



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟ ΜΟΝΑΧΟ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

**Πορίσματα της συζήτησης και των παρεμβάσεων των ομιλητών
της ψηφιακής εκδήλωσης με θέμα:**

**«Βελτίωση της πρόσβασης ελληνικών αγροτικών προϊόντων και τροφίμων στη
βαυαρική αγορά».**

Μόναχο, Οκτώβριος 2021

*Εισαγωγή και διανομή ελληνικών προϊόντων διατροφής, χονδρεμπόριο νωπών φρούτων
και λαχανικών: δίκτυα διανομής και συνθήκες ανταγωνισμού*

- Πρωταρχική προϋπόθεση για βελτίωση των εξαγωγικών μας επιδόσεων είναι η αύξηση του μεγέθους των παραγωγικών και κυρίως εξαγωγικών μας επιχειρήσεων, προκειμένου να προκύπτουν οικονομίες κλίμακας, μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη και δυνατότητα πρόσβασης στα μεγάλα διεθνή δίκτυα εμπορίας και προώθησης αγροτικών προϊόντων και τροφίμων.
- Η ενίσχυση των συνεταιρισμών και η στήριξη κοινοπρακτικών εταιρικών σχημάτων θα συμβάλει στην αύξηση του μεγέθους των επιχειρήσεων του κλάδου αγροτικών προϊόντων.
- Προκειμένου να αυξηθούν τα μερίδια αγοράς των ελληνικών προϊόντων στη γερμανική αγορά θα πρέπει να εμπλουτιστεί η ελληνική παραγωγή με νέες ποικιλίες φρούτων, προσαρμοσμένες στις καταναλωτικές συνήθειες και γευστικές προτιμήσεις των γερμανών αγοραστών, ενώ, παράλληλα, με τις νέες ποικιλίες θα βελτιωθεί και η εποχικότητα των αγροτικών μας προϊόντων.
- Οι επενδύσεις σε τεχνολογικό εξοπλισμό και εγκαταστάσεις τυποποίησης, η εφαρμογή προγραμμάτων ενίσχυσης της «ψηφιακής» γεωργίας και η βελτίωση των καλλιεργητικών προτύπων μέσω καινοτόμων μεθόδων και πρακτικών θα ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων, κυρίως ως προς τις τιμές πώλησης, οι οποίες παραμένουν αρκετά υψηλότερες σε σχέση με τον ανταγωνισμό.
- Τα σημαντικότερα, ως προς τις πωλήσεις, ελληνικά αγροτικά προϊόντα είναι οι, φράουλες, τα κεράσια, τα σπαράγγια, τα ακτινίδια, τα σταφύλια, τα εσπεριδοειδή και οι πιπεριές. Η γερμανική αγορά προμηθεύεται με φρούτα και λαχανικά από όλο τον κόσμο και ο καταναλωτής μπορεί να αγοράσει σχεδόν όλα τα φρούτα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

- Οι τιμές των ελληνικών αγροτικών προϊόντων επιβαρύνονται από το μεγαλύτερο μεταφορικό κόστος, λόγω της γεωγραφικής απόστασης Ελλάδας και χωρών κεντρικής Ευρώπης. Η μείωση του μεταφορικού κόστους αποτελεί θέμα προτεραιότητας. Προς την κατεύθυνση αυτή θα μπορούσε να συμβάλει η σύναψη ετήσιων συμβολαίων των ελλήνων παραγωγών και εξαγωγέων με τους διανομείς τους στη γερμανική αγορά, ώστε να υπάρξει καλύτερος προγραμματισμός και διαχείριση ροών και υπηρεσιών logistics.
- Σε κάθε περίπτωση, οι έλληνες εξαγωγείς θα πρέπει να είναι σε θέση να ανταγωνιστούν τα ιδιαίτερα ισχυρά και εδραιωμένα δίκτυα διανομής, κυρίως των Ιταλών και Ισπανών ανταγωνιστών μας. Για να επιτευχθεί αυτό απαιτείται ενίσχυση και συγκεντροποίηση των μεγάλων εξαγωγικών μας εταιρειών, ώστε να αποκτήσουν αυξημένες δυνατότητες πρόσβασης στα διεθνή εμπορικά δίκτυα.

Προώθηση τροφίμων στη γερμανική αγορά και τις μεγάλες αλυσίδες λιανικής πώλησης

- Προτού ληφθεί η απόφαση για εξαγωγή σε αγορά του εξωτερικού, θα πρέπει να εκπονηθεί εκτεταμένη έρευνα αγοράς, με φυσική παρουσία εκπροσώπων της ενδιαφερόμενης επιχείρησης, ως προς την καταναλωτική κουλτούρα και τις γευστικές προτιμήσεις στην αγορά - στόχο.
- Απαιτείται, επίσης, πιστοποίηση των προϊόντων και αυστηρή τήρηση όλων των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας των τροφίμων, καθώς και η ανάδειξη στη συσκευασία και την ετικέτα των ποιοτικών χαρακτηριστικών, της ταυτότητας και της προέλευσης των προϊόντων.
- Στη γερμανική αγορά ο κανόνας είναι πλέον οι ολιγομελείς ή και οι μονογονεϊκές οικογένειες. Κατά συνέπεια θα πρέπει οι επιχειρήσεις να επιδείξουν ευελιξία όσον αφορά στα μεγέθη της συσκευασίας και να προσαρμοστούν έτσι στις απαιτήσεις των καταστημάτων λιανικής πώλησης.
- Οι μικροί παραγωγοί θα πρέπει κυρίως να απευθύνονται στα καταστήματα delicatessen, όπου ζητούνται ιδίως εκλεκτά, πρωτότυπα και αυθεντικά, premium κατηγορίας προϊόντα διατροφής, από επιλεγμένους μικρούς παραγωγούς.
- Συστήνεται η παρουσία στις διεθνείς κλαδικές εκθέσεις, καθώς και, για τους μικρότερους παραγωγούς, στις τοπικές – περιφερειακές εκθεσιακές διοργανώσεις.
- Σημαντικό ρόλο στη προώθηση των ελληνικών τροφίμων στη γερμανική αγορά έχει η αξιοποίηση εξειδικευμένων στελεχών εξαγωγών και η γνώση της γερμανικής γλώσσας.
- Η υλοποίηση προγραμμάτων και προωθητικών δράσεων ελληνικών προϊόντων με συνέπεια και συνέχεια συμβάλλει θετικά στη διάδοση των ελληνικών προϊόντων.
- Επιβάλλεται επίσης η συντονισμένη αξιοποίηση προγραμμάτων εξωστρέφειας των Περιφερειών για την προβολή και προώθηση επώνυμων προϊόντων και προϊόντων ΠΟΠ και ΠΓΕ κάθε Περιφέρειας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το σχεδιαζόμενο πρόγραμμα της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας για την προώθηση της φράουλας. Θα πρέπει επίσης να συνεχιστεί η εκπόνηση προγραμμάτων προώθησης,

με ευρωπαϊκή ενδεχομένως χρηματοδότηση, των κυριότερων ελληνικών προϊόντων όπως τυροκομικά προϊόντα, ελιές και οίνοι. Τα εν λόγω προγράμματα περιλαμβάνουν ένα πλέγμα δράσεων όπως in store promotion, συνεργασία με σχολές μαγειρικής, wine tasting, προσκλήσεις αγοραστών, καταχωρήσεις σε εξειδικευμένα έντυπα κ.λπ..

- Η τρέχουσα τάση για υγιεινή διατροφή και η ζήτηση βιολογικών και ολικά χορτοφαγικών προϊόντων προβλέπεται να ενισχυθεί περαιτέρω.

Πρώθηση οίνων και ποτών στη γερμανική αγορά

- Πρωταρχική σημασία έχει η διοργάνωση σεμιναρίων και παρουσίαση επιλεγμένων οίνων υψηλής ποιότητας σε γευσιγνώστες, οινολόγους και influencers με ιδιαίτερη απήχηση στην εδώ αγορά, ώστε να υπάρξει δυνατότητα πρόσβασης, πέραν των ελληνικών εστιατορίων, και σε κάβες και άλλα εξειδικευμένα καταστήματα.
- Τα ελληνικά εστιατόρια αποτελούν προνομιακό όχημα για τη διάδοση των ελληνικών προϊόντων, οίνων και ποτών στο γερμανικό καταναλωτικό κοινό. Θα πρέπει συνεπώς να υπάρχει προσέγγιση εστιατορίων, sommelier, σερβιτόρων, ώστε να είναι σε θέση να παρουσιάζουν τα κρασιά που προσφέρουν στους πελάτες τους.
- Ζητούμενο είναι να βελτιωθεί η εξοικείωση των καταναλωτών με τα ελληνικά κρασιά. Είναι όντως εντοπιστικό, ότι οι γερμανοί καταναλωτές γνωρίζουν περισσότερο το ούζο από ότι τα κρασιά, αυτό άλλωστε εξηγεί ότι οι εξαγωγές ούζου είναι περίπου στο ίδιο επίπεδο (23 εκατ. ευρώ) με τις εξαγωγές εμφιαλωμένου οίνου (26 εκατ. ευρώ).
- Σημαντικό επίσης είναι η δημιουργία brands επώνυμων προϊόντων. Αυτό προϋποθέτει να υπάρχει κατάλληλο story telling για τις γηγενείς ιδιαίτερα ποικιλίες και αναγνωρίσιμες από το καταναλωτικό κοινό ετικέτες.
- Όλοι οι ομιλητές συμφώνησαν ότι επιβάλλεται σωστός προσδιορισμός της τιμής, ανάλογα και με την τιμολόγηση εφάμιλλης ποιότητας οίνων άλλων χωρών, με δίκαιη κατανομή της προστιθέμενης αξίας σε όλη την αλυσίδα παραγωγής, διάθεσης και προώθησης των ελληνικών οίνων και ποτών.
- Επιβάλλεται εξάλλου να καταβληθεί προσπάθεια συστηματικής πρόσκλησης από κλαδικούς φορείς (ΕΔΟΑΟ, ΣΕΑΟΠ, κ.λπ.), Enterprise Greece, αγροδιατροφικές διευθύνσεις Περιφερειών διακεκριμένων οινολόγων, wine writers, sommeliers και εισαγωγέων στη χώρα μας, προκειμένου να επισκεφτούν τα καλύτερα οινοποιεία και να συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις wine tasting.