



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ  
& ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

Ul. Gornoslaska 35, 00-432 Warsaw

Tel. 0048 22 622 94 60

Fax. 0048 22 622 94 64

E-mail: [ecocom-warsaw@mfa.gr](mailto:ecocom-warsaw@mfa.gr)

**ΚΑΝΟΝΙΚΟ  
ΑΔΙΑΒΑΘΜΗΤΟ**

Βαρσοβία 14 Φεβρουαρίου 2013

**Η πολωνική αγορά μελιού**

**Περιεχόμενα**

1. Πολωνία, γενικά χαρακτηριστικά
2. Διάρθρωση αγοράς, αγορά λιανικής ειδών παντοπωλείου
3. Στοιχεία Ευρωπαϊκής αγοράς μελιού
4. Η Πολωνική αγορά μελιού
5. Κανάλια διανομής, καθεστώς εισαγωγής
6. Το νεοζηλανδικό μέλι Manuka
7. Τιμοληψία
8. Πολωνικό Εμπορικό Ισοζύγιο μελιού
9. Στοιχεία Ελληνικής Αγοράς μελιού
10. Ελληνικό Εμπορικό Ισοζύγιο μελιού
11. Συμπεράσματα, Προτάσεις

**1. Πολωνία, γενικά χαρακτηριστικά**

Η Πολωνία από τον Μαΐο του 2004, αποτελεί πλήρες-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ η χώρα δεν είναι μέλος της ευρωζώνης (η ένταξή της στο Ευρώ υπολογίζεται για μετά το 2015).

Σύμφωνα με το μέγεθος του πληθυσμού της (38,2 εκ. κατοίκους), η Πολωνία είναι η 6η μεγαλύτερη ευρωπαϊκή χώρα και η 34η μεγαλύτερη παγκόσμια. ενώ σύμφωνα με το μέγεθος του ΑΕΠ της, η Πολωνία είναι 8η μεγαλύτερη ευρωπαϊκή οικονομία και η 21η μεγαλύτερη παγκόσμια.

Ποσοστό 65% των κατοίκων της, ευρίσκεται σε εργάσιμες ηλικίες και παράλληλα ποσοστό 19% του συνολικού πληθυσμού της βρίσκεται σε ηλικίες κάτω των 18 ετών. Σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, σημειώνουμε επίσης τον υψηλό βαθμό δεκτικότητας του πληθυσμού σε νέες τεχνολογίες, καθώς 58% των κατοίκων χρησιμοποιεί Η/Υ.

Η διάρθρωση του πολωνικού ΑΕΠ ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας είναι : Γεωργία (4,6%), Βιομηχανία (28,1%) και Υπηρεσίες (67,3%), όσον αφορά το μέσο μικτό μισθό υπολογίζεται περίπου σε 3600 ζλότυ (900 Ευρώ), ενώ ο ελάχιστος καθαρός μισθός βρίσκεται στα 1400 ζλότυ (περίπου 350 Ευρώ).

Εκτός από την πρωτεύουσα Βαρσοβία (2,3 εκ. κατοίκους), μεγαλύτερες πόλεις της Πολωνίας είναι : η Κρακοβία (740 χιλ. κάτοικοι), το Ουτζ (700 χιλ.), η ευρύτερη περιοχή του Γκντανσκ (700 χιλ.), το Βρότσλαβ (640 χιλ.) και το Πόζναν (580 χιλ.).

Τέλος και όσον αφορά την γενικότερη οικονομική κατάσταση, υπογραμμίζεται ότι οι επιδόσεις της πολωνικής οικονομίας κατά την τελευταία εξαετία, χαρακτηρίζονται ως πολύ ικανοποιητικές, ιδιαίτερα

αν ληφθεί υπόψη το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον και τα αποτελέσματα της πρόσφατης διεθνούς οικονομικής κρίσης. Κατά το 2011 ο ρυθμός ανόδου του ΑΕΠ, έφθασε στο 4,3% (το 2012 αναμένεται να μειωθεί στο 2,5% περίπου), ο πληθωρισμός αναμένεται να κυμανθεί στο 3,5%, ενώ η ανεργία σημειώνει ανοδικές τάσεις καθώς υπολογίζεται στο 12,5% περίπου.

Σημειώνεται επίσης ότι η οικονομική κρίση έπληξε τη Πολωνία λιγότερο από κάθε άλλο ευρωπαϊκό κράτος, καθώς παρέμεινε η μοναδική ευρωπαϊκή χώρα που όχι μόνο δεν σημείωσε ύφεση αλλά ούτε αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης έστω και για ένα τρίμηνο.

## **2. Διάρθρωση αγοράς, Αγορά λιανικής ειδών παντοπωλείου**

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της εταιρείας PMR, η Πολωνία για το 2011, αναδεικνύεται στην μεγαλύτερη σε αξία αγορά λιανικής στον χώρο των ειδών παντοπωλείου ανάμεσα στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης (Τσεχία, Ουγγαρία, Πολωνία, Σλοβακία, Βουλγαρία και Ρουμανία).

Στην πολωνική αγορά έχουν παρουσία

1. όλες σχεδόν οι μεγάλες δυτικοευρωπαϊκές αλυσίδες Super Markets (όπως π.χ. οι γερμανικές Lidl, Kaufland, Real, Makro και Selgros, η αγγλική Tesco και οι γαλλικές Carrefour, Auchan, Leclerc, Intermarche/Bricomarche )
2. Super Markets που έχουν ιδρυθεί από δυτικοευρωπαϊκές αλυσίδες, ειδικά απευθυνόμενα στις ανάγκες της πολωνικής αγοράς (π.χ. το πορτογαλικών συμφερόντων Biedronka).
3. πολωνικές αλυσίδες Super Markets όπως είναι οι : Marcpol, Mokpol, Piotr i Pawel, Bomi, Alma κλπ

Υπογραμμίζεται ότι η οικονομική λειτουργία όλων των ανωτέρω εταιρειών, απέβη ιδιαίτερα κερδοφόρα, καθώς η Πολωνία αντιπροσωπεύει λίγο παραπάνω από το μισό της συνολικής αγοράς λιανικής στον χώρο των ειδών παντοπωλείου, των χωρών της Κ.Ευρώπης.

Αναφορικά με την τάξη μεγέθους των ανωτέρω αλυσίδων σημειώνεται δειγματοληπτικά ότι, το Biedronka λειτουργεί με 1612 Supermarkets στο σύνολο της πολωνικής επικράτειας, το Tesco λειτουργεί με 412 Supermarkets, το Carrefour λειτουργεί με 72 Hypermarkets και 277 Supermarkets, ενώ το γερμανικό Real λειτουργεί με 54 Hypermarkets.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της πολωνικής αγοράς των ειδών παντοπωλείου είναι ότι, στο σύνολο των λιανικών πωλήσεων, **στην Πολωνία ποσοστό άνω του 55% πραγματοποιούνται μέσω ανοικτών λαϊκών αγορών και μικρών παντοπωλείων, ενώ το υπόλοιπο 45% πραγματοποιείται μέσω των αλυσίδων Discount/Hyper/Super Markets.** (τα ποσοστά στις υπόλοιπες προαναφερόμενες πέντε κεντροευρωπαϊκές χώρες βρίσκονται στο 40% και 60% αντίστοιχα) .

Κύριοι παράγοντες που διαμορφώνουν τα ανωτέρω είναι,

- αφενός ο χαμηλός βαθμός αστικοποίησης του πολωνικού πληθυσμού (61%) σε σχέση με τις υπόλοιπες 5 χώρες της Κ.Ευρώπης –μόνο η Ρουμανία και η Σλοβακία έχουν χαμηλότερα ποσοστά-
- και αφετέρου ο πολύ μεγάλος αριθμός των πολωνικών πόλεων και κωμοπόλεων οι οποίες φθάνουν συνολικά περίπου στις 900 με τις 500 από αυτές να διαθέτουν πληθυσμό κάτω των 10.000 ατόμων.

## **3.Στοιχεία ευρωπαϊκής αγοράς Μελιού**

Όπως είναι γνωστό, μέλι παράγεται σε όλο σχεδόν τον κόσμο αλλά μόνο το 1/3 περίπου της συνολικής παγκόσμιας παραγωγής, ποσοστό που αντιστοιχεί σε περίπου 1,5 εκ. τόνους εμπορεύεται διεθνώς.

Κύριοι εισαγωγείς είναι οι ΗΠΑ, Ιαπωνία και Ευρωπαϊκή Ένωση, οι οποίοι υπολογίζεται ότι καλύπτουν ποσοστό 75% περίπου των παγκόσμιων εισαγωγών, ενώ παράλληλα κύριες εξαγωγικές περιοχές είναι ασιατικές χώρες, χώρες της Νοτίου και Κεντρικής Αμερικής καθώς και ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες .

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, λόγω της σημαντικής κατανάλωσης μελιού, αν και υπάρχουν ευρωπαϊκές χώρες-παραγωγοί, καθώς οι ποσότητες δεν επαρκούν, πραγματοποιούνται και σημαντικές εισαγωγές από τρίτες χώρες (το 2010 έφθασαν στους 148.000 τόνους) και κυρίως από Κίνα, Αργεντινή, Μεξικό, Χιλή και Βραζιλία.

Την μεγαλύτερη ευρωπαϊκή αγορά για το μέλι, αποτελεί η Γερμανία με συνολική ετήσια κατανάλωση περίπου 100.000 τόνων εκ των οποίων μόλις οι 20.000 αποτελούν δική της παραγωγή.

#### **4. Η πολωνική αγορά Μελιού**

Σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας ερευνών "Food For Thought" μέσω της έρευνας "The Honey market in Poland 2012", εκτιμάται ότι η πολωνική αγορά μελιού κυμαίνεται σε ποσότητα μεταξύ 22-24.000 τόνων για την περίοδο 2009-2011, την στιγμή που η αντίστοιχη κεντρο-ευρωπαϊκή κυμαίνεται μεταξύ 51-54.000 τόνων για την ίδια περίοδο.

Παράλληλα η αξία της για την ίδια περίοδο εκτιμάται για την Πολωνία μεταξύ 150-165 εκ.Ευρώ ενώ η αξία της αντίστοιχης κεντρο-ευρωπαϊκής εκτιμάται μεταξύ 310-365 εκ.Ευρώ.

Σημειώνεται επίσης ότι σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, για την επόμενη τριετία 2012-2014 η αγορά θα κινηθεί αυξητικά με ρυθμούς από 2-3,5%.

Αν και η πολωνική αγορά μελιού δεν ήταν ιδιαίτερα ανεπτυγμένη, καθώς κατά τα προηγούμενα έτη (κυρίως έως το 2009) κυριαρχείτο από τους εγχώριους μελισσοκόμους, οι οποίοι πωλούσαν απευθείας τα προϊόντα τους, εκμεταλλευόμενοι τον κατακερματισμό της χονδρικής και λιανικής αγοράς, κατά την τελευταία τετραετία η εντατικότερη δραστηριοποίηση μεγάλων λιανοπωλητών στον τομέα, ασκεί πίεση σε αυτήν την παραδοσιακή δομή και οδηγεί και σε αύξηση των εισαγωγών.

Κύρια χαρακτηριστικά της αγοράς, αποτελούν τα εξής :

- Η ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση υπολογίζεται στα 650 γρ. περίπου (στοιχεία 2011).
- Οι εξαγωγές αυξάνονται σημαντικά τα τελευταία χρόνια, με κύριο αποδέκτη την γερμανική αγορά, ενώ ως αξία φθάνουν περίπου στο 40% της αξίας των εισαγωγών.
- Κατά τα τελευταία έτη αυξάνονται σημαντικά οι εισαγωγές και ειδικά από Κίνα και Ουκρανία
- Περίπου το μισό από το διακινούμενο μέλι, διατίθεται απευθείας από τους παραγωγούς στους καταναλωτές, με την τιμή του μελιού που διατίθεται με αυτόν τον τρόπο να είναι κατά 30%-40% χαμηλότερη σε σύγκριση με την τιμή των επωνύμων προϊόντων στο κλασικό λιανεμπόριο.
- Οι περισσότεροι ντόπιοι συσκευαστές συσκευάζουν μέλι εγχώριων μελισσοκόμων, ωστόσο, ορισμένοι από τους μεγάλους συσκευαστές συσκευάζουν και εισαγόμενο μέλι.
- Η βιολογική μελισσοκομία κάνει τα πρώτα βήματά της, καθώς ενώ έως το 2009 μόλις το 0,2% της πολωνικής παραγωγής διέθετε σχετική πιστοποίηση, το 2012 το ποσοστό υπολογίζεται στα 1,5%.
- Ο μεγάλος αριθμός λιανεμπόρων αντιστοιχεί ακόμα σε ένα σχετικά μικρό - αν και αυξανόμενο - μερίδιο της αγοράς. Οι μεγάλοι λιανοπωλητές προμηθεύονται προϊόντα τόσο από πολωνικές εταιρείες όσο και (περισσότερο) από εισαγωγείς και μπορούν να είναι ανταγωνιστικοί όσον αφορά στις τιμές πώλησης, καθώς επωφελούνται από τη δημιουργία οικονομικών κλίμακας και τη χαμηλή τιμή του εισαγόμενου μελιού.
- Ενδιαφέρον παρουσιάζει το τμήμα της πολωνικής αγοράς που αφορά στο υδρόμελο (honey mead). Πρόκειται για ένα αλκοολούχο ποτό που παρασκευάζεται από το μέλι. Έχει εξαφανιστεί από αρκετές αγορές της Ε.Ε. αλλά απολαμβάνει ακόμα υψηλής ζήτησης στην Πολωνία, στην οποία υπάρχει μακρά σχετική παράδοση.

Όσον αφορά τις κυριότερες εταιρείες της πολωνικής αγοράς στον κλάδο του μελιού, αυτές είναι οι :

1. **Sadecki Bartnik** (εκτιμώμενα μερίδια αγοράς 39-41%), <http://bartnik.pl/en>
2. **Pszczelarz Kozacki** (εκτιμώμενα μερίδια αγοράς 18-19%), <http://www.pszczelarz-kozacki.pl/>
3. **Alce Nero Mielizia** (εκτιμώμενα μερίδια αγοράς 9-10%), <http://alceneromielizia.com/>

4. **Sznurowski** (εκτιμώμενα μερίδια αγοράς 8-9%)
5. **Famille Michaud Apiculteurs** (εκτιμώμενα μερίδια αγοράς 4-5%), <http://www.famillemichaudapiculteurs.com/-Qui-sommes-nous-.html>
6. **Casa Rinaldi** (εκτιμώμενα μερίδια αγοράς 2-3%), <http://www.casarinaldi.it/contatti.asp?idlv=7>
7. **Roztoczanski Zwiasek Pszczelarzy** (εκτιμώμενα μερίδια αγοράς 2-3%), <http://www.rzp.pl/>

Ενώ από τις μικρότερης εμβέλειας εταιρείες αναφέρονται επίσης οι :

1. **CD SA**, <http://www.cdsa.com.pl/>
2. **Corpo SA**, [http://www.corpo.biz.pl/index\\_uk.php?l=uk](http://www.corpo.biz.pl/index_uk.php?l=uk)
3. **Mazurskie Miody**, <http://www.mazurskiemiody.pl/>
4. **Huzar SA**, <http://www.huzar.sacz.pl/>

### **5. Κανάλια διανομής μελιού, καθεστώς εισαγωγής**

Κύρια κανάλια διανομής για το μέλι αποτελούν :

A) Κατ'αρχήν οι λαϊκές αγορές στις οποίες οι παραγωγοί μπορούν να διαθέτουν απευθείας τα προϊόντα τους

B) οι αλυσίδες Super Market, στις οποίες πωλούνται επώνυμα προϊόντα είτε πολωνικών είτε αλλοδαπών εταιρειών

Γ) οι χονδρέμποροι/εισαγωγείς μελιού και γενικότερα τροφίμων είτε σε πανεθνική είτε σε τοπική κλίμακα, που τροφοδοτούν αλυσίδες super market, mini market και παντοπωλεία

Δ) ο τομέας μαζικής εστίασης, στον οποίο υπολογίζεται ότι κατευθύνεται ποσοστό περίπου 5% των συνολικών πωλήσεων

Ε) και τέλος, καθώς στην Πολωνία η χρήση του internet είναι διαδεδομένη ευρέως, σημαντικό ρόλο στις πωλήσεις διαδραματίζουν οι ιστοσελίδες είτε εταιρειών παραγωγής, είτε ιστοσελίδων ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω των οποίων είναι δυνατή η παραγγελία του προϊόντος, από τις οποίες δειγματοληπτικά αναφέρονται οι :

1. <http://www.sklep.pszczelarz-kozacki.pl/>
2. <http://www.nokaut.pl/miody>
3. <http://www.miodymanuka.pl/>
4. <http://visvitalis.com.pl/pl/p/Miod-gryczany-BIO-380g-Miody-Sznurowski/919>
5. [http://dodomku.pl/produkt/36317/5907814668028/Miody\\_Sznurowski\\_BIO\\_Miod\\_lipowy.html](http://dodomku.pl/produkt/36317/5907814668028/Miody_Sznurowski_BIO_Miod_lipowy.html)
6. <https://www.swiatmiodow.pl/miody-tradycyjne-c29.html?gclid=CLWwoNW6sLUCFUcV3godXwYAiA>
7. [http://www.ceneo.pl/Zdrowa\\_zywnosc;017Miody\\_Sznurowski\\_PO-336664.htm](http://www.ceneo.pl/Zdrowa_zywnosc;017Miody_Sznurowski_PO-336664.htm)

Όσον αφορά το καθεστώς εισαγωγής του μελιού, ισχύει το ίδιο καθεστώς με τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ, ενώ σημειώνουμε ότι στη συσκευασία του προϊόντος καλό θα ήταν να υπάρχει σήμανση και ετικέτα με πληροφορίες στην πολωνική γλώσσα.

Τέλος αναφέρεται ότι **ο ΦΠΑ για το μέλι βρίσκεται στο 3%**.

### **6. Το νεοζηλανδικό μέλι Manuka**

Το βιολογικό μέλι Manuka, προέρχεται από τα δέντρα *Leptospermum scoparium* της Νέας Ζηλανδίας και σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, φέρεται να περιέχει τόσα οξέα όσο ένα ποτήρι χυμού πορτοκαλιού, με αποτέλεσμα να εξουδετερώνει άμεσα τα βακτήρια. Παράλληλα το μέλι Manuka, εμφανίζεται να είναι έως και 100 φορές πλουσιότερο από τα υπόλοιπα είδη μελιού στην ουσία μεθυλγλυοξάλη (methylglyoxal), ουσία που δρα δραστικά κατά του πονόλαιμου, της γαστρεντερίτιδας, της τερηδόνας, των μυκητιάσεων αλλά και των εντερόκοκκων και σταφυλόκοκκων.

Με την πληρέστερη ενημέρωση των πολωνών καταναλωτών σε θέματα υγιεινής διατροφής και την **σημαντική διαχρονικά αύξηση των καταστημάτων με είδη υγιεινής διατροφής**, άρχισε να εμφανίζεται σταδιακά στα πολωνικά ράφια τόσο των προαναφερομένων καταστημάτων όσο και ορισμένων Supermarkets και το μέλι Manuka, το οποίο μέσω του παρεχόμενου πληροφοριακού υλικού καθώς και ιστοσελίδας <http://www.miodymanuka.pl/>, που έχει δημιουργηθεί από τον πολωνό

εισαγωγέα (εταιρεία Propharma) καταφέρνει να αποσπά σταδιακά σημαντικά μερίδια αγοράς και να κατοχυρώνει την εδώ παρουσία του.

### **7. Τιμοληψία (Ιανουάριος 2013)**

Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα, οι κύριες συσκευασίες που διακινούνται στη πολωνική αγορά είναι κυρίως των 380, 400 και 500 gr, ενώ ακολουθούν αυτές του κιλού, των 1100 gr καθώς και των 1300 gr.

Σύμφωνα με τις κάτωθι δειγματοληπτικές τιμές λιανικής προκύπτει ότι η πλειοψηφία των πολωνικών μελιών πωλείται σε ιδιαίτερα χαμηλή τιμή (π.χ.400 γρ περίπου 3 Ευρώ). Τα εισαγόμενα μέλια όπως π.χ. το ιταλικό πωλούνται σε διπλάσια σχεδόν τιμή, ενώ το νεοζηλανδικό **Manuka εκμεταλλεζόμενο και τις φαρμακευτικές του ιδιότητες πωλείται από 12 έως 18 φορές παραπάνω σε σχέση με τις αντίστοιχες πολωνικές συσκευασίες.**

Τιμές σε ζλότυ (1 Ευρώ περίπου 4 ζλότυ)

ΜΕΛΙ							
Επωνυμία / Προέλευση	Συσκευασία						
	250 gr		400 gr	500 gr			1300 gr
<b>Εταιρεία Pszczelarz-Kozacki</b>							
Μέλι Ακακίας	8,10		12,20	15,60			35,00
Μέλι Σίκαλης	7,90		12,19	15,85			35,00
Μέλι Ερείκης	11,53		17,53				55,33
Μέλι Τίλιο (Φλαμουριάς)	7,90		12,20	15,80			34,56
Μέλι Δάσους			10,00	12,00			
<b>Εταιρεία Sadecki Bartnik</b>							
							1200 gr
Μέλι Σίκαλης							42,20
Μέλι Ανθέων			11,50				49,20
<b>Εταιρεία Huzar</b>							
Μέλι Ανθέων				13,00			
<b>Εταιρεία Sznurowski</b>							
		380 gr					1100 gr
Μέλι Σίκαλης Βιολογικό		21,90					
Μέλι Δάσους Βιολογικό							59,20
Μέλι Τίλιο (Φλαμουριάς) Βιολ.							63,10
Μέλι Ανθέων Βιολογικό		24,35					
Μέλι Σίκαλης Βιολογικό		26,00					
<b>Διάφορα Πολωνικά</b>							
Μέλι Ακακίας	9,40					1 κιλό	
Μέλι Ακακίας Βιολογικό				34,20			
Μέλι Πικραλίδας						34,50	

Miod Polski (ανθέων)					20,00		
<b>Ιδιωτ.Ετικέττας Carrefour</b>							
Μέλι Ανθέων			8,25	11,10			
<b>Ιταλικό Alce Nero</b>							
Μέλι Ευκαλύπτου			22,70				
Μέλι Καστανιάς Βιολογικό			22,70				
<b>Γαλλικό Lune de Miele</b>							
Μέλι Ακακίας (πλαστικό disp.)	15,00						
<b>Μέλι Ν.Ζηλανδίας MANUKA</b>							
MGO 100+					192,00		
MGO 250+	74,00			188,00	356,00		
MGO 400+	102,00			294,00			
MGO 550+	156,00						
<b>Πολωνικό Tymbark Ανθέων</b>							
Ατομικές μερίδες 25gr (x6)	4,00						

### **8. Πολωνικό εμπορικό ισοζύγιο μελιού**

Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των στοιχείων εισαγωγών-εξαγωγών της πολωνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, η Πολωνία αν και παραγωγός χώρα, για να αντεπεξέλθει στην αυξημένη ζήτηση, προχωρά σε εισαγωγές σημαντικών ποσοτήτων μελιού, κυρίως από Κίνα και Ουκρανία, με αποτέλεσμα να διατηρεί διαχρονικά έλλειμμα στο εμπορικό της ισοζύγιο, το οποίο κατά το 2011 έφθασε στα -23 εκ.USD \$. Αναλυτικότερα :

#### **Εισαγωγές**

Η αξία των πολωνικών εισαγωγών μελιού κατά το 2011, ανήλθε σε αξία στα 38,4 εκ. \$ σημειώνοντας εντυπωσιακή αύξηση (+25%) σε σχέση με το 2010 όταν και είχε φθάσει στα 30,6 εκ.\$.

Κυριότερη χώρα εισαγωγής είναι η **Κίνα** με ποσοστό εισαγωγών άνω του 33% και ακολουθεί η **Ουκρανία** (ποσοστό 19,3% το 2011 και 12,1% το 2010), ενώ σημειώνεται ότι οι δύο ανωτέρω χώρες καλύπτουν ποσοστό εισαγωγών άνω του 50%.

Υπογραμμίζεται ότι οι εισαγωγές μελιού από την **Νέα Ζηλανδία**, παρουσιάζονται για πρώτη φορά το 2011 και καλύπτουν αξία 1,6 εκ.\$ και ποσοστό 4,2%.

Αναλυτικότερα και όσον αφορά τις **εισαγωγές μελιού (σε χιλ. USD \$)**

<b>Χώρα / Έτος</b>	<b>2010</b>	<b>%</b>	<b>2011</b>	<b>%</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>30.613</b>		<b>38.389</b>	
Κίνα	10.277	33,6	12.850	33,5
Ουκρανία	3.702	12,1	7.398	19,3
Βουλγαρία	3.686	12,0	3.308	8,6
Γερμανία	3.607	11,8	2.458	6,4
Ην.Βασίλειο	1.633	5,3	1.971	5,1
Τσεχία			1.900	4,9
Ρουμανία	1.644	5,4	1.816	4,7

Νέα Ζηλανδία			1.609	4,2
Ισπανία	735	2,4	1.362	3,5
Βέλγιο	1.274	4,2	884	2,3
Ιταλία	1.107	3,6	624	1,6
Αργεντινή	724	2,4		0,0
Λοιπές χώρες	2.224	7,3	2.209	5,8

### Εξαγωγές

Η αξία των πολωνικών εξαγωγών μελιού κατά το 2011, ανήλθε σε αξία στα 15,4 εκ. \$ σημειώνοντας εντυπωσιακή αύξηση (+80%) σε σχέση με το 2010, όταν και είχε φθάσει στα 8,6 εκ.\$.

Κυριότερη χώρα προορισμού των πολωνικών εξαγωγών είναι η **Γερμανία** με ποσοστό εξαγωγών άνω του 55% και ακολουθεί η **Δανία** (ποσοστό 14% το 2011 και 16% το 2010), ενώ σημειώνεται ότι οι δύο ανωτέρω χώρες καλύπτουν ποσοστό εξαγωγών άνω του 70%.

Αναλυτικότερα και όσον αφορά τις **εξαγωγές μελιού (σε χιλ. USD \$)**

Χώρα / Έτος	2010	%	2011	%
<b>Σύνολο</b>	<b>8.649</b>		<b>15.393</b>	
Γερμανία	3.574	41,3	8.898	57,8
Δανία	1.400	16,2	2.224	14,4
Ισπανία			1.570	10,2
Αυστρία	895	10,3	616	4,0
Σλοβακία	1.068	12,3		
Βουλγαρία	599	6,9		
Λοιπές χώρες	1.113	12,9	2.085	13,5

### 9.Στοιχεία Ελληνικής παραγωγής μελιού

Η Ελλάδα είναι μία κατ'εξοχήν μελισσοκομική χώρα με παράδοση χιλιάδων ετών στη μελισσοκομία, που οφείλεται αφενός μεν στις άριστες περιβαλλοντικές και κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν, αφετέρου δε στην εξαιρετική και πολυποίκιλη μελισσοκομική χλωρίδα της χώρας.

Ως συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού μελιού, σε σχέση με τον διεθνή ανταγωνισμό, μεταξύ άλλων, αναφέρονται :

- 1) ο μεγάλος αριθμός και η πλούσια ποικιλία γυρεόκοκκων που περιέχει,
- 2) οι άριστες οργανοληπτικές του ιδιότητες που οφείλονται κυρίως στην πλούσια άγρια βλάστηση,
- 3) οι έλληνες μελισσοκόμοι δεν χρησιμοποιούν τις μέλισσές τους με σκοπό την επίπονη γονιμοποίηση τεράστιων μονοκαλλιεργειών για βιομηχανική εκτροφή, αλλά μεταφέρουν τις κυψέλες τους από τόπο σε τόπο, ανάλογα με το τι ανθίζει εκεί και τότε.

Η μελισσοκομία είναι διαδεδομένη σε όλη την Ελλάδα και κυρίως στις περιοχές της Χαλκιδικής (υπολογίζεται ότι καλύπτει το 1/5 περίπου της ελληνικής παραγωγής), Καβάλας, Θάσου, Φθιώτιδας, Εύβοιας, νησιών του Αιγαίου, Αττικής, Αρκαδίας, Ηρακλείου και Χανίων.

Με βάση τον Κοινοτικό κατάλογο με τον υφιστάμενο αριθμό μελισσοσμηγνών-κυψελών, σε σύνολο 13.985.091 κυψελών που διαθέτουν και τα 27 κράτη-μέλη, η **Ελλάδα καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση με 1.502.239 κυψέλες (ποσοστό 10,7% του συνόλου)** και παράγει κατά μέσο όρο περίπου 12-14.000 τόνους μέλι ετησίως.

Οι μεγαλύτερες ποσότητες ελληνικού μελιού προέρχονται από το πεύκο (περίπου 55-60% συνολικής παραγωγής), ενώ σημαντική είναι και η παραγωγή μελιού από θυμάρι (15%) καθώς και μελιού ελάτης (5-10%).

Παράλληλα και σύμφωνα με στοιχεία του ΕΛ.Γ.Ο. «ΔΗΜΗΤΡΑ», η μελισσοκομία αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της πρωτογενούς παραγωγής για τη χώρα μας. Στον κλάδο απασχολούνται περί τους 23.000 μελισσοκόμους, ενώ περίπου 5.000 από αυτούς κατέχουν περισσότερες από 150 κυψέλες και θεωρούνται ως επαγγελματίες μελισσοκόμοι.

Γενικότερα, η μελισσοκομία, είτε ως αποκλειστική είτε ως δεύτερη απασχόληση, είναι ένας κλάδος της αγροτικής οικονομίας που συμβάλλει σημαντικά στο εισόδημα των γεωργικών και μη οικογενειών.

Τέλος σημειώνεται ότι υπάρχει και **ελληνικό μέλι ΠΟΠ (από το 1996), αυτό της Ελάτης Μαινάλου** που χαρακτηρίζεται από την γεύση, το άρωμα του (θυμίζει καραμέλα ή βανίλια) και την μικρή συγκέντρωσή του σε σάκχαρα.

### **10. Ελληνικό Εμπορικό Ισοζύγιο Μελιού**

Σύμφωνα με την επεξεργασία των στοιχείων της ΕΛ.ΣΤΑΤ. για τα έτη 2010, 2011 και 11μηνο του 2012,

- Το ελληνικό εμπορικό ισοζύγιο στο μέλι είναι διαχρονικά αρνητικό καθώς το 2010 το έλλειμμα έφθασε στους 1173,3 τόνους, το 2011 έφθασε στους 1383,5 τόνους και την περίοδο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου του 2012 έφθασε στους 974 τόνους.
- για τις ποσότητες των εξαγωγών και εισαγωγών του 2012, και ειδικότερα όσον αφορά στις χώρες προς και από τις οποίες έχουμε και εξαγωγές και εισαγωγές, προκύπτει ότι αρνητικό ισοζύγιο παρουσιάζεται με τις : Ισπανία (-412,8 τόνους), Ολλανδία (-84,6 τόνους) και Βέλγιο (-44,9 τόνους). Ισοσκελισμένο ισοζύγιο έχουμε με τις : Ελβετία και Πολωνία και θετικό ισοζύγιο έχουμε με τις : Γερμανία (+218,3 τόνους), Καναδά (+93,1 τόνους), Γαλλία (+20,9 τόνους), Ην.Βασίλειο (+74,7 τόνους) και ΗΠΑ (+38,5 τόνους).

#### **A. Εξαγωγές**

Κατά το 2010-2011 οι εξαγόμενες ποσότητες ελληνικού μελιού έφθασαν στους 780 και 836 τόνους αντίστοιχα. Σημαντική όμως άνοδο παρουσιάζουν κατά το 2012 καθώς ήδη κατά το περίοδο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου οι εξαγόμενες ποσότητες έχουν υπερβεί τους 1.135 τόνους (αύξηση έναντι του 2011 κατά 45%).

**Όσον αφορά στις χώρες προορισμού,** η κύρια διαχρονικά ομάδα έξι χωρών προς την οποία κατευθύνεται άνω του 80% του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών, αποτελείται από τις : **Γερμανία, Κύπρο, Καναδά, Γαλλία, Ην.Βασίλειο και ΗΠΑ.**

Από τις υπόλοιπες αναφερόμενες στον παρακάτω πίνακα χώρες, σε : Ισπανία, Ιταλία, Αυστρία, Ρωσία και Σλοβενία παρουσιάζεται σημαντική αύξηση, σε : Βέλγιο, Λίβανο, Σ.Αραβία, Αυστραλία, Ιαπωνία, Σουηδία και Νορβηγία δεν παρουσιάζονται σημαντικές αυξομειώσεις, ενώ σε : Ολλανδία, Ελβετία, Πολωνία, Τσεχία και Σλοβακία παρουσιάζεται σημαντική μείωση. Αναλυτικότερα,

#### **Εξαγωγές Μελιού, Κωδ. 04.09.00**

	2010		2011		Ιαν- Νοεμ.2012	
	χιλ. Ευρώ	Τόνοι	χιλ. Ευρώ	Τόνοι	χιλ. Ευρώ	Τόνοι
<b>Σύνολο</b>	<b>4772,3</b>	<b>836,7</b>	<b>4254,8</b>	<b>782,9</b>	<b>5489,4</b>	<b>1136,3</b>
Γερμανία	1493,9	291,5	1649,7	308,1	2277,5	487,9
Κύπρος	576,1	115,7	615,2	138,0	586,7	145,3
Καναδάς	413,9	73,8	460,3	119,9	510,6	98,1



Γαλλία	437,6	65,6	276,1	34,5	391,6	57,9
Ην.Βασίλειο	488,3	86,4	286,6	55,9	356,3	76,3
ΗΠΑ	406,2	49,1	266,1	32,6	343,4	41,1
Ισπανία	3,6	0,3	55,1	15,0	207,1	75,6
Βέλγιο	168,4	19,3	125,4	12,5	112,3	11,3
Ιταλία	1,6	0,2	5,6	1,0	107,8	41,8
Αυστρία	53,3	6,2			82,4	20,5
Λίβανος	104,9	11,0	66,5	6,8	79,8	8,1
Ρωσία			29,6	4,2	66,0	9,0
Σλοβενία					53,0	20,0
Σ.Αραβία	47,7	5,2	20,7	2,6	45,7	7,0
Αυστραλία	27,6	2,5	44,9	3,7	39,6	3,9
Ιαπωνία	16,4	1,6	44,7	4,3	30,3	3,4
Ολλανδία	100,6	16,2	46,8	6,4	24,6	3,8
Ελβετία	75,3	9,9	39,7	4,2	24,0	2,7
Σουηδία	39,2	7,7	12,8	2,6	20,8	3,7
Πολωνία	55,8	7,7	37,5	5,9	13,7	1,6
Νορβηγία	12,0	1,0	12,6	1,0	11,7	0,9
Σιγκαπούρη	7,8	0,8	7,0	0,8	7,9	0,7
Τσεχία	29,4	4,4	73,6	11,1	5,4	0,7
Σλοβακία	27,7	4,3	21,0	3,2		
<b>Λοιπές Χώρες</b>	<b>185,0</b>	<b>56,3</b>	<b>57,3</b>	<b>8,6</b>	<b>91,2</b>	<b>15,0</b>

## **Β. Εισαγωγές**

Κατά το 2010-2011 οι εισαγόμενες ποσότητες ελληνικού μελιού έφθασαν στους 2.000 και 2.166 τόνους αντίστοιχα. Κατά το 2012, καθώς ήδη κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου οι εισαγόμενες ποσότητες έχουν υπερβεί τους 2.110 τόνους, εκτιμάται ότι οι συνολικές μας εισαγωγές θα υπερβούν τους 2.200 τόνους.

**Όσον αφορά στις χώρες προέλευσης**, η κύρια διαχρονικά ομάδα τριών χωρών που καλύπτει ποσοστό άνω του 83% του συνόλου των ελληνικών εισαγωγών, αποτελείται από τις : **Βουλγαρία, Ισπανία και Γερμανία.**

Από τις υπόλοιπες αναφερόμενες στον παρακάτω πίνακα χώρες, σε : Βέλγιο, Γαλλία, Ουγγαρία, ΗΠΑ, Πορτογαλία παρουσιάζεται αύξηση εισαγωγών, σε : Ολλανδία, Ελβετία, Πολωνία δεν παρουσιάζονται σημαντικές αυξομειώσεις στην προαναφερόμενη τριετία, ενώ σε : Ιταλία, Καναδά και Ην.Βασίλειο παρουσιάζεται μείωση των εισαγωγών. Αναλυτικότερα,

### **Ελληνικές Εισαγωγές Μελιού, Κωδ. 04.09.00**

	<b>2010</b>		<b>2011</b>		<b>Ιαν- Νοεμ.2012</b>	
	<b>χιλ. Ευρώ</b>	<b>Τόνοι</b>	<b>χιλ. Ευρώ</b>	<b>Τόνοι</b>	<b>χιλ. Ευρώ</b>	<b>Τόνοι</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>6492,2</b>	<b>2010,0</b>	<b>6435,0</b>	<b>2166,4</b>	<b>5165,0</b>	<b>2110,3</b>
Βουλγαρία	1660,8	732,4	1518,5	645,0	1833,5	1118,8

Ισπανία	1936,6	614,5	1662,9	626,7	1239,1	488,4
Γερμανία	1625,9	391,1	1889,3	642,0	1213,6	269,6
Ολλανδία	265,3	64,4	574,7	132,9	367,6	88,4
Βέλγιο	564,3	47,5	447,0	51,2	189,8	56,2
Γαλλία	27,2	3,1	108,1	15,4	116,5	37,0
Ουγγαρία	10,4	4,0	26,0	10,0	98,1	35,4
Καναδάς			54,1	17,1	29,2	5,0
Ελβετία	14,4	1,6	18,3	1,6	22,4	2,6
Ην.Βασίλειο	7,9	0,9	58,1	7,7	21,7	1,6
ΗΠΑ					14,5	2,6
Πορτογαλία					9,7	2,8
Πολωνία	6,1	1,2	6,3	1,9	4,3	1,6
Ιταλία	86,8	34,8	23,1	7,5	0,7	0,1
Αυστρία	136,0	32,5				
Ρουμανία	66,6	20,4	4,3	0,7		
Κίνα	83,7	61,5	1,2	0,4		
<b>Λοιπές Χώρες</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>43,1</b>	<b>6,3</b>	<b>4,3</b>	<b>0,3</b>

### 11. Συμπεράσματα, Προτάσεις

Λαμβάνοντας υπόψη τα προαναφερόμενα σε σχέση με τον έντονο διεθνή ανταγωνισμό στην αγορά του μελιού, δεδομένο αποτελεί ότι για την απόκτηση μεγαλύτερων μεριδίων εθνικής ή παγκόσμιας αγοράς, ζητούμενο κατ' αρχήν είναι η επίτευξη, ει δυνατόν, οικονομιών κλίμακας στη παραγωγή του προϊόντος και άρα χαμηλότερου κόστους και ανταγωνιστικών τιμών της πωλούμενης/εξαγόμενης ποσότητας του. Στη συνέχεια θεωρούμε ότι, η αναγνωρισιμότητα του προϊόντος, η οποία θα βασίζεται στα συγκριτικά του πλεονεκτήματα (στα οποία πιστεύουμε ότι θα πρέπει να περιλαμβάνεται και η σύνδεση με την παραγωγή του από τα αρχαία χρόνια, όπως και του ελαιόλαδου και κρασιού), θα μπορέσει να αποτελέσει τη βάση για την εδραίωση του προϊόντος στις ξένες αγορές και κατάκτηση μεγαλύτερων μεριδίων αγοράς.

Σε σχέση με την αναγνωρισιμότητα του προϊόντος, σημειώνουμε ότι εάν αλλοδαπός καταναλωτής επισκεπτόμενος τον παγκόσμιο ιστό (που στην παρούσα εποχή αποτελεί την πρώτη επιλογή πληροφόρησης) πληκτρολογήσει τις λέξεις "**greek honey**", για να ενημερωθεί για την ύπαρξη και τις ιδιότητες του ελληνικού μελιού, σπάνια θα μπορέσει να βρει ιστοσελίδα που θα του παρέχει γενικότερη ενημέρωση για το προϊόν (π.χ. <http://www.pertorqueo.com/en/learn/honey/60-varieties-of-greek-honey.html>), αλλά συχνότερα θα βρει είτε εμπειρίες τουριστών από γευσιγνωσία μελιού σε συγκεκριμένη περιοχή (π.χ. <http://www.islands.com/articles/taste-greece-healthiest-honey>), είτε ιστοσελίδες ελληνικών ή αλλοδαπών εταιρειών πώλησης (π.χ. <http://www.christosmarket.com/aboutus.asp>, <http://greekproducts.com/company.html>, <http://www.odysea.com/products/honey.php>, <http://www.greekfoodshop.com/en/greek-honey.html>, <http://greek-honey.gr> κλπ), είτε ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου (π.χ. <http://www.alibaba.com/showroom/greek-honey.html>, <http://www.amazon.com/Attiki-Greek-Honey-16-Jar/dp/B000CD87MI> κλπ), είτε ιστοσελίδες συνταγών (<http://www.bigoven.com/recipe/163701/greek-honey-puffs-loukoumades> κλπ).

Σε αντίθεση με τα παραπάνω, αν ο ίδιος καταναλωτής πληκτρολογήσει τις λέξεις "**new zealand honey**", για να ενημερωθεί για την ύπαρξη και τις ιδιότητες του νεοζηλανδικού μελιού, οι δύο πρώτες ιστοσελίδες που θα συναντήσει, θα του παρέχουν όλες τις σχετικές πληροφορίες

1. <http://www.honeynz.co.nz/> (About us, UMF & Active Honey, Native Flora & Bush Honey, Honey Infusionz, Seasonal Favourites, Body Care, Q & A, Contact –παρέχεται πληροφόρηση για διακινητές μελιού και τα στοιχεία του ευρωπαϊού διανομέα με βάση το Λονδίνο-)
2. <http://www.newzealandhoneyco.co.nz/home> (Home, Recipes, Healthy Honey, Where to Buy, The Honey Co., Hot News, Gallery, Contact, Shopping Cart)

Ειδικότερα για την πολωνική αγορά όπως προαναφέρθηκε και για την προώθηση του μελιού Manuka, η ιστοσελίδα που έχει δημιουργηθεί είναι στα πολωνικά.

Ανωτέρω πληροφόρηση, θεωρούμε ότι συμβάλλει σημαντικά στην προώθηση του νεοζηλανδικού μελιού στην πολωνική αγορά, στην οποία έως το 2010 δεν υπήρχαν καθόλου εισαγωγές, ενώ το 2011, που εμφανίστηκαν για πρώτη φορά, έφθασαν σε αξία στα 1,6 εκ. \$, καλύπτοντας ποσοστό πολωνικών εισαγωγών της τάξης του 4,2%, την στιγμή μάλιστα που το προϊόν πωλείται, όπως προαναφέρθηκε, 12-18 φορές υψηλότερα από τις αντίστοιχες πολωνικές συσκευασίες.

Καθώς το ελληνικό μέλι διαθέτει εξαιρετικά ποιοτικά χαρακτηριστικά και συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι του ανταγωνισμού, εάν για οποιοδήποτε λόγο δεν μπορεί να υπάρξει συνεχής και μακροχρόνια διαφημιστική υποστήριξη του σε συγκεκριμένες χώρες/περιοχές-στόχους, τότε πέραν των εξαιρετικών προσπαθειών που καταβάλουν οι ελληνικές εταιρείες για την εξαγωγή του, θεωρούμε ότι η συγκέντρωση μεγαλύτερων ποσοτήτων εξαγωγής από Εταιρεία/Συνεταιρισμό Εταιρειών/Φορέα, η δημιουργία ιστοτόπου αντίστοιχου των ανταγωνιστριών χωρών και στοχευμένες δράσεις σε χώρες στόχους θα μπορούσαν να μας παρέχουν σημαντικό πλεονέκτημα.

Περαιτέρω εταιρείες/Φορείς από τις παραγωγικές περιοχές της χώρας μας στον κλάδο του μελιού, θα μπορούσαν πιθανόν να εκμεταλλευτούν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα, στοχεύοντας κατ' αρχήν **στον εισαγόμενο στις περιοχές τους τουρισμό την καλοκαιρινή περίοδο**, με ενημερωτικές εκδηλώσεις/επισκέψεις στις εγκαταστάσεις τους και πωλήσεις είτε μέσα από καταστήματα τους είτε μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου.

Παραδείγματα δράσεων Φορέων/Εταιρειών όπως π.χ. αυτή του Επιμελητηρίου Λασιθίου το οποίο σε συνεργασία με το Ξενοδοχείο Porto Elounda θα διοργανώσει διαρκή έκθεση τοπικών προϊόντων (μεταξύ των οποίων και το μέλι), προσκαλώντας σε B2B συναντήσεις και ξένους αγοραστές, θεωρούμε ότι θα έχουν άμεσα και πολλαπλασιαστικά οφέλη για το προϊόν.

Τέλος και όσον αφορά στην Πολωνία, εκτιμάται ότι είναι πρόσφορο το έδαφος,

- για ίδρυση και λειτουργία καταστήματος χονδρικής/λιανικής πώλησης με δυνατότητα και ηλεκτρονικών παραγγελιών, μέσω του οποίου μπορεί να διατίθεται το ελληνικό μέλι, σε συνδυασμό με πωλήσεις και άλλων προϊόντων του κλάδου των τροφίμων, όπως ελαιόλαδο, ελιές, σαπούνια, προϊόντα προσωπικής περιποίησης κλπ., ενώ σημειώνουμε ότι στο ανωτέρω εγχείρημα έχει προβεί ήδη εταιρεία ιταλικών συμφερόντων με εξαιρετικά αποτελέσματα.
- για διοργάνωση γευσιγνωσίας/γνωριμίας, με ελληνικά προϊόντα του κλάδου των τροφίμων π.χ. μέλι, ελαιόλαδο, κρασί, κατ' αρχήν στην Βαρσοβία, με συνολικό κόστος που θεωρούμε ότι δεν θα υπερβαίνει τα 5.000 Ευρώ

Ο Προϊστάμενος

Παντελής Γιαννούλης  
Σύμβουλος ΟΕΥ Α΄