

## Αλληλέγγυες συμπράξεις γεωργών καταναλωτών. Η περίπτωση της Κοινοτικά Στηριζόμενης Αγροτικής Παραγωγής (ΚΟ.Σ.Α.Π.) στην Αττική.

*Κεχαγιά Βαρβάρα \** και *Παρταλίδου Μαρία \*\**

\* Τελειόφοιτη Τμήματος Γεωπονίας, Α.Π.Θ. [ykechagi@agro.auth.gr](mailto:ykechagi@agro.auth.gr)

\*\* Λέκτορας Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Α.Π.Θ. [parmar@agro.auth.gr](mailto:parmar@agro.auth.gr)

### Περίληψη

Σε μία εποχή που η εμπιστοσύνη παραγωγού - καταναλωτή τίθεται υπό συζήτηση και η οικονομική κρίση υπονομεύει την πρόσβαση σε ποιοτικά βιολογικά προϊόντα, ο θεσμός της Κοινωνικά Υποστηριζόμενης Γεωργίας (ΚΥΓ), έρχεται να επαναπροσδιορίσει τον τρόπο με τον οποίο αστοί καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε φρέσκα, υγιεινά, εποχιακά τρόφιμα. Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να περιγράψει τη στάση των καταναλωτών που συμμετέχουν σε ομάδες ΚΟΣΑΠ σε περιοχές της Αττικής, όπου αυτές οργανώνονται και λειτουργούν. Η έρευνα διεξάγεται κατά κύριο λόγο στους τόπους συνάντησης γεωργού και μελών (γειτονιές της Αθήνας) με τη χρήση ερωτηματολογίων που απευθύνονται στους καταναλωτές. Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων προκύπτουν συμπεράσματα για το προφίλ των μελών, τα κίνητρά τους να συμμετέχουν στο θεσμό και για τον τρόπο λειτουργίας των ομάδων ώστε να μπορέσει να προτείνει βελτιώσεις στις ήδη υφιστάμενες ή να επισημάνει τα κύρια σημεία σε ενδεχόμενες νέες συμπράξεις στο μέλλον.

**Λέξεις – κλειδιά:** Κοινοτικά Στηριζόμενη Αγροτική Παραγωγή (ΚΟ.Σ.Α.Π.), εμπιστοσύνη, αστοί, μικροί γεωργοί, αλληλέγγυα οικονομία

### Abstract

Within the global market system trust between farmers and consumers is under discussion. In addition the economic crisis undermines the access to qualitative-organic –fresh products. Community Supported Agriculture (CSA) or solidarity Agriculture tries to redefine the way in which urban consumers have access to fresh - healthy food. CSA supports small farmers who operate near and around towns, supporting their incomes. CSA's philosophy differs significantly from today's globalized food market model (Jarosz, 2008) where major supermarket chains and retail stores are being supplied by international sources and their quality is to be questioned. The aim of this paper is to describe the attitude of consumers participating in CSA groups in regions

of Athens, where they are organized and operate. Research is conducted mainly by on site observation and personal interviews at places where farmers and members meet (Athens neighborhoods). Analysis elaborates on members' profile and their motivation to participate in CSA. It also gives clear information regarding the way teams operate and how they can be improved.

**Key words:** Community Supported Agriculture, trust, small farmers, solidarity

## Εισαγωγή

Από τη στιγμή που ξεκίνησε η βιομηχανοποίηση στην παραγωγή των γεωργικών προϊόντων καλύφθηκαν μεν οι διατροφικές ανάγκες σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο, δημιουργήθηκαν όμως ποικίλα προβλήματα τόσο στην υγεία των ανθρώπων και στο περιβάλλον όσο και στη σχέση πόλης- υπαίθρου (Ανθοπούλου, 2013). Η αλόγιστη χρήση χημικών λιπασμάτων, φυτοφαρμάκων ακόμη και επεξεργασμένων ζωοτροφών (κυρίως από τη μεριά των μεγαλογεωργών και των μεγαλοκτηνοτρόφων), έχει αναμφισβήτητα συμβάλει στην ανάπτυξη ασθενειών τόσο στους ανθρώπους όσο και στα παραγωγικά ζώα τα οποία με τη σειρά τους καταλήγουν στο πιάτο των καταναλωτών. Επίσης, τα χημικά απόβλητα γεωργικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων ρυπαίνουν λίμνες, ποτάμια και ποσότητες υδάτων, οι οποίες καθίστανται ακατάλληλες για οποιαδήποτε χρήση και παράλληλα δημιουργούνται πολλαπλά προβλήματα στο φυσικό μας περιβάλλον. Τέλος, λόγω της μεγάλης πλέον προσφοράς αγροτικών προϊόντων δεν είναι λίγοι οι γεωργοί και οι κτηνοτρόφοι, που αναγκάζονται να ξεπουλάνε τα εμπορεύματά τους σε εξευτελιστικές τιμές παρά το γεγονός πως φτάνουν στα καλάθια των καταναλωτών πολλές φορές σε πολλαπλάσια τιμή.

Λόγω των παραπάνω δημιουργείται δυσπιστία από πλευράς των καταναλωτών προς τους παραγωγούς, η οποία κλονίζει τις σχέσεις και την εμπιστοσύνη μεταξύ τους. Με την εμφάνιση της βιολογικής καλλιέργειας, των προϊόντων γεωγραφικής ένδειξης και άλλων «τοπικοποιημένων» αγροδιατροφικών προϊόντων, εισήχθησαν στις αγορές τρόφιμα υψηλότερης ποιότητας, μιας ιδιότυπης ποιότητας, από αυτήν που προσφέρουν τα συμβατικά προϊόντα, ενισχύοντας παράλληλα το εισόδημα των παραγωγών σε τοπικό επίπεδο και διασφαλίζοντας τα αιτήματα για διατροφική ασφάλεια (Ανθοπούλου, 2013). Ωστόσο, δημιουργούνται νέα προβλήματα (συγκεκριμένα ένα είδος κοινωνικού αποκλεισμού) στην αστική κοινωνία, μιας και δεν μπορούν όλες οι τάξεις καταναλωτών να προμηθευτούν βιολογικά και ιδιότυπα τρόφιμα

λόγω της υψηλής τιμής τους. Λύσεις στα παραπάνω προβλήματα, έρχονται να δώσουν διάφορα κινήματα πολιτών, τα οποία εδώ και αρκετά χρόνια έχουν κατακτήσει πολλές χώρες σε Ευρώπη, Αμερική και Ασία (Hinrichs, 2000).

Ένα από αυτά τα κινήματα είναι και η Κοινωνικά Υποστηριζόμενη Γεωργία (ΚΥΓ) ή Κοινοτικά Στηριζόμενη Αγροτική Παραγωγή (ΚΟΣΑΠ). Πρόκειται για μία μορφή συμβολαιακής γεωργίας, η οποία έχει τις βάσεις της στην αλληλέγγυα οικονομία και στηρίζεται στην προσωπική επαφή παραγωγού-καταναλωτή και στη δημιουργία μίας σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ τους. Η υπάρχουσα διεθνής βιβλιογραφία για την ΚΥΓ έχει εστιάσει στην περιγραφή του προφίλ των μελών-καταναλωτών καθώς και των κινήτρων και των εμποδίων συμμετοχής τους σε σχήματα ΚΥΓ (MacMillan et al, 2012).

Προς αυτή την κατεύθυνση η παρούσα εργασία προσπαθεί να καλύψει το ερευνητικό κενό στην ελληνική βιβλιογραφία περιγράφοντας το προφίλ, τα κίνητρα και τους προβληματισμούς των αστών καταναλωτών που συμμετέχουν σε ομάδες Κοινωνικά Στηριζόμενης Αγροτικής Παραγωγής σε περιοχές της Αττικής, όπου αυτές οργανώνονται και λειτουργούν. Ειδικότερα το άρθρο παρουσιάζει προσωπικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, τους λόγους που τους ώθησαν να λάβουν μέρος στον πρωτόγνωρο αυτό για την Ελλάδα θεσμό, καθώς επίσης τις διάφορες επιλογές τους, αλλά και θέματα που τους απασχολούν σε σχέση με τη λειτουργία της ομάδας τους με σκοπό να καταφέρουν αυτές να βελτιωθούν και να έρθουν πιο κοντά στις ανάγκες των μελών τους, ώστε να εξαπλωθεί το κίνημα και σε άλλες περιοχές της Αθήνας, αλλά και της υπόλοιπης Ελλάδας.

### **Θεωρητικό υπόβαθρο**

Η Κοινωνικά Υποστηριζόμενη Γεωργία (Community Supported Agriculture) μαζί με τις αγορές των γεωργών (farmer's markets), τις συνεταιριστικές διανομές (cooperative distribution) και τα κουτιά λαχανικών (vegetable box schemes) είναι μερικά από τα σύγχρονα παραδείγματα και τις εναλλακτικές μορφές ανάπτυξης της αγροτοδιατροφικής αλυσίδας, τα οποία αντιτίθενται στο παγκοσμιοποιημένο και απρόσωπο σύστημα παραγωγής και διάθεσης των τροφίμων (Hinrichs, 2000). Η ΚΥΓ συνδέει άμεσα τους κατοίκους μίας αστικής περιοχής και ορισμένους αγρότες, που δραστηριοποιούνται σε κοντινές περιοχές, μέσω μίας οργανωμένης ομάδας, εξαλείφοντας την ύπαρξη του «μεσάζοντα» στην εφοδιαστική αλυσίδα. Εισάγει την έννοια της αλληλέγγυας γεωργίας μέσω προκαθορισμένων συμβολαίων ομάδας αστών με μικρούς (ή και

μεγαλύτερους) γεωργούς σύμφωνα με τα οποία το ρίσκο και η ανταμοιβή της παραγωγής μοιράζεται μέσω της κοινής ιδιοκτησίας, της επένδυσης, του επιμερισμού του κόστους με το γεωργό ή και την προσφορά εργασίας στο αγρόκτημά του (Saltmarsh et al, 2011). Η εμπειρία άλλων χωρών στην ΚΥΓ είναι πολύ μεγαλύτερη από ότι στην Ελλάδα, όπου μόλις πρόσφατα και εν μέσω της οικονομικής κρίσης η ΚΥΓ τίθεται σε δημόσια συζήτηση σχετικά με την επισιτιστική ασφάλεια και τους τρόπους με τους οποίους η κοινωνία των πολιτών μπορεί να δράσει αλληλέγγυα (Partalidou, 2013), στηρίζοντας παράλληλα τη μικρή οικογενειακή γεωργική παραγωγή, μια μορφή γεωργίας που κυριαρχεί στις χώρες του Ευρωπαϊκού Νότου και στην Ελλάδα ακόμη περισσότερο (Kasimis and Papadopoulos, 2001). Κατά την εφαρμογή της ΚΥΓ, ο γεωργός-κτηνοτρόφος παράγει βιολογικά τρόφιμα για μια ή περισσότερες ομάδες κατοίκων μίας περιοχής (που ονομάζονται "μέτοχοι" ή "συνδρομητές"), οι οποίοι δεσμεύονται στην αρχή κάθε έτους ή καλλιεργητικής περιόδου να αγοράσουν μέρος της καλλιέργειας του εν λόγω αγροκτήματος. Οι μέτοχοι έτσι υποστηρίζουν άμεσα ένα τοπικό αγρόκτημα και λαμβάνουν σε εβδομαδιαία ή μηνιαία βάση φρέσκα και υψηλής ποιότητας αγροτικά προϊόντα. Οι παραγωγοί λαμβάνουν ένα αρχικό κεφάλαιο σε μετρητά (κάτι σαν επένδυση από την πλευρά των μετόχων), μία χρηματοδότηση δηλαδή για τη δραστηριότητά τους και τη συνέχιση της λειτουργίας της εκμετάλλευσής τους και μέσω της επικοινωνίας τους με τους αστούς, δημιουργείται ένας χώρος για ορισμένες αλλαγές, έτσι ώστε η παραγωγή να πλησιάζει τις ανάγκες των μετόχων. Με τον τρόπο αυτό και τα δύο μέρη μοιράζονται από κοινού τα οφέλη και τους κινδύνους που πιθανόν να ενέχει μία αγροτική επιχείρηση (Wilkinson, 2001).

Θεωρείται πως η ιδέα ξεκίνησε στην Ιαπωνία κατά τη δεκαετία του '60. Τότε λόγω της μαζικής εντατικοποίησης των καλλιεργειών και της μεγάλης χρήσης χημικών, ορισμένες μητέρες έχοντας ανησυχίες για τη διατροφή των παιδιών τους, οργάνωσαν τα "TEIKIS". Το όνομα αυτό μεταφράζεται σε γενικές γραμμές ως «τρόφιμα με το πρόσωπο – την υπογραφή του γεωργού». Οι Ευρωπαίοι αγρότες προσάρμοσαν την έννοια "TEIKIS" κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970, ενώ η πρώτη εμφάνιση της CSA στις ΗΠΑ ήταν στο Wilton Community Farm στο New Hampshire και στο Indian Line Farm, στη Μασαχουσέτη, το 1985 (Groh and McFadden, 1997). Βέβαια υπάρχουν και θεωρίες που υποστηρίζουν πως η αρχική ιδέα προήλθε από την Ελβετία και απλώς αναπτύχθηκε στην Ιαπωνία. Παρά την καθυστερημένη εφαρμογή του θεσμού στις Ηνωμένες Πολιτείες η ανάπτυξη υπήρξε ραγδαία. Το 2000 είχαν δημιουργηθεί περισσότερες από 1.000 φάρμες (Wilkinson, 2001). Στα μέσα του 2009 ο οργανισμός Local Harvest που συνδέει

καταναλωτές και παραγωγούς υπολόγισε 2,932 φάρμες και παρατήρησε εντυπωσιακή αύξηση στον αριθμό των νέων (Galt, 2011). Στην περίπτωση των ΗΠΑ στο «κεφάλαιο» που καταβάλλει ένας αστός για να γίνει μέτοχος, συμπεριλαμβάνεται το κόστος της παραγωγής και ο μισθός για τον παραγωγό. Σαν αντάλλαγμα κάθε καταναλωτής λαμβάνει το 1/100 της συνολικής ετήσιας παραγωγής (Sharp et al, 2002). Βέβαια οποιοδήποτε μέλος έχει τη δυνατότητα να προσφέρει εργασία στις καλλιεργητικές φροντίδες της φάρμας αφιερώνοντας 5-10 ώρες την εβδομάδα και έτσι να κερδίσει έκπτωση μέχρι 50% στο χρηματικό ποσό που καταβάλλει (Thompson and 2007).

Το πρώτο παράδειγμα τέτοιου είδους φάρμας στην Ελβετία, έγινε κοντά στη Ζυρίχη και ονομάστηκε Toranimbur. Σήμερα στη γαλλόφωνη Ελβετία το πρόγραμμα είναι πιο ανεπτυγμένο. Υπάρχουν 27 οργανώσεις, σε αντίθεση με τη γερμανόφωνη Ελβετία, όπου υπάρχουν μόνο 9. Το κόστος για τη συνδρομή και ο τρόπος συμμετοχής στη διαδικασία, καθορίζονται είτε από τους αγρότες είτε αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Υπάρχουν διάφορες μορφές καλαθιού πχ. μεγάλο ή μικρό ή καλάθι με κρέας ή λαχανικά. Ορισμένες ομάδες προσφέρουν οικονομικότερες συμμετοχές, οι οποίες καθορίζονται σύμφωνα με το εισόδημα του καταναλωτή. Οι παραδόσεις γίνονται κάθε εβδομάδα, μήνα ή και χρόνο, ανάλογα με το είδος του προϊόντος σε συγκεκριμένα σημεία. (Schlicht et al 2011).

Το 2011 ξεκίνησε ο θεσμός στη Βιέννη με τη φάρμα 'Gärtnerhof Ochsenherz'. Το 2012 δημιουργήθηκαν άλλα 2 αγροκτήματα και μέχρι τον Ιούλιο του 2013 υπήρχαν ήδη 9. Ορισμένα ονομάζονται GeLa που σημαίνει «καλλιεργώντας μαζί» ενώ κάποια άλλα πήραν γερμανικά ονόματα. Στις περισσότερες μονάδες καλλιεργούνται λαχανικά, αλλά σε 2 από αυτές παράγονται γαλακτοκομικά προϊόντα (Bashford et al, 2013).

Στη Γερμανία το 1986 οι Heiloh Loss και Carl-August Loss αποφάσισαν να δωρίσουν την περιουσία τους για τη δημιουργία μιας «γης εμπιστοσύνης». Έτσι ο Traugher Groh μαζί με άλλους ξεκίνησαν μια νέα εμπειρία γεωργίας στο Αμβούργο, τη γνωστή μέχρι σήμερα ομάδα Buschberghof. Πλέον στη Γερμανία υπάρχουν 19 φάρμες CSA και οι περισσότερες απέχουν μέχρι 50 χλμ από αστικό κέντρο (Schlicht et al 2011).

Στη Δυτική Ουαλία λειτουργεί εδώ και 4 περίπου χρόνια μία κοινότητα CSA, η COCA. Εκεί μέχρι και το 2011, καλλιεργούνταν λαχανικά για 36 άτομα. Οι μετοχές είναι δύο μεγεθών. Το πλήρες μερίδιο για 2-4 άτομα που κοστίζει £10 την εβδομάδα και το μισό μερίδιο με κόστος £5. Αρχικά μισθώνονταν 5 στρέμματα στο αγρόκτημα Caerhys με στόχο την περαιτέρω

ανάπτυξη της ομάδας (ΔΗΩ, 2011). Στη Γαλλία αυτή τη στιγμή υπάρχουν περίπου 1.200 αγροκτήματα στα οποία εμπλέκονται 200.000 καταναλωτές. Η «μετοχή» ορίζεται συνήθως από τους παραγωγούς στα 15€ ανά παράδοση, ποσό το οποίο συζητείται και σπάνια προκαταβάλλεται για ολόκληρο χρόνο (Schlicht et all 2011).

Στις αρχές του 2013 στην Τσέχικη Δημοκρατία, υπήρχαν περίπου 10 εναλλακτικά συστήματα διανομής τροφίμων που αυτοαποκαλούνταν ΚΥΓ, αφού όλα ήταν βασισμένα στην αλληλεγγύη. Ατυπες ομάδες καταναλωτών πληρώνουν προκαταβολικά σε μηνιαία βάση ή για όλη τη σεζόν και παίρνουν την παραγωγή. Επίσης έχουν για τη διανομή και τη διαχείριση του προγράμματος (Bashford et all, 2013). Όσον αφορά το Βέλγιο παρουσιάζει διάφορες μορφές ΚΥΓ ανάλογα με την περιοχή. Οι φάρμες στη Φλάνδρα (Vodeselteams) είναι πιο κοντά στο γνωστό μοντέλο CSA από ότι οι GASAP στις Βρυξέλλες. Οι τιμές καθορίζονται από τους παραγωγούς και προκύπτουν αφού υπολογιστούν όλα τα κόστη. Η συμμετοχή είναι περίπου 355€ το χρόνο και πληρώνεται σε 1 ή 2 δόσεις. Σήμερα υπάρχουν περίπου 60 ομάδες στη Φλάνδρα και 40 στις Βρυξέλλες (Schlicht et all, 2011). Ανάλογες μορφές ΚΥΓ σε άλλες χώρες<sup>i</sup> είναι: Γεωργία Υποστηριζόμενη από την Κοινότητα (A.S.C.) στον Καναδά, Μοντέλο Reciproco στην Πορτογαλία, Οργανώσεις αλληλέγγυων αγορών GAS στην Ιταλία, Δίκτυο «απευθείας πωλήσεων» ή «πράσινων καλαθιών» στη Λετονία και στην Νορβηγία με το όνομα Andelslandbruk.

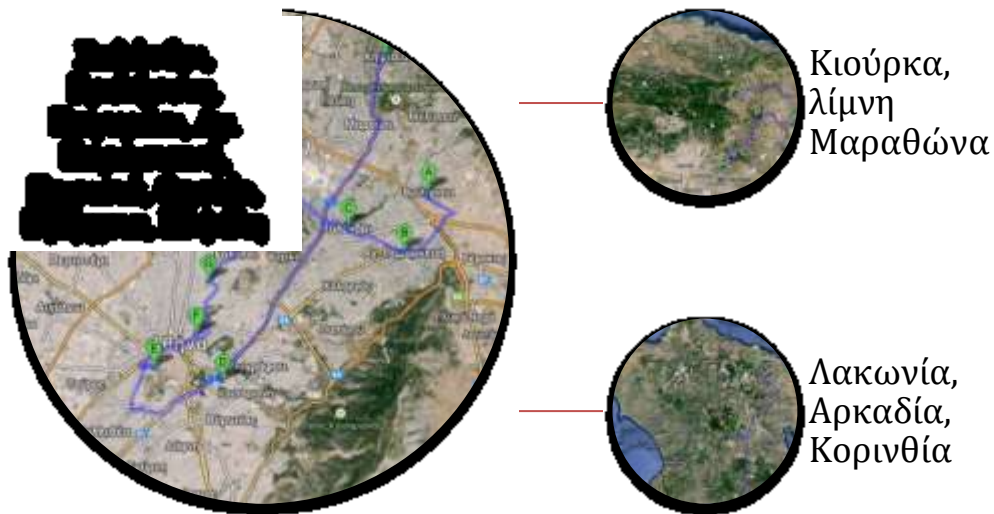
Στο εξωτερικό ο θεσμός της ΚΥΓ έχει κερδίσει μεγάλο έδαφος στην εφοδιαστική αλυσίδα των τροφίμων, γι' αυτό και έχουν δημιουργηθεί ορισμένες διαφοροποιήσεις από περιοχή σε περιοχή, ανάλογα πάντα με τις ανάγκες του εκάστοτε καταναλωτικού κοινού. Οι διαφοροποιήσεις αυτές έχουν να κάνουν κυρίως με το ποιός είναι ο διαχειριστής του προγράμματος ΚΥΓ, δηλαδή ο γεωργός, οι αστοί, μια ομάδα γεωργών, μια ομάδα αστών κλπ (Wilkinson, 2001). Το πρόγραμμα αυτό κατάφερε να λύσει πολλά από τα προαναφερόμενα προβλήματα καθώς υποστηρίζει και προστατεύει τους μικρούς παραγωγούς που διαθέτουν εκμεταλλεύσεις σε περιοχές κοντά σε αστικά κέντρα, εξασφαλίζοντάς τους σίγουρο εισόδημα, ενισχύοντας έτσι την τοπική οικονομία. Παράλληλα, βελτιώνει τη διαδικασία πρόσβασης αστών καταναλωτών σε υγιεινά αγροτικά προϊόντα, αφού δεν χρειάζεται να χάνουν χρόνο ψάχνοντας τα πιστοποιημένα ποιοτικά λαχανικά, φρούτα κλπ ενώ ταυτόχρονα τα απολαμβάνουν σε χαμηλότερη τιμή. Καταργεί επίσης την έννοια του μεσάζοντα, γεγονός που επιφέρει αύξηση και σταθεροποίηση στα κέρδη των παραγωγών, μείωση του κόστους για τους μετόχους και

δημιουργεί την ευκαιρία για διάλογο μεταξύ των κατοίκων της πόλης και της υπαίθρου. Τέλος, υποστηρίζεται η βιοποικιλότητα και οι ορθές πρακτικές χρήσης των αγροτικών εκτάσεων, οι οποίες παράγουν ένα ευρύ φάσμα ειδών και δίνουν τη δυνατότητα στα μέλη των ομάδων να καταναλώνουν προϊόντα που δε θα επέλεγαν μόνοι τους (Wilkinson, 2001).

### **Μεθοδολογία έρευνας**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 10 περιοχές του λεκανοπεδίου Αττικής και συγκεκριμένα στο Χαλάνδρι, από όπου και ξεκίνησε η εφαρμογή του θεσμού στην Ελλάδα, στο Παγκράτι, στα Πετράλωνα, που είναι μέχρι στιγμής οι δύο μεγαλύτερες σε συμμετοχή ομάδες, στο Κουκάκι, στην Κυψέλη, στο Μοσχάτο, στα Ιλίσια, στο Θησείο, στην Αργυρούπολη και στα Εξάρχεια (βλέπε Σχήμα 1). Σε κάθε περιοχή<sup>ii</sup> οργανώνεται και λειτουργεί μία ομάδα, πλην όμως των Εξαρχείων όπου έχουν δημιουργηθεί δύο ομάδες καταναλωτών. Ο ένας εκ των δύο παραγωγών παραδίδει «καλάθια» και στην Αγία Παρασκευή και συγκεκριμένα στο χώρο του γαλλικού σχολείου δεν ήταν όμως δυνατή η συλλογή στοιχείων στην περιοχή αυτή, καθώς οι συμμετέχοντες είναι κυρίως γαλλόφωνοι και συνεπώς δε θα ήταν εφικτό να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια. Εκτός αυτού παραδίδει «καλάθια» και στον Άλιμο και την Ηλιούπολη σε πολύ περιορισμένο αριθμό ατόμων (1-2 ανά περιοχή) και όχι σε εβδομαδιαία βάση, αλλά κατόπιν παραγγελίας, συνεπώς δεν υπάρχει οργανωμένη ομάδα. Ο πληθυσμός των αστών που παίρνουν μέρος σε μόνιμη βάση, παρότι δεν είναι σταθερός υπολογίζεται σε 300 συμμετοχές ανά εβδομάδα με βάση τα στατιστικά στοιχεία των δύο παραγωγών. Συγκεκριμένα περίπου τα 250 καλάθια προμηθεύει ο ένας και 45 με 50 ο άλλος.

### **Σχήμα 1: Συμπράξεις αστών με βιοκαλλιεργητές στην Αττική**



Η διεξαγωγή της έρευνας, ξεκίνησε με επικοινωνία με τον βασικό πληροφορητή μας στην Αττική που θεωρείται ότι εισήγαγε το θεσμό της ΚΥΓ στην Ελλάδα και διοργάνωσε την πρώτη ομάδα ΚΟΣΑΠ στο Χαλάνδρι. Ο άνθρωπος αυτός παραμένει μέχρι και σήμερα συντονιστής όλου του προγράμματος στην Αθήνα, βοηθώντας άτομα που επιθυμούν να οργανώσουν νέες ομάδες σε περιοχές που δεν διαθέτουν ακόμη, ενώ παράλληλα συμβουλεύει τους οργανωτές στις ήδη υπάρχουσες ομάδες. Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε επιτόπια παρατήρηση στο χώρο παράδοσης των καλαθιών καθώς και ανοιχτή συζήτηση με ορισμένους συμμετέχοντες και τη βοήθό ενός βιοκαλλιεργητή, η οποία μαζί με τους δύο προαναφερόμενους, υπήρξαν σε όλη τη διάρκεια της έρευνας μας, οι κύριοι «πληροφοριοδότες-κλειδιά» (Ιωσηφίδης, 2008).

Μέσα από την προκαταρκτική έρευνα σχεδιάστηκε το ερωτηματολόγιο για την ποσοτική δειγματοληπτική έρευνα με βάση το οποίο έγιναν οι προσωπικές συνεντεύξεις. Έπειτα από λίγο καιρό και για διάστημα 12 μηνών η επιτόπια παρατήρηση συνεχίστηκε στους τόπους παράδοσης των καλαθιών και ολοκληρώθηκε η διεξαγωγή των συνεντεύξεων σε τελικό δείγμα 75 καταναλωτών-μελών σε συνολικά 11 ομάδες ΚΟΣΑΠ, αριθμός που θεωρείται ικανοποιητικός για τις ανάγκες και τους στόχους της έρευνας.

Η επιτόπια έρευνα πραγματοποιήθηκε με χρήση ατομικών ερωτηματολογίων στους τόπους συνάντησης καταναλωτών και παραγωγού. Οι συναντήσεις έλαβαν χώρα σε συγκεκριμένα μέρη και ώρες που είχαν συμφωνηθεί από τον παραγωγό και την εκάστοτε ομάδα. Τέτοια συνήθως είναι η κεντρική πλατεία μίας περιοχής ή ο χώρος όπου στεγάζεται κάποιος



συνεταιρισμός ή κάποιο εθελοντικό κίνημα πολιτών. Οι ερωτήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν οι καταναλωτές-μέλη ήταν κλειστού και ανοιχτού τύπου και παράλληλα αξιολόγησαν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert το βαθμό με τον οποίο συμφωνούν ή διαφωνούν με ορισμένες προτάσεις που αφορούν τον τρόπο λειτουργίας των ομάδων και τις στάσεις τους σε θέματα σχετικά με την εφαρμογή της ΚΥΓ. Η επεξεργασία των δεδομένων έγινε με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος S.P.S.S., έκδοση 21, η οποία περιελάμβανε την περιγραφική στατιστική ανάλυση, διασταυρώσεις πινάκων και ανάλυση γραφημάτων που αφορούν το προφίλ των καταναλωτών-μελών, και τις προτιμήσεις τους.

### **Αποτελέσματα επιτόπιας έρευνας**

#### *Το προφίλ των μελών ΚΟΣΑΠ*

Σύμφωνα με την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας το προφίλ του μέσου συμμετέχοντα έχει ως εξής: Με διαφορά περίπου 10% οι γυναίκες είναι περισσότερες αριθμητικά, με ποσοστό 54,7% έναντι 45,3% των αντρών πράγμα που πιθανόν οφείλεται στο γεγονός πως εκείνες ακόμη και σήμερα, ασχολούνται περισσότερο με την αγορά των ειδών πρώτης ανάγκης όπως είναι τα τρόφιμα ενώ έχει διαπιστωθεί ότι ανταποκρίνονται πιο εύκολα στις έρευνες γνώμης. Οι ηλικιακές κλίμακες δημιουργήθηκαν με εύρος τα 10 χρόνια. Οι μισοί περίπου ερωτώμενοι βρίσκονται μεταξύ 36 και 45 ετών με ποσοστό που φτάνει το 46,7%. Η αμέσως επόμενη κλάση ηλικιών είναι αυτή των 46 με 55 ετών με 25,3%. Οι νεότερες ηλικίες 26 με 35 ετών είναι μόλις στο 13,3% του δείγματος, ενώ δεν υπήρξε κανένας συμμετέχοντας μικρότερος των 26 ετών. Σημαντικό είναι το γεγονός πως το 73,3% των ερωτηθέντων έχουν αποκτήσει πτυχίο ανώτερου ή ανώτατου εκπαιδευτικού ιδρύματος. Το 10,7% έχει ολοκληρώσει και μεταπτυχιακές σπουδές. Όσο για το επάγγελμα των καταναλωτών επικρατέστερο φαίνεται πως είναι αυτό του εκπαιδευτικού (τόσο στην πρωτοβάθμια όσο και στην δευτεροβάθμια) αφού το δήλωσαν οι 12 στους 75, ενώ 7 άτομα δήλωσαν άνεργοι.

Σχετικά τώρα με την οικογενειακή κατάσταση των καταναλωτών που πήραν μέρος στην έρευνα το 58,7% δήλωσε πως έχει παντρευτεί, γεγονός το οποίο πιθανόν συνάδει με την ηλικία τους ενώ το 22,7% όχι. Ποσοστό 16% είναι μονομελή νοικοκυριά, το 30% είναι νοικοκυριά με 2 άτομα, ενώ οικογένεια με 1 ή 2 παιδιά ή και περισσότερα μέλη έχει η πλειονότητα με 60%. Το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των αστών που συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια δεν θεωρείται ιδιαίτερα χαμηλό. Περισσότεροι από τους μισούς και συγκεκριμένα το 56% απολαμβάνει

χρηματικές απολαβές μεταξύ 1000€-2000€ και περίπου το ένα τρίτο αυτών έχουν εισόδημα μικρότερο των 1000€. Τέλος το 4% αμείβεται με αμοιβές μεγαλύτερες από 3000€ το μήνα. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνει πως τα βιολογικά προϊόντα επιλέγονται κυρίως από άτομα με καλύτερη οικονομική κατάσταση και όχι από χαμηλόμισθους.

#### *Κίνητρα συμμετοχής και ο ρόλος της οικονομικής κρίσης*

Οι λόγοι για τους οποίους συμμετέχουν ποικίλλουν. Μεγάλος αριθμός ερωτηθέντων και συγκεκριμένα οι 46 από τους 75 υποστήριξε πως κίνητρό του ήταν η καλύτερη ποιότητα που διαθέτουν τα προϊόντα των παραγωγών, που προμηθεύουν τις ομάδες ΚΟΣΑΠ. Δεύτερη σημαντικότερη (δηλώθηκε από 27 καταναλωτές) είναι η χαμηλότερη τιμή του καλάθιού από ομοειδή τρόφιμα στις βιολογικές λαϊκές και τρίτη η διάθεσή τους να υποστηρίξουν το θεσμό και τους μικρούς Έλληνες παραγωγούς. Περίπου 7 στους 75 ήταν αυτοί που υποστήριξαν πως αυτό που τους ώθησε να πάρουν μέρος ήταν η αίσθηση της ομάδας, η πρωτοτυπία της ιδέας καθώς και οι πολιτικές τους στάσεις, ενώ ακόμη λιγότεροι ήταν αυτοί που δήλωσαν πως συμμετείχαν για την άνεση που τους παρέχει το ετοιμοπαράδοτο καλάθι ή για περιβαλλοντικούς λόγους.

Στην ερώτηση «εάν η οικονομική κρίση τούς ώθησε να συμμετέχουν σε μία ομάδα ΚΟΣΑΠ», η πλειονότητα έδωσε αρνητική απάντηση, αφού το 22,7% δήλωσε «καθόλου» και το 30,7% «όχι πολύ». Το 12% επηρεάστηκε αρκετά, το 20% πολύ, ενώ μόλις ένα 12% παραδέχτηκε πως ήταν ο λόγος για να πάρει μέρος. Το γεγονός αυτό φανερώνει πως παρ' όλη την κρίση που βιώνει η ελληνική αστική κοινωνία, η συμμετοχή στο θεσμό της ΚΥΓ δεν γίνεται για λόγους οικονομίας.

#### *Επιλογές και προβληματισμοί*

Το 56% των αστών προμηθεύεται τα λαχανικά του σε εβδομαδιαία βάση από την ομάδα στην οποία συμμετέχει, το 33,3% κάθε 2 εβδομάδες ενώ ένα 10% περίπου μία φορά το μήνα ή και σπανιότερα. Οι καταναλωτές στη συνέχεια κλήθηκαν να απαντήσουν εάν η σημερινή κοινωνία μπορεί να καλύψει τις διατροφικές ανάγκες της χωρίς σούπερ μάρκετ, και εάν οι ίδιοι οι ερωτώμενοι προσαρμόζονται στα λαχανικά του καλάθιού και δεν επισκέπτονται καταστήματα λαϊκής πώλησης για να αγοράσουν επιπλέον. Από τα αποτελέσματα που προέκυψαν γίνεται αντιληπτή μία αντίθεση στις απαντήσεις. Σύμφωνα λοιπόν με τις απαντήσεις τους οι 23 από τους 75 συμφώνησαν «απόλυτα» στην ερώτηση εάν μπορούμε να ζήσουμε χωρίς σούπερ μαρκετ, οι

21 συμφώνησαν «πολύ» και οι 15 «αρκετά». Παρόλα αυτά οι μισοί περίπου σε κάθε περίπτωση δήλωσαν πως δεν προσαρμόζονται στα περιεχόμενα του καλαθιού και αγοράζουν από άλλες πηγές τα λαχανικά που δεν υπάρχουν σε αυτό. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί πως η «χορηγία» από πλευράς καταναλωτών προς τον παραγωγό είναι 10€ για κάθε καλάθι που τους παρέχει.

Όπως προέκυψε, από την ανάλυση των αποτελεσμάτων ένα ποσοστό 37,3% ξοδεύει σε σούπερ μάρκετ και καταστήματα μέχρι 10€ επιπλέον για λαχανικά τα οποία καταναλώνει και δε βρίσκει στο καλάθι ενώ ένα 24% δίνει για αυτά από 12€ έως και 60€. Επιπλέον 21 από τα 75 μέλη της ΚΥΓ συμφωνούν «απόλυτα» με το γεγονός πως καταναλώνουν περισσότερα λαχανικά, 20 συμφωνούν «πολύ» και 14 «αρκετά», ενώ μόλις 10 συμφωνούν «λίγο» και διαφωνούν αντίστοιχα.

Όσον αφορά στο μέλλον της πρωτοβουλίας, γίνεται εμφανές το γεγονός πως όσο περισσότερο καιρό συμμετέχει κάποιος σε μία ομάδα ΚΟΣΑΠ τόσο μειώνεται η επιθυμία του να γίνουν αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας της ομάδας του. Χαρακτηριστικά από τα 25 συνολικά άτομα που λαμβάνουν καλάθι από 1 έως και 3 μήνες οι 14, επιθυμούν να αλλάξει κάτι που τους ενοχλεί ενώ από τους 46 συνολικά που συμμετέχουν από 4 μήνες έως και περισσότερο από ένα χρόνο, μόλις οι 14 θα ήθελαν να κάνουν κάποια αλλαγή. Αυτό πιθανόν σημαίνει πως οι ερωτηθέντες που συμμετέχουν για αρκετό καιρό το πράττουν συνειδητά και αντιλαμβάνονται το λόγο ύπαρξης του θεσμού της ΚΥΓ με ότι θετικά και αρνητικά μπορεί να επιφέρει. Ενώ αντίθετα τα άτομα που προμηθεύονται για λίγο καιρό τα λαχανικά τους από αυτές τις ομάδες είναι αυτά που πιθανόν δεν έχουν μόνιμη ή έστω συχνή συμμετοχή.

Σχετικά με το τι είναι αυτό που θα ήθελαν να αλλάξουν στον τρόπο λειτουργίας της ομάδας οι 12 από τους 29 ερωτηθέντες δήλωσαν «να υπάρχει μεγαλύτερη ποικιλία στα τρόφιμα του καλαθιού», όπως φρούτα ή γαλακτοκομικά, οι 11 «να μπορούν οι ίδιοι να επιλέγουν το περιεχόμενο που θα λαμβάνουν» και μόλις οι 6 «να αλλάξει ο τρόπος και το σημείο της παράδοσης» και συγκεκριμένα θα προτιμούσαν τα προϊόντα να έφταναν στην πόρτα τους. Τέλος αξίζει να αναφερθεί το γεγονός ότι ποσοστό 44% των μελών δεν ενδιαφέρεται για το πόσο μακριά ή κοντά είναι το αγρόκτημα από ένα αστικό κέντρο.

## **Συμπεράσματα**

Συνοψίζοντας τα παραπάνω καταλήγουμε σε ορισμένα συμπεράσματα πολλά από τα οποία συνάδουν με τη διεθνή βιβλιογραφία. Αρχικά παρατηρείται πως τα μέλη των ομάδων ΚΟΣΑΠ δεν είναι ιδιαίτερα νεαρής ηλικίας καθώς ο μέσος όρος των ηλικιών προκύπτει 45,2 ετών. Παρόμοια αποτελέσματα έχουν προκύψει και από μελέτες άλλων ερευνητών όπως στην περίπτωση της Βόρειας Καρολίνας όπου στα ευρήματα η μέση ηλικία ήταν 43,7 ετών και το συνολικό εύρος 25-72 χρόνων (Landis et al., 2010). Στην ίδια έρευνα αποδείχθηκε πως όλοι σχεδόν (98,1%) οι αστοί που συμμετείχαν ήταν κάτοχοι πτυχίου. Κάτι παρόμοιο συνέβη και στην παρούσα εργασία αφού η μεγάλη πλειονότητα έχει ολοκληρώσει πανεπιστημιακές σπουδές. Οι καταναλωτές που επιλέγουν τα καλάθια είναι άτομα τα οποία σκέφτονται πιο ώριμα το ρόλο που διαδραματίζει η σωστή διατροφή στην υγεία του ανθρώπου. Η υψηλή μόρφωση μπορεί να μην είναι αυτή που οδηγεί τους ερωτηθέντες να συμμετέχουν στις ομάδες αλλά σίγουρα υποδηλώνει πως είναι πιο ανοιχτοί στις μορφές εναλλακτικού και αλληλέγγυου εμπορίου, και δεν «εγκλωβίζονται» στις λιγοστές και μονοπωλιακές επιλογές που προσφέρουν τα σούπερ μάρκετ και τα καταστήματα λιανικής πώλησης.

Η οικονομική κρίση αυτή καθαυτή δεν έπαιξε σημαντικό ρόλο στη συμμετοχή τους γεγονός που αναδεικνύει ίσως μια ιδεολογία και φιλοσοφία πέρα από το οικονομικό ζήτημα, μια πιο κινηματική και ενδεχομένως πολιτικά προσανατολισμένη. Βέβαια τα εισοδήματα των ερωτηθέντων ήταν στις περισσότερες περιπτώσεις σχετικά υψηλά ώστε να τους επιτρέπουν να επιλέγουν τρόφιμα καλύτερης ποιότητας. Σε κάθε περίπτωση η κρίση είναι ένα πολύ πρόσφατο φαινόμενο το οποίο απαιτεί μια εις βάθος ανάλυση και περιγραφή προκειμένου να αντιληφθούμε όλες τις διαστάσεις του. Θετικό είναι το γεγονός πως οι περισσότεροι από τους αστούς καταναλώνουν περισσότερες ποσότητες λαχανικών λόγω του καλαθιού, αλλά και νέα διαφορετικά είδη τα οποία δεν θα επέλεγαν κάνοντας τις αγορές τους από οπουδήποτε αλλού. Κάτι τέτοιο φαίνεται πως δε συμβαίνει μόνο στην περίπτωση της ελληνικής εφαρμογής της CSA αφού αναφέρεται και σε άλλες μελέτες όπως αυτή στην Αριζόνα των ΗΠΑ (Hayden and Buck, 2012).

Είναι γεγονός πως οι ομάδες ΚΟΣΑΠ λειτουργούν στην Αττική εδώ και μικρό χρονικό διάστημα, σε σύγκριση με τη χρόνια εφαρμογή του θεσμού στην Ευρώπη και την Αμερική. Όπως είναι λοιπόν φυσικό, δεν είναι πολλοί οι αστοί οι οποίοι είναι ενημερωμένοι για τη δράση των ομάδων αυτών με αποτέλεσμα οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες να προμηθεύονται καλάθια εδώ και λίγο καιρό, ενώ είναι ακόμη λιγότεροι αυτοί που πήραν μέρος από τους

πρώτους μήνες λειτουργίας των ομάδων. Μιας και η ΚΥΓ δεν έχει παρά δύο με τρία χρόνια στην Ελλάδα, είναι φυσιολογικό να υπάρχουν κάποια προβλήματα κατά τη λειτουργία των ομάδων. Αυτά επηρεάζουν κάποιους από τους καταναλωτές λιγότερο και άλλους περισσότερο με αποτέλεσμα αυτοί να νιώθουν λιγότερο ή περισσότερο ικανοποιημένοι από την εφαρμογή της ΚΥΓ.

## **Ευχαριστίες**

Ευχαριστούμε τον κ. Θωμά Άνεμο από τους Αγρονάυτες

---

<sup>i</sup> <http://www.paseges.gr/el/news/Exaplwnetai-h-koinotika-yposthrizomenh-gewrgia>

<sup>ii</sup> <http://agronaftes.blogspot.gr/p/o.html>

## **Βιβλιογραφία**

Ανθοπούλου, Θ., (2013). Περί εντοπιότητας και ιδιοτυπίας των τροφίμων. Μια εδαφική προσέγγιση της ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών. Συλλογικός τόμος. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

ΔΗΩ (2011) τεύχος 60, σελίδες 20-28.

Ιωσηφίδης Θ. (2008). Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στις Κοινωνικές Επιστήμες. σελ. 310. Εκδόσεις Κριτική, 2η έκδοση.

Bashford, J. Kathleen Cross, Eichinger W., Georgakakis, A. Iserte, M., Kern, F., Lešinský, D., Pabst, S. Parot, J., Perényi, Z., Valeška, J. and Wendland, M. (2013) Community Supported Agriculture for Europe project, European Handbook on Community Supported Agriculture Sharing experiences  
[http://www.urgenci.net/sites/default/files/CSA4EUrope\\_Handbook-1.pdf](http://www.urgenci.net/sites/default/files/CSA4EUrope_Handbook-1.pdf)

Galt, R.E. (2011) Counting and mapping Community Supported Agriculture in the United States and California: contributions from critical cartography/GIS. ACME: An International E-Journal for Critical Geographies 10 (2), 131 - 162.

- Hayden, J. and Buck, D. (2012). Doing community supported agriculture: Tactile space, affect and effect of membership, *Geoforum*, Vol. 43, 332-341.
- Hinrichs, C.C. (2000) Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market Journal of Rural Studies 16 pp. 295-303 communities. Bio-Dynamic Farming and Gardening Assoc.: Kimberton, PA. 1990. pp. 169.
- Jarosz, L. (2008) The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies* 24:231–244.
- Kasimis C. and A.G. Papadopoulos, 2001. The De-Agriculturalisation of the Greek countryside: The Changing Characteristics of an Ongoing Socio-economic Transformation, in H. Tovey, I. Kovacs and L. Granberg (eds) Europe's «Green Ring», Ashgate, Aldershot, pp. 197-219
- Landis, B., Smith, T. E., Lairson, M., Mckay, K., Nelson, H., & O'Briant, J. (2010). Community-Supported Agriculture in the Research Triangle Region of North Carolina: Demographics and Effects of Membership on Household Food Supply and Diet. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 5(1), 70–84. doi:10.1080/19320240903574403
- MacMillan, A., Winham, D.M. and Wharton, C.M., 2012. Community supported agriculture membership in Arizona. An exploratory study of food and sustainability behaviours. *Appetite* 59, 431–436
- Partalidou, M. (2013). Can you imagine life without supermarkets? Future scenarios for the development of Community Supported Agriculture in Greece. In e-proceedings of the "XXVth ESRS Congress: Rural resilience and vulnerability: The rural as locus of solidarity and conflict in time of crisis". Laboratorio di studi rurali SISMONDI, Pisa-Italy, ISBN 978 8 8908 9600 2 (pp.305-306).
- Saltmarsh, N., Meldrum, J. and Longhurst, N. (2011) The impact of community supported agriculture. The final report of Provenance's evaluation for the Soil Association's project to support CSA, part of the Making Local Food Work programme, funded by the Big Lottery.
- Schlicht, S, Volz, P., Weckenbrock, P. and Le Gallic, T. (2011) Community Supported Agriculture: An overview of characteristics, diffusion and political interaction in France, Germany, Belgium and Switzerland. ACTeon research and consultancy. <http://www.agronauten.net/wp-content/uploads/2014/03/Community-Supported->

Agriculture-An-overview-of-characteristics-diffusion-and-political-interaction-in-France-Germany-Belgium-and-Switzerland.pdf

Sharp, J., Imerman, E and Peters, G. (2002) Community Supported Agriculture (CSA): Building Community Among Farmers and Non-Farmers. *Journal of Extension*, Vol. 40, N. 3.

Thompson C.J and Coskuner- Balli, G. (2007), Enchanting Ethical Consumerism. The case of Community Supported Agriculture, *Journal of Consumer Culture* Vol. 7(3): 275-303

Trauger G. and McFadden, S (1997). Farms of tomorrow: community supported farms, farm supported communities. BIO-DYNAMIC Farming and Gardening Association Inc.

Wilkinson, J. (2001). Office of Community Development, U.S. Department of Agriculture, [http://rurdev.sc.egov.usda.gov/SupportDocuments/tn20\\_CSA.pdf](http://rurdev.sc.egov.usda.gov/SupportDocuments/tn20_CSA.pdf)