

GREEK EXPORTS GUIDE

ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ ΕΝΘΕΤΟ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑ

Η "ΑΚΤΙΝΟΓΡΑΦΙΑ" ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Ανοδική πορεία το 2015, παρά την αβεβαιότητα και τους περιορισμούς στην κίνηση κεφαλαίων. "Κόπωση" και στασιμότητα το 2016. Η ανάλυση των στοιχείων, οι εκτιμήσεις και προβλέψεις των ειδικών.

ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ



Οι σημαντικές πρωτοβουλίες δημόσιων και ιδιωτικών φορέων για τη διεύρυνση της διεθνούς παρουσίας των ελληνικών προϊόντων.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ-ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ



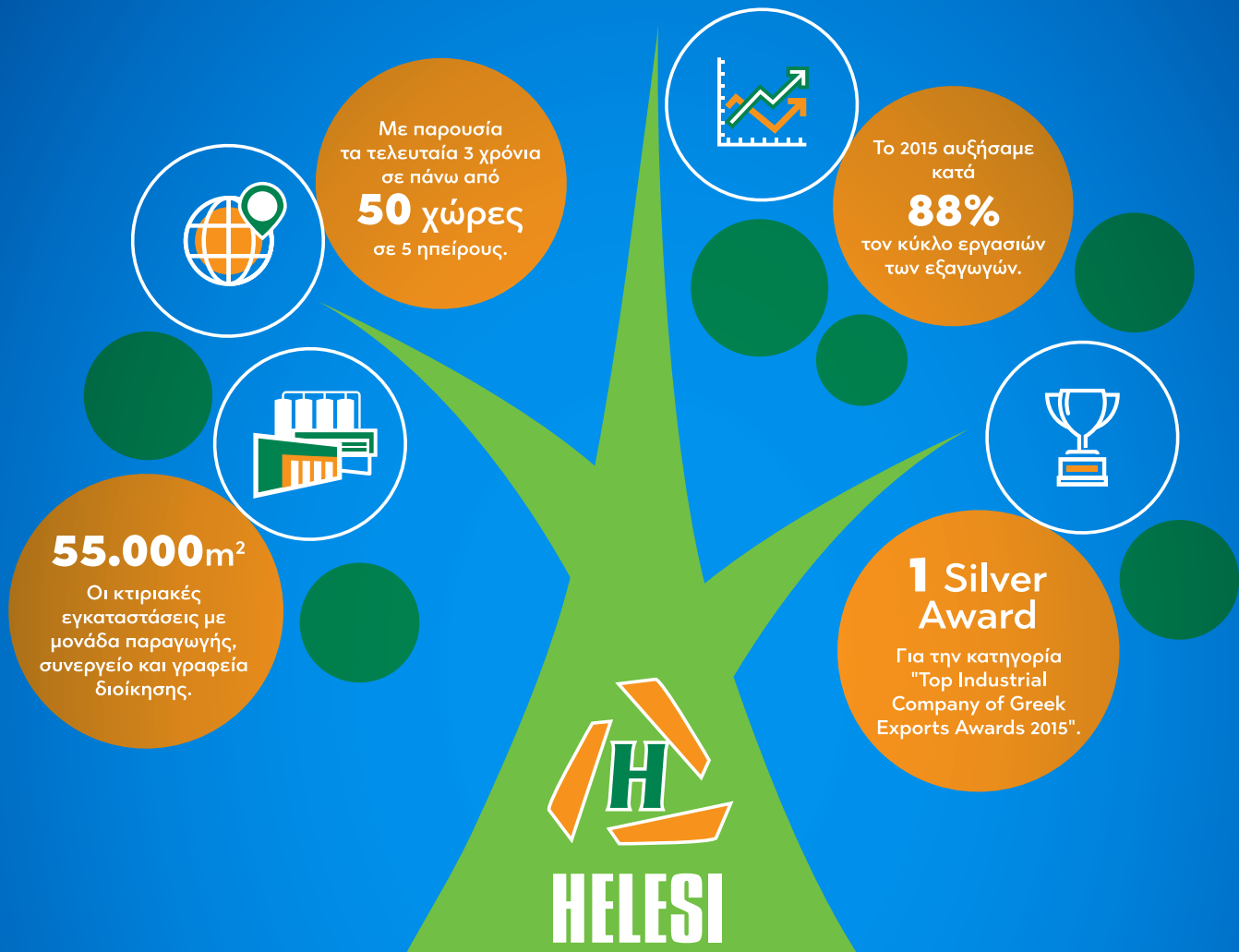
Η έντονη κινητικότητα και οι συνεργασίες με διεθνείς χρηματοδοτικούς οργανισμούς.

SUCCESS STORIES



Επιχειρήσεις με επιτυχημένη πορεία στις αγορές του εξωτερικού. Κοινός παρονομαστής τους η υψηλή ποιότητα.

Helesi: Η δύναμη της εξωστρέφειας!



Στη HELESI A.E.B.E. "Ελληνική Βιομηχανία Περιβαλλοντικών Συστημάτων" μελετάμε, σχεδιάζουμε και υλοποιούμε ολοκληρωμένα συστήματα διαχείρισης απορριμμάτων. Παράγουμε πλαστικούς κάδους απορριμμάτων όλων των χωρητικότητων καθώς και κιβώτια εμπορευμάτων, τροφίμων, στα πλαίσια των νέων οδηγιών της Ε.Ε.

Προτεραιότητα μας οι εξαγωγές και οι διεθνείς συνεργασίες διανέμοντας τα προϊόντα μας σε όλες τις χώρες τις Ευρώπης, στην Μέση Ανατολή, στην Βόρεια και Κεντρική Αφρική, στην Νότια, Κεντρική και Βόρεια Αμερική (Η.Π.Α. και Καναδά), σε χώρες της Ασίας και στην Αυστραλία.



H

Intelli Solutions AE τον Δεκέμβριο του 2015 συμπλήρωσε δέκα χρόνια επιτυχημένης πορείας.

Κατά τη διάρκεια της προηγούμενης δεκαετίας, η εταιρεία εξελίχθηκε σε έναν επιχειρηματικό όμιλο με δική του ολοκληρωμένη πλατφόρμα λογισμικού και παρουσία σε πολλές χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής, έχοντας υιοθετήσει ένα μοντέλο οργανωτικής δομής και παραγωγικής διαδικασίας που ανταποκρίνεται πλήρως στις διεθνείς συνθήκες.

Η εταιρεία επενδύει σημαντικά σε ολοκληρωμένες λύσεις προς χρηματοοικονομικούς οργανισμούς και εταιρείες τηλεπικοινωνιών με επίκεντρο το Digital Transformation.

Από τα πρώτα χρόνια της παρουσίας της, η Intelli Solutions AE ανέπτυξε ένα οργανωμένο στρατηγικό επιχειρηματικό σχέδιο εξωστρέφειας, το οποίο άρχισε να υλοποιείται το 2007 και συνεχίζει να εξελίσσεται. Παρά τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες, σήμερα η εταιρεία έχει ενεργή παρουσία στη γεωγραφική περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, με έξι θυγατρικές, πλήρως στελεχωμένες, καλύπτοντας τις ανάγκες κάθε αγοράς. Ταυτόχρονα, έχει αναπτύξει ένα δίκτυο συνεργατών που καλύπτει τη γεωγραφική περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής.

i SynChordia Business Suite

Η διείσδυση στις νέες αγορές γίνεται μέσω προϊόντων λογισμικού πληροφορικής, κυρίως με βάση το SynChordia Business Suite, μια πλατφόρμα λογισμικού που έχει αναπτύξει και εξελίσει η εταιρεία, απευθυνόμενη κυρίως στους τομείς των τηλεπικοινωνιών και των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Βασικά προϊόντα της SynChordia Business Suite είναι τα Deb Management and Recovery, BackOffice Automation, Paperless Office & Digitalization, Customer Service Knowledge Management, Asset Management, Credit Cards Origination, Loan Lifecycle Management, Credit Risk & Predictive Analytics, καθώς και η ολοκληρωμένη λύση Customer Loyalty.

Μαζί με την προώθηση του λογισμικού της, η εταιρεία έχει αναπτύξει σημαντικά την παροχή BPO (Business Process Outsourcing) υπηρεσιών σε περιοχές που συσχετίζονται με τα προϊόντα της, και ιδιαίτερα στην περιοχή BackOffice Automation, με εξειδίκευση κυρίως σε τηλεπικοινωνίες και τρα-

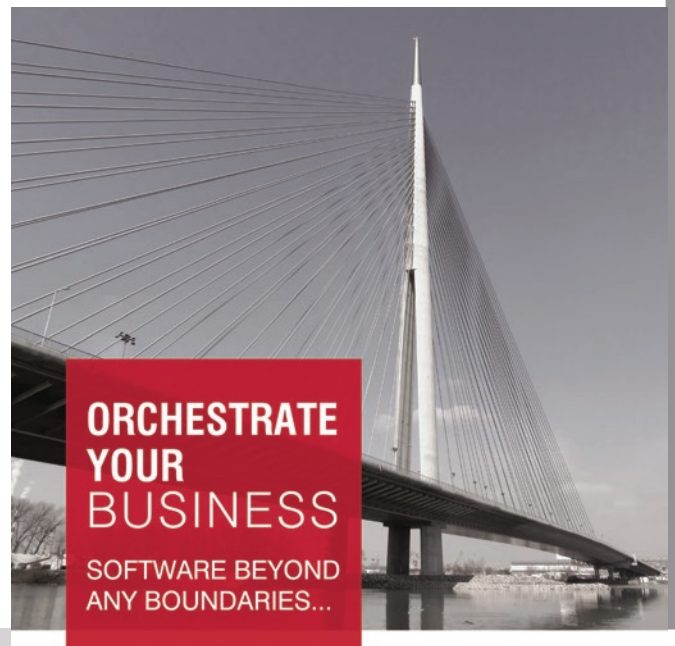
πεζικούς οργανισμούς, επιτυγχάνοντας, μέσω SLAs, υψηλή απόδοση και σημαντική μείωση κόστους.

Εκτός της εξέλιξης του λογισμικού της, η εταιρεία αντιπροσωπεύει κορυφαίους οίκους λογισμικού, καλύπτοντας όλη τη γεωγραφική περιοχή της δραστηριότητάς της. Χαρακτηριστικές πρόσφατες συνεργασίες είναι αυτές με την κορυφαία εταιρεία Misys για λογισμικό Financial Services αλλά και εκείνη με τη Mastercard για Mobile Payments μέσω πιστωτικών καρτών.

Ο όμιλος της Intelli σήμερα εξυπηρετεί πολύ μεγάλους οργανισμούς σε όλες τις χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται, ενώ σημαντική θεωρείται για τη μακρόχρονη εξέλιξη του η σύναψη συνεργασιών σε κεντρικό επίπεδο με μεγάλους ευρωπαϊκούς ομίλους στον χώρο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και των τηλεπικοινωνιών.

Σχετικά με την επιχειρηματική πορεία, η διοίκηση της εταιρείας ανέφερε ότι το 2015 ήταν έτος αναφοράς, αφού σε δύσκολες οικονομικές συνθήκες ο όμιλος, συνολικά, παρουσίασε σημαντική αύξηση πωλήσεων και εντυπωσιακή βελτίωση όλων των οικονομικών δεικτών, έχοντας κυρίως αξιοσημείωτη συνεισφορά από τις εργασίες στο εξωτερικό.

Για τα επόμενα χρόνια, βασική στρατηγική της εταιρείας παραμένει η εξωστρέφεια και η συνεχής βελτίωση των προϊόντων και λύσεων με γνώμονα την επιχειρηματική αξία στους πελάτες της.



**ORCHESTRATE
YOUR
BUSINESS**

SOFTWARE BEYOND
ANY BOUNDARIES...

Οι εξαγωγές σε σταυροδρόμι

Εκτίναξη ή στασιμότητα;

Είναι γνωστό, αλλά είναι χρήσιμο να το επαναλάβουμε: η ελληνική οικονομία δεν κατέρρευσε το 2010 μόνο υπό το βάρος των ελλειμμάτων και των χρεών του Δημοσίου. Το δίδυμο έλλειμμα στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, περίπου ίσο με το δημοσιονομικό, συνέβαλε με καθοριστικό τρόπο στην οικονομική κατάρρευση.

Σε αυτό το σημείωμα δεν θα ασχοληθούμε με το συνολικό πρόβλημα των ελληνικών εξαγωγών (αγαθών και υπηρεσιών, στις οποίες περιλαμβάνονται οι τομείς ναυτιλίας και τουρισμού, όπου η Ελλάδα έχει ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα).

Αν μιλήσει κανείς για το συνολικό πρόβλημα, με τη μορφή που πήρε στα χρόνια της κρίσης, θα φθάσει στο συμπέρασμα που έχει διατυπώσει ο οικονομολόγος του ινστιτούτου Bruegel, Γκούντραμ Γουλφ: «Στην Πορτογαλία η μείωση της εσωτερικής ζήτησης εν μέρει αντισταθμίστηκε από μια σημαντική αύξηση των εξαγωγών, ύψους άνω των 10 δισ. ευρώ, από το 2008. Αντίθετα, οι εξαγωγές στην Ελλάδα μόλις που αυξήθηκαν από το 2008. Είναι σαφές ότι το πρόγραμμα (σ.σ.: του μνημονίου) δεν έκανε αρκετά για να επιτευχθεί μια αναστροφή επιδόσεων του εξαγωγικού τομέα στην Ελλάδα».

Αυτή η συνολική εξαγωγική επίδοση της ελληνικής οικονομίας, που πράγματι ήταν απογοητευτική, σχετίζεται κυρίως με τον τομέα της ναυτιλίας. Σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές αγαθών, η κατάσταση είναι πολύ καλύτερη: οι συνολικές εξαγωγές έφθασαν στο ζενίθ το 2008, υποχώρησαν αρκετά το 2009 και αυξήθηκαν σημαντικά ως και το 2014, ξεπερνώντας κατά 22% το επίπεδο του 2008.

Ακόμη και το 2015, όταν οι εξαγωγές επηρεάστηκαν από τη μεγάλη πτώση της τιμής του πετρελαίου και την επιβολή

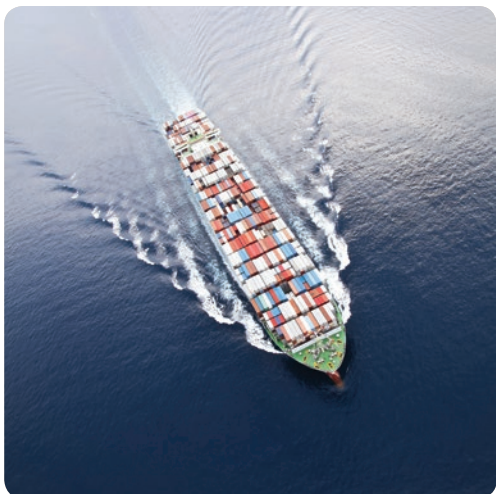
των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων, η συνολική μείωση ήταν μικρή, ενώ, αν δεν υπολογίσουμε τα πετρελαιοειδή και τα πλοία, καταγράφεται μια όχι ασήμαντη αύξηση. Για το τρέχον έτος, η Τράπεζα της Ελλάδος εκτιμά ότι «οι εξαγωγές αγαθών θα αυξηθούν ελαφρά, ακολουθώντας την εξέλιξη της εξωτερικής ζήτησης».

Είναι σαφές ότι η οικονομία χρειάζεται όσο ποτέ μια εκτίναξη στις εξαγωγές αγαθών –και δη αγαθών όσο το δυνατόν υψηλότερης προστιθέμενης αξίας– για να φθάσουμε σε μια ισχυρή και βιώσιμη ανάκαμψη, μετά την πρωτοφανή ύφεση, αλλά στον ορίζοντα δεν διαφαίνεται αυτή η προοπτική: το πιθανότερο είναι ότι οι ρυθμοί αύξησης στις εξαγωγές αγαθών θα είναι μέτριοι, παρότι η ανταγωνιστικότητα (σε όρους μοναδιαίου κόστους εργασίας) έχει αποκατασταθεί, ύστερα από μια σκληρή περίοδο εσωτερικής υποτίμησης.

Θα μπορούσαμε να περιμένουμε κάτι καλύτερο; Αναμφίβολα, ναι! Οικονομολόγοι της Διεύθυνσης Οικονομικών Υποθέσεων της Κομισιόν, μελέτησαν το «αίνιγμα των χαμένων ελληνικών εξαγωγών» από το 2013.

Οι αναλυτές της Διεύθυνσης που εκπροσωπεί την Κομισιόν στην Τρόικα βρήκαν, με την έρευνά τους, αυτό που, λίγο-πολύ, υποψιαζόμαστε όλοι: οι ελληνικές εξαγωγές είναι περίπου κατά ένα τρίτο χαμηλότερες από το επίπεδο που δικαιολογούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας με βάση τα σχετικά οικονομικά μοντέλα.

Τι φταίει γι' αυτό; Τα γνωστά θεσμικά μας ελλείμματα (γραφειοκρατία, φορολογική αστάθεια διαφθορά κ.ο.κ.), που, ακόμη και ύστερα από τόσα χρόνια «μνημονιακών» μεταρρυθμίσεων, δεν έχουν εξαλειφθεί. Αν μπορούσαμε να καλύψουμε αυτά τα ελλείμματα και να αγγίξουμε αυτήν τη «χαμένη» πίτα εξαγωγών, οι προοπτικές θα ήταν πολύ διαφορετικές...



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

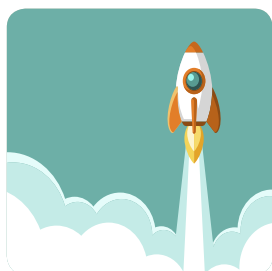
ΕΝΟΤΗΤΑ 1

6-11

Η ακτινογραφία των εξαγωγών

6-11

Η πενταετία ανάκαμψης και ο νέος κύκλος δοκιμασίας



ΕΝΟΤΗΤΑ 2

12-15

Επέκταση σε νέες αγορές

12-15

Οι σημαντικές πρωτοβουλίες δημόσιων και ιδιωτικών φορέων

16-19 Χρηματοδότηση-Ασφάλιση εξαγωγών

Έντονη κινητικότητα και συνεργασίες με διεθνείς χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

16-19



22-34 Τα success stories των ελληνικών εξαγωγών

Κοινός παρονομαστής όλων των επιτυχημένων επιχειρήσεων η ποιότητα

ΕΝΟΤΗΤΑ 4

22-34



• www.ethosmedia.eu

• www.ethosevents.eu • www.hrima.gr • www.insuranceworld.gr
• www.asfalizomai.com • www.alivemag.gr • www.virus.com.gr

KEY ACCOUNT MANAGER

PANTΩ ΜΑΝΩΛΟΓΛΟΥ
manologlou.r@ethosmedia.eu

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

ΒΙΚΥ ΚΟΥΜΠΑΡΕΛΟΥ
vickykoump@yahoo.com

ΕΚΤΥΠΩΣΗ-ΒΙΒΛΙΟΔΕΣΙΑ-ΕΝΘΕΣΗ

PRESSIOUS APBANITIDHS A.B.E.E.

Ιδιοκτησία

ETHOS MEDIA SA

ΥΠΟΔΟΧΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΡΟΠΟΔΗ
ropodi.d@ethosmedia.eu

ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ

ΣΤΡΑΤΟΣ ΜΩΥΣΗΣ
moisis.s@ethosmedia.eu

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ

SHUTTERSTOCK

1

Η ακτινογραφία των εξαγωγών



Η πενταετία ανάκαμψης και ο νέος κύκλος δοκιμασίας

Εξάγουμε 33% λιγότερο από όσο μπορούμε, και απαιτούνται μεγάλες θεσμικές και διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις

Στα σκοτεινά χρόνια που ακολούθησαν την οικονομική κατάρρευση της χώρας το 2009-2010, μόνο από τον εξαγωγικό τομέα της οικονομίας είδαμε κάποιες ακτίνες φωτός: χωρίς τις προσπάθειες των εξαγωγέων, η πρωτοφανής στα διεθνή χρονικά ύφεση θα ήταν πολύ βαθύτερη. Όμως, φθάνοντας στο 2016, τα σημάδια κόπωσης έχουν αρχίσει να γίνονται ορατά και οι οικονομικοί αναλυτές συμφωνούν ότι θα χρειαστούν πολύπλευρες και σημαντικές νέες προσπάθειες για να φθάσουμε σε γρήγορη και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη μέσα από τον δρόμο της εξωστρέφειας.

Την περίοδο που προηγήθηκε της μεγάλης κρίσης, οι εξαγωγές αγαθών παρουσίαζαν σταθερή και σημαντική αύξηση, αν και από πολύ χαμηλό σημείο εκκίνησης. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, από το 2003 ως και το 2008, οι εξαγωγές αγαθών αυξήθηκαν από τα 14 δισ. ευρώ στα 24,7 δισ. ευρώ, δηλαδή υπήρξε μια σωρευτική αύξησή τους κατά 76%. Τον πρώτο χρόνο της κρίσης, το 2009, υποχώρησαν απότομα, σχεδόν κατά 20%, στα 20,2 δισ. ευρώ.

Από το 2010 και μετά, δηλαδή στα χρόνια κατά τα οποία εφαρμόστηκε το πρόγραμμα προσαρμογής με βάση τα διαδοχικά μνημόνια με τους διεθνείς πιστωτές, οι εξαγωγές αγαθών ακολουθούν αυξητική πορεία. Άλλωστε, το πρόγραμμα προσαρμογής, με όλες τις επιμέρους αναθεωρήσεις του, είχε εξαρχής δύο βασικούς στόχους: τη δημοσιονομική προσαρμογή και την εξωστρεφή ανάπτυξη. Αυτοί οι δύο στόχοι «αντικρίζονται» με τα δίδυμα ελλείμματα, δημοσιονομικό και στο ισοζύγιο τρεχού-

σών συναλλαγών, που έφεραν την οικονομία στην κατάρρευση. Ειδικότερα, κατά την πενταετία 2010-2014, οι εξαγωγές αγαθών αυξήθηκαν από 23,4 δισ. ευρώ σε 30,2 δισ. ευρώ, δηλαδή καταγράφεται μια σωρευτική αύξηση σε ποσοστό 29%. Έστω και μέσα από μια επώδυνη για όλους περιπέτεια, η οικονομία έγινε πιο εξωστρεφής: η συμμετοχή των εξαγωγών στο ΑΕΠ το 2008 ήταν χαμηλότερη από 11%, ενώ το 2015 ήταν περίπου 16%. Σε αυτήν την εξέλιξη συνέβαλε κυρίως η αποκατάσταση της μεγάλης απώλειας ανταγωνιστικότητας (με βάση το κόστος εργασίας ανά μονάδα προϊόντος) που είχε σημειωθεί την περίοδο 2000-2009.

Πρέπει, πάντως, να υπογραμμιστεί ότι η αύξηση των εξαγωγών συντέλεσε, σε πολύ μικρότερο βαθμό από το αναμενόμενο, στην τόνωση της οικονομίας μετά την καθίζηση της εσωτερικής ζήτησης. Στην Πορτογαλία, μια χώρα με πολλά κοινά χαρακτηριστικά με την Ελλάδα, η αύξηση των εξαγωγών στην κρίση ήταν θεαματική και αντιστάθμισε σε πολύ μεγάλο βαθμό τη δραματική μείωση της εσωτερικής ζήτησης.

Εντυπωσιακή βελτίωση ποιότητας

Ένα ενδιαφέρον στοιχείο για την πορεία των εξαγωγών στα χρόνια μετά την κατάρρευση του 2010 είναι ότι η αύξηση της αξίας και του όγκου τους συμβάδισε με μια σημαντική βελτίωση της ποιότητας.

Ο Σαράντης Καλυβίτης, καθηγητής Μακροοικονομικής και Διεθνούς Χρηματοδοτικής στο Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Οικονομικών Σπουδών του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, σε εργασία του που δημοσιεύθηκε στο Οικονομικό Δελτίο

Το ισοζύγιο εξαγωγών-εισαγωγών

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Εισαγωγές	49.009	50.759	49.424	53.037	56.546	58.953
Αγαθά	38.560	39.510	40.163	44.512	46.865	49.146
Υπηρεσίες	10.449	11.248	9.261	8.525	9.682	9.807
Δαπάνες μονίμων κατοίκων στην αλλοδαπή	4.949	4.651	2.549	2.136	2.310	2.446
Εξαγωγές	33.502	34.683	32.877	33.177	40.115	42.463
Αγαθά	14.783	15.222	14.388	14.067	15.907	17.721
Υπηρεσίες	18.718	19.461	18.489	19.110	24.208	24.742
Δαπ. μη μονίμων κατοίκων στην οικον/κή επικράτεια	10.060	10.580	10.285	9.495	10.348	10.729
Ισοζύγιο εξαγωγών - εισαγωγών	-15.507	-16.075	-16.548	-19.860	-16.431	-16.490

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

της Τράπεζας της Ελλάδος (τεύχος Δεκεμβρίου 2014) δημιούργησε έναν νέο δείκτη της ποιότητας των εξαγωγών στην Ελλάδα. Με βάση την υπόθεση ότι η ποιότητα ενός προϊόντος θα αυξάνεται αν η τιμή του σε μια αγορά μπορεί να αυξάνεται χωρίς να επιφέρει απώλεια μεριδίου αγοράς, εκτιμήθηκε μια εξίσωση προσδιορισμού που συσχετίζει μερίδια αγοράς με τιμές και άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες, χρησιμοποιώντας στοιχεία για τις ελληνικές εξαγωγές κατά την περίοδο 1998-2012.

Το συμπέρασμα της εργασίας του είναι ότι η ποιότητα των εξαγωγών εκτιμάται ότι υποχώρησε κατά 0,7 ποσοστιαίες μονάδες ετησίως κατά μέσο όρο την περίοδο 1998-2010, αλλά ανέκαμψε το 2011 και το 2012 όταν εμφάνισε σωρευτική άνοδο 18,7%, με αποτέλεσμα στο σύνολο της περιόδου 1998-2012 η ποιότητα των εξαγωγών να παρουσιάσει σωρευτική αύξηση κατά 8,5%. Σε συνδυασμό με την άνοδο της αξίας των εξαγωγών στη μεταποίηση το 2011 και το 2012, οι εκτιμήσεις αυτές υποδηλώνουν ότι η αύξηση των εξαγωγών που παρατηρήθηκε μετά το 2010 συμβάδισε με βελτίωση της ποιότητας των εξαγωγών, όπως επισημαίνει ο καθηγητής.

Οι νέες δυσκολίες

Από το 2015, παρότι σημειώθηκε πάλι μια σημαντική αύξηση εξαγωγών χωρίς να υπολογίζονται τα πετρελαιοειδή (η αξία των εξαγωγών αυτής της κατηγορίας επηρεάστηκε αρνητικά από τη μεγάλη πτώση των διεθνών τιμών), άρχισε να διαφαίνεται ότι ο εξαγωγικός τομέας εισέρχεται σε μια περίοδο δοκιμασίας:

Από το 2010 και μετά, δηλαδή στα χρόνια όπου εφαρμόστηκε το πρόγραμμα προσαρμογής, οι εξαγωγές αγαθών ακολουθούν αυξητική πορεία.

1. Στον χρηματοπιστωτικό τομέα, οι εξελίξεις είναι κάθε άλλο παρά ευνοϊκές για τους εξαγωγείς, καθώς παραμένει αβέβαιος ο χρόνος εξόδου της χώρας από το καθεστώς των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων, ενώ οι τράπεζες καλούνται να αντιμετωπίσουν τεράστιες προκλήσεις από τα προβληματικά χαρτοφυλάκια δανείων τους. Σε αυτές τις συνθήκες, οι διεθνείς συναλλαγές δυσχεραίνονται, ενώ παραμένει άγνωστο το πότε θα αλλάξουν οι συνθήκες πιστωτικής ασφυξίας, με

τις οποίες βρίσκονται από χρόνια αντιμέτωποι οι εξαγωγείς. Δεν είναι τυχαίο το ότι η έλλειψη χρηματοδότησης αναφέρεται από τη συντριπτική πλειονότητα των εξαγωγέων ως

Το ισοζύγιο εξαγωγών-εισαγωγών

2006	2007	2008	2009	2010	2011*	2012*	2013*	2014*	2015*
69.010	81.453	87.039	68.319	69.452	66.889	63.353	60.236	62.579	53.309
58.037	68.990	72.636	56.091	55.988	54.826	52.566	50.777	52.688	44.947
10.974	12.463	14.403	12.228	13.465	12.064	10.787	9.458	9.891	8.362
2.383	2.486	2.679	2.425	2.156	2.267	1.844	1.835	2.076	2.025
46.130	52.403	56.533	45.089	49.958	52.866	54.845	55.179	58.038	53.009
20.450	23.384	24.680	20.227	23.433	26.833	29.932	30.104	30.193	28.495
25.680	29.020	31.853	24.862	26.525	26.033	24.913	25.074	27.845	24.515
11.357	11.319	11.636	10.400	9.611	10.505	10.442	12.152	13.393	14.194
-22.880	-29.049	-30.507	-23.230	-19.495	-14.024	-8.508	-5.057	-4.540	-300

*Προσωρινά στοιχεία

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

το βασικότερο πρόβλημα που εμποδίζει την ανάπτυξη των εργασιών τους.

- Η κατεύθυνση της οικονομικής πολιτικής δεν αλλάζει ευνοϊκά για τους εξαγωγείς. Αντίθετα, το μείγμα πολιτικής του τρίτου μνημονίου δημιουργεί έντονο προβληματισμό, καθώς, άλλη μια φορά, τα δημοσιονομικά προβλήματα επιχειρείται να αντιμετωπιστούν με αυξήσεις φόρων και ασφαλιστικών εισφορών. Όπως υποδεικνύει ο ερευνητής της Τράπεζας της Ελλάδος, Αθανάσιος Ταγκαλάκης, σε μελέτη του για τη συσχέτιση της δημοσιονομικής πολιτικής με τις εξαγωγές, οι εξαγωγικές επιδόσεις ευνοούνται από μέτρα περιορισμού των κρατικών δαπανών, καθώς η συρρίκνωση του κράτους απελευθερώνει πόρους για τους δυναμικούς τομείς του ιδιωτικού τομέα, αλλά επιβαρύνονται όταν επιχειρείται δημοσιονομική προσαρμογή κυρίως με αυξήσεις φόρων και εισφορών.

Σε αυτό το πλαίσιο, δεν είναι καθόλου τυχαίο το ότι οι εκτιμήσεις για την πορεία της εξαγωγικής δραστηριότητας κατά το τρέχον έτος περιγράφουν μια εικόνα στασιμότητας. Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, «η εξαγωγική δραστηριότητα της οικονομίας αναμένεται να κινηθεί σε οριακά θετικά επίπεδα στη διάρκεια του 2016, και η διεθνής ανταγωνιστικότητα της χώρας σε όρους σχετικών τιμών και κόστους εργασίας θα συνεχίσει να

βελτιώνεται. Οι εξαγωγές αγαθών εκτιμάται ότι θα αυξηθούν ελαφρά, ακολουθώντας την εξέλιξη της εξωτερικής ζήτησης».

Σε τροχιά προσγείωσης...

Η ανάλυση των στοιχείων για τις εξαγωγές του 2015 και του πρώτου εξαμήνου του τρέχοντος έτους από τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Εξαγωγέων και το Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών περιγράφει, με αρκετή ενάργεια, πώς μέσα σε αυτό το

Μετά το 2010 η αύξηση της αξίας και του όγκου των εξαγωγών συμβάδισε με μια σημαντική βελτίωση της ποιότητας.

18μηνο οι εξαγωγές αγαθών έχασαν τον ταχύ βηματισμό των προηγούμενων ετών.

Το 2015 έκλεισε με υποχώρηση 5,1% για τις συνολικές εξαγωγές της Ελλάδας, η οποία αποδίδεται σε μεγάλο βαθμό στη μείωση των διεθνών τιμών του πετρελαίου, που επηρέασε και τις ελληνικές εξαγωγές, την ώρα που για τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας (πλην καυσίμων) καταγράφονται αξιοσημείωτες επιδόσεις και αύξηση κατά 8,2%.

Ειδικότερα, προκύπτει μείωση της συνολικής αξίας των ελληνικών εξαγωγών κατά 5,1%, στα 25,8 δισ. ευρώ, έναντι των 27,2 δισ. ευρώ του 2014. Αν όμως εξαιρεθούν τα πετρελαιοειδή, προκύπτει αύξηση της τάξης του 8,2%, στα 18,28 δισ. ευρώ, έναντι 16,9 δισ. ευρώ το 2014.

Το δεύτερο εξάμηνο του 2015 σημειώθηκε μια επιβράδυνση καθοριστική για τη διαμόρφωση των τελικών στοιχείων. Όπως εκτίμησε η πρόεδρος του ΠΣΕ, Χριστίνα Σακελλαρίδη, «αν είχαν διατηρηθεί οι ρυθμοί αύξησης των εξαγωγών (χωρίς τα πετρελαιοειδή) που καταγράφησαν ως τον Ιούνιο του 2015, στη χώρα θα είχαν εισρεύσει 2,3 δισ. ευρώ περισσότερα από ό,τι το 2014, με σωρευτικό θετικό αποτύπωμα στα δημόσια έσοδα, στις εισφορές σε ασφαλιστικά ταμεία και στη διατήρηση και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας».

Το 2015 σημειώθηκε αύξηση κατά 6,5% στις εξαγωγές προς τις χώρες της ΕΕ και μείωση κατά 15,9% προς τις Τρίτες Χώρες. Με

Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, «η εξαγωγική δραστηριότητα της οικονομίας αναμένεται να κινηθεί σε οριακά θετικά επίπεδα στη διάρκεια του 2016 και η διεθνής ανταγωνιστικότητα της χώρας σε όρους σχετικών τιμών και κόστους εργασίας θα συνεχίσει να βελτιώνεται».

εξαίρεση τα πετρελαιοειδή, καταγράφεται αύξηση κατά 10,1% προς τις χώρες της ΕΕ και κατά 4,7% προς τις Τρίτες Χώρες. Ως αποτέλεσμα αυτών των μεταβολών, για την περίοδο Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2015, το μερίδιο στη συνολική αξία εξαγωγών για τις χώρες της ΕΕ διαμορφώνεται σε 53,8%, έναντι ποσοστού 46,2% για τις Τρίτες Χώρες. Αν εξαιρεθούν τα πετρελαιοειδή, το μερίδιο των χωρών της ΕΕ εκτοξεύεται στο 65,5%, έναντι ποσοστού μόλις 34,5% των Τρίτων Χωρών.

Ενδεικτικό της πορείας των εξαγωγών κατά το περασμένο έτος είναι το γεγονός ότι η πλειοψηφία των κύριων κλάδων εξαγωγών εμφανίζουν θετικό πρόσημο, με εξαίρεση τα πετρελαιοειδή (-26,7%) και τις πρώτες ύλες (-0,9%). Εμφατικά ανοδική ήταν η πορεία του ελαιολάδου (+124%), των μηχανημάτων (+14,2%) και των προϊόντων ποτού-καπνού (+12,8%).

Χαμένη η οικονομία

Για το πρώτο εξάμηνο του 2016, ο ΠΣΕ εκτιμά ότι η υποχώρηση των εξαγωγών φέρνει αρνητικές επιπτώσεις στην πορεία της συνολικής ελληνικής οικονομίας. Οι εξαγωγικές επιδόσεις της περιόδου είναι οι χαμηλότερες από το 2012, τόσο σε συνολική αξία εξαγωγών όσο και σε αξία, εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών, γεγονός που στερεί τη δυνατότητα εξόδου της οικονομίας από την ύφεση.

Ειδικότερα, η συνολική αξία των εξαγωγών υποχώρησε κατά 8,1% και κάτω από το όριο των 12 δισ. ευρώ (11,8 δισ. ευρώ φέτος, έναντι των 12,8 δισ. ευρώ του εξαμήνου του 2015). Μείωση προκύπτει πλέον για τις εξαγωγές, ακόμη κι αν εξαιρεθούν τα πετρελαιοειδή (-1,4%, ή 119 εκατ. ευρώ λιγότερα σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό εξάμηνο).

Σύμφωνα με την κυρία Σακελλαρίδη, «τα στοιχεία είναι αποκαλυπτικά της απόλυτης σύνδεσης των εξαγωγών με τις προοπτικές ανάκαμψης της ελληνικής οικονομίας. Αν οι εξαγωγικές επιδόσεις ήταν φέτος (-1 δισ. ευρώ σε σχέση με το 2015) απλά και μόνο αντίστοιχες των περσινών, το ΑΕΠ της χώρας θα γνώριζε αύξηση κατά 0,9% αντί ύφεσης 0,9%. Εξαιτίας όμως των γνωστών προβλημάτων που μαστίζουν τις εξωστρεφείς επιχειρήσεις (έλλειψη ρευστότητας, capital controls, υψηλές οφειλές του Δημοσίου προς ιδιώτες, καθυστερήσεις στην ενεργοποίηση του ΕΣΠΑ και του Αναπτυξιακού Νόμου, κόκκινα δάνεια, υπερφορολόγηση), οι δυνατότητες των Ελλήνων εξαγωγέων να συμβάλλουν στην ανάκαμψη της οικονομίας περιορίζονται αισθητά».

Το αν οι ελληνικές εξαγωγές θα αυξηθούν δυναμικά τα επόμενα χρόνια φαίνεται ότι θα κριθεί από τον βαθμό επιτυχίας στις θεσμικές/διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που καλείται να εφαρμόσει η κυβέρνηση με την επιτήρηση των διεθνών πιστωτών.

Η έρευνα της Κομισιόν

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Διεύθυνση Οικονομικών Υποθέσεων) μελέτησε διεξοδικά το ζήτημα των ελληνικών εξαγωγών, και τον Ιούνιο του 2014 δημοσιεύθηκε μια πολύ ενδιαφέρουσα μελέτη τριών στελεχών της, με τον χαρακτηριστικό τίτλο: «Το αίνιγμα των χαμένων ελληνικών εξαγωγών» ("The Puzzle of the Missing Greek Exports").

Σε αυτήν τη μελέτη, το πρώτο ενδιαφέρον εύρημα είναι ότι οι εξαγωγές της Ελλάδας είναι κατά 33% μικρότερες από το επίπεδο που θα έπρεπε να βρίσκονται με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας και τα σχετικά οικονομικά μοντέλα. Προκύπτει, δηλαδή, ότι η χώρα έχει πολύ μεγάλα περιθώρια αύξησης των εξαγωγών, αλλά αυτό δεν επιτυγχάνεται, γι' αυτό και γίνεται λόγος για «αίνιγμα».

Επιχειρώντας να λύσουν αυτό το αίνιγμα, οι αναλυτές της Κομισιόν καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι το θεσμικό έλλειμμα της Ελλάδας είναι ο κύριος παράγοντας που δεν επιτρέπει την αύξηση των εξαγωγών σύμφωνα με τις δυνατότητες της χώρας.

Σύμφωνα με τους υπολογισμούς αυτούς, αν η Ελλάδα κατόρθωνε να προχωρήσει στις μεταρρυθμίσεις που χρειάζονται για να φθάσει στον μέσο όρο των χωρών της ΕΕ και του ΟΟΣΑ, καλύπτοντας το θεσμικό της έλλειμμα, το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας θα περιοριζόταν κατά 54-78%.

Οι απαιτούμενες μεταρρυθμίσεις

Αναφερόμενη στις μεταρρυθμίσεις για την τόνωση της εξωστρέφειας, η Τράπεζα της Ελλάδος (Έκθεση Νομισματικής Πολιτικής 2015-2016) υπογραμμίζει ότι:

Οι μεταρρυθμίσεις που έγιναν από το 2010 και έπειτα οδήγησαν το 2015 σε πλήρη ανάκτηση της απώλειας ανταγωνιστικότητας σε όρους κόστους εργασίας της περιόδου 2000-2009 σε σχέση με τους κυριότερους εμπορικούς εταίρους.

Παρά την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας όμως, οι εξαγωγές δεν επέδειξαν την αναμενόμενη δυναμική ανόδου. Αυτό εξηγείται εν μέρει από την έλλειψη χρηματοδότησης και το συγκριτικά υψηλότερο κόστος μακροχρόνιου δανεισμού, καθώς και από την αύξηση της φορολογικής επιβάρυνσης που μετριάξει ή ακόμη και ανακόπτει την πορεία ανάκτησης της συνολικής ανταγωνιστικότητας της οικονομίας.

Επιπροσθέτως όμως, οφείλεται και σε μια σειρά εγγενών διαρθρωτικών αδυναμιών που περιορίζουν την ευκολία διείσδυσης των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές και σχετίζονται με την ποιότητα του προϊόντος, την κατοχύρωση ονομασίας προέλευσης και γραφειοκρατικές δυσχέρειες.

Ωστόσο, εξαιτίας της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας κόστους που έλαβε χώρα τα προηγούμενα χρόνια υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ανόδου των εξαγωγών στο εγγύς μέλλον.

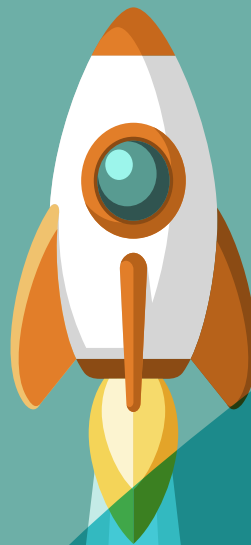
Όμως, η στήριξη των εξαγωγικών προοπτικών θα απαιτήσει νέες επενδύσεις προκειμένου να ενισχυθεί η εξαγωγική βάση των εξωστρεφών επιχειρήσεων. Το περαιτέρω άνοιγμα του διεθνούς εμπορίου, η συμμετοχή σε παγκόσμιες αλυσίδες παραγωγής και η αύξηση των εμπορικών δεσμών με χώρες και επιχειρήσεις που βρίσκονται στην αιχμή της τεχνολογίας σε παγκόσμια κλίμακα θα έχει ως συνέπεια την απορρόφηση νέων τεχνολογιών από τις εξαγωγικές επιχειρήσεις και τη διάχυσή τους στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας, ενισχύοντας τις μακροπρόθεσμες αναπτυξιακές της προοπτικές.

Συνεπώς, η υλοποίηση των μεταρρυθμίσεων στις αγορές προϊόντων και υπηρεσιών και στη λειτουργία του δημόσιου τομέα θα οδηγήσει σε αύξηση των επενδύσεων και της απασχόλησης, ενώ παράλληλα αναμένεται να διευκολύνει την καινοτομία και την εισαγωγή νέων τεχνολογιών μέσω της ενίσχυσης του ανταγωνισμού. Με τη σειρά τους, οι εξελίξεις αυτές θα βελτιώσουν την ποιότητα των ελληνικών εξαγωγών, ενώ θα διευρύνουν την εξαγωγική βάση και τη συνολική παραγωγικότητα της ελληνικής οικονομίας. Το γεγονός αυτό θα καταστήσει διατηρήσιμη την υποχώρηση των ελλειμμάτων στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, ενώ παράλληλα θα αυξήσει το δυνητικό προϊόν σε μεσομακροπρόθεσμο ορίζοντα.



Οι εξαγωγείς ανοίγουν βήμα για την κατάκτηση νέων αγορών

Οι σημαντικές πρωτοβουλίες από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς για την ενίσχυση των εμπορικών δεσμών με σημαντικές χώρες και περιοχές υποδοχής των ελληνικών προϊόντων



IDEA



STRATEGY



MARKETING



PLANNING



FINANCE

Οι χώρες της ευρωζώνης, με πρώτες την Ιταλία (απορροφά το ελληνικό ελαιόλαδο) και τη Γερμανία, είναι οι κυριότεροι προορισμοί των ελληνικών εξαγωγών.

Σε μια δυσμενή συγκυρία για το παγκόσμιο εμπόριο (πρόσφατη είναι η υποβάθμιση των προβλέψεων του ΔΝΤ για τις συναλλαγές φέτος και τον επόμενο χρόνο), οι Έλληνες εξαγωγείς και οι αρμόδιοι δημόσιοι φορείς αναζητούν νέες αγορές για τα ελληνικά προϊόντα, πέραν των ευρωπαϊκών, που κατά παράδοση απορροφούν τον κύριο όγκο των εξαγωγών της χώρας.

Οι χώρες της ευρωζώνης, με πρώτες την Ιταλία (απορροφά το ελληνικό ελαιόλαδο) και τη Γερμανία, είναι οι κυριότεροι προορισμοί των ελληνικών εξαγωγών. Όμως, οι οικονομικές συνθήκες στην Ευρώπη δεν ευνοούν την ταχεία αύξηση ελληνικών εξαγωγών, που είναι αναγκαία για να βγει η Ελλάδα από την κρίση, παρότι η ενιαία αγορά και το κοινό νόμισμα (όσον αφορά τις χώρες της ευρωζώνης) ευνοούν την εμβάθυνση των εμπορικών σχέσεων.

Μετά τη διεθνή χρηματοπιστωτική και, ακολούθως, οικονομική κατάρρευση του 2008, έχει διαπιστωθεί ότι η ευρωζώνη όχι μόνο επέστρεψε με πολύ μεγάλη χρονική υστέρηση στο ΑΕΠ του 2008, αλλά και δυσκολεύεται να ξεφύγει από μέτριους ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης, παρότι η νομισματική πολιτική της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, που περιλαμβάνει πλέον και την ευρεία χρήση ανορθόδοξων μέτρων πολιτικής, είναι άκρως υποστηρικτική για τις οικονομίες.

Σύμφωνα με στοιχεία και προβλέψεις του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, η ευρωζώνη επέστρεψε στο ΑΕΠ του 2008 μόλις το 2015, και η Ευρωπαϊκή Ένωση των 28 το 2014. Ορισμένα κράτη-μέλη, με πρώτη την Ιταλία, που προβλέπεται να επιστρέψει στο ΑΕΠ του 2008 όχι νωρίτερα από το 2021, έχουν πολύ μεγαλύτερη υστέρηση. Ο επικεφαλής οικονομολόγος Έντουιν Μ. Τρούμαν, σε άρθρο του για το Peterson Institute, υπογραμμίζει ότι αυτές οι υστερήσεις συνδέονται με τις δομικές ατέλειες της ευρωζώνης και υπενθυμίζει ότι άλλες περιοχές που βίωσαν την οικονομική κατάρρευση επανήλθαν πολύ ταχύτερα στο προ κρίσης ΑΕΠ. Χαρακτηριστικά, αναφέρει τη Λατινική Αμερική, που ανέκαμψε σε τρία χρόνια από την οικονομική κρίση της δεκαετίας του '80.

Σε αυτές τις συνθήκες, είναι απολύτως αναγκαία, πέραν της σταθερής προσπάθειας για επέκταση των εξαγωγών στον ευρωπαϊκό χώρο, η ενδυνάμωση των εμπορικών σχέσεων με άλλες οικονομικές ζώνες και χώρες, που έχουν ταχύτεροι αναπτυξιακοί βημα-

τισμοί και θα μπορούσαν, υπό ορισμένους όρους, να υποδεχθούν σημαντικούς όγκους ελληνικών εξαγωγών.

Προς το παρόν, η προσπάθεια αυτή δεν φαίνεται να έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Όπως υπογραμμίζει η Χριστίνα Σακελλαρίου, πρόεδρος του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων, «ανησυχία στον εξαγωγικό κόσμο προκαλεί η συνεχής μείωση των ελληνικών εξαγωγών προς Τρίτες Χώρες, απότοκο της έλλειψης ρευστότητας των ελληνικών επιχειρήσεων, αλλά και της αδυναμίας υλοποίησης επιθετικών εκστρατειών προώθησης προβολής ελληνικών προϊόντων σε δυναμικές αγορές».

Τα στοιχεία του πρώτου εξαμήνου 2016 θα έλεγε κανείς ότι είναι αποθαρρυντικά για τις προσπάθειες εξεύρεσης νέων προορισμών για τις ελληνικές εξαγωγές. Σύμφωνα με τον ΠΣΕ, οι συνολικές εξαγωγές προς τις χώρες της ΕΕ κατά το πρώτο εξάμηνο του 2016, εμφανίζονται οριακά αυξημένες (+1,3%), ενώ οι συνολικές εξαγωγές προς Τρίτες Χώρες εμφατικά μειωμένες (-18,7%).

Ειδικότερα, τα τελευταία στοιχεία για τους προορισμούς των ελληνικών εξαγωγών δείχνουν ότι:

1. Η Ιταλία εξακολουθεί και σε αυτό το εξάμηνο να αποτελεί τον σημαντικότερο προορισμό των ελληνικών εξαγωγών ενώ στη 2η θέση παραμένει στη σχετική κατάταξη η Γερμανία. Ακολουθούν η Κύπρος και η Τουρκία, οι οποίες στο αντίστοιχο περσινό εξάμηνο είχαν αντίστροφες θέσεις και στην 5η θέση διατηρείται η Βουλγαρία. Την πρώτη δεκάδα συμπληρώνουν, κατά σειρά, το Ηνωμένο Βασίλειο (από 8η θέση), οι ΗΠΑ (από 6η), ο Λίβανος (από 12η), η Ρουμανία (από 11η) και η Ισπανία (από 9η).
2. Ως προς τους προορισμούς των ελληνικών εξαγωγών ανά οικονομική ένωση, πέραν της ήδη μικρής αύξησης προς την ΕΕ, καταγράφεται μια λίγο μεγαλύτερη άνοδος προς τις 18 χώρες της ευρωζώνης, κατά 2,2%. Πτωτικά κινήθηκαν οι εξαγωγές προς τις χώρες του G7 (-4,3%), ενώ μεγάλες ποσοστιαίες μειώσεις παρατηρούνται στις εξαγωγές προς τις πετρελαιοπαραγωγικές χώρες του ΟΡΕΚ (-18%), προς τις χώρες της Οικονομικής Συνεργασίας Μαύρης Θάλασσας/ΟΣΕΠ (-16,3%) και προς τις χώρες της Ευρασιατικής Οικονομικής Ένωσης (-14,7%).
3. Στην αντίθετη κατεύθυνση, σημαντική αύξηση των εξαγωγών παρατηρείται προς τις αναδυόμενες BRICS (17,3%), κυρίως λόγω της άνοδου των εξαγωγικών επιδόσεων προς την Κίνα και τη Βραζιλία δευτερευόντως.

Από την πλευρά των δημόσιων φορέων χάραξης πολιτικής για τις εξαγωγές γίνεται, πάντως, προσπάθεια να υποστηριχθούν ανοίγματα σε νέες αγορές. Το Υπουργείο Εξωτερικών αξιοποιεί τα γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων (ΟΕΥ) σαν «αιχμή του δόρατος» σε αυτές τις προσπάθειες και προχωρά, όπως έχει εξαγγείλει ο αρμόδιος υφυπουργός, Δημήτρης Μάρδας, σε ευρεία αναδιοργάνωση των γραφείων ΟΕΥ, στο πλαίσιο της οποίας προβλέπεται άνοιγμα νέων γραφείων σε νέες αγορές της Άπω Ανατολής, των χωρών του Κόλπου κ.λπ. Επιπλέον, με νέο διαγωνισμό, τον πρώτο από το 2007, θα προσληφθούν επιπλέον 15 άτομα για τη στελέχωση των γραφείων ΟΕΥ.

Όπως έχει δηλώσει ο γγ. Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων, Γιώργος Τσίπρας, η κυβέρνηση ακολουθεί μια πολυδιάστατη πολιτική, με έμφαση σε χώρες με τις οποίες διανοίγονται σημαντικές προοπτικές οικονομικής συνεργασίας, όπως το Ιράν, η Αίγυπτος, η Κίνα, η Ρωσία, το Ισραήλ και οι αραβικές χώρες.

Για το 2017 έχουν ήδη προγραμματιστεί από το ΥΠΕΞ μικτές διυπουργικές επιτροπές, με συνολικά 12 χώρες και 22 επιχειρηματικές αποστολές σε ξένες αγορές. Ειδικότερα, σύμφωνα με το ΥΠΕΞ:

- Η σύγκληση Μικτών Διυπουργικών Επιτροπών αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για την προώθηση των διμερών οικονομικών σχέσεων, καθώς αυτές προετοιμάζουν το κατάλληλο διμερές θεσμικό πλαίσιο και συμβάλλουν στην επίλυση ή στην πρόληψη προβλημάτων, ενισχύοντας παράλληλα την εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων. Μέχρι το τέλος του 2016 προγραμματίζεται να έχουν πραγματοποιηθεί 12 Μικτές Διυπουργικές Επιτροπές, εν αντιθέσει με προηγούμενα έτη, κατά τα οποία είχαν συγκληθεί πολύ λιγότερες (2010-2014 συνολικά 14 ΜΔΕ).
- Στο πλαίσιο της προσπάθειας για άνοιγμα νέων αγορών, στον προγραμματισμό του 2017 έχουν ενταχθεί οι ΜΔΕ με την Αλγερία, την Αργεντινή, τη Βραζιλία, τη Γεωργία, τα ΗΑΕ, το Ιράν, τη Λευκορωσία, το Μαρόκο, τη Ν. Αφρική, την Ουκρανία, τη Ρωσική Ομοσπονδία και τη Χιλή.
- Κατόπιν ανάλυσης των στοιχείων των ελληνικών εξαγωγών σε διάφορες χώρες, προτάσεις των πρεσβειών/Γραφείων ΟΕΥ, καθώς και προτάσεις φορέων, το ΥΠΕΞ κατέληξε στη διοργάνωση νέων επιχειρηματικών αποστολών το 2017 στις αγορές των εξής χωρών: Αζερμπαϊτζάν, Αρμενία, Βουλγαρία, Εσθονία, Ιράν, Ισπανία, Ιταλία, Κροατία, Λίβανο, Λιθουανία, Λεττονία, Ολλανδία και Φινλανδία. Επιπλέον, όσες εκ των συγκεκριμένων ΜΔΕ προγραμματίζεται να πραγματοποιηθούν στο εξωτερικό θα

συνδυαστούν με αντίστοιχες επιχειρηματικές αποστολές, δηλαδή: Αλγερία, Αργεντινή, Βραζιλία, ΗΑΕ, Λευκορωσία, Μαρόκο, Ουκρανία, Ρωσία και Χιλή (ενημέρωση για τις επιχειρηματικές αποστολές γίνεται εγκαίρως, μέσω ανάρτησης στον ιστότοπο agora.mfa.gr, ενώ, παράλληλα, αποστέλλονται προσκλήσεις στα επιμελητήρια και στους επιχειρηματικούς φορείς).

- Με βάση τον ανωτέρω προγραμματισμό, ο οποίος για πρώτη φορά εκπονείται εκ των προτέρων και πριν τη λήξη του τρέχοντος έτους, συνολικά, οι ελληνικές επιχειρήσεις θα έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν σε οργανωμένες αποστολές σε 22 ξένες αγορές. Συγκριτικά, σημειώνεται ότι το διάστημα 2010-2014 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 13 αποστολές, ίδιος αριθμός αποστολών με το 2016. Επίσης, όπως έγινε και κατά το 2016, οι επιχειρηματικές αυτές αποστολές θα εστιάζονται κάθε φορά σε συγκεκριμένους κλάδους προϊόντων και υπηρεσιών, για τους οποίους οι σχετικές αναλύσεις αγορών καταδεικνύουν ότι υπάρχουν ευκαιρίες για τους Έλληνες εξαγωγείς.

Υποστηρικτικά σε αυτές τις προσπάθειες λειτουργεί και το Enterprise Greece, που για το 2016 έθεσε στο στόχαστρό του τρεις

νέες χώρες/περιοχές για την ανάπτυξη των εξαγωγών: Ιράν (επανελήθη πρόσφατα στη διεθνή αγορά μετά την άρση διεθνών κυρώσεων), Νότια Κορέα και Κεντρική Αφρική. Πρόκειται για περιοχές που βρίσκονται σε ανάπτυξη και για τις οποίες θεωρείται ότι υπάρχει σημαντική προοπτική, ειδικά στους κλάδους των δομικών υλικών και των τροφίμων. Εκτός από τις νέες αγορές-στόχους για το 2016, το ενδιαφέρον του Enterprise Greece επικεντρώνεται και σε νέους κλάδους: τεχνολογία, βιομηχανικός και ναυτιλιακός εξοπλισμός. Σχετικά με το Ιράν, το Enterprise Greece εκτιμά ότι, πέραν της γνωστής συνεργασίας με την Ελλάδα στον κλάδο των πετρελαιοειδών, υπάρχει πρόσφορο έδαφος για τις ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους κλάδους των δομικών υλικών, των τροφίμων αλλά και των τεχνολογιών, καθώς η χώρα αναμένεται να προχωρήσει σε αναβάθμιση των δικτύων της. Το πρόγραμμα του Enterprise Greece

για το 2016 προβλέπει τη συμμετοχή της Ελλάδας σε συνολικά 40 διεθνείς εκθέσεις (πέρσι συμμετείχε σε 35) σε 20 αγορές.

Πέραν των πρωτοβουλιών από δημόσιους φορείς, στο άνοιγμα σημαντικών ξένων αγορών πρωτοστατούν και επιχειρηματικοί φορείς, όπως το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, που κάνει συστηματικές προσπάθειες το τελευταίο διάστημα για την ενίσχυση των εμπορικών σχέσεων με την Κίνα, μέσα από τη γνωστή πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου Alibaba.

Σημειωτέον ότι η Κίνα, παρά το μέγεθος της αγοράς της, τη μεγά-

Από την πλευρά των δημόσιων φορέων χάραξης πολιτικής για τις εξαγωγές γίνεται, πάντως, προσπάθεια να υποστηριχθούν ανοίγματα σε νέες αγορές.

λη ανάπτυξη των εμπορικών της σχέσεων με την Ευρώπη αλλά και τις πολλές προσπάθειες που έχουν γίνει στο παρελθόν για διεύρυνση των εμπορικών σχέσεων με την Ελλάδα, παραμένει προορισμός χωρίς σημαντική ανάπτυξη για τις ελληνικές εξαγωγές. Μόλις τώρα, μάλιστα, δηλαδή με βάση τα στοιχεία α' εξαμήνου 2016, η Κίνα πέρασε στους 20 σημαντικότερους προορισμούς για τα ελληνικά προϊόντα, αλλά με συνολικές εξαγωγές 146 εκατ. ευρώ, ποσό μικρότερο και από τις εξαγωγές στην Αλβανία.

Το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών οργάνωσε στις 13 Σεπτεμβρίου εκδήλωση με πολύ μεγάλη συμμετοχή επιχειρηματιών -μετείχαν περισσότεροι από 600 επιχειρηματίες και εκπρόσωποι φορέων. Σε πρώτη φάση, οφέλη από το άνοιγμα της κινεζικής αγοράς μέσω της πλατφόρμας εμπορίου των 500 δισ. ευρώ ανα-

μένεται να έχουν οι επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, αλλά και οι εξαγωγείς εμπορεύσιμων αγαθών, εφόσον έχουν τις προϋποθέσεις να ανοίξουν ηλεκτρονικά καταστήματα στην πλατφόρμα, θα έχουν τη δυνατότητα να ανοίξουν ένα «παράθυρο» στην πιο δυναμική αγορά του πλανήτη.

Για να ξεπεραστεί η ύφεση, όπως τονίζει ο πρόεδρος του ΕΕΑ, Γιάννης Χατζηθεοδοσίου, «μοναδικός τρόπος είναι η στροφή των ελληνικών επιχειρήσεων προς την εξωστρέφεια, προς την αύξηση των εξαγωγών. Να αποκτήσουν τη δυνατότητα να προωθήσουν τα προϊόντα τους προς νέες, και κυρίως μεγάλες, αγορές. Εννοείται ότι μία από αυτές είναι η Κίνα. Γι' αυτό ακριβώς αποφασίσαμε να προσκαλέσουμε στην Ελλάδα τη μεγαλύτερη εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο, την Alibaba».

Τα 20 κυριότερα εξαγόμενα προϊόντα α' εξαμήνου 2016

Σειρά κατάταξης		Περιγραφή προϊόντος	Αξία	Ποσότητα
α' εξ. 2016	α' εξ. 2015			
1	1	Ορυκτέλαια πετρελαίου	2.744,70	8.700.664,60
2	2	Φάρμακα λιανικής	352,6	11.205,30
3	4	Αλουμίνιο σε πλάκες (>0,2mm)	274,8	100.704,00
4	3	Παρθένο λάδι	259,2	72.495,10
5	6	Ψάρια	235,5	44.106,80
6	5	Εμπιστευτικά προϊόντα	209	67.895,80
7	10	Τυριά	201,9	34.708,40
8	7	Ελιές & άλλα λαχανικά	200,2	85.705,60
9	8	Μηχανές επεξ. δεδομένων	187,9	1.591,20
10	9	Σωλήνες κάθε είδους	174,1	33.535,90
11	11	Τσιγάρα	145,6	13.798,40
12	17	Αλουμίνιο σε ράβδους	132,9	52.285,50
13	14	Αλουμίνιο σε φύλλα (<0,2mm)	122,3	40.336,10
14	29	Πορτοκάλια	109,7	308.923,90
15	13	Βαμβάκι	107,7	81.102,40
16	20	Καπνά	107,6	21.400,90
17	16	Ροδάκινα	106,4	114.266,20
18	12	Αλουμίνιο σε κράματα	104,6	64.328,60
19	23	Τσιμέντα	84,8	1.893.373,10
20	18	Πολυπροπυλένιο	76,3	81.647,20

Οι 20 κυριότερες αγορές για τα ελληνικά προϊόντα α' εξαμ. 2016

Σειρά κατάταξης		Χώρα	Αξία
α' εξ. 2016	α' εξ. 2015		
1	1	Ιταλία	1.473,70
2	2	Γερμανία	973,4
3	4	Κύπρος	787,1
4	3	Τουρκία	607
5	5	Βουλγαρία	605,4
6	8	Ην. Βασίλειο	497,5
7	6	ΗΠΑ	493,8
8	12	Λίβανος	419,4
9	11	Ρουμανία	382,6
10	9	Ισπανία	362,2
11	13	Γαλλία	338,6
12	7	Αίγυπτος	337,3
13	15	Ολλανδία	310,9
14	14	ΠΓΔΜ	263,4
15	10	Σαουδ. Αραβία	227,7
16	16	Γιβραλτάρ	214,3
17	18	Βέλγιο	191,4
18	20	Πολωνία	189,8
19	19	Αλβανία	179,1
20	22	Κίνα	146

Έντονη κινητικότητα για χρηματοδότηση εξαγωγών

Συνεργασίες των τραπεζών με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και την EBRD, βελτιωμένοι όροι στο πρόγραμμα «Εξωστρέφεια» του ΟΑΕΠ

Η σημαντική κινητικότητα που αναπτύσσεται από τράπεζες, πιστωτικούς οργανισμούς και δημόσιους φορείς για την παροχή περισσότερων και φθηνότερων χρηματοδοτήσεων στους Έλληνες εξαγωγείς αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο της παρούσας περιόδου σχετικά με την παροχή υποστηρικτικών υπηρεσιών στον εξαγωγικό τομέα.

Οι συστημικές τράπεζες, παρά τη γενική καθίζηση των παρεχόμενων πιστώσεων στην οικονομία, εξακολούθησαν, ακόμη και στις δυσκολότερες περιόδους της κρίσης των τελευταίων ετών, να χρηματοδοτούν το συναλλακτικό κύκλωμα επιχειρήσεων που παράγουν προϊόντα προς εξαγωγή. «Αντίθετα με όσα εύκολα λέγονται και αναπαράγονται, αναζητούμε καλά σχέδια εξωστρεφών επιχειρήσεων για να τα χρηματοδοτήσουμε» έχει δηλώσει ο Φωκίων Καραβίας, διευθύνων σύμβουλος της Eurobank.

Παρά ταύτα, όπως τονίζουν σε κάθε ευκαιρία οι εκπρόσωποι των εξαγωγέων, η χρηματοδότηση παραμένει αρκετά «σφικτή», λόγω των περιορισμένων πόρων που διαθέτει το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, ενώ τις συνθήκες επιδεινώσε η επιβολή των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων, όχι άμεσα, αλλά με έμμεσο τρόπο και στον βαθμό που διατάραξε την κανονικότητα των συναλλαγών.

Οι ελληνικές τράπεζες στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό, προκειμένου να υποστηρίξουν τους εξαγωγείς, σε προγράμματα συνεργασίας με διεθνείς χρηματοδοτικούς οργανισμούς. Από το 2013 «τρέχει» το πρόγραμμα χρηματοδότησης εξωτερικού εμπορίου με ανακυκλούμενες πιστώσεις από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, ύψους 500 εκατ. ευρώ, ενώ πιο πρόσφατη είναι η είσοδος της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης (EBRD) στον τομέα της χρηματοδοτικής διευκόλυνσης εξαγωγέων, πάντα μέσω των ελληνικών τραπεζών.

Ειδικότερα, πρώτη κατέληξε σε συμφωνία με την EBRD η Εθνική Τράπεζα, που εξασφάλισε πιστωτική γραμμή από τον διεθνή οργανισμό, στο πλαίσιο του προγράμματος για την παροχή εγγυοδοσίας για συναλλαγές διασυνοριακού εμπορίου. Με βάση αυτήν την πιστωτική διευκόλυνση, η Εθνική παρέχει στους εξαγωγείς πιστοδοτήσεις πάσης φύσεως χωρίς ανάγκη

Οι οίκοι Euler Hermes, Atradius και Coface κινούνται σε τροχιά αύξησης των συναλλαγών τους με μεσαίους και μεγάλους εξαγωγείς της ελληνικής αγοράς και, μάλιστα, πληροφορίες αναφέρουν ότι τα κόστη ασφάλισης κινούνται πτωτικά.

μετρητού καλύμματος, ενεργοποίηση εμπορικής πίστωσης από σημαντικούς προμηθευτές –δεδομένου του ότι διασφαλίζεται η προεξόφληση των απαιτήσεών τους– διευκόλυνση χρηματοδότησης εμπορικών συναλλαγών των ελληνικών επιχειρήσεων, εξόφληση των προμηθευτών και αποπληρωμή οφειλής στον χρόνο που εξυπηρετεί τον επιχειρηματία.

Ακολούθησαν αντίστοιχες συμφωνίες για την παροχή πιστωτικής γραμμής ύψους 50 εκατ. ευρώ από την EBRD προς την Alpha Bank και την Eurobank, στο πλαίσιο του προγράμματος Trade Facilitation Programme (TFP) για τη στήριξη της ανάπτυξης του διεθνούς εμπορίου. Η πιστωτική γραμμή θα βοηθήσει στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων trade finance των δύο τραπεζών και θα τονώσει τον κεντρικό ρόλο της EBRD ως συνεργάτιδας των ελληνικών εξαγωγικών και εισαγωγικών επιχειρήσεων. Σημειωτέον ότι η EBRD έχει αποκτήσει μικρή συμμετοχή, μέσω των πρόσφατων αυξήσεων κεφαλαίου στο πλαίσιο της ανακεφαλαιοποίησης, στο μετοχικό κεφάλαιο τόσο της Alpha Bank όσο και της Eurobank.

Στο ίδιο πλαίσιο συνεργασιών με πιστωτικούς φορείς, οι τράπεζες συμμετέχουν στο πρόγραμμα «Εξωστρέφεια» του κρατικού Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ), το οποίο αναπροσαρμόστηκε πρόσφατα, προκειμένου να μειωθεί το χρηματοδοτικό κόστος για τις επιχειρήσεις.

Ειδικότερα, όπως ανακοίνωσε η διοίκηση του ΟΑΕΠ, μετά από νέα συμφωνία που έγινε με όλες τις συνεργαζόμενες τράπεζες για το πρόγραμμα «Εξωστρέφεια», και αφού ελήφθησαν υπόψη οι σημερινές οικονομικές συνθήκες, τα επιτόκια χορηγήσεων μειώθηκαν και ξεκινούν πλέον από 3,60%. Στο κόστος της χρηματοδότησης μπορούν να προστεθούν έξοδα σύμφωνα με την τιμολογιακή πολιτική που ανακοινώνει κάθε τράπεζα. Στο επιτόκιο χορήγησης, επίσης, προστίθεται η εισφορά του Νόμου 128/75 (0,60%, πλην του αγροτικού τομέα, που είναι 0,12%).

Το εν λόγω πρόγραμμα δημιουργήθηκε και λειτουργεί σε όλες τις τράπεζες, με αποκλειστικό σκοπό να εξασφαλίσει γρήγορη και άμεση ρευστότητα στους εξαγωγείς. Το πρόγραμμα είναι ένας άριστος συνδυασμός ασφάλισης και χρηματοδότησης,

καλύπτει ασφαλίσεις τιμολογίων από 1-4 μήνες και δίνει τη δυνατότητα σε κάθε εξαγωγέα να εισπράξει το 80% του τιμολογίου του αμέσως μετά την παράδοση του προϊόντος στον αγοραστή. Το όριο χρηματοδότησης ανέρχεται μέχρι του ποσού του ενός εκατομμυρίου (1.000.000) και είναι ανακυκλούμενο.

Πάντως, σημειώνεται ότι οι επιχειρηματικοί φορείς ζητούν, χωρίς να έχει ικανοποιηθεί το αίτημά τους, την κατάργηση της εισφοράς 0,6% του ν. 128/75 για τις χρηματοδοτήσεις/ασφαλίσεις για τις εξαγωγικές επιχειρήσεις γενικά, αλλά και, ειδικότερα, όσον αφορά το πρόγραμμα «Εξωστρέφεια» του ΟΑΕΠ, ώστε να μειωθεί το δυσβάστακτο κόστος χρηματοδότησής τους.

Πέραν του προγράμματος ασφάλισης-χρηματοδότησης, το κύριο έργο του ΟΑΕΠ είναι η ασφάλιση των πιστώσεων που παρέχουν οι Έλληνες εξαγωγείς στους πελάτες τους του εξωτερικού, με ποσοστό κάλυψης μέχρι 95% του τιμολογίου και με χαμηλό ασφάλιστρο.

Ο ΟΑΕΠ λειτουργεί με την εγγυοδοσία του ελληνικού Δημοσίου ως ΝΠΙΔ, το εγγυοδοτικό του κεφάλαιο ανέρχεται περίπου σε 1,47 δισ. ευρώ και στηρίζει έμμεσα τη χρηματοδότηση της ελληνικής εξαγωγικής επιχείρησης μέσω της εκχώρησης του δικαιώματος αποζημίωσης της τελευταίας προς την τράπεζα ή την εταιρεία factoring που τη χρηματοδοτεί ως εγγύηση.

Σε ό,τι αφορά τις εταιρείες του ιδιωτικού τομέα, οι οποίες ασφαλίζουν εμπορεύσιμους, σύμφωνα με τη διάκριση που κάνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, κινδύνους, δηλαδή τους εμπορικούς και πολιτικούς κινδύνους που συνδέονται με βραχυπρόθεσμες εξαγωγικές πιστώσεις, οι οποίες παρέχονται σε αγοραστές χωρών-μελών ΟΟΣΑ, από το 2014 έχουν αναθερμανθεί οι δραστηριότητές τους στην Ελλάδα και, παρά την αναστάτωση που υπήρξε το 2015 με τη συγκρουσιακή διαπραγμάτευση με τους δανειστές της χώρας, αυξάνουν σταθερά την παρουσία τους στην αγορά.

Οι οίκοι Euler Hermes, Atradius και Coface κινούνται σε τροχιά αύξησης των συναλλαγών τους με μεσαίους και μεγάλους εξαγωγείς της ελληνικής αγοράς και, μάλιστα, πληροφορίες αναφέρουν ότι τα κόστη ασφάλισης κινούνται πτωτικά.



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Η ολιστική προσέγγιση της χρηματοδότησης εξαγωγών

Οι επιχειρήσεις χρειάζονται στήριξη από την παραγγελία των πρώτων υλών μέχρι την είσπραξη της απαίτησης από την εξαγωγή



Συνέντευξη

Εύη Πασσά

Διευθύντρια Συναλλακτικής Τραπεζικής του Ομίλου της Εθνικής Τράπεζας

Μια ολιστική προσέγγιση, που υπερβαίνει τις παραδοσιακές πρακτικές δανεισμού, απαιτούν οι σύγχρονες ανάγκες χρηματοδότησης των εξαγωγικών επιχειρήσεων, ώστε να παρέχεται στήριξη από το στάδιο της παραγγελίας πρώτων υλών μέχρι την είσπραξη της απαίτησης από την εισαγωγή. Αυτό ακριβώς τονίζει η κυρία Εύη Πασσά, Διευθύντρια Συναλλακτικής Τραπεζικής του Ομίλου της Εθνικής Τράπεζας, επισημαίνοντας, επίσης, ότι από τη φετινή χρονιά οι τράπεζες αρχίζουν σταδιακά να διοχετεύουν ρευστότητα στην αγορά, ενώ μειώνονται τα κόστη χρηματοδότησης. Οι επιχειρήσεις που φιλοδοξούν να εισέλθουν στον στίβο των εξαγωγών, αναφέρει, μπορούν να βρουν ανταπόκριση από τις τράπεζες για τη χρηματοδότησή τους, εφόσον έχουν ένα ολοκληρωμένο και ρεαλιστικό σχέδιο.

GEG_Οι εξαγωγείς αναφέρουν την περιορισμένη χρηματοδότηση ως το βασικότερο πρόβλημα στην ανάπτυξη των εργασιών τους. Ποια είναι σήμερα η κατάσταση σε σχέση με αυτό το ζήτημα;

ΕΥΗ ΠΑΣΣΑ_Ο τραπεζικός δανεισμός εξακολουθεί να είναι παγκοσμίως ο συνήθης τρόπος στον οποίο καταφεύγουν οι επιχειρήσεις για να βρουν χρηματοδότηση, ιδίως οι ΜΜΕ. Είναι όμως σημαντικό, ιδίως για τις εξωστρεφείς επιχειρήσεις, να υπάρξει μια μεταστροφή από τον παραδοσιακό δανεισμό (κεφάλαιο κίνησης) σε εξειδικευμένες χρηματοδοτήσεις, με μια ολιστική αντιμετώπιση των χρηματοδοτικών αναγκών της εφοδιαστικής αλυσίδας. Στην ΕΤΕ η διαδικασία αυτή έχει ξεκινήσει εδώ και αρκετά χρόνια, προσφέροντας στις επιχειρήσεις έξυπνα και ευέλικτα σχήματα για την αγορά πρώτων υλών, τη στήριξη της παραγωγικής διαδικασίας και τη ρευστοποίηση των απαιτήσεων. Πρόσφατα, η ΕΤΕ ανακοίνωσε το νέο πρόγραμμα της **ΕΘΝΙΚΗ Αλυσίδα Αξίας**, που αποτελείται από ένα ευρύ φάσμα χρηματοδοτικών λύσεων και υπηρεσιών αποσκοπώντας –μεταξύ άλλων– στην κάλυψη του σημαντικού χρηματοδοτικού κενού που υπάρχει από την παραγγελία των πρώτων υλών μέχρι την είσπραξη της απαίτησης από την εξαγωγή. Το 2016, μετά από μια περίοδο στη διάρκεια της οποίας οι τράπεζες οδηγήθηκαν σε απομόχλευση του δανειακού τους χαρτοφυλακίου, έχουμε μια σταδιακή διοχέτευση ρευστότητας στην αγορά, που αναμένεται να επηρεάσει θετικά τις επιχειρήσεις.

GEG_Ποια είναι σήμερα η εικόνα που διαμορφώνεται σε σχέση με το κόστος χρηματοδότησης των εξαγωγών από τις ελληνικές τράπεζες; Μπορούμε να πούμε ότι βαίνει σταθερά προς μείωση;

Ε.Π._Σήμερα, παρατηρείται μια αποκλιμάκωση των περιθωρίων χρηματοδότησης. Ταυτόχρονα, οι εξαγωγικές επιχειρήσεις πρέπει να αξιοποιήσουν ειδικά σχήματα και προγράμματα που επιτρέπουν στις τράπεζες να προσφέρουν λύσεις με ευνοϊκότερο κόστος. Η επιλογή της κατάλληλης λύσης εξαρτάται από διαφορετικές παραμέτρους, που αφορούν τόσο στην ίδια την εξαγωγική επιχείρηση και τις ανάγκες της όσο και στον αγοραστή-πελάτη της, και μπορεί να καθορίσουν τελικά την τύχη της πώλησης. Ενδεικτικά, αναφέρω ότι το σχήμα χρηματοδότησης

μπορεί να επιτρέψει ελκυστικούς όρους πληρωμής για τον αγοραστή, καθορίζοντας σε κάποιες περιπτώσεις την επιλογή του, παρέχοντας ταυτόχρονα την απαιτούμενη ρευστότητα στον εξαγωγέα για τη στήριξη της παραγωγικής διαδικασίας και την αύξηση του κύκλου εργασιών.

GEG_ Σε ποιον βαθμό έχει επηρεάσει τη ροή των πιστώσεων προς τους εξαγωγείς το ιδιαίτερο καθεστώς που έχει δημιουργηθεί στην οικονομία μετά την επιβολή των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων;

Ε.Π._Με την επιβολή των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων εντάθηκε στις αγορές η αμφισβήτηση της δυνατότητας των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων να ανταποκριθούν σε υφιστάμενα συμβόλαια και να υλοποιήσουν παραγγελίες. Η δυσκολία πρόσβασης σε εμπορικές πιστώσεις από προμηθευτές πρώτων υλών του εξωτερικού επεκτάθηκε και στους προμηθευτές εσωτερικού, που μετέτρεψαν σε μεγάλο βαθμό τον παραδοσιακό τρόπο πληρωμής με επιταγές σε μετρητά. Το 2016, με τη σταδιακή χαλάρωση των περιορισμών και την ενεργοποίηση των προγραμμάτων στήριξης του διασυνοριακού εμπορίου από διεθνείς οργανισμούς, βλέπουμε επαναφορά των όρων πληρωμής με πίστωση, αξιοποιώντας τα εργαλεία εγγυοδοσίας που διαθέτουν οι ελληνικές τράπεζες.

GEG_ Υπάρχουν, σήμερα, νέα χρηματοδοτικά εργαλεία που αναπτύσσουν οι τράπεζες, ενδεχομένως και σε συνεργασία με δημόσιους φορείς ή διεθνείς χρηματοδοτικούς οργανισμούς, για τη χρηματοδότηση των εξαγωγικών επιχειρήσεων; Θα δούμε στο άμεσο μέλλον κάποιες νέες πρωτοβουλίες σε αυτήν την κατεύθυνση;

Ε.Π._Αναμφισβήτητα, η αγορά έχει ανάγκη από εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης. Οι τράπεζες αξιοποιούν τις δυνατότητες που δίνουν κυρίως οι διεθνείς οργανισμοί, με σημαντική εμπειρία από άλλες αγορές. Ταυτόχρονα, πρέπει, στο πλαίσιο της εθνικής στρατηγικής για την ανάπτυξη των εξαγωγών, να σχεδιαστούν –σε συνεργασία με τους φορείς της εξωστρέφειας– εθνικά προγράμματα στήριξης των εξαγωγών, μέσω των οποίων θα παρέχεται ασφάλιση και εγγυοδοσία για τη μείωση των κινδύνων που συνδέονται με τις εξαγωγές, διευκολύνοντας το τραπεζικό σύστημα να αναπτύξει χρηματοδοτικά εργαλεία βραχυπρόθεσμης ή μακροπρόθεσμης διάρκειας.

GEG_ Ποιες δυνατότητες χρηματοδότησης προσφέρει σήμερα η Εθνική Τράπεζα, μέσα από δικά της προγράμματα ή σε συνεργασία με διεθνείς χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς (Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, EBRD);

Ε.Π._Όπως ήδη ανέφερα, η ΕΤΕ έχει, εδώ και αρκετά χρόνια, υλοποιήσει εναλλακτικά χρηματοδοτικά εργαλεία, τα οποία

συνεχώς εμπλουτίζει και μεταλλάσσει, ανταποκρινόμενη στις συνθήκες της αγοράς και τις ανάγκες των επιχειρήσεων. Η ρευστοποίηση απαιτήσεων, η χρηματοδότηση στρατηγικών προμηθευτών και αγοραστών είναι σχήματα εναλλακτικής χρηματοδότησης που προσφέρονται σήμερα από την τράπεζά μας. Προς την ίδια κατεύθυνση κινείται και το νέο πρόγραμμα της ΕΤΕ **ΕΘΝΙΚΗ Αλυσίδα Αξίας**, που αντιμετωπίζει, ανά κλάδο της οικονομίας, τις ιδιαιτερότητες του συναλλακτικού κυκλώματος και τις συνολικές ανάγκες χρηματοδότησής του. Το πρόγραμμα στηρίζει την υφιστάμενη δραστηριότητα των εξαγωγικών επιχειρήσεων, αλλά κυρίως αποτελεί εφελθτήριο για την ένταξή τους και την ενδυνάμωσή τους σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Αξιοποιούμε προγράμματα διεθνών χρηματοοικονομικών οργανισμών:

- Πρόγραμμα παροχής εγγυοδοσίας της ΕΤΕπ, με την ΕΤΕ να διατηρεί το 93% της απορρόφησης.
- Πρόγραμμα παροχής εγγυοδοσίας και χρηματοδότησης διασυνοριακών συναλλαγών της EBRD. Η Εθνική υπέγραψε την πρώτη σύμβαση στην Ελλάδα.
- Πρόγραμμα του Ευρωπαϊκού Ταμείου Επενδύσεων **COSME** για την Ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ.
- Πρόγραμμα παροχής εγγυοδοσίας του IFC.

Παρέχουμε **συμβουλευτικές υπηρεσίες** για την επέκταση των εξαγωγών σε νέες αγορές:

- Εξειδικευμένα γραφεία για την Κίνα, την Κορέα, τη Ρωσία, την Κύπρο.
- Συμμετοχή στις διαπραγματεύσεις με δυνητικούς πελάτες και τις τράπεζές τους.
- Ευρύτατο πλαίσιο ορίων για την κάλυψη κινδύνων χώρας και αντισυμβαλλόμενης τράπεζας.
- Το μεγαλύτερο δίκτυο ανταποκριτών και συνεργαζόμενων τραπεζών.

GEG_ Πόσο εύκολη είναι η πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό για επιχειρήσεις που θέλουν τώρα να εισέλθουν στον στίβο των εξαγωγών; Ποια είναι τα σημαντικότερα κριτήρια αξιολόγησης από τις τράπεζες;

Ε.Π._Οι επιχειρήσεις που είναι σε θέση να παρουσιάσουν ένα ολοκληρωμένο και ρεαλιστικό επιχειρηματικό σχέδιο για την ανάπτυξή τους στις διεθνείς αγορές μπορούν να έχουν την απαιτούμενη στήριξη. Η αξιολόγηση εξαρτάται, εκτός από τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης, από άλλα σημαντικά κριτήρια, όπως τον κλάδο και τα χαρακτηριστικά του, τις αγορές στις οποίες πρόκειται να δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση και τους συνδεδεμένους κινδύνους, από τους όρους πληρωμής και τη δυνατότητα ανακύκλωσης του κεφαλαίου κίνησης, καθώς και τη δυνατότητα ρευστοποίησης των απαιτήσεων.

Your hand-held Hero!

OH...my Hero!

gogreek collectibles

The gogreek® team is proud of

OLYMP DESIGN AWARDS '16
ATHENS
Gold, Silver & Bronze Awards

PACKAGING Innovation 2016
ATHENS
Gold Award

GOLDEN EBGE 2015 / ATHENS
Illustration Award

EBGE 2015 / ATHENS
Illustration Award

ERMIS AWARDS 2015 / ATHENS
Design Award - Ermis Bronze

FINAT International 2015
AMSTERDAM
1st Award in Sleeve Applications

LABELXPO 2015
HP INDIAGO Excellence Awards
BRUXELLES

LABELA Gold Label Awards 2015
ATHENS
Honorable Distinction

Η gogreek® ταξιδεύει

Το δημοφιλές brand που φέρνει σε πρώτο πλάνο τις αξίες του ελληνικού πολιτισμού ανοίγει τα φτερά του εκτός Ελλάδας

Ξεκίνησε ως «ιδέα» από δύο λάτρεις του ελληνικού πολιτισμού, τον creative director Γιώργο Γιώνα και την αρχιτέκτονα, μηχανικό και επιχειρηματία Ελίνα Ψημίτη, που μοιράζονται το ίδιο όραμα, ότι η Ελλάδα αποτελεί ατέλειωτη πηγή φωτός και έμπνευσης. Στο επίκεντρο της ιδέας αυτής ο ελληνικός πολιτισμός, οι αξίες και η κληρονομιά του, υπό μια εντελώς σύγχρονη ματιά, συνειδητά με τις σημερινές απαιτήσεις και τις ταχύτητες της

παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας. Αποτέλεσμα το brand gogreek®, που οδεύει ολοταχώς προς τον τρίτο επιτυχημένο χρόνο παρουσίας του στην εγχώρια αγορά, ενώ ήδη κάνει τα πρώτα του βήματα στις αγορές του εξωτερικού. Ζητήσαμε από την κυρία Ψημίτη και τον κύριο Γιώνα να μας μιλήσουν για τις δυσκολίες και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ένα ελληνικό brand που στοχεύει να βγει εκτός ελληνικής αγοράς.

Η gogreek® προχωρά ήδη στον τρίτο χρόνο παρουσίας της στην ελληνική αγορά. Ποια είναι τα αποτελέσματα για τη μάρκα;

Ε.Ψ.: Τον Ιούλιο του 2016 έκλεισαν αισίως τα δύο χρόνια από το λανσάρισμα του πρώτου προϊόντος. Παρά το γεγονός πως το φετινό ήταν ένα δύσκολο, εμπορικά, καλοκαίρι, οι τζίροι διατηρήθηκαν και σε κάποιες περιπτώσεις αυξήθηκαν, σε ένα γενικά πτωτικό περιβάλλον. Αυτό επιβεβαιώνει την απήχηση της μάρκας και τη στήριξή της όχι μόνο από ξένους αλλά και από Έλληνες πελάτες, που μας δίνει θάρρος και ώθηση για τα επόμενα βήματα.

Γ.Γ.: Φέτος, το portfolio της gogreek® εμπλουτίστηκε με νέα πρόσωπα. Προστέθηκε η σειρά Oh...my HERO!, με έξι ήρωες από την ελληνική μυθολογία και ιστορία, που κυκλοφόρησαν σε μινιατούρες ούζου και μαγνητικούς σελιδοδείκτες και είχαν μεγάλη απήχηση στο αγοραστικό κοινό. Αυτό, σε συνδυασμό με το γεγονός πως τα σημεία πώλησης παρέμειναν σταθερά στο σύνολό τους (περί τα 250 σε όλη την Ελλάδα), είναι ένα σημαντικό δείγμα της δυναμικής της gogreek®.

Συνεπώς, ο ενθουσιασμός των καταναλωτών για τον οποίο μιλήσαμε και στην προηγούμενή μας συνέντευξη υπάρχει αμείωτος για τη μάρκα...

Ε.Ψ. & Γ.Γ.: Ναι, και αυτό είναι κάτι που μας χαροποιεί ιδιαίτέρως. Αυξάνεται σταθερά ο αριθμός των καταναλωτών που τα αναζητά, που τα συλλέγει, κυρίως τις μινιατούρες ούζου (δεν λέγονται τυχαία gogreek® collectibles), που τα προμηθεύεται για να τα δωρίσει σε αγαπημένους του ανθρώπους. Στο σημείο αυτό θα επαναλάβουμε το όνειρό μας, το οποίο, όσο ψηλά κι αν πάει η μάρκα, σε όσες χώρες κι αν ταξιδέψει στο εξωτερικό, θα είναι πάντα σημαντικό για εμάς: εκτός από την εμπορική επιτυχία, για την οποία οι ξένοι πελάτες-επισκέπτες στην Ελλάδα ήταν το αυτονόητο κοινό, το στοιχείο ήταν η gogreek® να αγαπηθεί από τους Έλληνες. Ονειρευόμασταν εξ αρχής η gogreek® να μπει σε κάθε ελληνικό σπίτι. Κάθε χρόνος που περνά δείχνει να μας φέρνει πιο κοντά σε αυτό το όνειρο.

Στις αρχές του καλοκαιριού, βγήκε στον αέρα το νέο site/e-shop της μάρκας, www.gogreek.gr. Διαθέτει το σύνολο των προϊόντων;

Γ.Γ.: Όσα προϊόντα είναι σε παραγωγή αυτή τη στιγμή διατίθενται και στο e-shop, δηλαδή οι μινιατούρες ούζου, τα ελαιόλαδα και μια σειρά χρηστικών αντικειμένων: κούπες, μαξιλάρια, μπρελόκ, μαγνητάκια, καθρεφτάκια, μαγνητικοί σελιδοδείκτες, σουβέρ και τράπουλες.

Ε.Ψ.: Το σημαντικό σε σχέση με το e-shop είναι πως λαμβάνει και διεκπεραιώνει με επιτυχία παραγγελίες όχι μόνο από την Ελλάδα αλλά και από το εξωτερικό. Μέχρι στιγμής, έχουν σταλεί προϊόντα gogreek® και στην Ισπανία, τη Γαλλία, το Βέλγιο, τη Νορβηγία, την Αγγλία, την Τουρκία, ενώ έχει ιδιαίτερη σημασία το γεγονός πως πολλές παραγγελίες είναι επαναληπτικές.

Ποιο είναι το πλάνο του brand για τη χρονιά που έρχεται;

Ε.Ψ.: Αναμφίβολα, οι εξαγωγές. Θεωρούμε πως το brand είναι στην κατάλληλη στιγμή του για να δρομολογήσει και, γιατί όχι, να εδραιώσει την παρουσία του στο εξωτερικό. Ήδη, τα μηνύματα από τη λειτουργία του e-shop είναι παραπάνω από ενθαρρυντικά, και βρισκόμαστε σε συζητήσεις για περαιτέρω κινήσεις. Είναι αυτονόητο πως είμαστε ανοιχτοί σε προτάσεις με στόχο την εξαγωγική δραστηριότητα: στην gogreek® πιστεύουμε στις συνέργειες. Επιθυμούμε να ακούσουμε ανθρώπους που έχουν μεγαλύτερη πείρα από εμάς, να βοηθήσουμε και να βοηθηθούμε, με στόχο να κερδίσουν όλοι, όχι μόνο οι εμπλεκόμενοι με τη στενή, εμπορική έννοια του όρου, αλλά και η ελληνική οικονομία κατ'επέκταση.



Η gogreek® με δυο λόγια

- Η gogreek® ξεκίνησε από τα ημιτελή σχέδια που έφτιαχνε ο Γιώργος Γιώνας στο περιθώριο των υπόλοιπων υποχρεώσεών του. Η βασική σκέψη ήταν απλή: να δημιουργηθεί μια σειρά προϊόντων που θα διαπνέεται από ελληνικότητα χωρίς να υστερεί σε design.
- Το 2012 ξεκινά να δουλεύει πιο συστηματικά πάνω στο concept αυτό, μαζί με την επιχειρηματία Ελίνα Ψημίτη, που αποφάσισε να στηρίξει ηθικά και μέσα από την παρουσία της στον επιχειρηματικό χώρο την ιδέα.
- Βασική έμπνευση για τον σχεδιασμό των προϊόντων, ο ελληνικός πολιτισμός: ιστορία, φιλοσοφία, μυθολογία, παράδοση, αλλά και ο πλούτος της ελληνικής διατροφής. Διάφορα αντικείμενα, όπως κούπες, μπρελόκ, σουβέρ και είδη διατροφής, όπως το ούζο και το ελαιόλαδο.
- Στα δύομισι χρόνια που βρίσκεται στην ελληνική αγορά, η μάρκα μετρά ήδη 14 διεθνή και ελληνικά βραβεία σε 7 διαγωνισμούς, διακρίσεις που συμβάλλουν στην περαιτέρω απήχηση και αναγνωρισιμότητά της.

4

Τα success stories
των ελληνικών
εξαγωγών

Κοινός παρονομαστής όλων των επιτυχημένων επιχειρήσεων η υψηλή ποιότητα

Παρά τις μεγάλες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στο εγχώριο περιβάλλον, εξαιτίας των capital controls, των γραφειοκρατικών εμποδίων, της μειωμένης ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας κ.λπ., πολλές ελληνικές εταιρείες κατορθώνουν όχι μόνο να ανοίγουν τα φτερά τους προς τις ξένες αγορές, αλλά, σε πολλές περιπτώσεις, να πρωταγωνιστούν σε αυτές.

Η συντακτική ομάδα του περιοδικού ΧΡΗΜΑ επέλεξε και παρουσιάζει ελληνικές εταιρείες που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν, εξαγωγικά, “success stories”. Εταιρείες που έχουν κατορθώσει, ύστερα από επίπονες προσπάθειες πολλών ετών, να καταστήσουν τα προϊόντα τους ανταγωνιστικά στη διεθνή αγορά, κερδίζοντας την εμπιστοσύνη καταναλωτών από πολλές χώρες, με αδιαμφισβήτητο πλεονέκτημα την ελκυστική τιμή, αλλά πρωτίστως την ποιότητα. Ασφαλώς, οι εταιρείες που παρουσιάζονται στην παρούσα έκδοση δεν είναι οι μόνες με σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα. Πρόκειται απλώς για ένα δείγμα που έχει επιλεγεί με δημοσιογραφικά κριτήρια και με σκοπό να καταδειχθεί πώς οι επιχειρήσεις αυτής της χώρας –που εδώ και πολλά χρόνια χαρακτηρίζεται από «αναιμικές» εξαγωγικές επιδόσεις– μπορούν να κινηθούν με αξιώσεις στη διεθνή αγορά.

Το «αόρατο νήμα» που συνδέει τις επιχειρήσεις αυτής της ενότητας του Greek Exports Guide είναι, χωρίς αμφιβολία, η υψηλή ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων. Ανεξάρτητα από τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται, είτε πρόκειται για επιχειρήσεις του κατά παράδοση ισχυρού στην Ελλάδα κλάδου τροφίμων και ποτών είτε ακόμη και για επιχειρήσεις που πορεύονται στον δύσκολο χώρο της επιστημονικής καινοτομίας, τα εξαγωγικά success stories χαρακτηρίζονται από τη μεγάλη έμφαση που αποδίδουν στην ποιότητα των προϊόντων τους.

Αυτό είναι και το μεγάλο στοίχημα που καλούνται να κερδίσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις για να βγει η οικονομία με βιώσιμο τρόπο από την καταστροφική κρίση των τελευταίων ετών: την κατοχύρωση και διεθνή αναγνώριση της υψηλής ποιότητας

Το «αόρατο νήμα» που συνδέει τις επιχειρήσεις αυτής της ενότητας του Greek Exports Guide είναι, χωρίς αμφιβολία, η υψηλή ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων.

των εμπορεύσιμων προϊόντων. Σε ό,τι αφορά τις υπηρεσίες, θα μπορούσε κανείς να πει ότι ο τουρισμός και η ναυτιλία έχουν ήδη κερδίσει αυτό το στοίχημα.

Η υψηλή ποιότητα, αναγνωρισμένη από την παγκόσμια αγορά, είναι σήμερα, σε συνθήκες έντονου και παγκοσμιοποιημένου ανταγωνισμού, όχι απλώς ένας τρόπος να πετύχουμε βιώσιμη αύξηση του όγκου και της αξίας των εξαγωγών, αλλά και ο μοναδικός τρόπος για να μεγιστοποιηθούν τα κέρδη από τις εξαγωγές και να δημιουργηθεί νέος πλούτος, με υγιή τρόπο και όχι με τον υπέρογκο δανεισμό του παρελθόντος.

Ένα από τα λίγα «καλά νέα» της δύσκολης περιόδου των τελευταίων ετών για την οικονομία είναι ότι από τα πρώτα χρόνια της κρίσης φάνηκε, όπως έδειξε σχετική επιστημονική ανάλυση (βλ. σχετικά στο πρώτο κεφάλαιο του Greek Exports Guide), ότι οι εξαγωγικές μας επιχειρήσεις αύξησαν κατακόρυφα την ποιότητα των προϊόντων τους, ανακτώντας μεγάλο μέρος από τις απώλειες των προηγούμενων ετών.

Αυτή είναι μια προσπάθεια που πρέπει να συνεχιστεί. Την ξεκίνησαν επιχειρήσεις όπως αυτές που παρουσιάζουμε στην ενότητα των success stories, αλλά δεν είναι ουτοπικό να περιμένουμε ότι θα πάρουν τη σκυτάλη πολλές ακόμη επιχειρήσεις, ώστε να γίνουν οι ελληνικές εξαγωγές το συνώνυμο της υψηλής ποιότητας.



Η εξωστρέφεια είναι μέρος της ταυτότητάς της

Με 45 χρόνια παρουσίας στις διεθνείς αγορές, η εξωστρέφεια είναι μέρος της ταυτότητας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Από το 1970, όταν και πραγματοποιήθηκαν οι πρώτες εξαγωγές, μέχρι και σήμερα, καταναλωτές και στις πέντε ηπείρους απολαμβάνουν τα προϊόντα της, καθώς αποτελεί τον μεγαλύτερο εξαγωγέα μπίρας στη χώρα.

Επενδύοντας στην εξωστρέφεια, δίνεται διέξοδος στην παραγωγική δραστηριότητα, με πολλαπλά οφέλη για την ελληνική οικονομία και την κοινωνία. Ενισχύεται η απασχόληση στις τοπικές κοινωνίες και δημιουργείται προστιθέμενη αξία σε όλη την αλυσίδα παραγωγής. Οι εξαγωγές έχουν ξεκινήσει με επιτυχία από το λιμάνι του Πειραιά για την Κίνα, και της Πάτρας για την Ιταλία, ενώ η συνολική επένδυση που απαιτήθηκε στη γραμμή παραγωγής ανέρχεται σε 2.000.000 ευρώ.

Πρόκειται για επιτυχία που δημιουργεί οφέλη τόσο για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όσο και για την Ελλάδα. Ενδυναμώνει την απασχόληση στις τοπικές κοινωνίες, δημιουργεί προστιθέμενη αξία σε όλη την αλυσίδα παραγωγής και συμβάλλει στην ενδυνάμωση των εμπορικών σχέσεων της χώρας με την Κίνα και την Ιταλία. Παράλληλα, η εταιρεία ενισχύει σημαντικά τον όγκο των εξαγωγών της, αποκτά παρουσία σε αγορές με σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης και επιβεβαιώνει την εμπιστοσύνη του ομίλου της Heineken στην Ελλάδα.



Γεύσεις βγαλμένες από την ελληνική παραδοσιακή κουζίνα

Η Ελληνική Ζύμη συγκαταλέγεται μεταξύ των μεγαλύτερων ελληνικών βιομηχανιών κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης. Στο πελατολόγιό της περιλαμβάνονται οι μεγαλύτερες εταιρείες στον χώρο των κατεψυγμένων προϊόντων, και όχι μόνο.

Έχοντας πολυετή γνώση των προϊόντων ζύμης, του επαγγελματία και της τεχνολογίας, αναπτύσσει, χρόνο με τον χρόνο, καινοτόμα προϊόντα, με παραδοσιακές γεύσεις, «βγαλμένες» από την ελληνική παραδοσιακή κουζίνα.

Οι συνεχείς επενδύσεις και οι υψηλοί στόχοι ποιότητας που έχει θέσει η διοίκησή της έχουν βάλει τα θεμέλια για την περαιτέρω ανάπτυξη της εταιρείας.

Τα προϊόντα παράγονται σε ένα σύγχρονο εργοστάσιο στη Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης, με μηχανήματα πλήρως αυτοματοποιημένα, τελευταίας τεχνολογίας.

Η εταιρεία εξαρχής επένδυσε με την προοπτική μιας ανάπτυξης ισάξιας μεγάλων ελληνικών αλλά και πολυεθνικών επιχειρήσεων. Για τον λόγο αυτό, αγόρασε οικοπεδικό χώρο 30.850 τ.μ. με στεγασμένο βιομηχανικό χώρο 20.200 τ.μ., στη Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης, όπου και στεγάζονται, στα 2 εργοστάσια, μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας παραγωγής ζύμης σφολιάτας, κρουασάν, παραδοσιακών προϊόντων (Χωριάτικα), Μπουγάτσας, Πίτσας κ.λπ. Η φιλοσοφία της εταιρείας είναι:

- Προϊόντα με ευκολία στη χρήση και πλούσια σε υλικά «δεμένα» με τις παραδοσιακές ελληνικές γεύσεις.
- Περαιτέρω ανάπτυξη της θέσης που κατέχει η εταιρεία στην αγορά αλλά και εισαγωγή σε νέες κατηγορίες προϊόντων.
- Ταχεία εξυπηρέτηση των πελατών.



Μετρά πάνω από 80 χρόνια διεθνούς αναγνώρισης

Η βιομηχανία τροφίμων Αφοί Χαϊτογλου ΑΒΕΕ ιδρύθηκε το 1924 στη Θεσσαλονίκη, από την ομώνυμη προσφυγική οικογένεια, και αρχικά είχε τη μορφή οικοτεχνίας στο κέντρο της πόλης.

Ο Μακεδονικός Χαλβάς και τα υπόλοιπα προϊόντα παραγωγής της εταιρείας εξάγονται σε όλο τον κόσμο (περίπου το 50% της παραγωγής εξάγεται). Από την Αμερική και τον Καναδά, την Αυστραλία, τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τη Ρωσία και τις αγορές της πρώην Ανατολικής Ευρώπης, μέχρι τη Μέση Ανατολή και την Ασία, τα προϊόντα αυτά αποτελούν μερικούς από τους καλύτερους πρεσβευτές της Ελλάδας.

Σήμερα, μετά από ογδόντα και πλέον χρόνια ζωής, διατηρεί ως έδρα της την περιοχή Καλοχωρίου Θεσσαλονίκης, καταλαμβάνει έκταση 170.000 τ.μ. –εκ των οποίων 67.000 τ.μ. είναι οι στεγασμένοι της χώροι– και παράγει παραδοσιακά ελληνικά προϊόντα, απόλυτα ενταγμένα στη μεσογειακή διατροφή.

Στις δύο υπερσύγχρονες μονάδες, της επεξεργασίας του σησαμιού και της παραγωγής χαλβά, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη χρήση σύγχρονης τεχνολογίας, για την επίτευξη σταθερής ποιότητας τελικού προϊόντος. Παράλληλα, οι παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής παραμένουν ενεργές, όπου αυτό κρίνεται απαραίτητο, για τη διατήρηση του αυθεντικού χαρακτήρα των προϊόντων. Τέλος, τα πλήρως εξοπλισμένα εργαστήρια ποιοτικού ελέγχου παρέχουν τη δυνατότητα συνεχούς ελέγχου, τόσο των πρώτων υλών όσο και των τελικών προϊόντων.

Η εταιρεία δεν παράγει μόνο προϊόντα σησαμιού αλλά και μια ευρύτερη γκάμα προϊόντων: Μαρμελάδες, πραλινάτες, λουκούμια, γκοφρέτες-πουράκια, συμπληρώνουν έναν μακρύ κατάλογο ειδών διατροφής για το ευρύ καταναλωτικό κοινό.

Η βιομηχανία απασχολεί περίπου 400 άτομα προσωπικό και, μέσα από ένα άριστα οργανωμένο δίκτυο πωλήσεων που διαθέτει, προωθεί τα προϊόντα της ακόμη και στα πιο δυσπρόσιτα και απομακρυσμένα μέρη της ελληνικής επικράτειας, κατέχοντας έτσι υψηλότατο μερίδιο στην ελληνική αγορά.

**Boost your exports
and international business activities
in 35+ markets worldwide**

www.blueschild.com



Το κλειδί των συνεργειών στην ανάπτυξη των εξαγωγών

Η αποτελεσματική ανάπτυξη εξαγωγών σε διάφορες αγορές του εξωτερικού προϋποθέτει, σε κάθε περίπτωση, σοβαρή επένδυση σε επίπεδο διαμόρφωσης εξαγωγικής στρατηγικής, έρευνας αγοράς, εκπαίδευσης τοπικών συνεργατών, προετοιμασίας προωθητικών εργαλείων.

Πολλές φορές, το κόστος αυτό προκύπτει εκ νέου και εξ ολοκλήρου για κάθε αγορά που προσεγγίζει μια εταιρεία, με αποτέλεσμα το κόστος ανάπτυξης ανά αγορά να είναι πολύ υψηλό, μέχρι και απαγορευτικό.

Το ιδανικό είναι ένα μεγάλο μέρος του κόστους για την προετοιμασία και εκκίνηση να επιμερίζεται στις αγορές, με αποτέλεσμα το κόστος ανά αγορά να μειώνεται σε καθοριστικό βαθμό.

Η επίτευξη τέτοιων συνεργειών αποτελεί το επίκεντρο του Multi-Market-Mix που προσφέρει ο διεθνής συμβουλευτικός όμιλος Axis Blueschild, με έδρα το Ντύσσελτορφ στη Γερμανία και δίκτυο συνεργατών σε 35 χώρες.

Επιπλέον, η δυνατότητα συνδυασμού περισσότερων της μίας και διαφορετικών αγορών αυξάνει σε καθοριστικό βαθμό τις προοπτικές επιτυχίας και τον ρυθμό ανάπτυξης των εξαγωγών.

Όπως εξηγεί ο επικεφαλής της Axis Blueschild στην Ελλάδα, κ. Μανώλης Μαργαρίτης, «στόχος είναι να συνδυαστεί η ολοκληρωμένη διεθνοποίηση της επιχείρησης, με παρουσία της στις αγορές και, ταυτόχρονα, η ελαχιστοποίηση του κόστους ανάπτυξης για κάθε αγορά. Αυτό το, φαινομενικά, ασυμβίβαστο αποτελεί "το κλειδί επιτυχίας" στην ανάπτυξη των εξαγωγών».

Για τις περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις οι εξαγωγές προσφέρουν τη μόνη σοβαρή προοπτική για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας και την επίτευξη ικανοποιητικών ρυθμών ανάπτυξης, αρκεί αυτό να μην αντιμετωπίζεται ως ένα αναγκαστικό σενάριο, αλλά ως μια σημαντική επιχειρηματική ευκαιρία.

ΕΛΑΪΣ

Συνοδεύει γενιές και γενιές τώρα στο ελληνικό τραπέζι

Μέλος του ομίλου Unilever, τα προϊόντα της έχουν λάβει πληθώρα βραβείσεων διεθνώς. Ένα όνομα-εγγύηση, ένα αγαπημένο ελαιόλαδο, που συνοδεύει γενιές και γενιές τώρα στο ελληνικό τραπέζι, φροντίζοντας καθημερινά για τη σωστή διατροφή μας. Εδώ και 45 χρόνια, η Ελαΐς, η εταιρεία με τις περισσότερες πιστοποιήσεις από διεθνώς αναγνωρισμένους φορείς, φροντίζει για την ποιότητα του ελαιολάδου Άλτις, εφαρμόζοντας ολοκληρωμένο ποιοτικό έλεγχο, από το λιοτρίβι μέχρι το τραπέζι σας. Αυτός είναι ο λόγος που εμπιστευόμαστε την εξαιρετική ποιότητα του Άλτις μέχρι την τελευταία του σταγόνα...

Η Ελαΐς αξιολογεί πάνω από το 70% της ελληνικής παραγωγής ετησίως, ώστε να επιλεχθούν οι καλύτερες, όχι μόνο ποιοτικά αλλά και γευστικά, ποικιλίες και παραγωγές. Το ελαιόλαδο που έχει επιλεγεί κατατάσσεται ανάλογα με τη γεύση του, ώστε να μπορέσουμε να σας προσφέρουμε την επιλογή της γεύσης που προτιμάτε: Κλασικό, Απαλό, Παραδοσιακό, Αγουρέλαιο. Η προσεκτική επιλογή του ελαιολάδου είναι ο λόγος που... η γεύση του Άλτις δεν σε αφήνει να πας παρακάτω.

Η πλούσια θρεπτική αξία του Άλτις συμβάλλει σημαντικά στη φροντίδα του οργανισμού μας, ώστε να νιώθουμε υγεία και ευεξία, ενώ ταυτόχρονα προσφέρει την απόλαυση της πλούσιας γεύσης του.



Εξάγει από το Πακιστάν μέχρι... το Μονακό

Η εταιρεία εξάγει σε δεκάδες χώρες παγκοσμίως, μεταξύ των οποίων σε: Αργεντινή, Αρμενία, Αυστραλία, Μπαχάμες, Μπαχρέιν, Βέλγιο, Βραζιλία, Βουλγαρία, Κύπρο, Αίγυπτο, Γαλλία, Γερμανία, Μεγάλη Βρετανία, Ολλανδία, Ινδονησία, Ιράν, Ιράκ, Ισραήλ, Ιαπωνία, Χονγκ Κονγκ, Κουβέιτ, Λίβανο, Μαλαισία, Μάλτα, Μονακό, Μαρόκο, Ομάν, Πακιστάν, Περού, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Ρωσία, Νότιο Αφρική, Σλοβακία, Ταϊβάν, Τυνησία, Τουρκία, Ουκρανία, ΗΠΑ.

Η Ικτίνος Ελλάς ΑΕ ιδρύθηκε στις 12 Μαρτίου του 1974, από τον αρχιτέκτονα μηχανικό Ευάγγελο Νικ. Χαϊδά, ο οποίος παραμένει και σήμερα ο κυριότερος μέτοχος, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας.

Η Ικτίνος Ελλάς ΑΕ διαθέτει γραφεία στην Αθήνα και στη Δράμα, δύο εργοστάσια κοπής και επεξεργασίας μαρμάρου στην Αθήνα, αποθήκες και εκθεσιακούς χώρους και πλήρες δίκτυο πωλήσεων. Ο κύκλος εργασιών για το 2014 ανήλθε σε 27.300.000 ευρώ, ενώ οι εξαγωγές ανήλθαν σε 24.007.000 ευρώ, και αντιπροσωπεύουν το 90% των συνολικών πωλήσεων.

ION ΓΙΑ ΠΑΝΤΑ

Συνώνυμο της σοκολάτας

Η εταιρεία εξάγει τα προϊόντα της σχεδόν σε όλο τον κόσμο, και κυρίως στη Βόρειο Αμερική, τις ΗΠΑ, τον Καναδά, την Ανατολική και Δυτική Ευρώπη, την Αραβική Χερσόνησο, τις χώρες του αραβικού κόλπου, την Κίνα την Ιαπωνία και την Αυστραλία. Από το 1930 μέχρι σήμερα, το όνομα ION έχει καταφέρει να γίνει συνώνυμο της σοκολάτας στην Ελλάδα χάρη στην προσηλωση της εταιρείας στην ποιότητα, την καινοτομία και την ξεχωριστή γεύση των προϊόντων της.

Μια ομάδα μετόχων ξεκινούν ένα εργοστάσιο παραγωγής σοκολάτας στην οδό Πειραιώς, στο Νέο Φάληρο, όπου βρίσκεται μέχρι και σήμερα. Φιλοδοξία τους είναι να γίνουν σοκολατοποιοί. Σε συνέχεια της ION ΑΕ δημιουργείται και η εταιρεία NASKO ΑΕ, με σκοπό την παραγωγή ζαχαρωδών προϊόντων. Η επωνυμία αυτή χαρακτήρισε τις μετέπειτα γενιές προϊόντων καραμέλας ION, που φθάνουν μέχρι σήμερα, με τις γνωστές γεμιστές καραμέλες NASKO φρούτων.

Τα θεμέλια του σημερινού μεγέθους της ION –μίας από τις μεγαλύτερες ελληνικές βιομηχανίες σοκολατοειδών και ζαχαρωδών προϊόντων– τοποθετούνται μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Αρχικά, δημιουργείται (1956) η εμπορική εταιρεία «Αδελφοί Ι. Κωτσιόπουλοι», η οποία αναλαμβάνει την αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της ION καθώς και των προϊόντων της NASKO. Με έδρα στον Πειραιά και το πρώτο της κατάστημα στο εμπορικό κέντρο της Αθήνας, η νεοσύστατη αυτή εταιρεία θέτει τις βάσεις του σημερινού δικτύου πωλήσεων και διανομής της εταιρείας.



Έχει καθιερωθεί διεθνώς ως η πρώτη επιλογή των πελατών της

Τα προϊόντα της Μαθιός Πυρίμαχα εξάγονται ήδη σε 47 χώρες παγκοσμίως, με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα την παροχή ολοκληρωμένων λύσεων και υπηρεσιών προς τους πελάτες της.

Ο όμιλος εταιρειών, με αντικείμενο εργασιών την παραγωγή και κατασκευή πυρίμαχων υλικών, την παραγωγή χειροποίητης διακοσμητικής πέτρας και την εμπορία δομικών υλικών, έχει καθιερωθεί στη διεθνή αγορά ως η πρώτη επιλογή των πελατών του. Το όνομα «Μαθιός» δικαίως ταυτίζεται σήμερα με την ποιότητα και την καινοτομία, καθώς βρίσκεται συνεχώς στο επίκεντρο των σύγχρονων τεχνολογικών εξελίξεων.

Η Μαθιός Πυρίμαχα ιδρύθηκε το 1880 και διανύει ήδη τον τρίτο αιώνα εργασιών της. Έχοντας ήδη 120 χρόνια παράδοσης στα βιομηχανικά και δομικά υλικά, τις πυρίμαχες και οξύμαχες κατασκευές, είναι σήμερα μία από τις μεγαλύτερες παραγωγικές,

εμπορικές και κατασκευαστικές μονάδες στο είδος της και η μοναδική στην Ελλάδα. Διαθέτει σύγχρονες ιδιόκτητες μονάδες παραγωγής στον Ασπρόπυργο, τη Χαλκίδα και τη Βουλγαρία. Χάρη στη διαρκή αναζήτηση του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης για νέα υλικά και καινοτόμα προϊόντα, στην εξειδικευμένη και συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού, στην παραγωγική δυναμική αλλά και στο όραμα περαιτέρω ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού, η εταιρεία έχει καθιερωθεί, στο αντικείμενό της, σαν μία από τις μεγαλύτερες δυνάμεις πανευρωπαϊκά.

ΜΕΒΓΑΛ

Το γάλα είναι η ζωή μας

Βελτιώνει τη ζωή εκατομμυρίων καταναλωτών σε όλο τον κόσμο

Η εταιρεία έχει αναπτύξει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα με σημαντικές επιδόσεις, που έφεραν το όνομα και την ποιότητα Μεβγάλ στην καθημερινή ζωή εκατομμυρίων καταναλωτών σε ολόκληρο τον κόσμο. Σήμερα, η Μεβγάλ εξαγεί τα προϊόντα της σε δεκάδες χώρες σε όλο τον κόσμο (Ευρώπη, Ασία, Αμερική, Αυστραλία).

Η μεγαλύτερη γαλακτοβιομηχανία στη Βόρεια Ελλάδα έχει τις εγκαταστάσεις της στην καρδιά της μακεδονικής γης, στα Κουφάλια Θεσσαλονίκης. Η γεωγραφική της θέση της δίνει το πλεονέκτημα να συλλέγει καθημερινά από 1.000 φάρμες τη μεγαλύτερη ποσότητα φρέσκου γάλακτος του νομού και των γειτονικών περιοχών και να το μεταποιεί άμεσα στις εγκαταστάσεις της.

Η φρεσκάδα και η υψηλή ποιότητα της πρώτης ύλης αποτυπώνεται στα τελικά προϊόντα της: φρέσκο παστεριωμένο γάλα, γάλα υψηλής παστερίωσης, γιαούρτια ευρωπαϊκού και παραδοσιακού τύπου, τυροκομικά προϊόντα, επιδόρπια και ρυζόγαλο, ζελέ και κρέμες γάλακτος. Νόστιμα και υγιεινά προϊόντα, που ταξιδεύουν καθημερινά σε 26.000 σημεία πώλησης στην Ελλάδα και σε 30 χώρες στο εξωτερικό, αφού οι εξαγωγές αποτελούν το 25% του συνολικού κύκλου εργασιών της.

Η εταιρεία απασχολεί περίπου 700 εργαζομένους σε όλη την Ελλάδα, συνεργάζεται με εκατοντάδες ντόπιους προμηθευτές και, εκτός από τη στήριξη των Ελλήνων κτηνοτρόφων, έχει αναπτύξει μακρόχρονες οικονομικές συνεργασίες με πλήθος τοπικών φορέων, αποτελώντας ισχυρό μοχλό επιχειρηματικότητας στη Βόρεια Ελλάδα από το 1950.



Συνεχίζει με το όραμα και το πάθος των πρώτων χρόνων

Το 1948 ιδρύθηκε στον Πλάτανο ένας μικρός φούρνος από τον

Χαρίτο Τσατσαρωνάκη, ο οποίος έδωσε την εμπορική ονομασία «το Μάννα» στην επιχείρησή.

Τα πρώτα χρόνια, η επιχείρηση αυτή κάλυπτε τις ανάγκες του Πλατάνου και των γύρω χωριών σε ψωμί, μέχρι που μπήκαν στην επιχείρηση ο γιος του, Νίκος, με τη γυναίκα του, Μαρία, οι οποίοι είχαν και την ιδέα της παραγωγής του κριθαρένιου παξιμαδιού. Ξεκίνησαν το 1963 την πώληση παξιμαδιών στα Χανιά, και μετά ακολούθησε και η Αθήνα.

Το στοίχημα αυτής της μεγάλης προσπάθειας της δεκαετίας του '60 ήταν να γνωρίσει ο κόσμος τη διατροφική αξία του κρητικού παξιμαδιού. Η επίτευξη αυτού του στόχου έφερε αύξηση πωλήσεων, και κατά συνέπεια της επιχείρησης, η οποία μετά από τέσσερις διαδοχικές επεκτάσεις μετέτρεψε τις παραγωγικές εγκαταστάσεις σε μια μεγάλη μονάδα παραγωγής αρτοσκευασμάτων, στην οποία παράγονται 53 διαφορετικά προϊόντα.

Οι εγκαταστάσεις παραμένουν στο χωριό από όπου ξεκίνησε η εταιρεία, πιστή στις αρχές του τοπικού και ποιοτικού χαρακτήρα της, συνεχίζοντας με το όραμα και το πάθος των πρώτων χρόνων.

Στον ελληνικό χώρο συνεργάζεται με όλες τις μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ, όπως Carrefour Μαρινόπουλος, Delhalze Βασιλόπουλος, Σκλαβενίτης, Βερόπουλος, Μετρό, my Market, Γαλαξίας, Μασούτης, INKA, καθώς και με πολλές τοπικού χαρακτήρα αλυσίδες και μίνι μάρκετ.

Στη διεθνή αγορά, στέλνει προϊόντα στις ΗΠΑ, τον Καναδά, την Αυστραλία, τη Ν. Αφρική, καθώς και στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες.

Οι πωλήσεις υποστηρίζονται από τηλεοπτικά σποτ σε όλα τα μεγάλα κανάλια και από προβολές-προωθητικές ενέργειες στα σημεία πώλησης.



...για στο χέριο σας!

Κατέχει ηγετική θέση στην ελληνική αγορά τροφίμων

Σήμερα, οι παραδοσιακές δημιουργίες alfa εξάγονται σε περισσότερες από 30 χώρες στην Αμερική, την Ευρώπη και την Αυστραλία, και η εταιρεία συνεχίζει την προσπάθειά της για το άνοιγμα νέων αγορών.

Η ιστορία της ξεκινά τη δεκαετία του 1950, σε μια όμορφη πόλη της Μακεδονίας με μεγάλη ιστορία και παράδοση, την Κοζάνη. Μια πόλη που ξεχωρίζει για τη φιλοξενία και τη γαστρονομία της, η οποία βασίζεται σε παραδοσιακές συνταγές και στα πιο αγνά υλικά της ελληνικής γης.

Σήμερα, η alfa κατέχει ηγετική θέση στην ελληνική αγορά τροφίμων, με 50 περιφερειακούς διανομείς και 11.000 σημεία πώλησης. Δραστηριοποιείται στον χώρο της λιανικής (retail, σουπερμάρκετ κ.τ.λ.), καθώς και στον χώρο του catering (φούρνοι,

ζαχαροπλαστική, χώροι μαζικής εστίασης, ξενοδοχεία, κ.τ.λ.). Συγχρόνως, αυξάνει ραγδαία τις εξαγωγές της, οι οποίες επεκτείνονται στην Ευρώπη, τις ΗΠΑ, τον Καναδά και την Αυστραλία.

Το εργοστάσιο της alfa αποτελεί μία από τις πιο σύγχρονες μονάδες παραγωγής στην Ευρώπη. Εδώ ζυμώνονται όλα τα προϊόντα, ακολουθώντας πάντα τα πιο αυστηρά διεθνή Πρότυπα Ποιότητας και Ασφάλειας, κατά ISO: 9001-2008, HACCP, IFS, BRC.

Η alfa, με σεβασμό προς τον καταναλωτή, χρησιμοποιεί τα πιο αγνά υλικά της ελληνικής γης (όπως ελαιόλαδο, φέτα, λαχανικά), όλα υψηλής διατροφικής αξίας. Η αγάπη και η προτίμηση του κόσμου την ενθαρρύνει και την εμπνέει στο να δημιουργεί καινοτόμα προϊόντα, εξαιρετικής ποιότητας.



Προϊόντα εμπνευσμένα, με ισχυρή φιλοσοφία και αξίες

Το όραμα της Arivita απλώνεται μέσω των προϊόντων της σε δεκαπέντε χώρες, όπως στην Ισπανία, την Ιαπωνία, το Χονγκ Κονγκ, την Αμερική, την Κύπρο, την Ουκρανία, τη Ρουμανία, τη Βουλγαρία, το Βέλγιο, την Ολλανδία κ.ά.

Η σημαντική εξαγωγική της δραστηριότητα το 2015 αποτυπώθηκε κυρίως μέσω της ισπανικής θυγατρικής της, η οποία παρουσίασε πωλήσεις της τάξης των 6,167 εκατ. ευρώ, ενώ οι πωλήσεις στις ΗΠΑ έφτασαν στις 266 χιλ. ευρώ.

Οι ιδρυτές της Arivita, Νίκος και Νίκη Κουτσιανά, ως νέοι φαρμακοποιοί, δημιούργησαν τα πρώτα τους φυσικά καλλυντικά χρησιμοποιώντας μελισσοκομικά προϊόντα και εκχυλίσματα βοτάνων. Εμπνεύστηκαν από την κοινωνία της μέλισσας, τη μοναδική βιοποικιλότητα της ελληνικής φύσης και την ολιστική προσέγγιση του Ιπποκράτη για την υγεία, την ομορφιά και την ευεξία.

Η Arivita είναι μια εταιρεία με ισχυρή φιλοσοφία, αξίες, κοινωνική υπευθυνότητα, παράδοση και καινοτομία. Έχει εξελιχθεί σε ένα διαρκώς εξελισσόμενο σύμπαν από ανθρώπους, προϊόντα, σκοπούς, αξίες, όνειρα και νέα εγχειρήματα. Έχει αναπτύξει και εδραιώσει πάνω από τριακόσια φυσικά, αποτελεσματικά και ολιστικά προϊόντα για το πρόσωπο, το σώμα και τα μαλλιά, ενσωματώνοντας σε αυτά υψηλής βιολογικής αξίας μελισσοκομικά προϊόντα, εκχυλίσματα από ελληνικά βότανα, αγνά αιθέρια έλαια και πολλές πράσινες καινοτομίες και ευρεσιτεχνίες.

Η Arivita είναι τρόπος ζωής: Τρόπος ζωής που μοιράζεται με τους εργαζομένους της στην Ελλάδα και το εξωτερικό, με προμηθευτές, συνεργάτες μελισσοκόμους και καλλιεργητές, πανεπιστημιακούς δάσκαλους και ερευνητές, συνεργάτες φαρμακοποιούς και τους πελάτες της σε ολόκληρο τον κόσμο.



Προβάλλει συστηματικά, και διεθνώς, το ελληνικό μέλι

Το μέλι της εταιρείας Αττική, που φτάνει καθημερινά στο τραπέζι σας, είναι αποτέλεσμα συστηματικής φροντίδας και μιας διαδικασίας που ακολουθείται πιστά από την ίδρυση της εταιρείας, το 1928: Ο Αλέξανδρος και ο Παναγιώτης Πίττας ανοίγουν ένα κατάστημα στην οδό Σωκράτους που συσκευάζει και εμπορεύεται μέλι. Το πρώτο προϊόν ονομάστηκε Μέλι Υμηττού Αττική, γιατί προμηθεύονταν θυμαρίσιο μέλι από τον Υμηττό. Αργότερα, οι δύο επιχειρηματίες αγόραζαν θυμαρίσιο μέλι και από άλλες περιοχές της Αττικής, όπως τα Μεσόγεια, τη Μάνδρα κ.ά. Και το μέλι, από Μέλι Υμηττού Αττική εξελίχθηκε σε Μέλι Αττική Τύπου Υμηττού, και στη συνέχεια έγινε το, γνωστό σε όλους μας, Μέλι Αττική.

Τα δύο αδέρφια προχώρησαν σε μια ενέργεια πρωτοποριακή, που άλλαξε ριζικά τον μέχρι τότε τρόπο εμπορίας και διακίνησης του μελιού, προσφέροντας το ελληνικό μέλι σε μικρές συσκευασίες, με την επωνυμία Μέλι Υμηττού Αττική. Οι δύο νεόκοποι επιχειρηματίες, κάθε χρόνο, πραγματοποιούσαν ταξίδια στους παραγωγούς, για την επιλογή της ποιότητας του μελιού που αγόραζαν. Όντας εξωστρεφείς και ευφυείς επιχειρηματίες, αποφασίζουν να εξαγάγουν ένα μέρος της παραγωγής, ενώ συμμετέχουν στις μεγαλύτερες διεθνείς εκθέσεις, αποσπώντας, αμέσως, από τη δεκαετία του '30, διακρίσεις και βραβεία. Ταυτόχρονα, προβάλλουν συστηματικά το ελληνικό μέλι, με την απαραίτητη ποιότητά του, παντού.



Πατά γερά στην οικογενειακή παράδοση

Η Cretan Olive Mill είναι μια οικογενειακή επιχείρηση που ξεκίνησε το 1966 στα Καλέσα, ένα μικρό χωριό μερικά χιλιόμετρα νοτιοδυτικά του Ηρακλείου. Τα αδέρφια Αλμπαντάκη, με παραδοσιακούς μπόξάδες και ζωήλατα πιεστήρια, άλεθαν τις σοδειές των χωριανών και η καλή τους φήμη, σταδιακά, προσέλκυσε και άλλους παραγωγούς από την ευρύτερη περιοχή του Μαλεβιζίου, που τους εμπιστεύονταν τον κόπο τους.

Το 1978 το ελαιουργείο μετεγκαταστάθηκε και εφοδιάστηκε με εξοπλισμό ο οποίος βρισκόταν στην αιχμή της τεχνολογίας για την εποχή του. Καθώς οι εποχές άλλαζαν και οι απαιτήσεις της αγοράς για ολοένα πιο ανταγωνιστικά, ποιοτικά και σταθερά προϊόντα άρχισαν να γίνονται επιτακτικές, η οικογένεια προχώρησε το 2006 στην κατασκευή ενός σύγχρονου ελαιοτριβείου, πραγματικού στολιδιού για τον τόπο, το οποίο υπερκάλυπτε τις

αυστηρότερες προδιαγραφές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τα υψηλά κριτήρια ποιότητας του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ελαιολάδου.

Από το 2009, η Cretan Olive Mill έχει παρουσιάσει εμπορικά brands στην αγορά (Αγρελιά, Κρητικοί Ελαιώνες κ.ά.), τα οποία έχουν βραβευτεί για την ποιότητα και τα γευσισγνωστικά τους χαρακτηριστικά σε πανελλήνιους και διεθνείς διαγωνισμούς. Η αναγνώριση και οι διακρίσεις είχαν σαν αποτέλεσμα την αύξηση της εμπορικής παρουσίας της εταιρείας στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Οι επίγονοι των αδελφών Αλμπαντάκη συνεχίζουν το έργο των ιδρυτών και, πατώντας γερά στην παράδοση, δίνουν δυναμική πνοή στην επιχείρηση, με «όπλο» την επιστημονική κατάρτιση και την αγάπη τους για τη δουλειά τους.



Ισχυρή παρουσία σε 52 χώρες

Η DEMO παρακολουθεί ενεργά τις αγορές όλου του κόσμου, για να εντοπίσει τα προϊόντα των οποίων λήγει η ευρεσιτεχνία και έχουν ιδιαίτερη σημασία για την παγκόσμια κοινότητα της υγειονομικής περιθαλψής. Έχει δεσμευθεί να αναπτύσσει 8 με 10 νέα δημοφιλή προϊόντα κάθε χρόνο, εξασφαλίζοντας τη συνεχή ανάπτυξη της και στο μέλλον. Ταυτόχρονα, αναλαμβάνει, συχνά, έργα έρευνας σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Αθήνας, που θα επιτρέψουν στην εταιρεία να επεκταθεί σε νέους τομείς. Το Τμήμα Διεθνών Πωλήσεων, που ιδρύθηκε το 1985, έχει τεράστια ανάπτυξη του ετήσιου κύκλου εργασιών του και συμβάλλει δυναμικά στα κέρδη της εταιρείας. Το 2004, η DEMO ήταν ο κορυφαίος εξαγωγέας φαρμακευτικών προϊόντων στην Ελλάδα, θέση την οποία έχει διατηρήσει από τότε.

Με σημερινή παρουσία σε 52 χώρες –περιλαμβανομένων χωρών της Ευρώπης, της Ασίας, της Αφρικής, της Ωκεανίας και της Λατινικής Αμερικής– έχει πάρει έγκριση για 900 περίπου σκευάσματα παγκοσμίως, ενώ το brand name της επεκτείνεται σε όλο τον κόσμο.

Με συνολική ετήσια ανάπτυξη πάνω από 29% κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, το Τμήμα Διεθνών Πωλήσεων προβλέπεται να συμβάλει το λιγότερο κατά 30-35% στα εισοδήματα της εταιρείας στα επόμενα τρία χρόνια.

Κατά τη διάρκεια του 2007, το Τμήμα Διεθνών Πωλήσεων ολοκλήρωσε ένα μείζον έργο αναδόμησης, που του δίνει τη δυνατότητα να οδηγήσει την ανάπτυξη της εταιρείας για τα επόμενα 5-10 χρόνια.



Ηγετική θέση στις ελληνικές εξαγωγές

Η Eurimac αναπτύσσει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα στις σημαντικότερες αγορές ζυμαρικών στον κόσμο. Σύμφωνα με

πρόσφατη μελέτη που δημοσιεύτηκε από την ICAP, αποτελεί τον κύριο εξαγωγέα μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων ζυμαρικών, με μεγάλη διαφορά από τη δεύτερη επιχείρηση. Επιπλέον, φέτος το 2013, βραβεύτηκε για την εξωστρέφειά της, δηλαδή τις εξαγωγές, με το βραβείο «Ελληνική Αξία». Άλλωστε, η Eurimac εξάγει σε πάνω από 45 χώρες και στις 5 ηπείρους. Η Eurimac χρησιμοποιεί τη συνεργασία της με το Group Euricom, προκειμένου να ικανοποιήσει πλήρως τις ανάγκες των πελατών της και τους προσφέρει ένα αποτελεσματικότερο κόστος σε συνδυασμό με την αποδοτική υπηρεσία. Είναι δε πάντα ανοιχτή στην καθιέρωση νέων συνεργασιών σε τοπικό και διεθνές επίπεδο, με κύριο φορέα τη βιομηχανία τροφίμων.

Η εταιρεία Eurimac ΑΕ, στο πλαίσιο της διεθνούς παρουσίας της και της μεγάλης εξαγωγικής δραστηριότητάς της, κάθε χρόνο, τα τελευταία 30 χρόνια, λαμβάνει μέρος, ανελλιπώς, σε πολλές μεγάλες διεθνείς εκθέσεις τροφίμων, όπως η Anuga (DE), η Foodex (JP), η SIAL (FR) και η PLMA (NL). Παράλληλα, με αυτές τις εκθέσεις, συμμετέχει επιλεκτικά και σε διάφορες άλλες εκθέσεις τροφίμων ανά τον κόσμο, όπως στην Polagra (PL), στην IFS (UK), στη SIAL (CHN) και στη Fancy Food (USA).



Διεθνής πρεσβευτής ενός ολοκληρωμένου τρόπου ζωής και διατροφής

Στόχος της Gaea είναι να γίνει διεθνής πρεσβευτής όχι απλά των υψηλής ποιότητας προϊόντων ελαιολάδου, αλλά ενός καλύτερου, υγιέστερου, πιο ολοκληρωμένου τρόπου ζωής και διατροφής.

Η Gaea ιδρύθηκε το 1995. Το όνομα αυτό δεν προέκυψε τυχαία. Στην αρχαία ελληνική μυθολογία, η Γαία ήταν η Μητέρα Γη, το σύμβολο της γονιμότητας και της ευημερίας της γης. Το όραμα της εταιρείας είναι να φέρει τον κόσμο πιο κοντά στην ελληνική μεσογειακή διατροφή, προτείνοντάς του μια σειρά από εκλεκτά ελληνικά προϊόντα που έχουν ως βάση το ελαιόλαδο και έναν πιο λιτό, παραδοσιακό τρόπο παραγωγής.

Η Gaea δεν είναι απλά μια εταιρεία που προσφέρει υγιεινά τρόφιμα σε όμορφες συσκευασίες. Είναι κάτι πολύ περισσότερο: Μια ολόκληρη φιλοσοφία ζωής, στην καρδιά της οποίας κρύβεται η βαθιά εκτίμηση για ό,τι φυσικό. Αυτό που ενδιαφέρει την εταιρεία είναι η συγκομιδή να γίνεται με σεβασμό στη φύση. Και παρότι επενδύει σημαντικά ποσά σε έρευνα και χρησιμοποιεί τεχνολογίες αιχμής, δεν αποκλίνει από πρακτικές που χαρακτηρίζονται πιο παραδοσιακές.

Κάθε βήμα στη διαδικασία παραγωγής ελαιολάδου γίνεται με γνώμονα τη διατήρηση της ποιότητας και των φυσικών χαρακτηριστικών του.

Σε ό,τι αφορά την παραγωγή ελαιολάδου, η Gaea ακολουθεί τις βέλτιστες διαθέσιμες πρακτικές, οι οποίες συμβάλλουν στη διατήρηση της εξαιρετικής ποιότητας των εξαιρετικών παρθένων ελαιολάδων της.



Αναπτύσσει δίκτυο σε 30 χώρες παγκοσμίως

Το 1997 ήταν το έτος ίδρυσης της εταιρείας Ελληνική Βιομηχανία Περιβαλλοντικών Συστημάτων Α.Ε., με κύριο αντικείμενο την παραγωγή πλαστικών κάδων απορριμμάτων και μια ευρεία γκάμα συναφών προϊόντων.

Το 2000, εγκαθίσταται στη βιομηχανική περιοχή της Κομοτηνής εργοστάσιο παραγωγής, δυναμικότητας 1.000.000 πλαστικών κάδων ετησίως, και γίνεται η έβδομη εταιρεία παγκοσμίως που παράγει πλήρη σειρά τυποποιημένων μεγεθών πλαστικών κάδων απορριμμάτων. Το εργοστάσιο της Κομοτηνής διαθέτει μία από τις πιο προηγμένες εγκαταστάσεις πλαστικών, με χύτευση υπό πίεση συνολικής επένδυσης ύψους δαπάνης άνω των 60.000.000 ευρώ.

Μεταξύ του 2000 και του 2004, η Helesi αναπτύσσει δίκτυο αντιπροσώπων και διανομών, το οποίο διατηρεί μέχρι σήμερα σε 30 χώρες σε όλο τον κόσμο, με έμφαση στις αγορές της Δυτικής Ευρώπης και των Βαλκανίων έως την Άπω Ανατολή και τη Λατινική Αμερική.

Ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Helesi, Αθανάσιος Ανδριανόπουλος, βραβεύεται με το βραβείο επιχειρηματικότητας «Κούρος 2006-Βραβείο Επίδοσης στον Διεθνή Οικονομικό Στίβο».

Το 2009, ολοκληρώνεται όλο το επενδυτικό πρόγραμμα της εταιρείας στη ΒΙ.ΠΕ. Κομοτηνής, όπου τίθεται σε λειτουργία και μια νέα μονάδα εναλλακτικής διαχείρισης και επεξεργασίας ελαστικών. Παράλληλα, στο Μαρόκο Αττικής εγκαθίστανται τα κεντρικά γραφεία διοίκησης, αποθήκες και εγκαταστάσεις τεχνικής υποστήριξης.

Η παρουσία της Helesi στην ελληνική αγορά είναι πολύ ισχυρή. Σήμερα, άνω του 80% των ελληνικών δήμων που δραστηριοποιούνται στον τομέα της διαχείρισης απορριμμάτων προτιμούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της Helesi. Παράλληλα, άνω του 70% των παραγωγών φρέσκων φρούτων-λαχανικών και εμπόρων χρησιμοποιούν τα παλετοκιβώτια της Helesi για την αποθήκευση των προϊόντων τους.

Παρ' όλα αυτά, ο απώτερος στόχος της εταιρείας παραμένει η κατάκτηση ακόμη μεγαλύτερου τμήματος της διεθνούς αγοράς, στόχος που μοιάζει απόλυτα εφικτός.

INTERCOMM FOODS S.A.

Ισορροπημένη ανάπτυξη εντός και εκτός συνόρων

Η βιομηχανία τροφίμων Intercomm Foods παράγει προϊόντα επεξεργασίας ελιάς και φρούτων. Η διοίκησή της, θυμίζοντας τις μεγάλες παραδοσιακές ελληνικές βιομηχανίες που χτίστηκαν με πολύ κόπο και μεράκι, και οι οποίες μακροημερεύουν στον χρόνο, ακολούθησε τον δρόμο της ισορροπημένης ανάπτυξης εντός και εκτός συνόρων.

Οι εξαγωγές της εταιρείας περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τις ΗΠΑ, τη Ρωσία, την Αυστραλία, τη Νότια Αφρική, το Μεξικό, την Αίγυπτο, την Κίνα, ακόμη και το Ιράν, στο οποίο είχε πάει ο Έλληνας επιχειρηματίας πριν από πολλά χρόνια, με μεγάλες δυσκολίες, και κατόρθωσε να κάνει δουλειές.

Στους πελάτες της Intercomm συμπεριλαμβάνονται πολυεθνικές και άλλες επιχειρήσεις μαρμελάδας, παιδικών τροφών, χυμών φρούτων και άλλων προϊόντων επεξεργασίας φρούτων, καθώς και διεθνείς λιανεμπορικές αλυσίδες.

Θα πρέπει να τονίσουμε πως η λαρισιακή επιχείρηση διαφοροποιήθηκε από τον ανταγωνισμό απευθυνόμενη στην αγορά με καινοτόμα προϊόντα επεξεργασίας ελιάς και φρούτων μέσα από συγκεκριμένη τεχνολογία.

Οι ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της στη Λάρισα περιλαμβάνουν χώρους παραγωγής και αποθήκευσης σε έκταση περίπου 130.000 τ.μ., ενώ μια επένδυση στη δυτική Ελλάδα, και πιο συγκεκριμένα στην Άρτα, έδωσε εργασία σε κόσμο από μια περιοχή παραμελημένη, ενώ ταυτόχρονα επέτρεψε στην ελληνική βιομηχανία να έχει αμεσότερη πρόσβαση στην Ιταλία και τη Δυτική Ευρώπη.



Τρεις γενιές οικογενειακής παράδοσης στα τρόφιμα

Η εταιρεία Παπαδημητρίου αποτελεί μία από τις σημαντικότερες εταιρείες τροφίμων στη Νότια Ελλάδα, με επτά και πλέον δεκαετίες εμπορικής διαδρομής και τρεις γενιές οικογενειακής παράδοσης.

Την αρχή έκανε ο Χρήστος Παπαδημητρίου, το 1938, στην Καλαμάτα, ανοίγοντας το εμπόριο της σταφίδας και χτίζοντας σχέσεις εμπιστοσύνης με σημαντικούς εμπόρους της Μεγάλης Βρετανίας.

Ο γιος του, Κώστας Παπαδημητρίου, επέστρεψε στην Καλαμάτα το 1974, από τις σπουδές Οινολογίας στο Μπορντώ της Γαλλίας, συμβάλλοντας ώστε να εδραιωθεί η εταιρεία στο εξωτερικό ως μία από τις σημαντικότερες εξαγωγικές επιχειρήσεις στον χώρο της σταφίδας και πετυχαίνοντας την εξαγωγή έτοιμης σταφίδας σε συσκευασίες κατανάλωσης στις απαιτητικές αγγλικές αλυσίδες.

Στη συνέχεια, πρωτοπορεί δημιουργώντας το πρώτο ελληνικό βαλσαμικό ξύδι, το γνωστό πια «Βαλσαμικό Ξύδι Καλαμάτας Παπαδημητρίου». Χάρη στην ξεχωριστή του γεύση και την υψηλή ποιότητά του, το ξύδι αυτό σύντομα κέρδισε την εμπιστοσύνη και την προτίμηση των Ελλήνων καταναλωτών.

Σήμερα, εξάγεται σε πολλές χώρες του κόσμου και εισπράττει τη διεθνή αναγνώριση από chefs και opinion leaders στον χώρο της γεύσης. Το Βαλσαμικό Ξύδι Καλαμάτας φιγουράρει σε μερικά από τα καλύτερα καταστήματα delicatessen του κόσμου, μεταξύ των οποίων το Dean & DeLuca στη Νέα Υόρκη.

Πρόσφατα, η ενεργός συμμετοχή της τρίτης γενιάς οδηγεί στη

δημιουργία των μεσογειακών προϊόντων “Balsamon”. Τη δημιουργία της νέας σειράς αναλαμβάνει ο Χρήστος Παπαδημητρίου και τον σχεδιασμό των εικαστικών ο Δημήτρης Παπαδημητρίου. Εμπνευσμένη από την ελληνική παράδοση, η σειρά “Balsamon” αποτελείται από φρέσκες ιδέες για δημοφιλή προϊόντα και προσφέρει μια μεσογειακή πρόταση για την καθημερινή, ποιοτική κουζίνα.



Ανήκει στις πιο εξελισσόμενες καπνοβιομηχανίες της Ευρώπης

Η Καπνοβιομηχανία Καρέλια είναι η μεγαλύτερη καπνοβιομηχανία και ο πρώτος εξαγωγέας τσιγάρων της Ελλάδας. Διατηρεί παρουσία σε περισσότερες από 65 χώρες ανά τον κόσμο, οι πωλήσεις της το 2015 ξεπέρασαν τα 16 δισεκατομμύρια τσιγάρα και η διεθνής της δραστηριότητα αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 85% του συνολικού όγκου πωλήσεων.

Ανήκει δε στις πιο προοδευτικές και εξελισσόμενες καπνοβιομηχανίες της Ευρώπης και διαθέτει εμπειρία άνω των 120 ετών, που βασίζεται στην αδιαπραγμάτευτη ποιότητα, την εμπιστοσύνη και την παροχή άρτιων υπηρεσιών. Ακόμη, αποτελεί την πρώτη μη πολυεθνική εταιρεία στον κόσμο που εγκατέστησε την ταχύτερη διαθέσιμη τεχνολογία παραγωγής τσιγάρων, η οποία παράγει 16.000 τσιγάρα το λεπτό.

Είναι χαρακτηριστικό το ότι ένα στα 300 τσιγάρα που καπνίζονται σήμερα στον κόσμο έχει παραχθεί από την Καρέλια ΑΕ.

Το όνομα «Καρέλια» είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τον χώρο του καπνού από το 1888, όταν ο Γεώργιος και ο Στάθης Καρέλιας ίδρυσαν την Καπνοβιομηχανία Καρέλια. Από την ίδρυσή της μέχρι σήμερα, οι θεμελιώδεις της αρχές οδηγούν τα βήματά της στον διαρκώς μεταβαλλόμενο κόσμο των επιχειρήσεων. Η γκάμα των σημάτων, η υποστήριξη που παρέχει το ανθρώπινο δυναμικό της και η φήμη της ως προς την ποιότητα και την καινοτομία τη βοηθούν να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της αγοράς καπνού. Με την αυτοπεποίθηση που αντλεί τόσο από την οικονομική της σταθερότητα όσο και από την πολυετή πείρα της, προσβλέπει σε ένα ακόμη πιο επιτυχημένο μέλλον.



Ηγέτιδα δύναμη στην ελληνική βιομηχανία κονσερβοποίησης

Η Kronos SA είναι μια ιδιωτική εταιρεία που δραστηριοποιείται στον τομέα των κονσερβοποιημένων φρούτων από το 1971. Ηγέτιδα δύναμη στην ελληνική βιομηχανία κονσερβοποίησης,

θεωρείται επιπλέον ο μεγαλύτερος παραγωγός στην Ευρώπη και μεταξύ των κορυφαίων πέντε «παικτών» στον κόσμο όσον αφορά τα κονσερβοποιημένα ροδάκινα.

Οι κύριες κατηγορίες προϊόντων που παράγει η «Κρόνος» είναι: κονσέρβες ροδάκινο, βερίκοκο, κοκτέιλ φρούτων, ροδάκινου και βερίκοκου πουρέ.

Το εργοστάσιο και τα κεντρικά γραφεία βρίσκονται στην περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας, κοντά στην αρχαία Πέλλα, στο θρυλικό σπίτι του Μεγάλου Αλεξάνδρου. Όντας στην καρδιά της περιοχής στην οποία αφθονεί το ροδάκινο, καθώς και κοντά στη Θεσσαλονίκη, η «Κρόνος» βρίσκεται σε στρατηγική θέση για την παραλαβή των πρώτων υλών, ώστε να έχει ταχεία πρόσβαση στις εξαγωγικές αγορές σε όλο τον κόσμο.

Η «Κρόνος» είναι μια 100% εξαγωγικά προσανατολισμένη εταιρεία, και κύριες αγορές της είναι οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, της Ανατολικής Ευρώπης, της Ρωσίας, οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Μέση Ανατολή, η Ιαπωνία, η Βόρεια Αφρική και η Αυστραλία.



LAMDA HELLIX
DATA CENTERS

Με όραμα και γνώση, αναπτύσσει πρωτοποριακά data center

Η Lamda Hellix αποτελεί μία από τις πλέον βραβευμένες εταιρείες παροχής υπηρεσιών Data Center Infrastructure Outsourcing & Integration, για τη στέγαση και λειτουργία main ή disaster recovery centers και κόμβων τηλεπικοινωνιών μεγάλων δημόσιων, ιδιωτικών οργανισμών και εταιρειών παροχής υπηρεσιών στην Ελλάδα και στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Μεταξύ άλλων, προσφέρει Υπηρεσίες Ολοκλήρωσης Υποδομών Μηχανογραφικών Κέντρων (Data Center Integration Services), που περιλαμβάνουν σχεδιασμό, ανάπτυξη, εγκατάσταση, λειτουργία, συντήρηση και διαχείριση μηχανογραφικών κέντρων (Data Centers) τρίτων. Είναι η πρώτη, πιο επιτυχημένη και ταυτόχρονα μόνη πιστοποιημένη στην Ελλάδα, σύμφωνα με το πρότυπο ISO 9001:2008 και ISO/IEC 27001:2005, ενώ βρίσκεται σε εξέλιξη η πιστοποίηση του προτύπου ασφαλείας PCI.

Μέσω του υψηλού επιπέδου υποδομών και υπηρεσιών της, η Lamda Hellix παρέχει σε κάθε οργανισμό με κρίσιμες εφαρμογές πληροφορικής ή/και τηλεπικοινωνιών, τη δυνατότητα να αυξήσει την ασφάλεια και τη διαθεσιμότητα των συστημάτων και υπηρεσιών του και να μειώσει τα κόστη του, ενώ παράλληλα διατηρεί την ίδια αυτονομία και ανεξαρτησία, όπως και στην περίπτωση πλήρως ιδιόκτητων υποδομών.

Η εταιρεία, με όραμα και γνώση, σχεδιάζει και αναπτύσσει πρωτοποριακά data center, στα οποία ενσωματώνει κορυφαία χαρακτηριστικά ασφαλείας, διαθεσιμότητας και ενεργειακής απόδοσης, και τοποθετεί την Ελλάδα ανάμεσα στις ελάχιστες χώρες που έχουν τη δυνατότητα να φιλοξενήσουν τεχνολογικές υποδομές υψηλής υπολογιστικής πυκνότητας και κρισιμότητας.

METAXA
THE ORIGINAL GREEK SPIRIT

Στα πιο δημοφιλή ευγενή ποτά παγκοσμίως

Στα 100 κορυφαία οινοπνευματώδη ποτά στον κόσμο συγκαταλέγεται το κεχριμπαρένιο ποτό Metaxa, εξαγοντας το 80% της παραγωγής του σε περισσότερες από 60 χώρες, ενώ τα τελευταία δύο χρόνια, παρά την κρίση, εμφανίζει αύξηση πωλήσεων, φτάνοντας έτσι στα 10 εκατομμύρια φιάλες παγκοσμίως.

Πέρα απ την ηγετική θέση που κατέχει στα διεθνή καταστήματα αφορολόγητων ειδών, στις μεγαλύτερες αγορές του Metaxa περιλαμβάνονται οι χώρες της Ευρώπης (Γερμανία, Αυστρία, Ρωσία κ.λπ.), καθώς επίσης η Β. Αμερική και η Αυστραλία. Όσον αφορά τη Γερμανία και την Κεντρική Ευρώπη, το Metaxa είναι συχνά ανάμεσα στα πέντε πρώτα εισαγόμενα –και από τα πιο δημοφιλή ευγενή ποτά– στις αγορές αυτές.

Ο Σπύρος Μεταξάς ήταν αποφασισμένος να επιτύχει ένα επίπεδο γευστικής απαλότητας και αρωματικής έντασης που δεν είχε επιτευχθεί ποτέ πριν στα οινοπνευματώδη. Για να κάνει το όραμά του πραγματικότητα, χάραξε τον δικό του δρόμο. Ξεπέρασε όλες τις συμβάσεις της εποχής και τόλμησε να πάρει ρίσκα. Δημιούργησε ένα ποτό δυναμικό και ζωνρό, αλλά απαλό στον ουρανίσκο, που προσφέρει μεγάλη ικανοποίηση στις αισθήσεις. Στο ποτό αυτό έδωσε το όνομά του: Metaxa. Από το 1888, η κληρονομιά του ιδρυτή βρίσκεται σε κάθε δημιουργία Metaxa. Σήμερα, ο Οίκος Μεταξά μένει πάντα πιστός στο όραμα του ιδρυτή του και στο στυλ που χαρακτηρίζει όλες τις δημιουργίες Metaxa.



Οι εξαγωγές αφορούν στο 80% των εσόδων της

Η Παλίρροια έχει στρατηγικό προσανατολισμό στις εξαγωγές. Σήμερα, η εξαγωγική της δραστηριότητα αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 80% των εσόδων από τις πωλήσεις της και το ποσοστό συνεχώς αυξάνεται.

Με το πέρασμα των χρόνων, και με τη δυναμική που της προσφέρουν οι συνεχώς βελτιούμενες εγκαταστάσεις της, η Παλίρροια καταφέρνει να εισέρχεται συνεχώς σε νέες αγορές, και σήμερα τα προϊόντα της μπορούν να βρεθούν σε περισσότερες από 40 χώρες σε όλο τον κόσμο, με βασικές χώρες δραστηριοποίησης τις ευρωπαϊκές, τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, τον Καναδά, τη Μέση Ανατολή και την Αυστραλία.

Όραμα της εταιρείας είναι να γίνει πρεσβευτής της ελληνικής και μεσογειακής κουζίνας για τους καταναλωτές σε όλο τον κόσμο. Η αποστολή της είναι να αναπτυχθεί και να επεκταθεί ακόμη περισσότερο σε παγκόσμιο επίπεδο, με δέσμευση πάντα στην ικανοποίηση των πελατών, την καινοτομία, την ποιότητα.

Η Παλίρροια βασίζεται στις αυθεντικές ελληνικές και μεσογειακές συνταγές για την παραγωγή των προϊόντων της και προ-

σπαθεί να προσφέρει στους καταναλωτές της σε όλο τον κόσμο μια αυθεντική σπιτική μεσογειακή εμπειρία.



Συνυφασμένη με την ποιότητα και αξιοπιστία των προσφερόμενων λύσεων

Με καθαρά εξαγωγική δραστηριότητα (μεγαλύτερη του 98% του τζίρου), η εταιρεία έχει εγκαταστήσει συστήματά της σχεδόν σε όλες τις ηπείρους, από τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής μέχρι τις αναπτυσσόμενες αγορές της Βραζιλίας και της Κίνας.

Η Raymetrics AE είναι μια εταιρεία υψηλής τεχνολογίας, που έχει ως βασικό στόχο την ανάπτυξη συστημάτων τηλεπισκόπησης της ατμόσφαιρας με χρήση της τεχνικής lidar. Είναι η μοναδική εταιρεία στην Ελλάδα με παρόμοιο αντικείμενο και μία από τις ελάχιστες σε διεθνές επίπεδο.

Σε μια εποχή στην οποία οι επιχειρήσεις καλούνται να αντιμετωπίσουν ποικίλες και σημαντικές προκλήσεις, που προκύπτουν από την παγκοσμιοποίηση των αγορών, την ανάπτυξη και εξάπλωση των νέων τεχνολογιών, καθώς και τη συνεχή αλλαγή του επιχειρησιακού περιβάλλοντος, η Raymetrics αναπτύσσει, ολοκληρώνει και παρέχει καινοτομικά συστήματα και συσκευές που βρίσκονται στην αιχμή της τεχνολογίας. Τα προϊόντα της είναι τα μοναδικά εμπορικά συστήματα στον κόσμο που κατασκευάζονται βάσει των προδιαγραφών του EARLINET (European Aerosol Research Lidar Network).

Η επιτυχία της είναι συνυφασμένη με την επικέντρωσή της στην ποιότητα και την αξιοπιστία των προσφερόμενων λύσεων, τις διαρκείς επενδύσεις της σε έρευνα και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και την αδιάλειπτη βελτίωση της υψηλής στάθμης τεχνολογίας των ανθρώπων της.

Ιστορία

Από την ημέρα της ίδρυσής της μέχρι και σήμερα, αποτελεί τη μοναδική εταιρεία υψηλής τεχνολογίας στην Ελλάδα, και μία από τις ελάχιστες στον διεθνή χώρο, με δυνατότητες σχεδίασης και κατασκευής συστημάτων lidar που αφορούν την τηλεπισκόπηση της ατμόσφαιρας, την παρακολούθηση της αέριας ρύπανσης, την καταγραφή μετεωρολογικών δεδομένων και άλλες εφαρμογές.



Εξάγει σε περισσότερες από 100 χώρες σε όλο τον κόσμο

Η εταιρεία Συστήματα Sunlight ABEE διανύει δυναμικά την τρίτη δεκαετία δραστηριοποίησής της, «χτίζοντας γέφυρες» με

Ο ΘΕΣΜΟΣ ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΚΟΡΥΦΑΙΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ

Υποβάλετε την υποψηφιότητα σας
στο exports.ethosawards.eu
έως **09.11.2016**



Κορυφαίο Βραβείο Top Greek Export Company 2016 στην κορυφαία εξαγωγική επιχείρηση της χρονιάς

Επίσης θα βραβευθούν εταιρίες στις παρακάτω κατηγορίες:

A SPECIAL EXPORTS AWARDS

· Top Innovation in Export · Top Export Manager of the year · Honorary Export Distinction

B TOP EXPORT COMPANIES

· Top Industrial Export Company · Top Services Export Company · Top Manufacturing Export Company
· Top Trading Export Company · Top Newly Established Export Company

C TOP EXPORT BRANDS

· Top Branded Export Product · Top Branded Export Service · Top Export Company Brand · Top Export Packaging

D TOP EXPORT ASSISTANCE COMPANIES

· Top Export Assistance Application/IT system · Top Export Assistance Maritime Services
· Top Export International Logistics & Transportation · Top Export Banking Partner
· Top Export Insurance Partner · Top Export Consultant

**Επίσημο δείπνο τελετής απονομής
Παρασκευή 25 Νοεμβρίου στο Athenaeum Intercontinental**

exports.ethosawards.eu

gold sponsor



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

bronze sponsors

Asset Ogilvy Public Relations



under the auspices of



print sponsor



communication sponsors



την ελληνική και διεθνή αγορά. Παραμένει πιστή στη στρατηγική της δέσμευση για ανάπτυξη, παραγωγή και διάθεση μπαταριών και λύσεων αποθήκευσης ενέργειας υψηλής ποιότητας, που ανταποκρίνονται στις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών της.

Η εταιρεία συγκαταλέγεται σήμερα μεταξύ των κορυφαίων παραγωγών συστημάτων αποθήκευσης ενέργειας στον κόσμο, προσφέροντας ολοκληρωμένες και αξιόπιστες λύσεις σε τομείς με ιδιαίτερα υψηλές απαιτήσεις, όπως: Βιομηχανία, Εφοδιαστική Αλυσίδα και Μεταφορές, Τηλεπικοινωνίες, Κατασκευές, Πληροφορική, Έργα Υποδομής και Άμυνα.

Στα 25 χρόνια δραστηριοποίησής της, η Συστήματα Sunlight έχει αναδειχθεί σε ένα ελληνικό success story, καθώς, με κινητήρια δύναμη το υπερσύγχρονο βιομηχανικό συγκρότημα στο Νέο Όλβιο Ξάνθης, αναπτύσσει έντονη εξωστρέφεια, που αγγίζει το 98% της παραγωγής της και εξάγει σε περισσότερες από 100 χώρες σε όλο τον κόσμο.

Επενδύει διαρκώς στην εξέλιξή της, προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα, ενώ παράλληλα θέτει ξεκάθαρες στρατηγικές προτεραιότητες, όπως η έμφαση στον τομέα της μπαταρίας (βιομηχανικής κυρίως χρήσης).

Το 2014, η Συστήματα Sunlight διέυρνε σημαντικά το διεθνές της αποτύπωμα, χάρη στο παγκόσμιο δίκτυο συνεργατών της, το οποίο λειτουργεί τοπικά ως πρεσβευτής της εταιρείας στη συμμετοχή της σε μεγάλες διεθνείς εκθέσεις του εξωτερικού αλλά και στη στελέχωσή της από μια δυναμική ομάδα στελεχών.



Ο μεγαλύτερος ιδιώτης παραγωγός νερού στην Ελλάδα

Η Sychem AE είναι μια διεθνής εταιρεία κατασκευής εξειδικευμένων συστημάτων για την επεξεργασία νερού και ειδικών έργων εξοικονόμησης ενέργειας.

Στον τομέα που αφορά την επεξεργασία νερού, η Sychem είναι επικεντρωμένη στην κατασκευή συστημάτων παραγωγής πόσιμου νερού για την τροφοδοσία διυλιστηρίων, ξενοδοχειακών συγκροτημάτων, βιομηχανιών, δήμων κ.ά.

Η εταιρεία είναι, στο μεγαλύτερο ποσοστό της, εξαγωγική και δραστηριοποιείται διεθνώς στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή, την Ασία και τη Βόρεια Αφρική, με θυγατρικές εταιρείες και εμπορικούς αντιπροσώπους σε 7 χώρες.

Η Sychem είναι η μόνη ελληνική εταιρεία και μία από τις λίγες διεθνώς εταιρείες που εξειδικεύονται στην κατασκευή φορητών μονάδων αφαλάτωσης για την παραγωγή νερού υψηλής καθαρότητας για την τροφοδοσία σταθμών παραγωγής ενέργειας, μέσω της τεχνολογίας της ηλεκτροδιάλυσης. Ως η πιο εξειδικευμένη ελληνική εταιρεία στον τομέα της επεξεργασίας και διαχείρισης νερού, είναι σήμερα ο μεγαλύτερος ιδιώτης πα-

ραγωγός νερού στην Ελλάδα.

Στον τομέα της εξοικονόμησης ενέργειας, η Sychem AE δραστηριοποιείται στην κατασκευή εξειδικευμένων ηλεκτρομηχανολογικών έργων εξοικονόμησης ενέργειας, με έμφαση στα έργα ανοικτής γεωθερμίας (εκμετάλλευση θαλασσινού νερού/ υπόγειων υδάτων) για μεγάλες τουριστικές μονάδες και βιομηχανίες.

Στο πλαίσιο των ανωτέρω δραστηριοτήτων, προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις μέσω της μελέτης, κατασκευής και λειτουργίας έργων τεχνολογικής αιχμής στους τομείς επεξεργασίας νερού, εξοικονόμησης ενέργειας και αντιδιαβρωτικής προστασίας, με ιδιαίτερη έμφαση στην ενσωμάτωση τεχνολογιών ΑΠΕ και σε ολοκληρωμένα υβριδικά συστήματα διαχείρισης νερού και ενέργειας.



Βραβευμένη από εννέα διεθνείς και ελληνικούς διαγωνισμούς

Από το 2009, η εταιρεία λειτουργεί στις νέες, ιδιόκτητες και υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις της, στην καρδιά του πιο διάσημου ελαιώνα της Κρήτης, στο Κολυμβάρι, στα δυτικά του νησιού.

Οι νέες εγκαταστάσεις είναι εξοπλισμένες με υπερσύγχρονες γραμμές παραγωγής, μεγάλης χωρητικότητας ανοξειδωτες δεξαμενές αποθήκευσης ελαιολάδου και με ένα από τα πιο σύγχρονα και πρωτοποριακά ελαιοτριβεία.

Από την έναρξη της λειτουργίας της επιχείρησης, το 2001, τα προϊόντα της έχουν αναγνωρισθεί και βραβευθεί για την εξαιρετική τους γεύση και το φυσικό τους άρωμα σε περισσότερους από εννέα διεθνείς και ελληνικούς διαγωνισμούς.

Η Terra Creta μπορεί να υπερηφανεύεται ότι προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες ενημέρωσης στον καταναλωτή σχετικά με την προέλευση των προϊόντων της. Το 2006 εγκαινίασε ένα πρωτοποριακό σύστημα ιχνηλασιμότητας, που ονομάζεται «Δέντρο Ιχνηλασιμότητας». Τοποθετώντας τον πενταψήφιο αριθμό παρτίδας (LOT No.) κάθε προϊόντος ελαιολάδου στο «Δέντρο Ιχνηλασιμότητας» στην ιστοσελίδα της www.terracreta.gr, ο καταναλωτής μπορεί να δει αναλυτικά όλα τα στάδια παραγωγής του συγκεκριμένου προϊόντος: καταγωγή, χημική ανάλυση, ημερομηνίες έκθλιψης, τυποποίησης, λήξης κ.λπ. Είναι επίσης διαθέσιμα στοιχεία καταγωγής μαζί με τη δορυφορική απεικόνιση των ελαιώνων από τους οποίους προέρχεται το ελαιόλαδο της συγκεκριμένης παρτίδας.

Τα παραπάνω είναι εφικτά λόγω της καθετοποιημένης παραγωγής και των αυτοματοποιημένων συστημάτων που έχει αναπτύξει και εφαρμόσει τόσο στο πρωτοποριακό ελαιοτριβείο της όσο και στις σύγχρονες εγκαταστάσεις τυποποίησης.



Association
Greece



GS1 Barcodes

- ✓ Ιχνηλασιμότητα
- ✓ Διαφάνεια
- ✓ Παρακολούθηση

.... με όποιον τρόπο κι αν εξάγετε,
παντού στον κόσμο!



Ολοκληρωμένες υπηρεσίες **Factoring** από την πρωτοπόρο εταιρία στην Ελλάδα



Ευέλικτες λύσεις για
τη διασφάλιση της ρευστότητας.



Εξαγωγικό
Factoring και Forfaiting.



Κάλυψη πιστωτικού κινδύνου
των επί πιστώσει πωλήσεών σας.

Μέλος της Factors Chain International και της International Trade & Forfaiting Association • Μιχαλακοπούλου 48, 115 28 ΑΘΗΝΑΙ



ABC FACTORS