



## ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Με πολύ μεγάλη επιτυχία διεξήχθη το 4<sup>ο</sup> Συμπόσιο της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ το οποίο παρακολούθησαν περισσότερα από 400 στελέχη επιχειρήσεων. Το Συμπόσιο έγινε υπό την Αιγίδα της Ειδικής Γραμματείας Ανταγωνιστικότητας του Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας, του ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών, του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου και του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων με Χορηγούς Επικοινωνίας την εφημερίδα ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ και την ειδησεογραφική-ενημερωτική ιστοσελίδα [naftemporiki.gr](http://naftemporiki.gr), το Επιστημονικό Μάρκετινγκ Management, τη BoussiasCommunications, τις Εκδόσεις Direction, τον τηλεοπτικό σταθμό SBC και την εταιρία Advocate/Burston-Marsteller.

Στο χώρο της εκδήλωσης υπήρχε περίπτερο του **ΕΠΑΝ ΙΙ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ** που έδινε πληροφορίες για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα καθώς επίσης και για το πρόγραμμα Αποθεματικό Απροβλέπτων.

Το συμπόσιο άρχισε με τους χαιρετισμούς-τοποθετήσεις των κ.κ. Γ.Ι. Αυλωνίτη, Καθηγητή του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και Προέδρου του Δ.Σ. της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ, Ε.Πατεράκη, Ειδικού Γραμματέα για την Ανταγωνιστικότητα του Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας, Δ. Νικολάου, Γενικού Διευθυντή και μέλος Δ.Σ. του ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών, Α. Καλαμπόκη, Διευθύνοντα Σύμβουλο του Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου και Γ. Χαλικιά, Επιστημονικού Υπευθύνου του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων και του Κέντρου Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών.

Από τις τοποθετήσεις αυτές προέκυψε ότι χρειαζόμαστε άμεσα ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο εξωστρέφειας που να απαντά στις σύγχρονες προκλήσεις παραγωγής προϊόντων και προσφοράς υπηρεσιών βασισμένο στη ποιότητα, την

καινοτομία, τη διαφοροποίηση, τις στοχευμένες αγορές, τα διεθνή δίκτυα διανομών και τα ισχυρά brand names, εκμεταλλευόμενοι τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της χώρας μας. Ιδιαίτερη αίσθηση προκάλεσε η αναφορά του κ. Δ. Νικολάου ότι ο ΣΕΒ έχει καταγράψει 250 εμπόδια της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα ταξινομημένα σε 30 πεδία επιχειρηματικής δράσης: από την ίδρυση μιας εταιρίας μέχρι την εκκαθάρισή της και συμπεριλαμβάνουν την εγκατάσταση και λειτουργία των επιχειρήσεων, τις τιμές, τις πωλήσεις, τις εξαγωγές, τις μεταφορές κ.λπ.

Στη συνέχεια ακολούθησαν τοποθετήσεις και παρουσιάσεις των ομιλητών του Συμποσίου που συμμετείχαν στα τρία πάνελ:

Στο πρώτο πάνελ «Made in Greece: Τα Προϊόντα της Ελληνικής Γης στις Διεθνείς Αγορές» συμμετείχαν οι κ.κ. Κων/νος Πιστιόλας, Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος της Agrino, Άρης Κεφαλογιάννης, Δ/νων Σύμβουλος της ΓΑΕΑ, Γιώργος Γαβαλάς, Ιδιοκτήτης του Οινοποιείου Γαβαλά, Βασίλης Τζαναβάρας, Καθηγητής στο Minnesota State University, Μάρκος Τσόγκας, Λέκτορας στο Πανεπιστήμιο Πειραιά ενώ τη συζήτηση συντόνισε ο κος Γιάννης Περλεπές, Γενικός Διευθυντής της εφημερίδας «Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ».

Στο δεύτερο πάνελ «Made in Greece: Η Αίσθηση και οι Γεύσεις της Ελλάδας στις Διεθνείς Αγορές», που συντόνισε η κα Μαρία Λαζαρίμου, Διευθύνουσα Σύμβουλος της Advocate/Burson-Marsteller Athens, συμμετείχαν οι κ.κ. Νίκος Κουτσιανάς, Δ/νων Σύμβουλος της Aprivita Natural Products, Ιωάννης Μανδάλας, Δ/νων Σύμβουλος της Mastihashop, Βασίλης Βάγγερ, Εμπορικός Διευθυντής της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας-ΦΙΞ, Γεώργιος Μπάλτας, Καθηγητής στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και η κα Αλεξάνδρα Πίττα-Χαζάπη, Δ/νουσα Σύμβουλος της Αττική Μελισσοκομική Εταιρία Πίττας ΑΕΒΕ.

Στο τρίτο πάνελ «Made in Greece: Η Ελληνική Τεχνολογία-Τεχνογνωσία στις Διεθνείς Αγορές» συμμετείχαν οι κ.κ. Βασίλης Κάτσος, Πρόεδρος της Pharmathen, Νίκος Μαρίου, Εμπορικός Δ/ντης της ΣΙΔΕΝΟΡ, Κώστας Σαμαράς, Γεν. Δ/ντης Συστημάτων Ηλεκτρικής Προστασίας της Raycar και Λάμπρος Γιαννούχος, Εμπορικός Διευθυντής της ALUMIL ενώ συντονιστής ήταν ο Καθηγητής κος Γεώργιος Ι. Αυλωνίτης.

Από τις τοποθετήσεις και παρουσιάσεις των επιχειρηματιών και ανωτάτων στελεχών που συμμετείχαν στα πάνελ σχετικά με τις στρατηγικές και τακτικές που ακολουθούν οι επιχειρήσεις τους, προέκυψαν «ενδιαφέρουσες συνταγές» για την επιτυχημένη Ελληνική Επιχειρηματικότητα στις Διεθνείς Αγορές:

Από τους Πανεπιστημιακούς κ.κ. Γ.Αυλωνίτη, Β.Μπάλτα και Μ.Τσόγκα έγιναν ενδιαφέρουσες αναλύσεις σχετικά με (α) τους λόγους που οδήγησαν στη σημερινή

κατάσταση την οικονομία μας, (β) το γεγονός ότι η τιμή και το κόστος δεν καθορίζουν την ανταγωνιστικότητα ενός προϊόντος και ότι ανταγωνιστική οικονομία δεν είναι η οικονομία που πουλάει προϊόντα σε χαμηλές τιμές αλλά εκείνη που παράγει και διαθέτει επώνυμα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρουν αξία στην παγκόσμια αγορά, (γ) τη σημασία της παραγωγικής ανασυγκρότησης της χώρας μας η οποία δε συμβάλει μόνο στην καταπολέμηση των προβλημάτων στο οικονομικό επίπεδο (ανεργία, εισοδήματα, δημοσιονομική κατάσταση) αλλά και στην πρόοδο και ευημερία σε κοινωνικό, πολιτικό, τεχνολογικό, επιστημονικό και πολιτισμικό επίπεδο, και (δ) στη συμβολή του Μάρκετινγκ για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας της Ελληνικής οικονομίας.