



EUROPEAN UNION



«Improving the existing competences and developing new ones in the aquaculture and fish products trade sector»

DACIAT

Παραδοτέο Τ.3.2.1: Μεταφρασμένο υλικό (κείμενα-δεδομένα)

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





Αναφορά παραδοτέου D.Τ1.4.1.

Επισκόπηση των αγορών και των στρατηγικών μάρκετινγκ στην Ελλάδα, τη Ρουμανία, την Τουρκία και την Ουκρανία

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





EUROPEAN UNION



DACIAT

Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATIONΠεριφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

A/A	Περιεχόμενα	Σελίδα
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
2	ΕΛΛΑΔΑ.....	5
2.1.	Χαρακτηριστικά, δομή και πόροι του τομέα στην Ελλάδα ..	6
2.1.1.	Τεχνολογία στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας	6
2.1.2.	Ειδικά χαρακτηριστικά	6
2.2.	Ερευνα αγοράς	8
2.2.1.	Πώληση γόνων σε άλλους παραγωγούς	8
2.2.2.	Λαϊκές αγορές	11
2.2.3.	Πώληση ζωντανών ή μεταποιημένων ψαριών σε εστιατόρια	13
2.2.4.	Παντοπωλεία ή ζωντανά για αποθέματα λιμνών	14
2.2.5.	Μέγεθος τροφίμων – ψάρια αθλητικής αλιείας ή διακοσμητικά ψάρια	14
2.3.	Προώθηση και επιχειρηματική προσέγγιση στην Ελλάδα	15
2.3.1.	Στρατηγική μάρκετινγκ	15
2.3.2.	Προϊόν - ποικιλία, ποιότητα, σχεδιασμός, χαρακτηριστικά, εμπορικό σήμα, συσκευασία, υπηρεσίες	16
2.3.3.	Τιμή - τιμή καταλόγου, εκπτώσεις, κίνητρα, περίοδος πληρωμής, όροι πίστωσης	18
2.3.4.	Τοποθεσία - κανάλια, κάλυψη, ποικιλία, τοποθεσίες, απόθεμα, μεταφορά, εφοδιαστική	22
2.3.5.	Προώθηση - διαφήμιση, προσωπικές πωλήσεις, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις	23
2.4.	Στρατηγική μάρκετινγκ στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης	24
2.4.1.	Περιφερειακή Αγροδιατροφική Σύμπραξη στην ΠΑΜΘ	25
2.4.2.	Συνεταιρισμός Αλιείας Νομού Καβάλας	26
2.4.3.	Τιμή - τιμή καταλόγου, εκπτώσεις, κίνητρα, περίοδος πληρωμής, όροι πίστωσης	26
2.5.	Σχέδιο μάρκετινγκ	28
2.5.1.	Περίληψη – υπάρχοντες πόροι	29
2.5.2.	Καταναλωτές στόχοι	29
2.5.3.	Στρατηγική πώλησης	30
2.5.4.	Στρατηγική τιμολόγησης και τοποθέτησης	30
2.5.5.	Σχέδιο διανομής	31
2.5.6.	Προσφορές	32
2.5.7.	Υλικά μάρκετινγκ	33
2.5.8.	Στρατηγικές προώθησης	33
2.5.9.	Οικονομική προβολή	34
2.6.	Προτάσεις για την προώθηση της αλιείας στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης	36
2.6.1.	Προώθηση ενός τοπικού εμπορικού σήματος για την υδατοκαλλιέργεια	36
2.6.2.	Προώθηση της περιοχής	37
2.6.3.	Γενική οργάνωση	37
2.7.	Συμπεράσματα	38
3	ΡΟΥΜΑΝΙΑ	39
3.1.	Χαρακτηριστικά, δομή και πόροι του τομέα	39
3.2.	Ειδικά χαρακτηριστικά σε εθνικό επίπεδο	41
3.3.	Διαχείριση και προώθηση του τομέα της υδατοκαλλιέργειας	41
3.3.1.	Το θεσμικό πλαίσιο	40
3.3.2.	Οι ισχύοντες κανονισμοί	41
3.3.3.	Εφαρμοσμένη Έρευνα, Εκπαίδευση και Κατάρτιση	41
3.4.	Έρευνα αγοράς	42
3.4.1.	Υπαίθριες αγορές (νομικά πρότυπα σε ευρωπαϊκό ή εθνικό επίπεδο)	42
3.4.2.	Πώληση ζωντανών ή μεταποιημένων ψαριών σε εστιατόρια	42
3.4.3.	Παντοπωλεία ή ζωντανά για απόθεμα λιμνών	44
3.4.4.	Ψάρια αθλητικής αλιείας ή διακοσμητικά ψάρια σε μέγεθος φαγητού χρησιμοποιώντας την ακόλουθη δομή	44

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

CROSS BORDER
COOPERATION



EUROPEAN UNION



DACIAT

Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATIONΠεριφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

3.4.5.	Ζωντανές και μεταποιημένες αγορές ψαριών	44
3.4.6.	Διαμόρφωση τιμών	45
3.4.7.	Έλεγχοι αγοράς	45
3.4.8.	Ψυκτική αλυσίδα	45
3.5.	Στρατηγική μάρκετινγκ	45
3.5.1.	Προϊόν - ποικιλία, ποιότητα, σχεδιασμός, χαρακτηριστικά, εμπορικό σήμα, συσκευασία, υπηρεσίες	45
3.5.2.	Τιμή - τιμή καταλόγου, εκπτώσεις, κίνητρα, περίοδος πληρωμής, όροι πίστωσης	46
3.5.3.	Τόπος - κανάλια, κάλυψη, ποικιλία, τοποθεσίες, απόθεμα, μεταφορά, εφοδιαστική	47
3.5.4.	Προώθηση - διαφήμιση, προσωπικές πωλήσεις, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις	47
3.6.	Σχέδιο μάρκετινγκ	47
3.6.1.	Περίληψη – υπάρχοντες πόροι	47
3.6.2.	Καταναλωτές στόχοι	48
3.6.3.	Στρατηγική πώλησης	49
3.6.4.	Στρατηγική τιμολόγησης και τοποθέτησης	49
3.6.5.	Σχέδιο διανομής	50
3.6.6.	Δημιουργία προσφορών	50
3.6.7.	Υλικά μάρκετινγκ	50
3.6.8.	Στρατηγικές προώθησης	50
3.6.9.	Οικονομική προβολή	50
3.7	Στρατηγικές μάρκετινγκ	51
4	ΤΟΥΡΚΙΑ	52
4.1.	Χαρακτηριστικά και δομή του τομέα	52
4.1.1.	Κατάσταση παραγωγής υδατοκαλλιέργειας	52
4.1.2.	Ειδικά χαρακτηριστικά	52
4.2.	Έρευνα αγοράς	55
4.2.1.	Εφοδιασμός ιχθυδίων	55
4.2.2.	Υπαίθριες αγορές / τοπικά καταστήματα ψαριών/ αγορές χονδρικής	57
4.2.3.	Πώληση ζωντανών ή μεταποιημένων ψαριών σε εστιατόρια	59
4.2.4.	Παντοπωλεία ή ζωντανά για απόθεμα λιμνών	60
4.2.5.	Αθλητικό (ερασιτεχνικό) ψάρεμα	60
4.3.	Δίαυλοι εμπορίας ψαριών και προϊόντων αλιείας στην Τουρκία	61
4.3.1.	Αγορές και τιμή	63
4.3.2.	Τύποι προϊόντων στις αγορές	65
4.3.3.	Τιμή ψαριού για αγροκτήματα	67
4.4	Έρευνα και καινοτομία	67
4.5.	Κανονισμοί για τις ψαραγορές και τα προϊόντα εκτροφής	68
4.5.1.	Κανονισμός για τις χονδρικές και λιανικές πωλήσεις ψαριών	68
4.5.2.	Ανακοίνωση για την υποστήριξη μεταποιημένων προϊόντων αλιείας	70
4.5.3.	Οδηγίες για άδεια εξαγωγής σε επιχειρήσεις αλιευτικών επιχειρήσεων και έκδοση πιστοποιητικού υγείας για τα προϊόντα	70
4.5.4.	Οδηγίες εισαγωγής ζωντανών, φρέσκων, ψυγμένων και κατεψυγμένων προϊόντων	72
4.6.	Διοικητικά όργανα και υποστηρικτικοί οργανισμοί στο μάρκετινγκ	72
4.7.	Πιστοποιητικά γεωργίας, μεταποίησης και εμπορίας	72
4.8.	Ένα επιχειρηματικό σχέδιο για το μάρκετινγκ στη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας	73
4.9	Περαιτέρω εξελίξεις στην υδατοκαλλιέργεια για παραγωγή και εμπορία	75
4.10	Συμπεράσματα	76
5	ΟΥΚΡΑΝΙΑ	77
5.1	Παραγωγή και κατανάλωση	77
5.2.	Ανάπτυξη της βιομηχανίας υδατοκαλλιέργειας	78
5.3.	Ανάπτυξη επιχειρήσεων υδατοκαλλιέργειας	80
	Βιβλιογραφικές αναφορές	82

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το μάρκετινγκ είναι ο βασικός παράγοντας για κάθε τύπο παραγωγής. Οι μέθοδοι παραγωγής που είναι προσανατολισμένες προς την αγορά είναι απαραίτητες προς όφελος των παραγωγών σχεδόν σε διάφορους τομείς παραγωγής στην οικονομία, να παρέχεται επαρκής προσφορά για την κάλυψη των απαιτήσεων από τις αγορές εγκαίρως, σε τόπο και σε καλές συνθήκες. Αυτό είναι πολύ σημαντικό για τη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας λόγω των χαρακτηριστικών του προϊόντος. Τα ψάρια και άλλοι οργανισμοί είναι πολύ ευαίσθητοι στα διαφορετικά στάδια ζωής τους, χρειάζονται διαφορετικές τεχνικές φροντίδας και παραγωγής. Η προμήθεια άλλων υλικών για την εκτροφή ψαριών, όπως ζωοτροφές, υπηρεσίες υγείας και η ύπαρξη προσωπικού με επαρκείς ικανότητες είναι πολύ ζωτικής σημασίας κατά τη διαδικασία παραγωγής. Από την άλλη πλευρά, η παρακολούθηση των αγορών για κάθε είδους προμήθεια είναι επίσης ένα άλλο σημαντικό ζήτημα. Η βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας έχει διάφορους τύπους αναγκών στη διαδικασία παραγωγής: αυγά, γόννοι, ιχθύδια, ζωοτροφές για διαφορετικά στάδια ζωής, υποδομές για αναπαραγωγή (δεξαμενές, κλουβιά, δίχτυα, αυτόματες τροφοδότες, συσκευές καθαρισμού κ.λπ.), επεξεργασία ψαριών και μονάδες ψύξης/ψύξης πριν από την εμπορία. Τελική ανάγκη είναι η εκτίμηση των αγορών προς πώληση παραγωγής σε καλή τιμή με απαιτούμενη ποσότητα με καλές συνθήκες ασφάλειας. Επομένως, από το αγρόκτημα στο πιάτο, τα προϊόντα υδατοκαλλιέργειας πρέπει να έχουν καλές συνθήκες υγείας και ασφάλειας προς όφελος των πελατών και βιωσιμότητα της εμπορίας των παραγωγών για χάρη των αγροτών. Επομένως, η ύπαρξη ψυκτικής αλυσίδας ή η συμπερίληψη της παραγωγής σε υπάρχον σύστημα ψυκτικής αλυσίδας είναι πολύ σημαντική στη διαδικασία εμπορίας της βιομηχανίας.

Αυτή η έκθεση με θέμα «Επισκόπηση των αγορών και στρατηγικών μάρκετινγκ σε χώρες εταίρους» ψαριών και προϊόντων ψαριού είναι πολύ σημαντικό έγγραφο για τους παραγωγούς/επενδυτές που θα ήθελαν να εισέλθουν σε αυτές τις αγορές.

2. ΕΛΛΑΔΑ

Η παρούσα μελέτη για την επισκόπηση των αγορών και του στρατηγικού μάρκετινγκ στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (EMT) και γενικότερα στην Ελλάδα περιέχει πληροφορίες για τα χαρακτηριστικά του τομέα της υδατοκαλλιέργειας, τη διαχείριση και την προώθηση του τομέα, τη στρατηγική μάρκετινγκ στην Ελλάδα και στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.

2.1. Χαρακτηριστικά, Δομή και Πόροι του τομέα στην Ελλάδα

2.1.1. Τεχνολογία στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας

Οι τεχνικές υδατοκαλλιέργειας που χρησιμοποιούνται στην Ελλάδα είναι οι ακόλουθες (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2012):

- **Εκτεταμένη υδατοκαλλιέργεια σε υφάλμυρα νερά:** τα ζώα που συχνά παρασύρονται από το ρεύμα διατηρούνται σε λιμνοθάλασσες σχεδιασμένες για το σκοπό αυτό. Η εισαγωγή των ψαριών που γεννήθηκαν στα εκκολαπτήρια και η

παροχή συμπληρωμάτων διατροφής ενισχύουν τον ημι-εκτεταμένο χαρακτήρα αυτής της αναπαραγωγής. Αυτή η μορφή υδατοκαλλιέργειας παίζει σημαντικό ρόλο στη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς στις παράκτιες περιοχές. Τέτοια παραδείγματα είναι: λαβράκι, χέλι, κοινή σόλα, γκρι κέφαλος με επίπεδη κεφαλή, οξύρρυγχος, γαρίδες, οστρακοειδή και καρκινοειδή.

- **Θαλάσσια υδατοκαλλιέργεια σε κλουβιά:** τα ψάρια διατηρούνται σε αγκυροβολημένα κλουβιά τα οποία συγκρατούνται στην επιφάνεια από ένα πλωτό πλαστικό πλαίσιο. Αυτή η μορφή αναπαραγωγής ασκείται κυρίως σε προστατευόμενες περιοχές κοντά στην ακτή, ωστόσο οι πιο προηγμένες τεχνικές (κλουβιά κατάδυσης, τηλεπικοινωνίες, αυτόματη σίτιση κ.λπ.) καθιστούν δυνατή την απομάκρυνσή τους. Παραδείγματα: λαβράκι, τσιπούρα, τσιπούρες με χρυσό κεφάλι κ.λπ.
- **Εντατική υδατοκαλλιέργεια σε κλουβιά σε γλυκό νερό:** αφορά κυρίως ψαρολίμνες. Παραδείγματα: κυπρίνος κ.λπ.
- **Καλλιέργεια κελύφους:** βασίζεται στη συλλογή «άγριων» απογόνων (μέσω αλείας, συλλεκτών γόνων) ή απογόνων από εγκεκριμένα εκκολαπτήρια, τα οποία τρέφονται με τα θρεπτικά συστατικά που προσφέρει το ίδιο το περιβάλλον (ταΐζοντας ζώα με φίλτρο). Η εκτροφή οστρακοειδών και μυδιών αντιπροσωπεύει το 90% της ευρωπαϊκής παραγωγής χρησιμοποιώντας μια μεγάλη ποικιλία τεχνικών: πυθμένα, πλάκες, ξύλινα πασσάλια, σχοινιά, καλάθια κλπ. Παραδείγματα: Στρείδια, μύδια, κудώνια, μύδια.

2.1.2. Ειδικά χαρακτηριστικά

Η υδατοκαλλιέργεια στην Ελλάδα είναι ένας πολύ σημαντικός τομέας της οικονομίας. Η θαλάσσια γεωργία είναι δυναμική και συμβάλλει σημαντικά στην εθνική οικονομία. Την τελευταία δεκαετία, η εμπορική ιχθυοκαλλιέργεια εξελίχθηκε σε έναν από τους πιο ανεπτυγμένους τομείς. Σήμερα, η Ελλάδα βρίσκεται στην πρώτη θέση μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Μεσογείου, στην παραγωγή εμπορικών ψαριών υδατοκαλλιέργειας, και ως εκ τούτου ο τομέας κατατάσσεται δεύτερος στην εξαγωγή «τροφίμων και ποτών». Πριν από είκοσι χρόνια, η αναπαραγωγή λαβρακιού και τσιπούρας ήταν σχεδόν ανύπαρκτη, αλλά το 1981, ως αποτέλεσμα των καλών κλιματολογικών συνθηκών και της εκτεταμένης και προστατευμένης ακτογραμμής, πραγματοποιήθηκαν ορισμένες ιδιωτικές, εθνικές και ευρωπαϊκές επενδύσεις στον τομέα, που σε συνδυασμό με την πρόοδο στις τεχνολογίες εκκόλαψης και τα τρόφιμα, απογείωσαν τη βιομηχανία φτάνοντας σε παραγωγή 115.000 τόνων έως το 2008, που αντιστοιχεί σε κέρδη 376.000.000 €. Περίπου το 70% αυτής της παραγωγής και το 90% της αξίας προέρχεται από θαλάσσια ψάρια. Η παραγωγή οστρακοειδών αντιπροσωπεύει το 25% (EUMOFA, 2018).

Στην Ελλάδα, το κυρίαρχο είδος, από το 1956 και μετά, είναι η πέστροφα του ουράνιου τόξου (περίπου 3.000 τόνοι/ έτος), ενώ τα τελευταία 15 χρόνια έχει γίνει προσπάθεια αναπαραγωγής χελιού, οξύρρυγχου, κέφαλου (*Mugilidae*) και διακοσμητικών ψαριών. Η τσιπούρα (*Gilthead seabream, Sparus aurata*) και το λαβράκι (Ευρωπαϊκό λαβράκι, *Dicentrarchus labrax*) είναι τα κύρια είδη που εκτρέφονται στην Ελλάδα. Επιπλέον, 910 τόνοι ψαριών που εκτρέφονται σε λιμνοθάλασσες αντιστοιχούν σε κέρδη 5.000.000 €. Οι παραγωγοί καταβάλλουν σημαντικές προσπάθειες για να διαφοροποιηθούν προσπαθώντας να καλλιεργήσουν άλλα είδη όπως *aDiplodus puntazzo*, *Dentex dentex*,



Pagrus pagrus, Diplodus sargus, Pagellus erythrinus και Solea solea, με συνολική παραγωγή που έφτασε τους 1.800 τόνους το 2008. Για αυτά τα είδη, αναπτύχθηκε η παραγωγή απογόνων σε φυτά που παράγουν ψάρια.

Περίπου το 80% της ελληνικής παραγωγής υδατοκαλλιέργειας εξάγεται κυρίως στην Ιταλία και την Ισπανία. Τα ψάρια, κυρίως λαβράκια και τσιπούρες, είναι το δεύτερο πιο εξαγόμενο αγροτικό προϊόν μετά το ελαιόλαδο και θεωρείται προϊόν στρατηγικής σημασίας από την ελληνική κυβέρνηση. Η παραγωγή επιτυγχάνεται κυρίως με τη χρήση θαλάσσιων κλωβών και το κόστος παραγωγής είναι από τα χαμηλότερα στην Ευρώπη λόγω των ευνοϊκών συνθηκών αναπαραγωγής (θερμοκρασία, υπήνεμοι όρμοι, μεγάλη ακτογραμμή κ.λπ.). Υπάρχουν χώροι παραγωγής σε όλη την ελληνική ακτογραμμή, παρουσιάζοντας υψηλότερη συγκέντρωση στις κεντρικές περιοχές κοντά σε κατάλληλες υποδομές και οδικό δίκτυο.

Τα κυριότερα είδη που καλλιεργούνται σήμερα στην Ελλάδα είναι τα ακόλουθα, με μειωμένο όγκο παραγωγής:

1. Τσιπούρα (*Sparus aurata*)
2. Ευρωπαϊκό λαβράκι (*Dicentrarchus labrax*)
3. Πέστροφα ουράνιου τόξου (*Onchorhynchus mykiss*)
4. Ευρωπαϊκό χέλι (*Anguilla anguilla*)
5. Μυτάκι (*Diplodus puntazzo*)
6. Φαγγρί (*Pagrus pagrus*)
7. Λυθρίνι (*Pagellus erythrinus*)
8. Σαργός (*sargus Diplodus*)
9. Ερυθρός Τόνος (*Thynnus thynnus*)
10. Γλώσσα (*Solea solea*)
11. Γκρι κέφαλος με επίπεδη κεφαλή (*Mugil cephalus*)
12. Συναγρίδα (*Dentex dentex*)

Τα δύο πρώτα είδη καλύπτουν το 95% της συνολικής παραγωγής στην Ελλάδα, αφήνοντας τα υπόλοιπα να παράγονται σε πολύ μικρές ποσότητες. Η υδατοκαλλιέργεια είναι ένας σημαντικός τομέας στην Ελλάδα, που αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 50% της συνολικής αλιευτικής παραγωγής. Το 2008, η παραγωγή ανήλθε σε 115.000 τόνους, που αντιστοιχούν σε 376.000.000 € (Μπασσιούλη, 2014).

Η έρευνα για την υδατοκαλλιέργεια για το ελληνικό Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων πραγματοποιείται από το Κέντρο Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας στην Καβάλα, υπό την αιγίδα του Εθνικού Ιδρύματος Γεωργικής Έρευνας.

Μέσω του δικτύου AQUAEXCEL, οι Έλληνες ερευνητές έχουν πρόσβαση στην ευρωπαϊκή ερευνητική υποδομή υδατοκαλλιέργειας. Μέσω της Περιφερειακής Πλατφόρμας Ελληνικής Πλατφόρμας Υδατοκαλλιέργειας και Καινοτομίας (HATiP), η Ελλάδα συνεισφέρει στην Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Καινοτομίας Νερού (EATiP) που υποστηρίζεται από τη δράση AQUAINNOVA του ΠΠ7 της ΕΕ. Με αυτόν τον τρόπο, το βιομηχανικό όραμα για βιώσιμη μελλοντική ανάπτυξη συνδέεται έτσι ώστε να ικανοποιεί τη ζήτηση θαλασσινών, πάντα με στόχο την έρευνα και την ανάπτυξη. Ως αποτέλεσμα, η ηγετική θέση της Ελλάδας αναμένεται να ενισχυθεί. Παρ' όλα αυτά, το μέσο επίπεδο εκπαίδευσης για τους περισσότερους εργαζόμενους που απασχολούνται στην υδατοκαλλιέργεια παραμένει

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

χαμηλό και η βιομηχανία εξακολουθεί να θεωρείται από πολλούς ως μια πρωτογενής, μη εξειδικευμένη βιομηχανία¹.

2.2. Έρευνα αγοράς

2.2.1. Πώληση γόνων σε άλλους παραγωγούς

Στην Ελλάδα, οι ιχθυοπαραγωγοί προμηθεύονται από ιχθυοτροφεία, κυρίως ιδιωτικές ή δημόσιες (ιριδίζουσα πέστροφα ουράνιο τόξο). Τα εκκολαπτήρια ψαριών είναι χερσαίες εγκαταστάσεις με συστήματα και κατασκευές υψηλής τεχνολογίας, όπου η αναπαραγωγή των ψαριών γίνεται με φυσικό τρόπο και παράγεται ο γόνος, και η παροχή νερού τους γίνεται από τη θάλασσα ή από γεωτρήσεις. Η συλλογή των αυγών από τους κτηνοτρόφους οδηγεί σε επώαση και αναπαραγωγή, ώστε να μετατραπούν σε ψάρια, τα οποία στη συνέχεια θα προμηθευτούν στους παραγωγούς. Τα περισσότερα εκκολαπτήρια διαθέτουν τμήματα για:

- Αποθέματα γόνου
- Φυτοπλαγκτόν
- Ζωοπλαγκτόν
- Επώαση
- Εκκόλαψη αυγών
- Εκτροφή προνυμφών
- Απογαλακτισμός
- Ανάπτυξη
- Σε εξέλιξη

Η συνολική διάρκεια της ιχθυοκαλλιέργειας στα εκκολαπτήρια κυμαίνεται συνήθως από 90 έως 120 ημέρες, έως ότου φτάσουν σε βάρος 1,5 - 2 γραμμάρια και στη συνέχεια είναι έτοιμα για μεταφορά στις μονάδες πάχυνσης.

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία που δημοσιεύθηκαν από την Ομοσπονδία Ελληνικών Καλλιεργειών (FGM), υπάρχουν 29 εκκολαπτήρια θαλάσσιων ψαριών στην Ελλάδα και το 2018 παρήγαγαν περίπου 446,8 εκατομμύρια ψαράκια συνολικής αξίας 111 εκατομμυρίων ευρώ, με την τιμή μονάδας κυμαίνεται από 0,2 ευρώ για τσιπούρες έως 0,4 ευρώ για μαγιάτικα. Σχεδόν το 97% από αυτά, αντιπροσωπεύουν την παραγωγή τσιπούρας και λαβρακιού και το 3% την παραγωγή γόνου για όλα τα άλλα μεσογειακά είδη (χιόνα, μαγιάτικο). Σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, παρατηρείται μικρή μείωση του όγκου κατά 2,7%. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την παραγωγή τσιπούρας και λαβρακιού, το 2018 παρήχθησαν συνολικά 432 εκατομμύρια ψάρια αξίας 86,4 εκατομμυρίων ευρώ. Σχεδόν το 86,5% από αυτά τοποθετήθηκαν σε μονάδες στην Ελλάδα και το υπόλοιπο 13,5% διανεμήθηκαν σε άλλες χώρες (Ισπανία, Κροατία,

Πιο συγκεκριμένα, παρήχθησαν 250 εκατομμύρια ψάρια τσιπούρας, όπου σε σύγκριση με το 2017 υπάρχει μείωση 2,3% σε όγκο παραγωγής. Όσον αφορά τις εξαγωγές τσιπούρας το 2018, εξήχθησαν συνολικά 40 εκατομμύρια ψάρια, εκ των οποίων το 45% στις ευρωπαϊκές χώρες (κυρίως Ιταλία και Ισπανία) και το 55% σε τρίτες χώρες.

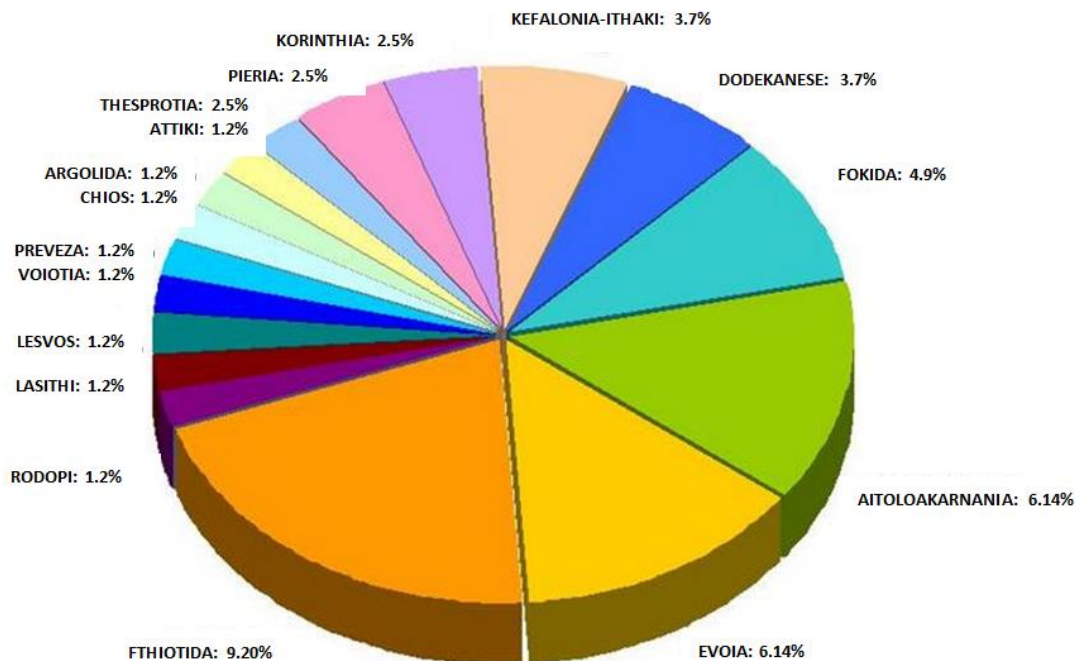
Όσον αφορά την παραγωγή απογόνων λαβρακιού, παρήχθησαν 182 εκατομμύρια, όπου σε σύγκριση με το 2017 υπάρχει μείωση 4,7% ως προς τον αριθμό των ψαριών. Συνολικά 18

¹ <https://www.aquaexcel2020.eu/>, <http://eatip.eu/>

εκατομμύρια ψάρια εξήχθησαν σε άλλες χώρες. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, το 2018, περίπου 5,5 εκατομμύρια ψαράκια λαβρακιών και 7,4 εκατομμύρια τσιπούρες εισήχθησαν στην Ελλάδα από τη Γαλλία. Το 2019, η παραγωγή τσιπούρας και λαβρακιού μειώθηκε κατά 2,08% και συνολικά παρήχθησαν 423 εκατομμύρια γόνους. Συγκεκριμένα, παράχθησαν 245 εκατομμύρια τσιπούρες και 178 εκατομμύρια γόνους λαβρακιού για κάθε είδος (ΣΕΘ, 2019).

Η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) ανακοίνωσε ότι, στην έρευνά της για το έτος 2018, η παραγωγή απογόνων πέστροφας αυξήθηκε κατά 56,8% σε σύγκριση με το 2017. Συγκεκριμένα, οι γόνι πέστροφας το 2018 ανήλθαν σε 9,384 χιλιάδες ψάρια, έναντι 5.983 χιλιάδων ψαριών το 2017. Όσον αφορά άλλα είδη ψαριών, όπως η χιόνα και ποσοστό αύξησης του μαγιάτικου κατά 8,2% το 2018, σε σχέση με το έτος 2017. Συγκεκριμένα, τα γόνιατα άλλων ειδών ψαριών το 2018 ανήλθαν σε 16,679 χιλιάδες ψάρια, έναντι 15,408 χιλιάδων ψαριών το 2017.

Οι περιοχές όπου λειτουργούν τα εκκολαπτήρια ψαριών είναι οι ακόλουθοι νομοί: Θεσπρωτία, Φωκίδα, Εύβοια, Φθιώτιδα, Λέσβος, Χίος, Αιτωλοακαρνανία, Αττική, Βοιωτία, Δωδεκάνησα και Κεφαλληνία (Εικ. 1). Τα εκκολαπτήρια ψαριών βρίσκονται κυρίως σε παράκτιες περιοχές και συνήθως ανήκουν σε εταιρείες που διαθέτουν επίσης πλωτές ιχθυοκαλλιέργειες μεσογειακών ειδών ψαριών και έχουν προχωρήσει σε καθετοποίηση της παραγωγής τους (παραγωγή γόνων, αναπαραγωγή και συσκευασία ψαριών) (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, www.minagric.gr).



Εικόνα 1: Γεωγραφική κατανομή εκκολαπτηρίων θαλάσσιων ψαριών (πηγή: Gaiapedia)²

Εκτός από τα προαναφερθέντα εκκολαπτήρια που ανήκουν στον ιδιωτικό τομέα, τα κρατικά εκκολαπτήρια είναι Ειδικές Αποκεντρωμένες Υπηρεσίες Αλιείας του Υπουργείου Γεωργικής

² <http://www.gaiapedia.gr/gaiapedia/index.php/Υδατοκαλλιέργεια>



Ανάπτυξης και Τροφίμων που ιδρύθηκαν το 1990 (ΦΕΚ 159Α/ 28-11-1999) με σκοπό την εφαρμογή προγραμμάτων της Αλιείας Θέση του διευθυντή³Το Η κύρια δραστηριότητά τους είναι η παραγωγή γόνων για τον εμπλουτισμό των εσωτερικών υδάτινων οικοσυστημάτων, την υποστήριξη νέων παραγωγών καθώς και εκείνων που έχουν υποστεί συγκεκριμένες ζημιές από ασυνήθιστες καταστροφές, διεξαγωγή έρευνας στη μεθοδολογία παραγωγής και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, υλοποίηση νέων προγραμμάτων, υποστήριξη υδατορευμάτων, υποστήριξη φρέσκων παραγωγή ιχθύων, αναπαραγωγή άγριας πέστροφας και άλλων γηγενών ειδών γλυκού νερού για μελλοντικό εμπλουτισμό φυσικών πληθυσμών ψαριών. Η προμήθεια ψαριών από τα κρατικά εκκολαπτήρια στους παραγωγούς είναι δωρεάν, υπό ορισμένες προϋποθέσεις. Τα κρατικά εκκολαπτήρια στην Ελλάδα βρίσκονται στα Ιωάννινα, την Πέλλα, τη Δράμα, την Πρέβεζα και την Άρτα και παράγουν πέστροφα, ιριδίζουσα πέστροφα, χρυσή πέστροφα, λαβράκι και κυπρίνο, είτε για εμπλουτισμό νερού είτε για προμήθεια στους παραγωγούς. Το αίτημα για δωρεάν προμήθεια γόνων από τον παραγωγό απευθύνεται στα κρατικά εκκολαπτήρια και μέσω της Διεύθυνσης Αλιευτικών Εφαρμογών και του ΕΑΠ εγκρίνεται από τον Γενικό Γραμματέα του Υπουργείου. Η Γενική Διεύθυνση Αλιείας, λαμβάνοντας υπόψη την ανάγκη προστασίας των φυσικών πληθυσμών άγριων ζώων στα ποτάμια της Ελλάδας και την ανάγκη αποφυγής διατάραξης των υδάτινων οικοσυστημάτων, εγκρίνει τη χορήγηση ψαριών πέστροφας για εμπλουτισμό μόνο σε τεχνητές λίμνες και περιοχές φραγμάτων.

Τα κύρια εκκολαπτήρια που ανήκουν στο κράτος είναι:

<p>Σταθμός Αλιείας Ιωαννίνων Διεύθυνση: 45500 Χάνι Τερρόβου - Ιωάννινα Τηλ/φαξ: 26540-71297, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: isioanninon@gmail.com</p>	<p>Πειραματικό αγρόκτημα κυπαρισσιού - αγρόκτημα χελιών Διεύθυνση: 47100 Ψαθότοποι - Άρτα Τηλ /Φαξ: 26810-42102 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: pirki@otenet.gr</p>
<p>Αλιευτικός Σταθμός Πέλλας Διεύθυνση: 58200 Έδεσσα Τηλ /Φαξ :: 23810-20688 /25578 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ispella@otenet.gr</p>	<p>Σταθμός Αλιείας Πρέβεζας Διεύθυνση: 48100 Πωγωνίτσα - Πρέβεζα Τηλ /Φαξ: 26820-24016 /25628 e-mail: ixsprevezas@yahoo.gr</p>
<p>Αλιευτικός Σταθμός Δράμας Διεύθυνση: 66100 Δράμα Τηλ /Φαξ: 25210-3579 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixsdramas@gmail.com</p>	

2.2.2. Λαϊκές αγορές

Οι υπαίθριες αγορές στην Ελλάδα είναι ενεργές σε όλη την επικράτειά της και προμηθεύουν πολίτες και επαγγελματίες με προϊόντα χερσαίας διατροφής, προϊόντα αλιείας θάλασσας / γλυκού νερού/ υδατοκαλλιέργειας, επεξεργασμένα τρόφιμα-κατεψυγμένα τρόφιμα κ.λπ. Λειτουργούν όλες οι υπαίθριες/ δημόσιες αγορές σε κάθε Περιφέρεια, Νομό και Δήμο της Ελλάδας. Για να είναι δυνατή η πώληση ψαριών και άλλων προϊόντων από τον παραγωγό μέσω υπαίθριων αγορών, απαιτείται η έκδοση επαγγελματικής άδειας εξωτερικού εμπορίου για φρέσκα θαλασσινά, γλυκό νερό, υδατοκαλλιέργεια. (<http://www.opengov.gr/ypoiain/?p=7872> Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων). Μια λίστα με τις υπαίθριες/ δημόσιες αγορές υπάρχει στον ιστότοπο της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Συλλόγων Παραγωγών Αγροτικών Προϊόντων Πωλητών

³ <http://www.alieia.minaagric.gr>



Δημόσιων Αγορών, όπου κάποιος μπορεί να πραγματοποιήσει αναζήτηση με βάση την ημέρα ή/ και την τοποθεσία όπου λειτουργούν -είναι ενεργές οι υπαίθριες αγορές αέρα <http://www.laikesagores.gr/laikh/agora/road/list?mode=list>.

Οι δημόσιες αίθουσες δημοπρασιών ψαριών διαχειρίζονται στο πλαίσιο της νομοθεσίας περί αλιείας. Η έννοια και ο ορισμός τους αναφέρεται στο άρθρο 24 του Ν. 420/1970 (ΦΕΚ 27/ Α/ 31-1-1970). Ο Υπουργός Γεωργικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ως εκπρόσωπος του Κράτους, μπορεί να αναθέσει τη διοίκηση και τη διαχείριση με την υπογραφή σύμβασης και συγκεκριμένων όρων λειτουργίας. Σήμερα, ο μόνος φορέας διαχείρισης είναι η CMFO SA (Central Markets and Fishery Organization). Οι αίθουσες δημοπρασιών Fish Fish είναι έντεκα και βρίσκονται στον Πειραιά (Κερατσίνι), τη Θεσσαλονίκη (Νέα Μηχανιώνα), την Πάτρα, την Καβάλα, την Αλεξανδρούπολη, την Κάλυμνο, την Πρέβεζα, τη Χαλκίδα, τα Χανιά (Σούδα), τη Χίο και το Μεσολόγγι⁴.

Αίθουσες δημοπρασιών ψαριών:

Αίθουσα Δημοπρασίας Ιχθύων Πειραιά Βασίλης Κατσιώτης, Διευθυντής Τηλ: 210 4007880, 210 4325838 Φαξ: 210 4007827 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixth-pir@otenet.gr	Αίθουσα δημοπρασιών ψαριών Χαλκίδας Αναστασία Βολιώτου, Υπεύθυνη Τηλ: 22210 25323 Φαξ: 22210 76323 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixthxalk@otenet.gr	Αίθουσα Δημοπρασίας Ιχθύων Καλύμνου Κωνσταντίνος Πιζάνιας, Διευθυντής Τηλ: 22430 23023 Φαξ: 22430 50853 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixth1@otenet.gr
Αίθουσα δημοπρασιών ψαριών Θεσσαλονίκης Δημήτρης Αργυριάδης, Διευθυντής Τηλ: 23920 35911, 23920 35913 Φαξ: 23920 35910 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixthes@otenet.gr	Αίθουσα δημοπρασιών ψαριών Χίου Κωνσταντίνος Στούπος, Διευθυντής Τηλ: 22710 24376 Φαξ: 22710 27171 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixth-xio@otenet.gr	Αίθουσα δημοπρασιών ψαριών Πρέβεζας Ιωάννης Τόλιας, Διευθυντής Τηλ: 26820 23090 Φαξ: 26820 24364 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixth-pre@otenet.gr
Αίθουσα δημοπρασιών ψαριών Καβάλας Χαράλαμπος Μαντάς, Διευθυντής Τηλ: 2610 321792, 2610 324258 Φαξ: 2610 324258 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixth-pat@otenet.gr	Αίθουσα δημοπρασιών ψαριών Αλεξανδρούπολης Νικολέτα Τοροσιάδου, Υπεύθυνη Τηλ: 25510 25121 Φαξ: 25510 25120 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixth-ale@otenet.gr	Αίθουσα δημοπρασιών ψαριών Χανίων Τηλ: 28210 80195, 28210 80194 Φαξ: 2821080215 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: xanixth@otenet.gr
Αίθουσα Δημοπρασίας Ιχθύων Πάτρας Χαράλαμπος Κάντζαρης, Διευθυντής Τηλ: 2610 321792, 2610 324258 Φαξ: 2610 324258 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ixth-pat@otenet.gr		

Τα υποκαταστήματα της CMFO σε όλη την Ελλάδα καθιστούν δυνατό (για ψαράδες-εμπόρους καθώς και καταναλωτές) τον εφοδιασμό της χώρας με φρέσκα ψάρια καλής ποιότητας. Ταυτόχρονα, η τοπική οικονομία κάθε περιοχής διεγείρεται μέσω εμπορικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται μέσα και γύρω από αυτές, βοηθούμενη από υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, όπως συσκευασίες και μονάδες επεξεργασίας, οι οποίες αυξάνουν την αξία της πρώτης ύλης, προς όφελος τον παραγωγό και τον έμπορο και τη διευκόλυνση

⁴ <http://212.205.18.150/node/40>, <http://www.alieia.minagric.gr>

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





της διαδικασίας εξαγωγής μέσω εγκαταστάσεων πιστοποιημένων από τις αρμόδιες υπηρεσίες της ΕΕ.

Ψάρια που διατίθενται σε αίθουσες δημοπρασιών και προέρχονται από ιχθυοκαλλιέργειες αντιπροσωπεύουν έως και το 20% των συνολικών αλιευμάτων, ενώ το 10% είναι εισαγόμενο. Σύμφωνα με τα υπάρχοντα στοιχεία της CMFO για το 2019, περισσότεροι από 8.500 χιλιάδες τόνοι τσιπούρας και λαβρακιού, που προέρχονται από την υδατοκαλλιέργεια της χώρας, διανεμήθηκαν από τις αίθουσες δημοπρασιών σε Πειραιά, Θεσσαλονίκη, Καβάλα, Πάτρα, Πρέβεζα, Χαλκίδα, Χανιά⁵.

2.2.3. Πώληση ζωντανών ή μεταποιημένων ψαριών σε εστιατόρια

Το μέγεθος της αγοράς με φρέσκα ψάρια και θαλασσινά σε αξία φαίνεται να αγγίζει τα 1.230,8 εκατομμύρια ευρώ σε ετήσια βάση και διαπραγματεύεται κυρίως μέσω του καναλιού λιανικής (ψαραγορές, S/M) και πολύ λιγότερο μέσω του Food Service (αγορές μαζικής εστίασης). Τα τελευταία χρόνια, τα κανάλια διανομής γλυκού νερού έχουν επεκταθεί και οι καταναλωτές μπορούν να βρουν φρέσκο ψάρι όχι μόνο στις ψαραγορές, αλλά και σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους σε οργανωμένο λιανικό εμπόριο (HM/ SM). Το κανάλι Λιανικής (SM/ HM/ Discounters/ Small Retail, C&C, Specialized Retail) αφορά τη διανομή προϊόντων μέσω αλυσίδων λιανικής στον τελικό καταναλωτή και ο ετήσιος κύκλος εργασιών εκτιμάται σε 142 εκατ. Ευρώ. Το κανάλι Food Service αντιπροσωπεύει το 56% του συνολικού κύκλου εργασιών κατεψυγμένων ψαριών στην εγχώρια αγορά (Enterprise Greece, 2015).

Τα υδατοκαλλιεργημένα ψάρια βρίσκονται ως ολόκληρα ψάρια αλλά και ως μεταποιημένα στο λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα και σε χώρες όπου εξάγονται, κυρίως σε καταστήματα λιανικής μεγάλης κλίμακας. Το ψάρι είναι ένα προϊόν με μεγάλη αξία για τους περισσότερους ψαράδες και εστιατόρια. Η τιμή των άγριων ειδών ευρυχαλίνης μπορεί να ξεπεράσει τα 25 ευρώ/ κιλό, ενώ το υδατοκαλλιεργημένο λαβράκι έχει γενικά τιμή κάτω από το όριο των 10 ευρώ/ κιλό⁶.

Τα ψάρια παραμένουν σε κλουβιά μέχρι να φτάσουν στο επιθυμητό μέγεθος και αλιευθούν. Το πρώτο εμπορικό μέγεθος ψαριού είναι μεταξύ 300-400 γραμμαρίων μετά από 1,5 έως 2 χρόνια. Αφού αφαιρεθούν από τις μονάδες πάχυνσης, τα ψάρια μεταφέρονται στο εργοστάσιο συσκευασίας όπου επιλέγονται και ταξινομούνται κατά μέγεθος και στη συνέχεια συσκευάζονται σε κουτιά φελιζόλ, επεξεργασμένα ή μη. Η επεξεργασία των ψαριών αφορά τη διαδικασία της αφαίρεσης εσωτερικών οργάνων (εντερική εκτόνωση) ή/ και απολέπιση, καθώς και σε ορισμένες περιπτώσεις φιλετάρισμα. Στην ελληνική αγορά, οι τσιπούρες και τα λαβράκια πωλούνται κυρίως μέσω μεγάλων λιανοπωλητών, αλλά και εξειδικευμένων λιανοπωλητών, ειδικά σε αγορές όπως η Κεντρική Αγορά Βαρβάκη στην Αθήνα, αν και περιορισμένες. Αν και το λαβράκι έχει χαμηλότερη τιμή από την τσιπούρα για τον Έλληνα καταναλωτή, υπάρχει μεγάλη ζήτηση στον τομέα της εστίασης και των αλυσίδων cash & carry, όπως το Metro, The Mart, Μασούτης⁷.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Γενικής Διεύθυνσης Ναυτιλιακών Υποθέσεων και Αλιείας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το 37% των Ευρωπαίων και το 75% των Ελλήνων προτιμούν

⁵ <https://www.okaa.gr/>

⁶ <https://www.euromonitor.com/>

⁷ www.eumofa.eu



προϊόντα αλιείας και ιχθυοκαλλιέργειας από τις χώρες τους. Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών αγοράζει ψάρια και προϊόντα ψαριών από ψαράδες και σούπερ μάρκετ, ενώ λιγότεροι καταναλωτές προτείνουν προϊόντα ψαριών από δημοφιλείς αγορές ή ψαραγορές και αίθουσες δημοπρασιών ψαριών⁸.

Τα περισσότερα σούπερ μάρκετ διαθέτουν εξειδικευμένο τμήμα για την πώληση ψαριών, το οποίο έχει άμεσο αντίκτυπο στο συνολικό επίπεδο κατανάλωσης. Από τα τέλη του 2014, φρέσκο καθαρισμένο λαβράκι προσφέρεται στην ελληνική αγορά και συσκευάζεται. Μια μεγάλη αλυσίδα σούπερ μάρκετ (LIDL) έχει αναπτύξει μια σειρά "FRESH FISH TODAY" που περιλαμβάνει λαβράκι και τσιπούρα. Το καθαρισμένο λαβράκι (βάρους 350 γραμμαρίων) πωλήθηκε 3,99 ευρώ/ τεμάχιο, δηλαδή 11,40 ευρώ/ κιλό τον Φεβρουάριο του 2018 (η τσιπούρα πωλήθηκε 9,14 ευρώ/ κιλό, ταυτόχρονα). Αυτή η λιανική εταιρεία μεγάλης κλίμακας πωλεί καθαρισμένη τσιπούρα για 13,20 ευρώ/ κιλό⁹.

2.2.4. Παντοπωλεία ή ζωντανά για απόθεμα λιμνών

Αυτή η δραστηριότητα δεν λαμβάνει χώρα στην Ελλάδα. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο εμπλουτισμός των λιμνών με ψάρια έχει προκαλέσει στο παρελθόν αρκετές αντιδράσεις λόγω δυσμενών αλλαγών στη βιοποικιλότητα που μπορεί να προκαλέσει.

2.2.5. Ψάρια αθλητικής αλιείας ή διακοσμητικά ψάρια

Η ερασιτεχνική αθλητική αλιεία διέπεται από τις διατάξεις του ΠΔ 373/85 (FEK 131/ Α/ 1985), του Κανονισμού (ΕΚ) 1967/2006, καθώς και από εκείνες του Γενικού Κανονισμού Λιμένων, καθώς ισχύει για την περιοχή όπου πραγματοποιείται τέτοια αλιευτική δραστηριότητα. Το ερασιτεχνικό ψάρεμα είναι το ψάρεμα που στοχεύει στην ψυχαγωγία ή τον αθλητισμό και όχι στην ανθρώπινη κατανάλωση ή εισόδημα. Οι ερασιτέχνες αλιείς πρέπει να διαθέτουν ατομική ερασιτεχνική άδεια αλιείας που εκδίδεται από τη Λιμενική Αρχή. Οι ερασιτέχνες ψαράδες που αλιεύουν στην ξηρά εξαιρούνται από αυτήν την υποχρέωση (Γενικός Κανονισμός Λιμένα, άρθρο 232).

Οι ερασιτέχνες ψαράδες δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιούν συρόμενα δίχτυα, κυκλικά δίχτυα, πλέγματα, ρυμούλκες σκαφών, μηχανοκίνητα ρυμούλκα, δίχτυα κλαδιών, κουρελιασμένα δίχτυα και συνδυασμό δίχτυων πυθμένα. Απαγορεύεται επίσης η χρήση καθοριστικών γραμμών για ιδιαίτερα μεταναστευτικά είδη στην ερασιτεχνική αλιεία.

Σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1967/2006, τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι:

- Η ερασιτεχνική αλιεία πρέπει να διεξάγεται με τρόπο συνεπή με τους στόχους και τους κανόνες των μέτρων διαχείρισης για τη βιώσιμη εκμετάλλευση των αλιευτικών πόρων στη Μεσόγειο.
- Τα αλιεύματα θαλάσσιων οργανισμών που προέρχονται από ερασιτεχνική αλιεία δεν πρέπει να διατίθενται στην αγορά. Ωστόσο, κατ'εξαίρεση, ενδέχεται να επιτρέπεται η εμπορία ειδών που αλιεύονται σε αθλητικές εκδηλώσεις υπό τον όρο ότι τα έσοδα από την πώλησή τους θα διατεθούν σε φιλανθρωπικό σκοπό.
- Λαμβάνονται μέτρα για τη ρύθμιση της υποβρύχιας αλιείας με τουφέκι ελεύθερου σκοπευτή, ιδίως για την τήρηση των υποχρεώσεων που ορίζονται στο άρθρο 8 παράγραφος 4 του παρόντος κανονισμού, ότι απαγορεύονται τα ψαροτούφεκα εάν

⁸ <https://ec.europa.eu/>

⁹ <https://www.euromonitor.com/>



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

χρησιμοποιούνται σε συνδυασμό με υποβρύχια αναπνευστική συσκευή (ή κατά τη διάρκεια της νύχτας, από το ηλιοβασίλεμα έως την ανατολή¹⁰).

Η δραστηριότητα της ερασιτεχνικής αθλητικής αλιείας είναι πολλά υποσχόμενη και με οικονομικά οφέλη για την Ελλάδα. Παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα διαθέτει τον φυσικό πλούτο, μέχρι στιγμής δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα. Είναι χαρακτηριστικό ότι υπάρχουν αρκετοί ερασιτεχνικοί σύλλογοι αλιείας που διοργανώνουν ετήσιους αγώνες και φεστιβάλ αθλητικής αλιείας. Τέτοιες δραστηριότητες πραγματοποιούνται σε περιοχές όπου πληρούν τις προδιαγραφές όπως η τεχνητή λίμνη του Πολύφυτου στην Κοζάνη, όπου πραγματοποιείται αποκλειστικά αλιεία κυπρίνου υπό ορισμένες συνθήκες. Παρόμοιες εκδηλώσεις λαμβάνουν χώρα στις λίμνες των Ιωαννίνων, στη λίμνη Πλαστήρα και στις πηγές του Αώου. Αξίζει να σημειωθεί ότι το ερασιτεχνικό αθλητικό ψάρεμα δεν είναι για εμπορικούς σκοπούς, αλλά βασίζεται στη φιλοσοφία «πιάσε και άφησε».

2.3. Προώθηση και επιχειρηματική προσέγγιση στην Ελλάδα

2.3.1. Στρατηγική μάρκετινγκ

Μερικά από τα βασικά συμπεράσματα στα οποία βασίζεται η στρατηγική και η τακτική μάρκετινγκ είναι τα εξής:

- Η τιμή του προϊόντος (τσιπούρα - λαβράκι) έχει σταθεροποιηθεί τα τελευταία χρόνια και δεν προσφέρεται ως πεδίο έντονου ανταγωνισμού.
- Η αγορά προϊόντων χωρίζεται σε εσωτερική και εξωτερική. Η εγχώρια ζήτηση για τσιπούρες και λαβράκια αυξάνεται τα τελευταία χρόνια. Η ζήτηση από το εξωτερικό έχει να κάνει κυρίως με την προσπάθεια των ελληνικών εταιρειών να δραστηριοποιηθούν σε νέες αγορές. Έτσι, ενώ έχει καθιερωθεί η παρουσία ελληνικών προϊόντων σε ορισμένες αγορές (κυρίως Ιταλία, αλλά και Ισπανία και Γαλλία), γίνεται προσπάθεια επέκτασης σε νέες.
- Κατά την περίοδο 2001-2005, σημειώθηκαν πολλές αλλαγές στον κλάδο. πολλές εταιρείες εξαγοράστηκαν ενώ άλλες συγχωνεύθηκαν, με αποτέλεσμα ο κλάδος να αποτελείται πλέον από μερικές πολύ ισχυρές εταιρείες του ομίλου και μια σειρά από άλλες μικρότερες εταιρείες. Τα εμπόδια εισόδου είναι πολύ ισχυρά για μια νέα εταιρεία που θέλει να διαδραματίσει ηγετικό ρόλο στη βιομηχανία και να αποκτήσει μερίδιο αγοράς 5% -8%.
- Οι εταιρείες που είναι ήδη ενεργές δεν χρησιμοποιούν σημαντικά τη διαφήμιση ή οποιοδήποτε άλλο εργαλείο μάρκετινγκ προκειμένου να προωθήσουν το προϊόν. Δεν υπάρχει διαφοροποίηση σε καμία περίπτωση του προϊόντος, καθώς θεωρείται ως ένα και κοινό. Η προώθηση του προϊόντος βασίζεται στις προσωπικές επαφές και τη δύναμη του διανομέα (εμπορική εταιρεία, χονδρέμπορος) με την οποία η αντίστοιχη εταιρεία ή το ιδιόκτητο δίκτυο διανομής που έχουν αναπτύξει ορισμένες από τις εταιρείες όλα αυτά τα χρόνια.
- Η βοήθεια που παρέχει το ελληνικό κράτος και η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι επαρκής. Αλλά οι εταιρείες πρέπει να επικεντρωθούν στην ποιότητα και την προστασία του περιβάλλοντος προκειμένου να επωφεληθούν από αυτά τα οφέλη. Οι μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου είναι πιστοποιημένες κατά ISO και HACCP, ενώ μερικές από αυτές (π.χ. Selonda) είναι πιστοποιημένες AGRO 4-1 και 4-2.

¹⁰ <http://www.alieia.minaagric.gr/node/19>



- Το μέλλον για τον ευρύτερο τομέα της υδατοκαλλιέργειας είναι πολύ ευνοϊκό. Καθώς το βιοτικό επίπεδο στην Ελλάδα και στην υπόλοιπη Ευρώπη βελτιώνεται συνεχώς, η κατανάλωση ψαριών παίζει ολοένα και πιο σημαντικό ρόλο στην καθημερινή διατροφή και τα έξοδα των ελληνικών νοικοκυριών για φρέσκα ψάρια αυξάνονται (Γεωργακόπουλος, 2006).

2.3.2. Προϊόν - ποικιλία, ποιότητα, σχεδιασμός, χαρακτηριστικά, εμπορικό σήμα, συσκευασία, υπηρεσίες

Η Ελλάδα είναι ο κύριος παραγωγός μεσογειακών ψαριών και αντιπροσωπεύει περίπου το 40% της παγκόσμιας παραγωγής. Τα κυριότερα είδη θαλάσσιων ιχθυοτροφείων στην Ελλάδα είναι οι τσιπούρες με περίπου το 55% της συνολικής παραγωγής ψαριών, το λαβράκι με το 40% περίπου, και η χιόνα, ο πάγρος, το κοκκινόψαρο, το μαγιάτικο, η συναγρίδα, ο τόνος και άλλα με περίπου 5%. Το μέγεθος της συνολικής εγχώριας παραγωγής τσιπούρας-λαβρακιού αυξήθηκε τη διετία 2017-2018 με μέσο ετήσιο συντελεστή 6%, μετά από οκταετή συνεχή (σχεδόν) μείωση. Η τσιπούρα κάλυψε περίπου το 57% της εγχώριας παραγωγής τη διετία 2017-2018, και το λαβράκι το υπόλοιπο 43%. Οι εξαγόμενες ποσότητες τσιπούρας και λαβρακιού κάλυψαν το 78% -80% της συνολικής εγχώριας παραγωγής τα τελευταία χρόνια, με την Ιταλία να είναι ο κύριος προορισμός για τα υπό εξέταση προϊόντα (45% των συνολικών εξαγωγών) με την πάροδο του χρόνου, ακολουθούμενη από την Ισπανία, Γαλλία και Πορτογαλία. Οι εισαγωγές είναι σε πολύ χαμηλά επίπεδα και η εσωτερική κατανάλωση αυξήθηκε ελαφρώς τα τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της μελέτης ICAP, η ηγετική θέση των ελληνικών εταιρειών ιχθυοκαλλιέργειας στην ευρωπαϊκή αγορά τσιπούρας και λαβρακιού αποτελεί ισχυρό σημείο για τον εξεταζόμενο τομέα. Γεγονός είναι ότι οι κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας και η μορφολογία της (μεγάλη ακτογραμμή, πολλά νησιά) ευνοούν την ανάπτυξη της υδατοκαλλιέργειας. Οι αδυναμίες περιλαμβάνουν τον μεγάλο κύκλο παραγωγής προϊόντων, ο οποίος απαιτεί υψηλές κεφαλαιακές ανάγκες σε συνδυασμό με περιορισμένη διάρκεια ζωής των ψαριών (διατίθεται ως φρέσκο) (ICAP, 2019). η ηγετική θέση των ελληνικών εταιρειών ιχθυοκαλλιέργειας στην ευρωπαϊκή αγορά τσιπούρας και λαβρακιού αποτελεί ισχυρό σημείο για τον εξεταζόμενο τομέα. Γεγονός είναι ότι οι κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας και η μορφολογία της (μεγάλη ακτογραμμή, πολλά νησιά) ευνοούν την ανάπτυξη της υδατοκαλλιέργειας. Οι αδυναμίες περιλαμβάνουν τον μεγάλο κύκλο παραγωγής προϊόντων, ο οποίος απαιτεί υψηλές κεφαλαιακές ανάγκες σε συνδυασμό με περιορισμένη διάρκεια ζωής ψαριών (διατίθεται ως φρέσκο) (ICAP, 2019). η ηγετική θέση των ελληνικών εταιρειών ιχθυοκαλλιέργειας στην ευρωπαϊκή αγορά τσιπούρας και λαβρακιού αποτελεί ισχυρό σημείο για τον εξεταζόμενο τομέα. Γεγονός είναι ότι οι κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας και η μορφολογία της (μεγάλη ακτογραμμή, πολλά νησιά) ευνοούν την ανάπτυξη της υδατοκαλλιέργειας. Οι αδυναμίες περιλαμβάνουν τον μεγάλο κύκλο παραγωγής προϊόντων, ο οποίος απαιτεί υψηλές κεφαλαιακές ανάγκες σε συνδυασμό με περιορισμένη διάρκεια ζωής ψαριών (διατίθεται ως φρέσκο) (ICAP, 2019).

Η τσιπούρα είναι ένα ψάρι της οικογένειας Sparidae που βρίσκεται στη Μεσόγειο και τις ακτές του Βορειοανατολικού Ατλαντικού. Από πλευράς θρεπτικής αξίας, μαζί με το λαβράκι, είναι από τα πιο πολύτιμα ψάρια της Μεσογείου καθώς είναι πλούσια σε ωμέγα-3 λιπαρά οξέα. Είναι ένα από τα κύρια είδη ψαριών κατάλληλο για υδατοκαλλιέργεια και το πιο εκτρεφόμενο είδος στη Μεσόγειο. Η τσιπούρα έχει συνήθως μήκος 35 εκατοστά. Το



λαβράκι ανήκει στην οικογένεια Serranidae και βρίσκεται στη Μεσόγειο και στις ακτές του Βορειοανατολικού Ατλαντικού. Το λαβράκι έχει συνήθως μήκος 40-65 εκατοστά και βάρος 5-7 κιλά. Τα προϊόντα των ελληνικών εταιρειών υδατοκαλλιέργειας προορίζονται ως έτοιμα γεύματα ή φρέσκα ψάρια σε σούπερ μάρκετ, εστιατόρια και εστιατόρια, ψαροπωλεία και ψυγεία τυποποιημένων προϊόντων ψαριών. Επιπλέον, τα ψάρια μεταφέρονται ολόκληρα, φιλεταρισμένα, καθαρισμένα ή κατεψυγμένα,

Η βιολογική υδατοκαλλιέργεια αντιπροσωπεύει ένα εξαιρετικά μικρό ποσοστό της ελληνικής παραγωγής καθώς η ζήτηση για βιολογικά προϊόντα υδατοκαλλιέργειας παραμένει περιορισμένη. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, η παραγωγή βιολογικών τσιπούρων και λαβρακιών το 2018 ανήλθε συνολικά σε 800 τόνους, αντιπροσωπεύοντας μόνο το 0,75% της συνολικής παραγωγής αυτών των δύο ειδών. Από αυτά, το 65% πωλήθηκαν ως βιολογικά ψάρια (σχεδόν 530 τόνοι), ενώ το υπόλοιπο της παραγωγής πωλήθηκε ως συμβατικό ψάρι υδατοκαλλιέργειας. Ο κύριος λόγος για τη χαμηλή ζήτηση για βιολογικά ψάρια είναι η τιμή τους, καθώς είναι σχεδόν 60% πιο ακριβά από τα συμβατικά ψάρια υδατοκαλλιέργειας. Το 2018, η μέση τιμή της βιολογικής τσιπούρας και του λαβρακιού κυμάνθηκε περίπου στα 8 €/ κιλό. Ο όγκος της παραγωγής σε σχέση με το 2017 παρέμεινε σταθερός, ενώ δεν αναμενόταν καμία αλλαγή το 2019.

Η τάση στον ευρύτερο κλάδο είναι ότι οι περισσότερες εταιρείες δεν συνδέουν τη μάρκα τους με το διαθέσιμο προϊόν. Με αυτόν τον τρόπο, ο τελικός καταναλωτής δεν έχει άμεσες πληροφορίες σχετικά με την εταιρεία που είναι υπεύθυνη για την παραγωγή αυτών των ψαριών. Το προϊόν θεωρείται ως ένα και οι εταιρείες βασίζονται στη διαπραγματευτική δύναμη των μεσολαβητών προκειμένου το προϊόν τους να προωθηθεί προς πώληση σε καταστήματα ψαριών, σούπερ μάρκετ, εταιρείες εστίασης, τροφοδοσία κ.λπ.

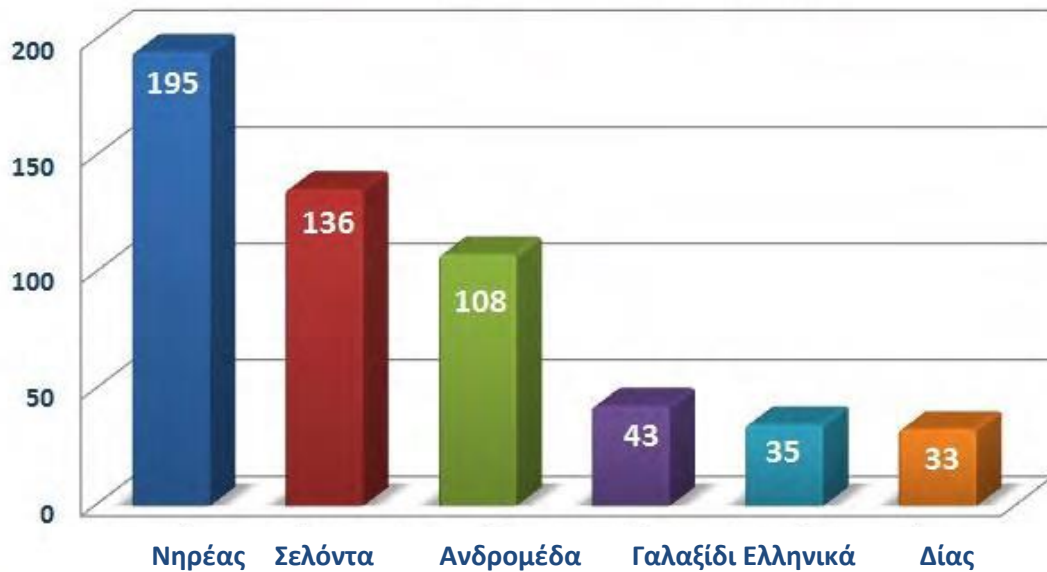
Μεγάλες εταιρείες υδατοκαλλιέργειας (Σχήμα 2) έχουν αναπτύξει ένα σύστημα ιχνηλασιμότητας που καλύπτει πρώτες ύλες, εσωτερική κυκλοφορία, ενδιάμεσα προϊόντα, διαδικασίες και τελικά προϊόντα. Πολλές εταιρείες του κλάδου εφαρμόζουν συστήματα ποιότητας όπως ISO και HACCP και ακολουθούν τα πρότυπα AGRO 4-1 και AGRO 4-2, τα οποία υποστηρίζονται από τον Οργανισμό Πιστοποίησης και Εποπτείας Αγροτικών Προϊόντων (AGROCERT).

Το πρότυπο AGRO 4-1 περιλαμβάνει γενικές απαιτήσεις για συμμόρφωση με την εθνική και κοινοτική νομοθεσία και ειδικές απαιτήσεις για τις γεννήτριες, την προέλευση του πληθυσμού των ψαριών, τους γόνους, την πυκνότητα των ψαριών, τις συνθήκες αναπαραγωγής, τη διατροφή, την υγεία των ψαριών, τη θεραπεία, την κτηνιατρική παρακολούθηση, την ανάπτυξη, αποθήκευση, μεταφορά, εκπαίδευση, υγιεινή και ασφάλεια του προσωπικού και εγκαταστάσεων και συμμόρφωση με την ιχνηλασιμότητα. Με βάση το πρότυπο, η εταιρεία είναι υποχρεωμένη να τηρεί βιβλία και αρχεία σχετικά με την τήρηση όλων αυτών των προδιαγραφών.

Το AGRO 4-2 περιλαμβάνει γενικές απαιτήσεις για συμμόρφωση με την εθνική και κοινοτική νομοθεσία και ειδικές απαιτήσεις για εγκαταστάσεις, εγκαταστάσεις υγιεινής, προγράμματα λειτουργίας εγκαταστάσεων, καθαρισμό και απολύμανση χώρων εργασίας, κανόνες επαγγελματικής υγιεινής και ιατρικά πιστοποιητικά, εκπαίδευση προσωπικού, κριτήρια αξιολόγησης προϊόντων, όρους συσκευασίας και συνθήκες, παραγωγή, αποθήκευση, συμμόρφωση με τις εγκαταστάσεις συσκευασίας και για κατασκευασμένα και

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

αποθηκευμένα προϊόντα και ιχνηλασιμότητα. Όπως και με το προηγούμενο πρότυπο, η εταιρεία πρέπει να τηρεί αρχεία και βιβλία σχετικά με τη συμμόρφωση με όλες αυτές τις προδιαγραφές (Γεωργακόπουλος, 2006).



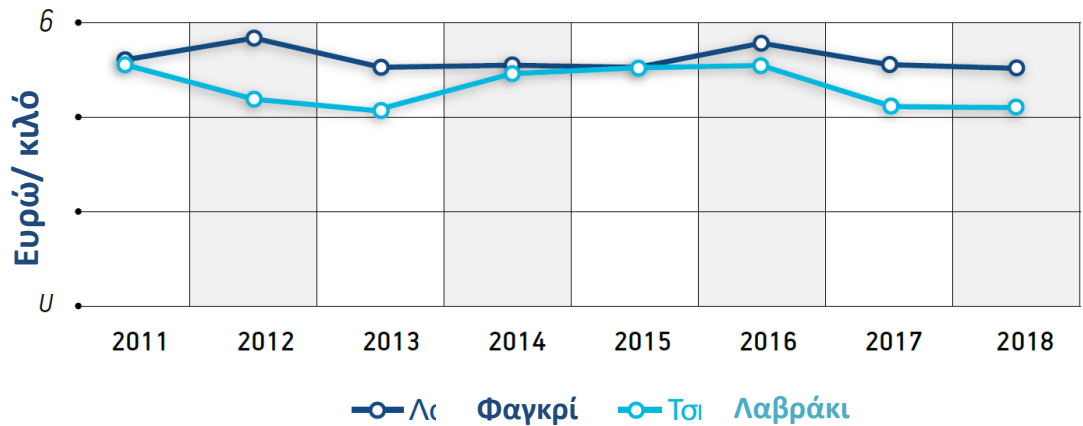
Εικόνα 2. Οι μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες υδατοκαλλιέργειας βάσει πωλήσεων 2014 (Γεωργακόπουλος, 2006)

2.3.3. Τιμή - τιμή καταλόγου, εκπτώσεις, κίνητρα, περίοδος πληρωμής, όροι πίστωσης

Παράγοντες που επηρεάζουν κυρίως τις τιμές των προϊόντων είναι η εποχικότητα της ζήτησης και της προσφοράς, οι τιμές των ανταγωνιστών αλλά και το βάρος του τελικού προϊόντος. Η ζήτηση για ψάρια αυξάνεται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες κυρίως λόγω της αύξησης της τουριστικής κίνησης ενώ μειώνεται αντίστοιχα τους χειμερινούς μήνες. Επίσης, ένα μεγάλο μέρος της παραγωγής εταιρειών ιχθυοκαλλιέργειας είναι διαθέσιμο στην αγορά το φθινόπωρο, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα οι τιμές να βρίσκονται υπό πίεση κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Ανάλογα με το βάρος του ψαριού, καθορίζονται και οι τιμές πώλησης.

Τα ψάρια υδατοκαλλιέργειας θεωρούνται βασικά προϊόντα, με ασταθείς τιμές ακόμη και σε εβδομαδιαία επίπεδα, αλλά και ασταθή παραγωγή που εξαρτάται από μη ισορροπημένους παράγοντες. Το 2012, η μέση τιμή του λαβρακιού ανήλθε σε 5,10 €/ κιλό, η οποία ήταν αύξηση σε σύγκριση με 4,20 €/ κιλό το 2011. Αντίστοιχα, οι τιμές τσιπούρας το 2012 ήταν 5,08 €/ κιλό έναντι 5,40 € το 2011 (Χαβέλας, 2015).

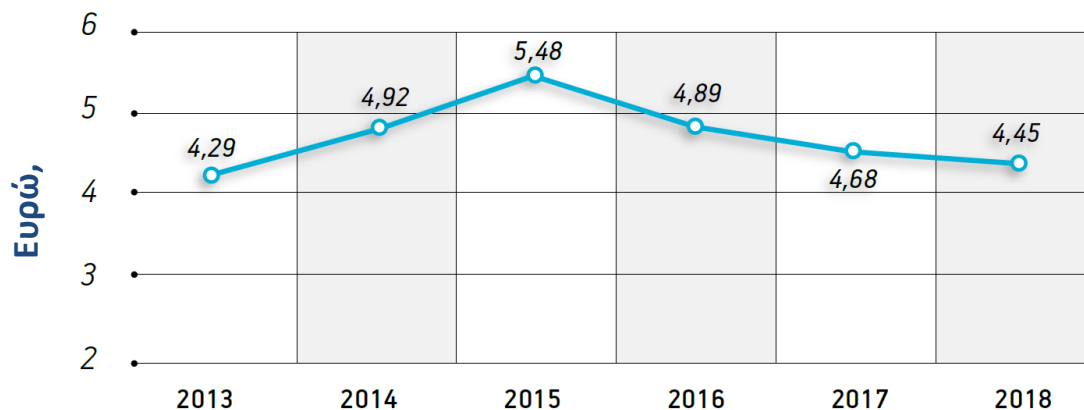
Οι τιμές για τα λαβράκια και τις τσιπούρες στην Ελλάδα το 2018 παρουσίασαν πτωτική τάση και για τα δύο είδη σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Η μέση τιμή πώλησης της τσιπούρας ήταν 4,53 €/ κιλό, παρουσιάζοντας μείωση 1,5%, ενώ για το λαβράκι η μέση τιμή πώλησης ήταν 4,97 €/ κιλό, μειωμένη σχεδόν κατά 6%. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα δεδομένα, αυτή η τάση αναμένεται να συνεχιστεί, πιθανώς πτώση των τιμών και για τα δύο είδη, το 2019, λόγω της αναμενόμενης αυξημένης προσφοράς από τρίτες χώρες (Εικόνα 3).



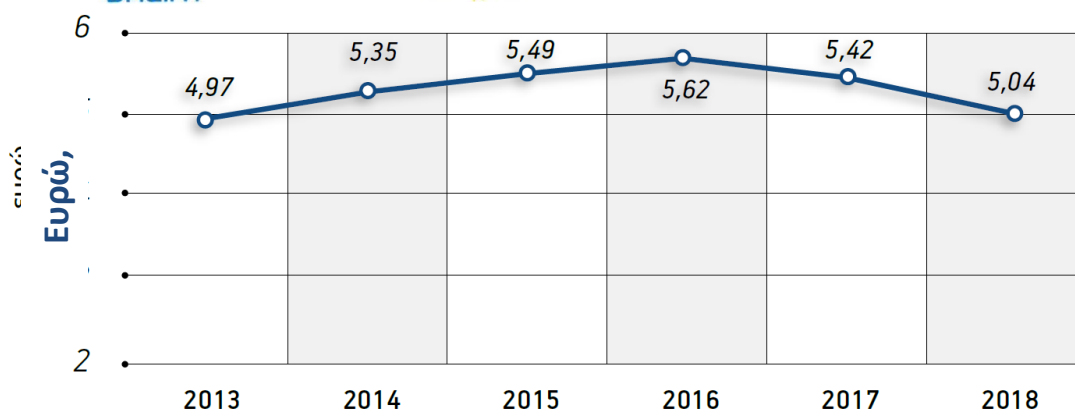
Σχήμα 3: Μέση τιμή για λαβράκι και τσιπούρα κατά τα έτη 2011-2018 (ΣΕΘ, 2019)

Εκτός από την εγχώρια ελληνική αγορά, οι ελληνικές εταιρείες υδατοκαλλιέργειας προμηθεύουν επίσης την Ιταλία, την Ισπανία και τη Γαλλία. Για αυτές τις χώρες, οι τιμές φαίνονται παρακάτω (Σχήμα 4). Η μέση τιμή της τσιπούρας στην Ιταλία το 2018 ήταν 4,45 €/ κιλό, δηλαδή μειώθηκε κατά 4,91% σε σύγκριση με το 2017. Η αξία των εξαγωγών (σε τιμές παραγωγού) ανήλθε σε 101,9 εκατομμύρια ευρώ, αύξηση περίπου 1,09% σε σύγκριση με το 2017 (100,8 εκατομμύρια ευρώ). Η μέση τιμή στο λαβράκι ήταν 5,04 €/ κιλό, δηλαδή μειωμένη κατά 7,01% σε σύγκριση με το 2017 (Εικ. 5). Η αξία των εξαγωγών (σε τιμές παραγωγού) ανήλθε σε 100,97 εκατ. Ευρώ, μείωση 1,94% σε σχέση με το 2017 (102,97 εκατ. Ευρώ).

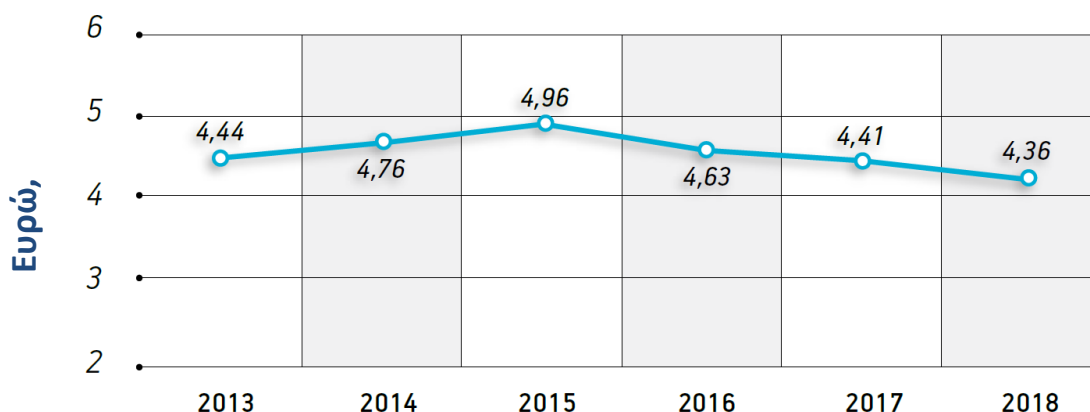
Η μέση τιμή της τσιπούρας στην Ισπανία το 2018 ήταν 4,36 €/ κιλό, δηλαδή μειωμένη κατά 1,13% σε σύγκριση με το 2017 (Σχήμα 6). Η αξία των εξαγωγών (σε τιμές παραγωγού) ανήλθε σε 38,37 εκατ. Ευρώ, μείωση 1,49% σε σύγκριση με το 2017 (38,95 εκατ. Ευρώ). Η μέση τιμή του λαβρακιού κυμάνθηκε από 4,26 €/ κιλό, μειωμένη κατά 9,55% από το 2017 (Εικ. 7). Η αξία των εξαγωγών (σε τιμές παραγωγού) ανήλθε σε 25,32 εκατ. Ευρώ, σημαντική μείωση 6,18 % σε σχέση με το 2017 (26,99 εκατ. Ευρώ).



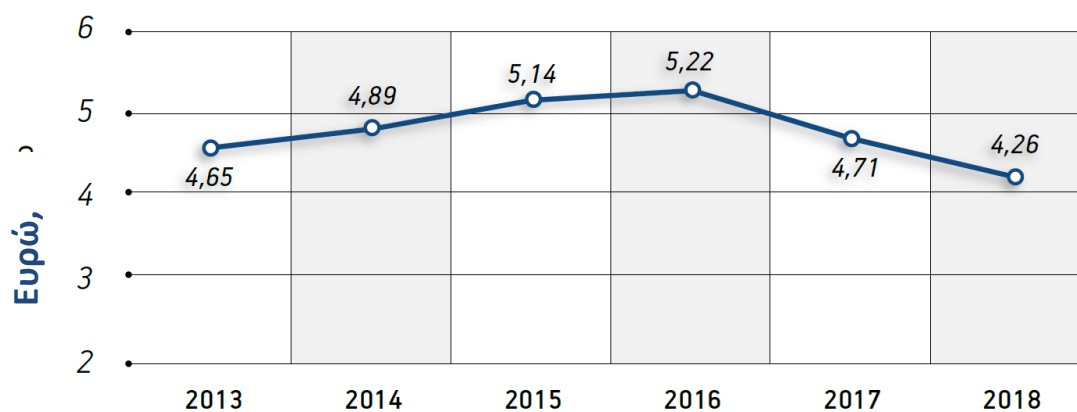
Σχήμα 4: Μέση τιμή για τσιπούρες στην Ιταλία κατά τα έτη 2013-2018 (ΣΕΘ, 2019)



Σχήμα 5: Μέση τιμή για λαβράκι στην Ιταλία κατά τα έτη 2013-2018 (πηγή: ΣΕΘ, 2019)

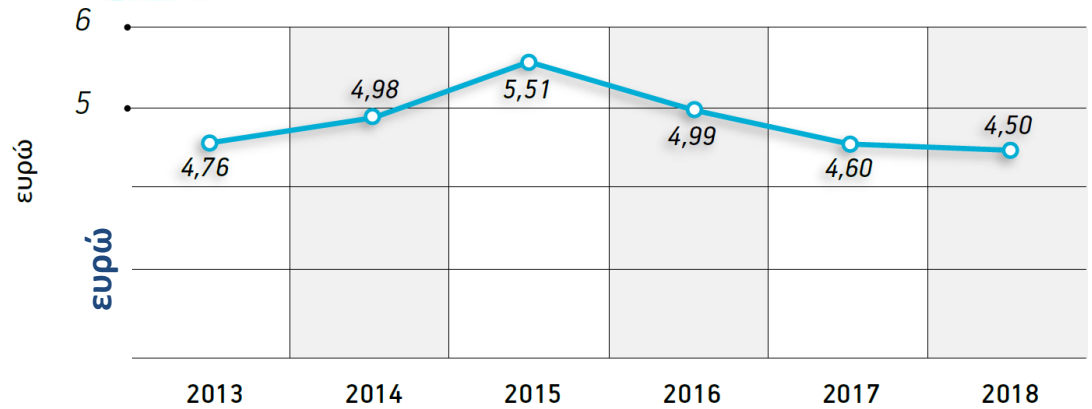


Σχήμα 6: Μέση τιμή για τσιπούρες στην Ισπανία κατά τα έτη 2013-2018 (ΣΕΘ, 2019)



Εικόνα 7: Μέση τιμή για λαβράκια στην Ισπανία κατά τα έτη 2013-2018 (ΣΕΘ, 2019)

Η μέση τιμή της τσιπούρας στη Γαλλία το 2018 ήταν 4,5 €/ κιλό, δηλαδή μειωμένη κατά 2,17% σε σύγκριση με το 2017 (Εικ. 8). Η αξία των εξαγωγών (σε τιμές παραγωγού) ανήλθε σε 31,4 εκατ. Ευρώ, μείωση 6,8% σε σύγκριση με το 2017 (33,7 εκατ. Ευρώ). Η μέση τιμή του λαβρακιού κυμάνθηκε από 5,52 €/ κιλό, μειωμένη κατά 2,47% από το 2017 (Εικ. 9). Η αξία των εξαγωγών (σε τιμές παραγωγού) ανήλθε σε 23,53 εκατ. Ευρώ, μειωμένη κατά 1,75% σε σχέση με το 2017 (23,95 εκατ. Ευρώ).



Σχήμα 8: Μέση τιμή για τσιπούρες στη Γαλλία κατά τα έτη 2013-2018 (ΣΕΘ, 2019)



Σχήμα 9: Μέση τιμή για λαβράκι στη Γαλλία κατά τα έτη 2013-2018 (ΣΕΘ, 2019)

Οι όροι πληρωμής των πελατών καθώς και τυχόν εκπτώσεις που χορηγούνται, λόγω του είδους των προϊόντων και του μεγέθους των εταιρειών με τις οποίες συνεργάζονται, εξαρτώνται κυρίως από τις ποσότητες παραγγελιών του κάθε πελάτη. Μια μέση εταιρεία στην αγορά αυτή τη στιγμή εισπράττει τις απαιτήσεις της εντός 4 μηνών (με επιταγές διάρκειας συνήθως 2 έως 4 μηνών). Στόχος της εταιρείας είναι να μπορεί να προσφέρει πίστωση έως και 4 μήνες, αλλά όχι περισσότερο, προκειμένου να μην χαρακτηριστεί ως μη εξασφαλισμένη. Επιπλέον, οι εταιρείες λαμβάνουν υπόψη ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά, όπως φερεγγυότητα πελατών, διάρκεια συνεργασίας, ποσοστό συμμετοχής στις πωλήσεις. Σε κάθε περίπτωση, λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη των εταιρειών να διαθέτουν επαρκή ρευστότητα, ώστε να μπορούν να καλύψουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις τους.

2.3.4. Τοποθεσία - κανάλια, κάλυψη, ποικιλία, τοποθεσίες, απόθεμα, μεταφορά, εφοδιαστική

Η τοποθεσία μιας μονάδας υδατοκαλλιέργειας είναι ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά για την επιτυχία της μονάδας. Η επιλογή της θέσης γίνεται αφού ληφθούν υπόψη δύο βασικές απαιτήσεις: α) απαιτήσεις για κατάλληλο θαλάσσιο χώρο και β) απαιτήσεις για κατάλληλη έκταση γης για την κάλυψη των ευρύτερων αναγκών του έργου. Μεγάλη σημασία δίνεται στη σωστή επιλογή του θαλάσσιου χώρου στον οποίο θα εγκατασταθεί η μονάδα, δεδομένου ότι η επιλογή αυτή επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό το τελικό αποτέλεσμα του επενδυτικού σχεδίου.



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας χρησιμοποιεί διάφορα κανάλια για τη διανομή του τελικού προϊόντος: ψαραγορές, αίθουσες δημοπρασιών ψαριών, χονδρέμποροι, εμπορικές εταιρείες και σούπερ μάρκετ. Πολλές μεγάλες εταιρείες-όμιλοι του κλάδου που έχουν ενισχύσει την παρουσία τους στην αγορά διαθέτουν εκτεταμένα δίκτυα διανομής καθώς και θυγατρικές.

Οι παραδόσεις βασικών προμηθειών (γόνιοι, τρόφιμα και κουτιά) γίνονται απευθείας στις εγκαταστάσεις των φυτών. Η υποχρέωση μεταφοράς βαρύνει συνήθως τους αντίστοιχους προμηθευτές και γίνεται οδικώς με τα ίδια μέσα μεταφοράς των προμηθευτών, ενώ το κόστος μεταφοράς περιλαμβάνεται στις συμφωνημένες τιμές. Η συνολική ευθύνη για την κατάσταση του προϊόντος μέχρι να παραδοθούν στη μονάδα βαρύνει τον προμηθευτή. Η μεταφορά άλλων προμηθειών πραγματοποιείται είτε μέσω ιδιωτικής ιδιοκτησίας εταιρειών (ιδιωτικό αυτοκίνητο) είτε με προμηθευτές.

Τα είδη που χρειάζονται επαρκή χώρο αποθήκευσης είναι τα κουτιά συσκευασίας τροφίμων. Τα κουτιά συνήθως αποθηκεύονται σε χώρο μέσα στο εργοστάσιο συσκευασίας, ενώ τα τρόφιμα ψαριών αποθηκεύονται σε ειδικά διαμορφωμένο αποθηκευτικό χώρο. Επιπλέον, υπάρχει συνήθως μια γενική αποθήκη όπου αποθηκεύεται ο υπόλοιπος εξοπλισμός και τα εφόδια της μονάδας (Γεωργακόπουλος, 2006).

2.3.5. Προώθηση - διαφήμιση, προσωπικές πωλήσεις, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις

Προκειμένου οι εταιρείες να προωθήσουν το προϊόν τους, χρησιμοποιούν διάφορα στοιχεία του μίγματος προώθησης. Η διείσδυση και η παραμονή μιας εταιρείας στην αγορά, λόγω του ανταγωνισμού που επικρατεί, απαιτεί την ανάπτυξη ενός εντατικού και αποτελεσματικού σχεδίου επικοινωνίας και προώθησης πωλήσεων.

Προσωπική πώληση: Αυτό είναι το μόνο εργαλείο στο μείγμα που χρησιμοποιούν οι περισσότερες εταιρείες. Είναι ο μόνος τρόπος για μια εταιρεία που δραστηριοποιείται στον κλάδο να παρέχει πελάτες και κυρίως ενδιαμέσους που θα προωθήσουν τα προϊόντα της. Σε αυτό το πλαίσιο, η προσωπική πώληση δίνει έμφαση στα πλεονεκτήματα που θα αποκομίσουν οι πελάτες από τη χρήση του προϊόντος, όπως αύξηση ή διατήρηση του περιθωρίου κέρδους (για όλους τους εμπλεκόμενους εμπόρους λιανικής-χονδρεμπόρους), συνέπεια στις συμφωνίες, υψηλή ποιότητα προϊόντων κ.λπ.

Διαφήμιση: Ορισμένες εταιρείες διαφημίζουν τα προϊόντα/ υπηρεσίες τους σε περιοδικά (βιομηχανία και περιεχόμενο που σχετίζεται με το αντικείμενό τους). Ο σκοπός αυτών των διαφημίσεων είναι κυρίως η αναγνώριση της μάρκας της εταιρείας από τον τελικό καταναλωτή αλλά και από τις άλλες εταιρείες του κλάδου καθώς και από όλους όσους ασχολούνται με τον συγκεκριμένο κλάδο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η καταχώριση διαφημίσεων από εταιρείες που υποστηρίζουν την υδατοκαλλιέργεια (μεταφορές, εταιρείες ιχθυοκαλλιέργειας, εταιρείες εξοπλισμού ιχθυοκαλλιέργειας και ιχθυοτροφεία κ.λπ.) στις Ετήσιες Εκθέσεις της Ελληνικής Ναυτιλιακής Ένωσης (ΣΕΘ).

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Η πληροφορία στην ΕΜΜΕ

2. Η Ιχθυοκαλλιέργεια στην Ελλάδα

2.1 Βασικά χαρακτηριστικά του κλάδου - σημαντικότερα εξέλιξη 2018

Το 2018 ήταν μια έσχατα θετική χρονιά για τον κλάδο της ιχθυοκαλλιέργειας στην Ελλάδα. Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου. Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου. Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου.

Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου. Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου. Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου.

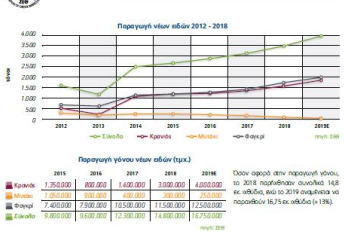
Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου. Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου. Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου.

UTC
INTERNATIONAL TRANSPORT S.A.

FAST AND RELIABLE TRANSPORT BY ALL MEANS WORLDWIDE
EXPORT AND IMPORT OF CARGO BY AIR, SEA, TRUCK
SPECIAL HANDLING OF PERISHABLE CARGO (FRESH FISH, FOODSTUFF AND FISH PRODUCTS)
STORAGE, PACKING, CUSTOMS CLEARANCE, DELIVERY, INSURANCE

ATHENS INTERNATIONAL AIRPORT "EL. VENIZELOS", BUILDING NO 27
5th Km SPATA-LOUISA, Av., GR 190 19 SPATA ATTIKI, ATHENS, GREECE
TEL.: +30 210 3542090, 91-92-93-94 • FAX: +30 210 3542332
EMAIL: utcinternational@athensairport.gr • www.utc.gr

2.2 Παραγωγή γίνου κλάδου 2013 - 2018



2.3 Βασικά είδη θαλασσίον ιχθυοκαλλιέργειας

Ο κλάδος της ιχθυοκαλλιέργειας στην Ελλάδα είναι ένας από τους πιο αναπτυσσόμενους κλάδους της κτηνοτροφίας. Η ανάπτυξη της Βαλτικής του σκουλήρι σε κτηνοτροφία έγινε η κύρια αιτία της ανάπτυξης του κλάδου.

- Θαλασσίον
- Θαλασσίον
- Θαλασσίον
- Θαλασσίον
- Θαλασσίον

agroinvest

Συμβάλλουμε στο έργο σας Ανταποκρινόμενοι στις ανάγκες του Ιχθυοπαραγωγού

Επικοινωνία μαζί μας
Agroinvest A.E.B.E.
Α.Βασιλείου 517
16341, Ηλιούπολη
Αθήνα
Τηλ: +30 210 48 12 280
Φαξ: +30 210 48 26 976
fish@agroinvest.gr
www.agroinvest.gr

Δημοσιότητα - Δημόσιες Σχέσεις: Οι δραστηριότητες αυτού του εργαλείου περιλαμβάνουν τη συνεργασία μονάδων με πανεπιστημιακές σχολές (π.χ. τμήματα βιολογίας, υδατοκαλλιέργειας κ.λπ.) και τεχνολογικά ινστιτούτα, παρέχοντας διευκολύνσεις στους φοιτητές για την προετοιμασία διπλωμάτων και διπλωματικών εργασιών. Σκοπός αυτών των δραστηριοτήτων είναι η δημιουργία ισχυρών δεσμών με την τοπική κοινότητα.

Δικτυακός τόπος: Οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν τον δικό τους ιστότοπο προκειμένου να παρέχουν πλήρεις πληροφορίες σχετικά με τις διαδικασίες που χρησιμοποιούν και τα προϊόντα τους. Μέσω της ιστοσελίδας, δίνεται η δυνατότητα στους πελάτες της εταιρείας να εκφράσουν τη γνώμη τους για το προϊόν, καθώς και τυχόν παράπονα που έχουν να κάνουν με αυτό. Επιπλέον, υπάρχει η δυνατότητα χρήσης ιστοσελίδων ως πλατφόρμα λήψης ηλεκτρονικών παραγγελιών (Γεωργακόπουλος, 2006).

Οι εταιρείες δεν κρίνονται μόνο από τα οικονομικά τους αποτελέσματα και την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, αλλά και από τη συμβολή τους στο κοινωνικό σύνολο. Οι δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αφορούν ανθρώπους, περιβάλλον και κοινωνία. Οι κοινωνικές δραστηριότητες των εταιρειών υδατοκαλλιέργειας στην Ελλάδα αφορούν κυρίως την υποστήριξη τοπικών κοινοτήτων, πολιτιστικές εκδηλώσεις, υποστήριξη

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

μη κερδοσκοπικών οργανώσεων, συμβολή σε εκπαιδευτικά προγράμματα μέσω Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων και Φοιτητικών Οργανώσεων και χορηγίες. (Όμιλος Ανδρομέδα <https://www.andromedagroup.eu/>, Ιχθυοκαλλιέργειες Νηρέυς http://www.nireus.com/1_1/arxikh-selida, Ιχθυοτροφεία Σελόντα <http://selonda.com/>).

2.4. Στρατηγική μάρκετινγκ στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

Η προσπάθεια για την ανάπτυξη των Ελληνικών Περιφερειών περνά μέσα από τη δυνατότητα που έχουν να προσελκύσουν επενδυτικό ενδιαφέρον και να αναπτύξουν τομείς προτεραιότητας. Σημαντικά στοιχεία είναι το γενικό οικονομικό περιβάλλον, η νομοθεσία για τη δημιουργία και τη λειτουργία των επιχειρήσεων, το επίπεδο υποδομής, οι δυνατότητες του ανθρώπινου δυναμικού σε μια περιοχή, οι οικονομικές συγκεντρώσεις, η γεωγραφική θέση και άλλα. Ωστόσο, η στρατηγική μάρκετινγκ παίζει επίσης σημαντικό ρόλο. Στην περίπτωση του μάρκετινγκ μιας περιφερειακής οικονομίας, το αντικείμενο (προϊόν) του μάρκετινγκ είναι η συνολική περιοχή, η οποία ως «παραγωγός» προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες (Kotler και Gertner 2002, Moilanen και Rainisto 2008). Οι στρατηγικοί μάρκετινγκ είναι κυρίως τοπικοί φορείς, όπως οι περιφερειακές και δημοτικές αρχές σε συνεργασία με έναν αριθμό άλλων τοπικών παραγόντων (π.χ. επιχειρηματικές ενώσεις, συνεταιρισμοί, πανεπιστήμια). Οι ομάδες -στόχοι, δηλαδή οι αποδέκτες ή η αγορά μάρκετινγκ μιας περιοχής, μπορεί να είναι καταναλωτές, πολυεθνικές εταιρείες, οργανισμοί, εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, τουρίστες και πολίτες για τη μόνιμη εγκατάστασή τους, ερευνητικά κέντρα, εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.λπ. (Rainisto 2003).

Στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης έχουν αναπτυχθεί ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα όσον αφορά την προώθηση των εταιρειών υδατοκαλλιέργειας της περιοχής.

2.4.1. Περιφερειακή Αγροδιατροφική Σύμπραξη στην ΠΑΜΘ

Στο τέλος του 2018, το Περιφερειακό Συμβούλιο Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης ενέκρινε την ίδρυση της "Αγροδιατροφικής Σύμπραξης" της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Στόχος της Σύμπραξης είναι η καταγραφή, ομαδοποίηση και προώθηση των τοπικών προϊόντων της Περιφέρειας στην εγχώρια και διεθνή αγορά σε συνεργασία με τοπικούς φορείς, μέσω της διοργάνωσης ή της συμμετοχής σε ετήσιες εκθέσεις και δράσεις που φέρνουν τους παραγωγούς και τις επιχειρήσεις μεταποίησης σε επαφή με επιχειρηματίες. Το Η προτεραιότητα της Συνεργασίας της Περιφέρειας με τους εμπλεκόμενους φορείς είναι η προώθηση των αγροδιατροφικών προϊόντων που παράγονται στην περιοχή και η διασφάλιση της υπεραξίας τους, μέσω της προώθησης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των προϊόντων που περιλαμβάνονται στο περιφερειακό "Καλάθι", με σκοπό τη βελτίωση της τοπικής οικονομίας και της ανάπτυξης της Περιφέρειας.

Είναι μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία που δημιουργήθηκε υπό την αιγίδα της περιοχής της ΠΑΜΘ. Επιδιώκεται να δοθεί περιφερειακή διάσταση στην προώθηση των προϊόντων και δημιουργείται μια ομάδα διαβούλευσης που προτείνει συγκεκριμένα προϊόντα για το «Καλάθι της Περιφέρειας», η οποία με τη σειρά της θα σχηματίσει ένα δίκτυο για την προώθησή τους. Σε αυτό το νέο καλάθι, η Περιφέρεια σχεδιάζει να συμπεριλάβει ΠΟΠ και ΠΓΕ αλλά και νέα προϊόντα που ακόμη και αν δεν έχουν

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



συγκεκριμένη ονομασία, έχουν τις ιδιότητες που τα καθιστούν πολύτιμα και ανταγωνιστικά και φυσικά τις προϋποθέσεις για να γίνουν ΠΟΠ.

Οι οικονομικοί πόροι της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης προήλθαν αρχικά από το κεφάλαιο των συμμετεχόντων μετόχων και στη συνέχεια η Εταιρική Σχέση υποστηρίχθηκε από κοινοτικά προγράμματα. Κύριος εταίρος είναι η Περιφέρεια με ποσοστό 49%, ενώ η εταιρεία μπορεί να περιλαμβάνει Επιμελητήρια, Δήμους, Ομάδες Παραγωγής και Ενώσεις Αγροτικών Συνεταιρισμών, ιδιωτικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον αγροδιατροφικό τομέα της περιοχής. Οι ομάδες εργασίας ανά περιφερειακή μονάδα είναι υπεύθυνες για την επιλογή τοπικών προϊόντων, τα οποία περιλαμβάνονται στο καλάθι της Περιφέρειας¹¹.

2.4.2. Συνεταιρισμός Αλιείας Νομού Καβάλας

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι πρώτες σύγχρονες κατασκευές σε ελληνικές λιμνοθάλασσες ξεκίνησαν το 1980 στην Καβάλα, όπως οι τεχνικές παρεμβάσεις στις λίμνες του Δέλτα Νέστου που βοήθησαν στην εφαρμογή της ιταλικής τεχνολογίας, με την κατασκευή των πρώτων σύγχρονων εγκαταστάσεων παγίδευσης ψαριών. Αργότερα, εξαπλώθηκαν στις υπόλοιπες λιμνοθάλασσες της Βόρειας Ελλάδας και στη συνέχεια σε όλη την Ελλάδα. Αργότερα, δημιουργήθηκαν οι πρώτες λεκάνες χειμώνας στις λιμνοθάλασσες, με στόχο την προστασία ψαριών μικρού μεγέθους που εισέρχονται στη λιμνοθάλασσα για να ξεχειμωνιάσουν (Ετήσια Περιφερειακή Έκθεση Επιχειρηματικότητας ΚΕΤΑ ΑΜΘ).

Ο Αγροτικός Αλιευτικός Συνεταιρισμός Λιμνοθάλασων δραστηριοποιείται από το 1950 στη Λιμνοθάλασσα της Κεραμωτής Καβάλας, Αγιασμάτων, Ερατίνου και Βάσωβας, αλιεύοντας και προσφέροντας φυσικά καλλιεργημένα ψάρια (λαβράκι, τσιπούρα, μπλε καβούρια, μπαρμπούνια, αυγοτάραχα), τα οποία διατίθενται καθημερινά από την Αίθουσα Δημοπρασίας Ιχθύων Καβάλας. Τα μέλη του Συνεταιρισμού είναι περίπου 35 ψαράδες. Η παραγωγική του δραστηριότητα ανέρχεται σε 150 έως 180 τόνους ψάρια ετησίως. Το ιχθυοτροφείο του Συνεταιρισμού είναι μια περιφραγμένη περιοχή της λιμνοθάλασσας, όπου οι ψαράδες ανοίγουν τις «πόρτες παγίδας» όταν το νερό ευνοεί την κίνηση των ψαριών προς τα μέσα, και τις κλείνουν προκειμένου να παγιδεύσουν τα ψάρια. Το μπλε καβούρι που βρέθηκε στην Καβάλα (και σήμερα σε ολόκληρη την παράκτια περιοχή της περιοχής) είναι αυτόχθονο στον Ατλαντικό Ωκεανό και ευδοκίμει στον Κόλπο του Μεξικού. Εισήχθη στη Μεσόγειο στα μέσα του 20ού αιώνα.

Ο Συνεταιρισμός στοχεύει στην ανάπτυξη της δραστηριότητάς του δημιουργώντας ένα εργοστάσιο συσκευασίας με δυνατότητα καπνίσματος ψαριών και συσκευασίας του αυγοτάραχου («αυγοτάραχο») σύμφωνα με το νόμο. Η δημιουργία του εργοστασίου συσκευασίας αναμένεται να αυξήσει την αξία των προϊόντων, να ενισχύσει την τοπική οικονομία, να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας και να βελτιώσει τις συνθήκες εργασίας των ψαράδων¹² Το

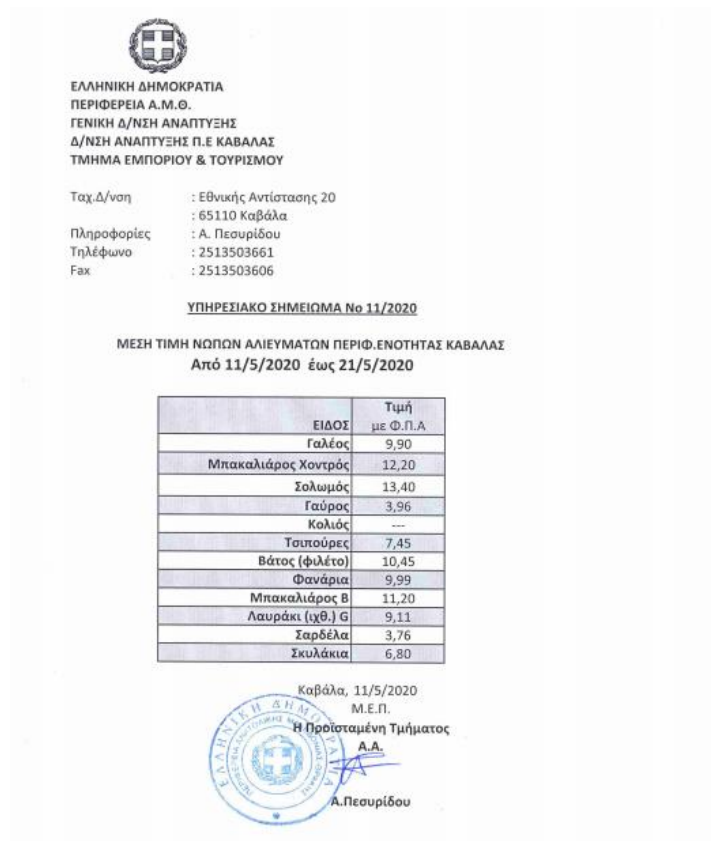
¹¹ <https://www.yraithros.gr/agrodiatrofiki-simpraxi-stin-anatoliki-makedonia-thraki/>

¹² Στοιχεία επικοινωνίας: Tenedou 15 - Fish Auction Hall of Kavala - Office No 17
Τηλ: +30 2510246572, Γραφείο Αλληλογραφίας Τηλ: +30 2510222117, Brach Τηλ: +30 2591051544
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: o5lt5k@otenet.gr
<https://www.kcci.gr/memberpages/details/122/agrotikos-alieutikos-sunetairismos-limnothalasson>

2.4.3. Τιμή - τιμή καταλόγου, εκπτώσεις, κίνητρα, περίοδος πληρωμής, όροι πίστωσης

Το πιο πρόσφατο ρεκόρ για τη μέση τιμή των φρέσκων ψαριών στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης αφορά την Περιφερειακή Ενότητα Καβάλας για την περίοδο από 11/05/20 έως 21/05/2020 (Εικ.10):

- Τσιπούρα: 7,45 € (ανά κιλό), λαβράκι: 9,11 € (ανά κιλό)



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ Α.Μ.Θ.
ΓΕΝΙΚΗ Δ/ΝΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
Δ/ΝΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ Π.Ε ΚΑΒΑΛΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ταχ.Δ/ση : Εθνικής Αντίστασης 20
: 65110 Καβάλα
Πληροφορίες : Α. Πεουρίδου
Τηλέφωνο : 2513503661
Fax : 2513503606

ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ Νο 11/2020

ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ ΝΟΠΟΝ ΑΛΙΕΥΜΑΤΩΝ ΠΕΡΙΦ.ΕΝΟΤΗΤΑΣ ΚΑΒΑΛΑΣ
Από 11/5/2020 έως 21/5/2020

ΕΙΔΟΣ	Τιμή με Φ.Π.Α
Γαλέας	9,90
Μπακαλιάρος Χοντρός	12,20
Σολωμός	13,40
Γαύρος	3,96
Κολιός	---
Τσιπούρες	7,45
Βάτσος (φλέτο)	10,45
Φανάρια	9,99
Μπακαλιάρος Β	11,20
Λαυράκι (ιχθ.) G	9,11
Σαρδέλα	3,76
Σκυλάκια	6,80

Καβάλα, 11/5/2020
Μ.Ε.Π.
Η Προϊσταμένη Τμήματος
Α.Α.
Α.Πεουρίδου

Εικόνα 10: Μέση τιμή φρέσκου ψαριού στην ΠΕ Καβάλας από 11/05/20 έως 21/05/20¹³Το Επίσης, το πιο πρόσφατο ρεκόρ για τη μέση τιμή φρέσκου ψαριού στην Περιφερειακή Ενότητα Ξάνθης αφορά την περίοδο από 21/04/20 έως 30/04/2020 (Εικ. 11):

- Τσιπούρα υδατοκαλλιέργειας: 9,67 € (ανά κιλό),
- Λαβράκι: 13 € (ανά κιλό)

¹³ <https://www.pamth.gov.gr/index.php/el/enimerosi/deltia-timon/psaria/item/63145-mesi-timi-nopon-alievmaton-no-11-11-5-2020-21-5-2020>



EUROPEAN UNION



DACIA



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ Α.Μ.Θ.
Δ/ΝΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ Π.Ε. ΞΑΝΘΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕ ΕΒΡΟΥ

ΘΕΜΑ: ΔΕΛΤΙΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΙΜΩΝ

Οι διαμορφωθείσες τιμές κατά την κατωτέρω αναφερόμενη περίοδο στα παρακάτω αναγραφόμενα είδη που προσφέρονται στις προμήθειες

ΤΙΜΟΛΗΨΙΑ ΑΛΙΕΥΜΑΤΩΝ

ΑΠΟ 21-04-2020 ΕΩΣ 30-04-2020

ΣΗΜΕΙΟ ΤΙΜΟΛΗΨΙΑΣ	A	B	Γ	Δ	Ε	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ
ΕΙΔΟΣ						
ΒΑΚΑΛΑΟΣ ΜΙΚΡΟΣ						1,
ΒΑΚΑΛΑΟΣ ΜΕΓΑΛΟΣ						1,
ΒΑΤΟΣ						1,
ΒΑΤΟΣ (ΦΙΛΕΤΟ)						
ΓΑΛΕΟΣ						10,
ΓΑΡΙΔΑ ΙΧΘ						10,
ΓΑΡΙΔΑ ΘΑΛ.						
ΓΑΥΡΟΣ						5,
ΓΛΩΣΣΑ ΦΙΛΕΤΟ ΚΤΨ						9,
ΓΟΠΑ						
ΚΑΛΑΜΑΡΑΚΙΑ ΚΤΨ						5,
ΚΕΦΑΛΙΑ ΜΙΚΡΑ						
ΚΟΛΙΟΣ						
ΛΑΒΡΑΚΙ						13,
ΛΑΒΡΑΚΙ (ΦΙΛΕΤΟ)						
ΜΕΛΟΚΟΠΙ						13,
ΜΠΑΚΑΛΙΑΡΟΣ ΚΤΨ						0,

ΜΥΔΙΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΜΕΝΑ ΧΩΡΙΣ ΚΕΛΥΦΟΣ 1kg						7,65
ΠΕΡΚΑ ΦΙΛΕΤΟ ΚΤΨ						7,45
ΞΑΡΔΕΛΑ						5,00
ΣΚΟΥΜΠΡΙ						8,00
ΣΟΛΩΜΟΣ						17,50
ΤΣΙΠΟΥΡΑ ΙΧΘ.						9,67
ΤΣΙΠΟΥΡΑ ΘΑΛ.						
ΦΑΝΑΡΙΑ						14,83
ΧΕΛΙΔΟΝΟΨΑΡΑ						7,00

Εικόνα 11: Μέση τιμή φρέσκου ψαριού στην ΠΕ Ξάνθης από 21/04/20 έως 30/04/20¹⁴

2.5. Σχέδιο μάρκετινγκ

Οι εταιρείες υδατοκαλλιέργειας φιλοδοξούν να καθιερωθούν ως εταιρείες των οποίων η μάρκα θα είναι συνώνυμη με τη συνέπεια και την υψηλή ποιότητα των προϊόντων τους. Στόχος τους είναι να καλύψουν τις ανάγκες των καταναλωτών με προϊόντα υψηλής ποιότητας, τον συνεχή εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεών τους και την επέκταση των δραστηριοτήτων τους, ώστε να δημιουργηθούν περισσότερες θέσεις εργασίας, αλλά και να χρησιμοποιηθούν πιο φιλικές προς το περιβάλλον τεχνολογίες, ανταποδίδοντας έτσι το οικονομικό όφελος τους στους καταναλωτές.

Σκοπός είναι η παραγωγή και διανομή προϊόντων υδατοκαλλιέργειας στην ελληνική αγορά αλλά και η δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών προκειμένου να διευρυνθούν οι δραστηριότητες στις αγορές του εξωτερικού. Ένας επιπλέον στόχος είναι ο προγραμματισμός της μελλοντικής πορείας σε μακροπρόθεσμη βάση και προοπτική (Γεωργακόπουλος, 2006).

¹⁴ <https://www.pamth.gov.gr/index.php/el/enimerosi/deltia-timon/psaria/item/62933-21-apriliou-2020-30-apriliou-2020>



2.5.1. Περίληψη - υπάρχοντες πόροι

Υπάρχουν περίπου 65 εταιρείες ιχθυοκαλλιέργειας στην Ελλάδα, με 10.000 άμεσους υπαλλήλους και 8.000 έμμεσους υπαλλήλους. Οι επενδύσεις των εταιρειών υδατοκαλλιέργειας φτάνουν τα 740.000.000 € (περίπου 0,38% του ΑΕΠ). Επιπλέον, έχουν χορηγηθεί 3.258 άδειες σε μονάδες αναπαραγωγής, οι οποίες βρίσκονται κυρίως σε απομονωμένες περιοχές. Ταυτόχρονα, η αγορά ζωοτροφών έχει αναπτυχθεί, καλύπτοντας το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας ζήτησης. Οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιούν απευθείας αγορές ιχθυοτροφών από μεγάλες ξένες εταιρείες. Η διαθεσιμότητα ιχθυοτροφών θεωρείται επαρκής και τα τελευταία χρόνια δεν υπάρχουν ελλείψεις.

Για να μπορέσει μια εταιρεία να λειτουργήσει αποτελεσματικά και οικονομικά, πρέπει να έχει εξασφαλίσει τη διαθεσιμότητα πρώτων υλών στις ποσότητες που περιγράφει το πρόγραμμα παραγωγής της. Επιπλέον, οι συγκεκριμένες ποσότητες πρέπει να πληρούν εκείνα τα κριτήρια ποιότητας που συμβάλλουν στην καλή ποιότητα του τελικού προϊόντος. Η εγχώρια αγορά τσιπούρας και λαβρακιού έχει αυξηθεί ραγδαία τα τελευταία χρόνια, καλύπτοντας σχεδόν όλη την εγχώρια ζήτηση. Είναι επίσης δυνατή η εισαγωγή γόνων από το εξωτερικό χωρίς μεγάλες χρεώσεις ή εκπτώσεις στην ποιότητα. Όσον αφορά την ποιότητα των εγχώριων γόνων, χαρακτηρίζεται ως εξαιρετική και είναι πλέον ευρέως αναγνωρισμένη. Επίσης, εκτός από τις ανάγκες προμήθειας πρώτων υλών, είναι απαραίτητη η συνεχής παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, νερού και υλικών συσκευασίας, κυρίως κατά τα στάδια συλλογής και παράδοσης του προϊόντος στον πελάτη.

2.5.2. Καταναλωτές στόχοι

Οι πελάτες των προϊόντων των ελληνικών εταιρειών υδατοκαλλιέργειας μπορούν να χωριστούν σε δύο κύριες κατηγορίες: α) εγχώριους πελάτες και β) ξένους πελάτες. Κάθε χρόνο, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό της παραγωγής εξάγεται σε τρίτες χώρες ενώ το υπόλοιπο καταναλώνεται από την εγχώρια αγορά. Στο εξωτερικό, κυρίως οι μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου πωλούν είτε άμεσα είτε έμμεσα μέσω εμπορικών εταιρειών που τις κατέχουν. Οι καταναλωτές ψαριών είναι άτομα όλων των φύλων και ηλικιών και βιοτικού επιπέδου σε όλη την Ελλάδα. Οι πελάτες των ελληνικών εταιρειών που παράγουν τσιπούρα και λαβράκια φαίνεται επίσης να αγοράζουν προϊόντα απευθείας από το εξωτερικό (κυρίως από την Ιταλία). Αυτός ο τύπος εταιρειών πελατών έχει αναπτύξει ένα προηγμένο δίκτυο που ερευνά τις αγορές που παράγουν προϊόντα ενδιαφέροντος, σε τιμή που εξασφαλίζει κερδοφορία.

Γενικά, για μια επιχείρηση υδατοκαλλιέργειας, ο πελάτης δεν είναι μόνο ο τελικός καταναλωτής, αλλά και όλοι οι ενδιάμεσοι που μπορεί να επιδιώξουν να διαθέσουν στην αγορά το συγκεκριμένο προϊόν. Επομένως, η κατηγοριοποίηση των πελατών μιας εταιρείας θα μπορούσε να γίνει ως εξής:

- **Τελικοί καταναλωτές:** Είναι οι τελικοί παραλήπτες του προϊόντος στο οποίο απευθύνονται όλοι οι εμπλεκόμενοι, είτε άμεσα είτε έμμεσα. Οι εταιρείες του κλάδου έχουν δημιουργήσει τα δικά τους καταστήματα λιανικής πώλησης για να πουλήσουν απευθείας στον τελικό καταναλωτή.
- **Εμπορικές εταιρείες - Χονδρέμποροι:** Είναι όλοι αυτοί που αναλαμβάνουν να προμηθεύσουν την αγορά με το προϊόν που εμπορεύονται. Πολλές από αυτές τις

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

εταιρείες και χονδρέμποροι έχουν κλείσει συμφωνίες με εταιρείες λιανικής κυρίως και έχουν εύκολη πρόσβαση σε αυτές, καθιστώντας τις ως απαραίτητο κανάλι διανομής (πελάτη) για πολλές εταιρείες ιχθυοκαλλιέργειας.

- **Λιανικές εταιρείες:** Είναι όλες οι εταιρείες - καταστήματα από όπου το τελικό προϊόν αγοράζεται από τον τελικό καταναλωτή (ψαροπωλεία, σούπερ μάρκετ κ.λπ.). Η πώληση του προϊόντος σε αυτούς μπορεί να γίνει είτε απευθείας από την εταιρεία παραγωγής είτε έμμεσα όπως αναφέρθηκε προηγουμένως μέσω χονδρεμπόρων και εμπορικών εταιρειών.
- **Εταιρείες υδατοκαλλιέργειας:** Είναι πολύ συχνό φαινόμενο οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου να ζητούν από άλλες μικρότερες να παράγουν τσιπούρα και λαβράκια για λογαριασμό τους, ώστε στη συνέχεια να πωλούνται κυρίως σε ξένες αγορές ή να το επεξεργάζονται (Γεωργακόπουλος, 2006).

2.5.3. Στρατηγική πώλησης- η έννοια της μοναδικής πρότασης πώλησης- USP (Μοναδική πρόταση πώλησης)

Η μοναδική πρόταση πώλησης αναφέρεται στο μοναδικό όφελος μιας εταιρείας, υπηρεσίας, προϊόντος ή μάρκας που της επιτρέπει να ξεχωρίζει από τους ανταγωνιστές της. Η Μοναδική πρόταση πώλησης θα πρέπει να είναι ένα χαρακτηριστικό που αναδεικνύει τα οφέλη των προϊόντων που έχουν νόημα για τους καταναλωτές. Τυπικά, η μοναδικότητα παρέχεται από μία μόνο διαδικασία, συστατικό ή σύστημα που παράγει το περιγραφόμενο όφελος. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν συνθήματα για να κοινοποιήσουν τη μοναδική τους πρόταση πώλησης (Entrepreneur; Laskey, 1989).

Μερικά παραδείγματα συνθημάτων που χρησιμοποιούν μεγάλες εταιρείες στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα είναι "Ο κοντινός σας θαλάσσιος ψαράς" του Ομίλου Andromeda, "A global leader, your local partner" των Nireus Aquacultures, "The original selection from 1981" των Selonda Aquacultures. Η επικοινωνία του σλόγκαν μιας εταιρείας και συνεπώς της Μοναδικής Πρότασης Πώλησής της γίνεται μέσω της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας της αλλά και στη συσκευασία που χρησιμοποιεί (<https://www.andromedagroup.eu/>, http://www.nireus.com/1_1/arxikh-selida, <http://selonda.com/>).

2.5.4. Στρατηγική τιμολόγησης και τοποθέτησης

Μόλις καθοριστεί η αγορά -στόχος, αναπτύσσεται η αντίστοιχη στρατηγική τοποθέτησης, δηλαδή η εικόνα που μια εταιρεία θα προσπαθήσει να δημιουργήσει για τα προϊόντα της, έτσι ώστε οι πελάτες -στόχοι να αναγνωρίσουν τα οφέλη που θα έχουν από την κατανάλωσή τους. Λόγω του γεγονότος ότι η αγορά -στόχος είναι η ίδια αγορά -στόχος για πολλές ανταγωνιστικές εταιρείες, η τοποθέτηση προϊόντων πρέπει να δημιουργήσει μια ισχυρότερη, πιο αποκλειστική και σαφέστερη εικόνα. Για το λόγο αυτό, η τοποθέτηση βασίζεται στη στρατηγική διαφοροποίησης και συνήθως ακολουθεί τις ακόλουθες στρατηγικές:

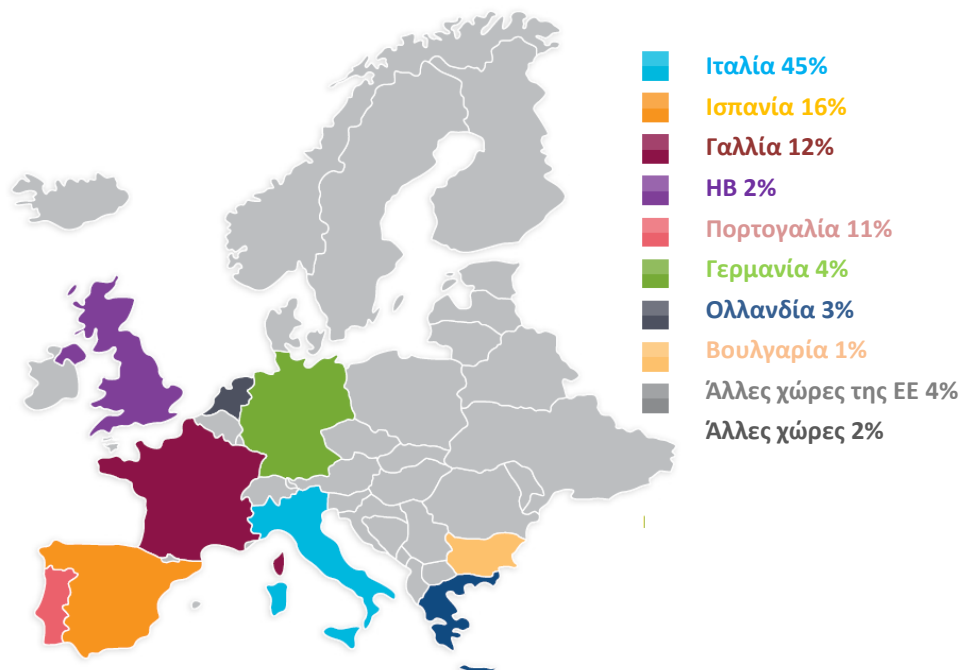
- **Σχέση ποιότητας και τιμής:** το προϊόν παρουσιάζεται ως χαμηλή τιμή και υψηλή ποιότητα, μεγιστοποιώντας έτσι την αξία που αντιλαμβάνεται ο πελάτης της εταιρείας από την κατανάλωσή του. Για να εφαρμοστεί αυτή η στρατηγική, πρέπει να επιτευχθεί χαμηλό λειτουργικό κόστος, αλλά όχι σε βάρος της ποιότητας.

• **Χαρακτηριστικό ποιότητας προϊόντος:** Το προϊόν που απευθύνεται στον τελικό καταναλωτή αναφέρει τόσο το όνομα της εταιρείας όσο και την ημερομηνία της αλίευσής της. Στόχος αυτής της στρατηγικής είναι η δημιουργία άμεσης σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ της εταιρείας και του τελικού καταναλωτή (Γεωργακόπουλος, 2006).

2.5.5. Σχέδιο διανομής

Η βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας στην Ελλάδα χρησιμοποιεί διάφορα κανάλια για τη διανομή του τελικού προϊόντος, όπως ψαραγορές, αίθουσες δημοπρασιών ψαριών, χονδρέμποροι, εμπορικές εταιρείες και σούπερ μάρκετ. Το μεγαλύτερο ποσοστό της παραγωγής διατίθεται στο εμπόριο μέσω χονδρεμπόρων και εμπορικών εταιρειών. Αυτές οι εταιρείες προμηθεύονται και μεταπωλούν προϊόντα υδατοκαλλιέργειας σε άλλους χονδρεμπόρους ή λιανοπωλητές και εταιρείες εστίασης. Πολλές μεγάλες εταιρείες-όμιλοι του κλάδου που έχουν ενισχύσει την παρουσία τους στην αγορά έχουν εκτεταμένα δίκτυα διανομής καθώς και θυγατρικές (Γεωργακόπουλος, 2006).

Η διανομή προϊόντων υδατοκαλλιέργειας από τις εταιρείες του κλάδου στην εγχώρια αγορά, καθώς και στο εξωτερικό, πραγματοποιείται κυρίως μέσω χονδρεμπόρων (περίπου 85% της παραγωγής). Ο τομέας της υδατοκαλλιέργειας συγκαταλέγεται στις μεγαλύτερες εξαγωγικές δυνάμεις στην Ελλάδα και περίπου το 80% της συνολικής παραγωγής εξάγεται στην Ευρώπη (Εικ. 12).



Εικόνα 12. Εξαγωγές ελληνικών ψαριών υδατοκαλλιέργειας το 2018 (ΣΕΘ, 2019)

Οι μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου έχουν οργανώσει δίκτυα διανομής μέσω θυγατρικών που τα προωθούν κυρίως στο εξωτερικό. Επιπλέον, αυτές οι εταιρείες πωλούν επίσης ψάρια για λογαριασμό μικρότερων εταιρειών του κλάδου που δεν έχουν δικό τους δίκτυο διανομής. Εκτός από τους χονδρεμπόρους, ορισμένες εταιρείες του κλάδου διαθέτουν τα

προϊόντα τους απευθείας σε ψαραγορές και σούπερ μάρκετ (περίπου το 15% της παραγωγής). Ο τελικός καταναλωτής λαμβάνει προμήθειες ψαριών από την υδατοκαλλιέργεια μέσω ψαραγορών, ψαράδικων και καταστημάτων εστίασης. Οι αγορές ψαριών και οι ιχθυοπωλείς είναι το πιο σημαντικό δίκτυο υδατοκαλλιέργειας στη λιανική. Η μεγάλη γεωγραφική επέκταση των super market έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στη δομή των δικτύων διανομής τα τελευταία χρόνια, καθώς οι καταναλωτές καλύπτουν σημαντικό μέρος των αναγκών τους μέσω αυτού του καναλιού. Τα σούπερ μάρκετ αναμένεται να επεκτείνουν περαιτέρω το μερίδιο αγοράς τους στο εγγύς μέλλον, ακολουθώντας τις συνθήκες και τις τάσεις που επικρατούν στην ευρωπαϊκή αγορά. Η ικανότητά τους να επιτυγχάνουν χαμηλές τιμές και πιστώσεις από παραγωγούς λόγω του μεγάλου όγκου παραγγελιών, τους επιτρέπει να προσφέρουν χαμηλότερες τιμές στους καταναλωτές σε σύγκριση με άλλα σημεία πώλησης (ΣΕΘ, 2019).

2.5.6. Προσφορές

Οι προμήθειες σε προϊόντα υδατοκαλλιέργειας στην Ελλάδα εξαρτώνται τόσο από την εποχική ζήτηση όσο και από την προσφορά από τα κανάλια εφοδιασμού. Η εποχική ζήτηση επηρεάζεται από τις περιόδους νηστείας με βάση την επίσημη θρησκεία στην Ελλάδα, και επομένως υπάρχει αύξηση της προσφοράς προϊόντων υδατοκαλλιέργειας κατά τη διάρκεια της νηστείας πριν από το Πάσχα (40 ημέρες), πριν από τις 25 Μαρτίου, κατά τη διάρκεια της νηστείας πριν από τις 15 Αυγούστου (15 ημέρες) και πριν από τα Χριστούγεννα (30 ημέρες). Τις περισσότερες ημέρες κατά τις παραπάνω νηστείες, απαγορεύεται η κατανάλωση κρέατος και επιτρέπεται η κατανάλωση ψαριών, μαλακίων, οστρακοειδών και καρκινοειδών. Επιπλέον, η κατανάλωση αυτών των προϊόντων αυξάνεται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ στα νησιά αποτελούν την πρώτη διατροφική επιλογή, όλο το χρόνο, λόγω της αφθονίας τους. Επομένως, οι προμήθειες υδατοκαλλιέργειας εξαρτώνται από την εποχιακή ζήτηση, την εποχιακή προσφορά και τη θέση των επιχειρήσεων. Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε, οι εκπτώσεις σε εταιρείες εξαρτώνται κυρίως από τις ποσότητες των παραγγελιών του κάθε πελάτη. Οι εταιρείες λαμβάνουν επίσης υπόψη την πιστοληπτική ικανότητα του πελάτη, τη διάρκεια της συνεργασίας, το ποσοστό συμμετοχής των πελατών στις συνολικές πωλήσεις κ.λπ. (Χαβέλας, 2015; Βικιπαιδεία¹⁵).

2.5.7. Υλικά μάρκετινγκ

Η προώθηση των προϊόντων της βιομηχανίας βασίζεται κυρίως στα πλεονεκτήματα που έχουν να κάνουν με μια υγιεινή διατροφή:

- ευκολία στη χρήση, λόγω της μεγάλης ποικιλίας και διαθεσιμότητας όλο το χρόνο
- ποιότητα, λόγω των σύγχρονων μεθόδων αλιείας, αλλά και διασφάλιση ποιότητας χάρη στις σύγχρονες μεθόδους παραγωγής και συσκευασίας (ετικέτες)

Τα πιο κοινά υλικά μάρκετινγκ που χρησιμοποιούνται για την προώθηση προϊόντων υδατοκαλλιέργειας στους τελικούς καταναλωτές στην Ελλάδα είναι οι ιστότοποι εταιρειών του κλάδου και οι διαφημίσεις τηλεόρασης/ ραδιοφώνου κυρίως κατά τη διάρκεια της νηστείας (Χαβέλας, 2015).

¹⁵ <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%B7%CF%83%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1>



2.5.8. Στρατηγικές προώθησης

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας είναι το κλειδί για την ανάπτυξη του κλάδου, ιδίως σε ένα περιβάλλον αυξανόμενου ανταγωνισμού από εισαγόμενα προϊόντα τρίτων χωρών. Το Πολυετές Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο για την ανάπτυξη της υδατοκαλλιέργειας το 2014-2020 προβλέπει διάφορες δράσεις με έμφαση στην εφαρμογή συλλογικών δράσεων για την προώθηση μέσω των Οργανώσεων Παραγωγών Υδατοκαλλιέργειας και τη μείωση του κόστους παραγωγής, την παραγωγή μέσω έρευνας και τη βελτίωση για την καινοτομία, διασφαλίζοντας την ποιότητα προϊόντων υδατοκαλλιέργειας, ενίσχυση της διαφοροποίησης κλπ. Όσον αφορά τη στρατηγική προώθησης, αναγνωρίστηκε ο "Ελληνικός Οργανισμός Παραγωγών Υδατοκαλλιέργειας" και λίγους μήνες αργότερα εγκρίθηκε το Σχέδιο Παραγωγής & Εμπορίας για τα έτη 2018-2019, που περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα προώθησης το οποίο αναμένεται να εφαρμοστεί από το 2019 και μετά. Ωστόσο, η ενεργοποίηση του μέτρου για τη χρηματοδότηση του Σχεδίου Παραγωγής & Συναλλαγών παρέμεινε σε εκκρεμότητα και το 2018 (ΣΕΘ, 2019).

Οι στρατηγικές προώθησης που ακολουθούνται από εταιρείες του κλάδου στην Ελλάδα περιλαμβάνουν διαδικτυακή προώθηση μέσω των ιστοτόπων των εταιρειών αλλά και μέσω διαδικτυακών πανό σε ιστοσελίδες με υψηλή επισκεψιμότητα χρηστών κυρίως σε περιόδους νηστείας, διοργάνωση εκδηλώσεων (σε μέρη με μεγάλη συγκέντρωση ατόμων), συμμετοχή σε ειδικές εκδηλώσεις που σχετίζονται με τη διατροφή (π.χ. Παγκόσμια Ημέρα Διατροφής, ιατρικά συνέδρια), συμμετοχή σε υποκαταστήματα/ road shows στο εξωτερικό. Η τηλεοπτική/ ραδιοφωνική διαφήμιση περιορίζεται κυρίως σε περιόδους νηστείας.

2.5.9. Οικονομική προβολή

Το 2017, η συνολική παραγωγή υδατοκαλλιέργειας ανήλθε σε 125.772 τόνους αξίας 534,95 εκατ. Ευρώ, παρουσιάζοντας οριακή αύξηση 0,15% σε όγκο και μείωση 1,27% ως προς την αξία παραγωγής σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Λαμβάνοντας υπόψη την αξία των ψαριών που παράγονται από τις ιχθυοκαλλιέργειες, η συνολική αξία όλων των δραστηριοτήτων υδατοκαλλιέργειας το 2017 ανέρχεται σε 624,56 εκατομμύρια ευρώ. Τα ψάρια αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μερίδιο της συνολικής παραγωγής (85% του όγκου και 99% της αξίας) και ακολουθούν τα μύδια (12% του όγκου και μόνο 1% της αξίας παραγωγής).

Οι γόννοι και οι ζωοτροφές είναι το κύριο κόστος, καθώς ανεξάρτητα από το μέγεθος και την οργάνωση μιας εταιρείας υδατοκαλλιέργειας, αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 70% του κόστους παραγωγής. Το υπόλοιπο 30% διαιρείται ανάλογα με το μέγεθος και την οργάνωση κάθε εταιρείας σε κόστος εργασίας, αποσβέσεις και άλλα λειτουργικά έξοδα (Εικ. 13).

Οι ιχθυοτροφές αποτελούν την κύρια πρώτη ύλη που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία καθώς αντιπροσωπεύει το 57% -59% του κόστους παραγωγής. Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται στην υδατοκαλλιέργεια είναι κυρίως ιχθυοτροφές και ιχθυέλαια, δημητριακά, φυτικές πρωτεΐνες και ελαιούχοι σπόροι, τα οποία εισάγονται κυρίως από τη Νότια Αμερική, τη Βόρεια Ευρώπη και την Αφρική. Στην Ελλάδα, υπάρχουν 8 παραγωγικοί σύνθετων ιχθυοτροφών, 3 εταιρείες υδατοκαλλιέργειας που κατέχουν ή συμμετέχουν σε εταιρείες ιχθυοτροφών, ενώ υπάρχει επίσης μια εταιρεία που δραστηριοποιείται κυρίως στην παραγωγή ζωοτροφών και διαθέτει εγκαταστάσεις υδατοκαλλιέργειας.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

Δομή κόστους παραγωγής



Εικόνα 13. Δομή κόστους παραγωγής (ΣΕΘ, 2019)

Στην Ελλάδα, υπάρχουν 29 εκκολαπτήρια θαλάσσιων ψαριών και το 2018 παρήγαγαν περίπου 446,8 εκατομμύρια ψάρια συνολικής αξίας 111 εκατομμυρίων ευρώ, με την τιμή μονάδας να κυμαίνεται από 0,2 ευρώ για τσιπούρες έως 0,4 ευρώ για τα μαγιάτικα. Από αυτά, σχεδόν το 97% αντιπροσωπεύει την παραγωγή τσιπούρας, γόνων τσιπούρας και λαβρακιού και το 3% αντιπροσωπεύει την παραγωγή γόνου για όλα τα άλλα είδη της Μεσογείου (χιόνα, πάγρος, μαγιάτικο). Το 2019, εκτιμάται ότι η παραγωγή τσιπούρας και λαβρακιού θα μειωθεί κατά 2,08% και θα παραχθούν συνολικά 423 εκατομμύρια ψάρια. Θα παραχθούν 245 εκατομμύρια τσιπούρες και 178 εκατομμύρια ψάρια λαβράκια, αναμένοντας μείωση 2% και 2,2%, αντίστοιχα, σε σύγκριση με το 2018 (ΣΕΘ, 2019).

Από το 2008, ο κλάδος αντιμετωπίζει μια εξωγενή χρηματοπιστωτική κρίση σε συνθήκες ακόμη εντονότερου διεθνούς ανταγωνισμού και ιδιαίτερα σε συνθήκες ασφυκτικής ρευστότητας λόγω του συσσωρευμένου δανεισμού που δημιουργήθηκε από την προηγούμενη κρίση και της έλλειψης πρόσβασης σε δανεισμό. Αυτή η κρίση αναμένεται να οδηγήσει σε εξυγίανση και ακόμη μεγαλύτερη συγκέντρωση του κλάδου (ΣΕΘ, 2015).

Ο αναπτυξιακός στόχος της βιομηχανίας συνδέεται άρρηκτα με επενδύσεις στην έρευνα και την καινοτομία που θα οδηγήσουν σε νέα διαφοροποιημένα προϊόντα, βελτιωμένη διαδικασία παραγωγής, συσκευασίας, διανομής ή κατανάλωσης. Αυτά τα προϊόντα πρέπει να είναι ακόμη πιο ανταγωνιστικά, δηλαδή υψηλής θρεπτικής αξίας και χαμηλού κόστους. Οι τέσσερις βασικοί τομείς στους οποίους πρέπει να επικεντρωθεί η έρευνα είναι:

- Βελτίωση της διαδικασίας παραγωγής υφιστάμενων ειδών για μείωση του κόστους παραγωγής.
- Διαφοροποίηση - Εκτροπή νέων ειδών προκειμένου να ληφθούν υπόψη οι τάσεις και οι ανάγκες της σύγχρονης αγοράς.



- Βιώσιμη παραγωγή ιχθυοτροφών, με στόχο τη χρήση εναλλακτικών πηγών υψηλής ποιότητας πρωτεϊνών και λιπιδίων, όπως θαλάσσια φυτά και μικροοργανισμούς.
- Παραγωγή - επεξεργασία, ανάπτυξη πιο αποτελεσματικών τεχνολογιών επεξεργασίας πρώτων υλών, πρόοδοι στη συντήρηση και ιχνηλασιμότητα προϊόντων (ΣΕΘ, 2015).

2.6. Προτάσεις για την προώθηση της αλιείας στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

Στοχευμένες δράσεις στην ΠΑΜΘ προτείνονται για την προώθηση της αλιείας, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των εταιρειών υδατοκαλλιέργειας και την ανάπτυξη του τομέα στην περιοχή. Από αυτή την άποψη, οι δράσεις στοχεύουν στη διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων υδατοκαλλιέργειας, στην ενίσχυση της διαφοροποίησης, της προώθησης και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Οι προτεινόμενες δράσεις φιλοδοξούν να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας, τις εξαγωγές ψαριών, τη νομιμοποίηση της μετακίνησης οστρακοειδών από γειτονικές χώρες της Περιφέρειας και να αυξήσουν την προστιθέμενη αξία των παραγόμενων ψαριών (π.χ. επιλεκτικά προωθώντας ορισμένα προϊόντα όπως το αυγοτάραδο). Οι προαναφερθείσες δράσεις θα αυξήσουν με τη σειρά τους την παραγωγή και θα μειώσουν το κόστος παραγωγής για τις επιχειρήσεις.

2.6.1. Προώθηση ενός τοπικού εμπορικού σήματος για την υδατοκαλλιέργεια

Όπως κάθε προϊόν, έτσι και κάθε Περιφέρεια έχει τη δική της ταυτότητα. Ωστόσο, στο πλαίσιο του διεθνούς ανταγωνισμού για την προσέλκυση οικονομικής δραστηριότητας, μια Περιφέρεια θα πρέπει να αποκτήσει μια ξεχωριστή, ελκυστική ταυτότητα. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη δημιουργία ενός περιφερειακού εμπορικού σήματος για την υδατοκαλλιέργεια, το λεγόμενο brand branding ή το τοπικό brand name.

Κάθε Περιφέρεια ως μη απτό, ποικίλο και πολύπλοκο «προϊόν» είναι δύσκολο να εκτιμηθεί. Ως εκ τούτου, είναι απαραίτητο να εφαρμοστεί μια πολιτική επωνυμίας για την υδατοκαλλιέργεια στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης:

- να γίνουν «ορατά» σε ομάδες -στόχους, αναγνωρίσιμες αναγνωρίσιμες και διακριτές από άλλες περιοχές,
- να παρουσιάζεται ως "ποιοτικό προϊόν",
- να πείσει τις ομάδες -στόχους ότι πληροί τις απαιτήσεις τους,
- να χτίσουμε μια θετική εικόνα, εμπιστοσύνη και σεβασμό.

Το εμπορικό σήμα μιας περιοχής είναι ζωτικής σημασίας για την προώθηση σε ομάδες -στόχους. Είναι σημαντικό να ταυτιστεί με την περιοχή, να κάνει θετική εντύπωση και να αποτυπωθεί στη μνήμη. Μπορεί να είναι λεκτική, οπτική ή συνδυασμός. Η διανομή του τοπικού εμπορικού σήματος μπορεί να γίνει μέσω αναμνηστικών, αυτοκόλλητων, βίντεο, DVD, Internet, φυλλαδίων, ξενοδοχείων, ρούχων κ.λπ.

2.6.2. Προβολή της Περιφέρειας

Η προώθηση των ψαριών της Περιφέρειας μπορεί να επιδειχθεί με όλα τα σύγχρονα μέσα, όπως με τη συμμετοχή σε εξειδικευμένες εκθέσεις, με τη δημιουργία ειδικών επενδυτικών οδηγιών, με την αποστολή αντιπροσωπειών, με τη σύνδεση των θαλάμων, με ειδικά συνέδρια και εργαστήρια, με πιο άμεσο τρόπο, όπως επαφή με συγκεκριμένα ομάδες ή

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

εταιρείες δυνητικών επενδυτών κλπ. Στη σύγχρονη εποχή το φθηνότερο και πιο άμεσο μέσο προώθησης είναι το διαδίκτυο.

Η δημιουργία ενός ιστότοπου και ταυτόχρονα ενός ηλεκτρονικού εργαλείου για την προσέλκυση ζήτησης είναι μια πρακτική που ακολουθούν πολλές χώρες και περιοχές στην Ευρώπη.

Ο κύριος σκοπός της ιστοσελίδας θα είναι η παροχή ακρίβειας, ταχύτητας, ελκυστικότητας και αξιοπιστίας, δεδομένων που θα προκαλέσουν το αρχικό ενδιαφέρον υποψήφιων αγοραστών ψαράδων από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Ο κατακερματισμός της πληροφορίας και η έλλειψή της σε ορισμένες περιπτώσεις απαιτεί την εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης πύλης για τα ψάρια της Περιφέρειας, η οποία θα αποτελέσει το σημείο εκκίνησης για διαδρομές αναζήτησης προϊόντων από την περιοχή. Θα πρέπει να έχει χωρική και θεματική διαίρεση και ιεραρχική δομή προκειμένου να διασφαλίζεται η έγκυρη πληροφόρηση για την προμήθεια ψαριών από την Περιφέρεια.

Η πύλη μπορεί να επεκταθεί κυρίως για ζητήματα έλξης. Ωστόσο, για να επιτευχθεί αυτό, θα πρέπει να χρησιμοποιήσει όλες τις διαθέσιμες διάσπαρτες πληροφορίες σε περιφερειακό επίπεδο προκειμένου να αναζητήσει πληροφορίες που βασίζονται σε οργανισμούς, οργανισμούς και επιχειρήσεις.

2.6.3. Γενική οργάνωση

Οι περιφέρειες προσφέρουν κυρίως υπηρεσίες (π.χ. πληροφορίες, συμβουλές, χρηματοδότηση, τουριστικές και πολιτιστικές προσφορές) και για το λόγο αυτό το μάρκετινγκ είναι παρόμοιο με το μάρκετινγκ υπηρεσιών. Οι περιφερειακοί παράγοντες ανήκουν στον τομέα της οικονομίας (π.χ. επιμελητήρια, επιχειρήσεις, ξενοδοχεία, έμποροι, μεταφορείς), διοίκηση (περιφερειακή αυτοδιοίκηση και διοίκηση, δήμοι), μέσα ενημέρωσης, επιστήμη και έρευνα (π.χ. πανεπιστήμια και τεχνικά ινστιτούτα, ινστιτούτα), πολιτισμός (π.χ. μουσεία, θέατρα) και αναψυχής (π.χ. αθλητισμός), καθώς και οι πολίτες ως καταναλωτές και παραγωγοί υπηρεσιών.

Για τη δημιουργία και προώθηση ενός περιφερειακού σχεδίου μάρκετινγκ, απαιτείται η δημιουργία ενός περιφερειακού δικτύου με τη συμμετοχή όλων των περιφερειακών παραγόντων (π.χ. Περιφέρεια, περιφερειακή ένωση δήμων, δημόσια διοίκηση, ενώσεις και Επιμελητήρια, πανεπιστήμια, πολίτες), για τη δημιουργία μιας εικονικής περιφερειακής επιχείρησης με στόχο τη δημιουργία του προφίλ και της ελκυστικότητας της περιοχής. Ειδικότερα, η προώθηση των ψαριών της ΠΑΜΘ και η υποστήριξη της ανταγωνιστικότητας και της επιχειρηματικότητας απαιτούν τη δημιουργία ενός θεσμού ικανού να καθοδηγεί, να εξειδικεύει και να οραματίζεται αναπτυξιακές στρατηγικές, προσαρμοσμένο στις τοπικές συνθήκες και αποτελεσματικό στο διεθνές οικονομικό σύστημα.

Ως εκ τούτου, προτείνεται η δημιουργία ενός Περιφερειακού Φόρουμ Μάρκετινγκ με τη συμμετοχή εκπροσώπων της περιφερειακής και τοπικής αυτοδιοίκησης, επιχειρηματικών ενώσεων, επιχειρήσεων και της κοινωνίας των πολιτών. Το φόρουμ θα είναι υπεύθυνο για τη σύνταξη ενός συνολικού περιφερειακού σχεδίου μάρκετινγκ, το οποίο θα περιλαμβάνει την ανάλυση και τη διαμόρφωση του "προϊόντος", την επιλογή της στρατηγικής και των μέσων προώθησης καθώς και την αξιολόγησή του. Το φόρουμ θα κληθεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος που θα επιταχύνει τη δικτύωση των επιχειρήσεων με τους καταναλωτές.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



2.7. Συμπεράσματα

Η στρατηγική μάρκετινγκ του τομέα της υδατοκαλλιέργειας στην Ελλάδα λαμβάνει υπόψη ότι οι τιμές των προϊόντων είναι σταθερές και ως εκ τούτου δεν υπάρχει έντονος ανταγωνισμός, η αύξηση των εξαγωγών σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η συγχώνευση εταιρειών που έχουν πραγματοποιηθεί στον τομέα μέχρι τώρα, δεν χρησιμοποιούν διαφημίσεις σε μεγάλο βαθμό, αρκετές μεγάλες εταιρείες είναι πιστοποιημένες σύμφωνα με το ISO/ HACCP/ AGRO 1-2/ AGRO 4-2 και την αυξανόμενη κατανάλωση ψαριών στην Ευρώπη και την Ελλάδα. Μεγάλες εταιρείες του κλάδου χρησιμοποιούν συνθήματα για να κοινοποιήσουν τη Μοναδική τους πρόταση πώλησης είτε μέσω της αρχικής σελίδας του ιστότοπού της είτε στη συσκευασία που χρησιμοποιούν. Οι μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου έχουν οργανώσει δίκτυα διανομής μέσω θυγατρικών που τα προωθούν κυρίως στο εξωτερικό. Επιπλέον, Αυτές οι εταιρείες πωλούν επίσης ψάρια για λογαριασμό μικρότερων εταιρειών του κλάδου που δεν έχουν δικό τους δίκτυο διανομής. Οι ψαραγορές και οι ιχθυοπωλείς είναι το σημαντικότερο δίκτυο υδατοκαλλιέργειας στη λιανική.

Υπάρχουν συντονισμένες προσπάθειες για την ανάπτυξη ενός εθνικού εμπορικού σήματος, το οποίο συνδέει τις ποιοτικές πτυχές των θαλασσινών με την προέλευσή τους. Καθώς η δημιουργία ενός παγκόσμιου εμπορικού σήματος είναι περίπλοκη, οι εταιρείες υδατοκαλλιέργειας σχεδιάζουν να δημιουργήσουν μια οργάνωση παραγωγών που θα επικεντρώνεται ειδικά στην προώθηση των ήδη εγκατεστημένων αγορών και στη διερεύνηση νέων ευκαιριών για επέκταση των καναλιών διανομής και των προορισμών της αγοράς. Προτείνεται η προώθηση ενός Περιφερειακού εμπορικού σήματος για τα ψάρια της ΠΑΜΘ, η προώθηση της Περιφέρειας και η οργάνωση των φορέων της περιοχής για τη δημιουργία και την επιτυχή εφαρμογή ενός πλήρους σχεδίου εμπορίας ψαριών. Η ελληνική υδατοκαλλιέργεια παράγει ψάρια σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές και τα πρότυπα της ΕΕ για την προστασία του περιβάλλοντος, την υγεία και την ευημερία και την προστασία των καταναλωτών, τα οποία αυξάνουν το συλλογικό κόστος των προϊόντων τους.

3. ΡΟΥΜΑΝΙΑ

3.1. Χαρακτηριστικά, δομή και πόροι του τομέα

Τα εσωτερικά ύδατα της Ρουμανίας αντιπροσωπεύουν το 3 % της συνολικής επιφάνειας της χώρας. Υπάρχουν 400.000 εκτάρια φυσικών λιμνών και λιμνών, τεχνητές δεξαμενές, συμπεριλαμβανομένου του Δέλτα του Δούναβη. 84 500 εκτάρια ιχθυοτροφείων · 15.000 εκτάρια ιχθυοτροφείου · 66.000 χλμ. Ποταμών, εκ των οποίων τα 18.200 χλμ. Βρίσκονται στην ορεινή περιοχή. 1,075 χιλιόμετρα βρίσκονται στο κάτω μέρος του Δούναβη. Ταυτόχρονα, η Ρουμανία έχει ακτογραμμή 250 χλμ κατά μήκος της Μαύρης Θάλασσας, ενώ η αποκλειστική οικονομική ζώνη καλύπτει 25.000 χλμ. 2. Επί του παρόντος, πάνω από 70.000 εκτάρια χρησιμοποιούνται στη Ρουμανία ως λιμνούλες ψαριών και αντιπροσωπεύουν ένα μεγάλο πλεονέκτημα για την ανάπτυξη της υδατοκαλλιέργειας στη χώρα.

Ο τομέας της αλιείας περιλαμβάνει υδατοκαλλιέργειες, θαλάσσιες και εσωτερικές αλιευτικές δραστηριότητες, η κύρια συνιστώσα της Ρουμανικής αλιευτικής παραγωγής αντιπροσωπεύεται από την υδατοκαλλιέργεια, ακολουθούμενη από την εσωτερική αλιεία.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Οι αλιευτικές δραστηριότητες κατά μήκος της ακτογραμμής της Μαύρης Θάλασσας παραμένουν περιορισμένες σε σύγκριση με την εσωτερική αλιεία.

Σύμφωνα με το Μητρώο Μονάδων Υδατοκαλλιέργειας (ARU), 518 μονάδες είναι εγγεγραμμένες στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας, οι οποίες κατέχουν 575 φάρμες υδατοκαλλιέργειας (λίμνες, λίμνες κ.λπ.). Οι 518 καταχωρημένες μονάδες χωρίζονται σε: 19 φυτώρια (διαθέτουν μόνο άδεια βρεφονηπιακού σταθμού). 324 εκκολαπτήρια (διαθέτουν μόνο άδεια εκκόλαψης) · 175 φυτώρια και εκκολαπτήρια (με άδεια νηπιαγωγείου και εκκολαπτηρίου).

Στη Ρουμανία, η δραστηριότητα υδατοκαλλιέργειας συνίσταται κυρίως σε καλλιέργειες γλυκού νερού και οι χερσαίοι πόροι της χώρας και η διαθεσιμότητα εσωτερικών υδάτων παρέχουν εξαιρετικές συνθήκες για την ιχθυοκαλλιέργεια. Το 2017, χρησιμοποιήθηκαν οι ακόλουθες κύριες μέθοδοι παραγωγής: 82% της παραγωγής: σε λιμνούλες ψαριών. 16% της παραγωγής: σε λεκάνες και κανάλια. 2% της παραγωγής: σε πλωτά κλουβιά. Τα σημαντικότερα καλλιεργημένα είδη ψαριών είναι μέλη των κυπρινιδών, ιδιαίτερα του κοινού κυπρίνου, ακολουθούμενα από πέστροφα, ποταμολάβρακο και λούτσο. Το 2017 ο τομέας της υδατοκαλλιέργειας παρήγαγε 12,209 τόνους ψαριών.

Στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας, η κυρίαρχη δραστηριότητα είναι η εκτροφή ψαριών γλυκού νερού, ενώ η καλλιέργεια άλλων υδρόβιων οργανισμών γλυκού νερού (καραβίδες, μύδια, υδρόβια φυτά) ή θαλάσσιο νερό είναι πρακτικά ανύπαρκτη. Η καλλιέργεια ψαριών γλυκού νερού που ασκείται στη Ρουμανία χαρακτηρίζεται από τεχνολογική άποψη από δύο κατευθύνσεις: εντατική ανάπτυξη (ειδικά σολομόνες) και εκτεταμένη και ημιεντατική ανάπτυξη κυπρινιδών στην πολυκαλλιέργεια, στις λεκάνες γης (λίμνες).

Η παραδοσιακή κυπριοκαλλιέργεια στις λεκάνες απορροής είναι συμβατή με ευαίσθητα ενδιαφέροντα και παρέχει περιβαλλοντικά οφέλη και υπηρεσίες. Σε πολλές από τις περιοχές NATURA 2000 στη Ρουμανία, πραγματοποιούνται δραστηριότητες ιχθυοκαλλιέργειας, οι οποίες είναι πλήρως συμβατές με τη διατήρηση των φυσικών αξιών των τόπων, η πιο εύγλωπτη απόδειξη είναι ο ίδιος ο χαρακτηρισμός της περιοχής διαχείρισης ιχθύων ως τόπος NATURA 2000. Οι εκτεταμένες ιχθυοκαλλιέργειες έχουν γίνει πολυλειτουργικές εκμεταλλεύσεις όπου παρέχονται άλλες κοινωνικές και περιβαλλοντικές υπηρεσίες: αναψυχή, διατήρηση της βιοποικιλότητας και βελτίωση της διαχείρισης των υδάτων.

3.2. Ειδικά χαρακτηριστικά σε εθνικό επίπεδο

Ο ρουμανικός τομέας υδατοκαλλιέργειας παράγει κυρίως κυπρινίδια, τόσο γηγενής προέλευσης (κυπρίνος, κυπρίνος) όσο και ασιατικής προέλευσης (ασημένιος κυπρίνος) που αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 75 τοις εκατό της συνολικής παραγωγής. Μέχρι το 2005, κυπρινίδια κυριαρχούσαν σε αυτόν τον κλάδο, αντιπροσωπεύοντας το 85% της συνολικής παραγωγής, ενώ το υπόλοιπο 15% αντιπροσωπεύεται από πέστροφα, πέρκα, λούτσο, πέρκα, γατόψαρο, οξύρρυγχο κ.λπ. Τα επόμενα χρόνια αυτή η δομή του είδους διατηρήθηκε σε μεγάλο βαθμό, ωστόσο, παρατηρείται μικρή αύξηση προς τα κυπρινίδια.

Παρόλο που οι οξύρρυγχοι δεν αναφέρονται σε αυτό το στατιστικό, οι καλλιέργειες χαβιαριού έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται και οι ποσοτώσεις πληθυσμού του Δούναβη δίνονται σε διαφορετικές στατιστικές. Όλα τα εκτρεφόμενα είδη είναι είδη γλυκού νερού. η

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Θαλάσσια υδατοκαλλιέργεια στη Ρουμανία βρίσκεται στα αρχικά της στάδια, παρά τη θαλάσσια ακτή μήκους 250 χιλιομέτρων.

Το 2016 ήταν εγγεγραμμένες 31 εταιρείες επεξεργασίας ψαριών και το 2017 παρήχθησαν 20,170 τόνοι, εκ των οποίων τα παρασκευασμένα και κατεψυγμένα ολόκληρα θαλάσσια ψάρια ήταν το κύριο προϊόν. Ωστόσο, η ρουμανική αγορά διαθέτει ποικιλία αλιευτικών προϊόντων: ζωντανά ψάρια, πλήρη ψάρια (φρέσκα, καταψυγμένα ή κατεψυγμένα), πρωτεύοντα επεξεργασμένα ψάρια (αποκομμένα, αποκεφαλισμένα, φιλεταρισμένα, κομμένα) · ημιετοιμασμένα (μαριναρισμένα, επικολημένα, αυγοτάραχα, αλατισμένα, καπνιστά ψάρια). κονσέρβες ψαριών (σε λάδι, σε σάλτσα ντομάτας, άλλα είδη).

3.3. Διαχείριση και προώθηση του τομέα της υδατοκαλλιέργειας

3.3.1. Το θεσμικό πλαίσιο

Στη Ρουμανία, ο Εθνικός Οργανισμός για την Αλιεία και την Υδατοκαλλιέργεια (NAFA) έχει την ευθύνη για το σχεδιασμό και την ανάπτυξη και εφαρμογή της πολιτικής της αλιείας, που είναι ένας δημόσιος οργανισμός που χρηματοδοτείται εξ ολοκλήρου από τον κρατικό προϋπολογισμό. Η NAFA είναι ο οργανισμός που καταρτίζει τη στρατηγική και το νομικό πλαίσιο για την αλιεία στη Ρουμανία. Είναι επίσης υπεύθυνη για την τεχνική εφαρμογή των μέτρων και για τον έλεγχο των κανονισμών και των δραστηριοτήτων στον τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας.

Η πρόταση για τη μεταρρύθμιση της Κοινής Αλιευτικής Πολιτικής (ΚΑΠ) στοχεύει στην προώθηση της υδατοκαλλιέργειας μέσω μιας ανοιχτής μεθόδου συντονισμού: μια εθελοντική διαδικασία συνεργασίας βασισμένη σε στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές και πολυετή εθνικά στρατηγικά σχέδια που προσδιορίζουν κοινούς στόχους και, όπου είναι δυνατόν, δείκτες μετρήσει την πρόοδο προς αυτήν την κατεύθυνση.

3.3.2. Οι ισχύοντες κανονισμοί

Ο Νόμος αριθ. 192/2001 ρυθμίζει τη διατήρηση, διαχείριση και εκμετάλλευση ζωντανών υδρόβιων πόρων, δραστηριότητες υδατοκαλλιέργειας, καθώς και την επεξεργασία και εμπορία προϊόντων που προέρχονται από την αλιεία και την υδατοκαλλιέργεια. Μερικοί από τους στόχους αυτού του νόμου είναι: επιδίωξη βιώσιμης εκμετάλλευσης ζωντανών υδρόβιων πόρων σε φυσικές λεκάνες ψαριών, προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης και λήψη των απαραίτητων μέτρων για τη διατήρηση και την αναγέννηση αυτών των υδάτινων πόρων και οικοσυστημάτων. ανάπτυξη του τομέα της υδατοκαλλιέργειας · τόνωση ενός υπεύθυνου εμπορίου, το οποίο συμβάλλει στη διατήρηση των ζωντανών υδάτινων πόρων · Αριθμός παραγγελίας. 171/2002 εγκρίνει τους κανόνες για την εμπορία ψαριών και άλλων υδρόβιων ζώων, που προβλέπονται στο παράρτημα που αποτελεί αναπόσπαστο μέρος αυτής της παραγγελίας.

3.3.3. Εφαρμοσμένη Έρευνα, Εκπαίδευση και Κατάρτιση

Ο Εθνικός Οργανισμός Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας συνεργάζεται με ερευνητικά ιδρύματα στον τομέα για την επίτευξη των στόχων που θέτει η στρατηγική και απαιτεί μελέτες για τη γνώση της βιολογίας, της ηθολογίας και της ποικιλομορφίας της δομής, της λειτουργικότητας και της παραγωγικότητας των υδάτινων οικοσυστημάτων και των συγκεκριμένων αλληλεπιδράσεών τους. Μερικά από τα κυβερνητικά ερευνητικά ιδρύματα υδατοκαλλιέργειας είναι: Ινστιτούτο Έρευνας και Ανάπτυξης για την Υδατική Οικολογία, την

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





Αλιεία και την Υδατοκαλλιέργεια, Γαλάτι, Ρουμανία. Κέντρο Ερευνών Fish Culture - Nucet, κομητεία Dâmbovița; Εθνικό Ινστιτούτο για την Προστασία του Περιβάλλοντος, μέσω των υπο-μονάδων: Εθνικό Ινστιτούτο Θαλάσσιας Έρευνας και Ανάπτυξης «Grigore Antipa» Constanța και Εθνικό Ινστιτούτο Έρευνας και Ανάπτυξης «Δέλτα του Δούναβη» Tulcea.

Το Τμήμα Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας του Πανεπιστημίου «Dunărea de Jos» του Γαλατίου είναι ο παλαιότερος και ο σημαντικότερος πάροχος τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και κατάρτισης στην υδατοκαλλιέργεια και την αλιεία. Ταυτόχρονα, καθένα από τα εγχώρια γεωργικά πανεπιστήμια προσφέρει στα προγράμματα σπουδών του εκπαίδευση στην ιχθυοκαλλιέργεια για ημερήσιους ή τακτικούς φοιτητές, αλλά με ποικίλη έμφαση και αντικείμενο.

Η εκπαίδευση στην υδατοκαλλιέργεια σε προπτυχιακό επίπεδο προσφέρεται από την Εθνική Υπηρεσία Συμβουλευτικής Γεωργίας, η οποία τελεί υπό τον άμεσο συντονισμό του Υπουργείου Γεωργίας και Αγροτικής Ανάπτυξης. Επιπλέον, στη Ρουμανία υπάρχουν ορισμένα κέντρα κατάρτισης εξουσιοδοτημένα να αναπτύσσουν μαθήματα κατάρτισης για τους εργαζόμενους στην υδατοκαλλιέργεια (ειδικά για την ιχθυοκαλλιέργεια). Παρά τον ισχυρό τομέα έρευνας, υπάρχει ένα χάσμα μεταξύ των τομέων της εκπαίδευσης/κατάρτισης και των ΜΜΕ όσον αφορά την εφαρμογή των αποτελεσμάτων που επιτεύχθηκαν από τους τομείς της εκπαίδευσης και της έρευνας σε άμεση συσχέτιση με τις ανάγκες των ΜΜΕ.

3.4. Έρευνα αγοράς:

Η Ρουμανία παράγει μεγάλες ποσότητες κυπρίνου, οπότε είναι φυσικό ότι στη ρουμανική αγορά διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι γόνιμοι παράγονται είναι των κυπρινιδίων. Στη χώρα υπάρχουν ιχθυοτροφεία που πωλούν ψαράκια, και πολλές από αυτές τις εκμεταλλεύσεις διαφημίζονται στον ιστότοπό τους ή στις αγορές-πωλήσεις. Η Ρουμανία εισήγαγε, την περίοδο Ιανουαρίου -Σεπτεμβρίου 2017, ποσότητα 56,021 τόνων ψαριών, καρκινοειδών και μεδουσών, αυξημένη αξία 5,4% από το 2016 -την ίδια περίοδο. Οι τιμές εξαγωγής για τα ψάρια, που καταγράφηκαν την ίδια περίοδο, είναι 20 φορές χαμηλότερες.

3.4.1. Υπαίθριες αγορές (νομικά πρότυπα σε ευρωπαϊκό ή εθνικό επίπεδο)

Κυβερνητική απόφαση αριθ. 348 της 18ης Μαρτίου 2004 θεσπίζει τους γενικούς κανόνες για την άσκηση συγκεκριμένων μορφών λιανικού εμπορίου και την παροχή υπηρεσιών σε ορισμένους δημόσιους χώρους, καθώς και τις ελάχιστες απαιτήσεις εξοπλισμού που απαιτούνται για την εκτέλεση αυτών των δραστηριοτήτων. Λιανικό εμπόριο σε ορισμένους δημόσιους χώρους σημαίνει τη δραστηριότητα μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών, που πραγματοποιείται μόνιμα ή εποχικά σε αγορές, εκθέσεις, δημόσιες διόδους, δημόσιους δρόμους ή σε οποιονδήποτε άλλο χώρο προορίζεται για δημόσια χρήση, εκτός από εκείνους που διαχειρίζονται ειδικά.

Ο σκοπός της ρύθμισης του εμπορίου σε δημόσιους χώρους είναι η δημιουργία ενός πλαισίου για την εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών της αγοράς, το οποίο σέβεται τις αρχές του θεμιτού ανταγωνισμού, της προστασίας της ζωής, της υγείας, της ασφάλειας και των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών και του περιβάλλοντος. Οι δημόσιοι χώροι μπορούν να διαχειρίζονται απευθείας από την τοπική δημόσια διοίκηση ή από ιδιώτες εργολάβους υπό τους όρους που προβλέπονται από το νόμο.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Σε δημόσιους χώρους μπορεί να ασκεί τη δραστηριότητά του: κάθε νομικό πρόσωπο που ασχολείται με τη λιανική πώληση προϊόντων. μεμονωμένους αγροτικούς παραγωγούς και τις ενώσεις τους, οι οποίες εμπορεύονται τα δικά τους γεωργικά προϊόντα και προϊόντα.

3.4.2. Πώληση ζωντανών ή μεταποιημένων ψαριών σε εστιατόρια

Η αγορά της Ρουμανίας εφοδιάζεται με ψάρια που προέρχονται από θαλάσσια αλιεία, αλιεία γλυκού νερού (αλιεύματα ή υδατοκαλλιέργειες) και από εισαγωγές. Η ρουμανική αγορά προσφέρει τις ακόλουθες μορφές αλιευτικών προϊόντων: ζωντανά ψάρια, πλήρη ψάρια (φρέσκα, κατεψυγμένα ή κατεψυγμένα), ψάρια πρωτογενούς επεξεργασίας (αποκομμένα, αποκεφαλισμένα, φιλεταρισμένα, κομμένα), ημι-παρασκευασμένα (μαριναρισμένα, επικολλημένα, αυγοτάραχα, αλατισμένα, καπνιστά ψάρια), ψάρια σε κονσέρβα (σε λάδι, σε σάλτσα ντομάτας, άλλα είδη).

Ωστόσο, η πλειοψηφία των εστιατορίων από τη Ρουμανία χρησιμοποιούν εισαγόμενα ψάρια. Υπάρχουν όμως και επιχειρήσεις που έχουν την πολυλειτουργική ιχθυοκαλλιέργεια. Αυτό περιλαμβάνει την πραγματοποίηση ολόκληρης της εμπορικής αλυσίδας: παραγωγή πρώτων υλών (ιχθυοτροφεία) - παραγωγή τελικών προϊόντων (τμήμα επεξεργασίας ψαριών) - εμπορία και διανομή τελικών προϊόντων (εστιατόριο, δικά της καταστήματα, παραδοσιακά δίκτυα διανομής).

Οι οργανώσεις παραγωγών δημιουργούνται από ψαράδες ή υδατοκαλλιεργητές που συνεργάζονται ελεύθερα με σκοπό την εφαρμογή μέτρων για τη διασφάλιση των καλύτερων συνθηκών για την εμπορία των προϊόντων τους. Τα μέτρα αυτά στοχεύουν στο: ενθάρρυνση του προγραμματισμού της παραγωγής και της προσαρμογής στη ζήτηση, ιδίως μέσω της εφαρμογής σχεδίων αλιευμάτων. να προωθήσει τη συγκέντρωση της προσφοράς για τη σταθεροποίηση των τιμών · ενθάρρυνση μεθόδων που προωθούν τη βιώσιμη αλιεία.

Για να βοηθήσει το εστιατόριο και τους παραγωγούς, δημιουργήθηκε το Tulcea Fish Exchange. Είναι ένας επενδυτικός στόχος που χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Αλιείας. Αυτή η επένδυση έρχεται προς υποστήριξη εμπορικών αλιέων και έχει το ρόλο της διευκόλυνσης της δραστηριότητας των κέντρων συλλογής ψαριών και των υδατοκαλλιεργειών στο Δέλτα του Δούναβη στο τμήμα διανομής/πώλησης, σε ασφαλείς αλυσίδες εμπορίας και όσο το δυνατόν συντομότερα. Ο κύριος σκοπός του Ανταλλαγής Ιχθύων είναι η ενίσχυση της υποδομής για τη συλλογή και διανομή ψαριών που αλιεύονται ή παράγονται σε φάρμες υδατοκαλλιέργειας στο Δέλτα του Δούναβη. Οι προμήθειες ψαριών του ρουμανικού εμπορίου προέρχονται περίεργα από ψαραγορές από την Ελλάδα και τη Βουλγαρία και όχι από το Δέλτα του Δούναβη ή την επαρχία Κωνσταντζα. Το μόνο λειτουργικό απόθεμα ψαριών στη Ρουμανία βρίσκεται στην Tulcea (άνοιξε ξανά το 2019) αλλά δεν χρησιμοποιείται σε πλήρη χωρητικότητα. Ως εκ τούτου, ένα ποσό άνω των 350 εκατ. Ευρώ/έτος δαπανάται από τις ρουμανικές εμπορικές εταιρείες στις εμπορικές τους σχέσεις με αποθέματα ιχθύων από την Ελλάδα και τη Βουλγαρία. Πάνω από το 80% από τα εστιατόρια που λειτουργούν στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας από τη Ρουμανία, προσφέρουν τακτικά πιάτα με ψάρι. Αλλά η προσφορά καλύπτει ψάρια από τη Μεσόγειο Θάλασσα και όχι από τη Μαύρη Θάλασσα. Ο λόγος είναι ότι η τοπική αλιεία δεν είναι εξοπλισμένη για να προσφέρει σταθερή ροή παραγωγής. Οι ιδιοκτήτες τόσο εστιατορίων όσο και λιμνών ψαριών, έχουν την ευκαιρία να εξατομικεύσουν το μενού τους σε άμεση

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



συσχέτιση με την καθημερινή «προσευχή». ευρώ/έτος δαπανάται από τις ρουμανικές εμπορικές εταιρείες στις εμπορικές τους σχέσεις με αποθέματα ιχθύων από την Ελλάδα και τη Βουλγαρία. Πάνω από το 80% από τα εστιατόρια που λειτουργούν στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας από τη Ρουμανία, προσφέρουν τακτικά πιάτα με ψάρι. Αλλά η προσφορά καλύπτει ψάρια από τη Μεσόγειο Θάλασσα και όχι από τη Μαύρη Θάλασσα. Ο λόγος είναι ότι η τοπική αλιεία δεν είναι εξοπλισμένη για να προσφέρει σταθερή ροή παραγωγής. Οι ιδιοκτήτες τόσο εστιατορίων όσο και λιμνών ψαριών, έχουν την ευκαιρία να εξατομικεύσουν το μενού τους σε άμεση συσχέτιση με την καθημερινή «προσευχή». ευρώ/έτος δαπανάται από τις ρουμανικές εταιρείες εμπορικών σχέσεων με αποθέματα ιχθύων από την Ελλάδα και τη Βουλγαρία. Πάνω από το 80% από τα εστιατόρια που λειτουργούν στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας από τη Ρουμανία, προσφέρουν τακτικά πιάτα με ψάρι. Αλλά η προσφορά καλύπτει ψάρια από τη Μεσόγειο Θάλασσα και όχι από τη Μαύρη Θάλασσα. Ο λόγος είναι ότι η τοπική αλιεία δεν είναι εξοπλισμένη για να προσφέρει σταθερή ροή παραγωγής. Οι ιδιοκτήτες τόσο εστιατορίων όσο και λιμνών ψαριών, έχουν την ευκαιρία να εξατομικεύσουν το μενού τους σε άμεση συσχέτιση με την καθημερινή «προσευχή». Ο λόγος είναι ότι η τοπική αλιεία δεν είναι εξοπλισμένη για να προσφέρει σταθερή ροή παραγωγής. Οι ιδιοκτήτες τόσο εστιατορίων όσο και λιμνών ψαριών, έχουν την ευκαιρία να εξατομικεύσουν το μενού τους σε άμεση συσχέτιση με την καθημερινή «προσευχή». Ο λόγος είναι ότι η τοπική αλιεία δεν είναι εξοπλισμένη για να προσφέρει σταθερή ροή παραγωγής. Οι ιδιοκτήτες τόσο εστιατορίων όσο και λιμνών ψαριών, έχουν την ευκαιρία να εξατομικεύσουν το μενού τους σε άμεση συσχέτιση με την καθημερινή «προσευχή».

3.4.3. Παντοπωλεία ή ζωντανά για απόθεμα λιμνών

Η πλειοψηφία των προϊόντων ψαριού διανέμονται και πωλούνται μέσω αλυσίδων σούπερ μάρκετ. Η οικιακή κατανάλωση της Ρουμανίας κυριαρχείται από ζωντανά/φρέσκα ψάρια, ακολουθούμενα από κατεψυγμένα ψάρια και μαριναρισμένα και παρασκευασμένα προϊόντα.

3.4.4. Αθλητικά ψάρια ή διακοσμητικά ψάρια σε μέγεθος φαγητού χρησιμοποιώντας την ακόλουθη δομή

Αριθμός παραγγελίας. 15/2011 σχετικά με τους όρους ψυχαγωγικής/αθλητικής αλιείας, τον κανονισμό για την ψυχαγωγική/αθλητική αλιεία, καθώς και τα μοντέλα αδειών αναψυχής/αθλητικής αλιείας. Η απόδοση του δικαιώματος ψυχαγωγικής/αθλητικής αλιείας γίνεται από τους διαχειριστές του ζωντανού υδάτινου πόρου, σε όλους τους φυσικούς οικοτόπους ψαριών, σύμφωνα με τη νομοθεσία.

Η ψυχαγωγική/αθλητική αλιεία σε φυσικούς οικοτόπους ψαριών βασίζεται σε άδειες που εκδίδονται από τον διαχειριστή ζωντανών υδάτινων πόρων και εκδίδονται από αυτόν ή από ενώσεις αθλητικών ψαράδων, ανάλογα με την περίπτωση. Στο Υπουργείο Γεωργίας και Ανάπτυξης της Υπαίθρου, μέσω της NAFA, λειτουργεί το μοναδικό μητρώο αρχείων ενώσεων αθλητικών ψαράδων, νομικά μη νομικών προσώπων που αποτελούν νομικά πρόσωπα, καθώς και εθνικά φόρουμ εκπροσώπησης, που έχουν συσταθεί με βάση την αρχή της ελεύθερης σύνδεσης.

Η ένωση διασφαλίζει τη διαχείριση της αλιείας στις αλιευτικές περιοχές που έχουν υπό κράτηση και τη διαχείριση προστατευόμενων φυσικών περιοχών. Ορισμένα από τα αλιευτικά αγροκτήματα παραδίδουν ψάρια για αθλητική αλιεία αφού φτάσουν σε βάρος



δύο κιλών. Ταυτόχρονα υπάρχουν επίσης ιχθυοτροφεία που προσφέρουν διευθετημένες θέσεις για αθλητική αλιεία, αναφέροντας στην προσφορά τους τα κιλά και τα είδη των ψαριών.

3.4.5. Ζωντανές και μεταποιημένες αγορές ψαριών

Στη Ρουμανία βρίσκουμε πολλές ζωντανές και μεταποιημένες αγορές ψαριών, ωστόσο αντιμετωπίζουμε το ίδιο πρόβλημα με τα εστιατόρια, ένα μεγάλο μέρος των ψαριών από την αγορά προέρχεται από την εισαγωγή. Μόνο τα τελευταία χρόνια ένας μικρός αριθμός ρουμανικών εταιρειών έχει αρχίσει να προσφέρει ανταγωνιστικά προϊόντα τοπικής παραγωγής (ειδικά ημιτελή προϊόντα). Το μεγαλύτερο μέρος της πρώτης ύλης εισάγεται. Το σκουμπρί και η ρέγγα είναι τα είδη που έχουν μερίδιο τόσο στις εισαγωγές όσο και στη μεταποίηση. Οι περισσότερες από τις συνολικές εισαγωγές αντιπροσωπεύονται από την εισαγωγή κατεψυγμένων ψαριών, σε διάφορες μορφές παρουσίασης.

3.4.6. Διαμόρφωση τιμών

Το έκτακτο διάταγμα 23/2008 για την αλιεία και την υδατοκαλλιέργεια αναφέρει ότι η πρώτη πώληση αντιπροσωπεύει την πώληση που πραγματοποιείται για πρώτη φορά στην εθνική επικράτεια και η οποία καθορίζει με έγγραφο την τιμή του προϊόντος. Η πρώτη τιμή των προϊόντων αλιείας καθορίζεται σε χώρους που έχουν καθοριστεί και εγκριθεί από το Υπουργείο Γεωργίας, Δασών και Αγροτικής Ανάπτυξης, μετά από πρόταση της Εθνικής Υπηρεσίας Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας.

Εξουσιοδοτημένα πρόσωπα ή/και νομικά πρόσωπα που έχουν παραγωγική ικανότητα για εμπορική αλιεία ή υδατοκαλλιέργεια μπορούν, με δική τους πρωτοβουλία, να ιδρύσουν οργανώσεις παραγωγών με σκοπό την υπεύθυνη αλιεία και τη βελτίωση των συνθηκών πώλησης προϊόντων που παράγουν τα μέλη τους. Τα μέλη των οργανισμών πρέπει να πωλούν το προϊόν ή τα προϊόντα για τα οποία σχετίζονται, σύμφωνα με τις ισχύουσες νομικές διατάξεις, προκειμένου να βελτιωθεί η ποιότητα των προϊόντων, να προσαρμοστεί ο όγκος του εφοδιασμού στις απαιτήσεις της αγοράς και να βελτιωθεί η διαδικασία μάρκετινγκ.

3.4.7. Έλεγχοι αγοράς

Τα προϊόντα ψαριών μπορούν να πωλούνται ή να διατίθενται στο εμπόριο μόνο εάν πληρούν τα πρότυπα εμπορίας για ταξινόμηση κατά ποιότητα, μέγεθος ή βάρος, συσκευασία, παρουσίαση και επισήμανση. Στη Ρουμανία, η Εθνική Αρχή για την Προστασία των Καταναλωτών είναι υπεύθυνη για τον έλεγχο της ποιότητας, της εμπορίας και της επισήμανσης των ψαριών, προσυσκευασμένων πιάτων ψαριών και ψαριών σε κονσέρβα, ενώ η NAFA ελέγχει τις ιχθυοκαλλιέργειες, την ποιότητα των ψαριών.

3.4.8. Ψυκτική αλυσίδα

Υπάρχουν εταιρείες στη Ρουμανία που ειδικεύονται σε αυτόν τον τύπο διανομής, αλλά ο τομέας είναι ακόμη υπό ανάπτυξη.

3.5. Στρατηγική μάρκετινγκ

3.5.1. Προϊόν - ποικιλία, ποιότητα, σχεδιασμός, χαρακτηριστικά, επωνυμία, συσκευασία, Υπηρεσίες

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η πλειοψηφία των ψαριών που παράγει η Ρουμανία είναι κυπρινίδια. Τα κυριότερα καλλιεργημένα είδη στη Ρουμανία είναι ο κοινός κυπρίνος, ο ασημένιος κυπρίνος, ο κυπρίνος, ο κυπρίνος, το χρυσόψαρο, η πέστροφα του ουράνιου τόξου, ο κυπρίνος και η πέστροφα της θάλασσας. Αυτά τα είδη αντιπροσωπεύουν το 90 τοις εκατό της συνολικής παραγωγής. Επιπλέον, εκτρέφονται επίσης βόρειες λούτσες, γατόψαρα και, πιο πρόσφατα, μπελούγκα και οξύρρυγχοι. Επί του παρόντος, η θαλάσσια υδατοκαλλιέργεια στη Ρουμανία βρίσκεται στα αρχικά της στάδια, ένα αγρόκτημα μύδια είναι εγγεγραμμένο για καλλιέργεια μεσογειακών μυδιών, παρά το γεγονός ότι ορισμένες μελέτες δείχνουν ότι υπάρχει ενδιαφέρον και υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης αυτού του υποτομέα.

Στόχος των σημερινών επιχειρήσεων υδατοκαλλιέργειας είναι να εξασφαλίσουν υψηλότερο επίπεδο ποιότητας τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών που σχετίζονται με την αλιεία και την υδατοκαλλιέργεια. Το να ανήκει στο τοπικό πρότυπο θα παρέχει στον καταναλωτή εγγύηση για την ποιότητα των προϊόντων και θα παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη γεωγραφική τους προέλευση. Με αυτόν τον τρόπο συμβάλλει στην ανάπτυξη τοπικών σημάτων αλιείας. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι χρήσεις της φάρμας προσφέρουν επίσης διαφορετικές υπηρεσίες, όπως το αθλητικό ψάρεμα, για ψυχαγωγικούς σκοπούς.

3.5.2. Τιμή - τιμή καταλόγου, εκπτώσεις, κίνητρα, περίοδος πληρωμής, όροι πίστωσης

Η τιμή αντικατοπτρίζει την ποιότητα του προϊόντος και για να ευημερήσει και να κερδίσει το ψάρι, δεν πρέπει να είναι πολύ χαμηλό ή πολύ υψηλό. Πολλοί παραγωγοί έχουν μια καθορισμένη τιμή όταν ανακοινώνουν την προσφορά τους, αλλά η τιμή είναι διαπραγματεύσιμη ανάλογα με την ποσότητα που θέλει ο αγοραστής. Για χάλια οι τιμές κυμαίνονται μεταξύ 11-12 RON ανά κιλό και οι τιμές για πέστροφα είναι περίπου 20 RON ανά κιλό. Υπάρχει ένα χρηματοδοτικό μέσο που προωθεί μέσα στήριξης για τον ρουμανικό τομέα αλιείας-το επιχειρησιακό πρόγραμμα για την αλιεία και τις θαλάσσιες υποθέσεις 2021-2027, η τελική έκδοση που εγκρίθηκε από την ΕΚ στις 14.04.2020, με στόχο την προώθηση της βιώσιμης αλιείας όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος και την αποδοτικότητα των πόρων που χρησιμοποιούνται, την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα με βάση τη γνώση.

Οι διευκολύνσεις τόσο για τους μη κυβερνητικούς όσο και για τους ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στους τομείς της υδατοκαλλιέργειας επικεντρώνονται στα εξής:

- Εκσυγχρονισμός της εμπορικής αλιευτικής υποδομής: λιμάνι και περιοχές εκφόρτωσης για αλιευτικές εκμεταλλεύσεις, δημιουργία και εκσυγχρονισμός των αλιευτικών εσωτερικών υδάτων
- Επιτρέπει την αύξηση της αξίας των αλιευτικών προϊόντων σε διάφορα στάδια: μεταποίηση, εμπορία και πώληση (υποστήριξη της αλυσίδας βραχυπρόθεσμου εφοδιασμού από τους αλιείς στους πελάτες).
- Υποστήριξη της καινοτομίας στον τομέα της αλιείας καθ' όλη τη διάρκεια της βελτίωσης της απόδοσης του χειριστή (δημιουργώντας τους χώρους δημιουργίας μιας συνεχούς ροής προϊόντων τόσο για τους μεταποιητές όσο και για τους ιδιοκτήτες εστιατορίων)
- Υποστήριξη της διαδικασίας αρτοποιίας (παρεμβάσεις σχετικά με τη διαφοροποίηση της παραγωγής σε διαφορετικά στάδια)

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

- Υποστήριξη πρωτοβουλιών δημιουργίας δικτύων και συμπράξεων μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών στην υδατοκαλλιέργεια, δημιουργώντας έτσι τις προϋποθέσεις για μια βιώσιμη προσέγγιση του τομέα.

3.5.3. Τόπος - κανάλια, κάλυψη, ποικιλία, τοποθεσίες, απόθεμα, μεταφορά, εφοδιαστική

Το ψάρι είναι ένα εύκολα φθαρτό προϊόν και η διατήρησή του στις παραμέτρους ασφάλειας των τροφίμων από τη στιγμή που αλιεύεται έως τη στιγμή της κατανάλωσης ή της μεταποίησης εξαρτάται ουσιαστικά από τον χρόνο και τις συνθήκες μεταφοράς. Επίσης, η διατήρηση των ψαριών και των προϊόντων σε καλή κατάσταση εξαρτάται από τις συνθήκες προσωρινής αποθήκευσης εντός των μονάδων εμπορίας.

Ο στόχος λοιπόν είναι να δοθεί στον αγοραστή το προϊόν όσο το δυνατόν γρηγορότερα, να το διανείμει στα τοπικά καταστήματα ή απευθείας στον αγοραστή.

3.5.4. Προώθηση - διαφήμιση, προσωπικές πωλήσεις, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις

Η προώθηση των προϊόντων γίνεται μέσω κάθε καναλιού διαφημίσεων και διαφημιστικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται από τον κατασκευαστή για τη δημιουργία ζήτησης για το προϊόν. Ο παραγωγός ψαριών διαφημίζει τα προϊόντα του σε σελίδες κοινωνικών μέσων, στον ιστότοπό του ή αγοράζει ιστότοπους πώλησης.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, υπάρχει επίσης ένωση που βοηθά τον παραγωγό να πουλήσει και να αγοράσει τα προσφερόμενα προϊόντα. Σύμφωνα με το άρθρο 78 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού CE αριθ. 508/2014 σχετικά με το Ευρωπαϊκό Ταμείο ή την Αλιεία και τις Θαλάσσιες Υποθέσεις, κάθε κράτος θα δημιουργήσει το εθνικό του δίκτυο που θα περιλαμβάνει διαφορετικούς παράγοντες από τον τομέα της υδατοκαλλιέργειας. Ο κύριος στόχος του δικτύου θα είναι η υποστήριξη των Ομάδων Τοπικής Δράσης από την περιοχή υδατοκαλλιέργειας (ΟΤΔΑ) στην προσπάθειά τους να συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη των αλιευτικών περιοχών που περιλαμβάνονται στις τοπικές στρατηγικές ανάπτυξης, οι οποίες έχουν εγκριθεί προηγουμένως από τη Διοίκηση Αρχή του Επιχειρησιακού Προγράμματος Αλιείας και Ναυτιλίας 2014-2020. Στη δραστηριότητα του δικτύου περιλαμβάνονται και χρηματοδοτούνται καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος οι δραστηριότητες προώθησης των συμμετεχόντων στο δίκτυο μεμονωμένα ή ως ομάδα ενδιαφερόντων (για παράδειγμα μια κατηγορία ψαριών που ανατρέφεται ή εμπορεύεται από περισσότερες από 1 ΜΜΕ ΜΚΟ). Το δίκτυο είναι ανοιχτό για εγγραφή υπό την προϋπόθεση ότι πληρούνται ορισμένες προϋποθέσεις και τα λειτουργικά έξοδα συνήθως χρηματοδοτούνται από το πρόγραμμα. Το ρουμανικό δίκτυο (www.ampeste.ro) είναι επίσης μέρος του Ευρωπαϊκού Δικτύου - FARNET <https://webgate.ec.europa.eu.farnet>

3.6. Σχέδιο μάρκετινγκ

3.6.1. Περίληψη - υπάρχοντες πόροι (ανθρώπινοι, υλικοί)

Η αλιεία και η υδατοκαλλιέργεια, μαζί με την επεξεργασία και το εμπόριο ψαριών και προϊόντων ιχθύων, είναι δραστηριότητες που υπάρχουν σε όλες τις περιοχές της χώρας. Σε ορισμένες απομονωμένες περιοχές, όπως το Δέλτα του Δούναβη και το Λιβάδι, η αλιεία

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



είναι μία από τις κύριες δραστηριότητες, η οποία παρέχει θέσεις εργασίας και πηγές εισοδήματος για τον τοπικό πληθυσμό.

Επί του παρόντος, η κληρονομιά αλιευτικού ενδιαφέροντος της Ρουμανίας, που αποτελείται από επιφάνειες μόνιμα ή προσωρινά καλυμμένες με νερό, εκτιμάται ότι έχει έκταση σχεδόν 500.000 εκτάρια λιμνάζοντος νερού, 66.000 χλμ. Τρεχούμενου νερού από την ορεινή, λοφώδη και πεδινή περιοχή και 25.000 χλμ. νερό από τη Μαύρη Θάλασσα. Οι υδάτινες επιφάνειες δημόσιου τομέα αντιπροσωπεύονται από: 300.000 εκτάρια φυσικών λιμνών και λιμνών, 98.000 εκτάρια λιμνών συσσώρευσης και πόλντερ, 47.000 χλμ. Ποταμών στην λοφώδη και πεδινή περιοχή, 19.000 χλμ. Ποταμών στην ορεινή περιοχή, 1.075 χλμ. τον ποταμό Δούναβη.

Τον Φεβρουάριο του 2020 το ποσοστό ανεργίας ήταν 3,9%, οπότε αναπτύσσοντας αυτόν τον τομέα μπορούμε να δημιουργήσουμε περισσότερες θέσεις εργασίας, βοηθώντας την ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας. Το 2005, 2.781 άτομα απασχολούνταν στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας, αντιπροσωπεύοντας πάνω από το 40% της συνολικής ανθρώπινης δύναμης στον τομέα της αλιείας. Οι εργαζόμενοι πλήρους απασχόλησης ήταν 2.333, ενώ 448 ήταν μερικής απασχόλησης ή περιστασιακά προσλαμβανόμενοι. Άτομα μεταξύ 40-60 ετών ήταν 601 (21,61 %), 2 161 άτομα ηλικίας 20-40 ετών (77,71 %) και 19 άτομα κάτω των 20 ετών (0,68 %) απασχολούνταν σε δραστηριότητες υδατοκαλλιέργειας. Όσον αφορά το επίπεδο κατάρτισης των ατόμων που εμπλέκονται στον τομέα της αλιείας, η κατάσταση έχει ως εξής: οι υπάλληλοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης αντιπροσωπεύουν το 14,71 τοις εκατό του συνόλου, οι υπάλληλοι της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης το 41,21 τοις εκατό και οι εργαζόμενοι στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση, δηλαδή οι εργαζόμενοι, 44.

Από οικονομική άποψη, η Ευρωπαϊκή Ένωση, μέσω Το Operational Programmed for Fishing ή το European Maritime and Fisheries Fund προσφέρει οικονομικές ευκαιρίες για την ανάπτυξη εκσυγχρονισμού μιας επιχείρησης υδατοκαλλιέργειας. Το ταμείο βοηθά επίσης τους αλιείς στη μετάβαση σε βιώσιμη αλιεία, υποστηρίζει τις παράκτιες κοινότητες στη διαφοροποίηση των οικονομιών τους, χρηματοδοτεί έργα που δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και βελτιώνουν την ποιότητα ζωής στις ευρωπαϊκές ακτές, υποστηρίζει βιώσιμες εξελίξεις στην υδατοκαλλιέργεια.

3.6.2. Καταναλωτές στόχοι

Στο μέλλον υπάρχουν ενδείξεις αυξημένης κατανάλωσης ψαριών που προφανώς θα επηρεάσουν την κατανάλωση σπεσιαλιτέ. Τα τελευταία χρόνια, εμφανίστηκε μια τάση όσον αφορά τη σωστή διατροφή και βασίζεται στο εκτιμώμενο κρέας ψαριού επειδή βελτιώνει την ποιότητα ζωής, μειώνει τη γήρανση και βοηθά στη διατήρηση του σχήματος.

Οι Ρουμάνοι καταναλωτές προτιμούν παραδοσιακά προϊόντα κρέατος και η κατανάλωση προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας είναι πολύ κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ. Ωστόσο, η εθνική μέση φαινομενική κατανάλωση ψαριών και θαλασσινών ακολουθεί ανοδική τάση τα τελευταία χρόνια, φτάνοντας τα 6,2 κιλά κατά κεφαλή το 2015.

Με τη δημιουργία ενός βιώσιμου σχεδίου μάρκετινγκ, όχι μόνο πληρούμε τις απαιτήσεις του πελάτη, αλλά προσελκύουμε νέους πελάτες μέσω των προϊόντων που προσφέρονται προσφέροντας πολύτιμα και ποιοτικά τοπικά προϊόντα. Έτσι μπορούμε να προσφέρουμε στους πελάτες μας ντόπια φρέσκα ψάρια. Ένα από τα προτιμώμενα είδη είναι τα χάλια και τα εκκολαπτήρια μας παράγουν μεγάλη ποσότητα κυπρινιδίων.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Η εμφάνιση εισαγόμενων ειδών στη ρουμανική αγορά καθόρισε τη διαφοροποίηση της προσφοράς και την αλλαγή της προτίμησης των καταναλωτών για νέα είδη ψαριών και μορφές παρουσίασης (ζωντανά, φιλεταρισμένα και τμηματικά) καθώς και τη ζήτηση για ψάρια και προϊόντα ιχθύων σε αύξηση έως το 2007.

Οι παραγωγοί μπορούν επίσης να εξάγουν ψάρια, η Τσεχική Δημοκρατία είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός και η Πολωνία ο μεγαλύτερος καταναλωτής, ενώ η Ουγγαρία έχει την υψηλότερη κατανάλωση κυπρίνου κατά κεφαλή, με τον κυπρίνο να είναι το πιο καταναλωμένο είδος ψαριού στην Ουγγαρία.

Η Ρουμανία παρήγαγε το 2013, σύμφωνα με τα στοιχεία του FAO, πάνω από 3.500 τόνους κυπρίνου. Ωστόσο, η Ρουμανία δεν εξήγαγε κυπρίνο κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, καθώς ολόκληρη η παραγωγή χρησιμοποιήθηκε για εγχώρια κατανάλωση. Επίσης, δεν μπορούμε να ξεχάσουμε την εξαγωγή, την εξαγωγή της χώρας μας, το 2017, η Ρουμανία εξήγαγε 24.428 τόνους, (συμπεριλαμβανομένων 17 822 τόνων ιχθυάλευρου) προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας αξίας 40 εκατομμυρίων ευρώ. Ο λόγος για εισαγωγές/εξαγωγές στη Ρουμανία είναι 1:20.

3.6.3. Στρατηγική πώλησης- η έννοια της μοναδικής πρότασης πώλησης- USP (πώς διαφέρουμε από τον ανταγωνισμό μας)

Περίπου 1440 προϊόντα είναι καταχωρημένα στο μητρώο προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης και Προστατευόμενων γεωγραφικών ενδείξεων (ΠΓΕ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και η Ρουμανία έχει καταχωρισμένα επτά προϊόντα, από τα οποία 2 είναι ψάρια, καπνιστό σκουμπρί από τον Δούναβη της Ρουμανίας, καπνιστό κυπρίνο, από το Jara Bârsei.

Το ΠΓΕ δίνει έμφαση στη σχέση μεταξύ της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής και του ονόματος του προϊόντος, όπου μια συγκεκριμένη ποιότητα, φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό αποδίδεται ουσιαστικά στη γεωγραφική του προέλευση. Μπορεί να ισχύει για τρόφιμα, αγροτικά προϊόντα και κρασιά.

Από αυτήν την ημερομηνία βλέπουμε ότι η Ρουμανία διαθέτει μοναδικά προϊόντα και δείχνει επίσης τη δυνατότητά μας να προσφέρουμε ποιοτικά προϊόντα. Οι παραγωγοί επικοινωνούν με τους καταναλωτές, για παράδειγμα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να εξηγήσουν πώς εκτρέφονται τα ψάρια, τι είδους τρώνε, αν είναι οικολογικά ή όχι. Δεν υπάρχει ακόμη μια ενοποιημένη στρατηγική προσέγγιση όσον αφορά την πώληση των τοπικών ψαριών, αν και στο ρουμανικό δίκτυο καταβάλλονται προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση.

3.6.4. Στρατηγική τιμολόγησης και τοποθέτησης (θέση στην αγορά σε άμεση συσχέτιση με την προσφορά τιμής)

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η τιμή αντικατοπτρίζει την ποιότητα του προϊόντος και για να ευδοκιμήσει και να κερδίσει το ψάρι, δεν πρέπει να είναι πολύ χαμηλό ή πολύ υψηλό. Η τιμή είναι ανταγωνιστική (προσανατολισμένη στην αγορά), πράγμα που σημαίνει ότι οι λιανοπωλητές ηλεκτρονικού εμπορίου καθορίζουν τις τιμές τους σύμφωνα με τις τιμές του ανταγωνισμού και της αγοράς, όχι σύμφωνα με τη ζήτηση ή το κόστος των πελατών. Ωστόσο, η τιμή αυξομειώνεται επίσης όταν υπάρχει οικονομική κρίση. Αν και υπάρχουν διαφορές όσον αφορά την αλυσίδα εφοδιασμού (η διακύμανση και η ασυνέπεια που



καταγράφονται σε επίπεδο Ρουμάνων παραγωγών), οι τιμές είναι συγκρίσιμες (Ρουμανία, Ελλάδα και Βουλγαρία).

3.6.5. Σχέδιο διανομής

Οι πελάτες πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να αγοράζουν απευθείας από τους παραγωγούς μέσω των διαφημίσεων που τοποθετούν οι παραγωγοί σε διαφορετικούς ιστότοπους. Το μεταφορικό μέσο καθιερώνεται μεταξύ των δύο μερών. Πολλές από αυτές τις διαφημίσεις προσφέρουν δωρεάν μεταφορά, άλλες προσφέρουν δωρεάν μεταφορά εάν αγοραστεί μια συγκεκριμένη ποσότητα. Η εφοδιαστική αλυσίδα είναι ασταθής. Επομένως, το σχέδιο διανομής δημιουργείται συνήθως καθημερινά. Υπάρχουν όλοι στην επιχείρηση (παραγωγή και παράδοση) που περιλαμβάνουν τη δική τους λίρα αλιείας, αυτή είναι η λύση που υιοθετήθηκε για την παροχή μιας σταθερής προσφοράς στους καταναλωτές.

3.6.6. Προσφέρει οικοδόμηση

Οι προσφορές περιλαμβάνουν τα είδη ψαριών και τα κιλά για διαφορετικές χρήσεις, ψάρια για κατανάλωση ή για αθλητικό ψάρεμα. Αυτές οι προσφορές περιλαμβάνουν επίσης τη δυνατότητα δωρεάν μεταφοράς για την προσέλκυση πελατών.

Οι προσφορές για αθλητικό ψάρεμα περιλαμβάνουν συχνά εικόνες ψαριών, που δείχνουν στους πιθανούς πελάτες τι μπορούν να συλλάβουν, καλώντας όλους τους ανθρώπους, όλων των ηλικιών να συμμετάσχουν σε αυτό το άθλημα. Συχνά, οι προσφορές συζητούνται και διαπραγματεύονται απευθείας με τα σούπερ μάρκετ - ως τελικούς πωλητές.

3.6.7. Υλικά μάρκετινγκ

Για το υλικό μάρκετινγκ χρειάζονται κατάλογοι ή φυλλάδια.

3.6.8. Στρατηγικές προωθήσεων (διαδικτυακή προώθηση, προώθηση εκτός σύνδεσης, τηλεόραση, συγκεκριμένες εκδηλώσεις κ.λπ.)

Ένα σημαντικό μέρος της προώθησης πραγματοποιείται διαδικτυακά, στην πλατφόρμα κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης, στους ιστότοπους συσχετίσεων ή στους ιστότοπους προφίλ. Επικοινωνούν επίσης με τους πελάτες τους μέσω πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, δείχνουν φωτογραφίες του προϊόντος τους για να προσελκύσουν τους πελάτες ή δείχνουν τα ψάρια που προορίζονται για αθλητικό ψάρεμα, το χιλιόγραμμο ψαριών διαφέρει ανάλογα με το σε τι χρησιμοποιούνται.

3.6.9. Οικονομική προβολή

Από το 2013 έως το 2012, το συνολικό εισόδημα μειώθηκε κατά 16%, ενώ το λειτουργικό κόστος μειώθηκε κατά 15%. Στο συνολικό εισόδημα κυριαρχεί ο κύκλος εργασιών από την πώληση ψαριών από τις εκμεταλλεύσεις, ο οποίος συνεισφέρει το 65% του συνολικού εισοδήματος, αφήνοντας μόνο το 33% στα άλλα έσοδα και μόνο το 2% για επιδοτήσεις. Το 2017, η Ρουμανία εξήγαγε 24,428 τόνους (συμπεριλαμβανομένων 17,822 τόνων ιχθυάλευρου) προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας αξίας 40 εκατομμυρίων ευρώ.

Έχοντας αυτήν την ημερομηνία, αναμένουμε ότι αυτός ο τομέας θα αναπτυχθεί και θα αναπτυχθεί προσελκύοντας διαφορετικές μορφές χρηματοδότησης.

3.7. Στρατηγικές marketing

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Η παρούσα κατάσταση, η πανδημία COVID 19, δημιούργησε μια πρόσθετη πίεση στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας. Το Ρουμανικό POPAM τροποποίησε την υποστήριξη του με ένα σύνολο μέτρων άμβλυνσης για την κατάσταση της πανδημίας, που περιελάμβανε τα ακόλουθα:

- ποσά αποζημίωσης για τους αλιείς-προσωρινή αναστολή της εμπορικής αλιείας κατά την περίοδο 01.02.2020-31.12.2020
- ποσά αποζημίωσης για τους εκπροσώπους της υδατοκαλλιέργειας σε περίπτωση προσωρινής αναστολής των δραστηριοτήτων παραγωγής και πώλησης ή πρόσθετου κόστους που σχετίζεται με την κατάσταση της πανδημίας, για την περίοδο 01.02.2020-31.12.2020
- ποσά αποζημίωσης για τους μεταποιητές σε περίπτωση προσωρινής μείωσης της παραγωγής και πώλησης σε περίπτωση συμπληρωματικού κόστους για την αποθήκευση της παραγωγής που σχετίζεται με την κατάσταση της πανδημίας, για την περίοδο 01.02.2020-31.12.2020.

Τα προαναφερθέντα μέτρα αντιμετωπίζουν τις οικονομικές προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας, επιτρέποντας ταυτόχρονα τη δυνατότητα πρόσβασης στη στήριξη με στρατηγικό τρόπο, επιβάλλοντας τα υπάρχοντα δίκτυα και τις προσπάθειές της να αυξήσει την παρουσία της στη ρουμανική αγορά κατανάλωσης. Υπάρχει μια υποχρεωτική ανάγκη για μια ολοκληρωμένη προσέγγιση όσον αφορά την ανάπτυξη της στρατηγικής μάρκετινγκ σε εθνικό επίπεδο, η οποία αντιμετωπίζει την ιδιαιτερότητα τόσο της βιομηχανικής όσο και της εγχώριας παραγωγής σε άμεση συσχέτιση με την εθνική κατανάλωση.

4. ΤΟΥΡΚΙΑ

Η Τουρκία είναι πολύ μεγάλη χώρα από την έκτασή της, το μήκος των ακτών, η αλιευτική παραγωγή παρείχε τέσσερις θάλασσες και πλούσια εσωτερικά ύδατα και η παραγωγή υδατοκαλλιέργειας πραγματοποιήθηκε τόσο σε θαλάσσια, υφάλμυρα όσο και σε εσωτερικά ύδατα. Επομένως, θα πρέπει να υπάρχουν έξυπνες στρατηγικές μάρκετινγκ για την αύξηση των εσόδων των αλιέων και των αγροτών, καθώς και την παροχή υγιών ψαριών και προϊόντων ιχθύων στους καταναλωτές σε σημαντικές τιμές.

4.1. Χαρακτηριστικά και δομή του τομέα

4.1.1. Κατάσταση παραγωγής υδατοκαλλιέργειας

Η υδατοκαλλιέργεια έχει σχετικά σύντομο ιστορικό υπόβαθρο στην Τουρκία σε σύγκριση με άλλες χώρες. Ξεκίνησε με την καλλιέργεια χελιών τη δεκαετία του 1960 στο δυτικό τμήμα της Τουρκίας (Περιφέρεια Αιγαίου). Στη συνέχεια, ο πολιτισμός πέστροφας ουράνιου τόξου

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



CROSS BORDER
COOPERATION



ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970 και εξαπλώθηκε σε όλη τη χώρα. Οι ικανότητες διατηρήθηκαν μικρές στην αρχή λόγω του υψηλού κόστους ζωοτροφών, ενέργειας και προσωπικού που προκαλούν ακριβή αγορά σε σύγκριση με τα ψάρια που αλιεύονται από τη θάλασσα και τα εσωτερικά ύδατα. Ως εκ τούτου, οι αγρότες με μικρές ικανότητες συνήθιζαν να λειτουργούν μικρά εστιατόρια για να εμπορεύονται την παραγωγή τους προσθέτοντας αξία και έβρισκαν καλές τιμές όταν η αλιευτική περίοδος έκλεινε από τον Απρίλιο έως τον Σεπτέμβριο. Μια άλλη κοινή πεποίθηση ήταν η «τεχνητότητα» του ψαριού που όλες οι απαιτήσεις πρέπει να καλυφθούν με αφύσικους τρόπους. Οι πιο επιτυχημένοι εκμεταλλευτές εκμεταλλεύσεων ήταν εκείνοι που τροφοδοτούσαν τα ψάρια με απόβλητα πουλερικών και κρεοπωλείων ως βρεγμένα γεύματα που δημιουργούν το χρώμα του δέρματος όπως το ψάρι στο άγριο περιβάλλον, ενεργητικό και καλή ποιότητα κρέατος. Τέτοια προϊόντα θα μπορούσαν να έχουν καλές τιμές στη φάρμα και την αγορά. Κατά τη διάρκεια αυτών των περιόδων και ακόμη και τώρα, οι καταναλωτές προτιμούν να τρώνε άγρια ψάρια για την τιμή, τη φυσική γεύση και την άφθονη προσφορά τους. Όταν τα αλιεύματα και οι εκφορτώσεις άρχισαν να μειώνονται λόγω δυσμενών συνθηκών (ρύπανση, διεισδυτικά είδη, κλιματική αλλαγή, υπεραλίευση κ.λπ.) που επηρεάζουν τα αποθέματα ιχθύων, τα ψάρια που παράγονται από αγροκτήματα έγιναν ελκυστικά λόγω της συνεχούς προσφοράς, της ποικιλίας ειδών και προϊόντων και του υψηλού εξαγωγικού δυναμικού.

4.1.2. Ειδικά χαρακτηριστικά

Παρά τη στασιμότητα της αλιευτικής παραγωγής, τα αγροτικά προϊόντα αυξάνονται στην Τουρκία. Ο συνολικός αριθμός των ιχθυοτροφείων στην Τουρκία είναι 2100 με συνολική χωρητικότητα 486786 τόνους ετησίως. Ο αριθμός των εκμεταλλεύσεων που παράγουν είδη θαλάσσιων ψαριών είναι 426 με χωρητικότητα 254430 τόνους, ενώ υπάρχουν 1860 φάρμες σε εσωτερικά ύδατα με συνολική ετήσια δυναμικότητα 232356 τόνους (BSGM, 2018). Σύμφωνα με τα στοιχεία του 2018, η συνολική παραγωγή υδατοκαλλιέργειας είναι 314537 τόνοι, εκ των οποίων 209370 τόνοι από θαλάσσια και 105167 τόνοι από εσωτερικές υδατοκαλλιέργειες.

Συνολικά 29586 τόνοι παρήχθησαν στη Μαύρη Θάλασσα (9,41%). εκ των οποίων 13257 τόνοι σε θαλάσσια και 11018 τόνοι σε εσωτερικές εκμεταλλεύσεις.

Στην Τουρκία υπάρχουν 20 εκκολαπτήρια θαλάσσιων ψαριών με ετήσια δυναμικότητα 815 εκατομμύρια ιχθύδια και 55 εκκολαπτήρια εσωτερικού νερού χωρητικότητας 541 εκατομμυρίων ανηλίκων. Σύμφωνα με τα αρχεία της Γενικής Διεύθυνσης Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας (GDFA), 5 από τα 20 εκκολαπτήρια θαλάσσιων ψαριών που λειτουργούν από τον ιδιωτικό τομέα και παράγουν μόνο τσιπούρες ή/και λαβράκια. Άλλα θαλάσσια εκκολαπτήρια παράγουν είδη ψαριών όπως μαγιάτικα (*Argyrosomus regius*), συναγρίδα (*Dentex dentex*), καλκάνι (*Psetta maxima*), φαγγρί (*Pagrus pagrus*), χιόνα (*Diplodus puntazzo*), καφέ μαγιάτικο (*Sciaena umbra*), μυλοκόπι (*Umbrina cirrosa*), φαγγρί κορωνάτο (*Dentex gibbosus*), Τσιπούρα με κόκκινη ζώνη (*Pagrus auriga*), μουρμούρα (*Lithognathus mormyrus*), μουσμούλι (*Pagellus acerne*), σκουμπρί (*Trachurus trachurus*), γκρι μπαρμπούνη (*Mugil Cephalus*), (2018).



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Η υδατοκαλλιέργεια είναι ένας από τους κύριους κοινωνικούς και οικονομικούς παράγοντες στη Μαύρη Θάλασσα λόγω έλλειψης βιομηχανίας, απασχόλησης και εμπορικών δυνατοτήτων. Οι ποταμοί που εκρέουν στη Μαύρη Θάλασσα και τα νερά της πηγής ενθάρρυναν τους ντόπιους πολίτες να ενδιαφέρονται για την καλλιέργεια πέστροφας από τη δεκαετία του 1960. Λόγω του κλίματος και της τοπογραφίας της περιοχής, οι επιχειρηματίες ξεκίνησαν την καλλιέργεια πέστροφας ακόμη και σε μικρές ικανότητες έως 5 τόνους ετησίως. Οι ποταμοί που γεννήθηκαν από υψίπεδα φιλοξενούν ενδημική καφέ πέστροφα (*Salmo trutta*) και σολομό Μαύρης Θάλασσας (*Salmo labrax*), τα οποία είναι δημοφιλή στην περιοχή. Όταν η υδατοκαλλιέργεια αναπτύσσεται σε άλλες περιοχές της Τουρκίας, το μερίδιο της Μαύρης Θάλασσας άρχισε να μειώνεται λόγω των μικρών δυνατοτήτων και της χαμηλότερης παραγωγής ακόμη και του μεγαλύτερου αριθμού των αγροκτημάτων.

Το 2000, το μερίδιο της παραγωγής υδατοκαλλιέργειας ήταν 15% και σταδιακά μειώθηκε στο 9%, αν και η βελτίωση της υδατοκαλλιέργειας με καλλιέργεια σε κλουβιά σε φράγματα και θάλασσα. Υπάρχει μεγαλύτερη αύξηση της παραγωγής των εκτρεφόμενων ειδών σε όλη τη χώρα.

Η Τραπεζούντα είναι μία από τις σημαντικότερες επαρχίες μέσω της συνολικής παραγωγής υδατοκαλλιέργειας καθώς 5541 τόνοι εκ των οποίων οι 5155 τόνοι προέρχονται από θαλάσσια και 386 τόνοι από εσωτερικές εκμεταλλεύσεις. Με τέτοια θαλάσσια παραγωγή, η Τραπεζούντα είναι ο κορυφαίος παραγωγός στη Μαύρη Θάλασσα. Οι παραγωγικές ικανότητες σε θαλάσσια κλουβιά και φράγματα αυξάνονται συνεχώς με την επέκταση των σημερινών αγροτικών δυνατοτήτων και την κατανομή νέων γεωργικών χώρων για επιχειρηματίες το 2020 και το 2021 και μετά.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του The MoAF, η παραγωγή υδατοκαλλιέργειας στην Τραπεζούντα αυξήθηκε κατά 8,5% στην Τραπεζούντα (9538 τόνοι το 2014, 10352 τόνοι το 2019), 96% στο Ορντού (1591 τόνοι το 2014, 3115 τόνοι το 2009), 3579% στην Σινόρ (42 τόνοι το 2014, 1545 τόνοι το 2019). Η παραγωγή υδατοκαλλιέργειας έχει μειωθεί 51% στην πόλη Σαμφούντα από 5741 τόνους το 2014 σε 2830 τόνους το 2019. Όπως και στην περιοχή, η συνολική παραγωγή στην Τουρκία αυξήθηκε κατά 59% από το 2014 έως το 2019, 235133 τόνους και 373356 τόνους, αντίστοιχα.

Αυτός ο όγκος παραγωγής απαιτεί καλές στρατηγικές για το μάρκετινγκ σε αυτούς τους τομείς:

- Επαρκής παροχή αυγών και γόνων εγκαίρως,
- Προμήθεια ζωοτροφών σε καλή ποιότητα για κάθε κύκλο ανάπτυξης ψαριών
- Οι ικανότητες μεταφοράς ψαριών σχηματίζουν αγρόκτημα σε αγρόκτημα
- Ειδικευμένο προσωπικό που εργάζεται σε κάθε έναν από τους κύκλους παραγωγής
- Μάρκετινγκ ψαριών σε διαφορετικά στάδια παραγωγής (αυγό, γόνος, μέγεθος μερίδας, ενήλικα, ψάρια μεγάλου μεγέθους)
- Επαρκής επεξεργασία, κατάψυξη και ψυκτική αποθήκευση,
- Αναζητώντας νέες διεθνείς αγορές για εξαγωγή
- Διαφήμιση και προώθηση

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Ένα από τα κύρια προβλήματα της βιομηχανίας είναι η προσφορά ανηλίκων. Σε περίπτωση λαβρακιού και τσιπούρας, οι εταιρείες έχουν τα δικά τους εκκολαπτήρια για να καλύψουν τις ανάγκες τους. Κάποιο μέρος εξάγεται επίσης. Η καλλιέργεια πέστροφας έχει πολύ σοβαρή έλλειψη επαρκούς ανεφοδιασμού ανηλίκων. Οι μεγάλες εταιρείες είναι υποχρεωμένες να εισάγουν αυγά προκειμένου να ξεπεραστεί αυτό το πρόβλημα. Είναι μία από τις νέες αγορές στην περιοχή που παραδίδει αυτά τα αυγά στα συμβεβλημένα εκκολαπτήρια. Μέχρι την επίτευξη του μεγέθους της μεταφοράς, ο παιδικός σταθμός και η περίοδος ανάπτυξης ολοκληρώνονται σε αυτά τα εκκολαπτήρια υπό την ευθύνη τους.

Δεν υπάρχει πρόβλημα παροχής ζωοτροφών ψαριών. Υπάρχουν πολλές εταιρείες που παράγουν ζωοτροφές για διάφορα στάδια ανάπτυξης καθώς και εισαγωγές. Μερικά από αυτά δεν είναι σε καλή ποιότητα λόγω ανεπαρκούς συστατικού ιχθυάλευρου. Κάποια άλλα είναι πολύ ακριβά, γεγονός που δημιουργεί υψηλό κόστος στους αγρότες. Αλλά σε κάθε περίπτωση δεν υπάρχει πρόβλημα εφοδιασμού στην αγορά.

Υπάρχουν οχήματα μεταφοράς ψαριών που χρησιμοποιούνται συνήθως σε όλες τις εκμεταλλεύσεις για τη μεταφορά ψαριών προς/από εκμεταλλεύσεις όταν και όπου χρειάζεται. Είναι πολύ εύκολο να ανεβάσει και να κατεβάσει κάποιος ψάρια σε φορτηγά και το νέο τους περιβάλλον.

Η περιγραφή όλων αυτών των διαδικασιών απαιτεί εξειδικευμένο προσωπικό το οποίο λαμβάνεται από τους αποφοίτους των Σχολών Αλιείας (Κωνσταντινούπολη, Ρίζε, Σινώπη), Σχολή Θαλάσσιων Επιστημών- Τμήμα Τεχνολογίας Αλιείας (Τραπεζούντα και Ορντού), καθώς και από άλλα πανεπιστήμια με εκπαίδευση στον τομέα της αλιείας σε άλλες πόλεις. Οι δύτες είναι μια άλλη ομάδα εξειδικευμένου προσωπικού που απαιτείται σε πολλά στάδια του πολιτισμού στη κτηνοτροφία. Τα πανεπιστήμια και οι σχολές καταδύσεων είναι υπεύθυνες για τις εκπαιδεύσεις τους.

Υπάρχουν επίσης επαρκή φυτά επεξεργασίας ψαριών, ψυχρής αποθήκευσης και κατάψυξης στην περιοχή που είναι απαραίτητα για την εμπορία. Οι τοπικές απαιτήσεις καλύπτονται απευθείας από τα αγροκτήματα για φρέσκια κατανάλωση. Μετά τον Ιούνιο η πέστροφα συλλέγεται από τα κλουβιά στη θάλασσα λόγω μειωμένων επιπέδων οξυγόνου. Τα αγροκτήματα σε φράγματα σε μεγάλα υψόμετρα και μικρά αγροκτήματα που βρίσκονται κοντά σε ποτάμια που τρέφονται από ρέματα μπορεί να διατηρήσουν την πέστροφα όλη την εποχή και την αγορά φρέσκια.

4.2. Έρευνα αγοράς

Το μάρκετινγκ είναι το τελευταίο αλλά το πιο σημαντικό βήμα για την επίτευξη στοχευμένων επιπέδων για τις επενδύσεις των επιχειρήσεων υδατοκαλλιέργειας ώστε να πραγματοποιούνται ταχύτεροι κύκλοι εργασιών και να παρέχεται βιωσιμότητα για την εταιρεία.

Κυριολεκτικά, η στρατηγική μάρκετινγκ είναι μέρος κάθε επιχειρηματικού σχεδίου που περιγράφει κάθε συνολικό διαφημιστικό σχέδιο σχετικά με τον τρόπο εύρεσης και προσέλκυσης πελατών ή πελατών με την επιχείρηση. Η στρατηγική μάρκετινγκ εστιάζει στο



τι είναι επιθυμητό να επιτευχθεί για τις επιχειρήσεις και τις προσπάθειες μάρκετινγκ. Ως επόμενο βήμα, απαιτείται ένα σχέδιο μάρκετινγκ για να εξηγήσει πώς μια εταιρεία θα επιτύχει αυτούς τους στόχους.

Οι κύριες ελλείψεις είναι αυτές οι δύο έννοιες για την εμπορία ιχθύων και προϊόντων ιχθύων της Τουρκίας. Προφανώς υπάρχουν μάλλον μικρά προβλήματα στο εσωτερικό μάρκετινγκ. Οι δεσμοί παραγωγών-χονδρεμπόρων-λιανοπωλητών έχουν εδραιωθεί και η συσκευασία, η μεταποίηση, η ψυκτική αλυσίδα, η μεταφορά σε άλλες αγορές παρέχονται αποτελεσματικά. Υπάρχουν κανόνες που ρυθμίζουν τις αγορές και θέματα υγιεινής, πρότυπα κ.λπ.

Το πιο σημαντικό πρόβλημα είναι να μην είναι εμπορικό σήμα στις διεθνείς αγορές. Προς το παρόν, η πλειοψηφία των ψαριών και των προϊόντων ιχθύων εξάγονται ως πρώτη ύλη για να πωληθούν με το εμπορικό σήμα του αγοραστή σε ευρωπαϊκές και ασιατικές αγορές μέσω εξαγωγικών εταιρειών και να παραδώσουν τα προϊόντα με ψυκτική αλυσίδα.

4.2.1. Εφοδιασμός ιχθυδίων

Όσον αφορά την παραγωγή υδατοκαλλιέργειας, αυξήθηκε επίσης η ζήτηση για ιχθύδια. Προς το παρόν, δεν υπάρχουν επαρκείς ικανότητες εκκόλαψης για καλλιέργεια πέστροφας στην περιοχή και την Τουρκία. Ως εκ τούτου, υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός για την παροχή ανηλικών από εκκολαπτήρια σε διαφορετικές τοποθεσίες της Τουρκίας, γεγονός που επιτρέπει υψηλό κόστος για το τελικό προϊόν. Αυτό είναι το κοινό πρόβλημα για την πέστροφα του ουράνιου τόξου που εκτρέφεται σε δίκτυα κλουβιών που έχουν εγκατασταθεί σε δεξαμενές φράγματος και θάλασσα. Σε περίπτωση σολομού Μαύρης Θάλασσας "Salmo labrax" και λαβρακιού, δεν υπάρχει πρόβλημα για την προμήθεια ανηλικών. Μετά τη μεταφορά των ανηλικών από την καταγωγή τους με φορτηγά εντός των αερισμένων δεξαμενών, έφτασαν στον τελικό προορισμό τους με θνησιμότητα 2-3% για περαιτέρω ανάπτυξη και πάχυνση.

Κατά τη διάρκεια αυτής της ανταγωνιστικής περιόδου, θα μπορούσαν να είναι επαρκείς οι προκαταρκτικές συμφωνίες από εταιρεία σε εταιρεία με την καταβολή προκαταβολής. Η πιο έγκαιρη συμφωνία παρέχει προτεραιότητα στην κατανομή και παράδοση των ανηλικών από παραγωγούς. Ο αγοραστής είναι υπεύθυνος για την παράδοση.

Πληροφορίες για 6 εκκολαπτήρια που εμπορεύονται ιχθύδια δίνονται παρακάτω:

<p>FIRAT ALBALIK (2 εκκολαπτήρια) 1-20 g ιχθύδια Saha Mahallesi Halfeti Yolu Üzeri 5.Km Birecik Şanlıurfa/ TÜRKİYE Τηλέφωνο: +90 414 652 38 41_ -Gürçay Köyü Mevki Birecik Karkamış 19.km de Karkamış \ Gaziantep ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: info@firatbalik.com.tr,ala_firat@hotmail.com ΓΕΡΜΑΝΙΚΟΣ κλάδος: HC Firat Gıda GmbH, Alfred Nobel-Str. 2259423 Unna http://www.euphrat-food.de/Startseite/ Τηλέφωνο:02303/98 323 20 Φαξ:02303/98 323 21 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:info@euphrat-food.de HC Euphrat Food GmbH Dürerstraße 395129 Schwarzenbach an der Saale</p>	<p>AKDERE LTD Ικανότητα ιχθυδίων: 2 εκατ./Έτος -Akdere Fish Farm, Akdere Köyü, Gürün / Sivas -Hurman Kalesi Εγκαταστάσεις: Hurman Kalesi Yanı, Dağlıca -Afşin / Kahramanmaraş Τηλ: 0346 734 10 13, Φαξ: 0346 734 11 12 GSM: 0532 413 36 56 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:akderealbalik@gmail.com Skype: hamit.akdere, Twitter: akderealbalik http://www.akdereltd.com/index.html</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





EUROPEAN UNION



DACIAT

Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

http://firatbalik.com.tr/	
ΓΙΛΜΑΖ ΑΛΑΜΠΑΛΙΚ Ικανότητα ιχθυδίων: 10 εκατ./Έτος İşıtan Mahallesi AG Mevkii Gürün / SİVAS info@yilmazalabalik.com Τηλέφωνο: +90 (346) 715 10 07 Necdet Yılmaz: +90 (532) 515 02 81 Tolga Yılmaz: +90 (505) 702 05 87 http://yilmazalabalik.com/	ΕΡ ΥΠΟ ΑΛΑΒΑΛΙΚ Babataşı Mh. Muhammer Aksoy Blv. No: 2 Fethiye - MUĞLA Φαξ: +90 252 612 72 32 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: info@onderalabalik.com.tr http://www.onderalabalik.com.tr/contact_us.aspx
ΚΕΒΑΝ ΑΛΑΒΑΛΙΚ Α.Σ. 150 ιχθύδια ετησίως Çırçır Mevkii Keban/ ELAZIĞ Τηλέφωνο: +90 424 571 23 23 - +90 424 571 22 01 Φαξ: +90 571 32 70 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: info@kebanalabalik.com.tr http://www.kebanalabalik.com.tr/	ÖZPEKLER SU ÜRÜNLERİ LTD. Bozburun Mahallesi A.Nazif Zorlu Sanayi Sitesi 7152 Sokak No.4 Merkezefendi / DENİZLİ Τηλέφωνο: +90 258 3722566 Φαξ: +90 258 3717421 https://www.ozpekler.com.tr/ozpekler/

Δεν υπάρχει πρόβλημα να βρεθούν ιχθύδια από *Salmo labrax* και λαβράκια στην περιοχή λόγω προπαγαγγελιών και διαθεσιμότητας κατόπιν αιτήματος.

Το MoAF DG Wildlife διεξήγαγε ένα έργο για την παραγωγή ιχθυδίων καφέ πέστροφας για την ενίσχυση των ποταμών που οι ενήλικες πήραν από τον ίδιο ποταμό. Τα τελευταία 11 χρόνια, συνολικά 11.491.500 ιχθύδια πέστροφας απελευθερώθηκαν από το σταθμό αναπαραγωγής και παραγωγής πέστροφας Altindere στην περιοχή Μαζκα της Τραπεζούντας σε ρυάκια και λίμνες σε διάφορες επαρχίες της Τουρκίας. Το 2017, δηλώθηκε ότι 3.042.000 περισσότεροι φυσικοί ιχθύες πέστροφας απελευθερώθηκαν στα ρέματα σε 16 επαρχίες, ενώ η ποσότητα ιχθυδίων πέστροφας που απελευθερώθηκε σε ρέματα και λίμνες σε 12 χρόνια θα φτάσει συνολικά τα 14 εκατομμύρια 533 χιλιάδες 500.

Η Περιφερειακή Διεύθυνση Διατήρησης της Φύσης και Εθνικών Πάρκων του Υπουργείου Γεωργίας και Δασολογίας ξεκίνησε το 2005 το έργο «Φυσική εκτροφή πέστροφας και αλιεία εντός των δασικών υδάτων» για την αύξηση του πληθυσμού πέστροφας λόγω παράνομης και υπεραλίευσης. Στόχος του έργου είναι η παραγωγή φυσικής (κόκκινης κηλίδας) πέστροφας και επιπλέον 4 υποείδη για να απελευθερωθούν στους φυσικούς τους βιότοπους, να αναπτυχθεί η αθλητική αλιεία και να υποστηριχθούν οι ντόπιοι από κοινωνικές και οικονομικές πτυχές. Δεν υπάρχει πώληση στους εμπορικούς παραγωγούς. Ωστόσο, ο σταθμός λειτουργεί σαν κατάλογος για να κρατήσει ενήλικες και ιχθύδια πέστροφας που αντιπροσωπεύουν τα φυσικά υποείδη πολλών περιοχών της χώρας.

4.2.2. Υπαίθριες αγορές/ τοπικά καταστήματα ψαριών/ αγορές χονδρικής

Σύμφωνα με τις τελευταίες στατιστικές, η πλειοψηφία των αλιευτικών προϊόντων διατίθεται στην αγορά νωπά σε όλη τη χώρα. Ιδίως τα ψάρια από την αλιεία αλίευσης. Η περίοδος αλιείας στη Μαύρη Θάλασσα ξεκινά στα μέσα του φθινοπώρου και συνεχίζεται μέχρι τον Απρίλιο. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου γίνονται εντατικές προσπάθειες μάρκετινγκ και χύνεται μεγάλο μέρος ψαριών σε φορτηγά από αλιευτικά λιμάνια στις αγορές χονδρικής των μεγάλων μητροπολιτικών πόλεων (Άγκυρα, Σμύρνη, Προύσα και Κωνσταντινούπολη). Τα μικρά οχήματα παραδίδουν ψάρια για τις ανάγκες των τοπικών αγορών και των γειτονικών πόλεων. Στα τέλη του φθινοπώρου και του χειμώνα, ο γαύρος, ο μπότες, το μπλε ψάρι και το σκουμπρί μεταφέρονται σε κουτιά από φελιζόλ με πάγο. Τα φορτηγά ψυγεία χρησιμοποιούνται για μεγαλύτερες αποστάσεις. Η ψυχρή αλυσίδα έχει καθιερωθεί στην Τουρκία, οχήματα που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά ψαριών από

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

τοπικές αγορές χονδρικής ή απευθείας από σκάφη γρι -γρι σε αλιευτικούς λιμένες σε συγκεκριμένες πόλεις για καταγραφή αγορών χονδρικής στον τελικό προορισμό. Όταν γυρίσουν πίσω, φέρτε συνήθως εισαγόμενα ψάρια από την Κωνσταντινούπολη ή ζωοτροφές και άλλες προμήθειες για την αγορά και ιχθυοτροφεία. Το κύριο νομικό έγγραφο είναι το πιστοποιητικό καταγωγής κατά τη φάση της μεταφοράς.

Κύριοι παράγοντες στη διαδικασία μάρκετινγκ είναι οι χονδρέμποροι που έχουν γραφεία σε ολόκληρες τις αγορές πώλησης σε κάθε μία από τις παράκτιες πόλεις της Μαύρης Θάλασσας και στοχευμένες αγορές. Τα ψάρια είτε πωλούνται στη χονδρική αγορά ψαριών της Τραπεζούντας είτε στην αγορά χονδρικής στη συγκεκριμένη πόλη μετά τη μεταφορά ψαριών σε ψυχρή αλυσίδα σε δημοπρασίες που είναι μάλλον διαφορετική από ό, τι στις χώρες της ΕΕ. Η τιμή του ψαριού εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ποσότητα των ψαριών που εκφορτώθηκαν και έφτασαν στην αγορά, τη φρεσκάδα του, το μέγεθος του ψαριού και τη ζήτηση από τους λιανοπωλητές. Κάθε πλοίαρχος ή βιομηχανικό αλιευτικό σκάφος έχει συμφωνήσει με έναν από τους χονδρεμπόρους και τα ψάρια τους πωλούνται μέσω συμβεβλημένου χονδρεμπόρου με προμήθεια έως 18%. Αυτή η υψηλή προμήθεια καλύπτει όλες τις οικονομικές απώλειες και το κόστος μεταφοράς, τις ακτές προσωπικού για να ανεβάσετε και να κατεβάσετε τα φορτηγά.

Εάν η προσφορά είναι μεγαλύτερη από τη ζήτηση ή το μέγεθος των αλιευμάτων είναι τόσο μικρό από το επιτρεπόμενο ελάχιστο μέγεθος εκφόρτωσης, οι τιμές μειώνονται και η κατανάλωση ψαριών αυξάνεται. Εάν παραμείνει απούλητο, προωθείται σε μονάδες επεξεργασίας ψαριών για ιχθυάλευρα και λάδι σε φθηνότερες τιμές (1/5 έως 1/10 της τιμής της αγοράς). Από την άλλη πλευρά, η αλιεία αλιείας έχει εποχικότητα, εκτός της αλιευτικής περιόδου, το ποσοστό κατανάλωσης νωπών ψαριών μειώνεται λόγω των υψηλότερων τιμών. Στις παράκτιες πόλεις, οι πολίτες συνήθιζαν να επεξεργάζονται τα ψάρια ως διατηρημένα σε διάλυμα άλμης ή σε αλάτι. ειδικά παλαμίδα και γαύρος. Ορισμένα καταστήματα ψαριών και λιανοπωλητές προετοιμάζουν αυτά τα προϊόντα για να πουλήσουν τους πελάτες τους σε καμία περίοδο αλιείας. Κάποιο μέρος του γαύρου σοκάρεται και κυκλοφορεί σε τοπικά σούπερ μάρκετ όλο το χρόνο και εξάγεται σε αγορές της ΕΕ, ειδικά εκεί που ζούσαν Τούρκοι εργαζόμενοι.

Τα αγροτικά προϊόντα έχουν διαφορετική δομή μάρκετινγκ. Λόγω σταθερού κόστους, κυρίως οι ζωοτροφές, η ενέργεια και το κόστος προσωπικού, οι παραγωγοί καθορίζουν τη βασική τιμή. Ορισμένες αγορές και εστιατόρια απαιτούν φρέσκο ψάρι, στη συνέχεια, η συγκομιδή από λίμνες και κλουβιά πραγματοποιείται κατόπιν αιτήματος. Κάποιοι άλλοι μπορεί να θέλουν παγωμένο και κατεψυγμένο σε μεγαλύτερες ποσότητες. Υπάρχει συνεχής προσφορά ιχθυοκαλλιεργημένων ψαριών στις αγορές χονδρικής για καθορισμένες τιμές από την ιχθυοκαλλιέργεια. Όλα τα ψάρια και τα προϊόντα ψαριών φυλάσσονται και μεταφέρονται κουτιά φελιζόλ είτε φρέσκα με πάγο είτε κατεψυγμένα. Η πλειοψηφία των εκτρεφόμενων ψαριών έχει καταψυχθεί για εξαγωγή. Οι εξειδικευμένες εισαγωγικές εταιρείες ή οι αντιπρόσωποι διεθνών εταιρειών συμμετέχουν πάντα στη διαδικασία εξαγωγής στην αρχή του κύκλου παραγωγής διαπραγματεύοντας/προσυπογράφοντας συμβάσεις με τις εταιρείες παραγωγών. Στο τέλος της καλλιεργητικής περιόδου τα ψάρια που συλλέγονται από κλουβιά/λιμνούλες μεταφέρονται στις εγκαταστάσεις επεξεργασίας για καθαρισμό, φιλέτα, εντόσθια ή/και κατάψυξη. Η διαδικασία εξαγωγής ολοκληρώνεται είτε από το αεροδρόμιο της Τραπεζούντας, αλλά κυρίως από την Κωνσταντινούπολη μετά

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



τη μεταφορά ψαριών με φορτηγά με ψυχρή αλυσίδα. Τα εργοστάσια επεξεργασίας προετοιμάζουν ψάρια σε διαφορετικά συλ σύμφωνα με τη ζήτηση της αγοράς σε διαφορετικούς τύπους και όγκους.

Τα ελάχιστα πρότυπα καθορίζονται με νομικά μέτρα και οι λαϊκές αγορές, τα τοπικά καταστήματα ψαριών και οι αγορές χονδρικής αναμένεται να εφαρμόσουν όλα τα πρότυπα που περιγράφονται στους κανονισμούς.

Οι επίσημες αγορές χονδρικής εμπίπτουν στην ευθύνη των Δήμων από την άφιξη των ψαριών, την τήρηση αρχείων, τον έλεγχο της υγείας και τους υγειονομικούς ελέγχους της αγοράς. Δυστυχώς το σύστημα δεν λειτουργεί πολύ καλά. Οι πωλήσεις και οι καταγραφές πραγματοποιούνται από τους χονδρεμπόρους και αναφέρονται στη διοίκηση της αγοράς. Οι έλεγχοι σημείων γίνονται από την Επαρχιακή Διεύθυνση του ΜοΑΦ ή από κοινού με τις αρχές του Δήμου.

Οι κύριες αγορές χονδρικής στην περιοχή είναι οι μητροπολιτικές πόλεις Τραπεζούντα και Σαμψούντα, Ορντού, Γκιρεσούν και Ρίζε. Κανένα από αυτά δεν έχει θεσμικές ικανότητες όπως αυτές των χωρών της ΕΕ. Τα κύρια και κοινά προβλήματα των αγορών χονδρικής είναι:

- Έλλειψη κάθε είδους θεσμικών πληροφοριών στην ιστοσελίδα των δήμων,
- Χωρίς διευθύνσεις επικοινωνίας,
- Χωρίς ιστότοπο,
- Καμία διαφάνεια,
- Χωρίς επίσημη ταυτότητα,
- Αναποτελεσματικό σύστημα διαχείρισης,
- Έλλειψη αποτελεσματικών νομικών υποστηρικτικών μέτρων για τη λειτουργία των αγορών χονδρικής
- Καμία σχέση σχετικά με τις λειτουργίες των αγορών ιχθύων στον τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας και των αρχών διαχείρισης.
- Δεν είναι ανοιχτό για το κοινό για όσους θέλουν να γνωρίζουν εγκαίρως τις εκφορτώσεις ανά είδος, τιμές, πρότυπα ποιότητας, παρακολούθηση, μερίδιο κάθε χονδρεμπόρου στο μάρκετινγκ κ.λπ.

Εν κατακλείδι, οι αγορές χονδρικής δεν είναι διαφανείς και δεν λειτουργούν πολύ καλά στην Τουρκία. Προκειμένου να επωφεληθούν οι ψαράδες, οι ιχθυοκαλλιεργητές και οι καταναλωτές, η ρύθμιση της αγοράς χονδρικής πρέπει να ευθυγραμμιστεί σύμφωνα με τις σύγχρονες αποτελεσματικές απαιτήσεις, συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης της αγοράς, των καθηκόντων και των ευθυνών, του ανθρώπινου δυναμικού, του διαφανούς (ηλεκτρονικού) συστήματος δημοπρασιών, των μονάδων αποθήκευσης και των υπηρεσιών αναφοράς. Οι αγορές χονδρικής πρέπει να τοποθετηθούν στο απαιτούμενο παλάτι για καλύτερη διαχείριση της αλιείας και πρέπει να είναι χρήσιμο ίδρυμα για την αλιευτική οικονομία.

4.2.3. Πώληση ζωντανών ή μεταποιημένων ψαριών σε εστιατόρια

Η πώληση ζωντανών ψαριών στα εστιατόρια είναι πολύ σπάνια. Τα εστιατόρια συνήθως προτιμούν να αγοράζουν κατεψυγμένα ψάρια στο σύνολό τους και φιλέτα σε ορισμένες περιπτώσεις. Οι πελάτες συνήθιζαν να τρώνε ολόκληρα ψάρια μαγειρεμένα με

διαφορετικούς τρόπους. Από την άλλη, σε περίπτωση μεγάλης πέστροφας, σερβίρουν φέτες ψαριού που παρασκευάζονται στο εστιατόριο. Η κύρια προέλευση των ψαριών για εστιατόρια είναι οι αγορές χονδρικής. Εάν οποιοδήποτε αγρόκτημα που βρίσκεται κοντά στο εστιατόριο και το αγρόκτημα βρίσκεται σε περίοδο συγκομιδής ή πέστροφας φτάσει στο μέγεθος της αγοράς, οι παραγγελίες μπορούν να γίνουν απευθείας από το αγρόκτημα. Αυτοί οι τύποι πώλησης δεν είναι εύκολοι για τις εταιρείες που εκτρέφουν ψάρια σε θαλάσσια κλουβιά λόγω της δυσκολίας αλίευσης, μεταφοράς, κουτιού, πάγου και παράδοσης. Οι μικρές εκτροφές πέστροφας που παράγουν ψάρια σε λίμνες προτιμούν αυτό το είδος μάρκετινγκ λόγω του ότι έχουν υψηλότερη τιμή από ό, τι στην αγορά χονδρικής και ξεφεύγουν από τα έξοδα προμήθειας που γεννιούνται στην αγορά χονδρικής.

4.2.4. Παντοπωλεία ή ζωντανά για απόθεμα λιμνών

Τα μεγάλα σούπερ μάρκετ διαθέτουν γωνιές ψαριών που πωλούν ποικιλία ψαριών και προϊόντων ψαριών διαφορετικών εταιρειών. Εκτός αλιευτικής περιόδου, τα περισσότερα ψάρια είναι εκτρεφόμενα είδη από την Τουρκία και εισαγόμενα (Πίνακας 3). Τα κύρια είδη και τύποι προϊόντων είναι: λαβράκι, τσιπούρα και πέστροφα ως εκτρεφόμενα ψάρια. Τα άλλα είναι τα άγρια ψάρια που αλιεύονται από τη θάλασσα ή τα εσωτερικά ύδατα και εισάγονται ψάρια (σολομός Νορβηγίας, κατεψυγμένες γαρίδες, χταπόδι, καλαμάρι κ.λπ.) από το αγρόκτημα στο ράφι, υπηρεσίες καθαρισμού και εντέρου.

Οι γωνιές ψαριών/τα σούπερ μάρκετ είναι επίσης υποχρεωμένοι να εργαστούν για τον κανονισμό πωλήσεων ψαριών της MoAL.

Όπως περιγράφηκε πριν, το MoAF πραγματοποίησε τα έργα αναπαραγωγής μας για την ενίσχυση των αποθεμάτων ιχθύων σε φράγματα νέας κατασκευής, φυσικές λίμνες και άλλες δεξαμενές εσωτερικών υδάτων όπου τα αποθέματα ψαριών κατέρρευσαν ή καταστράφηκαν. Το υποείδος πέστροφας καλλιεργήθηκε με την παροχή ενηλίκων σε δασικές περιοχές και τα ιχθύδια τους απελευθερώνονται στους ίδιους ποταμούς και μικρές λίμνες για να αυξήσουν τον πληθυσμό τους. Ο κυπρίνος καθρέφτη είναι ένα άλλο είδος που χρησιμοποιείται ευρέως για την ενίσχυση πλευρικών λιμνών, φραγμάτων και μικρών αρδευτικών λιμνών για κοινωνικοοικονομικούς σκοπούς προς όφελος των ντόπιων πολιτών.

4.2.5. Αθλητικό (ερασιτεχνικό) ψάρεμα

Η ερασιτεχνική αλιευτική δραστηριότητα διεξάγεται μόνο για αθλήματα ή αναψυχή, όχι για οικονομικό και εμπορικό όφελος. Επομένως, τα ψάρια που αλιεύονται με επιτρεπόμενα αλιευτικά εργαλεία δεν μπορούν να πωληθούν. «Communiqué 4/2, Ρύθμιση της αλιείας για ερασιτεχνικούς (αθλητικούς) σκοπούς», αριθ. : 2016/36¹⁶.

4.3. Δίαυλοι εμπορίας ψαριών και προϊόντων αλιείας στην Τουρκία

Υπάρχει μεγάλη συσχέτιση μεταξύ των ποσοστών παραγωγής, εμπορίου και κατανάλωσης. Η Τουρκία έχει σημαντικό υψηλό ποσοστό αλιείας και παραγωγής υδατοκαλλιέργειας, ωστόσο η κατά κεφαλήν κατανάλωση παραμένει χαμηλότερη από την ΕΕ και το παγκόσμιο επίπεδο, που είναι 5-6 κιλά κατά κεφαλή (Πίνακας 1). Ο λόγος είναι οι διατροφικές

¹⁶<https://www.tarimorman.gov.tr/BSGM/Lists/Duyuru/Attachments/65/4-2-Numaral%C4%B1-Amat%C3%B6r-Ama%C3%A7l%C4%B1-Su-%C3%9c%C3%bcnleri-Avc%C4%B1l%C4%B1n%C4%9f%C4%B1n%C4%B1n-D%C3%bczenlenmesi-Hakk%C4%B1nda-Tebli%C4%9f.pdf>

συνήθειες και η κουλτούρα κατανάλωσης των πολιτών. η πλειοψηφία των καταναλωτών προτιμά να τρώει ψάρια εντός της περιόδου αλίευσης, καθώς φρέσκα και χαμηλή ζήτηση για επεξεργασμένα θαλασσινά και άλλους θαλάσσιους οργανισμούς, όπως τα καρκινοειδή και τα μαλάκια.

Δύο άλλοι σημαντικοί και αλληλένδετοι παράγοντες που επηρεάζουν την κατανάλωση είναι το ποσό της παραγωγής και η τιμή. Εάν μειωθεί η παραγωγή μεταναστευτικών ειδών ψαριών όπως ο γαύρος, η σαρδέλα, το γοφάρι, το παλαμίδι και το σκουμπρί, τότε φυσικά μειώνονται και τα ποσά κατανάλωσης. Ειδικά από τον Σεπτέμβριο, όταν αρχίζει η αλιευτική περίοδος, τα άφθονα αλιεύματα αυτών των ειδών μπορεί επίσης να επηρεάσουν την τιμή αγοράς άλλων ειδών ψαριών και οι τιμές των ψαριών παραμένουν σε χαμηλό επίπεδο κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου έως τον Δεκέμβριο.

Το ποσοστό κατανάλωσης ψαριών σχετίζεται επίσης με την τοποθεσία που ζουν οι άνθρωποι. Η κατά κεφαλή κατανάλωση είναι πάνω από 30 κιλά σε παράκτιους οικισμούς, αλλά λιγότερο από ένα κιλό σε μακρινές τοποθεσίες στις ακτές και τα υψίπεδα.

Η Τουρκία είναι χώρα εξαγωγέας και εισαγωγέας. Οι εισαγωγές έχουν φτάσει στο 40 - 45 % της εξαγόμενης ποσότητας. Παρόλο που η παραγωγή το 2019 αυξήθηκε κατά 33% από το 2018, η πλειοψηφία της αυξημένης ποσότητας χρησιμοποιήθηκε για ιχθυάλευρα και λάδι λόγω της άφθονης αλίευσης μικρού γαύρου στη Μαύρη Θάλασσα. Τα ιχθυάλευρα και τα φυτά ελαιολάδου είναι δικαιούχοι των αλιευμάτων μικρού μεγέθους ψαριών λόγω της χρήσης μη επιλεκτικών γρι γρι για πελαγικά μεταναστευτικά είδη.

Οι εξαγωγές ιχθυαλεύρων και πετρελαίου της Τουρκίας αυξήθηκαν κατά 57% την περίοδο Ιανουαρίου-Οκτωβρίου (2020) σύμφωνα με την ίδια περίοδο του προηγούμενου έτους σε 32 χώρες, με 26109 τόνους εκδίδοντας 45,4 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

Πίνακας 1. Αλιευτική παραγωγή, εξαγωγή, εισαγωγή και κατανάλωση στην Τουρκία

Χρόνια	Παραγωγή (τόνοι)	Εξαγωγή (τόνος)	Εισαγωγή (τόνος)	Κατανάλωση (τόνος)		Ανεκτίμητο	Κατά κεφαλή κατανάλωση (kg)
				Οικιακή κατανάλωση	Γεύμα ψαριού & λάδι		
2000	582376	14533	44230	538764	71000	2309	8
2005	544773	37655	47676	520985	30000	3809	7.2
2010	653080	55109	80726	505059	168073	5565	6,9
2015	672241	121053	110761	479741	176138	6070	6.1
2016	588715	145469	82074	426085	93096	6139	5.4
2017	630820	156681	100444	441573	130917	2093	5.5
2018	628631	177500	98315	499461	47276	3115	6.1
2019	836524	200226	90684	624182	209109	3233	6.3

Τους πρώτους τέσσερις μήνες του 2020, με την αξία των 10,8 εκατομμυρίων δολαρίων ιχθυελαίου και 9,8 εκατομμυρίων δολαρίων ιχθυάλευρου εξήχθησαν από την Τραπεζούντα και αποκτήθηκαν συνολικά έσοδα 20,6 εκατομμυρίων δολαρίων.

Σύμφωνα με την αυξανόμενη τάση στην υδατοκαλλιέργεια, η Τουρκία χρειάζεται περισσότερο ιχθυάλευρο παρά εξαγωγές. το 2018 εξήχθησαν 6030 τόνοι ιχθυαλεύρων ενώ εισήχθησαν 132763 τόνοι. ισοδύναμο με 9,5 εκατομμύρια δολάρια και 179 εκατομμύρια δολάρια, αντίστοιχα. Σε περίπτωση ιχθυελαίου οι εξαγωγές ήταν 10238 τόνοι (22



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

εκατομμύρια δολάρια) και οι εισαγωγές 56762 τόνοι (82 εκατομμύρια δολάρια). Όχι μόνο η βιομηχανία ζωοτροφών για την υδατοκαλλιέργεια χρησιμοποιεί ουσιαστικά ιχθυάλευρα αλλά και τη βιομηχανία πουλερικών και κτηνοτροφικών ζώων ως το ζωτικό συστατικό των ζωοτροφών.

Σε σύγκριση με τα στοιχεία του 2018, η παραγωγή υδατοκαλλιέργειας αυξήθηκε από 314537 τόνους σε 373356 τόνους το 2019 (Πίνακας 2), εκ των οποίων το 68,8 % προήλθε από τη θάλασσα και το 31,2 % από την εσωτερική υδατοκαλλιέργεια. Το λαβράκι είναι το κορυφαίο είδος με 137419 τόνους, ακολουθούμενο από την πέστροφα του ουράνιου τόξου με 123573 τόνους (116053 τόνους στην ενδοχώρα και 9692 τόνους στη θάλασσα υδατοκαλλιέργεια) και τις τσιπούρες με 99730 τόνους.

Πίνακας 2. Αλιευτική παραγωγή και αξία ανά έτος

Χρόνια	Καταγραφή αλιείας		Υδατοκαλλιέργεια	
	Ποσότητα (τόνοι)	αξία (εκατομμύρια TL)	Ποσότητα (τόνοι)	αξία (εκατομμύρια TL)
2000	503345	368	79031	140
2005	426496	1575	118277	704
2010	485939	1079	167141	1067
2015	431907	1245	240334	2569
2019	463168	2380	373356	7694

Η αυξανόμενη τάση της αξίας της παραγωγής από υδατοκαλλιέργειες με μικρότερη ποσότητα από την αλιεία αλιευμάτων, έκανε τον τομέα της υδατοκαλλιέργειας πιο ελκυστικό για τους επενδυτές. Η πραγματική αξία προέρχεται από την εξαγωγική αξία που είναι πάντα μεγαλύτερη για τα εκτρεφόμενα είδη. Πρακτικά μπορεί να ερμηνευτεί ότι η αλιευτική παραγωγή ψαριών είναι πιο κατάλληλη για την κατανάλωση των Τούρκων πολιτών κατά την αλιευτική περίοδο. Στη συνέχεια, τα είδη εκτροφής προτιμώνται σε καμία περίοδο αλιείας. Αλλά η πλειοψηφία των εκτρεφόμενων ψαριών έχει την ευκαιρία να εισαγάγει τις διεθνείς αγορές.

Η Τουρκία εξήγαγε 200226 τόνους ψάρια αξίας 1026 εκατομμυρίων δολαρίων και εισήγαγε 90684 τόνους πληρώνοντας 189 εκατομμύρια δολάρια με μεγάλη ποικιλία ειδών από διάφορες χώρες. Ο σκόμβρος και ο σολομός από τη Νορβηγία είναι τα πιο σημαντικά είδη στον κατάλογο εισαγωγών (περίπου 50%).

Η Τουρκία εξάγει σε 80 χώρες. από τις οποίες το 70,4% είναι ευρωπαϊκές χώρες, το 26,5% είναι ασιατικές χώρες και ένα μικρό ποσό για τις άλλες. Οι περισσότερες εξαγόμενες χώρες είναι η Ιταλία, η Ολλανδία, η Γερμανία, η Ρωσία και η Αγγλία.

Τα φρεσκοψυγμένα ψάρια αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος των εξαγόμενων προϊόντων αλιείας και το μερίδιό του αυξήθηκε από 46% σε 62% τα τελευταία χρόνια. Το μερίδιο των κατεψυγμένων ψαριών μειώθηκε από 22% σε 13%, ενώ το ποσοστό των φιλέτων ψαριών κυμάνθηκε μεταξύ 14-17%.

Οι τιμές των εκμεταλλεύσεων ενδέχεται να ποικίλλουν ανάλογα με την παραγγελθείσα ποσότητα. από 15 έως 25 TL καθώς οι μικρές ποσότητες παίρνουν υψηλότερες τιμές. Σύμφωνα με τις μεταβολές της τουρκικής λίρας έναντι δολαρίων ΗΠΑ και €, οι τιμές

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

μπορούν να προσαρμοστούν, γεγονός που έχει μεγαλύτερο αντίκτυπο στις εγχώριες αγορές. Οι μέσες τιμές των αγροτικών προϊόντων για εξαγωγή μπορεί να κυμαίνονται μεταξύ 3-5 ευρώ ανά κιλό μεγάλης πέστροφας, τσιπούρας και λαβρακιού, ενώ οι τιμές τους είναι 6-12 ευρώ στις αγορές της ΕΕ. Πιστεύεται ότι η πραγματική αξία μπορεί να επιτευχθεί μόνο με τη δημιουργία επωνυμιών/ετικετών με τα ονόματα των τουρκικών εταιρειών -εξαγωγέων/παραγωγών.

Υπάρχουν 180 πιστοποιημένες μονάδες επεξεργασίας ψαριών στην Τουρκία. 10 επεξεργάζονται δίθυρα μαλάκια, 15 επεξεργάζονται πόδια βατράχων και σαλιγκάρια. Από το 2017, ο αριθμός των εργοστασίων μεταποίησης έφτασε τις 210 εγκαταστάσεις. από τα οποία 9 φυτά επεξεργάζονται δίθυρα μαλάκια, 17 φυτά επεξεργάζονται πόδια βατράχων και σαλιγκάρια. Υπολογίζεται ότι 6-7 χιλιάδες άτομα απασχολούνται σε αυτές τις εγκαταστάσεις.

4.3.1. Αγορές και τιμή

Υπάρχει μια ποικιλία από ψαροαγορές που πραγματοποιούνται μεταξύ των λιμένων/εκμεταλλεύσεων όπου εκφορτώνονται/παράγονται ψάρια και πωλούνται μονάδες στους καταναλωτές. Το σχήμα 14 δείχνει τα κανάλια εμπορίας ψαριών και προϊόντων ιχθύων στην Τουρκία.

Εάν η χωρητικότητα της εκμετάλλευσης που βρίσκεται στις όχθες του ποταμού είναι μικρή, συνήθως φτάνουν απευθείας στους καταναλωτές πωλώντας σε αγρόκτημα ή πάνω από μικρά καταστήματα ψαριών. Καθώς η παραγωγή αυξάνεται, οι αγρότες σκοπεύουν να ανοίξουν μικρά εστιατόρια ψαριών για να πουλήσουν προϊόντα προστιθέμενης αξίας για να αυξήσουν τα κέρδη τους.

Οι αγρότες που παράγουν μεγαλύτερες ποσότητες σε φράγματα και θαλάσσια κλουβιά, έχουν περισσότερες επιλογές στο μάρκετινγκ. πωλούνται στους χονδρεμπόρους σε μεγάλες ποσότητες ή αξίζουν ψάρια ειδικά για εξαγωγή μετά από επεξεργασία ως κατεψυγμένα, φιλεταρισμένα και συσκευασμένα σε διαφορετικούς τύπους. Για μεγάλες απαιτήσεις, προμηθεύουν κατεψυγμένα ολόκληρα ψάρια στις κύριες αγορές χονδρικής στις μεγάλες πόλεις μετά τη μεταφορά τους σε ψυκτική αλυσίδα.

Επί του παρόντος περισσότερο από το 75% της μεγάλης πέστροφας ή σολομού της Μαύρης Θάλασσας εξάγεται είτε μέσω της εταιρείας εξαγωγέα του παραγωγού είτε άλλων εταιρειών -εξαγωγέων με προμήθεια πληρωμής ή άλλα μέσα πληρωμών κατόπιν συμφωνίας.

Στις εγχώριες αγορές η τιμή της αλιευτικής παραγωγής ψαριών διαμορφώνεται σε μεγάλες αγορές χονδρικής με δημοπρασία (Πίνακας 3, Σχήμα 15) και η τιμή των εκτρεφόμενων ψαριών καθορίζεται ανάλογα με το κόστος παραγωγής. Επομένως, η τιμή των άγριων ψαριών μπορεί να παρουσιάζει μεγάλη διακύμανση εντός του έτους λόγω της ποσότητας των αλιευμάτων, του επιπέδου ζήτησης, της εποχής (περίοδος αλιείας ή μη αλιείας), ώρα της ημέρας εμπορίας (πρώτες ή αργές ώρες), φρεσκάδα (ώρα της σύλληψης και μεταφοράς στην αγορά) · ενώ οι τιμές των εκτρεφόμενων ψαριών έχουν μάλλον σταθερές τιμές.





Εικόνα 14. Κανάλια εμπορίας προϊόντων υδατοκαλλιέργειας στην Τραπεζούντα και την Τουρκία

4.3.2. Τύποι προϊόντων στις αγορές

Υπάρχουν διάφοροι τύποι προϊόντων που παραδίδονται στις αγορές ανάλογα με τη ζήτηση από τους καταναλωτές και τις εταιρείες εμπορίας/εξαγωγής (Πίνακας 4). Οι ντόπιοι καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν φρέσκα ψάρια, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις λόγω των καιρικών συνθηκών και της θάλασσας τα κατεψυγμένα προϊόντα αναζητούνται στην αγορά. Η ψύξη των προϊόντων με πάγο είναι υποχρεωτική για τη διατήρηση των ψαριών σε υγιή κατάσταση σε κουτιά κατά τη διάρκεια της εμπορίας. Το φρέσκο μάρκετινγκ καλύπτει κυρίως ζωντανά ψάρια που συλλέγονται από τις λίμνες για την αποστολή εστιατορίων που εκθέτουν πέστροφα ζωντανά σε ενυδρεία για την επιλογή των πελατών. Όλα τα κατεψυγμένα προϊόντα παρασκευάζονται σε μονάδες επεξεργασίας ψαριών.

Πίνακας 3. Τιμή ιχθύων εκτροφής σε διάφορες αγορές σε ορισμένες ημερομηνίες

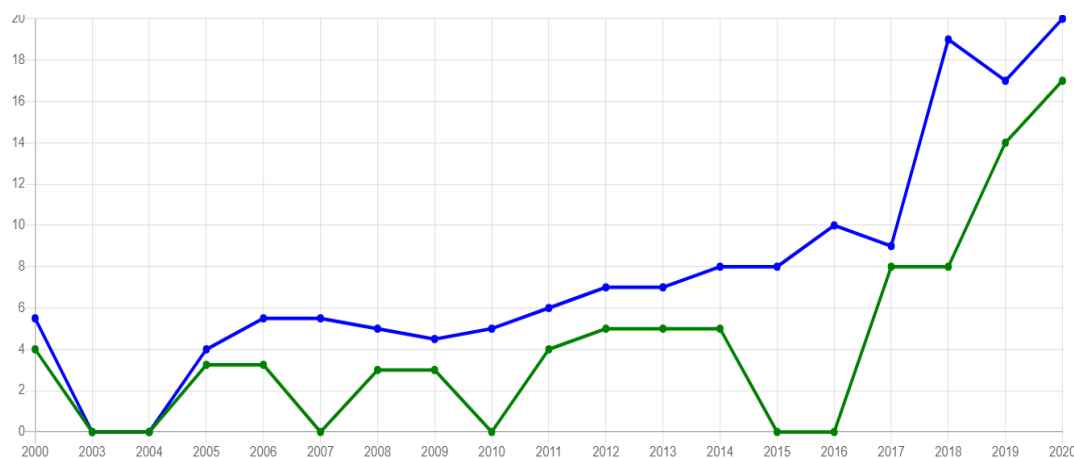
Είδος	Αγορά	Τιμή TL ανά κιλό* (Min-Max)	Ημερομηνία
-------	-------	--------------------------------	------------

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Πέστροφα (στο εσωτερικό)	Φαρμακεία/καταστήματα ψαριών	20-25	Μέσος όρος έτους
Πέστροφα (θαλάσσια)	Χονδρική αγορά ψαριών στην Κωνσταντινούπολη	17	07/12/2020
	Μπούρσα Χονδρική αγορά ψαριών	20-25	
	Χονδρική αγορά ψαριών Άγκυρας	17,5-30	
	Χονδρική ψαραγορά Τραπεζούντας CarrefourSA	30-35 40	11/12/2020 14/12/2020
	Migros	80 (φιλέτο), 75 (φέτα)	
	Φαγκρί	Χονδρική αγορά ψαριών στην Κωνσταντινούπολη	30
Μπούρσα Χονδρική αγορά ψαριών		40-60	
Χονδρική αγορά ψαριών Άγκυρας		35-45	
Χονδρική αγορά ψαριών στη Σμύρνη CarrefourSA		10-60 40	28/11/2020 14/12/2020
Migros		35-55	
Λαβράκι		Χονδρική αγορά ψαριών στην Κωνσταντινούπολη	38
	Μπούρσα Χονδρική αγορά ψαριών	40-60	
	Χονδρική αγορά ψαριών Άγκυρας	37,5-47,5	
	Χονδρική αγορά ψαριών στη Σμύρνη CarrefourSA	26-55 47-60	28/11/2020 14/12/2020
	Migros	50-60	

*Συναλλαγματική ισοτιμία: 1 € = 9,3 TL (28.11.2020); 9,5 TL (07.12.2020); 9,6 TL (14.12.2020)



Εικόνα 15. Τιμή μεγάλης πέστροφας ουράνιου τόξου που εκτρέφεται σε θαλάσσια κλουβιά ανά χρόνια (άνω γραμμή: μέγιστη, κάτω γραμμή ελάχιστη τιμή-TL)

Πίνακας 4. Τύποι ψαριών και προϊόντων ιχθύων σε διαδικασία εμπορίας

Τύπος Προϊόντος	Είδος	Μονάδα βάρους ψαριών	Όγκος τελικής συσκευασίας
Φρέσκο	Πέστροφα sr, Φαγκρί, Λαβράκι	150-250 γρ	Απροσδιόριστος
Φρεσκοψυγμένο & φρέσκο καθαρισμένο	Λαβράκι Φαγκρί	0,2 έως 1,5 kg	Σε κουτιά EPS 5,10 & 25 kg

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



EUROPEAN UNION



DACIAT

Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATIONΠεριφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Φρέσκο διατηρημένο με απλή ψύξη	Πέστροφα	0,4-6,0 κιλά ανά ψάρι	
Φρέσκα εντερικά και παγωμένα	Πέστροφα	0,4-4,5 κιλά ανά ψάρι	
Φρέσκα κρύα φιλέτα	Λαβράκι	100-600 γρ	
	Φαγκρί		
	Πέστροφα	0,2-3,0 κιλά	
Κατεψυγμένα ολόκληρα & κατεψυγμένα καθαρισμένα	Λαβράκι	0,2-1,5 κιλά ανά ψάρι, γυαλισμένο, Σε τυπωμένες σακούλες των 500, 750 & 1000γρ	Σε κουτιά 10 & 15 κιλών
	Φαγκρί		
Παγωμένο ολόκληρο	Πέστροφα	0,4-6,0 kg σε τυπωμένες σακούλες των 0,75-1 1kg	Σε κουτιά των 10, 15 & 25 κιλών
Κατεψυγμένα εντερικά/καθαρισμένα		0,4-4,5 κιλά ανά ψάρι, γυαλισμένο, Σε τυπωμένες σακούλες των 750 & 1000γρ	
Κατεψυγμένο φιλέτο με δέρμα ή χωρίς δέρμα	Λαβράκι	100-600 g ανά ψάρι, γυαλισμένο, Σε τυπωμένες σακούλες των 500, 750 & 1000g	Σε κουτιά 10 & 15 κιλών
	Φαγκρί		
	Πέστροφα	0,2-3,0 kg ανά ψάρι, γυαλισμένο, Σε τυπωμένες σακούλες των 500, 750 & 1000g	

4.3.3. Τιμές ψαριών για καλλιέργεια

Οι επενδύσεις υδατοκαλλιέργειας αυξάνονται στην περιοχή και την Τουρκία. Η πρόοδος στην υδατοκαλλιέργεια δεν είναι η ίδια σε κάθε επίπεδο αναπαραγωγής. Οι ικανότητες στις εκμεταλλεύσεις κτηνοτροφίας/πάχυνσης αυξάνονται ταχύτερα από την παραγωγή ανηλίκων. Επομένως, το κόστος των ανηλίκων μπορεί να αυξηθεί όταν η ζήτηση είναι υψηλή. Η προσφορά ιχθυδίων πέστροφας έχει γίνει ένα πραγματικό πρόβλημα που απειλεί τη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας στην περιοχή. Ο Πίνακας 5 δείχνει το κόστος της πέστροφας σε διαφορετικά στάδια ζωής για περαιτέρω καλλιέργεια.

4.4. Έρευνα και Καινοτομία

Υπάρχουν τεράστιες προσπάθειες για την ανάπτυξη νέων γευμάτων για την προμήθεια στην αγορά ως νέα προϊόντα από ψάρια που πραγματοποιούνται από τα Πανεπιστήμια (Σχολή Αλιείας, Τμήματα Επεξεργασίας Ιχθύων της Σχολής Θαλάσσιων Επιστημών και Τμήματα Τεχνολογιών Τροφίμων Μηχανικών Σχολών. Εκτός από τα Πανεπιστήμια, ερευνητικές μελέτες πραγματοποιήθηκαν επίσης υπό την επίβλεψη και το συντονισμό της Γενικής Διεύθυνσης Γεωργικής Έρευνας (TAGEM) του MoAF από τέσσερα ερευνητικά ινστιτούτα αλιείας και ένα τμήμα αλιείας.

Τέτοιες ερευνητικές μελέτες καλύπτουν την ανάπτυξη τεχνολογιών για παράταση της διάρκειας ζωής των προϊόντων, νέα υλικά συσκευασίας και συστήματα συσκευασίας, μετατροπή παραδοσιακών συστημάτων επεξεργασίας σε βιομηχανικό επίπεδο, νέες μεθόδους για τη μείωση ή ελαχιστοποίηση χημικών και βιολογικών μολύνσεων, την ανάπτυξη νέων προϊόντων ως στιγμιαίων ψαρόσουπων από τοπικά είδη ψαριών, κερπάπ doner ψαριών.

Πίνακας 5. Τιμές πέστροφας από αυγό σε μεγάλα μεγέθη

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

CROSS BORDER
COOPERATION

Τύπος	Τιμή
Εισαγόμενο τριπλοειδές ενόφθαλμο αυγό	0,25-0,45 TL ανά αυγό με βάση την ποσότητα (μέσος όρος 0,30 TL ανά αυγό)
Ενόφθαλμο (κομμάτι) αυγό	0,10-0,15 TL (καλοκαιρινό αυγό) Τριπλοειδές καλοκαιρινό αυγό 0,20-0,27 TL
Ενόφθαλμο (κομμάτι) αυγό	0,08-0,10 TL ανά διπλοειδές αυγό σε κανονική περίοδο ωτοκίας
Γόνιοι (2-3 γρ.)	0,40-0,50 TL ανά γόνιο
Ιχθύδιο (5 g)	0,80-1,20 TL για κάθε κομμάτι (ποικίλλει ανάλογα με τον χρόνο και τον τόπο)
Ιχθύδιο (10 g)	1,5 -2,5 TL το καθένα (ποικίλλει ανάλογα με τον χρόνο και τον τόπο)
Ιχθύδιο (40-50 γρ.)	> 50 TL ανά κιλό (ποικίλλει ανάλογα με τον χρόνο και τον τόπο)
Νέο (80-120 g)	> 50 TL ανά κιλό (ποικίλλει ανάλογα με τον χρόνο και τον τόπο)
Πέστροφα (200-250 g)	20-25 TL ανά κιλό (αγορά χονδρικής)
Πέστροφα (200-250 g)	3,0-3,5 US \$ ανά κιλό (ζωντανή πώληση σε καθαρά κλουβιά)
Πέστροφα (> 500 g)	3,0-3,5 US \$ ανά κιλό (ζωντανή πώληση σε καθαρά κλουβιά)
Πέστροφα (> 1000 g)	3,5 -4,0 US \$ ανά κιλό (ζωντανή πώληση σε καθαρά κλουβιά)

Οι ερευνητικές μελέτες για την ιχθυοκαλλιέργεια και την υδατοκαλλιέργεια είναι πολύ σημαντικές για την ορθολογική χρήση των πόρων, την αύξηση της παραγωγής, την κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης για προϊόντα αλιείας, τη στήριξη των φυσικών αποθεμάτων, τη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης και την αύξηση των εξαγωγών. Ως εκ τούτου, η έρευνα για την υδατοκαλλιέργεια έχει υιοθετηθεί ως γενική πολιτική στα αναπτυξιακά σχέδια.

Προς το παρόν, πραγματοποιούνται δραστηριότητες κατάρτισης και ευαισθητοποίησης για τη βελτίωση της αλληλεπίδρασης μεταξύ μελετών υδατοκαλλιέργειας και περιβάλλοντος. Από την άλλη πλευρά, δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην εκπαίδευση του προσωπικού που εργάζεται στη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας και μεταποίησης σύμφωνα με τις νέες τεχνικές εξελίξεις, τις νομικές απαιτήσεις των διαδικασιών πιστοποίησης. Τα προγράμματα δια βίου μάθησης αποκτούν μεγαλύτερη σημασία σύμφωνα με τις γρήγορες εξελίξεις στον κλάδο.

Οι ασθένειες των ψαριών είναι πολύ σοβαρές απειλές που περιορίζουν την ανάπτυξη της υδατοκαλλιέργειας σήμερα προκαλώντας υψηλή θνησιμότητα. Ως εκ τούτου, η παροχή υγιούς περιβάλλοντος με τους ελάχιστους παράγοντες στρεσογόνων παραγόντων είναι πολύ σημαντική για τη μείωση των απωλειών και την απόκτηση υγιεινών προϊόντων τόσο σε επιχειρησιακό όσο και σε εθνικό επίπεδο. Ως εκ τούτου, όσον αφορά την υγεία της αλιείας, οι ερευνητικές μελέτες είναι σημαντικές και τα αποτελέσματα που προκύπτουν από αυτές τις μελέτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν ευρέως στον έλεγχο ασθενειών και να βοηθήσουν στην προστασία των φυσικών αποθεμάτων. Επιπλέον, η παροχή υγιεινών, αξιόπιστων και υψηλής ποιότητας προϊόντων μπορεί να συμβάλει στη δημόσια κατανάλωση και να πληροί τα διεθνή πρότυπα για την ευημερία των ψαριών. Θα πρέπει να αναπτυχθεί παρακολούθηση από αγρόκτημα σε διχάλα παράλληλα με τις πρακτικές και τα συστήματα ελέγχου της ΕΕ.

4.5. Κανονισμοί για τις ψαραγορές και τα προϊόντα εκτροφής

4.5.1. Κανονισμός για τις χονδρικές και λιανικές πωλήσεις ψαριών



Η κύρια νομοθεσία είναι ο «Κανονισμός για τις χονδρικές και λιανικές πωλήσεις αλιείας» της 19.06.2002 (Επίσημη Εφημερίδα αριθ.: 24790), βάσει του νόμου περί αλιείας, 1380 και τροποποιημένου νόμου, 3288 · άρθρα 23 και 29.

Ο παρών κανονισμός εκπονήθηκε προκειμένου να διασφαλιστεί ότι τα αλιευτικά προϊόντα προσφέρονται στους καταναλωτές με γρήγορο και ασφαλή τρόπο, σύμφωνα με την υγιεινή, την ποιότητα και τα πρότυπα, σε συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού.

Στοχεύει στη θέσπιση των ελάχιστων γενικών, τεχνικών, υγιεινικών, φυσικών και υποδομών συνθηκών που πρέπει να τηρούνται σε χώρους χονδρικής αλιείας που έχουν δημιουργηθεί ή δημιουργηθεί από δήμους ή/και πραγματικά και νομικά πρόσωπα, καθώς και την ίδρυση, λειτουργία, διαχείριση και λειτουργία αυτών των τόπων, λιανική πώληση αλιευτικών προϊόντων και οι διαδικασίες και οι αρχές σχετικά με τις συνθήκες που πρέπει να έχουν οι εργαζόμενοι στα σημεία πώλησης και τα θέματα που σχετίζονται με τον έλεγχο και τον έλεγχο.

Το Υπουργείο Γεωργίας και οι επαρχιακές διευθύνσεις εξουσιοδοτούνται να εφαρμόσουν αυτόν τον κανονισμό σε ολόκληρη τη χώρα.

Το πρώτο κεφάλαιο καθορίζει τους όρους του κανονισμού. αγορές χονδρικής κέντρα χονδρικής, λιανικές αγορές και καταστήματα ψαριών που λειτουργούν όλα σύμφωνα με τους όρους που καθορίζονται στον παρόντα κανονισμό. Οι ρόλοι, τα καθήκοντα και οι ευθύνες εξηγήθηκαν ανάλογα με τους διάφορους παράγοντες που συμμετέχουν στη λειτουργία των αγορών, δηλαδή φορείς εκμετάλλευσης, συμβούλιο διαιτησίας, διευθυντής λειτουργίας, υπεύθυνος διευθυντής, ελεγκτής, έλεγχοι, παραγωγοί ως ψαράδες και ιχθυοκαλλιεργητές, μεσίτες και έμποροι ιχθύων. Έγιναν επίσης πρόσθετοι ορισμοί για τις φυσικές ικανότητες ως χώρος δημοπρασίας, ψυκτικές αποθήκες, μονάδες χειρισμού και συσκευασίας. Υπάρχουν άρθρα για ολόκληρες πωλήσεις και λιανικές πωλήσεις και τέλη που πρέπει να καταβληθούν στον δήμο ή στην εταιρεία εκμετάλλευσης.

Το δεύτερο κεφάλαιο αφορά τη δημιουργία χονδρικής αγοράς ψαριών εντός των συνόρων της επαρχίας για την εμπορία θαλασσινών. Οι λιανοπωλητές και τα καταστήματα ψαριών υποχρεούνται να διαθέτουν έγγραφο πωλήσεων από την αγορά χονδρικής προκειμένου να διατηρήσουν την επιχείρησή τους. Οι λιανικές πωλήσεις απαγορεύονται στις αγορές χονδρικής.

Ο κανονισμός περιγράφει τις θέσεις όπου μπορούν να δημιουργηθούν οι αγορές, νομικές και φυσικές απαιτήσεις, άδειες από την υγεία, το περιβάλλον και άλλες σχετικές δημόσιες διοικήσεις, διαδικασίες εφαρμογής για την κατασκευή και εγκατάσταση της αγοράς και την ανάγκη παροχής νερού και ηλεκτρικής ενέργειας, εκθέσεις αναλύσεων ιχθυδίου, εκφόρτιση και να απαλλαγούμε από σχέδια λυμάτων και εκθέσεις ΜΠΕ (Κεφάλαιο 3).

Το επόμενο κεφάλαιο περιγράφει τις βασικές υποδομές και τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους για την παροχή υγιεινών συνθηκών για διαφορετικούς τύπους αγορών σε διάφορες ικανότητες, ξεκινώντας από τις ράμπες εισόδου για την είσοδο ψαριών έως την έξοδο των κιβωτίων ψαριών που πωλούνται στους αγοραστές. Σε αυτό το πλαίσιο υπάρχουν πρότυπα για την προσαρμογή των φυσικών συνθηκών του κτιρίου της αγοράς, κανόνες υγιεινής και υγιεινής για τις μονάδες φύλαξης και αποθήκευσης ψαριών, εκθεσιακούς χώρους και ιδιοκτησίες τους, διαδικασίες δημοπρασίας, γραφεία και αίθουσες συσκέψεων για διαφορετικούς παίκτες, μονάδες ψύξης και κατάψυξης πάγου. , τους κοινωνικούς χώρους

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



και τις συνθήκες υγιεινής τους, μητρώο και συστήματα συλλογής/καταγραφής δεδομένων, χώρους συσκευασίας και συσκευασίας και συστήματα διαχείρισης απορριμμάτων.

Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στη διαδικασία λειτουργίας των αγορών όσον αφορά τα ψάρια που έρχονται, τη ζύγιση, τα καταμετρημένα κιβώτια, την καταγραφή, τη διατήρηση του τύπου του προϊόντος, τον ποιοτικό έλεγχο, τους ελέγχους ετικετών, την προετοιμασία αποδείξεων και εγγράφων μεταφοράς, τους μηχανισμούς ελέγχου και ελέγχου και ελέγχου Το

4.5.2. Ανακοίνωση για την υποστήριξη μεταποιημένων προϊόντων αλιείας (αριθ. 2020/17, ημερομηνία 12.06.2020)

Το ανακοινωθέν ρυθμίζει τις διαδικασίες και τις αρχές σχετικά με την υποστήριξη των μεταποιημένων προϊόντων αλιείας που πρέπει να παρέχονται σε όσους ασχολούνται με την υδατοκαλλιέργεια¹⁷Το Για το 2020, είναι αποφασισμένο να δοθεί στην κυβέρνηση 2 TL ανά κιλό επεξεργασμένου ψαριού με το ανώτατο όριο τους 100 τόνους.

4.5.3. Οδηγίες για άδεια εξαγωγής σε επιχειρήσεις αλιευτικών επιχειρήσεων και έκδοση πιστοποιητικού υγείας για τα προϊόντα¹⁸

Με αυτήν την Οδηγία που εκπονήθηκε στο πλαίσιο του νόμου για τις κτηνιατρικές υπηρεσίες, την υγεία των φυτών, τα τρόφιμα και τις ζωοτροφές με αριθμό 5996, προϊόντα αλιείας από τη χώρα μας, ζωντανά δίθυρα μαλάκια, πόδια βατράχων, επεξεργασμένα σαλιγκάρια γης, ζωντανοί βάτραχοι και σαλιγκάρια γης, και τα προϊόντα αυτών επιχειρήσεις και ζώα για ψάρια υδατοκαλλιέργειας, διακοσμητικά ψάρια κλπ. Καθορίζονται κανόνες για την έκδοση πιστοποιητικών υγείας για την εξαγωγή προϊόντων.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να εξάγουν σε χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και άλλες χώρες και δραστηριοποιούνται στα θέματα που καθορίζονται στο "Μέρος Ι" αυτής της οδηγίας πρέπει να συμμορφώνονται με τις διατάξεις αυτής της οδηγίας.

Σύμφωνα με τον "Κανονισμό για τις διαδικασίες εγγραφής και έγκρισης επιχειρήσεων τροφίμων", τα προϊόντα που παράγονται σε επιχειρήσεις τροφίμων που διαθέτουν Πιστοποιητικό Έγκρισης Επιχειρήσεων και Αριθμό Έγκρισης Επιχειρήσεων μπορούν να διατίθενται στην αγορά για ανθρώπινη κατανάλωση.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να εξάγουν απαιτείται να λάβουν Άδεια Εξαγωγής από το Υπουργείο μας στο πλαίσιο αυτής της Οδηγίας, επιπλέον του Πιστοποιητικού Έγκρισης Επιχειρήσεων και του Αριθμού Έγκρισης Επιχειρήσεων που ελήφθησαν στο πλαίσιο του Κανονισμού.

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να εξάγουν πρωτογενή προϊόντα όπως ζωντανούς βατράχους, ζώντα σαλιγκάρια, ιχθύδια για υδατοκαλλιέργειες και διακοσμητικά ψάρια ενυδρείου πρέπει να λάβουν Πιστοποιητικό Εγγραφής Επιχειρήσεων και Αριθμό Μητρώου Επιχειρήσεων που καλύπτονται από τον ίδιο Κανονισμό.

¹⁷ <https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/163221>

¹⁸ <https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/24875>



Ωστόσο, για την εξαγωγή προϊόντων υδατοκαλλιέργειας όπως ιχθύδια και διακοσμητικά ψάρια ενυδρείου για υδατοκαλλιέργειες, η άδεια λειτουργίας θα ισχύει αντί του πιστοποιητικού εγγραφής επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις που έχουν ήδη λάβει άδεια εξαγωγής πριν από τη δημοσίευση του νόμου αριθ. Επιτρεπόμενες επιχειρήσεις θα συνεχίσουν να συμπεριλαμβάνονται στους καταλόγους.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να εξάγουν σε χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και άλλες χώρες και δραστηριοποιούνται στα θέματα που καθορίζονται στο "Μέρος Ι" αυτής της οδηγίας πρέπει να συμμορφώνονται με τις διατάξεις αυτής της οδηγίας.

Σύμφωνα με τον "Κανονισμό για τις διαδικασίες εγγραφής και έγκρισης επιχειρήσεων τροφίμων", τα προϊόντα που παράγονται σε επιχειρήσεις τροφίμων που διαθέτουν Πιστοποιητικό Έγκρισης Επιχειρήσεων και Αριθμό Έγκρισης Επιχειρήσεων μπορούν να διατίθενται στην αγορά για ανθρώπινη κατανάλωση.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να εξάγουν απαιτείται να λάβουν Άδεια Εξαγωγής από το Υπουργείο μας στο πλαίσιο της παρούσας Οδηγίας, επιπλέον του Πιστοποιητικού Έγκρισης Επιχειρήσεων και του Αριθμού Έγκρισης Επιχειρήσεων που ελήφθησαν στο πλαίσιο του Κανονισμού. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να εξάγουν πρωτογενή προϊόντα όπως ζωντανούς βατράχους, ζώντα σαλιγκάρια, ιχθύδια για υδατοκαλλιέργειες και διακοσμητικά ψάρια ενυδρείου πρέπει να λάβουν Πιστοποιητικό Εγγραφής Επιχειρήσεων και Αριθμό Μητρώου Επιχειρήσεων που καλύπτονται από τον ίδιο Κανονισμό. Ωστόσο, υδατοκαλλιέργειες όπως ιχθύδια και χρυσόψαρα για υδατοκαλλιέργειες.

Κατά την εξαγωγή προϊόντων, η άδεια εκτροφής επιχειρήσεων θα ισχύει αντί του πιστοποιητικού εγγραφής επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις που έχουν ήδη λάβει άδεια εξαγωγής πριν από τη δημοσίευση του νόμου αριθ. Επιτρεπόμενες επιχειρήσεις θα συνεχίσουν να συμπεριλαμβάνονται στους καταλόγους.

Το έγγραφο ρυθμίζει εξουσιοδοτημένες ομάδες επαγγελματιών ως επιθεωρητές, δικαιώματα εξαγωγής και οι διαδικασίες της (εφαρμογή και δικαιολογητικά ως αναλύσεις νερού που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή, ενημερωμένο αντίγραφο σχεδίου HACCP, πιστοποιητικό μητρώου εταιρείας) · επιτόπιες επιθεωρήσεις σύμφωνα με πρότυπα εντύπου επιθεώρησης, έντυπο επιθεώρησης συστήματος HACCP που ετοιμάζονται από το Υπουργείο Γεωργίας και Δασοκομίας. Η έκθεση αξιολόγησης θα υποβληθεί σε 16 ημέρες μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας επιθεώρησης στο Υπουργείο σε 30 ημέρες (45 ημέρες συνολικά).

Σύμφωνα με την προμήθεια προς εξαγωγή, ο αριθμός άδειας εξαγωγής πρέπει να χρησιμοποιείται ως 11 για ψάρια, 12 για γαρίδες, 20 για φρέσκα, διατηρημένα με απλή ψύξη, κατεψυγμένα, κατεψυγμένα, φιλεταρισμένα κ.λπ. παρασκευασμένα από ψάρια, καραβίδες, γαρίδες κ.λπ. 30 μεταποιημένα προϊόντα ως καπνιστά, ωριμασμένα, αποξηραμένα μαριναρισμένα, ιχθυέλαιο, με ένδειξη (F) για τα αλιευμένα προϊόντα, (A) για προϊόντα υδατοκαλλιέργειας κ.λπ.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

4.5.4. Οδηγίες εισαγωγής ζωντανών, φρέσκων, ψυγμένων και κατεψυγμένων προϊόντων¹⁹

Αυτή η οδηγία καθορίζει τους ελέγχους που πρέπει να διενεργούνται στα τελωνεία από τους εξουσιοδοτημένους υπαλλήλους του Υπουργείου Γεωργίας και Δασοκομίας κατά τη στιγμή της πραγματικής εισαγωγής και τις διαδικασίες και τις αρχές που πρέπει να εφαρμόζονται σε αυτές τις συναλλαγές. Τα κύρια έγγραφα που πρέπει να εκδοθούν και να επισυναφθούν είναι το Πιστοποιητικό Ελέγχου, Τιμολόγιο ή Τιμολόγιο Proforma, πιστοποιητικό υγείας, Νωπά, διατηρημένα με απλή ψύξη και κατεψυγμένα προϊόντα που πρέπει να χρησιμοποιούνται ως τρόφιμα είναι το έγγραφο που δείχνει ότι τα προϊόντα αυτά λαμβάνονται υπό κατάλληλες τεχνικές και υγιεινές συνθήκες και ότι σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, πιστοποιητικό καταγωγής.

4.6. Διοικητικά όργανα και υποστηρικτικοί οργανισμοί στο μάρκετινγκ

- Υπουργείο Γεωργίας και Δασοκομίας- ΓΔ Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας, κτηνιατρικές υπηρεσίες και υπηρεσίες ελέγχου τροφίμων
- ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΥΓΕΙΑΣ,
- Υπουργείο Εμπορίου, Υπό Γραμματεία Εξωτερικού Εμπορίου,
- Υπουργείο Περιβάλλοντος και Αστικοποίησης,
- Δήμοι,
- Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια,
- Ένωση Εξαγωγέων
- Ομάδα προώθησης θαλασσινών

4.7. Πιστοποιητικά γεωργίας, μεταποίησης και εμπορίας

Οι εταιρείες που έχουν παραγωγή σε παγκόσμια κλίμακα και διαθέτουν εξαγωγικό δυναμικό κατέχουν διάφορους τύπους πιστοποιητικών σχετικά με τα προϊόντα και τις ιδιότητες μεταποίησης που είναι επιθυμητά στο διεθνές εμπόριο. Τα σημαντικότερα μπορούν να αναφερθούν ως:

- ISO 9001, HACCP 130001 και ISO 22000 Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας και Τροφίμων και πρότυπα GLOBAL GAP για την παραγωγή ζωοτροφών ψαριών,
- Πιστοποιητικά ISO 9001, ISO 22000, BRC (British Retail Consortium) και IFS (International Food Standart), πρότυπα GLOBAL GAP για μονάδες ιχθυοκαλλιέργειας,
- ISO 9001: 2000 HACCP 130001 για εταιρείες μεταποίησης και συσκευασίας
- Τουρκικός Κανονισμός Τροφίμων Κώδικας και Επιτροπή Codex Alimentaris για όλες τις μονάδες μεταποίησης, σύμφωνα με τα εθνικά και διεθνή κριτήρια ασφάλειας τροφίμων () και έχουν τον αριθμό έγκρισης υγείας που έχει εκδοθεί από την ΕΕ.
- ISO 9001 Ποιότητα, Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14001, Σύστημα Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων HACCP και ISO 22000, IFS και BRC και Ολοκληρωμένα Παγκόσμια πρότυπα GAP για την επεξεργασία ψαριών και την ψυχρή αλυσίδα.

¹⁹ <https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/23574>

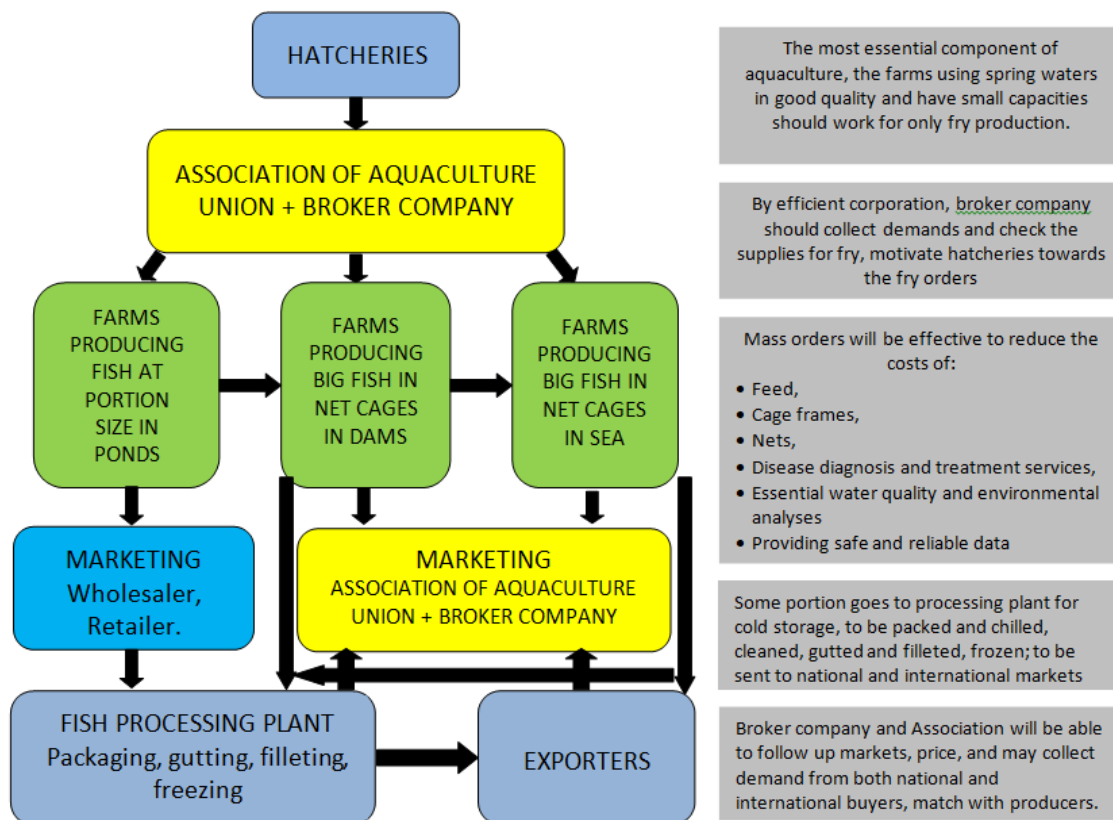
- Πιστοποιητικό ASC (Aquaculture Stewardship Council) για τα κριτήρια ασφάλειας των ψαριών από δίχτυ σε πιάτο.

4.8. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο για το μάρκετινγκ στη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας

Σύμφωνα με την υπάρχουσα κατάσταση της υδατοκαλλιέργειας, ένα τέτοιο επιχειρηματικό σύστημα μπορεί να εφαρμοστεί για την επίλυση υπάρχοντων προβλημάτων και την αύξηση της παραγωγής και των εξαγωγών από τη Μαύρη Θάλασσα (Εικ. 15). Προκειμένου να επιτευχθεί μεγαλύτερη πρόοδος στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας, οι αδυναμίες και οι απειλές θα πρέπει να μετατραπούν σε δυνάμεις και ευκαιρίες με ορθολογικές μεθόδους. Το επίπεδο επιτυχίας θα σχετίζεται στενά με τα θετικά κίνητρα όλων των ενδιαφερομένων για επίτευξη βραχυπρόθεσμων, μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων που καθορίζονται από την κοινή κατανόηση.

Σύμφωνα με τις εκθέσεις για την περιοχή της Μαύρης Θάλασσας, η κλιματική αλλαγή θα έχει αντίκτυπο στις πλημμύρες. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να ληφθούν ουσιαστικά μέτρα βραχυπρόθεσμα και ενδιάμεσα για την εξάλειψη της απειλής πλημμύρας (με την προώθηση των συνόρων της φάρμας, την αλλαγή τοποθεσίας, την ανανέωση των συστημάτων πρόσληψης και εκκένωσης νερού).

Απαιτούνται αποτελεσματικές δραστηριότητες πίεσης για τη μείωση των κινδύνων ρύπανσης στις λεκάνες απορροής των ποταμών και τον αντίκτυπο των υδροηλεκτρικών σταθμών στις ιχθυοκαλλιέργειες.



Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Εικόνα 15. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο υδατοκαλλιέργειας για τη Μαύρη Θάλασσα της Τουρκίας

Για την επίλυση τέτοιων προβλημάτων, η Ένωση Παραγωγών Υδατοκαλλιέργειας στις επαρχίες και η κορυφαία οργάνωση Ένωση παραγωγών υδατοκαλλιεργειών (AAPU) πρέπει να είναι πιο ενεργές για να επικοινωνούν με το Υπουργείο Γεωργίας και Δασών (MoAF) και άλλους δημόσιους ενδιαφερόμενους φορείς. Από την άλλη πλευρά, η AAPU πρέπει να αλλάξει την οργανωτική δομή από κάτω προς τα πάνω και αντίστροφα. Εάν υπάρχει οποιαδήποτε νομική υποστήριξη, θα πρέπει να συνταχθεί και να προταθεί ένας δεσμευτικός κανονισμός στο MAF.

Το κύριο πρόβλημα στον τομέα είναι η ομαλή εμπορία με καλή τιμή, υψηλό κόστος ζωοτροφών και ανεπαρκής προσφορά γόνου. Προς το παρόν, η πλειοψηφία των επενδυτών δύσκολα βρίσκει γόνους από τα εκκολαπτήρια σε όλη τη χώρα. Εάν η AAPU είναι σε θέση να οργανώσει μια τέτοια κοινή δράση για την οργάνωση προμηθευτών και αγοραστών για τον προσδιορισμό των αναγκών των ανηλίκων, τα εκκολαπτήρια μπορεί να έχουν την ευκαιρία να παράγουν επαρκή ποσότητα ψαριών για να καλύψουν τις ανάγκες της βιομηχανίας. Οι μικρές ιχθυοκαλλιέργειες μπορούν να αναδιοργανωθούν καθώς τα εκκολαπτήρια παράγουν εντατικά μόνο ιχθύδια. Το σύστημα μεσιτείας θα μπορούσε να καθιερωθεί σε ψηφιακή πλατφόρμα για να φέρει κοντά παραγωγούς και αγοραστές προς όφελος ενεργών υπηρεσιών όλων των μερών. Ο ίδιος τύπος ρόλου μπορεί να εκτελεστεί για την παροχή ζωοτροφών, υλικών και εξοπλισμού που είναι απαραίτητες για την παραγωγή με επαρκή ποσότητα, εγκαίρως με χαμηλότερο κόστος. Από την άλλη πλευρά, κτηνιατρικές υπηρεσίες, συμβουλές και ανάγκες κατάρτισης μπορούν επίσης να παρέχονται στο πλαίσιο αυτού του συλλογικού συστήματος. Στην πραγματικότητα θα είναι μια τυπική πλατφόρμα που μπορεί να λειτουργήσει σαν οργάνωση παραγωγών προς όφελος των μελών.

Πρόσφατα, μεγάλοι παραγωγοί πέστροφας δημιούργησαν μια ομάδα μέσω ενημέρωσης για να συζητήσουν το μέλλον της μεγάλης παραγωγής πέστροφας στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας με τη συμμετοχή ακαδημαϊκών, παραγωγών, διοικητικού προσωπικού, εξαγωγέων κ.λπ. Ο κύριος στόχος τους είναι η βιώσιμη παραγωγή μεγάλης πέστροφας με τη δημιουργία ένα εμπορικό σήμα (δηλαδή τουρκικός σολομός, σολομός Μαύρης Θάλασσας), αυξάνοντας την έλξη στις διεθνείς αγορές, διοργανώνοντας εκστρατείες ευαισθητοποίησης για την αύξηση της εγχώριας κατανάλωσης επίσης.

Η επιδημία Covid-19 έχει παγκόσμιο αντίκτυπο στις διεθνείς αγορές. Ευτυχώς, η βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας κατάφερε να ξεπεράσει αυτόν τον αντίκτυπο με μια έξυπνη προσέγγιση. Όταν οι πωλήσεις ψαριών μειώθηκαν, το MoAF οργάνωσε εκστρατεία πωλήσεων με αλυσίδες σούπερ μάρκετ με σταθερή, μειωμένη τιμή για την εμπορία αγροτικών προϊόντων. Οι διεθνείς απαιτήσεις ακυρώθηκαν στην αρχή, οι τιμές μειώθηκαν. Οι ιχθυοκαλλιεργητές αποθηκεύουν τα προϊόντα τους μετά την κατάψυξη. Όταν ξεκίνησαν οι απαιτήσεις, εισάγουν αυτόν τον όγκο ψαριών με υψηλότερη τιμή από την εποχή του αυστηρού κλεισίματος της πανδημίας. Ένα άλλο σημαντικό αποτέλεσμα είναι ότι οι αγρότες δεν σταμάτησαν την παραγωγή τους και κανείς δεν έχασε τη δουλειά του στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας.

4.9. Περαιτέρω εξελίξεις στην υδατοκαλλιέργεια για παραγωγή και εμπορία



Σύμφωνα με τις αποφάσεις που ελήφθησαν στην τελευταία σύνοδο κορυφής υδατοκαλλιέργειας, το Υπουργείο Γεωργίας και Δασοκομίας αποφάσισε να ετοιμάσει ορισμένα σχέδια δράσης και να εφαρμόσει σε ορισμένα θέματα προκειμένου να υποστηρίξει την υδατοκαλλιέργεια και το μάρκετινγκ στην Τουρκία.

- Αύξηση της παραγωγής υδατοκαλλιέργειας με αύξηση της παραγωγικότητας με κανόνες βιωσιμότητας και προώθηση της καλλιέργειας εναλλακτικών ειδών. Στόχος είναι η παραγωγή 600 χιλιάδων τόνων ψαριών έως το 2023 και η εξαγωγή ψαριού σε 2 δισεκατομμύρια δολάρια,
- Θα διατεθούν νέοι χώροι ιχθυοκαλλιέργειας, θα προωθηθούν κλειστά συστήματα εντατικής εκτροφής,
- Βελτίωση αδειοδοτημένης ψυκτικής αποθήκευσης, διάδοση εμπορικών συναλλαγών ηλεκτρονικών προϊόντων. Τα προϊόντα θα αποθηκεύονται με ασφαλή και υγιή τρόπο με σύγχρονες υποδομές. Έτσι, θα αποφευχθούν οι απώλειες προϊόντων, θα καταγραφούν οι συναλλαγές, θα μειωθεί το κόστος μεταφοράς και θα διασφαλιστεί η σταθερότητα των τιμών της αγοράς.
- Διασφαλίζοντας τη βιωσιμότητα των οικογενειακών επιχειρήσεων - υποστηρίζοντας την επιχειρηματικότητα στους νέους, οι θετικές διακρίσεις θα συνεχιστούν στα έργα που θα υλοποιηθούν για γυναίκες και νέους. Οι ενισχύσεις θα συνεχιστούν και αυτήν την περίοδο προκειμένου να αναπτυχθούν οικονομικά οι αγροτικοί πολίτες.
- Προωθώντας τη γεωργία σε ξένες χώρες, την ασφάλεια των τροφίμων σε όλες τις συνθήκες, με διμερείς συνεργασίες που θα γίνουν με άλλες χώρες, σχεδιάζεται να αυξηθεί η συνεργασία στον αγροτικό τομέα (σε γενικές γραμμές), για να εξασφαλιστεί ο εφοδιασμός πρώτων υλών με τη γεωργική βιομηχανία, να αυξηθεί η περιοχή παραγωγής και να επεκταθεί το εμπορικό δίκτυο.
- Σήμανση σε αγροτικά και δασικά προϊόντα. Η δημιουργία μάρκας παγκόσμιας κλίμακας είναι ένας από τους κύριους στόχους του Υπουργείου. Προγραμματίζεται να καθοριστούν οι αγορές -στόχοι, να συνεργαστούν με τα υπουργεία για την επωνυμία και να αυξηθεί η παραγωγή προϊόντων προστιθέμενης αξίας.

4.10. Συμπεράσματα

Η παραγωγή ιχθύων από την υδατοκαλλιέργεια της Τουρκίας είναι το μοναδικό είδος εξαγωγής προϊόντων ζωικής διατροφής σε χώρες της ΕΕ. Οι ετήσιες πωλήσεις έχουν ξεπεράσει τα 800 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ. Σύμφωνα με τα σχέδια, ο στόχος του 2023 ήταν 1 δισεκατομμύριο δολάρια, αλλά η βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας αναβάθμισε τον στόχο του 2023 σε 1,5 δισεκατομμύρια δολάρια. Η ετήσια παραγωγή ψαριών στις θαλάσσιες εκμεταλλεύσεις έφτασε τους 253 395 τόνους. Τα εκτρεφόμενα ψάρια εξάγονται σε 59 χώρες και το 70% των εξαγωγών πηγαίνει στις χώρες της ΕΕ. Τα λαβράκια και οι τσιπούρες είναι τα κύρια είδη στην παραγωγή και τις εξαγωγές. Το μερίδιο του λαβρακιού και της τσιπούρας στις εξαγωγές είναι 60%. Σχεδόν όλη η παραγωγή πέστροφας από τα θαλάσσια κλουβιά εξάγεται στην Ιαπωνία. Πρόσφατα, οι ΗΠΑ και η Ρωσία είναι οι νέες πολλά υποσχόμενες χώρες για την εξαγωγή υδατοκαλλιέργειας.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Αυτή η μεγάλη παραγωγική ικανότητα κατέστησε την Τουρκία τον παγκόσμιο ηγέτη στην παραγωγή ιχθυδίων.

Ενώ οι χώρες της ΕΕ, οι ΗΠΑ και άλλες ανεπτυγμένες χώρες έχουν μεγαλύτερη ζήτηση για κατανάλωση καλλιεργημένων ψαριών, η κατάσταση είναι διαφορετική στην Τουρκία. Τα ψάρια από την υδατοκαλλιέργεια δυσκολεύονται να μπουν στην κουζίνα των καταναλωτών σε σύγκριση με τα άλλα καλλιεργημένα προϊόντα. Το κρέας, το γάλα, τα λαχανικά και τα φρούτα βρίσκονται στην πρώτη γραμμή. Υπάρχει έντονη ανάγκη για προώθηση εκστρατειών και δραστηριοτήτων ευαισθητοποίησης του κοινού σχετικά με την ποιότητα των εκτρεφόμενων ψαριών και τη σημασία των ψαριών στη διατροφή.

5. ΟΥΚΡΑΝΙΑ

5.1. Παραγωγή και κατανάλωση

Το 2016, η συνολική κατανάλωση ψαριών και θαλασσινών στην Ουκρανία ανήλθε σε 432 χιλιάδες τόνους (Εικ. 16).

Η σταθερά χαμηλή ζήτηση για ψάρι και θαλασσινά είναι αποτέλεσμα της ασταθούς οικονομικής και πολιτικής κατάστασης στη χώρα. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την κατανάλωση ψαριών και θαλασσινών στην Ουκρανία είναι:

- Αύξηση 5% στη συνολική αλιεία στο εσωτερικό και αύξηση 25% στις εισαγωγές το 2008 οδήγησε σε αύξηση 20% στην κατανάλωση ψαριών και θαλασσινών σε σύγκριση με το 2007.

- Η χρηματοπιστωτική κρίση (2008-2009) προκάλεσε πτώση της κατανάλωσης ψαριών και θαλασσινών κατά 17% το 2009 σε σύγκριση με το 2008 λόγω της μείωσης της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών, της αύξησης των τιμών για τα εισαγόμενα αγαθά λόγω της πτώσης του εθνικού νομίσματος και άλλων εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων (οι Ουκρανοί αναγκάστηκαν να αντικαταστήσουν τη δίαιτα πρωτεΐνης ψαριού με μια φθηνότερη).

- Η προσάρτηση της χερσονήσου της Κριμαίας και τα προβλήματα με την παράδοση ψαριών στις στρατιωτικοποιημένες περιοχές προκάλεσαν μείωση της κατανάλωσης το 2014 σε σύγκριση με το 2013.

Παρ' όλα αυτά, το 2016 σημειώθηκε μια μικρή βελτίωση στο συνολικό επίπεδο κατανάλωσης ψαριών και θαλασσινών, η οποία θα μπορούσε να σταματήσει την πτώση των δύο προηγούμενων ετών.

Οι στατιστικές της Κρατικής Στατιστικής Υπηρεσίας επιβεβαιώνουν ότι το μερίδιο των εισαγωγών σε χρηματικούς όρους που καταναλώνονται είναι πολύ μεγαλύτερο από το μερίδιο των εξαγωγών (Εικ. 16). Αυτό μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι η εθνική παραγωγή παρέχει μόνο το 20% της εγχώριας ζήτησης, το υπόλοιπο εισάγεται.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



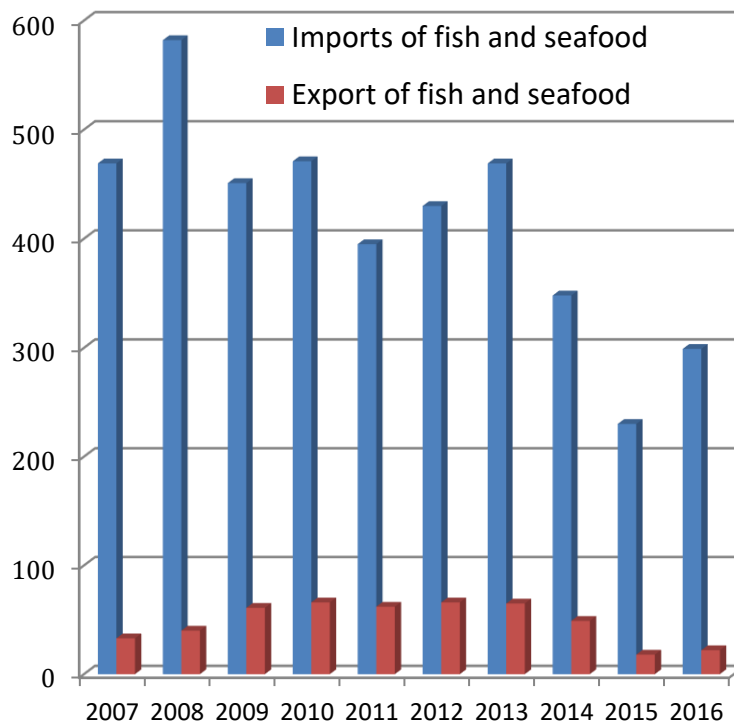
CROSS BORDER
COOPERATION

Οι αλλαγές στις εξαγωγές ψαριών και θαλασσινών οφείλονται σε οικονομικούς, πολιτικούς και ρυθμιστικούς παράγοντες. Η μεγαλύτερη πτώση (μετά το 2013) οφειλόταν στην απώλεια της ρωσικής αγοράς, η οποία αποτελούσε κατά μέσο όρο το 80-85% του συνόλου των ουκρανικών εξαγωγών. Ταυτόχρονα, το 63% των ψαριών αλιεύθηκαν μετά την προσάρτηση της χερσονήσου της Κριμαίας.

Εισαγωγές προϊόντων αλιείας ποσού 320 000 τόνων και ιδίων ψαριών ποσού 180 000 τόνων (επίσημα 90 000 τόνων) ο συνολικός όγκος της ιχθυαγοράς της Ουκρανίας είναι περίπου 500 000 τόνοι.

Κατά συνέπεια, με πληθυσμό 35 εκατομμύρια ανθρώπους στην Ουκρανία, περίπου 14 κιλά ψάρια ετησίως.

Πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι, σύμφωνα με τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (FAO), το συνιστώμενο ποσοστό κατανάλωσης ψαριών είναι 20 κιλά ανά άτομο ετησίως. Σε αυτή την περίπτωση, τα θαλάσσια ψάρια πρέπει να είναι το 75% του αναφερόμενου κανόνα.



Εικ. 16. Εξαγωγές και εισαγωγές ψαριών και θαλασσινών στην Ουκρανία κατά την περίοδο 2011-2016 (εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ).

5.2. Ανάπτυξη της βιομηχανίας υδατοκαλλιέργειας

Μια ανάλυση των πέντε δυνάμεων του Porter χρησιμοποιήθηκε για να καθορίσει το επίπεδο του ανταγωνισμού στη βιομηχανία και να δείξει τη στρατηγική ανάπτυξης της υδατοκαλλιέργειας. Η μεθοδολογία προσδιορίζει πέντε δυνάμεις που αξιολογούν την ελκυστικότητα της επιχειρηματικής δραστηριότητας στον κλάδο.



Η ανάλυση περιλαμβάνει ανάλυση των τριών τμημάτων του «οριζόντιου» ανταγωνισμού:

- την απειλή εμφάνισης υποκατάστατων,
- την απειλή νέων παικτών και
- ανταγωνισμός

και οι δύο δυνάμεις του «κάθετου» ανταγωνισμού:

- ανάλυση της ισχύος των προμηθευτών στην αγορά και
- Καταναλωτές.

Συγκρίθηκαν δύο βιομηχανίες: η υδατοκαλλιέργεια και τα πουλερικά ως οι κύριες ανταγωνιστικές βιομηχανίες.

Συγκριτική ανάλυση πουλερικών και υδατοκαλλιέργειας²⁰:

- Η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών υδατοκαλλιέργειας είναι υψηλότερη από αυτή των πουλερικών
 - υψηλή ελαστικότητα της ζήτησης, έτσι ώστε οι καταναλωτές να μπορούν να χρησιμοποιούν λιγότερο ακριβά προϊόντα, στην περίπτωση αυτή - προϊόντα πουλερικών
 - έλλειψη διαφοροποίησης στην αγορά προϊόντων υδατοκαλλιέργειας σε σύγκριση με την αγορά πουλερικών
 - την απουσία ορισμένων μοναδικών υποκατάστατων
- Η αγοραστική δύναμη των προμηθευτών υδατοκαλλιέργειας είναι υψηλότερη από την αγορά πουλερικών:
 - χαμηλό επίπεδο ανταγωνισμού μεταξύ των προμηθευτών στη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας σε σύγκριση με τον κλάδο των πουλερικών
 - υψηλό κόστος που σχετίζεται με την αλλαγή προμηθευτών λόγω της μεγάλης εξάρτησης από εισαγόμενες ζωοτροφές και άλλα προϊόντα
- Οι κίνδυνοι των αναδυόμενων παικτών υδατοκαλλιέργειας είναι μεγαλύτεροι από ό, τι στην αγορά πουλερικών:
 - χαμηλό επίπεδο ενοποίησης εταιρειών υδατοκαλλιέργειας ·
 - χαμηλότερη διαφοροποίηση των προϊόντων και η ισχύς των υφιστάμενων εμπορικών σημάτων στην υδατοκαλλιέργεια σε σύγκριση με τη βιομηχανία πουλερικών, αντίστοιχα τα εμπόδια στην πρόσβαση σε αυτόν τον κλάδο είναι χαμηλότερα ·
 - χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης των καναλιών διανομής υδατοκαλλιέργειας (ιδίως η απουσία ψυχρής εφοδιαστικής), γεγονός που μειώνει την ελκυστικότητα της βιομηχανίας ·
 - υψηλό επίπεδο ρύθμισης της βιομηχανίας υδατοκαλλιέργειας (μεγάλος αριθμός αδειών στην είσοδο της βιομηχανίας · υψηλές απαιτήσεις από το κράτος: 30 κιλά των 100 κιλών για υποβολή στην κρατική εμπειρογνωμοσύνη για την ποιότητα των ψαριών ·

²⁰ https://www.slideshare.net/Easy_Business/ss-83657232

- μεγάλη περίοδος αποπληρωμής για ορισμένα είδη υδατοκαλλιέργειας (για τις επιχειρήσεις χαβιαριού, η μέση περίοδος ωρίμανσης των ψαριών είναι 6-10 χρόνια και μόνο μετά από αυτό το χρονικό διάστημα μπορεί να ληφθεί το τελικό προϊόν) ·
- Το επίπεδο ανταγωνισμού στην υδατοκαλλιέργεια είναι πολύ χαμηλότερο από ότι στα πουλερικά.
- χαμηλή συγκέντρωση εταιρειών ·
- υψηλά εμπόδια εισόδου (υπερβολική ρύθμιση) ·
- χαμηλό ρυθμό ανάπτυξης της βιομηχανίας ·
- Η χαμηλή διαφοροποίηση και τυποποίηση προϊόντων στη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας δημιουργεί άπειρο αριθμό εναλλακτικών λύσεων για τον καταναλωτή, οδηγώντας σε μια συνεχή αλλαγή στην επιλογή του. Εξαιτίας αυτού, υπάρχει υψηλό επίπεδο μελλοντικής αστάθειας εισοδήματος στη βιομηχανία.
- Η απειλή των υποκατάστατων προϊόντων υδατοκαλλιέργειας είναι χαμηλότερη από αυτή των πουλερικών:
 - περιορισμένος όγκος άμεσων υποκατάστατων στην αγορά (υψηλή τιμή, κυρίως επειδή είναι όλα εισαγόμενα)
 - το υψηλό κόστος αντικατάστασης του προϊόντος στη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας (κυρίως επειδή είναι όλα εισαγόμενα).

Συνοψίζοντας, η βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας στην Ουκρανία χαρακτηρίζεται από χαμηλά επίπεδα ανταγωνισμού, ιδίως σε σύγκριση με τα πουλερικά. Μεταξύ των κύριων πλεονεκτημάτων και προοπτικών για την ανάπτυξη της βιομηχανίας υδατοκαλλιέργειας στην Ουκρανία είναι το χαμηλό επίπεδο ενοποίησης της αγοράς, ο περιορισμένος αριθμός άμεσων υποκατάστατων που διατίθενται στην αγορά, η υψηλή τιμή των άμεσων υποκατάστατων στη βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας και η υψηλή ισχύς της αγοράς αγοραστές.

5.3. Ανάπτυξη επιχειρήσεων υδατοκαλλιέργειας

Οι κύριοι περιορισμοί για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων υδατοκαλλιέργειας είναι η χαμηλή διαφοροποίηση και τυποποίηση των προϊόντων, η έλλειψη εφοδιαστικής ποιότητας, η υπερβολική ρύθμιση της παραγωγής υδατοκαλλιέργειας, η σχετικά χαμηλή κερδοφορία της βιομηχανίας και η χαμηλή ανάπτυξη της αγοράς.

Οι επιτυχημένες επιχειρήσεις υδατοκαλλιέργειας βασίζονται σε αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ που αναπτύχθηκαν ως αποτέλεσμα ολοκληρωμένου σχεδιασμού της αγοράς. Τα σχέδια αγοράς ξεκινούν με μια διεξοδική εκτίμηση της τρέχουσας κατάστασης της αγοράς με βάση δευτερεύοντα δεδομένα. Πρόσθετες άμεσες παρατηρήσεις ή μερικές φορές έρευνα αγοράς συμπληρώνουν τις ευρύτερες τάσεις που εντοπίζονται στα δευτερεύοντα δεδομένα. Το σχέδιο αγοράς αναλύει προσεκτικά τα δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων των εξωτερικών απειλών και ευκαιριών και των εσωτερικών δυνατών και αδύναμων σημείων. Πρέπει να εξεταστεί προσεκτικά εάν η αγορά μπορεί να καταταμηθεί και εάν η εταιρεία πρέπει να επικεντρωθεί σε ένα μόνο προϊόν ή σε διάφορα προϊόντα και σειρές προϊόντων. Η εξέταση του κύκλου ζωής του προϊόντος και η ανάπτυξη μιας μήτρας ποιότητας ποιότητας και ενός



διαστήματος χάρτη προϊόντος θα διευκρινίσουν τις βέλτιστες στρατηγικές τοποθέτησης του προϊόντος.²¹

Η αλιεία τελών είναι μια ελκυστική εναλλακτική λύση μάρκετινγκ για πολλούς παραγωγούς μικρής κλίμακας. Η αυξημένη ζήτηση για αλιευτικές δυνατότητες και η κατά κεφαλήν κατανάλωση αλιευτικών προϊόντων έχουν οδηγήσει σε ταχεία επέκταση και ανάπτυξη σε αυτήν την αγορά. Ένα σημαντικό όφελος είναι η premium τιμή που καταβάλλεται για τα ψάρια. Η τιμή ανά λίρα μπορεί να είναι διπλάσια από αυτή που πληρώνουν οι μεγάλες μονάδες επεξεργασίας²².

Το αρχικό βήμα για την καθιέρωση μιας αλιευτικής αμοιβής είναι ο προσδιορισμός του τι θέλει ο πελάτης. Οι προτιμήσεις των ψαράδων διαφέρουν από γεωγραφική περιοχή σε άλλη. Αυτός ο προσδιορισμός θα πρέπει να περιλαμβάνει όχι μόνο το είδος και το μέγεθος των ψαριών που πρέπει να χρησιμοποιηθούν, αλλά και ευκολίες όπως παραχωρήσεις, δόλωμα, αντικείμενα, τουαλέτες, σκιασμένους χώρους, πάγκους κ.λπ.

Επιπλέον, ο δυνητικός φορέας αλιείας πρέπει να καθορίσει πού, πώς και πότε θα πουλήσει. Η τοποθεσία είναι ένα σημαντικό στοιχείο για τον προσδιορισμό του εάν η αλιεία με τέλη είναι μια βιώσιμη εναλλακτική λύση μάρκετινγκ. Ιδανικά, οι λίμνες αλιείας με χρέωση θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμες από έναν δρόμο με μεγάλη κίνηση κοντά σε ένα αστικό κέντρο. Οι πελάτες με τα τέλη αλιείας εκτιμούν τους βολικούς χώρους στάθμευσης και την εύκολη πρόσβαση σε λίμνες. Η τοποθεσία πρέπει να προσδιορίζεται με μεγάλες πινακίδες στον πλησιέστερο μεγάλο δρόμο και πρόσθετες πινακίδες σε δευτερεύοντες δρόμους. Οι περισσότερες αλιευτικές αμοιβές εξαρτώνται από τη διαφήμιση από στόμα σε στόμα για να προσελκύσουν πελάτες. Είναι απαραίτητο οι δυνητικοί πελάτες να είναι σε θέση να εντοπίσουν τη λειτουργία αλιείας αμοιβών.

Το μάρκετινγκ μέσω ψαρέματος επί πληρωμή απαιτεί διάθεση να ασχοληθεί με το κοινό και να εργαστεί πολλές ώρες, συχνά επτά ημέρες την εβδομάδα. Απαιτείται σημαντική ικανότητα διαχείρισης για την παροχή μέγιστων αποδόσεων. Το κύριο πλεονέκτημα είναι η premium τιμή που λαμβάνει ο φορέας εκμετάλλευσης.

Οι παραγωγοί μικρής κλίμακας μπορούν να πουλήσουν ψάρια σε ζωντανούς μεταφορείς. Οι ζωντανοί μεταφορείς αγοράζουν συνήθως ψάρια στην τράπεζα λιμνών, στη συνέχεια τα μεταφέρουν και τα πωλούν σε άλλα καταστήματα, όπως εργοστάσια επεξεργασίας, λίμνες πληρωμής, λίμνες αναψυχής ή καταστήματα λιανικής πώλησης. Οι παραγωγοί μικρής κλίμακας συχνά δυσκολεύονται να συνεργαστούν με ζωντανούς μεταφορείς επειδή οι παραγωγοί στερούνται κατάλληλου εξοπλισμού και εμπειρίας. Οι ζωντανοί μεταφορείς πρέπει να γνωρίζουν ακριβώς πόσα κιλά, τι μέγεθος και πότε θα είναι διαθέσιμα ψάρια. Οι ζωντανοί μεταφορείς προτιμούν να μην χειρίζονται μικρές ποσότητες ψαριών, μικρότερες από 1.000 έως 2.000 λίβρες, και σε ορισμένες περιοχές όχι λιγότερες από 5.000 έως 10.000 λίρες. Ορισμένοι ζωντανοί μεταφορείς ενδέχεται να χρησιμοποιούν μικρά φορτηγά για τη μεταφορά ψαριών σε περιορισμένες γεωγραφικές περιοχές, παρέχοντας έξοδο για 500 έως 1.000 κιλά ψαριών κάθε φορά. Προτιμούν τα ψάρια να είναι σταθερού μεγέθους.

²¹ <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118859223.ch9>

²² <https://thefishsite.com/articles/smallscale-marketing-of-aquaculture-products>



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Μια άλλη εναλλακτική λύση μάρκετινγκ είναι οι άμεσες πωλήσεις ζώντων, ολόκληρων ή μεταποιημένων ψαριών. Αυτή η επιλογή απαιτεί διευκόλυνση εκμετάλλευσης, αλλά προσφέρει το πλεονέκτημα μιας premium τιμής με ένα ελάχιστο ποσό συναλλαγής με το κοινό. Μπορούν να καθοριστούν συγκεκριμένες ώρες λειτουργίας. Οι μικροί παραγωγοί ενδέχεται να είναι ανοιχτοί μόνο λίγες ώρες μία ημέρα την εβδομάδα. Αυτό επιτρέπει τον αποτελεσματικό προγραμματισμό του χρόνου και μειώνει τον χρόνο που χάνεται περιμένοντας έναν πελάτη. Οι παραγγελίες για ψάρια μπορούν να ληφθούν πριν από την παραλαβή με όλους τους πελάτες που απαιτούνται για να παραλάβουν τα ψάρια κατά τη διάρκεια συγκεκριμένου χρόνου.

Εάν τα μεταποιημένα ψάρια πωλούνται απευθείας στο κοινό, απαιτούνται εγκαταστάσεις υγειονομικής επεξεργασίας. Θα πρέπει να επικοινωνήσετε με τοπικούς υπαλλήλους δημόσιας υγείας σχετικά με τους κανονισμούς για την επεξεργασία και την πώληση προϊόντων υδατοκαλλιέργειας.

Άμεσες πωλήσεις σε εστιατόρια, παντοπωλεία και άλλα καταστήματα λιανικής. Οι άμεσες πωλήσεις σε εστιατόρια, παντοπωλεία ή άλλα καταστήματα λιανικής πώλησης φαίνεται συχνά να είναι μια βιώσιμη εναλλακτική λύση μάρκετινγκ για τους μικρούς παραγωγούς. Στις περισσότερες περιπτώσεις δεν είναι. Παρόλο που μπορεί να υπάρχουν πολλά καταστήματα λιανικής στην περιοχή, απαιτούν σταθερή προσφορά και σταθερό προϊόν. Ένας μικρός παραγωγός πιθανότατα θα έχει διαθέσιμα ψάρια για πολύ μικρό χρονικό διάστημα. Παρόλο που ο παραγωγός μπορεί να είναι σε θέση να παραδώσει ένα ποιοτικό προϊόν σε λογική τιμή, ο διευθυντής λιανικής πώλησης συνήθως επιλέγει έναν καταξιωμένο διανομέα ή μεγάλο παραγωγό για ευκολία και αξιοπιστία.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



CROSS BORDER
COOPERATION



EUROPEAN UNION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Όμιλος Ανδρομέδα <https://www.andromedagroup.eu/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B9%CE%BA%CE%AE>
Επιχειρηματίας, Μοναδική πρόταση πώλησης (USP), <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/unique-selling-proposition-usp>
- Euromonitor International <https://www.euromonitor.com/>
- Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Αλιείας και Προϊόντων Υδατοκαλλιέργειας - EUMOFA (2018). Η αγορά ψαριών της ΕΕ. https://www.eumofa.eu/documents/20178/132648/EL_The+EU+fish+market+2018.pdf
<https://www.andromedagroup.eu/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B9%CE%BA%CE%AE>
- Kotler, P., Gertner, D. Χώρα ως μάρκα, προϊόν και πέρα: Προοπτική μάρκετινγκ χώρου και διαχείρισης μάρκας. J Brand Manag 9, σελ. 249–261 (2002).
- Laskey, HA, Day, E. and Crask, MR, "Typology of Main Message Strategies," Journal of Advertising, vol. 18, αριθ. 1, σελ. 36–41 (1989).
- Moilanen, T. and Rainisto, S. How to Brand Nations, Cities and Destinations: A Planning Book for Place Branding, Palgrave Macmillan, Ηνωμένο Βασίλειο. (2008).
- Rainisto, Seppo K., Παράγοντες επιτυχίας του μάρκετινγκ χώρων: μελέτη πρακτικών μάρκετινγκ χώρων στη Βόρεια Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες, Τμήμα Βιομηχανικής Μηχανικής και Διοίκησης Tuotantotalouden osasto, ISBN: 951-22-6684-9 (2003).
- Β.Δ 142/1971, άρθρο 1 «Αλιεία υδρόβιων οργανισμών ... και προστασίας αυτών» ΦΕΚ 49/Α/12-3-1971 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/71_0049A.pdf Το
- Βικιπαιδεία, λήμμα:
Νησιεία, <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%B7%CF%83%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1>
- Γεωργακόπουλος Κωνσταντίνος, Διπλωματική εργασία «Μελέτη σκοπιμότητας ίδρυσης μονάδας ιχθυοκαλλιέργειας» (2006).
- Δίκτυο AQUAEXCEL <https://www.aquaexcel2020.eu/>
- Ευρωπαϊκή Ένωση <https://ec.europa.eu/>
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ενημερωτικό δελτίο για τις τεχνικές υδατοκαλλιέργειας, 2012.
- Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Καινοτομίας Υδατοκαλλιέργειας <http://eatip.eu/> Το
- Ιχθυοκαλλιέργειες Νηρέυς http://www.nireus.com/1_1/arxikh-selida
- Ιχθυοτροφεία Σελόντα <http://selonda.com/>
- Κ.Υ.Α 31722/4-11-2011 περί «Έγκρισης Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τις Υδατοκαλλιέργειες...» ΦΕΚ 2505/Β/4-11-2011 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/11_2505B.pdf Το
- Κλαδική Μελέτη «Ιχθυοκαλλιέργειες», Διεύθυνση Οικονομικών και Κλαδικών Μελετών, ICAP ΑΕ (2019).
- Μπασιούλη Ιωάννα, Διπλωματική εργασία «Η Εκπαίδευση στις υδατοκαλλιέργειες στην Ευρώπη, την Αμερική και την Ασία: ιστορική αναδρομή, υφιστάμενη κατάσταση, προοπτικές» (2014).
- Ν. 1845/1989, άρθρο 32, παρ. 7 (α), περί «εκμίσθωσης υδάτινων εκτάσεων» ΦΕΚ 102/Α/26-4-1989 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/89_0102A.pdf Το
- Ν. 3199/2003 περί «Προστασίας και διαχείρισης των υδάτων-Εναρμόνιση με την Οδηγία 2000/60/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου...» ΦΕΚ 280/Α/9-12-2003 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/03_0280A.pdf Το
- Ν. 3208/2003 άρθρο 19, παρ. 11, ΦΕΚ 303/Α/24-12-2003 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/03_0303A.pdf Το
- Ν. 3852/2010 «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης-Πρόγραμμα Καλλικράτης» ΦΕΚ 87/Α/7-6-2010 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/10_0087A.pdf Το

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



CROSS BORDER
COOPERATION



EUROPEAN UNION



DACIAT



Black Sea
CROSS BORDER
COOPERATION



Περιφέρεια
Αν. Μακεδονίας - Θράκης

- N. 4014/2011 περί «Περιβαλλοντικής αδειοδότησης έργων και δραστηριοτήτων...» ΦΕΚ 209/Α/21-9-2011 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/11_0209A.pdf
Το
- N.4282/2014 ΦΕΚ 182/Α/2014 Ανάπτυξη υδατοκαλλιέργειών και άλλων διατάξεων " http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/%CE%A6%CE%95%CE%9A%20182%20%CE%91%20%CE%BD4282%20_2014.pdf
- N.Δ.420/70 "Αλιευτικός Κώδικας" ΦΕΚ 27/Α/31-1-1970 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/70_0027A.pdf
Οργανισμός Κεντρικών Αγορών & Αλιείας Α.Ε. <https://www.okaa.gr/>
- Π.Δ 28/2009 περί «Απαιτήσεων υγειονομικού ελέγχου για τα ζώα υδατοκαλλιέργειας και των προϊόντων τους... σε συμμόρφωση με τις οδηγίες 2006/88/ΕΚ του Συμβουλίου και 2008/53/ΕΚ της Επιτροπής της ΕΕ» (ΦΕΚ 46/Α/16 -3-2009 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/09_0046A.pdf).
- Πανελλαδική Ομοσπονδία Συλλόγων Παραγωγών Αγροτικών Προϊόντων Πωλητών Λαϊκών Αγορών <http://www.laikesagores.gr/laikh/agora/road/list?mode=list>
- Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, <https://www.pamth.gov.gr/index.php/el/enimerosi/deltia-timon/psaria/item/63145-mesi-timi-nopon-alievmaton-no-11-11-5-2020-21-5-2020>, <https://www.pamth.gov.gr/index.php/el/enimerosi/deltia-timon/psaria/item/62933-21-apriliou-2020-30-apriliou-2020>
- ΣΕΘ 2019. Σύνδεσμος Ελληνικών Θαλασσοκαλλιεργειών. Ετήσια Έκθεση ΣΕΘ 2019 [https://www.fgm.com.gr/uploads/file/FGM_19_GR_WEB_S_spreads\(4\).pdf](https://www.fgm.com.gr/uploads/file/FGM_19_GR_WEB_S_spreads(4).pdf)
- Υδατοκαλλιέργεια, GAIAPedia (2015) <http://www.gaiapedia.gr/gaiapedia/index.php/%CE%A5%CE%B4%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%B9%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B9%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CE%B1>
- Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων <http://www.alieia.minagric.gr>
- Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων <http://www.opengov.gr/γροια/?p=7872>
- Υπουργική Απόφαση 140476/2004 «Καθορισμός της διαδικασίας παραχώρησης... και της χορήγησης της άδειας ίδρυσης και λειτουργίας μονάδων» ΦΕΚ 357/Β/19-2-2004 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/04_0357B.pdf Το
- Υπουργική Απόφαση 521/53656/16-05-2015 "Όλοι, προϋποθέσεις και διαδικασία μοριοδότησης για τη μίσθωση θαλάσσιων και λιμναίων υδάτινων εκτάσεων ..." ΦΕΚ 1780/Β/23-05-2015 <http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/%CE%A6%CE%95%CE%9A%201780%20%CE%92%202017.pdf> Το
- Υπουργική Απόφαση 9232.1/11/11-01-2011 «Ρυθμίσεις αδειοδότησης μονάδων εκτροφής και Ιχθυογεννητικών Σταθμών θαλάσσιας Ιχθυοκαλλιέργειας» ΦΕΚ 136/Β/09-2-2011 http://www.alieia.minagric.gr/sites/default/files/basicPageFiles/2-Ydat/11_0136B.pdf Το
- Χαβέλας Κωνσταντίνος (2015), Διπλωματική εργασία «Η Ιχθυοκαλλιέργεια στην Ελλάδα και παγκοσμίως» Νηρεύς Ιχθυοκαλλιέργειες »».

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



CROSS BORDER
COOPERATION