

ΑΠΟ ΤΟ ΧΩΡΑΦΙ ... ΣΤΟ ΡΑΦΙ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΜΙΚΡΟ-ΜΕΣΑΙΟ ΠΑΡΑΓΩΓΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

ΚΟΡΙΝΘΟΣ - ΔΕΥΤΕΡΑ 27 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2015
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ & Ο.Ε.Β.Ε. Ν. ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ



Στέφανος Πατηλίδης

M. Eng, M.B.A.

Σύμβουλος Διεθνών Πωλήσεων

Διευθυντής Εξαγωγών TRAPÉZION



Η ΕΛΛΑΔΑ ΕΞΑΓΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΠΟ ΤΗ ΓΗ ΤΗΣ ?

- Η αξία των εξαγωγών αγροτικών προϊόντων για το 2013 άγγιξε τα 8 δις € (29% του συνόλου των εξαγωγών).
- Επτά αγροτικά προϊόντα κατατάσσονται στην πρώτη εικοσάδα των εξαγωγίμων προϊόντων.
- Οι εξαγωγές των ελαιολάδων αυξήθηκαν 42% το 2013, των γαλακτοκομικών κατά 13%, των νωπών καρπών και φρούτων 9% και κατά 3% των φρούτων και λαχανικών.
- Η Ελλάδα είναι :
 - Νο1 παγκοσμίως στις εξαγωγές ψαριών ιχθυοκαλλιέργειας, όπως οι τσιπούρες και τα λαβράκια.
 - Νο3 παγκοσμίως στην παραγωγή ελιάς, ελαιολάδου, ακτινιδίων και κρόκου (σαφράν).
 - Νο 5 στις εξαγωγές σπαραγγιών και 15η στις εξαγωγές τυροκομικών προϊόντων.
 - Στο TOP 10 των χωρών με παραγωγή και εξαγωγές βαμβακιού, παρά τη σημαντική μείωση της παραγωγής τα τελευταία χρόνια.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

- Η Ελλάδα είναι ο πρώτος προμηθευτής 35 προϊόντων σε 14 χώρες.
- Η χώρα παραγωγής για πάνω από 100 προϊόντα που έχουν ελληνική ΠΟΠ-Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης ή Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη καθιστώντας τα μοναδικά σε όλο τον κόσμο, όπως η μαστίχα και η φέτα.
- Η μεγαλύτερη κατηγορία αγροτικών προϊόντων είναι τα φρούτα & λαχανικά (37,1% του συνόλου των εξαγωγών αγροτικών προϊόντων). Ακολουθούν τα ψάρια & οστρακοειδή, καπνός & προϊόντα καπνού, γαλακτοκομικά προϊόντα, δημητριακά, λάδια & λίπη φυτικής προέλευσης, ποτά, διάφορα προϊόντα διατροφής και παρασκευάσματα από ζάχαρη και μέλι.



ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

- **Η Ευρωπαϊκή Ένωση** είναι ο κύριος προορισμός των ελληνικών αγροτικών προϊόντων σε ποσοστό 62% το 2010. Αυξητική τάση παρατηρείται στις εξαγωγές προς τις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης με αποτέλεσμα οι χώρες αυτές να αποτελούν τον δεύτερο τόπο προορισμού των εξαγωγών με συνολικό ποσοστό συμμετοχής 20,4%. Η Βόρειος Αμερική και οι χώρες της Βόρειας Αφρικής & Μέσης Ανατολής είναι ο τρίτος και τέταρτος προορισμός των εξαγωγών των αγροτικών προϊόντων με ποσοστά συμμετοχής 5,1% και 4%, αντίστοιχα.
- Η Ισπανία και η Ιταλία είναι οι κύριοι ανταγωνιστές της Ελλάδος και αντιπροσωπεύουν το ένα τρίτον (34%) του συνολικού ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει η χώρα μας ενώ η Τουρκία αποτελεί το 6,4%.
- Η Ιταλία απορροφά το 40% των εξαγωγών των ψαριών μας, το 51% του λαδιού και το 26% των δημητριακών, ενώ η Γερμανία εισάγει το 21% των φρούτων και λαχανικών, το 32% των ποτών και το 25% των γαλακτοκομικών.

Ποιες είναι οι βασικές προϋποθέσεις για επιτυχημένες Εξαγωγές;



ΧΥΜΑ Ή ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΠΡΟΪΟΝ ?

- Η Ελλάδα έχει το μικροκλίμα που μπορεί να παράγει υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας προϊόντα.
- Παρόλαυτά, στις περισσότερες περιπτώσεις τα εξάγει σε εξευτελιστικές τιμές σε ανταγωνιστές της (όπως η Ιταλία και η Ισπανία) οι οποίοι τα τυποποιούν και εισπράτουν την μεγάλη υπεραξία.
- Άρα λοιπόν, η απάντηση στο ερώτημα είναι ότι αν για οικονομικούς λόγους δεν μπορώ να τυποποιήσω μόνος μου και δεν μπορώ να το κάνω μέσω συνεταιρισμού, τότε προσπαθώ να αυξήσω την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος μου (π.χ. ΠΟΠ, βιολογική καλλιέργεια) ώστε να βρω ευκολότερα πελάτες και η τιμή πώλησης να είναι αξιοπρεπής.

- Θα εξαγωγή χύμα αγροτικό προϊόν ή θα εισπράξω την υπεραξία του τυποποιημένου;
- Υπάρχει site (μεταφρασμένο τουλάχιστον στα Αγγλικά) ; παρουσίαση των προϊόντων και της εταιρείας σε PDF ;
- Αν το προϊόν είναι πολύ υψηλής ποιότητας και αντίστοιχης τιμής, είναι σημαντικό να υποστηρίζεται και με βραβεία από διεθνείς διαγωνισμούς.
- Υπάρχουν έτοιμα δείγματα (σε συσκευασίες μικρότερες των κανονικών) για να αποστέλλονται σε ενδιαφερόμενους ;
- Η επιχείρησή έχει κάνει έναρξη εξαγωγικής δραστηριότητας στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο;
- Είναι το προϊόν τυποποιημένο από εσάς σε δική σας μάρκα; Υπάρχει κατοχυρωμένο ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΣΗΜΑ για τα προς εξαγωγή προϊόντα (π.χ. Ε.Ε., Ρωσία, κλπ.);
- Υπάρχουν όλες οι πιστοποιήσεις διασφάλισης ποιότητας και συσκευασίας HACCP (ISO 22000), ISO 9001;



ΠΟΥ ΒΡΙΣΚΩ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ?

- Γραφεία Ο.Ε.Υ. στις πρεσβείες της Ελλάδας (<http://agora.mfa.gr/frontoffice/portal.asp?cnode=7&cpage=NODE>)
- Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου (<http://www.hepo.gr/>)
- Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδας (<http://www.seve.gr/>)
- World Factbook (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>)
- International Olive Oil Council (<http://www.internationaloliveoil.org/>)
- Διεθνείς Εκθέσεις Ελαιολάδου (www.worldsbestoliveoils.org/olive-oil-competitions.html)



ΒΗΜΑΤΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

- Προετοιμασία προϊόντων και παρουσίασης τους με έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους
- Επιλογή αγορών στόχων (όχι αρχικά περισσότερες από 2-3)
- Έρευνα & επίσκεψη αγοράς – επαφή με υποψήφιους συνεργάτες (μετά από την σχετική έρευνα)
- Αναζήτηση τοπικού λιανέμπορου ή διανομέα και πιθανών σημείων πώλησης
- Συμφωνία για την εμπορική πολιτική και τις υποχρεώσεις των δυο μερών
- Υπογραφή συμφωνητικού



Παρουσίαση προϊόντων

Τι το κάνει διαφορετικό;



ΠΩΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΩ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΟΥ ?

- Οι αγοραστές που απευθύνομαι λαμβάνουν εκατοντάδες προσφορές προϊόντων καθημερινά...
- Πρέπει με το μήνυμά μου και την παρουσίαση των προϊόντων και της επιχείρησής μου να τους τραβήξω το ενδιαφέρον σε δευτερόλεπτα.
- Στην προβολή των προϊόντων, η οποία και θα είναι στην Αγγλική γλώσσα, υπάρχει σαφής αναφορά προέλευσης (πιθανά ΠΟΠ/ΠΓΕ), λεπτομερής περιγραφή, διαθέσιμες συσκευασίες και τα στοιχεία logistics;
- Αφού κάνω την πρώτη επικοινωνία, θα πρέπει να συνεχίσω με τηλεφωνήματα σε σωστά χρονικά διαστήματα (μεταξύ 10 ημερών και 2 εβδομάδων) μέχρι να πετύχω το σκοπό μου ή να πάρω τελική αρνητική απάντηση.

ΠΩΣ ΕΠΙΛΕΓΩ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ?

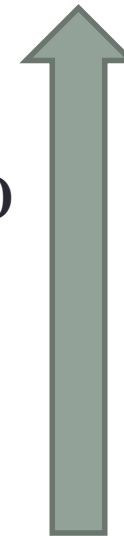
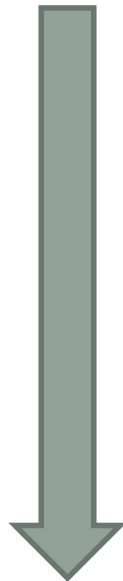
- Εκτίμηση του μεγέθους και της ετήσιας ανάπτυξης της αγοράς και των γενικών δεικτών στις χώρες - στόχους χώρα (πληθυσμός, κατά κεφαλήν εισόδημα, κλπ.)
- Υπάρχει Ελληνικό στοιχείο ή θετική άποψη για τα Ελληνικά προϊόντα;
- Καταγραφή – μελέτη του ανταγωνισμού
- Γεωγραφική τοποθεσία σε σχέση με την μεταφορά



ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

ΕΞΑΓΩΓΕΑΣ
Λιγότερο Ασφαλές

ΕΙΣΑΓΩΓΕΑΣ
Περισσότερο Ασφαλές



Ανοικτή Πίστωση

Εγγυητική Επιστολή (L/C)

Τραπεζική Εγγύηση

Προπληρωμή

Περισσότερο Ασφαλές

Λιγότερο Ασφαλές

ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

- Σε πολλές χώρες συνηθίζεται η παροχή έξτρα έκπτωσης για προπληρωμή ή σύντομη πληρωμή (π.χ. στη Γερμανία ο εισαγωγέας ζητά έξτρα 3% για πληρωμή σε 30 ημέρες).
- Μερική διασφάλιση επιτυγχάνεται με προπληρωμή 70% και 30% σε 2- 4 μήνες.
- Σε περίπτωση που δεν δέχεται τίποτα άλλο από ανοικτή πίστωση, τότε υπάρχει η λύση ασφάλισης πληρωμής είτε από τον Ο.Α.Ε.Π. είτε από ιδιωτικό οργανισμό (Euler Hermes – Atradius).



CONTRACT

This Agreement contain the entire agreement of the parties with respect to the s
of this Agreement, All parties shall act to complete the work described within a
and supersede all prior negotiations, agreements and understandings with respect
contractor agrees to indemnify and hold harmless the contractor against loss
reason of the liability or potential liability of the contractor f



ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΣΥΜΦΩΝΗΤΙΚΑ

- Πριν κάνω οποιαδήποτε πώληση-εξαγωγή, πρέπει να έχω υπογράψει ιδιωτικό συμφωνητικό με τον υποψήφιο συνεργάτη μου.
- Είναι ο μόνος τρόπος να με κατοχυρώσει σε περίπτωση οποιουδήποτε προβλήματος στη διαδικασία ή διαφωνία στους όρους.
- Συνηθίζεται να υπογράφεται σε 2 γλώσσες, δηλαδή στην τοπική του αγοραστή και στα Αγγλικά με ειδικό όρο ότι σε περίπτωση διαφωνίας η επικρατούσα έκδοση είναι η Αγγλική για δική μας κατοχύρωση.

ΒΑΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ (1)

- Για να προχωρήσουμε σε οποιαδήποτε εξαγωγή, πρέπει να αφιερώσουμε χρόνο στον έλεγχο. Σε αυτή την φάση, πέρα των προαναφερθέντων πρέπει να αναλύσουμε πολύ καλά τα 4P:
 - Προϊόν
 - Διανομή
 - Προώθηση/Προβολή
 - Τιμή προϊόντος



ΒΑΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ (2)

1. Τυποποιημένο
2. Συσκευασμένο
3. Ικανές ποσότητες για την αγορά στόχο
4. Τιμολογημένο
5. Σταθερότητα τροφοδοσίας
6. Πλεονέκτημα έναντι ανταγωνιστών



ΒΑΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ (3)

- Για τη διανομή, θα πρέπει να αναλύσουμε τα δεδομένα και να πάρουμε αποφάσεις σχετικά με τα τελικά σημεία πώλησης:
 - **Πόσα και ποια Super Markets, Delicatessen, Duty Free, Αλυσίδες Εστιατορίων, Καταστήματα Μαναβικής κλπ. υπάρχουν στη χώρα - στόχος**
 - **Επιλογή χονδρέμπορου ή λιανέμπορου**
 - **Όροι πώλησης**
 - **Γεωγραφική κάλυψη**



ΒΑΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ (4)

- Για την προώθηση/προβολή, θα πρέπει να αναπτύξουμε ένα πλάνο που να ενισχύει την εικόνα του προϊόντος:
 - Δραστηριότητες προώθησης πωλήσεων (εκθέσεις, δείγματα, εκπτώσεις, προσφορές, κτλ.)
 - Internet site
 - Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
 - E-shop
 - Συμμετοχή σε διεθνείς διαγωνισμούς γεύσης και ποιότητας
 - Συμμετοχή σε ειδικές εκδόσεις και κατάλογους (π.χ. Flos Olei)



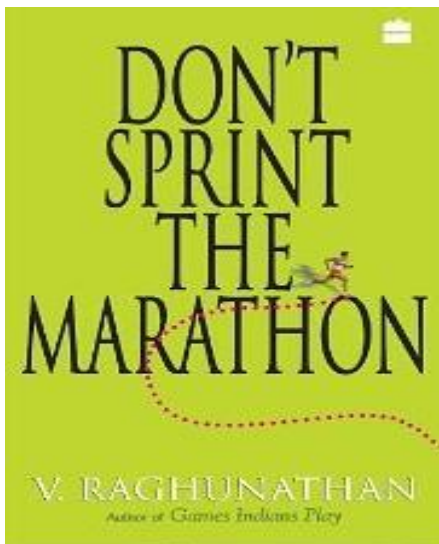
ΒΑΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ (5)

- Για την τιμολόγηση, θα πρέπει να συμφωνηθεί με τον χονδρέμπορο μια εμπορική πολιτική που θα ικανοποιεί και τα δυο μέρη, ενώ η τιμή ραφιού θα είναι ανταγωνιστική για τον καταναλωτή:
 - Τιμή ραφιού ανταγωνισμού
 - Ενδιάμεσες εκπτώσεις
 - Όροι πληρωμής



ΒΑΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ (6)

- Μην ξεχνάτε: Οι εξαγωγικές πωλήσεις δεν είναι σπριντ, αλλά αγώνισμα μαραθωνίου.
- Απαιτούν χρήματα (όχι απαραίτητα πολλά), σχέδιο, συνέπεια, συνέχεια, υπομονή, σοβαρότητα και τόλμη.



ΤΟΛΜΗΣΤΕ!



ΤΟΛΜΗΣΤΕ !

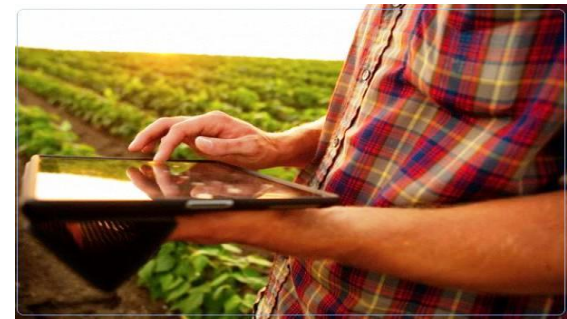
- Ζούμε σε δύσκολους καιρούς, αλλά το ενδιαφέρον σας για να ενημερωθείτε, να επιχειρήσετε και τελικά να εξάγετε, δείχνει την αποφασιστικότητά σας όσο και την θέλησή σας να ενεργήσετε, να τολμήσετε!
- Διαφοροποιηθείτε, οργανωθείτε, κάντε σωστές και έξυπνες κινήσεις, και για διαδικασίες που θεωρείτε ότι χρειάζεστε κάποια συμβουλή από ανθρώπους εμπειρότερους από εσάς στο συγκεκριμένο αντικείμενο (π.χ. παραγωγή, τυποποίηση, εξαγωγές κλπ.), τολμήστε να τις ζητήσετε ώστε να αυξήσετε τις πιθανότητες επιτυχίας σας!



- Ο κόσμος αλλάζει ραγδαία δοκιμάζοντας καθημερινά νέες τεχνολογίες και πρακτικές, όλο και περισσότεροι καταναλωτές παγκοσμίως προσπαθούν να διασφαλίσουν τη διατροφή τους με ασφαλή, υγιεινά και κυρίως υψηλής ποιότητας αγροτικά προϊόντα.

Επενδύστε στη διαρκή επιμόρφωσή σας για την καλύτερη κατανόηση του Αγροδιατροφικού τομέα, στον οποίο και θα επιχειρήσετε.

- Δημιουργήστε επώνυμα τυποποιημένα ελληνικά αγροτικά προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, με μεγάλη εξαγωγική δυνατότητα, μετατρέποντας την οικονομική κρίση σε ευκαιρία διαμέσου της Αγροτικής Επιχειρηματικότητας.



ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΑΣ!



TRAPÉZION
Εκπαιδευτικές &
Συμβουλευτικές Υπηρεσίες