

Export Summit V

Adding Value to Exports:
Certification, Labelling, Packaging
Transport and Distribution Networks

15th of June 2017
Makedonia Palace hotel
Thessaloniki



Adding Value to Exports: Certification, Packaging, Labelling, Transport & Distribution Networks

Σε μία από τις πιο επιτυχημένες διοργανώσεις των τελευταίων ετών αναδείχθηκε το συνέδριο **Export Summit V** του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ) που πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 15 Ιουνίου 2017 στο ξενοδοχείο Makedonia Palace στη Θεσσαλονίκη. Περισσότερα από 1300 άτομα παρακολούθησαν δια ζώσης αλλά και μέσω livestreaming τις εργασίες του συνεδρίου, ενώ το «παρών» έδωσαν επιχειρηματίες και στελέχη επιχειρήσεων, ανώτατοι εκπρόσωποι της πολιτικής ηγεσίας και ακαδημαϊκοί σε ένα συνέδριο που κράτησε αμείωτο το ενδιαφέρον του κοινού σε όλη τη διάρκειά του.



Θεματικές ενότητες του συνεδρίου ήταν οι: Certification & Standardization, Added Value Services, Packaging & Labelling, Transport & Distribution Networks (e-commerce). Στόχος του συνεδρίου ήταν να αναδείξει όλα τα κρίσιμα προστάδια των εξαγωγών, τα

οποία προσθέτουν αξία στα παραγόμενα προϊόντα, καθώς ένα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα των ελληνικών εξαγωγών είναι η χαμηλή τους προστιθέμενη αξία. Τα θέματα του συνεδρίου αποτελούν όπλα στην εθνική προσπάθεια για βελτίωση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας, ενώ σκοπός του συνεδρίου ήταν να συμβάλλει στον εκσυγχρονισμό του παραγωγικού μοντέλου που όλοι επιζητούμε ώστε να δημιουργηθούν πραγματικές συνθήκες ανάπτυξης, ακόμη και στη σημερινή δύσκολη οικονομική συγκυρία.



Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά όλους τους συμμετέχοντες, οι οποίοι συνέβαλαν στην επιτυχία του 5^{ου} EXPORT SUMMIT. Για όσους έχασαν την ευκαιρία όλες οι παρουσιάσεις των ομιλητών και το φωτογραφικό υλικό βρίσκονται στο site του συνεδρίου www.exportsummit.gr, ενώ τα βίντεο των τεσσάρων ενότητων του συνεδρίου είναι διαθέσιμα στο YouTube του ΣΕΒΕ:

- [Export Summit V \(part 1\): Χαιρετισμοί, κεντρικός ομιλητής Αλ. Χαρίσης, Αν.Υπ.Οικ.&Αν](#)
- [Export Summit V \(part 2\): Certification – Standardization & Added Value Services](#)
- [Export Summit V \(part 3\): Packaging - Labelling. Από τη σύλληψη στην υλοποίηση](#)
- [Export Summit V \(part 4\): Transport & Distribution Networks, e-commerce](#)

Ακόμη, ευχαριστούμε το Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης και το Υπουργείο Εσωτερικών (Μακεδονίας-Θράκης), τους χορηγούς επικοινωνίας μας: Καθημερινή, SKAI, www.voria.gr, Ράδιο Θεσσαλονίκη, ThessNews, Euractiv και Skywalker καθώς και το www.ka-business.gr ως χορηγό της υπηρεσίας livestreaming, για την υποστήριξή τους.

Θερμές επίσης ευχαριστίες στους χορηγούς μας, με την ευγενική υποστήριξη των οποίων πραγματοποιήθηκε το EXPORT SUMMIT V:

Μέγας Χορηγός: Eurobank

Gold Χορηγός: Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων – ΟΑΕΠ

Silver Χορηγοί: GS1 Association Greece, Μακεδονική Εταιρία Χάρτου, Kuehne & Nagel, Exprosystem, Deloitte, ΑΛΟΥΜΥΛ ΑΕ

Bronze Χορηγοί: Enterprise Greece, Α. Χατζόπουλος ΑΕ, DHL, Mastihashop, DS Smith, Hellas Gold, Ελληνικά Πετρέλαια, Leaders Lab, ICAP Group

Standard Χορηγοί: ISOMAT ΑΕ, Olympia Electronics, ΜΕΒΓΑΛ, KPI-KPI, Euler Hermes, DK Consultants, iTrust, Lloyd's Register LRQA, Ελληνικοί Λευκόλιθοι, Greekexports, Sindos Railcontainer Services ΑΕ, Provil, Noisis, Trikalinos Αυγοτάραχο, SGS Greece ΑΕ.

Ο θεσμός του Export Summit έχει καθιερωθεί ως το σημαντικότερο γεγονός της χρονιάς για το εξαγωγικό επιχειρείν. Ο ΣΕΒΕ θα συνεχίσει και θα εντείνει την προσπάθειά του για την στήριξη των εξωστρεφών επιχειρήσεων, έχοντας ως γνώμονα την ανταπόκριση του επιχειρηματικού κόσμου.

Κλείνουμε λοιπόν ραντεβού για του χρόνου!



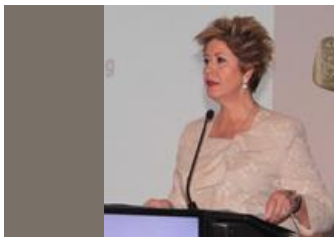


Πρέπει να αλλάξουμε και να εκσυγχρονίσουμε το παραγωγικό μοντέλο της χώρας, ώστε να αυξηθεί η προστιθέμενη αξία που παράγεται και μεσο-μακροπρόθεσμα να ενισχυθεί η εξωστρέφεια

Ο Πρόεδρος του ΣΕΒΕ, Δρ Κυριάκος Λουφάκης ξεκίνησε τις εργασίες του συνεδρίου με μία αναφορά στις ελληνικές εξαγωγικές επιδόσεις του 2017, οι οποίες παρουσίασαν αύξηση, αναγνωρίζοντας ωστόσο ότι η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στην άνοδο των πετρελαιοειδών, ενώ η συμβολή των υπόλοιπων αγαθών στη θετική αυτή μεταβολή είναι μικρή. Σύμφωνα με τον κ. Λουφάκη, το γεγονός αυτό υποδεικνύει τη χαμηλή προστιθέμενη αξία των ελληνικών εξαγωγικών προϊόντων και αποτελεί το λόγο για τον οποίο επιλέχθηκε η συγκεκριμένη θεματολογία στο Export Summit V.

Ο Πρόεδρος του ΣΕΒΕ τόνισε την ανάγκη να αλλάξουμε και να εκσυγχρονίσουμε το παραγωγικό μοντέλο της χώρας, ώστε να αυξηθεί η προστιθέμενη αξία που παράγεται και μεσο-μακροπρόθεσμα να ενισχυθεί η εξωστρέφεια. Τέλος, ο κ. Λουφάκης ανέφερε «Θέλουμε μέσα από ένα εθνικό στοχευμένο αναπτυξιακό σχέδιο για όλες τις εγχώριες και ξένες επενδύσεις, μία ανταγωνιστική Ελλάδα που θα παράγει, θα καινοτομεί και θα εξαγάγει και θα διασφαλίζει ένα ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον που θα επιτρέπει στις επιχειρήσεις να είναι διεθνώς ανταγωνιστικές».

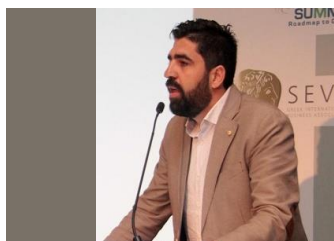




Η χώρα πρέπει να προσανατολιστεί σε ένα νέο ολοκληρωμένο παραγωγικό μοντέλο, το οποίο θα αποδίδει ισονομία σε όσους εργάζονται ουσιαστικά

Η κα. Μαρία Κόλλια-Τσαρουχά, Υφυπουργός Εσωτερικών (Μακεδονίας-Θράκης), εκπροσωπώντας την Κυβέρνηση, αναφέρθηκε στη βελτίωση της εικόνας της Ελλάδας, ενώ ιδιαίτερα σημαντικός ανέφερε πως είναι ο προσανατολισμός της χώρας σε ένα νέο ολοκληρωμένο παραγωγικό μοντέλο, το οποίο θα αποδίδει ισονομία σε όσους εργάζονται ουσιαστικά.

Η συνεργασία και η εμπιστοσύνη θα βοηθήσουν να γίνει το Made In Greece το ισχυρότερο brand διεθνώς, αυξάνοντας παράλληλα την προστιθέμενη αξία και την εξαιρετική ποιότητα των ελληνικών προϊόντων. Τέλος, η κα. Τσαρουχά ανέφερε ότι πρέπει ως χώρα να αφήσουμε τις ιδεοληψίες, να εστιάσουμε στην ανάπτυξη του ιδιωτικού τομέα και στην αύξηση της ποιότητας των προϊόντων, με τη δέσμευση ότι η πολιτεία θα βρίσκεται στο πλευρό της επιχειρηματικής κοινότητας.



Εμπιστοσύνη στα ελληνικά προϊόντα και ανάπτυξη συνεργατικών σχημάτων, ιδιαίτερα στον εξαγωγικό τομέα

Ο κ. Θεοφάνης Παπάς, Αντιπεριφερειάρχης Αγροτικής Οικονομίας της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, εστίασε την ομιλία του στην προσπάθεια της περιφέρειας να ενισχύσει την εξωστρέφεια. Ιδιαίτερα σημαντικό ζήτημα για την περιφέρεια είναι η ενίσχυση του αγροδιατροφικού τομέα καθώς δημιουργήθηκε για πρώτη φορά τμήμα προβολής του κλάδου. Στο πλαίσιο αυτό, η περιφέρεια συμμετείχε μαζί με τοπικές εξαγωγικές επιχειρήσεις σε παγκόσμια έκθεση στη Σαγκάη, όπου πραγματοποιήθηκαν τα πρώτα βήματα στο χώρο των εξαγωγών από μερίδα αυτών.

Στη συνέχεια, κατέδειξε τη μεγάλη ανάγκη για ανάπτυξη συνεργατικών σχημάτων μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των εξαγωγικών και για εμπιστοσύνη των Ελλήνων στην ποιότητα των εγχώριων προϊόντων, αναφέροντας ως χαρακτηριστικό παράδειγμα χώρας που αξιοποιεί την ποιότητα των προϊόντων της, την Ιταλία. Στο πλαίσιο αυτό η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας δημιούργησε τη «Μακεδονική Κουζίνα» δίνοντας έμφαση στη γαστρονομία της περιοχής.

Τέλος, ο κ. Παπάς τόνισε την πολύ καλή συνεργασία της περιφέρειας με τον ΣΕΒΕ, υπογραμμίζοντας ότι φορείς όπως ο ΣΕΒΕ θα πρέπει να αποτελέσουν «ενορχηστρωτή» συντονισμένων εξαγωγικών δράσεων.



Το κλειδί για την επιτυχία είναι συντονισμένες ενέργειες marketing ώστε να φτάσουμε στους τελικούς καταναλωτές

Η ενίσχυση των ενεργειών μάρκετινγκ ήταν το κεντρικό θέμα της ομιλίας του Δημάρχου Θεσσαλονίκης, κ. Γιάννη Μπουτάρη, καθώς η χώρα μας δε μπορεί να εστιάσει στην ποσότητα αλλά στην ποιότητα των προϊόντων της, η οποία είναι ιδιαίτερα υψηλή. Σύμφωνα με τον κ. Μπουτάρη, πρέπει να διδαχθούμε από παραδείγματα ξένων χωρών, να προχωρήσουμε σε συντονισμένες ενέργειες μάρκετινγκ ώστε να φτάσουμε

στους τελικούς καταναλωτές και να τους πείσουμε ώστε να πραγματοποιήσουν επαναλαμβανόμενες αγορές.

Όπως ανέφερε χαρακτηριστικά ο κ. Μπουτάρης «Όταν πηγαίνω σε ένα μαγαζί, δε κοιτάω τα γεμάτα μπουκάλια στο ράφι, αλλά τα άδεια που υπάρχουν στην αποθήκη», το οποίο αποτυπώνει την ποιότητα των προϊόντων και στην οποία πρέπει να εστιάσουμε ως χώρα.



Μείωση φορολογικών συντελεστών και περικοπή των δαπανών ώστε να υποστηριχθεί η εξωστρέφεια της χώρας

Τα θέματα της ρευστότητας και των εισφορών, τα οποία αποτελούν αντικίνητρα στην ενίσχυση των εξαγωγικών επιδόσεων της χώρας ήταν το αντικείμενο του χαιρετισμού του

κ. Θεόδωρου Καράογλου, Βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας, ο οποίος εκπροσώπησε τον Πρόεδρο της ΝΔ κ. Μητσοτάκη στο συνέδριο του ΣΕΒΕ. Επίσης, ο κ. Καράογλου τόνισε την ανάγκη για υποστήριξη της εξωστρέφειας και του ιδιωτικού τομέα μέσω μείωσης των φορολογικών συντελεστών και περικοπής των δαπανών.





Στόχος όλων μας πρέπει να είναι η αύξηση των εξαγωγών με παράλληλη αντικατάσταση των εισαγωγών, ώστε να αυξήσουμε την προστιθέμενη αξία των ελληνικών προϊόντων

Κεντρικός ομιλητής του Export Summit V ήταν ο **κ. Αλέξανδρος Χαρίσης, Αναπληρωτής Υπουργός Οικονομίας και Ανάπτυξης**, ο οποίος τόνισε την ανάγκη για ενίσχυση της εξωστρέφειας, η οποία πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα όλων, να είναι διατηρήσιμη και να μην έχει ευκαιριακό χαρακτήρα. Τα στοιχεία εξαγωγικού εμπορίου αντικατοπτρίζουν σύμφωνα με τον κ. Χαρίση την αύξηση των εξαγωγικών μας επιδόσεων, ωστόσο πρέπει να σταθούμε και στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων μας και μέσω νέων καινοτομικών παραγωγικών μοντέλων να δημιουργήσουμε ανταγωνιστικά προϊόντα.

Ο κ. Χαρίσης αναφέρθηκε εκτενώς στην ανάγκη για δημιουργία ενός νέου παραγωγικού μοντέλου, το οποίο θα χρησιμοποιεί νέα εργαλεία, εστιάζοντας σε κλάδους όπου διατηρούμε συγκριτικό πλεονέκτημα όπως ο αγροδιατροφικός, αξιοποιώντας όλα τα στοιχεία που μπορούν να ενισχύσουν την προστιθέμενη αξία των ελληνικών προϊόντων όπως το ανθρώπινο δυναμικό. Όπως τόνισε ο κ. Χαρίσης, πρέπει να δημιουργήσουμε προϊόντα έντασης γνώσης ώστε να αυξήσουμε το ποσοστό των εξαγωγών μας στις υπάρχουσες αλλά και σε νέες αγορές. Το μικρό μέγεθος των ελληνικών επιχειρήσεων σε σχέση με τα ευρωπαϊκά δεδομένα απαιτεί τη δημιουργία συνεργειών-clusters ώστε οι εξαγωγικές επιχειρήσεις να κατευθυνθούν σε εξειδικευμένες αγορές με μεγάλο βαθμό διείσδυσης.

Ο Υπουργός έκλεισε την ομιλία του ανακοινώνοντας την έναρξη σηματοποίησης των ελληνικών προϊόντων του αγροδιατροφικού τομέα με το ελληνικό σήμα στα πλαίσια του νέου ΕΣΠΑ, το οποίο αποτελεί βασικό αίτημα πολλών ετών και θα δίνει τη δυνατότητα στους Έλληνες εξαγωγείς να διεκδικούν καλύτερους όρους, δεδομένης της ποιότητας των ελληνικών προϊόντων.



Συντονιστής: Γιάννης Χατζηδημητρίου, Καθηγητής, Πρόεδρος του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας



Η θέσπιση προτύπων θα βοηθήσει τις επιχειρήσεις να εισαχθούν σε νέες αγορές και ιδιαίτερα τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να διεθνοποιηθούν

Την ενότητα **Introductory Keynote Speakers** άνοιξε η **κα. Μαρία Σπυράκη, Ευρωβουλευτής της Νέας Δημοκρατίας**, η οποία εστίασε την ομιλία της στα ευρωπαϊκά πρότυπα. Σύμφωνα με την κα. Σπυράκη, η θέσπιση προτύπων θα βοηθήσει τις επιχειρήσεις να εισαχθούν σε νέες αγορές και ιδιαίτερα τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να διεθνοποιηθούν. Τα πρότυπα μεταφέρουν τεχνολογία, μειώνουν τη δυσλειτουργικότητα των υπηρεσιών και διευρύνουν τις αγορές.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα της επίδρασης της θέσπισης προτύπων είναι η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο, καθώς συμβάλλει στη μεγέθυνση της οικονομίας των δύο χωρών. Στη συνέχεια η κα. Σπυράκη τόνισε τη σημασία της θεσμοθέτησης προτύπων και στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, ο οποίος αποτελεί τομέας προτεραιότητας, στοχεύοντας σε μεγαλύτερη διαφάνεια μέσω τακτικής αξιολόγησης σε ετήσια βάση. Τέλος η κα. Σπυράκη αναφέρθηκε στην ανάγκη να είμαστε έτοιμοι ως χώρα να ανταπεξέλθουμε στις αυξανόμενες απαιτήσεις ζήτησης όπως είναι η τεχνολογική εξέλιξη του 5G.



Συνεχής διαβούλευση, ανταπόκριση από τους εμπλεκόμενους φορείς και σωστή αξιοποίηση των πόρων ώστε μέσω του νέου προγράμματος ΕΣΠΑ να δημιουργήσουμε ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο

Το λόγο πήρε στη συνέχεια η **κα. Ευγενία Φωτονιάτα, Ειδική Γραμματέας Διαχείρισης Τομεακών ΕΠ του ΕΠΠΑ και ΤΑ του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης**, η οποία μίλησε για το νέο πρόγραμμα ΕΣΠΑ και την αξιοποίηση ειδικότερα του ΕΠΑΝΕΚ καθώς οι πόροι είναι περιορισμένοι και την ανάγκη συνεχούς διαβούλευσης και ανταπόκρισης από τους φορείς, ώστε να δημιουργήσουμε ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο.

Στάθηκε επίσης στους 3 άξονες που χαρακτηρίζουν το σχεδιασμό των προγραμμάτων του ΕΣΠΑ, οι οποίοι είναι, πρώτον, το τεχνικό περιβάλλον στο οποίο θα υλοποιηθούν τα προγράμματα, δεύτερον, οι σχετικές δράσεις δηλαδή οι απαντήσεις στα βασικά ερωτήματα του ποιος, γιατί και με ποιόν τρόπο και, τρίτον, οι συνέργειες, οι οποίες αποτελούν μονόδρομο καθώς οι πόροι είναι περιορισμένοι και υπάρχει μεγάλο χρηματοδοτικό κενό. Παράλληλα, τόνισε την ανάγκη για τη θέσπιση προτύπου για το ανθρώπινο δυναμικό με έμφαση στην εξωστρεφή κατάρτιση.



6% των ελληνικών επιχειρήσεων χαρακτηρίζονταν ως high risk το 2009, ενώ το 2016 το αντίστοιχο ποσοστό ανήλθε σε 55%

Την ενότητα έκλεισε ο **κ. Σέρκο Κουγιουμτζιάν, Εκτελεστικός Διευθυντής Μάρκετινγκ και Πωλήσεων της ICAP Group**, ο οποίος παρουσίασε ενδιαφέροντα στοιχεία σχετικά με την εξέλιξη της πιστοληπτικής ικανότητας των ελληνικών επιχειρήσεων στην περίοδο της κρίσης καθώς και στατιστικά στοιχεία σχετικά με τις εξαγωγικές επιχειρήσεις ανά κλάδο.

Αρχικά, ο κ. Κουγιουμτζιάν αναφέρθηκε στις high risk επιχειρήσεις, οι οποίες το 2009 αποτελούσαν το 6% του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων, ενώ το 2016, το ποσοστό αυτό ανήλθε σε 55%. Επίσης, ανέφερε ότι η αναλογία των επιχειρήσεων που υποβαθμιζόνταν προς αυτές που αναβαθμιζόταν το 2012 ήταν 22 προς 1, ενώ αντίθετα το 2016 η αναλογία έχει διαμορφωθεί 1 προς 2, ενδεικτικό της βελτίωσης του οικονομικού κλίματος. Τέλος, ο κ. Κουγιουμτζιάν παρουσίασε στοιχεία εξαγωγικών επιχειρήσεων ανά κλάδο, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι το μικρό μέγεθος αυτών καθιστά τη δημιουργία συνεργειών αναγκαία.

Συντονίστρια: Ραλλιώ Λεπίδου, Δημοσιογράφος και Ιδρυτής του www.ka-business.gr



Οι επιχειρήσεις μέσω των παγκόσμιων προτύπων κερδίζουν χρόνο, γίνονται πιο αποδοτικές και αειφόρες, ενώ ταυτόχρονα ενισχύεται τόσο η ασφάλεια των ίδιων των επιχειρήσεων όσο και των καταναλωτών

Την ενότητα Certification & Standardization (Market Approach) άνοιξε ο **κ. Δημήτρης Χρήστου, Διευθυντής Τμήματος Ανάπτυξης της Αγοράς του Ελληνικού Συνδέσμου Επιχειρήσεων για τη Διαχείριση των Διεθνών Προτύπων GS1**, ο οποίος αναφέρθηκε στα παγκόσμια πρότυπα και στο πώς αυτά αναπτύσσονται. Σύμφωνα με τον κ. Χρήστου, οι επιχειρήσεις μέσω των προτύπων κερδίζουν χρόνο, γίνονται πιο αποδοτικές και αειφόρες, ενώ ταυτόχρονα ενισχύεται τόσο η ασφάλεια των ίδιων των επιχειρήσεων όσο και των καταναλωτών.

Η διαδικασία ανάπτυξης ενός προτύπου εξασφαλίζει τον παγκόσμιο χαρακτήρα τους, ενώ τα βήματα που ακολουθεί αφορούν τον προσδιορισμό των σχέσεων των εμπλεκόμενων μερών, τη συλλογή των απαιτήσεων, τη δημιουργία του προτύπου και, τέλος, την ανάπτυξη του υλικού εφαρμογής.

Τέλος, ο κ. Χρήστου ανέφερε κάποια πρότυπα που χρησιμοποιούνται ευρέως όπως τα GS1 Barcodes και το παγκόσμιο μητρώο κωδικών GS1: GEPIR, παρουσίασε τη χρήση

των προτύπων στο ηλεκτρονικό εμπόριο, ενώ αναφέρθηκε εκτενώς στην επίδραση των διεθνών προτύπων στο εξαγωγικό εμπόριο.



Η πιστοποίηση συμβάλλει αποφασιστικά στη δημιουργία της ταυτότητας ενός προϊόντος αλλά και της ίδιας της επιχείρησης

Ο κ. **Αλέξανδρος Μιχαήλ, Διευθύνων Σύμβουλος της SGS Greece**, εστίασε την ομιλία του σε θέματα πιστοποίησης, τα οποία διαφοροποιούν τα προϊόντα και μπορούν να αποτελέσουν συγκριτικά πλεονεκτήματα για μία επιχείρηση. Όπως ανέφερε χαρακτηριστικά ο κ. Μιχαήλ: «Η ουσία της πιστοποίησης δεν βρίσκεται απλώς στη συμμόρφωση αλλά αποσκοπεί στη βελτίωση της επιχείρησης που παράγει το προϊόν, των διαδικασιών που ακολουθεί, τον τρόπο που λειτουργεί και εντέλει οδηγεί στην ίδια τη βελτίωση του τελικού προϊόντος. Κινητοποιείται με αυτόν τον τρόπο ένας διαρκής μηχανισμός ελέγχου και βελτίωσης, αλλά ακόμα και παρακολούθησης των παγκοσμίων τάσεων, των αλλαγών και των διαφοροποιήσεων της διεθνούς αγοράς».

Τέλος, ο κ. Μιχαήλ αναφέρθηκε στην πιστοποίηση ως μία διαδικασία, η οποία συμβάλλει αποφασιστικά στη δημιουργία της ταυτότητας ενός προϊόντος και της ίδιας της επιχείρησης, αλλά και στην αξία που παράγεται, όταν μέσω της πιστοποίησης ο τελικός χρήστης αναγνωρίζει τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης ή του προϊόντος.



Η πιστοποίηση των προϊόντων είναι το μέλλον

Εκπροσωπώντας την **Lloyd's Register Quality Assurance LRQA**, ο κ. **Απόστολος Νούλης, Διευθυντής Ελλήνων Επιθεωρητών**, ανέπτυξε τις κατηγορίες προτύπων πιστοποίησης, ενώ αναφέρθηκε και στα πλεονεκτήματα των συστημάτων διαχείρισης. Τα πρότυπα πιστοποίησης διακρίνονται σε διεθνή ή ευρωπαϊκά, ιδιωτικά-τεχνικά, θρησκευτικά, εθνικά πρότυπα και κλαδικά ή πρότυπα οργανισμών.

Επίσης, ο κ. Νούλης αναφέρθηκε στα συστήματα διαχείρισης, τα οποία διαχειρίζονται κινδύνους σχετικά με την ποιότητα, το περιβάλλον, την υγεία και την ασφάλεια, την ασφάλεια των τροφίμων και των υλικών συσκευασίας, της ασφάλεια δεδομένων και πληροφοριών, την ασφάλεια μεταφορών, προμηθειών και εμπορευμάτων και, τέλος, την επιχειρησιακή συνέχεια και ανάκτηση κρίσης. Στη συνέχεια ο κ. Νούλης παρουσίασε τη συσχέτιση των συστημάτων διαχείρισης με την πιστοποίηση και τις εξαγωγές, ενώ ανέφερε χαρακτηριστικά ότι η πιστοποίηση των προϊόντων είναι το μέλλον.



Οι πιστοποιήσεις είναι βασικό εργαλείο για την προώθηση προϊόντων στο εξωτερικό

Την ενότητα Certification & Standardization (Market Approach) έκλεισε ο κ. **Θωμάς Βασσάρας, Διευθύνων Σύμβουλος της Greekexports Services**, ο οποίος αναφέρθηκε στις θρησκευτικές

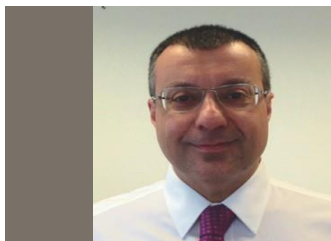
πιστοποιήσεις kosher και halal, αναλύοντας τις βασικές αρχές, τις ιδιαιτερότητες αλλά και τις προϋποθέσεις για να φέρει ένα προϊόν την πιστοποίηση halal ή kosher.

Η διαδικασία πιστοποίησης kosher ή halal ακολουθεί 3 στάδια, τα οποία είναι η αξιολόγηση όλων των χρησιμοποιούμενων υλικών για καταλληλότητα, η επιθεώρηση στο εργοστάσιο παραγωγής για αξιολόγηση κινδύνου επιμόλυνσης και η απόφαση από την αρμόδια επιτροπή.

Επίσης, ο κ. Βασσάρας παρουσίασε το μέγεθος της αγοράς στο οποίο απευθύνονται οι δύο θρησκευτικές πιστοποιήσεις και το γεγονός ότι υπάρχει αυξανόμενη ζήτηση. Τέλος, ο κ. Βασσάρας τόνισε την αξία των πιστοποιητικών καθώς και τη συνεχώς αυξητική τάση που υπάρχει στις διεθνείς αγορές, καταλήγοντας στην παραδοχή ότι η πιστοποίηση είναι βασικό εργαλείο για την προώθηση προϊόντων στο εξωτερικό.



Συντονιστής: Παναγιώτης Χασάπης, Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος ΣΕΒΕ



Οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις έχουν άμεση ανάγκη για χρηματοδότηση

Ο κ. **Ανδρέας Χασάπης**, Γενικός Διευθυντής και Επικεφαλής **Commercial Banking** της **Eurobank**, αφού τόνισε τη δέσμευση της Eurobank σε εξαγωγικές δράσεις όπως το Πρόγραμμα Επιχειρηματικών Αποστολών «Go International», αναφέρθηκε στην ομιλία του στις οικονομικές εξελίξεις της χώρας και τις ελληνικές εξαγωγικές επιδόσεις, ενώ εξέφρασε την αισιοδοξία του για την περαιτέρω αύξηση των εξαγωγών και τη διεύρυνση της παρουσίας των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές. Παράλληλα, αναφέρθηκε στη χρηματοδότηση που έχουν άμεση ανάγκη οι επιχειρήσεις αλλά και σε βιώσιμα σχέδια για υποστήριξη των εξαγωγών.



Το διεθνές περιβάλλον είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικό, γι' αυτό η ασφάλιση των απαιτήσεων στις εξαγωγές κρίνεται πλέον απαραίτητη

Ο κ. **Στέλιος Κροκιδάς**, Πρόεδρος και Γενικός Διευθυντής του

Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων - ΟΑΕΠ, αναφέρθηκε στο αβέβαιο και ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Σύμφωνα με τον κ. Κροκιδά, ο ΟΑΕΠ στηρίζει «έμμεσα» τη χρηματοδότηση των εξαγωγικών επιχειρήσεων μέσω της εκχώρησης του δικαιώματος αποζημίωσης προς τις τράπεζες ή τις εταιρίες Factoring που τις χρηματοδοτούν, ως εγγύηση. Επίσης, ο κ. Κροκιδάς αναφέρθηκε στη σημασία της ασφάλισης των απαιτήσεων στις εξαγωγές υπογραμμίζοντας τους καλυπτόμενους κινδύνους σε εμπορικό και πολιτικό επίπεδο, τη διαδικασία ασφάλισης, καθώς και τους όρους ασφάλισης.



Απαραίτητη η συνεχής διαβούλευση και συνεργασία των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων με φορείς και υπουργεία

Ο κ. Μένος Αγγελάκης, Διευθυντής Εξαγωγικών Επιχειρηματικών Αποστολών του Enterprise Greece,

αναφέρθηκε στην ομιλία του στους παράγοντες που ενισχύουν την ανάπτυξη της εξωστρέφειας και την προσπάθεια του Enterprise Greece να βοηθήσει τους Έλληνες επιχειρηματίες. Σύμφωνα με τον κ. Αγγελάκη οι τέσσερις παράγοντες που μπορούν να αναπτύξουν την εξωστρέφεια στη χώρα, είναι η ανάπτυξη κλαδικών εξαγωγικών προγραμμάτων, η βελτίωση της θέσης των επιχειρήσεων σε αγορές στόχους, η ανάπτυξη επιχειρήσεων της περιφέρειας και, τέλος, η ενίσχυση της ασφάλειας των επιχειρήσεων μέσω ενημέρωσης, πληροφόρησης και υποστήριξης.

Τέλος, ο κ. Αγγελάκης υποστήριξε ότι η συνεχής διαβούλευση και συνεργασία με φορείς και υπουργεία είναι απαραίτητες, όπως επίσης και η εκπαίδευση και πιστοποίηση σε θέματα εξωστρέφειας.



Συντονιστής: Δημήτρης Καραβασίλης, Διευθύνων Σύμβουλος της DK Consultants



Η πρώτη σκέψη των καταναλωτών είναι η εικόνα του προϊόντος στο ράφι

Ο κ. Ευστράτιος Τσαχπίνης, Πρόεδρος της Ένωσης Επιχειρήσεων Διαφήμισης και Επικοινωνίας Βορείου Ελλάδος-ΕΕΔΕΒΕ, άνοιξε την ενότητα **Packaging and Labelling-From**

Conception to Consumption με μία ενδιαφέρουσα προσέγγιση για τη σημασία της συσκευασίας των προϊόντων, ενώ ανέλυσε τα είδη συσκευασίας και την ταξινόμηση σε πρωτογενές, δευτερογενές και τριτογενές επίπεδο. Όπως τόνισε ο κ. Τσαχπίνης: «*Η πρώτη σκέψη των καταναλωτών είναι η εικόνα του προϊόντος στο ράφι*». Στη συνέχεια παρουσίασε τις βασικές λειτουργίες της συσκευασίας όπως είναι η παρουσίαση, η προστασία του προϊόντος, η διατήρησή του, η οικονομία και η ευκολία στη χρήση.

Ο σχεδιασμός της συσκευασίας αποτελεί επίσης ένα σημαντικό ζήτημα, όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο κ. Τσαχπίνης, το οποίο επηρεάζει την επιτυχία ενός προϊόντος καθώς «*Είναι μία σκόπιμη, συνειδητή προσπάθεια για την καθιέρωση τάξης από το χάος και αναπαράγει σχεδόν ακριβώς αυτό που κάνει η εξέλιξη ως διαδικασία*».

Τέλος ο κ. Τσαχπίνης υπογράμμισε τους παράγοντες που επηρεάζουν τον σχεδιασμό μίας συσκευασίας, που είναι η συμπεριφορά του καταναλωτή, οικονομικοί παράγοντες, κοινωνικά και πολιτιστικά ζητήματα, η τεχνολογία, νομικά ζητήματα, η διαδικασία παραγωγής, τα κανάλια διανομής και ο ανταγωνισμός.

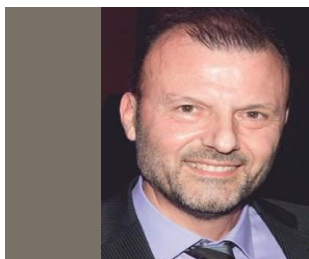


Η Ελλάδα δε μπορεί να στηριχθεί αποκλειστικά στον τουρισμό, πρέπει να υποστηριχθούν και άλλοι κλάδοι με χαμηλότερο κόστος χρηματοδότησης

Ο κ. Ευθύμιος Ναλμπάνης, Διευθύνων Σύμβουλος της Μακεδονικής Εταιρίας Χάρτου ΜΕΛ, παρουσίασε την εξέλιξη

στον κλάδο του χαρτιού, ενώ προανήγγειλε την ολοκλήρωση επενδυτικού προγράμματος της ΜΕΛ, ύψους 20 εκατομμυρίων ευρώ τον Αύγουστο του 2017. Σύμφωνα με τον κ. Ναλμπάνη τα προβλήματα παραμένουν πολλά στον κλάδο του χαρτιού, η ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται από έντονη εσωστρέφεια παρότι η κατανάλωση αυξάνεται, ενώ υπάρχει αδυναμία σε πηγές πρώτων υλών και υποδομών. Ο κλάδος στηρίζεται σε ώθηση από τις εταιρίες παραγωγής στην αρχή της εφοδιαστικής αλυσίδας και όχι στρατηγική pull από τον τελικό καταναλωτή.

Η Ελλάδα δε μπορεί να στηριχθεί αποκλειστικά στον τουρισμό σύμφωνα με τον κ. Ναλμπάνη, καθώς πρέπει να υποστηριχθούν και άλλοι κλάδοι με χαμηλότερο κόστος χρηματοδότησης, αφού η ρευστότητα των επιχειρήσεων αποτελεί σημαντικό πρόβλημα. Τέλος, επεσήμανε την ανάγκη δημιουργίας κλαδικής συνείδησης ιδιωτικών ελληνικών επιχειρήσεων.



Η πρώτη επαφή με τον τελικό καταναλωτή και η βιωσιμότητα μίας συσκευασίας είναι τα σημαντικότερα κριτήρια της στρατηγικής συσκευασίας

Εκπροσωπώντας την DS Smith Hellas, ο κ. Χαρίσιος Δημόπουλος, Οικονομικός Διευθυντής της εταιρίας, εστίασε την

ομιλία του στην έλλειψη ενεργειών marketing όσον αφορά τη συσκευασία φέροντας ως παράδειγμα το ελληνικό λάδι. Χαρακτηριστικά ανέφερε ότι το λάδι πωλείται στην Ιταλία μη συσκευασμένο και μετά από επεξεργασία και με την κατάλληλη συσκευασία πωλείται ως ιταλικό, με τη γείτονα χώρα να απολαμβάνει την προστιθέμενη αξία του ιδιαίτερα ποιοτικού ελληνικού προϊόντος. Σύμφωνα με τον κ. Δημόπουλο, σκοπός της στρατηγικής συσκευασίας πρέπει να αποτελεί η πρώτη επαφή με τον πελάτη και η βιωσιμότητα της ίδιας της συσκευασίας.



Οι μεταλλικές συσκευασίες είναι 100% ανακυκλώσιμες, ενώ μπορούν να ανακυκλώνονται απεριόριστες φορές χωρίς να αλλοιώνονται καθόλου τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους

Το πρώτο πάνελ της ενότητας Packaging & Labelling έκλεισε ο κ. Αθανάσιος Σαββάκης, Διευθύνων Σύμβουλος της National Can

Hellas, ο οποίος έκανε μία ιστορική αναδρομή στη μεταλλική συσκευασία, εστιάζοντας στα πλεονεκτήματα και τις πολλαπλές εφαρμογές της. Στην ίδια φιλοσοφία με τον προηγούμενο ομιλητή, ο κ. Σαββάκης τόνισε ως ζητούμενο το χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα καθώς οι μεταλλικές συσκευασίες μπορούν να ανακυκλώνονται απεριόριστες φορές χωρίς να αλλοιώνονται καθόλου τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους, ενώ ανακυκλώνοντας αλουμίνιο κάνουμε οικονομία σε πρώτες ύλες, εξοικονομούμε ενέργεια και μειώνουμε σημαντικά τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα.

Συντονιστής: Κωνσταντίνος Κωνσταντινίδης, Διευθύνων Σύμβουλος της Pelopac



Το brand είναι όνομα και ως όνομα πρέπει να ταιριάζει, να ανήκει και να αναγνωρίζεται, ενώ παράλληλα αποτελεί τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής ένα προϊόν

Στο δεύτερο πάνελ της ενότητας Packaging and Labelling εναρκτήριοι ομιλητές ήταν ο **κ. Χρήστος Χέλμης, Δημιουργικός Διευθυντής και Κειμενογράφος της Colibri AE**, ο οποίος αναφέρθηκε στη σημασία του brand καθώς αποτελεί τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής το προϊόν. Σύμφωνα με τον κ. Χέλμη, όσο πιο πολύ ένα όνομα πετυχαίνει να αναγνωρίζεται ότι ανήκει και ταιριάζει με ένα επιθυμητό προϊόν ή οργανισμό, τόσο πιο πετυχημένο είναι.

Το brand σύμφωνα με τον κ. Χέλμη αποτελεί την ταυτότητα του προϊόντος και της επιχείρησής μας, γι' αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό να γνωρίζουμε την παραγωγή μας και να παίρνονται οι σωστές στρατηγικές αποφάσεις. Τέλος, ο κ. Χέλμης παρουσίασε μία σειρά βημάτων που καθορίζουν και διαμορφώνουν την επιτυχία ενός brand.



Η συσκευασία αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία marketing

Ως **Διευθύνων Σύμβουλος της Mediterra_Mastiha Shop**, ο **κ. Ιωάννης Μανδάλας**, παρουσίασε την πορεία της Mastiha Shop ως ένα ιδιαίτερα επιτυχημένο παράδειγμα όσον αφορά τη συσκευασία. Η σημαντική επένδυση που πραγματοποίησε η εταιρία σχετικά με τη συσκευασία είχε ως αποτέλεσμα να λάβει πολλές διακρίσεις, ενώ η συσκευασία αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία marketing. Ο κ. Μανδάλας ανέφερε χαρακτηριστικά ότι το 25% των επενδύσεων της Mediterra_Mastiha Shop αποσκοπεί σε νέα προϊόντα, τα οποία συνδυάζονται αντίστοιχα με καινοτόμες συσκευασίες. Επίσης, τόνισε ως ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο τη δημιουργία μακροχρόνιας, καλής και δημιουργικής επιχειρηματικής ομάδας.



Η συσκευασία αποτέλεσε βασικό πυλώνα μετατροπής ενός παραδοσιακού προϊόντος σε gourmet

Ο **κ. Ζαφείρης Τρικαλινός, Πρόεδρος της Τρικαλινός Αυγοτάραχο**, αναφέρθηκε στη στρατηγική απόφαση της επιχείρησής του να διαφοροποιήσει τη συσκευασία των προϊόντων της επιλέγοντας για πρώτη φορά για τα ελληνικά δεδομένα το μαύρο χρώμα, το οποίο αποτύπωνε ωστόσο την ποιότητα των προϊόντων. Η τυποποίηση της παραγωγικής διαδικασίας καθώς και η καθιέρωση συσκευασίας με χρήση ετικέτας στοιχείων ημερομηνίας λήξης, άδεια παρασκευαστηρίου, στοιχεία παραγωγού και οδηγίες χρήσης σε συνδυασμό με την ανάπτυξη νέων προϊόντων ήταν τα βασικά βήματα για την ανάπτυξη της εταιρίας.

Σύμφωνα με τον κ. Τρικαλινό, το δυσκολότερο εγχείρημα για την Τρικαλινός Αυγοτάραχο ήταν η μετατροπή ενός παραδοσιακού προϊόντος σε gourmet, διαδικασία στην οποία η συσκευασία έπαιξε καθοριστικό ρόλο. Η εταιρία πήρε το 1^ο βραβείο συσκευασίας για το "gift box" αλλά και για το θαλασσινό αλάτι. Τέλος, ο κ. Τρικαλινός παρουσίασε ως επιτυχημένο παράδειγμα το πώς μία εταιρία με μικρή αλλά εξαιρετικά ποιοτική παραγωγή μπορεί εκμεταλλευόμενη τη σωστή συσκευασία να αυξήσει την τιμή του προϊόντος της και να το τοποθετήσει στο high end κομμάτι της αγοράς.



Συντονιστής: Νίκος Υποφάντης, Δημοσιογράφος του Ομίλου ΣΚΑΙ



Μία ισχυρή Ευρωπαϊκή Κοινοπραξία με παγκόσμιο δίκτυο, ισχυρή χρηματοοικονομική διάρθρωση, εξαιρετική λιμενική τεχνογνωσία και πολύ καλή γνώση του λιμένα της Θεσσαλονίκης και της ΟΛΘ ΑΕ

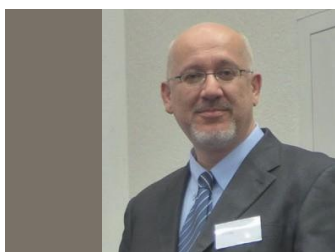
Το πρώτο πάνελ της ενότητας **Transport and Distribution Networks** άνοιξε ο κ. Σωτήρης Θεοφάνης, Συντονιστής και Εξουσιοδοτημένος Εκπρόσωπος της Κοινοπραξίας **DIEP GmbH-Terminal Links SAS-Belterra Ltd Consortium**, ο οποίος ανέπτυξε το προφίλ της κοινοπραξίας των τριών εταιριών και της μεγάλης τεχνογνωσίας που διαθέτουν και προχώρησε στην ανακοίνωση έναρξης της δεύτερης φάσης ολοκλήρωσης της διαγωνιστικής διαδικασίας για την παραχώρηση του ΟΛΘ στις 19/06/17.

Σύμφωνα με τον κ. Θεοφάνη, η κοινοπραξία συνδυάζει τα διεθνή δίκτυα και τη διεθνή τεχνογνωσία με την ισχυρή χρηματοοικονομική θέση, την ισχυρή τοπική παρουσία και την ισχυρή τεχνογνωσία στη ναυτιλία τακτικών γραμμών και το λιμενικό τομέα. Σημαντικό επίσης είναι το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλο δίκτυο 14 λιμενικών τερματικών σταθμών σε

διεθνές επίπεδο, ενώ δεν υπάρχουν ανταγωνιστικά συμφέροντα στα λιμάνια αυτά. Η μητρική ναυτιλιακή εταιρία τακτικών γραμμών (CMA CGM) του τεχνικού εταίρου κατέχει την 3^η θέση παγκοσμίως στη διακίνηση εμπορευματοκιβωτίων με διακίνηση 15.6 εκατ. TEUs ετησίως για το 2016.

Στόχος της κοινοπραξίας είναι το λιμάνι να αποκτήσει την πραγματική του θέση στην ανατολική Μεσόγειο, τα Βαλκάνια και την νοτιοανατολική Ευρώπη και να αποκτήσει ενεργό ρόλο στην εξυπηρέτηση της διατροφικής μεταφοράς φορτίων, ενώ ιδιαίτερα σημαντικό είναι το λιμάνι να έχει ενεργό και ουσιαστικό ρόλο σε όλες τις διεθνείς στρατηγικές πρωτοβουλίες διεθνούς εμπορίου. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο κ. Θεοφάνης, η ανάπτυξη οδικών και σιδηροδρομικών δικτύων στην περιοχή είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς το λιμάνι αποτελεί «πολλαπλασιαστή οικονομικής δραστηριότητας».

Ο κ. Θεοφάνης έκλεισε την ομιλία του αναφέροντας ότι «Ο θαλάσσιος δρόμος του μεταξιού δε σταματάει στον Πειραιά», ενώ τόνισε την ανάγκη να γίνουν οι απαραίτητες επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες και ανθρώπινο δυναμικό και δεσμεύτηκε από την πλευρά της κοινοπραξίας για ταχεία ολοκλήρωση των προβλεπόμενων επενδύσεων, ταχύτερα απ' ό,τι προβλέπεται στη σύμβαση.



Με τη σωστή αξιοποίηση του ΟΛΘ μπορούν να δημιουργηθούν έως και 2000 νέες θέσεις εργασίας σε γραφεία και τουλάχιστον άλλες τόσες σε εργατοτεχνικό προσωπικό ως το 2020

Στη συνέχεια το λόγο πήρε ο κ. Φώτης Κυριλλίδης, Διευθύνων Σύμβουλος της **Kuehne & Nagel Greece & SRS AE**, ο οποίος ανέπτυξε την ομιλία του παρουσιάζοντας τις δυνατότητες που έχει η Kuehne & Nagel Greece μέσω του σιδηροδρομικού της δικτύου και της σωστής αξιοποίησης του ΟΛΘ να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες μεταφορών και σκιαγράφησε την ελληνική πραγματικότητα στον κλάδο των μεταφορών.

Όπως ανέφερε χαρακτηριστικά ο κ. Κυριλλίδης, εντός του 2016 χρειάστηκε να διακοπεί η μεταφορά προϊόντων προς εξαγωγή 94 φορές λόγω απεργιών ή άλλων λόγων, 60 φορές ήταν κλειστά τα σύνορα στην Ειδομένη, ενώ τους τελευταίους 5 μήνες 125 φορές προσπάθησαν μετανάστες/πρόσφυγες να επιβιβαστούν σε τρένα προς εξαγωγή. Παράλληλα, σκιαγράφησε το πρόβλημα των σιδηροδρομικών γραμμών της χώρας αναφέροντας ότι ένα τρένο χρειάζεται δύο μέρες για να φτάσει από την Κεντρική Ευρώπη στα ελληνικά σύνορα, το ίδιο χρονικό διάστημα για να φτάσει από τα σύνορα στη Θεσσαλονίκη και μία ημέρα για να φτάσει από τη Θεσσαλονίκη στη Σίνδο.

Στη συνέχεια ο κ. Κυριλλίδης τόνισε τη δυναμική του λιμανιού αναφέροντας ότι τα σύνορα απέχουν μόλις 60 χιλιόμετρα από τη Θεσσαλονίκη και 680 από το λιμάνι του Πειραιά, ενώ ανέφερε ότι με τη σωστή αξιοποίηση του ΟΛΘ μπορούν να δημιουργηθούν έως και 2000 νέες θέσεις εργασίας σε γραφεία και τουλάχιστον άλλες τόσες σε εργατοτεχνικό προσωπικό ως το 2020.



Το λιμάνι της Θεσσαλονίκης πρέπει να βρει τη στρατηγική θέση που του αναλογεί μέσω σωστής στρατηγικής, χρηματοοικονομικής υποστήριξης και κατάλληλων οργανωτικών ενεργειών

Τελευταίος ομιλητής του πρώτου πάνελ της ενότητας Transport and Distribution Networks ήταν ο **κ. Θόδωρος Παπακωνσταντίνου, Διευθυντής και Επικεφαλής Συμβουλευτικών Υπηρεσιών της Deloitte** για το γραφείο της Θεσσαλονίκης. Ο κ. Παπακωνσταντίνου παρουσίασε μία ενδιαφέρουσα έρευνα της Deloitte σχετικά με την ανάπτυξη του λιμένα της Θεσσαλονίκης, κάνοντας παράλληλα μία σύγκριση με το λιμάνι του Ρότερνταμ.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την αξιοποίηση του ΟΛΘ για την οικονομία της περιοχής μπορεί να είναι ιδιαίτερα μεγάλα, ενώ παρουσίασε τις ομοιότητες και τις διαφορές με το λιμάνι του Ρότερνταμ, το οποίο έχει παρουσιάσει μεγάλη ανάπτυξη.

Συμπερασματικά, ο κ. Παπακωνσταντίνου ανέφερε ότι το λιμάνι της Θεσσαλονίκης πρέπει να βρει τη στρατηγική θέση που του αναλογεί μέσω σωστής στρατηγικής, χρηματοοικονομικής υποστήριξης και κατάλληλων οργανωτικών ενεργειών.



Συντονιστής: Παναγιώτης Κετικίδης, Αντιπρύτανης του City College και Πρόεδρος του South East European Research Centre-SEERC



Το 1/5 της συνολικής επένδυσης της Fraport στην Ελλάδα θα απευθύνεται αποκλειστικά στην αναβάθμιση του αεροδρομίου «Μακεδονία»

Το Export Summit V έκλεισε με το δεύτερο πάνελ της ενότητας Transport and Distribution Networks, στο οποίο εναρκτήρια ομιλία απηύθυνε ο **κ. Γεώργιος Βήλος, Γενικός Διευθυντής Εμπορικής και Επιχειρηματικής Ανάπτυξης της Fraport Greece**. Ο κ. Βήλος παρουσίασε το προφίλ της Fraport Greece, η οποία έχει αναλάβει τη συντήρηση, τη λειτουργία, τη διοίκηση, την αναβάθμιση και την ανάπτυξη 14 αεροδρομίων στην Ελλάδα, ολοκληρώνοντας τη μεγαλύτερη επένδυση στη χώρα που θα δημιουργήσει τουλάχιστον 550 νέες θέσεις εργασίας.

Ο κ. Βήλος αναφέρθηκε στη συνέχεια συγκεκριμένα στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης όπου, πέραν της σημαντικής ενίσχυσης της επιβατικής κίνησης, είναι ιδιαίτερα σημαντικό να αναπτυχθεί το αεροδρόμιο σε επίπεδο εμπορευματικών μεταφορών καθώς στο παρελθόν δεν αξιοποιήθηκε επαρκώς, παρά τη γεωστρατηγική του θέση. Σκοπός της Fraport Greece είναι το 1/5 της συνολικής επένδυσης να απευθύνεται αποκλειστικά στην αναβάθμιση του αεροδρομίου «Μακεδονία».

Πέραν των σημαντικών ενεργειών της Fraport, ο κ. Βήλος τόνισε την ανάγκη να γίνουν οι απαραίτητες επενδύσεις στο μεταφορικό δίκτυο της περιοχής καθώς και να υπάρξει στενή συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων με σκοπό την αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών.



Το ηλεκτρονικό εμπόριο θα αλλάξει τις παγκόσμιες συνθήκες ζήτησης και τον επιχειρηματικό χάρτη και θα αναπτύξει την αγορά και το διασυνοριακό εμπόριο

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου ως βασικός πυλώνας για τη δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης αξίας ήταν η θεματολογία του **κ. Μιχάλη Παγωμένου, Διευθυντή Πωλήσεων και Μάρκετινγκ της DHL Express Hellas**. Ο κ. Παγωμένος παρουσίασε μία ενδιαφέρουσα έρευνα της DHL Hellas σύμφωνα με την οποία το ηλεκτρονικό εμπόριο θα αλλάξει τις παγκόσμιες συνθήκες ζήτησης και τον επιχειρηματικό χάρτη, θα αναπτύξει την αγορά αλλά και το διασυνοριακό εμπόριο.

Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο κ. Παγωμένος, τα τελευταία 15 χρόνια, το 52% των εταιριών που συμπεριλαμβάνονταν στη λίστα Fortune 500 εξαφανίστηκαν, ενώ, όπως τόνισε απευθυνόμενος στους συνέδρους, επιχειρώντας να σκιαγραφήσει το δυναμικό και συνεχώς εξελισσόμενο διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον «Ο μεγαλύτερός σας πελάτης το 2020 ίσως να μην υπάρχει ακόμη». Τέλος, ο κ. Παγωμένος παρουσίασε τις δυνατότητες της DHL Hellas, εστιάζοντας στη σημασία των ταχυμεταφορών στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και δη του εξαγωγικού.



Τα δίκτυα διανομής είναι ιδιαίτερα σημαντικά καθώς μέσω αυτών οι επιχειρήσεις μπορούν να προσεγγίσουν νέες αγορές και να ενισχύσουν την εξαγωγική τους δραστηριότητα

Τελευταίος ομιλητής της ενότητας Transport and Distribution Networks αλλά και του Export Summit ήταν ο **κ. Σταμάτης Ανδριανόπουλος, Εκτελεστικός Σύμβουλος της Planning AE**, ο οποίος αναφέρθηκε στην ανάγκη των σύγχρονων επιχειρήσεων να συνδυάσουν τα logistics με τις πωλήσεις.

Όπως τόνισε ο κ. Ανδριανόπουλος τα προβλήματα στην εγχώρια αγορά είναι πολλά και πλέον η εξωστρέφεια κρίνεται επιτακτική. Παράλληλα, τόνισε τη σημασία των δικτύων διανομής μέσω των οποίων οι επιχειρήσεις μπορούν να προσεγγίσουν νέες αγορές και να ενισχύσουν την εξαγωγική τους δραστηριότητα.





Major Sponsor



Gold Sponsor



Silver Sponsors



Bronze Sponsors



Standard Sponsors



Livestreaming Sponsor



Communication Sponsors



Under the Auspices of



www.exportsummit.gr