

2 Οκτωβρίου 2017

Χρήστος Μάρκου Πρόεδρος ΚΕΟΣΟΕ: Η συνεργασία μεταξύ οινοποιητικών συνεταιρισμών να αυξάνει τα μερίδια αγοράς

Τη συνέντευξη που ακολουθεί παραχώρησε ο Πρόεδρος της ΚΕΟΣΟΕ κ. Χρήστος Μάρκου, στην εφημερίδα Ύπαιθρο Χώρα.

ΥΧ: Βλέπουμε ότι το μερίδιο στην αγορά οίνου που καλύπτεται από συνεταιριστικά οινοποιεία συρρικνώνεται. Γιατί συμβαίνει αυτό και πως θα μπορούσε να αναστραφεί;

ΧΜ: Η εικόνα που εμφανίζεται σχετικά με τα μερίδια οίνου στην αγορά ως τελικό προϊόν, δεν απεικονίζει πάντοτε την πραγματική διάσταση, αφού σε ενδιάμεσα στάδια, πολλοί οινοποιητικοί συνεταιρισμοί μεταπωλούν χύδην οίνους, οι οποίοι τυποποιούνται με διαφορετικά εμπορικά σήματα.

Παρ' όλα αυτά όμως υπάρχει μια προσωρινή υποχώρηση στα μερίδια αγοράς που αφορούν τους οινοποιητικούς συνεταιρισμούς, γεγονός που αποδίδεται σε συγκεκριμένους παράγοντες. Ενδεικτικά οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι:

- Η ανατροπή που επέφερε ο νόμος 4015/11 στις νομικές προσωπικότητες των αγροτικών συνεταιρισμών, όπου σαν αποτέλεσμα επέφερε την συρρίκνωση ορισμένων Ενώσεων Αγροτικών Συνεταιρισμών (Ε.Α.Σ.) οι οποίες μετετράπησαν σε Αγροτικούς Συνεταιρισμούς, μην συγκεντρώνοντας την προηγούμενη δυναμική τους. Για παράδειγμα στο παρελθόν υπήρχε Ε.Α.Σ. που κάλυπτε ένα ολόκληρο νομό και παραλάμβανε 18.000 tn σταφύλια, που μετετράπη σε Α.Σ. στον οποίο δεν συγχωνεύτηκαν όλα τα προηγούμενα μέλη της Ε.Α.Σ. και τώρα παραλαμβάνει 3.500 tn σταφύλια.

- Η σχετική αναστροφή της αντίληψης περί του «κοινωνικού ρόλου» του συνεταιρισμού στις περιοχές όπου ο οινοποιητικός συνεταιρισμός πλέον μπορεί να ελέγχει τις ποσότητες που παραλαμβάνει (και χρειάζεται) και ως προς τον όγκο και ως προς την ποιότητα

- Η επικράτηση κανόνων αθέμιτου ανταγωνισμού στην αγορά οίνου, χωρίς διαδικασίες ταυτοποίησης και ιχνηλασιμότητας, ο οποίος και λειτουργεί κατά των οινοποιητικών συνεταιρισμών που κατά βάση διακινούν οίνους με Π.Ο.Π. και με Π.Γ.Ε. στην περιοχή που

δραστηριοποιούνται, με αποτέλεσμα να συρρικνώνονται οι πωλήσεις τους.

- Τέλος η συρρίκνωση του ελληνικού αμπελώνα λόγω της εγκατάλειψης, σε επίπεδο παραγωγής οίνου επηρεάζει τον όγκο που πλέον διακινείται στην Ελλάδα. Τη δεκαετία του 2000 η παραγωγή οίνου ανερχόταν στα 3.600.000 hl, την δεκαετία που διανύουμε ο ελληνικός αμπελώνας παράγει μόνο 2.500.000 hl.

Όσον αφορά την αναστροφή αυτής της τάσης, είναι βέβαιο ότι σε περισσότερο υγιείς επιχειρηματικές βάσεις η επέκταση των μεριδίων των συνεταιρισμών στην αγορά οίνου θα επέλθει με βεβαιότητα, αφού η ιδέα του συνεταιρισμού αποτελεί τη μοναδική δικλίδας ασφαλείας ώστε ο αμπελουργός να νέμεται την υπεραξία του προϊόντος που παράγει. Έξω από το συνεταιρισμό κάθε αμπελουργός γίνεται εύκολα έρμαιο των αγρίων διαθέσεων της αγοράς. Παγκόσμια, αυτή η αδυναμία διαπραγμάτευσης του ενός έχει επιλυθεί με την δημιουργία συνεταιρισμών.

Άλλος δρόμος στην πράξη δεν υπάρχει ή τουλάχιστον δεν έχει δημιουργηθεί μέχρι τώρα.

Τέλος υπάρχουν παραδείγματα συνεργασιών μεταξύ οινοποιητικών συνεταιρισμών οι οποίοι αυξάνουν ραγδαία τα μερίδα τους στην αγορά. Η συνεργασία μεταξύ των οινοποιητικών συνεταιρισμών αποτελεί πάγια πολιτική της ΚΕΟΣΟΕ.

ΥΧ: Η ΚΕΟΣΟΕ και ο ΣΕΟ έχουν καταφέρει το ακατόρθωτο για τα ελληνικά δεδομένα, να συνεργάζονται σε ένα κοινό φορέα. Πως επιτυγχάνεται αυτό;

ΧΜ: Είναι γεγονός ότι τα τρία τελευταία χρόνια υπάρχει ομαλή συνεργασία στους κόλπους της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Αμπέλου και Οίνου (Ε.Δ.Ο.Α.Ο.), γεγονός που οφείλεται αφενός στην ωρίμαση συνθηκών και αντιλήψεων μετά από μια 15ετία προσαρμογών, αλλά και στην προσωπικότητα και την ταυτότητα θα έλεγα του εκάστοτε προέδρου της Εθνικής Διεπαγγελματικής .

Πράγματι η πορεία της ΕΔΟΑΟ για αρκετά χρόνια ήταν ασταθής.

Η αντίληψη όμως που καθιερώθηκε πριν τρία χρόνια ήταν ότι ο κάθε χώρος (συνεταιριστικός και ιδιωτικός) θα θέτει , θα επεξεργάζεται και θα προωθεί τα θέματα που θεωρεί αιχμή για το χώρο που εκπροσωπεί στο πλαίσιο της Διεπαγγελματικής Συνεργασίας. Η παραδοχή αυτή δημιούργησε γέφυρες διαλόγου και πρωτοβουλίες, ώστε να συζητηθούν χωρίς ταμπού, φλέγοντα θέματα, κυρίως του πρωτογενούς τομέα

ΥΧ: Ποιά είναι τα προβλήματα της αμπελοκαλλιέργειας στην Ελλάδα;

ΧΜ: Το βασικό πρόβλημα της αμπελοκαλλιέργειας στην Ελλάδα είναι και είμαι απόλυτος σε αυτό, η διαμόρφωση χαμηλού αμπελουργικού εισοδήματος ως αποτέλεσμα μιας discount (χαμηλών τιμών) αντίληψης, που διέπει μια εκτατική αμπελουργία.

Παρά το ότι η στρατηγική για το branding και το marketing του ελληνικού κρασιού τεκμηριώνει και προτείνει την στρατηγική της Διαφοροποίησης, στον πρωτογενή τομέα οι οινοποιητικές επιχειρήσεις εφαρμόζουν την στρατηγική κόστους, ως η Ελλάδα να παράγει κρασιά για μαζική και μόνο κατανάλωση. Αυτόματα έτσι παρά το ότι παράγουμε εξαιρετικής ποιότητας οίνους τους κατατάσσουμε στην κατηγορία των μαζικών προϊόντων.

Για να μπορέσει ένα προϊόν να δημιουργήσει υπεραξία, θα πρέπει ολόκληρος ο τομέας να υπακούει σε κοινούς κανόνες και θεσμικό πλαίσιο με αυστηρές επιπτώσεις όταν γίνεται το αντίθετο. Αυτό γίνεται στις οινικά προηγμένες χώρες που με συνέπεια και επαγγελματική συνείδηση υπερασπίζονται σε επίπεδο αγροτικού πληθυσμού, οινοποιείων και φορέων το προϊόν που παράγουν, εφαρμόζοντας αυστηρούς κανόνες ελέγχου.

Εάν συνεπώς εφαρμόσουμε το πλαίσιο των κανόνων που έχουμε συμφωνήσει ένα μεγάλο μέρος των προβλημάτων του χώρου της αμπελοκαλλιέργειας θα επιλυθεί, μηδέν εξαιρουμένου και του χαμηλού αμπελουργικού εισοδήματος και των τιμών σταφυλιού, που είναι απόρροια της αναρχίας στην ταυτοποίηση της ά ύλης και που μέχρι σήμερα έχει σαν συνέπεια τη συρρίκνωση της επιφάνειας του ελληνικού αμπελώνα. Αυτό πρέπει να το συνειδητοποιήσει και ο αμπελουργός, που πράττει εναντίον των συμφερόντων του. Είναι δυνατόν η παράνομη διακίνηση να «ανεβάσει τις τιμές»?

Αποτέλεσμα βέβαια του χαμηλού αμπελουργικού εισοδήματος και της αύξησης των συντελεστών κόστους καλλιέργειας, είναι η εγκατάλειψη των αμπελώνων. Να επισημάνω

ότι, οι εκτάσεις οιναμπέλων το 1990 ανέρχονταν σε 817.435 στρέμματα και το 2016 ανέρχονται σε 614.000 μεταβολή που καταδεικνύει μείωση του ελληνικού αμπελώνα κατά 25%. Η μείωση αυτή αποτελεί κατά την άποψή μου το μεγαλύτερο πρόβλημα του τομέα, αφού οι ανάγκες για σταφύλι αναπληρώνονται από παράνομες φυτεύσεις, είσοδο στον τομέα ποικιλιών που δεν επιτρέπεται να οινοποιηθούν και από εισαγωγές.

Βέβαια υπάρχουν και άλλα προβλήματα όπως τα Μητρώα, η βιωσιμότητα, η ταυτοποίηση ποικιλιών, η έρευνα κλπ.

ΥΧ: Το θέμα του μικρού κλήρου στην αμπελοκαλλιέργεια πως θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί;

ΧΜ: Το θέμα του μικρού κλήρου είναι το μείζον διαρθρωτικό πρόβλημα της αμπελοοικονομίας μας. Η Ελλάδα είναι 26^η χώρα στην ΕΕ (28) όσον αφορά τη μέση αμπελουργική επιφάνεια.

Μέσομακροπρόθεσμα τα διαρθρωτικά προβλήματα επιλύονται με την πρόνοια δημιουργίας θεσμικού πλαισίου που αφορά το κληρονομικό δίκαιο, τη διαδοχή, το δικαίωμα της προαγοράς, τους αναδασμούς κ.ο.κ. Η διάσταση αυτή προϋποθέτει πολιτική βούληση, (ενάντια στις παραδοσιακές αντιλήψεις) που δεν κατακερματίζει, αλλά συνενώνει τον κλήρο.

Βραχυπρόθεσμα, με μακροχρόνια προοπτική όμως το θέμα του μικρού κλήρου αντιμετωπίζεται με τη δημιουργία συνεταιρισμών, Ομάδων και Οργανώσεων Παραγωγών, σχήματα που διαθέτουν κοινά μέσα, ώστε να δημιουργούνται οικονομίες κλίμακος και χαμηλότερα κόστη.

Ένα άλλο εργαλείο που σήμερα είναι διαθέσιμο είναι οι Άδειες Φύτευσης νέων αμπελώνων, θεσμό για τον οποίο η ΚΕΟΣΟΕ έχει καταθέσει συγκριμένες προτάσεις στην κατεύθυνση αύξησης της μέσης επιφάνειας.

ΥΧ: Ποιες θα πρέπει να είναι οι βασικές πρωτοβουλίες από την πλευρά του κράτους

για να στηριχθεί η οινοπαραγωγή;

ΧΜ: Πρώτ' από όλα το κράτος πρέπει να εγγυηθεί για την ευνομία, την εφαρμογή δηλαδή των κοινών κανόνων από όλους και όχι μόνο από το 20% του κλάδου, γεγονός που όπως ανέφερα πλήττει οικονομικά κυρίως τους οινοποιητικούς συνεταιρισμούς.

Η επιβολή του Ε.Φ.Κ. στο κρασί και η εφαρμογή του ασφαλιστικού και του φορολογικού των αγροτών έχει διογκώσει το φαινόμενο της παραοικονομίας. *Οι συνεταιρισμοί δεν διαθέτουν καμία ευελιξία για να αντιμετωπίσουν την παραοικονομία*, με συνέπεια τη συρρίκνωση τους και πολλές φορές τον αφανισμό τους.

Το κράτος κατά κύριο λόγο οφείλει να βρίσκεται σε ανοικτή διαβούλευση με τους φορείς που δεκαετίες ζυμώνονται με την καθημερινότητα. Ήδη βρισκόμαστε σε διαβούλευση με το ΥΠ.Α.Α.Τ. για την σύνταξη μελέτης για το Στρατηγικό Σχεδιασμό της Ελληνικής Αμπελουργίας μετά την εκπόνηση αντίστοιχης μελέτης για το marketing και το branding του ελληνικού κρασιού. Θεωρώ ότι το ίδιο οφείλουν να πράξουν και τα υπόλοιπα γεωργικά προϊόντα προκειμένου να εντοπίσουν τις αδυναμίες τους και να τις διορθώσουν και προκειμένου να επενδύσουν στα δυνατά τους σημεία.

Αυτό ζητάμε από το κράτος, να επιτελεί τον ελεγκτικό του ρόλο και να προωθεί τη συνεργασία με τους φορείς, γιατί γνωρίζουμε τα προβλήματα και τη λύση τους.

ΥΧ: Χρειάζονται εκπαιδευτικά προγράμματα στην αμπελοκαλλιέργεια;

ΧΜ: Όπως προανέφερα ήδη έχουμε καταθέσει στο ΥΠ.Α.Α.Τ ένα πόνημα για τους άξονες του Στρατηγικού Σχεδιασμού της Ελληνικής Αμπελουργίας. Στην κατεύθυνση της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του τομέα, η εκπαίδευση διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο. Δεν επαρκεί σήμερα η εμπειρική διάσταση για μια καλλιέργεια, όταν έχουμε την πρόκληση των καλλιεργειών ακριβείας, όπου πολλοί αστάθμητοι παράγοντες προλαμβάνονται και περιορίζονται.

Η εκπαίδευση και μάλιστα η συνεχής, αποτελεί το μόνο εργαλείο προσαρμογής σε μία

ταχύτητα μεταβαλλόμενη πραγματικότητα.

ΥΧ: Πως θα μπορούσε να χτυπηθεί το φαινόμενο της διακίνησης οινοστάφυλων αλλά και οίνου χωρίς παραστατικά;

ΧΜ: Πρόκειται για ένα θέμα που μας απασχολεί σχεδόν από συστάσεως της ΚΕΟΣΟΕ, αφού το κρασί διέπεται διαχρονικά από υποχρεωτικούς κανόνες ιχνηλασιμότητας.

Τα προηγούμενα χρονικά διαστήματα η ΚΕΟΣΟΕ κατέθεσε υπομνήματα στους αρμόδιους υπουργούς για τα κακώς κείμενα σε κάθε φάση ανάπτυξης του προϊόντος (πρωτογενή τομέα, μεταποίηση, αγορά)

Από τις προτάσεις της ΚΕΟΣΟΕ προέκυψαν οι ηλεκτρονικές δηλώσεις Συγκομιδής και Παραγωγής, η αναγραφή συγκεκριμένων στοιχείων σαν παραστατικά διακίνησης και άλλες πολλές διατάξεις.

Δεν αρκεί όμως τόσο η παραγωγή θεσμικού πλαισίου, όσο η αυστηρή εφαρμογή του.

Έχουμε ένα τεράστιο θεσμικό οπλοστάσιο που όμως δεν παρακολουθείται η εφαρμογή του, ίσως και από έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού, έχει όμως σαν συνέπεια την ατιμωρησία και την δημιουργία του υδροκέφαλου τέρατος, της παραοικονομίας.

Πάντοτε υπήρχε παραοικονομία στον τομέα, αλλά τώρα με την εφαρμογή του Ε.Φ.Κ. στο κρασί έχει γιγαντωθεί με αποτέλεσμα τεράστιες στρεβλώσεις στον τομέα και τον κίνδυνο πτώχευσης υγιών κατά το παρελθόν και νόμιμων επιχειρήσεων, κυρίως συνεταιρισμών.

Σε κάθε πεδίο της ανάπτυξης του προϊόντος (πρωτογενή τομέα, μεταποίηση, αγορά) το φαινόμενο της παραοικονομίας μπορεί να μειωθεί δραματικά με επιτόπιους αιφνιδιαστικούς ελέγχους «κλειστής αποθήκης», ελέγχους με βάση το αμπελουργικό μητρώο, κλπ.

Η ΚΕΟΣΟΕ έχει καταθέσει υπόμνημα στα υπουργεία Οικονομικών και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, όπου τεκμηριώνει την αστοχία του μέτρου επιβολής Ε.Φ.Κ. στο κρασί, την έξαρση της παραοικονομίας και την αντιμετώπιση της με προτάσεις.

Θα αναφέρω ένα παράδειγμα το οποίο τα στελέχη του υπουργείου οικονομικών αντιμετώπισαν με θετικό ενδιαφέρον.

Αν αποδεχθούμε ότι όλοι οι έλεγχοι του τομέα είναι κυρίως έλεγχοι ιχνηλασιμότητας, τότε πρέπει σε κάθε φάση ανάπτυξης του προϊόντος να παίρνουμε το νήμα από το τέλος προς την αρχή.

Η ΚΕΟΣΟΕ στη λογική αυτή πρότεινε την ένταξη ελέγχων στα τελικά σημεία κατανάλωσης μέσω της διακριτής εμφάνισης κατά την πώληση των αποσταγμάτων αμπελοοινικής προέλευσης και του οίνου σε συσκευασμένη ή μη μορφή, στις αποδείξεις λιανικής πώλησης προς τον καταναλωτή στα σημεία εστίασης.

Εφόσον συνεπώς υπάρχει στο «Ζ» των ταμειακών μηχανών διακεκριμένο (ξεχωριστό) σύνολο σε αξία για το κρασί και τα αποστάγματα αμπελοοινικής προέλευσης (που υπόκεινται σε Ε.Φ.Κ.) αμέσως υπάρχει η δυνατότητα εξακρίβωσης των ποσοτήτων που πωλήθηκαν και κατά συνέπεια προκύπτει δυνατότητα ελέγχου των ποσοτήτων που δηλώνονται ότι έχουν αγοραστεί με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζεται η υποτιμολόγηση . Αυτό λύνει το πρόβλημα των μαύρων αγορών κρασιού, Τσίπουρου και Τσικουδιάς στα σημεία εστίασης με μια προϋπόθεση: ότι ο τελικός καταναλωτής θα ζητήσει (και θα ελέγξει) την απόδειξη.

Κατά παρόμοιο τρόπο είχαμε ζητήσει από το υπουργείο Ανάπτυξης και έγινε αποδεκτό με την βοήθεια του υπουργείου Α.Α.Τ, να αναγράφεται στους τιμοκαταλόγους των σημείων εστίασης η προέλευση του χύμα οίνου (καράφα), καθώς και το σερβίρισμα να γίνεται παρουσία του πελάτη, εφόσον το ζητήσει ο τελευταίος.

Σε κανένα τιμοκατάλογο δεν είδαμε να εφαρμόζεται η συγκεκριμένη αγορανομική διάταξη. Δεν εφαρμόζεται με ευθύνη του κρατικού μηχανισμού τίποτε, με αποτέλεσμα να κυριαρχούν

στο χώρο ευκαιριακοί αετονύχηδες, που παρασύρουν και νομίμους που πλέον δεν μπορούν να αντέξουν το αθέμιτο ανταγωνισμό.

Στο τέλος θα έρθουν να μας πουν ότι και πάλι οι συνεταιρισμοί απέτυχαν. Είναι άκρως παράλογο στην Ελλάδα να γνωρίζεις τις κακές αιτίες επί χρόνια και να μην τις θεραπεύεις.

Ο ρόλος της ΚΕΟΣΟΕ είναι να εντοπίζει τις αιτίες και να προτείνει λύσεις, δυστυχώς δεν είναι αρμόδια να τις εφαρμόσει.