

Πρώθηση και προβολή των ελληνικών προϊόντων στην γερμανική αγορά από κατάλληλους ανθρώπους



Δηλώσεις και εντυπώσεις στην ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΝΩΜΗ για την ANUGA 2013

Η Διεθνής Έκθεση Anuga, το μεγαλύτερο παγκοσμίως εκθεσιακό γεγονός του κλάδου τροφίμων και ποτών, ολοκληρώθηκε την περασμένη εβδομάδα στο Εκθεσιακό Κέντρο Koelnmesse της Κολωνίας με εξαιρετικά μεγάλη επιτυχία. Η ελληνική παρουσία υπήρξε ιδιαίτερα δυναμική, καθώς το περίπτερο έκτασης

3.000 τ.μ., το οποίο διακοσμήθηκε με το brand name του κλάδου τροφίμων και ποτών **"Taste like Greece"**, φιλοξένησε μία από τις μεγαλύτερες εθνικές αποστολές της έκθεσης. Περισσότερες από 200 επιχειρήσεις συμμετείχαν στη φετινή έκθεση. Η μεγαλύτερη εθνική συμμετοχή αφορά στον τομέα των γενικών τροφίμων,

όπως λάδι, ελιές και κονσερβοποιημένα ενώ σημαντική ήταν και η παρουσία στον τομέα των γαλακτοκομικών, στα είδη φρούρου και αρτοποιασκευάσματα, στα ποτά καθώς και στα κατεψυγμένα. **Σήμερα η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΝΩΜΗ φιλοξενεί δηλώσεις συμμετεχόντων στην έκθεση.**

➔ Γιώργος Χατζημαρκάκης, Ευρωβουλευτής, Βρυξέλλες/Κολωνία:



«Επισκέπτομαι κάθε ANUGA διότι με ενδιαφέρει να γνωρίζω από πρώτο χέρι πώς πάει η αγορά και το εμπόριο τροφίμων και ποτών της Ελλάδας. Τα τελευταία χρόνια παρατηρώ μία σαφή καλλίτερηση της ελληνικής παρουσίας. Τόσο το μάρκετινγκ όσο και η συσκευασία των προϊόντων δεν έχουν να ζηλέψουν τίποτα και κανέναν. Η επανάληψη του σλόγκαν "Taste like Greece" του 2011 δημιουργεί αναγνωρισιμότητα και επιμένει στον πολιτισμό της γεύσης. Αυτό μου αρέσει πολύ διότι δένει με την ποιότητα και την ιδιαιτερότητα των εξαιρετικών προϊόντων της ελληνικής γης. Από την άλλη μεριά η εμμονή στις ελληνικές γεύσεις είναι αυτό που μας έκανε να επικεντρώσουμε όλες τις δραστηριότητές μας σαν Γερμανο-Ελληνικός Επιχειρηματικός Σύνδεσμος DHW στην προώθηση των προϊόντων αυτών στα καλά ελληνικά εστιατόρια της Γερμανίας μέσω της εφαρμογής του σήματος «ελληνικής μεσογειακής κουζίνας». Στην προσπάθειά μας αυτή έχουμε δύο δυνατούς συμμάχους: την Λέσχη Αρχιμαγειρών Ελλάδος που ίδρυσε τώρα και παράρτημα στην Γερμανία και την Ένωση Γερμανικών Εστιατορίων και Ξενοδοχείων DEHOGA με μεγάλη εμπειρία στην πιστοποίηση χώρων εστίασης.»

➔ Πέτρος Τσάρνος, ARI Food GmbH, Στουτγάρδη



«Εκείνο που με χαροποιεί ιδιαίτερα στην φετινή ANUGA είναι ο μεγάλος αριθμός νέων σε ηλικία επιχειρηματιών που συνάντησα από την Ελλάδα. Νέοι με όρεξη για δουλειά, με γνώση του μάρκετινγκ και με προϊόντα σε εξαιρετικές συσκευασίες. Νέοι επιχειρηματίες με καινούργιες και καινοτόμες ιδέες στον τομέα της παραγωγής και της μεταποίησης αγροτικών προϊόντων. Πολλές εταιρίες ελληνικών προϊόντων ξεπεράσαν σε ποιότητα αυτές πολλών ευρωπαϊκών χωρών. Ένα μεγάλο μπράβο σε αυτά τα παιδιά. Αξίζει να τα βοηθήσουμε να πετύχουν τους στόχους τους στην γερμανική αγορά.»

➔ Τρύφων Κολτσόπουλος, TRY-K Business Consulting, Βόννη:



«Χαίρομαι ιδιαίτερα με την φετινή ελληνική συμμετοχή στην Γερμανία. Οι ελληνικές επιχειρήσεις όπως παρουσιάζονται σήμερα στην ANUGA είναι καλά προετοιμασμένες. Υπάρχει ορατή καλλίτερηση στο μάρκετινγκ. Οι συσκευασίες των προϊόντων είναι εξαιρετικές. Εκείνο όμως που προέχει είναι η προώθηση και η προβολή των προϊόντων στην γερμανική αγορά να γίνεται από τους κατάλληλους ανθρώπους. Ανθρώπους που γνωρίζουν την τοπική αγορά, είναι κατάλληλα δικτυωμένοι, μιλούν τη γλώσσα και εμπορικά και γνωρίζουν που μπορεί να προωθηθεί όσον το δυνατόν καλύτερα το κάθε προϊόν. Δεν μπορούν όλα τα προϊόντα να μπουσ στα σούπερ μάρκετ. Υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις πολύ πιο ενδιαφέρουσες για τα ποιοτικά ελληνικά προϊόντα. Τις εσπασές και την παρακολούθηση της κίνησης του προϊόντος σε αυτές τις αγορές δεν μπορεί να τις κάνει κάποιος από μακριά.»

➔ Νίκος Μπενακόπουλος, ANDELEA estate, Καλαμάτα



«Πρώτη φορά είμαι στην ANUGA αλλά αποφάσισα ήδη από τώρα ότι και το 2015 θα έλθω. Πολλοί πέρασαν από το περίπτερό μας και γνώρισαν το προϊόν μας και ως μιν βρισκόμαστε γεωγραφικά στην κατάλληλη αίθουσα. Αυτό οφείλεται στο ότι αργά βρήκαμε χώρο αφού κάποιος άλλος έλλνος επιχειρηματίας ακύρωσε την συμμετοχή του. Την άλλη φορά θα είμαστε καλύτερα προετοιμασμένοι. Η ANUGA σου ανοίγει τους ορίζοντες και σου δίνει νέες ιδέες. Επίσης έχεις την δυνατότητα να συγκρίνεις το προϊόν σου με άλλα και να πεισθείς για την εξαιρετική του ποιότητα. Είμαστε αισιόδοξοι.»

➔ Πέτρος Τατούλης, Περιφερειάρχης Πελοποννήσου, Τρίπολη:



«Στην φετινή ANUGA η Περιφέρεια Πελοποννήσου έκανε ένα φεβρό αλμα. Ευχαριστούμε την Κυβέρνηση της Βόρειας Ρηνανίας-Βεστφαλίας και ιδιαίτερα την Υπουργό Εξωτερικών κα. Angelika Schwall-Düren και τον Υπουργό Οικονομίας Garrelt Duin. Στην ANUGA το 2011 συμμετείχαν 3 επιχειρήσεις από την Πελοπόννησο. Εφέτος ήταν 33. Αυτό θα θωμάσει ακόμη περισσότερο τις εξαγωγές της Περιφέρειας που έχουν πλέον τετραπλασιασθεί στους τελευταίους 8 μήνες. Η Πελοπόννησος από τελευταία περιφέρεια έχει πλέον καταταγεί δεύτερη περιφέρεια της Ελλάδας στις εξαγωγές. Στην επόμενη ANUGA το 2015 θα εκπλαγείτε με αυτό που θα δείτε.»

➔ Ιάκωβος Κολλάρος, Σύμβουλος Ο.Ε.Υ., Ντίσελτορφ:



«Η ANUGA κατάφερε και εφέτος να αναδείξει όλη την γκάμα των ελληνικών αγροτικών προϊόντων. Όσον αφορά την φέτα πρέπει να υπογραμμίσω ότι παρά τις πιστοποιήσεις ο αγώνας για την εξασφάλιση της ελληνικότητάς της δεν έχει τελειώσει. Μαζί με τη φέτα πολεμούμε σε όλα τα μέτωπα και για το αύριο και για την τρέχουσα. Το Γραφείο Ο.Ε.Υ. στο Ντίσελτορφ δηλώνει παρόν και είναι έτοιμο για κάθε αρωγή και συνεργασία προς τις ελλαδικές επιχειρήσεις και αυτό όχι μόνον όταν υπάρχουν νομικές διαφορές μεταξύ συμβολομένων εταιριών. Το γραφείο Ο.Ε.Υ. καλύπτει όλη την γεωγραφική περιοχή αρμοδιότητας του νέου Γενικού Προξενείου του Ντίσελτορφ που μετά την ενσωμάτωση σε αυτό του πρώην Γενικού Προξενείου Κολωνίας είναι το μεγαλύτερο πλέον προξενείο της Ευρώπης.»

➔ Νέλος Γεωργιούδης, PARTHENON Olives SA, Βόλος, Πρόεδρος ΠΕΜΕΤΕ:



«Η φετινή παρουσία 200 περίπου ελληνικών εταιρειών τροφίμων στην Anuga 2013 σε συνδυασμό και με τις 40 υποψηφίες συμμετοχές που δεν ικανοποιήθηκαν λόγω έλλειψης χώρου, δείχνουν ξεκάθαρα έντονο προσανατολισμό για εξωστρέφεια, που είναι αναγκαία στη δύσκολη σημερινή κατάσταση. Ειδικότερα για τις ελληνικές επιτραπέζιες ελιές η παρουσία των εταιρειών που προβάλλουν το προϊόν είναι εντυπωσιακή, γεγονός που δικαιολογείται απόλυτα από τις κατα τα τελευταία 80% εξαγωγές του, συνολικής αξίας άνω των 350 εκατ. Ευρώ, που τις κατατάσσει σταθερά την τελευταία δεκαετία στην πρώτη

➔ Φαίδων Κοτσαμπόπουλος, Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος DHW, Κολωνία:



«Πολύ πετυχημένη η εφέτος η ελληνική παρουσία στην ANUGA, την μεγαλύτερη έκθεση τροφίμων και ποτών παγκοσμίως. Πολλές νέες επιχειρήσεις συμμετέχουν είτε μέσω του ΟΠΕ είτε μέσω άλλων φορέων είτε με μεμονωμένα. Εκείνο που με λυπεί όμως είναι ότι περπατά στους «ελληνικούς» διαδρόμους και συναντά ένα σαρφ «λαδάδες». Όλοι τους έχουν σίγουρα μοναδικά και εξαιρετικά προϊόντα. Ερωτώμαι όμως αν είναι αυτό που χρειάζεται σήμερα η Ελλάδα. Είναι της άποψής ότι η Ελλάδα χρειάζεται brand leaders. Σε αυτό συμφωνούν και γνωστοί άνθρωποι του μάρκετινγκ. Και να μην μου πεί πάλι κάποιος ότι αυτό στην Ελλάδα «δεν γίνεται». Πρωτοπόροι είναι οι Κρήτες. Ας κοιτάξουν όλοι το Δίκτυο Ονομαστικών Κρήτης που προωθούν τα κρασιά τους υπό τον γενικό τίτλο WINES OF CRETE. Το ίδιο έκανε και ο Σύνδεσμος Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης ΣΕΔΗΚ καθιερώνοντας το κρητικό λάδι ΚΡΙ-ΤΙΚΟ. Σε εποχές κρίσης αυτά είναι τα μοντέλα ανάπτυξης και παραγωγικότητας που μπορούν να πετύχουν θαύματα. Οι μεμονωμένες προσπάθειες δεν είναι ο προσηφορότερος τρόπος προώθησης τοπικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές. Χρειάζονται βήματα σταθερά και αποφασιστικά, συνένωση των δυνάμεων, συντονισμός, οργάνωση και συνεργασία για να κατακτήσουν τα προϊόντα την θέση που τους αξίζει παγκοσμίως.»

➔ Γιώργος Παρίδης, TUS-Paridis GmbH, Βούπερταλ:



«Εκτός από την ελληνική παρουσία κάθε δύο χρόνια στην ANUGA πιστεύω ότι θα ήταν ακόμη καλύτερα αν είχαμε κεντρικό στην Βόρεια Ρηνανία-Γερμανία, μία αγορά δηλ. 18 εκατομμυρίων κατοίκων, κάποιο μόνιμο εκθετήριο των επώνυμων ελληνικών προϊόντων. Ιδωδης τόπος θα μπορούσε να είναι το Ντίσελτορφ ή η Κολωνία σαν μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο της Βόρειας Γερμανίας. Σε αυτό το εγχείρημα κύριο λόγο θα πρέπει να έχει ο Γερμανο-Ελληνικός Επιχειρηματικός Σύνδεσμος DHW σε συνεργασία με Προξενία και Γραφείο Ο.Ε.Υ. Αυτό να πραγματοποιηθεί όμως μόνον αν οι ελληνικές επιχειρήσεις το επιθυμούν και οι εξαγωγείς βάλουν βαθεία το χέρι στην τσέπη. Διότι αυτοί είναι και οι μόνοι που θα αρηληθούν από κάτι τέτοιο.»

πεντάδα των εξαγομένων ελληνικών αγροτικών προϊόντων. Είναι επιτακτική ανάγκη το καθ' ύλη αρμόδιο Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων να δώσει άμεσες λύσεις σε θέματα που αφορούν τις ελληνικές επιτραπέζιες ελιές στις διεθνείς αγορές (π.χ. κίνδυνος απώλειας της ιταλικής αγοράς λόγω αδράνειας του ΥΠΑΑΤ) και οι φορείς που εποπτεύουν να μην δημιουργούν γραφειοκρατικά προβλήματα στις εξαγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου.»

Ελληνογερμανικό ανάμωμα στη Θεσσαλονίκη

Γερμανική παράδοση και κουλτούρα, βαυαρική και αυστριακή, αλλά και ένθετη ελληνική μουσική, γαστρονομικές εξερευνήσεις και το κυριότερο προσέγγιση των Ελλήνων και των Γερμανών. Όλα αυτά είναι την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά οι επισκέπτες του φετινού «Oktoberfest» που διοργανώσα στα τέλη Σεπτεμβρίου, στο γερμανικό σχολείο, για 13η συνεχής χρονιά ο Σύλλογος Φίλων της Γερμανικής Σχολής Θεσσαλονίκης.



Ο νέος Γενικός Πρόξενος της Γερμανίας, Δρ. Ιγκο φον Φος

και πολλά χρόνια συνοδεύει την εκδήλωση και φυσικά πολλοί Γερμανοί που ζουν στην Ελλάδα.

Όλοι αυτοί μαζί με τον **Στέργιο Κρεμέτη** και τη **Γιώτα Παλχυροβίδου**, που εδώ και χρόνια αποτελούν την ψυχή της οργάνωσης, αλλά και τον νέο Γενικό Πρόξενος της Γερμανίας στην Θεσσαλονίκη **"Ιγκο φον Φος"** διασκέδασαν ακούγοντας ένα πλούσιο καλλιτεχνικό πρόγραμμα. Με μουσική ελληνική που εκτέλεσε η Φιλαρμονική Ορχήστρα του Δήμου Θέρμης αλλά και ένα ολιγομελές μουσικό σκίμα από το Γκκρατς της Αυστρίας. Και όλοι έδωσαν ραντεβού για του χρόνου την ίδια εποχή στο επόμενο «Oktoberfest».

Deutsche und Griechen feiern „Oktoberfest“ in Thessaloniki

Auch in diesem Jahr organisierte der Förderverein



Το άνοιγμα του πρώτου βαρελιού σημάνει την έναρξη της γιορτής



der Deutschen Schule Thessaloniki zum 13. Mal das alljährliche Oktoberfest, dessen Einnahmen für karitative Zwecke benutzt werden. Freunde der bayerischen und österreichischen Kultur, Tradition und Gastronomie kamen auf ihre Kosten. Begleitet wurde das Fest musikalisch von einer Trachtgruppe aus Graz sowie dem Orchester der Stadt Therni.

Das Oktoberfest in Thessaloniki wird traditionell von der Deutschen Schule Thessaloniki, der Stadt Thessaloniki sowie dem Generalkonsulat Deutschlands in Thessaloniki unterstützt. Ein besonderes Ereignis, was dieses Jahr mitgefeiert wurde, war das 125jährige Be-

stehen der Deutschen Schule Thessaloniki. Das Oktoberfest von Thessaloniki gilt seit Jahren als willkommener Herbsttreff von Griechen und Deutschen, die sich bei dieser Gelegenheit bei Bier und Würstchen, Hämchen oder Hühnchen treffen, austauschen und zusammen feiern. So werden immer mehr Brücken der Freundschaft und der Kommunikation geschlagen. Stergios Kremetis und Jotta Palchyrovidou vom Vorstand des Fördervereins freuten sich insbesondere auf die Anwesenheit des neue Generalkonsuls Deutschlands in Thessaloniki, Dr. Ingo von Voss.

all-Düren und der
s Tatoulis besuchen
s auf der ANUGA



Fotos: © DHW

s griechisches
ponnes

griechischer Art herge-
te. Ein besonders er-
e von 37 griechischen
m Gemeinschaftspro-
Feinschmecker", des
GA. Anbieter von Oli-
äsentieren, entweder
der aber auch als ex-
ie Top-Positionierung
rd der ANUGA sorgte
Auftritt für den „Olive
erkunft, Qualitäten und
runter auch zahlreiche
ler „Olive Oil Market“
nale Informationsplatt-
sthema.

Unternehmer –

en sich durch ihre Teil-
erung der Exporte. Im
e griechischen Exporte
telbereich in 2012 um
ucher der griechischen
ch überraschte war die
motivierten Unterneh-



**Der neue Generalkonsul Griechenlands in Düsseldorf
Gregory Delavekouras mit DHW-Präsident Chatzimar-
kakis MdEP und Mitgliedern des DHW-Vorstands**

griechisches Olivenöl wirklich schmeckt. Auch andere
Produkte des griechischen Bodens sind von exzellenter
Qualität und einzigartigem Geschmack. Nicht umsonst
engagiert sich die DHW in Zusammenarbeit mit der DE-
HOGA und dem Verband der griechischen Chefköche, um
die „griechisch mediterrane Küche“ bekannter zu machen
und die Restaurants, die diese führen, zu zertifizieren und
letztere für den Gast mittels eines entsprechenden Quali-
tätssiegels erkennbar zu machen.“

**■ NRW-Partnerregion Peloponnes
erstmal mit 33 Ausstellern dabei**

Einer der Höhepunkte der griechischen Präsenz auf der
diesjährigen ANUGA war die hohe Teilnahme von kleinen
und mittleren Betrieben aus der Region Peloponnes. Im
Gegensatz zur ANUGA 2011, an der lediglich 3 Anbieter
aus dem Peloponnes anwesend waren, kamen diesmal
33. Diese Entwicklung verdankt die Region Peloponnes
ihrer Partnerschaft mit NRW und der Unterstützung der
nordrhein-westfälischen Landesregierung und ihrer Part-



**Gouverneur Dr. Petros Tatoulis bedankt sich beim
Chef der NRW-Staatskanzlei und Staatssekretär
Franz-Josef Lersch-Mense mit einer wertvollen
Gravurensammlung von Peloponnes**

auf Initiative von Bundeskanzlerin Angela Merkel im Jahre
2010 zwischen den Regierungen Deutschlands und Grie-
chenlands unterschrieben wurde, hat die Region Pelopon-
nes mit Nordrhein-Westfalen eine projektbezogene
Zusammenarbeit beschlossen. Die Region hatte NRW um
Hilfe bei dem Bemühen gebeten, mit ihren Produkten An-
schluss auf dem europäischen Markt zu finden. Auf Ver-
mittlung von „ZENIT“, dem Zentrum für Innovation und
Technik in NRW, das interessierte Unternehmen und Part-
ner bei deren Innovations- und Internationalisierungsakti-
vitäten unterstützte, war in diesem Jahr zum ersten Mal
eine so große Anzahl an Aussteller vom Peloponnes bei
der ANUGA dabei. NRW-Europaministerin Schwall-Düren
wertete dies gegenüber der Presse so: „Dass rund 30 Aus-
steller den Weg nach Köln gefunden haben, zeigt das große
Interesse der griechischen Seite an der Zusammenarbeit.“

Der Gouverneur der Region Peloponnes Dr. Petros Ta-
toulis bedankte sich anlässlich eines Empfangs in der
Staatskanzlei NRW in Düsseldorf sowohl bei der Landes-