μπαχαρικών. Στερεά συστατικά από χυμό τομάτας : 8%.

2.4. Συσκευασία

Συσκευασία ενός αγροτικού προϊόντος, καλείται η περικάλυψή του από ειδικό υλικό που χρησιμοποιείται για την προστασία του και την αποδοτική διακίνησή του. Η συσκευασία διαφέρει ανάλογα με το είδος, τη μορφή του προϊόντος και το στάδιο εμπορίας του.

Η συσκευασία αποτελεί βασικό τμήμα της επεξεργασίας και της συντήρησης των τροφίμων, καθώς η αποτελεσματικότητα των περισσότερων μεθόδων διατήρησης εξαρτάται από την καταλληλότητα της συσκευασίας. Για παράδειγμα, η κατάλληλη συσκευασία αποτρέπει την επιμόλυνση των θερμικά επεξεργασμένων τροφίμων ή την πρόληψη υγρασίας από αφυδατωμένα τρόφιμα. Επιπλέον συμβάλει σημαντικά στη διατήρηση της ποιότητας και στην παράταση της διάρκειας ζωής των νωπών τροφίμων.

Οι κύριες λειτουργίες της συσκευασίας αφορούν την προστασία του προϊόντος από έναν αριθμό κινδύνων που μπορούν να επηρεάσουν την ποιότητα κατά την επεξεργασία, διανομή και αποθήκευση του. Η συσκευασία επιπλέον διευκολύνει τις πωλήσεις, την διαφήμιση και την μεταφορά του προϊόντος ενώ παράλληλα διευκολύνει τον καταναλωτή παρέχοντάς του χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο της συσκευασίας.

Το υλικό συσκευασίας πρέπει να είναι χημικά συμβατό με το τρόφιμο που πρόκειται να συσκευαστεί, ώστε το τρόφιμο να μην υφίσταται μεταβολές στην ποιότητα ή για να μην υπάρξει ενδεχόμενο διάβρωσης της συσκευασίας ως αποτέλεσμα πιθανής αντίδρασης μεταξύ τους καθώς και για να μην εισέρχονται επικίνδυνες ενώσεις από την συσκευασία στο τρόφιμο. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να υπάρξει κατά την επιλογή του

υλικού συσκευασίας ώστε να αποφευχθεί η μετανάστευση επιβλαβών ενώσεων. Πολλές χώρες έχουν θέσει όρια στην περιεκτικότητα επικίνδυνων ενώσεων στο υλικό συσκευασίας που προορίζεται για τρόφιμα.

Ο βασικότερος σκοπός της συσκευασίας ενός αγροτικού προϊόντος, είναι η προστασία του από διάφορους κινδύνους φθοράς του, όπως έντομα, ακατάλληλη υγρασία και θερμοκρασία, μικροοργανισμούς, χτυπήματα, συμπίεσεις κλπ. Ένας άλλος βασικός σκοπός της, είναι η αποδοτική διακίνησή τους, δηλαδή η μεταφορά τους με το χαμηλότερο δυνατό κόστος, για να μην επιβαρυνθεί πολύ η τελική τιμή τους και αυτό θα επιτευχθεί με ένα τέτοιο είδος συσκευασίας, που θα μεγιστοποιήσει ακόμα και τον ωφέλιμο χώρο του μεταφορικού μέσου. Αυτό που κυρίως επιδιώκει η συσκευασία, είναι να συντελέσει στην όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αύξηση των πωλήσεών της. Η βιομηχανία χρησιμοποιώντας τις σωστές μεθόδους συσκευασίας, διασφαλίζει την ποιότητα των προϊόντων της και συμβάλει στη διαμόρφωση της εικόνας του προϊόντος, μέσω του σχήματος, της ετικέτας και της παρουσίας του.

Τα προϊόντα τομάτας που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή συσκευάζονται κυρίως σε μεταλλικά δοχεία (από λευκοσίδηρο) τύπου «κονσέρβα» και χάρτινα κουτιά. Σε γυάλινα δοχεία συσκευάζονται κυρίως η κέτσαπ και οι σάλτσες τομάτας. Τα προϊόντα που προορίζονται για τη βιομηχανία (κυρίως τοματοπολτός), συσκευάζονται σε πλαστικά βαρέλια.

Η μεταλλική συσκευασία, είναι αυτή που έχει την μεγαλύτερη ζήτηση και αποδοχή από τους καταναλωτές. Ο λευκοσίδηρος ως υλικό συσκευασίας, διαθέτει πλεονεκτήματα, όπως η υψηλή αντοχή στις καταπονήσεις και πιέσεις κατά την μεταφορά, η αντίσταση στην οξείδωση και η δυνατότητα ανακύκλωσης. Τα μειονεκτήματά του, είναι ότι είναι κάπως βαριά, μπορούν να αλλοιώσουν το προϊόν που περιέχουν και δεν παθαίνουν

αποσύνθεση εύκολα. Οι ιδιότητες αυτές όμως, είναι ιδιαίτερα σημαντικές κυρίως για τη συσκευασία τροφίμων. Γι' αυτό, ο λευκοσίδηρος αποτελεί το κυρίαρχο υλικό στη συσκευασία συγκεκριμένων προϊόντων.

Τα συσκευαστικά είδη από λευκοσίδηρο που χρησιμοποιούνται στα εξεταζόμενα προϊόντα είναι τα οpen top. Πρόκειται



συνήθως για στρογγυλά δοχεία μικρής χωρητικότητας τα οποία προορίζονται αποκλειστικά για τη συσκευασία τροφίμων. Η ονομασία τους προέρχεται από το γεγονός ότι παραδίδονται στις βιομηχανίες τροφίμων ανοιχτά από τη μία πλευρά και κλείνονται αεροστεγώς στη συνέχεια. Τα τρόφιμα που συσκευάζονται συνήθως σε αυτά είναι ο τοματοπολτός, κομπόστες, μέλι κλπ. Τα δοχεία οpen top μπορούν να κατασκευαστούν είτε με την τεχνολογία των δύο τεμαχίων. Η κύρια διαφορά μεταξύ των δύο κατηγοριών είναι ότι τα δοχεία δύο τεμαχίων (two pieces) κατασκευάζονται σε δύο κομμάτια (σώμα και καπάκι), σε αντίθεση με τα τριών τεμαχίων (three pieces), που αποτελούνται από το κυρίως σώμα και τα δύο καπάκια.

Το Καθαρό Βάρος μιας μεταλλικής συσκευασίας τοματοπολτού σύμφωνα με τα στοιχεία που αναγράφονται στο κουτί, είναι 400gr και το Στραγγισμένο Βάρος είναι 280gr.

Η χάρτινη συσκευασία, έχει μικρό βάρος, έχει χημική ουδετερότητα προς το προϊόν που περιέχει, αποσυντίθεται εύκολα, δεν μολύνει το περιβάλλον και εξοικονομεί φυσικούς πόρους. Τα μειονεκτήματά του, είναι ότι δεν έχει μεγάλη ανθεκτικότητα στις εξωτερικές πιέσεις, στη φωτιά και στον

χρόνο χρήσης. Αλλά είναι σχετικά ακριβό ως υλικό συσκευασίας μεταποιημένων προϊόντων, γιατί η παραγωγή του απαιτεί ειδική τεχνολογία.

Τα χάρτινα κουτιά διαχωρίζονται σε δύο κατηγορίες: τα διπλωτά κουτιά (folding cartons) και τα στητά κουτιά (rigid paperboard boxes).



Τα πρώτα χρησιμοποιούνται κυρίως για τη συσκευασία

απορρυπαντικών, προϊόντων ζαχαροπλαστικής, πίτσας, φαρμάκων κλπ. Σε στητά κουτιά συσκευάζονται καλλυντικά, παιχνίδια κλπ. Τα χάρτινα κουτιά κατασκευάζονται από χαρτόνια, επιχρισμένα ή μη. Στην ευρύτερη κατηγορία της χάρτινης συσκευασίας, υπάγονται και τα σύνθετα χαρτόκουτα ασηπτικής συσκευασίας, για την παραγωγή των οποίων πραγματοποιείται ανάμιξη του χαρτιού με άλλα υλικά, όπως το αλουμίνιο και το πολυαιθυλένιο. Στην Ελληνική αγορά κυκλοφορούν κυρίως οι εξής τύποι σύνθετης χάρτινης συσκευασίας:

- Gable Top
- Brik (ορθογώνιο)
- Tetra Top (επανασφραγιζόμενο)
- Prisma

Η κατηγοριοποίηση των χάρτινων κουτιών γίνεται κυρίως βάσει της χωρητικότητάς τους, καθώς και βάσει της διάρκειας ζωής του συσκευαζόμενου προϊόντος (μικρής ή μακράς διάρκειας).

Στις χάρτινες συσκευασίες αναγράφεται για το βάρος τα εξής : Tetra Brik
- Aseptic Tetra Pak 500g e

Η γυάλινη συσκευασία, είναι χημικά ουδέτερη προς το προϊόν που περιέχει και έτσι δεν το αλλοιώνει, ανακυκλώνεται και μ' αυτόν τον τρόπο εξοικονομούνται φυσικοί πόροι, είναι ανθεκτικό στη θερμοκρασία και ιδιαίτερα στις εσωτερικές πιέσεις, είναι διαφανές και διαπιστώνεται εύκολα το είδος και η ποιότητα του προϊόντος που περιέχει.



Τα βασικά μειονεκτήματά του, είναι το βάρος του γυαλιού που είναι αυξημένο συγκριτικά με τα άλλα είδη συσκευασίας, το γεγονός ότι δεν αντέχει πολύ στις εξωτερικές πιέσεις που μπορεί να υποστεί κατά την διάρκεια της μεταφοράς της και το κόστος του γυαλιού, που είναι ένα υλικό ακριβό.

Τα πλαστικά είδη συσκευασίας παρουσιάζουν σημαντικά πλεονεκτήματα στη χρήση τους. Σε σύγκριση με ορισμένα άλλα είδη συσκευασίας, τα πλαστικά είναι ελαφριά και επιτυγχάνουν εξοικονόμηση ενέργειας στη μεταφορά τους. Οι υψηλές τους αντοχές σε δύσκολες συνθήκες και η μακρά διάρκεια ζωής τους, επιτρέπουν τη διατήρηση της ποιότητας των συσκευαζόμενων προϊόντων για μεγάλο χρονικό διάστημα. Το πλαστικό μπορεί επίσης να συνδυαστεί με άλλα υλικά, όπως το χαρτί και το μέταλλο,

ώστε να παραχθούν είδη συσκευασίας με μικρό βάρος και επιπρόσθετες ιδιότητες. Οι ιδιότητες των πλαστικών υλών και η ευκολία στην επεξεργασία τους, παρέχουν τη δυνατότητα σχεδιαστικής ελευθερίας η οποία σε συνδυασμό με τη δυνατότητα ποιοτικών εκτυπώσεων, ενισχύει το ρόλο της συσκευασίας στη προώθηση των προϊόντων. Χρησιμοποιείται κατακόρον για τη συσκευασία κέτσαπ.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΜΑΤΑΣ

3.1. Διάρθρωση της Ελληνικής Βιομηχανίας

Στον κλάδο της βιομηχανίας προϊόντων τομάτας στην Ελλάδα, δραστηριοποιούνται επιχειρήσεις διαφορετικής παραγωγικής δυναμικότητας, οι περισσότερες από τις οποίες ασχολούνται με την πρώτη μεταποίηση (παραγωγή τοματοπολτού). Οι μεγάλοι μεγέθους επιχειρήσεις απευθύνονται στην εγχώρια αγορά κυρίως και καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης. Ωστόσο, υπάρχουν όμως και λίγες επιχειρήσεις δεύτερης μεταποίησης, οι οποίες προμηθεύονται την πρώτη ύλη από την πρώτη μεταποίηση, για την παραγωγή πιο σύνθετων τελικών προϊόντων.

Υπάρχουν βιομηχανίες του εξεταζόμενου κλάδου, οι οποίες πραγματοποίησαν πωλήσεις από τα εξεταζόμενα προϊόντα άνω των 300 χιλ. ευρώ το 2005. Οι περισσότερες από τις επιχειρηματικές μονάδες που ασχολούνται αποκλειστικά με την παραγωγή προϊόντων τομάτας, απασχολούν σε μόνιμη βάση μικρό αριθμό ατόμων που καλύπτουν τις ανάγκες τους με εποχιακό προσωπικό κατά τη διάρκεια της περιόδου παραγωγής των εν λόγω προϊόντων (κυρίως στους καλοκαιρινούς μήνες). Υπάρχουν όμως και κάποιες βιομηχανίες οι οποίες δεν παράγουν προϊόντα τομάτας σε δικές τους εγκαταστάσεις αλλά σε εγκαταστάσεις τρίτων, φέρουν όμως τα δικά τους εμπορικά σήματα. Βασικό χαρακτηριστικό του κλάδου είναι η έντονη εξαγωγική δραστηριότητα που παρουσιάζει. Επιχειρήσεις πρώτης μεταποίησης που διαθέτουν το μεγαλύτερο μέρος ή το σύνολο των προϊόντων τους στις αγορές του εξωτερικού, με ιδιαίτερη έμφαση στις χώρες της

Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΝΣΕΡΒΩΝ ΚΩΠΑΪΔΟΣ ΑΕ, η ΑΣΤΕΡΙΣ ΑΒΕΕ, η ΝΟΜΙΚΟΣ ΑΒΕΕ και η ΕΛΙΤΑ ΑΒΕΕ. Συγκεκριμένα η Μεγάλη Βρετανία αποτελεί μια από τις κυριότερες χώρες προορισμού των εξαγωγών. Περιστασιακά και ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν στη διεθνή αγορά, μπορεί να διαθέσουν μικρό μέρος της παραγωγής τους στην Ελληνική αγορά. Από την άλλη πλευρά, οι επιχειρήσεις δεύτερης μεταποίησης διαθέτουν τον κύριο όγκο της παραγωγής τους στην Ελλάδα, ενώ εξάγουν μικρές ποσότητες τοματοπροϊόντων, κατά κύριο λόγο τοματοπολτού και άλλων προϊόντων σε συσκευασίες που προορίζονται για λιανική πώληση. Οι κυριότερες από αυτές τις επιχειρήσεις είναι η ΑΛΕΞ. ΚΙΚΙΖΑΣ ΜΕΛΙΣΣΑ ΑΕΒΕ, η ΚΥΚΝΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΟΝΣΕΡΒΩΝ Α.Ε, η ΦΙΛΙΠΠΟΣ Α.Ε και η ΖΑΝΑΕ ΖΥΜΑΙ ΑΡΤΟΠΟΙΙΑΣ ΝΙΚΟΓΛΟΥ Α.Ε.

Ο κλάδος παρουσιάζει χαμηλή εισαγωγική διείσδυση, η οποία αφορά κυρίως σάλτσες και κέτσαπ. Εισαγωγές πραγματοποιούνται από λίγες παραγωγικές εταιρείες, αλλά και από εταιρείες εμπορίας ειδών διατροφής εν γένει. Οι εισαγωγές προέρχονται κυρίως από την Ιταλία.

Το ύψος της παραγωγής κάθε έτους εξαρτάται από εξωγενείς παράγοντες που σχετίζονται με την καλλιέργεια νωπής τομάτας. Για το λόγο αυτό παρατηρούνται αυξομειώσεις στα αποθέματα που διατηρούν οι επιχειρήσεις, ανάλογα με τις επικρατούσες συνθήκες.

Τα εργοστάσια σχεδόν όλων των επιχειρήσεων του κλάδου βρίσκονται κοντά στις περιοχές καλλιέργειας της τομάτας, ενώ πολλές από αυτές διαθέτουν γραφεία στην Αθήνα.

Το γεγονός της μεταβολής του τρόπου καταβολής των κοινοτικών επιδοτήσεων όμως (μεταφορά τους απευθείας στους παραγωγούς, όχι πλέον στους μεταποιητές), επέφερε αλλαγές με συνέπεια την μείωση των βιομηχανιών επεξεργασίας τομάτας στην εγχώρια αγορά.

3.2. Εξέλιξη πρωτογενούς παραγωγής τομάτας

Το μέγεθος της επεξεργασθείσας ποσότητας πρώτης ύλης είναι συνάρτηση της προσφοράς νωπής τομάτας, της κατανομής, της διεθνούς τιμής της τομάτας καθώς και των συμβολαίων που κλείνουν οι εταιρείες κάθε χρόνο με τους παραδοσιακούς πελάτες τους.

Ειδικότερα, όσον αφορά τις επιχειρήσεις με εξαγωγικό προσανατολισμό, τα προσυμβόλαια υπογράφονται πριν την έναρξη της παραγωγής και είναι καθοριστικά για τις παραγόμενες ποσότητες της εταιρείας, λαμβανομένου υπόψη ότι περίπου το 70%-80% της παραγωγής αφορά προπωλήσεις με ετήσια συμβόλαια. Το υπόλοιπο 20%-30% της παραγωγής ενδέχεται να μην κλεισθεί με συμβόλαιο και να διατεθεί στην εγχώρια αγορά, ανάλογα με τη διεθνή ζήτηση και τις παρουσιαζόμενες ευκαιρίες.

Η καλλιέργεια της τομάτας υπόκειται σε αστάθμητους παράγοντες, όπως είναι οι καιρικές συνθήκες, από τις οποίες εξαρτάται όχι μόνο η ποσότητα, αλλά κυρίως η ποιότητά της πρώτης ύλης, καθώς και ο χρόνος καλλιέργειας.

Η σταδιακή διάθεση της παραγωγής μέχρι την έναρξη της επόμενης περιόδου δημιουργεί αποθέματα, το ύψος των οποίων καθορίζεται από τις συνθήκες ζήτησης και προσφοράς στη διεθνή αγορά. Η πρωτογενής παραγωγή βιομηχανικής τομάτας καθώς και η αντίστοιχη των τελικών προϊόντων παρουσιάζουν αυξομειώσεις διαχρονικά.

Χαρακτηριστικό είναι ότι η παραγωγή της τομάτας εμφανίζει κυκλικότητα, η οποία βρίσκεται σε άμεση σχέση με τον προγραμματισμό της ζήτησης από τους μεγάλους πελάτες στη διεθνή αγορά. Η αναφερόμενη κυκλικότητα έχει διάρκεια 6-7 χρόνια. Όταν η ανοδική εξέλιξη της παραγωγής φθάνει στο υψηλότερο σημείο της (κάθε τρία έτη περίπου), τότε ακολουθείται από μείωση, την οποία διαδέχεται μια νέα άνοδος.

Από τα στοιχεία του πίνακα διαπιστώνεται η ποσότητα βιομηχανικής τομάτας παρουσίασε αυξομειώσεις την εξεταζόμενη περίοδο αλλά τα τελευταία πέντε χρόνια παρουσιάζει πτώση. Συγκεκριμένα, από το 1994 έως το 2000 η ποσότητα υπερέβη το όριο του 1 εκ. τόνων, ενώ την τριετία 2001-2003 κυμάνθηκε σε επίπεδα χαμηλότερα έναντι των προηγούμενων ετών. Το 2004 η ποσότητα βιομηχανικής τομάτας αυξήθηκε κατά 20,6% σε σχέση με το 2003, ανερχόμενη σε 1.188 χιλ. τόνους. Αντίθετα, το 2005 η ποσότητα της επεξεργασθείσας βιομηχανικής τομάτας υποχώρησε στους 880 χιλ. τόνους, παρουσιάζοντας μείωση (σε σχέση με το προηγούμενο έτος) κατά 25,8%.

Σημαντικός παράγοντας ο οποίος επηρεάζει τις επεξεργασθείσες ποσότητες τομάτας είναι η προσφορά (συγκομιδή), σε συνδυασμό με την τιμή της πρώτης ύλης. Σε περιόδους δυσμενών καιρικών συνθηκών, η προσφορά νωπής τομάτας είναι περιορισμένη, γεγονός που οδηγεί σε άνοδο της τιμής. Σημειώνεται ότι, από το 2001 μέχρι το 2007 η επιδότηση - ενίσχυση της Ε.Ε. για την παραγωγή της βιομηχανικής τομάτας δινόταν απευθείας στις ομάδες παραγωγών και όχι στους μεταποιητές, με αποτέλεσμα οι μεταποιητές να διαπραγματεύονται άμεσα με τους παραγωγούς την τιμή της τομάτας, ενώ από το 2008 και μετά αλλάζει και γίνεται ενιαία ενίσχυση σύμφωνα με τους τόνους που παράγονται ανά στρέμμα. Ακόμα αναφέρεται ότι, το κόστος παραγωγής νωπής βιομηχανικής τομάτας στην Ελλάδα είναι υψηλότερο σε σχέση με άλλες ανταγωνιστικές χώρες, γεγονός που οδηγεί τη τιμή της πρώτης ύλης σε υψηλότερα επίπεδα. Το ύψος της παραγωγής προϊόντων τομάτας επιπλέον επηρεάζεται και λόγω της ύπαρξης τυχόν αδιάθετων αποθεμάτων προηγούμενων χρήσεων.

Καθορισμός της ενδεικτικής τιμής για το έτος 2009 για τις τομάτες που παραδίδονται για μεταποίηση.

Για την κατηγορία I (4.000 - 7.000 κιλά ανά στρέμμα): 105,00 €/στρέμμα ή 1050,00 €/ha.

Για την κατηγορία II (από 7.001 κιλά και άνω ανά στρέμμα): 146,149 €/στρέμμα ή 1.461,49 €/ha.

Πίνακας 3.1

ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΡΩΤΗΣ ΥΛΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΤΟΜΑΤΑΣ ΜΕ ΚΑΙ ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ (2000-2005)

ΕΤΟΣ	ΜΕ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ (σε τόνους)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΜΕ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ	ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ (σε τόνους)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ	ΣΥΝΟΛΟ (σε τόνους)
2000	1.032.710	97,1%	30.582	2,9%	1.063.292
2001	935.006	100%	-	-	935.006
2002	861.246	100%	-	-	861.246
2003	983.050	99,87%	1.310	0,13%	984.360
2004	1.187.196	99,97%	413	0,03%	1.187.609
2005	879.956	99,94%	494	0,06%	880.450

Πηγή : Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

3.3 Θεσμικό πλαίσιο - Επιδοτήσεις

ΚΑΘΙΕΡΩΣΗ ΕΝΙΑΙΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΤΟΜΑΤΑ

Η θέσπιση της συμβολαιακής γεωργίας έρχεται να καλύψει ένα μεγάλο κενό στον κλάδο της βιομηχανικής τομάτας. Ο ενιαίος τύπος σύμβασης μεταξύ παραγωγών και μεταποιητών αποτελεί εγγύηση για τις συναλλαγές με στόχο την προώθηση ποιοτικών προϊόντων και την παράλληλη εξασφάλιση της βιωσιμότητας των φορέων.

Σε αυτό το πλαίσιο, η πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, μετά από αλληπάλληλες συσκέψεις με τους εμπλεκόμενους φορείς αποφάσισε τη λήψη των παρακάτω μέτρων:

1. Με απόφαση της Υπουργού, Κατερίνας Μπατζελή, εκδόθηκε η υπ' αριθμόν 271172/23.04.2010 Εγκύκλιος του ΥΠ.Α.Α.& Τ που καθιερώνει και ενσωματώνει στην ΚΥΑ αριθμ. 278486/05.03.2008, Ενιαίο Τύπο Σύμβασης Μεταποίησης που περιλαμβάνει τουλάχιστον :

- Τους όρους πληρωμής της αξίας της πρώτης ύλης που είναι η καταβολή προκαταβολής του 40% της εν λόγω αξίας εντός 60 ημερών από το τέλος του μήνα παράδοσης και εξόφληση του υπόλοιπου ποσού το αργότερο μέχρι την 31.01.2011.
- Για την διασφάλιση της πληρωμής της πρώτης ύλης βιομηχανικής τομάτας που θα παραδώσουν οι παραγωγοί στο πλαίσιο σύμβασης μεταποίησης, την υποχρέωση των μεταποιητών να εκδώσουν εγγυητική επιστολή τράπεζας υπέρ της συμβαλλομένης Ο.Π. για ποσό που αντιστοιχεί κατ' εκτίμηση στην αξία της παραδοθείσας πρώτης ύλης που έχει συμφωνηθεί στην εν λόγω σύμβαση μεταποίησης, εντός 15 ημερών από την ημερομηνία υπογραφής αυτής.
- Η εγγυητική επιστολή εκπίπτει υπέρ της συμβαλλομένης Ο.Π. σε πρώτη ζήτηση αυτής στην περίπτωση που ο μεταποιητής δεν έχει εξοφλήσει ολοσχερώς την αξία της παραδοθείσας για μεταποίηση πρώτης ύλης μέχρι την 31.01.2011.

2. Επίσης, επιτρέπεται η σύναψη Συμπληρωματικής Σύμβασης Μεταποίησης ως προς την ποσότητα και μέχρι του ποσοστού 20% κατ' ανώτατο όριο της αρχικά συμφωνηθείσας ποσότητας, που μπορεί να υπογραφεί μέχρι την 15^η Σεπτεμβρίου 2010.

Εξαιρούνται από την υποχρέωση έκδοσης εγγυητικής επιστολής όσοι εγκεκριμένοι μεταποιητές είχαν εξοφλήσει την αξία της πρώτης ύλης, που

παρέλαβαν το έτος 2009, μέχρι την 31.03.2010.

3. Στην ονομαστική κατάσταση των παραγωγών τομάτας που επισυνάπτεται στη Σύμβαση Μεταποίησης και όσον αφορά την έκταση που δηλώνει ο παραγωγός θα πρέπει να αναγράφεται και ο 13ψήφιος κωδικός αριθμός κάθε αγροτεμαχίου.

4. Όσον αφορά τους παραγωγούς, η κατάθεση του αντιγράφου της Σύμβασης Μεταποίησης με όλα τα απαιτούμενα στοιχεία, μπορεί να γίνει και μετά την 15^η Μαΐου 2010 (καταληκτική ημερομηνία κατάθεσης της ενιαίας αίτησης) αλλά όχι αργότερα από 5 εργάσιμες ημέρες πριν από την ημερομηνία της πρώτης παράδοσης της πρώτης ύλης όπως καθορίζεται στην εν λόγω Σύμβαση Μεταποίησης.

Τέλος επισημαίνεται ότι το καθεστώς της συνδεδεμένης ενίσχυσης για τις τομάτες που παραδίδονται για μεταποίηση από 01.01.2011 εντάσσεται στο καθεστώς της Ενιαίας Ενίσχυσης.

Η απόφαση αυτή δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, Αθήνα , 29 Μαΐου 2009, Αρ. Φύλλου 1030, τεύχος δεύτερο.

3.4 Επενδύσεις

Οι επενδύσεις των επιχειρήσεων παραγωγής χυμών από λαχανικά και φρούτα, καθώς και των βιομηχανικών μονάδων επεξεργασίας και συντήρησης έχουν υπαχθεί στον Αναπτυξιακό Νόμο 1892/90, κατά την χρονική περίοδο 1991-1999. Συνέχεια της τροποποίησης του Αναπτυξιακού Νόμου 1892/90 αποτελεί ο Αναπτυξιακός Νόμος 2601/1998.

Οι επενδύσεις οι οποίες πραγματοποιούνται στο πλαίσιο του Ν. 2601/98 χρηματοδοτούνται από τα διαρθρωτικά ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μέσω Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του Β' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Βιομηχανίας, κ.ά.), από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων (ΠΔΕ), καθώς και από την ίδια συμμετοχή των επιχειρήσεων που πραγματοποιούν τις επενδύσεις αυτές. Επισημαίνεται ότι η ίδια συμμετοχή του επενδυτή δεν μπορεί να είναι κατώτερη από το 40% της επένδυσης.

Για την εφαρμογή του νόμου οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε νέες και παλαιές: Νέες είναι οι νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις και οι επιχειρήσεις που λειτουργούν για διάστημα μικρότερο ή ίσο των 5 ετών, ενώ παλαιές θεωρούνται οι επιχειρήσεις που λειτουργούν για διάστημα μεγαλύτερο των 5 ετών.

Οι εταιρείες που δικαιούνται να κάνουν χρήση των διατάξεων του Αναπτυξιακού Νόμου είναι μεταποιητικές βιομηχανικές - βιοτεχνικές, τουριστικές καθώς και ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων ειδικών κατηγοριών.

Για να υπαχθούν στις ενισχύσεις του Α.Ν.2601/98, οι επενδύσεις των παραπάνω επιχειρήσεων θα πρέπει να πληρούν τις εξής προϋποθέσεις:

- Οι επενδύσεις να υπερβαίνουν ένα ελάχιστο ποσό, ανάλογα με τη δραστηριότητα.
- Η επιχορήγηση δεν μπορεί να υπερβαίνει το ποσό των 15 εκ. δρχ ανά νέα θέση εργασίας που δημιουργείται από την επένδυση.
- Το τραπεζικό δάνειο θα είναι τουλάχιστον τετραετούς διάρκειας.

Σημειώνεται ότι εκτός από τις επιχειρήσεις παραγωγής και επεξεργασίας τομάτας, εμφανίζονται και άλλες επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή και επεξεργασία χυμών φρούτων και λαχανικών, καθώς η στατιστική κατάταξη ΣΤΑΚΟΔ ομαδοποιεί τις παρακάτω κατηγορίες προϊόντων και δεν υπάρχει ξεχωριστή κατηγοριοποίηση.

Σημειώνεται ότι το μεγαλύτερο επενδυτικό σχέδιο που εγκρίθηκε αφορούσε την εταιρεία ΚΙΚΙΖΑΣ ΑΛΕΞ.ΑΕΒΕ συνολικού ύψους 826.000 χιλ. δρχ. και εγκρίθηκε στις 30/11/94. Η επιχορήγηση ανήλθε σε 289.100 χιλ. δρχ., ενώ δημιουργήθηκαν 109 επιπλέον θέσεις εργασίας.

Από τα στοιχεία της μελέτης της ICAP προκύπτει ότι, οι συνολικές επενδύσεις των επιχειρήσεων επεξεργασίας και συντήρησης λαχανικών και φρούτων ήταν της τάξεως των 34.795.390 χιλ. δρχ., ενώ οι επιχορηγήσεις ανήλθαν σε 14.703.573 χιλ. δρχ., καλύπτοντας το 42% του συνολικού κόστους της επένδυσης. Οι προσφερόμενες θέσεις εργασίας ανήλθαν σε 1.813.

Τα τελευταία 10 χρόνια οι επενδύσεις έχουν διακοπεί λόγω έλλειψης χρηματοδότησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

3.5 Η μεταποίηση στο Νομό Θεσσαλονίκης

Η «ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ» Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Θεσσαλονίκης (Ε.Α.Σ.Θ.) λειτούργησε για τελευταία φορά το 2003 και επεξεργάστηκε 72.057,862 kg, με τιμή ανά κιλό 0,0824 ευρώ. Η τομάτα αυτή προήλθε από ομάδες παραγωγών που παράγουν βιομηχανική τομάτα στο Νομό Θεσσαλονίκης.

Οι παραγωγοί που Νομού παραδίδουν πρωτογενές προϊόν και σε βιομηχανίες εκτός του Νομού. Στον πίνακα 3.1. παρουσιάζεται η παραγωγή τομάτας που παραδόθηκε για βιομηχανική επεξεργασία σε διάφορες επιχειρήσεις.

Πίνακας. 3.1. Ποσότητες που παρέδωσαν τα μέλη της Ομάδας Παραγωγών κατά Βιομηχανία το έτος 2005

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΤΟΝΟΥΣ
Ε.Α.Σ.Θ. «ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ»	24.593,807
ΖΑΝΑΕ ΖΥΜΑΙ Α.Ε	7.422,875
ΑΣΤΕΡΙΣ ΑΒΕΕ	1.872,135
ΦΙΛΙΠΠΟΣ Α.Ε	597,900
ΣΥΝΟΛΟ	34.486,717

Κάθε χρόνο οι τοματοπαραγωγοί είναι υποχρεωμένοι να γράφονται στον Αγροτικό Συνεταιρισμό Τοματοπαραγωγών, με αυτό τον τρόπο δηλώνουν ότι συνεχίζουν να καλλιεργούν τομάτα. Το 2005 ήταν 301 εγγεγραμμένα μέλη. Τα μέλη όμως που παρέδωσαν τομάτα για μεταποίηση στις βιομηχανίες, μεταβάλλονται κάθε χρόνο και ήταν 205.

Στον πίνακα 3.2. Παρουσιάζεται ο αριθμός ενεργών παραγωγών και οι εκτάσεις που καλλιεργήθηκαν το 2005.

Αριθμός ενεργών μελών - παραγωγών	205
Έκταση που καλλιεργήθηκε	6.382
Όγκος παραγωγής ανά είδος προϊόντος	-
Μέση σταθμισμένη τιμή πώλησης προϊόντων	-

Στον πίνακα 3.3. Παρουσιάζεται ο αριθμός ενεργών παραγωγών, οι εκτάσεις που καλλιεργήθηκαν το 2007, ο όγκος παραγωγής και η τιμή πώλησης.

Αριθμός ενεργών μελών - παραγωγών	101
Έκταση που καλλιεργήθηκε	3.409,1 στρεμ
Όγκος παραγωγής ανά είδος προϊόντος	18.822,673 κιλά
Μέση σταθμισμένη τιμή πώλησης προϊόντων	0,07739 ευρώ

Οι παραγωγοί που Νομού παραδίδουν πρωτογενές προϊόν και σε βιομηχανίες εκτός του Νομού. Στον πίνακα 3.4. παρουσιάζεται η παραγωγή τομάτας που παραδόθηκε για βιομηχανική επεξεργασία σε διάφορες επιχειρήσεις.

Πίνακας. 3.4. Ποσότητες που παρέδωσαν τα μέλη της Ομάδας Παραγωγών κατά Βιομηχανία το έτος 2007

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΤΟΝΝΟΥΣ
ΖΑΝΑΕ ΖΥΜΑΙ Α.Ε	13.507,254
ΦΙΛΙΠΠΟΣ Α.Ε.	3.363,867
ΝΟΣΤΟΣ Α.Ε.	1.378,091
ΣΕΡΚΟ ΔΡΑΜΑΣ Α.Ε	573,461
ΣΥΝΟΛΟ	18.822,673

Κάθε χρόνο οι τοματοπαραγωγοί είναι υποχρεωμένοι να γράφονται στον Αγροτικό Συνεταιρισμό Τοματοπαραγωγών, με αυτό τον τρόπο δηλώνουν ότι συνεχίζουν να καλλιεργούν τομάτα. Το 2007 ήταν 349 εγγεγραμμένα μέλη. Τα μέλη όμως που παρέδωσαν τομάτα για μεταποίηση στις βιομηχανίες, μεταβάλλονται κάθε χρόνο και ήταν 101.

Στον πίνακα 3.5. Παρουσιάζεται ο αριθμός ενεργών παραγωγών, οι εκτάσεις που καλλιεργήθηκαν το 2008, ο όγκος παραγωγής και η τιμή πώλησης.

Αριθμός ενεργών μελών - παραγωγών	86
Έκταση που καλλιεργήθηκε	3.318 στρεμ
Όγκος παραγωγής ανά είδος προϊόντος	21.273,334 κιλά
Μέση σταθμισμένη τιμή πώλησης προϊόντων	0,07202 ευρώ

Οι παραγωγοί που Νομού παραδίδουν πρωτογενές προϊόν και σε βιομηχανίες εκτός του Νομού. Στον πίνακα 3.6. παρουσιάζεται η παραγωγή τομάτας που παραδόθηκε για βιομηχανική επεξεργασία σε διάφορες επιχειρήσεις.

Πίνακας. 3.6. Ποσότητες που παρέδωσαν τα μέλη της Ομάδας Παραγωγών κατά Βιομηχανία το έτος 2008

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΤΟΝΝΟΥΣ
ΖΑΝΑΕ ΖΥΜΑΙ Α.Ε	13.507,254
ΦΙΛΙΠΠΟΣ Α.Ε	3.363,867
ΝΟΣΤΟΣ Α.Ε.	1.378,091
ΣΕΡΚΟ ΔΡΑΜΑΣ Α.Ε	573,461
ΣΥΝΟΛΟ	18.822,673

Κάθε χρόνο οι τοματοπαραγωγοί είναι υποχρεωμένοι να γράφονται στον Αγροτικό Συνεταιρισμό Τοματοπαραγωγών, με αυτό τον τρόπο δηλώνουν ότι συνεχίζουν να καλλιεργούν τομάτα. Το 2008 ήταν 360 εγγεγραμμένα μέλη. Τα μέλη όμως που παρέδωσαν τομάτα για μεταποίηση στις βιομηχανίες, μεταβάλλονται κάθε χρόνο και ήταν 86.

Πίνακας 3.7 :Ποσότητες που παρέδωσαν τα μέλη της Ομάδας Παραγωγών κατά Βιομηχανία το έτος 2009

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΤΟΝΝΟΥΣ
ΖΑΝΑΕ ΖΥΜΑΙ Α.Ε	11.948,008
ΦΙΛΙΠΠΟΣ Α.Ε	7.065,025
ΝΟΣΤΟΣ Α.Ε.	1.359,803
ΣΕΡΚΟ ΔΡΑΜΑΣ Α.Ε	900,498
ΣΥΝΟΛΟ	21.273,334

Πίνακας 3.8 : Έκταση -παραγωγή Νομού Θεσσαλονίκης 2010

Συνολική Φυτεμένη Έκταση Νομού (he)	331,8
Συνολική Παραγωγή Νομού (σε τόννους)	21.273,334

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΔΙΑΝΟΜΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

4.1 Δίκτυο Διανομής

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος διάθεσης των προϊόντων, κυρίως στις αγορές του εξωτερικού. Τα προϊόντα τομάτας για την εγχώρια αγορά διοχετεύονται στο λιανικό εμπόριο ή κατευθύνονται προς τους χώρους μαζικής εστίασης και τη βιομηχανία για την παραγωγή άλλων προϊόντων με βάση τη τομάτα. Σημειώνεται ότι μεταξύ των εξεταζόμενων προϊόντων ο τοματοπολτός αποτελεί το κατεξοχήν προϊόν για επαγγελματική χρήση και σε μικρότερο βαθμό οι σάλτσες τομάτας. Στην κατηγορία των σαλτσών εντάσσονται προϊόντα τομάτας με εξειδικευμένες αραιώσεις και συγκεκριμένη υφή που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή ετοιμωμένων φαγητών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιων προϊόντων είναι η *pizza sauce*.

Τα κυριότερα κανάλια διανομής των προϊόντων τομάτας έχουν ως τελικό φορέα διάθεσής τους τα *super markets*, τους χονδρέμπορους και τους φορείς μαζικής εστίασης (*catering*). Σημειώνεται ότι τα σούπερ μάρκετ και οι χονδρέμποροι καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο ποσοστό στις συνολικές πωλήσεις προϊόντων τομάτας (65%-70%), ενώ το κανάλι του *catering* κατέχει μικρότερο μερίδιο (30%-35%).

Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου διαθέτουν οργανωμένο δίκτυο διανομής που περιλαμβάνει πωλητές - επισκέπτες και αντιπροσώπους. Η πολιτική που συνήθως εφαρμόζεται περιλαμβάνει ομάδες πωλητών χονδρεμπορίου, πωλητές σούπερ μάρκετ, αντιπροσώπους για τα απομακρυσμένα σημεία και τη νησιωτική Ελλάδα.

Όπως είναι κατανοητό, τα καταστήματα σούπερ μάρκετ αποτελούν το κυριότερο κανάλι διανομής των εξεταζομένων προϊόντων. Με αποτέλεσμα, οι σχέσεις των εταιρειών σούπερ μάρκετ με τους προμηθευτές τους να είναι ιδιαίτερα σημαντικές, όχι μόνο για τις μεταξύ τους συναλλαγές, αλλά γενικότερα για τη διαμόρφωση των τιμών των προϊόντων. Οι εταιρίες επιδιώκουν τη σύναψη ετήσιων συμφωνιών με τα σούπερ μάρκετς, οι οποίες να περιλαμβάνουν την προβολή των προϊόντων τους, διάφορες προωθητικές ενέργειες, καθώς επίσης και την παραγωγή προϊόντων private label.

Οι τρόποι προώθησης διαφέρουν ανάλογα με το προϊόν, καθώς και ανάλογα με την αλυσίδα σούπερ μάρκετ. Σε μικρά σημεία πώλησης οι εταιρίες λειτουργούν με προσανατολισμό τους χονδρέμπορους παρέχοντας εκπτώσεις επί των τιμολογίων. Σκοπός των συγκεκριμένων τρόπων προώθησης είναι η τήρηση ελάχιστου αποθέματος προϊόντων, γεγονός που συντελεί στον καλό προγραμματισμό της παραγωγής και στην τήρηση σύντομων ημερομηνιών λήξεως για τα προϊόντα.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν κυρίως αντίστοιχες επιχειρήσεις χονδρικού εμπορίου στις μεγάλες αγορές του εξωτερικού, οι οποίες και αναλαμβάνουν την παράδοση των προϊόντων στα καταστήματα λιανικής πώλησης (οπωροπωλεία ή Σούπερ Μάρκετ).

4.2 Εγχώρια αγορά

Ο τοματοπολτός αποτελεί το βασικό προϊόν παραγωγής των μεταποιητικών επιχειρήσεων του κλάδου. Ο τοματοπολτός διατίθεται στην εγχώρια αγορά τόσο μεμονωμένα ως τελικό προϊόν, αλλά και ως βάση για την παραγωγή άλλων προϊόντων. Ο προσδιορισμός του μεγέθους της εγχώριας αγοράς αποτελεί προϊόν αλληλεπίδρασης της προσφοράς και της ζήτησης. Στο πλαίσιο αυτό, παρουσιάζεται το μέγεθος της εγχώριας παραγωγής, όπου εμφανίζεται η εξέλιξη της επεξεργασθείσας ποσότητας βιομηχανικής τομάτας καθώς και η παραγωγή τελικών προϊόντων τομάτας, σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Στην ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα εκτιμώμενα μεγέθη της αγοράς των προϊόντων τομάτας, συνολικά και ανά κατηγορία, για τη χρονική περίοδο 2000-2005. Συγκεκριμένα εξετάζονται κατηγορίες όπως τοματοπολτός, ολόκληρη αποφλοιωμένη τομάτα, ψιλοκομμένη τομάτα, φυσικός χυμός και ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός τομάτας, κέτσαπ και σάλτσες τομάτας.

Στον πίνακα 4.1 παρουσιάζεται η διάρθρωση της αγοράς ανά κατηγορία, δηλαδή τα μερίδια που καταλαμβάνει κάθε προϊόν επί του συνολικού μεγέθους αγοράς. Ο ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός τομάτας αποτελεί την κυριότερη κατηγορία με μερίδιο 38,5% το 2005. Στη συνέχεια, ακολουθεί η ψιλοκομμένη τομάτα (27,3%) και ο τοματοπολτός (13,3%).

Παρατηρείται ότι, η ψιλοκομμένη τομάτα και το κέτσαπ με τις σάλτσες τομάτας, παρουσιάζουν μία συνεχή άνοδο κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Αντίθετα, η ολόκληρη αποφλοιωμένη τομάτα και ο τοματοπολτός εμφανίζουν ελαφρά πτωτικές τάσεις τα τελευταία χρόνια.

Πίνακας 4.1 Μεριδία συμμετοχής των προϊόντων τομάτας στη συνολική εγχώρια αγορά (2000-2005)

Προϊόν	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Τοματοπολτός	14,4%	13,8%	13,5%	13,4%	13,4%	13,3%
Ολόκληρη αποφλοιωμένη τομάτα	8,6%	8,4%	8,2%	7,4%	7,4%	7,2%
Ψιλοκομμένη τομάτα	24,8%	25,0%	25,9%	26,9%	26,9%	27,3%
Χυμός τομάτας	2,7%	2,9%	2,5%	2,2%	2,2%	2,1%
Χυμός τομάτας ελαφρά συμπυκνωμένος	40,2%	40,3%	40,1%	39,0%	39,0%	38,5%
Κέτσαπ και σάλτσες τομάτας	9,3%	9,6%	9,8%	11,1%	11,2%	11,6%
Σύνολο	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

4.2.1. Μεριδία αγοράς τοματοπολτού

Οι εταιρείες οι οποίες διαθέτουν τοματοπολτό στην εγχώρια αγορά είναι σχετικά λίγες σε αριθμό. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων οι οποίες παράγουν τοματοπολτό, εξάγουν σχεδόν όλη την παραγόμενη ποσότητα τοματοπολτού ή διαθέτουν την παραγωγή τους σε κάποια άλλη βιομηχανία για περαιτέρω

επεξεργασία. Με βάση την εκτιμώμενη πραγματική κατανάλωση, η εταιρεία Κύκνος Ελληνική Εταιρεία Κονσερβών Α.Ε. κατέχει την πρώτη θέση, με μερίδιο που εκτιμάται σε 45% περίπου το 2005. Ακολουθούν η Ελαίς-Unilever Α.Ε., με εκτιμώμενο μερίδιο μεταξύ του 17%-19% και η Ένωση Συνεταιρισμών Θεσσαλονίκης (Ομοσπονδία) με ποσοστό 17% περίπου. Η Σεβάθ Α.Β.Ε. συμμετέχει με αντίστοιχο μερίδιο 14% περίπου.

4.2.2. Μερίδια αγοράς ολόκληρης αποφλοιωμένης τομάτας

Οι επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν στην εγχώρια αγορά ολόκληρη αποφλοιωμένη τομάτα είναι ολιγάριθμες. Παρουσιάζονται τα μερίδια των κυριοτέρων εταιρειών για το 2005. Σημειώνεται ότι τα μερίδια είναι υπολογισμένα επί της εκτιμώμενης πραγματικής κατανάλωσης ολόκληρης αποφλοιωμένης τομάτας. Στη συγκεκριμένη αγορά η εταιρεία Κύκνος Ελληνική Εταιρεία Κονσερβών Α.Ε. κατέχει το υψηλότερο μερίδιο, το οποίο κυμαίνεται μεταξύ του 21% με 22% για το 2005, και ακολουθούν τα εκτιμώμενα μερίδια αγοράς για τις εταιρείες Φίλιππος Α.Ε. και Σεβάθ ΑΒΕ που ανέρχονται σε 11%-12% και 10%-11% αντίστοιχα.

4.2.3. Μερίδια αγοράς φιλοκομμένης αποφλοιωμένης τομάτας

Τα υψηλότερα μερίδια αγοράς των κυριοτέρων εταιρειών παραγωγής φιλοκομμένης αποφλοιωμένης τομάτας κατέχει η Ελαίς-Unilever Α.Ε., με το εμπορικό σήμα Ρυμπαγο, το μερίδιο της οποίας εκτιμάται μεταξύ του 32%-34% για το 2005. Για το ίδιο έτος οι εταιρείες Κύκνος Ελληνική Εταιρεία Κονσερβών Α.Ε. καθώς και η Σεβάθ ΑΒΕ κατείχαν μερίδιο της τάξης του 9% (για κάθε μια ξεχωριστά). Αξιόλογη θέση στη συγκεκριμένη αγορά εκτιμάται επίσης ότι κατέχουν οι επιχειρήσεις Ζαναε Ζύμαι Αρτοποιίας Νικόγλου Α.Ε.

και Αργώ Α.Ε., ενώ σημαντική ανάπτυξη έχουν παρουσιάσει τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας διαφόρων αλυσίδων σούπερ μάρκετ.

4.2.4. Μερίδια Αγοράς Φυσικού Χυμού Τομάτας

Στην αγορά του φυσικού χυμού τομάτας, Κύκνος Ελληνική Εταιρεία Κονσερβών Α.Ε. εκτιμάται ότι απέσπασε μερίδιο αγοράς της τάξης του 19% το 2005, ενώ σημαντική παρουσία έχει και η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Θεσσαλονίκης (Ομοσπονδία).

Ελαφρά Συμπυκνωμένος Χυμός

Ο ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός τομάτας καλύπτει το μεγαλύτερο ποσοστό στη συνολική εγχώρια αγορά των προϊόντων τομάτας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 4.2, η αγορά του ελαφρά συμπυκνωμένου χυμού τομάτας δεν παρουσίασε ιδιαίτερες διακυμάνσεις την τελευταία πενταετία. Συγκεκριμένα το 2005 η κατανάλωση του ελαφρά συμπυκνωμένου χυμού τομάτας διαμορφώθηκε σε 24.300 τόνους, παρουσιάζοντας οριακή μόνο μείωση έναντι του προηγούμενου έτους.

Ο ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός τομάτας είναι ένα από τα πιο διαδεδομένα προϊόντα τομάτας και τα τελευταία χρόνια η αγορά θεωρείται κορεσμένη. Στην αγορά του συμπυκνωμένου χυμού τομάτας υπολογίζεται ότι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας κυμαίνονται περίπου στους 5.000 με 6.000 τόνους για το 2005.

Πίνακας 4.2 Πραγματική κατανάλωση ελαφρά συμπυκνωμένου χυμού τομάτας (2000-2005)

Έτος	Κατανάλωση σε τόννους	Ποσοστό Μεταβολής (%)
2000	23.500	6,8
2001	24.000	2,1
2002	24.300	1,3
2003	24.500	0,8
2004	24.400	-0,4
2005	24.300	-0,4

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

4.2.5 Μεριδία Αγοράς Ελαφρά Συμπυκνωμένου Χυμού Τομάτας

Στην συγκεκριμένη αγορά για το 2005 σημαντική θέση εκτιμάται ότι κατέχει η εταιρεία Ελαίς-Unilever Α.Ε. με μερίδιο το οποίο κυμαίνεται μεταξύ του 55% και 57%. Σημαντική επίσης θέση κατέχει η εταιρεία Κύκνος Ελληνική Εταιρεία Κονσερβών Α.Ε., με μερίδια της τάξης του 6%, ενώ αξιόλογη παρουσία έχουν η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Θεσσαλονίκης (Ομοσπονδία) και Σεβάθ Α.Β.Ε. Τέλος, δυναμική ανάπτυξη τα τελευταία έτη έχουν παρουσιάσει σε αυτή την κατηγορία τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

Εγχώρια Αγορά Σαλτσών Τομάτας και Κέτσαπ

Όπως διαπιστώνεται από τα στοιχεία του πίνακα 4.3, η συνολική αγορά του κέτσαπ και των σαλτσών τομάτας ακολούθησε ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια. Η άνοδο της κατανάλωσης των εν λόγω προϊόντων οφείλεται κυρίως στη βαθμιαία αλλαγή των διατροφικών συνηθειών των Ελλήνων, αλλά και στον περιορισμένο χρόνο των νοικοκυριών για μαγείρεμα.

Εκτός από τα νοικοκυριά, έτοιμες σάλτσες και κέτσαπ χρησιμοποιούνται ευρέως και σε χώρους μαζικής εστίασης καθώς και σε εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης τα οποία παρασκευάζουν Burger, Pizza, Snack/Sandwich κλπ. Σημειώνεται ότι, η συνεχής ανάπτυξη των συγκεκριμένων εστιατορίων στην Ελλάδα, επιδρά θετικά στην εξέλιξη της ζήτησης των σαλτσών και του κέτσαπ.

Η παραγωγή σαλτσών και κέτσαπ παρουσίασε έντονη αύξηση από το 1998 και μετά, με μέσο ετήσιο ρυθμό 21,6%, ενώ την ίδια περίοδο οι εξαγωγές αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό περίπου 37%.

Σημειώνεται ότι η εγχώρια παραγωγή αφορά κυρίως σάλτσες, οι οποίες όμως στο μεγαλύτερο μέρος τους εξαγονται. Η αγορά σαλτσών τομάτας και κέτσαπ διαμορφώθηκε το 2005 σε 7.300 τόνους, παρουσιάζοντας μία αύξηση 4,3% έναντι του προηγούμενου έτους. Εκτιμάται ότι, το 70% περίπου της συνολικής εγχώριας αγοράς αφορά κέτσαπ (5,1 χιλ. τόνοι) και το 30% αφορά σάλτσες (2,2 χιλ. τόνους).

Πίνακας 4.3 Εγχώρια αγορά κέτσαπ και σαλτσών τομάτας (2000-2005)

Έτος	Παραγωγή σε τόννους	Φαινομενική Κατανάλωση
2000	6.400	5.400
2001	9.900	5.700
2002	11.000	6.000
2003	13.500	6.400
2004	13.000	7.000
2005	13.000	7.300

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

4.2.6 Μεριδία Αγοράς Κέτσαπ και Σαλτσών Τομάτας

Παρουσιάζονται τα μερίδια ορισμένων εταιρειών στην αγορά του κέτσαπ το 2005. Κυρίαρχη θέση στην αγορά του κέτσαπ κατέχει η Κωπαΐς Α.Β.Ε.Ε με ποσοστό το οποίο κυμαίνεται μεταξύ του 16%-17%. Οι εταιρείες Condito Α.Ε και Knorr Bestfoods Hellas Α.Β.Ε.Ε. απέσπασαν μερίδιο μεταξύ του 15%-16% (για κάθε εταιρεία ξεχωριστά). Ακολουθεί η επιχείρηση Κύκνος Ελληνική Εταιρεία Κονσερβών Α.Ε. και Σεβάθ Α.Β.Ε. οι οποίες συμμετέχουν με 9%-10% και 5%-6% αντίστοιχα.

Η αγορά των σαλτσών συγκεντρώνεται σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων. Κορυφαία θέση στην συγκεκριμένη αγορά κατέχει η Ελαΐς-Unilever Α.Ε. με ποσοστό το οποίο εκτιμάται μεταξύ του 35%-40%. Η Misko Α.Ε. επίσης απέσπασε μερίδιο της τάξης του 30% περίπου. Κορυφαία θέση επίσης καταλαμβάνει και η Αργώ Α.Ε.

4.3. Εγχώρια κατανάλωση

Όπως παρατηρείται από τα στοιχεία του πίνακα 4.4, η συνολική εγχώρια πραγματική κατανάλωση των προϊόντων τομάτας εμφανίζει διαχρονική αύξηση το χρονικό διάστημα 2000-2005 (με μέσο ετήσιο ρυθμό 2%). Το 2005 η συνολική ποσότητα παρουσίασε νέα μία μικρή αύξηση και διαμορφώθηκε σε 63.050 τόνους. Τα μεγέθη που αναφέρονται στον πίνακα αφορούν τις ποσότητες που διατίθενται στην εγχώρια αγορά (πραγματική κατανάλωση) και δεν περιλαμβάνουν τα αποθέματα που διατηρούν οι επιχειρήσεις.

Πίνακας 4.4 Πραγματική εγχώρια κατανάλωση προϊόντων τομάτας ανά κατηγορία προϊόντων (2000-2005)

Προϊόν	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Τοματοπολτός	8.400	8.200	8.200	8.250	8.350	8.400
Ολόκληρη αποφλοιωμένη τομάτα	5.000	5.000	4.950	4.950	4.600	4.500
Ψιλοκομμένη τομάτα	14.500	15.000	15.700	16.300	16.800	17.200
Χυμός τομάτας	1.600	1.700	1.500	1.400	1.350	1.350
Χυμός τομάτας ελαφρά συμπυκνωμένος	23.500	24.000	24.300	24.500	24.400	24.300
Κέτσαπ και σάλτσες τομάτας	5.450	5.700	6.000	6.400	7.000	7.300
Σύνολο	58.450	59.600	60.650	61.800	62.500	63.050

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

Στα μεγέθη του πίνακα 4.5 παρουσιάζεται η εγχώρια πραγματική κατανάλωση τοματοπολτού για την περίοδο 2000-2005. Σημειώνεται ότι στο εν λόγω μέγεθος εκτιμάται η ποσότητα τοματοπολτού η οποία απευθύνεται στα νοικοκυριά και στους χώρους μαζικής εστίασης. Στα μεγέθη του πίνακα 4.9 δεν περιλαμβάνει ο τοματοπολτός που διατίθεται στη βιομηχανία (ως ενδιάμεσο προϊόν) για την παραγωγή άλλων τελικών προϊόντων τομάτας. Αν και η πραγματική κατανάλωση τοματοπολτού ακολούθησε σε γενικές γραμμές πτωτική πορεία την περίοδο 2000-2002, την περίοδο 2003-2005 εμφανίζει μικρή ανάκαμψη και το 2005 ανήλθε σε 8.400 τόνους. Η μείωση του τοματοπολτού κατά την περίοδο 2000-2002, σύμφωνα με πηγές του κλάδου, οφείλεται στη δημιουργία νέων προϊόντων, τα οποία είναι πιο εύκολα στη χρήση και περισσότερο ελκυστικά, με συνέπεια να αποσπασουν μερίδιο από τον τοματοπολτό. Πρόσφατα εμφανίσθηκε κάποια τόνωση της ζήτησης του συγκεκριμένου προϊόντος (μικρή ανάκαμψη), ωστόσο για τα επόμενα έτη η αγορά του τοματοπολτού δεν αναμένεται να παρουσιάσει ιδιαίτερη ανάπτυξη, χαρακτηριζόμενη από μάλλον σταθερές τάσεις.

Πηγές του κλάδου αναφέρουν ότι τα 2/3 της συνολικής πραγματικής κατανάλωσης τοματοπολτού διατίθεται στη λιανική, ενώ το υπόλοιπο κατευθύνεται σε χώρους μαζικής εστίασης.

Η πραγματική κατανάλωση τοματοπολτού διαφέρει από την φαινομενική κατανάλωση. Τα αποθέματα αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα ο οποίος καθορίζει την φαινομενική κατανάλωση, κυρίως του τοματοπολτού, διότι είναι ένα προϊόν που αποθηκεύεται εύκολα και έχει μεγάλη διάρκεια. Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς καθώς και με πληροφορίες των αρμοδίων υπηρεσιών, τα αποθέματα του τοματοπολτού κυμαίνονται περί τους 70.000 τόνους, για το 2005.

Στον πίνακα 4.6 παρουσιάζεται η φαινομενική κατανάλωση τοματοπολτού, σύμφωνα με τα στοιχεία παραγωγής του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων καθώς και εξωτερικού εμπορίου της ΕΣΥΕ. Σημειώνεται ότι, οι ποσότητες που παρατίθενται στον πίνακα περιλαμβάνουν και προϊόντα που κατευθύνονται προς τη βιομηχανία για παραγωγή λοιπών προϊόντων με βάση την τομάτα, καθώς και τα αδιάθετα αποθέματα των εταιρειών. Η φαινομενική κατανάλωση τοματοπολτού παρουσίασε σημαντικές διακυμάνσεις την περίοδο 1990-2005. Το 2004 η φαινομενική κατανάλωση εμφανίζεται να ανέρχεται σε 107,3 χιλ. τόνους, λόγω της (ασυνήθιστα) υψηλής αποθεματοποίησης του συγκεκριμένου έτους, εξαιτίας και της υποχώρησης των εξαγωγών. Ωστόσο, η κατάσταση μεταβάλλεται ριζικά το 2005, λόγω (ετεροχρονισμένων) εξαγωγών μεγάλου μέρους των αποθεμάτων του προηγούμενου έτους, οπότε προκύπτει πολύ χαμηλό μέγεθος εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης (13,7 χιλ. τόνους). Το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής τοματοπολτού εξάγεται. Σύμφωνα με πληροφορίες της αγοράς, οι καταγεγραμμένες ετήσιες εξαγωγές διαφέρουν από τις αντίστοιχες πραγματικές ποσότητες εξαγωγής. Υπάρχει περίπτωση εταιρείες που παράγουν τοματοπολτό μία χρονιά να μην εξάγουν τη συγκεκριμένη χρονιά αλλά την επόμενη.

Πίνακας 4.5 Εγχώρια πραγματική κατανάλωση τοματοπολτού (2000-2005)

Έτος	Παραγωγή (σε τόνους)	Ποσοστό Μεταβολής
2000	8.400	-1,18
2001	8.200	-2,38
2002	8.200	0,00
2003	8.250	0,61
2004	8.350	1,2
2005	8.400	0,6

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

Πίνακας 4.6 Φαινομενική κατανάλωση τοματοπολτού (2000-2005)

Έτος	Παραγωγή (σε τόννους)	Φαινομενική Κατανάλωση
2000	178.148	72.346%
2001	187.004	30.626%
2002	163.018	20.568%
2003	141.607	58.921%
2004	115.140	107.317%
2005	136.306	13.674%

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

Ολόκληρη Αποφλοιωμένη Τομάτα

Η πραγματική κατανάλωση ολόκληρης αποφλοιωμένης τομάτας την περίοδο 2000-2005 παρουσιάζεται στον πίνακα 4.7. Τα τελευταία δύο χρόνια η αγορά της ολόκληρης αποφλοιωμένης τομάτας παρουσιάζει πτωτική τάση. Συγκεκριμένα, το 2005 η αγορά διαμορφώθηκε σε 4.500 τόνους, από 4.950 το 2003. Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου το μεγαλύτερο μέρος της εν λόγω αγοράς διατίθεται σε χώρους μαζικής εστίασης ενώ οι ίδιες πηγές εκτιμούν ότι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας υπολογίζονται σε 1.000 με 1.100 τόνους για το 2005.

Πίνακας 4.7 Φαινομενική κατανάλωση αποφλοιωμένης τομάτας (2000-2005)

Έτος	Παραγωγή (σε τόννους)	Φαινομενική Κατανάλωση
2000	36.880	60.961
2001	33.500	25.294
2002	32.000	21.295
2003	53.857	41.428
2004	63.619	49.740
2005	48.408	28.553

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

Ψιλοκομμένη Αποφλοιωμένη Τομάτα

Στον πίνακα 4.8 παρουσιάζεται η εκτιμώμενη πραγματική κατανάλωση ψιλοκομμένης αποφλοιωμένης τομάτας, για την περίοδο 2000-2005. η ψιλοκομμένη τομάτα την τελευταία εξαετία παρουσιάζει μια συνεχή άνοδο (σε όγκο) και αποτελεί μία από της μεγαλύτερες κατηγορίες προϊόντων τομάτας. Το 2005 η εν λόγω αγορά ανήλθε σε 17.200 τόνους (από 14.000 τόνους το 1999) παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 4,2%. Σύμφωνα με πηγές του κλάδου, το 70% περίπου της πραγματικής κατανάλωσης για το 2005 κατευθύνεται προς την λιανική αγορά ενώ το υπόλοιπο σε χώρους μαζικής εστίασης. Η ανοδική πορεία που παρουσιάζει η εγχώρια κατανάλωση ψιλοκομμένης τομάτας οφείλεται στην τάση που παρατηρείται για στροφή στα προϊόντα που διατηρούν την όψη και την γεύση της φρέσκιας τομάτας.

Πίνακας 4.8 Πραγματική κατανάλωση ψιλοκομμένης αποφλοιωμένης τομάτας (2000-2005)

Έτος	Κατανάλωση	Ποσοστό Μεταβολής (%)
2000	14.500	3,6
2001	15.000	3,4
2002	15.700	4,7
2003	16.300	3,8
2004	16.800	3,1
2005	17.200	2,4

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

Εγχώρια Αγορά Χυμού Τομάτας

Σε αυτή την κατηγορία προϊόντων συγκαταλέγονται ο φυσικός χυμός τομάτας και ο ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός (passata). Το μεγαλύτερο ποσοστό της εγχώριας κατανάλωσης του χυμού τομάτας καλύπτεται από τον συμπυκνωμένο χυμό και λιγότερο από το φυσικό.

Φυσικός Χυμός Τομάτας

Στον πίνακα 4.9 παρουσιάζεται η πραγματική κατανάλωση του φυσικού χυμού τομάτας. Η πραγματική κατανάλωση χυμού τομάτας για την περίοδο 2000-2004 ακολούθησε μία πτωτική πορεία, με μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 2,1%. Το 2005 η κατανάλωση παρέμεινε στάσιμη σε σχέση με το 2004 και διαμορφώθηκε σε 1.350 τόνους.

Πίνακας 4.9 Πραγματική κατανάλωση φυσικού χυμού τομάτας (2000-2005)

Έτος	Κατανάλωση	Ποσοστό Μεταβολής (%)
2000	1.600	6,7
2001	1.700	6,3
2002	1.500	-11,8
2003	1.400	-6,7
2004	1.350	-3,6
2005	1.350	0,0

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP

4.4. Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των προϊόντων τομάτας

Η τομάτα όπως και τα προϊόντα που προέρχονται από την επεξεργασία της, εμφανίζουν σχετικά ανελαστική ζήτηση, καθώς αποτελούν πλέον βασικά είδη διατροφής στην Ελλάδα. Η ζήτηση για προϊόντα τομάτας επηρεάζεται σημαντικά από την προσφορά νωπής τομάτας κάθε εποχή του χρόνου. Όπως είναι γνωστό, η νωπή τομάτα παράγεται κυρίως το καλοκαίρι, ενώ τον υπόλοιπο χρόνο (παρόλο που παράγεται και από θερμοκήπια) είναι διαθέσιμη σε μικρότερες ποσότητες και κατά συνέπεια η τιμή της είναι υψηλότερη. Αντίθετα τα τελικά βιομηχανικά προϊόντα σε όλες τις μορφές τους - τοματοπολτός, ολόκληρο και ψιλοκομμένο τοματάκι, ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός και κέτσαπ - έχουν ευρύτατα διαδοθεί και χρησιμοποιούνται από όλα τα νοικοκυριά καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Εντούτοις, στην αγορά των εξεταζομένων προϊόντων υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των προϊόντων τομάτας.

Η εποχικότητα αποτελεί το βασικότερο χαρακτηριστικό γνώρισμα της παραγωγής νωπής τομάτας, το οποίο επηρεάζει τη ζήτηση σε σημαντικό βαθμό. Τα προϊόντα τομάτας αποτελούν υποκατάστατα της νωπής τομάτας, με αποτέλεσμα να παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση την περίοδο Νοέμβριο μέχρι Μάρτιο, όταν υπάρχει σχετική έλλειψη του νωπού προϊόντος και μειωμένη ζήτηση τους καλοκαιρινούς μήνες.

Η ζήτηση των προϊόντων τομάτας επίσης επηρεάζεται και από την **τιμή της νωπής τομάτας** η οποία διαμορφώνεται ανάλογα με την προσφορά (εποχικότητα, διαθεσιμότητα, καιρικά φαινόμενα).

Οι διατροφικές συνήθειες διαμορφώνουν τη ζήτηση των προϊόντων τομάτας ως σύνολο, αλλά και ανά κατηγορία προϊόντος. Η παραγωγή νέων προϊόντων

τομάτας ενδέχεται να αυξήσει τη συνολική ζήτηση ή να αποσπάσει μερίδιο από άλλες κατηγορίες τοματοειδών.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στροφή των καταναλωτών προς προϊόντα που πλησιάζουν περισσότερο τη γεύση ή τη μορφή της φρέσκιας τομάτας, γεγονός που οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης ολόκληρης και ψιλοκομμένης τομάτας, καθώς και του ελαφρά συμπυκνωμένου χυμού τομάτας (passata).

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής είναι ένας ακόμα παράγοντας, ο οποίος ευνοεί τη ζήτηση των προϊόντων τομάτας και ιδιαίτερα των έτοιμων σαλτσών και του ελαφρά συμπυκνωμένου χυμού τομάτας. Η ποικιλία τροφίμων που μπορούν να συνοδεύσουν τα εν λόγω προϊόντα, σε συνδυασμό με το μικρό χρόνο προετοιμασίας τους, τα καθιστούν μία διαδεδομένη διατροφική επιλογή.

Τέλος, η **διαφήμιση** επηρεάζει και κατευθύνει τη ζήτηση σε συγκεκριμένα εμπορικά σήματα. Η συνεχής προβολή των εμπορικών σημάτων και των προϊόντων τομάτας οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης τους από τους καταναλωτές. Ωστόσο, η διαφημιστική δαπάνη των εταιρειών του κλάδου, είναι αρκετά περιορισμένη και αφορά πολύ μικρό αριθμό εμπορικών σημάτων.

4.5. Διαφήμιση

Η διαφήμιση παίζει καθοριστικό ρόλο στην προώθηση των πωλήσεων των επιχειρήσεων και ενδέχεται να οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης του προϊόντος, με την προϋπόθεση όμως να τηρούνται και οι προδιαγραφές της ποιότητας, η κατάλληλη τιμή και η σωστή διανομή των προϊόντων.

Ο τελικός σκοπός της διαφήμισης των αγροτικών προϊόντων είναι η αύξηση της ποσότητας πώλησής τους, η οποία συνήθως συνοδεύεται και από αύξηση της γεωργικής τιμής πώλησής τους. Έτσι, αυξάνονται τα εισοδήματα των παραγωγών.

Όμως είναι ένας ακόμη τομέας που συμβάλλει στη βελτίωση της διατροφής των καταναλωτών, αφού ενημερώνοντάς τους για τις βιολογικές ιδιότητες των προϊόντων τομάτας, τους παρακινεί να τα αγοράσουν και να τα καταναλώσουν. Μ' αυτόν τον τρόπο ανεβαίνει το γενικό επίπεδο ευημερίας των καταναλωτών.

Το διάγραμμα του κεφαλαίου παρουσιάζει τη διάρθρωση και τη διαχρονική εξέλιξη της διαφημιστικής δαπάνης των προϊόντων τομάτας και των σαλτσών, το χρονικό διάστημα 2001-2005, σύμφωνα με τη Media Services ΑΕ. Οι δαπάνες των εταιρειών για διαφήμιση των συγκεκριμένων προϊόντων ήταν ανοδικές κατά την περίοδο 2001-2004, ενώ το 2005 μειώθηκαν (κατά 17,2% έναντι του προηγούμενου έτους). Συγκεκριμένα, το 2005 οι συνολικές δαπάνες διαφήμισης των σαλτσών και προϊόντων τομάτας ανήλθαν σε 2,1 εκατομμύρια ευρώ. Σημειώνεται ότι, η τηλεόραση καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μερίδιο της δαπάνης καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου (κατά μέσο όρο 87%) και ακολουθούν τα περιοδικά (κατά μέσο όρο 12,4%).

Εξετάζοντας ξεχωριστά την κατηγορία των σαλτσών, διαπιστώνεται ότι, η εξέλιξη της διαφημιστικής δαπάνης γενικά το χρονικό διάστημα 2001-2005 ήταν ανοδική. Οι υψηλότερες δαπάνες σημειώθηκαν την τελευταία διετία και ειδικά για το έτος 2005 ανήλθαν σε 1,4 εκ. € η κατηγορία των σαλτσών καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης (67,1% για το 2005).

Το μεγαλύτερο μέρος της δαπάνης για τη διαφήμιση των σαλτσών διοχετεύεται στην τηλεόραση, ενώ ένα μικρότερο μερίδιο καλύπτεται από τα περιοδικά (21,6%).



4.6. Τιμές

Ο βασικός ρόλος των τιμών των αγροτικών προϊόντων είναι καθοδηγητικός, τόσο της παραγωγής όσο και της κατανάλωσής τους.

Χωρίς αμφιβολία οι τιμές των αγροτικών προϊόντων καθοδηγούν αποφασιστικά την αγροτική παραγωγή σε μια περιοχή, αφού αποτελούν τον πιο σπουδαίο παράγοντα επηρεασμού των παραγωγών σχετικά με το είδος και την ποσότητα των αγροτικών προϊόντων που θα παράγουν. Παράλληλα, οι λιανικές τιμές των αγροτικών προϊόντων καθοδηγούν την κατανάλωσή τους με ανάλογο τρόπο που καθοδηγούν την παραγωγή τους. Έτσι, όσο χαμηλότερη είναι η λιανική τιμή ενός αγροτικού προϊόντος τόσο μεγαλύτερες ποσότητές του αναμένεται να καταναλωθούν. Αυτό οφείλεται κυρίως στην αύξηση της κατανάλωσης από τις μικρομεσαίες εισοδηματικές τάξεις, οι οποίες κατά κανόνα είναι και οι πολυπληθέστερες.

Ακόμα όσο χαμηλότερες είναι οι τιμές των αγροτικών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού, τόσο καλύτερα μπορούν να ανταγωνισθούν ομοειδή προϊόντα άλλων χωρών και έτσι μεγαλύτερες ποσότητές τους μπορούν να εξαχθούν στις αγορές αυτές, με την προϋπόθεση βέβαια πως η ποιότητά τους είναι εξίσου καλή και δεν αντιμετωπίζουν κανένα "εισαγωγικό εμπόδιο" (δασμοί, αντισταθμιστικές εισφορές κ.α.) προς τις αγορές αυτές.

Στον πίνακα 10, παρουσιάζονται οι ενδεικτικές τιμές προϊόντων τομάτας όπως αναγράφονται στα ράφια γνωστής αλυσίδας σούπερ μάρκετ Καρφούρ.

Πίνακας 4.10 Ενδεικτικές τιμές προϊόντων

Προϊόν	Συσκευασία	Τιμή €
Ρυμππαγο τομάτα ψιλοκομμένη αποφλοιωμένη σε ελαφρά συμπυκνωμένο χυμό τομάτας	χάρτινο	0,63
Passata ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ελαφρά συμπυκνωμένος χυμός τομάτας	χαρτινο	0,68
Τοματοπολτός ΖΑΝΑΕ Διπλής Συμπύκνωσης	μεταλλικό	1,67
Κύκνος ολόκληρα τοματίνια σε χυμό τομάτας	μεταλλικό	0,97
Ρυμππαγο τομάτα ψιλοκομμένη αποφλοιωμένη σε ελαφρά συμπυκνωμένο χυμό τομάτας	χάρτινο	0,76
Τοματίνια ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ	μεταλλικό	0,83
Κέτσαπ Κύκνος	γυάλινο	1,29
Κέτσαπ Καρφούρ	πλαστικό	0,83
Χυμός τομάτας ελαφρά συμπυκνωμένος Κύκνος	χάρτινο	0,78

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

5.1. Εξαγωγές

Στην συγκεκριμένη ενότητα, αναλύεται η εξέλιξη των εξαγωγών και των εισαγωγών προϊόντων τομάτας ανά κατηγορία προϊόντων (σε ποσότητα και αξία), για την χρονική περίοδο 2000-2005, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Εξωτερικού Εμπορίου της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ). Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο κλάδος των προϊόντων τομάτας αποτελείται κυρίως από επιχειρήσεις πρώτης μεταποίησης, μερικές από τις οποίες εξάγουν το σύνολο σχεδόν της παραγωγής τοματοπολτού, σε χώρες του εξωτερικού. Τα εγχώρια προϊόντα τομάτας χαρακτηρίζονταν από υψηλές εξαγωγικές επιδόσεις την προηγούμενη δεκαετία. Ο έντονος όμως ανταγωνισμός που αντιμετώπισαν οι ελληνικές επιχειρήσεις από άλλες ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και χώρες, όπως η Κίνα, είχε ως αποτέλεσμα να μειωθεί η εξαγωγική δραστηριότητα ορισμένων επιχειρήσεων την περίοδο 2001-2004, έναντι των προηγούμενων ετών. Ακόμα, ορισμένες επιχειρήσεις οι οποίες ήταν αμιγώς εξαγωγικές έχουν διακόψει πλέον τη λειτουργία τους. Στον πίνακα 5.1 παρουσιάζονται οι εξαγωγές προϊόντων τομάτας για το χρονικό διάστημα 2000-2005. Όπως παρατηρείται, κατά την διάρκεια της περιόδου 2001-2004 η εξαγωγική δραστηριότητα του κλάδου εμφάνιζε συνεχή πτώση, με μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 13,9%. Το 2004 οι εξαγωγές προϊόντων τομάτας διαμορφώθηκαν στα χαμηλότερα επίπεδα της εξεταζόμενης περιόδου (90 χιλ. τόνοι). Το 2005 οι εξαγωγές ανακάμπτουν και ανέρχονται σε 138 χιλ. τόνους (αύξηση ύψους 53,2% έναντι του 2004). Την εξεταζόμενη περίοδο η μέση τιμή εξαγωγών παρουσίασε αυξομειώσεις.

Το 2005 διαμορφώθηκε στα χαμηλότερα επίπεδα (549 € ανά τόνο), γεγονός που εν μέρει εξηγεί την ανάκαμψη των εξαγόμενων ποσοτήτων.

Στον πίνακα 5.1 παρουσιάζονται οι εξαγωγές προϊόντων τομάτας, ανά κατηγορία, για την περίοδο 2000-2005. Οι εξαγωγές αφορούν κυρίως τοματοπολτό, αν και κατά την περίοδο 2001-2004 οι εξαγωγές του τοματοπολτού ήταν πτωτικές (2001:111,6 χιλ. τόνους, 2004:58,6 χιλ. τόνους). Τελικά, οι εξαγόμενες ποσότητες τοματοπολτού ανέκαμψαν το 2005 και διαμορφώθηκαν σε 103,8 χιλ. τόνους (αύξηση 80% έναντι του 2004) σημαντικό μερίδιο επίσης επί των συνολικών εξαγωγών κατέχουν και οι (ολόκληρες και τεμαχισμένες) αποφλοιωμένες τομάτες (2005:21,2%).

Στον πίνακα 5.2 παρουσιάζονται οι συνολικές εξαγωγές προϊόντων τομάτας, ανά κύρια χώρα προορισμού, για την περίοδο 2003-2005. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση κατευθύνεται το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών (2003:92,7%, 2004:95% και 2005:84,1%). Οι υψηλότερες εξαγωγές πραγματοποιούνται προς το Ηνωμένο Βασίλειο σε ποσοστό 32,9% επί των συνολικών εξαγωγών το 2005. Ακολουθεί η Ολλανδία με ποσοστό 17,4% και η Ιταλία με 10,7% για το ίδιο έτος.

Στη συνέχεια παρατίθενται τα μερίδια που καταλαμβάνουν οι εξαγωγές επί της συνολικής διατεθείσας ποσότητας, για ορισμένες επιχειρήσεις του κλάδου.

Πίνακας 5.1 Εξέλιξη των εξαγωγών προϊόντων τομάτας (2000-2005)

Έτος	Ποσότητα (τόνους)	Αξία (€)	Μέση Τιμή (€/τόνο)
2000	129.133	89.558.876	694
2001	141.150	88.518.952	627
2002	124.456	94.838.460	762
2003	104.565	63.067.146	603
2004	90.065	55.925.311	621
2005	138.062	75.727.384	549

Πηγή:ΕΣΥΕ

Πίνακας 5.2 Εξαγωγικοί Προορισμοί

Εταιρεία	Μερίδια επί της Συνολικής Διατεθείσας ποσότητας για το 2005	Χώρες Προορισμού
Del Monte Ελλάς Α.Β.Ε.Ε.	100%	Ευρωπαϊκή Ένωση
Αργώ Α.Ε.	60%	Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ολλανδία, Τσεχία, Πολωνία, Ουγγαρία, Ιταλία και Γαλλία
Αστερίς Α.Β.Ε.Ε.	95%	Πολωνία, Γερμανία, Λιβύη, Αίγυπτος, Σουδάν, Αίγυπτος, Τσαντ, Τανζανία, Ν. Αφρική, κ.α.
Δ. Νομικός Α.Β.Ε.Κ.	80%	Γαλλία, Ολλανδία, Γερμανία, Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Δανία, Βέλγιο, Σουηδία κ.α.
Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Θεσσαλονίκης (Ομοσπονδία)	60%	Γερμανία, Ολλανδία, Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Βέλγιο, Σουηδία, Αλβανία, Η.Π.Α., Κύπρος, Ιαπωνία, Αυστραλία.
Κωπαΐς Α.Β.Ε.Ε.	98%	Ηνωμένο Βασίλειο, Ολλανδία
Λαδάς Α.Ε.	100%	Ιταλία
Λακόντ Α.Ε.	80%	Ευρωπαϊκή Ένωση
Προντάκτα Α.Ε.	70%	Γαλλία, Ολλανδία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιρλανδία, Δανία, Βέλγιο, Σουηδία, Φιλανδία, Ελβετία, Κύπρος κ.α
Σεβάθ Α.Β.Ε.	64%	Βουλγαρία, Ρωσία, Ιταλία, Γερμανία, Αραβικά Εμιράτα, Πολωνία, Ρουμανία κ.α.
Σέρκο Α.Ε.	95%	Ευρωπαϊκή Ένωση
Φίλιππος Α.Ε.	61%	Χώρες Ε.Ε., Ανατολικής Ευρώπης και αλλού

Πηγή: ICAP-επιχειρήσεις του κλάδου

Στην Ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά, η παραγωγή της βιομηχανικής τομάτας σύμφωνα με στοιχεία του World Processing Tomato Council (WPTC), πραγματοποιείται από χώρες κυρίως του βορείου ημισφαιρίου και συγκεκριμένα από τις χώρες της Μεσογείου, τη Καλιφόρνια των ΗΠΑ καθώς και από τη Κίνα, η οποία σύμφωνα με πηγές του κλάδου αποτελεί απειλή για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις προϊόντων τομάτας.

Στον πίνακα 5.3 παρουσιάζεται η παγκόσμια παραγωγή βιομηχανικής τομάτας κατά τη διάρκεια της περιόδου 2003-2006. Από τα στοιχεία του πίνακα διαπιστώνεται ότι, η συνολική παραγωγή βιομηχανικής τομάτας το 2005 μειώθηκε κατά 12,4% έναντι του προηγούμενου έτους και ανήλθε σε 30,4% εκ. τόνους. Η παραγωγή πραγματοποιείται κυρίως από χώρες του Βορείου Ημισφαιρίου (σε ποσοστό 88,3% του συνόλου). Κυριότερες χώρες παραγωγής είναι οι ΗΠΑ, Ιταλία και Κίνα με 29,6%, 18% και 11,2% στην συνολική παγκόσμια παραγωγή (μέσος όρος παραγωγής 2003-2005).

Οι χώρες οι οποίες ανήκουν στην Ε.Ε. είναι 15 και ασχολούνται με την επεξεργασία της βιομηχανικής τομάτας εκτός της χώρας μας, είναι η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία και η Γαλλία. Κατωτέρω, εμφανίζονται στοιχεία των χωρών της ευρύτερης περιοχής της Μεσογείου, οι οποίες συμμετέχουν στην AMITOM (Mediterranean International Association of Processing Tomato), η οποία είναι μια ένωση που εκπροσωπεί όλες τις επαγγελματικές οργανώσεις των βιομηχανιών επεξεργασίας τομάτας στην περιοχή της Μεσογείου.

Πίνακας 5.3 Παγκόσμια παραγωγή βιομηχανικής τομάτας

Χώρες-Μέλη του WPTC στο Βόρειο Ημισφαίριο της Μεσογείου (ΑΜΙΤΟΜ)	Ποσότητα σε χιλιάδες μετρικούς τόνους			
	2003	2004	2005	2006
Αλγερία	260	276	150	250
Γαλλία	248	222	157	120
Ελλάδα	984	1.187	880	850
Ισραήλ	170	285	229	195
Ιταλία	5.324	6.300	5.300	4.800
Ισπανία	1.711	2.200	2.850	1.750
Τουρκία	2.000	1.700	1.626	1.350
ΗΠΑ (Καλιφόρνια)	8.393	10.589	8.706	9.800
Κίνα	2.800	4.500	3.200	4.000
Χώρες-Μέλη του WPTC στο Νότιο Ημισφαίριο				
Αργεντινή	340	430	360	290
Αυστραλία	261	320	317	291
Χιλή	607	759	756	630

Πηγή: World Processing Tomato Council (WPTC)

5.2 Εισαγωγές

Οι εισαγωγές προϊόντων τομάτας είναι μικρές και αφορούν κατά βάση προϊόντα δεύτερης μεταποίησης, όπως αποφλοιωμένη τομάτα, κέτσαπ και σάλτσες τομάτας. Οι μεγαλύτερες εισαγωγές τοματοειδών πραγματοποιούνται από τις βιομηχανίες παραγωγής ζυμαρικών ΣΤΕΛΛΑ ΑΕ και ΜΙΣΚΟ ΑΕ και σε μικρότερο βαθμό από την εταιρεία ΚΙΚΙΖΑΣ ΑΛΕΞ. ΜΕΛΙΣΣΑ ΑΕΒΕ, η οποία ασχολείται επίσης με την παραγωγή προϊόντων τομάτας. Από το 1997 επίσης, πραγματοποιήθηκαν εισαγωγές τοματοειδών από την εταιρεία ΚΟΡΩΝΑ, που φέρουν το δικό της εμπορικό σήμα.

Σημαντική εταιρεία, που διακινεί προϊόντα με το δικό της εμπορικό σήμα τα οποία παράγονται σε εγκαταστάσεις τρίτων (στην Ελλάδα και το εξωτερικό) είναι η ΜΠΟΝΟ ΙΝΤΕΡΝΑΣΙΟΝΑΛ Α.Ε. Εισαγωγές επίσης πραγματοποιούνται από εμπορικές επιχειρήσεις, οι οποίες αντιπροσωπεύουν οίκους του εξωτερικού καθώς και από αλυσίδες σουπερ-μάρκετς, τα προϊόντα των οποίων φέρουν συνήθως το δικό τους εμπορικό σήμα.

Από τις εμπορικές επιχειρήσεις, η ΑΜΑΛΘΕΙΑ ΑΕΒΕΕ εισάγει ελαφρά συμπυκνωμένο χυμό τομάτας από την Ιταλία με το εμπορικό σήμα Romi Parmalat και την κέτσαπ Libby's από το Ην. Βασίλειο. Η εταιρεία ΤΟΞΟΤΕΣ Α.Ε εισάγει κέτσαπ και ψιλοκομμένο τοματάκι με το εμπορικό σήμα DEL MONTE. Η εταιρεία ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε πραγματοποιεί εισαγωγές από την Αγγλία, ενώ παράλληλα προμηθεύεται από την εταιρεία ΚΩΠΑΪΣ Α.Ε. και διακινεί προϊόντα με το εμπορικό σήμα HEINZ.

Στον πίνακα 5.4 παρουσιάζεται η εξέλιξη των εισαγωγών προϊόντων τομάτας, την περίοδο 2000-2005.

Οι εισαγωγές προϊόντων τομάτας παρουσίασαν σημαντικές διακυμάνσεις κατά την εξεταζόμενη περίοδο, εμφανίζοντας γενικά ανοδική τάση.

Το 2005 οι ποσότητες μειώθηκαν κατά 2,5 χιλ. τόνους (10,3%) έναντι του 2004 και διαμορφώθηκαν σε 21,6 χιλ. τόνους. Η μέση τιμή εισαγωγών παρουσίασε άνοδο κατά τη διάρκεια της περιόδου 2000-2003, εντούτοις το 2004 μειώθηκε κατά 8,7% σε σχέση με το 2003. Στη συνέχεια το 2005 εμφανίζεται ανάκαμψη της μέσης τιμής, η οποία διαμορφώθηκε σε €714 ανά τόνο.

Στον πίνακα 5.4 παρουσιάζεται η εξέλιξη των εισαγωγών προϊόντων τομάτας, ανά κατηγορία, για την περίοδο 2000-2005. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα, το μεγαλύτερο μέρος των εισαγωγών (σε ποσότητα) αφορά ολόκληρες και ψιλοκομμένες τομάτες καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 2000-2005. Συγκεκριμένα, το 2005 η εν λόγω κατηγορία κατείχε μερίδιο (επί της συνολικής ποσότητας) εισαγωγών 43,3%, εμφανίζοντας πτώση σε σχέση με το 2000 (54,3%). Ο χυμός τομάτας παρουσίασε αύξηση του μεριδίου του στο σύνολο των εισαγωγών. Συγκεκριμένα, το 2005 το ποσοστό συμμετοχής του διαμορφώθηκε σε 35,6%, έναντι αντίστοιχου μεριδίου 23,6% το 2000. Το κέτσαπ και ο τοματοπολτός καταλαμβάνουν μικρότερα μερίδια των συνολικών εισαγωγών, τα οποία το 2005 ανήλθαν σε 16,4% και σε 4,7% αντίστοιχα. Σημειώνεται ότι το μερίδιο του κέτσαπ στο σύνολο των εισαγωγών έχει αυξηθεί την τελευταία τριετία (2003-2005).

Στον πίνακα 5.4. παρουσιάζονται οι συνολικές εισαγωγές προϊόντων τομάτας, ανά χώρα προέλευσης, το χρονικό διάστημα 2003-2005. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα, το σύνολο σχεδόν των εισαγωγών πραγματοποιείται από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Συγκεκριμένα, η Ιταλία αποτελεί την κύρια χώρα προέλευσης προϊόντων τομάτας είναι η Γερμανία, από την οποία προήλθε το 41,4% των συνολικών εισαγωγών προϊόντων τομάτας, το 2005.

Πίνακας 5.4 Εξέλιξη των εισαγωγών προϊόντων τομάτας (2000-2005)

Έτος	Ποσότητα (τόνους)	Αξία (€)	Μέση Τιμή(€/τόνο)
2000	19.182	11.497.448	599
2001	23.169	11.352.891	490
2002	23.324	14.717.288	631
2003	20.694	15.400.681	744
2004	24.073	16.394.686	679
2005	21.597	15.416.886	714

Πηγή:ΕΣΥΕ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1. Συμπεράσματα

Ο κλάδος των προϊόντων τομάτας αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς τομείς της Βιομηχανίας Ειδών Διατροφής και γενικότερα της Ελληνικής Βιομηχανίας, καθώς στηρίζει την εγχώρια αγροτική παραγωγή και με τον εξαγωγικό του χαρακτήρα συντελεί στην εισροή σημαντικού ύψους συναλλάγματος. Η Ελλάδα κατέλαβε τη Πέμπτη θέση με βάση την κατανομή της βιομηχανικής τομάτας το 2005, μεταξύ των χωρών της Amitom (Mediterranean International Association of Processing Tomato, Διεθνή Οργανισμό Μεταποίησης Τομάτας).

Στον κλάδο δραστηριοποιείται ένας σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων, η πλειοψηφία των οποίων έχει εξαγωγικό χαρακτήρα. Οι εταιρείες που διοχετεύουν τα προϊόντα τους στη λιανική αγορά με γνωστά εμπορικά σήματα είναι λίγες σε αριθμό. Τα προϊόντα τομάτας και κυρίως ο τοματοπολτός, κατευθύνονται επίσης σε βιομηχανίες ειδών διατροφής, καθώς και σε χώρους μαζικής εστίασης. Οι εισαγωγές είναι μάλλον περιορισμένες (συγκριτικά με την εγχώρια παραγωγή) και αφορούν κυρίως προϊόντα όπως σάλτσες τομάτας και κέτσαπ, καθώς και ψιλοκομμένα τομάτα. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι, οι μεταβολές στους κοινοτικούς κανονισμούς που διέπουν τον τομέα της πρωτογενούς παραγωγής, έχουν ήδη προκαλέσει ή αναμένεται να προκαλέσουν σημαντικές αλλαγές στις δομές της αγροτικής παραγωγής της χώρας, η οποία διανύει περίοδο αναδιάρθρωσης και πτώσης παράλληλα.

Η αναδιάρθρωση αυτή επηρεάζει και τον τομέα μεταποίησης των σχετικών αγροτικών προϊόντων, μεταξύ των οποίων και η τομάτα. Επομένως, και στο

επίπεδο των βιομηχανικών εταιρειών προϊόντων τομάτας υπάρχουν φαινόμενα συγκεντροποίησης (με τη μορφή συγχωνεύσεων, εξαγορών ή και διακοπής λειτουργίας παραγωγικών μονάδων στο προσεχές μέλλον).

Τα τελευταία χρόνια οι τροποποιήσεις του θεσμικού πλαισίου από την Ευρωπαϊκή Ένωση έχουν δημιουργήσει πτωτική πορεία στον κλάδο. Από το 2001 η επιδότηση της Ε.Ε. για την παραγωγή της βιομηχανικής τομάτας δίδεται απ' ευθείας στους παραγωγούς και όχι στους μεταποιητές, με αποτέλεσμα οι μεταποιητές να διαπραγματεύονται άμεσα με τους παραγωγούς την τιμή της τομάτας. Το γεγονός αυτό αυξάνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου και κυρίως εκείνες με αμιγώς εξαγωγικό προσανατολισμό, αντιμετωπίζουν έντονο ανταγωνισμό στις διεθνείς αγορές από προϊόντα τομάτας κινεζικής προελεύσεως, τα οποία διατίθενται σε τιμές πολύ χαμηλότερες από αυτές των εγχωρίως παραγόμενων. Η παρουσία της Κίνας στην ευρωπαϊκή και γενικότερα στην διεθνή αγορά, ανάγκασε ορισμένες ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις να τεθούν εκτός αγοράς.

Μεγάλη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στην εγχώρια αγορά τα οποία διατίθενται από αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Τα συγκεκριμένα προϊόντα θεωρούνται ανταγωνιστικά έναντι των "επωνύμων" προϊόντων. Οι εδραιωμένες στην εγχώρια αγορά εταιρείες του κλάδου προκειμένου να αντεπεξέλθουν στον ανταγωνισμό τόσο από τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, όσο και από τα εισαγόμενα, προσπαθούν να διευρύνουν τη γκάμα των προϊόντων τους (π.χ. προϊόντα τα οποία μοιάζουν περισσότερο στη γεύση και στην όψη της φυσικής τομάτας, προϊόντα με επιπρόσθετες ιδιότητες και ευκολία χρήσης στην συσκευασία τους κ.α.). Επίσης, κάποιες βιομηχανίες του κλάδου προκειμένου να εκμεταλλευθούν οικονομίες κλίματος αλλά και να αξιοποιηθούν την παραγωγική τους

δυναμικότητα, έχουν αναλάβει την παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό αλυσίδων σούπερ μάρκετ.

Όσον αφορά την εγχώρια αγορά προϊόντων τομάτας, η εξέλιξη της συνολικά ήταν ανοδική. Για την επόμενη πενταετία (2006-2010) δεν υπάρχουν δραστικές μεταβολές όσον αφορά το συνολικό μέγεθος αγοράς. Διαφορετική βέβαια εξέλιξη προβλέπεται για επί μέρους κατηγορίες προϊόντων τομάτας. Σταθεροποιητική βασικά προβλέπεται η τάση στην αγορά του τοματοπολτού τα επόμενα έτη. Πηγές του κλάδου αναφέρουν ότι η εγχώρια κατανάλωση του τοματοπολτού δεν αναμένεται να μεταβληθεί με ρυθμό μεγαλύτερο της μιας ποσοστιαίας μονάδας.

Η φιλοκομμένη αποφλοιωμένη τομάτα έχει αυξήσει διαχρονικά το μερίδιό της. Σε αυτή την κατηγορία σημαντική ανάπτυξη παρουσιάζουν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, το μερίδιο των οποίων προβλέπεται να διευρυνθεί ακόμα περισσότερο.

Σταθεροποιητική ή/και ελαφρώς πτωτική αναμένεται να είναι η αγορά του ελαφρά συμπυκνωμένου χυμού τομάτας. Παρόλο, που τα προηγούμενα έτη η συγκεκριμένη κατηγορία παρουσίασε σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης, στην παρούσα φάση θεωρείται ότι μάλλον χαρακτηρίζεται από συνθήκες κορεσμού, διατηρώντας μικρά περιθώρια ανάπτυξης.

Ο φυσικός χυμός τομάτας καταλαμβάνει το μικρότερο μερίδιο (2,1%:2005) στην συνολική αγορά των προϊόντων τομάτας. Τέλος, σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια παρουσίασε η αγορά των σαλτσών τομάτας και του κέτσαπ. Η ζήτηση των σαλτσών τομάτας και κέτσαπ αναμένεται να αυξηθεί περαιτέρω τα επόμενα χρόνια, με μέσο ετήσιο ρυθμό που δεν θα υπερβεί το επίπεδο του 5%.

6.2. Προτάσεις

Οι σημερινοί καταναλωτές γίνονται όλο και πιο απαιτητικοί σε θέματα διατροφής και υγείας. Συνεπώς παρουσιάζουν έντονο ενδιαφέρον για τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των τροφίμων που καταναλώνουν αλλά και τη θρεπτική αξία τους. Ο ελληνικός τομέας εμπορίας και μεταποίησης της τομάτας λοιπόν, θα πρέπει να προσαρμοστεί στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς προκειμένου να καθιστά τα προϊόντα του ανταγωνιστικά τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή αγορά. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο θα πρέπει να υπάρξει δραστηριοποίηση και να προγραμματιστούν αλλαγές και ως προς τους άξονες στους οποίους στρέφεται το ενδιαφέρον των καταναλωτών.

Έντονη δραστηριοποίηση θα πρέπει να υπάρξει και στον τομέα της προβολής της διατροφικής αξίας της τομάτας, καθώς οι καταναλωτές δηλώνουν άγνοια για τις λεπτομέρειες που αφορούν το συγκεκριμένο θέμα. Για το σκοπό αυτό κρίνεται απαραίτητο να οργανωθούν διαφημιστικές εκστρατείες που να τονίζουν τις θρεπτικές ιδιότητες της τομάτας και γενικότερα όλων των λαχανικών προκειμένου να επιτευχθεί η αύξηση της κατανάλωσής της. Στην οργάνωση των εκστρατειών αυτών μπορούν να συμβάλλουν τόσο το ελληνικό κράτος μέσω του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων όσο και οι παραγωγοί και οι μεταποιητές της. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να αποδοθεί στην ενημέρωση των νεώτερων σε ηλικία καταναλωτών καθώς με αυτόν τον τρόπο θα εξασφαλιστεί η μελλοντική διάθεση του συγκεκριμένου προϊόντος. Προκειμένου να επιτευχθεί κάτι τέτοιο η προσπάθεια προβολής του θα πρέπει να πραγματοποιηθεί μέσω του διαδικτύου καθώς όπως προέκυψε από την έρευνα οι νέοι σε ηλικία καταναλωτές το θεωρούν ως την πιο σημαντική πηγή πληροφόρησης.

Τέλος, είναι απαραίτητη η συνεχής και συστηματική έρευνα τόσο της ελληνικής όσο και της διεθνούς αγοράς, έτσι ώστε τα παραγόμενα προϊόντα να έχουν ως πρώτη ύλη βιολογικές καλλιέργειες και να αντικαταστούν τα ζωικά λίπη με ελληνικό παρθένο ελαιόλαδο. Το αρμόδιο Υπουργείο και η Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης παρόλο την οικονομική κρίση θα πρέπει να υποστηρίξουν με επιδοτούμενα προγράμματα τις βιολογικές καλλιέργειες και γενικά την καλλιέργεια της βιομηχανικής τομάτας για να μπορέσουν να σταματήσουν την πτωτική πορεία της παραγωγής και διάθεσης στις βιομηχανίες.

7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1.Αθανασίου Δ. Αγγίδη,(1996),Τομάτα υπαίθρια :Επιτραπέζια- Βιομηχανική Καλλιέργεια- Αξιοποίηση, Εκδόσεις Ζήτη, Θεσ/νικη.
2. Αναστάσιο Β. Σέμο, (2004),Μεταποίηση Αγροτικών Προϊόντων :οικονομική, οργάνωση παραγωγή τροφίμων, Εκδόσεις Ζήτη, Θεσ/νικη.
- 3.Χρήστος Θ. Καμενίδης,(2004), Αγροτικό Μαρκετινγκ, Εκδόσεις Χάρις, Θεσ/νικη.
- 4.Ιωάννης Σ. Αρβανιτογιάννης Δρ. D,(2001), Στοιχεία τεχνολογίας, μεταποίησης και Συσκευασίας Τροφίμων .Αλληλεπιδράσεις συσκευασίας με τρόφιμα και περιβάλλον, Εκδόσεις Επιστημονικών βιβλίων και Περιοδικών, Θεσ/νικη.
- 5.ICAP, (2006), Προϊόντα Τομάτας, Αθήνα.
6. ICAP,(2002),Τυποποίηση- Συσκευασία Νωπών Οπωροκηπευτικών, Αθήνα.

7.1 Περιοδικά

1. Μηνιαίο Οικονομικό και Τεχνολογικό Περιοδικό, (Μάϊος 2005), Τρόφιμα και Ποτά, Τεύχος 288 (Έτος 30⁰).
- 2.Μηνιαίο Οικονομικό και Τεχνολογικό Περιοδικό,(Οκτώβριος 2005), Τρόφιμα και Ποτά Αφιέρωμα Συσκευασία, Τεύχος 292 (Έτος 30⁰),.
- 3.Ελεύτερος Τύπος, (Μάρτιος 2006), Αγρόκτημα, Μηνιαία Έκδοση για την Αγροτική Ανάπτυξη και την περιφέρεια, Τεύχος 29,
- 4.Αγροτικός Συνεταιρισμός,(Μάρτιος 2004). Μηνιαίο περιοδικό της ΠΑΣΕΓΕΣ, Έτος 58⁰, Τεύχος 19

7.2 Ηλεκτρονικές Πηγές

1. www.EUR-LEX (πρόσβαση στις 20/5/2010)
2. www.enco-eng.gr/images/tomatoprod.jpg (πρόσβαση στις 6/5/2010)
3. www.agro-tour.net/image/journal/article?img-iel=71964 (πρόσβαση στις 6\5\2010)
4. www.agrotypos.gr/index.asp?mod=articles&id=93 (πρόσβαση στις 6/5/2010)
5. www.mediterraneanfoods.gr/images/big/DPSCemere-0089.jpg (πρόσβαση στις 25/4/2010)
6. www.tastefull.files.wordpress.com/2009/09/100-0077.jpg (πρόσβαση στις 25/4/2010)