



Η πράσινη μετακίνηση σήμερα είναι ...blue



Η ηλεκτροκίνηση αλλάζει τον τρόπο που κινούμαστε και η **ΔΕΗ blue**, το πιο εκτεταμένο δίκτυο φόρτισης στην Ελλάδα, που κάνει την ηλεκτροκίνηση ακόμα πιο προσβάσιμη σε όλους, με **1600 σημεία φόρτισης** που συνεχώς **αυξάνονται δυναμικά**.

Σήμερα **130 ταχυφορτιστές** βρίσκονται ήδη σε κομβικά σημεία, για να κάνουν τη φόρτιση των ηλεκτρικών αυτοκινήτων **ακόμα πιο γρήγορη**.

Με ενέργεια που προέρχεται αποκλειστικά από Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας, η **ΔΕΗ blue** προσφέρει έναν ολόκληρο κόσμο υπηρεσιών για όλους!

Κατεβάστε την εφαρμογή **ΔΕΗ blue**



blue

Το μέλλον
φορτίζει

deiblue.com



27.02.2024 Τεύχος #185



**Άνοδος για τις εξαγωγές
κρασιού - Ποιες χώρες
προτιμούν την ελληνική
παραγωγή**



**ΠΙΝΔΟΣ: Η δυναμική
είσοδος στην αγορά των
Η.Α.Ε και τα σχέδια για
το μέλλον**



**Σ. Εφραίμογλου: Η Ινδία
μπορεί να επωφεληθεί από
την Ελλάδα**



**Ανοδική η ζήτηση για
φράουλα - Μείωση για
εσπεριδοειδή και μήλα
- Αναλυτικά οι εξαγωγές
φρούτων και λαχανικών**

Συμμετοχή 16 ελληνικών εταιρειών σε κορυφαίες διεθνείς εκθέσεις μόδας στο Λονδίνο

Δεκαέξι επιχειρήσεις συμμετείχαν στην εθνική αποστολή που διοργάνωσε η Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου (Enterprise Greece) στις διεθνείς εκθέσεις Pure London x Just Around The Corner (JATC) & SCOOP, οι οποίες διεξήχθησαν από τις 11 έως τις 13 Φεβρουαρίου 2024 στο εκθεσιακό κέντρο Olympia London.

Πρόκειται για κορυφαίες, διεθνείς εμπορικές εκθέσεις μόδας - γυναικεία και ανδρικά ρούχα, αξεσουάρ, παπούτσια, κοσμήματα και lifestyle, που διοργανώνονται δύο φορές τον χρόνο στο Λονδίνο από την Hyne και συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον αγοραστών, σχεδιαστών και επιχειρήσεων με εμπορικά σήματα παγκοσμίου εμβέλειας.

Η ελληνική συμμετοχή άφησε θετικές εντυπώσεις και οι εκπρόσωποι των εταιρειών είχαν την ευκαιρία να κάνουν σημαντικές επαφές και να διερευνήσουν επιχειρηματικές συμφωνίες. Τα ελληνικά brands που συμμετείχαν στις εκθέσεις ήταν (με αλφαβητική σειρά) τα εξής: ACCESS ABEE, ANNA VLACHAKI(ANIW), ARTISUN, BORSIS VASILIS V&R, CHRISTINA BRAMPTI, ESTHETE, GEORGIA CHARAL ART JEWELLERY, HARIS COTTON SA, IMISI COLLECTION, JOANNA PLAKIDOU HEADPIECES, MUFF, NEIROMAI, OLIA SCARVES, SIBYLLA DELPHICA, VOID MODE και VOGIATZI EIRINI KAI SIA EE.

Τις εκθέσεις επισκέφτηκε η Γενική Σύμβουλος Β' του Γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων στο Λονδίνο, κα Παρασκευή Καμπούρογλου, η οποία περιηγήθηκε σε όλα τα περίπτερα και συνομίλησε με τους Έλληνες εκθέτες για τις ιδιαιτερότητες, τις απαιτήσεις, αλλά και τις ευκαιρίες για σημαντικές συνεργασίες που προσφέρει η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου.





Άποψη από το περίπτερο της ΠΙΝΔΟΣ στη Gulfood 2024. Δεξιά η κα Ελευθερία Μασούρα, Head of Marketing and Communications

Let's Talk

ΠΙΝΔΟΣ: Η δυναμική είσοδος στην αγορά των Η.Α.Ε και τα σχέδια για το μέλλον

Καρπούς συνεργασίας απέδωσαν οι προσπάθειες της ΑΠΣΙ ΠΙΝΔΟΣ, καθώς κατάφερε να διεισδύσει στο οργανωμένο λιανεμπόριο των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων.

Συγκεκριμένα από τη φετινή χρονιά και ύστερα από μια ολοκληρωμένη στρατηγική επαφών οι καταναλωτές μπορούν να βρουν τα προϊόντα ΠΙΝΔΟΣ στα ράφια των ψυγείων της Union Co-Operative Society Hypermarket του μεγαλύτερου καταναλωτικού συνεταιρισμού στην περιοχή των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων με 27 καταστήματα.

Η εταιρεία είχε φυσικά δυναμική συμμετοχή στη Gulfood 2024 που πραγματοποιήθηκε την προηγούμενη εβδομάδα στο Ντουμπάι, και το ExportGreece βρέθηκε στο περίπτερο της και συνομίλησε με την κα Ελευθερία Μασούρα, Head of Marketing & Communications της ΠΙΝΔΟΣ για τα νέα σχέδια της εταιρείας, τα κορυφαία προϊόντα αλλά και τις προσδοκίες από τις συμμετοχές σε μεγάλες εκθέσεις.

Ποιοι είναι οι στόχοι σας για το 2024;

Στόχος μας και για το 2024 παραμένει η παραγωγή προϊόντων υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας





για τους καταναλωτές μας, μέσω ενός διαρκώς εξελισσόμενου χαρτοφυλακίου και με την προσθήκη νέων καινοτόμων προϊόντων, τα οποία ανταποκρίνονται πλήρως στις νέες ανάγκες των καταναλωτών. Ενώ ταυτόχρονα, στόχος μας είναι η ενίσχυση της εξωστρέφειάς μας και η διεξόδωση σε νέες αγορές του εξωτερικού.

Από τα προϊόντα σας ποιο είναι εκείνο που κατέχει την πρώτη θέση στην προτίμηση των καταναλωτών (Ελλάδα και εξωτερικό);

Το κοτόπουλο ελεύθερης βοσκής είναι αυτό που εδώ και 20 χρόνια που κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά κατέχει την πρώτη θέση στο τραπέζι αλλά και στην καρδιά των καταναλωτών. Ενώ, αντίστοιχη ανταπόκριση είχε και από το καταναλωτικό κοινό του εξωτερικού, οι οποίοι το ξεχώρισαν για την βραβευμένη του γεύση, την υψηλή του ποιότητα και διατροφική του αξία, καθώς και για την ξεχωριστή του νοστιμιά.

Αξίζει να αναφέρουμε ότι το προϊόν αυτό κατάφερε να διεισδύσει και στην αγορά των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων και να βρίσκεται σε ένα από τα πιο γνωστά ηλεκτρονικά καταστήματα της περιοχής, καθώς και στο μεγαλύτερο καταναλωτικό συνεταιρισμό της περιοχής, το Union Coop, όπου οι καταναλωτές μπορούν να το βρουν στα ψυγεία στα φυσικά του καταστήματα της αλυσίδας. Το κοτόπουλο ελεύθερης βοσκής και προϊόντα που παράγονται από αυτό όπως οι κοτομπουκιές, το burger, το μπιφτέκι, τα nuggets και ο γύρος, έχουν καταφέρει να κερδίσουν τις εντυπώσεις του καταναλωτικού κοινού στο Ντουμπάι.

Τι προσδοκάτε από τη συμμετοχή σας στη διεθνή Έκθεση τροφίμων και ποτών Gulfood 2024;

Η Gulfood αποτελεί πλέον μια από τις μεγαλύτερες εκθέσεις του κόσμου, με την επισκεψιμότητά της να είναι διαρκώς αυξανόμενη κάθε χρονιά. Μέσω της συμμετοχής μας σ αυτή ενισχύουμε την εξωστρέφειά μας, αυξάνουμε την εξαγωγική μας δραστηριότητα και προωθούμε τα προϊόντα μας σε ένα ακόμη μεγαλύτερο διεθνές κοινό, ενισχύοντας ταυτόχρονα περαιτέρω τη θέση μας ως ηγέτη στο κλάδο της ελληνικής πτηνοτροφίας, με την καινοτομία των προϊόντων μας, την άριστη ποιότητα και την αυθεντική τους γεύση.

Οι διεθνείς εκθέσεις αποτελούν διαβατήριο για τις ελληνικές επιχειρήσεις και τα ελληνικά προϊόντα για να κατακτήσουν την παγκόσμια αγορά;

Σίγουρα αποτελούν ένα σημαντικό «μέσο» για τις ελληνικές επιχειρήσεις, για να μπορέσουν να κάνουν τα προϊόντα τους γνωστά πέραν των ελληνικών συνόρων. Για να μπορέσουν όμως να κατακτήσουν τα ελληνικά προϊόντα την παγκόσμια αγορά χρειάζεται μια συνεχή και πολυετή προσπάθεια μέσω διαφόρων ενεργειών, η οποία απαιτεί επιμονή και συνέπεια. Ειδικότερα όταν απευθύνονται σε αγορές όπως αυτές του αραβικού κόσμου, οι οποίες παρουσιάζουν έντονες διαφορές με την ελληνική αγορά.

Πώς αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές του εξωτερικού τα ελληνικά προϊόντα;

Με ενθουσιασμό θα μπορούσα να απαντήσω με μια λέξη. Ενθουσιάζονται από την ποιότητα, τη γεύση τους, τη ξεχωριστή νοστιμιά τους αλλά και την ασφάλειά τους και την καινοτομία τους. Τα ελληνικά προϊόντα πλέον διαθέτουν όλα τα εφόδια που μπορούν να τα εδραιώσουν σε χώρες του εξωτερικού και με συντονισμένες δράσεις οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να κατακτήσουν διεθνείς αγορές.



Greek News

Άνοδος για τις εξαγωγές κρασιού - Ποιες χώρες προτιμούν την ελληνική παραγωγή

Μια ανάσα από τα 100 εκατ. ευρώ (99,69 εκατ. ευρώ) βρέθηκαν οι εξαγωγές του ελληνικού κρασιού το 2023, σημειώνοντας μικρή άνοδο κατά 0,73%, με την ποσότητα των εξαγωγών να είναι μειωμένη κατά 3,4% στους 28.853 τόνους πέρυσι από 29.870 τόνους το 2022

Ωστόσο πρέπει να συνυπολογιστεί ότι το 2022 οι εξαγωγές αυξήθηκαν σημαντικά κατά 16,75% έναντι του 2021, που είχαν εμφανίσει κάμψη λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας covid.

Πρωταθλήτριες χώρες τώρα στις εξαγωγές του ελληνικού κρασιού είναι η Γερμανία, η Κύπρος και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Θα πρέπει ακόμη να σημειωθεί πως οι εξαγωγές το 2023 σε σχέση με το 2022, παρουσιάζουν άνοδο επίσης σε επίπεδο μέσου όρου πενταετίας σε αξία, η οποία ανέρχεται σε ποσοστό 19,68%,

Ειδικότερα η ανάλυση από την ΚΕΟΣΟΕ των προσωρινών στοιχείων εξαγωγών οίνου που ανάρτησε ΕΛΣΤΑΤ, δείχνει ότι ενώ αυξήθηκε η αξία των εξαγωγών κρασιού προς χώρες της ΕΕ η ποσότητα των εξαγωγών ήταν

μειωμένη, και η ίδια εικόνα επαναλαμβάνεται και στις εξαγωγές προς τρίτες χώρες (δηλαδή ΗΠΑ, Καναδάς, Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστραλία, Ελβετία, Νορβηγία).

Οι εξαγωγές σε αξία

Στα 57 εκατ. ευρώ (+0,53%) διαμορφώθηκε η αξία των εξαγωγών κρασιού προς χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης πέρυσι, αξία ωστόσο που είναι ανοδική κατά 7,49% σε σχέση με το μέσο όρο της τελευταίας 5ετίας.

Η τιμή ανά κιλό αυξήθηκε στα 2,68 ευρώ (από 2,58 ευρώ το 2022), με την Γαλλία, Κύπρο, Βέλγιο, Ολλανδία και Πολωνία να είναι οι χώρες που έδωσαν ώθηση στην τιμή μονάδας.

Σύμφωνα με την ΚΕΟΣΟΕ (Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων) η εικόνα των αντίστοιχων μεγεθών εξαγωγών ελληνικού οίνου προς τρίτες χώρες, καταγράφει σχετική σταθερότητα σε αξία, λαμβάνοντας όμως υπόψιν ότι το 2023 τα προβλήματα logistics στην μεγαλύτερη αγορά, αυτή των ΗΠΑ που προήλθαν από την εκδήλωση της πανδημίας της covid 19, αποκαταστάθηκαν.

Ειδικότερα οι ελληνικές εξαγωγές προς τρίτες χώρες σημείωσαν μείωση της τάξης του 4,54% ως προς την ποσότητα (7.562 τόνοι/2023 – 7.922 τόνοι/2022),

καταγράφοντας ωστόσο άνοδο κατά 22,69% σε σχέση με το μέσο όρο της προηγούμενης 5ετίας.

Με την αξία των εξαγωγών να εμφανίζει άνοδο κατά 1% πέρυσι καθώς διαμορφώθηκε στα 42.685.238 €/2023 – 42.264.410 €/2022.

Η σύγκριση του εξαγωγικού μεγέθους της αξίας το 2023 σε σχέση με το μέσο όρο 5ετίας (2018 – 2022) αποδεικνύει εκτός των άλλων και την προηγούμενη δυναμική του ελληνικού κρασιού στις αγορές των τρίτων χωρών, αφού καταγράφεται μέση αύξηση κατά 41,02%.

Κατά 5,8% αυξήθηκε η μέση τιμή μονάδας ανά εξαγόμενο κιλό οίνου, στα 5,64 ευρώ το κιλό πέρυσι από 5,34 ευρώ ανά κιλό το 2022.

Εξαγωγές ανά χώρα

Τα στοιχεία της ΚΕΟΣΟΕ δείχνουν πως η πρώτη εξαδά των χωρών εξαγωγής ελληνικών οίνων στην Ε.Ε. αντιπροσωπεύει το 90,15% των συνολικών εξαγωγών σε αξία για το 2022 και αφορά κατά σειρά ως προς την αξία τις Γερμανία, Κύπρο, Γαλλία, Βέλγιο, Κάτω Χώρες και Αυστρία. Μαζί με τις εξαγωγές προς τρίτες χώρες στην χρυσή τριάδα προστίθεται και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Αναλυτικά:

Η Γερμανία είναι η πρωταθλήτρια καθώς δέχεται τις περισσότερες ελληνικές εξαγωγές οίνου και καλύπτει σε αξία το 53,94% των εξαγωγών στην Ε.Ε. Ειδικότερα το 2022 σε σχέση με το 2021 καταγράφηκε αύξηση σε αξία κατά 8,23% (28,262 εκατ. ευρώ το 2021 – 30,588 εκατ. ευρώ το 2022), ενώ ελαφρά μείωση κατά 1,60% παρατηρείται σε ποσότητα (12.187.820 kg/2021 – 11.993.167 kg/2022). Αξιοσημείωτη αύξηση επίσης κατά 9,99% καταγράφεται στην εξαγόμενη μέση τιμή πώλησης (2,32 €/kg/2021 – 2,55 €/kg/2022) το 2022.

Η σύγκριση με το μέσο όρο 5ετίας καταδεικνύει φέτος διαχρονική αύξηση των αποστελλόμενων ελληνικών οίνων σε αξία κατά 4,30%, αλλά και αντίστοιχη μείωση σε ποσότητα κατά 10,91%. Η μέση τιμή πώλησης παραδόσεων οίνων, καταγράφει αύξηση κατά 16,79% γεγονός που απεικονίζει τη συνεχόμενη αύξηση μέσης τιμής την προηγούμενη 5ετία.

Σε σχέση με την περίοδο 2019-2022, παρατηρείται αύξηση σε αξία κατά 1,05% και αντίστοιχα μείωση σε ποσότητα κατά 12,95%, μείωση που «συμβάλλει» στην άνοδο της μέσης τιμής πώλησης.

Η Κύπρος κατέχει σταθερά τη δεύτερη θέση στην αγορά του ελληνικού κρασιού και αποτελεί σημαντικό εξαγωγικό προορισμό.

Μάλιστα το 2022 η αξία των εξαγωγών σημείωσε άνοδο κατά 16,24% στα 7,556 εκατ. ευρώ (από 6,5 εκατ.

ευρώ το 2021), ενώ η αντίστοιχη μεταβολή του μέσου όρου τελευταίας 5ετίας διαμορφώνεται στο 35,38%, ποσοστό που απεικονίζει τη σταθερή ανοδική πορεία σε αξία στην αγορά αυτή. Ωστόσο η μέση τιμή ανά κιλό μειώθηκε στα 3,26 ευρώ το 2022 από τα 3,88 ευρώ το κιλό το 2021. Να σημειωθεί ότι το 2022 οι εξαγωγές κρασιού στην Κύπρο ανήλθαν σε 2,318 εκατ. κιλά καταγράφοντας άνοδο κατά 38,26% σε σχέση με το 2021 (1,677 εκατ. κιλά).

Συγκρίνοντας τις εξαγωγές του 2022 σε σχέση με το 2019 τα στοιχεία δείχνουν αύξηση κατά 25,74% σε αξία και άνοδο κατά 3,15% σε ποσότητα.

Η τρίτη δυναμική αγορά για τις εξαγωγές ελληνικού οίνου είναι αυτή του Ηνωμένου Βασιλείου, καταγράφοντας για 2η συνεχόμενη χρονιά μετά από δυο δεκαετίες άνοδο.

Σε αξία το 2022 έναντι του 2021, η αύξηση καταγράφεται στο +13,15% (2021: 6.197.261 € – 2022: 7.012.441 €), σε ποσότητα στο +14,93% (2021: 1.616.371 kg – 2022: 1.857.776 kg), ενώ ελαφρά μείωση παρατηρείται και στη μεταβολή της μέσης τιμής εξαγωγής, κατά 1,55% (2021: 3,83 €/kg – 2022: 3,77 €/kg).

Τέλος την αυξητική τάση επιβεβαιώνει και η σύγκριση του 2022 με το Μ.Ο. 5ετίας αφού θετικά πρόσημα καταγράφονται σε αξία (+96,28%), σε ποσότητα (+73,33%) και σε μέση τιμή μονάδας (+15,83%).

Στη Γαλλία οι αποστολές ελληνικών οίνων σε αξία παρουσίασαν εκρηκτική αύξηση κατά 454,77% το 2022 έναντι του 2021 (1.169.123 €/2021 – 6.485.955 €/2022), κατά 920,16% σε ποσότητα (346.530 kg/2021 – 3.535.164 kg/2022), ενώ μείωση παρατηρείται και στη μέση τιμή πώλησης οίνων κατά 45,62% (3,37 €/kg 2021 – 1,83 €/kg 2022).

Ωστόσο αυτή η εντυπωσιακή άνοδος μπορεί να εξηγηθεί από την χρονική αποστολή οίνων του 2021 στο 2022, λόγω αλλαγής μεθόδου τιμολόγησης, ή την ημερομηνία τιμολόγησης των αποστελλόμενων φορτίων, η οποία οριακά τιμολογείται στις αρχές του επομένου έτους.

Στις ΗΠΑ η αξία των εξαγωγών το 2022 παρουσίασε αύξηση κατά 25,85% στα 17,89 εκατ. ευρώ (από 14, 216 εκατ. ευρώ το 2021). Σε επίπεδο ποσότητας η άνοδος ήταν 10,01% το 2022 στα 2,81 εκατ. κιλά (από 2,55 εκατ. κιλά το 2021), με την μέση τιμή πώλησης ανά κιλό να αυξάνεται κατά 14,4% στα 6,37 ευρώ (από 5,56 ευρώ το κιλό).

Τέλος στον Καναδά η ανοδική πορεία των εξαγωγών συνεχίστηκε και το 2022 αφού το έτος που πέρασε παρουσιάζεται αύξηση στην αξία εξαγωγών οίνου έναντι του 2021 κατά 8,28% ενώ αύξηση επίσης καταγράφεται στις εξαγόμενες ποσότητες κατά 7,5%.



Greek News

Σ. Εφραίμογλου: Η Ινδία μπορεί να επωφεληθεί από την Ελλάδα

Στην Επιχειρηματική Αποστολή στην Ινδία (Νέο Δελχί, Βομβάη, Μπανγκαλόρ), στο πλαίσιο της επίσημης επίσκεψης του Πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη στην Ινδία, που στόχο έχει το άνοιγμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας σε μια τεράστια και ταχέως αναπτυσσόμενη παγκόσμια αγορά αλλά και τη γενικότερη ενδυνάμωση των διμερών οικονομικών σχέσεων Ελλάδας – Ινδίας, συμμετέχουν, εκπροσωπώντας το ΕΒΕΑ, η πρόεδρος του Επιμελητηρίου, Σοφία Κουνενάκη Εφραίμογλου, και το μέλος Δ.Ε. και υπεύθυνη Συμβουλευτικής Υποστήριξης των Επιχειρήσεων του ΕΒΕΑ, Μαρία Αρβανιτοπούλου.

Όπως αναφέρεται σε ανακοίνωση του επιμελητηρίου, κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής αποστολής (19-24 Φεβρουαρίου 2024), υπό τον υφυπουργό για την Οικονομική Διπλωματία και Εξωστρέφεια, Κώστα Φραγκογιάννη, έχουν προγραμματιστεί επιχειρηματικά φόρουμ και B2B συναντήσεις μεταξύ περίπου 70 ελληνικών επιχειρήσεων που συμμετέχουν και αντίστοιχων ινδικών επιχειρήσεων.

Η πρόεδρος του ΕΒΕΑ στην ομιλία της, στη Βομβάη, στο επιχειρηματικό φόρουμ "Exploring Economic Collaboration Between Greece and India: Future Prospects", αναφέρθηκε στις επιχειρηματικές ευκαιρίες μεταξύ Ελλάδας και Ινδίας. Μιλώντας για τις δράσεις του ΕΒΕΑ που στοχεύουν στην ενίσχυση των διμερών επιχειρηματικών σχέσεων, η κα Εφραίμογλου τόνισε ότι εδώ και τρεις δεκαετίες το ΕΒΕΑ εργάζεται συστηματικά για τη δικτύωση και τη συνεργασία του με επιχειρηματικούς φορείς της Ινδίας, ώστε να αναδείξει νέες ευκαιρίες και να διευκολύνει την επαφή και τη συνέργεια μεταξύ των δύο επιχειρηματικών κοινοτήτων σε τομείς όπως οι νέες τεχνολογίες, τα φαρμακευτικά προϊόντα, οι κατασκευές, η ναυτιλία, τα τρόφιμα και κυρίως ο τουρισμός. Μάλιστα, το 2022 το διμερές εμπόριο μεταξύ Ελλάδας και Ινδίας παρουσίασε εκρηκτική αύξηση,



φτάνοντας τα 1,3 δισεκατομμύρια ευρώ, παρά τα εμπόδια που εμφανίζονται στις παγκόσμιες εμπορικές συναλλαγές.

«Έχουμε υπογράψει Μνημόνια Συνεργασίας με φορείς όπως το Associated Chambers of Commerce and Industry of India (ASSOCHAM) και το Maharashtra Chamber of Commerce, Industry & Agriculture. Το διάστημα 2021 – 2022 υποδεχθήκαμε στο ΕΒΕΑ γυναίκα αντιπροσωπεία του Federation of Indian Chambers of Commerce and Industries, την οποία αποτελούσαν 40 Ινδές επιχειρηματίες από σημαντικούς κλάδους, όπως των φαρμάκων και καλλυντικών, των κοσμημάτων, της κλωστούφαντουργίας κ.ά. και συνεργαστήκαμε με το Millennial India International Chamber of Commerce, Industry & Agriculture για την προώθηση της επιχειρηματικής συνεργασίας με την Ινδία. Επιπρόσθετα, καταθέσαμε συγκεκριμένη πρόταση για την προώθηση συμπράξεων σε θέματα νεοφυούς επιχειρηματικότητας, η οποία συμπεριελήφθη στο σχετικό Πρωτόκολλο Συνεργασίας μεταξύ των δύο χωρών», είπε χαρακτηριστικά η πρόεδρος του ΕΒΕΑ.

Αναφερόμενη σε νέες δυνατότητες συνεργασίας μεταξύ ινδικών και ελληνικών επιχειρήσεων, η κυρία Εφραίμογλου επεσήμανε ότι η Ινδία μπορεί να επωφεληθεί από τομείς όπως το λιανικό εμπόριο, τα τρόφιμα, η ναυτιλία και ο ναυπηγικός κλάδος, όπου η Ελλάδα και οι ελληνικές επιχειρήσεις διαθέτουν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Αντίστοιχα, η Ελλάδα μπορεί να επωφεληθεί από τα επιτεύγματα της Ινδίας στην τεχνολογία, την πράσινη ενέργεια και την αλυσίδα εφοδιασμού. Και για τις δύο χώρες παρουσιάζονται τεράστιες ευκαιρίες στον τουρισμό, καθώς και στη δημιουργία οικοσυστημάτων για νεοφυείς επιχειρήσεις.

«Η σημερινή υπογραφή της ανανέωσης του Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ του Επιμελητηρίου μας και της Ομοσπονδίας Ινδικών Εμπορικών και Βιομηχανικών Επιμελητηρίων είναι ένα ακόμη βήμα για την επέκταση των διμερών οικονομικών σχέσεων, που επιβεβαιώνει και υπογραμμίζει τη δέσμευσή μας για τη μεταξύ μας συνεργασία», είπε κλείνοντας την ομιλία της η πρόεδρος του ΕΒΕΑ.

Το συνέδριο ολοκληρώθηκε με την υπογραφή Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών και της Ομοσπονδίας Ινδικών Επιμελητηρίων Εμπορίου και Βιομηχανίας. Στο πλαίσιο της επιχειρηματικής αποστολής και των φόρουμ που διοργανώθηκαν, όλες οι συμμετέχουσες ελληνικές επιχειρήσεις πήραν μέρος σε B2B επαφές και συζητήσεις με σημαντικούς παράγοντες της ινδικής αγοράς με εξαιρετικά αποτελέσματα.



Export News

Ανοδική η ζήτηση για φράουλα - Μείωση για εσπεριδοειδή και μήλα - Αναλυτικά οι εξαγωγές φρούτων και λαχανικών

Με χαμηλούς ρυθμούς προχωρούν οι εξαγωγές των μήλων οι οποίες τους τελευταίους 5μηνες μήνες ανήλθαν σε 22.614 έναντι 44.674 τόνων την αντίστοιχη περίοδο του 2022 σύμφωνα με τα στοιχεία που επεξεργάστηκε ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Φρούτων και Λαχανικών Incofruit Hellas.

Προς Αίγυπτο κατευθύνθηκαν λίγο παραπάνω από 10 τόνοι έναντι των 29.040 τόνων πέρσι, προς Σαουδική Αραβία 1,3 τόνοι έναντι 1,8 τόνων, ενώ προς Ιορδανία 1,25 τόνοι έναντι 3,7 τόνων. Όπως ανέφερε ο ειδικός σύμβουλος του Συνδέσμου Πύργος Πολυχρονάκης: «αυτή η μειωμένη ροή των εξαγωγών σε συνδυασμό με τις ιδιαίτερα αυξημένες εισαγωγές μήλων το ίδιο χρονικό διάστημα που ανήλθαν σε 14.937 τόνους έναντι 4.060 πέρσι, εκ των οποίων 8.275 τόνοι ήταν από Βόρεια Μακεδονία, 2.044 τόνοι από Σερβία και 2.360 τόνοι από Πολωνία σε Πέλλα, Λάρισα, Κοζάνη κ.ά δημιουργεί ερωτήματα. Η τυχόν ελληνοποίησή τους και διάθεση τους στην εγχώρια αγορά αλλά και σε περιπτώσεις εξαγωγής επιστάται αφενός να αναγράφεται η χώρα καταγωγής τους και να συνοδεύονται από αναλύσεις τους για υπολείμματα φυτοφαρμάκων».

Άνοδος για τις εξαγωγές φράουλας

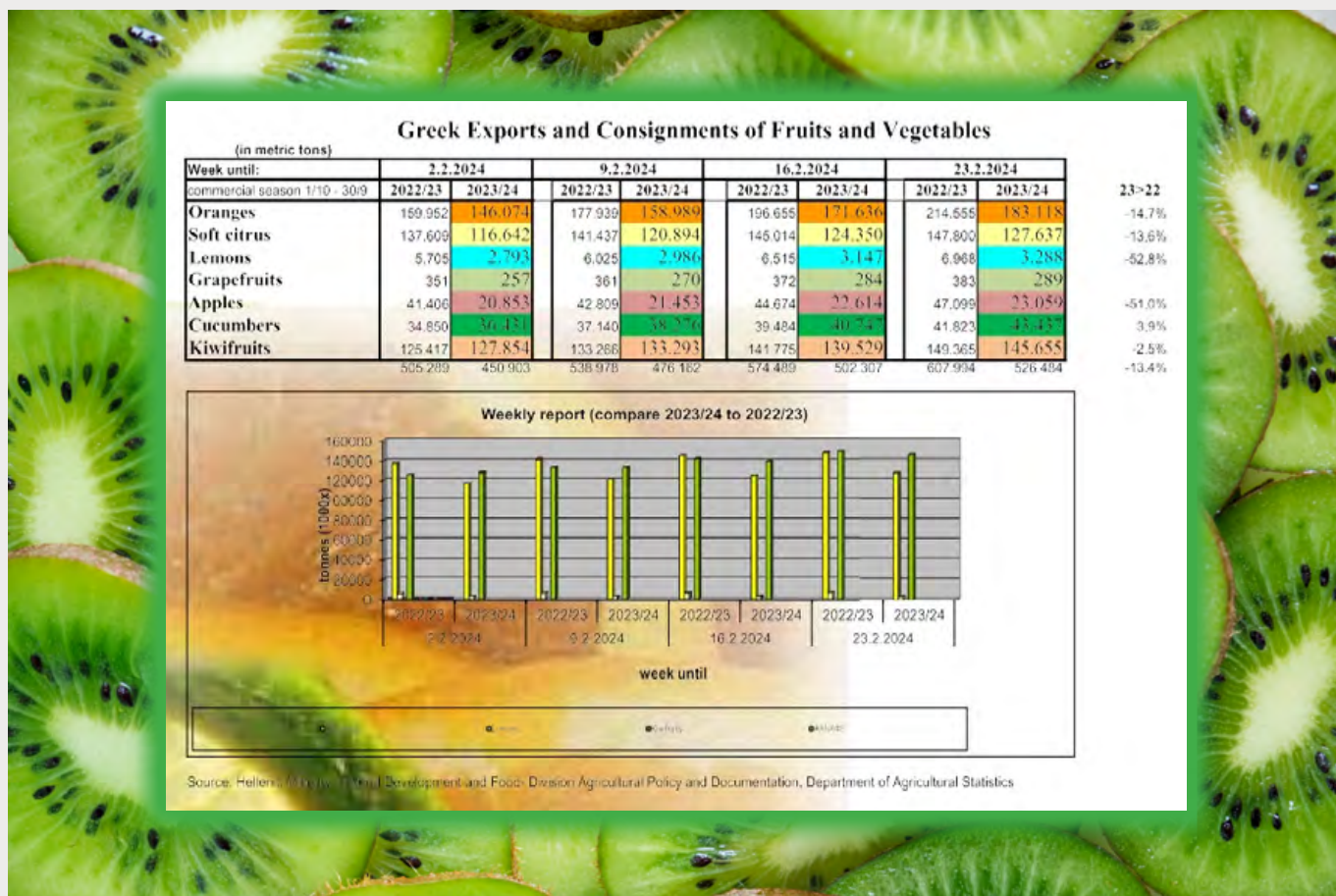
Από την άλλη πλευρά, η αύξηση για τις εξαγωγές φράουλας συνεχίζεται καθώς από την αρχή του 2024 καταγράφουν ανοδική πορεία κατά 6,5%.

Πιο συγκεκριμένα, από την αρχή του χρόνου μέχρι τις 15/2/2024 οι εξαγωγές φράουλας ανήλθαν σε 7.420 τόνους έναντι 6.968 τόνων το αντίστοιχο διάστημα 2023, με τη ζήτηση να σταθεροποιείται.

«Αυτή τη στιγμή, η κρίση της Ερυθράς Θάλασσας ασκεί πίεση στη διεθνή διακίνηση εμπορευμάτων και όσον αφορά τον κλάδο το ερώτημα, εάν ο όγκος φρούτων που αποστέλλονταν από την Αίγυπτο σε άλλες ηπείρους θα καταλήξουν να ανακατευθυνθούν στην Ευρώπη.

Περίπου το 20% της παραγωγής της Αιγύπτου είχε προορισμό αγορές στην Ασία Το ίδιο πρόβλημα αλλά σε μικρότερο ποσοστό ισχύει και για το Μαρόκο», σχολίασε ο κ. Πύργος Πολυχρονάκης.

Τα πορτοκάλια και οι φράουλες που φτάνουν στην Ε.Ε. πρέπει να πληρούν τους ευρωπαϊκούς κανονισμούς. «Είναι γνωστό ότι τα φρούτα καλλιεργούνται ανάλογα με την αγορά προορισμού, επειδή δεν έχουν όλες οι χώρες



τα ίδια ΑΟΚ ή δεν επιτρέπουν τις ίδιες δραστικές ουσίες, χρειάζονται αυξημένοι έλεγχοι στα εισαγόμενα στην Ε.Ε. φρούτα και λαχανικά» ο ειδικός σύμβουλος του Συνδέσμου.

Τα πορτοκάλια και οι φράουλες που φτάνουν στην Ε.Ε. πρέπει να πληρούν τους ευρωπαϊκούς κανονισμούς

Αγγούρια και ντομάτες

Από 1/9/23-16/2/24 η εξαγωγή αγγουριών ανέρχεται σε 40.747 τόνους έναντι 39.414 την αντίστοιχη περίοδο 2022/23 καταγράφοντας άνοδο κατά 3,2%.

Επίσης η εξαγωγή ντοματών (από 1/1/2024-15/2/2024) ανήλθε σε 3.766 τόνους έναντι 4.869 τόνων το αντίστοιχο διάστημα 2023.

Αντίστοιχα, από 1/9/23-15/2/24 οι εισαγωγές ντομάτας στη χώρα μας αυξήθηκαν, οι οποίες ανήλθαν σε 10.995 τόνους έναντι 4.834 τόνων το 2022/23, εκ των οποίων από Τουρκία εισήχθησαν 7.369 τόνοι έναντι 3.181 τόνων πέρσι.

Εσπεριδοειδή - Μονοπωλούν οι εισαγωγές από Αίγυπτο

Μειωμένη κατά 12,7% καταγράφεται η εξαγωγή πορτοκαλιών, η οποία φτάνει τους 171.636 τόνους έναντι 196.655 τόνων πέρσι. Αντίστοιχα, η εξαγωγή μανταρινιών ανέρχεται στους 124.350 τόνους, μειωμένες κατά 14,3%

έναντι 145.014 τόνων την περίοδο 2022/23. Εντύπωση προκαλεί – όπως σχολιάζουν οι εξαγωγείς – η εισαγωγή πορτοκαλιών, η οποία από 1/1/24 ανέρχεται σε 472 τόνους εκ των οποίων οι 411 τόνοι ήταν από Αίγυπτο.

Τα ακτινίδια

Οι εξαγωγές ακτινιδίων από αρχές Σεπτεμβρίου του 2023 έως και 16 Φεβρουαρίου 2024 ανέρχονται σε 139.529 τόνους (μειωμένες κατά 1,6%) έναντι 141.775 τόνων το αντίστοιχο διάστημα 2022/23. Από τις ποσότητες αυτές προς Καναδά εξήχθησαν 5.72 τόνοι έναντι 4.704 τόνων πέρσι, προς ΗΠΑ 13.011 τόνοι έναντι 10.959 τόνων, προς Ισπανία 22.241 τόνοι έναντι 21.481 τόνων και προς Ιταλία 22.561 τόνοι έναντι 15.704 τόνων, συμπεριλαμβανομένων και φορτίων για βιομηχανική χρήση.

Παράλληλα, συνεχίστηκαν οι εισαγωγές ακτινιδίων, οι οποίες από 1/9/23-16/2/24 ανήρθαν σε 1.921 τόνους εκ των οποίων οι 1.158 τόνοι κατευθύνθηκαν προς Πέλλα. Επίσης, 623 τόνοι είναι προέλευσης Ιράν και 621 τόνοι Τουρκίας.

«Εκτιμάται ότι η αποφυγή της διαδρομής Ερυθράς θάλασσας μέσω Σουέζ έχει επιβαρύνει τις εξαγωγές ακτινιδίων μας προς την Ασία, με αύξηση του κόστους μεταφοράς και του χρόνου παράδοσης με επί πλέον 10-12 ημέρες αλλά και το κόστος μεταφοράς προς άλλους υπερπόντιους προορισμούς», σημειώνει ο κ. Πολυχρονάκης.

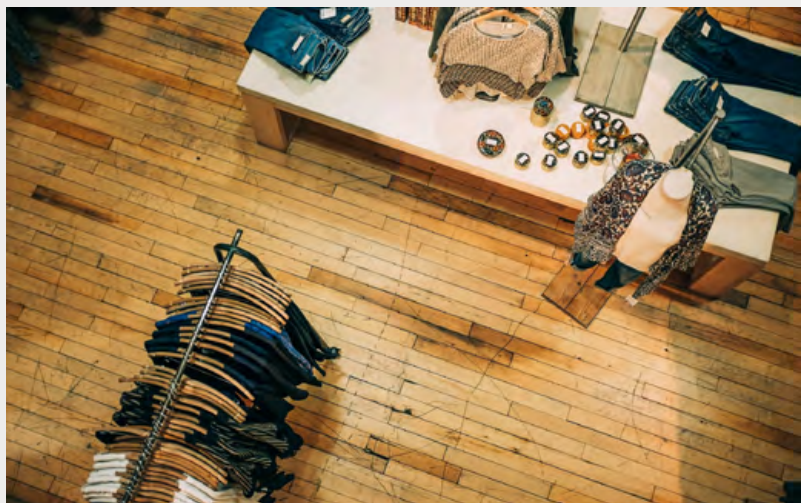
Μείωση για τις εξαγωγές ένδυσης – κλωστοϋφαντουργίας για πρώτη φορά μετά από 9 χρόνια

Μετά από 8 χρόνια και συγκεκριμένα για πρώτη φορά ύστερα από το 2015 υπήρξε μείωση για τις ελληνικές εξαγωγές ένδυσης – κλωστοϋφαντουργίας. Σύμφωνα με τα όσα ανέφερε ο γενικός διευθυντής του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πλεκτικής – Ετοίμου Ενδύματος Ελλάδος (ΣΕΠΕΕ), Θεόφιλος Ασλανίδης ο πληθωρισμός ήταν η αιτία που υπήρξε μείωση της ζήτησης για ρούχα στις αγορές των ελληνικών προϊόντων.

«Πρόκειται για την πρώτη φορά μετά το 2015, που έχουμε πτώση στις ελληνικές εξαγωγές. Ο βασικός λόγος είναι ο πληθωρισμός. Έχει περιοριστεί η ζήτηση για ρούχο, καθώς οι καταναλωτές στην Ευρώπη έχουν πιο ανελαστικές ανάγκες να καλύψουν από το να βάλουν καινούργια ρούχα στη ντουλάπα τους» ανέφερε στο ΑΠΕ. Επιπλέον όπως συμπλήρωσε η ένδυση – κλωστοϋφαντουργία είναι ο πρώτος κλάδος που υφίσταται την πίεση όταν υπάρχει κάποια κρίση, αλλά και ο πρώτος που ανακάμπτει, με ορμή ελατηρίου, όταν η κατάσταση βελτιωθεί.

Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΠΕΕ, η αξία των ελληνικών εξαγωγών ένδυσης – κλωστοϋφαντουργίας κατέγραψε πέρυσι μείωση κατά 22,8% και διαμορφώθηκε στα 1,8 δισ. ευρώ, όταν για το 2022 η αξία τους είχε διαμορφωθεί στα 2,35 δισ. ευρώ. Οι εξαγωγές ενδυμάτων διαμορφώθηκαν σε 859 εκατ. ευρώ καταγράφοντας μείωση 22,5%, ενώ εκείνες της κλωστοϋφαντουργίας μειώθηκαν κατά 10,9% στα 509 εκατ. ευρώ. Μειωμένες κατά 33,4% και οι εξαγωγές του βαμβακιού οι οποίες «έκλεισαν» στα 450 εκατ. ευρώ.

Κατά τον κ. Ασλανίδη, η μεγάλη μείωση στην αξία των εξαγωγών βαμβακος δεν σχετίζεται τόσο με ποσότητες, όσο με τιμές. Το 2022 η μέση τιμή στο βαμβάκι ήταν πολύ υψηλή και το 2023 έπεσε κάθετα. Επιπρόσθετα, η Τουρκία που είναι από τους κύριους εισαγωγείς ελληνικού βαμβακος, βιώνοντας και αυτή μειωμένη ζήτηση, επέλεξε να αξιοποιήσει πρώτα τα δικά της αποθέματα βαμβακιού, αντί να κάνει εισαγωγές.



Στην ένδυση, οι εξαγωγές πλεκτών ενδυμάτων αντιπροσωπεύουν το 57% της αξίας εξαγωγών ενδυμάτων. Το 80% της αξίας εξαγωγών ενδυμάτων κατευθύνεται σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το αντίστοιχο ποσοστό για την κλωστοϋφαντουργία ανέρχεται σε 71% και για το βαμβάκι σε 8,5%.

Μείωση καταγράφηκε παράλληλα το 2023 και στις εισαγωγές. Η αξία των εισαγωγών της αλυσίδας ένδυσης – κλωστοϋφαντουργίας ανήλθε σε 3,3 δισ. σημειώνοντας μείωση 9,2%. Η μείωση στις εισαγωγές ενδυμάτων ανήλθε σε ποσοστό 9,4%. Σύμφωνα με τον γενικό διευθυντή της ΣΕΠΕΕ η αρνητική αυτή εικόνα δεν αφορά μόνο την ελληνική αγορά, αλλά γενικά τις αγορές της Ευρώπης. «Πρόκειται για μια δύσκολη φάση και χρειάζεται χρόνος για να επανέλθει η ομαλότητα. Ίσως στο δεύτερο εξάμηνο του 2024 η εικόνα να αρχίσει να ομαλοποιείται, όχι μόνο σε ό,τι αφορά τον πληθωρισμό, αλλά και τα επιτόκια, οδηγώντας σε αύξηση της κατανάλωσης, σε μια περίοδο που πέραν του πληθωρισμού και άλλοι παράγοντες πιέζουν την ευρωπαϊκή (αλλά και την ελληνική) ένδυση-κλωστοϋφαντουργία.

Ο πόλεμος στην Ουκρανία και οι κυρώσεις στη Ρωσία, που έχουν στερήσει στις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις εξαγωγές δισ. ευρώ προς τη ρωσική αγορά, ο προστατευτισμός στις ΗΠΑ, αλλά και το γεγονός ότι η μεγάλη κινεζική αγορά «ζητά» κατά κύριο λόγο επώνυμα ρούχα πολυτελείας, τα οποία πχ, οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν δυσκολία να προσφέρουν, είναι κάποιοι από τους παράγοντες».

Ελβετία: Αδύναμο ξεκίνημα και επιβράδυνση των εξαγωγών ρολογιών

Σύμφωνα με τα στοιχεία που ανακοίνωσε η Ομοσπονδία της Ελβετικής Βιομηχανίας Ρολογιών, η αξία των εξαγωγών τον Ιανουάριο αυξήθηκε κατά 3,1% στα 1,9 δισεκατομμύρια ελβετικά φράγκα (2,2 δισεκατομμύρια δολάρια).

Ενώ ο αριθμός των εξαγόμενων ρολογιών αυξήθηκε κατά 2,9% στα 1,2 εκατομμύρια, ο αναλυτής της Citigroup, Thomas Chauvet, ανέφερε πως με τα τωρινά στοιχεία φαίνεται να δείχνουν «αδύναμο ξεκίνημα της χρονιάς».

Οι αγοραστές ακριβών ελβετικών ρολογιών περιορίζουν τις δαπάνες εν μέσω οικονομικών και γεωπολιτικών ανησυχιών μετά την έκρηξη της ζήτησης στην εποχή της πανδημίας. Η ισχυρή αξία του ελβετικού φράγκου ασκεί επίσης πίεση στους παραγωγούς που αύξησαν τις τιμές για να προστατεύσουν τα περιθώρια κέρδους.

Ο αριθμός των εξαγόμενων ρολογιών με τιμή άνω των 3.000 φράγκων μειώθηκε κατά 4,5% τον Ιανουάριο, παρόλο που η αξία τους αυξήθηκε κατά 4,3%, ανέφερε σε ανακοίνωσή της η Ομοσπονδία. Ταυτόχρονα, ο αριθμός των ρολογιών που εξήχθησαν με τιμή χονδρικής κάτω των 200 φράγκων αυξήθηκε κατά 5,5% λόγω της ομώνυμης επωνυμίας της Swatch Group AG.

Οι εξαγωγές στις ΗΠΑ, τη μεγαλύτερη αγορά για τα ελβετικά ρολόγια, αυξήθηκαν κατά 2,2% σε αξία. Οι εξαγωγές της ηπειρωτικής Κίνας αυξήθηκαν κατά 5%, ενώ οι αποστολές προς το Χονγκ Κονγκ μειώθηκαν κατά 4,7%.

Στα κυριότερα σημεία περιλαμβάνεται η απότομη αύξηση στη Σιγκαπούρη (+10,2%) και η διπλάσια αύξηση των εξαγωγών ρολογιών προς Κατάρ (+118,4%), υπό το φως των πολυάριθμων εκδηλώσεων που έχουν προγραμματιστεί στη χώρα φέτος, ιδιαίτερα στην Έκθεση κοσμημάτων και ρολογιών στην Ντόχα στις αρχές Φεβρουαρίου.

Σταθερή παραμένει η ελληνική αγορά

Όσον αφορά την αγορά της Ελλάδας, παρά την οικονομική ύφεση αλλά και τη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος τα τελευταία χρόνια που επηρέασε την αγοραστική δύναμη των πολιτών, αυτή τη στιγμή βρίσκεται σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ελβετικής ομοσπονδίας οι εξαγωγές στην Ελλάδα διαμορφώθηκαν σε 6,9 εκατ. φράγκα, από 7,2 εκατ. καταγράφοντας πτώση 4,3%. Σε σχέση με το 2022 είναι αυξημένες κατά 14,5%.

Οι εξαγωγές ρολογιών έφτασαν το ρεκόρ των 26,7 δισεκατομμυρίων ελβετικών φράγκων σε αξία το 2023, αλλά ο ρυθμός αύξησης των πωλήσεων μειώθηκε σε μόλις 3,6% το δεύτερο εξάμηνο του έτους καθώς οι καταναλωτές υποχώρησαν.

Η βιομηχανία ρολογιών πολυτελείας είναι ο τρίτος μεγαλύτερος εξαγωγικός τομέας στην Ελβετία και απασχολεί περίπου 60.000 άτομα. Οι κορυφαίες ωρολογοποιίες από τη Rolex έως την Patek Philippe και τη Vacheron Constantin πρόκειται να αποκαλύψουν νέα μοντέλα στην ετήσια έκθεση Watches and Wonders στη Γενεύη τον Απρίλιο.





Tourism

Ξενοδοχεία: Αυξημένη η πληρότητα το 2023 - Τι ανέφερε ο πρόεδρος του ΞΕΕ κ. Αλέξανδρος Βασιλικός

Σύμφωνα με την Ετήσια Έρευνα για τον Ξενοδοχειακό Κλάδο το 2023 όπως αυτή πραγματοποιήθηκε το ΙΤΕΠ, η μέση πληρότητα των ξενοδοχείων εμφανίζει αύξηση κατά τους μήνες Μάιο και Οκτώβριο του 2023 γεγονός που ενδυναμώνει τις προοπτικές επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

Συγκεκριμένα τον Μάιο του 2023, η πληρότητα στα ξενοδοχεία της χώρας ανήλθε σε 53% από 47% το 2022. Όσον αφορά τον Οκτώβριο του 2023 η πληρότητα έφτασε το 49% από 44% τον αντίστοιχο μήνα του 2022.

Αυξημένη πληρότητα δεν σημαίνει και αντίστοιχη κερδοφορία

Σε ειδική εκδήλωση που παραβρέθηκε ο πρόεδρος του ΞΕΕ, κ. Αλέξανδρος Βασιλικός και με αφορμή την παραπάνω καταγραφή της κατάστασης, ανέφερε ότι η



παρούσα αύξηση της πληρότητας στα ξενοδοχεία δεν σημαίνει και αντίστοιχη κερδοφορία, αφού χρήζει ξεχωριστής μελέτης, τι μένει τελικά στο ταμείο των ξενοδοχείων, αν στο ζύγι ανέβουν τα αυξημένα λειτουργικά κόστη. Στο μεταξύ ο κ. Αλέξανδρος Βασιλικός σε ερώτηση, για το αν στον κλάδο των ξενοδοχείων συντελείται τελικά κοσμογονία επενδύσεων και υλοποίηση νέων μονάδων, επεσήμανε

ότι πολλά δημοσιεύματα κάνουν λόγο για νέα ξενοδοχεία, αλλά ουσιαστικά πρόκειται για χώρους και οικήματα που δεν είναι ξενοδοχεία, αφού έχουν επιλέξει την οδό της βραχυχρόνιας μίσθωσης. Μάλιστα με βάση τα ευρήματα της μελέτης του ΙΤΕΠ τονίζεται ότι το 2023 τα ξενοδοχεία μειώθηκαν κατά 40, αλλά την ίδια στιγμή αυξήθηκαν κατά 500 τα δωμάτια.

Σχολιάζοντας τα ευρήματα της έρευνας ο Πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος κ. Αλέξανδρος Βασιλικός, επισήμανε:

«Ο ελληνικός τουρισμός πηγαίνει καλά και έχει σταθερή δυναμική. Το αναδεικνύει η Ετήσια Έρευνά μας, μέσα από τα βασικά μεγέθη του κλάδου που επιβεβαιώνουν πως ο τουρισμός συνεχίζει να είναι ο πρωταγωνιστής της εθνικής οικονομίας και το ελληνικό ξενοδοχείο συνεχίζει τη μεγάλη προσφορά του στη χώρα.

Απόδειξη τα 2,5 δισ. που επενδύθηκαν την τελευταία πενταετία από τα ξενοδοχεία για την αναβάθμισή τους ώστε να μπορούμε σήμερα να μιλάμε για αύξηση του τζίρου και της απασχόλησης.

Είμαστε λοιπόν στο σωστό δρόμο, χωρίς αυτό να σημαίνει πως δεν υπάρχουν μεγάλες προκλήσεις, από την εύρεση προσωπικού και το ενεργειακό κόστος μέχρι τον αθέμιτο ανταγωνισμό. Γι' αυτό και συνεχίζουμε να καταβάλλουμε κάθε δυνατή προσπάθεια αντιμετώπισής τους. Με τεκμηριωμένες θέσεις και υπεύθυνη επιστημονική δουλειά.

Ο τουρισμός δεν προσφέρεται ούτε για πανηγυρισμούς, ούτε για μεμψιμοιρίες. Είναι πεδίο συνεργασίας και συλλογικής δράσης».

Τα σημαντικότερα συμπεράσματα της Έρευνας

- Παρατηρείται σταθερή εικόνα στους μήνες λειτουργίας των εποχικών ξενοδοχείων – κατά μέσο όρο 5, 7 μήνες το 2023, με 5,6 μήνες το 2022 – ενώ παρουσιάζεται και ομοιογένεια ανάμεσα στις κατηγορίες.
- Καταγράφεται αύξηση στη μέση πληρότητα των ξενοδοχείων κατά τους μήνες Μάιο (53% το 2023 από 47% το 2022) και Οκτώβριο (49% το 2023 από 44% το 2022) γεγονός που αποτυπώνει την προοπτική επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.



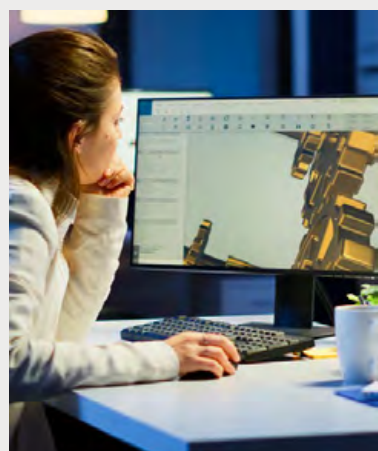
συμπέρασμα ενισχύεται και από το γεγονός πως τους μήνες Μάιο και Οκτώβριο, σημειώνεται αύξηση της μέσης τιμής διάθεσης δίκλινου δωματίου κατά περίπου 11% μεταξύ των ετών 2023 και 2022.

- Παρ' όλα αυτά, πρέπει να ληφθούν υπόψη δύο παράμετροι. Πρώτον, σε ετήσια βάση τα μισά δωμάτια του ελληνικού ξενοδοχειακού δυναμικού διατέθηκαν σε τιμή κάτω των 130 ευρώ και δεύτερον, κατά τους μήνες Μάιο και Οκτώβριο η αυξημένη πληρότητα αφορά κυρίως στα ξενοδοχεία των μεγαλύτερων κατηγοριών, ενώ παραμένει χαμηλή για τα ξενοδοχεία ενός (Μάιος 28%, Οκτώβριος 20%) και δύο αστέρων (Μάιος 39%, Οκτώβριος 31%)
- Ο τζίρος των ξενοδοχείων το 2023 αυξήθηκε κατά 23% σε σχέση με το 2022 και έφτασε τα 10,5 δισ. ευρώ. Η αύξηση αυτή διαφοροποιείται αισθητά ανάμεσα στα ξενοδοχεία συνεχούς (+ 9,4%) και εποχικής (+27,4%) λειτουργίας.
- Η απασχόληση αυξήθηκε κατά 12,6% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά και ξεπέρασε τις 208.000 θέσεις εργασίας.
- Η αύξηση του τζίρου και της απασχόλησης συνδέεται και με επενδύσεις των ξενοδόχων που για το 2023 ανήλθαν συνολικά σε 761 εκατ. και το 13% αυτών αφορούσε δράσεις βιωσιμότητας.
- Τα προβλήματα των ξενοδοχείων, όπως καταγράφονται στην Έρευνα, παραμένουν η εύρεση προσωπικού, το κόστος της ενέργειας και συνολικά το λειτουργικό κόστος, η μειωμένη πληρότητα εκτός των μηνών αιχμής και ο ανταγωνισμός από τα καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης.

LET'S
EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



Εκδότρια - Εμπορική Διεύθυνση:
Κλαίρη Στυλιάρά

Διευθυντής Σύνταξης:
Ορέστης Ζερβονικολάκης

Creative Director: Χρυσάνθη Αποστολάκη

Office Manager: Φανή Μπαρού

Sales Coordinator: Μαρίνα Μεγαλογιάννη

Τεχνική Υποστήριξη:
● BlackDot Web Services

Επικοινωνήστε μαζί μας:
Σκουζέ 14, 18536 Πειραιάς, sales@sayes.gr

Δελτία Τύπου: media@sayes.gr

Τηλέφωνο επικοινωνίας: 213 0990585

εγγραφή

