

**Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ : ΡΟΥΣΣΟΥ ΑΓΝΗ**

**ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΓΡΗΓΟΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ :**

**« ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ  
ΟΙΝΟΠΟΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ  
ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ  
ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΗΝ  
ΕΓΧΩΡΙΑ & ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ »**



## Περίληψη

Η ελληνική ιστορία εξελίσσεται παράλληλα με τον οίνο και την άμπελο. Η σπουδαιότητα του οίνου κάνει την εμφάνιση της στην αρχαιότητα, καθώς από τότε το κρασί το τιμούσαν σε γιορτές και συνδεόταν άμεσα με τον πολιτισμό και την ιστορία της χώρας μας.

Στην μελέτη αυτή εξετάζεται ο κλάδος της οινοποιίας προκειμένου να δούμε την εξέλιξη του με την πάροδο των ετών και κατά πόσο έχει αναπτυχθεί η παραγωγή και η κατανάλωση του στις μέρες μας.

Το κρασί πωλείται είτε εμφιαλωμένο είτε χύμα και όπως θα δούμε υπάρχουν διάφορες κατηγορίες οίνου ανάλογα με την ποιότητα του και τον τόπο παραγωγής του.

Τα τελευταία χρόνια πολλά είναι τα κρασιά τα οποία έχει χαρακτηριστεί ως Προϊόντα Ονομασίας Προέλευσης εξαιτίας της εξαιρετικής ποιότητας τους και της πολύ καλής φήμης που έχουν αποκτήσει σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ωστόσο όπως θα δούμε χαρακτηριστικές είναι και οι αυξομειώσεις που παρουσιάζονται στην παραγωγή και στην κατανάλωση του οίνου τα τελευταία χρόνια, εξαιτίας της υψηλής τιμής του σε ορισμένες περιπτώσεις που ωθεί στην κατανάλωση υποκατάστατων αγαθών.

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	2
<b>Εισαγωγή</b> .....	8
<b>Κεφάλαιο 1</b> .....	10
<b>Ο κλάδος της οινοποιίας</b> .....	10
1.1. Η ταξινόμηση του κλάδου στατιστικά.....	10
1.2. Ο κλάδος οινοποιίας και τα προϊόντα του .....	11
1.3. Οίνοι με προστατευμένη ονομασία προέλευσης ή προστατευμένη γεωγραφική ένδειξη.....	15
1.4. Τα μειονεκτήματα και η σημασία του κλάδου οινοποιίας για την Ελλάδα....	16
<b>Κεφάλαιο 2</b> .....	18
<b>Η προσφορά και η ζήτηση προϊόντων οινοποιίας</b> .....	18
<i>Η ζήτηση προϊόντων οινοποιίας</i> .....	18
2.1. Προσδιοριστικοί Παράγοντες της ζήτησης .....	18
2.2. Δαπάνες για τα προϊόντα Οινοποιίας.....	20
<i>Η προσφορά προϊόντων οινοποιίας</i> .....	22
2.3. Η δομή του κλάδου οινοποιίας .....	22
2.4. Το κόστος παραγωγής και η σύνθεση του .....	23
2.5. Απασχόληση και δυναμικότητα στον κλάδο οινοποιίας .....	24
2.6. Δίκτυο διανομής .....	26
2.7. Διαφημιστική δαπάνη .....	28
2.8. Τεχνολογικό επίπεδο των μονάδων παραγωγής οίνου .....	28
<b>Κεφάλαιο 3</b> .....	31
<b>Η εγχώρια αγορά του κλάδου οινοποιίας</b> .....	31
3.1. Η εγχώρια παραγωγή οίνου .....	31
3.1.1 Ανάλυση εγχώριας παραγωγής οίνου ανά κατηγορία προϊόντων .....	34
3.1.2 Εξέλιξη των εγχώριων αποθεμάτων οίνου .....	35
3.2. Εξωτερικό Εμπόριο Οίνου.....	37
3.2.1. Εισαγωγές Οίνου - Κυριότερες Χώρες Προέλευσης.....	38
3.2.2 Εξαγωγές Οίνου - Κυριότερες Χώρες Προορισμού .....	41

3.3. Εγχώρια αγορά οίνου .....	42
3.3.1. Μέγεθος εγχώριας αγοράς οίνου .....	42
3.3.2. Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς - Μερίδια Αγοράς .....	44
<b>Κεφάλαιο 4</b> .....	<b>47</b>
<b>Η διεθνής αγορά προϊόντων οινοποιίας</b> .....	<b>47</b>
4.1. Παγκόσμια παραγωγή και κατανάλωση οίνου .....	47
4.2. Διεθνές εμπόριο οίνου .....	48
4.3. Ευρωπαϊκή αγορά οίνου .....	52
4.4. Η νέα Κοινή Οργάνωση Αμπελοοινικής αγοράς (ΚΟΑ) .....	54
<b>Συμπεράσματα</b> .....	<b>57</b>
<b>Βιβλιογραφία</b> .....	<b>59</b>

## Περιεχόμενα Πινάκων

Πίνακας 2.1. Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών για τα προϊόντα της οινοποιίας κατά περιοχή (ποσά σε €) .....	20
Πίνακας 2.2. Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για τα προϊόντα της οινοποιίας κατά τάξεις μηνιαίας συνολικής αξίας αγορών (ποσά σε €) .....	21
Πίνακας 2.3. Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για τα προϊόντα της οινοποιίας κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος (ποσά σε €) .....	21
Πίνακας 3.1 Εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής οίνου (1980-2006) .....	32
Πίνακας 3.2 Γεωγραφική κατανομή παραγωγής οίνου (2001-2006) .....	34
Πίνακας 3.3 Κατανομή παραγωγής οργανωμένων οινοποιείων κατά βασικούς τύπους (2001/02-2005/06) .....	35
Πίνακας 3.4. Αποθέματα οίνου στην Ελλάδα ανά κατηγορία προϊόντων (2004-2005) .....	36
Πίνακας 3.5. Ανάλυση των εισαγωγών ανά χώρα προέλευσης (2003-2005) .....	39
Πίνακας 3.6.: Εξέλιξη εισαγωγών οίνου ανά κατηγορία (2000-2005) (Αξία σε €) .....	40
Πίνακας 4.1. Εξέλιξη παγκόσμιας παραγωγής και κατανάλωσης οίνου .....	47
Πίνακας 4.2. Κυριότερες χώρες εισαγωγής οίνου (2000-2004) (ποσότητα σε τόνους) .....	49
Πίνακας 4.3. Κυριότερες χώρες εξαγωγής οίνου (2000-2004) (ποσότητα σε τόνους) .....	50
Πίνακας 4.4. Παραγωγή οίνου σε χώρες της ΕΕ .....	52

## **Περιεχόμενα Διαγραμμάτων**

Διάγραμμα 3.1. Η εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής οίνου (1980-2006).....	32
--	----

## **Περιεχόμενα Σχημάτων**

Σχήμα 1.1. Τύποι οίνων .....	11
Σχήμα 1.2. Κατηγορίες Οίνων .....	13

## Εισαγωγή

Ο κλάδος της Οινοποιίας στην Ελλάδα θεωρείται ένας από τους πιο σημαντικούς κλάδους της εγχώριας βιομηχανίας μας, καθώς έχει εξέχουσα σημασία για τον πρωτογενή τομέα. Ωστόσο χαρακτηρίζεται όπως θα δούμε και από αρκετές αδυναμίες στο κύκλωμα παραγωγής και εμπορίας, στοιχεία τα οποία εμποδίζουν την ανταγωνιστικότητα και την περαιτέρω ανάπτυξη του τα τελευταία χρόνια.

Η εγχώρια ζήτηση οίνου, λόγω των αρκετά υψηλών τιμών σε σχέση με το χύμα κρασί και των υποκατάστατων αγαθών, παραμένει περιορισμένη στις μέρες μας αν και τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια τάση προς τα ποιοτικά εμφιαλωμένα κρασιά.

Στην Ελλάδα η ζήτηση του κρασιού τα τελευταία 15 χρόνια παρουσίασε σημαντική μείωση η οποία την τελευταία πενταετία έχει αρχίσει να σταθεροποιείται. Βασικοί προσδιοριστικοί παράγοντες των μεταβολών στην ζήτηση του οίνου είναι οι κοινωνικές και οι οικονομικές αλλαγές, οι υψηλές τιμές του εμφιαλωμένου οίνου που το κατατάσσουν σε είδος πολυτελείας, ο έντονος ανταγωνισμός με άλλα ποτά κ.α..

Στην μελέτη αυτή εξετάζεται ο κλάδος της οινοποιίας καθώς και η πορεία του εμφιαλωμένου κρασιού. Η μελέτη διακρίνεται σε 4 κεφάλαια και ειδικότερα:

- Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται μια στατιστική ταξινόμηση του κλάδου, η σημασία καθώς και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει και οι κατηγορίες των οίνων.
- Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την ζήτηση και την προσφορά των προϊόντων οινοποιίας. Πιο συγκεκριμένα από την πλευρά της ζήτησης αναλύονται οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης και οι δαπάνες που πραγματοποιούνται για την αγορά οίνου από τα νοικοκυριά. Από την πλευρά της προσφοράς παρουσιάζονται η δομή του κλάδου, το δίκτυο διανομής, οι διαφημιστικές δαπάνες, η απασχόληση στον κλάδο και το κόστος παραγωγής και οι τεχνολογικές εξελίξεις του κλάδου.
- Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζεται η εγχώρια αγορά οίνου. Αναλύεται η εγχώρια παραγωγή οίνου, το εξωτερικό εμπόριο αυτού με την ανάλυση των εισαγωγών και των εξαγωγών και η εγχώρια αγορά οίνου καθώς και τα μερίδια αγοράς



- Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύεται η παγκόσμια αγορά οίνου. Παρουσιάζεται η παγκόσμια παραγωγή και η κατανάλωση οίνου, οι διεθνείς εισαγωγές και εξαγωγές κρασιού, τι ισχύει στην Ευρωπαϊκή Ένωση με την αγορά οίνου και τι αλλαγές επέφερε η Κοινή Οργάνωση Αμπελοοινικής Αγοράς στην Ε.Ε

## Κεφάλαιο 1

### Ο κλάδος της οινοποιίας

#### 1.1. Η ταξινόμηση του κλάδου στατιστικά

Ο κλάδος της οινοποιίας σύμφωνα με τη στατιστική ταξινόμηση της ΕΣΥΕ, υπάγεται στον υποκλάδο 159.3, ο οποίος περιλαμβάνεται στον κλάδο 159 – Ποτοποιία.

Πιο συγκεκριμένα ο κλάδος 159 – Ποτοποιία διακρίνεται στις εξής κατηγορίες:

- 159.1 – Παραγωγή αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών
- 159.2 – Παραγωγή αιθυλικής αλκοόλης από υλικά που υφίστανται ζύμωση
- 159.3 – Παραγωγή κρασιού
- 159.4 – Παραγωγή μηλίτη και κρασιών από άλλα φρούτα
- 159.5 - Παραγωγή άλλων μη αποσταγμένων ποτών που υφίστανται ζύμωση
- 159.6 – Ζυθοποιία
- 159.7 – Παραγωγή βύνης
- 159.8 – Παραγωγή μεταλλικών νερών και αναψυκτικών

Αξίζει να αναφερθεί ότι με την παλαιότερη στατιστική ταξινόμηση η Οινοποιία ανήκε στον υποκλάδο 212 του ευρύτερου κλάδου 21-Βιομηχανία Ποτών. Ωστόσο με την νέα πλέον ταξινόμηση ο κλάδος άλλαξε κατηγορία.

Σύμφωνα λοιπόν με αυτή, η βιομηχανία Ποτών χωρίζεται στις εξής υποκατηγορίες:

- 211 - Οινοπνευματοποιία και ποτοποιία οινοπνευματωδών
- 211.1. - Οινοπνευματοποιία
- 211.2. – Ποτοποιία οινοπνευματωδών ποτών
- 212 - Οινοποιία
- 213 - Βυνοποιία και ζυθοποιία
- 214 - Παρασκευή μη οινοπνευματωδών ποτών και εμφιάλωση μεταλλικών νερών<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος, 2008

## 1.2. Ο κλάδος οινοποιίας και τα προϊόντα του

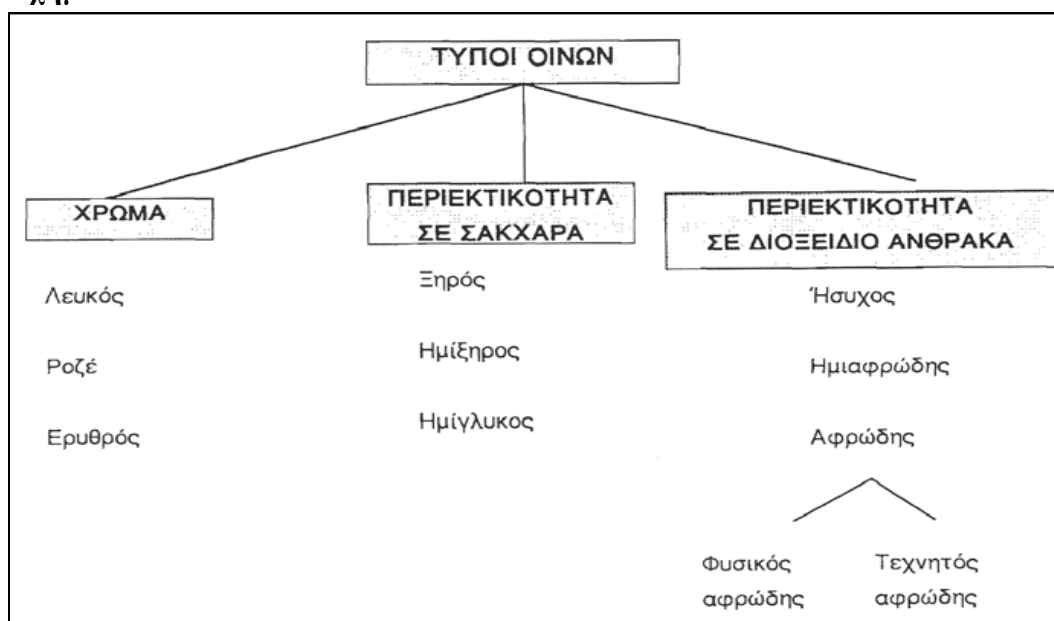
Ο ελληνικός αμπελώνας, αναγνωρίζεται ως ο αρχαιότερος παγκοσμίως με ιστορία και συνέχεια. Στην χώρα μας η αμπελοκαλλιέργεια καταλαμβάνει 1,3 εκατομμύρια στρέμματα, από τα οποία το 48% περίπου κατέχει η οινάμπελος.

Στις μέρες μας καλλιεργούνται στην Ελλάδα πολλές ποικιλίες, εκ των οποίων οι πιο πολλές είναι γηγενείς, δηλαδή η καταγωγή τους σε ορισμένες περιοχές προέρχεται από τα βάθη των αιώνων. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι με την πάροδο των ετών ο ελληνικός αμπελώνας εμπλουτίστηκε και με άλλες ποικιλίες, νέες ή βελτιωμένες ενώ βελτίωσε και τις αποδόσεις του.

Η μεγάλη αυτή ποικιλία οινάμπελων δίνει πληθώρα κρασιών, τα οποία έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά, και με βάση αυτά διακρίνονται ανάλογα με το χρώμα, την γλυκύτητα, την περιεκτικότητα σε διοξείδιο του άνθρακα, κ.α.

Με βάση το χρώμα όπως φαίνεται και στο σχήμα 1.1., τα κρασιά διακρίνονται σε λευκά, ροζέ και ερυθρά. Με βάση την γλυκύτητα διακρίνονται σε ξηρά, ημίγλυκα και γλυκά. Η περιεκτικότητα σε διοξείδιο του άνθρακα, τα κατηγοριοποιεί σε ήσυχα, ημιαφρώδη και αφρώδη<sup>2</sup>.

Σχήμα 1.1. Τύποι οίνων



Πηγή: Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, σελ. 7

<sup>2</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙ Κρήτης, σελ. 5-11

Μια άλλη διάκριση η οποία προσδιορίζεται από τη ευρωπαϊκή νομοθεσία και υιοθετείται και από την ελληνική, διαχωρίζει τα κρασιά σε δυο βασικές κατηγορίες όπως φαίνεται και στο σχήμα 1.2. στους Οίνους Ποιότητας Παραγόμενους σε Καθορισμένη Περιοχή (V.Q.P.R.D.) και στα Επιτραπέζια κρασιά.

Ειδικότερα, τα κρασιά V.Q.P.R.D., χωρίζονται σε κρασιά Ονομασίας Προέλευσης Ανώτερης Ποιότητας (Ο.Π.Α.Π.), και σε κρασιά Ονομασίας Προέλευσης Ελεγχόμενης (Ο.Π.Ε.). Λέγοντας Ονομασία Προέλευσης εννοούμε το τοπωνύμιο που αναγνωρίζεται ως κοινόχρηστο εμπορικό όνομα των κρασιών μιας περιοχής, όταν αυτά ικανοποιούν συγκεκριμένους όρους που προσδιορίζουν:

- την ζώνη παραγωγής του κρασιού
- την ποικιλιακή σύνθεση των αμπελώνων
- τις καλλιεργητικές τεχνικές
- τις μεθόδους οινοποίησης
- τον ελάχιστο αλκοολικό τίτλο
- την στρεμματική απόδοση

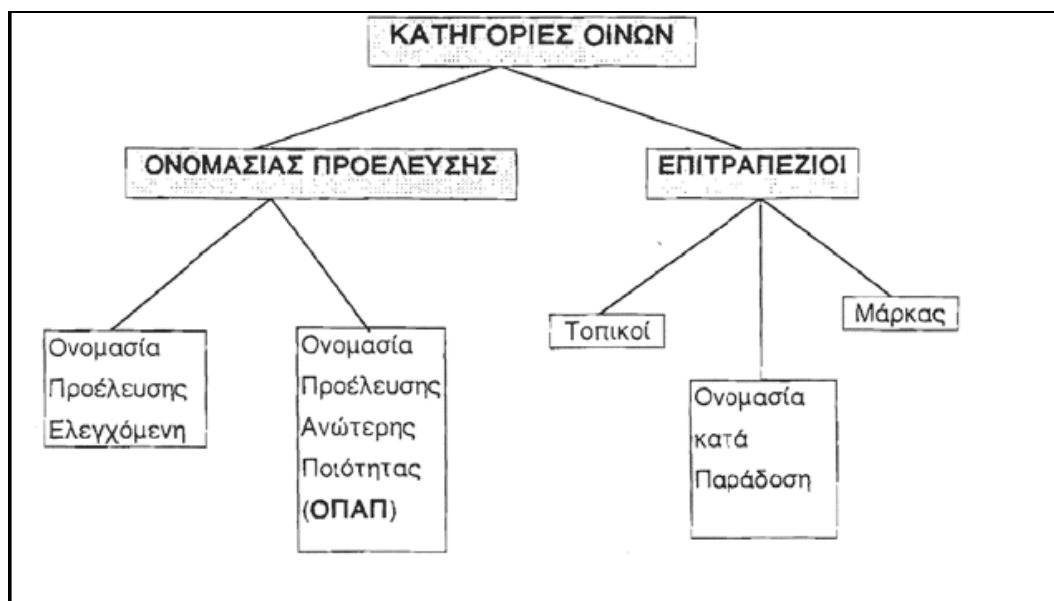
Οι Οίνοι Ποιότητας Παραγόμενοι σε Καθορισμένη Περιοχή (V.Q.P.R.D.) έχουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- Προέρχονται από συγκεκριμένη περιοχή μέσα στην οποία καλλιεργείται η συγκεκριμένη ποικιλία αμπέλου και από την οποία παράγεται το κρασί της κάθε περιοχής που φέρει και το όνομα της.
- Παράγονται από ποικιλίες της περιοχής που δίνουν κρασιά υψηλής ποιότητας
- Έχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και δική τους προσωπικότητα που οφείλεται στο οικοσύστημα της περιοχής δηλαδή στις κλιματολογικές συνθήκες, στον τόπο παραγωγής κ.α..
- Έχουν συγκεκριμένη μέθοδο παραγωγής και επεξεργασίας
- Τα κρασιά ωριμάζουν υπό ειδικές συνθήκες αξιοποιώντας όλα τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», TEI Κρήτης, σελ. 5-11

## Σχήμα 1.2. Κατηγορίες Οίνων



Πηγή: Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, σελ. 11

Στην Ελλάδα υπάρχουν 27 κρασιά V.Q.P.R.D., από τα οποία τα 19 είναι Ο.Π.Α.Π. και τα υπόλοιπα είναι Ο.Π.Ε. Τα Επιτραπέζια κρασιά, προέρχονται από περιοχές των οποίων το κλίμα, το έδαφος και οι καλλιεργούμενες ποικιλίες αμπέλου δεν θεωρούνται κατάλληλα για την παραγωγή κρασιών Ονομασίας Προέλευσης.

Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν οι τοπικοί οίνοι, οι οίνοι ονομασίας κατά παράδοση και τα κρασιά μάρκας. Πιο συγκεκριμένα, οι τοπικοί οίνοι αποτελούν μια νέα κατηγορία κρασιών, τα οποία παράγονται σε συγκεκριμένες περιοχές ή γεωγραφικά διαμερίσματα και κυκλοφορούν στην αγορά με γεωγραφική ένδειξη παραγωγής.

Στην κατηγορία των οίνων ονομασίας κατά παράδοση, περιλαμβάνονται τα κρασιά εκείνα το όνομα των οποίων χρησιμοποιείται αποκλειστικά για το χαρακτηρισμό προϊόντων που παράγονται μόνο σε μια περιοχή ή χώρα..

Ως κρασιά μάρκας είναι όλα τα κρασιά που κυκλοφορούν στην αγορά με εμπορικές ονομασίες, και τα οποία έχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, τα οποία ορίζονται από τον οινοποιό, χωρίς να υπάγονται σε άλλη κατηγορία ταυτόχρονα<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙ Κρήτης, σελ. 5-11

Τέλος για τα κρασιά τα οποία δέχονται παλαίωση, η οποία βελτιώνει σημαντικά την ποιότητα τους, υπάρχουν ειδικές ενδείξεις, ανάλογα με την κατηγορία κρασιού, καθώς και τον χρόνο και μέθοδο παλαίωσής τους. Για τα V.Q.P.R.D. έχουν νομοθετηθεί οι ενδείξεις Reserve και Grande Reserve. Το Reserve αναφέρεται σε κρασιά που έχουν παλαιωθεί σε ξύλινα βαρέλια και φιάλες, τα μεν λευκά δύο χρόνια συνολικά, τα δε ερυθρά τρία από τα οποία τους έξι μήνες ήταν σε βαρέλια και τους υπόλοιπους σε φιάλες.

Την ένδειξη Grande Reserve έχουν τα κρασιά που έχουν παλαιωθεί για τρία έτη, για τα λευκά, εκ των οποίων ένα χρόνο σε βαρέλια και ένα χρόνο σε φιάλες, και τεσσάρων ετών για τα ερυθρά από τα οποία τα δύο χρόνια ήταν σε βαρέλια και τα υπόλοιπα σε φιάλες. Για τους λευκούς οίνους το βαρέλι μπορεί να έχει διάφορα μεγέθη ενώ για τους ερυθρούς θα πρέπει να είναι μικρότερο των 600 λίτρων.

Για τα επιτραπέζια κρασιά υπάρχει ο όρος Κάβα, ο οποίος χρησιμοποιείται από το 1987, και αναφέρεται σε χρόνο παλαίωσης δύο χρόνων για τα λευκά κρασιά από τον οποίο τους έξι μήνες σε βαρέλια και τους υπόλοιπους σε φιάλες, και τριών ετών για τα ερυθρά κρασιά εκ των οποίων τους 6 μήνες παλαιώνονται σε καινούργια δρύινα βαρέλια μικρότερα των 600 lt ή 1 χρόνο σε παλιά βαρέλια και 2 τουλάχιστον χρόνια σε φιάλη.

Μόνο για τους τοπικούς οίνους μπορούν να χρησιμοποιούνται οι όροι Κτήμα, Μοναστήρι, Αμπελώνας, Βίλλα, Αρχοντικό, από την στιγμή που ο συγκεκριμένος οίνος προέρχεται αποκλειστικά από σταφύλια που έχουν παραχθεί σε αμπελώνες της ίδιας αμπελουργικής εκμετάλλευσης, ορισμένης έκτασης και η εμφιάλωση πραγματοποιήθηκε μέσα στην συγκεκριμένη εκμετάλλευση. Οι όροι CHATEAU και Domaine, μπορούν να αναγράφονται μόνο σαν επαναληπτικοί των αντίστοιχων ελληνικών<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙ Κρήτης, σελ. 5-11

### 1.3. Οίνοι με προστατευμένη ονομασία προέλευσης ή προστατευμένη γεωγραφική ένδειξη

Η Ελλάδα παράγει μεγάλη ποικιλία προϊόντων τα οποία χαρακτηρίζονται ως προϊόντα με προστατευμένη ονομασία προέλευσης ή προστατευμένης γεωγραφικής ένδειξης.

Τα προϊόντα αυτά παράγονται σε συγκεκριμένες περιοχές και η Ελλάδα έχει καταφέρει να τα κατοχυρώσει ως παραγόμενα συγκεκριμένων περιοχών. Τα προϊόντα αυτά χαρακτηρίζονται για την ποιότητα και την αγνότητα των τοπικών παραγωγών, σε αντίθεση με τα προϊόντα που παράγονται από βιομηχανίες μαζικά και με περιορισμένη ποιότητα.

Η Ελλάδα είναι η γενέτειρα του πρώτου οίνου Ο.Π.Α.Π. (Ονομασία Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας) και πιο συγκεκριμένα τα κρασιά της Χίου και της Θάσου ήταν αυτά που πήραν αυτόν τον τίτλο καθότι είναι το πιο γνωστό από αρχαιοτάτων χρόνων. Για λόγους ιστορικούς και κοινωνικούς αλλά και εξαιτίας φυσικών καταστροφών, η τέχνη της οινοποιίας δεν αναπτύχθηκε απ' τα μέσα του 19ου αιώνα μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1960<sup>6</sup>.

Από το 1960 και έπειτα οι αρχαίες παραδόσεις της οινοποιίας αναβίωσαν και πλέον στις μέρες μας υπάρχουν πολλά εξαιρετικά ελληνικά κρασιά που παράγονται σε όλη τη χώρα.

Τα ελληνικά κρασιά χωρίζονται σε 4 κατηγορίες:

- Οίνος με ονομασία προελεύσεως ελεγχόμενη: Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται γλυκά κρασιά, όπως η Μαυροδάφνη της Κεφαλλονιάς και της Πάτρας, το Μοσχάτο της Πάτρας, της Λήμνου, της Κεφαλλονιάς, της Ρόδου καθώς και το Γλυκό της Σάμου
- Οίνος με ονομασία προελεύσεως ανωτέρας ποιότητας: Περιλαμβάνει τα καλύτερα κρασιά της Ελλάδας. Υπάρχουν 20 περιοχές ως τώρα που έχουν δικαίωμα Ονομασίας Προέλευσης. Στα Ιόνια νησιά, υπάρχει το Ρόμπολα Κεφαλλονιάς και στα νησιά της Πάρου, της Λήμνου, της Ρόδου και της Σαντορίνης υπάρχουν το Πάρος, το Λήμνος, το Ρόδος και το Σαντορίνη αντίστοιχα.

---

<sup>6</sup> Κέντρο Ερευνών Παν Πειραιώς, 2005, «Παράγοντες επιτυχίας επιχειρηματικών σχημάτων ανάδειξης, προβολής και ανάπτυξης τοπικών προϊόντων – Η ελληνική και η ευρωπαϊκή εμπειρία», Παν Πειραιώς, σελ. 27

- Οίνος τοπικός: Περιλαμβάνονται κρασιά με ευχάριστες γεύσεις για τον λάτρη του κρασιού.
- Οίνος επιτραπέζιος: Περιλαμβάνονται κρασιά με ευχάριστες γεύσεις για τον λάτρη του κρασιού<sup>7</sup>.

#### **1.4. Τα μειονεκτήματα και η σημασία του κλάδου οινοποιίας για την Ελλάδα**

Η Ελλάδα κατέχει περίπου το 0,9% της παγκόσμιας αγοράς κρασιού γεγονός το οποίο σημαίνει ότι υπάρχουν ακόμα στην χώρα μας σημαντικά προβλήματα τα οποία πρέπει να επιλυθούν σε εθνικό και σε περιφερειακό επίπεδο προκειμένου να γίνεται λόγος για ανάπτυξη και επέκταση των αγορών οίνου<sup>8</sup>.

Ορισμένα από τα πιο σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος είναι:

- Καθυστερήσεις στην ολοκλήρωση του αμπελουργικού κτηματολογίου
- Διαμόρφωση πολιτικής για το πολλαπλασιαστικό υλικό
- Απαγόρευση πραγματοποίησης νέων φυτεύσεων
- Περιορισμένη ανταγωνιστικότητα
- Μειωμένη πληροφόρηση της πλειοψηφίας των παραγωγών για χρηματοδοτικά και παραγωγικά θέματα
- Έντονη ποικιλομορφία πρώτων υλών και τελικών προϊόντων
- Περιορισμένες δι-επαγγελματικές συνεργασίες
- Προβλήματα στον ποιοτικό έλεγχο της οινικής παραγωγής
- Ανταγωνισμός από τα φθηνότερα και χαμηλότερης ποιότητας κρασιά από χώρες της Αφρικής και της Χιλής
- Περιορισμένη διαφήμιση του κλάδου<sup>9</sup>

Ωστόσο ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του αμπελώνα στην Ελλάδα είναι ο διάσπαρτος μικρός κλήρος που αντιστοιχεί στους παραγωγούς. Τα

<sup>7</sup> Κέντρο Ερευνών Παν Πειραιώς, 2005, «Παράγοντες επιτυχίας επιχειρηματικών σχημάτων ανάδειξης, προβολής και ανάπτυξης τοπικών προϊόντων – Η ελληνική και η ευρωπαϊκή εμπειρία», Παν Πειραιώς, σελ. 27

<sup>8</sup> Lambert, M., 1993, «Τα ελληνικά κρασιά», εκδόσεις Τρίαινα, σελ. 38

<sup>9</sup> Μάλφας, Μ., 2005, «Η αμπελοκαλλιέργεια στον κόσμο, στην Ευρώπη και στα Ιόνια νησιά», Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Ιονίων νήσων, Λευκάδα, σελ. 40



σημαντικότερα πλεονεκτήματα της παραγωγής οίνου στην Ελλάδα είναι οι πολλές ποικιλίες αμπέλου που υπάρχουν και οι ποικίλες κλιματολογικές συνθήκες που ευνοούν την παραγωγή και οφείλονται στην γεωγραφική θέση της χώρας μας.

Η ουσιαστική ανάπτυξη του εμφιαλωμένου κρασιού στην χώρα μας ξεκίνησε το 1960 και από τότε γίνονται οι πρώτες επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμό με μεγαλύτερη ανάπτυξη τα τελευταία 15 χρόνια.

Από το 1970 και μετά υπήρξε σημαντική εξέλιξη του κλάδου και οι ελληνικές βιομηχανίες οίνου εκσυγχρονίστηκαν τεχνολογικά και ανέπτυξαν την παραγωγή τους γεγονός που ευνόησε τις τοπικές οικονομίες της χώρας μας και την οικονομία της γενικότερα<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Βέκιος, Γ., & Κούκης, Δ., & Τσακίρης Α., 2002, «Το βιβλίο του κρασιού», εκδόσεις Ψύχαλος, Αθήνα, σελ. 44

## **Κεφάλαιο 2**

### **Η προσφορά και η ζήτηση προϊόντων οινοποιίας**

#### **Η ζήτηση προϊόντων οινοποιίας**

##### **2.1. Προσδιοριστικοί Παράγοντες της ζήτησης**

Το βασικό χαρακτηριστικό της ζήτησης οίνου είναι η εποχικότητα που το διακρίνει. Η περίοδος υψηλής κατανάλωσης ξεκινά από τον Οκτώβριο ετησίως και διαρκεί μέχρι τον Μάιο. Η εποχικότητα αυτή οφείλεται κυρίως στην αυξανόμενη ζήτηση για οίνο που υπάρχει στις γιορτινές περιόδους αφού το κρασί επιλέγεται συνήθως για δώρο.

Από την άλλη τους καλοκαιρινούς μήνες εξαιτίας των υψηλών θερμοκρασιών, το κρασί δεν προτιμάτε τόσο όσο άλλα υποκατάστατα προϊόντα όπως η μπύρα ή τα αναψυκτικά. Παρά τη μεγάλη στροφή προς τα υποκατάστατα προϊόντα τους θερινούς μήνες, αξίζει να αναφερθεί ότι οι αλλοδαποί τουρίστες είναι αυτοί που συνεχίζουν να καταναλώνουν οίνο και τους θερινούς μήνες στην χώρα μας.

Το κρασί δεν θεωρείται είδος πρώτης ανάγκης, και καταναλώνεται σε μεγάλο βαθμό από όλα τα εισοδηματικά στρώματα. Με άλλα λόγια οι υπάρχουσες οικονομικές συνθήκες και το διαθέσιμο εισόδημα δεν μεταβάλλουν το μέγεθος της κατανάλωσης του οίνου αλλά αντίθετα προκαλούν μια μετακίνηση σε προϊόντα διαφορετικών κατηγοριών και τιμών ή από τα εμφανωμένα στο χύμα κρασί.

Επίσης σε περιπτώσεις που μειώνεται το διαθέσιμο εισόδημα, περιορίζεται και η κατανάλωση κρασιού σε χώρους ψυχαγωγίας και εστίασης, είτε εξαιτίας των πολλών εξόδων εκτός οικίας και του περιορισμένου εισοδήματος, είτε εξαιτίας της υποκατάστασης του με άλλα φθηνότερα προϊόντα. Εκτιμάται γενικότερα ότι η ζήτηση για οίνο έχει άμεση σχέση με την τιμή αυτού η οποία σε αρκετές περιπτώσεις εμφανωμένων κρασιών λειτουργεί ανασταλτικά.

Το κρασί έχει πολλά υποκατάστατα προϊόντα εκ των οποίων τα πιο δημοφιλή είναι τα οινοπνευματώδη ποτά και ιδιαίτερα η μπύρα καθώς και τα αναψυκτικά. Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι οι τιμές των υποκατάστατων αγαθών αποτελούν σημαντικό παράγοντα επηρεασμού της ζήτησης κρασιού.

Εξίσου σημαντική επίδραση στην κατανάλωση οίνου έχουν και τα καταναλωτικά πρότυπα καθώς και οι διατροφικές συνήθειες. Τα τελευταία χρόνια αυξάνονται οι έρευνες που αποδεικνύουν τις πολύ θετικές επιδράσεις που έχει στην υγεία το κρασί. Επίσης πολλοί είναι οι καταναλωτές που στρέφονται προς την υγιεινή διατροφή και την μεσογειακή δίαιτα, της οποίας βασικό χαρακτηριστικό είναι το κρασί. Το γεγονός αυτό προδιαθέτει θετικά τον καταναλωτή απέναντι στο κρασί.

Από την άλλη η γρήγορη επέκταση, τα τελευταία χρόνια, του τομέα των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης, καθώς και ο έντονος τρόπος ζωής των ανθρώπων και ο περιορισμός του ελεύθερου χρόνου περιορίζει σημαντικά την ζήτηση οίνου και ευνοεί τα υποκατάστατα προϊόντα που πωλούνται ευρέως.

Σχετικά με την διαφήμιση, αυτή επηρεάζει σημαντικά, όπως θα δούμε σε επόμενη ενότητα, την ζήτηση οίνου μέσω της προβολής συγκεκριμένων εμπορικών σημάτων. Επίσης και τα περιοδικά ασκούν επιρροή στην ζήτηση οίνου και είναι το σημαντικότερο μέσο προβολής των προϊόντων οινοποιίας<sup>11</sup>.

Η ζήτηση οίνου στην χώρα μας παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια πολλές διακυμάνσεις, με μια πτωτική τάση να χαρακτηρίζει τα μεγέθη συνολικά. Η πορεία αυτή επηρεάζεται τόσο από ενδογενείς παράγοντες, οι οποίοι έχουν σχέση με τα χαρακτηριστικά της εγχώριας παραγωγής, των παραγόμενων προϊόντων και της πρωτογενούς παραγωγής, όσο και εξωγενείς παράγοντες, οι οποίοι αφορούν στο οικονομικό περιβάλλον, όπως είναι το διαθέσιμο ιδιωτικό εισόδημα, οι τιμές των κρασιών, αλλά και των υποκατάστατων ποτών, καθώς επίσης και η διαφημιστική υποστήριξη των προϊόντων αυτών και η προώθησή τους από τις εταιρείες.

Τέλος σημαντικό ρόλο για την ζήτηση του οίνου παίζουν οι διάφοροι κοινωνικοί και δημογραφικοί παράγοντες, όπως είναι η ηλικία, η οικογενειακή και η επαγγελματική κατάσταση, ο τόπος διαμονής των καταναλωτών κ.ά.<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP A.E. , σελ. 25

<sup>12</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙ Κρήτης, σελ. 12

## 2.2. Δαπάνες για τα προϊόντα Οινοποιίας

Τα στοιχεία της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών, που πραγματοποιήθηκε την περίοδο από τον Φεβρουάριο του 2004 μέχρι τον Ιανουάριο του 2005, έδειξαν ότι το ύψος της μέσης μηνιαίας δαπάνης ανά νοικοκυριό για τα προϊόντα του κλάδου οινοποιίας (κρασί και αφρώδης οίνος) φτάνει τα € 4,25.

Εξετάζοντας την συγκεκριμένη δαπάνη κατά τόπο διαμονής προκύπτει ότι στην Αθήνα αντιστοιχεί το μεγαλύτερο ποσό (€4,98), σε αντίθεση με τις λοιπές αστικές περιοχές (€3,54) και τη Θεσσαλονίκη (€3,83). Στις ημιαστικές και αγροτικές περιοχές τα νοικοκυριά δαπανούν σε μηνιαία βάση €4,27 και €3,92 αντίστοιχα για κρασί και αφρώδη οίνο (Πίνακας 2.1.).

**Πίνακας 2.1. Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών για τα προϊόντα της οινοποιίας κατά περιοχή (ποσά σε €)**

Χαρακτηριστικά περιοχών	Όλες οι περιοχές	Αστικές περιοχές				Ημιαστικές περιοχές	Αγροτικές περιοχές
		Σύνολο Αστικών περιοχών	Περιφέρεια Πρωτευούσης	Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσσαλονίκης	Λοιπές αστικές περιοχές		
Κρασί	4,08	4,13	4,7	3,56	3,46	4,24	3,83
Αφρώδης Οίνος	0,16	0,21	0,28	0,27	0,08	0,03	0,09
<b>Σύνολο</b>	<b>4,25</b>	<b>4,35</b>	<b>4,98</b>	<b>3,83</b>	<b>3,54</b>	<b>4,27</b>	<b>3,92</b>

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2006, Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών σελ. 27

Σχετικά με το ύψος της δαπάνης για προϊόντα οινοποιίας κατά τάξεις μηνιαίας συνολικής αξίας αγορών των νοικοκυριών, τα δύο εξεταζόμενα μεγέθη ακολουθούν σχεδόν ανάλογη πορεία, με τις δαπάνες να εμφανίζουν άνοδο έως και το επίπεδο των €1.451-€1.800.

Στο επόμενο επίπεδο (€1.801 - €2.200) υπάρχει μια μικρή μείωση γύρω στο 7%, ενώ στη συνέχεια εμφανίζονται σταθεροποιητικές τάσεις καθώς αυξάνεται το ποσό των συνολικών αγορών. Στην υψηλότερη κατηγορία η

δαπάνη για κρασί και αφρώδη οίνο αυξάνεται σε μεγάλο βαθμό (Πίνακας 2.2.).

**Πίνακας 2.2. Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για τα προϊόντα της οινοποιίας κατά τάξεις μηνιαίας συνολικής αξίας αγορών (ποσά σε €)**

Χαρακτηριστικά νοικοκυριών	Όλα τα νοικοκυριά	Νοικοκυριά με μηνιαίες συνολικές αγορές							
		Μέχρι 750 €	€751 – 1.100	€1.101 – 1.450	€ 1.451 – 1.800	€ 1.801 – 2.200	€2.201 – 2.800	€ 2.801 – 3.500	€3.501 και άνω
<b>Κρασί</b>	4,08	1,49	1,98	3,04	3,76	3,52	5	5,14	7,96
<b>Αφρώδης Οίνος</b>	0,16	0	0	0,01	0,03	0,01	0,1	0,02	0,97
<b>Σύνολο</b>	4,25	1,49	1,98	3,05	3,79	3,53	5,1	5,16	8,93

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2006, Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών σελ. 27

Ανάλογη είναι και η σχέση που συσχετίζει τη δαπάνη για τα προϊόντα του κλάδου ανά επίπεδο εισοδήματος, με τις υψηλότερες δαπάνες τόσο για κρασί όσο και για αφρώδη οίνο να πραγματοποιούνται από νοικοκυριά με μηνιαίο συνολικό εισόδημα άνω των €3.500 (Πίνακας 2.3.).

**Πίνακας 2.3. Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για τα προϊόντα της οινοποιίας κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος (ποσά σε €)**

Χαρακτηριστικά νοικοκυριών	Όλα τα νοικοκυριά	Νοικοκυριά με μηνιαίο συνολικό εισόδημα							
		Μέχρι 750 €	€751 – 1.100	€1.101 – 1.450	€ 1.451 – 1.800	€ 1.801 – 2.200	€2.201 – 2.800	€ 2.801 – 3.500	€3.501 και άνω
<b>Κρασί</b>	4,08	1,58	2,34	3,38	4,31	3,93	4,74	4,9	7,48
<b>Αφρώδης Οίνος</b>	0,16	0	0	0,03	0,16	0,05	0,11	0,11	0,83
<b>Σύνολο</b>	4,25	158	2,34	3,4	4,48	3,98	4,58	5	8,31

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2006, Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών σελ. 27

## **Η προσφορά προϊόντων οινοποιίας**

### **2.3. Η δομή του κλάδου οινοποιίας**

Ο κλάδος της οινοποιίας αποτελείται κυρίως από παραγωγικές επιχειρήσεις οι οποίες διαφέρουν μεταξύ τους ως προς το μέγεθος τους. Σημαντικό μερίδιο του κλάδου της οινοποιίας ανήκει και στις ενώσεις αγροτικών συνεταιρισμών.

Από την άλλη, οι εισαγωγικές επιχειρήσεις είναι λίγες και σε αρκετές περιπτώσεις δραστηριοποιούνται παράλληλα με την εισαγωγή και άλλων οινοπνευματωδών ποτών, όπως η σαμπάνια και τα λοιπά αφρώδη κρασιά, κυρίως από τις χώρες της Ε.Ε.

Στην εγχώρια παραγωγή, η οποία είναι κατακερματισμένη, υπάρχει περιορισμένος αριθμός βιομηχανιών παραγωγής οίνου μεγάλου μεγέθους. Οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις έχουν για πολλά χρόνια παρουσία στον κλάδο, σύγχρονες εγκαταστάσεις παραγωγής οίνου και ισχυρά εμπορικά σήματα.

Βέβαια και οι μεσαίου μεγέθους εταιρείες έχουν καταφέρει μέχρι στιγμής να αποσπάσουν σημαντικά μερίδια της αγοράς εμφιαλωμένου κρασιού, μέσω του προσανατολισμού τους προς ποιοτικά προϊόντα και ιδιαίτερες ποικιλίες. Το χύμα κρασί παράγεται κυρίως από μικρομεσαίες μονάδες οι οποίες το διανέμουν και στις τοπικές αγορές.

Γενικότερα η ποιότητα της παραγωγής οίνου θεωρείται αρκετά υψηλού επιπέδου τόσο στην εγχώρια όσο και στην ευρωπαϊκή αγορά, γεγονός που αποδεικνύεται από τις πολλές διακρίσεις που έχουν αποσπάσει τα ελληνικά κρασιά σε διεθνείς διαγωνισμούς<sup>13</sup>.

Την τριετία 2003 -2005 ο κλάδος της οινοποιίας βρίσκεται σε κρίσιμη καμπή, λόγω της εισαγωγής κρασιών από νέες χώρες όπως η Χιλή, η Καλιφόρνια, η Αυστραλία κ.α. στην ευρωπαϊκή αγορά. Το γεγονός αυτό άλλαξε τα σχέδια των επιχειρήσεων οι οποίες επένδυσαν στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού τους ώστε να ενισχυθεί και η ποιότητα τους.

---

<sup>13</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP Α.Ε. , σελ. 28

Ωστόσο οι ανερχόμενες δυνάμεις στην παγκόσμια αγορά κρασιού συχνά εκτοπίζουν τους παραδοσιακούς ηγέτες στις διεθνείς και εγχώριες αγορές. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες παραγωγοί, αντιμετωπίζουν και οι παραδοσιακά κυρίαρχοι Γάλλοι και Ιταλοί.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, βλέποντας τα αποθέματα κρασιού να αυξάνονται συνεχώς στα κελάρια των ευρωπαϊκών παραγωγών αποφάσισε την εθελοντική εκρίζωση μέχρι του 12% περίπου της καλλιεργήσιμης έκτασης. Αν και τα ευρωπαϊκά κρασιά, ανάμεσα τους και τα ελληνικά, θεωρούνται υψηλής ποιότητας, η μικρή τιμή των εκτός ΕΕ παραγόμενων φιαλών, περιορίζει την ζήτηση των ευρωπαϊκών και δίνει ισχυρό κίνητρο επιλογής στα κρασιά εκτός ΕΕ<sup>14</sup>.

#### **2.4. Το κόστος παραγωγής και η σύνθεση του**

Το κόστος παραγωγής και η σύνθεση του μεταβάλλονται συνεχώς και εξαρτώνται από το μέγεθος της επιχείρησης, το βαθμό οργάνωσης και εκσυγχρονισμού αυτής και της κατηγορίας κρασιού. Κοινό σημείο αποτελεί η υψηλή συμμετοχή της πρώτης ύλης, η οποία απορροφά το μεγαλύτερο τμήμα του κόστους παραγωγής, αγγίζοντας το 50% περίπου.

Η συμμετοχή της πρώτης ύλης είναι μεγαλύτερη στην κατηγορία των VQPRD, καθώς οι τιμές παραγωγού για τα σταφύλια ΟΠΑΠ τα τελευταία χρόνια είναι 50-60% υψηλότερες από αυτές των επιτραπέζιων κρασιών. Οι υψηλοί ρυθμοί αύξησης των τιμών των οίνων VQPRD, ερμηνεύουν και την γρήγορη άνοδο της παραγωγής των τοπικών οίνων τα τελευταία πέντε χρόνια.

Σχετικά με τις πρώτες ύλες εκτιμάται ότι πάνω από το 50% αφορά το κόστος συλλογής των σταφυλιών. Το υψηλό αυτό επίπεδο οφείλεται στην μη δυνατότητα εκμηχάνισης του συγκεκριμένου σταδίου παραγωγής, λόγω του περιορισμένου μεγέθους των αμπελώνων, των ακανόνιστων φυτεύσεων, του σχηματισμού των φυτών και της κλίσης του εδάφους.

Άλλο σημαντικό σημείο του κόστους παραγωγής είναι τα υλικά συσκευασίας, δηλαδή οι φιάλες, οι φελλοί και τα χαρτοκιβώτια, η συμμετοχή των οποίων κυμαίνεται γύρω στο 30-40% με κάποια μικρή ενίσχυση της θέσης τους.

---

<sup>14</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙ Κρήτης, σελ. 16

Τα εργατικά με την σειρά τους διατηρούν ένα 10%, ενώ τα έξοδα διάθεσης και μεταφορικά φτάνουν το 5%.

Η ενίσχυση των υλικών συσκευασίας γίνεται για να βελτιωθεί η εικόνα του κρασιού και να επηρεάζει πιο εύκολα τους καταναλωτές. Οι επιχειρήσεις δίνουν μεγάλη σημασία στην εικόνα του προϊόντος τους αφού αρχικά αυτή είναι που πουλάει.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στην ελληνική οινοβιομηχανία οι ανάγκες για φιάλες καλύπτονται από την ελληνική υαλουργία τα προϊόντα της οποίας όμως είναι χαμηλής ποιότητας, περιορισμένης ποικιλίας σχημάτων και με προβλήματα στην άμεση παράδοση των παραγγελιών.

Σχετικά με τους φελλούς, ως πρώτη ύλη, εισάγεται αποκλειστικά κυρίως από την Πορτογαλία, ενώ ως τελικό προϊόν οι ανάγκες καλύπτονται και από εισαγωγές, και από εγχώρια προϊόντα. Και στην περίπτωση αυτή η τιμή είναι ανάλογη με την παραδοτέα ποιότητα.

Τα μικρότερα στοιχεία της συσκευασίας, όπως τα καψύλια είναι κατ'εξοχήν εισαγόμενα, ενώ οι ετικέτες προέρχονται από την εσωτερική αγορά. Τα παραπάνω μερίδια είναι ενδεικτικά και αφορούν τις μεγάλες οινοποιητικές μονάδες, με υψηλή δυναμικότητα και οργανωτική δομή. Για τις μικρότερες μονάδες η συμμετοχή της πρώτης ύλης και η συμμετοχή της συσκευασίας είναι ακόμα υψηλότερες.

Το συνολικό κόστος παραγωγής στην ελληνική βιομηχανία οίνου χαρακτηρίζεται πιο υψηλό σε σχέση με άλλες μεγάλες οινοποιητικές χώρες. Μεγάλη διαφορά υπάρχει στον τομέα της πρώτης ύλης, εξαιτίας διαφορετικών συνθηκών στις εκμεταλλεύσεις (μεγάλες εκμεταλλεύσεις, με γραμμική φύτευση κ.ά), με αποτέλεσμα να επιτρέπεται χαμηλότερο κόστος συλλογής, λόγω της εκμηχάνισης των εργασιών<sup>15</sup>.

## **2.5. Απασχόληση και δυναμικότητα στον κλάδο οινοποιίας**

Ο κλάδος της Οινοποιίας στην Ελλάδα αποτελείται τόσο από μονάδες που ασχολούνται μόνο με την παραγωγή, εμφιάλωση και εμπορία κρασιού, όσο και με σύνθετες παραγωγικές μονάδες, που δραστηριοποιούνται με την παραγωγή και

---

<sup>15</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙ Κρήτης, σελ. 35



άλλων αλκοολούχων ποτών ενώ την ίδια στιγμή έχουν και εμπορική δραστηριότητα σε ομοειδή προϊόντα.

Στη δεύτερη κατηγορία επιχειρήσεων ανήκουν κάποιες από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, με παράδοση πολλών ετών στον ελληνικό χώρο, με μεγάλο δίκτυο διανομής σε όλη τη χώρα και έντονη εξαγωγική παρουσία σε αγορές του εξωτερικού, με την πλούσια ποικιλία προϊόντων.

Ωστόσο ο μεγαλύτερος αριθμός επιχειρήσεων αναφέρεται σε μικρές ή μικρομεσαίες μονάδες, με μικρό αριθμό εργαζομένων και σε μεγάλο βαθμό οικογενειακής μορφής. Υπάρχουν βέβαια και κάποια εγκεκριμένα οινοποιεία καθώς και πολυάριθμα νοικοκυριά, που παράγουν κρασί για αυτοκατανάλωση, είτε από δικά τους αμπέλια, είτε από σταφύλια ή μούστο που αγοράζουν από το εμπόριο.

Πολλοί όμως από αυτούς παράγουν μεγαλύτερες ποσότητες τις οποίες εμπορεύονται, σε χύμα μορφή, στην τοπική αγορά. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν περίπου 180 χιλ. καλλιεργητές.

Η συνολική εικόνα των οινοποιείων στην Ελλάδα δείχνει μια γεωγραφική συγκέντρωση στην Πελοπόννησο [34,8%] στην Αττική και Κρήτη [από 14,8%] και λοιπή Στερεά Ελλάδα [12,6%]. Οι μεγαλύτερες όμως μονάδες, με κριτήριο την μέση ετήσια παραγωγή, βρίσκονται στην Ανατ. Μακεδονία-Θράκη, στη λοιπή Στερεά, την Θεσσαλία και την Κρήτη.

Οι περισσότεροι συνεταιρισμοί βρίσκονται στην Κρήτη, στα Νησιά Αιγαίου και στην Στερεά Ελλάδα, ενώ οι μεγαλύτεροι βρίσκονται κατά σειρά, στην Πελοπόννησο, την Κρήτη, την Αττική, τη Θεσσαλία και τα Νησιά του Αιγαίου.

Οι συνεταιρισμοί συνήθως έχουν μεγάλη εγκαταστημένη δυναμικότητα και πολλές ποσότητες σταφυλιών προς οινοποίηση λόγω του μεγάλου αριθμού των μελών τους. Ωστόσο η δυναμικότητα τους βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα αξιοποίησης τα οποία συνεχώς μειώνονται εξαιτίας των γενικότερων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι συνεταιρισμοί στη χώρα μας.

Οι συνεταιρισμοί πλεονεκτούν ως προς την προσφορά της πρώτης ύλης, αλλά υστερούν στην οργάνωση και την εφαρμογή εμπορικών δομών, με αποτέλεσμα να χάνουν μερίδια από την αγορά και να αποκτούν έτσι πολλά οικονομικά προβλήματα.

Βεβαίως υπάρχουν και ορισμένοι συνεταιρισμοί, οι οποίοι έχουν πολύ καλή λειτουργία και υγιή χρηματοοικονομική κατάσταση. Στην πλειοψηφία τους

πάντως οι συνεταιρισμοί παράγουν και εμπορεύονται κρασιά χύμα και παρουσιάζουν έντονη εξαγωγική δραστηριότητα.

Αντίθετα τα ιδιωτικά οινοποιεία, δραστηριοποιούνται αποκλειστικά με το εμφιαλωμένο κρασί και δίνουν μεγάλη σημασία, όχι μόνο στην ποιότητα της πρώτης ύλης, αλλά και στην όλη παραγωγική διαδικασία από την οινοποίηση έως την εμφιάλωση και την παλαίωση, η οποία είναι καθοριστικής σημασίας για την ποιότητα των κρασιών. Παράλληλα οι επιχειρήσεις διευρύνουν την γκάμα των προϊόντων τους με νέα κρασιά, με ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά.

Όμως τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος είναι τεράστια και ορισμένα από αυτά είναι κοινά για όλους τους ευρωπαϊούς αμπελουργούς, κυρίως εξαιτίας του έντονου ανταγωνισμού που υπάρχει με αντίστοιχα προϊόντα τρίτων χωρών.

Από την πλευρά των αμπελουργών και των συνεταιριστών του κλάδου, διαπιστώνεται ότι το πρόβλημα συνεχίζει να διαιωνίζεται εξαιτίας της απουσίας αποτελεσματικών ελέγχων από την πολιτεία στην εισαγωγή και διακίνηση προϊόντος. Σε αρκετές περιπτώσεις καταλήγει στον καταναλωτή προϊόν που εμφανίζεται ως ελληνικό, αλλά δεν είναι.

Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων έχει ασχοληθεί άμεσα με τα προβλήματα του κλάδου, απευθυνόμενο προς όλους τους φορείς για να συμμετάσχουν στην προσπάθεια προώθησης του ελληνικού κρασιού<sup>16</sup>.

## **2.6. Δίκτυο διανομής**

Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο της οινοποιίας, λόγω του μεγάλου αριθμού των επιχειρήσεων και των εμπορικών σημάτων, καθιστά το δίκτυο διανομής έναν σημαντικό παράγοντα απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Οι εταιρείες προσπαθούν να διευρύνουν το δίκτυο τους επιδιώκοντας να κάνουν έντονη την παρουσία τους σε νέα σημεία πώλησης καλύπτοντας σε μεγαλύτερο βαθμό την αγορά.

Η διάρθρωση του δικτύου διανομής μεταβάλλεται ανάλογα με το μέγεθος των επιχειρήσεων. Οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, έχουν αναπτύξει δικά τους δίκτυα και προμηθεύουν απευθείας τα σημαντικότερα σημεία της αγοράς και

---

<sup>16</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙ Κρήτης, σελ. 24

μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ. Οι χονδρέμποροι - αντιπρόσωποι θεωρούνται το σημαντικότερο κανάλι διανομής, ιδιαίτερα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς σε περιοχές εκτός των αστικών κέντρων και ιδίως στα νησιά.

Επίσης, ορισμένες από τις εισαγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου διαθέτουν εκτεταμένο δίκτυο διανομής και αναλαμβάνουν και τη διανομή κρασιών ελληνικών εταιρειών. Τέλος, στον κλάδο υπάρχουν και επιχειρήσεις που εξειδικεύονται στην διακίνηση ποιοτικών ελληνικών κρασιών από το χώρο των μικρο-παραγωγών, διαδίδοντας με αυτόν τον τρόπο και αυτή την κατηγορία προϊόντων.

Τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η εταιρεία Σάντα Μάουρα Α.Ε., η οποία ιδρύθηκε το 1992 και διανέμει κρασιά σε όλη την Ελλάδα αντιπροσωπεύοντας κυρίως μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Οι χονδρέμποροι πρατηριούχοι διακινούν το μεγαλύτερο μέρος των κρασιών στα εστιατόρια, ξενοδοχεία κλπ., ιδιαίτερα σε περιοχές εκτός μεγάλων αστικών κέντρων. Ωστόσο, το δίκτυο που σημειώνει τη μεγαλύτερη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, είναι τα σούπερ μάρκετ. Η διευρυμένη γκάμα προϊόντων που προσφέρουν, οι καλύτερες τιμές και προσφορές τους καθώς και οι ενέργειες προώθησης που πραγματοποιούν, σε συνδυασμό με την τάση που επικρατεί για αύξηση της κατ' οίκον κατανάλωσης, οδηγεί στην ολοένα και μεγαλύτερη συγκέντρωση μέρους της συνολικής αγοράς του κλάδου στα σούπερ μάρκετ.

Ανάπτυξη υπάρχει και στα καταστήματα cash&carry τα οποία εξυπηρετούν την οικιακή κατανάλωση και τα μικρά σημεία της αγοράς, λόγω των ανταγωνιστικών τιμών που προσφέρουν. Την εικόνα των σημείων πώλησης οίνου συμπληρώνουν οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, οι οποίοι πωλούν παράλληλα και άλλα αγροτικά προϊόντα, αλλά κατέχουν και ένα μικρό μερίδιο επί της συνολικής αγοράς.

Τα επισκέψιμα οινοποιεία θεωρούνται επίσης σημείο διάθεσης ιδιαίτερα όσον αφορά τις επιχειρήσεις που λειτουργούν σε τουριστικές περιοχές. Αρκετές επιχειρήσεις διαθέτουν επισκέψιμες εγκαταστάσεις, ωστόσο παρά το έντονο ενδιαφέρον, στις περισσότερες περιπτώσεις, η συγκεκριμένη δραστηριότητα εξυπηρετεί κυρίως προωθητικούς σκοπούς και τη γενικότερη εικόνα της εταιρείας.

Οι όροι εμπορίου που επικρατούν στον κλάδο μεταβάλλονται ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, το προϊόν, την ποσότητα παραγγελίας, τις συνθήκες

που επικρατούν στην τοπική αγορά και το είδος της συμφωνίας μεταξύ των μερών. Πιο συνηθισμένες πρακτικές που εφαρμόζονται είναι οι εκπτώσεις επί του αρχικού τιμοκαταλόγου, που κυμαίνονται μεταξύ 30%-50%, καθώς και οι πιστώσεις που χορηγούνται από 3 έως 6 μήνες και σε ορισμένες περιπτώσεις φθάνουν μέχρι και τους 10 μήνες. Άλλη μορφή πρακτικής αποτελούν οι παροχές σε κιβώτια, δηλαδή η προσφορά στον λιανέμπορο δωρεάν επιπλέον ποσότητας προϊόντος, ανάλογα με το μέγεθος της παραγγελίας<sup>17</sup>.

## **2.7. Διαφημιστική δαπάνη**

Οι διαφημιστικές δαπάνες στα μέσα μαζικής ενημέρωσης για το κρασί βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα, σε σχέση με τα υπόλοιπα οινοπνευματώδη ποτά. Ειδικότερα κατά την πενταετία 2001-2005 το μέσο ποσοστό συμμετοχής των κρασιών στη συνολική διαφημιστική δαπάνη των ποτών διαμορφώθηκε σε 3,8%.

Για το κρασί, οι διαφημιστικές δαπάνες έφτασαν το 2005 σε €3.075 χιλ. Για τα περιοδικά καταβλήθηκε τη μερίδα του λέοντος (70,9%), για τις εφημερίδες (14,3%), για την τηλεόραση (8,9%) και για το ραδιόφωνο (5,9%).

Ο αριθμός των εμπορικών σημάτων κρασιού που διαφημίστηκαν το 2005 ήταν 96, δηλαδή 33 περισσότερα από το 2004. Σε επίπεδο μεμονωμένων σημάτων κρασιού, υψηλότερη διαφημιστική δαπάνη το 2005 είχαν τα κρασιά «Χατζημιχάλη», το ποσό της οποίας κάλυψε το 14% του συνόλου. Ακολούθησαν τα «ΙΝΟποιήματα» με 10,5%, ενώ το «Νάουσα Μπουτάρη» είχε μερίδιο 6% επί του συνόλου των διαφημιστικών δαπανών σε κρασί<sup>18</sup>.

## **2.8. Τεχνολογικό επίπεδο των μονάδων παραγωγής οίνου**

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει σημαντική βελτίωση στον τομέα της τεχνολογίας στην βιομηχανία του οίνου. Τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας έχουν μια κλασική πορεία που πρέπει να ακολουθείται ενώ ταυτόχρονα έχει σημειωθεί και σημαντική αυτοματοποίηση σε πολλά επιμέρους στάδια.

---

<sup>17</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP A.E. , σελ. 31

<sup>18</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP A.E. , σελ. 29

Οι μεγάλες επιχειρήσεις με συνεχείς επενδύσεις εκσυγχρονισμού έχουν υιοθετήσει πολλά αυτοματοποιημένα συστήματα, τα οποία περιλαμβάνουν τα στάδια παραλαβής της πρώτης ύλης έως και την έξοδο της από την αποθήκη των τελικώς μεταποιημένων προϊόντων.

Πλέον στις μέρες μας διακρίνουμε αυτόματες ανοξείδωτες σταφυλοδόχους, οι οποίες μπορούν να ελέγχουν ηλεκτρονικά διάφορα χαρακτηριστικά της πρώτης ύλης, μόνιμες ανοξείδωτες σωληνώσεις που μεταφέρουν το προϊόν από το ένα στάδιο στο άλλο, πιεστήρια με δυνατότητα διαχωρισμού κλασμάτων, ψυκτικά μηχανήματα για τον έλεγχο των θερμοκρασιών ζύμωσης και τέλος ανοξείδωτες δεξαμενές, που αντικατέστησαν τις τσιμέντινες.

Σήμερα οι ανοξείδωτες δεξαμενές καλύπτουν κατά μέσο όρο το 60-70% περίπου των αναγκών της οινοβιομηχανίας και οι χώροι της παραγωγής είναι στις περισσότερες περιπτώσεις ελεγχόμενης θερμοκρασίας, όπως και οι χώροι παλαίωσης. Ειδικότερα για τα κρασιά παλαίωσης, χρησιμοποιούνται βαρέλια δρύινα, τα οποία αντικαθίστανται από τις επιχειρήσεις.

Η παραγωγική διαδικασία ολοκληρώνεται με τις εγκαταστάσεις αυτόματης εμφιάλωσης, ετικετοποίησης και τελικής συσκευασίας. Στις μικρότερες επιχειρήσεις, ακολουθούνται συνήθως πιο παραδοσιακά τα παραπάνω στάδια παραγωγής, ενώ σε μεγάλο βαθμό υπάρχει χειροκίνητο εμφιαλωτήριο.

Γενικότερα, οι μεγάλες επιχειρήσεις όπως και οι συνεταιρισμοί έχουν υψηλό παραγωγικό δυναμικό, το οποίο όμως δεν αξιοποιείται αποδοτικά. Υψηλότερα επίπεδα αξιοποίησης, που αγγίζουν το 80% υπάρχουν στις μεγάλες επιχειρήσεις, με τους υψηλούς όγκους παραγωγής, αντίθετα από τους συνεταιρισμούς στους οποίους υπάρχει περιορισμένη αξιοποίηση. Ωστόσο η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να επιδιώκει να έχει ισχυρό παραγωγικό δυναμικό προκειμένου να ανταποκρίνεται στους υψηλούς όγκους πρώτης ύλης που εισέρχονται κατά τη διάρκεια του τρύγου.

Στα επόμενα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας απαιτείται υψηλή δυναμικότητα σε δεξαμενές και χώρου παλαίωσης. Σχετικά με τους χώρους παλαίωσης, επιδιώκεται από τις επιχειρήσεις η επέκταση και η ανανέωση των βαρελιών καθώς και διαμόρφωση ειδικών χώρων υποδοχής, όπου δίνεται η δυνατότητα γευστικών δοκιμών, ξενάγησης, αγορών κ.ά, με σκοπό την διεύρυνση της επικοινωνίας με τους καταναλωτές.

Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι όλες οι επιχειρήσεις μικρότερες ή μεγαλύτερες διαθέτουν δικό τους χημικό εργαστήριο, στο οποίο λειτουργούν δικοί τους χημικοί για τον έλεγχο των κρασιών.

Ωστόσο γενικότερα, εντοπίζονται κενά στην εφαρμοσμένη αμπελοοινική έρευνα, σε ότι αφορά τις μεθόδους αμπελοκαλλιέργειας, την τεχνολογία οινοποίησης ανά ποικιλία αμπέλου, τη βελτίωση των αποδόσεων, κενά τα οποία δεν καλύπτονται εύκολα αφού απαιτούν εξειδίκευση και έρευνα. Φορείς που υφίστανται με ανάλογο αντικείμενο, δεν καταφέρνουν να λειτουργήσουν αποτελεσματικά, εξαιτίας διαφόρων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙ Κρήτης, σελ. 38

## Κεφάλαιο 3

### Η εγχώρια αγορά του κλάδου οινοποιίας

#### 3.1. Η εγχώρια παραγωγή οίνου

Η εξέταση της ετήσιας εγχώριας παραγωγής οίνου πραγματοποιείται συνήθως στο τέλος της οινικής περιόδου, η οποία διαρκεί από την 1<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου κάθε έτους μέχρι την 31<sup>η</sup> Αυγούστου του επομένου. Η συνολική εγχώρια παραγωγή χωρίζεται στην παραγωγή από οργανωμένα οινοποιεία και στη χωρική οινοποίηση που προορίζεται για ιδιωτική κατανάλωση.

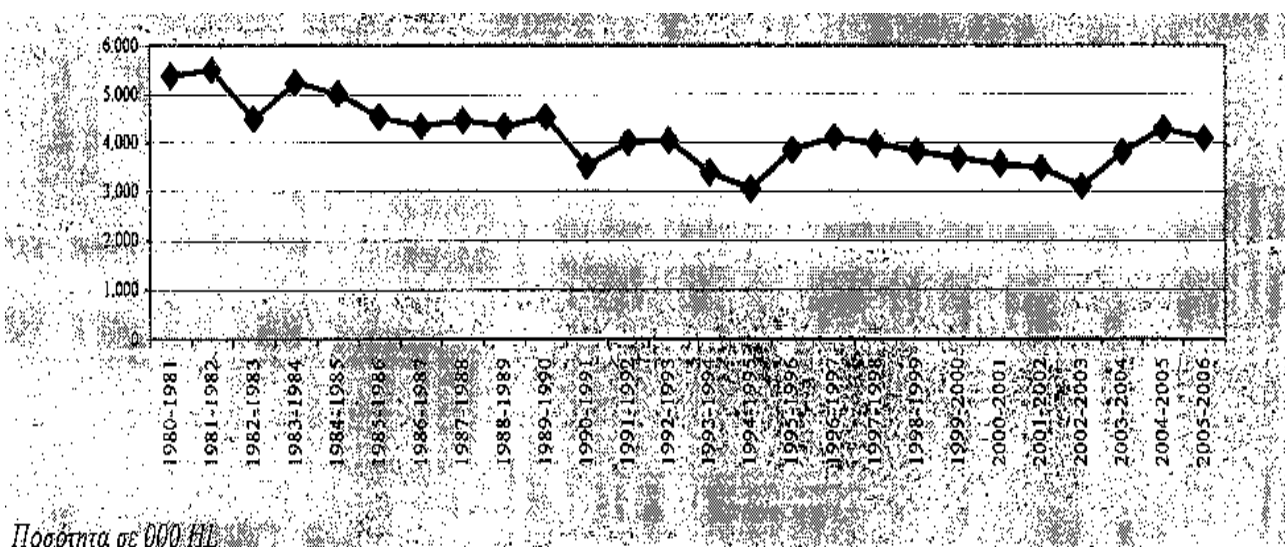
Στον πίνακα 3.1. φαίνονται τα μεγέθη παραγωγής και οι ποσότητες των γλυκών σταφυλής. Επίσης στον πίνακα 3.1 παρουσιάζεται η συμμετοχή των οργανωμένων οινοποιείων για την περίοδο 2005-2006 η οποία έχει υπολογιστεί βάσει του μέσου ποσοστού συμμετοχής των τελευταίων τριών περιόδων.

Η εξέλιξη της παραγωγής οίνου, σύμφωνα με το διάγραμμα 3.1, δεν ακολουθεί σταθερή πορεία αφού κατά τη δεκαετία του '80 επικρατεί σε γενικές γραμμές πτωτική τάση, με την παραγωγή να μειώνεται κατά 1,7% ετησίως κατά μέσο όρο.

Τη δεκαετία του '90, παρουσιάζονται διακυμάνσεις με τη μέση μεταβολή να διαμορφώνεται στο 0,4%. Από την περίοδο 2000 - 2001 έως και 2002 2003, η παραγωγή συνεχίζει να μειώνεται, με μέσο ετήσιο ρυθμό 4,5%.

Από την άλλη, την περίοδο 2003 -2004 η παραγόμενη ποσότητα αυξάνεται σε 3.804 χιλ. HL, ενώ το 2004 -2005 καταγράφεται νέα άνοδος με αποτέλεσμα η παραγωγή να φτάνει στα υψηλότερά της επίπεδα από το 1989-1990 ήτοι 4.295 χιλ HL. Η παραγωγή οίνου την τελευταία οινική περίοδο 2005 2006 διαμορφώθηκε σε 4.093 χιλ. HL παρουσιάζοντας μείωση κατά 4,7% μετά τις δυο περιόδους ανάκαμψης.

**Διάγραμμα 3.1. Η εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής οίνου (1980-2006)**



Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2007

Σχετικά με την συμμετοχή των οργανωμένων οινοποιείων στο σύνολο της παραγόμενης ποσότητας οίνου το υπό εξέταση διάστημα υπάρχουν συνεχείς διακυμάνσεις. Την περίοδο 2005 - 2006 εκτιμάται ότι τα οργανωμένα οινοποιεία κάλυψαν το 73% του συνόλου της οινικής παραγωγής. Εξετάζοντας το ύψος της χωρικής οινοποίησης για το χρονικό διάστημα 2000-2006 παρατηρείται ότι δεν υπάρχουν σημαντικές μεταβολές και κυμαίνεται γύρω στο 1 εκ. HL.

Η παραγωγή οίνου είναι στενά συνδεδεμένη με την καλλιέργεια των αμπελώνων και συνεπώς επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες που δεν μπορούν να προβλεφθούν όπως είναι οι καιρικές συνθήκες. Συνεπώς θεωρείται πιο αντικειμενική η σύγκριση με βάση το μέσο όρο ανά πενταετία (πέντε περίοδοι), ώστε να περιορίζονται οι μεταβολές.

Τις τελευταίες πέντε περιόδους (2001-2006) η μέση παραγωγή οίνου διαμορφώθηκε σε 3.753 χιλ. HL, έναντι αντίστοιχου μέσου όρου 3.832 χιλ. HL της αμέσως προηγούμενης πενταετίας (μείωση 2,05%).

**Πίνακας 3.1 Εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής οίνου (1980-2006)**

Οινική περίοδος (από 1/9 - 31/8)	Σύνολο εγχώριας παραγωγή οίνου	Σύνολο παραγωγής οργανωμένων οινοποιείων	Συμμετοχή (%) οργανωμένων οινοποιείων στη συνολική παραγωγή
1980-1981	5.395	2.601	48
1981-1982	5.500	2.847	52



1982-1983	4.500	2.838	63
1983-1984	5.250	3.047	58
1984-1985	5.025	3.350	67
1985-1986	4.538	3.038	67
1986-1987	4.342	2.692	62
1987-1988	4.475	2.875	64
1988-1989	4.345	3.346	77
1989-1990	4.532	3.142	69
1990-1991	3.526	2.658	75
1991-1992	4.016	2.975	74
1992-1993	4.050	2.681	66
1993-1994	3.392	2.184	64
1994-1995	3.051	1.901	62
1995-1996	3.850	1.930	50
1996-1997	4.109	2.699	66
1997-1998	3.987	2.426	61
1998-1999	3.826	2.508	66
1999-2000	3.680	2.368	64
2000-2001	3.558	2.501	70
2001-2002	3.477	2.366	68
2002-2003	3.098	2.223	72
2003-2004	3.804	2.680	70
2004-2005	4.295	3.234	75
2005-2006	4.093	2.988*	73
<i>Ποσότητα σε</i>			
<i>* Εκτίμηση ICAP</i>			

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2007

Εν συνεχεία πραγματοποιείται περαιτέρω ανάλυση της παραγωγής οίνου. Φαίνεται ότι οι διαφοροποιήσεις μεταξύ των στοιχείων παραγωγής για την περίοδο (2003/04 και 2005/06) οφείλονται στην καταγραφή των στοιχείων αυτών από διαφορετικές υπηρεσίες.

Η γεωγραφική διάρθρωση της εγχώριας παραγωγής οίνου παρουσιάζεται στον πίνακα 3.2. Το γεωγραφικό διαμέρισμα Πελοποννήσου - Δυτικής Στερεάς αποτελεί την βασικότερη παραγωγική περιοχή κρασιού, φτάνοντας για την οινική περίοδο 2005/06 το 35,6% της συνολικής ποσότητας, μερίδιο περιορισμένο σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο.

Η Αττική και τα νησιά αντιπροσώπευσαν κατά το χρονικό διάστημα 2001-2006 ποσοστά από 20,7% έως 27,3% αντίστοιχα και την τελευταία οινική περίοδο (2005/06) είχαν τη μεγαλύτερη σε μέγεθος παραγωγή της τελευταίας πενταετίας.

Η Κρήτη αντίστοιχα κατέλαβε μερίδια που κυμάνθηκαν από 13,9% ως 25,6%. Η Θεσσαλία κάλυψε το 8% της εγχώριας παραγωγής κρασιού για το 2005-2006, ενώ μικρότερα μερίδια στο σύνολο της χώρας αντιπροσώπευσαν η Μακεδονία και η Θράκη.

**Πίνακας 3.2 Γεωγραφική κατανομή παραγωγής οίνου (2001-2006)**

Γεωγραφικό	2001-2002		2002-2003		2003-2004		2004-2005		2005-2006	
	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%
Διαμέρισμα										
Ανατ. Μακεδονία - Θράκη	255.500	7,35	241.650	7,80	256.800	6,65	255.500	5,95	175.373	4,29
Δυτ. & Κεντρ. Μακεδονία	199.690	5,74	201.820	6,52	245.150	6,34	273.160	6,36	355.360	8,68
Ήπειρος	67.500	1,94	33.100	1,07	60.460	1,56	53.350	1,24	51.950	1,27
Θεσσαλία	279.500	8,04	155.800	5,03	358.900	9,29	367.250	8,55	328.310	8,02
Πελοπόννησος										
- Δυτ. Στερεά	1.314.000	37,79	985.000	31,80	1.469.500	38,03	1.721.500	40,08	1.457.700	35,62
Αττική & Νησιά	863.580	24,83	687.296	22,19	934.930	24,19	889.870	20,72	1.117.765	27,31
Κρήτη	497.500	14,31	793.100	25,60	538.600	13,94	73.70	17,10	606.100	14,81
Σύνολο	3.477.270	100,00	3.097.766	100,0	3.864.340	100,0	4.295.000	100,0	4.092.558	100,00
<i>Ποσότητα σε HL</i>										

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2007

### 3.1.1 Ανάλυση εγχώριας παραγωγής οίνου ανά κατηγορία προϊόντων

Σύμφωνα με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, οι λευκοί οίνοι αποτελούν την βασικότερη κατηγορία, καθώς αντιπροσωπεύουν ποσοστά από 65,6% έως 80,3% της εγχώριας παραγόμενης ποσότητας, κατά το χρονικό διάστημα 1988 - 1989-2005 -2006. Η συνολική παραγωγή λευκών οίνων της περιόδου 2005 -2006 φτάνει τα 2.788 χιλ. HL. Αντίστοιχα, την ίδια περίοδο παρήχθησαν 1.239 χιλ. HL ερυθρών και ερυθρωπών οίνων.

Σχετικά με την κατανομή της παραγωγής βάσει χρώματος, κατά τις περιόδους 2001-2002 και 2005-2006, οι ερυθροί & ερυθρωποί οίνοι κάλυψαν κατά μέσο όρο το 30% του συνόλου, ενώ οι λευκοί αντιπροσώπευσαν το 70% κατά μέσο ποσοστό. Σημειώνεται ότι οι τέσσερις περίοδοι 2001-2005 αφορούν τα οργανωμένα οινοποιεία.

Εξετάζοντας την παραγωγή κρασιού κατά βασικούς τύπους, διαπιστώνεται ότι οι οίνοι VQPRD αντιπροσωπεύουν περιορισμένες ποσότητες σε σχέση με τους επιτραπέζιους. Πιο συγκεκριμένα, το χρονικό διάστημα 1988-

1989 έως 2005-2006, η παραγωγή οίνων VQPRD είχε διακυμάνσεις και διαμορφώθηκε μεταξύ 203 και 435 χιλ. HL, καταλαμβάνοντας μερίδια 6% - 10% επί της συνολικής ποσότητας. Την οινική περίοδο 2005-2006 η συνολική παραγωγή των εν λόγω οίνων ανήλθε σε 334 χιλ. HL, παρουσιάζοντας μείωση σε σχέση με την περίοδο 2004-2005.

Εν συνεχεία στον πίνακα 3.3. παρουσιάζει μια εκτενέστερη ανάλυση κατά βασικούς τύπους παραγόμενης ποσότητας (οι περίοδοι 2001-2005 αφορούν αποκλειστικά τα οργανωμένα οινοποιεία) για τις τελευταίες πέντε οινικές περιόδους. Οι οίνοι VQPRD καταλαμβάνουν μικρά ποσοστά που κυμαίνονται μεταξύ 7,7% και 14,4%, τα οποία είναι υψηλότερα των υπολογιζόμενων με βάση τα συνολικά μεγέθη, καθώς η χωρική οινοποίηση αφορά αποκλειστικά επιτραπέζιους οίνους.

**Πίνακας 3.3 Κατανομή παραγωγής οργανωμένων οινοποιείων κατά βασικούς τύπους (2001/02-2005/06)**

Κατηγορία οίνων	2001/02		2002/03		2003/04		2004/05		2005/06*	
	Όγκος	%	Όγκος	%	Όγκος	%	Όγκος	%	Όγκος	%
Επιτραπέζιοι	2.026	85,7	1.961	88,7	2.290	85,6	2.812	87,5	3.687	91,7
VQPRD	338	14,3	249	11,3	384	14,4	401	12,5	334	8,3
Σύνολο Οίνου	2.364	100,0	2.210	100,0	2.674	100,0	3.213	100,0	4.021	100,0

*Ποσότητα σε 000 HL*

*\* Περιλαμβάνεται και η χωρική οινοποίηση επιτραπέζιων οίνων*

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2007

### 3.1.2 Εξέλιξη των εγχώριων αποθεμάτων οίνου

Η εξέλιξη του συνολικού μεγέθους των αποθεμάτων οίνου παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς επιδρά στη διαμόρφωση της αγοράς. Το ετήσιο επίπεδο αποθεμάτων για τα έτη 1989-2005, συμπεριλαμβανομένων των αποθεμάτων γλευκών, παρουσιάζεται διακυμάνσεις, ωστόσο τα τρία τελευταία χρόνια εμφανίζει αυξητικές τάσεις.

Το 2003 διαμορφώθηκε στα 2.037 HL, παρουσιάζοντας άνοδο 9,8%, ενώ διευρύνθηκε περαιτέρω το 2004, κατά 17,9% φθάνοντας τα 2.402 HL. Τα αποθέματα ενισχύθηκαν κατά 17,5% το 2005 και έφτασαν στα 2.822 HL. Το μέγεθος των αποθεμάτων του 2005 είναι το υψηλότερο που έχει καταγραφεί από το 1989 και μετά.

Σχετικά με τη διάρθρωση του όγκου των αποθεμάτων όπως φαίνεται στον

πίνακα 3.4., τα αποθέματα οίνου στην παραγωγή αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος του συνόλου των αποθεμάτων οίνου και γλεύκους (86% επί του συνόλου το 2005).

Οι λευκοί οίνοι παρουσιάζουν υψηλότερα αποθέματα σε σχέση με τους ερυθρούς/ερυθρωπούς οίνους, καθώς το 2004 κάλυψαν το 63% του συνόλου αποθεμάτων οίνου ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το 2005 έφτασε στο 62%.

Αναλύοντας τα αποθέματα στην παραγωγή κατά τύπο προϊόντος, συμπεραίνεται ότι οι οίνοι VQPRD κάλυψαν το 17% του συνόλου το 2004 και το 18,7% το 2005. Σημαντική μεταβολή εμφανίζει και το ποσοστό που καταλαμβάνουν τα αποθέματα επιτραπέζιων οίνων με γεωγραφική ένδειξη, που από 25,6% το 2004 διαμορφώνονται σε 17,3% επί του συνόλου, το 2005.

**Πίνακας 3.4. Αποθέματα οίνου στην Ελλάδα ανά κατηγορία προϊόντων (2004-2005)**

Αποθέματα οίνου στην Ελλάδα ανά κατηγορία προϊόντων (2004-2005)						
Κατηγορία Οίνου	Ερυθροί/ ερυθρωποί	1.8.2004		Ερυθροί/ ερυθρωποί	1.8.2005	
		Λευκοί	Σύνολο		Λευκοί	Σύνολο
Αποθέματα στην παραγωγή						
Επιτραπέζιοι οίνοι χωρίς Γεωγραφική ένδειξη	333.494	789.786	1.123.280	413.214	1.139.956	1.553.171
Επιτραπέζιοι οίνοι με γεωγραφική ένδειξη	129.847	371.506	501.353	211.822	206.543	418.366
VQPRD	214.550	116.191	330.741	253.912	198.109	452.021
Σύνολο (στην παραγωγή)	677.891	1.277.483	1.955.374	878.948	1.544.609	2.423.558
Αποθέματα στο εμπόριο						
Επιτραπέζιοι οίνοι χωρίς Γεωγραφική ένδειξη	118.582	150.052	268.634	99.486	122.377	221.863
Επιτραπέζιοι οίνοι με Γεωγραφική ένδειξη	7.296	8.365	15.661	7.993	10.574	18.567
VQPRD	47.266	12.450	59.716	46.355	8.347	54.703
Σύνολο (στο εμπόριο)	173.144	170.867	344.011	153.834	141.298	295.133
Γενικό σύνολο αποθεμάτων οίνου	851.035	1.448.350	2.299.385	2.718.690	1.685.907	2.718.691
Αποθέματα γλεύκους	259	102.352	102.611	1.775	101.095	102.870
Γενικό σύνολο αποθεμάτων	851.294	1.550.702	2.401.996	1.034.558	1.787.003	2.821.561
<i>Ποσότητα σε HI</i>						

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2006

Άμεση σχέση με τα παραπάνω έχει η πτωτική πορεία που παρουσιάζουν οι τιμές του σταφυλιού. Ειδικότερα σύμφωνα με στοιχεία της Κεντρικής Συνεταιριστικής Ένωσης Αμπελοοινικών Προϊόντων, οι τιμές των σταφυλιών λευκού οίνου από € 0,17/κιλό το 2004 διαμορφώθηκαν το 2005 σε € 0,15/κιλό.

Επίσης οι τιμές των σταφυλιών ερυθρού οίνου μειώθηκαν από €0,30/κιλό

σε €0,25/κιλό. Τα αυξημένα αποθέματα επηρέασαν αρνητικά τη ζήτηση σταφυλιών με αποτέλεσμα να περιοριστούν οι τιμές στον παραγωγό. Εκφράζονται ανησυχίες κυρίως από υπεύθυνους αγροτικών συνεταιρισμών ότι λόγω των υπαρχόντων επιπέδων τιμών, η παραγωγή σταφυλιού με τον καιρό θα μειωθεί καθώς δεν θα είναι πλέον συμφέρουσα, εφόσον δεν υπάρξει βελτίωση της κατάστασης.

Στα πλαίσια της προσπάθειας αντιμετώπισης των παραπάνω προβλημάτων και μετά από αίτημα των εμπλεκόμενων φορέων, αποφασίστηκε από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων το 2005 να γίνει χρήση του δικαιώματος της απόσταξης κρίσης, όπως προβλέπεται από το άρθρο 30 του Κανονισμού (ΕΚ) 1493/99 του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου.

Ειδικότερα, η έγκριση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής καλύπτει συνολικά 340.000 εκατόλιτρα ελληνικών επιτραπέζιων οίνων, με κοινοτική ενίσχυση €1,914 ανά αλκοολικό βαθμό και εκατόλιτρο, καθώς και 40.000 εκατόλιτρα οίνων ΟΠΑΠ με κοινοτική ενίσχυση €2,3 ανά αλκοολικό βαθμό και εκατόλιτρο.

Στόχος του παραπάνω μέτρου είναι ένα μέρος των συσσωρευμένων αποθεμάτων κρασιού να μετατραπεί σε καθαρή αλκοόλη, προκειμένου να αυξηθούν οι τιμές του οίνου στην αγορά καθώς και η διαθεσιμότητα των κενών οινοδεξαμενών για την υποδοχή της νέας σοδειάς<sup>20</sup>.

### **3.2. Εξωτερικό Εμπόριο Οίνου**

Με βάση τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος για την περίοδο 2001-2005 η εξέλιξη των εισαγωγών και εξαγωγών οίνου παρουσιάζει διαφορές σε σχέση με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στα ισοζύγια παραγωγής / χρήσης οίνου, τα οποία αναφέρονται σε οινικές περιόδους.

Η κατηγοριοποίηση των προϊόντων οίνου ως προς το είδος και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά έχει ως εξής:

- Σαμπάνια
- Λοιπά αφρώδη κρασιά
- Λευκά VQPRD ή λευκά κρασιά ονομασίας προελεύσεως
- Λοιπά λευκά κρασιά
- Ερυθρά VQPRD

---

<sup>20</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP A.E. , σελ. 80-85

- Λοιπά ερυθρά κρασιά
- Κρασιά με αλκοολικό τίτλο > 15 % vol

### 3.2.1. Εισαγωγές Οίνου - Κυριότερες Χώρες Προέλευσης

Η Ελλάδα είναι μία σημαντική οινοπαραγωγική χώρα με μακρά παράδοση, και συνεπώς η ανάπτυξη του κλάδου της οινοποιίας είναι τέτοια, ώστε η παραγωγή να μπορεί να καλύψει τις ανάγκες και η εισαγωγική διείσδυση να μπορεί να παραμείνει σε χαμηλά επίπεδα.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, η εξέλιξη των εισαγωγών παρουσιάζει διακυμάνσεις, ιδιαίτερα ως προς την ποσότητα, γεγονός που κάνει ακόμα πιο δύσκολη την σκιαγράφηση των τάσεων. Το 2005 η συνολική αξία των εισαγωγών διαμορφώθηκε σε €21.635 χιλ., περιορισμένη κατά 12% σε σχέση με το 2004, ενώ η αντίστοιχη ποσότητα μειώθηκε στο μισό και διαμορφώθηκε σε 111.504 HL. Ο μέσος όρος των εισαγόμενων ποσοτήτων κατά τη συγκεκριμένη εξαετία είναι της τάξης των 225,6 χιλ. HL.

Στον πίνακα 3.5. στην συνέχεια παρουσιάζονται οι εισαγωγές για την τριετία 2003-2005, ανά χώρα προέλευσης. Όπως φαίνεται οι χώρες της ΕΕ καλύπτουν το 98,2% της εισαγόμενης ποσότητας οίνου του 2005, με την Ιταλία να αντιπροσωπεύει τον κυριότερο προμηθευτή, καταλαμβάνοντας μερίδιο 69,7% των συνολικών εισαγωγών.

Περαιτέρω, μερίδιο 12,2% των εισαγωγών προέρχεται από τη Γαλλία, ενώ στο 8,8% ανέρχεται το μερίδιο της Κύπρου. Οι εισαγωγές από την Ισπανία μειώθηκαν και ενώ το 2004 αντιπροσώπευαν το 21,6% το 2005 το ποσοστό αυτό διαμορφώθηκε σε μόλις 2%.

Συνολικά οι τέσσερις προαναφερόμενες χώρες κάλυψαν το 92,7% των εισαγωγών του 2005, σε ποσότητα. Σχετικά με τις τρίτες χώρες, εισαγωγές πραγματοποιήθηκαν το 2005 κυρίως από τη Μολδαβία, την Ουκρανία, τη Χιλή, τη Ρωσία και τις ΗΠΑ, καταλαμβάνοντας ωστόσο πολύ μικρά ποσοστά επί του συνόλου.

**Πίνακας 3.5. Ανάλυση των εισαγωγών ανά χώρα προέλευσης (2003-2005)**

Χώρες Προέλευσης	2003*		2004*		2005*	
	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
Ιταλία	6.928.797	161.608	6.310.807	120.853	5.721.0	77.685
Γαλλία	8.057.973	13.711	9.145.601	16.420	10.093.	13.576
Κύπρος	-	-	892.000	22.871	1.506.9	9.845
Γερμανία	1.484.342	7.585	1.907.179	7.543	1.560.3	3.639
Ισπανία	3.034.253	96.753	3.608.640	48.042	887.488	2.261
Αυστρία	-	-	-	-	52.073	627
Βέλγιο	48.672	248	169.798	783	122.313	548
Πορτογαλία	1.219.693	22.800	723.014	699	689.704	405
Λετονία	-	-	61.436	140	76.157	376
Ολλανδία	88.764	352	230.210	143	169.510	170
Μ. Βρετανία	173.472	216	275.149	336	32.983	60
Λουξεμβούργο	8.112	94	64.589	2.206	-	-
Λοιπές Χώρες	13.373	39	57.190	189	174.349	275
Σύνολο Χωρών	21.057.451	303.406	23.445.613	220.225	21.086.	109.468
Μολδαβία	34.606	43	27.574	35	55.710	575
Ουκρανία	-	-	-	-	58.639	459
Χιλή	98.594	68	63.673	156	57.615	190
Ρωσία	-	-	-	-	20.939	168
ΗΠΑ	59.979	10	84.428	128	82.425	123
Ρουμανία	262.691	1.930	176.710	953	21.992	112
Γεωργία	-	-	-	-	11.400	91
Αίγυπτος	-	-	-	-	11.053	82
Αρμενία	-	-	-	-	6.958	47
Νότια Αφρική	44.993	32	25.503	47	35.747	33
Τουρκία	-	-	-	-	93.521	26
Ισραήλ	12.158	40	3.119	21	5.046	25
Αυστραλία	202.439	149	171.677	188	16.144	23
Νέα Ζηλανδία	6.054	11	42.021	9	4.186	14
Αργεντινή	34.757	14	29.931	38	2.838	13
Βουλγαρία	47.977	335	25.097	54	1.325	11
Λετονία	36.696	366	-	-	-	-
Κύπρος	145.545	362	-	-	-	-
Λοιπές Χώρες	277.076	199	600.371	107	62.778	44
Σύνολο Τρίτων						
Χωρών	1.263.565	3.559	1.250.104	1.735	548.316	2.036
Σύνολο	22.321.016	306.965	24.695.717	221.960	21.634.	111.504
* Προσωρινά						
Η Κύπρος και η Λετονία εμφανίζονται και στις δυο κατηγορίες διότι πριν το 2004 δεν ανήκαν στη Ε.Ε.						
Η Αυστρία τα προηγούμενα έτη συμπεριλαμβανόταν στις λοιπές χώρες λόγω μικρών εισαγωγών						

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2006

Εξετάζοντας τις εισαγωγές ανά κατηγορία προϊόντος για την περίοδο 2000-2005, διαπιστώνεται από τον πίνακα 3.6. ότι τα «λοιπά ερυθρά κρασιά» αντιπροσωπεύουν την σημαντικότερη κατηγορία, με εισαγωγές που κυμάνθηκαν μεταξύ 61.777 - 310.108 HL, καταλαμβάνοντας κατά μέσο όρο το 71% της εισαγόμενης ποσότητας.

**Πίνακας 3.6.: Εξέλιξη εισαγωγών οίνου ανά κατηγορία (2000-2005) (Αξία σε €)**

Κατηγορία	2000		2001 *		2002*		2003*		2004*		2005*	
	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
Σαμπάνια	6.537.315	4.355	3.118.141	2.739	5.108.224	4.169	4.957.355	4.331	5.919.920	4.462	7.526.130	4.820
Λοιπά αφρώδη	2.353.091	14.762	1.638.020	10.893	1.786.277	11.694	1.743.245	11.101	2.476.426	11.682	3.316.628	31.158
Λευκά ΥQPRD	1.455.138	4.600	651.171	3.487	994.675	3.093	903.392	3.671	1.539.698	3.377	1.340.532	2.206
Ερυθρά ΥQPRD	1.313.612	3.378	1.254.233	3.955	1.923.644	3.793	3.022.130	7.183	3.122.406	8.853	2.919.130	7.970
Λευκά λοιπά	890.065	4.747	885.415	8.060	1.176.157	12.811	1.788.542	17.512	1.778.999	16.543	141.114	2.939
Ερυθρά λοιπά	5.673.436	133.147	10.963.099	310.108	32.324.461	71.159	9.369.546	262.779	9.193.550	176.548	5.715.483	61.777
Με αλκοόλ >15% vol.	1.701.701	99.484	1.004.911	2.151	622.898	457	536.806	388	679.802	509	675.770	633
Σύνολο	19.924.358	264.473	19.514.990	341.391	43.936.336	107.177	22.321.016	306.965	24.710.801	221.975	21.634.787	111.504

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2006



Σημαντική αύξηση το 2005 υπήρξε και για τα «λοιπά αφρώδη κρασιά», με αποτέλεσμα το ποσοστό τους επί του συνόλου των εισαγωγών να διαμορφωθεί σε 28%, από μόλις 5% που ήταν το 2004.

Ανοδο παρουσίασαν και οι εισαγωγές σαμπάνιας, οι οποίες διαμορφώθηκαν σε 4.820 HL το 2005, από 4.462 HL το 2004. Αντίθετη πορεία ακολούθησαν τα εισαγόμενα λευκά και ερυθρά VQPRD που περιορίστηκαν κατά 35% και 10% αντίστοιχα σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Σε ότι αφορά τη σαμπάνια και τα λοιπά αφρώδη κρασιά αθροιστικά, το 2005 κάλυψαν το 50% της αξίας των εισαγωγών. Τέλος τα κρασιά με αλκοολικό τίτλο μεγαλύτερο από 15% vol. αυξήθηκαν και διαμορφώθηκαν σε 633 εκατόλιτρα το τελευταίο έτος.

### **3.2.2 Εξαγωγές Οίνου - Κυριότερες Χώρες Προορισμού**

Πτώση παρουσίασαν οι εξαγωγές οίνου για τα έτη 2000-2005 με εξαίρεση το 2003. Το 2005 η εξαγόμενη ποσότητα διαμορφώθηκε σε 198.876 HL, αξίας €42.925 χιλ., παρουσιάζοντας μεγάλη πτώση σε σχέση με το 2004, κατά 33,9% σε ποσότητα και 33,2% σε αξία. Η ποσότητα που εξήχθη το 2005 ήταν περιορισμένη κατά 55,2% σε σχέση με το 2000, ενώ η μείωση της αξίας για το ίδιο διάστημα έφτασε το 36,3%.

Η Γερμανία θεωρείται ο κυριότερος προορισμός των ελληνικών εξαγωγών, καθώς το 2005 απορρόφησε 106.861 εκατόλιτρα, αντιπροσωπεύοντας το 53,7% της συνολικής εξαγόμενης ποσότητας

Το γεγονός αυτό αποδίδεται και στην ύπαρξη σημαντικού αριθμού Ελλήνων που κατοικούν στη Γερμανία καθώς και ελληνικών εστιατορίων. Η Γαλλία αντιπροσωπεύει τη δεύτερη σημαντικότερη αγορά καλύπτοντας ποσοστό 15,7% της ποσότητας. Στο σύνολο της η ΕΕ απορροφά το 85,2% των συνολικών εξαγωγών οίνου (2005).

Σχετικά με τις τρίτες χώρες, οι ΗΠΑ και ο Καναδάς απορροφούν τις μεγαλύτερες ποσότητες των ελληνικών εξαγωγών κρασιού, φτάνοντας το 7,4% και 3,4% αντίστοιχα επί του συνόλου.

Στις επόμενες θέσεις βρίσκονται Ελβετία και Αυστραλία με τη μεν πρώτη

να αυξάνει κατά 21,6% την ποσότητα που δέχεται σε σχέση με το προηγούμενο έτος, τη δε δεύτερη να μειώνει τις ποσότητες της κατά 36,7%.

Σε ότι αφορά τις κατηγορίες των προϊόντων, στην πρώτη θέση βρίσκονται τα «λοιπά ερυθρά κρασιά» με ποσοστό που ανέρχεται το 2005 στο 48,2% της συνολικής εξαγόμενης ποσότητας. Ακολουθούν οι οίνοι με αλκοολικό τίτλο >15% vol με ποσοστό 19,2% και ποσότητα 38.193 HL.

Τα «ερυθρά VQPRD» αντιπροσωπεύουν σημαντικό ποσοστό, το οποίο διαμορφώθηκε το 2005 σε 17,6% επί του συνόλου της ποσότητας. Σημειώνεται ότι τα «λοιπά αφρώδη κρασιά» παρότι καταλαμβάνουν μόνο το 7,9% της εξαγόμενης ποσότητας σε σχέση με το 2004, αυξήθηκαν από 804 HL σε 15.614 HL. Αντίθετη πορεία ακολούθησαν τα «λοιπά λευκά κρασιά» τα οποία από 76.982 HL το 2004 διαμορφώθηκαν σε 5.732 HL το 2005.

Η μείωση της συνολικής εξαγόμενης ποσότητας το 2005 σε σχέση με το 2004 έχει σαν βασική αιτία την πτώση που παρουσιάζουν οι κατηγορίες «λοιπά λευκά κρασιά» και «λοιπά ερυθρά κρασιά».

### **3.3. Εγχώρια αγορά οίνου**

#### **3.3.1. Μέγεθος εγχώριας αγοράς οίνου**

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Γενικού Ισοζυγίου Παραγωγής-Χρήσης Οίνου του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων για τα έτη 1988-2005 επισημαίνεται ότι οι διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στα στοιχεία διαφορετικών πηγών για την εγχώρια αγορά οίνου, οφείλονται στον διαφορετικό τρόπο συλλογής των στοιχείων ή στα διαφορετικό υπολογισμό από τους οργανισμούς.

Τα στοιχεία που αναλύονται στην συνέχεια αναφέρονται στις αντίστοιχες οινικές περιόδους, από την 1<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου κάθε έτους μέχρι την 31<sup>η</sup> Αυγούστου του επομένου.

Η εξέλιξη του ισοζυγίου παραγωγής-χρήσης οίνου για το χρονικό διάστημα 1988-2005 περιλαμβάνει το μέγεθος της παραγωγής, το μέγεθος των εισαγωγών και εξαγωγών, καθώς και τη μεταβολή των αποθεμάτων.

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία εκτιμάται η εγχώρια χρήση οίνου η οποία μεταβάλλεται από το 1988 ως το 2005, με διακυμάνσεις έντονες ως τα μέσα της

δεκαετίας του '90, ενώ στη συνέχεια γίνονται πιο ήπιες. Ειδικότερα, η μέση τιμή της εγχώριας χρήσης οίνου κατά τα έτη 1988-1996 έφτασε σε 3.355 χιλ. HL, ενώ στη συνέχεια και για το διάστημα 1996-2004 διαμορφώθηκε σε 3.085 χιλ. HL.

Την οινική περίοδο 2004-2005 η συνολική εγχώρια χρήση οίνου διαμορφώθηκε σε 3.701 χιλ. HL, δηλαδή αυξήθηκε κατά 10,5% σε σχέση με την περίοδο 2003-2004 (3.350 χιλ. HL).

Αναφορικά με την ανθρώπινη κατανάλωση οίνου στην Ελλάδα αυτή κυμαίνεται σε χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με τις λοιπές οινοπαραγωγικές χώρες της ΕΕ. Ειδικότερα, το χρονικό διάστημα 1988-1996 έφτασε κατά μέσο όρο σε 2.918 χιλ. HL, παρουσιάζοντας μέση ετήσια μείωση κατά 2,8%.

Τα επόμενα έτη (1996-2004), η εγχώρια ανθρώπινη κατανάλωση διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο σε 2.710 χιλ. HL, μειωμένη σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο. Την οινική περίοδο 2004-2005, η ποσότητα της εγχώριας κατανάλωσης οίνου ανέκαμψε και διαμορφώθηκε σε 3.365 χιλ. HL, αυξημένη κατά 9,5% σε σχέση με το 2003-2004 (3.072 χιλ. HL).

Τα εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα καλύπτουν σε μεγάλο βαθμό την εντός συνόρων ζήτηση, γεγονός που διαμορφώνει την εισαγωγική διείσδυση, δηλαδή την ποσότητα εισαγωγών προς την ανθρώπινη κατανάλωση, σε χαμηλά επίπεδα.

Ειδικότερα, η εισαγόμενη ποσότητα οίνου κυμάνθηκε από 23 ως 83 χιλ. HL το διάστημα 1988-2000. Το διάστημα 2001-2005 ωστόσο παρουσιάστηκε σημαντική αύξηση, το δε εξεταζόμενο μέγεθος ανήλθε κατά την περίοδο 2004-2005 σε 165 χιλ. HL. Η διεύρυνση αυτή των εισαγόμενων ποσοτήτων είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση του βαθμού εισαγωγικής διείσδυσης η οποία κυμάνθηκε μεταξύ 5% και 9% την τελευταία τριετία.

Σχετικά με την εξέλιξη της εισαγωγικής διείσδυσης οίνου για τα έτη 1988-2005 παρατηρείται ότι ενώ η μέση τιμή του βαθμού εισαγωγικής διείσδυσης για το διάστημα 1988-2000 ήταν 2%, ενισχύθηκε στην συνέχεια σε 6,4% για τα έτη 2000-2005.

Αντίστοιχα εξετάζεται το ίδιο χρονικό διάστημα η εξαγωγική επίδοση οίνου, η οποία εκφράζει το ποσοστό των εξαγωγών προς την παραγωγή. Η μέση εξαγόμενη ποσότητα τα έτη 1988-2001 έφτασε τα 715 χιλ. HL και ο αντίστοιχος μέσος βαθμός εξαγωγικής επίδοσης το 18,6%. Τα επόμενα έτη οι εξαγωγές, σε αντίθεση με τις εισαγωγές, παρουσιάζουν πτωτική πορεία, με αποτέλεσμα η μέση εξαγόμενη ποσότητα να διαμορφωθεί σε 328 χιλ. HL το χρονικό διάστημα 2001-

2005 και ο μέσος όρος του βαθμού εξαγωγικής επίδοσης για την ίδια περίοδο να μειώνεται σε 9% (περίπου στο ήμισυ).

Σχετικά με την εξέλιξη της ετήσιας κατά κεφαλήν κατανάλωσης οίνου για το διάστημα 1988-2005, παρατηρείται ότι την τελευταία πενταετία η κατά κεφαλήν κατανάλωση οίνου στην Ελλάδα ήταν περίπου 26,8 λίτρα/άτομο, παραμένοντας στα ίδια σχεδόν επίπεδα συγκριτικά και με την αμέσως προηγούμενη πενταετία (26 λίτρα/άτομο). Τα δύο τελευταία έτη πάντως υπάρχει σταθερά ανοδική πορεία η οποία φτάνει την περίοδο 2004 -2005 στα 30,4 λίτρα/άτομο.

Από την άλλη πλευρά, η κατά κεφαλήν κατανάλωση μύρας στη χώρα μας, η οποία αποτελεί και υποκατάστατο προϊόν του κρασιού κυμαίνεται σε σταθερά υψηλότερα επίπεδα από τα αντίστοιχα του οίνου. Πιο συγκεκριμένα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες η διαφορά αυξάνεται περισσότερο αφού τη μύρα την χαρακτηρίζει έντονα η εποχικότητα.

Ειδικότερα, το 1990 η κατά κεφαλή κατανάλωση μύρας ήταν 41 λίτρα/άτομο, ενώ η αντίστοιχη κατανάλωση οίνου ήταν 31,6 λίτρα/άτομο. Το 1995 η κατανάλωση ήταν 40 λίτρα ανά άτομο για την μύρα και 22,1 λίτρα/άτομο για το κρασί, ενώ το 2004 ήταν 39 λίτρα/άτομο για την μύρα και 27 λίτρα/άτομο για το κρασί. Οι μεταβολές αυτές οφείλονται κυρίως στη χαμηλότερη τιμή της μύρας, στην ποικιλία και το πλήθος των σημείων λιανικής διάθεσης, καθώς και στην υπαίθρια κατανάλωση της σε γήπεδα, καντίνες, συναυλίες κλπ.

### **3.3.2. Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς - Μερίδια Αγοράς**

Η εγχώρια κατανάλωση οίνου καλύπτεται κυρίως από τα εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα. Σχετικά με την κατανομή της αγοράς κρασιών, εκτιμάται ότι μεγαλύτερο ποσοστό, κυμαινόμενο μεταξύ 55%-60%, καταλαμβάνουν τα λευκά, στα οποία περιλαμβάνεται και η ρετσίνα.

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, η εγχώρια κατανάλωση της ρετσίνας εμφανίζει πτωτικές τάσεις τα τελευταία χρόνια, και καλύπτει ένα μικρό σχετικά ποσοστό επί της κατανάλωσης των λευκών κρασιών. Τα ερυθρά κρασιά καλύπτουν ποσοστό της τάξης του 35%, ενώ μικρό μερίδιο, 5%-10% περίπου, αντιστοιχεί στα ροζέ κρασιά.

Σχετικά με τους τύπους του οίνου, σημειώνεται ότι τα επιτραπέζια κρασιά καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής αγοράς, ενώ τα κρασιά Ονομασίας Προέλευσης Ανώτερης Ποιότητας εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύουν μόνο το 20% περίπου.

Η κατανάλωση του χύμα κρασιού διατηρεί τα ηνία, καλύπτοντας μερίδιο περίπου 60% της συνολικής ποσότητας, ενώ το εμφιαλωμένο αντιπροσωπεύει το υπόλοιπο 40%. Σε γενικές γραμμές η μέση τιμή του εμφιαλωμένου κρασιού είναι τρεις με τέσσερις φορές υψηλότερη σε σχέση με το χύμα κρασί.

Σημαντική συμμετοχή στην κατανάλωση καταλαμβάνουν επίσης οι συσκευασίες ασκών, οι οποίες τα τελευταία χρόνια έχουν αποσπάσει ένα σεβαστό ποσοστό τόσο της χύμα ποσότητας όσο και της ποσότητας του εμφιαλωμένου κρασιού, αντικαθιστώντας κυρίως τις μεγαλύτερες φιάλες (1,5-21t). Επίσης, έδαφος κερδίζει και το κρασί σε ασκό των 5 λίτρων.

Σχετικά με την αγορά εμφιαλωμένων κρασιών, ως προς την τιμή πώλησης, διαπιστώνεται ότι τα φθηνά κρασιά (μέχρι €6/φιάλη) καλύπτουν ποσοστό 60%-70%, ενώ εκείνα της μεσαίας κατηγορίας τιμών (€6-€10/φιάλη) καταλαμβάνουν το 20%-30%. Σταθερό είναι το μερίδιο των ακριβών κρασιών με 10% περίπου των εμφιαλωμένων συνολικά.

Ο κλάδος της οινοποιίας στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, η πλειοψηφία των οποίων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Επίσης, το χύμα κρασί, που καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας αγοράς, προέρχεται κυρίως από μικρές παραγωγικές μονάδες. Τα παραπάνω έχουν ως αποτέλεσμα τα μερίδια που καταλαμβάνουν ακόμη και οι μεγάλες εταιρείες και οι συνεταιρισμοί του κλάδου να βρίσκονται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα.

Συνεπώς, θεωρείται σκόπιμο να εξεταστούν τα μερίδια της εγχώριας αγοράς εμφιαλωμένων κρασιών (εξαιρουμένων των εξαγωγών), τα οποία παρουσιάζουν υψηλότερη συγκέντρωση. Εκτιμάται ότι, η εταιρεία Μπουτάρης Ι. & Υιός Οινοποιητική Α.Ε καταλαμβάνει μερίδιο 6,5%-7% επί της κατανάλωσης εμφιαλωμένων κρασιών για το 2005.

Στα ίδια επίπεδα κυμαίνεται το μερίδιο της Μαλαματίνας Ε. & Υιός Α.Ε.Β.Ε., η οποία παράγει ως επί το πλείστον ρετσίνα. Περαιτέρω, το μερίδιο της εταιρείας Ευβοική Οινοποιητική Α.Ε. εκτιμάται γύρω στο 4,5%. Στα ίδια επίπεδα κινείται και το μερίδιο της Τσάνταλης Ε. Α.Ε. (4,5%). Σημαντική παρουσία στην αγορά έχουν μεταξύ άλλων και οι εταιρίες Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης Α.Ε. και Αχαΐα Clauss Α.Ε.

Τονίζεται ότι, τα ανωτέρω μερίδια αγοράς προκύπτουν λαμβανομένης υπόψη της ποσότητας που διαθέτουν στην εγχώρια αγορά. Δεδομένης της έντονης εξαγωγικής δραστηριότητας ορισμένων εξ' αυτών, η κατάταξη αλλάζει με βάση τη συνολική παραγωγή<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP Α.Ε. , σελ. 86-90

## Κεφάλαιο 4

### Η διεθνής αγορά προϊόντων οινοποιίας

#### 4.1. Παγκόσμια παραγωγή και κατανάλωση οίνου

Στο σύνολο της η παγκόσμια έκταση αμπελώνων ανερχόταν μέχρι το 2005 στα 7.943 χιλ. εκτάρια. Στις πρώτες θέσεις βρίσκονται ευρωπαϊκές χώρες, με την Ισπανία να συγκεντρώνει (το 2005) 1.180χιλ. εκτάρια, ποσοστό 14,9% της παγκόσμιας έκτασης. Στην συνέχεια ακολουθούν η Γαλλία και η Ιταλία, με μερίδια 11,2% και 10,7% αντίστοιχα.

Βέβαια υπάρχουν και περίοδοι (2002-2005) που χαρακτηρίζονται από πτωτικές τάσεις στις αμπελουργικές εκτάσεις της Ιταλίας και της Ισπανίας, σε αντίθεση με την Κίνα η οποία εμφανίζει την ίδια περίοδο άνοδο 5% για κάθε έτος και για το 2005 φτάνει την τέταρτη θέση, με αμπελώνες 487 χιλ. εκταρίων δηλαδή με ποσοστό 6,1% του παγκόσμιου συνόλου.

Στις επόμενες θέσεις, οι ΗΠΑ φτάνει το 5% και η Πορτογαλία το 3,2% ενώ η Ελλάδα κατέχει μόλις το 1,6% της παγκόσμιας έκτασης αμπελώνων και βρίσκεται στη 13<sup>η</sup> θέση.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις της ΕΣΥΕ (πίνακας 4.1), η παγκόσμια παραγωγή οίνου έφτασε το 2005 τα 278,3 εκατ. HL, δηλαδή μειώθηκε κατά 6,9% σε σχέση με το 2004, που χαρακτηρίστηκε ως έτος με την υψηλότερη τιμή για την περίοδο 2002-2005. Το 2005 σύμφωνα και πάλι με εκτιμήσεις της ΕΣΥΕ η παραγωγή οίνου στην ΕΕ των 25 μειώθηκε κατά 11,3% σε σχέση με το 2004 και διαμορφώθηκε σε 163,8 εκατ. HL.

**Πίνακας 4.1. Εξέλιξη παγκόσμιας παραγωγής και κατανάλωσης οίνου**

Έτος	Παραγωγή	Κατανάλωση
2001	266,6	226,9
2002	257,8	228,6
2003	266,7	235,1

2004	298,9	235,3
2005	278,3	235,6
2004-2005: εκτιμήσεις		

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2006

Από την άλλη άνοδο παρουσίασε η παραγωγή των ΗΠΑ (16,9%) όπως και της Χιλής (25,2%) που έφτασε τα 23,5 εκατ. ΗL και 7,9 εκατ. ΗL αντίστοιχα. Σημαντική ποσοστιαία μείωση της παραγωγής το 2005 σε σχέση με το 2004, υπήρχε στην Ισπανία (18,2%), τη Γαλλία (12%) και την Πορτογαλία (11%).

Όπως φαίνεται και από τον πίνακα 4.1. παραπάνω η παγκόσμια κατανάλωση οίνου είχε σταθεροποιητικές τάσεις τα τελευταία έτη, ενώ για το 2005 υπολογίζεται σε 235,6 εκατομμύρια ΗL.

Η διαχρονική σταθερότητα οφείλεται στην εξισορρόπηση ανάμεσα στη μείωση της κατανάλωσης σε παραγωγικές χώρες που καταλάμβαναν σημαντικό μέρος της παγκόσμιας κατανάλωσης (όπως είναι οι χώρες της ΕΕ και ιδιαίτερα η Γαλλία και η Ιταλία) και στην αύξηση που παρατηρείται σε μη παραγωγικές χώρες της Βόρειας Ευρώπης (Ηνωμένο Βασίλειο άνοδος 5,3%). Άνοδο παρουσίασε επίσης και η αγορά των ΗΠΑ σε αντίθεση με την εκ νέου πτώση στην Αργεντινή.

Η διαφορά μεταξύ της παγκόσμιας παραγωγής και κατανάλωσης το 2005, αν και περιορίστηκε σε σχέση με το 2004, μπορεί να επιφέρει πτώση των τιμών, ιδιαίτερα στις ευρωπαϊκές χώρες, και τη μη συγκομιδή μέρους της παραγωγής σταφυλιών (επιδότηση εκριζώσεων αμπελιών).

Την ίδια στιγμή, η αύξηση των αποθεμάτων θα κάνει ακόμα πιο έντονο τον ανταγωνισμό στη διεθνή αγορά οίνου, γεγονός που θα έχει ιδιαίτερα αρνητική επίδραση σε χώρες με μικρή ή πτωτική εσωτερική αγορά<sup>22</sup>.

#### 4.2. Διεθνές εμπόριο οίνου

Για την ανάλυση των στοιχείων διεθνούς εμπορίου του οίνου χρησιμοποιούνται δεδομένα του οργανισμού FAO (Food & Agriculture Organization), για τα έτη 2000-2004. Όπως παρατηρείται στον πίνακα 4.2, ως σημαντικότερες αγορές του διεθνούς εμπορίου οίνου βάσει εισαγωγών,

<sup>22</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP Α.Ε. , σελ. 98-99



αναδεικνύονται η Γερμανία και η Μ. Βρετανία.

**Πίνακας 4.2. Κυριότερες χώρες εισαγωγής οίνου (2000-2004) (ποσότητα σε τόνους)**

Χώρα	2000	2001	2002	2003	2004
Σύνολο εισαγωγών	5.503.040	6.049.213	6,327.533	6.908.624	7.367.083
Γερμανία	992.225	1.126.787	1.170.961	1.190.564	1.304.256
Ην. Βασίλειο	887.803	994.339	1.027.038	1.133.991	1.297.578
ΗΠΑ	447.940	468.794	552.140	608.245	641.477
Ρωσία	162.346	256.615	298.380	416.361	505.125
Γαλλία	435.013	511.113	452.827	469.583	472.765
Ολλανδία	201.365	244.920	281.686	325.884	318.844
Βέλγιο	255.236	244.616	276.281	266.973	280.094
Καναδάς	235.757	238.815	243.746	269,710	266.845
Δανία	179.398	202.870	200.842	205.052	200.594
Ελβετία	180.859	186.331	183.368	183.261	179.468
Ιαπωνία	165.747	169.144	167.938	161.182	166.543
Ιταλία	56.492	67.989	82.228	144.668	162.492
Πορτογαλία	188.635	161.383	125.860	120.837	156.691
Σουηδία	119.168	133.596	149.573	155.999	124.471
Τσεχία	66.394	94.308	103.399	106.766	119.766
Νορβηγία	46.757	62.336	60.969	68.512	72.847

Κίνα	52.277	47.854	49.520	62.873	71.186
Ιρλανδία	43.507	48.172	52.131	55.690	64.812
Αυστρία	48.737	59.246	51.918	53.448	64.615
Πολωνία	59.033	50.748	53.945	57.859	61.342
Αγκόλα	24.800	37.800	39.759	49.700	57.874

Πηγή: FAO, 2005

Οι εισαγωγές των συγκεκριμένων χωρών (Γερμανία και Ην. Βασίλειο) για το 2004 κυμάνθηκαν στους 1,3 εκατ. τόνους και απορρόφησαν το 17,7% και το 17,6% αντίστοιχα της παγκόσμιας εισαγόμενης ποσότητας. Ακολούθησαν οι ΗΠΑ με ποσοστό 8,7% και η Ρωσία με 6,9%.

Σημαντικούς αποδέκτες οίνου αποτελούν και η Γαλλία, η Ολλανδία, το Βέλγιο και ο Καναδάς. Συνολικά, το ύψος των παγκόσμιων εισαγωγών είχε ανοδική πορεία την εξεταζόμενη περίοδο, με μέσο ετήσιο ρυθμό ανόδου 7,6% και το 2004 έφτασε τα 7,37 εκατ. τόνους.

Σε σχέση με τις σημαντικότερες εξαγωγικές χώρες οίνου (Πίνακας 4.3), στις πρώτες θέσεις κατατάσσονται και πάλι χώρες της ΕΕ. Η Ιταλία εξήγαγε το 2004, 1,4 εκατ. τόνους οίνου, ποσότητα η οποία αντιστοιχεί στο 18,7% του παγκόσμιου συνόλου, ενώ το ίδιο ποσοστό 18,7% κατέλαβε η Γαλλία. Πιο συγκεκριμένα, οι εξαγωγές της Ιταλίας ενισχύθηκαν κατά 12,2% ενώ για τη Γαλλία περιορίστηκαν κατά 4,1 % σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

**Πίνακας 4.3. Κυριότερες χώρες εξαγωγής οίνου (2000-2004) (ποσότητα σε τόνους)**

Χώρα	2000	2001	2002	2003	2004
Σύνολο εξαγωγών	6.106.894	6.575.552	6.655.103	7.111.183	7.667.753
Ιταλία	1.467.532	1.537.064	1.518.682	1.280.200	1.435.898
Γαλλία	1.482.513	1.551.660	1.536.883	1.496.243	1.435.043
Ισπανία	777.302	904.986	901.638	1.175.810	1.352.196
Αυστραλία	310.885	376.154	471.505	536.467	646.121

Χιλή	402.351	486.717	344.227	391.000	468.207.
ΗΠΑ	276.943	284.356	266.239	329.330	387.382
Πορτογαλία	187.551	160.072	206.739	305.522	312.802
Γερμανία	241.437	237.166	237.471	270.203	271.316
Ν. Αφρική	170.000	165.129	210.432	232.924	261.350
Μολδαβία	99.183	136.799	153.656	202.170	228.036
Αργεντινή	92.121	92.177	123.646.	192.178	159.826
Βουλγαρία	79.300	79.100	78.784	83.426	92.342
Αυστρία	32.281	51.795	60.726	81.650	74.073
ΠΓΔΜ	82.409	80.553	72.614	55.127	56.759
Ουγγαρία	80.225	69.557	76.724	68.861	45.817
Ν. Ζηλανδία	38.257	21.920	25.615	27.205	40.669
Γεωργία	24.400	21.612	23.399	34.706	40.047
Δανία	17.146	25.715	29.944	34.429	39.424
Τυνησία	7.262	13.164	9.431	19.529	38.485
Ρουμανία	25.354	39.444	50.346	40.998	37.040
Ελλάδα	42.974	55.261	29.071	36.445	35.044

Πηγή: FAO, 2005

Την ίδια πορεία με αυτή της Ιταλίας παρουσίασαν και οι εξαγωγές της Ισπανίας, οι οποίες για το 2004 κάλυψαν το 17,6% επί του συνόλου, δηλαδή αυξήθηκαν κατά 15% σε σχέση με το 2003. Σημαντική άνοδο παρουσίασαν το διάστημα 2000-2004 οι εξαγωγές οίνου της Αυστραλίας, οι οποίες κάλυψαν ποσοστό 8,4% των διεθνών εξαγωγών το 2004.

Το αντίστοιχο μερίδιο της Χιλής ανήλθε σε 6,1%, των ΗΠΑ σε 5,1%, της Πορτογαλίας σε 4,1% και της Γερμανίας σε 3,5%. Συνολικά η Χιλή, η Αυστραλία, η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Γερμανία, η Πορτογαλία και οι ΗΠΑ καλύπτουν το 82,3% των παγκόσμιων εξαγωγών για το 2004.

Η εξέλιξη της παγκόσμιας εξαγόμενης ποσότητας είναι θετική, καθώς από 6,1 εκατ. τόνους το 2000 διαμορφώθηκε σε 7,6 εκατ. τόνους το 2004, με μέσο ετήσιο ρυθμό άνοδου 5,9%<sup>23</sup>.

<sup>23</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP A.E. , σελ. 99-100

### 4.3. Ευρωπαϊκή αγορά οίνου

Οι χώρες της ΕΕ κυριαρχούν στη διεθνή αγορά οίνου, διαθέτοντας μεγάλη παράδοση και ποιότητα στο κλάδο της οινοποιίας. Εκτιμάται ότι η συνολική παραγωγή οίνου στην ΕΕ των 25 είχε πτωτική πορεία την περίοδο 2005/2006 (178.701 χιλ. HL) σε σχέση με την προηγούμενη. Η Γαλλία και η Ιταλία ξεχωριστά η καθεμιά αντιπροσωπεύουν το 1/3 της παραπάνω ποσότητας, ενώ η Ισπανία καλύπτει ποσοστό 22,3%.

Η Ελλάδα την ίδια περίοδο βρισκόταν στην 6<sup>η</sup> θέση με ποσοστό 2,3% επί της συνολικής παραγωγής της Ε.Ε. (πίνακας 4.4). Παρά τη μείωση, οι υψηλές ποσότητες παραγωγής τα τελευταία χρόνια (στην Ευρώπη των 25) έχουν οδηγήσει την Ευρωπαϊκή Ένωση στην εφαρμογή της απόσταξης κρίσης (καν. ΕΚ αριθμ. 1493/99) όπως θα δούμε στην ενότητα 4.4

**Πίνακας 4.4. Παραγωγή οίνου σε χώρες της ΕΕ**

Χώρα	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006
Γαλλία	55.339	51.966	47.519	58.845	53.300
Ιταλία	52.293	46.200	46.650	55.000	52.600
Ισπανία	33.937	39.419	47.300	49.926	39.900
Γερμανία	8.980	9.984	8.289	10.147	9.100
Πορτογαλία	7.790	6.651	7.283	7.483	6.645
Ελλάδα	3.477	3.085	3.815	4.295	4.093
Ουγγαρία	5.450	3.500	3.900	5.272	2.900
Αυστρία	2.531	2.599	2.556	2.734	2.190
Σύνολο EU25	172.620	165.599	169.840	196.349	172.787

Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2006

Σε ότι αφορά το γενικό ισοζύγιο παραγωγής-χρήσης οίνου στις χώρες μέλη της ΕΕ την περίοδο 2002/2003 υπήρξε ανάκαμψη και η κατανάλωση διαμορφώθηκε στα 130 εκατομμύρια HL, δηλαδή παρουσίασε αύξηση κατά 7,4% έναντι του προηγούμενου έτους. Την ίδια περίπου πορεία ακολουθεί και η

κατά κεφαλήν κατανάλωση οίνου, η οποία κυμάνθηκε για το ίδιο χρονικό διάστημα μεταξύ του 32,1 και 34,7 λίτρα/άτομο.

Την επόμενη περίοδο η κατανάλωση περιορίζεται και ειδικότερα κάτω από τα επίπεδα του 2001/2002. Παρόλα αυτά τις περιόδους 2004/2005 και 2005/2006, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η ανθρώπινη κατανάλωση υπήρξε αυξημένη και έφτασε στα 35 λίτρα/άτομο.

Η ενδο-ευρωπαϊκή χρήση των οίνων VQPRD διαμορφώθηκε την πενταετία 2001/02-2005/06 περίπου σε 59.484 χιλ. HL κατά μέσο όρο. Το τελευταίο έτος οι οίνοι VQPRD έφτασαν τα 60.876 χιλ. HL ενώ οι επιτραπέζιοι οίνοι τα 88.511 χιλ. HL

Την περίοδο 2005/2006 τα αποθέματα περιορίστηκαν κατά 6.196 χιλ HL μετά την εφαρμογή της απόσταξης κρίσης, στοιχείο το οποίο πρέπει να ληφθεί υπόψη και για τον περιορισμό του βαθμού αυτάρκειας της συγκεκριμένης περιόδου, ο οποίος όμως ξεπερνάει το 100%.

Σχετικά με τις εξαγωγές οίνου της ΕΕ, στο σύνολο της πενταετίας (2000-2004) οι εξαγωγές οίνου των χωρών μελών της ΕΕ ήταν ανοδικές . Το μεγαλύτερο ποσοστό εξαγωγών το 2004 προήλθε από την Ιταλία, η οποία κάλυψε το 28,1% της συνολικής εξαγόμενης ποσότητας, ενώ ίδιες ποσότητες εμφάνισε και η Γαλλία.

Σημαντικές εξαγωγές πραγματοποίησε το 2004 και η Ισπανία (26,5%). Συνολικά οι τρεις προαναφερόμενες χώρες κάλυψαν (το 2004) το 82,6% των κοινοτικών εξαγωγών οίνου. Οι εξαγωγές της Ελλάδας κάλυψαν μόλις το 0,7% του κοινοτικού συνόλου για το 2004.

Εξετάζοντας τις εισαγωγές ανά χώρα μέλος για τα έτη 2000-2004, φαίνεται ότι συνολικά ενισχύθηκαν την εν λόγω περίοδο. Το 2004 το σύνολο των εισαγωγών οίνου των χωρών της ΕΕ έφτασε τους 4,8 εκατ. τόνους παρουσιάζοντας αύξηση της τάξης του 13,5% η οποία μπορεί να ερμηνευτεί από το γεγονός της διεύρυνσης στην Ευρώπη των 25 και από το ότι οι νεοεισαχθείσες χώρες δεν αποτελούν σημαντικές παραγωγικές δυνάμεις στο κλάδο του οίνου αλλά καλύπτουν τη ζήτηση με εισαγόμενα προϊόντα. Η Γερμανία απορρόφησε το μεγαλύτερο μέρος έχοντας μερίδιο 27,1 %, ενώ ακολούθησε η Μ. Βρετανία με ποσοστό 26,9%<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP A.E. , σελ. 100-102

#### 4.4. Η νέα Κοινή Οργάνωση Αμπελοοινικής αγοράς (ΚΟΑ)

Η δημιουργία ενός θεσμικού πλαισίου για τον κλάδο της οινοποιίας ξεκίνησε το 1962, και από τότε έχουν επέλθει πολλές και σημαντικές μεταβολές. Ο οίνος ελέγχεται από την Κοινή Οργάνωση της αμπελοοινικής Αγοράς (ΚΟΑ) με βασικό κανονισμό αυτόν του 822/87 που είχε ως αποτέλεσμα την σημαντική εξέλιξη της αγοράς οίνου.

Τα κυριότερα σημεία της ΚΟΑ έχουν να κάνουν με το σύστημα στήριξης της αγοράς, τις αμπελουργικές ζώνες, τους οίνους ποιότητας και τους κανόνες ελέγχου της παραγωγής και περιλαμβάνει δυο τύπους μέτρων:

- Την παρέμβαση στην αγορά για την διατήρηση της ισορροπίας μέσω της υποστήριξης της ιδιωτικής αποθεματοποίησης, με διάφορους τύπους ενισχύσεων στην απόσταξη καθώς και στην χρήση των γλευκών και των σταφυλιών για άλλους σκοπούς εκτός από την οινοποίηση
- Τον έλεγχο του αμπελουργικού δυναμικού ώστε να προσανατολισθεί η προσφορά μέσω της απαγόρευσης νέων φυτεύσεων και μέτρων εκρίζωσης, μέσω πριμοδότησης στην εγκατάλειψη αλλά και μέσω αδειών φύτευσης. Με αυτόν τον τρόπο ευνοείται ο επαναπροσανατολισμός της παραγωγής (δηλαδή η αναζήτηση ποιοτικών προϊόντων που ανταποκρίνονται καλύτερα στις προτιμήσεις των καταναλωτών). Οι άδειες φύτευσης αφορούν περιορισμένους και καθορισμένους στόχους παραγωγής ορισμένων τύπων οίνων.

Τα μέτρα εκρίζωσης συμβάλλουν κυρίως στον περιορισμό της αμπελουργικής έκτασης από 40 εκατομμύρια στρέμματα που ήταν το 1987 σε 34 εκατομμύρια στρέμματα το 1997. Συνεπώς η μέση παραγωγή φτάνει από τα 200 εκατομμύρια εκατόλιτρα στα 160 εκατομμύρια εκατόλιτρα και αφορά κυρίως καλλιέργειες ποικιλιών με χαμηλότερες αποδόσεις και προϊόντα καλύτερης ποιότητας, ιδιαίτερα των οίνων ποιότητας που παράγονται σε καθορισμένες περιοχές (VQPRD).

Η κοινοτική αγορά οίνου με την πάροδο των ετών έπρεπε να αντιμετωπίσει τις νέες συνθήκες τόσο από την διεύρυνση της παγκοσμιοποίησης όσο και από τον ολοένα και αυξανόμενο ανταγωνισμό. Από την πλευρά της η ΚΟΑ έπρεπε να ανταποκριθεί στις νέες εξελίξεις που προέκυψαν από την έναρξη ισχύος του νομοθετικού πλαισίου που καθορίστηκε το 1987, καθώς τα μέτρα της υπάρχουσας

ως τότε ΚΟΑ δεν ήταν αποτελεσματικά, έπειτα και από την εφαρμογή των συμφωνιών του Γύρου της Ουρουγουάης το 1995 που έθεταν την κοινοτική αγορά ελαστικότερη και πιο ανοικτή.

Το γεγονός αυτό οδήγησε για την περίοδο 1994 - 1996, στον υπερδιπλασιασμό των εισαγωγών με την Βουλγαρία, Ουγγαρία και Ρουμανία να αποτελούν τον πρώτο προμηθευτή οίνου της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επίσης άλλες χώρες όπως η ΗΠΑ, η Αργεντινή, η Αυστραλία και η Νότιος Αφρική ανέπτυξαν έντονη εμπορική πολιτική με αξιοποίηση προϊόντων σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν αναγκαίο να λάβει υπόψη της τη γήρανση των αμπελώνων της και το γεγονός ότι με την εξέλιξη της παραγωγής, μετά την μείωση των εκτάσεων, υπήρξε μείωση των πλεονασμάτων κατά την διάρκεια των τελευταίων περιόδων. Υπό αυτές τις νέες συνθήκες και εξαιτίας της πολυπλοκότητας της νομοθεσίας που αφορούσε την ΚΟΑ του οίνου, ήταν αναγκαία μια αλλαγή<sup>25</sup>.

Η νέα ΚΟΑ του οίνου (Κανονισμός ΕΚ 1493/1999) είχε ως βασικό στόχο την επίτευξη καλύτερης ισορροπίας μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης στην κοινοτική αγορά, προσφέροντας την δυνατότητα στους παραγωγούς να προσαρμόσουν την παραγωγή τους στις εξελίξεις της αγοράς καθώς και την μακροχρόνια βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου.

Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος πραγματοποιήθηκε η χρηματοδότηση της αναδιάρθρωσης ενός σημαντικού τμήματος των αμπελώνων γεγονός που επέτρεπε την παραγωγή προϊόντων αποδοτικών για την εσωτερική και την διεθνή ζήτηση. Εξίσου σημαντικός στόχος ήταν ο προσανατολισμός της νέας ΚΟΑ σε μια σημαντική απλοποίηση της νομοθεσίας του αμπλεοοινικού κλάδου, ενταγμένη στο γενικό πλαίσιο της απλουστεύσεως της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής που άρχισε το 1995, υπενθύμιση της οποίας γίνεται στο Πρόγραμμα Δράσης του 2000.

Μέσω του Κανονισμού θα έπρεπε:

- Να διατηρηθούν όλες οι παραδοσιακές αγορές πόσιμης αλκοόλης και προϊόντων της αμπέλου.
- Να επιτευχθεί η περιφερειακή διαφοροποίηση

---

<sup>25</sup> Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γενική Διεύθυνση Γεωργίας, 2004 , σελ 28

- Να αναγνωρισθεί ο ρόλος των παραγωγών και των οργανώσεων του αμπελοοινικού κλάδου
- Να καταργηθεί η παρέμβαση ως τεχνητό μέσο διάθεσης της παραγωγής μέσω της διαδικασίας αναδιάρθρωσης των αμπελώνων

Συνεπώς ο νέος κανονισμός που εφαρμόστηκε από την 1<sup>η</sup> Αυγούστου του 2000 ήταν πιο απλός αντικαθιστώντας τους 23 προηγούμενους κανονισμούς. Σύμφωνα με αυτόν τον κανονισμό εγκαταλείφθηκε το σύστημα των τιμών προσανατολισμού για τους διάφορους τύπους οίνου στους μηχανισμούς παρεμβάσεως που ίσχυε ως τότε.

Ακόμα προκειμένου το σύστημα παρέμβασης με την μορφή των ενισχύσεων στην απόσταξη να συνεχίσει να είναι αποτελεσματικό, εγκαταλείφθηκαν η «προαιρετική στήριξη της αγοράς», η «υποχρεωτική απόσταξη των επιτραπέζιων οίνων», και η «απόσταξη στήριξης της αγοράς». Καθιερώθηκε επίσης ένα καθεστώς αναδιάρθρωσης και μετατροπής των αμπελώνων, αφού εξακολουθούσαν να ισχύουν τα μέτρα ελέγχου του δυναμικού παραγωγής, ούτως ώστε να διασφαλιστεί ο κατάλληλος προσανατολισμός της προσφοράς.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση το κόστος εφαρμογής της νέας ΚΟΑ είχε αρνητικό αντίκτυπο στις μέσες δαπάνες, κάτι που δικαιολογείται από το γεγονός ότι στόχος της νέας πολιτικής ήταν η δημιουργία μιας ποιοτικής ευρωπαϊκής αμπελουργίας. Για την περίοδο 2001-2005 το συνολικό κόστος της νέας ΚΟΑ ήταν περίπου στα 1,3 δις. Ευρώ ετησίως.

Το ένα τρίτο του κόστους αφορούσε την διατήρηση των ήδη υπαρχόντων μέτρων, ενώ τα δύο τρίτα τα νέα μέτρα της αναδιάρθρωσης / μετατροπής των εκτάσεων, της διατήρησης διαθέσεως της πόσιμης αλκοόλης και της ενδεχόμενης απόσταξης κρίσεως. Ωστόσο θετικό στοιχείο της μεταρρύθμισης εκτός του υψηλού κόστους, είναι η αποτελεσματικότητα των μέτρων, γεγονός που επιτρέπει στον κλάδο να γίνει πιο δυναμικός και να συνδεθεί με την γενική εξέλιξη των αγορών, τις προσδοκίες των καταναλωτών και τις διεθνείς υποχρεώσεις της Ένωσης<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γενική Διεύθυνση Γεωργίας, 2004, σελ 30



## Συμπεράσματα

Έχοντας ολοκληρώσει την μελέτη του κλάδου οινοποιίας διαπιστώσαμε ότι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του είναι ο έντονος κατακερματισμός της παραγωγής με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγάλη διασπορά της προσφοράς. Υπό αυτές τις συνθήκες δεν υπάρχει δυνατότητα περιορισμού του κόστους παραγωγής με αποτέλεσμα αυτό να μετακυλιέται στην τιμή και συνεπώς στον καταναλωτή.

Επομένως οι επιχειρήσεις παραγωγής οίνου δεν έχουν την δυνατότητα να ανταγωνιστούν άλλες επιχειρήσεις ξένες οι οποίες παράγουν με χαμηλότερο κόστος και έχουν μεγαλύτερες πωλήσεις. Αν υπολογίσει κανείς και τις περιορισμένες διαφημιστικές δαπάνες για τον κλάδο καθώς και την περιορισμένη οργάνωση που διακρίνει αρκετές επιχειρήσεις στην χώρα μας, μπορεί να ερμηνεύσει την φθίνουσα πορεία της παραγωγής και της κατανάλωσης εγχώριων οίνων και την αυξανόμενη ζήτηση ξένων οίνων που εισάγονται στην χώρα μας.

Ωστόσο το φαινόμενο αυτό δεν χαρακτηρίζει μόνο την Ελλάδα αλλά και άλλες ευρωπαϊκές χώρες π.χ. Γαλλία και Γερμανία οι οποίες παράγουν ποιοτικούς οίνους και τους πωλούν σε υψηλή τιμή. Τα τελευταία χρόνια όμως η διάθεση οίνων από την Αργεντινή, την Χιλή και άλλες χώρες έχει επηρεάσει την αγορά οίνου και έχει μειώσει τα μερίδια των ευρωπαϊκών χωρών. Η χαμηλή τιμή των οίνων από τις τρίτες χώρες έχει ωθήσει τους καταναλωτές προς αυτές με αποτέλεσμα την βελτίωση της οινικής παραγωγής για τις τρίτες χώρες.

Το φαινόμενο της μείωσης των εξαγωγών δεν οφείλεται μόνο στην εμφάνιση των τρίτων χωρών αλλά και στην περιορισμένη προβολή των ελληνικών οίνων σε διεθνές επίπεδο με αποτέλεσμα να διατίθενται κυρίως μέσω των ελληνικών εστιατορίων.

Τα παραπάνω προβλήματα τα τελευταία χρόνια έχουν οδηγήσει στην μείωση των εξαγωγών και των πωλήσεων των ελληνικών οίνων με αποτέλεσμα την αύξηση των αποθεμάτων, γεγονός που προκαλεί ποιοτική υποβάθμιση της παραγωγής.

Αξίζει επίσης να τονιστεί ότι το χύμα κρασί σε σχέση με το εμφιαλωμένο έχει ανακάμψει καθότι είναι πιο οικονομικό και σε αρκετές περιπτώσεις ποιοτικό. Το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών δεν τους επιτρέπει την αγορά ενός ποιοτικού εμφιαλωμένου οίνου, αλλά τους στρέφει προς άλλα υποκατάστατα

αγαθά όπως είναι το χύμα κρασί ή η μύρα που διατίθενται σε διάφορα σημεία πώλησης.

Παγκοσμίως μπορούμε να πούμε ότι η κατάσταση που διαγράφεται χαρακτηρίζεται από έντονα πλεονάσματα οίνου, εξαγορές και συγχωνεύσεις εταιριών προκειμένου να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό και αύξηση των μεριδίων πώλησης οίνου των τρίτων χωρών.

Για να μπορέσουν να αποφευχθούν ακόμα περισσότερα προβλήματα μελλοντικά θα πρέπει να υπάρξει μεγαλύτερη διαφημιστική προβολή των ελληνικών οίνων σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο, να γίνουν τεχνολογικές επενδύσεις που θα βελτιώσουν την ποιότητα των προϊόντων και θα μειώσουν το κόστος παραγωγής και συνεπώς και την τιμή των εμφιαλωμένων οίνων. Η καλύτερη τεχνολογία μπορεί να προσφέρει ταχύτερη παραγωγή, μικρότερο κόστος παραγωγής και συνεπώς καλύτερη τιμή.

## **Βιβλιογραφία**

Food and Agriculture Organization (FAO), 2005

ICAP, 2006, «Ο κλάδος της οινοποιίας», ICAP Α.Ε.

Lambert, M., 1993, «Τα ελληνικά κρασιά», εκδόσεις Τρίαινα

Βέκιος, Γ., & Κούκης, Δ., & Τσακίρης Α., 2002, «Το βιβλίο του κρασιού», εκδόσεις Ψύχαλος, Αθήνα

Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος, 2006, Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γενική Διεύθυνση Γεωργίας

Κέντρο Ερευνών Παν Πειραιώς, 2005, «Παράγοντες επιτυχίας επιχειρηματικών σχημάτων ανάδειξης, προβολής και ανάπτυξης τοπικών προϊόντων – Η ελληνική και η ευρωπαϊκή εμπειρία», Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Μάλφας, Μ., 2005, «Η αμπελοκαλλιέργεια στον κόσμο, στην Ευρώπη και στα Ιόνια νησιά», Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Ιονίων νήσων, Λευκάδα , στο [www.keta-ionion.gr/files/Αμπελοκαλλιέργεια.doc](http://www.keta-ionion.gr/files/Αμπελοκαλλιέργεια.doc)

Ροδόπουλος, Γ., & Νικολουδάκης, Δ., 2006, «Μελέτη του ελληνικού κλάδου οινοποιίας», ΤΕΙΚρήτης στο <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2006/Nikoloudakis.pdf>

Υπουργείο Αγροτικής ανάπτυξης και Τροφίμων, 2006