

προϊόντος, αποτελεί μιὰ ἀπὸ τὶς μεγάλες μας ἀδυναμίες. Στὶς ξένες χώρες ἕνα μέγιστο ποσοστὸ τῆς σταφίδος ἀπορροφᾶται ἀπὸ τὴν ἐσωτερικὴν κατανάλωσι. Στὴ χώρα μας ἐπὶ παραγωγῆς 100.000 τόννων περίπου καταναλώνεται μόνον ποσότης 400 τόννων.

»Πρέπει, εἶπεν ὁ κ. Παπαδόπουλος, γιὰ τὴν ἐξεύρεσι νέων ἀγορῶν καὶ γιὰ τὴν βελτίωσιν τῶν ἐξαγωγῶν μας, νὰ καταβληθοῦν σοβαρώτατες προσπάθειες».

Ὁ κ. Λουκάς Λουκάς, Διευθυντῆς τῶν Ὑπηρεσιῶν τοῦ Α.Σ.Ο. ἐδήλωσε σχετικῶς τὰ ἑξῆς :

«Ἡ Κορινθιακὴ σταφίδα εἶναι αὐτοδύναμο προϊόν. Ἡ διάθεσις τῆς στὶς καταναλωτρίαι χώρες δὲν ἐπιρραζέται βασικὰ ἀπὸ τὶς ὑψηλές ἢ χαμηλές τιμὲς τῶν ἄλλων ὁμοειδῶν προϊόντων (Σουλτανίνα) ποὺ ἐξάγουν ἄλλες χώρες. Μιὰ παλιὰ παράδοσις ἔχει καθιερώσει τὴν ζήτησιν τῆς στὴν Ἀγγλία—Ἰρλανδία καὶ τὴν Ὀλλανδία ποὺ εἰσάγουν τὸ 90 % τῶν ἐξαγωγῶν μας. Στὶς χώρες ὅμως αὐτὲς ἔχει ἐπέλθει κορεσμὸς καταναλώσεως τῆς Κορινθιακῆς ἐνῶ παράλληλα ἡ ἀνάγκη τοποθετήσεως τοῦ προϊόντος ἀξάνει λόγῳ τῆς ἀξίσεως τῆς παραγωγῆς. Περιθώρια βέβαια ἔστω καὶ περιορισμένα ὑπάρχουν σὲ ἄλλες χώρες, ἀλλὰ εἶναι ζήτημα σοβαρᾶς ἐργασίας καὶ ἐπιμόνου προσπάθειας, ἢ διάνοιξις τῶν ἀγορῶν αὐτῶν γιὰ τὴν ἑλληνικὴ σταφίδα. Μιὰ πολιτικὴ χαμηλῶν τιμῶν σὲ συνδυασμὸ καὶ μὲ ἄλλες ἐνέργειαι, (ἀνάπτυξις σχέσεων, διαφήμισις) θὰ ὑπορούσε νὰ φέρῃ καλὰ ἀποτελέσματα. Τὸ θέμα εἶναι ὅπως συζητήθηκε καὶ στὴν τελευταία διάσκεψιν τῆς Ρώμης (2—8 Ἰουλίου 1962) πῶς θὰ πεισθοῦν οἱ χώρες ποὺ τρῶνε σταφίδα νὰ καταναλίσκουν περισσότερη καὶ ἐκεῖνοι οἱ λαοὶ ποὺ δὲν τὴν τρῶνε νὰ τὴν συνηθίσουν. Πάντως πρέπει νὰ σημειωθῆ ὅτι ἡ ἐπέκτασις τῶν ἐξαγωγῶν τῆς Κορινθιακῆς καὶ ἡ διάνοιξις νέων ἀγορῶν δὲν εἶναι

θέμα ἐκτοπίσεως ὁμοειδῶν προϊόντων (Σουλτανίνα). Ὁ συναγωνισμὸς ἴσα—ἴσα θὰ καταλήξῃ εἰς ἀδιέξοδον.

»Ἡ σταθερότης τῶν ἐξαγωγῶν μας δὲν σημαίνει πρόδοον εἰς τὴν κατανάλωσιν τῆς Κορινθιακῆς. Ἀντιθέτως σημαίνει ὀποχώρησιν. Παρὰ τὴν ἀύξησιν τοῦ πληθυσμοῦ καὶ τὴν ἀύξησιν τοῦ εἰσοδήματος ποὺ σημειώονται στὶς καταναλωτρίαι χώρες, ἡ καταναλώσις τῆς Κορινθιακῆς παρουσιάζει μιάν στασιμότητα κι' αὐτὸ σημαίνει ὅτι στὶς χώρες αὐτὲς τρῶνε λιγώτερον τὰ νοπὰ φρούτα κατάλληλα γιὰ τὴν κατανάλωσιν ὅλες τὶς ἐποχὰς τοῦ χρόνου, οἱ κονσέρβες ἀκόμη, ἀποτελοῦν ἀνασταλτικὸς παράγοντες στὴ διάθεσι τῆς Κορινθιακῆς. Πρέπει λοιπὸν νὰ γίνουσι σοβαρᾶς προσπάθειαι γιὰ τὴν ἐπέκτασι τῶν ξένων καταναλωτικῶν ἀγορῶν. Ὁ τρόπος διαφημίσεως τῆς ἀμερικανικῆς σταφίδος καὶ ἡ ἐπιτυχία ποὺ ἐσημείωσε στὴν ἰαπωνικὴν ἀγορὰ καταδεικνύει τὴν ἀποτελεσματικότητα τοῦ μέσου.

Χρειάστηκε ὅμως νὰ καταβληθῆ μεγάλη προσπάθεια ἀπ' τοὺς Ἀμερικανοὺς καὶ νὰ διατεθοῦν ἀκόμη 1.300.000 δολλάρια μὲ τὸ σοβαρὸ ὅμως ἀποτέλεσμα νὰ ἀνεβῆ μέσα σὲ 2 χρόνια ἡ κατανάλωσις ἀπὸ 3.000 τόννους στοὺς 15.000.

»Κάτι ἀνάλογο πρέπει νὰ γίνῃ καὶ μὲ τὴ δική μας σταφίδα, προσέθεσε ὁ κ. Λουκάς, ἢ ὅποια βέβαια διαθέσι καὶ τὴν ποιτικὴ ἀνωτερότητα. Ὁ Α.Σ.Ο. ἔχει ἀρχίσει τὶς προσπάθειαι. Ἡ διαφήμισις, βέβαια, μπορεῖ νὰ ἀποδώσῃ μακροχρονίως ὅταν βέβαια καταβληθῆ σοβαρὴ καὶ κατάλληλος ἐργασία καὶ διατεθοῦν τὰ ἀνάλογα κεφάλαια. Θὰ πρέπει λοιπὸν καὶ τὸ προϊόν νὰ ἐπιβαρυνθῆ γιὰ τὴν προσπάθειαν αὐτὴν ἢ ὅποια θὰ ἀποβῆ εἰς ὄφελός του μὲ 10 λεπτά κατὰ κιλ. Με 10.000.000 δραχμῶν τὸ χρόνο θὰ εἶναι δυνατόν νὰ δώσῃ σοβαρὰ ἀποτελέσματα ἢ ἐκστρατεία διαφήμισης».