



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ INTERREG V-A: ΕΛΛΑΔΑ-ΚΥΠΡΟΣ 2014-2020

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ

**Εκπόνηση Εκστρατειών Υποστήριξης και
Προώθησης του branding κάθε περιοχής**

ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ

Cluster 2: Μελεκούνι ΠΓΕ

Αύγουστος 2019



Πίνακας Περιεχομένων

1	ΣΥΝΟΨΗ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	3
2	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	5
2.1	Γεωγραφική Περιοχή	5
3	ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	8
3.1	Θεσμικό πλαίσιο Τροφίμων.....	8
3.2	Θεσμικό Πλαίσιο Προϊόντων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε)	9
4	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	11
4.1	Ποιοτικά Χαρακτηριστικά Προϊόντος	11
4.2	Μέθοδος Παραγωγής	11
4.3	Διατροφική Αξία Προϊόντος.....	14
4.4	Προϊόν Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης	15
5	Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	17
5.1	Παράγοντες που επηρεάζουν την Ζήτηση.....	17
6	Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	25
7	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	28
7.1	Η Εγχώρια αγορά των επιχειρήσεων Ζαχαροπλαστικής	28
7.2	Η εγχώρια αγορά του προϊόντος Μελεκούνι.....	28
8	ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΕΙΔΩΝ ΖΑΧΑΡΟΛΑΣΤΙΚΗΣ	30
8.1	Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής στην ΕΕ	30
8.2	Εξωτερικό Εμπόριο	33
9	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	35
10	ΜΕΘΟΔΟΙ – ΜΕΣΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ BRAND «ΜΕΛΕΚΟΥΝΙ ΡΟΔΟΥ ΠΓΕ»	36
11	ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	44
11.1	Εγχώρια κανάλια διανομής.....	44
11.2	Οργάνωση Δικτύων Διανομής στο εξωτερικό	45
12	SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ	48
13	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	49
14	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	52

1 ΣΥΝΟΨΗ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Το «Μελεκούνι» είναι ένα παραδοσιακό γλύκισμα που παράγεται αποκλειστικά στο νησί της Ρόδου. Αποτελεί από την αρχαιότητα παραδοσιακό τοπικό γλύκισμα που προσφέρονταν σε γάμους, βαφτίσεις και άλλες κοινωνικές εκδηλώσεις.

Το «Μελεκούνι» διαφοροποιείται από τα άλλα παρεμφερή προϊόντα λόγω της αποκλειστικής χρήσης μελιού και όχι γλυκαντικών ουσιών που χρησιμοποιούνται συνήθως σε ομοειδή προϊόντα. Συγκριτικά με άλλα τρόφιμα τύπου snack (όπως σοκολάτες, μπισκότα, κρουασάν κ.α) διαθέτει υψηλή διατροφική αξία και εξαιρετικά θρεπτικά στοιχεία για τον οργανισμό.

Το 2017 το Μελεκούνι αναγνωρίστηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ως προϊόν Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης.

Βασικοί παράγοντες που διαμορφώνουν την ζήτηση για το εξεταζόμενο προϊόν είναι η εξέλιξη του τουρισμού στο νησί της Ρόδου που αποτελεί ένα διεθνώς αναγνωρισμένο τουριστικό προορισμό, το διαθέσιμο εισόδημα αλλά και οι διατροφικές συνήθειες.

Το 2018 το αεροδρόμιο της Ρόδου συγκέντρωσε το 11% των συνολικών διεθνών αεροπορικών αφίξεων στην χώρα μας (2,4 εκ περίπου) λαμβάνοντας την 3η θέση μετά την Αθήνα και το Ηράκλειο Κρήτης. Η πλειοψηφία των κλινών στην Ρόδο είναι πέντε αστέρων (5*) καταλαμβάνοντας το 53% των κλινών 5 αστέρων της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.

Οι επιχειρήσεις που παράγουν και εμπορεύονται το «Μελεκούνι», είναι κυρίως τοπικές βιοτεχνικές επιχειρήσεις, που ασχολούνται ως επί των πλείστων με τη παραγωγή παραδοσιακών ειδών διατροφής.

Ο κλάδος των εργαστηρίων ζαχαροπλαστικής εκτιμάται περίπου σε €700 εκατ. το 2018, παρουσιάζοντας αύξηση περίπου 2,5% έναντι του 2017. Η αγορά του Μελεκουινού (σε αξία) αφορά σε ένα πολύ μικρό κομμάτι της ευρύτερης αγοράς των ειδών ζαχαροπλαστικής και εκτιμάται ότι το 2018 διαμορφώθηκε περίπου σε 1,5 εκατ. ευρώ. Οι εξαγωγές του προϊόντος κυμαίνονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα σημειώνοντας μικρή άνοδο τα τελευταία χρόνια.

Το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς συγκεντρώνεται σε τοπικό επίπεδο (80%) που καταδεικνύει την μεγάλη επιρροή που έχει η εξέλιξη του τουρισμού στις πωλήσεις του προϊόντος.

Οι εξεταζόμενες επιχειρήσεις ως cluster «Μελεκούνι Ρόδου ΠΓΕ» θα πρέπει να ακολουθήσουν κοινή στρατηγική και μεθόδους στο πλαίσιο προβολής και ανάδειξης του brand τους με τη χρήση ενός μίγματος μέσων και μεθόδων προώθησης που περιλαμβάνει τόσο σύγχρονα κανάλια όσο και πιο παραδοσιακούς τρόπους προσέγγισης στοχεύοντας στις χώρες των ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία.

Η παρούσα μελέτη εκπονείται στο πλαίσιο της πράξης Go-brand που εγκρίθηκε στο πλαίσιο της 1ης Πρόσκλησης Υποβολής Προτάσεων του Προγράμματος Συνεργασίας INTERREG V-A ΕΛΛΑΔΑ-ΚΥΠΡΟΣ 2014-2020, το οποίο χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ).

Βασικός στόχος και επιδίωξη της πράξης είναι η προώθηση και ανάδειξη του brand name των προϊόντων ή και των υπηρεσιών των περιοχών των συμμετεχόντων εταιρών στους 2 βασικούς πυλώνες της τοπικής οικονομίας: τον αγροδιατροφικό κλάδο και τον τουριστικό κλάδο. Αυτό πραγματοποιείται μέσω της δημιουργίας 2 Cluster ανά συμμετέχουσα περιοχή τα οποία αποτελούνται από επιχειρήσεις που ανήκουν στους δύο προαναφερόμενους πυλώνες. Οι περιοχές αυτές είναι η Κύπρος, η ΠΕ Λασιθίου, η ΠΕ Δωδεκανήσου, η ΠΕ Χίου και η ΠΕ Κυκλάδων.

Αντικείμενο της παρούσας μελέτης είναι η προώθηση και ανάδειξη του «brand name» του cluster Μελεκούνι Ρόδου (ΠΓΕ) στο οποίο συμμετέχουν επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή και εμπορία του συγκεκριμένου παραδοσιακού γλυκίσματος και δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στο νησί της Ρόδου.

Στο πλαίσιο αυτό περιγράφονται τα βασικά χαρακτηριστικά του προϊόντος και της γεωγραφικής περιοχής στην οποία παράγεται ενώ παρατίθενται το ισχύον θεσμικό πλαίσιο και η διαδικασία παρασκευής του. Παράλληλα γίνεται αποτύπωση και ανάλυση των κυριότερων παραγόντων που επηρεάζουν την ζήτηση του εξεταζόμενου προϊόντος ενώ πραγματοποιείται και εκτίμηση του μεγέθους της αγοράς του προϊόντος αλλά και του ευρύτερου κλάδου στον οποίο συγκαταλέγεται σε εγχώριο επίπεδο.

Για την ανάπτυξη της στρατηγικής προώθησης του branding αρχικά παρατίθενται καλές πρακτικές δράσεων προβολής προώθησης ανάλογων προϊόντων αλλά και μέθοδοι ανάδειξης προβολής του brand Μελεκούνι Ρόδου ΠΓΕ σε 3 επιλεγμένες αγορές στόχους.

Στη συνέχεια, με την μέθοδο της SWOT, εντοπίζονται τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες του προϊόντος και των επιχειρήσεων του κλάδου αλλά και οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι που εκτιμάται ότι θα αντιμετωπίσουν στο επιχειρηματικό τους περιβάλλον. Τέλος συνοψίζονται τα κυριότερα ευρήματα της μελέτης και οι σημαντικότερες ενέργειες προβολής των επιχειρήσεων του Cluster.

Ως πηγή στοιχείων για την αποτύπωση των βασικότερων παραμέτρων της μελέτης και του εξεταζόμενου κλάδου, έχουν αξιοποιηθεί τόσο εγχώριες όσο και διεθνείς πηγές (όπως ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδας, ΞΕΕ, Eurostat, κ.λπ.). Επιπλέον πραγματοποιήθηκε έρευνα δευτερογενών στοιχείων (desk research) σε επιχειρηματικές ιστοσελίδες, βιβλιογραφία και μελέτες αναφορικά με τον κλάδο ενώ όπου απαιτήθηκε πραγματοποιήθηκε και επικοινωνία με αρμόδιους φορείς.

2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Το «Μελεκούνη» είναι ένα παραδοσιακό γλύκισμα που παράγεται στο νησί της Ρόδου. Η ονομασία «Μελεκούνη» προέρχεται από τη Ροδίτικη διάλεκτο, δεδομένου ότι ο όρος «κουννί» (από την αρχαία λέξη Κόκκος-Κουννί) χρησιμοποιείται στην περιοχή για να αποδώσει το σπόρο (στη συγκεκριμένη περίπτωση σουσαμιού), το ελάχιστο σπυρί του καρπού του φυτού «Σήσαμον» και τη λέξη «Μέλι». Για λόγους απλούστευσης καθιερώθηκε το «Μελεκούνη», αντί του «Μελεκούνη».

Έχει σχήμα ρομβοειδές με βασικά συστατικά σουσάμι και μέλι, μπαχαρικά, αμύγδαλα ενώ προαιρετικά μπορεί να περιέχει ξύσμα ή χυμό εσπεριδοειδών, τα οποία αναμειγνύονται, βράζουν και ομογενοποιούνται. Έχει μαλακή, εύκαμπτη υφή χωρίς να σπάει, μαστιχωτή μη κολλώδη και συμπαγή δομή. Το χρώμα του κυμαίνεται από χρυσοκίτρινο έως καστανό, ανάλογα με το χρώμα του μελιού, το βαθμό ψησίματος του σουσαμιού και τα χρησιμοποιούμενα μπαχαρικά. Το βάρος του κυμαίνεται από 10g-70g.



Το «Μελεκούνη» έχει μια ισχυρή παράδοση και διαχρονική φήμη που το συνδέει με το νησί της Ρόδου. Αποτελεί από την αρχαιότητα παραδοσιακό τοπικό γλύκισμα που προσφέρονταν σε γάμους, βαπτίσεις και άλλες κοινωνικές εκδηλώσεις.

Η παραγωγή του μελεκουινού συνδέθηκε κατά το παρελθόν με τη συγκεκριμένη περιοχή λόγω της παραγωγής μελιού και σουσαμιού σε τοπικό επίπεδο. Σήμερα, η τοπική παραγωγή μελιού επαρκεί κατά ένα μέρος για να καλύψει τις παραγόμενες ποσότητες Μελεκουινού, ενώ η προμήθεια σουσαμιού, ξηρών καρπών και μπαχαρικών πραγματοποιείται από περιοχές εκτός Ρόδου, ενώ αξιοποιούνται κυρίως τα τοπικά παραγόμενα εσπεριδοειδή.

Ο Όμηρος στην Ιλιάδα αναφέρει την ονομασία «ίντριον», που σήμαινε πλακούντας με μέλι και σουσάμι, το οποίο το έτρωγαν οι Έλληνες για να μπορούν να έχουν αντοχή στις κακουχίες του πολέμου. Αναφορά έχει κάνει και ο Ηρόδοτος κατά τον 5ο αιώνα π.Χ. αλλά και ο Αριστοφάνης. Η κοινή ονομασία του στα αρχαία χρόνια ήταν σησαμής.

2.1 Γεωγραφική Περιοχή

Ως οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή παραγωγής για το προϊόν «Μελεκούνη» ορίζεται το νησί της Ρόδου το οποίο ανήκει στον νομό Δωδεκανήσου της Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου.

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου εκτείνεται σε μια τεράστια θαλάσσια ζώνη από τις ακτές της Αττικής (Μακρόνησος) έως τα νότια παράλια της Τουρκίας (Καστελόριζο). Αποτελείται από 79 νησιά, από τα οποία κατοικούνται τα 48 και 178 βραχονησίδες. Περιλαμβάνει τους Νομούς Κυκλάδων και Δωδεκανήσου. Η συνολική της έκταση είναι 5,286 χλμ.2 (ποσοστό 4% της επιφάνειας της Ελλάδας).

Η περιφέρεια Νότιου Αιγαίου είναι η 9η μεγαλύτερη περιφέρεια της Ελλάδας σε πληθυσμό (σε σύνολο 13). Ο πληθυσμός της υπολογίζεται σε 340.870 κατοίκους το 2018 (στοιχεία ΕΛ.ΣΤΑΤ) που αντιστοιχεί περίπου στο 3,2% του συνολικού πληθυσμού της χώρας.

Η θέση της Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου στην Ελλάδα



Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της Περιφέρειας κατοικεί στον Νομό Δωδεκανήσου (62,8%). Την τελευταία πενταετία ο πληθυσμός της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου έχει αυξηθεί κατά 1,8%. Αύξηση σημειώνει και ο πληθυσμός του νομού Δωδεκανήσου (3,2%).

Εξέλιξη Πληθυσμού Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου (2012-2018)				
Νομός	2012	2014	2016	2018
Δωδεκανήσου	207.367	207.434	207.746	214.013
Κυκλάδων	127.413	127.368	127.045	126.857
Σύνολο Περιφέρειας	334.780	334.802	334.791	340.870
Σύνολο Ελλάδας	11.086.406	10.926.807	10.783.748	10.741.165
% Περιφέρειας στο σύνολο της χώρας	3,02%	3,06%	3,10%	3,17%

Τα παρουσιαζόμενα στοιχεία αφορούν την 01.01 κάθε έτους.

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Ο νομός Δωδεκανήσου έχει έκταση 2.714 χλμ.2. Τα κυριότερα νησιά που αποτελούν το νησιωτικό αυτό σύμπλεγμα είναι, κατά σειρά μεγέθους, τα εξής: Ρόδος, Κάρπαθος, Κως, Αστυπάλαια, Κάλυμνος, Κάσος, Τήλος, Σύμη, Λέρος, Νίσυρος, Πάτμος, Χάλκη, Λειψοί, Μεγίστη ή Καστελλόριζο και Αγαθονήσι. Υπάρχουν και άλλα νησάκια από τα οποία ξεχωρίζουν τα νησιά : Ψέριμος, Αγαθονήσι, Λέβιθα, Αλιμιά και Αρκοί. Σαρία, Τέλενδος, Κίναρος, Οφιούσσα, Σύρνα, Αρμαθιά, Φαρμακονήσι, Κουνούποι, Νίμος, Ρω, Αστακίδα, Σέσκλιο και άλλα πολύ μικρότερα. Η πλειονότητα των νησιών της Περιφέρειας, χαρακτηρίζεται από το ορεινό και άγονο έδαφος, ενώ λίγες είναι οι δασικές εκτάσεις. Το

Ψηλότερο όρος του Νομού Δωδεκανήσου είναι η Καλή Λίμνη ή Λάστος (1220μ.) της Καρπάθου και ο Αττάβυρος (1216μ.) της Ρόδου.

Η Ρόδος είναι το μεγαλύτερο νησί της Δωδεκανήσου και το τέταρτο στην Ελλάδα μετά την Κρήτη, την Εύβοια και τη Μυτιλήνη (Λέσβος). Η έκταση της είναι 1.398 χλμ.2 και το σχήμα της είναι στενόμακρο με μέγιστο μήκος 77 χλμ. και μέγιστο πλάτος 37 χλμ. Το μήκος της ακτογραμμής της είναι 220 χλμ. Βρίσκεται περίπου 350 χλμ. νοτιοανατολικά της Αθήνας και 18 χλμ. νοτιοδυτικά της Τουρκίας.

Βάσει της απογραφής του 2011 ο πληθυσμός την Ρόδου ανέρχεται σε 115.490 κατοίκους, γεγονός που καθιστά τη Ρόδο το τρίτο πολυπληθέστερο ελληνικό νησί μετά την Κρήτη και την Εύβοια.

Στο βορειοανατολικό άκρο του νησιού βρίσκεται η πρωτεύουσά του, η πόλη της Ρόδου, που αποτελεί και τον μεγαλύτερο οικισμό του. Εντός των ορίων της πόλης της Ρόδου, βρίσκεται η Μεσαιωνική πόλη της Ρόδου ή Παλιά Πόλη, μια από τις καλύτερα διατηρημένες μεσαιωνικές πόλεις του κόσμου, που έχει αναγνωριστεί από το 1988 ως μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO. Εντός των τειχών της Παλιάς Πόλης βρίσκονται αξιόλογα μνημεία από τη Βυζαντινή εποχή, την Τουρκοκρατία και την περίοδο της Ιταλοκρατίας, με επιβλητικότερο το παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου.

Στα βορειοδυτικά και σε απόσταση περίπου 12 χλμ. από την πόλη, βρίσκεται ο Κρατικός Αερολιμένας Ρόδου «Διαγόρας», που αποτελεί την κύρια πύλη εισόδου των επισκεπτών στο νησί.



3 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

3.1 Θεσμικό πλαίσιο Τροφίμων

- Κώδικας Τροφίμων και Ποτών (υπουργική απόφαση 1100/1987 ΦΕΚ Β 788) ο οποίος, μεταξύ άλλων, καθορίζει και την χρήση των πρώτων υλών που επιτρέπεται να χρησιμοποιηθούν – Άρθρο 131 (Γενικά για τα προϊόντα με γλυκαντικές ύλες).
- Υ.Α. Υ1γ/Γ.Π/οικ 128529/2009 (ΦΕΚ 2077/Β'/25.9.2009): Συμπλήρωση της υπ' αριθμόν Α1β/8577/1983 (ΦΕΚ 526/Β/24.9.1983) Υγειονομικής Διάταξης: «Περί Υγειονομικού ελέγχου και αδειών ιδρύσεως και λειτουργίας των εγκαταστάσεων επιχειρήσεων υγειονομικού ενδιαφέροντος, καθώς και των γενικών και ειδικών όρων ιδρύσεως και λειτουργίας των εργαστηρίων και καταστημάτων τροφίμων ή/ και ποτών», όπως έχει τροποποιηθεί.
- Υ.Α.οικ.32790/392/Φ.15/2017 (ΦΕΚ 1061/Β'/28.3.2017): Απλουστευση πλαισίου άσκησης μεταποιητικών και συναφών δραστηριοτήτων τροφίμων και ποτών και προτυποποίηση των διοικητικών διαδικασιών γνωστοποίησης λειτουργίας.
- Κανονισμός 178/2002 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 28ης Ιανουαρίου 2002: Είναι το ιδρυτικό κείμενο για τον καθορισμό των γενικών αρχών και απαιτήσεων της νομοθεσίας για τα τρόφιμα, για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Αρχής για την Ασφάλεια των Τροφίμων και τον καθορισμό διαδικασιών σε θέματα ασφαλείας των τροφίμων.
- Το διορθωτικό του κανονισμού 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004 για την υγιεινή των τροφίμων τέθηκε σε ισχύ από την 1η Ιανουαρίου του 2006 σε όλα τα κράτη-μέλη και αντικατέστησε την οδηγία 93/43/ΕΟΚ της 14ης Ιουνίου 1993. Σύμφωνα με τον κανονισμό αυτό, όλες οι επιχειρήσεις που λειτουργούν στον χώρο των τροφίμων και ποτών οφείλουν σε τακτό χρονικό διάστημα να εφαρμόζουν, να διατηρούν και να αναθεωρούν μία μόνιμη διαδικασία των συστημάτων διασφάλισης ποιότητας τροφίμων με βάση τις αρχές των διεθνών προτύπων του Συστήματος Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (Hazard Analysis of Critical Control Points-HACCP). Στο εθνικό θεσμικό πλαίσιο ενσωματώθηκε στην Υγειονομική διάταξη (Υ.Α. Υ1γ/Γ.Π/ οικ. 96967/2012 – «Υγειονομικοί όροι και προϋποθέσεις λειτουργίας επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών και άλλες διατάξεις».
- Η παραπάνω διάταξη καταργήθηκε με την υπ' αριθμ. Υ1γ/Γ.Π/οικ.47829 /2017 «Υγειονομικοί όροι και προϋποθέσεις λειτουργίας επιχειρήσεων τροφίμων / ποτών και άλλες διατάξεις».
- Με τη νέα υγειονομική διάταξη, μεταξύ άλλων, ρυθμίζονται θέματα όπως η άσκηση υγειονομικών ελέγχων και ορίζονται οι γενικοί υγειονομικοί όροι και προϋποθέσεις λειτουργίας των επιχειρήσεων. Οι απαιτήσεις υγιεινής έχουν να κάνουν με τις κτιριακές εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό, τα προγράμματα καθαρισμού, απολύμανσης και απεντόμωσης, την εκπαίδευση του προσωπικού αλλά και με τις διαδικασίες που ακολουθεί η επιχείρηση, εφαρμόζοντας τις αρχές του HACCP. Όλες οι επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών υποχρεούνται να τηρούν τα κατάλληλα αρχεία τεκμηρίωσης διαδικασιών σύμφωνα με τον ευρωπαϊκό κανονισμό, ανάλογα με τη φύση και το μέγεθος της επιχείρησης, ήτοι: αρχείο προσωπικού, καθαρισμού- απολύμανσης, απεντόμωσης – μυοκτονίας, θερμοκρασιών, πρώτων υλών – προμηθευτών και νερού.
- Γίνεται η κατάταξη των επιχειρήσεων ως προς την εκτίμηση επιπέδου κινδύνου και βάσει κριτηρίων κατηγοριοποιούνται σε χαμηλού, μεσαίου και υψηλού κινδύνου.
- Δίνεται έμφαση στη σύνταξη και διατήρηση στην επιχείρηση επικαιροποιημένων διαγραμμάτων ροής των εργασιών της επιχείρησης. Στα διαγράμματα παρουσιάζεται η ροή των διεργασιών στην επιχείρηση και εφόσον είναι αναγκαίο, περιγράφεται η παραγωγική διαδικασία ξεκινώντας από τους χώρους και τον εξοπλισμό και φθάνοντας μέχρι τον τρόπο παρασκευής, συσκευασίας και διάθεσης του προϊόντος.

Εντοπίζονται και αναδεικνύονται τα κρίσιμα σημεία και αποτυπώνονται σε σχεδιαγράμματα ανάλογα την περίπτωση και το προϊόν ελέγχου.

- Με τον νόμο 4442/2016 απλουστεύεται η διαδικασία του πλαισίου λειτουργίας των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 80 του Ν.3463/2006 (Α'114) όπως ισχύει, καθώς επίσης και το πλαίσιο λειτουργίας των θεάτρων και των κινηματογράφων (όπως τροποποιήθηκε με τους Ν.4550/2018,ΥΑ 83/2018,Ν.4549/2018,Ν4512/2018 και ισχύει).

Με τον νόμο, επεκτείνεται σε όλα τα Καταστήματα Υγειονομικού Ενδιαφέροντος (εκτός από τα Κέντρα Διασκέδασης) το καθεστώς της απλής γνωστοποίησης της ίδρυσης και λειτουργίας τους, αντί εκείνου της προέγκρισης και χορήγησης άδειας λειτουργίας, που πλέον καταργείται για όλα τα ΚΥΕ. Στο πλαίσιο αυτό όποιος ενδιαφέρεται να ξεκινήσει την λειτουργία ενός ΚΥΕ σε ορισμένο χώρο ή εγκατάσταση, οφείλει πλέον να ενημερώσει προηγουμένως την αρμόδια αρχή, χωρίς να απαιτείται εκ των προτέρων έλεγχος. Αμέσως μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας γνωστοποίησης ο ενδιαφερόμενος μπορεί να ξεκινήσει τη λειτουργία της δραστηριότητάς του. Από εκεί και πέρα, εάν πρόκειται να μεταβληθούν για οποιονδήποτε λόγο τα στοιχεία της δραστηριότητας τα οποία έχουν γνωστοποιηθεί, όπως επίσης εάν πρόκειται να μεταβληθεί ο τόπος άσκησης της οικονομικής δραστηριότητας, ο φορέας της τελευταίας υποχρεούται σε προηγούμενη γνωστοποίηση της επιδιωκόμενης μεταβολής, πριν από αυτήν. Η γνωστοποίηση γίνεται μέσω ενός νέου κεντρικού συστήματος, με την ονομασία «Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Άσκησης Δραστηριοτήτων και Ελέγχων» (ΟΠΣ-ΑΔΕ).

3.2 Θεσμικό Πλαίσιο Προϊόντων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε)

Κοινοτική Νομοθεσία

- Κανονισμός (ΕΕ) αριθμ.1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Νοεμβρίου 2012 για τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων.
- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθμ.668/2014 της Επιτροπής της 13ης Ιουνίου 2014 «για τη θέσπιση κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων»
- Κατ' εξουσιοδότηση κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 664/2014 της Επιτροπής της 18ης Δεκεμβρίου 2013 «για τη συμπλήρωση του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά τον καθορισμό των ενωσιακών συμβόλων για τις προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης, τις προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις και τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα και όσον αφορά ορισμένους κανόνες σχετικά με την προέλευση, ορισμένους διαδικαστικούς κανόνες και ορισμένες πρόσθετες μεταβατικές διατάξεις.
- Κατ' εξουσιοδότηση κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 665/2014 της Επιτροπής της 11ης Μαρτίου 2014 «για τη συμπλήρωση του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά τους όρους χρήσης της προαιρετικής ένδειξης ποιότητας «προϊόν ορεινής παραγωγής»

Εθνική Νομοθεσία

- Καθορισμός συμπληρωματικών μέτρων για την εφαρμογή του Καν. (ΕΚ) 510/2006 του Συμβουλίου της 20ης Μαρτίου 2006 «για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων» και του Καν.(ΕΚ) 1898/2006 της Επιτροπής της 23ης Δεκεμβρίου 2006 «σχετικά με τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού υπ' αριθμ. 510/2006 για την

προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων» ΚΥΑ 261611 (ΦΕΚ αριθ. 406/22-03-2007 τεύχος Β) με συμπληρωματικά μέτρα του Καν. 510/06 και 1898/06.

- Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 261611/7.3.2007 απόφασης των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Οικονομίας και Οικονομικών, Ανάπτυξης, Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, «περί καθορισμού συμπληρωματικών μέτρων για την εφαρμογή του καν. (ΕΚ) 510/2006 του Συμβουλίου της 20.3.2006 «για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων» και του καν. (ΕΚ) 1898/2006 της Επιτροπής της 23.12.2006 «σχετικά με τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του υπ' αριθμ.510/2006 κανονισμού για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων» ΚΥΑ 290398 (ΦΕΚ αριθ. 694/21-04-2008 τεύχος Β) που τροποποιεί την ΚΥΑ 261611/2007.
- Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 26390/10.6.2008 (Φ.Ε.Κ.1114/τ.Β'/13.6.2008) κοινής απόφασης των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης «Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 33022/25.7.2007 (Φ.Ε.Κ.1292/Β'/25.7.2007) κοινής απόφασης των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης "Καθορισμός προδιαγραφών, όρων και προϋποθέσεων για εξειδίκευση των επενδυτικών σχεδίων παροχής υπηρεσιών εφοδιαστικής αλυσίδας της υποπερίπτωσης iii της περίπτωσης (δ) της παραγράφου 1 του άρθρου 3 του ν. 3299/2004"». ΚΥΑ 318764 (ΦΕΚ αριθ. 1683/21-08-2008 τεύχος Β) που τροποποιεί την ΚΥΑ 261611/2007.
- Καθορισμός συμπληρωματικών μέτρων για την εφαρμογή του καν.510/2006 του Συμβουλίου της 20ης Μαρτίου 2006 "για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων" και του Καν. 1898/20069 της Επιτροπής της 23ης Δεκεμβρίου 2006 "σχετικά με την θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του Καν.510/2006 ΚΥΑ αριθ. 261611/07-03-2007 σε ενοποιημένη μορφή (Το έγγραφο αυτό συνιστά βοήθημα τεκμηρίωσης και δεν έχει νομική ισχύ)
- Τροποποίηση της με αριθ. 261611/7.3.2007 απόφασης των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Οικονομίας και Οικονομικών, Ανάπτυξης και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (Β'406), όπως τροποποιήθηκε με τις αριθ. 290398/11.4.2008 (Β'694) και 318764/7.8.2008 (Β'1683) όμοιες αποφάσεις» ΥΑ 3321/145849 (ΦΕΚ 4980/Β/08-11-2018) (Τροποποίηση της ΚΥΑ 261611/2007 για ΕΠΙΠ).

4 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

4.1 Ποιοτικά Χαρακτηριστικά Προϊόντος

Τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά του προϊόντος «Μελεκούνι» συνοψίζονται στα εξής:

- μαλακή και εύκαμπτη υφή χωρίς να σπάει
- μαστιχωτή μη κολλώδη και συμπαγή δομή
- γεύση που χαρακτηρίζεται από το μέλι, το αναποφλοιώτο ψημένο σουσάμι, τα ψημένα αμύγδαλα και το ιδιαίτερο άρωμα των χρησιμοποιούμενων εσπεριδοειδών και μπαχαρικών
- ρομβοειδές σχήμα

Το «Μελεκούνι» διαφοροποιείται από τα άλλα παρεμφερή προϊόντα λόγω της αποκλειστικής χρήσης μελιού και όχι γλυκαντικών ουσιών που χρησιμοποιούνται συνήθως σε ομοειδή προϊόντα.

Προκειμένου να διασφαλίζονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του «Μελεκουνιού» θα πρέπει να χρησιμοποιούνται τα ακόλουθα συστατικά στις αντίστοιχες αναλογίες:

- Μέλι σε κατά βάρος αναλογία 40% κατ' ελάχιστο (min)
- Σουσάμι σε κατά βάρος αναλογία 40% κατ' ελάχιστο (min)
- Αμύγδαλο σε κατά βάρος αναλογία 1,5-10%
- Μπαχαρικά (κανέλα ή/και μοσχοκάρυδο ή/και γαρύφαλλο ή/και κόλιανδρο)
- Προαιρετικά, ξύσμα ή/και χυμός εσπεριδοειδών (συνήθως πορτοκάλι ή/και περγαμόντο ή/και λεμόνι ή/και νεράντζι)

Το σουσάμι απαιτείται να είναι αναποφλοιώτο και ψημένο καθώς και τα αμύγδαλα. Τα χρησιμοποιούμενα μπαχαρικά πρέπει βρίσκονται σε αρμονική ισορροπία με το σύνολο και να μην επικρατεί ιδιαίτερα κάποιο στο άρωμα του τελικού προϊόντος.

4.2 Μέθοδος Παραγωγής

Πρώτες ύλες

Το μέλι, απαιτείται να ελέγχεται για την οξύτητά του, την υγρασία, τα σάκχαρα, τη διαστάση, την υδροξυμεθυλοφουρφουράλη, το ιζώδες, την τέφρα, το χρώμα, το pH και τις ξένες ύλες. Αντίστοιχα, το παραλαμβανόμενο σουσάμι πρέπει να ελέγχεται ποιοτικά. Η εμφάνιση του σουσαμιού, το χρώμα, η ύπαρξη ξένων υλών, αποτελούν τις βασικές ελεγχόμενες παραμέτρους.

Η ποιότητα τόσο του μελιού, όσο και του σουσαμιού επηρεάζει καθοριστικά την ποιότητα του τελικού προϊόντος.

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα η τοπική παραγωγή μελιού επαρκεί να καλύψει ως ένα μέρος τις παραγόμενες ποσότητες του προϊόντος. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ οι εκμεταλλεύσεις κυψελών μελισσών για το νησί της Ρόδου το 2016 ανέρχονταν σε 81 ενώ η τοπική παραγωγή μελιού για το ίδιο έτος υπολογίζεται σε 325 τόνους.



Θερμική επεξεργασία σουσαμιού και μελιού

Το μέλι εισάγεται σε δοχείο και θερμαίνεται έως σημείου βρασμού για 10 περίπου λεπτά. Το σουσάμι, πριν την ανάμειξή του με το μέλι, ψήνεται σε φούρνο για χρονικό διάστημα 15 λεπτών. Η θερμική αυτή επεξεργασία του σουσαμιού, πριν την προσθήκη του στο μέλι αποτελεί σημαντικό στοιχείο της παραγωγικής διαδικασίας και επιδρά καθοριστικά στη γεύση του «Μελεκουνιού». Κατά την διάρκεια του ψησίματος πρέπει να ανακατεύεται συνέχεια και να μην φθάσει σε θερμοκρασία που καταστρέφονται ή να αλλοιώνονται τα χαρακτηριστικά του.



Ανάμειξη συστατικών

Αναμειγνύουμε το ψημένο σουσάμι με το μέλι στην προβλεπόμενη αναλογία, προσθέτουμε τις υπόλοιπες ύλες υπό συνεχή ανάδευση, βράζουμε το μίγμα έως ότου ομογενοποιηθεί και γίνει μια συμπαγής μάζα.

Μορφοποίηση μίγματος

Μετά την ολοκλήρωση της θερμικής επεξεργασίας του μίγματος, το τοποθετούμε σε κατάλληλες επιφάνειες από τεφλόν για να μορφοποιηθεί με παραδοσιακό τρόπο από το έμπειρο προσωπικό. Η μορφοποίηση του μίγματος πραγματοποιείται με χρήση πλάστη με κατάλληλη πίεση, ούτως ώστε να γίνει επίπεδη η επιφάνεια σε όλη την έκτασή της και να διατηρήσει την ελαστικότητά της. Το στάδιο αυτό αδιαβροχοποιεί το Μελεκούνι και επιδρά στην διατηρησιμότητα του προϊόντος, γι' γίνεται με ιδιαίτερη προσοχή. Το μορφοποιημένο μίγμα παραμένει στην επιφάνεια, έως ότου η θερμοκρασία μειωθεί αρκετά και αποκτήσει τις κατάλληλες συνθήκες ώστε να είναι έτοιμο να τεμαχισθεί.



Τυποποίηση - Συσκευασία

Αφού τεμαχισθεί το μίγμα, τα μελεκούνια συσκευάζονται ανά τεμάχιο (με εγκεκριμένα υλικά κατάλληλα για χρήση σε τρόφιμα) και τοποθετούνται στη συνέχεια σε χάρτινους περιέκτες. Όλα τα στάδια της παραγωγής του Μελεκουινιού θα πρέπει να εκτελούνται εντός της οριοθετούμενης γεωγραφικής περιοχής (Νησί της Ρόδου), από την θερμική επεξεργασία και ανάμειξη των συστατικών του μίγματος, την τοποθέτηση-ψύξη-συμπύεση της μάζας και τεμαχισμός του μείγματος έως την τελική τυποποίηση. Η συσκευασία πρέπει να εκτελείται στον ίδιο χώρο με την παραγωγή και τον τεμαχισμό του προϊόντος, διότι ο χρόνος μεταφοράς και η διαφοροποίηση της θερμοκρασίας έχουν επίπτωση στα χαρακτηριστικά του προϊόντος με κυριότερο πρόβλημα την αύξηση του ποσοστού υγρασίας στη μάζα του και την δυσχέρεια στη μορφοποίηση και τον τεμαχισμό του. Το προϊόν «Μελεκούνι» διατίθεται στο εμπόριο ακέραιο ως έχει, εντός της αρχικής συσκευασίας του και δεν υφίσταται περαιτέρω επεξεργασία πριν την τελική του διάθεση.



Στην συνέχεια παρατίθενται δημοσιευμένα βίντεο αναφορικά με τις διαδικασίες παρασκευής Μελεκουινιού:

1. <https://www.youtube.com/watch?v=qOhMSLbB6S8>

2. <https://www.youtube.com/watch?v=7DhN3sNXIOE>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=9VUYUX1TZ6g>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=LSXLRcfZefA>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=86MhQrFcpRg>
6. https://www.youtube.com/watch?time_continue=6&v=GI_NOxfzImY

4.3 Διατροφική Αξία Προϊόντος

Το «Μελεκούνι» σε σύγκριση με άλλα τρόφιμα τύπου Snack (όπως σοκολάτες, μπισκότα, κρουασάν κ.α) διαθέτει υψηλή διατροφική αξία και εξαιρετικά θρεπτικά στοιχεία για τον οργανισμό. Αυτό οφείλεται στα δύο κυριότερα συστατικά του το αναποφλοιώτο σουσάμι και το μέλι.

Σουσάμι

Οι σπόροι του φυσικού σουσαμιού περιέχουν χαρακτηριστικά όπως:

- Πενταπλάσια ποσότητα ασβεστίου από το πλήρες πρόβειο γάλα.
- Διπλάσια ποσότητα σιδήρου από το σπανάκι.
- Μεγαλύτερη περιεκτικότητα φωσφόρου από τα ψάρια.
- Υψηλό ποσοστό πρωτεϊνών και διαιτητικών ινών.
- Τα ακόρεστα λιπαρά οξέα (ω-6), η σεσαμίνη και η βιταμίνη E που περιέχονται στο σησάμι μειώνουν σημαντικά τη κακή χοληστερόλη.
- Σημαντικές ποσότητες βιταμινών όπως β1, β2, νιασίνη.
- Φυτοστερόλες και λιγνάνες που δρουν αντιοξειδωτικά, αποτοξινωτικά και φαρμακευτικά στον οργανισμό.

Μέλι

- Το μέλι αποτελείται από 180 πολύτιμα στοιχεία κι έχει μεγάλη θρεπτική αξία.
- Είναι η πιο γρήγορη πηγή ενέργειας που προσφέρει αυτούσια η φύση, πολύτιμη για τους αθλητές, τα παιδιά, τις εγκύους, τους αρρώστους και για κάθε ταλαιπωρημένο οργανισμό.
- Βοηθάει στη μνήμη και στη διαύγεια του μυαλού.
- Προστατεύει τα δόντια και καταστέλλει την αναιμία.
- Χαρακτηρίζεται από αντισηπτική, βακτηριοστατική και καρδιοτροφική δράση.
- Συμβάλλει στην μείωση της αρτηριακής πίεσης.
- Βοηθά στην αντιμετώπιση της δυσπεψίας και του έλκους.

Στην συνέχεια παρατίθεται η διατροφική ανάλυση του Μελεκουνιού:

Διατροφική Ανάλυση προϊόντος	
Συστατικά	Ανά 100 g προϊόντος
Ενέργεια	459 kcal
Πρωτεΐνες	16,6 g
Λιπαρά εκ των οποίων	31,6g
Κορεσμένα	4,3g

Μονοακόρεστα	15,5g
Πολυακόρεστα	11,8g
Χοληστερόλη	0
Υδατάνθρακες	38,8g
Σάκχαρα εκ των οποίων	28,9g
Φρουκτόζη	13,8
Γλυκόζη	13,6
Διαιτητικές Ίνες	6,5g
Ασβέστιο	611 mg
Σίδηρος	3,4 mg
Φώσφορος	344 mg
Νάτριο	0,012 g
Πηγή: Μελισσοκομική Δωδεκανήσου	

4.4 Προϊόν Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης

Το Μελεκούνι (Melekouni), στις 6 Δεκεμβρίου 2017 αναγνωρίστηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ως προϊόν Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ)(εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) 2017/2363).

Ανήκει στην κλάση 2.3 προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής, ζαχαρώδη παρασκευάσματα ή προϊόντα μπισκοτοποιίας, όπως και το κρητικό παξιμάδι ΠΓΕ.

Ως «γεωγραφική ένδειξη» νοείται η ονομασία που ταυτοποιεί ένα προϊόν:

1. το οποίο κατάγεται από συγκεκριμένο τόπο, περιοχή ή χώρα·
2. του οποίου ένα συγκεκριμένο ποιοτικό χαρακτηριστικό, η φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό μπορεί να αποδοθεί κυρίως στη γεωγραφική του προέλευση· και
3. του οποίου ένα τουλάχιστον από τα στάδια της παραγωγής εκτελείται εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής περιοχής.

Στην συνέχεια παρατίθεται πίνακας με τα ελληνικά προϊόντα που έχουν εγκριθεί και καταχωρηθεί ως προϊόντα ΠΓΕ σύμφωνα με την ευρωπαϊκή Βάση δεδομένων DOOR.

Ελληνικά Προϊόντα ΠΓΕ	
Κατηγορία Προϊόντων	Ονομασία
Κλάση 1.5. Έλαια και λίπη (βούτυρο, μαργαρίνη, λάδι, κ.λπ.)	Άγιος Ματθαίος Κέρκυρας
	Λέσβος ; Μυτιλήνη
	Σάμος

	Ζάκυνθος
	Χανιά Κρήτης
	Ολυμπία
	Θάσος
	Κεφαλονιά
	Ρόδος
	Πρέβεζα
	Λακωνία
Κλάση 1.6. Φρούτα, λαχανικά και δημητριακά νωπά ή μεταποιημένα	Αγκινάρα Ιρίων
	Φάβα Φενεού
	Σταφίδα Σουλτανίνα Κρήτης
	Μανταρίνι Χίου
	Φασόλια Βανίλιες Φενεού
	Πατάτα Νάξου
	Σταφίδα Ηλείας
	Φασόλια Γίγαντες- Ελέφαντες Καστορίας
	Μήλο Καστορίας
	Ακτινίδιο Πιερίας
	Πατάτα Κάτω Νευροκοπίου
	Φασόλια (Γίγαντες Ελέφαντες) Πρεσπών Φλώρινας
	Φασόλια (πλακέ μεγαλόσπερμα) Πρεσπών Φλώρινας
	Φασόλια κοινά μεσόσπερμα Κάτω Νευροκοπίου
	Φασόλια γίγαντες ελέφαντες Κάτω Νευροκοπίου
	Κουμ Κουάτ Κέρκυρας
	Σύκα Βραβρώνας Μαρκοπούλου Μεσογείων
Κονσερβολιά Άρτας	
Κλάση 2.4. Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής,	Μελεκούνι
	Κρητικό παξιμάδι

ζαχαρώδη παρασκευάσματα ή προϊόντα μπισκοτοποιίας	
Πηγή: Βάση Δεδομένων Door	

5 Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

5.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την Ζήτηση

Βασικά μεγέθη Τουρισμού στην εξεταζόμενη γεωγραφική περιοχή

Η Ρόδος αποτελεί ένα διεθνώς αναγνωρισμένο τουριστικό προορισμό με ιδιαίτερη σημασία για την ελληνική οικονομία. Η εξέλιξη του τουρισμού τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο αποτελεί ένα βασικό παράγοντα ζήτησης των προϊόντων του νησιού και ειδικά των παραδοσιακών προϊόντων στην κατηγορία των οποίων ανήκει και το «Μελεκούνι».

Σταθερά ανοδικά κινείται τα τελευταία έτη ο τουρισμός. Ειδικότερα, το 2018 αφίχθηκαν στην Ελλάδα περίπου 30,12 εκατ. τουρίστες (χωρίς τις κρουαζιέρες) έναντι 27,2 εκατ. το 2017, σημειώνοντας αύξηση κατά 10,7%.

Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα (2014-2018)	
Έτος	Αφίξεις*
2014	22.033.463
2015	23.599.455
2016	24.799.300
2017	27.194.200
2018	30.122.781

*δεν περιλαμβάνονται οι κρουαζιέρες

Πηγή: ΤτΕ

Η πλειοψηφία των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας επιλέγει το αεροπλάνο ως μέσο μεταφοράς. Συγκεκριμένα, το 2017 τα 2/3 των τουριστών που έφθασαν στην Ελλάδα ταξίδεψαν αεροπορικώς.

Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα ανά μέσο μεταφοράς (2017)	
Μέσο	Αφίξεις
Αεροπορικώς	17.946.012
Οδικώς	8.267.454
Σιδηροδρομικώς	11.227
Θαλασσίως	969.507
Σύνολο	27.194.200

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ/ ΤτΕ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ) το 2018 το αεροδρόμιο της Ρόδου συγκέντρωσε το 11% των συνολικών διεθνών αεροπορικών αφίξεων στην χώρα μας (2,4 εκ περίπου) λαμβάνοντας την 3η θέση μετά την Αθήνα και το Ηράκλειο Κρήτης. Αναφορικά με τις αφίξεις εσωτερικού η Ρόδος συγκεντρώνει το 5% των συνολικών αφίξεων (411 χιλ.) μεταξύ των κυριότερων αεροδρομίων της χώρας.

Αεροπορικές αφίξεις (2018)		
Κυριότερα Αεροδρόμια	Διεθνείς Αφίξεις	Αφίξεις εσωτερικού
Αθήνα	5.727.439	3.961.147
Ηράκλειο	3.371.797	665.722
Ρόδος	2.337.683	411.229
Θεσσαλονίκη	2.165.736	1.152.806
Κέρκυρα	1.502.305	165.039
Κως	1.177.066	130.764
Χανιά	1.164.395	318.759
Ζάκυνθος	847.623	42.653
Σαντορίνη	507.213	563.182
Μύκονος	429.497	246.676
Κεφαλονιά	325.772	44.807
Άκτιο	280.580	4.718
Σκιάθος	185.007	21.755
Καβάλα	159.161	36.859
Σάμος	140.624	78.330
Καλαμάτα	126.746	11.168
Κάρπαθος	91.341	31.142
Άραξος	90.849	92.734
Μυτιλήνη	62.834	166.535
Σύνολο	20.693.668	8.146.025

Πηγή: ΥΠΑ

Οι δύο «παραδοσιακές» αγορές για το ελληνικό τουριστικό προϊόν κατά τα τελευταία χρόνια είναι σταθερά η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Συγκεκριμένα, το 2018 στη χώρα μας

αφίχθηκαν 4,4 εκατ. Γερμανοί και 2,9 εκατ. Βρετανοί τουρίστες, καταλαμβάνοντας από κοινού μερίδιο περίπου 24% επί του συνόλου.

Ίδια εικόνα παρουσιάζουν και οι επισκέψεις τουριστών στην Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου. Ειδικότερα το 2018 οι επισκέψεις από Γερμανούς τουρίστες έφτασαν το 1,1 εκ. ενώ ακολουθούν οι Βρετανοί με 666 χιλ.

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου (2018)				
Περιφέρεια	Χώρες Προέλευσης	Επισκέψεις (σε χιλ.)	Εισπράξεις (σε εκ. €)	Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.)
Νότιο Αιγαίο	Γερμανία	1.106,1	831,1	9.519,8
	Ην. Βασίλειο	666,0	498,4	5.409,5
	Γαλλία	431,5	288,9	3.564,0
	Ιταλία	538,4	339,3	4.178,2
	ΗΠΑ	555,1	383,5	3.423,1
	Ολλανδία	317,7	208,2	2.731,3
	Πολωνία	319,7	167,4	2.264,4
	Ρωσία	188,6	132,2	1.716,0
	Λοιπές	2.506,3	1.565,1	18.277,9
	Σύνολο	6.629,4	4.414,1	51.084,2
	% επί του συνόλου	19,0%	28,2%	22,5%

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ, INSETE

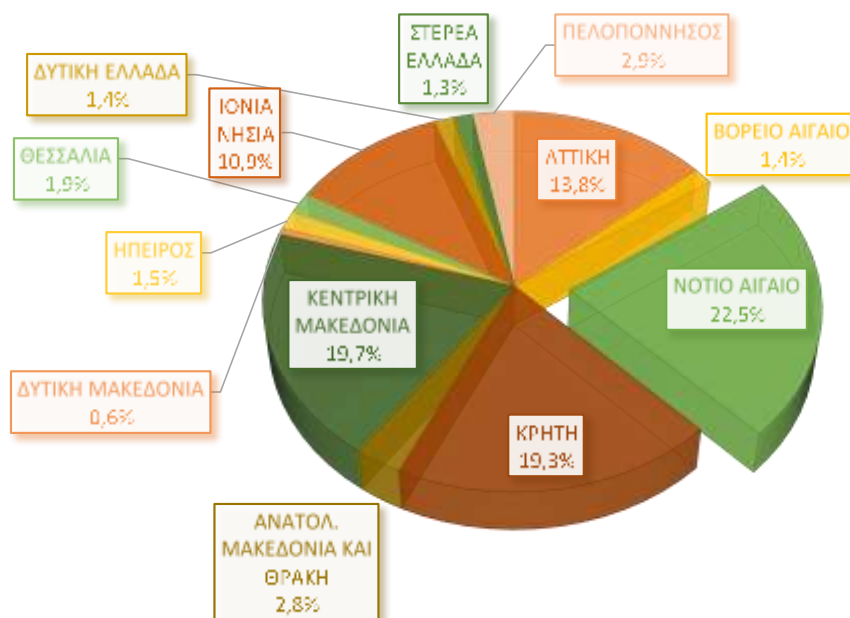
Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας Συνόρων της ΤτΕ οι συνολικές διανυκτερεύσεις μη κατοίκων σημείωσαν αύξηση το 2018 κατά 8,2%. Το 22,5% περίπου των διανυκτερεύσεων πραγματοποιήθηκαν στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου συγκεντρώνοντας το μεγαλύτερο ποσοστό επι του συνόλου ενώ ακολουθεί η Περιφέρεια Κρήτης με 19,3%.

Διανυκτερεύσεις μη κατοίκων στην Ελλάδα (2014-2018)	
Έτος	Διανυκτερεύσεις *
2014	184.789
2015	185.027
2016	190.402
2017	209.855
2018	227.012

σε χιλ. ταξιδιώτες
 *δεν περιλαμβάνονται οι κρουαζιέρες

Πηγή: ΤτΕ

Διανυκτερεύσεις ανά Περιφέρεια (2018)



Η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου διαμορφώνεται σε €665,8 το 2018 (€449 για το σύνολο της Χώρας) ενώ η μέση δαπάνη για διανυκτέρευση στα €86,4 (€69 για το σύνολο της χώρας). Η μέση διάρκεια παραμονής στην εξεταζόμενη ανέρχεται σε 7,7 ημέρες.

Δαπάνες Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου (2018)				
Περιφέρεια	Κύριες Χώρες Προέλευσης	Δαπάνη/ Επίσκεψη (σε €)	Δαπάνη/ Διανυκτέρευση (σε €)	Μέση Διάρκεια Παραμονής
Νότιο Αιγαίο	Γερμανία	751,4	87,3	8,6
	Ην. Βασίλειο	748,4	92,1	8,1
	Γαλλία	669,4	81,1	8,3
	Ιταλία	630,2	81,2	7,8
	ΗΠΑ	690,9	112,0	6,2
	Ολλανδία	655,3	76,2	8,6
	Πολωνία	523,5	73,9	7,1
	Ρωσία	701,0	77,1	9,1

	Λοιπές	624,5	85,6	7,3
	Σύνολο Περιφέρειας	665,8	86,4	7,7
	Σύνολο Χώρας	449,4	69,0	6,5

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ, INSETE

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου, το 2018 λειτούργησαν σε ολόκληρη τη χώρα 9.873 ξενοδοχειακές μονάδες. Στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου το 2018 λειτούργησαν συνολικά 2.120 μονάδες (21% επί του συνόλου της Χώρας). Εξειδικεύοντας στο ξενοδοχειακό δυναμικό της Ρόδου το 2018 λειτούργησαν 537 μονάδες συνολικής δυναμικότητας 98.780 κλινών.

Ξενοδοχειακό δυναμικό 2018							
		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	Μονάδες	194	385	521	819	201	2.120
	Δωμάτια	29.301	34.351	20.638	21.549	3.152	108.991
	Κλίνες	60.598	68.900	40.237	41.036	6.183	216.954
Ρόδος	Μονάδες	58	120	151	163	45	537
	Δωμάτια	15.658	18.684	8.180	6.074	875	49.471
	Κλίνες	32.321	37.435	15.779	11.525	1.720	98.780

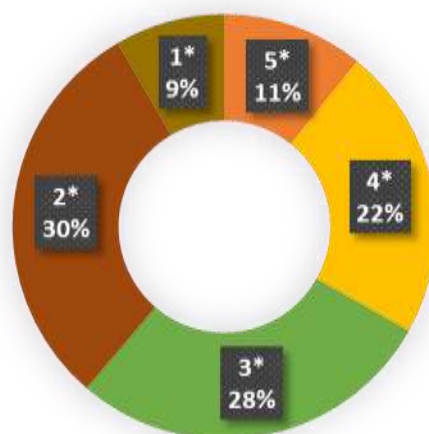
πηγή: ΞΕΕ/INSETE

Η πλειοψηφία των κλινών στην Ρόδο είναι πέντε αστέρων (5*) καταλαμβάνοντας το 53% των κλινών 5 αστέρων της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Αναφορικά με τα ενοικιαζόμενα δωμάτια η περιφέρεια Νότιου Αιγαίου διαθέτει συνολικά 7.333 μονάδες με συνολικά 116.548 κλίνες ενώ στην Ρόδο λειτουργούν 877 μονάδες με σύνολο 14.672 κλινών.

Ενοικιαζόμενα δωμάτια 2018						
		4K	3K	2K	1K	Σύνολο
Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	Μονάδες	585	2.067	3.524	1.157	7.333
	Δωμάτια	4.591	15.959	23.649	6.847	51.046
	Κλίνες	11.132	37.025	53.270	15.121	116.548
Ρόδος	Μονάδες	66	206	368	237	877
	Δωμάτια	542	1.979	2.793	1.466	6.780
	Κλίνες	1.204	4.332	5.970	3.166	14.672

πηγή: ΞΕΕ/INSETE

Ποσοστό Ξενοδοχείων στη Ρόδο ανά κατηγορία (2018)



Κίνηση Κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι της Ρόδου (2013-2018)						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Κρουαζιερόπλοια	373	314	340	299	248	210
% μεταβολή		-15,8%	8,3%	-12,1%	-17,1%	-15,3%
Επιβάτες	409.991	311.182	342.063	314.689	274.903	237.808
% μεταβολή		-24,1%	9,9%	-8,0%	-12,6%	-13,5%

πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος/INSETE

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Λιμένων Ελλάδος η κίνηση των κρουαζιερόπλοιων σημειώνει μείωση την περίοδο 2015-2018 (-38%). Το 2018 οι επιβάτες που ταξίδεψαν με κρουαζιερόπλοια στο λιμάνι της Ρόδου ανήλθαν στους 237,8 χιλ.

Γενικά Χαρακτηριστικά της ζήτησης

Το «Μελεκούνη» συγκαταλέγεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο στα είδη διατροφής και ειδικότερα στα είδη ζαχαροπλαστικής.

Οι τιμές πώλησης των προϊόντων σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα αποτελούν κύριο παράγοντα, ο οποίος επηρεάζει τη ζήτηση για τα είδη ζαχαροπλαστικής και καθορίζει τις επιλογές των καταναλωτών.

Ανοδικά κινήθηκε ο δείκτης τιμών καταναλωτή για τα προϊόντα ζαχαροπλαστικής την περίοδο 2015-2018 παρουσιάζοντας οριακές αυξήσεις την τελευταία τριετία. Πτωτική πορεία παρουσιάζει και ο γενικός δείκτης τιμών καταναλωτή την περίοδο 2014-2016. Εντούτοις τα τελευταία δύο έτη (2017-2018) σημείωσε σημαντική αύξηση.

Δείκτης τιμών καταναλωτή (2014-2018)		
Έτος	Προϊόντα ζαχαροπλαστικής	Γενικός Δείκτης
2014	106,3	107,38
2015	100,94	105,52
2016	104,08	104,65

2017	104,28	105,82
2018	104,42	106,48
<i>Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.</i>		

Το διαθέσιμο εισόδημα αποτελεί καθοριστικό παράγοντα της ζήτησης των ειδών διατροφής. Η διαχρονική μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών επηρεάζει δυσμενώς την κατανάλωση ειδών ζαχαροπλαστικής. Όπως αποτυπώνεται και στον πίνακα που ακολουθεί το καθαρό κατά κεφαλήν εθνικό εισόδημα παρουσιάζει μέση ετήσια μείωση - 2,7% την περίοδο 2010-2016. Εντούτοις το 2017 το καθαρό κατά κεφαλήν εισόδημα σημείωσε αύξηση 3,23%.

Πληθυσμός και κατά κεφαλή μέγεθη (2010-2017)								
	2010	2011*	2012*	2013*	2014*	2015*	2016*	2017*(1)
Συνολικός πληθυσμός	11.121.38	11.104.99	11.045.03	10.965.24	10.892.36	10.820.96	10.775.98	10.768.19
στο μέσο του έτους	3	5	9	1	9	4	9	3
Ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (2)	20.324	18.643	17.311	16.475	16.402	16.381	16.378	16.736
Ακαθάριστο εθνικό εισόδημα (2)	19.908	18.134	17.426	16.455	16.513	16.404	16.378	16.769
Καθαρό εθνικό εισόδημα (2)	16.499	14.808	14.074	13.266	13.573	13.550	13.594	14.033
Καθαρό εθνικό διαθέσιμο εισόδημα	16.363	14.661	13.996	13.386	13.515	13.475	13.519	13.991
* προσωρινά στοιχεία (1) προσωρινή εκτίμηση του μόνιμου πληθυσμού την 01/01/17 (2) Σε αγοραίες τιμές								
<i>Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ</i>								

Η Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών καλύπτει (βάσει δείγματος) τα νοικοκυριά όλης της χώρας, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά τους. Σε αρκετά χαμηλά επίπεδα κυμαίνεται η δαπάνη για τα προϊόντα ζαχαροπλαστικής σε σχέση με το σύνολο των αγορών των νοικοκυριών της χώρας, η οποία σημειώνει σταδιακή μείωση την τριετία 2015-2017.

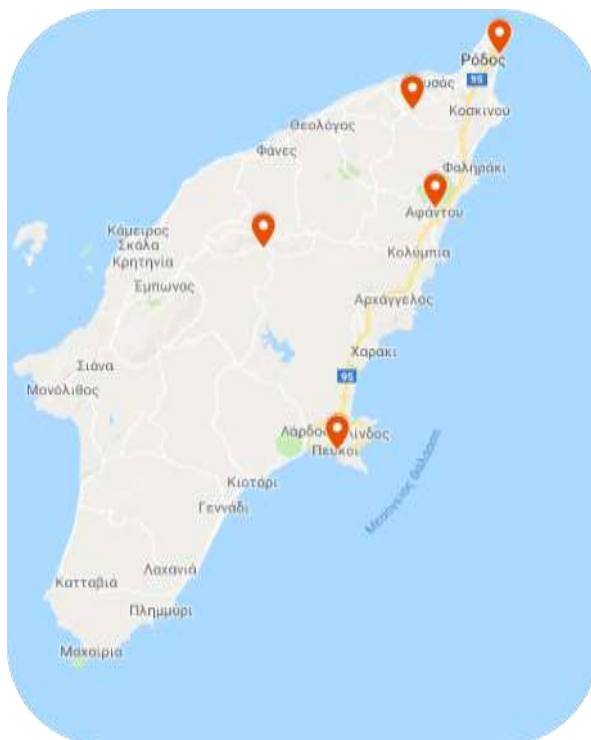
Μέση μηνιαία δαπάνη για είδη αρτοποιίας και προϊόντα ζαχαροπλαστικής (2015 - 2017)									
Αγαθά	Όλες οι Περιοχές			Αστικές περιοχές			Αγροτικές Περιοχές		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Σύνολο αγορών	1.421	1.392	1.414	1.479	1.452	1.473	1.186	1.134	1.165
Προϊόντα ζαχαροπλαστικής	4,91	4,67	4,43	5,17	4,75	4,57	3,84	4,32	3,84
<i>Αξία σε €</i>									

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2015- 2017)

Σημαντικός παράγοντας σχετικά με τη ζήτηση των εξεταζόμενων προϊόντων (ως είδη διατροφής) αποτελούν και οι διατροφικές συνήθειες του πληθυσμού της χώρας. Τα σύγχρονα διατροφικά πρότυπα που δημιούργησε η τεχνολογία τροφίμων με την χρήση συντηρητικών ουσιών, έστρεψαν και πάλι το ενδιαφέρον στις διατροφικές συνήθειες των περασμένων δεκαετιών και σε μία σειρά προϊόντων που αποτελούσαν τη βάση της διατροφής από αρχαιοτάτων χρόνων, όπως το μέλι, οι ξηροί καρποί κτλ

6 Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

Οι επιχειρήσεις που παράγουν και εμπορεύονται το «Μελεκούνη», δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στην γεωγραφική περιοχή της Ρόδου. Είναι μικρές βιοτεχνικές επιχειρήσεις, οικογενειακής μορφής που ασχολούνται κυρίως με τη παραγωγή παραδοσιακών ειδών διατροφής (κυρίως ζαχαροπλαστικής). Η γεωγραφική κατανομή των επιχειρήσεων αυτών αποτυπώνεται στον χάρτη που ακολουθεί:



Στην συνέχεια παρουσιάζονται συνοπτικά οι τρεις επιχειρήσεις παραγωγής και διάθεσης του εξεταζόμενου προϊόντος που εκδήλωσαν ενδιαφέρον να ενταχθούν στο cluster.

Συνοπτική παρουσίαση επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και διάθεση του προϊόντος «Μελεκούνη»	
ΛΟΓΓΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΕΛΙΚΟΥΝΙ	
ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	
Διακριτικός τίτλος:	RODOMEL
Εμπορικό σήμα:	«Αφαντενό Παραδοσιακό Μελεκούνη - Μιχάλης»
Δραστηριότητα:	Παραγωγή παστελιού
Λοιπά στοιχεία:	Εργαστήριο παραδοσιακών προϊόντων ζαχαροπλαστικής
Προσωπικό:	2
ΙΣΤΟΡΙΚΟ	
Ίδρυση / Εταιρικά Γεγονότα:	Ίδρύθηκε το 2002 από τον Δημήτριο Λόγγο.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
Διεύθυνση:	Έδρα- Εργαστήριο: Καποδιστρίου 64, 85100, Αφάντου, Ρόδος,
Τηλέφωνα, site, social media:	Τηλ: 22410 51227, https://el-gr.facebook.com/pg/Παραδοσιακά-Μελεκούνια-Ξηροί-Καρποί-Μιχάλης
ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ Α.Ε.Β.Ε.	
ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	
Δραστηριότητα:	Παραγωγή και τυποποίηση μελιού, βασιλικού πολτού, γύρης μελισσών, κεριού, παραδοσιακών προϊόντων ζαχαροπλαστικής, φυτικών καλλυντικών, ελαιολάδου και λικέρ με μέλι. Εμπόριο εξοπλισμού μελισσοκομίας. Μουσείο Μέλισσας.
Λοιπά στοιχεία:	Κύρια δραστηριότητα της εταιρείας είναι η παραγωγή, η συγκέντρωση, η τυποποίηση του μελιού και των άλλων προϊόντων κυψέλης καθώς και η παραγωγή Μελεκουνιού , του παραδοσιακού γλυκού της Ρόδου. Η εταιρεία διαθέτει τα προϊόντα της και ηλεκτρονικά (e- commerce).
Προϊόντα	Μέλι, Μελεκούνι, Μπάρες μελιού, Καλλυντικά, Γλυκίσματα με μέλι
Προσωπικό:	17
ΙΣΤΟΡΙΚΟ	
Ίδρυση / Εταιρικά Γεγονότα:	Ίδρύθηκε το 2010 από μετατροπή από τη μετατροπή της εταιρίας ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΜΕΛΙΣΣΟΥΡΓΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. με τον διακριτικό τίτλο ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ που προϋπήρχε από το 1999.
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
Διεύθυνση:	Έδρα- Εργοστάσιο: Οδός Τσαΐρι - Αεροδρομίου (5 χλμ.), Παστίδα, 851-06 Παραδείσι, Ρόδος
Τηλέφωνα, site, social media:	Τηλ: 22410 48200, www.mel.gr , fax: 22410-48205
ΠΙΣΣΑΚΑΣ, Δ., & ΣΙΑ Ε.Ε.	
ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	
Δραστηριότητα:	Εισαγωγές και εμπόριο φυτικών μηχανημάτων και ανταλλακτικών. Παραγωγή παστελιού (μελεκούνι), γλυκών κουταλιού, μαρμελάδας και παραδοσιακών γλυκών (αμυγδαλωτά). Τυποποίηση και εμπόριο μελιού.
Εμπορικά σήματα:	Filema Rodion
Προσωπικό:	3

ΙΣΤΟΡΙΚΟ	
Ίδρυση / Εταιρικά Γεγονότα:	Ιδρύθηκε το 2003
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
Διεύθυνση:	Έδρα: Ε. Μπέβιν 37, 85100, Ρόδος Εργαστήριο: Πελοποννήσου 1 και Στεφάνου Καζούλη, 85100, Ρόδος
Τηλέφωνα, site, social media:	Τηλ:22410 74209, www.filemarodion.gr, info@filemarodion.gr
Πηγή: Εταιρικές ιστοσελίδες, ΓΕΜΗ	

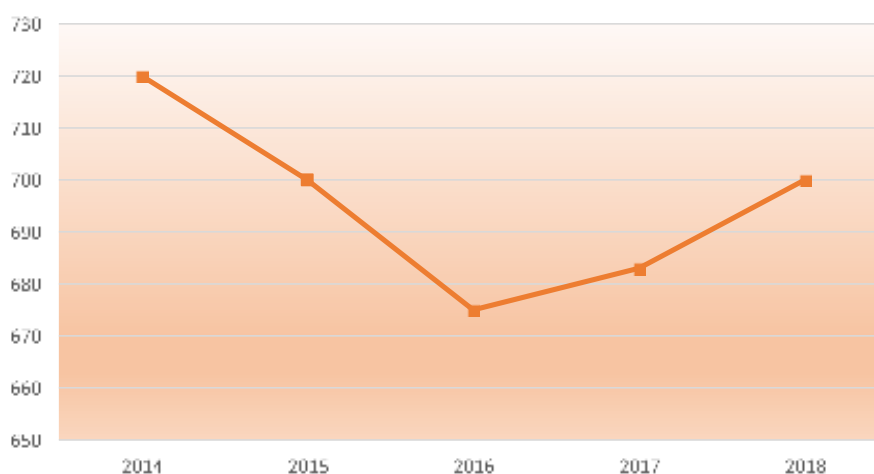
7 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

7.1 Η Εγχώρια αγορά των επιχειρήσεων Ζαχαροπλαστικής

Το προϊόν Μελεκούνι ανήκει στον ευρύτερο κλάδο των ειδών ζαχαροπλαστικής. Η αγορά επιχειρήσεων ζαχαροπλαστικής είναι κατακερματισμένη με μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων/καταστημάτων, η συντριπτική πλειοψηφία των οποίων είναι μικρού μεγέθους.

Μετά από μία πτωτική περίοδο (2014-2016) της αξίας της αγοράς, τη διετία 2017-2018 παρατηρούνται τάσεις ανάκαμψης. Ειδικότερα, η συνολική εγχώρια αγορά των εργαστηρίων ζαχαροπλαστικής εκτιμάται περίπου σε €700 εκατ. το 2018, παρουσιάζοντας αύξηση περίπου 2,5% έναντι του 2017.

Η εγχώρια αγορά των επιχειρήσεων ζαχαροπλαστικής



7.2 Η εγχώρια αγορά του προϊόντος Μελεκούνι

Η παραγωγή του προϊόντος «Μελεκούνι» πραγματοποιείται αποκλειστικά στο νησί της Ρόδου από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον νησί. Πρόκειται κυρίως για μικρές βιοτεχνικές επιχειρήσεις οι οποίες προωθούν σχεδόν αποκλειστικά την παραγωγή τους στη τοπική αγορά. Οι εξαγωγές του προϊόντος κυμαίνονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα σημειώνοντας μικρή άνοδο τα τελευταία χρόνια.

Η αγορά του εξεταζόμενου προϊόντος (σε αξία) αφορά σε ένα πολύ μικρό κομμάτι της ευρύτερης αγοράς των ειδών ζαχαροπλαστικής και εκτιμάται ότι το 2018 διαμορφώθηκε περίπου σε 1,5 εκ. ευρώ σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 23% σε σχέση με το 2017 η οποία οφείλεται κυρίως στην ανάπτυξη της κυριότερης επιχείρησης του κλάδου με αύξηση των εξαγωγών της και επέκταση των δραστηριοτήτων της σε νέα κανάλια διανομής.

Οι συνολικές εξαγωγές του προϊόντος αφορούν περίπου στο 7% της συνολικής παραγωγής. Τα κυριότερα κανάλια διανομής παρουσιάζονται στο παρακάτω διάγραμμα.

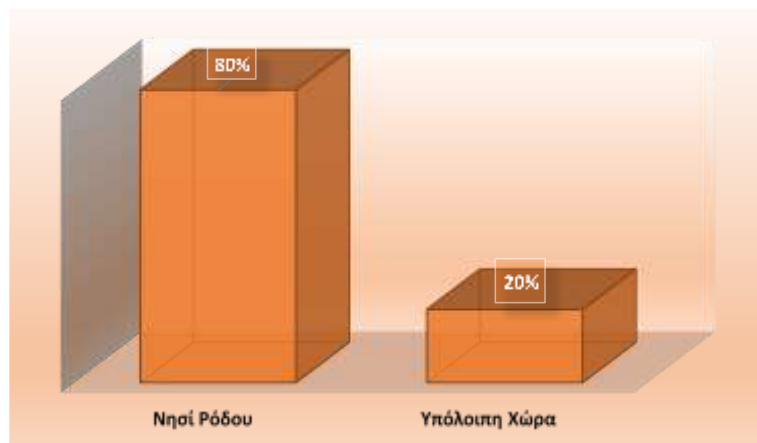
Κανάλια Διανομής (2018)



Το μεγαλύτερο μερίδιο (55%) καταλαμβάνουν τα τοπικά καταστήματα διατροφής καθώς και τα παντοπωλεία που πωλούν και παραδοσιακά προϊόντα. Ακολουθούν τα σούπερ μάρκετ με 40% ενώ ένα μικρό μέρος προωθείται και μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων (e-commerce).

Το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς συγκεντρώνεται σε τοπικό επίπεδο (80%) ενώ το 20% αφορά την υπόλοιπη χώρα γεγονός που καταδεικνύει την μεγάλη επιρροή που έχει η εξέλιξη του τουρισμού στις πωλήσεις του προϊόντος καθώς η Ρόδος είναι ένας κατεξοχήν τουριστικός προορισμός.

Γεωγραφικός καταμερισμός της εγχώριας αγοράς



Με την σταδιακή βελτίωση της οικονομίας (αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, άνοδο του τουρισμού) οι προοπτικές της αγοράς του προϊόντος Μελεκούνι ΠΓΕ εκτιμούνται ευνοϊκές για τα επόμενα χρόνια. Στο πλαίσιο αυτό σημαντικό ρόλο μπορεί να διαδραματίσει και η τόνωση των εξαγωγών του προϊόντος με την κατάλληλη στρατηγική ανάπτυξής της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων του κλάδου.

8 ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΕΙΔΩΝ ΖΑΧΑΡΟΛΑΣΤΙΚΗΣ

8.1 Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής στην ΕΕ

Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, η παραγωγή (σε αξία) ειδών ζαχαροπλαστικής σε ολόκληρη την Ε.Ε εμφανίζει συνεχώς αύξηση τα τελευταία έτη. Ειδικότερα η αξία παραγωγής των ειδών ζαχαροπλαστικής στην Ε.Ε.(28) διαμορφώθηκε το 2017 σε €28,3 δισ. καταγράφοντας αύξηση 2,7% συγκριτικά με το 2016.

Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής στην ΕΕ-28 (σε αξία, 2011-2017)	
2011	23.448
2012	24.123
2013	24.038
2014	24.784
2015	27.100
2016	27.533
2017	28.271

σε € εκατ.

Πηγή: EUROSTAT

Τα κέικ και τα προϊόντα ζαχαροπλαστικής καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής παραγωγής (σε αξία) των ειδών ζαχαροπλαστικής στην Ε.Ε.(28), καλύπτοντας μερίδιο 88,4% το 2017. Ακολουθούν, με διαφορά, τα γλυκίσματα σοκολάτας με μερίδιο 6% το ίδιο έτος.

Ε.Ε.(28): Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής ανά κατηγορία (σε αξία, 2014-2017)				
Προϊόν	2014	2015	2016	2017
Κέικ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής	21.565	23.794	24.228	25.000
Γλυκίσματα σοκολάτας	1.663	1.716	1.745	1.715
Ζαχαρώδη γλυκίσματα ή γλυκίσματα από υποκατάστατα ζάχαρης	782	795	804	814
Ζαχαρώδεις πάστες	774	793	755	742
Σύνολο	24.784	27.122	27.532	28.271

σε € εκατ.

Πηγή: EUROSTAT

Σημαντική θέση στην παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής κατέχει η Γερμανία με αξία παραγωγής το 2017 €6,4 δισ. και μερίδιο 22,6% στο σύνολο της παραγωγής της Ε.Ε. Ακολουθεί η Ιταλία με αξία παραγωγής €5 δισ. και μερίδιο 17,7%. Σε χαμηλότερα επίπεδα διαμορφώνεται η αξία παραγωγής στην Μ. Βρετανία, τη Γαλλία και την Ισπανία.

Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής σε χώρες της ΕΕ-28 (σε αξία, 2014-2017)				
Χώρα	2014	2015	2016	2017
Γερμανία	5.911	6.115	6.227	6.394

Ιταλία	3.524	4.798	4.908	5.020
Γαλλία	3.595	3.668	3.957	4.260
Μ. Βρετανία	4.429	4.954	4.034	4.101
Ισπανία	1.941	1.977	2.098	2.079
σε € εκατ. Πηγή: EUROSTAT				

Αύξηση εμφανίζει η παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής σε όλες τις εξεταζόμενες χώρες το 2017 σε σχέση με το 2016, με εξαίρεση την Ισπανία που παρουσιάζει οριακή μείωση. Η Γαλλία καταγράφει τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση (7,6%).

Αναφορικά με τις κατηγορίες σε όλες τις χώρες, τα κέικ και τα προϊόντα ζαχαροπλαστικής καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής παραγωγής (σε αξία) των ειδών ζαχαροπλαστικής.

Γερμανία : Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής ανά κατηγορία (σε αξία, 2014-2017)				
Έτος	Κέικ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής	Γλυκίσματα σοκολάτας	Ζαχαρώδη γλυκίσματα ή γλυκίσματα από υποκατάστατα ζάχαρης	Ζαχαρώδεις πάστες
2014	4.575	824	297	215
2015	4.700	838	309	267
2016	4.878	819	304	224
2017	5.049	820	314	211
σε € εκατ. Πηγή: EUROSTAT				

Ισπανία: Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής ανά κατηγορία (σε αξία, 2014-2017)				
Έτος	Κέικ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής	Γλυκίσματα σοκολάτας	Ζαχαρώδη γλυκίσματα ή γλυκίσματα από υποκατάστατα ζάχαρης	Ζαχαρώδεις πάστες
2014	1.660	36	37	208
2015	1.695	35	36	210
2016	1.807	38	35	216
2017	1.804	28	31	215

σε € εκατ.
Πηγή: EUROSTAT

Γαλλία: Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής ανά κατηγορία (σε αξία, 2014-2017)				
Έτος	Κέικ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής	Γλυκίσματα σοκολάτας	Ζαχαρώδη γλυκίσματα ή γλυκίσματα από υποκατάστατα ζάχαρης	Ζαχαρώδεις πάστες
2014	3.477	67	51	Μ.Δ.
2015	3.602	66	Μ.Δ.	Μ.Δ.
2016	3.871	86	Μ.Δ.	Μ.Δ.
2017	4.168	92	Μ.Δ.	Μ.Δ.

σε € εκατ.
Πηγή: EUROSTAT

Ιταλία: Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής ανά κατηγορία (σε αξία, 2014-2017)				
Έτος	Κέικ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής	Γλυκίσματα σοκολάτας	Ζαχαρώδη γλυκίσματα ή γλυκίσματα από υποκατάστατα ζάχαρης	Ζαχαρώδεις πάστες
2014	3.353	91	31	49
2015	4.624	120	17	36
2016	4.725	128	14	40
2017	4.832	138	12	37

σε € εκατ.
Πηγή: EUROSTAT

Μ.Βρετανία : Παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής ανά κατηγορία (σε αξία, 2014-2017)				
Έτος	Κέικ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής	Γλυκίσματα σοκολάτας	Ζαχαρώδη γλυκίσματα ή γλυκίσματα από υποκατάστατα ζάχαρης	Ζαχαρώδεις πάστες
2014	4.045	268	19	98
2015	4.525	311	18	98
2016	3.937	289	12	85

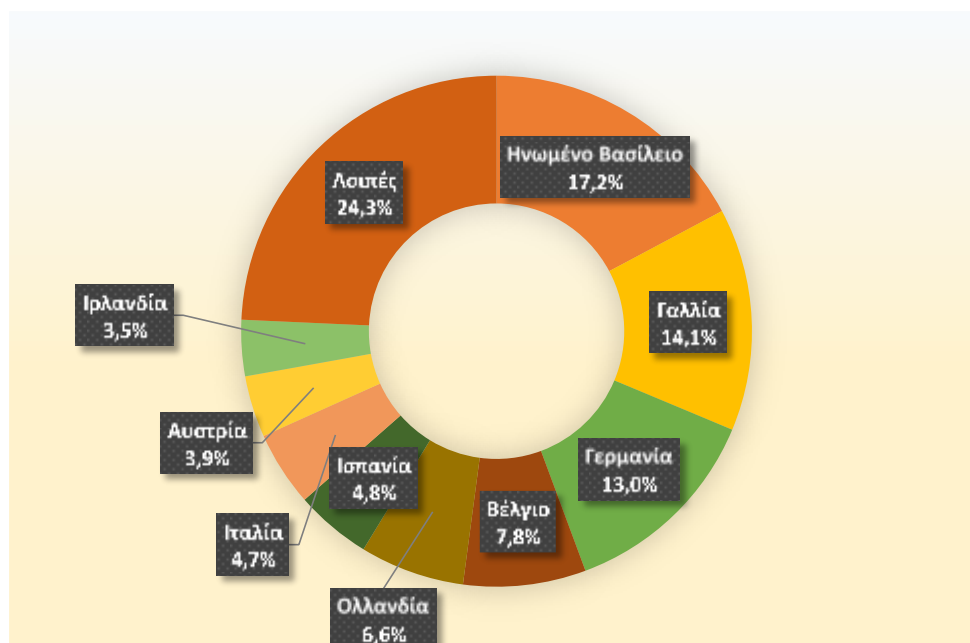
2017	3.765	236	12	86
σε € εκατ. Πηγή: EUROSTAT				

8.2 Εξωτερικό Εμπόριο

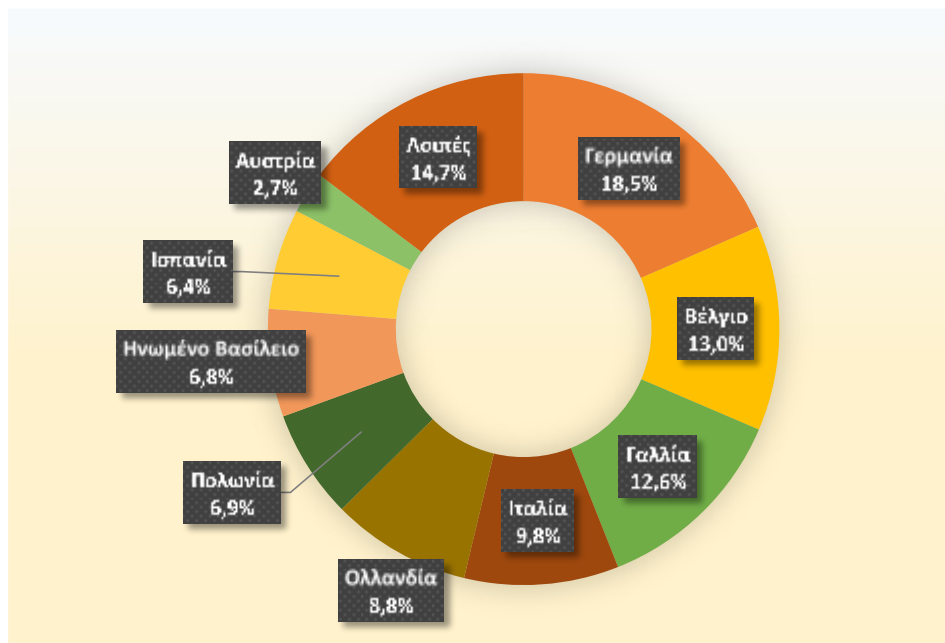
Σύμφωνα με στοιχεία της Faostat το 2016 οι χώρες της ΕΕ(28) πραγματοποίησαν συνολικά εισαγωγές ειδών ζαχαροπλαστικής ύψους €10,8 δισ. ενώ οι αντίστοιχες εξαγωγές διαμορφώθηκαν σε €13,07 δισ. Την πρώτη θέση στις συνολικές εισαγωγές κατέχει το Ηνωμένο Βασίλειο με €1,86 δισ. και μερίδιο 17,2% και ακολουθεί η Γαλλία με 14,09%.

Σε σχέση με τις εξαγωγές το μεγαλύτερο μερίδιο εξαγωγών κατέχει η Γερμανία με 18,5% (€2,4 δισ.) και ακολουθεί το Βέλγιο με 12,9% (€1,7 δισ.).

Κατανομή εισαγωγών ειδών Ζαχαροπλαστικής ανά χώρα (ΕΕ-28)



Κατανομή εξαγωγών ειδών Ζαχαροπλαστικής ανά χώρα (ΕΕ-28)



9 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Στην προσπάθειά τους οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή Μελεκουινού να επεκταθούν σε αγορές του εξωτερικού, θα πρέπει να εστιάσουν στις παρακάτω βέλτιστες πρακτικές (best practices):

- Εκπόνηση έρευνας αγοράς πριν την έναρξη της εξαγωγικής δραστηριότητας - ενδελεχής διερεύνηση των αγορών στις οποίες προτίθενται να εξάγουν τα προϊόντα τους, εξετάζοντας το πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον που ισχύει σε αυτές και κυρίως το θεσμικό πλαίσιο που ισχύει για τα προϊόντα τους.
- Δημιουργία ενός «επώνυμου» (branded) προϊόντος, το οποίο θα διαφοροποιείται από τον ανταγωνισμό μέσω της συσκευασίας και τις ετικέτας του.
- Ίδρυση τμήματος εξαγωγών το οποίο θα στελεχωθεί με στελέχη που έχουν διεθνή εμπειρία, γνωρίζουν ξένες γλώσσες και έχουν επαφές με ξένες αγορές.
- Βελτίωση του τεχνολογικού επιπέδου της επιχείρησης τους έτσι ώστε να μπορεί να υποστηριχτεί η εξαγωγική διαδικασία σε όλα της τα στάδια.
- Αυστηρή τήρηση των συμφωνημένων χρόνων παράδοσης των προϊόντων τους στο εξωτερικό και παράδοση τους σε ακέραια και άριστη κατάσταση.
- Κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) σε διάφορες ξένες γλώσσες με στόχο την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce).
- Επιμόρφωση του προσωπικού και ανάπτυξη εξαγωγικών δεξιοτήτων.
- Συμμετοχή σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις και διαφήμιση των προϊόντων τους στη χώρα εξαγωγής με καταχωρήσεις σε κλαδικά περιοδικά.
- Εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων που παρέχει το διαδίκτυο (internet), μέσω της σχεδίασης και κατασκευής σύγχρονης ιστοσελίδας με σκοπό την βέλτιστη προβολή των προϊόντων τους.
- Ενίσχυση της προβολής της επωνυμίας τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. facebook κλπ).
- Ανάπτυξη στρατηγικών συνεργασιών και συμμαχιών όχι μόνον με άλλες εταιρείες του κλάδου, αλλά και με άλλους εξαγωγείς, με αλυσίδες supermarkets και γενικότερα με αλυσίδες του λιανεμπορίου.
- Επιδίωξη της αρωγής και στήριξης όλων των δημοσίων φορέων (π.χ. Enterprise Greece), καθώς και των διάφορων κλαδικών, τοπικών και συνεταιριστικών φορέων και συνδέσμων.

10 ΜΕΘΟΔΟΙ – ΜΕΣΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ BRAND «ΜΕΛΕΚΟΥΝΙ ΡΟΔΟΥ ΠΓΕ»

Αναγνωρίζοντας τις δυσκολίες και τα εμπόδια που ενέχει η εξαγωγική δραστηριότητα για τις επιχειρήσεις η αποτελεσματική προώθηση του προϊόντος αποτελεί βασικό παράγοντα ανάπτυξης στις αγορές του εξωτερικού.

Με τον όρο προώθηση (promotion) εννοούμε τη μεταφορά του μηνύματος στους καταναλωτές ή τους εν δυνάμει καταναλωτές, που τους πληροφορεί για όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, που το marketing αποφάσισε να γνωστοποιήσει στους πελάτες. Φορείς αυτού του μηνύματος μπορούν να είναι το προϊόν, το εμπορικό σήμα και η ονομασία του προϊόντος, η συσκευασία και η τιμή του.

Αρχικά, το ίδιο το προϊόν δημιουργεί εντυπώσεις και ενεργεί ως σύμβολο επικοινωνίας. Σε δεύτερο επίπεδο, το εμπορικό σήμα και η ονομασία λειτουργούν με τον ίδιο τρόπο. Η συσκευασία αντίστοιχα, μεταφέρει ιδέες και συνειρμούς, οι οποίες μπορούν να αφαιρέσουν ή να προσθέσουν κάτι στην εικόνα του προϊόντος, ενώ η τιμή του, μεταφέρει γνώμες σχετικές με την ποιότητα και την εντύπωση που έχουν οι καταναλωτές για τους μεσάζοντες, οι οποίοι επιδεικνύουν και πουλούν το προϊόν.

Η επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής προώθησης, αποτελεί συνάρτηση της ιδιομορφίας του προϊόντος, της αγοράς στην οποία απευθύνεται στο σύνολό της και του καταναλωτικού κοινού στο οποίο στοχεύει.

Ειδικότερα για τις ανάγκες προώθησης του brand name «Μελεκούνι Ρόδου ΠΓΕ» προτείνονται ενδεικτικά τα εξής μέσα - ενέργειες προώθησης:

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

- Σε τοπικό επίπεδο και στο πλαίσιο γνωριμίας του ξένου καταναλωτικού κοινού με το εν λόγω προϊόν μπορεί να προσφέρεται ως κέρασμα (σε μικρές συσκευασίες) σε εστιατόρια και καφέ του νησιού της Ρόδου ή σε τουριστικά αξιοθέατα σε συμφωνία με τους αρμόδιους επιχειρηματίες.
- Δημιουργία καλαίσθητου, πολύγλωσσου πληροφοριακού υλικού που θα εστιάζει στην γεύση στην ποιότητα και τη διατροφική αξία του μελεκουνιού και θα παρέχεται σε τουριστικά σημεία της Ρόδου σε επιχειρήσεις με παραδοσιακά προϊόντα αλλά και στα τοπικά supermarkets.
- Δημιουργία ετοιμών διαφημιστικών - συντακτικών κειμένων (advertorials) και κατάλληλων φωτογραφιών, προκειμένου να διανέμονται προς ανατύπωση στις συντάξεις εφημερίδων και περιοδικών.
- Προσωπικές επισκέψεις στα σημεία πώλησης και τους πελάτες - διανομείς.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ - ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις και συνέδρια γαστρονομίας και ειδών ζαχαροπλαστικής με σκοπό την κατάλληλη προβολή και παρουσίαση του παραδοσιακού γλυκίσματος και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του. Ενδεικτικές εκθέσεις είναι:
 - ARTOZA
 - FOOD EXPO
 - ARTOZYMA
 - ISM (Γερμανία)
 - Suedback (Γερμανία)
- Διοργάνωση εκδηλώσεων στο εξωτερικό με τη συνεργασία και χορηγία φορέων για την προβολή του προϊόντος. Οι εκδηλώσεις μπορούν να έχουν τη μορφή θεματικών εκθέσεων με εκθέτες επιχειρήσεις του cluster ή τη μορφή θεματικών workshops.

- Επιλογή εταιριών / φορέων εξωτερικού προς συνεργασία (εκπροσώπων ξένων αλυσίδων supermarkets, καταστημάτων delicatessen και εισαγωγικών εταιριών) και διοργάνωση γαστρονομικών εκδηλώσεων γευσιγνωσίας στην Ελλάδα για την παρουσίαση του προϊόντος και των επιχειρήσεων σε εταιρίες του εξωτερικού, με σκοπό την πληροφόρηση, γνωριμίες και συνεργασίες.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ SOCIAL MEDIA

- Προώθηση κυρίως μέσω γνωστών ηλεκτρονικών ιστοσελίδων σε χώρες του εξωτερικού με περιεχόμενο που αφορά τον Τουρισμό στην Ελλάδα ή ακόμα και ιστοσελίδες γαστρονομίας με έμφαση σε παραδοσιακά είδη διατροφής κάθε χώρας (με μορφή ηλεκτρονικών banner ή άρθρων – αφιερωμάτων στο ροδίτικο γλύκισμα με φωτογραφικό υλικό)
- Δημιουργία ιστοσελίδας με περιεχόμενο που θα αναφέρεται αποκλειστικά στο προϊόν Μελεκούνη και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Σύνθεση περιεχομένου για παρουσίαση του brand name με τα ανάλογα μέσα επικοινωνίας και τα υλικά υποστήριξης (φωτογραφίες / infographics / videos). Η ιστοσελίδα πρέπει να είναι στην αγγλική γλώσσα και σε τουλάχιστον μια ακόμα ξένη γλώσσα ανάλογα με τις χώρες- στόχους.
- Αναρτήσεις και αφιερώματα και διαδικτυακές καμπάνιες μέσω social media (facebook, instagram) αλλά και σε blog με μεγάλη επισκεψιμότητα με κατάλληλη στόχευση ανά χώρα, κοινό-στόχο.
- Χρήση πρακτικών βελτιστοποίησης (SEO) προκειμένου η ιστοσελίδα να είναι φιλική προς τον χρήστη και προσπελάσιμο από τις μηχανές αναζήτησης προκειμένου την κατάταξή του σε υψηλότερες θέσεις στα αποτελέσματα αναζήτησης.
- Διαφημίσεις στη μηχανή αναζήτησης (Google Adwords) με στόχευση φράσεων και λέξεων-κλειδιών γύρω από το κεντρικό μήνυμα του brand.

ΑΝΑΜΟΡΦΩΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

Οι τεχνικές προδιαγραφές μιας συσκευασίας όσο και ο γραφικός σχεδιασμός της συντελούν στην ανάπτυξη των εξαγωγών με την διευκόλυνση και προστασία των εμπορευμάτων κατά την μεταφορά, χειρισμό και αποθήκευση αυτών αλλά και με την ελκυστική της εμφάνιση αντίστοιχα, που διευκολύνει την εισαγωγή και εδραίωση στην αγορά-στόχο. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην ανάδειξη διαφοροποίησης του προϊόντος σε σχέση με άλλα παρεμφερή προϊόντα (π.χ μπάρες, παστέλια κλπ.), με προβολή του brand name και της ιδιότητας του ως Προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης αλλά και με ειδική επισήμανση στον τόπο προέλευσης του προϊόντος (την Ρόδο).

Οι αγορές – χώρες που μπορούν να στοχεύσουν οι επιχειρήσεις για την ανάπτυξη της εξαγωγικής δραστηριότητας του προϊόντος Μελεκούνη είναι οι εξής:

- Η.Π.Α
- Ηνωμένο Βασίλειο
- Γαλλία

Κριτήρια επιλογής των προαναφερόμενων χωρών είναι:

- Το υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα
- Το σημαντικό μερίδιο εισαγωγών σε παγκόσμιο επίπεδο
- Το γεγονός ότι η κατηγορία «Ψωμί, είδη ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας» αποτελεί μια από τις 5 σημαντικότερες κατηγορίες προϊόντων εισαγωγών στο πρωτογενή τομέα.

Στην συνέχεια παρατίθεται συνοπτικά το εμπορικό προφίλ των 3 επιλεγμένων χωρών.

Εμπορικό Προφίλ Η.Π.Α.				
ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ				
ΑΕΠ 2017:		Κατάταξη στο παγκόσμιο εμπόριο (2017):	Εξαγωγές	Εισαγωγές
εκατ. \$, τρέχουσες τιμές	19.390.00	Αγαθά	2	1
εκατ. \$, κατά κεφαλήν	57.831	Αγαθά (εξαιρείται το εμπόριο εντός ΕΕ)	3	1
Ισοζύγιο τρεχ/σών συναλλαγών 2017 (% ΑΕΠ)	-2,4	Υπηρεσίες	1	1
Κατά κεφαλήν εμπόριο 2015 – 2017 (\$)	7.756	Υπηρεσίες (εξαιρείται το εμπόριο εντός ΕΕ)	2	2
Αναλογία εμπορίου / ΑΕΠ (2015-2017)	13,4%			
Εμπόριο				
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)		
	2017	2010-2017	2016	2017
Εξαγωγές Αγαθών (εκατ. \$)	1.546.725	3%	-3%	7%
Εισαγωγές Αγαθών	2.409.495	3%	-3%	7%
Μερίδιο στις παγκόσμιες εξαγωγές	8,72%	Μερίδιο στις παγκόσμιες εισαγωγές		13,3%
Κατανομή εξαγωγών ανά ομάδα προϊόντων:		Κατανομή εισαγωγών ανά ομάδα προϊόντων:		
Αγροτικά Προϊόντα	11,1%	Αγροτικά Προϊόντα	7,1%	
Ορυκτά Καύσιμα & συναφή Προϊόντα	8,7%	Ορυκτά Καύσιμα & συναφή Προϊόντα	9,2%	
Προϊόντα Μεταποίησης	74,9%	Προϊόντα Μεταποίησης	79%	
Άλλα	5,2%	Άλλα	4,8%	
Κατανομή εξαγωγών ανά προορισμό:		Κατανομή εισαγωγών ανά προέλευση:		
Καναδάς	18,3%	Κίνα	21,8%	
ΕΕ -28	18,3%	ΕΕ -28	18,5%	
Μεξικό	15,7%	Μεξικό	13,2%	
Κίνα	8,4%	Καναδάς	12,7%	
Ιαπωνία	4,4%	Ιαπωνία	5,8%	
Λοιπές	34,9%	Λοιπές:	28%	
Αγροτικά Προϊόντα				
Τοπ προϊόντα εξαγωγών (εκατ. \$)		Τοπ προϊόντα εισαγωγών (εκατ. \$)		
Σπόροι σόγιας	21.658	Αλκοόλ κάτω του 80% κατ' όγκο	7.991	
Καλαμπόκι	9.566	Καφές	6.315	

Άλλοι ξηροί καρποί, νωποί ή αποξηραμένοι	7.939	Κρασί ή φρέσκα σταφύλια	6.174
Σιτάρι και σμιγάδι	6.126	Μπύρα από Βύνη	5.328
Βαμβάκι	5.829	Ψωμί, είδη ζαχαροπλαστική και αρτοποιίας	5.124
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)	
	2017	2010-2017	2016
		2017	
Σύνολο εξαγωγών αγροτικών προϊόντων (εκατ. \$)	147.892	3%	2%
Σύνολο εισαγωγών αγροτικών προϊόντων (εκατ. \$)	133.817	6%	1%
		5%	
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ			
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)	
	2017	2010-2017	2016
		2017	
Εξαγωγές Υπηρεσιών (εκατ. \$)	761.724	5%	0%
Εισαγωγές Υπηρεσιών (εκατ. \$)	516.018	5%	3%
		7%	
Μερίδιο στις παγκόσμιες εξαγωγές	14,43%	Μερίδιο στις παγκόσμιες εισαγωγές	10,17%
Κατανομή εξαγωγών ανά κατηγορία:		Κατανομή εισαγωγών ανά κατηγορία:	
Μεταφορές	11,4%	Μεταφορές	19,6%
Ταξίδια	26,7%	Ταξίδια	26,2%
Υπηρεσίες σχετικές με αγαθά	3,4%	Υπηρεσίες σχετικές με αγαθά	1,7%
Λοιπές Υπηρεσίες	58,5%	Λοιπές Υπηρεσίες	52,5%
ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ			
Πλήθος ευρεσιτεχνιών (2016):		Καταχωρήσεις εμπορικών σημάτων (2016):	
Κάτοικοι	295.327	Κάτοικοι	300.550
μη Κάτοικοι	310.244	μη Κάτοικοι	92.660
Σύνολο	605.571	Σύνολο	939.210

Εμπορικό Προφίλ Ηνωμένο Βασίλειο				
ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ				
ΑΕΠ 2017:		Κατάταξη στο παγκόσμιο εμπόριο (2017):	Εξαγωγές	Εισαγωγές
εκατ. \$, τρέχουσες τιμές	2.624.529	Αγαθά	10	5
εκατ. \$, κατά κεφαλήν (2015-2017)	41.520	Αγαθά (εξαιρείται το εμπόριο εντός ΕΕ)	-	-

Ισοζύγιο τρεχ/σών συναλλαγών 2017 (% ΑΕΠ)	-4,1	Υπηρεσίες	2	6
Κατά κεφαλήν εμπόριο 2015 – 2017 (\$)	12.119	Υπηρεσίες (εξαιρείται το εμπόριο εντός ΕΕ)	-	-
Αναλογία εμπορίου / ΑΕΠ (2015-2017)	29,2%			
Εμπόριο				
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)		
	<u>2017</u>	<u>2010-2017</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>
Εξαγωγές Αγαθών (εκατ. \$)	444.982	1%	-11%	9%
Εισαγωγές Αγαθών	644.055	1%	2%	1%
Μερίδιο στις παγκόσμιες εξαγωγές	2,51%	Μερίδιο στις παγκόσμιες εισαγωγές		3,57%
Κατανομή εξαγωγών ανά ομάδα προϊόντων:		Κατανομή εισαγωγών ανά ομάδα προϊόντων:		
Αγροτικά Προϊόντα	7,6%	Αγροτικά Προϊόντα	10,5%	
Ορυκτά Καύσιμα & συναφή Προϊόντα	9,7%	Ορυκτά Καύσιμα & συναφή Προϊόντα	8,5%	
Προϊόντα Μεταποίησης	77,1%	Προϊόντα Μεταποίησης	70,4%	
Άλλα	5,6%	Άλλα	10,5%	
Κατανομή εξαγωγών ανά προορισμό:		Κατανομή εισαγωγών ανά προέλευση:		
ΕΕ -28	47,7%	ΕΕ -28	53,1%	
Η.Π.Α	13,3%	Κίνα	9,3%	
Κίνα	4,8%	Η.Π.Α	9,2%	
Ελβετία	4,6%	Νορβηγία	3,6%	
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	2,2%	Καναδάς	2,3%	
Λοιπές	27,4%	Λοιπές:	22,4%	
Αγροτικά Προϊόντα				
Τοπ προϊόντα εξαγωγών (εκατ. \$)		Τοπ προϊόντα εισαγωγών (εκατ. \$)		
Αλκοόλ κάτω του 80% κατ' όγκο	7.273	Κρασί ή φρέσκα σταφύλια	4.112	
Άλλα είδη διατροφής	1.608	Άλλα παρασκευάσματα και κονσέρβες κρεάτων	2.552	
Ζωοτροφές	1.526	Ψωμί, είδη ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας	2.537	
Ψωμί, είδη ζαχαροπλαστική και αρτοποιίας	1.175	Τυρί και Τυρόπηγμα	2.014	
Σοκολάτα και άλλα είδη από κακάο	893	Σοκολάτα και άλλα είδη από κακάο	1.982	
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)		
	2017	2010-2017	2016	2017

Σύνολο εξαγωγών αγροτικών προϊόντων (εκατ. \$)	28.567	2%	-3%	4%
Σύνολο εισαγωγών αγροτικών προϊόντων (εκατ. \$)	60.723	1%	-6%	4%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ				
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)		
	<u>2017</u>	<u>2010-2017</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>
Εξαγωγές Υπηρεσιών (εκατ. \$)	347.345	4%	-5%	6%
Εισαγωγές Υπηρεσιών (εκατ. \$)	209.775	2%	-5%	4%
Μερίδιο στις παγκόσμιες εξαγωγές	6,58%	Μερίδιο στις παγκόσμιες εισαγωγές		4,13%
Κατανομή εξαγωγών ανά κατηγορία:		Κατανομή εισαγωγών ανά κατηγορία:		
Μεταφορές	10,9%	Μεταφορές		14,3%
Ταξίδια	12,6%	Ταξίδια		30,2%
Υπηρεσίες σχετικές με αγαθά	1,6%	Υπηρεσίες σχετικές με αγαθά		0,8%
Λοιπές Υπηρεσίες	74,9%	Λοιπές Υπηρεσίες		54,6%
ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ				
Πλήθος ευρεσιτεχνιών (2016):		Καταχωρήσεις εμπορικών σημάτων (2016):		
Κάτοικοι	13.876	Κάτοικοι	54.072	
μη Κάτοικοι	8.183	μη Κάτοικοι	12.963	
Σύνολο	22.059	Σύνολο	67.035	

Εμπορικό Προφίλ Γαλλία				
ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ				
ΑΕΠ 2017:		Κατάταξη στο παγκόσμιο εμπόριο (2017):	<u>Εξαγωγές</u>	<u>Εισαγωγές</u>
εκατ. \$, τρέχουσες τιμές	2.583.560	Αγαθά	8	6
εκατ. \$, κατά κεφαλήν	38.649	Αγαθά (εξαιρείται το εμπόριο εντός ΕΕ)	-	-
Ισοζύγιο τρεχ/σών συναλλαγών 2017 (% ΑΕΠ)	-1,4	Υπηρεσίες	4	4
Κατά κεφαλήν εμπόριο 2015 – 2017 (\$)	11.996	Υπηρεσίες (εξαιρείται το εμπόριο εντός ΕΕ)	-	-
Αναλογία εμπορίου / ΑΕΠ (2015-2017)	31%			
Εμπόριο				
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)		

	<u>2017</u>	<u>2010-2017</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>
Εξαγωγές Αγαθών (εκατ. \$)	535.186	0%	-1%	7%
Εισαγωγές Αγαθών	624.716	0%	0%	9%
Μερίδιο στις παγκόσμιες εξαγωγές	3,02%	Μερίδιο στις παγκόσμιες εισαγωγές		3,47%
Κατανομή εξαγωγών ανά ομάδα προϊόντων:		Κατανομή εισαγωγών ανά ομάδα προϊόντων:		
Αγροτικά Προϊόντα	13,6%	Αγροτικά Προϊόντα		11,1%
Ορυκτά Καύσιμα & συναφή Προϊόντα	4,4%	Ορυκτά Καύσιμα & συναφή Προϊόντα		10,4%
Προϊόντα Μεταποίησης	80,2%	Προϊόντα Μεταποίησης		78%
Άλλα	1,9%	Άλλα		0,5%
Κατανομή εξαγωγών ανά προορισμό:		Κατανομή εξαγωγών ανά προέλευση:		
ΕΕ -28	59,7%	ΕΕ -28		57,8%
Η.Π.Α	7,4%	Κίνα		9,1%
Κίνα	3,6%	Η.Π.Α		7,1%
Ελβετία	3,5%	Ελβετία		2,8%
Τουρκία	1,6%	Ιαπωνία		1,9%
Λοιπές:	24,3%	Λοιπές:		21,3%
Αγροτικά Προϊόντα				
Τοπ προϊόντα εξαγωγών (εκατ. \$) 2016		Τοπ προϊόντα εισαγωγών (εκατ. \$) 2016		
Κρασί ή φρέσκα σταφύλια	9.132	Καφές		2.357
Αλκοόλ κάτω του 80% κατ' όγκο	4.608	Ψωμί, είδη ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας		2.114
Σιτάρι και σμιγάδι	3.372	Σοκολάτα και άλλα τρόφιμα από κακάο		2.110
Τυρί και τυρόπηγμα	3.284	Πούρα		1.621
Ζωοτροφές	2.288	Τυρί και τυρόπηγμα		1.499
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)		
	2016	2010-2016	2015	2016
Σύνολο εξαγωγών αγροτικών προϊόντων (εκατ. \$)	63.491	0%	-13%	-3%
Σύνολο εισαγωγών αγροτικών προϊόντων (εκατ. \$)	52.647	1%	-13%	3%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ				
	Αξία	Μέση ετήσια μεταβολή (%)		
	<u>2017</u>	<u>2010-2017</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>
Εξαγωγές Υπηρεσιών (εκατ. \$)	248.244	3%	-2%	6%
Εισαγωγές Υπηρεσιών (εκατ. \$)	240.642	4%	2%	2%

Μερίδιο στις παγκόσμιες εξαγωγές	4,7%	Μερίδιο στις παγκόσμιες εισαγωγές	4,74%
Κατανομή εξαγωγών ανά κατηγορία:		Κατανομή εισαγωγών ανά κατηγορία:	
Μεταφορές	18,5%	Μεταφορές	19,9%
Ταξίδια	19,1%	Ταξίδια	17,3%
Υπηρεσίες σχετικές με αγαθά	6,3%	Υπηρεσίες σχετικές με αγαθά	5,5%
Λοιπές Υπηρεσίες	56,2%	Λοιπές Υπηρεσίες	57,3%
<u>ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ</u>			
Πλήθος ευρεσιτεχνιών (2016):		Καταχωρήσεις εμπορικών σημάτων (2016):	
Κάτοικοι	14.206	Κάτοικοι	84.037
μη Κάτοικοι	2.012	μη Κάτοικοι	7.744
Σύνολο	16.218	Σύνολο	91.781
Πηγή: World Trade Organization			

11 ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

11.1 Εγχώρια κανάλια διανομής

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα στην περίπτωση της διάθεσης του προϊόντος Μελετούν στην ελληνική αγορά αυτή πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο σε σημεία λιανικής πώλησης (καταστήματα παραδοσιακών προϊόντων, καταστήματα delicatessen, κτλ.) και σε supermarkets ως επι των πλείστων στην τοπική αγορά. Επιπλέον ένα μικρό μερίδιο προωθείται και μέσω e-commerce.

Μεμονωμένα Καταστήματα Λιανικής Πώλησης

Το συγκεκριμένο κανάλι περιλαμβάνει τα καταστήματα παραδοσιακών προϊόντων, τα καταστήματα delicatessen και τα λοιπά (μεμονωμένα) σημεία λιανικής διάθεσης του εξεταζόμενου προϊόντος. Σε πολλές περιπτώσεις τα εν λόγω καταστήματα αναλαμβάνουν τη λιανική διάθεση προϊόντων που προέρχονται από παραγωγικές επιχειρήσεις οικογενειακού χαρακτήρα, διακινούν ευρεία γκάμα προϊόντων και απευθύνονται στην τοπική αγορά.

Supermarkets

Ο συνολικός αριθμός των καταστημάτων (αλυσίδων και μεμονωμένων supermarkets) που λειτουργούν στην Ελλάδα μειώθηκε σε 4.117 το 2016 (από 4.498 το 2012). Παρατηρείται δε ότι, ο αριθμός των καταστημάτων που ανήκαν σε αλυσίδες supermarkets με περισσότερα από 16 καταστήματα παρουσίασε επίσης μείωση από 2.116 το 2012 σε 1.759 το 2016 (357 λιγότερα καταστήματα).

Εξέλιξη αριθμού καταστημάτων supermarkets στην Ελλάδα (2012-2016)					
Τύπος supermarket	2012	2013	2014	2015	2016
Σύνολο supermarkets αλυσίδων	2.421	2.401	2.293	2.307	1.995
Αριθμός καταστημάτων αλυσίδων με περισσότερα από 16 supermarkets	2.116	2.167	2.069	2.059	1.759
Αριθμός μεμονωμένων supermarkets	2.077	1.994	2.159	2.178	2.122
Σύνολο supermarkets Ελλάδας	4.498	4.395	4.452	4.485	4.117

Απογραφή: 31 Δεκεμβρίου κάθε έτους
Πηγή: Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ, Εκδόσεις Boussias Communications

Γεωγραφική κατανομή των καταστημάτων supermarkets (2015-2016)					
Περιοχή	Μεμονωμένα Supermarkets 2016	Supermarkets Αλυσίδων 2016	Σύνολο 2016	Supermarkets Αλυσίδων 2015	Μεταβολή Supermarkets Αλυσίδων 2016/15
Νότιο Αιγαίο	294	53	347	64	-17,2%

Σύνολο	2.122	1.995	4.117	2.307	-13,5%
Απογραφή: 31 Δεκεμβρίου κάθε έτους					
Πηγή: Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ, Εκδόσεις Boussias Communications					

Στην περιφέρεια Νότιου Αιγαίου το 2016 λειτουργούν συνολικά 347 καταστήματα αντιπροσωπεύοντας μερίδιο 8,4% επί του συνόλου. Τα καταστήματα των αλυσίδων Supermarkets το 2016 ανήλθαν σε 53 σημειώνοντας μείωση 17,2% σε σχέση με το 2015.

11.2 Οργάνωση Δικτύων Διανομής στο εξωτερικό

Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία του εγχειρήματος διενέργειας εξαγωγών, είναι η διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού δικτύου διανομής του προϊόντος.

Η επιλογή του δικτύου διανομής επηρεάζεται από μία σειρά παραγόντων όπως:

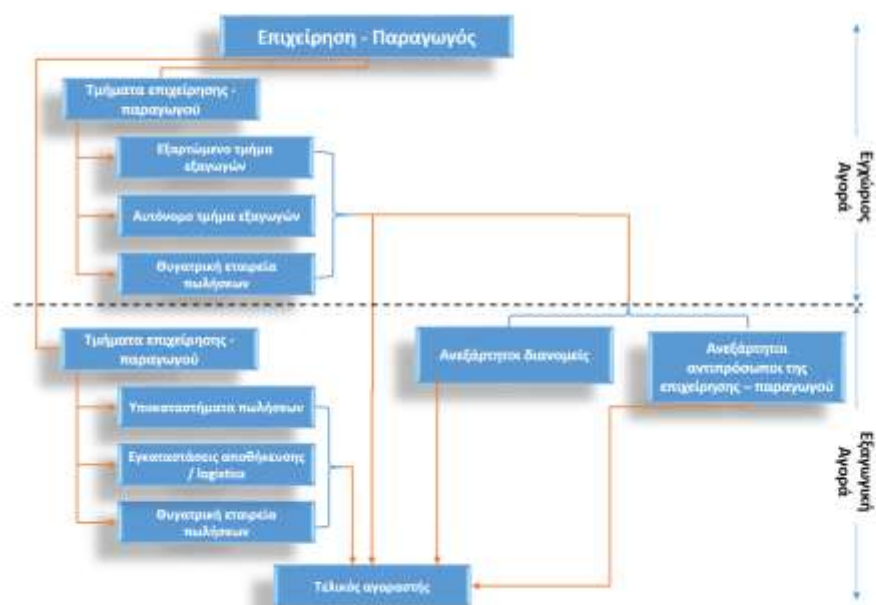
- η φύση του προϊόντος (ευπαθές, τυποποιημένο, βιομηχανικό κ.λπ.)
- η επιδιωκόμενη ταχύτητα διείσδυσης στην αγορά
- η μαζική κάλυψη της αγοράς
- η εκλεκτική διανομή προϊόντων
- η οργανωτική ικανότητα της εν δυνάμει εξαγωγικής επιχείρησης

Οι κύριες στρατηγικές που μπορούν να ακολουθηθούν για τη διάθεση και την προώθηση προϊόντων σε μια αλλοδαπή αγορά είναι δύο: οι Άμεσες και Έμμεσες εξαγωγές.

Άμεσες Εξαγωγές

Στην περίπτωση αυτή είναι αναγκαία η εκπόνηση ενός σχεδίου – πλάνου διαδικασιών, το οποίο θα προσδιορίζει, θα ελέγχει και θα αξιολογεί όλα τα στάδια της εξαγωγικής δραστηριότητας από την αποθήκη ετοιμών προϊόντων, τη μεταφορά μέχρι και την παράδοση του προϊόντος. Οι συνηθέστερες μέθοδοι άμεσων εξαγωγών είναι:

- Εξαρτώμενο τμήμα εξαγωγών
- Αυτόνομο τμήμα εξαγωγών
- Εξωτερικός συνεργάτης
- Αντιπρόσωπος πωλήσεων
- Υποκατάστημα πωλήσεων στη χώρα εξαγωγής
- Θυγατρική εταιρεία πωλήσεων στη χώρα εξαγωγής
- Εγκαταστάσεις αποθήκευσης / logistics
- Κοινοπραξία εξαγωγικών επιχειρήσεων

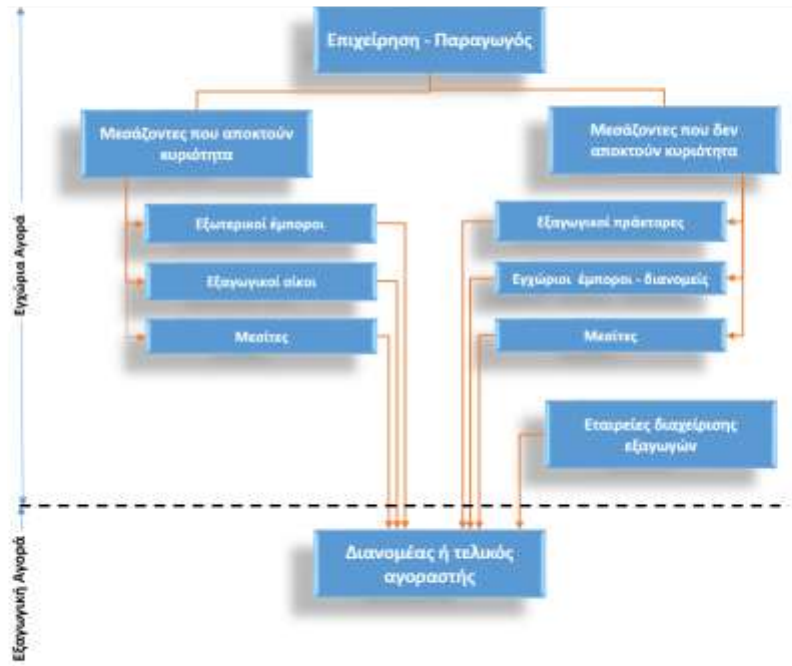


Πηγή: Οδηγός Εξαγωγικής δραστηριότητας DK Consultants

Έμμεσες εξαγωγές

Όσον αφορά την πρακτική των έμμεσων εξαγωγών, θεωρείται ιδανική για τις περιπτώσεις όπου η χώρα εξαγωγής είναι μικρή ή η επιχείρηση που επιθυμεί να εξάγει δεν διαθέτει ικανοποιητική εξαγωγική εμπειρία. Τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που εμπλέκονται στην έμμεση εξαγωγή προϊόντων είναι τα εξής:

- Εξαγωγικοί πράκτορες
- Μεσίτες
- Εξωτερικοί έμποροι
- Εξαγωγικοί οίκοι
- Εγχώριοι έμποροι – διανομείς
- Εταιρείες διαχείρισης εξαγωγών



Πηγή: Οδηγός Εξαγωγικής δραστηριότητας DK Consultants

12 SWOT ANALΥΣΗ

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (STRENGTHS)	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (WEAKNESSES)
<ul style="list-style-type: none">Το Μελεκούνη αποτελεί προϊόν με ισχυρή παράδοση και διαχρονική φήμη ως παραδοσιακό γλύκισμα στο νησί της Ρόδου.Η αναγνώριση του Μελεκουνιού ως Προϊόν Γεωγραφικής ένδειξης (Π.Γ.Ε)Η θρεπτική αξία του προϊόντος σε σχέση με άλλα τρόφιμα τύπου σνακ.Η Ρόδος αποτελεί δημοφιλή τουριστικό προορισμό με υψηλή επισκεψιμότητα που ενισχύει τη ζήτηση για παραδοσιακά προϊόντα διατροφής.	<ul style="list-style-type: none">Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή και εμπορία του προϊόντος είναι κυρίως βιοτεχνικές επιχειρήσεις με περιορισμένες δυνατότητες παράγωγής.Τα υψηλά λειτουργικά έξοδα των επιχειρήσεων.Εποχικότητα λειτουργίας επιχειρήσεων λόγω τουρισμού.Ύπαρξη ποικιλίας υποκατάστατων (κυρίως τυποποιημένων) προϊόντων.Έλλειψη οργάνωσης / εσωτερικών διαδικασιών σε θέματα εξαγωγών..
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES)	ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS)
<ul style="list-style-type: none">Η ανάπτυξη περιοχών και η ανάδειξη “ελκυστικών” σημείων για τη δημιουργία νέων καταστημάτων λιανικής πώλησης.Η αξιοποίηση των δυνατοτήτων του internet και των εναλλακτικών μέσων για την προώθηση του προϊόντος στις αγορές του εξωτερικού.Η σύνδεση του προϊόντος με τον τομέα του τουρισμού. Η προσφορά ποιοτικών και “επώνυμων” παραδοσιακών προϊόντων, στο πλαίσιο της φιλοξενίας και εστίασης, μπορεί ταυτόχρονα να αναβαθμίσει και το τουριστικό προϊόν κάθε περιοχής, να στηρίξει τις τοπικές επιχειρήσεις και να ενισχύσει την εξαγωγική τους δυναμική.	<ul style="list-style-type: none">Η μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών.Η δυσκολία στην τραπεζική χρηματοδότηση των επιχειρήσεων.ΓραφειοκρατίαΠροβλήματα χρηματοδότησης και ασφάλισης εξαγωγών.

13 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η Ελλάδα διαχρονικά χαρακτηρίζεται από μεγάλα ελλείμματα στο εμπορικό της ισοζύγιο, καθώς οι καταναλωτικές ανάγκες της χώρας οδηγούσαν τις εισαγωγές σε υψηλά επίπεδα, ενώ από την άλλη οι εξαγωγές υστερούσαν σημαντικά. Το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου αγαθών έφτασε στο αποκορύφωμά του το 2008 και άρχισε σταδιακά να μειώνεται στα χρόνια της κρίσης (2008-2017). Η μείωση δεν οφείλεται μόνο στη μικρή αύξηση των εξαγωγών, αλλά και στη σημαντική μείωση των εισαγωγών στα χρόνια της κρίσης. Οι εξαγωγές αγαθών παραμένουν σε σχετικά χαμηλά επίπεδα, υστερώντας σημαντικά σε σχέση με άλλες οικονομίες που παρουσιάζουν ομοιότητες ως προς το μέγεθος, το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης και της οικονομικής συγκυρίας (π.χ. Ισπανία, Πορτογαλία).

Η Ευρώπη απορροφά το 63% των ελληνικών εξαγωγών σε προϊόντα, ακολουθούμενη από την Ασία με 23%. Έπονται η Αμερική και η Αφρική με 6,3%.

Δεκαπέντε χώρες συνεισφέρουν το 70% της αξίας των εξαγωγών. Από αυτές:

- Οι χώρες Ιταλία, Γερμανία, Κύπρος και ΗΠΑ έχουν υψηλή συνεισφορά στη συνολική αξία των εξαγωγών και αύξηση κατά την τελευταία πενταετία.
- Οι χώρες Τουρκία και Βουλγαρία έχουν υψηλή συνεισφορά στη συνολική αξία των εξαγωγών, αλλά την τελευταία πενταετία παρατηρείται μείωση.
- Οι χώρες Λίβανος, Ρουμανία, Σαουδική Αραβία, Γαλλία και Ολλανδία έχουν μέτρια συνεισφορά και αξιοσημείωτη βελτίωση, με σημαντικές προοπτικές.

Η Ελλάδα εξαγει κατά βάση προϊόντα του πρωτογενούς τομέα παραγωγής. Διαχρονικά, οι ελληνικές εξαγωγές διακρίνονται στον κλάδο των ορυκτών. Αν και το 2017 οι εξαγωγές ορυκτών μειώθηκαν σε σχέση με το 2012, εξακολουθούν να είναι οι μεγαλύτερες σε αξία (κοντά στα €10 δις). Όμως, τα €8,5 δις από τις εξαγωγές σε ορυκτά είναι προϊόντα πετρελαίου, του οποίου, όμως, η απόληψη δε γίνεται στην Ελλάδα. Ακολουθεί ο κλάδος των μετάλλων με αξία εξαγωγών περίπου 3,5 δις. Παράλληλα, οι κλάδοι των τροφίμων, των χημικών, των μηχανημάτων και των φυτικών προϊόντων έχουν εξαγωγές μεταξύ των €2 δις και €3 δις, ενώ ακολουθούν οι κλάδοι με αξία εξαγωγών μεταξύ €1 δις και €2 δις, όπως είναι, για παράδειγμα τα ζωικά προϊόντα, τα υφάσματα και τα πλαστικά.

Τα σημαντικότερα εμπόδια που έχουν να αντιμετωπίσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις σε σχέση με τις εξαγωγές είναι:

Εξωτερικό περιβάλλον

- Γραφειοκρατία
- Υψηλή φορολογία
- Αρνητική εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό
- Γραφειοκρατία στη χώρα εξαγωγής
- Προβλήματα χρηματοδότησης και ασφάλισης εξαγωγών
- Δυσκολία συνεννόησης με τους αρμόδιους κρατικούς φορείς
- Προβλήματα με τους τοπικούς συνεργάτες
- Θέματα πιστοποίησης προϊόντος
- Μειωμένη ζήτηση για το προϊόν

Εσωτερικό περιβάλλον

- Χαμηλές τιμές ανταγωνισμού
- Έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού και έλλειψη εσωτερικών δομών
- Πρόβλημα ρευστότητας της επιχείρησης
- Έλλειψη οργάνωσης / εσωτερικών διαδικασιών
- Έλλειψη τεχνογνωσίας-πληροφόρησης

- Αδυναμία επικοινωνίας σε ξένη γλώσσα
- Δυσκολία στην απόκτηση πιστοποίησης
- Έλλειψη logistics-εφοδιαστικής αλυσίδας

Το «Μελεκούνι» είναι ένα παραδοσιακό γλύκισμα που παράγεται αποκλειστικά στο νησί της Ρόδου και έχει αναγνωριστεί ως προϊόν Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ). Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία του Μελεκουινιού είναι βιοτεχνικές επιχειρήσεις που ασχολούνται κυρίως με τη παραγωγή παραδοσιακών ειδών διατροφής.

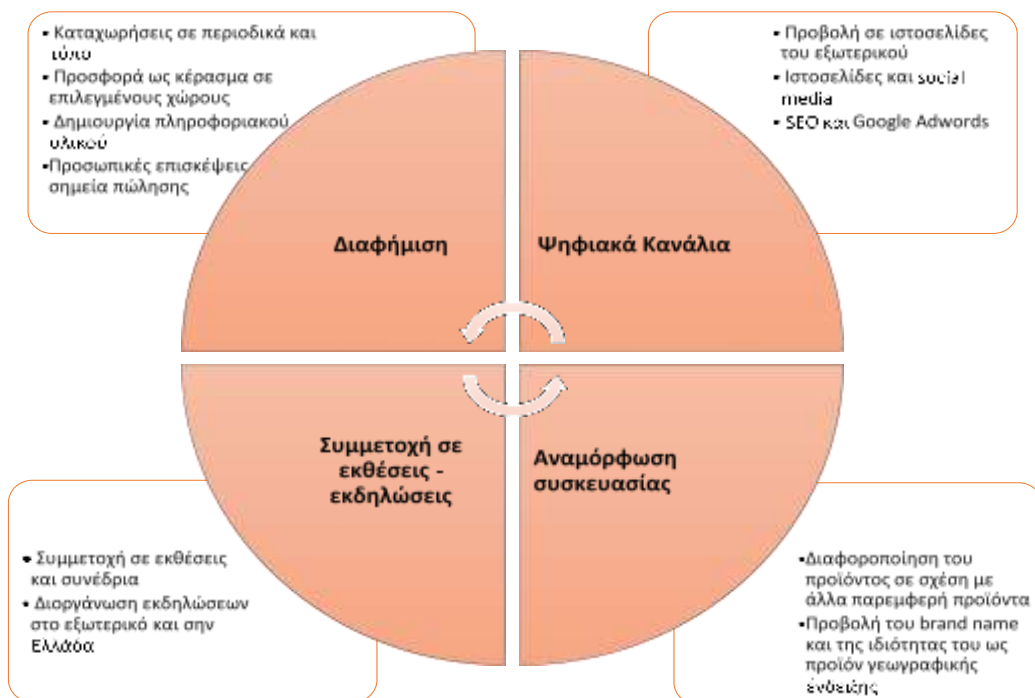
Η αγορά του εξεταζόμενου προϊόντος (σε αξία) αφορά σε ένα πολύ μικρό κομμάτι της ευρύτερης αγοράς των ειδών ζαχαροπλαστικής και εκτιμάται ότι το 2018 κυμάνθηκε περίπου σε 1,5 εκατ. ευρώ. Οι εξαγωγές του προϊόντος κυμαίνονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα σημειώνοντας μικρή άνοδο τα τελευταία χρόνια.

Το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς συγκεντρώνεται σε τοπικό επίπεδο (80%) γεγονός που καταδεικνύει την μεγάλη επιρροή που έχει η εξέλιξη του τουρισμού στις πωλήσεις του προϊόντος καθώς η Ρόδος είναι ένας κατεχοχόν τουριστικός προορισμός.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2018 το αεροδρόμιο της Ρόδου συγκέντρωσε το 11% των συνολικών διεθνών αεροπορικών αφίξεων στην χώρα μας (2,4 εκ περίπου) λαμβάνοντας την 3η θέση ανάμεσα στους εγχώριους αερολιμένες.

Αναγνωρίζοντας τις δυσκολίες και τα εμπόδια που ενέχει η εξαγωγική δραστηριότητα για τις επιχειρήσεις, ειδικά σε ένα προϊόν με περιορισμένη εγχώρια αγορά, η αποτελεσματική προώθηση του προϊόντος αποτελεί βασικό παράγοντα ανάπτυξης στις αγορές του εξωτερικού.

Οι εξεταζόμενες επιχειρήσεις ως cluster Μελεκούνι Ρόδου ΠΓΕ θα πρέπει να ακολουθήσουν κοινή στρατηγική και μεθόδους στο πλαίσιο προβολής και ανάδειξης του brand η οποία συνοψίζεται στο παρακάτω σχήμα:



Στόχος είναι η προσέγγιση των αγορών των ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο και Γαλλία χώρες με σημαντικό μερίδιο εισαγωγών στην κατηγορία «Ψωμί, είδη ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας».

Επιπλέον οι επιχειρήσεις για να μπορέσουν να επεκταθούν στις αγορές του εξωτερικού θα πρέπει να εστιάσουν σε:

- Δημιουργία γενικότερης κουλτούρας εξωστρέφειας
- Μακροχρόνια δέσμευση σε στρατηγική branding
- Στελέχη με εξειδικευμένο προσωπικό και διοικητική οργάνωση με εξαγωγικό προσανατολισμό
- Μείωση κόστους λειτουργίας και παραγωγής
- Συνεργασία με άλλες εξαγωγικές επιχειρήσεις για κοινές δράσεις
- Συνεργασία με φορείς διάφορων κλαδικών, τοπικών και συνεταιριστικών φορέων

14 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<http://www.fao.org/faostat/en/#data>

<http://www.insete.gr> – Στατιστικά στοιχεία Περιφερειών

<https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> - Production in industry – manufacturing

<https://www.gobrand.gr/category/clusters-go-brand/>

<https://www.mel.gr/>

Trade profiles 2018 - World Trade Organization

Βάση δεδομένων DOOR <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

διαNEΟσις, Οι Εξαγωγές Στην Ελλάδα <https://www.dianeosis.org/research/oi-eksagoges-stin-ellada/>

Ελληνικές εξαγωγές & νέο μοντέλο ανάπτυξης των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων – ΕΒΕΑ – ΕΥ

Ελληνική Στατιστική Αρχή <http://www.statistics.gr/>

Ένωση Λιμένων Ελλάδος <https://www.elime.gr/>

Επιμελητήριο Δωδεκανήσου - <https://www.ebed.gr/>

Κώδικας Τροφίμων, Ποτών και Αντικειμένων Κοινής Χρήσης
<http://www.gcsl.gr/media/trofima/131-iss3.pdf>

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος <http://www.grhotels.gr/GR/Pages/default.aspx>

Οδηγός εξαγωγικής δραστηριότητας- DK consultants

Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ, Εκδόσεις Boussias Communications

Παραδοσιακή Μελισσοκομία Αιγαίου (Χόνδρος 2016)

Τράπεζα της Ελλάδος

<https://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας <http://www.ypa.gr/>

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-citizen-2/pop-pge>

Φάκελος αιτήματος καταχώρισης Π.Γ.Ε Μελεκούνι- Προδιαγραφές προϊόντος
(http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/POP-PGE/prod_pge_melekouni.pdf)