



EUROPEAN
COMMISSION



ADVANCED PLANNING - CONSULTING

ΕΚΘΕΣΗ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΤΩΝ ΕΙΔΩΝ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



ΜΕΡΟΣ Β

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2016

**APC ADVANCED PLANNING – CONSULTING
ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε.**

Μνησικλέους 2, Τ.Κ. 105 56 Αθήνα
τηλ: 210 32 29 303 & 210 32 29 340, fax: 210 32 29 304
<http://www.apc.gr> e-mail: apc@apc.gr
ΑΡ. Μ.Α.Ε. 67150/01/Β/08/608

Πίνακας περιεχομένων

I. ΠΡΟΛΟΓΟΣ	1
Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ	2
1. Εγχώρια αγορά.....	2
1.1. Γενικά στοιχεία	2
1.2. Εξωτερικό Εμπόριο	7
1.2.1. Στοιχεία εξαγωγών	7
1.2.2. Στοιχεία εισαγωγών.....	26
2. Τα ελληνικά προϊόντα υδατοκαλλιέργειας στις αγορές ΕΕ και τρίτων χωρών	34
2.1. Κατανάλωση αλιευτικών προϊόντων στις αγορές ΕΕ και τρίτες χώρες	34
2.2. Ανταγωνισμός	48
3. Προοπτικές εμπορίας.....	64
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ (ΜΕΡΟΣ Α ΚΑΙ Β).....	70

I. ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα Έκθεση Εμπορίας εκπονήθηκε από την εταιρία APC ADVANCED PLANNING – CONSULTING ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΕ (APC S.A.) με ανάθεση από την Υπηρεσία Στήριξης Διαρθρωτικών Μεταρρυθμίσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, κατόπιν γραπτής πρόσκλησης, με στόχο να διερευνηθούν τα θέματα εμπορίας ειδών υδατοκαλλιέργειας τα οποία παράγονται στην Ελλάδα (SPSS/C2016/019).

Σκοπός της Έκθεσης είναι να καλυφθούν οι απαιτήσεις του Άρθρου 46 του Κανονισμού (ΕΕ) 508/2014 για το ΕΤΘΑ, όσον αφορά τις παραγωγικές επενδύσεις στον κλάδο των υδατοκαλλιεργειών.

Επίσης, η παρούσα Έκθεση θα μπορούσε να υποστηρίξει την Ελληνική Διοίκηση στην επίτευξη των στόχων του «Πολυετούς Εθνικού Στρατηγικού Σχεδίου για την ανάπτυξη των υδατοκαλλιεργειών στην Ελλάδα 2014-2020», στην εξειδίκευση των σχετικών δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος Αλιείας και Θάλασσας 2014-2020, καθώς και στην υλοποίησή τους.

ΜΕΡΟΣ Β

Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

1. Εγχώρια αγορά

1.1. Γενικά στοιχεία

Η Ελλάδα έχει σημαντική κατά κεφαλή ετήσια κατανάλωση αλιευμάτων (19,6 kg/έτος), ενώ βρίσκεται στην όγδοη θέση για δαπάνη κατανάλωσης αλιευτικών προϊόντων ανά νοικοκυριό στην Ε.Ε..

Έχει σημειωθεί μια σημαντική αύξηση της κατανάλωσης την τελευταία δεκαπενταετία, κύρια λόγω της ιχθυοκαλλιέργειας (διαθεσιμότητα ποιοτικών ψαριών σε ανταγωνιστικές τιμές), αν και παρατηρείται στασιμότητα τα τελευταία έτη.

Η κατανάλωση της θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας (τσιπούρα – λαβράκι και λοιπά είδη) στην εσωτερική αγορά εκτιμάται σε 17.000–22.000 tn (2013 – 2015), παρουσιάζοντας μικρή πτωτική τάση, προφανώς λόγω της οικονομικής κρίσης.

Στη συνέχεια παρατίθενται ορισμένα από τα χαρακτηριστικά του έλληνα καταναλωτή και των καταναλωτικών συνηθειών του, σε σχέση με τα προϊόντα θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον Ελληνικό Οργανισμό Εξωτερικού Εμπορίου (Startup Greece, 2012) ο καταναλωτής στην Ελλάδα καταναλώνει ψάρια με συχνότητα η οποία ορίζεται ως μεγάλη (heavy) κατανάλωση, μέτρια (medium) κατανάλωση, μικρή (light) κατανάλωση και πολύ μικρή (very light) έως καθόλου κατανάλωση.

Η μεγάλη (heavy) κατανάλωση αφορά 1, ή και περισσότερες φορές την εβδομάδα, ενώ η μέτρια κατανάλωση αφορά 1 φορά στις 15 ημέρες. Η μικρή κατανάλωση αφορά 1 φορά το μήνα. Η πολύ μικρή κατανάλωση 1 φορά κάθε δύο - τρεις μήνες, ή κατανάλωση σε λιγότερο από 3 μήνες. Επίσης υπάρχει και μηδενική κατανάλωση.

Στη μεγάλη κατανάλωση περιλαμβάνονται ψάρια συλλεκτικής αλιείας (49,7%), ψάρια ιχθυοκαλλιέργειας (20,3%) και κατεψυγμένα (13,3%). Στη μέτρια κατανάλωση: ψάρια

συλλεκτικής αλιείας (20,3%), ψάρια ιχθυοκαλλιέργειας (15,3%) και κατεψυγμένα (12%), ενώ στη μικρή κατανάλωση: ψάρια συλλεκτικής αλιείας (13%), ψάρια ιχθυοκαλλιέργειας (14,7%) και κατεψυγμένα (14%).

Η κατανάλωση νωπών ψαριών θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας, σύμφωνα με την ως άνω έρευνα, διαβαθμίζεται σε σχέση με το φύλο και την ηλικία, με τη μεγαλύτερη κατανάλωση (1 ή περισσότερες φορές την εβδομάδα) οι γυναίκες των ηλικιακών ομάδων 65+ και 55-64 και τη μικρότερη κατανάλωση (1 φορά στους 3 μήνες) οι άνδρες των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44, ενώ καταναλώνουν σπάνια νωπά ψάρια ιχθυοκαλλιέργειας άνδρες της ηλικιακής ομάδας 35-44. Η μεγαλύτερη κατανάλωση εστιάζεται σε μεγάλα αστικά κέντρα (Αθήνα και Θεσσαλονίκη) και σε μικρότερα αστικά κέντρα.

Υπάρχει εποχικότητα στην κατανάλωση των ψαριών και τα σχετικά στοιχεία δείχνουν ότι, τα νωπά ψάρια συλλεκτικής αλιείας καταναλώνονται κυρίως το καλοκαίρι, το χειμώνα αυξημένη είναι η κατανάλωση των ψαριών ιχθυοκαλλιέργειας και των κατεψυγμένων ψαριών, ενώ η κατανάλωση την άνοιξη είναι σχετικά μικρή.

Σε σχέση με τον τόπο κατανάλωσης, ακολουθείται η λογική της κατανάλωσης «εντός σπιτιού», τόσο για τα ψάρια συλλεκτικής αλιείας και ιχθυοκαλλιέργειας, αλλά και τα κατεψυγμένα. Τα νοικοκυριά έχουν κάποια καθιερωμένη ημέρα ψαροφαγίας, η οποία μπορεί και να συμπίπτει με τη λαϊκή αγορά της περιοχής για λόγους πρακτικότητας, αλλά και για να δημιουργείται συνήθεια στα νεότερα μέλη της οικογένειας. Το ψάρι επίσης συνδέεται με διάφορες θρησκευτικές εορτές, παραδόσεις και έθιμα. Στην κατανάλωση «εκτός σπιτιού» προτιμώνται τα ψάρια συλλεκτικής αλιείας έναντι των ψαριών ιχθυοκαλλιέργειας και των κατεψυγμένων.

Τα προϊόντα θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας, που επιλέγουν οι έλληνες καταναλωτές, είναι η τσιπούρα (το πλέον γνωστό είδος), ακολουθεί το λαβράκι και στη συνέχεια ο σολομός και το φαγκρί. Τα κριτήρια για την επιλογή ψαριών ιχθυοκαλλιέργειας από τους καταναλωτές, εκτός της τιμής, αφορούν κυρίως στη χώρα προέλευσης του ψαριού, την περιοχή που βρίσκεται η μονάδα ιχθυοκαλλιέργειας και την εταιρεία παραγωγής του ψαριού (brand name).

Οι απόψεις των καταναλωτών, οι οποίοι καταναλώνουν ψάρια ιχθυοκαλλιέργειας, αλλά και αυτών που δεν καταναλώνουν, ταυτίζονται όσον αφορά στα πλεονεκτήματα της κατανάλωσης ψαριών ιχθυοκαλλιέργειας και αναγνωρίζουν ως τέτοια: την ανταγωνιστική τιμή, τη διαθεσιμότητα στην αγορά και τη φρεσκότητα του ψαριού.

Άλλα πλεονεκτήματα θεωρούνται, η σταθερή και πιστοποιημένη ποιότητα του προϊόντος, οι ελεγχόμενες συνθήκες ανάπτυξης, η διατροφική αξία, η γεύση, το «ότι αξίζει τα λεφτά του» (value for money), η ύπαρξη σχετικής ποικιλίας ειδών, η ευκολία στο μαγείρεμα και η ύπαρξη αναγνωρίσιμων εταιρειών.

Τα πλεονεκτήματα που κινητοποιούν καταναλωτές και αγοραστές συγκλίνουν: α) στη σχετικά χαμηλή τιμή και β) στη διαθεσιμότητα και επάρκεια του προϊόντος. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι αγοραστές ψαριών ιχθυοκαλλιέργειας που ανήκουν στην κατηγορία μεγάλης κατανάλωσης θεωρούν ως κύριο πλεονέκτημα τη διατροφική αξία του ψαριού και το ότι «αξίζει τα λεφτά του».

Οι τρέχουσες συνθήκες και το περιβάλλον ευνοούν την κατανάλωση των ψαριών αυτών, ως την ιδανική διατροφική λύση, για λήψη ζωϊκής πρωτεΐνης, εκτός από αυτή του κρέατος. Επίσης, το γεγονός της μείωσης των ψαριών συλλεκτικής αλιείας, σε συνδυασμό με το υψηλό τους κόστος, καθιστούν ιδανική επιλογή το ψάρι υδατοκαλλιέργειας.

Ο προβληματισμός του καταναλωτή συνδέεται με την περιορισμένη γνώση θεμάτων που αφορούν στη διαδικασία εκτροφής των ψαριών, το είδος της τροφής, και των συνθηκών ανάπτυξής τους (χρήση αντιβιοτικών κ.α.) και συνεπώς την υγιεινή του τελικού προϊόντος και ενδεχομένως τη διατροφική αξία του.

Σημαντικό παράγοντα προσδιορισμού της ζήτησης των ψαριών εκτροφής αποτελεί η τιμή πώλησής τους, σε σχέση με άλλα είδη ψαριών συλλεκτικής αλιείας, καθώς ο καταναλωτής εύκολα τα υποκαθιστά με αυτά. Συνεπώς υπάρχει αυξημένη ελαστικότητα ως προς την τιμή.

Σύμφωνα με την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΛΣΤΑΤ, η μέση μηνιαία δαπάνη ανά νοικοκυριό για αγορά ψαριών (νωπών, διατηρημένων σε απλή ψύξη ή κατεψυγμένων) ανήλθε σε 16,22 € το 2014 που αντιστοιχεί στο 5,7% των συνολικών μηνιαίων δαπανών για είδη διατροφής.

Σημαντικότερη είναι η δαπάνη για νωπά αλιεύματα από τα υψηλότερα εισοδηματικά στρώματα σε αστικές περιοχές.

Όσον αφορά τα ψάρια βιολογικής εκτροφής σημειώνεται ότι, η προσφορά τους υπερκαλύπτει τη ζήτηση και τις ανάγκες της αγοράς, καθώς οι καταναλωτές των οποίων το κριτήριο είναι κυρίως η τιμή και το «να αξίζει τα λεφτά του» (value for money) σπάνια αγοράζουν βιολογικό ψάρι, το οποίο διατίθεται από περιορισμένο αριθμό αλυσίδων λιανικής πώλησης.

ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ ΕΚΤΡΕΦΟΜΕΝΩΝ ΕΙΔΩΝ

Αν και αρχικά τα προϊόντα υδατοκαλλιέργειας ακολούθησαν τα παραδοσιακά κανάλια διανομής και λιανικής πώλησης, με αυτά των ειδών συλλεκτικής αλιείας, μέσω ιχθυαγορών και χονδρεμπόρων, σταδιακά παρατηρήθηκε μια διαφοροποίηση με υποχώρηση της διανομής μέσω των χονδρεμπόρων ψαριών, υπέρ των μεγάλων αλυσίδων διανομής και λιανικής πώλησης. Προφανώς, το φαινόμενο αυτό διαφοροποιείται τόσο μεταξύ κρατών και περιφερειών του ίδιου κράτους. Η σταδιακή επικράτηση των αλυσίδων λιανικής πώλησης (super markets) συντέμνει στον καλύτερο έλεγχο ποιότητας και φρεσκότητας, αλλά συμπίεσε τις τιμές παραγωγού, καθώς δυσχέρανε τη διαπραγματευτική δυνατότητά τους και τη διατήρηση της σταθερότητας σχέσεων πωλητή – αγοραστή.

Η ιδιαίτερη γνώση των χονδρεμπόρων στα χαρακτηριστικά των προϊόντων αντικαταστάθηκε από τη διαπραγμάτευση, κύρια της τιμής και τη σταθερότητα εφοδιασμού. Οπωσδήποτε η μείωση της τιμής παραγωγού δεν μεταφράστηκε σε ανάλογη μείωσή της στον καταναλωτή.

Οι μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου των θαλάσσιων ιχθυοκαλλιεργειών διαθέτουν οργανωμένα δίκτυα διανομής των προϊόντων τους μέσω εμπορικών τμημάτων, και τα προωθούν, ως επί το πλείστον, στο εξωτερικό. Οι εταιρείες αυτές εμπορεύονται παράλληλα και ψάρια μικρότερων εταιρειών του κλάδου, οι οποίες δεν διαθέτουν δικά τους δίκτυα διανομής.

Τα κανάλια διανομής είναι:

- Εμπορικές εταιρείες, οι οποίες προμηθεύονται και μεταπωλούν τα προϊόντα ιχθυοκαλλιέργειας σε άλλους εμπόρους χονδρικής ή σε εμπόρους λιανικής, σε αλυσίδες λιανικής πώλησης (super markets) και σε εταιρείες τροφοδοσίας.
- Ιχθυόσκαλες, στις οποίες συγκεντρώνεται μεγάλος αριθμός εμπόρων χονδρικής πώλησης, των οποίων οι βασικές πωλήσεις γίνονται προς εμπόρους λιανικής (ιχθυοπώλες) και επιχειρήσεις εστίασης, αλλά πραγματοποιούν και περιορισμένες πωλήσεις προς άλλους χονδρεμπόρους και εταιρείες επεξεργασίας αλιευμάτων.
- Τοπικοί ιχθυέμποροι, οι οποίοι αγοράζουν μικρές ποσότητες και εφοδιάζουν τοπικά καταστήματα, ξενοδοχεία και ιχθυοπωλεία (ορισμένες φορές ιδιοκτησίας τους).

Εκτός από τα παραπάνω κανάλια, τα ψάρια εκτροφής διανέμονται και απευθείας από μικρούς ιχθυοκαλλιεργητές σε καταστήματα, ή μέσω ειδικευμένων εταιρειών διανομής, χωρίς μεσολάβηση εμπόρων χονδρικής πώλησης.

ΆΛΛΑ ΕΙΔΗ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

ΠΕΣΤΡΟΦΑ

Στην ελληνική αγορά υπάρχει κατανάλωση σαλμονοειδών και ιδιαίτερα σολομού, καθώς η κατανάλωσή του είναι συνυφασμένη με την πολλαπλότητα των μορφών διάθεσής του (φέτες, ολόκληρος, φιλέτο, καπνιστός) κοινωνικούς λόγους και ότι αποτελεί πεποίθηση ότι είναι «υγιεινή τροφή».

Όσον αφορά την πέστροφα το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής κατευθύνεται στην ελληνική αγορά, μέσω ιχθυοσκαλών και χονδρέμπορων, ενώ ποσοστό 20% κατευθύνεται στη λιανική πώληση μέσω αλυσίδων λιανικής πώλησης στη Βόρεια Ελλάδα και στην περιοχή των Αθηνών. Η ελληνική αγορά, για την πέστροφα, επηρεάζεται ευθέως από τη διακύμανση της τιμής της τσιπούρας. Τα μεγέθη προτίμησης (της πέστροφας) στην αγορά της Αθήνας είναι 400-500 γρ., ενώ στην αγορά της Βόρειας Ελλάδας είναι 200-220 γρ. (όπως και στις αγορές της Βουλγαρίας και της Ρουμανίας). Από το σύνολο της παραγωγής εκτιμάται ότι περί τους 1.200-1.400 τόνους διακινείται στην Ελλάδα (με ποσότητα 400-500 τόνους από αυτούς να επανεξάγονται στη Βουλγαρία και Ρουμανία).

ΧΕΛΙ

Στην ελληνική αγορά το χέλι εκτροφής διακινείται σχεδόν αποκλειστικά σε μορφή καπνιστού 20 - 25 τον./ετήσια κύρια σε λιανικό εμπόριο και επιλεγμένα εστιατόρια. Υπάρχει σημαντική εποχικότητα στις πωλήσεις με ποσοστό 50 - 60% (παλαιότερα 80 – 90 %) κατά την περίοδο Οκτωβρίου – Δεκεμβρίου. Σημειώνεται ότι 10% της παραγωγής διατίθεται (χωρίς οικονομική ενίσχυση) για εμπλουτισμούς. Αντίθετα τα χέλια αλιείας έχουν μάλλον τοπική κατανάλωση στις περιοχές αλιείας τους (Μεσολόγγι, Αμβρακικός, Βιστωνίδα).

ΟΣΤΡΑΚΟΕΙΔΗ - ΜΥΔΙ

Παρά την μεγάλη ποικιλία των οστρακοειδών στη χώρα μας, υπάρχει έλλειψη εξοικείωσης στην κατανάλωσή τους. Η κατανάλωση οστρακοειδών είναι αυξημένη στις ευρύτερες γεωγραφικές

περιοχές κοντά σε μονάδες παραγωγής (Θεσσαλονίκη, Καβάλα). Το μύδι είναι το πλέον δημοφιλές είδος και αντιπροσωπεύει ποσοστό 93,75%, της συνολικής κατανάλωσης οστρακοειδών.

Ένας παράγοντας, πέραν της περιρρέουσας αντίληψης των καταναλωτών για επικινδυνότητα και ανθυγιεινότητα (χοληστερίνη), που δεν ευνοεί την κατανάλωση οστρακοειδών, είναι και η μεγάλη απόσταση των περιοχών κατανάλωσης από τις μονάδες εκτροφής. Αυτό αφορά ιδιαίτερα τα νησιά. καθώς σε αυτά είναι δύσκολο να μεταφερθούν τα οστρακοειδή λόγω της ευπάθειάς τους, αλλά είναι και ασύμφορο λόγω της χαμηλής τιμής σε συνάρτηση με το βάρος/όγκο της μεταφοράς. Η κάλυψη της ζήτησης από πελάτες λιανικής (εστιατόρια, ιχθυοπωλεία κλπ) εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα και την επάρκεια του προϊόντος σε σταθερή βάση. Η ετήσια κατανάλωση στην Ελλάδα υπολογίζεται περί τους 6.700 τόνους ή 0,6 kg κατά κεφαλή.

1.2. Εξωτερικό Εμπόριο

1.2.1. Στοιχεία εξαγωγών

Σύμφωνα με το Ισοζύγιο Αγροτικών Προϊόντων, η αξία των εξαγωγών της Ελλάδας σε ψάρια και παρασκευάσματα ψαριών το 2014, ανήλθε σε 548,5 εκ.ευρώ, η οποία αντιπροσωπεύει το 10,88% του συνόλου των εξαγωγών αγροτικών προϊόντων.

Για τα κύρια προϊόντα ελληνικής υδατοκαλλιέργειας, παρουσιάζονται στη συνέχεια, οι εξαγωγές ανά είδος και χώρα, για το χρονικό διάστημα 2010-2015.

ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΙΧΘΥΟΚΑΛΙΕΡΓΕΙΑ (ΤΣΙΠΟΥΡΑ ΚΑΙ ΛΑΒΡΑΚΙ)

Εξαγωγές τσιπούρας - λαβρακιού από την Ελλάδα σε αγορές της ΕΕ και σε αγορές τρίτων χωρών (ποσότητα σε τον.) 2010-2015						
ΧΩΡΕΣ	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΙΤΑΛΙΑ	42.334	36.155	37.260	36.785	35.980	33.358
ΙΣΠΑΝΙΑ	11.583	9.139	8.384	10.012	5.204	3.599
ΓΑΛΛΙΑ	10.474	9.614	9.028	8.528	8.388	7.993
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	5.815	6.207	6.932	7.479	7.249	7.342
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2.993	2.807	3.239	3.151	3.057	2.743
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	4.639	4.700	4.043	3.256	2.519	2.630
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	1.942	1.905	1.719	1.583	1.641	2.133
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	604	767	797	1.200	1.208	1.118
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	466	444	502	596	565	580

ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	128	148	190	154	142	169
ΚΥΠΡΟΣ	21	596	594	617	563	384
ΒΕΛΓΙΟ	67	141	155	237	223	213
ΑΥΣΤΡΙΑ	316	117	132	69	45	17
ΔΑΝΙΑ	135	131	123	98	65	56
ΕΣΘΟΝΙΑ	0	0	0,576	0	4	4
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	531	399	266	129	106	135
ΚΡΟΑΤΙΑ	0	0	0	62	17	36
ΛΕΤΟΝΙΑ	32	36	54	98	106	104
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	0	0	29	112	126	87
ΜΑΛΤΑ	457	402	132	127	0	0
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	0	0,01	11	16	16	17
ΠΟΛΩΝΙΑ	140	130	89	50	110	6
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	0	0	0	16	33	19
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	298	257	197	173	127	64
ΣΟΥΗΔΙΑ	0	0	0	0,228	0	0
ΤΣΕΧΙΑ	216	219	235	128	125	158
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	1	0,73	2	2	2	2
ΣΥΝΟΛΟ ΕΕ	83.193	74.315	74.114	74.681	67.621	62.967
ΕΛΒΕΤΙΑ	14	0,75	0	107	351	568
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	4	0	0	0	0	0
ΑΛΒΑΝΙΑ	3	1	0	112	220	294
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	0	0	0	0,6	0	0
ΙΣΡΑΗΛ	161	79	25	0	187	0
ΛΙΒΥΗ	4	0	0	0	0	0
ΜΑΡΟΚΟ	0	0	4	3	59	49
ΗΑΕ	0	0	0,73	0,37		0,01
ΜΠΑΧΡΕΪΝ	0	0	0	0	0,3	0
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	0	0	13	12	8	0
ΚΟΥΒΕΪΤ	0	0	0,15	0,3	0	0
ΤΟΥΡΚΙΑ	0	0,018	0,212	0	0	0
ΡΩΣΙΑ	1.374	644	1.054	1.046	30	0
ΚΑΝΑΔΑΣ	48	77	69	51	77	57
ΗΠΑ	323	428	249	148	131	205
ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ	1.931	1.230	1.415	1.482	1.063	1.173
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	85.124	75.545	75.529	76.162	68.684	64.140

Πηγή: ΥΠΑΑΤ_ΕΛΣΤΑΤ

Τα στοιχεία στον ανωτέρω πίνακα αφορούν μόνο τα είδη: νωπή τσιπούρα (*Sparus aurata*) και νωπό λαβράκι (*Dicentrarchus labrax*).

Από τα στοιχεία αυτά φαίνεται ότι οι μεγαλύτερες ποσότητες που εξήχθησαν, ειδικότερα το 2015, είναι σε χώρες της ΕΕ με ποσοστό 95% περίπου, επί του συνόλου των εξαγωγών.

Οι εξαγωγές πραγματοποιούνται οδικά, μέσω μεταφορικών εταιριών (45%), με επιτόπιες αγορές από Ιταλούς εμπόρους (41%, κύρια στη Δυτική Ελλάδα) και αεροπορικά (60%).

Από τις εξαγωγές του έτους 2015 προς την ΕΕ, το μεγαλύτερο ποσοστό αφορά εξαγωγές στην Ιταλία (52,98%), τη Γαλλία (12,69%) και την Πορτογαλία (11,66%) που αντιπροσωπεύουν το 77,33% των εξαγωγών στην ΕΕ. Από τις τρίτες χώρες κατά το 2015 στις πρώτες θέσεις με αυξητική τάση βρίσκονται οι χώρες Ελβετία, Αλβανία και ΗΠΑ, ενώ αξιόλογες είναι οι εξαγωγές και στον Καναδά.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΝΑ ΕΙΔΟΣ, ΤΣΙΠΟΥΡΑ - ΛΑΒΡΑΚΙ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ

Οι πίνακες που ακολουθούν αφορούν στοιχεία εξαγωγών των ειδών τσιπούρα - λαβράκι, σε ποσότητα, αξία και μέση τιμή κατ' έτος στις κύριες χώρες εξαγωγής στην ΕΕ κατά το διάστημα 2010-2015, με στοιχεία που προέρχονται από το ΥΠΑΑΤ και την ΕΛΣΤΑΤ.

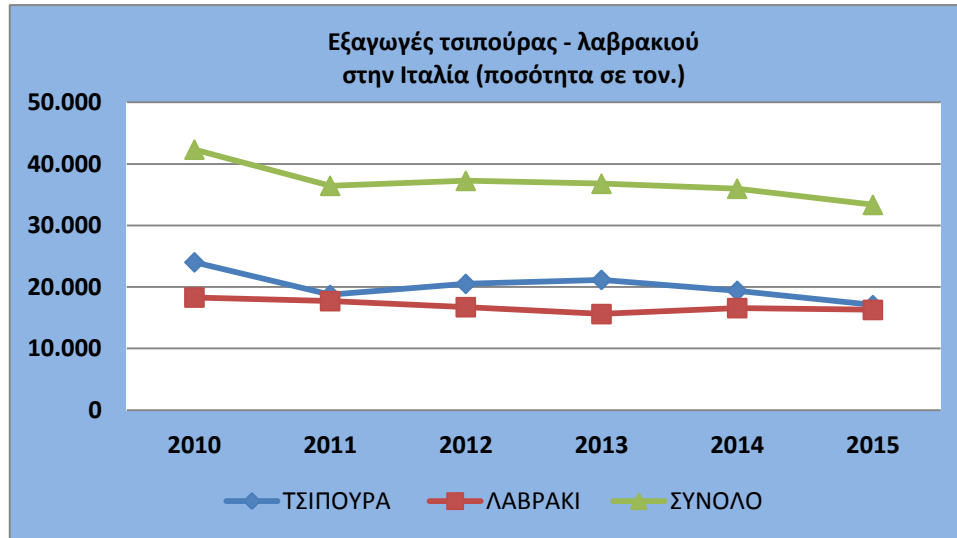
ΙΤΑΛΙΑ

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ (ποσότητα σε τον.)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	24.028	18.733	20.522	21.171	19.394	17.066
ΛΑΒΡΑΚΙ	18.306	17.721	16.738	15.614	16.586	16.292
ΣΥΝΟΛΟ	42.334	36.455	37.260	36.785	35.980	33.358

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ (αξία σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	91.752.624	94.355.363	85.523.951	85.560.531	93.089.385	91.126.595
ΛΑΒΡΑΚΙ	78.743.736	94.146.789	95.701.553	74.373.055	90.071.286	88.400.798
ΣΥΝΟΛΟ	170.496.360	188.502.152	181.225.504	159.933.586	183.160.671	179.527.393

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ (τιμές σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	3.819	5.037	4.168	4.041	4.800	5.340
ΛΑΒΡΑΚΙ	4.301	5.313	5.718	4.763	5.430	5.426

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Η ποσότητα (συνολικά για τα 2 είδη) που εξήχθηκε στην Ιταλία παρουσίασε μείωση τα δύο τελευταία έτη 2014 και 2015 σε ποσοστό αντίστοιχα 2,19% (το 2014 σε σχέση με το 2013) και 7,29% (το 2015 σε σχέση με το 2014). Η μείωση αφορά κυρίως στην τσιπούρα, η οποία ήταν 8,39% και 12% αντίστοιχα.

Η αξία (συνολικά τα 2 είδη) παρουσίασε συγκριτικά μικρή μείωση 1,98%, το 2015 σε σχέση με το 2014, γεγονός που οφείλεται στις υψηλότερες τιμές της τσιπούρας κατά τα έτη 2014 και 2015 έναντι των προηγούμενων ετών (2012 και 2013).

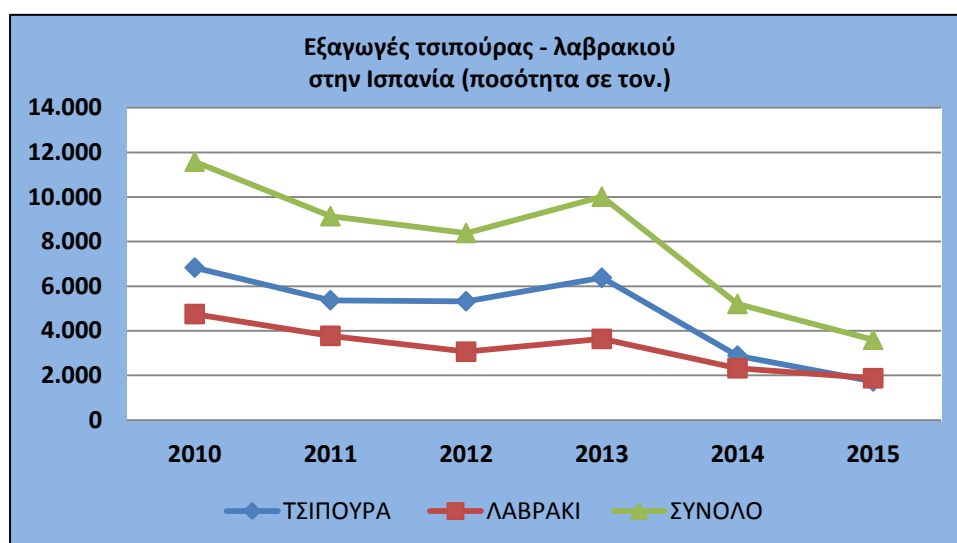
ΙΣΠΑΝΙΑ

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ (ποσότητα σε τον.)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	6.833	5.368	5.324	6.378	2.886	1.728
ΛΑΒΡΑΚΙ	4.750	3.771	3.060	3.635	2.319	1.871
ΣΥΝΟΛΟ	11.583	9.139	8.384	10.012	5.204	3.599

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ (αξία σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	28.681.986	27.454.656	22.099.317	27.573.042	14.228.903	9.835.638
ΛΑΒΡΑΚΙ	19.801.129	19.324.853	16.213.616	17.450.400	11.106.437	9.154.555
ΣΥΝΟΛΟ	48.483.115	46.779.509	38.312.933	45.023.442	25.335.340	18.990.193

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ (τιμές σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	4.198	5.114	4.151	4.323	4.931	5.693
ΛΑΒΡΑΚΙ	4.169	5.124	5.298	4.801	4.790	4.892

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Οι εξαγωγές των ειδών τσιπούρα - λαβράκι (συνολικά) στην Ισπανία παρουσιάζουν σημαντική μείωση τόσο σε ποσότητα όσο και σε αξία και κυρίως τα δύο τελευταία έτη 2014 και 2015.

Συγκεκριμένα, η ποσότητα μειώθηκε 48,02% το 2014 σε σχέση με το 2013 και 30,84% το 2015 σε σχέση με το 2014, τα αντίστοιχα ποσοστά στην αξία τους είναι 43,72% και 25,04%, ενώ οι τιμές διατηρήθηκαν σε ικανοποιητικά επίπεδα.

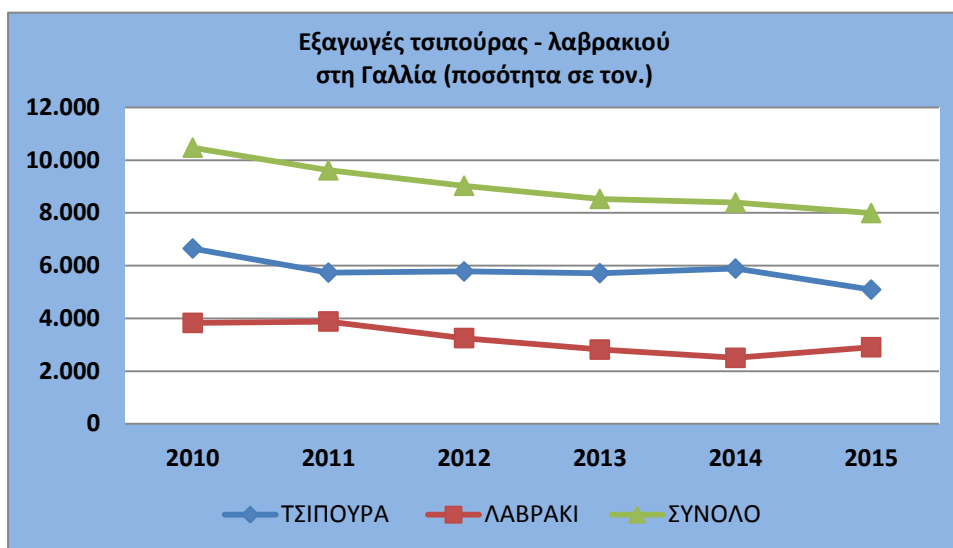
ΓΑΛΛΙΑ

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ (ποσότητα σε τον.)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	6.648	5.733	5.777	5.713	5.888	5.089
ΛΑΒΡΑΚΙ	3.826	3.881	3.251	2.815	2.501	2.904
ΣΥΝΟΛΟ	10.474	9.614	9.028	8.528	8.388	7.993

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ (αξία σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	28.302.578	31.119.989	26.151.668	25.916.151	28.794.110	28.026.869
ΛΑΒΡΑΚΙ	18.293.541	20.738.886	19.367.594	15.161.241	13.886.525	16.124.083
ΣΥΝΟΛΟ	46.596.119	51.858.875	45.519.262	41.077.392	42.680.635	44.150.952

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ (τιμή σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	4.257	5.428	4.527	4.536	4.891	5.507
ΛΑΒΡΑΚΙ	4.782	5.344	5.958	5.386	5.553	5.553

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΑΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

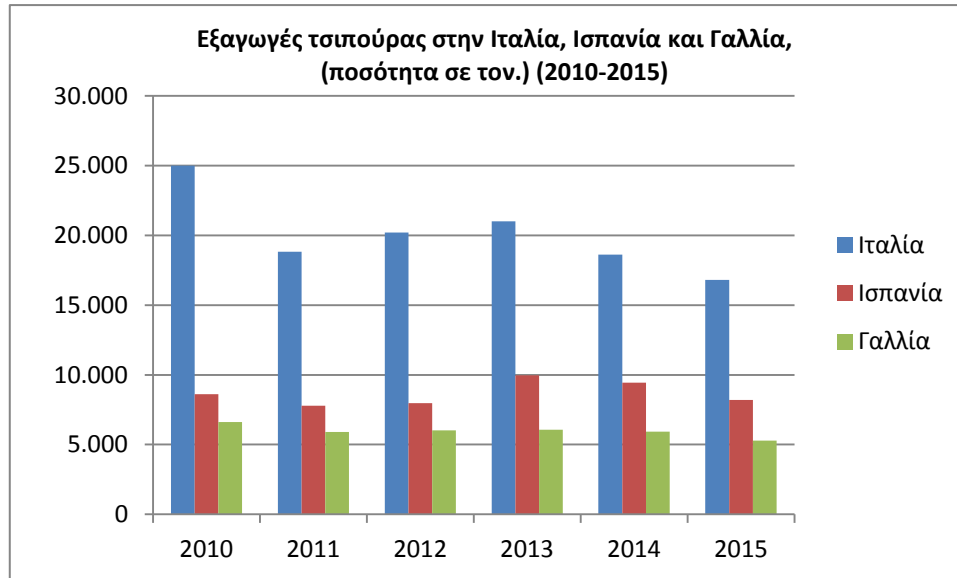
Οι εξαγωγές στη Γαλλία (συνολικά για τα 2 είδη) παρουσιάζουν πτωτική πορεία για όλο το διάστημα 2010 – 2015 με συνολική μείωση 23,68% το 2015 σε σχέση με το 2010.

Η αξία τους παρουσιάζει ορισμένες διακυμάνσεις με μείωση το 2015 σε σχέση με το 2010, μόλις 5,25%, λόγω της αυξητικής σχετικά πορείας των τιμών και για τα 2 είδη.

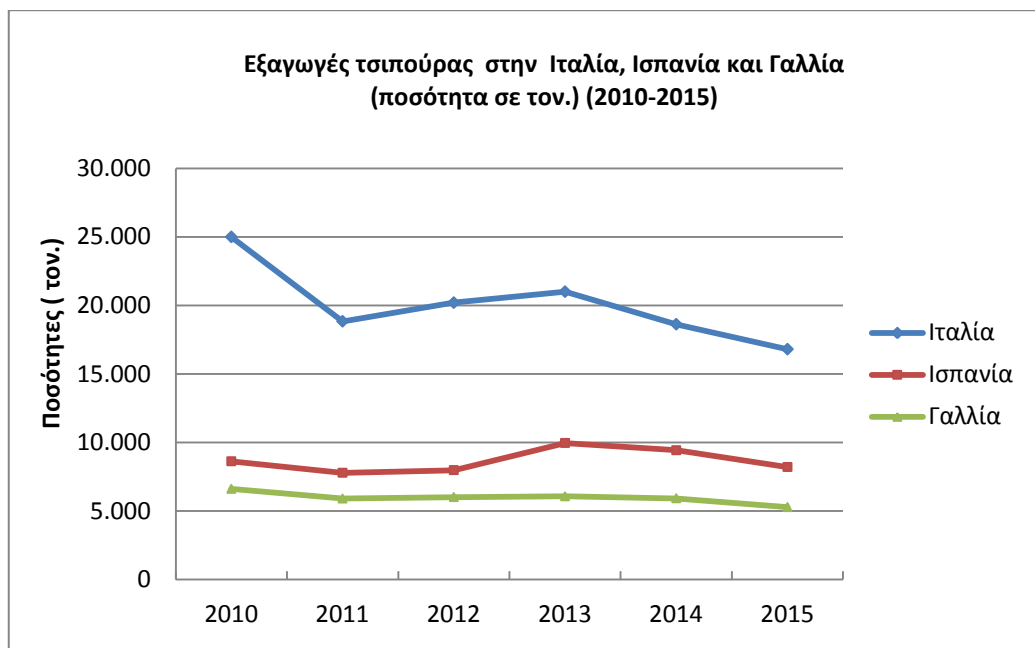
Για τις παραπάνω τρεις χώρες (Ιταλία, Ισπανία και Γαλλία) συγκλίνουν και στοιχεία προερχόμενα από τρίτη ανεξάρτητη πηγή, την εταιρεία Kontali Analyse AS, διεθνή εταιρεία αναλύσεων στους κλάδους αλιείας και υδατοκαλλιέργειας, τα οποία παρατίθενται στη συνέχεια σε μορφή πινάκων και διαγραμμάτων.

Εξαγωγές τσιπούρας στην Ιταλία, Ισπανία και Γαλλία (Ποσότητα σε τον.)						
Χώρες	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ιταλία	24.993	18.837	20.198	20.998	18.622	16.802
Ισπανία	8.624	7.786	7.980	9.959	9.431	8.207
Γαλλία	6.612	5.904	6.010	6.066	5.923	5.278

Πηγή: Kontali



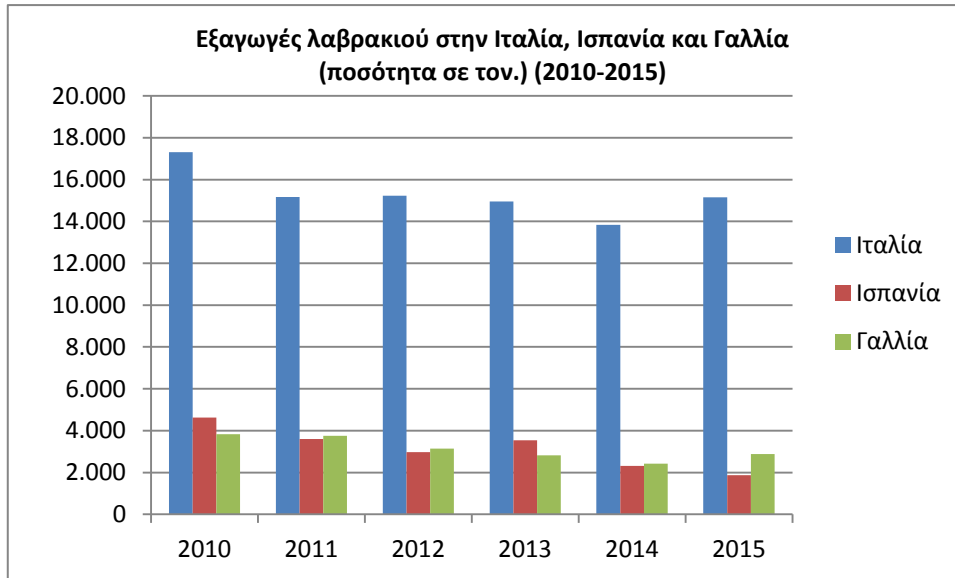
Πηγή: Kontali



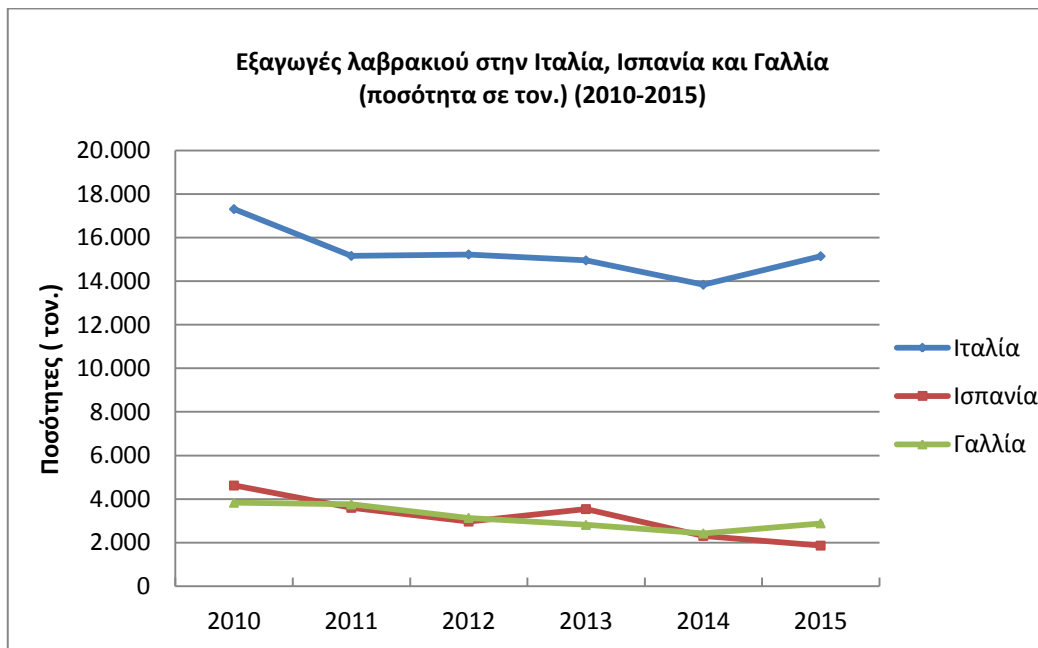
Πηγή: Kontali

Εξαγωγές λαβρακιού στην Ιταλία, Ισπανία, Γαλλία (ποσότητα σε τον.)						
Χώρες	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ιταλία	17.314	15.163	15.231	14.958	13.840	15.150
Ισπανία	4.622	3.598	2.967	3.540	2.307	1.863
Γαλλία	3.829	3.755	3.134	2.814	2.421	2.884

Πηγή: Kontali



Πηγή: Kontali



Πηγή: Kontali

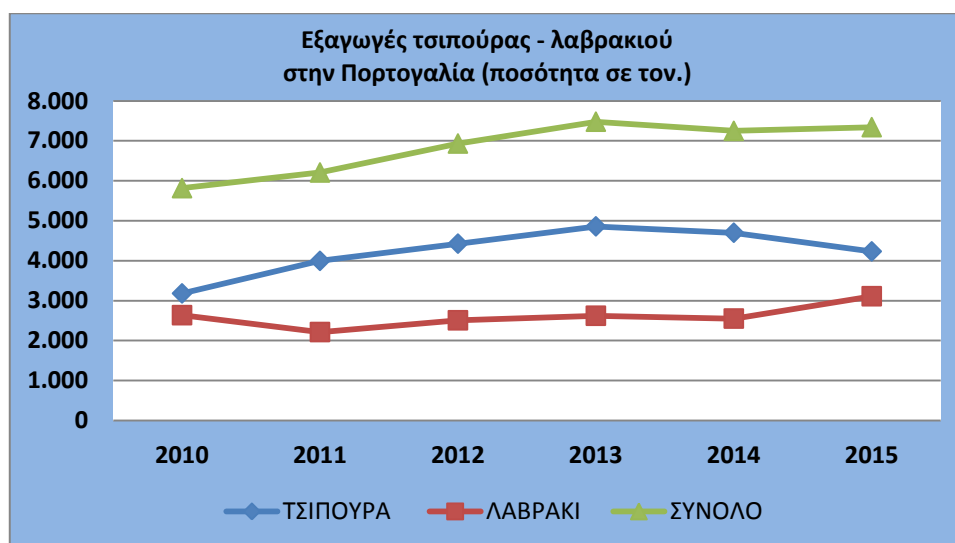
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ (ποσότητα σε τον.)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	3.180	3.994	4.426	4.858	4.699	4.232
ΛΑΒΡΑΚΙ	2.635	2.213	2.507	2.620	2.550	3.109
ΣΥΝΟΛΟ	5.815	6.207	6.932	7.479	7.249	7.342

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ (αξία σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	12.847.477	19.243.246	18.687.161	19.605.779	23.041.680	23.584.678
ΛΑΒΡΑΚΙ	10.426.016	10.066.474	11.783.198	11.260.430	11.962.605	16.076.606
ΣΥΝΟΛΟ	23.273.493	29.309.720	30.470.359	30.866.209	35.004.285	39.661.284

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ (τιμές σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	4.040	4.818	4.223	4.036	4.904	5.573
ΛΑΒΡΑΚΙ	3.957	4.550	4.701	4.297	4.691	5.170

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Η ποσότητα (συνολικά για τα 2 είδη) των εξαγωγών στην Πορτογαλία παρουσιάζει αύξηση σε όλο το διάστημα 2010 – 2015, με συνολική αύξηση 26,25% το 2015 σε σχέση με το 2010.

Η αξία των εξαγωγών, παρουσιάζει επίσης αυξητική πορεία, με τελική αύξηση (το 2015 σε σχέση με το 2010) σε ποσοστό 70,14%, λόγω της αυξημένης τιμής για το αντίστοιχο διάστημα.

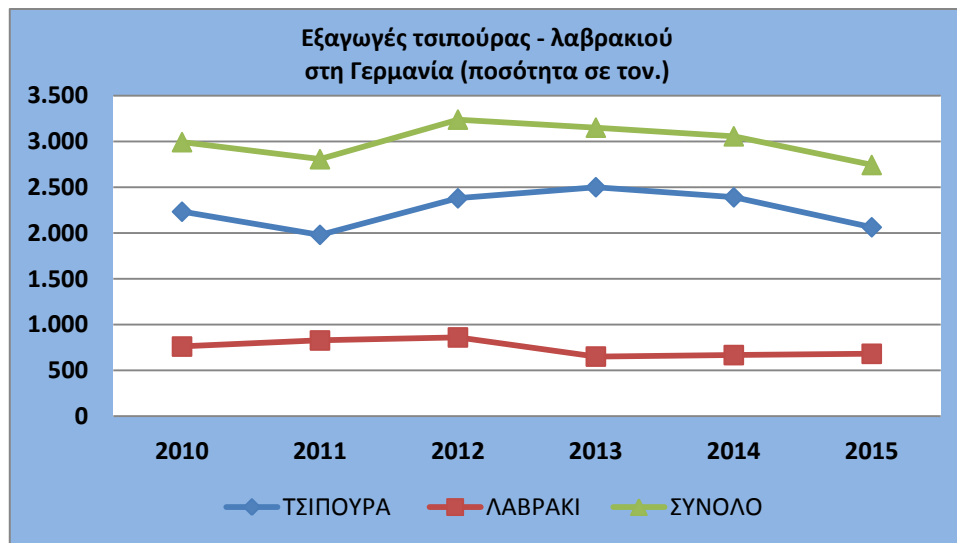
ΓΕΡΜΑΝΙΑ

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ (ποσότητα σε τον.)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	2.233	1.980	2.379	2.501	2.390	2.063
ΛΑΒΡΑΚΙ	760	826	860	651	667	681
ΣΥΝΟΛΟ	2.993	2.807	3.239	3.151	3.057	2.743

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ (αξία σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	10.260.408	11.248.417	11.140.417	11.343.606	12.137.763	11.987.214
ΛΑΒΡΑΚΙ	4.132.802	5.419.824	6.039.877	4.092.656	4.183.338	4.307.764
ΣΥΝΟΛΟ	14.393.210	16.668.241	17.180.294	15.436.262	16.321.101	16.294.978

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ (τιμές σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	4.596	5.680	4.682	4.536	5.079	5.811
ΛΑΒΡΑΚΙ	5.437	6.559	7.025	6.290	6.274	6.329

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Η ποσότητα και η αξία των εξαγωγών στη Γερμανία (συνολικά και για τα δύο έτη) παρουσιάζει μικρές διακυμάνσεις από έτος σε έτος κατά το διάστημα 2010 – 2015, με μείωση τελικά στην ποσότητα 8,33% και αύξηση στη αξία 13,21%, το 2015 σε σχέση με το 2010.

Η αύξηση στην αξία (ενώ μειώθηκε η ποσότητα) οφείλεται κυρίως στις υψηλές τιμές του λαβρακιού τα τελευταία έτη.

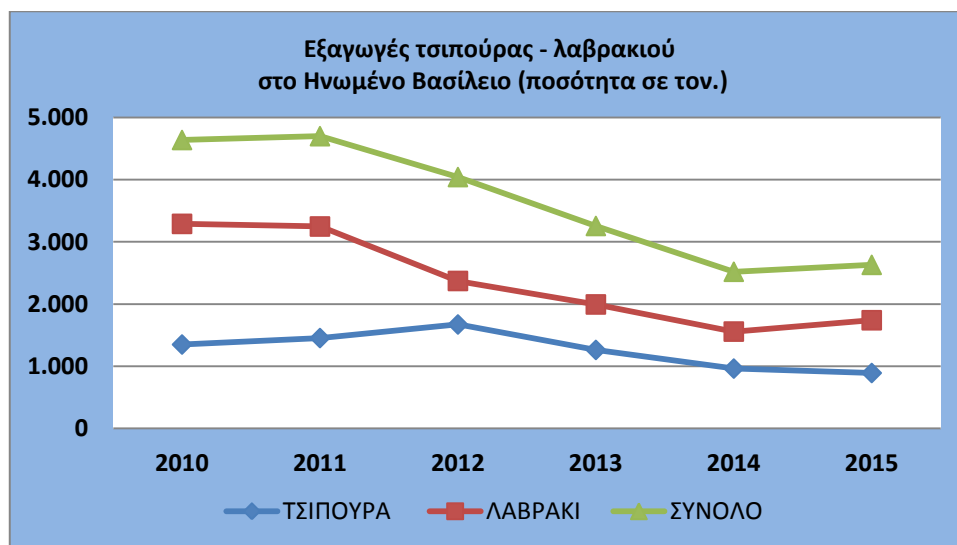
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΟ ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ (ποσότητα σε τον.)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	1.349	1.453	1.671	1.262	962	891
ΛΑΒΡΑΚΙ	3.290	3.247	2.371	1.994	1.557	1.740
ΣΥΝΟΛΟ	4.639	4.700	4.043	3.256	2.519	2.630

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΟ ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ (αξία σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	6.064.706	7.104.779	7.720.673	6.445.107	5.024.262	5.074.446
ΛΑΒΡΑΚΙ	15.634.374	17.140.519	14.988.470	11.645.517	8.669.253	9.788.475
ΣΥΝΟΛΟ	21.699.080	24.245.298	22.709.143	18.090.624	13.693.515	14.862.921

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΟ ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ (τιμές σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	4.496	4.890	4.619	5.107	5.221	5.697
ΛΑΒΡΑΚΙ	4.752	5.278	6.321	5.841	5.568	5.627

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΑΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΑΤΑΤ

Οι εξαγωγές στο Ηνωμένο Βασίλειο μειώθηκαν κατά το διάστημα 2010 – 2015 κατά 43,29% στην ποσότητα και 31,50% στην αξία.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΙΔΩΝ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ ΚΑΙ ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΕ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ (ΕΚΤΟΣ ΕΕ)

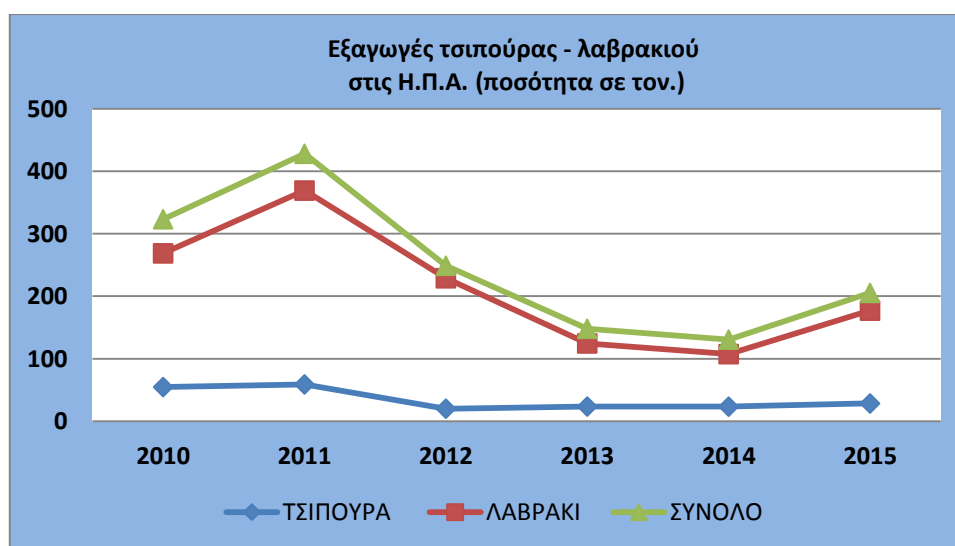
ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΙΣ ΗΠΑ (ποσότητα σε τον.)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	55	59	20	23	23	28
ΛΑΒΡΑΚΙ	269	369	229	125	107	177
ΣΥΝΟΛΟ	323	428	249	148	131	205

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΙΣ ΗΠΑ (αξία σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	342.375	423.681	146.398	147.251	154.586	211.338
ΛΑΒΡΑΚΙ	1.849.319	2.732.432	1.871.953	1.007.590	816.149	1.368.547
ΣΥΝΟΛΟ	2.191.694	3.156.113	2.018.351	1.154.841	970.735	1.579.885

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΙΣ ΗΠΑ (τιμή σε €)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	6.263	7.194	7.316	6.271	6.643	7.457
ΛΑΒΡΑΚΙ	6.883	7.402	8.181	8.093	7.600	7.731

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΑΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΑΤΑΤ

Οι εξαγωγές των ειδών τσιπούρα - λαβράκι, φαίνεται να αφορούν σε μικρές σχετικά ποσότητες, σύμφωνα με τα στοιχεία ΥΠΑΑΤ 2010–2015. Όμως σύμφωνα με εκτιμήσεις της αγοράς ανέρχονται τα έτη 2014 – 2015 σε 3.000 τον. περίπου (κύρια λαβράκι) με ανοδική τάση.

Ικανοποιητικές θεωρούνται οι τιμές, τόσο για την τσιπούρα, όσο και για το λαβράκι, συγκριτικά με τις τιμές, των εξαγωγών σε χώρες της ΕΕ τα αντίστοιχα έτη (αν και επιβαρύνονται με αυξημένο αεροπορικό κόστος).

Τέλος, ειδική αναφορά γίνεται στη Ρωσική Δημοκρατία λόγω της ιδιαιτερότητας της κατάστασης και της απότομης διακοπής της εξαγωγικής δραστηριότητας των ελληνικών προϊόντων υδατοκαλλιέργειας λόγω του εμπάργκο από την ΕΕ (2014), το οποίο συνεχίζεται.

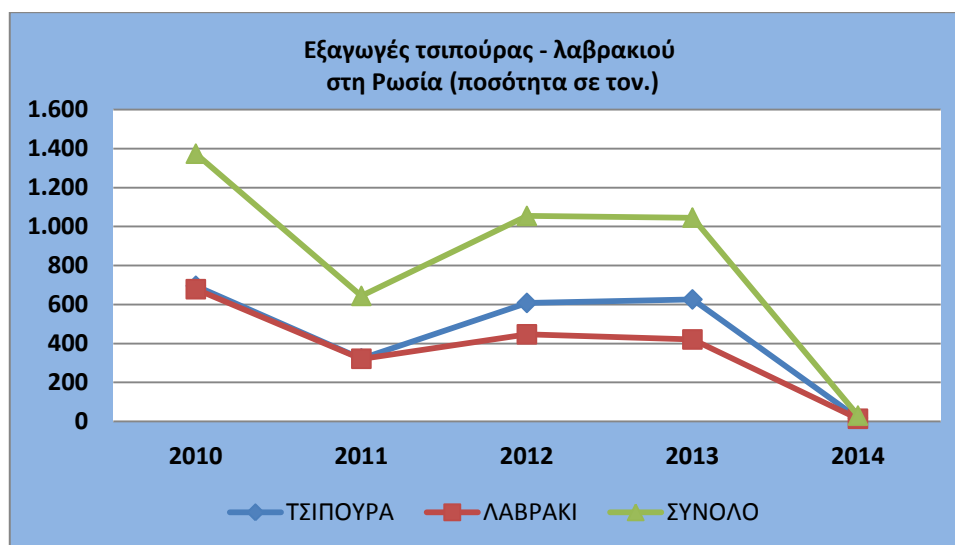
ΡΩΣΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ (ποσότητα σε τον.)					
	2010	2011	2012	2013	2014
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	696	323	608	626	17
ΛΑΒΡΑΚΙ	678	321	446	420	13
ΣΥΝΟΛΟ	1.374	644	1.054	1.046	30

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ (αξία σε €)					
	2010	2011	2012	2013	2014
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	2.876.463	1.574.394	2.430.745	2.450.698	66.603
ΛΑΒΡΑΚΙ	2.736.644	1.606.759	2.201.380	1.843.915	77.865
ΣΥΝΟΛΟ	5.613.107	3.181.153	4.632.125	4.294.613	144.468

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΣΙΠΟΥΡΑΣ-ΛΑΒΡΑΚΙΟΥ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ (τιμές σε €)					
	2010	2011	2012	2013	2014
ΤΣΙΠΟΥΡΑ	4.135	4.877	3.999	3.917	4.026
ΛΑΒΡΑΚΙ	4.035	5.005	4.931	4.388	5.964

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΑΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΑΤΑΤ

Σύμφωνα με στοιχεία της αγοράς οι εξαγωγές το 2013 ανήλθαν στους 2.500 τόνους περίπου και για τα δύο είδη.

Γόνος Τσιπούρας – Λαβρακιού και λοιπών ειδών

Οι εξαγωγές γόνου τσιπούρας – λαβρακιού και λοιπών ειδών, εκτιμώνται περί τα 40 εκατ. ιχθύδια (2014) με κύρια χώρα προορισμού την Ισπανία.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΛΛΩΝ ΕΙΔΩΝ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ (ΠΕΣΤΡΟΦΑ, ΧΕΛΙ, ΜΥΔΙ) ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ ΚΑΙ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ

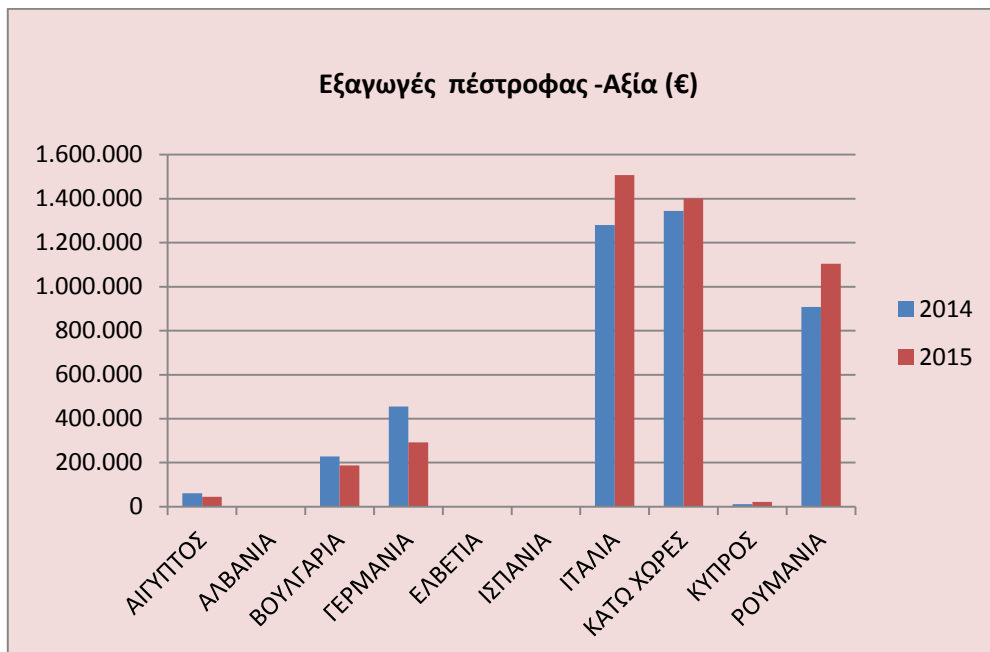
ΠΕΣΤΡΟΦΑ

Εξαγωγές πέστροφας				
Χώρες εξαγωγής	Ποσότητα (τον.)		Αξία (€)	
	2014	2015	2014	2015
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	5,3	3,9	60.505	44.632
ΑΛΒΑΝΙΑ	0,2	0,0	870	0
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	95,4	103,4	227.918	188.000
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	23,2	18,0	455.848	292.719
ΕΛΒΕΤΙΑ	0,0	0,0	0	213
ΙΣΠΑΝΙΑ	0,0	0,3	0	1.142
ΙΤΑΛΙΑ	181,4	207,7	1.280.325	1.507.296
ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	117,9	115,7	1.344.452	1.401.296
ΚΥΠΡΟΣ	3,1	6,0	10.835	22.262
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	496,8	596,8	907.070	1.104.576
Σύνολο	923,3	1051,8	4.287.823	4.562.136

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

ΧΕΛΙ

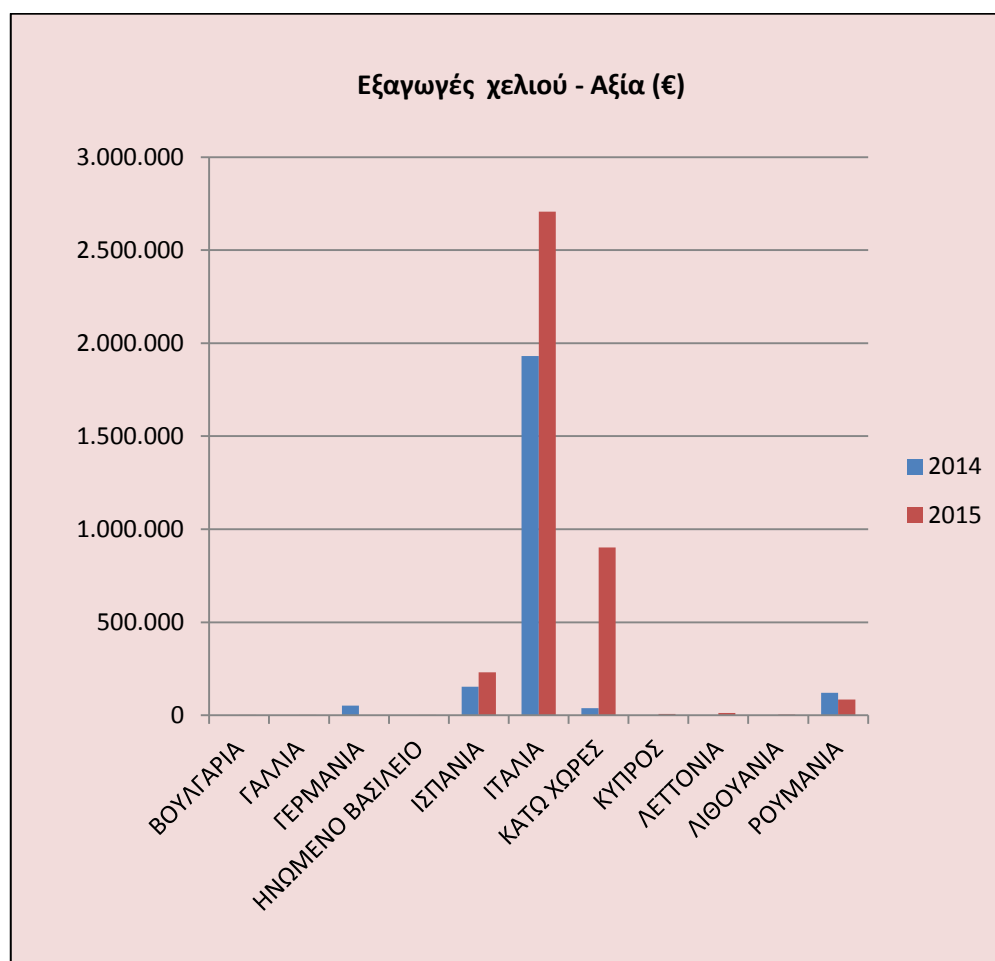
Εξαγωγές χελιού				
Χώρες εξαγωγής	Ποσότητα (τον.)		Αξία (€)	
	2014	2015	2014	2015
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	0,0	0,0	0	60
ΓΑΛΛΙΑ	0,0	0,1	0	1.935
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	4,8	0,0	52.320	0
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	0,0	0,0	0	468
ΙΣΠΑΝΙΑ	14,6	27,3	153.000	230.469
ΙΤΑΛΙΑ	216,4	299,7	1.930.989	2.706.786
ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	5,6	118,2	38.850	902.078
ΚΥΠΡΟΣ	0,0	1,5	0	7.720
ΛΕΤΤΟΝΙΑ	0,0	0,9	0	11.960
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	0,0	0,3	0	3.698
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	71,9	39,2	121.431	84242
Σύνολο	313,3	487,4	2.296.590	3.949.416

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Στον παραπάνω πίνακα πρέπει να τονιστεί ότι τα στοιχεία αφορούν συνολικά τα χέλια (αλιείας και εκτροφής).



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

ΜΥΔΙ

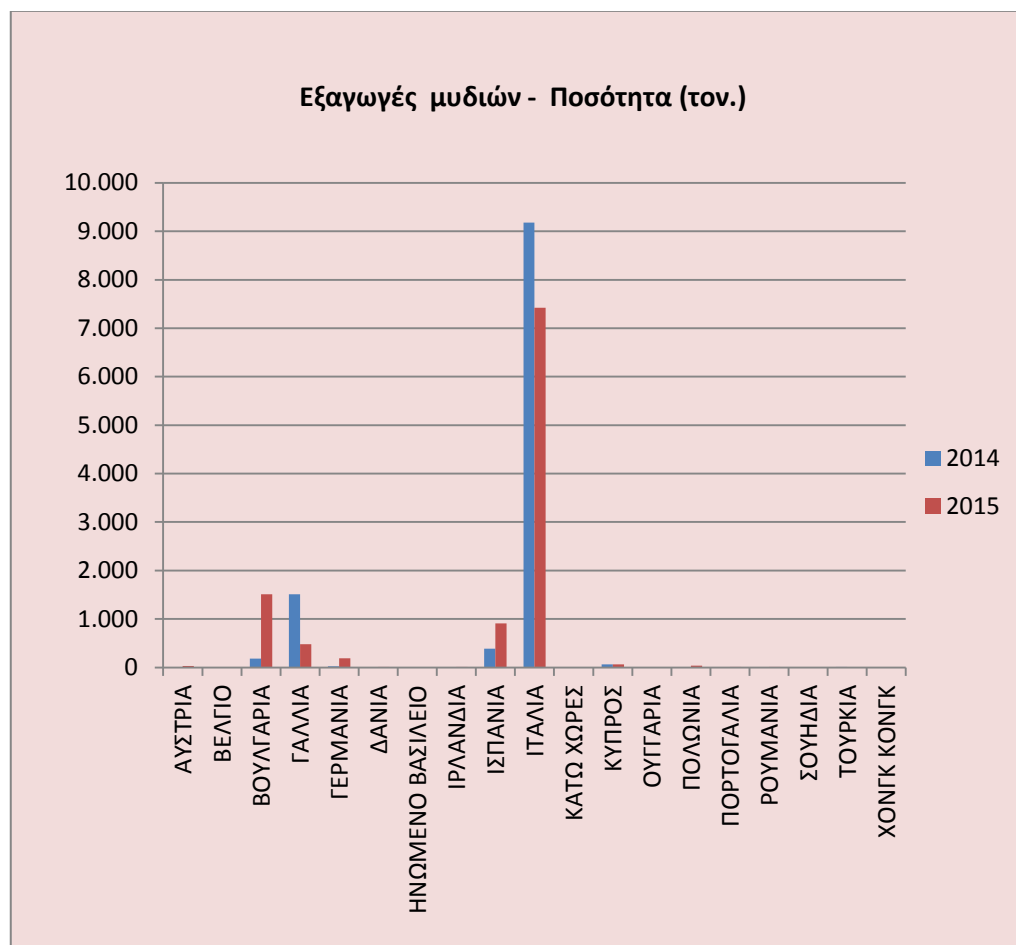
Εξαγωγές μυδιών				
Χώρες εξαγωγής	Ποσότητα (τον.)		Αξία (€)	
	2014	2015	2014	2015
ΑΥΣΤΡΙΑ	0,1	29,5	452	56.692
ΒΕΛΓΙΟ	0,4	0,1	729	312
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	183,3	1513,1	136.947	598.166
ΓΑΛΛΙΑ	1507,2	476,6	925.606	397.487
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	22,1	186,5	83.609	491.617
ΔΑΝΙΑ	0,0	9,4	0	18.212
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	0,0	6,1	0	2.560
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	0,0	12,9	0	26.039
ΙΣΠΑΝΙΑ	387,2	907,6	269.801	649.902
ΙΤΑΛΙΑ	9178,8	7419,3	5.329.202	4.539.850
ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	3,5	5,6	13.266	21.802
ΚΥΠΡΟΣ	64,2	60,9	176.595	215.797

Εξαγωγές μυδιών				
Χώρες εξαγωγής	Ποσότητα (τον.)		Αξία (€)	
	2014	2015	2014	2015
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	0,0	5,9	0	11.636
ΠΟΛΩΝΙΑ	0,0	34,1	0	67.061
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	0,0	9,4	0	19.013
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	5,8	8,5	21.350	20.293
ΣΟΥΗΔΙΑ	0,1	0,0	255	214
ΤΟΥΡΚΙΑ	12,7	0,0	3.050	0
ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ	0,0	0,5	0	880
Σύνολο	11.365,4	10.686,1	6.960.410	7.137.533

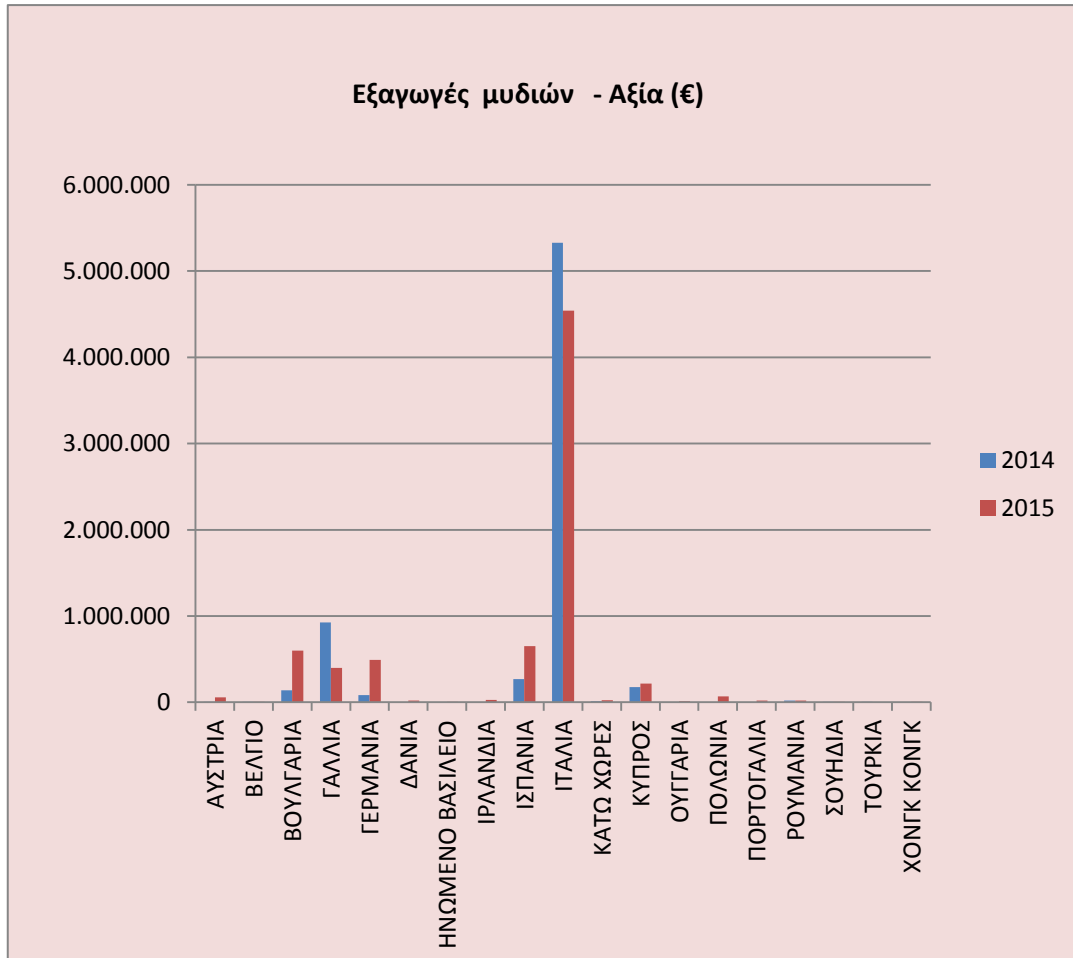
Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Αφορά τα είδη: μύδι *Mytilus spp.*, μύδι *Perna spp.* νωπά, ζωντανά, κατεψυγμένα, αποξηραμένα, αλατισμένα ή σε άρμη.

Εκτιμήσεις της αγοράς ανεβάζουν τις εξαγωγές σε 16.000– 20.000 τόνους (2014 – 2015).



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

1.2.2. Στοιχεία εισαγωγών

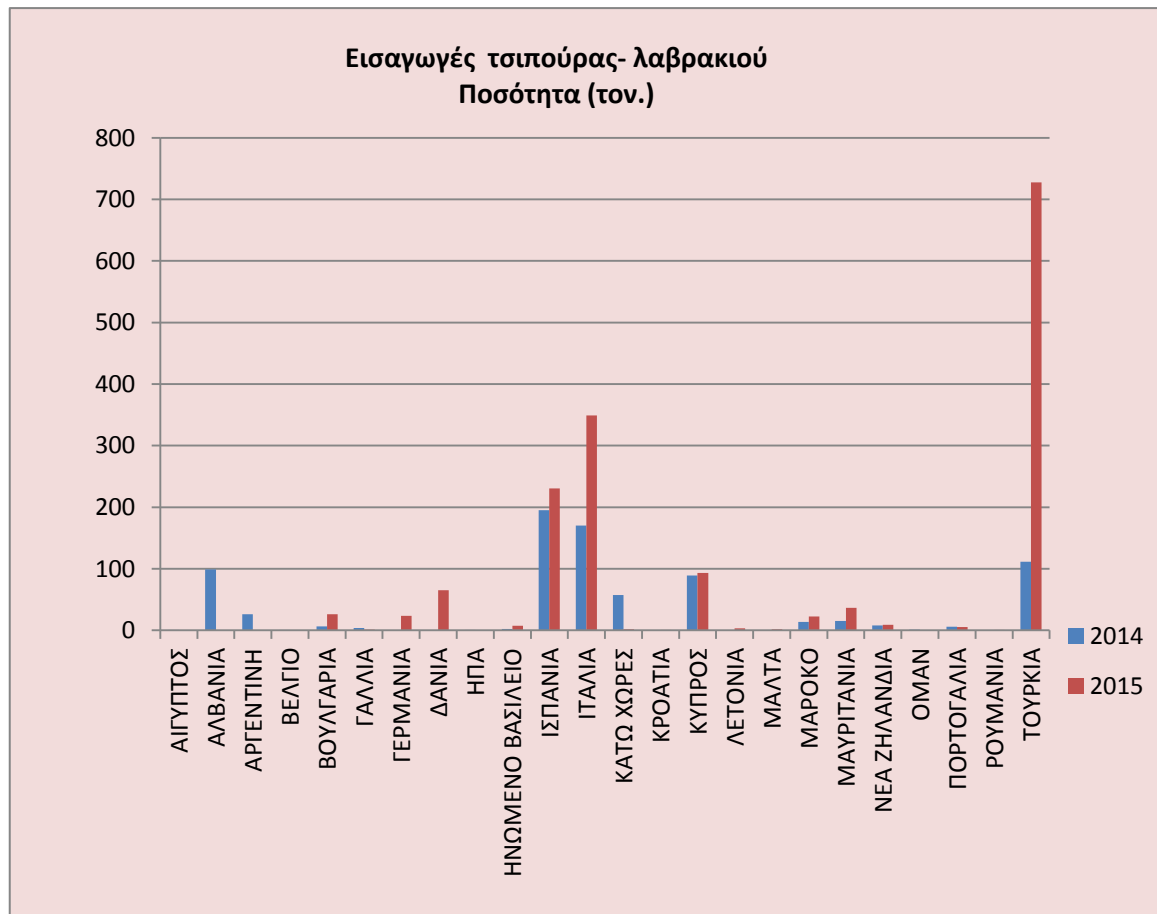
Σύμφωνα με το Ισοζύγιο Αγροτικών Προϊόντων, η αξία των εισαγωγών της Ελλάδας σε ψάρια και παρασκευάσματα ψαριών το 2014, ανήλθε σε 376,3 εκ. ευρώ, ποσό το οποίο αντιπροσωπεύει το 5,9% του συνόλου των εισαγωγών αγροτικών προϊόντων.

Για τα προϊόντα ελληνικής υδατοκαλλιέργειας παρουσιάζονται οι εισαγωγές ανά είδος και χώρα κατά την περίοδο 2010-2015.

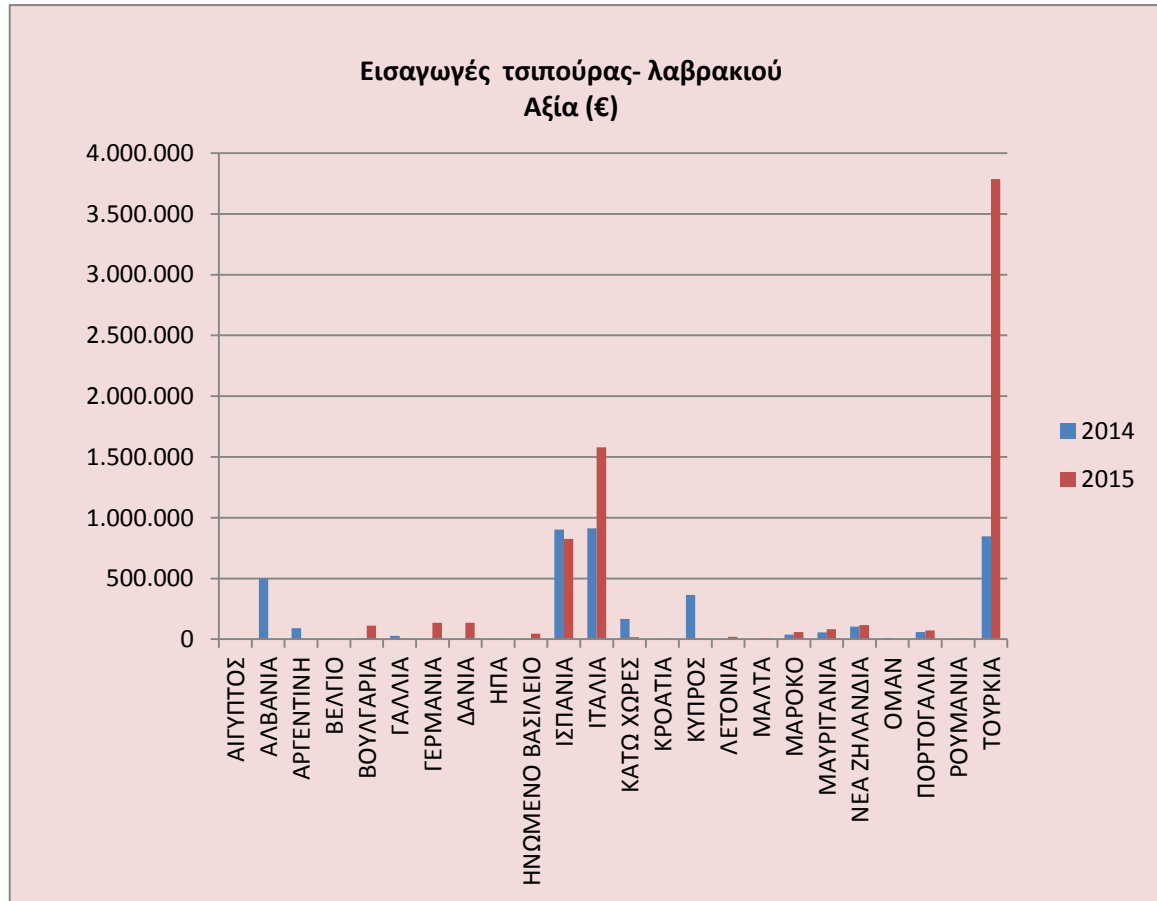
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΕΙΔΩΝ ΘΑΛΑΣΣΙΑΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

Εισαγωγές τσιπούρας - λαβρακιού				
Χώρες προέλευσης	Ποσότητα (τον.)		Αξία (€)	
	2014	2015	2014	2015
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	0,4	0,0	2.445	0
ΑΛΒΑΝΙΑ	98,8	0,0	498.942	0
ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	26,4	0,0	90.130	0
ΒΕΛΓΙΟ	0,0	0,0	135	0
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	6,5	26,3	8.602	111.602
ΓΑΛΛΙΑ	3,6	1,1	26.525	3.429
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	0,0	23,6	0	135.033
ΔΑΝΙΑ	0,0	65,3	0	135.033
ΗΠΑ	0,1	0,0	502	0
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2,2	7,6	3.355	46.892
ΙΣΠΑΝΙΑ	195,4	230,5	901.210	825.917
ΙΤΑΛΙΑ	170,0	348,9	912.562	1.578.640
ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	57,5	1,6	167.841	16.075
ΚΡΟΑΤΙΑ	0,0	0,0	0	32
ΚΥΠΡΟΣ	89,0	93,1	365.192	476
ΛΕΤΟΝΙΑ	0,0	3,1	0	19.736
ΜΑΛΤΑ	0,0	1,7	0	9.209
ΜΑΡΟΚΟ	13,8	22,6	38.787	57.840
ΜΑΥΡΙΤΑΝΙΑ	15,5	36,7	56.657	82.568
ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ	7,9	9,3	103.786	116.638
ΟΜΑΝ	1,4	0,0	9.227	0
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	6,1	5,1	57.595	71.825
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	0,0	0,5	0	2.930
ΤΟΥΡΚΙΑ	111,6	727,4	846.351	3.786.819
Σύνολο	680,5	1604,4	3.498.192	7.000.694

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Τα στοιχεία του ανωτέρω πίνακα παρουσιάζουν τις συνολικές ποσότητες και αξίες, δηλαδή αλειάς και εκτροφής.

Γόνος τσιπούρας – λαβρακιού και λοιπών ειδών

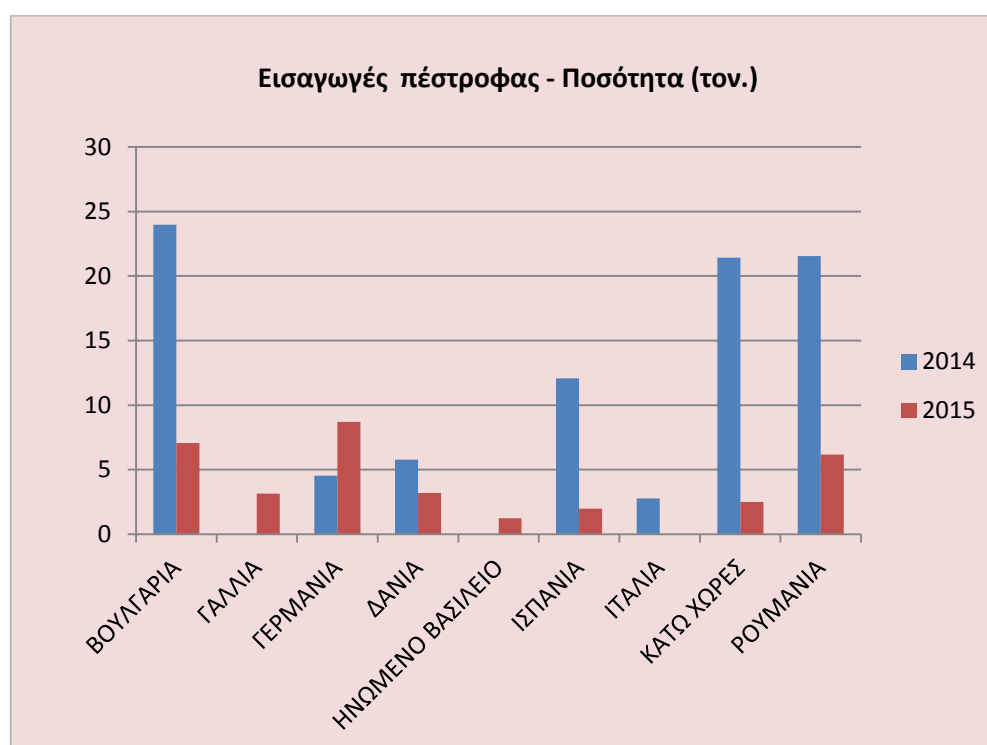
Οι εισαγωγές γόνου τσιπούρας - λαβρακιού και άλλων ειδών ανήλθαν σε 7 εκατ. ιχθύδια (2014).

ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΑΛΛΩΝ ΕΙΔΩΝ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ (ΠΕΣΤΡΟΦΑ, ΧΕΛΙ, ΜΥΔΙ) ΑΠΟ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ ΚΑΙ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ

ΠΕΣΤΡΟΦΑ

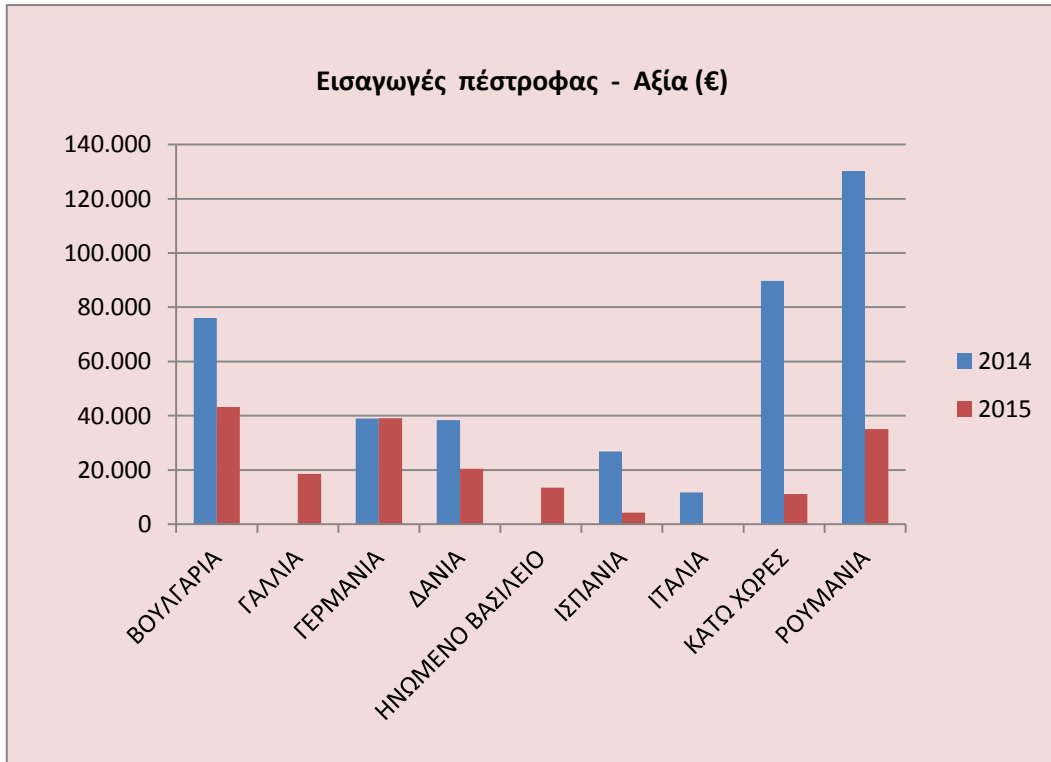
Εισαγωγές πέστροφας				
Χώρες προέλευσης	Ποσότητα (τον.)		Αξία (€)	
	2014	2015	2014	2015
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	24,0	7,1	76.080	43.170
ΓΑΛΛΙΑ	0,0	3,1	0	18.490
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	4,5	8,7	38.965	39.082
ΔΑΝΙΑ	5,8	3,2	38.385	20.406
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	0,0	1,2	0	13.499
ΙΣΠΑΝΙΑ	12,1	2,0	26.778	4.295
ΙΤΑΛΙΑ	2,8	0,0	11.700	0
ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	21,4	2,5	89.683	11.070
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	21,5	6,2	130.192	35.072
Σύνολο	92,121	33,99	411.783,00	185.084,00

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Στον ανωτέρω πίνακα περιλαμβάνονται όλες οι μορφές πέστροφας (νωπή κατεψυγμένη, καπνιστή).



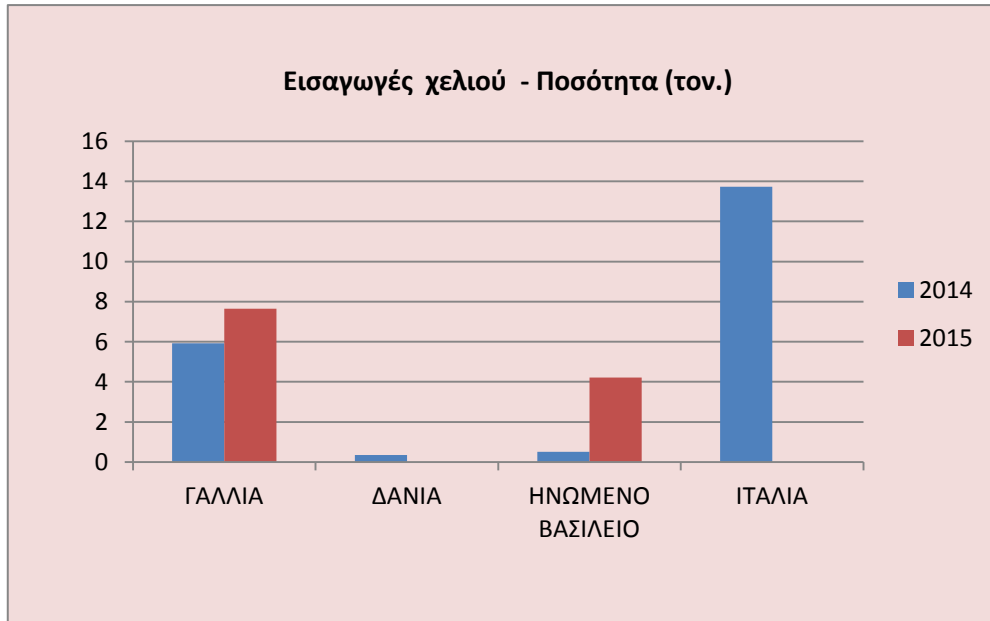
Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

ΧΕΛΙ

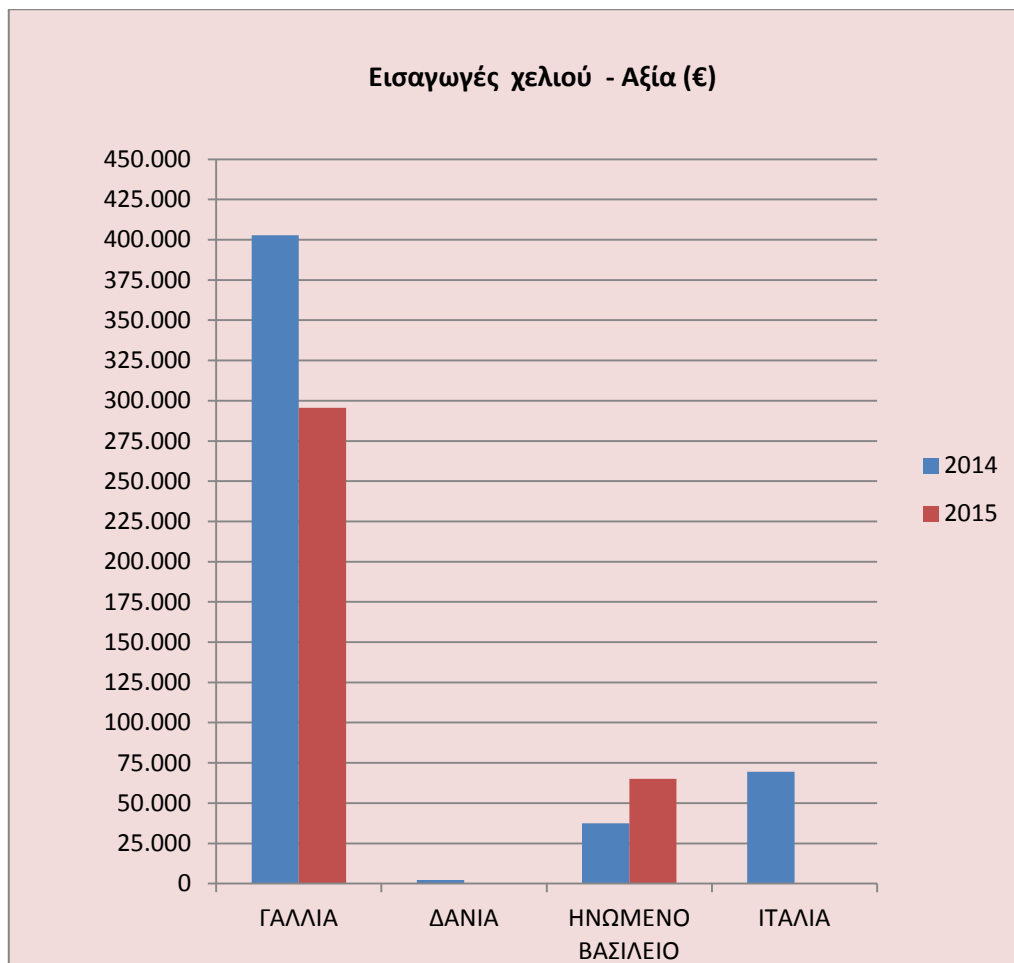
Εισαγωγές χελιού				
Χώρες προέλευσης	Ποσότητα (τον.)		Αξία (€)	
	2014	2015	2014	2015
ΓΑΛΛΙΑ	5,9	7,7	402.863	295.500
ΔΑΝΙΑ	0,4	0,0	2.278	0
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	0,5	4,2	37.500	64.980
ΙΤΑΛΙΑ	13,7	0,0	69.508	0
Σύνολο	20,5	11,9	512.149	360.480

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Στον ανωτέρω πίνακα τα στοιχεία εκτιμάται ότι περιλαμβάνουν και ποσότητες γυαλόχελου προς εκτροφή.



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



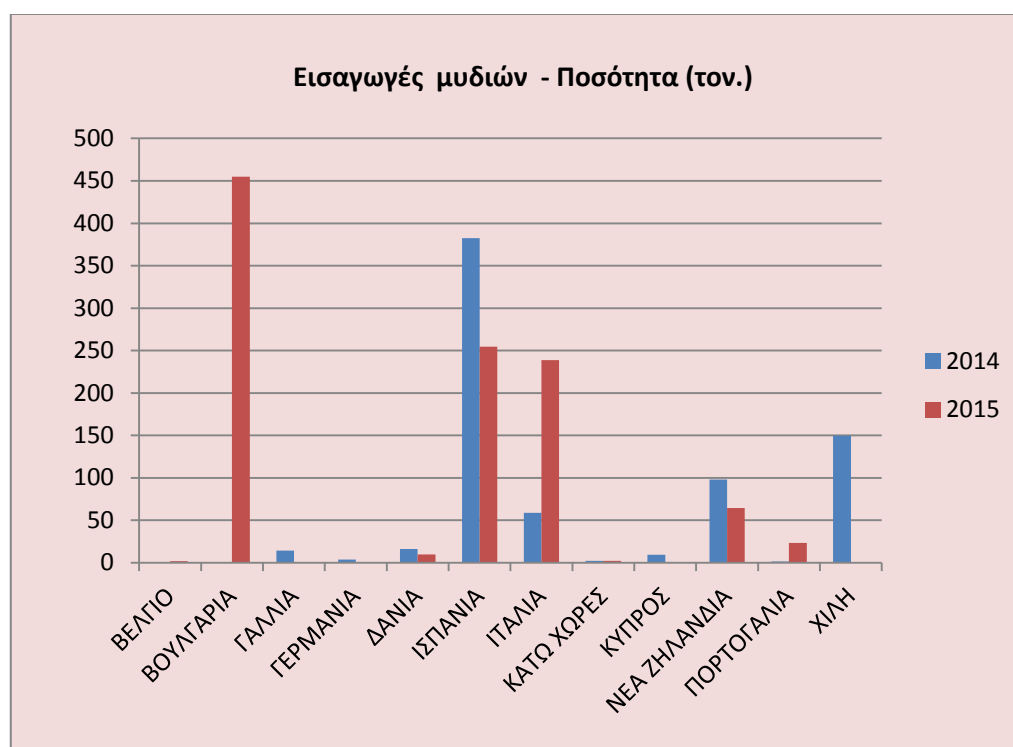
Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

ΜΥΔΙ

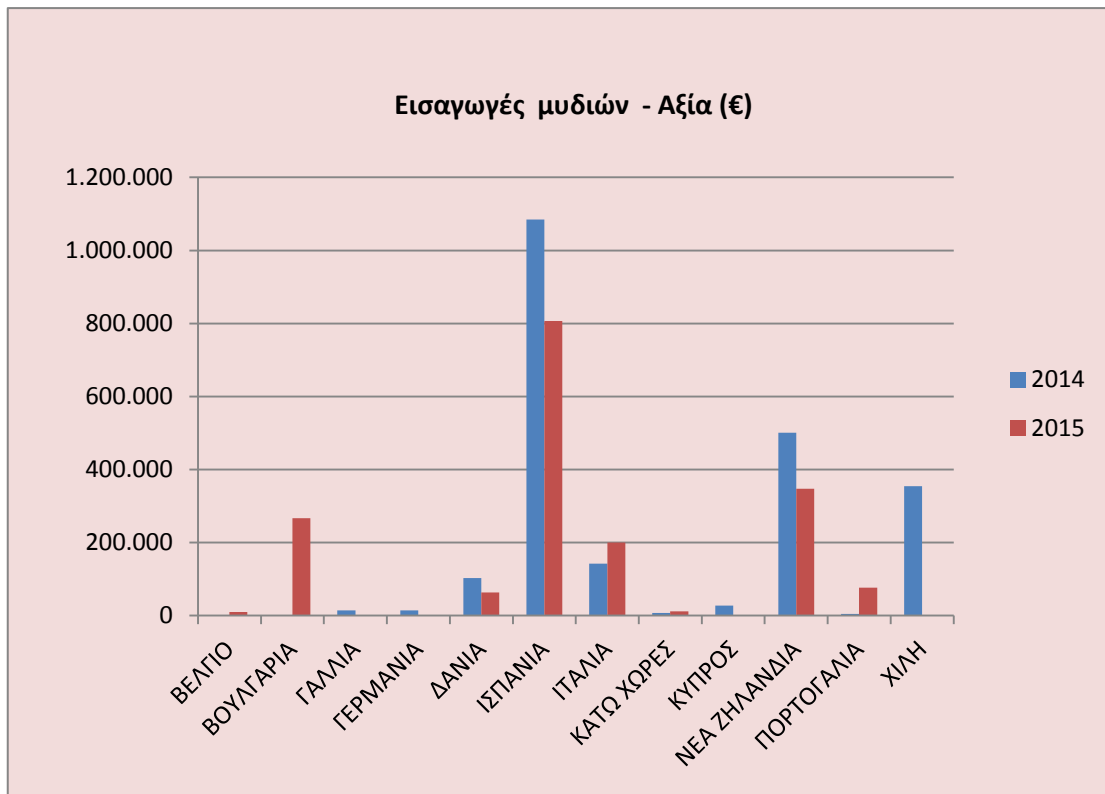
Εισαγωγές μυδιών				
Χώρες προέλευσης	Ποσότητα (τον.)		Αξία (€)	
	2014	2015	2014	2015
ΒΕΛΓΙΟ	0,0	1,8	0	9.357
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	0,4	454,8	908	266.395
ΓΑΛΛΙΑ	14,2	0,0	13.683	0
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	3,8	0,2	14.273	1.316
ΔΑΝΙΑ	16,2	9,6	103.051	62.944
ΙΣΠΑΝΙΑ	382,6	254,7	1.085.034	806.652
ΙΤΑΛΙΑ	58,9	238,8	142.475	199.825
ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	2,1	2,0	6.843	11.162
ΚΥΠΡΟΣ	9,2	0,0	27.291	0
ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ	98,0	64,4	500.292	347.169
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	1,5	23,3	4.313	76.026
ΧΙΛΗ	149,8	0,0	354.493	0
Σύνολο	736,6	1047,9	2.252.656	1.780.846

Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

Στον ανωτέρω πίνακα πρέπει να επισημανθεί ότι οι ποσότητες αφορούν και κατεψυγμένα και άλλων ειδών μύδια (Νέα Ζηλανδία, Χιλή).



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ



Πηγή: ΥΠΑΑΤ-ΕΛΣΤΑΤ

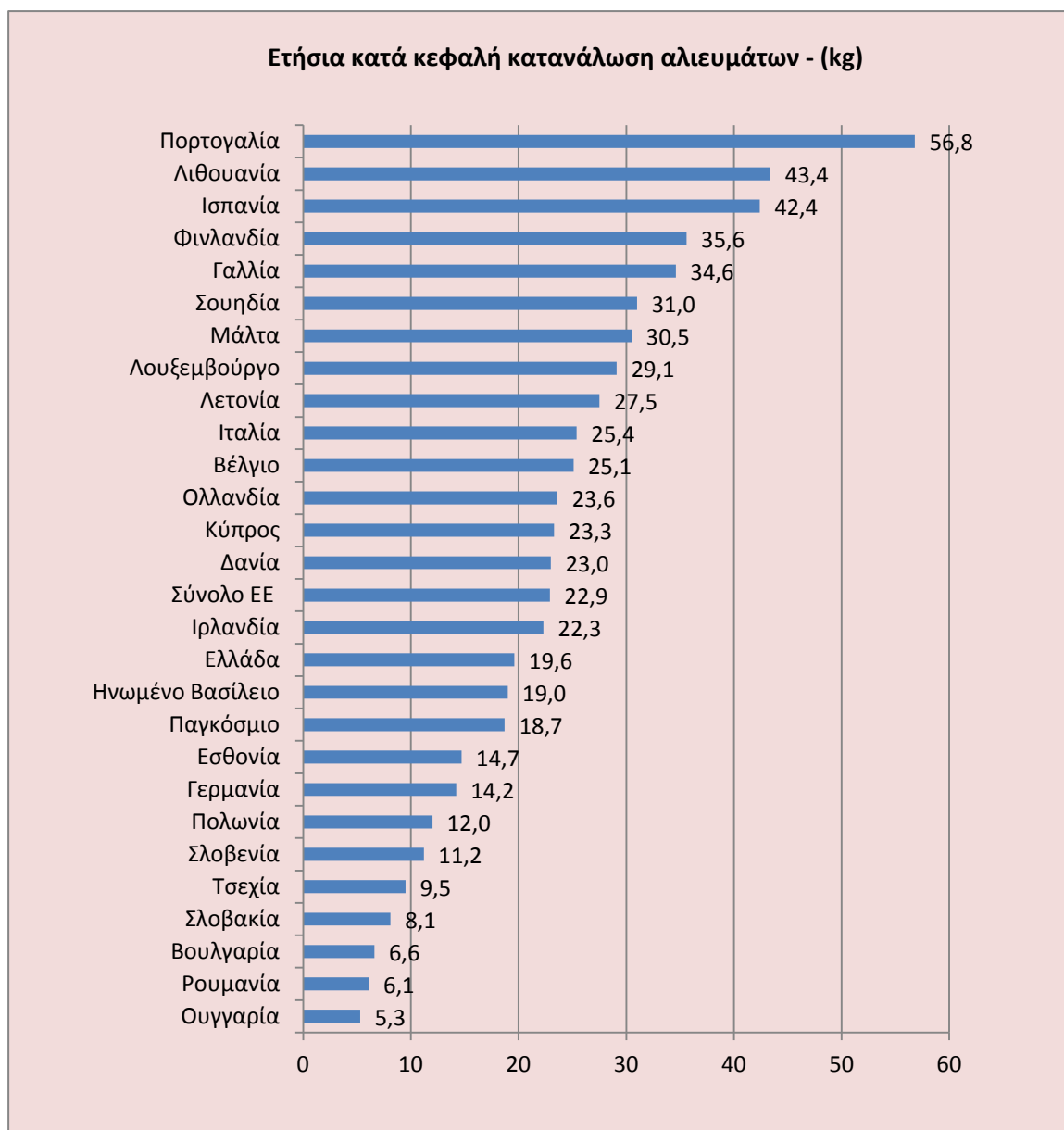
2. Τα ελληνικά προϊόντα υδατοκαλλιέργειας στις αγορές ΕΕ και τρίτων χωρών

2.1. Κατανάλωση αλιευτικών προϊόντων στις αγορές ΕΕ και τρίτες χώρες

Για να προσεγγίσουμε τις δυνατότητες και τις προοπτικές των προϊόντων Μεσογειακής υδατοκαλλιέργειας (και ιδιαίτερα της ελληνικής) πρέπει να προσδιορίσουμε τους καταναλωτές μέσω των αναγκών και των παραδόσεων, ώστε να ανιχνεύσουμε τις τάσεις ζήτησης.

Προσθέτοντας την οικονομική δυνατότητα αυτών μπορεί να οργανωθεί μια στρατηγική διεξόδου σε νέες και διεύρυνσης σε παραδοσιακές αγορές.

Η κατανάλωση αλιευμάτων παρουσιάζει έντονες διαφοροποιήσεις ανά χώρα.



Πηγή: FAO-EUMOFA

Το 2013, η δαπάνη των νοικοκυριών για αλιευτικά προϊόντα στις χώρες της ΕΕ ανήλθε σε 54,4 δις ευρώ, αυξημένη κατά 1% από τα 54 δις ευρώ το 2012 και κατά 11% από το 50 δις ευρώ το 2005 (EUMOFA). Η δαπάνη των ελληνικών νοικοκυριών το συγκεκριμένο έτος ανήλθε σε 1.571 εκ. ευρώ αυξημένη κατά 6,1% από το προηγούμενο έτος, ενώ η αντίστοιχη δαπάνη για την Ισπανία ήταν 11.332 εκ. ευρώ μειωμένη κατά 1,4%, την Ιταλία με 10.858 εκ. ευρώ μειωμένη κατά 0,8% και τη Γαλλία με συνολική δαπάνη 8.503 εκ. ευρώ αυξημένη κατά 0,2%. Η Ελλάδα κατατάσσεται στην όγδοη θέση.

Κατά μέσο όρο ο Ευρωπαίος καταναλωτής καταναλώνει κατά κεφαλή 22,9 kg αλιευτικών προϊόντων ετησίως, ποσότητα μεγαλύτερη από τον παγκόσμιο μέσο όρο της ετήσιας κατά

κεφαλή κατανάλωσης 18,7 kg (FAO-EUMOFA). Η Πορτογαλία παραμένει η χώρα με τη μεγαλύτερη ετήσια κατά κεφαλή κατανάλωση αλιευτικών προϊόντων στις χώρες μέλη της ΕΕ με 56,8kg και ακολουθούν η Λιθουανία (43,4 kg), η Ισπανία (42,4 kg), η Φινλανδία (35,6 kg). Η Ελλάδα βρίσκεται στη δέκατη έκτη θέση στον κατάλογο, με ετήσια κατά κεφαλή κατανάλωση αλιευτικών προϊόντων 19,6 kg.

Σύμφωνα με στοιχεία του EUMOFA οι αγορές των χωρών της ΕΕ άλλαξαν καταναλωτικές συνήθειες, ως προς τα είδη που καταναλώναν μέχρι πρότινος. Έτσι αυξήθηκε η κατανάλωση σολομού, ρέγγας και μυδιών, ενώ μειώθηκε η κατανάλωση του σκουμπριού, σαρδέλας και τόνου σε κονσέρβα.

Κατανομή κατά είδος της κατά κεφαλή κατανάλωσης των χωρών της Ευρώπης			
Είδος Προϊόντος	Κατά κεφαλή κατανάλωση (kg/capita)	% συλλεκτικής αλιείας	% εκτροφής
Τόνος σε κονσέρβα (Canned tuna)	2,02	100%	0%
Σολομός (Salmon)	1,97	7%	93%
Γάδος (Cod)	1,96	98%	2%
Γάδος (Pollack)	1,6	100%	0%
Ρέγγα (Herring)	1,52	100%	0%
Μύδια (Mussels)	1,27	12%	88%
Μπακαλιάρος (Hake)	0,86	100%	0%
Παγκάσιους (Pangasius)	0,82	0%	100%
Σκουμπρί (Mackerel)	0,78	100%	0%
Καλαμάρι (Squid)	0,76	100%	0%
Γαρίδα (Tropical shrimp)	0,68	42%	58%
Σαρδέλα (Sardine)	0,54	100	0%
Χτένια (Scallop)	0,48	81%	19%
Άλλα	9,41	77%	23%
Σύνολο	23,87	76%	24%

Πηγή: EUMOFA 2015

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η αυξητική τάση στην κατανάλωση σολομού και η σταθεροποίηση της κατανάλωσης παγκάσιους.

Παρόλο που η κατανάλωση στην ΕΕ ευνοεί τα προϊόντα συλλεκτικής αλιείας, έναντι αυτών της εκτροφής, πρέπει να αναφερθεί ότι δημιουργείται τάση για αύξηση της κατανάλωσης προϊόντων εκτροφής με βασικά είδη τα οστρακοειδή και τα σαλμονοειδή. Το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης οστρακοειδών αφορά μύδια και από τα σαλμονοειδή, το σολομό και την πέστροφα.

Η έλλειψη διαθεσιμότητας νωπών ψαριών και η μη εξοικίωση με τα αλιευτικά προϊόντα, σε ορισμένες (απομονωμένες) περιοχές και ειδικά στις αγροτικές περιοχές, έχει ως αποτέλεσμα τη μειωμένη κατανάλωση σε πολλές περιφέρειες χωρών. Ακόμα και για περιοχές με παράδοση στην αλιεία, λόγω των προβληματικών υποδομών και μέσων μεταφοράς στις περιοχές κατανάλωσης, δημιουργούνται εμπόδια στην κατανάλωση.

Παράλληλα, η γήρανση του πληθυσμού και η διαφοροποίηση της κοινωνίας (μικρές οικογένειες, ανεργία, χαμηλό εισόδημα) ευνοεί την κατανάλωση χαμηλότερης αξίας προϊόντων. Έτσι, η ανάπτυξη των αλύσιδων λιανικής πώλησης (super markets), των εκπτώτικων αλυσίδων (discount centers), της τροφοδοσίας (catering) (με fastfoods και φθηνά πρόχειρα γεύματα) οδηγεί σε περιορισμό των παραδοσιακών τρόπων πώλησης και κατανάλωσης αλιευμάτων. Ταυτόχρονα η νέα γενιά νοικοκυριών οδηγείται στα προϊόντα εύκολης παρασκευής και την «υγιεινή διατροφή».

Παρ' όλα αυτά, γενικά η Ευρώπη, ιδιαίτερα η νότια, διατηρεί αντιστάσεις όσον αφορά τα ψάρια και τα λοιπά αλιεύματα, αν και το παραδοσιακό μοντέλο της ενασχόλησης στην κουζίνα φθίνει. Η ζήτηση σε ημιέτοιμα φαγητά ενισχύεται και η φιλετοποίηση, ο τεμαχισμός σε μερίδες και τα προ-μαγειρεμένα κερδίζουν έδαφος. Το νωπό ψάρι έχει μια θετική εικόνα στους καταναλωτές λόγω υγιεινότητας (κύρια τα ω3) παρά ορισμένα αρνητικά χαρακτηριστικά, όπως τα αγκάθια, η δυσκολία παρασκευής, η μυρωδιά στην κουζίνα και φυσικά η τιμή.

Επίσης, στην Ευρώπη οι καταναλωτές προτιμούν γνωστά από την αλιεία και την παράδοση είδη, εκτός αν υπάρχει ειδικός λόγος, όπως η σημαντικά χαμηλή τιμή. Αυτό έχει συμβεί με την πέρκα του Νείλου και το παγκάσιους πρόσφατα.

Το λαβράκι και η τσιπούρα είναι ακριβά σε νωπή μορφή ολόκληρα. Το κόστος παραγωγής μεγάλων μεγεθών, που θα επέτρεπαν τη φιλετοποίηση είναι υψηλό και δεν οδηγεί σε λογικές τιμές τελικού προϊόντος. Οι καλύτερες αγορές των ειδών αυτών βρίσκονται στη νότια Ευρώπη, όπου και αλιεύονται και αποτελούν μέρος της παραδοσιακής διαίτας. Απλά οι ποσότητες που αλιεύονται δεν καλύπτουν τη ζήτηση, την οποία έρχεται να καλύψει η εκτροφή.

Η Ιταλία είναι η μεγαλύτερη αγορά τσιπούρας - λαβρακιού, ακολουθούμενη από την Ισπανία και τη Γαλλία. Μετά από μία μακρά περίοδο εκρηκτικής ανόδου της κατανάλωσης, αυτή συνεχίζεται με χαμηλούς όμως ρυθμούς. Η κατανάλωση λαβρακιού έχει μεγαλύτερη αποδοχή στις ευρωπαϊκές χώρες απ' ό,τι η τσιπούρα (π.χ. η Μ. Βρετανία και η Ολλανδία δεν γνωρίζουν αρκετά το είδος). Μια άλλη τάση είναι ο σχετικός κορεσμός της κατανάλωσής τους ως νωπά, ολόκληρα ψάρια.

Ιδιαίτερα η Βόρεια Ευρώπη τα προτιμά περισσότερο σε μορφή φιλέτου ή άλλη προστιθέμενης αξίας μορφή σε ανταγωνιστικές τιμές.

Γενικά η κατανάλωση των προϊόντων υδατοκαλλιέργειας γίνεται κύρια από τρεις κατηγορίες καταναλωτών:

- (i) Παραδοσιακοί καταναλωτές αλιευμάτων, συνήθως μεγαλύτερης ηλικίας και σε παράκτιες περιοχές με παράδοση σε τέτοια κατανάλωση.
- (ii) Υψηλού εισοδήματος καταναλωτές.
- (iii) Καταναλωτές που είναι ευαισθητοποιημένοι στα οφέλη της υγιεινής διατροφής και δίαιτας.

Γενικά χαρακτηριστικά των κύριων αγορών ενδιαφέροντος, ανά χώρα:

Ιταλία: Παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την Ελλάδα, καθόσον στη χώρα αυτή εξάγονται οι μεγαλύτερες ποσότητες ελληνικών προϊόντων υδατοκαλλιέργειας (ψάρια και μύδια), ενώ είναι και η πλησιέστερη από τις αγορές της ΕΕ. Πρόκειται για αγορά με παράδοση και γνώση στην κατανάλωση αλιευτικών προϊόντων με ιδιαίτερη προτίμηση στα νωπά (και ολόκληρα) και σε είδη προϊόντων υδατοκαλλιέργειας (τσιπούρα, λαβράκι, μύδια, πέστροφα). Από τα αλιευτικά προϊόντα που καταναλώνονται στην Ιταλία μεγάλο ποσοστό είναι εισαγόμενα και κυρίως προϊόντα υδατοκαλλιέργειας από διάφορες χώρες (Ελλάδα, Ισπανία, Κροατία και Τουρκία). Η ετήσια κατά κεφαλή κατανάλωση είναι 25,4 kg με σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ νότιων και βόρειων περιφερειών (με υψηλότερη στο νότο).

Τα αλιευτικά προϊόντα τα διακινούν κυρίως χονδρέμποροι εισαγωγείς εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας. Οι χονδρέμποροι εμπορεύονται και εγχώρια προϊόντα και τα διακινούν σε όλα τα κανάλια διανομής των αλυσίδων λιανικής.

Τα ελληνικά προϊόντα θαλάσσιας υδατοκαλλιέργειας διακινούνται, μέσω μιας μεταφορικής εταιρίας οδικά και μέσω χονδρεμπόρων (όχι πρακτόρων).

Ισχυρότατη είναι όμως και η παρουσία Ιταλών ιχθυεμπόρων κύρια στη Δυτική Ελλάδα, οι οποίοι αγοράζουν *exfarm* σημαντικές ποσότητες. Εκτός από τα συνήθη μεγέθη ψαριών (A – G), σε τοπικές αγορές της Ιταλίας, ζητείται και το μέγεθος S (παραδοσιακό φαγητό).

Τα κυριότερα σημεία αγοράς νωπών ψαριών από τους καταναλωτές, με σειρά προτεραιότητας, είναι οι ιχθυαγορές, οι αλυσίδες λιανικής πώλησης, τα ιχθυοπωλεία και σε μικρότερο βαθμό οι λαϊκές αγορές και οι πλανόδιοι πωλητές.

Η Ιταλία διαθέτει περισσότερες από 100 αγορές χονδρικής πώλησης αλιευτικών προϊόντων, ενώ οι μεγάλες αλυσίδες λιανικής πώλησης κυριαρχούν σε σχέση με τον παραδοσιακό τρόπο διάθεσης. Κύρια αγορά αλιευμάτων είναι το Μιλάνο, ενώ σημαντικές αγορές υπάρχουν στη Βενετία και Chioggia στην Αδριατική και τη Νάπολι. Η κατανάλωση νωπού ανέρχεται σε ποσοστό 50%, των κατεψυγμένων σε 22% και των κονσερβοποιημένων σε 20%.

Τα νωπά προϊόντα που κυριαρχούν στην αγορά της Ιταλίας είναι μύδια, τσιπούρες, λαβράκια και πέστροφα, τα οποία προέρχονται από υδατοκαλλιέργειες.

Η κατανάλωση στον τομέα εστίασης ευνοεί τα νωπά προϊόντα (63%), ενώ ακολουθούν τα κατεψυγμένα (31,1%). Οι άλλοι τύποι διατήρησης αντιπροσωπεύουν λιγότερο από 6% του συνολικού όγκου. Τα οστρακοειδή αντιπροσωπεύουν την οικογένεια αλιευτικών προϊόντων που καταναλώνεται περισσότερο, ενώ στη δεύτερη θέση βρίσκονται τα ψάρια της θάλασσας.

Γαλλία: Η Γαλλία αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά αλιευμάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι Γάλλοι δαπανούν το 7% περίπου του εβδομαδιαίου οικογενειακού προϋπολογισμού σε αλιεύματα. Η μέση κατά κεφαλή κατανάλωση φτάνει τα 34,3 kg ετησίως.

Η κύρια κατανάλωση αφορά νωπά ολόκληρα ψάρια, αλλά η τάση για κατανάλωση εύκολων για μαγείρεμα προϊόντων επεκτείνεται (φιλέτα, μερίδες). Σημαντική είναι η κατανάλωση κατεψυγμένων, τεμαχισμένων και φιλετοποιημένων αλιευμάτων στα εστιατόρια.

Η αγορά αυτή διαφοροποιείται μεταξύ βορειοδυτικής χώρας και νότιας (Μεσογειακής). Η κατανάλωση γίνεται κατά 65% στο σπίτι και 35% στα εστιατόρια. Στα εστιατόρια σημαντική είναι η κατανάλωση σολομού και πέστροφας εκτροφής, ενώ η κατανάλωση τσιπούρας και λαβρακιού είναι χαμηλότερη χωρίς διάκριση (αλιείας ή εκτροφής).

Η εικόνα των Γάλλων καταναλωτών για τα ψάρια εκτροφής είναι θετική, ιδιαίτερα όσον αφορά την ποιότητα, ενώ είναι ευαισθητοποιημένοι σε θέματα περιβάλλοντος και ευζωίας των ζώων.

Ειδικό ρόλο στην αγορά των αλιευτικών προϊόντων έχουν οι Πράκτορες-Ενδιάμεσοι (Agents - Middlemen) κυρίως λόγω της πολύπλοκης διαδικασίας που απαιτείται για την εισαγωγή των προϊόντων, λαμβανομένου υπόψη του μεγάλου αριθμού των χωρών προέλευσης και του γεγονότος ότι η διαδικασία σε πολλές περιπτώσεις διαφοροποιείται μεταξύ των χωρών. Η λιανική πώληση πραγματοποιείται κυρίως στις αλυσίδες λιανικής πώλησης (super markets) και δευτερευόντως στα ιχθυοπωλεία. Οι περισσότερες αλυσίδες λιανικής πώλησης έχουν δημιουργήσει ιδιωτικές ετικέτες (private labels), οι οποίες ποικίλουν από αλυσίδα σε αλυσίδα με κύριο χαρακτηριστικό τη δέσμευση στην ποιότητα. Αντίθετα πολλοί παραδοσιακοί ιχθυέμποροι είναι επιφυλακτικοί στα ψάρια εκτροφής. Για τη γαλλική αγορά σημαντικό ρόλο παίζει η δυνατότητα σταθερού εφοδιασμού σε ποσότητες, ποιότητα, μεγέθη και ανταγωνιστικές τιμές.

Έρευνες έδειξαν ότι οι καταναλωτές στη Γαλλία προτιμούν στην πλειοψηφία τους τα προϊόντα συλλεκτικής αλιείας.

Όπως και στις άλλες Μεσογειακές χώρες υπάρχει ισχυρή προτίμηση στα εθνικά προϊόντα υδατοκαλλιέργειας (παρά την υψηλότερη τιμή).

Ιδιαίτερης σημασίας είναι η αγορά οστρακοειδών (στρείδια, χτένια, μύδια) και υπάρχουν στη χώρα πολλές μονάδες με σημαντική παραγωγή για τα δύο πρώτα είδη.

Πορτογαλία: Συγκρατάλεγεται μεταξύ των χωρών με την υψηλότερη ετήσια κατά κεφαλή κατανάλωση αλιευτικών προϊόντων (56,8 kg) με το μεγαλύτερο μέρος να αφορά τα νωπά προϊόντα. Όσον αφορά τα παραγόμενα στην Ελλάδα είδη υδατοκαλλιέργειας, η Πορτογαλία πραγματοποιεί εισαγωγές των ειδών τσιπούρα και λαβράκι κυρίως από την Ισπανία και την Ελλάδα. Οι Πορτογάλοι καταναλωτές αγοράζουν νωπά ψάρια από τις υπεραγορές και τις αλυσίδες λιανικής πώλησης (super markets) καθώς τα ιχθυοπωλεία σπανίζουν. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, υπεύθυνων του τομέα αλιευτικών προϊόντων των σημαντικότερων αλυσίδων πώλησης τροφίμων, παρατηρείται διαφοροποίηση ανάλογα με τη μέρα αγοράς και τον τόπο κατοικίας των καταναλωτών. Έτσι στις αγροτικές περιοχές είναι υψηλότερα τα ποσοστά αγοράς αλιευτικών προϊόντων σε λαϊκές αγορές, έναντι των αστικών περιοχών, οι κάτοικοι των οποίων προμηθεύονται αλιευτικά προϊόντα από μεγαλύτερα καταστήματα. Κατά τη διάρκεια του Σαββατοκύριακου παρατηρείται επίσης αύξηση των αγορών αλιευμάτων σε λαϊκές αγορές, όπου υπάρχει μεγάλη ποικιλία προϊόντων και υπερισχύουν τα αλιεύματα που προέρχονται από

συλλεκτική αλιεία. Αντίθετα στα μεγάλα καταστήματα το μεγαλύτερο μέρος των προσφερόμενων αλιευμάτων είναι προϊόντα υδατοκαλλιέργειας.

Η παρουσία προϊόντων ελληνικής θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας αυξάνεται σημαντικά, ενώ υπάρχει προτίμηση και σε μικρά μεγέθη (S 200 – 300 γραμ.)

Ισπανία: Η παραγωγή αλιευτικών προϊόντων, παρά το μέγεθος της (κατέχει τη *δεύτερη* θέση μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ), αλλά και την αυξητική πορεία της των τελευταίων ετών δεν επαρκεί για την εγχώρια κατανάλωση, η οποία συμπληρώνεται με εισαγωγές κυρίως από την Ιταλία, τη Γαλλία και την Ελλάδα. Η κατανάλωση κατά κεφαλή ανέρχεται στα 42,4 kg ετησίως.

Ο βακαλάος, τα καλαμάρια και οι γαρίδες είναι τα κύρια είδη κατανάλωσης, ενώ το καλκάνι, τα πελαγικά ψάρια και τα οστρακοειδή αποτελούν σημαντικά είδη κατανάλωσης. Τα ψάρια καταναλώνονται κύρια ολόκληρα, νωπά ή κατεψυγμένα. Τα ημιέτοιμα προϊόντα (εξαιρουμένου του κονσερβοποιημένου τόνου) είναι λιγότερο δημοφιλή και μικρότερης οικονομικής σημασίας. Τα νωπά προϊόντα καταναλώνονται κύρια στο σπίτι, ενώ τα κατεψυγμένα στα εστιατόρια. Η τάση στις αγορές είναι η αύξηση μεριδίων των υπεραγορών και αλυσίδων λιανικής πώλησης, έναντι των παραδοσιακών τοπικών αγορών, οι οποίες όμως κατέχουν σημαντικό ποσοστό και η έμφαση στην ποιότητα είναι εντονότερη.

Η αγορά αυτή χαρακτηρίζεται από την τάση για κατανάλωση επεξεργασμένων αλιευτικών προϊόντων, σε βάρος των νωπών και των κατεψυγμένων (χωρίς επεξεργασία). Σημαντική είναι η κατανάλωση μυδιών και ψαριών υδατοκαλλιέργειας. Όσον αφορά τα κονσερβοποιημένα σημαντικό μέρος της κατανάλωσης αποτελούν οι κονσέρβες τόνου και γαύρου. Στην Ισπανία οι αλυσίδες λιανικής πώλησης στην πλειονότητά τους διαθέτουν ιχθυοπωλεία, στα οποία και πραγματοποιείται το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων αλιευτικών προϊόντων, ενώ μέσω των ανεξάρτητων ιχθυοπωλείων διακινείται περί το 30%. Το χονδρεμπόριο πραγματοποιείται στις κεντρικές αγορές. Οι μεγαλύτερες είναι στην Μαδρίτη, Βαρκελώνη, Βαλένθια.

Γερμανία: Η γερμανική αγορά αλιευμάτων εστιάζεται κύρια σε ψάρια της Βόρειας θάλασσας και του Ατλαντικού, αλλά και ψάρια γλυκών υδάτων, όπως ο κυπρίνος και η πέστροφα. Η κατανάλωση κατά κεφαλή είναι από τις χαμηλότερες στην Ε.Ε. (14,2 kg/έτος). Η κατανάλωση κατεψυγμένων αλιευμάτων είναι η κυριότερη μορφή, ακολουθούμενη από τις κονσέρβες και μόλις το 10 – 15% είναι νωπά. Η αγορά προϊόντων υδατοκαλλιέργειας Μεσογειακών ειδών παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθόσον τα προϊόντα αυτά σημειώνουν αύξηση τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα στα είδη τσιπούρα και λαβράκι. Η διακίνηση αλιευτικών προϊόντων εντός της

Γερμανικής αγοράς γίνεται από εισαγωγικές εταιρείες στις μεγάλες πόλεις (Μόναχο, Φραγκφούρτη, Αμβούργο, Βρέμη) οι οποίες στη συνέχεια τα προωθούν σε τοπικούς διανομείς για να καταλήξουν σε καταστήματα λιανικής. Ο καταναλωτής σε επίπεδο λιανικής πώλησης μπορεί να βρει προϊόντα ιχθυοκαλλιέργειας σε αλυσίδες με μεγάλο αριθμό καταστημάτων, cash & carry που απευθύνονται σε εμπόρους και HORECA με μεγάλη ποικιλία ειδών και σε μικρά καταστήματα – ιχθυοπωλεία, που διαθέτουν ποικιλία νωπών αλιευτικών προϊόντων, αλλά είναι αριθμητικά περιορισμένα.

Σε πρόσφατη έρευνα της Γερμανικής Εταιρείας Καταναλωτικών Ερευνών (GfK) διαπιστώνεται ότι η πλειοψηφία των Γερμανών κάνει στροφή στην ποιότητα των προϊόντων γενικά, προτιμώντας περισσότερο τα ποιοτικά τρόφιμα και προϊόντα καθημερινής χρήσης, παρά τα φθηνά. Σύμφωνα με την ίδια μελέτη η αίσθηση ευημερίας σε μεγάλο μέρος της γερμανικής κοινωνίας συνέβαλε στην παγίωση αυτής της τάσης, ανεβάζοντας τα στάνταρ ποιότητας του μέσου καταναλωτή.

Τα ελληνικά προϊόντα θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας δεν είναι αναγνωρίσιμα (έλλειψη brand name), ενώ προτιμώμενο μέγεθος είναι το G 400 – 600 γραμ.

Ηνωμένο Βασίλειο: Η αγορά αλιευτικών προϊόντων παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον κυρίως όσον αφορά τα προϊόντα συλλεκτικής αλιείας και η κατά κεφαλή κατανάλωση είναι σχετικά μεγάλη (19 kg/έτος). Το μεγαλύτερο μέρος των αλιευμάτων πωλείται σε κατεψυγμένη μορφή ή σε ημιέτοιμη και με ιδιωτική ετικέτα. Λόγω της ισχυρής προτίμησης σε τέτοιες μορφές και η κατανάλωση λαβρακιού γίνεται κύρια σε φιλέτα.

Η κατανάλωση των προϊόντων υδατοκαλλιέργειας είναι μικρή, αλλά παρουσιάζει αυξητική πορεία, η οποία κυρίως οφείλεται στον προσανατολισμό των καταναλωτών προς υγιεινή διατροφή. Οι καταναλωτές δεν είναι εξοικειωμένοι με Μεσογειακά είδη, όπως η τσιπούρα. Όμως λόγω του τουρισμού αρχίζει μια σταδιακή διαφοροποίηση στο παραδοσιακό μοντέλο.

Τα τελικά σημεία πώλησης, αλυσίδες λιανικής πώλησης, ιχθυοπωλεία, εστιατόρια αγοράζουν από χονδρεμπόρους και μονάδες επεξεργασίας αλιευμάτων. Από τα προϊόντα που διετέθησαν για κατανάλωση στο σπίτι προέρχονται σε ποσοστό περίπου 92% από αλυσίδες λιανικής και από ιχθυοπωλεία σε περίπου 8%.

Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ): Η αξία των αλιευμάτων στην αγορά αυτή ανήλθε το 2010 σε 11.190 δις δολάρια, το 2011 σε 12.695 δις δολάρια και το 2012 σε 12.638 δις δολάρια. Το 84% της ζήτησης καλύπτεται από εισαγωγές.

Η δημοφιλέστερη κατηγορία θαλασσινών προϊόντων στην αγορά των ΗΠΑ είναι η κατηγορία των οστρακοειδών και καρκινοειδών με περίπου 5 δις δολάρια, κατά μέσο όρο διαχρονικά, η οποία ακολουθείται από τα φιλέτα ψαριών (με αυξητική τάση). Η κατηγορία νωπών ψαριών, έρχεται τρίτη σε αξία με 1 δις δολάρια. Σημαντικό μερίδιο καταλαμβάνουν τα κατεψυγμένα ψάρια και τα καπνιστά (επεξεργασμένα).

Τα ελληνικά προϊόντα υδατοκαλλιέργειας είναι αναγνωρίσιμα στην αμερικάνικη αγορά, τα οποία εισάγουν ελληνικά ποιοτικά εστιατόρια αλλά και έλληνες χονδρέμποροι στην ιχθυαγορά Ν. Υόρκης ή αλυσίδες λιανικής πώλησης (super markets). Η αγορά αυτή παρουσιάζει ενδιαφέρον καθώς υπάρχει εστιασμένη κατανάλωση ιδιαίτερα στη Νέα Υόρκη και στις Βόρειο - Ανατολικές ακτές και λιγότερο στις Δυτικές (Καλιφόρνια). Λόγω προσφοράς των ειδών Μεσογειακής υδατοκαλλιέργειας σε χαμηλές τιμές από την Τουρκία, υπάρχει έντονος ανταγωνισμός.

Οι εξαγωγές αφορούν σχεδόν αποκλειστικά το λαβράκι με προτιμώμενο μέγεθος GG 600 – 800 γραμ.

Ρωσική Δημοκρατία

Η αγορά αλιευμάτων παραδοσιακά εστιάζονταν στην κατανάλωση ψαριών γλυκών υδάτων και μεταποιημένων αλιευμάτων (ιδιαίτερα σε κονσέρβες). Το άνοιγμα της οικονομίας και η άνοδος του βιοτικού επιπέδου σε συνδυασμό με τον τουρισμό οδήγησαν στην αύξηση της κατανάλωσης θαλασσινών ψαριών και ιδιαίτερα Μεσογειακών. Η κατά κεφαλή κατανάλωση κυμαίνεται περί τα 15 κιλά ετησίως.

Η Ρωσική αγορά έχει ιδιαιτερότητες, καθώς μικρός αριθμός εισαγωγικών – χονδρεμπορικών επιχειρήσεων διακινεί το σύνολο των ψαριών.

ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η κατανάλωση βιολογικού ψαριού και καρκινοειδών (γαρίδα) αποτελεί μια μικρή εξειδικευμένη (niche) αγορά, η οποία παρά ταύτα φαίνεται να αναπτύσσεται στην ΕΕ. Η ΕΕ είναι η μεγαλύτερη αγορά βιολογικών προϊόντων, ακολουθούμενη μακράν από τις ΗΠΑ, Ιαπωνία και

Αυστραλία. Καθώς η ζήτηση για προϊόντα βιολογικής υδατοκαλλιέργειας αυξάνει, υπάρχει ανάγκη για εισαγωγή προϊόντων από αγορές εκτός της ΕΕ (κύρια από τη Νορβηγία και Δανία).

Η παραγωγή βιολογικών ψαριών στην ΕΕ εκτιμάται σε 16.000 τόνους από την οποία περί το 80% είναι παραγωγή σολομού, ο οποίος κατά το μεγαλύτερο μέρος του καταναλώνεται εντός της ΕΕ.

Η παραγωγή βιολογικού σολομού (στην ΕΕ και την Νορβηγία) υπολογίζεται ότι ανήλθε σε 30.000 τόνους το 2014, η διπλάσια παραγωγή από το 2010. Το μεγαλύτερο μέρος του σολομού που καταναλώνεται στην ΕΕ παράγεται στο Ηνωμένο Βασίλειο και στη Νορβηγία. Άλλα είδη είναι ο κυπρίνος, η πέστροφα, η τσιπούρα και το λαβράκι.

Η αντίστοιχη παραγωγή τσιπούρας και λαβρακιού εκτιμάται σε 2.000 τόνους περίπου ετήσια, παρουσιάζοντας μικρή αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια και αντιπροσωπεύει το 1-2% της συμβατικής παραγωγής.

Μεγαλύτερη αποδοχή στους καταναλωτές, έχουν εθνικά ή ιδιωτικά σήματα «οργανικών» ψαριών, λόγω του γεγονότος ότι το Ενωσιακό πρότυπο έχει δυσδιάκριτες διαφορές με τα συμβατικής εκτροφής.

Η θετική εικόνα των βιολογικών ψαριών, αφορά κύρια το περιβάλλον, αλλά και την υγιεινότητα («κοντά στο ψάρι συλλεκτικής αλιείας»), τη μη χρήση φαρμακευτικών ουσιών κ.ά.. Οι καταναλωτές βιολογικών ψαριών είναι κύρια υψηλού εισοδήματος άτομα, νέοι και γυναίκες με παιδιά.

Η ανάπτυξη της βιολογικής εκτροφής ψαριών πρέπει να είναι σταδιακή και με αργούς ρυθμούς, ώστε να μην υπάρξει πτώση των τιμών. Καθώς, η παραγωγή βιολογικών προϊόντων θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο μικρών μονάδων, μια τέτοια εξέλιξη μπορεί να οδηγήσει σε κατάρρευση των επιχειρήσεων αυτών. Σε κάθε περίπτωση η ανάπτυξη της βιολογικής εκτροφής ενίσχυσε την προσοχή των μονάδων συμβατικής εκτροφής σε θέματα περιβάλλοντος και διαχείρισης των ιχθυοπληθυσμών.

Επίσης, δεδομένου ότι, τα βιολογικά προϊόντα διανέμονται σε ειδικά και μικρού μεγέθους καταστήματα και οι ειδικοί αυτοί καταναλωτές προτιμούν τα ημιέτοιμα ή σε μορφή φιλέτων προϊόντα, τούτο δεν είναι πολλές φορές εφικτό, λόγω της έλλειψης κατάλληλων χώρων στα καταστήματα αυτά.

Κυριότερες αγορές κατανάλωσης βιολογικών ψαριών είναι η Μ. Βρετανία, Ελβετία, η Γαλλία, η Γερμανία και η Δανία.

ΠΕΣΤΡΟΦΑ

Στην ΕΕ το σύνολο της διακίνησης πέστροφας το έτος 2013, ήταν 98.288 τόνοι. Από αυτούς το 75% γίνεται μεταξύ των χωρών εντός της ΕΕ, ενώ το υπόλοιπο 25% εισάγεται από χώρες εκτός ΕΕ (EUMOFA). Η μορφή του προϊόντος που εισάγεται κυρίως στην ΕΕ είναι ολόκληρο νωπό κατά 51% και ακολουθεί το ολόκληρο κατεψυγμένο (23%). Εισάγεται επίσης πέστροφα σε φιλεταρισμένη νωπή ή κατεψυγμένη που ανέρχεται σε 26% συνολικά. Οι κύριες προμηθεύτριες χώρες πέστροφας στην ΕΕ, το έτος αυτό (2015) ήταν η Τουρκία, η Δανία και η Σουηδία με ποσοστά 18%, 16% και 13% αντίστοιχα. Οι αγορές των χωρών που καταναλώνουν πέστροφα στην ΕΕ είναι κυρίως η Γερμανία με 37.000 τόνους, η Ιταλία με 30.000 τόνους και η Γαλλία με 28.600 τόνους (EUMOFA, 2015).

Γερμανία: Η αγορά της πέστροφας κυμαίνεται μεταξύ 30.000-35.000 τόνους κατ' έτος. Η κάλυψή της γίνεται με εισαγωγές από Δανία (νωπή και κατεψυγμένη), Τουρκία (κατεψυγμένη) και Πολωνία (αλατισμένη/αποξηραμένη και καπνιστή). Ανά κατηγορία καταναλώνεται, 55% κατεψυγμένη, 25% νωπή και 25% καπνιστή/αλατισμένη /αποξηραμένη. Η διακίνηση γίνεται μέσω αλυσίδων λιανικής πώλησης (77%). Στη λιανική μια ανερχόμενη τάση είναι να πωλούν πιστοποιημένο βιολογικό προϊόν.

Ιταλία: Η δεύτερη σε μέγεθος αγορά πέστροφας στην ΕΕ με περίπου 30.000 τόνους κατ' έτος. Εξάγει στην Αυστρία, Γερμανία, Πολωνία, Ρουμανία και Ελβετία, ενώ εισάγει μικρές ποσότητες από Ισπανία, Δανία, Ολλανδία και Βοσνία. Δεν φαίνεται αυξητική τάση στην αγορά, λόγω της οικονομικής κρίσης και μειούμενης προτίμησης των καταναλωτών σε νωπά αλιεύματα.

Γαλλία: Η τρίτη σε αγορά σε μέγεθος στην ΕΕ με περίπου 28.000 τόνους κατ' έτος. Εξάγει σε διάφορες χώρες του κόσμου με κύριες τη Γερμανία και το Βέλγιο, ενώ εισάγει μικρές ποσότητες κύρια από την Ισπανία.

ΧΕΛΙ

Στην παγκόσμια αγορά χελιών η Άπω Ανατολή παίζει καθοριστικό ρόλο (άνω του 90% της κατανάλωσης). Η μείωση των αποθεμάτων του τοπικού είδους *Anguilla japonica* οδήγησε σε μαζική εισαγωγή του ευρωπαϊκού είδους *Anguilla anguilla* και τούτο οδήγησε στην υπαγωγή του είδους αυτού στο Appendix II του CITES το 2007 (Καν. 1100/2007). Το Δεκέμβριο 2010 η ΕΕ απαγόρευσε το εμπόριο χελιού εκτός ΕΕ (εισαγωγές – εξαγωγές).

Η κατανάλωση χελιών (αλιείας και εκτροφής) στην ΕΕ αποτελεί το 3-4 % της παγκόσμιας κατανάλωσης (3.000 – 3.500 τόνοι). Η κατανάλωση χελιών στην ΕΕ έχει ισχυρές πολιτιστικές και παραδοσιακές πτυχές γι' αυτό υπάρχει έντονη τοπικότητα, εποχικότητα και προτίμηση μεγεθών. Έτσι στην Ισπανία υπάρχει παράδοση στην κατανάλωση γυαλόχελου (φθίνουσα), στην Ολλανδία βάρους 120 – 200 gr, στο Βέλγιο και στη Δανία βάρους 120 – 300 gr, στη Γερμανία και Βαλτικές χώρες βάρους 300 – 600 gr και στην Πολωνία βάρους 500 – 1.200 gr.

Ανάλογα με την περιεκτικότητα σε λίπος, τα μεν προερχόμενα από την αλιεία, ως λιγότερο λιπαρά, καταναλώνονται μαγειρευτά και καπνιστά, ενώ τα καλλιεργούμενα, ως περισσότερο λιπαρά, σχεδόν αποκλειστικά ως καπνιστά.

Το χέλι ως αλιευτικό προϊόν απευθύνεται σε υψηλού επιπέδου καταναλωτές λόγω των υψηλών τιμών των φιλέτων (υψηλότερη και του σολομού). Γενικά η κατανάλωση μειώνεται. Αρνητικά στην κατανάλωση επιδρούν η λιπαρότητα, η μορφή (μορφή φιδιού) και η άγνοια των καταναλωτών για το προϊόν.

Δεν υπάρχει παρουσία χελιού στις αλυσίδες λιανικής πώλησης, λόγω των εκστρατειών προστασίας του είδους από Ευρωπαϊκές περιβαλλοντικές ΜΚΟ και βρίσκεται κύρια σε ιχθυοπωλεία, αγορές deli και ειδικά εστιατόρια. Επίσης υπάρχει πτώση της κατανάλωσης λόγω των εκστρατειών αυτών σε Γερμανία, Δανία και Ολλανδία (25 – 50% πτώση). Άλλοι λόγοι πτώσης της κατανάλωσης είναι η μη εξοικείωση των νέων γενεών στην κατανάλωση χελιού και η υψηλή τιμή, εν μέσω οικονομικής κρίσης.

Στην ΕΕ υπάρχουν χώρες που γίνεται αλιεία γυαλόχελου (Ην. Βασίλειο, Γαλλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Ιταλία), από τις οποίες οι δύο πρώτες κάνουν και εξαγωγές, ενώ καλλιέργεια του είδους γίνεται στην Ολλανδία (13 μονάδες), Δανία (5 μονάδες), Ελλάδα (4 μονάδες), Ισπανία (1 μονάδα), Ιταλία (2 μονάδες), Γερμανία (2 μονάδες), Εσθονία (3 μονάδες), Πολωνία (1 μονάδα) και Σουηδία (1 μονάδα). Η παραγωγή των μονάδων μειώθηκε κατά 75 % μετά την κρίση του 2009.

Στην **Ιταλία** η κατανάλωση χελιού συναρτάται με παραδόσεις, ανά Περιφέρεια, κύρια στις βόρειες και ανατολικές περιοχές, όπου υπάρχουν λίμνες και ποταμοί. Πωλείται ζωντανό ή νωπό κατευθείαν στη λιανική αγορά, ή μέσω δικτύων διανομής για παραδοσιακές φιέστες/πανηγύρια και καταναλώνεται κύρια στις γιορτές των Χριστουγέννων.

Στη **Γερμανία** δεν καταναλώνεται ζωντανό ή νωπό χέλι. Πλέον του 75% της αγοράς χελιού είναι καπνιστό υψηλής τιμής από χώρες της Βαλτικής και άλλες ευρωπαϊκές, ενώ από άλλες είναι χαμηλής τιμής λόγω μειωμένης λιπαρότητας. Προτιμώμενα μεγέθη είναι 300-600 gr.

Η παραγωγή χελιών σε ζωντανή μορφή εξάγεται 100% με χώρες προορισμού την Ολλανδία, Ιταλία, Γερμανία, Βαλτικές χώρες και Ισπανία. Σε μορφή καπνιστού (που αποτελεί το 20% της παραγωγής) εξάγεται σε ποσοστό 50% στην Γαλλία και Ισπανία. Τα μεγέθη του τελικού προϊόντος κυμαίνονται από 130 – 1.500 γραμμ.

ΜΥΔΙ

Η Ευρωπαϊκή αγορά μυδιού εκτιμάται σε 600.000 tn ετήσια, από τους οποίους 500.000 tn περίπου είναι εσωτερική παραγωγή και 100.000 tn εισαγωγής. Δύο είδη παράγονται: το *Mytilus edulis* (B. και Δ. Ευρώπη) και το *Mytilus galloprovincialis* (Μεσογειακό είδος). Σημαντικές είναι οι εισαγωγές από τη Χιλή του είδους *Mytilus chilensis* και από τη Ν. Ζηλανδία του είδους *Perna canaliculus*. Τα εκτρεφόμενα μύδια αντιπροσωπεύουν το 90% της αγοράς.

Κύριες αγορές κατανάλωσης είναι: Ιταλία, Ισπανία, Γαλλία (σε όγκο) και Ισπανία, Βέλγιο, Ιταλία, Γαλλία (κατά κεφαλή).

Κύριες αγορές εισαγωγής είναι η Γαλλία, Ιταλία και Βέλγιο, ενώ εξαγωγής η Ολλανδία και Ισπανία.

Αν και οι μεγαλύτερες ποσότητες μυδιών φτάνουν στον καταναλωτή νωπά / ζωντανά, άλλες μορφές όπως αποκελυφωμένο (κυρίως κατεψυγμένο – IQF και halfshell) και προμαγειρεμένα βρίσκονται σε συνεχή άνοδο.

Σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της ζήτησης (και τιμής) παίζουν: α) το είδος, β) το μέγεθος, γ) η μέθοδος παραγωγής, δ) η τελική παρουσίαση του προϊόντος, ε) το χρώμα, η γεύση και το ποσοστό σάρκας.

Η αγορά catering απορροφά το 50% της κατανάλωσης μυδιών.

Οι εισαγωγές κατεψυγμένων από Χιλή και Νέα Ζηλανδία επέδρασαν στην τιμή των εκτρεφόμενων μυδιών της Ε.Ε. οδηγώντας σε πτώση τιμών, ιδιαίτερα των μυδιών που κατευθύνονται στη βιομηχανία.

Η Ολλανδία είναι η χώρα της Ε.Ε. που αποτελεί κλειδί για την παραγωγή και εμπορία μυδιών στην Ευρώπη. Πέραν της παραγωγής 80.000-90.000 tn / έτος από αλιεία, εισάγονται επιπλέον 20.000-30.000 tn/έτος για την αγορά.

Περίοδοι μεγάλης διαθεσιμότητας μυδιών στην Ευρώπη												
Χώρες	Ι	Φ	Μ	Α	Μ	Ι	Ι	Α	Σ	Ο	Ν	Δ
Γαλλία (Bouchot)												
Ολλανδία												
Ιρλανδία (αλιεία)												
Ιρλανδία (καλλιέργεια)												
Αγγλία												
Ιταλία												
Ελλάδα												
Ισπανία												

Πηγή: Εκτιμήσεις της αγοράς

Οι εξαγωγές ελληνικών μυδιών, αφορούν κατά 94% νωπά μύδια και κατά 6% επεξεργασμένα και η πλειοψηφία εξάγεται με κύριο προορισμό την Ιταλία με 55 – 60% και ακολουθούν, η Γαλλία με 20 – 25%, η Ισπανία με 15%, η Ολλανδία με 3% την περίοδο Μαρτίου – Αυγούστου κάθε έτους.

Ο τρόπος διακίνησης του προϊόντος γίνεται οδικά με φορτηγά-ψυγεία. Η μορφή του προϊόντος είναι, είτε προϊόν σε αρμαθιές 2-3.4 μέτρων (pergolari) είτε συσκευασμένα σε σάκους των 10 κιλών χωρίς άλλη επεξεργασία (80% της παραγωγής). Πολλά από αυτά, στον τελικό προορισμό τους, θα εμβαπτιστούν σε θαλασσινό νερό και αφού πάρουν έγκριση σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, στη συνέχεια διατίθενται στην αγορά λιανικής. Η τιμή FOB σε αρμαθιές κυμαίνεται περί τα 0,30 – 0,40 € / κιλό, ενώ σε σάκους στα 0,40 – 0,50 € / κιλό.

2.2. Ανταγωνισμός

Ο ανταγωνισμός αποτελεί βασικό, αλλά και καθοριστικό παράγοντα για τη διάθεση των ελληνικών προϊόντων υδατοκαλλιέργειας, τόσο στις αγορές της ΕΕ, όσο και των τρίτων χωρών και έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και προέλευση.

Καταρχήν τα ελληνικά προϊόντα και ιδιαίτερα τα είδη τσιπούρα και λαβράκι ανταγωνίζονται τα αντίστοιχα είδη παραγωγής των Μεσογειακών χωρών της ΕΕ και τρίτων χωρών και κυρίως της Τουρκίας.

Ανταγωνισμός, βέβαια, υπάρχει γενικά στις αγορές προϊόντων υδατοκαλλιέργειας και μάλιστα έντονος με ανταγωνίστριες μεταξύ των άλλων και ασιατικές χώρες, που παράγουν ιδιαίτερα σημαντικές ποσότητες και κατακλύζουν τη διεθνή αγορά με διάφορες μορφές των προϊόντων αυτών (κύρια το είδος παγκάσιους).

Όσον αφορά τα προϊόντα χωρών της ΕΕ, ο ανταγωνισμός είναι θεμιτός και κάθε χώρα χρησιμοποιεί και προβάλλει τα θετικά των δικών της προϊόντων, όπως πχ το φυσικό περιβάλλον εκτροφής, το κόστος κλπ και το αποτέλεσμα κρίνεται από την πολιτική της εμπορίας που εφαρμόζουν, σε συνδυασμό με την οργάνωση της παραγωγής σε επίπεδο επιχειρήσεων και οργανώσεων παραγωγών. Ιδιαίτερα όσον αφορά τα ψάρια θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας στις Μεσογειακές χώρες υπάρχει ισχυρή προτίμηση για τα εγχώρια προϊόντα, τα οποία πωλούνται σε υψηλότερη τιμή από τα όμοια άλλων χωρών.

Κοινός παρονομαστής βέβαια για τα προϊόντα των χωρών της ΕΕ είναι ότι αυτά παράγονται και διατίθενται στην κατανάλωση με τους ίδιους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας και υγείας των ζώων.

Όσον αφορά τα προϊόντα τρίτων χωρών, αναφέρουμε ως ξεχωριστή περίπτωση τα προϊόντα της Τουρκίας, τα οποία μέχρι πρόσφατα δημιουργούσαν συνθήκες «αθέμιτου ανταγωνισμού», λόγω του ειδικού καθεστώτος που ίσχυε για την εισαγωγή τους στην ΕΕ και της επιδότησης εξαγωγής που χορηγούσε η τουρκική διοίκηση. Πρόσφατα, το καθεστώς αυτό καταργήθηκε.

Υπό τις συνθήκες αυτές το συγκριτικό πλεονέκτημα των ποιοτικών προϊόντων της Ελλάδας και του συνόλου των χωρών της ΕΕ, δεν ήταν αρκετό να ανταγωνισθεί τα τουρκικά προϊόντα.

Παραμένει όμως, ως θέμα, που πρέπει να απασχολήσει τις αρμόδιες υπηρεσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, όσον αφορά την εφαρμοζόμενη παραγωγική διαδικασία και ιδιαίτερα τη σύσταση των ιχθυοτροφών που χρησιμοποιούνται στις μονάδες της χώρας αυτής.

Σε σχέση με τα προϊόντα υδατοκαλλιέργειας τρίτων χωρών (εκτός Τουρκίας) το πλεονέκτημα της ποιότητας, υγιεινής και ασφάλειας των ελληνικών προϊόντων είναι ισχυρό, αλλά και η

προτίμηση του ευρωπαϊκού κυρίως καταναλωτή σε συγκεκριμένα είδη που παράγονται στη Μεσόγειο αποτελεί θετικό παράγοντα υπέρ των ελληνικών προϊόντων.

Σε κάθε περίπτωση τα ελληνικά προϊόντα υδατοκαλλιέργειας είναι αναγνωρίσιμα στις αγορές και αντιμετωπίζονται θετικά, ενώ υπάρχουν ήδη και ανοικτά κανάλια διάθεσής τους σε αυτές αρκεί να υπάρξει η απαιτούμενη συνέχεια, σταθερότητα και ανάλογος προγραμματισμός και οργάνωση της ελληνικής παραγωγής.

Θα πρέπει βέβαια να επισημανθεί και ο ανταγωνισμός μεταξύ ελληνικών επιχειρήσεων σε αγορές πολλών χωρών με στόχο την εξασφάλιση περισσότερων πελατών χωρίς να προσφέρεται αντίστοιχη ποιοτική διαφορά ή εξ ανάγκης για μεγαλύτερη ρευστότητα των επιχειρήσεων.

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΘΑΛΑΣΣΙΑΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα είδη της ελληνικής θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας (τσιπούρα – λαβράκι) και των ανταγωνιστριών χωρών στις αγορές Ιταλίας, Ισπανίας και Γαλλίας ως κύριες αγορές της ΕΕ (οι οποίες αποτελούν και παραδοσιακές αγορές των ελληνικών προϊόντων) στις οποίες έγιναν εξαγωγές ελληνικών προϊόντων ιχθυοκαλλιέργειας, το έτος 2015.

Τα ελληνικά προϊόντα των ειδών τσιπούρα και λαβράκι, στην Ιταλική αγορά είχαν (2015) μερίδιο 64% και για τα δύο είδη. Κατείχαν μακράν την πρώτη θέση, με δεύτερα τα προϊόντα της Τουρκίας με αντίστοιχα μερίδια 20% και 21%, ενώ τα υπόλοιπα ποσοστά κατείχαν οι χώρες Ισπανία, Γαλλία, Μάλτα και Κροατία.

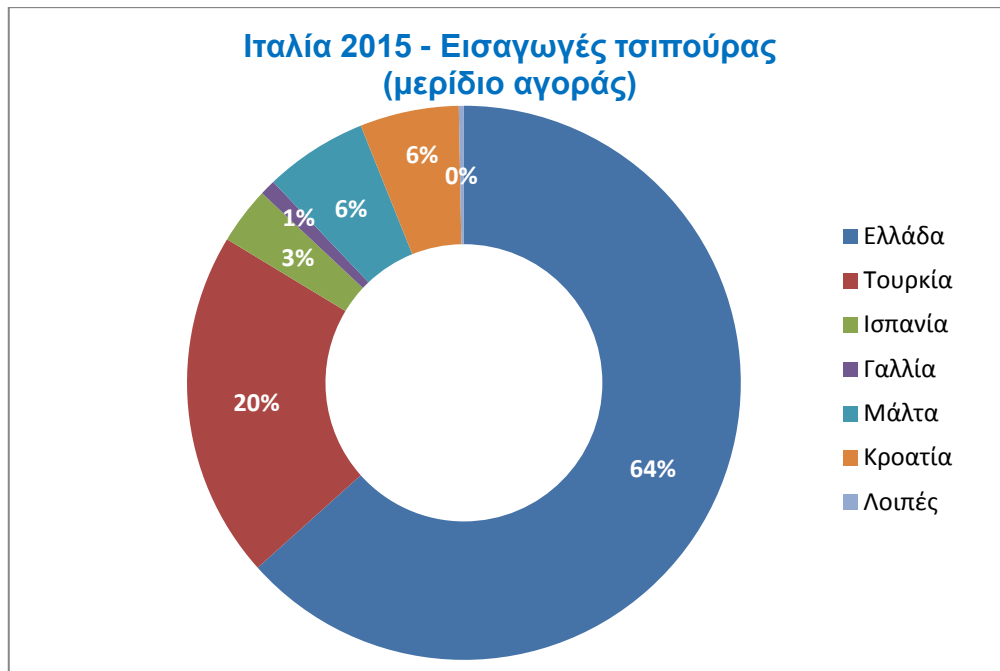
Για τα ίδια προϊόντα (τσιπούρα – λαβράκι) στις αγορές της Ισπανίας και της Γαλλίας, η Ελλάδα (2015) κατείχε επίσης υψηλά μερίδια (στην Ισπανία 60% και 38% και στη Γαλλία 63% και 53% για τα είδη αντίστοιχα) με ανταγωνίστριες τις χώρες Τουρκία, Ιταλία, Γαλλία, Ισπανία κλπ.

Από τα στοιχεία αυτά, προκύπτει η ηγετική θέση των ελληνικών προϊόντων τσιπούρα – λαβράκι στις αγορές της ΕΕ, αλλά και οι χώρες των οποίων τα προϊόντα καλείται να ανταγωνιστεί η Ελλάδα

Ακολουθούν σχετικά διαγράμματα με τα μερίδια αγοράς, Ελλάδας και ανταγωνίστριων χωρών σε κάθε μια από τις παραπάνω χώρες το έτος 2015, αλλά και οι ποσότητες διαχρονικά της κάθε μιας από τις ανταγωνίστριες χώρες στη υπόψη αγοράς.

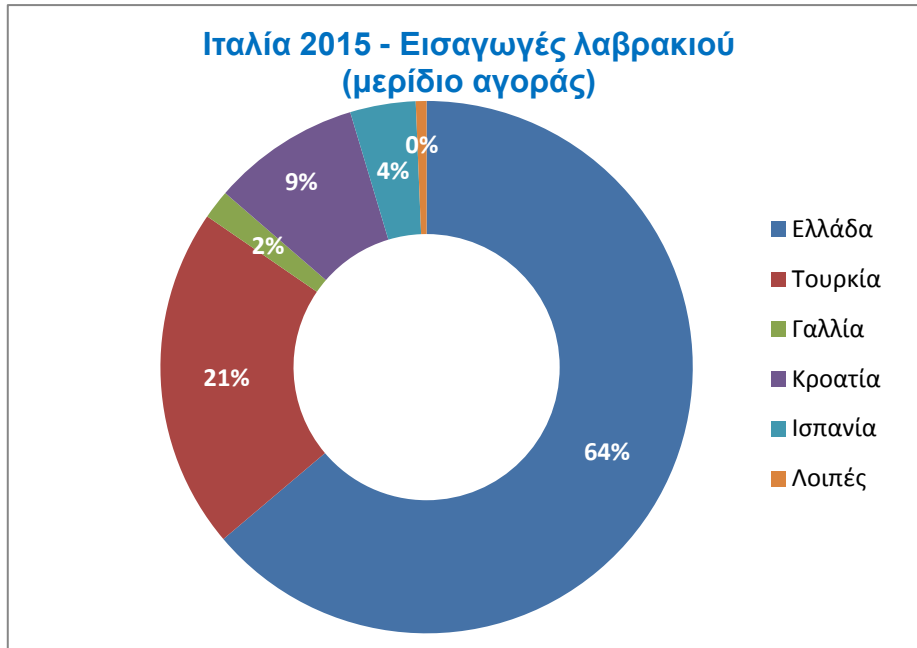
ΙΤΑΛΙΑ

Η Ιταλία αποτελεί την πρώτη αγορά στην οποία έχουν παρουσία τα ελληνικά προϊόντα τσιπούρα-λαβράκι, τόσο για εγχώρια κατανάλωση, όσο και για μεταπώληση από χονδρεμπόρους σε γειτονικές χώρες.



Πηγή: *Kontali*

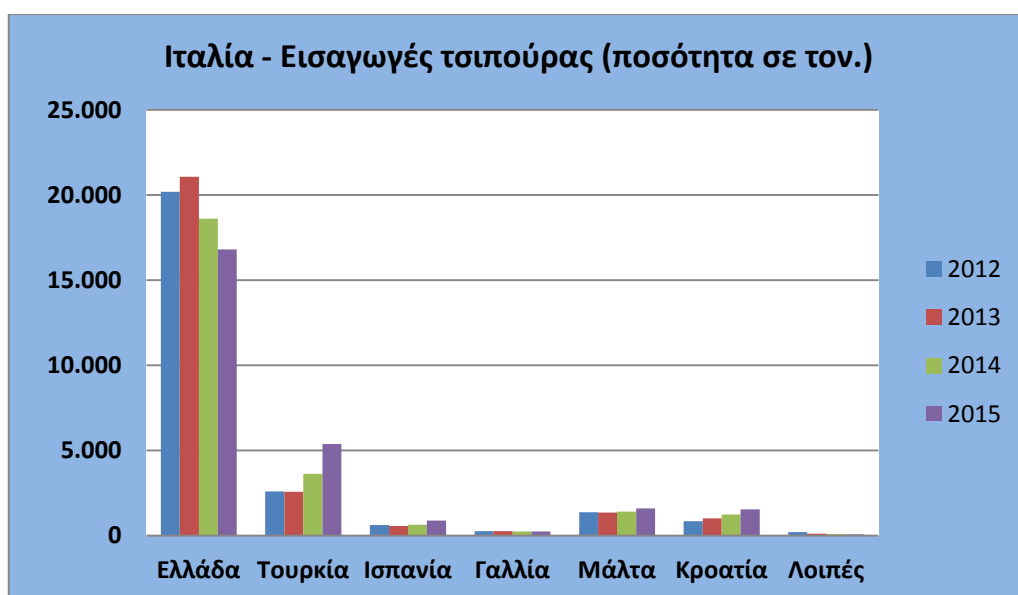
Όσον αφορά τις εισαγωγές τσιπούρας στην Ιταλία, η Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση με 64% και ακολουθείται από την Τουρκία και την Ισπανία με μερίδιο 20% και 3% αντίστοιχα. Σημειώθηκε πτώση του μεριδίου αγοράς των ελληνικών προϊόντων ιχθυοκαλλιέργειας κατά 8% από το ποσοστό του 2014 (72%). Το σχετικό μερίδιο της αγοράς μετακινήθηκε στην Τουρκία (κατά 6%) και το υπόλοιπο μοιράστηκε σε εισαγωγές που έγιναν από τη Μάλτα (1%) και λοιπές χώρες (1%).



Πηγή: Kontali

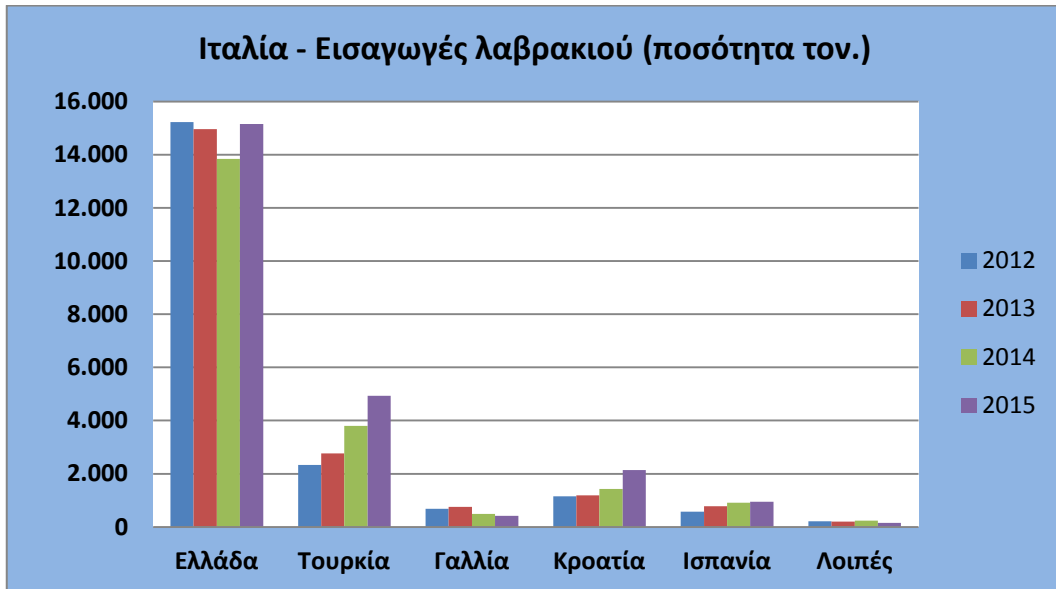
Οι εισαγωγές λαβρακιού στην Ιταλία καλύπτονται κατά 64% από την Ελλάδα και ακολουθούν η Τουρκία και η Γαλλία με 21% και 2% αντίστοιχα. Παρατηρείται και εδώ πτώση του ποσοστού εισαγωγών λαβρακιού από το ποσοστό (67%) του 2014. Από τη διαφορά επωφελήθηκαν η Τουρκία, η οποία αύξησε το ποσοστό της σε 21% έναντι του 18% το 2014 και η Κροατία, η οποία αύξησε το ποσοστό της σε 9% από 7% το 2014.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται σε μορφή διαγράμματος οι ποσότητες τσιπούρας – λαβρακιού, που εισάγονται στην Ιταλία από διάφορες χώρες.



Πηγή: Kontali

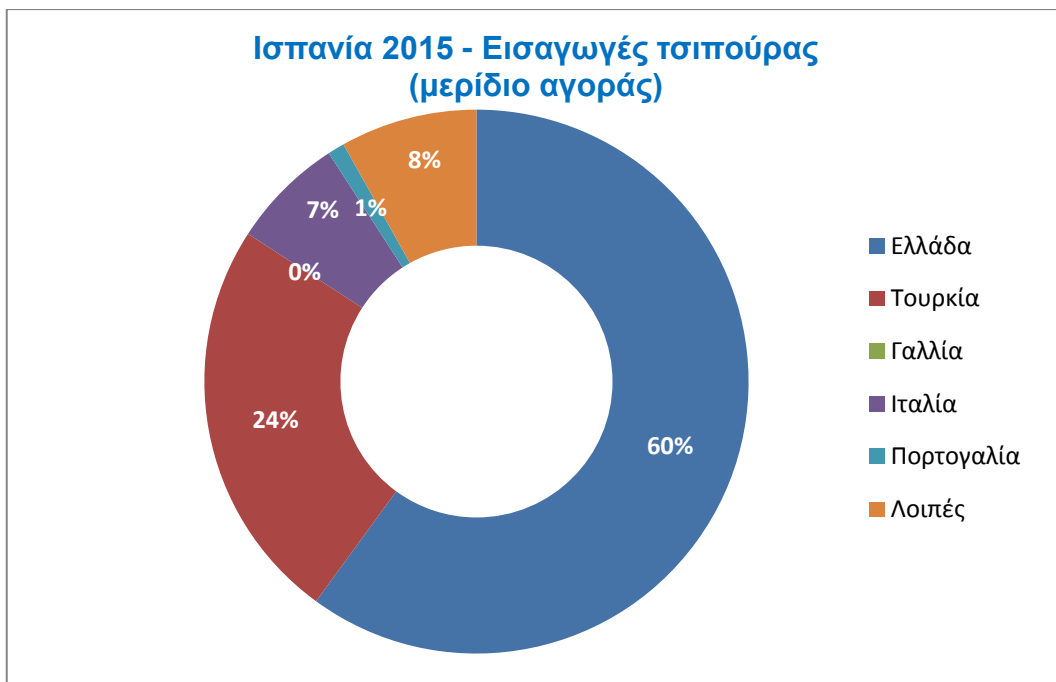
Οι ποσότητες τσιπούρας που εισάγονται από την Ελλάδα στην Ιταλία δηλώνουν μια σταθερή πρώτη θέση, αλλά μετά από μια αλματώδη αύξηση το 2013 μειώνονται σταδιακά. Ο ανταγωνισμός από τη δεύτερη χώρα σε εισαγωγές (Τουρκία) είναι πολύ χαμηλός και το ίδιο συμβαίνει με τις άλλες χώρες που εισάγουν τσιπούρα.



Πηγή: Kontali

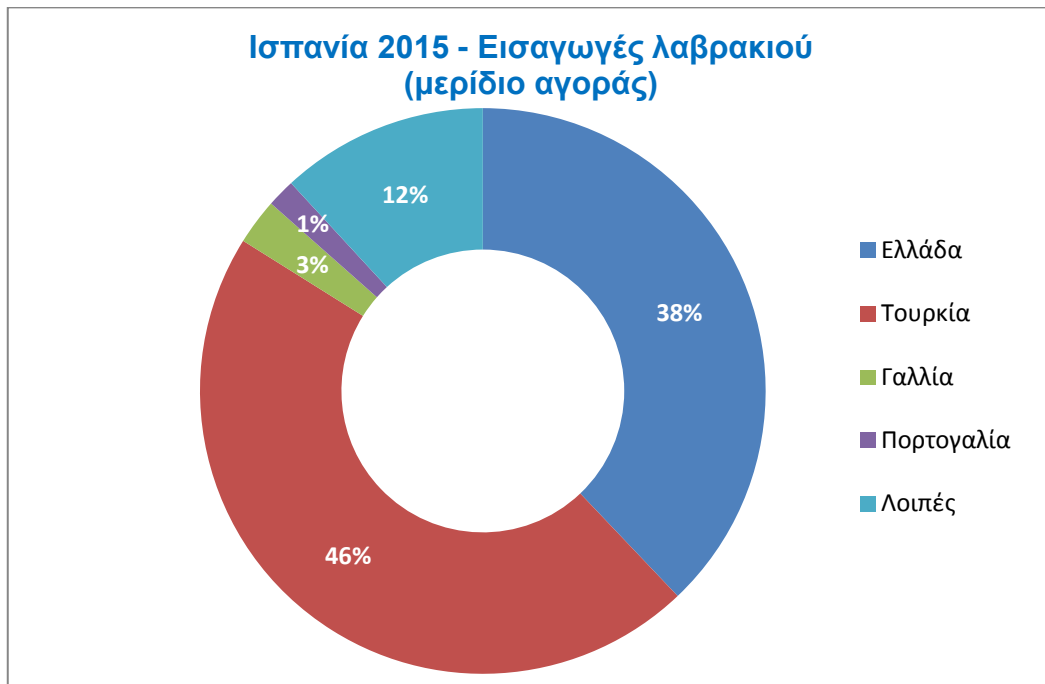
Στις ποσότητες εισαγωγής λαβρακιού στην Ιταλία η Ελλάδα παραμένει αδιαμφισβήτητα η πρώτη χώρα.

ΙΣΠΑΝΙΑ



Πηγή: Kontali

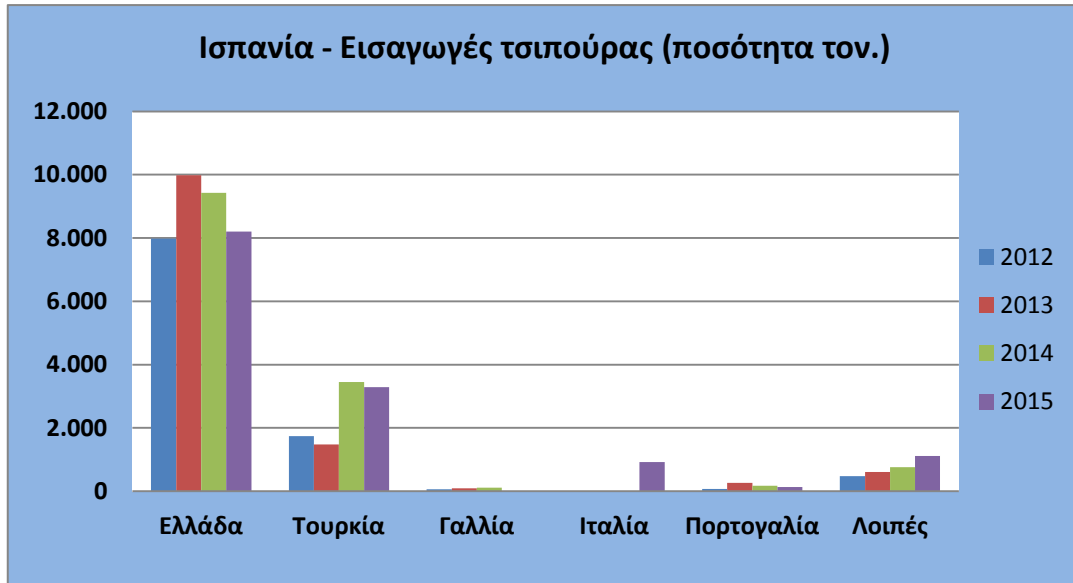
Οι εισαγωγές τσιπούρας από την Ελλάδα αποτελούν σε ποσοστό το 60% και ακολουθούν αυτές από την Τουρκία με ποσοστό 24%. Στην αγορά της Ισπανίας παρατηρείται μια πτώση του ποσοστού εισαγωγής τσιπούρας ελληνικής ιχθυοκαλλιέργειας από αυτό του 2014 (68%). Οι εισαγωγές τσιπούρας από τη νεοεισερχόμενη Ιταλία κέρδισαν αμέσως μερίδιο 7%. Επίσης, αυξήθηκε το ποσοστό των λοιπών χωρών εισαγωγής από το 5% του 2014 σε 8% το 2015. Αξίζει να σημειωθεί ότι παρατηρείται μικρή πτώση του ποσοστού της Τουρκίας.



Πηγή: *Kontali*

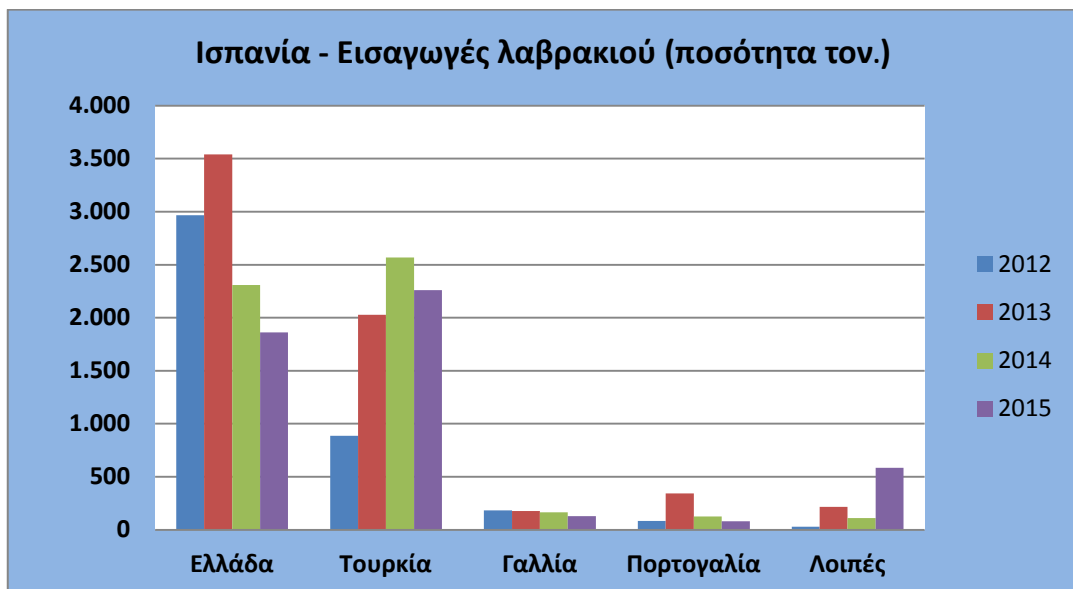
Οι εισαγωγές λαβρακιού στην Ισπανική αγορά προέρχονται κύρια από την Τουρκία κατά 46% και η Ελλάδα ακολουθεί με ποσοστό 38%. Υπάρχει μια ανακατανομή των μεριδίων της αγοράς λαβρακιού στην Ισπανία, η οποία λαμβάνει πλέον την εξής μορφή: πτώση όλων των μεριδίων των χωρών εισαγωγής με εξαίρεση τη Γαλλία, που κρατά σταθερό το μερίδιό της και τα χαμένα μερίδια των άλλων κρατών μετακινήθηκαν στις Λοιπές χώρες.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται σε μορφή διαγράμματος οι ποσότητες τσιπούρας – λαβρακιού που εισάγονται στην Ισπανία από διάφορες χώρες.



Πηγή: Kontali

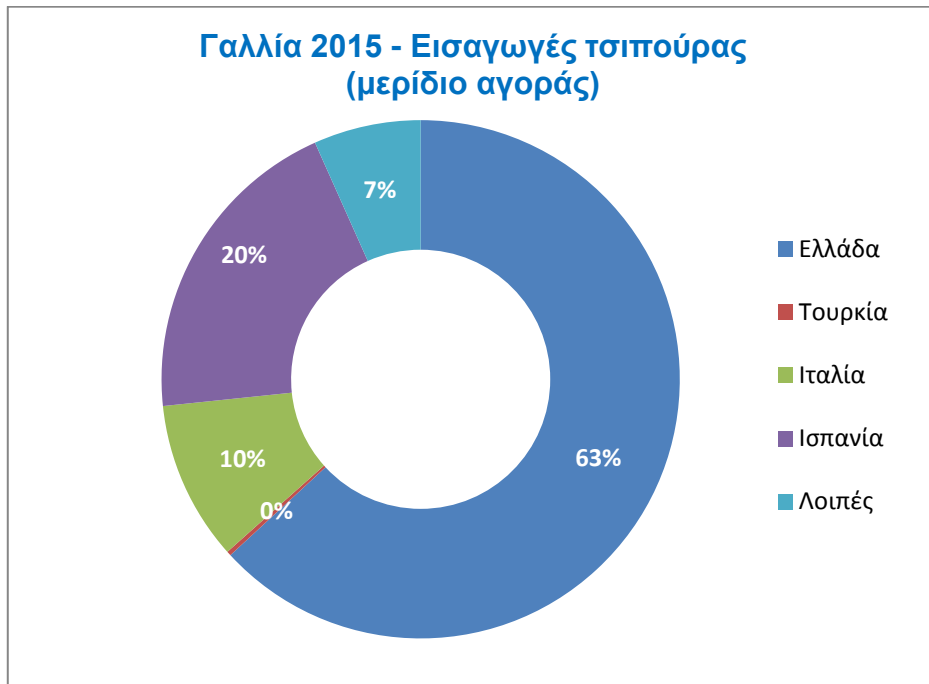
Οι ποσότητες τσιπούρας που εισάγονται στην Ισπανία από την Ελλάδα παρουσιάζουν διακύμανση κατά το χρονικό διάστημα 2010-2014, ενώ οι εισαγωγές από Λοιπές χώρες παρουσιάζουν σταθερά αυξητική τάση.



Πηγή: Kontali

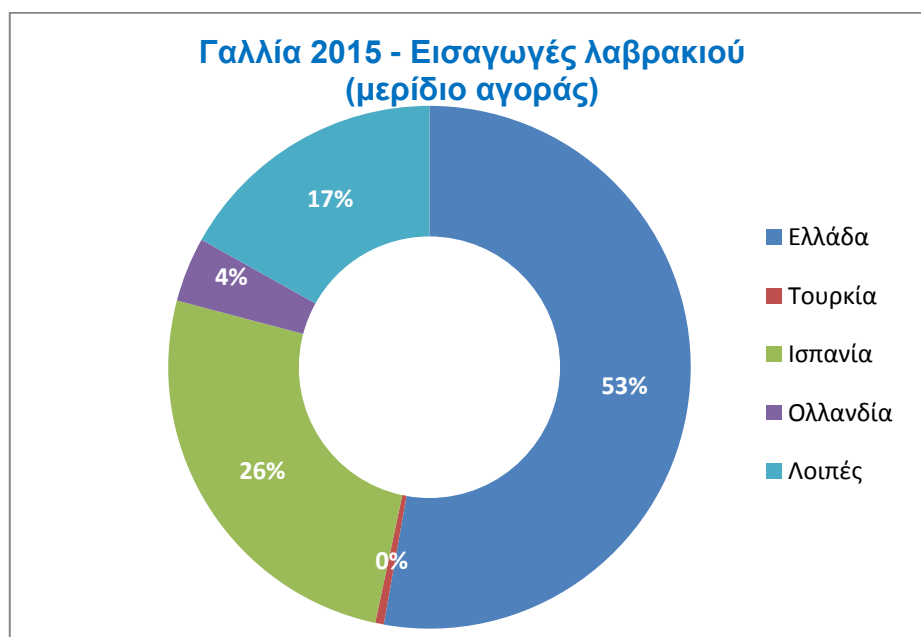
Οι ποσότητες εισαγωγών λαβρακιού που εισάγονται στην Ισπανία από την Ελλάδα μετά από τις υψηλές «τιμές» του 2013, παρουσιάζουν πτώση. Ανάλογη πτώση παρουσιάζεται και στις εισαγωγές από την Τουρκία από το 2014, ενώ έχει προηγηθεί συνεχής άνοδος.

ΓΑΛΛΙΑ



Πηγή: *Kontali*

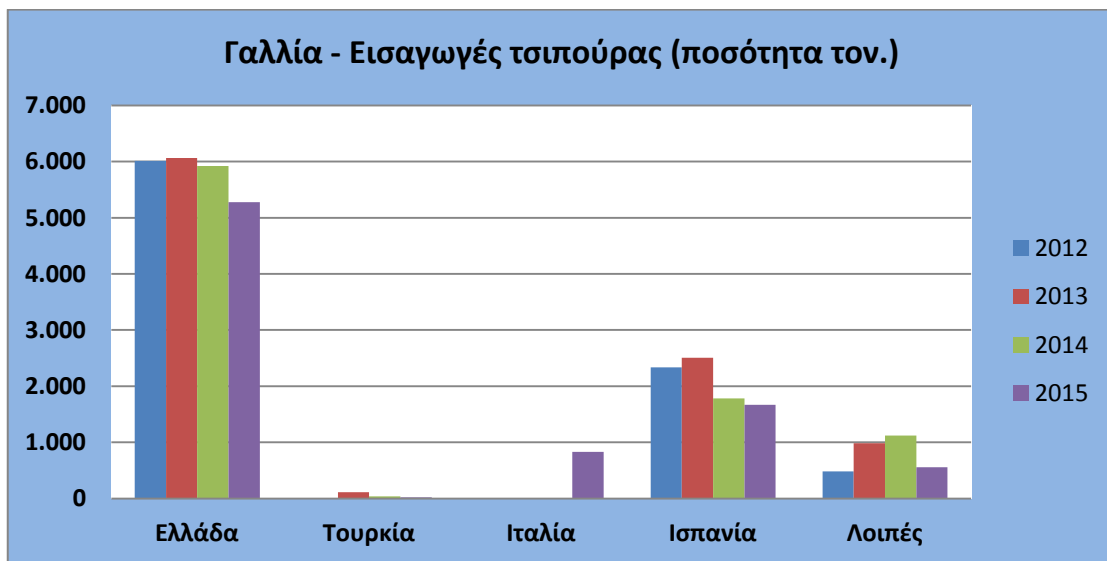
Στη Γαλλία οι εισαγωγές τσιπούρας από την Ελλάδα αντιστοιχούν σε ποσοστό 63% και ακολουθούνται από την Ισπανία με ποσοστό 20%. Στη Γαλλία οι εισαγωγές τσιπούρας από την Ελλάδα παρουσιάζουν μικρή πτώση από το ποσοστό 67% του 2014. Η Ισπανία διατηρεί ακέραιο το ποσοστό της (20%) από το 2014. Η νέα εισαγωγή στη συγκεκριμένη αγορά είναι η Ιταλία, η οποία απέσπασε μερίδιο από την Ελλάδα (4%) και 6% από τις Λοιπές χώρες και κατέχει 10% της συνολικής αγοράς της Γαλλίας.



Πηγή: *Kontali*

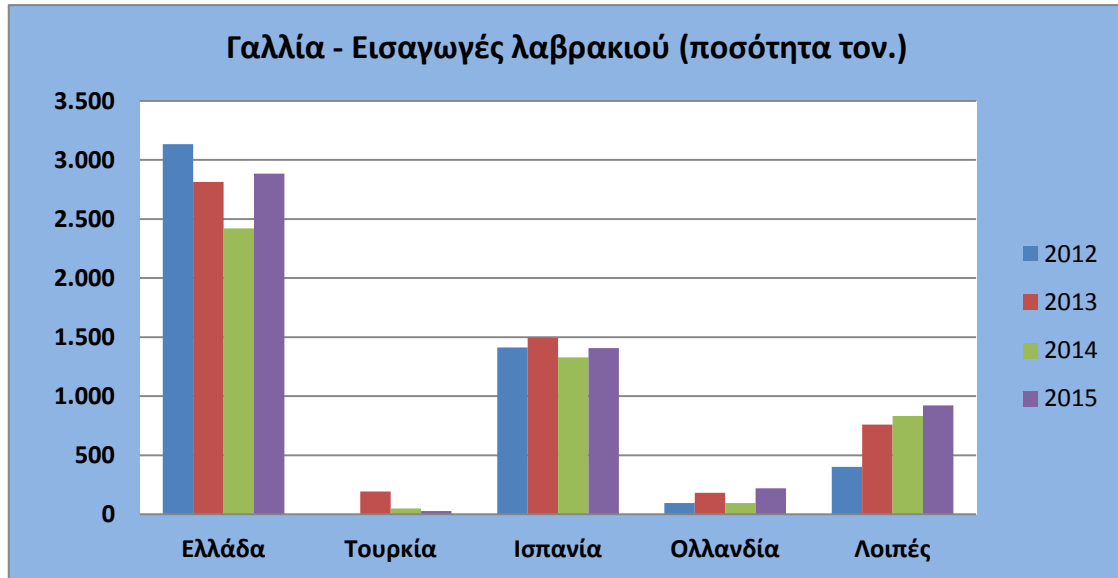
Στη Γαλλία οι εισαγωγές λαβρακιού από την Ελλάδα αποτελούν ποσοστό 53% και ακολουθούν οι εισαγωγές από την Ισπανία με ποσοστό 26%. Το ποσοστό αυτό, των εισαγωγών λαβρακιού από την Ελλάδα, αυξήθηκε κατά 2% που προήλθε από το ποσοστό της Ισπανίας, το οποίο μειώθηκε ανάλογα. Επίσης παρατηρείται διπλασιασμός του ποσοστού της Ολλανδίας (από 2% σε 4%) από το έτος 2014.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται σε μορφή διαγράμματος οι ποσότητες τσιπούρας – λαβρακιού που εισάγονται στη Γαλλία από διάφορες χώρες.



Πηγή: Kontali

Οι εισαγωγές ελληνικής τσιπούρας στη Γαλλική αγορά, παρουσιάζουν σταθερότητα ως προς την πρώτη θέση, αλλά εμφανίζουν πτώση το 2015. Το ίδιο περίπου συμβαίνει και με τις ποσότητες οι οποίες προέρχονται από την Ισπανία, οι οποίες παρά τις αυξομειώσεις, κρατούν σταθερά τη δεύτερη θέση.



Πηγή: Kontali

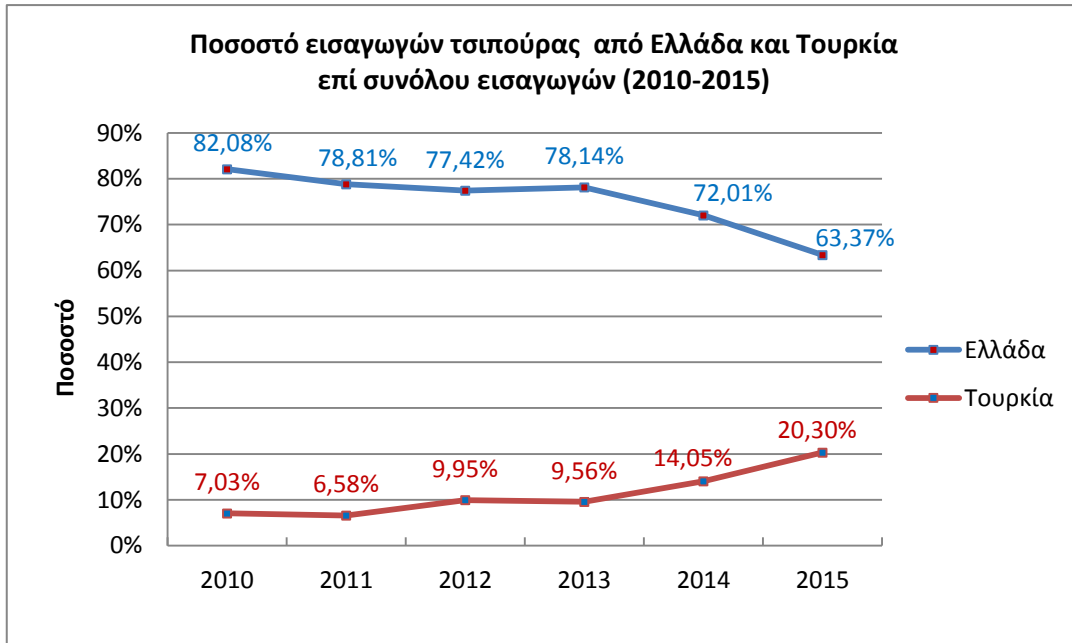
Κατά το 2015 σε σχέση με το προηγούμενο έτος (2014) οι εισαγωγές λαβρακιού στη Γαλλία παρουσιάζουν μικρή άνοδο για τις δύο κύριες προμηθεύτριες χώρες: την Ελλάδα και την Ισπανία, αλλά και για τις Λοιπές χώρες.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΕΙΔΩΝ ΤΣΙΠΟΥΡΑ ΚΑΙ ΛΑΒΡΑΚΙ, ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ – ΤΟΥΡΚΙΑΣ, ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΙΤΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΙΣΠΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑΣ-ΙΣΠΑΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΑΣ (ΩΣ ΚΥΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ)

Το ποσοστό εισαγωγών προϊόντων ιχθυοκαλλιέργειας (τσιπούρα - λαβράκι) από την Ελλάδα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες παρουσιάζεται υπό μορφή διαγράμματος ανά είδος και στις τρεις κύριες αγορές.

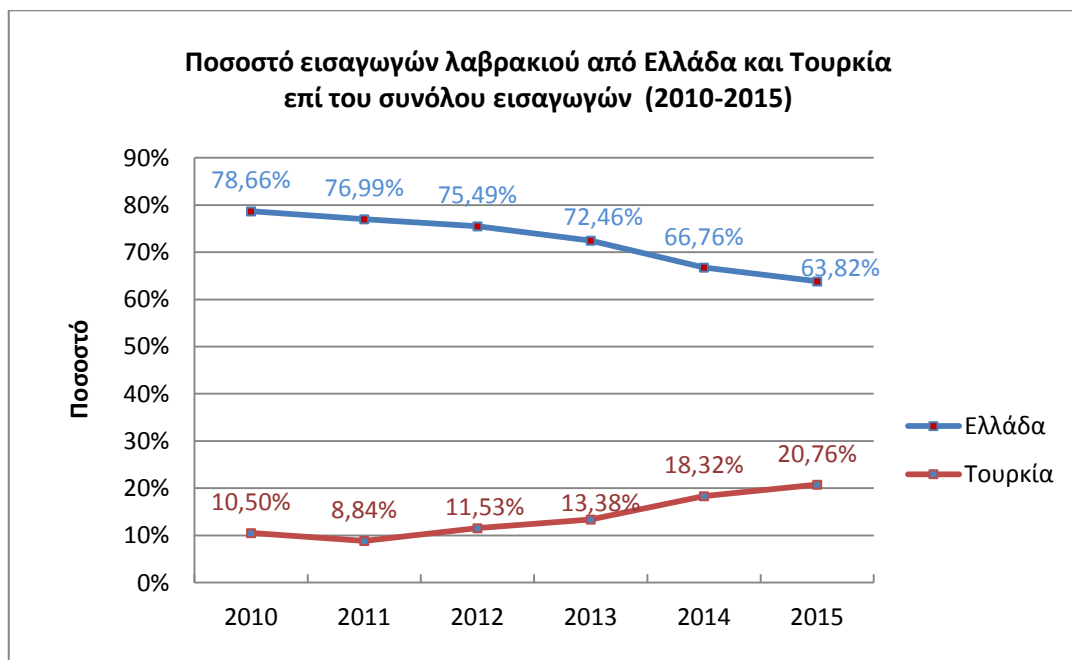
ΙΤΑΛΙΑ

Το ποσοστό εισαγωγών τσιπούρας και λαβρακιού από τις δύο κύριες προμηθεύτριες χώρες (Ελλάδα και Τουρκία) στην Ιταλική αγορά, αποτυπώνεται στα ακόλουθα διαγράμματα:



Πηγή: Kontali

Η Ελλάδα ξεκίνησε από υψηλό ποσοστό εισαγωγών 82,08% τσιπούρας στην Ιταλία το 2010, αλλά παρουσιάζει καθοδική πορεία και το 2015 έφθασε σε 63,4%. Αντιθέτως η Τουρκία ξεκίνησε με χαμηλό ποσοστό 7,03% και εντός της επόμενης πενταετίας σχεδόν το τριπλασίασε (20,3%).

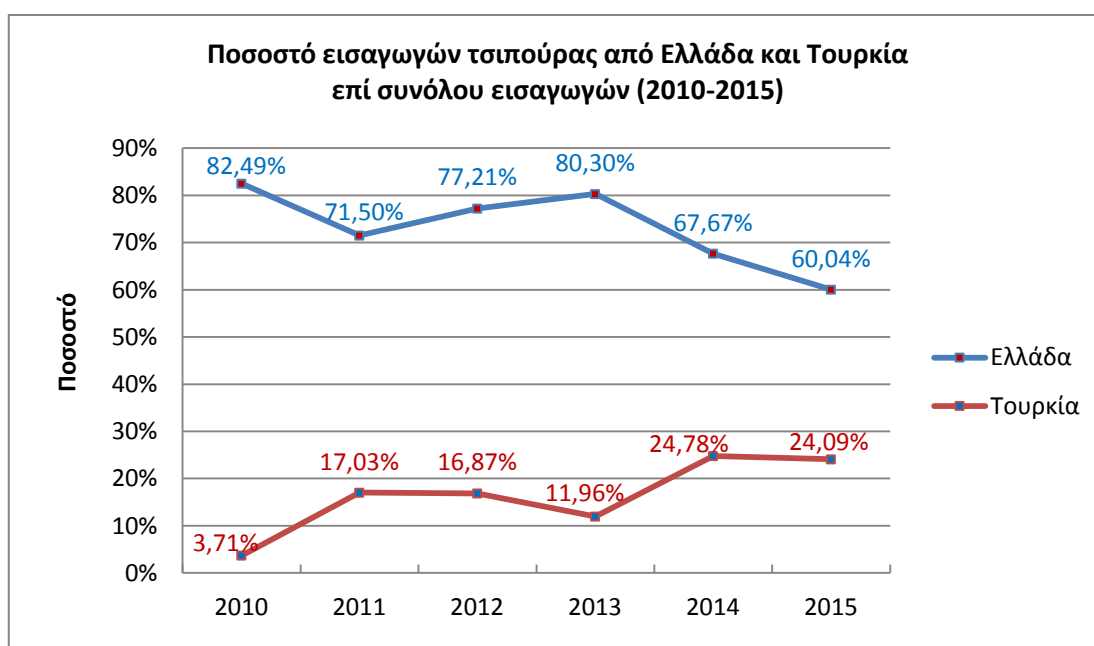


Πηγή: Kontali

Το ποσοστό των εισαγωγών λαβρακιού στην αγορά της Ιταλίας ακολουθεί ακριβώς την ίδια πορεία με το αντίστοιχο της τσιπούρας. Δηλαδή υπάρχει πτωτική πορεία των εισαγωγών λαβρακιού από την Ελλάδα και ανοδική πορεία των εισαγωγών από την Τουρκία.

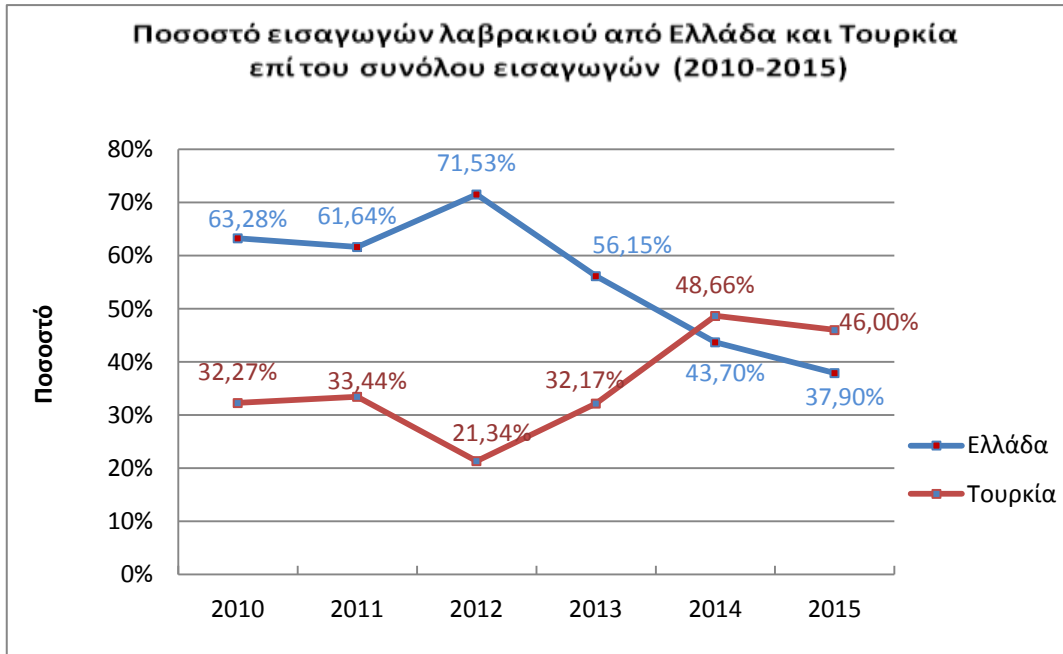
ΙΣΠΑΝΙΑ

Το ποσοστό εισαγωγών τσιπούρας και λαβρακιού από τις δύο κύριες προμηθεύτριες χώρες (Ελλάδα και Τουρκία) στην Ισπανική αγορά, αποτυπώνεται στα ακόλουθα διαγράμματα:



Πηγή: Kontali

Η Ελλάδα ξεκίνησε από υψηλό ποσοστό εισαγωγών 82,5% τσιπούρας στην Ισπανία το 2010 αλλά παρουσιάζει καθοδική πορεία (με μια εξαίρεση το 2013) και το 2015 ανήλθε σε 60%. Αντιθέτως, η Τουρκία ξεκίνησε με χαμηλό ποσοστό 3,7% το 2010 και εντός της επόμενης πενταετίας ανήλθε σε 24,1%.

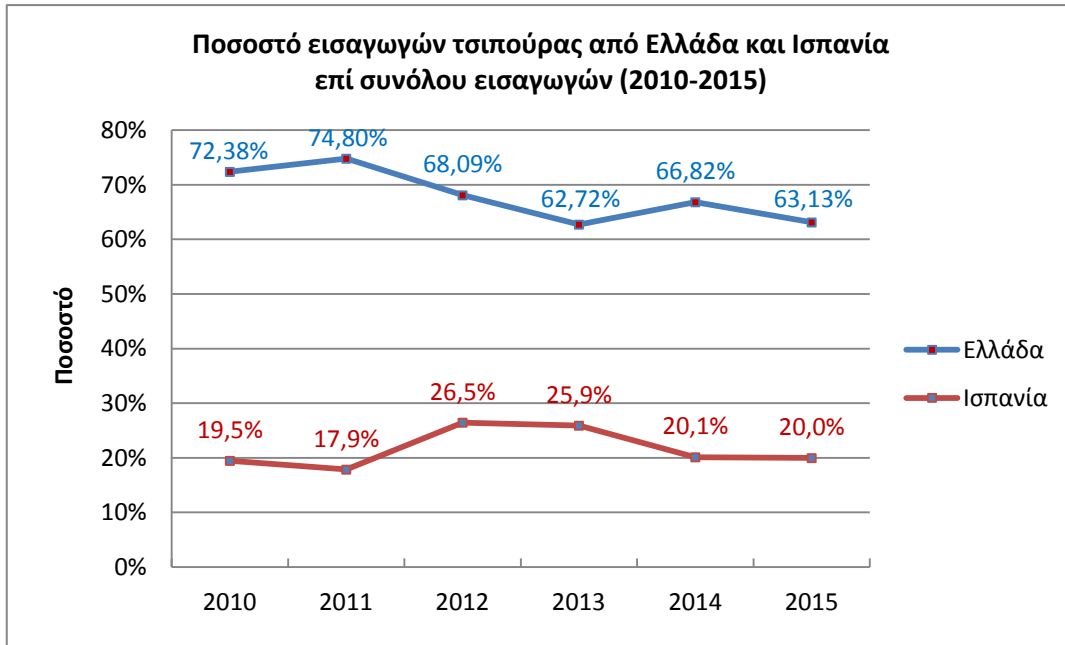


Πηγή: *Kontali*

Οι εισαγωγές λαβρακιού από την Ελλάδα στην Ισπανία το 2010 είχαν ποσοστό 63,28%, ανέβηκαν το 2012 σε 71,53% και κατέληξαν το 2015 σε ποσοστό 37,90%. Αντιστρόφως ανάλογη ήταν η πορεία των εισαγωγών λαβρακιού από την Τουρκία οι οποίες ξεκίνησαν το 2010 με ποσοστό 32,27% είχαν πτώση σε 21,34% το 2012 και το 2014-2015 προηγείται της Ελλάδας (48,66% και 46% αντίστοιχα).

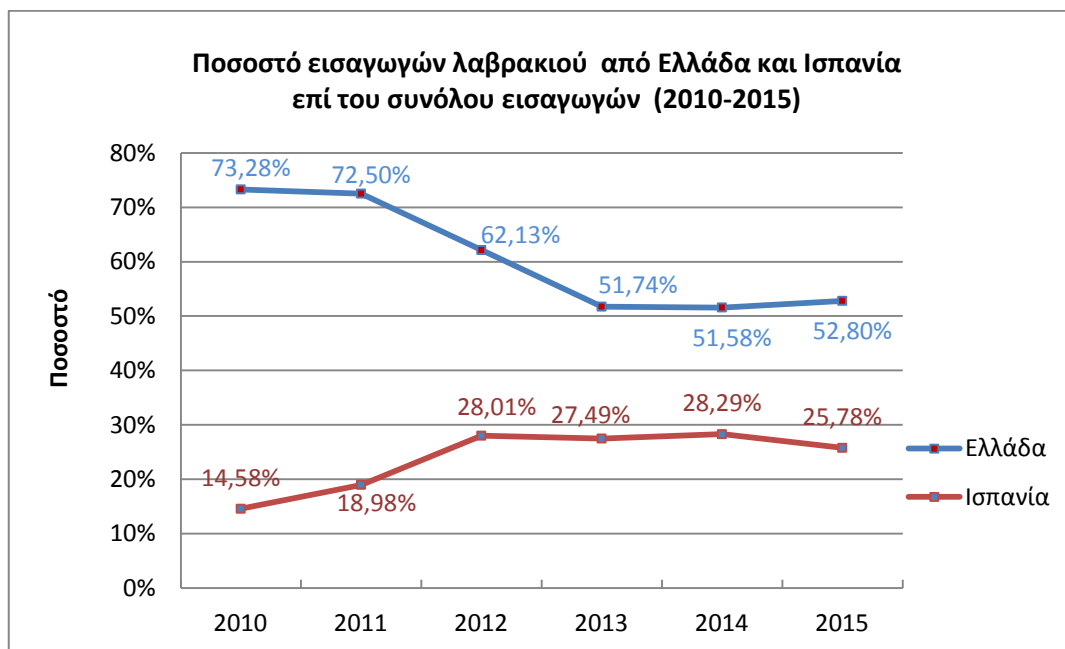
ΓΑΛΛΙΑ

Το ποσοστό εισαγωγών τσιπούρας και λαβρακιού από τις δύο κύριες προμηθεύτριες χώρες (Ελλάδα και Ισπανία) στη Γαλλική αγορά, αποτυπώνεται στα ακόλουθα διαγράμματα:



Πηγή: Kontali

Η Ελλάδα ξεκίνησε από υψηλό ποσοστό 72,38% εισαγωγών τσιπούρας στη Γαλλία το 2010 αλλά παρουσίασε κάμψη το 2013 με ποσοστό 62,7% και το 2015 κλείνει με μικρή άνοδο στο 63,1%. Η Ισπανία ξεκίνησε με ποσοστό 19,5% και ανήλθε στο 25,9% το 2013. Το 2015 κατέχει ποσοστό 20% των εισαγωγών τσιπούρας στη Γαλλία.



Πηγή: Kontali

Οι εισαγωγές λαβρακιού στη Γαλλία από την Ελλάδα ξεκίνησαν με υψηλό ποσοστό 73,28% το 2010 και παρουσίασαν πτωτική πορεία μέχρι το 2015 που έφθασαν σε ποσοστό 52,80%. Αντιθέτως, η Ισπανία ξεκίνησε με χαμηλό ποσοστό 14,58% το 2010 και πέτυχε να το αυξήσει σε 25,78% το 2015.

Η Ελλάδα παραμένει μια ισχυρή δύναμη στις εξαγωγές προϊόντων θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας εντός των χωρών της ΕΕ, αλλά εμφανίζονται μεσοπρόθεσμες απειλές από τον ανταγωνισμό στην κύρια αγορά ενδιαφέροντός της, την Ιταλία και βραχυπρόθεσμες απειλές με προοπτικές ανατροπής στη δεύτερη κύρια αγορά ενδιαφέροντός της, την Ισπανία. Στη Γαλλία, τα ελληνικά προϊόντα ιχθυοκαλλιέργειας κρατούν τα πρωτεία αλλά μπορεί να εμφανιστούν προβλήματα από τον σταθερά αυξανόμενο ανταγωνισμό.

Υπάρχει αναγκαιότητα να αντιμετωπισθούν οι λόγοι για τους οποίους τα ελληνικά προϊόντα θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας παρουσιάζουν πτωτική τάση στις αγορές της Βόρειας Μεσογείου, πέραν βέβαια της οικονομικής κρίσης και των επιπτώσεών της στον κλάδο της υδατοκαλλιέργειας, που διέρχονται όλες οι χώρες, προκειμένου να διατηρηθεί η ηγετική θέση των ελληνικών προϊόντων θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας στο φυσικό τους χώρο (Μεσόγειος), γεγονός το οποίο θα διευκολύνει την όλη προσπάθεια, για επέκταση σε νέες αγορές.

3. Προοπτικές εμπορίας

ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ

Η ιχθυοκαλλιέργεια στην Ελλάδα έχει λάβει πλέον τη θέση της σαν αξία του εμπορικού ισοζυγίου (εμπόρευμα), αλλά όχι εντελώς ως καταναλωτικό προϊόν. Ενδεχομένως, αυτό να μην αποτελεί «λάθος» των καταναλωτών μόνο, αλλά και των παραγωγών, οι οποίοι απορροφημένοι με την παραγωγή του προϊόντος, άργησαν να ενημερώσουν τον « πελάτη » για τα προτερήματά του προϊόντος και κυρίως να άρουν την προκατάληψη του « ψαριού ιχθυοκαλλιέργειας ».

Σήμερα, υπό το πρίσμα των αλλαγών στις εταιρείες του κλάδου της ιχθυοκαλλιέργειας, των διαφοροποιήσεων στον ανταγωνισμό, αλλά και της αύξησης της παραγωγής συνολικά στη Μεσόγειο (και την Αραβική Χερσόνησο), είναι η κατάλληλη στιγμή για ανασύνταξη και στρατηγικό σχεδιασμό για την αντιμετώπιση των προκλήσεων του μέλλοντος.

Η ενημέρωση του ελληνικού καταναλωτικού κοινού, αλλά και η ενδυνάμωση της εγχώριας κατανάλωσης ειδών υδατοκαλλιέργειας θεωρείται επιβεβλημένη, ώστε να αναδειχθούν ως υψηλής επιλογής προϊόντα.

Ιδιαίτερα για το ψάρι ιχθυοκαλλιέργειας, οι επιχειρήσεις πρέπει να κινητοποιήσουν συναισθηματικά το ελληνικό καταναλωτικό κοινό τοποθετώντας το ψάρι ιχθυοκαλλιέργειας ως σύγχρονο ελληνικό ψάρι στο επίπεδο της έννοιας «φρέσκο ψάρι». Πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι είναι σημαντική πηγή των αναγκαίων πρωτεϊνών αντικαθιστώντας το μοσχάρι, το χοιρινό και το κοτόπουλο.

Σύμφωνα με τελευταία στοιχεία του GLOBEFISH (2016) τα δύο κύρια χαρακτηριστικά της αγοράς ψαριών Μεσογειακής ιχθυοκαλλιέργειας (τσιπούρα - λαβράκι) για το προηγούμενο έτος, ήταν μείωση της παραγωγής και σταθεροποίηση των τιμών που προσδίδουν μια καλύτερη εικόνα του κλάδου συνολικά. Παρά ταύτα απαιτείται προσοχή ώστε να διατηρηθούν σε ανταγωνιστικά επίπεδα οι τιμές της τσιπούρας και του λαβρακιού, δεδομένης της αύξησης της παραγωγής στην Ισπανία και την Τουρκία, γεγονός το οποίο μπορεί να δημιουργήσει πτωτική τάση.

ΠΕΣΤΡΟΦΑ

Παρά την μικρή αύξηση της παραγωγής πέστροφας ελληνικής υδατοκαλλιέργειας (2015) δεν επηρεάζεται η ανταγωνιστικότητά της και η θέση της σε άλλες αγορές - πλην της ελληνικής - καθώς παραμένει μια μικρή παραγωγή. Το υπόλοιπο της παραγωγής εξάγεται σε επεξεργασμένη μορφή (φιλέτο), κυρίως στις χώρες Γερμανία, Πολωνία, Βέλγιο και Ολλανδία. Η τιμή της πέστροφας στην αγορά του εξωτερικού δεν παρουσιάζει διακυμάνσεις. Σχετικά με την εκτίμηση τάσεων, φαίνεται να υπάρχει ιδιαίτερη αύξηση της ζήτησης σε πιστοποιημένο φιλέτο πέστροφας και σε βιολογική / οργανική πέστροφα. Ενδιαφέρον έχει επίσης η βελτίωση της χορηγούμενης τροφής στην εκτρεφόμενη πέστροφα, ώστε να βελτιωθεί και η ποιότητα των προϊόντων.

ΧΕΛΙ

Τα τελευταία χρόνια αναπτύχθηκαν στην επιστημονική κοινότητα πολλές αντικρουόμενες θεωρίες και απόψεις, ανάμεσα στους ειδικούς επιστήμονες, καθώς και στους διαφόρους φορείς, σχετικά με την αποτελεσματικότητα των μέτρων που περιγράφονται στον προαναφερθέντα σχετικό Κανονισμό, με βάση τον οποίο εκπονήθηκαν και τα διάφορα εθνικά διαχειριστικά σχέδια. Από τις μέχρι τώρα πληροφορίες, ελάχιστα κράτη της ΕΕ έχουν εφαρμόσει με συνέπεια τα διαχειριστικά τους σχέδια και συνεπώς είναι πολύ πιθανόν, αν όχι βέβαιο, ότι το Ευρωπαϊκό χέλι κάτω από την πίεση οικολογικών οργανώσεων θα μπει σε καθεστώς πλήρους προστασίας και συνεπώς θα επέλθει πλήρης απαγόρευση της αλιείας, καλλιέργειας κλπ.

Οι υπηρεσίες CITES και Αλιείας σε όλες τις χώρες της ΕΕ (και της Ελλάδας) υποχώρησαν στις πιέσεις του lobby μεγάλων επιχειρήσεων εκτροφής χελιού, που επί πολλά χρόνια επιθυμούσαν και κατεύθυναν προς την πλήρη απαγόρευση των εξαγωγών γυαλόχελων και την παράλληλη απαγόρευση της εισαγωγής φθηνότερων κατεψυγμένων χελιών από την Κίνα. Λανθασμένα εκτιμήθηκε ότι με την απαγόρευση αυτή, η τιμή του γυαλόχελου θα μειώνονταν σημαντικά και η τιμή των κατεψυγμένων ή και νωπών ευρωπαϊκών χελιών θα αυξάνονταν, λόγω της παράνομης εξαγωγής γόνου προς την Κίνα από διαύλους που αναπτύχθηκαν από περιφερειακές – εκτός της ΕΕ – ευρωπαϊκές χώρες και της Βορείου Αφρικής (χώρες Μαγκρέμπ). Αντίστοιχα ποσότητες *Anguilla rostrata* συγχέονται με *Anguilla anguilla* που δύσκολα εντοπίζονται στην εισαγωγή, αφού πωλούνται σε μορφή Kamrayaki.

Τα ελληνικά εκτροφεία χελιών είναι διατεθειμένα σε μια γενναιόδωρη εισφορά χελιών ή γόνου για εμπλουτισμούς (και άνω του 10%), όπως έχουν και στο παρελθόν πράξει. Η εισφορά αυτή

έχει νόημα να γίνει μόνο μέσα στο πλαίσιο της ορθής εφαρμογής του Εθνικού διαχειριστικού σχεδίου, από το φορέα που περιγράφεται σε αυτό, και φυσικά μόνο στις κατάλληλες περιοχές. Σε κάθε περίπτωση πρέπει να χορηγείται γι' αυτό οικονομική ενίσχυση / αντιστάθμιση μέσω του ΕΤΘΑ (το μέτρο πρέπει να εφαρμοσθεί και για τους φορείς της εκτατικής υδατοκαλλιέργειας / λιμνοθάλασσες).

Το τελικό προϊόν της παραγωγής θα πρέπει η κάθε μονάδα να το διαθέτει ελεύθερα, αλλά με άδεια του CITES, εντός και εκτός της ΕΕ.

Εφόσον συνεχιστεί η εφαρμοζόμενη Ενωσιακή πολιτική οι επιχειρήσεις εκτροφής ευρωπαϊκού χελιού θα αντιμετωπίσουν προβλήματα, όχι μόνο βιωσιμότητας, αλλά και ύπαρξης. Εναλλακτική διέξοδος θα ήταν η εκτροφή σε κλειστά κυκλώματα κυκλοφορίας νερού άλλων (και ιδιαίτερα υποτροπικών) ειδών χελιού, όπως το *Anguilla mossambica*, ώστε να εφοδιάσουν αγορές ΕΕ και τρίτων χωρών (π.χ. Ρωσία).

ΜΥΔΙ

Τα μύδια ελληνικής παραγωγής εξάγονται ως πρώτη ύλη (bulk- νωπά) και εισάγονται ως ακριβά προστιθέμενης αξίας προϊόντα μικρότερου όγκου (κονσέρβες, κατεψυγμένα). Από αυτό συνάγεται το συμπέρασμα ότι η Ελληνική παραγωγή θα πρέπει να προχωρήσει στην παραγωγή προϊόντων προστιθέμενης αξίας, αλλά κύρια στη διασφάλιση υψηλής ποιότητας.

Είναι εμφανές ότι η εγχώρια αγορά των οστρακοειδών, κυρίως των μυδιών, χρειάζεται μια καλύτερη προσέγγιση εμπορίας και βελτίωσης των πωλήσεων με «εκπαίδευση» του έλληνα καταναλωτή. Υπάρχει μεγάλο έδαφος, που μπορεί να κερδηθεί με την αύξηση της κατά κεφαλή κατανάλωσης αλιευμάτων γενικά στην Ελλάδα.

Σημαντική αύξηση της παραγωγής μυδιών δεν είναι εφικτή, διότι αν επιχειρηθεί θα οδηγήσει σε πτώση της ποιότητας του προϊόντος (μέγεθος και ποσότητα σάρκας).

Σε κάθε περίπτωση για την εκτροφή οστρακοειδών – μυδιών θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι:

- Οι επιχειρήσεις παραγωγής οστρακοειδών εστιάζουν κυρίως στην τεχνογνωσία παραγωγής και όχι στην προώθηση και εμπορία των προϊόντων.
- Η παραγωγή παραμένει εντάσεως εργασίας και οι τιμές πώλησης των ελληνικών μυδιών είναι πάντα χαμηλότερες.

- Το περιθώριο ανάπτυξης της παραγωγής είναι περιορισμένο, λόγω της έλλειψης κεφαλαίων και κατάλληλης χωροθέτησης, αλλά και των προβλημάτων που αντιμετωπίζονται από τις βιοτοξίνες.
- Η βιωσιμότητα του κλάδου μπορεί να ωφεληθεί από τη χρήση οικονομιών κλίμακας, δηλαδή τη δημιουργία μεγαλύτερων μονάδων.
- Να δοθεί έμφαση στα προϊόντα προστιθέμενης αξίας με καθαρισμό, εξυγίανση, μικρές συσκευασίες.
- Η κερδοφορία μπορεί να αυξηθεί, με την ενίσχυση των πωλήσεων στην εγχώρια αγορά.
- Η κερδοφορία μπορεί να αυξηθεί με πρόγραμμα επικοινωνίας στο κοινό, για τη φιλικότητα προς το περιβάλλον της διαδικασίας παραγωγής οστρακοειδών και της υγιεινότητας των προϊόντων.
- Είναι αναγκαίος ο εκσυγχρονισμός, ο οποίος θα μπορούσε να συμπεριλάβει και κίνητρα για τις χερσαίες συνοδές εγκαταστάσεις των μονάδων, την περιβαλλοντική διαχείριση, την κατάρτιση και την ασφάλεια στην εργασία.
- Η στρατηγική πρέπει να εστιάσει στην ποιοτική υπεροχή και όχι στην ανταγωνιστικότητα της τιμής.

Τέλος, αναγκαία είναι η διαφοροποίηση της παραγωγής με την καλλιέργεια στρειδιών του είδους *Crassostrea gigas* και κυδωνιού του είδους *Ruditapes philippinarum*, τα οποία αφενός έχουν εδραιωμένη τεχνολογία εκτροφής και αγορές και αφ' ετέρου θεωρούνται πλέον μη ξενικά είδη (Παράρτημα IV του Καν. ΕΚ 506/2008).

Λαμβάνοντας υπόψη, τα δεδομένα των αγορών προϊόντων υδατοκαλλιέργειας (εγχώριας – χώρων της ΕΕ και τρίτων χωρών) την αναμενόμενη εξέλιξη της παραγωγής για κάθε παραγόμενο είδος (και τις προϋποθέσεις για την επίτευξή της), την εθνική πολιτική ανάπτυξης του κλάδου και την εν δυνάμει Οργάνωση Παραγωγών (προϊόντων θαλάσσιας ιχθυοκαλλιέργειας), η προοπτική εμπορίας των προϊόντων Ελληνικής υδατοκαλλιέργειας, διαφοροποιείται και διαβαθμίζεται ανά είδος, σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα:

Παραγόμενα είδη	Προοπτική Εμπορίας (*)	Παρατηρήσεις/ Προϋποθέσεις
1. Μεσογειακά Είδη ψαριών:		
- Τσιπούρα – Λαβράκι	Πολύ καλή	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάκαμψη και ορθολογική οργάνωση της παραγωγής. • Ολοκλήρωση θεσμικού πλαισίου.
- Λοιπά είδη	Καλή	

- Βιολογικά προϊόντα		<ul style="list-style-type: none"> • Σύσταση Οργάνωσης Παραγωγών. • Μετάβαση σε οριστικό καθεστώς διοίκησης μεγάλων εταιρειών / Ομίλων Επιχειρήσεων, (μετά το προσωρινό, διοίκησης των Τραπεζών).
	Καλή	Ελεγχόμενη προσφορά.
2. Ερυθρός τόνος	Πολύ καλή	Εξασφάλιση διαχρονικά της αναγκαίας ποσότητας ψαριών για εκτροφή.
3. Ψάρια γλυκέων υδάτων:		
- Πέστροφα	Καλή	Προσανατολισμός της παραγωγής σε μορφές προστιθέμενης αξίας.
- Χέλι	Πολύ καλή (**)	Αναθεώρηση του Ενωσιακού καθεστώτος εμπορίας του είδους.
- Λοιπά	Καλή	Προσανατολισμός της παραγωγής και σε μορφές προστιθέμενης αξίας.
4. Οστρακοειδή:		
- Μύδι	Καλή	<ul style="list-style-type: none"> • Αύξηση δυναμικότητας των μονάδων. • Προσανατολισμός της παραγωγής σε μορφές προστιθέμενης αξίας.
- Λοιπά	Καλή	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία μονάδων βιώσιμου μεγέθους. • Προσανατολισμός της παραγωγής σε μορφές προστιθέμενης αξίας
5. Άλλοι υδρόβιοι οργανισμοί:		
- Καρκινοειδή (Γαρίδα)	Υπό εξέταση	Απόκτηση νέων δεδομένων εκτροφής στη χώρα
- Σπιρουλίνα	Πολύ καλή	Η εφαρμοζόμενη τεχνολογία

- Είδη χωρίς δεδομένα εκτροφής στη χώρα	Ανάλογα με το είδος	Ενδεχόμενα να προηγείται πιλοτικό πρόγραμμα
---	---------------------	---

(*) Η χρησιμοποιούμενη κλίμακα αναφέρεται σε: Κακή – Μέτρια – Καλή – Πολύ καλή - Άριστη

(**) Σε περίπτωση μη αναθεώρησης του καθεστώτος εμπορίας, υποβαθμίζεται σε καλή.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ (ΜΕΡΟΣ Α ΚΑΙ Β)

- Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Γενική Διεύθυνση Βιώσιμης Αλιείας www.alieia.gr
- Ελληνική Στατιστική Αρχή, www.statistics.gr
- Υπουργείο Εξωτερικών, Γενική Γραμματεία Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Αναπτυξιακής Συνεργασίας, www.agora.mfa.gr
- Σύνδεσμος Ελληνικών Θαλασσοκαλλιεργειών (ΣΕΘ), <http://www.fgm.com.gr>
- Federation of European Aquaculture Producers (FEAP), <http://www.feap.info/>
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γενική Διεύθυνση Θαλάσσιας Πολιτικής και Αλιείας, http://ec.europa.eu/dgs/maritimeaffairs_fisheries/index_el.htm
- Kontali Analysis AS, www.kontali.com
- Η Ελληνική Ιχθυοκαλλιέργεια και τα προϊόντα της στην παγκόσμια αγορά, Έρευνα κατανάλωσης κατεψυγμένων αλιευτικών προϊόντων στην Ελληνική Αγορά για τον ΟΠΕ, VPRC, Ιούνιος 2012.
- Έρευνα κατανάλωσης ευρύαλων μεσογειακών ειδών ιχθυοκαλλιέργειας στην Ελληνική Αγορά για τον ΟΠΕ, MRB Hellas S.A., Δεκέμβριος 2012.
- Μελέτη Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης (Ε.Π.Χ.Σ.Α.Α.) για τις υδατοκαλλιέργειες, Α' Φάση, APC Advanced Planning –Consulting Σύμβουλοι Επιχειρήσεων Α.Ε., Δεκέμβριος 2009.
- Ιχθυοκαλλιέργειες : Ευνοϊκές προοπτικές, υπό την σκιά βραχυπρόθεσμων δυσχερειών, Κλαδικές Μελέτες, Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, Απρίλιος 2010.
- Σύνδεσμος Ελληνικών Θαλασσοκαλλιεργειών (ΣΕΘ), Ελληνική Υδατοκαλλιέργεια 2015.
- Eurostat Statistical Books, Agriculture, Forestry and Fishery Statistics, 2014.
- Federation of European Aquaculture Producers (FEAP), Annual Report, 2016, 2015, 2014.
- Federation of European Aquaculture Producers (FEAP), European Aquaculture Production Report 2005-2014, 2015.
- Federation of European Aquaculture Producers (FEAP), Aquaculture in motion, Confidence in Culture, Image of European Products, Presentation, Committee of the Regions, Brussels, December 2014.
- JRC Scientific and Policy Reports, Scientific, Technical and Economic Committee for Fisheries, Summary of the 2013 Economic Performance Report on the EU Aquaculture Sector (STECF 13-30), November 2013.

- JRC Scientific and Policy Reports, Scientific, Technical and Economic Committee for Fisheries, The Economic Performance of the EU Fish Processing Industry (STECF 13-31), November 2013.
- JRC Scientific and Policy Reports, Scientific, Technical and Economic Committee for Fisheries, The Economic Performance of the EU Aquaculture Sector (STECF 14-18), September 2014.
- European Market Observatory for Fisheries and Aquaculture Products (EUMOFA), The EU Fish Market, 2015 Edition.
- Globefish Highlights, Quarterly Issue, 3rd issue 2016, Quarterly Issue, January-September 2015.
- Globefish Highlights, FAO, The State of World Fisheries and aquaculture, 2016, 2014, 2012.
- Catarci, C. 2010, The Seafood Market in Greece, FAO Globefish Research Programme, Vol. 98.
- Catarci, C. 2008, The Seafood Market in Italy, FAO Globefish Research Programme, Vol. 92.
- Barazi-Yeroulanos, L. 2010, Synthesis of Mediterranean Marine Finfish Aquaculture – A Marketing and Promotion Strategy, FAO Globefish Research Programme, Vol. 88.
- Monticini, P., 2014, Eel (*Anguilla* spp.): Production and Trade according to Washington Convention Legislation, FAO Globefish Research Programme, Vol. 114.
- Monfort, M.C. 2006, Marketing of Aquacultured Finfish in Europe – Focus on Seabass and Seabream from the Mediterranean Basin, FAO Globefish Research Programme, Vol. 86.
- Monfort, M.C. 2011, The French Market for seafood, FAO Globefish Research Programme, Vol. 104.
- Monfort, M.C. 2014, The European Market for mussels, FAO Globefish Research Programme, Vol. 115.
- Tribiloustova, E. 2006, Freshwater Fish for European Markets, FAO Globefish Research Programme, Vol. 82.
- Tribiloustova, E., 2014, Trout Trade and Market Aspects on the European Level, Presentation – Eurofish International Organisation, Poland.
- Trends in Fish and Seafood in Europe, Presentation - Seafood Expo Global, 2015, Euromonitor International.
- The Greek Aquaculture Industry, Ernst & Young, 2014.
- Greece's Growth Roadmap Aquaculture Sector Overview, McKinsey & Company, 2013.
- Via Aqua for FranceAgriMer, 2014, Insights into the European eel market chain.

- OECD Review of Fisheries: Country Statistics 2014, OECD, 2015.
- Theodorou, J.A., Viaene J., Sorgeloos, P., Tzovenis, I., 2011, Production and Marketing Trends of the Cultured Mediterranean Mussel *Mytilus Galloprovincialis* Lamarck 1819, in Greece, Journal of Shellfish Research, Vol. 30.
- Theodorou, J.A., Perdikaris, C., Filippopoulos, N.G., 2015, Evolution through Innovation in Aquaculture: A Critical Review of the Greek Mariculture Industry, Journal of Applied Aquaculture, Taylor & Francis Group, LLC.