



Δελτίο Τύπου

Το τρίπτυχο για την επιτυχημένη αύξηση των Ελληνικών Εξαγωγών στις ΗΠΑ είναι: Συνεργασία – Ομαδικό Πνεύμα – Οργάνωση Export USA Forum 2016

Αθήνα, 06.12.16 – Το Τμήμα Trade USA του Ελληνο-Αμερικανικού Εμπορικού Επιμελητηρίου υπό την αιγίδα του Υπουργείου Εξωτερικών και του Συνδέσμου Εισαγωγέων Βορείου Ελλάδος διοργάνωσε στο ξενοδοχείο Μεγάλη Βρετανία, το πρώτο **Export USA Forum 2016** για την ενημέρωση και οργάνωση των **Ελληνικών επιχειρήσεων** με στόχο την **επιτυχημένη διείσδυση** τους στην **Αμερικανική αγορά**.

Ο Πρόεδρος του Ελληνο-Αμερικανικού Εμπορικού Επιμελητηρίου, κ. **Σίμος Αναστασόπουλος** τόνισε ότι ο σημαντικότερος **ρόλος** του **Επιμελητηρίου** είναι να **συμμετέχει** και να **συντονίζει** ως ένα **βαθμό** την **εθνική** προσπάθεια **εξωστρέφειας** προς τις **ΗΠΑ**. Χαρακτηριστικά δήλωσε: “Σήμερα μέσα από τις πολλαπλές συνεργασίες και τις οργανωμένες υπηρεσίες του, το Επιμελητήριο **αποτελεί** την **κύρια πύλη εισόδου των ελληνικών επιχειρήσεων στην αμερικανική αγορά**”. Για την υλοποίηση των στόχων αυτών το Επιμελητήριο διαθέτει την **Επιτροπή εξαγωγικού εμπορίου** και ένα **εσωτερικό οργανισμό παροχής ενημέρωσης και διευκόλυνσης των επιχειρήσεων (Trade USA)** που επιθυμούν να ενημερωθούν για την αγορά των ΗΠΑ.

Συγκεκριμένα δήλωσε: “Ο μηχανισμός αυτός θα μπορεί να διεξάγει συγκεκριμένες μελέτες για προϊόντα και τοπικές αγορές στις ΗΠΑ καθώς και να προωθεί αποτελεσματικά τις ελληνικές εταιρίες μέσω στοχευμένων επιχειρηματικών αποστολών και συμμετοχών σε ειδικές εκθέσεις αλλά και να παρέχει υψηλό επίπεδο εξατομικευμένων υπηρεσιών προς τους επίδοξους εξαγωγείς. Στόχος μας είναι να απαντήσουμε μέσω της υπηρεσίας Trade USA στην ανάγκη συνεχόμενης υποστήριξης των επιχειρήσεων στην αγορά των ΗΠΑ και για το σκοπό αυτό επιδιώκουμε τη συνεργασία και τη συμβολή της πολιτείας για ένα ολοκληρωμένο και επιτυχημένο αποτέλεσμα”. Συνεργασία – Ομαδικό Πνεύμα – Οργάνωση σύμφωνα με τον κ. Αναστασόπουλο είναι το τρίπτυχο της επιτυχίας για να υπάρξει αυτή η προσπάθεια στην ιδιαίτερα απαιτητική αγορά των ΗΠΑ και θα πρέπει να σχεδιαστεί με τη συμβολή της Ελληνικής Κυβέρνησης, του ιδιωτικού τομέα και των διμερών επιμελητηρίων.

Ο Γενικός Γραμματέας του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης, κ. **Ηλίας Ξανθάκος** κατά τη διάρκεια του χαιρετισμού του, υπογράμμισε ότι οι **ελληνικές εξαγωγές αποτελούν δυναμικό τομέα της οικονομίας** μας και ότι με τη συνεργασία και την υπομονή όλων είναι βέβαιο ότι οι ελληνικές εξαγωγές θα έχουν **συνεχή ανοδική πορεία**. Συγκεκριμένα δήλωσε: “ Για την **Κυβέρνηση η παρουσία Ελληνικών επιχειρήσεων στις ΗΠΑ** είναι πολύ **σημαντικό ζήτημα**. Ιδιαίτερα, μάλιστα, η μεγαλύτερη ανάπτυξη των εξαγωγών, δεδομένου ότι: (α) η αγορά των ΗΠΑ είναι η μεγαλύτερη καταναλωτική αγορά του κόσμου, (β) η Ελλάδα έχει καλό brand name στις ΗΠΑ και διαθέτει προϊόντα με τα οποία μπορεί να κατακτήσει ακόμα και εκείνη την απαιτητική αγορά, (γ) οι ελληνικές εξαγωγές προς τις ΗΠΑ σήμερα κατέχουν ένα μικρό ποσοστό του συνόλου, άρα υπάρχουν μεγάλα περιθώρια βελτίωσης”.

Όπως συμπλήρωσε: “Αναγνωρίζοντας τη σημασία των εξαγωγών, στο Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης έχουμε διαμορφώσει ένα - Σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη των εξαγωγών - το οποίο ήδη υλοποιείται και περιλαμβάνει άμεσες παρεμβάσεις για: (α) την ενίσχυση της πληροφόρησης και της γνώσης μέσω της δημιουργίας πληροφοριακού συστήματος και διαδικτυακής πύλης εξωστρέφειας, (β) την ενδυνάμωση των δομών και λειτουργιών της Οικονομικής Διπλωματίας και (γ) τη διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού συστήματος διοίκησης για την ανάπτυξη συνεργειών προώθησης της εξωστρέφειας”.

Η πρακτική προσέγγιση του Forum ξεκίνησε με τον κ. **Δημήτρης Καραβασιλή**, της DK Consultants, ο οποίος ξεκινώντας με την ανασκόπηση του διμερούς εμπορίου μεταξύ Ελλάδας και ΗΠΑ από το 2005, κατέστησε σαφές ότι οι Ελληνικές επιχειρήσεις, με έμφαση από το 2011, έχουν αυξήσει την εξαγωγική τους δραστηριότητα προς τις ΗΠΑ. Τόνισε ιδιαίτερα ότι τα Ελληνικά προϊόντα που εξάγονται προς τις Ηνωμένες Πολιτείες είναι ο σίδηρος/ατσάλι, δομικά υλικά κυρίως τσιμέντο, μεταλλικά εξαρτήματα, ηλεκτρικές συσκευές και εξαρτήματα καθώς και λαχανικά και φρούτα. Ανέδειξε τους ανερχόμενους τομείς της Αμερικανικής αγοράς όπως τα δομικά υλικά, προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, φαρμακευτικά είδη, ηλεκτρονικό εμπόριο και την ποικιλία διατροφικών τάσεων λόγω της πολύ-πολιτισμικότητας.

Στη συνέχεια πραγματοποίησε μία περίληψη των θεμάτων που θα αναλυθούν περαιτέρω μαζί με τους υπόλοιπους ομιλητές αναφορικά με τους Κλάδους Τροφίμων-Ποτών και Δομικών Υλικών-Κατασκευών. Συγκεκριμένα, στον Κλάδο των Δομικών Υλικών ανέφερε πως η συνολική αξία της βιομηχανίας ανέρχεται \$1.09 δις για το 2016 με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 5.2%.

Ταυτόχρονα, στη βιομηχανία Τροφίμων-Ποτών παρόλο που το μεγαλύτερο μερίδιο καταλαμβάνει ο τομέας του γρήγορου φαγητού, υπάρχει μια έντονα διαφαινόμενη τάση για ανεύρεση πιο υγιεινών λύσεων. Η αγορά των εστιατορίων fast casual κατά το διάστημα 1999-2014 επεκτάθηκε κατά 550%. Για το 2014, εκτιμάται ότι οι Αμερικανοί καταναλωτές ξόδεψαν περισσότερα από \$21 δις σε εστιατόρια fast casual. Ο μέσος Αμερικανός πολίτης δαπανά το 6,4% του εισοδήματός του, ήτοι \$2.392 για φαγητό εκτός σπιτιού. Οι σύνθετες επιλογές είναι αλυσίδες ανεξάρτητων εστιατορίων ή εστιατορίων πλήρους εξυπηρέτησης (Full Service Restaurants/FSRs), αλυσίδες εστιατορίων περιορισμένης εξυπηρέτησης (Limited Service Restaurants/LSRs), εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης (Quick service restaurants/QSRs) τα επονομαζόμενα και fast-food καθώς και εστιατόρια fast-casual. Οι διατροφικές συνήθειες τείνουν στην κατανάλωση προϊόντων χωρίς γλουτένη, πλούσια σε ασβέστιο και άλλα παρόμοια προϊόντα. Οι Ελληνικές εξαγωγές τροφίμων κυρίως αφορούν ελιές, ροδάκινα, ελαιόλαδο, τυριά, λαβράκι, κρασιά, κατεψυγμένα φρούτα και πιπεριές συσκευασμένες/διατηρημένες.

Έπειτα, το πάνελ «Διείσδυση στην Αμερικανική Αγορά Τροφίμων» ανέλυσε ένα θεωρητικό case study μιας εταιρίας παραγωγής λουκάνικων σχετικά με ποια στρατηγική θα πρέπει να ακολουθήσει για να «ανοίξει» την αγορά. Αναλυτικότερα, η κα **Trish Pohanka**, μέλος Δ.Σ., **Specialty Food Association** ο κ. **Άρης Κεφαλογιάννης**, Διευθύνων Σύμβουλος, GAEA Products και ο κ. **Demetri Kafchitsas**, Πρόεδρος, PanGregorian Association, ανέφεραν τη σημαντικότητα της διαφοροποίησης του προϊόντος όσο αφορά τον ανταγωνισμό. Η σωστή έρευνα αγοράς, συμπεριλαμβανομένου των τάσεων της, η εύρεση του αγοραστικού κοινού, η κατανόηση του νομοθετικού περιβάλλοντος και η χάραξη της σωστής στρατηγικής είναι από τα βασικά στοιχεία της σωστής προετοιμασίας της επιχείρησης. Η σωστή οργάνωση και σχεδιασμός θα αποφέρει τον κατάλληλο συνεργάτη στις ΗΠΑ όπου είναι το κλειδί της επιτυχίας. Οι ρεαλιστικές προσδοκίες, η συνεργασία με τον Αμερικανό εταίρο, η σωστή επικοινωνία και εκπαίδευση και το δίπτυχο επιμονή - υπομονή είναι μερικά από τα στοιχεία που θα πρέπει να την διέπουν.

Ο κ. **David Lennarz**, Αντιπρόεδρος REGISTAR Corp ανέλυσε τους νέους κανονισμούς του U.S. FDA και πως η Registrar Corp με τη συνεργασία της με το Τμήμα TradeUSA του Επιμελητηρίου θα συνεχίσουν να υποστηρίζουν και να καθοδηγούν τις επιχειρήσεις προσδίδοντας ένα μανδύα προστασίας.

Ο κ. **Louis Katsos**, Πρόεδρος Jekmar Associates παρουσίασε τις προοπτικές της Βιομηχανίας Δομικών Υλικών και Κατασκευών της Νέας Υόρκης καθώς και τις τάσεις της αγοράς, αναλύοντας εις βάθος τα στοιχεία του κ Καραβασιλή. Αναλυτικότερα ανέφερε πως ανεξαρτήτως οικονομικής κρίσης, η αγορά της Νέας Υόρκης είναι φερέγγυα και ανοιχτή σε νέες συνεργασίες. Οι επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για τη συγκεκριμένη αγορά θα πρέπει να κατανοήσουν τη σοβαρότητα και τα ποιοτικά πρότυπα για να είναι ανταγωνιστικοί. Η εταιρίες Prisma Glass και ETEM παρουσίασαν την εμπειρία τους από την αγορά, η οποία ξεκίνησε από την επιχειρηματική αποστολή που διοργάνωσε το TradeUSA το 2015, και κατέληξε σε επιτυχημένες συνεργασίες για τις εταιρίες.

Όλων των ειδών οι επιχειρήσεις θα ήταν σωστό να έχουν φερέγγυες συνεργασίες με εταιρίες όπως η Atradius Credit Insurance, Eurobank, GS1 Association Ελλάδας και ZIA Insurance, καθώς έτσι θωρακίζονται και αποκτούν διαπραγματευτική δύναμη για το κλείσιμο εμπορικών συμφωνιών. Αυτό συμβαίνει διότι η σωστή προετοιμασία δεν αφορά μόνο την παραγωγή του προϊόντος αλλά και το καθορισμό του τρόπου σωστής παράδοσής του στον Αμερικανό συνεργάτη. Καλύπτοντας όλες τις πιθανές επιπλοκές ή όποιο άλλο ενδεχόμενο προσδίδει ασφάλεια και ευκολύνει τις εμπορικές συναλλαγές.

Ανάγκη καλλιέργειας πνεύματος συνεργατισμού και συνεργειών μεταξύ των εταιρειών που θα θελήσουν να δραστηριοποιηθούν στην τεράστια αλλά και συνάμα πολύ ανταγωνιστική αγορά των ΗΠΑ ήταν το απόσταγμα της συζήτησης στο πλαίσιο της ενότητας «Greek Branding». Η κυρία **Αλεξάνδρα Χαζάπη-Πίττα**, Διευθύνουσα Σύμβουλος της Αττικής Μελισσοκομικής Εταιρείας Αλέξανδρος Πίττας ΑΕΒΕ, εξήγησε πώς τα προϊόντα της εταιρείας τους, που δραστηριοποιείται από τις αρχές της δεκαετίας του 1930 στην αγορά των ΗΠΑ και όχι μόνον, διατηρούν τη θέση τους στα ράφια. Τόνισε ότι τηρούν απαρέγκλιτα όπου κι αν δραστηριοποιούνται τις εξής αρχές: αγάπη για το προϊόν, άριστη ποιότητα, άριστη συνεργασία με τους πελάτες και τους παραγωγούς, σεβασμό στον καταναλωτή και συνεχή πρωτοπορία και εκσυγχρονισμό. Ο κύριος **Βελισσάριος Δότσης**, Διευθύνων Σύμβουλος της Enterprise Greece, έδωσε το πλαίσιο λειτουργίας του οργανισμού και τόνισε ότι οι προσπάθειές τους επικεντρώνονται στο να υπερκεραστούν οι δύο βασικοί λόγοι — διάσπαση των προσπαθειών χωρίς συνεκτική στρατηγική και έλλειψη υποστηρικτικού μηχανισμού— στους οποίους οφείλεται η μη επίτευξη του στόχου ενός ισχυρού ελληνικού brand name, παρότι υπάρχουν όλες οι προϋποθέσεις. Ο κύριος **Απόστολος Ντιγκμπασάνης** του Υπουργείου Εξωτερικών μετέφερε τις εμπειρίες του από την εξαετή υπηρεσία του ως εμπορικός εκπρόσωπος στη Νέα Υόρκη και τόνισε ότι η κατανόηση των αναγκών της αγοράς που θέλει μια επιχείρηση να δραστηριοποιηθεί, καθώς και η ανάπτυξη ενός προφίλ φερεγγυότητας, είναι βασικές παράμετροι που πρέπει να λαμβάνουμε πηγαίνοντας στις αγορές του εξωτερικού. Ο κύριος **Κυριάκος Λουφάκης**, Πρόεδρος του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος ανέδειξε τα πλεονεκτήματα της δημιουργίας clusters και σημείωσε ότι ο ρόλος των συνεργατικών σχημάτων ενισχύεται από την αύξηση της παγκοσμιοποίησης των αγορών και της τάσης της εισροής των πόρων σε πιο ελκυστικές περιοχές και ανέφερε ότι αυτά τα σχήματα έχουν ήδη αποτελέσει πετυχημένες λύσεις για τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας σε πολλές χώρες της ΕΕ. Ο κ. **Γιάννης Περλεπές**, Γενικός Διευθυντής της εφημερίδας Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, ο οποίος συντόνισε τη συγκεκριμένη ενότητα τόνισε ότι όλα τα προϊόντα που πηγαίνουν σε ξένες αγορές εξ ορισμού «κουβαλούν» το brand «Ελλάδα» μαζί τους.

<http://www.amcham.gr/>



- Τέλος -

Για οποιαδήποτε βοήθεια ή διευκρίνηση παραμένω στην διάθεσή σας

Υπεύθυνη Γραφείου Τύπου Ελληνο-Αμερικανικού Εμπορικού Επιμελητηρίου

Ηλιάς Γεραφέντη

210 6450051 - 697 0808764

eliasg@one9six.com