

## «Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΝ (Ε.Κ.) 1493/99»

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: J. CASTANY**  
**ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΟΙΝΟΥ ΤΗΣ**  
**COPA-COGEA**

Κύριε Πρόεδρε, κυρίες, κύριοι,

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω την ΚΕΟΣΟΕ και τον πρόεδρο της, Χ. Μάρκου για την πρόσκληση στο συνέδριό σας, το οποίο αποτελεί ένα συνέδριο σκέψης και προβληματισμού. Ως πρόεδρος της ομάδας εργασίας οίνου της COPA/COSEGA θα ήθελα πρώτα από όλα να σας εκφράσω την μεγάλη σημασία και ανησυχία που έχουμε για την ελληνική αμπελουργία και τα ειδικά της προβλήματα. Θα ήθελα στην ομιλία μου να προσπαθήσω να σας παρουσιάσω τέσσερα σημεία :

**Το πρώτο** αφορά την υπάρχουσα κατάσταση της αμπελουργίας στον κόσμο και στην Ευρώπη,

**Το δεύτερο** την κατάσταση των εργασιών της Κοινής Οργάνωσης της Αγοράς Οίνου,

**Το τρίτο** τις προτάσεις που υπέβαλλα στην ομάδα εργασίας,

και το **τέταρτο** την προσωπική μου άποψη στην ελληνική αμπελουργία και το σχέδιο αναδιάρθρωσής της.

Σχετικά με την υπάρχουσα κατάσταση γνωρίζετε όλοι σας ότι είμαστε σε μία φάση διεθνών δυσχερειών και υπάρχουν σήμερα στον πλανήτη 60 εκατομμύρια εκατόλιτρα πλεόνασμα. Η κατανάλωση δεν εξελίσσεται όσο γρήγορα εξελίσσεται η παραγωγή και αν και στην Ευρώπη μειώθηκαν οι καλλιεργούμενες εκτάσεις και γενικά μειώθηκε η παραγωγή, νέες παραγωγές χώρες, με μεγάλη δυναμική, όπως η Αυστραλία, η Χιλή, η Νέα Ζηλανδία, η Νότια Αφρική, τελευταία η Ινδία, η Βραζιλία καθώς και άλλες χώρες παράγουν μεγάλες ποσότητες διότι η αμπελουργία αφήνει ένα σημαντικό κέρδος. Υπάρχει ένας πλούτος στην αμπελουργία συγκριτικά με άλλες αγροτικές εκμεταλλεύσεις, π.χ. τα σιτηρά αν δεν υπήρχε η βοήθεια της κοινής αγροτικής πολιτικής δεν θα υπήρχε παραγωγή ή θα υπήρχε μικρή παραγωγή σιτηρών.

Η αμπελουργία έχει αυτή την ιδιαιτερότητα να απασχολεί πολύ κόσμο και να συγκεντρώνει άντρες – γυναίκες, έχει ένα αποτέλεσμα επαγωγίμο στην οικονομία πολύ σημαντικό και λοιπόν κάθε χώρα του κόσμου που έχει ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες αναπτύσσει την αμπελουργία. Την αναπτύσσουν με μία έννοια - φιλοσοφία τελείως διαφορετική από την δική μας, της γηραιάς Ευρώπης. Βασίζεται στην ανάλυση της ζήτησης, στο marketing, και γενικότερα σε μεθόδους παραγωγής υπέρ-μοντέρνες αφού δεν υπάρχουν εσωτερικά εμπόδια ανάπτυξης. Μπορούμε να μιλήσουμε για ολοκληρωμένες αγροτικές επιχειρήσεις. Αντιθέτως στην Ελλάδα συναντάται ένας πολυκερματισμός, πολλοί μικροί παραγωγοί, ενώ στην Αυστραλία 4 εταιρείες εκπροσωπούν το 80 % της παραγωγής. Εκεί υπάρχουν τεράστιες εκτάσεις,

διαφορετικές συνθήκες, η ιστορία δεν θέτει προβλήματα στην ανάπτυξη των χωρών αυτών. Συνεπώς το πρώτο σημείο είναι η ανάπτυξη της αμπελουργίας στον κόσμο.

Το δεύτερο σημείο είναι η παγκοσμιοποίηση των ανταλλαγών. Οι διεθνείς συναλλαγές όσον αφορά τον οίνο ήταν πολύ περιορισμένες. Είχαμε κυρίως την εσωτερική κατανάλωση και γενικότερα ένα καθεστώς εξαγωγών που ήταν αρκετά ευνοϊκό για την Ευρώπη. Σήμερα όμως τα προϊόντα κυκλοφορούν με περισσότερη ελευθερία, το οποίο είναι η επιθυμία της Παγκοσμίου Οργάνωσης του Εμπορίου και είναι το πλαίσιο που προωθήθηκε από την Γενική Συμφωνία του GATT και συνεπώς υπάρχει σήμερα διείσδυση οίνων από τις εκτός Ευρώπης χώρες.

Γιατί η Ευρωπαϊκή αγορά. Διότι είναι η μόνη αγορά που είναι φερέγγυα και είναι μία αγορά ενημερωμένων καταναλωτών και συνεπώς η παγκόσμια κατανάλωση συγκεντρώνεται γύρω από την Ευρώπη. Βρισκόμαστε λοιπόν απέναντι σε μία δύσκολη κατάσταση και είναι πολύπλοκο να σκεφτεί κάποιος μία λύση για το θέμα αυτό δηλαδή για ανατροπή της κατάστασης αυτής, και αναρωτιόμαστε θα ήταν καλό να ξαναισχύσουν ρυθμίσεις προστασίας εισαγωγών και εξαγωγών.

Στην Ελλάδα ακόμα δεν είναι εμφανής η διείσδυση μεγάλων εταιρειών αμερικάνικων ή της Νότιας Αμερικής αλλά στην Γαλλία, την Ιταλία, την Ισπανία π.χ. είναι αισθητή η παρουσία των εταιρειών Gallo, Montavi, και κυρίως στην Μ. Βρετανία όπου οι Αυστραλέζικες εταιρείες είναι πολύ δυνατές και ήδη ξεπέρασαν τα Γαλλικά κρασιά σε πωλήσεις.

Η Γαλλία όντας μία αναφορά ιστορική στις διεθνείς συναλλαγές. Ποια είναι λοιπόν η κατάσταση στην Ευρώπη; Παρά την αναδιάρθρωση που ξεκίνησε από το 2000 έχουμε μία κατάσταση ύπαρξης αποθεμάτων. Η απόσταξη μέσω του άρθρου 29, που όλοι γνωρίζεται χρησιμοποιήθηκε για περίπου 10 εκατομμύρια εκατόλιτρα και η 'απόσταξη της κρίσης' επαναχρησιμοποιήθηκε σε σημαντικές ποσότητες και κυρίως στην Γαλλία όπου 4 εκατομμύρια εκατόλιτρα κατευθύνθηκαν στην παρέμβαση αυτή. Όλα αυτά σημαίνουν μια μεγάλη δυσκολία και μπορώ να σας πω ότι η Ελλάδα εκφράζει σε στην αγορά μία νήσο ελπίδας, το μέρος της Ευρώπης όπου η αγορά είναι η πιο ευνοϊκή είναι η Ελλάδα.

Η τιμή των οίνων της βάσης στην Ευρώπη είναι περίπου 20 euro το εκατόλιτρο. Αυτή η τιμή είναι μάλλον και η παγκόσμια βλέποντας τις τιμές τόσο στην Αργεντινή όσο και στην Νότια Αφρική. Παρόλα αυτά στην Ευρώπη, στα πλαίσια της ΚΟΑ, παρατηρείται ανάπτυξη των φυτεύσεων. Βλέπουμε ότι μέσω της χορήγησης νέων φυτεύσεων ή δυστυχώς μέσω παράνομων φυτεύσεων, ή μέσω της αναδιάρθρωσης η παραγωγή αυξάνεται. Π.χ. η περιοχή της Ισπανίας La Mancha έχει έναν ρυθμό μετατροπής και ανανέωσης πολύ υψηλό και είναι ανησυχητικό. Είναι ανησυχητικό διότι οι αναλύσεις που έγιναν το 1995 που ήταν μια περίοδος περίπου ισορροπίας ανάμεσα στις ανάγκες και την προσφορά, με μία μόνο παρέμβαση την απόσταξη του άρθρου 29, λοιπόν όλες αυτές οι προοπτικές δεν ισχύουν αφού έχουμε ξανά μεγάλα αποθέματα.

Σας υπενθυμίζω τους μεγάλους μηχανισμούς : υπάρχει η **απόσταξη του άρθρου 29** που εφοδιάζει την αγορά με αλκοόλη για ανθρώπινη κατανάλωση, και χρησιμοποιείται σχεδόν αποκλειστικά από τους Ισπανούς (8 εκατομμύρια εκατόλιτρα τον χρόνο). Ο δεύτερος μηχανισμός είναι η απόσταξη της 'κρίσης' το οποίο έγινε ένα

ετήσιο εργαλείο. Η Γαλλία το χρησιμοποιεί με κρατική βοήθεια, όπως και η Ιταλία, η Ισπανία λίγο χωρίς κρατική βοήθεια, η Πορτογαλία το χρησιμοποιεί και ακόμη και η Γερμανία το χρησιμοποίησε πέρυσι. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν την δυσκολία που υπάρχει αυτή τη στιγμή στην αγορά.

Δεύτερο εργαλείο αποσυμφόρησης είναι η **αναδιάρθρωση**. Ξεκίνησε σχεδόν αμέσως σε όλες τις χώρες και μόνο στην Ελλάδα καθυστερεί ίσως λόγω των δυσκολιών και διότι ο κανονισμός αυτός δεν είναι κατάλληλος για τις ιδιαιτερότητες του Ελληνικού αμπελώνα. Στην Γαλλία πέρυσι αναδιαρθρώθηκαν 17000 εκτάρια και ακόμη μεγαλύτερες εκτάσεις στην Ισπανία. Έχει λοιπόν μεγάλη επιτυχία. Είναι ένα σχέδιο εκμοντέρνισης που μπορεί να οδηγήσει τελικά σε αποθέματα ποιοτικών οίνων!

Ένα άλλο θέμα είναι ο κανονισμός για το **ετικετάρισμα** που αποδεικνύει την επιθυμία της Ευρώπης να προστατέψει τις ενδείξεις της καταγωγής και τις παραδοσιακές ενδείξεις που όπως γνωρίζω για την Ελλάδα είναι πολύ σημαντικό. Επίσης ασχολούμαστε με 4-5 θέματα πολύ σημαντικά για τα οποία δουλεύουμε αυτή την στιγμή. Π.χ. ένα σημαντικό θέμα είναι η άρση των φόρων.

Γνωρίζετε ότι οι παραγωγές χώρες έχουν ένα ποσοστό μηδέν. Η Γαλλία έχει ένα πολύ μικρό σχεδόν μηδέν. Όμως στις βόρειες μη παραγωγές χώρες έχουν πολύ υψηλή φορολογία. Η Commission προσπαθώντας να βρει μία ισορροπία βάζει ένα ανώτερο όριο στο ποσοστό αυτό και από την 1 Ιανουαρίου 2003 να τεθεί στα 15 euro το εκατόλιτρο. Αυτό όμως θα προστεθεί στο κόστος παραγωγής και έτσι θα μειώσουμε ακόμα περισσότερο την ανταγωνιστικότητα στον χώρο μας.

Δεύτερο θέμα που μας ανησυχεί είναι ο κανονισμός του ετικεταρίσματος και του προσδιορισμού των συστατικών, π.χ. το θειώδες έχει θεωρηθεί ότι είναι ένα πρόσθετο των οίνων με κινδύνους για την υγεία του καταναλωτή, οπότε η Commission επιθυμεί να αναγράφεται η ποσότητα θειώδους στην ετικέτα. Δεν συμφωνούμε διότι αυτό θα είναι αρνητικό για τον καταναλωτή.

Άλλο σημείο είναι το πρόβλημα της ωχρατοξίνης το οποίο ενδιαφέρει άμεσα την χώρα σας. Όπως γνωρίζετε το προϊόν που περιέχει τις μεγαλύτερες ποσότητες είναι η Κορινθιακή και γενικότερα οι οίνοι της Μεσογείου παρουσιάζουν αυξημένες συγκεντρώσεις στο συστατικό αυτό. Πρόσφατα παρουσιάστηκε στις Βρυξέλλες ένα κείμενο σχετικά με τις αποδεκτές συγκεντρώσεις για την Υγεία του καταναλωτή το οποίο όμως δεν θα αποτελεί και εμπόδιο στις συναλλαγές, διότι η Βόρεια Ευρώπη έχει αρχίσει να απορρίπτει ορισμένα προϊόντα λόγω ποσότητας ωχρατοξίνης που παρουσιάζουν.

Το τέταρτο σημείο είναι οι διακρατικές συμφωνίες, διότι η Commission ψάχνει συνεχώς να κάνει συμφωνίες, π.χ. συζητάει με την Mercosud, την Χιλή, το Μεξικό, υπάρχει ήδη με την Ν. Αφρική. Υπάρχει επίσης το WINEACCORD με τις ΗΠΑ. Ένα από τα θέματα που μας βασανίζει και έχει σχέση με τις χώρες αυτές είναι οι οινολογικές πρακτικές. Πως θα αντιμετωπίσουμε εμείς στην Ευρωπαϊκή αγορά προϊόντα που έχουν παραχθεί με εντελώς διαφορετικές πρακτικές, πως θα προστατέψουμε τις καταγωγές μας, τις παραδοσιακές μας ενδείξεις, τους οίνους ΟΠΑΠ ; Πρέπει να διατηρήσουμε και να αναδείξουμε την σωστή γνώση παραγωγής

που διαθέτουμε. Βέβαια το ισοζύγιο εξαγωγών είναι ακόμα θετικό, αλλά τα πράγματα είναι δύσκολα.

Συμμετείχαμε σε όλες τις συσκέψεις με την Commission για την επεξεργασία του σχεδίου αναδιάρθρωσης. Παρόλα αυτά αντιλαμβανόμαστε τώρα ότι έγιναν κάποια λάθη. Έτσι προτείνουμε στον κ. Fischler κάποιες αλλαγές.

Αρχικά θέλουμε η απόσταξη του άρθρου 29 να μοιραστεί σε 2 τύπους, έναν που θα είναι ελεύθερο να το πάρει μία χώρα (όπως γίνεται μέχρι σήμερα) και έναν που θα μοιράζεται ανά κράτος μέλος, διότι παρατηρήθηκε ότι μέχρι στιγμής μόνο η Ισπανία έπαιρνε την μεγαλύτερη ποσότητα.

Δεύτερη πρόταση είναι να ισχύσει το σχέδιο αναδιάρθρωσης για 10 χρόνια. Για ένα φυτό που ζει και παράγει έως και 100 χρόνια δεν μπορούμε να μιλάμε για ένα σχέδιο αναδιάρθρωσης 4-5 ετών. Πρέπει να γίνει ένα πιο φιλόδοξο και μακρόπνοο σχέδιο. Το 1998 είχαμε έλλειψη παραγωγής ενώ τώρα έχουμε αποθέματα, υπάρχουν λοιπόν σημαντικές εποχιακές διαφοροποιήσεις. Μεγάλο μέρος της παραγωγής δεν είναι κατάλληλο για την αγορά, απόδειξη το γεγονός ότι πάει για απόσταξη. Πρέπει λοιπόν να επεκταθεί η αναδιάρθρωση και ο παραγωγός να αποζημιώνεται κατά την διάρκεια που δεν έχει παραγωγή. Επίσης αφού ξεριζώσει τον αμπελώνα του δεν πρέπει να χάνει τα δικαιώματα του αν δεν φύτεψει γρήγορα. Έτσι θα αναπνεύσει η αγορά και η γη, και στην συνέχεια με πιο μεθοδικό τρόπο θα ετοιμαστεί η αναδιάρθρωση. Πριν το 1980 υπήρχε η προσωρινή εγκατάλειψη αμπελώνων που θα μπορούσε να εφαρμοστεί και τώρα, και η οποία είναι αντίθετη με την οριστική που εφαρμόστηκε σε μεγάλες εκτάσεις στην Ελλάδα.

Πρέπει να δούμε το πρόβλημα των πωλήσεων των οίνων πιο σφαιρικά και αποτελεσματικά. Οι ειδικοί του κρασιού, όπως εμείς οι παρόντες στην αίθουσα αυτή δεν δίνουμε στον καταναλωτή το δικαίωμα να προσδιορίσει την ποιότητα, τον τύπο της ετικέτας και το τι θέλει να διαβάζει στην ετικέτα. Προσδιορίζουμε λοιπόν την ποιότητα με τις ιδέες μας την φιλοσοφία μας και τις γνώσεις μας. Τι σκέφτεται όμως ο απλός καταναλωτής που πίνει στο εστιατόριο Coca Cola για το προϊόν που του προτείνουμε ; Μήπως θα πρέπει να εκμοντερνιστούμε ; Είναι ευκαιρία μέσω της αναδιάρθρωσης να εκμοντερνίσουμε τους αμπελώνες και την παραγωγή, ώστε να βελτιωθεί η ποιότητα και να προσεγγίσει τον καταναλωτή. Τι συμβαίνει όμως στα οινοποιεία και κυρίως στα συνεταιριστικά ; Υπάρχει μοντέρνος εξοπλισμός ; υπάρχει εκπαίδευση του παραγωγού, του οινολόγου στις νέες συνθήκες ; γίνονται οι απαραίτητες επενδύσεις στο marketing ; Η απάντηση είναι ΟΧΙ. Γιατί από την μία υπάρχει η ΚΟΑ και από την άλλη το αγροτικό σχέδιο ανάπτυξης τα οποία όμως είναι ασύνδετα μεταξύ τους.

Ζητάμε λοιπόν να δημιουργηθεί αυτή η σύνδεση και η σχέση ώστε να έχουμε το επιθυμητό ποιοτικό αποτέλεσμα. Πρότεινα να γίνει μια στενή συνεργασία μεταξύ της COPA/COSEGA που εκπροσωπεί τους συνεταιρισμούς και της COMITE VIN που εκπροσωπεί τους ιδιώτες ώστε να βρούμε τα κοινά οφέλη και να τα διεκδικούμε από την Commission διότι αλλιώς δίνουμε αρνητική εικόνα τόσο στις διεκδικήσεις μας όσο και στην αγορά.

Γενικότερα στην Ευρώπη αλλά και ειδικότερα στην Ελλάδα πρέπει να δεχτούμε το marketing της ζήτησης και να ξεχάσουμε το marketing προσφοράς. Να

δεχθούμε και να ακούσουμε την άποψη του καταναλωτή και όχι να μιλάμε και να επιβαλλόμαστε εμείς στον καταναλωτή.

Μπορούμε να οργανώσουμε και να προωθήσουμε όσες αποστάξεις θέλουμε και να δώσουμε βοήθεια στους παραγωγούς, αλλά αυτά είναι απλά βοηθητικά μέτρα. Το σημαντικότερο είναι ο αριθμός των φιαλών που ανοίγονται από τον καταναλωτή. Όλα τα υπόλοιπα είναι φιλοσοφίες. Οι Αυστραλοί – Χιλιανοί μίλησαν στον καταναλωτή κατάφεραν να τον προσεγγίσουν. Επιτρέψτε μου εδώ μία κριτική. Είμαι ερωτευμένος με τους οίνους της Νεμέας, αλλά δεν μπορώ να διαβάσω την ετικέτα!!! Υπάρχουν εκατομμύρια τουρίστες που επισκέπτονται την χώρα σας αλλά δεν μπορούν να διαβάσουν τις ετικέτες των οίνων σας. Είναι μία κίνηση αντί – marketing!!!

Μην πέφτετε στην παγίδα των Γαλλικών ποικιλιών. Στην περιοχή μου αλλάζανε το Carignan με το Merlot. Τα τελευταία 2 χρόνια η τιμή σταφυλιού της ποικιλίας αυτής έπεσε κατά 50%. Στο νότιο ημισφαίριο ξεκινάει ο τρύγος και πολλοί παραγωγοί δεν θα τρυγήσουν το αμπέλι τους, διότι δεν υπάρχει ζήτηση. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι πρέπει να κλείσουμε τα μάτια μας στην εξέλιξη. Αναλύστε όμως το αγρονομικό δυναμικό της εκάστοτε περιοχής καθώς και τις εδαφοκλιματικές συνθήκες και στην συνέχεια προσαρμόστε τις ποικιλίες σε αυτές. Έτσι θα διαφοροποιηθείτε και θα αποκτήσετε μία ιδιαιτερότητα, την Ελληνική ιδιαιτερότητα. Αλλιώς δεν θα έχετε κανένα ισχυρό σημείο στον ανταγωνισμό κανένα πλεονέκτημα, κυρίως λόγω δομής της αμπελουργίας σας.

Πρέπει να χτίσετε το μέλλον σας βάσει της ιστορίας σας. Είστε η χώρα με τον μεγαλύτερο πλούτο γηγενών ποικιλιών, εξαναγκάστε τους φυτωριούχους να πολλαπλασιάσουν υγιή φυτά Ελληνικών ποικιλιών. Έχετε ετησίως 8 εκατομμύρια τουρίστες και μία παραγωγή που δεν ξεπερνάει τα 4 εκατομμύρια εκατόλιτρα, ένα όνομα παράδοσης πολύ δυνατό, μία διατροφή πολυδιαφημισμένη σε όλον τον κόσμο, όπως η Κρητική διατροφή.

Στηρίξτε λοιπόν την πολιτική της αναδιάρθρωσης και του εκμοντερνισμού στις αξίες αυτές και όχι σε διεθνείς τάσεις που εφαρμόζονται παντού. Ένας από τους πρώην Υπουργούς Γεωργίας της χώρας σας με ρώτησε κάποτε τι θα πρότεινα για την αλλαγή της κατάστασης της αμπελουργίας στην Ελλάδα. Του απάντησα ότι θα αγόραζα εκατομμύρια ποτήρια κρασιού, λόγω των εκατομμυρίων τουριστών που επισκέπτονται την χώρα. Υποφέρετε βέβαια και από έλλειψη οινικής κουλτούρας και πιστεύω ότι πρέπει να στηριχθείτε γενικότερα σε 5 σημαντικές έννοιες : υγεία του καταναλωτή, περιβάλλον, καθαρή γεωργία χωρίς χημικά, σωστή τιμή για τον παραγωγό και τον καταναλωτή, ταυτότητα όπου πρέπει να τονιστεί η πολιτιστική κληρονομιά – ιστορία – κουλτούρα. Όλα αυτά με μία δόση καινοτομίας θα μπορέσουν να δώσουν στην Ελληνική αμπελουργία μεγάλες προοπτικές. Γνωρίζω ότι υπάρχουν μεγάλες δυσκολίες και άμεσα στο σχέδιο αναδιάρθρωσης. Θα στηρίξω όμως τις θέσεις του προέδρου σας, του Χ. Μάρκου και θα βοηθήσουμε αν θα πρέπει να επαναπροσαρμοστούν κάποια σημεία στον κανονισμό ώστε να αντιμετωπισθούν οι Ελληνικές ιδιαιτερότητες και τα προβλήματα της αμπελουργίας σας.

**Ερώτηση 1, κ. Παπράς :**

Θα σας κάνω μία ερώτηση σε τρία σκέλη,

α) Μιλήσατε για την αντίφαση μεταξύ marketing ζήτησης και προσφοράς. Για τον λόγο αυτό και εμείς επιθυμούμε να φυτεύσουμε ξενικές ποικιλίες αφού το ζητάει ο καταναλωτής.

β) Στις συζητήσεις στην GATT έχουν συνυπολογίσει το γεγονός ότι ενώ στην Ευρώπη απαγορεύονται οι φυτεύσεις στις άλλες χώρες δεν έχουν περιορισμούς ;

γ) Σχετικά με την φορολογία αν προβλέπεται να φορολογηθούν οι οίνοι και σε τι ποσοστό.

**Ερώτηση 2, κ. Βαιμάκης**

Στο νέο κύκλο συνομιλιών της GATT θα μούνε θέματα όπως παραδοσιακές ενδείξεις ; Στις υπάρχουσες συμφωνίες υπάρχει αναγνώριση των γεωγραφικών ενδείξεων – προέλευσης. Π.χ. η ρετσίνα, το ούζο, το τσίπουρο, η grappa κινδυνεύουν από τους Αμερικάνους. Μήπως θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα μέτωπο πίεσης από την ΕΕ ώστε να αποδεχτεί το Παγκόσμιο Εμπόριο τις παραδοσιακές αυτές ονομασίες ;

**ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ κ. CASTANY**

**Απάντηση 1.**

Όσον αφορά το μάρκετινγκ ζήτησης σε σχέση με την ποικιλιακή πολιτική δεν υπάρχει ασυμβατότητα. Αnéφερα το παράδειγμα της ελληνικής γραφής στις ετικέτες. Η διεθνής αγορά δεν ζήτησε διαφορετικές ποικιλίες. Ζήτησε κάτι απλό, πιο ευανάγνωστο.

Στην Γαλλία γράφουμε για παράδειγμα ΟΠΑΠ, ή «τοπικός οίνος», γράφουμε «Chateau» ή «κτήμα», «εμφιαλώνεται στο οινοποιείο του κτήματος», χρησιμοποιούμε αρκτικόλεξα. Όλα αυτά είναι ακατανόητα. Πιστεύω ότι η ελληνική ιδιαιτερότητα πρέπει να εκφραστεί καθαρά δια μέσου του σωστού μάρκετινγκ των αγαθών, ακούγοντας απλά αυτά που έχουν να πουν οι καταναλωτές.

Σκεφτήκατε ποτέ την περίπτωση όπου μία κυρία πάει να αγοράσει έξι (6) μπουκάλια κρασί από ένα σούπερ μάρκετ; Δεν μπορεί να τα κουβαλήσει μέχρι το αυτοκίνητό της γιατί είναι πολύ βαριά. Σκεφτήκατε οτι αφού βγάλουμε τον φελλό από το μπουκάλι δεν μπορούμε να τον ξαναβάλουμε γιατί δεν είναι και πολύ σωστό ; Σκεφτήκαμε τις νοικοκυρές για το αν χωράνε τα μπουκάλια στα ψυγεία τους ; Αυτό είναι το να ακούμε την ζήτηση. Δεν είναι μόνο να ακούμε τον καταναλωτή να λέει για παράδειγμα «Chardonnay». Δεν ζητάει ο καταναλωτής «Chardonnay». Ο καταναλωτής θέλει κάτι πιο απλό, πιο άμμεσο. Και το «Chardonnay» είναι άμμεσο, είναι απλό. Αλλά δεν είναι αυτή η πολιτική μας. Και αυτό αφορά το πρώτο ερώτημα.

Το δεύτερο ερώτημα αφορά τις συμφωνίες του GATT και τις φυτεύσεις. Πιστεύω ότι είναι αδύνατον να επιβάλουμε τον δικό μας τρόπο σκέψης στους άλλους λαούς του πλανήτη. Αλήθεια, ποιος έχει δίκιο; Δεν ξέρω. Αυτό που είναι σίγουρο είναι ότι στην

Ευρώπη έχουμε το δικαίωμα της επιλογής. Πρέπει να απαγορεύσουμε τις νέες φυτεύσεις ; Η Ευρώπη ήταν έτοιμη να μελετήσει την απελευθέρωση των φυτεύσεων. Μα γιατί; Ήδη υπάρχουν προβλήματα πλεονάσματος. Πρέπει να τα επιτρέψουμε όλα. Πρέπει να οδηγηθούμε στον υπερφιλελευθερισμό, στον αμπελουργικό αποσυντονισμό για να επωφεληθούν οι παραγωγοί ; Ίσως να ωφεληθούν κάποιες αμπελο-οινικές επιχειρήσεις αλλά όχι και οι χιλιάδες παραγωγοί που βρίσκονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Επομένως πιστεύω ότι είναι πολύ δύσκολο να μιλάμε για τον έλεγχο των φυτεύσεων στις διεθνείς συζητήσεις. Ο έλεγχος αυτός θα γίνει από μόνος του. Στην Χιλή σήμερα, η οποία ανέπτυξε με έναν τρόπο εξαιρετικό τα αμπέλια της, οι παραγωγοί που δεν τρύγησαν αυτήν την χρονιά δεν θα πάρουν την πριμοδότηση εκρίζωσης και την απόσταξη. Γι'αυτούς είναι το τέλος της αμπελουργίας. Θα υπάρξουν άλλες χώρες που θα πάρουν την θέση της Χιλής. Θα είναι η Βραζιλία, η Ινδία.. Υπάρχουν δυσκολίες, δεν το αρνούμαι, αλλά δεν πρέπει εξαιτίας των δυσκολιών να παραιτηθούμε. Δεν πιστεύω ότι πρέπει να αφήσουμε όλα μας τα κεκτημένα και σε κάθε περίπτωση δεν μπορούμε να επιβάλλουμε στους άλλους τον τρόπο μας. Είναι σχεδόν σίγουρο.

Τρίτο σημείο σχετικά με την φορολογία. Υπάρχουν εδώ 2 πράγματα : η υποβοήθηση που προκάλεσε ένα ελάχιστο επίπεδο φορολογίας. Και μπορώ να σας πω ότι είμαστε ολοκληρωτικά αντίθετοι και προτείνω στους υπεύθυνους πολιτικούς καθώς και τους επαγγελματίες του χώρου να ασκήσουν πίεση στον Έλληνα κομισάριο, διότι η απόφαση θα παρθεί από το συμβούλιο των κομισάριων. Έτσι θα αποφευχθεί η υποχρεωτική φορολογία διότι αλλιώς θα καταδικάσει την τοπική κατανάλωση των τουριστών και άλλων καταναλωτών.

## **Απάντηση 2.**

Η δεύτερη ερώτηση σχετικά με τις παραδοσιακές ενδείξεις. Πρέπει να σας πω ότι το θέμα έχει γίνει πλέον κατανοητό στην ΕΕ. Χρειάζεται όχι μόνο προστασία των ονομασιών προέλευσης, δηλαδή η προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων, αλλά και προστασία κάποιων παραδοσιακών ενδείξεων. Αναφέρεστε στην ρετσίνα και σε άλλες παραδοσιακές ενδείξεις. Υπάρχει μια δυσκολία. Ο ευρωπαϊκός κανονισμός δεν έχει ακόμα εγκριθεί, θα γίνει όμως την Δευτέρα. Διότι κάποιες χώρες το παρά-έκαναν με τις παραδοσιακές ενδείξεις, όπως η Γαλλία υπέβαλλε προς έγκριση 200 τέτοιες ενδείξεις. Πρέπει να είμαστε ρεαλιστές. Πως μπορούμε να προστατέψουμε ονομασίες από 8 παραγωγές χώρες αν κάθε μία έχει από 200, σύνολο 1600!!! Πρέπει να περιοριστούμε στις πιο σημαντικές. Π.χ. για την Ελλάδα θα υπάρχουν μία δεκάδα σημαντικών ενδείξεων, όπως και για την Γαλλία. Πιστεύω ότι η ΕΕ έχει καταλάβει ότι πρέπει να προστατευτούν κάποιες σημαντικές ενδείξεις που έχουν όμως και οικονομική δικαιολογία. Η Γαλλία π.χ. ζήτησε να προστατέψει την ονομασία 'παλιά αμπέλια'. Πως μπορούμε να υπερασπιστούμε νομικά τον όρο αυτό ; Ένα αμπέλι γερνάει στα 20 στα 30 ή στα 40. Ποιος μπορεί να το αποδείξει. Αντίθετα η ρετσίνα είναι μια πραγματικότητα οικονομική.