

ΑΦΙΕΡΩΜΑ ■ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Σε 4 άξονες το νέο μοντέλο ανάπτυξης

ΜΟΛΟΝΟΤΙ «μετρούν» μικρότερες απώλειες συγκριτικά με άλλους κλάδους, οι ελληνικές επιχειρήσεις των τροφίμων και ποτών δεν εφησυχάζουν, υπογραμμίζοντας την ανάγκη υιοθέτησης ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου για την έξοδο από την κρίση, το οποίο θα πρέπει να στηρίζεται σε τέσσερις άξονες: τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, την ενίσχυση της εξωστρέφειας, την προώθηση της έρευνας και της καινοτομίας και την προώθηση νέων επενδύσεων. ■ Της **ΞΑΝΘΗΣ ΓΟΥΝΑΡΗ** xgounari@ependytis.gr



Πρόκειται για μια πιεστική ανάγκη, καθώς οι επιπτώσεις της επιδεινούμενης ύφεσης μεγεθύνονται αλματωδώς. Είναι χαρακτηριστικό πως ήδη το πρώτο τρίμηνο του 2012 στη βιομηχανία τροφίμων χάθηκαν 13.177 θέσεις εργασίας, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ), η οποία από 111.424 άτομα περιορίστηκε στα 98.247 άτομα, με ποσοστιαία μείωση κατά 11,8%. Παρά τις αντιξοότητες, ωστόσο, ο κλάδος των τροφίμων παραμένει στην κορυφή της ελληνικής βιομηχανίας μεταποίησης με τους περισσότερους εργαζομένους (26,1% του συνόλου), ενώ η μείωση των θέσεων εργασίας που καταγράφηκε τους πρώτους μήνες του 2012 είναι χαμηλότερη του μέσου όρου, που ανήλθε σε 14,8%.

Παράλληλα, η προσαρμογή των αναγκών των ελληνικών νοικοκυριών στις νέες οικονομικές συνθήκες, αλλά και η αδυναμία των βιομηχανιών του κλάδου να επεκταθούν εξαγωγικά σε βαθμό που να αναπληρώσει τις απώλειες, αποτυπώνονται το τρίμηνο Ιανουαρίου - Μαρτίου 2012 και στη συνολική παραγωγή τροφίμων στη χώρα μας, που ήταν μειωμένη, σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2011, κατά 10,2%, έναντι μεταβολής +1,9% έναν χρόνο πριν (στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ). Κατά την εξεταζόμενη περίοδο μειώθηκε η παραγωγή, μεταξύ άλλων, επεξεργασμένου ρευστού γάλακτος κατά 5,1%, παγωτών κατά 19,9%, μερίδων νωπού-διατηρημένου με απλή ψύξη κοτόπουλου κατά 23,1%, γιαουρτιού κατά 0,6%, εξευγενισμένων ελαίων κατά 8,2%, φρυγανιών, ψημένου ψωμιού και παρόμοιων προϊόντων κατά 3,2%, σταφίδων κατά 14,6%, κομποστών φρούτων κατά 34,4%, καβουρδισμένου καφέ κατά 3,2%, λοιπών μη νωπών προϊόντων αρτοποιίας κατά 23,5%, τυροκομικών προϊόντων κατά 10,6%, αλλαντικών κατά 2,2%, λοιπών κρεατοπαρασκευασμάτων κατά 17,7%, γλυκών κουταλιού και μαρμελάδων κατά 19,2%, κουφέτων κατά 26,9%, ξηρών καρπών κατά 35%, παρθένου ελαιολάδου κατά 14%, μπισκότων με γλυκαντικά ή σοκολάτα κατά 6,9%, αλεύρων δημητριακών εκτός του σπαραγίου κατά 16,6%, τροφών για ζώα κατά 7,2%, άλλων παρασκευασμένων τροφών που λαμβάνονται από τη διόγκωση ή τη φρύξη δημητριακών κατά 12,1%, ολόκληρων κοτόπουλων κατεψυγμένων κατά 3,3%, τσιχλών κατά 13,5%, καραμελών από ψημένη ζάχαρη κατά 4,6%, λοιπών ζαχαρωδών κατά 17,8% και χυμών φρούτων και λαχανικών κατά 11%.

Στον αντίποδο, την ίδια περίοδο καταγράφη αύξηση της παραγωγής σε άλλες κατηγορίες τροφίμων. Συγκεκριμένα, αυξήθηκε η παραγωγή, μεταξύ άλλων, του ρυζιού κατά 22,7%, των ζυμαρικών κατά 9,3%, των αλεύρων από σιτάρι κατά 3,25%, του βουτύρου και άλλων γαλακτοκομικών για επάλειψη κατά 1,5%, των τοματικών προϊόντων κατά 6,6%, της μαργαρίνης και λοιπών βρώσιμων λιπών κατά 5,6%, των γκοφρετών κατά 2,3%, των ζυμών αρτοποιίας κατά 10,4%, της μερέντας κατά 13%, της σοκολάτας παραγεμισμένης σε ράβδους κατά 7,7%, άλλων σοκολατεινών σε πλακίδια κατά 15,1%, των φυτικών λιπών και λαδιών κατά 10,4% και των μη τεμαχισμένων, νωπών ή διατηρημένων με απλή ψύξη κοτόπουλων κατά 3,3%.

Είναι σαφές ότι η ανάγκη για βελτίωση της ανταγωνιστικότητας είναι τεράστια και, όπως αναφέρει ο κ. Ευάγγελος Καλούσης, πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ), «ο ρόλος μας είναι να παράγουμε προϊόντα ποιοτικά, ασφαλή και στην καλύτερη δυνατή τιμή. Οι επιχειρήσεις του κλάδου αναδιοργανώνουν την παραγωγή, περιορίζουν όλα τους τα έξοδα, συγκρατούν ή ακόμη και μειώνουν τις τιμές των προϊόντων τους και πραγματοποιούν συνεχείς προσφορές, προκειμένου να κρατήσουν τους καταναλωτές τους. Δεν κουράζομαι να επαναλαμβάνω ότι, κάθε φορά, προσπαθούμε να εξαντλήσουμε όλα τα περιθώρια και να απορροφήσουμε το οποιοδήποτε κόστος, πριν προβούμε σε ανατιμήσεις, γιατί η υποστήριξη των προϊόντων μας από τους καταναλωτές είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη δική μας επιτυχία και ανάπτυξη. Η διατήρηση, άλλωστε, της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στα προϊόντα μας συσιστά το σπουδαιότερο κεφάλαιό μας και είναι ένα κύριο μέλημα στην εποχή της οικονομικής κρίσης».

Το 26% της μεταποίησης
Σημειώνεται ότι η ελληνική βιομηχανία τροφίμων είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής μεταποίησης και βασικός τροφοδότης της ελληνικής οικονομίας, κατέχοντας σε κύκλο εργασιών το 26% του συνόλου της μεταποίησης.

Απασχολεί περισσότερους από 350.000 άμεσα και έμμεσα εργαζομένους και καλύπτει το 25% της βιομηχανικής παραγωγής με πωλήσεις που ανέρχονται στα 13 δις. ευρώ.

Η ελληνική βιομηχανία τροφίμων είναι ένας κλάδος δυναμικός, ανταγωνιστικός και εξωστρεφής, με επενδυτική δραστηριότητα στην Ελλάδα, στα Βαλκάνια και σε όλη την Ευρώπη. Επιπλέον, έχει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα, με εξαγωγές άνω των 3 δις. ευρώ, καλύπτοντας το 29% των εξαγόμενων ελληνικών προϊόντων.



Η πολυνομία εχθρός των επιχειρήσεων

ΤΗΝ ΙΔΙΑ ΩΡΑ, ιδιαίτερα σημαντική θεωρείται και η πάταξη δύο φαινομένων που πλήττουν σημαντικά την εγχώρια επιχειρηματικότητα. Πρόκειται για την πολυνομία και την πολυπλοκότητα των θεσμών, που ευνοούν την αδιαφάνεια και τη διαφθορά και αποτελούν δύο από τους κυριότερους ανασταλτικούς παράγοντες της υγιούς επιχειρηματικότητας.

Παρά ταύτα, στην ανάσχεση συντείνει και η απουσία στρατηγικής και οργανωμένου σχεδίου προώθησης των ελληνικών προϊόντων διατροφής, σύμφωνα με τους επιχειρηματίες του κλάδου.

Το κενό επεσήμανε πρόσφατα και ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ), που, σε συνεργασία με το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) και το Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής

Οικονομίας του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου (ΕΜΠ-ΕΒΕΟ), διατύπωσε ένα σύνολο προτάσεων προκειμένου η ελληνική οικονομία να ξαναβρεί τον βηματισμό της.

Κεντρικό ρόλο, σύμφωνα με τις προτάσεις, καλείται να διαδραματίσει ο τομέας των τροφίμων, αναζητώντας όμως έναν νέο, εξωστρεφές ρόλο, με έμφαση στην παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων ποιότητας και τη σύνδεσή τους με τον τουρισμό. Παράλληλα, χρειάζεται η διαρκής καινοτομία, η ενσωμάτωση τεχνολογίας στο προϊόν και στη συσκευασία. Η ανάπτυξη ποιοτικής αγροτικής παραγωγής και βιομηχανίας τροφίμων δεν αποτελεί απλά τρόπο ενίσχυσης των εξαγωγών. Μέσα από αυτήν περνούν η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και ο περιορισμός του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.



Η ευρωπαϊκή αγορά ανταγωνισμού στα τρόφιμα

Η ΕΝΕΡΓΟΣ εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού στον τομέα των τροφίμων σε ολόκληρη την Ευρώπη, και ειδικά στους τομείς της μεταποίησης και παρασκευής, αποβγαίνει προς όφελος των αγροτών, των προμηθευτών και των καταναλωτών.

Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει σε έκθεση του Ευρωπαϊκού Δικτύου Ανταγωνισμού (ΕΔΑ), η οποία δείχνει ότι ο κλάδος των τροφίμων έχει αποτελέσει προτεραιότητα για τις Αρχές ανταγωνισμού στην Ευρώπη κατά τα τελευταία έτη και ότι η δράση τους έχει εντατικοποιηθεί μετά την κρίση που σημειώθηκε το 2007 στον τομέα. Στην έκθεση παρέχονται πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας του ανταγωνισμού στον κλάδο των τροφίμων βάσει πλέον πρόσφατων ενεργειών που έχουν γίνει, τόσο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και από τις εθνικές Αρχές ανταγωνισμού στον τομέα αυτό.

Συγκεκριμένα, από το 2004 έως το 2011, οι αρμόδιες για τον ανταγωνισμό Αρχές ερευνήσαν πάνω από 180 υποθέσεις συμπτύξεων, έλαβαν περίπου 1.300 αποφάσεις συγκεντρώσεων και ανέλαβαν πάνω από 100 δράσεις παρακολούθησης. Ο μεγαλύτερος αριθμός υποθέσεων αφορούσε τη μεταποίηση και παρασκευή και σε μικρότερο βαθμό, το λιανικό εμπόριο. Απαγορεύτηκαν άνω των 50 συμπτύξεων (καρτέλ) για καθορισμό τιμών, κατανομή αγορών και πελατών, και για ανταλλαγή ευαίσθητων εμπορικών πληροφοριών, καθώς επίσης και πρακτικές αποκλεισμού εις βάρος αγροτών ή προμηθευτών. Στις δραστηριότητες παρακολούθησης της αγοράς οι Αρχές ανταγωνισμού ανέλυσαν τον τρόπο λειτουργίας των αγορών τροφίμων. Πολλές από αυτές τις ενέργειες παρακολούθησης κατέστησαν εμφανές ότι υπήρχαν πολλές εξηγήσεις για τις μη ευνοϊκές εξελίξεις της αγοράς, πέραν από την έλλειψη ανταγωνισμού.

Οι Αρχές ανταγωνισμού ζήτησαν επίσης να γίνει κανονιστική μεταρρύθμιση ως προς την τροποποίηση ή την κατάργηση νομοθεσίας που παρεμποδίζει την ανάπτυξη καταστημάτων λιανικής πώλησης και τη θέσπιση κωδικών ή νόμων για την αντιμετώπιση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών.

Τέλος, οι αρμόδιες για τον ανταγωνισμό Αρχές κάλεσαν όλους τους παραγωγούς να αυξήσουν την απόδοση και να ενισχύσουν τη θέση τους στην αλυσίδα αξίας, μεταξύ άλλων και μέσω

της δημιουργίας συνεταιρισμών. Ο τομέας των τροφίμων θα παραμείνει υψηλή προτεραιότητα για τις ευρωπαϊκές αρμόδιες για τον ανταγωνισμό Αρχές.

Επί του παρόντος, οι εν λόγω Αρχές ερευνούν περίπου 60 ακόμα υποθέσεις συμπτύξεων και διεξάγουν περαιτέρω δράσεις παρακολούθησης. Όπως και κατά το παρελθόν, θα εξακολουθήσουν να συντονίζουν τις ενέργειές τους μέσω του Ευρωπαϊκού Δικτύου Ανταγωνισμού, ενώ θα συσφίξουν περαιτέρω τη συνεργασία τους στο μέλλον. Σημειώνεται ότι στο ΕΔΑ συμμετέχει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και οι αρμόδιες για τον ανταγωνισμό Αρχές των 27 κρατών μελών. Η έκθεση που συντάχθηκε αποκρίνεται στο αίτημα μελών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου να δοθούν εξηγήσεις ως προς τις ενέργειες των αρμόδιων για τον ανταγωνισμό Αρχών στον τομέα των τροφίμων. Αποτελεί επίσης συνέχεια της ανακοίνωσης της Επιτροπής σχετικά με την καλύτερη λειτουργία της αλυσίδας προμήθειας τροφίμων, η οποία (η ανακοίνωση) ζητούσε να υπάρξει κοινή προσέγγιση των αρμόδιων Αρχών εντός του Ευρωπαϊκού Δικτύου Ανταγωνισμού, για να επισημειώνονται καλύτερα τα ενδημικά προβλήματα των αγορών τροφίμων και για να συντονίζονται οι μεταλλονομικές ενέργειες.

ΔΗΛΩΣΗ ΑΛΜΟΥΝΙΑ

Ο Χοακίν Αλμοούνια, αντιπρόεδρος της Επιτροπής αρμόδιος για θέματα ανταγωνισμού, δήλωσε τα ακόλουθα: «Οι αρμόδιες για τον ανταγωνισμό Αρχές σε ολόκληρη την Ευρώπη εργάζονται σκληρά για να εξασφαλίσουν ότι οι αγορές τροφίμων αποδίδουν τόσο για τους προμηθευτές όσο και για τους καταναλωτές. Όπου έχει παρατηρηθεί συμπεριφορά που αντιβαίνει στο δικαίωμα του ανταγωνισμού, σε οποιοδήποτε επίπεδο της αλυσίδας προμήθειας τροφίμων, οι Αρχές ανταγωνισμού κινήθηκαν αστραπιαία προς αντιμετώπισή της.

Ωστόσο, είναι δυνατόν να γίνουν περισσότερα: μερικοί παραγωγοί μπορούν να κάνουν αναδιαρθρώσεις και να συγκεντρώσουν τις δραστηριότητές τους ώστε να γίνουν αποδοτικότεροι, ενώ μερικές χώρες διατηρούν ακόμα περιττούς κανονιστικούς φραγμούς όσον αφορά το λιανικό εμπόριο. Οι Αρχές ανταγωνισμού είναι πρόθυμες να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων σε επίπεδο Ε.Ε. και σε εθνικό επίπεδο».

ΓΙΑΝΝΗΣ Ε. ΒΕΡΜΙΣΩ

ΧΡΥΣΑ ΑΥΓΑ 56 ΧΡΟΝΙΑ ΕΥΘΥΝΗΣ



του περιβάλλοντος, όταν ακόμη δεν γίνονταν κανένας λόγος γι' αυτό το θέμα.

Ενώ αφήνει τις κόττες να βόσκουν ελεύθερα στους βιολογικούς ελαιώνες Σκούρτης στο Χιλιόμοδι, αρχίζει να παρουσιάζει νέους κωδικούς που καλύπτουν όλες τις ανάγκες του σύγχρονου τρόπου ζωής. Και αυτό όπως είναι γνωστό χωρίς να υπάρχει καμία απολύτως επέμβαση στη φυσική διαδικασία γέννησης του αυγού, παρά μόνο στη φυτική διατροφή της κότας που εγκρίνεται από διεθνείς και ελληνικούς οργανισμούς.

Έτσι είναι η πρώτη στην Ευρώπη που κυκλοφορεί αυγό με λιγότερη χοληστερόλη έως και 30%, βιολογικά αυγά με Ωμέγα 3, όπου οι κόττες βόσκουν ελεύθερα, ενώ στη διατροφή τους περιλαμβάνεται και βιολογικό λάδι. Κυκλοφορεί αυγά με ΗΜΕΡΑ ΓΕΝΝΗΣΗΣ, παιδικά με βιταμίνες και ιχνοστοιχεία και μετάλλα ιδανικά για την ανάπτυξη των παιδιών, αυγά αχυρώνα, ελεύθερα βόσκης και από το 2009 συνεργάζεται για πρώτη φορά σε πανευρωπαϊκό επίπεδο με την DISNEY για τα αυγά DISNEY PLUS.

Και είναι η πρώτη που είναι έτοιμη από την 1η Ιανουαρίου 2012 να παράγει αυγά σε νέους «εισθετημένους» κλωβούς, εφαρμόζοντας τον κανονισμό 74ΕΚ/1999,



γεγονός το οποίο αποτελεί μια μεγάλη επένδυση. Γι' αυτό και ο διευθύνων σύμβουλος Παναγιώτης Π. Σκούρτης λέει χαρακτηριστικά: «Μέσα σε αυτή τη δύσκολη εποχή το να αγωνίζεσαι να κρατήσεις την ποιότητα των προϊόντων, αλλά και να διασφαλίσεις άριστες συνθήκες εργασίας όταν τα κόστη ανεβαίνουν και οι τιμές πέφτουν, και το να εξακολουθείς να προσφέρεις αξιόπιστα προϊόντα και φερέγγυες συνεργασίες είναι ο τρόπος που αντιλαμβάνομεθα την κοινωνική μας ευθύνη, γεγονός που πιστεύουμε ότι θα μας κάνει να αντέξουμε και να ξεπεράσουμε όλη αυτή τη "φουρτούνα"».



ΣΗΜΑΔΙΑ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΥΣΚΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΓΚΥΡΙΑ



Ο πλανήτης «γεύεται» Ελλάδα

ΠΡΟΪΟΝΤΑ της ελληνικής γης, όπως φρούτα και λαχανικά, ψάρια και ιχθυηρά, αλλά και γαλακτοκομικά είδη μπορούν να αποτελέσουν την αιχμή του δόρατος για την εξαγωγική δραστηριότητα της χώρας, αντισταθίζοντας τις αρνητικές επιδράσεις της ύφεσης και συμβάλλοντας στην τόνωση της ανταγωνιστικότητας.

ΤΗΣ **ΣΑΝΘΗΣ ΓΟΥΝΑΡΗ**
kgrman@esetaxis.gr

Σύμφωνα με στοιχεία του International Trade Center (ITC), που επεξεργάστηκε το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Έρευνών και Σπουδών (ΙΕΕΣ), από τους δέκα κυριότερους ελληνικούς εξαγωγικούς κλάδους εκείνοι που έχουν τις μεγαλύτερες προοπτικές είναι οι τομείς των νωπών κορπών και φρούτων, τα παρασκευασμένα λαχανικά και φρούτα και τα ψάρια και ιχθυηρά, καθώς σημειώθηκε ταυτόχρονη αύξηση του μεριδίου αγοράς των ελληνικών εξαγωγών παγκοσμίως και αύξηση των παγκόσμιων εισαγωγών το 2011.

Όπως προκύπτει πάντως από τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία των εξαγωγών, η εξαγωγική δραστηριότητα των ελληνικών επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών κατά το διάστημα Ιανουαρίου - Μαρτίου 2012, σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2011, συνεχίζει να καταγράφει μια σταθερά αυξητική τάση, παρά το γεγονός ότι το ποσοστό ανόδου παρουσιάζονται πιο συγκρατημένα σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα 2010-2011. Συνολικά, οι ελληνικές εξαγωγές σε επίπεδο τριμήνου (Ια-



νουαρίου - Μαρτίου 2012) - με τα περειαίσιδη - παρουσίασαν αύξηση 16,2% σε σύγκριση με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα.

Η κατηγορία τροφίμων και ποτών παρουσιάζει ανοδική πορεία, με τα νωπά και κατεψυγμένα λαχανικά να καταγράφουν ποσοστό ανόδου περίπου 30% και το κρέας ποσοστό περίπου 9,5%. Αντίστοιχα, σημαντική αύξηση παρουσιάζουν τα προϊόντα από δημητριακά, με την αξία τους να διπλασιάζεται σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2011.

Ας σημειωθεί, ωστόσο, πως η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει πολλές ευρωπαϊκές χώρες, με συνέπεια οι ελληνικές εξαγωγές να σημειώνουν μία ανάλογη πτώση σε αρκετές εξ αυτών. Ειδικότερα, το διάστημα Ιανουαρίου-Μαρτίου 2012, οι ελληνικές εξαγωγές σε συνολικό επίπεδο στη Γερμανία και στην Ιταλία, οι οποίες παραμένουν στις πρώτες θέσεις των

εξαγωγών ως παραδοσιακές ευρωπαϊκές αγορές, κατέγραψαν απώλειες 8,3% και 15,9% αντίστοιχα, σε σχέση με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα. Πάντως, σύμφωνα με επεξεργασία πρόσφατων στοιχείων της Eurostat που πραγματοποιήσε το ΙΕΕΣ του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος, τα ουκωυασμένα φρούτα και λαχανικά, οι νωποί καρποί και φρούτα, αλλά και το ιχθυηρό, βρίσκονται στην πρώτη δεκάδα των εξαγόμενων προϊόντων για το 2011.

Οι απώλειες, όμως, που καταγράφονται στις ευρωπαϊκές χώρες δεν επηρεάζουν τη δυναμική του εξαγωγικού τομέα της Ελλάδας, καθώς μεγάλο μέρος των εξαγωγών έχει στρέψει την προσοχή του σε αναδυόμενες οικονομίες, όπως είναι αυτές των χωρών της Μέσης Ανατολής, αλλά και σε ευκαιρίες που εμφανίζονται σε μεγάλες και οργανωμένες αγορές, όπως οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η

Κίνα και η Αυστραλία. Σημαντικός παράγοντας που λειτουργεί θετικά είναι η ισχυρή ευρώ-δολαρίου, που ευνοεί τις εξαγωγές της Ελλάδας προς χώρες που χρησιμοποιούν το δολάριο Αμερικής στις συναλλαγές τους.

Κυρίαρχος τα γαλακτοκομικά

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ), το α' τρίμηνο του έτους οι ελληνικές εξαγωγές προς τις ΗΠΑ παρουσίασαν αύξηση 44,7%. Το καταναλωτικό κοινό έδειξε την προτίμησή του στα γαλακτοκομικά προϊόντα, με αξιοσημείωτη ζήτηση σε ελληνικό γιαούρτι και φέτα. Το ελληνικό γιαούρτι αποτελεί το Νο 1 ανερχόμενο προϊόν στις ΗΠΑ, με ελληνικές εταιρείες να διεκδικούν υψηλά μερίδια σε έναν χώρο όπου έχουν μεταπολιτευθεί εθνικές εταιρείες και εταιρείες άλλων

χωρών. Παράλληλα, η αξία των πωληθέντων φέτας τριπλασιάστηκε, ενώ οι πωλήσεις του ελληνικού κρεασιού σημείωσαν μεγάλη αύξηση, γεγονός που κάνει τους Έλληνες ονομαστικούς αιτιοδότες για το μέλλον του ελληνικού οίνου στις ΗΠΑ.

Ιδιαίτερα αυξημένες πωλήσεις σημείωσε και το ελληνικό ελαιόλαδο, ένα προϊόν πολύ δημοφιλές στους Αμερικανούς καταναλωτές.

Στον Καναδά, το ίδιο διάστημα, οι ελληνικές εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 43,8%. Στην κατηγορία των τροφίμων και ποτών, αύξηση παρουσίασαν τα αλκοολούχα ποτά (μπύρα, σιζο κ.ά.), καθώς και το κρέας. Επίσης, σημαντική αύξηση πωλήσεων παρουσίασε και η φέτα.

Η προτίμησή του καταναλωτικού κοινού των χωρών της Β. Αμερικής (ΗΠΑ-Καναδάς) σε ελληνικό γαλακτοκομικά προϊόντα και συγκεκριμένα στη φέτα αποδεικνύει ότι οι προτι-

Προϊόντα ΠΟΠ: Οι καλοί πρεσβευτές της Ελλάδας

Η ΕΛΛΑΔΑ αφείνει να επικεντρωθεί και στη δημιουργία συγκεκριμένης στρατηγικής για προϊόντα προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (π.χ. μισοτάκι, κρόκος), επισημαίνει η McKinsey στην έρευνα που εκπόνησε με τίτλο «Η Ελλάδα το χρόνο μπροστά». Προσδιορίζοντας το νέο εθνικό μοντέλο. Και η αλήθεια είναι πως τα προϊόντα ΠΟΠ έχουν τεράστιες δυνατότητες και μπορούν να αποτελέσουν μοχλό ανάπτυξης συνολικά του ελληνικού κλάδου τροφίμων και ποτών.

Μερικά τέτοια παραδείγματα είναι η φέτα, η μισοτάκι Χίου, το ελαιόλαδο, ο κρόκος Κοζάνης, το σουγιάρακο Μεσολογγίου, η γραβιέρα Νάξου κ.λπ. Όπως εξηγούν παράγοντες της αγοράς, αποκτώντας την πιστοποίηση ΠΟΠ, εκτός του ότι ενισχύεται η φήμη των προϊόντων, τόσο εντός όσο και εκτός συνόρων, έχουν τη δυνατότητα να ενταχθούν σε διάφορα προγράμματα προβολής που συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ελλάδα, κινητήρ ιδιαίτερα σημαντικό στην παρούσα συγκυρία.

Επιπλέον, σύμφωνα με στοιχεία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης, αιτήματα καταχώρησης νέων ονομασιών στο Κοινοτικό Μητρώο ΠΟΠ και ΓΠΕ έχουν υποβληθεί για το μασταρίνο Χίου, το αγουρέλαιο Χαλκιδικής, το έβρα σίκα Τολόρα (Ευβοία), το φασιόλι Βανίλιες Δεσφούς (Κάρφθος), το τοματάκι Σαντορίνης και το ελαιόλαδο «Μεσσαρά» (Κρήτη).

Θε ες καθέρωσης και αναγνώρισης συγκεκριμένου προϊόντος ως ελληνικού έχουν θετικά αποτελέσματα. Αν λάβει κανείς υπόψη του ότι οι αυξανόμενες για τα προϊόντα ΠΟΠ δε γαίες στις ΗΠΑ, με αποτέλεσμα να γίνονται να χαρακτηρίζονται ως φέτα, το παρσάνο αποτέλεσμα αγκά επιρροσθετή αξία.

την Κίνα, επίσης, καταγράφηκε αύξηση ελληνικών εξαγωγών κατά 26,1% στο σύνολο. Η αγορά της Κίνας αποτελεί έδαφος και χρόνο στόχο για το ελληνικό ελαιόλαδο και σύμφωνα με τελευταία μελέτη που πραγματοποιήσε το γραφείο οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων της πρεσβείας μας στο Πεκίνο, η Ελλάδα κατέχει τη 7η θέση - τόσο σε όγκο όσο και σε αξία - στον κατάλογο των χωρών που εξάγουν μη παρήνο ελαιόλαδο στην Κίνα, με το μερίδιό της να ανέρχεται σε 4,6% στο σύνολο τους, με τα ελληνικά τρόφιμα να έχουν κερδίσει την παρουσία τους στη συγκεκριμένη αγορά. Φρούτα και λαχανικά καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις και ακολουθούν τα γαλακτοκομικά (γιαούρτι, φέτα) 11%

είναι 85,7%, με τα μεγαλύτερα ποσοστά να καταγράφονται στην κατηγορία τροφίμων-ποτών. Συγκεκριμένα, τα γαλακτοκομικά (γιαούρτι, φέτα), τα λαχανικά, τα αλκοολούχα ποτά, το κρέας και το ελαιόλαδο, συγκεντρώνουν την προτίμησή του καταναλωτικού κοινού.

Αξιοσημείωτη, επίσης, αύξηση σημειώθηκε στις αραβικές χώρες, κυρίως, στη Σαουδική Αραβία, με ποσοστό 245,3% συνολικά. Αυξητική τάση καταγράφουν και τα τρόφιμα (φρούτα, λαχανικά, γαλακτοκομικά και ιχθυηρά).

Τέλος, στο Ηνωμένο Αραβικό Εμιράτα, οι ελληνικές εξαγωγές κατέγραψαν ανοδική πορεία της τάξεως του 64,6% στο σύνολο τους, με τα ελληνικά τρόφιμα να έχουν κερδίσει την παρουσία τους στη συγκεκριμένη αγορά. Φρούτα και λαχανικά καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις και ακολουθούν τα γαλακτοκομικά (γιαούρτι, φέτα) 11%