

**ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ**

**Πτυχιακή εργασία**

**ΤΙΤΛΟΣ :**

**Κίνημα Διάθεσης Προϊόντων χωρίς  
Μεσάζοντες < Κίνημα της Πατάτας >**

# Χωρίς μεσάζοντες

Ενισχύουμε τον κοινωνικό ιστό της πόλης μας

**ΜΑΡΙΛΕΝΑ ΤΑΒΛΑΔΑΚΗ**

**ΕΜΜΑΝΟΥΕΛΛΑ ΣΟΦΙΚΙΤΗ**

**ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2016**

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ**

<b>Περιεχόμενα</b>	<b>Σελίδα</b>
Ευχαριστίες	5
Συντομογραφίες / Λέξεις – κλειδιά	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ :	7-8
<b><u>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Γένεση - εξάπλωση κινήματος χωρίς μεσάζοντες</u></b>	
<b>1</b> Ιστορικά η πατάτα επί Καποδίστρια	9
<b>1.1</b> Γένεση κινήματος	10-11
<b>1.2</b> Πρώτη σπίθα και τροχοπέδη	12
<b>1.3</b> Σημασία του κινήματος	13
<b>1.4</b> Εξάπλωση του κινήματος χωρίς μεσάζοντες σε όλη την Ελλάδα	14
<b>1.5</b> Το κίνημα που έγινε γιορτή	15
<b><u>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> Συνεταιριστικό κίνημα –Νάξος κοιτίδα της πατάτας</u></b>	
<b>2.</b> Συνεταιρισμοί προηγούμενης γενιάς	17
<b>2.1</b> Βασικοί στόχοι και δράσεις του κινήματος χωρίς μεσάζοντες	18
<b>2.2</b> Πατατό-σπόροι απ τη Νάξο	19
<b>2.3</b> Δραστηριοποίηση συνεταιριστικό κίνημα η Νάξος	20
<b>2.4</b> Κοινωνική αλληλεγγύη χωρίς μεσάζοντες	22-24

### **Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Λειτουργία αγροτικής εφοδιαστικής αλυσίδας**

<b>3.</b>	Από τον παράγωγο στον καταναλωτή	25-30
<b>3.1.</b>	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από τη παρεμβολή Ενδιαμέσων	31-33
<b>3.2</b>	Ενώσεις- δράσεις πολιτών και η δραστηριοποίηση των Δήμων	35
<b>3.3.</b>	Επέκταση δράσης και σε άλλα προϊόντα	36
<b>3.4</b>	Διανομή –Διάθεση- Τυποποίηση αγροτικών προϊόντων	37-41
<b>3.4.1</b>	Σύστημα ηλεκτρονικής πώλησης αγροτικών προϊόντων με δικτυακή και φωνητική μορφή	42-44

### **Κεφάλαιο 4ο Πολιτική προσέγγιση-Απόψεις του τύπου-**

#### **Λύσεις δυσλειτουργιών**

<b>4.</b>	Πολιτική προσέγγιση	45
<b>4.1.</b>	Λύσεις/δυσλειτουργιών	46-50
<b>4.2</b>	Αναφορές στον ημερήσιο εθνικό ή τοπικό τύπο για την διάθεση των προϊόντων σε διάφορες περιοχές χωρίς μεσάζοντες	52-76
<b>5.</b>	<b>Συμπεράσματα</b>	77-78
<b>6.</b>	<b>Βιβλιογραφία</b>	81-82

## **Ευχαριστίες**

*Κατ' αρχήν θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειες μας, για την στήριξή τους αυτά τα χρόνια των σπουδών μας, αλλά και για όλα όσα έχουν κάνει για μας από την γέννηση μας έως σήμερα.*

*Ευχαριστούμε θερμά, ιδιαίτερα τον Καθηγητή μας κ. Παναγιώτη Νικολόπουλο για την ουσιαστική καθοδήγησή και βοήθεια του σε όλα τα ζητήματα που μας απασχόλησαν στην παρούσα εργασία.*

## **ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ :**

**Κ.Α.Π :** Κοινή αγροτική πολιτική αποτελεί την ενοποιημένη Αγροτική Πολιτική των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Περιγράφει ένα σύνολο νόμων σχετικών με την γεωργία και την διακίνηση αγροτικών προϊόντων και όλες τις εκβάσεις που προκύπτουν, όπως η σταθερότητα των τιμών, η ποιότητα των προϊόντων καθώς και την επιλογή τους.

**Ε.Ε:** Η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε., αγγλ.: Ε.Υ.) αποτελεί μια οικονομική και πολιτική ένωση είκοσι οκτώ ευρωπαϊκών κρατών.

**ΔΟΥ :** Δημόσια οικονομική υπηρεσία

**ΦΠΑ :** Φόρος προστιθέμενης αξίας

**ΕΛ.Γ.Α :** Ελληνικών Γεωργικών Ασφαλίσεων

**ΕΑΣ ΝΑΞΟΥ :** Ένωση Αγροτικού Συνεταιρισμού Νάξου

**ΕΑΣ ΚΟΖΑΝΗΣ.** Ένωση Αγροτικού Συνεταιρισμού Κοζάνης

**ΥΠ.ΑΓ.Α.Τ:** Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

**ΟΗΕ :** Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών .

## **ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΕΣ**

**Alvensleben:** Γερμανός γεωργός (1902–1982)

**BBC:** British Broadcasting Corporation

**NYT :** New York Times

**Logistics:** Αναπτυσσόμενος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα.

**Super market :** Αλυσίδα εμπορικών καταστημάτων.

**Marketing :** Προώθηση υλικών αγαθών

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ :

Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας μας, έγινε μια προσπάθεια ώστε να προβούμε στην ιστορική ανασκόπηση και εξέταση του κινήματος της πατάτας χωρίς μεσάζοντες.

Στο παρελθόν οι κοινωνίες στον οικονομικά ανεπτυγμένο κόσμο απαιτούσαν επαρκείς ποσότητες γεωργικών προϊόντων, συνήθως χωρίς ιδιαίτερη συσκευασία, επεξεργασία και τυποποίηση, διεκδικώντας κυρίως προσιτές τιμές. Όμως κατά την πρόσφατη περίοδο, στο διάστημα των τελευταίων δεκαετιών του 21ου αιώνα, η αντίληψη και οι προσδοκίες των καταναλωτών για τα τρόφιμα άλλαξαν ριζικά. Οι καταναλωτές έχουν νέες αυξημένες απαιτήσεις από το αγρό-διατροφικό σύστημα. Απαιτούν προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, ασφαλή για τη υγεία του ανθρώπου που προέρχονται από την εφαρμογή γεωργικών πρακτικών που επιβαρύνουν λιγότερο το περιβάλλον

Ο αγροτικός τομέας βρίσκεται σήμερα αντιμέτωπος με κρίσιμα ζητήματα που συνδέονται με την ασφάλεια των τροφίμων και με την επάρκειά τους, μια και θεωρείται δεδομένη η αύξηση της ζήτησής τους στο άμεσο μέλλον. Η διαδικασία της διακίνησης λοιπόν, των αγροτικών προϊόντων από το αγρόκτημα στο τραπέζι μας έχει μετατραπεί σε μια πολυσύνθετη διαδικασία . Επίσης σημαντικές αλλαγές παρατηρούνται τόσο στην παραγωγή και τη διανομή όσο και στην κατανάλωση.

Στην Ελλάδα ειδικότερα, πριν την έναρξη της ύφεσης, ο αγροτικός τομέας κατέγραφε μεγάλη κάμψη, με σημαντική μείωση στο αγροτικό εισόδημα - ιδιαίτερα έντονη κατά το 2008 (κατά 11% περίπου), απώλεια στην αξία της φυτικής, κυρίως, παραγωγής και πτώση της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας σε βασικές τιμές. Παρά τις δυσμενείς αυτές εξελίξεις, η θέση του αγροτικού τομέα στην ελληνική οικονομία εξακολουθεί να παραμένει σημαντική, κρινόμενη από τη σημαντική συμβολή του στην απασχόληση, η οποία μάλιστα παρουσίασε άνοδο κατά τη διάρκεια της τριετίας 2008-2010, όσο και από τη συμμετοχή του στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, που αποκτά βαρύνουσα σημασία σε ορισμένες περιφέρειες της χώρας. Πολλοί Έλληνες σταδιακά συμβιβάζονται με την κατάρρευση του αποτυχημένου κοινωνικού και πολιτικού συστήματος. Παίρνουν την κατάσταση στα χέρια τους και αντιμετωπίζουν κρίσιμα ζητήματα μέσα από τον ακτιβισμό και την τοπική συλλογική δράση. Υπάρχουν σημάδια ενός μετασχηματισμού του τρόπου ζωής, ενσωματώνοντας τις αξίες και τα κοινωνικά πρότυπα του παρελθόντος. Μια εγκράτεια και αυτάρκεια παλιάς εποχής που είναι όμως συνυφασμένη με πιο σύγχρονες ιδέες όπως η βιώσιμη διαβίωση και η ηθική κατανάλωση.

Η ποικιλομορφία και η εξάπλωση μικρών κολεκτίβων σε όλη την Ελλάδα, μας δείχνει τη δύναμη της συλλογικότητας και τις δυνατότητες για ένα μεταβατικό

μοντέλο σε μια νέα, μικρότερης κλίμακας οικονομία, ενώ η αυθόρμητη ανάδυση οριζόντιων, τοπικών δομών αντικατοπτρίζει την επιθυμία για αληθινή δημοκρατία.

Ο αγροτικός τομέας αποτελεί βασικό τροφοδότη σειράς προϊόντων και υπηρεσιών, ιδιαίτερης σημασίας για τη βιομηχανία τροφίμων και ποτών, η οποία αποτελεί σταθερά τον κινητήριο μοχλό της μεταποίησης, αλλά και από τη συνεισφορά των αγροτικών προϊόντων στο εξωτερικό εμπορικό ισοζύγιο της χώρας, που παρουσιάζει σταθερότητα και δυναμισμό ακόμα και στην περίοδο της ύφεσης στην οικονομία

Επίσης, η οικονομική και κοινωνική σημασία του πρωτογενούς τομέα της οικονομίας -όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες- σε συνδυασμό με το φαινόμενο της διεθνοποίησης των αγορών αγροτικών προϊόντων έχουν οδηγήσει σε μια ολοκληρωμένη πλέον προσέγγιση της Κ.Α.Π σε όλες τις χώρες της Ε.Ε.

Έχοντας φτάσει στο τέλος του 20ου αιώνα, οι βιομηχανίες τροφίμων κατάφεραν να συνθέτουν τρόφιμα στα εργαστήρια τους δίχως να απαιτείται καν γεωργική δραστηριότητα. Άμεσο αποτέλεσμα ήταν η ανικανότητα των αγροτών να πουλήσουν τα προϊόντα τους και η αναγκαστική διάθεση τους σε εξευτελιστικές τιμές στις βιομηχανίες με συνέπεια τη μείωση των εισοδημάτων τους. Η πράξη αυτή πίεσε ακόμη περισσότερο τα εισοδήματα των αγροτών, που σε συνδυασμό με την αύξηση του μαζικού κόστους παράγωγης αλλά και με τη κατάργηση των επιδοτήσεων από την Κ.Α.Π. οι αγρότες έφτασαν σε αδιέξοδο.

Τέλος, στα περασμένα χρόνια δε σημειώθηκε μόνο αλλαγή στην οικονομική κατάσταση των παραγωγών αλλά και απώλεια της αξιοπιστίας στο συμβατικό σύστημα διανομής. Παρά το γεγονός ότι, οι εθνικοί οργανισμοί εγγυήθηκαν για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων, είχαμε ξεσπάσματα αρκετών ασθενειών οι οποίες διάβρωσαν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών με τον τομέα της βιομηχανίας τροφίμων. Όπως αναφέρει ο Alvensleben, τα σκάνδαλα στην βιομηχανία αγροτροφίμων προκάλεσαν αβεβαιότητα για την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων για πολλούς καταναλωτές. Έτσι, αυξήθηκε η καχυποψία και η επιφυλακτικότητα καταναλωτών στο σημείο αγοράς αγροτικών προϊόντων. Τα νέα λοιπόν δεδομένα η παγκοσμιοποίηση, η ισχυροποίηση του λιανεμπορίου, οι νέες πρακτικές της Κ.Α.Π., η απώλεια της αξιοπιστίας του συμβατικού συστήματος διανομής και της αμεσότητας της σχέσης παραγωγού-καταναλωτή, οδηγούν τους παράγωγους στην αναζήτηση νέων μεθόδων και πρακτικών με σκοπό την αύξηση των εισοδημάτων τους.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> Γένεση και εξάπλωση κινήματος Χωρίς Μεσάζοντες.

### **1. Ιστορική η πατάτα επί Καποδίστρια**

Στην Ελλάδα, ο πρώτος που επεδίωξε την εισαγωγή της πατάτας ήταν ο κυβερνήτης Ιωάννης Καποδίστριας. Ο ίδιος την είχε δοκιμάσει κατά τη διάρκεια των ταξιδιών του στην Ευρώπη κι έκρινε ότι θα ήταν μια θρεπτική βασική τροφή για ένα φτωχό λαό.

Όταν εγκαταστάθηκε στο Ναύπλιο, προσπάθησε να δώσει πατάτες στους χωρικούς, που -φιλύποπτοι και συντηρητικοί όπως ήταν- τις πέταξαν. Ο Καποδίστριας, όμως, ήξερε πολύ καλά τους συμπατριώτες του και -μιμούμενος το Φρειδερίκο το Μέγα της Πρωσίας και τον Παρμαντιέ της Γαλλίας, που είχαν μεταχειριστεί παρόμοια κόλπα- περιέφραξε το μέρος όπου ήταν αποθηκευμένες οι πατάτες κι έβαλε σκοπούς να τις φυλάνε μέρα νύχτα. Μέσα σε μια εβδομάδα δεν είχε μείνει ούτε μια πατάτα. Ίσως αυτό να ήταν και το κίνητρο για την διακίνηση της πατάτας μέσα στον 21<sup>ο</sup> αιώνα. Εν τέλει η ιστορία της πατάτας χρονολογείται και υπολογίζεται για τουλάχιστον 5.000 χρόνια. Θα μπορούσε να ήταν και αυτό το κίνητρο για την δημιουργία του κινήματος σε μια εποχή όπως του 2012.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 14.)

Απ το κείμενο προκύπτει η πετυχημένη επιδίωξη του Ιωάννη Καποδίστρια να γίνει ευρέως γνωστή η πατάτα σε όλο το πανελλήνιο και αυτό ίσως στάθηκε ως αφορμή να δημιουργηθεί το κίνημα της διακίνησης και εξάπλωσης της.

## 1.1 Γένεση Κινήματος χωρίς Μεσάζοντες

Το Κίνημα της Πατάτας είναι ένα κίνημα αυτοοργάνωσης των παραγωγών αγροτικών προϊόντων με τους καταναλωτές που αναπτύχθηκε στην Ελλάδα το 2012, προκειμένου να φτάνουν τα αγροτικά προϊόντα απ' ευθείας στους καταναλωτές, χωρίς τη μεσολάβηση εμπόρων, με στόχο την προσπάθεια ελέγχου της ενδιάμεσης κερδοσκοπίας και την ελάττωση της ακρίβειας. Μία από τις πιο ενδιαφέρουσες αντιδράσεις της κοινωνίας των πολιτών στις νέες συνθήκες που δημιούργησε η οικονομική κρίση και όλες οι προαναφερθείσες μεταβολές στη χώρα μας είναι αναμφισβήτητο το Κίνημα Της Πατάτας. Το Κίνημα Της Πατάτας, πέραν της κοινωνικής προσφοράς του, ανέδειξε το ζήτημα της απόκλισης μεταξύ της τιμής παραγωγού και της τιμής καταναλωτή, καθώς οι παραγωγοί εισπράττουν πολύ χαμηλές τιμές για ένα προϊόν που διατίθεται στη συνέχεια στους καταναλωτές σε πολύ υψηλότερες. Το κίνημα ουσιαστικά συνέδεσε το στόχο με την παράκαμψη των "μεσαζόντων".

Σε μια χώρα όπου όλοι συμφωνούν πως πρέπει να ενισχυθεί ο πρωτογενής τομέας παραγωγής, η κυβέρνηση απαγορεύει τη μαζική λιανική πώληση προϊόντων από τους ίδιους τους παραγωγούς σε μεγάλες πόλεις, δείχνοντάς τους το μονόδρομο προς τους χονδρεμπόρους και τις μεγάλες εμπορικές αλυσίδες. Όμως, ο τρόπος που διενεργείται το χονδρεμπόριο στη χώρα μας (τιμές παραγωγού, τρόπος πληρωμής, χρόνος πιθανής πληρωμής) καθιστά απολύτως μη βιώσιμη μια μέση αγροτική εκμετάλλευση.

Αντί να ενισχυθούν ο θεσμός των λαϊκών αγορών με σπάσιμο των κυκλωμάτων των μεσαζόντων, η προμήθεια ποιοτικής τροφής σε συμφέρουσα τιμή για καταναλωτές και παραγωγούς μέσα από τα κινήματα «Χωρίς Μεσάζοντες» και τη συμβολαιακή γεωργία δίνοντας τη δυνατότητα, ιδιαίτερα στους φτωχοποιημένους της πόλης, να αγοράζουν φθηνότερα και στους παραγωγούς να εξασφαλίζουν καλύτερες τιμές για τα προϊόντα τους, με το νόμο αυτό επιβάλλεται ένα ασφυκτικό πλαίσιο κριτηρίων για απόκτηση άδειας που πετάει έξω από το επάγγελμα χιλιάδες μεροκαματιάρηδες μικρόγεωργούς και απομονώνει τον παραγωγό από τον καταναλωτή.

Αποτέλεσμα αυτής της πολιτικής θα είναι η εγκατάλειψη της αγροτικής γης από το μεγαλύτερο ποσοστό των παραγωγών της χώρας, αφού ο μικρός κλήρος που χαρακτηρίζει το συντριπτικό ποσοστό των αγροτικών εκμεταλλεύσεων τις καθιστά μη βιώσιμες.

Ο νέος νόμος, σε συνδυασμό με την ελεύθερη καλλιέργεια μεταλλαγμένων προϊόντων, οδηγεί με μαθηματική ακρίβεια στην εγκατάλειψη της αγροτικής γης από το μεγαλύτερο ποσοστό των παραγωγών της χώρας.

Οι δράσεις του Κινήματος ανακούφισαν πολλές οικογένειες, βάζοντας στο καθημερινό τους τραπέζι προϊόντα που αν και θεωρούνται απαραίτητα για μια ισορροπημένη διατροφή οι τιμές τους παραμένουν στα ύψη, τη στιγμή που μισθοί και συντάξεις έχουν πάρει από καιρό την κατηφόρα. Πολλοί ήταν εκείνοι που είδαν την πρωτοβουλία αυτή με καχυποψία, άλλοι προσπάθησαν ακόμη και να την διαφθείρουν, ενώ δεν ήταν λίγες και οι περιπτώσεις που οι διανομές προϊόντων έγιναν πρόχειρα και αποσπασματικά.

Το μεγαλύτερο ζητούμενο όμως - το οποίο στην αρχή φάνηκε ότι θα μπορούσε να επιτευχθεί κάτω από την «πίεση» του Κινήματος -, η πτώση των τιμών στην πραγματική οικονομία, παραμένει δυστυχώς ακόμα ζητούμενο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι πατάτες, οι οποίες πωλούνται αυτή την περίοδο στις λαϊκές αγορές σε τιμές ρεκόρ, από 0,80 - 0,90 ευρώ και πάνω, ενώ ως πέρυσι στις αγορές του Κινήματος «Χωρίς Μεσάζοντες» πωλούνταν στη μισή τιμή. Ακριβώς το θέμα αυτό, η ανοδική πορεία της τιμής της πατάτας, του προϊόντος με το οποίο έκανε θεαματικά το ντεμπούτο του το Κίνημα, εγείρει σήμερα νέους προβληματισμούς.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 7)

Από το κείμενο προκύπτει η δημιουργία του κινήματος της πατάτας χωρίς μεσάζοντες με στόχο την καταπολέμηση της ακρίβειας, που παρατηρείται κατά την διακίνηση της από του εμπόρου, σε αντίθεση με την χαμηλή τιμή διάθεσης από τους παραγωγούς. Στην ουσία η ίδια η κυβέρνηση ωθεί αναγκαστικά τους παραγωγούς προς την χονδρική πώληση της πατάτας, καθιστώντας μη βιώσιμη μια τέτοια κατάσταση για τους αγρότες. Ως αποτέλεσμα, θα πάψει να υφίσταται η μελλοντική καλλιέργεια γης. Ωστόσο, ακόμη δεν έχει επέλθει λύση επί του θέματος για την μείωση της ακρίβειας.

## 1.2. Ηπρώτη σπίθα και η τροχοπέδη.

Τον Φεβρουάριο του 2012, τα μέλη της Ομάδα Εθελοντικής Δράσης Νομού Πιερίας, με έδρα την Κατερίνη, ξεκίνησαν το «κίνημα της πατάτας», όπως ονομάστηκε από τα μέσα ενημέρωσης. Ξεκίνησε όταν τα μέλη της ομάδας οι οποίοι ταξίδευαν στη Θεσσαλονίκη, έπεσαν επάνω σε αγρότες που έδιναν δωρεάν τις πατάτες τους. Οι αγρότες διαμαρτύρονταν για την καταστροφική και εξευτελιστική τιμή αγοράς που τους προσέφεραν οι μεσάζοντες.

Το μέλος της Εθελοντικής Ομάδας Δράσης, Ηλίας Τσολακίδης είχε αναφερθεί στα παρακάτω: «Για να εκφράσουμε την αλληλεγγύη μας στους αγρότες, αποφασίσαμε να τους καλέσουμε να πουλήσουν τα προϊόντα τους απευθείας στους καταναλωτές στην πατρίδα μας, την Κατερίνη. Σε λιγότερο από μία ημέρα, 24 τόνοι πατάτες είχαν παραγγελθεί μέσω της ιστοσελίδας μας. Τους ρωτήσαμε ποια θα ήταν μια δίκαιη τιμή και συμφωνήσαμε σε 0,25 σεντ το κιλό. Το ένα τρίτο της τιμής που δίνουν τα σούπερ μάρκετ. Οι αγρότες με μια ποικιλία γεωργικών προϊόντων συναλλάσσονται απευθείας με 6.500 οικογένειες στην Κατερίνη».

Η ιδέα γεννήθηκε, όταν τον χειμώνα του 2011 οι παραγωγοί πατάτας του Νευροκοπίου έμειναν με τεράστιες ποσότητες απούλητης πατάτας στις αποθήκες τους. Τότε, αποφάσισαν να διανείμουν μια ποσότητα δωρεάν, στην Πλατεία Αριστοτέλους, στη Θεσσαλονίκη.

Η Εθελοντική Ομάδα Δράσης Πιερίας ήρθε σε επαφή με τους παραγωγούς και τους πρότεινε να πουλήσουν μαζικά στα μέλη της ομάδας, σε μια τιμή που οι ίδιοι θα έκριναν συμφέρουσα. Έτσι, αντί για τα 12 λεπτά, που τους προσέφεραν οι έμποροι, οι παραγωγοί πούλησαν με 25 λεπτά το κιλό και άδειασαν το στοκ από τις αποθήκες τους, ενώ και οι καταναλωτές αγόρασαν πολύ φθηνότερα. Αυτή η απλή στη σύλληψή της ιδέα αφύπνισε τον κόσμο και, κάπως έτσι, στήθηκαν αγορές χωρίς μεσάζοντες σε κάθε γωνιά της Ελλάδας.

Σε αρκετές περιπτώσεις, αυτές οι αγορές εξελίχθηκαν σε παράνομες λαϊκές αγορές, ενώ εκείνοι που διοργάνωναν την αγοραπωλησία χωρίς μεσάζοντες γίνονταν πλέον οι ίδιοι μεσάζοντες. Επιπλέον, την επόμενη χρονιά οι παραγωγοί προτίμησαν να πουλήσουν στους εμπόρους, αντί να πουλήσουν απευθείας στις αγορές χωρίς μεσάζοντες, με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να βρίσκουν την πατάτα στο σούπερ μάρκετ προς 1 ευρώ το κιλό. (βλ. βιβλιογραφία νούμερο 7).

Συνοψίζοντας, το έναυσμα για την διακίνηση της πατάτας χωρίς μεσάζοντες δόθηκε από την Θεσσαλονίκη, όταν έμειναν απούλητες μεγάλες ποσότητες πατάτας και διατέθηκαν απευθείας στους καταναλωτές χωρίς την παρέμβαση των μεσαζόντων. Έπειτα υποκινήθηκε στην περιοχή της Κατερίνης από τα μέλη της Ομάδας Εθελοντικής Δράσης, καθώς εξαπλώθηκε και σε άλλες γωνιές της Ελλάδας, φέρνοντας τα επιθυμητά αποτελέσματα. Δεν έλειψαν βέβαια και αρκετές περιπτώσεις εκμετάλλευσης, όσον αφορά την αγοραπωλησία, ενόψει αυτού του κινήματος.

### 1.3 Η σημασία του Κινήματος

Το κίνητρο που δημιούργησε το *Κίνημα της Πατάτας* ήταν η ανάγκη για αλληλοϋποστήριξη των παραγωγών και των καταναλωτών, λόγω της οικονομικής δυσφορίας και των προβλημάτων που προέκυπτε από την εκμετάλλευση και των δύο από τους μεσάζοντες. Ξεκινώντας έτσι μια μικρή που κατέληξε μεγάλη επανάσταση. Μέσω της οργάνωσης της απ' ευθείας συναλλαγής μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών και τις μαζικές παραγγελίες, επιτεύχθηκε αρκετά χαμηλή τιμή για τους καταναλωτές σε σχέση με αυτή που συναντούσε κανείς στην αγορά, συμφέρουσα τιμή για τους παραγωγούς σε σχέση με τις τιμές πώλησης στο χονδρεμπόριο και πλήρης απορρόφηση της προσφερόμενης παραγωγής.

Πέρα από την άμεση ανακούφιση από την ακρίβεια, έμμεσα εκδηλώθηκε και πίεση για την καταπολέμηση της εκμετάλλευσης, αφού στην αγορά υπήρχε πλέον εναλλακτική προσφορά σε αρκετά χαμηλότερο επίπεδο τιμής. Επισημάνθηκε πως μέσα από το κίνημα αυτό συνειδητοποιείται η δυνατότητα αυτοοργάνωσης και αυτοεξυπηρέτησης των πολιτών από την οποία προκύπτει η επίγνωση της δυνατότητας απεγκλωβισμού από τον έλεγχο των δυνάμεων του πλουτισμού

Το κίνημα γνώρισε προβολή και σε μεγάλα ειδησεογραφικά δίκτυα του εξωτερικού, όπως το BBC το οποίο αφιέρωσε εκτενές ρεπορτάζ για αυτό.

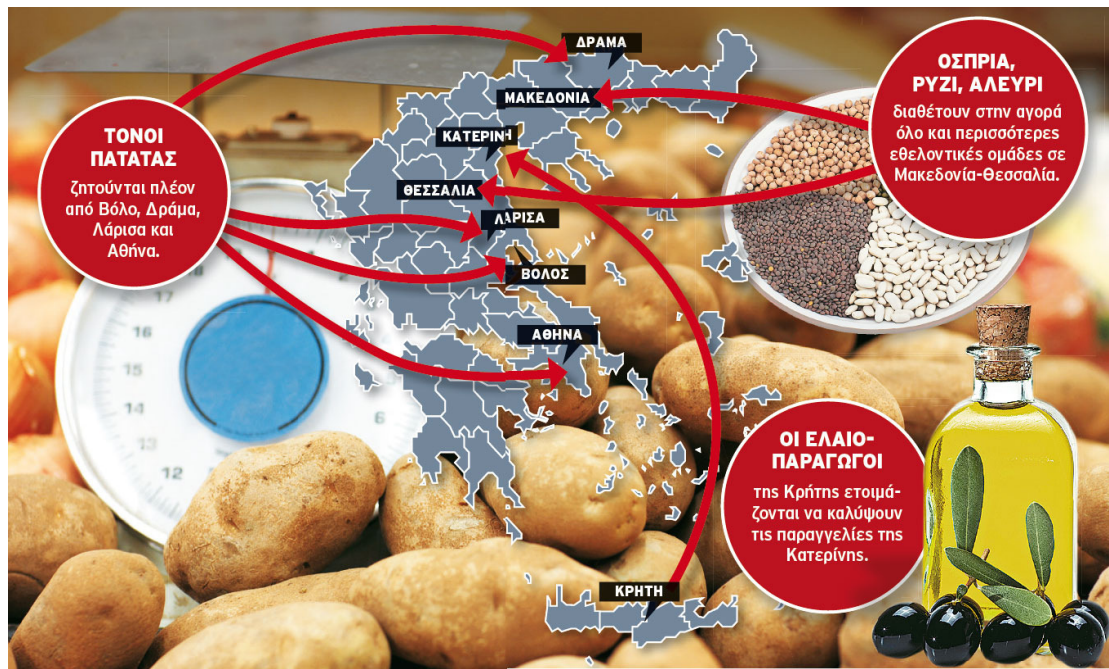
(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 2 και 7).

---

Από το κείμενο προκύπτει ότι αλληλοϋποστηριζόμενοι οι παραγωγοί με τους καταναλωτές κατάφεραν να καταπολεμήσουν την ακρίβεια που μεσολαβούσε ανάμεσά τους λόγω της παρεμβολής των μεσαζόντων. Το συγκεκριμένο κίνημα προβλήθηκε από τα κανάλια του εξωτερικού σαν μια μορφή επανάστασης

---

---



## 1.4 Εξάπλωση του κινήματος σε όλη την Ελλάδα.

Το χορό για το λεγόμενο πια κίνημα της πατάτας, άνοιξε η Πιερία, αλλά αυτό γιγαντώθηκε κι εξαπλώθηκε πλέον σε ολόκληρη την Ελλάδα και κάθε γωνία της. Η αλληλεγγύη και ο ανθρωπισμός ήταν τα δυο βασικά όπλα για τους απλούς πολίτες έχοντας ως << εχθρό>> τους μεσάζοντες.

Στο δρόμο που χάραξε η Πιερία κινείται και ο Δήμος Παλλήνης. 8.000 κάτοικοι σε Παλλήνη, Γέρακα και Ανθούσα, έχουν κατακλύσει τα γραφεία και το τηλεφωνικό κέντρο του Δήμου. Προμηθεύονται πατάτες με μόλις 28 λεπτά το κιλό.

Το κίνημα για φτηνά τρόφιμα φουντώνει ολοένα κ περισσότερο, αφού οι πολίτες αναζητούν αγορές χωρίς καπέλα και γι' αλλά αγροτικά προϊόντα. Το μήνυμα εισακούστηκε ήδη από τους ρύζοπαραγωγούς της Χαλάστρας, όπου παράγεται το 70% του ρυζιού της χώρας μας.

. Το ενδιαφέρον των παραγωγών είναι κάτι παραπάνω από μεγάλο, με συνέπεια οι ιδρυτές της εθελοντικής δράσης να εξετάζουν το ενδεχόμενο ώστε να λειτουργήσει και άλλες ημέρες σύντομα με προϊόντα όχι βιολογικά, αλλά που προέρχονται από καλλιέργειες ολοκληρωμένης διαχείρισης. Στα σχέδια περιλαμβάνεται, σύμφωνα με πληροφορίες, η ίδρυση ανάλογης αγοράς στη νότια Αττική και ήδη έχει ξεκινήσει η διαδικασία για την εξεύρεση του κατάλληλου χώρου.

(βλ. βιβλιογραφία νούμερο 1 και 9 και 5).

Από το κείμενο προκύπτει ότι με σύμμαχο την αλληλεγγύη και τον ανθρωπισμό το κίνημα αυτό εξαπλώθηκε σε όλη την Ελλάδα ενάντια στους μεσάζοντες. Δεν σταματάει όμως εκεί αλλά συνεχίζει το έργο του με την στήριξη και άλλων προϊόντων πέρας της πατάτας.

## 1.5 Το κίνημα που έγινε γιορτή

Τρία χρόνια έκλεισε το Μάρτιο το κίνημα διανομής της πατάτας "Χωρίς Μεσάζοντες" στην Κοζάνη .Εξαιτίας το κίνημα της πατάτας δραστηριοποιήθηκαν οι αγρότες κάνοντας και για το ρύζι αλλά και το λαδί σε τιμή χαμηλού κόστους χωρίς φυσικά μεσάζοντες .

Ο κόσμος δείχνει να προτιμάει τα προϊόντα που διατίθενται από τον παραγωγό απευθείας στον καταναλωτή, σε μια δράση που έχει καθιερωθεί πλέον, με αποτέλεσμα σε κάθε διανομή τα προϊόντα να γίνονται ανάρπαστα. Την Κυριακή 15 Μαρτίου 2015 στην Κοζάνη πραγματοποιήθηκε η νέα διανομή των προϊόντων "Χωρίς Μεσάζοντες", στο χώρο των παλιών αποθηκών της ΕΑΣ Κοζάνης, στην περιοχή του Σιδηροδρομικού Σταθμού. Δεκάδες παραγωγοί και εκατοντάδες κόσμος έσπευσαν από νωρίς στο χώρο, προκειμένου να προλάβουν το λάδι, τις πατάτες και τα υπόλοιπα προϊόντα.

Όπως τόνισε χαρακτηριστικά ο πρόεδρος του Γεωργικού και Κτηνοτροφικού Συνεταιρισμού Κοζάνης Παναγιώτης Αρνίδης: "Σήμερα κλείνουμε τρία χρόνια "Χωρίς Μεσάζοντες". Πριν τρία χρόνια ξεκίνησε το κίνημα και φέτος τον Μάρτιο συμπληρώνουμε τρία χρόνια συνεχών δράσεων. Είμαστε πάρα πολύ ευχαριστημένοι από τις διανομές. Υπάρχει πολύ μεγάλη ανταπόκριση και από τους παραγωγούς και από τους καταναλωτές. Ο κόσμος ζητάει τα προϊόντα "Χωρίς Μεσάζοντες", το ψάχνει και μάλιστα αρκετά προϊόντα στις διανομές τελειώνουν νωρίς, όπως το λάδι".

Ο ίδιος αναφέρθηκε και στην πολύ καλή ποιότητα των προϊόντων που διατίθενται στο κοινό, λέγοντας είναι πολύ ποιοτικά: Λάδι, ρύζι, πατάτες, μέλι, χαρτικά, απορρυπαντικά. Όλα αυτά τα προϊόντα διατίθενται σε πολύ καλές τιμές. "Το λάδι, π.χ. πωλείται πέντε ευρώ κάτω από την τιμή που το βρίσκεις στο σούπερ μάρκετ. Ο κόσμος το προτιμάει και αυτό φαίνεται. Επίσης, το ρύζι, που πωλείται σε πολύ καλές τιμές, αλλά και τα φασόλια και άλλα προϊόντα".

Η επόμενη διανομή των προϊόντων "Χωρίς Μεσάζοντες" στην Κοζάνη θα πραγματοποιηθεί σε διάστημα δύο μηνών από τώρα, τον Μάιο του 2016.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 1).

Από το κείμενο προκύπτει η μεγάλη διάδοση και απήχηση του κινήματος σε καταναλωτές και παραγωγούς χωρίς μεσάζοντες με εξαιρετικά αποτελέσματα, καθώς οι καταναλωτές αγοράζουν προϊόντα υψηλής ποιότητας σε πολύ χαμηλή τιμή . Αισίως αυτή η δράση κλείνει τρία χρόνια και συνεχίζει, καθώς παραγωγοί και καταναλωτές είναι ιδιαίτερα ευχαριστημένοι από τις καλές συναλλαγές τους.

# Χωρίς **Χ** μεσάζοντες

Δ' Πανελλαδική συνάντηση  
15 Νοεμβρίου 2014 - Καπνικός Σταθμός Κατερίνης





## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΚΑΙ ΕΠΙΡΡΟΕΣ

### **2. Συνεταιρισμοί προηγούμενης γενιάς.**

Από την ίδρυση του πρώτου συνεταιρισμού στην Ελλάδα, στα τέλη του 18ου αιώνα, μέχρι και σήμερα, οι συνεταιριστικές ενώσεις έπαιξαν κομβικό ρόλο, πολλές φορές προωθητικό, για τις διεκδικήσεις των μελών του. Σε πολλές περιπτώσεις αποτέλεσαν κινητήρια δύναμη στην κατοχύρωση μεταρρυθμίσεων, άλλοτε όμως αποτέλεσαν και φορέα συμβιβασμού. Η λειτουργία και ο ρόλος των συνεταιρισμών ειδικότερα για αυτούς της τελευταίας γενιάς πρέπει να ειδωθεί υπό το πρίσμα της πολιτικής πραγματικότητας στην Ελλάδα.

Για το δικομματικό σύστημα οι συνεταιρισμοί αποτέλεσαν ένα εύφορο πεδίο ελέγχου των αγώνων κυρίως του αγροτικού και κτηνοτροφικού κόσμου. Με αποτέλεσμα να αποτελέσουν περισσότερο χώρο ανάδειξης παραγόντων και ανάπτυξης πελατειακών σχέσεων με τα κόμματα του δικομματισμού. Ειδικά σε ότι αφορά συνεταιρισμούς που συμμετείχαν σε διοικήσεις οργανισμών ή επιχειρήσεων που λειτουργούσαν σε κρατική και συνεταιριστική βάση, περισσότερο έπαιξαν ρόλο υπερασπιστή των επιλογών του κράτους, παρά τον προωθητή των συμφερόντων των μελών και του καταναλωτικού κοινού. Διοικήσεις οργανισμών ή επιχειρήσεων που λειτουργούσαν σε κρατική και συνεταιριστική βάση, περισσότερο έπαιξαν ρόλο υπερασπιστή των επιλογών του κράτους, παρά τον προωθητή των συμφερόντων των μελών και του καταναλωτικού κοινού.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 4) .

Με βάση τα παραπάνω αξίζει να επισημανθεί ο κομβικός ρόλος των συνεταιρισμών στο πολιτικό σκηνικό της χώρας που κάποιες φορές συνέβαλε συναινετικά μεταξύ των φορέων ενώ άλλες προκάλεσε αλλαγές κυρίως μεταρρυθμιστικές. Επιπλέον ο δικομματισμός βρήκε την οδό ελέγχου πάνω σε θέματα αγροτών και κτηνοτρόφων δημιουργώντας πελατειακές σχέσεις και αφήνοντας στην άκρη τα συμφέροντα του εκάστοτε φορέα η συνεταιρισμού. Τέλος θα λέγαμε πως οι διοικήσεις οργανισμών ή επιχειρήσεων στάθηκαν ως σανίδες υπεράσπισης των επιλογών του κράτους.

## 2.1 Βασικοί στόχοι και δράσεις του κινήματος χωρίς Μεσάζοντες

Είναι μια από τις σπάνιες φορές που επιλέγεται ένας δημιουργικός και κοινωνικά ωφέλιμος τρόπος διαμαρτυρίας. Μεγάλη δημοσιότητα, δημιουργική ενημέρωση των καταναλωτών για το πρόβλημά τους, μέσω γενναιόδωρων προσφορών και εξασφάλιση κοινωνικής συμπαράστασης.

Ένα ουσιαστικό κίνημα τέτοιου τύπου πρέπει να έχει διάφορους στόχους, μερικοί από τους οποίους να είναι: Μόνιμη «γέφυρα» μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών της τοπικής -όσο γίνεται- κοινωνίας για το ξεπέρασμα των σημερινών μεσαζόντων κάθε είδους. Στήριξη της επιβίωσης των παραγωγών με δίκαιες τιμές, προσιτές όμως στους καταναλωτές με χαμηλό εισόδημα. Διαμόρφωσή του σε μια νέα δομή αλληλέγγυας οικονομίας, μη ενταγμένης ούτε στον ιδιωτικό, ούτε στον κρατικό τομέα της οικονομίας.

Βασιζόμενο στις αξίες της αλληλεγγύης και αμοιβαιότητας και όχι του ανταγωνισμού, της κερδοσκοπίας και της αγοράς. Άμεσα δημοκρατικές διαδικασίες, χωρίς «πολιτικούς μεσάζοντες», συνεννόησης και αλληλοϋποστήριξης μεταξύ κοινωνίας παραγωγών και κοινωνίας καταναλωτών. Καθαρή τροφή στους καταναλωτές που θα σέβεται την φύση, όπως αυτή που καλλιεργεί ο παραγωγός για την οικογένειά του και όχι όπως αυτή που καλλιεργεί για να πουλάει να καταλήγει δηλαδή στην απομάκρυνση της εμπορευματοποίησης των πραγμάτων και της κοινωνίας. Κατευθείαν στην κατανάλωση.

Υπάρχει επίσης στήριξη των μικρών παραγωγών μέσα από μη χρηματοδοτούμενες κινηματικές δράσεις και το κυριότερο που αναζητά το κίνημα είναι η εισαγωγή της δίκαιης τιμής μέσα από την συνεργασία με τους παραγωγούς κάτι που φαίνεται να επηρεάζει σε μικρή ως και μεγάλη κλίμακα την αγορά.

Αυτό που άλλαξε άρδην όλο το σκεπτικό της ελληνικής κοινωνίας είναι η δωρεάν διάθεση προϊόντων από τους παραγωγούς ως την ενίσχυση και την συνεισφορά στην κοινωνία αλλά και στον ίδιο τον άνθρωπο μέσω των δομών της αλληλεγγύης.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 2 και 9).

Συμπεραίνοντας θα μπορούσαμε να τονίσουμε τους στόχους σύμφωνα με τους οποίους θα λειτουργήσει αποτελεσματικά το κίνημα. Αρχικά θα πρέπει να ελαχιστοποιηθεί έως και να εκμηδενιστεί η απόσταση παραγωγού – καταναλωτή. Επίσης οι τιμές να χαρακτηρίζονται δίκαιες και προσιτές για όλους ώστε η οικονομία να εξελίσσεται ομαλά και να μην εντάσσεται ούτε στον ιδιωτικό ούτε στον δημόσιο τομέα. Όλα αυτά προϋποθέτουν αξίες όπως η αλληλεγγύη, η αμοιβαιότητα και ο σεβασμός στο περιβάλλον, χωρίς να αποσκοπούν οι παραγωγοί στο κέρδος και την καιροσκοπία εμπορευματοποιώντας έτσι όλα τα προϊόντα.

## 2.2 Πατατό-σπόροι απ τη Νάξο

Η ιστορία της πατάτας στο νησί της όμορφης Νάξου ξεκινά στις αρχές του 19ου αιώνα. Η καλλιέργειά της αποτελούσε σημαντική πηγή εσόδων για τους αγρότες, με αποτέλεσμα στην προσπάθειά τους να αυξήσουν τη στρεμματική απόδοσή τους να βελτιώνουν συνεχώς τις τεχνικές καλλιέργειας, παράλληλα με τη βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος. Σημαντικό ρόλο στην καλλιέργεια της πατάτας έπαιξε και η κτηνοτροφία του νησιού.

Βλέποντας οι αγρότες πως η κοπριά των αγελάδων που χρησιμοποιούσαν στο όργωμα δρούσε καταλυτικά στην αύξηση της απόδοσης, άρχισε η ανάπτυξη της αγελαδοτροφίας στο νησί που με τη σειρά της οδήγησε στην εξαιρετική τυροκομία. Η χρήση μεγάλων ποσοτήτων του φυσικού λιπάσματος σε συνδυασμό με τις κλιματικές συνθήκες εδάφους του νησιού και τη μεγάλη εμπειρία των παραγωγών, κάνει την πατάτα Νάξου μοναδική στο είδος της με χαρακτηριστικά στοιχεία την πρωιμότητά της, την καθαρή εμφάνιση, την ομοιομορφία των κονδύλων και το κανονικό σχήμα της, την απουσία προσβολών, ασθενειών και γενικότερα ελαττωμάτων.

Το 1953, το ελληνικό δημόσιο ίδρυσε στο νησί το Κέντρο Παραγωγής Σπόρου Γεωμήλων κι έτσι η Νάξος αποτελεί το μοναδικό σπόρο παραγωγικό κέντρο πατάτας στην Ελλάδα. Η πατάτα Νάξου φυτεύεται δύο φορές το χρόνο. Την πρώτη αρχές Φεβρουαρίου με μέσα Μαρτίου και μέρος αυτής της σοδειάς προορίζεται για «πιστοποιημένο πατάτα σπόρο», που διανέμεται για καλοκαιρινή φύτευση σε όλη τη χώρα. Οι πατάτες της ίδιας σποράς με μεγαλύτερο μέγεθος διανέμονται στο εμπόριο και φτάνουν στα μεγάλα σούπερ μάρκετ της χώρας.

Η δεύτερη φύτευση γίνεται τον Αύγουστο. Όλη αυτή η παραγωγή από αρχές Δεκεμβρίου έως μέσα Ιανουαρίου που γίνεται η συγκομιδή προορίζεται για πατάτα φαγητού, κι έτσι η πατάτα Νάξου διατίθεται στην αγορά όλο το χρόνο. Η ένωση συγκεντρώνει την πατάτα από τους παραγωγούς με σκοπό να τη διαθέτει συσκευασμένη στα μεγάλα καταστήματα της χώρας.

Κάνει μάλιστα μεγάλη προσπάθεια κι έχει προκαλέσει κίνημα να ξεπεράσει εμπόδια της αγοράς και μεσάζοντες έτσι ώστε η πατάτα Νάξου να φτάνει στον καταναλωτή σε λογική τιμή χωρίς να ζημιώνονται οικονομικά οι αγρότες. Ακόμα, μετά από ενέργειες της Ε.Α.Σ. η πατάτα Νάξου είναι πλέον Προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 15).

Ανακεφαλαιώνοντας θα ήταν ορθό να επισημάνουμε την σημαντικότητα της σποράς γεωμήλων στη Νάξο, αστείρευτη πηγή εσόδων του νησιού. Κατ' αρχήν η δυναμική της παραγωγής πατάτας οδήγησε στην βελτιστοποίηση του εδάφους μέσω των αγελάδων που ενδυνάμωναν την ανάπτυξη της- τεχνικής που οδήγησε με τη σειρά του στην ανάπτυξη και κτηνοτροφικών προϊόντων. Επομένως η πατάτα Νάξου ως βασικό προϊόν της χαρακτηρίζεται από την καθαρή της εμφάνιση και την πρωιμότητα της, ενώ φυτεύεται δύο φορές το χρόνο με αποτέλεσμα να διατίθενται όλο το χρόνο στην αγορά .

## 2.3 Δραστηριοποίηση σε συνεταιριστικό κίνημα.

Είναι γεγονός ότι βρισκόμαστε σε ένα κομβικό αλλά και κρίσιμο σημείο για την χώρα. Τα γεγονότα εξελίσσονται καθημερινά όμως η οικονομία μένει στάσιμη με αποτέλεσμα χιλιάδες άνθρωποι να χάνουν την εργασία τους αλλά ακόμη και τα σπίτια τους .

Μέσα σε αυτό το φαύλο κύκλο μπορεί μια αξία να μένει μόνο σταθερή αυτή της αλληλεγγύης το αντίδοτο της φτώχειας .Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, φτωχός δεν είναι αυτός που δεν έχει χρήματα αλλά αυτός που δεν μπορεί να προσφέρει τίποτα στην κοινωνία μέσα στην οποία ζει.

Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου παρέδωσε νωρίς το πρωί στις 18 Ιουλίου το 2014 ,60 τόνους πατάτας Νάξου στην εκκλησία του Αγίου Γεωργίου στο Καματερό, προκειμένου να μοιραστούν δωρεάν σε πολίτες.

Η ΕΑΣ Νάξο συνεχίζει την ανθρωπιστική προσφορά που ξεκίνησε πριν λίγους μήνες μέσω των ενοριών και της Αρχιεπισκοπής για να καλυφθούν οι ανάγκες των πολιτών.

Η πατάτα Νάξου είναι προϊόν γεωγραφικής ένδειξης που παράγει το νησί και η οποία επιλέγεται και συσκευάζεται από την Ένωση. Είναι δύσκολη η καλλιέργεια της πατάτας κάτω απ τον καυτό ήλιο παρ όλα αυτά η σκέψη για αλληλεγγύη και συλλογικότητα βοηθά ως επί το πλείστον.

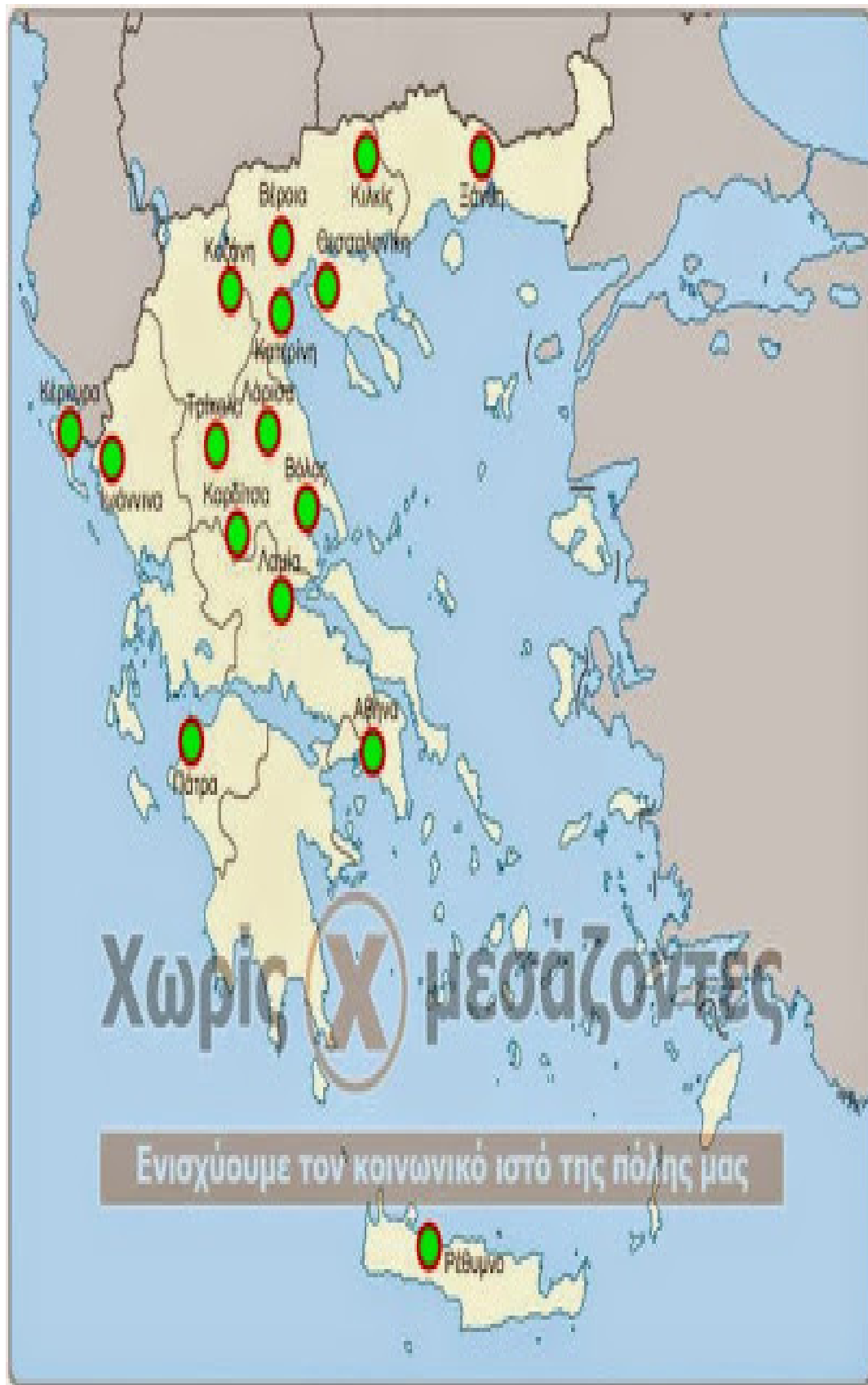
Η Περιφερειακή Ενότητα Βορείου Τομέα και ο Αντιπεριφερειάρχης κ. Γιώργος Καραμέρος ευχαριστούν την Ένωση Αγροτών Συνεταιρισμού Νάξου, τους παραγωγούς πατάτας και τον Πρόεδρο της Ένωσης κ. Δημήτρη Καπούνη, για τη δωρεάν διάθεση 50 τόνων πατάτας Νάξου, προϊόν προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης.

Η διάθεση έγινε σε συνεργασία με το Δήμο Ν. Ιωνίας και την Ιερά Μητρόπολη Ν. Ιωνίας-Φιλαδέλφειας-Χαλκηδόνας.

Η συγκεκριμένη δράση δεν εντάσσεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Επισιτιστικής & Βασικής Υλικής Συνδρομής στο πλαίσιο του οποίου η σύμπραξη του Βόρειου Τομέα, στην οποία συντονιστής είναι η Περιφέρεια.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 9).

Βλέποντας όλα τα παραπάνω είναι αξιοσημείωτο να δούμε το πνεύμα συλλογικότητας και αλληλεγγύης που κόντρα στις μέρες κρίσης που βιώνουμε δίνει απαντήσεις και ουσιαστική βοήθεια σε ανθρώπους που έχουν ανάγκη. Έτσι με οδηγό τις υπέρτατες αυτές αξίες ένωση αγροτικών συνεταιρισμών της Νάξου (Ε. Α. Σ.) διέθεσε 60 τόνους σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας σε συνδυασμό με περιφέρειες και δήμους.



## 2.4 Κοινωνική αλληλεγγύη χωρίς μεσάζοντες.

Υπό την ευρύτερη έννοια από τον ΟΗΕ η αλληλεγγύη καθορίζεται ως συνεισφορά ατόμων στο πλαίσιο μιας κερδοσκοπικής, μη αμειβόμενης δράσης που δεν προβλέπει επαγγελματική εξέλιξη. Σκοπό έχει την ευημερία του συνανθρώπου της κοινότητας ή της κοινωνίας γενικότερα. Συνώνυμο της αλληλεγγύης είναι η αλληλοβοήθεια δηλαδή η υπέρβαση του ατομικισμού.

Χρησιμοποιείτε κυρίως από την επιστήμη της κοινωνιολογίας, η βάση της ποικίλλει ανάμεσα στις κοινωνίες. Σε μια κοινωνία αποτελεί θεμελιακή αρχή. Αφορά κυρίως τις σχέσεις σε μια κοινωνία με τις οποίες οι άνθρωποι συνδέονται μεταξύ τους. Η αλληλεγγύη υπ αυτό το πρίσμα δεν αφορά άμεσα το πρόσωπο οποιουδήποτε εξατομικευμένα αλλά αποτελεί ενεργό δέσμευση που αναλαμβάνεται από πολίτες προσανατολισμένους στο κοινό καλό.

Γεγονός της βαθιάς ύφεσης που βιώνει η κοινωνία τα τελευταία χρόνια ανάπτυξε την ανάγκη για συλλογικότητα και αυτό συνέβη μέσα από το κίνημα που ενέργησε χωρίς μεσάζοντες έχοντας ως ασπίδα και θεμέλιο προστασίας την αλληλεγγύη. Το κίνημα έχει ως σκοπό να ωφελεί τον άνθρωπο αυτόν που δε μπορεί να ανταπεξέλθει στις καθημερινές δυσκολίες κυρίως οικονομικά αφού οι τιμές είναι στα ύψη. Η αλληλεγγύη προσφέρει την αξιοπρέπεια την ισότητα και την ενεργοποίηση του ατόμου μέσα από την ενεργώ δράση.

Χιλιάδες άνθρωποι, άνδρες και γυναίκες, νέοι και ηλικιωμένοι, ντόπιοι και μετανάστες, διαφορετικών πολιτικών εντάξεων και ιδεολογικών πεποιθήσεων, όλοι και όλες εμείς, πεισμένοι ότι οι μνημονιακές πολιτικές πρέπει και μπορούν να ανατραπούν, αποφασισμένοι να μην αφήσουμε κανένα μόνο του στην κρίση, έχουμε δημιουργήσει έναν ολόκληρο γαλαξία δικτύων και δομών έμπρακτης αλληλεγγύης: Κοινωνικά Ιατρεία και Φαρμακεία, Κοινωνικά Παντοπωλεία, Δωρεάν Διανομή Τροφίμων, Δίκτυα Παραγωγών – Καταναλωτών “Χωρίς Μεσάζοντες”, Υποστηρικτικά Μαθήματα και Σχολεία Αλληλεγγύης, Ανταλλακτικά – Χαριστικά Παζάρια, Τράπεζες Χρόνου και Κοινωνικά Νομίσματα, Στέκια και Χώρους Εναλλακτικής Ψυχαγωγίας, Δομές Νομικής Υποστήριξης και Αλληλέγγυας Κοινωνικής Οικονομίας.

Είναι γεγονός ότι η βαθιά ύφεση της κρίσης κατάφερε να ευαισθητοποιήσει και να κινητοποιήσει τους πολίτες δημιουργώντας ομάδες αλληλεγγύης για τους πρόσφυγες σε όλη την Ελλάδα.

Με την πολιτική λύση για το προσφυγικό να αναμένεται επιτακτική είναι η ανάγκη οι Ευρωπαίοι πολίτες να δείξουν την αμέριστη αλληλεγγύη τους στους πρόσφυγες που κυνηγούν το όνειρο της επιβίωσης. Ομάδες βοήθειας προς τους πρόσφυγες έχουν συσταθεί ήδη σε ολόκληρη την Ελλάδα, με πολλούς απλούς πολίτες να συντάσσονται με αυτές ή να προσφέρουν τη βοήθεια τους μεμονωμένα.

Για την συλλογή πρώτων ειδών ανάγκης δραστικό ρόλο έπαιξαν οι χωρίς μεσάζοντες μαζί με τους γιατρούς χωρίς σύνορα και απλοί πολίτες που ως σκοπό έχουν τον συνάνθρωπο.

Συγκεκριμένα το δίκτυο αλληλεγγύης Λέρου . Άνθρωποι νέοι και μεγαλύτεροι, διαφορετικών επαγγελμάτων και διαφορετικών πολιτικών εντάξεων και πεποιθήσεων, εκείνοι που δημιούργησαν αυτό το δίκτυο το 2012, πιστεύουν στην κοινωνική αλληλεγγύη, στην αλληλοβοήθεια και στην ενεργοποίηση της κοινωνικής διαθεσιμότητας, για την αντίσταση στη διαρκώς κλιμακούμενη βαρβαρότητα που εκδηλώνεται σε πολλά επίπεδα.

Οι κοινωνικές κουζίνες στην Χίο στηριζόμενες αποκλειστικά στην προσφορά των απλών πολιτών και με μοναδικό στόχο την ανακούφιση των προσφύγων προσφέρουν από το καλοκαίρι μέχρι τώρα, κάθε μέρα, περισσότερες από χίλιες μερίδες. Χωρίς καμιά οικονομική επιβάρυνση.

Εδώ και σχεδόν δεκαπέντε χρόνια η Επιτροπή Αλληλεγγύης στους Πρόσφυγες Χίου «ΛΑΘΡΑ;» δραστηριοποιείται στο προσφυγικό ζήτημα με δύο κύριους στόχους. Πρώτον να βοηθήσει τους ανθρώπους που περνούν απ' το νησί, μεριμνώντας για τις συνθήκες και τους όρους διαβίωσης και δεύτερον να ευαισθητοποιήσει την τοπική κοινωνία, ενημερώνοντας και γνωστοποιώντας αθέατες όψεις του ζητήματος.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 12).



Συγκεφαλαιώνοντας θα λέγαμε πως η οικονομική κρίση έχει επεκταθεί στην κοινωνία η οποία αντιμετωπίζει πολλά και σημαντικά ζητήματα. Παίρνοντας ως αφορμή το προσφυγικό , σημαντική έννοια στην οποία πρέπει να σταθούμε είναι «η αλληλεγγύη». Εκείνη ως αξία υπογραμμίζει την ισότητα σε δικαιώματα ζωής και δρα συλλογικά βοηθώντας τον συνάνθρωπο που έχει πραγματική ανάγκη. Επίσης ενεργοποιεί άτομα, οργανισμούς και φορείς όπως οι «χωρίς μεσάζοντες» ώστε να δώσουν χείρα βοηθείας σε άτομα να ζήσουν αξιοπρεπώς και χωρίς διακρίσεις. Όλη αυτή η οικονομικοκοινωνική κρίση δημιούργησε πληθώρα κοινωνικών οργανώσεων που ως στόχο είχαν και έχουν, την κοινωνική συνεισφορά σε όλα τα παραδείγματα. Μερικά αξιοπρόσεχτα παραδείγματα είναι το δίκτυο αλληλεγγύης Λέρου, οι κοινωνικές κουζίνες της Χίου καθώς και η επιτροπή αλληλεγγύης προσφύγων στην Χίο.







### Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Λειτουργία αγροτικής εφοδιαστικής αλυσίδας

#### Εισαγωγή

Η αγρό-διατροφική αλυσίδα είναι η διαδικασία της διακίνησης των αγροτικών προϊόντων από το αγρόκτημα στο πιρούνι μας και περιλαμβάνει ποικίλα στάδια. Τα στάδια αυτά συνήθως περιλαμβάνουν το μετασχηματισμό ενός γεωργικού προϊόντος στο χώρο (μεταφορά, διανομή, πώληση) ή/και στο χρόνο (αποθήκευση/ συντήρηση) ή στη μορφή (τυποποίηση, συσκευασία, μεταποίηση). Επιπρόσθετα στάδια μπορεί να είναι η πιστοποίηση, η σήμανση, η διαφήμιση και αρκετά άλλα. Κάθε ένα από τα ενδιάμεσα στάδια παρέχει μια υπηρεσία που προσθέτει αξία στο αρχικό γεωργικό προϊόν. Επίσης, όμως, κάθε τέτοια υπηρεσία έχει ένα κόστος και ένα περιθώριο κέρδους για αυτόν που την προσφέρει.

Η αγρό-διατροφική αλυσίδα από το γεωργό στο καταναλωτή προσφέρει πολλές υπηρεσίες. Ως νωπά ή ύστερα από αποθήκευση, τα γεωργικά προϊόντα φτάνουν στον καταναλωτή μέσω των χονδρέμπορων και των λιανοπωλητών ή των αλυσίδων σουπερμάρκετ. Το κόστος των υπηρεσιών

που παρεμβάλλονται εξαρτάται βασικά από το κόστος των εισροών και των υπηρεσιών που χρησιμοποιούνται στα διάφορα στάδια καθώς και από το μέγεθος της επεξεργασίας που υφίσταται το γεωργικό προϊόν. Αυτά τα πρόσθετα στοιχεία του κόστους αθροιζόμενα αποτελούν το κόστος εμπορίας. Γενικά όσο μεγαλύτερη η επεξεργασία, τόσο μεγαλύτερο είναι το αντίστοιχο κόστος. Συνεπώς, σε τρόφιμα πολύ επεξεργασμένα, η ποσοστιαία συμμετοχή του κόστους του αρχικού γεωργικού προϊόντος ενδέχεται να είναι σχετικά χαμηλή .

Η εφοδιαστική αλυσίδα είναι ένα σύμπλεγμα από λειτουργικές δραστηριότητες, (όπως μεταφορά , έλεγχος αποθεμάτων κτλ. που εμφανίζονται και επαναλαμβάνονται πολλές φορές μέσα στο κανάλι, όπου οι πρώτες ύλες μετατρέπονται σε τελικά προϊόντα και προστίθεται αξία στον πελάτη. Τυπικά η αλυσίδα εφοδιασμού στα αγροτικά προϊόντα είναι η εξής:

**Γη – πρώτες ύλες:** Εδώ βρίσκονται προμηθευτές πρώτων υλών (λιπάσματα, σπόροι, φυτοφάρμακα κτλ.) και φυσικά η γη που αποτελεί το πιο απαραίτητο συστατικό στην αλυσίδα.

**Παραγωγοί:** Ο επόμενος κρίκος είναι οι παραγωγοί οι οποίοι αναλαμβάνουν με τους πόρους και την γνώση που διαθέτουν να παράγουν προϊόντα που θα τα διαθέσουν στην εγχώρια ή στην παγκόσμια αγορά.

**Ενδιάμεσο επίπεδο:** Από τον παραγωγό έως τον καταναλωτή εμπλέκονται μια σειρά από διάφορες δραστηριότητες, όπως μεταφορά, αποθήκευση, έλεγχος αποθεμάτων, διανομή και μάλιστα πολλές από αυτές τις δραστηριότητες μπορεί να επαναλαμβάνονται.

**Καταναλωτής:** Ο τελικός κρίκος της αλυσίδας είναι ο καταναλωτής, ο οποίος θέλει να αγοράσει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν, από την κατάλληλη πηγή και στην σωστή τιμή. Είναι εκείνος που «οδηγεί» την ζήτηση και οι προηγούμενοι κρίκοι θα πρέπει να είναι σε θέση να την προβλέψουν όσο δυνατόν καλύτερα).

Το αγρό-διατροφικό σύστημα περιλαμβάνει όλες εκείνες τις λειτουργίες που απαιτούνται για την παραγωγή, την μεταποίηση και το εμπόριο των τροφίμων, έως ότου αυτά φτάσουν στον τελικό αποδέκτη τους, που είναι ο καταναλωτής. Αναφέρεται λοιπόν στην παραγωγή των αγροτικών προϊόντων, που αποτελούν την πρώτη υλη για την παράγωγη τροφίμων, τη μεταποίηση τους, την τυποποίηση, τη συσκευασία και φυσικά την εμπορία τους. Οι πρωταγωνιστές του αγρο-διατροφικού συστήματος είναι οι παραγωγοί, οι χονδρέμποροι, οι λιανοπωλητές και οι καταναλωτές. Το αγρό-διατροφικό σύστημα λοιπόν, εξαιτίας της παγκοσμιοποίησης έχει σημαντικά διαφοροποιηθεί ώστε από το στάδιο της παραγωγής τροφίμων για ιδιοκατανάλωση έχει μετατραπεί σε μια αγορά στην οποία ο καταναλωτής και ο παραγωγός δεν σχετίζονται μεταξύ τους, και το κύριο ρόλο έχει πλέον το παγκόσμιο μάρκετινγκ.

Στη διάρκεια της τελευταίας εικοσαετίας έχει αναπτυχθεί σημαντική επιστημονική πρόοδος, τεχνογνωσία και τεκμηριωμένη πείρα σε διεθνές επίπεδο, βασισμένη στις αρχές και πρακτικές της εφοδιαστικής αλυσίδας με ευρείες δυνατότητες εφαρμογής στον αγρό-διατροφικό τομέα. Τα Logistics των αγροτικών προϊόντων είναι αναμφίβολα ένας ραγδαία αναπτυσσόμενος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας για την Ελλάδα που στοχεύει, σύμφωνα με την σύγχρονη θεώρηση, στην ενίσχυση της γεωργικής οικονομίας και της αειφόρου ανάπτυξης, στη βελτίωση του εισοδήματος του αγροτικού πληθυσμού και στην ανάπτυξη της υπαίθρου μέσω της προαγωγής και της διασφάλισης της ποιότητας των αγροτικών προϊόντων, μέσω της ανάδειξης και της κατοχύρωσης της ταυτότητας των τοπικών προϊόντων καθώς και μέσω της προώθησης συστημάτων προστασίας και διαχείρισης αγροτικών εκμεταλλεύσεων.

Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι η γεφύρωση της παραγωγής και της κατανάλωσης. Η παραγωγή λαμβάνει χώρα σε άλλη χρονική στιγμή και σε άλλη γεωγραφική τοποθεσία από τις αντίστοιχες της κατανάλωσης. Η εφοδιαστική αλυσίδα μέσω των λειτουργιών μεταφοράς και αποθήκευσης επιτυγχάνει να εφοδιάσει την αγορά με αγαθά στον σωστό τόπο και χρόνο. Καθώς βέβαια η λειτουργία της μεταφοράς και αποθήκευσης διαφέρουν ανάλογα με το προϊόν, προκύπτει μια διαφορετική δομή της εφοδιαστικής αλυσίδας αντίστοιχα.

Η δομή της εφοδιαστικής αλυσίδας επηρεάζει το συνολικό κόστος των προϊόντων που διακινούνται μέσω αυτής και επομένως την τελική τιμή πώλησής τους.

Σε κάθε κόμβο της εφοδιαστικής αλυσίδας διεξάγονται μία ή περισσότερες συναλλαγές, που συνίστανται στην αγοραπωλησία ενός προϊόντος π.χ. μεταξύ ενός χονδρεμπόρου και ενός λιανέμπορου. Κάθε αγοραπωλησία εμπεριέχει το ονομαζόμενο κόστος συναλλαγής, το οποίο καθορίζει σε μεγάλο

βαθμό την συνολική δομή της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η τυποποίηση των προϊόντων διευκολύνει τις αγοραπωλησίες και μειώνει το κόστος συναλλαγής. Η μείωση ή η συγκράτηση του κόστους συναλλαγής μπορεί να επιτευχθεί και χωρίς να μεταβληθεί η δομή της εφοδιαστικής αλυσίδας με προϋπόθεση την εκ των προτέρων συνεννόηση μεταξύ των μελών της.

Η αλυσίδα εφοδιασμού είναι τόσο μεγαλύτερη όσο περισσότερα είναι τα ενδιάμεσα στάδια. Το πόσα πρέπει να είναι τα ενδιάμεσα στάδια εξαρτάται από τις εκάστοτε συνθήκες, τις ανάγκες των παραγωγών, αλλά κυρίως από τις απαιτήσεις και προτιμήσεις του καταναλωτή. Για παράδειγμα, ο σύγχρονος τρόπος ζωής μας έχει οδηγήσει στην κατανάλωση «έτοιμων» φαγητών, δηλαδή στην επεξεργασία και συσκευασία των γεωργικών προϊόντων. Η απαίτηση των καταναλωτών για ιχνηλασιμότητα, ασφάλεια και ποιότητα των προϊόντων μας έχει οδηγήσει στην τυποποίηση και την πιστοποίηση. Η ανάγκη για μείωση των απωλειών σε τρόφιμα μας έχει οδηγήσει στη χρήση εκσυγχρονισμένων συστημάτων συντήρησης των προϊόντων μέχρι αυτά να προσφερθούν στον καταναλωτή (αποθήκευση, μεταφορά, πώληση).

Από την άλλη, πρόσφατες εξελίξεις με την κλιματική αλλαγή και την επιβάρυνση του περιβάλλοντος από άσκοπες μεταφορές κάνουν πιο θελκτικό τον περιορισμό των μεταφορών και των αποστάσεων που καλύπτει το δίκτυο διανομής του προϊόντος και τη σύντμηση της αγρο-διατροφικής αλυσίδας, δηλαδή του συστήματος εμπορίας. Υπέρ μιας τέτοιας επιλογής μπορεί να είναι και μικρότεροι παραγωγοί που θέλουν να αποκτήσουν μεγαλύτερο έλεγχο στις συνθήκες διάθεσης του προϊόντος τους. Έτσι στρέφονται σε μικρότερα, τοπικά δίκτυα εμπορίας ή και στην υιοθέτηση άμεσων πωλήσεων από το αγρόκτημα, από κοντινά σημεία διάθεσης, μέσω διαδικτύου.

Οι εφοδιαστικές αλυσίδες των επιμέρους αγροτικών προϊόντων παρουσιάζουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά, τα οποία συνδέονται με το κόστος ζωής, την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών, τη διατροφική αλυσίδα και τη δημόσια υγεία, λόγω του φθαρτού χαρακτήρα και της βιολογικής σπουδαιότητάς τους. Υπάρχουν ωστόσο σημαντικές ιδιαιτερότητες για κάθε αγροτικό προϊόν με πληθώρα δράσεων, φορέων και πρακτικών από τον αγρό μέχρι την τελική διάθεση αυτών στην αγορά.

Η φύση του γεωργικού προϊόντος, η οικονομική κατάσταση της χώρας και η οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας (π.χ. διακίνηση) αλλά και οι αυξανόμενες και ποιοτικά αναβαθμισμένες ανάγκες των καταναλωτών παίζουν σπουδαίο ρόλο ως προς το είδος και τη ποιότητα των λειτουργιών που θα λάβουν μέρος κατά την διακίνηση ενός γεωργικού προϊόντος.

Καταρχάς, όσον αφορά τη φύση των προϊόντων, στην εφοδιαστική των ευπαθών γεωργικών προϊόντων (ροδάκινα, κεράσια κ.α.) η αποθήκευση είναι ζωτικής σημασίας και μάλιστα γίνεται σε αποθηκευτικούς χώρους με ορισμένη θερμοκρασία και υγρασία είναι απαραίτητη μέχρι να διατεθούν στους καταναλωτές. Αντίθετα η αποθήκευση δεν είναι απαραίτητη στην εμπορία των

διατηρήσιμων αγροτικών προϊόντων (φιστικιά , φουντουκιά κ.α.) όταν διατεθούν στους καταναλωτές σ' ένα εύλογο χρονικό διάστημα.

Στη συνέχεια, η οικονομική κατάσταση της χώρας παίζει και αυτή το ρόλο της. Διαφορές στις λειτουργίες της αγροτικής εφοδιαστικής παρατηρούνται και κατά την εφοδιαστική του ίδιου γεωργικού προϊόντος σε διάφορους τόπους στον ίδιο χρόνο η στον ίδιο τόπο σε διαφορετικούς χρόνους. Δηλαδή σε κάποια αγροτικά προϊόντα πραγματοποιείται συσκευασία, ενώ στα ίδια όχι σε αναπτυσσόμενες χώρες καθώς όσο αυξάνονται τα εισοδήματα των καταναλωτών τόσο αυξάνεται και η ζήτηση τους για περισσότερες υπηρεσίες. Η οργάνωση της εφοδιαστικής των γεωργικών προϊόντων παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στον περιορισμό ή την κατάργηση ορισμένων λειτουργιών με σκοπό τη μείωση του κόστους διάθεσης τους.

Τέλος, οι αυξανόμενες και ποιοτικά αναβαθμισμένες ανάγκες των καταναλωτών επηρεάζουν άμεσα την εφοδιαστική αλυσίδα των αγροτικών προϊόντων ώστε επιβάλλεται προσεκτικός και ολοκληρωμένος σχεδιασμός καθώς και συντονισμός στην εφαρμογή και προσαρμογή της λιανικής των τροφίμων και των λοιπών αγροτικών προϊόντων. Ο ανασχεδιασμός με αφετηρία τις πραγματικές ανάγκες των καταναλωτών στοχεύει στην ποιοτική εξυπηρέτηση και ικανοποίηση τους, αναθεωρώντας όλες τις διαδικασίες παραγωγής και διακίνησης.

Στους παράγοντες που επηρεάζουν τη δομή της εφοδιαστικής αλυσίδας συγκαταλέγονται και τεχνολογικοί, πολιτισμικοί και φυσικοί παράγοντες. Καθοριστικούς παράγοντες όμως για τη δομή και λειτουργία της εφοδιαστικής αλυσίδας αποτελούν η τμηματοποίηση της αγοράς, η στρατηγική των επιχειρήσεων και ο κλάδος της οικονομίας, οι δημογραφικές αλλαγές (αξίες καταναλωτών, εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο κ.α.) και οι αλλαγές σε επίπεδο ανταγωνισμού (π.χ. αύξηση συστημάτων κάθετης προώθησης).

Όποια και αν είναι όμως η δομή μιας εφοδιαστικής αλυσίδας, με λιγότερα ή περισσότερα μέλη, οι λειτουργίες της δεν μπορούν να αντικατασταθούν. Ποιοι είναι οι «μεσάζοντες» σε μια κοινωνία που θα πρέπει να εκλείψουν; Πρακτικά, όλο το εμπόριο. Η αλυσίδα δηλαδή που ενώνει τον παραγωγό με τον καταναλωτή. Είναι μια αλυσίδα άχρηστων παράσιτων που παράγει μόνο κόστος χωρίς ωφέλεια; Όχι βέβαια. Αυτό έχει λυθεί στο πέρασμα των αιώνων μέσω της ανάπτυξης του καταμερισμού της εργασίας.

Το εμπόριο συγκεντρώνει, επιλέγει, συσκευάζει, συντηρεί, μεταφέρει, προβάλλει, ενημερώνει, απασχολεί κόσμο, μηχανές, μεταφορικά μέσα, πληρώνει φόρους και προσθέτει αξία στο προϊόν, μέχρι να φτάσει στη γειτονιά του καταναλωτή. Είναι χρήσιμο και αναγκαίο στη σύγχρονη κοινωνία, δεν είναι παρασιτισμός.

Από την άλλη και οι αγρότες είναι καιρός να δουν και το μερίδιο της δικής τους ευθύνης. Κόστη και ποιότητες που να στέκουν στον διεθνή ανταγωνισμό, αφού τα εισαγόμενα θα είναι πάντα μπροστά τους. Νέες υγιείς μορφές συνεταιριστικής οργάνωσης, σε αντίθεση με τα αναποτελεσματικά διαφθορεία προηγούμενων δεκαετιών.

Μόνο με τέτοια οργάνωση θα μπορέσουν να διαπραγματεύονται επιτυχώς με τα μεγάλα κυκλώματα διανομής ή ακόμη και να δημιουργήσουν δικά τους σε παράλληλη ανταγωνιστική λειτουργία. (Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 3).

Παρατηρώντας όλα τα παραπάνω η αγροτική διατροφική αλυσίδα ως διαδικασία διακίνησης των αγροτικών προϊόντων από το αγρόκτημα στο πιάτο του καταναλωτή, προσφέρει πολλές υπηρεσίες στον καταναλωτή αλλά με διαφορετικό κόστος ανά περίπτωση αφού αυτό εξαρτάται από τα στάδια που παρεμβάλλονται μέχρι να φτάσουν σε αυτόν. Ενδεικτικά θα λέγαμε πως τα στάδια είναι «οι πρώτες ύλες», «οι παραγωγοί», «οι ενδιάμεσοι» και τέλος «οι καταναλωτές». Σε μία περίοδο κατά την οποία κυριαρχούν η παγκοσμιοποίηση και το διεθνές μάρκετινγκ «ο παραγωγός» με τον «καταναλωτή» έχουν ελάχιστη σχέση μεταξύ τους με αποτέλεσμα και να μην υπάρχει έλεγχος από τους καταναλωτές και το κόστος να ανεβαίνει αφού μεσολαβούν και άλλοι παράγοντες στην έκθεση του προϊόντος στην αγορά. Η τελική τιμή ωστόσο εξαρτάται από τις ενδιάμεσες συναλλαγές και τους μεσάζοντες οι οποίοι διακινούν το προϊόν. Τώρα όσον αφορά το προϊόν και την ποιότητα του σημαντικό ρόλο παίζουν η φύση του, η οικονομική κατάσταση της χώρας, η οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας αλλά και οι αυξανόμενες και ποιοτικά αναβαθμισμένες ανάγκες των καταναλωτών. Στους παράγοντες που επηρεάζουν την αλυσίδα θα ήταν ορθό να αναφέρουμε τις τεχνολογικές, πολιτισμικές και φυσικές αλλαγές καθώς και ότι το εμπόριο πέρα από τα κόστη που προσθέτει στα προϊόντα βοηθάει αρκετά στην άμεση διάθεσή τους. Έτσι κάποιος πρέπει να βοηθήσει την κατάσταση, και αυτός δεν είναι άλλος από τον αγροτικό τομέα και τους συνεταιρισμούς που ο ίδιος έχει δημιουργήσει.



### 3.1 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από τη παρεμβολή ενδιαμέσων

Οι παραγωγοί αποκομίζουν διάφορα πλεονεκτήματα με τη χρησιμοποίηση των μεσαζόντων. Πολλοί παραγωγοί στερούνται τους οικονομικούς πόρους για να ακολουθήσουν την άμεση προώθηση των προϊόντων τους ενώ σε μερικές περιπτώσεις δεν είναι απλά εφικτό να αναλάβουν μόνοι τους τη διαδικασία διακίνησης και διάθεσης των προϊόντων στους καταναλωτές. Οι μεσάζοντες κανονικά επιτυγχάνουν την ανώτερη αποδοτικότητα στο να κάνουν τα αγαθά ευρέως - διαθέσιμα και προσιτά στις αγορές στόχους. Μέσω των επαφών, της εμπειρίας, της ειδίκευσης, και της κλίμακας της λειτουργίας τους, οι μεσάζοντες προσφέρουν στους παραγωγούς σίγουρα περισσότερα από αυτά που μπορούν να επιτύχουν από μόνοι τους. Η μέθοδος της έμμεσης διανομής είναι περισσότερο διαδεδομένη γιατί η διακίνηση των προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω τρίτων διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό τις συναλλαγές και προσφέρει μια σειρά από σημαντικά πλεονεκτήματα τα οποία συνοψίζονται στα εξής:

- Οι ενδιάμεσοι - έμποροι ή αντιπρόσωποι - διαθέτουν συνήθως ένα έτοιμο δίκτυο διανομής για το οποίο θα χρειαζόταν πολύ χρόνο και σημαντικά κεφάλαια για να το δημιουργήσει μια επιχείρηση από την αρχή.

Οι ενδιάμεσοι διαθέτουν εγκαταστάσεις και μέσα (π.χ. αποθηκευτικούς χώρους, αυτοκίνητα) που διευκολύνουν τη διακίνηση των προϊόντων σε τοπικό επίπεδο.

- Οι ενδιάμεσοι συνήθως διακινούν και προϊόντα άλλων επιχειρήσεων με αποτέλεσμα να επιμερίζουν τα σταθερά τους έξοδα μεταξύ όλων των προϊόντων που διακινούν. Κατά συνέπεια, η διακίνηση των προϊόντων της επιχείρησης μέσω τρίτων γίνεται με μικρότερο κόστος από αυτό που θα είχε η επιχείρηση αν διακινούσε τα προϊόντα της με δικά της μέσα.
- Οι ενδιάμεσοι διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και πείρα στη διακίνηση των προϊόντων που πολλές φορές οι παραγωγοί-κυρίως οι μικροί-δεν διαθέτουν επειδή το ενδιαφέρον τους είναι στραμμένο αποκλειστικά στη μεταποίηση.
- Οι ενδιάμεσοι γνωρίζουν καλύτερα τις συνθήκες και τις “παγίδες” των τοπικών αγορών και μειώνουν έτσι τους κινδύνους.

- Οι ενδιάμεσοι π.χ. λιανέμποροι δημιουργούν και βελτιώνουν διαρκώς το περιβάλλον που χρειάζονται οι καταναλωτές για να επιλέξουν με την ησυχία τους τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που τους ενδιαφέρουν. Μολονότι η παρέμβαση των ενδιάμεσων στη διακίνηση των προϊόντων παρουσιάζει πολλά πλεονεκτήματα δεν σημαίνει ότι είναι και χωρίς προβλήματα.

Τα κυριότερα προβλήματα που παρουσιάζει η συνεργασία με ενδιάμεσους φορείς διακίνησης προϊόντων ή υπηρεσιών είναι τα εξής:

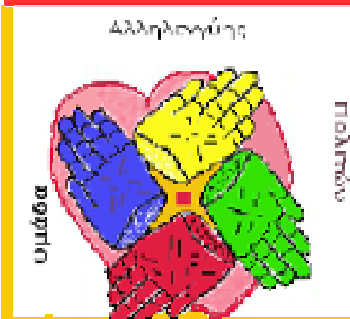
- Οι ενδιάμεσοι εύκολα μπορούν να σταματήσουν τη διακίνηση ενός προϊόντος αν κρίνουν ότι μπορούν να κερδίσουν περισσότερα από τη διακίνηση ενός άλλου.
- Πολλές φορές, όταν διακινούν και προϊόντα άλλων επιχειρήσεων δεν είναι απόλυτα αφοσιωμένοι στα προϊόντα της επιχείρησης με αποτέλεσμα όταν ορισμένοι πελάτες δείχνουν προτίμηση για άλλα προϊόντα άμεσα ή έμμεσα ανταγωνιστικά, είναι δυνατόν να τους ενθαρρύνουν προς αυτή την κατεύθυνση για να μη χάσουν την πώληση.
- Συχνά οι ενδιάμεσοι, για να προσελκύσουν πελατεία χρησιμοποιούν προϊόντα μιας επιχείρησης ως “κράχτες” μειώνοντας τις τιμές τους κι’ αυτό μπορεί να βλάψει την εικόνα του προϊόντος ή να διαταράξει τις σχέσεις της επιχείρησης με άλλους πελάτες της.

Προβάλλουν συχνά απαιτήσεις για κάλυψη δαπανών πχ. διαφήμισης ή προώθησης πωλήσεων. Επίσης, αν πρόκειται για μεγάλα δίκτυα διανομής, όπως είναι οι αλυσίδες καταστημάτων, προβάλλουν υπερβολικές απαιτήσεις προκειμένου να δεχτούν να διακινήσουν το προϊόν π.χ. καταβολή χρημάτων για να συμπεριληφθεί το προϊόν στη λίστα προμηθειών των καταστημάτων της αλυσίδας, μεγάλη διάρκεια πίστωσης.  
(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 3).



Συνοψίζοντας όλα τα παραπάνω καταλαβαίνουμε πως οι παραγωγοί πολλές φορές επωφελούνται από τους διαμεσολαβητές οι οποίοι τις περισσότερες φορές αναλαμβάνουν και πετυχαίνουν την ευρεία και άμεση διάθεση προϊόντων στην αγορά – διαδικασία που οι παραγωγοί πολλές φορές είναι αδύνατο να το πραγματοποιήσουν. Αυτό συμβαίνει καθώς τις περισσότερες φορές «οι ενδιάμεσοι» είναι καλά οργανωμένοι, με εγκαταστάσεις για όλες τις ανάγκες της διακίνησης, οικονομικό προσανατολισμό, έχοντας γνώσεις και πείρα ώστε να αξιολογήσουν τις συνθήκες και τις πιθανές παγίδες και κρίνοντας με ευκολία τι είναι εμπορικά ορθό η μη.

# ΤΡΟΦΙΜΑ ΧΩΡΙΣ ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ



<http://xmnsmyrni.eu>

Συνδιοργανώνουν και  
σας περιμένουν



ΚΑΘΕ ΔΕΥΤΕΡΗ - 2η - ΚΥΡΙΑΚΗ ΤΟΥ ΜΗΝΑ  
ΠΛΑΤΕΙΑ ΣΤΑΔΙΟΥ ( ΜΕΛΠΩΣ )  
Στάση TRAM "ΕΥΑΓΓΕΛΙΚΗ ΣΧΟΛΗ"  
ΚΑΙ ΜΕ ΟΑΣΑ γραμμές 136-137-219-813-131

**Χωρίς X μεσάζοντες**

Ενισχύουμε τον κοινωνικό ιστό της πόλης μας

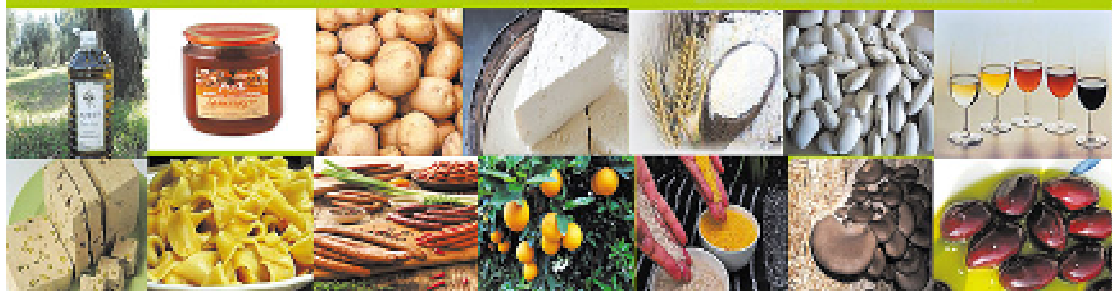
**ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ**

**120 προϊόντα για να διαλέξετε**

παραγγελίες στην Σελίδα μας <http://xmnsmyrni.eu>

Τηλ . 697 9388 431 & στο email : [omadans@xmnsmyrni.eu](mailto:omadans@xmnsmyrni.eu)

και στον Σύλλογο τηλ. 697 2726 024 [sylogosnspz@yahoo.gr](mailto:sylogosnspz@yahoo.gr)



### 3.2 Ενώσεις- δράσεις πολιτών και η δραστηριοποίηση των δήμων.

Είναι γεγονός πως το κίνημα κατάφερε να αφυπνίσει την αλληλεγγύη και την ευαισθητοποίηση στους πολίτες δημιουργώντας έτσι το κίνημα πολιτών .Αργότερα καταφέρει λόγω της κρίσης να κινητοποιήσει και τους Δήμους στοχεύοντας στη συλλογικότητα. Το πρόβλημα που το κίνημα αντιμετωπίζει είναι ότι δεν υπάρχει στήριξη από το κράτος .Δεν υπάρχει δηλαδή κάποιο νομικό καθεστώς που να στηρίζει αυτές τις δράσεις αντίθετα τις αποτρέπει. Σύμφωνα με το νομικό πλαίσιο το οποίο επιστρατεύτηκε για την περίπτωση δεν είναι άλλο από τον περίφημο ν. 4264/2014 «Άσκηση εμπορικών δραστηριοτήτων εκτός καταστήματος...», σύμφωνα με τον οποίο (άρθρο 25) απαγορεύεται η άσκηση πλανόδιου εμπορίου σε δήμους άνω των τριών χιλιάδων κατοίκων.

Προκαλώντας σαφώς μεγάλες αντιδράσεις αφού μετά τον Καλλικράτη είναι σχεδόν δυσεύρετοι αυτοί οι Δήμοι. Θέτοντας το κίνημα ως παράνομο και κάνοντας βλέψη για πολλές καταγγελίες.

Το μόνο που αποζητά το κίνημα είναι να παραμείνουν τα ελληνικά προϊόντα σε λογική τιμή ώστε οι Ελληνικές οικογένειες να μπορούν να έχουν τα βασικά είδη ανάγκης στα σπίτια τους. Τυχόν απαγόρευση του κινήματος μπορεί να προκαλέσει την αφαίρεση ενός πιάτου φαγητού από το τραπέζι της κάθε οικογενείας. Κρίνοντας από την συμμετοχή και την ανταπόκριση των αγανακτισμένων πολιτών σε κάθε πόλη της Ελλάδος καταλαβαίνουμε πως η μη ύπαρξη του κινήματος θα ήταν ένα ακόμη εμπόδιο για τους παραγωγούς στην εργασία τους και τους καταναλωτές να πραγματοποιήσουν αγορές.

Μερικά ονόματα και δράσεις των Δήμων που μπορούμε να δούμε παρακάτω έχοντας ως κοιτίδα το Βοτανικό κήπο που είναι παραγωγής πολιτισμού .Οι δήμοι αποκλείουν από τις δράσεις τους κάθε άνθρωπο εθνικιστή και ρατσιστή αφού στηρίζεται στην αλληλεγγύη και στην ευαισθητοποίηση των πολιτών. Δίνοντας μόλις το 2 τις εκατό των εσόδων σε απόρους και ανέργους. Ο Δήμος Φιλαδέλφειας –Χαλικιδονος με το κοινωνικό παντοπωλείο έχει ξεκινήσει το έργο του. Στο Δήμο Χαλανδρίου το έργο που εκτελείτε είναι το πλέξιμο κασκόλ για τους πρόσφυγες της Συρίας. Επίσης ο Δήμος Αγελαίου.

Χωρίς μεσάζοντες και στην Θεσσαλονίκη με παζάρι παραγωγών .Αλλά και στο Χαϊδάρι με τους παραγωγούς του πρωτογενή τομέα να πουλούν σε χαμηλές τιμές όσπρια, ρύζι, τυροκομικά, ελιές, λάδι, μέλι, και είδη βασικά διατροφής .Επίσης υπάρχει στο Πειραιά –Νέο Φάληρο ,στη Ταμπούρια. Χωρίς μεσάζοντες θα βρούμε και στο Παλαιό Φάληρο αλλά και στη Λαμία. Στην Κέρκυρα ,στο Γαλάτσι, στο Δήμο του Βύρωνα στην Αγία Βάρβαρα και στη Καισαριανή.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 6).

Το κίνημα κατάφερε να δραστηριοποιήσει τους πολίτες και να αφυπνίσει την αλληλεγγύη μεταξύ τους. Αυτό όμως έρχεται σε αντίθεση με τους νόμους οι οποίοι όχι μόνο δεν προστατεύουν το κίνημα αλλά και το κυνηγούν. Σε αυτό έρχεται να προστεθεί και η ανυπαρξία των δήμων στην προσπάθεια αυτή αφού με το νόμο Καλλικράτη είναι πλέον δυσεύρετοι. Ωστόσο σε πολλές πόλεις όπως η Ν. Φιλαδέλφεια, το Χαλάνδρι στην Αθήνα καθώς και στην Θεσσαλονίκη οι δραστηριοποιήσεις και οι ενέργειες των πολιτών είναι πολλές και σημαντικές τόσο σε ντόπιους όσο και σε πρόσφυγες.

### 3.3.Επέκταση δράσης και σε άλλα προϊόντα

Είναι γεγονός αυτό που κατάφερε να δημιουργήσει το προϊόν της πατάτας το Μάρτιο του 2012 στην Πιερία και να παρακινήσει αλλά τόσα προϊόντα να έρχονται στα ελληνικά σπίτια σε πολύ χαμηλές τιμές όπως είναι το ρύζι ,το λαδί, οι ντομάτες , το μέλι ,αυγά αλλά και απορρυπαντικά. Είδη πρώτης ανάγκης από τον παραγωγό άμεσα στον καταναλωτή χωρίς την παρεμβολή ενδιάμεσων με της κινητοποιήσεις των Δήμων .Από τις συγκεκριμένες δράσεις επωφελούνται όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς. Οι πολίτες που ωφελούνται από την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων ,οι έμποροι που έρχονται σε επαφή με τους παραγωγούς Κυρίως ωφελημένοι από αυτή την δράση είναι οι συμπολίτες που έχουν ανάγκη καθώς γίνονται και δωρεές.

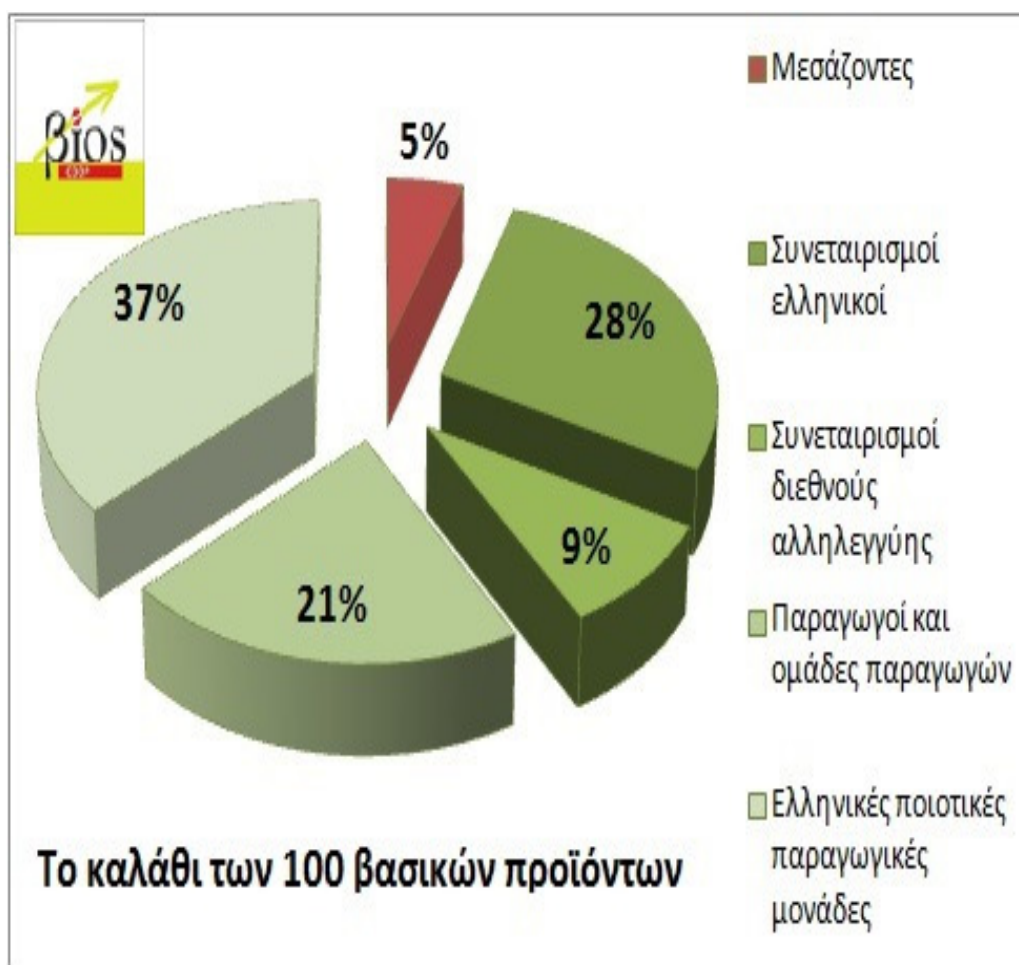
Οι παραγγελίες γίνονται μέσω ιντερνέτ ο κάθε Δήμος φροντίζει να έχει τους παραγωγούς έχοντας έτοιμους τους πάγκους με τις παραγγελίες πληρώνοντας άμεσα στο παραγωγό με τον κωδικό της παραγγελίας του.

Η αλληλεγγύη είναι στάση ζωής. Δεν επηρεάζεται από τη φυλή, την καταγωγή, την εθνικότητα ή την θρησκεία. Την διαθέτεις ή δεν την διαθέτεις.

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 3).

Πέρα από το κίνημα της πατάτας η δράση επεκτάθηκε και σε άλλα προϊόντα όπως το ρύζι, οι ντομάτες , το μέλι, τα αυγά καθώς και άλλα. Από τις παραπάνω κινήσεις επωφελούνται όλοι οι φορείς διακίνησης αλλά κυρίως συμπολίτες μας οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα απόκτησης των προϊόντων αλλά ακόμη και να δεχτούν κάποιες δωρεές.

### 3.4 Διανομή –Διάθεση –Τυποποίηση των αγροτικών προϊόντων



Ιδιαίτερο ενδιαφέρον εστιάζεται στην εξέταση της αληθινής χρησιμότητας της διαμεσολάβησης σειράς από επιχειρήσεις, μέσω των οποίων επιτυγχάνεται η φυσική διανομή και διάθεση των προϊόντων. Η σύγχρονη διανομή διεξάγεται από διάφορους φορείς όπως παραγωγούς, χονδρέμπορους, σουπερμάρκετ, συσκευαστές. Όσο περισσότερο διαφοροποιούνται αυτοί οι τρόποι εφοδιασμού των τροφίμων, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος χειροτέρευσης της ποιότητας και της αύξησης του κόστους σε συνδυασμό τη χαμηλότερη αξία για τον πελάτη.

Η διανομή των προϊόντων αγροτικής παραγωγής γίνεται σήμερα στη χώρα μας κυρίως μέσω του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων :

- Των κεντρικών λαχαναγορών
- Της μεταπώλησης των προϊόντων από τους επαγγελματίες των λαϊκών αγορών ή με απευθείας πώληση των προϊόντων από τα παραγωγικά κέντρα ( χωρίς ωστόσο να παρατηρείται αισθητή μείωση τιμών)

- Της πώλησης των προϊόντων παραγωγής στις λαϊκές αγορές από τους ίδιους τους αγρότες – παραγωγούς
- Της λειτουργίας των συνοικιακών καταστημάτων οπωροπωλείων αλλά και μέσω τμημάτων πώλησης των πολυκαταστημάτων (σουπερμάρκετ).

Στη διεκπεραίωση της λειτουργίας της διανομής ενός προϊόντος είναι δυνατό να συμμετέχουν διάφοροι ενδιαμέσοι «φορείς» όπως είναι οι χονδρέμποροι, λιανοπωλητές, πράκτορες, αντιπρόσωποι κ.λπ. Κάθε επιχείρηση μπορεί να επιλέξει ένα ή και περισσότερα δίκτυα διανομής, ακόμη και για το ίδιο προϊόν, τα οποία είναι δυνατόν να μεταβάλλονται, όταν μεταβάλλονται και οι συνθήκες. Ομοειδείς επιχειρήσεις, π.χ. οι γαλακτοβιομηχανίες, που πωλούν νωπό παστεριωμένο γάλα, είναι δυνατόν να χρησιμοποιούν διαφορετικά δίκτυα διανομής.

Σύμφωνα με το Γιαννάτο και Ανδριανόπουλο, (1997), η διανομή των προϊόντων διακρίνεται σε:

α) στη γενική ή εντατική, β) στην αποκλειστική και γ) στην επιλεκτική:

Αν και η συγκέντρωση δεν οδηγεί αναπόφευκτα σε δημιουργία "καρτέλ" και κατάχρηση της δύναμης που μεγάλοι λιανέμποροι κατέχουν στην αγορά σε βάρος του παραγωγού, είναι βέβαιο ότι οι συνθήκες διάθεσης ενός προϊόντος σε ένα μεγάλο λιανέμπορο από έναν μεμονωμένο παραγωγό ή μια μικρή ομάδα παραγωγών δε θα είναι τόσο ευνοϊκές όσο αυτές που θα επιτύχει μια ισχυρή και συνεκτική ομάδα παραγωγών. Η διαπραγματευτική ισχύς δεν είναι η ίδια στις δύο περιπτώσεις. Ούτε όμως είναι εύκολο για το λιανέμπορο να συνεργασθεί με κάθε έναν τους παραγωγούς ξεχωριστά, πράγμα που συνεπάγεται αυξημένο κόστος συναλλαγής. Επομένως, η σύμπραξη παραγωγών για την προώθηση κοινών συμφερόντων σε επιχειρηματική βάση θα πρέπει να αποκτήσει υψηλή προτεραιότητα για την ανάπτυξη του γεωργικού τομέα της χώρας.

(Γιώργος Γιαννάτος – Σταμάτης Ανδριανόπουλος Από το Βιβλίο ΔΙΑΝΟΜΗ – ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ-LOGISTICS Εφοδιαστική αλυσίδα. Μεταφορές. Marketing και Διανομή. (σελίδες 45-70)

(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 10).

### 1. ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ -> ΤΕΛΙΚΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ

Αποτελεί την πιο άμεση και απλή μορφή διάθεσης αγροτικών προϊόντων/την πιο απλή μορφή καναλιού διανομής, στην οποία ο παραγωγός προσπαθεί να διαπραγματευτεί την υψηλότερη δυνατή τιμή και να καρπωθεί ο ίδιος όλο το περιθώριο κέρδους. Είναι μια μορφή που συναντούσαμε συνήθως σε μικρές και επαρχιακές περιοχές όπου ο παραγωγός μετέφερε με τα δικά του μέσα μεταφοράς τα προϊόντα που παράγει είτε σε οργανωμένες λαϊκές αγορές είτε σε τοπικά παζάρια ή στο δρόμο (πλανόδιοι αγρότες - πωλητές). Όμως σήμερα έχουν προκύψει νέα δεδομένα. Από εκεί προκύπτει και το κίνημα της πατάτας η διαφορά είναι πως το κόστος για τον καταναλωτή είναι πια χαμηλό.

### 2. ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ -> ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ -> ΤΕΛΙΚΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ

Ωστόσο, ο αγρότης επιβαρύνεται με πρόσθετο κόστος επένδυσης προκειμένου να προσελκύσει πελάτες μέσω της προώθησης των προϊόντων του αλλά και για να διαμορφώσει κατάλληλες εγκαταστάσεις για τη λιανική πώληση των προϊόντων και τις συναλλαγές με τους πελάτες. Πρέπει να σημειωθεί ότι η μορφή αυτή πλέον τείνει να εκλείψει δεδομένου ότι, σε ένα πολύ εξελιγμένο περιβάλλον που σχετίζεται με τη τεχνολογική έκρηξη και τη μαζικοποίηση της παραγωγής καθώς και με την εξέλιξη των αγορών, την εξειδίκευση των παραγωγών, την αύξηση του βιοτικού επιπέδου και την αλλαγή των καταναλωτικών προτιμήσεων με αυξημένες προτιμήσεις είναι αντισυμβαλλόμενο για τους παραγωγούς να αναλαμβάνουν ατομικά όλες τις δραστηριότητες που συγκαταλέγονται στη διάθεση των προϊόντων.

Συμφώνα με την Ελληνικό καταναλωτικό μοντέλο ο παραγωγός διαθέτει το προϊόν στο λιανέμπορο και στον τελικό καταναλωτή.

Το μόνο που αλλάζει είναι ότι ο παραγωγός πουλάει σε κάποιον άλλο λιανοπωλητή και το περιθώριο κέρδους μοιράζεται. Διάθεση από τον παραγωγό απευθείας στο λιανοπωλητή γίνεται σε τοπικά πλαίσια συνήθως σε αστικά και ειμί-αστικά κέντρα τα οποία δε διαθέτουν κεντρική λαχαναγορά. Οι παραγωγοί που βρίσκονται κοντά σε αυτά τα κέντρα φέρουν οι ίδιοι τα προϊόντα τους στα καταστήματα λιανικής πώλησεως. Σε αυτήν την περίπτωση ο παραγωγός επιβαρύνεται με το κόστος μεταφοράς και έτσι το περιθώριο κέρδους μοιράζεται. Σπάνια όμως θα δούμε τέτοια κανάλια λόγω αδυναμίας κάλυψης αναγκών σε διανομή από τους εμπλεκόμενους. Πάλι, η παρουσία αυτού του καναλιού κινείται σε τοπικά πλαίσια



Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, λόγω αδυναμίας κάλυψης πολλών αναγκών των υπεραγορών (σουπερμάρκετ) από τους χονδρέμπορους, αναπτύσσονται «ανεξάρτητα» κανάλια διανομής, τα οποία ελέγχονται και διαχειρίζονται από τις μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ.

Πολύ συχνά μπορεί να συναντηθεί και στην αλυσίδα αυτή του καταναλωτή παραγωγού η παρεμβολή των σουπερ μάρκετ. Είναι η σύγχρονη μορφή λιανεμπορίου , που επικράτησε στις μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου τροφίμων και αγαθών πρώτης ανάγκης σε όλη την Ευρώπη. Έτσι και στη Ελλάδα , λόγω της δύναμής τους κυρίως σε τομείς όπως logistics και έλεγχος ποιότητας - αλλά και της αδυναμίας των κάλυψης των αναγκών τους από τους χονδρέμπορους εφοδιάζονται απευθείας αγροτικά προϊόντα από συμβεβλημένους παραγωγούς με σημαντικά οφέλη για τις αλυσίδες αυτές αφού ένα κομμάτι της εφοδιαστικής αλυσίδας έχει παρακαμφθεί. Στην συγκεκριμένη περίπτωση τον ρόλο του χονδρεμπόρου και του λιανέμπορου τον αναλαμβάνει το σουπερμάρκετ έχοντας την δυνατότητα και να συμπιέζει αλλά και να ελέγχει το κόστος απόκτησης των προϊόντων.



## • **Τυποποίηση και Σήμανση αγροτικών προϊόντων**

Τυποποίηση ενός αγροτικού προϊόντος είναι ο διαχωρισμός της όλης διακινούμενης ποσότητας του σε διαφορετικές ποιότητες και ο προσδιορισμός διαφορετικής τιμής για κάθε ποιότητα. Ο διαχωρισμός των γεωργικών προϊόντων σε ποιότητες, που ονομάζονται και τύποι γίνεται με τη βοήθεια ορισμένων κανόνων ποιότητας, δηλαδή με βάση συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά, τα οποία λέγονται κριτήρια ή προδιαγραφές τυποποίησης. Τα κριτήρια συνήθως διαφέρουν από προϊόν σε προϊόν και για το ίδιο προϊόν μπορεί να διαφέρουν από ένα στάδιο εμπορίας σε άλλο.

Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά, τα οποία συνήθως χρησιμοποιούνται ως κριτήρια τυποποίησης των αγροτικών προϊόντων είναι τα εξής: α) το μέγεθος των προϊόντων, β) η περιεκτικότητα του προϊόντος σε διάφορες ουσίες γ) ο βαθμός ωρίμανσης του προϊόντος, δ) το ειδικό βάρος του προϊόντος ε) το σχήμα, το χρώμα και το άρωμα του προϊόντος, στ) συνδυασμός ποιοτικών χαρακτηριστικών.

Η ετικέτα των τροφίμων είναι το πρωταρχικό κανάλι επικοινωνίας μεταξύ των παραγωγών/κατασκευαστών και των καταναλωτών καθώς περιέχουν μια σειρά πληροφοριών όπως είναι το όνομα του τροφίμου, η λίστα των συστατικών με την ακριβή ποσότητα, οι συνθήκες αποθήκευσης, το όνομα του κατασκευαστή και οι πληροφορίες χρήσης. (Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 10).

Γνωρίζοντας ότι η μεσολάβηση για την διάθεση των προϊόντων είναι απαραίτητος κρίκος στην αλυσίδα, παρατηρούμε ότι μπορεί να υπάρξει κίνδυνος υποβάθμισης της ποιότητας του προϊόντος με άμεσο στόχο τον ανταγωνισμό και την μείωση της τιμής του προϊόντος. Σύμφωνα με τον Γιαννάτο και τον Ανδριανόπουλο η διανομή διακρίνεται σε γενική, αποκλειστική και επιλεκτική. Η πιο άμεση και απλή μορφή διάθεσης είναι από τον παραγωγό στον καταναλωτή και έπειτα από τον παραγωγό σε κατάστημα του και τέλος στον καταναλωτή. Πλέον τα σούπερ μάρκετ παρεμβάλλονται μεταξύ της σχέσης παραγωγού και καταναλωτή ελέγχοντας έτσι την αγορά και την πορεία κάποιων προϊόντων. Επομένως η τυποποίηση ενός προϊόντος εξαρτάται από κάποια κριτήρια που διαφέρουν από προϊόν σε προϊόν. Τα χαρακτηριστικά λοιπόν που πρέπει να χρησιμοποιηθούν ως κριτήρια είναι το μέγεθος, η περιεκτικότητα, ο βαθμός ωρίμανσης, το ειδικό βάρος, το σχήμα, το χρώμα, το άρωμα καθώς και ο συνδυασμός ποιοτικών χαρακτηριστικών. Τέλος η ετικέτα του κάθε προϊόντος είναι το πρωταρχικό κανάλι επικοινωνίας καταναλωτών και παραγωγών.

### **3.4.1.Συστημα ηλεκτρονικής πώλησης αγροτικών προϊόντων με δικτυακή και φωνητική μορφή.**

Πληθαίνουν οι προσπάθειες για μείωση των τιμών σε όλη την αγορά. Λιγότεροι μεσάζοντες, μικρότερα κόστη, χαμηλότερες τιμές προϊόντων. Σε αυτό το πλαίσιο κινείται μια νέα ηλεκτρονική πλατφόρμα που φιλοδοξεί να ενισχύσει το κίνημα χωρίς μεσάζοντες, φέρνοντας απευθείας σε επικοινωνία καταναλωτές και παραγωγούς. Αποτελεί μια ιδιωτική προσπάθεια και αυτοαποκαλείται ως η «ηλεκτρονική λαχαναγορά». Προσφέρει τη δυνατότητα σε παραγωγούς να προβάλουν τα προϊόντα τους και τις αντίστοιχες τιμές τους. Από μεριάς τους, οι καταναλωτές μπορούν να επιτύχουν μια καλή και συμφέρουσα αγορά απευθείας από τον παραγωγό.

Το σύστημα που προτείνεται για την αγορά των αγροτικών προϊόντων χωρίς μεσάζοντες είναι μία online πύλη χρηματιστηριακής μορφής για αγροτικά προϊόντα. Στην πύλη αυτή θα μπορούν να συνδέονται άμεσα οι παραγωγοί (πωλητές), χρησιμοποιώντας προσωπικούς κωδικούς ασφαλείας, όπου θα δηλώνουν το είδος, την ποιότητα, την διαθέσιμη ποσότητα, και την τιμή πώλησης των προϊόντων τους. Ομοίως, θα συνδέονται στην πύλη οι καταναλωτές, π.χ. χονδρέμποροι, supermarket, τοπικές αγορές κλπ. (αγοραστές), όπου θα δηλώνουν το είδος, ποιότητα, απαιτούμενη ποσότητα και τιμή την οποία είναι διαθέσιμοι να πληρώσουν για το προϊόν που θέλουν να αγοράσουν. Σε περίπτωση αλλαγής γνώμης οι υπάρχουσες εντολές πώλησης ή αγοράς θα είναι δυνατόν να ακυρωθούν ή να τροποποιηθούν.

Όταν υπάρχει συμφωνία στις τιμές πώλησης και αγοράς, η αγοραπωλησία θα γίνεται αυτόματα μέσω του συστήματος, με τη μεταφορά χρημάτων στον τραπεζικό λογαριασμό του πωλητή. Είναι φανερό ότι ένας αγοραστής είναι δυνατόν να ικανοποιηθεί από παραπάνω από έναν πωλητές, ή αντίστροφα ένας πωλητής να ικανοποιήσει παραπάνω από έναν αγοραστής. Η μεταφορά των προϊόντων θα επιβαρύνει τον πωλητή, και το σύστημα θα γνωρίζει τις τοποθεσίες του κάθε χρήστη ώστε να μπορεί να επιλέξει τις πιο συμφέρουσες αγορές από πλευράς εξόδων μεταφοράς. Εναλλακτικά, αντί να γίνεται αυτόματα το ταίριασμα των αγοραστών με τους πωλητές, θα υπάρχει και η δυνατότητα ονομαστικής επιλογής των πωλητών και των προσφορών τους από τους αγοραστής.

Μετά από μια επιτυχημένη αγοραπωλησία, ο πωλητής θα ειδοποιείται αυτόματα και θα είναι υποχρεωμένος να διαθέσει το ζητούμενο προϊόν, μαζί με το δελτίο αποστολής που θα του διατίθεται από το σύστημα, στη μεταφορική εταιρεία εντός μικρού χρονικού διαστήματος, π.χ. 12 ωρών. Με τον τρόπο αυτό ο πωλητής έχει την ευελιξία να πουλάει ενώ το προϊόν είναι ακόμα πάνω στο φυτό, και να αποφεύγει έτσι την αλλοίωση της ποιότητας του προϊόντος. Ο αγοραστής θα μπορεί να αξιολογεί μέσω της πύλης τον πωλητή, με θετικά ή αρνητικά σχόλια, όπως π.χ. στην περίπτωση καθυστέρησης του πωλητή ή εάν η ποιότητα του προϊόντος δεν είναι η αναμενόμενη. Η αξιολόγηση αυτή αποτελεί ένα σοβαρότατο κίνητρο για σωστή και επαγγελματική συμπεριφορά από τους πωλητές. Εάν το επιθυμεί ο συμμετέχων, θα είναι δυνατή η αυτόματη κοπή τιμολογίων, και γενικά η σύνταξη των απαραίτητων οικονομικών εγγράφων για την επιστροφή του ΦΠΑ, ΕΛΓΑ και ενημέρωση της ΔΟΥ.

Η πύλη, με όλες οι πληροφορίες της, θα είναι διαθέσιμη σε παραπάνω από μία γλώσσες, όπως για παράδειγμα ελληνικά, αγγλικά και γερμανικά.

Με τον τρόπο αυτό θα είναι δυνατή η χρήση της από πολίτες άλλων χωρών με άμεσες συνέπειες στο διακρατικό εμπόριο αγροτικών προϊόντων εθνικά οφέλη μπορεί να είναι πολύ μεγάλα και πολύπλευρα. Λόγω της διαφάνειας της προτεινόμενης διαδικασίας διακίνησης των αγροτικών προϊόντων θα μπορέσει να σταματήσει η ανεξέλεγκτη εκμετάλλευση του αγροτικού πληθυσμού. Ο ανταγωνισμός ανάμεσα σε αγοραστής και πωλητές, όπως και ο έλεγχος στους μεσάζοντες, αυξάνονται, με αποτέλεσμα η τιμή του προϊόντος να διαμορφώνεται αποκλειστικά από την τρέχουσα προσφορά και ζήτηση και να ωφελείτε ο καταναλωτής.

Σημαντική για τον αγροτικό πληθυσμό είναι και η ύπαρξη της online αγροτικής βιβλιοθήκης με πλήθος πληροφοριών για θέματα που τους αφορούν άμεσα.

Τέλος, μέσω της πύλης, τα αγροτικά προϊόντα της χώρας μας θα μπορούν να είναι ορατά στο ευρύτερο παγκόσμιο κοινό, με πιθανό αποτέλεσμα την εκδήλωση ενδιαφέροντος από νέους αγοραστής και την αύξηση των εξαγωγών αγροτικών προϊόντων της χώρας μας. (Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 16).

Η προσπάθεια για μείωση των τιμών των προϊόντων επέφερε την ανάγκη να δημιουργηθεί μία διαδικτυακή πύλη στην οποία καταναλωτής και παραγωγός θα επικοινωνήσουν άμεσα και θα πραγματοποιηθεί μία συμφωνία ωφέλιμη και για τους δύο. Σε αυτήν ο παραγωγός θα μπορεί να ενημερώνει αυτόματα για τιμή και διαθεσιμότητα των προϊόντων του καθώς και για άλλες πληροφορίες, τις οποίες ο καταναλωτής θα έχει την δυνατότητα να δει, να κρίνει και να επιλέξει. Όλα τα παραπάνω θα δημιουργήσουν ταχύτατες αγορές με δυνατότητα ακύρωσης ή τροποποίησης καθώς και πλήρης τιμολόγηση των ενδιαφερόμενων. Συμπερασματικά θα λέγαμε πως είναι μια κίνηση με προοπτική που θα ωφελήσει τόσο τους εμπλεκόμενους σε αυτή όσο και το κράτος που θα αυξήσει τα έσοδα του και θα ενισχύσει την διαφάνεια αφού όλα θα φαίνονται στην μεγάλη αυτή βάση δεδομένων της αγοραπωλησίας των προϊόντων.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4° ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΑΠΟΦΕΙΣ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ.ΛΥΣΕΙΣ ΔΥΣΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙΩΝ**

### **4.Πολιτική προσέγγιση.**

Το Κίνημα της Πατάτας αιφνιδίασε την επίσημη κυβερνητική πολιτική του Υπουργείου Ανάπτυξης, αλλά και τα πολιτικά κόμματα. Ο Συνασπισμός Ριζοσπαστικής Αριστεράς και η Δημοκρατική Αριστερά επιδοκίμασαν την προσπάθεια αυτή των πολιτών, ενώ το Κομμουνιστικό Κόμμα Ελλάδας αποδοκίμασε την κίνηση και κάλεσε τους πολίτες να μη συμμετέχουν. Παράλληλα το Υπουργείο Ανάπτυξης υποσχέθηκε την υποστήριξη του κινήματος, μέσω ενός κρατικού διαδικτυακού τόπου, όπου θα γίνονται προσφορές και ζητήσεις αγροτικών και άλλων προϊόντων.

Το κίνητρο που δημιούργησε το Κίνημα της Πατάτας ήταν η ανάγκη για αλληλοϋποστήριξη των παραγωγών και των καταναλωτών, λόγω της οικονομικής δυσφορίας που προέκυπτε από την εκμετάλλευση και των δύο από τους μεσάζοντες. Μέσω της οργάνωσης της απ' ευθείας συναλλαγής μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών και τις μαζικές παραγγελίες, επιτεύχθηκε αρκετά χαμηλή τιμή για τους καταναλωτές σε σχέση με αυτή που συναντούσε κανείς στην αγορά, συμφέρουσα τιμή για τους παραγωγούς σε σχέση με τις τιμές πώλησης στο χονδρεμπόριο και πλήρης απορρόφηση της προσφερόμενης παραγωγής.

Πέρα από την άμεση ανακούφιση από την ακρίβεια, έμμεσα εκδηλώθηκε και πίεση για την καταπολέμηση της εκμετάλλευσης, αφού στην αγορά υπήρχε πλέον εναλλακτική προσφορά σε αρκετά χαμηλότερο επίπεδο τιμής. Επισημάνθηκε πως μέσα από το κίνημα αυτό συνειδητοποιείται η δυνατότητα αυτοοργάνωσης και αυτοεξυπηρέτησης των πολιτών από την οποία προκύπτει η επίγνωση της δυνατότητας απεγκλωβισμού από τον έλεγχο των δυνάμεων του πλουτισμού.  
(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 8).

Συνοψίζοντας , το κίνημα της πατάτας αιφνιδίασε την πολιτεία και όπως ήταν αναμενόμενο είχε ποικίλες αντιδράσεις. Η οικονομική δυσφορία στην οποία είχαν παρέλθει οι παραγωγοί οδήγησε στην δημιουργία του κινήματος αυτού, το οποίο βοήθησε στην καταπολέμηση της εκμετάλλευσης και τη συνειδητοποίηση της δυνατότητας αυτοοργάνωσης και απεγκλωβισμού από τον έλεγχο των δυνάμεων πλουτισμού

## 4.1 Λύσεις δυσλειτουργιών.

Πολλά είναι τα περιβλήματα που είχε να αντιμετωπίσει το κίνημα χωρίς μεσάζοντες αφού δεν έχει ανταπόκριση από το κράτος. Πολλά μέρη της Ελλάδος είχαν έρθει σε σύγκρουση με τον κρατικό μηχανισμό όπως είναι η εφορία καθώς και την δημοτική αστυνομία.

Διώχθηκαν από τον χώρο της διανομής, τους παραγωγούς, πατάτας, κρεμμυδιών και λαδιού. Μήπως δεν υπήρχαν ταμειακές μηχανές σε όλα; Μήπως γινόταν με κάποιο τρόπο φοροδιαφυγή; Όχι. Κόπηκε πρόστιμο γιατί δεν υπήρχε δελτίο αποστολής. Οι προσπάθειες τρομοκράτησης του κινήματος έγιναν στη Βέροια στο Ωραιοκαστρο την Θεσσαλονίκη στη Θέρμη αλλά και στην Καλαμαριά. Για όλο αυτό υπάρχουν λύσεις στις δυσλειτουργίες και προτείνονται οι εξής :

- **Αλλαγή της νοοτροπίας των αγροτών**

Το κύριο ερώτημα που αφορά καταρχάς τα κινήματα των αγροτών, για παράκαμψη των μεσαζόντων, είναι κατά πόσον πρόκειται για μεταλλαγή και ευρύτερη λαϊκή ευαισθητοποίηση των αγροτών σε συλλογική δυναμική διεκδικητική παρουσία και μάλιστα μετά από μια μακρά περίοδο ανοχής, αδράνειας, αναβλητικότητας και παθητικής ατομιστικής νοοτροπίας, που ήτα βέβαια σε βάρος τους. Μια τέτοια ενωτική μεταλλαγή μπορεί να σηματοδοτήσει ένα νέο κοινωνικό όραμα, μια νέα «κουλτούρα συνεργασίας» και νέες αντιλήψεις και πρακτικές. Είναι πλέον είναι επιτακτική ανάγκη για τους παραγωγούς αγροτικών προϊόντων και τροφίμων να αποφασίσουν τη μετάβαση από την εμπειρική γεωργία και τις ατελέσφορες εισοδηματικές διεκδικήσεις επιδοτήσεων στην αξιοποίηση των πορισμάτων της επιστήμης και της τεχνολογίας στην αγροτική οικονομία και να επιχειρήσουν με ίδιες ή συνεργαζόμενες δυνάμεις για την ανάταξη της οικονομίας, επ' ωφέλεια του εαυτού τους, του κοινωνικού συνόλου, αλλά και του φυσικού περιβάλλοντος.

Αυτή η αλλαγή νοοτροπίας και η υιοθέτηση της επιχειρηματικής στάσης συνιστά ουσιαστική και αναγκαία καινοτομία. Τα πλεονεκτήματα μιας τέτοιας δράσης θα είναι η διασφάλιση της ποιότητας αλλά και η καλλιέργεια αρχών υπευθυνότητας στον παραγωγό που συνδέεται άμεσα με τους καταναλωτές των προϊόντων του.

Επίσης, όσον αφορά τη πιστοποίηση και τη σήμανση των αγροτικών προϊόντων, ανεξάρτητα από το πρότυπο ποιότητας που ένας παραγωγός ή μια ομάδα παραγωγών αποφασίσει να υιοθετήσει, πρέπει να γνωρίζει ότι η ενέργεια αυτή είναι μια επιχειρηματική απόφαση η οποία είναι προφανές ότι πέραν των προσδοκώμενων ωφελειών εμπεριέχει και κινδύνους. Για το λόγο αυτό προτού πραγματοποιηθούν επενδύσεις για την απόκτηση ενός πιστοποιητικού (είτε για το προϊόν είτε για τη διαδικασία παραγωγής) αυτό που απαιτείται είναι η απόφαση αυτή να είναι προϊόν συστηματικής έρευνας κατά την οποία θα ληφθούν υπόψη όλοι εκείνοι οι παράγοντες που θα καθορίσουν την επιτυχία της επένδυσης. Άρα σημαντική προϋπόθεση, για να είναι επιτυχής η επένδυση αυτή, είναι οι παράγωγοί να έχουν ξεκάθαρους και σαφείς στόχους.

Οι αγρότες θα πρέπει να γίνουν οι ίδιοι επιχειρηματίες, αφενός για να αποκομίζουν εκείνοι το κέρδος του μεσάζοντος και αφετέρου οι καταναλωτές να προμηθεύονται φθηνότερα τα προϊόντα. Η νέα Κ.Α.Π. θέλει, λοιπόν, τον αγρότη επιχειρηματία. Η αγροτική επιχειρηματικότητα προαπαιτεί, Αγροτική Εφαρμοσμένη Έρευνα, Αγροτική Εκπαίδευση και προσόντα επαγγελματία αγρότη και βέβαια Υποστήριξη. Ως υποστήριξη εννοούνται αυτά που πρέπει να κάνουν τα τοπικά ή εξειδικευμένα επιμελητήρια, όπως δικτύωση, μεσιτεία τεχνογνωσίας, υποδοχή επιχειρηματικών αποστολών, οργάνωση επιχειρηματικών επισκέψεων, οργανωμένη συμμετοχή σε εκθέσεις-σταυροδρόμια επιτάχυνσης εμπορικών πράξεων, οργάνωση εκδηλώσεων επιτάχυνσης ροής πληροφοριών (συνέδρια, ημερίδες), οργάνωση αγορών αλλά και χρηματοδοτική στήριξη καινοτόμων καλλιεργειών (επιδοτήσεις).

- **Η εκπαίδευση των εργαζόμενων**

Επίσης βασική είναι και η συνεχής κατάρτιση των αγροτών, προκειμένου αφενός κάποιοι να γνωρίσουν τις βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας, αφετέρου κάποιοι να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες, μέσω της παρακολούθησης προγραμμάτων marketing. Η κατάλληλη εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού μπορεί να επιτύχει τη μείωση του κόστους παραγωγής διανομής, μεταφοράς από τον παραγωγό στον τελικό καταναλωτή με δυο τρόπους. Πρώτον, απομακρύνονται όσοι δεν έχουν τις δυνατότητες να παράγουν καλής ποιότητας προϊόντα και δεύτερον, οι παραγωγοί που παραμένουν θα είναι σε θέση να καταλάβουν και να εφαρμόσουν αποτελεσματικότερα τις νέες ρυθμίσεις και τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό. Επιπλέον η εκπαίδευση του εργατικού δυναμικού των μονάδων επεξεργασίας συμβάλλει στην αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας και στην παραγωγή προϊόντων με τις επιθυμητές προδιαγραφές ασφάλειας και ποιότητας. Επομένως κρίνεται σκόπιμος ο σχεδιασμός ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων κατάρτισης παραγωγών, επιχειρηματιών και προσωπικού σε θέματα εφοδιαστικής αλυσίδας, όπως - μεταξύ άλλων - οργάνωσης μεταφοράς, αποθήκευσης, διανομής, προμηθειών, διαχείρισης αποθεμάτων, στρατηγικής δικτύων, διαφοροποίησης.

Θα πρέπει να γίνει βελτίωση σε αυτόν το τομέα , μέσω στοχευόμενων , έγκυρων, διαρκώς επικαιροποιημένων γνώσεων και δεξιοτήτων, μέσω δράσεων κατάρτισης και ενημέρωσης, που θα λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες των αγροτών, της αγοράς, του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου και θα δημιουργούν μία κουλτούρα αγροτικής καινοτομικής επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα , πρέπει να γίνει κατάλληλη εκπαίδευση και ενημέρωση των αγροτών για τις νέες τεχνολογίες για να ισχυροποιηθούν τέτοιες μορφές διανομής. Η εκπαίδευση των εργαζόμενων συντελεί στη βελτίωση της παραγωγικότητας εργασίας και συνεπώς στη προσφορά περισσότερης και καλύτερης ποιότητας εργασίας ανά μονάδα χρόνου και με αυτόν τον τρόπο η αποδοτικότητα της διακίνησης των αγροτικών προϊόντων αυξάνεται.

- **Η ορθολογική οργάνωση του συστήματος διανομής**

Η ορθολογική οργάνωση του συστήματος διανομής για να αποφευχθούν άσκοπες δαπάνες και έτσι να αυξηθεί η αποδοτικότητα είναι ένα ακόμα σημαντικό ζήτημα. Η διασφάλιση και σταθεροποίηση του αγροτικού εισοδήματος θα προσέφερε νέες δυνατότητες για την αντιμετώπιση της έντονης μεταβλητότητας των αγορών των αγροτικών προϊόντων, των αυξανόμενων περιβαλλοντικών κινδύνων ως συνέπεια της αλλαγής του κλίματος, καθώς επίσης και των διατροφικών κρίσεων. Επιπλέον, η επίλυση λειτουργικών θεμάτων όπως διασφάλιση πιστοποίησης και ποιότητας, θέματα logistics (αποθήκευσης και διανομής), θέματα περιβάλλοντος και ασφάλειας, θα οδηγούσε στην καλύτερη λειτουργία και αξιοπιστία τα διάφορα κινήματα παράκαμψης μεσαζόντων και θα υποστήριζε τη λειτουργία των βραχείων αλυσίδων εφοδιασμού, των εναλλακτικών μορφών τους και των τοπικών αγορών. Τέλος, η δίκαιη, ανταποδοτική διανομή του οικονομικού οφέλους της απαλλαγής από το μηχανισμό «μεσάζοντας– σουπερμάρκετ» τόσο στο παραγωγό και στον καταναλωτή όσο και στην προσπάθεια δημιουργίας υποδομών αυτό-οργάνωσης, ποιότητας, εξωστρέφειας και καινοτομίας, θα οδηγούσε σε ένα πιο ορθολογικό σύστημα.

Επίσης, μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή εντοπίζονται πολλά και ισχυρά κανάλια διανομής και εφοδιαστικοί κόμβοι. Το εύρος της εφοδιαστικής αλυσίδας συναρτάται με συναρτάται με το προϊόν και με την ανάπτυξη της αγοράς και την οργάνωση των μεσαζόντων. Στην ποικιλομορφία αυτή έχουν παρατηρηθεί και εξόφθαλμα ακραίες περιπτώσεις, όπου παρεμβάλλονται έως και δέκα ενδιάμεσοι στη διακίνηση από τον παραγωγό ως το τελικό καταναλωτή.

Στις περιπτώσεις αυτές ανακύπτει διττό πρόβλημα: τιμολογιακής επιβάρυνσης του καταναλωτή και αύξησης της ψαλίδας τιμών παραγωγού - καταναλωτή από τη μια και διασφάλιση της ποιότητας από την άλλη , ιδίως στα νωπά οπωροκηπευτικά, που είναι φθαρτά και ιδιαίτερα ευπαθή και θα πρέπει να μεταφέρονται το ταχύτερο δυνατόν.



Στη διαμόρφωση της ψαλίδας ακραίων επιπέδων, μέχρι και 500 % συνεπικουρούν και ενδείξεις αδιαφανούς συνεργασίας ολιγοπωλιακού χαρακτήρα μεταξύ ενδιαμέσων φορέων σε ορισμένα αγροτικά προϊόντα . Οι αγροτικές κοινωνίες και ο αστικός χώρος πρέπει λοιπόν να έρθουν σε απευθείας επαφή και να μειωθεί η ψαλίδα τιμών παραγωγού με τις τιμές καταναλωτή, που σήμερα στην Ελλάδα είναι 5-8 φορές υψηλότερες (σύμφωνα με στοιχεία του Υπ.Α.Α.Τ), ενώ στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι περίπου 2,5 φορές μόνο. Και οι καταναλωτές θα ωφεληθούν θα ενδυναμώσουν την αγοραστική τους δύναμη και τη επιβίωση τους, και οι αγρότες θα εισπράξουν υψηλότερες τιμές και θα στηρίξουν την αγροτική ανάπτυξη.

Όσον αφορά στον τρόπο διάθεσης των ελληνικών αγροτικών προϊόντων ένα σημαντικό μέτρο αποτελεί η καθιέρωση ενός και μοναδικού τιμολογίου από τις αλυσίδες λιανικής πώλησης, στο οποίο να ενσωματώνεται η αρχική τιμή και οι εκπτώσεις, καταργώντας έτσι το πιστωτικό τιμολόγιο έκπτωσης εκ των υστέρων. Επιπλέον, κρίνεται απαραίτητη η λειτουργία ενός συστήματος το οποίο θα ελέγχει τα αγροτικά προϊόντα, με την εφαρμογή ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων επιχειρησιακού χαρακτήρα σε όλα τα στάδια παραγωγής, μεταποίησης και διανομής τροφίμων.

Τέλος, προκειμένου να καταπολεμηθεί το φαινόμενο της νοθείας στα τρόφιμα, θα πρέπει να αυξηθεί το ελάχιστο ύψος των διοικητικών προστίμων, με άρση λειτουργίας για δύο χρόνια, σε περίπτωση υποτροπής. Παράλληλα, τα Υπουργεία Οικονομικών και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων θα πρέπει να λάβουν μέτρα προκειμένου να εντείνουν τους ελέγχους των εισαγόμενων προϊόντων και τροφίμων, προς αποφυγή «ελληνοποιήσεων» τους .

Τέλος, σημαντικό βήμα για τους αγρότες, όσον αφορά τον εξορθολογισμό του συστήματος διανομής, είναι η δημιουργία χώρων δημοπρασιών αγροτικών προϊόντων που θα αναπτυχθούν και στην Ελλάδα - σύγχρονοι χώροι όπου θα δημοπρατούνται προϊόντα παραγωγών χωρίς την παρουσία μεσαζόντων. Έτσι οι χονδρέμποροι θα βρουν ένα ιδανικό τόπο συναλλαγών και οι παραγωγοί ένα πιο δίκαιο χώρο πώλησης. Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες γίνονται ολοένα πιο δημοφιλείς και παρουσιάζουν το ιδιαίτερο πλεονέκτημα ότι αίρουν το πρόβλημα της απόστασης για πολλούς αγρότες και αγορές. Παρά το γεγονός αυτό, η διάδοση των ηλεκτρονικών δημοπρασιών παραμένει περιορισμένη καθώς τόσο οι αγοραστές όσο και οι αγρότες εξακολουθούν συχνά να προτιμούν την κατ' ιδίαν επαφή ώστε να έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν από κοντά τα προϊόντα πριν τα αγοράσουν. Μέσω των δημοπρατηρίων (σύγχρονοι χώροι όπου θα δημοπρατούνται προϊόντα εγχώριων παραγωγών) ,οι παραγωγοί θα βρουν ένα πιο δίκαιο χώρο πώλησης των αγροτικών προϊόντων.

- **Ισχυροποίηση της διαπραγματευτικής θέσης των παραγωγών**

Επίσης, είναι απαραίτητη η ισχυροποίηση της διαπραγματευτικής θέσης των παραγωγών, ιδιαίτερα στις σημερινές συνθήκες συγκέντρωσης της βιομηχανίας τροφίμων και του λιανεμπορίου σε μεγάλες μονάδες. Το σύστημα διακίνησης επιβραβεύει την κερδοσκοπία εις βάρος των αγροτών και εκμεταλλεύεται την διαπραγματευτική αδυναμία μεμονωμένων παραγωγών. Καρπούται μια υπεραξία 4-5 φορές της τιμής που εισπράττει ο παραγωγός και ταυτόχρονα φοροδιαφεύγει. Η ενίσχυση της διαπραγματευτικής θέσης και του μεριδίου των παραγωγών και των αγροτικών συνεταιρισμών και των επιχειρήσεών τους στην αλυσίδα τροφίμων μπορεί να συντελεστεί μέσω προώθησης οριζόντιων και κάθετων μορφών συνεργασίας ή μέσω στήριξης συστημάτων ποιότητας.

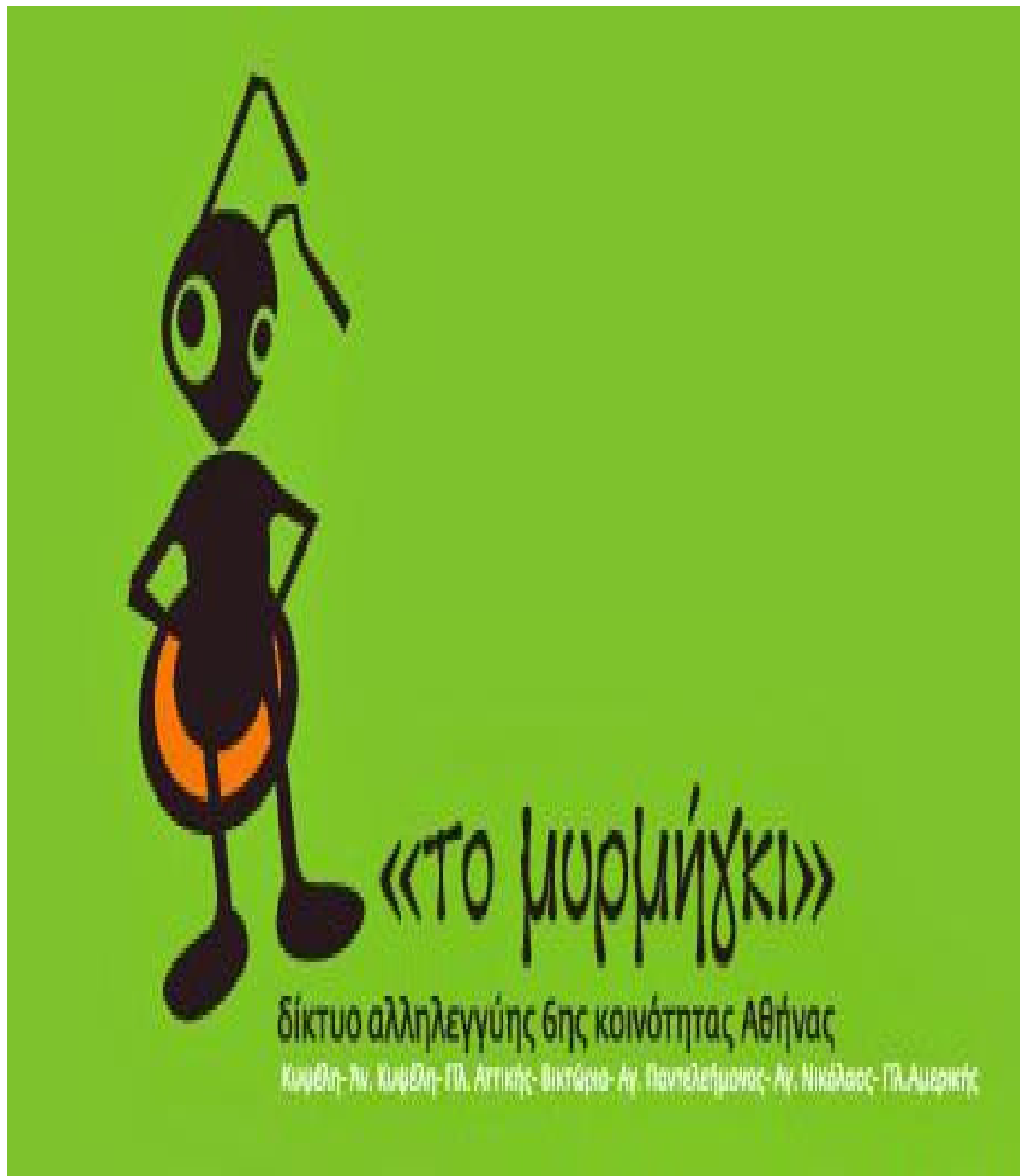
- **Μέσω της σύμπραξης των παραγωγών**

Η επιτυχία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη συνεργατική οργάνωση και την ελαχιστοποίηση ανταγωνιστικών σχέσεων μεταξύ των μελών της εφοδιαστικής αλυσίδας, ακόμα και αν πρόκειται για ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, η ποιότητα και η ασφάλεια τροφίμων, οι χαμηλές τιμές και η διαθεσιμότητα, μεταξύ πολλών άλλων θεμάτων που συνθέτουν την επιτυχία της εφοδιαστικής αλυσίδας, εξαρτώνται από όλα τα μέλη της: τον παραγωγό, τον συνεταιριστή, τον μεταποιητή, τον έμπορο, τον λιανεμπορίου, ακόμα και τον μεταφορέα. Μια τέτοια στάση και κουλτούρα εμπεριέχει την σωστή αναλογία των κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας που προαναφέρθηκαν, ώστε να αποκτήσουν σημαντικό και βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τα ελληνικά γεωργικά προϊόντα.  
(Βλ. βιβλιογραφία νούμερο 13).

Στο κείμενο αναπτύσσονται κάποια μέτρα που θα μπορούσαν να ληφθούν ως λύσεις σε πιθανά εμπόδια- δυσλειτουργίες του κινήματος. Ενδεικτικά, γίνεται αναφορά στην αλλαγή νοοτροπίας αγροτών, στην εκπαίδευση των παραγωγών, στην ορθολογική οργάνωση του συστήματος παραγωγής, καθώς και στην ισχυροποίηση της διαπραγματευτικής θέσης των παραγωγών μέσω της σύμπραξης τους.



4.2 Αναφορές στον ημερήσιο εθνικό ή τοπικό τύπο για την διάθεση των προϊόντων σε διάφορες περιοχές χωρίς μεσάζοντες απευθείας στους καταναλωτές



## **1.Πρωτοβουλίες για φθηνά τρόφιμα στη Θεσσαλονίκη δημοσίευση έγινε την 1 Μαρτίου 2016.**

Με δεδομένο το διογκούμενο «κίνημα της πατάτας» αλλά και των χρόνιων σοβαρών και δομικών προβλημάτων που καταγράφονται στην εφοδιαστική αλυσίδα από το χωράφι έως το πιάτο του καταναλωτή που έχουν ως τελικό αποτέλεσμα τις υψηλές τιμές των διατροφικών προϊόντων – προϊόντων πρώτης ανάγκης – ο Δήμος Θεσσαλονίκης αναλαμβάνει πρωτοβουλία με στόχο τη διασφάλιση χαμηλότερων τιμών για τον καταναλωτή.

Στο πλαίσιο αυτής της πρωτοβουλίας, η Διοίκηση του Δήμου θα επιδιώξει συναντήσεις εργασίας με εκπροσώπους των Παραγωγικών Φορέων, της Εφοδιαστικής Αλυσίδας και των κινημάτων των καταναλωτών. Στόχος είναι το αποκαλούμενο «κίνημα της πατάτας» να ευοδωθεί στην κατεύθυνση της διασφάλισης τιμών που συμφέρουν τόσο τους παραγωγούς όσο και τους καταναλωτές, τηρώντας ταυτόχρονα συνθήκες ελέγχου της ποιότητας των προϊόντων, αλλά και αποφεύγοντας ενδεχόμενες συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού στην αγορά.

**[http://omartarif.blogspot.gr/p/blog-page\\_13.html](http://omartarif.blogspot.gr/p/blog-page_13.html)**

## **2.Δήμος Χαϊδαρίου η δημοσίευση έγινε στις 14 Δεκεμβρίου 2012.**

Στην 16η διάθεση προϊόντων χωρίς την παρέμβαση μεσαζόντων, προχωρά ο Δήμος Χαϊδαρίου, σε συνεργασία με την Κοινοφελή Επιχείρηση του Δήμου Χαϊδαρίου, εβρισκόμενοι πάντα στη διάθεση του Χαϊδαριώτικου λαού, ο οποίος έχει αγκαλιάσει θερμά την δράση αυτή.

Εφόσον οι δράσεις αυτές έχουν γίνει γνωστές στους περισσότερους δημότες της πόλης μας, δε θα χρειάζεται πλέον η χρονοβόρα διαδικασία της παραγγελίας προϊόντων, τα οποία θα μπορούν να προμηθεύονται εκείνη την ημέρα.

Ενδεικτικά θα διατεθούν: Πατάτες, ρύζι, τυροκομικά, ελιές, λάδι, μέλι, αλεύρι, ζυμαρικά, αλλαντικά, και άλλα βασικά είδη διατροφής, καθώς και προϊόντα που παραπέμπουν στο εορταστικό πνεύμα των ημερών, όλα τους προϊόντα της ελληνικής γης, στην καλύτερη δυνατή τιμή και ποιότητα, με τη συνεργασία Ελλήνων παραγωγών.

Την Κυριακή 14 Δεκεμβρίου πραγματοποιήθηκε για πολλοστή φορά η επιτυχημένη πρωτοβουλία του Δήμου Χαϊδαρίου, σε συνεργασία με την Κοινοφελή Επιχείρηση του Δήμου, διάθεσης προϊόντων απευθείας από παραγωγούς χωρίς μεσάζοντες στο λαό του Χαϊδαρίου, με στόχο να σταθεί αρωγός τόσο στους καταναλωτές όσο και στους συμπολίτες μας που έχουν ανάγκη τη βοήθεια της Κοινωνικής Υπηρεσίας του Δήμου.



Τρία χρόνια κλείνει φέτος τον Μάρτιο το κίνημα διανομής προϊόντων "Χωρίς Μεσάζοντες" στην Κοζάνη.

Ο κόσμος δείχνει να προτιμάει τα προϊόντα που διατίθενται από τον παραγωγό απευθείας στον καταναλωτή, σε μια δράση που έχει καθιερωθεί πλέον, με αποτέλεσμα σε κάθε διανομή τα προϊόντα να γίνονται ανάρπαστα. Την περασμένη Κυριακή 15 Μαρτίου στην Κοζάνη πραγματοποιήθηκε η νέα διανομή των προϊόντων "Χωρίς Μεσάζοντες", στο χώρο των παλιών αποθηκών της ΕΑΣ Κοζάνης, στην περιοχή του Σιδηροδρομικού Σταθμού, μπροστά από το DALUZ. Δεκάδες παραγωγοί και εκατοντάδες κόσμου έσπευσαν από νωρίς στο χώρο, προκειμένου να προλάβουν το λάδι, τις πατάτες και τα υπόλοιπα προϊόντα.

Όπως τόνισε χαρακτηριστικά ο πρόεδρος του Γεωργικού και Κτηνοτροφικού Συνεταιρισμού Κοζάνης Παναγιώτης Αρνίδης: "Σήμερα κλείνουμε τρία χρόνια "Χωρίς Μεσάζοντες". Πριν τρία χρόνια ξεκίνησε το κίνημα και φέτος τον Μάρτιο συμπληρώνουμε τρία χρόνια συνεχών δράσεων. Είμαστε πάρα πολύ ευχαριστημένοι από τις διανομές. Υπάρχει πολύ μεγάλη ανταπόκριση και από τους παραγωγούς και από τους καταναλωτές. Ο κόσμος ζητάει τα προϊόντα "Χωρίς Μεσάζοντες", το ψάχνει και μάλιστα αρκετά προϊόντα στις διανομές τελειώνουν νωρίς, όπως το λάδι".

Ο ίδιος αναφέρθηκε και στην πολύ καλή ποιότητα των προϊόντων που διατίθενται στο κοινό, λέγοντας είναι πολύ ποιοτικά: Λάδι, ρύζι, πατάτες, μέλι, χαρτικά, απορρυπαντικά. Όλα αυτά τα προϊόντα διατίθενται σε πολύ καλές τιμές. "Το λάδι, π.χ. πωλείται πέντε ευρώ κάτω από την τιμή που το βρίσκεις στο σούπερ μάρκετ. Ο κόσμος το προτιμάει και αυτό φαίνεται. Επίσης, το ρύζι, που πωλείται σε πολύ καλές τιμές, αλλά και τα φασόλια και άλλα προϊόντα".

Η επόμενη διανομή των προϊόντων "Χωρίς Μεσάζοντες" στην Κοζάνη θα πραγματοποιηθεί σε διάστημα δύο μηνών από τώρα, τον Μάιο.

[\(http://www.kedx.gr/\)](http://www.kedx.gr/)

### **3. Δήμος Μαρουσίου η δημοσίευση έγινε στις 23 Μαρτίου 2015.**

Φθηνά τρόφιμα χωρίς μεσάζοντες στο Μαρούσι – Επιτόπια ελεύθερη πώληση

Ο Δήμος Αμαρουσίου συνεχίζει και τις δράσεις για τη διάθεση αγροτικών προϊόντων, απευθείας από τον παραγωγό στον καταναλωτή, που ξεκίνησαν με πρωτοβουλία του Δημάρχου κου Γιώργου Πατούλη από το 2012.

Οι παραγωγοί που θα συμμετάσχουν στη δράση, καθώς και ο αναλυτικός κατάλογος με τα διαθέσιμα προς πώληση προϊόντα θα γνωστοποιηθούν με κάθε λεπτομέρεια μέσα στις επόμενες ημέρες.

Όλοι ανεξαιρέτως οι παραγωγοί που συμμετέχουν στη δράση, έχουν επιλεγεί βάσει των χημικών ελέγχων και πιστοποιήσεων που φέρουν τα προϊόντα τους, με κριτήριο την άριστη ποιότητα σε συσχέτισμό με την καλύτερη τιμή που εξασφαλίζει η απουσία μεσαζόντων.

[\(<http://www.aftodioikisi.gr/ota/dimoi/agrotika-proionta-xoris-mesazontes-sto-marousi>\)](http://www.aftodioikisi.gr/ota/dimoi/agrotika-proionta-xoris-mesazontes-sto-marousi)

### **4. «Εμπορικό κέντρο» με φθηνά προϊόντα χωρίς μεσάζοντες ανοίγει στην Αθήνα. Η δημοσίευση έγινε την 1 Απριλίου 2015.**

Ένα εμπορικό κέντρο, τύπου Mall, έκτασης 3.000 τμ, όπου οι παραγωγοί θα διαθέτουν χωρίς μεσάζοντες τα προϊόντα τους στο κοινό ετοιμάζεται να ανοίξει τον επόμενο Σεπτέμβρη στην Αθήνα, στην οδό Λένορμαν.

Σύμφωνα με το ethnos.gr, το εγχείρημα ονομάζεται «Ελληνική Τροφοδοσία» και στόχος είναι να προσελκύσει 60-70 παραγωγούς που θα πωλούν χωρίς μεσάζοντες ποικιλία προϊόντων όπως φρούτα, λαχανικά, ελαιόλαδο, μέλι, ζυμαρικά, τσίπουρο, γλυκά του κουταλιού, αλλαντικά, λουκούμια ακόμη και σαπούνι.

[\(<http://www.econews.gr/2013/04/11/emporiko-kentro-ftihina-trofima-98525/>\)](http://www.econews.gr/2013/04/11/emporiko-kentro-ftihina-trofima-98525/)

## 5. Το κίνημα της πατάτας η δημοσίευση έγινε στις 2 Μαρτίου 2012.

Το ξεκαθαρίζω από την αρχή. Ο τίτλος δεν είναι ειρωνικός. Αν οι πατατοπαραγωγοί με την κίνησή τους επιδιώκουν να διαμαρτυρηθούν για τη χαμηλή τιμή του προϊόντος τους, μπράβο τους!

. Ο τίτλος δεν είναι ειρωνικός. Αν οι πατατοπαραγωγοί με την κίνησή τους επιδιώκουν να διαμαρτυρηθούν για τη χαμηλή τιμή του προϊόντος τους, μπράβο τους! Είναι μια από τις σπάνιες φορές που επιλέγεται ένας δημιουργικός και κοινωνικά ωφέλιμος τρόπος διαμαρτυρίας. Μεγάλη δημοσιότητα, δημιουργική ενημέρωση των καταναλωτών για το πρόβλημά τους, μέσω γενναιόδωρων προσφορών και εξασφάλιση κοινωνικής συμπαράστασης. Κινητοποίηση «για σεμινάριο», που λένε και οι αθλητικοί σχολιαστές.

Ούτε εκδικητικά κλεισίματα δρόμων, ούτε καταλήψεις, ούτε αναποδογυρισμένα τελάρα σε νομαρχίες. Αν όμως η κινητοποίηση των πατατοπαραγωγών και άλλων συναδέλφων τους – ελαιοπαραγωγών, παραγωγών οσπρίων κ.ά. – φιλοδοξεί να εγκαινιάσει έναν νέο τρόπο διανομής και πώλησης των αγροτικών προϊόντων, φοβάμαι ότι σύντομα θα οδηγηθούμε, και αυτοί και εμείς που τους συμπαθούμε, σε μια μεγάλη απογοήτευση «κατάργηση των μεσαζόντων», παρά τη συνθηματολογία γοητεία που ασκεί, δεν είναι τίποτε παραπάνω από μια λαϊκίστικη αυταπάτη που είχαμε την ευκαιρία να την ξαναζήσουμε την εποχή των λεκτικών τσαμπουκάδων του πρώιμου ΠΑΣΟΚ. Ποιοι είναι οι «μεσαζόντες» σε μια κοινωνία που θα πρέπει να εκλείψουν; Πρακτικά, όλο το εμπόριο. Η αλυσίδα δηλαδή που ενώνει τον παραγωγό με τον καταναλωτή. Είναι μια αλυσίδα άχρηστων παράσιτων που παράγει μόνο κόστος χωρίς ωφέλεια; Όχι βέβαια. Αυτό έχει λυθεί στο πέρασμα των αιώνων μέσω της ανάπτυξης του καταμερισμού της εργασίας. Το εμπόριο συγκεντρώνει, επιλέγει, συσκευάζει, συντηρεί, μεταφέρει, προβάλλει, ενημερώνει, απασχολεί κόσμο, μηχανές, μεταφορικά μέσα, πληρώνει φόρους και προσθέτει αξία στο προϊόν, μέχρι να φτάσει στη γειτονιά του καταναλωτή. Είναι χρήσιμο και αναγκαίο στη σύγχρονη κοινωνία, δεν είναι παρασιτισμός. Θα μου πείτε, ναι, αλλά πολλοί έμποροι είναι αισχροκερδείς, φτιάχνουν καρτέλ, κάνουν κομπίνες, κλέβουν, εκβιάζουν. Από την άλλη και οι αγρότες είναι καιρός να δουν και το μερίδιο της δικής τους ευθύνης. Κόστη και ποιότητες που να στέκουν στον διεθνή ανταγωνισμό, αφού τα εισαγόμενα θα είναι πάντα μπροστά τους. Νέες υγιείς μορφές συνεταιριστικής οργάνωσης, σε αντίθεση με τα αναποτελεσματικά διαφθορεία προηγούμενων δεκαετιών

**<http://www.protagon.gr/epikairotita/ellada/to-kinima-tis-patatas-1311900000>**



## 6. Κίνημα δεν πληρώνω για το κίνημα της πατάτας .Η δημοσίευση έγινε στις 7 Μαρτίου 2012.

Το Κίνημα Δεν Πληρώνω, χαιρετίζει όλους εκείνους τους συμπολίτες μας οι οποίοι εμπνεύστηκαν μια μορφή αυτοοργάνωσης προκειμένου να παρακάμψουν τους μεσάζοντες και να πουλάνε φτηνές πατάτες στο λαό. Είναι γεγονός ότι το λεγόμενο "κίνημα της πατάτας" ως μορφή αυτοοργάνωσης ΔΕΝ έκανε την επανάσταση στη χώρα. Όπως επίσης ότι πατάτες από το συγκεκριμένο κίνημα μπορούν να προμηθεύονται ΚΑΙ οι έχοντες και οι κατέχοντες. Όπως επίσης ότι κάποιοι από τους παραγωγούς που πουλάνε πατάτες μπορεί να έχουν μεγάλο κλήρο για τα δεδομένα της ελληνικής αγροτιάς. Είναι δεδομένο ότι τα κοινωνικά κινήματα τα οποία ξεπηδούν μέσα από την αυτοοργάνωση και τις κοινωνικές ανάγκες και δεν είναι δομημένα μέσα σε κομματικά γραφεία-δοκιμαστικούς σωλήνες, και φορεμένα με το ζόρι στο λαό, μπορεί να πάσχουν από έλλειψη επαναστατικής καθαρότητας και ξεκάθαρη ταξική κατεύθυνση. Κατά συνέπεια σε κάποιους ντούρους επαναστάτες των γραφείων οι οποίοι, μέσα στη μονολιθικότητά τους και τις παρωπίδες, δεν αντιλαμβάνονται το ζωντανό και την ατζέντα που η ίδια η κοινωνία βάζει, και φυσικά ιστορικά έχουν κάνει ελάχιστα πράγματα ΓΙΑ το λαό και ΜΑΖΙ με το λαό, μπορεί να ξενίζει οποιαδήποτε πρωτοβουλία η οποία κάνει γκελ στον λαό και δεν είναι κατελωμένη από δαύτους. Τα ερωτήματα που μπαίνουν, σύμφωνα με τους κοινωνικούς όρους που έχουν διαμορφωθεί, είναι σαφή και προφανή και σε αυτά πρέπει να δούμε πώς θα απαντήσουμε. Υπάρχει πρόβλημα με την σίτιση μεγάλου ποσοστού του λαού αυτή τη στιγμή στη χώρα μας; Υπάρχει!

Το κίνημα της πατάτας απαντά σε αυτό; Εν μέρει απαντά!

Λύνει το πρόβλημα; Όχι!

Υπάρχει κάποια άλλη πρωτοβουλία αυτή τη στιγμή η οποία να απαντά με σοβαρούς όρους στο πρόβλημα της σίτισης και να εξαπλώνεται στην κοινωνία; Όχι!

Το κίνημα της πατάτας καλώς παρακάμπτει όλους τους μεσάζοντες οι οποίοι έβγαζαν κέρδος πάνω στη βασικότερη ανάγκη του λαού που είναι αυτή της σίτισης; Ναι.

Ο λαός δικαιούται να έχει πρόσβαση σε σχετικά φτηνή τροφή πριν αποφασίσει το ΚΚΕ να μας διατάξει να ξανασηκώσουμε τα όπλα τα οποία παρέδωσε στη Βάρκιζα; Δικαιούται!

Ο λαός παγκοσμίως αυτή τη στιγμή δέχεται πόλεμο σε... οικονομικό, πολιτικό και ιδεολογικό επίπεδο από τους καπιταλιστές οι οποίοι βλέπουν το σύστημά τους να καταρρέει και προσπαθούν με νύχια και με δόντια να μας καταδικάσουν στην εξαθλίωση προκειμένου να περισώσουν το στιδήςποτε για τον εαυτό τους. Η οποιαδήποτε οργανωμένη πολιτική δύναμη η οποία μιλάει στο όνομα του λαού και της εργατικής τάξης, στη συγκυρία έχει τεράστια ευθύνη να επεξεργαστεί ένα σχέδιο το οποίο θα περιλαμβάνει την επιβίωση του λαού, την οργάνωση των κοινωνικών δυνάμεων οι οποίες εκλύονται μέσα από τη φτωχοποίηση και την ανατροπή του ανθρωποφάγου καπιταλιστικού συστήματος το οποίο στην αποσύνθεσή του δεν έχει να μας προσφέρει ούτε τα ψίχουλα που μας προσέφερε.

Σίγουρα το κίνημα της πατάτας συνεπικουρεί στην πράξη και όχι στα λόγια, στην επιβίωση του λαού όσον αφορά τη σίτιση. Σίγουρα έχει τρωτά σημεία και δεν καταλήγει στην ανατροπή του συστήματος. Σίγουρα επίσης, κάποιοι θα προσπαθούν να μας πείσουν μέσα από αυτές τις κινήσεις, για την δυνατότητα μας να επιβιώσουμε και με τα 100 ευρώ το μήνα .

Ο ρόλος μας δεν είναι να αφορίσουμε να καταραστούμε και να γυρίσουμε πλευρό ικανοποιημένοι. Είναι να το βοηθήσουμε να αναπτυχθεί παλεύοντας μέσα από αυτό τους όρους που πιστεύουμε ότι θα βοηθήσουν περισσότερο το λαό και θα το στρέψουν προς μια πραγματικά ριζοσπαστική κατεύθυνση. Ούτε με κινήματα της πατάτας ούτε με αυτοοργανωμένα λαϊκά συσσίτια ούτε με περιστασιακές απαλλοτριώσεις τροφίμων λύνεται το πρόβλημα της σίτισης του λαού. Όπως δε λύνεται το πρόβλημα της ελεύθερης μετακίνησης αποκλειστικά με την άρνηση πληρωμής διοδίων, όπως δε λύνεται το πρόβλημα της στέγασης με καταλήψεις δημοσίων κτιρίων, όπως δε λύνεται το οικονομικό πρόβλημα κανενός συμπολίτη μας με την άρνηση πληρωμής του χαρατσιού, του πέντε ευρώ στα δημόσια νοσοκομεία ή του εισιτηρίου στα ΜΜΜ, όπως δε λύνεται το πρόβλημα της δημόσιας δωρεάν υγείας με κοινωνικά αυτοοργανωμένα ιατρεία. Σίγουρα όμως όλα αυτά τα προβλήματα δε λύνονται και με ψήφο στο ΚΚΕ ή σε οποιοδήποτε άλλο κόμμα. Όλα αυτά τα μερικά προβλήματα λύνονται με συνολική ανατροπή του καπιταλιστικού συστήματος και δημιουργία μίας κοινωνίας που θα έχει ως επίκεντρο τον άνθρωπο και τις ανάγκες του, υλικές και πνευματικές. Μέχρι τότε όμως η πάλη θα πρέπει να δοθεί με όλα τα μέσα και σε όλα τα μέτωπα για το παραμικρό μέχρι το πιο σημαντικό ζήτημα της καθημερινότητάς μας. Και σίγουρα όλοι αυτοί οι τρόποι, άλλοι περισσότερο και άλλοι λιγότερο ιδεολογικά "καθαροί" , μπορούν να αποδειχθούν μπούμερανγκ σε περίπτωση που αφεθούν στην τύχη τους και απλά λοιδορηθούν.

**(<http://www.inewsgr.com/96/to-kinima-den-plirono-gia-to-kinima-tis-patatas.htm>)**

## **7. Ενισχύεται το κίνημα χωρίς μεσάζοντες .Η δημοσίευση έγινε την 1 Μαρτίου 2012 στην Καθημερινή.**

Εντυπωσιακή συνέχεια έχει το «πείραμα της πατάτας μέσω Διαδικτύου», που ξεκίνησε η Εθελοντική Ομάδα Δράσης νομού Πιερίας. Μετά την επιτυχημένη πρωτοβουλία της, οργανώνει τώρα την πώληση ελαιολάδου, ενώ δύο οργανώσεις πολιτών σε Βόλο και Βέροια βαδίζουν στα βήματά της. Το παράδειγμά της, όμως, ακολουθεί και το υπουργείο Ανάπτυξης, που δημιουργεί ηλεκτρονική πλατφόρμα όπου οι παραγωγοί αγροτικών προϊόντων θα μπορούν να καταχωρίζουν ποσότητες προς πώληση.

**(<http://www.kathimerini.gr/451752/article/epikairothta/ellada/enisxyetai-to-kinhma-xwris-mesazontes>)**

---

## **8.Εμπόδια στο «κίνημα χωρίς μεσάζοντες» .Η δημοσίευση έγινε την 1 Μαρτίου το 2012 στην Καθημερινή.**

Ο φόβος πλανιόταν στον αέρα εδώ και καιρό, όμως οι πολίτες που οργανώνουν αγορές αγροτικών προϊόντων «χωρίς μεσάζοντες» πίστευαν ότι θα πρυστανεύσει η ευαισθησία απέναντι σε όσους μαστίζονται από τις συνέπειες της κρίσης. Το τελευταίο διάστημα, δήμοι και έμποροι κινούνται κατά των πρωτοβουλιών αυτών, με κατηγορίες που αφορούν παραεμπόριο ή αθέμιτο ανταγωνισμό, ακόμα και απειλή κατά της δημόσιας υγιεινής. Παράδειγμα, ο δήμαρχος Πειραιά Βασίλης Μιχαλολιάκος, ο οποίος απαγόρευσε τη διανομή προϊόντων χωρίς μεσάζοντες στον Πειραιά με το επιχείρημα ότι η δημοτική αρχή στηρίζει το υγιές εμπόριο και όχι το «παραεμπόριο» όπως το χαρακτηρίζει που προστατεύεται από τους δημοτικούς συμβούλους του ΣΥΡΙΖΑ. Στο Μαρούσι, την περασμένη εβδομάδα, ο δήμαρχος Γιώργος Πατούλης έστειλε απορριμματοφόρο του δήμου και όχημα της Ασφάλειας στον χώρο όπου είχε προγραμματισθεί διανομή προϊόντων χωρίς μεσάζοντες, προκειμένου να την αποτρέψει, επικαλούμενος την προστασία της δημοτικής περιουσίας και της δημόσιας υγείας. Τον Φεβρουάριο, η δημοτική αστυνομία Θεσσαλονίκης «κατέστειλε» τη διάθεση προϊόντων της συνέλευσης κατοίκων Ευζώνων - Φαλήρου - Σχολής Τυφλών έπειτα από μήνυση για διοργάνωση «παράνομης» λαϊκής αγοράς που κατέθεσε η ομοσπονδία συλλόγων παραγωγών «λαϊκών» αγορών Μακεδονίας. «Οι δήμαρχοι που στρέφονται κατά των πρωτοβουλιών αυτών δεν είναι μόνον κοινωνικώς ανάλγητοι, αλλά είναι και παράνομοι. Το μόνο που κάνουμε είναι να παραγγέλνουμε μαζικά προκειμένου να ρίξουμε το κόστος διαβίωσης για τις οικογένειές μας», λέει ο κ. Ηλίας Τσολακίδης, από την εθελοντική ομάδα Πιερίας, «ο Τόπος μου». Έγινε γνωστός πέρυσι, όταν κινητοποιήσε καταναλωτές στην Κατερίνη να προχωρήσουν σε μαζική παραγγελία πατάτας, απευθείας από έναν παραγωγό στο Νευροκόπι, στην τιμή των 0,25 ευρώ, τη στιγμή που στην αγορά υπερέβαινε το ένα ευρώ.

«Μειώσαμε κατά 400 ευρώ το κόστος διατροφής ανά οικογένεια τους τελευταίους 13 μήνες. Μήπως φταίμε εμείς που δεν λειτουργεί ο ανταγωνισμός;» Εύλογες απορίες για την ακρίβεια (ή την αισχροκέρδεια) που εξακολουθεί να κρατάει τις τιμές απαραίτητων αγαθών διαβίωσης σε παράλογα για την εποχή της κρίσης επίπεδα.

#### Κοινωνικός αντίκτυπος

Το «κίνημα της πατάτας», όπως βαφτίστηκε από τα περισσότερα ΜΜΕ, καταγράφει περισσότερες από 250 πρωτοβουλίες ανά την Ελλάδα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της πρωτοβουλίας «Αλληλεγγύη για όλους», που συστάθηκε προκειμένου να διευκολύνει την επικοινωνία και τη συνεργασία μεταξύ των κατά τόπους πρωτοβουλιών, λειτουργούν σήμερα 150 τέτοιες αγορές στην Αττική, 30 στη Θεσσαλονίκη και 60 στην υπόλοιπη Ελλάδα. Έχουν διακινήσει μέχρι στιγμής 700 τόνους πατάτας, 500 τόνους λάδι, 120 τόνους όσπρια, 150 τόνους ρύζι και 180 τόνους αλεύρι. Τα νούμερα αυτά είναι ενδεικτικά, αφού πέρυσι, μόνο στην Κατερίνη διατέθηκαν 110 τόνοι απορρυπαντικών και σαπουνιών από μικρές τοπικές μονάδες παραγωγής, ενώ υπολογίζεται πως εξυπηρετούνται με αυτόν τον τρόπο 7.500 οικογένειες ή 30.000 άτομα, δηλαδή περίπου το 40% της πόλης. Σύμφωνα με έρευνα της ΓΣΕΒΕΕ, το 22% των νοικοκυριών δηλώνει πως προμηθεύτηκε βασικά καταναλωτικά αγαθά μέσω των δικτύων χωρίς μεσάζοντες. Ολόκληρη η κοινωνική οικονομία δεν είναι παρά ένα ελάχιστο κλάσμα της εθνικής οικονομίας, της τάξης του 2% σύμφωνα με οικονομολόγους, όμως ο αντίκτυπός της στην κοινωνία είναι μεγάλος.

Όπως είναι αναμενόμενο, υπάρχει ανάγκη για συντονισμό σε υψηλότερο επίπεδο, χωρίς όμως την εμπλοκή της γραφειοκρατίας και βεβαίως των μεσαζόντων. Αυτόν τον ρόλο αναλαμβάνει η τεχνολογία (όλες οι πρωτοβουλίες έχουν μπλοκ και πολλές φορές online φόρμες παραγγελίας) και υποβοηθείται από πρωτοβουλίες όπως η «Αλληλεγγύη για όλους» και η ψηφιακή της πλατφόρμα. Κάνει ελέγχους ποιότητας μέσω δημοσίων οργανισμών πιστοποίησης και συντηρεί ένα πόρταλ ([www.solidarity4all.gr](http://www.solidarity4all.gr)) στο οποίο μπορούν να καταχωρίζουν τα νέα τους διάφορες τοπικές πρωτοβουλίες. Το ίδιο επιχειρεί και ο ισότοπος [agrotoria.gr](http://agrotoria.gr), ο οποίος προέκυψε από τη συμφωνία των αγορών χωρίς μεσάζοντες που συναντήθηκαν στις 9 Μαρτίου στην Αθήνα. Η καλή «χάρτα» και η «μαύρη λίστα»

Το κίνημα της πατάτας «οδηγεί» τις διορθώσεις τιμών στην αγορά. Πριν από περίπου ένα μήνα, έγινε στην Κατερίνη η δεύτερη πανελλαδική συνάντηση των αγορών χωρίς μεσάζοντες, όπου συμφωνήθηκε μια χάρτα καλών πρακτικών. Μεταξύ άλλων περιλαμβάνει τη διενέργεια χημικών ελέγχων για την αποφυγή χρήσης φυτοφαρμάκων, αλλά και μια «μαύρη λίστα» παραγωγών που επιχειρούν να εκμεταλλευθούν την κρίση. «Όταν τηλεφώνησα στον άνθρωπο στο Νευροκόπι και τον ρώτησα πόσο ήθελε για να είναι χαρούμενος, ζήτησε 21 λεπτά. Εμείς του προσφέραμε 25. Φέτος δεν έδινε κανείς λιγότερο από 50. Δέκα προμηθευτές ελαιολάδου μας ζήτησαν 21 ευρώ το πεντόλιρο από 15 πέρυσι, λέγοντας πως έχουν ανέβει οι τιμές στο χρηματιστήριο του προϊόντος. Μα αν μας ενδιέφερε το χρηματιστήριο, δεν θα προχωρούσαμε ποτέ σε αυτό το κίνημα. Κάποιοι νομίζουν ότι πιασαν την καλή, όμως εμείς θέλουμε να δημιουργούμε σχέσεις εμπιστοσύνης και αλληλεγγύης», εξηγεί ο κ. Ηλίας Τσολακίδης. Προκειμένου να διασφαλίζεται διαφάνεια, οι περισσότερες αγορές οργανώνουν επιδείξεις προϊόντων, όπου οι πολίτες δοκιμάζουν και στη συνέχεια ψηφίζουν. «Δεν είναι στόχος μας να το κάνουμε για χρόνια αυτό, όμως ξέρουμε ότι το κράτος δεν πρόκειται ποτέ να ελέγξει τους εμπόρους. Θέλουμε να κινητοποιήσουμε τον κόσμο να αλλάξει συνήθειες και να απαιτήσει την αλλαγή του συστήματος». Του Ματθαίου Τσιμιτα

**(<http://www.kathimerini.gr/451752/article/epikairothta/ellada/enisxyetai-to-kinhma-xwris-mesazontes>)**



ΔΗΜΟΣ ΒΥΡΩΝΑ

[www.dimosbyrona.gr](http://www.dimosbyrona.gr)

# Χωριό παραγωγών



**διάθεση ελληνικών προϊόντων  
χωρίς μεσάζοντες**

έναρξη λειτουργίας:

**11 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2012**

**09:00 - 16:00**

**Πάρκο Καραολή & Δημητρίου  
(έναντι Δημαρχείου Βύρωνα)**



## **9.Δημος Βύρωνα η δημοσίευση έγινε στις 11 Νοεμβρίου 2015.**

Την Κυριακή 11 Νοεμβρίου 2015 άνοιξε για πρώτη φορά τις πόρτες του το «Χωριό Παραγωγών» του Δήμου Βύρωνα, στο οποίο παραγωγοί από όλη τη χώρα θα διαθέτουν τα προϊόντα τους, χωρίς μεσάζοντες, κατευθείαν στον καταναλωτή, σε ανταγωνιστικές τιμές.

Από τις 9 το πρωί μέχρι τις 4 το απόγευμα, οι πολίτες μπορούν να προμηθευτούν περισσότερα από 60 ελληνικά προϊόντα, εγγυημένης ποιότητας και με πιστοποίηση ταυτότητας, από 13 συνεταιρισμούς παραγωγών από όλη την Ελλάδα, στο πάρκο Καραολή και Δημητρίου στον Βύρωνα.

Το «Χωριό Παραγωγών» αποτελεί τη φυσική συνέχεια του κινήματος διάθεσης προϊόντων χωρίς μεσάζοντες, το οποίο ξεκίνησε ο Δήμος Βύρωνα πριν μερικούς μήνες με τη διάθεση πατάτας και ελαιολάδου. Εκτός από αυτά τα δύο προϊόντα στο «Χωριό Παραγωγών» διατίθενται επιπλέον: γαλακτοκομικά, ελιές, όσπρια και ζυμαρικά, μέλι, ρύζι, αλεύρι, αυγά, πορτοκάλια, γλυκά του κουταλιού και μαρμελάδες αλλά και αφειψήματα και αρωματικά.

Στόχος της πρωτοβουλίας αυτής είναι «να ανταποκριθούμε στην όλο και μεγαλύτερη ανάγκη των πολιτών να προμηθευτούν ποιοτικά προϊόντα σε προσιτές τιμές» δήλωσε ο Δήμαρχος Βύρωνα Νίκος Χαρδαλιάς. Όπως επισημαίνει: «Σήμερα, περισσότερο από κάθε άλλη φορά, πρέπει να σταθούμε στο πλευρό όλων των συμπολιτών μας που μας χρειάζονται. Είναι χρέος μας, μέσα από δράσεις και πρωτοβουλίες, να κάνουμε την κοινωνική αλληλεγγύη πράξη. Να συμμετέχουμε, με όλες μας τις δυνάμεις, ώστε η πρωτοφανής κρίση που διανύουμε, να μην αποδομήσει, αλλά αντίθετα να ενισχύσει τη συνοχή του κοινωνικού μας ιστού».

Το «Χωριό Παραγωγών» δίνει ραντεβού με τους καταναλωτές τη δεύτερη Κυριακή κάθε μήνα, ενώ οι ενδιαφερόμενοι θα ενημερώνονται εκ των προτέρων για τα προϊόντα που είναι διαθέσιμα κάθε φορά, τους παραγωγούς που συμμετέχουν, καθώς και την τιμή πώλησης των προϊόντων και την ενδεικτική τιμή λιανικής πώλησής τους.

Η πρωτοβουλία του Δήμου Βύρωνα είναι ανοιχτή προς όλους τους εμπόρους που ενδιαφέρονται να συμμετέχουν, διαθέτοντας τα προϊόντα τους κατευθείαν στον καταναλωτή.

Να σημειωθεί ότι μέσω της συγκεκριμένης δράσης, κάθε μήνα πραγματοποιείται έλεγχος της τιμής διάθεσης των βασικών προϊόντων, δηλαδή λειτουργεί ως Παρατηρητήριο Τιμών, με στόχο την προστασία του καταναλωτή.

Για περισσότερες πληροφορίες οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να απευθύνονται στα τηλ. 213 2008652 (Κώστας Πετρόπουλος) και 213 2008658 (Ειρήνη Μανίλα).

Οι συγκοινωνίες που εξυπηρετούν την πρόσβαση στο «Χωριό Παραγωγών» είναι: λεωφορεία 203, 204, 212, 232, 732 και το τρόλεϊ 11. Ενώ οι κάτοικοι του Βύρωνα έχουν στη διάθεσή τους και τη Δημοτική Συγκοινωνία.

**(<http://www.dimosbyrona.gr/article.php?id=4135>)**



**10. Τι απέγινε το κίνημα «Χωρίς Μεσάζοντες» η δημοσίευση έγινε στις 3 Ιουλίου 2013 στην Καθημερινή.**



Έχει περάσει πάνω από ενάμιση χρόνος από τότε που μια απλή ιδέα, η κατάργηση των μεσάζοντων στην αγορά αγροτικών προϊόντων προς όφελος της τσέπης του καταναλωτή, «φούντωσε» σε ολόκληρη τη χώρα και εξελίχθηκε στο γνωστό σε όλους Κίνημα «Χωρίς Μεσάζοντες». Οι δράσεις του Κινήματος ανακούφισαν πολλές οικογένειες, βάζοντας στο καθημερινό τους τραπέζι προϊόντα που αν και θεωρούνται απαραίτητα για μια ισορροπημένη διατροφή οι τιμές τους παραμένουν στα ύψη, τη στιγμή που μισθοί και συντάξεις έχουν πάρει από καιρό την κατηφόρα. Πολλοί ήταν εκείνοι που είδαν την πρωτοβουλία αυτή με καχυποψία, άλλοι προσπάθησαν ακόμη και να την «καπελώσουν», ενώ δεν ήταν λίγες και οι περιπτώσεις που οι διανομές προϊόντων έγιναν πρόχειρα και αποσπασματικά.

Το μεγαλύτερο ζητούμενο όμως - το οποίο στην αρχή φάνηκε ότι θα μπορούσε να επιτευχθεί κάτω από την «πίεση» του Κινήματος -, η πτώση των τιμών στην πραγματική οικονομία, παραμένει δυστυχώς ακόμα ζητούμενο.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι πατάτες, οι οποίες πωλούνται αυτή την περίοδο στις λαϊκές αγορές σε τιμές ρεκόρ, από 0,80 - 0,90 ευρώ και πάνω, ενώ ως πέρυσι στις αγορές του Κινήματος «Χωρίς Μεσάζοντες» πωλούνταν στη μισή τιμή. Ακριβώς το θέμα αυτό, η ανοδική πορεία της τιμής της πατάτας, του προϊόντος με το οποίο έκανε θεαματικά το ντεμπούτο του το Κίνημα, εγείρει σήμερα νέους προβληματισμούς.

### **Παιχνίδι με τις τιμές**

Οι παραγωγοί διέθεσαν την περασμένη σεζόν τόνους πατάτας, αδειάζοντας τις αποθήκες τους χάρη στο Κίνημα «Χωρίς Μεσάζοντες», το οποίο υιοθετήθηκε όχι μόνο από κινήσεις πολιτών, αλλά και από πολλούς δήμους της χώρας. Εφέτος όμως, που η παραγωγή μειώθηκε, πόσο οι ίδιοι αυτοί παραγωγοί - οι οποίοι δεν παύουν φυσικά να είναι και επαγγελματίες - στηρίζουν το Κίνημα που τους υποστήριξε πέρυσι και ίσως τους έβγαλε και από ένα μεγάλο αδιέξοδο;

*«Δεν είναι λίγοι εκείνοι οι παραγωγοί που ενώ πέρυσι μας έδιναν τα προϊόντα τους σε εξαιρετικά χαμηλές τιμές, εφέτος, εάν δεν ορίσουν τις τιμές σημαντικά υψηλότερα, δεν έρχονται ή ακόμη δεν διαθέτουν καν τα προϊόντα τους στο Κίνημα»* παραδέχεται στο «Βήμα» ο κ. Νικόλαος Κωτίδης, μέλος της Εθελοντικής Ομάδας Δράσης Νομού Πιερίας, η οποία ήταν από τις πρώτες που υιοθέτησαν το Κίνημα «Χωρίς Μεσάζοντες». Όπως εξηγεί, η αρχική σκέψη των μελών της ομάδας ήταν ότι μέσω της δράσης αυτής θα κατάφερναν να ανατρέψουν κάποιες από τις παραδοξότητες που επικρατούν στην αγορά αγροτικών προϊόντων. Άλλωστε, αυτό που πρεσβεύει η Εθελοντική Ομάδα Δράσης Ν. Πιερίας (ΕΟΔΝΠ) είναι η αλληλεγγύη προς τους καταναλωτές που δοκιμάζονται, αλλά και ανάμεσα στους ίδιους τους παραγωγούς. *«Στόχος μας είναι η καλλιέργεια μιας νέας νοοτροπίας όχι μόνο από την πλευρά του καταναλωτή, αλλά και στον ίδιο τον παραγωγό που δεν θα πρέπει να βλέπει το ευκαιριακό κέρδος, αλλά μια σταθερή, έντιμη σχέση με την κοινωνία»* τονίζει ο κ. Κωτίδης.

Μετά την περυσινή εμπειρία, η απάντηση σε αυτή την ασυνέπεια είναι για την ΕΟΔΝΠ η λεγόμενη «συμβολαιακή γεωργία». Όπως εξηγεί στο «Βήμα» ο κ. Κωτίδης, υπάρχουν ήδη τέσσερις παραγωγοί του Νομού Πιερίας οι οποίοι θα διαθέτουν όλη τους την παραγωγή στη δράση «Χωρίς Μεσάζοντες». Σε 480 στρέμματα γης θα καλλιεργούνται φασόλια, ρεβίθια, φακές και κρεμμύδια με μόνο προορισμό τις μαζικές προπαραγγελίες και διανομές προϊόντων που διοργανώνει η ομάδα. *«Ως σήμερα οι έμποροι είναι αυτοί που μας πολεμούν "πετώντας" οικονομικά δολώματα στους παραγωγούς. Εμείς αντιθέτως, ως κίνημα, υποστηρίζουμε σε βάθος χρόνου τους συνεργάτες μας»* τονίζει.

Από την άλλη πλευρά, οι έμποροι επιμένουν να θεωρούν τις αγορές «Χωρίς Μεσάζοντες» παράνομες, όπως τις χαρακτήρισε πρόσφατα σε σχετική ανακοίνωση ο Εμπορικός Σύλλογος Πειραιά. Αρκετοί μιλούν μάλιστα για προϊόντα υποβαθμισμένης ποιότητας, τα οποία *«βρήκαν την ευκαιρία οι παραγωγοί να πουλήσουν όσο-όσο στους καταναλωτές μέσω του Κινήματος»* όπως λέει στο «Βήμα» ο πρόεδρος της Πανελλαδικής Ομοσπονδίας Παραγωγών Πωλητών Λαϊκών Αγορών κ. Παντελής Μόσχος. Όπως εξηγεί, οι παραγωγοί που «χρησιμοποίησαν» ουσιαστικά το Κίνημα με τον τρόπο αυτό, αφού διέθεσαν τις ποσότητες πατάτας που έμεναν απούλητες στις αποθήκες τους, εφέτος δεν έβαλαν αντίστοιχα μεγάλη παραγωγή. Έτσι, η μικρότερη προσφορά ελληνικής πατάτας εκτινάσσει την τιμή της στις λαϊκές αγορές στα ύψη. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου ότι σε όλο και περισσότερες διανομές χωρίς μεσάζοντες η πατάτα δεν έχει πια την πρωτοκαθεδρία.

## Δήμος Νέας Ιωνίας

ΣΑΒΒΑΤΟ 21 ΜΑΡΤΙΟΥ

[2015]

- Λάδι	16 €	6 ΛΙΤΡΑ	- Διαφάνο	
- ΜΕΛΙ	6 €	1 ΚΙΛΟ	- ΠΑΝΟΛΑΚΙ	4 € 2 ΚΙΛΑ
- Ροζι	1 €	1 ΚΙΛΟ	- ΚΑΡΟΤΑ ΚΟΜΜΑ	1 € 120 ΚΙΛΑ
- Πατάτες	8 €	30 ΚΙΛΑ	- ΚΑΡΟΤΑ ΠΛΑΚΙ	1 € 120 ΚΙΛΑ
- Αλεύρι	6 €	10 ΚΙΛΑ	- ΠΕΤΡΟΣ	4 € 1 ΚΙΛΟ
			Τυριά	Διαμετρικό
			Συμπρωτό	Πικρό κ.α.



### ΧΩΡΙΣ ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ σε χαμηλές τιμές

Τα προϊόντα λάδι και πατάτες θα διατεθούν στο Δημοτικό Στάδιο και τα υπόλοιπα προϊόντα στο χώρο του Ο.Τ. 150 (αριθμ. 610 Νέας Ιωνίας) από τις 9:00 - 14:00

ΟΛΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΘΑ ΔΙΑΘΕΘΟΥΝ ΧΩΡΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΕΙΣ

### Εμπορικός πόλεμος

Σε αυτές τις συνθήκες, ο εμπορικός πόλεμος σοβεί. «Σε κάθε περίπτωση θέλουμε νόμιμο εμπόριο - στάσιμο, στεγασμένο ή υπαίθριο» υποστηρίζει ο Εμπορικός Σύλλογος Πειραιά. Αυτό σημαίνει κατά τον Σύλλογο: «Να τηρείται η νομιμότητα και να μην υπάρχει αθέμιτος ανταγωνισμός, που χαρακτηρίζει τις αγορές "Χωρίς Μεσάζοντες", στις οποίες μάλιστα υπάρχει παντελής έλλειψη υγειονομικού και ποιοτικού ελέγχου των προς πώληση ειδών - και σε ορισμένες περιπτώσεις χωρίς τα απαιτούμενα παραστατικά - από τις αρμόδιες αρχές, που έχουν ως χρέος τη διασφάλιση της υγείας του καταναλωτή»!

Η πρόταση του Εμπορικού Συλλόγου Πειραιά είναι η ένταξη των εν λόγω πρωτοβουλιών στις λαϊκές αγορές, «ώστε οι καταναλωτές να αγοράζουν τα προϊόντα απευθείας από πιστοποιημένους παραγωγούς και όχι από διανομείς». Αλλά και ο κ. Μόσχος επισημαίνει ότι «οι λαϊκές αγορές είναι ανοιχτές για τους παραγωγούς» και αναρωτιέται για ποιον λόγο οι παραγωγοί που στηρίζουν το Κίνημα δεν πάνε να πουλήσουν τα προϊόντα τους στη λαϊκή αγορά. Με ή χωρίς μεσάζοντες; Και σε ποια τιμή;

<http://news247.gr/eidiseis/weekend-edition/poylaei-akomh-to-kinhma-xwris-mesazontes.3431642.html>

## **11.Λιμάνι χωρίς μεσάζοντες .Η δημοσίευση έγινε στις 11 Απριλίου 2016.**

Το Κίνημα Αλληλεγγύης γεννήθηκε τα χρόνια της μεγάλης κοινωνικής κρίσης η οποία έπληξε και πλήττει την Πατρίδα και το Λαό μας με κατατρεγμένους ρυθμούς από το 2010 μέχρι και σήμερα. Στα πέντε αυτά χρόνια της χειρότερης επίθεσης στην κοινωνία, την εργασία και τα δικαιώματα η εθελοντική συνεισφορά των χιλιάδων μελών που αγκάλιασαν τις δομές αλληλεγγύης ανάπτυξε ένα πολύμορφο κίνημα μέσα από εκατοντάδες δομές αλληλεγγύης σε όλη την χώρα. Οι Διαθέσεις Προϊόντων «Χωρίς-Μεσάζοντες» είναι μια δράση η οποία έχει τις ρίζες της το 2012. Προσεγγίζει ένα πολύ μεγάλο μέρος της κοινωνίας αλλά και μεγάλο μέρος των παραγωγών που αδυνατεί να βρει διέξοδο στις αγορές μέσα από τα υπάρχοντα σχήματα.

### **Τι έχουν κατακτήσει οι δράσεις αυτές:**

- Στήριξη των μικρών παραγωγών μέσα από ακριβή κινήματα δράσεις.
- Αλλαγή στην διατροφική και καταναλωτική συνήθεια (οι πολίτες επιλέγουν τους παραγωγούς και τα προϊόντα μέσα από τις συνελεύσεις τους, μια αντίστροφη λογική από αυτήν που επικρατεί στην αγορά).
- Δωρεάν διάθεση προϊόντων από τους παραγωγούς ως ενίσχυση και συνεισφορά στην κοινωνία μέσω των δομών αλληλεγγύης.
- Απαίτηση για υγειονομικούς ελέγχους των προϊόντων με συνεργαζόμενους δημόσιους φορείς.
- Εισαγωγή της «δίκαιης τιμής» μέσα από την συνεργασία με τους παραγωγούς κάτι που φαίνεται να επηρεάζει έστω και σε μικρή κλίμακα την αγορά.

**Η διάθεση των προϊόντων θα γίνει στο Νέο Φάληρο, ΣΟΦΙΑΝΟΠΟΥΛΟΥ και ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗ, πίσω από το γήπεδο Καραϊσκάκη**

### **ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΜΕΧΡΙ ΤΗΝ ΤΕΤΑΡΤΗ 20 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2016**

Οι παραγγελίες βοηθούν στην καλύτερη οργάνωση των διαθέσεων την καλύτερη δική σας εξυπηρέτηση, οι παραγωγοί γνωρίζουν εκ των προτέρων τις ποσότητες που θα φέρουν και με βάση τις παραγγελίες σας, μας αποδίδουν τις ανάλογες ποσότητες προϊόντων, που τις διαθέτουμε σε άπορους συνανθρώπους μας.

Μπορείτε να κάνετε τις παραγγελίες σας (μόνο με ονοματεπώνυμο και τηλέφωνο):

A) με e-mail: [tolimanitisagonias@hotmail.gr](mailto:tolimanitisagonias@hotmail.gr)

Β) στα τηλέφωνα ΜΟΝΟ για παραγγελίες:

2132022253, Δευτέρα - Παρασκευή, 10:00 - 14:00,  
2104190015, Δευτέρα - Παρασκευή, 10:00 - 14:00 και 18:00 - 21:00,  
2109621683, καθημερινά 10:00 - 14:30 και 19:00 - 23:00

Την ημέρα της διάθεσης, από 9:00 ως 13:00, όσοι έχουν παραγγείλει, θα παραλάβουν επί τόπου από την Γραμματεία το Δελτίο Παραγγελίας τους, θα παίρνουν τα προϊόντα τους από τους παραγωγούς, θα πληρώνουν σε αυτούς και θα παίρνουν την απόδειξη τους.

## **ΕΠΟΜΕΝΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΥΡΙΑΚΗ 5 ΙΟΥΝΙΟΥ 2016**

### **Παράλληλη αλληλέγγυα δράση:**

Συγκεντρώνουμε τρόφιμα, φάρμακα (όχι ληγμένα), ρούχα (καθαρά), παιχνίδια, και σχολικά είδη, τα οποία και διανέμουμε στους έχοντες πραγματική ανάγκη.

### **Δεν ξεχνάμε**

Αγοράζουμε κάτι και το αφήνουμε στο Καλάθι της Αλληλεγγύης για τους συμπολίτες μας που έχουν ανάγκη.

## **ΚΑΝΕΙΣ ΜΟΝΟΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ - ΟΛΟΙ ΜΑΖΙ ΜΠΟΡΟΥΜΕ Η ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΟΠΛΟ ΜΑΣ**

Αυτή η δραστηριότητα είναι μια εθελοντική πρωτοβουλία Κοινωνικής Αλληλεγγύης και ΟΧΙ εμπορική δραστηριότητα.

[\(http://limanixorismesazontes.blogspot.gr/\)](http://limanixorismesazontes.blogspot.gr/)

## **12. Πουλιάει ακόμη το κίνημα 'χωρίς μεσάζοντες'; Η δημοσίευση έγινε στις 25 Απριλίου 2015.**

Μπήκε στη ζωή μας σαν σίφουνας από το πουθενά. Ξεκίνησε από την Κατερίνη και σε λίγες εβδομάδες εξαπλώθηκε σε όλη την επικράτεια, με τη δύναμη και την ορμή ενός τσουνάμι. Κινητοποίησε χιλιάδες κόσμου στην επαρχία και στα μεγάλα αστικά κέντρα, ανάγκασε να ασχοληθούν μαζί του κοινωνιολόγοι, έστρεψε πάνω του τα φώτα της δημοσιότητας τόσο του εγχώριου όσο και επιφανών εκπροσώπων του ξένου Τύπου, ενόχλησε, κατηγορήθηκε, κυνηγήθηκε από όσους ένιωσαν ότι τους ξεβολουεί ή θίγει τα συμφέροντά τους και μετά...

Αλήθεια, τί έγινε μετά; Τί συνέβη στο κίνημα της πατάτας; Γιατί τρία χρόνια μετά από το «boom», που γνώρισε η δράση, πλέον, δεν κάνει τον ίδιο... θόρυβο; Ήταν απλώς μόδα και ξεπεράστηκε; Ένας διάπτων αστέρας; Ή μήπως συνεχίζει να δουλεύει χωρίς να ακούγεται;

Τα πρόσωπα που πρωταγωνίστησαν σε αυτή την περίοδο αιχμής για το κίνημα της πατάτας υποστηρίζουν πως μπορεί τα «φώτα της ράμπας να έχουν σβήσει» και τα media πλέον να ασχολούνται με άλλα πιο πιασάρικα θέματα της επικαιρότητας, όμως αυτοί συνεχίζουν στο δρόμο που είχαν χαράξει, ασκώντας με ενθουσιασμό τον εθελοντισμό και τις δράσεις της αλληλέγγυας οικονομίας. Παραδέχονται, βέβαια, πως προοδευτικά υπήρξε μια κάμψη στην επιρροή του κινήματος, σε σχέση με την εποχή που ήταν στα... φώρτε του, αλλά όπως λένε, αυτή οφείλεται σε λάθη, παραλείψεις, φαινόμενα κακού μιμητισμού, έξωθεν και άνωθεν πιέσεις, ιδιοτελείς προσωπικές στρατηγικές που το υπονόμισαν και ενίοτε κακές επιλογές συνεργατών, που είτε επιχείρησαν να διαθέσουν κακής ποιότητας προϊόντα ή στη δεύτερη συνεργασία ζητούσαν διπλάσια τιμή από ότι στην πρώτη. Ας πάρουμε, όμως, τα πράγματα από την αρχή. Όλα ξεκίνησαν κάπου στις αρχές Μαρτίου του 2012, από μια τυχαία αφορμή. Στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης ήταν αγκυροβολημένα τέσσερα καράβια, περιμένοντας, υπομονετικά, στη ράδα για να ξεφορτώσουν. Τα αμπάρια τους ήταν γεμάτα φτηνές πατάτες από την Αίγυπτο, που θα «πλημμύριζαν» την αγορά. Τις ίδιες μέρες, στο Νευροκόπι της Δράμας, η τοπική παραγωγή απειλούνταν με καταστροφή. Οι τιμές του προϊόντος θύμιζαν πιο πολύ τις χαμηλές χειμωνιάτικες θερμοκρασίες, που έχουν κάνει ευρέως γνωστό στο πανελλήνιο τον ακριτικό οικισμό, με αποτέλεσμα κάποιοι πατατοκαλλιεργητές αντί να «σκοτώσουν» τη σοδειά τους, υποκύπτοντας στα παζάρια των εμπόρων, να προτιμήσουν να μοιράσουν δωρεάν ποσότητες πατάτας στον κόσμο. Και το έπραξαν μπροστά στο Λευκό Πύργο, με ουρές πολιτών να σπεύδουν να τις προμηθευτούν.

Ο συνδυασμός των τριών περιστατικών εξόργισε τον Ηλία Τσολακίδη, ένα ενεργό μέλος της εθελοντικής δράσης «Ο Τόπος μου», από την Κατερίνη, ο οποίος αξιοποίησε το θυμό του δημιουργικά. Το... κλικ που έκανε στο μυαλό του, η συνειδητοποίηση της παραδοξότητας αυτής, αποδείχθηκε, εκ των υστέρων, η θρυαλλίδα για ένα κοινωνικό φαινόμενο χωρίς ιστορικό προηγούμενο στη χώρα. Η μήτρα που γέννησε το «κίνημα χωρίς μεσάζοντες» και η γέφυρα που ένωσε τον Έλληνα παραγωγό με τον καταναλωτή, παρακάμπτοντας, για πρώτη φορά συντονισμένα και σε τόσο ευρεία κλίμακα, τους πάσης φύσης ενδιάμεσους από το κύκλωμα των εμπορικών συναλλαγών σε βασικά καταναλωτικά αγαθά.



«Επικοινωνήσα με το σύλλογο παραγωγών πατάτας Δράμας και ζήτησα να μου δώσουν το τηλέφωνο ενός μικρού παραγωγού από το Νευροκόπι με τον οποίο συζητήσαμε κατά πόσο θα μπορούσαμε να συνεργαστούμε», θυμάται, μιλώντας στο WE του News247.gr, ο Ηλίας Τσολακίδης, στον οποίο ανήκει η «πατρότητα» της ιδέας για το Κίνημα χωρίς Μεσάζοντες, αλλά από σεμνότητα και συστολή την απαρνιέται. Τονίζει, μάλιστα, με χιούμορ, πως «έχω, ήδη, τρία παιδιά, δεν μου χρειάζεται και ένα τέταρτο».

Τα «θέλω» των δύο πλευρών, έπειτα από εκείνο το τηλεφώνημα, συναντήθηκαν σε έναν κοινό τόπο και κατέστη, τελικώς, δυνατό να επιτευχθεί



συμφωνία για την εκτέλεση μιας μαζικής παραγγελίας συνολικά 24 τόνων πατάτας, την οποία δήλωσαν εγγράφως ότι θα την απορροφήσουν περίπου 500 καταναλωτές από την Πιερία. Η τιμή ορίστηκε στα 23 λεπτά το κιλό, όταν την ίδια περίοδο οι έμποροι πλήρωναν τους παραγωγούς με 11 λεπτά το κιλό και τα σούπερ μάρκετ είχαν το προϊόν στο ράφι προς 1 ευρώ το κιλό.

Με αυτή την κραυγαλέα διαφορά τιμής που άφηνε ευχαριστημένες όλες τις πλευρές, όπως ήταν φυσικό η διάθεση των 24 τόνων πατάτας, εκείνη την Κυριακή του Μάρτη, έγινε... εν ριπή οφθαλμού. Μια εβδομάδα μετά υπήρξε δεύτερη διανομή, αυτή τη φορά για ζήτηση της τάξης των 75 τόνων! Ο ντόρος που προκλήθηκε για το πρωτόγνωρο αυτό γεγονός, με τη βοήθεια και των μέσων ενημέρωσης –μέχρι το Al Jazeera και οι New York Times βρέθηκαν, λίγο αργότερα, στην Κατερίνη για να μιλήσουν με τους ιθύνοντες νέες- ήταν μεγάλος και το παράδειγμα των πολιτών της Πιερίας όχι μόνο το μιμήθηκαν κι άλλες εθελοντικές ομάδες ή Δήμοι σε όλη τη χώρα, αλλά επεκτάθηκε και σε πολλά, ακόμη, είδη πρώτης ανάγκης όπως όσπρια, λάδια, χαρτικά,

απορρυπαντικά κλπ. Σε μια περίπτωση, μάλιστα, διανομής έξτρα παρθένου ελαιολάδου, που κατέφτασε στην Κατερίνη από την Κρήτη με πέντε νταλίκες, διατέθηκαν 125 τόνοι προϊόντος, συνολικής αξίας περίπου 400 χιλ. ευρώ, μέσα σε περίπου 8 ώρες. Συνιστώντας, όπως ισχυρίζονται οι οργανωτές του event, τη μεγαλύτερη λιανική πώληση ελαιολάδου, που έχει γίνει ποτέ στη χώρα, σε ένα μοναδικό σημείο πώλησης.



Η πρακτική της παράκαμψης των ενδιαμέσων, πέρα από το φολκλόρ στοιχείο που μπορεί να έκρυβε για κάποιους ή τους μικροψηφοθηρικούς λόγους για ορισμένους αιρετούς, είχε και ουσιαστικό αντίκρισμα στην τσέπη των καταναλωτών και για αυτό έβρισκε σταδιακά όλο και μεγαλύτερη απήχηση στις τάξεις τους.

Απεδείχθη, όμως, ότι μάλλον δεν άρεσε σε όλους. Θίχθηκαν συμφέροντα, ακολούθησαν οργανωμένες πιέσεις από επαγγελματικές ομάδες (π.χ. λαϊκές αγορές, στεγασμένο εμπόριο κλπ, ιδίως από τα δύο μεγάλα αστικά κέντρα, έπνεαν μένεα) και έτσι πέρυσι, κατά τον κ. Τσολακίδη, με το Ν.4264, η προηγούμενη κυβέρνηση απαγόρευσε στους παραγωγούς την απευθείας διάθεση αγροτικών προϊόντων προς τους καταναλωτές, παρά μόνο σε μικρούς δήμους με πληθυσμό μέχρι 3.000 κατοίκους. Προβλέποντας, μάλιστα, αυστηρές ποινές για όσους ρισκάρουν να τον αψηφήσουν, όπως η κατάσχεση των προϊόντων, όσο και του οχήματός τους, καθώς και η επιβολή χρηματικού προστίμου ύψους 5.000 ευρώ. «Για αυτό είχαμε τη μερική κάμψη της δραστηριότητας του κινήματος», τονίζει ο συνομιλητής μας.

Αυτός, ωστόσο, ήταν ένας από τους λόγους. Ένας άλλος, εξίσου σοβαρός, είναι οι έμμεσες πιέσεις που λέγεται ότι ασκούνται σε παραγωγούς όταν συνεργάζονται με το Κίνημα. Όπως υποστηρίζει ο κ. Τσολακίδης, στην επιχείρηση που παράγει απορρυπαντικά και τροφοδοτεί με καθαριστικά για ρούχα και με χαρτικά τους πολίτες της Πιερίας, έγιναν πέντε (5) έλεγχοι από το ΣΔΟΕ, σε διάστημα μόλις δύο ετών. «Έχει την εξήγησή του. Διότι η συγκεκριμένη οικογενειακή επιχείρηση μας προμηθεύει, κάθε περίπου τρεις

μήνες, μέσα από το κίνημα χωρίς μεσάζοντες, με 20-30 τόνους απορρυπαντικά με συνέπεια να έχει μειωθεί σημαντικά ο ανάλογος τζίρος στα σούπερ μάρκετ», σημειώνει ο ίδιος και αφήνει να εννοηθεί πως πρόκειται για σύνηθες φαινόμενο.

Και πράγματι. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία που κρατά η εθελοντική ομάδα δράσης «Ο Τόπος μου», στη διάρκεια της τελευταίας τριετίας και στο πλαίσιο της δράσης «Κίνημα χωρίς Μεσάζοντες», διενεργήθηκαν στην περιοχή της Κατερίνης 47 διαθέσεις προϊόντων κι εξυπηρετήθηκαν 58.980 παραγγελίες, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν από 6.644 μοναδικές οικογένειες. Διατέθηκαν 1.385 τόνοι προϊόντων, συνολικής αξίας 1,3 εκατ. ευρώ και πάνω από μία φορά παράγγειλαν οι 5.396 οικογένειες.



Στην περιοχή της Λαμίας, αντίστοιχα, σύμφωνα με τον κ. Καλιαμπέτσο, στις 18 διανομές τις οποίες έχει ολοκληρώσει, μέχρι στιγμής, η τοπική εθελοντική ομάδα Κάστρο Αλληλεγγύης – Χωρίς Μεσάζοντες Λαμίας, έχουν συμμετάσχει περίπου 2.700 οικογένειες, οι οποίες έχουν διενεργήσει σχεδόν 9.000 παραγγελίες και έχουν προμηθευτεί γύρω στους 240 τόνους διαφόρων προϊόντων πρώτης ανάγκης για τα νοικοκυριά. «Αρπακολατζήδες και να θέλουν, δεν μπορούν να το φέρουν εις πέρας αυτό», μας λέει ο κ. Καλιαμπέτσος, ο οποίος, ωστόσο, παραδέχεται πως υπήρξαν και κάποια κρούσματα με «εξυπνάκηδες» παραγωγούς, όπως ένας τα περασμένα Χριστούγεννα ο οποίος «έφερε να διαθέσει μια ποσότητα 1.500 κιλών πατάτας και κρεμμυδιών, τα οποία τα είχαμε απορρίψει προηγουμένως. Τον πήραμε όμως χαμπάρι και του ζητήσαμε να αποχωρήσει αμέσως».

Ανάλογα κρούσματα, σε μικρή κλίμακα, εντοπίστηκαν και στο νομό Μαγνησίας, τα οποία, όπως σημειώνει ο Δημήτρης Τσιλογιάννης από την εθελοντική ομάδα Άνωση – Εθελοντές Βόλου, δεν αμαύρωσαν το Κίνημα χωρίς Μεσάζοντες, καθώς απομονώθηκαν έγκαιρα, διότι «εμείς δεν θέλουμε να είμαστε τελευταία λύση για τους παραγωγούς, αλλά η πρώτη». Και στην περίπτωση αυτή η τοπική εθελοντική ομάδα εξακολουθεί να παράγει σημαντικό έργο, στο επίπεδο των διανομών τροφίμων χωρίς μεσάζοντες, αφού σε επίπεδο τριετίας έγιναν πάνω από 45.000 παραγγελίες από 15.000 οικογένειες κι έχουν διατεθεί περισσότεροι από 1.500 τόνοι τροφίμων κι ειδών πρώτης ανάγκης, με σημαντικό όφελος για τον καταναλωτή. Και αυτό γιατί οι εκπτώσεις που επιτυγχάνονται είναι πολλές φορές πάνω από 50%, έναντι των άλλων εμπορικών καναλιών της αγοράς.

Εκτός από παρελθόν και παρών, σύμφωνα με τους τρεις συνομιλητές μας, το Κίνημα χωρίς Μεσάζοντες έχει μέλλον. Η επόμενη διανομή –σε Βόλο και Λαμία- να έχει προσδιοριστεί για τις 9 Μαΐου και μεταξύ άλλων να περιλαμβάνει πατάτες, όσπρια, ρύζι, αλεύρι Ζέας, μέλι κλπ. Στη δε, Κατερίνη η τοπική ομάδα είναι ήδη πολύ μπροστά, καθώς έχει συμφωνήσει με τρεις αγρότες του νομού για να καλλιεργήσουν σε συνολική έκταση 1.000 στρεμμάτων φακές, ρεβίθια και φασόλια αποκλειστικά για λογαριασμό του κινήματος χωρίς μεσάζοντες και πλέον προχωρά σε μιας μορφής συμβολιακή γεωργία και για παραγωγή μήλων, τυριού, ελαιολάδου, ενώ συζητά συνεργασία και με μια κάθετη μονάδα βοοειδών από τη Λάρισα, η οποία διαθέτει πιστοποιημένα κρέατα ελληνικής παραγωγής.

**(<http://news247.gr/eidiseis/weekend-edition/poylaei-akomh-to-kinhma-xwris-mesazontes.3431642.html>)**

## Συμπεράσματα

πίσω από τα κινήματα των αγροτών, όπως το Κίνημα Της Πατάτας μπορεί να κρύβονται και κερδοσκοπικές αυθαιρεσίες. Για παράδειγμα, ένα τμήμα της μείωσης τιμών σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να οφείλεται σε παράκαμψη της απόδοσης φόρων ή και χρήσιμων ενδιάμεσων υπηρεσιών. Το Κίνημα Της Πατάτας, που πρόκειται να επεκταθεί και σε άλλα προϊόντα δε θα πρέπει να γίνει αφορμή για παράκαμψη υποχρεώσεων έναντι του καταναλωτή και του κράτους ούτε θα πρέπει να δώσει άλλοθι για υποβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Η άμεση πώληση δεν πρέπει να γίνει αφορμή για παράκαμψη της τυποποίησης και της πιστοποίησης ασφάλειας και ποιότητας.

Δεύτερον, ένα ή περισσότερα από τα ενδιάμεσα κόστη (π.χ., μεταφορά, διανομή) μπορεί προς το παρόν να αναλαμβάνεται από φορείς που βοηθούν εθελοντικά Κίνημα Της Πατάτας, κάνοντας χρήση ιδιωτικών ή και δημόσιων πόρων που προορίζονταν για άλλου είδους υπηρεσίες. Εάν αυτό συμβαίνει, ένα μέρος του κόστους των υπηρεσιών που παρέχονται σήμερα δεν μετακυλίεται στον καταναλωτή διότι απλά μετακυλιέται σε κάποια άλλη ομάδα.

Το ζητούμενο όμως δεν είναι να μηδενισθεί η απόκλιση των τιμών, αλλά να ελαχιστοποιείται με δεδομένες τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα ενδιάμεσα στάδια.

Τρίτον, εξαιτίας των συνθηκών μπορεί να έχουν παρακαμφθεί στάδια που να είναι απαραίτητα σε βάθος χρόνου (π.χ. αποθήκευση, μικρότερες συσκευασίες κ.λπ.). Τέταρτον, αυτή τη στιγμή, η παράκαμψη ορισμένων ενδιάμεσων σταδίων οδηγεί σε μια μείωση του κόστους. Αυτή η μείωση κόστους μπορεί να δημιουργήσει μια ευφορία που να επιτρέψει με τη σειρά της μια χαλάρωση στον προγραμματισμό και την αποδοτική χρήση άλλων σταδίων. Για παράδειγμα, εάν έχει προς το παρόν παρακαμφθεί το κόστος της αποθήκευσης ή της συσκευασίας, μπορεί να μη δοθεί τόση σημασία στον προγραμματισμό που είναι αναγκαίος για να εξασφαλίσει ελαχιστοποίηση του κόστους μεταφοράς και του κόστους διανομής των προϊόντων στον τόπο κατανάλωσης. Μπορεί δηλαδή η τιμή του καταναλωτή να εξακολουθεί να είναι χαμηλότερη από πριν, αλλά αυτό θα οφείλεται στην παράκαμψη των σταδίων που μπορεί μακροπρόθεσμα να είναι αναγκαία. Στην πραγματικότητα όμως θα έχει προστεθεί άλλη μια πηγή υψηλότερου κόστους στην αγρο-διατροφική αλυσίδα. Το πρόβλημα θα γίνει ιδιαίτερα ορατό τη στιγμή που θα δημιουργηθεί η ανάγκη να προστεθούν πάλι η αποθήκευση και η συσκευασία ως ενδιάμεσα στάδια. Τότε το συνολικό κόστος θα είναι ενδεχομένως ακόμα υψηλότερο από αυτό που ίσχυε πριν την παράκαμψή τους. Πρέπει να δοθεί λύση σε βασικά προβλήματα, όπως την αδιαφάνεια στην αγροτική εφοδιαστική αλυσίδα. Είναι προφανές πως μόνιμη λύση στο πρόβλημα

απόκλισης τιμών παραγωγού και καταναλωτή δε μπορεί να δώσει η επιστροφή σε ένα πρωτόγονο μοντέλο διάθεσης των προϊόντων στην πρωτογενή τους μορφή.

Για να διορθωθούν οι στρεβλώσεις θα πρέπει πρώτα να γίνει η πλήρης ανίχνευση των επιμέρους θεμάτων που κρύβονται πίσω από την αδιαφάνεια της αγρό-διατροφικής αλυσίδας. Η κυριότερη συνέπεια της αδιαφάνειας με μεγάλη σημασία για την τιμή που εισπράττει ο παραγωγός, είναι η αδικαιολόγητη απόκλιση μεταξύ των τιμών παραγωγών και καταναλωτή. Απαιτείται μια συνολική και αποφασιστική αντιμετώπιση όλων των δυσλειτουργιών και της αθέμιτης κερδοσκοπίας σε όποιο από τα στάδια της αγρό-διατροφικής αλυσίδας κι αν αυτά αναφέρονται, με άνοιγμα των επαγγελμάτων, καταπολέμηση πρακτικών του αθέμιτου ανταγωνισμού, αλλά και δημιουργία κινήτρων ή αντικινήτρων για την αποτελεσματική αντιμετώπιση της απάτης και της φοροδιαφυγής. Αν μάλιστα σκεφτούμε ότι τα περιθώρια κέρδους ορίζονται ως ποσοστά επί της αρχικής τιμής αγοράς του προϊόντος είναι εύκολο να δούμε πώς το τελικό κόστος της αγρο-διατροφικής αλυσίδας για τον καταναλωτή εκτροχιάζεται και συμπαρασύρει μαζί του στην ανυποληψία ακόμα και χρήσιμες ενδιάμεσες υπηρεσίες.

Είναι αναγκαίο να διεξάγονται επίσης συνεχείς έλεγχοι στα εισαγόμενα και διακινούμενα αγροτικά προϊόντα για την πάταξη της νοθείας και ελληνοποίησης και την αποφυγή εισαγωγής προϊόντων με κατάλοιπα φυτοφαρμάκων ή φορείς ασθενειών

ΜΑΖΙ ΕΙΜΑΣΤΕ ΠΙΟ ΠΟΛΛΟΙ

ΚΙ ΑΠΟ ΕΜΑΣ

ΤΟΥΣ ΙΔΙΟΥΣ



# Διάθεση Προϊόντων Χωρίς Μεσάζοντες

## Κυριακή 7 & 21 Δεκέμβρη

από τις 09.00 έως 13.00

Αδός Νέας Κρήνης - Παλιές Καπναποθήκες

[ Αγωνιζόμαστε για το δικαίωμα μας σε υγιή και φθηνά τρόφιμα, καθώς και το να καθορίζουμε τη δική μας τροφή και τον τρόπο παραγωγής της ]

- ΠΑΤΑΤΕΣ άγκρια 4€/9,5 κιλά, Ορεινής Σερρών
- ΚΡΕΜΜΥΔΙΑ 0,30€/κ, 3€/10 κιλά, Νιγρίτας Σερρών
- ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ εξαιρετικά παρθένο, 17€/5λιτρο, Ριζόμυλος Μεσσηνίας
- ΤΥΡΙ φέτα - κατσικίσιο 6,5€/κ, Γρεβενών
- ΑΔΕΥΡΙ για όλες τις χρήσεις 5,5€/10 κιλά, Κατερίνης
- ΜΕΛΙ ανθόμελο - πευκόμελο 6 €/κ, Χαλκιδικής
- ΡΥΖΙ καρολίνα 1€/κ, κίτρινο - γλασέ 0,90€/κ, Προβατάς Σερρών
- ΦΑΣΟΛΙΑ ΓΙΓΑΝΤΕΣ 3,30 €/κ, Καστοριάς
- ΚΡΑΣΙ - ΤΣΙΠΟΥΡΟ - ΡΑΚΗ Λάκκωμα Χαλκιδικής
- ΚΗΠΕΥΤΙΚΑ ΕΠΟΧΗΣ Επανομής
- (ΒΙΟ)ΔΕΜΟΝΙΑ - ΜΑΝΤΑΡΙΝΙΑ 0,70€/κ, Άρτας
- ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ



Ας στηρίξουμε όσους μας χρειάζονται με τρόφιμα στο καλάθι αλληλεγγύης  
Στις 21 Δεκεμβρίου μπορείτε να χαρίσετε ή να βρείτε βιβλία, cd και άλλα "στο χαριστικό τραπέζι"

### ΚΑΝΕΝΑΣ ΜΟΝΟΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΣΗ

|| Κάθε Τετάρτη στις 19.00 || Αμφιθέατρο 1ου Λυκείου Καλαμαριάς ||



[Θα υπάρχει έκπτωση με επίδειξη κάρτας ανεργίας ή ποδοσφαιρών σε κάποια προϊόντα]  
Θα συγκεντρώσουμε φάρμακα και υγειονομικό υλικό για το ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ  
ΙΑΤΡΕΙΟ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ. Φέρτε τα φάρμακα που δεν  
χρησιμοποιείτε και έπουν περιθώριο λήξης τουλάχιστον 2 μήνες.

Τηλέφωνα: 6931124423

Facebook: Ανοιχτή Συνέλευση Κατοίκων Καλαμαριάς

ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΑΛΑΜΑΡΙΑΣ



## **BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **1.TA NEA.GR**

**<http://www.tanea.gr/news/greece/article/5080444/to-kinhma-ths-patatas-egine-prwtoselido-stoys-new-york-times/>**

### **2.[http://www.dareth.gr/9-](http://www.dareth.gr/9-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%87%CF%8C%CE%B)**

**[C%CE%B5%CE%BD%CE%B1/68-%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%B](http://www.dareth.gr/9-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%87%CF%8C%CE%B)**  
**[B%CE%AE-%CF%83%CE%B5-%CF%8C%CE%BB%CE%B7-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%87%CF%8E%CF%81%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82-%E2%80%9C%CF%87%CF%89%CF%81%CE%AF%CF%82-%CE%BC%CE%B5%CF%83%CE%AC%CE%B6%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B5%CF%82%E2%80%9D](http://www.dareth.gr/9-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%87%CF%8C%CE%B)**  
**[LIFO.GR](http://www.dareth.gr/9-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%87%CF%8C%CE%B)**

**3.[https://agrotisa.wordpress.com/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%](https://agrotisa.wordpress.com/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%BF%CE%AF/%CE%B1%CE%B3%CE%B)**  
**[F%CF%81%CE%AC-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B5%CF%85%CE%B8%CE%B5%CE%](https://agrotisa.wordpress.com/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%BF%CE%AF/%CE%B1%CE%B3%CE%B)**  
**[AF%CE%B1%CE%BD-%CE%B1%CF%80%CE%BF-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CF%8](https://agrotisa.wordpress.com/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CF%8)**  
**[C/](https://agrotisa.wordpress.com/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CF%8)**

**4. <http://www.enallaktikos.gr/ar22424el-montragkon-i-istoria-toy-synetairismoy-poy-apotelei-protypo-anaptyksis.html>**

**5.<http://www.lifo.gr/team/readersdigest/36271>**

**6.<http://www.protagon.gr/epikairota/ellada/to-kinima-tis-patatas-1311900000>**

**7.<https://pernoampariza.wordpress.com/about/>**

**8.[http://kinimataapotakato.blogspot.gr/2012/03/blog-post\\_06.html](http://kinimataapotakato.blogspot.gr/2012/03/blog-post_06.html)**

**9.<http://trofima-xoris-mesazontes-ioannina.blogspot.gr/>**

10. Logistics - Μεταφορές - Διανομή  
Συγγραφείς: Γιώργος Γιαννάτος – Σταμάτης Ανδριανόπουλος Από το Βιβλίο ΔΙΑΝΟΜΗ –ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ-LOGISTICS Εφοδιαστική αλυσίδα. Μεταφορές. Marketing και Διανομή. (σελίδες 45-70)

11. <http://limanixorismesazontes.blogspot.gr/>

12. <http://www.efsyn.gr/arthro/synehizetai-i-emprakti-allileggyi>

13. <http://www.efsyn.gr/arthro/poroi-gia-oloys-ta-spatalomena-trofima>

14. <https://argolikivivliothiki.gr/2011/01/23/%CE%BF-%CE%BA%CE%B1%CF%80%CE%BF%CE%B4%CE%AF%CF%83%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%B1%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B9%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%80/>

15. <http://www.easnaxos.com/>

16. <http://www.thessaliatv.gr/news/3880/paraggelia-gia-tyri-elaiolado-ksera-kremmydia-patates-xwris-mesazontes/>