

# Η πιστοποίηση, αρωγός του ελληνικού ελαιολάδου

**Η** σημασία και η αξία του ελαιολάδου για την ελληνική αγροτική παραγωγή είναι κεφαλαιώδης. Από αρχαιοτάτων χρόνων, θεωρείτο εθνικό προϊόν καθώς και πρεσβευτής της χώρας μας στο εξωτερικό. Και σήμερα, η Ελλάδα παράγει περίπου 300.000 τόνους ελαιόλαδο κάθε χρόνο ενώ το 80% της παραγωγής είναι έξτρα παρθένο. Από αυτούς περίπου το 10% ή 30.000 τόνοι εξάγονται και πωλούνται σε ξένες αγορές ως ελληνικό επώνυμο τυποποιημένο ελαιόλαδο. Ενώ ταυτόχρονα διακρίνονται διεθνώς συλλέγοντας βραβεία σε διαγωνισμούς και παράλληλα διατίθενται στα ράφια των καλύτερων σούπερ μάρκετ αλλά και των ακριβότερων εστιατορίων. Εντούτοις, το ελληνικό ελαιόλαδο έχει ακόμα πολύ δρόμο να διανύσει έως ότου εξασφαλίσει τη θέση που δικαιωματικά του αναλογεί στην παγκόσμια αγορά. Διότι, απαραίτητο στοιχείο προκειμένου να ανταγωνιστεί άλλες ελαιοπαραγωγικές χώρες, όπως λόγω χάρη η Ισπανία και η Ιταλία, είναι η εξασφάλιση ενός ποιοτικού και διεθνώς αναγνωρισμένου brand name. Καθώς, δεν αρκεί το ελληνικό ελαιόλαδο να διαθέτει ποιότητα, πρέπει αυτή να μπορεί να επικοινωνηθεί σωστά διεθνώς. Απαραίτητο χαρακτηριστικό του μείγματος marketing, το οποίο θα αναδείξει τα χαρακτηριστικά και τη μοναδικότητα του ελληνικού ελαιολάδου είναι η έξωθεν καλή μαρτυρία. Η επιβεβαίωση από έμπιστες τρίτες οντότητες διεθνούς βελνεκούς της αξίας και της ποιότητας του ελαιολάδου είναι απαραίτητη αναφορικά με όλα τα στάδια της παραγωγής αλλά και της διάθεσής του στις αγορές. Ξεκινώντας από το χωράφι, την καλλιέργεια και τη συλλογή του ελαιόκαρπου, υπάρχουν συγκεκριμένοι κανόνες και διαδικασίες που πρέπει να τηρούνται εφόσον το προϊόν απευθύνεται σε απαιτητικούς καταναλωτές διεθνώς. Κανόνες, η τήρηση των οποίων οφείλει να επιβεβαιώνεται από φορείς πιστοποίησης που πραγματοποιούν σταθερούς και ουσιαστικούς επιτόπιους ελέγχους σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Εν συνεχεία, αντίστοιχα αυστηρό είναι το πλαίσιο που αφορά την ελαιοποίηση και την τυποποίηση του τελικού προϊόντος. Και εδώ το ελληνικό ελαιόλαδο τα τελευταία χρόνια έχει κάνει κυριολεκτικά άλματα καθώς οι επιχειρήσεις του κλάδου ενσωματώνουν τεχνολογίες τελευταίας γενιάς και μια σειρά από καινοτομίες. Όμως, προκειμένου οι εξελίξεις αυτές να επικοινωνηθούν όπου και όπως πρέπει, είναι απαραίτητη η ύπαρξη των κατάλληλων πιστοποιητικών. Άρα και κατ' επέκταση η πραγματοποίηση των



*Χαρακτηριστικό του μείγματος marketing που θα αναδείξει τη μοναδικότητα του εγχώριου ελαιολάδου είναι η έξωθεν καλή μαρτυρία*

σχετικών ελέγχων από αξιόπιστους φορείς πιστοποίησης, οι οποίοι εν τέλει θα διαβεβαιώσουν την τήρηση των προβλεπόμενων διαδικασιών σε κάθε στάδιο της παραγωγής και τυποποίησης του ελαιολάδου. Ο ρόλος και σημασία των φορέων πιστοποίησης όμως δεν περιορίζεται εδώ. Εξίσου σημαντική είναι η συνδρομή τους στο υπόλοιπο κομμάτι του ταξιδιού, έως ότου δηλαδή το ελαιόλαδο φτάσει στα ράφια των σούπερ μάρκετ ή στα τραπέζια των εστιατορίων. Γιατί δεν αρκεί το προϊόν να έχει παραχθεί και τυποποιηθεί σωστά. Πρέπει επιπροσθέτως να ληφθούν όλες οι απαραίτητες προφυλάξεις αλλά και η αναγκαία μέριμνα, ούτως ώστε κατά τη διαδικασία της μεταφοράς, αποθήκευσης και εν τέλει πώλησής του, το ελαιόλαδο να μην αλλοιωθεί και να διατηρήσει τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά, τη θρεπτική του αξία και τη γεύση του.

Προκειμένου ο τελικός καταναλωτής, είτε αγοράζει το ελληνικό ελαιόλαδο

από κάποιο σούπερ μάρκετ ή ντελικατέσεν είτε το γεύεται σε κάποιο εστιατόριο, να γνωρίζει πώς είναι ασφαλής και σίγουρος για το προϊόν που καταναλώνει. Σε κάθε περίπτωση, το μεγάλο στοίχημα για το ελληνικό ελαιόλαδο σήμερα δεν είναι μόνο ο εκσυγχρονισμός της παραγωγής, η τήρηση των όσων προβλέπει η κείμενη νομοθεσία και η παρακολούθηση των διεθνών τάσεων και εξελίξεων ως προς την παραγωγή και τυποποίηση του. Έχοντας τα παραπάνω ως δεδομένα, εξίσου σημαντική είναι η εξασφάλιση των κατάλληλων εργαλείων για τη διεθνή προώθηση. Και εδώ επίσης οι φορείς πιστοποίησης μπορούν να παίξουν κομβικό ρόλο, ως εργαλείο προώθησης στην αλυσίδα αξίας. Να δώσουν δηλαδή την έξωθεν καλή μαρτυρία που απαιτείται, προκειμένου η αξία του ελληνικού ελαιολάδου και η ποιότητα του να επικοινωνηθούν με τέτοιο τρόπο ώστε να αναδειχθεί ως πρώτης τάξεως πρεσβευτής της πατρίδας μας σε παγκόσμιο επίπεδο.

## Υστερεί στην επικοινωνία

Το ελληνικό ελαιόλαδο δεν έχει τίποτα να ζηλέψει από άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα όπως αυτά της Ιταλίας και της Ισπανίας. Εκεί που η χώρα μας υστερεί διαχρονικά είναι στον τρόπο με τον οποίο αυτό επικοινωνείται. Και για να καλύψουμε το χαμένο έδαφος θα πρέπει να αναδείξουμε με το βέλτιστο δυνατό τρόπο τη μοναδικότητά. Μοναδικότητα που όμως δεν αποδεικνύεται μόνο με λόγια και καλές προθέσεις, αλλά πιστοποιείται μέσα από διεθνώς αναγνωρισμένα συστήματα. Και εδώ είναι χρέος και υποχρέωση μας ταυτόχρονα, ως φορείς πιστοποίησης να αναλάβουμε τις σχετικές πρωτοβουλίες και να συνεργαστούμε με όλους τους εμπλεκόμενους, ούτως ώστε το ελληνικό ελαιόλαδο να λάβει «και με τη βούλα» τη θέση που του ανήκει.

## ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ Τομέα Βιολογικών TÜV HELLAS (TÜV NORD)