



ΕΛΛΗΝΙΚΗ  
ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



-1980-

---

**ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΚΕΕΕ & ΕΒΕΑ, κ. Κ. ΜΙΧΑΛΟΥ,  
ΣΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΠΟΥ ΔΙΟΡΓΑΝΩΝΕΙ ΤΟ ΕΒΕΑ ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ  
DIVANI CARAVEL ΜΕ ΘΕΜΑ: «ΠΡΟΪΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ! ΔΥΝΑΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΚΑΙ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ»  
(13.3.2013)**

«Με χαρά σας καλωσορίζουμε στο συνέδριο με θέμα τη σημασία των ελληνικών προϊόντων για την ανάπτυξη και την εξωστρέφεια της εθνικής μας οικονομίας.

Πρόκειται για μια πρωτοβουλία που υλοποιείται από την Εταιρεία Ανάπτυξης και Προόδου του ΕΒΕΑ, υπό την αιγίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης και με την πολύτιμη επιστημονική υποστήριξη του Εργαστηρίου Μάρκετινγκ, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Στόχος της διοργάνωσης είναι να αποτελέσει ένα γόνιμο πεδίο διαλόγου, μεταξύ όλων όσοι εμπλέκονται στη διαδικασία παραγωγής και των αρμοδίων φορέων της πολιτείας, σχετικά με δύο εξίσου σημαντικά ζητήματα. Το πρώτο, αφορά τα κριτήρια που καθορίζουν την ελληνικότητα των προϊόντων και της παραγωγής.

Στη διάρκεια της τελευταίας διετίας, παράλληλα με την επιδείνωση της κρίσης, έχουμε δει να ενδυναμώνεται η τάση των καταναλωτών να αγοράζουν ελληνικά προϊόντα, στηρίζοντας την ελληνική παραγωγή. Η πεποίθηση που έχει καλλιεργηθεί στο καταναλωτικό κοινό είναι ότι με τον τρόπο αυτό συμβάλλει στην επιβίωση της ελληνικής οικονομίας και στη στήριξη της απασχόλησης, σε μια δύσκολη συγκυρία.

Ήδη όλο και περισσότερες βιομηχανικές και τυποποιητικές αξιοποιούν αυτό το συγκριτικό πλεονέκτημα, προβάλλοντας επικοινωνιακά την ελληνικότητα της παραγωγής τους.

Είναι, ωστόσο, ανάγκη να διαμορφωθεί ένα συγκεκριμένο πλαίσιο προδιαγραφών βάσει των οποίων ένα προϊόν μπορεί να χαρακτηρίζεται και να προβάλλεται ως ελληνικό.

Ακαδημίας 6, 10671 Αθήνα, Τηλ: (210) 33.87.104 -106, Fax: 36.22.320,

e-mail: keeuahcci@otenet.gr, <http://www.uhc.gr>

---

Σήμερα, υπάρχουν επ' αυτού του θέματος διαφορετικές απόψεις.

Ο παράγοντας της ιδιοκτησίας, είναι σίγουρα ένα σημαντικό κριτήριο. Γιατί στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων, υποδηλώνει ότι τα κέρδη της επιχείρησης παραμένουν στη χώρα, επανεπενδύονται και παράγουν κοινωνικό προϊόν. Μια επιχείρηση ελληνικής ιδιοκτησίας είναι πιο πιθανό να διατηρήσει την παραγωγή της σε ελληνικό έδαφος, παρά τις δυσκολίες του οικονομικού περιβάλλοντος.

Από την άλλη όμως, υπάρχει η άποψη που θεωρεί εξίσου σημαντικούς παράγοντες όπως ο τόπος παραγωγής και η χρήση εγχώριων πρώτων υλών.

Πράγματι στην Ελλάδα λειτουργούν διεθνείς επιχειρήσεις, οι οποίες παράγουν τα προϊόντα τους εδώ, χρησιμοποιούν ελληνικές πρώτες ύλες, απασχολούν εργαζομένους, πραγματοποιούν επενδύσεις και συμβάλουν στην οικονομία, μέσω φόρων και εισφορών.

Επίσης, δεν πρέπει να αγνοείται και η περίπτωση αμιγώς ελληνικών επιχειρήσεων, οι οποίες παράγουν προϊόντα από πρώτες ύλες που δεν διατίθενται στην Ελλάδα και πρέπει αναγκαστικά να εισαχθούν.

Τέλος, αξίζει να επισημανθεί και το γεγονός ότι αρκετές διεθνείς επιχειρήσεις που δεν διέθεταν μέχρι τώρα παραγωγή στην Ελλάδα, αποφασίζουν να μεταφέρουν ένα τμήμα της εδώ, προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες της εσωτερικής αγοράς. Και σε αυτή την περίπτωση διακρίνουμε υπαρκτό όφελος για την ελληνική οικονομία.

Όλοι αυτοί οι παράγοντες θα πρέπει να ληφθούν υπόψη από το υπουργείο Ανάπτυξης και την Επιτροπή που έχει αναλάβει την εξειδίκευση και εφαρμογή της νομοθεσίας, σχετικά με τη χρήση του σήματος «ελληνικό προϊόν».

Γνωρίζουμε τις δυσκολίες που ενέχει αυτή η προσπάθεια. Είναι όμως σημαντικό να γίνει μια ολοκληρωμένη και σωστή επεξεργασία των κανόνων ανά κλάδο, με βάση τις ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά του. Σίγουρα, η διαδικασία αυτή θα πρέπει να στηριχθεί σε διαβούλευση και συνεργασία με τους φορείς της αγοράς.

Το ζητούμενο, όμως, για όλους είναι να υπάρξει προσανατολισμός προς τη σωστή κατεύθυνση. Να προχωρήσει αυτή η προσπάθεια, με γνώμονα όχι τόσο τον ανταγωνισμό για την αύξηση μεριδίων στο εσωτερικό της ελληνικής αγοράς, όσο την ενίσχυση της ελληνικής παραγωγής, της εξωστρέφειας και της παρουσίας των ελληνικών προϊόντων στη διεθνή αγορά.

Η εξωστρέφεια αποτελεί το δεύτερο σημαντικό πυλώνα της θεματολογίας αυτού του συνεδρίου. Γιατί η πραγματικότητα είναι ότι, ακόμα κι αν όλοι όσοι ζούμε στην Ελλάδα αρχίσουμε να καταναλώνουμε ελληνικά προϊόντα – με όποιο τρόπο κι τα ορίσουμε – η βελτίωση της κατάστασης στην ελληνική οικονομία θα είναι κατώτερη των προσδοκιών. Αυτό που απαιτείται για να αποκτήσει η χώρα μας αναπτυξιακή προοπτική, είναι να αυξηθεί η εξωστρέφεια της παραγωγής της. Η Ελλάδα χρειάζεται να παράγει περισσότερα προϊόντα, τα οποία θα εξάγονται και θα καταναλώνονται όχι μόνο εντός αλλά και εκτός των συνόρων της.

Πρόκειται για μια προσπάθεια που δεν ήταν ποτέ εύκολη, για πολλούς λόγους. Μεταξύ των κυριότερων είναι η αναπτυξιακή φιλοσοφία που επικράτησε τις περασμένες δεκαετίες στη χώρα – μια φιλοσοφία που ανέδειξε την κατανάλωση σε αποκλειστικό σχεδόν όχημα για τη μεγέθυνση του ΑΕΠ, οδηγώντας την παραγωγή στο περιθώριο. Εμπόδιο ήταν και είναι οι διαρθρωτικές αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας, που υποβαθμίζουν την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών: αδυναμίες όπως η υψηλή φορολογία, το υψηλό κόστος της ενέργειας, η γραφειοκρατία και η αναποτελεσματική δημόσια διοίκηση, κ.ά. Είναι επίσης το έλλειμμα κρίσιμης μάζας, που αντιμετωπίζουν ειδικά οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τόσο στην προσπάθεια να αποκτήσουν πρόσβαση σε καινοτομίες όσο και στην ανάπτυξη εξωστρεφούς δραστηριότητας.

Σε όλα αυτά τα προβλήματα, τα τελευταία χρόνια έχει προστεθεί και η έλλειψη ρευστότητας, η αδυναμία πρόσβασης στη χρηματοδότηση και το υψηλό κόστος δανεισμού - για όσες επιχειρήσεις καταφέρνουν ακόμη να δανειζονται. Υπάρχουν παραδείγματα εταιρειών που, για να συμμετάσχουν σε διεθνείς διαγωνισμούς προμηθειών, αναγκάστηκαν να καταβάλουν μετρητοίς την αξία των εγγυήσεων. Και βεβαίως μια εταιρεία που δανείζεται με τριπλάσιο κόστος σε σχέση με τους διεθνείς ανταγωνιστές της, είναι επόμενο να μειονεκτεί στην προώθηση των προϊόντων της.

Κι όμως, παρ' όλες τις αντίξοες συνθήκες, οι ελληνικές επιχειρήσεις πέτυχαν την τελευταία τριετία να πραγματοποιήσουν ένα μικρό εξαγωγικό θαύμα.

Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, το δεκάμηνο Ιανουαρίου – Οκτωβρίου 2012 η Ελλάδα σημείωσε την καλύτερη επίδοση στις εξαγωγές, μεταξύ των χωρών – μελών της Ευρωζώνης. Οι εξαγωγές της αυξήθηκαν κατά 13% και έφτασαν σε αξία τα 20,9 δισεκατομμύρια ευρώ, συμβάλλοντας έτσι στη μείωση του εμπορικού ελλείμματος κατά 5,5 δισεκατομμύρια ευρώ.

---

Σύμφωνα με την έκθεση Euro Plus Monitor, που δημοσιεύθηκε πρόσφατα, το τέταρτο τρίμηνο του 2012 οι εξαγωγές της Ελλάδας προς χώρες εκτός Ευρωζώνης αυξήθηκαν κατά 30,4%, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2011.

Αυτές οι επιδόσεις σίγουρα δεν είναι τυχαίες. Δείχνουν ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις αναζητούν διέξοδο και ευκαιρίες ανάπτυξης στις διεθνείς αγορές. Τολμούν να αναλάβουν πρωτοβουλίες και να επιδιώξουν συνεργασίες. Το σημαντικό όμως δεν είναι μόνο ότι τολμούν, είναι και ότι τα καταφέρνουν. Κι αυτό μπορεί να υποδηλώνει μόνο ένα πράγμα: ότι, ακόμα και μέσα σε αυτό το δύσκολο περιβάλλον, οι ελληνικές επιχειρήσεις πετυχαίνουν να διατηρούν υψηλή την ποιότητα και την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων τους. Πετυχαίνουν να διατηρούν την αξιοπιστία και τη συνέπειά τους απέναντι στους συνεργάτες τους, ακόμα κι αν αυτό απαιτεί τεράστιες προσπάθειες εκ μέρους τους.

Η εντυπωσιακή πορεία των ελληνικών εξαγωγών το τελευταίο διάστημα, δεν οφείλεται σε μεταφυσικούς παράγοντες. Αυτό που περιγράφουμε ως «θαύμα» είναι αποτέλεσμα σκληρής δουλειάς από την πλευρά των επιχειρήσεων. Αν θέλουμε να συνεχιστεί, θα πρέπει όλοι να συμβάλουμε προς αυτή την κατεύθυνση, αναλαμβάνοντας το ρόλο και την ευθύνη που μας αναλογεί. Πολιτεία, επιχειρήσεις και επιχειρηματικοί φορείς καλούμαστε να προσπαθήσουμε από κοινού, για την ενίσχυση της εξωστρέφειας των ελληνικών προϊόντων.

Πάγιο αίτημά μας προς την Πολιτεία είναι η διαμόρφωση ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος που θα επιτρέπει την ανάπτυξη ποιοτικής και ανταγωνιστικής εγχώριας παραγωγής. Είναι επίσης η ανάληψη πρωτοβουλιών για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ειδικά σε θέματα ποιότητας, τυποποίησης και συσκευασίας και προϊόντων, αλλά και τεχνοκρατικής υποστήριξης για την ανάπτυξη εξαγωγικής δράσης.

Και η διαδικασία που έχει ξεκινήσει όσον αφορά τη σήμανση των ελληνικών προϊόντων, οφείλει να ενταχθεί σε αυτό το πλαίσιο. Να λάβει εξωστρεφή αντί για εσωστρεφή χαρακτήρα, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση ενός αναγνωρίσιμου και ελκυστικού brand name στις διεθνείς αγορές.

Από την πλευρά μας, ως Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, παρέχουμε ένα ολοκληρωμένο πλέγμα υπηρεσιών σε θέματα εξωστρέφειας, το οποίο καλύπτει τις ανάγκες διαρκούς ενημέρωσης, παροχής επιχειρηματικής πληροφόρησης, κλαδικών και άλλων μελετών, μεταφοράς τεχνογνωσίας, δικτύωσης μέσω επιχειρηματικών συνεδρίων και αποστολών κτλ.

---

Πεποίθησή μας ήταν και είναι ότι μέσα από το διάλογο και τη συνεργασία, μεταξύ Πολιτείας και επιχειρήσεων, μπορούμε να στηρίξουμε την αναγέννηση της ελληνικής παραγωγής. Μπορούμε να αναδείξουμε τα ελληνικά προϊόντα σε δύναμη εξωστρέφειας και ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία.

Πιστεύω και ελπίζω ότι το σημερινό συνέδριο θα μας βοηθήσει να κάνουμε ένα ουσιαστικό βήμα προς αυτή την κατεύθυνση».