

**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 www.greatexhibitions.gr

21.09.2021 Τεύχος #04

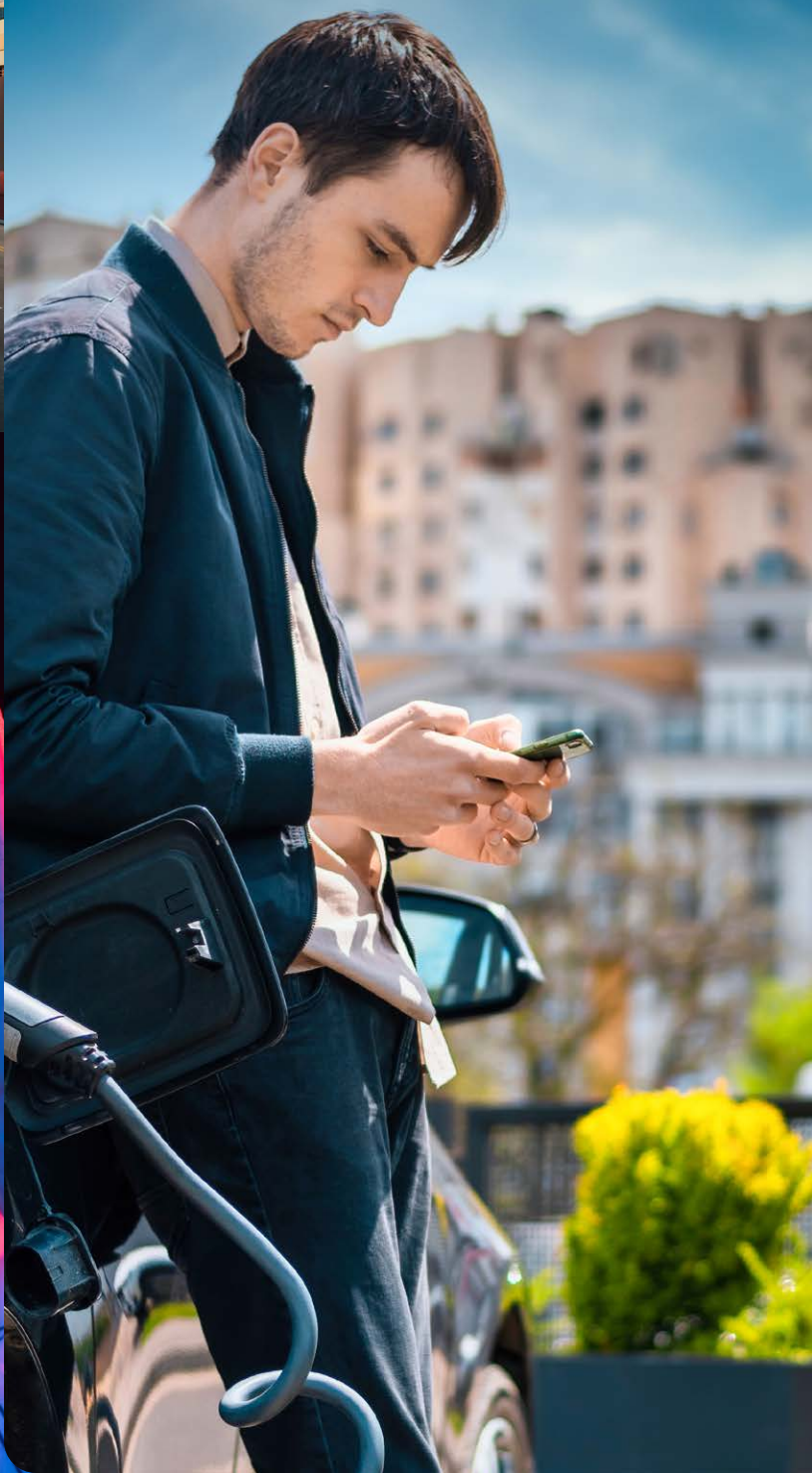


Νέο ρεκόρ για τις Ελληνικές
εξαγωγές το 2021

Πώς οι επιχειρήσεις θα
προβλέπουν μελλοντικούς
κινδύνους



SPECIAL REPORT
Το μέλλον του
αυτοκινήτου είναι...
ηλεκτρικό



LET'S
EXPORTGREECE
εξάγουμε Ελλάδα
THE NEWSLETTER

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
Εμπορική Διεύθυνση:
Κλαίρη Στυλιάρá
Art direction:
fourletter

Πληροφορίες / Συνδρομές:
sales@sayyescomm.gr
Δελτία Τύπου:
media@sayyescomm.gr

Τηλέφωνο επικοινωνίας:
+30 210 22 41 770

Εκδότης:



Editorial

Και οι εξαγωγές καλά κρατούν!

Η αλήθεια είναι πως είχαμε καιρό να αισθανθούμε ότι η χώρα έχει αρχίσει να ορθοποδεί και να στηρίζεται, επιτέλους, στις δικές της δυνάμεις. Η είδηση ότι οι ελληνικές εξαγωγές θα καταγράψουν νέο ρεκόρ εντός του 2021, σημειώνοντας διψήφια αύξηση που μπορεί να ξεπεράσει και το 10% είναι μια εκτίμηση που δίνει ομολογουμένως μια ανάσα αισιοδοξίας στην αγορά και στέλνει, προς όλες τις κατευθύνσεις, ηχηρό μήνυμα ότι κάτι έχει αρχίσει να κινείται επιχειρηματικά!

Σε αυτή την αισιόδοξη εκτίμηση συγκλίνουν η ενίσχυση της καταναλωτικής ζήτησης, η ικανοποιητική πορεία του τουρισμού, αλλά και η συνεχιζόμενη επίδραση των κρατικών μέτρων. Ωστόσο, δεύτερες σκέψεις δημιουργούνται από το διογκωμένο εμπορικό έλλειμμα.

Θετική εξέλιξη είχαμε όμως και από το μέτωπο του λιανεμπορίου. Οι καλοκαιρινοί μήνες φαίνεται να ήταν ιδιαίτερα τονωτικοί για το οργανωμένο λιανεμπόριο τροφίμων, καθώς η αγορά παρουσίασε ανάπτυξη +5,7%, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο, ενώ τα FMCGs στο σύνολό τους παρουσίασαν ελαφρώς πιο συγκρατημένη άνοδο, στο +5,2%.

Ειδικότερα, όπως επισημαίνεται σε σχετική έρευνα που εκπόνησε η Nielsen, τα τρόφιμα & ποτά αναπτύχθηκαν με +6,2%, ενώ οι κατηγορίες που αφορούν στα προϊόντα προσωπικής περιποίησης στο +5,1%. Οι κατηγορίες που σχετίζονται με την φροντίδα του νοικοκυριού κινήθηκαν οριακά θετικά στο +0,6%, γεγονός που οφείλεται εν μέρει και στον εξορθολογισμό, που έγινε στην συχνότητα και την ένταση της χρήσης των προϊόντων καθαρισμού.

Δυνατός παίχτης παρέμεινε η κατηγορία Bazaar (ένδυση, ηλεκτρικές συσκευές, βιβλία, εργαλεία, είδη κήπου, είδη αυτοκινήτου, οικιακός εξοπλισμός κλπ.) αφού συνέχισε να εμφανίζει την πιο θετική, διψήφια τάση, στο +15,9%, ενώ τα φρέσκα και επί ζυγίω προϊόντα παρουσιάζουν επίσης θετική τάση στο +4,7%.

Αθήνα και Θεσσαλονίκη κράτησαν, όπως ήταν φυσικό, τα σκίπτρα της κατανάλωσης και ακολούθησαν η ευρύτερη περιοχή της Μακεδονίας/Θράκης (+11,4%), αυτή της Κρήτης (+11,3%), ενώ το ποσοστό ανάπτυξης για την Πελοπόννησο έφτασε το +7,7%.

Δείτε περισσότερα στο link που ακολουθεί:
[NielsenIQ market evolution summer 2021](#)

Μαρία Ακριβού
Editor in Chief Export GREECE

Το «δεξί χέρι» των εταιρειών στις διεθνείς εκθέσεις

Με την έκθεση ANUGA να βρίσκεται προ των πυλών και να σηματοδοτεί την πολυαναμενόμενη επιστροφή στις φυσικές εκθέσεις και την κανονικότητα, η GREAT EXHIBITIONS σας παρουσιάζει σειρά ενεργειών με τις οποίες διασφαλίζει όλα τα απαραίτητα στάδια προετοιμασίας για μια επιτυχημένη συμμετοχή στο μεγαλύτερο εκθεσιακό γεγονός της χρονιάς!



Αλκιβιάδης
Καλαμπόκης,
Managing Director



1. Επιλογές σε όλα τα HALLS της ANUGA.
Η παρουσία μας στην έκθεση γίνεται αισθητή και από το γεγονός ότι έχουμε περίπου στα HALLS 1, 2.2, 4.2, 5.1, 7, 8.1, 10.1, προκειμένου να εξασφαλίσουμε τις περισσότερες δυνατές επιλογές για τους πελάτες μας. Σωστές επιλογές χώρων. Πέρα από την παρουσία μας σε όλα τα HALLS, τα περίπερά μας βρίσκονται σε καίριες θέσεις. Έτσι μεγιστοποιούμε το όφελος της συμμετοχής των πελατών μας στην έκθεση.

2. Ολοκληρωμένο πακέτο συμμετοχής που περιλαμβάνει:

- ▶ Κατασκευή περιπέτρων υψηλής ποιότητας, από ξύλο, με πλήρη και λειτουργικό εξοπλισμό, που καλύπτει τις ανάγκες ακόμη και των πιο απαιτητικών πελατών.
- ▶ Γραφική επένδυση του περιπέτρου.
- ▶ Μεταφορά προϊόντων από την Ελλάδα μέχρι και το περίπερό εντός της έκθεσης.
- ▶ Νέα εκθεσιακή ταυτότητα που ξεχωρίζει. Μια δημιουργική πρόταση, που με έναν άμεσο, μοντέρνο και φιλικό προς τον πελάτη τρόπο, μας θυμίζει πως η αληθινή Ελλάδα, «Truly Greece», είναι εδώ για να μας παρουσιάσει το καλύτερό της πρόσωπο.
- ▶ Η παρουσία των εκθετών μας υπό την ομπρέλα “TRULY GREECE” αναδεικνύει την εμφανή ποιοτική υπεροχή των προϊόντων τους.
- ▶ Παρουσία βοηθητικού προσωπικού, σε όλη τη διάρκεια της έκθεσης, για τη διασφάλιση της ομαλής συμμετοχής των πελατών μας.
- ▶ Παροχή δωρεάν νερού, καφέ, υγειονομικού υλικού (μάσκες, αντισηπτικά κ.α.) και υπηρεσίες reception.
- ▶ Υποστήριξη της ομάδας της GREAT EXHIBITIONS πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την έκθεση, για όλες τις ανάγκες των πελατών της.
- ▶ Προσκλήσεις αγοραστών του κλάδου από την GREAT EXHIBITIONS για να επισκεφθούν τα περίπερά των πελατών της.
- ▶ Exhibitor’s kit με όλα τα απαραίτητα που βοηθούν στην καλύτερη παρουσία σας στην έκθεση.
- ▶ Δημιουργία και αποστολή οδηγού προετοιμασίας εκθέτη, ειδικά για την εκθεσιακή του συμμετοχή στην ANUGA.
- ▶ Διαφημιστική προβολή της συμμετοχής της GREAT EXHIBITIONS και των πελατών της σε συνεργασία με το EXPORT GREECE, καθώς και απευθείας ανταπόκριση της έκθεσης με τα νέα των εκθετών μας.
- ▶ Ενημέρωση και εκπαίδευση σε ζητήματα εξαγωγών, επικοινωνίας και πληροφόρηση για τις εξελίξεις στην παγκόσμια αγορά.

Η GREAT EXHIBITIONS, η εταιρεία με το μεγαλύτερο εκθεσιακό πρόγραμμα που έχει την ευρύτερη γεωγραφική κάλυψη παγκοσμίως, είναι συνεχώς δίπλα στους εκθέτες της.

Η συνεργασία με την Great Exhibitions σας προσφέρει την συνεχή διασύνδεση με την παγκόσμια αγορά, νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, ενίσχυση των εξαγωγών σας μέσω των στοχευμένων προτάσεων της, για μια έγκαιρη και άρτια εκθεσιακή σας παρουσία.

SPECIAL REPORT[®]

Το μέλλον του αυτοκινήτου είναι ... ηλεκτρικό!

Στην ηλεκτροκίνηση στρέφονται οι καταναλωτές - Εξαγωγική ώθηση για τις αυτοκινητοβιομηχανίες.



Ο κλάδος του αυτοκινήτου μπορεί να ... τράβηξε χειρόφρενο τα προηγούμενα χρόνια, λόγω της οικονομικής κρίσης και των χαμηλών εισοδημάτων που ακολούθησαν, όμως πλέον έχει έρθει η ώρα για rebound. Το ηλεκτρικό αυτοκίνητο ήρθε για να μείνει και από ότι φαίνεται η παγκόσμια αγορά έχει αρχίσει να ωριμάζει με ταχύτατους ρυθμούς.

Έκθεση της ΕΥ με τίτλο “Mobility Consumer Index” επισημαίνει πως, μέσα στους επόμενους 12 μήνες, οι πωλήσεις ηλεκτρικών οχημάτων αναμένεται να εκτοξευθούν! Στην έρευνα πήραν μέρος περισσότεροι από 9.000 καταναλωτές από 13 χώρες και το μήνυμα που προκύπτει είναι ότι το μέλλον του αυτοκινήτου δεν μπορεί παρά να είναι ηλεκτρικό.

Οι αυτοκινητοβιομηχανίες έχουν ήδη αρχίσει να τρίβουν τα χέρια τους καθώς οι παραγγελίες, εντός και εκτός των εθνικών τους συνόρων, παίρνουν σταδιακά την ανιούσα. Το 41% δήλωσε ότι σχεδιάζει να αγοράσει καινούριο αυτοκίνητο τον επόμενο χρόνο, το οποίο θα είναι ηλεκτρικό – ποσοστό αυξημένο κατά 11 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με τα ευρήματα του Νοεμβρίου 2020 – ενώ 8 στους 10 (77%) ιδιοκτήτες ηλεκτρικού οχήματος, δηλώνουν ότι το επόμενο όχημά τους θα είναι πάλι ηλεκτρικό. Συνολικά, το 50% των ερωτηθέντων αναμένουν να αγοράσουν ένα αυτοκίνητο (ηλεκτρικό ή με κινητήρα εσωτερικής καύσης), αύξηση 17% σε σχέση με τον περασμένο Νοέμβριο, με το 65% εξ αυτών να δηλώνουν ότι θα προβούν σε αγορά μέσα στους επόμενους 12 μήνες.

Αξίζει να υπογραμμίσουμε ότι το αυξημένο ενδιαφέρον για την απόκτηση ηλεκτρικών οχημάτων δεν προκύπτει από την ανάγκη του να ακολουθήσει κάποιος τις νέες τάσεις που διαμορφώνονται, ώστε να μη μείνει εκτός και θεωρηθεί απαρχαιωμένη η τεχνολογία που χρησιμοποιεί. Ο βαθύτερος λόγος που στρέφει τους καταναλωτές στην απόκτηση ηλεκτρικών οχημάτων είναι οι περιβαλλοντικές ανησυχίες.

Μάλιστα το 78% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι η πανδημία του COVID-19 τους ευαισθητοποίησε περισσότερο σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Το 53% όσων σχεδιάζουν να αγοράσουν ηλεκτρικό



όχημα αισθάνονται ότι έχουν την ευθύνη να μειώσουν τον ατομικό τους αντίκτυπο στο περιβάλλον, ενώ 54% θεωρούν ότι η αγορά ενός ηλεκτρικού οχήματος αποτελεί έναν τρόπο για να το πετύχουν. Το 66% των καταναλωτών που συμμετείχαν στην έρευνα δηλώνουν διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για ένα ηλεκτρικό όχημα, ποσοστό που εκτοξεύεται στο 91% για όσους σχεδιάζουν να επιλέξουν ένα ηλεκτρικό όχημα ως το επόμενο τους αυτοκίνητο. Παρόλα αυτά, το κόστος ιδιοκτησίας και συντήρησης λειτουργεί ως αποτρεπτικός παράγοντας για όσους δε σκοπεύουν να αγοράσουν ηλεκτρικό όχημα.

Η φόρτιση στο επίκεντρο

Παρά το γεγονός ότι η πορεία της αγοράς ηλεκτρικών οχημάτων αναμένεται να είναι σύντομα ανοδική, η αβεβαιότητα σχετικά με τις υποδομές φόρτισης παραμένει, και αποτελεί έναν από τους τρεις κορυφαίους προβληματισμούς που απασχολούν όσους δε σκοπεύουν να αγοράσουν ένα ηλεκτρικό όχημα (32%). Το 47% όσων συμμετείχαν στην έρευνα, θεωρούν ότι δεν υπάρχουν αρκετά σημεία φόρτισης, ούτως ώστε να επενδύσουν στην αγορά ενός ηλεκτρικού οχήματος.

Οι δυνητικοί αγοραστές ηλεκτρικών οχημάτων, από την άλλη, έχουν παρόμοιους προβληματισμούς, με το 38% να δηλώνουν ότι δεν υπάρχουν αρκετά διαθέσιμα σημεία φόρτισης. Όσον αφορά τους ιδιοκτήτες ηλεκτρικών οχημάτων, τα σημεία φόρτισης (84%) και η ταχύτητά της (78%), αποτελούν τους βασικούς προβληματισμούς τους σχετικά με τη διαδικασία της φόρτισης.

Η αυτοκίνηση ανακάμπτει

Παρότι η έρευνα αποκαλύπτει ότι ο αριθμός των διαδρομών που κάνουν οι καταναλωτές αναμένεται να μειωθεί κατά 5% σε σχέση τα προ-COVID επίπεδα, τα μέσα μαζικής μεταφοράς αποτελούν τον λιγότερο δημοφιλή τρόπο μετακίνησης (με αναμενόμενη μείωση της χρήσης τους κατά 11%), ενώ το αυτοκίνητο αναδεικνύεται ως η κορυφαία επιλογή. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες που είναι είτε κάτοχοι αυτοκινήτου, είτε σκοπεύουν να αγοράσουν ένα, δηλώνουν ότι η δυνατότητα διαρκούς πρόσβασης σε ένα προσωπικό όχημα είναι σημαντική για εκείνους (56%), και ότι η ασφάλεια και η ευεξία τους εξασφαλίζονται σε μεγαλύτερο βαθμό από ένα προσωπικό όχημα (52%). Επιπρόσθετα, ενώ η έρευνα δείχνει ότι οι μετακινήσεις για προσωπικούς λόγους αναμένονται να ανακάμψουν στα επίπεδα πριν την πανδημία, οι επαγγελματικές μετακινήσεις αναμένονται να μειωθούν κατά 14%, υποδεικνύοντας μία σημαντική στροφή προς την τηλεργασία.

ΕΕ: Εξήγαγε 5,2 εκατομμύρια αυτοκίνητα το 2020

Για να μπορέσουμε να σκιαγραφήσουμε καλύτερα την αγορά του αυτοκινήτου και τη θέση που κατέχει σε αυτή η Γηραιά Ήπειρος, αρκεί να λάβουμε υπόψη μας ότι το 2020 σε μια δύσκολη οικονομική συγκυρία, η Ευρωπαϊκή Ένωση εξήγαγε σχεδόν 5,2 εκατομμύρια αυτοκίνητα (βενζίνη, ντίζελ, ηλεκτρικά και υβριδικά ηλεκτρικά αυτοκίνητα), ενώ ο αριθμός των εισαγόμενων οχημάτων άγγιξε τα 3 εκατομμύρια.

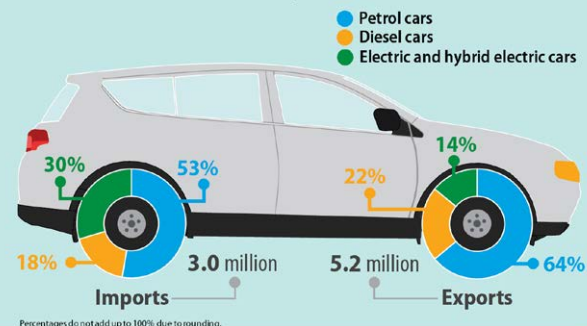
Τα βενζινοκίνητα αντιπροσώπευαν την πλειοψηφία των εξαγόμενων αυτοκινήτων (64% των εξαγωγών αυτοκινήτων εκτός ΕΕ), ακολουθούμενα από τα πετρελαιοκίνητα αυτοκίνητα (22%) και τα ηλεκτρικά και υβριδικά ηλεκτρικά αυτοκίνητα (14%). Όσον αφορά τις εισαγωγές, τα αυτοκίνητα βενζίνης αντιπροσώπευαν πάνω από το ήμισυ των εισαγωγών αυτοκινήτων εκτός ΕΕ (53%), ακολουθούμενα από ηλεκτρικά και υβριδικά ηλεκτρικά αυτοκίνητα (30%) και αυτοκίνητα ντίζελ (18%).

Είναι γεγονός πως παρά τη γενική μείωση του εμπορίου μετά τα περιοριστικά μέτρα που ελήφθησαν ως απάντηση στο ξέσπασμα του COVID-19, οι εξαγωγές και οι εισαγωγές ηλεκτρικών και υβριδικών ηλεκτρικών αυτοκινήτων της ΕΕ συνέχισαν να αυξάνονται σταδιακά. Σε σύγκριση με το 2017, οι εξαγωγές ηλεκτρικών και υβριδικών ηλεκτρικών αυτοκινήτων εκτός ΕΕ κατέγραψαν σχεδόν πενταπλάσια αύξηση από 150.000 εξαγόμενα αυτοκίνητα το 2017 σε 725.000 το 2020, ενώ οι εισαγωγές εκτός ΕΕ σχεδόν τριπλασιάστηκαν από 301.000 εισαγόμενα αυτοκίνητα το 2017 σε 892.000 το 2020.

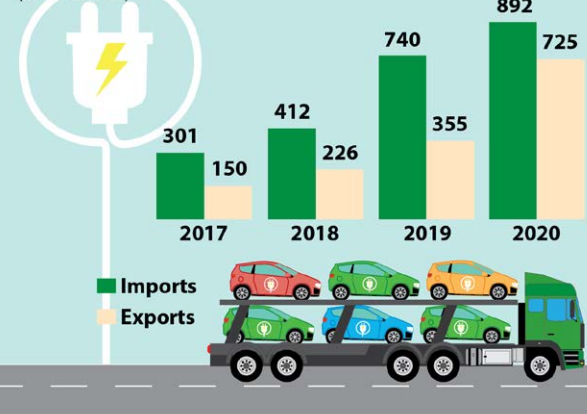
Σχεδόν τα μισά ηλεκτρικά και υβριδικά αυτοκίνητα (46%) εισήχθησαν σε ευρωπαϊκό έδαφος από την Ιαπωνία και τις ΗΠΑ, μερίδιο της τάξης του 15% είχε η Νότια Κορέα (15%), το Ηνωμένο Βασίλειο (14%), η Τουρκία (10%) και η Κίνα (9%).



Extra-EU trade in cars, 2020



Extra-EU trade in electric and hybrid electric cars (in thousands)



Ελληνικές εξαγωγές

Θα καταγράψουν νέο ρεκόρ το 2021

Καλά τα μαντάτα για την ελληνική οικονομία, με τις εξαγωγές να αναλαμβάνουν τα νιάτα και να δίνουν σημαντική αναπτυξιακή ώθηση στη χώρα. Οι ελληνικές εξαγωγές διατηρούν το ανοδικό momentum που δημιουργήθηκε μετά την άρση των περιοριστικών μέτρων και την σταδιακή επιστροφή της παγκόσμιας οικονομίας στην κανονικότητα, με τους αναλυτές να αναμένουν ότι το 2021 θα καταγραφεί νέο ρεκόρ και ότι η αύξηση μπορεί να ξεπεράσει ακόμη και το 10%.

Σε αυτή την αισιόδοξη εκτίμηση συγκλίνουν η ενίσχυση της καταναλωτικής ζήτησης, η ικανοποιητική πορεία του τουρισμού, αλλά και η συνεχιζόμενη επίδραση των κρατικών μέτρων. Ωστόσο, δεύτερες σκέψεις δημιουργούνται από το διογκωμένο εμπορικό έλλειμμα.

Σύμφωνα με τα νέα στοιχεία της διεύθυνσης ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας προκύπτει αναθεώρηση του ρυθμού ανάπτυξης της χώρας μας στο 7,5% από 5,7% για το 2021, ενώ σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ οι ελληνικές εξαγωγές οδεύουν προς νέο ρεκόρ για το 2021. Είναι ενδεικτικό ότι από την ανάλυση των στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ από τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Εξαγωγέων, προκύπτει ότι οι εξαγωγές, συνολικά στο διάστημα Ιανουαρίου - Ιουλίου, αυξήθηκαν κατά 4,38 δισ. ευρώ ή κατά 24,7% και ανήλθαν σε 22,12 δισ. ευρώ από 17,73 δισ. ευρώ. Ακόμη κι αν εξαιρεθούν τα πετρελαιοειδή, και παρά



την πανδημία και τις επιπτώσεις της, οι εξαγωγές για το επτάμηνο Ιανουαρίου - Ιουλίου κινούνται ανοδικά σε σχέση με το 2020, στα 16,41 δισ. ευρώ από 13,89 δισ. ευρώ, δηλαδή είναι αυξημένες κατά 2,52 δισ. ευρώ ή κατά 18,1%.

Όπως αναφέρει ο ΠΣΕ, το εμπορικό έλλειμμα στο διάστημα Ιανουαρίου - Ιουλίου του 2021 αυξήθηκε κατά 1,81 δισ. ευρώ ή κατά 17,1%, και διαμορφώθηκε στα 12,39 δισ. ευρώ από 10,58 δισ. ευρώ το αντίστοιχο διάστημα του 2020. Μάλιστα σημειώνεται ότι ακόμη κι αν αφαιρέσουμε από τα στοιχεία τα εξαγωγικά μεγέθη των πετρελαιοειδών, το εμπορικό έλλειμμα φαίνεται ότι αυξήθηκε στα 10,16 δισ. ευρώ από 8,79 δισ. ευρώ, δηλαδή αυξήθηκε κατά 1,36 δισ. ευρώ ή κατά 15,5%.

Προβληματίζει το μέγεθος των εισαγωγών

Η άνοδος των εισαγωγών δείχνει να προβληματίζει και τους αναλυτές της Εθνικής Τράπεζας. Εξηγούν χαρακτηριστικά ότι η άνοδος των εισαγωγών «τρέχει» με υψηλότερους ρυθμούς απ' την αύξηση των εξαγωγών. Αυτή η εξέλιξη, όπως αναφέρεται στο ενημερωτικό έγγραφο της Εθνικής Τράπεζας, «οφείλεται στην έντονη αύξηση των εισαγωγών που προξένησε η ξαφνική ενδυνάμωση της εγχώριας ζήτησης - άνοδος των εισαγωγών αγαθών και υπηρεσιών κατά 22,5% ετησίως - κυρίως για παραγωγικές εισροές, μη-βασικά καταναλωτικά και διαρκή καταναλωτικά αγαθά, καθώς και κεφαλαιουχικά αγαθά που, εν μέρει, αντανακλάται και στην αύξηση των αποθεμάτων».

Πάντως, αν εξεταστούν οι εξαγωγές αγαθών, σε σταθερές τιμές, φαίνεται ότι στο δεύτερο τρίμηνο επιταχύνθηκαν περαιτέρω φτάνοντας στο 17,1% ετησίως, και μάλιστα, ακόμη κι αν δεν υπολογιστούν τα καύσιμα, η πορεία τους χαρακτηρίζεται ως

υπεραπόδοση που τις οδήγησε σε νέο ιστορικό υψηλό ποσοστό του ΑΕΠ. Συγκεκριμένα, οι εξαγωγές αγαθών, φαίνεται ότι διαμορφώθηκαν στο 14,5% του ΑΕΠ.

Σε ό,τι αφορά στις εξαγωγές υπηρεσιών κι αυτές αυξήθηκαν κατά 28,8% ετησίως λόγω της ταχείας ανάκαμψης του τουρισμού η οποία ξεκίνησε από πολύ χαμηλή βάση.

Σε σχόλιό της στο ΑΠΕ-ΜΠΕ η πρόεδρος του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων Χριστίνα Σακελλαρίδη ανέφερε ότι υπάρχει αισιοδοξία για την οικονομία και πρόσθεσε ότι είναι εφικτό οι εξαγωγές να αυξηθούν περαιτέρω του 8% με 10%, με δεδομένο ότι τόσο οι γεωπολιτικές εξελίξεις όσο και η πανδημία δεν θα επιφέρουν δραματικές αλλαγές στην οικονομία.

Υπογραμμίζει πως οι επενδύσεις και ιδίως εκείνες που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα και λειτουργούν προωθητικά για το εγχώριο τουριστικό προϊόν, ενισχύουν το αίσθημα αισιοδοξίας.

Υπενθυμίζεται ότι σε επίπεδο επτάμηνου, σημαντική άνοδο καταγράφουν όλες οι μεγάλες κατηγορίες προϊόντων την τρέχουσα χρονιά.

Αναλυτικότερα, σημαντικά αυξημένες εμφανίζονται οι εξαγωγές των Πετρελαιοειδών και Καυσίμων (+48,9%), Βιομηχανικών (+21,2%), Χημικών (+16,6%), Τροφίμων (+10,6%), Μηχανημάτων (+19,6%), Διαφόρων Βιομηχανικών (+16,9%), Πρώτων Υλών (+47,7%), Ποτών και Καπνού (+17,5%), Λαδιών (+34,7%) και Εμπιστευτικών Προϊόντων (+5,5%).

Τέλος, όσον αφορά στην πορεία των εξαγωγών ανά γεωγραφικές περιοχές, για το ίδιο διάστημα, διαπιστώνεται ότι η συνολική αξία των εξαγωγών, συμπεριλαμβανομένων των πετρελαιοειδών, αυξήθηκε προς τις χώρες της ΕΕ (18,6%) ενώ σημαντικά (33,2%) αυξήθηκε και προς τις Τρίτες Χώρες. Χωρίς τα πετρελαιοειδή, οι εξαγωγές καταγράφουν άνοδο προς τις χώρες της ΕΕ κατά 19,9% και μικρότερη αυτή τη φορά άνοδο προς τις Τρίτες Χώρες κατά 14,7%.



Crisis Management

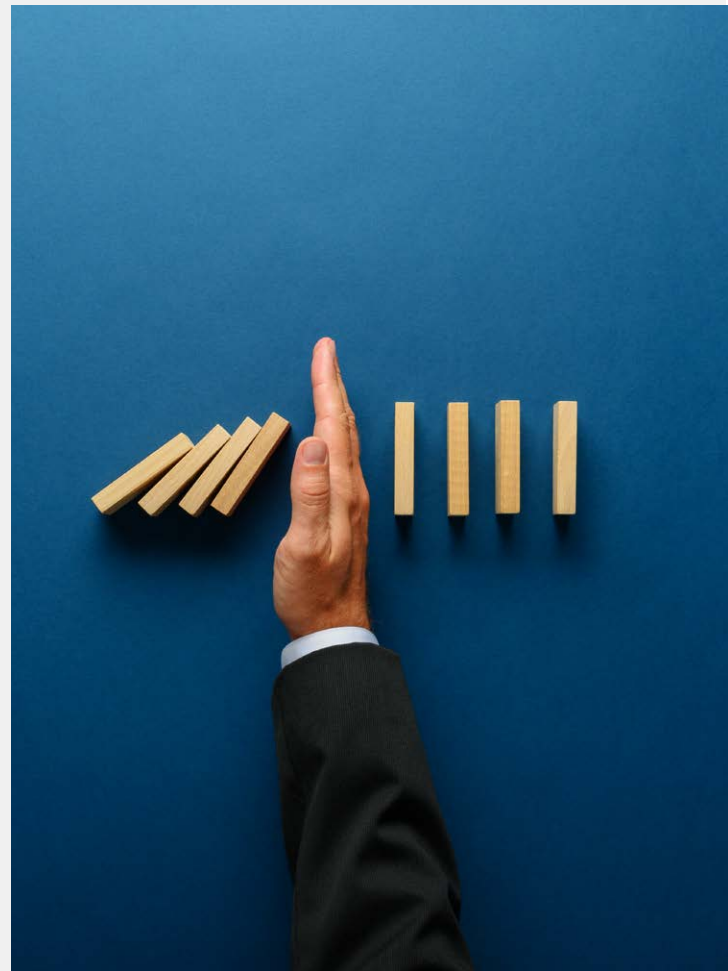
Πώς οι επιχειρήσεις θα προβλέπουν μελλοντικούς κινδύνους

Η ευελιξία και η προσαρμοστικότητα στις αλλαγές είναι το κλειδί για την εύρυθμη λειτουργία μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται σε ένα περιβάλλον διαρκώς μεταβαλλόμενο, όπου ακόμη και το πιο σωστά καταρτισμένο business plan, μπορεί να πέσει έξω.

Το είδαμε άλλωστε να συμβαίνει, τόσο με τη δεκαετή ύφεση, όσο και με την υγειονομική κρίση που επηρέασε το σύνολο των διεθνών αγορών, οι οποίοι αποτελούν τους συνδεδεμένους κρίκους της αλυσίδας που ακούει στο όνομα παγκόσμια οικονομία. Μπροστά σε αυτόν τον κυκεώνα των αλλαγών, το μεγαλύτερο μάθημα που έλαβαν οι managers είναι ότι πρέπει να επενδύουν συστηματικά στο να καταρτίζουν backup plans ακόμη και καθημερινά και να επενδύουν σημαντικό μέρος του προϋπολογισμού τους στη διαχείριση κινδύνων.

Μια νέα μελέτη της Accenture, με τίτλο «Business Futures 2021», είδε το φως της δημοσιότητας και επιχειρεί να σκιαγραφήσει τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται τις αλλαγές οι επιχειρήσεις, αλλά και πώς αντιδρούν σε αυτές. Αυτό που προκύπτει από την εν λόγω έρευνα είναι ότι παρότι οι περισσότερες επιχειρήσεις (88%) έχουν πλέον σαφή εικόνα των τωρινών προκλήσεων που αντιμετωπίζουν, μόλις το 6% δηλώνουν απόλυτη εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους να προβλέπουν και να ανταποκρίνονται στις μελλοντικές τάσεις.

Όπως επισημαίνεται στην έρευνα, οι μακροχρόνιες τάσεις, όπως η υιοθέτηση του cloud και οι αλλαγές στα καταναλωτικά πρότυπα έχουν διακοπεί, επιταχυνθεί ή αντιστραφεί λόγω της πανδημίας. Παράλληλα, νέες εφοδιαστικές αλυσίδες και επιχειρηματικά μοντέλα αναπτύχθηκαν μέσα σε μερικές μόλις ημέρες, ενώ



η υπόσχεση για νέα πρωτοποριακά επιστημονικά επιτεύγματα εκπληρώθηκε μετά διθυράμβων μέσα σε λίγους μόνο μήνες. Στο πλαίσιο αυτό, μετά από δύο σχεδόν έτη συνεχών αναταράξεων, αναδύθηκε ένα νέο επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο ζητείται να προσδιοριστεί καλύτερα η πορεία και η επίδραση της αλλαγής.

6 «σήματα αλλαγής» για την καλύτερη προετοιμασία των επιχειρήσεων

1. Μαθαίνοντας από το Μέλλον

Για γρήγορη λήψη αποφάσεων, πολλές επιχειρήσεις αποκτούν νέα σύνολα δεδομένων και αξιοποιούν την ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων και την τεχνητή νοημοσύνη προκειμένου να εντοπίζουν και να αντιδρούν αποτελεσματικά στις μετατοπίσεις της αγοράς. Η μελέτη διαπιστώνει ότι 77% των επιχειρήσεων αύξησε τη χρήση εσωτερικών και εξωτερικών πηγών δεδομένων σε πραγματικό χρόνο κατά τους τελευταίους 12 μήνες, ενώ μόνο 38% των επιχειρήσεων ανέφερε ότι οι εργαζόμενοί τους χρησιμοποιούν σταθερά τα δεδομένα σε πραγματικό χρόνο στην καθημερινότητά τους. Επιπλέον, μόνο 36% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι διαθέτει ένα ανώτατο διευθυντικό στέλεχος το οποίο είναι υπεύθυνο για τις προσπάθειες αυτές, ενώ λιγότερες από τις μισές εταιρείες (43%) έχουν στο δυναμικό τους στελέχη με επαρκή προσόντα για να υποστηρίξουν αυτές τις πρωτοβουλίες.

2. Αποκεντρωμένη Λήψη Αποφάσεων

Η παγκόσμια κρίση συνέτεινε στον κατακερματισμό των αγορών, ενώ πλέον αναδύονται διακριτές περιοχές οι οποίες διαθέτουν δικά τους συστήματα διακυβέρνησης, οικονομικά μοντέλα και κουλτούρα. Ταυτόχρονα, οι καταναλωτικές συμπεριφορές μεταβάλλονται γρήγορα και νέοι ανταγωνιστές καλύπτουν τις εξελισσόμενες ανάγκες.

Οι επιχειρήσεις ανταποκρίνονται στην πρόκληση αυτή με αποκεντρωμένους κόμβους αποφάσεων, δημιουργώντας μια δικτυωμένη δομή ομάδων, οι οποίες μπορούν να ενεργούν με αμεσότητα και ευελιξία. Όταν οι επιχειρήσεις ενδυναμώνουν τις «παρυφές» τους, έτσι ώστε να λαμβάνονται εκεί οι περισσότερες καθημερινές επιχειρησιακές αποφάσεις, απελευθερώνεται χρόνος στα ανώτατα διοικητικά στελέχη προκειμένου να εστιάζουν στις βασικές στρατηγικές αποφάσεις.

3. Βιωσιμότητα

Οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την ανάγκη να έχουν έναν ολιστικό σκοπό, αλλά ανάμεσα στις προθέσεις και στα παραγόμενα αποτελέσματα προκύπτει ένα χάσμα που διευρύνεται διαρκώς. Σύμφωνα με τη μελέτη,

28% των ανώτατων στελεχών δηλώνει ότι δεν δεσμεύτηκε προσωπικά για την παροχή ολιστικής αξίας, ενώ 48% των επιχειρήσεων αναφέρει ότι ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια είναι η εξισορρόπηση της βιωσιμότητας με τις εμπορικές προτεραιότητες. Εντούτοις, υπάρχουν ενδείξεις ενός νέου ρεύματος που κινείται προς τη διαφύλαξη των φιλοδοξιών σε θέματα βιωσιμότητας παράλληλα με τα κέρδη, καθώς μόνο 24% των ηγετικών στελεχών δηλώνει ότι θα εξέταζε το ενδεχόμενο να περικόψει τις επενδύσεις σε ESG πρωτοβουλίες, για χάρη των οικονομικών στόχων.

4. Εφοδιαστική Αλυσίδα Άνευ Περιορισμών

Η πανδημία αποτέλεσε αναμφισβήτητα τεράστια πρόκληση στον τομέα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Για να ανταποκριθούν στις αυξανόμενες προσδοκίες της αγοράς για γρήγορη, ευέλικτη, οικονομικά αποδοτική και βιώσιμη εκτέλεση παραγγελιών, οι επιχειρήσεις καταργούν τα φυσικά όρια των αλυσίδων εφοδιασμού τους και μεταφέρουν την παραγωγή στο σημείο της ζήτησης.

Η μελέτη αναφέρει ότι 92% των επιχειρήσεων έχει αυξήσει ή σχεδιάζει να αυξήσει τη χρήση ευέλικτων κέντρων, και 96% των επιχειρήσεων έχει δημιουργήσει ή σχεδιάζει να δημιουργήσει περιφερειακές αλυσίδες εφοδιασμού.



5. Πραγματική «Εικονικότητα»

Εξερχόμενοι από μια περίοδο περιορισμένης φυσικής αλληλεπίδρασης, 88% των επιχειρήσεων επενδύει σε νέες τεχνολογίες για τη δημιουργία εικονικών περιβαλλόντων (virtual-reality, VR) και, μεταξύ αυτών, 91% σχεδιάζει να επενδύσει περαιτέρω. Μάλιστα, η τρέχουσα τεχνολογία εικονικής πραγματικότητας, η οποία εμπλέκει κυρίως τις αισθήσεις της όρασης και της ακοής, με την πάροδο του χρόνου θα γίνεται ολοένα και πιο ρεαλιστική, εμπλέκοντας όλες τις αισθήσεις μας και δημιουργώντας μια καλύτερη σύνδεσή μας με το φυσικό περιβάλλον.

6. Η Νέα Επιστημονική Μέθοδος

Η πανδημία έφερε στο επίκεντρο την επιστημονική καινοτομία, τοποθετώντας την στην κορυφή της επιχειρηματικής ατζέντας. Ενώ κατά την τελευταία δεκαετία, κάθε εταιρεία έγινε ψηφιακή, την επόμενη δεκαετία, κάθε εταιρεία θα πρέπει να μετατραπεί σε επιστημονική κοιτίδα, αξιοποιώντας την επιστήμη για να αντιμετωπίσει τις θεμελιώδεις προκλήσεις της ανθρωπότητας. Το γεγονός αυτό θα παράξει ασύλληπτες νέες δυνατότητες, αλλά μόνο με την προϋπόθεση ότι οι επιχειρήσεις θα βελτιώσουν την προσέγγισή τους απέναντι στην καινοτομία.





[Διεθνής επικαιρότητα](#)

Νορβηγία: Κίνηση ματ στην εξαγωγή φυσικού αερίου

Η έλλειψη ευρωπαϊκών προμηθειών φυσικού αερίου και η συνεπακόλουθη αύξηση της τιμής του, δίνουν πάτημα στη Νορβηγία ώστε να ισχυροποιήσει ακόμη περισσότερο την εξαγωγική της παρουσία. Η χώρα θα επιτρέψει στην κρατική Equinor, που αποτελεί και τον δεύτερο μεγαλύτερο προμηθευτή φυσικού αερίου στην Ευρώπη μετά τη ρωσική Gazprom, να αυξήσει τις εξαγωγές φυσικού αερίου από δύο υπεράκτια κοιτάσματα για τους επόμενους 12 μήνες.

Η συνολική αύξηση των εξαγωγών αγγίζει τα 2 δισεκατομμύρια κυβικά μέτρα φυσικού αερίου και θα ξεκινήσει από την 1η Οκτωβρίου από τα πεδία Troll και Oseberg. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς του πρακτορείου Reuters,

η εν λόγω αύξηση αντιστοιχεί σχεδόν στο 2% των ετήσιων εξαγωγών φυσικού αερίου της χώρας των Βίκινγκ.

Ενδεικτικό είναι το γεγονός πως τον προηγούμενο μήνα η τιμή του φυσικού αερίου στον ολλανδικό κόμβο TTF, ένα ευρωπαϊκό σημείο αναφοράς, έχει τριπλασιαστεί φέτος σε επίπεδα ρεκόρ, αυξάνοντας τις τιμές ισχύος καθώς πλησιάζει η χειμερινή περίοδος θέρμανσης με επίπεδα αερίου κάτω από το μέσο όρο σε αποθήκευση.

Η κατάσταση ωθεί τη Βρετανία να εξετάσει τα κρατικά δάνεια προς ενεργειακές εταιρείες και μεγάλους προμηθευτές για να ζητήσει κρατική υποστήριξη προκειμένου να καλύψει το κόστος ανάληψης πελατών από

εταιρείες που έχουν καταρρεύσει. «Πιστεύουμε ότι αυτό είναι ένα θέμα πολύ επίκαιρο καθώς η Ευρώπη αντιμετωπίζει μια ασυνήθιστα πιεσμένη αγορά φυσικού αερίου. Εργαζόμαστε για μέτρα αύξησης των εξαγωγών από τα νορβηγικά εδάφη» ανέφερε εκπρόσωπος της Equinor.

Η Νορβηγία εξήγαγε περίπου 106 κυβικά μέτρα φυσικού αερίου στην Ευρώπη μέσω αγωγών από την 1η Οκτωβρίου πέρυσι. Η δε νορβηγική κυβέρνηση καθορίζει ποσοτώσεις παραγωγής για το Troll και ορισμένα άλλα σημαντικά πεδία διασφαλίζοντας ότι η χώρα είναι σε θέση να μεγιστοποιήσει την παραγωγή αργού πετρελαίου και φυσικού αερίου με την πάροδο του χρόνου.

Γερμανία: “Πυροβολεί” με εξαγωγές αξίας 4 δισ. ευρώ τη Μέση Ανατολή

Η ομοσπονδιακή κυβέρνηση της Γερμανίας ενέκρινε κατά τη διάρκεια της θητείας της παραδόσεις όπλων συνολικού ύψους σχεδόν 4 δισεκατομμυρίων ευρώ σε κράτη τα οποία εμπλέκονται στους πολέμους της Λιβύης -όπως η Τουρκία- και της Υεμένης κατά τη διάρκεια αυτής της κοινοβουλευτικής περιόδου. Αυτό προκύπτει από επίσημη κυβερνητική απάντηση σε σχετικό ερώτημα το οποίο κατέθεσε το κόμμα της Αριστεράς (Die Linke).

Σύμφωνα με σχετικό δημοσίευμα του έγκριτου Spiegel, ο μεγάλος συνασπισμός (GroKo) Χριστιανοδημοκρατών/ Χριστιανοκοινωνιστών (CDU/CSU) και Σοσιαλδημοκρατών (SPD) ενέκρινε, μόνο στην Αίγυπτο, την εξαγωγή πολεμικού εξοπλισμού

αξίας 2 δισεκατομμυρίων ευρώ, συμπεριλαμβανομένων υποβρυχίων και φρεγατών.

Αμφιλεγόμενες είναι επίσης οι άδειες εξαγωγών όπλων στο Κατάρ ύψους 731 εκατομμυρίων ευρώ, συμπεριλαμβανομένων των αρμάτων μάχης Leopard. Το εμιράτο δεν συμμετέχει μόνο στον πόλεμο της Υεμένης, αλλά παίζει επίσης ρόλο στο Αφγανιστάν. Στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα εξήχθησαν όπλα αξίας περίπου 340 εκατομμυρίων ευρώ έπειτα από άδεια της ομοσπονδιακής κυβέρνησης.

Οι εξαγωγές στη Σαουδική Αραβία ανήλθαν συνολικά σε 457 εκατομμύρια ευρώ για ολόκληρη την κυβερνητική θητεία του μεγάλου συνασπισμού. Μετά τη δολοφονία ενός Σαουδάραβα



δημοσιογράφου, η ομοσπονδιακή κυβέρνηση ανέστειλε όμως τις εξαγωγές όπλων στη χώρα αυτή. Ωστόσο, από τις αρχές του τρέχοντος έτους, η ομοσπονδιακή κυβέρνηση έχει εγκρίνει εξαγωγές αξίας δύο εκατομμυρίων ευρώ, αλλά σύμφωνα με το ομοσπονδιακό υπουργείο Οικονομίας, αυτές περιλαμβάνουν μόνο «επίσημα κοινά κυβερνητικά προγράμματα» και «προστατευτικό εξοπλισμό για χρήση σε πολιτικά αεροδρόμια».

Τέλος, στη γειτονική Τουρκία εξήχθησαν, μόνο μέσα στο 2021, όπλα αξίας 11 εκατομμυρίων ευρώ, αν και η χώρα επεμβαίνει σε μεγάλο βαθμό ιδιαίτερα στην εσωτερική διαμάχη της Λιβύης. Συνολικά, η κυβέρνηση ενέκρινε στρατιωτικές εξαγωγές στην Τουρκία αξίας σχεδόν 83 εκατομμυρίων ευρώ από το 2017.

Το lockdown στο Βιετνάμ εκτοξεύει την τιμή του καφέ

Στα ύψη έχει φτάσει η τιμή του καφέ παγκοσμίως λόγω του lockdown και των περιοριστικών μέτρων για την αποτροπή διασποράς του κορωνοϊού στο Βιετνάμ, σύμφωνα με τη Fitch Solutions.

Η χώρα της νοτιοανατολικής Ασίας είναι η δεύτερη παραγωγός καφέ στον κόσμο, ωστόσο ταλαιπωρείται από την εξάρση κρουσμάτων, που έχει ως αποτέλεσμα τον θάνατο χιλιάδων πολιτών.

Αναπόφευκτα, η εφοδιαστική αλυσίδα έχει πληγεί, με τις εξαγωγές του βιετναμέζικου καφέ να έχουν μειωθεί κατά 8,7% από τον Ιούλιο, σε 111.697 τόνους, σύμφωνα με όσα αναφέρει το διεθνές πρακτορείο Reuters. Σημειώνεται πως μεταξύ Ιανουαρίου και Αυγούστου το Βιετνάμ εξήγαγε περίπου 1,1 εκατομμύριο τόνους καφέ, ήτοι -6,4% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο το 2020.

Ωστόσο, επισημαίνεται πως τα έσοδα αυξήθηκαν κατά 2%, στα 2 δισεκατομμύρια δολάρια.

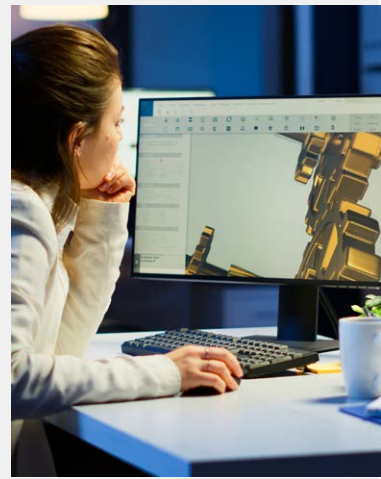
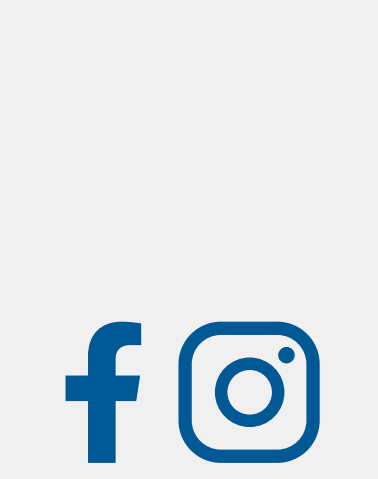
Η πώση στην παραγωγή και στις εξαγωγές του καφέ με προέλευση το Βιετνάμ ώθησε ανοδικά την τιμή του καφέ γενικότερα, με τον αντίστοιχο δείκτη στα παράγωγα να γνωρίζει αύξηση 45,8% το 2021. Βέβαια στην αύξηση της τιμής καθοριστικό ρόλο έπαιξε και η μεγάλη καταστροφή την οποία υπέστησαν τα φυτά στη Βραζιλία.

Σε αυτό το πλαίσιο, η Fitch Solutions αναθεώρησε την εκτίμησή της για την τιμή του καφέ (arabica) το 2021 από το 1,35 δολ. ανά τόνο στο 1,60 δολ. ανά τόνο.



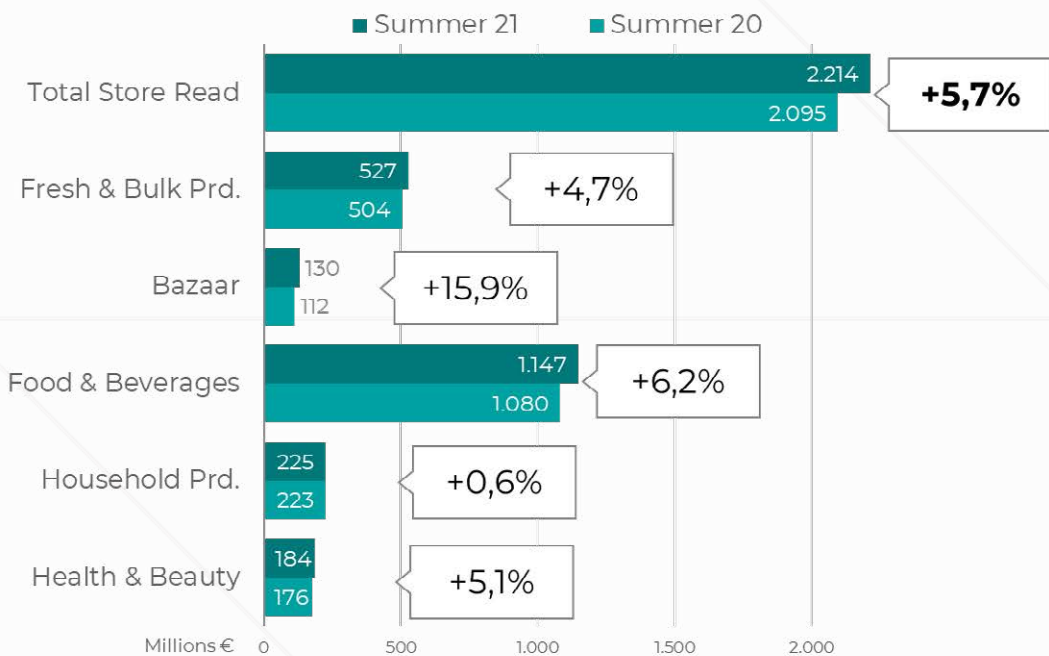


εξάγουμε Ελλάδα
LET'S EXPORTGREECE
THE NEWSLETTER



Organized trade market evolution during summertime

TSR – Value % change vs YA per Supergroup



TSR - Value % change vs YA per Geo area

