

Αλκιβιάδης Καλαμπόκης: Οι εξαγωγείς θα πρέπει να επαναπροσδιορίσουν τους στόχους τους



Ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κρήτης ιδρύθηκε το Δεκέμβριο του 1994, με πρωτοβουλία των επιχειρηματιών και εξαγωγέων της Κρήτης και με τη συνεργασία και την υποστήριξη της Περιφέρειας Κρήτης, του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου, του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος και των Επιμελητηρίων της Κρήτης. Η δράση του είναι αναμφισβήτητη γνωστή και το έργο του αναγνωρισμένο από όλους τους φορείς που δραστηριοποιούνται στο εξαγωγικό εμπόριο. Σήμερα αριθμεί 160 κρητικές εξαγωγικές επιχειρήσεις – μέλη, που δραστηριοποιούνται στους κλάδους των Τροφίμων – Ποτών, Φυσικών καλλυντικών, Δομικών υλικών, Λαϊκής Τέχνης κ.α.





Κύριο όραμα και πρόταση του ΣΕΚ από την ίδρυσή του ήταν η συνένωση των δυνάμεων των εμπλεκόμενων φορέων της Κρήτης, για την ανάδειξη των δυνατών περιφερειακών χαρακτηριστικών του νησιού. Οι συντεταγμένες και συντονισμένες προωθητικές δράσεις σε επίπεδο Περιφέρειας, απόλυτα στηριζόμενες σε πρακτικές Regional Marketing, λειτουργούν θετικά και πολλαπλασιαστικά για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, δίνοντάς τους προστιθέμενη αξία.

Το μεγαλύτερο επίτευγμα του ΣΕΚ, λοιπόν, ήταν η πρώτη ενωμένη και συντεταγμένη παρουσία των Κρητικών εξαγωγικών επιχειρήσεων σε μεγάλα εκθεσιακά γεγο-

νότα του εξωτερικού, κάτω από την επωνυμία Region of Crete, και μάλιστα σε μια περίοδο που δεν υπήρχε καν ο αιρετός θεσμός της Περιφέρειας. Το μοντέλο ενιαίας παρουσίας έχει υλοποιηθεί επιτυχώς σε μεγάλες διεθνείς εκθέσεις τροφίμων – ποτών (ANUGA, SIAL, GULFOOD, FANCY FOOD κ.α.), προσελκύνοντας πλειάδα εμπορικών συνεργατών που ενδιαφέρονται για τα κρητικά προϊόντα. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα τη διαμόρφωση μιας νέας εξαγωγικής κουλτούρας και τη διεύρυνση της εξαγωγικής βάσης της Περιφέρειας Κρήτης, με τελικό θετικό πρόσημο τη συνεχιζόμενη αύξηση των Κρητικών εξαγωγών.

Πλέον όλες οι Περιφέρειες της Ελλάδας κινούνται με αυτή τη λογική, χρησιμοποιώντας όλα τα πλεονεκτήματα του Περιφερειακού Marketing. Έτσι, αναδεικνύονται τα ξεχωριστά πλεονεκτήματα της κάθε Περιφέρειας, η εικόνα των Περιφερειών είναι καλύτερη, άρα και η εικόνα συνολικά της Ελλάδας είναι καλύτερη.

Η αύξηση των εξαγωγών αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ανάκαμψη της Ελληνικής οικονομίας. Τα ελληνικά προϊόντα υψηλής παραγωγικής ποιότητας αλλά και διατροφικής αξίας πρέπει να αναδείξουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα για να αποκτήσουν την αναγνώριση και τη φήμη που τους αρμόζει τόσο στην εσωτερική αγορά, όσο και σε τρίτες χώρες. Η ποιότητα όμως ενός προϊόντος δεν αρκεί, κι αυτό αποτελεί ακόμα ένα επίτευγμα του ΣΕΚ, ότι άλλαξε τη νοοτροπία των εξαγωγικών επιχειρήσεων και πλέον βλέπουμε ότι επενδύουν σε νέες μοντέρνες συσκευασίες, διεθνείς πιστοποιήσεις όπως το IFS, BRC κ.α., νέες παραγωγικές μονάδες, στις νέες τάσεις της παγκόσμιας αγοράς, τη συμμετοχή σε εκθέσεις κ.α.



Ταυτόχρονα, επιπρόσθετη αξία προσδίδουν οι βιολογικές καλλιέργειες και τα πιστοποιημένα προϊόντα ΠΟΠ & ΠΓΕ. Με το συνδυασμό των παραπάνω οι επιχειρήσεις αποκτούν καλύτερο εξαγωγικό προφίλ, οδηγώντας στην πραγματική παραγωγική διαδικασία, στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην αύξηση του εθνικού πλούτου, δηλαδή στην ανάπτυξη της χώρας μας.

Ωστόσο, οι προσπάθειες για την καθιέρωση ενός προϊόντος στο εξωτερικό δεν σταματούν στα παραπάνω. Μεγάλη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στο εθνικό branding, το οποίο κατά τις εξαγωγές έχει εξίσου μεγάλη σημασία με αυτό που πραγματικά παράγεται και πωλείται. Η καλή εικόνα επηρεάζει ολόένα και περισσότερο την απόφαση της αγοράς (μέσω συναισθήματος) και οι χώρες αποκτούν “brand value” (π.χ. Made in Greece). Η ενίσχυση της εικόνας των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός πίεσης προς τις ξένες αλυσίδες που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας για την

είσοδο των ελληνικών προϊόντων σε αυτές. Για τη δημιουργία του εθνικού branding είναι απαραίτητος ο συντονισμός σε εθνικό επίπεδο όλων των εμπλεκόμενων στην εξωστρέφεια, συμπεριλαμβανομένου δηλαδή και του Τουρισμού.

Μια ανάλογη προσπάθεια σε περιφερειακό επίπεδο έκανε η Αγροδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης με το σήμα «ΚΡΗΤΗ». Το σήμα ΚΡΗΤΗ είναι ένα επιπρόσθετο σήμα των ατομικών σημάτων της εκάστοτε εταιρείας που πιστοποιεί ότι το συγκεκριμένο προϊόν είναι κρητικής προέλευσης και τηρεί τους αυστηρούς κανόνες παραγωγής, συσκευασίας, αποθήκευσης και μεταφοράς που έχει ορίσει η Αγροδιατροφική Σύμπραξη για την απόκτηση του σήματος.

Η εξέλιξη της εικόνας των αγροτικών προϊόντων ευθύνεται στο μεγαλύτερο βαθμό για την σταθερή αύξηση των ελληνικών εξαγωγών. Η ενίσχυση του αγρο-

τικού τομέα με στοχευμένες προωθητικές ενέργειες του κλάδου, που θα χρηματοδοτούνται με αυστηρά κριτήρια από Ελλάδα και Ευρώπη, θα βοηθήσει στην αύξηση των ποσοστών εξαγωγικών συναλλαγών φέρνοντας τα επιθυμητά αποτελέσματα στην ελληνική οικονομία.

Η Κρήτη ως περιφερειακός πόλος εξαγωγικής ανάπτυξης έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της ελληνικής εξωστρέφειας. Επίσης, ως γαστρονομικός αγροτουριστικός προορισμός, συνεισφέρει σ' ένα μεγάλο μέρος του συνολικού ποσοστού του αγροτικού τομέα ετησίως. Δε θα πρέπει όμως να μείνει απαρατήρητο ότι η Κρήτη δεν αποτελεί μόνο περιφέρεια εξαγωγών αγροτικών προϊόντων. Στο νησί δραστηριοποιούνται κορυφαίες εταιρείες παραγωγής και μεταποίησης βιομηχανικών προϊόντων, όπως είναι τα πλαστικά, με παγκόσμια εξαγωγική δράση. Κάποια από τα προϊόντα αυτών των εταιρειών είναι

παγκοσμίως πατενταρισμένα και εμπεριέχουν καινοτόμες ιδέες, εφαρμοσμένες στην παραγωγική διαδικασία με όφελος στον τελικό χρήστη.

Τον τελευταίο χρόνο αντιμετωπίζουμε μια κατάσταση πρωτόγνωρη, η οποία έχει σημαντικές συνέπειες, και ήρθαμε αντιμέτωποι με μια νέα πρόκληση. Η επίδραση στην οικονομία μας, μια οικονομία ήδη επιβαρυσμένη από μια κρίση πολλών ετών, είναι πολύ μεγάλη και θα πρέπει να παρθούν όλα τα αναγκαία μέτρα για την ενίσχυση των επιχειρήσεων.

Ένα φαινόμενο που δημιουργήσε η πανδημία και παρατηρείται έντονα παγκοσμίως είναι μια συνεχώς αυξανόμενη ανάγκη για σωστή, υγιεινή διατροφή. Πολλοί καταναλωτές αλλάζουν τις διατροφικές τους συνήθειες και αναζητούν προϊόντα αναβαθμισμένου ποιοτικού προφίλ. Προτιμούν προϊόντα πιστοποιημένα, ασφαλή, με σταθερή γεύση και αξία.





Με γνώμονα αυτό, οι εξαγωγείς θα πρέπει να ενεργοποιήσουν όλες τους τις δυνάμεις και να επαναπροσδιορίσουν τους στόχους τους. Πρέπει να δημιουργηθούν βραχυπρόθεσμες στρατηγικές, πιο τεχνοκρατικές, με συγκεκριμένους στόχους και μετρήσιμα αποτελέσματα. Πρέπει να προσδιοριστούν οι αγορές – στόχοι και οι διατροφικές ανάγκες που δημιουργούν τα νέα διατροφικά πρότυπα, με την παράλληλη διατήρηση των παραδοσιακών αγορών που έχουν ήδη κατακτηθεί. Η ποιοτική ανωτερότητα των προϊόντων μας μπορεί να καλύψει τις νέες ανάγκες και έτσι ανοίγει ένα παράθυρο ελπίδας για τον τομέα των εξαγωγών μας. Βλέπουμε λοιπόν ότι ναί μεν οι δυσκολίες είναι πολλές, αλλά κάθε κρίση σαφώς και δημιουργεί νέες ευκαιρίες ανάπτυξης.

Παράλληλα, οι Κρητικές εξαγωγικές επιχειρήσεις πρέπει να κερδίσουν το στοιχείο της μετάβασης στην ψηφιακή εποχή που έχει επιβάλλει ραγδαία η πανδημία στην καθημερινότητά μας. Πιο συγκεκριμένα, η συμμετοχή σε ψηφιακές εκθέσεις,

η παρουσία των Κρητικών επιχειρήσεων σε όλα τα σύγχρονα κοινωνικά και επαγγελματικά δίκτυα, η ψηφιοποίηση πολλών από τις μέχρι πρότινος καθημερινές εργασίες, πρέπει να αποτελέσουν εφόδια των επιχειρήσεων για την πλήρη προσαρμογή τους στη νέα ψηφιακή πραγματικότητα.

Εξετάζοντας τα στοιχεία των εξαγωγών της Κρήτης για το 2020, αισιοδοξία φέρνει το γεγονός ότι παρατηρήθηκε θετικό πρόσημο, για πρώτη φορά μετά το 2015. Συγκεκριμένα, η αύξηση αγγίζει το 13,8% σε αξία και το 9,2% σε ποσότητα, με τις εξαγωγές να φτάνουν τα 463,2 εκ. ευρώ, έναντι των 406,9 εκ. ευρώ το περυσινό αντίστοιχο διάστημα.

Μετά από μια 4ετή συνεχόμενη πτώση, το θετικό αυτό πρόσημο στις Κρητικές εξαγωγές αποτελεί ένα ελπιδοφόρο μήνυμα για την επιχειρηματικότητα του τόπου μας. Παρά τις αντίξοες συνθήκες, την υγειονομική και οικονομική κρίση, οι επιχειρήσεις κατάφεραν να ανεβάσουν ψηλά τον πήχη και η Κρήτη, ως Περιφερειακός

Μεγάλη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στο εθνικό branding, το οποίο κατά τις εξαγωγές έχει εξίσου μεγάλη σημασία με αυτό που πραγματικά παράγεται και πωλείται

πόλος εξαγωγικής ανάπτυξης, εξακολουθεί να παίζει σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της ελληνικής εξωστρέφειας.

Για την ενίσχυση αυτής της προσπάθειας των εξαγωγέων, από πλευράς της Κυβέρνησης θα πρέπει να υπάρξουν ειδικά προγράμματα ενίσχυσης της ρευστότητας των εξαγωγικών επιχειρήσεων και χρηματοδότηση των δράσεων εξωστρέφειας. Απαραίτητη είναι η διάχυση και διασπορά των ευρωπαϊκών προγραμμάτων που απευθύνονται στις εξαγωγές με βάση την πραγματική παραγωγική διάρθρωση της χώρας και η έμμεση χρηματοδότηση μέσω φορολογικών απαλλαγών για δαπάνες έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης. Η απαλοιφή της γραφειοκρατίας των κατά τόπους Δ.Ο.Υ. για την επιστροφή του εξαγωγικού Φ.Π.Α είναι ένα κίνητρο για τις εξαγωγικές επιχειρήσεις.

Αυτή η κρίσιμη στιγμή δεν μας επιτρέπει να επαναλάβουμε τα λάθη του παρελθόντος, αλλά θα πρέπει να τα μελετήσουμε, να εξετάσουμε τα σωστά παραδείγματα από τις ανταγωνίστριες χώρες, να προσαρμόσουμε, να είμαστε ευέλικτοι και να δούμε πώς αυτό μπορεί να αποτυπωθεί τελικά σε πράξεις. **Πιστεύουμε ότι τώρα είναι πιο απαραίτητο από ποτέ για την κυβέρνηση και τους εξαγωγείς να ενώσουν τις δυνάμεις τους και να συνεργαστούν προ-**

κειμένου να ενισχύσουν τις εξαγωγές, να δημιουργήσουν ένα διεθνώς αναγνωρισμένο brand – name για την Ελλάδα και να τονωθεί η οικονομία μας.

Η διαρκής ενημέρωση, η ανταλλαγή απόψεων με μοναδικό γνώμονα την ανάπτυξη της εξωστρέφειας των εξαγωγικών επιχειρήσεων και την προώθηση των Κρητικών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού, είναι καθημερινή πρακτική του Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης. Ο ΣΕΚ, κατά τη διάρκεια των 25 ετών λειτουργίας του, οργανώνει επιτυχώς δράσεις για την προβολή των Κρητικών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού και την καθιέρωση της παραδοσιακής Κρητικής διατροφής στην καθημερινότητα των ξένων καταναλωτών και αναζητά συνεχώς ευκαιρίες για νέες επιχειρηματικές συναλλαγές των Κρητών εξαγωγέων για την ενίσχυση του εξαγωγικού εμπορίου του νησιού.

Η χάραξη εξαγωγικών στρατηγικών με κύριο άξονα την ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων και των ποιοτικών ιδιαιτεροτήτων του συνόλου των προϊόντων της κάθε Περιφέρειας, αποτελεί μονόδρομο κι εμείς στο ΣΕΚ με τις μικρές δυνάμεις μας, έχουμε αποδείξει ότι αν υπάρχει θέληση, όραμα αλλά και επιμονή ο στόχος μπορεί να γίνει πράξη. ■