



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ**  
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

**(πρώην Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων – Μεσολόγγι)**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

Επιτηρητής: Καθηγητής

κ. Θεοφάνης Μαυριδάκης

ΘΕΜΑ:

**«Ο κλάδος των τροφίμων στην Ελληνική οικονομία»**

ΦΟΙΤΗΤΗΣ:

**ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΣ ΡΗΓΑΣ ΑΜ 15527**

**Μεσολόγγι 2021**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περιεχόμενα.....	1
Εισαγωγή.....	3
<b>1. Η προϊστορία της εκβιομηχάνισης του κλάδου τροφίμων .....</b>	<b>4</b>
Εισαγωγή.....	4
<b>1.1 Η σημασία και οι παράγοντες της τροφής στην ελληνική κοινωνία μέχρι της ίδρυσή του κράτους .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Η φύση τους έδωσε τα “πάντα” χωρίς να τα αξιοποιήσουν.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Οι προσπάθειες οργάνωσης φυσικών πόρων κατά το 19<sup>ο</sup> εώς αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Η βιομηχανία τροφίμων στην Ελλάδα στο 19<sup>ο</sup> αιώνα και αρχές 20<sup>ο</sup> αιώνα.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Ο πληθυσμός της Ελλάδας τον 19<sup>ο</sup> αιώνα.....</b>	<b>9</b>
<b>1.6 Η ανοδική πορεία της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων στο 20<sup>ο</sup> αιώνα .....</b>	<b>10</b>
<b>2. Η ελληνική οικονομία κατά τον 19<sup>ο</sup> και 20<sup>ο</sup> αιώνα.....</b>	<b>12</b>
Εισαγωγή.....	12
<b>2.1 Το εμπόριο.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Η δημιουργία τραπεζικού συστήματος.....</b>	<b>15</b>
<b>2.3 Το αγροτικό ζήτημα.....</b>	<b>17</b>
<b>2.4 Η αγροτική αποκατάσταση των προσφύγων.....</b>	<b>18</b>
<b>2.5 Η ελληνική οικονομία κατά την περίοδο του μεσοπολέμου.....</b>	<b>19</b>
<b>2.6 Η οικονομική κρίση.....</b>	<b>21</b>
<b>3. Η Μεταπολεμική περίοδος στην βιομηχανία τροφίμων.....</b>	<b>22</b>
Εισαγωγή.....	23
<b>3.1 Οι επιπτώσεις που είχε η βιομηχανία τροφίμων στους πολέμους.....</b>	<b>23</b>
<b>3.2 Η αναγέννηση της βιομηχανίας τροφίμων.....</b>	<b>24</b>
<b>3.3 Ο σχηματισμός βιομηχανιών ανώνυμων εταιρειών μετά τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο.....</b>	<b>25</b>
<b>3.4 Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχανιών Τροφίμων.....</b>	<b>26</b>
<b>3.5 Μεταπολεμικές ανώνυμες βιομηχανικές εταιρείες διατροφής.....</b>	<b>27</b>
<b>3.5.1 Βιομηχανία κρεάτων.....</b>	<b>27</b>
• Κρέτα Φαρμ (Creta Farm) ΑΕΒΕ.....	28
• Θ. Νιτσιάκος ΑΒΕΕ πτηνοτροφικές επιχειρήσεις.....	29
• Υφαντής ΑΒΕΕ.....	31
<b>3.5.2 Επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών.....</b>	<b>32</b>

• Ελληνική εταιρεία κονσερβών Κύκνος Α.Ε.....	33
• Ιντερκομ Φουντς Α.Ε (Intercomm).....	34
• Μπάρμπα Στάθης.....	36
<b>3.5.3 Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών.....</b>	<b>37</b>
• ΕΛΑΪΣ Α.Ε.....	37
• ΣΟΓΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.....	39
<b>3.5.4 Γαλακτομικά.....</b>	<b>40</b>
• ΦΑΓΕ Α.Ε.....	41
• ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε (Μακεδονική βιομηχανία γάλακτος).....	43
• ΟΡΤΙΜΑ Α.Ε.....	44
• Nestle Ελλάς Α.Ε.....	46
<b>3.5.5 Παραγωγή προϊόντων αλευρόμυλου και αμύλου.....</b>	<b>49</b>
• Κυλινδρόμυλοι Λούλη Α.Ε.....	50
• Γιώτης Α.Ε.....	51
<b>3.5.6 Λοιπές βιομηχανίες.....</b>	<b>53</b>
• ΙΟΝ Α.Ε.....	54
• Παπαδόπουλος Ε.Ι. Α.Ε.....	56
• Μέλισσα Κίκιζας ΑΒΕΕ.....	57
• Καραμολέγκος αρτοβιομηχανία Α.Ε.....	59
• Chipita International ΑΕΒΕΕ.....	60
<b>3.6 Βασικά διαρθρωτικά στοιχεία στο σύνολο των τροφίμων.....</b>	<b>62</b>
<b>3.7 Η εγχώρια ιδιωτική κατανάλωση τροφίμων στην Ελλάδα.....</b>	<b>64</b>
<b>4. Η βιομηχανία των τροφίμων στην ελληνική οικονομία και γενικά χαρακτηριστικά.....</b>	<b>65</b>
Εισαγωγή.....	65
<b>4.1 Ο κλάδος των τροφίμων στην ελληνική κρίση του 2009.....</b>	<b>66</b>
<b>4.2 Ο κλάδος των τροφίμων μετά την κρίση.....</b>	<b>67</b>
<b>4.3 Εργατικό δυναμικό.....</b>	<b>70</b>
<b>4.4 Εξωτερικό- Εσωτερικό εμπόριο τροφίμων.....</b>	<b>71</b>
<b>4.4 Ανάλυση Swot του κλάδου τροφίμων.....</b>	<b>73</b>
<b>4.5 Η ανταγωνιστικότητα του κλάδου.....</b>	<b>75</b>
<b>4.7 Στρατηγική του κλάδου των Τροφίμων – Στόχοι.....</b>	<b>76</b>
<b>5. Συμπεράσματα.....</b>	<b>77</b>
Βιβλιογραφία-Δυκτιογραφία.....	78

# ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο κλάδος των τροφίμων στην ελληνική οικονομία είναι αυτός που θα ασχοληθούμε στην επιμέρους εργασία. Αποτελεί αξιοθαύμαστο ότι σε μια χώρα, της οποίας η οικονομία μέχρι προσφάτως υπήρξε κατ' εξοχήν αγροτική, η βιομηχανική ανάπτυξη θα ήταν αναμενόμενη. Στο πρώτο κεφάλαιο τονίζουμε την παραγωγή και την διατροφική συνήθεια του Έλληνα και το πως εξελίχθηκε στην πορεία. Η οικονομία για την βιομηχανική ανάπτυξη διετέλεσε καταλύτη στην πορεία της Ελλάδος την περίοδο του 19<sup>ου</sup> και 20<sup>ου</sup> αιώνα όπου αναφέρω την πορεία της οικονομίας στο δεύτερο κεφάλαιο. Την θεωρώ σημαντική περίοδο γιατί άρχισε να διαμορφώνεται η υποδομή της εκβιομηχάνισης του τόπου. Η ολοκλήρωσή της εκβιομηχάνισης ολοκληρώθηκε μετά το Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο διαγράφοντας μέχρι σήμερα εντυπωσιακή πορεία παρά όλες τις μεταβολές που έγιναν. Πολλες νέες βιομηχανίες τροφίμων δημιουργήθηκαν, με τις οποίες τις πιο σημαντικές κατά την γνώμη μου αναφέρω στο τρίτο κεφάλαιο. Είναι λογικό, η εξέλιξη της πρωτογενούς παραγωγής και οι καταναλωτικές συνήθειες να παίζουν καθοριστικό ρόλο στην εξέλιξη του κλάδου. Άλλα χαρακτηριστικά του κλάδου είναι πως οι πρώτες ύλες που διαχειρίζεται είναι κυρίως πρωτογενή αγροτικά προϊόντα όπου η παραγωγή τους μπορεί να επηρεαστεί από την εποχικότητα και από τυχαία φαινόμενα (πχ καιρικά), επίσης ο τρόπος παραγωγής συνήθως είναι μακριά από τις βιομηχανικές μονάδες και για αυτό πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στο χρόνο και στις συνθήκες διατήρησης κατά τη μεταφορά όπως επίσης και πριν οδηγηθούν προς κατανάλωση. Στο τελευταίο κεφάλαιο αναφέρω επιμέρους θέματα που στιγμάτισαν την ελληνική οικονομία προσφάτως σχεδόν (ελληνική κρίση) και άλλα χαρακτηριστικά της.

# 1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

---

## 1. Η προϊστορία της εκβιομηχανισής του κλάδου τροφίμων

### Εισαγωγή

Ο κλάδος των τροφίμων στην Ελλάδα ξεκινά την ιστορία της από το 1782 από τότε αποτελεί σταθερά ένα θεμελιώδη τμήμα της ελληνικής οικονομίας και πιο συγκεκριμένα του δευτερογενή τομέα και της ελληνικής μεταποιητικής βιομηχανίας. Συγκεκριμένα η ελληνική βιομηχανία τροφίμων αναπτύσσεται μετά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα. Η ανάπτυξη αυτή διαφέρει αισθητά από την αντίστοιχη ευρωπαϊκή. Γεγονός που οφείλεται από την έλλειψη κεφαλαίων, την περιορισμένη βιομηχανική κουλτούρα και από την αποκοπή της Ελλάδας από την βιομηχανική επανάσταση λόγω τουρκοκρατίας. Είναι γεγονός όμως, πως παίζει καθοριστικό ρόλο και επηρεάζει τα βασικά μεγέθη της ελληνικής μεταποίησης, δηλαδή των αριθμό των επιχειρήσεων και του ανθρώπινου δυναμικού αλλά και τον κύκλο εργασιών και την προστιθέμενη αξία. Επίσης, η βιομηχανία τροφίμων ανήκει στην αγροδιατροφική αλυσίδα και για το λόγο αυτό έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Είναι ο τομέας όπου καλείται να καλύψει τις πρωτεύουσες και ζωτικές ανάγκες του ανθρώπου και επίσης έχει μια αλληλένδετη σχέση με παραδοσιακούς παραγωγικούς τομείς της ελληνικής γεωργίας, κτηνοτροφίας και αλιείας.

## **1.1 Η σημασία και οι παράγοντες της τροφής στην ελληνική κοινωνία μέχρι την ίδρυση του κράτους**

Η διατροφή ήταν ανέκαθεν για τους Έλληνες κάτι παραπάνω από μέσο επιβίωσης. Ήταν ένα στοιχείο πολιτισμού. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι με αναφορές σε είδη διατροφής, γεωργικά προϊόντα ή ζώα διαμορφώθηκαν σε διάφορες εποχές λαϊκές ρήσεις και επίθετα για να εκφράσουν γεγονότα και καταστάσεις της καθημερινής ζωής ακόμη και στο αστικό περιβάλλον.

Η διατροφή των Ελλήνων στην περίοδο αυτή αποτελεί τη λεγόμενη ελληνική παραδοσιακή διατροφή. Βασίζεται στην αρχαία και στη βυζαντινή διατροφή, αλλά έχει δεχτεί και επιδράσεις από τους ξένους κατακτητές. Η βασική τροφή του ελληνικού λαού ήταν το ψωμί. Η κατανάλωση κρέατος ήταν πολύ περιορισμένη. Κρέας έτρωγαν συνήθως στις μεγάλες γιορτές, τις Κυριακές και στα πανηγύρια. Αντίθετα, σημαντική θέση στη διατροφή είχαν τα όσπρια. Ιδιαίτερα στις περιόδους νηστείας, τα όσπρια αποτελούσαν το κυριότερο φαγητό. Τα διάφορα λαχανικά και χόρτα ήταν μια από τις πιο συνηθισμένες τροφές, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου παράγεται πολύ λάδι. Οι κάτοικοι των νησιών και των παράλιων περιοχών κατανάλωναν πολλά ψάρια και θαλασσινά. Το γάλα και τα προϊόντα του αποτελούσαν βασικές τροφές, κυρίως των κτηνοτροφικών πληθυσμών. Από τα φρούτα κυριαρχούσαν, σύκα φρέσκα ή ξερά, φραγκόσυκα, πεπόνια, καρπούζια, ρόδια, ροδάκινα, βερύκοκα, δαμάσκηνα, αχλάδια, κεράσια, μούσμουλα, χαρούπια, πορτοκάλια, κίτρα και κολοκύθες. Τέλος, έπιναν κρασί, ούζο, κάποια ποικιλία του οποίου έκαναν απο σύκα, ενώ απο τους Τούρκους είχαν υιοθετήσει το μποζά (παχύρρευστο ποτό από τριμμένο κριθάρι, που το ζύμωναν με ήρα) και το σερμπέτι (ζαχαρωμένο μείγμα με φρούτα και γάλα).

Αξίζει να σημειωθεί, ότι από αρχαιοτάτων χρόνων οι Έλληνες ήταν λιτοδίαιτοι. Το μεσογειακό κλίμα και η αντίληψη για την ζωή έπαιξαν μεγάλο ρόλο στην περίπτωση αυτή. Τα συγγράμματα των περιηγητών τον 18<sup>ο</sup> αιώνα μαρτυρούν ότι η λιτή διαίτα συνέχιζε να χαρακτηρίζει την ζωή των κατοίκων του τόπου. Έως τα μέσα του 19<sup>ου</sup> αιώνα, οι περιγραφές για τους Αθηναίους αναφέρουν ότι αυτοί «διατηρούν μερικές φορές λεπτή κορμοστασιά και άνετη ελευθερία κινήσεων». Οι πλούσιοι περιορίζονται σε ένα πιάτο χόρτα για το γεύμα τους και οι φτωχοί σε μια χούφτα ελιές και μια παστή σαρδέλα. Πέρα από το φυσικό περιβάλλον, η λιτή διατροφή θα πρέπει να αποδοθεί και στα ήθη και έθιμα των Ελλήνων, με σημαντικότερο, ίσως, εκείνη την εποχή, την ορθόδοξη χριστιανική θρησκεία και τις νηστείες που επέβαλλε.

## **1.2 Η φύση τους έδωσε τα “πάντα” χωρίς να τα αξιοποιήσουν**

Οι κάτοικοι διατρέφονταν με τα προϊόντα που το περιβάλλον προσέφευ χωρίς οι ίδιοι να συστηματοποιήσουν την καλλιέργεια της γης, την εκτροφή των ζώων ή την αλίεια. Πιο συγκεκριμένα, κατά το 18<sup>ο</sup> αιώνα η γη ήταν, στο μεγαλύτερο ποσοστό (περίπου τα τρία τέταρτα), ακαλλιέργητη και τα εδάφη χρησιμοποιούνταν κυρίως ως βοσκοτόπια. Οι αγρότες χρησιμοποιούσαν το απαρχαιωμένο ησιόδειο άροτο, που χάραζε την επιφάνεια του εδάφους σε βάθος μόλις τριών εκατοστών και δεν ανακάτευε καλά το έδαφος ώστε να ανανεωθούν οι δυνατότητές του. Επιπλέον, οι Ευρωπαίοι αγρότες χρησιμοποιούσαν οργανικά λιπάσματα, όπως την κοπριά, τα οποία οι Έλληνες αγνοούσαν, παρά το γεγονός ότι τα ζώα που εξέτρεφαν παρήγαν ικανές ποσότητες. Τα μόνα συστήματα καλλιέργειας που εφαρμόζαν ήταν της αρανάπαυσης και της αμειψισποράς.

Ομοίως, δεν υπήρχε στη χώρα κτηνοτροφία, δηλαδή συστηματική εκτροφή ζώων. Τα ζώα εκτρέφονταν είτε ως οικόσιτα είτε ως κοπάδια και η εκτροφή σε κτηνοστάσια ήταν άγνωστη. Τα περισσότερα ήταν ισχνά καθώς οι αγρότες στηρίζονταν κυρίως στην ελεύθερη βοσκή και αγνοούσαν τη συστηματική παραγωγή ζωοτροφών.

Ωστόσο το 18<sup>ο</sup> αιώνα η σύγκριση με την Ευρώπη δεν τοποθετούσε την Ελλάδα σε μειονεκτική θέση, οι συνθήκες σταδιακά άλλαξαν και κατά τη μετάβαση προς το 19<sup>ο</sup> αιώνα, το χάσμα ολοένα μεγάλωνε. Από το 15<sup>ο</sup> αιώνα και μετά η Δύση έκανε μικρά αλλά σταθερά βήματα επιστημονικής και τεχνολογικής ανάπτυξης, τα οποία την προετοίμαζαν για τη βιομηχανική πρόοδο του 19<sup>ου</sup> αιώνα. Είχε βελτιώσει είδη φυτών και ζώων καθώς και μεθόδους καλλιέργειας και εκτροφής.

Πολλές εξηγήσεις δίδονταν για την κατάσταση της Ελλάδας. Ορισμένη περιηγητές κατέκριναν τους Έλληνες για νωθρότητα. Ρομαντισμός, άγνοια ή προκατάληψη εμπόδιζαν τους ξένους επισκέπτες να λάβουν υπόψη τις αντίξοες συνθήκες της διαβίωσης των Ελλήνων στην περιοχή. Δεν ήταν μόνο η κατάκτηση από τους Οθωμανούς αλλά και οι συνεχείς επιδρομές των Δυτικών που ακολούθησαν με στόχο την κατάλυση της οθωμανικής αυτοκρατορίας και την πρόσβαση προς την Ανατολή. Αξίζει να σημειωθεί, έξω από τα σύνορα της υπήρχαν ισχυρά κέντρα ελληνισμού, πνευματικά, οικονομικά, παραγωγικά, τα οποία πολλές φορές κυριαρχούσαν στο χώρο τους αλλά και σε ευρύτερες περιοχές. Έλληνες, ελληνικά κεφάλαια και πλούτος υπήρχαν και αναπτύσσονταν από την Ουκρανία ως το Σουδάν, από το Δούναβη ως το Καύκασο και από τη Σμύρνη ως την Κιλικία. Για τους Έλληνες των περιοχών αυτών το μικρό ελληνικό βασίλειο ήταν για πολλά χρόνια μια κακή ανάμνηση μάλλον, ένας φτωχός και ανεπρόκοπος συγγενής. Χρειάστηκε να δυσκολέψουν γι'αυτούς οι οικονομικές και πολιτικές συνθήκες, προς το τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα, για να ανακαλύψουν τη σημασία που είχε η φτώχη

τους πατρίδα, ως ασφάλεια καταφύγιο και ως πεδίο ανάπτυξης οικονομικών δραστηριοτήτων.

### **1.3 Οι προσπάθειες οργάνωσης φυσικών πόρων κατά το 19<sup>ο</sup> έως τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα**

Επί Καποδίστρια (1828-1831), το θέμα της οργάνωσης των φυσικών πόρων της χώρας κυριάρχησε στις πρώτες εθνοσυνελεύσεις αφενός μεν λόγω της σημασίας της διατροφής του ελληνικού λαού για την επιβίωση του και αφετέρου λόγω της ανάγκης άντλησης εσόδων για το νεοσύστατο κράτος. Ως λύση προτεινόταν η διάθεση των εθνικών γαιών σε ιδιώτες, οι οποίοι θα είχαν ιδιαίτερο επιχειρηματικό ενδιαφέρον για την εκ βάθρων κερδοφόρο ανάπτυξη τους με πρότυπο τις εξελίξεις στη Δύση.

Ωστόσο, το θέμα θεωρήθηκε υψίστης σημασίας και προχώρησαν στην προσπάθεια υλοποίησης του προγράμματος. Το 1829 ιδρύθηκε στην Τίρυνθα γεωργική σχολή για τη διάδοση των ευρωπαϊκών μεθόδων συστηματικής παραγωγής. Νέες ποικιλίες σπόρων, νέοι μέθοδοι καλλιέργειας και νέοι τρόποι εκτροφής ζώων προτάθηκαν. Ενώ επίσης, ήρθαν από το εξωτερικό εργαλεία σύγχρονης τεχνολογίας από ξένες δωρεές, για να αποτελέσουν πρότυπα ανάλογων μελλοντικών κατασκευών. Ξένοι μετανάστες έρχονται στη χώρα οι οποίοι είναι φιλέλληνες και έχουν επιχειρηματικές βλέψεις για να εγκατασταθούν και να ιδρύσουν πρότυπες αγροτικές μονάδες που θα αποτελέσουν σημαντική άνοδο στην οικονομία της χώρας.

Οι προσπάθειες συστηματικής βελτίωσης της παραγωγής των φυσικών πόρων συνεχίστηκαν επί της βασιλείας του Όθωνα (1832- 1862). Ο Όθωνας εγκαταστάθηκε στην Αθήνα το 1834, συνοδευόμενος από 3.500 Βαβαρούς. Στη νέα πρωτεύουσα του ελληνικού κράτος εφαρμόστηκε ταχύ πρόγραμμα ανοικοδόμησης. Συγκεντρώνοντας τις δυνάμεις όλης της ελεύθερης Ελλάδας στήθηκε ο κρατικός μηχανισμός και σταδιακά δημιουργήθηκε το αστικό περιβάλλον. Από το 1833 μέχρι το 1861 ο συνολικός πληθυσμός αυξήθηκε κατά 48%.

Η χώρα ήταν αγροτική τόσο ως προς την σύσταση του πληθυσμού όσο και ως προς την πηγή εισοδημάτων κράτους και πολιτών. Παρά την τάση αστυφιλίας, το 1861 πολλοί Έλληνες παρέμειναν αγρότες και ζούσαν σε αγροτικές κοινότητες. Με την κτηνοτροφία ασχολούνταν το 12% του πληθυσμού, ενώ με την γεωργία το 45,2%. Το 1859 το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών της χώρας αφορούσαν κυρίως γεωργικά προϊόντα, μεταξύ των οποίων σταφίδες, κρασί, νωπά φρούτα, σύκα,



δημητριακούς καρπούς, τυρί, ελαιόλαδο και μέλι. Το κράτος προέβαλε την αγροτική ταυτότητα της χώρας συμμετέχοντας στις εκθέσεις του εξωτερικού με αυτά τα προϊόντα.

Επιπλέον, την περίοδο αυτή ιδρύθηκε το «Γραφείο της Δημόσιας Οικονομίας»(22 Μαΐου 1834) επι υπουργείο Εσωτερικών το οποίο συγκέντρωσε στα επόμενα χρόνια στοιχεία για τον πληθυσμό, βιομηχανία-βιοτεχνία και γεωργία. Ορίστηκαν οι διοικητικές αρχές, διαμορφώθηκε ειδική νομοθεσία για το εμπόριο, εμπορικά επιμελητήρια συστήθηκαν στο Ναύπλιο, στην Πάτρα και στη Σύρο(1836), ανοίχτηκαν ορισμένοι δρόμοι, ενώ έγιναν κάποιες απόπειρες για να ξεκαθαριστεί το ιδιοκτησιακό καθεστώς της γης.

#### **1.4 Η βιομηχανία τροφίμων στην Ελλάδα στο 19<sup>ο</sup> αιώνα και αρχές 20<sup>ο</sup> αιώνα**

Η εμφάνιση και ανάπτυξη της βιομηχανίας γενικότερα στον ελληνικό χώρο κατά το 19<sup>ο</sup> αιώνα, παρουσίασε ελάχιστα κοινά σημεία με όσα συνέβαιναν στο πεδίο αυτό στη Δυτική και Κεντρική Ευρώπη, τα οποία συνοπτικά ονομάστηκαν Βιομηχανική Επανάσταση. Στο μικρό ελληνικό κράτος η ανάπτυξη της βιομηχανίας ήταν διαρκώς παρούσα στις συζητήσεις, στις οικονομικές και πολιτικές αναλύσεις, συνήθως όμως ως σχέδιο ή πρόθεση, σπάνια ως εφαρμογή. Η παρουσία επιτευγμάτων των ευρωπαϊκών κρατών έφερνε διαρκώς στο προσκήνιο το ζήτημα της βιομηχανικής ανάπτυξης, η απουσία όμως των απαιτήτων για την ανάπτυξη της βιομηχανίας προϋποθέσεων οδηγούσε τις προθέσεις σε αδιέξοδο. Η εμφάνιση μονάδων παραγωγής, που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν βιομηχανικές, άρχισε κατά τις πρώτες δεκαετίες της ανεξαρτησίας με αποσπαστικό, ευκαιριακό ίσως τρόπο. Οι μονάδες αυτές αποσκοπούσαν στην εξυπηρέτηση τοπικών αναγκών, οι οποίες σχετίζονταν με την επεξεργασία αγροτικών προϊόντων. Εμπρόκειτο κυρίως για εξέλιξη των παραδοσιακών αλευρόμηλων, των ελαιοτριβείων, των ζαχαρώδων και αμυλώδων σε μικρή απήχηση και άλλες βιομηχανίες όπως των βυροδεψείων και των κλωστηρίων. Οι μονάδες όμως αυτές δεν αποτέλεσαν την αφετηρία για τη δημιουργία πιο σύνθετων βιομηχανικών συγκροτημάτων αλλά, στις περισσότερες περιπτώσεις, παρέμειναν στάσιμες και περιορισμένες ως προς τα οικονομικά μεγέθη. Ο δισταγμός αυτός οφειλόταν ίσως στη μικρή έκταση της εγχώριας αγοράς, στην

πίεση των εισαγόμενων προϊόντων αλλά και στην έλλειψη πολυάριθμου, ειδικευμένου και φθηνού εργατικού δυναμικού.

Χρειάστηκε να περάσουν σαράντα περίπου χρόνια από την απόκτηση της εθνικής ανεξαρτησίας για να παρατηρηθεί μια πρώτη απόπειρα ανάπτυξης των βιομηχανικών δραστηριοτήτων στη χώρα. Γύρω στα 1870 σημειώθηκε κάποιο κύμα ίδρυσης βιομηχανικών επιχειρήσεων, περισσότερων απο εκατό, ενώ παρατηρήθηκε κάποια αύξηση του πληθυσμού με αποτέλεσμα την τάση αύξησης του δυναμικού των ήδη υπάρχουσων μονάδων. Πολύ γρήγορα όμως η απόπειρα αυτή ανατράπηκε και έχασε την δύναμική της και οι σχετικές δραστηριότητες επέστρεψαν στην ύφεση και τη στασιμότητα. Οι όροι άρχισαν να μεταβάλλονται μόλις στα τελευταία χρόνια του 19<sup>ου</sup> αιώνα και, κυρίως, στα πρώτα χρόνια του 20<sup>ου</sup>. Τότε δημιουργήθηκε ένα βιομηχανικό δυναμικό σχετικά σταθερό, πολυδιάστατο, με τάσεις ανάπτυξης της βιομηχανίας.

Η βιομηχανία υπέφερε όπως και άλλοι κλάδοι της οικονομίας, από την έλλειψη κεφαλαίων και τη διασπορά των υπαρχόντων σε πλήθος δραστηριοτήτων, από την ασφυκτικά περιορισμένη- εδαφικά και πληθυσμιακά – βάση οικονομικής εξάπλωσης, από την έλλειψη πρώτων υλών, τη χρόνια έλλειψη εργατικών χεριών και την έλλειψη παιδείας τεχνικής αλλά και γενικής. Η ελλιπής κατάρτιση περιόριζε τη δυνατότητα εφαρμογής καινοτομιών και τη συνακόλουθη τεχνολογική εξέλιξη.

## **1.5 Ο πλυθυσμός της Ελλάδας τον 19<sup>ο</sup> αιώνα**

Από το 1862 και μετά και κυρίως από το τελευταίο τέταρτο του 19<sup>ου</sup> αιώνα έως και την πρώτη δεκαετία του 20<sup>ου</sup> αιώνα έγιναν σημαντικές εξελίξεις στην κοινωνία και στην οικονομία της σύγχρονης ιστορίας της Ελλάδας παρά τα προβλήματα που συνέχιζε να αντιμετωπίζει. Παρατηρείται ανάπτυξη της αγροτικής παραγωγής καθώς και ανάπτυξη της αγοράς τροφίμων με μεγαλύτερη ποικιλία.

Νέα εδάφη προστέθηκαν, ενώ σημειώθηκε σχετική πολιτική σταθερότητα (1875-1879) και έγιναν προσπάθειες των κυβερνήσεων Χ. Τρικούπη για τον εκσυγχρονισμό της χώρας με την κατασκευή δημόσιων έργων κοινής ωφέλειας. Η διεθνής οικονομική ύφεση τα χρόνια 1873-1879 ώθησε κεφαλαιούχους της διασποράς να επενδύσουν στην πατρίδα τους.

Ο πληθυσμός σε ολόκληρη την χώρα αυξανόταν, ενώ το 1861 έως το 1907 αυξήθηκε συνολικά κατά 140%. Οι μεγάλες πόλεις προσέλκυαν κατοίκους για καλύτερο βιοπορισμό. Το 1870 η Αθήνα και ο Πειραιάς είχε το μεγαλύτερο

πληθισμό της χώρας, κερδίζοντας έτσι εργατικό δυναμικό. Ωστόσο, στην χώρα η καταναλωτική ζήτηση είχε αρχίσει να αυξάνεται, αντικατοπτρίζοντας πρωσιώς την αύξηση του πληθυσμού και δευτερεύοντος τη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης των ανώτερων και των μεσαίων στρωμάτων.

*Εξέλιξη της έκτασης  
και του πληθυσμού της Ελλάδας(1838-1936)*

<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>ΕΚΤΑΣΗ (σε τετρ. χλμ)</b>	<b>ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ</b>
1838	47.516	752.000
1851	47.516	1.015.000
1871	50.211	1.480.000
1881	63.606	2.004.000
1901	63.211	2.521.000
1911	63.211	2.701.000
1914	120.000	4.818.000
1920	150.833	5.531.000
1928	130.199	6.205.000
1936	130.199	7.050.000

Πηγή: (<http://nmasalykio.blogspot.com/2015/09/1838-1936.html> )

### **1.6 Η ανοδική πορεία της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων στον 20<sup>ο</sup> αιώνα**

Η ελληνική βιομηχανία τροφίμων άρχίζει να αναπτύσσεται από τα μέσα της δεύτερης δεκαετίας του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Ο λόγος που η διατροφή έπαιξε σημαντικό ρόλο στην Ελλάδα του 1920 σύμφωνα με αναλυτές, πρέπει να αποδοθεί στο γεγονός ότι, στα μέσα της δεκαετίας του 1920, επιτάχθηκαν και απολλοτριώθηκαν σχεδόν δέκα εκατομμύρια στρέμματα καλλιεργήσιμων εκτάσεων σε όλη τη χώρα και διατέθηκαν για την αποκατάσταση προσφύγων και γηγενών. Η διανομή γης είχε ως αποτέλεσμα να καλλιεργηθούν εδάφη που πρώτα χρησιμοποιούνταν ως βοσκές ή έμεναν ακαλλιέργητα και να αυξηθεί σημαντικά η παραγωγή, ιδιαίτερα των σιτιρών. Αλλά

ο βασικός λόγος ανάπτυξης της βιομηχανίας της διατροφής ήταν η αύξηση του πληθυσμού και κατά συνέπεια της ζήτησης.

Μεχρι το 1918, είχαν ιδρυθεί μόνον τρεις ανώνυμες εταιρείες διατροφής έναντι 33 στον υπόλοιπο μεταποιητικό τομέα. Στην συνέχεια την περίοδο 1919-1923, ιδρύθηκαν τέσσερις ανώνυμες εταιρείες διατροφής, έναντι 46 στον υπόλοιπο μεταποιητικό τομέα. Το 1923 ιδρύθηκαν επτά ανώνυμες εταιρείες διατροφής επι συνόλου 85 ανώνυμων μεταποιητικών εταιρειών. Έπειτα, το 1924- 1928 από τις 185 μεταποιητικές ανώνυμες εταιρείες, οι 48 σχηματίστηκαν στον κλάδο της διατροφής. Δηλαδή η αναλογία ανέβηκε αισθητά –μία στις τέσσερις. Στο μετοχικό κεφάλαιο των νέων ανώνυμων εταιρειών που ιδρύθηκαν από το 1924 έως το 1927, μεγάλο ρόλο διαδραμάτισαν οι εισφορές σε είδος και όχι τα μετρητά. Ωστόσο παρατηρούμε ότι η διατροφή παίζει όλο και μεγαλύτερο ρόλο στην οικονομία, η οποία παραμένει αγροτική. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η αυξημένη ροπή του καταναλωτικού κοινού στην κατανάλωση δημητριακών ευνοεί την ανάπτυξη της αλευροβιομηχανίας. Η οποία είναι και ο πρώτος σε δύναμη κλάδος των ειδών διατροφής. Αντίθετα προς το κρέας, η κατα κεφαλήν κατανάλωση δημητριακών στην Ελλάδα φθάνει τα 163 κιλά το 1932. Είναι η υψηλότερη στην Ευρώπη, όπου ο μέσος όρος βρίσκεται στα 100 κιλά περίπου. Το 1983, η παραγωγή σίτου έχει φθάσει τους 900.000 τόνους. Την μερίδα το λέοντος στην αγορά κατέχουν οι βιομηχανικές επιχειρήσεις Αλλατίνη, Μύλοι Αγίου Γεωργίου και Ευρώτας.

Βιομηχανικές μονάδες αναπτύσσονται επίσης στους τομείς των ζυμών αρτοποιίας, ζάχαρης, σοκολάτας και ζαχαρωδών, ζυμαρικών, καφέ. Γνωστές εταιρείες του κλάδου αυτού υπήρξαν και είναι η Ζύμαι Αρτοποιίας Νικολάου Αε (ZANAE), ZAAE Χημικά Εργοστάσια, η IONAE, η Φλοκας, η Παυλίδης, η Ανώνυμος Βιομηχανική Εταιρεία Ζυμαρικών (ABEZ) και η Ανώνυμος Βιομηχανική Εταιρεία Σακχαροπλήκτων «Ήλιος», η οποία τέθηκε σε εκκθάριση το 1939.

**ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ Α.Ε  
ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ(1927-1939)**

<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>ΑΡΙΘΜ.</b>	<b>ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>	<b>ΖΗΜΙΕΣ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ ΜΕΙΟΝ ΖΗΜΙΕΣ</b>
1927	26	280,1	11,7	8,2	3,5
1928	33	369,6	23,1	21,7	1,4
1929	29	308,3	26,0	10,6	15,4
1930	25	309,4	25,7	7,7	18
1931	33	296,7	33,6	15,4	18,2
1932	46	450,7	65,7	5,2	60,5
1933	9	131,5	14,5	0,6	13,9
1938	22	217,0	12,2	19,4	-7,2
1939	45	467,8	53,4	15,1	38,3
<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ</b>		<b>314,5</b>	<b>29,5</b>	<b>11,5</b>	<b>18</b>

*Πηγή: Σ. Ν. Τσοτσόρος, Η συγκρότηση του βιομηχανικού κεφαλαίου στην Ελλάδα(1898-1939)*

## 2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

---

### 2. Η ελληνική οικονομία κατά τον 19<sup>ο</sup> και 20<sup>ο</sup> αιώνα

#### Εισαγωγή

Η Ελλάδα δεν ήταν μόνο φτωχή με απαρχαιωμένες παραγωγικές δομές, ήταν επίσης μικρή στην έκταση και λίγος ο πληθυσμός. Σχεδόν όλες οι δομές και οι λειτουργίες της κοινωνίας, στον οικονομικό ειδικά χώρο, ήταν απαρχαιωμένες και βρίσκονταν σε πλήρη αντιστοιχία με τις προόδους που τα κράτη της Δυτικής Ευρώπης είχαν ήδη πετύχει στον τομέα αυτό. Τα κράτη αυτά ζούσαν ήδη στην βιομηχανική επανάσταση και το μετασχηματισμό των παραγωγικών και οικονομικών τους δυνάμεων ενώ η Ελλάδα βρισκόταν ακόμα στην Ανατολή. Χρειάζεται όμως να γίνει κατανοητός ο τρόπος με τον οποίο η ελληνική οικονομία και κοινωνία και το ελληνικό κράτος κατάφεραν να αναπτυχθούν, έτσι ώστε η μικρή αγροτική οικονομία, η οποία επικρατούσε στον ελληνικό χώρο να μετασχηματισθεί σε μια ανεπτυγμένη οικονομία που κατάφερε να εξασφαλίσει μέχρι σήμερα στους κατοίκους βιοτικό επίπεδο σε μια Ελλάδα που αναπτύχθηκε με τον δικό της τρόπο.

#### 2.1 Το εμπόριο

Τα οικονομικά μεγέθη της χώρας, ο μικρός πληθυσμός, η περιορισμένη αγοραστική δυνατότητα των κατοίκων της, η απουσία παραγωγικών μονάδων μεγάλου μεγέθους καθήλωναν, σε ολόκληρο το 19<sup>ο</sup> αιώνα, την εσωτερική εμπορική κίνηση σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Μόνο προς τις τελευταίες δεκαετίες του αιώνα δημιουργήθηκε στις μεγαλύτερες πόλεις μια αξία λόγου εμπορική κίνηση, η οποία όμως, σε μεγάλο ποσοστό, τροφοδοτήθηκε από εισαγόμενα καταναλωτικά προϊόντα.

Το εμπόριο της χώρας συνδέθηκε με το εξωτερικό, από τα πρώτα χρόνια τις ανεξαρτησίας, καθώς ήταν σχεδόν μόνιμα παθητικό για την χώρα. Η Ελλάδα δηλαδή, αγόραζε από το εξωτερικό πολύ περισσότερα από όσα πωλούσε εκεί, το

βασικό πρόβλημα ήταν το ισοζύγιο πληρωμών, η σχέση δηλαδή ανάμεσα στην αξία των εισαγωγών και των εξαγωγών. Παρ' όλα αυτά, η σημασία του εμπορίου ήταν μεγάλη. Όχι μόνο συνέβαλλε στην αντιμετώπιση του επισιτιστικού προβλήματος της χώρας, αλλά ταυτόχρονα αποτελούσε και την πλέον αξιόπιστη πηγή εσόδων για τα δημόσια ταμεία. Τα έσοδα των τελωνείων αποτελούσαν πραγματικά ένα σημαντικό ποσοστό των δημόσιων εσόδων.

Η ανάπτυξη του εξωτερικού εμπορίου ακολούθησε ρυθμούς ανάλογους με τη γενικότερη βελτίωση των εθνικών οικονομικών μεγεθών αλλά και με τους ρυθμούς ανάπτυξης της διεθνούς εμπορικής κίνησης. Στατιστικά, η αύξηση της αξίας των συναλλαγών παρουσιάζεται εντυπωσιακή. Το 1851 η συνολική αξία των εισαγωγών και των εξαγωγών της χώρας ήταν περίπου 36.000.000 χρυσές δραχμές, ποσό που αυξήθηκε στα 235.000.000 το 1901 και στα 315.000.000 το 1911.

Αν λάβουμε υπόψη τις παραγωγικές δυνατότητες της Ελλάδας στη διάρκεια του πρώτου αιώνα της ανεξαρτησίας της, το μεγαλύτερο μέρος του εξωτερικού εμπορίου αφορούσε γεωργικά προϊόντα. Στις εξαγωγές, περισσότερο από τα 2/3 (σε αξία) του συνόλου, ήταν γεωργικά προϊόντα. Η γενική τάση μάλιστα οδηγούσε προς την διεύρυνση του ποσοστού των εξαγωγών αγροτικών προϊόντων, που έφτασαν να αντιπροσωπεύουν τα 3/4 των συνολικών εξαγωγών στη δεκαετία 1900-1910. Στην κατηγορία αυτή την πρώτη θέση είχε η σταφίδα, που από μόνη της πλησίαζε σε αξία το 1/2 των συνολικών εξαγωγών. Ακολούθησε με μεγάλη διαφορά το ελαιόλαδο και μετά το 1900 το κρασί.

Στις εισαγωγές τα αγροτικά είδη αντιπροσώπευαν σταθερά το 1/3 (σε αξία) του συνόλου. Στην πρώτη θέση βρίσκονταν τα δημητριακά, το σιτάρι, καθώς η εγχώρια παραγωγή δεν ήταν σε θέση να καλύψει τις επισιτιστικές ανάγκες του πληθυσμού. Στα βιομηχανικά προϊόντα που εισάγονταν κυριαρχούσαν τα υφασματα και τα νήματα, ενώ προοδευτικά μεγάλωναν τα ποσοστά των ορυκτών, της ξυλείας, των χημικών προϊόντων και των μηχανημάτων.

Επιπλέον, η ελληνική εμπορική δραστηριότητα δεν περιοριζόταν μόνο μέσα στο ελληνικό κράτος. Μεγάλοι και ισχυροί εμπορικοί οίκοι είχαν δραστηροποιηθεί και στις γύρω περιοχές της Ελλάδας. Στη Νότια Ρωσία, στις χώρες που διέρχεται ο Δούναβης, στην Κωνσταντινούπολη, στη Σμύρνη και την Αλεξάνδρεια. Καθώς, οι εμπορικές δραστηριότητες των Ελλήνων αναπτύσσονταν ανταγωνιστικά ως προς τις δραστηριότητες όχι μόνο των εγχώριων εμπορίων, αλλά και των εμπορικών οίκων ισχυρών βιομηχανικών κρατών της Δύσης.

*Το εξωτερικό εμπόριο της Ελλάδας Μ.Ο δεκαετιών 1860-1870 και 1900-1910*

<b>ΕΙΔΟΣ</b>	<b>1860-1870</b>	<b>1900-1910</b>
--------------	------------------	------------------

	<b>ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ</b>	<b>ΕΞΑΓΩΓΕΣ</b>	<b>ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ</b>	<b>ΕΞΑΓΩΓΕΣ</b>
Αγροτικά προϊόντα	31%	63%	36%	75%
Βιομηχανικά προϊόντα	24%	7%	30%	2%
Πρώτες ύλες	12%	17%	18%	22%

*Οι εμπορικές συναλλαγές της Ελλάδας το 1890  
(Εισαγωγές-Εξαγωγές)*

<b>ΧΩΡΑ</b>	<b>ΑΞΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΕΙΔΗ</b>
Αγγλία	66.000.000	30%	Σταφίδα, μεταλλεύματα, υφάστατα
Ρωσία	22.000.000	10%	Σιτηρά
Τουρκία	28.000.000	13%	Τρόφιμα, ζώα, βαμβάκι
Αυστρία	25.000.000	11%	Ξυλεία
Γαλλία	32.000.000	15%	Δέρματα, τρόφιμα
Γερμανία	8.000.000	4%	Διάφορα
Ιταλία	7.000.000	3%	Διαφορα
ΗΠΑ	7.000.000	3%	Διαφορα
<b>Σύνολο</b>	<b>217.000.000</b>	<b>89%</b>	

Πηγή: ([http://ebooks.edu.gr/ebooks/v/html/8547/2758/Themata-Neoellinikis-Istorias\\_G-Lykeiou\\_html-apli/index1\\_3.html](http://ebooks.edu.gr/ebooks/v/html/8547/2758/Themata-Neoellinikis-Istorias_G-Lykeiou_html-apli/index1_3.html))

## 2.2 Η δημιουργία τραπεζικού συστήματος



Με την ίδρυση του ανεξάρτητου ελληνικού κράτους, δημιούργησε προϋποθέσεις για κυβερνητικούς σχεδιασμούς. Η ίδρυση του τραπεζικού συστήματος ήταν ένα από αυτά τα οποία αποτέλεσε σημείο αναφοράς για μια καλύτερη οικονομία στην Ελλάδα. Η ίδρυση τραπεζικών ιδρυμάτων δεν θα εξυπηρετούσε μόνο τις κυβερνητικές ανάγκες, τη διαχείριση του κρατικού δανεισμού, την έκδοση χαρτονομίσματος κ.λπ., αλλά θα έδινε λύση στο χρόνιο πρόβλημα των πιστωτικών αναγκών της οικονομίας. Θα εξασφάλιζε δηλαδή στις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες τα απαραίτητα κεφάλαια με όρους οργανομένης αγοράς και όχι τοκογλυφίας.

Το πιστωτικό σύστημα της χώρας βρισκόταν πραγματικά, κατά τα πρώτα χρόνια της ανεξαρτησίας, σε πρωτόγονη κατάσταση. Ήταν συνδεδεμένο με το εμπόριο των αγροτικών προϊόντων και ιδιαίτερα με τις εξαγωγές της σταφίδας. Οι έμποροι λειτουργούσαν και ως πιστωτές, με τοκογλυφικές διαθέσεις και όρους. Ο δανεισμός κατευθυνόταν, ως επί το πλείστον, προς τους παραγωγούς και δημιουργούσε προϋποθέσεις εκμετάλλευσης, καθώς ουσιαστικά επρόκειτο για έναν τρόπο προαγοράς της επικείμενης παραγωγής, με δυσμενείς για τον παραγωγό όρους. Την ίδια στιγμή άλλοι κλάδοι της παραγωγής στερούνταν των απαραίτητων για την ανάπτυξή τους πιστώσεων, και έτσι περιοριζόνταν οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Η κατάσταση αυτή ήταν αντίθετη με τις προθέσεις και τις πολιτικές του κράτους και αποθάρρυνε τα ελληνικά κεφάλαια του εξωτερικού. Οι προσπάθειες για την άρση όλων αυτών των εμποδίων υπήρξαν έντονες και προέρχονταν από πολλές πλευρές. Δεν απέβλεπαν τόσο στην εξάλειψη της τοκογλυφίας, όσο στην παράλληλη δημιουργία ενός πιο σύγχρονου πιστωτικού συστήματος, ικανού να εξυπηρετήσει τα συμφέροντα ειδικών κοινωνικών ομάδων.

Το μεγάλο βήμα έγινε το 1841, με την ίδρυση της Εθνικής Τράπεζας. Τα κεφάλαια για την ίδρυσή της προήλθαν κυρίως από το εξωτερικό, ενώ έντονη ήταν η παρουσία κρατικών παραγόντων στις ιδρυτικές διαδικασίες. Οι κύριοι μέτοχοι της Τράπεζας ήταν ο κεφαλαιούχος Εϋνάρδος, το ελληνικό κράτος (20% του αρχικού κεφαλαίου), Έλληνες έμποροι και επιχειρηματίες της διασποράς, ξένες προσωπικότητες από το χώρο της οικονομίας αλλά και της πολιτικής. Η δραστηριότητά της τα πρώτα στάδια ήταν μάλλον χωρίς σαφή προσανατολισμό, καθώς οι συνθήκες που επικρατούσαν στην ελληνική οικονομία δεν ήταν δυνατόν να αλλάξουν με ταχείς ρυθμούς. Το μεγάλο της πλεονέκτημα και ταυτόχρονα η κύρια πηγή εσόδων της ήταν το εκδοτικό δικαίωμα, η δυνατότητά της να εκδίδει τραπεζογραμμάτια, χαρτονομίσματα δηλαδή για λογαριασμό του ελληνικού κράτους. Το τελευταίο μάλιστα ενίσχυε ή και επέβαλλε την κυκλοφορία τους.

Προοδευτικά οι εργασίες της Τράπεζας εξαπλώθηκαν από την Αθήνα στις κύριες επαρχιακές πόλεις (Ερμούπολη 1845, Πάτρα 1846 κ.λπ.), γεγονός που βοήθησε στην αντιμετώπιση των αρνητικών επιρροών που ασκούσε το τοκογλυφικό σύστημα. Η Τράπεζα κέρδισε την εμπιστοσύνη της ελληνικής κοινωνίας, πράγμα

που είχε ως συνέπεια τις διαδοχικές διευρύνσεις του μετοχικού της κεφαλαίου. Παρά την εξάπλωση του τραπεζικού συστήματος και την εμφάνιση νέων τραπεζικών ιδρυμάτων, η Εθνική Τράπεζα παρέμεινε για πολλές δεκαετίες το κυρίαρχο τραπεζικό συγκρότημα του ελληνικού χώρου.

Από την δεκαετία του 1860 άρχισαν να πολλαπλασιάζονται τα τραπεζικά και ασφαλιστικά ιδρύματα στη χώρα. Τα πιο σημαντικά απ' αυτά ήταν Ιονική Τράπεζα (Ιδρύθηκε 1839), η Τράπεζα Ηπειροθεσσαλίας η Γενική Πιστωτική Τράπεζα, η Τραπεζα Βιομηχανικής Πίστεως κ.λπ.

Αργότερα, το 1927, με αφορμή το αίτημα της Ελλάδος στην Κοινωνία των Εθνών για παροχή πρόσθετου δανείου, ιδρύθηκε το Μάιο η Τράπεζα της Ελλάδος, η οποία άρχισε να λειτουργεί ένα χρόνο αργότερα, παρά τις αντιδράσεις της Εθνικής Τράπεζας. Πολύ γρήγορα πέτυχε σταθερές ισοτιμίες της δραχμής με τα ξένα νομίσματα, σπρίζοντας την έκδοση χαρτονομίσματος στα αποθέματα της σε χρυσό και συναλλάγμα και εξασφαλίζοντας τη μετατρεψιμότητα του εθνικού νομίσματος σε χρυσό. Αυτό έφερε ως αποτέλεσμα, τα δημόσια οικονομικά σε περίοδο ευφορίας, βελτίωσε την πιστοληπτική ικανότητα του κράτους, ενίσχυσε την εισροή συναλλάγματος και τις επενδύσεις και προκάλεσε μία ισχυρή δυναμική που επέτρεψε τις σημαντικές πολιτικές, θεσμικές και οικονομικές πρωτοβουλίες της τελευταίας κυβέρνησης του Ελευθέριου Βενιζέλου (1928-1932).

### **2.3 Το Αγροτικό ζήτημα**

Στον οικονομικό τομέα οι ραγδαίες εξελίξεις άσκησαν σοβαρές πιέσεις στον αγροτικό χώρο. Καθώς η κατοχή γης, έπαυε προοδευτικά να είναι πηγή εξουσίας και κοινωνικού-ταξικού-κύρους, άνοιξαν οι δρόμοι για την αγροτική μεταρρύθμιση. Την κατάργηση δηλαδή των μεγάλων ιδιοκτησιών και την κατάτμηση των αξιοποιήσιμων εδαφών σε μικρές παραγωγικές μονάδες που ανταποκρίνονταν καλύτερα στις νέες παραγωγικές και κοινωνικές συνθήκες. Η εφαρμογή αυτή αποδείχθηκε δύσκολη υπόθεση και οι εξελίξεις αυτές προχώρησαν αργά μέχρι το τέλος των Βαλκανικών πολέμων (1913) καθώς το ζήτημα έγινε πιο περιπλοκό, εφόσον υπήρχαν μουσουλμάνοι ιδιοκτήτες μεγάλων εκτάσεων.

Το αποφασιστικό βήμα προς την ολοκλήρωση της αγροτικής μεταρρύθμισης έγινε στα ταραγμένα χρόνια του Α΄ Παγκοσμίου πολέμου και του «εθνικού διχασμού». Το 1917 η κυβέρνηση του Ελευθέριου Βενιζέλου στη Θεσσαλονίκη αποφάσισε την ολοκλήρωση της μεταρρύθμισης. Ο στόχος ήταν διπλός, αφενός η στήριξη και ο πολλαπλασιασμός των ελληνικών ιδιοκτησιών γης στις νεοαποκτηθείσες περιοχές

και αφετέρου η αποκατάσταση των προσφύγων και πρόληψη κοινωνικών εντάσεων στον αγροτικό χώρο. Με βάση αυτά τα νομοθετήματα η απολλοτρίωση των μεγάλων αγροτικών ιδιοκτησιών έγινε δυνατή στα αμέσως μετά τον πόλεμο χρόνια, όταν η ανάγκη αποκατάστασης των προσφύγων βρέθηκε στο επίκεντρο του κρατικού ενδιαφέροντος.

Η αναδιανομή που έγινε έφτασε στο 85% των καλλιεργήσιμων εκτάσεων στη Μακεδονία και στο 68% στη Θεσσαλία. Στο σύνολο της καλλιεργήσιμης γης της χώρας το ποσοστό αυτό ανήλθε σε 40%. Μετά από λίγα χρόνια, κάτω από την πίεση του προσφυγικού προβλήματος, η αγροτική μεταρρύθμιση ολοκληρώθηκε και οδήγησε την αγροτική οικονομία της χώρας σε καθεστώς μικροϊδιοκτησίας. Η νέα κατάσταση αυτή δημιούργησε προβλήματα στους μικροκαλλιεργητές που δυσκολεύονταν να εμπορευματοποιήσουν την παραγωγή τους και συχνά έπεφταν θύματα των εμπόρων. Για να αντιμετωπιστεί αυτή η κατάσταση προωθήθηκε η ίδρυση της Αγροτικής Τράπεζας, κρατικών οργανισμών παρέμβασης και παραγωγικών συνεταιρισμών.

## **2.4 Η αγροτική αποκατάσταση των προσφύγων**

Η καταστροφή του 1922 μετέβαλε τα δεδομένα της ελληνικής κοινωνίας. Στο τέλος των πολύχρονων αναμετρήσεων, ήταν η άφιξη και η αποκατάσταση του πολύ σημαντικού ρεύματος προσφύγων. Υπολογίζεται ότι, μετά την Μικρασιατική καταστροφή ήρθαν στην Ελλάδα 1.230.000 Έλληνες χριστιανοί και 45.000 Αρμένιοι πρόσφυγες. Στη θέση τους έφυγαν από την Ελλάδα 610.000 μουσουλμάνοι για την Τουρκία. Είναι πρωτοφανές ότι το ανθρώπινο αυτό κύμα ανέτρεψε όλες τις ισοροπίες και τα δεδομένα της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας. Πέρα από το γεγονός ότι ήταν πρωτόγνωρο αυτό, μπορούμε να πούμε ότι αυτό λειτούργησε ως καταλύτης στη δυναμική της ελληνικής κοινωνίας.

Η οικονομική δυσπραγία της χώρας ήταν ανίσχυρη να αντιμετωπίσει μόνη της το τεράστιο έργο της αποκατάστασης. Ζήτησε λοιπόν την συνδρομή της Κοινωνίας των Εθνών(ΚτΕ), με την υπόδειξη της οποίας ιδρύθηκε η Επιτροπή Αποκατάσταση Προσφύγων(ΕΑΠ) τέλη Σεπτεμβρίου 1923. Η ΕΑΠ ανέλαβε να διαχειριστεί τα κεφάλαια από το προσφυγικό δάνειο για να εγκαταστήσει τους πρόσφυγες σε αποκλειστικά παραγωγικά έργα, είτε σε αγροτικές περιοχές, σε γαίες που υποχρεωνόταν να του εγχαρήσει η ελληνική κυβέρνηση. Η κύρια επιδίωξη του προγράμματος της ΕΑΠ ήταν να καταστήσει τους πρόσφυγες “οικονομικά αυταρκέις”, δηλαδή ικανούς να επιβιώσουν χωρίς οικονομική ενίσχυση από το κράτος ή τους διεθνείς οργανισμούς στο συντομότερο δυνατό διάστημα, καθώς και

να εξασφαλίσει την αποπληρωμή των πιστώσεων που θα απορροφούσε η εγκατάσταση και θα χορηγούνταν υπό μορφή δανείων στους πρόσφυγες. Το έργο αρχικά είχε αναλάβει το Ταμείο Περιθάλψεως Προσφύγων(ΤΠΠ) που ιδύθηκε το Νοέμβριο του 1922.

Στην αρχή οι πρόσφυγες ανέχονταν τις δυσκολίες που αντιμετώπιζαν ελπίζοντας ότι η παραμονή τους στην Ελλάδα θα ήταν προσωρινή, αλλά λίγους μήνες αργότερα με την συνθήκη της Λοζάνης, που καθόριζε την οριστική ανταλλαγή των πληθυσμών μεταξύ Ελλάδας και Τουρκίας, αντέδρασαν έντονα οργάνωνοντας συλλαλητήρια. Η προσωρινή στέγαση των Μικρασιατικών προσφύγων έγινε καταρχήν σε γήπεδα, θέατρα, αυλές εκκλησιών, δημόσια κτήρια, σε παράγκες, σε σκηνές, σε χαμόσπιτα και σε καλύβες που βρίσκονταν σε εγκαταλελειμμένα χωριά, σε οικισμούς προσγυγικούς. Οι συνθήκες διαβίωσης ήταν άθλιες. Ήδη το 1923 και το 1924, οι θάνατοι από τις αρρώστιες-μάστιγκες της εποχής, τη φυματίωση και την ελονοσία, πολλαπλασιάστηκαν, κάνοντας αναγκαίες και επείγουσες τις αποτελεσματικές παρεμβάσεις. Η αποκατάσταση των προσφύγων σε αγροτικούς κλήρους ήταν απλούστερη από την αστική, εφόσον μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τα κτήματα και τα σπίτια των ανταλλαγέντων (μουσουλμάνων και Βουλγάρων) στις βόρειες επαρχίες. Αξιοποίησε δηλαδή, με τον καλύτερο τρόπο το μόνο κεφάλαιο που ουσιαστικά διέθετε, τις μουσουλμανικές περιουσίες που υπολογίζονταν σε πέντε ως δέκα δισεκατομμύρια δραχμές.

## **2.5 Η ελληνική οικονομία κατά την περίοδο του μεσοπολέμου**

Η Ελλάδα του μεσοπολέμου (1919-1939) παρά το κόστος της μικρασιατικής συμφοράς, είχε αποκτήσει μια σειρά από πλεονεκτήματα, που επέτρεπαν τη θετική οικονομική της πορεία. Σε αντίθεση με πολλά γειτονικά κράτη είχε ομογενοποιηθεί εθνικά, καθώς οι μειονότητες αντιπροσώπευαν πλέον λιγότερο του 7% του συνολικού πληθυσμού, μετά τη συνθήκη της Λοζάνης. Είχε ολοκληρώσει την αγροτική μεταρρύθμιση και είχε προωθήσει την αστικοποίησή της.

Στο διάστημα 1920-1928 ο αριθμός των κατοίκων διπλασιάστηκε στην ευρύτερη περιοχή της πρωτεύουσας, ενώ μαζί με το πολεοδομικό συγκρότημα της Θεσσαλονίκης συγκέντρωσαν το 17% του συνολικού και πάνω από το 50% του αστικού πληθυσμού της χώρας. Εντυπωσιακή πληθυσμιακή αύξηση παρουσίαζαν και άλλα μικρότερα αστικά κέντρα, όπως η Καβάλα, η Ξάνθη, η Δράμα, η Αλεξανδρούπολη, η Σέρρες, στο πληθυσμό των οποίων κυριαρχούσαν οι πρόσφυγες. Αξίζει να σημειωθεί ότι, στην πλειονότητα των προσφύγων ήταν γυναίκες, οι οποίες εντάχθηκαν στο ενεργό πληθυσμό αποασχολούμενες κυρίως

στους τομείς της μεταποίησης και των υπηρεσιών, όπως στην κλωστοφαντουργία, στην καπνοβιομηχανία και στη βιομηχανία ετοιμών ενδυμάτων της πρωτεύουσας. Κάτω από το βάρος των πιέσεων είχε βελτιώσει τις υποδομές της και είχε υιοθετήσει αναπτυξιακές πολιτικές. Όπως το 1925 με την κατασκευή του φράγματος της τεχνητής λίμνης στο Μαραθώνα από την αμερικάνικη εταιρεία ΟΥΛΕΝ, τη δημιουργία σύγχρομου δικτύου αστικών συγκινησίων, εγκατάσταση παραγωγής ηλεκτρικού ρεύματος από την βρετανική εταιρεία ΠΑΟΥΕΡ. Επίσης έγιναν επενδύσεις στο τηλεφωνικό δίκτυο από γερμανικές εταιρείες και άλλα εγχειροβελτιωτικά έργα, τα οποία είχαν ως συνέπεια την αύξηση των καλλιεργούμενων εδαφών. Οι πρόσφυγες είχαν φέρει μαζί τους τις γνώσεις, τον πολιτισμό και μια ισχυρή διάθεση για εργασία. Η χώρα εμπλουτίστηκε με ανθρώπους δεδομένης επιχειρηματικής ικανότητας και πείρας, που πρωταγωνιστούσαν στις μεγάλες αγορές της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας.

Την δεκαετία 1924-25 ο πληθωρισμός παρά την καθαρή επιβράδυνση που σημείωσε σε σύγκριση με τις προηγούμενες χρονιές εξακολούθησε να κινείται σε υψηλά επίπεδα, φτάνοντας το 9% το 1924 και το 12,4% το 1925. Εξάλλου, η αξία της δραχμής, σε σχέση με την αγγλική λίρα εξακολούθησε να μειώνεται, με αποτέλεσμα η μέση υποτίμηση του εθνικού νομίσματος να φτάσει το 21% το 1925. Οι προσφυγικοί πληθυσμοί που εγκαταστάθηκαν στα μεγάλα αστικά συγκροτήματα της περιοχής Αθήνας – Πειραιά και της Θεσσαλονίκης δημιούργησαν πλήθος μικροεπιχειρήσεις, που επέφεραν την περαιτέρω κατάτμηση του καταναλωτικού κοινού εις βάρος του ήδη υπάρχοντος μικροεπαγγελματικού συνοικιακού κόσμου. Θα λέγαμε ότι, σε τελευταία ανάλυση, η επαγγελματική απορρόφηση των προσφύγων στις πόλεις συνέλαβε στη διευρυνόμενη αναπαραγωγή του αναπτυξιακού μοντέλου της περιόδου 1912- 1922. Προς κατεύθυνση αυτή λειτούργησαν δύο ακόμη παράγοντες:

- Πρώτον, τα επαγγελματικά δάνεια που χορήγησαν οι τράπεζες στους πρόσφυγες μικροβιοτέχνες και μικρεμπόρους.
- Δεύτερον, η αυξημένη οικοδομική δραστηριότητα στις πόλεις της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης κατά τα έτη 1924 και 1925. Κατά την εποχή αυτή, ο καλοπληρωμένος εργάτης των οικοδομών υποστήριζε την τάξη των μικροβιοτεχνών και μικροεμπόρων, προς τους οποίους πήγαινε ένα μεγάλο μέρος του ημερομισθίου του.

Ωστόσο, κατά την περίοδο 1923-1925, η οικονομική ευφορία που επέφεραν η αυξημένη νομισματική ρευστότητα και ο συνακόλουθος πληθωρισμός, επέτρεψαν τη μεταφορά εν δυνάμει εργατικού δυναμικού (πρόσφυγες) σε μικροαστικά επαγγέλματα, καθώς και τη δημιουργία βιομηχανικών και βιοτεχνικών επιχειρήσεων με χαμηλή επένδυση κεφαλαίου. Οι επιχειρήσεις αυτές λειτουργούσαν με υψηλό κόστος παραγωγής και πληθωριστικά κέρδη, χωρίς ιδιαίτερη φροντίδα για τη βελτίωση της παραγωγικότητας εργασίας.

Στις 24 Ιανουαρίου 1926 δημοσιεύτηκε διάταγμα σύμφωνα με το οποίο η αξία των χαρτονομισμάτων μειωνόταν κατά 25%. Με αυτόν τον τρόπο, η αξία ενός χαρτονομίσματος 1.000 δρχ μειωνόταν στις 750 δρχ. Οι υπόλοιπες 250 δρχ μετατρέπονταν σε ομολογίες αντίστοιχης αξίας με τόκο 6%. Το δεύτερο αναγκαστικό δάνειο προκάλεσε νέα υποτίμηση της δραχμής κατά 19% έναντι της αγγλικής λίρας, ενώ ο πληθωρισμός έφθασε το 21%. Η απώλεια της αγοραστικής δύναμης και η νομισματική στενότητα δημιούργησε νέο κλίμα ύφεσης στη βιομηχανία και εξουδετέρωσαν βραχυπρόθεσμα τις ευνοϊκές επιπτώσεις της εφαρμογής του νέου δασμολογίου του 1926. Πρέπει να σημειωθεί ότι το νέο δασμολόγιο επέβαλλε υψηλά τέλη στα εισαγόμενα προϊόντα και δημιουργούσε ένα αυστηρό προστατευτικό καθεστώς για την εγχώρια βιομηχανία. Η προστασία αυτή αφορούσε όχι μόνο τις παραγωγικές βιομηχανίες αλλά και τις βιομηχανίες συναρμολόγησης ( πχ κατασκευή ομπρελών), που είχαν μικρά κεφάλαια και εγκαταστάσεις και που με αυτόν τον τρόπο εξασφάλιζαν σημαντικά κέρδη.

Το Μάιο του 1927 με αφορμή το αίτημα της Ελλάδας για παροχή πρόσθετου δανείου στην Κοινωνία των Εθνών ιδρύθηκε η Τράπεζα της Ελλάδος για να διαχειρίζεται τα χρέη, την εννιαία εγγραφή της κυβερνητικής οικονομικής πολιτικής και την έκδοση του χαρτονομίσματος. Παρά την έντονη αντίδραση της Εθνικής Τράπεζας, η Τράπεζα της Ελλάδος άρχισε την λειτουργία της ένα χρόνο αργότερα. Αυτή η ενέργεια δημιούργησε πολύ γρήγορα σταθερές ισοτιμίες της δραχμής με τα ξένα νομίσματα και εξασφάλισε τη μετατρεψιμότητα του εθνικού νομίσματος σε χρυσό. Η επιτυχία αυτή οδήγησε τα δημόσια οικονομικά σε περίοδο ευφορίας, βελτίωσε την πιστοληπτική ικανότητα του κράτους, ενίσχυσε την εισροή συναλλάγματος και τις επενδύσεις και προκάλεσε μία ισχυρή δυναμική που επέτρεψε τις σημαντικές πολιτικές, θεσμικές και οικονομικές πρωτοβουλίες της τελευταίας κυβέρνησης του Ελ. Βενιζέλου (1928-1932). Η περίοδος αυτή κράτησε μέχρι τις αρχές του 1932 όπου έκανε την εμφάνιση της η οικονομική κρίση που είχε ήδη ξεκινήσει από την Νέα Υόρκη το 1929.

## **2.6 Η οικονομική κρίση του 1932**

Η παγκόσμια κρίση έφτασε στην Ελλάδα σε μια εποχή «ευημερίας». Αυτό σήμαινε ότι η εμπιστοσύνη των Ελλήνων σε ένα καλύτερο οικονομικά μέλλον είχε αποκατασταθεί, οι εποχές της δεκαετίας του 1920 έδειχναν να απομακρίνονται, η φτώχεια περιοριζόταν και το ελληνικό κράτος έδειχνε πιο δυνατό και με μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και αισιοδοξίας.

Η κρίση έγινε αντιληπτή το 1929 μέσω της πτώσης των αγροτικών τιμών, που εκτός από τα εισοδήματα του κόσμου της υπαίθρου, είχε άμεση επίπτωση στο

εμπορικό ισοζύγιο της χώρας. Οι επιπτώσεις της κρίσης στην βιομηχανία δεν ήταν απο αρχή δραματικές, αφού μέχρι το 1932 η βιομηχανική παραγωγή δεν σημείωσε αξιοσημείωτη πτώση. Πιο αισθητή έγινε η κρίση στον τραπεζικό χώρο. Οι προσπάθειες της ελληνικής κυβέρνησης να αποτρέψει την κρίση εξάντλησαν τα αποθέματα της χώρας σε χρυσό και συνάλλαγμα. Την άνοιξη του 1932, όμως η κυβέρνηση δεν μπόρεσε να απογύγει την αναστολή της μετατρεψιμότητας του εθνικού νομίσματος καθώς και την αναστολή εξυπηρέτησης των εξωτερικών δανείων. Η δραχμή υποτιμήθηκε ραγδαία σε σχέση με την στερλίνα. Έτσι εγκαινιάστηκε μια περίοδος ισχυρού κρατικού παρεμβατισμού στα οικονομικά ζητήματα και μια πολιτική προστατευτισμού με σκοπό την αυτάρκεια της χώρας. Η Ελλάδα μπήκε με τη σειρά της στο χώρο της κλειστής οικονομίας, όπου οι συναλλαγές, καθορίζονταν περισσότερο από γραφειοκρατικές διαδικασίες παρά από ελεύθερες οικονομικές συμφωνίες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, στο εξωτερικό εμπόριο οι διεθνές συναλλαγές δεν γίνονταν με βάση το μετατρέψιμο συνάλλαγμα αλλά με βάση διακρατικές συμφωνίες που κοστολογούσαν τα προς ανταλλαγή προϊόντα και φρόντισαν να ισοσκελίσουν την αξία των εισαγωγών με την αντίστοιχη των εξαγωγών, στο πλαίσιο ειδικών λογαριασμών (μέθοδος «κλήρικ»).

Οι πιο σημαντικές επιπτώσεις πέρα από τον αγροτικό χώρο βρισκόταν και στο πολιτικό πεδίο. Τα ισχυρά συγκεντρωτικά κράτη που αναδείχθηκαν μέσα από αυτές τις διαδικασίες, προκαλούσαν την ανάδειξη και την κυριαρχία ολοκληρωτικών κινημάτων και καθεστώτων σε πολλά ευρωπαϊκά κράτη. Καθώς προχωρούσε η δεκαετία της κρίσης, ολοένα και περισσότερα κράτη αποκτούσαν δικτατορικά ή φασιστικά καθεστώτα. Η Ελλάδα δεν ξέφυγε από το κανόνα και στις 4 Αυγούστου 1936 ο Ιωάννης Μεταξάς, με την ανοχή του παλατιού, προχώρησε σε κατάλυση του κοινοβουλευτικού καθεστώτος και στην επιβολή δικτατορίας.

## 3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

---

### **3. Η Μεταπολεμική περίοδος στην βιομηχανία τροφίμων**

#### **Εισαγωγή**

Στο τέλος του εμφύλιου πολέμου έφερε την Ελλάδα αντιμέτωπη με σοβαρά πολιτικά και κοινωνικά προβλήματα, που επιβράδυναν την ανασυγκρότησή της. Η ανεργία, η φτώχεια είναι ένα από αυτά που υπήρχαν εκείνη την εποχή. Η βιομηχανία τροφίμων και γενικά οι βιομηχανίες υπέστη εκμηδενισμό στην περίοδο Κατοχής και κατακερματισμό στην περίοδο του εμφυλίου πολέμου. Ελάχιστες βιομηχανίες άντεξαν που τις βλέπουμε ακόμα και σήμερα. Ωστόσο η Ελλάδα ξανά στέκεται στα πόδια της. Στα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα καταγράφηκαν στα επιμελητήρια της Ελλάδας 788.111 επιχειρήσεις. Στις αστικές περιοχές κατεγράφησαν 419.00 αυτοαπασχολούμενη από τους 752.000 όλης της χώρας. Ο μεγάλος αυτός αριθμός επιχειρήσεων και αυτοαπασχολούμενων είναι προϊόν και ταυτοχρόνως γενεσιουργό αίτιο των τεράστιων μεταβολών που επήλθαν στην απασχόληση κατά την μεταπολεμική ελληνική κοινωνία.

#### **3.1. Οι επιπτώσεις που είχε η βιομηχανία τροφίμων στους πολέμους**

Η ανοδική πορεία της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων ανεκόπη στην διάρκεια της γερμανικής κατοχής (1941-1944). Διάφοροι νόμοι περιόρισαν τις βιομηχανικές εργασίες, με αποτέλεσμα την γενίκευση της ανεργίας στον κλάδο. Ανεργία η οποία διευκόλυνε, ωστόσο, τις αρχές κατοχής να προσελκύουν Έλληνες εργάτες, λόγω ανέχειας, στα πολιτικά εργοστάσια της Γερμανίας. Υπο τις ανωτέρω συνθήκες, όπως προκύπτει από στοιχεία του περιοδικού «Βιομηχανική Επιθεώρησης» (είναι



ένα μηνιαίο οικονομικό περιοδικό που κυκλοφόρησε το 1934 έως σήμερα) ο βιομηχανικός δείκτης παραγωγής με βάση το 1938, είχε υποχωρήσει το 1945 στο 33/100. Ο αντίστοιχος των ειδών διατροφής είχε περιορισθεί στο ήμισυ του προπολεμικού προϊόντος.

Έπειτα μετά την γερμανική κατοχή ακολούθησε ο εμφύλιος πόλεμος (1946-1949). Αποτέλεσμα είχε η Ελλάδα να βρεθεί πίσω σε επενδύσεις παγίου κεφαλαίου από τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αυτές και αποτελούσαν τη βασική προϋπόθεση για την βιομηχανική και συνολική ανάπτυξη της χώρας. Με αφορμή και τον Εμφύλιο η χώρα δεν υπέστη μόνο καταστροφή στην βιομηχανία αλλά είχε μια ολική οικονομική καταστροφή. Συγκεκριμένα, η ελληνική βιομηχανική παραγωγή έφθανε στο 3%. Η ανεργία ξεπερνούσε κατά 80% την αντίστοιχη της περιόδου πριν τον πόλεμο. Ακόμα χειρότερα, λόγω έλλειψης κεφαλαίων, η χώρα υστερούσε σε υποδομές. Οι οποίες βιομηχανίες της είχαν σοβαρό πρόβλημα ενσωματώσεως στα διεθνή δίκτυα διανομής λόγω μεγέθους. Αλλά και αδυναμίας να αποκτήσουν την απαιτούμενη εξωστρέφεια.

Αρνητικό ρόλο στην βιομηχανική ανάπτυξη της χώρας, έπαιξε και η άναρχη ανάπτυξη του οικιστικού τομέα, η οποία πέρα από την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, συνέβαλε και στην έναντι της Ευρώπης καθυστέρηση της ελληνικής βιομηχανίας. Ο οικιστικός τομέας απορρόφησε ποσοστό 33,8%, των συνολικών επενδύσεων την περίοδο 1949-1952, ανήλθε σε 51% την περίοδο 1953-1956, υποχώρησε στο 42,4% την περίοδο 1957-1960, για να ανακάμψει σε 45,5% την επόμενη πενταετία. Το φαινόμενο αυτό υπήρξε μοναδικό στην Ευρώπη, αφού καμμία άλλη χώρα δεν διέθεσε ποσοστό μεγαλύτερο του 24% στον οικιστικό τομέα.

### **3.2 Η αναγέννηση της βιομηχανίας τροφίμων**

Μετά από μία δύσκολη περίοδος για την Ελλάδα, από μάχες, διχόνιες, κατοχής ξαναπαλεύει να ορθοποδύσει. Οι απώλειες πολλές και οι καταστροφές μεγάλες για την οικονομία και γενικότερα για την ελληνική κοινωνία. Παρόλα αυτά, στο μέτρο που η εσωτερική ζήτηση ανεβαίνει, η βιομηχανία ειδών διατροφής παρουσιάζει πολύ καλούς ρυθμούς ανόδου. Επίσης παρακολουθεί τις σημαντικές αλλαγές που γίνονται στον τρόπο διατροφής των Ελλήνων. Οι Έλληνες καταναλωτές παύουν να είναι λιτοδίαιτοι. Υιοθετούν καταναλωτικά πρότυπα παραπλήσια με τα αντίστοιχα των Δυτικοευρωπαίων. Δημιουργούνται έτσι νέες συνθήκες αγοράς, οι οποίες οδηγούν και σε νέες παραγωγικές μονάδες. Στον βαθμό λοιπόν που παρατηρείται άνοδος της κατανάλωσης κρέατος, πουλερικών και γαλακτομικών προϊόντων,

μπαίνουν στην ελληνική αγορά νέα είδη διατροφής. Όπως σνακ, τσιπς, γκοφρέτες, μπισκότα, άλλα και το νεσκαφέ. Το παραγωγικό τοπίο στην βιομηχανία τροφίμων σαφώς μεταβάλλεται, με κάποιους κλάδους να παρακμάζουν και άλλους να εκτινάσσονται.

Παράλληλα, από τις βιομηχανίες αυτές εισέρχονται στην Ελλάδα και νέες μέθοδοι διακίνησης των επιχειρήσεων μάρκετινγκ και επικοινωνίας. Αποτέλεσμα να μεταβάλλονται το λιανοεμπόριο και το χονδρεμπόριο όσο και οι κλάδοι διαφήμισης-επικοινωνίας. Κατά συνέπεια, μπορεί να ειπωθεί ότι σε μεγάλο βαθμό η βιομηχανία τροφίμων, παράγοντας και διαθέτοντας άμεσα καταναλωτικά είδη, υπήρξε μέγας τροφοδότης παράλληλων δραστηριοτήτων σε τομείς όπως η συσκευασία, ο σχεδιασμός, τα πλαστικά, η υαλοργία, κλπ. Αξίζει να σημειωθεί ότι, ήδη κατά την περίοδο του Μεσοπολέμου, ο κλάδος των τροφίμων κατείχε την δεύτερη θέση στο σύνολο της ελληνικής μεταποίησης μετά την κλωστοϋφαντουργία, στο τέλος του 20<sup>ου</sup> αιώνα είχε κατακτήσει τα πρωτεία με τάσεις περαιτέρω ανόδου.

### **3.3 Ο σχηματισμός βιομηχανικών ανώνυμων εταιρειών μετά τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο**

Ήδη το 1980 η ελληνική βιομηχανία τροφίμων συνεισέφερε ποσοστό 16,5% του εθνικού βιομηχανικού προϊόντος, προηγούμενη όλων των άλλων κλάδων της μεταποίησης. Κατείχε ακόμη την δεύτερη θέση σε αριθμό αυτοαπασχολούμενων και στην προστιθέμενη αξία, με ποσοστά 13% και 24% αντιστοίχως. Αλλά εκείνο που προσδιόριζε τον στρατηγικό ρόλο της ήταν ολοένα και μεγαλύτερη αλληλεξάρτηση του συγκεκριμένου τομέα και της γεωργίας, αφού συνεχώς μεγαλύτερο τμήμα της γεωργικής παραγωγής αποτελούσε πρώτη ύλη της βιομηχανίας τροφίμων, ως αντικείμενο μεταποίησης από αυτήν. Τα ποσοτικά μεγέθη καταμαρτυρούν την μεγάλη πρόοδο της ελληνικής βιομηχανίας ειδών διατροφής. Από 103 ανώνυμες εταιρείες που υπήρχαν στον κλάδο αυτόν το 1939, σήμερα ο αριθμός έχει φτάσει σχεδόν στις 2.000 επιχειρήσεις από τις οποίες δύο στις τρεις είναι κερδοφόρες επιχειρήσεις. Ας σημειωθεί επίσης, ότι το 25% του κύκλου αυτού εργασιών πραγματοποιείται από κερδοφόρους ομίλους όπως οι Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης όπου ιδύθηκε το 1960, Vivartia (1968), Φαγε (1926), Ελαΐς (1920), Νεστλέ (1866), Σόγια Ελλάς (1976), Μεβγαλ (1950), Θράκη (1972). Τα κεφάλαια που χρησιμοποιήθηκαν για την πραγματοποίηση του

συνολικού κύκλου εργασιών στον κλάδο ξεπερνούν το 2% των συνολικών κεφαλαίων της ελληνικής βιομηχανίας.

Το 1958 και 2003, ο αριθμός των επιχειρήσεων με μορφή Α.Ε ή ΕΠΕ που δρουν στον κλάδο της διατροφής περίπου δεκαπλασιάστηκε. Το έτος 2002 λειτουργούσαν 1.363 Α.Ε και ΕΠΕ στον κλάδο της διατροφής, έναντι 404 το 1978 και 66 1958. Στη διάρκεια της 45ετούς περιόδου η αξία του παγίου κεφαλαίου αυξήθηκε κατά περίπου είκοσι φορές. Έτσι, το ανά μονάδα πάγιο κεφάλαιο απο 3,8 εκατ. Δολάρια σημερινής αξίας που ήταν το 1958, έφτασε τα 6,7 εκατ. Δολάρια το 2002, χωρίς να σημειώσει βελτίωση από τα επίπεδα της δεκαετίας του 1970 και εφεξής.

Μια άλλη σημαντική διαχρονική εξέλιξη της βιομηχανίας τροφίμων αφορά την απασχόληση. Οι εταιρείες διατροφής με μορφή Α.Ε και ΕΠΕ απασχολούσαν 15.000 άτομα το 1969 και ξεπέρασαν τα 50.000 το έτος 2001. Από την άλλη πλευρά, ο αριθμός των απασχολούμενων ανά επιχείρηση μειώθηκε, παρά το γεγονός ότι τα πάγια κεφάλαια ανά επιχείρηση παρέμεναν σταθερά. Είναι φανερό ότι ο κλάδος διατροφής κινήθηκε τα τελευταία χρόνια προς την εντονότερη χρήση του κεφαλαίου και μείωση του σχετικού ρόλου της εργασίας στη διαδικασία της παραγωγής.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ (Α.Ε ΚΑΙ ΕΠΕ), 1969-2001

	1969	1978	2000
<i>Απασχολούμενοι</i>	<i>15.052</i>	<i>40.000</i>	<i>50.430</i>
<i>Επιχειρήσεις</i>	<i>139</i>	<i>404</i>	<i>992</i>
<i>Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση</i>	<i>108</i>	<i>99</i>	<i>51</i>

### **3.4 Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων**

Το επίσημο όργανο εκπροσώπησης των κοινών θέσεων και απόψεων της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων είναι απο το 1978, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ). Μέλη του είναι κλαδικοί σύνδεσμοι της βιομηχανίας τροφίμων αλλά και επιχειρήσεις του κλάδου. Οι σύνδεσμοι που συμμετέχουν στο ΣΕΒΤ είναι ο Ελληνικός ύνδεσμος Βιομηχανιών Σοκολάτας, ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ζυμαρικών, ο Σύνδεσμος Ελλήνων Τυποποιητών-Συσκευαστών Εξαγωγών Μελιού, ο Σύνδεσμος Ελληνικών

Βιομηχανιών Αναψυκτικών, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Γαλακτοκομικών Προϊόντων, ο Σύνδεσμος Εταιρειών Εμφιαλώσεως Ελληνικού Φυσικού Μεταλικού Νερού και ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Παιδικών Τροφών Ελλάδος. Μέσω των κλαδικών και των εταιρικών μελών του ο ΣΕΒΤ εκπροσωπεί περίπου το 80% της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων.

Ο ΣΕΒΤ αποσκοπεί ο κύριος θεσικός αυνομλητής με την κυβέρνηση και τις άλλες επαγγελματικές οργανώσεις για τα θέματα διατροφικής υγείας και ασφάλειας. Βασική θέση του είναι όλες οι επιχειρήσεις παραγωγής ή εμπορίας τροφίμων , ανεξαρτητα από το μέγεθος τους, τη γεωργική θέση τους ή τη συμμετοχή τους στην αλυσίδα διατροφής (από την πρωτογενή παραγωγή μέχρι το τελικό καταναλωτή) ογείλουν να εφαρμόζουν τους ίδιους αυστηρούς κανόνες για την υγιεινή και την ασφάλεια των τροφίμων, μέσω της εφαρμογής των νομοθετικών οδηγιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο ΣΕΒΤ έχει συντάξει τους προβλεπόμενους Οδηγούς Ορθής Υγιεινής για τις επιχειρήσεις τροφίμων.

### **3.5 Μεταπολεμικές Ανώνυμες Βιομηχανικές Εταιρείες Διατροφής**

Είναι αξιολογο να αναφέρουμε μερικές σημαντικές Βιομηχανικές Εταιρείες όπου δημιουργήθηκαν τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια και συνεχίζουν την λειτουργία τους ακόμα και σήμερα. Μερικές από αυτές κατατάσσονται στις 80 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της ελληνικής βιομηχανίας με βάση τα κέρδη ή της πωλήσεις τους κατά το έτος 2003 και σήμερα. Όλες αυτές έχουν συνησφέρει λίγο ή πολύ στην άνοδο της ελληνικής οικονομίας και της μεταποίησης.

#### **3.5.1 Βιομηχανία κρεάτων**

Ο σχηματισμός της βιομηχανίας κρέατος στην Ελλάδα αποτελεί μεταπολεμικό φαινόμενο και μάλιστα των τευταίων τριών δεκαετιών. Η απαρχή της βιομηχανίας κρέατος δημιουργήθηκε χάρη στις προσπάθειες της Αγροτικής Τράπεζας και εν συνέχεια της ΕΤΒΑ (ανήκει στον Όμιλο Πειραιώς πλέον με συμμετοχή κατά 35% του Ελληνικού Δημοσίου), ενώ σημαντικό ρόλο διαδραμάτισαν στη συνέχεια οι αναπτυξιακοί νόμοι 1262/82 και 1892/90, που βοήθησαν στην εγκατάσταση μεγαλύτερων βιομηχανικών μονάδων στη Βόρεια Ελλάδα. Από την πλευρά της ζήτησης εκδηλώθηκε συνεχής αύξηση της κατανάλωσης προϊόντων κρέατος, χάρη στην άνοδο πραγματικού εισοδήματος και στη συνδρομή αλλαγή των διατροφικών συμθηιών. Οι Έλληνες καταναλώνουν περισσότερο βοδινό, μοσχαρίσιο και πουλερικά και λιγότερο κρέας κονσέρβας σε αντίθεση με άλλες Ευρωπαϊκές

χώρες. Η κατανάλωση του βοδινού και του μοσχαρίσιου είναι μικρότερη στις πόλεις παρά στην ύπαιθρο, ενώ αντίθετα η κατανάλωση πουλερικών είναι μεγαλύτερη στην πόλη. Παρά τη μικρή ηλικία του, ο υποκλάδος επεξεργασίας κρέατος έχει ήδη αναπτυχθεί και οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις κατέχουν σημαντικό τμήμα της αγοράς.

## **Π.Γ Νίκας ΑΒΕ**

Οι πρώτες απόπειρες για την παραγωγή αλλαντικών στην Ελλάδα σε βιομηχανικό επίπεδο έγιναν τη δεκαετία του 1960. Ο Παναγιώτης Νίκας όντας πρωτοπόρος ίδρυσε μία από τις πρώτες εταιρείες αλλαντικών το 1966, ως οικογενειακή επιχείρηση. Το 1970 αποκτά ιδιόκτητες εγκαταστάσεις και το 1971 ιδρύθηκε η Π.Γ. ΝΙΚΑΣ Α.Β.Ε. με αρχικό κεφάλαιο 14.000.000 δρχ. Το 1986 ο Παναγιώτης Νίκας ιδρύει 2 νέες εταιρείες με παραγωγική δραστηριότητα στην Σπαρτή και την Θεσσαλονίκη με σκοπό την διείσδυση στις αγορές της Πελοποννήσου και της Βορείου Ελλάδος. Το 1991 η Εταιρία εισέρχεται στο Χρηματιστήριο Αθηνών και αντλεί κεφάλαια ύψους 1425 εκατ. δρχ. ενώ το 1992 κάνει αύξηση μετοχικού κεφαλαίου με μετρητά 2.400 εκατ. δρχ. Χρησιμοποιώντας τα παραπάνω κεφάλαια ξεκινάει την πρότυπη κατασκευή παραγωγικής μονάδος Ευρωπαϊκών προδιαγραφών στον Άγιο Στέφανο, Αττικής για την μετεγκατάσταση της εκεί, καθώς και την εξαγορά των εταιριών στην Θεσσαλονίκη και την Σπάρτη και την ίδρυση εταιριών διανομής στην Κρήτη και την Κω. Το 1994 ολοκληρώνεται η μεταφορά της στον Άγιο Στέφανο. Το 1998 εισέρχεται στον κλάδο της τυροκομίας εξαγοράζοντας 2 τυροκομικές μονάδες στην Θήβα και την Πάτρα. Το 1999 εισέρχεται στον κλάδο του νωπού κρέατος εξαγοράζοντας την Ι.Χ. ΣΤΑΥΡΟΥΛΑΚΗΣ ΑΒΕΕ “BOSS Α.Ε.” και την θυγατρική της Ι. ΣΤΑΥΡΟΥΛΑΚΗΣ Ε.Π.Ε. ενώ το 2000 ιδρύει τρίτη τυροκομική μονάδα στην Δομοκό. Το 2003 ο κ. Παναγιώτης Νίκας, μεταβιβάζει το 49,92% των μετοχών τις ΝΙΚΑΣ στην GCI FOOD ENTERPRICES LIMITED. Επίσης η Π.Γ. ΝΙΚΑΣ Α.Β.Ε.Ε. παρουσιάζει μια ριζική αλλαγή στην δομή της στην Ελλάδα, καθώς εξελίσσεται συνεχώς και βελτιώνεται ο δείκτης κερδοφορίας της από το σύνολο της συνεισφοράς των θυγατρικών εταιριών της, την αύξηση του όγκου πωλήσεων χρησιμοποιώντας προϊόντα με μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους και την αναδιάρθρωση της παραγωγικής διαδικασίας των εταιριών του Ομίλου, με αποτέλεσμα την μείωση του κόστους παραγωγής. Η ΝΙΚΑΣ κατέχει περίπου το 20% της αγοράς (σε αξίες) και είναι ο αδιαμφισβήτητος ηγέτης του κλάδου. Το μερίδιο αγοράς της ΝΙΚΑΣ στις μεγάλες αλυσίδες Super Market ανέρχεται σε 45 – 50%,

ενώ κατέχει ηγετική θέση στα επώνυμα Catering (αλυσίδες μαζικής εστίασης και ξενοδοχεία).

(Πηγή:<http://nikas.gr/content/%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1>)

## **Κρέτα Φαρμ (Creta Farm) ΑΕΒΕ**

Η Creta Farms ξεκίνησε την πορεία της το 1970 με την ίδρυση της πρώτης οργανωμένης μονάδας παραγωγής χοιρινού κρέατος στην Κρήτη από την οικογένεια Δομαζάκη, στη θέση Λατζίμας, της πρώην κοινότητας Πρίνου του Δήμου Αρκαδίου, στο Ρέθυμνο της Κρήτης. Αργότερα το 1979 πραγματοποιείται η σύσταση της ανώνυμης εταιρείας με την επωνυμία “Ζωή Εμμ. Δομαζάκη Α.Β.Ε.Ε.” με την ενοποίηση των ατομικών επιχειρήσεων της οικογενείας Δομαζάκη. Το 1985 δημιουργεί το πρώτο και μοναδικό στην Κρήτη ιδιωτικό σφαγείο και μονάδα μεταποίησης νωπού χοιρινού κρέατος, ενώ το 1987 δημιουργεί τμήμα παράγωγης αλλαντικών. Το 1990 επεκτείνει την μονάδα της στην θέση Λατζίμας, στο Ρέθυμνο της Κρήτης, που ολοκληρώνεται στα τέλη του 1992. Από το 1993 και μετά η εταιρεία εξελίσσεται συνεχώς, διπλασιάζοντας τις εγκαταστάσεις της στη θέση Λατζίμας και στο Ρέθυμνο της Κρήτης, ενώ παράλληλα δημιουργεί 5 υποκαταστήματα σε Ηράκλειο Κρήτης, Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα και Πάτρα. Το 1999 η εταιρεία δημιουργεί για πρώτη φορά στην Ελλάδα μια πρότυπη γραμμή ειδικής εκτροφής χοίρων απαλλαγμένων αντιβιοτικών και φαρμάκων, με διατροφή αποκλειστικά με ζωοτροφές φυτικής προέλευσης. Η Creta Farms για την παραγωγή των προϊόντων κρέατος και των αλλαντικών εφαρμόζει το ειδικό πρόγραμμα - μελέτη Hazard Analysis που αναγνωρίζει την πιθανότητα κινδύνων στα τρόφιμα και ελαχιστοποιεί τα ποσοστά εμφάνισής τους.

Το 2000 η εταιρεία εισάγει τις μετοχές τις στο Χ.Α.Α, ενώ το 2001 λανσάρει και κατοχυρώνει την πατέντα των προϊόντων Εν Ελλάδι στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Αντλώντας κεφάλαια, προωθεί μια σειρά από παραγωγικές επενδύσεις στα Τρίκαλα, την Κυνουρία, ενώ ταυτόχρονα εξαγοράζει και δημιουργεί εγκαταστάσεις που εκτείνονται σε 14,5 στρέμματα, αγοράζει τον εξοπλισμό της ΚΑΡΝΑ Α.Β.Ε.Ε στο Κρυονέρι του Ν. Αττικής και δημιουργεί ένα σύγχρονο, παραγωγικό, διακομιστικό και οικονομικό κέντρο, μια επένδυση συνολικού ύψους 26 εκ. ευρώ. Το 2004 γίνεται η σύσταση της “CRETA FARM (CYPRUS) LTD”, της θυγατρικής της εταιρείας στην Κύπρο. Αργότερα το 2007 η Creta Farms εισέρχεται στην αγορά των ΗΠΑ, δραστηριοποιούμενοι από κοινού με τον Όμιλο Clemens Family Corporation. Το 2010 υπογράφει συμφωνία με την Σουηδική εταιρεία PARSONS SVERIGE AB και επεκτείνεται στην αγορά της Σουηδίας και

της Δανίας. Ακόμη τοποθετεί μια σειρά προϊόντων με ελαιόλαδο στην ισπανική αγορά. Το 2011 πραγματοποιεί ακόμη, μια συμφωνία με την Ιταλική εταιρεία Grandi Salumifici Italiani S.p.A., μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες τροφίμων της Ευρώπης, διεισδύοντας με αυτόν τον τρόπο στη Ιταλική αγορά. (Πηγή: <https://www.cretafarms.gr/>)

## **Θ. Νιτσιάκος ΑΒΕΕ πτηνοτροφικές επιχειρήσεις**

Η επιχείρηση ιδρύθηκε το 1973 με τη μορφή ομόρρυθμης εταιρείας. Ανήκε κατά 96% στο Θεόδωρο Χρ. Νιτσιάκο, που γεννήθηκε στη Ροδιά Λάρισας το 1944. Στο πρώτο διοικητικό συμβούλιο συμμετείχαν η σύζυγος του, Μαρία και η συγγενής του, Πολυξένη Αποστ. Νιτσιάκου. Το 1980, δημιουργείται ένα πτηνοσφαγείο στο Ροδοτόπι Ιωαννίνων και μερικά χρόνια μετά, το 1993, η επιχείρηση «απογειώνεται» με τη λειτουργία νέου σύγχρονου εργοστασίου ζωοτροφών στην Πεδινή Ιωαννίνων δυναμικότητας 20 τόνων ανά ώρα. Σύντομα, η μικρή οικογενειακή επιχείρηση, μεταμορφώνεται σε μια υπερσύγχρονη μονάδα που καλύπτει την αναπαραγωγή, την εκκόλαψη, την πάχυνση, την παρασκευή πτηνοτροφών, τη σφαγή και μεταποίηση, το δίκτυο διανομής για όλη την Ελλάδα. Οι επενδύσεις συνεχίζονται και έτσι το **1993**, η Νιτσιάκος κατασκευάζει εργοστάσιο περαιτέρω επεξεργασίας κρέατος στην Άρτα που λειτουργεί ως θυγατρική (Foodmaster ΑΕΒΕ) ενώ 2 χρόνια μετά, το 1995, η εταιρία μετατρέπεται σε Α.Ε.

Τα επόμενα 5 χρόνια, ως το 2000 δημιουργούνται κέντρα διανομής στις μεγαλύτερες ελληνικές πόλεις και το 2001 εξαγοράζεται από το συνεταιρισμό Βησαλτίας το πτηνοσφαγείο στη Νιγρίτα Σερρών, το οποίο και εκσυγχρονίζεται. Όμως, ο ανήσυχος Θεόδωρος Νιτσιάκος, δεν σταματά εδώ. Την ίδια χρονιά αγοράζει εγκαταστάσεις στη ΒΙ.ΠΕ Θεσσαλονίκης για αποθήκευση πρώτων υλών ζωοτροφών ενώ έχοντας αφουγκραστεί τις επιταγές των καιρών για καλύτερο ποιοτικά κρέας, το 2002, δημιουργεί πρότυπη φάρμα στα Δολιανά Ιωαννίνων, 2.100 στρεμμάτων για βιολογικές καλλιέργειες και εκτροφή ελευθέρως βοσκής.

Η ανάπτυξη της εταιρίας ήταν επόμενο να φέρει και το δεύτερο εργοστάσιο που λειτούργησε στην Άρτα το 2003, μια χρονιά-ορόσημο, καθώς ακολούθησε και η βράβευση από τη GrowthPlus ως μια από τις 500 ταχύτερα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις της Ευρώπης.

Τα επόμενα χρόνια, η ανάπτυξη είναι αλματώδης. Το 2004 κατασκευάζεται νέο κέντρο διανομής στον Ασπρόπυργο Αττικής και την επόμενη χρονιά, το 2005, λειτουργεί νέο τυποποιητήριο κρέατος στη ΒΙ.ΠΕ Ιωαννίνων καθώς και μια μονάδα παραγωγής τροφών για ζώα συντροφιάς, ένας νέος και πολλά υποσχόμενος κλάδος για την εταιρία Νιτσιάκος. Η αύξηση των πωλήσεων και η διαρκής ανάπτυξη, φέρνουν το 2008 την κατασκευή νέου κέντρου διανομής στη ΒΙ.ΠΕ Θεσσαλονίκης καθώς και ενός εργοστασίου καύσης υποπροϊόντων για την

παραγωγή ενέργειας στη ΒΙ.ΠΕ Ιωαννίνων. Σήμερα, η Νιτσιάκος διαθέτει δέκα εργοστάσια και εγκαταστάσεις συνολικά σε Ιωάννινα, Άρτα, Θεσσαλονίκη και Νιγρίτα Σερρών. Σε μια έκταση 50 στρεμμάτων στα Ιωάννινα, η εταιρεία έχει δημιουργήσει ένα σύμπλεγμα υπερσύγχρονων εγκαταστάσεων συνολικής επιφάνειας 12.000 τμ, ενώ το δεύτερο εργοστάσιο της βρίσκεται στην Άρτα. Δραστηριοποιείται, εκτός από το κοτόπουλο, και σε άλλα προϊόντα με μεγάλη επιτυχία, όπως η γαλοπούλα και το κουνέλι, στον κλάδο των αλεύρων για ανθρώπινη κατανάλωση και στις ζωοτροφές, οι οποίες έχουν φτάσει να αντιπροσωπεύουν το 40% των συνολικών πωλήσεων. Η εταιρεία απασχολεί περισσότερα από 600 άτομα, ενώ 180 πτηνοτρόφοι εκτρέφουν ζώα για την εταιρεία. Είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός κρέατος κοτόπουλου στην Ελλάδα, εκ των σημαντικότερων επιχειρήσεων εμπορίας δημητριακών και σογιαλεύρου και μέσα στις 10 μεγαλύτερες βιομηχανίες τροφίμων της χώρας με βάση το τζίρο. (Πηγή: <http://nitsiakos.gr/>)

## **Υφαντής ΑΒΕΕ**

Το 1980 τα αδέρφια Υφαντή άνοιξαν το πρώτο εργοστάσιο στο Μοσχάτο, το οποίο παρασκεύαζε και πουλούσε αλλαντικά. Δημιούργησαν προϊόντα, τα οποία αγαπηθήκαν από τους καταναλωτές και γρήγορα απέκτησαν φήμη σε όλη την Ελλάδα. Η επιχείρηση έχει οικογενειακό χαρακτήρα ως προς την ιδιοκτησία της. Πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος είναι ο Αλέξιος Υφαντής του Κωνσταντίνου. Αντιπρόεδρος ο αδερφός του Χαράλαμπος Υφαντής και μέλη τα παιδιά του Αλεξίου Υφαντή, ο Κωνσταντίνος Υφαντής και η Ανδρομάχη Υφαντή. Ενδεικτικό στοιχείο για την πρόοδο της εταιρείας είναι ότι το μετοχικό κεφάλαιο της, που έχει οριστεί σε 15 εκατ. Δραχμές κατά σύσταση της το 1981, αυξήθηκε σταδιακά σε 2.088 εκατ. ευρώ.

Το 1992, πραγματοποιήθηκε η μεταφορά από το Μοσχάτο στις σημερινές ιδιωτικές εγκαταστάσεις της Υφαντής, έκτασης 15.000 τ.μ. και 300 ατόμων μόνιμο προσωπικό, στον Δήμο Κηφισιάς Αττικής . Ο όμιλος απασχολεί συνολικά 1.000 άτομα.

Όμως, τα δύο αδέρφια, ανήσυχα πνεύματα, δεν επαναπαύθηκαν στην αρχική τους επιτυχία. Το 1996 ιδρύθηκε η εταιρία ΘΡΑΚΗΣ ΓΕΥΣΕΙΣ με την επωνυμία “LUNCHEON MEAT ΕΒΡΟΥ Α.Ε.” με σκοπό την παραγωγή προϊόντων με βάση το κρέας και έδρα τη Βιομηχανική Περιοχή (ΒΙ.ΠΕ) Αλεξανδρούπολης. Στο τέλος του 1998 αγοράστηκε από τη βιομηχανία τροφίμων ΥΦΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ και άρχισε η παραγωγή αλλαντικών. Η εταιρεία αποτελείται από το εργοστάσιο παραγωγής και από το ιδιόκτητο κέντρο διανομών στην Αθήνα. Η δυναμικότητα του εργοστασίου είναι 50 τόνοι αλλαντικών ημερησίως σε μία βάρδια. Η εταιρία συνεργάζεται με τη



μητρική εταιρεία ΥΦΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ και τις άλλες εταιρείες του ομίλου ΥΦΑΝΤΗΣ. Το εργοστάσιο της LUNCHEON MEAT EVROU S.A. παράγει όλες τις κατηγορίες αλλαντικών (βραστά αλλαντικά και καπνιστά, λουκάνικα, αλλαντικά ωρίμανσης, ζαμπονοειδή προϊόντα). Η διανομή των προϊόντων γίνεται από το εργοστάσιο στην Αλεξανδρούπολη, το υποκατάστημα της Αθήνας και από τις εταιρείες του ομίλου “ΔΙΑΝΟΜΕΣ ΥΦΑΝΤΗΣ”. Έχει εδραιωθεί εδώ και πολλά χρόνια στην αγορά με την σταθερή ποιότητα των προϊόντων της και την άριστη εξυπηρέτηση των πελατών της.

Το 1998 υπήρξε σταθμός για την πορεία της εταιρείας, καθώς έκανε άλλο ένα μεγάλο άνοιγμα αυτή τη φορά ξεφεύγοντας από τα ελληνικά σύνορα. Ίδρυσε την ΥΦΑΝΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑ, ξεκινώντας με την παραγωγή περιορισμένου αριθμού προϊόντων με βάση το κρέας. Σήμερα η εταιρία αποτελείται από ένα εργοστάσιο στο Βουκουρέστι 3,500 τμ. , απασχολεί 120 άτομα προσωπικό και έχει παραγωγή 10 τόνων ημερησίως σε ιδιόκτητη έκταση. Καθώς και από τέσσερα κέντρα διανομής (Timisoara, Oradea, Cluj, Craiova).

Το 2008, η εταιρία Υφαντής, συνεχίζοντας την διεθνή ανάπτυξή της, ίδρυσε την Υφαντής Βουλγαρίας με σκοπό την εισαγωγή και τη διανομή προϊόντων Υφαντής στην τοπική αγορά καθώς και άλλων προϊόντων ειδικά διαμορφωμένων ώστε να ανταποκρίνονται στις διατροφικές συνήθειες και γεύσεις των καταναλωτών της συγκεκριμένης περιοχής. Η Υφαντής Βουλγαρία έχει σημαντικές δραστηριότητες στη δημοφιλή και πολυσύχναστη περιοχή της Μαύρης Θάλασσας με πολυτελή ξενοδοχεία και θέρετρα όπως το Sunny Beach, Golden Sands που συγκαταλέγονται στο πελατολόγιο μας, όπως επίσης και άλλα ξενοδοχεία ενδεικτικά αναφέρουμε τις περιοχές Βάρνα, Μπουργκάς. Η εταιρεία απασχολεί εικοσιπέντε άτομα, λειτουργεί με δώδεκα οχήματα και διαθέτει μία πελατειακή βάση άνω των χιλίων λογαριασμών.

Η τεράστια επιτυχία που είχαν οι κινήσεις που έχει κάνει η εταιρία, οδήγησε στην απόφαση της ίδρυσης της εταιρείας Ifantis Cyprus το 2012, έχοντας σαν στόχο την εισαγωγή και την διανομή προϊόντων Υφαντής στην τοπική αγορά. Οι ιδιαιτερότητες και οι διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών στην συγκεκριμένη περιοχή είναι οι βασικοί παράγοντες με βάση τους οποίους διαμορφώνονται διάφορες ποικιλίες των προϊόντων της. Οι συνεργασίες της εταιρείας με μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, με δημοφιλή ξενοδοχεία, εστιατόρια αλλά και μικρά καταστήματα έχει ως αποτέλεσμα τον τεράστιο αριθμό πωλήσεων που έχουν σημειωθεί μέχρι σήμερα.

Το 2013, ένα χρόνο αργότερα από την ίδρυση της εταιρείας Ifantis Cyprus, ο όμιλος Υφαντής εξαγόρασε την «ΡΟΗ Α.Ε.» μία ιστορική εταιρεία παραγωγής ελαιολάδου.

Σήμερα ο Όμιλος Υφαντής παράγει παραπάνω 500 προϊόντα υψηλής ποιότητας και δραστηριοποιείται σε πέντε τομείς. Στα επεξεργασμένα προϊόντα

κρέατος, στα κατεψυγμένα τρόφιμα (κατεψυγμένα λαχανικά, hamburgers, pizzas, έτοιμα γεύματα και πολλά άλλα), ελληνικές παραδοσιακές σαλάτες, τυρί φέτα, εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο. Έχει πετύχει να δημιουργήσει προϊόντα που έχουν γίνει γνωστά σε όλο τον κόσμο. Αυτή η επιτυχία, οφείλεται, στο υψηλό επίπεδο ποιότητας, στο προσωπικό του, στην τεχνογνωσία και στην άριστη σχέση που διατηρεί όλα αυτά τα χρόνια με τους ανθρώπους που εμπιστεύονται τα προϊόντα του. (Πηγή: <https://www.ifantis.gr/new/>)

### 3.5.2 Επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών

Ο κλάδος επεξεργασίας και συντήρηση φρούτων και λαχανικών περιλαμβάνει πέντε βασικές κατηγορίες: την επεξεργασία και συντήρηση πατατών, την παραγωγή χυμών από φρούτα και λαχανικά, την παρασκευή ζαχαρώδων προϊόντων από φρούτα και λαχανικά (μαρμελάδες, γλυκά κουταλιού, κομπόστες σε κονσέρβες), την επεξεργασία τομάτας (κονσερβοποίηση, σάλτσες, τοματολποτός) και την ευρεία κατηγορία παρασκευής φρούτων και λαχανικών, δηλαδή κατάψυξη ή κονσερβοποίηση και παρασκευή προϊόντων από λαχανικά.

Σημαντικός παράγοντας είναι και η διασφάλιση της ποιότητας και της υγιεινής αυτών των προϊόντων, λόγω αυξημένης πιθανότητας μικροβιακών προσβολών. Θα πρέπει να καθοριστούν συγκεκριμένοι κανόνες και νομοθεσίες που αφορούν στον τομέα της επεξεργασίας, κυρίως ως προς τη διασφάλιση της υγιεινής και την τυποποίηση των προϊόντων. Επίσης, όλη η διαδικασία παραγωγής, όπως το πλύσιμο, η κοπή, η συσκευασία, η συντήρηση και η διανομή τους θα πρέπει να γίνεται βάσει συγκεκριμένων συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας, όπως είναι το σύστημα HACCP, το οποίο στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης όπως στην Ισπανία και την Ιταλία είναι υποχρεωτικό μέτρο στις βιομηχανίες επεξεργασίας τροφίμων. Στους χώρους επεξεργασίας και συντήρησης των φρούτων και των λαχανικών, θα πρέπει να διατηρείται η θερμοκρασία στο κατώτατο δυνατό επίπεδο, τα προϊόντα να συσκευάζονται και να διακινούνται όσο το δυνατό ταχύτερα, ώστε να μειωθεί στο ελάχιστο το διάστημα μεταξύ της παραγωγής και της κατανάλωσης τους. Προβλήματα που σχετίζονται με την παραγωγή των προϊόντων αυτών είναι η έλλειψη πρώτης ύλης από τις βιομηχανίες επεξεργασίας, κυρίως λόγω του γεγονότος ότι οι παραγωγοί φρούτων και λαχανικών δεν είναι διατεθειμένοι να συνάψουν αποκλειστικές συνεργασίες με τις εταιρίες, ώστε να παράγουν προϊόντα βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών οι οποίες απαιτούνται, όπως για παράδειγμα συγκεκριμένους τύπους και ποικιλίες λαχανικών, συγκεκριμένα μεγέθη, συγκεκριμένες μεθόδους καλλιέργειας τους και άλλα πολλά. Επιπλέον, πρόβλημα αποτελεί σε χώρες όπως στην Ελλάδα και ο μικρός αριθμός εταιριών που

δραστηριοποιούνται στον τομέα της παραγωγής και της διακίνησης τους, με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατή η έγκαιρη μεταφορά των προϊόντων σε μεγάλες ποσότητες και σε περιοχές απομακρυσμένες από την Αθήνα.

Στη μεταπολεμική περίοδο δραστηριοποιήθηκαν στο συγκεκριμένο κλάδο αρκετές επιχειρήσεις, οι περισσότερες όμως δεν υφίστανται σήμερα λόγω των προβλημάτων που αναφέραμε παραπάνω. Ωστόσο όμως υπάρχουν επιχειρήσεις που έχουν κρατηθεί στο χρόνο και είναι κερδοφόρες.

### **Ελληνική εταιρεία κονσερβών Κύκνος Α.Ε**

Η Ελληνική Εταιρεία Κονσερβών ΚΥΚΝΟΣ ΑΕ είναι η πρώτη κονσερβοποιία στην Ελλάδα. Δραστηροποιείται στην παραγωγή και συσκευασία προϊόντων τομάτας, φρούτων και λαχανικών, ενώ η έδρα της, από την ίδρυσή της, το 1915, βρίσκεται στο Ναύπλιο. Κάτω από εξαιρετικά αντίξοες συνθήκες, αφού ο Α΄ Παγκόσμιος πόλεμος είχε ξεκινήσει συντάχθηκε το καταστατικό της πρώτης στα Βαλκάνια «Ανωνύμου Ελληνικής Εταιρείας Κονσερβών». Ιδρυτές και πρώτο συμβούλιο ήταν τα αδέλφια Μιχαήλ και Κωστής Μανουσάκης, Αθανάσιος και Βασίλειος Παπαντωνίου και ο Ιωάννης Δάρμος. Είναι η μόνη εταιρεία στο είδος της που έχει παραμείνει αναλύοτη και συνεχίζει ακόμα και σήμερα να κατέχει σταθερά ηγετική θέση στην ελληνική αγορά και πραγματοποιεί αγιοσημείωτη εξαγωγική δραστηριότητα. Το εργοστάσιο παραγωγής και το διανεμητικό κέντρο της βρίσκονται στο χωριό Σαβάλια του νομού Ηλείας. Κατά την παραγωγική περίοδο, μέσα Ιουλίου με μέσα Σεπτεμβρίου ο αριθμός των εργαζομένων φτάνει τα 240 άτομα, ενώ η ημερήσια παραγωγική δυναμικότητά του εργοστασίου αγγίζει τους 2.100 τόνους νωπού προϊόντος. Με την ίδρυση αυτής της βιομηχανίας, ανοίχτηκαν νέοι ορίζοντες στην επεξεργασία και συντήρηση των αγροτικών προϊόντων της αγροτικής γης καθώ'ς και αργότερα, των προϊόντων άλλων περιοχών, μεγάλος αριθμός των οποίων σάπιζε μέχρι τότε στα χωράφια. Το 1928 η εταιρεία ίδρυσε δεύτερο εργοστάσιο στην Αργολίδα και εγκατέστησε τους πρώτους ταχυσυμπυκνωτές που εισήχθησαν στην Ελλάδα και άλλα δύο το 1960 και 1963 στα Σαβόλια Ηλείας. Το 1965 η εταιρεία παρήγαγε και διάθεσε για πρώτη φορά στην Ελλάδα τη σάλτσα κέτσαπ. Το 1990 παρασκεύασε για πρώτη φορά προϊόντα ντομάτας σε χάρτινη συσκευασία και το 1999 παίρνει πιστοποίηση με πρότυπα ISO για πρώτη φορά. Το 2002-2003 η εταιρεία μετεγκατέστησε όλη την παραγωγική της δραστηριότητα και το διανεμητικό της κέντρο στα Σαβόλια Ηλείας, τον τόπο παραγωγής της πρώτης ύλης. Το 2005 γίνεται η πρώτη εταιρεία στην Ελλάδα που εφάρμοσε σύστημα ολοκληρωμένης διαχείρισης για την καλλιέργεια της βιομηχανικής τομάτας που χρησιμοποιεί και πιστοποιήθηκε κατά EUREPGAP. Το 2006- 2007 ανακαινίζει και επεκτείνει το εργοστάσιο στο νομό Ηλείας και ανανεώνει τον εξοπλισμό με νέο πιο υπερσύγχρονο. Το 2013 παίρνει πιστοποίηση με τα

πρότυπα BRC Global Standart for Food Safety και IFS Food Standard for auditing quality and safety of food prodycts. Σήμερα η εταιρεία συνεχίζει, να δίνει έμφαση στη στελέχωση με νέο ανθρώπινο δυναμικό επιστημονικής κατάρτισης σε σημαντικές για την εταιρεία και την ανάπτυξή της, θέσης εργασίας και να βραβεύεται για καινοτόμες δράσεις της και την εφαρμογή νέων τεχνολογιών.

### **Ιντερκομ Φουντς Α.Ε (Intercomm)**

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1998 και οι εγκαταστάσεις της βρίσκονται στη Λάρισα. Αντικείμενο της είναι η παραγωγή μαρμελάδας, κομπόστας και μείγματος φρούτων, ενώ τα προϊόντα της πωλούνται στο εξωτερικό σε αναλογία 80%. Διαθέτη τμήμα παραγωγής προϊόντων φρούτων και τμήμα παραγωγής προϊόντων ελιάς και πιπεριάς. Στο διοικητικό συμβούλιο μετέχουν ο Στέργιος Δ. Γκούνητος ως πρόεδρος, ο Στέργιος Β. Τσαγκούλης ως αντιπρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος, η Κωνσταντίνα Ε. Σαϊτή, ο Πέτρος Β. Διαμαντής και ο Μιχαήλ Σ. Τσιμπούκης.

Η Intercom Foods ΑΕ είναι μια οικογενειακή επιχείρηση που ξεκίνησε τη λειτουργία της αρκετά φιλόδοξα και σήμερα συνεργάζεται στη Δυτική Ευρώπη με ορισμένους από τους μεγαλύτερους λιανεμπορικούς ομίλους (Carrefour, Aldi, Lidl, Tesco κ.τ.λ.), για τους οποίους παράγει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Όπως εξηγεί ο λαρισαίος επιχειρηματίας μιλώντας προς «Το Βήμα», «είναι τεράστιοι όμιλοι και είναι εξαιρετικά δύσκολο να τοποθετήσεις επώνυμα προϊόντα στα καταστήματά τους». Αντιθέτως, η παρουσία της εταιρείας είναι ισχυρή με επώνυμα προϊόντα στις χώρες των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης. Χρησιμοποιώντας την επωνυμία Delfi εξάγει τα προϊόντα της στην πΓΔΜ, στη Βουλγαρία, στη Ρουμανία, στην Ουκρανία, ενώ στη Ρωσία, όπου η είσοδος και η παραμονή της πέρασαν αρκετές περιπέτειες από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, έχει ισχυρή θέση με δική της εταιρεία η οποία διακινεί εκτός από τα δικά της προϊόντα (ελιές και κομπόστες) και άλλα είδη τροφίμων (ελαιόλαδο, τυροκομικά κ.τ.λ.). Βέβαια η επιβολή του εμπόργκο έχει δημιουργήσει και πάλι σοβαρά προβλήματα στις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις. Επίσης, η εταιρεία εξάγει τα προϊόντα της, εκτός από τη Δυτική και την Ανατολική Ευρώπη, στις Ηνωμένες Πολιτείες, στον Καναδά, στην Αυστραλία και στις αραβικές χώρες. Και όπως σημειώνει ο κ. Τσαγκούλης, η Δυτική Ευρώπη προτιμά κυρίως την ποικιλία της ελιάς Χαλκιδικής, ενώ στις αγγλοσαξονικές χώρες κάνει θραύση η ελιά Καλαμών. Συνολικά η εταιρεία έχει 450 πελάτες σε 58 χώρες και οι σημαντικότερες αγορές της είναι η Γερμανία, η Ιταλία, η Βρετανία, η Γαλλία, η Ρουμανία, η Βουλγαρία και η Ρωσία. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει στην προκειμένη περίπτωση το γεγονός ότι το 65% των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας, δηλαδή περί τα 55 εκατ. ευρώ, προέρχεται από τις πωλήσεις βρώσιμης και μεταποιημένης ελιάς και το 35% από τις πωλήσεις μεταποιημένου ροδάκινου

και βερίκοκου. Στην περίοδο 2014-2015 η εταιρεία επεξεργάστηκε περί τις 25.000 τόνους ελιάς, ενώ την περίοδο 2015-2016 οι ποσότητες που πρόκειται να επεξεργαστεί θα ανέλθουν περί τις 27.000 τόνους το 2010 είχε επεξεργαστεί 14.000 τόνους ελιάς.

Στη διάρκεια του 2015, όπως αναφέρει μιλώντας προς «Το Βήμα» ο κ. Στέργιος Τσαγκούλης, διευθύνων σύμβουλος της Intercom Foods ΑΕ, η εταιρεία είχε πωλήσεις ύψους 84 εκατ. ευρώ έναντι 78 εκατ. ευρώ το 2014 και τα κέρδη της και τις δύο χρονιές κινήθηκαν περί τα 9 εκατ. ευρώ την καθεμία - πρόκειται για μία από τις λίγες κερδοφόρες βιομηχανίες του κλάδου. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2009 οι πωλήσεις της εταιρείας ήταν 42 εκατ. ευρώ και σε διάστημα έξι χρόνων διπλασιάστηκαν. Σήμερα είναι από της έξι πρώτες πιο κερδοφόρες ελληνικές επιχειρήσεις τροφίμων. (Πηγή: <https://www.intercomm.gr/frontend/index.php>)

## **Μπαρμπα Στάθης ΑΒΕΕ**

Ο Μπαρμπα Στάθης ιδρύθηκε το 1969 στη Θεσσαλονίκη. Διαβλέποντας τη μεγάλη στροφή στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, ο πρωτοπόρος Δραμινός καπνοβιομήχανος Γιάννης Μιχαηλίδης, προχώρησε στην ίδρυση της πρώτης γραμμής παραγωγής κατεψυγμένων φρούτων και λαχανικών στην Ελλάδα, εξασφαλίζοντας μάλιστα την απορρόφηση ολόκληρης της παραγωγής των αγροτών με τους οποίους συνεργαζόταν. Στην ουσία ήταν ο πρώτος που εφάρμοσε την συμβολαϊακή γεωργία.

Το 1991 η εταιρεία επενδύει στην κατασκευή μονάδας παραγωγής και μπαίνει δυναμικά στην πρωτοεμφανιζόμενη αγορά της καταψυγμένης ζύμης, με το brand «ΧΡΥΣΗ ΖΥΜΗ». Το 1994 η Μπαρμπα Στάθης – Γενική Τροφίμων εξαγοράζεται από τη Δέλτα Βιομηχανία Γάλακτος, απορροφώντας την FROZA, θυγατρική της Δέλτα. Το 2001, συμμετέχει στην ίδρυση της εταιρείας ΓΚΡΗΝΦΟΥΝΤ Α.Ε., με αντικείμενο την επεξεργασία και την τυποποίηση φρέσκων σαλατών. Το 2006 ύστερα από τη συγχώνευση τεσσάρων μεγάλων εταιρειών τροφίμων, στις οποίες συγκαταλέγεται η Μπαρμπα Στάθης, ιδρύεται η Vivantia.

Σήμερα με παρουσία σε 5 ηπείρους και 25 χώρες εκτός από την ηγετική της παρουσία στην Ελλάδα, η θυγατρική, πλέον, της Vivantia, αναπτύσσεται δυναμικά και στο εξωτερικό, κυρίως με κατεψυγμένα προϊόντα ζύμης, ενώ ήδη εξάγει και λαχανικά σε Ευρώπη και Αμερική. Η Μπαρμπα Στάθης παράγει περισσότερα από 150 καινοτόμα προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, και 467 κωδικούς, στους οποίους προστίθεται πλέον και μια νέα σειρά με ζυμαρικά (πένες, βίδες και κριθαράκι) με λαχανικά. Διαθέτει 5 ιδιόκτητα εργοστάσια (53.000 τμ) λαχανικών και ζυμών όπου παράγονται 40.000 τόνοι λαχανικών, 30.000 τόνοι προϊόντων ζύμης

και 5.000 τόνοι φρέσκες σαλάτες. Διαθέτει ειδικό εξοπλισμό για μηχανική συλλογή λαχανικών: 4 μηχανές για συλλογή αρακά, 4 για φασόλια και 2 για σπανάκι 106 φορτηγά μεταφέρουν καθημερινά τα προϊόντα Μπάρμπα Στάθης που φθάνουν κάτω από άριστες συνθήκες σε 11.000 σημεία πώλησης σε ολόκληρη την Ελλάδα 303 εργαζόμενοι (αυξήθηκαν κατά 25% στην τριετία 2015-2018) Συνεργάζεται με περισσότερους από 1.000 έλληνες αγρότες με «Συμβολαιακή Γεωργία», οι οποίοι καλλιεργούν περισσότερα από 30.000 στρέμματα γης. Την τριετία 2015-2018 η εταιρεία επένδυσε 11,5 εκατ. ευρώ (λαχανικά, σαλάτες), ενώ οι νέες επενδύσεις για την διετία 2019-2020 αναμένεται να ξεπεράσουν τα 8,5 εκατ. ευρώ. Οι νέες επενδύσεις είναι σε εξέλιξη και αφορούν, στη δημιουργία νέας υπερσύγχρονης, πλήρως αυτοματοποιημένης αποθήκης 11.000 παλετοθέσεων που θα αποφέρει εξοικονόμηση ενέργεια 60%, 3 νέες γραμμές συσκευασίας και μία νέα γραμμή παραγωγής που θα οδηγήσει στην αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας κατά 40%. Η Μπάρμπα Στάθης είναι το 7ο σε πωλήσεις εμπορικό σήμα των ταχυκίνητων καταναλωτικών αγαθών (FMCG) και 1ο σε πωλήσεις εμπορικό σήμα στον κλάδο Τροφίμων (IRI, Στοιχεία 2018). (Πηγή: <https://www.barbastathis.com/el/home/index.html>)

### 3.5.3 Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών

Η παραγωγή ελαιόλαδου στην Ελλάδα αυξήθηκε σταδιακά μετά τον Πόλεμο, αν και όχι με τους ρυθμούς ανάπτυξης της υπολοίπης βιομηχανίας. Έναντι μέσης προπολεμικής παραγωγής 80.000-90.000 τόνων, στα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα η μέση ετήσια παραγωγή είχε ανέλθει σε περίπου 300.000 τόνους, ενώ τα τελευταία χρόνια αυξήθηκε περισσότερο. Έτσι, όχι μόνο η Ελλάδα διατήρησε την Τρίτη θέση παγκοσμίως μεταξύ των ελαιοπαραγωγών χωρών, αλλά και η αναλογία της ελληνικής στο σύνολο της παγκόσμιας παραγωγής βελτιώθηκε. Ένα στα επτά ελαιόδενδρα που καλλιεργούνται στον κόσμο βρίσκεται στην Ελλάδα.

Ο κλάδος παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών περιλαμβάνει ελαιοτριβεία, μονάδες παραγωγής άλλων μη επεξεργασμένων ελαίων (π.χ σογιέλαιου) και λιπών, μονάδες παραγωγής εξευγενισμένων ελαίων και λιπών καθώς και μονάδες παραγωγής μαργαρίνης και παρόμοιων βρώσιμων λιπών. Ο υποκλάδος αυτός έχει συνησφέρει στην ελληνική οικονομία και θα δούμε δύο σημαντικές βιομηχανίες που έχουν διαπρέψει.

## ΕΛΑΪΣ Α.Ε

Η Ελαΐς ιδρύθηκε το 1920 με επικεφαλής τότε των Βασίλειο Β. Μελά και έλαβε μορφή ανώνυμης εταιρείας το 1932. Μετά την οδυνηρή περίοδο της Κατοχής, κατά την οποία η επιχείρηση δεν λειτούργησε και διατηρήθηκε με μεγάλες θυσίες χάρη στην αποφαστικότητα και στη προσήλωση του πρέδρου Αριστοτέλη Μακρή, η Ελαΐς επανήλθε σε έντονη δραστηριότητα μεταπολεμικώς και το 1947 η μετοχή της εισήλθε στο ΧΑΑ. Το 1962 η Ελαΐς συνεβλήθη με την εταιρεία Unilever, η οποία κατείχε ήδη την πρώτη θέση παγκοσμίως στην παραγωγή εδώδιμων και αποικιακών. Με βάση τη σύμβαση, η Unilever μετείχε στο κεφάλαιο της εταιρείας σε ποσοστό 28%, το οποίο το 1971 διευρύνθηκε σε 45%. Το 1976 η Unilever απέκτησε την πλειοψηφία των μετόχων και ανέλαβε τη διοίκηση της επιχείρησης. Από το 1980 η Ελαΐς επέκτεινε τη δραστηριότητα της, αναλαμβάνοντας τη διανομή προϊόντων συγγενών εταιρειών του ομίλου Unilever.

Ο αγγλο-ολλανδικός όμιλος απέκτησε πληθωρική παρουσία στην ελληνική αγορά και το σύνολο των μετοχών της εταιρείας. Κατέκτησε και διατηρεί, ακόμη και στην περίοδο της κρίσης, την πρώτη θέση στην ελληνική αγορά καταναλωτικών προϊόντων, παρά την μείωση των πωλήσεων και την συρρίκνωση της κατανάλωσης. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι στις κατηγορίες των τροφίμων (μαργαρίνες, ελαιόλαδο, παγωτό, προϊόντα τομάτας, τσάι, μαγιονέζα, κέτσαπ, μαγειρικοί κύβοι) η Unilever – Ελαΐς κατέχει ηγετική θέση, ενώ στις κατηγορίες των ειδών προσωπικής υγιεινής και καθαρισμού κατέχει την πρώτη θέση στις αγορές των αποσμητικών, των προϊόντων περιποίησης σώματος και των καθαριστικών χώρου. Αλλά από τον Σεπτέμβριο του 2018 – όταν θα έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία πώλησης της Ελάνθης ΑΕ, στην οποία ανήκει η τυποποίηση του ελαιολάδου, τα σπορέλαια και οι μαργαρίνες – ο πολυεθνικός όμιλος θα αποβάλει πλέον και το πρώτο συνθετικό του από την επωνυμία του Ελαΐς-Unilever Hellas ΑΕ. Για πρώτη φορά στη διάρκεια των 56 χρόνων παρουσίας του στην Ελλάδα θα περιοριστεί απλώς στο UnileverHellas ΑΕ.

Η fund KKR συμφώνησε να εξαγοράσει το σύνολο της διεθνούς δραστηριότητας του ομίλου Unilever στις μαργαρίνες, τα σπορέλαια και το ελαιόλαδο αντί 6,825 δισ. ευρώ. Αξίζει να σημειωθεί ότι το χαρτοφυλάκιο που πρόκειται να αποκτήσει το KKR, περιλαμβάνει 400 εμπορικά σήματα διεθνώς, οι πωλήσεις των οποίων το 2016 πλησίασαν τα 3,03 δισ. ευρώ. Με βάση τις υπάρχουσες εκτιμήσεις η ολοκλήρωση της συμφωνίας προβλέπεται να γίνει περί τον Σεπτέμβριο του 2018. Έτσι, τελικώς πωλούνται και οι μάρκες ελαιολάδου που κυκλοφορούν στην ελληνική αγορά, Άλτις, Ελάνθη και Solon, καθώς και το εργοστάσιο της Ελαΐς στην Πειραιώς, όλα δηλαδή τα περιουσιακά στοιχεία που ανήκουν στην Ελάνθη ΑΕ – τα συγκεκριμένα προϊόντα κατέχουν ηγετικά μερίδια στην εσωτερική αγορά. Αξίζει να σημειωθεί ότι το σύνολο των πωλήσεων των συγκεκριμένων προϊόντων στην Ελλάδα – συνυπολογιζομένων των σπορελαίων και των μαργαρινών – κυμαίνεται

στα 100 εκατ. ευρώ ετησίως και αντιπροσωπεύει περίπου το 20% των συνολικών πωλήσεων του ομίλου στην ελληνική αγορά. Από την άλλη πλευρά ο πολυεθνικός όμιλος όχι μόνο δεν σκοπεύει να αποδυναμώσει τη θέση του στην Ελλάδα, αλλά αντιθέτως έχει προγραμματίσει την ενίσχυση της παραγωγικής του δραστηριότητας. Πρόκειται να μεταφέρει την παραγωγή 10.000 τόνων απορρυπαντικών από την Ιταλία στο εργοστάσιο του Ρέντη. Αλλωστε ο όμιλος διαθέτει στην ελληνική αγορά – με πωλήσεις ύψους 489 εκατ. ευρώ το 2016 – περί τους 1.200 κωδικούς προϊόντων στους τομείς των τροφίμων, των παγωτών, της οικιακής και προσωπικής φροντίδας και υγιεινής. Συνολικά δραστηριοποιείται σε 26 κατηγορίες προϊόντων, τα οποία είναι τοποθετημένα σε 35 σημεία των σούπερ μάρκετ. Και θεωρείται ο μεγαλύτερος προμηθευτής καταναλωτικών προϊόντων του λιανεμπορίου, ενώ στο 90% των προϊόντων στα οποία δραστηριοποιείται κατέχει ηγετική θέση.

Η Unilever είναι ένας από τους μεγαλύτερους ομίλους καταναλωτικών προϊόντων διεθνώς, με πωλήσεις σε πάνω από 190 χώρες, προσεγγίζοντας καθημερινά περισσότερους από 2,5 δισεκατομμύρια καταναλωτές. Απασχολεί 169.000 εργαζομένους, ενώ ο κύκλος εργασιών της το 2016 ανήλθε στα 52,7 δισ. ευρώ. Και το 57% των ετήσιων πωλήσεων πραγματοποιείται στις αναπτυσσόμενες και αναδυόμενες αγορές. Διαθέτει περισσότερα από 400 επώνυμα προϊόντα (Skip, Klinex, Dove, AIM, Axe, Knorr, Becel, Hellmann's, Lipton, Algida, Ben & Jerry's, Cornetto, κλπ.). Η εταιρία απασχολεί σήμερα συνολικά 750 εργαζομένους – 700 στην Ελλάδα και 50 στην Κύπρο. Διαθέτει τρία εργοστάσια, στου Ρέντη, στο Νέο Φάληρο και στη Γαστούνη Ηλείας, καθώς και δύο σύγχρονα κέντρα διανομής και αποθήκευσης, στον Ρέντη και στο Σχηματάρι Βοιωτίας. Στην Κύπρο διαθέτει από το 2012 κοινή επιχείρηση με την εταιρία Τσεριώτης, την Unilever Tseriotis Cyprus, ένα εργοστάσιο και ένα κέντρο αποθήκευσης στη Λευκωσία. (Πηγή: Protagon.gr)

## **ΣΟΓΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε**

Η Σόγια Ελλάς ιδρύθηκε το 1976 με έδρα την Αθήνα. Είναι μια από τις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες τροφίμων και ελέγχεται κατά 50% από την κυπριακή οικογένεια Δημητρίου και κατά 50% από τη διεθνή εταιρεία εμπορίου Nidera. Επίσης, διαθέτει υποκαταστήματα με ιδιόκτητους αποθηκευτικούς χώρους στη Χάλκη Λάρισας, το Ηράκλειο Κρήτης, το Θεσπρωτικό Πρέβεζας, τη ΒΙ.ΠΕ. Ξάνθης και μισθωμένους στη ΒΙ.ΠΕ. Θεσσαλονίκης και τη Γενισέα Ξάνθης.

Το 1995 οι πωλήσεις της σημείωσαν αύξηση κατά 15,6 δισ. δρχ. και ανήλθαν σε 66,7 δισ. δρχ., ενώ πέντε χρόνια νωρίτερα οι πωλήσεις της δεν ξεπερνούσαν τα 15 δισ. δρχ. Η βιομηχανική της δραστηριότητα είναι επικεντρωμένη στην παραγωγή σπορελαίων και σογιάλευρου και συνεισφέρει κατά 40% στις συνολικές πωλήσεις. Το υπόλοιπο 60% προκύπτει από εμπορικές δραστηριότητες και κυρίως από την



εμπορία δημητριακών, βάμβακος και ελαιολάδου. Συνολικά, το 35% των πωλήσεων της εταιρείας πραγματοποιείται σε αγορές του εξωτερικού. Με πρόεδρο του διοικητικού συμβουλίου την κυρία Μαρία Δημητρίου και συνδιευθύνοντες συμβούλους τον κ. Ιωάννη Βιτώρια και την κυρία Μαρία Λεβή, η Σόγια Ελλάς διαθέτει βιομηχανικές μονάδες στα Ψαχνά του νομού Ευβοίας. Είναι ο μεγαλύτερος έλληνας παραγωγός σπορελαίων και σογιάλευρου. Σημειώνεται ότι η εταιρεία Nidera, μια από τις μεγαλύτερες trading company στον κόσμο με έδρα στο Ρότερνταμ της Ολλανδίας, ελέγχεται από κεφάλαια της Ολλανδίας, του Ισραήλ και της Αργεντινής. Συγγενείς με τη Σόγια Ελλάς εταιρείες στην Ελλάδα είναι η Σόγια Βορείου Ελλάδος και η Κορέ, εταιρείες με συναφές αντικείμενο.

Η Σόγια Ελλάς το 2003 κατετάγει πρώτη στον υποκλάδο της ελαιοργίας και πέμπτη στο σύνολο των βιομηχανιών διατροφής.

Σύμφωνα με τον 41ο ισολογισμό της, η εταιρεία την περίοδο Ιουλίου 2017-Ιουνίου 2018 κατέγραψε έσοδα 276,20 εκατ. ευρώ, έναντι 293,42 εκατ. ευρώ το προηγούμενο δωδεκάμηνο, μειωμένα κατά 5,9% (+17,22 εκατ. ευρώ). Το 44,1% των εσόδων της (121,80 εκατ. ευρώ) προήλθε από τις βιομηχανικές δραστηριότητες της, 55,2%% (152,35 εκατ. ευρώ) από εμπορικές δραστηριότητες και το υπόλοιπο 0,7% (2,05 εκατ. ευρώ) από παροχή υπηρεσιών. Ακόμη, το 12,7% των εσόδων της (35,17 εκατ. ευρώ) προήλθε από τις εξαγωγικές της δραστηριότητες και το υπόλοιπο 87,3% (241,03 εκατ. ευρώ) από τη διάθεση προϊόντων και εμπορευμάτων της στην ελληνική αγορά. Τα εξαγωγικά έσοδα μειώθηκαν κατά 44,9% (-28,63 εκατ. ευρώ), λόγω μειωμένων εξαγωγών σκληρού σίτου, ενώ οι εγχώριες πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 4,95% (+11,61 εκατ. ευρώ). Επίσης, τα βιομηχανικά έσοδα μειώθηκαν κατά 4,6% (-5,82 εκατ. ευρώ). (Πηγή: εφημερίδα 'ΤΟ ΒΗΜΑ')

### **3.5.4 Γαλακτομικά**

Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων κατέχει σημαντική θέση στον ευρύτερο κλάδο των τροφίμων, καθώς περιλαμβάνει μερικές από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες ειδών διατροφής της χώρας, οι οποίες δαπανούν σημαντικά κονδύλια για νέες επενδύσεις και εκσυγχρονισμό των ήδη υφιστάμενων μονάδων τους. Στον εξεταζόμενο κλάδο δραστηριοποιείται σημαντικός αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων, οι περισσότερες των οποίων είναι μικρού μεγέθους με χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα. Οι μεγάλες βιομηχανίες διαθέτουν σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό, οργανωμένο δίκτυο διανομής και προσφέρουν στην αγορά ποικιλία προϊόντων. Αντίθετα, οι μικρές παραγωγικές μονάδες εξαιτίας της έλλειψης πόρων αλλά και γενικότερων δυσχερειών που αντιμετωπίζουν, λειτουργούν σε περιορισμένη κλίμακα και καλύπτουν κυρίως την γεωγραφική περιοχή στην οποία δραστηριοποιούνται.

Ο κλάδος συμπληρώνεται από έναν αξιόλογο αριθμό εταιριών, οι οποίες πραγματοποιούν εισαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων και εντάσσονται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής. Βασικό σημείο αναφοράς του κλάδου είναι το γεγονός ότι το σύνολο της εγχώριας πρωτογενούς παραγωγής αγελαδινού γάλακτος καθορίζεται από το καθεστώς των ποσοστώσεων.

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν βασικό είδος διατροφής και η ζήτηση τους παρουσιάζει σχετικά χαμηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το διαθέσιμο εισόδημα. Η στροφή των καταναλωτών σε υγιεινότερους τρόπους διατροφής, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου και του διαθέσιμου εισοδήματος ενίσχυσαν την συνολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων και ειδικότερα των προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας. Παρατηρείται αύξηση της ζήτησης ορισμένων προϊόντων όπως για παράδειγμα το φρέσκο γάλα και το γιαούρτι, καθώς και των προϊόντων με χαμηλότερα λιπαρά.

Η διάρθρωση της εγχώριας αγοράς, περιλαμβάνει ορισμένες μεγάλες και μεσαίες βιομηχανικές επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν σημαντικό μέρος της συνολικής αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και ένα μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων παραγωγικών μονάδων, οι οποίες καλύπτουν κυρίως τις ανάγκες της τοπικής αγοράς στην οποία εντάσσονται. Οι πρώτες έχουν δημιουργήσει σύγχρονες παραγωγικές μονάδες και παράλληλα οργανωμένο και ευρύτατο δίκτυο διανομής, μέσω του οποίου διαθέτουν τα προϊόντα τους σε ολόκληρη σχεδόν την ελληνική επικράτεια, ενώ αντίθετα οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, λόγω περιορισμένων δυνατοτήτων διαθέτουν χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα. Εκτός από τον παραγωγικό τομέα, ο κλάδος περιλαμβάνει αρκετές μεγάλες εισαγωγικές εταιρίες οι οποίες δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής και διαθέτουν κυρίως «επώνυμα» γαλακτοκομικά προϊόντα. (Χατζηχρήστου & Θωμαΐδου, 2010) Αρκετές από αυτές καλύπτουν σημαντικό μέρος της συνολικής αγοράς γαλακτοκομικών, κυρίως γάλακτος εβαπορέ και μακράς διάρκειας, βουτύρου και κρέμα γάλακτος, ενώ ορισμένες διατηρούν άμεσες ή και έμμεσες σχέσεις με πολυεθνικές εταιρίες του κλάδου. Με την εισαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων ασχολούνται και ορισμένες παραγωγικές εταιρίες με σκοπό τον εμπλουτισμό της γκάμας των προσφερόμενων προϊόντων. Δεδομένου ότι ο κλάδος παρουσιάζει σημαντική ανομοιογένεια μεταξύ των εταιριών, στην αλυσίδα της διανομής των προϊόντων εμπλέκονται τοπικοί αντιπρόσωποι, καθώς και επιχειρήσεις διανομών με τοπικά ή ευρύτερα δίκτυα διανομής. Η διάθεση των εξεταζόμενων προϊόντων γίνεται κυρίως μέσω των σούπερ μάρκετ, καθώς και μικρών σημείων πώλησης (περίπτερα, φούρνοι, ζαχαροπλαστεία, παντοπωλεία, κτλ). Η σημαντική ανάπτυξη των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ εντείνει τον υφιστάμενο ανταγωνισμό σε επίπεδο εμπορίου. Τα εγχώρια παραγόμενα προϊόντα κατέχουν σημαντική θέση στην συνολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων, ενώ οι εξαγωγές διαμορφώνονται σε χαμηλά επίπεδα. Οι εισαγωγές, σε ορισμένες μόνο κατηγορίες

προϊόντων, καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης ενώ σημαντικό μέρος αυτών προορίζεται για επαγγελματική χρήση.

## **ΦΑΓΕ Α.Ε.**

Η προϊστορία της ΦΑΓΕ ξεκινά το 1920, όταν ο παππούς των σημερινών ιδιοκτητών, ο Ιωάννης Φιλίππου, δημιούργησε ένα κατάστημα στην οδό Αχαρνών, στην Αθήνα, όπου διέθετε γιαούρτη που παρασκεύαζε ο ίδιος. Έτσι η ΦΑΓΕ ανήκει στην ολιγάριθμη κατηγορία των ελληνικών επιχειρήσεων που παρουσιάζουν συνεχή εξέλιξη επί τέσσερις διαδοχικές γενιές. Εν συνεχεία το κατάστημα ανέλαβε ο γιος του Ιωάννη, ο Αθανάσιος Φιλίππου. Το 1954 η φήμη της επιχείρησης είχε μεγαλώσει τόσο, ώστε να καταστεί δυνατή η μετάβαση στο χονδρικό εμπόριο. Το 1964, τα δύο αδέρφια Ιωάννης Φιλίππου και Κυριάκος Φιλίππου άνοιξαν το πρώτο εργοστάσιο γιαουρτιού της ΦΑΓΕ στο Γαλάτσι. Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1970 η ΦΑΓΕ είχε μικρή παραγωγή και διανομή παραδοσιακού στραγγιστού γιαουρτιού γιατί την περίοδο εκείνη τα καταστήματα λιανικής πωλούσαν το γιαούρτι χύμα κατά κύριο λόγο και έτσι ο παραγωγός του παρέμενε άγνωστος στον καταναλωτή. Το 1975 η ΦΑΓΕ μεταφέρει το εργοστάσιο της από το Γαλάτσι στην Μεταμόρφωση και γίνεται η πρώτη εταιρία που εισήγαγε επώνυμα προϊόντα γιαουρτιού στην Ελληνική αγορά. Τα προϊόντα αυτά, που έφεραν το εμπορικό σήμα της ΦΑΓΕ®, πωλούνταν σε κυπελλάκια πολύ παρεμφερή με αυτά που χρησιμοποιούμε σήμερα. Κανείς δε μπορούσε τότε να προβλέψει την επερχόμενη επιτυχία, που στα επόμενα χρόνια θα άλλαζε εντελώς την αγορά γιαουρτιού. Αρχικά, ξεκίνησε ως τοπικός παραγωγός γαλακτοκομικών προϊόντων στην Αθήνα και γρήγορα επεκτάθηκε σε όλη την Ελλάδα. Η επιτυχία στην Ελλάδα δεν άργησε να φέρει και τις πρώτες εξαγωγές στο εξωτερικό, αρχικά στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιταλία το 1983, στη συνέχεια στις ΗΠΑ το 1998 και σήμερα σε περισσότερες από 40 χώρες.

Στις αρχές της δεκαετίας του '90 η ΦΑΓΕ αποφάσισε να εισέρθει στην αγορά του γάλακτος κατορθώνοντας να αποσπάσει ένα σημαντικό μερίδιο πολύ γρήγορα ενώ ήταν και η πρώτη ελληνική εταιρία που μπήκε και στην αγορά του γάλακτος υψηλής παστερίωσης το 1997. Το 2003 η ΦΑΓΕ κατέλαβε τη δεύτερη θέση στις πωλήσεις τόσο στον κλάδο των γαλακτοκομικών όσο και στο σύνολο της βιομηχανίας τροφίμων. Τον Ιούνιο του 2005 εγκαινιάζει το υπερσύγχρονο εργοστάσιο στο Αμύνταιο Φλώρινας. Μία επένδυση ύψους 37 εκατ. ευρώ που συγκέντρωνε γάλα από 588 παραγωγούς και απασχολούσε σε μόνιμη βάση 140 άτομα. Την εποχή εκείνη συγκαταλέγονταν ανάμεσα στα πρώτα παγκοσμίως που διέθετε μηχανολογικό εξοπλισμό για την συσκευασία προϊόντων σε φιάλη PET. Παρ' όλα αυτά η ΦΑΓΕ ποτέ δεν κατόρθωσε να παίξει πρωταγωνιστικό ρόλο στην συγκεκριμένη αγορά και το 2015 αποφασίζει να αποχωρήσει πλήρως από την αγορά

γάλακτος καθώς την χαρακτηρίζει ασύμφορη, και να γυρίσει στο βασικό της αντικείμενο, το γιαούρτι.

Η ΦΑΓΕ παράγει τα προϊόντα της σε εγκαταστάσεις κορυφαίας τεχνολογίας. Διαθέτει τρία ιδιόκτητα εργοστάσια, δύο στην Ελλάδα, καθώς το εργοστάσιο στο Αμύνταιο Φλώρινας έκλεισε το 2015, και ένα στις Ηνωμένες Πολιτείες ενώ ήδη έχει προχωρήσει στην κατασκευή τέταρτου στο Λουξεμβούργο στην βιομηχανική ζώνη της Bettembourg. Πρόκειται για μια επένδυση ύψους 100.000.000 ευρώ και αναμένεται να ολοκληρωθεί στα τέλη του 2018. Το μεγαλύτερο εργοστάσιο της ΦΑΓΕ στην Ελλάδα είναι αυτό στην Εθνική Οδό Αθηνών - Λαμίας και είναι εντυπωσιακό σε σχεδιασμό και κατασκευή. Είναι μία από τις πιο σύγχρονες εγκαταστάσεις παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ευρώπη και παγκοσμίως και έχει λάβει το Βραβείο Εφαρμοσμένης Αρχιτεκτονικής για την αρμονική ένταξη του κτιρίου στο περιβάλλον. Η παραγωγική αυτή μονάδα χρησιμοποιεί εξελιγμένα τεχνολογικά συστήματα για την παραγωγή γιαουρτιού, επιδορπίων και cottage cheese. Το εργοστάσιο παραγωγής γάλακτος της ΦΑΓΕ βρίσκεται στο Αμύνταιο της Φλώρινας. Οι γραμμές παραγωγής είναι πλήρως αυτοματοποιημένες και ταυτόχρονα υπάρχει κεντρικός έλεγχος και λειτουργία της παραγωγής από κεντρικό PLC (Programmable Logic Controller). Η ΦΑΓΕ διαθέτει επίσης μία πρότυπη εργοστασιακή μονάδα για την παραγωγή ημίσκληρων τυριών στα Τρίκαλα Θεσσαλίας, όπου επίσης γίνεται και συσκευασία – μεριδοποίηση μεγάλης ποικιλίας κίτρινων τυριών. Τον Απρίλιο του 2008 λειτούργησε την πρώτη εργοστασιακή μονάδα εκτός Ελλάδας, στο βιομηχανικό πάρκο Johnstown στην πολιτεία της Νέας Υόρκης. (Πηγή: <https://gr.fage/>)

### **ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε (Μακεδονική βιομηχανία γάλακτος)**

Η εταιρεία ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε. δραστηριοποιείται στο χώρο των γαλακτοκομικών από το 1950. Ιδρύθηκε στην Θεσσαλονίκη από τον Κωνσταντίνο Χατζάκο και τον Χρήστο Χατζηθεοδώρου, δυο ξαδέφια με καταγωγή από την Ανατολική Θράκη με μακρά παράδοση στην παραγωγή και επεξεργασία γάλακτος. Αρχικά η εταιρεία στεγάζεται σε νοικιασμένο κτίριο στα Κουφάλια του νομού Θεσσαλονίκης, μια κατεξοχήν κτηνοτροφική περιοχή, γνωστή για το άριστο γάλα της. Η επιλογή της συγκεκριμένης γεωγραφικής θέσης όπου συγκεντρώνεται το 67% της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος της Ελλάδας, αποδείχθηκε σοφή, καθώς όλες οι φάρμες βρίσκονται πολύ κοντά στις εγκαταστάσεις της ΜΕΒΓΑΛ με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγάλη εγγύτητα στις πρώτες ύλες και υψηλή ποιότητα και φρεσκάδα στο τελικό προϊόν. Η ΜΕΒΓΑΛ ανέπτυξε γρήγορα ισχυρούς δεσμούς με τους τοπικούς κτηνοτρόφους – παραγωγούς γάλακτος, οι οποίοι σήμερα φθάνουν τους χίλιους, αλλά και με την τοπική κοινωνία.

Τα πρώτα χρόνια η εταιρεία επικεντρώνεται στη συλλογή του γάλακτος και στη μεταποίησή του σε φέτα και κίτρινα τυριά και πολύ σύντομα το μικρό κτίριο, όπου λειτουργούσε το τυροκομείο, δεν «χωράει» τις ανάγκες που συνεχώς αυξάνονται. Έτσι, το 1967 η ΜΕΒΓΑΛ μεταφέρεται σε νέες εγκαταστάσεις εκτάσεως περίπου 30 στρεμμάτων, στο χώρο όπου λειτουργεί έως και σήμερα στα Κουφάλια. Το εργοστάσιο εξοπλίζεται με τα πιο σύγχρονα μηχανήματα, αγορασμένα από ευρωπαϊκές χώρες και ξεκινάει η παραγωγή σε βιομηχανικό επίπεδο αλλά με παραδοσιακές συνταγές. Η ποιότητα είναι ο βασικός άξονας γύρω από τον οποίο κινήθηκε και αναπτύχθηκε η ΜΕΒΓΑΛ, εφαρμόζοντας με συνέπεια ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης ποιότητας, που καλύπτει και εγγυάται όλα τα στάδια παραγωγής των προϊόντων της - από τη συλλογή της πρώτης ύλης και την επεξεργασία της μέχρι την τελική συσκευασία και διανομή των προϊόντων.

Το 1976 η ομόρρυθμη εταιρεία μετετράπη σε ανώνυμη. Τα περιουσιακά στοιχεία της ομόρρυθμης περιήλθαν στο σύνολο τους στη νέα εταιρεία. Σκοπός της ήταν η συγκεντρώση γάλακτος και η βιομηχανική επεξεργασία του για την παραγωγή και την εμπορία γαλακτομικών προϊόντων, καθώς και η ίδρυση βιομηχανίας παραγωγής πλαστικών χρήσιμων για τη συσκευασία και την εμπορία του γάλακτος και των παραγώγων του. Το μετοχικό κεφάλαιο αποτελέστηκε από την καθαρή θέση της ομόρρυθμης και ορίστηκε σε 43,2 εκατ. δραχμές.

Η αναγνώριση της ποιότητας δεν άργησε να έρθει και το 1987 κέρδισε το βραβείο για το καλύτερο στραγγιστό γιαούρτι στην Διεθνή Έκθεση Τροφίμων ANUGA, στην Κολωνία της Γερμανίας, ενώ το 1991 κέρδισε βραβείο εξαγωγών από την Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος. Ακόμη, το 1997 κέρδισε το χρυσό βραβείο γεύσης στραγγιστού γιαουρτιού στην Αγγλία, το 1998 βραβεύεται ως μία από τις καλύτερες εταιρείες στην Ευρώπη από την οργάνωση Europe's 500, ανάμεσα στις πολλές διακρίσεις που θα ακολουθήσουν οι σημαντικότερες είναι το βραβείο ανώτερης γεύσης φέτας και κατσικίσιου τυριού το 2007,2008,2016 και 2017 από το Διεθνές Ινστιτούτο Γεύσης και Ποιότητας (ITQ), βραβείο γεύσης και καινοτομίας το 2017 για το γιαούρτι Harmony Gourmet με μέντα στο “Anuga Taste Innovation”, στην Κολωνία της Γερμανίας και πολλές ακόμη τιμητικές διακρίσεις γεύσης και καινοτομιών.<sup>3</sup> Σήμερα, η ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε. έχει καταφέρει να γιγαντωθεί στην εγχώρια αγορά αλλά και διεθνώς, διαθέτει προϊόντα σε 26.000 σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα και εξάγει σε 36 χώρες οι οποίες αποτελούν το 30% του συνολικού κύκλου εργασιών της ΜΕΒΓΑΛ.

Η ΜΕΒΓΑΛ απασχολεί περίπου 650 εργαζόμενους στο κεντρικό της εργοστάσιο στα Κουφάλια, και συνεργάζεται με εκατοντάδες προμηθευτές, και εκτός από τη στήριξη των Ελλήνων κτηνοτρόφων, έχει αναπτύξει μακρόχρονες οικονομικές συνεργασίες με πλήθος τοπικών φορέων αποτελώντας ισχυρό μοχλό επιχειρηματικότητας στη Βόρεια Ελλάδα.

(Πηγή: <https://www.mevgal.gr/frontend/index.php>)

## OPTIMA A.E

Το 1974, ο Παντελής Παντελιάδης και η σύζυγός του Ουρανία, βρίσκονται στο στάδιο που πρέπει να πάρουν μια βασική απόφαση για το μέλλον τους. Με εφόδια τις σπουδές τους στη Βιέννη και στο Αμβούργο και τις γνώσεις και εμπειρίες τους από το χώρο των τροφίμων στην Ελλάδα, αποφασίζουν να ιδρύσουν τη δική τους εταιρεία, με στόχο και όραμα, να γίνει μία από τις μεγάλες εταιρίες στον τομέα των τροφίμων στον τόπο μας. Αισιόδοξοι για το μέλλον, δίνουν στην εταιρεία ένα αισιόδοξο όνομα, ΟΠΤΙΜΑ που αρχικά στεγάστηκε στον Πύργο των Αθηνών.

Το 1978, η ΟΠΤΙΜΑ ανοίγει γραφείο στη Θεσσαλονίκη και εξαπλώνεται, μέσω αντιπροσώπων, σε όλη την Ελλάδα. Αρχικά δραστηριοποιείται εισάγοντας κονσέρβες κρέατος και γάλατα εβαπορέ. Το 1979, γίνεται η μεγάλη και σαφής στροφή προς το τυρί, που θα την οδηγήσει εκεί που βρίσκεται σήμερα. Εισάγεται στην Ελλάδα το Adoro αλλά και το θρυλικό Kerrygold, που τότε ήταν παντελώς άγνωστο και σήμερα είναι ένα από τα πιο αγαπημένα τυριά του Έλληνα καταναλωτή. Το 1981, η ΟΠΤΙΜΑ, γίνεται ανώνυμη εταιρεία και το 1982 εξαπλώνεται, δημιουργώντας τμήματα πωλήσεων και κέντρα διανομής στη βόρεια Ελλάδα και την Κρήτη.

Μία χρονιά μετά, το 1983, η ΟΠΤΙΜΑ μεταφέρει τα γραφεία και τις αποθήκες της στη Μεταμόρφωση Αττικής, εκεί όπου βρίσκεται μέχρι και σήμερα. Την ίδια χρονιά, η εταιρεία αλλάζει το τοπίο στο marketing των τυριών, βγάζοντας στον αέρα την πρώτη διαφήμιση για τυρί στην Ελληνική αγορά. Το 1984 ξεκινά τη λειτουργία του το κέντρο διανομής Βορείου Ελλάδος της ΟΠΤΙΜΑ στη Θεσσαλονίκη και όλη η Ελλάδα πλέον μαθαίνει πως έλεγαν εκείνο το τυρί που έδειχναν τότε στην τηλεόραση: Ήταν το Kerrygold και η πρώτη του μεγάλη τηλεοπτική καμπάνια.

Αρκετά χρόνια μετά, το 1995, η πορεία δυο μεγάλων εταιρειών συναντιέται, όταν η ΟΠΤΙΜΑ αναλαμβάνει αποκλειστικά τη διανομή των προϊόντων της εταιρίας ΗΠΕΙΡΟΣ. Το 1997, η ΗΠΕΙΡΟΣ εντάσσεται και ιδιοκτησιακά στην οικογένεια της ΟΠΤΙΜΑ. Έτσι, ξεκινά μια νέα εποχή καταξίωσης και ανάπτυξης, παγκοσμίως, για τα παραδοσιακά τυριά της χώρας μας ενώ το 2001, η εταιρεία μπαίνει δυναμικά στην αγορά της κρέμας γάλακτος, με το λανσάρισμα των κρεμών Adoro. Το 2005, λανσάρεται το Diollo, που σήμερα με πάνω από 10 κωδικούς, είναι η πληρέστερη σειρά τυριών με χαμηλά λιπαρά και την επόμενη χρονιά, το 2006, ξεκινούν οι εξαγωγές στην Κύπρο. Μια προσπάθεια που στέφθηκε με απόλυτη επιτυχία, φέρνοντας την ΟΠΤΙΜΑ στην πρώτη θέση στο επώνυμο τυρί στην τοπική αγορά.

Το 2007, η ΟΠΤΙΜΑ, εκτιμώντας τις τάσεις στον τομέα της υγιεινής διατροφής, λανσάρει το Λογάδι ΗΠΕΙΡΟΣ, το παραδοσιακό τυρί με την ιδιαίτερα πλούσια γεύση και με μόνο 17% λιπαρά ενώ την αμέσως επόμενη χρονιά, το 2008, οι

αποθήκες της εταιρίας μεταφέρονται σε υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις 4.500 τετραγωνικών μέτρων στα Οινόφυτα Αττικής.

Πρόσφατα η εταιρεία απέκτησε την εταιρεία «Δομοκός Α.Ε.», η οποία παράγει το γνωστό τυρί «Κατίκι Δομοκού». Σε επίπεδο οικονομικών αποτελεσμάτων η εταιρεία το 2017 κατέγραψε αύξηση εσόδων κατά 5%, ενώ το 2016 ο τζίρος της έκλεισε στα 127,49 εκατ. ευρώ, έναντι 108,77 εκατ. ευρώ το 2015 και τα καθαρά της κέρδη στα 7,15 εκατ. ευρώ το 2016, από 6,87 εκατ. ευρώ το 2015.

Σήμερα κατέχει ηγετική θέση στην αγορά τυριού στην ελληνική αγορά, ενώ και στο εξωτερικό δραστηριοποιείται σε πολλές χώρες, μεταξύ των οποίων η Κορέα, η Νέα Ζηλανδία και το Ισραήλ. Παράλληλα η εταιρεία διατηρεί τα δικά της υποκαταστήματα σε Αγγλία, Αμερική, Αυστραλία για καλύτερο έλεγχο της αγοράς και της προώθησης των προϊόντων της, ενώ στις υπόλοιπες χώρες αναπτύσσεται μέσω αντιπροσώπων.

Προηγήθηκαν το 2018 επενδύσεις συνολικού ύψους 2,5 εκατ. ευρώ, περισσότερες από αυτές που είχαν γίνει την περίοδο 2003-2017 από τον προηγούμενο ιδιοκτήτη και ανέρχονταν σε 2,4 εκατ. ευρώ. Οι νέες επενδύσεις οδήγησαν σε αύξηση της παραγωγικής ικανότητας του εργοστασίου στο Περιβόλι Δομοκού κατά 40%, ενώ η εταιρεία επανατοποθετεί στην αγορά το προϊόν σε νέες συσκευασίες με στόχο τη διείσδυση τόσο στα ελληνικά νοικοκυριά όσο και στον χώρο της μαζικής εστίασης.

Η προσπάθεια της Optima μετά την ανάληψη του ελέγχου της «Δομοκός Α.Ε.» ήδη αποδίδει καρπούς. Από ζημίες ύψους 158.943 ευρώ το 2017, το 2018 έκλεισε με λειτουργικά κέρδη ύψους 448.269 ευρώ και τζίρο 3,5 εκατ. ευρώ. Καθοριστική ήταν η συμβολή της αύξησης των σημείων πώλησης του προϊόντος κατά 30% και του όγκου κατά 10%. Σύμφωνα με όσα ανέφερε χθες σε συνέντευξη Τύπου ο γενικός διευθυντής της Optima κ. Γιώργος Καραμπέτσος, το μερίδιο του εν λόγω τυριού αυξήθηκε κατά 1,3 μονάδες βάσης στην κατηγορία των αλειφόμενων τυριών και διαμορφώνεται πλέον σε 15,5%, ενώ στα ελληνικά αλειφόμενα τυριά το μερίδιο αγοράς φτάνει το 60%. Δεδομένου του γεγονότος ότι η διείσδυση στα ελληνικά νοικοκυριά είναι μόλις 17%, η εταιρεία θεωρεί ότι υπάρχει σημαντικό περιθώριο ανάπτυξης.

Σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη στο εξωτερικό, οι πρώτες προσπάθειες περιλαμβάνουν τον δειγματισμό του τυριού σε εστιατόρια στο Ηνωμένο Βασίλειο με στόχο στη συνέχεια τις αγορές της Ευρώπης και των ΗΠΑ. Αλλωστε, η Optima πραγματοποιεί εδώ και χρόνια εξαγωγές των λοιπών τυριών της –φέτας και όχι μόνο– σε όλον τον κόσμο.

Ο τζίρος της Optima διαμορφώθηκε το 2018 σε 134 εκατ. ευρώ, ενώ η κερδοφορία ήταν εντός των στόχων της διοίκησης της εταιρείας. Αξίζει μάλιστα να σημειωθεί ότι το τελευταίο τρίμηνο του 2018 το μερίδιο της φέτας «Ηπειρος» που παράγει η Optima ήταν το μεγαλύτερο στην ελληνική αγορά. (Πηγή: <https://www.businessnews.gr/prosopa/optima-mia-etairia-poy-exageiellada>)

## Nestle Ελλάς Α.Ε

Η βιομηχανία Nestle δημιουργήθηκε από τον Henri Nestle στο Vevey της Ελβετίας το 1843. Το 1867 παρήγε το γαλακτούχο άλευρο ως παιδική τροφή, το οποίο υποκαθιστούσε το μητρικό θηλασμό. Εμπρόκειτο για καινοτομία που συνάντησε μεγάλη απήχηση από την αγορά. Το 1875 ο ιδρυτής πώλησε την επιχείρηση, η οποία διατήρησε το όνομα του, καθώς το βασιλικό προϊόν του γαλακτούχου αλεύρου είχε πλέον καθιερωθεί. Η εταιρεία Nestle εξελίχθηκε πλέον ως μετοχική. Τα πρώτα προϊόντα της Nestlé στη Ελλάδα εμφανίζονται στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα σε απευθείας εισαγωγή από την Ελβετία. Την ίδια εποχή, το «γαλακτούχον άλευρον Nestlé» διαφημίζεται σε ελληνική εφημερίδα. Το 1914 η Nestlé εμφανίζεται επισήμως στην Ελλάδα με την επωνυμία «Εταιρεία Nestlé & Anglo – Swiss Condensed Milk Co., Cham & Vevey (Ελβετία)». Την ίδια χρονιά ξεκινά και η λειτουργία της αποθήκης της εταιρείας στον Πειραιά, που δεχόταν όλες τις εισαγωγές και εξυπηρετούσε τις ανάγκες της αποθήκης των Αθηνών. Κατά τη διάρκεια του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, η αποθήκη της Nestlé παραχωρήθηκε στο Διεθνή Ερυθρό Σταυρό, που τη χρησιμοποίησε για τη φύλαξη σταφίδας και σύκων.

Το 1973 ιδρύεται η Nestlé Ελλάς Α.Β.Ε., με συμμετοχή κατά ποσοστό 51% της Nestlé S.A. και κατά ποσοστό 49% της Προβγάλ Α.Ε. Ένα μικρό γραφείο στην Αθήνα, στην οδό Μητροπόλεως 5, αποτελεί την πρώτη έδρα της εταιρείας. Ο Ελβετός Adrien Guelat εγκαθίσταται στην Ελλάδα, θέτει τις πρώτες βάσεις της βιομηχανικής παρουσίας της Nestlé στη χώρα και εμφυτεύει στην εταιρεία βασικούς κανόνες λειτουργίας και σύγχρονους τρόπους διοίκησης. Δύο χρόνια αργότερα τίθεται σε λειτουργία το εργοστάσιο γάλακτος στο Πλατύ Ημαθίας, μία από τις πιο προηγμένες γαλακτοπαραγωγικές μονάδες της εποχής. Στις 15 Μαΐου του 1979 ξεκινά η παραγωγή μαγειρικών προϊόντων *Maggi* σε μία νοικιασμένη αποθήκη στο Καλαμάκι. Σε ένα χώρο 800 τ.μ. και με τη βοήθεια μιας μηχανής Corazza γινόταν η παραγωγή των κύβων σε συσκευασίες ενός και τεσσάρων λίτρων. Το 1982 ιδρύεται η εταιρεία Sopral S.A.C, αρμόδια για τις εμπορικές δραστηριότητες της Nestlé στην Ελλάδα. Το 1985 η Carnation εντάσσεται στον όμιλο Nestlé, ομοίως και η Carnation Ελλάς. Ένα χρόνο αργότερα, η συσκευασία και η παραγωγή των προϊόντων *Maggi* μεταφέρεται σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις στο Κορωπί Αττικής. Στις 25 Σεπτεμβρίου 1987 υπογράφεται η συμφωνία μεταξύ της Nestlé S.A. και της Λουμίδης Α.Ε. Η δεύτερη ενσωματώνεται στον όμιλο Nestlé με δύο εργοστάσια: σοκολάτας και καφέ. Το κεφάλαιο από την καθαρή θέση των δύο επιχειρήσεων που συγχωνεύτηκαν ανήλθε σε 21 εκατ. δραχμές της εποχής. Τέσσερα χρόνια αργότερα, το 1991, προστίθεται στο εργοστάσιο καφέ στα Οινόφυτα Βοιωτίας ένα νέο τμήμα



για τη συσκευασία και τη φύλαξη του στιγμιαίου καφέ. Το 1993 η εταιρεία Μεταλλικά Νερά Κορπής ΑΒΕΕ ενσωματώνεται στον Όμιλο Nestlé. Την ίδια χρονιά ενοποιούνται οι εταιρείες Sopral ΑΕΕ, Ready Foods ΑΒΕ & Λουμίδης ΑΒΕΕ. Ένα χρόνο αργότερα ιδρύεται ο Όμιλος Δημητριακών Ελλάδος ΕΟΟΣ με σκοπό την εισαγωγή και διάθεση δημητριακών πρωινού στη χώρα μας. Το 1995 η κεντρική διοίκηση της Nestlé μεταφέρεται σε ιδιόκτητα γραφεία στον Παράδεισο Αμαρουσίου, όπου εδρεύει μέχρι σήμερα. Την ίδια χρονιά τίθεται σε λειτουργία το νέο εργοστάσιο φυσικού μεταλλικού νερού στο Μοναστηράκι Αιτωλοακαρνανίας. Σήμερα διαθέτει δύο γεωτρήσεις, παράγει φυσικό μεταλλικό νερό, απλό και ανθρακούχο, πραγματοποιεί εμφιάλωση του νερού της πηγής *Κορπή* και απασχολεί 56 άτομα. Το 1998 δημιουργείται η Nestlé Ελλάς Α.Ε. και το 2005 ολοκληρώνεται η εξαγορά της *Aqua Spring*. Το 2006 ήταν μια αρκετά σημαντική χρονιά για τη Nestlé στην Ελλάδα: η εταιρεία προχωρεί σε πώληση του εργοστασίου στο Πλατύ Ημαθίας και εξαγορά της ΔΕΛΤΑ Παγωτού, με το εργοστάσιο παγωτού στον Ταύρο. Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 18,4 εκατ. ευρώ και τα ίδια κεφάλαια της σε 26,4 εκατ. ευρώ. Συνολικά απασχολεί κεφάλαια 141,5 εκατ. ευρώ την περίοδο 2005. Δύο χρόνια αργότερα, με την εξαγορά της ΜΑΚΑΝ ΑΕ ο *Freddoccino* προστίθεται στα αγαπημένα προϊόντα της Nestlé και το 2010 η *Nespresso* εντάσσεται στη δομή της Nestlé στην Ελλάδα. Το 2011 η Nestlé Ελλάς Παγωτά και η ΜΑΚΑΝ ενσωματώνονται στη Nestlé Ελλάς. Το 2014 η δραστηριότητα της Nestlé Waters Direct συγχωνεύθηκε στην εταιρεία Rainbow Waters. Από τον Οκτώβριο του 2016 η δραστηριότητα του παγωτού πέρασε στην ευθύνη της νέας εταιρείας Froneri Ελλάς Παγωτό, που είναι ανεξάρτητη της Nestlé Ελλάς.

Παρά τις αρνητικές συνέπειες στην κατανάλωση του καφέ, λόγω του υψηλού φόρου κατανάλωσης που επιβλήθηκε στον καφέ από 1η Ιανουαρίου 2017, ικανοποιητική κρίνεται και η επίδοση της κατηγορίας, γεγονός που οφείλεται στο ισχυρό προωθητικό πλάνο και πρόγραμμα προσφορών που εφάρμοσε η εταιρεία για να εξισορροπήσει τον φόρο.

Η εταιρεία συνεχίζει τις δράσεις της γύρω από τους βασικούς πυλώνες του προγράμματος Nestlé Νοιάζομαι, που εστιάζει στην απασχόληση των νέων, τη διατροφική εκπαίδευση των παιδιών και την υποστήριξη οικογενειών χαμηλού εισοδήματος με δωρεές προϊόντων. Η ανανέωση του προγράμματος Nestlé needs YOUth για 450 επιπλέον ευκαιρίες απασχόλησης σε νέους έως 30 ετών μέχρι το 2020 στην Ελλάδα υλοποιείται με επιτυχία, προσθέτοντας 73 ευκαιρίες απασχόλησης στις 576 της τριετίας 2014-2016 (σύνολο 649 ευκαιρίες απασχόλησης σε νέους στην Ελλάδα από το 2014). Ωστόσο, με βάσει τον ισολογισμό η Nestlé κατατάσσεται από της πέντε πρώτες ανάμεσα στις εταιρείες διτροφής ως προς τον κύκλο εργασιών όσο και προς την κερδοφορία.

Σήμερα με μια θεαματική αύξηση κερδών 24% η Nestle Hellas εμφάνισε καθαρά προ φόρων σχεδόν 43 εκατ. ευρώ κατακτώντας με αυτή την επίδοση την πρώτη θέση στη λίστα των πιο κερδοφόρων βιομηχανιών τροφίμων της χώρας. Η επιχείρηση αυτή που διευθύνεται από τον κ. Νικόλαο Εμμανουηλίδη, πραγματοποίησε κύκλο εργασιών 339,6 εκατ. ευρώ ενώ βελτίωσε την κεφαλαιουχική της δομή δεδομένου ότι αύξηση κατά 19% τα ίδια κεφάλαιά της και μείωσε κατά 27% τις υποχρεώσεις της. (Πηγή: nestle.gr)

### 3.5.5 Παραγωγή προϊόντων αλευρόμυλου και αμύλου

Στα προϊόντα αλευρόμυλων περιλαμβάνονται η αλευροποιία, η επεξεργασία ρυζιού, η αλευροποιία λαχανικών, η παραγωγή τροφίμων με δημητριακά για πρωινό και η παραγωγή παρασκευασμένου, αναμειγμένου αλεύρου για ψωμί, κέικ, μπισκότα, γλυκά ή τηγανίτες. Στα άμυλα προϊόντα περιλαμβάνονται η παραγωγή αμύλων από ρύζι, πατάτες κ.α. Ενώ προπολεμικώς η αλευροβιομηχανία αποτελούσε το ήμισυ της βιομηχανίας διατροφής στην Ελλάδα, στα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα είχε περιοριστεί σε μερίδιο της τάξης του 7,5% στο σύνολο του κλάδου διατροφής. Η εξέλιξη αυτή είναι αποτέλεσμα αφενός της ταχύτερης ανάπτυξης άλλων υποκλάδων , αφετέρου των προβλημάτων που ανέκυψαν στην αλευρομηχανία.

Μετά την απελευθέρωση , το δημόσιο ανέλαβε το μονοπώλιο της πώλησης του σίτου στους αλευρόμυλους και της άλεσης των δημητριακών. Μέχρι τον Μάρτιο του 1949 οι μύλοι εργάζονταν αποκλειστικά για λογαριασμό του κράτους. Μόνο τότε επετράπησαν η απελευθέρωση του καθεστώτος της άλεσης και απευθείας πώληση σιτηρών στους μύλους. Η παεμβατική πολιτική του κράτους είχε ως συνέπεια να διατηρούνται τεχνικά οι τιμές σε υψηλότερο επίπεδο , λόγω της πρακτικής κατάργησης του ανταγωνισμού. Υπολογίστηκε ότι το επιπλέον κόστος για το δημόσιο ανήλθε σε 7 εκατ. δολάρια της εποχής, ποσό που αντιπροσώπευε ποσοστό 5% επί του συνολικού κρατικού προϋπολογισμού.

Σύμφωνα με το IOBE, οι μονάδες του κλάδου της αλευροβιομηχανίας μπορούν να διακριθούν βάσει του τρόπου λειτουργίας τους σε δύο βασικές κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει κυρίως μικρές βιοτεχνικές μονάδες που λειτουργούν με το σύστημα του «αλεστικού δικαιώματος», δηλαδή εργάζονται για λογαριασμό τρίτων που προσκομίζουν το αλεύρι για άλεση και καταβάλλουν «αλεστικό δικαίωμα». Οι μονάδες αυτές καλύπτουν την τοπική κατανάλωση και έχουν υποτυπώδη εξοπλισμό. Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει μονάδες που εργάζονται κυρίως για λογαριασμό τους (αγοράζουν σιτάρι, αλέθουν και πωλούν τα άλευρα), χωρίς αυτό να αποκλείει τη εργασία για λογαριασμό τρίτων. Ο αριθμός βέβαια των μικρότερων μονάδων έχει περιορισθεί την τελευταία εικοσαετία, γεγονός που

επέφερε αύξηση του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων. Ωστόσο παρακάτω αναφέρω δύο κερδοφόρες βιομηχανίες αμύλων προϊόντων που συμβάλουν στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

### **Κυλινδρόμυλοι Λούλη Α.Ε**

Η ενασχόηση της οικογένειας Λούλη με την αλευροβιομηχανία ανάγεται στο 18<sup>ο</sup> αιώνα. Προπολεμικώς υπήρξε από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Στους δύομισι αιώνες ζωής της εταιρείας συμβαίνουν δύο μεγάλες καταστροφές. Η πρώτη το 1912, όταν η περιοχή των Ιωαννίνων γίνεται θέατρο άγριων συγκρούσεων μεταξύ του ελληνικού στρατού και των Τούρκων. Ο μύλος καίγεται, η περιουσία καταστρέφεται. Τέσσερα από τα αδέρφια Λούλη αποφασίζουν να μετεγκατασταθούν στον Βόλο δίπλα στον Θεσσαλικό κάμπο αλλά και πάνω στη θάλασσα, πράγμα που διευκολύνει τις μεταφορές. Το 1917 αγοράζουν τον μεγάλο κυλινδρόμυλο του Βόλου. Μια δεύτερη καταστροφή το 1926, όταν και πάλι καίγεται ο μύλος, γίνεται αφορμή για νέα ανάπτυξη. Μέσα σε 1 χρόνο κτίζεται μεγαλύτερος μύλος με ελβετικά μηχανήματα, δυναμικότητας 100 τόνων ανά 24ωρο.

Τη δεκαετία του 1940, προκειμένου να λειτουργήσει το μύλο, η οικογένεια αναγκάστηκε να εκποιήσει πολλά περιουσιακά στοιχεία. Κατά την έναρξη της Κατοχής οι ιδιοκτήτες άλεσαν ότι απόθεμα σίτου υπήρχε και το μοιράστηκαν με το προσωπικό. Εν συνέχεια το εργοστάσιο επιτάχθηκε και εργάστηκε για τον Ερυθρό Σταυρό. Ο μύλος επαναλειτούργησε μετά την απελευθέρωση. Το 1949 το μετοχικό κεφάλαιο, που προπολεμικώς ήταν 85.250 στερλίνες, αναπροσαρμόστηκε σε 1,7 δις. Παλαιές δραχμές (113.000 δολάρια ή 23.000 στερλίνες). Το μετοχικό κεφάλαιο είχε χάσει δηλαδή, τα τρία τέταρτα της αξίας του. Το 1951 η εταιρεία εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αθηνών. Το 1952 απέκτησε τον πρώτο σιμιγαλόμυλο στην Ελλάδα, που παρείχε τη δυνατότητα παραγωγής ζυμαρικών από σιμιγδάλι. Το 1957 το μετοχικό κεφάλαιο αυξήθηκε σε 8,4 εκατ. νέες δραχμές, ένδειξη ταχείας ανάκαμψης της εταιρείας.

Εως το 1954 τη διοίκηση της εταιρείας άσκησε ο Κωνσταντίνος Θ. Λούλης. Το 1954 ανέλαβε ο Γεώργιος Θ. Λούλης, ο οποίος εξελέγη βουλευτής Μαγνησίας το 1961, οπότε τη θέση κατέλαβε ο Νικόλαος Κ. Λούλης. Το 1975 απεβίωσε και αντικαταστάθηκε στην προεδρία της εταιρείας από την σύζυγο του, Έυη Λούλη, ενώ γενικός διευθυντής ανέλαβε ο γιός του, Κωνσταντίνος.

Νέες επενδύσεις, νέες κτιριακές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα και στα Βαλκάνια, άνοδος της παραγωγής και των πωλήσεων, εξαγωγές. Το 1999 οι Μύλοι Λούλη εξαγοράζουν τον μεγάλο ανταγωνιστή τους, τους Μύλους Αγίου Γεωργίου, με τον τεράστιο μύλο στο Κερατσίνι, χτισμένο το 1928, και μια αντίστοιχη ιστορία 85 ετών. Το μετοχικό της εταιρείας Μύλοι Λούλοι Α.Ε ανέρχεται σε 10,2 εκατ. ευρώ και τα ίδια κεφάλαια σε 61,2 εκατ. ευρώ έναντι 8 εκατ. ευρώ του έτους 1994.

Το 2010 η εταιρεία περνά στην 7η γενιά, όταν τη διοίκησή της αναλαμβάνει ο σημερινός διευθύνων σύμβουλος Νίκος Λούλης, ενώ την ίδια χρονιά λειτουργεί και ο πρώτος βιολογικός μύλος των Βαλκανίων στις νέες εγκαταστάσεις της Σούρπης. Ο Μύλος στο Κερατσίνι είχε σταματήσει τη λειτουργία του το 2009, λόγω παλαιότητας. Η πρώτη απόφαση του νέου διευθύνοντος συμβούλου είναι η κατασκευή υπερσύγχρονου, αυτοματοποιημένου μύλου στη θέση του παλαιού, σύμφωνα με τις τελευταίες προδιαγραφές της τεχνολογίας και με μηδενική επιβάρυνση στο περιβάλλον.

Η εταιρεία τρέχει ένα τριετές πλάνο επενδύσεων που ξεκίνησε το 2019 και θα ολοκληρωθεί του χρόνου, συνολικού ύψους 10 εκατ. ευρώ. «Τα 6 εκατ. ευρώ περίπου κατευθύνθηκαν για τον εκσυγχρονισμό και τη λειτουργία του εργοστασίου στη Βουλγαρία. Τα υπόλοιπα 4 εκατ. επενδύονται στις μονάδες στην Ελλάδα, στην κατεύθυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού της εταιρείας που έχουμε ξεκινήσει. Είχαν προηγηθεί ήδη μεγάλες επενδύσεις σε πάγια που σε βάθος 10ετίας φτάνουν τα 30 εκατ. ευρώ», σημειώνει. Και κάπως έτσι πέρυσι η εταιρεία έφτασε να αλέσει 260.000 τόνους σιτάρι, γεγονός που την κατατάσσει ως ηγέτιδα δύναμη στην Ελλάδα αλλά και στα Βαλκάνια. Η Μύλοι Λούλη Α.Ε, όπως ονομάζεται τώρα η επιχείρηση, κατετάγη πρώτη στον υποκλάδο της ως προς τον κύκλο εργασιών και 26<sup>η</sup> στο σύνολο των βιομηχανιών διατροφής. (Πηγή: <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/nikos-loulis-mili-louli-dimiourgi-axia-gia-tin-anthropini-diatrofi/>)

## **Γιώτης Α.Ε**

Η επιχείρηση ιδρύθηκε το 1930 από τον Ιωάννη και τη Μαρία Γιώτη. Η πειρωτικής καταγωγής, ο Ιωάννης Γιώτης μελέτησε στη Γαλία τις μεθόδους παρασκευής παιδικών τροφών και δημιούργησε στην περιοχή Τρεις Γέφυρες των Αθηνών τις πρώτες εγκαταστάσεις για την κατεργασία ρυζιού και καλαμποκιού για την παραγωγή των πρώτων τυποποιημένων βρεφικών στερεών τροφών που κυκλοφόρησαν στην Ελλάδα του Άνθους Ορύζης και Άνθους Αραβοσίτου. Οι στερεές παιδικές τροφές αποτέλεσαν σημαντική συμβολή για την βελτίωση της παιδικής υγιεινής, δεδομένου ότι προπολεμικώς η δυσεντερία αποτελούσε κύριο λόγο θανάτου, ιδιαίτερα στα παιδιά και στα βρέφη. Ήδη από το 1935 τα προϊόντα αυτά άρχισαν να πωλούνται στον ελληνισμό των ΗΠΑ, σε μια εποχή κατά την οποία οι εξαγωγές ήταν πολύ δύσκολες.

Το 1993 η Γιώτης εξαγόρασε την σοκολατοποιία Μέλο και προσέθεσε στα προϊόντα της είδη σοκολατοποιίας. Σήμερα, εκτός από το Άνθος Αραβοσίτου ακι το Άνθος Οτύζης η εταιρεία παράγει πάνω από εκατο προϊόντα, τα οποία εξάγει σε είκοσι χώρες.

Με βάση τον ισολογισμό του 2003 που κατετάγει δεύτερη στον υποκλάδο της, το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 11 εκατ. ευρώ, τα ίδια κεφάλια της σε 20,5 εκατ. ευρώ και το σύνολο των απασχολούμενων κεφαλαίων σε 35,4 εκατ. ευρώ.

Το 2019 ήταν η πρώτη χρονιά, μετά την εξαγορά της Royal TM Efood στη Βουλγαρία, η οποία δραστηριοποιείται στην παραγωγή προϊόντων διατροφής και ροφημάτων αλλά και της εταιρείας παραγωγικής γαλακτοκομικών προϊόντων Στάμου ΑΒΕΕ. Η τελευταία, που ελέγχει επιπλέον δίκτυο 15 καταστημάτων, αποτέλεσε στρατηγικής σημασίας επένδυση για τον όμιλο Γιώτης, που συνεχίζει να επενδύσει στην επέκτασή της. Όπως αναφέρει η διοίκηση στην οικονομική έκθεση για τις επιδόσεις του 2019, η Γιώτης επένδυσε στην αναβάθμιση των παραγωγικών εγκαταστάσεων των θυγατρικών της για να στηρίξει τον εμπλουτισμό του προϊόντικού τους χαρτοφυλακίου αλλά και τις προοπτικές ανάπτυξής τους στο εξωτερικό. Στη Στάμου οι επενδύσεις ανήλθαν σε 2,5 εκατ. ευρώ κι επιπλέον δόθηκαν προκαταβολές 0,75 εκατ. ευρώ σε προμηθευτές για αγορές – κατασκευές παγίων.

Καινοτόμα προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, συνεχείς επενδύσεις και δράσεις με κοινωνικό αντίκτυπο αποτελούν διαχρονικά βασικές προτεραιότητες για τη διοίκηση του ελληνικού ομίλου που οδεύει στα 100 και σε ότι αφορά τον κύκλο εργασιών του, καθώς το 2019 έκλεισε με 92,452 εκατ. ευρώ από 84,34 εκατ. ευρώ που ήταν ο κύκλος εργασιών την προηγούμενη χρονιά καταγράφοντας αύξηση 9,6%. Τα μικτά κέρδη ανήλθαν σε 42,828 εκατ. ευρώ από 39,211 εκατ. ευρώ, τα αποτελέσματα προ φόρων διαμορφώθηκαν σε 7,461 εκατ. ευρώ έναντι 5,757 εκατ. ευρώ και τα καθαρά κέρδη μετά από φόρους και δικαιώματα μειοψηφίας ανήλθαν σε 5,369 εκατ. ευρώ από 3,629 εκατ. ευρώ αντίστοιχα.

Σε επίπεδο μητρικής εταιρείας ο κύκλος εργασιών διατηρήθηκε στα ίδια επίπεδα και ανήλθε σε 76,422 εκατ. ευρώ το 2019 από 76,455 εκατ. ευρώ το 2018, τα μικτά κέρδη διαμορφώθηκαν σε 36,156 εκατ. ευρώ από 36,245 εκατ. ευρώ, τα κέρδη προ φόρων ανήλθαν σε 6,944 εκατ. ευρώ από 5,203 εκατ. ευρώ και τα καθαρά κέρδη μετά από φόρους και δικαιώματα μειοψηφίας ανήλθαν σε 5,203 εκατ. ευρώ από 3,783 εκατ. ευρώ αντίστοιχα. Οι επενδύσεις της εταιρείας σε κτιριακό και μηχανολογικό εξοπλισμό ανήλθαν σε 2,724 εκατ. ευρώ με έμφαση στην περαιτέρω επέκταση του εργοστασίου στο Αγρίνιο ενώ πραγματοποίησε αύξηση μετοχικού κεφαλαίου 1,8 εκατ. ευρώ στην θυγατρική Jotis International Investments Ltd, με αποτέλεσμα η συνολική αξία κτήσης της συγκεκριμένης θυγατρικής να ανέρχεται σε 2,402 εκατ. ευρώ.

Ο μέσος ετήσιος δανεισμός του ομίλου ανήλθε σε 33,882 εκατ. ευρώ με μέσο επιτόκιο δανεισμού 2,93% και σε επίπεδο εταιρείας, ο μέσος ετήσιος δανεισμός διαμορφώθηκε σε 20,974 εκατ. ευρώ με μέσο επιτόκιο 3,15%.

Η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. αναδείχθηκε πρωταγωνίστρια εταιρία στον Κλάδο των Παιδικών Τροφών για την άριστη ποιότητα, την πρωτοπορία, την καινοτομία, το ερευνητικό της έργο, καθώς και για τις συστηματικές επενδύσεις της εταιρίας. (Πηγή: <https://www.fortunegreece.com/article/giotis-sinechizonte-i-ependisis-meta-to-deal-me-ti-stamou/>)

### 3.5.6 Λοιπές βιομηχανίες

Το κυρίαρχο στοιχείο στον κλάδο των λοιπών βιομηχανιών είναι η επέκταση των εταιρειών στην παραγωγή μεγάλου ριπιδίου προϊόντων. Ο κλάδος αυτός περιλαμβάνει τη βιομηχανική αρτοποιία, τα ζαχαρώδη, τα ζυμαρικά, τη σοκολάτα, τον καφέ, τη μάγια κ.α. Σε συνδυασμό με την αναστολή της παρεμβατικής κρατικής πολιτικής ακι την απάλειψη των δασμολογικών φραγμών, το χαρακτηριστικό αυτό οδήγησε αφενός σε θεαματικές συγχωνεύσεις αφετέρου σε εξαγορές ελληνικών επιχειρήσεων από πολυεθνικές εταιρείες.

Οι σημαντικότερες ανακατατάξεις εκδηλώθηκαν στον τομέα της βιομηχανικής αρτοποιίας. Μέχρι το 1992 το ψωμί παρασκευαζόταν σχεδόν αποκλειστικά από συνοικιακούς φούρνους. Το επάγγελμα του αρτοποιού ήταν κλειστό και δεν επιτρεπόταν η ίδρυση αρτοποιού σε απόσταση μικρότερη των 700 μέτρων από κάποιο άλλο. Με την κατάργηση των περιορισμών αυτόν άνοιξε ο δρόμος για την παραγωγή ημιέτοιμου βιοτεχνικού ψωμιού, που ψήνεται σε λίγο χρόνο στα σουπερ μάρκετ ή στα αρτοποιία. Επίσης, οι αλλαγές των βιοτικών συνθηκών, με τον περιορισμό του ελεύθερου χρόνου, αλλά και οι δυνατότητα πώλησης ψωμιού από τα σούπερ μάρκετ, άνοιξαν την αγορά του έτοιμου βιομηχανικού ψωμιού, το οποίο έχει μεγαλύτερη διάρκεια με τις κατάλληλες συντηρητικές ύλες.

Στον τομέα ζυμαρικών, πρόκειται για ένα δυναμικό κλάδο της βιομηχανίας τροφίμων, ο οποίος εμφανίζει υψηλό βαθμό συγκέντρωσης της παραγωγής σε λίγες, αλλά μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Ζυμαρικών, η Ελλάδα κατατάσσεται στην τέταρτη θέση της διεθνούς κατάταξης που αφορά την κατανάλωση ζυμαρικών μετά την Ιταλία, την Τυνησία και τη Βενεζουέλα. Συγκεκριμένα, η μέση κατά κεφαλή κατανάλωση ζυμαρικών στη χώρα υπολογίστηκε περίπου στα 11,1 κιλά/ άτομο. Γενικότερα, τα ζυμαρικά θεωρούνται από τα πιο δημοφιλή προϊόντα διατροφής, τόσο σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, όσο και σε περιόδους ευημερίας. Ο βασικότερος λόγος είναι η χαμηλή λιανική τιμή πώλησης, έναντι άλλων προϊόντων διατροφής. Ακόμη, η υψηλή διατροφική αξία και η συνεχής προσπάθεια των βιομηχανιών να αυξήσουν την προϊόντική τους βάση, προσφέρουν στους καταναλωτές μία πληθώρα επιλογών, με αποτέλεσμα να τα προτιμούν περισσότερο. Τέλος ο εύκολος και γρήγορος τρόπος παρασκευής τους αποτελούν ένα επιπλέον κίνητρο για το καταναλωτικό κοινό να τα επιλέξει.

Σύμφωνα με την μελέτη, το 2017 ο συνολικός κύκλος εργασιών των εταιρειών αυξήθηκε κατά 1,7% έναντι του προηγούμενου έτους. Αυτό αποδεικνύει ότι η αγορά αρχίζει να ομαλοποιείται και να κινείται ανοδικά, έπειτα από την πτώση των πωλήσεων που προκάλεσαν οι ανακατατάξεις στον κλάδο των super market το 2016. Μάλιστα, εκτιμάται ότι η πρόσφατη μείωση του συντελεστή ΦΠΑ από 24% σε 13%, θα τονώσει σημαντικά την αγορά των ζυμαρικών τα επόμενα χρόνια.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η δυναμική της αγοράς των σνακ είναι ακόμα ισχυρότερη από όσο καταγράφεται στην έρευνα, καθώς δεν περιλαμβάνονται στοιχεία από τη μικρή λιανική, όπου πραγματοποιείται σημαντικός τζίρος στις λεγόμενες κατηγορίες αυθόρμητης κατανάλωσης. Με βάση τα στοιχεία της εταιρείας IRI, το 2019 περί τα 35 εκατ. τυποποιημένα σνακ, αξίας άνω των 250 εκατ. ευρώ καταναλώθηκαν στην εγχώρια αγορά, επίδοση η οποία ωστόσο αφορά μονάχα στα οργανωμένα σημεία λιανικής. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας IRI το 2019 οι κατηγορία των σνακ που περιλαμβάνει: κράκερ, αλμυρά, μπισκότα, πατατάκια-γαριδάκια, κρουασάν, μπάρες δημητριακών διατήρησε τον τζίρο της στα 251 εκατ. ευρώ (αύξηση 0,71 εκατ. ευρώ έναντι του 2018), ωστόσο σε όρους όγκου πωλήσεων εμφάνισε αύξηση 3,85%.

Η είσοδος της σοκολάτας στην Ελλάδα οφείλεται στον πρωτοπόρο Σπυρίδωνα Παυλίδη. Σύμφωνα με μελέτη τα τελευταία χρόνια ο κλάδος παρουσιάζει έντονο ανταγωνισμό, γεγονός που οφείλεται στη σχετική στασιμότητα της αγοράς. Ο κυριότερος ανασταλτικός παράγοντας της εξέλιξης του κλάδου είναι η εποχικότητα που χαρακτηρίζει τη ζήτηση της σοκολάτας στην Ελλάδα. Για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού οι εταιρείες λανσάρουν συνεχώς καινούρια προϊόντα, βελτιώνουν τη συσκευασία των προϊόντων που ήδη διαθέτουν στην αγορά, διευρύνουν το δίκτυο διανομής τους και αυξάνουν τις δαπάνες για την προβολή των προϊόντων τους.

## **ION A.E**

Η ιστορία της ξεκινά το 1930, όταν μια ομάδα μετόχων δημιούργησαν ένα εργοστάσιο παραγωγής σοκολάτας στην οδό Πειραιώς, στο Νέο Φάληρο. Φιλοδοξία τους είναι να γίνουν σοκολατοποιοί. Το πρώτο καταστατικό της εταιρείας ION δημοσιεύεται στο υπ' αριθμό 267/23.9.1930 φύλλο της Έφημερίδας της Κυβερνήσεως. Πέντε χρόνια αργότερα, το 1935, η ION ενώνεται με την ΝΑΣΚΟ, μία εταιρία που φτιάχνει καραμέλες. Η ΝΑΣΚΟ ανήκε στους επιχειρηματίες Νασιόπουλο και Κωτσιόπουλο. Ο Κωνσταντίνος Κωτσιόπουλος δεν άργησε να αποδειχτεί η κινητήρια δύναμη της εταιρείας, καταφέροντας μετά από μερικά χρόνια να εξαγοράσει τις μετοχές των περισσότερων συνεργατών του και να αποκτήσει τον έλεγχο της. Στην συνέχεια ο πόλεμος στην Ελλάδα, άλλαξε ριζικά τα πράγματα στην Ελλάδα. Όμως η ION κατάφερε να ξανασταθεί στα πόδια της

γρήγορα, χάρη κυρίως στο πιο αναγνωρίσιμο προϊόν της, την σοκολάτα Αμυγδάλου, που λανσαρίστηκε το 1947. Στις αρχές της δεκαετίας του '50, ο Ιωάννης Κωτσιόπουλος μπαίνει στην επιχείρηση, μαζί με τον στενό του φίλο Γιώργο Καρκαζή. Οι δύο ιδιοκτήτες, φίλοι από μικρή ηλικία, δίνουν όρκο τιμής και αναλαμβάνουν από κοινού τον έλεγχο της ION, του πιο αναγνωρίσιμου brand της ελληνικής αγοράς. Οι δύο συνεργάτες, επεκτείνουν το εργοστάσιο και τις δυνατότητές του, εξαγοράζουν τη μία μετά την άλλη όλες τις αξιόλογες ελληνικές εταιρείες σοκολάτας και ζαχαρωτών (Ιντέρια, Mabel κ.α.), ιδρύουν την δική τους εταιρεία διανομής και προωθούν στην αγορά επαναστατικά προϊόντα: Πάστα φουντουκιού με κακάο (η γνωστή μας «πραλίνα φουντουκιού»), σοκολάτες Break, σοκοφρέτα, σοκολατάκια με ολόκληρο φουντούκι (Noisetta) και πολλά ακόμη.

Οι γεύσεις της ION σημάδεψαν όλες τις γενιές της μεταπολίτευσης. Για τους Κωτσιόπουλο και Καρκαζή, το επόμενο μεγάλο στοίχημα, ήταν η κατάκτηση και των ξένων αγορών. Και το πέτυχαν καταφέροντας να εξάγουν τα προϊόντα ION σε χώρες της Αμερικής, της Ανατολικής και Δυτικής Ευρώπης, του Αραβικού Κόσμου, της Ιαπωνίας, της Κίνας και της Αυστραλίας.

Η ION, μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες της χώρας, το 2017 κατάφερε να αυξήσει εντυπωσιακά τις εξαγωγές της κατά 26,27% σε ποσότητα και κατά 24,36% σε αξία. Το 41% του συνόλου των εξαγωγών της ήταν στην Ευρωπαϊκή Ένωση και το υπόλοιπο σε Τρίτες Χώρες. Την μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων κατέγραψαν οι αγορές της Αλβανίας, της Κύπρου, του Λιβάνου, των ΗΠΑ και της Αιγύπτου.

Να σημειωθεί ότι σε ενοποιημένη βάση η η ION κατάγεραψε κύκλο εργασιών 113,07 εκατ. ευρώ έναντι 112,5 εκατ ευρώ το 2016, ενώ τα καθαρά κέρδη ανήλθαν σε 5,09 εκατ. ευρώ από 4,1 εκατ ευρώ.

Η ION, ιδιαίτερα τα τελευταία 60 χρόνια, στα οποία διατηρεί ηγετική θέση στον κλάδο της σοκολάτας. Πρώτη λανσάρισε στην ελληνική αγορά τη σοκολάτα γάλακτος με αμύγδαλα που μέχρι σήμερα είναι το πλέον αγαπητό είδος. Η ION Αμυγδάλου παραμένει ο ηγέτης της αγοράς για περισσότερο από πέντε δεκαετίες.

Η ION σήμερα διαθέτει τρεις σύγχρονες μονάδες παραγωγής (Ν. Φάληρο, Άρτα και Μαρκόπουλο Αττικής), με υψηλή παραγωγική δυνατότητα, εργαστήρια ποιοτικού ελέγχου και εξέλιξης νέων προϊόντων. Με σύνολο εργαζομένων που ξεπερνάει τους 930 και κύκλο εργασιών πάνω από 110 εκατ. ευρώ κατατάσσεται μεταξύ των 60 μεγαλύτερων βιομηχανιών στην Ελλάδα και είναι εξ ολοκλήρου ελληνικών συμφερόντων.

Μέσα στην διάρκεια της μακρόχρονης πορείας της η ION έγινε στόχος εξαγοράς από πολλές πολυεθνικές, μεταξύ των οποίων η Kraft και η Nestle. Οι ιδιοκτήτες όμως αρνήθηκαν και συνεχίζουν να αρνούνται να πουλήσουν καθώς όπως υποστηρίζουν η βιομηχανία πρέπει να μείνει σε ελληνικά χέρια. (Πηγή:



<https://www.insider.gr/epiheiriseis/emporio/104119/ion-kerdizei-ellada-kai-exoteriko>)

## **Παπαδόπουλος Ε.Ι. Α.Ε**

Η ίδρυση της βιομηχανίας μπισκότων Ε.Ι Παπαδόπουλος Α.Ε ανάγεται στη μικρασιατική καταστροφή, όταν οι αδελφοί Νικόλαος και Ευάγγελος Παπαδόπουλος ήρθαν στην Ελλάδα από την Τουρκία. Μαζί τους μετέφεραν τεχνογνωσία για την κατασκευή μπισκότων, αφού διατηρούσαν στην Κωνσταντινούπολη εργοστάσιο μπισκότων. Την εποχή εκείνη τα μπισκότα βιομηχανικής κατασκευής δεν ήταν διαδομένα στην Ελλάδα. Παράγονταν μόνο από μερικές βιοτεχνίες που δεν διατηρήθηκαν. Το 1935 η βιομηχανία μπισκότων των αδελφών Παπαδόπουλου παρήγε τρεις διαφορετικούς τύπους μπισκότων: Πτιμπέρ, Μιράντα και Γεμιστά. Την επιχείρηση διηύθυνε μέχρι το θάνατο του ο Νικόλαος Παπαδόπουλος (1898-1968) και εν συνέχεια ο αδελφός του, Ευάγγελος. Το 1970, πέραν του εργοστασίου στην Αθήνα δημιούργησε και στην Θεσσαλονίκη. Ανώνυμη εταιρεία έγινε το 1972.

Στον πρώτο ισολογισμό της ανώνυμης εταιρείας το μετοχικό κεφάλαιο ήταν 32,7 εκατ. δραχμές, ενώ το σύνολο ίδιων κεφαλαίων 72,8 εκατ. δραχμές. Το πάγιο κεφάλαιο της εταιρείας ανερχόταν σε 100 εκατ. δραχμές της εποχής.

Το 1978 δημιουργήθηκε εργοστάσιο της εταιρείας και στον Βόλο, ενώ οι πωλήσεις της διευρύνονταν τόσο στην ελληνική αγορά όσο και στο εξωτερικό. Το 1990 η εταιρεία απέκτησε νέο εργοστάσιο στα Οινόφυτα. Το 1996 η εταιρεία συγχωνεύθηκε με την Ελληνικοί Φούρνοι ΑΕΒΕ με απορόφηση της τελευταίας.

Το 2011 εισέρχεται στην αγορά της μπάρας δημητριακών με το λανσάρισμα της πρώτης μπάρας δημητριακών με μπισκότο, κερδίζοντας σημαντικό μερίδιο αγοράς. Το 2013 επεκτείνεται και στην αγορά του συσκευασμένου ψωμιού με το Χωριανό, συσκευασμένο χωριάτικο ψωμί σε φέτες σε 3 γεύσεις και με το Γεύση<sup>2</sup> (Γεύση στο τετράγωνο), ψωμί του τοστ σε 4 γεύσεις. Η εταιρεία έχει παρουσία στην αγορά με περίπου 30 ξεχωριστά και αγαπημένα brands και περισσότερους από 200 ξεχωριστούς κωδικούς προϊόντων. Στα 4 εργοστάσιά της απασχολεί συνολικά 1.200 εργαζόμενους ενώ εξάγει τα προϊόντα της σε περισσότερες από 40 χώρες και στις 5 ηπείρους.

Το 2014 η Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. πραγματοποίησε πωλήσεις 133,7 εκατ. ευρώ, έναντι 126,4 εκατ. ευρώ το 2013 (αύξηση 5,7%). Τα κέρδη της κατόπιν φόρων ανήλθαν σε 8,2 εκατ. ευρώ έναντι 7,8 εκατ. ευρώ το 2013 (αύξηση 5%). Κατά τη διάρκεια του 2014 η εταιρεία πέτυχε σημαντική μείωση του τραπεζικού της δανεισμού από 40 εκατ. ευρώ σε 25 εκατ. ευρώ. Ταυτόχρονα, η Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. ενίσχυσε τη θέση της σε όλες τις κατηγορίες που δραστηριοποιείται. Παραμένει αδιαμφισβήτητος ηγέτης στον τομέα της

μπισκοτοποιίας, με νέα προϊόντα προστιθέμενης αξίας. Το αντίστοιχο μερίδιο αγοράς για το 2014 ανήλθε σε 64%, έναντι 62% το 2013. Στον τομέα των αρτοσκευασμάτων η εταιρεία κατέχει τη δεύτερη θέση. Διατηρεί ωστόσο την ηγετική της θέση στην κατηγορία της Premium Φρυγανιάς. Το μερίδιό της στην αγορά φρυγανιάς ανήλθε το 2014 σε 27%, όσο και το 2013. Η Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. αύξησε τα μεγέθη της και στην αγορά δημητριακών, με τα Digestive Bars. Το σχετικό μερίδιό της ανήλθε το 2014 σε 15%, έναντι 14% το 2013. Στην αγορά άρτου, η εταιρεία συνέχισε να κατέχει ηγετικό ρόλο σε ότι αφορά την ανάπτυξη και την προώθηση καινοτόμων προϊόντων.

ο 2014, το μερίδιο της εταιρείας στην οργανωμένη αγορά λιανεμπορίου αυξήθηκε κατά 4% ενώ στη «μικρή λιανική» αγορά αυξήθηκε κατά 7%. Η Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. αναπτύσσεται δυναμικά και στις διεθνείς αγορές με κύριο στόχο την επώνυμη διείσδυση των προϊόντων στα τοπικά Οργανωμένα Δίκτυα Λιανικής, με έμφαση στις Ευρωπαϊκές Αγορές και τις Αγορές της Μέσης Ανατολής. Επενδύει από 7 έως 10 εκατ. ευρώ ετησίως σε νέα προϊόντα, σε νέες τεχνολογίες και στον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού της.

Τέλος, η Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. ως μία παραδοσιακή, ελληνική εταιρεία συμμετέχει ενεργά στην ανάπτυξη του τόπου επενδύοντας και παρέχοντας θέσεις εργασίας και ενισχύοντας την ελληνική οικονομία και ανάπτυξη με κάθε δυνατό τρόπο. (Πηγή: [iefimerida.gr](http://iefimerida.gr) - <https://www.iefimerida.gr/news/212473/i-arhaia-spora-me-dikokko-sitari-odigei-mellon-tis-agoras-toy-artoy-eikones>)

## **Μέλισσα Κίκιζας ΑΒΕΕ**

Η έτερη κορυφαία εταιρεία του κλάδου, η Μέλισσα-Κίκιζας ιδρύθηκε το 1947 από τον Αλέξανδρο Κίκιζα, ενώ η οικογένεια ασχολούνταν με το εμπόριο τροφίμων από το 1920. Στα μέσα της δεκαετίας του 1960, τα ηνία της επιχείρησης ανέλαβε η σύζυγος του ιδρυτή Κωνσταντίνα και από το 1975 ο γιος του, Γεώργιος Κίκιζας. Σήμερα, 7 δεκαετίες αργότερα, η τρίτη γενιά της οικογένειας ηγείται μιας από τις σημαντικότερες εταιρίες τροφίμων στην Ελλάδα. Η παραγωγή ζυμαρικών και σιμιγδαλιού αποτελεί τη βασική της δραστηριότητα.

Από τους σταθμούς στην ιστορία της ήταν το 1989 όταν εξαγόρασε την εταιρεία τοματικών προϊόντων Πελαργός, την οποία στο πλαίσιο αναδιοργάνωσης των δραστηριοτήτων της πώλησε το 1998 στην εταιρεία Ελαΐς. Ένα χρόνο αργότερα απέκτησε την εταιρεία ζυμαρικών Stella, που ανήκε στην αλευροβιομηχανία Μύλοι Αγίου Γεωργίου. Το 2001 εξαγόρασε την εταιρεία Βλάχα Α.Ε. που ασχολείται με την παραγωγή παραδοσιακών ζυμαρικών και τη φίρμα Γλυκά Καζινό Λουτρακίου και δημιούργησε τη θυγατρική Ελληνικά Γλυκίσματα Α.Ε. Δραστηριοποιείται και στην Πολωνία μέσω της θυγατρικής Ατλάντα. Το 2003 οι πωλήσεις μειώθηκαν στα

33,064 εκατ. ευρώ από 34,529 εκατ. ευρώ και τα κέρδη στα 1,079 εκατ. ευρώ από 2,284 εκατ. ευρώ.

Σήμερα, απορροφά ετησίως 100.000 τόνους από τα άριστης ποιότητας τοπικά σιτάρια. Το καθετοποιημένο συγκρότημα μύλου και μακαρονοποιείου στη Λάρισα, παράγει ετησίως περισσότερους από 52.000 τόνους ζυμαρικών, καθιστώντας τη βιομηχανία τη μεγαλύτερη του κλάδου στα Βαλκάνια. Η εταιρία εξάγει τα προϊόντα της σε περισσότερες από 35 χώρες παγκοσμίως, με τις εξαγωγές να αντιπροσωπεύουν το 20% του τζίρου της. Η παρουσία της στην ευρωπαϊκή αγορά ισχυροποιείται με την ίδρυση της θυγατρικής εταιρίας Atlanta S.A. μέσω της οποίας εξάγουμε σειρά ελληνικών προϊόντων στην πολωνική αγορά, όπως για παράδειγμα ζυμαρικά, τοματικά, ελαιόλαδο, ελιές και χαλβά.

Σήμερα το μερίδιο αγοράς της ξεπερνά το 35% της εγχώριας αγοράς ζυμαρικών, ποσοστό που την καθιστά τον μεγαλύτερο παραγωγό στη χώρα.

Η εταιρία διαθέτει οργανωμένο τμήμα πωλήσεων, marketing και logistics και επισκέπτεται περισσότερα από 4.000 σημεία πώλησης, έχοντας κατακτήσει τη δεύτερη θέση στην αγορά των ζυμαρικών. Στην Πολωνία εξάγουμε επίσης τοματικά προϊόντα, ελληνικό ελαιόλαδο και ελιές, ενισχύοντας έτσι τις ελληνικές εξαγωγές.

Το 2016 ήταν μια ιδιαίτερα επιτυχημένη χρονιά για τον Όμιλο, παρά το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον. Ο κύκλος εργασιών διαμορφώθηκε στα 60,1 εκατ. παρουσιάζοντας οριακή μείωση 2,9% σε σχέση με το 2015, αλλά τα προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων κέρδη (EBITDA) ανήλθαν σε 8,7 εκατ. αντιπροσωπεύοντας αύξηση 38,8% σε σχέση με την προηγούμενη χρήση. Αντιστοίχως, τα προ φόρων κέρδη αυξήθηκαν από 3,1 εκατ. το 2015 σε 5,5 εκατ. το 2016. Η βελτίωση των μεγεθών οφείλεται στην επιτυχημένη προώθηση νέων προϊόντων, τις χαμηλότερες τιμές πρώτων υλών και το καλύτερο μείγμα πωλήσεων. Η υγιής εικόνα του Ομίλου ενισχύεται επίσης από το γεγονός ότι ο συνολικός καθαρός δανεισμός περιορίστηκε σε μόλις 2 εκατ. ευρώ. Η Μέλισσα Κίκιζας συνέχισε να συνεισφέρει στην ελληνική οικονομία, καταβάλλοντας το 2016 στο Ελληνικό Δημόσιο 6,1 εκατ. σε φόρους, εισφορές και τέλη.

Έχει αναλάβει την τροφοδοσία ξενοδοχείων, εστιατορίων, ακτοπλοϊκών εταιριών, αεροπορικού catering, εταιριών οργάνωσης δεξιώσεων, νοσοκομείων, ιδρυμάτων, βιομηχανικού catering, σωφρονιστικών καταστημάτων αλλά και του ελληνικού Στρατού. Τέλος, η εταιρία έχει αναπτύξει μια σημαντική εμπορική δραστηριότητα, διαθέτοντας την αποκλειστική αντιπροσωπεία στην Ελλάδα δύο κορυφαίων πολυεθνικών εταιριών, της Heinz και της Del Monte. (Πηγή: <https://www.insider.gr/epiheiriseis/emporio/67462/misthoys-70-pano-apo-tis-syllogikes-symvaseis-dinei-i-melissa>)

## **Καραμολέγκος αρτοβιομηχανία Α.Ε**

Η Καραμολέγκος αρτοβιομηχανία Α.Ε ιδρύθηκε το 1984. Η έδρα της βρίσκεται στο Κορωπί Αττικής. Αντικείμενο της δραστηριότητά της είναι η παραγωγή, οι εισαγωγές και το χονδρικό εμπόριο προϊόντων αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής. Το 1999 δημιουργεί το πρώτο ψωμί για τوست με προζύμι. Παράλληλα εισέρχεται στην αγορά του Χ.Α. Στο πλαίσιο της συνεχούς εξέλιξης και βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων της, το 2001 η εταιρεία λαμβάνει πιστοποίηση ISO 9001-2000 και εφαρμόζει παραγωγικές διαδικασίες σύμφωνα με τα πρότυπα του HACCP. Παράλληλα, χαρτογραφώντας τις ανάγκες και τις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς, η εταιρεία επενδύει στη δημιουργία του τμήματος Έρευνας και Ανάπτυξης νέων προϊόντων, εξασφαλίζοντας όχι μόνο την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας αλλά και την ποιοτική βελτίωση των υφιστάμενων προϊόντων της. Αποτελέσματα αυτής της προσπάθειας η δημιουργία του ψίχατοστ, του πρώτου ψωμιού για τوست χωρίς κόρα, των πρώτων έτοιμων κομμένων ψωμιών για sandwich και hamburger, της σειράς προϊόντων Δέκα και άλλων καινοτόμων προϊόντων. Σημαντικό και ξεχωριστό ρόλο στην ανάπτυξη της επιχείρησης, από την αρχή της δημιουργίας της μέχρι και σήμερα, παίζει το δίκτυο διανομής της. Με στόχο να φτάνει το ψωμί καθημερινά στα καταστήματα όλης της Ελλάδας λίγες μόνο ώρες από την παραγωγή του, το δίκτυο διανομής της Αρτοβιομηχανίας Καραμολέγκος αποτελείται από 6 σύγχρονα κέντρα διανομής σε όλη την Ελλάδα: Αττική, Πάτρα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα, Ηράκλειο και Ιωάννινα, με ιδιόκτητο στόλο 187 αυτοκινήτων-φορτηγών. Επίσης δραστηριοποιούνται και 35 συνεργάτες – αντιπρόσωποι για να εξυπηρετούν κυρίως νησιά και απομακρυσμένους νομούς. Με κύριο μέλημα να προσφέρει πάντα προϊόντα που σέβονται, διαφυλάσσουν και διαδίδουν την ελληνική – μεσογειακή γευστική κουλτούρα τη φετινή χρονιά η Αρτοβιομηχανία Καραμολέγκος Α.Ε. παρουσιάζει τη νέα σειρά προϊόντων της: Ψωμί σε Φέτες Ζέας, Ψωμί σε Φέτες 100% Ολικής Άλεσης, Ψωμί σε Φέτες Οκτάσπορο.

Όσον αφορά τα οικονομικά μεγέθη της «Καραμολέγκος» το 2019, πέρα από την αύξηση του κύκλου εργασιών, οι καθαρές ζημίες σε επίπεδο ομίλου περιορίστηκαν στις 179.974 ευρώ, από ζημίες 861.132 ευρώ το 2018. Το κόστος των πωληθέντων αυξήθηκε κατά 4,6%, ποσοστό ελαφρώς υψηλότερο από αυτό των πωλήσεων, ενώ τα έξοδα, συμπεριλαμβανομένων των χρηματοοικονομικών, αυξήθηκαν 12,5%, στα 35,8 εκατ. ευρώ. Σημειώνεται ότι στη διάρκεια του 2019 η αγορά τυποποιημένου ψωμιού –κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρεία– σημείωσε στην Ελλάδα αύξηση των πωλήσεων κατά 4% σε όρους τεμαχίων και κατά 7% σε όρους αξίας, επηρεασμένες θετικά από το ψωμί σε φέτες, που κατέγραψε ανάπτυξη κατά 11% σε τεμάχια και κατά 12% σε αξία. (Πηγή: <https://karamolegos-bkr.gr/>)

**Chipita International AEBEE**

Η Chipita International AEBEE ιδρύθηκε το 1973 από τον Βασίλειο Ν. Γαβαλάκη, τον Ιωάννη Ν. Γαβαλάκη, τον Λάμπρο Ν. Γαβαλάκη, τον Ξενοφών Ν. Γαβαλάκη και τον Απόστολο Ν. Γαβαλάκη και τρεις εργολάβους που ήθελαν να επενδύσουν τα κέρδη τους σε μια άλλη δραστηριότητα. Αντικείμενο παραγωγής ήταν η εμπορία αλμυρών σνακς.

Το 1986, ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος που αποφασίζει να ρισκάρει και να επενδύσει στην «άγνωστη» τότε Chipita αποκτώντας το 50%. Οι παρεμβάσεις του είναι κάτι παραπάνω από καινοτόμες. Έτσι, το 1988, ο νεαρός Θεοδωρόπουλος, αποφασίζει να κυκλοφορήσει στην αγορά η εταιρία και πατατάκια που γεμίζουν αυτομάτως τα ταμεία με ζεστό χρήμα. Η επόμενη του κίνηση είναι η απόκτηση και του υπόλοιπου 50% από τους αδερφούς Γαβαλάκη το 1989, με την εταιρία να βρίσκεται πλέον στην κατοχή του. Ο πολυμήχανος Θεοδωρόπουλος «βλέπει» μακριά. Έτσι, το επόμενο χρόνο, το 1990, μεταβιβάζει μέσω της επενδυτικής εταιρείας Eurohellenic το 50% των μετοχών σε γκρουπ ξένων επενδυτών

Η εταιρία χάρη στα ξένα κεφάλαια αναπτύσσεται ακόμη περισσότερο. Το 1991, κυκλοφόρησε το croissant 7DAYS, ατομικό, συσκευασμένο, μακράς διάρκειας, και πολύ γρήγορα και το mini 7DAYS.

Η εισροή ρευστότητας στην εταιρία, της επιτρέπει να μετεγκατασταθεί και έτσι μεταφέρει τις δραστηριότητές της σε νέο ιδιόκτητο εργοστάσιο στη ΒΙΠΕ της Λαμίας και ξεκινά τις έρευνες για νέα προϊόντα. Το 1992, εισέρχεται στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ο σαουδάραβας επιχειρηματίας Khaled Olayan και ένας από τους μεγαλύτερους επενδυτικούς ομίλους παγκοσμίως, το Ollayan Group, δίνει ψήφο εμπιστοσύνης στην Chipita.

Τον Μάιο του 1994 η εταιρία έχει όλες τις προϋποθέσεις για να υποβάλει την αίτησή της προκειμένου να εισαχθεί στο ΧΑΑ. Προχωρεί σε αύξηση κεφαλαίου περίπου 6,3 εκατ. ευρώ (2,138 δισ. δρχ.) με δημόσια εγγραφή και εισάγει τις μετοχές της στο ΧΑΑ. Τα κεφάλαια που αντλεί τα διαθέτει σε νέες επενδύσεις.

Το 1995, ολοκληρώνεται η μετεγκατάσταση των δραστηριοτήτων της εταιρίας από τον Κηφισό στο εργοστάσιο της Λαμίας και ταυτόχρονα, ξεκινά η παραγωγή του Bake Rolls, ενός νέου σε πανευρωπαϊκή κλίμακα προϊόντος με τεράστια απήχηση. Η μεγάλη επιτυχία φέρνει και μια σειρά εξαγωγών.

Το 1999 η εταιρία προχωρεί σε νέα αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου με δημόσια εγγραφή, ζητώντας από το επενδυτικό κοινό κεφάλαια ύψους περίπου 35,8 εκατ. ευρώ για νέες επενδύσεις. Αυτή τη φορά στόχος της είναι η Λατινική Αμερική. Έτσι το 2000 υπογράφεται η συμφωνία συνεργασίας με την Pepsico με στόχο την από κοινού παραγωγή και πώληση κρουασάν στη Λατινική Αμερική, αρχής γενομένης από το Μεξικό, όπου επενδύει 14,4 εκατ. ευρώ. Όμως ο Θεοδωρόπουλος, δεν σταματά εδώ. Συνεχίζει τις εξαγορές αποκτώντας τον ρώσικο όμιλο εταιρειών EldiI και Krasnoselskaya και το 2004 κλείνει

συμφωνία συνεργασίας με εταιρεία του ομίλου Δαυΐδ-Λεβέντη για τη δημιουργία εργοστασίου παραγωγής κρουασάν στη Νιγηρία.

Η νέα δεκαετία έχει έρθει ήδη και η Chipita «καλπάζει» εντός και εκτός Ελλάδας. Ωστόσο γίνεται πλέον εμφανές στο επιχειρείν, πως μόνο οι μεγάλοι όμιλοι μπορούν να επιβιώσουν, κάτι που γίνεται συνήθως μέσω εξαγορών ή συγχωνεύσεων. Στο πλαίσιο αυτό, ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος, ξεκινά μια σειρά συζητήσεων με τον συνάδελφο και φίλο του, Δημήτρη Δασκαλόπουλο, ιδιοκτήτη του ομίλου της ΔΕΛΤΑ, που κατέληξε σε συγχώνευση των δύο εταιριών το 2005, με τη γέννηση μιας νέας εταιρίας, της Vivartia ΑΕ.

Στις 10 Απριλίου του 2009, ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος πουλά τη συμμετοχή του στη Vivartia ΑΕ και αποχωρεί από το μετοχικό σχήμα της μεγαλύτερης εταιρείας τροφίμων της ελληνικής αγοράς και όχι μόνο. Ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος ξαναεπιστρέφει και κάνει προσπάθειες για απόσχιση του κλάδου της αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής από τη Vivartia ΑΕ και τη δημιουργία της νέας Chipita ΑΕ. Μιας εταιρείας με πωλήσεις περί τα 600 εκατ. ευρώ το 2010, με 11 εργοστάσια σε 10 χώρες και με εμπορική δραστηριότητα σε αρκετές άλλες χώρες. Έχοντας ήδη εισπράξει 147 εκατ. ευρώ από την αποχώρησή του από τη μετοχική σύνθεση της Vivartia Α.Ε και με την πολύτιμη συνδρομή του αραβικού ομίλου Olayan, ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος, δημιούργησε το 2010 τη νέα Chipita με βασικούς μετόχους τον ίδιο και τον Khaled Olayan. Η συμφωνία για την πώληση του 100% του κλάδου αρτοποιίας και ζαχαροπλάστων της Vivartia στην Chipita, αφορούσε συνολικό τίμημα 730 εκατ. ευρώ. Από αυτά τα 327 εκατ. ευρώ ήταν δανειακές υποχρεώσεις που ανέλαβε η νέα εταιρεία. Η μεταβίβαση ολοκληρώθηκε τον Ιούλιο του 2010, με τη μετοχική σύνθεση να απαρτίζεται από τον όμιλο Olayan (70%), τον Σπύρο Θεοδωρόπουλο (20%) και μια ομάδα επιχειρηματιών που κατείχε το υπόλοιπο ποσοστό.

Στα χρόνια που ακολούθησαν, η Chipita συνέχισε την επιθετική πολιτική της στο θέμα των εξαγορών. Έτσι, το 2017, απόκτησε την εταιρία αλλαντικών Νίκας με αύξηση κεφαλαίου της αλλαντοβιομηχανίας ύψους 23,2 εκατ. ευρώ και με ένα γενναίο πλάνο αναδιάρθρωσης να ακολουθεί ενώ τον Οκτώβρη της ίδιας χρονιάς, στα χέρια του Σπύρου Θεοδωρόπουλου, πέρασε το 14% των μετοχών της Wonderplant, που παράγει και συσκευάζει συνολικά 329.000 επιτραπέζιες ντομάτες.

Την πρώτη θέση μεταξύ των πιο κερδοφόρων επιχειρήσεων του κλάδου κατέλαβε είναι η Chipita η οποία εδώ και μήνες ετοιμάζεται για την εισαγωγή των μετοχών στην κύρια αγορά του Λονδίνου, με παράλληλη διαπραγμάτευση στο ΧΑ, έχοντας προσλάβει τις Credit Suisse και J.P. Morgan ως κύριους ανάδοχους της έκδοσης. Η διοίκηση και η ομάδα μετόχων της Chipita, επιδιώκουν να αντλήσουν περίπου 400 εκατ. ευρώ. Τα κεφάλαια που θα αντλήσει η εταιρεία θα κατευθυνθούν, κατά κύριο λόγο, για αποπληρωμή υφιστάμενου δανεισμού, ο οποίος ανέρχεται στα επίπεδα των

200 εκατ. ευρώ. Υφιστάμενες μετοχές σχεδιάζεται να διαθέσουν όλοι οι υφιστάμενοι μέτοχοι (Σπ. Θεοδωρόπουλος, Olayan Group, Αχ. Φώλιας, Στ. Φρέρης, Μ. Χατζάκου). Ας σημειωθεί ότι ο όμιλος έκλεισε τη χρήση 2017 με EBITDA της τάξης των 70 εκατ. ευρώ. Με δεδομένο ότι ο καθαρός δανεισμός σχεδόν θα μηδενισθεί, τα ιστορικά EBITDA δικαιολογούν, σύμφωνα με στελέχη επενδυτικής τραπεζικής που παρακολουθούν εκ του σύνεγγυς το εγχείρημα, αποτίμηση των μετοχών στα επίπεδα των 700 εκατ. ευρώ. (Πηγή: <https://www.businessnews.gr/prosopa/chipita-apo-moshato-stin-etairia-me-toys-1-dis-katanalotes-pagkosmios>)

### **3.6 Βασικά διαθρωτικά στοιχεία στο σύνολο των τροφίμων**

Είναι αξιόλογο να αναγέρουμε την συμβολή της βιομηχανίας Τροφίμων σε κύρια διαθρωτικά μεγέθη και συγκεκριμένα στον αριθμό των επιχειρήσεων, τον κύκλο εργασιών, την αξία παραγωγής, την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία και τον αριθμό των εργαζομένων. Τα στοιχεία έχουν ληφθεί από την Eurostat2 και αφορούν τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της σχετικής βιομηχανικής έρευνας. Η εγχώρια Βιομηχανία τροφίμων καλύπτει το 1/4 (25,5%) του συνόλου των επιχειρήσεων της ελληνικής μεταποίησης, γεγονός που την κατατάσσει πρώτη ανάμεσα στους κλάδους της μεταποίησης, με τα Μεταλλικά προϊόντα (14,7%) και τα Είδη ένδυσης (7,8%) να ακολουθούν. Ταυτόχρονα, συνιστά και τον μεγαλύτερο εργοδότη της εγχώριας μεταποίησης, αφού σε αυτήν απασχολείται επίσης πάνω από το 1/3 του συνόλου των απασχολουμένων, έναντι ενός 6,5% στα Μεταλλικά προϊόντα και 4,6% στα Είδη ένδυσης. Η παρουσία του τομέα είναι επίσης θεμελιώδους σημασίας υπό καθαρά οικονομικούς όρους, αφού βρίσκεται ανάμεσα στους πρώτους κλάδους της μεταποίησης, με την αξία παραγωγής να αγγίζει το 24,7%, την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία να αγγίζει το 24,3%, ενώ καταλαμβάνει την δεύτερη θέση σε όρους κύκλου εργασιών (σχεδόν 26,0%, με πρώτο τον Οπτάνθρακα και τα προϊόντα διύλισης με 26,5%). Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται και η συγκριτική ανάλυση με την Ευρωπαϊκή Ένωση καθώς και οι αντίστοιχες ταξινομήσεις των 5 πρώτων κλάδων μεταποίησης τόσο στην Ελλάδα, όσο και στην ΕΕ-28. Από την ανάλυση των στοιχείων, είναι προφανής η ζωτική σημασία του τομέα της μεταποίησης των τροφίμων και η συμβολή της στην ευρωπαϊκή οικονομία. Η βιομηχανία Τροφίμων αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους τομείς της μεταποιητικής βιομηχανίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ αναδεικνύεται σταθερά ανάμεσα στους πρώτους κλάδους σε σχέση με τους άλλους σημαντικούς τομείς της

ευρωπαϊκής οικονομίας, όπως η αυτοκινητοβιομηχανία, τα χημικά, τα βιομηχανικά μηχανήματα και τα μεταλλικά προϊόντα.

<b>Αριθμός Επιχειρήσεων</b>			
<i>Ελλάδα</i>		<i>EE-28</i>	
<b>Μεταποίηση (62.651 επιχ)</b>	<b>100,0%</b>	<b>Μεταποίηση (2.123.398 επιχ)</b>	<b>100,0%</b>
Τρόφιμα	25,5%	Μεταλλικά προϊόντα	18,6%
Μεταλλικά προϊόντα	14,7%	Τρόφιμα	12,4%
Είδη ένδυσης	7,8%	Επισκευή μηχανημάτων και εξοπλισμού	9,4%
Επισκευή μηχανημάτων και εξοπλισμού	6,9%	Προϊόντα ξύλου	8,0%
Άλλοι τομείς μεταποίησης	6,5%	Έπιπλα	6,1%
<b>Κύκλος εργασιών</b>			
<i>Ελλάδα</i>		<i>EE.28</i>	
<b>Μεταποίηση (49.253 εκατ. ευρώ)</b>	<b>100,0%</b>	<b>Μεταποίηση (7.750.000 εκατ. ευρώ)</b>	<b>100,0%</b>
Οπτάνθρακας και προϊόντα διύλισης	26,5%	Κατασκευή μηχανοκίνητων οχημάτων	14,2%
Τρόφιμα	26,0%	Τρόφιμα	13,1%
Μεταλλικά προϊόντα	5,4%	Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού	9,3%
Χημικά προϊόντα	4,5%	Μεταλλικά προϊόντα	6,6%
Φαρμακευτικά προϊόντα	4,5%	Οπτάνθρακας και προϊόντα διύλισης	5,7%
<b>Αξία παραγωγής</b>			
<i>Ελλάδα</i>		<i>EE-28</i>	
<b>Μεταποίηση (44.202 εκατ. ευρώ)</b>	<b>100,0%</b>	<b>Μεταποίηση (7.000.000 εκατ. ευρώ)</b>	<b>100,0%</b>
Οπτάνθρακας και προϊόντα διύλισης	27,5%	Τρόφιμα	13,1%
Τρόφιμα	24,7%	Κατασκευή μηχανοκίνητων οχημάτων	12,9%
Μεταλλικά προϊόντα	5,7%	Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού	9,3%
Χημικά προϊόντα	4,4	Χημικά προϊόντα	7,1%
Προϊόντα από μη μεταλλικά ορυκτά	4,1	Μεταλλικά προϊόντα	7,1%
<b>Αριθμός εργαζομένων</b>			
<i>Ελλάδα</i>		<i>EE-28</i>	
<b>Μεταποίηση (358.211 εργαζόμενοι)</b>	<b>100,0%</b>	<b>Μεταποίηση (30.734.567 εργαζόμενοι)</b>	<b>100,0%</b>
Τρόφιμα	35,1%	Τρόφιμα	14,0%
Μεταλλικά προϊόντα	6,5%	Μεταλλικά προϊόντα	12,2%



<b>Είδη ένδυσης</b>	<b>4,6%</b>	<b>Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού</b>	<b>9,8%</b>
<b>Κατασκευή προϊόντων από ελαστικό</b>	<b>4,6%</b>	<b>Κατασκευή μηχανοκίνητων οχημάτων</b>	<b>8,4%</b>
<b>Εκτυπώσεις</b>	<b>4,0%</b>	<b>Ηλεκτρικός εξοπλισμός</b>	<b>4,8%</b>

\*Τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα διαρθρωτικά στοιχεία της έρευνας Structural Business Statistics αφορούν το 2017, με εξαίρεση την Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία που αφορά το 2016. Στον αριθμό εργαζομένων τα στοιχεία για την Ελλάδα (2017) προέρχονται από την Έρευνα Εργατικού Δυναμικού της ΕΛ.ΣΤΑ.Τ., καθώς τα διαρθρωτικά στοιχεία της Eurostat υποεκτιμούν την απασχόληση του κλάδου. Ωστόσο, για τον αριθμό των εργαζομένων σε επίπεδο ΕΕ, τα στοιχεία έχουν ληφθεί από την Eurostat. Πηγή: Eurostat, Structural Business Statistics; ΕΕΔ-ΕΛ.ΣΤΑΤ., Επεξεργασία IOBE

### **3.7 Η εγχώρια ιδιωτική κατανάλωση τροφίμων στην Ελλάδα**

Τα προϊόντα της βιομηχανίας διατροφής είναι λιγότερο εκτεθειμένα σε διακυμάνσεις της ζήτησης τους, ιδιαίτερα τα βασικά τρόφιμα για τα οποία η ζήτηση είναι σχεδόν ανελαστική. Ωστόσο, σε βάθος χρόνου και καθώς βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο, η αναλογία των τροφίμων στη συνολική κατανάλωση παρουσιάζει σαφή τάση μείωσης. Ταυτόχρονα, παρατηρούνται σημαντικές μακροχρόνιες μεταβολές στη σύνθεση των τροφίμων που καταναλώνονται. Τα επώνυμα προϊόντα καταλαμβάνουν ολοένα και μεγαλύτερο μέρος της αγοράς. Η αυξανόμενη ζήτηση των επωνύμων προϊόντων επιτρέπει στους κατασκευαστές τους να διαθέτουν τα προϊόντα τους με προνομιακές τιμές και διαφιμίζοντας το προϊόν έτσι ώστε να μπαίνει καλύτερα στο μάτι του καταναλωτή, εκτοπίζοντας ομοειδή μη επώνυμα προϊόντα. Το ποσοστό που καταλαμβάνουν τα τρόφιμα στη συνολική δαπάνη συνεχώς μειώνεται, διότι η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος διοχετεύεται σε άλλους τομείς. Την πενταετία 1995-2000 ο όγκος της κατανάλωσης τροφίμων στην Ευρώπη των 15 αυξήθηκε κατά 7,1%. Οι τιμές των τροφίμων αυξήθηκαν την ίδια πενταετία κατά 5,5%. Τη μεγαλύτερη αύξηση εμφάνισε η Πορτογαλία 14% και αμέσως η Ελλάδα 13,5% κατανάλωση τροφίμων. Η άνοδος των τιμών της Ελλάδας έφτασε 21,5%, δηλαδή η υψηλότερη της Ευρώπης.

Η δαπάνη για τρόφιμα αυξήθηκε θεαματικά στην Ελλάδα τη μεταπολεμική μέχρι τη δεκαετία του 1980. Το 1961 η κατά κεφαλήν δαπάνη για κατανάλωση τροφίμων αντιστοιχούσε σε αξία 675 ευρώ, ποσό που βελτιώθηκε σε 1.300 ευρώ το έτος 1980. Το έτος 2000 η αντίστοιχη κατά κεφαλήν δαπάνη ήταν περίπου 1.700 ευρώ. Η χαμηλή κατανάλωση του έτους 1961 οφείλεται στη μεγάλη αναλογία αγροτικού

πληθυσμού, ο οποίος δεν αγόραζε όλα τα τρόφιμα του από την αγορά, διότι κατανάλωνε τμήμα της παραγωγής του. Στα μετά επόμενα χρόνια το 2009 η συνολική κατά κεφαλήν αυξήθηκε στα 2.600 ευρώ ενώ το 2014 παρέμεινε σταθερή στα 2.000 ευρώ, σημειώνοντας πτώση της τάξης του 23% σωρευτικά από το 2009 έως το 2014. Τέλος, το 2017 η κατά κεφαλήν είναι 1.474 ευρώ μειωμένη κατά 28% σε σύγκριση με το 2014.

## 4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

---

### **4. Ο Κλάδος των τροφίμων στην ελληνική οικονομία και γενικά χαρακτηριστικά**

#### **Εισαγωγή**

Η Ελλάδα είναι μια ανεπτυγμένη χώρα, με ένα υψηλό επίπεδο διαβίωσης και δείκτη ανθρώπινης ανάπτυξης, όπου κατατάσσεται 22<sup>η</sup> στο κόσμο το 2010 και 22<sup>η</sup> στον δείκτη του The Economist του 2005 για την ποιότητα ζωής παγκοσμίως. Η μεγέθυνση του ΑΕΠ της Ελλάδας είναι επίσης, κατα μέσον όρου, από το 1990 υψηλότερη από αυτόν του μέσου όρου των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Εντούτοις, η ελληνική οικονομία αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα, περιλαμβανομένων και της αύξησης των επιπέδων της ανεργίας, την γραφειοκρατία και την διαφθορά. Οι κύριοι μεγάλοι κλάδοι της Ελληνικής οικονομίας είναι ο τουρισμός, η ναυτιλία, η βιομηχανική παραγωγή τροφίμων και η επεξεργασία καπνού, η υφαντουργία, τα χημικά, τα προϊόντα μετάλλου, η μεταλλευτική και οι μονάδες διύλισης πετρελαίου. Το 2009 η Ελλάδα είχε την δεύτερη χαμηλότερη κατάταξη στην ΕΕ σύμφωνα με το Δείκτη Οικονομικής Ελευθερίας. Η χώρα υποφέρει από υψηλά επίπεδα πολιτικής και οικονομικής διαφθοράς και χαμηλή ανταγωνιστικότητα συγκριτικά με τους Ευρωπαίους εταίρους της. Λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, ο ρυθμός μεγέθυνσης της οικονομίας γύρισε σε

αρνητικό πρόσημο το 2009 για πρώτη φορά από το 1993. Η Ελληνική οικονομία αντιμετώπισε την πιο σοβαρή της κρίση από το 1993, με το υψηλότερο δημόσιο έλλειμμα καθώς και το δεύτερο υψηλότερο χρέος ως ποσοστό του ΑΕΠ στην ΕΕ. Η αναλογία ιδιωτικών δανείων προς καταθέσεις ξεπέρασε τις 100 μονάδες κατά την διάρκεια του πρώτου εξαμήνου του έτους 2007. Το δημόσιο έλλειμμα το 2009 έφτασε στο 15,4% του ΑΕΠ. Αυτό και τα αυξανόμενα επίπεδα χρέους οδήγησαν σε υψηλό κόστος δανεισμού, που προκάλεσε μια σοβαρή οικονομική κρίση.

#### **4.1 Ο κλάδος των τροφίμων στην ελληνική κρίση του 2009**

Τα τελευταία δέκα χρόνια η Ελλάδα διανύει μια περίοδο βαθιάς ύφεσης, η οποία έχει αφήσει έκδηλα τα σημάδια της σε όλους τους τομείς της εθνικής οικονομίας. Το τεράστιο δημοσιονομικό έλλειμμα που συσσωρεύονταν επί σειρά ετών οδήγησε σε αύξηση του δημοσίου χρέους, με αποτέλεσμα το 2009 να ξεσπάσει μια πρωτοφανής σε μέγεθος δημοσιονομική κρίση με βάση τα ελληνικά δεδομένα. Η χώρα δεν είχε την δυνατότητα αποπληρωμής των δανειστών της, με αποτέλεσμα να αναγκαστεί να εισέλθει σε καθεστώς επιτήρησης το 2010 εφαρμόζοντας έκτοτε την πιο αδυσώπητη πολιτική λιτότητας που έχει επιβληθεί σε σύγχρονο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πρόκειται για την μεγαλύτερη σε μέγεθος και συνέπειες οικονομική κρίση στην σύγχρονη ευρωπαϊκή ελληνική ιστορία. Το τέλος της οποίας, σύμφωνα με πολλούς αναλυτές, διαγράφεται αβέβαιο εξετάζοντας τις παρούσες πολιτικοοικονομικές συνθήκες σε διεθνές και εγχώριο επίπεδο.

Στη βιομηχανία Τροφίμων το 2009, στο 2,6% διαμορφώνεται η επιβράδυνση της παραγωγής, ενώ για το σύνολο της μεταποίησης η πτώση διαμορφώνεται στο 9,4%. Σύμφωνα με μελέτη του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, οι βιομηχανίες Τροφίμων – Ποτών εμφανίζονται ανθεκτικότερες στις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Στο δ' τρίμηνο του 2009 καταγράφεται αλλαγή τάσης με αύξηση της παραγωγής στη βιομηχανία Τροφίμων κατά 5% ενώ αισθητά βελτιωμένη εμφανίζεται η εικόνα στο ξεκίνημα του 2010: τον Ιανουάριο η πτώση στα Τρόφιμα διαμορφώνεται στο -3,9% έναντι -4,4% το αντίστοιχο διάστημα του 2009, ενώ στα Ποτά η πτώση συρρικνώνεται στο -4,8% από -8,7% πέρυσι. Ο κλάδος Τροφίμων είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους στο σύνολο της εγχώριας μεταποίησης. Στον κλάδο δραστηριοποιούνται περίπου 16.300 επιχειρήσεις, που αντιστοιχούν στο 17,1% του

συνόλου των μεταποιητικών επιχειρήσεων και απασχολούνται άμεσα 120.000 εργαζόμενοι, δηλαδή το 22% των συνολικών απασχολούμενων στη μεταποίηση, το υψηλότερο ποσοστό από κάθε άλλον κλάδο. Σημειώνεται ότι, κατά το α' εξάμηνο του 2009 και συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του 2008, το εργατικό δυναμικό της βιομηχανίας Τροφίμων αυξήθηκε κατά 5,5%, γεγονός που αποτυπώνει την υψηλή προσαρμοστικότητα του κλάδου στις νέες απαιτήσεις, τη συμβολή του στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την άμβλυση των επιπτώσεων της κρίσης. Σε όρους κύκλου εργασιών, ο κλάδος πραγματοποιεί πωλήσεις πάνω από 12 δισ. ευρώ., καλύπτοντας το 21% σχεδόν του συνόλου του μεταποιητικού τομέα, ενώ κατατάσσεται πρώτος ως προς το μερίδιο επί του συνόλου της προστιθέμενης αξίας της μεταποίησης. Ο υποκλάδος «Αρτοσκευάσματα, Σνακ, Ζαχαρώδη, Ζυμαρικά» είναι ο μεγαλύτερος σε όρους τζίρου, καθώς σε αυτόν δραστηριοποιούνται πάνω από τα 2/3 των επιχειρήσεων του κλάδου, ενώ ταυτόχρονα αντιπροσωπεύει σχεδόν το 1/3 του συνολικού τζίρου του κλάδου και απορροφά σχεδόν τη μισή απασχόληση. Ακολουθούν η «Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων» (16,8% του τζίρου) και τα «Ποτά» (16,5% του τζίρου). Το 2009, ο Δείκτης Τιμών Παραγωγού στα Τρόφιμα μειώνεται κατά 1,5%, ενώ αντίθετα στα Ποτά αυξάνεται κατά 3,2%. Τόσο κατά το 2008, όταν οι τιμές είχαν εν γένει αυξηθεί, όσο και κατά το 2009, όταν οι τιμές μειώθηκαν, οι Δείκτες Τιμών Παραγωγού στα Τρόφιμα μεταβλήθηκαν πολύ ηπιότερα σε σχέση με το σύνολο της μεταποίησης.

## **4.2 Ο κλάδος των τροφίμων μετά την κρίση**

Τα πρώτα χρόνια της οικονομικής κρίσης, ο κλάδος φάνηκε να μην επηρεάζεται ωστόσο η συνεχής οικονομική ύφεση επηρέασε τον κύκλο εργασιών, τις επενδύσεις και τον αριθμό των επιχειρήσεων του κλάδου. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του IOBE (2011), το 2009 οι πρώτες επιχειρήσεις που επηρεάστηκαν ήταν οι μικρές κάτω των 10 ατόμων, που αποτελούσαν το 95% του κλάδου. Τα επόμενα χρόνια, άρχισαν να επηρεάζονται και οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου καθώς οι τράπεζες περιόρισαν την χρηματοδότηση μέσω δανείων και οι έλεγχοι έγιναν αυστηρότεροι, με απώτερο σκοπό να εξοικονομήσουν χρήματα λόγω των δημοσιονομικών μέτρων.

Στα «πρόθυρα αλλαγών» ας δούμε τα αποτελέσματα της αξιολόγησης των μεγάλων εταιριών που απαρτίζουν τον κλάδο σύμφωνα με την PWC (PricewaterhouseCoopers αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες παροχής υπηρεσιών λογιστικής, τήρησης βιβλίων και ελέγχου και παροχής φορολογικών

συμβουλών). Η έκθεση συγκέντρωσε τα οικονομικά αλλά και ποιοτικά στοιχεία από 292 μεγάλες εταιρείες Τροφίμων και Ποτών οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 67% του κύκλου εργασιών και το 51% της απασχόλησης της συνολικής εταιρικής βάσης του κλάδου. Οι εταιρείες αυτές παρουσίασαν έσοδα άνω των 10 δις ευρώ το 2015 απασχολούσαν περίπου 8 δις ίδια κεφάλαια και 42.000 εργαζόμενους. Οι εταιρείες κατατάχθηκαν σύμφωνα με την μέθοδο Stars & Zombies της PWC όπου ο συνδυασμός, ανάπτυξης εσόδων, κερδοφορίας και δανειακής βιωσιμότητας διαμορφώνει την ανταγωνιστικότητα της εταιρείας και ακολούθως την κατάταξη της.

Οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου παρουσιάζουν αύξηση 2% ανά έτος των εσόδων τους κατά την τελευταία τετραετία με περιθώριο EBITDA (είναι ένας δείκτης οικονομικής ανάλυσης, ο οποίος αντανακλά τα κέρδη προ φόρων, αποσβέσεων και τόκων των δανείων) προς κύκλο εργασιών στα επίπεδα του 6,5% και με σταθερά αυξανόμενες επενδύσεις. Το 36% των εταιρειών του κλάδου χαρακτηρίζονται ως Stars (εταιρείες με συστηματική ανάπτυξη εσόδων και κερδών και λελογισμένο δανεισμό) . Οι 103 εταιρείες της υψηλότερης διαβάθμισης αποτελούν το 33% του κύκλου εργασιών του δείγματος, το 39% του EBITDA και μόνο 3% του συνολικού δανεισμού του δείγματος. Οι Stars εταιρείες υψηλής ανταγωνιστικότητας, απασχολούν 14.000 εργαζόμενους που αντιστοιχεί στο 32% του δείγματος, γεννούν το 48% της συνολικής κερδοφορίας καταγράφουν μεσοσταθμική ετήσια αύξηση κερδών 10,1% και αύξηση απασχολούμενων κεφαλαίων (κέρδη προς απασχολούμενα κεφάλαια) 13,7% κατά την τετραετία 2012-2015.

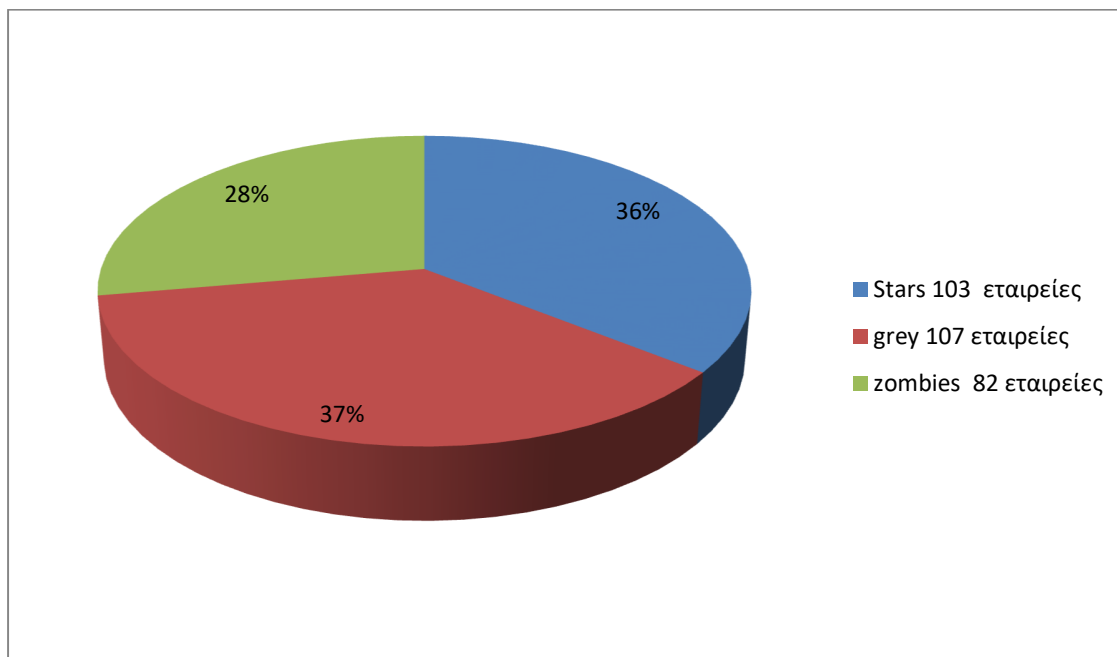
Η επόμενη βαθμίδα ανταγωνιστικότητας αποτελείται από 107 εταιρείες, το 37% του δείγματος, αποτελείται από τις Grey εταιρείες με υστέρηση έναντι των Stars σε ένα ή δύο κριτήρια. Οι μεσαίες ανταγωνιστικότητας εταιρείες συνεισφέρουν το 45% του κύκλου εργασιών του δείγματος, το 49% του EBITDA αλλά καταγράφουν δανειακή μόχλευση στο 39% του συνολικού δανεισμού του δείγματος. Απασχολούν το 41% του συνολικού προσωπικού και κατέγραψαν ελάχιστη αύξηση κερδών 2,8% κατά την τετραετία 2012-2015.

Τέλος οι εταιρείες της τελευταίας κατηγορίας οι επονομαζόμενες ως Zombies αποτελούν μόνο το 28% του δείγματος του κύκλου εργασιών το 12% του EBITDA αλλά και το 58% του δανεισμού του δείγματος. Οι εταιρείες αυτές αποτελούν τροχοπέδη στον κλάδο με αρνητική αύξηση κερδών -3,9% και αρνητική απόδοση απασχολούμενων κεφαλαίων -9,5% για την περίοδο 2012-2015. Οι απασχολούμενοι σε αυτές τις εταιρείες ανέρχονται στους 11.634 άτομα και η βιωσιμότητα τους εξαρτάται κατά μεγάλο μέρος από την διατήρηση των ορίων πιστοδότησης που λαμβάνουν από τα πιστωτικά ιδρύματα. Από το 2012, 21 εταιρείες έγιναν Zombies και 3 εταιρείες έγιναν Stars. 79 εταιρείες παρέμειναν στην ίδια θέση. Συνολικά 109 εταιρείες το 38% του συνόλου κινήθηκε ανοδικά στην κατάταξη. Η μέση εταιρεία στον κλάδο Τροφίμων είναι μικρή και περιορισμένης κεφαλαιακής βάσης, εμφανίζει

μέσο όρο εσόδων λίγο πάνω από τα €30 εκ. και περίπου 141 εργαζόμενους. Στην Ευρώπη η μέση αντίστοιχη εταιρεία διαθέτει έσοδα που ξεπερνούν τα €60 εκ. και περίπου 200 εργαζόμενους.

Σε επίπεδο υποκλάδων του κλάδου Τροφίμων & Ποτών, τρεις υποκλάδοι ξεχωρίζουν σε επίπεδο ανταγωνιστικότητας. Αυτοί είναι τα Φρούτα και Λαχανικά, η Κονσερβοποιεία και τα Αλκοολούχα Ποτά. Αυτοί αποτελούν τους τρεις πιο ανταγωνιστικούς κλάδους με 2 δις ευρώ έσοδα και δείκτη ανταγωνιστικότητας που ξεπερνά το 10%. Οι κλάδοι όμως με τον μεγαλύτερο κύκλο εργασιών βρίσκονται στην κατηγορία της μέσης ανταγωνιστικότητας και είναι η Αρτοποιία & Προϊόντα Αλευρόμυλων με ετήσιο τζίρο 1,9 δις ευρώ, τα Γαλακτοκομικά και Παγωτά με τζίρο 1,7 δις ευρώ και τα Έλαια με τζίρο 1,4 δις ευρώ. Ο δείκτης ανταγωνιστικότητας βρίσκεται μεταξύ του 5%-7%. Ταυτόχρονα όμως μεγάλο μέρος των εταιρειών Zombies βρίσκονται στους τρεις αυτούς τελευταίους κλάδους. Η μελέτη καταλήγει ότι οι εταιρείες των υποκλάδων Αλκοολούχων Ποτών και Φρούτων και Λαχανικών αποτελούν τους true Stars με σημαντική συγκέντρωση εσόδων και σημαντικές προοπτικές μεγέθυνσης, οι υποκλάδοι της Κονσερβοποιίας, των Ελαίων και της Αρτοποιίας καταγράφουν θετικό πρόσημο και κατανέμονται είτε σε Stars είτε σε Grey και τέλος εταιρείες του κλάδου των Πουλερικών, Νερών & Αναψυκτικών, Ξηρών Καρπών και Κατεψυγμένων βρίσκονται υπό πίεση των εσόδων τους με μεγάλο αριθμό αυτών να συμπεριλαμβάνονται στις Zombies. Τέλος οι υποκλάδοι Κόκκινο Κρέας και Αλιεύματα δεν έχουν καμία εταιρεία τους στην κατηγορία Stars.

***Το 36% των εταιρειών του κλάδου είναι Stars ενώ μόνο το 28% είναι Zombies***



### 4.3 Εργατικό δυναμικό

Η βιομηχανία τροφίμων αποτελεί το μεγαλύτερο εργοδότη της ελληνικής μεταποίησης. Το μερίδιο της στο σύνολο των εργαζομένων της μεταποίησης καταγράφει αύξηση τα τελευταία χρόνια, ως αποτέλεσμα όμως και της μείωσης του συνολικού εργατικού δυναμικού στις βιομηχανικές επιχειρήσεις της χώρας.

Από το 2013 και μετά, η πτωτική τάση στο αριθμό των εργαζομένων στα τρόφιμα αλλάζει και ο ρυθμός μεταβολής βαίνει θετικός. Το 2015, οι εργαζόμενοι στη μεταποίηση τροφίμων και ποτών αυξάνονται κατά 5,7%, φτάνοντας τους 120 χιλιάδες περίπου και το 2018 φτάνουν τους 130 χιλιάδες εργαζομένους.

Από τους υποκλάδους των τροφίμων και ποτών το 2018, αρκετοί παρουσιάζουν αυξημένο αριθμό εργατικού δυναμικού. Συγκεκριμένα, η υψηλότερη άνοδος σημειώνεται στο Κρέας, με εργατικό δυναμικό που αυξήθηκε κατά 21,4% το 2018, ξεπερνώντας τις 11 χιλ. εργαζομένων και στα Ποτά (+29,9%). Τα προϊόντα Αρτοποιίας και αλευρώδη, ο υποκλάδος με τους περισσότερους εργαζόμενους (σχεδόν 50 χιλ. το 2018), καταγράφει πτώση της τάξης του 9,1% το 2018 σε σχέση με το 2017. Τα Φρούτα και λαχανικά παρουσιάζουν πτώση της απασχόλησης κατά 12,8% το 2018, με 16,1 χιλ. εργαζόμενους, ενώ αύξηση του εργατικού δυναμικού σημειώνεται και στα Γαλακτοκομικά προϊόντα (6,2%), με τον αριθμό των

απασχολούμενων να αγγίζει τους 16,0 χιλ. εργαζομένους. Πωτική τάση στο εργατικό δυναμικό καταγράφεται και στις Ζωοτροφές (- 12,0%). Τέλος ο αριθμός των εργαζόμενων στα Προϊόντα αλευρόμυλων διαμορφώθηκε στις 3 χιλ. σημειώνοντας αύξηση κατά 6,6%.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΟΥΣ ΥΠΟΚΛΑΔΟΥΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Κλάδος	Αριθμός εργαζομένων 2017	Αριθμός εργαζομένων 2018	% Μεταβολή
<b>Τρόφιμα</b>	<b>120.028</b>	<b>119.967</b>	<b>-0.1%</b>
Ζωοτροφές	2.136	2.606	22.0%
Φρούτα και Λαχανικά	16.126	15.243	-5.5%
Προϊόντα αλευρόμυλων	3.090	2.884	-6.7%
Γαλακτομικά προϊόντα	16.073	15.853	-1.4%
Αρτοποιία και αλευρώδη	50.845	50.919	0.1%
Ποτοποιία	11.726	12.566	7.2%
Φυτικά και ζωικά έλαια και λίπη	3.455	4.052	17.3%
Κρέας	11.292	10.067	-10.8%
Ψάρια	5.186	6.001	15.7%
Άλλα είδη διατροφής	11.824	12.341	4.4%

Πηγή: ΕΕΔ – ΕΛ.ΣΤΑΤ., Επεξεργασία IOBE

#### 4.4 Εξωτερικό- Εσωτερικό εμπόριο τροφίμων

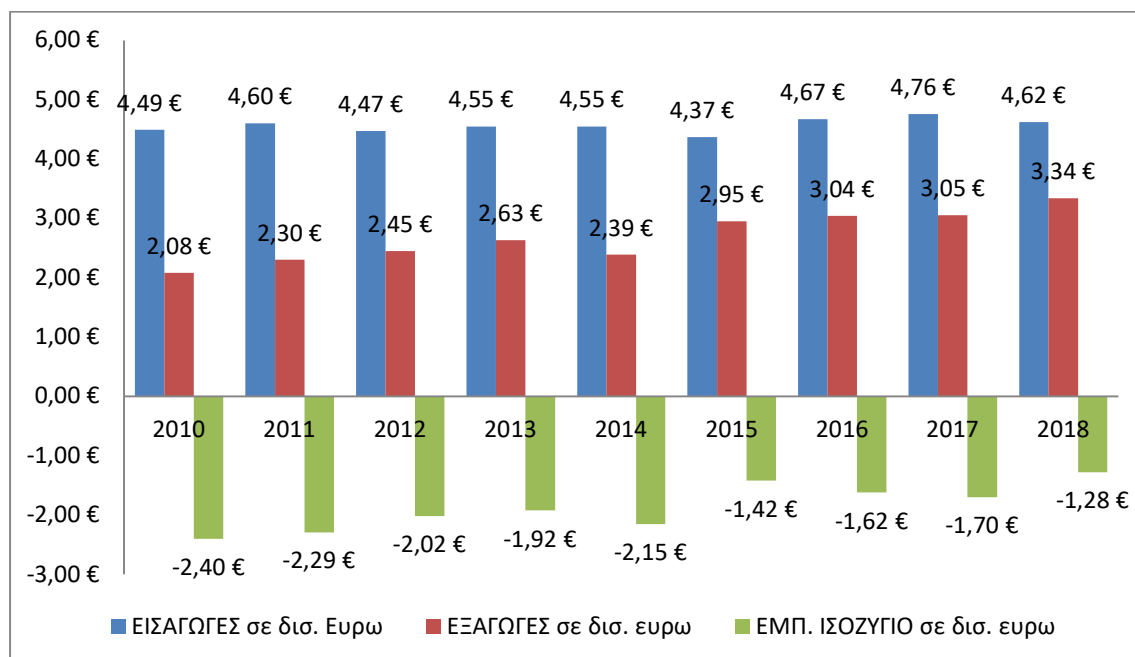
Από το 2010 και μετά αυξήθηκαν σημαντικά οι εξαγωγές, όχι μόνο των νοπών τροφίμων, αλλά και των μεταποιημένων, καθώς η εγχώρια βιομηχανία βρήκε στις αγορές του εξωτερικού τον ιδανικό τρόπο για να αντισταθμίσει τις απώλειες στην εγχώρια αγορά. Σύμφωνα με τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στην ετήσια έκθεση του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) για τη βιομηχανία τροφίμων σε όρους εξωτερικού εμπορίου, το 2018 ο κλάδος μεταποίησης των τροφίμων μείωσε το εμπορικό του έλλειμμα, από τα 1,7 δισεκ. ευρώ περίπου το 2017, στα 1,3 δισεκ. ευρώ το 2018, δηλαδή κατά 24,7%. Η μείωση στο εμπορικό



έλλειμμα του κλάδου προήλθε από την υποχώρηση των εισαγωγών το 2018 και την ταυτόχρονη αύξηση των εξαγωγών. Συγκεκριμένα, οι εισαγωγές μεταποιημένων τροφίμων ανήλθαν το 2018 στα 4,6 δισεκ. ευρώ, από 4,8 δισεκ. ευρώ το 2017, μειωμένες κατά 2,9%. Στον αντίποδα, οι εξαγωγές μεταποιημένων τροφίμων και ποτών αυξήθηκαν, κατά 9,4%, με την αξία τους να διαμορφώνεται στα 3,3 δισεκ. ευρώ.

Ως προς τον λόγο εξαγωγών –εισαγωγών στη μεταποίηση τροφίμων, δηλαδή ως προς το μερίδιο των εγχώριων εξαγωγών προς τις αντίστοιχες εισαγωγές, αυτός έχει αυξηθεί το 2018, φθάνοντας στο 72% (από 64% το 2017 και 65% το 2016). Σε σχέση με το 2010, ο συγκεκριμένος δείκτης έχει ανέλθει κατά 26 ποσοστιαίες μονάδες, γεγονός το οποίο υποδηλώνει ότι οι εξαγωγικές προσπάθειες στον τομέα των μεταποιημένων τροφίμων που πραγματοποιούνται τα τελευταία χρόνια έχουν ενισχυθεί σημαντικά. Ενδεικτικά, το 2018 σε σχέση με το 2010, οι εξαγωγές του κλάδου έχουν αυξηθεί σωρευτικά κατά 60%, όταν η αντίστοιχη αύξηση των εισαγωγών είναι της τάξης του 3%.

***Η εξέλιξη εξαγωγών και εισαγωγών μεταποιημένων τροφίμων (σε δισ. €)***



#### 4.5 Ανάλυση Swot του κλάδου τροφίμων

Ο κλάδος των τροφίμων είναι αυτός που αφιερώνει και τα μεγαλύτερα ποσά για έρευνα και ανάπτυξη ακριβώς επειδή στο επίπεδο αυτό οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα. Ταυτόχρονα, η δραστηριότητα του κλάδου είναι ενισχυτική και άλλων τομέων της ελληνικής οικονομίας, πέρα από την γεωργία και την κτηνοτροφία, όπως είναι τα υλικά συσκευασίας, οι μέθοδοι και τα συστήματα αποθηκείωσης, οι μεταφορές. Παρακάτω θα αναλύσουμε τα δυνατά και αδύνατα σημεία του κλάδου, καθώς και τις ευκαιρίες και τις απειλές που παρουσιάζουν με την ανάλυση swot.

<b>Δυνατά σημεία</b>	<b>Αδύνατα</b>
Ο ρόλος και η σημασία του Κλάδου των Τροφίμων για την Ελληνική οικονομία και μεταποίηση	Η μειωμένη ικανότητα του Κλάδου των Τροφίμων να εισάγει καινοτομίες με αποτέλεσμα να υπάρχει μικρός αριθμός εταιρειών, που καινοτομούν.
Το ανθρώπινο δυναμικό του Κλάδου	Ο μεγάλος αριθμός εταιρειών χωρίς τμήμα έρευνας και ανάπτυξης.
Η υψηλή ποιότητα των ελληνικών πρώτων υλών	Η έλλειψη αποτελεσματικής διαφήμισης και προώθησης των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό
Η σχετικά μικρότερη επίδραση της οικονομικής κρίσης στον Κλάδο των Τροφίμων.	Οι υπάρχουσες αδυναμίες στα δίκτυα διανομής
Η εμπιστοσύνη των Ελλήνων καταναλωτών στα ελληνικά επώνυμα προϊόντα	Αβεβαιότητα των οικονομικών εξελίξεων-ασταθές επιχειρηματικό περιβάλλον
Η αυξανόμενη εξωστρέφεια και τεχνογνωσίας της Βιομηχανίας Τροφίμων	
Οι περιβαλλοντικές συνθήκες της χώρας για την παραγωγή	
Την περίοδο τουρισμού αυξάνεται σημαντικά η κατανάλωση ελληνικών προϊόντων	
<b>Ευκαιρίες</b>	<b>Απειλές</b>
Οι ευκαιρίες χρηματοδότησης από την Ελλάδα και την ΕΕ, (HORIZON 2020, Περιφερειακά ταμεία χρηματοδότησης, ΕΣΠΑ)	Γραφειοκρατία- φορολόγηση
Η αυξανόμενη ζήτηση για ποιοτικά προϊόντα από την αγορά και οι σύγχρονες απαιτήσεις των καταναλωτών για υγιεινά και διαφοροποιημένα προϊόντα.	Αύξηση τιμών τροφίμων και πρώτων υλών
Η ενεργοποίηση των διεθνών και περιφερειακών συνεργασιών μέσα από το δίκτυο των εθνικών τεχνολογικών πλατφορμών, της ευρωπαϊκής τεχνολογικής πλατφόρμας και των ευρωπαϊκών χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων	Καθυστέρηση ή μη σωστή λειτουργία παραγωγής και μετακίνησης αγαθών προς τα κέντρα λιανοεμπορίου
Η διάδοση της τάσης μέσα από την ελληνική οικονομική κρίση για στροφή των καταναλωτών στα εγχώρια προϊόντα.	Ο έντονος ανταγωνισμός από το εξωτερικό, και κυρίως από τις γειτονικές χώρες.
Παρακολούθηση προτιμήσεων καταναλωτή	Φυγή αξιόλογου ανθρώπινου δυναμικού ως αντίδραση στην σταθερά υψηλή ανεργία (Brain drain)
	Καιρικές συνθήκες

## **4.6 Η ανταγωνιστικότητα του κλάδου**

Η ανταγωνιστικότητα είναι ένας όρος όπου η σημασία της για πολλούς είναι συχνά αμφιλεγόμενη και παρερμηνευμένη. Κατά τον Porter η ανταγωνιστικότητα είναι ο βασικός καθοριστικός παράγοντας για το επίπεδο ευημερίας που μπορεί να διατηρήσει μια χώρα. Επίσης ο Porter, είχε αναπτύξει μια θεωρία πως για τις επιχειρήσεις η ανταγωνιστικότητα εκφράζει την ικανότητα ανταγωνισμού στις παγκόσμιες αγορές με παγκόσμια στρατηγική. Η οικονομική επιτυχία συνδέεται στενά με το επίπεδο ανταγωνιστικότητας δηλαδή με την ικανότητα ανταγωνισμού. Στην Ελλάδα οι κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές συνθήκες σε συνδιασμό με την γραφειοκρατία, το ανεπαρκές θεσμικό πλαίσιο, το περίπλοκο φορολογικό σύστημα, συντέλεσαν στη διαίωνηση της χαμηλής ανταγωνιστικότητας. Με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν υψηλά λειτουργικά κόστη των επιχειρήσεων και την αποθάρυνση των ξένων επενδύσεων στη χώρα.

Στο κλάδο των τροφίμων, ο ανταγωνισμός στις διεθνές αγορές είναι πολυ έντονες, με τις βιομηχανίες τροφίμων να εστιάζουν σε θέματα ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων, σε οικολογικά και περιβαλλοντικά θέματα, σε θέματα διαχείρισης κινδύνων αλλά και στην έρευνα και ανάπτυξη. Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα πρέπει να ακολουθήσουν τις προκλήσεις των διεθνών αγορών και να ασκήσουν τις ανάλογες πολιτικές. Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας είναι θέμα σοβαρών διαεθτικών και θεσμικών μεταρρυθμίσεων, ειδικά τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο όπου η δημοσιονομική και νομισματική αυτονομία της χώρας έχει χαθεί.

Με τη δεδομένη οικονομική κατάσταση της χώρας, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα ρευστότητας, έλλειψης χρηματοδότησης, περίπλοκο φορολογικό σύστημα και αύξηση κόστους ενέργειας. Αυτά τα προβλήματα οφείλονται στο τομέα της οικονομίας που εάν λυθούν θα βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να ενισχύσουν τις εξαγωγές, να κάνουν νέες επενδύσεις, να γίνει κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού, να δημιουργήσουν νέα προϊόντα, να χρηματοδοθεί η έρευνα και ανάπτυξη.

Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων του κλάδου έχει ως σκοπό να προστεθεί σε αυτά η αξία και εξαγωγική δύναμη. Για την ανάδειξή τους είναι απαραίτητη η δημιουργία προστιθέμενης αξίας και η εξωστρέφια του κλάδου που θα συμβάλουν στη προβολή των προϊόντων, στην ποιότητα και τη διαφοροποίηση τους και στην ενίσχυση των διατροφικών συνηθειών που βασίζονται στο πρότυπο της ελληνικής κουζίνας. Βασικό χαρακτηριστικό της μεταποίησης του κλάδου τροφίμων είναι πως συνδέεται τόσο με τον πρωτογενή τομέα δηλαδή της αγροτική- γεωργική παραγωγή, αλλά και με τον τριτογενή τομέα δηλαδή τα εστιατόρια, τα ξενοδοχεία και γενικά με τον τουρισμό. Άλλο ένα χαρακτηριστικό

είναι το ανθρώπινο δυναμικό που θα πρέπει να προσαρμόζεται και να είναι ευέλικτο στις νέες μεταβολές και οι επιχειρήσεις να ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Για το λόγο αυτό οι επιχειρήσεις για να καλύψουν σημαντικό μερίδιο της αγοράς θα πρέπει να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν την καταλληλότερη στρατηγική.

#### **4.7 Στρατηγική του κλάδου των Τροφίμων – Στόχοι**

Στόχος του Κλάδου είναι η ανάπτυξη μιας Εθνικής Στρατηγικής για την Έρευνα και την Καινοτομία για την ανάληψη ερευνητικών δράσεων γύρω από τις επιστήμες των Τροφίμων και της Διατροφής, που θα έχει ως σκοπό τη βέλτιστη αξιοποίηση των αποτελεσμάτων της έρευνας για την ανάπτυξη νέων προϊόντων και διεργασιών, που θα καλύπτουν τις σύγχρονες ανάγκες και απαιτήσεις των καταναλωτών προς όφελος της κοινωνίας και της οικονομίας. Το σχέδιο πρέπει να έχει μεσοπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους στόχους ώστε από τη μια να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα της υφιστάμενης δραστηριότητας και από την άλλη να τεθούν οι βάσεις για τις νέες και καινοτόμες επιχειρήσεις, αξιοποιώντας έτσι, στο μέγιστο δυνατό βαθμό, τις δυνατότητες που προσφέρουν οι γεωγραφικές - περιβαλλοντικές συνθήκες της χώρας σε συνδυασμό με την εμπειρία και τεχνογνωσία του εγχώριου ανθρώπινου δυναμικού, που ασχολείται είτε με την έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη του κλάδου. Οι στρατηγικές που πρέπει να αφορούν τον κλάδο είναι τέσσερις. Τα προϊόντα, η παραγωγή, τα logistics και το μάρκετινγκ. Ο κλάδος πρέπει να δώσει έμφαση σε αυτές τις τέσσερις στρατηγικές για να δημιουργήσει ένα πλήρως ανταγωνισμό και μια εξωστρέφεια για να αυξήσει και την εξαγωγική δυναμική του.

Για τα προϊόντα, πρέπει να στοχεύει στην δημιουργία και ανάπτυξη καινοτομικών συνθέσεων και να μην περιορίζεται σε μία σύνθεση αναλόγως με την ζήτηση του καταναλωτή. Στη δημιουργία και προώθηση πιο ελκυστικών συσκευασιών που θα ελκύει τον καταναλωτή για την αγορά του προϊόντος. Προσαρμογή σε διαφορετικές πολιτισμικές αντιλήψεις ώστε ένα προϊόν με διάφορες συνθέσεις να ανταποκρίνεται σε όλους τους καταναλωτές.

Για την παραγωγή, σημαντικό ρόλο παίζει η αύξηση ευελιξίας των ελληνικών εταιρειών. Σημαντικός παράγοντας για την επίτευξη της ευελιξίας είναι το ανθρώπινο δυναμικό και η διοίκηση του με διαφορετικό τρόπο από τον καθιερωμένο, όπου η έμφαση δίνονταν στην απόδοση και στο κόστος. Αυτές

μπορούν να ομαδοποιηθούν και να ιεραρχηθούν, καταλήγοντας σε τρεις επιμέρους έννοιες, την ευελιξία νέων προϊόντων, την ευελιξία όγκου παραγωγής και την ευελιξία εύρους/μίγματος παραγωγής. Άλλο ένα χαρακτηριστικό είναι η μεγένθυση κλίμακας παραγωγής των προϊόντων, όπου μία παραγωγή δεν πρέπει να αρκείται σε έναν αριθμό τετελεσμένο προϊόντων αλλά πρέπει να αυξάνεται η παραγωγή, βέβαια ανάλογα και την ζήτηση που έχει ένα προϊόν. Επίσης, μια παραγωγή πρέπει να διαθέτει κατάλληλο εκπαιδευμένο προσωπικό για την αποτελεσματικότητά της.

Για τα Logistics, που παίζουν εξίσου σημαντικό ρόλο για την μεταφορά και την αποθήκευση των προϊόντων, πρέπει να αυξήσουν το κλίμακα αποθήκευσης και διανομής προϊόντων ώστε τα προϊόντα τους να φτάνουν εγκαίρως και στο χρόνο που πρέπει με ασφάλεια. Ενοποίηση κινήσεων σε κοινούς περιορισμούς προς πελάτες και μονάδες επεξεργασίας.

Τέλος, το μάρκετινγκ πρέπει να υπάρχει σε κάθε εταιρεία, να έχει μόνιμη υποδομή ώστε να συντελέσει στη σωστή προώθηση του προϊόν και στις εισαγωγές και στις εξαγωγές. Να κάνει κοινές εμπορικές συμφωνίες ως προς την τιμή και την πίστωση. Να κάνει κατάλληλες έρευνες για τη ζήτηση νέων προϊόντων στην αγορά.

## **5. Συμπεράσματα**

Ο κλάδος των τροφίμων είναι ο πιο σημαντικός κλάδος όχι μόνο στην οικονομία της Ελλάδας αλλά και στην κοινωνία. Είναι αξιολογικό πως αναφέραμε το πως ξεκίνησε ο κλάδος και πως εξελίχθηκε. Εφόσον είναι ένας κλάδος που πρόκειται για την πρώτη βασική ανάγκη του ανθρώπου που είναι η τροφή. Παρόλο της κακουχίας που είχε η Ελλάδα από πολέμους, οικονομική κρίση ο κλάδος των τροφίμων όχι μόνο κατάφερε να σταθεί αλλά κατάφερε και να εξελιχθεί. Εφόσον πρόκειται για ένα κλάδο που σήμερα έχει έναν κύκλο εργασιών που πλησιάζει τα 15 δισεκατομμύρια ευρώ, κατέχει την πρώτη θέση στην αξία παραγωγής στη μεταποίηση της χώρας, με ποσοστό που φθάνει το 25% του συνόλου. Επίσης, καλύπτει το 8% του ΑΕΠ της χώρας, προφέροντας εργασία σε 360.000 άτομα. Προσφέρει θέσεις εργασίας σε πολλούς ανθρώπους μειώνοντας την ανεργία. Έτσι, τα είδη διατροφής απασχολούν το 30,8% του συνολικού ελληνικού εργατικού δυναμικού, κατέχοντας επίσης από πλευράς εξαγωγών την πρώτη θέση μετά τα πετρελαιοειδή. Όχι μόνο οι εξαγωγές με το καιρό αυξάνονται αλλά και οι επενδύσεις που με τα χρόνια εξελίσσονται. Ωστόσο έχουμε έναν αξιολογικό κλάδο που οι μελλοντικοί της πορεία θα είναι ανοδική, διότι μας έχει αποδείξει ότι σε καιρούς δύσκολους μπορεί να παραμείνει σε υψηλά επίπεδα και θα ενισχύει την οικονομία και το βιοτικό επίπεδο της χώρας.

## **Βιβλιογραφία – Δυκτιογραφία**

### **Βιβλιογραφία**

- “Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ” Ευάγγελος Χεκίμογλου – Ευφροσύνη Ρούπα
- Θέματα Νεοελληνικής Ιστορίας (Γ΄ Λυκείου)
- “ΜΙΚΡΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ Ιδιομορφίες. Ο δρόμος προς το Μνημόνιο. Η ύμβις και η νέμεσις” Κώστας Μελάς
- “ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΓΕΩΡΓΙΩΝ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ” ΜΑΡΣΕΛ ΜΑΖΟΥΑΓΙΕ – ΛΟΡΑΝΣ ΡΟΥΝΤΑΡ

### **Δυκτιοφραφία**

- <https://www.capital.gr/oikonomia/932265/iobe-anthektikotes-stis-epiptoseis-tis-krisis-oi-biomixanies-trofimon-poton>
- <https://www.agro24.gr/ypoloipa-themata/oikonomia/i-viomichania-trofimon-einai-o-megalyteros-ergodotis-tis-eghorias>
- [http://iobe.gr/docs/research/RES\\_05\\_B\\_05042019\\_REP\\_GR.pdf](http://iobe.gr/docs/research/RES_05_B_05042019_REP_GR.pdf)
- <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/viomichania-trofimon-tris-stis-tesseris-afxanoun-kerdi-alla-i-zimiogones-katarreoun/>
- <http://www.economy365.gr/article/77553/oi-exi-pio-kerdofores-ellinikes-epiheiriseis-trofimon>
- <https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-food%20&%20beverage-sector-in-greece.pdf>
- [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=National\\_accounts\\_and\\_GDP/el](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=National_accounts_and_GDP/el)