

ΟΜΙΛΙΑ ΣΕΒΕ 15/6/17

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τη διοίκηση του ΣΕΒΕ για την πρόσκληση που μου απηύθυναν να κάνω μια σύντομη εισήγηση στην 5^η Export Summit .

Είναι για μένα ιδιαίτερη χαρά να συμμετέχω σε μια εκδήλωση ενός τόσο ενεργού οργανισμού σαν τον ΣΕΒΕ που καταβάλλει μεγάλη προσπάθεια για την υποστήριξη των εξαγωγών.

Αρχικά θα ήθελα να σας δώσω μια σύντομη περιγραφή της SGS, την ελληνική θυγατρική της οποίας είμαι Διευθύνων Σύμβουλος από το 2005.

Η SGS ιδρύθηκε το 1878, αρχικά σαν inspection house δημητριακών. Ο ανεξάρτητος ενδιάμεσος φορέας που παρεμβάλλεται μεταξύ ενός αγοραστή και πωλητή. Έκτοτε έχει αναπτυχθεί σε κάθε κλάδο της παγκόσμιας οικονομικής δραστηριότητας (Αγροτικά προϊόντα, πετρελαιοειδή, μεταλλεύματα, περιβάλλον για να αναφέρω μόνο κάποιους) ωστόσο η βάση της ύπαρξης της παραμένει η διευκόλυνση αξιόπιστων συναλλαγών και ιδίως διασυνοριακά.

Σήμερα η SGS είναι η μεγαλύτερη εταιρεία επιθεωρήσεων και πιστοποιήσεων στο κόσμο με πωλήσεις που φτάνουν τα 6 δις CHF, 90,000 εργαζομένους και 2000 γραφεία σε όλο τον κόσμο.

Στην Ελλάδα είναι αδιάλειπτα παρούσα από το 1933, ενώ κάποιοι μεγαλύτεροι σε ηλικία θα τη γνωρίζουν απλώς σαν Surveillance όπως ήταν γνωστή στην αγορά για πολλά χρόνια.

Θα μου επιτρέψετε να εκφράσω κάποιες γενικές ιδέες για τις εξαγωγές από την Ελλάδα.

Η χώρα μας δυστυχώς δεν υπήρξε ποτέ πραγματικά εξαγωγική. Στην αρχή της δεκαετίας του 80, ήταν της μόδας ανάμεσα στους ψαγμένους φοιτητές οικονομικών να διαβάζουν τον Οικονομικό Ταχυδρόμο. Στις πίσω σελίδες του λοιπόν υπήρχε μια μόνιμη σελίδα για την πορεία των ελληνικών εξαγωγών αγροτικών προϊόντων στις αγορές της Ευρώπης. Από ένα σημείο και έπειτα σταμάτησα να τη διαβάζω γιατί τα νέα δεν ήταν ποτέ θετικά. Δυστυχώς σχεδόν σαράντα χρόνια αργότερα, οι επιδόσεις μας συνεχίζουν να υπολείπονται των δυνατοτήτων μας. Τα δημοσιεύματα βέβαια τώρα είναι πιο αισιόδοξα (σε ένα άρθρο ο συντάκτης θεώρησε τεράστια επιτυχία ότι οι εξαγωγές ελληνικών κρασιών στη Ν. Κορέα εκτοξεύτηκαν από 5,000 σε 140,000 Ευρώ). Όταν μπαίνει κάποιος στις λεπτομέρειες διαπιστώνει ότι υπάρχει πολύ δρόμος ακόμα.

Θα συμφωνήσω απόλυτα με όσους υποστηρίζουν ότι ένα από τα θετικά επακόλουθα της κρίσης είναι η στροφή των ελληνικών παραγωγών και επιχειρήσεων στις αγορές του εξωτερικού.

Φαντάζομαι ότι όσοι βρίσκονται σήμερα εδώ θα συμφωνήσουν ότι για να είναι επιτυχής μια οποιαδήποτε εμπορική προσπάθεια χρειάζονται ανταγωνιστικά προϊόντα, υψηλή ποιότητα, ταχύτητα στις αγορές, και τελικά εμπιστοσύνη που δυνητικά θα φέρει την διάρκεια στην εμπορική σχέση.

Υπάρχουν όμως σημαντικοί παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη και διαφοροποιούν τις εξαγωγές.

Η αγορά είναι εδώ και αρκετό καιρό παγκόσμια με πάμπολλα αγαθά που διακινούνται σε κάθε άκρη του πλανήτη. Όπως ίσως γνωρίζετε από τις προσωπική σας εμπειρία υπάρχει σχεδόν πάντα απαίτηση συμμόρφωσης των διακινούμενων αγαθών αυτών με τις κανονιστικές ή νομοθετικές απαιτήσεις της χώρας κυκλοφορίας τους. Και φυσικά επιβάλλεται η διαφοροποίηση τους με ποικίλους τρόπους (τιμή, προβολή, κλπ) και με εκείνα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (υψηλή ποιότητα, ασφάλεια, κλπ) προκειμένου να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και εμπορική αξία που θα τα καθιερώσει σε ανάλογη θέση στο διεθνές εμπόριο.

Συχνότατα λοιπόν ένα προϊόν θα πρέπει να επιτύχει σε δοκιμές και πιστοποιήσεις για να μπορέσει να κυκλοφορήσει σε μια συγκεκριμένη αγορά ενώ άλλες φορές οι ίδιες δοκιμές ή και πιστοποιήσεις είναι εκείνες που θα το διαφοροποιήσουν συγκριτικά με τα ομοειδή ανταγωνιστικά του.

Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων που οι ξένες αγορές ζητούν σχετικά πιστοποιητικά έγγραφα για την εξαγωγή και την τοπική κυκλοφορία των προϊόντων, αυτά αποτελούν τροχοπέδη στις διαδικασίες με τις οποίες έρχεται καθημερινά αντιμέτωπο το τμήμα εξαγωγών μιας επιχείρησης και φυσικά επιβαρύνουν τόσο οικονομικά την επιχείρηση όσο και λειτουργικά αφού πολλές φορές θα πρέπει να τροποποιηθούν ακόμα και παραγωγικές διαδικασίες. Είναι λοιπόν ένας ακόμα πονοκέφαλος που έρχονται να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις οι οποίες επιθυμούν να αναπτύξουν εξωστρέφεια και διεθνή παρουσία.

Πράγματι αυτά είναι πρακτικά προβλήματα όμως η ουσία της πιστοποίησης δεν βρίσκεται απλώς στη συμμόρφωση αλλά η

πιστοποίηση αποσκοπεί στην βελτίωση της επιχείρησης που παράγει το προϊόν , των διαδικασιών που ακολουθεί, τον τρόπο που λειτουργεί και εντέλει οδηγεί στη ίδια τη βελτίωση του τελικού προϊόντος.

Κινητοποιείται με αυτό τον τρόπο ένας διαρκής μηχανισμός ελέγχου και βελτίωσης, αλλά ακόμα και παρακολούθησης των παγκοσμίων τάσεων, των αλλαγών και των διαφοροποιήσεων της διεθνούς αγοράς.

Έχει σημασία λοιπόν, μέσα από την διαδικασία της πιστοποίησης, όποια μορφή και αν λαμβάνει αυτή (σήμα πιστοποίησης προϊόντος, πιστοποιητικό συστήματος κλπ), η επιχείρηση να διαπιστώνει τυχόν ελλείψεις της , να προλαμβάνει τυχόν αστοχίες της και εν συνεχεία να προβαίνει σε διορθωτικές κινήσεις που αφενός θα οργανώσουν με τρόπο συστηματικό την λειτουργία της μειώνοντας το ρίσκο των επιχειρηματικών απωλειών και αφετέρου θα ενισχύσουν το παραγόμενο προϊόν με ένα σύνολο χαρακτηριστικών που θα το κατατάξουν επάξια στα προβεβλημένα ράφια του παγκόσμιου εμπορίου.

Θα πρέπει λοιπόν να εξετάσει κάθε επιχείρηση πώς μέσα από τη διαδικασία πιστοποίησης θα αντλήσει τα παραπάνω ουσιαστικά οφέλη, θα αποκτήσει περισσότερη γνώση, την οποία θα εκμεταλλευτεί για να ισχυροποιήσει τη θέση της απέναντι στους ανταγωνιστές της θα προσελκύσει το αγοραστικό κοινό στο οποίο αποβλέπει και εν τέλει θα εξασφαλίσει την επιτυχία και τη συνεχή ισχυρή παρουσία του προϊόντος της στο εξωτερικό.

Θεωρώ περσιτό, απευθυνόμενος σε σας, να σημειώσω ότι σημαντικό ρόλο έχει η επιλογή του φορέα πιστοποίησης από την επιχείρηση, ο οποίος οφείλει στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων του να συμβάλει από την πλευρά του τόσο στον εύστοχο εντοπισμό τυχόν σημείων που απαιτούν διόρθωση ή βελτίωση όσο και στο να σταθεί δίπλα στην επιχείρηση

κατανοώντας τις ανάγκες τις οποίες θα πρέπει να εξυπηρετήσει η κάθε μορφή ή σήμα πιστοποίησης.

Αξία λοιπόν, έχει μια πιστοποίηση όταν και μέσω αυτής, η επιχείρηση και το προϊόν έχουν αποκτήσει εκείνα τα χαρακτηριστικά που πραγματικά θα αναγνωρίσει και ο τελικός χρήστης. Όταν δηλαδή η πιστοποίηση συμβάλει αποφασιστικά στην ίδια τη δημιουργία της ταυτότητας του προϊόντος αλλά και της επιχείρησης που το παράγει ή το κατασκευάζει

Τι πρέπει λοιπόν να αποφεύγετε? .

Αυτό που στην χώρα μας δυστυχώς συχνά παρατηρείται!! Αγοραστές ή έμποροι- πολλές φορές παγκόσμιοι- καθοδηγούν και κατευθύνουν τις παραγωγικές και μεταποιητικές επιχειρήσεις σε πιστοποιήσεις τις οποίες οι ίδιοι απαιτούν προκειμένου να εκκινήσουν την συνεργασία μαζί τους. Λειτουργούν λοιπόν έτσι περισσότερο σαν ένα χωνευτήρι γραφειοκρατίας, όπου το δικό τους ζητούμενο καθορίζει την αντικειμενική προϋπόθεση που θα έπρεπε να υφίσταται, παρά σαν συνειδητή απόφαση της ίδιας της επιχείρησης με βάση την πολιτική της, τη βελτίωση του προϊόντος της και την στρατηγική ανάπτυξης την οποία έχει η ίδια σχεδιάσει.

Όταν για παράδειγμα επίκειται συνεργασία με μια γερμανική αλυσίδα λιανεμπορίου μεταξύ των όρων συνεργασίας της είναι πολλές φορές η πιστοποίηση των προμηθευτών της με βάση κάποια από τα γερμανικά πρότυπα όπως για παράδειγμα το IFS το οποίο είναι ιδιαίτερος απαιτητικό

Για τον ίδιο προμηθευτή και για την συνεργασία του με μια αντίστοιχη βρετανική αλυσίδα είναι πολύ πιθανό να ζητηθεί πιστοποίηση σύμφωνα με το βρετανικό πρότυπο BRC το οποίο επίσης είναι απαιτητικό

Εδώ λοιπόν η επιχείρηση καλείται κάθε φορά που θα ανοίγει μια νέα συνεργασία να περνάει από τη διαδικασία μιας νέας πιστοποίησης

Φανταστείτε η ίδια επιχείρηση να ξεκινήσει και εξαγωγές προς την Αυστραλία τότε το πιο πιθανό είναι στα παραπάνω να προστεθεί και το πιστοποιητικό SQF

Όταν λοιπόν η επιχείρηση σχεδιάζει την εξαγωγική στρατηγική της και όταν έχει δίπλα της ένα πιστοποιητικό φορέα που θα μπορέσει να την υποστηρίξει με τη γνώση των παγκόσμιων απαιτήσεων θα μπορεί να επιλέξει μόνη της ένα σχήμα το οποίο είναι εξίσου αναγνωρισμένο και αποδεκτό παγκοσμίως όπως για παράδειγμα το FSSC 22000 το οποίο είναι στην ίδια ομάδα με όλα τα προηγούμενα σχήματα του GFSI (Global food safety initiative)

Με τον τρόπο αυτό δείχνει η επιχείρηση πως έχει συνειδητά επιλέξει ένα σχήμα παγκόσμια αναγνωρισμένο που απευθύνεται και είναι αποδεκτό σε πολλές διεθνής αγορές και που φυσικά με την επιλογή αυτή μειώνει σημαντικά τόσο το κόστος πιστοποίησης όσο και το κόστος συντήρησης των πολλών και διαφορετικών συστημάτων (BRC, IFS, SQF)

Στα πλαίσια της υγιούς ανάπτυξης, θα πρέπει η ίδια η επιχείρηση να επιλέξει, άρα θα πρέπει η ίδια να γνωρίζει και η ίδια να αποφασίζει με ποια στοιχεία θα προσδώσει αξία στο προϊόν της. Και βεβαίως θα πρέπει να γνωρίζει το κανονιστικό πλαίσιο των χωρών στις οποίες απευθύνεται και τις υποχρεώσεις συμμόρφωσης του προϊόντος. Επίσης, για να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το προϊόν θα πρέπει η επιχείρηση να γνωρίζει τις τοπικές εμπορικές πρακτικές . Ένα

παράδειγμα παραμέτρων αποτελεί η δέουσα επισήμανση και η συσκευασία του προϊόντος σε σχέση με τη κυκλοφορία του στη κάθε αγορά.

Μέσα από την διαδικασία πιστοποίησης η επιχείρηση αποκτά γνώση, εμπειρία και δύναμη. Είναι σε θέση να μειώσει πιθανά ρίσκα απόρριψης των προϊόντων της στις ξένες αγορές και ελαχιστοποιεί τα ενδεχόμενα αποτυχίας. Αποκτά δε ισχυρό πλεονέκτημα και ετοιμότητα απέναντι στις συνεργασίες της και στους αγοραστές της.

Ευνόητο είναι ότι πρέπει η κάθε επιχείρηση να επιλέξει αξιόπιστο και έμπειρο συνεργάτη, με γνώση και κύρος στην παγκόσμια αγορά, προκειμένου να λάβει την ορθή πληροφόρηση και διαρκή υποστήριξη.

Η ύπαρξη πιστοποίησης δεν είναι μόνο κόστος αλλά αποτελεί επένδυση για το προϊόν. Αποδεικνύει πως η επιχείρηση έχει υιοθετήσει φιλοσοφία ελέγχου και επαλήθευσης, και φροντίζει ουσιαστικά για την αρτιότητα του προϊόντος της. Επιπροσθέτως ενισχύει το προφίλ της στο εξωτερικό εμπνέοντας ασφάλεια στους συνεργάτες και αγοραστές της. Η σύνδεση με αξιόπιστους και παγκόσμια αναγνωρίσιμους φορείς προσδίδει υπεραξία στο τελικό προϊόν και στο όνομα της επιχείρησης.

Στην αρχή αυτής της σύντομης εισήγησης αναφέρθηκα στη διάρκεια των εμπορικών σχέσεων. Η υψηλή ποιότητα είναι αυτή που τελικά εγγυάται τη διάρκεια και την εμπιστοσύνη των συναλλασσομένων.

Η ίδια ποιότητα και αξιοπιστία πρέπει να διέπει και την ίδια τη πιστοποίηση και τους φορείς της. Ας μη παρερμηνεύουμε την έννοια του πιστοποιητικού στην περίπτωση των εξαγωγών. Το πιστοποιητικό πρέπει να έχει ουσιαστικό περιεχόμενο και να μην είναι διακοσμητικού χαρακτήρα ή προϊόν διατίμησης, είναι επένδυση και όχι μόδα που επιδοτείται. Και αυτό προς ωφέλεια όχι μόνο των επιχειρήσεων- ληπτών

πιστοποίησης και των καταναλωτών αλλά και των ίδιων των φορέων παροχής πιστοποίησης,

Κλείνοντας θα ήθελα να επισημάνω ότι σε αυτό το τελευταίο ίσως έγκειται και ο ρόλος της πολιτείας σε μια ελεύθερη αγορά. Στο να διασφαλίζει μέσω ελέγχων την τήρηση του υφιστάμενου ρυθμιστικού πλαισίου και όχι στο να χορηγεί ή ίδια τέτοια πιστοποιητικά. Συχνά η ίδια η πολιτεία παίζει τον ρόλο του φορέα πιστοποίησης.

Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η πιστοποίηση του ελληνικού σήματος (στα γαλακτοκομικά και τα αλκοολούχα μέχρι στιγμής αλλά με τάσεις επέκτασης και στα λοιπά τρόφιμα και μη τρόφιμα). Η γενική γραμματεία εμπορίου και προστασίας καταναλωτή του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης έχει αναλάβει τον ρόλο απονομής του σήματος αυτού

Μια άλλη περίπτωση είναι αυτή του Agrocert που απονέμει τα σήματα ΠΟΠ και ΠΓΕ ή και παλιότερα του ΕΛΟΤ για μια ευρείας γκάμας πιστοποιήσεις υποχρεωτικού χαρακτήρα

Ταυτόχρονα είναι υποχρέωση και κάθε φορέα πιστοποίησης να φροντίζει ο ίδιος με ευλάβεια για την ακεραιότητα και διαφάνεια των διαδικασιών του, την ανεξαρτησία του και εν τέλει για την πιστή απεικόνιση της πραγματικότητας σε κάθε πιστοποιητικό που χορηγεί.

Σας ευχαριστώ