

Το μέλλον είναι ήδη εδώ.



Αύξηση της ισχύος σε
Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας
με στόχο το μερίδιό μας
το 2026 να ανέλθει στο 40%
της χώρας.



Άμεση τοποθέτηση 1.000 σταθμών
φόρτισης σε όλη την Ελλάδα
που θα αυξηθούν σε
10.000 μεσοπρόθεσμα.



Νέα πρόσθετη υπηρεσία GreenPass
που εγγυάται στους καταναλωτές
πως όση ενέργεια καταναλώνουν,
τόση παράγεται για εκείνους
από ανανεώσιμες πηγές.



Σημαντική μείωση της λιγνιτικής
παραγωγής κατά 49% μεταξύ
2019 και 2021.

Ένα με το μέλλον
dei.gr



LET'S

EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER

21.05.2024 Τεύχος #206

Εξαγωγές (ΚΕΠΕ): Πλεόνασμα ισοζυγίου από τις εξαγωγές σε οπωροκηπευτικά - έλλειμμα από προϊόντα κρέατος



Ε. Τσατσαρωνάκη («Το Μάννα»): Νέα προϊόντα στο παξιμάδι και αξιοποίηση του εργοστασίου της «Κατσέλης»



Πόσο και πώς επηρεάζονται οι ελληνικές εξαγωγές από την κρίση στη Μέση Ανατολή



Συνεργασία ΕΟΤ και SKY express για την τουριστική προβολή της Ελλάδας στις ευρωπαϊκές αγορές



Enterprise Greece

Enterprise Greece Exports Academy: Ανακοίνωσε το νέο εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Στρατηγικές Πρόσβασης σε Διεθνείς Αγορές»

Η Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου (Enterprise Greece), στο πλαίσιο της στρατηγικής της προτεραιότητας για εκπαίδευση και ενδυνάμωση των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων, ανακοινώνει το νέο εκπαιδευτικό πρόγραμμα με τίτλο: «Στρατηγικές Πρόσβασης σε Διεθνείς Αγορές».

Αναγνωρίζοντας τον κομβικό ρόλο των εξαγωγών στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, η Enterprise Greece, έχει θέσει την εκπαίδευση και ενδυνάμωση των εξαγωγικών και δυνητικά εξαγωγικών επιχειρήσεων, καθώς και όλων των εμπλεκόμενων στον τομέα, ψηλά στην στρατηγική της ατζέντα.

Η Enterprise Greece Exports Academy, καλύπτει ένα ολοκληρωμένο φάσμα θεματολογίας, από τα βασικά βήματα για την είσοδο σε ξένες αγορές έως και εξειδικευμένες θεματικές, όπως ο ψηφιακός μετασχηματισμός, το ηλεκτρονικό εμπόριο και η διεθνής ενημέρωση και δικτύωση. Με στόχο την ενίσχυση της

ανταγωνιστικότητας, την αύξηση των εξαγωγών και την στήριξη της εξωστρέφειας, η Enterprise Greece Exports Academy απευθύνεται σε όλες τις ελληνικές επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, εξαγωγικής εμπειρίας και κλάδου δραστηριότητας, αλλά και σε όλα τα στελέχη που αντιλαμβάνονται τις αυξημένες απαιτήσεις των εμπορικών συναλλαγών με εταιρείες / πελάτες από όλο τον κόσμο που επιθυμούν να ενισχύσουν τις απαραίτητες δεξιότητες και τεχνογνωσία ώστε να ανταποκριθούν επιτυχώς.

Το νέο εκπαιδευτικό Πρόγραμμα θα διεξαχθεί διαδικτυακά και σε ολιγομελή τμήματα, με τον πρώτο κύκλο σεμιναρίων να ξεκινάει στις 27/05/2024. Αποτελείται δε, από τέσσερις αυτοτελείς, διδακτικές ενότητες:

- I. Έρευνα Διεθνούς Αγοράς /Επιλογή Αγοράς Στόχου & Risk Management.
- II. Τρόποι Εισόδου στις Ξένες Αγορές και Επιλογή Δικτύων Διανομής
- III: On-line & off-line marketing
- IV. Τιμολογιακές πολιτικές εξαγωγών και χρηματοδότηση εξαγωγών

Κάθε θεματική ενότητα ολοκληρώνεται σε πέντε τρίωρες συνεδρίες, ενώ οι συμμετέχοντες θα μπορούν να συμμετάσχουν ταυτόχρονα σε δύο θεματικές ανά κύκλο.

Το πρόγραμμα «Στρατηγικές Πρόσβασης σε Διεθνείς Αγορές», απευθύνεται σε:

1. Στελέχη/δυνητικά στελέχη επιχειρήσεων που ειδικεύονται:
στις πωλήσεις, στις εξαγωγές, στην ανάπτυξη νέων αγορών, στο μάρκετινγκ
2. Εξαγωγικές εταιρίες προϊόντων ή/και υπηρεσιών, από κάθε επιχειρηματικό κλάδο, με υπάρχουσα ή δυνητική εξαγωγική δραστηριότητα.

Με την ολοκλήρωση κάθε θεματικής, θα απονεμηθεί στους εκπαιδευομένους Πιστοποιητικό Παρακολούθησης από την Enterprise Greece Exports Academy. Σε περίπτωση αυξημένου ενδιαφέροντος, θα δρομολογηθούν μελλοντικοί κύκλοι υλοποίησης. Για περισσότερες πληροφορίες καθώς και για υποβολή των αιτήσεων πατήστε [εδώ](#).



Η διευθύνουσα σύμβουλος της εταιρείας
"Το Μάννα" Τσατσαρωνάκη ΑΒΕΕ,
κα Ελένη Τσατσαρωνάκη

Special Report

Ε. Τσατσαρωνάκη («Το Μάννα»): Νέα προϊόντα στο παξιμάδι και αξιοποίηση του εργοστασίου της «Κατσέλης»

Νέα προϊόντα θα λανσάρι στην αγορά η εταιρεία «Το Μάννα» Ν. Τσατσαρωνάκης και παράλληλα προχωρά στον διαχωρισμό των δραστηριοτήτων της ανά αντικείμενο, καθώς πλέον μεταποίηση, αγροτική παραγωγή και τουρισμός θα αναπτύσσονται αυτόνομα, κάτω από την ομπρέλα του στρατηγικού σχεδιασμού του Ομίλου.

Η Ελένη Τσατσαρωνάκη, πρόεδρος και διευθύνουσα σύμβουλος ανακοίνωσε την επέκταση της εταιρείας «Το Μάννα» Ν. Τσατσαρωνάκης, σε νέα προϊόντα, με την αξιοποίηση του εργοστασίου της «Κατσέλης», έκτασης 23 στρεμμάτων στις Αχαρνές Αττικής, το οποίο απέκτησε τον Μάιο του 2021.

Όπως ανέφερε κατά τη διάρκεια ενημερωτικής εκδήλωσης που πραγματοποιήθηκε στην Κίσαμο Χανίων: «Τώρα είμαστε έτοιμοι να προχωρήσουμε, καθώς σχεδιάζουμε ένα πλούσιο

καρτοφυλάκιο νέων προϊόντων με βάση το αλεύρι, σε διαφορετικές κατηγορίες, πάντοτε με τη γνωστή ποιότητα του "Μάννα".

Δημιουργούμε, λοιπόν, το δικό μας "μεταφορικό ισοδύναμο" με παραγωγικό κέντρο και στην Αθήνα. Ταυτόχρονα, στο ίδιο κτίριο εκσυγχρονίζουμε την εφοδιαστική δομή και τις διοικητικές υπηρεσίες. Παράλληλα, συνεχίζεται αδιάλειπτα η λειτουργία των παραγωγικών εγκαταστάσεων στην έδρα της εταιρείας, τον Πλάτανο.

Η δεύτερη παραγωγική μονάδα της εταιρείας, στην Κρήτη, στο Βαρύπετρο του Δήμου Χανίων έχει αρχίσει, ήδη, να προσφέρει αποδοτικότερη ανταπόκριση στις παραγγελίες», υπογράμμισε η κ. Ελένη Τσατσαρωνάκη.



Στη διάρκεια της ενημερωτικής εκδήλωσης παρουσιάστηκαν τα στρατηγικά βήματα του Ομίλου της οικογένειας Τσατσαρωνάκη στους τομείς της μεταποίησης, τις τουριστικές υπηρεσίες και την πρωτογενή παραγωγή.



«Επιτυγχάνουμε εταιρική διαφοροποίηση συνδυάζοντας την αγροτική παραγωγή με τη διατροφή και τον τουρισμό», τόνισε η κ. Ελένη Τσατσαρωνάκη, και αναφέρθηκε:

- Στο ξενοδοχείο Molos Bay του Ομίλου στην Κίσαμο, που λειτουργεί και ως συμπληρωματικός πόλος, καθώς οι πελάτες καταναλώνουν και δοκιμάζουν γεύσεις, βιωματική διαδικασία η οποία λειτουργεί πιλοτικά για διατροφικές ιδέες και συνταγές.
- Στο εγχείρημα του «Λιοκάλυβου» στα Φαλάσαρνα, που συνδέει τον φυσικό χώρο με τη διατροφή και την ευεξία (place and well-being).
- Στο παραγωγικό συγκρότημα (θερμοκήπια) στα Φαλάσαρνα, σε έκταση 40.000 τετραγωνικών μέτρων, που είναι πλέον μια αυτοτελής δραστηριότητα. Στα συγκεκριμένα θερμοκήπια παράγονται ντομάτες και ντοματίνια, ενώ σε ελαιώνες της ευρύτερης περιοχής παράγεται ελαιόλαδο, δηλαδή βασικά προϊόντα για κάθε ελληνικό νοικοκυριό.

Και υπογράμμισε πως στόχος της εταιρείας είναι: να γίνουν τα Φαλάσαρνα τουριστικός προορισμός που διαμορφώνεται σε εμπειρία, βασιζόμενος στην προβολή και την ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος και στα πολιτιστικά δρώμενα, αξιοποιώντας, παράλληλα, τα ιστορικά ίχνη και μνημεία στον παραδοσιακό τρόπο ζωής.

«Ένας προορισμός που παρέχει υψηλών προδιαγραφών εξυπηρέτηση φιλοξενίας συνδυάζοντάς αυτές τις προδιαγραφές με φυσικό - οικολογικό τρόπο αναψυχής», ανέφερε χαρακτηριστικά η κα Ελένη Τσατσαρωνάκη.

Η ίδια παρουσίασε το «όραμα για την ωρίμανση της εταιρείας» το οποίο περιλαμβάνει:

- Τον διαχωρισμό (διάσπαση) δραστηριοτήτων (μεταποίηση, τουριστικές υπηρεσίες και πρωτογενή παραγωγή), επιλογή που υλοποιεί τη στρατηγική μας για την αποδοτικότερη χρήση διαθέσιμων χρηματοδοτικών εργαλείων, την εξειδίκευση του προϊόντικού αντικειμένου, τη βελτίωση του διοικητικού συντονισμού και την ενίσχυση της εταιρικής επωνυμίας.
- Τη διατήρηση της ηγετικής θέσης των πωλήσεων στην αγορά και την προαγωγή των εξαγωγών.
- Τη διατήρηση της αυθεντικής ποιότητας, που παραμένει αδιαπραγμάτευτη.
- Τη διατήρηση, ως κεντρικής αξίας, του σεβασμού στον καταναλωτή και στους συνεργάτες της εταιρείας.
- Την έμφαση στον μακροπρόθεσμο προγραμματισμό και στη συντηρητικότητα σε βραχυχρόνιο επίπεδο.
- Την ανάλυση σεναρίων επιχειρηματικού κινδύνου (fore-sight), που αποτελεί ένα από τα επόμενα ζητούμενα.
- Την περαιτέρω ενίσχυση της εταιρικής διακυβέρνησης.
- Την υποστήριξη της προσωπικής βελτίωσης του προσωπικού.
- Την προετοιμασία της επόμενης γενιάς: η γνώση είναι η δύναμή τους, με ανεξαρτησία επιλογής, γιατί δεν υπάρχει επιτυχία χωρίς μια καλή διαδοχή.
- Τις εταιρικές συνεργασίες με αμοιβαία ωφέλεια.
- Τη συστηματικότερη παρακολούθηση του ανταγωνισμού και τη συμβολή στην παραγωγική ανασυγκρότηση της χώρας.

«Είμαστε η πρώτη εταιρεία που έβαλε στην αγορά τα παξιμάδια, τόσο σε πανελλαδικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο» σημείωσε από την πλευρά της η κα Χαρά Τσατσαρωνάκη, διευθύντρια Έρευνας και Ανάπτυξης της εταιρείας «Το Μάννα». Χημικός - τεχνολόγος

τροφίμων η ίδια αναφέρθηκε στην υψηλή διατροφική αξία του παξιμαδιού και στα ιδιαίτερα σημαντικά ζητήματα ποιοτικού ελέγχου, που αποτελούν μέγιστη προτεραιότητα για την εταιρεία, υπογραμμίζοντας πως: «πυξίδα» της εταιρείας μας ήταν από την αρχή το ανθρώπινο σώμα, ο ανθρώπινος μεταβολισμός. Το σώμα έγινε το όργανο ανοιχτής καινοτομίας του «Μάννα».

«Η εταιρεία μας, ως leader της ελληνικής και διεθνούς αγοράς στην κατηγορία των παξιμαδιών, είναι πιστοποιημένη με όλα τα διεθνή πιστοποιητικά ασφάλειας και ποιότητας τροφίμων, όπως IFS, BRC, ISO, FSMA κ.ά. ενώ έχει ελεγχθεί και από τον αμερικανικό FDA. Και όπως τόνισε: «τα παξιμάδια μας είναι μοναδικά επειδή είναι χειροποίητα», καθώς όπως είπε: «ένα πολύ μεγάλο μέρος της παραγωγής τους δεν εκτελείται από μηχανές, αλλά από ανθρώπινα χέρια. Αυτό, από μόνο του, τους προσθέτει ιδιαίτερη αξία, αλλά και χαρακτηριστικά ιδιαίτερη γεύση, εμφάνιση και υφή, έχοντας υψηλή διατροφική αξία».

«Η οικογένεια μας, εδώ και τρεις γενιές, με κίνητρα την αγάπη, το μεράκι και το πάθος για δημιουργία, συνεχίζει να παράγει προϊόντα που “κουβαλάνε” μέσα τους τις αξίες της κρητικής διατροφής και παράδοσης», κατέληξε η κ. Χαρά Τσατσαρωνάκη.

Στην οικονομική στρατηγική της εταιρείας «Το Μάννα» αναφέρθηκε ο οικονομικός διευθυντής Παναγιώτης Σταθόπουλος, τονίζοντας ότι στόχος είναι να διατηρείται διαρκώς σε πολύ υψηλά επίπεδα η ποιότητα των

προϊόντων και ταυτόχρονα οι τιμές να είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές στο ράφι για τους καταναλωτές, που τιμούν με την εμπιστοσύνη τους την εταιρεία εδώ και δεκαετίες.

«Βούληση της εταιρείας είναι να παράγει την καλύτερη ποιότητα προϊόντων -γεγονός αδιαπραγμάτευτο- στην καλύτερη δυνατή τιμή για τον καταναλωτή», πρόσθεσε ο κ. Σταθόπουλος.

Σημείωσε, δε, ότι «σημαντικό πλεονέκτημα της εταιρείας είναι η έλλειψη δανεισμού καθώς όλες οι επενδύσεις γίνονται με ίδια κεφάλαια. Η επανεπένδυση των εταιρικών κερδών στην ίδια την επιχείρηση αποτελεί βασική στρατηγική των μετόχων, η οποία αποδεικνύει και στηρίζει το όραμά τους για αειφόρο ανάπτυξη». Και δεν παρέλειψε να υπογραμμίσει πως: «η εταιρεία ενδιαφέρεται και ξεχωριστά για τις ανάγκες κάθε εργαζόμενου, προσφέροντας την αντίστοιχη βοήθεια».

Ο διευθυντής Πωλήσεων Θανάσης Τσακαρδάνος, παρουσιάζοντας τα επίσημα στοιχεία της Nielsen για το 2023, τόνισε πως τα προϊόντα της εταιρείας «Το Μάννα» έχουν σταθερά την πρώτη θέση στην προτίμηση των καταναλωτών.

Συγκεκριμένα κατέχουν το υψηλότερο μερίδιο αξίας στα branded προϊόντα στην κατηγορία παξιμαδιού με 38%. Ταυτόχρονα, διατηρούν την πρώτη θέση στις υποκατηγορίες: χωρίς αλάτι (46%), ελαιολάδου (46%), σίκαλης (32%), κριθαρένια (28%), κριθαροκουλούρες (24%) και τη δεύτερη θέση στην υποκατηγορία χαρούπι (20%).

Ο κ. Τσακαρδάνος τόνισε ότι η εταιρεία παράγει στις εγκαταστάσεις της, μέσα από 4 γραμμές παραγωγής, περισσότερους από 80 κωδικούς σε 5 διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, τα οποία διχοθετεί στην αγορά μέσω των δύο Κέντρων Διανομής της σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη.

Παράλληλα, αναφέρθηκε σε ζητήματα ποιότητας και καινοτομίας, λέγοντας πως «είναι πάντα ψηλά σε ό,τι κάνουμε. Τολμήσαμε να βάλουμε το παξιμάδι σε σακούλα zip με day pack κλείσιμο, όπως τολμήσαμε να κάνουμε το παξιμάδι πιο γευστικό από ποτέ με τη νέα σειρά “δαγκωτό”, σε 4 μοναδικές γεύσεις. Με τη χρήση αγνών υλικών (αλεύρι, ελαιόλαδο, ελιές, ντομάτες, πιπεριές, γραβιέρα), η εταιρεία δημιούργησε μπουκέτα γεύσεων και χρωμάτων, με ξεχωριστή γεύση και τραγανή υφή. Πρόκειται για μια σειρά προϊόντων που καταναλώνονται ως σνακ μέσα στην ημέρα», σημείωσε ο κ. Τσακαρδάνος.



Εξαγωγές (ΚΕΠΕ): Πλεόνασμα ισοζυγίου από τις εξαγωγές σε οπωροκηπευτικά - έλλειμμα από προϊόντα κρέατος

Θετικό ήταν το πρόσημο για τις εξαγωγές των αγροδιατροφικών προϊόντων το 2023, με τα οπωροκηπευτικά να κυριαρχούν, ενώ ο κλάδος της κτηνοτροφίας υστερεί και παραμένει ασθενικός.

Σύμφωνα με την Ανάλυση Επικαιρότητας του ΚΕΠΕ, το ισοζύγιο είναι πλεονασματικό κατά 460 εκατ. ευρώ στον κλάδο πέρυσι των αγροτικών προϊόντων, καθώς οι εξαγωγές σημείωσαν άνοδο 9,5%, και έφτασαν στο ιστορικό υψηλό των 10,85 δισ. ευρώ. Την ίδια ώρα και οι εισαγωγές αν και ήταν ήταν αυξημένες κατά 1,8% επίσης κατέγραψαν ιστορικό υψηλό των 10,39 δισ. ευρώ.



Οπωροκηπευτικά, λάδι, καπνός, βαμβάκι, αλιεύματα και γαλακτοκομικά είναι τα προϊόντα τα οποία προσφέρουν πλεόνασμα στο εξωτερικό εμπόριο. Μάλιστα η δυναμική στις εξαγωγές που εμφάνισαν τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα κατέστησε πλεονασματικά (καθώς παραδοσιακά ήταν ελλειμματικά).

Όπως αναφέρει στην ανάλυση του το ΚΕΠΕ: η ελληνική οικονομία χρειάζεται γρήγορη αύξηση της παραγωγής αγαθών και κατ'επέκταση των εξαγωγών της, εάν θέλει να ισχυροποιηθεί και θωρακιστεί έναντι μελλοντικών κλυδωνισμών και κρίσεων.

Επισημαίνει μάλιστα πως με την επιστροφή των εξαγωγών αγροτικών προϊόντων σε θετικό ισοζύγιο, καταγράφεται πλεονασματικό εξωτερικό εμπόριο αγροδιατροφικών προϊόντων για τα έτη 2020, 2021, 2023, ενώ την ίδια στιγμή παρατηρείται έλλειψη δυναμικότητας των εξαγωγών όλων των υπολοίπων βιομηχανικών προϊόντων, εξαιρουμένων πέραν των αγροδιατροφικών και των ορυκτών καυσίμων (πετρελαιοειδή).

	2008	2015	2020	2021	2022	2023	% ρυθμός μεταβολής 2008-2022	% Μεταβολή 2022-2023
Εισαγωγές								
Εισαγωγές συνολικά	60,72	42,60	48,69	64,24	93,05	82,75	3,1	-11,1
Εισαγωγές πετρελαιοειδών	12,12	11,36	9,71	16,96	32,47	22,76	7,3	-29,9
Αγροδιατ/κά προϊόντα	7,05	6,31	6,65	7,86	10,20	10,39	2,7	1,8
Εισαγωγές πλην πετρ/ειδών	48,60	31,24	38,99	47,28	60,58	59,98	1,6	-1,0
Εισαγωγές πλην αγροδιατ/κών	41,55	24,93	32,34	39,42	50,38	49,59	5,6	-1,6
Ποσοστό αγροδιατ/κών %	14,5	20,2	17,1	16,6	16,8	17,3		
Εξαγωγές								
Εξαγωγές συνολικά	17,36	25,50	30,74	39,95	54,68	50,94	8,5	-6,8
Εξαγωγές πετρελαιοειδών	1,90	7,60	6,73	11,27	20,11	16,48	18,7	-18,1
Αγροδιατ/κά προϊόντα	4,01	5,72	7,18	8,35	9,91	10,85	6,7	9,5
Εξαγωγές πλην πετρ/ειδών	15,46	17,90	24,01	28,69	34,57	34,47	5,9	-0,3
Εξαγωγές πλην αγροδιατ/κών	11,45	12,18	16,83	20,34	24,66	23,62	5,6	-4,2
Ποσοστό αγροδιατ/κών %	25,9	31,9	29,9	29,1	28,7	31,5		
Ισοζύγιο								
Συνολικό ισοζύγιο	-43,36	-17,10	-17,96	-24,29	-38,37	-31,80		-17,1
Άνευ πετρελαιοειδών	-33,14	-13,34	-14,98	-18,59	-26,01	-25,52		-1,9
Άνευ αγροδιατροφικών	-30,10	-12,74	-15,50	-19,08	-25,72	-25,98		1,0
Αγροδιατροφικών	-3,04	-0,60	0,52	0,49	-0,30	0,46		*
<small>Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛΣΤΑΤ. * Η εναλλαγή του προσήμου δεν επιτρέπει τον υπολογισμό της μεταβολής 2008 και 2015 περιλαμβάνονται για να δοθεί καλύτερη εικόνα στον αναγνώστη, το μεν 2008 ως το έτος πριν την κρίση (μέγιστο εισαγωγών και ελλείμματος) το δε 2015 μεσοσύνη της κρίσης (ελάχιστο εισαγωγών και ελλείμματος).</small>								

Η κάμψη των εξαγωγών προκαλεί προβληματισμό

Τα στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας για το 2022, δείχνουν ότι «είμαστε τελευταίοι στις κατά κεφαλήν εξαγωγές μεταξύ ευρωπαϊκών κρατών με παρόμοιο ή και μικρότερο πληθυσμό από εμάς, όπως είναι η Πορτογαλία, η Σουηδία, η Τσεχία, το Ισραήλ, η Αυστρία, η Ελβετία, η Ουγγαρία».

Ακόμα σημειώνει πως χώρες που πέρασαν παρόμοια οικονομική κρίση με την Ελλάδα, (π.χ. η Πορτογαλία) έχουν αυξήσει τις εξαγωγές τους σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι το έχει πράξει η ελληνική οικονομία.

Σύμφωνα με το ΚΕΠΕ: «Το παραγωγικό υπόδειγμα της χώρας μετά την κρίση, που τόσο έχει συζητηθεί, η αλλαγή του, παραμένει σχετικά μεταβλητό.

Οι άμεσες ξένες επενδύσεις οι οποίες αποτελούν πηγή παραγωγικών επιχειρήσεων, έχουν μεν σημειώσει άνοδο, αλλά παραμένουν σε πολύ χαμηλά επίπεδα για να μπορέσουν να δώσουν ώθηση στην παραγωγή και την εξαγωγή αγαθών.

Εκτός αυτού, σημαντικό μέρος των ΑΞΕ κατευθύνεται σε μη αυστηρά παραγωγικούς κλάδους όπως η αγορά κινητών, οι τουριστικές επιχειρήσεις.

Εκεί όπου χρειάζεται η ελληνική οικονομία ΑΞΕ είναι ο πρωτογενής και ιδιαίτερα ο δευτερογενής (βιομηχανία) τομέας, ο οποίος παραμένει ο μεγάλος ασθενής της οικονομίας».



Πρωταγωνιστούν τα οπωροκηπευτικά και το ελαιόλαδο

Η κυριαρχία των οπωροκηπευτικών είναι εμφανής, με το πλεόνασμα να φτάνει τα 2 δις ευρώ το 2023, σημειώνει στην έκθεσή του το ΚΕΠΕ.

Ακολουθούν τα έλαια –κυρίως το ελαιόλαδο-, με σχεδόν διπλασιασμό του πλεονάσματος το 2023 (σε σχέση με το 2022), ωστόσο αυτή η άνοδος οφείλεται κυρίως σε καθαρά συγκυριακούς παράγοντες δηλαδή στην μεγάλη αύξηση της τιμής του ελαιολάδου, λόγω της χαμηλής παγκόσμιας παραγωγής.

Στην ομάδα των πλεονασματικών προϊόντων περιλαμβάνονται ο καπνός, το βαμβάκι, τα αλιεύματα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Και θα πρέπει να σημειωθεί η συνεχόμενη και δυναμική αύξηση των εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων τα οποία, παραδοσιακά ελλειμματικά προϊόντα, κατέστησαν πλεονασματικά.

Σε ότι αφορά το ελαιόλαδο στη μελέτη του ΚΕΠΕ σημειώνεται πως δεν είναι θετική η συγκυριακή άνοδος της τιμής, η οποία εξαρτάται από γεωπολιτικούς παράγοντες - πέραν δηλαδή του ελέγχου της ντόπιας παραγωγικής αλυσίδας - και η οποία μπορεί να εξανεμιστεί το επόμενο έτος.

Θετική είναι η άνοδος της τιμής που βασίζεται σε βελτίωση της μεταποιητικής αλυσίδας, που είναι αποτέλεσμα αύξησης της προστιθέμενης αξίας του

Πίνακας 2: Εξέλιξη εισαγωγών, εξαγωγών και διαμόρφωση ισοζυγίου βασικών κατηγοριών αγροτικών προϊόντων & τροφίμων (σε εκατ. €)

	Εισαγωγές				Εξαγωγές				Ισοζύγιο			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
Οπωροκηπευτικά	817	898	1.061	1.184	2.425	2.514	2.868	3.226	1.608	1.616	1.807	2.042
Έλαια	224	367	568	488	570	745	1.047	1.437	346	378	479	949
Καπνός	286	340	398	458	550	629	798	929	264	289	400	471
Βαμβάκι	11	13	26	19	397	685	638	420	386	672	612	401
Αλιεύματα	423	544	706	684	728	807	940	956	305	263	234	272
Γαλακτοκομικά	819	934	1.297	1.233	805	920	1.117	1.347	-14	-14	-180	114
Δορές	14	18	30	18	30	57	55	49	16	39	25	31
Είδη διατροφής	376	423	503	502	376	400	470	451	0	-23	-33	-51
Ακατέργαστες ύλες	134	167	182	188	58	70	72	72	-76	-97	-110	-116
Ποτά	235	324	445	493	235	281	337	339	0	-43	-108	-154
Λημηρικά	664	831	1.081	979	467	611	777	822	-197	-220	-304	-157
Ξύλεια	132	157	221	196	12	14	15	16	-120	-143	-206	-180
Ελαιώδεις σπόροι	186	220	302	305	101	97	137	114	-85	-123	-165	-191
Σάκχαρα	209	225	360	378	75	90	107	106	-134	-135	-253	-272
Καφές, τσάι, κλπ.	436	502	617	683	86	100	102	115	-350	-402	-515	-568
Ζωοτροφές	548	659	811	810	120	135	185	213	-428	-524	-626	-597
Προϊόντα κρέατος ^α	1.132	1.218	1.582	1.762	138	189	241	237	-994	-1.029	-1.341	-1.525
Σύνολο^β	6.653	7.855	10.204	10.390	7.177	8.347	9.909	10.852	524	492	-295	462

^α Περιλαμβάνονται ζώντα ζώα και προϊόντα κρέατος.

^β Το άθροισμα των επιμέρους προϊόντων πιθανώς να μην ισούται με το Σύνολο διότι δεν περιλαμβάνονται κάποιες υποκατηγορίες με ελάχιστα ποσά όπως καουτσούκ, λοιπές φυτικές ίνες, μαλλί, γούστα κλπ. και λόγω στρογγυλοποιήσεων.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛΣΤΑΤ.

προϊόντος και που αντισταθμίζει την υψηλή ποιότητα των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών μέσω σειράς ενεργειών που βελτιώνουν την τυποποίηση, την εμφιάλωση και γενικά την όλη η αλυσίδα παραγωγής του ελαιολάδου. Ωστόσο αυτή η αξία χάνεται όταν το προϊόν εξάγεται χύδην ως πρώτη ύλη.

Ίδια είναι η εικόνα και στο βαμβάκι, σύμφωνα με το ΚΕΠΕ, διότι ενώ το προϊόν ως πρώτη ύλη έχει δυνατότητα να επιτύχει υψηλές τιμές στην παγκόσμια αγορά, η αξία αυτή χάνεται λόγω σοβαρών ελλείψεων στη διαχείρισή του από την έλλειψη συντονισμού και συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων.

Αλλά και τα αλιεύματα (κυρίως οι ιχθυοκαλλιέργειες) έχουν δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης δεδομένης της μεγάλης ακτογραμμής της Ελλάδας και των ιδιαίτερα ευνοϊκών συνθηκών.

Σε ότι αφορά τώρα τα προϊόντα με ελλειμματικό ισοζύγιο, αφενός είναι περισσότερα και αφετέρου σημειώνουν και σταθερή αύξηση του ελλείμματος.

Για παράδειγμα τα προϊόντα κρέατος σημείωσαν νέα αύξηση στην αξία εισαγωγών τους κατά 11% -το μεγαλύτερο μέρος της οποίας οφείλεται στην αύξηση των τιμών-, και κατά 14% στο έλλειμμα τους, το οποίο ανήλθε σε 1,53 δις ευρώ (από 1,34 δις. ευρώ το 2022).

Όμως η επιβάρυνση στο εμπορικό ισοζύγιο από τα προϊόντα κρέατος είναι ακόμα μεγαλύτερη –και «ροκανίζει» το πλεόνασμα

από τα οπωροκηπευτικά- αν προστεθεί και το έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο ζωοτροφών, που είναι της τάξης των 600 εκατ. ευρώ.

Στην μελέτη αναφέρεται πως ο κτηνοτροφικός κλάδος και δη η παραγωγή κρέατος, παραμένει ο ασθενής της ελληνικής γεωργίας. Ωστόσο μπορεί, με τις κατάλληλες πολιτικές, να αυξήσει την παραγωγή για εγχώρια κατανάλωση και άρα την υποκατάσταση των εισαγωγών ή για υψηλής ποιότητας προϊόντα εξαγωγικού προσανατολισμού.

Για να μπορέσει να καταστεί βιώσιμο το πλεόνασμα στο αγροδιατροφικό εμπορικό ισοζύγιο και να μην εξαρτάται από τις συγκυρίες καλής παραγωγής κάποιων προϊόντων, είτε της πρόσκαιρης ανόδου των τιμών τους, είναι αναγκαίο να αυξηθεί η παραγωγή της κρεοπαραγωγού κτηνοτροφίας.

Σύμφωνα με το ΚΕΠΕ η έλλειψη συνεργασίας και συντονισμού εμπλεκόμενων, αλλά και η έλλειψη υποδομών και κατάλληλων κινήτρων για ανάπτυξη της κτηνοτροφίας) υποσκάπτουν τη δυνατότητα του κλάδου να καταστεί βιώσιμα πλεονασματικός.



Πώς κινήθηκαν εξαγωγές και εισαγωγές φρούτων και λαχανικών το α' τρίμηνο του έτους

Οι εξαγωγές νωπών φρούτων και λαχανικών σημείωσαν θετική πορεία το πρώτο τρίμηνο του 2024, με την αξία τους να αυξάνεται κατά 5,8% σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2023, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ που επεξεργάστηκε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Εξαγωγής, Διακίνησης Φρούτων, Λαχανικών και Χυμών INCOFRUIT-HELLAS.

Η μέση τιμή πώλησης ανά μονάδα βάρους αυξήθηκε επίσης κατά 24,5%, σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία.

Παρόλαυτα, οι εξαγωγές των ελληνικών προϊόντων σε όγκο μειώθηκαν κατά 15%, φτάνοντας τους 458.557 τόνους έναντι 539.671 τόνων το πρώτο τρίμηνο του 2023.

Την περίοδο Ιανουαρίου-Μαρτίου 2024, οι αποστολές λαχανικών αυξήθηκαν κατά 3,5% σε όγκο σε σύγκριση με τους ίδιους μήνες του 2023, ενώ η αξία παρουσίασε οριακή αύξηση (0,3%), αγγίζοντας τα 93,83 εκατ. ευρώ.

Στα φρούτα, ο όγκος των εξαγωγών μειώθηκε κατά 18,7% αλλά παρουσιάστηκε αύξηση 7,2%, φτάνοντας τους 365.185 τόνους και τα 422,1 εκατ. ευρώ, λόγω της αύξησης που παρουσίασε η μεσοσταθμική τιμή κατά 31,9%.

Όπως προκύπτουν από τα επίσημα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, τον Ιανουάριο του 2024 παρατηρήθηκε μια μείωση των εξαγωγών σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2023 κατά -18,2%. Όμως οι μεσοσταθμικές τιμές εξαγωγής είναι βελτιωμένες κατά 30,69% έναντι του ίδιου διαστήματος του περασμένου έτους.

Υποτονική ήταν η αγορά το Φεβρουάριο μιας και οι εξαγωγές μειώθηκαν 11,5% σε όγκο, ενώ αυξήθηκε 23,6% η μεσοσταθμική τιμή, συγκριτικά με τον ίδιο μήνα του 2024.



Τέλος τον Μάρτιο λόγω και του κλεισίματος της διόδου μέσω της Ερυθράς Θάλασσας, καταγράφηκε μείωση των εξαγωγών 15,1% σε όγκο, ενώ αυξήθηκαν κατά 20,4% μεσοσταθμικά οι τιμές μονάδος.

Σε δήλωσή του στο ΑΠΕ ο ειδικός Σύμβουλος του Συνδέσμου, Γιώργος Πολυχρονάκης ανέφερε μεταξύ άλλων ότι το υψηλό κόστος παραγωγής και εμπορίου διακίνησης φρούτων και λαχανικών «έχει μεν ελαφρώς βελτιωθεί όμως παραμένει πολύ υψηλό μη συμβάλλοντας στην ανταγωνιστικότητα των προϊόντων μας» και πρόσθεσε «Παρά την διόγκωση του συνολικού εμπορικού ελλείμματος κατά το πρώτο τρίμηνο του 2024, το ισοζύγιο των αγροτικών μας εξακολουθεί να παρουσιάζει πλεόνασμα 205,804 εκατ. ευρώ».

Ανησυχητικά είναι τα στοιχεία όσον αφορά τις εισαγωγές φρούτων και λαχανικών

Κατά τους τρεις πρώτους μήνες του τρέχοντος έτους εισήχθησαν περισσότερα φρούτα και λαχανικά +17,1% σε όγκο και κατά 20,9% σε αξία, συγκριτικά με το ίδιο διάστημα του 2023 «ανατρέποντας τις τάσεις των δύο προηγούμενων ετών συμβάλλοντας στον περιορισμό του πλεονάσματος του ισοζυγίου» σύμφωνα με τον κ. Πολυχρονάκη.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του «είναι υπαρκτός ο κίνδυνος να εγκαταλειφθούν καλλιέργειες και να υποκατασταθεί η τροφοδοσία της εφοδιαστικής αλυσίδας από εισαγόμενα προϊόντα τρίτων χωρών χαμηλού κόστους που δεν τηρούν απαιτήσεις που ζητούνται από τους ευρωπαίους παραγωγούς (φυτουγειονομικά, κοινωνικά, πρότυπα ποιότητας κ.α) αν δεν ληφθούν έγκαιρα μέτρα τόσο από την Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και από την Ελληνική Πολιτεία».

Πόσο και πώς επηρεάζονται οι ελληνικές εξαγωγές από την κρίση στη Μέση Ανατολή

Κατά τους πρώτους μήνες του 2024, ο δείκτης εξαγωγικών προσδοκιών "ECI ΣΕΒΕ-DHL" κινήθηκε σε θετικά επίπεδα. Αυτός ο δείκτης καταρτίζεται από το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών (ΙΕΕΣ) του Συνδέσμου Εξαγωγέων-ΣΕΒΕ σε συνεργασία με την εταιρεία DHL.

Με βάση αυτόν τον δείκτη, ο οποίος βασίζεται σε έρευνα που διεξήχθη στο διάστημα 18/12/23-19/02/24 σε ένα επιλεγμένο δείγμα 250 εξαγωγικών επιχειρήσεων από όλη τη χώρα, το κλίμα παραμένει σταθερό, με μόνο ανεπαίσθητη μείωση σε σχέση με το εξάμηνο του 2023.

Ο δείκτης αναπτύχθηκε σε τέσσερις ενότητες: εξαγωγές, εγχώριες πωλήσεις, διεθνείς και εγχώριες οικονομικές συνθήκες, ενώ το θέμα επικαιρότητας εστίασε στον αντίκτυπο -στις εξαγωγές- της κρίσης στη Μέση Ανατολή και στην πιθανή επίπτωση στις χώρες και κράτη της περιοχής, όπου ενδεχομένως υπάρχει ελληνική παρουσία (π.χ., Ισραήλ, Παλαιστίνη, Ιορδανία, Λίβανος, Συρία).

Περίπου οι μισοί επιχειρηματίες -το 54% των ερωτηθέντων- ανέφεραν πως δεν έχουν εμπορική δραστηριότητα σε κάποιες από τις παραπάνω χώρες. Για το υπόλοιπο 46%, που έχει εμπορική δραστηριότητα και σε ό,τι αφορά στις εξαγωγές, προκύπτει ότι πάνω από τους μισούς (το 58%) εκτιμούν πως δεν θα επηρεαστούν οι εξαγωγές τους λόγω της κρίσης. Μάλιστα, το 3% εκτιμά πως θα επηρεαστούν θετικά. Τέσσερις στους δέκα επιχειρηματίες (ποσοστό 39%) εκτιμούν πως η κρίση στη Μέση Ανατολή θα τους επηρεάσει αρνητικά, με το 29% εξ αυτών να αναμένουν μικρή μείωση από 0% μέχρι 10%.

Ακολουθώντας, στον τομέα των εισαγωγών, το 86% εκτιμά πως αυτές δεν θα επηρεαστούν από την κρίση, ενώ το υπόλοιπο 14% απαντά πως η κατάσταση θα έχει αρνητικό αντίκτυπο (με το 26% εξ αυτών να αναμένει μικρή μείωση από 0% μέχρι 10%). Σε ποσοστό 26% οι ερωτηθέντες



αναμένουν μεγάλη αύξηση της τάξης του 76% - 100%.

Τέλος, το 30% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν πως έχουν εμπορική δραστηριότητα με το Ισραήλ, ενώ το 54% εξ αυτών με καμία από τις παραπάνω χώρες, γεγονός που εξηγεί και τα πολύ μεγάλα ποσοστά των επιχειρήσεων που πιστεύουν ότι η κρίση στη Μέση Ανατολή δεν θα τους επηρεάσει αισθητά.

Αναλυτικότερα, ο δείκτης ECI SEVE-DHL για το πρώτο εξάμηνο του 2024 διαμορφώθηκε σε 123,3 μονάδες (όπου ECI>100 = αισιοδοξία και ECI<100 = απαισιοδοξία), έναντι 126,0 μονάδων του αντίστοιχου διαστήματος του 2023. Κατά τα λοιπά: στο 53% διαμορφώθηκε το ποσοστό των θετικών εκτιμήσεων σχετικά με την πορεία των εξαγωγών, ενώ αντίστοιχα τα αποτελέσματα που αφορούσαν στη σταθερότητα και τη μείωση συγκέντρωσαν το 37% και το 10% του δείγματος.

Προβληματισμό έχουν προκαλέσει οι διεθνείς οικονομικές συνθήκες, γεγονός που αποτυπώνεται και στις προσδοκίες σε σύγκριση με το προηγούμενο εξάμηνο στον τομέα αυτό, με μόλις το 13% των ερωτηθέντων να αναμένει βελτίωση, έναντι ποσοστού 42% των επιχειρηματιών, που προσδοκούν σταθερότητα και 45% που εκτιμούν ότι θα υπάρξει επιδείνωση. Παράλληλα όμως, βελτίωση σημειώνεται στις προσδοκίες για τις εγχώριες πωλήσεις, με το 61% των επιχειρήσεων να αναμένουν αύξησή τους στο πρώτο εξάμηνο του 2024.

Το ποσοστό όσων αναμένουν σταθερότητα διαμορφώνεται σε 30%, ενώ μόλις το 9% των ερωτηθέντων αναμένει μείωση. Στον δε τομέα των εγχώριων οικονομικών συνθηκών, το μεγαλύτερο μερίδιο -και συγκεκριμένα το 46% των ερωτηθέντων- επέλεξε ως απάντηση τη σταθερότητα, το 28% προσδοκά βελτίωση και το 25% αναμένει επιδείνωση.

Η επιλογή των επιχειρήσεων του δείγματος έγινε μέσω διαστρωματικής δειγματοληψίας, στα πρότυπα αντίστοιχων ερευνών που πραγματοποιούνται από εγχώριους και διεθνείς οργανισμούς. Για τη συλλογή των στοιχείων των επιχειρήσεων αξιοποιήθηκε η βάση δεδομένων της ICAP. Με αρχικό κριτήριο τις επιχειρήσεις με ετήσιο τζίρο πάνω από 1.000.000 ευρώ, το δείγμα περιλαμβάνει επιχειρήσεις από πρωτογενή παραγωγή, βιομηχανία και εμπόριο. Η υλοποίηση της έρευνας έγινε από το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών & Σπουδών (ΙΕΕΣ) του ΣΕΒΕ, με επιστημονικό σύμβουλο τον καθηγητή Ιωάννη Χατζηδημητρίου, διευθυντή του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στις Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Good News

Korinthian Foods: Υπέγραψε σύμβαση με τον Δήμο Κορυδαλλού για την προμήθεια τροφίμων

Σε υπογραφή σύμβασης, συνολικού προϋπολογισμού 1,12 εκατ. ευρώ, με τον Δήμο Κορυδαλλού προχώρησε η Korinthian Foods.

Το έργο αφορά τα έτη 2024-2025 και έχει στόχο την ενίσχυση ευάλωτων κοινωνικών ομάδων και απόρων μέσω της παροχής τροφίμων σε δημοτικούς παιδικούς σταθμούς, στο Κοινωνικό Μαγειρείο, στο Κοινωνικό Παντοπωλείο, στη δομή παροχής βασικών αγαθών και στο κέντρο ημερήσιας φροντίδας ηλικιωμένων του Δήμου Κορυδαλλού. Καλύπτει ένα ευρύ φάσμα κατηγοριών τροφίμων, όπως αρτοποιία & ζαχαροπλαστική, κατεψυγμένα προϊόντα, είδη κρεοπωλείου, οπωροπωλείου και παντοπωλείου, καθώς και ελαιόλαδο. Οι διανομές των τροφίμων έχουν ήδη ξεκινήσει και εκτιμάται ότι θα καλύπτουν σε καθημερινή βάση τις διατροφικές ανάγκες χιλιάδων δημοτών Κορυδαλλού.

Ο Ηλίας Κακογιάννης, Ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της Korinthian Foods δήλωσε: «Ευχαριστώ τον Δήμο Κορυδαλλού για την εμπιστοσύνη που δείχνει στην Korinthian Foods. Η παροχή τροφίμων υψηλής ποιότητας σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες αποτελεί βασική προτεραιότητά μας. Διαθέτουμε μακρά εμπειρία και τεχνογνωσία στην υλοποίηση ποικίλων και απαιτητικών έργων, έχοντας ολοκληρώσει με επιτυχία διανομές τροφίμων σε πλήθος περιφερειακών ενοτήτων σε όλη την Ελλάδα. Στο πλαίσιο αυτό, διασφαλίζουμε την ομαλή και απρόσκοπτη εξυπηρέτηση όλων των ωφελούμενων στα σημεία διανομής, αναγνωρίζοντας τη ζωτική σημασία που φέρει η συνεργασία μας για τους δικαιούχους που αφορά».

Σημειώνεται ότι, αξιοποιώντας την 20ετή εμπειρία και τεχνογνωσία της στην κάλυψη αναγκών σίτισης και προμήθειας τροφίμων, η Korinthian Foods συνεργάζεται με αρκετούς Δήμους και Περιφέρειες ανά την Ελλάδα για την προμήθεια τροφίμων και πρώτων υλών προς Κοινωνικά Παντοπωλεία και Βρεφονηπιακούς Σταθμούς.



ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ: Αυξημένος κύκλος εργασιών και κερδοφορία και το 2023

Το 2023 αποτέλεσε ακόμη μια χρονιά ανοδικής πορείας για την ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ, με την εταιρεία να καταγράφει διψήφια ποσοστά ανάπτυξης τόσο στον κύκλο εργασιών όσο και στην κερδοφορία της.

Συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών το 2023 ανήλθε σε 99,89 εκατ. ευρώ, έναντι 87,37 εκατ. ευρώ το 2022, σημειώνοντας αύξηση 14,3%. Ομοίως, αυξημένα κατά 10,3% ήταν και τα μικτά κέρδη της εταιρείας, τα οποία διαμορφώθηκαν στα 8,38 εκατ. ευρώ το 2023, έναντι 7,60 εκατ. ευρώ το 2022. Επιπλέον, τα κέρδη προ φόρων για το 2023 έφτασαν τα 2,71 εκατ. ευρώ, έναντι 1,75 εκατ. το προηγούμενο έτος.

Αξίζει να σημειωθεί ότι σε αντίθεση με το 2022, στον κύκλο εργασιών και τα αποτελέσματα της ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ για το 2023, δεν συμπεριλαμβάνονται οι απευθείας

πωλήσεις προς τις ευρωπαϊκές αγορές, μιας και αυτές πραγματοποιήθηκαν από τον εμπορικό βραχίονα του Ομίλου, την ΟΠΤΙΜΑ Α.Ε.

«Η εταιρεία μας με τις συνεχείς επενδύσεις έχει κτίσει, ήδη από τα προηγούμενα χρόνια, τις κατάλληλες υποδομές ώστε να μπορεί να ανταποκριθεί αποτελεσματικά στην ανταγωνιστικότητα της αγοράς των τυροκομικών προϊόντων και να κερδίσει νέα μερίδια αγοράς, τόσο με την προσφορά καλύτερων τιμών, όσο και με τη διαχρονικά υψηλή ποιότητα των παγκοσμίως γνωστών προϊόντων ΗΠΕΙΡΟΣ» ανέφερε η Διοίκηση της ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ με αφορμή τη δημοσίευση των οικονομικών αποτελεσμάτων για το 2023.



ΑΔΜΗΕ: Υπερδιπλασιάστηκαν οι εξαγωγές ηλεκτρικής ενέργειας στο α' τρίμηνο

Οι ελληνικές εξαγωγές ηλεκτρικής ενέργειας υπερδιπλασιάστηκαν κατά το πρώτο τρίμηνο του 2024, κυρίως λόγω της αυξημένης παραγωγής από Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (ΑΠΕ) και της στασιμότητας της εγχώριας ζήτησης. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΑΔΜΗΕ, οι εξαγωγές ρεύματος ανήλθαν σε 1284 γιγαβατώρες, σημειώνοντας αύξηση 129% σε σύγκριση με τις 561 γιγαβατώρες που είχαν καταγραφεί την αντίστοιχη περίοδο πέρυσι.

Παράλληλα, οι εισαγωγές ηλεκτρικής ενέργειας μειώθηκαν κατά 31%, φτάνοντας στις 1907 γιγαβατώρες από τις 2756 γιγαβατώρες του πρώτου τριμήνου

του 2023. Ως αποτέλεσμα, οι καθαρές εισαγωγές περιορίστηκαν στις 623 γιγαβατώρες, σε σύγκριση με τις 2195 γιγαβατώρες του προηγούμενου έτους, ποσότητα που σύμφωνα με ανάλυση του Green Tank αποτελεί το χαμηλότερο επίπεδο της τελευταίας δεκαετίας.

Παρότι η ελληνική αγορά ενέργειας παραμένει εισαγωγική, οι ευνοϊκές συνθήκες που διαμορφώθηκαν κατά το πρώτο τρίμηνο οδήγησαν σε σημαντική μείωση του ελλείμματος στο ισοζύγιο ενέργειας. Μάλιστα, υπήρξαν διαστήματα κατά τα οποία η Ελλάδα κατάφερε να είναι καθαρός εξαγωγέας ενέργειας.

Η αύξηση της παραγωγικής βάσης των Ανανεώσιμων Πηγών σε συνδυασμό με τις ευνοϊκές καιρικές συνθήκες και τη στασιμότητα της ζήτησης είναι οι βασικές αιτίες για την αύξηση των εξαγωγών. Σε βάθος χρόνου η επέκταση των διασυννοριακών διασυνδέσεων



και η προσθήκη μονάδων αποθήκευσης μπορούν να καταστήσουν την Ελλάδα εξαγωγέα ενέργειας για την ευρύτερη περιοχή και για την Κεντρική Ευρώπη, ιδίως εφόσον ευοδωθούν τα σχέδια για απευθείας διασύνδεση της χώρας μας με τη Γερμανία.

Τι αναφέρει ο Νίκος Τσάφος, σύμβουλος του πρωθυπουργού σε θέματα ενέργειας

Στο θέμα αναφέρθηκε με ανάρτηση του στα κοινωνικά δίκτυα ο ενεργειακός σύμβουλος του πρωθυπουργού, Νίκος Τσάφος σημειώνοντας μεταξύ άλλων ότι τις τελευταίες εβδομάδες, με τη βοήθεια της συνεχιζόμενης «έκρηξης» των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η Ελλάδα έχει μετατραπεί σε καθαρό εξαγωγέα ηλεκτρικής ενέργειας. «Οι καθαρές εξαγωγές, προσθέτει, έχουν φτάσει σε ένα πρωτοφανές επίπεδο – υψηλότερο από προηγούμενες περιόδους όπου η χώρα εξήγαγε περισσότερα από όσα εισήγαγε. Θα πρέπει κανείς να διαβάζει τα βραχυπρόθεσμα στοιχεία με προσοχή.

Δεν μπορούμε να εξάγουμε πολλά συμπεράσματα. Αλλά οι αριθμοί ενισχύουν τη στρατηγική μας πεποίθηση ότι το ηλιακό και αιολικό δυναμικό μας μπορεί να μετατρέψει την Ελλάδα σε καθαρό εξαγωγέα ηλεκτρικής ενέργειας. Και υπογραμμίζουν την ανάγκη για μεγαλύτερη περιφερειακή συνδεσιμότητα, ώστε η ενέργεια να ρέει εκεί που χρειάζεται περισσότερο».

Σύμφωνα με την ανάλυση του Green Tank για την ηλεκτροπαραγωγή κατά το πρώτο τρίμηνο, οι ΑΠΕ

(χωρίς τα μεγάλα υδροηλεκτρικά) με παραγωγή 5934 GWh, διατήρησαν την πρωτοκαθεδρία στην ηλεκτροπαραγωγή για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, ξεπερνώντας κατά 959 GWh το ορυκτό αέριο και τον λιγνίτη μαζί (4975 GWh).

Στη δεύτερη θέση βρέθηκε το ορυκτό αέριο (3925 GWh), το οποίο επέστρεψε στα επίπεδα του 2021, παρουσιάζοντας αύξηση 42,6% σε σχέση με το πρώτο τρίμηνο του 2023. Ακολούθησε ο λιγνίτης με 1050 GWh – με τη χαμηλότερη παραγωγή (τουλάχιστον) της τελευταίας δεκαετίας για το πρώτο τρίμηνο κάθε έτους – και έπειτα τα μεγάλα υδροηλεκτρικά με 902 GWh. Στην τελευταία θέση, με 624 GWh, βρέθηκαν οι καθαρές εισαγωγές.

Η καθαρή ενέργεια από ΑΠΕ και μεγάλα υδροηλεκτρικά το πρώτο τρίμηνο του 2024 (6,836 GWh) ήταν η υψηλότερη της δεκαετίας, αυξημένη κατά 14,8% σε σχέση με το πρώτο τρίμηνο του 2023 (5,953 GWh).

Οι ΑΠΕ μαζί με τα υδροηλεκτρικά, το πρώτο τρίμηνο του έτους, είχαν μερίδιο 55 % στην κάλυψη της ζήτησης. Το προηγούμενο υψηλό είχε καταγραφεί το 2021 (49,2%), ενώ το 2023 το αντίστοιχο μερίδιο της καθαρής ενέργειας ήταν 48,2%.

Ακόμα πιο μεγάλη ήταν η αύξηση της συνεισφοράς τους στην εγχώρια ηλεκτροπαραγωγή, αφού ΑΠΕ μαζί με μεγάλα υδροηλεκτρικά είχαν μερίδιο 57,9% το πρώτο τρίμηνο του 2024, ελαφρά μειωμένο ωστόσο σε σχέση με την αντίστοιχη επίδοση του 2023 (58,6%).



Tourism

Συνεργασία ΕΟΤ και SKY express για την τουριστική προβολή της Ελλάδας στις ευρωπαϊκές αγορές

Εντυπωσιακά ήταν τα αποτελέσματα για το ετήσιο πρόγραμμα συνδιαφήμισης ΕΟΤ και SKY express, προσελκύοντας πάνω από 20 εκατομμύρια τουρίστες-καταναλωτές σε όλη την Ευρώπη να παρακολουθήσουν διαφημίσεις για το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) και η SKY express συνεργάστηκαν και φέτος, με στόχο να αναδείξουν την εικόνα της χώρας στο εξωτερικό και να παρουσιάσουν την Ελλάδα ως τον απόλυτο τουριστικό προορισμό. Μέσω ενός στρατηγικά σχεδιασμένου κοινού διαφημιστικού προγράμματος, ΕΟΤ και SKY express προέβησαν τη χώρα συνεχόμενα για 12 μήνες, επιτυγχάνοντας τον στόχο της συνεχούς διαφημιστικής παρουσίας της Ελλάδας στο εξωτερικό. Το διαφημιστικό πλάνο αποτελούμενο από έξι (6) καμπάνιες, απλώθηκε σε online και offline μέσα, δημιουργώντας ένα σύγχρονο media mix, το οποίο αξιοποίησε όλα τα νέα εργαλεία αλλά και τα τελευταία trends της διαφήμισης.

Σκοπός της κοινής εκστρατείας είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η άμβλυση της εποχικότητας, μέσω της ανάδειξης μοναδικών και πολυθεματικών εμπειριών σε όλη την Ελλάδα, σε όλη τη διάρκεια του έτους. Απώτερος στόχος είναι, η ενίσχυση της ζήτησης κατά τους χειμερινούς μήνες, αλλά και η γεωγραφική διασπορά των επισκεπτών σε περισσότερους προορισμούς της χώρας. Ήδη τα αποτελέσματα και ο βαθμός ανταπόκρισης δικαιώνουν τόσο την εμπορική στρατηγική της SKY express, όσο και τις στοχευμένες καμπάνιες που “τρέχουν” με τη συνεργασία του ΕΟΤ.

Ενδεικτικά:

Το χειμώνα του 2023, οι πέντε κύριες αγορές στόχος δηλ. Γαλλία, Ιταλία, Γερμανία, Βέλγιο και Μεγάλη Βρετανία



Άλκηστις Τζιόλα Digital Marketing & Performance Manager SKY express, Ελένη Μητράκη Προϊσταμένη Δ/σης Τουριστικής Προβολής ΕΟΤ, Τσιστράκη Ελένη, Marketing & Communications Manager SKY express, Άντζελα Γκερέκου Πρόεδρος ΕΟΤ, Μάρκος Μαρκάκης Digital Marketing & Sales Manager SKY express, Γεράσιμος Σκαλτσάς Chief Commercial Officer SKY express, Δημήτρης Φραγκάκης Γ.Γ. ΕΟΤ, Σοφία Λαζαρίδου Προϊσταμένη Γεν.Δ/σης Διοίκησης, Οργάνωσης και Προβολής ΕΟΤ

σημείωσαν αύξηση σε ετήσια βάση (YoY) ύψους 74%. Το καλοκαίρι του 2023, το ποσοστό ετήσιας αύξησης της ζήτησης από τις συγκεκριμένες αγορές άγγιξε το 73% (YoY). Περισσότερα από 20 εκατομμύρια τουρίστες-καταναλωτές παρακολούθησαν τις διαφημιστικές εκστρατείες της SKY express σε όλη την Ευρώπη.

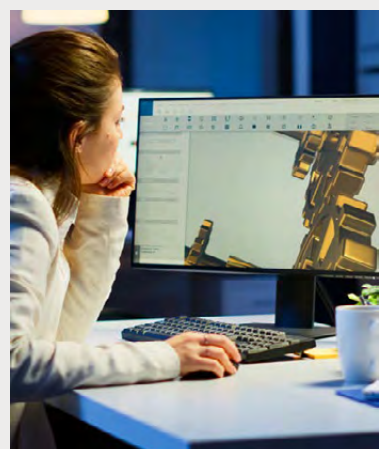
Όπως δηλώνουν η Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΟΤ, κα Άντζελα Γκερέκου και ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ, κ. Δημήτρης Φραγκάκης τονίζουν: «Οι συνεργασίες είναι βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού. Γι' αυτό τα τελευταία χρόνια υλοποιούμε στον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού ένα ευρύ πρόγραμμα συνδιαφήμισης με αεροπορικές εταιρείες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Ειδικά το πρόσφατο πρόγραμμα, το οποίο είχε εξαγγείλει ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης, ήταν στοχευμένο σε 2 άξονες: την επέκταση της τουριστικής περιόδου και την ανάδειξη νέων προορισμών σε όλη τη χώρα. Ένα μέρος του προγράμματος πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με την ελληνική αεροπορική εταιρεία SKY express. Τα αποτελέσματά του ήταν εξαιρετικά και συνέβαλαν στην επίτευξη όλων των στόχων που είχαμε θέσει, ενισχύοντας σημαντικά την εικόνα της χώρας στο εξωτερικό. Θέλουμε να ευχαριστήσουμε την SKY express για την συνεργασία την οποία και θα συνεχίσουμε καθώς και για την προσήλωση στον κοινό στόχο, που δεν είναι άλλος από την ανάδειξη της Ελλάδας ως top of mind προορισμού στον κόσμο».

Αντίστοιχα, στη δήλωσή τους ο Γεράσιμος Σκαλτσάς, Chief Commercial Officer της SKY express: «ΕΟΤ και SKY express είμαστε και φέτος συνοδοιπόροι στην εθνική προσπάθεια για την καθιέρωση της χώρας ως τον απόλυτο προορισμό όλο τον χρόνο. Διαθέτοντας το μεγαλύτερο δίκτυο προορισμών σε όλη την Ελλάδα, για εμάς αποτελεί όχι μόνο επιβεβλημένη, αλλά και αναμφισβήτητη πρακτική η προβολή της χώρας μας σε όλη τη διάρκεια του έτους. Είμαστε σταθερά προσηλωμένοι σε αυτό τον στόχο τον οποίο υπηρετούμε με σειρά πρωτοβουλιών και στρατηγικών προβολής. Τα αποτελέσματα της μεταξύ μας προσπάθειας είναι εξαιρετικά, όπως και η συνεργασία μας με την ομάδα του ΕΟΤ και θέλουμε να τους ευχαριστήσουμε θερμά για αυτό».

LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



Εκδότρια - Εμπορική Διεύθυνση:
Κλαίρη Στυλιάρá

Διευθνήτης 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



sayes
communications