

Ελληνες που κερδίζουν τις διεθνείς αγορές

Αντίδοτο στην κρίση η καινοτομία

ΡΕΠΟΡΤΑΖ
ΓΙΑΝΝΗΣ ΦΩΣΚΟΛΟΣ
ΦΩΤΟ: Χ. ΓΚΙΚΑΣ, ΓΡ. ΧΡΥΣΟΧΟΪΔΗΣ

Ακόμη και μέσα στη σφοδρότερη δίνη της κρίσης, με την ύφεση να σκαρφώνεται σε επίπεδα ρεκόρ, υπάρχουν επιχειρηματικές ιδέες που όχι μόνο επιζούν, αλλά διαπρέπουν στο εξωτερικό. Ιδέες καινοτόμες, που ξεκινούν από την Ελλάδα και κατακτούν τον κόσμο. Τι κοινό έχουν ένα παιχνιδι μαζαλού, ένα τσάι με ελληνικά βότανα και ένα «καλάθι» με παραδοσιακά ελληνικά προϊόντα, όπως φέτα και ελαιόλαδο; Είναι μόνο τρεις από τις απαντήσεις που... κυκλοφορούν στην ελληνική αγορά για την προσιλή καταστροφολογία της εποχής.

Επιχειρηματικές κινήσεις που βασίζονται στην καινοτομία ή στην προστιθέμενη αξία της ελληνικής γης και στρέ-

φονται σχεδόν αποκλειστικά στις αγορές του εξωτερικού, αφού η εσωτερική αγορά στραγγαλίζεται από την αφάιμαξη πόρων.

Τα νούμερα, άλλωστε, το αποδεικνύουν. Σύμφωνα με στοιχεία του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων, το 2011 οι εξαγωγές της χώρας αυξήθηκαν κατά 37% σε σχέση με το 2010, ενώ το πρώτο έμμηνο του 2012 καταγράφει περαιτέρω αύξηση 4,3%.

Την περίοδο 2010-2011 ιδρύθηκαν περίπου 2.000 επιχειρήσεις, κυρίως μικρομεσαίες, από νέους ανθρώπους με κύριο στόχο τις εξαγωγές. Παρ' όλα αυτά, οι εισαγωγές -αν και υποχωρούν δι-αρκώς- διατηρούν την πρωτιά της αξίας των εμπορικών συναλλαγών στη χώρα.

«Η ελληνική οικονομία χρειάζεται σήμερα βοήθεια για να βγει από την εσωστρέφειά της. Οι εξαγωγές είναι αυ-



ΑΠ. ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ - Τ. ΠΑΠΑΔΟΓΕΩΡΓΟΥ

Καλάθι
ποιοτικών
προϊόντων
«ταξιδεύει»
την... Ελλάδα

ΑΝ ΚΑΙ ΜΕΣΣΗΝΙΟΣ, ο Απόστολος Αθανασόπουλος μύθηκε πρόσφατα εκ των έσω στα μυστικά του λαδιού... Οικονομολόγος και στέλεχος πολυεθνικών επιχειρήσεων για αρκετά χρόνια, άλλαξε τον Μάρτιο του 2011 καριέρα και μαζί με τη γυναίκα του, την Τόνια Παπαδογεώργου, δημιούργησαν μια εταιρεία εξαγωγής ελληνικών προϊόντων. «Ήταν η μόνη εναλλακτική για να μείνουμε στην Ελλάδα, να βοηθήσουμε τον εαυτό μας και τη χώρα. Αλλιώς έπρεπε να τα μαζέψουμε και να φύγουμε». Ταξιδεύοντας συχνά στο εξωτερικό ως μάνατζερ είχε διαπιστώσει πως τα ελληνικά προϊόντα είναι υποτιμημένα -όπως λέει- στο μάρκετινγκ. «Γυ-ρίσαμε όλη την Ελλάδα για να βρού-

με τους κατάλληλους προμηθευτές και τα καλύτερα προϊόντα με τα απαραίτητα πιστοποιητικά. Σκοπός μας ήταν να φτιάξουμε ένα... καλάθι ποιοτικών προϊόντων με ένα ισχυρό brand name και να το προωθήσουμε στις αγορές του εξωτερικού». Σήμερα εξάγουν ελαιόλαδο από τη Μεσσηνία, ελιές Χαλκιδικής και Καλαμών, αβγοτάραχο από το Αιτωλικό και φέτα από ένα τυροκομείο του Κιθαρώνα Αττικής. «Το 80% των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό στηρίζεται στις Καριότιδες, την Ακρόπολη κλπ. Χρειαζόταν κάτι φρέσκο», λέει ο κ. Αθανασόπουλος. Τον Νοέμβριο του 2011 έκαναν την πρώτη εξαγωγή σε κάποια ντελικατέσεν του Οσλο. Τον Φεβρουάριο του 2012 πή-

ραν μέρος και διακρίθηκαν σε μεγάλη έκθεση τροφίμων στη Μόσχα. Ακολούθησαν εξαγωγές στη Ρωσία και την Ισπανία, καθώς και μια... εμφάνιση quest star σε συνέδρια Δημοκρατικών και Ρεπουβλικάνων στις ΗΠΑ. «Πέρα τον Οκτώβριο συμμετείχαμε σε μια έκθεση στη Γερμανία. Μας έλεγαν: να κάνουμε δουλειά μαζί σας; Μα θα έχετε πετρέλαιο αν πτωχεύσει η Ελλάδα; Δυστυχώς αντιμετωπίζουμε μεγάλη δυσπιστία. Οι Αμερικανοί μας ζητούν προσφορές σε δολάρια», λέει ο κ. Αθανασόπουλος. Παρ' όλα αυτά, αισθάνεται δικαιωμένος. «Ο κόσμος εκτιμά το ποιοτικό ελληνικό προϊόν και υπάρχει χώρος στο εξωτερικό για καλά ελληνικά προϊόντα».



ΓΙΩΡΓΟΣ

Συνταγή...
επιτυχίας
από ένα τσάι
με ελληνικό
DNA...

ΕΘΝΟΣ • ΣΑΒΒΑΤΟ 6 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2012

τή τη στιγμή η πλέον βιώσιμη λύση», δηλώνει ο Γιάννης Τσαμίκας, πρόεδρος του Ελληνοϊταλικού Επιμελητηρίου, που ξεκινά σε συνεργασία με το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ), το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ), τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Εξαγωγέων (ΠΣΕ) και την Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ) το φιλόδοξο πρόγραμμα «Εξάγουμε περισσότερη Ελλάδα» για την τόνωση των ελληνικών εξαγωγών.

Φιλόδοξο πρόγραμμα

«Στόχος μας είναι να εκμεταλλευτούμε το δίκτυο των 74 παλιών επιμελητηρίων σε 52 χώρες, να αντλήσουμε τεχνογνωσία και με τη συνεισφορά των θεσμικών παραγόντων της ελληνικής αγοράς να συνδράμουμε τον Έλληνα επιχειρηματία να εξαγει στοχευμένα και απαιτησιακά το προϊόν του, να ξέρει

δπλαδί τι θα αντιμετωπίσει και πού υπάρχει ζήτηση», εξηγεί ο κ. Τσαμίκας. Το πρόγραμμα αναμένεται να παρουσιαστεί με επίσημη εκδήλωση στις αρχές Νοεμβρίου.

Ανάμεσα στους επιχειρηματίες που προσδοκούν να επωφεληθούν από την πρωτοβουλία του Ελληνοϊταλικού Επιμελητηρίου είναι ο Κωνσταντίνος Βερδές, ο Γιώργος Κωνσταντάτος και ο Απόστολος Αθανασούλας, που άνοιξαν πρόσφατα δουλειές στην Ελλάδα με το βλέμμα στο εξωτερικό.

Αν και στηρίζονται σε καινοτόμες και φρέσκες ιδέες, δεν γλιτώνουν από τη δυσπιστία των ξένων εταιρών προς τη φερεγγυότητα της ελληνικής οικονομίας. Δεν το βάζουν, όμως, κάτω. «Για άλλη μια φορά», καταλήγει ο κ. Τσαμίκας, «αποδεικνύεται το επιχειρηματικό δαιμόνιο του Έλληνα. Αυτό θέλουμε να εξάγουμε»...



▲ «Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ οικονομία χρειάζεται σήμερα βοήθεια για να βγει από την εσωστρέφεια της», τονίζει ο Γιάννης Τσαμίκας

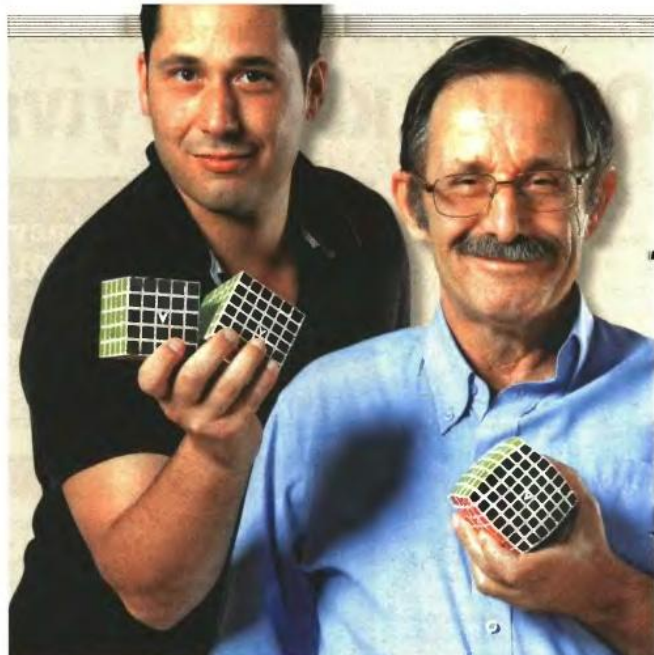


ΚΩΝΣΤΑΝΤΑΤΟΣ

«ΓΙΑ ΜΑΣ ΤΟΥΣ ΕΛΛΗΝΕΣ η στροφή στις ρίζες μας και στα ντόπια, αγνά προϊόντα είναι η απάντηση στην κρίση...». Ο Γιώργος Κωνσταντάτος είναι γενικός διευθυντής της εταιρείας που τον περασμένο Απρίλιο λάνσαρε στην παγκόσμια αγορά ένα τσάι με αυστηρά από την ελληνική φύση. Με νερό από πηγές της Νάουσας, βότανα (π.χ. τσάι του βουνού, χαμομήλι, λουίζα, μαραθόσπορο κ.ά.) από παραγωγούς της Κρήτης, της Μακεδονίας, της Πελοποννήσου και άλλων περιοχών και φυτική γλυκαντική στέβια από τη Μακεδονία, το ελληνικό τσάι εμπορεύεται στη Νάουσα σε ένα οικογενειακό εμπορικό που παράγει την περίφημη γκαζόζα και άλλα αναψυκτικά από το 1920. Πίνεται κρύο αλλά και ζεστό. «Από τον Ιπποκράτη μέχρι σήμερα τα βότανα βρίσκονται στην καθημερινότητα των Ελλήνων. Όλοι έχουμε

παι από τη γιαγιά ή τον παπού μας ένα τσάι του βουνού», σημειώνει ο κ. Κωνσταντάτος. Η εταιρεία του ήταν εισαγωγική κι έφερνε κυρίως ζαχαρώδη προϊόντα, όπως γλυκιστήρια, καραμέλες, σοκολάτες. Βλέποντας την εσωτερική αγορά να συρρικνώνεται αποφάσισε να αλλάξει κατεύθυνση και να στραφεί στις εξαγωγές, παράγοντας ένα δικό της ελληνικό προϊόν. «Είμαστε ήδη σε διαδικασία συμφωνιών για εξαγωγές σε Γερμανία, Ρωσία, Σερβία, Σλοβενία και Ιταλία. Θέλουμε να επεκταθούμε και σε άλλες χώρες», λέει ο κ. Κωνσταντάτος και προσθέτει: «Μέσα σε κάθε κρίση υπάρχουν ευκαιρίες. Χρειάζεται υπομονή και χρόνο. Οι Έλληνες είμαστε εργατικοί, δημιουργικοί και μπορούμε να κάνουμε σπουδαία πράγματα. Αρκεί να βρούμε τις σωστές κατευθύνσεις»...

■ ■ ■
«Οι Έλληνες είμαστε εργατικοί, δημιουργικοί και μπορούμε να κάνουμε σπουδαία πράγματα. Αρκεί να βρούμε τις σωστές κατευθύνσεις», τονίζει ο Γ. Κωνσταντάτος



ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΒΕΡΔΕ

120 χώρες λύνουν τη νέα «έκδοση» του κύβου του Ρούμπικ

«Από τότε που ήμουν μικρός θυμάμαι τον μόνιμο καθάρι του μπαμπά και της μαμάς: άσε τον κύβο κάτω... Ο 36χρονος Κωνσταντίνος Βερδές μεγάλωσε παίζοντας με τον κύβο του Ρούμπικ, φανατικός χρήστης του οποίου ήταν ο πατέρας του, Παναγιώτης.

«Η ιστορία ξεκινά το 1985, όταν ο πατέρας μου προσπαθούσε να επεκτείνει τον κύβο του Ρούμπικ και συνέλαβε μια ιδέα. Τη σχεδίασε και την κλειδωσε σε ένα συρτάρι». Μετά 20 χρόνια ο πατέρας, που είναι τοπογράφος μηχανικός, έδειξε την ιδέα στον γιο, που είχε πλέον σπουδάσει το ίδιο.

Εκείνος αντιλήφθηκε την καινοτομία και αποφάσισε να προχωρήσουν την ιδέα επαγγελματικά. Το 2004 εξασφάλισαν δίπλωμα ευρεσιτεχνίας από τον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας και μέχρι το 2008 κατοκύρωσαν την ιδέα τους σε 51 χώρες σε όλο τον κόσμο.

«Το παιχνίδι μας έχει

φτάσει σε πάνω από 120 χώρες και η ζήτηση αυξάνεται κάθε χρόνο». Ως Έλληνες εξαγωγείς αντιμετωπίζουν, ωστόσο, έντονη δυσπιστία.

«Οι ξένοι δυσκολεύονται να εμπιστευτούν μια ελληνική επιχείρηση. Οποιοσ επενδύει, θέλει να ξέρει τι θα γίνει αύριο σε αυτή τη χώρα»...

Ο κύβος του Παναγιώτη Βερδέ έχει κερδίσει ελληνικά και διεθνή βραβεία, ενώ αναδείχτηκε ως η πιο καινοτομική επιχείρηση για το 2010 από τη Γ. Γ. Ερευνας και Τεχνολογίας. «Στην Ελλάδα δεν πάσχαμε από καινοτόμες ιδέες. Έχουμε το δυναμικό, αλλά δεν το αξιοποιούμε. Η καινοτομία πρέπει να χρηματοδοτείται με μεγαλύτερη ευελιξία, όπως συμβαίνει σε άλλες χώρες. Εμείς κάναμε ό,τι κάναμε με δικά μας χρήματα»...