

Αποκλειστικά από την



GREAT EXHIBITIONS

#weareAnuga

TUTTOFOOD

INTERNATIONAL
FOOD EXHIBITION **MILANO**

11 | 14 ΜΑΪΟΥ 2026



LET'S

εξάγουμε Ελλάδα
EXPORTGREECE

THE NEWSLETTER

21.04.2026 Τεύχος #364

PRISE GREEC
TRADE



Το ελληνικό καλλυντικό κατακτά τη διεθνή σκηνή: Ισχυρό αποτύπωμα στην Cosmoprof Bologna 2026

Η κάμψη του εμπορικού πλεονάσματος στην Ευρωζώνη: Μια στρατηγική ανάλυση για το μέλλον των εξαγωγών



ΝΕΑ ΓΕΩΡΓΙΑ ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ | ΑγροΑνέλιξη – Farmers of the Future 2020- 2025



Σημαντικές πιέσεις στις εξαγωγικές επιχειρήσεις: Καμπανάκι από τον ΣΕΒΕ για το κόστος και την ανταγωνιστικότητα



Special Report

Η κάμψη του εμπορικού πλεονάσματος στην Ευρωζώνη: Μια στρατηγική ανάλυση για το μέλλον των εξαγωγών

Η παγκόσμια οικονομική σκηνή του 2026 βρίσκεται σε ένα κρίσιμο σταυροδρόμι. Τα τελευταία στοιχεία που είδαν το φως της δημοσιότητας για τον Φεβρουάριο του 2026 προκάλεσαν έντονο προβληματισμό στους αναλυτές και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής στην Ευρώπη. Το εμπορικό πλεόνασμα της Ευρωζώνης σημείωσε μια απροσδόκητα απότομη υποχώρηση, πέφτοντας στα 11,5 δισεκατομμύρια ευρώ, έναντι των 23,1 δισεκατομμυρίων ευρώ που είχε καταγράψει τον αντίστοιχο μήνα του προηγούμενου έτους.

Αυτή η μείωση της τάξης του 50% δεν είναι απλώς ένας αριθμός σε έναν ισολογισμό, αλλά ένα σήμα κινδύνου που απαιτεί βαθιά κατανόηση και στρατηγική επαναξιολόγηση.

Η ανατομία της πτώσης: Τι συμβαίνει με τις εξαγωγές

Η κύρια αιτία αυτής της υποχώρησης εντοπίζεται στην κάμψη των εξαγωγών, οι οποίες μειώθηκαν κατά 6,7%,

φτάνοντας στα 232,4 δισεκατομμύρια ευρώ. Είναι η πρώτη φορά μετά από μια μακρά περίοδο σταθερότητας που η Ευρωζώνη δείχνει τέτοια σημάδια κόπωσης στην εξωστρέφειά της. Το γεγονός ότι η πτώση αυτή επηρεάζει τους «στυλοβάτες» της ευρωπαϊκής βιομηχανίας —δηλαδή τα χημικά προϊόντα, τα μηχανήματα και τα οχήματα— καταδεικνύει ότι το πρόβλημα είναι δομικό και συνδέεται άμεσα με τη διεθνή ζήτηση και το κόστος παραγωγής.

Η βιομηχανία οχημάτων, ειδικότερα, βρίσκεται σε μια φάση έντονου μετασχηματισμού. Η πίεση από τις ασιατικές αγορές και η ανάγκη για τεράστιες επενδύσεις στην ηλεκτροκίνηση έχουν καταστήσει τα ευρωπαϊκά προϊόντα λιγότερο ανταγωνιστικά σε επίπεδο τιμής, παρά την αδιαμφισβήτητη ποιότητά τους. Αντίστοιχα, στον τομέα των χημικών, το υψηλό ενεργειακό κόστος που εξακολουθεί να ταλανίζει την Ευρώπη σε σύγκριση με τις ΗΠΑ ή την Κίνα, λειτουργεί ως τροχοπέδη για την ανάπτυξη των εξαγωγών.

Το ιστορικό πλαίσιο και η μεγάλη εικόνα

Παρά την ανησυχητική αυτή μηνιαία πτώση, είναι σημαντικό να κοιτάζουμε τη συνολική εικόνα με ψυχραιμία. Η Ευρωπαϊκή Ένωση εξακολουθεί να διατηρεί μια πλεονασματική θέση που είναι σαφώς ανώτερη από εκείνη



που είχε στις αρχές της δεκαετίας του 2000. Η τρέχουσα επιβράδυνση μπορεί να ερμηνευθεί ως μια αναπόφευκτη διόρθωση μετά από την έντονη ανάκαμψη των προηγούμενων ετών, αλλά και ως αποτέλεσμα των γεωπολιτικών αναταράξεων που επηρεάζουν τις εφοδιαστικές αλυσίδες.

Η Eurostat επισημαίνει ότι η μεταβλητότητα των αγορών είναι πλέον η νέα κανονικότητα. Οι εξαγωγείς δεν καλούνται πλέον μόνο να παράγουν καλά προϊόντα, αλλά να πλοηγηθούν σε ένα περιβάλλον όπου οι εμπορικοί φραγμοί, οι κυρώσεις και οι αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών συμβαίνουν με ταχύτητα αστραπής.

Η ελληνική πραγματικότητα: Μια αχτίδα αισιοδοξίας

Μέσα σε αυτό το γκρίζο ευρωπαϊκό τοπίο, η Ελλάδα φαίνεται να ακολουθεί μια δική της, αυτόνομη πορεία. Οι προβλέψεις για το ελληνικό πρωτογενές πλεόνασμα είναι εξαιρετικά ενθαρρυντικές, με τους ειδικούς να εκτιμούν ότι μπορεί να ξεπεράσει το 4,8% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος. Αυτό οφείλεται σε έναν συνδυασμό παραγόντων:

Δημοσιονομική πειθαρχία: Η σταθερή προσήλωση στους στόχους έχει ενισχύσει την εμπιστοσύνη των αγορών.

Αύξηση εσόδων από υπηρεσίες: Ο τουρισμός και η ναυτιλία συνεχίζουν να προσφέρουν πολύτιμο συνάλλαγμα, εξισορροπώντας τις απώλειες από το εμπόριο αγαθών.

Ενίσχυση της εγχώριας παραγωγής: Υπάρχει μια στροφή προς την παραγωγή προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας που απευθύνονται σε συγκεκριμένες αγορές.

Ωστόσο, η Ελλάδα δεν είναι απομονωμένη. Αν η Ευρωζώνη, που αποτελεί τον κυριότερο εμπορικό μας εταίρο, συνεχίσει να παρουσιάζει κάμψη στην κατανάλωση, οι ελληνικές εξαγωγές μεταποιημένων προϊόντων και τροφίμων θα δεχθούν αναπόφευκτα πιέσεις.

Στρατηγικές επιβίωσης και ανάπτυξης για τους εξαγωγείς

Για να αντιμετωπιστεί η τρέχουσα κρίση, οι επιχειρήσεις πρέπει να υιοθετήσουν μια νέα προσέγγιση. Η «συνταγή» που ίσχυε πριν από πέντε χρόνια δεν είναι πλέον επαρκής.

Διαφοροποίηση αγορών: Η εξάρτηση από τις παραδοσιακές ευρωπαϊκές αγορές (Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία) πρέπει να μετριαστεί. Η αναζήτηση ευκαιριών στις αναδυόμενες οικονομίες της Ασίας και της Αφρικής είναι πλέον επιβεβλημένη.

Επένδυση στην καινοτομία: Η μείωση του κόστους παραγωγής μέσω της ψηφιοποίησης και των πράσινων τεχνολογιών είναι ο μόνος τρόπος για να παραμείνουν τα προϊόντα ανταγωνιστικά.

Προσαρμογή στα κριτήρια βιωσιμότητας: Όπως είδαμε πρόσφατα με τις βραβεύσεις μεγάλων εταιρειών, η



βιωσιμότητα δεν είναι πλέον επιλογή αλλά προϋπόθεση για την είσοδο σε μεγάλες διεθνείς αλυσίδες διανομής.

Αξιοποίηση κρατικών και ευρωπαϊκών εργαλείων:

Τα προγράμματα στήριξης της εξωστρέφειας και οι εγγυήσεις εξαγωγικών πιστώσεων πρέπει να χρησιμοποιούνται στο μέγιστο βαθμό για τον περιορισμό του ρίσκου.

Η επόμενη μέρα

Η πτώση του εμπορικού πλεονάσματος της Ευρωζώνης στα 11,5 δισεκατομμύρια ευρώ αποτελεί μια ισχυρή υπενθύμιση ότι τίποτα δεν πρέπει να θεωρείται δεδομένο. Η οικονομική γεωγραφία αλλάζει και η Ευρώπη καλείται να επαναπροσδιορίσει τη θέση της στον παγκόσμιο χάρτη.

Για την Ελλάδα, η πρόκληση είναι διπλή: να διατηρήσει τη δημοσιονομική της σταθερότητα και ταυτόχρονα να θωρακίσει τους εξαγωγείς της απέναντι στην ευρωπαϊκή επιβράδυνση.

Το γεγονός ότι το πρωτογενές μας πλεόνασμα κινείται σε υψηλά επίπεδα μας δίνει έναν «χώρο αναπνοής», αλλά η



πραγματική νίκη θα κριθεί στο πεδίο της πραγματικής οικονομίας και της ικανότητας των ελληνικών επιχειρήσεων να καινοτομούν και να διεισδύουν σε νέες αγορές.

Το 2026 θα είναι μια χρονιά δοκιμασίας, αλλά και ευκαιριών για όσους αντιληφθούν έγκαιρα ότι ο δρόμος για την ανάπτυξη περνά μέσα από την προσαρμοστικότητα και τη συνεχή εγρήγορση. Το «εξάγειν» παραμένει η μοναδική βιώσιμη διεξοδος, αρκεί να γίνεται με σχέδιο, γνώση και τόλμη.

NielsenIQ, α' τρίμηνο 2026: Σταθερή ανάπτυξη για το οργανωμένο λιανεμπόριο με καθοριστική τη συμβολή τροφίμων και ποτών

Με θετικούς ρυθμούς κινήθηκε το οργανωμένο λιανεμπόριο στην Ελλάδα κατά το πρώτο τρίμηνο του 2026, επιβεβαιώνοντας την ανθεκτικότητα της κατανάλωσης παρά το πληθωριστικό περιβάλλον. Σύμφωνα με τα στοιχεία της NielsenIQ για την περίοδο από τα τέλη του 2025 έως τον Μάρτιο του 2026, η συνολική αγορά των ταχυκίνητων καταναλωτικών προϊόντων κατέγραψε αύξηση πωλήσεων σε αξία κατά 6,6%. Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται κυρίως στην ενισχυμένη ζήτηση, καθώς παρατηρήθηκε παράλληλη αύξηση των πωλήσεων σε όγκο κατά 4,7%.

Τα τρόφιμα και τα ποτά αποτέλεσαν τον βασικό μοχλό αυτής της ανόδου, αντιπροσωπεύοντας περισσότερο από το ήμισυ της συνολικής αξίας των πωλήσεων και καταγράφοντας αύξηση 7,4%. Ιδιαίτερα σημαντική ήταν η συνεισφορά των μη αλκοολούχων ποτών, των γαλακτοκομικών προϊόντων και των σνακ. Θετικά κινήθηκαν επίσης οι κατηγορίες προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, καθώς και τα είδη για τη φροντίδα του σπιτιού.

[NIQ PR Q12026](#)

Η δυναμική των καναλιών και η γεωγραφική κατανομή

Σε επίπεδο καταστημάτων, οι μεγάλες υπεραγορές παρουσίασαν ρυθμό ανάπτυξης 11,6%, ξεπερνώντας τον

μέσο όρο της αγοράς. Γεωγραφικά, η Κρήτη και τα νησιά ξεχώρισαν με αυξήσεις 9,6% και 8,6% αντίστοιχα, παρουσιάζοντας σημαντική ενδυνάμωση σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους.

Οι διαδικτυακές πωλήσεις συνεχίζουν να ενισχύουν τη θέση τους, καταγράφοντας εντυπωσιακή αύξηση 21,6% σε αξία. Το μερίδιο των ψηφιακών πωλήσεων στο σύνολο της αγοράς ανήλθε πλέον στο 3,4%, με ιδιαίτερα ισχυρή παρουσία σε κατηγορίες όπως τα προϊόντα καθαρισμού, τα βρεφικά είδη και τα μη αλκοολούχα ποτά.

Ιδιωτική ετικέτα και προωθητικές στρατηγικές

Το πρώτο τρίμηνο του 2026 χαρακτηρίστηκε επίσης από την αύξηση του μεριδίου των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, το οποίο άγγιξε το 24,6% της συνολικής αξίας πωλήσεων.

Την ίδια στιγμή, η ένταση των προσφορών στα επώνυμα προϊόντα υποχώρησε στο ιστορικά χαμηλό ποσοστό του 40%. Η εξέλιξη αυτή αποτυπώνει την επίδραση του νέου κώδικα δεοντολογίας στις στρατηγικές προώθησης που ακολουθούν οι προμηθευτές του κλάδου, αναζητώντας μια νέα ισορροπία στην αγορά.

Η ενίσχυση των διαδικτυακών πωλήσεων κατά 21,6% δείχνει ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν είναι πλέον επιλογή αλλά ανάγκη. Ακόμη και στο παραδοσιακό λιανεμπόριο, η παρουσία στο διαδίκτυο μπορεί να προσφέρει το απαραίτητο πλεονέκτημα για την προσέγγιση του σύγχρονου καταναλωτή.



Enterprise Greece

Το ελληνικό καλλυντικό κατακτά τη διεθνή σκηνή: Ισχυρό αποτύπωμα στην Cosmoprof Bologna 2026

Με έναν εξαιρετικά θετικό απολογισμό και έντονο επιχειρηματικό ενδιαφέρον ολοκληρώθηκε η συμμετοχή της Ελλάδας στην 57η διοργάνωση της σημαντικότερης διεθνούς έκθεσης για τη βιομηχανία καλλυντικών και ομορφιάς. Η παρουσία των ελληνικών επιχειρήσεων στη Μπολόνια της Ιταλίας επιβεβαίωσε ότι τα εγχώρια προϊόντα περιποίησης αποτελούν πλέον σημείο αναφοράς για την ποιότητα και την καινοτομία σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η φετινή διοργάνωση ανέδειξε τον διεθνή χαρακτήρα του κλάδου, προσελκύοντας περισσότερους από 255.000 επισκέπτες από 155 χώρες. Συνολικά, συμμετείχαν πάνω από 3.100 επιχειρήσεις, με τη συντριπτική πλειονότητα να προέρχεται από το εξωτερικό, γεγονός που καθιστά τον ανταγωνισμό ιδιαίτερα υψηλό και τη διάκριση των ελληνικών συμμετοχών ακόμη πιο σημαντική.

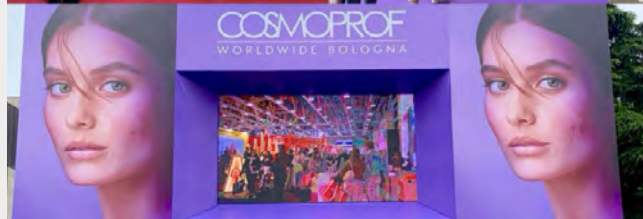
Μια δυναμική αποστολή με περισσότερες από 1.000 συναντήσεις

Η ελληνική αποστολή, αποτελούμενη από 36 δυναμικές επιχειρήσεις, κατέγραψε μια εντυπωσιακή πορεία πραγματοποιώντας περισσότερες από 1.000 στοχευμένες επιχειρηματικές συναντήσεις. Η ανταπόκριση των διεθνών αγοραστών και των επαγγελματιών του κλάδου επιβεβαίωσε τη συνεχή άνοδο του ελληνικού καλλυντικού και την ενίσχυση της θέσης του στις διεθνείς αγορές.

Η εθνική συμμετοχή κάλυψε όλο το φάσμα της αλυσίδας αξίας της βιομηχανίας ομορφιάς, με παρουσία σε τρεις βασικούς τομείς:

Τελικά προϊόντα: Καλλυντικά, αρώματα και προϊόντα προσωπικής φροντίδας που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή.

Βιομηχανική παραγωγή: Πρώτες ύλες, συσκευασίες και



Enterprise Greece. Μαρίνος Παννοπουλος

τεχνολογίες παραγωγής που αναδεικνύουν την τεχνογνωσία της χώρας.

Επαγγελματικός κλάδος: Προϊόντα και υπηρεσίες που προορίζονται για χώρους ομορφιάς και περιποίησης.

Η στήριξη της πολιτείας και η στρατηγική εξωστρέφειας

Τα ελληνικά περίπτερα επισκέφθηκε η Σύμβουλος Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Ελλάδας στη Ρώμη, κυρία Βασιλική Κουσκούτη, η οποία συναντήθηκε με τους εκθέτες και εξέφρασε τη στήριξη της ελληνικής πρεσβείας στις προσπάθειες διεθνούς ανάπτυξης των επιχειρήσεων.

Ο διευθύνων σύμβουλος της Enterprise Greece, Δρ. Μαρίνος Παννόπουλος, υπογράμμισε τη σταθερή εξέλιξη του κλάδου σε έναν εξωστρεφή πυλώνα της ελληνικής οικονομίας. Όπως δήλωσε, οι ελληνικές επιχειρήσεις επενδύουν συστηματικά στην καινοτομία, τη βιωσιμότητα και την αξιοποίηση ποιοτικών φυσικών συστατικών της ελληνικής γης. Αυτή η προσήλωση στην έρευνα δημιουργεί προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις των διεθνών καταναλωτών.

Το μέλλον του ελληνικού καλλυντικού

Η επιτυχία στη Μπολόνια δεν είναι τυχαία. Είναι το αποτέλεσμα μιας συντονισμένης προσπάθειας για την ανάδειξη της δημιουργικότητας και της ανταγωνιστικότητας της εγχώριας παραγωγής. Το ελληνικό καλλυντικό κερδίζει συνεχώς έδαφος στις παγκόσμιες αγορές, προσελκύοντας το ενδιαφέρον για την αυθεντικότητα και την αποτελεσματικότητά του.

Η Enterprise Greece παραμένει προσηλωμένη στην ενίσχυση της εξωστρέφειας, σχεδιάζοντας στοχευμένες δράσεις προβολής και διεθνούς δικτύωσης. Ο στόχος είναι σαφής: η καθιέρωση της Ελλάδας ως ηγετικής δύναμης στη διεθνή βιομηχανία ομορφιάς, αξιοποιώντας τον πλούτο της ελληνικής φύσης και τη σύγχρονη επιχειρηματική δυναμική.

Let's Get Rewarded

Aqua Carpatica: Η ποιότητα που ξεχωρίζει διεθνώς με κορυφαίες διακρίσεις για τις σειρές Flavours και Kids

Μια ακόμη σημαντική διεθνή αναγνώριση απέσπασε το Aqua Carpatica στα βραβεία Monde Selection 2026, επιβεβαιώνοντας έμπρακτα τη δέσμευσή του στην ανώτερη ποιότητα και τη συνεχή καινοτομία.

Το Aqua Carpatica Flavours με γεύση ροζ γκρέιπφρουτ κατέκτησε την ύψιστη χρυσή διάκριση στην 65η διεθνή αξιολόγηση για νερά και αναψυκτικά. Το προϊόν ξεχώρισε ανάμεσα σε εκατοντάδες συμμετοχές από όλο τον κόσμο, ενισχύοντας τη θέση του ως μια πρόταση που επαναπροσδιορίζει την εμπειρία της ενυδάτωσης.

Τα συγκεκριμένα βραβεία αποτελούν έναν από τους πλέον αναγνωρισμένους διεθνείς θεσμούς αξιολόγησης ποιότητας. Η κριτική επιτροπή απαρτίζεται από ειδικούς του κλάδου και τεχνολόγους γεύσης, οι οποίοι βασίζονται σε αυστηρά κριτήρια, όπως η όψη, η γεύση, η αίσθηση, η σύνθεση και η συσκευασία.

Η σειρά Aqua Carpatica Flavours εντυπωσίασε για:

- Το εκλεπτυσμένο αρωματικό της προφίλ.
- Την ισορροπημένη γεύση και την κομψή προσθήκη ανθρακικού.
- Το αρμονικό και δροσιστικό τελείωμα.

Πρόκειται για μια νέα κατηγορία στην ενυδάτωση, καθώς συνδυάζει ποιοτικό ανθρακούχο φυσικό μεταλλικό νερό με φυσικό χυμό φρούτων και μια σταγόνα αγαύης. Η επιτυχία συμπληρώνεται από μία ακόμη διάκριση, καθώς η σειρά Aqua Carpatica Kids, απέσπασε επίσης την ανώτατη χρυσή διάκριση. Βράβευση που επιβεβαιώνει ότι η απόλυτη καθαρότητα αποτελεί τον πυρήνα κάθε προϊόντος του οργανισμού.

Με συνεχείς διακρίσεις και σταθερή προσήλωση στην ποιότητα, το Aqua Carpatica συνεχίζει να καινοτομεί, προσφέροντας ξεχωριστές εμπειρίες καθημερινής ενυδάτωσης.



Μακβέλ–Eurimac: Βραβεύτηκε ως «Most Sustainable Company 2025» με κορυφαία επίδοση στη βιωσιμότητα και τον κλάδο τροφίμων

Με τη διάκριση «Most Sustainable Company 2025» τιμήθηκε η Μακβέλ–Eurimac στο πλαίσιο της συνάντησης κορυφής για τη βιώσιμη ανάπτυξη της ICAP CRIF, επιβεβαιώνοντας την ισχυρή της παρουσία στον τομέα της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας.

Πρόκειται για μία από τις πλέον απαιτητικές διακρίσεις στον χώρο των κριτηρίων περιβάλλοντος, κοινωνίας και εταιρικής διακυβέρνησης, καθώς απονέμεται σε επιχειρήσεις που επιτυγχάνουν την ανώτατη συνολική βαθμολογία στην αξιολόγηση της διεθνούς πλατφόρμας Synesgy. Η αξιολόγηση αυτή βασίζεται σε ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο που εξετάζει σε βάθος την περιβαλλοντική επίδοση, τη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, την εταιρική διαφάνεια και την εφαρμογή πολιτικών υπεύθυνης λειτουργίας.

Η Μακβέλ–Eurimac κατέγραψε σημαντική πρόοδο, καθώς από τη βαθμολογία Β την περίοδο 2024–2025 κατέκτησε την ανώτατη βαθμολογία Α για την περίοδο 2025–2026. Με την επίδοση αυτή, αποτελεί τη μοναδική εταιρεία στον κλάδο τροφίμων και ζυμαρικών, μεταξύ περισσότερων από 2.500 επιχειρήσεων, που διακρίνεται με τη συγκεκριμένη αξιολόγηση.

Την εταιρεία εκπροσώπησαν στην εκδήλωση ο υπεύθυνος βιωσιμότητας, Αθανάσιος Μπλέτσας, και η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού, Ξανθή Γκιάλη. Η συγκεκριμένη διάκριση έρχεται να επιβεβαιώσει τη μακροπρόθεσμη στρατηγική της εταιρείας για βιώσιμη ανάπτυξη και τη δημιουργία αξίας με θετικό αποτύπωμα για την κοινωνία και το περιβάλλον. Η δέσμευση της επιχείρησης παραμένει σταθερή στην υιοθέτηση μοντέλων που προάγουν την ευημερία και την προστασία των φυσικών πόρων.





Greek News

Σημαντικές πιέσεις στις εξαγωγικές επιχειρήσεις: Καμπανάκι από τον ΣΕΒΕ για το κόστος και την ανταγωνιστικότητα

Οι πρόσφατες γεωπολιτικές εξελίξεις και η συνεχιζόμενη κρίση στη Μέση Ανατολή έχουν προκαλέσει έντονους τριγμούς στην ελληνική εξαγωγική δραστηριότητα. Σύμφωνα με νέα έρευνα που διενήργησε ο ΣΕΒΕ και επεξεργάστηκε το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών, οι ελληνικές επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωπες με ένα κύμα αυξήσεων στο λειτουργικό τους κόστος, το οποίο απειλεί άμεσα την ανταγωνιστικότητά τους στις διεθνείς αγορές.

Στην έρευνα συμμετείχαν 105 επιχειρήσεις-μέλη του ΣΕΒΕ από ένα ευρύ φάσμα κλάδων, με κυρίαρχη τη βιομηχανία και τον αγροδιατροφικό τομέα.

Τα ευρήματα κρούουν τον κώδωνα του κινδύνου, καθώς η επίδραση της κρίσης στη ζήτηση είναι ήδη εμφανής, ενώ οι προοπτικές για το επόμενο εξάμηνο προκαλούν έντονη ανησυχία.

Η ακτινογραφία των επιπτώσεων ανά κλάδο

Η μείωση της ζήτησης και οι ακυρώσεις παραγγελιών αποτελούν πλέον καθημερινότητα για ένα σημαντικό ποσοστό των εξαγωγέων. Στον αγροδιατροφικό τομέα, το 71,4% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι αντιμετωπίζει κάμψη της ζήτησης, ενώ στη βιομηχανία το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται σε 57,7%. Παρόμοια εικόνα καταγράφεται στα δομικά υλικά και στις υπηρεσίες μεταφορών, όπου οι επιπτώσεις αξιολογούνται ως μέτριας έως σημαντικής έντασης.

Ωστόσο, ο κοινός παρονομαστής όλων των κλάδων είναι η ραγδαία αύξηση του κόστους. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΣΕΒΕ:

Ενέργεια και Μεταφορές: Η άνοδος των τιμών ενέργειας και το αυξημένο κόστος μεταφορών αποτελούν τις βασικότερες πιέσεις για τη βιομηχανία και τον αγροδιατροφικό κλάδο.

Εφοδιαστική Αλυσίδα: Σημαντικές καθυστερήσεις καταγράφονται στην τροφοδοσία, καθώς και αδυναμία προμήθειας πρώτων υλών σε ορισμένες περιπτώσεις.



Πληρωμές: Στον κλάδο των δομικών υλικών και των υπηρεσιών, αναδεικνύονται επιπλέον προβλήματα που σχετίζονται με τις πληρωμές και τη ρευστότητα.

Στρατηγικές αντίδρασης και εξαγωγικό προφίλ

Παρά το γεγονός ότι η Μέση Ανατολή αποτελεί στρατηγικό προορισμό για κλάδους όπως τα δομικά υλικά (όπου δραστηριοποιείται το 80% των επιχειρήσεων), η συνολική εξαγωγική εξάρτηση από τη συγκεκριμένη περιοχή παραμένει σχετικά περιορισμένη. Για τις περισσότερες επιχειρήσεις, οι εξαγωγές προς αυτές τις αγορές αποτελούν λιγότερο από το 10% έως 30% του συνολικού τους τζίρου.

Προκειμένου να θωρακιστούν απέναντι στην κρίση, οι επιχειρήσεις επιστρατεύουν συγκεκριμένες στρατηγικές:

Αναπροσαρμογή τιμών: Η αύξηση των τιμών πώλησης αποτελεί την κυρίαρχη επιλογή για τη βιομηχανία και τον κλάδο των μεταφορών.

Αναζήτηση νέων αγορών: Ένα σημαντικό μέρος των εξαγωγών στρέφεται στην εξερεύνηση εναλλακτικών διεθνών προορισμών για να αντισταθμίσει τις απώλειες.

Διαφοροποίηση προϊόντων: Η ανάπτυξη νέων προτάσεων και η προσαρμογή στις νέες απαιτήσεις αποτελεί στρατηγική επιλογή για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.

Η ανάγκη για κρατική παρέμβαση

Η έρευνα του ΣΕΒΕ καταγράφει μια σχεδόν καθολική απαίτηση για τη λήψη μέτρων στήριξης από την πολιτεία. Το 96% των βιομηχανιών και το σύνολο των επιχειρήσεων στους κλάδους των δομικών υλικών και των υπηρεσιών ζητούν άμεσες παρεμβάσεις.

Οι προτεραιότητες εστιάζουν στη μείωση του ενεργειακού κόστους, την επιδότηση των μεταφορικών εξόδων, τη διευκόλυνση των εξαγωγικών διαδικασιών και την ενίσχυση της ρευστότητας.

Ο πρόεδρος του ΣΕΒΕ, Συμεών Διαμαντίδης, υπογράμμισε τη σημασία της λήψης στοχευμένων μέτρων τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Όπως σημείωσε, αν και η άμεση έκθεση στη Μέση Ανατολή δεν είναι υψηλή για όλους, οι έμμεσες επιπτώσεις μέσω του κόστους είναι ήδη σημαντικές και αναμένεται να ενταθούν, καθιστώντας αναγκαία την προστασία της ανθεκτικότητας των ελληνικών εξαγωγών.

Enterprise Greece

Η Αθήνα στο επίκεντρο του διεθνούς διαλόγου για το μέλλον της Μεσογείου

Στο επίκεντρο του διεθνούς οικονομικού ενδιαφέροντος θα βρεθεί η Αθήνα στις 23 Απριλίου 2026, φιλοξενώντας το ευρωμεσογειακό συμπόσιο για το μέλλον της οικονομικής ευημερίας στην περιοχή. Η διοργάνωση, που πραγματοποιείται με αφορμή τη συμπλήρωση 20 ετών από την ίδρυση του επενδυτικού δικτύου ANIMA, συνδιοργανώνεται από την Enterprise Greece και αποτελεί την κορυφαία εκδήλωση του επετειακού προγράμματος για το 2026.

Το συμπόσιο φιλοδοξεί να αποτελέσει ένα βήμα ουσιαστικού διαλόγου για τη Μεσόγειο, σε μια περίοδο όπου η περιοχή αντιμετωπίζει σύνθετες γεωοικονομικές, ενεργειακές και κλιματικές προκλήσεις.

Στόχος της πρωτοβουλίας είναι η μετατροπή της συζήτησης σε πρακτικές κατευθύνσεις συνεργασίας, με έμφαση στις επενδύσεις, τις ανθεκτικές αλυσίδες αξίας και την αξιόπιστη διασυνδεσιμότητα μεταξύ Ευρώπης, Μέσης Ανατολής και Αφρικής.

Η Ελλάδα ως γεωοικονομικός κόμβος

Η επιλογή της ελληνικής πρωτεύουσας για τη διοργάνωση αντανάκλα τον ενισχυμένο ρόλο της χώρας ως σημείου συνάντησης αγορών και στρατηγικών διαδρόμων μεταξύ τριών ηπείρων. Στο συμπόσιο αναμένεται να συμμετάσχουν εκπρόσωποι διεθνών οργανισμών, επενδυτικών φορέων και δεξαμενών σκέψης, καλύπτοντας τέσσερις βασικούς θεματικούς άξονες:

- Την πορεία των μεσογειακών αλυσίδων αξίας και την οικονομική ανάπτυξη.
- Την κλιματική αλλαγή ως πεδίο νέων επενδυτικών ευκαιριών.

εξάγουμε Ελλάδα

20
YEARS

ANIMA
YOUR PARTNERS IN EUROPE, MIDDLE EAST, AFRICA

ENTERPRISE GREECE
INVEST & TRADE

INTERNATIONAL SYMPOSIUM

Mediterranean 2036:
Future Proofing Economic Prosperity



📅 Πέμπτη 23 Απριλίου, 09.00 π.μ.

Implementation partners:
 **EUROPEAN CLUSTERS FORWARD** **Berytech**

- Το ανθρώπινο κεφάλαιο και την κινητικότητα των ταλέντων.
- Την ψηφιακή εμπιστοσύνη και την ασφάλεια των δεδομένων.

Από τον διάλογο στις πράξεις: Το Σχέδιο Δράσης της Αθήνας

Η διοργάνωση δεν περιορίζεται σε μια απλή ανταλλαγή απόψεων, καθώς φιλοδοξεί να καταλήξει στο «Σχέδιο Δράσης της Αθήνας».

Πρόκειται για ένα δημόσιο πλαίσιο εφαρμόσιμων προτάσεων συνεργασίας, συνοδευόμενο από έναν μηχανισμό παρακολούθησης των πρωτοβουλιών. Παράλληλα, θα πραγματοποιηθούν εργαστήρια και επισκέψεις σε εμβληματικά ελληνικά έργα και οικοσυστήματα καινοτομίας.

Ο διευθύνων σύμβουλος της Enterprise Greece, Δρ. Μαρίνος Παννόπουλος, δήλωσε πως το ζητούμενο είναι να μετατραπούν οι ιδέες σε επενδύσεις και η γεωγραφική εγγύτητα σε ουσιαστική κοινή πρόοδο.

Η Ελλάδα, ως σημείο αναφοράς για την καινοτομία και τη διεθνή συνεργασία, μπορεί να συμβάλει ενεργά στη διαμόρφωση μιας πιο ανταγωνιστικής και ανθεκτικής Μεσογείου.



Press Room

ΝΕΑ ΓΕΩΡΓΙΑ ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ | ΑγροΑνέλιξη – Farmers of the Future 2020- 2025

Ο αγροδιατροφικός τομέας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παραγωγικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας και βασικό πυλώνα ανάπτυξης της περιφέρειας. Η μετάβαση από την απλή παραγωγή πρώτης ύλης στη δημιουργία προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας αποτελεί το μεγάλο στοίχημα για τους Έλληνες παραγωγούς. Σε αυτή την προσπάθεια, το πρόγραμμα «ΑγροΑνέλιξη – Γεωργοί του Μέλλοντος» λειτουργεί ως καταλύτης, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα και δημιουργώντας νέες προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης.

Τι είναι το πρόγραμμα και σε ποιους απευθύνεται

Πρόκειται για έναν επιχειρηματικό επιταχυντή που υλοποιείται από τον οργανισμό «Νέα Γεωργία Νέα Γενιά». Στόχος του είναι η ενίσχυση μικρών και αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων σε όλη την επικράτεια. Μέσα από εκπαίδευση, εξατομικευμένη συμβουλευτική και πρακτική καθοδήγηση, το πρόγραμμα υποστηρίζει τους παραγωγούς να εξελίσσουν τα προϊόντα τους και να ενισχύσουν την παρουσία τους στην ελληνική και διεθνή αγορά.

Απευθύνεται σε αγρότες, κτηνοτρόφους, μελισσοκόμους, ομάδες παραγωγών, συνεταιρισμούς και μικρές μεταποιητικές μονάδες που επιδιώκουν να αναπτύξουν προϊόντα με ισχυρή εμπορική προοπτική.

Εντυπωσιακά αποτελέσματα για την περίοδο 2020 – 2025

Κατά την πρώτη πενταετία υλοποίησης, το πρόγραμμα κατέγραψε σημαντικές επιτυχίες:

Υποστήριξη επαγγελματιών: 100 επαγγελματίες του κλάδου έλαβαν εξειδικευμένη καθοδήγηση.

Ανάπτυξη προϊόντων: Δημιουργήθηκαν ή βελτιώθηκαν 90 αγροδιατροφικά προϊόντα.

Πανελλαδική κάλυψη: Πραγματοποιήθηκαν 80 επιτόπιες επισκέψεις σε μονάδες παραγωγής σε 34 νομούς της χώρας.

Συνεργασίες και διακρίσεις: Προέκυψαν 9 νέες επιχειρηματικές συμπράξεις, ενώ απονεμήθηκαν 6 διεθνείς και ευρωπαϊκές διακρίσεις σε ωφελούμενους του προγράμματος.


Ικανοποίηση συμμετεχόντων: Το πρόγραμμα κατέγραψε το απόλυτο ποσοστό ικανοποίησης (100%) για τα έτη 2023 έως 2025.

2020

ΑΓΡΟΑΝΕΛΙΞΗ
FARMERS OF THE FUTURE

Μετασχηματίζοντας τις ελληνικές αγροδιατροφικές επιχειρήσεις

2025



80
Επιτόπιες επισκέψεις σε παραγωγικές μονάδες σε

34
Περιφερειακές Ενότητες



Οι επιτόπιες επισκέψεις αποτελούν κομβικό στοιχείο του προγράμματος, ενισχύουν την εμπειρική μάθηση και την επαφή με την πραγματική παραγωγική διαδικασία.

9
Νέες επιχειρηματικές συνέργειες

μεταξύ των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στο πρόγραμμα έχουν επιτευχθεί

6
Διακρίσεις απονεμήθηκαν σε συμμετέχοντες

από τρίτους φορείς (EIT, European Congress of Young Farmers)



400
Ώρες εκπαίδευσης σε κρίσιμες θεματικές για την στήριξη των μεταποικιακών επιχειρήσεων

R&D Τροφίμων Ασφάλεια Τροφίμων Πωλήσεις Εξαγωγές
Εργαλεία Επιχειρηματικής Στρατηγικής Digital Marketing
Marketing

850
Ώρες εξατομικευμένης συμβουλευτικής στους ωφελούμενους

προσέφεραν γνώσεις και λύσεις απέναντι στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν




90
Νέα αγροδιατροφικά ανταγωνιστικά προϊόντα

αναπτύχθηκαν μέσα από το πρόγραμμα

100%
Βαθμός ικανοποίησης συμμετεχόντων


2023, 2024, 2025
(συνολική εντύπωση από το πρόγραμμα θετική ή πολύ θετική)



Κάθε επιχείρηση του προγράμματος

ΑΓΡΟΑΝΕΛΙΞΗ
FARMERS OF THE FUTURE

που ενδυναμώνεται, γίνεται πιο ανθεκτική στον ανταγωνισμό, σπρίζει τη τοπική οικονομία και συμβάλλει καθοριστικά στην περιφερειακή ανάπτυξη.



Πώς λειτουργεί η διαδικασία επιτάχυνσης

Το πρόγραμμα συνδυάζει θεωρία και πράξη, προσφέροντας συνολικά 400 ώρες εξειδικευμένης εκπαίδευσης και 850 ώρες εξατομικευμένης συμβουλευτικής.

Οι συμμετέχοντες αποκτούν πολύτιμα εργαλεία σε κρίσιμους τομείς όπως η ασφάλεια των τροφίμων, η στρατηγική προβολής και ταυτότητας προϊόντος, οι πωλήσεις, η εμπορική ανάπτυξη και η τυποποίηση.

Ο αντίκτυπος στην ελληνική περιφέρεια και οι μαρτυρίες

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των μικρών επιχειρήσεων έχει πολλαπλασιαστικό όφελος για τις τοπικές κοινωνίες. Κάθε επιχείρηση που αναβαθμίζεται δημιουργεί νέες οικονομικές ευκαιρίες, ενισχύει την τοπική οικονομία και συμβάλλει στη διατήρηση της κοινωνικής συνοχής στις αγροτικές περιοχές.

Οι ίδιοι οι συμμετέχοντες επιβεβαιώνουν την αξία της πρωτοβουλίας. Η Ζωή Βρατσικίδου επισημαίνει ότι το

πρόγραμμα της πρόσφερε γνώσεις που θα απαιτούσαν πολύ χρόνο και κόστος για να αποκτηθούν μεμονωμένα. Η Αγγελική Δράκου σημειώνει ότι η εμπειρία αυτή έθεσε πολύ υψηλά πρότυπα για κάθε μελλοντική κατάρτιση.

Ο Νίκος Ίτσκος τονίζει την αποφυγή κρίσιμων λαθών στην πορεία από την παραγωγή στην πώληση, ενώ η Ξέ-νια Γκαλέτση υπογραμμίζει τη σημασία της δημιουργίας μιας κοινότητας παραγωγών που ενισχύει τη συλλογική δυναμική στις διεθνείς αγορές.

Υλοποίηση και μελλοντική προοπτική

Ο επιταχυντής υλοποιήθηκε κατά την πενταετία 2020 – 2025 μέσω της ιδρυτικής δωρεάς του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος και τελεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Με τη στήριξη πλήθους φορέων και επιχειρήσεων, το πρόγραμμα θα συνεχιστεί δυναμικά και το 2026, παραμένοντας ο βασικός σύμμαχος για κάθε παραγωγό που οραματίζεται ένα επιτυχημένο εξαγωγικό μέλλον.

Agenda

2η AdvantAge Ημέρα Καριέρας: Ενδυνάμωση για έμπειρους επαγγελματίες άνω των 50 ετών με στόχο την καταπολέμηση των ηλικιακών διακρίσεων

Η KPMG στην Ελλάδα και ο Σύνδεσμος Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού Ελλάδας, με την υποστήριξη του Αμερικανικού Κολλεγίου Ελλάδος, υλοποιούν την πρωτοβουλία AdvantAge. Στόχος είναι η ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και της κοινωνίας σχετικά με τις ηλικιακές διακρίσεις στην εργασία, δημιουργώντας συνθήκες ίσων ευκαιριών απασχόλησης για όλους, ανεξαρτήτως ηλικίας.

Στο πλαίσιο αυτό, διοργανώνεται για δεύτερη συνεχή χρονιά η [Ημέρα Καριέρας AdvantAge](#), με δωρεάν συμμετοχή, την Τετάρτη 6 Μαΐου 2026, από τις 13:00 έως τις 19:00, στην OTE Academy στο Μαρούσι. Η δράση απευθύνεται σε γυναίκες και άνδρες άνω των 50 ετών που αναζητούν εργασία ή επιθυμούν αλλαγή καριέρας, προσφέροντας μια οργανωμένη ευκαιρία δικτύωσης με την αγορά.

Τι περιλαμβάνει η εκδήλωση:

Γνωριμία με κορυφαίες εταιρείες: Δυνατότητα επαφής με δεκάδες επιχειρήσεις από διάφορους κλάδους (όπως ΑΔΜΗΕ, Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, Καυκάς, Πλαίσιο, Όμιλος Goody's | everest κ.α.) για πιθανές ευκαιρίες απασχόλησης.

Συνεδρίες καθοδήγησης: Εξατομικευμένες συνεδρίες από έμπειρους συμβούλους για την ενίσχυση της αυτοπεποίθησης και τη στρατηγική καριέρας.

Εκπαιδευτικά εργαστήρια: Σεμινάρια για την προετοιμασία των συμμετεχόντων και την επιτυχή μετάβαση στην εποχή της τεχνητής νοημοσύνης.



KPMG

advant age

Πλεονέκτημα σε κάθε ηλικία

2^η Ημέρα Καριέρας

Τετάρτη, 6 Μαΐου
OTE Academy, Μαρούσι

οδαδε

AMERICAN COLLEGE OF GREECE

Επαγγελματική φωτογράφιση: Δυνατότητα λήψης φωτογραφίας για το επαγγελματικό προφίλ στο διαδίκτυο.

Προπαρασκευαστικό διαδικτυακό σεμινάριο

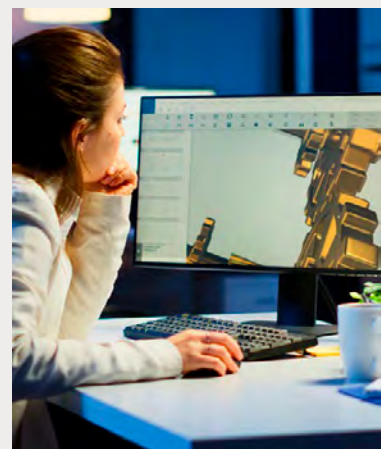
Τη Δευτέρα 27 Απριλίου 2026 (10:00-11:00) θα πραγματοποιηθεί διαδικτυακά το σεμινάριο «Προετοιμασία για την Ημέρα Καριέρας». Οι συμμετέχοντες θα λάβουν πρακτικά εργαλεία και καθοδήγηση από στελέχη της KPMG για τη βέλτιστη αξιοποίηση των επαφών τους κατά τη διάρκεια της φυσικής εκδήλωσης.

Η πρωτοβουλία AdvantAge αναδεικνύει την αξία της ωριμότητας και της συσσωρευμένης εμπειρίας, μετατρέποντάς τες σε στρατηγικό πλεονέκτημα για τη σύγχρονη επιχείρηση. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να δηλώσουν συμμετοχή μέσω του σχετικού συνδέσμου της εκδήλωσης.

LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



CEO & Chief Editor: Claire Styliara

Commercial Director: Ματίνα Βελάνη

Creative Direction: C·Design

Operation & Marketing Manager: Χρύσα Γώτα

Τεχνική Υποστήριξη: ● BlackDot Web Services

Ιδιοκτησία:
sayes
communications

Κλειώ Στυλιάρá & ΣΙΑ Ε.Ε.
Σκουζέ 14, 18536 Πειραιάς,
ΑΦΜ: 801923795, ΔΟΥ: ΚΕ.ΦΟ.ΔΕ ΑΤΤΙΚΗΣ
Νόμιμος Εκπρόσωπος: Κλειώ Στυλιάρá

Τηλ.: 213 0990585
e-mail: media@sayes.gr

www.exportgreece.gr

εγγραφή

