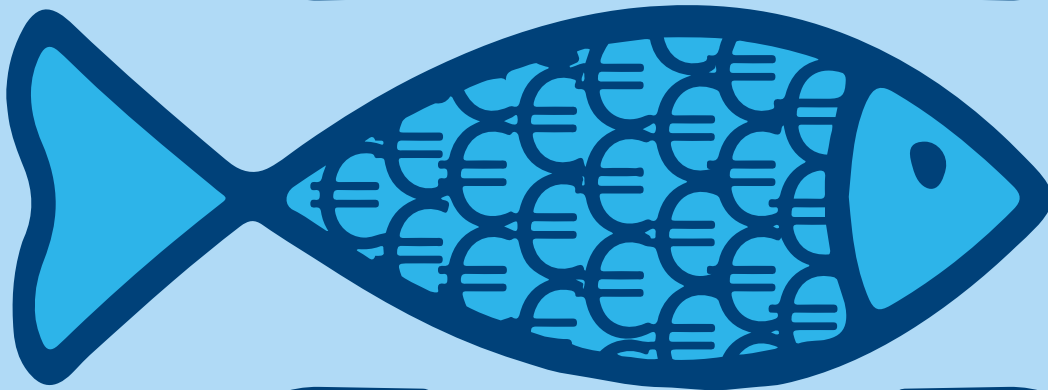




# Προώθηση των επιχειρήσεων σε όλη την αλυσίδα αξίας του τομέα της αλιείας



**Συγγραφείς:**

Monica Veronesi Burch και Stephanie Maes, με συνεισφορά από: Urszula Budzich-Tabor, Hattie Booth, David Lamb και Gilles van de Walle

**Συντελεστές:**

Bothnian Sea and Lake Pyhäjärvi FLAG (5), FSU (5), Langeland FLAG (5, 41), Agrocampus Ouest Beg-Meil (15), VLAM (16), Seadog Foods (17), North Devon FLAG (18), Kitkan Herkku Ltd (20), Christine Brandt (Agentur für Wirtschaftsförderung Cuxhaven) (20), Associação de Armadores de Pesca Artesanal do Centro e Sul (23), Blue Crab PC (24), Jean sur Mer (25), Fish and Kids (Marine Stewardship Council) (26), Effkes (32), Ría de Vigo FLAG (35), Drecklyfish (38), Thorupstrand Kystfiskerlaug (39), East Scotland Seafood (44), Foodassembly (45).

**Παραγωγή:**

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

**Επαφή:**

FARNET Support Unit

Rue de la Loi 38, boîte 2 | B-1040 Brussels

+32 2 613 26 50 | [info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu) | [www.farnet.eu](http://www.farnet.eu)

**Εκδότης:**

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γενική Διεύθυνση Ναυτιλιακών Υποθέσεων και Αλιείας, Γενικός Διευθυντής.

**Ρήτρα αποποίησης ευθύνης:**

Ενώ η Γενική Διεύθυνση Ναυτιλιακών Υποθέσεων και Αλιείας είναι υπεύθυνη για τη γενική παραγωγή του δημοσιεύματος αυτού, δεν φέρει ευθύνη για την ακρίβεια, το περιεχόμενο ή τις απόψεις που εκφράζονται σε ορισμένα άρθρα. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν έχει υιοθετήσει ή εγκρίνει με οποιονδήποτε τρόπο, εκτός και αν αυτό αναφέρεται ρητώς, οποιαδήποτε άποψη που δημοσιεύεται στο δημοσίευμα αυτό, και οι δηλώσεις δεν πρέπει να φέρονται ως δηλώσεις της Επιτροπής ή απόψεις της Γενικής Διεύθυνσης Ναυτιλιακών Υποθέσεων και Αλιείας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν εγγυάται την ακρίβεια των πληροφοριών που περιλαμβάνονται στο δημοσίευμα αυτό, και ούτε η ίδια ούτε οποιοδήποτε πρόσωπο που ενεργεί στο όνομά της αποδέχονται ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών αυτών.

ISBN 978-92-79-65199-1

ISSN 2363-4502

doi:10.2771/372999

© Ευρωπαϊκή Ένωση, 2017.

# Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή.....	5
---------------	---

---

## 1. Κατανοώντας τις τοπικές αλυσίδες αξίας..... 6

1.1. Γιατί να χαρτογραφήσετε τον αλιευτικό τομέα και τις αλυσίδες αξίας της περιοχής σας;.....	6
1.2. Τι θα πρέπει να χαρτογραφήσουν οι ΟΤΔ Αλιείας;.....	6
1.3. Προσεγγίσεις χαρτογράφησης των διαφορετικών τοπικών αλυσίδων αξίας.....	12

---

## 2. Άμεση υποστήριξη στις επιχειρήσεις..... 15

2.1. Γιατί να επενδύσετε στην παροχή άμεσης υποστήριξης;.....	15
2.2. Διασφαλίζοντας την αποτελεσματική υποστήριξη των αλιευτικών επιχειρήσεων.....	15
2.2.1. Συνεργασία με υποστηρικτικές δομές.....	15
2.2.2. Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη και κατάρτιση.....	17
2.2.3. Προσέγγιση επιχειρήσεων μεταξύ τους.....	19
2.2.4. Ανάπτυξη και αξιολόγηση επιχειρηματικού σχεδίου.....	19
2.2.5. Διευκόλυνση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση.....	20

---

## 3. Πρόσβαση σε νέες αγορές..... 23

3.1. Γιατί να αναζητήσετε νέες αγορές;.....	23
3.2. Κατανοώντας την ανάπτυξη των τοπικών τροφίμων: ποιες αγορές είναι κατάλληλες για τα αλιευτικά προϊόντα;.....	23
3.2.1. Αγορές αστικών περιοχών.....	24
3.2.2. Περιφερειακές αγορές και αγορές αγροτικών περιοχών.....	25
3.2.3. Εκδηλώσεις, εκθέσεις και συναυλίες.....	26
3.2.4. Η αγορά της δημόσιας εστίασης.....	26
3.3. Πρόσβαση σε νέες αγορές στην πράξη.....	28

---

## 4. Καινοτομία με τη βοήθεια της επιστήμης και της έρευνας..... 32

4.1. Πέντε λόγοι σύνδεσης των αλιευτικών επιχειρήσεων με την επιστήμη και την έρευνα.....	32
4.2. Σύνδεση με την επιστήμη και την έρευνα.....	34
4.2.1. Πραγματοποίηση επαφών.....	34
4.2.2. Συμμετοχή ερευνητικών ιδρυμάτων στις δραστηριότητες της ΟΤΔ Αλιείας.....	34
4.3. Ενεργοποίηση επιστημονικών φορέων και επιχειρήσεων στην πράξη.....	35
4.3.1. Δραστηριότητες σύναψης επαφών.....	35
4.3.2. Επικοινωνία.....	36
4.3.3. Βιωσιμότητα έναντι ανάληψης ρίσκου.....	37
4.3.4. Συμμετοχή της κοινωνίας των πολιτών: ανοικτή καινοτομία.....	37
4.3.5. Χρηματοδότηση έρευνας που σχετίζεται με την αλιεία.....	38

---

5. Δημιουργία στρατηγικών εταιρικών σχέσεων .....	40
<b>5.1. Γιατί να επιδιώξετε τη συνεργασία;</b> .....	40
<b>5.2. Συνεργασία μεταξύ παραγωγών</b> .....	40
5.2.1. Συνεταιρισμοί .....	41
5.2.2. Κοινές πλατφόρμες και προγράμματα προώθησης .....	42
5.2.3. Οργανώσεις παραγωγών .....	42
<b>5.3. Συνεργασία εντός της αλιευτικής αλυσίδας εφοδιασμού</b> .....	43
<b>5.4. Σύνδεση με άλλους τομείς</b> .....	44
5.4.1. Ο δημόσιος τομέας .....	44
5.4.2. Τουρισμός .....	45
5.4.3. Γεωργία και άλλοι καινοτόμοι τομείς .....	46
Συμπεράσματα .....	49
Κατάλογος ελέγχου επιχειρηματικού σχεδίου .....	50

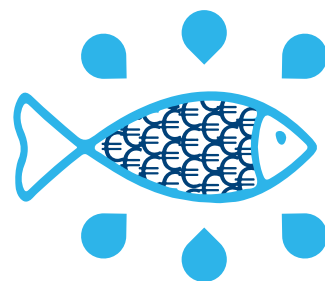
# Εισαγωγή

Στο πλαίσιο της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας, ως αλυσίδα αξίας νοούνται «όλες οι δραστηριότητες και οι υπηρεσίες, από την αλυσίδα ανεφοδιασμού έως την παραγωγή (αλιεία και υδατοκαλλιέργεια), τη μεταποίηση, τη χονδρική πώληση και, τέλος, τη λιανική πώληση»<sup>1</sup>. Κάθε είδος, συμπεριλαμβανομένων των ειδών από κάθε αλιευτικό σκάφος ή ιχθυοτροφείο, θα έχει μια συγκεκριμένη αλυσίδα αξίας, ανάλογα με τη μέθοδο παραγωγής, τα χαρακτηριστικά του προϊόντος (συμπεριλαμβανομένου του μεγέθους), τους καθιερωμένους διαύλους προώθησης στην αγορά και τους εμπλεκόμενους «ενδιάμεσους». Ορισμένα ψάρια θα πωλούνται νωπά, απευθείας στην τοπική κοινότητα, ενώ άλλα προϊόντα μπορεί να διατίθενται, να αποθηκεύονται, να μεταποιοούνται και να αποστέλλονται σε καταναλωτές στην άλλη άκρη του κόσμου.

Οι ροές των προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες όπως οι προτιμήσεις των καταναλωτών σε διαφορετικές περιοχές ή η ικανότητα και η ανταγωνιστικότητα μιας αλιευτικής περιοχής ως προς την αλίευση ή παραγωγή, τη διαχείριση, τη μεταποίηση, τη διανομή και την προώθηση των προϊόντων της στην αγορά. Η διαδρομή που θα ακολουθήσει κάθε ψάρι για να φτάσει στην αγορά θα καθορίσει με τη σειρά της την προστιθέμενη αξία του συγκεκριμένου ψαριού και ποιο ψάρι διατηρεί το μεγαλύτερο ποσοστό της αξίας του.

Ιδιαίτερα ο τομέας της αλιείας μικρής κλίμακας αντιμετωπίζει μια σειρά προκλήσεων όπως τα μεταβαλλόμενα χαρακτηριστικά – και ορισμένες φορές οι μικρές ποσότητες – των ψαριών που εκφορτώνονται από μικρότερους φορείς εκμετάλλευσης, η περιορισμένη διάρκεια ζωής των θαλασσινών και η υψηλή ζήτηση για ένα μικρό εύρος ειδών. Ο σκληρός ανταγωνισμός από καλύτερα οργανωμένες και εξαιρετικά εξειδικευμένες αλιευτικές επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που δραστηριοποιούνται στην αλλοδαπή, είναι μια πραγματικότητα για πολλές αλιευτικές επιχειρήσεις σε ολόκληρη την Ευρώπη.

χάρη στην παρουσία δυναμικών, κερδοφόρων και βιώσιμων οικονομικών δραστηριοτήτων στην περιοχή. Η υποστήριξη τέτοιων δραστηριοτήτων μπορεί να προϋποθέτει την αύξηση της ροής τοπικών ψαριών στην κοινότητα, μέσω της καλύτερης οργάνωσης των τοπικών πωλήσεων, ή την ενίσχυση δραστηριοτήτων όπως η μεταποίηση, επιτρέποντας τη διάθεση τοπικών προϊόντων σε νέες αγορές.



Στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Ταμείου Θάλασσας και Αλιείας (ΕΤΘΑ), οι ΟΤΔ Αλιείας έχουν τη δυνατότητα να στηρίξουν «την προσφορά προστιθέμενης αξίας, τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την προσέλκυση νέων και την προώθηση της καινοτομίας σε όλα τα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας»<sup>2</sup>. Τα παρακάτω κεφάλαια αποτελούν πηγή έμπνευσης και περιγράφουν ορισμένες μεθόδους επίτευξης των παραπάνω, βοηθώντας τις αλιευτικές επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση στη γνώση, τα δίκτυα και την απαραίτητη χρηματοδότηση, ώστε να αναλάβουν νέες δραστηριότητες και να οραματιστούν νέους τρόπους εργασίας, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό σε ένα δυναμικό και ευέλικτο τομέα αλιείας και υδατοκαλλιέργειας σε τοπικό επίπεδο.



1 [http://www.cftdi.edu.tt/pdf/Value\\_chain\\_approaches\\_in\\_fisheries\\_planning\\_CRFM\\_2014.pdf](http://www.cftdi.edu.tt/pdf/Value_chain_approaches_in_fisheries_planning_CRFM_2014.pdf)

2 Άρθρο 63 (1α) του ΕΤΘΑ (Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 508/2014).

# 1. Κατανοώντας τις τοπικές αλυσίδες αξίας

## 1.1. Γιατί να χαρτογραφήσετε τον αλιευτικό τομέα και τις αλυσίδες αξίας της περιοχής σας;

Η επένδυση χρόνου και πόρων για την πλήρη κατανόηση του τοπικού αλιευτικού τομέα είναι απαραίτητη, προκειμένου μια ΟΤΔ Αλιείας να είναι σε θέση να **στοχεύσει την υποστήριξή της** στα στάδια της αλυσίδας αξίας όπου μπορεί να κάνει τη μεγαλύτερη διαφορά. Είναι γεγονός ότι οι προϋπολογισμοί των περισσότερων ΟΤΔ Αλιείας είναι σχετικά περιορισμένοι και μια στρατηγική προσέγγιση στις επενδύσεις μπορεί να διασφαλίσει ότι τα αποτελέσματα και ο αντίκτυπος της υποστήριξης της ΟΤΔ Αλιείας θα μεγιστοποιηθούν.

Μια εμπεριστατωμένη ανάλυση του τοπικού αλιευτικού κλάδου θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στη στρατηγική οποιασδήποτε ΟΤΔ Αλιείας που αποσκοπεί στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τοπικών της προϊόντων και της βιωσιμότητας του τομέα γενικά. Η γνώση που αποκτάται από τη συλλογή και την ανάλυση πληροφοριών θα συμβάλει στην παροχή μιας **αξιόπιστης επισκόπησης του πλαισίου** εντός του οποίου λειτουργούν οι διάφορες επιχειρήσεις που έχουν σχέση με την αλιεία, αποκαλύπτοντας τις κύριες αδυναμίες στις διάφορες τοπικές αλυσίδες εφοδιασμού, καθώς και τις ευκαιρίες βελτίωσης της ικανότητας της περιοχής να δημιουργήσει μεγαλύτερη αξία από τα προϊόντα του τομέα της αλιείας ή/και της υδατοκαλλιέργειας.

Αυτά τα στοιχεία θα είναι θεμελιώδους σημασίας για την **παροχή στρατηγικής κατεύθυνσης** στις επενδύσεις των ΟΤΔ Αλιείας και θα έχουν ως αποτέλεσμα οι ΟΤΔ Αλιείας να μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις στηριζόμενες σε τεκμηριωμένα δεδομένα και όχι σε ανεπίσημες πληροφορίες ή απλώς σε ad hoc βάση, σε απάντηση των αιτήσεων των σχεδίων που ενδέχεται να λάβουν. Με άλλα λόγια, θα επιτρέψουν στις ΟΤΔ Αλιείας να υιοθετήσουν μια προορατική προσέγγιση στην αντιμετώπιση ορισμένων αδυναμιών που διαπιστώνονται στις αλυσίδες εφοδιασμού των τοπικών αλιευτικών τομέων.

Τέλος, διεξάγοντας μια ουσιαστική μελέτη του τοπικού αλιευτικού κλάδου και των σχετικών αλυσίδων εφοδιασμού, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να αυξήσουν **την αξιοπιστία και την αναγνώρισή τους** ως πολύτιμος εταίρος των τοπικών αλιευτικών επιχειρήσεων. Ένας εταίρος ο οποίος, όχι μόνο κατανοεί το πλαίσιο λειτουργίας τους και τους περιορισμούς τους, αλλά αντιλαμβάνεται ταυτόχρονα την ευρύτερη εικόνα, και ως εκ τούτου μπορεί να βοηθήσει στον εντοπισμό πιθανών λύσεων.

## 1.2. Τι θα πρέπει να χαρτογραφήσουν οι ΟΤΔ Αλιείας;

Κατά πρώτο και κύριο λόγο, οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να διασφαλίσουν ότι έχουν κατανοήσει επαρκώς τον αλιευτικό τομέα στην περιοχή τους. Με τον όρο «αλιευτικός τομέας» νοούνται οι αλιευτικές δραστηριότητες, η υδατοκαλλιέργεια και η μεταποίηση. Ορισμένα ερωτήματα που θα πρέπει να είναι σε θέση να απαντήσει οποιαδήποτε ΟΤΔ Αλιείας κατά την περιγραφή των κύριων χαρακτηριστικών του τοπικού αλιευτικού της τομέα είναι τα εξής:

- ✓ Κύριες μέθοδοι αλίευσης ή παραγωγής
- ✓ Κύρια είδη
- ✓ Αριθμός, τύπος και μέγεθος σκαφών
- ✓ Αριθμός και τύπος υφιστάμενων εκμεταλλεύσεων υδατοκαλλιέργειας

- ✓ Εγκαταστάσεις μεταποίησης
- ✓ Αριθμός επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα της αλιείας
- ✓ Ποσότητες και αξία τοπικών ψαριών
- ✓ Διαφορετικά αλιευτικά προϊόντα που καταλήγουν στην αγορά

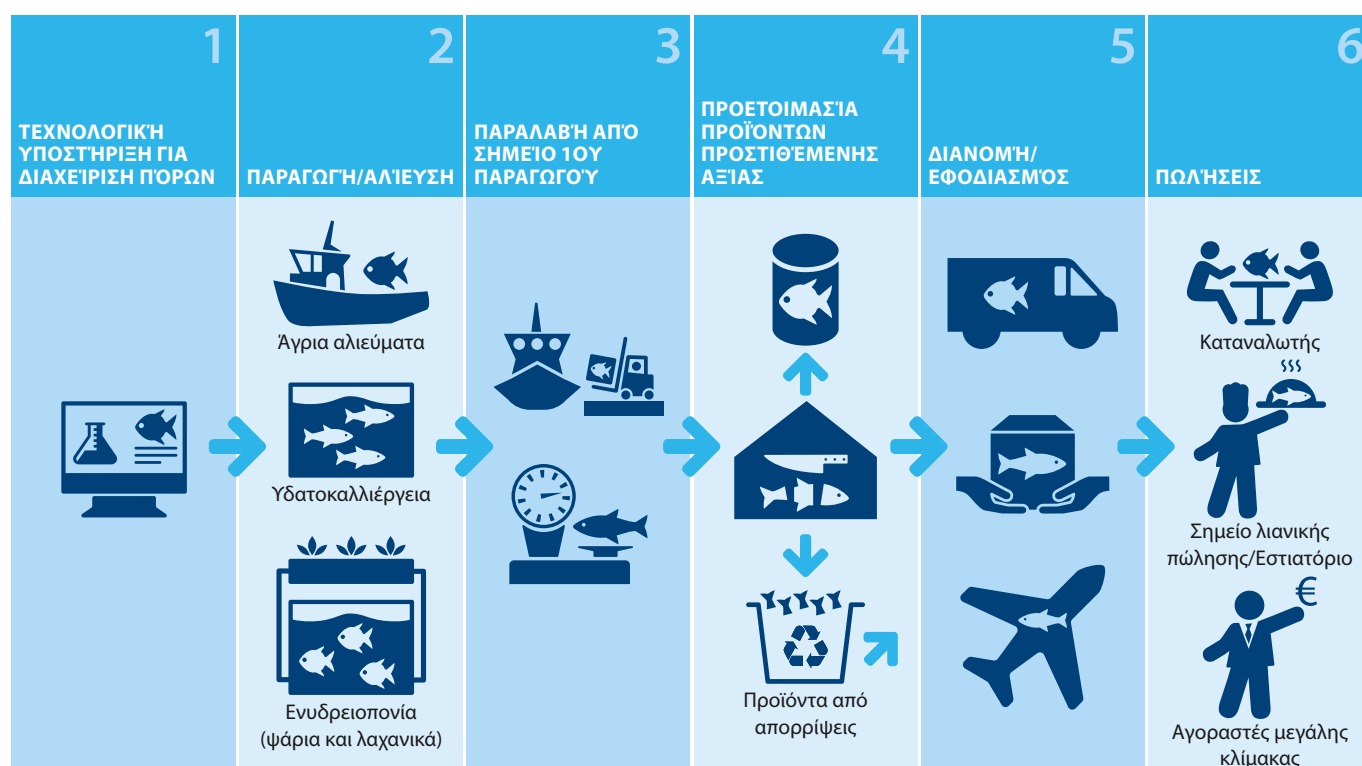
Η επισκόπηση αυτού του είδους πρέπει, ιδανικά, να διαμορφώνεται **στο στάδιο της προετοιμασίας της στρατηγικής τοπικής ανάπτυξης της ΟΤΔ Αλιείας**, αν και οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να παρακολουθούν τις νέες εξελίξεις καθ' όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου.

Επιπλέον, πέρα από αυτήν την ευρεία επισκόπηση του τομέα της αλιείας, είναι επίσης σημαντικό να γίνει κατανοητός με περισσότερες λεπτομέρειες ο τρόπος λειτουργίας των διαφορετικών αλυσίδων αξίας του αλιευτικού τομέα της περιοχής.

Μια γενική απεικόνιση μιας αλυσίδας αξίας του αλιευτικού τομέα παρουσιάζεται στην εικόνα 1. Όπως μπορούμε να δούμε, ξεκινά με μια εισροή, όπως η τεχνολογική υποστήριξη για τη **διαχείριση πόρων**, ένα στοιχείο ζωτικής σημασίας προκειμένου να διασφα-

λίζεται η **παραγωγή ή η αλίευση**. Η φάση της παραγωγής περιλαμβάνει τα εξής: άγρια αλίευση ψαριών ή/και οστρακοειδών, υδατοκαλλιέργεια, δηλαδή καλλιέργεια ψαριών συγκεκριμένων ειδών ή άλλων υδρόβιων οργανισμών, και ενυδρειοπονία, δηλαδή συνδυασμό της ιχθυοκαλλιέργειας με την παραγωγή φυτών, όπου τα απόβλητα του ιχθυοτροφείου χρησιμοποιούνται ως θρεπτικά συστατικά για την υδροπονική ανάπτυξη των φυτών, τα οποία με τη σειρά τους καθαρίζουν το νερό.

Εικόνα 1: Η αλυσίδα αξίας του αλιευτικού τομέα



© Manta Consulting Inc., 2013/Kaligram

Τα εν λόγω προϊόντα εκφορτώνονται και γενικά ζυγίζονται και διαλέγονται πριν από την **παραλαβή** τους από ένα σημείο πρώτου παραγωγού, είτε πρόκειται για πλειστηριασμό είτε για παραλαβή απευθείας από ένα σκάφος ή μια εκμετάλλευση υδατοκαλλιέργειας μέσω σύμβασης ή απευθείας πώλησης. Κατόπιν, τα προϊόντα **μεταποιοούνται**. Αυτό είναι ένα σημαντικό στάδιο που προσθέτει αξία στα τοπικά αλιευτικά προϊόντα και μπορεί να περιλαμβάνει απλώς τον εκσπλαχνισμό, την κατάψυξη ή τον τεμαχισμό σε φιλέτα ή πιο εξεζητημένες μορφές μεταποίησης, όπως ο καπνισμός, η κονσερβοποίηση ή ακόμη και η παρασκευή έτοιμων γευμάτων. Τα προϊόντα από απορρίψεις και απόβλητα ψαριών μπορούν επίσης να αξιοποιηθούν

σε αυτό το στάδιο, με στόχο την προσθήκη αξίας, για παράδειγμα μέσω της παραγωγής ιχθυάλευρου από απορρίψεις ή δέρματος από το δέρμα των ψαριών.

Στη συνέχεια, τα προϊόντα συσκευάζονται σε μικρές, μεσαίες ή μεγάλες ποσότητες και **διανέμονται** (με πλοία, φορτηγά ή αεροπλάνα) στους τελικούς τους προορισμούς. Εκεί, **πωλούνται**, είτε απευθείας στον τελικό καταναλωτή είτε μέσω σημείων λιανικής πώλησης και εστιατορίων είτε σε αγοραστές μεγάλης κλίμακας που τα μεταπωλούν με τη σειρά τους.

Η δυνατότητα μιας περιοχής να **αποθηκεύει** τα αλιευτικά της προϊόντα σε διάφορα στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού (π.χ. νωπά, σε συσκευασία κενού αέρος ή κατεψυγμένα) είναι επί-

σης εξαιρετικά σημαντική για τον έλεγχο του εφοδιασμού (των ποσοτήτων και των χρονικών πλαισίων), και ως εκ τούτου για τη μεγιστοποίηση της αξίας από τα τοπικά της προϊόντα. Η **δι-ακτύρωση της ψυκτικής αλυσίδας** αποτελεί επίσης ένα θεμελιώδες ζήτημα εφοδιαστικής σε ό,τι αφορά τη διασφάλιση της ποιότητας, τις απαιτήσεις για την ασφάλεια των τροφίμων, και επομένως τη βιωσιμότητα του προϊόντος.

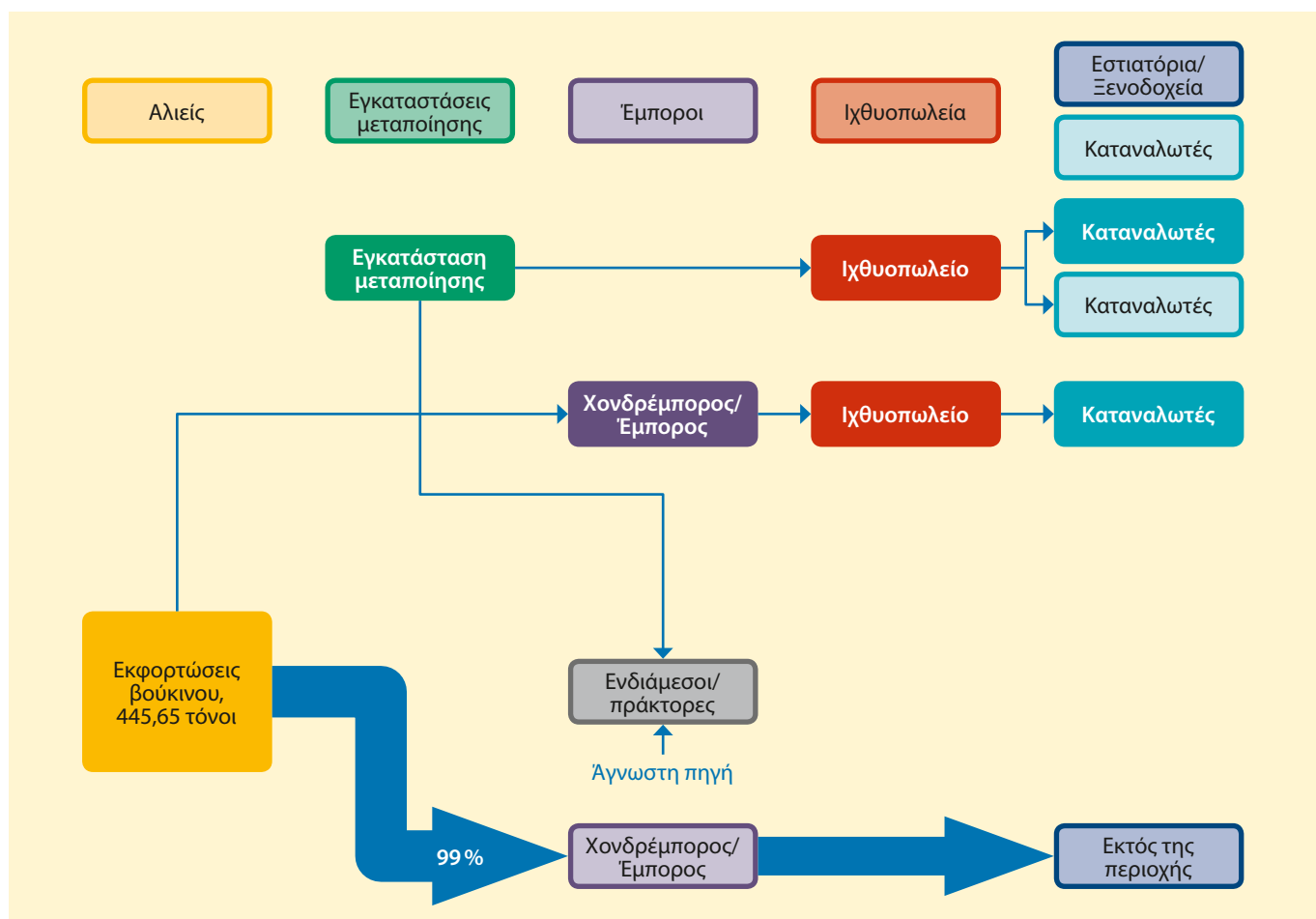
Αυτή είναι μια απλοποιημένη εκδοχή της διαδρομής που ενδέχεται να ακολουθήσουν τα προϊόντα για να καταλήξουν στην αγορά. Ωστόσο, στην πραγματικότητα η εικόνα είναι πιο περίπλοκη και **κάθε είδος (ή ακόμη και μέγεθος) ψαριού από κάθε σκάφος θα έχει τη δική του αλυσίδα αξίας**. Έχοντας αυτό κατά νου, οι ΟΤΔ Αλιείας πρέπει να εξετάσουν λεπτομερώς τις κύριες αλυσίδες αξίας του αλιευτικού τομέα στις περιο-

χές τους, προκειμένου να διαπιστώσουν σε ποια στάδια των διαφορετικών αλυσίδων εφοδιασμού θα πρέπει να ενισχυθούν οι τοπικές επιχειρήσεις ή θα μπορούσαν να αναπτυχθούν νέες δραστηριότητες.



Κατά την περίοδο 2007-2013, η ΟΤΔ Αλιείας «Northern Devon» στο Ηνωμένο Βασίλειο ανέθεσε τη διεξαγωγή μιας εμπειριστατωμένης μελέτης της αγοράς και της αλυσίδας εφοδιασμού για τα ψάρια που αλιεύονται και εκφορτώνονται στην περιοχή της, η οποία της παρείχε την απαραίτητη γνώση για τη στόχευση της υποστήριξης σε διάφορες τοπικές επιχειρήσεις θαλασσινών. Αυτή η έκθεση οδήγησε σε μια χαρτογράφηση των οκτώ πιο σημαντικών ειδών της περιοχής. Μπορούμε να δούμε δύο από αυτές τις αλυσίδες εφοδιασμού στην παρακάτω απεικόνιση.

Εικόνα 2: Αλυσίδα εφοδιασμού για το βούκινο στο Βόρειο Ντεβόν



© ABP Mer<sup>3</sup>/Kaligram

3 Understanding the Market and Supply Chain for Fish Caught and Landed in North Devon, (Κατανόηση των εξελίξεων της αγοράς και της αλυσίδας εφοδιασμού για αλίευση και εκφόρτωση ψαριών στο Βόρειο Ντεβόν ) Έκθεση R. 2059, κατόπιν ανάθεσης από τη ΟΤΔ Αλιείας 'Northern Devon'.



Η χαρτογράφηση της αλυσίδας εφοδιασμού για το βούκινο κατέδειξε τα εξής:

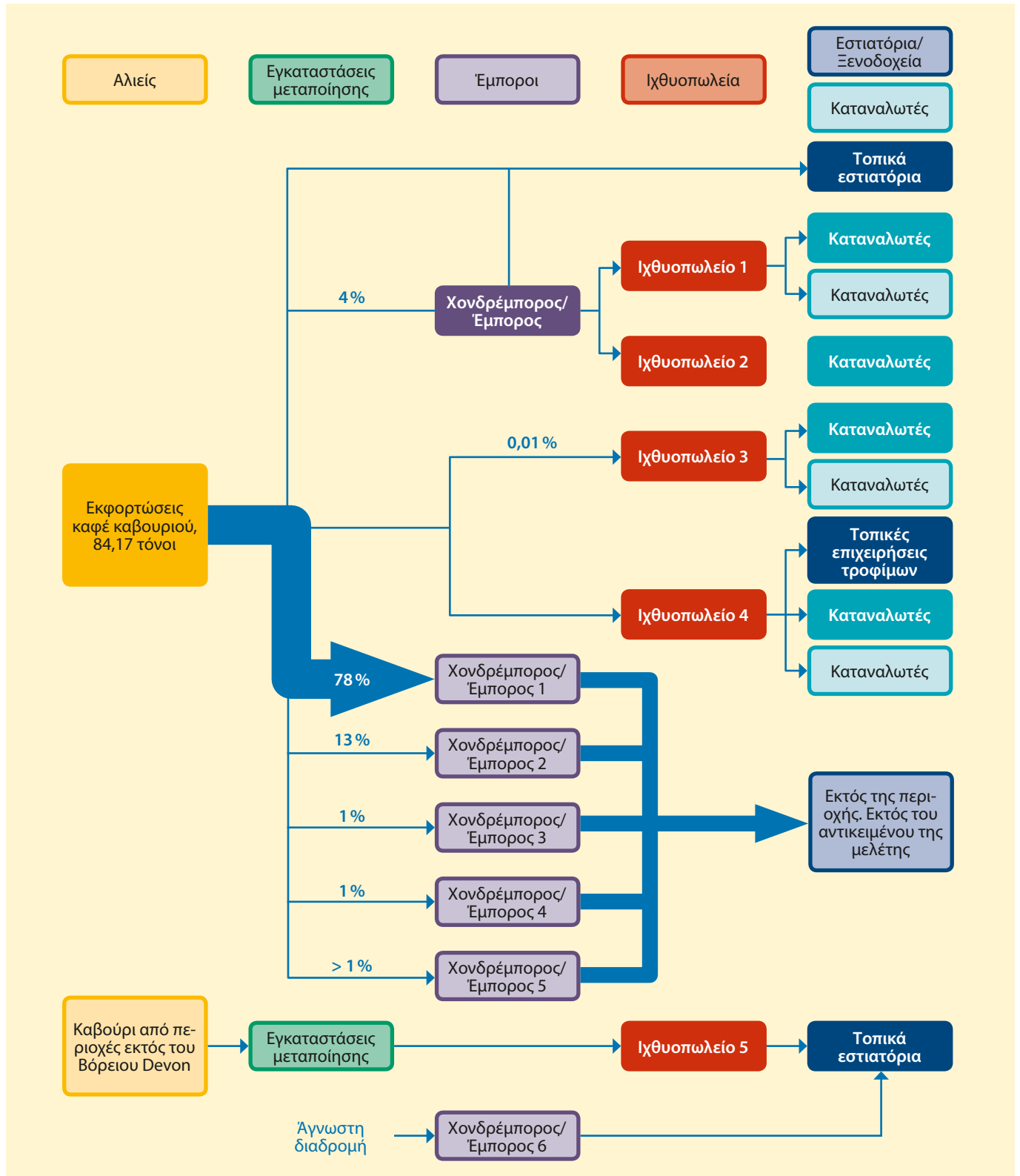
- ❖ **Ποσοστό 99% αυτών των θαλασσινών σαλιγκαριών που εκφορτώνονταν στο Βόρειο Devon δεν παρέμεναν στην περιοχή, καθώς πωλούνταν στη χονδρική, χωρίς μεταποίηση.**
- ❖ Υπήρχε μια τοπική εγκατάσταση μεταποίησης βούκινου, αλλά μεταποιούσε πολύ μικρές ποσότητες, τις οποίες **αγόραζε από ένα χονδρέμπορο εκτός της περιοχής.**
- ❖ Η τοπική **ζήτηση για βούκινο ήταν χαμηλή** και το μεγαλύτερο μέρος της **παραγωγής πωλούνταν στις ασιατικές αγορές.**

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα μεγάλο τμήμα της **προστιθέμενης αξίας να χάνεται από την τοπική κοινότητα**, καθώς πολύ λίγες τοπικές επιχειρήσεις είχαν αναπτύξει κάποια δραστηριότητα σε σχέση με τις εκφορτώσεις βουκίνου στην περιοχή.

Αναλύοντας τέτοιου είδους στοιχεία, μια ΟΤΔ Αλιείας μπορεί να εξετάσει τρόπους ενίσχυσης της τοπικής αλυσίδας εφοδιασμού. Σε αυτήν την περίπτωση, κάποιες ιδέες θα ήταν οι εξής:

- ✔ Προσπάθεια ενημέρωσης και προώθησης του βουκίνου σε τοπικό επίπεδο
- ✔ Υποστήριξη νέων χρήσεων της σάρκας του βούκινου και πιο ελκυστικών τρόπων μεταποίησης του είδους
- ✔ Καλλιέργεια δεσμών μεταξύ των τοπικών αλιέων και της τοπικής εγκατάστασης μεταποίησης βούκινου
- ✔ Διερεύνηση άμεσων συνδέσεων με ασιατικές αγορές.

Εικόνα 3: Αλυσίδα εφοδιασμού για το καφέ καβούρι στο Βόρειο Ντεβόν



© ABP Mer<sup>4</sup>/Kaligram

4 Understanding the Market and Supply Chain for Fish Caught and Landed in North Devon, (Κατανόηση της αγοράς και της αλυσίδας εφοδιασμού για αλιεία και εκφόρτωση ψαριών στο Βόρειο Ντεβόν) Έκθεση R. 2059, κατόπιν ανάθεσης από την ΟΤΔ Αλιείας «Northern Devon».

Όπως αποκάλυψε η χαρτογράφηση, το τοπικό καφέ καβούρι κατέληγε σε περισσότερα τοπικά ιχθυοπωλεία, εστιατόρια, επιχειρήσεις τροφίμων και τελικούς καταναλωτές από ό, τι το βούκινο. Ωστόσο:

- ❖ **Ποσοστό χαμηλότερο του 7% του καφέ καβουριού που εκφορτώνονταν στην περιοχή πωλούνταν μέσω τοπικών αλυσίδων εφοδιασμού**
- ❖ Σχεδόν το 50% των εστιατορίων και ένα στα πέντε ιχθυοπωλεία **τροφοδοτούνταν από πηγές εκτός της περιοχής**, γεγονός που καταδεικνύει την **έντονη ζήτηση για το είδος αυτό**.
- ❖ Η μεγαλύτερη ποσότητα καφέ καβουριού που εκφορτώνονταν σε τοπικό επίπεδο κατέληγε στα εστιατόρια και τα ιχθυοπωλεία μέσω ενός **τοπικού χονδρέμπορου**.
- ❖ Μόνο ποσοστό 0,01% του καφέ καβουριού πωλούνταν απευθείας από τους αλιείς στα τοπικά εστιατόρια
- ❖ Δεν υπήρχε τοπικός μεταποιητής για το καφέ καβούρι.

Η μελέτη κατέδειξε ότι ο μεγάλος αριθμός εγγράφων και ο χρόνος που απαιτούνταν για την απευθείας επικοινωνία με τους πελάτες αποτελούσε ένα σημαντικό εμπόδιο για τους περισσότερους αλιείς. Ως εκ τούτου, τα εστιατόρια αντιμετώπιζαν **δυσκολίες στην προμήθεια καφέ καβουριού απευθείας από τα τοπικά αλιευτικά σκάφη**. Επίσης, τα εστιατόρια ανέφεραν ότι ένας ακόμη λόγος για τον οποίο δεν τροφοδοτούνταν από την τοπική κοινότητα ήταν το γεγονός ότι οι προμηθευτές εκτός της περιοχής παρείχαν και μεταποιημένα προϊόντα, όπως καβουρόψιχα, που δεν προσφέρονταν σε τοπικό επίπεδο.

Προκειμένου να αντιμετωπίσει ορισμένες από αυτές τις προκλήσεις, η ΟΤΔ Αλιείας μπορεί να εξετάσει τα εξής:

- ✓ Την παροχή υποστήριξης για τη διευκόλυνση των απευθείας πωλήσεων του καφέ καβουριού
- ✓ Τη διερεύνηση των δυνατοτήτων δημιουργίας μιας τοπικής μονάδας μεταποίησης
- ✓ Τη συνεργασία με το ιχθυοπωλείο και το χονδρέμπορο που τροφοδοτούν την τοπική κοινότητα από πηγές εκτός της περιοχής, ώστε να ενθαρρυνθεί η προμήθεια τοπικού καφέ καβουριού



**ΣΥΜΒΟΥΛΗ**

Σε περίπτωση υποστήριξης μιας νέας δραστηριότητας, όπως η δημιουργία μιας τοπικής μονάδας μεταποίησης, η ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να διασφαλίσει ότι ο πιθανός φορέας του έργου έχει μελετήσει προσεκτικά τις ευκαιρίες και τους κινδύνους και ότι θα είναι σε θέση να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά τις υπάρχουσες εγκαταστάσεις μεταποίησης εκτός της περιοχής ([ανατρέξτε στο Κεφάλαιο 3, για την πρόσβαση σε νέες αγορές](#)).

### 1.3. Προσεγγίσεις χαρτογράφησης των διαφορετικών τοπικών αλυσίδων αξίας

Πώς θα προχωρήσετε στη χαρτογράφηση του αλιευτικού τομέα και των κύριων αλυσίδων εφοδιασμού της περιοχής σας; Οι προσεγγίσεις μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με την περιοχή, αλλά, ανεξαρτήτως της μεθόδου, είναι σημαντικό οι ΟΤΔ Αλιείας να έχουν ξεκαθαρίσει επακριβώς τι επιχειρούν να κατανοήσουν. Αυτό θα καθορίσει την έρευνα που θα διεξαχθεί και τα ερωτήματα που θα διερευνηθούν.

Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να ξεκινήσουν με μια επισκόπηση της υφιστάμενης γνώσης μέσω **διαδικτυακής έρευνας** των δημοσιευμένων στατιστικών στοιχείων, καθώς και στοιχείων από ιδιωτικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τομέα. Με αυτόν τον τρόπο, θα αποκτήσουν επαρκείς πληροφορίες για αρκετά από τα βασικά ερωτήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω: τα κύρια είδη που εκφορτώνονται, το μέγεθος και τον τύπο του στόλου, τις εγκαταστάσεις μεταποίησης κ.λπ. Επίσης, με αυτόν τον τρόπο θα καταδειχθεί πού υφίστανται κενά γνώσης (δεν είναι όλες οι πληροφορίες διαθέσιμες στο διαδίκτυο) και πού θα ήταν χρήσιμο να υπάρχουν επιπρόσθετα ή πιο συγκεκριμένα δεδομένα.

Με βάση αυτήν την επισκόπηση, καθώς και τον χρόνο και τους πόρους που έχουν στη διάθεσή τους, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να εξετάσουν το ενδεχόμενο **ανάθεσης μιας μελέτης** σχετικά με τις κύριες αλυσίδες αξίας στην περιοχή τους, η οποία θα περιλαμβάνει, για παράδειγμα, συνεντεύξεις με αλιείς, εγκαταστάσεις μεταποίησης, χονδρέμπορους και εστιατόρια, προκειμένου να διαπιστωθεί ο τρόπος λειτουργίας τους και οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν. Μια τέτοιου είδους μελέτη θα μπορούσε να εξετάσει τα εξής:

- ✓ Τους κύριους παράγοντες στην αλιευτική αλυσίδα εφοδιασμού
- ✓ Την προσφορά και τη ζήτηση της αγοράς, συμπεριλαμβανομένης της εποχικότητας
- ✓ Ανάλυση τιμής αρχικών πωλήσεων έναντι μεταπωλήσεων και νωπών έναντι διαφόρων μεταποιημένων προϊόντων (Πού προστίθεται η αξία σε κάθε είδος; Πού υφίστανται διαρροές στην τοπική οικονομία;)
- ✓ Τους υφιστάμενους διαύλους προώθησης στην αγορά
- ✓ Πώς οργανώνεται η διανομή: ικανοποιεί τις ανάγκες των τοπικών επιχειρήσεων;
- ✓ Ευκαιρίες και εμπόδια:
  - στην αύξηση της προμήθειας της περιοχής με ψάρια που εκφορτώνονται σε τοπικό επίπεδο
  - στην απόκτηση πρόσβασης σε άλλες αγορές
  - στην προσθήκη αξίας σε τοπικό επίπεδο

Και τέλος, οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να απευθυνθούν αυτοπροσώπως στις κοινότητές τους, επιδιώκοντας την **απευθείας επαφή με τους παράγοντες του τομέα**. Μιλώντας σε όσο το δυνατό περισσότερους ανθρώπους, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να κατανοήσουν βαθύτερα τα ζητήματα, να αποκτήσουν γνώση «εκ των έσω» και να καλλιεργήσουν τις σχέσεις που είναι απαραίτητες για την ενθάρρυνση της αλλαγής σε ένα καθιερωμένο σύστημα. Οι τηλεφωνικές κλήσεις και οι προσωπικές συναντήσεις είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για να αρχίσουν να κατανοούν τον τομέα και να γνωρίσουν τους διάφορους ενδιαφερόμενους παράγοντες. Η συμμετοχή σε συναντήσεις τοπικών ομάδων για την αξιοποίηση των υφιστάμενων δικτύων μπορεί επίσης να βοηθήσει από αυτήν την άποψη.



Ξεκινήστε με πιο απλά είδη, προτού επιχειρήσετε να κατανοήσετε βαθύτερα άλλες αλυσίδες αξίας.

Εικόνα 4: Προσέγγιση του κλάδου: παράδειγμα οδικού χάρτη

Ομάδα ενδι- αφερόμενων παραγόντων	Πιθανές προκλήσεις στη διατήρηση της αλυσίδας εφοδιασμού σε τοπικό επίπεδο	Πιθανά πεδία που μπορεί να επιλέξουν να υποστηρίξουν οι ΟΤΔ Αλιείας
Αλιείς	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 Η γραφειοκρατία που χαρακτηρίζει τις απευθείας πωλήσεις</li> <li>💧 Οι μεμονωμένοι αγοραστές αγοράζουν μόνο μικρές ποσότητες, με αποτέλεσμα οι απευθείας πωλήσεις να είναι εξαιρετικά χρονοβόρες</li> <li>💧 Οι άλλες δαπάνες που προκύπτουν από τις απευθείας πωλήσεις είναι υπερβολικά υψηλές</li> <li>💧 Μεγάλες ποσότητες ειδών χαμηλής αξίας που δεν μπορούν να απορροφηθούν από την τοπική αγορά</li> <li>💧 .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Υποστήριξη απευθείας πωλήσεων</li> <li>✓ Τοπικό σύστημα για αγορά απευθείας από τους αλιείς και διανομής σε τοπικό επίπεδο</li> <li>✓ .....</li> <li>✓ .....</li> </ul>
Έμποροι	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 Δεν διατίθενται συγκεκριμένα είδη</li> <li>💧 Δεν διατίθενται με τη μορφή μεταποιημένων προϊόντων</li> <li>💧 Οι ποσότητες και η ποικιλία που παράγονται σε τοπικό επίπεδο δεν επαρκούν</li> <li>💧 .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Καλλιέργεια συνεργασίας μεταξύ αλιέων, με στόχο τη βελτίωση της σταθερότητας της προσφοράς</li> <li>✓ .....</li> </ul>
Μεταποιητές	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 Χαμηλές ποσότητες ορισμένων ειδών και αστάθεια της προσφοράς</li> <li>💧 Έλλειψη «εμπορικού σήματος» των τοπικών ψαριών</li> <li>💧 Ανταγωνισμός από άλλες εγκαταστάσεις μεταποίησης</li> <li>💧 .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Καλλιέργεια συνεργασίας μεταξύ αλιέων, με στόχο τη βελτίωση της σταθερότητας της προσφοράς</li> <li>✓ Υποστήριξη για βελτιωμένες λύσεις αποθήκευσης</li> <li>✓ Δημιουργία εμπορικού σήματος για τα τοπικά αλιευτικά προϊόντα</li> </ul>
Ιχθυοπωλεία	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 Ανταγωνισμός με τα σουπερμάρκετ</li> <li>💧 Το κοινό δυσκολεύεται να αγοράσει θαλασσινά με το κιλό</li> <li>💧 Διανομή (έλλειψη εξειδικευμένου εξοπλισμού μεταφοράς θαλασσινών)</li> <li>💧 .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Εκστρατεία ενημέρωσης του κοινού</li> <li>✓ Απευθείας υποστήριξη των ιχθυοπωλείων</li> <li>✓ .....</li> </ul>
Εστιατόρια	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 Δυσκολίες στην αγορά απευθείας από τοπικά αλιευτικά σκάφη</li> <li>💧 Έλλειψη κατάλληλου συστήματος διανομής</li> <li>💧 .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Απευθείας πωλήσεις και διανομή σε τοπικά εστιατόρια</li> </ul>
Δημόσιοι φο- ρείς εστίασης	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 Έλλειψη τοπικών αλιευτικών προϊόντων σε μορφή που μαγειρεύεται εύκολα (π.χ. σε φιλέτα, έτοιμα γεύματα κ.λπ.)</li> <li>💧 Υπερβολικά ακριβά</li> <li>💧 Έλλειψη σταθερότητας στην προσφορά</li> <li>💧 .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Έρευνα αγοράς για την πρόσβαση στην αγορά αυτή</li> <li>✓ Υποστήριξη νέων δραστηριοτήτων μεταποίησης</li> <li>✓ .....</li> </ul>
Άλλο	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 .....</li> <li>💧 .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ .....</li> </ul>

Η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν οι διάφορες αλυσίδες αξίας σε μια περιοχή αποτελεί το πρώτο βήμα για να καταστεί δυνατή η ανάλυση των αδυναμιών και να σχεδιαστούν βελτιώσεις που θα ενισχύσουν την ευελιξία και την κερδοφορία των τοπικών επιχειρήσεων αλιείας ή/και υδατοκαλλιέργειας.

Τα επόμενα βήματα είναι ο **προσδιορισμός των τύπων υποστήριξης** που θα μπορούσαν να παρασχεθούν για την υλοποίηση των παραπάνω στόχων -τον σχεδιασμό νέων δραστηριοτήτων, τη δημιουργία νέων προϊόντων ή την απόκτηση πρόσβασης σε νέες αγορές- και η **καλλιέργεια της συνεργασίας με στρατηγικούς εταίρους** που διαθέτουν τα δίκτυα, τις δεξιότητες και την επιρροή, ώστε να οδηγήσουν αυτές τις νέες δραστηριότητες στην επιτυχία.

## ΒΉΜΑΤΑ ΔΡΑΣΗΣ

- ✓ Ορίστε με σαφήνεια τι επιχειρείτε να κατανοήσετε.
- ✓ Ξεκινήστε με έρευνα γραφείου.
- ✓ Μιλήστε με τοπικούς αλιείς και επιχειρήσεις της περιοχής.
- ✓ Εξετάστε το ενδεχόμενο χρήσης ειδικών εμπειρογνομόνων για τη διεξαγωγή επαγγελματικής έρευνας.
- ✓ Αναλύστε τις αδυναμίες και τις ευκαιρίες.
- ✓ Στοχεύστε τις δράσεις σας με βάση αυτές τις αδυναμίες και ευκαιρίες, καθώς και τους στόχους της στρατηγικής τοπικής ανάπτυξής σας.
- ✓ Ενθαρρύνετε την αλλαγή στις τοπικές αλυσίδες αξίας σας.

## 2. Άμεση υποστήριξη στις επιχειρήσεις

### 2.1. Γιατί να επενδύσετε στην παροχή άμεσης υποστήριξης;

Η παροχή άμεσης υποστήριξης στις τοπικές επιχειρήσεις είναι ένας από τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους να αποκτήσουν, τόσο οι επίδοξοι επιχειρηματίες όσο και οι υφιστάμενες επιχειρήσεις, τις **δεξιότητες, τις γνώσεις και την αυτοπεποίθηση** που απαιτούνται για την έναρξη μιας νέας δραστηριότητας. Ενθαρρύνοντας τις επιχειρήσεις να λειτουργήσουν με νέους τρόπους και να καλλιεργήσουν νέες επαφές, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να **δώσουν το έναυσμα για την πραγματοποίηση αλλαγών** που μπορούν να ενισχύσουν τις τοπικές αλυσίδες εφοδιασμού.

Επομένως, όταν η στρατηγική μιας ΟΤΔ Αλιείας στοχεύει στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας του αλιευτικού τομέα, δεν αρκεί απλώς η διάθεση μέρους της χρηματοδότησης της ΟΤΔ Αλιείας με τη μορφή επιδοτήσεων στους επιχειρηματίες. Είναι εξίσου, και μερικές φορές περισσότερο, σημαντικό να **διασφαλιστεί ότι οι επιχειρήσεις έχουν**

**πρόσβαση σε συμβουλές, δίκτυα και άλλες μορφές υποστήριξης** που θα τις βοηθήσουν να αναπτύξουν και να υλοποιήσουν έργα υψηλής ποιότητας.

Προκειμένου να επιτευχθεί αυτό, η ΟΤΔ Αλιείας πρέπει:

1. Να κατανοήσει τις διαφορετικές ανάγκες υποστήριξης των τμημάτων της αλιευτικής αλυσίδας αξίας που σκοπεύει να ενισχύσει (ανατρέξτε στο **Κεφάλαιο 1**, για τη χαρτογράφηση της αλυσίδας αξίας).
2. Να εξετάσει τι είδους υποστήριξη είναι ήδη διαθέσιμη στην περιοχή της ΟΤΔ Αλιείας γύρω από αυτήν (υφιστάμενες συμβουλευτικές υπηρεσίες για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, φυτώρια επιχειρήσεων κ.λπ.) και να εντοπίσει τα κενά.
3. Να διασφαλίσει την παροχή εξατομικευμένης υποστήριξης είτε μέσω των υφιστάμενων δομών είτε οργανώνοντας συγκεκριμένες δραστηριότητες.

### 2.2. Διασφαλίζοντας την αποτελεσματική υποστήριξη των αλιευτικών επιχειρήσεων

Ανάλογα με το τοπικό πλαίσιο, η ΟΤΔ Αλιείας ίσως χρειαστεί να εστιάσει πρωτίστως στην **υποστήριξη υφιστάμενων εταιρειών**, για παράδειγμα, σε τομείς όπου πολλές τοπικές επιχειρήσεις λειτουργούν ήδη παράλληλα με την αλιευτική αλυσίδα αξίας, αλλά αντιμετωπίζουν σκληρό ανταγωνισμό, προβλήματα διαχείρισης ή περιορισμούς της αγοράς.

Εναλλακτικά, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορεί να έχουν εντοπίσει κενά στην τοπική αλυσίδα εφοδιασμού, τα οποία θα μπορούσαν να καλυφθούν βοηθώντας στη δημιουργία **νεοφυών επιχειρήσεων**. Μια τέτοια περίπτωση μπορεί να είναι οι περιοχές στις οποίες η διαχείριση μεγάλου τμήματος της αλυσίδας αξίας πραγματοποιείται εκτός της περιοχής και επί του παρόντος καμία τοπική επιχείρηση δεν διαθέτει την απαραίτητη εξειδίκευση για να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες διαχείρισης ή/και προσθήκης αξίας στα τοπικά αλιεύματα.

Οι ανάγκες υποστήριξης των υφιστάμενων και των νεοφυών επιχειρήσεων μπορεί να είναι πολύ διαφορετικές, καθώς οι νεοφυείς επιχειρήσεις συχνά απαιτούν πιο εντατικές, στοχευμένες μορφές υποστήριξης.

#### 2.2.1. Συνεργασία με υποστηρικτικές δομές

Στις περισσότερες περιοχές ΟΤΔ Αλιείας, υπάρχουν υφιστάμενοι οργανισμοί που παρέχουν εκπαιδευτικά σεμινάρια ή άλλες μορφές υποστήριξης της επιχειρηματικής ανάπτυξης. Οι ΟΤΔ Αλιείας πρέπει να οικοδομήσουν δεσμούς με αυτούς τους οργανισμούς, οι οποίοι, σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να είναι σε θέση να παρέχουν το είδος υποστήριξης που χρειάζεται ένας δικαιούχος της ΟΤΔ Αλιείας για να ξεκινήσει ή να προσαρμόσει μια εμπορική δραστηριότητα στον τομέα της αλιείας. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η ΟΤΔ Αλιείας μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην **ένταξη των τοπικών επιχειρήσεων στις σχετικές υποστηρικτικές δομές**.



ΠΡΑΚΤΙΚΗ

Για παράδειγμα, η «**South West**» ΟΤΔ Αλιείας στην Ιρλανδία συνεργάζεται με τη βιομηχανία ειδών διατροφής προκειμένου να αυξήσει τη ζήτηση στην αγορά για την παράκτια αλιεία της περιοχής της. Αυτό προϋποθέτει τη στενή συνεργασία με το τοπικό Ινστιτούτο Τεχνολογίας Tralee. Επίσης, η ΟΤΔ Αλιείας διατηρεί έναν κατάλογο όλων των **διαθέσιμων σεμιναρίων που πραγματοποιούνται στην περιοχή της** και έχει εμπλακεί ενεργά στην παραπομπή υποψήφιων φορέων έργων σε οργανισμούς που ειδικεύονται σε συγκεκριμένους τομείς, όπως:

- ♦ Το **Γραφείο Τοπικής Επιχείρησης** για άμεση υποστήριξη σχετικά με τις απαιτήσεις της αγοράς, την κοστολόγηση κ.λπ.
- ♦ Ένας περιφερειακός οργανισμός που ονομάζεται «**Údarás na Gaeltachta**» και παρέχει βοήθεια για την εγγραφή μιας νέας εταιρείας, λογιστικές δεξιότητες και προστασία των προϊόντων.
- ♦ Η **Αρχή Προστασίας της Θαλάσσιας Αλιείας** για ζητήματα που σχετίζονται με τις απαιτήσεις της ευρωπαϊκής και της εθνικής νομοθεσίας
- ♦ Η εθνική **Υπηρεσία Ανάπτυξης Θαλασσινών (BIM)** για την ανάπτυξη των αλιευτικών προϊόντων

Ωστόσο, οι γενικές υποστηρικτικές υπηρεσίες που παρέχονται στην περιοχή μπορεί να μην είναι πάντοτε προσαρμοσμένες στις συγκεκριμένες προκλήσεις του αλιευτικού τομέα και οι ΟΤΔ Αλιείας μπορεί να κρίνουν ότι είναι πιο αποτελεσματικό να **ορίσουν έναν τοπικό εταίρο** (ή εταίρους) που θα είναι πρόθυμος να συνεργαστεί στενά με τις αλιευτικές επιχειρήσεις για την εξατομίκευση της υποστήριξης.



ΠΡΑΚΤΙΚΗ

Αυτή ήταν η περίπτωση της ΟΤΔ Αλιείας «**Galați**» στη Ρουμανία, η οποία αποφάσισε να δημιουργήσει ένα **κέντρο τεχνικής βοήθειας**, προκειμένου να **βοηθήσει τους αλιείς να αναπτύξουν επιχειρηματικές ιδέες** μέσω της συνεργασίας με φοιτητές και ερευνητές ενός κοντινού πανεπιστημίου και ερευνητικού ινστιτούτου. Η κατάρτιση και η καθοδήγηση που παρασχέθηκαν σε υποψήφιους επιχειρηματίες από την αλιευτική κοινότητα καλύπτει θέματα όπως ο επιχειρηματικός σχεδιασμός, η ανάπτυξη έργου και οι πιθανές πηγές χρηματοδότησης. Μετά από το πρώτο έτος λειτουργίας του, το κέντρο είχε ήδη συμβάλει στην ανάπτυξη 40 νέων επιχειρηματικών ιδεών και 8 επιχειρηματικών σχεδίων.



Η FLAG της Κορνουάλης προβλέπει χώρο για τη δοκιμή νέων ιδεών

**Τα φυτώρια επιχειρήσεων** μπορεί επίσης να είναι ένα πολύτιμο εργαλείο για την παροχή ολοκληρωμένης βοήθειας σε νεοφυείς επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των εγκαταστάσεων και των γραφείων, της λογιστικής, νομικής και τεχνικής υποστήριξης και των κοινών ευκαιριών προώθησης και διακίνησης στην αγορά. Οι ΟΤΔ Αλιείας θα μπορούσαν να δημιουργήσουν δεσμούς με οργανισμούς που διαθέτουν εμπειρία στην εκκόλαψη επιχειρήσεων, προκειμένου να διαπιστώσουν πώς μπορούν να βοηθήσουν τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού του αλιευτικού τομέα ή, εάν δεν υπάρχουν τέτοιοι οργανισμοί στην περιοχή, θα μπορούσαν να αποφασίσουν να συστήσουν έναν τέτοιο οργανισμό.



ΠΡΑΚΤΙΚΗ

Αυτό σκοπεύει να κάνει η ΟΤΔ Αλιείας «**Cornouaille**» στη Γαλλία, φέρνοντας σε επαφή ένα τοπικό **ίδρυμα τεχνολογίας, καινοτομίας και έρευνας** με έναν διαδημοτικό φορέα, με στόχο τη διεύρυνση ενός τοπικού **εκκωλαπτηρίου και τη σύσταση ενός φυτωρίου** που θα εστιάζει σε νεοφυείς επιχειρήσεις στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας και σε άλλα έργα βιοτεχνολογίας που συνδέονται με τον αλιευτικό κλάδο. Οι τοπικοί επιχειρηματίες θα είναι σε θέση να αξιοποιήσουν ένα χώρο για τη δοκιμή νέων ιδεών, ενώ παράλληλα θα λαμβάνουν επιστημονική και τεχνική υποστήριξη από το τμήμα βιοτεχνολογίας του ερευνητικού ιδρύματος.



### 2.2.2. Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη και κατάρτιση

Ορισμένες μορφές υποστήριξης συνδυάζουν τη συμβουλευτική υποστήριξη και την κατάρτιση σε μια εξατομικευμένη διαδικασία μάθησης, η οποία προσαρμόζεται στις ανάγκες μιας συγκεκριμένης εταιρείας, όπως η **εποπτεία και η καθοδήγηση** (η καθοδήγηση εστιάζει περισσότερο στην υποστήριξη για την εκτέλεση μιας συγκεκριμένης εργασίας, ενώ η εποπτεία αφορά μια πιο μακροπρόθεσμη σχέση μάθησης). Αυτές οι μορφές μπορεί να είναι ιδιαίτερες κατάλληλες για νεοφυείς επιχειρήσεις.



Για παράδειγμα, η ΟΤΔ Αλιείας **Fisterra – Ría Muros – Noia O** από την Ισπανία ξεκίνησε ένα πρόγραμμα υποστήριξης που ονομάζεται **EMPREAMAR**, με στόχο τη δημιουργία ικανοτήτων και την παροχή υποστήριξης σε 30 άνεργους κατοίκους της περιοχής, προκειμένου να **αναπτύξουν και να υλοποιήσουν νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες** στον τομέα της αλιείας. Συνάφθηκαν συμβάσεις με εμπειρογνώμονες στον τομέα της αλιείας που συνεργάζονται με τα περιφερειακά πανεπιστήμια, για την παροχή κατάρτισης σε σχέση με την ανάπτυξη έργου, την εκτίμηση της βιωσιμότητας, τις στρατηγικές επικοινωνίας και μέσω των κοινωνικών δικτύων, τη δημιουργία εμπορικού σήματος, την προώθηση στην αγορά και τις διαδικασίες υποβολής αιτήσεων για επιδοτήσεις. Το πρόγραμμα περιελάμβανε επικοινωνία με επιτυχημένες επιχειρήσεις στην περιοχή και καθοδήγηση για την ανάπτυξη επιχειρηματικών προτάσεων. Μια σειρά έργων έλαβαν χρηματοδότηση από τη ΟΤΔ Αλιείας για την υλοποίηση των επιχειρηματικών ιδεών τους και κατά τη φάση υλοποίησης συνέχισαν να λαμβάνουν εξατομικευμένες συμβουλές και εποπτεία.



Ένας "μυστικός πελάτης" μπορεί να βοηθήσει τα ιχθυοπωλεία και άλλες επιχειρήσεις να βελτιώσουν την ικανοποίηση πελατών



Άλλη μια ενδιαφέρουσα μορφή παροχής συμβουλών που μπορεί να βοηθήσει επιχειρήσεις όπως τα ιχθυοπωλεία ή τα εστιατόρια να **βελτιώσουν την ικανοποίηση των πελατών τους**

είναι η ιδέα του «μυστικού πελάτη». Κατά την περίοδο 2007-2013, η ΟΤΔ Αλιείας **Ostend Σ** από το Βέλγιο υποστήριξε τον VLAM, έναν οργανισμό που ειδικεύεται στην προώθηση φλαμανδικών επιχειρήσεων τροφίμων, για την ανάπτυξη μιας **υπηρεσίας «μυστικού πελάτη»** για ιχθυοπωλεία. Επρόκειτο για εκπαιδευμένους εμπειρογνώμονες που επισκέπτονταν το κατάστημα, υποδύομενοι τους κανονικούς πελάτες, και ανέφεραν μια σειρά παραγόντων που ήταν πιθανό να επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών (Τους καλωσόριζε κάποιος κατά την είσοδό τους στο κατάστημα; Ήταν το κατάστημα καθαρό και ελκυστικό; Εμφανίζονταν με σαφήνεια οι τιμές; κ.λπ.). Η αναφορά επέτρεπε στα ιχθυοπωλεία να εντοπίσουν τα πεδία που χρήζουν βελτίωσης και συνοδεύονταν από **εύχρηστες οδηγίες** για:

- ✓ την οικοδόμηση μακροπρόθεσμης σχέσης με τους πελάτες
- ✓ τη διαμόρφωση μιας εκστρατείας προώθησης
- ✓ τη συλλογή σχολίων από τους πελάτες
- ✓ τη δημιουργία ενός καλού ενημερωτικού δελτίου
- ✓ τα ζητήματα που πρέπει να λαμβάνουν υπόψη όταν προσφέρουν γευστική δοκιμή

Ορισμένες ΟΤΔ Αλιείας έχουν επιτύχει θεαματικά αποτελέσματα στην υποστήριξη επιχειρήσεων μέσω της **σύναψης σύμβασης με ένα αφοσιωμένο άτομο** στο οποίο ανατίθεται κυρίως η στενή συνεργασία με τις υφιστάμενες και τις μελλοντικές επιχειρήσεις. Ένα τέτοιο άτομο θα πρέπει να γνωρίζει σε βάθος τον αλιευτικό τομέα, να διαθέτει αξιοπιστία στον κλάδο, καθώς και δεξιότητες στην επιχειρηματική ανάπτυξη



Η ορμή και ο ενθουσιασμός του ατόμου που επιθυμεί να υλοποιήσει μια επιχειρηματική ιδέα στην πράξη είναι θεμελιώδη για την επιτυχία

## Αντιμετωπίζοντας τις αδυναμίες της αλυσίδας εφοδιασμού μέσω του διορισμού ενός Υπεύθυνου Θαλασσινών σε επίπεδο κοινότητας

Την περίοδο 2007-2013, μετά από μια εμπεριστατωμένη μελέτη του τοπικού κλάδου των θαλασσινών<sup>5</sup> (ανατρέξτε στο **Κεφάλαιο 1**, για την κατανόηση των τοπικών αλυσίδων αξίας), η **ΟΤΔ Αλιείας Northern Devon** στο Ηνωμένο Βασίλειο διόρισε έναν Υπεύθυνο Θαλασσινών σε επίπεδο κοινότητας (με πλήρη απασχόληση για διάστημα τριών ετών), με στόχο την ενίσχυση της προμήθειας τοπικών ψαριών στην περιοχή, ενημερώνοντας για τα τοπικά αλιεύματα και βοηθώντας νέες και υπάρχουσες επιχειρήσεις μέσω μιας σειράς εξατομικευμένων υποστηρικτικών πρωτοβουλιών.

Οι εν λόγω πρωτοβουλίες περιλάμβαναν **την απευθείας παροχή συμβουλών** σε υφιστάμενες εταιρείες, όπως το ιχθυοπωλείο, την **εποπτεία** νέων επιχειρήσεων από πιο έμπειρες επιχειρήσεις, τη διευκόλυνση της πρόσβασης σε επαγγελματικές επιχειρηματικές συμβουλές και την παροχή **εξατομικευμένων εκπαιδευτικών σεμιναρίων** για την αντιμετώπιση των κενών γνώσης που είχαν διαπιστωθεί, όπως η γενική κατανόηση του τοπικού αλιευτικού τομέα, οι τρόποι προώθησης τοπικών θαλασσινών στην αγορά από επιχειρήσεις τροφίμων, η εισαγωγή νέων προϊόντων τροφίμων στην αγορά και οι τρόποι μαγειρέματος και παρασκευής των τοπικών ειδών ψαριών και οστρακοειδών (π.χ. καφέ καβούρι, αστακός, καλαμάρι).

Ένας από τους αποτελεσματικότερους τρόπους υποστήριξης των επιχειρήσεων ήταν η **παροχή υποστήριξης της δικτύωσης**: της γνωριμίας μεταξύ τους και της σύνδεσης μεταξύ επιχειρήσεων σε διαφορετικά στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού (αλιείς, λιανοπωλητές, χονδρέμποροι, εστιατόρια, άλλα έργα της ΟΤΔ Αλιείας κ.λπ.), ώστε να μπορούν να οικοδομήσουν μακροχρόνιες και αμοιβαία επωφελείς σχέσεις συνεργασίας.

Επίσης, στο πλαίσιο του έργου **χρηματοδοτήθηκαν εκδηλώσεις** και αναπτύχθηκε συνεργασία με τα **μέσα ενημέρωσης** για την ενημέρωση των τοπικών καταναλωτών και την αύξηση της παρουσίας στην τοπική αγορά των ψαριών που εκφορτώνονται στην περιοχή. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη μεγαλύτερη προβολή του τοπικού κλάδου των θαλασσινών, τη διαμόρφωση καλύτερων συνδέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και τη δημιουργία μιας σειράς νέων και βελτιωμένων εταιρειών και προϊόντων, όπως τα παρακάτω:

- ✓ Μια **τακτική στήλη στην τοπική εφημερίδα**, στην οποία παρουσιάζονται «καλές ειδήσεις» για τον τοπικό αλιευτικό κλάδο και διάφορα έργα και πρωτοβουλίες που υποστηρίζονται από την ΟΤΔ Αλιείας (π.χ. τοπικές θαλάσσιες εκδηλώσεις, τρόποι συμμετοχής στον καθαρισμό των παραλιών, νέες επιχειρήσεις θαλασσινών).
- ✓ Μια **«Ακαδημία Θαλασσινών» του Βόρειου Ντεβόν**, για την παροχή σεμιναρίων πρακτικής κατάρτισης σε τοπικές επιχειρήσεις σχετικά με την παρασκευή, το μαγείρεμα και την προώθηση των ψαριών στην αγορά (σε συνεργασία με το τοπικό κολέγιο, εμπειρογνώμονες της περιοχής και τη «Seafish», την εθνική αρχή θαλασσινών και αλιείας).
- ✓ Βελτίωση των λειτουργιών και **αύξηση της προβολής ενός μικρού ιχθυοπωλείου** που ανήκει σε ένα οικογενειακό ιχθυοτροφείο (συμπεριλαμβανομένων μεταξύ άλλων, νέα σήμανση και διαφήμιση, προώθηση στα μενού του γεγονότος ότι τα ψάρια που καταλήγουν στο πιάτο έχουν αλιευτεί από την ίδια επιχείρηση και παραγωγή σακουλών ψύξης με το σήμα της επιχείρησης για την αξιοποίηση των πωλήσεων σε τουρίστες).
- ✓ Μια **νεοφυής επιχείρηση παροχής φαγητού στο δρόμο**, με την επωνυμία «Seadog Foods», η οποία ειδικεύεται στη χρήση ψαριών από το Βόρειο Ντεβόν για τη δημιουργία πιάτων από τη διεθνή κουζίνα, παρουσιάζοντας ταυτόχρονα την ιστορία του τοπικού αλιευτικού κλάδου (η επιχείρηση αναδείχθηκε συνολικός νικητής των βρετανικών βραβείων «British Street Food Awards» για το 2015).
- ✓ Η δημιουργία του «Sunfish Cuisine», **μιας μικρής επιχείρησης** που προσφέρει εκλεκτά καλάθια και κουτιά για ψητά ψάρια, ώστε να καταστούν τα τοπικά ψάρια περισσότερο προσβάσιμα στους τουρίστες και τους ντόπιους.
- ✓ Ισχυρότερη παρουσία σε τοπικές και εθνικές εκδηλώσεις για ένα **νεοσύστατο εστιατόριο θαλασσινών – εταιρεία τροφοδοσίας** με την επωνυμία «Glorious Oyster», που εδρεύει σε μια τοπική τουριστική κωμόπολη.



*H Seadog Foods, νικήτρια των βραβείων UK Street Food Awards για το 2015*

### Καλή πρακτική FARNET

### 2.2.3. Προσέγγιση επιχειρήσεων μεταξύ τους



Εκδήλωση δικτύωσης για επιχειρήσεις του αλιευτικού κλάδου τροφοδοσίας στο Devon, Ηνωμένο Βασίλειο

Ένας από τους πιο σημαντικούς τρόπους υποστήριξης της επιχειρηματικής ανάπτυξης είναι να έρθουν σε επαφή διαφορετικοί επιχειρηματίες **μεταξύ τους** και η τόνωση των δυνατοτήτων σύνδεσής τους. Οι εταιρείες δεν λειτουργούν απομονωμένα και θα πρέπει να οικοδομήσουν σχέσεις εμπιστοσύνης σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού. Για παράδειγμα, ο κλάδος αλιείας πρέπει να συνεργάζεται στενά με τα ιχθυοπωλεία, τις εγκαταστάσεις μεταποίησης και τους διανομείς. Επίσης, μπορούν να επιτευχθούν σημαντικές συνέργειες για από κοινού προώθηση και διάθεση στην αγορά.

Μια σχέση εμπιστοσύνης μπορεί να οικοδομηθεί, εάν οι ιδιοκτήτες και οι διαχειριστές των επιχειρήσεων έχουν τη δυνατότητα να συναντηθούν αυτοπροσώπως και να συζητήσουν με τους συναδέλφους τους. Επομένως, είναι σημαντικό οι ΟΤΔ Αλιείας να διοργανώνουν **εκδηλώσεις δικτύωσης** ή να διευκολύνουν τη συμμετοχή τοπικών εταιρειών σε εκδηλώσεις που διοργανώνονται από άλλους φορείς (π.χ. φορείς επιχειρηματικής ανάπτυξης, επιχειρηματικά δίκτυα, εταιρείες μέσωσιν μαζικής ενημέρωσης, εταιρείες προώθησης τροφίμων κ.λπ.). Τέτοιου είδους εκδηλώσεις θα προσφέρουν το κατάλληλο έδαφος για την πραγματοποίηση χρήσιμων επαφών και την ανταλλαγή ιδεών και ειδήσεων που σχετίζονται με τον τομέα της αλιείας, καθώς και άλλους τομείς που είναι σημαντικοί σε τοπικό επίπεδο.

Περισσότερες πληροφορίες για τις εταιρικές σχέσεις μεταξύ αλιευτικών επιχειρήσεων και άλλων φορέων είναι επίσης διαθέσιμες στο **Κεφάλαιο 4 (Καινοτομία με τη βοήθεια της επιστήμης και της έρευνας)** και στο **Κεφάλαιο 5 (Δημιουργία στρατηγικών συμπράξεων)**.

### 2.2.4. Ανάπτυξη και αξιολόγηση επιχειρηματικού σχεδίου

Όλες οι εταιρείες και όλοι οι επιχειρηματίες πρέπει να σχεδιάσουν τον τρόπο ανάπτυξης της επιχείρησής τους. Για πολλές πηγές χρηματοδότησης, ένα τέτοιου είδους σχέδιο αποτελεί υποχρεωτικό τμήμα της αίτησης. Συνήθως, υπάρχουν διάφοροι οργανισμοί που μπορούν να βοηθήσουν τους υποψήφιους δικαιούχους να αναπτύξουν τα επιχειρηματικά τους σχέδια και οι ΟΤΔ Αλιείας πρέπει να ενεργούν προορατικά, παραπέμποντας τους φορείς υλοποίησης έργων σε αυτούς.

Ωστόσο, σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί ο φορέας υλοποίησης ενός έργου να χρειάζεται στενή υποστήριξη από την ίδια την ΟΤΔ Αλιείας για την ανάπτυξη του επιχειρηματικού του σχεδίου και οι ΟΤΔ Αλιείας πρέπει να είναι σε θέση να κατανοήσουν ποια είναι τα χαρακτηριστικά ενός καλού επιχειρηματικού σχεδίου, όταν αξιολογούν έργα που υποβάλλονται στην ΟΤΔ Αλιείας για χρηματοδότηση. Συγκεκριμένα, η ΟΤΔ Αλιείας πρέπει να είναι σε θέση να επιβεβαιώσει τουλάχιστον τα παρακάτω κύρια σημεία:

Είναι η **ιδέα** του έργου αρκετά σαφής;

1  
Ιδέα

- Ποιοι είναι οι στόχοι;
- Τι είδους δραστηριότητες προβλέπονται, από ποιον και πότε;
- Τι κάνει το έργο μοναδικό;

Υπάρχει **αγορά** για το προϊόν / την υπηρεσία;

2  
Αγορά

- Ποιοι είναι οι πελάτες;
- Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές;
- Τι ποσότητα ευελπιστεί να πωλήσει η επιχείρηση και σε ποια τιμή;

Μπορεί η επιχείρηση να καλύψει όλες τις δαπάνες της και **να παράγει έσοδα**;

3  
Βιωσιμότητα

- Ποιες είναι οι πάγιες δαπάνες; Ποιες είναι οι μεταβλητές δαπάνες;
- Ποια είναι τα αναμενόμενα έσοδα; Είναι ρεαλιστικά;
- Ποιο είναι το νεκρό σημείο;

Υπάρχει άμεσα διαθέσιμη καθοδήγηση για την ανάπτυξη επιχειρηματικών σχεδίων<sup>6</sup>, αλλά ο **κατάλογος ελέγχου** που παρέχεται στο τέλος αυτού του οδηγού μπορεί επίσης να βοηθήσει τις ΟΤΔ Αλιείας κατά την υποστήριξη ή την αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών.

### 2.2.5. Διευκόλυνση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση

Πέραν της παροχής κατάρτισης, συμβουλών και άλλων μορφών «ήπιας» υποστήριξης, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να παρέχουν αρχική χρηματοδότηση με τη μορφή επιδοτήσεων σε ορισμένες τοπικές επιχειρήσεις. Ωστόσο, καθώς αναπτύσσονται οι εταιρείες στην αλιευτική αλυσίδα εφοδιασμού, η εν λόγω χρηματοδότηση δεν θα επαρκεί για την κάλυψη όλων των οικονομικών τους αναγκών. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό οι ΟΤΔ Αλιείας να είναι ενήμερες για άλλες ευκαιρίες χρηματοδότησης και να μπορούν να υποστηρίξουν τις τοπικές επιχειρήσεις, ώστε να έχουν πρόσβαση σε αυτές τις ευκαιρίες χρηματοδότησης.

#### Δημόσια χρηματοδότηση

Μία πιθανή πηγή θα μπορούσε να είναι η χρηματοδότηση από την ΕΕ μέσω **άλλων τμημάτων του ΕΤΘΑ** και άλλων **Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων** που είναι διαθέσιμα σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Οι φορείς επιχειρηματικής ανάπτυξης συχνά μπορούν να λάβουν χρηματοδότηση από το **ΕΤΠΑ**. Ορισμένες ανάγκες κατάρτισης του τοπικού επιχειρηματικού τομέα μπορούν να καλυφθούν από το **ΕΚΤ** και στις αγροτικές περιοχές η υποστήριξη της επιχειρηματικής ανάπτυξης συνήθως μπορεί να χρηματοδοτηθεί από το **ΕΓΤΑΑ**, συμπεριλαμβανομένου του προγράμματος LEADER. Υποστήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και χρηματοδότηση καινοτόμων έργων διατίθεται επίσης στο πλαίσιο του **Ορίζοντα 2020**, μέσω του **Εκτελεστικού Οργανισμού για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις** (EASME). Ακόμη και εάν μια ΟΤΔ Αλιείας δεν υλοποιεί μια στρατηγική που χρηματοδοτείται από

πολλαπλές πηγές, μπορεί να έχει πρόσβαση σε ορισμένα από αυτά τα ταμεία.

Η **Ευρωπαϊκή Πύλη για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις** μπορεί να φανεί χρήσιμη στις ΟΤΔ Αλιείας, όταν προτείνουν πρόσθετες πηγές χρηματοδότησης. Ο ιστότοπος, ο οποίος είναι διαθέσιμος σε όλες τις γλώσσες της ΕΕ, παρέχει συμβουλές και πληροφορίες για τις πηγές χρηματοδότησης που είναι διαθέσιμες για ΜΜΕ τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό/περιφερειακό επίπεδο, όπως:

- 💧 δάνεια, εγγυήσεις και ταμεία επιχειρησιακών κεφαλαίων
- 💧 επιδοτήσεις σε επιχειρήσεις που χορηγούνται από το ΕΤΠΑ, το ΕΚΤ, το ΕΓΤΑΑ και το ΕΤΘΑ
- 💧 μια βάση δεδομένων με δυνατότητα αναζήτησης όλων των εθνικών και περιφερειακών προγραμμάτων που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ
- 💧 πληροφορίες σχετικά με δημόσιους διαγωνισμούς και προσκλήσεις υποβολής προτάσεων σε επίπεδο ΕΕ
- 💧 στοιχεία επικοινωνίας των γραφείων πληροφοριών για ΜΜΕ στα κράτη μέλη

Διάφορα **εθνικά και περιφερειακά προγράμματα** μπορεί επίσης να προσφέρουν ευκαιρίες χρηματοδότησης για τοπικές επιχειρήσεις, όπως το **Φλαμανδικό Πρόγραμμα Στρατηγικού Μετασχηματισμού**, που υποστηρίζει επιχειρηματίες με μοναδικές ιδέες ή δεξιότητες, ή το **Ταμείο Παράκτιων Κοινοτήτων** για την οικονομική αναγέννηση του Ηνωμένου Βασιλείου.

Το παρακάτω παράδειγμα δείχνει πώς η **ΟΤΔ Αλιείας «Καίνου-Κοιλισμαά»** στη Φινλανδία αξιοποίησε τη χρηματοδότηση από τον Άξονα 2 του ΕΤΑ, για να αλλάξει σημαντικά την τοπική αλυσίδα εφοδιασμού, και πώς το έργο ΟΤΔ Αλιείας από το Βέλγιο (**βλέπε ενότητα 4.3.5**) κατάφερε να επεκτείνει τη διάρκεια ζωής της νωπής γαρίδας, βασιζόμενο σε έρευνα που χρηματοδοτήθηκε από τον Άξονα 3 του ΕΤΑ.

6 π.χ. [http://ec.europa.eu/environment/eco-innovation/files/docs/getting-funds/business\\_plan\\_guidelines.pdf](http://ec.europa.eu/environment/eco-innovation/files/docs/getting-funds/business_plan_guidelines.pdf), ή <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/business-finance/business-plan.pdf>

## Η ΟΤΔ Αλιείας αξιοποιεί τον Άξονα 2 για την ανάπτυξη ενός κέντρου διακίνησης ψαριών αξίας 2,7 εκατομμυρίων ευρώ στο Κούουσαμο

Ο τοπικός αλιευτικός τομέας στην περιοχή Kainuu-Koillismaa της Φινλανδίας δεν μπορούσε να διασφαλίσει την αξιόπιστη τροφοδοσία της αγοράς με ψάρια, λόγω της εποχικότητας της τοπικής λιμναίας αλιείας (την άνοιξη και το φθινόπωρο, ο πάγος στις λίμνες είναι λεπτός, με αποτέλεσμα να καθίσταται αδύνατη η αλιεία). Η έλλειψη υποδομής για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος και η ελάχιστη συνεργασία μεταξύ των αλιέων και των ιχθυοκαλλιεργητών ήταν επιπρόσθετα εμπόδια.

Ένα έργο συγκέντρωσης της παραγωγής των τοπικών αλιέων και ιχθυοκαλλιεργητών και ανάπτυξης ενός μεγάλου κέντρου υλικοτεχνικής υποστήριξης στο Κούουσαμο, , όπου θα ήταν δυνατή η ψύξη, η αποθήκευση και η μεταποίηση των ψαριών, αποτέλεσε τη λύση σε αυτό το πρόβλημα.

Η ΟΤΔ Αλιείας Kainuu-Koillismaa χρηματοδότησε τις προκαταρκτικές έρευνες και μια μελέτη σκοπιμότητας και, με βάση τα θετικά αποτελέσματα, υποστήριξε τη συνεργασία μεταξύ των τοπικών αλιέων, των ιχθυοκαλλιεργητών, των εγκαταστάσεων μεταποίησης ψαριών και του τοπικού δήμου. Πέραν της ιδιωτικής επένδυσης και της τοπικής δημόσιας χρηματοδότησης ύψους 1 εκατομμυρίου ευρώ περίπου, η ΟΤΔ Αλιείας **βοήθησε το δήμο να υποβάλει αίτηση χρηματοδότησης από τον Άξονα 2 του ΕΤΑ**, διασφαλίζοντας επιδότηση ύψους 759.488 ευρώ για την κάλυψη των συνολικών δαπανών του κέντρου.

Το κέντρο διακίνησης ψαριών παρέχει πλέον εξαιρετικές ευκαιρίες στους τοπικούς φορείς για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους λειτουργιών, την προσθήκη αξίας στα τοπικά αλιεύματά τους και τη σύναψη συμβάσεων σε νέες αγορές. Επιπλέον, έξι νέες θέσεις εργασίας δημιουργήθηκαν σε αλιευτικές εταιρείες και δύο νέες θέσεις εργασίας στη μεταποίηση.

**Καλή πρακτική FARNET** και **Βίντεο του έργου**



Ένα νέο κέντρο διακίνησης ψαριών στο Kuusamo της Φινλανδίας

### Ιδιωτική χρηματοδότηση

Ωστόσο, πέραν της εξασφάλισης χρηματοδότησης, οι τοπικές επιχειρήσεις αναμένεται να οδηγήσουν ιδιωτικές επενδύσεις σε οποιαδήποτε νέα ή βελτιωμένη εμπορική δραστηριότητα και η **πρόσβαση στην πίστωση** αναγνωρίζεται κατ'επανάληψη ως κύριο εμπόδιο στη δημιουργία επιχειρήσεων. Αυτό είναι αλήθεια, ιδιαίτερα για τις μικρές αλιευτικές εταιρείες, και συχνά επισημαίνεται από συζύγους αλιέων που επιθυμούν να συστήσουν μια μικρή επιχείρηση.

Ως εκ τούτου, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να αναζητήσουν τις ευκαιρίες που παρέχονται από τα διάφορα χρηματοδοτικά μέσα οι οποίες μπορεί να είναι επωφελείς για τις τοπικές επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να επιδιώξουν τη δημιουργία μιας καλής συνεργασίας με τα τοπικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα όπως **τις τράπεζες, τις πιστωτικές ενώσεις ή τα ειδικά ταμεία εγγυήσεων**.

Για πολλές ΟΤΔ Αλιείας, η καλύτερη επαφή μπορεί να είναι η τοπική συνεταιριστική τράπεζα, η οποία συνήθως ανήκει σε μέλη της τοπικής κοινότητας και μπορεί να έχει απλούστερες και ταχύτερες διαδικασίες λήψης αποφάσεων για τη στήριξη μικρών τοπικών επιχειρήσεων σε σύγκριση με τα υποκαταστήματα μεγάλων εθνικών ή πολυεθνικών ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών.



Συνάντηση μεταξύ περιφερειακής τράπεζας και φορέα του έργου, που διοργανώθηκε από τη FLAG Cuxhaven



Στη Γερμανία, η **ΟΤΔ Αλιείας Cuxhaven** καθιέρωσε τακτική **συνεργασία με την περιφερειακή τράπεζα** NBank της Κάτω Σαξονίας, η οποία προσκαλείται να επισκεφθεί το γραφείο της ΟΤΔ Αλιείας κάθε 2 μήνες για συναντήσεις με υποψήφιους φορείς του έργου. Εκεί, συζητούν τις προτεινόμενες ιδέες και προσφέρουν επιχειρηματικές συμβουλές, ενώ αξιολογούν και τον βαθμό στον οποίο τα υποψήφια έργα μπορεί να πληρούν τα κριτήρια λήψης δανείου από την NBank ή επιδότησης από άλλα χρηματοδοτικά μέσα, όπως το ΕΤΠΑ ή το ΕΚΤ. Κατά την αξιολόγηση υποψηφίων από την περιοχή της ΟΤΔ ΑΛΙΕΙΑΣΟΤΔ ΑΛΙΕΙΑΣ, η τράπεζα λαμβάνει υπόψη το πιστωτικό ιστορικό τους, καθώς και τη γνώμη της ΟΤΔ Αλιείας Cuxhaven.



Άλλη μια εναλλακτική μπορεί να είναι η υιοθέτηση μιας πιο άμεσης προσέγγισης στη διευκόλυνση των πιστώσεων για μικρές αλιευτικές επιχειρήσεις. Αυτό έκανε η **ΟΤΔ Αλιείας East Sardinia** στην Ιταλία η οποία συνεργάστηκε με ένα ιδιωτικό πιστωτικό ίδρυμα, το οποίο θα πρέπει να συστήσει ένα **κεφάλαιο λειτουργίας**, ώστε **μικροπιστώσεις να είναι προσβάσιμες σε τοπικές αλιευτικές επιχειρήσεις**, οι οποίες σε διαφορετική περίπτωση θα αντιμετώπιζαν δυσκολίες στη λήψη δανείων. Το κεφάλαιο, το οποίο παρέχει δάνεια ύψους έως και 25.000 ευρώ, επιτρέπει σε μικρές επιχειρήσεις να θέτουν έργα σε υλοποίηση πολύ πιο γρήγορα από ό, τι συνήθως, χάρη στη μειωμένη γραφειοκρατία και στην παροχή εξατομικευμένης υποστηρικτικής υπηρεσίας.

Οι ΟΤΔ Αλιείας πρέπει να έχουν κατά νου ότι οι αλιευτικές επιχειρήσεις συνήθως χρειάζονται **περισσότερα από ένα είδη υποστήριξης**: η κατάρτιση, η εποπτεία, η εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη, η επιχειρηματική και τεχνική υποστήριξη, καθώς και οι συνδέσεις με άλλες επιχειρήσεις και η χρηματοδότηση, είναι εξίσου σημαντικά. Οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη το πλήρες εύρος των αναγκών των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις τοπικές αλυσίδες εφοδιασμού τους και, σε συνεργασία με τους οργανισμούς που παρέχουν σχετικές υπηρεσίες και κεφάλαια, να αναπτύσσουν **εξατομικευμένα πακέτα** υποστήριξης, που μπορούν να καλύψουν αυτές τις ανάγκες με τον καλύτερο τρόπο.

## Β'ΗΜΑΤΑ ΔΡ'ΑΣΗΣ:

- ✓ Πριν από την έναρξη μιας δραστηριότητας επιχειρηματικής υποστήριξης, ελέγξτε εάν υπάρχει ήδη διαθέσιμη σχετική υπηρεσία
- ✓ Βεβαιωθείτε ότι οποιαδήποτε υποστήριξη που χρηματοδοτείται από τη ΟΤΔ Αλιείας είναι προσαρμοσμένη στις συγκεκριμένες ανάγκες των επιχειρήσεων στις οποίες στοχεύετε
- ✓ Βεβαιωθείτε ότι οι δικαιούχοι λαμβάνουν ένα ολοκληρωμένο πακέτο υποστήριξης: κατάρτιση, συμβουλές, χρηματοδότηση...
- ✓ Μην αφήνετε τις επιχειρήσεις σας να λειτουργούν απομονωμένα! Βεβαιωθείτε ότι είναι επαρκώς ενταγμένες στα σχετικά δίκτυα της περιοχής σας

## 3. Πρόσβαση σε νέες αγορές

### 3.1. Γιατί να αναζητήσετε νέες αγορές;

Ένα κύριο πεδίο στο οποίο οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να υποστηρίξουν τις τοπικές επιχειρήσεις, τόσο τις υφιστάμενες όσο και τις νεοφυείς, είναι η παροχή βοήθειας ώστε να **εισέλθουν σε αγορές στις οποίες προς το παρόν δεν πραγματοποιούν πωλήσεις**.

Οι εν λόγω αγορές μπορεί να βασίζονται σε γεωγραφικά κριτήρια, για παράδειγμα κοντινά αστικά κέντρα με μεγάλο πληθυσμό ή αγροτικές περιοχές στην ενδοχώρα όπου η πιθανή ζήτηση για τοπικό ψάρι μπορεί να μην έχει ακόμη αξιοποιηθεί πλήρως. Εναλλακτικά, ευκαιρίες μπορεί να υπάρχουν σε συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών ή σε εξειδικευμένες αγορές: στην τουριστική αγορά, σε συγκεκριμένες εθνοτικές μειονότητες, δημόσια ιδρύματα, τοπικές λαϊκές αγορές κ.λπ. Η πρόσβαση σε νέες αγορές μπορεί να προσφέρει τη δυνατότητα **αύξησης των πωλήσεων και των εσόδων**.

Επίσης, σε ένα μεταβαλλόμενο κόσμο προσφέρονται δυνατότητες για πιο άμεσες συνδέσεις μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών και, εάν οργανωθούν αποτελεσματικά, μπορεί να έχουν ως αποτέλεσμα να **διατηρεί η τοπική κοινότητα υψηλότερο ποσοστό της αξίας** των αλιευτικών της πόρων.

Ταυτόχρονα, οι καινοτομίες (για παράδειγμα στην παραγωγή, στη μεταποίηση ή στη συσκευασία) ή η αυξημένη προσφορά ορισμένων ειδών ψαριού μπορεί να επιτρέψουν ή να επιβάλλουν την ανάπτυξη νέων αγορών, προκειμένου να **μεγιστοποιηθούν οι πωλήσεις των τοπικών προϊόντων και να αποφευχθεί η δημιουργία αποβλήτων**.



### 3.2. Κατανοώντας την ανάπτυξη των τοπικών τροφίμων: ποιες αγορές είναι κατάλληλες για τα αλιευτικά προϊόντα;

Κατά τον προηγούμενο αιώνα, το μοντέλο αγοράς των καθημερινών μας προμηθειών μετατοπίστηκε από τα μικρότερα εξειδικευμένα καταστήματα όπως τα οπωροπωλεία, τα κρεοπωλεία και τα ιχθυοπωλεία σε μεγαλύτερα καταστήματα, όπως τα σουπερμάρκετ. Σε πολλές χώρες, το γεγονός αυτό είχε ως αποτέλεσμα ένας μικρός αριθμός **μεγάλων επιχειρήσεων να κυριαρχούν στη λιανική αγορά**.

Ωστόσο, όπου σημειώθηκε η μεγαλύτερη συγκέντρωση μεγαλύτερων επιχειρήσεων στην αγορά, παρατηρήθηκε και **επανεμφάνιση των μικρότερων, εξειδικευμένων καταστημάτων**, των λαϊκών αγορών και των τοπικών τροφίμων σε καταστήματα λιανικής, ξενοδοχεία και αγορές τροφοδοσίας. Αυτό ήταν αποτέλεσμα της επιθυμίας των καταναλωτών να έχουν περισσότερες επιλογές στη διάθεσή τους και να γνωρίζουν από πού προέρχονται τα τρόφιμα που καταναλώνουν,

ενώ συνοδεύτηκε και από την αυξανόμενη ευαισθητοποίησή τους για τη σημασία **της υγιεινής διατροφής και της βιώσιμης παραγωγής**.

Η σημασία της βιωσιμότητας στην παραγωγή των τροφίμων, σε ό,τι αφορά τον τρόπο παραγωγής ή αλίευσης των ψαριών, τη μορφή της συσκευασίας, την κατανάλωση ενέργειας ή τα παραγόμενα απόβλητα, συνεπάγεται μεγαλύτερη ανάγκη για σαφείς **πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο, τον τόπο και ιδιαίτερα το χρόνο αλίευσης των ψαριών μας**. Για να συμβάλουν στην τόνωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να υποστηρίξουν τις τοπικές επιχειρήσεις, ώστε να ανταποκριθούν σε αυτήν την τάση, χρησιμοποιώντας πιο σαφή επισήμανση ή συσκευασία ή πραγματοποιώντας απευθείας πωλήσεις από τον παραγωγό ή τον αλιέα.

Τέλος, η δυνατότητα προώθησης προϊόντων τροφίμων σε διεθνείς αγορές αντανακλά τη δική μας δυνατότητα να ταξιδεύουμε παγκοσμίως, με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να **γνωρίζουν περισσότερα για παραδοσιακά εδέσματα από ολόκληρο τον κόσμο**. Το γεγονός αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη επιθυμία των καταναλωτών για τρόφιμα που έχουν δοκιμάσει στα ταξίδια τους ή να έχει ως αποτέλεσμα ορισμένες κοινότητες να αναζητούν τρόφιμα που ήταν πιο άμεσα διαθέσιμα στις χώρες καταγωγής τους.

Οι ΟΤΔ Αλιείας και οι τοπικές αλιευτικές επιχειρήσεις θα πρέπει να ενημερώνονται συνεχώς για τις διαφορετικές αγορές της περιοχής τους και άλλων κοντινών περιοχών που προσφέρουν μεγάλες προοπτικές για τα τοπικά αλιεύματα και τα προϊόντα υδατοκαλλιέργειας. Παρακάτω, αναφέρουμε ορισμένα παραδείγματα κάποιων από αυτές τις αγορές.

### 3.2.1. Αγορές αστικών περιοχών

Οι αστικές περιοχές παρέχουν ένα **μεγαλύτερο και γενικά πιο σταθερό κοινό-στόχο** για τους τοπικούς παραγωγούς τροφίμων. Η αξιοποίηση των ευκαιριών που παρέχουν αυτές οι αγορές μπορεί να ξεκινήσει εξετάζοντας τα παρακάτω ζητήματα:

1. Πού βρίσκονται οι καταναλωτές (στην περιοχή της ΟΤΔ Αλιείας, σε κοντινά αστικά κέντρα ή σε οικιστικές περιοχές;)
2. Πώς προτιμούν να έχουν πρόσβαση σε προϊόντα υψηλότερης αξίας όπως τα ψάρια (σουπερμάρκετ, λαϊκές αγορές, απευθείας παράδοση;).

Αυτό προϋποθέτει προσεκτική έρευνα, ιδιαίτερα σε σχέση με τους **διαύλους διανομής** που χρησιμοποιούνται και τον τρόπο αξιοποίησής τους χωρίς την προσθήκη σημαντικών δαπανών. Η χρήση των υφιστάμενων διαύλων διανομής προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα ως προς τη μείωση του κόστους, τη μεγαλύτερη βεβαιότητα ότι το προϊόν θα φτάσει στις καθιερωμένες ομάδες καταναλωτών, κ.λπ.

## Παράδοση τελάρων με ψάρια σε κοντινή κωμόπολη

Το έργο «Cabaz do Peixe» (Τελάρο με ψάρια) υποστηρίχθηκε από την ΟΤΔ Αλιείας **Além Tejo** στην Πορτογαλία και αξιοποίησε τη μεγάλη αστική αγορά της κοντινής πρωτεύουσας για την πώληση τοπικών αλιευμάτων, συμπεριλαμβανομένων κάποιων λιγότερο γνωστών ειδών. Το έργο ξεκίνησε από την ένωση αλιέων μικρής κλίμακας που εδρεύει στη Σεσίμπρα, χρησιμοποιώντας σημεία παράδοσης στη Λισαβόνα και τα προάστια της.

Το έργο συνδέεται με το δημοφιλές έργο «PROVE» (για τελάρα με φρούτα και λαχανικά), χρησιμοποιώντας τα ίδια σημεία παράδοσης, και προσφέρει ένα συνδυασμό δημοφιλών τοπικών ψαριών και λιγότερο γνωστών ειδών, τα οποία καταλαμβάνουν το ένα τρίτο κάθε τελάρου.

Τα τελάρα ετοιμάζονται από αλιείς που έχουν συνταξιοδοτηθεί ή τραυματιστεί, οι οποίοι βοηθούν στον καθαρισμό των ψαριών. Κάθε τελάρο κοστίζει 20 ευρώ και περιέχει 3 κιλά ψάρια (τουλάχιστον τριών διαφορετικών ειδών από έναν κατάλογο 22 ειδών). Οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν ανάλογα με την εποχικότητα και μπορούν να επισημάνουν έως και τρία είδη που θα προτιμούσαν να μην περιλαμβάνονται στο τελάρο τους.

Οι παραγγελίες πραγματοποιούνται **online** (σε απευθείας σύνδεση) ή μέσω τηλεφώνου και οι παραδόσεις γίνονται μια φορά την εβδομάδα ή κάθε δύο εβδομάδες, ανάλογα με το σημείο παράδοσης. Μετά από 15 μήνες, το πρόγραμμα έφτασε τις πωλήσεις 90-100 τελάρων την εβδομάδα.

[www.cabazdopeixe.pt](http://www.cabazdopeixe.pt)



Η "Cabaz do Peixe" παραδίδει φρέσκο ψάρι στη Λισαβόνα



Επίσης, οι αστικές περιοχές μπορεί να διαθέτουν **εξειδικευμένα σημεία λιανικής ή εστιατόρια** στα οποία αξίζει τον κόπο να στοχεύσουν οι επιχειρήσεις που είναι σε θέση να προσθέσουν αξία στο τοπικό ψάρι μέσω περαιτέρω μεταποίησης, παρασκευής ή συσκευασίας. Για εταιρείες με γρήγορους χρόνους παράδοσης που εξυπηρετούν μεγάλο και απαιτητικό πληθυσμό, η **ευκολία** μπορεί να είναι σημαντικός παράγοντας και επομένως είναι σημαντικό να εξετάζονται τα παρακάτω ζητήματα:

- ✓ ευκολία χρήσης
- ✓ μέγεθος απαιτούμενης μερίδας
- ✓ επίπεδο δεξιοτήτων των παρασκευαστών
- ✓ γνώση για την ποικιλία των τοπικών ειδών
- ✓ διαθεσιμότητα ειδών

Ο εξειδικευμένος τομέας στις αστικές περιοχές μπορεί επίσης να επεκτείνεται σε **συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών**. Σε αυτές μπορεί να περιλαμβάνονται μειονοτικές ομάδες με έντονη ζήτηση για προϊόντα που συνηθίζονται στην παραδοσιακή τους κουζίνα.

### Μπλε καβούρι: ένα νέο προϊόν για την ασιατική αγορά της Ευρώπης

Η εταιρεία «Μπλε Καβούρι» ιδρύθηκε το 2012 στη Χαλάστρα, με στόχο την προώθηση στην αγορά ενός προϊόντος το οποίο παραδοσιακά απορρίπτονταν ως δευτερεύον αλίευμα: του ζωντανού μπλε καβουριού. Ενώ αρχικά αποτελούσε «ξένο» είδος για την περιοχή, η εταιρεία «Μπλε Καβούρι» διαπίστωσε ότι υπήρχε έντονη ζήτηση για το μπλε καβούρι στις τοπικές ασιατικές κοινότητες και ξεκίνησε την ανάπτυξη ενός προϊόντος που ήταν προσαρμοσμένο στις ανάγκες αυτής της εξειδικευμένης αγοράς.

Η διεξαγωγή online έρευνας αγοράς και κατόπιν η πραγματοποίηση απευθείας επισκέψεων σε υποψήφιους καταναλωτές επέτρεψαν στην εταιρεία να εντοπίσει την έντονη ζήτηση των ασιατικών κοινοτήτων για το μπλε καβούρι. Στα αρχικά στάδια, μία από τις κύριες μεθόδους προσέλκυσης του ενδιαφέροντος ήταν η χρήση του ίδιου του καβουριού ως «επαγγελματικής κάρτας» στις συναντήσεις με υποψήφιους πελάτες, καθώς η παρουσίαση του ίδιου του προϊόντος συνέβαλε στην υπέρβαση των γλωσσικών εμποδίων. Ως αποτέλεσμα αυτού, η εταιρεία άρχισε να προμηθεύει αυτήν την κατηγορία πελατών με ζωντανό μπλε καβούρι και στη συνέχεια με μια σειρά μεταποιημένων προϊόντων.

Η εταιρεία συνεργάζεται πλέον με περίπου 25 ντόπιους αλιείς, οι οποίοι αλιεύουν μπλε καβούρι, καθώς και άλλα είδη ψαριών και οστρακοειδών, και τροφοδοτεί τις ασιατικές κοινότητες σε 7 διαφορετικές ευρωπαϊκές χώρες. Το προϊόν πωλείται σε ενδιαμέσους, αλλά και απευθείας στους καταναλωτές, και η εταιρεία απασχολεί 5 άτομα.

**Καλή πρακτική FAPNET**



*Το μπλε καβούρι είναι πλέον ένα περιζήτητο προϊόν στις ασιατικές κοινότητες της Ελλάδας και άλλων χωρών*

#### 3.2.2. Περιφερειακές αγορές και αγορές αγροτικών περιοχών

Η δυνατότητα προμήθειας τροφίμων από τοπικές πηγές μπορεί επίσης να αποτελέσει έναν **παράγοντα διαφοροποίησης για τα περιφερειακά καταστήματα λιανικής πώλησης τροφίμων και τα εστιατόρια**. Η αξία της χρήσης φρέσκων, τοπικών και εποχικών προϊόντων έχει επισημανθεί από πολλούς διάσημους σεφ και είχε ως αποτέλεσμα ορισμένα πολυτελή

εστιατόρια να αναγνωρίσουν την ανάγκη για απευθείας επικοινωνία με τους προμηθευτές, καθώς και ότι είναι σημαντικό να τονίζουν πως τα προϊόντα που περιέχονται στο μενού τους προέρχονται από την τοπική παραγωγή. Οι τουρίστες, ή ακόμη και οι επισκέπτες από τις αστικές περιοχές, αναζητούν ολοένα και περισσότερο τοπικά τρόφιμα, όταν επισκέπτονται άλλες περιοχές ή χώρες, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών σπεσιαλιτέ και προϊόντων με προστατευμένη γεωγραφική ένδειξη.

Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να βοηθήσουν τους αλιείς και τους υδατοκαλλιεργητές να δημιουργήσουν αυτούς τους δεσμούς με τα εστιατόρια και τα σχετικά καταστήματα λιανικής πώλησης τροφίμων. Μπορούν επίσης να τους βοηθήσουν να συνδεθούν με καθιερωμένα δίκτυα παραγωγών αγροτικών προϊόντων. Ασφαλώς, ορισμένες αγροτικές περιοχές έχουν μακρά παράδοση στην προώθηση φρέσκων, τοπικών και εποχικών προϊόντων και το τοπικό ψάρι μπορεί να είναι ένα ευπρόσδεκτο συμπλήρωμα στα αγροτικά προϊόντα. Πράγματι, η οικοδόμηση **δεσμών μεταξύ αγροτικών και αλιευτικών αλυσίδων εφοδιασμού** μπορεί να επιτρέψει στις τοπικές επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν την κρίσιμη μάζα και άλλες συνέργειες για τη διανομή και την προώθηση τοπικών προϊόντων.

Ορισμένες τοπικές επιχειρήσεις έχουν επεκτείνει την ιδέα της τροφοδοσίας από την τοπική παραγωγή, συμπεριλαμβάνοντας την εμπειρία της «δημιουργίας» του προϊόντος, όπου η **εμπειρία** έχει για τον επισκέπτη όση αξία έχει και η γεύση. Η δημιουργία διαδρομών παραγωγής τροφίμων είναι ένα παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να συμβάλλουν στην ανάδειξη και την προώθηση της τοπικής παραγωγής. Αυτό μπορεί κατόπιν να οδηγήσει στη δημιουργία δεσμών με εστιατόρια, ξενοδοχεία και άλλα τοπικά σημεία πώλησης, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο την αλυσίδα εφοδιασμού στο σύνολό της (ανατρέξτε στο **Κεφάλαιο 5**, για τον τρόπο με τον οποίο η Διαδρομή Θαλασσινών της Ανατολικής Σκωτίας συνέδεσε τους τοπικούς παραγωγούς και τα σημεία πώλησης για την προώθηση των τοπικών αλιευτικών προϊόντων).

### 3.2.3. Εκδηλώσεις, εκθέσεις και συναυλίες



Οι συναυλίες και άλλες εκδηλώσεις μπορούν να αποτελέσουν εξαιρετικά επικερδείς ευκαιρίες της αγοράς

Νέες ευκαιρίες εξακολουθούν να αναδύονται, αλλά συχνά παρατηρείται η τάση να στοχεύουν οι παραγωγοί στις υφιστάμενες αγορές, όπως η λιανική πώληση, οι οποίες μπορεί να είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές. Πρόσφατα

παράδειγματα έχουν δείξει ότι η παρασκευή **προϊόντων για άμεση κατανάλωση** μπορεί να είναι επικερδής, για παράδειγμα σε εκδηλώσεις ή εκθέσεις με μεγάλο κοινό. Τέτοιες ευκαιρίες συχνά δεν περιορίζονται πλέον μόνο σε μεγάλες πόλεις, χάρη στην αύξηση του αριθμού των περιφερειακών φεστιβάλ και εκθέσεων. Σε αυτές τις εκδηλώσεις περιλαμβάνονται ειδικές εκθέσεις τροφίμων και ποτών, καθώς και πολιτιστικές ή αθλητικές εκδηλώσεις, οι οποίες μπορεί να διαρκούν αρκετές ημέρες.

Πολλοί διοργανωτές τέτοιων εκδηλώσεων έχουν συνειδητοποιήσει ότι λόγω των χαρακτηριστικών τους, οι άνθρωποι που παρευρίσκονται σε τέτοιες εκδηλώσεις θα αναζητήσουν τα ίδια κριτήρια ως προς την υγιεινή, τη βιωσιμότητα και την προέλευση των προϊόντων, με τους πελάτες των παραδοσιακών σημείων λιανικής πώλησης. Για παράδειγμα, στη Σκωτία, σε διάφορα φεστιβάλ που πραγματοποιούνται σε παραδοσιακά αλιευτικά λιμάνια όπως το Πόρτσον (Portsoy) ή το Κρέιλ (Crail) τιμώνται και αναδεικνύονται τα τοπικά αλιεύματα, ενώ περιφερειακές ομάδες όπως η **Argyll Food Producers** προσφέρουν διάφορα ψάρια και θαλασσινά σε μεγάλες ποπ και ροκ συναυλίες.

### 3.2.4. Η αγορά της δημόσιας εστίασης

Μια από τις αγορές με πιο δύσκολη πρόσβαση τα τελευταία χρόνια ήταν ο τομέας δημόσιας εστίασης: τα σχολεία, τα νοσοκομεία και άλλα δημόσια κυκλεία που λειτουργούν υπό τον έλεγχο των τοπικών αρχών. Αυτό το τμήμα της αγοράς επιδεικνύει συνεχώς ενδιαφέρον για την τοπική αλυσίδα εφοδιασμού, αλλά εμφανίζονταν πάντοτε εμπόδια στη δυνατότητα τροφοδοσίας από προμηθευτές μικρότερης κλίμακας, όπως οι **μεγάλες συμβάσεις προμηθειών χονδρικής**, η έμφαση στην **ανταγωνιστικότητα των τιμών** και οι **δεξιότητες που απαιτούνται** στις δημόσιες κουζίνες για την παρασκευή φαγητού από βασικά συστατικά αντί του σερβιρίσματος έτοιμων πιάτων που ξαναζεσταίνονται.

Έχουν αρχίσει να καταβάλλονται κάποιες προσπάθειες για την αντιμετώπιση αυτών των δυσκολιών, καθώς οι δήμοι και οι περιφερειακές αρχές αναγνωρίζουν τα οφέλη της προώθησης ενός υγιεινού κι βιώσιμου συστήματος παραγωγής στους πελάτες τους (μαθητές σχολείων, ασθενείς νοσοκομείων, κρατικοί υπάλληλοι και ακόμη και προσωπικό των ενόπλων δυνάμεων ή τρόφιμοι φυλακών...) και στις τοπικές επιχειρήσεις.

Η λύση ήταν να επιχειρηθεί μια **αλλαγή στο σύστημα προμηθειών** ή τουλάχιστον να εξεταστεί πώς ερμηνεύονταν αυτό. Η υγιεινή, η φρεσκάδα και η εποχικότητα λαμβάνονταν πλέον περισσότερο υπόψη στα κριτήρια επιλογής και σε ορισμένες

περιπτώσεις οι προϋπολογισμοί προσαρμόστηκαν ανάλογα. Επίσης, πραγματοποιήθηκαν αλλαγές στον τρόπο σύναψης των συμβάσεων, χωρίζοντας μερικές από τις μεγαλύτερες συμβάσεις σε μικρότερες, ώστε επιχειρήσεις μικρότερης κλίμακας να έχουν τη δυνατότητα να τροφοδοτούν την αγορά αυτή.

Και οι ίδιες οι επιχειρήσεις αναγνώρισαν την ανάγκη να οργανωθούν στον τομέα αυτό της αγοράς, μεταξύ άλλων μέσω της **περιφερειακής και τομεακής συνεργασίας**, η οποία συχνά είναι ζωτικής σημασίας για τη σταθερότητα της προσφοράς, ιδιαίτερα όπου απαιτούνται μεγάλες ποσότητες. Η συνεργασία μπορεί να διευκολύνει την κοινή προώθηση, διάθεση και διανομή, καθώς και την κατανομή των δαπανών.

### Τροφοδοσία σχολικών κυλικείων με φιλέτα τοπικού ψαριού

Μετά από μια λεπτομερή μελέτη σκοπιμότητας για τη μεταποίηση και τη διάθεση στην αγορά των αλιευτικών προϊόντων της περιοχής, ο διαδημοτικός φορέας *Agglomération Sud Pays Basque*, στη Γαλλία, διαπίστωσε ότι υπήρχε έντονη ζήτηση από τα σχολεία και άλλες συμβεβλημένες επιχειρήσεις εστίασης για τοπικά θαλασσινά, «έτοιμα για μαγείρεμα». Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης που χρηματοδοτήθηκε από τη ΟΤΔ Αλιείας οδήγησαν σε σκέψεις τις επιχειρήσεις του κλάδου και τις δημόσιες αρχές για τον τρόπο αξιοποίησης της ζήτησης αυτής.

Η ανταλλαγή και η συνεργασία μεταξύ τοπικών εταίρων οδήγησαν στην πιλοτική λειτουργία μιας συνεργατικής μονάδας μεταποίησης για την τροφοδοσία κυλικείων σε σχολεία, νοσοκομεία και άλλους δημόσιους φορείς με έτοιμα για μαγείρεμα φιλέτα τοπικού ψαριού. Τεχνικές και οικονομικές δυσκολίες διέκοψαν τη λειτουργία της μονάδας μεταποίησης. Ωστόσο, έδωσε την ώθηση ώστε να εκφραστεί σε επίπεδο κομητείας η κοινή βούληση για τροφοδοσία από την τοπική παραγωγή.

Το συμβούλιο της κομητείας ανέπτυξε στη συνέχεια κατευθυντήριες οδηγίες για την τροφοδοσία των σχολείων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, των οίκων ευγηρίας και των κέντρων φροντίδας αναπήρων με τοπικό ψάρι και υπάρχουν πλέον στην κομητεία τρεις πιστοποιημένοι χονδρέμποροι. Οι πρωτοβουλίες για την προώθηση αυτής της προσέγγισης σε ό, τι αφορά την προμήθεια τοπικού ψαριού για δημόσια κυλικεία συνεχίζονται.

Για περισσότερες πληροφορίες, επικοινωνήστε με την ΟΤΔ Αλιείας **Côte Basque**.



*Τα σχολικά κυλικεία μπορούν να επωφεληθούν από τα "έτοιμα για μαγείρεμα" θαλασσινά*

### 3.3. Πρόσβαση σε νέες αγορές στην πράξη

Όπως είδαμε παραπάνω, υπάρχουν πολλές δυνατότητες ώστε οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας να μειώσουν την εξάρτησή τους από τους παραδοσιακούς διαύλους προώθησης των προϊόντων τους στην αγορά, όπως οι λιανοπωλητές ή οι χονδρέμποροι. Πέραν της δυνατότητας αύξησης των πωλήσεων, αυτή η προσέγγιση μπορεί επίσης να μειώσει τον αντίκτυπο της διακύμανσης των τιμών και άλλων κινδύνων, όπως η αλλαγή προμηθευτή.

Ωστόσο, όταν επιχειρείται η πρόσβαση σε αυτές τις εναλλακτικές αγορές, είναι απαραίτητο να προσδιοριστεί η **κλίμακα και το εύρος των διαθέσιμων αγορών**, δηλαδή απαιτείται ακρίβεια για την αποτελεσματική στόχευση στις ευκαιρίες της αγοράς.

Οι μικρότερες επιχειρήσεις μπορεί να γνωρίζουν καλά το δικό τους τομέα, λόγω της άμεσης επαφής τους με τους πελάτες και της ανατροφοδότησης που λαμβάνουν από αυτούς. Ωστόσο, μπορεί να μη διαθέτουν τα μέσα ώστε να διεξάγουν την εμπειριστατωμένη έρευνα που απαιτείται για τον εντοπισμό και την πρόσβαση σε νέες αγορές. Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να υποστηρίξουν τις επιχειρήσεις σε αυτό το πεδίο, χρηματοδοτώντας επαγγελματική **έρευνα αγοράς**, προκειμένου να βοηθήσουν τις τοπικές επιχειρήσεις που διαθέτουν τα κίνητρα και είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν στην πρόκληση αυτή. Στην περίπτωση αυτή, οι σχετικές ερωτήσεις θα πρέπει πάντοτε να έχουν ως αφετηρία την αγορά:

- ✓ Πού βρίσκεται η ευκαιρία;
- ✓ Για ποια προϊόντα υπάρχει ζήτηση;
- ✓ Τι απαιτείται για την προμήθεια αυτών των προϊόντων;
- ✓ Σε ποια μορφή θα πρέπει να παρέχεται το προϊόν;

Οι απαντήσεις σε αυτά τα ερωτήματα μπορούν να βοηθήσουν στην κατανόηση και, το σημαντικότερο, στην **ποσοτικοποίηση της διαθέσιμης ευκαιρίας**. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι εν λόγω αγορές μπορεί να τροφοδοτούνται ήδη επαρκώς. Για παράδειγμα, σε πολλές αγορές μικρής κλίμακας μπορεί να υπάρχουν περιορισμένες ευκαιρίες για φρέσκο ψάρι, εάν άλλοι παραγωγοί τροφοδοτούν ήδη απευθείας την αγορά και έχουν δημιουργήσει μια πιστή πελατειακή βάση. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχει περιθώριο διεύρυνσης της αγοράς, αλλά ότι απαιτείται συγκεκριμένη στόχευση, καθώς και αναγνώριση των κενών και των ευκαιριών της αγοράς.

Στις μέρες μας, χάρη στη διαθεσιμότητα των δεδομένων, ιδιαίτερα μέσω της **διαδικτυακής έρευνας** και των **εκθέσεων ανάλυσης της αγοράς**, οι παραγωγοί μπορούν να διερευνήσουν άμεσα πολλές ευκαιρίες, καθώς και να λάβουν υπόψη τις **δικές τους πληροφορίες και τη γνώση που διαθέτουν για την αγορά** σε τοπικό επίπεδο. Ανεξαρτήτως πηγής, είναι σημαντικό οι τοπικές επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε οποιαδήποτε βασικά στοιχεία και δεδομένα της αγοράς, προκειμένου να κατανοήσουν πλήρως τις προοπτικές της αγοράς και τις προσδοκίες των καταναλωτών, προτού αναπτύξουν μια στρατηγική πρόσβασης σε μια συγκεκριμένη αγορά.

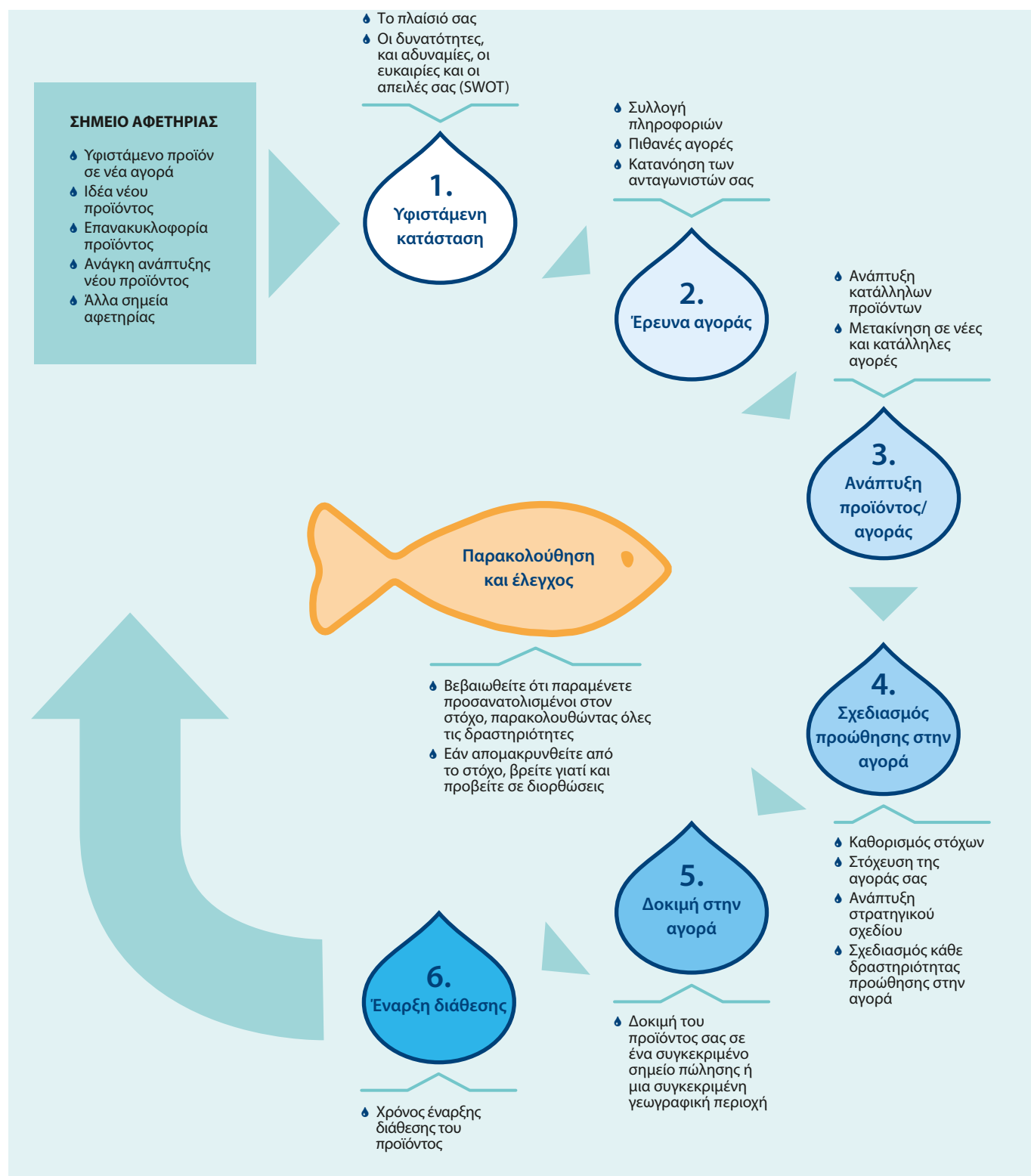
Πράγματι, είτε πρόκειται για την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος είτε για την προώθηση ενός υφιστάμενου προϊόντος σε μια νέα αγορά ή την επανακυκλοφορία ενός προϊόντος, θα πρέπει να ακολουθείται μια διαδικασία με συγκεκριμένα βήματα.



ΣΥΜΒΟΥΛΗ

Βεβαιωθείτε ότι η μοναδικότητα του προϊόντος της επιχείρησής προβάλλεται με σαφήνεια και προστατεύεται σε περίπτωση που ακολουθήσουν και άλλες επιχειρήσεις.

Εικόνα 5: Η αλληλουχία των βημάτων προώθησης στην αγορά



## Η αλληλουχία των βημάτων προώθησης στην αγορά: η περίπτωση του μείγματος παναρίσματος για ψάρι, της επιχείρησης «Jean sur Mer»

### 1. Υφιστάμενη κατάσταση

Η επιχείρηση «Jean sur Mer» είναι πρωτοπόρος στον κλάδο των φορτηγών-καντίνα, σερβίροντας εποχικά πιάτα ψαριού από ανεξάρτητα φορτηγά-καντίνα από το 2010. Ένα από τα πιο δημοφιλή πιάτα της επιχείρησης είναι το «Kibbeling», μπουκίτσες λευκού ψαριού παναρισμένες με τραγανή κρούστα.

### 2. Έρευνα αγοράς

Οι πελάτες συχνά ζητούσαν να αγοράσουν το προϊόν άψητο, για να το μαγειρέψουν οι ίδιοι στο σπίτι όποτε το επιθυμούσαν. Έτσι αναπτύχθηκε η ιδέα δημιουργίας ενός προϊόντος που θα μπορούσαν να ετοιμάσουν στο σπίτι οι καταναλωτές. Αναλύοντας την αγορά, η «Jean sur Mer» διαπίστωσε ότι το μείγμα παναρίσματος για το «Kibbeling» δεν υπήρχε ακόμη ως προϊόν στο Βέλγιο.

### 3. Ανάπτυξη προϊόντος

Αρχικά, η ιδέα ήταν να κυκλοφορήσει στην αγορά ένα πλήρες προϊόν για παρασκευή από τους καταναλωτές, που θα περιελάμβανε το φρέσκο ψάρι, το μείγμα παναρίσματος και τη σως ταρτάρ. Ωστόσο, οι ισχύοντες κανονισμοί για την ασφάλεια των τροφίμων δεν επέτρεπαν τον συνδυασμό ενός μεταποιημένου προϊόντος (της σως ταρτάρ) με το ωμό ψάρι και το μείγμα παναρίσματος σε μια συσκευασία. Έτσι, πάρθηκε η απόφαση να διατεθεί στην αγορά μόνο το μείγμα παναρίσματος. Αυτό θα σήμαινε και λιγότερο ρίσκο για την επιχείρηση Jean sur Mer, καθώς δεν θα συμπεριλαμβάνονταν κάποιο φρέσκο προϊόν.

Για την ανάπτυξη και την παρασκευή του προϊόντος, η «Jean sur Mer» ένωσε τις δυνάμεις της με την Evlier, έναν έμπειρο παραγωγό τροφίμων. Χρειάστηκε κάποιος χρόνος για να βρεθεί η ιδανική συνταγή (ένα ελαφρύ και τραγανό μείγμα παναρίσματος), αλλά το αποτέλεσμα ήταν εξαιρετικά επιτυχημένο.

### 4. Σχεδιασμός προώθησης στην αγορά

Καθορίστηκαν οι στόχοι και οι επιδιώξεις για τα προσεχή έτη, παράλληλα με τις άλλες δραστηριότητες των φορτηγών-καντίνα.

Το γεγονός ότι το μείγμα παναρίσματος έχει διάρκεια ζωής έως και 18 μήνες χρησιμοποιήθηκε ως επιχειρήμα για την πώληση του προϊόντος, καθώς συνεπάγονταν μειωμένο ρίσκο και για τα σημεία λιανικής πώλησης.

### 5. Δοκιμή στην αγορά

Για να δοκιμάσουν την αγορά, η «Jean sur Mer» και η «Evlier» ζήτησαν σχόλια από τους ίδιους τους πελάτες τους.

Το προϊόν δοκιμάστηκε και στα φορτηγά-καντίνα.

### 6. Κυκλοφορία στην αγορά

Τέλος, το προϊόν κυκλοφόρησε στην αγορά, αξιοποιώντας το υπάρχον εμπορικό σήμα των φορτηγών-καντίνα «Jean sur Mer» και τους υπάρχοντες διαύλους διανομής της Evlier. Καθώς η κυκλοφορία του προϊόντος συνέπεσε με την έναρξη της εαρινής περιόδου (Απρίλιος 2016), το προϊόν είχε ευρεία κάλυψη από διάφορα κανάλια ενημέρωσης (περιοδικά μαγειρικής, ιστολόγια τροφίμων...), με άρθρα που παρότρυναν το κοινό να δοκιμάσει κάτι καινούριο.

Στηριζόμενη στη δημοτικότητα του προϊόντος, η «Jean sur Mer» προχώρησε στη δημιουργία μιας επαγγελματικής σειράς του προϊόντος (συσκευασίες των 3 κιλών) για την τροφοδοσία εστιατορίων και μπαρ για εμπορική χρήση, ακολουθώντας παρόμοια αλληλουχία βημάτων προώθησης στην αγορά.

[www.jeansurmer.be](http://www.jeansurmer.be)

Οι προσδοκίες των πελατών συχνά θα σχετίζονται με τη σταθερότητα της προσφοράς, την ποιότητα και την τιμή. Ωστόσο, κατά την ανάλυση της ευκαιρίας που παρουσιάζει η αγορά, θα πρέπει να εξεταστεί και ο τρόπος παράδοσης του προϊόντος, καθώς και η προετοιμασία που θα απαιτείται για τη διάθεσή του στον πελάτη. Αυτό μπορεί να απαιτεί πρόσθετες δαπάνες ή επιπλέον προσπάθεια, αλλά μπορεί να είναι και μια ευκαιρία προσθήκης αξίας, εφόσον αυξάνεται η ευκολία, η γνώση, ο χρόνος ή η ικανοποίηση του πελάτη.

Για να γίνει κατανοητή η αξία ενός προϊόντος, είναι σημαντικό να εξεταστεί προσεκτικά εάν το αποτέλεσμα οποιασδήποτε νέας δραστηριότητας θα βελτιώσει την επιχείρηση μέσω της κλιμάκωσής της, του μετριασμού του κινδύνου και τελικά της αύξησης της απόδοσής της.

#### ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ

- ✓ Έχει διεξαχθεί πλήρως η έρευνα αγοράς, συμπεριλαμβανομένων των ανταγωνιστών;
- ✓ Πόσο θα πρέπει να προσαρμοστεί η επιχείρηση – δεξιότητες, γνώση, γλώσσα, προώθηση στην αγορά;
- ✓ Ποιες είναι οι προκλήσεις; Τροφοδοσία, διανομή, μεταποίηση, προώθηση στην αγορά;
- ✓ Πόση εμπειρία διαθέτει η επιχείρηση και τι υποστήριξη χρειάζεται;
- ✓ Ποιο θα είναι το τελικό αποτέλεσμα για την επιχείρηση – νέες αγορές, μεγαλύτερη απόδοση, διαφοροποίηση κινδύνου;
- ✓ Υπάρχει περιθώριο συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις;
- ✓ Υπάρχουν περαιτέρω ευκαιρίες που δεν έχει διερευνήσει η επιχείρηση;

## 4. Καινοτομία με τη βοήθεια της επιστήμης και της έρευνας

### 4.1. Πέντε λόγοι σύνδεσης των αλιευτικών επιχειρήσεων με την επιστήμη και την έρευνα

Οι επιχειρήσεις μικρής κλίμακας τείνουν να εστιάζουν στις κύριες δραστηριότητές τους και το φορτωμένο πρόγραμμά τους συχνά μπορεί να μην τους επιτρέπει να συνδεθούν με την υπόλοιπη αλυσίδα τροφοδοσίας ή με άλλους κλάδους. Είτε πρόκειται για έναν αλιέα είτε για ένα τοπικό ιχθυοπωλείο, μια μικρής κλίμακας εταιρεία μεταποίησης ή ένα κατάστημα fish & chips, η γενική τάση είναι μια επιχείρηση να παραμένει προσκολλημένη σε αυτό που ξέρει και κάνει καλύτερα. Ωστόσο, ξεφεύγοντας από τα καθιερωμένα πλαίσια των καθημερινών δραστηριοτήτων της και αξιοποιώντας αποτελεσματικά την επιστήμη και την έρευνα, μια επιχείρηση μπορεί να **καινοτομήσει** και να αποκτήσει **νέες πηγές εσόδων**. Μόλις γεννηθεί μια νέα ιδέα, μπορεί να απαιτείται έρευνα για τη **μετατροπή μιας ιδέας σε μια βιώσιμη επιχειρηματική δραστηριότητα** και η συνεργασία με επιστήμονες ή τεχνικούς εμπειρογνώμονες μπορεί να βοηθήσει.

**1** **Αποτελεσματικότητα**

Ευκαιρίες αναδύονται σε κάθε στάδιο της αλυσίδας αξίας, ξεκινώντας με τον υποκλάδο της αλίευσης, όπου η αλλαγή των μεθόδων εργασίας μπορεί να απαιτεί νέες δεξιότητες, νέο εξοπλισμό ή ακόμη και σκάφη, και ορισμένες φορές σημαντική επένδυση. Όμως, εξωτερικοί παράγοντες, όπως τα μεταβαλλόμενα πλαίσια πολιτικής, οι απαιτήσεις της αγοράς ή οι αυξανόμενες τιμές των καυσίμων, δυσκολεύουν την υιοθέτηση **νέων μεθόδων παραγωγής ή τεχνικών αλίευσης** από τους αλιείς ή τους υδατοκαλλιεργητές. Για να αναφέρουμε ενδεικτικά κάποια παραδείγματα, οι αλλαγές στα εργαλεία μπορούν να οδηγήσουν σε μείωση της κατανάλωσης καυσίμων ή/και βελτίωση της επιλεκτικότητας, μειώνοντας τα δευτερεύοντα αλιεύματα. Η καλύτερη κατανόηση των κύκλων αναπαραγωγής ενός συγκεκριμένου είδους μπορεί επίσης να οδηγήσει σε καλύτερη απόδοση στην υδατοκαλλιέργεια.

**2** **Βιωσιμότητα**

Μπορούν επίσης να ληφθούν μέτρα για τη **βελτίωση της διαχείρισης πόρων** και ως εκ τούτου και της βιωσιμότητας της αλιευτικής δραστηριότητας. Η συνεργασία μεταξύ αλιέων και επιστημόνων είναι απαραίτητη για τη συλλογή πληροφοριών

σε σχέση με τα ιχθυαποθέματα και την παρακολούθηση των επιπτώσεων της αλιείας και άλλων σχετικών δραστηριοτήτων ή παραγόντων. Η ανάπτυξη εργαλείων ιχθυλασιμότητας μπορεί επίσης να συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση των αποθεμάτων και την ασφαλή πιστοποίηση της βιωσιμότητας και της προέλευσης, η οποία μπορεί με τη σειρά της να βοηθήσει στο άνοιγμα νέων αγορών υψηλότερης αξίας.

**3** **Ποιότητα**

Μετά την αλίευση ή την αποκομιδή των ψαριών, μπορούν να αναληφθούν πολλές πρωτοβουλίες για τη **βελτιστοποίηση της διαλογής και της επεξεργασίας**. Για παράδειγμα, η κατάλληλη διαλογή και αποθήκευση επί του αλιευτικού σκάφους μπορεί να αυξήσει σημαντικά την ποιότητα ενός προϊόντος. Συχνά, η υψηλότερη ποιότητα συνεπάγεται και μεγαλύτερη διάρκεια ζωής, επιτρέποντας την πρόσβαση σε νέες (και πιο απομακρυσμένες) αγορές ή την επιπρόσθετη διαλογή στην ξηρά, ως εκ τούτου προσθέτοντας αξία σε μια αλιευτική περιοχή. Είτε επί του σκάφους είτε στην ξηρά, η βελτιστοποίηση της διαλογής και της επεξεργασίας, όπως ο εκσπλαχνισμός, η αφαίρεση του δέρματος, ο τεμαχισμός σε φιλέτα, η κατανομή σε μερίδες, το βράσιμο, η ψύξη, η κατάψυξη ή η συσκευασία (π.χ. σε τροποποιημένη ατμόσφαιρα), συχνά προϋποθέτει τεχνική υποστήριξη και έρευνα.

**4** **Νέα προϊόντα τροφίμων**

Κατά την ανάπτυξη **νέων προϊόντων τροφίμων**, η εξάρτηση από την έρευνα και την τεχνική υποστήριξη αποτελεί μια πραγματικότητα. Εάν μια επιχείρηση δεν διαθέτει το δικό της τμήμα έρευνας και ανάπτυξης, πρέπει να βασιστεί σε εξωτερική τεχνογνωσία και υποδομή για να εφαρμόσει τις ιδέες της στην πράξη. Για παράδειγμα, η εισαγωγή λιγότερο γνωστών ειδών στην αγορά προϋποθέτει τη διεξαγωγή όχι μόνο μιας μελέτης βιωσιμότητας, αλλά και μιας λεπτομερούς ανάλυσης χαρακτηριστικών όπως η σύσταση, η γεύση και η εμφάνιση του προϊόντος. Πιθανότατα, θα είναι αναγκαία η υποστήριξη από ένα εργαστήριο τροφίμων, για την επιλογή των σωστών μεθόδων συντήρησης και το σχεδιασμό της συσκευασίας που θα είναι κατάλληλη για τη συγκεκριμένη αγορά.





Τέλος, συστατικά όπως τα λιπαρά οξέα ωμέγα-3, το παλμιτελαϊκό οξύ και το κολλαγόνο μπορούν να εξαχθούν από τα υπολείμματα των ψαριών και να προωθηθούν στην **αναδυόμενη αγορά «μη εδωδιμων» προϊόντων** (π.χ. ζωοτροφές, φαρμακευτικά σκευάσματα, καλλυντικά κ.λπ.). Απαιτείται έρευνα προκειμένου να αναγνωριστούν και να αναλυθούν τέτοια συ-

στατικά, καθώς και να διαπιστωθεί κατά πόσο υφίστανται σε επαρκή ποσότητα για μια βιώσιμη επιχειρηματική δραστηριότητα. Ανατρέξτε στην **Καλή πρακτική FARNET** στην οποία η **ΟΤΔ Αλιείας Oeste** υποστήριξε το Πολυτεχνικό Ινστιτούτο της Λεϊρία, για την ανάπτυξη μιας μεθόδου εξαγωγής χιτίνης από το καβούρι pilado.

## Μπέργκερ ψαριού και άλλα νέα τρόφιμα από υποπροϊόντα

Αντί απλώς να πετούν τα αλιευτικά υποπροϊόντα, οι εμπορικές αλιευτικές επιχειρήσεις και η βιομηχανία μεταποίησης αλιευτικών προϊόντων αναζητούν τρόπους προσθήκης αξίας. Μια πολυεπιστημονική κοινοπραξία με έδρα το Βέλγιο εξέτασε τις δυνατότητες, τις ευκαιρίες και τους περιορισμούς. Διερευνήθηκαν επιλογές επεξεργασίας, μέσω της ανάλυσης των διαφόρων υποπροϊόντων, του εντοπισμού τυχόν πολύτιμων συστατικών, της ανάπτυξης και δοκιμής διαφορετικών εφαρμογών σε μικρή κλίμακα και της διεξαγωγής μιας κοινωνικοοικονομικής ανάλυσης. Επίσης, δόθηκαν συμβουλές για την προώθηση των αλιευτικών υποπροϊόντων στην αγορά.<sup>7</sup>

Μία από τις προτάσεις που προέκυψαν από αυτήν την έρευνα ήταν η ανάπτυξη άλλων προϊόντων τροφίμων, όπως οι «κροκέτες». Αυτή η ιδέα αποτελεί πλέον το αντικείμενο ενός νέου «εργαστηρίου δράσης», στο πλαίσιο ενός προγράμματος για την ανάπτυξη των δυνατοτήτων καινοτομίας της βιομηχανίας γεωργικών ειδών διατροφής, μέσω της υποστήριξης πρακτικών έργων που προτείνονται από τη συγκεκριμένη βιομηχανία.

Το εργαστήριο δράσης «Fish Labs» στοχεύει στη δημιουργία ενός μπέργκερ ψαριού από δευτερεύοντα αλιεύματα. Διάφοροι φορείς της αλυσίδας εφοδιασμού, όπως διοργανωτές πλειστηριασμών, χονδρέμποροι, σχολές εστίασης και ερευνητικά ιδρύματα, συνεργάζονται για τη διάθεση στην αγορά μπέργκερ ψαριού από καπόνι και μπακαλιάρο.



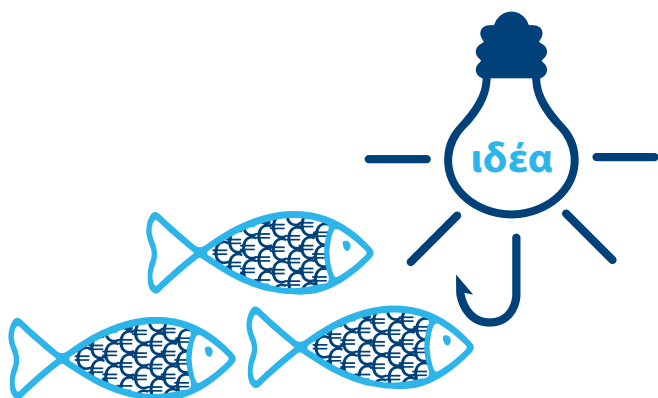
Μπέργκερ ψαριού από δευτερεύοντα αλιεύματα

[www.facebook.com/effkescompany](http://www.facebook.com/effkescompany)

7 (Πηγή: έργο VALOREVIS στις Κάτω Χώρες: [http://www.pomwvl.be/sites/default/files/uploads/ondernemerschap\\_en\\_bedrijfsinfrastructuur/doc/FvTVoeding/P\\_valorevis\\_6\\_vives.pdf](http://www.pomwvl.be/sites/default/files/uploads/ondernemerschap_en_bedrijfsinfrastructuur/doc/FvTVoeding/P_valorevis_6_vives.pdf))

## 4.2. Σύνδεση με την επιστήμη και την έρευνα

Μπορεί να απαιτείται κάποια προσπάθεια για την ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας με επιστήμονες και ερευνητές. Ωστόσο, οι ΟΤΔ Αλιείας πρέπει να ενεργούν προορατικά προς αυτήν την κατεύθυνση και, διερευνώντας τις πιθανότητες αξιοποίησης των προοπτικών που μπορεί να προσφέρει η επιστήμη, να συμβάλλουν στη δημιουργία ενός **πιο καινοτόμου και προοδευτικού αλιευτικού κλάδου**.



### 4.2.1. Πραγματοποίηση επαφών

Μια καλή αφετηρία είναι η καταγραφή των διαφόρων πανεπιστημίων, τεχνολογικών ιδρυμάτων και επιχειρηματικών σχολών της περιοχής, καθώς και των σχετικών καινοτόμων επιχειρήσεων. Πολλές περιοχές των ΟΤΔ Αλιείας διαθέτουν ινστιτούτο θαλάσσιων ερευνών ή κάποιον άλλο ερευνητικό φορέα, ο οποίος είναι σε θέση να υποστηρίξει την καινοτομία στον τοπικό αλιευτικό τομέα. Ορισμένες χώρες διαθέτουν ακόμη και ειδική πλατφόρμα για την προσέγγιση των αλιευτικών επιχειρήσεων με την επιστημονική και ερευνητική κοινότητα (π.χ. η εθνική τεχνολογική πλατφόρμα **ΡΤΕΡΑ** για τον κλάδο της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας στην Ισπανία). Οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να δρουν προληπτικά για τη συμμετοχή σε τέτοιες πλατφόρμες.

Όπως οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να χαρτογραφήσουν τις αλιευτικές αλυσίδες των περιοχών τους, μπορούν επίσης να χαρτογραφήσουν και τους διάφορους ερευνητικούς φορείς που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν την καινοτομία στον αλιευτικό τομέα. Τα παρακάτω βήματα αποτελούν πηγή έμπνευσης για την έναρξη ενός τέτοιου εγχειρήματος:

- ✓ Ξεκινήστε με το κοντινό δίκτυό σας και **μιλήστε με τους φορείς καινοτομίας εντός του δικτύου σας**, ώστε να μάθετε με ποιους έχουν συνεργαστεί στο παρελθόν.

- ✓ Χαρτογραφήστε τους υπόλοιπους ερευνητικούς φορείς στην περιοχή, καθώς και οποιαδήποτε **σχετική έρευνα** που έχει προγραμματιστεί, βρίσκεται σε εξέλιξη ή έχει ολοκληρωθεί (και ενδέχεται να είναι διαθέσιμη για εφαρμογή).
- ✓ Χαρτογραφήστε **τα έργα που βρίσκονται σε εξέλιξη** και δείτε εάν μπορείτε ακόμη να συνδεθείτε με αυτά.
- ✓ Εντοπίστε και **συναντήστε τους κατάλληλους ανθρώπους** στους κατάλληλους οργανισμούς στόχους. Μπορεί να χρειαστείτε διαφορετικές επαφές σε διαφορετικά τμήματα.
- ✓ Ρωτήστε τι είδους **εξοπλισμό διαθέτουν για τη δοκιμή** νέων ιδεών ή προϊόντων.
- ✓ Ελέγξτε τη **διαθεσιμότητα σπουδαστών** σε διάφορα επιστημονικά πεδία.
- ✓ Ενημερωθείτε για τα **υφιστάμενα προγράμματα χρηματοδότησης ερευνών**, ιδιαίτερα εκείνα στα οποία οι επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν ερευνητικές υπηρεσίες.
- ✓ Προσθέστε όλα τα **άτομα με τα οποία ήρθατε σε επαφή στη βάση δεδομένων σας**, συμπεριλαμβάνοντας και την ειδικότητά τους, και αξιοποιήστε τα σε δραστηριότητες της ΟΤΔ Αλιείας.

Μόλις ξεκαθαριστεί το τοπίο των ερευνητών και των επιστημόνων και πραγματοποιηθούν οι επαφές, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να αρχίσουν να διερευνούν πρακτικούς τρόπους συνεργασίας με το δίκτυο αυτό.

### 4.2.2. Συμμετοχή ερευνητικών ιδρυμάτων στις δραστηριότητες της ΟΤΔ Αλιείας.

Η συμμετοχή των ερευνητικών φορέων στην εταιρική σχέση της ΟΤΔ Αλιείας και στην ανάπτυξη της στρατηγικής της μπορεί να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος διαμόρφωσης ενός πιο καινοτόμου σχεδίου για έναν ανταγωνιστικό και προοδευτικό κλάδο. Αυτή η συνεργασία μπορεί να είναι επωφελής και για τους εταίρους και για την τοπική κοινότητα. Οι ερευνητικοί φορείς μπορούν να συμβάλλουν με την εμπειρία, τις δεξιότητες και τις ιδέες τους σε σχέση με τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που εμφανίζονται για τις τοπικές αλιευτικές αλυσίδες εφοδιασμού και οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να προσφέρουν χρηματοδότηση για συγκεκριμένα ερευνητικά έργα, καθώς και να διασφαλίσουν ότι **η έρευνα θα είναι επωφελής για την κοινότητα**.

Πέρα από την αρχική προσπάθεια στη φάση της εταιρικής σχέσης και της ανάπτυξης της στρατηγικής για τη σύνδεση με ερευνητικούς φορείς, θα πρέπει, όπου είναι δυνατό, να επιδιώκεται η **διαρκής συμμετοχή**. Για το σκοπό αυτό, οι ΟΤΔ

Αλιείας πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι κατάλληλοι άνθρωποι λαμβάνουν το **ενημερωτικό δελτίο της ΟΤΔ Αλιείας** και πρέπει να ζητούν να τους αποστέλλονται τα ενημερωτικά δελτία οποιωνδήποτε πιθανών ερευνητικών εταιρών. Επίσης, μπορούν να προσκαλέσουν ερευνητικούς φορείς σε **εκδηλώσεις της ΟΤΔ Αλιείας**, ώστε να διασφαλίσουν ότι ενημερώνονται για τις στρατηγικές προτεραιότητες και **να ανταλλάσσουν πληροφορίες** για σχετικές ερευνητικές δυνατότητες.

Συχνά, τα ερευνητικά ιδρύματα εφαρμόζουν εσωτερικές διαδικασίες για τη δημοσιοποίηση εξελισσόμενων θεμάτων από διάφορα επιστημονικά πεδία και **οι διατμηματικές συ-**

**ναντήσεις**, για παράδειγμα, θα μπορούσαν να είναι μια καλή πλατφόρμα παρουσίασης των δραστηριοτήτων της ΟΤΔ Αλιείας (ανατρέξτε στο παρακάτω πλαίσιο για την Πλατφόρμα Θαλάσσιας Τεχνολογίας). Και πάλι, η συμμετοχή στους διαύλους επικοινωνίας των **υφιστάμενων δικτύων**, όπως το Interreg, το «Horizon 2020» ή τα εθνικά προγράμματα που υποστηρίζουν την επιστημονική έρευνα, μπορούν να συμβάλουν στη σύνδεση της ΟΤΔ Αλιείας με διάφορους συναφείς φορείς, με σχετικά λίγη προσπάθεια.

## Η Πλατφόρμα Θαλάσσιας Τεχνολογίας

Η Πλατφόρμα Θαλάσσιας Τεχνολογίας δημιουργήθηκε από το Πανεπιστήμιο του Αβέιρο, στην Πορτογαλία, και συγκεντρώνει εκπροσώπους από τα επιστημονικά πεδία της Βιολογίας, του Σχεδιασμού και της Γεωλογίας. Η πλατφόρμα πραγματοποιεί συναντήσεις κάθε δύο εβδομάδες και καλούνται εκπρόσωποι από άλλα τμήματα, όποτε οι συζητήσεις αφορούν άλλα πεδία ενδιαφέροντος. Η αποστολή της πλατφόρμας είναι ο εντοπισμός ερευνητών με δεξιότητες που καλύπτουν με τον καλύτερο τρόπο τις επιστημονικές ανάγκες των υπό εξέταση έργων. Τα εν λόγω έργα μπορεί να είναι έργα που προτείνονται εσωτερικά από το πανεπιστήμιο, καθώς και έργα που προτείνονται από εξωτερικούς εταίρους, όπως μικρομεσαίες επιχειρήσεις ή ενώσεις.

Η πλατφόρμα υποστηρίζει ιδέες από το αρχικό στάδιο της αναζήτησης ιδεών έως την υποβολή προτάσεων έργου σε φορείς χρηματοδότησης. Με αυτόν τον τρόπο, βοηθά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τις ενώσεις με γραφειοκρατικές διαδικασίες που θα μπορούσαν σε διαφορετική περίπτωση να αποτελέσουν εμπόδιο, και ως εκ τούτου αποτελεί ιδανικό εταίρο για μια ΟΤΔ Αλιείας.

[www.cesam.ua.pt](http://www.cesam.ua.pt)

## 4.3. Ενεργοποίηση επιστημονικών φορέων και επιχειρήσεων στην πράξη

Οι αλιείς και άλλοι επιχειρηματίες συχνά δεν είναι πρόθυμοι να συνεργαστούν με επιστήμονες ή δεν διαθέτουν τον χρόνο ή τις απαραίτητες επαφές για κάτι τέτοιο. Ωστόσο, οι επιστήμονες μπορούν να υποστηρίξουν πρωτοποριακές ιδέες, μέσω της στενής συνεργασίας με τον πρωτεργάτη, παρέχοντας καθοδήγηση, μετέπειτα παρακολούθηση, δυνατότητες δοκιμής και ορισμένες φορές εξοπλισμό.

### 4.3.1. Δραστηριότητες σύναψης επαφών

Μόλις οι ΟΤΔ Αλιείας δημιουργήσουν επαφές με τοπικά ερευνητικά ιδρύματα, μπορούν να εστιάσουν στη διοργάνωση **δραστηριοτήτων σύναψης επαφών μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων και συναφών ερευνητικών εταιρών**. Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να αναλάβουν μια σειρά δραστηριοτήτων, όπως:

- ✓ μικρές **ομάδες εστίασης** σε συγκεκριμένα θέματα
- ✓ **εκδηλώσεις** πιο ενημερωτικού χαρακτήρα, **με δραστηριότητες δικτύωσης**
- ✓ **διμερείς συναντήσεις**, ιδιαίτερα στις αρχικές φάσεις όπου ένας υποψήφιος φορέας προώθησης έργου προτιμά να διατηρήσει τις ιδέες του εμπιστευτικές.

Ανεξαρτήτως του τρόπου παραγωγής των ιδεών, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν επίσης να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο διασφαλίζοντας ότι οι ιδέες θα καταλήξουν σε μια πρόταση έργου και, μόλις αποφασίσουν να συνεργαστούν οι υποψήφιοι εταίροι, είναι εξαιρετικά σημαντικό να διασφαλιστεί ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι **έχουν κατανοήσει σαφώς τους στόχους**. Ανεξαρτήτως εάν η ιδέα προέρχεται από έναν αλιέα, έναν παραγωγό ή κάποια

άλλη τοπική επιχείρηση, η ΟΤΔ Αλιείας πρέπει να επιχειρήσει να **εμπλέξει τους κατάλληλους ανθρώπους** από την αρχή, επιλέγοντας εκείνους που διαθέτουν την κατάλληλη εξειδίκευση, τον απαραίτητο εξοπλισμό δοκιμής ή τα αναγκαία κεφάλαια.

#### 4.3.2. Επικοινωνία

Η **ανοιχτή και διαρκής** επικοινωνία σε ολόκληρο τον κύκλο ζωής του έργου είναι εξαιρετικά σημαντική, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι όλοι οι εταίροι κατανοούν τις εξελίξεις, ακόμη και εκείνες που καταλήγουν σε αρνητικό αποτέλεσμα. Αυτό είναι απαραίτητο, ώστε να **διασφαλίζεται ότι οι προσδοκίες παραμένουν ρεαλιστικές**, αλλά επίσης να μπορούν να ληφθούν αποφάσεις προσαρμογής, εφόσον απαιτείται.

Η ανάπτυξη μιας ενεργούς κοινότητας γύρω από ένα ερευνητικό έργο είναι σημαντική, καθώς μπορεί να συμβάλλει στην οικειοποίηση των στόχων και να διασφαλίσει ότι η έρευνα

ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στις ανάγκες του τομέα, και ως εκ τούτου μεγιστοποιεί την προοπτική εφαρμογής των αποτελεσμάτων της στην αγορά.

Άλλη μια κύρια δραστηριότητα των ΟΤΔ Αλιείας είναι να διασφαλίσουν ότι η επιτυχημένη έρευνα λαμβάνει την **προβολή** που χρειάζεται (σε τοπικές εκδηλώσεις, στο ενημερωτικό δελτίο της ΟΤΔ Αλιείας ή στον τοπικό τύπο), προκειμένου να **δοθεί ώθηση στην εφαρμογή των αποτελεσμάτων της έρευνας στην αγορά** και να **ενθαρρύνει την καινοτομία και από άλλους φορείς**.



Διαχειριστείτε τις προσδοκίες και διασφαλίστε ότι το ρίσκο και η αποτυχία αντιμετωπίζονται με εποικοδομητικό τρόπο

### Από την επιστήμη στις νέες ευκαιρίες παραγωγής και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

Κατόπιν πρωτοβουλίας του Οργανισμού Αλιέων του San José de Cangas, ζητήθηκε από το ισπανικό Ινστιτούτο Ωκεανογραφίας και το Πανεπιστήμιο του Βίγκο να διερευνήσουν τη δυνατότητα καλλιέργειας χτενιών. Έπρεπε να απαντηθούν συγκεκριμένα ερωτήματα, όπως:

- ✓ Πώς είναι ο κύκλος αναπαραγωγής;
- ✓ Ποιες τεχνικές υπάρχουν για την καλλιέργεια αυτού του είδους;
- ✓ Τι συνθήκες απαιτούνται για τη διασφάλιση της παραγωγής (της επιβίωσης και της ανάπτυξης);
- ✓ Πώς θα πρέπει να γίνεται η διαλογή των χτενιών κατά την ανάπτυξη και όταν είναι έτοιμα για αποκομιδή;

Αυτή η συνεργασία, και η σταδιακή συμμετοχική διαδικασία που ακολούθησε, οδήγησαν στην ανάπτυξη μιας μεθόδου για την επιτυχή καλλιέργεια χτενιών από τους τοπικούς αλιείς. Το έργο αφορούσε και τη διερεύνηση νέων τρόπων επεξεργασίας και προώθησης των χτενιών στην αγορά, συμπεριλαμβανομένης της λεπτομερούς έρευνας αγοράς. Αυτό οδήγησε στην εισαγωγή των χτενιών στην αγορά, τόσο με τη μορφή του νωπού προϊόντος όσο και με τη μορφή του καθαρισμένου προϊόντος σε συσκευασία κενού αέρος, για μεγαλύτερη αξία.

**Καλή πρακτική FARNET**



Η σύνδεση με την επιστήμη κατέστησε δυνατή την καλλιέργεια χτενιών

### 4.3.3. Βιωσιμότητα έναντι ανάληψης ρίσκου

Η ενσωμάτωση ενός πρώτου **ελέγχου βιωσιμότητας** κατά την ανάπτυξη μιας πρότασης έργου είναι ζωτικής σημασίας. Μια αρχική ιδέα δεν είναι πάντοτε βιώσιμη. Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να υποστηρίξουν τη διαδικασία αυτή, εξετάζοντας εάν έχουν ληφθεί υπόψη όλα τα απαραίτητα βήματα και οι αναγκαίες δαπάνες: ανατρέξτε στο **Κεφάλαιο 2**, για μια επισκόπηση των κύριων ερωτημάτων σε σχέση με την ιδέα του έργου, την αγορά και το οικονομικό πλάνο, και στο **Κεφάλαιο 3**, για την εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά.

Παρόλα αυτά, είναι εξίσου σημαντικό **να αποδέχεται κανείς την αποτυχία**. Όπως αναφέρει ο Elon Musk (Έλον Μουσκ), Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Tesla Motors (Τέσλα Μότορς): «*Η αποτυχία αποτελεί επιλογή. Εάν δεν αποτύχεις, μάλλον δεν καινοτομείς αρκετά.*» Το κλειδί είναι τα διδάγματα που αντλούνται. Εξετάζοντας τους λόγους της αποτυχίας, μπορεί να δοθεί σημαντική ώθηση για τη μελλοντική επιτυχία. Αυτό αποτελεί πρόκληση για τις ΟΤΔ Αλιείας που διαχειρίζονται δημόσια κονδύλια, αλλά είναι εξαιρετικά σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη, εάν οι ΟΤΔ Αλιείας σκοπεύουν πραγματικά να ενισχύσουν την καινοτομία στις αλυσίδες εφοδιασμού του τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας.

### 4.3.4. Συμμετοχή της κοινωνίας των πολιτών: ανοικτή καινοτομία

Άλλο ένα βήμα στο οποίο μπορούν να προβούν οι ΟΤΔ Αλιείας για να τονώσουν την παραγωγή και την υλοποίηση νέων ιδεών είναι η σύνδεση με πρωτοβουλίες ανοικτής καινοτομίας. Η ανοικτή καινοτομία βασίζεται σε διάφορες προσεγγίσεις, όπως η **συνδημιουργία, η ανοικτή πηγή γνώσης** και οι **διαδικασίες συμμετοχικής χρηματοδότησης**.

Αξιοποιώντας αυτές τις ανοιχτές και συμμετοχικές διαδικασίες, η βιομηχανία μπορεί να κινητοποιήσει ειδικευμένους και ενθουσιώδεις πολίτες, φοιτητές και φορείς ανάπτυξης κατά τη στήριξη έργων. Η συμμετοχή σε περιβάλλοντα ανοικτής καινοτομίας μπορεί να επιτρέψει την ανάπτυξη τεχνολογιών, υπηρεσιών και εφαρμογών από τη βάση προς την κορυφή, οι οποίες θα ικανοποιούν τις πραγματικές ανάγκες των καταναλωτών<sup>8</sup>.

Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να συνδέσουν υποψήφιους φορείς του έργου με την κοινότητα ανοικτής καινοτομίας των περιοχών τους. Συνήθως, οι εν λόγω κοινότητες μπορούν να βρεθούν εύκολα στο διαδίκτυο και συμπεριλαμβάνουν τα εξής:

- ✓ FABLABs
- ✓ Hackerspaces
- ✓ Makerspaces
- ✓ Χώρους συνεργασίας
- ✓ Ζωντανά εργαστήρια
- ✓ Πόλους δημιουργικότητας κ.λπ.

## Συμμετοχική χρηματοδότηση στο λιμάνι Άνναν (Annan)

Η Ομάδα Δράσης του Λιμανιού Άνναν (Annan) στη Σκωτία χρησιμοποίησε επιτυχώς τη «συμμετοχική χρηματοδότηση» προκειμένου να συγκεντρώσει αντίστοιχα κεφάλαια ζωτικής σημασίας από τον ιδιωτικό τομέα για ένα έργο αποκατάστασης με την υποστήριξη της. Η ΟΤΔ Αλιείας χρησιμοποίησε τη διαδικτυακή συμμετοχική χρηματοδότηση ως έναν καινοτόμο τρόπο συγκέντρωσης χρημάτων από μεγάλο εύρος ιδιωτών, το αποκαλούμενο «κοινό». Το σύστημα λειτουργεί ζητώντας μικρές δωρεές σε αντάλλαγμα με «ανταμοιβές». Αυτή η προσέγγιση βοήθησε επίσης να αναδειχθεί η ευρεία υποστήριξη της κοινότητας για το έργο και ενθάρρυνε τη ΟΤΔ Αλιείας να σκεφτεί δημιουργικά για τον τρόπο ενημέρωσης και κινητοποίησης της τοπικής κοινότητας.

**Καλή πρακτική FAPNET**

### 4.3.5. Χρηματοδότηση έρευνας που σχετίζεται με την αλιεία

Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορεί να επιλέξουν να διαθέσουν ένα τμήμα του **προϋπολογισμού τους για τη στρατηγική τοπικής ανάπτυξης** στη χρηματοδότηση ορισμένων ερευνητικών έργων ή επιστημονικών δοκιμών. Είναι πολλά τα παραδείγματα των ΟΤΔ Αλιείας που ακολούθησαν την προσέγγιση αυτή, με στόχο, μεταξύ άλλων, την ανάπτυξη και δοκιμή νέου αλιευτικού εξοπλισμού ή την ανάπτυξη και δοκιμή νέων αλιευτικών προϊόντων. Ωστόσο, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν επίσης να βοηθήσουν τους φορείς του έργου να αποκτήσουν πρόσβαση και σε **άλλα σχετικά κονδύλια**.

- ✓ Σε επίπεδο ΕΕ, οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να ενημερώνονται συνεχώς για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης από άλλα σκέλη του ΕΤΘΑ, καθώς και από άλλα προγράμματα όπως το **LIFE** και το **Horizon 2020** μέσω του **EASME**, του Εκτελεστικού Οργανισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (**για περισσότερες λεπτομέρειες, ανατρέξτε στην ενότητα 2.2.5**).
- ✓ Σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν επίσης να ενεργούν προορατικά στη διερεύνηση ευκαιριών χρηματοδότησης, καθώς και στη συνεργασία με ακαδημαϊκά ιδρύματα στις περιοχές τους, ώστε να **διατηρούν τον τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας στην ερευνητική ατζέντα** και να διασφαλίζουν ότι δίδεται προτεραιότητα στις ανάγκες τους.



*Η επιστήμη και η έρευνα μπορούν να βοηθήσουν στη μετατροπή των ιδεών σε επικερδείς επιχειρήσεις*

Η τακτική επικοινωνία με τους σχετικούς ερευνητικούς φορείς μπορεί επίσης να βοηθήσει τις ΟΤΔ Αλιείας να διασφαλίσουν ότι είναι ενήμερες για τα **νέα αποτελέσματα των ερευνών**, τα οποία μπορούν κατόπιν να αξιοποιηθούν για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που έχουν εντοπιστεί. Μια τέτοια περίπτωση ήταν το έργο που παρουσιάζεται παρακάτω.

### Εφαρμογή στην αγορά των αποτελεσμάτων έρευνας που χρηματοδοτήθηκε από τον Άξονα 3 του ΕΤΑ

Κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο, η **βελγική ΟΤΔ Αλιείας** υποστήριξε ένα έργο συνεργασίας μεταξύ της Φλαμανδικής Ένωσης Αλιέων (VVV) και μιας τοπικής μικρομεσαίας επιχείρησης, της BVBA, για την ανάπτυξη ενός βελτιωμένου συστήματος βρασμού και ψύξης των καφέ γαριδών.

Το νέο σύστημα βασίστηκε σε έρευνα που διεξήχθη από το Φλαμανδικό Ινστιτούτο Ερευνών για τη Γεωργία και την Αλιεία (ILVO) και χρηματοδοτήθηκε στο πλαίσιο του Άξονα 3 του ΕΤΑ.

Αξιοποιώντας τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας, τα οποία τέθηκαν στη δημοσιότητα, δημιουργήθηκε ένας χερσαίος πιλοτικός σταθμός με επιδότηση από την ΟΤΔ Αλιείας, για τη βελτιστοποίηση του ελέγχου της θερμοκρασίας, της διάρκειας και της αλατότητας της διαδικασίας μαγειρέματος και την εξάλειψη τυχόν βακτηριακής μόλυνσης. Αυτή η νέα διεργασία είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της διάρκειας ζωής των νωπών τοπικών γαριδών, χωρίς τη χρήση συντηρητικών, καθιστώντας το προϊόν πιο ανταγωνιστικό στην αγορά.

**Καλή πρακτική FARNET**

Η σύνδεση με τους επιστημονικούς και ερευνητικούς φορείς των περιοχών τους αποτελεί σημαντική πρόκληση για τις ΟΤΔ Αλιείας, αλλά είναι θεμελιώδης. Αξιοποιώντας τη μοναδική τους θέση για την προσέγγιση διαφορετικών φορέων με στόχο

την αντιμετώπιση τοπικών και τομεακών προκλήσεων, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να συμβάλλουν στην παραγωγή και δοκιμή νέων ιδεών, οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν με τη σειρά τους σε έναν πιο βιώσιμο, καινοτόμο και επικερδή τομέα.

### ΒΉΜΑΤΑ ΔΡΑΣΗΣ

- ✓ Προβείτε σε μια εμπειριστατωμένη επισκόπηση των επιστημονικών και ερευνητικών πόρων στην περιοχή της ΟΤΔ Αλιείας
- ✓ Κινητοποιήστε την ερευνητική κοινότητα για την ανάπτυξη της στρατηγικής της ΟΤΔ Αλιείας και συνδέστε την με την εταιρική σχέση
- ✓ Διοργανώστε δραστηριότητες για τη σύνδεση των αλιευτικών επιχειρήσεων με τους κατάλληλους ανθρώπους
- ✓ Προσφέρετε την απαραίτητη υποστήριξη, συμπεριλαμβανομένων των ελέγχων βιωσιμότητας
- ✓ Ενθαρρύνετε τη διαρκή επικοινωνία, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι η έρευνα γίνεται κατανοητή και αντιληπτή ως σημαντική από την τοπική κοινότητα
- ✓ Διασφαλίστε ότι η έρευνα προσανατολίζεται στις ανάγκες της αγοράς και ότι καταλήγει σε συμπεράσματα που μπορούν να εφαρμοστούν στην αγορά.

## 5. Δημιουργία στρατηγικών εταιρικών σχέσεων

### 5.1. Γιατί να επιδιώξετε τη συνεργασία;

Η έντονη ζήτηση για ψάρια και θαλασσινά αποτελεί σημαντική ευκαιρία για τους τοπικούς παραγωγούς. Ωστόσο, αυτή η **αγορά γίνεται ολοένα και πιο σύνθετη**, καθώς οι καταναλωτές αποκτούν όλο και πιο εκλεπτυσμένα κριτήρια, επιθυμώντας τρόφιμα που είναι υγιεινά, υψηλής ποιότητας, κατά προτίμηση βιώσιμα (τόσο από κοινωνικής όσο και από περιβαλλοντικής άποψης), παραμένοντας όμως οικονομικά<sup>9</sup>. Η ικανοποίηση τέτοιων απαιτήσεων μπορεί μερικές φορές να μοιάζει αδύνατη για τους τοπικούς παραγωγούς.

Στην προσπάθειά τους να βελτιώσουν τη θέση τους στην αλυσίδα εφοδιασμού, οι τοπικοί παραγωγοί αναπόφευκτα αντιμετωπίζουν περιορισμούς που μπορούν να μειώσουν την ικανότητά τους να αποκτήσουν μεγαλύτερο μερίδιο της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων τους. Η πρόσβαση σε νέες αγορές, η ανάπτυξη νέων προϊόντων, η διερεύνηση νέων ευκαιριών προώθησης στην αγορά και η **ανάπτυξη δεσμών** με επιστημονικά και ερευνητικά ιδρύματα είναι πρωτοβουλίες που αξίζουν τον κόπο, αλλά μπορεί επίσης να προϋποθέτουν σημαντική επένδυση σε χρόνο και χρήματα. Αυτό συχνά υπερβαίνει τα διαθέσιμα μέσα των τοπικών παραγωγών, οι οποίοι συνήθως λειτουργούν με περιορισμένους ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους.

Ένας τρόπος **ελαχιστοποίησης της απαιτούμενης επένδυσης**, και ως εκ τούτου και του σχετικού ρίσκου, είναι η ανάπτυξη εταιρικών σχέσεων με άλλους φορείς. Μέσω της συνεργασίας, οι εταίροι όχι μόνο μοιράζονται τις απαιτούμενες δαπάνες (σε χρόνο και χρήμα), αλλά μπορούν να **αξιοποιήσουν από κοινού τη γνώση και την εξειδίκευσή τους**. Πράγματι, η καμπύλη μάθησης που συσχετίζεται με την έναρξη νέων επιχειρημάτων συχνά υποτιμάται και η ανάπτυξη της κατάλληλης εταιρικής σχέσης μπορεί να βοηθήσει στην **αποφυγή δαπανηρών λαθών**.

Υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας εταιρικών σχέσεων διαφόρων ειδών, ανάλογα με τους στόχους και τις επιδιώξεις του έργου. Εδώ, γίνεται διάκριση μεταξύ τριών διαφορετικών ειδών:

1. Εταιρικές σχέσεις μεταξύ παραγωγών του πρωτογενούς τομέα
2. Εταιρικές σχέσεις παραγωγών με άλλους φορείς της αλιευτικής αλυσίδας εφοδιασμού
3. Εταιρικές σχέσεις με φορείς άλλων τομέων.

### 5.2. Συνεργασία μεταξύ παραγωγών

Η συνεργασία μεταξύ παραγωγών μπορεί να επιτευχθεί με διάφορους τρόπους. Συχνά ξεκινά σε ανεπίσημη βάση μεταξύ μεμονωμένων παραγωγών που αποφασίζουν να **αξιοποιήσουν από κοινού ορισμένους πόρους** (μηχανήματα πάγου, περονοφόρα...). Αυτή η κοινή χρήση εγκαταστάσεων ή εξοπλισμού θα απαιτήσει εντέλει κάποιο βαθμό οργάνωσης. Πώς πληρώνονται οι δαπάνες συντήρησης; Ποιος μπορεί να χρησιμοποιεί τι και πότε; Αυτού του είδους τα ερωτήματα συνήθως αντιμετωπίζονται καλύτερα με οργανωμένο τρόπο, ώστε να αποφεύγονται οι διαμάχες.

Άλλα πιο σύνθετα έργα, όπως οι πλατφόρμες **κοινής προώθησης στην αγορά** ή τα **συλλογικά εμπορικά σήματα**, όπου οι παραγωγοί αξιοποιούν από κοινού τους πόρους τους για την προώθηση των προϊόντων τους στην αγορά, απαιτούν μεγαλύτερο βαθμό επισημοποίησης.

Στην πράξη, αυτές οι συμφωνίες συνεργασίας ή εταιρικών σχέσεων μπορούν να επισημοποιηθούν μέσω συμβάσεων μεταξύ ατόμων ή εταιρειών, αλλά συχνά η σύσταση μιας κοινής διοικητικής δομής μπορεί να συμβάλει στη διαδικασία.

9 Βλέπε Έκθεση EUMOFA: EU Consumer Habits Regarding Fishery and Aquaculture Products (Οι συνήθειες των ευρωπαϊών καταναλωτών σε ό, τι αφορά τα προϊόντα του τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας)



### 5.2.1. Συνεταιρισμοί

Μία από τις πιο γνωστές μορφές οργάνωσης των παραγωγών του πρωτογενούς τομέα είναι ο συνεταιρισμός. Ως συνεταιρισμός ορίζεται «μια αυτόνομη ένωση προσώπων που ενώνουν τις δυνάμεις τους για την εκπλήρωση **κοινών οικονομικών, κοινωνικών και πολιτισμικών σκοπών**»<sup>10</sup>. Οι συνεταιρισμοί έχουν το πλεονέκτημα ότι αναγνωρίζονται ως νομική μορφή οργάνωσης, αλλά αυτό συνεπάγεται και ορισμένες αρμοδιότητες και υποχρεώσεις. Τα περισσότερα κράτη μέλη διαθέτουν το δικό τους νομικό ορισμό του συνεταιρισμού, αλλά σε ό, τι αφορά τη λειτουργία τους παρατηρούνται ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά. Γενικά, οι συνεταιρισμοί θα πρέπει:

- ✓ Να έχουν ανοιχτή και εθελοντική συμμετοχή
- ✓ Να έχουν δημοκρατική δομή, όπου το κάθε μέλος θα διαθέτει μια ψήφο
- ✓ Να χαρακτηρίζονται από ισονομία και δικαιοσύνη, προτείνοντας τη δίκαιη κατανομή των οικονομικών αποτελεσμάτων με βάση τον όγκο των εργασιών που πραγματοποιήθηκαν μέσω του συνεταιρισμού<sup>11</sup>.



Μέσω της συνεργασίας, οι αλιείς μπορούν να αξιοποιήσουν μεγαλύτερο τμήμα της αξίας των προϊόντων τους

### Ένας συνεταιρισμός για τη διασφάλιση των αλιευτικών ποσοστώσεων για την τοπική κοινότητα

Στο Thorupstrand, ένα χωριό στη βορειοδυτική Δανία, οι τοπικοί αλιείς αποφάσισαν να ιδρύσουν τη «Συντεχνία Παράκτιων Αλιέων του Thorupstrand», ένα συνεταιρισμό με στόχο τη διασφάλιση των αλιευτικών ποσοστώσεων για την τοπική κοινότητα. Οι αλιείς συγκεντρώνουν τις ποσοστώσεις τους όλοι μαζί στο συνεταιρισμό, ο οποίος έπειτα τις εκμισθώνει ξανά στα μέλη. Τα έσοδα που παράγονται από τον συνεταιρισμό διατίθενται για την εξόφληση δανείων που χρησιμοποιούνται για την αγορά επιπρόσθετων αλιευτικών ποσοστώσεων για τα μέλη του. Κάθε μέλος του συνεταιρισμού έχει μια ψήφο, ανεξαρτήτως του μεριδίου που μισθώνει από την κοινή ποσόστωση. Αυτό βοήθησε το Thorupstrand να διατηρήσει τα αλιευτικά δικαιώματα εντός της κοινότητας και επομένως να διασφαλίσει το μέλλον της τοπικής του αλιείας<sup>12</sup>.



Στο Thorupstrand, οι αλιείς ίδρυσαν ένα συνεταιρισμό για τη διασφάλιση των αλιευτικών ποσοστώσεων

Επίσης, ο συνεταιρισμός συνέβαλε στη διατήρηση μεγαλύτερου μεριδίου της προστιθέμενης αξίας σε τοπικό επίπεδο, επενδύοντας σε εγκαταστάσεις μεταποίησης και συλλογικές δραστηριότητες προώθησης στην αγορά. Έλαβε υποστήριξη από τον Άξονα 4 του ΕΤΑ, για τη μετατροπή ενός παροπλισμένου αλιευτικού σκάφους σε πλωτό ιχθυοπωλείο, το οποίο είναι αγκυροβολημένο στο κέντρο της Κοπεγχάγης, παρέχοντας πρόσβαση σε αυτήν την εύπορη αστική αγορά.

#### Καλή πρακτική FARNET

<sup>10</sup> [https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/cooperatives\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/cooperatives_en)

<sup>11</sup> ό.π.

<sup>12</sup> Højrup T., 2011, [The need for common goods for coastal communities](#) (η ανάγκη για κοινά αγαθά για παράκτιες κοινότητες), Πανεπιστήμιο της Κοπεγχάγης.

### 5.2.2. Κοινές πλατφόρμες και προγράμματα προώθησης

Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να επιτελέσουν ουσιαστικό ρόλο στην ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ παραγωγών, ακόμη και χωρίς επίσημη δομή όπως αυτή του συνεταιρισμού.



Αυτό συνέβη στη Γαλικία, όπου η ΟΤΔ Αλιείας **Ria de Pontevedra ΟΤΔ Αλιείας** ξεκίνησε μια συνεργασία μεταξύ των επτά τοπικών *cofradías* και κατόπιν έλαβε εντολή από αυτές τις αλιευτικές

ενώσεις να ηγηθεί της **ανάπτυξης ενός κοινού διαδικτυακού πλειστηριασμού** για την προώθηση και την πώληση τοπικών θαλασινών από τον αλιευτικό στόλο μικρής κλίμακας. Μόλις αναπτύχθηκε, η πλατφόρμα παραδόθηκε στις *cofradías*, οι οποίες είναι πλέον υπεύθυνες για τη λειτουργία της. Οι αλιείς αποστέλλουν πληροφορίες για την καθημερινή ψαριά τους μέσω των κινητών τους τηλεφώνων και οι υποψήφιοι πελάτες μπορούν να κάνουν παραγγελίες για να αγοράσουν τα ψάρια απευθείας από τον τοπικό πλειστηριασμό<sup>13</sup>. Επίσης, αναπτύχθηκε το εμπορικό σήμα «*rescadoartesanal*», το οποίο χρησιμοποιείται πλέον από δέκα τοπικά εστιατόρια και 20 ιχθυοπωλεία, για την προώθηση πιστοποιημένων φρέσκων ψαριών από τον τοπικό πλειστηριασμό.

Η κοινοτικά υποστηριζόμενη αλιεία (CSF) ή **τα προγράμματα προώθησης τελάρων με ψάρια** είναι άλλα παραδείγματα συνεργασίας μεταξύ παραγωγών, και στοχεύουν στη δημιουργία ενός ειδικού δεσμού μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών, μέσω του οποίου οι καταναλωτές δεσμεύονται να αγοράζουν μια σταθερή ποσότητα αλιευμάτων, σε τακτική βάση και σε προκαθορισμένη τιμή. Για να το επιτύχουν αυτό, οι παραγωγοί πρέπει να συνεργαστούν προκειμένου να εγγραφθούν την προσφορά και να διασφαλίσουν την παράδοση φρέσκων ψαριών τοπικής αλιεύσεως σε συγκεκριμένα σημεία. Στο πλαίσιο τέτοιων προγραμμάτων υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη εταιρικών σχέσεων, τα οποία έχουν περιγραφεί στον Οδηγό FARNET **Marketing the Local Catch** (Προώθηση των τοπικών αλιευμάτων στην αγορά).

### 5.2.3. Οργανώσεις παραγωγών

Ένα κοινό μέσο συνεργασίας στον αλιευτικό τομέα της ΕΕ είναι οι Οργανώσεις Παραγωγών. Πρόκειται για ομαδοποιήσεις παραγωγών που **οργανώνουν συλλογικά τις δραστηριότητες παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους στην αγορά**. Για να αναγνωρισθεί επισήμως, μια οργάνωση παραγωγών πρέπει να πληροί μια σειρά προϋποθέσεων ως προς τη σύνθεση, την αποστολή, τη λειτουργία τις δραστηριότητες και την αντιπροσωπευτικότητα<sup>14</sup>. Η επίσημη αναγνώριση ανοίγει επίσης το δρόμο για πιθανή οικονομική στήριξη από το ΕΤΘΑ. Συνήθως, οι οργανώσεις παραγωγών δραστηριοποιούνται στα εξής πεδία:

- ✓ Τη διαχείριση των ευκαιριών αλιεύσεως στις περιοχές τους
- ✓ Την προώθηση των προϊόντων των μελών τους στην αγορά
- ✓ Τη μείωση, κατά το δυνατόν, των ανεπιθύμητων αλιευμάτων και, εάν χρειάζεται, τη βέλτιστη αξιοποίηση τέτοιων αλιευμάτων, χωρίς να δημιουργείται αγορά για εκείνα που είναι μικρότερα από τα ελάχιστα μεγέθη αναφοράς διατήρησης
- ✓ Την καταπολέμηση της παράνομης, λαθραίας και άναρχης αλιείας
- ✓ Τη σταθεροποίηση των αγορών.



Στη μεταρρύθμιση της κοινής οργάνωσης της αγοράς των προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας<sup>15</sup> προβλέπεται επίσης η **δημιουργία οργανώσεων παραγωγών στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας**. Η περιοχή της πολωνικής ΟΤΔ Αλιείας **Opolszczyzna** αντιπροσωπεύει περίπου το 10% της εθνικής παραγωγής κυπρίνου, και ως εκ τούτου τα μέλη της, με τη βοήθεια της ΟΤΔ Αλιείας, ηγούνται στην προσπάθεια κινητοποίησης άλλων παραγωγών κυπρίνου σε γειτονικές περιοχές για την ίδρυση μιας οργάνωσης παραγωγών στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας. Στην περίπτωση αυτή, η υποστήριξη της ΟΤΔ Αλιείας είναι κυρίως ανεπίσημη, αλλά παρέχει στα μέλη μια πλατφόρμα για την επικοινωνία με παραγωγούς άλλων περιοχών.

13 Σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, όλα τα ψάρια που αλιεύονται από ισπανικά σκάφη θα πρέπει να πωλούνται μέσω πλειστηριασμών.

14 Αυτές οι προϋποθέσεις αναφέρονται στον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1379/2013 για την κοινή οργάνωση των αγορών των προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας.

15 [https://ec.europa.eu/fisheries/cfp/market\\_en](https://ec.europa.eu/fisheries/cfp/market_en)

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΕ ΑΛΙΕΥΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΙΚΡΗΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ

Οι αλιείς έχουν τη φήμη ότι είναι ανεξάρτητοι και μπορεί να μην είναι πρόθυμοι να απομακρυνθούν από μεθόδους εργασίας και παραδόσεις με μακρά ιστορία. Όσοι θα ήθελαν να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο, θα πρέπει να υπερβούν αυτά τα πιθανά εμπόδια και θα ήταν καλό να λάβουν υπόψη τα εξής:

- ✓ Ενώ μπορεί να αρέσει στους αλιείς να βγαίνουν για ψάρεμα, σε αρκετούς από αυτούς δεν αρέσουν οι εργασίες που σχετίζονται με τη λειτουργία μιας αλιευτικής επιχείρησης (διοίκηση, πωλήσεις, κ.λπ.). Συχνά, άλλα **μέλη της οικογένειας** βοηθούν με αυτές τις δραστηριότητες και μπορεί να είναι περισσότερο προσβάσιμα από ό, τι οι ίδιοι οι αλιείς.
- ✓ **Η χρονική συγκυρία** είναι καίριας σημασίας. Αποφύγετε τις περιόδους αιχμής και επιλέξτε πιο ήσυχες περιόδους του έτους για να προσεγγίσετε τοπικούς αλιείς (π.χ. δύσκολες καιρικές συνθήκες, ανοιξιάτικες παλίρροιας...).
- ✓ Σε πολλές αλιευτικές κοινότητες, υπάρχουν ορισμένες περιόδους μέσα στο έτος που οι άνθρωποι συγκεντρώνονται για συγκεκριμένες **εκδηλώσεις** (αγιασμός των σκαφών, θρησκευτικές εορτές...). Αυτές οι περιστάσεις μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμες ευκαιρίες να μιλήσετε με αλιείς και άλλα μέλη της κοινότητας.
- ✓ **Η σαφής παρουσίαση** των πλεονεκτημάτων από την υιοθέτηση μιας διαφορετικής επιχειρηματικής προσέγγισης και η αποφυγή της εξειδικευμένης ορολογίας θα βοηθήσει επίσης στη διαδικασία δραστηριοποίησης. Η επισήμανση **παραδειγμάτων έργων** που σημείωσαν επιτυχία σε άλλες αλιευτικές κοινότητες μπορεί επίσης να μεταδώσει ένα ισχυρό μήνυμα.



Οι FLAG θα πρέπει να προσεγγίσουν την αλιεία μικρής κλίμακας και να συνεργαστούν με αυτή

### 5.3. Συνεργασία εντός της αλιευτικής αλυσίδας εφοδιασμού

Όπως εξελίσσονται η καταναλωτική ζήτηση και η τεχνολογία, οι αλιευτικές αλυσίδες αξίας γίνονται ολοένα και πιο σύνθετες και παγκοσμιοποιημένες. Ενώ διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο σε τέτοιες αλυσίδες αξίας, οι **παραγωγοί του πρωτογενούς τομέα δεν επωφελούνται πάντοτε από ένα μεγάλο τμήμα της αξίας που παράγεται σε άλλο σημείο της αλυσίδας**. Σε πολλές περιπτώσεις, άλλες τοπικές επιχειρήσεις, όπως οι εγκαταστάσεις μεταποίησης ή τα εστιατόρια, δεν αξιοποιούν αυτόν τον τοπικό πόρο, καθώς αγοράζεται στη χονδρική και αποστέλλεται απευθείας σε μακρινές αγορές.

Επομένως, οι ΟΤΔ Αλιείας έχουν σημαντικό ρόλο να διαδραματίσουν, **βοηθώντας τις τοπικές επιχειρήσεις να παράγουν προστιθέμενη αξία** από τα ψάρια που εκφορτώνονται ή παράγονται τοπικά. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω<sup>16</sup>, μπορεί να

δοθεί υποστήριξη στους αλιείς, ώστε να επεκτείνουν τον ρόλο τους πέρα από την παραγωγή, στις πωλήσεις και τη διανομή. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη μορφή απευθείας πωλήσεων σε καταναλωτές ή τοπικά εστιατόρια, που συχνά δυσκολεύονται να προμηθευτούν τοπικό ψάρι.

Ωστόσο, πολλοί αλιείς δεν θα έχουν την επιθυμία, το χρόνο ή την εξειδίκευση να ασχοληθούν περισσότερο με την προώθηση των ψαριών τους στην αγορά. Στην περίπτωση αυτή, οι ΟΤΔ Αλιείας **μπορούν να βοηθήσουν τους παραγωγούς, διασφαλίζοντας την καλύτερη σύνδεσή τους με τοπικές επιχειρήσεις που μπορούν να προσθέσουν αξία** στο προϊόν τους, έτσι ώστε η αξία να παραμένει προς όφελος της τοπικής κοινότητας. Η καλλιέργεια σχέσεων μεταξύ παραγωγών, εγκαταστάσεων μεταποίησης, ιχθυοπωλείων και άλλων ενδιαφερό-

16 Ανατρέξτε επίσης στους οδηγούς FARNET «Προσθέτοντας αξία σε τοπικά προϊόντα αλιείας» και «Προώθηση των τοπικών αλιευμάτων στην αγορά»..

μενων παραγόντων στην περιοχή, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών εμπόρων, μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι η μέγιστη ποσότητα των αλιευμάτων πωλείται σε τοπικό επίπεδο, συμπεριλαμβανομένων των λιγότερο δημοφιλών ειδών.

Ωστόσο, η δημιουργία δεσμών με άλλες επιχειρήσεις εντός της τοπικής αλιευτικής αλυσίδας αξίας δεν είναι πάντοτε εύκολη, καθώς η αλυσίδα αποτελείται από πολύ διαφορετικούς φορείς, με διαφορετικές ανάγκες, διαφορετικούς ρόλους και διαφορετική σφαίρα επιρροής. Ο καθένας από αυτούς τους φορείς τείνει να εστιάζει στο δικό του πεδίο εξειδίκευσης και η ανάγκη να βρεθεί χρόνος για κάτι άλλο πέρα από τις καθημερινές δραστηριότητες δεν θεωρείται συχνά αυτονόητη.

Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να υποστηρίξουν μια σειρά από δραστηριότητες για την καλύτερη σύνδεση μεταξύ των διαφορετικών τμημάτων της τοπικής αλυσίδας εφοδιασμού, όπως:

- ✓ εκδηλώσεις του κλάδου με δραστηριότητες δικτύωσης για τους φορείς της τοπικής αλυσίδας εφοδιασμού
- ✓ διμερείς συναντήσεις μεταξύ διαφορετικών ενδιαφερόμενων φορέων
- ✓ επισκέψεις προμηθευτών
- ✓ η ανάπτυξη ενός καταλόγου επαφών με τα σημεία λιανικής πώλησης και τους προμηθευτές
- ✓ επισήμανση φορέων του κλάδου που θα μπορούσαν να παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες, πόρους ή επιπρόσθετη υποστήριξη στις επιχειρήσεις<sup>17</sup>.



Στην κεντρική Φινλανδία, η ΟΤΔ Αλιείας **Kainuu-Koillismaa** επισημοποίησε την **κάθετη ολοκλήρωση της τοπικής αλυσίδας εφοδιασμού** της συνδέοντας τοπικούς αλιείς, ιχθυοκαλλιεργητές και εγκαταστάσεις μεταποίησης μέσω της δημιουργίας μιας **κοινής μονάδας μεταποίησης**. Αυτό έδωσε το έναυσμα για την υιοθέτηση ενός νέου τρόπου σκέψης μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, οδηγώντας σε βελτιώσεις στον τρόπο αποθήκευσης, μεταφοράς και επεξεργασίας των τοπικών ψαριών, καθώς και σε αύξηση της τοπικής προστιθέμενης αξίας. Η επιτυχία του έργου έδωσε το κίνητρο στους εταίρους να συνεργαστούν επίσης για τη βελτίωση της προώθησης του προϊόντος τους στην αγορά (ενός μικρού φινλανδικού ψαριού που ονομάζεται **Kitkan Viisas**), με αποκορύφωμα την επιτυχημένη υποβολή αίτησης για προστατευμένη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ).



Οι FLAG μπορούν να συμβάλλουν στη σύνδεση διαφορετικών επιχειρήσεων από την αλιευτική αλυσίδα εφοδιασμού

## 5.4. Σύνδεση με άλλους τομείς

Η αλιευτική αλυσίδα εφοδιασμού δεν υφίσταται ανεξάρτητα από άλλες αλυσίδες εφοδιασμού και από άλλους τομείς και, προκειμένου να ενισχύσουν τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με την αλιεία, οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει επίσης να μην περιοριστούν στον κλάδο της αλιείας. Η οικοδόμηση **διακλαδικών δεσμών** και, ιδιαίτερα, η αναζήτηση **στρατηγικών εταίρων** από άλλους τομείς μπορεί να είναι θεμελιώδης για την ανάπτυξη νέων προϊόντων και καινοτομιών, την πρόσβαση σε νέες αγορές και την ενίσχυση της προώθησης.

### 5.4.1. Ο δημόσιος τομέας

Οι καλές σχέσεις με τις τοπικές δημόσιες αρχές είναι σημαντικές για πολλούς λόγους, όταν ο στόχος είναι η υποστήριξη των τοπικών αλιευτικών επιχειρήσεων. Μπορεί να διαθέσουν δημόσια κονδύλια για την **προώθηση των τοπικών επιχειρήσεων** (ανατρέξτε στο παρακάτω παράδειγμα της Διαδρομής Θαλασσιών της Ανατολικής Σκωτίας). Επίσης, μπορεί να συμβάλλουν στη βελτίωση της απαραίτητης τοπικής υποδομής. Οι τοπικοί δήμοι είναι συνήθως βασικά μέλη της ΟΤΔ Αλιείας ή / και φορείς υλοποίησης έργων και η παρότρυνση να συμβάλ-

17 Για παράδειγμα, ανατρέξτε στην Καλή πρακτική FARNET “Supporting Seafood Businesses” (Υποστηρίζοντας τις επιχειρήσεις θαλασσιών)

λουν στη **βελτίωση των συνθηκών λειτουργίας των αλιευτικών επιχειρήσεων** είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος να επιτευχθεί αλλαγή.

Επιπλέον, οι δημόσιες αρχές ασκούν επιρροή στη **λήψη αποφάσεων** που μπορούν να έχουν άμεσες επιπτώσεις στον αλιευτικό τομέα. Οι άδειες πρόσβασης σε παραθαλάσσιες περιοχές, συμπεριλαμβανομένων των λιμένων, και η χρήση του θαλάσσιου χώρου είναι συνήθως θέματα που διαχειρίζονται οι δημόσιες αρχές, και μια θετική στάση από τους αρμόδιους δημόσιους λειτουργούς μπορεί να έχει τεράστια διαφορά για **την προστασία και τη διευκόλυνση των επιχειρήσεων**. Δραστηριότητες όπως η πιλοτική εφαρμογή αλιευτικού εξοπλισμού νέου τύπου ή η πραγματοποίηση απευθείας πωλήσεων μπορεί επίσης να εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την απόκτηση αδειών από τους αρμόδιους δημόσιους φορείς.

Τέλος, όπως αναφέρθηκε στην ενότητα **3.2.4**, τα κυλικεία του δημόσιου τομέα, για παράδειγμα σε νοσοκομεία, σχολεία, οίκους ευγηρίας, φυλακές, κ.λπ., μπορούν να αποτελέσουν μια πολύτιμη αγορά για τα αλιευτικά προϊόντα. **Οι κανόνες και οι συμβάσεις δημόσιων προμηθειών** μπορούν να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό το είδος της υποστηριζόμενης παραγωγής τροφίμων και η προσπάθεια να ενθαρρυνθούν αυτές να παρέχουν κίνητρα για τη χρήση τοπικών και εποχικών αλιευμάτων μπορεί να στηρίξει σε μεγάλο βαθμό τις τοπικές αλιευτικές επιχειρήσεις.

#### 5.4.2. Τουρισμός

Η σύνδεση μεταξύ του τουρισμού και των αλιευτικών αλυσίδων εφοδιασμού παρουσιάζει τεράστιες προοπτικές. Ο τουρισμός είναι ένας από τους κύριους οικονομικούς κλάδους σε πολλές παράκτιες περιοχές με προβλεπόμενο ρυθμό ανάπτυξης 2-3% έως το 2020<sup>18</sup>. Η **τουριστική αγορά αποτελεί σημαντικό τμήμα καταναλωτών** για τα θαλασσινά και άλλα αλιευτικά προϊόντα και, αντιστρόφως, η παρουσία τοπικού αλιευτικού στόλου και παραδοσιακής κουζίνας θαλασσινών μπορεί να αποτελέσει ισχυρό παράγοντα προσέλκυσης τουριστών στην περιοχή.

Πολλές ΟΤΔ Αλιείας έχουν προσπαθήσει να αξιοποιήσουν αυτές τις προοπτικές με στόχο την αύξηση της αξίας των τοπικών αλιευμάτων τους, είτε μέσω της καλύτερης προώθησης των τοπικών αλιευμάτων στα εστιατόρια της περιοχής, είτε διοργανώνοντας εκδηλώσεις με θαλασσινά, δημιουργώντας αλιευτικές διαδρομές ή συνδέοντας την ερασιτεχνική αλιεία με την επαγγελματική αλιεία και τα προϊόντα της. Ωστόσο, σε πολλές περιοχές ο τουριστικός κλάδος είναι εξαιρετικά οργανωμένος και η πλήρης αξιοποίηση των προοπτικών του απαιτεί στενή συνεργασία με τους επαγγελματίες του κλάδου.

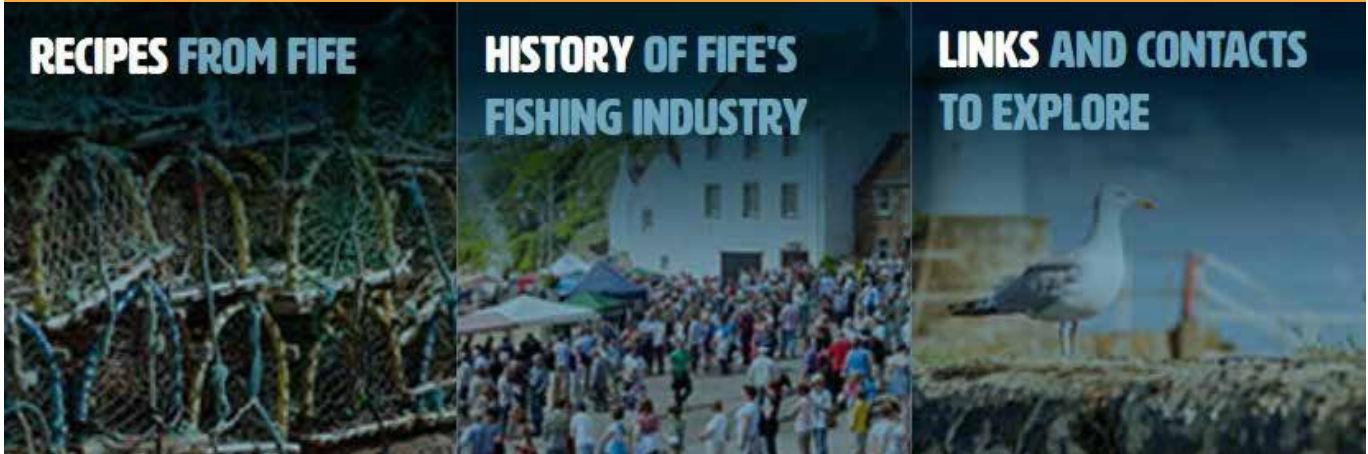
**Τα συμβούλια τουρισμού μπορούν να είναι κύριοι εταίροι** σε ό, τι αφορά τη σύνδεση με τον τοπικό τουριστικό κλάδο και μεμονωμένους φορείς εκμετάλλευσης. Μπορούν επίσης να διαδραματίσουν αποτελεσματικό ρόλο στην προώθηση των αλιευτικών πόρων μιας περιοχής, εφόσον ενημερωθούν για τα χαρακτηριστικά που προσφέρουν. Μόλις δημιουργηθούν δεσμοί με υποψήφιους εταίρους στον τουριστικό κλάδο, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν επίσης να επιλέξουν να διοργανώσουν ειδικές δραστηριότητες για την ενίσχυση της συνεργασίας αυτών με τον αλιευτικό κλάδο.



Στην Πούλια της Ιταλίας, η **ΟΤΔ Αλιείας Mare degli Ulivi** διοργάνωσε μια πρωτοποριακή **εκδήλωση σύντομων γνωριμιών για τουριστικές και αλιευτικές επιχειρήσεις** που επέτρεψε την πραγματοποίηση σύντομων συναντήσεων μεταξύ επιχειρήσεων, με στόχο τη διερεύνηση των δυνατοτήτων περαιτέρω συνεργασίας. Αυτό οδήγησε στην ανάπτυξη **11 τουριστικών πακέτων** στα οποία οι τοπικές επιχειρήσεις ψαριών και θαλασσινών είχαν εξέχουσα παρουσία.

18 ECORYS, 2013, [Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level](#), (Μελέτη για τη στήριξη των μέτρων πολιτικής υπέρ του θαλάσσιου και παράκτιου τουρισμού σε επίπεδο ΕΕ) Γενική Διεύθυνση MARE.

## Σύνδεση με τον τουριστικό κλάδο και το δημόσιο τομέα για την προώθηση των τοπικών θαλασσινών, Σκωτία



Οι επισκέπτες ενθαρρύνονται να απολαύσουν τοπικά θαλασσινά κατά μήκος της ανατολικής ακτογραμμής της Σκωτίας

Η Διαδρομή Θαλασσινών της Ανατολικής Σκωτίας ξεκίνησε το 2014, συνδέοντας παραγωγούς κατά μήκος της ακτής της Σκωτίας στη Βόρεια Θάλασσα. Το προσωπικό της ΟΤΔ Αλιείας ανέλαβε την παροχή πληροφοριών από τις αντίστοιχες περιοχές, ωστόσο η χρηματοδότηση προήλθε από τις τοπικές αρχές και το Ταμείο Στήριξης Τοπικών Τροφίμων της Κυβέρνησης της Σκωτίας.

Η διαδρομή σχεδιάστηκε για την προώθηση των σύγχρονων και ιστορικών δεσμών της ακτής με τα θαλασσινά. Περιλαμβάνει εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες για τα μέρη όπου μπορεί κανείς να φάει, να δοκιμάσει και να αγοράσει τα καλύτερα τοπικά θαλασσινά, με συνολικό στόχο την αύξηση της κατανάλωσης από τους επισκέπτες. Αυτή η διαδρομή βασίστηκε σε υπάρχουσες πρωτοβουλίες γαστριμαργικού τουρισμού στη Σκωτία, συμπεριλαμβανομένης της καθιερωμένης «Διαδρομής του Ουίσκι», καθώς και σε πιο πρόσφατες πρωτοβουλίες σύνδεσης των σοκολατοποιών της περιοχής (η Διαδρομή της Σοκολάτας), των παραγωγών τυριού και της διαδρομής θαλασσινών της δυτικής ακτής της Σκωτίας. Επίσης, δημιουργήθηκαν δεσμοί με το φορέα τουριστικής προώθησης της Σκωτίας «Visit Scotland» (Επισκεφτείτε τη Σκωτία), για την προώθηση του προγράμματος.

Η διαδρομή και ο σχετικός ιστότοπος ξεκίνησαν στα τέλη του 2014 και ολοκληρώθηκαν το 2015, που είχε χαρακτηριστεί Έτος Τροφίμων και Ποτών, και τον Οκτώβριο, που ήταν μήνας εστίασης στα θαλασσινά, με τίτλο «Βιώσιμες Ακτές».

[www.eastofscotlandseafood.com](http://www.eastofscotlandseafood.com)

### 5.4.3. Γεωργία και άλλοι καινοτόμοι τομείς

Υπάρχουν πολλοί ακόμη τομείς τους οποίους οι ΟΤΔ Αλιείας μπορεί να θελήσουν να συνδέσουν με τον αλιευτικό κλάδο των περιοχών τους, και πολλοί λόγοι για να το κάνουν. Αυτή η τελευταία ενότητα ενθαρρύνει τις ΟΤΔ Αλιείας να επεκταθούν πέραν της αλιείας, για να αντλήσουν **έμπνευση** και **υποστήριξη με στόχο την καινοτομία** στις αλιευτικές αλυσίδες αξίας των περιοχών τους.

Υποστήριξη μπορεί να ληφθεί από τη σύνδεση με τον κόσμο της επιστήμης. **Η επιστήμη και η έρευνα** μπορούν να συμβάλλουν στη βελτίωση της επιχειρηματικής απόδοσης σε όλα τα στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού, από την υιοθέτηση καλύτερων τεχνικών παραγωγής έως την ανάπτυξη νέων μεταποιημένων προϊόντων ή μορφών προώθησης στην αγορά (βλέπε **Κεφάλαιο 4**).

Άλλες καινοτομίες μπορεί να υφίστανται ήδη και να είναι δυνατόν να **μεταφερθούν από άλλους τομείς**. Αυτό συνέβη με πολλές ιδέες που έχουν αναπτυχθεί σε αλυσίδες αξίας άλλων τροφίμων που αντιμετώπιζαν παρόμοια προβλήματα από πλευράς ιχνηλασιμότητας, ασφάλειας των τροφίμων και υλικοτεχνικής υποδομής.

Για παράδειγμα, **η αλυσίδα αξίας του γεωργικού τομέα** έχει οδηγήσει σε πολλές καινοτομίες ως προς τα προϊόντα τροφίμων, τη συσκευασία και την προώθηση στην αγορά. Οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να ενημερώνονται για τον τρόπο οργάνωσης αλυσίδων άλλων τροφίμων, ώστε να ενθαρρύνουν την υιοθέτηση επιτυχημένων πρακτικών στον αλιευτικό κλάδο. Η σύνδεση με κοντινές **ομάδες LEADER** θα μπορούσε να αποτελέσει μια καλή πύλη εισόδου στον κόσμο της καινοτομίας εντός της γεωργικής αλυσίδας αξίας.

## Συγκεντρώσεις τροφίμων



*Τα ψάρια μπορεί να είναι ένα ευπρόσδεκτο συμπλήρωμα στα τμήματα τροφίμων και στις λαϊκές αγορές*

Τα προγράμματα «υποστήριξης τοπικών προϊόντων» και «προώθησης καλαθιών με προϊόντα», που αναφέρθηκαν παραπάνω, ξεκίνησαν αρχικά με γεωργικά προϊόντα και οι παραγωγοί ψαριών μπόρεσαν να επωφεληθούν από αυτές τις υφιστάμενες καινοτομίες για τη σύνδεση των παραγωγών με τους τελικούς καταναλωτές.

Πλέον, αυτά τα προγράμματα εξελίσσονται περαιτέρω, ενσωματώνοντας πολλές διαφορετικές αλυσίδες εφοδιασμού, όπως στην περίπτωση του νέου συστήματος που αναπτύχθηκε από το πρόγραμμα «[Food assemblies](#)»<sup>19</sup> (Συγκεντρώσεις τροφίμων), όπου αντί να παραλαμβάνουν μια σταθερή ποσότητα ενός συγκεκριμένου προϊόντος κάθε εβδομάδα, οι πελάτες πραγματοποιούν τις παραγγελίες τους για ένα ευρύ φάσμα διαθέσιμων προϊόντων (λαχανικά, φρούτα, ψωμί, τυρί, μύρα, κ.λπ.) λίγες ημέρες πριν την παραλαβή των καλαθιών τους από ένα συγκεκριμένο σημείο σε μια καθορισμένη ημερομηνία.

Αυτό παρέχει στον καταναλωτή μεγαλύτερη ευελιξία σε προς την ποικιλία, την ποσότητα και το χρόνο παραλαβής των προϊόντων. Οι «συγκεντρώσεις τροφίμων» είναι πιο δημοφιλείς σε αστικές συνοικίες, επιτρέποντας στους τοπικούς παραγωγούς να δραστηριοποιηθούν σε αγορές που σε διαφορετική περίπτωση θα ήταν δύσκολο να προσεγγίσουν.

Τέλος, η δημιουργία εταιρικών σχέσεων με διαφορετικούς τομείς μπορεί επίσης να οδηγήσει σε καινοτομίες και συνέργειες στο πεδίο των **επικοινωνιών**, για παράδειγμα μέσω **της από κοινού προώθησης σήματος**, καθώς ένα προϊόν μπορεί να επωφεληθεί από την εικόνα ενός άλλου προϊόντος ή από ένα τοπικό εμπορικό σήμα. Για παράδειγμα, οι πρωτοβουλίες τύπου «Surf and turf», που συνδυάζουν τα γεωργικά προϊόντα με τα αλιευτικά προϊόντα, γίνονται ολοένα και πιο δημοφιλείς, όπως φαίνεται από το εστιατόριο θαλασσινών και κρεατικών «Lest & Lammas» («Γλώσσα και Αρνί») που άνοιξε από έναν τοπικό αλιέα με την υποστήριξη της **ΟΤΔ Αλιείας Hiiukala** στην Εσθονία<sup>20</sup>.

Ως θεμελιώδες στοιχείο της μεθοδολογίας ΤΑΠΤΟΚ, η **ενθάρρυνση της συνεργασίας και της δημιουργίας συμπράξεων** θα πρέπει να ενσωματώνεται στις μεθόδους λειτουργίας κάθε ΟΤΔ Αλιείας. Με αυτόν τον τρόπο, μπορεί να παραχθεί αξία για όλους τους εμπλεκόμενους, συμβάλλοντας στην πλήρη αξιοποίηση των προοπτικών της περιοχής για την τόνωση των επιχειρήσεων στην αλιευτική αλυσίδα αξίας.

<sup>19</sup> Αυτά τα προγράμματα πρωτοξεκίνησαν στη Γαλλία με το όνομα «La Ruche qui dit oui» ή «the Beehive that says yes» («η κυψέλη που λέει ναι»).

<sup>20</sup> Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με αυτό το έργο, ανατρέξτε στη σελ.25 του **Τεύχους 11 του Περιοδικού FARNET**.

## Β'ΗΜΑΤΑ ΔΡ'ΑΣΗΣ

- ✓ Αφιερώστε χρόνο για επικοινωνία με τους τοπικούς αλιείς και υδατοκαλλιεργητές
- ✓ Προωθήστε τη συνεργασία μεταξύ παραγωγών, με στόχο τις οικονομίες κλίμακας
- ✓ Ενθαρρύνετε τους διαύλους διανομής που διατηρούν το δεσμό μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών
- ✓ Υποστηρίξτε τη σύνδεση μεταξύ παραγωγών του πρωτογενούς τομέα και άλλων φορέων της αλυσίδας εφοδιασμού
- ✓ Συμβάλετε στη δημιουργία δεσμών μεταξύ διαφορετικών αλυσίδων αξίας και τομέων, με στόχο την αξιοποίηση της θετικής δυναμικής σε άλλους τομείς



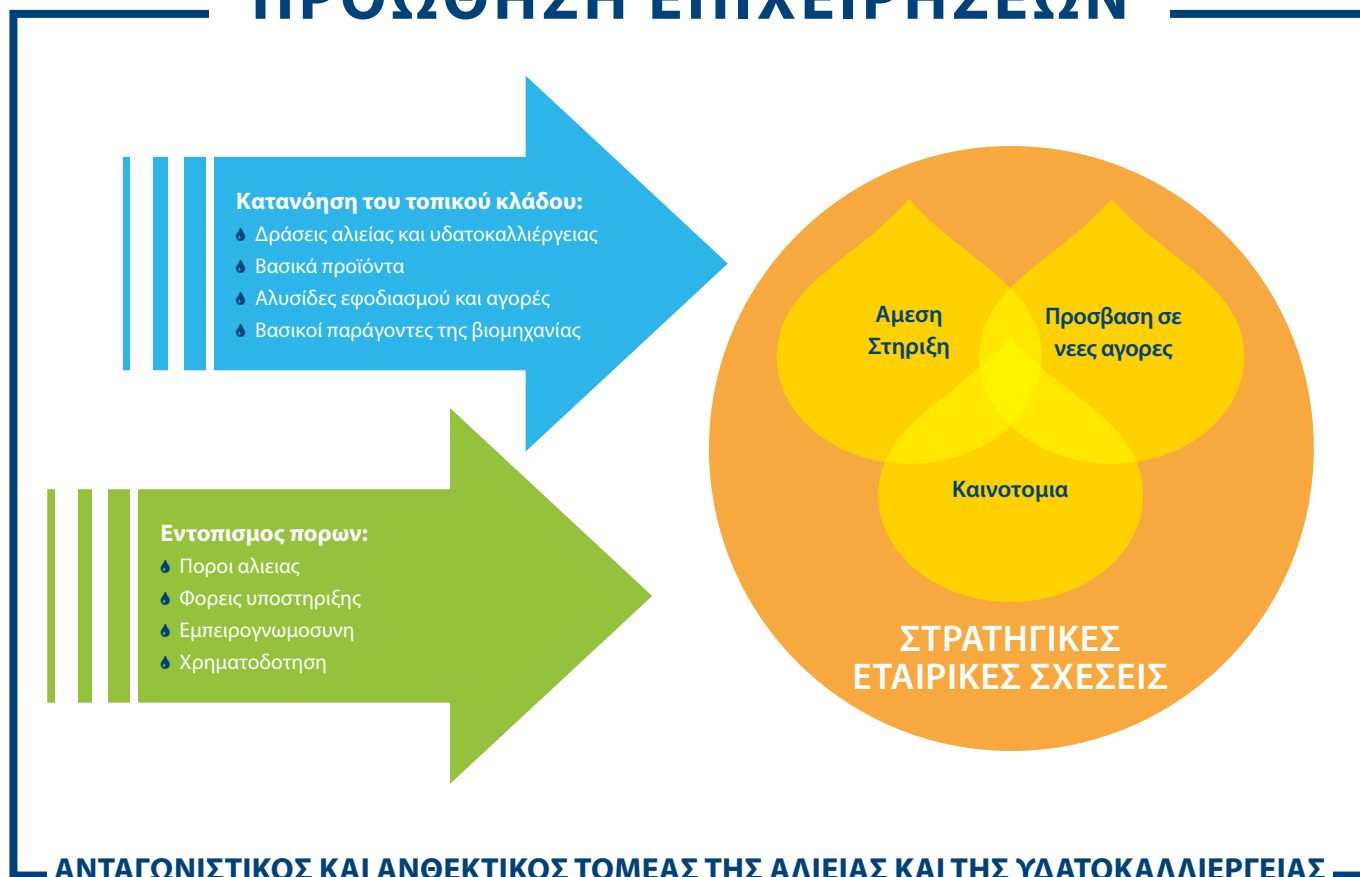
# Συμπεράσματα

Οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην τόνωση των τοπικών επιχειρήσεων στα διάφορα στάδια της αλυσίδας αξίας του τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας. Ως σημείο αφετηρίας, είναι απαραίτητο να κατανοήσετε σε βάθος την περιοχή και τις αλυσίδες αξίας των τοπικών τομέων της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας. Από τη μια πλευρά, αυτή η γνώση είναι απαραίτητη για τον εντοπισμό και την ανάλυση των αδυναμιών που θα πρέπει να περιοριστούν και των ευκαιριών που μπορούν να επιφέρουν προστιθέμενη αξία. Από την άλλη πλευρά, επιτρέπει στις ΟΤΔ Αλιείας να προωθήσουν λύσεις, συγκεντρώνοντας τους διάφορους φυσικούς, ανθρώπινους/πνευματικούς ή οικονομικούς πόρους.

Η εμπύχωση της κοινότητας και η άμεση υποστήριξη μπορούν να διασφαλίσουν την πρόσβαση των τοπικών επιχειρήσεων στη γνώση και την εξειδίκευση που χρειάζονται, προκειμένου να βελτιώσουν τις υφιστάμενες δραστηριότητές τους ή να ξεκι-

νήσουν νέες. Διασφαλίζοντας ότι παρέχεται αυτή η υποστήριξη και η ενθάρρυνση για την προσαρμογή των τεχνικών αλιείας ή παραγωγής, τη βελτιστοποίηση της διακίνησης ή μεταποίησης και την ενίσχυση της διανομής και προώθησης στην αγορά, οι ΟΤΔ Αλιείας μπορούν να βοηθήσουν τις περιοχές τους να δημιουργήσουν πιο καινοτόμες, προοδευτικές και ευέλικτες αλιευτικές επιχειρήσεις. Η επιτυχία θα εξαρτηθεί από το βαθμό στον οποίο μπορούν να συμβαδίσουν με τις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της αγοράς, να αξιοποιήσουν νέες γνώσεις και τεχνολογίες και να αποκτήσουν αποτελεσματικά πρόσβαση στις σχετικές αγορές, με προϊόντα που ανταποκρίνονται σε αυτές τις ανάγκες και δυνατότητες. Τέλος, οι ΟΤΔ Αλιείας θα πρέπει να αξιοποιήσουν πλήρως τις προοπτικές συνεργασίας εντός του τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας, καθώς και με στρατηγικούς εταίρους από άλλους τομείς, προκειμένου να μεγιστοποιήσουν τον αντίκτυπο των προσπαθειών τους.

## ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



# Κατάλογος ελέγχου επιχειρηματικού σχεδίου

## Η ΙΔΕΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

### 🔹 Ποιοι είναι οι στόχοι σας;

Επιχειρηματικοί στόχοι, οικονομικοί στόχοι; Βραχυπρόθεσμοι, μακροπρόθεσμοι;

### 🔹 Σε τι αποσκοπεί το έργο;

### 🔹 Τι προσδίδει μοναδικότητα στο προϊόν / την υπηρεσία σας;

Η μοναδικότητα της πρότασής σας

### 🔹 Ποιος θα διεξάγει τη δραστηριότητα;

Διοίκηση και εμπλεκόμενο προσωπικό

### 🔹 Πότε θα πραγματοποιηθεί;

Πότε θα ξεκινήσει η δραστηριότητα; Πότε θα ολοκληρωθεί; Ποια είναι η αναμενόμενη διάρκεια ζωής της επιχείρησης;

### 🔹 Τι πόροι είναι απαραίτητοι για την υλοποίηση;

Χρηματοοικονομικοί πόροι

Δεξιότητες

Χώρος, εξοπλισμός...

### 🔹 Πώς θα μετράτε την επιτυχία;

### 🔹 Τι επιπτώσεις θα έχει το έργο σας για το περιβάλλον;

Άλλα ερωτήματα:

🔹 .....

🔹 .....

## Η ΑΓΟΡΑ

💧 **Ποια είναι η μονάδα παραγωγής σας;**

*π.χ. κιλά ψάρι, κονσέρβα/βάζο ψαριού πατέ, άτομο-διανυκτέρευση σε κατάλυμα...*

💧 **Ποιοι είναι οι υποψήφιοι πελάτες σας; Πόσοι είναι;**

💧 **Ποια παρόμοια προϊόντα είναι διαθέσιμα στην (τοπική) αγορά; Ποιος τα προσφέρει;**

💧 **Σε τι διαφέρει το δικό σας προϊόν;**

*Σύγκριση τιμής, διαθεσιμότητας, ποιότητας, φήμης, καινοτόμων στοιχείων με κάθε ανταγωνιστή*

💧 **Γιατί πιστεύετε ότι οι πελάτες θα αγοράσουν το προϊόν σας;**

*Αναφέρετε έρευνες αγοράς, εάν υπάρχουν, καθώς και ανεπίσημα στοιχεία, π.χ. από συζητήσεις με υποψήφιους αγοραστές*

💧 **Τι ποσότητα του προϊόντος / της υπηρεσίας σας αναμένετε να πουλήσετε (σε μηνιαία, εποχική, ετήσια βάση...);**

💧 **Ποια είναι η μέγιστη ποσότητα που μπορείτε να παράγετε;**

Άλλα ερωτήματα:

💧 .....

💧 .....

## ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Συνήθως, ένα επιχειρηματικό σχέδιο απαιτεί χρηματοοικονομικά στοιχεία διαφόρων ειδών. Ωστόσο, το πιο σημαντικό είναι να διαπιστωθεί εάν τα έσοδα μπορούν να καλύψουν το κόστος (συμπεριλαμβανομένης της αποπληρωμής τυχόν δανείων, εάν υφίστανται).

### 💧 Ποιες είναι οι πάγιες δαπάνες σας;

Οι πάγιες δαπάνες είναι οι επιχειρηματικές δαπάνες που προκύπτουν ανεξάρτητα από τον όγκο της δραστηριότητας. Συνήθως, περιλαμβάνουν τα εξής:

	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	....	Σύνολο
Μισθοί και άλλες δαπάνες προσωπικού					
Ενοίκιο επαγγελματικού χώρου					
Συντήρηση εξοπλισμού					
Αποπληρωμές δανείου					
Πρώτηση					
.....					

### 💧 Ποιες είναι οι μεταβλητές δαπάνες σας;

Οι μεταβλητές δαπάνες είναι εκείνες που εξαρτώνται από τον όγκο της δραστηριότητας (π.χ. όταν παράγετε περισσότερο ψάρι πατέ, θα πρέπει να αγοράσετε περισσότερο ψάρι και άλλα συστατικά), για παράδειγμα:

	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	....	Σύνολο
Αγορά πρώτων υλών					
Συσκευασία					
Αναλώσιμα, π.χ. καύσιμα κ.λπ.					
Φόροι					
.....					

### 💧 Ποια είναι τα αναμενόμενα έσοδά σας;

Ποσότητα πωληθέντων μονάδων	Τιμή ανά μονάδα	Έσοδα
X	Y	X * Y

### 💧 Ποιο είναι το νεκρό σημείο σας; Πότε αναμένετε να το φτάσετε;

Το νεκρό σημείο είναι όταν τα έσοδα από τις πωλήσεις καλύπτουν όλες τις πάγιες και μεταβλητές δαπάνες. Οποιαδήποτε ποσότητα πωληθεί πέραν αυτού του σημείου επιφέρει κέρδος.

### 💧 Ποια είναι η ελάχιστη ποσότητα που θα πρέπει να πουλήσετε για να καλύψετε τις δαπάνες σας;

Είναι αυτή η ποσότητα ρεαλιστική, λαμβάνοντας υπόψη όλους τους πιθανούς κινδύνους;

### 💧 Πώς προτείνει η επιχείρησή να καλύψει τις δαπάνες της έως ότου φτάσει στο νεκρό σημείο;

Άλλα ερωτήματα:

- 💧 .....
- 💧 .....
- 💧 .....