

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



11.06.2024 Τεύχος #212



Μεγάλες αυξήσεις στις εισαγωγές φρούτων και λαχανικών στο πεντάμηνο - Τι αναφέρουν τα επίσημα στοιχεία



Άνοδος 28,1% στις ελληνικές εξαγωγές τροφίμων τον Απρίλιο - Τι αναφέρει ο ΠΣΕ



ΙΕΛΚΑ: Πώς κινήθηκαν οι τιμές των προϊόντων τον Μάιο



Ο ΕΟΤ και η Ελλάδα έλαμψαν στην κορυφαία διεθνή εμπορική έκθεση ταξιδιωτικής αγοράς της Κίνας

Market

ΙΕΛΚΑ: Πώς κινήθηκαν οι τιμές των προϊόντων τον Μάιο

Για πρώτη φορά, οι τιμές των προϊόντων στα σούπερ μάρκετ κατέγραψαν μειώσεις, οι οποίες κατά μέσο όρο ανέρχονται σε 1,25%, τον Μάιο του 2024 σε σύγκριση με τον Μάιο του 2023, σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ).

Σύμφωνα πάντα με την έρευνα του ΙΕΛΚΑ, για πρώτη φορά οι 14 από τις 23 κατηγορίες καταγράφουν μείωση. Αναλυτικότερα, από την έρευνα προέκυψαν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

- Η καθαρή μείωση του δείκτη εξέλιξης τιμών αλυσίδων σούπερ μάρκετ τον Μάιο 2024 δείχνει ότι ο πληθωρισμός στις αλυσίδες σούπερμάρκετ είναι αρνητικός της τάξης του 1,25% (έναντι +1,10% τον Απρίλιο, +0,28% τον Μάρτιο, +2,70% τον Φεβρουάριο και +3,00% τον Ιανουάριο 2024).
- Η μεταβολή του Μαΐου σε σχέση με τον Απρίλιο οφείλεται κυρίως στη συνεχιζόμενη αποκλιμάκωση των τιμών και εν μέρει στην επίδραση της εποχικότητας λόγω Πάσχα, περίοδο κατά την οποία καταγράφονται έντονες προωθητικές ενέργειες την περίοδο της Μεγάλης Εβδομάδας, η οποία το 2023 ήταν στα μέσα Απριλίου, ενώ το 2024 στην πρώτη εβδομάδα του Μαΐου και ενσωματώνεται στα στοιχεία της παρούσας μέτρησης.

Οι μεγαλύτερες μειώσεις τιμών:

- Βούτυρα και αυγά: -7,50%
- Χαρτικά, καλλυντικά και είδη προσωπικής υγιεινής: -5,62%
- Φρέσκα φρούτα και λαχανικά: -4,04%
- Τυροκομικά: -3,97%
- Αλκοολούχα ποτά: -3,74%

Στα γαλακτοκομικά, οι μειώσεις που καταγράφονται είναι αποτέλεσμα τόσο της ομαλοποίησης της αγοράς μετά την πανδημία και της μείωσης στις τιμές παραγωγού σε ορισμένα προϊόντα, ενώ προϊόντα όπως το βούτυρο και τα αυγά επωφελούνται από τις προωθητικές ενέργειες λόγω του Πάσχα. Τα φρέσκα φρούτα και λαχανικά έχουν ευνοηθεί από τις συγκριτικά καλύτερες καιρικές συνθήκες σε σχέση με το 2023.

Κατηγορία	Ποσοστιαία Μεταβολή
ΑΥΓΑ, ΒΟΥΤΥΡΟ	-7,50%
ΧΑΡΤΙΚΑ, ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ & ΕΙΔΗ ΠΡΟΣ. ΥΓΙΕΙΝΗΣ	-5,62%
ΦΡΕΣΚΑ ΦΡΟΥΤΑ & ΛΑΧΑΝΙΚΑ	-4,04%
ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ	-3,97%
ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ	-3,74%
ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ & ΕΙΔΗ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ	-3,52%
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ & ΧΥΜΟΙ ΨΥΓΓΙΟΥ	-2,88%
ΒΡΕΦΙΚΕΣ & ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ	-2,77%
ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ	-2,20%
ΖΥΜΕΣ ΝΩΠΕΣ & ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΕΣ	-2,04%
ΕΙΔΗ ΑΡΤΟΠΩΛΕΙΟΥ & ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟΥ	-1,42%
ΟΡΕΚΤΙΚΑ, ΑΛΙΠΑΣΤΑ ΚΑΙ ΆΛΛΑ ΣΕΡΒΙΡΙΖΟΜΕΝΑ ΕΙΔΗ	-1,32%
ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ	-1,10%
ΕΙΔΗ ΠΡΟΪΝΟΥ & ΡΟΦΗΜΑΤΑ	-0,21%
ΕΙΔΗ ΜΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ, ΟΙΚΙΑΚΑ	0,56%
ΦΡΕΣΚΑ ΚΡΕΑΤΑ	1,64%
ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ & ΞΗΛΑΚ	1,87%
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟΥ	2,46%
ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ & ΧΥΜΟΙ	2,79%
ΤΡΟΦΕΣ & ΕΙΔΗ ΓΙΑ ΚΑΤΟΙΚΙΔΙΑ	3,05%
ΕΤΟΙΜΑ ΓΕΥΜΑΤΑ	3,13%
ΦΡΕΣΚΑ ΨΑΡΙΑ & ΘΑΛΑΣΣΙΝΑ	4,47%
ΜΠΙΣΚΟΤΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΕΣ & ΖΑΧΑΡΩΔΗ	5,85%

Οι μεγαλύτερες αυξήσεις:

- Μπισκότα, σοκολάτες, ζαχαρώδη: 5,85%
- Φρέσκα ψάρια και θαλασσινά: 4,42%
- Έτοιμα γεύματα: 3,13%
- Τροφές και είδη για κατοικίδια: 3,05%
- Νερά και αναψυκτικά: 2,79%

Από τις 23 κατηγορίες που εξετάζονται οι 14 κατέγραψαν μείωση και οι 9 αύξηση.

Οι λόγοι που αναφέρονται για τη σταθεροποίηση των τιμών στα σούπερ μάρκετ είναι οι εξής:

1. Αποκλιμάκωση πληθωρισμού: Οι τιμές στα μεγάλα καταστήματα τροφίμων σταθεροποιούνται λόγω των μεγάλων όγκων προϊόντων, των οικονομιών κλίμακας και της οργανωτικής/τεχνολογικής ετοιμότητάς τους.
2. Καλύτερες καιρικές συνθήκες: Οι καλύτερες καιρικές συνθήκες τον Μάιο 2024 συμβάλλουν στη μείωση του κόστους στα φρέσκα φρούτα και λαχανικά σε σύγκριση με το 2023.
3. Προσφορές και εκπτώσεις: Οι προσφορές και οι εκπτώσεις στα σούπερ μάρκετ είναι περισσότερες λόγω της εποχής του Πάσχα, επηρεάζοντας τις τελικές τιμές των προϊόντων.
4. Κυβερνητικές παρεμβάσεις: Υπάρχουν αυστηροί κανονισμοί για τις προωθητικές ενέργειες σε περίπτωση ανατιμήσεων, όπως απαγόρευση των εκπτώσεων.
5. Αποκλιμάκωση των τιμών των πρώτων υλών: Οι τιμές των πρώτων υλών στις διεθνείς αγορές μειώνονται, επηρεάζοντας θετικά τις τιμές στα σούπερ μάρκετ.
6. Υψηλή κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων: Η γρήγορη κυκλοφορία αποθεμάτων συμβάλλει στη γρήγορη αναπλήρωσή τους και στη σταθερότητα των τιμών.
7. Επίδραση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας: Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας έχουν μεγαλύτερο μερίδιο πωλήσεων στις μεγάλες αλυσίδες, επηρεάζοντας τις τελικές τιμές.



Good News

Όμιλος Barilla: Καινοτομία στα προϊόντα και στήριξη της βιώσιμης γεωργίας

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος, ο Όμιλος Barilla παρουσιάζει την τελευταία του Έκθεση Βιωσιμότητας, επικυρώνοντας 15 χρόνια δέσμευσης για την περιβαλλοντική διαχείριση, την καινοτομία, τη διατροφή και την ευημερία της κοινωνίας. Η Barilla συνεχίζει το ταξίδι της προς τη δημιουργία μιας διατροφικής κουλτούρας που προωθεί την ισορροπημένη διατροφή, ενώ συμμερίζεται την δέσμευση για υποστήριξη στην πράξη της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας με την χρήση ανανεώσιμης ενέργειας και με το στρατηγικό της όραμα.

Η αναγνώριση αυτού του τρόπου επιχειρηματικής δράσης επιβεβαιώνεται και από την τελευταία έκδοση του Global RepTrak® 100, σύμφωνα με την οποία, η Barilla είναι η πρώτη εταιρεία τροφίμων στον κόσμο όσον αφορά την εταιρική της φήμη.

Νέα προϊόντα που εξασφαλίζουν μεγαλύτερο εύρος επιλογών

Από τις αρχές του 2023, η Barilla έχει αναπτύξει το Μοντέλο Διατροφής και Ευεξίας του Ομίλου, έναν εσωτερικό Οδηγό διατροφής με στόχο να επηρεάσει θετικά την ευημερία των ανθρώπων, προσφέροντας νόστιμα και θρεπτικά προϊόντα που συνοδεύονται από κατάλληλες πληροφορίες για τις μερίδες και ευθυγραμμίζονται με έναν υγιεινό τρόπο ζωής. Επιπλέον, το 2023 η Barilla





λάνσαρε 16 γευστικά προϊόντα χωρίς πρόσθετη ζάχαρη, πλούσια σε ή πηγές φυτικών ινών και με εναλλακτικά δημητριακά αντί του σιταριού (όπως η σπέλτα, η βρώμη, η σίκαλη και το φαγόπυρο), καθώς και προϊόντα με όσπρια ή αποξηραμένα φρούτα ή σε μία μόνο μερίδα.

Ήδη από το 2010, ως συνέπεια αυτής της δέσμευσης, η εταιρεία έχει προχωρήσει στην αναδιαμόρφωση σχεδόν 500 προϊόντων με αποτέλεσμα τη μείωση των κορεσμένων λιπαρών, των σακχάρων και του αλατιού, ενώ παράλληλα αυξήθηκε η περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες.

Κάτι παραπάνω από απλά μια εταιρεία τροφίμων: μια οικογένεια

Μέσω του Global Diversity Supplier Program, η Barilla συνεχίζει να προασπίζεται την διαφορετικότητα και την συμπερίληψη, παρέχοντας ίσες ευκαιρίες συνεργασίας σε επιχειρήσεις που ανήκουν σε μειονότητες, γυναίκες, LGBTQ+ και άτομα με ειδικές ανάγκες. Αυτή η πρωτοβουλία οδήγησε τον Όμιλο να αναγνωριστεί φέτος ως Silver Top Global Champions for Supplier Diversity & Inclusion από την WeConnect International, μία παγκόσμια μη κερδοσκοπική οργάνωση που φέρνει σε επαφή εταιρικούς αγοραστές και εταιρείες/προμηθευτές που ανήκουν ιδιοκτησιακά σε γυναίκες. Επιπλέον, η εταιρεία, η οποία έχει ήδη διασφαλίσει την ισότητα των αμοιβών μεταξύ των δύο φύλων σε παγκόσμιο επίπεδο με την εξάλειψη του μισθολογικού χάσματος μεταξύ τους το 2020, εφάρμοσε πρόσφατα μία νέα πολιτική γονικής μέριμνας. Η πολιτική αυτή προσφέρει ελάχιστη άδεια με αποδοχές 12 εβδομάδων για όλους τους γονείς, με στόχο την προώθηση ενός ακόμη πιο περιεκτικού εργασιακού περιβάλλοντος και την καλύτερη ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής για περισσότερους από 9.000 υπαλλήλους της παγκοσμίως.

Προσοχή στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα από το χωράφι στο πιάτο

Στις 30 εγκαταστάσεις παραγωγής της παγκοσμίως, η Barilla παρήγαγε περίπου 2 εκατομμύρια τόνους τροφίμων το 2023, αυξάνοντας την αποδοτικότητα σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού της. Μέσω των συνεχών επενδύσεων στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων παραγωγής και της διαρκούς δέσμευσης των πάνω από 8.500 αγροτών εταίρων της σε έργα βιώσιμης γεωργίας, η Barilla υποστηρίζει την τοπική γεωργία: το 89% του σκληρού σιταριού, του βασικού συστατικού όλων των ζυμαρικών του Ομίλου, αγοράζεται από την τοπική αγορά. Με τη Wasa, γίνεται πιλοτική εφαρμογή ορισμένων πρακτικών αναγεννητικής γεωργίας στην αλυσίδα εφοδιασμού της σίκαλης, σε συνεργασία με την Indigo και τη Svensk Kolinlagring. Στην πρωτοβουλία αυτή συμμετείχαν 14 αγρότες στη Γερμανία και τη Σουηδία, οι οποίοι κλήθηκαν να εφαρμόσουν τεχνικές αναγεννητικής γεωργίας, όπως καλλιέργειες κάλυψης, ελάχιστη επεξεργασία της γης, εναλλαγή καλλιεργειών και στοχευμένη χρήση λιπασμάτων.

Μόνο το 2023 επενδύθηκαν πάνω από 10 εκατομμύρια ευρώ σε βελτιστοποίηση διαδικασιών, σε βελτιώσεις στα συστήματα των εγκαταστάσεων παραγωγής, σε εφαρμογή λύσεων ενεργειακής απόδοσης όπως εγκαταστάσεις αυτοπαραγωγής με τη βοήθεια των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Τα παραπάνω είχαν ως αποτέλεσμα τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά 28% και τη μείωση της χρήσης νερού κατά 21% από το 2010, ενώ το 62% της ηλεκτρικής ενέργειας προέρχεται από ανανεώσιμες πηγές όπως το νερό, ο ήλιος και ο άνεμος, ποσοστό που φτάνει στο 100% για την παραγωγή σαλτσών όπως το Pesti Barilla και προϊόντων αρτοποιίας με μάρκες

όπως η Wasa, η Harrys και η Mulino Bianco. Παγκοσμίως, σχεδόν το 100% των συσκευασιών των ζυμαρικών, των σάλτσων, του πέστο, του ψωμιού, των μπισκότων και των σνακ του Ομίλου Barilla είναι σχεδιασμένα για ανακύκλωση, ενώ πάνω από το 99% του χαρτιού και του χαρτονιού προέρχεται από δάση με υπεύθυνη διαχείριση.

Υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων

Πρώτωση της πρόσβασης σε τρόφιμα για έναν αυξανόμενο αριθμό ανθρώπων, ενίσχυση της συμπερίληψης και υποστήριξη της ανάπτυξης των εδαφών: το 2023 ο όμιλος Barilla υλοποίησε πρωτοβουλίες αλληλεγγύης στις διάφορες χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται συνολικού ύψους 3,2 εκατομμυρίων ευρώ και περίπου 3.200 τόνους προϊόντων που δωρίστηκαν σε 12 μήνες. Μία σταθερή δέσμευση που από το 2010 έχει οδηγήσει την Barilla να δωρίσει πάνω από 60 εκατομμύρια ευρώ και σχεδόν 50 χιλιάδες τόνους προϊόντων. Η τελευταία Έκθεση Βιωσιμότητας του Ομίλου Barilla έρχεται ως επισφράγιση της διαρκούς αποστολής του να ενσωματώνει μια βιώσιμη προσέγγιση σε κάθε πτυχή των δραστηριοτήτων του, με στόχο τη δημιουργία ενός καλύτερου και πιο δίκαιου μέλλοντος για όλους.

Κύκλος Εργασιών 2023 : 4.869 ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΕΥΡΩ (+7%)

Το 2023 επιβεβαιώνει την ανάπτυξη των τελευταίων ετών: ο κύκλος εργασιών του Ομίλου το 2023 ανήλθε σε 4.869 εκατ. ευρώ, ο οποίος, χωρίς την επίδραση του υπερπληθωρισμού της Τουρκίας, ανήλθε σε 4.842 εκατ. ευρώ (+7% σε σύγκριση με το 2022 χωρίς την επίδραση της περιμέτρου και της συναλλαγματικής ισοτιμίας). 230 εκατ. ευρώ (4,7% του κύκλου εργασιών) διατέθηκαν για την καινοτομία προϊόντων, τη βελτίωση της αποδοτι-

κότητας και την αύξηση της παραγωγικής ικανότητας. Το περιθώριο EBITDA διαμορφώθηκε στο 10%, αντίστοιχο με τα επίπεδα της προηγούμενης χρονιάς (2022).

Στο εισαγωγικό μήνυμα της Έκθεσης Βιωσιμότητας 2023 από τους Guido, Luca και Paola Barilla, σημειώνεται ότι "τώρα περισσότερο από ποτέ, όταν συζητάμε για τη γεύση, τη διατροφή, την ασφάλεια των τροφίμων, το περιβάλλον, την προσβασιμότητα, τους ανθρώπους, την επικοινωνία και το μέλλον, κάνουμε λόγο για την ποιότητα των προϊόντων μας, που είναι η πεμπτουσία της δραστηριότητάς μας, τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνουμε και την αξία των μαρκών μας. Γνωρίζουμε πολύ καλά ότι έχουμε μια μακρά και απαιτητική διαδρομή μπροστά μας. Η δέσμευση όμως και το πάθος όλων στην Barilla διασφαλίζουν ότι είμαστε έτοιμοι να αντιμετωπίσουμε τις προκλήσεις που μας περιμένουν για να χαράξουμε το ταξίδι μας στο μέλλον».

«Αυτή η έκθεση επισημαίνει τη συνεχή μας δέσμευση, τα επιτεύγματά μας και τις προκλήσεις που θα αντιμετωπίσουμε τα επόμενα χρόνια για να διασφαλίσουμε ότι όλοι θα μπορούν να εκτιμήσουν "τη χαρά του φαγητού, για μια καλύτερη ζωή" - σχολιάζει ο Gianluca Di Tondo, Διευθύνων Σύμβουλος του Ομίλου Barilla, στην Έκθεση Βιωσιμότητας 2023. «Έχουμε αναλάβει μία σειρά σημαντικών πρωτοβουλιών για τη βελτίωση του τρόπου με τον οποίο δραστηριοποιούμαστε - καθοδηγούμαστε πάντα από τις βασικές μας αξίες και την επιθυμία να επιτύχουμε υγιή ανάπτυξη, με απόλυτο σεβασμό προς τους ανθρώπους μας, τους επιχειρηματικούς μας συνεργάτες (είτε πρόκειται για πελάτες είτε για προμηθευτές), τους καταναλωτές μας και ολόκληρο τον πλανήτη».



Τα ελληνικά προϊόντα ξεχωρίζουν στη γερμανική αγορά

Το υψηλό επίπεδο των ελληνο-γερμανικών σχέσεων επιβεβαιώθηκε κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης «Doing business in Germany», που διοργανώθηκε από την Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου (Enterprise Greece) σε συνεργασία με το Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων της Ελληνικής Πρεσβείας στο Βερολίνο, την προηγούμενη εβδομάδα.

Το εικοστό δεύτερο (22ο) webinar της σειράς «Doing Business in... challenges and opportunities» ήταν επίσης το δεύτερο μετά το 2020 αφιερωμένο στη Γερμανία, έναν από τους σημαντικότερους εμπορικούς εταίρους της Ελλάδας. Η επιτυχία της εκδήλωσης επιβεβαιώθηκε από τις 140 συνολικές εγγραφές και τη συμμετοχή διακεκριμένων θεσμικών εκπροσώπων από την ελληνική πρεσβεία στο Βερολίνο και επιμελητήρια, καθώς και ομιλητών από την ελληνική επιχειρηματική κοινότητα.

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης επισημάνθηκαν τα χαρακτηριστικά της γερμανικής αγοράς, όπως αυτά έχουν διαμορφωθεί ιδιαίτερα κατά την περίοδο της στασιμότητας την οποία διέρχεται η γερμανική οικονομία και τα οποία καλούνται οι ελληνικές εξωστρεφείς επιχειρήσεις, ειδικότερα αυτές που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα των τροφίμων και ποτών, να λάβουν σοβαρά υπόψιν τους.

Το καταναλωτικό κοινό στη Γερμανία εξακολουθεί να δίνει μεγάλη σημασία στη σχέση ποιότητας -τιμής αλλά και στα θέματα προστασίας περιβάλλοντος και χρήσης νέων τεχνολογιών. Τα ελληνικά προϊόντα, προσαρμοσμένα στις συνθήκες αυτές, παρουσιάζουν εξαιρετικές προοπτικές συμμετέχοντας σε πολλές διεθνείς εκθέσεις που λαμβάνουν χώρα επί γερμανικού εδάφους. Χάρη δε στην αναγνωρισιμότητά που έχουν αποκτήσει λόγω του μεγάλου αριθμού Ελλήνων που διαμένουν στη χώρα αλλά και των εκατομμύρια Γερμανών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα, τονίσθηκε από όλους τους ομιλητές η σημασία προβολής και προώθησης του ελληνικού επώνυμου προϊόντος υψηλής προστιθέμενης αξίας, του «ελληνικού brand».



Την έναρξη της εκδήλωσης κήρυξε ο Διευθύνων Σύμβουλος της Enterprise Greece, Δρ. Μαρίνος Παννόπουλος, δηλώνοντας μεταξύ άλλων: «Η Γερμανία αποτελεί μια εκ των κυριότερων εμπορικών εταίρων της Ελλάδος, κατέχοντας την 3η θέση προορισμού των ελληνικών εξαγωγών και την πρώτη χώρα προέλευσης των εισαγωγών για τη χώρα μας. Με δεδομένο μάλιστα ότι θα είναι η τιμώμενη χώρα στην προσεχή, 88η ΔΕΘ, η εκδήλωση «Doing business in Germany» αποκτά ακόμη μεγαλύτερη αξία και επιβεβαιώνει πως οι εμπορικές σχέσεις των δύο χωρών δεν έχουν μόνο παρελθόν και παρών αλλά και ένα σίγουρα δυναμικό και με τεράστιες προοπτικές, μέλλον».

Την Ελληνική Πρεσβεία στη Γερμανία εκπροσώπησε ο κ. Θεόδωρος Ξυπολιάς, Γενικός Σύμβουλος ΟΕΥ Β' του γραφείου Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων στο Βερολίνο, ο οποίος δήλωσε: «Η πραγματοποίηση εκδηλώσεων, όπως το διαδικτυακό σεμινάριο (webinar), στοχευμένο στην Γερμανική Οικονομία και τις εξελίξεις και προοπτικές της γερμανικής αγοράς, που είναι πρώτης προτεραιότητας για τις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις, αποτελεί σημαντική ευκαιρία για αναλυτική ενημέρωση. Συγχρόνως συμβάλλουν αποτελεσματικά στην ενίσχυση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων σε δυναμικές αγορές, όπως εκείνη της Γερμανίας».

Άνοδος 28,1% στις ελληνικές εξαγωγές τροφίμων τον Απρίλιο - Τι αναφέρει ο ΠΣΕ

Σε ανοδική τροχιά επέστρεψαν τον Απρίλιο οι ελληνικές εξαγωγές παρά τις αντίξοες συνθήκες με τον προβληματισμό για το έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο να παραμένει καθώς υπήρξε διεύρυνσή του την ίδια περίοδο σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων (ΠΣΕ),

Η πρόεδρος του ΠΣΕ κα Χριστίνα Σακελλαρίδη, σχολιάζοντας τα παραπάνω ανέφερε: «Κόντρα στις αντιξοότητες οι ελληνικές εξαγωγές κατάφεραν να επιστρέψουν σε θετικό έδαφος, αποδεικνύοντας πως διατηρούν τη δυναμική τους. Η ανάγκη για ενίσχυση της εγχώριας παραγωγής παραμένει επιτακτική, προκειμένου να αναστραφεί η δυσμενής κατάσταση στο εμπορικό ισοζύγιο και να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό. Το διεθνές περιβάλλον ωστόσο παραμένει αβέβαιο και οι προκλήσεις πολλές και σύνθετες. Γι' αυτό και οι Έλληνες εξαγωγείς παραμένουν σε επιφυλακή και επιχειρούν να βρουν νέες ευκαιρίες για ανάπτυξη τόσο σε υφιστάμενες αγορές που έχουν εδραιωμένη παρουσία, όσο και σε νέες που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης».

Σχετικά με τις μεγάλες κατηγορίες προϊόντων, τον Απρίλιο του 2024 καταγράφονται αυξητικές τάσεις σε όλους τους κυριότερους κλάδους, με μοναδική εξαίρεση τα λάδια (-34,9%). Πιο συγκεκριμένα, ποσοστιαία άνοδος καταγράφεται στις -υψηλές σε αξία- κατηγορίες: Πετρελαιοειδή – καύσιμα (2,7%), τρόφιμα (28,1%), βιομηχανικά (20%), χημικά (25,2%), και μηχανήματα (9,1%).

Σημαντικά, όμως, ενισχυμένες εμφανίζονται και εκείνες των διαφόρων βιομηχανικών (3,9%), των πρώτων υλών (22,1%), των ποτών & καπνού (39,2%) και των χαμηλών σε αξία εξαγωγών των εμπιστευτικών προϊόντων (42,3%), σε σχέση με τον αντίστοιχο περσινό μήνα.

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με ανάλυση του ΠΣΕ και του Κέντρου Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (ΚΕΕΜ), επί των προσωρινών στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ, άνοδος καταγράφεται και πάλι, στην πορεία των εξαγωγών κατά τον Απρίλιο του 2024 καθώς οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 447,7 εκ. ευρώ ή κατά 11,1% και ανήλθαν σε 4,47 δισ. ευρώ έναντι 4,02 δισ. ευρώ κατά τον ίδιο μήνα του έτους 2023. Εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών, η προαναφερόμενη αύξηση είναι ακόμη μεγαλύτερη (17%), με αποτέλεσμα οι εξαγωγές να αγγίξουν τα 3,19 δισ. ευρώ από 2,73 δισ. ευρώ, δηλαδή διευρύνθηκαν κατά 463,1 εκατ. ευρώ.



Εξετάζοντας την κατανομή των εξαγωγών για το διάστημα Ιανουαρίου – Απριλίου του 2024, διαπιστώνεται ότι η συνολική αξία των εξαγωγών, συμπεριλαμβανομένων των πετρελαιοειδών, υποχώρησε προς τις χώρες της ΕΕ (-11,1%) ενώ προς τις Τρίτες Χώρες αυξήθηκε ισχνά (1,2%). Χωρίς τα πετρελαιοειδή, οι εξαγωγές και πάλι περιορίζονται προς τις χώρες της ΕΕ (-5,6%) ενώ αυξάνονται ισχνά προς τις Τρίτες Χώρες (1,6%).

Εμπορικό έλλειμμα

Ανάλογη πορεία κατέγραψαν και οι εισαγωγές τον Απρίλιο του 2024, όπου και αυξήθηκαν κατά 1,24 δις. ευρώ ή κατά 19,8% και άγγιξαν τα 7,48 δις. ευρώ έναντι 6,24 δις. ευρώ κατά τον ίδιο μήνα του έτους 2023. Εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών, οι εισαγωγές αγαθών διαμορφώθηκαν σε 5,70 δις. ευρώ από 4,73 δις. ευρώ, δηλαδή αυξήθηκαν κατά 970,2 εκατ. ευρώ ή κατά 20,5%.

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω κινήσεων, το εμπορικό έλλειμμα αυξήθηκε τον εξεταζόμενο μήνα του 2024 κατά 790,6 εκ. ευρώ ή κατά 35,6%, στα 3,01 δις. ευρώ από 2,22 δις. ευρώ τον αντίστοιχο μήνα του 2023. Χωρίς τα πετρελαιοειδή όμως, καταγράφεται μικρότερη ποσοστιαία αύξηση του εμπορικού ελλείμματος κατά 507,1 εκατ. ευρώ (25,3%).

Όσον αφορά τις εξαγωγές συνολικά στο διάστημα Ιανουαρίου – Απριλίου μειώνονται κατά 1,07 δις. ευρώ ή κατά -6% και υποχωρούν σε 16,81 δις. ευρώ από 17,87 δις. ευρώ, εξαιτίας της υποχώρησης της αξίας τους κατά τους προηγούμενους δύο μήνες.

Χωρίς τα πετρελαιοειδή, οι εξαγωγές για το πρώτο τετράμηνο του 2024 υποχωρούν και πάλι και διαμορφώνονται στα 11,82 δις. ευρώ από 12,22 δις. ευρώ, δηλαδή είναι μειωμένες κατά 400,5 εκατ. ευρώ ή κατά -3,3%.

Οι εισαγωγές (συμπεριλαμβανομένων των πετρελαιοειδών) στην περίοδο Ιανουαρίου – Απριλίου 2024 αυξήθηκαν ελαφρώς, καθώς διευρύνθηκαν κατά 373,6 εκατ. ευρώ ή κατά 1,4%, με τη συνολική τους αξία να διαμορφώνεται στα 27,80 δις. ευρώ έναντι 27,43 δις. ευρώ κατά την αντίστοιχη περίοδο του 2023. Εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών, οι εισαγωγές αυξήθηκαν πιο αισθητά και άγγιξαν τα 20,83 δις. ευρώ από 19,90 δις. ευρώ, δηλαδή ενισχύθηκαν μόλις 930,4 εκ. ευρώ ή κατά 4,7%.

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, το εμπορικό έλλειμμα στο διάστημα Ιανουαρίου – Απριλίου του 2024 αυξήθηκε κατά 1,44 δις. ευρώ ή κατά 15,1%, στα 11 δις. ευρώ από 9,56 δις. ευρώ το πρώτο τετράμηνο του 2023. Χωρίς τα πετρελαιοειδή, το εμπορικό έλλειμμα αυξήθηκε ακόμη περισσότερο στα 9,01 δις. ευρώ από 7,68 δις. ευρώ, δηλαδή διογκώθηκε κατά 1,33 δις. ευρώ ή κατά 17,3%.

Η πορεία των εξαγωγών ανά γεωγραφική περιοχή

Όσον αφορά στην πορεία των εξαγωγών ανά γεωγραφικές περιοχές τον Απρίλιο του 2024, παρατηρείται ενίσχυση των αποστολών προς τις χώρες της ΕΕ (8,2%) και ακόμη μεγαλύτερη προς τις Τρίτες Χώρες (15,2%). Ακόμη και όταν εξαιρεθούν τα πετρελαιοειδή, οι εξαγωγές προς τις χώρες της ΕΕ καταγράφουν σημαντική διεύρυνση (10,8%), ενώ οι εξαγωγές προς τις Τρίτες Χώρες, αυξάνονται σημαντικά (30,4%) σε σχέση με τον αντίστοιχο περσινό μήνα.

Αναφορικά με το ποσοστό των εξαγωγών που κατευθύνονται στις αγορές των κρατών-μελών της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένων των πετρελαιοειδών, αυτό μειώθηκε κατά 1,5 μονάδα και άγγιξε το 56,5% έναντι 58% σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα το 2023.

Αντίστροφη είναι η εικόνα που καταγράφεται για το ποσοστό των εξαγωγών προς τις Τρίτες Χώρες, που διαμορφώθηκε στο 43,5% έναντι 42%. Χωρίς τα πετρελαιοειδή, το μερίδιο των εξαγωγών προς τις χώρες της ΕΕ διαμορφώνεται στο 64,7% και των Τρίτων Χωρών στο 35,3%.

Η πορεία ανά κλάδο

Σχετικά με τις μεγάλες κατηγορίες προϊόντων, τον Απρίλιο του 2024 καταγράφονται αυξητικές τάσεις σε όλους τους κυριότερους κλάδους, με μοναδική εξαίρεση εκείνον των λαδιών (-34,9%).

Πιο συγκεκριμένα, ποσοστιαία άνοδος καταγράφεται στις υψηλές σε αξία κατηγορίες: Πετρελαιοειδή – καύσιμα (2,7%), τρόφιμα (28,1%), βιομηχανικά (20%), χημικά (25,2%), και μηχανήματα (9,1%).

Σημαντικά, όμως, ενισχυμένες εμφανίζονται και εκείνες των διαφόρων βιομηχανικών (3,9%), των πρώτων υλών (22,1%), των ποτών και καπνού (39,2%) και των χαμηλών σε αξία εξαγωγών των εμπιστευτικών προϊόντων (42,3%), σε σχέση με τον αντίστοιχο περσινό μήνα.

Εξετάζοντας το τετράμηνο Ιανουαρίου – Απριλίου 2024, πτώση καταγράφουν οι εξαγωγές των 7 από τις 10 μεγάλες κατηγορίες προϊόντων: πετρελαιοειδή και καύσιμα (-8%), βιομηχανικά (-6,2%), χημικά (-3,3%), μηχανήματα (-6,8%), καθώς και οι μικρότερες σε αξία εξαγωγές των κατηγοριών πρώτες ύλες κατά -5,5%, λάδια κατά -48,5% και εμπιστευτικά προϊόντα κατά -4,7%.

Τέλος, αυξημένες εμφανίζονται εκείνες των τροφίμων (+10,7%) και ποτών και καπνού (+13,6%), ενώ στα ίδια επίπεδα κυμάνθηκαν εκείνες των διαφόρων βιομηχανικών (0,4%) σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό τετράμηνο.



HOLLAND & BARRETT: Ο Όμιλος Furlis επεκτείνεται στον τομέα των προϊόντων υγείας και ευεξίας

Η Holland & Barrett ενισχύει την παρουσία της στην ελληνική αγορά, βρισκόμενη σε ακόμα περισσότερα σημεία πιο κοντά στους καταναλωτές με μια μεγάλη γκάμα προϊόντων υγείας και ευεξίας σε προσιτές τιμές για όλους.

Τέσσερα νέα καταστήματα είναι έτοιμα να υποδεχτούν το κοινό: στη Νέα Ιωνία (Λεωφόρος Ηρακλείου 280 και Αρτεμισίας), στη Νέα Ερυθραία εντός του AB Βασιλόπουλου (20ο χλμ. της Εθνικής Οδού Αθηνών – Λαμίας), στο εμπορικό κέντρο Florida στην Πυλαία Θεσσαλονίκης (εντός AB Βασιλόπουλου Μακεδονίας) και στο εμπορικό πάρκο του Αεροδρομίου Ελ. Βενιζέλος στα Σπάτα, εντός του ανανεωμένου καταστήματος IKEA, το οποίο καλωσόρισε επίσης και την τρίτη εταιρία του Ομίλου, την Intersport, δημιουργώντας έτσι μία μοναδική αγοραστική εμπειρία.

Με το άνοιγμα των 4 καταστημάτων μέσα στον Μάιο η Holland & Barrett αριθμεί συνολικά 10 καταστήματα, και αυτό μέσα σε 16 μήνες λειτουργίας στην Ελλάδα. Υπενθυμίζεται ότι η συνεργασία του Ομίλου Furlis με τη Holland & Barrett ξεκίνησε το 2022, ενώ στις αρχές του 2023 δημιουργήθηκαν τα πρώτα έξι φυσικά καταστήματα στην

Ελλάδα, καθώς και το ταχέως αναπτυσσόμενο ηλεκτρονικό κατάστημα για πανελλαδική κάλυψη. Ο Όμιλος στοχεύει στην περαιτέρω επέκταση του δικτύου καταστημάτων Holland & Barrett τόσο στην Ελλάδα, όσο και στη Ρουμανία και τη Βουλγαρία μέσω της ανάπτυξης, ενός δικτύου φυσικών και ηλεκτρονικών καταστημάτων.

Επιπλέον, το eshop <https://www.hollandandbarrett.gr/> κατέγραψε ρεκόρ πωλήσεων τον Μάιο, σημειώνοντας σημαντική άνοδο μετά από ένα χρόνο λειτουργίας, γεγονός που υπογραμμίζει την επιτυχία και την αποδοχή του από τους καταναλωτές.

Η Holland & Barrett Ελλάδας, του Ομίλου Furlis, τιμήθηκε με το Νο1 βραβείο "Partner of the Year 2024" από τη Holland & Barrett UK. Η ομάδα της εταιρείας παραβρέθηκε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά στο International Partner Conference στην Αγγλία, όπου συμμετείχαν εκπρόσωποι από πάνω από 20 χώρες. Οι εκπρόσωποι της Holland & Barrett Ελλάδας ήταν η Σοφία Σπηλιωτοπούλου, Head of Business Unit, η Θάλεια Μαθιού, Marketing Manager, και ο Γιάννης Παναγούλης, Category Manager. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, η ελληνική ομάδα συμμετείχε σε πάνελ, μιλώντας για το επιτυχημένο λανσάρισμα της Holland & Barrett στην Ελλάδα και μοιράστηκε τα best practices με τους διεθνείς συνεργάτες.



Export News

Μεγάλες αυξήσεις στις εισαγωγές φρούτων και λαχανικών στο πεντάμηνο - Τι αναφέρουν τα επίσημα στοιχεία

Ζητήματα παράνομων «ελληνοποιήσεων» προϊόντων και της μειωμένης εγχώριας παραγωγής έρχονται στο προσκήνιο με βάση τα νέα στοιχεία που αφορούν στις εισαγωγές φρούτων και λαχανικών στην Ελλάδα κατά τους πρώτους πέντε μήνες του έτους.

Σύμφωνα με τα δεδομένα του Συνδέσμου Ελληνικών Επιχειρήσεων Εξαγωγής, Διακίνησης Φρούτων, Λαχανικών και Χυμών (INCOFRUIT-HELLAS), οι εισαγωγές φρούτων και λαχανικών παρουσίασαν σημαντική αύξηση της τάξης του 23,26% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Πιο συγκεκριμένα, οι συνολικές εισαγωγές ανήλθαν στους 383.324 τόνους, σε σύγκριση με τους 310.979 τόνους που καταγράφηκαν την ίδια περίοδο του προηγούμενου έτους.

Αυτή η σημαντική αύξηση στις εισαγωγές εγείρει ανησυχίες για το φαινόμενο των παράνομων «ελληνοποιήσεων», όπου εισαγόμενα προϊόντα παρουσιάζονται ως εγχώρια, υπονομεύοντας έτσι την τοπική παραγωγή και την αξιοπιστία των ελληνικών προϊόντων.

Επιπλέον, η αυξημένη εξάρτηση από τις εισαγωγές υποδεικνύει προβλήματα στη βιωσιμότητα και την επάρκεια της εγχώριας γεωργικής παραγωγής, γεγονός που μπορεί να έχει μακροπρόθεσμες επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία και αγροτική ανάπτυξη.

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία οι εισαγωγές του πενταμήνου στα κυριότερα προϊόντα διαμορφώθηκαν ως εξής:



Προϊόν	Τρέχουσες Εισαγωγές (τόνοι)	Προηγούμενες Εισαγωγές (τόνοι)	Ποσοστιαία Αλλαγή	Χώρες Προέλευσης
Πατάτες	195.572	142.347	+37,39%	Αίγυπτος, Κύπρος, Γαλλία, Γερμανία
Μπανάνες	111.569	106.088	+10,82%	Ισημερινός, Κόστα Ρίκα, Κολομβία
Κρεμμύδια	8.239	19.040	-56,73%	Αυστρία, Ολλανδία, Αίγυπτος, Γερμανία, Περού
Ντομάτες	1.392	1.002	+38,92%	Τουρκία, Γερμανία, Ολλανδία
Πιπεριές	2.213	1.617	+36,86%	Ιορδανία, Ισραήλ, Μπαγκλαντές, Ισπανία
Μήλα	11.893	4.343	+173,84%	Βόρεια Μακεδονία, Ιταλία, Πολωνία
Αβοκάντο	2.000	1.977	+42,03%	Ολλανδία, Ισραήλ, Κύπρος
Ακτινίδια	1.348	203	+564,04%	Ιράν, Ιταλία, Ισπανία
Λεμόνια	4.329	2.418	+79,03%	Τουρκία, Αίγυπτος, Ισπανία, Αργεντινή, Ολλανδία
Αχλάδια	3.700	1.800	+105,56%	Ιταλία, Ολλανδία, Νότια Αφρική, Αργεντινή
Μανιτάρια	5.961	5.716	+4,29%	Πολωνία, Ρουμανία, Ολλανδία

Όπως ανέφερε ο ο Ειδικός Σύμβουλος του Συνδέσμου Ελληνικών Επιχειρήσεων Εξαγωγής, Διακίνησης Φρούτων, Λαχανικών και Χυμών (INCOFRUIT-HELLAS) κ. Γιώργος Πολυχρονάκης: «Είναι απαραίτητο τα φρούτα και λαχανικά που προέρχονται από τρίτες χώρες, να πληρούν τις ίδιες ποιοτικές προδιαγραφές που απαιτούνται για τους παραγωγούς της ΕΕ, με ίσες συνθήκες εργασίας και ίδια χρήση φυτοπροστατευτικών προϊόντων.

Οι ελληνικές ελεγκτικές αρχές θα πρέπει να πραγματοποιούν αυστηρούς ελέγχους για τήρηση των εμπορικών προδιαγραφών ποιότητας και μη ύπαρξης υπολειμμάτων φυτοφαρμάκων στα εισαγόμενα προϊόντα στην ελληνική αγορά με παράλληλη διασφάλιση της μη «ελληνοποίησης» τους».

Tourism

Ο ΕΟΤ και η Ελλάδα έλαμψαν στην κορυφαία διεθνή εμπορική έκθεση ταξιδιωτικής αγοράς της Κίνας

Η Ελλάδα, μέσω του ΕΟΤ, βρέθηκε στο επίκεντρο της ταξιδιωτικής βιομηχανίας της Κίνας με εντυπωσιακό περίπτερο και αυξημένη συμμετοχή στην κορυφαία διεθνή τουριστική έκθεση B2B. Η ITB China 2024 (Σαγκάη 27-29/05/24), η οποία είναι η κορυφαία B2B διεθνής εμπορική έκθεση που εστιάζει στην ταξιδιωτική αγορά της Κίνας, σηματοδότησε το 2024 ως έτος ανάκαμψης και αισιοδοξίας για την κινεζική ταξιδιωτική βιομηχανία.

Ο Ε.Ο.Τ. συμμετείχε με περίπτερο 90 τ.μ. και συν-εκθέτες την Περιφέρεια Αττικής, την Περιφέρεια Κ.

Μακεδονίας, τον Elitour (Ελληνικό Συμβούλιο Τουρισμού Υγείας), τον Οργανισμό This is Athens, τον ΗΑΤΤΑ με αντιπροσώπους από επτά Τ.Α. καθώς και τα Τουριστικά Γραφεία Kalamaki Travel, My Odyssey, TourGreece και τα Ξενοδοχεία Chandris Hotels, οι οποίοι πραγματοποίησαν μεγάλο αριθμό προκαθορισμένων και μη συναντήσεων.

Περισσότεροι από 15.000 συμμετέχοντες, πάνω από 1.000 επιλεγμένοι αγοραστές (buyers) και περίπου 250 εκπρόσωποι των μέσων ενημέρωσης συμμετείχαν στην Έκθεση, ενώ πραγματοποιήθηκαν, σύμφωνα με τους διοργανωτές 27.500+ επαγγελματικές συναντήσεις μεταξύ επαγγελματιών και 600 εκθετών από περισσότερες από 80 χώρες. Κατά την διάρκεια της Έκθεσης, τα στελέχη του Ε.Ο.Τ. πραγματοποίησαν περισσότερες από 50 συναντήσεις στο χώρο του

Κεντρική είσοδος Hellas House





Συναντήσεις του Ε.Ο.Τ. στο χώρο του περίπτερου-διακρίνονται στο κέντρο ο κ. Παύλος Μούρμας-Προϊστάμενος Υπηρεσίας Ε.Ο.Τ. Κίνας και αριστερά η κ. Αθηνά Σπακουρή-Δ/ντρια Διοικητικού-Κ.Υ.-Ε.Ο.Τ.

περίπτερο, με τουριστικά πρακτορεία αλλά και ΜΜΕ, συζητώντας τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης των ήδη δημοφιλών αλλά και νέων προορισμών στην Ελλάδα, δεδομένων των απ' ευθείας πτήσεων της αεροπορικής εταιρείας Juneyao από την Σαγκάη στην Αθήνα και της δημιουργίας κοινού κωδικού (interline) για πτήσεις εσωτερικού στην Ελλάδα.

Επιπλέον, από το προφίλ των πρακτορειών που ήταν καταχωρημένα στην πλατφόρμα της Έκθεσης διαπιστώθηκε ότι πλέον των 50 επιπλέον πρακτορειών είχαν μεταξύ άλλων και ενδιαφέρον για την Ελλάδα και την δημιουργία σχετικών προγραμμάτων (Senior travel, Weddings, Luxury travel, Wellness, Golf Holidays, Medical travel, Luxury shopping, Family holidays κ.α.) για διάφορους προορισμούς.

Την δεύτερη ημέρα της Έκθεσης (28/5), πραγματοποιήθηκε παρουσίαση του Ε.Ο.Τ. σε Τουριστικά Πρακτορεία και

ΜΜΕ, στον χώρο του Hellas House στην Σαγκάη, όπου ο Προϊστάμενος της Υπηρεσίας Ε.Ο.Τ. Κίνας κ. Παύλος Μούρμας, αναφέρθηκε στο πολυποίκιλο του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος -πέραν του «Ήλιου & Θάλασσας»- και την δυνατότητα δημιουργίας τουριστικών πακέτων ή tailor made διακοπών για τους Κινέζους επισκέπτες, καθ' όλη την διάρκεια του έτους.

Επίσης έγινε αναφορά και στην προοπτική συνεργασίας του Ε.Ο.Τ. με τουριστικά πρακτορεία και τις αεροπορικές εταιρείες όπως και τουριστικά μέσα, μέσω του προγράμματος συν-διαφήμισης, διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων, με στόχο την άνοδο του τουριστικού ρεύματος από την Κίνα.

Στην παρουσίαση παρευρέθηκαν εκτός των άλλων, ο αντιδήμαρχος της επαρχίας Zhangjiajie City κ. Long Tie jun και ο κ. Gheng Xi – General Manager, Commercial Department της Juneyao Airlines, οι οποίοι είχαν επί μέρους σχετικές συνομιλίες με τον κ. Π. Μούρμα.

Μετά την παρουσίαση του Ε.Ο.Τ. ακολούθησε δεξίωση στους παρευρισκόμενους στον εξωτερικό χώρο του Hellas House και επί μέρους συνομιλίες και συναντήσεις με Τ.Α. και ΜΜΕ.

Το περίπτερο καθώς και την εκδήλωση, τίμησαν με την παρουσία τους ο Περιφερειάρχης Αττικής κ. Νίκος Χαρδαλιάς, ο Γενικός Πρόξενος στην Σαγκάη κ. Γεώργιος Παρθενίου και ο Εμπορικός Ακόλουθος κ. Σπυρίδων Λιόντος και πλήθος επαγγελματιών του κλάδου καθώς και ΜΜΕ.

Δεξίωση στο Hellas House





Από τα γυρίσματα του κρατικού τηλεοπτικού δικτύου της Ρουμανίας TVR2 στα θρησκευτικά μνημεία της Πάτμου.

Tourism

Προβολή Ρόδου, Κω, Πάτμου και Λέσβου σε Γαλλία και Ρουμανία μέσω fam trips του ΕΟΤ

Από τις 29 Μαΐου μέχρι τις 3 Ιουνίου, τρεις δημοσιογράφοι από τη δυτική Γαλλία επισκέφτηκαν τα νησιά Ρόδο και Κω σε ένα δημοσιογραφικό ταξίδι. Η επίσκεψή τους οργανώθηκε από την Υπηρεσία ΕΟΤ Γαλλίας σε συνεργασία με την Transavia, την κορυφαία αεροπορική εταιρεία που συνδέει τη Γαλλία με την Ελλάδα, και με την υποστήριξη των Δήμων των δύο νησιών.

Στο ταξίδι συμμετείχαν οι Anne-Flore Hervé από την εφημερίδα «Ouest-France», που είναι η πρώτη σε κυκλοφορία εφημερίδα του περιφερειακού Τύπου και η πέμπτη σε πανεθνικό επίπεδο, Antoine Declety από τη μεγαλύτερη εφημερίδα της Βρετανίας «Le Télégramme» και Fabienne Ullmann, ταξιδιωτική συντάκτρια του «Elle Nantes», ένθετο στο κορυφαίο γυναικείο περιοδικό «Elle». Τη δημοσιογραφική αποστολή συνόδευσαν ο υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων και Τύπου της Transavia, Matthieu Degrave, και η εκπρόσωπος της Υπηρεσίας ΕΟΤ Γαλλίας, Catherine Renaud.

Η γαλλική δημοσιογραφική αποστολή, με τους εκπροσώπους του ΕΟΤ και της εταιρείας Transavia, στην παλιά πόλη της Ρόδου.



Στιγμιότυπο από την επίσκεψη των Γάλλων δημοσιογράφων και των εκπροσώπων του ΕΟΤ και της Transavia στην Λίνδο, με τη συνοδεία της διευθύντριας Τουρισμού του Δήμου Ρόδου, Βεατρίκης Σέρβου.



Κατά την παραμονή τους στα δύο νησιά, οι Γάλλοι δημοσιογράφοι ξεναγήθηκαν στις αντιπροσωπευτικότερες περιοχές και αξιοθέατά τους, γνώρισαν τις πολυποικίλες εμπειρίες που αυτά προσφέρουν στους επισκέπτες και δοκίμασαν τοπικές γεύσεις και κρασιά. Σκοπός του ταξιδιού τους ήταν η συγκέντρωση στοιχείων για τη σύνταξη ταξιδιωτικών ρεπορτάζ, στα οποία η Ρόδος και η Κως θα παρουσιαστούν ως ιδανικοί προορισμοί για διακοπές κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου, ιδίως για δυνητικούς επισκέπτες από τη Ναντ και ευρύτερα τη δυτική Γαλλία.

Η κρατική τηλεόραση της Ρουμανίας επισκέφθηκε Κω και Ρόδο

Την Κω και την Πάτμο επισκέφθηκε, επίσης, δημοσιογραφική ομάδα από την εκπομπή «Cap Compras» του κρατικού τηλεοπτικού δικτύου της Ρουμανίας TVR2. Το ταξίδι υλοποίησε στο διάστημα 21-24 Μαΐου η Υπηρεσία ΕΟΤ Ρουμανίας, με την υποστήριξη των αντίστοιχων Δήμων και τη συνεργασία τοπικών φορέων.

Μεταξύ άλλων, οι Ρουμάνοι δημοσιογράφοι επισκέφθηκαν το Ιερό Σπήλαιο και τα σπουδαία μοναστήρια της Πάτμου, προκειμένου να καταγράψουν μοναδικές εικόνες για τους τηλεθεατές. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι περισσότεροι από τους 1,4 εκατ. Ρουμάνους τουρίστες, που ταξίδεψαν πέρσι στην

Ελλάδα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, επισκέφθηκαν τα σημαντικότερα θρησκευτικά μνημεία της, ενώ ο θρησκευτικός τουρισμός από την Ρουμανία εμφανίζει σταθερή παρουσία στη χώρα μας.

Στη συνέχεια, η ρουμανική αποστολή ταξίδεψε στο νησί της Κω, όπου ακολούθησε πρόγραμμα ξεναγήσης από εκπροσώπους του Δήμου.

«Λέσβος: Η ελληνική πρωτεύουσα του ζεν»

Την ίδια στιγμή, ως την «ελληνική πρωτεύουσα του ζεν» παρουσίασε το νησί της Λέσβου η ενημερωτική εκπομπή υψηλής τηλεθέασης «Observator» του ρουμανικού τηλεοπτικού δικτύου Antena 1, δίνοντας

έμφαση στο αίσθημα γαλήνης και πληρότητας που αισθάνεται ο επισκέπτης στο νησί του Βόρειου Αιγαίου.

Το συνεργείο της εκπομπής βρέθηκε στην Λέσβο για το ρεπορτάζ από τις 25 έως τις 28 Μαΐου, με αφορμή την έναρξη πτήσεων charter από το Βουκουρέστι προς την Μυτιλήνη κατά τη φετινή τουριστική περίοδο. Το ταξίδι διοργάνωσε η Υπηρεσία ΕΟΤ Ρουμανίας, σε συνεργασία με την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου και τοπικούς επαγγελματικούς φορείς.

Ο Antena 1 είναι ένα από τα κορυφαία τηλεοπτικά δίκτυα της Ρουμανίας, κατέχοντας τη δεύτερη θέση στην γενική τηλεθέαση, ενώ η εκπομπή «Observator» προβάλλεται στην prime time ζώνη και θεωρείται ως ένα από τα πλέον αξιόπιστα δημοσιογραφικά προγράμματα της ρουμανικής τηλεόρασης.

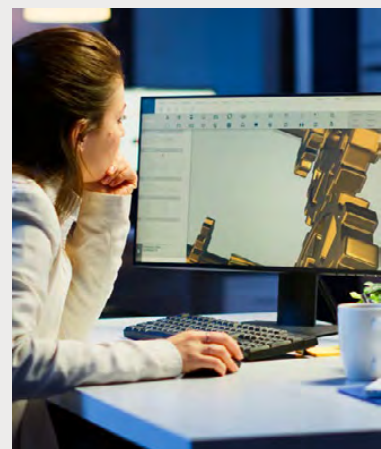


Το ρεπορτάζ της εκπομπής «Observator» χαρακτήρισε την Λέσβο ως την «ελληνική πρωτεύουσα του ζεν».

LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



Εκδότρια - Εμπορική Διεύθυνση:
Κλαίρη Στυλιάρá

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



sayes
communications