



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διπλωματική Εργασία

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΙ  
ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΑΚΤΙΝΙΔΙΩΝ. ΜΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: «ΖΕΥΣ  
ΑΚΤΙΝΙΔΙΟ Α.Ε.».

της

ΣΠΑΝΟΥ Γ. ΑΘΗΝΑΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού διπλώματος  
ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (με εξειδίκευση στο Γενικό ΜΒΑ)

Σεπτέμβριος 2014

## **ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ**

Η παρούσα διπλωματική εργασία αφιερώνεται στην οικογένειά μου για την αμέριστη υλική και συναισθηματική της στήριξη καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της εργασίας αυτής.

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θέλω να ευχαριστήσω θερμά τον πατέρα μου με τη στήριξη και βοήθεια του οποίου κατέληξα στην επιλογή αυτού του άκρως ενδιαφέροντος θέματος της διπλωματικής μου. Επίσης την εταιρεία «Ζευς - Ακτινίδιο Α.Ε» για την πλούσια πληροφόρηση σχετικά με τον τομέα ακτινιδίου στην Ελλάδα. Τέλος οφείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ στον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Βασιλειάδη Χρήστο για την έγκυρη, στοχευμένη και έγκαιρη ανταπόκρισή του στις απορίες μου όπως και για την ενθάρρυνση που διαρκώς μου παρείχε.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η περίληψη της ερευνητικής μελέτης συμπεριλαμβάνει τους βασικούς σκοπούς, τη μεθοδολογία έρευνας καθώς και τα τελικά ευρήματα της εργασίας συνοπτικά.

Ο βασικός σκοπός της εργασίας είναι ο εντοπισμός, η μελέτη, η ανάλυση και η κατανόηση των βασικών διαδικασιών στρατηγικού μάρκετινγκ στον τομέα του ακτινιδίου που ακολουθούνται στην Ελλάδα και σε άλλες αξιόλογες ξένες αγορές (Κίνα, Ιταλία, Νέα Ζηλανδία, Χιλή, Γαλλία, Ισπανία).

Η ερευνητική μέθοδος που αξιοποιείται είναι η ποιοτική μέθοδος με βάση μελέτες – περιπτώσεις, η οποία ταιριάζει πολύ με τη φύση του θέματος καθώς με σκοπό την καλύτερη ανάλυση και κατανόησή του ταίριαζε περισσότερο να διεξαχθεί εμπειρική έρευνα.

Τέλος όπως προέκυψε με βάση τα τελικά ευρήματα της μελέτης, από άποψη όγκου παραγωγής ακτινιδίου παγκοσμίως οι πιο αξιόλογες αγορές είναι αυτές της Κίνας, της Ιταλίας, της Νέας Ζηλανδίας, της Χιλής και της Ελλάδας. Επιπλέον με βάση τις εξαγωγικές τους επιδόσεις παγκοσμίως, ξεχωρίζουν οι: Ιταλία, Νέα Ζηλανδία, Χιλή και Ελλάδα.

Οι αγορές της Γαλλίας και της Ισπανίας δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερα αξιόλογη παραγωγή ούτε και εξαγωγές.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

- Σελίδα Τίτλου.....	Σελ. I
- Αφιερώσεις.....	Σελ. II
- Ευχαριστίες.....	Σελ. III
- Περίληψη.....	Σελ. IV
- Πίνακας Εικονογραφήσεων	
Κατάλογος Πινάκων.....	Σελ. VII
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	Σελ. VIII

### **Κόριο Μέρος**

#### ***A' Μέρος Μελέτης (Θεωρητικό)***

- 1. Εισαγωγή.....	Σελ. 1-2
- 2. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	Σελ. 3-5
2.1 Μεθοδολογία.....	Σελ. 6-8
2.2 Ο Αγροτικός Τομέας στην Ελλάδα.....	Σελ. 9-12
2.3 Η Αγορά του Ακτινιδίου	
2.3.1 Προϊόν και Χαρακτηριστικά Ακτινιδίου.....	Σελ. 13-15
2.3.2 Παγκόσμια Αγορά Ακτινιδίου.....	Σελ. 16-20

#### **Χώρες Παραγωγής και Εξαγωγής Ακτινιδίου**

Κίνα.....	Σελ. 21-23
Ιταλία.....	Σελ. 24-30
Νέα Ζηλανδία.....	Σελ. 31-36
Χιλή.....	Σελ. 37-39
Γαλλία.....	Σελ. 40-43
Ισπανία.....	Σελ. 44-46
2.3.3 Εγχώρια Αγορά Ακτινιδίου	

Ελλάδα.....	Σελ. 47-52
-------------	------------

2.4 Διεθνής Ανταγωνισμός στην αγορά ακτινιδίου και παράγοντες επίδρασης	
.....	Σελ. 53
2.5 Συμπεράσματα.....	Σελ. 54

## ***B' Μέρος Μελέτης (Εμπειρικό)***

- 1. Η μέθοδος “case – study” .....Σελ. 55
- 2. Αξία χρήσης των “case – studies” στη μελέτη μας.....Σελ.56
- 3. Βασικά χαρακτηριστικά και κριτήρια σύγκρισης των “case – studies”  
.....Σελ. 57-58
- 4. Παρουσίαση και Ανάλυση των “case – studies”  
    *Νέα Ζηλανδία: “Zespri International Ltd”* .....Σελ.59-62  
    *Χιλή: “Chilean Kiwifruit Committee”* .....Σελ.63  
    *Ελλάδα: “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε”* .....Σελ.64-65  
    *Γαλλία: “Prim’Land”* .....Σελ. 66-67
- 5. Αποτελέσματα και Συμπεράσματα  
    5.1 Αποτελέσματα αναφορικά με τις στρατηγικές μάρκετινγκ του ακτινιδίου σε  
        κάθε χώρα.....Σελ. 68-69  
    5.2 Συμπεράσματα για τις τάσεις σε κάθε αγορά του ακτινιδίου.....Σελ.70-71
- 6. Σχολιασμός.....Σελ. 72

## ***Γ' Μέρος Μελέτης***

- 1. Γενικά Συμπεράσματα.....Σελ. 73
- 2. Περιορισμοί Έρευνας.....Σελ. 74
- 3. Προτάσεις Μελλοντικής Διερεύνησης.....Σελ. 75
  
- Βιβλιογραφία*.....Σελ. X

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΣΕΩΝ

### Κατάλογος Πινάκων

- *Παγκόσμια Κατάταξη Χωρών – Παραγωγών του Ακτινιδίου (2009 – 2012),  
Πίνακας 1.....Σελ. 17*
- *Η Θέση της Νέας Ζηλανδίας στην Παγκόσμια Παραγωγή Ακτινιδίου και Μήλου,  
Πίνακας 2.....Σελ. 33*

## Κατάλογος Διαγραμμάτων

- *Εμπορικό Ισοζύγιο Κυριότερων Αγροτικών Προϊόντων (σε ποσότητες),  
Διάγραμμα 1.....Σελ. 11*
- *Εξέλιξη Παγκόσμιας Παραγωγής Ακτινιδίου (1970 – 2010),  
Διάγραμμα 2.....Σελ. 16*
- *Εξαγωγές Ιταλία – Νέα Ζηλανδία – Χιλή και Παγκόσμιες Εξαγωγές Ακτινιδίου,  
Διάγραμμα 3.....Σελ. 18*
- *Οι Εξαγωγές της Νέας Ζηλανδίας ανά κατηγορία προϊόντων,  
Διάγραμμα 4.....Σελ. 34*
- *Οι Αγορές Εξαγωγών της Νέας Ζηλανδίας,  
Διάγραμμα 5.....Σελ. 35*
- *Οι Αγορές Εξαγωγών της Χιλής,  
Διάγραμμα 6.....Σελ. 39*
- *Η Παραγωγή Ακτινιδίου της Γαλλίας (1983 – 2002),  
Διάγραμμα 7.....Σελ. 40*
- *Οι Νέο – Ζηλανδικές εταιρείες ακτινιδίου,  
Διάγραμμα 8.....Σελ. 59*
- *Η Παραγωγή της εταιρείας “Prim Land” (2003 – 2013),  
Διάγραμμα 9.....Σελ. 66*



## **ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ**

### **Α΄ ΜΕΡΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ (Θεωρητικό)**

#### **1. Εισαγωγή**

Απώτερο σκοπό της κείμενης εργασίας αποτελεί η μελέτη, κατανόηση και παρουσίαση των στρατηγικών μάρκετινγκ του ακτινιδίου, στην εγχώρια αγορά μεν καθώς και στις ξένες αγορές χωρών με αξιόλογη παρουσία στον τομέα του φρούτου αυτού. Για το λόγο αυτό στο κύριο σώμα της εργασίας, αξιοποιούνται μελέτες – περιπτώσεων (case-studies) για τις αγορές των χωρών του βορείου ημισφαιρίου (Κίνα, Ιταλία, Ελλάδα, Γαλλία, Ισπανία,) καθώς και του νοτίου ημισφαιρίου (Νέα Ζηλανδία, Χιλή). Πιο συγκεκριμένα, μελέτες – περιπτώσεων που αφορούν την πιο αντιπροσωπευτική εταιρεία ακτινιδίου σε κάθε χώρα, βρέθηκαν και κατ' επέκταση αναλύονται μόνο για τη Νέα Ζηλανδία, τη Χιλή, την Ελλάδα και τη Γαλλία. Στην Κίνα, την Ιταλία και την Ισπανία η παραγωγή ακτινιδίου φαίνεται να διενεργείται σε επίπεδο κράτους και επομένως η ανάλυσή τους έγινε με βάση αυτό το δεδομένο και όχι με συγκεκριμένα case – studies.

Ο στόχος της παράθεσης των case – studies που αφορούν τους πιο αξιόλογους «παίκτες» της αγοράς του ακτινιδίου, είναι η γνωριμία με τους φορείς παραγωγής του φρούτου αλλά και τις στρατηγικές καλλιέργειας, συγκομιδής, αποθήκευσης, τυποποίησης – συσκευασίας, τιμολόγησης, διανομής καθώς και την εξαγωγική στρατηγική του ακτινιδίου σε κάθε χώρα.

Η μελέτη των διαφορετικών στρατηγικών μάρκετινγκ του ακτινιδίου που εφαρμόζονται σε κάθε χώρα παραγωγής γίνεται στο πλαίσιο μιας υποκατηγορίας του γενικού μάρκετινγκ, που ονομάζεται αγροτικό μάρκετινγκ.

Αποτελεί πλέον γενική παραδοχή πως ο σύγχρονος αγρότης δεν παράγει αποκλειστικά για ίδια κατανάλωση αλλά λειτουργεί περισσότερο ως επιχειρηματίας που εμπορεύεται τα αγροτικά προϊόντα που παράγει. Κατά την ενέργειά του αυτή υποστηρίζεται σημαντικά από ένα ορθά οργανωμένο μάρκετινγκ επί των αγροτικών προϊόντων.

Οι Μπουρής, Καλδής, Αλεξόπουλος, Γιαννουζάκου και Τσελές (2011) αναφέρουν στη μελέτη τους ότι το αγροτικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει όλες τις διαδικασίες από την παραγωγική φάση του προϊόντος έως και την τελική του διάθεση μαζί με τις ενέργειες που πραγματοποιούνται αργότερα στη μεταπωλητική φάση του προϊόντος, ώστε να διαπιστωθεί η ικανοποίηση του πελάτη. Κύριος στόχος σύμφωνα με τους ίδιους (2011, σ. 6) είναι, « η παραγωγή των καταλληλότερων προϊόντων στην κατάλληλη χρονική στιγμή, τα οποία πρέπει να παρουσιάζονται στον καταναλωτή με τον καλύτερο δυνατό τρόπο».

Κατά συνέπεια είναι εύκολα αντιληπτό το πόσο σημαντικό αλλά και ενδιαφέρον είναι να υφίσταται το αποτελεσματικό μάρκετινγκ και στις αξιόλογες αγορές του ακτινιδίου που μελετώνται εδώ.

Παρακάτω θα δούμε χωριστά τις στρατηγικές μάρκετινγκ, με τις οποίες κάθε χώρα της παγκόσμιας αγοράς ακτινιδίου κινείται και ανταγωνίζεται τις άλλες.

## 2. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Το πεδίο έρευνας της παρούσας εργασίας αποτελεί το στρατηγικό μάρκετινγκ του ακτινιδίου αφενός στην αγορά της Ελλάδος και αφετέρου σε άλλες ξένες αξιόλογες αγορές, όπως η Ιταλία, η Νέας Ζηλανδία, η Χιλή, η Γαλλία, η Ισπανία αλλά και η Κίνα.

Προκειμένου να καταστούν κατανοητές οι διαδικασίες από την παραγωγή έως τη διάθεση του ακτινιδίου που ακολουθεί κάθε χώρα, αξιοποιούνται και συγκρίνονται μεταξύ τους μελέτες – περιπτώσεων είτε των πιο αντιπροσωπευτικών εταιρειών ακτινιδίου κάθε χώρας, είτε της κεντρικής κυβέρνησης της εκάστοτε χώρας που έχει αναλάβει την παραγωγή και εμπορία – διακίνηση του φρούτου εντός και εκτός συνόρων.

Η εργασία διαρθρώνεται σε συγκεκριμένες βασικές θεματικές περιοχές.

Το πρώτο θεωρητικό μέρος της εργασίας δομείται ως εξής: *ο αγροτικός τομέας στην Ελλάδα, η αγορά του ακτινιδίου με τις υποενότητες της “προϊόν και χαρακτηριστικά του ακτινιδίου”, “παγκόσμια αγορά ακτινιδίου” και “εγχώρια αγορά ακτινιδίου”, ο διεθνής ανταγωνισμός στην αγορά του ακτινιδίου και οι παράγοντες επίδρασης και τέλος τα συμπεράσματα.*

Το δεύτερο εμπειρικό μέρος της εργασίας περιλαμβάνει *τον ορισμό της έννοιας “ανάλυση case-study”, την αξία χρήσης της μεθόδου “ανάλυση case – study” στο μάρκετινγκ του ακτινιδίου, τα βασικά χαρακτηριστικά και κριτήρια μελέτης και σύγκρισης των case – studies μεταξύ τους, την παρουσίαση και ανάλυση των case- studies, τα αποτελέσματα και συμπεράσματα με τις υποενότητες “αποτελέσματα σχετικά με τις στρατηγικές μάρκετινγκ του ακτινιδίου σε κάθε χώρα” και “συμπεράσματα για τις τάσεις σε κάθε αγορά” και τέλος ο σχολιασμός.*

Περνώντας στο τρίτο και τελευταίο μέρος της μελέτης δίνονται *τα γενικά συμπεράσματα, οι περιορισμοί της έρευνας και οι προτάσεις προς μελλοντική διερεύνηση του θέματος.*

Κλείνει η μελέτη με την τελική βιβλιογραφία.

Στη συνέχεια παρατίθενται τα είδη των μελετών που εντοπίστηκαν πάνω στις βασικές θεματικές περιοχές της εργασίας καθώς και οι επικρατούσες απόψεις που αυτές εκφράζουν.

Αναφορικά με τον ελληνικό αγροτικό τομέα εντοπίστηκαν μελέτες του ινστιτούτου ΙΣΤΑΜΕ, της ΠΑΣΕΓΕΣ αλλά και άρθρα εφημερίδων, τα οποία σχολιάζουν τη σημαντική συμβολή του ελληνικού αγροτικού τομέα στην ελληνική κοινωνία και οικονομία. Επιπλέον τονίζονται διάφορα ζητήματα του κλάδου, όπως η έλλειψη εξαγωγικής στρατηγικής για τα αγροτικά προϊόντα, η ισχνή ανταγωνιστικότητα των ελληνικών αγροτικών προϊόντων, κενά στους τομείς τυποποίησης – συσκευασίας και διακίνησης στην Ελλάδα καθώς και ο μικρός και πολυτεμαχισμένος γεωργικός κλήρος.

Σχετικά με τη χαρτογράφηση του προφίλ της συνολικής αγοράς του ακτινιδίου, βρέθηκαν βιβλία, άρθρα, στατιστικά δεδομένα αλλά και διεθνείς εκδόσεις αγροτικών site για την παγκόσμια παραγωγή και μάρκετινγκ του φρούτου. Οι πηγές αυτές μας πληροφορούν για τη δομή και τις αποδόσεις της παγκόσμιας βιομηχανίας ακτινιδίου καθώς και τη θέση του φρούτου στο “παγκόσμιο καλάθι” φρούτων.

Εν συνεχεία παρατέθηκαν μελέτες και άρθρα επιστημονικών περιοδικών που ειδικεύονται σε θέματα, όπως η προέλευση και τα χαρακτηριστικά του ακτινιδίου, τα συστατικά του, οι προδιαγραφές ποιότητας του φρούτου, οι παράγοντες διαμόρφωσης του κόστους παραγωγής αλλά και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα κατά τη διάρκεια της καλλιεργητικής φάσης αλλά και μετέπειτα.

Επίσης εντοπίστηκαν επιστημονικές μελέτες, άρθρα επιστημονικών περιοδικών, άρθρα εφημερίδων, case – studies, αλλά και άρθρα αγροτικών site, τα οποία μας κατατοπίζουν αναφορικά με τους φορείς παραγωγής, τις στρατηγικές καλλιέργειας – συλλογής – αποθήκευσης – τυποποίησης και συσκευασίας – τιμολόγησης και διανομής, τη ζήτηση του ακτινιδίου στο εσωτερικό της κάθε χώρας αλλά και τις εξαγωγές της. Στοιχεία τέτοια δίνονται για την Ιταλία, τη Νέα Ζηλανδία, τη Χιλή, την Ελλάδα, τη Γαλλία, την Κίνα και την Ισπανία.

Αναφορικά με το τοπίο του ανταγωνισμού στο χώρο του ακτινιδίου, βρέθηκαν άρθρα αγροτικών εφημερίδων, τα οποία μας κατατοπίζουν σχετικά με τους κύριους ανταγωνιστές, τις στρατηγικές ανταγωνισμού της κάθε χώρας, τις αγορές όπου η κάθε χώρα απευθύνεται και τα μερίδια που κατέχει εκεί.

Έπειτα στο εμπειρικό μέρος της μελέτης αξιοποιήθηκαν επιστημονικά εγχειρίδια με αντικείμενο πάνω στη μεθοδολογία έρευνας, υποστηρίζοντας την προσπάθεια συγγραφής του μεθοδολογικού μέρους της μελέτης. Τα εγχειρίδια αυτά υποστήριξαν επίσης πολύ καλά την κατανόηση της σημασίας της μεθόδου στην περίπτωση μας αλλά κυρίως την επιτυχή εφαρμογή της στη μελέτη.

Τέλος, τα αποτελέσματα για τις σαφείς στρατηγικές μάρκετινγκ της κάθε χώρας που δραστηριοποιείται στο χώρο του ακτινιδίου καθώς και τις τάσεις κάθε αγοράς, προκύπτουν μετά την ανάλυση των case – studies στο εμπειρικό κομμάτι.

## 2.1 Μεθοδολογία

Αποτελεί αναγκαία συνθήκη για την επιτυχή έκβαση κάθε ερευνητικής μελέτης, η ομοιότητα της φύσεως του ερευνητικού μας ερωτήματος με το είδος της μεθόδου έρευνας που θα ακολουθηθεί προκειμένου να συλλεχθεί, να αναλυθεί και να ερμηνευθεί το υλικό μας. Στην περίπτωση που αυτό ισχύει, υπάρχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να έχουμε πιο έγκυρα και σχετικά, με το ζήτημά μας, ευρήματα και συμπεράσματα.

Πιο συγκεκριμένα στην παρούσα μελέτη, εφόσον το ερευνητικό ενδιαφέρον εστιάζεται στις στρατηγικές μάρκετινγκ του ακτινιδίου που ακολουθούν οι πιο αντιπροσωπευτικές για το φρούτο χώρες, κρίθηκε ως πιο κατάλληλη μέθοδος έρευνας η ποιοτική και συγκεκριμένα η έρευνα με μελέτες – περιπτώσεων. Οι παρακάτω αναφορές εξηγούν, πιο εμπειριστατωμένα, τους λόγους.

Σύμφωνα με το απόσπασμα του Morse (1991) και όπως αυτό παρουσιάζεται στο εγχειρίδιο του Creswell (2014, σ. 20) «Η ποιοτική έρευνα είναι χρήσιμη, ειδικά όταν ο ερευνητής δεν γνωρίζει τις σημαντικές μεταβλητές που εξετάζει. Αυτός ο τύπος προσέγγισης ενδέχεται να χρειάζεται επειδή το θέμα είναι νέο, το αντικείμενο δεν έχει ερευνηθεί με αναφορά σ' ένα σίγουρο δείγμα ή ομάδα ανθρώπων και οι υπάρχουσες θεωρίες δεν έχουν εφαρμοστεί σε συγκεκριμένο δείγμα ή ομάδα υπό μελέτη».

Σύμφωνα με τους Dul και Hak (2008, σ. 4) «Η μελέτη – περίπτωσης, είναι μια μελέτη, στην οποία (α) μία περίπτωση (μονή μελέτη – περίπτωσης) ή ένας μικρός αριθμός περιπτώσεων (συγκριτική μελέτη περιπτώσεων) επιλέγονται στο πραγματικό τους πλαίσιο, και (β) οι αποδόσεις που παρατηρούνται απ' αυτές τις μελέτες – περιπτώσεων αναλύονται με τρόπο ποιοτικό».

Στη μελέτη μας δεν υπάρχουν καθορισμένες και σταθερές μεταβλητές έρευνας εξ αρχής, το θέμα είναι αρκετά νέο καθώς δεν υπάρχει αρκετή βιβλιογραφία και επίσης η έρευνα δεν πραγματοποιείται βάσει ενός δείγματος ατόμων με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Κατά συνέπεια για την επιτυχή μελέτη του ζητήματος, επιστρατεύθηκαν case – studies των πιο αξιόλογων για το ακτινίδιο χωρών ενώ παράλληλα ορίστηκαν τα κοινά χαρακτηριστικά των case – studies αλλά και τα βασικά κριτήρια σύγκρισης των μελετών μεταξύ τους.

Τα προς μελέτη κοινά χαρακτηριστικά των case – studies είναι οι *φορείς παραγωγής* του ακτινιδίου σε κάθε χώρα, *οι ποικιλίες και οι μέθοδοι καλλιέργειας*, οι μέθοδοι *συλλογής – αποθήκευσης – τυποποίησης και συσκευασίας – τιμολόγησης – διανομής, τα επίπεδα της εγχώριας ζήτησης και των εξαγωγών*. Έτσι προκύπτουν και τα κριτήρια σύγκρισης των χωρών μεταξύ τους που είναι *οι στρατηγικές μάρκετινγκ του φρούτου σε κάθε χώρα, οι καλλιεργούμενες ποικιλίες, η οργανωτική δομή και η γεωγραφική κάλυψη* κάθε χώρας παραγωγής.

Ο Creswell (2014) αναφέρει στο βιβλίο του πως τα χαρακτηριστικά των ποιοτικών μεθόδων είναι οι αναδυόμενες μέθοδοι έρευνας, οι ερωτήσεις ανοικτού τύπου, η ανάλυση βάσει συμφραζομένων και εικόνων, η χρήση σταθερών μοτίβων ερμηνείας δεδομένων και οι τεχνικές συλλογής στοιχείων διαμέσου συνεντεύξεως, παρατηρήσεως, επίσημων γραπτών αλλά και οπτικοακουστικών ντοκουμέντων.

Στην παρούσα μελέτη αξιοποιείται η ποιοτική μέθοδος των case - studies, η οποία παρουσιάζει μερικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Ο Creswell (2014) αναφέρει ότι η συλλογή στοιχείων μέσω γραπτών ντοκουμέντων, όπως είναι και τα case – studies, πλεονεκτεί στο ότι ο ερευνητής παρατηρεί άνετα τη γλώσσα και τις λέξεις που χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες στην έρευνα, η μελέτη τέτοιων πηγών γίνεται σε χρόνο της επιλογής του ερευνητή, δίνονται στοιχεία τα οποία οι συμμετέχοντες θεωρούν σημαντικά και ως γραπτή πηγή εξοικονομεί χρόνο για τον ερευνητή ενώ μειώνει και την πιθανότητα επαναλήψεων των δεδομένων στο κείμενο.

Σύμφωνα πάλι με τον Creswell (2014) η μέθοδος παρουσιάζει μειονεκτήματα, όπως το ότι η πληροφορία αυτών των πηγών μπορεί να είναι μη προσβάσιμη στο κοινό, η αναζήτηση τέτοιου είδους πηγών ίσως να είναι δύσκολη, απαιτούν συνήθως ειδικούς κωδικούς για πλήρη πρόσβαση μέσω υπολογιστή, οι πηγές μπορεί να μην είναι αυθεντικές και ακριβείς και τα υλικά των πηγών μπορεί να είναι ελλιπή.

Ο Bryman (2008) στο βιβλίο του αναφέρει μερικούς περιορισμούς σχετικά με την ποιοτική μέθοδο. Σύμφωνα με αυτόν η ποιοτική μέθοδος είναι πολύ υποκειμενική, τα ποιοτικά δεδομένα είναι δύσκολο να αναπαραχθούν καθώς η έρευνα βασίζεται σε αδόμητες μεθόδους και στην εφευρετικότητα του ερευνητή, υπάρχουν προβλήματα στη γενίκευση των αποτελεσμάτων και τέλος έχουμε ζητήματα διαφάνειας.

Εκτός των ποιοτικών μεθόδων υπάρχουν οι ποσοτικές μέθοδοι αλλά και οι μικτές ερευνητικές μέθοδοι.

Οι μικτές μέθοδοι είναι ένας συνδυασμός ποιοτικών και ποσοτικών προσεγγίσεων έρευνας.

Ο Creswell (2014) τονίζει ότι τα βασικά είδοποιά στοιχεία των ποσοτικών μεθόδων έρευνας, είναι οι προκαθορισμένες ερευνητικές μέθοδοι, οι ερωτήσεις δομημένες βάσει συγκεκριμένων ερευνητικών μέσων, η στατιστική ανάλυση και ερμηνεία των δεδομένων και οι τεχνικές συλλογής στοιχείων διαμέσου της παρατήρησης, στοιχεία βάσει των επιδόσεων και των απόψεων των συμμετεχόντων στην έρευνα αλλά και απογραφικά στοιχεία.

Ο Creswell (2014) στο εγχειρίδιό του αναφέρει πως οι πιο συχνά χρησιμοποιούμενες μέθοδοι συλλογής ποσοτικών δεδομένων είναι η δειγματοληψία, η δομημένη συνέντευξη, τα αυτό - ολοκληρωμένα ερωτηματολόγια, οι ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου, η δομημένη παρατήρηση, η ανάλυση περιεχομένου, η χρήση επίσημων στατιστικών δεδομένων και η αξιοποίηση στοιχείων που συλλέγονται από άλλους ερευνητές και διάφορα ιδρύματα κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας.

Στην περίπτωσή μας το ερευνητικό ζήτημα σχετικά με τις στρατηγικές μάρκετινγκ του ακτινιδίου στις πιο αξιόλογες αγορές, δεν ήταν δυνατόν να μελετηθεί στην πράξη με ποσοτικές προσεγγίσεις που απαιτούν χρήση και μέτρηση αριθμητικών δεδομένων και γενικά είναι πολύ αυστηρά δομημένες. Ο λόγος είναι, πως για τη συλλογή υλικού δεν υπήρχε δυνατότητα πρόσβασης σε ένα συγκεκριμένο αντιπροσωπευτικό δείγμα ατόμων από κάθε χώρα ή και χρήση ερωτηματολογίων και άμεσων συνεντεύξεων στους φορείς του ακτινιδίου των χωρών αυτών.

Κατά συνέπεια, ως καταλληλότερη μέθοδος έρευνας κρίθηκε η ποιοτική μέθοδος των case – studies, που διαμέσου μελετών – περιπτώσεων από τις πραγματικές συνθήκες εντός των οποίων εφαρμόζεται το μάρκετινγκ του ακτινιδίου σε κάθε χώρα, μελετούμε και κατανοούμε το υπό εξέταση ζήτημα. Αυτές οι μελέτες – περιπτώσεων αναλύθηκαν και κατανοήθηκαν πάντα με αναφορά στο πραγματικό πλαίσιο της χώρας στην οποία αναφέρονται (ανάλυση συμφραζομένων) και με τη μέθοδο εκείνη που κάθε φορά εξυπηρετεί τον ερευνητή (αναδυόμενη μέθοδος).



## 2.2 Ο αγροτικός τομέας στην Ελλάδα

Αποτελεί πραγματικότητα, ότι η Ελλάδα είναι μια χώρα που στηρίζει σημαντικά την οικονομική και κοινωνική της ζωή, στον αγροτικό τομέα. Τα στοιχεία που δίνονται παρακάτω για το ποσοστό συμμετοχής του αγροτικού τομέα στο συνολικό εγχώριο ακαθάριστο προϊόν (ΑΕΠ), τα ποσοστά απασχόλησης στη γεωργία αλλά και η συμμετοχή της αγροτικής παραγωγής στο εξωτερικό εμπορικό ισοζύγιο της χώρας, αποδεικνύουν του λόγου το αληθές.

Η συμβολή του ελληνικού αγροτικού τομέα στο συνολικό εγχώριο ακαθάριστο προϊόν (ΑΕΠ) επί σειρά ετών, αποβαίνει σημαντικά μεγαλύτερη από τον μέσο όρο αυτής στην Ε.Ε. Πιο συγκεκριμένα, η Καλοφώνου (2011) στη μελέτη της για το Ινστιτούτο Στρατηγικών και Αναπτυξιακών Πολιτικών (ΙΣΤΑΜΕ) – Α. Παπανδρέου αναφέρει ότι κατά το έτος 2010 ο ελληνικός αγροτικός τομέας συμμετέχει στο ΑΕΠ με ποσοστό της τάξεως του 4,5% έναντι του αντίστοιχου ποσοστού 2,9% που ισχύει ως μέσος όρος για την υπόλοιπη Ευρωζώνη. Επιπλέον, σύμφωνα με τον Μπαλτά (2013, σ. 2) «η συμμετοχή του αγροτικού τομέα στον ΑΕΠ της Ελλάδος είναι 6% έναντι 2% της Ε.Ε». Απ' τα παραπάνω στοιχεία προκύπτει ότι η ελληνική οικονομία υποστηρίζεται όλο και πιο δυναμικά από την αγροτική της ζωή, ενώ μεταξύ των χωρών της Ε.Ε με «αγροτικό προφίλ» κατέχει σημαντική θέση.

Στον ελληνικό αγροτικό τομέα τα προϊόντα που συναντούμε ως ελληνική αγροτική παραγωγή είναι τα φρούτα, τα λαχανικά, τα δημητριακά, το ελαιόλαδο μαζί με τις ελιές, τα βιομηχανικά και κτηνοτροφικά φυτά, τα ζώα, τα ζωικά και γαλακτοκομικά προϊόντα και ένα μικρό ποσοστό αφιερώνεται σε λοιπές αροτραίες καλλιέργειες.

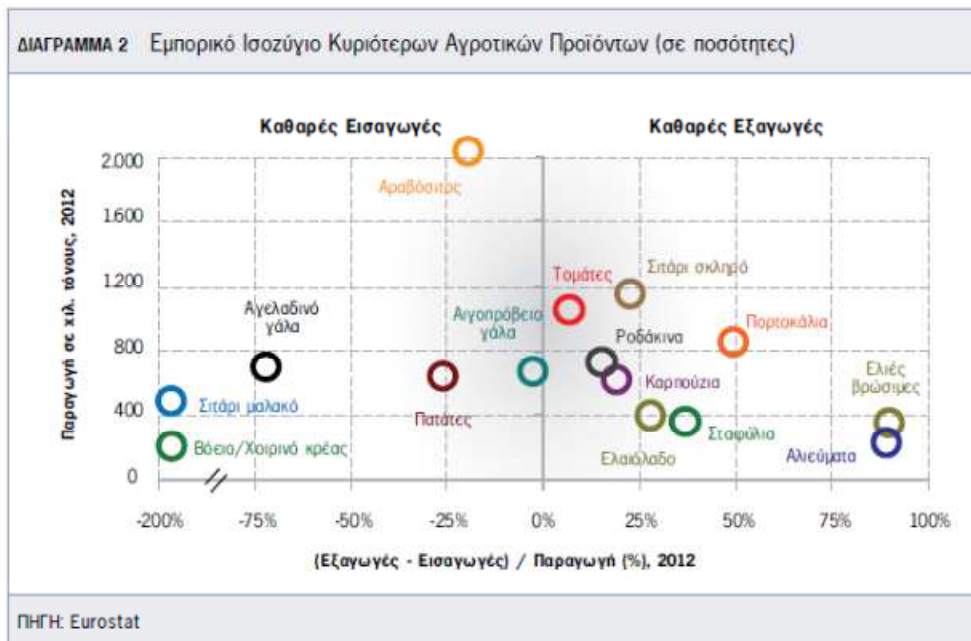
Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την ΠΑΣΕΓΕΣ (2013, σ. 5) «Μεταξύ των παραγόμενων προϊόντων, στο διάστημα της πενταετίας 2008 – 2012, το προβάδισμα ως προς την κατανομή της αξίας κατέχουν τα φρούτα και τα κηπευτικά, με ποσοστά 16% και 15,5% αντίστοιχα. Ακολουθούν τα δημητριακά (13,1%), το γάλα (10,4%), το ελαιόλαδο (10,3%) και τα προϊόντα των αροτραίων καλλιεργειών (9%)». Γίνεται λοιπόν εμφανές πως το συγκριτικό πλεονέκτημα του ελληνικού αγροτικού τομέα εντοπίζεται κυρίως στα οπωρολαχανικά, τα δημητριακά και το ελαιόλαδο μαζί με τα παράγωγά του.

Η ΠΑΣΣΕΓΕΣ (2013) στη μελέτη της αναφέρει ότι η συμμετοχή στην απασχόληση του αγροτικού τομέα ανέρχεται σε ποσοστό 12,4 % κατά το έτος 2011. Επίσης τονίζει ότι η απασχόληση στον πρωτογενή τομέα, κατά το έτος 2012, δέχθηκε τη μικρότερη μείωση της τάξεως του (-3,4%) εν σχέση με την απασχόληση στο δευτερογενή και τον τριτογενή τομέα της χώρας. Τα παραπάνω στοιχεία δείχνουν ότι ο πρωτογενής τομέας συνεχίζει δυναμικά να υποστηρίζει την ελληνική οικονομία και κοινωνία.

Το εξωτερικό εμπορικό ισοζύγιο της Ελλάδας παρουσιάζεται ελλειμματικό παρά την ύπαρξη κάποιων κατηγοριών αγροτικών προϊόντων, όπως τα οπωροκηπευτικά, τα δημητριακά και το ελαιόλαδο, που ενισχύουν σημαντικά τις εξαγωγές της. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με το Κατάθλι Προϊόντων Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας (2012, σ. 127) «Η τάση στις εισαγωγές είναι σταθερά ανοδική γεγονός που αποτελεί καίριο ανασταλτικό παράγοντα στην προσπάθεια δημιουργίας εμπορικού πλεονάσματος στο εμπορικό ισοζύγιο αγροτικών προϊόντων της χώρας, τη στιγμή που δεν υπάρχει τουλάχιστον αντίστοιχη τάση και στις εξαγωγές».

Σύμφωνα με το Κατάθλι Προϊόντων Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας (2012, σ. 128) «Οι γεωργικές εξαγωγές της Ελλάδος αντιπροσωπεύουν κατά μέσο όρο το 24,2% των συνολικών εξαγωγών της χώρας κατά την δετία 2004 – 2009». Σύμφωνα με την ίδια πηγή οι κυριότερες κατηγορίες που στηρίζουν τις ελληνικές εξαγωγές είναι *τα φρούτα (πορτοκάλια) και λαχανικά, ο καπνός και τα παράγωγά του, τα δημητριακά (σκληρό σιτάρι) και τα παρασκευάσματά τους, οι φυσικές υφαντικές ίνες ( βαμβάκι) και τέλος τα έλαια – λίπη.*

Σύμφωνα πάλι με την ίδια πηγή (2012, σ. 127) «Οι εισαγωγές αγροτικών προϊόντων αντιπροσωπεύουν κατά μέσο όρο το 12,3% των συνολικών ελληνικών εισαγωγών, την δετή περίοδο 2004 – 2009». Στην ίδια πηγή τονίζεται ότι τα κύρια εισαγόμενα αγροτικά προϊόντα είναι *οπωροκηπευτικά, δημητριακά (αραβόσιτος και μαλακό σιτάρι) ποτά, καπνός μαζί με τα παράγωγά του, αγελαδινό γάλα, χοιρινό και βόειο κρέας.* Το παρακάτω διάγραμμα απεικονίζει τα κύρια αλλά και δευτερεύοντα εισαγόμενα και εξαγόμενα γεωργικά είδη:



Εμπορικό Ισοζύγιο Κυριότερων Αγροτικών Προϊόντων (σε ποσότητες), Διάγραμμα 1

Ο ελληνικός αγροτικός τομέας αν και έχει στη «φαρέτρα» του πολύ ισχυρά όπλα για να ανταγωνιστεί τις ξένες αγροτικές οικονομίες, εν τέλει καταλήγει να είναι ελάχιστα έως καθόλου ανταγωνιστικός στην παγκόσμια αγορά. Το γεγονός αυτό οφείλεται σε μια σειρά ζητημάτων που τυγχάνουν κακής διαχείρισης από το ελληνικό κράτος.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τους Χριστοδουλάκη και Στάθη (2014, σ. 261) «Η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών αγροτικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές είναι χαμηλή, γεγονός που οφείλεται στις υψηλές τιμές, στις σημαντικές αποκλίσεις ποιότητας και στην αδυναμία σταθερής προσφοράς ικανής ποσότητας προϊόντων». Σύμφωνα πάλι με την ίδια πηγή «διαπιστώνεται και η μη αποτελεσματική διαχείριση των αγροτικών προϊόντων». Σε παρακάτω σημείο της ίδιας μελέτης, τονίζεται πως άλλα ζητήματα έλλειψης ανταγωνιστικότητας των εγχώριων αγροτικών προϊόντων είναι το κακό δίκτυο διανομής αλλά και η έλλειψη επιθετικής εξαγωγικής στρατηγικής των προϊόντων μας.

Συμπερασματικά, προκύπτει πως για να αναγνωρισθεί στο εξωτερικό η αξία των προϊόντων μας πρέπει να δοθεί έμφαση στην ποιότητα, στο καλό δίκτυο διανομής μέσω ανάπτυξης συνεργασιών αλλά και στην αποτελεσματική προώθησή τους στις αγορές που ενδιαφέρουν τους εξαγωγείς τους.

## 2.3 Η αγορά του ακτινιδίου

### 2.3.1 Προϊόν και χαρακτηριστικά του ακτινιδίου

Στην παρούσα μελέτη μας απασχολεί το μάρκετινγκ του φρούτου «ακτινίδιο» ή όπως αναφέρεται στην παγκόσμια βιβλιογραφία «kiwifruit». Το εν λόγω φρούτο, ανήκει στην οικογένεια των *ακτινιδιοειδών*. Σύμφωνα με τον Nishiyama (2007, σ. 294) «Μεταξύ των φρούτων του γένους των ακτινιδιοειδών, το ακτινίδιο είναι το πιο γνωστό και είναι μία από τις λίγες καλλιέργειες που απαντώνται στις αγορές όλου του κόσμου».

Ο Nishiyama (2007) αναφέρει στη μελέτη του, πως η καλλιέργεια του ακτινιδίου πρωτοεμφανίστηκε στις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα στην Κίνα με μορφή ανεπεξέργαστη και χωρίς την υποψία ακόμη για εμπορευματοποίηση της καλλιέργειας. Εν έτει 1904, μερικοί σπόροι του φρούτου ήρθαν για πρώτη φορά στη Νέα Ζηλανδία. Έπειτα, στη Νέα Ζηλανδία καλλιεργήθηκε πιο συστηματικά και τελικά βγήκε στις παγκόσμιες αγορές τη δεκαετία του 1960. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Nishiyama (2007, σ. 294) «Το ακτινίδιο είναι μια από τις μόλις τέσσερις καινούριες καλλιέργειες φρούτων, που εισήχθησαν στο διεθνές εμπόριο κατά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα».

Διάφορες ποικιλίες φρούτου, καλλιεργούνται σήμερα σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο. Σύμφωνα με τον Nishiyama (2007, σ. 294) «Τα ακτινίδια τώρα καλλιεργούνται σε πολλές χώρες, ειδικά στην Ιταλία, την Κίνα, τη Νέα Ζηλανδία, τη Χιλή, τη Γαλλία, την Ελλάδα, την Ιαπωνία και την Αμερική».

Ο Nishiyama (2007) αναφέρει στη μελέτη του ότι οι ποικιλίες του ακτινιδίου, διαφέρουν ευρέως ως προς *το μέγεθος, το σχήμα, την τριχοφυΐα της φλούδας, το χρώμα της σάρκας, τη θρεπτική αξία, τη γεύση και το άρωμα του καρπού*.

Ο Nishiyama (2007) στη μελέτη του αναφέρει, ότι σήμερα στο διεθνές εμπόριο του φρούτου κυριαρχούν δύο τύποι ακτινιδίου: το *Actinidio Deliciosa* και το *Actinidio Chinensis*. Λίγο αργότερα προστέθηκε στην αγορά και το *Actinidio Arguta*.

Ο Nishiyama (2007) πάλι αναφέρει ότι το πιο γνωστό είδος ακτινιδίου στις αγορές σήμερα είναι το *Actinidio Deliciosa*. Συνεχίζει λέγοντας ότι οι καρποί αυτού του είδους καλλιέργειας, είναι σκούροι καφέ και με έντονη τριχοφυΐα στη φλούδα τους ενώ η σάρκα τους είναι διάφανη και ανοικτό – πράσινη με πυρήνα άσπρο και μαύρους σπόρους. Στον τύπο *Actinidio Deliciosa*, αναφέρει πως ανήκουν οι καλλιέργειες Hayward, Koryoku και Sanryoku.

Η ποικιλία Hayward είναι η πιο γνωστή από τον τύπο *Actinidio Deliciosa*. Επίσης, σύμφωνα με τον Nishiyama (2007, σ. 295) « Η ποικιλία Hayward είναι η πιο διαθέσιμη ποικιλία στο εμπόριο». Δηλαδή είναι η ποικιλία που παράγεται και διακινείται περισσότερο σήμερα. Σχετικά με τα χαρακτηριστικά της Hayward, σύμφωνα με τον Nishiyama (2007, σ. 295) «Το ώριμο φρούτο έχει μια ισρροπημένη σχέση σακχάρων – οξέων και η γεύση της από πολλούς θεωρείται ανώτερη από άλλων ποικιλιών. Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα αυτής της ποικιλίας είναι η αξιοσημείωτη μακρά διάρκεια αποθηκευτικής ζωής του φρούτου, που επιτρέπει τις εξαγωγές με πλοίο σε μακρινές αγορές».

Ένα άλλο είδος ακτινιδίου είναι το *Actinidio Chinensis*. Ο Nishiyama (2007) αναφέρει, ότι τα ακτινίδια αυτού του τύπου έχουν ομαλή φλούδα και η σάρκα τους συνήθως είναι κίτρινη. Στο *Actinidio Chinensis* ανήκουν οι καλλιέργειες Hort16A, Sanuki gold, Jintao, Hongyang, Chuhong.

Με δεδομένο, το ότι στην παρούσα μελέτη το ενδιαφέρον εστιάζεται σημαντικά και στην παραγωγή και τις καλλιέργειες του ακτινιδίου στη Νέα Ζηλανδία, θα πούμε εδώ λίγα λόγια παραπάνω για την κίτρινη ποικιλία Hort16A, την οποία εμπορεύεται η χώρα αυτή πολύ επιτυχώς. Ο Nishiyama (2007) αναφέρει στη μελέτη του, ότι η ποικιλία αυτή έχει σάρκα χρώματος λαμπερού κίτρινου ενώ έχει και ένα χαρακτηριστικό σχήμα με μια προεξοχή στο τελείωμά του. Σήμερα επίσης, διακινείται από την εταιρεία «Zespri International» με την εμπορική ονομασία «ZESPRI TM GOLD Kiwifruit».

Ο τύπος *Actinidio Arguta* εισήλθε στην αγορά μετά τους τύπους *Deliciosa* και *Chinensis*. Ο Nishiyama (2007) αναφέρει στη μελέτη του, ότι αυτός ο τύπος ακτινιδίου ονομάζεται αλλιώς και «hardy kiwi». Ο τύπος αυτός του ακτινιδίου έχει υψηλή αντοχή στο ψύχος, καρπούς σε μέγεθος ρόγας σταφυλιού με βάρος 5 -15 g και φλούδα ομαλή και βρώσιμη. Το μειονέκτημά του είναι ότι έχει μικρότερη διάρκεια αποθηκευτικής ζωής και ζωής στο ράφι της αγοράς. Πολλές είναι και οι ποικιλίες αυτού του τύπου ακτινιδίου που κινούνται ήδη στην παγκόσμια αγορά και σύμφωνα με τον Nishiyama (2007) μία απ' αυτές είναι η «Ananaspaya», η οποία σήμερα κατέχει την εμπορική ονομασία «Baby kiwi» ή «Kiwi berry».

Επίσης, σύμφωνα με τον Nishiyama (2007, σ. 317) «Το ακτινίδιο περιέχει αρκετά στοιχεία ευεργετικά για την υγεία. Μεταξύ των συστατικών, αντιοξειδωτικά όπως η βιταμίνη C, η βιταμίνη E, τα καροτενοειδή και τα πολυφαινολικά θεωρούνται ότι είναι οι κύριοι παράγοντες προώθησης της υγείας από το ακτινίδιο».

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί πως ο καρπός του ακτινιδίου κερδίζει όλο και περισσότερους καταναλωτές ανά τον κόσμο λόγω της νέας παγκόσμιας τάσης για στροφή προς την υγιεινή και μεσογειακή διατροφή. Γι' αυτό το λόγο, το ακτινίδιο αξιοποιείται ευρέως στη μαγειρική αλλά και τη ζαχαροπλαστική.

Εντύπωση προκαλεί η πρόσφατη χρήση του ακόμη και σε πίτσες με γλυκιά γεύση. Υπάρχουν πιτσαρίες, που στο μενού τους πλέον έχουν εντάξει πίτσες με φρούτα, με επιλογές όπως η πίτσα με ολόκληρα κομμάτια πορτοκαλιού και ακτινιδίου. Ακολουθεί ενδεικτική εικόνα:



### 2.3.2 Παγκόσμια αγορά ακτινιδίου

Σύμφωνα με τους Ward και Courtney (2013, σ. 4) «Ξεκινώντας από το 1970, η καμπύλη της παγκόσμιας παραγωγής του ακτινιδίου κλιμακώθηκε, με στοιχειώδη αύξηση το 1970, εκθετική αύξηση το 1980, στατική παραγωγή το 1990 και σταθερή ανάπτυξη καθ' όλη την τελευταία δεκαετία». Οι μεταβολές αυτές αφορούν την πορεία ανάπτυξης της παγκόσμιας βιομηχανίας ακτινιδίου.

Οι Ward και Courtney (2013) αναφέρουν στο εγχειρίδιό τους, ότι παρά τις μεταβολές στο μέγεθος της αγοράς του φρούτου τα τελευταία χρόνια, η παγκόσμια παραγωγή ακτινιδίου υπερδιπλασιάζεται τα τελευταία είκοσι χρόνια σταθερά. Ακολουθεί σχεδιάγραμμα που απεικονίζει τη σταθερά ανοδική πορεία παραγωγής:

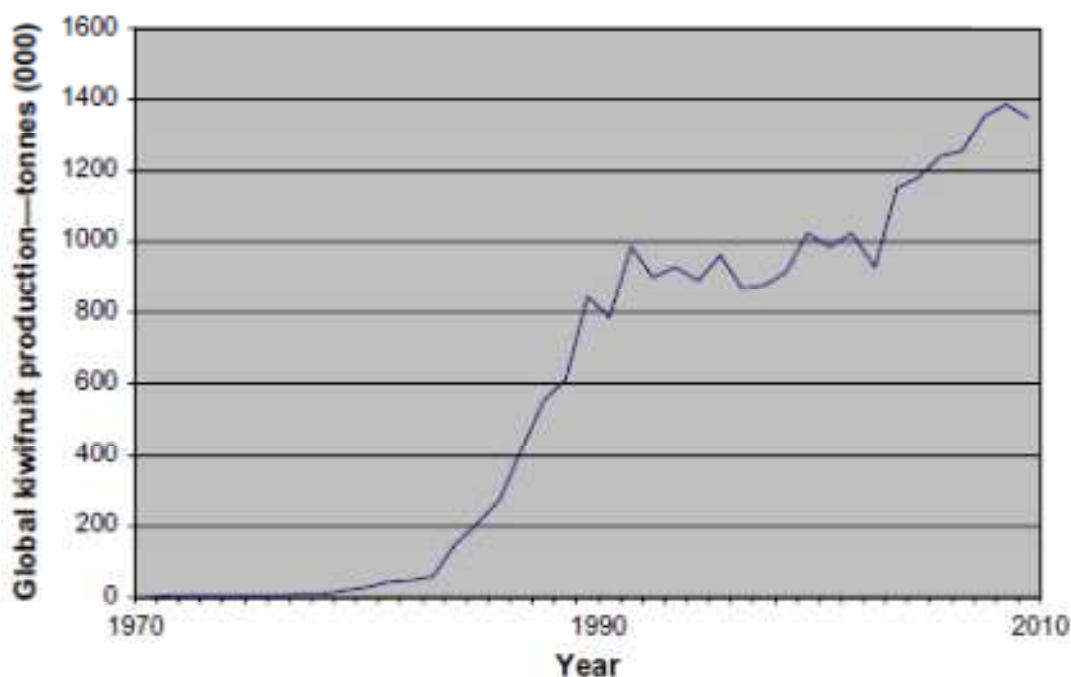


Figure 1.1 Global production of kiwifruit from 1970 to 2010. Source: FAOSTAT (2012)

Εξέλιξη Παγκόσμιας Παραγωγής Ακτινιδίου (1970 – 2010), Διάγραμμα 2



Σύμφωνα με τους Saunders, Anker – Kofoed και Kaye – Blake «Τα δύο τρίτα της συνολικής παγκόσμιας παραγωγής του ακτινιδίου εισάγονται στην παγκόσμια αγορά και είναι σχετικά λίγοι οι βασικοί παίκτες του παγκόσμιου εμπορίου του ακτινιδίου».

Οι Ward και Courtney (2013) στο εγχειρίδιό τους αναφέρουν, ότι οι κυριότερες κατά σειρά όγκου παραγωγής του ακτινιδίου, χώρες ανα τον κόσμο είναι: η Κίνα, η Ιταλία, η Νέα Ζηλανδία, η Χιλή, η Ελλάδα και η Γαλλία. Υπάρχουν και άλλες με μικρότερο όγκο παραγωγής, που δεν μπορούν να ανταγωνιστούν πολύ καλά τις πρώτες, όπως η Ιαπωνία, το Ιράν, η Αμερική και η Ισπανία. Ακολουθεί πίνακας με τη σειρά κατάταξης από την ίδια πηγή:

Παγκόσμια Κατάταξη Χωρών – Παραγωγών του Ακτινιδίου ( 2009 – 2012), Πίνακας 1

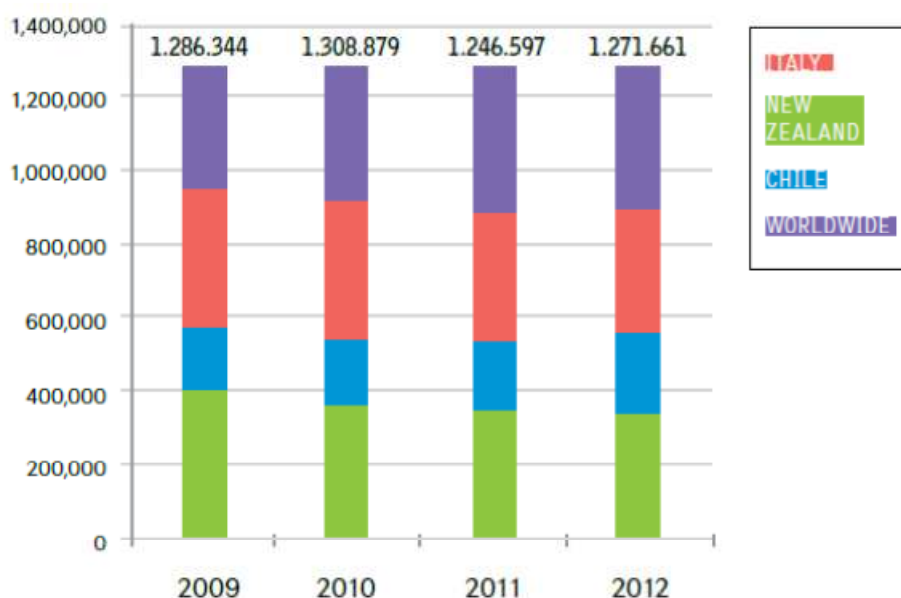
**Table 1.1** World Kiwifruit production: Top-ten producing countries 2009–2012

<b>Rank</b>	<b>Country</b>	<b>Production (MT) (Average)</b>
1	China	480,000
2	Italy	450,049
3	New Zealand	372,833
4	Chile	230,333
5	Greece	83,167
6	France	71,851
7	Japan	33,300
8	Iran (Islamic Republic of)	31,532
9	United States of America	27,391
10	Spain	18,125

Source: O'Rourke (2010)

Αναφορικά με τις χώρες εξαγωγής του ακτινιδίου, σύμφωνα με τον O'Rourke (2012) όπως αναφέρεται στο εγχειρίδιο των Ward και Courtney (2013, σ. 6) «περίπου τα δύο τρίτα της παγκόσμιας παραγωγής του ακτινιδίου εξάγεται, με την Ιταλία, τη Νέα Ζηλανδία και τη Χιλή ως τους μεγαλύτερους εξαγωγείς ακτινιδίων στον κόσμο. Αυτές οι χώρες αντιπροσωπεύουν περίπου το 90% όλων των εξαγωγών του ακτινιδίου το 2010». Η Cataldo (2013) στη ειδική διεθνή έκθεση για τις εξελίξεις στο χώρο του ακτινιδίου, παραθέτει ένα ραβδόγραμμα που απεικονίζει την πορεία των χωρών με τις πιο αξιόλογες εξαγωγές συγκρινόμενες με τις παγκόσμιες εξαγωγές για τα έτη 2009 - 2012. Δίνεται παρακάτω:

#### EXPORT EVOLUTION BY SUPPLIERS (TONS)



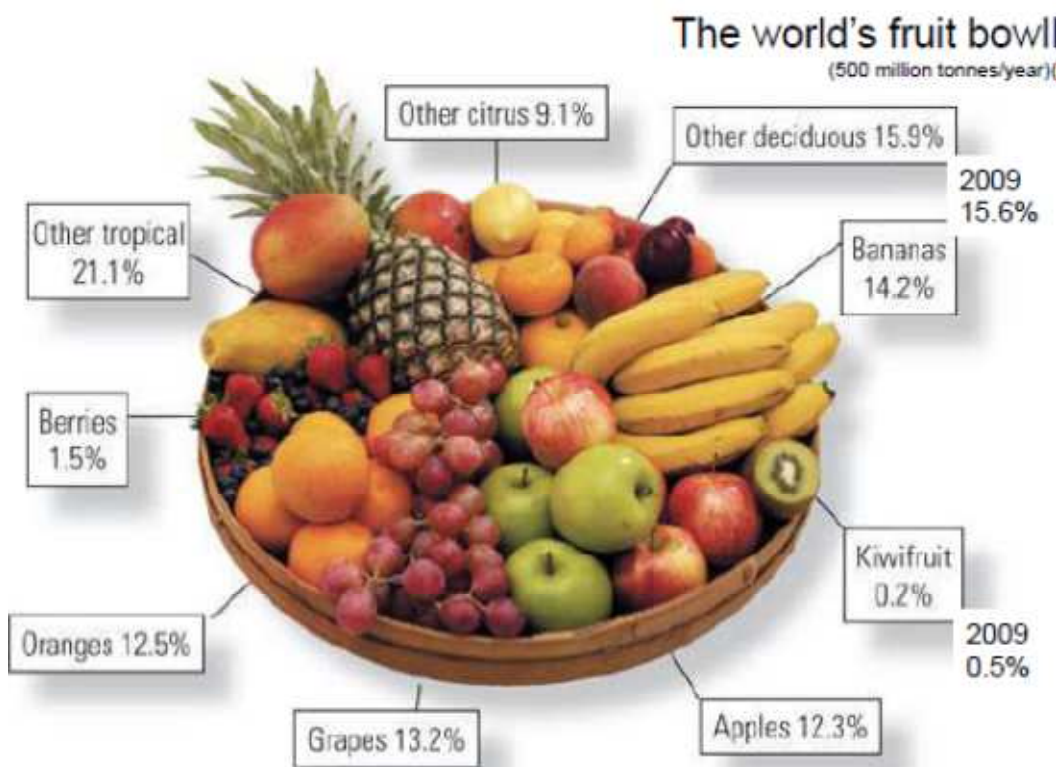
Εξαγωγές Ιταλία – Νέα Ζηλανδία – Χιλή και Παγκόσμιες Εξαγωγές Ακτινιδίου, Διάγραμμα 3

Η Anker – Kofoed (2008) στην ερευνητική της μελέτη αναφέρει ότι οι εξαγωγές της Ελλάδος τα τελευταία χρόνια είχαν επηρεαστεί σημαντικά εξαιτίας των καιρικών συνθηκών που έπληξαν την καλλιέργεια. Όμως από το 2004 και έπειτα το ελληνικό ακτινίδιο άρχισε να κερδίζει το χαμένο έδαφος. Επίσης, αναφέρει ότι άλλες εξαγωγικές χώρες όπως η Γαλλία, η Αμερική και η Ισπανία παρουσιάζουν σταθερή πορεία από το 1999 και έπειτα.

Η Κίνα είναι μια χώρα που κατατάσσεται πρώτη στην παραγωγή του ακτινιδίου, αλλά οι εξαγωγές της κινούνται σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Σύμφωνα με τους Saunders, Anker – Kofoed και Kaye – Blake «Η βιομηχανία επικεντρώνεται στον εφοδιασμό της εγχώριας αγοράς πρώτα απ’ όλα και έπειτα στις αγορές του εξωτερικού. Μόνο μικρές ποσότητες έχουν εξαχθεί στις Ασιατικές αγορές και μερικές αποστολές έχουν γίνει στις αγορές της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής».

Παρά τη διαρκή ανάπτυξη της αγοράς του ακτινιδίου, το ακτινίδιο ως φρούτο εξακολουθεί και σήμερα να αποτελεί πολύ μικρό κομμάτι της παγκόσμιας παραγωγής φρούτων. Σύμφωνα με τους Ward και Courtney (2013, σ. 8) «Παρά τη σημαντική ανάπτυξη του παγκοσμίου όγκου ακτινιδίων κατά τα τελευταία 30 χρόνια, το ακτινίδιο έχει παραμείνει ένα πολύ εξειδικευμένης ζήτησης προϊόν, υπολογιζόμενο σε λιγότερο απ’ το ένα τέταρτο του 1% της παγκόσμιας παραγωγής φρούτων. Η παγκόσμια παραγωγή εξακολουθεί να απαρτίζεται απ’ τις παραδοσιακές κατηγορίες των κίτρων, των μήλων, των μπανανών και των σταφυλιών».

Ακολουθεί μια χαρακτηριστική εικόνα που μας δίνει το ποσοστό συμμετοχής του ακτινιδίου στο «παγκόσμιο μπολ φρούτων»:



Τέλος, σύμφωνα με τους Ward και Courtney (2013, σ. 10) «Η ισχρή παρουσία του ακτινιδίου στην παγκόσμια αγορά φρούτων δείχνει ότι η αγορά του ακτινιδίου παραμένει υπο ανάπτυξη σε μερικούς βασικούς τομείς ανάπτυξης του κόσμου και επομένως η δυναμική της για ανάπτυξη παραμένει ισχυρή».

Εύκολα λοιπόν κανείς μπορεί να συμπεράνει ότι η αγορά του ακτινιδίου έχει πολύ καλές προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης εν σχέση με τις αγορές φρούτων που ήδη καταλαμβάνουν πολύ καλά ή και ηγετικά μερίδια στην παγκόσμια αγορά φρούτων.

## Χώρες παραγωγής και εξαγωγής ακτινιδίου

### Κίνα

Η Κινεζική αγορά ακτινιδίου, είδαμε ότι κατέχει την πρώτη θέση στην παραγωγή του φρούτου ενώ από την άλλη δε σημειώνει αξιόλογες εξαγωγές ανάλογες με τον όγκο παραγωγής της. Σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 9) «Βασικά όλα τα ακτινίδια που παράγονται καταναλώνονται μέσα στην Κίνα και οι εξαγωγές προς το παρόν υπολογίζονται για όχι περισσότερο από το 1 – 2% της συνολικής παραγωγής».

Οι Huang και Ferguson (2001) αναφέρουν στη μελέτη τους ότι τα δυο πιο σημαντικά εμπορεύσιμα είδη ακτινιδίου παγκοσμίως είναι οι τύποι *Actinidia chinensis* και *Actinidia deliciosa*. Παράλληλα τονίζουν πως και τα δύο είδη προέρχονται απ' την Κίνα, παρόλο που σήμερα τη βασική διακίνηση και εμπορία του φρούτου σ' όλο τον κόσμο την έχουν αναλάβει άλλες χώρες.

Οι Huang και Ferguson (2001) αναφέρουν στη μελέτη τους πως στη Κίνα καλλιεργούνται ακτινίδια τύπου *deliciosa* και *chinensis*. Σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 7) «Έξι καλλιέργειες του τύπου *A. deliciosa* και επτά καλλιέργειες του τύπου *A. Chinensis* μαζί υπολογίζεται ότι πλησιάζουν το 85% της συνολικής καλλιεργούμενης περιοχής ακτινιδίου». Από τις κατά βάση πρασινόσαρκες ποικιλίες, σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 7) « Η τύπου *A. deliciosa* καλλιέργεια “Qinmei” είναι η πιο ευρέως καλλιεργούμενη, αλλά εξακολουθεί να κατέχει κάτι περισσότερο από το 40% των συνολικών φυτεύσεων ακτινιδίου, ενώ καμία άλλη ποικιλία δεν κατέχει πάνω από το 10% της συνολικής καλλιεργούμενης έκτασης». Σύμφωνα πάλι με τους ίδιους συγγραφείς (2001, σ. 7) «Η Κίνα είναι επίσης πλούσια και σε ακτινίδια γενετικού υλικού, όπως η εισαγόμενη καλλιέργεια “Hayward” που είναι η τρίτη κατά σειρά πιο ευρέως καλλιεργούμενη και συχνά προτιμάται για την ποιότητα των ακτινιδίων της». Επίσης, σύμφωνα με την ίδια μελέτη ενδεικτικά μερικές κατά βάση κιτρινόσαρκες αλλά και κοκκινόσαρκες ποικιλίες της Κίνας, είναι η *Zaoxian* και η *Kuimi*.

Σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 2) «Ο τύπος *A. deliciosa* προσαρμόζεται πιο εύκολα στο κρύο από ότι ο τύπος *A. chinensis*». Ακολουθώντας αναφέρουν ότι (2001, σ. 2) « Ο τύπος *deliciosa* βρίσκεται πιο εσωτερικά σε ψυχρότερες περιοχές κυρίως στα δυτικά των περιοχών Sichuan και Shaanxi».

Οι Huang και Ferguson (2001) υποστηρίζουν ακόμη πως ο τύπος chinensis βρίσκεται σε πιο θερμές και με μικρότερο υψόμετρο περιοχές απ' ότι ο τύπος deliciosa.

Όπως ήδη έχει αναφερθεί, στην Κίνα καλλιεργούνται πολλά είδη ακτινιδίων τύπου deliciosa και chinensis με σκοπό την κάλυψη πρωτευόντως της εγχώριας ζήτησης. Παρόλα αυτά, σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 5) «Η συλλογή άγριων ακτινιδίων έχει παραμείνει σημαντική στην Κίνα με τις ποσότητες των φρούτων που συλλέγονται να είναι, έως πρόσφατα, κατά πολύ μεγαλύτερες από τις ποσότητες που παράγονται διαμέσου της καλλιέργειας». Οι Huang και Ferguson (2001) αναφέρουν ότι μεγάλες ποσότητες ακτινιδίων που καλλιεργούνται ή συλλέγονται από αγριοακτινιδιές προωθούνται προς πώληση στις τοπικές αγορές. Όμως σύμφωνα πάλι με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 5) «Τα άγρια ακτινίδια προκύπτουν λιγότερο σημαντικά καθώς συχνά είναι πολύ μικρά και χαμηλής ποιότητας και δεν μπορούν να ανταγωνιστούν τα φρούτα που παράγονται από εμπορικούς σπωρώνες».

Αναφορικά με το χρονικό ορίζοντα συγκομιδής κάθε καλλιέργειας, σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 8 ) «Περίπου το 6% των φυτεύσεων περιγράφονται ως πρόωρης ωρίμανσης και γι' αυτό συλλέγονται έως τα μέσα Σεπτεμβρη. Αυτό μπορεί να αναφέρεται σχεδόν σε όλες τις καλλιέργειες του τύπου chinensis. Ένα άλλο 30% αποτελούμενο από τις καλλιέργειες deliciosa και chinensis, είναι που ωριμάζουν στα μέσα της σεζόν και επομένως συλλέγονται από τα μέσα του Σεπτεμβρη έως τις αρχές του Οκτώβρη. Ένα υπόλοιπο 64%, αποτελούμενο βασικά από την ποικιλία deliciosa, είναι αργής ωρίμανσης και συλλέγεται μεταξύ των μέσων Οκτώβρη έως τα μέσα Νοέμβρη».

Σχετικά με τις υποδομές ψύξης και αποθήκευσης για το ακτινίδιο στην Κίνα, σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 8) «η έλλειψη τέτοιων εγκαταστάσεων σε πολλές περιοχές της Κίνας, είναι κάτι το οποίο θα μπορούσε να ωθήσει στη συλλογή του φρούτου μετέπειτα της κανονικής ημερομηνίας συγκομιδής του, όταν δηλαδή η θερμοκρασία θα είναι χαμηλότερη και το φρούτο θα περιέχει λιγότερη θερμότητα στο εσωτερικό του». Συγκεκριμένα, σύμφωνα πάλι με την ίδια μελέτη (2001, σ. 8) «Εγκαταστάσεις ψύξης και αποθήκευσης έχουν αναπτυχθεί σε περιοχές κύριας παραγωγής απ' το 1992 και σε πολλές περιοχές, το 25 – 33% της συνολικής παραγωγής μπορεί να αποθηκευτεί. Σε πολλές περιοχές υπάρχουν πολύ απλές ή πολύ βασικές εγκαταστάσεις, όπως κελάρια, που επιτρέπουν την αποθήκευση για πάνω από μήνα σε φρούτα που κατευθύνονται στις τοπικές αγορές». Συνειδητοποιεί λοιπόν κανείς ότι ο τομέας συντήρησης του ακτινιδίου είναι ακόμη υπο – ανάπτυξη.

Αναφορικά με τον τομέα τυποποίησης και συσκευασίας του ακτινιδίου, σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 8) «Δεν υπάρχουν προς το παρόν οδηγίες συσκευασίας και στάνταρ ποιότητας. Εφόσον όλα σχεδόν τα ακτινίδια πωλούνται εντός της Κίνας, τα κόστη παραμένουν στο ελάχιστο χρησιμοποιώντας την πολύ βασική συσκευασία». Συμπερασματικά και ο τομέας αυτός είναι σχετικά παραμελημένος, εξαιτίας του ότι η Κίνα παράγει αλλά και εισάγει ακτινίδια κυρίως για την κάλυψη της εγχώριας κατανάλωσης.

Τέλος, αναφορικά με το δίκτυο διανομής του ακτινιδίου εντός της χώρας, μαθαίνουμε ότι σύμφωνα με τους Huang και Ferguson (2001, σ. 8) «Αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή συνεταιρισμοί σε περιοχές καλλιέργειας στέλνουν τα ακτινίδια σε κέντρα διανομής (μεγάλα εμπορικά κέντρα οργανωμένα από τοπικές κυβερνήσεις) και από εκεί το φρούτο αποστέλλεται σε καταστήματα φρούτων και κέντρα χονδρικής πώλησης στις πόλεις».

## Ιταλία

Η ιταλική βιομηχανία ακτινιδίου έχει μια πολύ αξιόλογη και δυναμική παρουσία στην παγκόσμια αγορά του φρούτου αυτού.

Παρόλα αυτά, σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 23) «Η ιταλική βιομηχανία ακτινιδίου είναι κατακερματισμένη όπως και η ιταλική γεωργία γενικώς. Οι εκμεταλλεύσεις είναι μικρές και η καθεμία παράγει σχετικά μικρές ποσότητες του φρούτου». Οι Testolin και Ferguson (2009) τονίζουν στη μελέτη τους πως μόνο λίγοι Ιταλοί αγρότες ανήκουν στον ιταλικό οργανισμό παραγωγών (Organizzazioni di Produttori), ενώ ακόμη οι περισσότεροι αποστέλλουν τα φρούτα τους σε ιδιώτες εμπόρους οι οποίοι ελέγχουν τις αγορές στις περιοχές καλλιέργειας του φρούτου και στις κύριες πόλεις της χώρας. Σύμφωνα με την ίδια μελέτη, η ευκολία εξαγωγών του φρούτου ενισχύει τον κατακερματισμό της βιομηχανίας καθώς οι ανταγωνιστές μεταξύ τους παραγωγοί, εξαγωγείς, marketers δρουν ατομικά και κατά βούληση. Επιπλέον η συνεργασία παραγωγού – εξαγωγέα δυσχεραίνει, εφόσον τα περισσότερα ακτινίδια παράγονται στη νότια Ιταλία ενώ οι περισσότεροι εξαγωγείς εδρεύουν στη βόρεια Ιταλία.

Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 23) «Γίνονται προσπάθειες για καλύτερη συνεργασία σ' όλα τα επίπεδα». Σύμφωνα με τους ίδιους συγγραφείς (2009, σ. 23) «Το 1984 ιδρύθηκε η ένωση Consorzio Italiano del Kiwi (CIK) από 18 ομάδες οργανώσεων παραγωγών και marketers, με σκοπό τον ορισμό των προδιαγραφών του προς πώληση ακτινιδίου, την εναρμόνιση των στρατηγικών μάρκετινγκ του ακτινιδίου σ' όλη τη χώρα καθώς και την προώθηση του ακτινιδίου στους καταναλωτές». Η ένωση αυτή έγινε με σκοπό την ανάπτυξη συνεργασιών κατά την παραγωγική και προωθητική φάση του φρούτου. Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 24) «Το 1998 η ένωση CIK διαλύθηκε και οι ευθύνες της μεταφέρθηκαν στην ένωση CSO (Centro Servizi Ortofrutticoli).



Η Ιταλία αποτελεί τη δεύτερη κατά σειρά μεγαλύτερη παραγωγό χώρα ακτινιδίου στον κόσμο καθώς έρχεται αμέσως μετά την Κίνα. Σύμφωνα, όμως, με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 2) «Ακόμη και εάν η Ιταλία είναι μια από τις μεγαλύτερες παραγωγούς ακτινιδίου, η βιομηχανία της παραμένει σχετικά μικρή εάν τη θεωρήσουμε στο πλαίσιο της συνολικής ιταλικής παραγωγής φρούτων: η καλλιέργεια ακτινιδίου καταλαμβάνει μόλις το 3,5% του συνόλου των καλλιεργειών φρούτου και λιγότερο του 4% της συνολικής παραγωγής σε βάρος. Σε όρους “ακαθάριστης εμπορεύσιμης παραγωγής” το ακτινίδιο αποτελεί την έκτη κατά σειρά πιο σημαντική καλλιέργεια μετά από αυτές των κίτρων, των μήλων, των επιτραπέζιων σταφυλιών, των ροδάκινων/νεκταρινιών και των αχλαδιών». Συμπεραίνουμε λοιπόν, πως η καλλιέργεια ακτινιδίου δεν είναι η κύρια ούτε και η μοναδική καλλιέργεια με την οποία ασχολούνται εντός και εκτός συνόρων οι Ιταλοί παραγωγοί και εξαγωγείς.

Αναφορικά με το είδος των καλλιεργειών ακτινιδίου στην Ιταλία, σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 6) «Μέχρι το 1983 άνω του 70% των καλλιεργειών ήταν τύπου “Hayward” και αυτή η εξάρτηση από το ακτινίδιο “Hayward” συνέχισε να αυξάνεται για πολλά χρόνια και τελικά έγινε η μόνη καλλιεργούμενη καρποφόρα ποικιλία». Επιπλέον, σύμφωνα με την ίδια μελέτη (2009, σ. 6) «Μόνο πρόσφατα εμφανίστηκαν άλλες καλλιέργειες του τύπου *A. deliciosa* και *A. chinensis* που έδιναν εμπορεύσιμες ποσότητες του φρούτου αυτού». Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν στη μελέτη τους ότι το 92% των θηλυκών δένδρων ακτινιδίου εξακολουθεί και σήμερα να είναι τύπου “Hayward”.

Ακολουθεί μια πιο αναλυτική περιγραφή των πιο επικρατούντων καλλιεργειών ακτινιδίου στη χώρα με έμφαση στα εξωτερικά χαρακτηριστικά, τις προδιαγραφές συλλογής, το χρόνο συγκομιδής αλλά και τις απαιτούμενες συνθήκες ψύξης και αποθήκευσης.

Ο πρώτος τύπος καλλιέργειας που αξιοποιείται ευρέως στην Ιταλία είναι το *A. deliciosa*. Η πιο συχνά καλλιεργούμενη ποικιλία αυτού του τύπου είναι η “Hayward”. Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν ότι ο καρπός “Hayward” είναι μεγάλος με σφαιρικό σχήμα, φλούδα καφέ με έντονη τριχοφυΐα και σάρκα ανοικτού πράσινου χρώματος. Όσον αφορά τις προδιαγραφές συλλογής της ποικιλίας “Hayward”, οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν ότι το φρούτο θεωρείται ότι ωρίμασε και είναι προς συλλογή όταν φθάνει τα 6.2 Brix κατά το χρονικό διάστημα 160 – 180 ημέρες μετά την ανθοφορία της καλλιέργειας. Αναφορικά με το χρόνο συγκομιδής του, οι Testolin και Ferguson (2009) τονίζουν ότι η “Hayward” κανονικά συλλέγεται αρχές Νοέμβρη στην Ιταλία. Επίσης, τονίζεται ότι στις θερμότερες περιοχές καλλιέργειας του φρούτου στη χώρα, το φρούτο αφήνεται να φθάσει τα 7,5 – 9 Brix, εφόσον δεν υπάρχει ο κίνδυνος παγετού και ως εκ τούτου συλλέγονται τέλη Νοέμβρη ή και Δεκέμβρη. Όπως χαρακτηριστικά τονίζεται στην ίδια μελέτη (2009), αφήνεται το φρούτο να αποκτήσει το επιθυμητό επίπεδο Brix και ξηράς ουσίας, ώστε να διασφαλιστεί η καλή του ποιότητα προς κατανάλωση αλλά και η αποθηκευτική του ζωή. Σχετικά με τη διάρκεια αποθηκευτικής ζωής της “Hayward”, αναφέρεται στην ίδια μελέτη ότι ο καρπός αυτός αποθηκεύεται εξαιρετικά καλά και μάλιστα επιτρέπει την παρατεταμένη αποθήκευσή του κάτι που επιτρέπει το εξαγωγικό εμπόριο διαμέσου θαλάσσης.

Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν ότι υπάρχουν και άλλες παραλλαγές που θυμίζουν πολύ τη “Hayward” όπως η Clone 8, η Clone K, η Clone Maeba και η Kramer.

Σύμφωνα με την ίδια μελέτη, εντοπίζονται κάποιες ποικιλίες οι οποίες έχουν χαρακτηριστικά αρκετά διαφορετικά από αυτά της “Hayward”. Τέτοιες ποικιλίες στην Ιταλία είναι η Bo – Erica, η Earligreen, η Green Light, η Top Star και η Summerkiwi.

Η πρώτη πιο αξιόλογη και συχνά καλλιεργούμενη, από αυτές ποικιλία στην Ιταλία είναι η Earligreen. Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 7) «Το κύριο πλεονέκτημα της καλλιέργειας αυτής είναι ότι μπορεί να συλλεχθεί 40 - 50 ημέρες νωρίτερα απ’ τη “Hayward” και έτσι παρουσιάζει ζημιές από παγετό πολύ πιο σπάνια». Από την άλλη σύμφωνα με την ίδια μελέτη, ένα μειονέκτημα της είναι ότι τα φρούτα της δεν ωριμάζουν όλα μαζί στον οπωρώνα καθώς και επίσης ότι η καλλιέργεια παρουσιάζει μικρότερη διάρκεια ζωής στο ράφι εν σχέση με τη “Hayward”.

Η επόμενη καλλιέργεια Green Light, σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 7) «έχει παρόμοια χαρακτηριστικά με αυτά της “Hayward”, εκτός από το ότι το ακτινίδιο της Green Light ωριμάζει 30 -35 ημέρες νωρίτερα».

Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 7) «Η ποικιλία Top Star διαφέρει από αυτή της “Hayward”, καθώς οι καρποί της είναι πιο αραιά μεταξύ τους στο δένδρο και έχει πιο κοντό κορμό οπότε απαιτεί λιγότερο κλάδεμα το καλοκαίρι. Τα φύλλα της τείνουν να σγουραίνουν ενώ οι βλαστοί και οι καρποί είναι κατά βάση ομαλής υφής με τον καρπό να παρουσιάζει μερικές δυσδιάκριτες φακίδες στη φλούδα του».

Αναφορικά με την ποικιλία Summerkiwi, οι Testolin και Ferguson (2009) στη μελέτη τους αναφέρουν ότι ο όρος Summerkiwi αποτελεί την εμπορική ονομασία για δύο πρώιμες ποικιλίες, τη “Summer 3373” και τη “Summer 4605”. Σύμφωνα με την ίδια μελέτη (2009, σ. 8) «Η ποικιλία “Summer 3373” είναι η πιο πολλά υποσχόμενη ποικιλία και η μόνη που προς το παρόν πολλαπλασιάζεται». Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν στη μελέτη τους ότι οι καρποί της “Summer 3373” είναι πιο επιμήκεις από της “Hayward”, με έντονα τριχοφυή φλούδα, πιο μαλακό πυρήνα και λιγότερο όξινη γεύση. Πλεονεκτεί στην ημερομηνία συλλογής, καθώς μπορεί να συλλεχθεί 45 – 50 ημέρες πριν τη “Hayward”, αποφεύγοντας έτσι τους φθινοπωρινούς παγετούς. Πριν διακινηθεί στις αγορές, απαιτεί αποθήκευση στους μηδέν βαθμούς κελσίου, ενώ μπορεί να διατεθεί νωρίτερα από την κανονική ποικιλία της “Hayward”.

Ο δεύτερος τύπος ακτινιδίου που καλλιεργείται στη χώρα είναι το A. Chinensis. Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 8) «Οι δύο πιο ευρέως καλλιεργούμενες ποικιλίες τύπου A. chinensis στην Ιταλία, η “Hort16A” και η “Jintao”, έχουν φρούτο με ομαλή φλούδα σχεδόν άτριχη με σάρκα χρυσοκίτρινου χρώματος».

Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ.9) «η ποικιλία “Hort16A” επίσημα κυκλοφόρησε στις αγορές το 2000 υπό την εμπορική ονομασία ZESPRI TM GOLD Kiwifruit». Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν στη μελέτη τους ότι οι καρποί της “Hort16A” είναι επιμήκεις με φλούδα σκουρόχρωμη καφέ, σάρκα αρχικά πράσινη και καθώς ωριμάζει το φρούτο η σάρκα κιτρινίζει καθώς και διαθέτουν τη χαρακτηριστική κορυφή στο τελείωμα τους που τα κάνει να ξεχωρίζουν. Η ανθοφορία της ποικιλίας παρατηρείται ένα μήνα πριν της “Hayward” και μάλιστα δίνει μεγαλύτερη σοδειά από τη “Hayward”. Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 10) «Ο χρόνος συλλογής είναι ως εκ τούτου ένας συμβιβασμός μεταξύ της διασφάλισης ότι η σάρκα είναι πλήρως κίτρινη και της εξασφαλισμένης επαρκούς σταθερότητας του φρούτου, ώστε να επιτραπεί η επαρκής αποθήκευσή του αργότερα». Οι παραπάνω είναι οι προδιαγραφές ωριμότητας του προς συλλογή φρούτου, ώστε να συλλεχθεί ένας ποιοτικός καρπός άρα και ανταγωνιστικός στην παγκόσμια αγορά. Αναφορικά με τον χρόνο συλλογής της ποικιλίας, σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 10) «Η ποικιλία αυτή συχνά συλλέγεται περίπου μαζί με την ποικιλία “Hayward”, οπότε η “Hort16A” απαιτεί μεγαλύτερη περίοδο ανάπτυξης απαλλαγμένης από παγετούς». Αυτό συμπεραίνεται από το γεγονός ότι η “Hort16A” αν και είναι πρώιμης ωρίμανσης, συλλέγεται συχνά μαζί με τη “Hayward” που είναι πιο όψιμη ποικιλία.

Μια ακόμη αξιόλογη ποικιλία A. Chinensis της Ιταλίας είναι η “Jintao”. Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν στη μελέτη τους ότι η “Jintao” είναι μια κιτρινόσαρκη ποικιλία τύπου chinensis, που σήμερα διακινείται από την Ιταλία υπό την εμπορική ονομασία “Jingold TM”. Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν ότι το ακτινίδιο “Jintao” διαθέτει ομαλή, σκούρη καφέ φλούδα με σάρκα λαμπερού κίτρινου χρώματος και μικρό πυρήνα. Το φρούτο έχει το σωστό μέγεθος και σχήμα όταν η γονιμοποίηση γίνεται σωστά. Η ποικιλία αυτή ανθοφορεί μία εβδομάδα νωρίτερα απ’ την ποικιλία “Hayward”, ενώ το φρούτο μπορεί να συλλεχθεί έως και τρεις εβδομάδες πριν από τον καρπό της “Hayward”. Επομένως αποτελεί μια πιο πρώιμης ωρίμανσης ποικιλία, όπως και οι περισσότερες κιτρινόσαρκες ποικιλίες συγκριτικά με την πράσινης σάρκας ποικιλία “Hayward”. Σύμφωνα πάλι με την ίδια μελέτη, το ακτινίδιο “Jintao” παρουσιάζει καλή αποθηκευτική ζωή.

Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν ότι υπάρχει ακόμη μια κιτρινόσαρκη ποικιλία που αργότερα άρχισε να καλλιεργείται πιο συχνά, η Soreli. Ο καρπός είναι μεγαλύτερος των 100g, όμορφος, με σκουροκίτρινη σάρκα και ωραία γεύση. Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 11) «Η ανθοφορία συμβαίνει πάνω από μία εβδομάδα νωρίτερα συγκριτικά με της “Hayward” ανάλογα με την περιοχή καλλιέργειας, αλλά ο καρπός ωριμάζει περίπου έναν μήνα νωρίτερα». Επίσης, όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται έχει μικρή διάρκεια αποθηκευτικής ζωής.

Μια συνοπτική και περιεκτική εικόνα των τακτικών καλλιέργειας, συγκομιδής, μεταφοράς, αποθήκευσης, ταξινόμησης και διάθεσης στην αγορά των ιταλικών ακτινιδίων θα μπορούσε να είναι η εξής:

Όπως έχει ήδη αναφερθεί παραπάνω, στην Ιταλία καλλιεργούνται κυρίως οι τύποι καλλιεργειών *deliciosa* και *chinensis*. Οι Testolin και Ferguson (2009) αναφέρουν στη μελέτη τους, ότι οι πρώιμες ποικιλίες όπως οι “Summerkiwi”, “Summer 3373” και “Jintao”, συλλέγονται όταν φθάσουν τα 6,5 – 7,5 Brix. Από την άλλη όψιμες ποικιλίες όπως η “Hayward”, συλλέγονται συνήθως αρχές Νοέμβρη όταν φθάνουν το επίπεδο ωριμότητας 6,2 Brix. Σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 20) «Οι καρποί των καλλιεργειών *chinensis* και *deliciosa* συλλέγονται από τους μίσχους τους με το χέρι, τοποθετούνται σε κουτιά ή τσάντες και στη συνέχεια μέσα σε κάδους των 220 – 250 kg μεταφέρονται στο χώρο αποθήκευσης». Σύμφωνα με την ίδια μελέτη (2009, σ. 20) «Στους αποθηκευτικούς χώρους το φρούτο δεν ταξινομείται ούτε ψύχεται αμέσως, αλλά αρχικά ωριμάζει καθώς διατηρείται σε θερμοκρασία δωματίου για περισσότερες από 7 ημέρες». Αυτή η τακτική, σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 21) «διατηρεί την υγρασία του φρούτου σε επίπεδα άνω του 94 – 95 % εντός των ψυκτικών θαλάμων, βοηθώντας το φρούτο να σημειώνει απώλειες βάρους όχι μεγαλύτερες από 2 – 7%».

Άλλωστε σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 21) «Όταν το φρούτο συλλέγεται με τη σωστή ωριμότητα και όλες οι συνθήκες αποθήκευσης είναι ιδανικές (θερμοκρασία, σχετική υγρασία, συγκέντρωση αιθυλενίου, σύνθεση αερίων), το ακτινίδιο μπορεί να αποθηκευθεί για 5 – 6 μήνες, έτσι ώστε, όταν βγει από τον ψυκτικό θάλαμο, η ποιότητά του να είναι πολύ ανώτερη απ’ την απαιτούμενη».

Τέλος, σύμφωνα πάλι με την ίδια μελέτη (2009, σ. 21) «το φρούτο κανονικά ταξινομείται σε κλάσεις ποιότητας και πακετάρεται μετά την αποθήκευσή του, κοντά στη στιγμή που θα διατεθεί στην αγορά».

Σχετικά με τις εξαγωγές ακτινιδίου της Ιταλίας, σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 21) «Η Χιλή, η Ιταλία και η Νέα Ζηλανδία είναι υπεύθυνες για περίπου το 80% των παγκόσμιων εξαγωγών ακτινιδίου». Στην ίδια μελέτη (2009, σ. 21) αναφέρεται «ότι η Ιταλία με τη μεγάλη και διαρκώς επεκτεινόμενη αγορά της εξάγει περίπου τα τρία τέταρτα της συνολικής της παραγωγής σε ακτινίδιο». Κατανοούμε λοιπόν πως η Ιταλία αποτελεί μια από τις βασικότερες χώρες εξαγωγείς του ακτινιδίου και σύμφωνα με το ραβδόγραμμα που δόθηκε στην ενότητα «η παγκόσμια αγορά του ακτινιδίου», με στοιχεία της 3ετίας 2009 - 2012 κατέχει την πρώτη θέση στις εξαγωγές του φρούτου αυτού. Επιπλέον, σύμφωνα με τους Testolin και Ferguson (2009, σ. 21) «Οι εξαγωγές του ιταλικού ακτινιδίου ξεκινούν δειλά νωρίς τον Σεπτέμβρη και κορυφώνονται κατά την περίοδο μεταξύ Δεκεμβρίου και Απριλίου».

## **Νέα Ζηλανδία**

Η Νέο – Ζηλανδική βιομηχανία ακτινιδίου αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες και πιο αξιόλογες αγορές στην παγκόσμια αγορά του φρούτου αυτού.

Οι Bano και Scrimgeour (2012) αναφέρουν στη μελέτη τους, ότι η αιτία για την απαρχή της μεγάλης και αξιόλογης Νέο – Ζηλανδικής βιομηχανίας ακτινιδίου όπως τη γνωρίζουμε σήμερα, ήταν η εισαγωγή σπόρων του ακτινιδίου από την Κίνα στη Νέα – Ζηλανδία το 1904 με τη συνδρομή μιας ερευνήτριας, της Isabel Fraser. Σύμφωνα με τους Bano και Scrimgeour (2012, σ. 74) «Στη συνέχεια το 1925 ο Hayward Wright, ένας Νέο – Ζηλανδός γεωργός, δημιούργησε την πολύ γνωστή πράσινη ποικιλία ακτινιδίου, η οποία κατέληξε να ονομάζεται ποικιλία “Hayward”». Οι Bano και Scrimgeour (2012) τονίζουν ότι οι πρώτες παραγόμενες ποσότητες ακτινιδίου στη Νέα – Ζηλανδία στόχευαν στην ιδιωτική κατανάλωση, ενώ από το 1940 και έπειτα η παραγωγή απευθυνόταν στην τοπική αγορά καθώς και τις μικρότερες αναδυόμενες τοπικές αγορές. Αργότερα, δειλά στην αρχή και πιο δυναμικά έως το 1974, η παραγωγή αρχίζει και λαμβάνει εξαγωγικό προσανατολισμό με όλο και περισσότερες εταιρείες να αναλαμβάνουν δράση. Σύμφωνα με τους Bano και Scrimgeour (2012, σ. 74) «Έως το 1976, η εξαγόμενη ποσότητα ξεπέρασε την τοπική κατανάλωση για πρώτη φορά». Οι Bano και Scrimgeour (2012) αναφέρουν ότι από το 1959 ακόμη, σε μια προσπάθεια για ένα επιτυχημένο μάρκετινγκ του ακτινιδίου και στις διεθνείς αγορές, η Νέα – Ζηλανδία προχωρά στην καθιέρωση της ονομασίας “kiwifruit” αντί για “Chinese gooseberry” για το ακτινιδίο της. Σύμφωνα με τους Bano και Scrimgeour (2012, σ. 74) «Προς τα τέλη της δεκαετίας του 1970, η έρευνα στράφηκε προς την αναζήτηση νέων ποικιλιών ακτινιδίου». Οι Bano και Scrimgeour (2012) αναφέρουν ότι η Νέο – Ζηλανδική βιομηχανία ακτινιδίου εν έτει 1998 άρχισε να εξάγει και την ποικιλία της “Zespri Gold” και κατά συνέπεια έγινε πλέον βιομηχανία δύο φρούτων. Αυτό προκύπτει καθώς πλέον κινείται στις διεθνείς αγορές με δύο βασικές ποικιλίες, την πράσινη “Hayward” και την κίτρινη “Zespri Gold”. Επιπλέον, σύμφωνα με τους Bano και Scrimgeour (2012, σ. 74) «Ισχυρή ανάπτυξη της βιομηχανίας ακτινιδίου σημειώθηκε και κατά την περίοδο 2003 – 2008».

Η Νέα – Ζηλανδία είναι η πρώτη χώρα που πραγματοποίησε δυναμικό εξαγωγικό εμπόριο του ακτινιδίου και ακόμη και σήμερα στηρίζει την οικονομία της πολύ σ' αυτό, εν αντιθέσει με χώρες όπως η Κίνα, που παρά τον μεγαλύτερο όγκο παραγωγής της εξάγει ελάχιστες ποσότητες. Παρόλα αυτά, σύμφωνα με τον Webby (2008, σ. 45) «Τα κέρδη από την καλλιέργεια του ακτινιδίου εν σχέση με αυτά των εναλλακτικών καλλιεργειών ενθάρρυναν τους υπάρχοντες παραγωγούς να επεκτείνουν τις εκτάσεις και την παραγωγικότητά τους, προκάλεσαν παραγωγούς να εγκαταλείψουν τις καλλιέργειές τους και να στραφούν στο ακτινίδιο καθώς και ενθάρρυναν νέες χώρες να μπουν στο χώρο παραγωγής του ακτινιδίου».

Συμπερασματικά, η αγορά έχει γίνει πολύ πιο ανταγωνιστική συγκριτικά με παλαιότερα και κατά συνέπεια η Νέα Ζηλανδία για να διατηρήσει το ισχυρό μερίδιο αγοράς της πρέπει να αναπτύξει νέες στρατηγικές στο χώρο του ακτινιδίου. Έτσι, σύμφωνα με τον Beverland (2001, σ. 384) «Μετά από χρόνια ισχών κερδών και την αδυναμία των Νέο Ζηλανδών παραγωγών να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα τους ή να κερδίσουν προνομιακές τιμές για την εξαιρετική ποιότητα, το συμβούλιο μάρκετινγκ για το ακτινίδιο στη Νέα Ζηλανδία ανέπτυξε το πρόγραμμα ZESPRI TM».

Ο Beverland (2001) αναφέρει ότι το πρόγραμμα ZESPRI TM αποτελεί μια πρωτοβουλία της Νέο – Ζηλανδικής κυβέρνησης, με σκοπό τη δημιουργία της εταιρείας Zespri η οποία ανέλαβε το μάρκετινγκ των καλλιεργειών φρούτου στη Νέα Ζηλανδία αλλά και στις αγορές όπου δραστηριοποιείται η χώρα. Συγκεκριμένα στο ακτινίδιο της χώρας δόθηκε η επωνυμία Zespri σε μια προσπάθεια να γίνει το προϊόν πιο ισχυρό και αναγνωρίσιμο στο εξωτερικό.

Για τη σημαντικότερη εταιρεία που ασχολείται με το μάρκετινγκ του ακτινιδίου στη Νέα Ζηλανδία, τη Zespri International Ltd, θα μιλήσουμε αναλυτικά στο εμπειρικό μέρος της εργασίας στο πλαίσιο της ανάλυσης των case – studies.

Σύμφωνα με τους Bano και Scrimgeour (2012, σ. 76) «Μερικές από τις μικρότερες χώρες όπως η Νέα Ζηλανδία, η Χιλή και η Ελλάδα έχουν τα υψηλότερα επίπεδα RCA (Revealed Comparative Advantage) στο ακτινίδιο, ενώ μεγαλύτερα έθνη όπως η Αμερική, η Κίνα και σε κάποιο βαθμό η Ιαπωνία έχουν πολύ χαμηλό δείκτη RCA».



Πιο συγκεκριμένα το iFAB 2013 PRODUCE REVIEW αναφέρει, ότι το γεγονός πως η Νέα – Ζηλανδία εμπορεύθηκε πρώτη το ακτινίδιο αλλά και επενδύει συνεχώς στην ποιότητά του, της δίνει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο φρούτο αυτό και την κάνει την τρίτη μεγαλύτερη παραγωγό χώρα παγκοσμίως.

Η Νέα – Ζηλανδία αν και είναι η πρώτη χώρα που αντιμετώπισε εμπορικά την καλλιέργεια του ακτινιδίου, είναι τρίτη στη σειρά μετά την Κίνα και την Ιταλία από άποψη όγκου παραγωγής. Μιας και εκτός από το ακτινίδιο, μια άλλη καλλιέργεια όπου στηρίζει πολύ την οικονομία της είναι το μήλο, παρακάτω δίνεται η σειρά της στην παγκόσμια κατάταξη παραγωγών – χωρών ακτινιδίου και μήλου:

Η Θέση της Νέας Ζηλανδίας στην Παγκόσμια Παραγωγή Ακτινιδίου και Μήλου, Πίνακας 2

#### New Zealand is the third largest kiwifruit producer and the 26<sup>th</sup> largest apple producer



Source: UN FAO database (custom job). China is Corolls from a range of sources, Corollis analysis

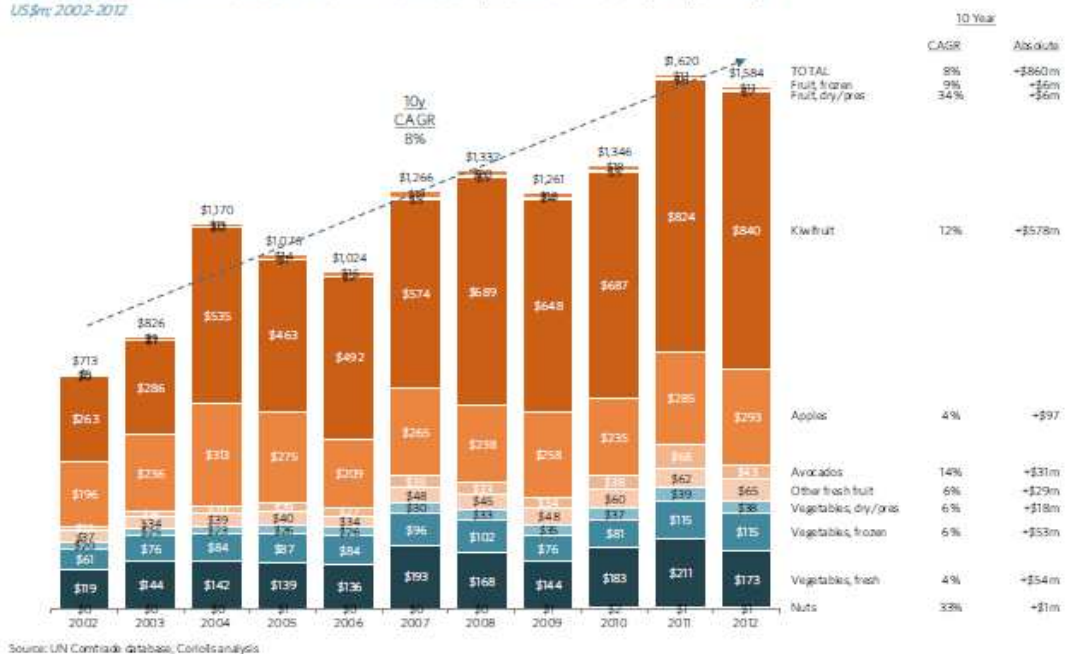
Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα λοιπόν, η Νέα Ζηλανδία αποτελεί την τρίτη κατά σειρά παραγωγό – χώρα στον τομέα του ακτινιδίου σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ αποτελεί την εικοστή έκτη χώρα – παραγωγό στην παραγωγή του μήλου.

Ταυτοχρόνως, το εξαγωγικό εμπόριο της Νέας – Ζηλανδίας στηρίζεται κατά βάση σε δύο είδη: το ακτινίδιο και το μήλο. Ακολουθούν με αρκετά μεγάλη διαφορά οι κατηγορίες των φρέσκων λαχανικών και άλλων φρούτων φρέσκων και αποξηραμένων.

Ακολουθεί διάγραμμα που παρουσιάζει την εικόνα αυτή:

New Zealand produce exports have achieved growth in the past decade, with kiwifruit being the key standout

10 YEAR NEW ZEALAND PRODUCE EXPORT BY CATEGORY/SUPER-CATEGORY (HS4/6 LEVEL)  
US\$m 2002-2012



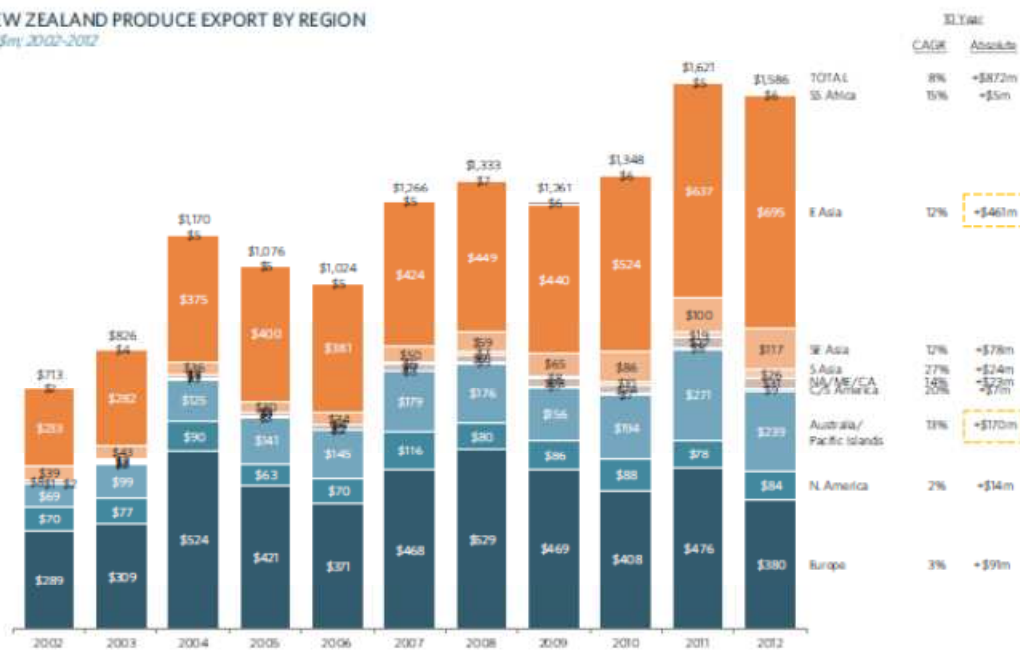
Οι Εξαγωγές της Νέας Ζηλανδίας ανά κατηγορία προϊόντων, Διάγραμμα 4

Εν συνεχεία ακολουθούν οι βασικές διεθνείς αγορές, όπου απευθύνεται με τα προϊόντα της η Νέα – Ζηλανδία. Μάλιστα κάποιες από αυτές ήδη αποτελούν πηγές μεγάλων κερδών, άλλες είναι αναδυόμενες και αποτελούν μελλοντικές ευκαιρίες ενώ άλλες παρουσιάζουν αρκετά υποτονική ζήτηση για τα εξαγόμενα προϊόντα της Νέας – Ζηλανδίας. Σύμφωνα με το iFAB 2013 PRODUCE REVIEW (2014, σ. 8) «Οι νοτιοανατολικές Ασιατικές αγορές όπως η Ινδονησία, η Ταϊλάνδη, οι Φιλιππίνες και το Βιετνάμ αποτελούν μια ραγδαία αναπτυσσόμενη αγορά – ευκαιρία καθώς είναι καθαροί εισαγωγείς φρούτων και λαχανικών ευαίσθητων στις θερμοκρασιακές μεταβολές». Σύμφωνα πάλι με την ίδια πηγή (2014, σ.8) «Η Κίνα είναι τώρα η πέμπτη κατά σειρά μεγαλύτερη αγορά εξαγωγής του όγκου παραγωγής της Νέας Ζηλανδίας και ήταν η πιο ραγδαία αναπτυσσόμενη τον τελευταίο χρόνο». Επιπρόσθετα, πέρα από την αγορά της Κίνας και τις υπόλοιπες αναπτυσσόμενες νότιες και ανατολικές Ασιατικές αγορές, η Ευρώπη αλλά και η Αυστραλία ακολουθούν σημειώνοντας καλούς δείκτες ζήτησης.

Ακολουθεί σχετικό διάγραμμα που απεικονίζει τις αγορές των εξαγόμενων προϊόντων της Νέας Ζηλανδίας:

**New Zealand produce exports have achieved solid growth driven by East Asia and Australasia; strong growth achieved across developing world; Europe and North America achieving low growth**

NEW ZEALAND PRODUCE EXPORT BY REGION  
US\$m; 2002-2012



Source: UN Comtrade database, Corfolis analysis

Στο σημείο αυτό δίνονται μερικά στοιχεία σχετικά με το είδος των ανταγωνιστών που έχει η Νέα Ζηλανδία, αφ' ενός στο νότιο και αφ' ετέρου στο βόρειο ημισφαίριο. Σύμφωνα με το iFAB 2013 PRODUCE REVIEW στο νότιο ημισφαίριο η Νέα Ζηλανδία ανταγωνίζεται κυρίως με τη Χιλή στον τομέα των ακτινιδίων και των μήλων, ενώ στο βόρειο ημισφαίριο ανταγωνίζεται πρωταρχικά με τις πιο πλούσιες χώρες, όπως ο Καναδάς και η Ολλανδία. Στο βόρειο ημισφαίριο δευτερευόντως ανταγωνίζεται με χώρες όπως η Ιταλία, η Ελλάδα, η Ισπανία αλλά και η Κίνα. Με την Κίνα φυσικά στον τομέα του ακτινιδίου ανταγωνίζεται κυρίως ως προς τον όγκο παραγωγής του φρούτου και όχι τόσο στις εξαγωγές, αφού η Κίνα εξάγει περιορισμένες ποσότητες.

## Χιλή

Η Χιλιανή βιομηχανία ακτινιδίου αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές αγορές στο χώρο του ακτινιδίου, και από την άποψη του παραγόμενου όγκου του φρούτου και από την άποψη των εξαγωγικών της επιδόσεων σε αγορές χωρών του βορείου και νοτίου ημισφαιρίου.

Ο Cruzat (2013) αναφέρει στη μελέτη του για τη Χιλιανή βιομηχανία ακτινιδίου ότι οι φορείς που συνεισφέρουν σε αυτή, είναι η Χιλιανή κυβέρνηση μαζί με το υπουργείο αγροτικής ανάπτυξης της χώρας σε συνεργασία με την επιτροπή Χιλιανού ακτινιδίου (Chilean Kiwi Committee). Σύμφωνα πάλι με τον Cruzat (2013), η επιτροπή Χιλιανού ακτινιδίου συστάθηκε από την ένωση Χιλιανών παραγωγών ακτινιδίου (fedefruta) και την ένωση εξαγωγών ακτινιδίου της χώρας (ASOEX).

Παρόλα αυτά καθώς η Chilean Kiwi Committee φαίνεται να αποτελεί τον βασικότερο φορέα απασχόλησης με το ακτινίδιο στη Χιλή, επιλέχθηκε να είναι το case – study που θα αναλυθεί στο εμπειρικό μέρος της εργασίας για τη χώρα αυτή.

Ο Cruzat (2013) μας αναφέρει ότι οι βασικοί στόχοι της Χιλιανής παραγωγής ακτινιδίου είναι *πρώτον* η προσφορά ενός ακτινιδίου κατάλληλου προς κατανάλωση με υπέροχη γεύση που δίνει μια όμορφη γευστική εμπειρία, *δεύτερον* η επίτευξη του σωστού επιπέδου ωριμότητας του φρούτου για κατανάλωση με τη χρήση τεχνολογιών κλιματισμού και προ – ωρίμανσης με σκοπό την απελευθέρωση όλων των οργανοληπτικών του συστατικών καθώς και η επίτευξη υψηλής κερδοφορίας μέσω της αύξησης των πωλήσεων ενός ακτινιδίου με καλή και ποιοτική διάρκεια ζωής στο ράφι.

Στην ίδια μελέτη, ο Cruzat (2013) αναφέρει ότι προκειμένου να επιτευχθούν οι παραπάνω στόχοι στην παραγωγή του Χιλιανού ακτινιδίου πρέπει να ισχύουν ορισμένες προδιαγραφές:

Ως προς τη *γεύση* απαιτούνται υψηλά σάκχαρα, χαμηλή οξύτητα, μαλακός και πολτοποιημένος πυρήνας, σωστή ωριμότητα – σχήμα – μέγεθος, υψηλή περιεκτικότητα σε βιταμίνη C – ασβέστιο – κάλιο.

Ως προς τη *συνεργασία* απαιτούνται στενές, ποιοτικές και μακροπρόθεσμες σχέσεις μεταξύ παραγωγών, διακινητών (εξαγωγείς) αλλά και αγορών (εισαγωγείς) που παραλαμβάνουν τις εξαγόμενες ποσότητες Χιλιανού ακτινιδίου. Επίσης, καταστήματα λιανικής πώλησης (super – markets) και διανομείς θα πρέπει να συμφωνούν με τις αυστηρές απαιτήσεις της εταιρείας με την οποία συνεργάζονται, σχετικά με τη στρατηγική πωλήσεων.

Ως προς τη *συσκευασία* του ακτινιδίου πρέπει να υπάρχει ευελιξία, ώστε αν εμφανιστεί ευκαιρία να πωληθεί μεγαλύτερη ποσότητα, η συσκευασία να μπορεί να υποστηρίξει αυτή τη δυνατότητα.

Ως προς την *προώθηση* του φρούτου, τονίζεται ότι ως κομμάτι του μάρκετινγκ θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση με ενέργειες όπως η συμμετοχή σε εγχώριες και διεθνείς εκθέσεις με στόχο την ενημέρωση και τη γευσιγνωσία.

Ο Cruzat (2013) στη μελέτη του αναφέρει πως η Χιλιανή βιομηχανία ακτινιδίου θεωρεί πως για να υπάρξει το ακτινίδιο ως μια ισχυρή και αναγνωρίσιμη κατηγορία φρούτου, πρέπει όλοι οι παραγωγοί και εξαγωγείς ακτινιδίου ανά τον κόσμο να προσφέρουν ένα ομοιογενές προϊόν που θα προσφέρει μια όμορφη γευστική εμπειρία.

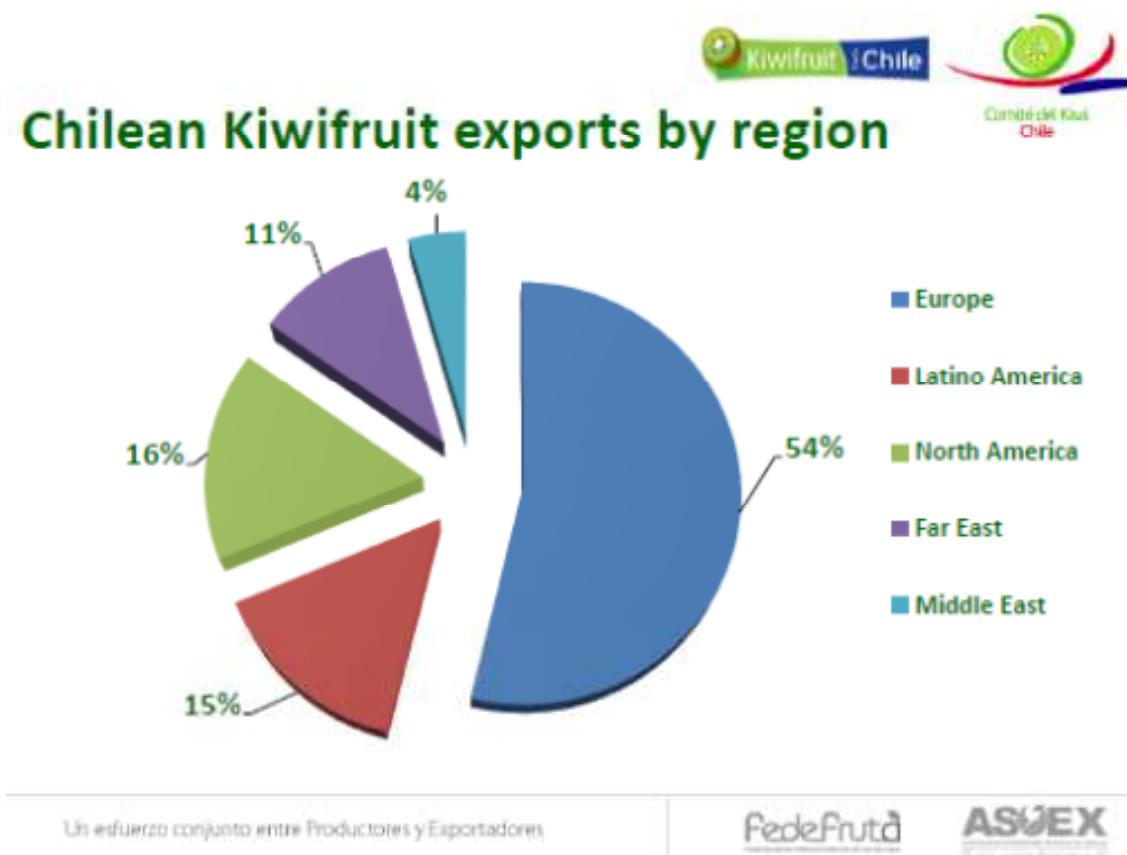
Στο σημείο αυτό θα χαρτογραφηθεί η πορεία της παραγωγής και των εξαγωγών ακτινιδίου της Χιλής. Ήδη στην ενότητα μελέτης της Νέας Ζηλανδίας, αναφέρθηκε ότι η Χιλή είναι ο κύριος ανταγωνιστής της στον τομέα ακτινιδίου και μήλου, τουλάχιστον όσον αφορά τις χώρες του νοτίου ημισφαιρίου. Επιπλέον στην ενότητα για την παγκόσμια αγορά του ακτινιδίου είχε παρατεθεί ένας πίνακας με την παγκόσμια κατάταξη των παραγωγών – χωρών του φρούτου, όπου η Χιλή εμφανίζεται να κατέχει την τέταρτη θέση με μέση παραγωγή 230.333 τόνους κατά την 3ετία 2009 – 2012. Επίσης σύμφωνα με τον Cruzat (2013) «Η Χιλή διαθέτει περισσότερα από 11.000 εκτάρια γης με καλλιέργεια ακτινιδίου. Απ' αυτά το 35% είναι νεαρά δενδρύλλια ενώ το 5% της συνολικής καλλιεργούμενης έκτασης είναι οι νέες κιτρινόσαρκες και πρασινόσαρκες ποικιλίες ακτινιδίου».

Αναφορικά με τις ποικιλίες που καλλιεργούνται στη Χιλή, ο Cruzat (2013) αναφέρει στη μελέτη του ότι από τις κιτρινόσαρκες ποικιλίες καλλιεργούνται κυρίως η Jingoild ή αλλιώς Jintao, και η Kiwi Kiss. Ακολουθούν οι ENZA Gold και Soreli ενώ μία έκταση μεγέθους 25 εκταρίων γης καλύπτεται από λοιπές κιτρινόσαρκες ποικιλίες. Από τις

πρασινόσαρκες ποικιλίες καλλιεργείται με μεγάλη διαφορά η Summer Kiwi ενώ και η Green Light καλύπτει ένα καλό ποσοστό της Χιλιανής παραγωγής ακτινιδίου.

Ως προς τις εξαγωγικές της επιδόσεις σύμφωνα με τον Cruzat (2013) «Η Χιλή είναι ο τρίτος μεγαλύτερος εξαγωγέας ακτινιδίου στον κόσμο».

Σχετικά με το είδος των αγορών όπου απευθύνεται το Χιλιανό ακτινίδιο, ο Cruzat (2013) αναφέρει στη μελέτη του ότι άνω της μισής παραγωγής Χιλιανού ακτινιδίου (54%) κατευθύνεται στην Ευρώπη, ενώ ένα ποσοστό (16%) απευθύνεται στη Βόρεια και ένα ισότιμο (15%) στη Λατινική Αμερική. Παρακάτω παρατίθεται ένα διάγραμμα – πίτα που απεικονίζει τις αγορές που εισάγουν το Χιλιανό ακτινίδιο:



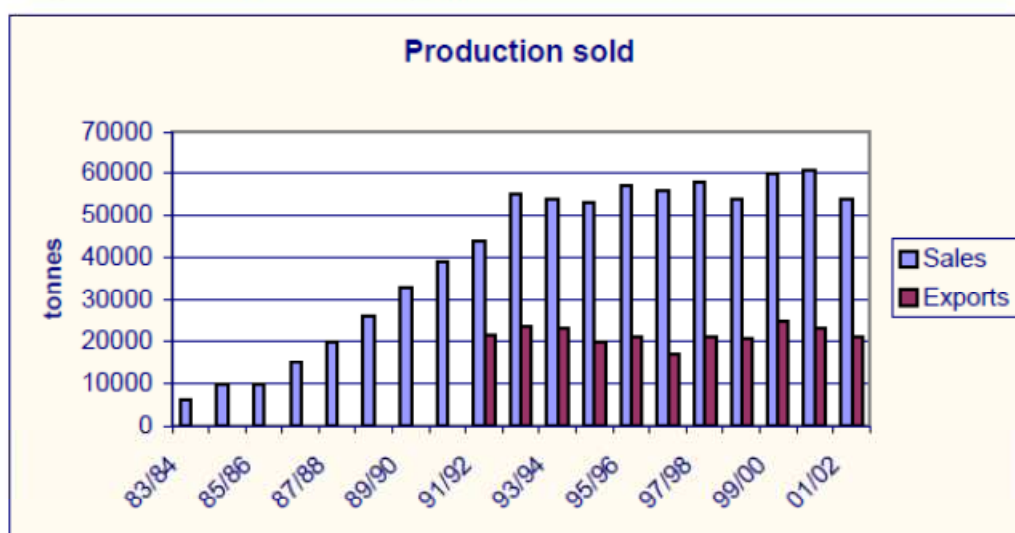
Οι αγορές εξαγωγών της Χιλής , Διάγραμμα 6

## Γαλλία

Η Γαλλία ανήκει στις χώρες – παραγωγούς του ακτινιδίου στο βόρειο ημισφαίριο. Τα επίπεδα παραγωγής αλλά και εξαγωγών της, ακόμη και εν έτει 2013, βρίσκονται σε μέτρια επίπεδα, συγκριτικά με την Κίνα, την Ιταλία, τη Νέα – Ζηλανδία, τη Χιλή αλλά και την Ελλάδα.

Αναφορικά με το επίπεδο της γαλλικής παραγωγής ακτινιδίου, σύμφωνα με τους Fournier, Hassan και Monier –Dilhan «Στη Γαλλία η κατανάλωση του ακτινιδίου και πιο συγκεκριμένα η παραγωγή, είναι πρόσφατα φαινόμενα. Η παραγωγή ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1980 και διαθέτει εμπειρία δέκα ετών ισχυρής ανάπτυξης». Οι Fournier, Hassan και Monier – Dilhan παραθέτουν στη μελέτη τους διάγραμμα που απεικονίζει την εξελικτική πορεία της γαλλικής παραγωγής ακτινιδίου καθώς και των εξαγωγών κατά τα έτη 1983 – 2002:

Fig 1. Kiwifruit production (quantities) between 1983/84 and 2001/02



Η παραγωγή ακτινιδίου της Γαλλίας (1983 – 2002), Διάγραμμα 7

Σύμφωνα με τους Fournier, Hassan και Monier – Dilhan «Φαίνεται από το διάγραμμα 1, ότι παρόλο που η παραγωγή ήταν μικρότερη των 6.000 τόνων εν έτει 1983 μέχρι το τέλος του 1992 είχε ξεπεράσει τους 55.000 τόνους και σε αυτό το σημείο περίπου φαίνεται να έχει σταθεροποιηθεί έως και σήμερα».



Σύμφωνα με το ίδιο διάγραμμα, οι εξαγωγές φαίνεται να ξεκινούν από το 1992 και να διατηρούνται σχεδόν σε σταθερά επίπεδα έως το 2002. Οι Fournier, Hassan και Monier – Dilhan αναφέρουν στη μελέτη τους ότι η Γαλλία εξάγει περί τους 20.000 τόνους ακτινιδίου σε αγορές Ευρωπαϊκών χωρών, ποσότητα σημαντική που αντιστοιχεί στο 1/3 της συνολικής παραγωγής της.

Αναφορικά με την εγχώρια ζήτηση του ακτινιδίου, οι Fournier, Hassan και Monier – Dilhan αναφέρουν ότι η ζήτηση των Γάλλων πολιτών για ακτινίδιο διακρίνεται σε δύο βασικές χρονικές περιόδους και καλύπτεται κατά βάση από την εθνική παραγωγή. Οι Fournier, Hassan και Monier – Dilhan τονίζουν ότι η περίοδος υψηλής ζήτησης εκτείνεται από τον Νοέμβριο έως τον Μάιο και καλύπτεται από τη γαλλική παραγωγή αφ' ενός και από τη γενική παραγωγή των χωρών του βορείου ημισφαιρίου αφετέρου. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τους Fournier, Hassan και Monier – Dilhan «Από τους 50.000 τόνους που αγοράζουν οι Γάλλοι καταναλωτές, το μεγαλύτερο μέρος, περίπου 40.000 τόνοι, παρέχεται απ' τους εγχώριους παραγωγούς. Οι υπόλοιποι 10.000 τόνοι έρχονται απ' την Ιταλία, την κύρια Ευρωπαϊκή παραγωγό – χώρα του ακτινιδίου, που παράγαγε 350.000 τόνους το 2010, δηλαδή τα  $\frac{3}{4}$  της Ευρωπαϊκής παραγωγής». Οι Fournier, Hassan και Monier – Dilhan εξηγούν ότι υπάρχει και η περίοδος της χαμηλής ζήτησης από τον Μάιο έως τον Οκτώβριο, όπου ζητούνται περίπου 20.000 τόνοι ακτινιδίου. Σύμφωνα όμως με τους Fournier, Hassan και Monier – Dilhan «Αυτή η ζήτηση ουσιαστικά συναντάται με τη φάση χαμηλής παραγωγής ακτινιδίου στις χώρες του βορείου ημισφαιρίου». Οι Fournier, Hassan και Monier – Dilhan αναφέρουν πως κατά συνέπεια για να καλυφθεί η μικρή εγχώρια ζήτηση αυτής της περιόδου, εισάγονται ακτινίδια από τις χώρες του νοτίου ημισφαιρίου. Αναφορικά με την κατανόηση της μειωμένης ζήτησης αυτής της φάσης, σύμφωνα με τους Fournier, Hassan και Monier – Dilhan «Μία αύξηση στην τιμή του ακτινιδίου κατά την ίδια φάση, δεδομένης της άφιξης στην αγορά των καλοκαιρινών φρούτων, μπορεί να εξηγήσει αυτή την πτώση στην κατανάλωση του ακτινιδίου».

Σχετικά με τις αγορές όπου απευθύνεται το γαλλικό ακτινίδιο, σύμφωνα με το άρθρο “The French kiwi competes for the Spanish market” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine «Κατά τα λίγα πιο πρόσφατα χρόνια οι Γάλλοι παραγωγοί ακτινιδίου διαπίστωσαν μία σημαντική ανάπτυξη της ισπανικής αγοράς». Κατά συνέπεια, η Ισπανία αποτελεί βασική αγορά με προοπτικές για το γαλλικό ακτινίδιο. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το ίδιο άρθρο «Τα ακτινίδια που αγοράζονται απ’ τη Γαλλία αντιπροσωπεύουν περί τους 11.000 τόνους στην ισπανική αγορά, παρεχόμενα μεταξύ των μηνών Νοεμβρίου και Μαΐου».

Αναφορικά με τις κύριες γαλλικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην ισπανική αγορά, το άρθρο “The French kiwi competes for the Spanish market” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine αναφέρει ότι ξεχωρίζουν οι: *Sikig* (μέλος της Eurobanan Group), *Prim’Land* (μέλος της Pomona Group) και *Barniol*. Ως προς τα μερίδιά τους στην ισπανική αγορά αναφέρεται ότι η *Sikig* παρέχει περί τους 3.000 τόνους, η *Prim’Land* με την επωνυμία ακτινιδίου *Oscar* κυρίως παρέχει περί τους 2.000 τόνους ενώ μεταξύ 1.000 και 2.000 τόνους φρούτου παρέχουν οι *Blue Whale* και *Barniol*.

Την ευκαιρία για αύξηση κερδών που προσφέρει η μεγάλη ζήτηση ακτινιδίου απ’ τους Ισπανούς, δεν την συνειδητοποίησε μόνο η Γαλλία. Άλλες αξιόλογες χώρες που την ανταγωνίζονται στην ισπανική αγορά, είναι η Ιταλία, η Νέα Ζηλανδία, η Χιλή αλλά και η ίδια η Ισπανία με τις νέες ποικιλίες που αρχίζει να καλλιεργεί.

Πιο συγκεκριμένα, το άρθρο “The French kiwi competes for the Spanish market” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine αναφέρει ότι το γαλλικό ακτινίδιο ανταγωνίζεται με το ιταλικό στην ισπανική αγορά, το οποίο ήδη κατέχει το μερίδιο 37% της ισπανικής αγοράς. Η Γαλλία παρόλα αυτά φαίνεται να διαθέτει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα συγκριτικά με την Ιταλία, καθώς σύμφωνα με το ίδιο άρθρο «Ο Γάλλος παραγωγός έχει το επιπλέον πλεονέκτημα της γεωγραφικής εγγύτητας καθώς και ευκολότερη εφοδιαστική αλυσίδα, τα οποία πολύ θετικά επηρεάζουν την ποιότητα του προϊόντος. Σε γενικές γραμμές η φιλοσοφία των Γάλλων παραγωγών σε αντίθεση με των Ιταλών, είναι περισσότερο η μέριμνα για την ποιότητα παρά για την ποσότητα».

Σύμφωνα με το ίδιο άρθρο «Η Ισπανία είναι επίσης αξιόλογος εισαγωγέας των ακτινιδίων της Νέας Ζηλανδίας. Οι πωλήσεις από τη γνωστή εταιρεία ακτινιδίων “Zespri” υπολογίζεται ότι φθάνουν τους 27.000 τόνους». Συμπερασματικά και η Νέα Ζηλανδία είναι άξιος ανταγωνιστής της Γαλλίας στην ισπανική αγορά.

Σύμφωνα με το ίδιο άρθρο και η Χιλή εξάγει περί τους 18.000 τόνους ακτινιδίου στην ισπανική αγορά.

Επιπλέον, σύμφωνα με το άρθρο “The French kiwi competes for the Spanish market” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine «Η αύξηση της ισπανικής παραγωγής και η τοποθέτηση της μάρκας που αναπτύχθηκε απ’ την Γαλικιανή εταιρεία “kiwi Atlantico” κατά την πρόσφατη εποχή, μπορεί σύντομα να εμφανίσει ανταγωνισμό για το γαλλικό ακτινίδιο». Σύμφωνα με την ίδια πηγή, το 75% της ποικιλίας καταναλώνεται στην εγχώρια αγορά. Επιπλέον, σύμφωνα με την ίδια πηγή «Το Γαλικιανό ακτινίδιο έχει το πλεονέκτημα ανάπτυξης σε ένα πιο ευνοϊκό κλίμα εν σχέση με το γαλλικό, κάτι που επιτρέπει τη συγκομιδή του στις αρχές Νοεμβρίου με υψηλά επίπεδα σακχάρων».

Συμπερασματικά οι παραγωγοί της ποικιλίας “kiwi Atlantico” θεωρούν ότι αυτό είναι το βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της ποικιλίας τους, και κατά συνέπεια σύμφωνα και με το άρθρο «μπορεί να ανταγωνιστεί επάξια τις γαλλικές εταιρείες Sikig και Oscar, σε αγορές όπως αυτή της Μαδρίτης».

## **Ισπανία**

Η Ισπανία αποτελεί μια χώρα – παραγωγό του ακτινιδίου στο βόρειο ημισφαίριο, που όμως τα επίπεδα παραγωγής και εξαγωγών του ακτινιδίου της δεν είναι ιδιαίτερα αξιόλογα. Γενικά, είναι γνωστή ως η μεγαλύτερη Ευρωπαϊκή εισαγωγέας χώρα στον τομέα του ακτινιδίου.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine «Η παραγωγή της Ισπανίας είναι ασήμαντη και αν και υπολογίζεται περί τους 12.000 τόνους, μόνο μία εταιρεία η “kiwi Atlantico” από τη Γαλικία θα ξεπεράσει τους 5.000 τόνους αυτό το έτος, με το 75% να παραμένει στην ισπανική αγορά». Επιπλέον, το άρθρο “The French kiwi competes for the Spanish market” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine αναφέρει ότι η ποικιλία “Galician kiwi” της ισπανικής εταιρείας “kiwi Atlantico” έχει τη δυνατότητα να αναπτύσσεται σε ευνοϊκότερο κλίμα εν σχέση με το γαλλικό ακτινίδιο και γι’ αυτό μπορεί να συγκομιστεί νωρίς τον Νοέμβρη και μάλιστα με υψηλό επίπεδο σακχάρων. Εκπρόσωποι της “kiwi Atlantico”, υποστηρίζουν ότι η ποικιλία αυτή στηριζόμενη σ’ αυτό της το πλεονέκτημα μπορεί να ανταγωνιστεί τις γαλλικές εταιρείες “Sikig” και “Oscar” σε ισπανικές αγορές όπως αυτή της Μαδρίτης.

Το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine, αναφέρει ότι μόνο το 25% της ποικιλίας “Galician kiwi” εξάγεται από την Ισπανία στις Ευρωπαϊκές αγορές κυρίως της Γαλλίας, της Γερμανίας, της Ολλανδίας, της Αγγλίας και της Πολωνίας.

Το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine, αναφέρει ότι η Ισπανία προκειμένου να καλύψει τη διαρκή και αυξημένη ζήτησή της σε ακτινίδιο όλο το χρόνο εισάγει ακτινίδια από την Ιταλία, τη Νέα Ζηλανδία, τη Χιλή και τη Γαλλία. Γι’ αυτό το λόγο η ισπανική αγορά θεωρήθηκε ευκαιρία κέρδους από όλες τις μεγάλες χώρες – παραγωγούς του ακτινιδίου και των δύο ημισφαιρίων.

Το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine αναφέρει ότι εν έτει 2003 το ιταλικό ακτινίδιο κατέχει το 37% της ισπανικής αγοράς, προμηθευοντάς την με 37.000 τόνους ακτινιδίου. Άλλωστε, σύμφωνα με την ίδια πηγή, «Μετά τη Γερμανία, η Ισπανία είναι ο κυριότερος πελάτης της ιταλικής αγοράς».

Ένας ακόμη πολύ αξιόλογος προμηθευτής ακτινιδίου στην ισπανική αγορά είναι η Νέα Ζηλανδία. Καθώς σύμφωνα με το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine, «Η Ισπανία εισάγει περί τους 27.000 τόνους από τους 240.000 τόνους ακτινιδίου που καλλιεργούνται στη Νέα Ζηλανδία».

Επιπροσθέτως η ίδια πηγή αναφέρει ότι η Ισπανία αποτελεί το δεύτερο κατά σειρά σημαντικότητας πελάτη της Χιλής, η οποία την προμηθεύει με ποσότητα περί τους 18.000 τόνους ακτινιδίου.

Εν συνεχεία, σύμφωνα με το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine, η Ισπανία είναι ο σημαντικότερος πελάτης της Γαλλίας λαμβάνοντας απ’ αυτή περί τους 11.000 τόνους ακτινιδίου.

Αναφορικά με τα επίπεδα κατανάλωσης ακτινιδίου στην Ισπανία, το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine, λέει ότι αν και η Ισπανία εξακολουθεί να αποτελεί κορυφή στις Ευρωπαϊκές χώρες εισαγωγής του ακτινιδίου, η κατά κεφαλήν κατανάλωση είναι μακράν μεγαλύτερη συγκριτικά με άλλων χωρών, ήτοι 2,3 κιλά. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με την ίδια πηγή «στην Ελλάδα είναι σχεδόν 3 κιλά ανά άτομο ετησίως ενώ στην Ιταλία, που είναι η μεγαλύτερη παραγωγός – χώρα παγκοσμίως, η κατανάλωση είναι 2,5 κιλά. Η κατανάλωση σε όλες τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες, είναι μικρότερη από τον μέσο όρο της Ισπανίας». Συνεπώς, εκτός της Ελλάδας και της Ιταλίας, η Ισπανία υπερέχει έναντι όλων των υπολοίπων χωρών στην προτίμηση του ακτινιδίου.

Αν θέλουμε να αναφερθούμε με αριθμητικά δεδομένα στην κατανάλωση της Ισπανίας, το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine, τονίζει ότι η κατανάλωση ακτινιδίου από 400 gr στα τέλη της δεκαετίας του ’90 αυξήθηκε στο επίπεδο των 2.330 gr εν έτει 2003.

Τέλος το άρθρο “Spain, top European importer of kiwi” της εφημερίδας Fruittoday Euromagazine, αναφέρει ότι υπάρχουν πολλές προοπτικές ανάπτυξης της ισπανικής βιομηχανίας ακτινιδίου καθώς ακόμη δεν έφτασε στο απόγειό της.

### 2.3.3 Εγχώρια αγορά ακτινιδίου

#### Ελλάδα

Η ελληνική βιομηχανία ακτινιδίου αποτελεί μια πολύ αξιόλογη αγορά στην παγκόσμια αγορά ακτινιδίου, τόσο σε παραγωγή όσο και σε εξαγωγές. Το σημαντικό δε είναι, ότι παρουσιάζει πολύ καλές προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης στο χώρο αυτής της πολλά υποσχόμενης καλλιέργειας για παραγωγούς, εμπόρους αλλά και εξαγωγείς.

Σύμφωνα με τους Laioroulou και Haralabidi (2002, σ. 50) «Η παραγωγή του ακτινιδίου εισήχθη στην Ελλάδα εν έτει 1973». Κατά συνέπεια, αποτελεί μια αρκετά νέα καλλιέργεια στη χώρα μας συγκριτικά με άλλες, όπως αυτές των σιτηρών ή του καπνού. Οι Laioroulou και Haralabidi (2002) αναφέρουν στη μελέτη τους, ότι το ακτινίδιο ανήκει στις καλλιέργειες εκείνες που έχουν συνήθως πολύ μεγαλύτερη προσφορά απ' ό,τι ζήτηση και κατά συνέπεια αποθαρρύνεται η καλλιέργειά τους. Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με τους Laioroulou και Haralabidi (2002, σ. 50) «Η καλλιέργεια του ακτινιδίου είναι πολύ παραγωγική. Ενώ η καλλιεργούμενη με ακτινίδιο γη στην Ελλάδα αντιστοιχεί σε ποσοστό μικρότερο του 5%, η συνεισφορά τους στην ακαθάριστη αξία της συνολικής παραγωγής φρούτων και λαχανικών αγγίζει το 8%».

Σύμφωνα με τον Νάνο στο άρθρο «Ακτινίδιο, φρούτο με... βιταμίνες για τον παραγωγό» (2013) για την εφημερίδα Έθνος, «Πρόκειται για μια πολλά υποσχόμενη καλλιέργεια που βρίσκεται σε διαρκή ανάπτυξη με την εγχώρια παραγωγή να έχει διαρκώς αυξητικές τάσεις». Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με τον πίνακα παγκόσμιας κατάταξης των χωρών – παραγωγών του ακτινιδίου που δόθηκε στην ενότητα της παγκόσμιας αγοράς του ακτινιδίου, η Ελλάδα φαίνεται να καταλαμβάνει την πέμπτη θέση με μέση παραγωγή περί τους 83.167 τόνους κατά την 3ετία 2009 – 2012. Επιπλέον σύμφωνα με πληροφορίες από τον κ. Μανώση, πρόεδρο της μεγαλύτερης ελληνικής εταιρείας ακτινιδίου “Ζεϋς Ακτινίδιο Α.Ε”, «Με στοιχεία για το έτος 2013, η Ελλάδα πλέον καταλαμβάνει την τέταρτη θέση με παραγωγή περί τους 85.000 τόνους ακτινιδίου, ενώ έχει πολύ καλές προοπτικές σύντομα να ξεπεράσει και τους 150.000 τόνους. Έτσι θα καταστεί μία εκ των σημαντικότερων χωρών – παραγωγών του ακτινιδίου στην Ευρώπη».

Πιο ειδικά, σύμφωνα με τον Νάνο στο άρθρο «Ακτινίδιο, φρούτο με... βιταμίνες για τον παραγωγό» (2013) για την εφημερίδα Έθνος, «Η Πιερία έχει την πρωτοκαθεδρία στην καλλιέργεια ακτινιδίου παράγοντας περίπου το 40% της εθνικής παραγωγής, ενώ σημαντικές καλλιεργητικές εκτάσεις διαθέτουν οι νομοί Ημαθίας, Πέλλας, Άρτας, Φθιώτιδας και Λάρισας».

Σύμφωνα με τον Νάνο στο άρθρο «Κέρδη – χρυσάφι από το κίτρινο ακτινίδιο» (2014) για την εφημερίδα Έθνος, «Σύμφωνα με στοιχεία του Συνδέσμου των επιχειρήσεων εξαγωγής φρούτων που εξάγουν το ακτινίδιο, η χώρα μας βρίσκεται στην 5<sup>η</sup> θέση παγκοσμίως». Άλλωστε, σύμφωνα με τον Νάνο στο άρθρο «Ακτινίδιο, φρούτο με... βιταμίνες για τον παραγωγό» (2013) για την εφημερίδα Έθνος, «Το ακτινίδιο είναι καθαρά εξαγωγικό προϊόν σε ποσοστό του 95% της παραγωγής του». Σύμφωνα με τους Laioroulou και Haralabidi (2002, σ. 50) «Το μερίδιο των εξαγωγών ακτινιδίου στις συνολικές εξαγωγές φρούτων και λαχανικών είναι περίπου 7,8%». Αναφορικά με τις αγορές όπου εξάγεται το ελληνικό ακτινίδιο, σύμφωνα με τον Νάνο στο άρθρο «Κέρδη – χρυσάφι από το κίτρινο ακτινίδιο» (2014) για την εφημερίδα Έθνος, «Το ελληνικό ακτινίδιο εξάγεται σε 51 χώρες και κυρίως στη Ρωσία, στην Ουκρανία, στη Ρουμανία, στη Βουλγαρία και στη Γερμανία». Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τους Laioroulou και Haralabidi (2002, σ. 50) «Η Γερμανία εισάγει 41% της ελληνικής παραγωγής και η Ολλανδία περίπου το 19%».

Επιπλέον, σύμφωνα με τον πρόεδρο της εταιρείας “Ζευς – Ακτινίδιο Α.Ε”, κ. Μανώση, «Άλλες αγορές, όπου στοχεύει το ελληνικό ακτινίδιο είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, το Βέλγιο, η Αμερική και πιο πρόσφατα η Κίνα». Τονίζει επίσης ότι «Στην Ελλάδα επιθυμούμε ανεπτυγμένες αγορές για το ακτινίδιο, οι οποίες λόγω μεγάλου πληθυσμού, υψηλού εισοδήματος αλλά και υιοθέτησης υγιεινών διατροφικών συνηθειών, θα αποδεχθούν εύκολα το ακτινίδιο και μάλιστα θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές».



Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τον κ. Μανώση «Άλλες νέες αναπτυσσόμενες αγορές, που αποτελούν μελλοντικές ευκαιρίες για το ελληνικό ακτινίδιο είναι αυτές της Κίνας, της Ινδίας, της Ν. Κορέας, της Ν. Αφρικής και της Βραζιλίας». Σύμφωνα μάλιστα με την ίδια πηγή «Η Ελλάδα σ' αυτές τις αγορές πρέπει να απευθυνθεί με πρασινόσαρκες αλλά ιδιαίτερα με κιτρινόσαρκες ποικιλίες, οι οποίες να προσομοιάζουν με τη γεύση της μπανάνας». Αυτό γιατί οι καταναλωτές αυτών των αγορών, προτιμούν πιο γλυκό ακτινίδιο.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο της ελληνικής εταιρείας “Ζευς – Ακτινίδιο Α.Ε” κ. Μανώση, «Το ελληνικό ακτινίδιο μπορεί να ανταγωνιστεί επάξια την Ιταλία και τη Νέα Ζηλανδία, μόνο εάν βασιστεί στην ποιότητα, όχι στην ποσότητα. Οι συνιστώσες της ποιότητας που οφείλουν να προσέξουν οι Έλληνες παραγωγοί ακτινιδίου είναι η γεύση και η εμφάνιση του φρούτου, οι υποδομές για καλλιέργεια - μεταφορά - ψύξη - αποθήκευση καθώς και η τήρηση των προδιαγραφών ποιότητας κατά τη συγκομιδή και διανομή».

Αναφορικά με το είδος των ποικιλιών ακτινιδίου που καλλιεργούνται στην Ελλάδα, σύμφωνα με τους Sotiropoulo, Koukourikou – Petridou, Petridi, Stylianidi, Almalioti, Papadaki, Therio και Molassioti (2009, σ. 466) «Στην Ελλάδα, η κυρίαρχη ποικιλία ακτινιδίου απ' το 1973, ήταν η “Hayward” με ετήσια παραγωγή φρούτου περί τους 40.000 τόνους και έκταση φύτευσης περί τα 4.400 στρέμματα. Ωστόσο, η επιλογή μεταξύ 15.000 σποροφύτων που προέρχονταν από γονιμοποιημένα φυτά της ποικιλίας “Hayward” στη Βόρειο Ελλάδα το 1989 απ' τον παραγωγό Χρήστο Τσεχελίδη, κατέληξε στην εμφάνιση της νέας ποικιλίας “Τσεχελίδης”». Συμπερασματικά, από πρασινόσαρκες ποικιλίες στην Ελλάδα καλλιεργούνται οι “Hayward” και “Τσεχελίδης”. Σύμφωνα με τον Νάνο στο άρθρο «Κέρδη – χρυσάφι από το κίτρινο ακτινίδιο» (2014) για την εφημερίδα Έθνος, «Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια αρχίζει να αναπτύσσεται και το κιτρινόσαρκο ακτινίδιο. Στη χώρα μας η κιτρινόσαρκη ποικιλία που καλλιεργείται κυρίως είναι η “Soreli”».

Ακολουθεί μια συγκριτική μελέτη των ποιοτικών χαρακτηριστικών των 2 πρασινόσαρκων ποικιλιών, της “Hayward” και της “Τσεχελίδης”.

Οι Sotiropoulos, Koukourikou – Petridou, Petridis, Stylianidis, Almaliotis, Papadakis, Therios και Molassiotis (2009) αναφέρουν στη μελέτη τους ότι η “Τσεχελίδης” συγκριτικά με τη “Hayward” παρουσιάζει μεγαλύτερο αριθμό καρπών, βλασταίνει και ανθοφορεί νωρίτερα από τη “Hayward” ενώ οι καρποί της ωριμάζουν περίπου μια εβδομάδα νωρίτερα και κατ’ επέκταση είναι έτοιμοι για συγκομιδή ήδη μεταξύ 20 – 23 Οκτωβρίου. Επιπλέον, αναφέρουν ότι η “Τσεχελίδης” παρουσιάζει χαμηλότερο ποσοστό διπλών και τριπλών ανθών καθώς και παραμορφωμένων καρπών με αποτέλεσμα να απαιτεί λιγότερο αραίωμα από τη “Hayward”. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με την ίδια πηγή, η “Τσεχελίδης” παρουσιάζει μεγαλύτερη στρεμματική απόδοση από τη “Hayward”, συγκρινόμενες οι 2 καλλιέργειες με όρους βάρους καρπού. Ακόμη, σύμφωνα με την ίδια πηγή (2009) «Το μεγαλύτερο μέγεθος καρπών, η ομοιότητα του σχήματος αλλά και η απουσία παραμορφωμένων καρπών, παρέχουν στην ποικιλία “Τσεχελίδης” σταθερά πλεονεκτήματα ως προς την εμφάνιση των φρούτων της». Καταλήγουμε λοιπόν πως η “Τσεχελίδης” υπερέχει αρκετά της “Hayward” και μάλιστα με πολύ καλές προοπτικές καλλιέργειας και εμπορίας.

Η κιτρινόσαρκα ποικιλία “Soreli” που αρχίζουμε να συναντούμε στην Ελλάδα περισσότερο τα τελευταία χρόνια, είναι μια καλλιέργεια με πολύ καλές προοπτικές ανάπτυξης εξαιτίας της διαρκώς αυξανόμενης ζήτησής της από πολλές αγορές του κόσμου. Ο Νάνος στο άρθρο «Κέρδη – χρυσάφι από το κίτρινο ακτινίδιο» (2014) για την εφημερίδα Έθνος, αναφέρει ότι η “Soreli” είναι μια πολύ παραγωγική ποικιλία με 300 – 500 καρπούς ανά δένδρο και μέση παραγωγή περί τους 2,7 – 4,5 τόνους ανά στρέμμα. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, ανθίζει την περίοδο Μαΐου – Ιουνίου, δίνει καρπούς λείους – γλυκούς – αρωματικούς ενώ ωριμάζει προς συγκομιδή την περίοδο Οκτωβρίου – Νοεμβρίου. Παρόλα αυτά, ένα βασικό της μειονέκτημα είναι η μικρότερη διάρκεια συντήρησής της εν σχέση με τις άλλες ποικιλίες, αφού συντηρείται μόλις για 100 -120 ημέρες.

Ο Νάνος στο άρθρο «Ακτινίδιο, φρούτο με... βιταμίνες για τον παραγωγό» (2013) για την εφημερίδα Έθνος, αναφέρει ότι το ακτινίδιο επηρεάζεται πάρα πολύ από τη θερμοκρασία αλλά και τη σύσταση του εδάφους στην περιοχή όπου καλλιεργείται. Συγκεκριμένα δε όπως αναφέρει, τη μεγαλύτερη ζημιά την παθαίνει κατά τα τέλη Απριλίου με μέσα Μαΐου που είναι και η περίοδος ανθοφορίας του. Ως προς τη σύσταση του εδάφους όπως αναφέρει, η καλλιέργεια απαιτεί εδαφικό ΡΗ μεταξύ 6 -7 καθώς επίσης και αρκετή υγρασία.

Σύμφωνα με τον Νάνο στο άρθρο «Κέρδη – χρυσάφι από το κίτρινο ακτινίδιο» (2014) για την εφημερίδα Έθνος, «Τα ακτινίδια συγκομίζονται όταν αποκτήσουν την κατάλληλη περιεκτικότητα σε διαλυτά στερεά (σάκχαρα)». Προκειμένου λοιπόν να μην υπάρχουν καρποί λιποβαρείς και ξινοί, η ΠΑΣΕΓΕΣ στο άρθρο της «Η ποιότητα “κλειδί” για την άνοδο των εξαγωγικών επιδόσεων του ακτινιδίου» (2013) αναφέρει ότι η ημερομηνίας συγκομιδής των ακτινιδίων δεν πρέπει να ξεκινά πριν τις 20 Οκτωβρίου, με εξαίρεση τις πρώιμες ποικιλίες όπως η Summer Kiwi. Σύμφωνα με το ίδιο άρθρο «Μάλιστα για τα ακτινίδια ΠΓΕ (της Πιερίας και της Σπερχειάδας, με ποσοστό παραγωγής που αντιστοιχεί στο 50% της συνολικής εθνικής παραγωγής), σύμφωνα με τις σχετικές κοινοτικές διατάξεις, απαιτούνται ακόμη υψηλότερα από τα αναγκαία σάκχαρα (6,5 – 7 Brix)».

Αναφορικά με τη συντήρηση του ακτινιδίου, ο Νάνος στο άρθρο «Κέρδη – χρυσάφι από το κίτρινο ακτινίδιο» (2014) για την εφημερίδα Έθνος, αναφέρει ότι το ακτινίδιο πρέπει να μπει σε ψυκτικούς χώρους με θερμοκρασία 0ο C και σχετική υγρασία 95% μέσα σε 24 ώρες μετά τη συγκομιδή του. Εκεί μπορεί να παραμείνει μέχρι να διατεθεί στις αγορές ακόμη και περισσότερο από ένα εξάμηνο.

Αναφορικά με τις προδιαγραφές τυποποίησης – συσκευασίας του ελληνικού ακτινιδίου, το τεχνικό δελτίο για τη συγκομιδή – τυποποίηση – συσκευασία και εμπορία ακτινιδίου (2011) αναφέρει ότι οι τυποποιητές – συσκευαστές κάθε περιοχής καλλιέργειας του ακτινιδίου πρέπει να τυποποιούν και να συσκευάζουν το ακτινίδιο όταν αυτό φθάσει τουλάχιστον στο επίπεδο σακχάρων (6,2 Brix) καθώς και η μέση περιεκτικότητα ξηράς ουσίας να είναι 15%.

Ήδη έχει αναφερθεί πως το ακτινίδιο αποτελεί μια πολύ επικερδή καλλιέργεια, λόγω της συνεχώς αυξανόμενης παγκόσμιας ζήτησής της. Χαρακτηριστική ένδειξη αποτελεί το γεγονός, ότι σύμφωνα με τον Νάνο στο άρθρο «Ακτινίδιο, φρούτο με... βιταμίνες για τον παραγωγό» (2013) για την εφημερίδα Έθνος, «Ενώ το 2000 η τιμή παραγωγού για το ακτινίδιο δεν υπερέβαινε τα 0,05 – 0,07 λεπτά ανά κιλό, τα τελευταία 2 χρόνια η τιμή για τους Έλληνες παραγωγούς φθάνει έως και 0,50 λεπτά ανά κιλό».

Σύμφωνα με τον πρόεδρο της εταιρείας “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε”, κ. Μανώση, «Οι φορείς διακίνησης του ελληνικού ακτινιδίου είναι είτε ομάδες παραγωγών, είτε συνεταιρισμοί, είτε ελεύθεροι έμποροι». Όπως αναφέρει επίσης «Η περίοδος διακίνησης του ακτινιδίου στην Ελλάδα είναι από Νοέμβριο έως αρχές Μαΐου». Σχετικά με τη σημερινή κατάσταση στη διακίνηση του ελληνικού ακτινιδίου, σύμφωνα με τον κ. Μανώση «Αν και η καλλιέργεια αναπτύσσεται ραγδαία στην Ελλάδα, υπάρχει αναρχία στη διακίνηση. Αυτό συμβαίνει, καθώς η διακίνηση βασίζεται μόνο στα super – markets που είναι λίγα και μεγάλα με αποτέλεσμα έτσι να δημιουργείται πρόβλημα στη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών. Ως εκ τούτου για να επιτευχθεί ποιότητα, πρέπει να υπάρξουν συνεργασίες».

Ο ίδιος συμπληρώνει, πως για να μη θιγεί το brand name του διακινούμενου ελληνικού ακτινιδίου, θα πρέπει να διαθέτει επίπεδο σακχάρων από 6,5 – 7 Brix και άνω, επίπεδο ξηράς ουσίας άνω του 15%, βάρος άνω των 65 – 70 gr για να είναι εμπορεύσιμο, να είναι άθικτο από χτυπήματα και ασθένειες καθώς και με γενόσημο – χώρα προέλευσης και όνομα συσκευαστή πάνω στη συσκευασία του.

## 2.4 Διεθνής ανταγωνισμός στην αγορά ακτινιδίου και παράγοντες επίδρασης

Ο ανταγωνισμός στην παγκόσμια αγορά ακτινιδίου με την πάροδο των ετών γίνεται όλο και πιο οξύς.

Αυτό συμβαίνει, καθώς σύμφωνα με τον Webby (2008, σ. 45) «Τα κέρδη από την καλλιέργεια του ακτινιδίου συγκριτικά με εναλλακτικές καλλιέργειες φρούτων έχουν ενθαρρύνει τους υπάρχοντες παραγωγούς να επεκτείνουν τις εκτάσεις και την παραγωγικότητά τους, έχουν παρακινήσει παραγωγούς άλλων φρούτων να εγκαταλείψουν τις καλλιέργειές τους για το ακτινίδιο καθώς και έχουν ενθαρρύνει νέες χώρες να μπουν στην παραγωγή ακτινιδίου».

Οι μεγαλύτερες παραγωγί και εξαγωγείς χώρες του ακτινιδίου και στα 2 ημισφαίρια (Ιταλία, Νέα Ζηλανδία, Χιλή, Ελλάδα, Γαλλία), ανταγωνίζονται πολύ δυναμικά και σε επίπεδο παραγωγής αλλά και σε επίπεδο εξαγωγών.

Οι αγορές της Ισπανίας και της Κίνας αποτελούν μάλλον ευκαιρίες παρά απειλές για τις χώρες – εξαγωγείς του ακτινιδίου. Πιο συγκεκριμένα η Ισπανία ως η μεγαλύτερη Ευρωπαϊκή χώρα – εισαγωγέας του ακτινιδίου, αποτελεί πελάτη πολλών χωρών όπως είναι: η Ιταλία, η Γαλλία, η Νέα Ζηλανδία αλλά και η Χιλή. Αλλά και η αγορά της Κίνας, δέχεται μεγάλο όγκο ακτινιδίων κυρίως από Ιταλία, Ελλάδα και Ισπανία.

Άλλες μελλοντικές αγορές – ευκαιρίες φαίνεται να αποτελούν οι αναπτυσσόμενες αγορές της Ινδίας, της Σιγκαπούρης, του Χόνγκ – Κόνγκ, της Βραζιλίας, της Ν. Κορέας αλλά και της Ν. Αφρικής.

## 2.5 Συμπεράσματα

Στη σύγχρονη εποχή οι κύριοι παίκτες της αγοράς ακτινιδίου σε παγκόσμιο επίπεδο συνοψίζονται σε περίπου 7 χώρες: Κίνα, Ιταλία, Νέα – Ζηλανδία, Χιλή, Ελλάδα, Γαλλία και Ισπανία.

Πιο συγκεκριμένα η Κίνα αν και αποτελεί τον μεγαλύτερο παραγωγό ακτινιδίου παγκοσμίως, οι εξαγωγές της ξεκίνησαν πρόσφατα και μάλιστα βρίσκονται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα. Έχει σαν προτεραιότητά της την κάλυψη της εγχώριας ζήτησης, την οποία καλύπτει με αθρόες εισαγωγές. Κατά συνέπεια αποτελεί ευκαιρία για τις χώρες εξαγωγείς.

Η Ιταλία, αποτελεί τη μεγαλύτερη Ευρωπαϊκή παραγωγό – χώρα και την 1<sup>η</sup> εξαγωγό χώρα σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η Νέα Ζηλανδία, κατέχει την τρίτη θέση παγκοσμίως από άποψη παραγωγής – αν υπολογίσουμε και την παραγωγή της Κίνας - ενώ είναι δεύτερη στις εξαγωγές μετά την Ιταλία.

Η Χιλή, βρίσκεται στην τέταρτη θέση από άποψη παραγωγής, ενώ είναι τρίτη στις εξαγωγές σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η Ελλάδα, βρίσκεται στην πέμπτη θέση παγκοσμίως – συμπεριλαμβανομένης και της Κινεζικής παραγωγής – ενώ ως εξαγωγός χώρα κατέχει την τέταρτη θέση. Επιπλέον όπως είδαμε, το ακτινίδιο ως αγροτικό προϊόν συνεισφέρει πολύ στο εγχώριο ΑΕΠ καθώς και καταλαμβάνει μια πολύ καλή θέση στις συνολικές εξαγωγές ελληνικών αγροτικών προϊόντων.

Η Γαλλία, κατέχει την έκτη θέση από άποψη παραγωγής παγκοσμίως ενώ ως εξαγωγός κατέχει την πέμπτη θέση.

Τέλος, η Ισπανία αποτελεί μια Ευρωπαϊκή χώρα με όχι και τόσο αξιόλογη παραγωγή καταλαμβάνοντας την έβδομη θέση παγκοσμίως ενώ στις εξαγωγές ακτινιδίου φαίνεται να κατέχει την έκτη θέση.

## **Β΄ ΜΕΡΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ (Εμπειρικό)**

### **1. Η μέθοδος “case – study”**

Όπως αναφέρθηκε και στο κομμάτι της μεθοδολογίας στην αρχή της μελέτης, σύμφωνα με τους Dul και Hak (2008, σ. 4) «Μία μελέτη – περίπτωση είναι μια μελέτη στην οποία (α) μία περίπτωση (μονή μελέτη περίπτωσης) ή ένας μικρός αριθμός περιπτώσεων (συγκριτική μελέτη περίπτωσης) επιλέγονται στο πραγματικό τους πλαίσιο, και (β) οι αποδόσεις που παρατηρούνται από αυτές τις περιπτώσεις αναλύονται με έναν ποιοτικό τρόπο».

Ως προς το περιεχόμενό της κάθε μελέτη περίπτωσης μας αναφέρει για *το κύριο ζήτημα* που την απασχολεί, δίνει *πληροφορίες για τις πραγματικές συνθήκες όπου εκτυλίσσεται το ζήτημα* καθώς και αναφέρει *πιθανές λύσεις – ενέργειες προς επίλυση του ζητήματος*. Αυτές οι 3 συνιστώσες ενός case – study αποτελούν τη βάση για την εξαγωγή συμπερασμάτων και έπειτα τη διενέργεια συγκριτικής μελέτης με άλλα συναφούς θέματος cases.

## **2. Αξία χρήσης της μεθοδολογίας “case – study” στην παρούσα μελέτη**

Ο απώτερος σκοπός της παρούσας ερευνητικής μελέτης είναι να εντοπίσει, να σχολιάσει και να συγκρίνει τις διαδικασίες και τακτικές του στρατηγικού μάρκετινγκ του ακτινιδίου στην εγχώρια αγορά αλλά και στις πολύ αξιόλογες αγορές της Κίνας, της Ιταλίας, της Νέας – Ζηλανδίας, της Χιλής, της Γαλλίας αλλά και της Ισπανίας.

Η φύση του ερευνητικού ζητήματος είναι καθαρά ποιοτική και κατά συνέπεια διενεργήθηκε ποιοτική έρευνα. Συγκεκριμένα επιλέχθηκε η ποιοτική μέθοδος των case – studies, τα οποία συλλέχθηκαν με προσωπική έρευνα σε ελληνικές και ξένες βιβλιοθήκες με επιστημονικά άρθρα, επιστημονικά εγχειρίδια αλλά και αγροτικά sites. Οι μελέτες – περιπτώσεων που συλλέχθηκαν για κάθε χώρα παρέχουν πλούσιο θεωρητικό υπόβαθρο για το μάρκετινγκ του ακτινιδίου και τις συνθήκες που διενεργείται σε κάθε τόπο. Επιπλέον, αυτή η μέθοδος έρευνας μας διευκολύνει στη στρατηγική ανάλυση και κατανόηση του μάρκετινγκ ακτινιδίου κάθε χώρας καθώς και στη μετέπειτα συγκριτική μελέτη με σκοπό την εξαγωγή συμπερασμάτων και τάσεων κάθε αγοράς.

Ο σκοπός αυτός θεωρήθηκε ότι δεν θα ήταν εφικτός είτε με ποιοτικές μεθόδους έρευνας όπως η συνέντευξη και η αδόμητη παρατήρηση, είτε ακόμη περισσότερο με ποσοτικές μεθόδους όπως το ερωτηματολόγιο και η δειγματοληπτική έρευνα.



### 3. Βασικά χαρακτηριστικά και κριτήρια μελέτης – σύγκρισης των “cases”

Όπως φάνηκε έως τώρα από την ανάλυση στην παρούσα ερευνητική μελέτη, οι κύριοι “παίκτες” της αγοράς του ακτινιδίου είναι η Κίνα, η Ιταλία, η Νέα Ζηλανδία, η Χιλή, η Ελλάδα, η Γαλλία και η Ισπανία.

Με βάση τη διαθεσιμότητα του ερευνητικού υλικού, case – studies για κάποια συγκεκριμένη και πιο αντιπροσωπευτική εταιρεία ακτινιδίου σε μια χώρα, εντοπίστηκαν μόνο για τη Νέα Ζηλανδία, τη Χιλή, την Ελλάδα και τη Γαλλία.

Για τις χώρες της Κίνας, της Ιταλίας αλλά και της Ισπανίας με βάση το εντοπισθέν υλικό, η παραγωγή ακτινιδίου φαίνεται να διενεργείται κυρίως σε κρατικό επίπεδο παρά από κάποια ή κάποιες μεμονωμένες εταιρείες. Κατά συνέπεια για τις 3 αυτές χώρες, μελετήθηκε και αναλύθηκε το μάρκετινγκ του ακτινιδίου με βάση τις συνιστώσες των *φορέων παραγωγής – καλλιέργειας – συλλογής – αποθήκευσης – τυποποίησης και συσκευασίας – τιμολόγησης – διανομής – εγχώριας ζήτησης* καθώς και *εξαγωγών*. Αυτό διενεργήθηκε στο κύριο θεωρητικό μέρος της μελέτης.

Από την άλλη μεριά για τις χώρες της Νέας Ζηλανδίας, της Χιλής, της Ελλάδας και της Γαλλίας, στο κύριο θεωρητικό μέρος πραγματοποιήθηκε μελέτη πάνω στο μάρκετινγκ του ακτινιδίου κάθε χώρας με την ευρύτερη έννοια αρχικά. Αυτό έγινε καθώς φαίνεται, πως οι φορείς παραγωγής και εμπορίας του ακτινιδίου στις χώρες αυτές είναι και το ευρύτερο κράτος αλλά και ορισμένες ιδιωτικές και δημόσιες εταιρείες που συνεργάζονται μ’ αυτό ή λειτουργούν αυτόνομα.

Κατά συνέπεια, παρακάτω θα παρατεθούν και θα αναλυθούν case – studies σχετικά με τις πιο αντιπροσωπευτικές εταιρείες ακτινιδίου στη Νέα Ζηλανδία (Zespri International Ltd), στη Χιλή (Chilean Kiwifruit Committee), στην Ελλάδα (Ζευς – Ακτινίδιο Α.Ε) και στη Γαλλία (Prim’Land).

Τα κριτήρια σύγκρισης των μελετών περιπτώσεων – ακόμη και των χωρών, όπου η παραγωγή και διακίνηση πραγματοποιείται μόνο σε κρατικό επίπεδο – επιλέχθηκαν να είναι τα εξής: η *οργανωτική δομή*, οι *στρατηγικές μάρκετινγκ*, η *γεωγραφική κάλυψη* αλλά και οι *καλλιεργούμενες ποικιλίες* κάθε χώρας.

Τέλος είναι σημαντικό να αναφερθεί, πως στην ενότητα των αποτελεσμάτων – συμπερασμάτων της μελέτης, θα συμπεριληφθούν ευρήματα για το στρατηγικό μάρκετινγκ του ακτινιδίου και των 7 χωρών.

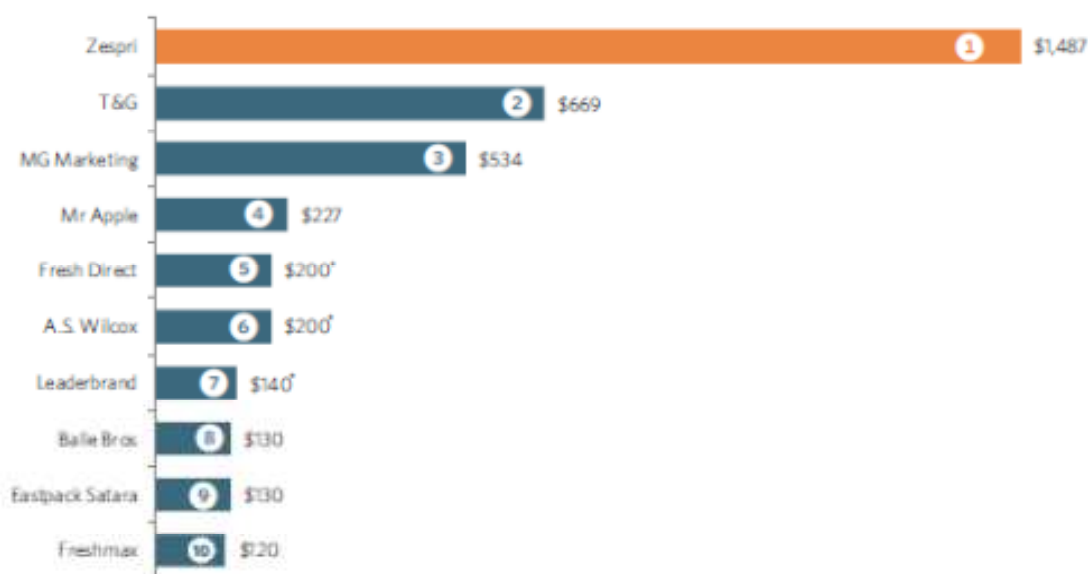
#### 4. Παρουσίαση και ανάλυση μελετών – περιπτώσεων

##### Νέα Ζηλανδία: “Zespri International Ltd”

Η Νέο – Ζηλανδική εταιρεία ακτινιδίου “Zespri International Ltd” αποτελεί σήμερα την πρώτη και κύρια εταιρεία που ασχολείται με το ακτινίδιο στη Νέα Ζηλανδία. Πλέον, η νέο – ζηλανδική βιομηχανία ακτινιδίου στηρίζεται πλήρως στη δράση της “Zespri International Ltd”. Μάλιστα, σύμφωνα με τον Webby (2008, σ. 46) «Η οικονομική σταθερότητα της νέο – ζηλανδικής βιομηχανίας ακτινιδίου, είναι βασισμένη στην ικανότητα της εταιρείας “Zespri International Ltd” να εμπορεύεται επικερδώς το ακτινίδιο στις διεθνείς αγορές». Η σημαντική οικονομική της συμβολή στην πρόοδο της νέο – ζηλανδικής βιομηχανίας ακτινιδίου συγκριτικά με άλλες εταιρείες ακτινιδίου στη χώρα, φαίνεται και από το παρακάτω διάγραμμα:

##### Zespri continues as the largest produce firm in New Zealand

###### ANNUAL TURNOVER BY TOP 10 PRODUCE FIRMS NZD\$m FY2012



\* Estimate. Note: Eastpack Satara is pre-merger. Source: various company annual reports (NZD); Capital Economics and analysis

Οι Νέο – Ζηλανδικές εταιρείες ακτινιδίου, Διάγραμμα 8

Όπως παρατηρούμε, η “Zespri International Ltd” σε ετήσια βάση και με βάση στοιχεία του 2013 σημειώνει τζίρο περί τις 1.487 \$, ξεπερνώντας τουλάχιστον κατά 817 \$ τη δεύτερη κατά σειρά εταιρεία, “T&G”. Η διαφορά της κερδοφορίας της με κάθε εταιρεία όπως κοιτούμε με καθοδική ματιά το διάγραμμα, είναι σαφώς όλο και μεγαλύτερη.

Η εταιρεία “Zespri International Ltd” στο αρχείο pdf “Zespri kiwifruit”, αναφέρει ότι η σύστασή της αποτελείται από περίπου 2.700 νέους και παλιούς Νέο – Ζηλανδούς παραγωγούς ακτινιδίου, διαχειρίζεται περίπου το 30% της διακινούμενης ποσότητας ακτινιδίου παγκοσμίως αποτελώντας τον ηγέτη στην αγορά αυτή καθώς και εδρεύει στη Νέα Ζηλανδία.

Σύμφωνα με την ίδια πηγή το ιστορικό εμφάνισής της είναι το εξής: εν έτει **1988** αφενός ιδρύεται το Διοικητικό Συμβούλιο Ακτινιδίου στη Νέα Ζηλανδία και αφ’ ετέρου εμφανίζεται το καθεστώς των γραφείων ενιαίων εξαγωγών ακτινιδίου, το **1989** ιδρύεται η πρώτη εταιρεία μάρκετινγκ της “Zespri” στο Βέλγιο, το **1997** η εταιρεία “Zespri International Ltd” λειτουργεί ως εταιρεία μάρκετινγκ διακινώντας στην αγορά το ακτινίδιο με την εμπορική ονομασία “Zespri brand”, εν έτει **2000** η “Zespri Group Limited” γίνεται η μητρική της “Zespri International Ltd”, καθιερώνοντας τους ήδη υπάρχοντες παραγωγούς ακτινιδίου στην ένωση ως αποκλειστικούς της ενώ το **2001** πέντε εταιρείες που ανήκαν στη “Zespri International Ltd” ενσωματώνονται στην Ευρώπη.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί, η σειρά των γεγονότων που οδήγησαν στην καθιέρωση της εταιρείας “ZESPRI TM” καθώς και της εμπορικής ονομασίας “Zespri kiwifruit” που επικράτησε τελικά για το διακινούμενο νέο – ζηλανδικό ακτινίδιο.

Ο Beverland (2001) αναφέρει στη μελέτη του, ότι παρόλο που το ακτινίδιο αξιοποιήθηκε εμπορικά πρώτη φορά στη Νέα Ζηλανδία, σταδιακά και μην αντιμετωπίζοντας εμπόδια, εισήλθαν στο χώρο και άλλες χώρες δυναμικά (Ιταλία, Χιλή). Όπως αναφέρει, αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να αυξηθεί η προσφορά πολύ περισσότερο απ' τη ζήτηση και συνακόλουθα να μειωθεί δραματικά η τιμή του ακτινιδίου στις αγορές. Έτσι, σύμφωνα με τον Beverland (2001, σ. 384) «Η νέο – ζηλανδική βιομηχανία ακτινιδίου απέτυχε να προστατέψει τη χρήση του ονόματος “kiwi fruit” και στάθηκε ανίκανη να διαφοροποιήσει το προϊόν της με μικρότερο κόστος από τους Χιλιανούς και τους Ιταλούς παραγωγούς, που μπορούσαν να εμπορεύονται το προϊόν τους με την ονομασία “kiwi fruit” αν και δεν είχαν καμία συνεργασία με τη Νέα Ζηλανδία».

Σύμφωνα με τον Beverland (2001, σ. 384) «Ως απάντηση στο γεγονός αυτό, η Νέα Ζηλανδία ανέπτυξε μία νέα δομή και στρατηγική branding για το ακτινίδιο της, υπό την ονομασία “ZESPRI TM”». Σύμφωνα με τον Beverland (2001, σ. 385) «Αυτή η στρατηγική branding βοήθησε στη διαφοροποίηση του νέο – ζηλανδικού ακτινιδίου, επισημαίνοντάς το ως ένα προνομιούχο προϊόν, μετακινώντας το από την κατηγορία των ευαίσθητων εμπορευμάτων στην κατηγορία των προνομιακά τιμολογούμενων καταναλωτικών προϊόντων. Το branding είναι ένα σημαντικό στοιχείο στη στρατηγική, καθώς βοηθά στην αύξηση της κατανάλωσης του ακτινιδίου διαμέσου της τοποθέτησης ως ένα “συναρπαστικό βασικό φρούτο που τρώγεται καθημερινά”». Ο Beverland (2001) αναφέρει στη μελέτη του ότι η Νέα Ζηλανδία προκειμένου να ενισχύσει ακόμη περισσότερο το νέο ακτινίδιο “Zespri kiwifruit”, το επανατοποθετεί ως ένα ζωτικό, θρεπτικό και σχετικό με την ποιότητα του ακτινιδίου της Νέας Ζηλανδίας έτσι όπως αυτό διακινούνταν πριν τη νέα εμπορική ονομασία “Zespri kiwifruit”.

Σύμφωνα με τον Beverland (2001, σ. 385) «Η “Zespri International” εμπορεύεται 4 κομβικές ποικιλίες ακτινιδίου: το “Organic”, το “Jumbo”, το “Gold” και το “Green”».

Ως προς το είδος των αγορών όπου αναφέρεται η “Zespri” με τις ποικιλίες της, ο Beverland (2001) αναφέρει στη μελέτη του ότι η ποικιλία “Jumbo” απευθύνεται κυρίως στο παιδικό κοινό της ενδοχώρας, η “Organic” απευθύνεται σε όσους προωθούν την υγεία τους, η “Gold” απευθύνεται κυρίως στις Ασιατικές αγορές και η “Green” του τύπου Hayward απευθύνεται και στην ενδοχώρα και στις ξένες αγορές.

Η εταιρεία “Zespri International Ltd” στο αρχείο pdf “Zespri kiwifruit”, αναφέρει ότι η περίοδος προσφοράς του πράσινου ακτινιδίου της Νέας Ζηλανδίας στην Ευρώπη είναι Μάιο – Νοέμβριο, ενώ του κίτρινου Μάιο – Αύγουστο. Επίσης, σύμφωνα με τους Skallerud και Olsen (2011, σ. 317) «Η Νέα Ζηλανδία προσπαθεί να ανταποκριθεί στην παγκόσμια ζήτηση του ακτινιδίου της με 12μηνη προσφορά, είτε με δική της είτε με άδεια για παραγωγή σε εκτάσεις ξένων αγορών αλλά και σε αγορές του βορείου ημισφαιρίου».

Ο Beverland (2001) στη μελέτη του αναφέρει ότι η συσκευασία του νεοζηλανδικού ακτινιδίου όταν αυτό απευθύνεται σε αγορές του εξωτερικού, είναι με μορφή εξάδας. Από την άλλη, όταν το ακτινίδιο απευθύνεται στην ενδοχώρα προσφέρεται σε συσκευασία – δίκτυ με το σήμα της “Zespri” πάνω σε κάθε ακτινίδιο της συσκευασίας. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, η ενέργεια αυτή στόχευε στο να αντιληφθούν οι Νέο – Ζηλανδοί το ακτινίδιο ως ένα σνακ για όλες τις ώρες.

Σύμφωνα με τους Skallerud και Olsen (2011, σ. 318), «Η τιμή του νέο – ζηλανδικού ακτινιδίου στις αγορές είναι περίπου 30 – 40% πάνω από την τιμή του ιταλικού και του χιλιανού ακτινιδίου». Συνεπώς και οι αποδόσεις για τους παραγωγούς και διακινητές κινούνται σε υψηλότερα επίπεδα.

Σύμφωνα με τους Skallerud και Olsen (2011, σ. 317) «Η “Zespri” φροντίζει να ελέγχει τη διανομή των προϊόντων της από το περιβόλι έως και τον λιανοπωλητή». Πιο συγκεκριμένα αναφορικά με την προώθηση των προϊόντων της στα καταστήματα πώλησης, ο Beverland (2001) αναφέρει ότι η “Zespri” στηρίζεται στους εμπορικούς διανομείς αλλά τους βοηθά και η ίδια να προωθήσουν τα προϊόντα της.

### **Χιλή: “Chilean Kiwifruit Committee”**

Η Επιτροπή Χιλιανού ακτινιδίου είναι το πιο βασικό όργανο ενασχόλησης με το μάρκετινγκ του ακτινιδίου στη Χιλή αλλά και στις ξένες αγορές.

Ο Cruzat (2013) αναφέρει στη μελέτη του ότι η Επιτροπή Χιλιανού ακτινιδίου συστάθηκε το 2009 και αποτελεί μια εθελοντική ένωση παραγωγών και εξαγωγών, οι οποίοι εκπροσωπούνται στην ένωση αυτή από τις οργανώσεις τους FedeFruta και ASOEX αντίστοιχα.

Ο Cruzat (2013) αναφέρει, πως απότερος σκοπός της ένωσης είναι η αύξηση της ανταγωνιστικότητας του χιλιανού ακτινιδίου στις αγορές. Έτσι όπως αναφέρει, η ένωση δίνει έμφαση στη βελτίωση της ποιότητας των συνθηκών παραγωγής του ακτινιδίου, στη βελτίωση της συνοχής και ομοιογένειας του καρπού, στην ενδυνάμωση της εικόνας του φρούτου στους επιθυμητούς καταναλωτές και φυσικά στην προσφορά μιας ευχάριστης γευστικής εμπειρίας στον τελικό καταναλωτή.

Ο Cruzat (2013) αναφέρει ότι οι φάσεις κατά τις οποίες η “Chilean Kiwifruit Committee” δραστηριοποιείται πάνω στο ακτινίδιο, είναι πρωταρχικά η φάση της παραγωγής και της μετα – συγκομιδής, έπειτα η προώθηση του ακτινιδίου και τέλος οι δράσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη της Χιλιανής βιομηχανίας ακτινιδίου.

Σύμφωνα πάλι με την ίδια πηγή στη φάση της παραγωγής και συγκομιδής όπου κυριαρχούν οι παραγωγοί, η Επιτροπή ακτινιδίου φροντίζει να εφαρμόζει το πρόγραμμα “Quality Assurance Program (PAC)” καθώς και πρωτόκολλα ωρίμανσης με σκοπό τη διασφάλιση ποιότητας.

Στη φάση της προώθησης, η Επιτροπή φροντίζει να συμμετέχει σε διεθνείς εκθέσεις, συνεντεύξεις, γευστικές αξιολογήσεις για το ακτινίδιο της καθώς και να διαχέει τη γνώση για τις δράσεις της διαμέσου του ενιαίου σήματός της, το οποίο υπάρχει πάνω σε κάθε συσκευασία ακτινιδίων που εξάγεται απ’ τη Χιλή.

Τέλος, ο Cruzat (2013) αναφέρει ότι η Επιτροπή φροντίζει να διατηρεί το μερίδιό της καθώς και να αναπτύσσεται περαιτέρω, με έρευνα και ανάπτυξη νέων αγορών και ποικιλιών ακτινιδίου καθώς και πρωτόκολλα υγειονομικής φυτοπροστασίας.

### **Ελλάδα: “Ζευς Ακτινίδια Α.Ε”**

Σύμφωνα με την ελληνική εταιρεία ακτινιδίου “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” στην ιστοσελίδα “made in GREECE”, «Η εταιρεία “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” αποτελεί τη μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγό ακτινιδίου στην Ελλάδα». Συνεπώς η ισχυρή της παρουσία στην ελληνική καθώς και στις αγορές όλου του κόσμου, με ώθησαν να την επιλέξω ως πιο αντιπροσωπευτική για το ελληνικό ακτινίδιο.

Σύμφωνα με τους Kokkinos, Kizos και Sophoulis (2003, σ. 463) «Η εταιρεία “Ζευς Ακτινίδια Α.Ε” ιδρύθηκε από μία ένωση παραγωγών το 1993 και το 2002 αριθμούσε περί τα 154 συνδεδεμένα μέλη». Σύμφωνα όμως με την εταιρεία “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” στην ιστοσελίδα “made in GREECE”, «Η ομάδα παραγωγών της Ζευς σήμερα αριθμεί περί τα 250 μέλη». Επιπλέον εδρεύει στην περιφέρεια Πεερίας, όπου παράγεται περί του 40% της συνολικής εθνικής παραγωγής ακτινιδίου.

Σύμφωνα με την εταιρεία “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” στην ιστοσελίδα “made in GREECE”, «Η Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε αποτελεί μια πρωτοπόρο οργάνωση στην παραγωγή, συντήρηση και διακίνηση των ακτινιδίων. Σύμφωνα με τους Kokkinos, Kizos και Sophoulis (2003, σ. 463) «Εκτός από τα ακτινίδια (5.500 τον./χρόνο), η εταιρεία εμπορεύεται ροδάκινα (περίπου 1.500 τον./χρόνο), σταφύλια (1.000 τον./χρόνο) και δαμάσκηνα (800 τον./χρόνο), που έρχονται από δικά της αγροκτήματα, αν και μόνο η παραγωγή ακτινιδίου είναι πιστοποιημένη».

Η “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” επιμένει πολύ στην ποιότητα των τελικών προϊόντων της, γι’ αυτό και όπως αναφέρει στην ιστοσελίδα “made in GREECE”, λειτουργεί ως μια καθετοποιημένη οργάνωση με πλήρη έλεγχο από την ίδια όλων των φάσεων του ακτινιδίου (παραγωγή, συγκομιδή, συντήρηση, τυποποίηση, εξαγωγή).

Σύμφωνα με την ίδια πηγή εφαρμόζει το υπερσύγχρονο ηλεκτρονικό σύστημα ιχνηλασιμότητας με τη μέθοδο bar – code, το οποίο συνδέει επιτυχώς όλες τις διαδικασίες από τη φάση της παραγωγής έως και της πώλησης. Το site “FreshFruit Portal.com” στο άρθρο “Greek kiwifruit company looks toward new markets, stronger varieties”, αναφέρει ότι η “Ζευς” διαθέτει σύστημα ιχνηλασιμότητας από το 2005 κάτι το οποίο είναι εντελώς απαραίτητο εφόσον απευθύνεται σε πολύ απαιτητικές αγορές όπως αυτή του Ηνωμένου Βασιλείου.



Οι Kokkinos, Kizos και Sophoulis (2003) αναφέρουν στη μελέτη τους, ότι η “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” εφαρμόζει ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης της παραγωγής της (Integrated Farm Management Systems). Το σύστημα αυτό της επιτρέπει να παράγει υψηλής ποιότητας τελικά προϊόντα ενώ παράλληλα αξιοποιούνται φυσικοί πόροι και ρυθμιστικοί μηχανισμοί για να απομακρυνθούν επικίνδυνοι παράγοντες και να εξασφαλιστεί μια βιώσιμη γεωργία.

Σύμφωνα με την “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” στην ιστοσελίδα “made in GREECE”, η εταιρεία εφαρμόζει στην παραγωγή της και Global – Gap καθώς επίσης έχει προχωρήσει και σε βιολογική καλλιέργεια ακτινιδίου και πρασινόσαρκων ποικιλιών τύπου “Hayward” και κιτρινόσαρκων κυρίως της ποικιλίας “Soreli”.

Επιπλέον είναι πολύ σημαντικό να αναφερθεί, πως η “Ζευς Ακτινίδια Α.Ε” έχει φροντίσει να πιστοποιήσει το ακτινίδιό της με την ένδειξη ΠΓΕ (Προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης) έτσι ώστε να μπορεί να το διακινεί με ασφάλεια στις αγορές του εξωτερικού.

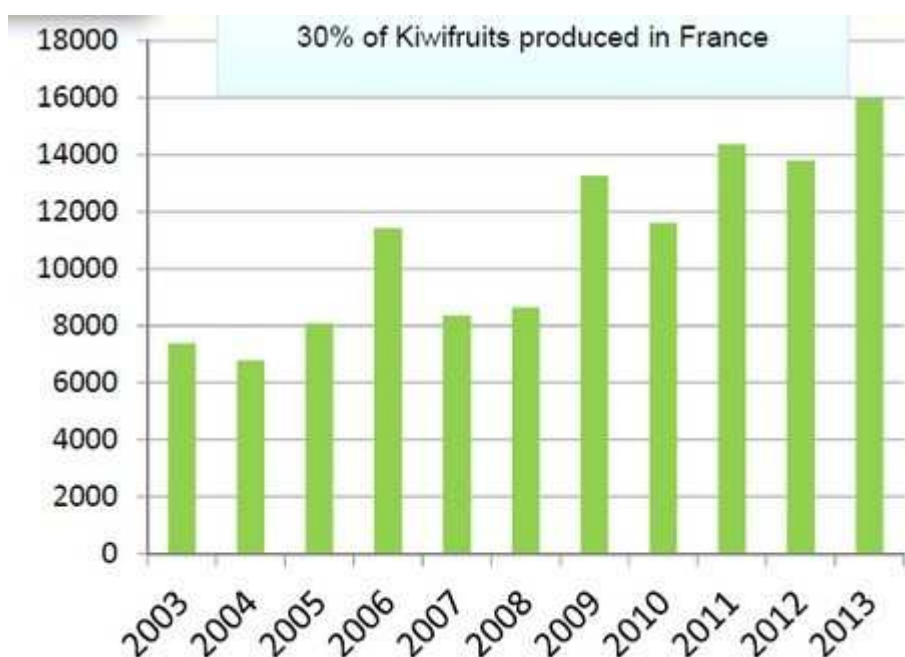
Τέλος το site “Fresh Fruit Portal.com” στο άρθρο “Greek kiwifruit company looks toward new markets, stronger varieties”, αναφέρει ότι η εταιρεία “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” εν έτει 2014 εξάγει το κύριο μέρος της παραγωγής της στο Ηνωμένο Βασίλειο και την υπόλοιπη Ευρώπη. Επίσης, εξάγει και στην Ασία, τη Βόρειο Αμερική και τη Μέση Ανατολή. Αξιοσημείωτο είναι, ότι η εταιρεία στοχεύει με πολύ καλές προοπτικές και στην Κίνα, τον Καναδά, την Αμερική και τις Σκανδιναβικές χώρες.

## Γαλλία: “Prim’Land”

Σύμφωνα με τον Pinel (2014), «Η εταιρεία “Prim’Land” αναπτύσσεται συνεχώς και εν έτει 2014 εξακολουθεί να αποτελεί τη μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγό ακτινιδίου στη Γαλλία».

Ο Pinel (2014) αναφέρει πως η “Prim’Land” αριθμεί περισσότερα από 30 χρόνια ύπαρξης και είναι μια συνεταιριστική οργάνωση Γάλλων παραγωγών, αποτελώντας έως και σήμερα τον κύριο βραχίονα παραγωγής και πωλήσεων ακτινιδίου στη Γαλλία.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Pinel (2014) «Η ποσότητα του φρούτου που η “Prim’Land” φέρνει στην αγορά κάθε χρόνο αποτελεί περίπου το 30% της συνολικής εθνικής παραγωγής ακτινιδίου στη Γαλλία». Παρακάτω δίνεται ένα ραβδόγραμμα που μας δίνει απεικονιστικά την εξελικτική πορεία συμβολής της γαλλικής εταιρείας “Prim’Land” με όρους όγκου παραγωγής μεταξύ των ετών 2003 – 2013:



Η παραγωγή της εταιρείας “Prim’Land” (2003 – 2013), Διάγραμμα 9

Είναι φανερό λοιπόν πως η συμβολή της γαλλικής “Prim’Land” στην οικονομία της γαλλικής βιομηχανίας ακτινιδίου αυξάνει συνεχώς, καθώς από το 2003 που σημείωνε παραγωγή περί τους 7.000 τόνους, έως το 2013 έφτασε να εφοδιάζει την εγχώρια αγορά με περίπου 16.000 τόνους ακτινιδίου. Επίσης σύμφωνα με τον Pinel (2014), «Η εταιρεία σχεδιάζει να φέρει 17.000 τόνους ακτινιδίου στην αγορά κατά τη διάρκεια της περιόδου 2013 – 2014».

Ο Pinel (2014) αναφέρει ότι από τους 17.000 τόνους που σχεδιάζει να παράγει η εταιρεία, άνω της μισής ποσότητας θα εξαχθεί σε αγορές του εξωτερικού και κυρίως της Ευρώπης. Παράλληλα άλλες αγορές στις οποίες σχεδιάζει να επεκτείνει τις ήδη υπάρχουσες εξαγωγές της, είναι αυτή της Ασίας, της Αυστραλίας και της Αμερικής. Άλλωστε, σύμφωνα με τον Pinel (2014) «Η εταιρεία έχει καλή εμπειρία παγκόσμιας επέκτασης, καθώς αποτελεί την πρώτη γαλλική εταιρεία πάροχο ακτινιδίου στη Νότια Κορέα».

Άξιο αναφοράς είναι ότι σύμφωνα με τον Pinel (2014), «Η εξέχουσα θέση της εταιρείας στις αγορές έχει επιτευχθεί κατά ένα μεγάλο μέρος με τη στήριξη της επωνυμίας “Oscar kiwi”, που αριθμεί περισσότερα από 30 χρόνια ύπαρξης».

Ο Pinel (2014) αναφέρει, ότι η αξιοσημείωτη επέκταση της εταιρείας στις ξένες αγορές στηρίζεται στις καλές της πρακτικές ως προς την *ποιότητα* του ακτινιδίου (λ.χ ISO 9001, Global GAP, BRC, και Certification Conformance’ Produit), στην εξασφάλιση *σωστών συνθηκών στις φάσεις καλλιέργειας – συγκομιδής – συσκευασίας*, στην *ισχυρή εφοδιαστική αλυσίδα της* καθώς και στην προσπάθεια *επέκτασης της προϊοντικής της γραμμής με ποικιλίες* (λ.χ η πρώιμη πρασινόσαρκη ποικιλία Summerkiwi και η kiwiberry Nergi).

Καταληκτικά, σύμφωνα με Pinel (2014) «Η ικανοποίηση του πελάτη είναι κομβικής σημασίας στην επιχειρησιακή στρατηγική της “Prim’Land”». Κατά συνέπεια, όλες οι δράσεις της εταιρείας προσανατολίζονται πρωταρχικά σ’ αυτό το σκοπό.

## **5. Αποτελέσματα και Συμπεράσματα**

### **5.1 Αποτελέσματα αναφορικά με τις στρατηγικές μάρκετινγκ του ακτινιδίου σε κάθε χώρα**

Στο μέρος αυτό της μελέτης θα παρουσιαστούν συνοπτικά οι στρατηγικές μάρκετινγκ του ακτινιδίου που ακολουθεί καθεμία χώρα απ' αυτές που εξετάστηκαν.

Η *Κίνα*, αν και είναι πρώτη παγκοσμίως ως προς τον παραγόμενο όγκο ακτινιδίων, ενδιαφέρεται πρωτίστως για την κάλυψη της εγχώριας ζήτησης είτε με αθρόες εισαγωγές, είτε με καλλιέργειες δικές της, είτε με συλλογή ακτινιδίων από αυτοφυείς αγριοακτινιδιές. Καθώς λοιπόν η διακίνηση του φρούτου εστιάζεται στην ενδοχώρα, οι διαδικασίες μάρκετινγκ του ακτινιδίου βρίσκονται υπό ανάπτυξη, όπως φαίνεται από τις υποτυπώδεις μονάδες συντήρησης, το ισχνό δίκτυο διανομής αλλά και την παντελή έλλειψη συγκεκριμένων προδιαγραφών ποιότητας και συσκευασίας.

Η *Ιταλία*, αποτελεί τη μεγαλύτερη ευρωπαϊκή παραγωγό χώρα του ακτινιδίου και την πρώτη εξαγωγό χώρα παγκοσμίως. Καλλιεργεί ποικιλίες τύπου *Chinensis* και *Deliciosa* άλλες πρώιμες και άλλες όψιμες αλλά το αξιοσημείωτο είναι πως διαθέτει αυστηρές προδιαγραφές καλλιέργειας, συγκομιδής, μεταφοράς, συντήρησης, αποθήκευσης, ταξινόμησης, τυποποίησης και διανομής του ακτινιδίου με σκοπό την υψηλή ποιότητα.

Η *Νέα Ζηλανδία* μετά τη ραγδαία επέκταση της Ιταλίας κατά τα τελευταία χρόνια, πέρασε στη δεύτερη θέση των χωρών εξαγωγών παγκοσμίως και στην τρίτη θέση κατά σειρά παραγωγής. Σήμερα, η βιομηχανία ακτινιδίου της εκπροσωπείται κατά βάση από τη Νέο – Ζηλανδική εταιρεία “*Zespri International Ltd*” και είναι από τις πιο αξιόλογες στον κόσμο. Μερικές από τις κομβικές της στρατηγικές είναι η *12μηνη προσφορά ακτινιδίου στις αγορές του κόσμου*, ένα δίκτυο διανομής που επιτρέπει τον πλήρη έλεγχο του προϊόντος από το χωράφι έως το ράφι καθώς και η *διαφοροποίηση της συσκευασίας* σύμφωνα με την αγορά που απευθύνεται το προϊόν κάθε φορά.

Η *Χιλή* αποτελεί την τρίτη μεγαλύτερη χώρα εξαγωγό ακτινιδίου καθώς και την τέταρτη κατά σειρά παραγωγής παγκοσμίως. Αποτελεί μια από τις πιο αξιόλογες αγορές στην παγκόσμια αγορά του ακτινιδίου ενώ η *Clilean Kiwifruit Committee* είναι ο θεσμός που ασχολείται κατά βάση με το χιλιανό ακτινίδιο σήμερα. Σκοπός, η διασφάλιση υψηλής ποιότητας μέσω *πρωτοκόλλων ωρίμανσης* αλλά και προγραμμάτων όπως το *Quality Assurance Program (PAC)*.

Η Ελλάδα αποτελεί την τέταρτη εξαγωγό χώρα και την πέμπτη κατά σειρά παραγωγής ακτινιδίου παγκοσμίως. Δεδομένου του ότι άνω του 40% του ελληνικού ακτινιδίου σήμερα παράγεται στην Πιερία καθώς και του ότι η εταιρεία “Ζεϋς Ακτινίδιο Α.Ε” που εδρεύει εκεί έχει μεγάλη φήμη στην ενδοχώρα αλλά και το εξωτερικό λόγω της ποιότητας του ακτινιδίου της, η μελέτη για το μάρκετινγκ του ελληνικού ακτινιδίου εστιάστηκε στις πρακτικές της εταιρείας αυτής. Με στόχο της την άριστη ποιότητα, η εταιρεία εφαρμόζει *ηλεκτρονικό σύστημα ιχνηλασιμότητας, ολοκληρωμένα συστήματα διαχείρισης παραγωγής, διαθέτει καθετοποιημένη οργάνωση καθώς και ισχυρό δίκτυο διανομής.*

Η Γαλλία παρουσιάζει επίπεδα παραγωγής και εξαγωγών σε σχετικά μέτρια επίπεδα. Οι εξαγωγές της ξεκινούν απ’ το 1992 περίπου και για 10 χρόνια είναι σχετικά σταθερές. Η παραγωγή κινείται σε υψηλότερα επίπεδα αλλά και αυτή μένει σχετικά σταθερή έως το 2002. Η μεγαλύτερη γαλλική εταιρεία παραγωγός ακτινιδίου φαίνεται να είναι η “Prim’Land” με πιο κυρίαρχη μάρκα, την “Oscar kiwi”. Η στρατηγική της εταιρείας περιλαμβάνει συστήματα ποιότητας, ισχυρή εφοδιαστική αλυσίδα καθώς και επέκταση της προϊοντικής γραμμής της με νέες ποικιλίες.

Η Ισπανία παρουσιάζει αρκετά χαμηλά επίπεδα παραγωγής και ακόμη χαμηλότερα εξαγωγών ακτινιδίου. Γενικά θεωρείται η μεγαλύτερη ευρωπαϊκή εισαγωγέας χώρα ακτινιδίου λόγω της αυξημένης εγχώριας ζήτησής της, γι’ αυτό και θεωρείται ευκαιρία μεγάλων κερδών από την Ιταλία, τη Νέα Ζηλανδία, τη Χιλή και τη Γαλλία. Φαίνεται πως μόνο η εταιρεία “Kiwi Atlantico” με την ποικιλία της “Galician Kiwi” παράγει ακτινίδιο στην Ισπανία, με μόλις το 25% της παραγωγής να εξάγεται.

## 5.2 Συμπεράσματα για τις τάσεις σε κάθε αγορά του ακτινιδίου

Στο μέρος αυτό θα παρουσιαστούν οι πιο σημαντικές τάσεις που εντοπίζονται σε κάθε αγορά του ακτινιδίου είτε με όρους επέκτασης εξαγωγών, είτε με όρους αύξησης παραγωγής, είτε με όρους καινοτομιών είτε ακόμη και με όρους νέων συνεργασιών.

Η αγορά της *Κίνας* εμφανίζει πολύ υψηλή ζήτηση σε ακτινίδιο και προβλέπεται η ζήτηση αυτή να αυξηθεί κατά πολύ, καθώς ο ρυθμός αύξησης του πληθυσμού της είναι μεγάλος αλλά και η προτίμηση του ακτινιδίου είναι μεγάλη. Οι εξαγωγές της αν και πρόσφατα φαίνεται να έχουν μια μικρή άνοδο, παρόλα αυτά δεν μπορούν να φθάσουν τα επίπεδα των βασικών χωρών εξαγωγέων. Έτσι, η Κίνα αποτελεί περισσότερο ευκαιρία παρά απειλή στην παγκόσμια αγορά ακτινιδίου.

Η *Ιταλία* τα τελευταία χρόνια έχει ξεπεράσει από άποψη όγκου παραγωγής την μέχρι πρότινος κυρίαρχη Νέα Ζηλανδία και μέχρι σήμερα, εκτός της Κίνας, καμιά άλλη δεν την ξεπερνά με όρους ποσότητας. Άλλες όμως ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Ελλάδα αλλά και χώρες του νοτίου ημισφαιρίου, την ανταγωνίζονται επάξια με όρους ποιότητας. Άξιο αναφοράς είναι ότι προκειμένου να ενισχύσουν την ταυτότητα του ακτινιδίου τους στο εξωτερικό, η Ιταλία και η Χιλή συνεργάστηκαν.

Η *Νέα Ζηλανδία* σήμερα στηρίζει τη βιομηχανία ακτινιδίου της αποκλειστικά στις δραστηριότητες της εταιρείας “Zespri International Ltd” και στο ακτινίδιο με τη νέα επωνυμία “Zerpri kiwifruit”. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως από τότε που η εταιρεία “Zespri” ανέλαβε το εγχώριο και διεθνές μάρκετινγκ του νεοζηλανδικού ακτινιδίου, η βιομηχανία σημείωσε κατά πολύ υψηλότερα κέρδη. Οι σημερινές της αποδόσεις δείχνουν πολύ καλές προοπτικές περαιτέρω εξέλιξης.

Η *χιλιανή παραγωγή ακτινιδίου* σήμερα στηρίζεται κατά βάση στο θεσμό “Chilean Kiwifruit Committee”. Μαζί με τη Νέα Ζηλανδία αποτελούν τις 2 κορυφαίες παραγωγούς και εξαγωγείς χώρες του ακτινιδίου στο νότιο ημισφαίριο. Επιπλέον, η Χιλή εμφανίζεται να κατευθύνει τουλάχιστον τη μισή παραγωγή της προς τις Ευρωπαϊκές αγορές κάτι το οποίο έχει καλές προοπτικές ανόδου.

Η ελληνική παραγωγή ακτινιδίου, σύμφωνα με τον πρόεδρο της εταιρείας “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε” κ. Μανώση, είδαμε για το 2013 ότι ανέρχεται περίπου στους 85.000 – 100.000 τόνους. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, η ελληνική παραγωγή θα φθάσει και θα ξεπεράσει τους 150.000 τόνους τα επόμενα χρόνια. Αλλά και πέρα από τις καλές προοπτικές στην αύξηση της παραγωγής, η ίδια πηγή μας ενημερώνει ότι η Ελλάδα ήδη έχει αρχίσει να ανοίγεται σε νέες και πολλά υποσχόμενες αγορές, όπως η Ινδία, η Κίνα, η Βραζιλία, η Νότια Κορέα και η Νότια Αφρική.

Η γαλλική παραγωγή ακτινιδίου ξεκίνησε τη δεκαετία του '80 και όπως και οι εξαγωγές της συγκριτικά με τις εξαγωγές ακτινιδίου των άλλων χωρών, παραμένουν έως σήμερα σταθερές σε σχετικά χαμηλά επίπεδα. Η εταιρεία “Prim'Land” με το ακτινίδιο μάρκας “Oscar Kiwi” φαίνεται να είναι η κύρια εταιρεία παραγωγής και διακίνησης ακτινιδίου και στην εγχώρια αγορά αλλά και σε αγορές του εξωτερικού (Ευρώπη, Ασία, Αμερική, Αυστραλία), όπου η Γαλλία προσπαθεί με όχημα την ποιότητα να επεκτείνει συνεχώς το μερίδιό της.

Όσον αφορά την Ισπανία που αποτελεί ήδη τον μεγαλύτερο ευρωπαϊκό εισαγωγέα ακτινιδίου, η ζήτηση αυτή έχει προοπτικές ανάπτυξης καθώς οι Ισπανοί προτιμούν ιδιαίτερα το φρούτο ως μέρος μιας ισορροπημένης διατροφής. Άρα η χώρα αποτελεί μεγάλη ευκαιρία για εξαγωγείς ακτινιδίου, όπως η Γαλλία, η Νέα Ζηλανδία, η Χιλή και η Ιταλία. Καλές προοπτικές, έστω και χαμηλού ποσοστού παραγωγής και εξαγωγών, εμφανίζει η ισπανική εταιρεία “Kiwi Atlantico” με την ποικιλία “Galician Kiwi”.

## **6. Σχολιασμός**

Σ' αυτό το εμπειρικό μέρος της μελέτης παρουσιάστηκαν μελέτες – περιπτώσεων των πιο αντιπροσωπευτικών εταιρειών κάθε χώρας για τις αγορές της Νέας Ζηλανδίας, της Χιλής, της Ελλάδας και της Γαλλίας. Από την άλλη για τις χώρες της Κίνας, της Ιταλίας και της Ισπανίας, εξαιτίας της μη διαθεσιμότητας υλικού δεν εντοπίστηκαν μελέτες – περιπτώσεων αντιπροσωπευτικών εταιρειών του ακτινιδίου παρά μόνο έγινε παρουσίαση και ανάλυση στις στρατηγικές μάρκετινγκ που εφαρμόζουν ενιαία ως χώρες στο θεωρητικό μέρος.

Βέβαια στην ενότητα των αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων παρουσιάστηκαν συνοπτικά οι στρατηγικές μάρκετινγκ για όλες τις αγορές.



## Γ' ΜΕΡΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

### 1. Γενικά Συμπεράσματα Μελέτης

Καταληκτικά, κάνοντας μια εκ βάθους αναζήτηση, μελέτη και ανάλυση των πιο σημαντικών αγορών του κόσμου στον τομέα στρατηγικού μάρκετινγκ του ακτινιδίου, είδαμε πως είναι οι χώρες του βορείου ημισφαιρίου (Κίνα, Ιταλία, Ελλάδα, Γαλλία, Ισπανία) και του νοτίου ημισφαιρίου (Νέα Ζηλανδία, Χιλή).

Από άποψη όγκου παραγωγής οι πιο αξιόλογες αγορές είναι η Κίνα, η Ιταλία, η Νέα Ζηλανδία, η Χιλή ενώ τα τελευταία χρόνια και η Ελλάδα σημειώνει διαρκώς άνοδο και μάλιστα στην παραγωγή πολλών διαφορετικών πρασινόσαρκων και κιτρινόσαρκων ποικιλιών. Η Γαλλία και η Ισπανία δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερα αξιόλογη παραγωγή.

Στον τομέα των εξαγωγών ξεχωρίζουν οι αγορές της Ιταλίας, της Νέας Ζηλανδίας, της Χιλής αλλά και της Ελλάδας, της οποίας το ποιοτικό ακτινίδιο και ειδικά της Πιερίας έχει γίνει πολύ γνωστό στο εξωτερικό. Επιπλέον, το ελληνικό ακτινίδιο επιχειρεί να κερδίσει όλο και περισσότερες ασιατικές και αμερικανικές αγορές. Απ' την άλλη μεριά η Γαλλία εμφανίζει σχετικά λίγες εξαγωγές, ενώ η Ισπανία σε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό εισάγει παρά εξάγει ακτινίδιο.

## 2. Περιορισμοί Έρευνας

Το ερευνητικό ζήτημα της μελέτης αναφορικά με τις διαδικασίες στρατηγικού μάρκετινγκ του ακτινιδίου στην εγχώρια και στις ξένες αγορές, ήταν πολύ εξειδικευμένο με αποτέλεσμα η διαθεσιμότητα υλικού και δη επίσημου να είναι σχετικά μικρή.

Πιο συγκεκριμένα για το ακτινίδιο ως καλλιέργεια από τη βιολογική άποψη βρέθηκαν πολλές πηγές έντυπες και ηλεκτρονικές, αλλά για το μάρκετινγκ του ακτινιδίου δεν βρέθηκε κανένα εγχειρίδιο ούτε και σημαντικά πολλά επίσημα άρθρα επιστημονικών περιοδικών.

Βέβαια στην πορεία είτε μέσω αναζήτησης σε βιβλιοθήκες, είτε στο διαδίκτυο, εντοπίστηκε ένας σχετικά καλός αριθμός επιστημονικών άρθρων. Επιπλέον, μια πολύ βοηθητική και επίσημη πηγή αποτέλεσε και η συνέντευξη του προέδρου της ελληνικής εταιρείας “Ζευς Ακτινίδιο Α.Ε”, κ. Μανώση.

Κατά τη φάση της συγγραφής όμως φάνηκε πως απαιτείται και άλλο σχετικό υποστηρικτικό υλικό, οπότε ανέτρεξα και σε πιο ανεπίσημο υλικό από αγροτικά sites.

Εγχειρίδια επίσημου τύπου εντοπίστηκαν και αξιοποιήθηκαν μόνο για την κατανόηση και συγγραφή του μεθοδολογικού μέρους της ερευνητικής μελέτης.

### 3. Προτάσεις προς μελλοντική διερεύνηση

Η αγορά ακτινιδίου της Κίνας θεωρείται ότι αξίζει να διερευνηθεί από 2 απόψεις: *πρώτον* ως αξιόλογη αγορά εισαγωγέας του ακτινιδίου και *δεύτερον* ως αγορά με αρκετά καλές προοπτικές εξαγωγών τα επόμενα χρόνια εξαιτίας του μεγάλου όγκου παραγωγής της.

Η αγορά της Ιταλίας είναι μια άλλη αγορά που εγείρει το ερευνητικό ενδιαφέρον, καθώς τα τελευταία χρόνια έχει αυξήσει κατά πολύ την παραγωγή της ξεπερνώντας ακόμη και τη Νέα Ζηλανδία και συνεχίζει να επεκτείνεται αλλά και γιατί κατακτά συνεχώς νέες αγορές.

Η ελληνική αγορά ακτινιδίου στην παρούσα φάση διαθέτει πολύ αξιόλογη και ιδιαιτέρως ανταγωνιστική παραγωγή και εξαγωγές, στοιχεία τα οποία παρουσιάζουν πολύ καλές προοπτικές εξέλιξης και στο μέλλον. Αυτό αποτελεί γεγονός, καθώς η Ελλάδα ήδη ανταγωνίζεται πολύ επιτυχώς με βάση την ποιότητα και σύμφωνα με το ρυθμό αύξησης του παραγωγικού της όγκου σε ακτινίδιο κατά τα επόμενα χρόνια θα είναι ικανή να ανταγωνιστεί ίσως και με όρους ποσότητας.

Άλλες αναπτυσσόμενες αγορές που τώρα αρχίζουν να εμφανίζουν ζήτηση για το ακτινίδιο και στις οποίες σκοπεύει να εστιάσει και η Ελλάδα είναι η Ινδία, η Κίνα, η Βραζιλία, η Νότιος Κορέα και η Νότιος Αμερική. Συνεπώς και αυτές οι αναδυόμενες αγορές αποτελούν σημαντικό πεδίο ενδιαφέροντος προς μελλοντική διερεύνηση.

## Βιβλιογραφία

### *Κατάσταση επιστημονικών εγχειριδίων*

- Creswell, W. J. (2014), *Research Design: Qualitative, Quantitative & Mixed Methods Approaches*, UK: SAGE Publications Inc.
- Ward, C. and Courtney, D. (2013), *Kiwifruit: Taking Its Place in the Global Fruit Bowl*, New Zealand: Elsevier Ltd.
- Bryman, A. (2008), *Social Research Methods*, USA: Oxford University Press.
- Dul, J. and Hak, T. (2008), *Case Study Methodology in Business Research*, USA: Elsevier Ltd.

### *Κατάσταση επιστημονικών άρθρων*

- Bano, S., and Scrimgeour, F. (2012), “The Export Growth and Revealed Comparative Advantage of the New Zealand Kiwifruit Industry”, *International Business Research*, Vol. 5, No 2, 73 – 82.
- Skallerud, K. and Olsen, O. S. (2011), “Export Marketing Arrangements in Four New Zealand Agriculture Industries: An Institutional Perspective”, *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, Vol. 23, No 4, 310 – 329.
- Sotiropoulos, T., Koukourikou – Petridou, M., Petridis, A., Stylianidis, D., Almaliotis, D., Papadakis, I., Therios, I. and Molassiotis, A. (2009), “Tsechelidis Kiwifruit”, *HortScience*, Vol. 44, No 2, 466 – 468.
- Testolin, R. and Ferguson, R. A. (2009), “Kiwifruit (*Actinidia* spp.) production and marketing in Italy”, *New Zealand Journal of Crop and Horticultural Science*, Vol. 37, No 1, 1 – 32.
- Webby, J. (2008), “Kiwifruit”, *New Zealand Kiwifruit Journal*, Vol. 185, 2 – 62.
- Nishiyama, I. (2007), “Fruits of the *Actinidia* Genus”, *Advances in Food and Nutrition Research*, Vol. 52, 293 – 324.
- Beverland, M. (2001), “Creating value through brands: the ZESPRI TM kiwi fruit case”, *British Food Journal*, Vol. 103, No 6, 383 – 399.
- Huang, H. and Ferguson, R. A. (2001), “Review: Kiwifruit in China”, *New Zealand Journal of Crop and Horticultural Science*, Vol. 29, No 1, 1 – 14.

## Κατάσταση μη επιστημονικών πηγών

### Αρχεία Pdf

- iFAB 2013 and Coriolis, 2014. *iFAB 2013 Produce Review*. [pdf] New Zealand: Coriolis. Available at: <http://www.med.govt.nz/sectors - industries/food - beverage/information - project/> or <http://www.coriolisresearch.com/reports/>
- Cataldo, C., 2013. *The Kiwifruit Scoop*. [pdf] Χιλή: ISE. Available at: <FreshFruitPortal.com> or <PortalFrutikola.com>.
- Cruzat, C., 2013. *Kiwifruit, New Fruit in Western Culture*. [pdf] Italy: Chilean Kiwifruit Committee.
- Μπαλτάς, Κ. Ν., 2013. *Ο Αγροτικός Τομέας της Ελλάδος στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού και Διεθνούς Περιβάλλοντος*. [pdf] Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- ΠΑΣΕΓΕΣ, 2013. *Πρόσφατες Εξελίξεις στην Αγροτική Οικονομία της Ελλάδος*. [pdf] ΠΑΣΕΓΕΣ.
- Καλάθι Προϊόντων Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, 2012. *Επιχειρησιακό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης «Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων»*. [pdf] Θεσσαλονίκη: Καλάθι Προϊόντων Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας.
- Καλοφώνου, Μ., 2011. *Συνοπτική Παρουσίαση του Αγροτικού Τομέα στην Ελλάδα: Δυνατότητες και Προοπτικές*. [pdf] Αθήνα: ΙΣΤΑΜΕ – Ανδρέας Παπανδρέου. Διαθέσιμο στο [www.istame.gr](http://www.istame.gr)
- Μπουρής, Ι., Καλδής Π., Αλεξόπουλος Γ., Γιαννουζάκου, Α. και Τσελές, Δ., 2011. *Οδηγός καινοτόμων τρόπων προώθησης αγροτικών προϊόντων*. [pdf] Πειραιάς: ΤΕΙ Πειραιά και Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς.
- Anker – Kofoed, E., 2008. *A Quantitative Analysis of Trade – Related Issues in the Global Kiwifruit Industry*. [pdf] Σουηδία.
- Kokkinos, P., Kizos, T. and Sophoulis, C. M., 2003. *Economic and Environmental Evaluation of Farm Integrated Management: The case of Kiwi Production Farms in Pieria, Greece*. [pdf] Greece: University of the Aegean – University Hill.
- Laiopoulou, N. and Haralabidis H., 2002. *A Study of the Factors influencing the Kiwifruit Production Cost*. [pdf] Θεσσαλονίκη.
- Zespri Kiwifruit. *Zespri Kiwifruit*. [pdf]

- Fournier, M. J., Hassan, D. and Dilhan – Monier, S. *Economic Aspects of the French Kiwifruit Sector*. [pdf] Γαλλία
- Χριστοδουλάκη, Ι. και Στάθης, Ε. *Η ανταγωνιστικότητα των δυναμικών κλάδων της ελληνικής οικονομίας: Η αναγκαιότητα για διασύνδεση των στρατηγικών ανάπτυξης*. [pdf]
- Saunders, M. C., Anker – Kofoed, E. A. E. and Kaye – Blake, W. *An Analysis of Trade – Related Issues Concerning the Global Kiwifruit Industry – with a focus on the EU, China and New Zealand*. New Zealand: Lincoln University. [pdf]
- MacRae, E. *Learnings from the Kiwifruit Industry – a Research to Market Perspective*. [pdf]

### **Ιστοσελίδες**

- Νάνος, Κ., «Κέρδη – χρυσάφι από το κίτρινο ακτινίδιο», Έθνος, 9 Μαρτίου 2014. Διαθέσιμο: [www.ethnos.gr](http://www.ethnos.gr)
- Pinel, B. J., “Prim’Land continues growth, largest French kiwi producer”, February 13 2014. Available at: <http://www.primland.fr/>
- Νάνος, Κ., «Ακτινίδιο, φρούτο με... βιταμίνες για τον παραγωγό», Έθνος, 27 Δεκεμβρίου 2013. Διαθέσιμο στο: [www.ethnos.gr](http://www.ethnos.gr)
- ΠΑΣΕΓΕΣ, «Η ποιότητα “κλειδί” για την άνοδο των εξαγωγικών επιδόσεων του ακτινιδίου», ΠΑΣΕΓΕΣ, 30 Σεπτεμβρίου 2013. Διαθέσιμο στο: [www.paseges.gr](http://www.paseges.gr)
- FreshFruitPortal.com, “Greek Kiwifruit company looks toward new markets, stronger varieties”, April 1 2013. Available at: [www.freshfruitportal.com](http://www.freshfruitportal.com)
- Βλειώρας, Σ., «Συγκομιδή – Τυποποίηση – Συσκευασία και Εμπορία ακτινιδίων», 9 Σεπτεμβρίου 2011. Διαθέσιμο: [www.agrotypus.gr](http://www.agrotypus.gr)
- Fruittoday Euromagazine, “The French kiwi competes for the Spanish market”. Available at: [www.fruittoday.euromagazine.gr](http://www.fruittoday.euromagazine.gr)
- Fruittoday Euromagazine, “Spain, top European importer of kiwi”. Available at: [www.fruittoday.euromagazine.gr](http://www.fruittoday.euromagazine.gr)
- Ζευς Ακτινίδια Α.Ε, “Greece’s largest kiwifruit producer ZEUS KIWI S.A”. Available at: [www.Madein-Greece.gr](http://www.Madein-Greece.gr)