

DAIRY CONFERENCE | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

# Η Ανεκμετάλλευτη Δυναμική της Κρητικής Τυροκομίας

Μπορεί η Κρήτη να Γίνει  
Premium Brand?

**Σπύρος Μπαλαντίνος**

Πρόεδρος Ένωσης Τυροκόμων Ν. Χανίων  
& Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος της Περιφέρειας Κρήτης

# Το DNA μας: Μικρές, Οικογενειακές, Ιστορικές Μονάδες

Η ταυτότητά μας είναι το συγκριτικό μας πλεονέκτημα. Στηριζόμαστε στην αυθεντικότητα.



**90%**

Οικογενειακά  
Τυροκομεία



**70%**

Απασχολούν κάτω από  
8 άτομα συνολικά



**50%**

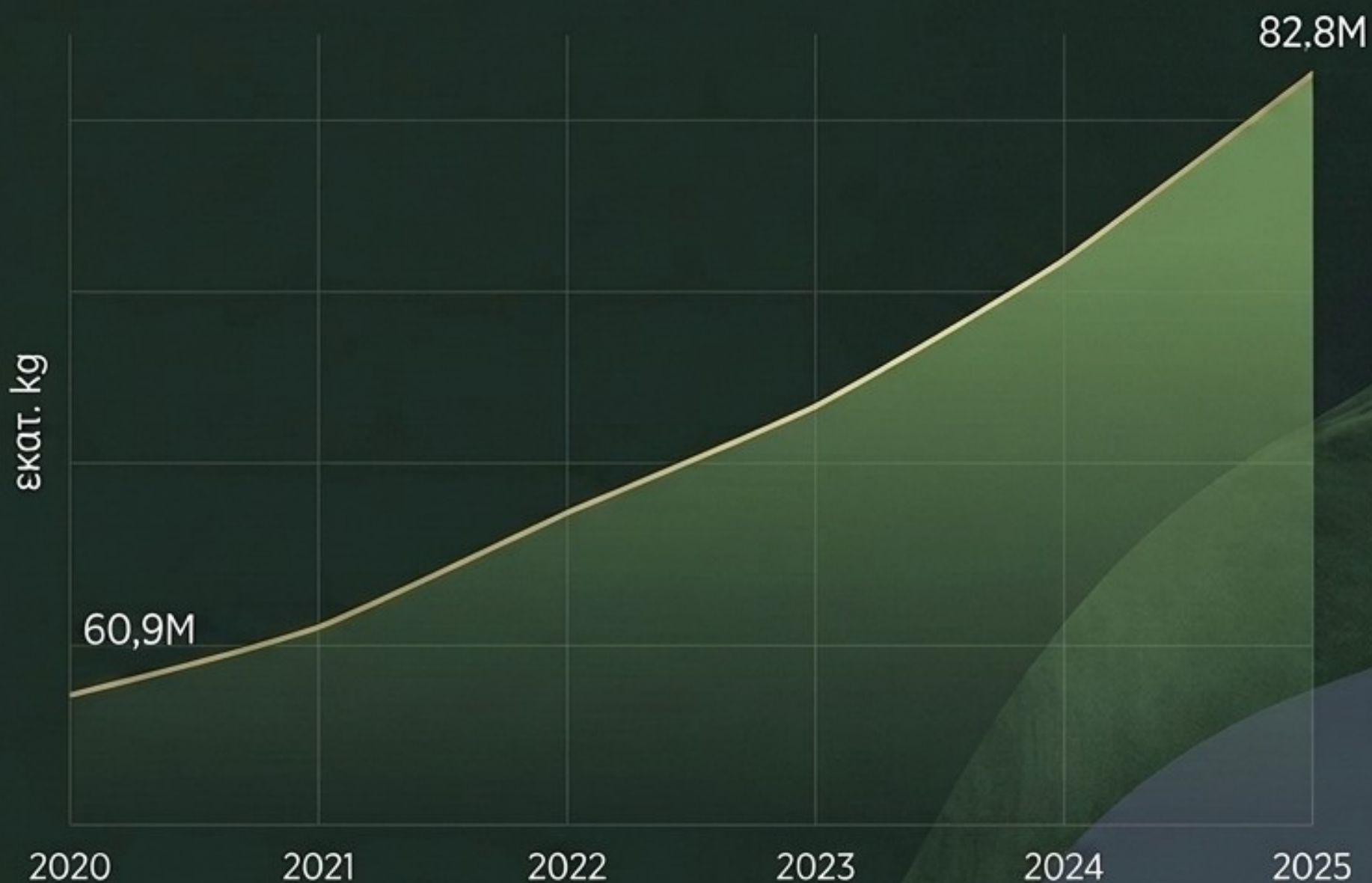
Λειτουργούν πάνω  
από 26 χρόνια

Αυτό το «**μικρό και αυθεντικό**» μοντέλο δεν είναι αδυναμία — είναι το ιδανικό θεμέλιο για ένα **premium, βιώσιμο αφήγημα**.

# Η Δυναμική της Κτηνοτροφίας μας

Η κρητική κτηνοτροφία ανταπεξήλθε αποτελεσματικά.

Αιγοπρόβειο Γάλα



Από **60,9** εκ. kg → **82,8** εκ. kg  
(2020) (2025)

Αύξηση **+36%** αμιγώς  
σε αιγοπρόβειο γάλα

Η Κρήτη παράγει πλέον το **10,1%**  
της εθνικής παραγωγής πρόβειου  
γάλακτος.

# Το Παράδοξο της Μεταποίησης: Η Ψαλίδα Ανοίγει

Ενώ η παραγωγή γάλακτος εκτοξεύτηκε, η τοπική τυροκόμηση παρέμεινε ουσιαστικά στάσιμη.



Η πρώτη ύλη φεύγει από το νησί αντί να μετατραπεί στην Κρήτη σε πιστοποιημένη, επώνυμη και υψηλής αξίας παραγωγή.

# Η Αιμορραγία της Προστιθέμενης Αξίας

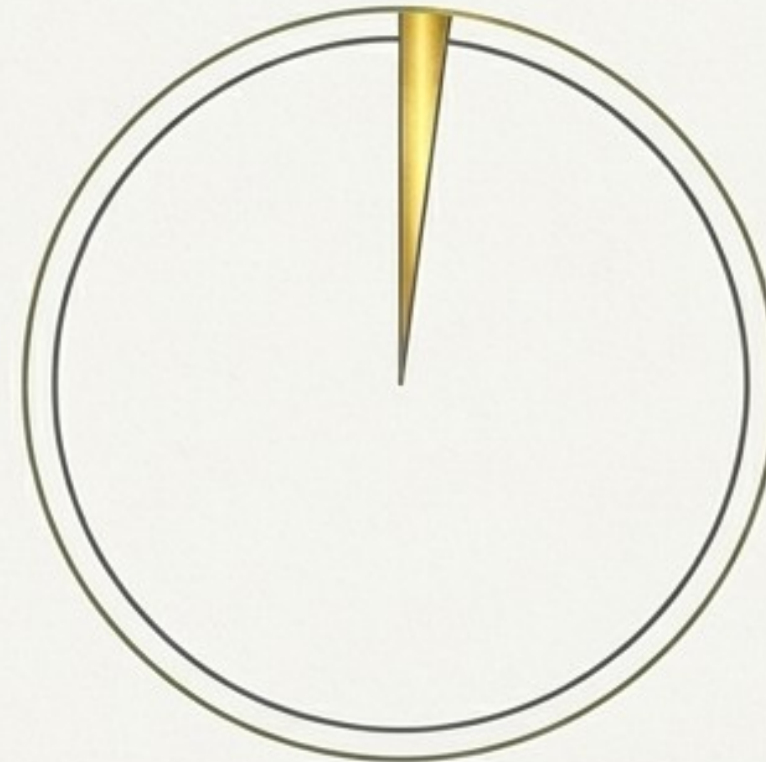
Όταν φεύγει το γάλα νωπό, φεύγει μαζί του και η υπεραξία του τόπου.



Η κτηνοτροφία ανταπεξήλθε στην αυξανόμενη ζήτηση, αλλά η αξία κεφαλαιοποιείται εκτός Κρήτης.

# Το Εξαγωγικό Παράδοξο

Έχουμε τα κορυφαία προϊόντα, αλλά η εξωστρέφειά μας παραμένει σε πειραματικό στάδιο.



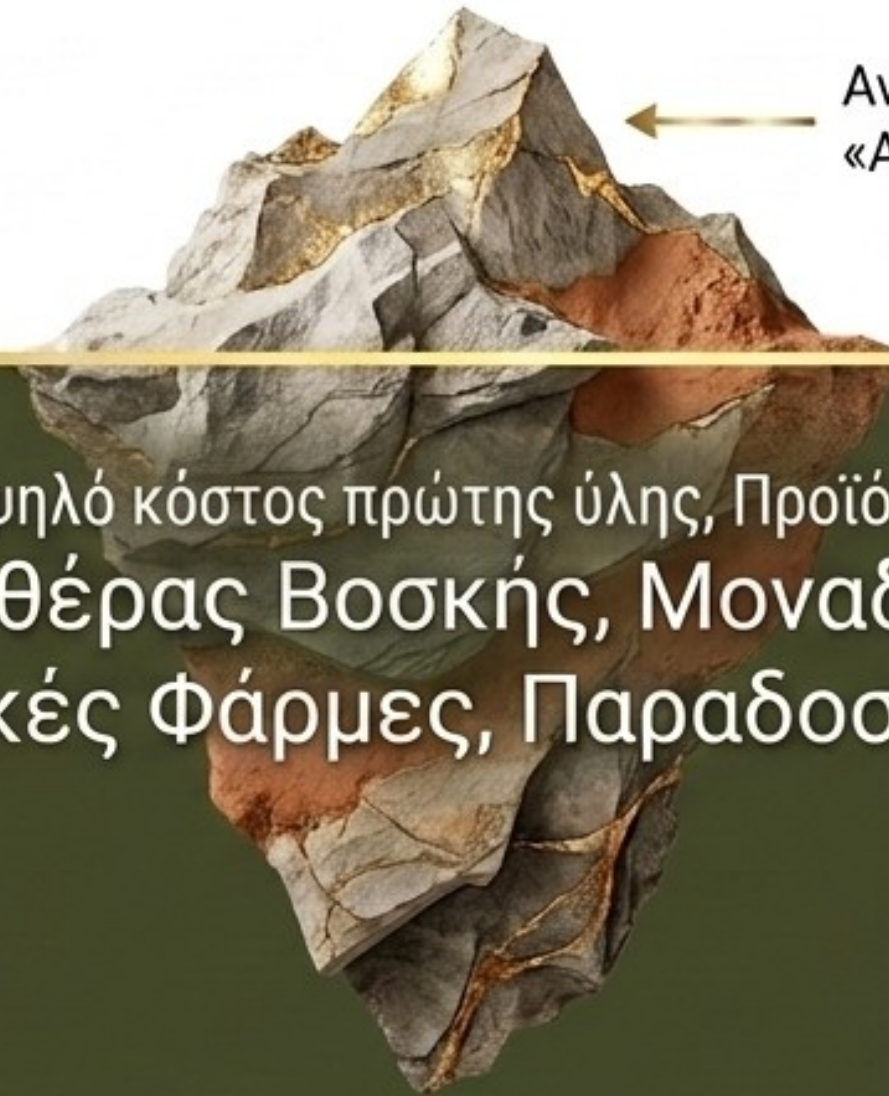
**~3,5 εκ. €**  
εξαγωγές τυροκομικών  
προϊόντων.

**Μόλις 0,7%**  
του συνολικού  
εξαγωγίμου  
προϊόντος  
της Κρήτης.

Η Κύπρος αποτελεί τον Νο1 προορισμό, αποδεικνύοντας ότι η εξαγωγική μας βάση είναι στενή, ευάλωτη και ανεκμετάλλευτη.

# Η Αόρατη Αξία: Το Πρόβλημα της Αντίληψης

Οι καταναλωτές βλέπουν μόνο την τιμή, επειδή εμείς κρύβουμε την αξία.



← Αντίληψη Καταναλωτή:  
«Ακριβό Προϊόν»

Υψηλά κόστη παραγωγής, Υψηλό κόστος πρώτης ύλης, Προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας,  
Γάλα Ελευθέρως Βοσκής, Μοναδικό Terroir,  
90% Οικογενειακές Φάρμες, Παραδοσιακή Τυροκόμηση

Το 80% των τυροκόμων δεν κάνει καμία ενέργεια marketing. Χωρίς αφήγημα, η premium ποιότητά μας παραμένει αόρατη στο ράφι.

# Η Θεσμική Αντεπίθεση: Σύμπραξη & Στρατηγική

Γυρίζουμε σελίδα. Η ίδρυση της Ένωσης Τυροκόμων Κρήτης.



## Η Πρωτοβουλία

Με την αμέριστη υποστήριξη της Περιφέρειας Κρήτης, δημιουργήσαμε ένα ενιαίο όργανο. Καθόμαστε επιτέλους στο ίδιο τραπέζι.

## Οι Στρατηγικοί Στόχοι της Ένωσης



1. Μία **ισχυρή φωνή** στα κέντρα αποφάσεων.



2. Συλλογική στρατηγική **προστασίας** και ανάδειξης των ΠΟΠ.



3. στήριξη της **κτηνοτροφίας** της υπεραξίας εκτός νησιού.

# Εξειδικευμένη Ανάπτυξη: Τα 2 Νέα Clusters της Κρήτης

Τυροκομεία διαφορετικής δυναμικής απαιτούν διαφορετικές λύσεις

## Cluster Επισκέψιμων Τυροκομείων (Τα Μικρά)



**Κοινό Στόχος:**  
Ο Τουρίστας / Επισκέπτης.



**Σκοπός:**  
Άμεση ρευστότητα, πωλήσεις μετρητοίς στην έδρα.



**Στρατηγική:**  
Σύνδεση με το τουριστικό προϊόν (wine/olive oil tours), ανάδειξη τοπικής κληρονομιάς. Μείωση ανταγωνισμού στα ράφια των Super Market.

## Cluster Εξαγωγών (Τα Μεγάλα)



**Κοινό Στόχος:**  
Διεθνείς Αγορές, B2B δίκτυα.



**Σκοπός:**  
Αύξηση του εξαγωγικού μεριδίου (πάνω από το 0,7%).



**Στρατηγική:**  
Ένταξη αποκλειστικά εξαγωγικά ικανών μονάδων. Στοχευμένη μελέτη αγορών, συλλογικό branding, παρουσία σε διεθνείς εκθέσεις.

# Η Ανάδειξη της «Αφθονίας» μας

Το πραγματικό Premium δεν χτίζεται με budget, αλλά αναδεικνύοντας την αλήθεια μας.



## Γάλα Ελευθέρας Βοσκής

Τα κοπάδια δεν είναι σταβλισμένα. Τρέφονται από την πλούσια βιοποικιλότητα των κρητικών βουνών (μοναδικό Terroir).



## Μικρές Οικογενειακές Φάρμες

Ανθρώπινη κλίμακα, βαθιά γνώση, απόλυτος σεβασμός στο ζώο και στον κύκλο της φύσης.



## Παραδοσιακή Παρασκευή

Χειροποίητη τυροκομία, μέθοδοι που περνούν από γενιά σε γενιά. Αυτό είναι η σύγχρονη πολυτέλεια.

# Καινοτομία: Το CretePulse Living Lab

Παντρεύουμε την αιώνια παράδοση με την επιστήμη του αύριο μέσω του MACC.



1

## Τι είναι το Living Lab;

Ένα ζωντανό εργαστήριο καινοτομίας στο πεδίο. Δεν σχεδιάζουμε σε κλειστά γραφεία, συν-δημιουργούμε λύσεις μαζί με τους τυροκόμους.

## Ο Στόχος

Η δημιουργία ενός διαδραστικού οικοσυστήματος. Ενσωμάτωση προηγμένων τεχνολογιών (αισθητήρες, ιχνηλασιμότητα) και ταυτόχρονη προστασία της άυλης κληρονομιάς.

# Living Lab: Επενδύοντας Στη Ρίζα

Δεν υπάρχει Premium Κρητικό Τυρί  
χωρίς ισχυρό και εκπαιδευμένο Κτηνοτρόφο.



# Οδικός Χάρτης με την Περιφέρεια Κρήτης

Ένα ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Ανάδειξης σε απόλυτη συνεργασία με την Περιφέρεια.



## 1. Ανάλυση Αλυσίδας Αξίας

Αποτύπωση ευπαθειών  
& ανθεκτικότητα στην  
αγορά.



## 2. Τεκμηρίωση Ποιότητας

Εργαστηριακοί έλεγχοι  
& επιστημονική απόδειξη.



## 3. Προώθηση & Digital Branding

Νέα ψηφιακή ταυτότητα,  
social media, influencers.



## 4. Ψηφιοποίηση Πολιτισμού

Διάσωση και προβολή  
της άυλης τυροκομικής  
κληρονομιάς.

# Η Επιστήμη ως Εργαλείο Marketing

Πώς απαντάμε στο «είναι ακριβό»; Αποδεικνύοντας τη βιοδραστικότητα και την αξία για την υγεία (2<sup>ος</sup> Πυλώνας).



Τεκμηρίωση

**1. PhenOxScan:**  
Ποσοτικός προσδιορισμός αντιοξειδωτικής δράσης και βιοδραστικών ενώσεων του κρητικού γάλακτος.

**2. NutriMetrics:**  
Αναζήτηση και νομική κατοχύρωση ισχυρισμών υγείας (Κανονισμός 1924/2006).

Δεν λέμε απλώς ότι έχουμε καλό τυρί. Το αποδεικνύουμε επιστημονικά, ξεκλειδώνοντας premium αγορές που αναζητούν λειτουργικά τρόφιμα.

# Διαφάνεια Απευθείας στον Καταναλωτή

Η ψηφιακή γέφυρα μεταξύ παραγωγού και αγοραστή (Product ID)

Η ανάδειξη της βιοδραστικότητας αποκτά αξία μόνο όταν φτάνει στον καταναλωτή. Δημιουργούμε ψηφιακές ταυτότητες για τα προϊόντα μας.

## Key Features:

- ✓ **Άμεση Ενημέρωση:** Πρόσβαση σε landing page με τα θρεπτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά μέσω ενός απλού QR code.
- ✓ **Επιβεβαίωση Τεκμηρίωσης:** Ο καταναλωτής βλέπει τα πραγματικά εργαστηριακά δεδομένα (βιταμίνες, αντιοξειδωτικά).
- ✓ **Χτίσιμο Εμπιστοσύνης:** Διαφοροποίηση στο ράφι και αδιαπραγμάτευτη απόδειξη της αξίας που πληρώνει.



# 2026: Το Ιδανικό Σκαλοπάτι για την Παγκόσμια Αγορά

## Το Όραμα

Ο Κρητικός Τυροκομικός Πολιτισμός γίνεται το όχημα για το διεθνές αφήγημα υγείας, ανθεκτικότητας και αυθεντικότητας.



EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY  
CRETE AWARDED 2026

## Η Ευκαιρία

Η ανάδειξη της Κρήτης ως Ευρωπαϊκής Περιφέρειας Γαστρονομίας 2026 προσφέρει το απόλυτο, παγκόσμιο πλαίσιο προβολής.

## Ο Στόχος

Να αξιοποιήσουμε αυτό το ορόσημο για να μετατρέψουμε οριστικά την εξαιρετική πρώτη ύλη σε επώνυμο, υψηλής προστιθέμενης αξίας τελικό προϊόν.



Μπορεί η Κρήτη να γίνει Premium brand τυροκομικών;

**Ναι, μπορεί.**

Γιατί έχουμε όλα αυτά που δεν αγοράζονται.