



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΒΕΡΟΛΙΝΟ

ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

# ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2017

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ &  
ΕΛΛΗΝΟΓΕΡΜΑΝΙΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ΄: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΛΛΑΔΟΣ-ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ

### 2.4. Διαπιστώσεις

Τη βοήθεια των στοιχείων των Πινάκων 12-15 συμπεραίνονται τα ακόλουθα:

- Η χώρα μας κατατάσσεται σε πολύ χαμηλή θέση μεταξύ των χώρων-προμηθευτών της Γερμανίας, ως προς τα περισσότερα προϊόντα εξαγωγικά μας προϊόντα.
- Η σύνθεση και διαστρωμάτωση των ελληνικών εξαγωγών προς Γερμανία κυριαρχείται από προϊόντα των κλάδων εντάσεως εργασίας και χαμηλής προστιθεμένης αξίας, εν αντιθέσει με την δομή των γερμανικών εξαγωγών προς Ελλάδα, όπου δεσπόζουν προϊόντα κλάδων υψηλής προστιθεμένης αξίας, γεγονός το οποίο αντανακλάται στο διευρυμένο Εμπορικό Έλλειμμα εις βάρος της Ελλάδος.
- Η παρουσία ελληνικών προϊόντων με ενσωματωμένη τεχνολογία είναι μεν υπαρκτή, αλλά με μικρή παρουσία στην διάρθρωση των ελληνικών εξαγωγών προς Γερμανία.
- Οι εξαγωγές προϊόντων εντάσεως εργασίας υφίστανται ισχυρό ανταγωνισμό από ομοειδή προϊόντα χωρών χαμηλού εργατικού κόστους παραγωγής.
- Τα μερίδια αγοράς των ελληνικών προϊόντων στην εδώ αγορά, ιδιαιτέρως του κλάδου τροφίμων-ποτών, προδηλώνουν σημαντική αναντιστοιχία με τον υψηλό βαθμό αναγνωρισιμότητας της Ελλάδος στην γερμανική κοινωνία, ο οποίος, σημειωτέον, ενισχύεται έτι περαιτέρω δια του μεγάλου αριθμού των 3,7 εκατ. Γερμανών πολιτών που επισκέπτονται ετησίως την Ελλάδα.
- Επισημαίνεται ότι σημαντικά μερίδια αγοράς απώλεσαν, από τις αρχές ακόμη της δεκαετίας του 1990, προϊόντα του κλάδου διατροφής, ιδιαιτέρως τα ευπαθή νωπά οπωροκηπευτικά, μεταξύ άλλων λόγω ανακατατάξεων και αναδιατάξεων στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, οι οποίες άρχισαν να συντελούνται περί τα τέλη της δεκαετίας του 1980 σε παραδοσιακές χώρες-εταίρους της Ελλάδος, όπως Γερμανία, Αυστρία, Ιταλία, Γαλλία, Κάτω Χώρες κλπ., με αποτέλεσμα περί τα μέσα της δεκαετίας του 1990, δια συγχωνεύσεων και εξαγορών, να αναδιοργανωθεί ο κλάδος του λιανικού εμπορίου υπό την μορφή μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων, πολυκαταστημάτων και αλυσίδων καταστημάτων, με βαθμό συγκεντρώσεως των εμπορικών δραστηριοτήτων έως και 90%. Η οργανωτική αναδόμηση, σε αυτή την έκταση, του λιανικού εμπορίου, είχε μεταξύ των άλλων ως συνέπεια και την μερική εκτόπιση του χονδρεμπορίου στον εφοδιασμό των αγορών.
- Οι ελληνικές εξαγωγές προς τις χώρες της Δυτικής και Κεντρικής Ευρώπης, ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, μετά την αναγκαστική μεταστροφή των μεταφορών δια θαλάσσης, επιβαρύνονται, έναντι του ανταγωνισμού, λόγω του υψηλού μεταφορικού κόστους.

### 2.5. Επισημάνσεις

1. Το μερίδιο των ελληνικών εξαγωγών επί του συνόλου των εισαγωγών της Γερμανίας, το 2017, παρέμεινε στο ισχνό 0,2%. Το 2017 η Ελλάδα κατέλαβε την 48<sup>η</sup> θέση μεταξύ των χωρών-

- προμηθευτών της Γερμανίας, καταδεικνύοντας την μικρή αξιοποίηση της γερμανικής αγοράς σε σχέση με τα περιθώρια ανάπτυξης των διμερών εμπορικών συναλλαγών.
2. Το γεγονός ότι το ενδοκοινοτικό εμπόριο είναι απαλλαγμένο από εισαγωγικές διαδικασίες, δασμολογικά και μη δασμολογικά εμπόδια, δεν συνεπάγεται λιγότερη προσπάθεια προς παγίωση της ελληνικής παρουσίας και αύξησης εμπορικών μεριδίων στην γερμανική αγορά. Η γερμανική αγορά αποτελεί πεδίο έντονου ανταγωνισμού (λόγω του μεγέθους, του υψηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος και της γεωγραφικής θέσης) και θεωρείται ιδιαίτερος απαιτητική, κυρίως ως προς την σχέση τιμής/ποιότητας, αλλά και την σταθερή και επαρκή παραγωγική/εξαγωγική δυναμικότητα για την κάλυψη των αναγκών ζήτησης.
  3. Οι ελληνικές επιχειρήσεις με εξαγωγικό προσανατολισμό ενδιαφέρονται έντονα για την γερμανική αγορά, μεταξύ άλλων και λόγω της ελληνικής ομογενειακής παρουσίας στην χώρα. Το ενδιαφέρον αυτό αντανακλάται στον μεγάλο αριθμό αιτημάτων για παροχή πληροφοριών, από μεγάλες εξαγωγικές, έως νεοφυείς ή μικρές ακόμη επιχειρήσεις, που απευθύνονται στο Γραφείο μας.
  4. Η ανάκτηση και παγίωση ελληνικών μεριδίων στην γερμανική αγορά, της οποίας βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία αποτελούν η υψηλή και πλεονάζουσα αγοραστική δύναμη, η συνειδητοποιημένη συμπεριφορά του καταναλωτικού κοινού, η σχεδόν γενικευμένη εφαρμογή της αναλογίας τιμή/ποιότητας ως βασικό στοιχείο διαμορφώσεως της ζήτησεως, η διαμόρφωση καταναλωτικών προτύπων με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος (αυξανόμενη στροφή της καταναλώσεως σε προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον -αφορά όλο το φάσμα της οικονομικής και εμπορικής δραστηριότητας, όπως συσκευασίες κλπ.-), η βαθμιαία μεταστροφή των μεταφορών αγαθών και εμπορευμάτων προς τις σιδηροτροχιές, η ευαισθησία σε θέματα Δημοσίας Υγείας, η υψηλή ροπή προς κατανάλωση βιολογικών προϊόντων κλπ. απαιτεί, σοβαρές και συνεπείς προσπάθειες, υπό μορφήν αναδείξεως και αναλήψεως εξειδικευμένων δράσεων ανά κλάδο παραγωγικής δραστηριότητας.
  5. Ο σχεδιασμός της στρατηγικής ενισχύσεως της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων στις διεθνείς αγορές ασφαλώς και θα πρέπει να λαμβάνει σοβαρά υπ' όψιν την σπουδαιότητα των παραδοσιακών πελατών ελληνικών προϊόντων, όπως η Γερμανία, διότι τα δυναμικά στοιχεία τέτοιων αγορών προσφέρουν, κατά κανόνα, μεγαλύτερες δυνατότητες και καλύτερες ίσως προϋποθέσεις απορροφήσεως και παγίωσης εμπορικών μεριδίων, εν σχέσει με εκείνες αναδυομένων ή αναπτυσσομένων αγορών, ιδιαίτερος για υψηλής προστιθέμενης αξίας εμπορεύματα, εξειδικευμένα ή υψηλής ποιότητας προϊόντα, τα οποία προσφέρονται αυτονόητα σε υψηλότερες των συμβατικών τιμές και απευθύνονται σε πλέον εύρωστο οικονομικά καταναλωτικό κοινό.
  6. Η φροντίδα ως εκ τούτου και η δυναμική θεώρηση των παραμέτρων συγχρόνως των αναδυομένων και των ωρίμων-παραδοσιακών αγορών, αλλά και η διαρκής βελτίωση και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας αποτελεί μονόδρομο, υπό το φως των εξελίξεων στο παγκόσμιο οικονομικό γίγνεσθαι, όπου συντελούνται ραγδαίες αλλαγές, μεταξύ των άλλων στην αναπροσαρμογή των προτύπων και της αναθεωρήσεως της επιχειρηματικής στρατηγικής σε θέματα διοικητικής μερίμνης και εφοδιαστικής διαχειρίσεως (logistics), στην αλλαγή της επιχειρηματικής πολιτικής, η οποία τείνει σε αναδιατάξεις της οργανωτικής δομής προς την μορφή επιχειρήσεων χωρίς σύνορα, εστιασμένων στον τελικό πελάτη, στην αύξηση των εσόδων όλων των συμμετεχόντων στο δίκτυο, στην βελτίωση της αποδοτικότητας της κοινής (με άλλα μέλη) διαδικασίας, στην ταχεία λειτουργική, οργανωτική και πέραν των γεωγραφικών ορίων ανταπόκριση, στην ταχύτητα ροής αγαθών, στην άμεση πληροφόρηση κλπ.
  7. Εν πάση περιπτώσει η ανάσχεση της διευρύνσεως του εμπορικού μας ελλείμματος, και όχι μόνον με την Γερμανία, είναι δυνατόν να επιτευχθεί δια της αναδείξεως των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της ελληνικής οικονομίας και της αναλήψεως εξειδικευμένων δράσεων ανά κλάδο και κατηγορία προϊόντος, προσαρμοζομένων στις ιδιαιτερότητες και απαιτήσεις μίας εκάστης αγοράς, την πρόσβαση στην οποία στοχεύουμε, εν συνδυασμό με την παρουσία του ανταγωνισμού, τις εφαρμοζόμενες μεθόδους και πολιτικές παγίωσης εμπορικών μεριδίων.