



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

14 ΙΑΝ. 2013

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ,
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΥΠΟΔΟΜΩΝ,
ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΝ**

**ΑΥΤΟΤΕΛΕΣ ΓΡΑΦΕΙΟ
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ**

Αθήνα, 14 Ιανουαρίου 2013

Αρ. Πρωτ.: 55508

Ταχ. Δ/νση : Νίκης 5
Πλ. Συντάγματος
Ταχ. Κώδικας : 10180
Πληροφορίες : Γ.Σταθούλη
Τηλέφωνο : 210 3332063

ΠΡΟΣ : - / Τη Βουλή των Ελλήνων
ΚΟΙΝ: Δ/νση Κοιν/κού Ελέγχου
Τμήμα Ερωτήσεων
Βουλευτή:
κο Ευάγγελο Μπασιάκο
(διά της αρμόδιας Υπηρεσίας
της Βουλής των Ελλήνων)

ΘΕΜΑ: Απάντηση στην Ερώτηση με Α.Π. 5206/17-12-12

Σε αιτάντηση της παραπάνω Ερώτησης, που κατέθεσε στη Βουλή των Ελλήνων ο Βουλευτής κος Ευάγγελος Μπασιάκος και στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων μας, σας διαβιβάζουμε το με αρ. πρωτ. 94 ΓΔΔΟΠ/682/2-1-2013 έγγραφο της Γενικής Διεύθυνσης Διεθνούς Οικονομικής Πολιτικής, καθώς και το με αρ. πρωτ. 1071-1/177-1/11-1-2013 έγγραφο της Γενικής Διεύθυνσης Διοικητικής Υποστήριξης του Τομέα Οικονομίας, με συνημμένο το με αρ. πρωτ. 50/10-1-2013 έγγραφο του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ), ο οποίος αποτελεί εποπτευόμενο φορέα του Υπουργείου μας.

Ο Υφυπουργός

Παναγιώτης (Νότης) Μηταράκης

ΕΣΩΤ. ΔΙΑΝΟΜΗ
Γραφ. Υπουργού
Γραφ. Υφυπουργού
Γραφ. Κοιν. Ελέγχου





ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ,
ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & ΔΙΚΤΥΩΝ

ΓΕΝ. Δ/ΝΣΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Γραφείο Προϊσταμένου Γενικής Διεύθυνσης

Αθήνα, 2 Ιανουαρίου 2013
Αριθμ.πρωτ.: 94 ΓΔΔΟΠ/682

Ταχ.Δ/νση: Ερμού & Κορνάρου 1

Ταχ.Κωδ.: 10553

Τηλέφωνο: 2103286402, 6406,

Fax: 2103286404

ΠΡΟΣ:

Το Αυτοτελές Γραφείο
Κοινοβουλευτικού Ελέγχου

Θέμα: «Απάντηση στην Ερώτηση Βουλευτή με αριθμ.πρωτ. 5206/17-12-12. Θέμα: Πρωτοβουλίες για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων σε ευρωπαϊκές και άλλες ξένες αγορές.»

Σε απάντηση της ανωτέρω ερώτησης του βουλευτή κ. Ευάγγελου Μπασιάκου με θέμα «Πρωτοβουλίες για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων σε ευρωπαϊκές και άλλες ξένες αγορές» σας γνωρίζουμε τα ακόλουθα, τα οποία αφορούν θέματα αρμοδιότητας της Γενικής Διεύθυνσης ΔΟΠ σχετικά με τις ελληνικές εξαγωγές:

A. Κυβερνητικά μέτρα και δράσεις για την πολιτική της προώθησης των εξαγωγών

Η εθνική στρατηγική της οικονομικής πολιτικής¹ προώθησης των εξαγωγών στηρίζεται σε τρεις βασικούς άξονες:

1. Στη διεύρυνση της εξαγωγικής βάσης
2. Στην προώθηση των εξαγωγών και
3. Στη διευκόλυνση του εξωτερικού εμπορίου

Οι τρεις αυτοί βασικοί άξονες εστιάζονται στην πολιτική της προώθησης των εξαγωγών και κυρίως στην ανάπτυξη νέων μεθόδων (καινοτομιών), εύρεσης νέων ευκαιριών στις διεθνείς αγορές (export markets), διαδικασίες προβολής (National Brand), εξαγωγικής απόδοσης και διείσδυσης (export performance) μέρος της εγχώριας παραγωγής προϊόντων στην παγκόσμια αγορά. Δηλαδή:

- Τη γεωγραφική κατανομή των εξαγωγών ανά περιφέρεια, τομέα, κλάδο, προϊόν και επιχείρηση με σκοπό την οικονομική ενίσχυση Start-up επιχειρήσεων με εξαγωγικό προσανατολισμό. Στόχος είναι η εύρεση αγοραστών για την εγχώρια παραγωγή προϊόντων με προσανατολισμό τις διεθνείς αγορές, μέσω της επαναπροσέγγισης των παραδοσιακών προορισμών και τη διείσδυσής τους σε νέες αναπτυσσόμενες και αναδυόμενες οικονομίες. Προς την κατεύθυνση λειτουργεί διυπουργικό συντονιστικό όργανο στο οποίο συμμετέχουν το Υπουργείο Εξωτερικών, το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού με τον ΕΟΤ, το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Μεταφορών, Υποδομών και Δικτύων μαζί με τον Ελληνικό Οργανισμό Εξωτερικού Εμπορίου και το Invest in Greece, Σκοπός, είναι η ενίσχυση της

¹ Ο πρωταρχικός στόχος της οικονομικής πολιτικής είναι η μείωση του δημοσιονομικού χρέους ώστε να δημιουργηθεί περιβάλλον σταθερότητας αισιού και αφετέρου να αποδεσμευτούν πολύτιμοι οικονομικοί πόροι για παραγωγικές επενδύσεις σε κλάδους με συγκριτικά πλεονεκτήματα και θετικές επιδόσεις στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά.

εξαγωγικής υποδομής, προβολής και προώθησης των ελληνικών εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών στις διεθνείς αγορές².

- Την πιστοποίηση της ποιότητας και της αυθεντικότητας των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές με τη δημιουργία ενός **Εθνικού Brand³ (National Brand)** το οποίο θα προσελκύει την παγκόσμια ζήτηση για τα ελληνικά προϊόντα και όχι μόνο.
- Το συντονισμό, την παρακολούθηση και την εποπτεία των εξαγωγικών δραστηριοτήτων και επιδόσεων των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές, καθώς και τυχόν αθέμιτες ενέργειες ανταγωνισμού σε βάρος ελληνικών συμφερόντων.
- Την ανάπτυξη των εμπορικών υποδομών και τη διευκόλυνση των εξαγωγικών διοικητικών δραστηριοτήτων (*single window*)⁴ με έμφαση την απλοποίηση των προ-τελωνειακών και τελωνειακών διαδικασιών και διεργασιών ώστε να ελαχιστοποιείται ο χρόνος της γραφειοκρατίας και το διοικητικό κόστος των επιχειρήσεων εξαγωγής ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές⁵.
- Στην αξιοποίηση των οικονομικών πόρων του ΕΣΠΑ και τη δημιουργία ενός μοντέλου «Join Venture» μεταξύ δημοσίου και ιδιωτικού με έμφαση, την ενίσχυση της παραγωγικότητας, την προώθηση της επιχειρηματικής καινοτομίας και της φηφιακής σύγκλισης και την αύξηση της εγχώριας παραγωγής των βιομηχανοποιημένων προϊόντων έντασης τεχνολογίας και εξειδικευμένης εργασίας στο σύνολο των εξαγωγών. Ήδη έχει προκηρυχθεί πρόγραμμα ενίσχυσης μικρομεσαίων επιχειρήσεων από τον Υπουργό κ. Κ. Χατζηδάκη στους τομείς της μεταποίησης, τουρισμού, εμπορίου και υπηρεσιών, καθώς και τα ποσά των επιχορηγήσεων τα οποία κινδυνεύουν ανά περιφέρεια μεταξύ 40% και 60%.
- Την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας (κυρίως των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε επίπεδο τεχνογνωσίας και πληροφόρησης), της ανταγωνιστικότητας και τη εξαγωγικής εξωστρέφειας, επιχειρηματικότητας που διατίθενται μέσω των τραπεζών. Προτεραιότητα δίνεται στη στήριξη επιχειρηματικότητας που διατίθενται μέσω των τραπεζών. Προτεραιότητα δίνεται στη στήριξη (αύξηση) της ρευστότητας και στην ανακεφαλαιοποίηση των τραπεζών οι οποίες με τη σειρά τους θα δανειοδοτήσουν επιχειρήσεις και ιδιώτες.
- Σε σχέση με τα πιο πάνω, η στρατηγική της προώθησης των εξαγωγών θα πραγματοποιείται μέσω ενός μηχανισμού λειτουργίας εσωτερικών δομών πληροφόρησης (διεθνές και εγχώριο διαδίκτυο), Υπηρεσίες – Επιχειρήσεις – Τράπεζες – Διεθνείς αγορές.

² Στις 27 – Σεπτεμβρίου του 2012 πραγματοποιήθηκε στο Υπουργείο Εξωτερικών πιλοτικό πρόγραμμα σε συνεργασία με τους εμπλεκόμενους φρείς και με τέσσερις πρεσβείες (Πεκίνο, Ουάσιγκτον, Άμπορον Ντάμπι και Λονδίνο) που κύριο στόχο είχε των συντονισμό των ενεργειών και τις σχετικές δράσεις το National Brand.

³ Το National Brand πιστοποιεί την ποιότητα και την αυθεντικότητα των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές και το οποίο θα στηρίζεται σε τρεις πυλώνες. 1) Στις εξαγωγές με την υποστήριξη του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου. 2) Τις επενδύσεις με την υποστήριξη του Invest in Greece και 3) Τον τουρισμό με την υποστήριξη του ΕΟΤ.

⁴ Το *single window* είναι μια πανεθνική διαδικτυακή πύλη βάση ενός Ενιαίου Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος (ΕΟΠΣ) μιας στάσης για την ηλεκτρονική διεκπεραίωση όλων των διαδικασιών εμπορικών εξαγωγών και εισαγωγών, όπως η υποβολή αιτήσεων και δικαιολογητικών, ελέγχου και έκδοσης βεβαιώσεων, πιστοποιητικών, αδειών, εγγράφων και συγκαταθέσεων σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία. Συνοπτικά, οι κυριότερες υπηρεσίες που θα προσφέρει το *Single Window* είναι: Λειτουργία Υπηρεσίας Μιας Στάσης όπου τα δεδομένα καταχωρούνται μια φορά. Ελαχιστοποίηση απαιτήσεων φυσικής παρουσίας. Ηλεκτρονική διεκπεραίωση διαδικασιών που μέχρι τώρα διεκπεραίωνται χειρόγραφα Γενικευμένη χρήση των πρότυπων ηλεκτρονικών εντύπων / φορμών Αυτοματοποιημένη υποβολή, διαβίβαση, λήψη διεκπεραίωση, ενημέρωση κλπ. Διασύνδεση με υφιστάμενα συστήματα (ΓΕΜΗ, ICISnet, ΕΛΣΤΑΤ, ΓΤΠΣ, ΟΠΕΚΕΠΕ, ΓΕΜΕ) Παρακολούθηση αιτήματος / υπόθεσης εξαγωγέα σε όλα τα στάδια και σε πραγματικό χρόνο. Παροχή προσωποποιημένων υπηρεσιών Τροφοδότησης Γενικού Μητρώου Εξαγωγών.

⁵ Εκτιμήσεις από την Παγκόσμια Τράπεζα είναι ότι ακολουθώντας τον οδικό χάρτη που παρουσίασε την 1^η Νοεμβρίου και περιλαμβάνει 25 συγκεκριμένες δράσεις για τη διευκόλυνση των εξαγωγών θα μείωση το χρόνο της εξαγωγής και το κόστος κατά 50,0% και 20,0%, αντίστοιχα μέχρι και το 2015, οδηγώντας στη συνέχεια σε αύξηση της αξίας των εξαγωγών και του ΑΕΠ κατά 10,0% και 1,7% αντίστοιχα, ενώ παράλληλη έκθεση ανέφερε τη δημιουργία 80.000 θέσεων εργασίας.

⁶ Το ταμείο ΕΤΕΑΝ υποκαθιστά όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της ανώνυμης εταιρείας «Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων» ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ).

εξαγωγικής υποδομής, προβολής και προώθησης των ελληνικών εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών στις διεθνείς αγορές².

- Την πιστοποίηση της ποιότητας και της αυθεντικότητας των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές με τη δημιουργία ενός **Εθνικού Brand³ (National Brand)** το οποίο θα προσελκύει την παγκόσμια ζήτηση για τα ελληνικά προϊόντα και όχι μόνο.
- Το συντονισμό, την παρακολούθηση και την εποπτεία των εξαγωγικών δραστηριοτήτων και επιδόσεων των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές, καθώς και τυχόν αθέμιτες ενέργειες ανταγωνισμού σε βάρος ελληνικών συμφερόντων.
- Την ανάπτυξη των εμπορικών υποδομών και τη διευκόλυνση των εξαγωγικών διοικητικών δραστηριοτήτων (*single window*)⁴ με έμφαση την απλοποίηση των προ-τελωνειακών και τελωνειακών διαδικασιών και διεργασιών ώστε να ελαχιστοποιείται ο χρόνος της γραφειοκρατίας και το διοικητικό κόστος των επιχειρήσεων εξαγωγής ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές⁵.
- Στην αξιοποίηση των οικονομικών πόρων του ΕΣΠΑ και τη δημιουργία ενός μοντέλου «Join Venture» μεταξύ δημοσίου και ιδιωτικού με έμφαση, την ενίσχυση της παραγωγικότητας, την προώθηση της επιχειρηματικής καινοτομίας και της ψηφιακής σύγκλισης και την αύξηση της εγχώριας παραγωγής των βιομηχανοποιημένων προϊόντων έντασης τεχνολογίας και εξειδικευμένης εργασίας στο σύνολο των εξαγωγών. Ήδη έχει προκηρυχθεί πρόγραμμα ενίσχυσης μικρομεσαίων επιχειρήσεων από τον Υπουργό κ. Κ. Χατζηδάκη στους τομείς της μεταποίησης, τουρισμού, εμπορίου και υπηρεσιών, καθώς και τα ποσά των επιχορηγήσεων τα οποία κυμαίνονται ανά περιφέρεια μεταξύ 40% και 60%.
- Την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας (κυρίως των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε επίπεδο τεχνογνωσίας και πληροφόρησης), της ανταγωνιστικότητας και τη εξαγωγικής εξωστρέφειας,
- **Τη χρηματοδοτική διευκόλυνση της εξαγωγικής δραστηριότητας μέσω του ταμείου ΕΤΕΑΝ⁶ Go2market** (νόμος 3912 Α.Φ. 17 /17-2-2011). Οι επιχειρήσεις (επενδυτές) έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν τα χρηματοοικονομικά εργαλεία του ΕΤΕΑΝ και του ταμείου επιχειρηματικότητας που διατίθενται μέσω των τραπεζών. Προτεραιότητα δίνεται στη στήριξη της ρευστότητας και στην ανακεφαλαιοποίηση των τραπεζών οι οποίες με τη σειρά τους θα δανειοδοτήσουν επιχειρήσεις και ιδιώτες.
- Σε σχέση με τα πιο πάνω, η στρατηγική της προώθησης των εξαγωγών θα πραγματοποιείται μέσω ενός μηχανισμού λειτουργίας εσωτερικών δομών πληροφόρησης (διεθνές και εγχώριο διαδίκτυο), Υπηρεσίες – Επιχειρήσεις – Τράπεζες – Διεθνείς αγορές.

² Στις 27 – Σεπτεμβρίου του 2012 πραγματοποιήθηκε στο Υπουργείο Εξωτερικών πιλοτικό πρόγραμμα σε συνεργασία με τους εμπλεκόμενους φορείς και με τέσσερεις πρεσβείες (Πεκίνο, Ουάσιγκτον, Άμπορ Ντάμπι και Λονδίνο) που κύριο στόχο είχε των συντονισμό των ενεργειών και τις σχετικές δράσεις το National Brand.

³ Το National Brand πιστοποιεί την ποιότητα και την αυθεντικότητα των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές και το οποίο θα στηρίζεται σε τρεις πυλώνες: 1) Στις εξαγωγές με την υποστήριξη του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου. 2) Τις επενδύσεις με την υποστήριξη του Invest in Greece και 3) Τον τουρισμό με την υποστήριξη του ΕΟΤ.

⁴ Το *single window* είναι μια πανεθνική διαδικτυακή πύλη βάση ενός Ενιαίου Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος (ΕΟΠΣ) μιας στάσης για την ηλεκτρονική διεκπεραίωση όλων των διαδικασιών εμπορικών εξαγωγών και εισαγωγών, όπως η υποβολή αιτήσεων και δικαιολογητικών, ελέγχου και έκδοσης βεβαιώσεων, πιστοποιητικών, αδεών, εγγράφων και συγκαταθέσεων σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία. Συνοπτικά, οι κυριότερες υπηρεσίες που θα προσφέρει το *Single Window* είναι: Λειτουργία Υπηρεσίας Μιας Στάσης όπου τα δεδομένα καταχωρίζονται μια φορά. Ελαχιστοποίηση απαιτήσεων φυσικής παρουσίας. Ηλεκτρονική διεκπεραίωση διαδικασιών που μέχρι τώρα διεκπεραίωνονται χειρόγραφα Γενικευμένη χρήση των πρότυπων ηλεκτρονικών εντύπων / φορμών Αυτοματοποιημένη υποβολή, διαβίβιση, λήψη διεκπεραίωση, ενημέρωση κλπ. Διασύνδεση με υφιστάμενα συστήματα (ΓΕΜΗ, ICISnet, ΕΛΣΤΑΤ, ΓΓΠΣ, ΟΠΕΚΕΠΕ, ΓΕΜΕ) Παρακολούθηση αιτήματος / υπόθεσης εξαγωγέα σε όλα τα στάδια και σε πραγματικό χρόνο. Παροχή προσωποποιημένων υπηρεσιών Τροφοδότησης Γενικού Μητρώου Εξαγωγών.

⁵ Εκτιμήσεις από την Παγκόσμια Τράπεζα είναι ότι ακολουθώντας τον οδικό χάρτη που παρουσίασε την 1^η Νοεμβρίου και περιλαμβάνει 25 συγκεκριμένες δράσεις για τη διευκόλυνση των εξαγωγών θα μείωση το χρόνο της εξαγωγής και το κόστος κατά 50,0% και 20,0%, αντίστοιχα μέχρι και το 2015, οδηγώντας στη συνέχεια σε αύξηση της αξίας των εξαγωγών και του ΑΕΠ κατά 10,0% και 1,7% αντίστοιχα, ενώ παράλληλη θα έχει ως συνέπεια και τη δημιουργία 80.000 θέσεων εργασίας.

⁶ Το ταμείο ΕΤΕΑΝ υποκαθιστά όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της ανώνυμης εταιρείας «Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων» ΤΕΜΠΙΜΕ ΑΕ).

Β. Οι εξελίξεις τιμών εξαγωγών ελληνικών προϊόντων την τελευταία δεκαετία στις διεθνείς αγορές

αντίστοιχα (διάγραμμα 1). Σύμφωνα με τον πίνακα 1, την περίοδο 2001 – 2006, η μέση ετήσια αύξηση των εξαγωγών ήταν 5,4%, μικρότερη σε σύγκριση με αυτή του ΑΕΠ (7,4%) και των εισαγωγών (7,6%). Η εν λόγω εξέλιξη διαφοροποιήθηκε κατά την δεύτερη περίοδο 2007 – 2011. Το ΑΕΠ παρουσίασε στασιμότητα λόγω της οικονομικής ύφεσης, η οποία είχε ξεκίνησε από το 2008 και εξακολουθεί να υφίσταται. Οι εισαγωγές υποχώρησαν, ενώ η αύξηση των εξαγωγών (13,56%) συνέβαλλε θετικά στην οικονομική ανάπτυξης της χώρας, η οποία περιόρισε και την περαιτέρω υποχώρηση του ΑΕΠ, σε σύγκριση με την αρνητική συμβολή των επενδύσεων και της εγχώριας ζήτησης. Εκτιμάται ότι ο δείκτης εξαγωγικής εξωστρέφειας θα ανέλθει στο 12,2% το 2012 με περαιτέρω αύξηση στο 13,0% το 2013 και με μεσοπρόθεσμο στόχο το 16,0% το 2015. Ήδη η αύξηση των εξαγωγών ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές (χωρίς τα πετρελαιοειδή), την περίοδο Ιανουαρίου – Οκτωβρίου του 2012 σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2011, ήταν 6,12% έναντι της μείωσης 10,2% των εισαγωγών.

Πίνακας 1

Χρονική περίοδο	X	ΑΕΠ	M
2001-2006	5.4%	7.4%	7.6%
2007-2011	6.4%	0.0%	-2.6%
2001-2011	5.9%	3.9%	2.8%
2012	5.3%	-7.0%	-12.3%

Μέση τάση του δείκτη εξαγωγικής εξωστρέφειας, και οι μεταβολές (Δ%) των εξαγωγών και του ΑΕΠ

Χρονική περίοδο	Εξαγωγές προς ΑΕΠ	Εξαγωγές (% Δ)	ΑΕΠ (% Δ)
2000 - 2006	9.5%	28.30%	7.5%
2007 - 2011	8.5%	13.56%	0.1%
2012	12.2%	5.3%	-7.1%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ / Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων. Εκεξεργασία των στοιχείων από τη Διεύθυνση Διεθνών Οικονομικών Εξελίξεων και Συνεργασίας της Γενικής Διεύθυνσης Οικονομικής Πολιτικής. Οι εξελίξεις των εξαγωγών, εισαγωγών και του ΑΕΠ έχουν υπολογιστεί σε πιμές αγοράς.

Πολιτικής. Όταν, εκτινάχεται αυτό το σημείο, θα διαπιστωθεί ότι ο προσανατολισμός της γηραιάς Ήπειρος την περίοδο 2003- 2010 ανήλθαν στο 79,23%. Παράλληλα τη ίδια περίοδο το 57,83% είχε προορισμό την Ευρωπαϊκή Ένωση, το 16,07% της Ασίας, το 4,39% χώρες των Βαλκανίων, το 6,32% τις χώρες της Β. & Ν. Αμερικής, το 7,38% τις χώρες της Αφρικής και το 8,01% τις λοιπές χώρες του κόσμου (**πίνακας 2**).
τις χώρες της Αφρικής και το 8,01% τις λοιπές χώρες του κόσμου (**πίνακας 2**).
Το 2011, παρατηρούμε μεταβολή της ξένης ζήτησης ελληνικών προϊόντων από τις παραδοσιακές αγορές της Ασίας και της Β. & Ν.
της Ευρωπαϊκής Ένωσης και γενικώς της γηραιάς Ήπειρου προς τις αγορές της Ασίας και της Β. & Ν.
Αμερικής κα. της Αφρικής. Σημειωτέον ότι, α βαθμός απορρόφησης ελληνικών προϊόντων από τη γηραιά Ηπειρού υποχώρησε από το 80,37% που ήταν κατά μέσο όρο την περίοδο 2003 – 2010, στο 70,06% το

2011. Αντίθετα, η απορρόφηση των εξαγωγών από τις αγορές της Ασίας, της Αφρικής και της Αμερικής αυξήθηκε, η οποία και συνεχίστηκε και κατά την περίοδο Ιανουαρίου – Οκτωβρίου του 2012 (πίνακας 2). Την περίοδο Ιανουαρίου – Οκτωβρίου του 2012/11, η αύξηση των εξαγωγών προς τις αγορές της Ασίας, της Αφρικής και της N. & B. Αμερικής ήταν της τάξεως του 26,9%, 19,0% και 31,2% αντίστοιχα.

Γ. Προοπτικές και ευκαιρίες των εξαγωγών ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές

Οι κλάδοι της ελληνικής οικονομίας που παρουσιάζουν δυνητικό συγκριτικό πλεονέκτημα με ευνοϊκές προοπτικές στις διεθνείς αγορές, αλλά λόγω των διαρθρωτικών προβλημάτων και της εύθραυστης παραγωγικής τους βάσης δεν έχουν αξιοποιηθεί στο μέγιστο των παραγωγικών δυνατοτήτων, είναι σύμφωνα με το δείκτη ανταγωνιστικότητας Balassa – Lafay (διάγραμμα 2):

- Τα τρόφιμα και ζώα ζωντανά (0)
- Τα ποτά και ο καπνός (1)
- Οι πρώτες ύλες μη εδώδιμες εκτός από τα καύσιμα (2)
- τα λάδια και λίπη ζωικής ή φυτικής προέλευσης (ελαιόλαδο) (4)
- τα βιομηχανικά είδη ταξινομημένα κυρίως κατά πρώτη ύλη (6)
- οι συναλλαγές μη ταξινομημένες (9)

Από τους πιο πάνω κλάδους, της μονοψήφιας κατηγορία (0, 1, 2, 3, ..., 9) της Τυποποιημένης Ταξινόμησης του Διεθνούς Εμπορίου, τα βιομηχανικά είδη και τα τρόφιμα και ζώα ζωντανά (κατηγορίες 6 και 0), είναι οι κλάδοι με τα μεγαλύτερα συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τους υπόλοιπους (διάγραμμα 1).

Αντίθετα, το δυνητικό συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδας στους κλάδους,

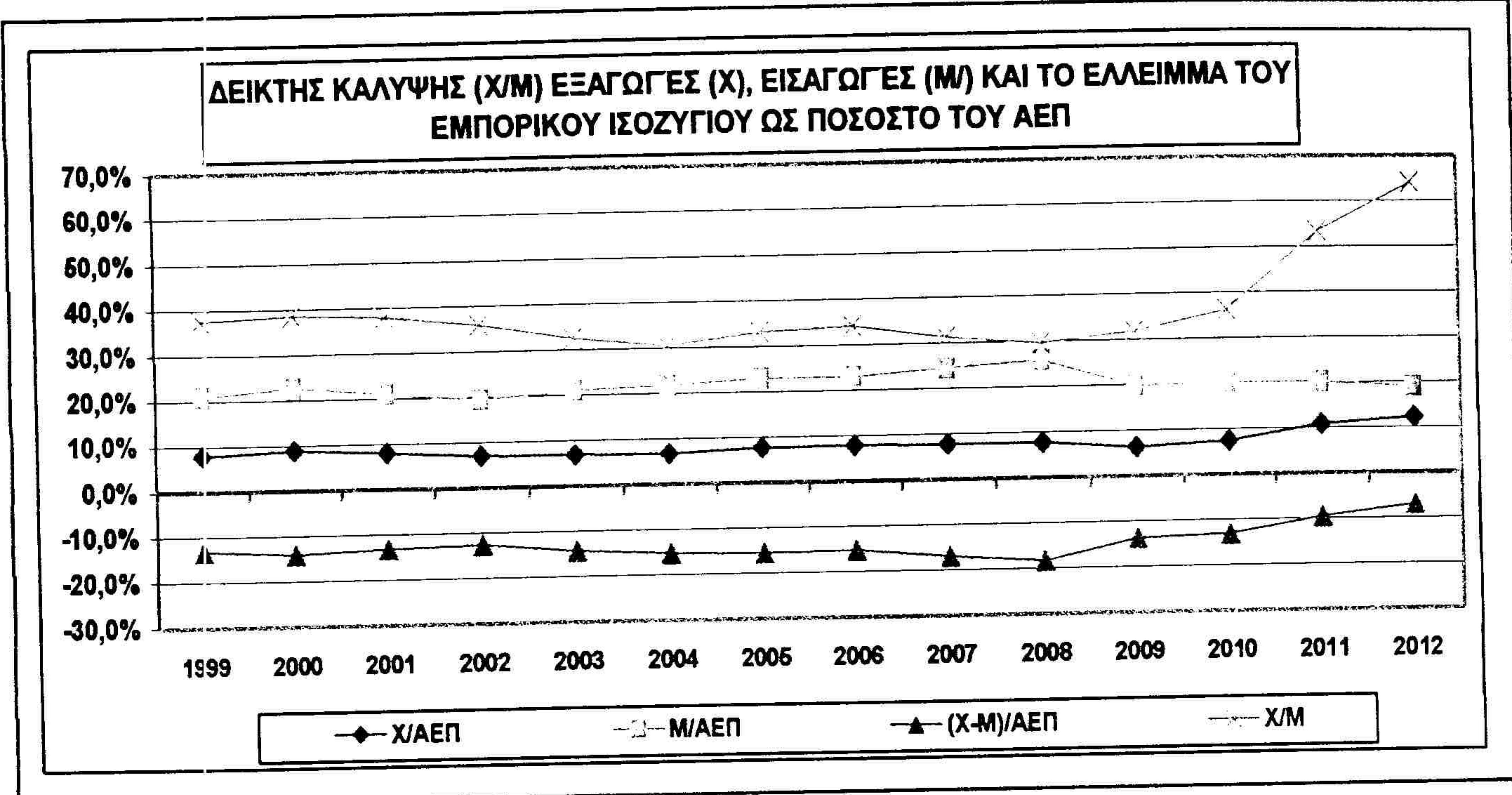
- Ορυκτά καύσιμα και λιπαντικά (3)
- Χημικά προϊόντα και συναφή (5)
- Μηχανήματα και υλικό μεταφορών και (7)
- Διάφορα βιομηχανικά είδη (8)

είναι αρνητικό (de specialisation or comparative disadvantage). Αυτό δεν σημαίνει ότι οι εμπορικές συναλλαγές στους συγκεκριμένους κλάδους δεν έχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα σε όρους οικονομικής ευημερίας για την ελληνική οικονομία. Αρκετά είναι εκείνα τα προϊόντα στους συγκεκριμένους κλάδους (3, 5, 7 και 8) τα οποία είναι αναδυόμενα και μπορούν να μετατραπούν σε προϊόντα αστέρια στην παγκόσμια αγορά όπως:

πετρέλαιο και προϊόντα πετρελαίου, σίδηρος και χάλυβας, βιομηχανικά λιπάσματα, τηλεπικοινωνίες και προϊόντα εγγραφής ήχου, είδη ταξιδιού, σακίδια χεριού και παρόμοια, φωτογραφικές συσκευές, είδη οπτικής, ρολόγια, πλαστικές ύλες σε πρωτογενή μορφή, μη σιδηρούχα μέταλλα κλπ. με παράλληλη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς και αύξησης του ΑΕΠ της χώρας.

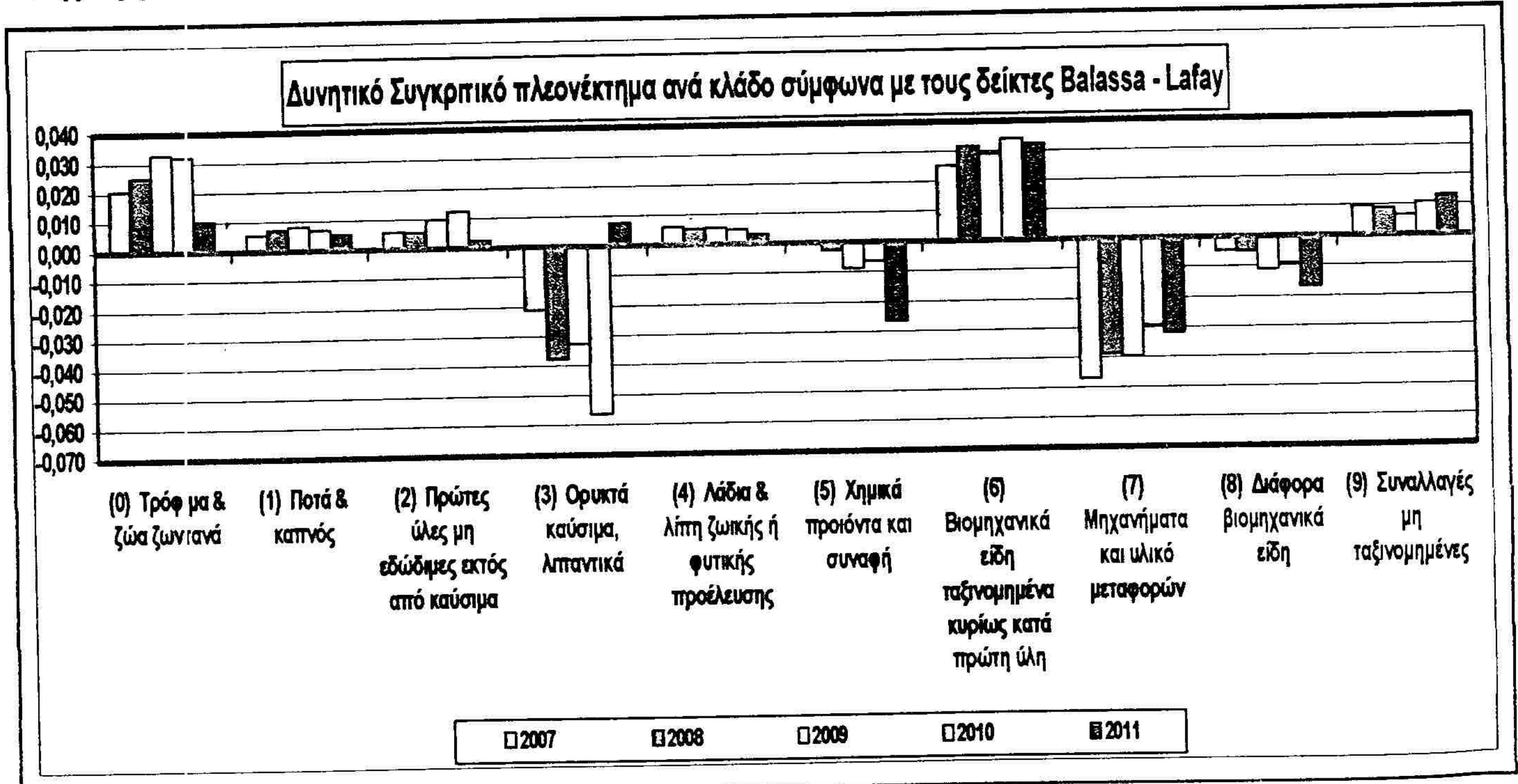
Τέλος, παραθέτουμε δύο πίνακες 3 και 4, ο πίνακας 3 παρουσιάζει μια σειρά από κλάδους με προοπτικές ανάπτυξης στην παγκόσμια αγορά και οι οποίοι την περίοδο 2007 – 2011 παρουσίασαν αυξήσεις μεγαλύτερες σε σχέση με αυτές της μέσης ετήσιας συνολικής αύξησης των παγκόσμιων εξαγωγών και των εισαγωγών αγαθών. Ο πίνακας 4 παρουσιάζει μια σειρά από εξαγωγικούς κλάδους οι οποίοι κατά την περίοδο αναφοράς τα μερίδια συμμετοχής τους στο σύνολο των εξαγωγών ήταν μεγαλύτερα χρόνια από τη μέση ετήσια συνολική συμμετοχή ανά κλάδο εξαγωγικής δραστηριότητας.

Διάγραμμα 1



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ / Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων. Επεξεργασία των στοιχείων από τη Διεύθυνση Διεθνών Οικονομικών Εξελίξεων και Συνεργασίας της Γενικής Διεύθυνσης Διεθνούς Οικονομικής Πολιτικής.

Διάγραμμα 2



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ / Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων. Επεξεργασία των στοιχείων από τη Διεύθυνση Διεθνών Οικονομικών Εξελίξεων και Συνεργασίας της Γενικής Διεύθυνσης Διεθνούς Οικονομικής Πολιτικής.

Πίνακας 2

ΕΙΔΟΥΣ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΕΓΓΡΑΦΗΣ ΤΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΠΡΟΠΟΝΗΣ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ										2003-2010 Μέσος όρος
	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	
1. Εργαζόμενη Τιμού	41,4%	52,8%	56,6%	54,5%	65,8%	69%	63,6%	63,5%	50,7%	50,7%	58,7%
2. Εργάτικη	11,6%	14,8%	19,8%	21,0%	11,3%	11,8%	11,9%	11,9%	14,4%	14,4%	16,2%
3. Απολελεύμενη	3,8%	3,8%	3,8%	4,0%	4,7%	4,7%	4,4%	4,1%	4,8%	4,8%	3,8%
4. Σύνθετη Τιμού (1+2)	56,8%	66,6%	71,3%	68,5%	80,9%	81,0%	80,9%	81,5%	70,4%	70,4%	80,3%
5. Λάδι	7,3%	6,7%	8,0%	7,7%	6,7%	5,5%	6,3%	7,0%	10,9%	6,4%	6,4%
6. Αργαλέα	3,1%	4,3%	4,3%	4,0%	3,5%	3,9%	4,9%	5,1%	5,3%	4,7%	4,7%
7. Β. & Η. Αργαλέα	2,0%	1,6%	6,8%	5,8%	5,5%	6,3%	4,0%	5,3%	7,0%	6,2%	6,2%
8. Κυριαρχούσα Τιμού	1,7%	1,7%	1,5%	1,9%	3,1%	3,0%	2,4%	2,7%	6,6%	2,2%	2,2%
9. Σύνθετη Τιμού (1+2+3)	59,5%	69,3%	73,5%	70,8%	81,0%	81,9%	80,9%	81,5%	70,4%	70,4%	80,6%
10. Σύνθετη Τιμού (1+2+3+4)	61,5%	70,4%	75,3%	70,8%	82,9%	83,9%	82,9%	83,5%	71,0%	71,0%	81,0%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ / Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων. Επεξεργασία των στοιχείων από τη Διεύθυνση Διεθνών Οικονομικών Εξελίξεων και Συνεργασίας της Γενικής Διεύθυνσης Διεθνούς Οικονομικής Πολιτικής.

Πίνακας 3

ΚΛΑΔΟΙ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΟΙ ΟΠΟΙΟΙ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2007 - 2011 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΑΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΥΞΗΣΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗ ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΥΞΗΣΗ (2007 - 2011) ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ Η ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (η αύξηση έχει υπολογιστεί με το γεωμετρικό μέσο)

Κωδικός (ΠΤΔΕ)	Περιγραφή προϊόντων ανά κλάδο εξαγωγικής δραστηριότητας	Μέσος όρος συνολικής αξίας σε ευρώ 2007-2011	%Δ - μεταβολή γεωμετρικό μέσο την περίοδο 2007 - 2011	Μερίδιο συμμετοχής (%) αριθμητικό μέσο 2007 - 2011
00	Zώα Ζωντανά	11.381.888	50,76%	0,06%
01	Κρέατα και παρασκεύασματα από κρέας	59.768.239	13,01%	0,34%
02	Γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά πουλιών	287.645.336	8,84%	1,63%
07	Καφές, τσάι, κακάο, μπαχαρικά και είδη από αυτά	32.842.674	15,58%	0,19%
09	Διάφορα προϊόντα διατροφής - παρασκεύασματα	142.208.877	16,31%	0,81%
21	Δόρες, δέρματα και γουναρικά ακατέργαστα	38.543.299	13,74%	0,22%
23	Καουτσούκ ακατέργαστο συνθετικό - αναγέννησην	2.186.099	56,61%	0,01%
25	Πολτός και απορρίμματα χαρτού	26.618.021	20,14%	0,15%
29	Ακατέργαστες ύλες ζωικής-φυτικής προέλευσης	20.233.206	8,79%	0,11%
33	Πετρέλαιο και προϊόντα πετρελαίου	2.693.054.606	25,66%	15,26%
34	Φωταέριο φυσικό και βιομηχανικό	69.512.292	19,49%	0,39%
35	Ηλεκτρική ενέργεια	66.256.741	47,25%	0,38%
52	Ανόργανα χημικά	39.170.869	22,42%	0,22%
56	Βιομηχανικά λιπάσματα	69.837.779	22,93%	0,40%
67	Σίδηρος και χάλυβας	807.955.225	10,69%	4,58%
79	Λοιπό μεταφορικό υλικό	220.827.138	15,47%	1,25%
83	Είδη ταξιδιού, σακκίδια χεριού και παρόμοια	14.636.097	12,69%	0,08%
88	Φωτογραφικές συσκευές, κλπ είδη οπτικής, ρολόγια	31.801.056	10,29%	0,18%
Οι συνολικές εξιγωγές των πιο πάνω προϊόντων		4.634.479.442		26,26%
Οι συνολικές εξιγωγές των υπόλοπτων προϊόντων		13.014.583.209		73,74%
Το γενικό σύνολο των εξαγωγών		17.649.062.651		100,00%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ / Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων. Επεξεργασία των στοιχείων από τη Διεύθυνση Διεθνών Οικονομικών Εξελίξεων και Συνεργασίας της Γενικής Διεύθυνσης Διεθνούς Οικονομικής Πολιτική.

Πίνακας 4

ΚΛΑΔΟΙ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΟΙ ΟΠΟΙΟΙ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2007 – 2011 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΑΝ ΜΕΡΙΔΙΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ (1,5%)				
Κωδικός (ΠΤΔΕ)	Περιγραφή προϊόντων ανά κλάδο εξαγωγικής δραστηριότητας	Ο μέσος όρος της συνολικής αξίας σε: ευρώ 2007-2011	%Δ - μεταβολή γεωμετρικό μέσο την περίοδο 2007 - 2011	Μερίδιο συμμετοχής (%) αριθμητικό μέσο 2007 - 2011
03	Ψάρια, παρασκεύασμα αυτών, οστρακοειδή, μαλάκ.	513.103.720	7,03%	2,91%
05	Φρούτα και λαχανικά	1.431.742.394	4,94%	8,11%
12	Καπνός αιατέργαστος και κατεργασμένος	389.100.364	-0,12%	2,20%
33	Πετρέλαιο και προϊόντα πετρελαίου	2.693.054.606	25,66%	15,26%
42	Λάδια και λίπη σταθερά φυτικής προέλευσης αιατέργαστα	296.354.606	-9,69%	1,68%
54	Ιατρικά και φαρμακευτικά προϊόντα	930.539.900	-0,66%	5,27%
57	Πλαστικές ύλες σε πρωτογενή μορφή	375.937.756	5,04%	2,13%
58	Πλαστικές ύλες σε μη πρωτογενή μορφή	271.937.082	2,67%	1,54%
65	Υφαντικά νήματα, υφάσματα έτοιμα κλπ συναρθρή	472.024.654	-4,55%	2,67%
66	Είδη από μη μεταλλικά ορυκτά μη κατονομαζόμενα	365.989.418	-3,33%	2,07%
67	Σίδηρος και χάλυβας	807.955.225	10,69%	4,58%
68	Μη στόρορυχα μέταλλα	1.235.685.353	5,92%	7,00%
69	Είδη από μέταλλο μη κατονομαζόμενο	407.029.064	-0,22%	2,31%
74	Γενικός βιομηχανικός εξοπλισμός, μηχανήματα κλπ.	372.784.290	0,83%	2,11%
76	Συσκεύες τηλεπικονωνιών και εγγραφής ήχου	273.223.452	-1,58%	1,55%
77	Ηλεκτρικά μηχανήματα συσκεύες και μέρη αυτών	604.970.553	-1,13%	3,43%
89	Διάφορα βιομηχανικά είδη μη κατονομαζόμενα	508.502.950	4,62%	2,88%
Οι συνολικές εξαγωγές των ποι πάνω προϊόντων		11.949.935.387		67,71%
Οι συνολικές εξαγωγές των υπόλοιπων προϊόντων		5.699.127.264		32,29%
Το γενικό σύνολο των εξαγωγών		17.649.062.651		100,00%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ / Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων. Επεξεργασία των στοιχείων από τη Διεύθυνση Διεθνών Οικονομικών Εξελίξεων και Συνεργασίας της Γενικής Διεύθυνσης Διεθνούς Οικονομικής Πολιτική.

Στην υπηρεσία μας λειτουργεί η Διεύθυνση Πολιτικής Διεθνούς Εμπορίου που

1. Διαμορφώνει την ελληνική πολιτική σε θέματα διεθνούς εμπορίου όπως τίθενται στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής Επιτροπής Πολιτικής Εμπορίου (άρθρο 207 της Συνθήκης της Λισσαβόνας).
 2. Στηρίζει τα ελληνικά συμφέροντα στις διεθνείς εμπορικές διαπραγματεύσεις που διεξάγει η ΕΕ: α) στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (ΠΟΕ), β) σε διμερείς ή πολυμερείς συζητήσεις με τρίτες χώρες ή ομάδες χωρών για την υπογραφή FTAs, και γ) σε συζητήσεις για την παροχή ειδικών εμπορικών ή επενδυτικών καθεστώτων σε τρίτες χώρες. Οι ανωτέρω διεθνείς υποχρεώσεις της ΕΕ διαμορφώνουν το ευρύτερο πλαίσιο δράσης των Ελλήνων οικονομικών, εμπορικών και επενδυτικών φορέων. Η έγκαιρη ενεργοποίηση από πλευράς μας επιτυγχάνει την διαμόρφωση ευνοϊκών θεσμικών και εμπορικών καθεστώτων τα οποία έχουν άμεση επίδραση στις ελληνικές εξαγωγές.
- Ιδιαίτερη μνεία πρέπει να γίνει στις προσπάθειες μας για ουσιαστική προστασία των ελληνικών γεωγραφικών ενδείξεων (ΓΕ) καθώς ο εν λόγω τομέας αποτελεί βασικό εργαλείο για την προώθηση της παραγωγής υψηλής ποιότητας γεωργικών προϊόντων, της αειφόρου ανάπτυξης της υπαίθρου και της διασφάλισης δίκαιων συνθηκών ανταγωνισμού που θα επιτρέψουν την βιωσιμότητα των γεωργικών εκμεταλλεύσεων.
3. Διαχειρίζεται βάση δεδομένων με στόχο την καταγραφή και επίλυση προβλημάτων που συναντούν οι Έλληνες εξαγωγείς στην αγορά τρίτων χωρών. Τα εμπόδια αυτά καταχωρούνται στην υπηρεσία μας και στη συνέχεια διαβιβάζονται στην Ευρωπαϊκή Βάση Δεδομένων, προκειμένου η Ευρωπαϊκή Επιτροπή να αναλάβει δράση μέσω των μηχανισμών που διαθέτει, για την εξάλειψή τους. Αντίστοιχα ενεργοποιείται η Δ/νση μας και σε περιπτώσεις που τρίτες χώρες εφαρμόζουν ή απειλούν να εφαρμόσουν μέτρα αντιντάμπιγκ κατά των ελληνικών εξαγωγών.

Τελικά και επιπροσθέτως σας γνωρίζουμε οτι,

- Πρωθήθηκε η διαδικασία εκσυγχρονισμού και απλοποίησης του νομοθετικού πλαισίου το οποίο διέπει το εξωτερικό εμπόριο της χώρας (νόμος 4072 κεφάλαιο ΣΤ)
- Έχει συσταθεί και λειτουργεί με συμμετοχή και στελέχους της Γενικής Διεύθυνσης, Ομάδα Εργασίας στο πλαίσιο του έργου «Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες μιας στάσης για την άρση των εμποδίων, μείωση της γραφειοκρατίας και την απλοποίηση της διαδικασίας εξαγωγών-Single Window.»
- Με συμμετοχή στελέχους της Γενικής Διεύθυνσης στη συγγραφική ομάδα καταρτίστηκε Οδικός Χάρτης για τη Διευκόλυνση του Εξωτερικού Εμπορίου με συγκεκριμένα χρονοδιαγράμματα ο οποίος και υλοποιείται.
- Η αρμόδια Υπηρεσία της Γενικής Διεύθυνσης συντονίζει όλες τις επιμέρους πολιτικές, σε συνεργασία με τα συναρμόδια Υπουργεία (Εξωτερικών, Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων) και τους εποπτευόμενους φορείς υποστήριξης της εξαγωγικής δραστηριότητας, για την υλοποίηση της εθνικής εξαγωγικής πολιτικής.

Ο Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου (Ο.Π.Ε. Α.Ε.) και ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (Ο.Α.Ε.Π.) οι οποίοι εποπτεύονται από το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων με την τεχνογνωσία που διαθέτουν, υποστηρίζουν αποτελεσματικά τις προσπάθειες των ελληνικών επιχειρήσεων, αφενός να διεισδύσουν σε πολύ ανταγωνιστικές αγορές και αφετέρου, να επεκταθούν περισσότερο στις παραδοσιακές.

- Η εξαγωγική πολιτική της Ελλάδας διέπεται από τους κανόνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, βασίζεται δε και υλοποιείται στο πλαίσιο της ασκούμενης Κοινής Εμπορικής Πολιτικής

της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ειδικότερα, για ορισμένα Βασικά Προϊόντα ιδιαίτερου ελληνικού ενδιαφέροντος όπως το βαμβάκι, η ζάχαρη, το ελαιόλαδο και τα σιτηρά, η αρμόδια υπηρεσία της Γενικής Διεύθυνσης συμμετέχει ενεργά στη συνδιαμόρφωση της πολιτικής της Ε.Ε. και των Κρατών Μελών της, αναφορικά με τους Διεθνείς Οργανισμούς που σχετίζονται με την παραγωγή και το εμπόριο των Αγαθών αυτών.

Μέσα από τις ισυμμετοχές αυτές επιχειρείται η αξιοποίηση δράσεων των εν λόγω Διεθνών Οργανισμών προς όφελος της προώθησης των ελληνικών προϊόντων. Για παράδειγμα, όσον αφορά στο ελαιόλαδο, ο αρμόδιος Διεθνής Οργανισμός έχει πρόσφατα αναλάβει σχετική εκστρατεία προώθησης του προϊόντος με σχεδιασμό δράσεων δημοσιότητας που στοχεύουν σε διάφορες χώρες, μεταξύ των οποίων οι Η.Π.Α., ο Καναδάς, η Βραζιλία και η Κίνα.

Όπως γίνεται ιντιληπτό, οι ελληνικές εξαγωγές αγαθών αποτελούν, ιδιαίτερα στη σημερινή αρνητική συγκυρία, το μόνο, ίσως θετικό μακροοικονομικό μέγεθος που θα συμβάλει ουσιαστικά στην έξοδο της ελληνικής οικονομίας από την κρίση. Με στοχευμένες δράσεις που επικεντρώνονται κατά προτεραιότητα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, γίνεται φανερό ότι αποσκοπείται η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας και η παράλληλη τόνωση της απασχόλησης.

Επομένως καταβάλλεται συστηματική προσπάθεια τόσο σε θεσμικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο διοικητικής πρακτικής ώστε να στηριχθούν οι Έλληνες εξαγωγείς και επομένως η σημαντική αύξηση των εξαγωγών να μην είναι συγκυριακού χαρακτήρα.

Ο Γενικός Γραμματέας

Σεραφείμ Τσόκας





ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ,
ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & ΔΙΚΤΥΩΝ

ΓΕΝ. Δ/ΝΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ
ΤΜΗΜΑ Γ'

ΕΠΕΙΓΟΝ – ΠΡΟΘΕΣΜΙΑ

Ταχ. Δ/νση : Νίκης 5
Πλ. Συντάγματος : 10180
Τηλέφωνο : Γ. Ψυχογυιόπουλος
Fax : 210 333 2215
Ταχ. Κώδικας : 210 333 2037

Αθήνα, 11 Ιανουαρίου 2013

Αριθ. Πρωτ.: 1071-1/177-1

ΠΡΟΣ: Το Αυτοτελές Γραφείο
Κοινοβουλευτικού Ελέγχου

KOIN.: 1. Γεν. Δ/νση Διοικ. Υποστήριξης
- Γραφείο Προϊσταμένου
α. Δ/νση Διοικητικού
- Γραφείο Προϊσταμένης
- Τμήμα Γ'

ΑΝΑΚ: - Γραφείο Γενικού Γραμματέα

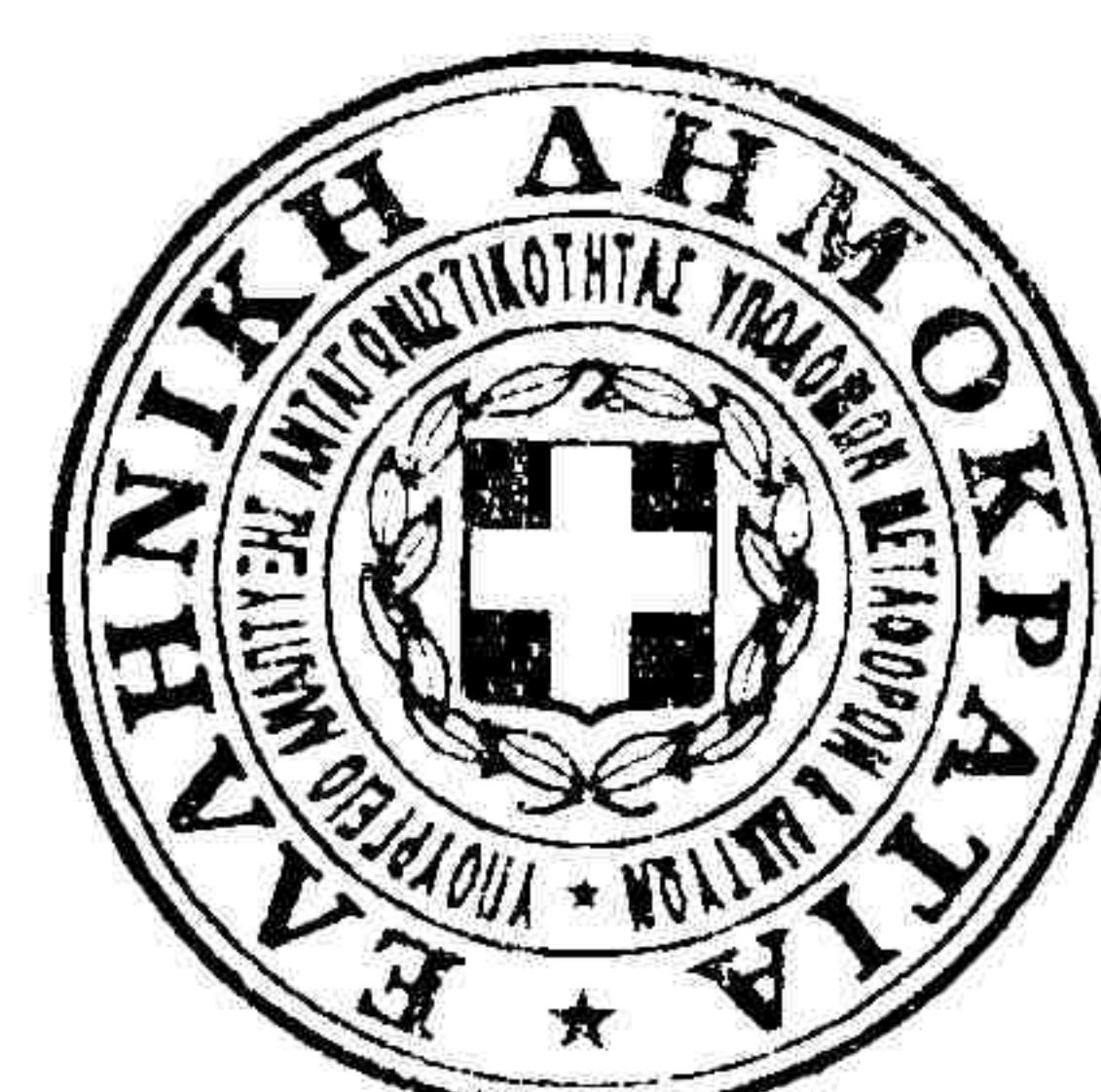
Θέμα: «Απάντηση σε Ερώτηση Βουλευτή»

Αναφορικά με την αριθμ. πρωτ. 5206/17-12-2012 Ερώτηση που κατατέθηκε στη Βουλή των Ελλήνων από το Βουλευτή Βοιωτίας – Νέα Δημοκρατία Ευάγγελο Μπασιάκο με θέμα: «Πρωτοβουλίες για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων σε ευρωπαϊκές και ξένες αγορές» σας διαβιβάζουμε, συνημμένα, φωτοαντίγραφο της υπ' αριθμ. πρωτ. 50/10-1-2013 απάντησης του ΟΠΕ (Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου), εποπτευόμενου φορέα του Υπουργείου μας.

Συνημμένο: ένα (1).

Ο Γενικός Γραμματέας

Σεραφείμ Τσόκας



ΑΚΡΙΒΕΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΟ
Ο ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΔΙΕΚ/ΣΗΣ
a.a.

ΚΟΤΖΙΑΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

Χοποτόπειο 13
114 50 Αθηναίς

1071 / 177
11-1-2013

Αρ. Πωσ. 50

Ηλιούπολη, 10/1/2013

Γραφ.

Υπουργείο Ανάπτυξης – Ανταρχαντικότητας
Υποδομών – Μετασφρόδων & Δικτύων
Γενική Διεύθυνση Λιονταρικής Υποστήριξης
Διεύθυνση Διοικητικού
Τμήμα Γ
Υπόψη κ. Γ. Φιλοπατέπονλου
Fax: 210 3362057

Θέμα: Απόντηση σε Ερώτηση Βουλευτή κ. Βασιλείου Μπασιάκου

Σχετικά με έγγραφα που από 20/12/2012, αναφορικά με την ερώτηση του βουλευτή κ. Βασιλείου Μπασιάκου, σας για πρίζουμε ότι:

Ο ΟΠΕ στο πλαίσιο της αρμοδιότητας του οργανώνει τις δράσεις για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών. Συγκεκριμένα:

1. Οργανώνει την ελληνική επικινδυνή στις σημαντικότερες διεθνείς εκθέσεις στο εξωτερικό
Το 2012 οργανώσει την ελληνική συμμετοχή σε 47 διεθνείς εκθέσεις σε 23 χώρες – στόχους για 13 κλιμάκια. Αντίστοιχα το 2011 συμμετείχε σε 35 διεθνείς εκθέσεις και το 2010 σε 22.
Το φετινό πρόγραμμα είναι εμπλουτισμένο με 50 διεθνείς εκθέσεις σε 25 χώρες, εκ των οποίων, κλιμάκια είναι νέες αγορές – στόχοι. Με τη λογική ότι η ελληνική εξαγωγική κινητητικότητα παρέρχεται προς τρίτες χώρες, ο ΟΠΕ έχει ξεκινήσει δράσεις στην αγορά της Κίνας για την προώθηση των ελληνικού κρασιού αλλά και άλλων ελληνικών προϊόντων. Ωστόσο, οι κλιμάκια, ενώ επεξεργάζεται προτάσεις για την ανάπτυξη δράσεων προβολής και προθιμοτής στην αγορά της Ινδίας, Βραζιλίας, Σ. Αραβίας, οι οποίες παρουσιάζουν μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης των εξαγωγών μας.
2. Οργανώνει επιχειρηματικές αποστολές σε επιλεγμένες αγορές. Για το 2013 προγραμματίζει 13 επιχειρηματικές αποστολές, σε αγορές όπως η Σ. Αραβία, η Σουηδία, η Νορβηγία, το Βέλγιο, η Γερμανία, η Ρωσία κα.
3. Υλοποιεί μακροπρόθεσμα κλαδικά προγράμματα με στόχο. Συγκεκριμένα τα τελευταία χρόνια υλοποιεί:
 - Πρόγραμμα για το κρασί στην αγορά των ΗΠΑ, Καναδά, Ελβετία και για το 2013 και στη Κίνα.
 - Πρόγραμμα για την προώθηση των κατεψυγμένων αλιευμάτων και των ευρύτατων προϊόντων τυποποιημένης

- Ηρού ρεμά πιο την προβολή του ελαιολάδου έπειτα από την ανάθεση του έργου από την ΣΕΒΠΕΑ.

Συγχρόνως, πέρα από «παραμόσιακά» δράσειν, όπως εί παραπάνω, το 2012 υλοποίησε με επιτυχία ή store promotion σε 16 καταστήματα μεγάλης γερμανικής αλυσίδας σύντερ μάρκετ με συμβιωτική προϊόντων από 20 ελληνικές επιχειρήσεις, με άμεση και μετρήσιμα αποτελέσματα. Ανάλογες δράσεις, αναμένονται για το 2013 σε Βέλγιο, Γαλλία, Τουρκία, Πορτογαλία και ΙΑΚ.

Εποικίδιον υποστηρίζει και πληροφορεί τους Έλληνες εξαγωγείς για τις δυνατότητες εξαγογών μέσω οργάνωσης εξειδικευμένων ενημερωτικών ημερίδων, αλλά και μέσω του Γραφείου πληροφορησης και επημέρωσης που διαθέτει.

Από το τέλος του 2012, έχει ξεκινήσει η εκπαίδευση στελεχών εξαγωγικών επιχειρήσεων μέσω προγραμμάτων παράρτησης σε συνεργασία με την ΕΕΔΕ. Μέσω των συγκεκριμένων προγραμμάτων, οι οί γίνονται παρόλληλα με τους 3 εξαγωγικούς Συνδέσμους της χώρας, θα καταρτιστούν 6.800 άτομα σε όλη την Ελλάδα. Η δραστηριότητα αυτή του Οργανισμού θεωρούμες διτι συνυποσθέτει θετικά στα αποτελέσματα των τελευταίων έτων, όπου παρατηρείται αύξηση των εξαγογών, παρά την προβλήματα της ελληνικής οικονομίας. Συγκεκριμένα οι εξαγωγές για το 2011, έκλισαν με αύξηση 9,7% ενώ το πρώτο 9μηνο του 2012 παρουσιάστηκε αύξηση 8,7%.

Με εκτίμηση

Αλκιβιάδης Καλοφύτης
Γραβούς Δ.Σ. & Διευθύνων Σύμβουλος