



LET'S  
**EXPORTGREECE**

εξάγουμε Ελλάδα

**THE NEWSLETTER**

12.05.2022 Τεύχος #61



FOOD MARKET SHOW



**Extroversion News**

Powered by  
GREAT EXHIBITIONS

Η PLMA και  
τα πλεονεκτήματα  
του Private Label



«Έξυπνες πόλεις»



Premium Real Estate  
Forum 2022



## Exhibitions

# FOOD MARKET SHOW

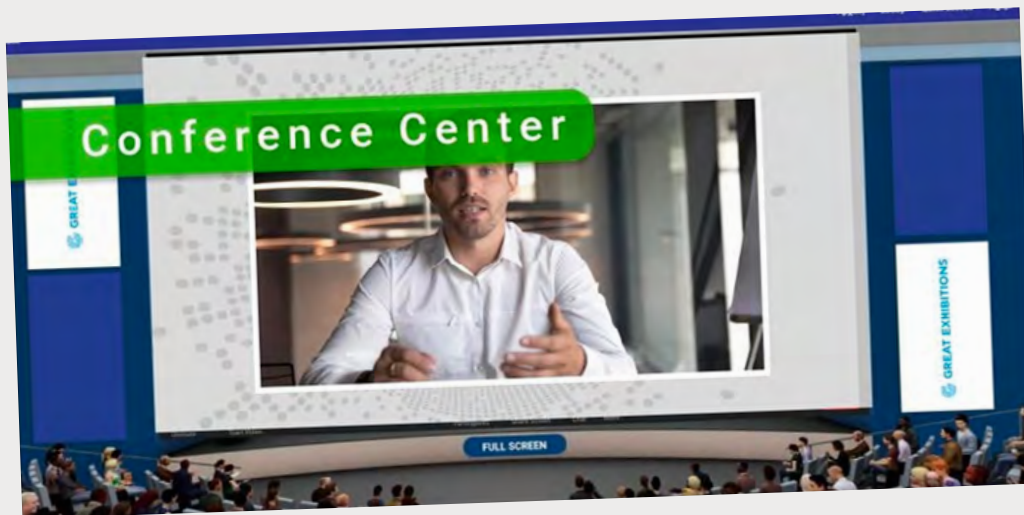
**Η Great Exhibitions πρωτοπορεί  
φτιάχνοντας το απόλυτο διαδικτυακό  
εργαλείο εξωστρέφειας, την online  
πλατφόρμα FOOD MARKET SHOW!**

Η Food Market Show, έπειτα από 2 επιτυχημένες ψηφιακές εκθέσεις το 2020 και το 2021, επιστρέφει

ανανεωμένη και αναβαθμισμένη, με ένα ολοκαίνουργιο πακέτο παροχών που θα σας λύσει όλα τα ζητήματα επικοινωνίας και παρουσίας των προϊόντων και των υπηρεσιών σας.

Πρόκειται για μια τρισδιάστατη ψηφιακή πλατφόρμα, η οποία είναι σχεδιασμένη και προσαρμοσμένη να φιλοξενεί ψηφιακές και υβριδικές εκθέσεις,





- ▶ Δυνατότητα προσαρμογής πραγματικού render περιπτέρου.
- ▶ Χρήση ZOOM χωρίς κόστος σε όλες σας τις συναντήσεις.

#### Καμπάνιες επικοινωνίας σε διεθνείς αγοραστές

- ▶ Ειδικά events σε συνεργασία με τις μεγαλύτερες εταιρείες B2B του κλάδου

τριδιάστατα αυτόνομα περιπτέρα, ιδανικά για online παρουσιάσεις, e-meetings και break out rooms. Το ψηφιακό 365 Expo Center παρέχει το διαδραστικό περιβάλλον που θα συναντούσε κανείς εάν επισκεπτόταν διά ζώσης μια έκθεση, προσφέροντας παράλληλα πολύ περισσότερες δυνατότητες ασφαλούς και άμεσης δικτύωσης αλλά και προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών.

#### Προσφέρουμε:

- ▶ Μία διαδραστική εικονική εμπειρία, η οποία θα μεταφέρει τους συμμετέχοντές σας σε μια ψηφιακή έκδοση του εκθεσιακού σας χώρου.
- ▶ Αλληλεπίδραση με videos, καταλόγους, φωτογραφίες. Οι επισκέπτες μπορούν εύκολα να περιηγηθούν στο χώρο και να ενεργοποιούν περιεχόμενο μέσω hotspot πλοήγησης.
- ▶ Advanced Analytics και Στατιστικά των επισκεπτών σας σε καθημερινή βάση.
- ▶ Online Meetings, με μοναδικό ανά εκθέτη URL, χωρίς υποχρέωση εγγραφής στην πλατφόρμα από τους επισκέπτες.
- ▶ Μεγάλη γκάμα σχεδίων έτοιμων φωτορεαλιστικών περιπτέρων.

- ▶ Συνεχείς καμπάνιες επικοινωνίας σε social media αλλά και μέσω προσωποποιημένης ηλεκτρονικής αλληλογραφίας
- ▶ Βάση δεδομένων με +100.000 διεθνείς αγοραστές
- ▶ Διαρκής ενημέρωση της βάσης μας με γνωριμίες που κάνουμε στις διεθνείς εκθέσεις στις οποίες συμμετέχουμε.
- ▶ Επικαιροποίηση των στοιχείων των αγοραστών ανά τακτά χρονικά διαστήματα

#### Επωφεληθείτε:

- ▶ Η απόλυτη ψηφιακή εμπειρία
- ▶ Φτιάξτε το δικό σας ψηφιακό περιεχόμενο
- ▶ Επικοινωνήστε το περιεχόμενό σας μέσω webcast
- ▶ Βιωσιμότητα – Ελάχιστο περιβαλλοντικό αποτύπωμα
- ▶ Υβριδικές προσωπικές συναντήσεις online
- ▶ Ελκυστικά πακέτα ετήσιας συμμετοχής και όχι μόνο.

Καλύπτουμε όλα τα ζητήματα επικοινωνίας και σύγχρονης παρουσίασης των προϊόντων σας. Επικοινωνήστε μαζί μας στο 210-7755080 ή στο [info@greatexhibitions.gr](mailto:info@greatexhibitions.gr).





13-15  
ΜΑΪΟΥ  
2022

# Η ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η 2η Premium Real Estate Expo επιστρέφει  
δυναμικά πλήρως ανανεωμένη και με νέες  
ψηφιακές δυνατότητες.

- Συμμετοχή επαγγελματιών από όλο τον κλάδο του Real Estate
- Ευκαιρίες επενδύσεων σε ακίνητα
- Διεξαγωγή διήμερου συνεδρίου Real Estate Forum ([www.realestateforum.gr](http://www.realestateforum.gr))
- Ψηφιακή πλατφόρμα για πραγματοποίηση B2B συναντήσεων ([www.vrexpogreece.com](http://www.vrexpogreece.com))



[www.rexpo.gr](http://www.rexpo.gr)



GRAND SPONSOR

SPONSORS

MEDIA SPONSORS

UNDER THE AUSPICES



## Exhibitions News

# Premium Real Estate Forum 2022

Στο πλαίσιο της 2ης Premium Real Estate Expo 2022, της μοναδικής έκθεσης για την αγορά ακινήτων, θα πραγματοποιηθεί αυτό το Σαββατοκύριακο 14 και 15 Μαΐου, το «1ο Premium Real Estate Forum», όπου οι συμμετέχοντες θα ενημερωθούν για τις τάσεις της αγοράς, τις διεθνείς εξελίξεις, το μέλλον των ακινήτων, τις αλλαγές στις φοροτεχνικές διαδικασίες και πολλά άλλα ενδιαφέροντα θέματα. Τη θεματολογία και το πρόγραμμα του Forum μπορείτε να βρείτε στο [www.realestateforum.gr](http://www.realestateforum.gr).

Ομιλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό, experts από αγορές – κλειδιά για το ελληνικό real estate, εκπρόσωποι των φορέων χρηματοδότησης και υψηλόβαθμα στελέχη από συνεργαζόμενους κλάδους (κατασκευές, αρχιτεκτονική, τεχνολογία κ.ά.) συνθέτουν τα panels των ομιλητών.

Επιπλέον, μέσω της πλατφόρμας [www.vnexpogreece.com](http://www.vnexpogreece.com), οι εκθέτες θα έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν B2B συναντήσεις με εκπροσώπους μεγάλων γραφείων Real Estate, Funds, οικονομικούς συμβούλους, καθώς και νέους πελάτες από όλο τον κόσμο.

Υποστηρικτής και αρωγός της 2ης Premium Real Estate Expo είναι ο Σύλλογος Μεσιτών Αστικών Συμβάσεων Αθηνών - Αττικής (Σ.Μ.Α.Σ.Α.Α.) με την πολύτιμη στήριξη του οποίου πραγματοποιείται μια άρτια διοργάνωση, η οποία καλύπτει όλες τις σύγχρονες ανάγκες του κλάδου.

Μεγάλος χορηγός της έκθεσης είναι η Union Properties, και χορηγοί οι Alpha Bank και Plasis Real Estate.

### Λίγα λόγια για την έκθεση:

Η εξειδικευμένη Έκθεση για το Real Estate επιστρέφει δυναμικά από τις 13 έως τις 15 Μαΐου 2022 στο εκθεσιακό κέντρο MEC Παιανίας, πλήρως ανανεωμένη και με νέες ψηφιακές δυνατότητες.

Σε μια εποχή όπου οι εξελίξεις στον κλάδο του Real Estate είναι ραγδαίες και η ανάγκη συνεργασιών, εξωστρέφειας και συνεχούς ενημέρωσης για τις



εγχώριες και διεθνείς εξελίξεις είναι επιτακτική, ο ρόλος της 2ης Premium Real Estate Expo είναι καίριος και καταλυτικός. Για το 2022, η Premium Real Estate Expo, έχει συγκεντρώσει το σύνολο του κλάδου Real Estate, όπως εξειδικευμένους επαγγελματίες, μεσίτες, διαχειριστές ακινήτων και επενδύσεων από το χώρο των κατασκευών, με στόχο να καλύψει τις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες του κλάδου.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την 2η Premium Real Estate Expo 2022 επισκεφθείτε την ιστοσελίδα [www.rexpo.gr](http://www.rexpo.gr).



## Good News

# Με δύο σημαντικές συνεργασίες ολοκληρώνεται η παρουσία του ΕΟΤ στην Arabian Travel Market 2022 στο Dubai

Η ισχυρή παρουσία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού στην Διεθνή Τουριστική Έκθεση Arabian Travel Market (ATM) 2022 ολοκληρώνεται με δύο νέες συνεργασίες στρατηγικής σημασίας που θα δώσουν περαιτέρω ώθηση στην προώθηση του ελληνικού τουρισμού στις αραβικές χώρες.

## Συνεργασία του ΕΟΤ με την Qatar Airways

ΕΟΤ και Qatar Airways συμφώνησαν να πραγματοποιήσουν από κοινού καμπάνια προβολής και ενημέρωσης για την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, στο Κατάρ και στη Σαουδική Αραβία. Η καμπάνια θα εστιάσει στο ταξίδι στην Ελλάδα με έμφαση στις μοναδικές εμπειρίες που μόνο η χώρα μας μπορεί να προσφέρει.

Η καμπάνια θα απευθύνεται και σε long haul αγορές, όπως η Αυστραλία. Η συνεργασία έρχεται σε μία περίοδο που, μετά την Αθήνα και τη Μύκονο, η Σαντορίνη γίνεται ο τρίτος προορισμός στην Ελλάδα που θα εξυπηρετείται απευθείας από την Qatar Airways. Η πρώτη πτήση για τη Σαντορίνη έχει προγραμματιστεί να αναχωρήσει από το Διεθνές Αεροδρόμιο Hamad της Ντόχα, στις 7 Ιουνίου 2022.

## Συμφωνία με WEGO MENA, μια από τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές πλατφόρμες Μ. Ανατολής

Ο ΕΟΤ εξασφάλισε αποκλειστική συμφωνία με τη WEGO MENA μία από τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές πλατφόρμες στη Μέση Ανατολή και Β. Αφρική. Στόχος





Γενικότερα, η Μέση Ανατολή είναι εξαιρετικά σημαντική για τον τουρισμό μας και έχουμε τη βούληση να αυξήσουμε το μερίδιο αγοράς που έχουμε στην περιοχή και να ανοίξουμε τις προοπτικές της.

Πα να έχουμε όμως αυτή την προοπτική στην αραβική αγορά χρειάζεται όσο το δυνατόν πιο συχνή παρουσία της χώρας μας και μακροπρόθεσμες συνεργασίες. Δύο από αυτές ανακοινώσαμε σήμερα, με την Qatar και την WEGO MENA στον τομέα της προβολής της χώρας μας ενώ θα ακολουθήσουν και άλλες το επόμενο διάστημα.

είναι η προβολή της Ελλάδας και των εμπειριών που μπορεί να ζήσει ο επισκέπτης στην χώρα μας. Η καμπάνια θα μεταδοθεί από τον Ιούνιο έως τον Αύγουστο και θα απευθύνεται σε οικογένειες, ζευγάρια και ταξιδιώτες που αναζητούν μοναδικές ταξιδιωτικές εμπειρίες και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.

Κατά την διάρκεια της παραμονής του στο Ντουμπάι, ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ Δημήτρης Φραγκάκης μαζί με στελέχη του Οργανισμού πραγματοποίησαν δεκάδες προγραμματισμένες συναντήσεις με παράγοντες της τοπικής αγοράς, όπως μεταξύ άλλων την Dnata Holidays, Etihad Airways, Pan World, Sharaf Travel Services, Qatar Airways, Emirates Airways, Flydubai, Emirates Holidays και άλλους.

Επιπλέον την Τρίτη ο Δημήτρης Φραγκάκης παραχώρησε συνεντεύξεις σε ραδιοφωνικά, τηλεοπτικά και διαδικτυακά μέσα της Μ. Ανατολής.

Μετά το τέλος της Έκθεσης ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ έκανε την ακόλουθη δήλωση: «Μετά από δύο σχεδόν χρόνια, η Ελλάδα επιστρέφει στην μεγάλη διεθνή έκθεση ATM στο Ντουμπάι. Είχε προηγηθεί η παρουσία του ΕΟΤ στην μεγάλη γενική έκθεση DUBAI EXPO, πριν από μερικές εβδομάδες, και τώρα βρισκόμαστε εδώ μαζί με τις Περιφέρειες Κρήτης, Ιονίων Νήσων, Ανατολικής & Κεντρικής Μακεδονίας αλλά και με σημαντικές ελληνικές επιχειρήσεις, προκειμένου να προωθήσουμε την χώρα μας στην αραβική αγορά.

Εργαζόμαστε συστηματικά για να δείξουμε τις δυνατότητες της χώρας μας στον τομέα του τουρισμού και να επιτύχουμε περισσότερο ποιοτικό τουρισμό από τη Μέση Ανατολή τα επόμενα χρόνια. Είναι ένας στόχος τον οποίο η Ελλάδα μπορεί και πρέπει να καταφέρει».





## Exhibitions News

# 7.400 επισκέπτες τίμησαν το Bio Festival 2022

**Το 2ο Bio Festival ολοκληρώθηκε κερδίζοντας τις εντυπώσεις εκθετών και επισκεπτών για την άρτια διοργάνωσή του και την αξιόλογη εμπορική του επιτυχία.**

Το 2ο Bio Festival ολοκληρώθηκε με επιτυχία αναδεικνύοντας τα βιολογικά και φυσικά προϊόντα και την κουλτούρα του eco living σε πρωταγωνιστές!

Η μεγάλη βιολογική γιορτή της πόλης συγκέντρωσε στην Τεχνόπολη του Δήμου Αθηναίων, στο Γκάζι, πλήθος από επαγγελματίες του κλάδου, καθώς και καταναλωτές. Από τις 6 έως τις 8 Μαΐου, 130 εκθέτες υποδέχτηκαν 7.400 στοχευμένους επισκέπτες.

Ο μεγάλος πλούτος των προϊόντων, από κάθε γωνιά της Ελλάδας, το κλίμα χαράς και αισιοδοξίας που επικράτησε και οι εμπορικές πράξεις που πραγματοποιήθηκαν, έθεσαν τις βάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη τόσο του Φεστιβάλ όσο και της κουλτούρας του healthy και eco living στην Ελλάδα.

Νέες τάσεις, ολοκαίνουργια προϊόντα, καινοτομίες, πρωτότυπες ιδέες, αποτελέσαν τη βάση των προτάσεων των εκθετών του φεστιβάλ οι οποίοι







είχαν την ευκαιρία να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους και να συνομιλήσουν με το κοινό.

### Το bio... κοινό έδωσε ραντεβού εδώ

Εκατοντάδες καταναλωτές είχαν την ευκαιρία να δουν από κοντά παραγωγούς και εμπόρους που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των βιολογικών, φυσικών και vegan προϊόντων από κάθε γωνιά της Ελλάδας, με αποτέλεσμα το φεστιβάλ να αποτελέσει πυρήνα ζύμωσης θετικών εξελίξεων στην αναπτυσσόμενη αγορά των βιολογικών προϊόντων.

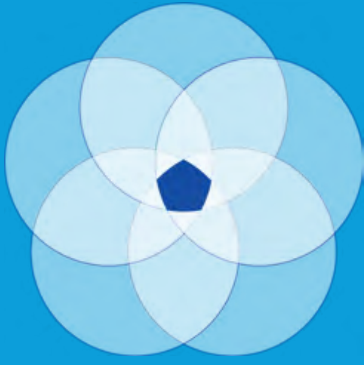
Τόσο οι καταναλωτές, που ήδη έχουν εντάξει τα βιολογικά προϊόντα στην ζωή τους και την καθημερινότητά τους και που γνωρίζουν τι ακριβώς ζητούν όσο και αυτοί που επιθυμούσαν να μνηθούν για πρώτη φορά σε ένα πιο υγιεινό και εναλλακτικό τρόπο ζωής, είχαν την ευκαιρία να ανακαλύψουν από κοντά μία μεγάλη γκάμα προϊόντων, να δοκιμάσουν και να κάνουν τις αγορές τους.

### Πλούσιες παράλληλες εκδηλώσεις που κέρδισαν τις εντυπώσεις

Σημαντικό ρόλο στην εδραίωση της bio κουλτούρας, καθώς και στην περαιτέρω επιμόρφωση των επαγγελματιών, γύρω από τις εξελίξεις του κλάδου αλλά και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει η

συγκεκριμένη αγορά, διαδραμάτισαν τα σεμινάρια των Workshops & Seminars. Κορυφαίοι εισηγητές από τον επιχειρηματικό, ακαδημαϊκό, δημοσιογραφικό κόσμο μέσα από τις εισηγήσεις τους ανέλυσαν, μεταξύ άλλων, μία ευρεία θεματική γκάμα γύρω από τα βιολογικά και vegan προϊόντα, τις υπερτροφές, τους βιολογικούς μικρόκηπους και τη φυτική πρωτεΐνη. Εύσημα από κοινό και επαγγελματίες απέσπασαν πέρα από τα Workshops & Seminars για την ευρηματικότητα και την πληρότητα της θεματολογίας τους και οι διαγωνισμοί γνώσεων πάνω στα βιολογικά και vegan προϊόντα που πραγματοποιήθηκαν στην κεντρική σκηνή, όπου μοιράστηκαν δεκάδες δώρα που προσέφεραν οι εκθέτες και τις τρεις ημέρες.





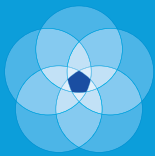
# Extroversion News

Powered by



**GREAT EXHIBITIONS**





# Extroversion News

Powered by



GREAT EXHIBITIONS

## Η PLMA και τα πλεονεκτήματα του Private Label

**Η PLMA επιστρέφει σε φυσική μορφή και μαζί της ο κόσμος της ιδιωτικής ετικέτας θα βρίσκεται στο Άμστερνταμ, 31 Μαΐου με 1 Ιουνίου, στο εκθεσιακό κέντρο RAI.**

Έπειτα από δύο χρόνια αναμονής, αναβολών και περιορισμών, η μεγαλύτερη έκθεση ιδιωτικής ετικέτας παγκοσμίως θα συγκεντρώσει πάλι πάνω της τα φώτα της αγοράς. Πατί όμως είναι τόσο επιτακτική η ανάγκη για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας;

### Τα πλεονεκτήματα της ιδιωτικής ετικέτας

#### Έλεγχος

Η ιδιωτική ετικέτα προσφέρει στους λιανοπωλητές έλεγχο σε μεταβλητές ενός προϊόντος, όπως η τιμολόγηση, το μέγεθος, ο σχεδιασμός της συσκευασίας, η παραγωγή και η διανομή. Οι έμποροι λιανικής μπορούν

να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν καινοτόμες ιδέες για να κερδίσουν μερίδιο αγοράς έναντι των branded προϊόντων. Αυτό περιλαμβάνει τη δυνατότητα γρήγορων προσαρμογών στα προϊόντα με βάση τις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις του πελάτη.

#### Επωνυμία (Branding)

Οι επιτυχημένες μάρκες ιδιωτικής ετικέτας μπορούν να δημιουργήσουν καλύτερες ευκαιρίες πωλήσεων για τους λιανοπωλητές. Η προσαρμογή της ιδιωτικής ετικέτας - όπως τα λογότυπα και οι γραμμές ετικετών - μπορεί να εξατομικεύσει την εμπειρία αγορών ενός πελάτη, έτσι ώστε να οδηγήσει σε ακόμα μεγαλύτερη αφοσίωση καταναλωτή. Για παράδειγμα, η σειρά βιολογικών τροφίμων Wild Harvest της SuperValu προσφέρει στους πελάτες της σε χαμηλές τιμές επιλογές υγιεινών τροφίμων με εκλεπτυσμένο σχεδιασμό συσκευασίας, που συναγωνίζεται αυτόν των branded προϊόντων.





**AMSTERDAM**  
**MAY 31 - JUNE 1 2022**

**Europe Hall**  
**Stand F-5271**

### Προβολή

Σε αντίθεση με τα branded προϊόντα, οι έμποροι προϊόντων λιανικής με ιδιωτική ετικέτα μπορούν να διαμορφώσουν την εμπειρία του αγοραστή στο κατάστημα. Αυτό μπορεί να μεταφραστεί σε πλεονέκτημα μάρκετινγκ, που προκύπτει από την προνομιακή τοποθέτηση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και σήμανσης στο κατάστημα, με τρόπο που να τα προωθεί σε βάρος των branded προϊόντων.

### Κόστος

Αν και το κόστος ενός προϊόντος δεν είναι ο μόνος παράγοντας που λαμβάνουν υπόψη οι καταναλωτές όταν επιλέγουν μάρκες ιδιωτικής ετικέτας, εξακολουθεί να είναι σημαντικός. «Η ανάγκη για προσιτές λύσεις συσκευασμένων αγαθών είναι μεγάλη και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας προχωρούν πολύ προς την κάλυψη αυτής της ανάγκης», δήλωσε στο Packaging Digest ο Thom Blischok, Πρόεδρος Συμβουλευτικής και Καινοτομίας στην Information Resources Inc.

Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης είναι ότι οι τιμές τους αποκτούν βαρύνουσα σημασία, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται όλο και περισσότερο σε στρατηγικές εξοικονόμησης χρημάτων.

### Η αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά

Κατά τη διάρκεια της πανδημίας οι καταναλωτές έχουν αποδειχθεί αρκετά πρόθυμοι να αλλάξουν την αγοραστική τους συμπεριφορά. Οι έρευνες καταναλωτών μάς δείχνουν ότι σχεδόν το 40% των καταναλωτών των ΗΠΑ έχουν δοκιμάσει νέα προϊόντα ή επωνυμίες από την έναρξη της επιδημίας COVID-19.

Μεγάλο μέρος της αλλαγής αυτής συμπεριφοράς οφειλόταν σε ζητήματα διαθεσιμότητας - ορισμένα επώνυμα προϊόντα ήταν εκτός αποθέματος για εβδομάδες, καθώς οι κατασκευαστές CPG πάλευαν να ανταποκριθούν στην ξαφνική αύξηση της ζήτησης. Στην Ελλάδα αυτή η τάση έχει ξεκινήσει και λόγω της οικονομικής κρίσης στην αρχή της προηγούμενης δεκαετίας.

Όπως παρουσιάζει και η πανελλήνια έρευνα της Focus Bari, πλέον το 94% των καταναλωτών προβαίνει τακτικά σε αγορά ενός τουλάχιστον προϊόντος ιδιωτικής ετικέτας, με το ποσοστό αυτό να έχει διπλασιαστεί από το 2000, όταν και υπήρχε μια σχετική οικονομική ευμάρεια στη χώρα. Το 2010, εν μέσω οικονομικής κρίσης, το 77% των Ελλήνων καταναλωτών αγόραζε τουλάχιστον ένα προϊόν ιδιωτικής ετικέτας.

Οι Έλληνες καταναλωτές μετά το 2019 έχουν στραφεί στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, με την αύξηση αυτή την τριετία να υπολογίζεται σε 50% (χωρίς μάλιστα να συμμετέχει στις μετρήσεις η Lidl, που διαθέτει ως επί το πλείστον προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας). Η PLMA (Private Label Manufacturers Association) έπειτα από έρευνα έδειξε ότι το μερίδιο αγοράς των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στην Ελλάδα ήταν το υψηλότερο στη Νοτιοανατολική Μεσόγειο, σε ποσοστό 30%, όπως και στην Τουρκία.

Συνολικά, από τα στοιχεία της PLMA προκύπτει ότι σχεδόν οι μισές χώρες έφθασαν μερίδια αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας άνω του 40%, ενώ η πλειονότητα εμφάνισε θετική διείσδυση στην αγορά. Οι πιο δυνατές κατηγορίες αναδείχθηκαν τα φρέσκα προϊόντα, τα γαλακτοκομικά και τα είδη υγείας και ομορφιάς.

Οι αναλυτές της PLMA επισημαίνουν ότι, παρά τα παρατεταμένα lockdown, τα στατιστικά στοιχεία για το 2020 αποτελούν επιβεβαίωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις μάρκες που έχουν αναπτύξει οι αλυσίδες supermarket.

### Οι ιδιωτικές ετικέτες ως τρόπος να κερδίσετε την αφοσίωση των πελατών

Όσοι έμποροι λιανικής εκμεταλλεύονται τις τρέχουσες συγκυρίες για να ρυθμίσουν εκ νέου τη στρατηγική τους για τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας μπορούν να μετατρέψουν αυτή τη βραχυπρόθεσμη αλλαγή συμπεριφοράς των καταναλωτών (λόγω των συνθηκών που αναφέραμε παραπάνω) σε μια μακροπρόθεσμη πίστη πελατών.

Για ορισμένους λιανοπωλητές, η προσφορά ιδιωτικής ετικέτας μπορεί να ήταν επιτυχής στο περιβάλλον πριν από τον COVID-19, αλλά τώρα απαιτεί επαναξιολόγηση. Για τους λιανοπωλητές που δεν έχουν επενδύσει ουσιαστικά σε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, η πραγματοποίηση τολμηρών κινήσεων και επενδύσεων είναι ακόμη πιο επιτακτική και επείγουσα.

## Export News

# Δυναμική παρουσία της Enterprise Greece στο International Hotel Investment Forum (IHIF)

**Η θέση της Ελλάδας ως κορυφαίου επενδυτικού προορισμού στο χώρο του τουρισμού, επιβεβαιώθηκε emphaticά στη διάρκεια του διεθνούς Συνεδρίου International Hotel Investment Forum (IHIF), το οποίο πραγματοποιήθηκε 3-5 Μαΐου 2022, στο Βερολίνο.**

Οι ξενοδοχειακές αλυσίδες, οι εταιρείες ανάπτυξης έργων, αλλά και τα επενδυτικά ταμεία βλέπουν πλέον την Ελλάδα ως έναν προορισμό για επενδύσεις μακροπρόθεσμου ορίζοντα, ενώ εστιάζουν το ενδιαφέρον τους σε έργα με σημαντικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα και υψηλής αρχιτεκτονικής αισθητικής.

Τέλος, η τάση ανάπτυξης έργων σε λιγότερο γνωστούς προορισμούς, με σκοπό τη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων, παραμένει έντονη και γεννά προσδοκίες.

Στο πλαίσιο του συνεδρίου, η Enterprise Greece πραγματοποίησε ένα πλήρες πρόγραμμα 65 κατ' ιδίαν συναντήσεων, οι 40, εκ των οποίων, αφορούσαν σε follow up με ήδη ώριμες επαφές (leads), οι οποίες ενδιαφέρονται να υλοποιήσουν επένδυση στη χώρα μας.

Αξίζει να επισημανθεί ότι εκδηλώθηκε έντονο ενδιαφέρον για είσοδο στην Ελλάδα νέων παικτών του κλάδου και περαιτέρω επέκτασης των ήδη εγκατεστημένων αλυσίδων ξενοδοχείων.

Αυτό πιστοποιεί το γεγονός πως η Ελλάδα είναι στο κέντρο του ενδιαφέροντος των μεγάλων αλυσίδων που αναζητούν ευκαιρίες για επέκταση και εδραίωσή τους μέσω εξαγορών και στρατηγικών συνεργασιών, τόσο στο κομμάτι των boutique hotels, όσο και σε αυτό των πολυτελών ξενοδοχείων (luxury hotel segment). Η Enterprise Greece (Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου), συμμετέχει ανελλιπώς στο IHIF, ενώ φέτος έδωσε ακόμη πιο δυναμικό παρών, καθώς εκτός του ειδικά σχεδιασμένου χώρου προβολής (booth), και τη διοργάνωση στρογγυλής τραπέζης (Breakfast roundtable) αφιερωμένης στην Ελλάδα, συμμετείχε σε πάνελ με θέμα την ανάπτυξη προορισμών και τις επενδύσεις.



Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Enterprise Greece, κ. Πώργος Φιλίππου, συμμετείχε στο πάνελ με θέμα «Ανάπτυξη Προορισμών και Επενδύσεις»



Breakfast roundtable αφιερωμένο στην Ελλάδα

Στο Breakfast roundtable συμμετείχαν 35 εκπρόσωποι του κλάδου, ιδιαίτερα μεγάλος αριθμός για τέτοιου είδους εκδήλωση, και παρακολούθησαν την παρουσίαση του κ. Πύργου Φιλίππου, Διευθύνοντος Συμβούλου της Enterprise Greece, ο οποίος αναφέρθηκε στα τελευταία στοιχεία για την ελληνική οικονομία και τον τουρισμό και στις εξαιρετικές προοπτικές που προσφέρει η χώρα μας.

Στο roundtable τοποθετήθηκαν επίσης εκπρόσωποι ελληνικών και διεθνών εταιρειών του κλάδου, όπως οι κ.κ. Alexander Robinson, Senior Manager Industry Partners της STR, Ναταλία Στράφτη, Managing Partner της Grivalia Hospitality, Κωνσταντίνος Σαντικός, Managing Director της Santikos Collection, Tiago Venancio, Hotel Development της Fosun Tourism Group-FTC Hotels, Ma-

ria Zarraluqui, Global Development VP της Meliá Hotels International και Δημήτρης Μανίκης, President EMEA της Wyndham Hotels & Resorts.

Στο πάνελ με θέμα την Ανάπτυξη Προορισμών και τις Επενδύσεις, ο κ. Γιώργος Φιλίππου, αναφέρθηκε εκτενώς, στους επιμέρους κλάδους του τουρισμού και της φιλοξενίας, τους οποίους έχει θέσει η χώρα ως προτεραιότητα, καθώς και στις πρωτοβουλίες που έχει αναλάβει η χώρα για τη βελτίωση του επενδυτικού περιβάλλοντος, αλλά και στα νέα δεδομένα που έχει επιφέρει η πανδημία.

Το International Hotel Investment Forum, θεωρείται το κορυφαίο event για την τουριστική επενδυτική βιομηχανία και διοργανώθηκε για 24 η συνεχή χρονιά, συγκεντρώνοντας υψηλόβαθμα στελέχη απ' όλο τον κόσμο, τα οποία συζήτησαν για την υλοποίηση επενδύσεων στον συγκεκριμένο κλάδο. Τη φετινή χρονιά, υπολογίζεται ότι πάνω από 2.300 υψηλόβαθμα στελέχη του κλάδου συμμετείχαν στις εργασίες του συνεδρίου.

Τέλος, πραγματοποιήθηκε δείπνο εργασίας στο οποίο συμμετείχαν η ΑΕ Πρόεδρος της Ελλάδος στο Βερολίνο, κα Μάρα Μαρινάκη, τα στελέχη του Γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Πρεσβείας της Ελλάδος στο Βερολίνο, και στελέχη ελληνικών και διεθνών επιχειρήσεων.

## Agenda

# ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ MMW ΣΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

## Σεμινάριο επενδύσεων από την MMW Capital στη Θεσσαλονίκη.

Στις 28/5 ώρα 15:00 η MMW Capital διοργανώνει σεμινάριο στο Grand Hotel Palace - Thessaloniki με θέμα "Οι 3 βασικοί πυλώνες για την επιτυχία στο forex trading".

Το event θα είναι διάρκειας 5 ωρών και θα συζητηθούν βασικές έννοιες για τις επενδύσεις στη χρηματαγορά Forex, αλλά και βασικοί πυλώνες όπως: η διαχείριση ρίσκου, η στρατηγική, και η ψυχολογία ενός trader.



## Good News

# Υπογραφή νέας φορολογικής σύμβασης μεταξύ Γαλλίας και Ελλάδος

**Με σκοπό τη βελτίωση των οικονομικών σχέσεων και τη συνεργασία σε φορολογικά θέματα, η Γαλλία και η Ελλάδα υπέγραψαν στην Αθήνα μια Σύμβαση για την εξάλειψη της διπλής φορολογίας αναφορικά με φόρους εισοδήματος και την πρόληψη της φοροδιαφυγής και της φοροαποφυγής.**

Η σύμβαση υπεγράφη από τον Χρήστο Σταϊκούρα, Υπουργό Οικονομικών της Ελληνικής Δημοκρατίας και από τον Patrick Maisonnave, πρέσβη της Γαλλίας στην Ελλάδα.

Η Γαλλία χαιρέται για την υπογραφή της Σύμβασης που θα επιτρέψει την εφαρμογή των πλέον πρόσφατων



Stolis Panagiotis / Photo Creation

διεθνών φορολογικών κανόνων και την μεγαλύτερη διαφάνεια στα θέματα αυτά, προς όφελος των ιδιωτών και των επιχειρήσεων, με στόχο τη διευκόλυνση της ανάπτυξης οικονομικών σχέσεων γενικά και ειδικότερα των επενδύσεων.

Με την ευκαιρία της υπογραφής, ο Patrick Maisonnave δήλωσε:

«Χαίρομαι για την υπογραφή, σήμερα, νέας φορολογικής σύμβασης μεταξύ της Γαλλίας και της Ελλάδας. Δεδομένων των στενών σχέσεων μεταξύ των χωρών μας, ήταν απαραίτητη η υπογραφή νέας Σύμβασης η οποία λαμβάνει υπόψη τους πλέον πρόσφατους κανόνες του ΟΑΣΑ, σε αντικατάσταση της προηγούμενης η οποία



Stolis Panagiotis / Photo Creation



Stolis Panagiotis / Photo Creation

υπεγράφη το 1963 με έναρξη ισχύος το 1965. Η νέα σύμβαση αποτελεί πολύ σημαντική πρόοδο για τη διευκόλυνση της φορολογικής ασφάλειας και την ενίσχυση των οικονομικών σχέσεων μεταξύ των χωρών μας.

Θα υποβοηθήσει την ανάπτυξη των άμεσων επενδύσεων του κάθε Κράτους στο άλλο Κράτος καθώς επίσης και των επιχειρήσεων. Άλλωστε, η ημερομηνία της υπογραφής συμπίπτει με την επίσκεψη αποστολής γαλλικών

επιχειρήσεων του MEDEF (Κινήματος των Επιχειρήσεων της Γαλλίας) οι οποίες ταξίδεψαν στην Ελλάδα με σκοπό τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών.

Μετά την υπογραφή, η Γαλλία θα προσπαθήσει να επικυρώσει το νέο κείμενο το ταχύτερο δυνατό ώστε να καταστεί γρήγορα δυνατή η έναρξη της ισχύος του.»



Stolis Panagiotis / Photo Creation



# ΕΕ: σχεδιάζει να βοηθήσει τις εξαγωγές τροφίμων της Ουκρανίας ώστε να αποφύγουν τον αποκλεισμό της Μαύρης Θάλασσας

**Οι Βρυξέλλες πρόκειται να προτείνουν έναν τρόπο για ορισμένες εξαγωγές τροφίμων ώστε να ξεπεράσουν τον αποκλεισμό της Ρωσίας στη Μαύρη Θάλασσα, ακολουθώντας τη χερσαία οδό.**

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα αποκαλύψει άμεσα ένα σχέδιο για να αυξήσει σημαντικά την ποσότητα τροφίμων που μπορεί να εξάγει η Ουκρανία σε άλλα έθνη ανά τον κόσμο μέσω των δρόμων και των σιδηροδρόμων της ΕΕ.

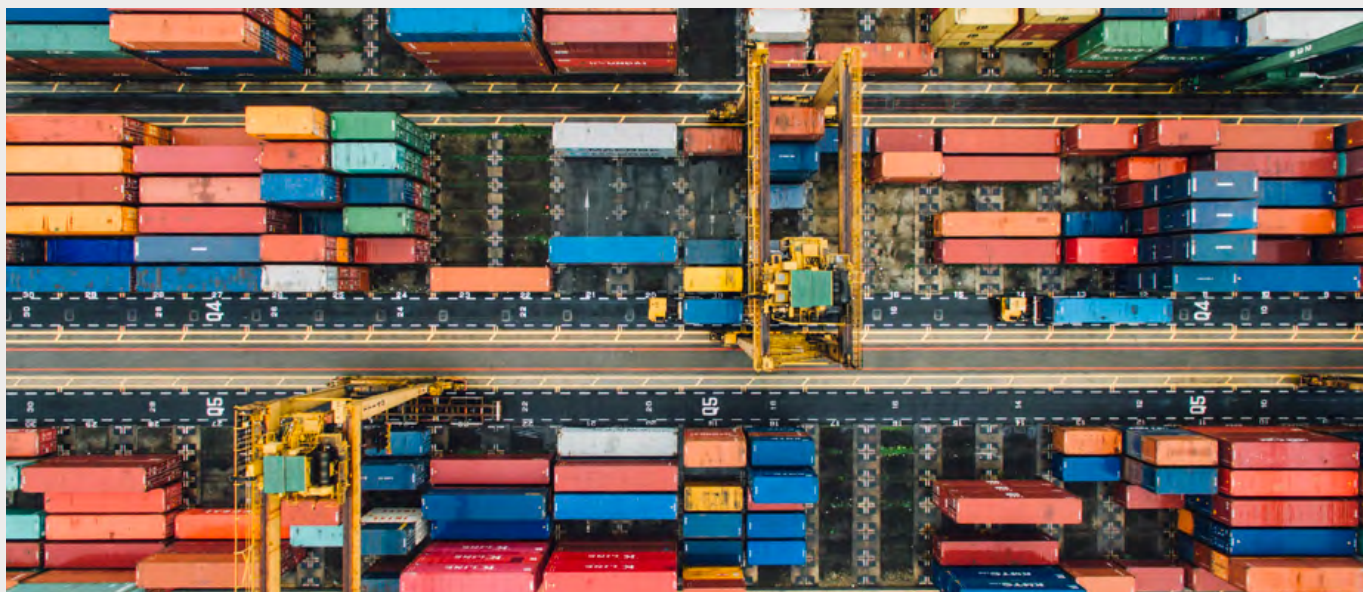
Αυτό έχει σκοπό να βοηθήσει στην καταπολέμηση ενός προβλήματος που έθεσε ο Ουκρανός Πρόεδρος Volodymyr Zelenskyy αυτή την εβδομάδα, υπογραμμίζοντας ότι ο αποκλεισμός του λιμανιού της Οδησσού ήταν πιθανώς κάτι που δεν είχε "συμβεί από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο" και ότι δεκάδες χώρες αντιμετώπισαν τώρα ελλείψεις λόγω της Ρωσικής επίθεσης.

Ο επίτροπος γεωργίας της ΕΕ Janusz Wojciechowski ανακοίνωσε το «σχέδιο δράσης» κατά την έναρξη συνεδρίασης του Οργανισμού Τροφίμων του ΟΗΕ στην πατρίδα του, Πολωνία, λέγοντας ότι το μπλοκ πρέπει να αντισταθμίσει τη σκόπιμη καταστροφή της γεωργίας της Ουκρανίας από τη Ρωσία επεκτείνοντας τους διαύλους εξαγωγών και να αποκρούσει τις προσπάθειες της Μόσχας να εμφανιστεί ως ανθρωπιστικός παράγοντας που τροφο-

δοτεί τον κόσμο σε μια επιδεινούμενη επισιτιστική κρίση. «Είναι απαραίτητο να οργανωθούν εναλλακτικοί διάδρομοι για εξαγωγή, ειδικά για σιτάρι, καλαμπόκι γιατί η Ουκρανία έχει πολλά αποθέματα», αναφέρει ο Wojciechowski. «Θέλουμε να εξασφαλίσουμε αλυσίδες εφοδιασμού για τρόφιμα για την Ευρώπη και τον υπόλοιπο κόσμο», είπε νωρίτερα σε αίθουσα διπλωματών από 53 χώρες της Ευρώπης και της Κεντρικής Ασίας, σε διετές περιφερειακό συνέδριο του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας του ΟΗΕ. Η Ουκρανία και η Ρωσία είναι και οι δύο γιγαντιαίοι εξαγωγείς τροφίμων σε χώρες που εξαρτώνται από τις εισαγωγές στην Αφρική και τη Μέση Ανατολή, αλλά η επίθεση της Ρωσίας από ξηρά και θάλασσα έχει αφήσει εκατομμύρια τόνους ουκρανικών σιτηρών εγκλωβισμένους σε σιλό που δεν μπορούν να φύγουν σε πλοία στη Μαύρη Θάλασσα, που παραδοσιακά αντιπροσώπευαν τουλάχιστον το 80 τοις εκατό των εξαγωγών τροφίμων της Ουκρανίας.

Ο Επίτροπος της ΕΕ έστειλε επίσης μια αυστηρή προειδοποίηση ότι η Ρωσία θα επιδιώξει να μετατρέψει την κατάσταση περαιτέρω προς όφελός της όσον αφορά τα τρόφιμα. Όχι μόνο θα μπορούσε η Μόσχα να κλέψει το μερίδιο της Ουκρανίας στην παγκόσμια αγορά εμπορευμάτων όπως το καλαμπόκι και το σιτάρι, αλλά θα προσπαθήσει να ασβεστώσει την εικόνα της ως φιλανθρωπικού φορέα σε φτωχές χώρες, όπως ακριβώς μπλοκάρει τις προμήθειες της ίδιας της Ουκρανίας, προειδοποίησε.





«Αυτή είναι η ρωσική προπαγάνδα. Καταστρέφουν σκόπιμα το ουκρανικό [αγροτικό] δυναμικό... και τα επόμενα βήματα θα είναι ότι είναι φίλοι του κόσμου και παρουσιάζουν τον εαυτό τους ως σωτήρα», είπε.

## Όχι σε τροχιά

«Η κύρια λύση είναι οι διάδρομοι προς τα λιμάνια της Βαλτικής [της Πολωνίας]», είπε ο επίτροπος, αναφέροντας το Γκντανσκ και τη Γκντίνια. Υποβάθμισε τη σκοπιμότητα δημιουργίας ανθρωπιστικών διαδρόμων για την εξαγωγή τροφίμων από τη Μαύρη Θάλασσα, περιγράφοντάς το ως «πιθανή αλλά όχι η κύρια λύση».

Πριν από τον πόλεμο, η Ουκρανία ήταν σε θέση να εξαγει περίπου 5 εκατομμύρια μετρικούς τόνους σιτηρών και έως και 700.000 τόνους ηλιέλαιου το μήνα μέσω της Μαύρης Θάλασσας, αλλά παρά το γεγονός ότι έκανε βήματα για την ταχεία αύξηση των οδών εξαγωγής σιδηροδρομικώς, οι προσπάθειες παρεμποδίζονται από επαχθείς υλικοτεχνικά προβλήματα. Οι σιδηρόδρομοι της Ουκρανίας δεν είναι κατασκευασμένοι για την εξαγωγή τέτοιων ποσοτήτων τροφίμων, και υπάρχει διαφορά στο εύρος των σιδηροδρομικών γραμμών μεταξύ Ουκρανίας και Πολωνίας, καθιστώντας απαραίτητη την εκφόρτωση και την εκ νέου φόρτωση κάθε τρένου που διασχίζει τα σύνορα.

“Μας λείπουν ευρωπαϊκά βαγόνια με τα στενά πλάτη μεταξύ των τροχών. Δεν έχουμε ακόμη την ικανότητα να αλλάξουμε τους τροχούς στα πρότυπα της Ευρωπαϊκής Ένωσης”, εξήγησε ο Roman Slaston, γενικός διευθυντής του Ουκρανικού Agribusiness Club. Δεν πλησιάζει την ικανότητα εξαγωγής τροφίμων σιδηροδρομικώς, και περιέγραψε «πολύ μεγάλες ουρές» σιδηροδρομικών βαγονιών σε όλα τα σύνορα της Ουκρανίας με την ΕΕ, μερικές φορές για 10 ή 20 ημέρες.

Τον Απρίλιο, η Ουκρανία κατάφερε να εξαγει

λιγότερο από 1 εκατομμύριο τόνους σιτηρών, που είναι περίπου το ένα τρίτο από ό,τι κατάφερε τον ίδιο μήνα πέρυσι, σύμφωνα με την εταιρεία έρευνας αγοράς APK-Inform. Η αύξηση της εξαγωγικής ικανότητας θα βοηθήσει επίσης τους αγρότες της Ουκρανίας οικονομικά και την οικονομία της χώρας.

Η Mariia Dudikh, διευθύντρια του Ουκρανικού Εθνικού Αγροτικού Φόρουμ, είπε ότι με αυτόν τον ρυθμό θα χρειαστούν 24 μήνες για την εξαγωγή του τρέχοντος αποθέματος σιτηρών, το οποίο εκτιμά ότι ανέρχεται σε περίπου 14 εκατομμύρια τόνους καλαμποκιού και πάνω από 4 εκατομμύρια τόνους σίτου.

Για να γίνουν τα πράγματα χειρότερα, εκτός εάν βελτιωθεί γρήγορα η στρατιωτική κατάσταση στη Μαύρη Θάλασσα, το πρόβλημα των μπλοκαρισμένων εξαγωγών θα επιδεινωθεί με την άφιξη νέας συγκομιδής σε δύο ή τρεις μήνες, καθώς αυξάνονται τα στοιχεία ότι η Ρωσία στοχεύει σκόπιμα τις υποδομές αποθήκευσης σιτηρών, όπως π. αποθήκες.

Ο Ντοντσίχ είπε ότι τα σχέδια συζητούνται μεταξύ του Κιέβου και των υπουργών της ΕΕ για την κατασκευή ενός ολοκαίνουργιου σιδηροδρόμου που θα πηγαίνει από την Ουκρανία στο λιθουανικό λιμάνι Klaipėda, αλλά οι συμμετέχοντες στο συνέδριο στην Πολωνία ήταν λιγότερο ενθουσιώδεις με αυτή την ιδέα, λέγοντας ότι θα χρειαστούν χρόνια για να κατασκευαστεί.

«Δεν ξέρουμε πόσο καιρό θα συνεχιστεί αυτή η κρίση, πόσο καιρό η Ρωσία θα συνεχίσει την επιθετικότητά της», είπε ο Επίτροπος.

Ο Wojciechowski είπε ότι πολλά τμήματα της Επιτροπής συμμετείχαν στην κατάρτιση του σχεδίου, αλλά ότι ανέλαβε την ηγεσία μετά από συνομιλίες με τον υπουργό Γεωργίας της Ουκρανίας Mykola Solsky στη Λιθουανία τον περασμένο μήνα.



## World News

# Η Ινδία πούλησε ρεκόρ 1,4 εκατομμυρίων τόνων σίτου τον Απρίλιο

**Η Ινδία εξήγαγε ρεκόρ 1,4 εκατομμυρίων τόνων σίτου τον Απρίλιο, ανέφεραν τέσσερις εμπορικές πηγές, παρέχοντας κάποια ανακούφιση στις αγορές σιτηρών καθώς οι αγοραστές αγωνίζονται για εναλλακτικές λύσεις για τις προμήθειες της Μαύρης Θάλασσας που επλήγησαν σκληρά από τον πόλεμο στην Ουκρανία.**

Ο Απρίλιος είναι ο πρώτος μήνας του οικονομικού έτους. Η Ινδία, ο δεύτερος μεγαλύτερος παραγωγός σιταριού στον κόσμο, εξήγαγε ρεκόρ 7 εκατομμυρίων τόνων σιτηρών τη δημοσιονομική περίοδο 2021-2022.

Η Ινδία είναι ο μόνος σημαντικός προμηθευτής σιταριού αυτή την εποχή και οι εξαγωγές σιτηρών της έχουν αυξηθεί από τότε που η Ρωσία εισέβαλε στην Ουκρανία στα τέλη Φεβρουαρίου. Εξήγαγε μόλις 242.857 τόνους σιταριού τον Απρίλιο του 2021. Με τη συγκομιδή της νέας σεζόν τον Απρίλιο, οι αποστολές σιταριού ενδέχεται να αυξηθούν περαιτέρω αυτόν τον μήνα.

«Τον Μάιο, οι αποστολές θα μπορούσαν να ανέλθουν σε 1,5 εκατομμύριο τόνους», δήλωσε ένας αντιπρόσωπος με έδρα το Νέο Δελχί με μια παγκόσμια εμπορική εταιρεία. «Οι προμήθειες σιταριού και η διαθεσιμότητα

των σιδηροδρομικών αυτοκινήτων έχουν βελτιωθεί τις τελευταίες εβδομάδες και αυτό θα βοηθήσει στην αποστολή περισσότερου σίτου τον Μάιο». Αγοραστές από την Ασία και τη Μέση Ανατολή αγοράζουν ινδικό σιτάρι, καθώς είναι φθηνότερο από εναλλακτικά, είπε.

Η Ινδία έχει εξάγει σιτάρι στη Νότια Ασία, τη Νοτιοανατολική Ασία, τη Μέση Ανατολή, την Ευρώπη και τη Βόρεια Αφρική. Καθώς οι προμήθειες μειώθηκαν από την Ουκρανία και τη Ρωσία, οι οποίες από κοινού αντιπροσώπευαν περίπου το 29% των παγκόσμιων εξαγωγών σιταριού, ο κορυφαίος εισαγωγέας σιταριού η Αίγυπτος συμφώνησε για πρώτη φορά να αγοράσει το σιτάρι από την Ινδία.

Η Ινδία εξήγαγε επίσης σιτάρι σε άλλες νέες αγορές όπως το Ισραήλ, η Τουρκία, η Ινδονησία, η Μοζαμβίκη και η Τανζανία, ανέφεραν οι έμποροι.

Επιπλέον, το Παγκόσμιο Επισιτιστικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών προμηθεύονταν σιτάρι από την Ινδία για να το προμηθεύει στη Σομαλία, την Κένυα και το Τζιμπουτί, πρόσθεσαν.

Τον Απρίλιο, Ινδοί έμποροι υπέγραψαν συμφωνίες εξαγωγής σιταριού μεταξύ 295 και 340 δολαρίων ο τόνος δωρεάν στο πλοίο, δήλωσε ο Rajesh Paharia Jain, έμπορος με έδρα το Νέο Δελχί.

## Export News

# Η Tesla εξάγει τα πρώτα αυτοκίνητα από τη Σαγκάη μετά την επαναλειτουργία του εργοστασίου

**Η Tesla Inc (TSLA.O) πραγματοποίησε την Τετάρτη τις πρώτες εξαγωγές της από την Κίνα από τότε που άνοιξε ξανά το εργοστάσιό της στη Σαγκάη στις 19 Απριλίου, καθώς ένα φορτίο 4.767 αυτοκινήτων αναχώρησε για τη Σλοβενία, το υποστηριζόμενο από την κυβέρνηση μέσω ενημέρωσης Shanghai Observer. έχουν αναφερθεί.**

Ο μεταφορέας οχημάτων Glovis Splendor αναχώρησε από το λιμάνι νωρίς την Τετάρτη, με προορισμό το σλοβενικό λιμάνι Korper, σύμφωνα με το ειδησεογραφικό πρακτορείο της Σαγκάης.

«Η Tesla βιαζόταν πολύ να φορτώσει τα αυτοκίνητα από τις γραμμές παραγωγής στο πλοίο χθες το απόγευμα», ανέφερε η Shanghai Observer, επικαλούμενη έναν τελωνειακό υπάλληλο.

Η Tesla έχει κανονίσει επίσης την αποστολή 4.100 αυτοκινήτων την Παρασκευή, είπε, προσθέτοντας ότι η αυτοκινητοβιομηχανία σκοπεύει να εξάγει 300.000 αυτοκίνητα από τη Σαγκάη το 2022.

Η Tesla δεν απάντησε αμέσως σε αίτημα του Reuters για σχόλιο.

Η αποστολή αντικατοπτρίζει τις προσπάθειες της Tesla να επαναφέρει τις εργασίες σε κανονικά επίπεδα στο εργοστάσιό της στη Σαγκάη, το οποίο κάνει τα Model 3 και Model Y προς πώληση στην Κίνα και προς εξαγωγή.

Η Tesla δεν εξήγαγε κανένα μοντέλο κινεζικής κατασκευής Model 3 ή Model Ys από το εργοστάσιο της Σαγκάης τον Απρίλιο, δήλωσε την Τρίτη η China Passenger Car Association, καθώς οι πολιτικές της Κίνας για μηδενικό COVID-19 διέκοψαν την παραγωγή και τις παραδόσεις.



Οι πωλήσεις της εταιρείας στην Κίνα μειώθηκαν κατά 98% τον Απρίλιο σε σύγκριση με έναν μήνα νωρίτερα, έδειξαν επίσης τα στοιχεία.

Η επαναλειτουργία του εργοστασίου στις 19 Απριλίου πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια της κυβέρνησης της Σαγκάης και καλύφθηκε ευρέως από τα κινεζικά κρατικά μέσα ενημέρωσης. Θεωρήθηκε ως παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο η πόλη προσπαθεί να κρατήσει ανοικτές τις επιχειρήσεις ενώ ακολουθεί μια σκληρή πολιτική για τον COVID.

Η Tesla κατασκεύασε 10.757 αυτοκίνητα στο εργοστάσιό της στη Σαγκάη από την επαναλειτουργία του στις 19 Απριλίου έως τις 30 Απριλίου και είχε θέσει στόχο να επιτύχει ημερήσια παραγωγή 2.600 οχημάτων την ημέρα από τις 16 Μαΐου, ανέφερε προηγουμένως το Reuters. Διαβάστε περισσότερα

Τα εργοστάσια στη Σαγκάη που προσπαθούν να επανέλθουν σε πλήρη άνοδο έχουν περιπλέξει τις προσπάθειές τους από τις αρχές της πόλης που αυστηροποιούν το lockdown για να εξαλείψουν τα κρούσματα του COVID-19.

Το εργοστάσιο της Tesla λειτουργούσε πολύ κάτω από τη δυναμικότητά του νωρίτερα αυτή την εβδομάδα λόγω προβλημάτων υλικοτεχνικής υποστήριξης και γραμμής εφοδιασμού.



# SPECIAL REPORT<sup>®</sup>

## «Έξυπνες πόλεις»





## Special Report

# «Έξυπνες πόλεις»

**Το πρόγραμμα των έξυπνων πόλεων, το οποίο προβλέπει τη διάθεση κονδυλίων συνολικού ύψους 320εκ. ευρώ, παρουσίασε ο Υφυπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης, Θοδωρής Λιβάνιος, μιλώντας σε ψηφιακή ημερίδα με τίτλο «Έξυπνες πόλεις, ψηφιοποίηση και διαχείριση δεδομένων – Εμπειρίες και καλές πρακτικές Ελλάδας και Γερμανίας», που συνδιοργάνωσαν, χθες, Τρίτη 10 Μαΐου, το Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο και τα Γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Ελληνικής Πρεσβείας του Βερολίνου, του Γενικού Προξενείου της Ελλάδας στο Μόναχο και του Γενικού Προξενείου της Ελλάδας στο Ντύσσελτορφ.**

Ειδικότερα, ο Υφυπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης, σημείωσε ότι «οι Έξυπνες Πόλεις δεν είναι το μέλλον, είναι το σήμερα. Π' αυτό πρέπει να τρέξουμε. Όσο και αν το κεντρικό κράτος ανεβάσει ταχύτητες στην ψηφιακή διακυβέρνηση, πάντα θα υστερεί, αν ανάλογα βήματα δεν κάνει η Τοπική Αυτοδιοίκηση, δηλαδή οι πόλεις». Αναλύοντας το πρόγραμμα των Έξυπνων Πόλεων του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης, ο κ. Λιβάνιος

εξήγησε ότι αφορά και τους 332 δήμους της χώρας. Όπως είπε, οι 17 από αυτούς, που έχουν πληθυσμό πάνω από 100.000 κατοίκους, χρηματοδοτούνται για τον ψηφιακό μετασχηματισμό τους από το Ταμείο Ανθεκτικότητας και Ανάκαμψης, συνολικά με 90 εκατομμύρια ευρώ.

Οι υπόλοιποι 315 δήμοι θα μοιραστούν πόρους του ΕΣΠΑ συνολικού ύψους 230 εκατ. ευρώ, με ποσά από 200.000 ευρώ για τους πολύ μικρούς δήμους, που όμως φτάνουν τα 2,5 εκ. ευρώ για εκείνους τους δήμους που έχουν λίγο κάτω από 100.000 κατοίκους.

Κατά τον Υφυπουργό, «το ποσό αυτό είναι στη διάθεση κάθε δήμου ώστε να επιλέξει, μέσα από μια δεξαμενή 40 προτάσεων, όποια δράση ταιριάζει στα χαρακτηριστικά του ή είναι, γι' αυτόν, υψηλότερης προτεραιότητας. Κάθε δήμος έχει διαφορετικές ανάγκες και βρίσκεται σε διαφορετικό επίπεδο ψηφιακής ωριμότητας. Ένα σύστημα ελεγχόμενης στάθμευσης, για παράδειγμα, μπορεί να είναι απαραίτητο σε έναν μεγάλο αστικό ή έναν τουριστικό δήμο, μπορεί όμως να μην είναι συμβατό με τις ανάγκες ενός μικρού ορεινού δήμου. Σημασία έχει να τρέξουμε, να τρέξουμε όλοι μαζί, διότι όπως είπαμε ούτε οι τεχνολογικές εξελίξεις περιμένουν αλλά ούτε και οι ανάγκες των πολιτών» σημείωσε ο κ. Λιβάνιος με έμφαση.

Νωρίτερα στο χαιρετισμό που απηύθυνε στην εκδήλωση η Πρέσβυς της Ελληνικής Δημοκρατίας στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, κα Μαρία

Μαρινάκη, επισήμανε, μεταξύ άλλων, ότι Ελλάδα και Γερμανία «βρίσκονται σε τροχιά υλοποίησης των εθνικών δεσμεύσεών τους για την πράσινη και την ψηφιακή μετάβαση, ενώ ειδικότερα η Γερμανία ανακοινώνει εδώ και μία τριετία σε ετήσια βάση την επιλογή έργων-μοντέλων έξυπνων πόλεων για τη χρηματοδότησή τους, υποστηρίζοντας τους δήμους στη στρατηγική διαμόρφωση της ψηφιοποίησης με την έννοια της ολοκληρωμένης, βιώσιμης και προσανατολισμένης στη δημόσια ευημερία αστικής ανάπτυξης.

Η δε Ελλάδα, έχει προχωρήσει στην υλοποίηση δράσεων που έχει αναλάβει στο πλαίσιο του Εθνικού Σχεδίου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας Ελλάδα 2.0 για την ανάπτυξη «Έξυπνων Πόλεων» πρόσθεσε η κα Μαρινάκη.

Χαιρετίζοντας την εκδήλωση, ο Πρόεδρος του Ελληνογερμανικού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου, κ. Κωνσταντίνος Μαραγκός, αφού αναφέρθηκε σε ελληνικά και διεθνή παραδείγματα «έξυπνων» πόλεων, συνδέοντας το καινοτόμο προφίλ τους με την οικονομία, τόνισε ότι «το Ελληνογερμανικό Επιμελητήριο θα βρίσκεται πάντα δίπλα σε κάθε καινοτόμα ιδέα, πρόταση, πρωτοβουλία, πολύ δε περισσότερο, επένδυση με προσανατολισμό τις σύγχρονες τεχνολογίες, στηρίζοντας την ανάπτυξη της οικονομίας και της επιχειρηματικής κοινότητας, οδηγώντας τις σε ένα σίγουρα πιο παραγωγικό και ανταγωνιστικό μέλλον».

Μιλώντας στο πρώτο πάνελ της εκδήλωσης, με τίτλο «Μετάβαση στην έξυπνη πόλη του μέλλοντος», ο Πρόεδρος Κεντρικής Ένωσης Δήμων Ελλάδας και Δήμαρχος Τρικκαίων, κ. Δημήτρης Παπαστεργίου, σημείωσε ότι «καινοτομία είναι η επένδυση στον

άνθρωπο και το περιβάλλον, η χρήση της τεχνολογίας με γνώμονα τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και την εξυπηρέτηση των πολιτών, η προστασία της ζωής και της περιουσίας των πολιτών, η προστασία του και ανάδειξη του φυσικού κάλλους».

Σύμφωνα με τον ίδιο «οι Δήμοι στην Ελλάδα μπορούν να αξιοποιούν την τεχνολογία και με συνδυασμό δράσεων να προσφέρουν στην κοινωνία λύσεις στην καθημερινότητα. Ταυτόχρονα, πυλώνας προόδου είναι η συνεργασία των φορέων, των ομάδων πολιτών, της κοινωνίας μεταξύ τους και με τον Δήμο, στη βάση ανοιχτών διαβουλεύσεων, συζήτησης και διαλόγου για την πορεία της πόλης στο μέλλον.

«Έξυπνη» πόλη είναι η πόλη που «ακούει» τους πολίτες της και μαζί προχωρούν σε έργα και δράσεις με ουσία και ανθρώπινο πρόσωπο» πρόσθεσε.

Ο κ. Jan Pörksen, State Councillor και Επικεφαλής της Γερουσίας της Καγκελαρίας της Ελεύθερης και Χανσεατικής Πόλης του Αμβούργου, μιλώντας για την πόλη του, υπογράμμισε ότι «το Αμβούργο έδωσε προτεραιότητα στο θέμα της ψηφιοποίησης από πολύ νωρίς, λαμβάνοντας υπόψη μέσω μιας ολοκληρωμένης ψηφιακής στρατηγικής όλους τους τομείς της κοινότητας.

Η στρατηγική προσέγγιση στοχεύει να διασφαλίσει ότι η ψηφιοποίηση και η υλοποίηση των έργων της συνδέονται συχνά με σκέψη και δράση πέρα από καθιερωμένες αρμοδιότητες και θεσμικά όρια, συμπλήρωσε, φέρνοντας ως παράδειγμα τη χρήση αστικών δεδομένων.

Ο κ. Παναγιώτης Σημανδηράκης, Δήμαρχος Χανίων, αφού περιέγραψε τη συντονισμένη προσπάθεια



υπηρεσιακών και αυτοδιοικητικών για την υλοποίηση σειράς πρωτοβουλιών κατά τα τελευταία δύο χρόνια με τις οποίες ο Δήμος Χανίων, ψηφιοποίησε το 100% των υπηρεσιών εξυπηρέτησης των πολιτών, τόνισε ότι τα Χανιά πρόσφατα βραβεύτηκαν πανελλαδικά ως «Smart City of the Year 2022».

«Υπάρχουν πολλά ακόμη να γίνουν» πρόσθεσε ο ίδιος για να διευκρινίσει ότι η προσπάθεια θα έχει και συνέχεια, «ωστόσο με την ανανέωση που ολοκληρώθηκε το τελευταίο διάστημα στην κεντρική ιστοσελίδα του Δήμου Χανίων (chania.gr), αλλά και στους ιστοτόπους του Τουρισμού και του Πολιτισμού, η σχέση των πολιτών με τις δημοτικές υπηρεσίες έχει αναβαθμιστεί σημαντικά».

Ο κ. Tobias Schock, Προϊστάμενος Οικονομικής Ανάπτυξης και Κινητικότητας, Δήμος Kirchheim στο Μόναχο, επισήμανε από την πλευρά του ότι «το Kirchheim στην περιοχή του Μονάχου είναι ένα από τα μοντέλα-δήμων Smart City στη Γερμανία, το οποίο χρηματοδοτείται από το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Κατοικίας, Αστικής Ανάπτυξης και Δόμησης (BMWSB).

Ένας μεγάλος αριθμός καινοτόμων έργων υλοποιείται ως μέρος αυτού του προγράμματος, προκειμένου να γίνει η διοίκηση πιο αποτελεσματική και η ζωή πιο ευχάριστη και βιώσιμη. Το επίκεντρο του δήμου Kirchheim είναι η ανάπτυξη ενός ολιστικού «Έξυπνου Συστήματος Δημοσίων Δεδομένων» και η χρήση του για βασικές διαδικασίες της διοίκησης» ανέφερε χαρακτηριστικά.

Τέλος, ο κ. Δημήτρης Τσίγκρος, ICT Senior Sales Segment Leader, OTE Group, στάθηκε στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι σύγχρονες πόλεις και στην επιτακτική ανάγκη μετασχηματισμού τους σε Έξυπνες Πόλεις. Επισήμανε, δε, τον σημαντικό ρόλο της τεχνολογίας και πως η COSMOTE συμβάλλει στο σχεδιασμό των έξυπνων πόλεων του μέλλοντος, μέσα από την παροχή εξειδικευμένων λύσεων Smart Cities, για τομείς όπως η διαχείριση απορριμμάτων, ο φωτισμός, η στάθμευση, η κινητικότητα, η διαχείριση υδάτων, η διαχείριση Μέσων Μαζικής Μεταφοράς κ.ά.

Μιλώντας στο δεύτερο πάνελ της εκδήλωσης με τίτλο «Συλλογή, επεξεργασία και διαχείριση αστικών δεδομένων στις έξυπνες πόλεις», ο Dr. Henning Duderstadt, Επικεφαλής του Γραφείου Καινοτομίας και Co-Project Manager του Open Innovation, City Bielefeld, τόνισε από την πλευρά του ότι η μέθοδος της «ανοιχτής καινοτομίας» που καθιερώθηκε στον κλάδο της βιομηχανίας και των επιχειρήσεων εφαρμόζεται για πρώτη φορά σε μια ολόκληρη κοινωνία της πόλης.

«Με την Open Innovation City συστηματοποιούμε και χαρτογραφούμε τα δίκτυα καινοτομίας και συνεργασίας της πόλης και κάνουμε σαφή τη σιωπηρή γνώση» ανέφερε, για να προσθέσει ότι «με ανοιχτές μεθόδους καινοτομίας, συνεργαζόμαστε με την κοινότητα καινοτομίας για την ανάπτυξη εφαρμογών και λύσεων



που βασίζονται στα δεδομένα και στο χρήστη για μια πόλη ανθεκτική και προσανατολισμένη στο μέλλον».

Ο κ. Γεώργιος Πιπελίδης, CEO and Co-Founder της Ariadne Maps GmbH, εξήγησε το πώς με τη χρήση του συστήματος Ariadne Maps μπορεί κάποιος να μετρήσει ή να συλλέξει στοιχεία και δεδομένα σχετικά με τη συμπεριφορά των επισκεπτών, μέσα από ακριβείς μετρήσεις σε πραγματικό χρόνο και τη χρήση κινητών τηλεφώνων, δίχως να τίθεται ζήτημα παραβίασης προσωπικών δεδομένων. Στόχος είναι η καλύτερη χρήση και διαχείριση του χώρου σε καταστήματα, εμπορικά κέντρα, μεγάλες εγκαταστάσεις κ.α.

Ο κ. Περικλής Τερλιξίδης, Εκτελεστικός Διευθυντής του ahead Digital Innovation Hub (Attica Hub for the Economy of Data and Devices) ΕΚΕΦΕ Δημόκριτος, ανέφερε, μεταξύ άλλων, ότι «ο Κόμβος Ψηφιακής Καινοτομίας «ahead» του Εθνικού Κέντρου Ερευνών «Δημόκριτος» ahead.demokritos.gr, σχεδιάζει και υλοποιεί τη μετατροπή του Campus του Κέντρου έκτασης 600 στρεμμάτων και εγκαταστάσεις εργαστηρίων, γραφείων, αιθουσών συσκέψεων και αμφιθεάτρων 55.000 τ.μ. σε μία μικρή «έξυπνη» πόλη όπου καθημερινά κινούνται πάνω από 1.000 άτομα».

Όπως είπε, «οι υποδομές ενός πλήρους Διαδικτύου των πραγμάτων, των σχετικών δεδομένων και των εφαρμογών που τα αξιοποιούν είναι διαθέσιμα στην ερευνητική κοινότητα, σε εταιρείες, δημόσιους φορείς και εταίρους από την Ελλάδα και το εξωτερικό, για την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και εφαρμογών 5G και Τεχνητής Νοημοσύνης και τον πειραματισμό και τις δοκιμές λειτουργίας που απαιτούνται».

Από την πλευρά της, η κα Βασιλική (Μπέττυ) Χαραλαμποπούλου, Πρόεδρος και Διευθύνουσα Σύμβουλος της Geosystems Hellas AE, σημείωσε ότι «έξυπνες πόλεις, είναι οι πόλεις που με χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας δημιουργούν ένα περιβάλλον διαχείρισης, βιώσιμο και χωρίς αποκλεισμούς,



ανταποκρινόμενο στις ανάγκες του πολίτη για μια πράσινη, καθαρή πόλη, σε αρμονία με τη φύση, το περιβάλλον και τον πλανήτη μας. Ο Πειραιάς με τα έργα euPOLIS & HARMONIA αναβαθμίζεται με μια δημιουργική, διεπιστημονική προσέγγιση, σε πόλη που ενώνει τους κατοίκους της σε «ανανεωμένους» δημόσιους χώρους, προσφέροντας υγιές περιβάλλον, κοινωνικοποίηση, συμβαδίζοντας με τους στόχους της ΕΕ».

Ο κ. Πάννης Μώραλης, Δήμαρχος Πειραιά, σε μήνυμά του, το οποίο ανέγνωσε, η κα Χαραλαμπούλου, εξήγησε ότι για τον Δήμο Πειραιά η εφαρμογή των ψηφιακών και τεχνολογικών καινοτομιών στο πλαίσιο μετασχηματισμού του Πειραιά σε μια «έξυπνη πόλη» αποτελεί μια συνολική στρατηγική και ένα ευρύτερο σύνολο διαδικασιών, ενεργειών και πρωτοβουλιών, που τοποθετούν τον πολίτη, τη βελτίωση της καθημερινότητάς του, και την πολύπλευρη υποστήριξη και φροντίδα του στο επίκεντρο.

«Αξιοποιώντας, στην κατεύθυνση αυτή, όλο το φάσμα των ψηφιακών τεχνολογιών και των υπόλοιπων εργαλείων, και μέσα που θέτει στη διάθεσή μας η τεχνολογική πρόοδος», ανέφερε στο μήνυμά του ο Δήμαρχος Πειραιά, και πρόσθεσε ότι ο Δήμος υλοποιεί τα τελευταία χρόνια και παρεμβάσεις σημαντικής κλίμακας που, μέσα από την κατάλληλη στόχευση και τις συμπληρωματικότητες χρηματοδοτήσεων, κάνουν την

πόλη πιο πράσινη, πιο βιώσιμη, πιο ανταποκρινόμενη στις μεγάλες προκλήσεις της εποχής, όπως η κλιματική αλλαγή, με βελτίωση της ποιότητας ζωής και προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης σε όλα τα επίπεδα.

Τέλος, ο κ. Δημήτρης Γ. Λιάτσης, Οικονομολόγος, Partner της Bluedrop & CFO SK Group, σχολιάζοντας τον ρόλο των call centers στις smart cities, επισήμανε ότι οι υπηρεσίες των τηλεφωνικών κέντρων έχουν βασικό ρόλο στις πόλεις του μέλλοντος, με την ενέργεια, το νερό, τον τουρισμό, τη διαβίωση, τις μεταφορές, τα έξυπνα σπίτια, να είναι ένα μέρος μόνο των πεδίων, όπου η συνεργασία με τα call centers κρίνεται απαραίτητη.

Σημειώνεται ότι συντονιστής των δύο πάνελ της εκδήλωσης ήταν ο Καθηγητής Κωνσταντίνος Αντωνίου, TUM School of Engineering and Design, Chair of Transportation Systems Engineering, Μέλος της συντονιστικής επιτροπής του Δικτύου Ελλήνων Επιχειρηματιών και Στελεχών Επιχειρήσεων Βαυαρίας (Hellenic Network of Business Executives in Bavaria).

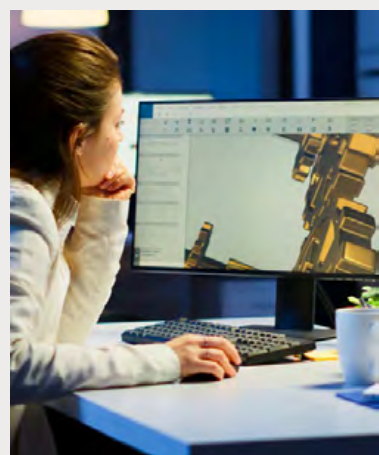
Περισσότερες πληροφορίες καθώς και οι παρουσιάσεις, που έγιναν στο πλαίσιο της ψηφιακής ημερίδας, θα διατεθούν στην ιστοσελίδα του Ελληνογερμανικού Επιμελητηρίου: [www.german-chamber.gr](http://www.german-chamber.gr), στην ενότητα εκδηλώσεις.



LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



εγγραφή 

Πληροφορίες / Συνδρομές:

[sales@sayyescomm.gr](mailto:sales@sayyescomm.gr)

Δελτία Τύπου:

[media@sayyescomm.gr](mailto:media@sayyescomm.gr)

Τηλέφωνο επικοινωνίας:

+30 210 22 41 770

Εκδότης:   
**sayes**  
communications