

**TRULY  
GREECE**

Η “αληθινή Ελλάδα”  
θα βρίσκεται στην ANUGA 2021,  
πιο δυνατή από ποτέ!

Κολωνία 9-13/10/2021

2021



Colonia 09-13/10/2021

Η **Great Exhibitions** με μια **διαφοροποιημένη εκθεσιακή παρουσία, άμεση, μοντέρνα και δυναμική** παρουσιάζει την «αληθινή Ελλάδα», με το σύγχρονο, φιλικό και εξωστρεφές της πρόσωπο, προβάλλοντας τις κορυφαίες ελληνικές εταιρείες και τα προϊόντα τους, στην παγκόσμια αγορά.

Θα μας βρείτε στις αίθουσες : Hall 1 | Hall 2.2 | Hall 4.2 | Hall 5.1 | Hall 7 | Hall 8 | Hall 10.1

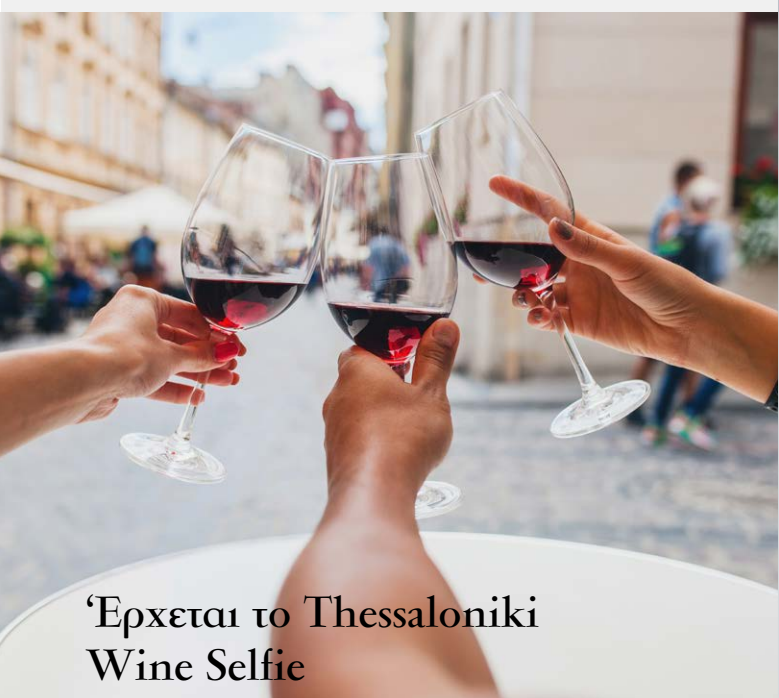


**GREAT EXHIBITIONS**

T. 210 7755080 E. [info@greatexhibitions.gr](mailto:info@greatexhibitions.gr) [www.greatexhibitions.gr](http://www.greatexhibitions.gr)



14.09.2021 Τεύχος #02



Έρχεται το Thessaloniki Wine Selfie



ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ.  
Είμαστε η Ελλάδα που παράγει!

SPECIAL REPORT

Νέοι κανόνες για ενισχυμένο έλεγχο των εξαγωγών



Το Export GREECE έρχεται στο e-mail σας κάθε Τρίτη και Πέμπτη στις 12:00.

Κυκλοφορεί σε ελληνική και αγγλική έκδοση και αποστέλλεται στους συνδρομητές του, βάσει ετήσιας συνδρομής.

Ο πρώτος μήνας μετά την εγγραφή σας είναι δωρεάν και δεν συνεπάγεται καμία οικονομική υποχρέωση. Η ύλη του περιοδικού είναι πνευματική ιδιοκτησία της εκδοτικής εταιρείας sayyescomm και οποιαδήποτε αναπαραγωγή περιεχομένου μπορεί να γίνει εφόσον έχει παραχωρηθεί σχετική άδεια και αναφέρεται η πηγή.

## εγγραφή



### Σύμβουλος Έκδοσης:

Κωσταντίνος Μαριόλης

### Διευθύντρια Σύνταξης:

Μαρία Ακριβού

### Συντάκτης:

Λευτέρης Θεοδορακόπουλος

### Εμπορική Διεύθυνση:

Κλαίρη Στυλιάρη

### Art direction:

fourletter

### Πληροφορίες / Συνδρομές:

sales@sayyescomm.gr

### Δελτία Τύπου:

media@sayyescomm.gr

### Τηλέφωνο επικοινωνίας:

+30 210 22 41 770

### Εκδότης:



## Editorial

### Ανάπτυξη με αέρα εξαγωγικό!

Η απρόσμενη άνοδος που κατέγραψαν οι εξαγωγές, τόσο για τον μήνα Ιούλιο, όσο και σε επίπεδο 7μήνου, υπογραμμίζει ξεκάθαρα τη δυναμική των ελληνικών προϊόντων και τη διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση που έχουν στο εξωτερικό.

Αν υπάρχει κάτι για το οποίο θα έπρεπε να ευγνωμονούμε την κρίση, ήταν το γεγονός ότι ανάγκασε τις ελληνικές επιχειρήσεις να βγουν από το καβούκι τους και να επενδύσουν στην καινοτομία και την εξωστρέφεια. Το να βγεις από το «comfort zone» της εγχώριας αγοράς και των σίγουρων μεριδίων, και να ανταγωνιστείς brands με διεθνές εκτόπισμα και εδραιωμένη παρουσία στα ράφια τρίτων χωρών, είναι μεν δύσκολο, αν όμως γίνει σωστά και μεθοδικά, τότε είναι ο θεμέλιος λίθος για την αναπτυξιακή πορεία της εταιρείας σου.

Οι ποιοτικές πρώτες ύλες, η τεχνογνωσία, το προσεγγμένο packaging, αλλά και η σωστή επικοινωνιακή πολιτική, αποτελούν δυνατά όπλα στη φαρέτρα των ελληνικών επιχειρήσεων που ενδυναμώνουν ολοένα και περισσότερο την παρουσία τους σε αναδυόμενες, αλλά και σε παραδοσιακές αγορές.

Οι ελληνικές εξαγωγές παρουσίασαν διψήφια ποσοστιαία άνοδο της τάξης του 20,7% τον Ιούλιο, ενώ στο επτάμηνο φέτος, «έτρεξαν» με θετικό ρυθμό 24,7% και διαμορφώθηκαν σε 22.116,9 εκατ. ευρώ, αυξημένες κατά 4.384,7 εκατ. ευρώ, συγκριτικά με την περσινή περίοδο Ιανουαρίου- Ιουλίου. Μάλιστα ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βόρειας Ελλάδας (ΣΕΒΕ) ανέφερε πως οδεύουν προς νέο ρεκόρ, προσθέτοντας ότι «η αύξησή τους στο α' επτάμηνο (4.384,7 εκατ. ευρώ) ξεπερνάει κατά 39% τη μείωση που καταγράφηκε στο σύνολο του 2020 (3.161,6 εκατ. ευρώ)».

Ειδική μνεία στις εξαγωγές έγινε και στο πλαίσιο της ΔΕΘ, με τον Υπουργό Ανάπτυξης, Άδωνι Γεωργιάδη να λέει το περίφημο «λεφτά υπάρχουν», αποδίδοντας τη φράση αυτή στο ότι η κυβερνητική πολιτική που ακολουθήθηκε «έτρεξε» τις επιχειρήσεις, τις εξαγωγές και τον τουρισμό, φέρνοντας αποτελέσματα στο μέτωπο της οικονομίας.

Έχοντας στο μυαλό μας ότι «εχθρός του καλού είναι το καλύτερο», αναμένουμε ότι τόσο η κυβέρνηση, όσο και ο επιχειρηματικός ιστός της χώρας, δεν θα επαναπαυθούν στις δάφνες τους, αλλά θα συνεχίσουν να δημιουργούν όλες εκείνες τις προϋποθέσεις που δίνουν ώθηση στα φτερά των εξαγωγικών εταιρειών.

Μαρία Ακριβού  
Editor in Chief Export GREECE



# Έρχονται νέοι κανόνες για ενισχυμένο έλεγχο των εξαγωγών

Μια εξέλιξη από το ευρωπαϊκό μέτωπο έρχεται για να δώσει άλλη ώθηση στις εξαγωγές της Γηραιάς Ηπείρου.



## Από της 9 Σεπτεμβρίου 2021 η ΕΕ προχωρά σε ενίσχυση της ικανότητας απόκρισής της σε νέους κινδύνους για την ασφάλεια και σε αναδυόμενες τεχνολογίες.

Ο νέος κανονισμός για τον έλεγχο των εξαγωγών, που τέθηκε και επισήμως σε ισχύ, θα καταστήσει αυστηρότερους τους ελέγχους στο εμπόριο ειδών διπλής χρήσης –μη στρατιωτικών ειδών και τεχνολογιών με πιθανή στρατιωτική χρήση ή χρήση στον τομέα της ασφάλειας-, ενώ ταυτόχρονα θα ενισχύσει την ικανότητα της ΕΕ να προστατεύει τα ανθρώπινα δικαιώματα και να στηρίζει την ασφάλεια των αλυσίδων εφοδιασμού για στρατηγικά είδη. Στην πράξη το νέο πλαίσιο δίνει τη δυνατότητα στην ΕΕ να αναλάβει σειρά σημαντικών δράσεων για τη συγκέντρωση εμπειρογνωσίας και για την αντιμετώπιση συγκεκριμένων προκλήσεων, ιδίως σε σχέση με την κυβερνοεπιτήρηση —τομέας για τον οποίο προετοιμάζονται κατευθυντήριες γραμμές δέουσας επιμέλειας— αλλά και όσον αφορά τις αναδυόμενες τεχνολογίες διπλής χρήσης όπως είναι η προηγμένη υπολογιστική.

Ο κανονισμός εισάγει μεγαλύτερη διαφάνεια, αναβαθμίζοντας το επίπεδο διαβουλεύσεων και υποβολής εκθέσεων μεταξύ κρατών μελών και Επιτροπής, με τη συμβολή στην ανάπτυξη μιας νέας ηλεκτρονικής πλατφόρμας αδειοδότησης της ΕΕ που λειτουργεί ήδη πιλοτικά σε τέσσερα κράτη μέλη της ΕΕ.

Παρέχει επίσης τη νομική βάση για τη δράση της ΕΕ σε πολυμερές, πλειονομερές και διμερές επίπεδο —αναγνωρίζοντας ότι η αποτελεσματικότητα των ελέγχων εξαρτάται από τη συνεργασία των κύριων παραγωγών τεχνολογίας— και βασίζεται στο υφιστάμενο πολυμερές πλαίσιο ελέγχου των εξαγωγών —και συγκεκριμένα στον διακανονισμό του Wassenaar, που αποτελεί τη βάση για πολλούς περιορισμούς που επιβάλλει ο κανονισμός σε επίπεδο ΕΕ.

Υπενθυμίζεται πως η Επιτροπή ενέκρινε τη νομοθετική της πρόταση για τον εκσυγχρονισμό του ενωσιακού ελέγχου των εξαγωγών ευαίσθητων, διπλής χρήσης ειδών και τεχνολογιών τον Σεπτέμβριο του 2016, με σκοπό την αντικατάσταση του κανονισμού του 2009. Τα εν λόγω είδη έχουν πολλές μη στρατιωτικές χρήσεις, αλλά μπορούν

επίσης να χρησιμοποιηθούν για σκοπούς άμυνας, συλλογής πληροφοριών και επιβολής του νόμου (πυρηνικά και ειδικά υλικά, τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός, ηλεκτρονικά και υπολογιστές, διαστημικός και αεροδιαστημικός εξοπλισμός, εξοπλισμός πλοίων κ.λπ.), καθώς επίσης να χρησιμοποιηθούν καταχρηστικά για παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Ο νέος κανονισμός περιλαμβάνει πολλές από τις προτάσεις της Επιτροπής για συνολική «αναβάθμιση του συστήματος», θα καταστήσει δε το υφιστάμενο ενωσιακό σύστημα ελέγχου των εξαγωγών αποτελεσματικότερο μέσω:

- της εισαγωγής μιας νέας διάστασης «ανθρώπινης ασφάλειας», ώστε η ΕΕ να μπορεί να ανταποκρίνεται στις προκλήσεις που θέτουν οι αναδυόμενες τεχνολογίες διπλής χρήσης —ιδίως οι τεχνολογίες κυβερνοεπιτήρησης— οι οποίες ενέχουν κίνδυνο για την εθνική και τη διεθνή ασφάλεια συμπεριλαμβανομένης της προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
- της επικαιροποίησης βασικών εννοιών και ορισμών (π.χ. ορισμός του «εξαγωγέα» κατά τρόπο ώστε να είναι σαφές ότι καταλαμβάνει τα φυσικά πρόσωπα και τους ερευνητές που συμμετέχουν σε μεταφορές τεχνολογίας διπλής χρήσης)
- της απλούστευσης και εναρμόνισης των διαδικασιών αδειοδότησης και της παροχής στην Επιτροπή της εξουσίας να τροποποιεί —με «απλουστευμένη» διαδικασία, δηλαδή με κατ' εξουσιοδότηση πράξη— τον κατάλογο των ειδών ή προορισμών που υπόκεινται σε συγκεκριμένα είδη ελέγχου, ώστε να καταστεί το σύστημα ελέγχου των εξαγωγών πιο ευέλικτο και ικανό να εξελίσσεται και να προσαρμόζεται στις περιστάσεις
- της ενίσχυσης της ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ των αρχών που είναι αρμόδιες για τη χορήγηση των αδειών και της Επιτροπής, με σκοπό την αύξηση της διαφάνειας των αποφάσεων αδειοδότησης
- της προσέγγισης της βιομηχανίας και της διασφάλισης διαφάνειας στις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη, για την ανάπτυξη μιας δομημένης σχέσης με τον ιδιωτικό τομέα, μέσω ειδικών διαβουλεύσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη τις οποίες θα διεξάγει η σχετική ομάδα εμπειρογνομώνων των κρατών μελών που λειτουργεί στο πλαίσιο της Επιτροπής
- της δυνατότητας εντατικότερου διαλόγου με τρίτες χώρες και της επιδίωξης ισότιμων όρων ανταγωνισμού σε παγκόσμιο επίπεδο.





ΕΙΜΑΣΤΕ  
Η ΕΛΛΑΔΑ  
ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΕΙ

Το 2013, σε μια περίοδο πολύ δύσκολη για τη χώρα και την οικονομία, μέσα στη δίνη μιας ύφεσης που κανείς δεν μπορούσε να προβλέψει τις προεκτάσεις της (μνημόνια, λουκέτα, ανεργία στα ύψη, επιβολή capital controls) οι ελληνικές επιχειρήσεις αποφασίζουν να συνασπιστούν και να πάρουν την τύχη στα χέρια τους δημιουργώντας την οικογένεια του «ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ».



## Η πρωτοβουλία που στηρίζει τα “ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ” προϊόντα!

Κόντρα στο ρεύμα και στο ασφυκτικό φορολογικό καθεστώς που απομακρύνει επενδύσεις και «αφαιμάζει» τα κέρδη των επιχειρήσεων, ο ιδιωτικός τομέας συσπειρώθηκε σε μια προσπάθεια που στόχο έχει την ανάδειξη των ελληνικών προϊόντων και τη διεκδίκηση της θέσης που αξίζουν στην εγχώρια αγορά, αλλά και στο εξωτερικό.

Στην πρωτοβουλία ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ συμμετέχουν Ελληνικές παραγωγικές-μεταποιητικές εταιρίες που επιλέγουν να διατηρούν το κέντρο των ανά τον κόσμο επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων στην χώρα μας και κατά πλειοψηφία ανήκουν σε ιδιώτες επιχειρηματίες-παραγωγούς που και αυτοί, ως φυσικά πρόσωπα, έχουν την φορολογική και επιχειρηματική τους έδρα στην Ελλάδα.

Σήμερα στο δίκτυο του ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ έχουν ενταχθεί 66

πολύ γνωστά ελληνικά brands που δραστηριοποιούνται σε διάφορους κλάδους, ως επί το πλείστον, στον χώρο των τροφίμων. Από τις εταιρίες αυτές παράγονται συνολικά 3 δισεκατομμύρια κωδικό προϊόντων, ο τζίρος τους ξεπερνά τα 2,5 δις ευρώ και απασχολούν 7.500 εργαζόμενους! «Βρισκόμαστε σε μία σταθερά ανοδική πορεία και στόχος μας είναι η αύξηση του εθνικού πλούτου και κατ' επέκταση η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων. Το πιο σημαντικό είναι ότι η πρωτοβουλία του ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ μεγαλώνει όλο και περισσότερο, με την προσθήκη νέων μελών, και ότι τρέχουμε από κοινού κοινά projects σε Ελλάδα και εξωτερικό. Είναι γεγονός πως οι αμιγώς ελληνικές επιχειρήσεις λιγοστεύουν χρόνο με το χρόνο. Θα πρέπει λοιπόν να υπάρξει ένας κοινός τόπος, ένα σημείο αναφορά που θα συμβάλει στη δημιουργία οικονομικών κλίμακος και θα τονώσει

την εξωστρέφεια μας» λέει στο Export Greece ο Πρόεδρος του ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ & Πρόεδρος της εταιρείας agrino, κ. Άγις Πιστιόλας.

Η συμμετοχή στις μεγαλύτερες διεθνείς εκθέσεις με ένα κοινό σχήμα, αυτό του ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, δημιουργεί τεράστιες προοπτικές για την απόκτηση πρόσβασης σε ένα παγκόσμιο κοινό που ξεπερνά τα 7 δισεκατομμύρια πολίτες.

«Ο covid19 δημιούργησε τεράστιες δυσκολίες, όσον αφορά την προβολή και την τοποθέτηση των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό. Εμείς συνεχίζουμε τις κοινές δράσεις στις μεγαλύτερες εκθέσεις του εξωτερικού. Μέσα από το κοινό περίπτερο του ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, μιλάμε ουσιαστικά για ένα workshop stop με πολύ καλά δομημένες εξαγωγικές επιχειρήσεις. Καλό είναι το ελληνικό

καρπούζι, όμως, σκεφτείτε πόσο μεγαλύτερη θα ήταν η προστιθέμενη αξία που θα έδινε ένας χυμός ή ένα αναψυκτικό με ελληνικό καρπούζι στο εξωτερικό» λέει χαρακτηριστικά ο κ. Πιστιόλας.

Προσθέτει πως κάθε χρόνο παίρνουν το σήμα του ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ 10 επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν υποβληθεί σε αυστηρή αξιολόγηση σε ό,τι αφορά το θέμα της ελληνικότητας, της παραγωγής, της φορολογικής έδρας κλπ, ενώ εξίσου σημαντικό ρόλο παίζει η κοινωνική ευθύνη και βιωσιμότητα. «Θέλουμε το συγκεκριμένο σήμα να είναι ο λόγος και το κριτήριο επιλογής των προϊόντων που οι καταναλωτές βάζουν στο σπίτι τους. Όλοι μιλούν για τη σημασία ενίσχυσης του εξαγωγικού μας αποτυπώματος. Υγιής και επιτυχημένη επιχείρηση είναι εκείνη στην οποία ο τζίρος που προέρχεται από τις εξαγωγές είναι μεγαλύτερος από τον τζίρο της εσωτερικής αγοράς» επισημαίνει ο κ. Πιστιόλας.

### **Η συμμετοχή στις διεθνείς εκθέσεις είναι μονόδρομος!**

Για τον επικεφαλής της agrino δεν νοείται επιχείρηση με εξωστρεφή προσανατολισμό να μη συμμετέχει σε διεθνείς εκθέσεις, ειδικά εάν αυτή δραστηριοποιείται στον κλάδο των τροφίμων και των ποτών, όπου η δοκιμή των προϊόντων κρίνεται επιτακτική για την αγορά του αγαθού από τον τελικό καταναλωτή ή για

το κλείσιμο συμφωνίας με τον διανομέα. «Η συμμετοχή στις διεθνείς εκθέσεις είναι μονόδρομος για τις ελληνικές επιχειρήσεις που βασίζουν ένα μεγάλο μέρος του τζίρου τους στις εξαγωγές. Από τα ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, σχεδόν τα μισά μέλη μας θα συμμετάσχουν στις μεγαλύτερες εκθέσεις του εξωτερικού. Βέβαια εξακολουθεί να υπάρχει προβληματισμός για το πώς θα εξελιχθούν τα πράγματα λόγω covid. Η Anuga θα αποτελέσει ένα «crash test», αν και οι πληροφορίες μας λένε ότι δεν αναμένεται να είναι μεγάλη η συμμετοχή των επισκεπτών. Υπάρχει, όμως και η διαδικτυακή παρουσία των εκθετών, που δεν είναι εξίσου αποτελεσματική, όπως εκείνη με το φυσικό περίπτερο, αλλά δεν παύει να θεωρείται σημαντικό εργαλείο προβολής. Επιπρόσθετα, η Fancy Food στην Αμερική ακυρώθηκε. Μιλάμε για μια “ερμαφρόδιτη” κατάσταση που κανείς δεν είναι σε θέση να προβλέψει τις εξελίξεις. Οι επιχειρηματίες παίρνουν πλέον τις αποφάσεις διαισθητικά».

Σχολιάζοντας το «Export Greece» newsletter, ο κ. Πιστιόλας κάνει λόγο για ένα συμπληρωματικό εργαλείο, ιδιαίτερα χρήσιμο στην ελληνική εξαγωγική κοινότητα, καθώς συμβάλλει, όπως υπογραμμίζει, στην ευρύτερη προβολή των προϊόντων και των υπηρεσιών που φέρουν την υπογραφή Made in Greece, στην παγκόσμια επιχειρηματική αγορά.

## **Γαλλία: Θα αναγκαστεί να ρίξει νερό στο κρασί της!**

Αντιμέτωπη με τη χαμηλότερη παραγωγή κρασιού που έχει καταγραφεί ποτέ έρχεται η Γαλλία, η πρώτη χώρα σε εξαγωγές οίνου παγκοσμίως. Φαίνεται πως η πρόποση για το 2021 και την καλή πορεία του οινοποιητικού κλάδου δεν έπιασε τόπο, αφού η κλιματική αλλαγή και ο συνεπακόλουθος παγετός “έκαψαν” ένα σημαντικό μέρος των σταφυλιών.

Η προβλεπόμενη παραγωγή για τη φετινή χρονιά ανέρχεται στα 33,3 εκατ. εκατόλιτρων και θα είναι μειωμένη κατά 29%. «Ο παγετός την άνοιξη μείωσε σε σημαντικό ποσοστό την παραγωγή, η οποία θα είναι ιστορικά χαμηλή, κάτω από αυτή του 1991 και του 2017» ανέφερε το υπουργείο Γεωργίας σε σχετική ανακοίνωση.

Η πρώτη πρόβλεψη του υπουργείου για την εθνική παραγωγή οίνου τον Αύγουστο έδειχνε μείωση της τάξης του 24-30% από το 2020, με τους καλλιεργητές να έχουν προειδοποιήσει ήδη από τον Ιούλιο ότι ενδέχεται να χαθεί το ήμισυ της παραγωγής.



## Τάσεις

# Οι Έλληνες αγαπούν τα PL προϊόντα!

Μπορεί όταν πηγαίνουμε στο σουπερμάρκετ να δίνουμε προτεραιότητα στα αγαπημένα μας brands, όμως στο καλάθι μας υπάρχει πάντα χώρος και για συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Αφενός διότι και αυτά παρασκευάζονται από τις γνωστές βιομηχανίες για λογαριασμό τρίτων – κυρίως για αλυσίδες σουπερμάρκετ που τοποθετούν τη δική τους επωνυμία – αφετέρου διότι το κόστος αγοράς είναι ελαφρώς χαμηλότερο μιας και δεν εμπίπτει σε αυτό η διαφημιστική δαπάνη που θα έκανε οποιοδήποτε επώνυμο brand προκειμένου να υπενθυμίζει διαρκώς την παρουσία του στο καταναλωτικό κοινό.

Σύμφωνα με πρόσφατη πανελλήνια έρευνα που εκπόνησε η Focus Bari μέσω του online panel Focus Bari | YouGov, προκύπτει ότι το 94% των Ελλήνων ψωνίζει συστηματικά / τακτικά τουλάχιστον μια προϊοντική κατηγορία σε private label. Η αγορά αυτή φαίνεται να έχει εξελιχθεί «γεωμετρικά» μέσα στην τελευταία 20ετία, συγκρίνοντας αντίστοιχες έρευνες της Focus Bari του 2000-2010-2021 που δείχνουν ότι:

Το 2000, ένας στους δύο Έλληνες καταναλωτές (50%) αγόραζε τακτικά / συστηματικά τουλάχιστον ένα είδος σε private label. Η αναλογία αυτή εντοπίζεται στο 77% στην έρευνα του 2010, που παρουσιάστηκε στο αντίστοιχο συνέδριο, και φτάνει σήμερα στο 94%.

Αυτό που επίσης παρουσιάζει μεγάλη διαφοροποίηση είναι η ποικιλία των διαφορετικών ειδών που σήμερα οι καταναλωτές δηλώνουν ότι αγοράζουν συστηματικά σε private label, με τα χαρτικά να έχουν την πρωτοκαθεδρία και να ακολουθούν τα απορρυπαντικά / καθαριστικά, καθώς και 40 περίπου άλλα είδη.

Αξιοσημείωτο είναι ότι τόσο στην έρευνα του 2010, όσο και στην φετινή, αρκετά μεγάλη αναλογία καταναλωτών αποδίδει value for money στα private labels – το 71% δηλώνει ότι αξίζει η αγορά τους- αν και η μεγάλη πλειονότητα εξακολουθεί να προτιμά τα brands όταν τα βρει σε προσφορές / τιμές που πλησιάζουν εκείνες των private labels.

«Το γενικότερο συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουμε είναι ότι κάποιες συνήθειες έχουν πλέον παγιωθεί και θεωρούνται καθιερωμένες στη συνείδηση των καταναλωτών. Η αλήθεια είναι πως στο παρελθόν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας είχαν “χτίσει” μια αρνητική εικόνα, καθώς υστερούσαν σε ποιότητα. Για παράδειγμα, βλέπαμε να κυκλοφορούν αραιωμένα απορρυπαντικά, κακής ποιότητας χαρτικά... κ.α. Ο καταναλωτής σήμερα δεν ξεγελιέται εύκολα, ψάχνει ενδελεχώς αυτό που θα αγοράσει. Συν του ότι τα είδη pl φέρουν τη σφραγίδα και την υπογραφή των σουπερμάρκετ, γεγονός που δημιουργεί ένα αίσθημα εμπιστοσύνης στους αγοραστές, αφού γνωρίζουν με ποιον έχουν να κάνουν. Σήμερα δεν υπάρχει αλυσίδα σουπερμάρκετ που να μη διαθέτει τη δική της σειρά pl, η οποία βρίσκεται σε περίοπτη θέση στο ράφι και αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων» επισημαίνει στο Export Greece, η Ξένια Κούρτογλου, Ιδρύτρια της Focus Bari.

Προσθέτει δε πως, παρά τη δυναμική και την επιθετική επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθούν οι μεγάλες πολυεθνικές, τα ελληνικά προϊόντα παραμένουν σταθερά η πρώτη επιλογή του εγχώριου καταναλωτικού κοινού.





## Καναδάς

# Σε ποια ελληνικά προϊόντα κάνουν focus οι Καναδοί!

Κάλεσμα για την τόνωση των εμπορικών σχέσεων μεταξύ Ελλάδας – Καναδά απευθύνει το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της ελληνικής πρεσβείας στην Οττάβα, υπογραμμίζοντας τις «εξαιρετικές προοπτικές εξαγωγών ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών», στην περιοχή της Βόρειας Αμερικής, που αποτελεί και τη δεύτερη μεγαλύτερη σε έκταση χώρα του πλανήτη με πληθυσμό 38,15 εκατομμύρια ανθρώπους.

Σύμφωνα με τον «Οδηγό Επιχειρείν στον Καναδά» που δόθηκε στη δημοσιότητα και χαρτογραφεί ουσιαστικά τις ανάγκες και την δυναμική, σε επίπεδο κατανάλωσης, της канаδικής αγοράς, οι τομείς με τις πιο ελπιδοφόρες προοπτικές για τις ελληνικές επιχειρήσεις είναι αυτοί των τροφίμων, της πράσινης ενέργειας και της τεχνολογίας. Στους κλάδους ιδιαίτερου ενδιαφέροντος έρχονται να προστεθούν τα καλλυντικά - παραφαρμακευτικά προϊόντα, καθώς και ο κλάδος των δομικών υλικών, ο οποίος παρουσιάζει ενδιαφέρον κυρίως για τους Έλληνες εξαγωγείς μαρμάρου και αλουμινίου.

Ιδιαίτερα για τα τρόφιμα σημειώνεται ότι, χάρη στην προσωρινή εφαρμογή της Συμφωνίας CETA, έχει διευκολυνθεί το εμπόριο και υπάρχει περιθώριο περαιτέρω ενίσχυσης εξαγωγών ελληνικών προϊόντων στην канаδική αγορά, ενώ καταλυτικό ρόλο εκτιμάται ότι θα παίξουν στοχευμένες επιχειρηματικές αποστολές προκειμένου τα ελληνικά brands να συστηθούν στο καταναλωτικό κοινό, αλλά και να βρουν πιθανούς συνεργάτες με σημμένο δίκτυο διανομής για την καλύτερη τοποθέτηση των προϊόντων τους στο ράφι.

Όσο για τον τομέα της τεχνολογίας, είναι γεγονός πως ευνοήθηκε σημαντικά από την πανδημία και παράλληλα από την ενίσχυση του θεσμικού πλαισίου του Καναδά που προωθεί τη μεγάλη ανάπτυξη καινοτόμων τεχνολογικών προϊόντων και νέων επιχειρηματικών ιδεών. Οι ελληνικές εταιρείες του κλάδου θα μπορούσαν, μέσω κατάλληλης δικτύωσης με канаδικές εταιρείες, να εξασφαλίσουν συνεργασίες, αλλά και χρηματοδότηση μιας και πρόκειται για μια πιο ώριμη αγορά σε επίπεδο startup οικοσυστήματος.



## Δράσεις για επενδύσεις και επιχειρηματική συνεργασία

Οι προτάσεις δράσεων ενίσχυσης εξωστρέφειας που προτείνονται από το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της ελληνικής πρεσβείας στην Οττάβα είναι:

- 1 Συμμετοχή σε εκδηλώσεις, συνέδρια και εκθέσεις που αφορούν στον κλάδο τροφίμων, οίνων και ποτών προς περισυλλογή στοιχείων για την ενίσχυση των ελληνικών εξαγωγών.
- 2 Συμμετοχή του γραφείου ΟΕΥ σε ημερίδες και συνέδρια που διοργανώνονται στην Ελλάδα από επιμελητήρια, συνδέσμους εξαγωγέων και λοιπούς φορείς, με θέμα τις ελληνο-καναδικές εμπορικές και οικονομικές σχέσεις.
- 3 Διοργάνωση B2B επιχειρηματικών συναντήσεων, σε περίπτωση πραγματοποίησης εμπορικής αποστολής από την Ελλάδα. Το γραφείο ΟΕΥ προτίθεται να καταβάλει κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε να στεφθεί με επιτυχία ενδεχόμενη επιχειρηματική αποστολή, υπό την αιγίδα του ππουργείου Εξωτερικών ή άλλων φορέων.

## Ξοδεύουν οι Καναδοί τουρίστες!

Για να δούμε με ακόμη καλύτερο μάτι την καταναλωτική ισχύ των Καναδών, αρκεί να λάβουμε υπόψη ότι στην Ελλάδα θεωρούνται από τους τουρίστες με την μεγαλύτερη κατά κεφαλήν δαπάνη.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία που έχουμε στη διάθεσή μας, από τη μελέτη του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Insete) για την εικόνα του εισερχόμενου τουρισμού στη χώρα μας την περίοδο 2017- 2019 – μιας και τον τελευταίο ενάμιση χρόνο η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία έχει μπει στον αυτόματο πιλότο, λόγω covid19 - οι Καναδοί βρίσκονται στη 2η θέση των ταξιδιωτών που ξοδεύουν τα περισσότερα χρήματα στις διακοπές τους επί ελληνικού εδάφους.

Το συνολικό budget υπολογίζεται σε 1.068 ευρώ και ο μέσος όρος παραμονής αγγίζει τις 12,6 ημέρες. Πρώτοι είναι οι Αυστραλοί, ενώ το top 3 συμπληρώνουν οι Αμερικάνοι.

# SKAG: Στα «Super» τετράδια της... έχει την συνταγή της επιτυχίας

Μπλε τετράδια, που στο εξώφυλλο τους έχουν κεντραρισμένη την ετικέτα σε μια μικρή διαφάνεια η οποία ως στοιχεία θέλει να συμπληρωθεί το όνομα του μαθητή, η τάξη και το μάθημα για το οποίο θα χρησιμοποιηθεί το τετράδιο ενώ στο πάνω μέρος της γράφει με μεγάλα γράμματα «Super Διεθνές» Αυτή είναι η εικόνα που έχουν όλοι οι Έλληνες στο μυαλό τους με το που ακούνε την λέξη τετράδιο. Και αυτό για την απλότητα και την λειτουργικότητα τους προτιμούν οι μαθητές από το δημοτικό έως το Λύκειο ή ακόμη και το Πανεπιστήμιο.

Πίσω από αυτό το μπλε τετράδιο υπάρχει μια εταιρεία, η SKAG η οποία εδώ και πενήντα-πέντε χρόνια έχει γαλουχήσει χιλιάδες μαθητές.

Ταυτόχρονα από το 1990 η εταιρεία ήταν αυτή που λάνσαρε στην ελληνική αγορά και τα κλασέρ.

Βέβαια η εταιρεία δεν έμεινε εκεί αλλά έχει κάνει άλματα τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Η συνταγή της επιτυχίας εξελίχθηκε και πέρα από τα μπλε τετράδια και τα κλασέρ έχει δημιουργήσει μεγάλο κατάλογο προϊόντων και μια ποικιλία που προσελκύει όλους τους τύπους και τις τάσεις των νέων παιδιών αλλά και των λίγο πιο μεγάλων.

Η SKAG είναι μια εταιρεία που οι μέτοχοι της κρατούν χαμηλούς τόνους παρά το γεγονός ότι κάθε χρόνο κατακτούν κορυφές όχι μόνο στους οικονομικούς στόχους που θέτει αλλά στο ότι έχει κάνει συνώνυμο το όνομα της με τα σχολικά-χαρτικά είδη σε 5 γενιές Ελλήνων.

**Το μπάσιμο των κινεζικών αντίστοιχων προϊόντων δεν την αποκαθήλωσε**

Ειδικότερα η δραστηριοποίηση της εταιρείας παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς από το 1956 - έτος ίδρυσης - έως και σήμερα, η εταιρεία έχει στα προϊόντα χάρτου και χαρτονιού διευρύνει συνεχώς το μερίδιό της και σήμερα είναι ο Leader της συγκεκριμένης κατηγορίας. Μάλιστα ο θρόνος που κάθεται δεν έχει κερδηθεί σε καμία περίπτωση εύκολα.



Ειδικά τα τελευταία χρόνια με το άγριο μπάσιμο των κινεζικών αντίστοιχων προϊόντων στην ελληνική αγορά η SKAG κρατά τα σκήπτρα και μάλιστα πολύ γερά αφού κατέχει το 64% του μεριδίου της συγκεκριμένης κατηγορίας.

**Από το Κρουονέρι**

Οι ιδιόκτητες κτηριακές εγκαταστάσεις της εταιρείας στο Κρουονέρι καταλαμβάνουν 20.000 τ.μ. και απασχολεί συνολικά 120 άτομα και εποχιακά άλλα 10-15.

**Οι εξαγωγές σε 37 χώρες και τα 32 εκατ. τετράδια**

Η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας ξεκίνησε προς το τέλος της δεκαετίας του '80 και σήμερα εξάγει σε 37 χώρες, της Ενωμένης Ευρώπης, της Μεσογείου, των Ανατολικών χωρών, της Μέσης και Άπω Ανατολής, της Νοτίου Αμερικής και της Αφρικής. Από το 2005 η SKAG διακινεί τα προϊόντα της προς τις Βαλκανικές χώρες μέσω του ιδιόκτητου Κέντρου Διανομής Βορείου Ελλάδος, που εδρεύει στην περιοχή της Σίνδου στη Θεσσαλονίκη, εκτάσεως 3.200τ.μ. Σύμφωνα με παλιότερες δηλώσεις της κας. Πόπης Σκαγιά υπήρξε χρονιά που είχαν παραχθεί 32 εκατ. τετράδια...

**Οι 1200 κωδικοί**

Η δεκαετία του '90 ήταν το ίδιο δημιουργική και παραγωγική για την εταιρεία, αφού συνέχισε να δημιουργεί πρωτοποριακά προϊόντα (ξεπερνούν τους 1200 κωδικούς) που την καθιέρωσαν στη συνείδηση του καταναλωτικού κοινού, να εξάγει και σε άλλες χώρες - προσαρμόζοντας όλα τα προϊόντα της στις Ευρωπαϊκές προδιαγραφές - και να περιλαμβάνεται στη λίστα των καλύτερα εξοπλισμένων Βιομηχανιών επεξεργασίας Χάρτου στην Ευρώπη.



# «Πονοκέφαλος» για τον Μπάιντεν οι δασμοί εισαγωγής χάλυβα του Τραμπ

Την κατάργηση των δασμών στην εισαγωγή χάλυβα ζητά η Ευρωπαϊκή Ένωση, ασκώντας πίεση στην κυβέρνηση Μπάιντεν, προκειμένου να αλλάξει το υφιστάμενο καθεστώς. Ωστόσο, η συνολική κατάργηση των δασμών ακόμη και για την Ευρώπη, χωρίς να υιοθετηθούν μέτρα προστασίας για τους παραγωγούς χάλυβα στις ΗΠΑ, εμπεριέχει τον κίνδυνο έντονου προβληματισμού

και ενόχλησης των ψηφοφόρων των συνδικάτων στον εν λόγω βιομηχανικό τομέα, όπως είναι ο Καμίν Τόμσον, ο Πρόεδρος του συνδικάτου εργατών χάλυβα στο προάστιο Κονσοχόκεν της Φιλαδέλφειας, ενόψει των ενδιάμεσων εκλογών του Κογκρέσου το 2022. Πρόκειται για ένα ιστορικό εργοστάσιο επεξεργασίας χάλυβα με λειτουργία που ξεπερνά τον έναν αιώνα, το οποίο εκτείνεται σε μήκος 1.125 μέτρων στις

όχθες του ποταμού Σκούκλιλ. «Είμαι πολύ σίγουρος ότι η ηγεσία της ένωσης μας λέει στον πρόεδρο Μπάιντεν, ότι το σωστό πράγμα που πρέπει να πράξει, είναι να κάνει τη βιομηχανία μας δυνατώτερη και καλύτερη», δήλωσε σε συνέντευξη του ο Τόμσον, ενώ πρόσθεσε ότι «Αν πάει αντίθετα σε αυτό, τότε θα πρέπει να έχει ένα πολύ καλό λόγο για να το αιτιολογήσει».



## Δυναμική πορεία των ελληνικών εξαγωγών στον Καναδά

Αύξηση της τάξης του 8,47% σημείωσαν το 2020 οι ελληνικές εξαγωγές προς τον Καναδά, σύμφωνα με την έκθεση του γραφείου ΟΕΥ στην Οττάβα. Ειδικότερα, οι εξαγωγές ανήλθαν σε 166,32 εκατ. ευρώ, με τις αντίστοιχες εισαγωγές να μειώνονται κατά 32,17%, στα 57,65 εκατ. ευρώ. Συνολικά, ο όγκος εμπορίου μεταξύ Ελλάδας – Καναδά κινείται άνω των 200 εκατομμυρίων ευρώ τα τελευταία χρόνια και τα ελληνικά προϊόντα θεωρούνται πως έχουν προοπτικές στην καναδική αγορά, αν και υπάρχει έντονος ανταγωνισμός από τα αμερικανικά και μεξικανικά προϊόντα.



## Tesla: Κλείνει το μάτι στις εξαγωγές

Η Tesla πούλησε τον Αύγουστο 44.264 οχήματα κατασκευασμένα στην «χώρα του δράκου», από τα οποία τα 31.379 οχήματα εξήχθησαν, όπως ανακοίνωσε πρόσφατα η Ένωση Επιβατικών Αυτοκινήτων της Κίνας (CPCA).

Οι τοπικές πωλήσεις κινέζικων οχημάτων ανήλθαν στα 12.885 αυτοκίνητα τον Αύγουστο από τα 8.621 αυτοκίνητα που πωλήθηκαν τον Ιούλιο. Η CPCA αναφέρει ότι οι πωλήσεις επιβατικών αυτοκινήτων τον Αύγουστο στην Κίνα έφτασαν τα 1,5 εκατομμύρια, και είναι μειωμένες κατά 14,7 % σε σχέση με πέρυσι.



Coming soon

# Έρχεται το THESSALONIKI WINE SELFIE!

Η συμμετοχή στις διεθνείς εκθέσεις είναι σημαντική, όμως δεν πρέπει να απέχουμε και από τις εγχώριες διοργανώσεις, όταν αυτές συνιστούν αφορμή για να γνωρίσουμε νέα προϊόντα.

Στις 26 & 27 Σεπτεμβρίου, από τις 17:00μ.μ. έως τις 22:00 μ.μ. οι λάτρεις του κρασιού, αλλά και οι παραγωγοί του θα έχουν την τιμητική τους. Η Αυλή στο Τελλόγλειο Ίδρυμα Τεχνών του Α.Π.Θ. στην Θεσσαλονίκη, θα αναδύει άρωμα οίνου και το THESSALONIKI WINE SELFIE έχει ετοιμάσει ένα πρωτότυπο ταξίδι στον υπέροχο κόσμο του ελληνικού κρασιού!

Τι θα δούμε στην έκθεση:

- Πάνω από 250 ετικέτες κρασιών από καταξιωμένα οινοποιεία, boutique wineries και δίκτυα διανομής με εισαγόμενα και ελληνικά κρασιά.
- Το κάθε κρασί θα αυτοπαρουσιάζεται κάτω από ένα table stand με όλες τις πληροφορίες της παραγωγής του
- Τα κρασιά θα είναι ταξινομημένα ανά χρώμα, στυλ, ποικιλία ή blend
- Η ομάδα του Wine Style θα βρίσκεται εκεί για να εξασφαλίζει τις σωστές θερμοκρασίες και να μας ενημερώνει

Περιορισμένος αριθμός επισκεπτών και ασφάλεια

- Για την αγορά εισιτηρίου υπάρχει η δυνατότητα κράτησης με προαγορά, εφόσον οριστεί η μέρα και η ώρα άφιξης, με χρονικό εύρος 15 λεπτών ή με αγορά ανέπαφων συναλλαγών στην είσοδο του Τελλόγλειου.
- Εφόσον επιβεβαιωθεί η διαθεσιμότητα θέσης, ακολουθεί η επικύρωση με την αποστολή του καταθετηρίου συμμετοχής των 10 ευρώ
- Θα υπάρχουν αριθμημένες κάρτες εισόδου για τον έλεγχο του αριθμού επισκεπτών στο χώρο που είναι ορισμένος.







εξάγουμε Ελλάδα  
**LET'S EXPORTGREECE**  
THE NEWSLETTER

