



Η **GREAT EXHIBITIONS**
μαζί με **40+** ελληνικές εταιρείες
ταξιδεύει για **Νέα Υόρκη!**

Exhibitions we
TRULY
Love

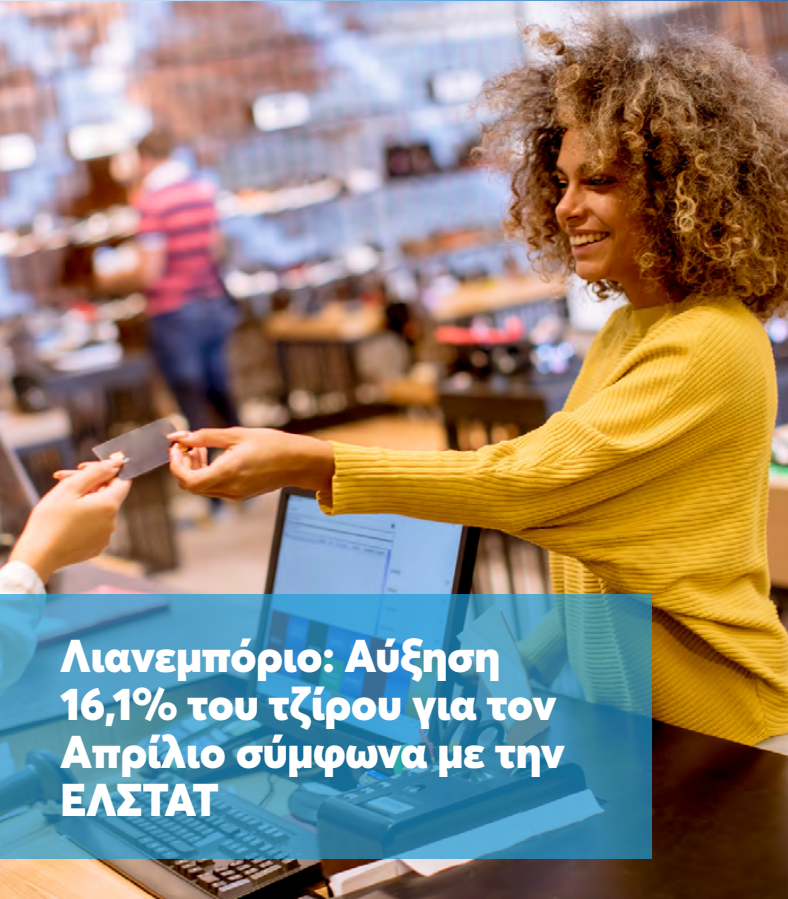


summer
**fancy food
show**

JUNE 23-25, 2024 • JAVITS CENTER • NYC



25.06.2024 Τεύχος #216



Λιανεμπόριο: Αύξηση 16,1% του τζίρου για τον Απρίλιο σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ



Αлк. Καλαμπόκης (GreatExhibitions): Αναδεικνύουμε τον πλούτο της ελληνικής παραγωγής στην Summer Fancy Food Show 2024



UES Marine: Νέα συνεργασία με την Attica Group



Μείωση για τις εξαγωγές ελβετικών ρολογιών τον Μάιο



Ο κόσμος γίνεται
πιο καθαρός,
γίνεται... blue.

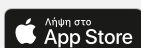


Εδώ και ενάμιση χρόνο, με την ηλεκτροκίνηση,
η ΔΕΗ έχει αλλάξει τον τρόπο που μετακινούμαστε.

Η ΔΕΗ blue αποτελεί το μεγαλύτερο δίκτυο δημόσια
προσβάσιμων φορτιστών πανελλαδικά, **ξεπερνώντας
τα 1.000 σημεία φόρτισης**, με παρουσία σε 45 νομούς.

Οι φορτιστές ΔΕΗ blue χρησιμοποιούν ενέργεια που
προέρχεται αποκλειστικά από ΑΠΕ, συμβάλλοντας
σε έναν κόσμο με ακόμα περισσότερη καθαρή ενέργεια
και σεβασμό στον πλανήτη και στον άνθρωπο.

Κατεβάστε την εφαρμογή ΔΕΗ blue



blue

Το μέλλον
φορτίζει
deiblu.com



Let's Talk

Αлк. Καλαμπόκης (GreatExhibitions): Αναδεικνύουμε τον πλούτο της ελληνικής παραγωγής στην Summer Fancy Food Show 2024

Στα πλαίσια της Summer Fancy Food Show 2024, η οποία ολοκληρώνεται σήμερα Τρίτη 25 Ιουνίου, το Export-Greece συνομίλησε με τον κ. Αλκιβιάδη Καλαμπόκη Διευθύνοντα Σύμβουλο της Great Exhibitions και άνθρωπο-κλειδί όσον αφορά την ελληνική συμμετοχή, σχετικά με την παρουσία των Ελλήνων στην έκθεση, τα στοιχεία που διαφοροποιούν τους Αμερικανούς καταναλωτές, τις προοπτικές των ελληνικών προϊόντων, τις δυνατότητες των ελληνικών εξαγωγών και για θέματα σχετικά με το εξαγωγικό εμπόριο της Ελλάδας καθώς και τις δυσκολίες που υπάρχουν τα τελευταία χρόνια.

Κύριε Καλαμπόκη, η φετινή διοργάνωση της Summer Fancy Food Show συμπίπτει με τα 10 χρόνια λειτουργίας της GreatExhibitions, τι σημαίνει αυτό για εσάς;

Είναι ιδιαίτερα σημαντική η φετινή μας επέτειος διότι η συμπίπτει με την ανάληψη του έργου της SUMMER FANCY FOOD από Specialty Food Association (SFA) που για μας αποκτά μια ιδιαίτερη βαρύτητα, ως επιστέγασμα, των προσπαθειών που έχουμε κάνει τα τελευταία χρόνια μπαίνοντας στον εκθεσιακό κλάδο. Η εμπειρία βέβαια της εταιρείας μας δεν εξαντλείται στα 10 χρόνια και η διαφορά σε σχέση με τον ανταγωνισμό είναι ότι 40 χρόνια -αποκλειστικά- ασχολούμαστε με τις εξαγωγές. Έτσι γνωρίζουμε την ανάγκη του εξαγωγέα, γνωρίζουμε



την εξαγωγική διαδικασία, τους κόπους, τον τρόπο, την αγωνία που αυτό είναι που μας γεμίζει από ευθύνες προκειμένου να του ανοίγουμε δρόμους.

Είναι η άλλη σημαντική διαφοροποίηση της GREAT EXHIBITIONS σε σχέση με το εκθεσιακό περιβάλλον στη χώρα. Στη δεκαετή λειτουργία μας, αυτό που κάνουμε από την πρώτη μέρα, ήταν ότι ανοίξαμε νέους δρόμους σε νέα εξαγωγικά μονοπάτια. Χτίσαμε εκθέσεις σε χώρες όπου η Ελλάδα δεν υπήρχε καθόλου. Δώσαμε τη δυνατότητα στους εξαγωγείς να έχουν πρόσβαση σε νέες αγορές.

Αυτό έχει μια ιδιαίτερη σημασία για τους εξαγωγείς μας, γιατί η πρόσβαση σε νέες αγορές μειώνουν τον κίνδυνο που έχουν από τις εξαγωγές τους στις παραδοσιακές αγορές, είναι η λεγόμενη διασπορά κινδύνου.

Επιγραμματικά θυμίζω ότι την πρώτη χρονιά της λειτουργίας μας ήμασταν με εκείνη που κάναμε την Winter Fancy Food Show σε συνεργασία πάντα με την SFA και έκτοτε για κάποια χρόνια διοργανώναμε την τελική συμμετοχή στο Σαν Φρανσίσκο, ενώ τα τελευταία χρόνια η έκθεση Winter Fancy Food Show έχει μεταφερθεί στο Λας Βέγκας.

Με αυτό τον τρόπο ανοίξαμε την αγορά στη δυτική ακτή των ΗΠΑ. Έτσι δώσαμε ένα παράθυρο πέρα από την κλασική αγορά της Ανατολικής ακτής στους εξαγωγείς μας να έχουν πρόσβαση στην Δυτική ακτή.

Ήμασταν οι πρώτοι που διοργανώσαμε την PLMA Σικάγο, δίνοντας έτσι πάλι τη δυνατότητα να ανοίξουμε νέες αγορές και στο Κέντρο της Αμερικής, σε μια επίσης πολύ μεγάλη πολιτεία που απλώνει τα δίκτυα της στις όμορες πολιτείες.

Έτσι ως επιστέγασμα της ανάληψης της ελληνικής συμμετοχής της SUMMER FANCY SHOW διαθέτουμε το πιο ολοκληρωμένο ουσιαστικό μεστό πρόγραμμα με τα μεγαλύτερα εκθεσιακά γεγονότα.



Μετά από αυτή την εισαγωγή, πείτε για την Summer Fancy Food Show, τον αριθμό των συμμετοχών αλλά και ποιες είναι οι διαφοροποιήσεις σε σχέση με το παρελθόν;

Θα έλεγα ότι είναι σε όλους γνωστό ότι η Ελλάδα κινείται στην αγορά της Αμερικής εδώ και πολλά χρόνια. Πολλά ελληνικά προϊόντα πρωταγωνιστούν και βλέπουμε ότι υπάρχει μια διαχρονική παρουσία των Ελλήνων εξαγωγών στην αγορά της Αμερικής.

Αυτό τους γεμίζει μια περαιτέρω ευθύνη προκειμένου, με βήμα την ομογένεια που έχει παίξει καθοριστικό ρόλο και λόγο στις εξαγωγές μας, - καθώς η Αμερική είναι πάντοτε μέσα στην πεντάδα των χωρών που αγοράζουν τα ελληνικά προϊόντα - , να διευρύνουν την παρουσία τους και σε μεγαλύτερα δίκτυα σε μεγαλύτερες αλυσίδες λιανικής και διευρύνοντας το εξαγωγικό τους οπλοστάσιο πέρα από τα στενά περίχωρα της Νέας Υόρκης.

Η φετινή Summer Fancy Food Show, που είναι η 68η, είναι διαφοροποιημένη σε σχέση με το παρελθόν για διάφορους λόγους.

Καταρχήν, ο όγκος της είναι από ότι φαίνεται μεγαλύτερος σε σχέση με οποιαδήποτε άλλη προηγούμενη διοργάνωση. Αναμένεται να ξεπεράσει κάθε ρεκόρ από πλευράς επισκεψιμότητας. Η επισκεψιμότητα σε μια τέτοια έκθεση δεν είναι η επισκεψιμότητα απλών καταναλωτών ή περιπατητών που θέλουν να κάνουν βόλτα. Είναι μια επισκεψιμότητα που ελέγχεται αυστηρά, δηλαδή οι εισόδοι κάρτες εισόδου ελέγχονται αυστηρά για την εμπορική δραστηριότητα των επισκεπτών, ούτως ώστε έτσι να διασφαλίσει την ποιότητα των εισερχομένων ατόμων προκειμένου να κάνουν εμπορικές συνομιλίες, οι οποίες

μπορούν να καταλήξουν σε εμπορικές συναλλαγές.

Άρα λοιπόν, για εμάς είναι πολύ σημαντική η φετινή Summer Fancy Food που γίνεται 23 με 25 Ιουνίου στο Javits Center όπου η διοργάνωση ελληνικής συμμετοχής και αυτή η παρουσία των 40 και πλέον ελληνικών εταιρειών είναι ένα μεγάλο γεγονός από μόνο του είναι μία από τις μεγαλύτερες συμμετοχές, που φέτος έχει την διαφοροποίηση ότι σε συνεργασία με την με την Speciality Food Association διοργανώσαμε πολλά ενημερωτικά σεμινάρια σε τρεις παράλληλους κύκλους.

Η SFA με την οποία συνεργαζόμαστε τα τελευταία 10 χρόνια αδιάκοπα μας έδειξε την εμπιστοσύνη, προσπαθώντας με τη δική της τη συνδρομή, αλλά και με τη δική μας την συνδρομή παράλληλα, να διοργανώσουμε μια σειρά σεμιναρίων.

Η σειρά των σεμιναρίων έχει να κάνει με την ενημέρωση των εκθετών σε σχέση με την αγορά της Αμερικής. Είναι κάποια καινούργια εργαλεία που βοηθούν τον Έλληνα εξαγωγέα να προετοιμαστεί καλύτερα, να λειτουργήσει πιο αποτελεσματικά στην αμερικανική αγορά.

Ήταν και επιθυμία της διοργάνωσης από την αρχή να μπορέσουν οι Έλληνες εξαγωγείς συμμετέχοντες να έρθουν στην Αμερική εξοπλισμένοι με τη γνώση της αμερικανικής αγοράς.

Ο τρόπος που πρέπει κάποιος να διαχειριστεί τη συμμετοχή του στην SUMMER FANCY FOOD είναι εντελώς διαφορετικός σε σχέση με την Ευρώπη.

Με αυτή τη λογική λοιπόν, η SFA μαζί με την GREATEX-HIBITIONS διοργάνωσαν μια σειρά σεμιναρίων.



Μπορείτε να μας αναφέρετε αυτά τα σεμινάρια και τον σκοπό τους;

Τα σεμινάρια χρονικά ξεκίνησαν πριν από μερικές εβδομάδες. Το πρώτο σεμινάριο, το Passport To Success έγινε στις 9 Μαΐου με εισηγητή τον αμερικανό Bob Burke ο οποίος έχει μια τεράστια γνώση στο κομμάτι της ανάλυσης της αμερικανικής αγοράς. Επίσης, ομιλητής ήταν ο κύριος Νικολάου εκ μέρους της Optima, που είναι γνωστή εταιρεία εισαγωγής ελληνικών προϊόντων και διανομής στην Αμερική με έδρα την Αστόρια.

Οι 2 ομιλητές με την εμπειρία τους ανέδειξαν στους παριστάμενους που ξεπέρασαν το 65-70% των συμμετεχόντων, το πώς πρέπει κάποιος να κινηθεί σε σχέση με την δημιουργία καταλόγου. Ποια είναι δηλαδή η τιμολογιακή πολιτική που πρέπει να ακολουθήσει κάποιος για την αμερικανική αγορά. Η τιμολογιακή πολιτική είναι εντελώς διαφορετική από το σκεπτικό μιας ευρωπαϊκής συνεργασίας.

Αυτό λοιπόν αναλύθηκε με πολύ επεξηγηματικό τρόπο, ώστε να γίνει κατανοητό πως διαμορφώνουμε την τιμολογιακή μας πολιτική. Πώς λειτουργεί η αμερικανική αγορά, ποια είναι τα κανάλια διανομής, τι θέλει να δει ένας διανομέας και πολλά άλλα σημαντικά θέματα που κίνησαν το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων.

Ως αποτέλεσμα είχε ότι το πρώτο σεμινάριο ήταν απόλυτα επιτυχημένο, καθώς οι εκθέτες απέκτησαν γνώση για το πώς θα πρέπει να κινηθούν στη συγκεκριμένη αγορά.

Ακολούθησε ένας δεύτερος κύκλος σεμιναρίων, αρχής γενομένης από 16 Μαΐου, για το πώς οι εκθέτες πρέπει να χειρίζονται την παρουσία τους στη διάρκεια της έκθεσης. Εισηγήτρια ήταν Emily Page και το παρακολούθησε πάνω από το 70%.

Η κα. Page είχε τη δυνατότητα να αναπτύξει μέσα από ένα διαδικτυακό δημιουργικό σεμινάριο, τον τρόπο που πρέπει ένας εκθέτης να «στέκεται» στην έκθεση.

Ο τρόπος προσέγγισης των Αμερικανών είναι εντελώς διαφορετικός από τον υπόλοιπο κόσμο, κινείται πιο ελεύθερα. Θέλει να είναι πιο οικειός, οι επικοινωνίες που έχει με τον εκθέτη δεν είναι τόσο τυπικές και γι αυτό Έλληνας εκθέτης θα πρέπει να είναι προετοιμασμένος σε ένα φιλικό τρόπο προσέγγισης.

Χρειάζεται μία αμεσότητα στην επικοινωνία, ο εκθέτης θα πρέπει να είναι στο περίπτερο του όρθιος κοντά στα προϊόντα του, να μιλάει, να εξηγεί την ιστορία των προϊόντων αλλά και την ποιοτική διαφοροποίηση.

Όλος αυτός ο τρόπος προσέγγισης έγινε πολύ αναλυτικά και θεωρώ ότι ήταν ένα πολύ χρήσιμο σεμινάριο με βάση τα καλά σχόλια που είχαμε από τους εκθέτες που αντιλήφθηκαν το πώς θα πρέπει να κινηθεί να κινούνται στη συγκεκριμένη έκθεση, αλλά και γενικότερα στην αμερικανική αγορά.

Τα σεμινάρια με Emily Page είχαμε την ευτυχία



να συνεχιστούν one to one. Δηλαδή η Emily είχε τη δυνατότητα να μιλήσει με κάθε επιχείρηση ξεχωριστά, να δει τα προϊόντα, να αντιληφθεί η ίδια το προϊόντικό πορτφόλιο των εκθετών και να τους δώσει πιο εξειδικευμένες πληροφορίες για το πώς πρέπει να σταθούν στην αγορά, πως θα μιλήσουν στον Αμερικανό αγοραστή, τι θα πρέπει να αναδείξουν από τα προϊόντα τους. Να σημειώσω εδώ ότι η Ελλάδα κατέχει από αρχαιότατων χρόνων όλα εκείνα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που αναδεικνύουν όχι μόνο την ιστορικότητα, την αυθεντικότητα αλλά και την υψηλή ποιότητα των ελληνικών προϊόντων. Υπάρχουν ανταγωνίστριες χώρες οι οποίες δεν διαθέτουν αυτά τα πλεονεκτήματα μάρκετινγκ που για μας είναι αυτονόητα και διακριβωμένα ιστορικά.

Εμείς λοιπόν, όλα αυτά πρέπει να τα αναδεικνύουμε με κάθε τρόπο προκειμένου όχι μόνο να φανεί η διαφορά μας σε σχέση με τον ανταγωνισμό, αλλά να αντιληφθεί και ο ίδιος ο επισκέπτης της έκθεσης, ο διανομέας, ο εισαγωγέας ο retailer, ότι αγοράζοντας ένα ελληνικό προϊόν αγοράζει ιστορία, αγοράζει η παράδοση, αγοράζει η αυθεντικότητα, αγοράζει η ποιότητα και η αγοράζει σύγχρονη συσκευασία.

Πρέπει να αναφέρουμε ότι τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει πολύ μεγάλες προσπάθειες από τους Έλληνες εξαγωγείς προκειμένου η συσκευασία τους να είναι ακόμη πιο ελκυστική, πιο φιλικά προσκείμενη στον καταναλωτή και έχουν λάβει το μήνυμα ότι η συσκευασία μια και μοναδική, δεν μπορεί να «περπατήσει» σε όλες τις αγορές, ιδιαίτερα στην αγορά της Αμερικής.

Η συσκευασία μας πρέπει να είναι διαφοροποιημένη προκειμένου ο Αμερικανός καταναλωτής να αντιληφθεί όλο αυτό το ιστορικό βάρος που φέρουν τα ελληνικά προϊόντα.

Μιλήστε μας γιατί ελληνικές συμμετοχές στη φετινή Summer Fancy Food Show 2024.

Οι ελληνικές συμμετοχές φέτος θα είναι περισσότερες από 40. Πρόκειται για μία από τις μεγαλύτερες συμμετοχές διαχρονικά από μεγάλες εταιρείες που

δραστηριοποιούνται χρόνια στην Αμερική. Επίσης με τη συμμετοχή 3 Περιφερειών: της Κεντρικής Μακεδονίας, της Δυτικής Μακεδονίας και της Περιφέρειας Θεσσαλίας μαζί με το Επιμελητήριο Λάρισας.

Έχουμε εταιρείες οι οποίες δραστηριοποιούνται χρόνια στην Αμερική, στο κομμάτι της εξαγωγής της ελιάς, στο ροδάκινο, στα γαλακτοκομικά προϊόντα, στα αναψυκτικά, εταιρείες εμφιαλώσεως νερού, εταιρείες με διατροφικές μπάρες, παστέλια, εταιρείες ροφημάτων με τσάγια, εταιρείες με βιολογικά προϊόντα, κρασιά, ούζο κλπ.

Συμμετέχουμε με μια μεγάλη παλέτα ελληνικών προϊόντων που θα αναδείξουν τον πλούτο της ελληνικής παραγωγής.

Πρόκειται για εταιρείες που παράγουν καινοτόμα και ποιοτικά προϊόντα εταιρείες και που δραστηριοποιούνται χρόνια στην Αμερική, καθώς και νέες που προσπαθούν να κάνουν τα πρώτα βήματά τους στην αμερικανική αγορά.

Πώς βλέπετε την ελληνική παρουσία στην φετινή έκθεση;

Όσον αφορά την εικόνα της ελληνικής παρουσίας, θα είναι φέτος ενισχυμένη καθώς έχουν γίνει διάφορες ενέργειες μάρκετινγκ προκειμένου να γνωστοποιηθεί στους αγοραστές η ελληνική συμμετοχή.

Από την GreatExhibitions έχουν σταλεί προσκλήσεις στοχευμένες σε αγοραστές, προκειμένου να επισκεφτούν το ελληνικό περίπτερο, αλλά παράλληλα μια καινοτομία που έγινε φέτος σε συνεργασία πάντοτε με την SFA είναι ότι ζητήθηκε από τους Έλληνες εκθέτες να μας υποδείξουν εισαγωγείς που θα θέλουν να έρθουν και έτσι του στείλαμε πρόσφατα μια λίστα αγοραστών που επιβεβαίωσαν κατόπιν του αιτήματος των Ελλήνων εκθετών τη συμμετοχή τους στην έκθεση -έχουν προσκληθεί από την SFA- και θα περάσουν στο ελληνικό περίπτερο για να δούνε τα ελληνικά προϊόντα.

Η σήμανση της ελληνικής συμμετοχής με την εκθεσιακή μας ταυτότητα Truly Greece θα είναι ιδιαίτερα ενισχυμένη

και θα είναι ορατή σε διάφορα σημεία της έκθεσης.

Πείτε μας δυο λόγια για τις ελληνικές εξαγωγές συνολικά. Ποια η γνώμη σας;

Σχετικά με τις εξαγωγές μας, όπου βλέπουμε τα τελευταία χρόνια μια ιδιαίτερα αυξητική πορεία των ελληνικών εξαγωγών μέσα από την λαίλαπα της οικονομικής κρίσης καταφέραμε σε όλα αυτά τα δύσκολα χρόνια να αυξάνουμε συνεχώς τα τις στατιστικές μας επιδόσεις, να ξεπερνάμε το ένα ρεκόρ μετά το άλλο.

Το 2023 είχαμε καταρρίψει κάθε ρεκόρ και ενώ ξεκινήσαμε μέσα στην κρίση με ένα 8% του ΑΕΠ, οι εξαγωγές των προϊόντων πλέον ξεπερνούν κατά πολύ το 22%, 23% και το 2023 ξεπεράσαμε το φράγμα των 50 δισεκατομμυρίων εξαγωγών σε επίπεδο χώρας. Το 2024 το πρώτο τρίμηνο υπάρχει μια μικρή μείωση λόγω πολλών παραγόντων που δεν ελέγχονται από τους Έλληνες εξαγωγείς, όπως είναι οι 2 πόλεμοι, οι Χούτι, παράγοντες οι οποίοι δυσχεραίνουν τον τρόπο μεταφοράς των ελληνικών προϊόντων, αλλά ο Έλληνας έχει αποδείξει ότι μέσα σε αυτή τη δεκαετία, με όλα αυτά τα προβλήματα που κατάφερε να ξεπεράσει, αντιλαμβανόμενος ότι οι εξαγωγές είναι μονόδρομος και μέσα από το εξαγωγικό δυναμικό της χώρας μπορούμε να έχουμε καλές οικονομικές επιδόσεις και να συντελούμε στην ανάπτυξη της οικονομίας.

Ιδιαίτερο ρόλο έχουν παίξει οι Περιφέρειες τα τελευταία χρόνια, οι οποίες έχουν ανοίξει και αυτές με τη σειρά τους την συμμετοχή τους σε εκθέσεις, δίνοντας της την δυνατότητα, με χαμηλά κοστολόγια, σε μικρές εταιρείες να κάνουν τα πρώτα τους εξαγωγικά βήματα και σιγά σιγά και αυτές με τη σειρά τους να μεγαλώνουν και να αποτελεί για αυτούς ένας μονόδρομος ο εξαγωγικός δρόμος και καλύπτουν έτσι τα κενά που μπορεί να υπάρχουν στην ελληνική αγορά.

Αυτός είναι και ο δρόμος του μέλλοντος.

Τι έχετε να μας πείτε για την αγορά της Αμερικής;

Για την αμερικανική αγορά θα ήθελα να πω ότι είναι μια αγορά η οποία έχει δυσκολίες, έχει κόστη υψηλά, αλλά θυμίζω ότι η Αμερική είναι η αγορά που σταθερά τα τελευταία χρόνια είναι στην πεντάδα των χωρών που αγοράζουν ελληνικά προϊόντα.

Είναι μια αγορά δηλαδή που δεν πρέπει κανείς να την παραγνωρίσει απεναντίας πρέπει να προσπαθήσει να βρει το βηματισμό της μέσα από την αγάπη και τα μονοπάτια που του δίνει ομογενειακός μας ελληνισμός που αγαπάει τα ελληνικά προϊόντα και τα αγοράζει, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να φέρουν την πατρίδα στο μυαλό τους.

Μέσα από αυτά τα δίκτυα να μπορούν οι εξαγωγές να κάνουν τα επόμενα βήματα, να μπουν σε μεγαλύτερες αλυσίδες, σε μεγαλύτερους retailers και να διευρύνουμε ακόμη με μια μεγαλύτερη διασπορά την την εξαγωγική μας επίδοση.

Τέλος για τα δεκαετή γενέθλια μας θα έχουμε τη δυνατότητα σαν GreatExhibitions να σας ανακοινώσουμε και άλλες εκπλήξεις που έχουν να κάνουν με τον εκθεσιακό κλάδο σε νέες αγορές που θα δώσουν τη δυνατότητα για διευρυμένα μονοπάτια για τους Έλληνες εξαγωγείς που τους ευχαριστούμε θερμά όλα αυτά τα χρόνια για την εμπιστοσύνη τους, για την άριστη συνεργασία που έχουμε μαζί τους, για το αγκάλισμα που έκαναν στην GreatExhibitions όπου και η GreatExhibitions τους το ανταποδίδει με όλους τους τρόπους, προσπαθώντας να κάνει το καλύτερο δυνατόν ώστε να έχουν μια άρτια και οργανωμένη συμμετοχή, χωρίς να προβληματίζονται για αυτό προκειμένου να κάνουν απερίσπαστα τη δουλειά τους κατά την διάρκεια της έκθεσης και εμείς να ενισχύουμε την παρουσία τους με όλα τα εργαλεία που διαθέτουμε της πρόσκλησης αγοραστών, τις δημιουργίες b2b συναντήσεων, εκπαιδευτικά σεμινάρια και όλα τα νέα εργαλεία που σύντομα θα αντιληφθείτε πόσο ο ριζοσπαστικά δημιουργικά μπορούν να επιδράσουν στην περαιτέρω αύξηση των εξαγωγών μας,



Market

Λιανεμπόριο: Αύξηση του τζίρου 16,1% τον Απρίλιο σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ

Φέτος τον Απρίλιο, ο τζίρος των επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο της χώρας, που έχουν υποχρέωση τήρησης διπλογραφικών βιβλίων και για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία σε μηνιαία βάση, αυξήθηκε κατά 12,1%, φτάνοντας τα 3,84 δισ. ευρώ, σε σύγκριση με τα 3,43 δισ. ευρώ τον Απρίλιο του 2023.

Επιπλέον, υπήρξε αύξηση 13,6% σε σχέση με τον Μάρτιο του 2024, όταν ο τζίρος είχε διαμορφωθεί στα 3,39 δισ. ευρώ.

Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, για τις επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου, εξαιρουμένων των κλάδων οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, που επίσης έχουν υποχρέωση τήρησης διπλογραφικών βιβλίων και για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία σε μηνιαία βάση, ο κύκλος εργασιών τον Απρίλιο του 2024 ανήλθε σε 1,07 δισ. ευρώ. Αυτό σημαίνει αύξηση 13% σε σχέση με τον Απρίλιο του 2023, όταν ο κύκλος εργασιών ήταν 0,94 δισ. ευρώ, και αύξηση 28,4% σε σχέση με τον Μάρτιο του 2024, όταν ο κύκλος εργασιών ήταν 0,83 δισ. ευρώ.

Για τις επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου με υποχρέωση τήρησης διπλογραφικών βιβλίων και για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία σε μηνιαία βάση, οι δραστηριότητες που παρουσίασαν τη μεγαλύτερη αύξηση στον κύκλο εργασιών τον Απρίλιο 2024 σε σχέση με τον Απρίλιο 2023 είναι:

- Πώληση άλλων μηχανοκίνητων οχημάτων (101,9%).
- Λιανικό εμπόριο χαλιών, κιλιμιών και επενδύσεων δαπέδου και τοίχου σε ειδικευμένα καταστήματα (34,8%).

Ενώ, οι δραστηριότητες που παρουσίασαν μείωση στον κύκλο εργασιών είναι:

- Λιανικό εμπόριο εξοπλισμού ήχου και εικόνας σε ειδικευμένα καταστήματα (3,9%).
- Λιανικό εμπόριο ηλεκτρονικών υπολογιστών, περιφερειακών μονάδων υπολογιστών και λογισμικού σε ειδικευμένα καταστήματα (1,9%).

Οι περιφέρειες που παρουσίασαν τη μεγαλύτερη αύξηση στον κύκλο εργασιών είναι:

- Περιφέρεια Αττικής (13%).
- Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας (12,6%).

Για τις επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου, χωρίς τους κλάδους οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, με υποχρέωση τήρησης διπλογραφικών βιβλίων και για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία σε μηνιαία βάση, οι περιφέρειες που παρουσίασαν τη μεγαλύτερη αύξηση στον κύκλο εργασιών είναι:

- Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας (16,5%)
- Περιφέρεια Αττικής (13,1%).

Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου, με υποχρέωση τήρησης διπλογραφικών βιβλίων και για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία σε μηνιαία βάση, ο κύκλος εργασιών Απρίλιο 2024 ανήλθε σε 1,35 δισ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 19,1% σε σχέση με τον Απρίλιο 2023 που είχε διαμορφωθεί σε 1,13 δισ. ευρώ.

Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου, χωρίς τους κλάδους οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, με υποχρέωση τήρησης διπλογραφικών βιβλίων και για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία σε μηνιαία βάση, ο κύκλος εργασιών τον Απρίλιο 2024 ανήλθε σε 0,54 δισ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 16,4% σε σχέση με τον Απρίλιο 2023 που είχε διαμορφωθεί σε 0,47 δισ. ευρώ.





Market

UES Marine: Νέα συνεργασία με την Attica Group

Μια νέα συνεργασία έρχεται να προστεθεί στο δυναμικό της UES Marine, κορυφαία εταιρεία επίπλωσης πλοίων, με την Attica Group, την ηγέτιδα ακτοπλοϊκή εταιρεία στην Ελλάδα. Πρόκειται για την εφαρμογή των καθισμάτων Lux Form Journey, που σχεδιάστηκαν εξ'ολοκλήρου από την αρχή για να καλύψουν τις εξειδικευμένες ανάγκες και απαιτήσεις της Attica Group, στο Blue Star 2.

Ο τύπος καθισμάτων που επιλέχθηκε έχει custom made διαστάσεις και διαθέτει εργονομικό σχεδιασμό για να εξασφαλίσει άνετο ταξίδι για τον επιβάτη, ενώ διαθέτει επίσης για πρώτη φορά σε αυτόν τον τύπο κωνευτή ποτηροθήκη στο βραχίονα του καθίσματος, που ξεδιπλώνει σαν ατομικό τραπέζι. Επιπλέον, η θέση περιλαμβάνει USB Type A και C, αλλά και ατομικό φωτάκι στο προσκέφαλο και τα υφάσματα που επιλέχθηκαν για το συγκεκριμένο κάθισμα προέρχονται από τη Νέα Ζηλανδία, με το χρώμα επιλογής της Attica, να είναι πλέον αποκλειστικά για χρήση της εταιρείας, και χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα, αναβαθμίζοντας έτσι ακόμη περισσότερο τη συνολική ταξιδιωτική εμπειρία για τους επιβάτες που θα επιλέξουν το συγκεκριμένο πλοίο για το ταξίδι τους.

Οι δυο εταιρείες συνεργάστηκαν στενά σε όλη τη διαδικασία του σχεδιασμού και της διαμόρφωσης του τελικού καθίσματος που εφαρμόσε στο Blue Star 2 η Attica Group, με το επίπεδο εξυπηρέτησης από την πλευρά της UES Marine να είναι ιδιαίτερα υψηλό και ικανοποιώντας στο έπακρο τις πολύ αυστηρές απαιτήσεις και προδιαγραφές της κορυφαίας ακτοπλοϊκής εταιρείας.

Η κα Ιωάννα Γκουβάτσου, εκπρόσωπος της UES Marine στην Ελλάδα, δήλωσε για αυτή τη νέα συνεργασία: «Είμαστε ενθουσιασμένοι με τη νέα μας συνεργασία με την Attica Group και που μας δόθηκε η ευκαιρία να αναδείξουμε ένα διαφορετικό τύπο καθίσματος αλλά και συνεργασίας, για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά μέσα από το Blue Star 2.

Είναι ιδιαίτερα τιμητικό για την UES Marine, δεδομένου ότι η Attica Group είναι μια εμβληματική εταιρεία, συνυφασμένη με την ελληνική ακτοπλοΐα και η επιλογή τους έγινε με τα υψηλότερα και αυστηρότερα κριτήρια. Θέλουμε να πιστεύουμε ότι μαζί θέτουμε ψηλά τον πήχη για την εξυπηρέτηση επιβατών στην ελληνική ναυσιπλοΐα και ανυπομονούμε για τα επόμενα βήματα, τα οποία θα μας δώσουν την ευκαιρία να αξιοποιήσουμε τις πρωτοποριακές δυνατότητες και των δύο εταιρειών. Είναι τιμή μας να αποκαλούμαστε συνεργάτες της Attica.»



Από αριστερά προς δεξιά:

Μπροστινή σειρά: Nadine Morcos, Public Relations Officer της UES Marine, Alison Duncan, Πρέσβης Αυστραλίας στην Ελλάδα, Alex Morcos, CEO της UES Marine, Νικόλαος Τριανταφυλλίδης, Director Hotel Operations and Customer Services στην Attica Group, Κωνσταντίνος Γκούνης, Hotel Maintenance Manager στην Attica Group
Πίσω σειρά: Βιβή Χανδρά, Marine Safety Centre, Βούλα Οικονόμου, Marine Safety Centre, Φιλίτσα Γκιόβα, Hotel Maintenance Supervisor, Superfast Ferries, Blue Star Ferries, Attica Group, Kyri Dermatis, Marine Safety Centre, Ιωάννα Γκουβάτσου, UES Marine, Richard Palmer, Πρεσβεία της Αυστραλίας, Ben Petersen, UES Marine, Matt Roughan, CEO της UES Marine

Ο κ. Νικόλαος Τριανταφυλλίδης, εκπρόσωπός της Attica Group σχολίασε: «Εμείς στην Attica Group, όντας προσηλωμένοι στις βέλτιστες υπηρεσίες που παρέχουμε στους επιβάτες μας με σταθερά αδιαπραγμάτευτο στόχο να δοκιμάσουν μια ανεπανάληπτη ταξιδιωτική εμπειρία κατά τη διάρκεια του ταξιδιού με τα πλοία μας, θέτουμε ψηλά τον πήχη της ποιότητας εφαρμόζοντας αυστηρά κριτήρια και προδιαγραφές σε όλα τα επίπεδα.

Στο πλαίσιο αυτό, όταν χρειάστηκε να ανανεώσουμε μία ολόκληρη αίθουσα αεροπορικών καθισμάτων στο πλοίο μας Blue Star 2, με μεγάλη ικανοποίηση συνεργαστήκαμε με την UES Marine, οι άνθρωποι της οποίας με κέφι και επαγγελματισμό μας βοήθησαν να σχεδιάσουμε και να εφαρμόσουμε το βέλτιστο κάθισμα σύμφωνα με τα κριτήρια, εργονομικά και αισθητικά, που εξ' αρχής είχαμε θέσει. Αισθανόμαστε ευτυχείς με αυτή την πρώτη μας συνεργασία, η οποία θεωρούμε πως θέτει τις βάσεις για μελλοντική εκτενέστερη προς όφελος αμφοτέρων των μερών.»

Από τις 03 έως τις 07 Ιουνίου 2024, η UES Marine συμμετείχε στα Ποσειδώνια 2024, όπου παρουσίασε τις τελευταίες καινοτομίες στα καθίσματα για την ακτοπλοΐα.

Η αυστραλιανή εταιρεία, η οποία πλέον κατασκευάζει τα προϊόντα της στην Ιταλία, για αμεσότερη εξυπηρέτηση των πελατών και γρηγορότερη παράδοση των προϊόντων της στην Ευρώπη, τοποθετήθηκε για τις τάσεις σχετικά με τον σχεδιασμό καθισμάτων και επικεντρώθηκε στην βελτίωση και αναβάθμιση της εμπειρίας επιβατών και εταιρειών στα ακτοπλοϊκά ταξίδια στην Ελλάδα.





Export News

ΕΛΣΤΑΤ: Μειώθηκαν εξαγωγές και εισαγωγές από Ρωσία

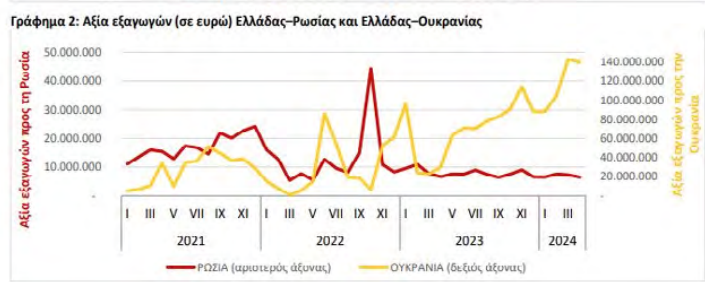
Η αξία των εισαγωγών της Ελλάδας από τη Ρωσία σημείωσε μείωση 52% τον Απρίλιο, φτάνοντας τα 92,7 εκατ. ευρώ, σε σύγκριση με τα 193,2 εκατ. ευρώ τον Απρίλιο του 2023. Οι εξαγωγές της Ελλάδας προς τη Ρωσία τον Απρίλιο του 2024 ανήλθαν σε 6,5 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας πτώση 2,6% σε σχέση με τα 6,7 εκατ. ευρώ τον Απρίλιο του 2023.

Το εμπορικό ισοζύγιο μεταξύ Ελλάδας και Ρωσίας τον Απρίλιο του 2024 ήταν αρνητικό, με έλλειμμα 86,2 εκατ. ευρώ.

Την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2024 η αξία των εισαγωγών της Ελλάδας από τη Ρωσία ανήλθε σε 373,9 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας μείωση 69,7% σε σχέση με την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2023 που ήταν 1.232,7 εκατ. ευρώ.

Η αξία των εξαγωγών της Ελλάδας προς τη Ρωσία την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2024 ανήλθε σε 28 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας μείωση 20% σε σχέση με την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2023 που ήταν 35 εκατ. ευρώ.

Το εμπορικό ισοζύγιο Ελλάδας-Ρωσίας την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2024 ήταν αρνητικό και ανήλθε σε έλλειμμα ύψους 345,9 εκατ. ευρώ.



Το έτος 2023, 121 ελληνικές επιχειρήσεις πραγματοποίησαν εισαγωγές από τη Ρωσία και 245 ελληνικές επιχειρήσεις πραγματοποίησαν εξαγωγές προς τη Ρωσία.

Η συνολική αξία των εισαγωγών της Ελλάδας από τη Ρωσία το έτος 2023 ανήλθε σε 2.445,9 εκατ. ευρώ, καταγράφοντας μείωση 73,8% σε σχέση με την αντίστοιχη συνολική αξία για το έτος 2022 που ήταν 9.334,1 εκατ. ευρώ.

Πίνακας 1: Μηνιαία στοιχεία διμερούς εμπορίου Ελλάδας-Ρωσίας, Απρίλιος 2024

ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ (σε ευρώ)
2021	241.128.821		15.475.016		-225.653.805
2022	493.286.432	104,6	7.747.387	-49,9	-485.539.045
2023*	193.225.153	-60,8	6.708.343	-13,4	-186.516.810
2024*	92.702.600	-52,0	6.531.086	-2,6	-86.171.514

*προσωρινά στοιχεία

Πίνακας 2: Στοιχεία διμερούς εμπορίου Ελλάδας-Ρωσίας, περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2024

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ – ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ (σε ευρώ)
2021	973.161.609		56.118.600		-917.043.009
2022	2.191.165.827	125,2	41.978.442	-25,2	-2.149.187.385
2023*	1.232.716.520	-43,7	34.980.395	-16,7	-1.197.736.125
2024*	373.899.917	-69,7	27.997.166	-20,0	-345.902.751

*προσωρινά στοιχεία

Η συνολική αξία των εξαγωγών της Ελλάδας προς τη Ρωσία το έτος 2023 ανήλθε σε 96,3 εκατ. ευρώ καταγράφοντας μείωση 38,4% σε σχέση με την αντίστοιχη συνολική αξία για το έτος 2022 που ήταν 156,4 εκατ. ευρώ.

Το εμπορικό ισοζύγιο της Ελλάδας με τη Ρωσία το έτος 2023 ήταν αρνητικό και διαμορφώθηκε στα 2.349,6 εκατ. ευρώ (έλλειμμα).

Πίνακας 3: Ετήσια στοιχεία διμερούς εμπορίου Ελλάδας-Ρωσίας, 2021-2023

ΕΤΟΣ	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ (σε ευρώ)
2021	4.302.408.454		206.619.268		-4.095.789.186
2022	9.334.133.646	117,0	156.440.546	-24,3	-9.177.693.100
2023*	2.445.880.199	-73,8	96.308.236	-38,4	-2.349.571.963

*προσωρινά στοιχεία

Στους πίνακες 4 και 5 που ακολουθούν παρουσιάζονται τα κυριότερα προϊόντα εισαγωγών και εξαγωγών του διμερούς εμπορίου Ελλάδας-Ρωσίας για το 2023 και τον Απρίλιο 2024.

Πίνακας 4: Κυριότερα προϊόντα εισαγωγών από τη Ρωσία, βάσει της ταξινόμησης Συνδυασμένη Ονοματολογία (επίπεδο 4)

2023*			ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2024*		
ΠΡΟΪΟΝ	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΠΟΣΙΤΗΤΑ (σε κιλιά)	ΠΡΟΪΟΝ	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΠΟΣΙΤΗΤΑ (σε κιλιά)
Αέρια πετρέλαιου και άλλα αέρια υδρογονάνθρακες	1.503.158.223	2.980.439.916	Αέρια πετρέλαιου και άλλα αέρια υδρογονάνθρακες	81.418.683	242.492.605
Λάδια από πετρέλαιο ή από ασφαλιούχα ορυκτά, άλλα από τα ανατρίγαστα λάδια	512.867.574	841.334.194	Αργίλιο σε ακατέργαστη μορφή	4.456.257	1.888.493
Αργίλιο σε ακατέργαστη μορφή	267.199.627	110.656.708	Σιτάρι και σιγαλάκι	3.547.991	12.345.820

*προσωρινά στοιχεία

Πίνακας 5: Κυριότερα προϊόντα εξαγωγών προς τη Ρωσία, βάσει της ταξινόμησης Συνδυασμένη Ονοματολογία (επίπεδο 4)

2023*			ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2024*		
ΠΡΟΪΟΝ	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΠΟΣΙΤΗΤΑ (σε κιλιά)	ΠΡΟΪΟΝ	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (σε ευρώ)	ΠΟΣΙΤΗΤΑ (σε κιλιά)
Άλλες μηχανές και συσκευές για την ανύψωση, τη φόρτωση, εκφόρτωση ή τη μετακίνηση	13.113.888	2.019.637	Ελαιόλαδο και τα κλάσματά του, έστω και εξευγενισμένα, αλλά όχι χημικώς μετασηριατωμένα	792.017	72.101
Καπνιά ακατέργαστα ή που δεν έχουν βιομηχανοποιηθεί. Απορρίμματα καπνού	9.531.593	1.536.738	Γλυκά κουταλιού, ζελέδες, μαρμελάδες, πολτοί και πάστες καρπών και φρούτων, που λαμβάνονται με βράσιμο, με ή χωρίς προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών	746.843	495.876
Άλλα λαχανικά παρασκευασμένα ή διατηρημένα αλλιώς παρά με ζέδι ή οξικό οξύ, όχι κατεψυγμένα	8.060.269	2.102.112	Άλλα λαχανικά παρασκευασμένα ή διατηρημένα αλλιώς παρά με ζέδι ή οξικό οξύ, όχι κατεψυγμένα	710.281	154.089

*προσωρινά στοιχεία

II. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΜΕΡΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ-ΟΥΚΡΑΝΙΑΣ

Τον Απρίλιο 2024 η αξία των εισαγωγών της Ελλάδας από την Ουκρανία ανήλθε σε 33,3 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 110,4% σε σχέση με τον Απρίλιο 2023 που ήταν 15,8 εκατ. ευρώ.

Η αξία των εξαγωγών της Ελλάδας προς την Ουκρανία τον Απρίλιο 2024 ανήλθε σε 139,5 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 360,7% σε σχέση με τον Απρίλιο 2023 που ήταν 30,3 εκατ. ευρώ.

Το εμπορικό ισοζύγιο Ελλάδας-Ουκρανίας τον Απρίλιο 2024 ήταν θετικό και ανήλθε σε 106,2 εκατ. ευρώ (πλεόνασμα).

Την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2024 η αξία των εισαγωγών της Ελλάδας από την Ουκρανία ανήλθε σε 140,0 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 55,3% σε σχέση με την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2023 που ήταν 90,2 εκατ. ευρώ.

Η αξία των εξαγωγών της Ελλάδας προς την Ουκρανία την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2024 ανήλθε σε 475,0 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 174,2% σε σχέση με την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2023 που ήταν 173,2 εκατ. ευρώ.

Το εμπορικό ισοζύγιο Ελλάδας-Ουκρανίας την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2024 ήταν θετικό και ανήλθε σε 334,9 εκατ. ευρώ (πλεόνασμα).

Βρείτε τα προσωρινά στοιχεία [ΕΔΩ](#)



Γερμανία: Στο πλευρό της Γαλλίας στους περιορισμούς των εξαγωγών ενέργειας

Η ρυθμιστική αρχή ενέργειας της Γερμανίας (BNA) και ο διαχειριστής συστήματος μεταφοράς Amprion υποστήριξαν την απόφαση της γαλλικής RTE να περιορίσει τις εξαγωγές ηλεκτρικής ενέργειας από τον Μάρτιο έως τον Μάιο, παρά τις καταγγελίες του Βελγίου. Ο γαλλικός TSO RTE περιορίσει τις εξαγωγές λόγω προβλημάτων στο δίκτυο, διατηρώντας μόνο το 40% της χωρητικότητας του δικτύου για διασυνοριακές συναλλαγές.

Υποστήριξη από τη Γερμανία

Η BNA και η Amprion εξέφρασαν τη στήριξή τους για την απόφαση της RTE:

- BNA: Εκπρόσωπος της BNA δήλωσε στο Montel ότι δεν υπάρχει λόγος διαμαρτυρίας για τις ενέργειες της RTE, καθώς έχουν ανακοινωθεί και εφαρμοστεί τεχνικά διορθωτικά μέτρα.
- Amprion: Εκπρόσωπος της Amprion ανέφερε στο Montel ότι δεν υπάρχει καμία έκτακτη κατάσταση για τη διαχείριση του συστήματός τους και δεν προβλέπεται αλλαγή σε αυτό.

Αντιδράσεις και Ανακοίνωση του Βελγίου

Η βελγική ρυθμιστική αρχή Creg ζήτησε κοινή γαλλο-βελγική έρευνα για τους περιορισμούς και επικοινωνήσε με τη γαλλική ρυθμιστική αρχή CRE. Ωστόσο, η CRE δεν έχει δημοσιοποιήσει κάποια ανακοίνωση σχετικά με το θέμα.

Επιπτώσεις στις Τιμές

Οι περιορισμοί στις εξαγωγές ενέργειας από τη Γαλλία επηρέασαν τις τιμές:

- Οι ημερήσιες τιμές της Γερμανίας τον Μάιο ανήλθαν κατά μέσο όρο σε 67,21 ευρώ/MWh, παρουσιάζοντας το υψηλότερο μηνιαίο ασφάλιστρο μέχρι σήμερα σε σύγκριση με τις γαλλικές τιμές που ήταν 40,04 ευρώ/MWh.

Προειδοποιήσεις για Μελλοντικούς Περιορισμούς

Η RTE έχει προειδοποιήσει για περαιτέρω περιορισμό των εξαγωγών από τον Αύγουστο έως τα μέσα Οκτωβρίου λόγω συμφόρησης του δικτύου.

Η όλη κατάσταση υπογραμμίζει την ανάγκη για συντονισμένη και διαφανή διαχείριση των δικτύων ενέργειας στην Ευρώπη, ιδιαίτερα σε περιόδους έντασης και προβλημάτων στο δίκτυο.



World News

Νέα μείωση για τις εξαγωγές ελβετικών ρολογιών τον Μάιο

Νέα μείωση σημειώθηκε στις εξαγωγές ελβετικών ρολογιών τον Μάιο, καθώς συνεχίστηκε η πτώση της ζήτησης για premium και πολυτελή ρολόγια στην Κίνα και το Χονγκ Κονγκ.

Σύμφωνα με την Ομοσπονδία της ελβετικής βιομηχανίας ρολογιών, οι αποστολές μειώθηκαν κατά 2,2% σε αξία, φτάνοντας τα 2,3 δισεκατομμύρια ελβετικά φράγκα (2,6 δισεκατομμύρια δολάρια) τον Μάιο, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

Οι εξαγωγές προς την ηπειρωτική Κίνα, η οποία αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη αγορά μετά τις ΗΠΑ, μειώθηκαν κατά 18% σε αξία χονδρικής, καθώς η πτώση στις αξίες των ακινήτων επηρέασε αρνητικά το καταναλωτικό κλίμα. Οι αποστολές προς το Χονγκ Κονγκ, σημαντικό κέντρο εμπορίας ρολογιών, σημείωσαν πτώση 23%.

Αυτοί οι αριθμοί ακολουθούν μια περίοδο κατά την οποία η ζήτηση για ακριβά ρολόγια μειώθηκε, μετά από την αύξηση που παρατηρήθηκε όταν έληξαν τα μέτρα περιορισμού λόγω του Covid. Οι αγοραστές πολυτελών ρολογιών έχουν περιορίσει τις δαπάνες τους λόγω των υψηλότερων επιτοκίων, της ασταθούς οικονομικής ανάπτυξης και των γεωπολιτικών συγκρούσεων.

Οι ωρολογοποιοί αντιμετωπίζουν δυσκολίες λόγω της συνεχιζόμενης ισχύος του ελβετικού φράγκου έναντι άλλων νομισμάτων, γεγονός που έχει αυξήσει τις τιμές σε ορισμένες αγορές και έχει αποθαρρύνει τους πελάτες. Μετά από ένα ακόμη ρεκόρ το 2023, οι ελβετικές εξαγωγές ρολογιών μειώθηκαν κατά 2,5% τους πρώτους πέντε μήνες του έτους, φτάνοντας συνολικά τα 10 δισεκατομμύρια φράγκα, σύμφωνα με το Bloomberg.

Η μείωση του Μαΐου ακολουθεί μια απρόσμενη αύξηση τον Απρίλιο λόγω της ανάκαμψης της ζήτησης στις ΗΠΑ. Τον Μάιο, οι εξαγωγές προς τις ΗΠΑ παρέμειναν σταθερές.

Τα αποτελέσματα του Μαΐου αναδεικνύουν τη μείωση της ζήτησης για ρολόγια μεσαίας κατηγορίας τιμών, όπως σημείωσε ο αναλυτής της Vontobel, Jean-Philippe



Bertschy. Αυτά τα στοιχεία ενδέχεται να επηρεάσουν τις προβλέψεις ανάπτυξης για την Richemont, ιδιοκτήτρια των Cartier και Vacheron Constantin, καθώς και για την Swatch Group AG, η οποία κατασκευάζει τις μάρκες Omega και Longines, ανέφερε ο αναλυτής της Citigroup, Thomas Chauvet.

«Με την υψηλή έκθεση της Richemont και της Swatch στην καταναλωτική αγορά της Κίνας, βλέπουμε καθοδικούς κινδύνους», δήλωσε ο αναλυτής της Citi. Οι μετοχές της Richemont κατέγραψαν αρχικά πτώση στη Ζυρίχη μετά την έκθεση για τις εξαγωγές, αλλά ανέκαμψαν και σημείωσαν ελαφρά κέρδη στις πρωινές συναλλαγές μετά τη μείωση των επιτοκίων από την Εθνική Τράπεζα της Ελβετίας.

Οι μετοχές της Swatch Group επίσης περιορίσαν τις απώλειές τους μετά τη μείωση των επιτοκίων, κλείνοντας με πτώση 0,3% το πρωί.

Οι εξαγωγές ακριβών ρολογιών με τιμή άνω των 3.000 φράγκων παρουσίασαν μια μικρή αύξηση τον Μάιο, κερδίζοντας 0,7% σε αξία, αλλά μειώθηκαν κατά 4,9% σε αριθμό μονάδων. Οι ελβετικοί ωρολογοποιοί, όπως η Rolex και η Patek Philippe, έχουν αυξήσει τις τιμές και παράγουν πιο ακριβά ρολόγια για να διατηρήσουν τις πωλήσεις εν μέσω της ύφεσης.

Οι αποστολές ρολογιών με τιμή χονδρικής μεταξύ 500 και 3.000 φράγκων μειώθηκαν κατά 16%, ενώ οι αποστολές ρολογιών με τιμή χονδρικής κάτω των 200 φράγκων, οι οποίες ενισχύονται από τις συνεργασίες της Swatch Group AG με την Omega και την Blancpain, μειώθηκαν κατά 1,2% σε αξία.

Πεκίνο: Περιορισμοί και δασμοί στο χοιρινό που εισάγεται από την Ε.Ε

Αντιδρώντας στις απειλές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για επιβολή δασμών στα κινεζικά ηλεκτρικά αυτοκίνητα, το Πεκίνο ανακοίνωσε ότι θα ξεκινήσει έρευνα αντιντάμπινγκ στις εισαγωγές ευρωπαϊκού χοιρινού κρέατος.

Οι διαπραγματεύσεις μεταξύ της ΕΕ και της Κίνας για την εξεύρεση λύσης αναμένεται να συνεχιστούν μέχρι τις αρχές Ιουλίου. Οι συνομιλίες επικεντρώνονται στους ισχυρισμούς των Ευρωπαίων ότι οι επιδοτήσεις στα κινεζικά προϊόντα προκαλούν αθέμιτο ανταγωνισμό, σύμφωνα με τα όσα αναφέρει η Deutsche Welle.

Πρέπει να σημειωθεί ότι το χοιρινό είναι ιδιαίτερα δημοφιλές στην Κίνα. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 2023 εισήγαγε χοιρινό αξίας 6 δισεκατομμυρίων δολαρίων, με πάνω από τις μισές ποσότητες να προέρχονται από την ΕΕ.

Η Ισπανία είναι ο μεγαλύτερος Ευρωπαίος προμηθευτής χοιρινού της Κίνας, με εξαγωγές περίπου 1,5 δισεκατομμυρίων ευρώ, ενώ ακολουθούν Κάτω Χώρες και

Δανία. Ο επικεφαλής του συνδέσμου Interporc Αλμπέρτο Χεράνθ δηλώνει στο Reuters TV: «Όταν έκλεισε η ρωσική αγορά δεν διαμαρτυρηθήκαμε στην ΕΕ ή τον αρμόδιο υπουργό. Αντίθετα, προχωρήσαμε παρακάτω επιδιώκοντας τη διαφοροποίηση. Είμαστε σε θέση να αντιμετωπίσουμε και τις νέες προκλήσεις, να ξεπεράσουμε τις δυσκολίες και να μετατρέψουμε τις δυσκολίες σε ευκαιρίες».

Πωλητές σε ντελικάτέσεν και καταστήματα στην Ιταλία, που εξειδικεύονται στο χοιρινό κρέας δηλώνουν στο Reuters TV ότι δεν ανησυχούν για τις εξαγωγές στην Κίνα. Ένας από αυτούς είναι ο Μπρούνο, ο οποίος εργάζεται σε κατάστημα στη Ρώμη και λέει: «Δεν πιστεύω ότι τα μέτρα από το Πεκίνο θα επηρεάσουν τις ιταλικές εξαγωγές. Εμείς πουλάμε μεγάλες ποσότητες χοιρινού κρέατος και κονσερβοποιημένων προϊόντων σε πολλές χώρες του κόσμου».

Εκπρόσωπος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δήλωσε, τέλος, ότι η ΕΕ θα διασφαλίσει πως οποιαδήποτε έρευνα θα διεξαχθεί σύμφωνα με τους κανόνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ).





Let's Get Rewarded

Ελαιώνες Σακελλαρόπουλου: 8 βραβεία στον διεθνή διαγωνισμό ελαιολάδων AFRO - ASIAN International Olive Oil Competition 2024

Νέα σειρά διακρίσεων υψηλού κύρους, σημειώθηκε στο Άμπου Ντάμπι των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων για τους βιολογικούς ελαιώνες Σακελλαρόπουλου, με 8 συνολικά βραβεύσεις, στον αναγνωρισμένο διεθνή διαγωνισμό ελαιόλαδων AFRO - ASIAN International Olive Oil Competition 2024.

Ο διεθνής διαγωνισμός AFRO - ASIAN IOOC αποτελεί μια πρωτότυπη ιδέα αξιολόγησης και ανάδειξης των ελαιολάδων που βρίσκονται στα ανώτερα ποιοτικά επίπεδα παγκοσμίως με σκοπό να τα προβάλλει σε Αφρικανικές, Ασιατικές αλλά και διεθνείς αγορές οι οποίες αναζητούν εξαιρετικά ποιοτικά ελαιόλαδα.

Η ετήσια έκδοση του διεθνή διαγωνισμού AFRO - ASIAN IOOC πραγματοποιείται σε διαφορετική πρωτεύουσα σημαίνουσας χώρας της Αφρικής ή της Ασίας. Για το

2024, πραγματοποιήθηκε στο Άμπου Ντάμπι των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων, από 10 έως 13 Ιουνίου, με σημαντικό ενδιαφέρον από τον διεθνή ελαιοκομικό τομέα. Συμμετείχαν εκατοντάδες ελαιόλαδα από πολλές ελαιοπαραγωγικές χώρες με πολύ υψηλό επίπεδο ποιότητας.

Ο AFRO - ASIAN IOOC, για τα standards και τις μεθόδους δοκιμής ελαιόλαδων που εφαρμόζει, αναγνωρίζεται επίσημα από την παγκόσμια κατάταξη ελαιόλαδων EVOOWR.

Η γευσιγνωστική δοκιμή των ελαιόλαδων γίνεται από εξειδικευμένους γευσιγνώστες ελαιόλαδου (expert panel tasters) διεθνούς κύρους και από πολλές χώρες του κόσμου, αποκλειστικά με την μέθοδο της τυφλής γευσιγνωσίας (blind tasting), βάσει αυστηρών κριτηρίων αξιολόγησης.

Μετά την προκαταρκτική ανάλυση, το πάνελ των εξειδικευμένων κριτών διενεργεί ατομική αξιολόγηση του κάθε δείγματος ελαιόλαδου σε συνεχείς φάσεις, ώστε να καταλήξει στην τελική κατάταξη των ελαιόλαδων και στην συνολική βαθμολογία.

Στις 14/06/2024, έλαβε χώρα η επίσημη ανακοίνωση των αποτελεσμάτων του AFRO - ASIAN IOOC 2024, όπου οι βιολογικοί ελαιώνες Σακελλαρόπουλου, τιμήθηκαν με 8 συνολικά βραβεύσεις σε gourmet ελαιόλαδα με τα οποία συμμετείχαν και τα οποία είναι:

- OLEOASTRON Gourmet Evoo - Best of Class
- OLEOASTRON Gourmet Evoo - Χρυσό Βραβείο
- MAJESTIC Blend evoo - Χρυσό Βραβείο
- MASTERPIECE Blend evoo - Χρυσό Βραβείο
- TREASURE Blend evoo - Χρυσό Βραβείο



- SYLLEKTIKON Gourmet evoo - Χρυσό Βραβείο
- GEMSTONE Blend evoo - Χρυσό Βραβείο
- FLAVORED GOURMET ENIGMA - Ασημένιο Βραβείο

Η εξαιρετική και απόλυτη επιβράβευση του 100%, και μάλιστα η ξεχωριστή διάκριση του ελαιόλαδου OLEOASTRON Gourmet Evoo ως Best Of Class για το 2024, σηματοδοτεί μια διάκριση πολύ υψηλού επιπέδου στο χώρο της ελαιοκομίας για την χώρα μας, την Ελλάδα, τον τόπο μας, την Σπάρτη Λακωνίας καθώς και για την πορεία των βιολογικών ελαιώνων Σακελλαρόπουλου.

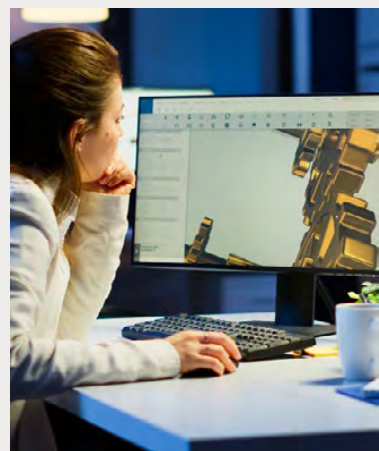
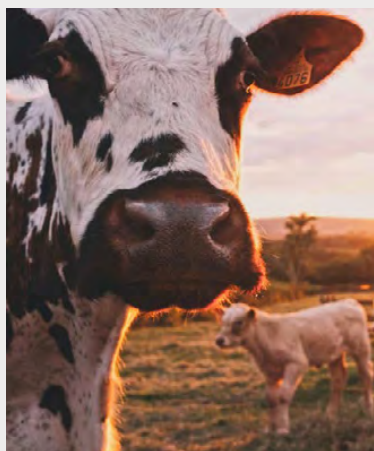


Οι οκτώ (8) μεγάλες αυτές διεθνείς βραβεύσεις στον διεθνή διαγωνισμό AFRO - ASIAN IOOC 2024 στο Άμπου Ντάμπι των Εμιράτων, συμπληρώνουν τον μοναδικό αριθμό των 919 διεθνών βραβεύσεων για τους βιολογικούς ελαιώνες Σακελλαρόπουλου, έναν μοναδικό αριθμό που αποτελεί παγκόσμιο ρεκόρ.

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



sayes
communications