

ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

# Η ΣΦΡΑΓΙΔΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Ο Πρόεδρος της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, Άγις Πιστιόλας, εξηγεί πώς η εγχώρια επιχειρηματικότητα τοποθετείται ξανά στο προσκήνιο, χάρη σε μια δυναμική προώθηση της ελληνικότητας.

Κείμενο ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΣΑΜΨΩΝ — Φωτογραφία ΣΤΑΘΗΣ ΜΠΟΥΖΟΥΚΑΣ

**ΠΕΝΗΝΤΑ ΑΠΟ ΤΙΣ** δυναμικότερα αναπτυσσόμενες ελληνικές επιχειρήσεις συμμετέχουν στην πρωτοβουλία ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ μας, ενώνοντας τις φωνές τους για την προώθηση της ελληνικής παραγωγής και επιχειρηματικότητας. Η σύνθεση της πρωτοβουλίας ξεκίνησε το 2012 και τον Ιανουάριο του 2017 συστάθηκε η ΑΜΚΕ.

Τι στόχο έχει η συγκεκριμένη πρωτοβουλία και ποιοι συμμετέχουν;

Η πρωτοβουλία αποτελεί μια σημαντική δύναμη για την οικονομία και μια δυνατή φωνή για την προώθηση αναγκαίων αλλαγών στο επιχειρηματικό περιβάλλον και στις καταναλωτικές συνήθειες. Η φωνή αυτή μεγιστοποιείται με τον συνεχώς αυξανόμενο αριθμό των μελών της κοινότητας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, στην οποία εντάσσονται ελληνικές επιχειρήσεις που συμερίζονται την προσπάθειά μας για την ανάδειξη της επιχειρηματικής και παραγωγικής-μεταποιητικής δυναμικής της χώρας, ως του μόνου μακροπρόθεσμα βιώσιμου μοντέλου ανάπτυξης της οικονομίας.

Πόσα είναι «σήμερα» τα προϊόντα που φέρουν το σήμα ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ;

Με παραγωγή σχεδόν 2 δισ. προϊόντων (τεμαχίων) που φέρουν το σήμα ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, η παρουσία της πρωτοβουλίας στην εγχώρια και ξένη αγορά εντείνεται σταθερά, ισχυροποιώντας την αποστολή της για καθιέρωση ενός παραγωγικού μοντέλου που στηρίζεται στις δικές του εγχώριες δυνάμεις και που μακροπρόθε-



σμα μπορεί να οδηγήσει σε μια σταθερή ανάπτυξη.

Πώς καταλήξατε στην απλή φράση ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ; Και πώς γίνεται αντιληπτή στο εξωτερικό;

Θέλοντας να καταδείξουμε τον συνδυασμό του στοιχείου της ελληνικότητας με την έννοια της εγχώριας παραγωγής «δικών μας» προϊόντων, έτσι όπως προκύπτουν από τη χρήση ελληνικών πρώτων υλών, την εμπλοκή του ελληνικού ανθρώπινου παράγοντα και την εφαρμογή εγχώριας τεχνολογίας. Το ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ μας είναι μια φράση που παραπέμπει άμεσα στο ελληνικό στοιχείο που χαρακτηρίζει την προέλευση των προϊόντων του κάθε μέλους, στο μήνυμα της Ένωσης για ανάδειξη της ελληνικής επιχειρηματικότητας, στην ελληνική βάση και ηγεσία των εταιρειών-μελών, αλλά και που ταυτόχρονα υποδεικνύει ότι τα προϊόντα αυτά «μας ανήκουν», καθώς προκύπτουν από ελληνικούς πόρους, συμβάλλοντας στο έργο της ανασυγκρότησης της ελληνικής οικονομίας. Υπό διερεύνηση βρίσκεται η περίπτωση δημιουργίας ενός αντίστοιχου σήματος για τις αγορές του εξωτερικού.

Δώστε μας παραδείγματα προϊόντων που δημιουργούνται, παράγονται και ανήκουν σε ελληνικές εταιρείες και λειτουργούν, εκτός από πηγές εθνικού πλούτου και αγαθά σύγχρονου πολιτισμού, και ως πρεσβευτές της σημερινής παραγωγικής Ελλάδας ανά την υφήλιο.

Η εικόνα αποτελεί μέγιστο «πολλαπλασιαστή της αξίας» της οικονομικής δραστηριότητας μιας χώρας. Η αξία που προσθέτει



ή αφαιρεί η εικόνα της εθνικής προέλευσης στα προϊόντα και τις υπηρεσίες είναι εξαιρετικά σημαντική. Ειδικότερα, υπάρχει μεγάλη ανάγκη για αύξηση της αξίας της ελληνικής προέλευσης, η οποία και επιτυγχάνεται με τα εγχώρια «προϊόντα-πρεσβευτές» που ενσωματώνονται στην εθνική ταυτότητα και στον τρόπο ζωής, σημειώνουν διεθνείς επιδόσεις και τελικά αναδεικνύονται σε εθνικό πολιτισμικό κεφάλαιο. Τα μέλη-επιχειρήσεις της ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ παρουσιάζουν έντονη εξαγωγική δραστηριότητα, τοποθετώντας τα υψηλής ποιότητας προϊόντα τους στα ράφια πολλών χωρών παγκοσμίως, συνεισφέροντας έτσι στην προβολή του brand «Ελλάδα». Οι πρώτες ύλες της ελληνικής γης, κυρίως για τον τομέα των τροφίμων και των ποτών, φαίνεται να αποτελούν σημαντικό πρεσβευτή της Ελλάδας παγκοσμίως, αναδεικνύοντας μέσω των γεύσεων και της αγνότητάς τους την παραγωγική δυναμική της χώρας μας, αποτελώντας, αν όχι υπέρτερη, σίγουρα υπολογίσιμη δύναμη στο ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον του χώρου.

Έχει αυξηθεί ανάμεσα στους καταναλωτές το αίσθημα αξιοπιστίας στα ελληνικά προϊόντα;

Τα χρόνια της κρίσης και οι ανακατατάξεις που η ίδια επέφερε τα τελευταία χρόνια στην αγορά οδήγησαν στην ανάδειξη των ελληνικών ετικετών, επαναπροσδιορίζοντας το ελληνικό προϊόν και την αξία του. Ο έντονος ανταγωνισμός με τα εισαγόμενα προϊόντα και την είσοδο των πολυεθνικών κινητοποίησε τις ελληνικές επιχειρήσεις να επενδύσουν στην καινοτομία και την ποιότητα και να εφαρμόσουν τα διεθνή πρότυπα, προσελκύοντας εκ νέου τους καταναλωτές και οικοδομώντας σταδιακά μια αμφίδρομη σχέση εμπιστοσύνης. Η σωστή ενημέρωση του καταναλωτή για τα οφέλη της αγοράς ελληνικών προϊόντων και τη διατήρηση της «ζωντανίας» της ελληνικής οικονομίας ευνοεί τον ίδιο και ως πολίτη, καθώς καλύπτει την καταναλωτική του ανάγκη στον μέγιστο βαθμό, ενώ ταυτόχρονα ενισχύει και τον εθνικό πλούτο, την εθνική μας οικονομία και τελικά την κοινωνία όπου ζει, εργάζεται, παράγει αλλά και καταναλώνει και αυτό προσπαθούμε να κάνουμε μέσα από την πρωτοβουλία αυτή.

Η ελληνική επιχειρηματικότητα ελκύει τους νέους όπως συνέβαινε σε προηγούμενες γενιές; Είναι και η παραγωγή εξίσου ελκυστική;

Παρά τις υφιστάμενες αντιξοότητες της κρίσης, η νέα γενιά φαίνεται να τολμά και να μην αντιμετωπίζει με διστακτικότητα την ενασχόλησή της με την επιχειρηματικότητα. Ειδικά στην ελληνική περιφέρεια, εμφανίζονται πολυάριθμες δράσεις εκ μέρους των νέων για εμπλοκή τους τόσο στην παραγωγική διαδικασία όσο και στο επιχειρείν. Τα business stories των ελληνικών επιχειρήσεων που ξεχώρισαν και ξεχωρίζουν -παρά το δυσμενές περιβάλλον- για τις επιδόσεις τους εντός και εκτός συνόρων, αποτελούν κινητήριο δύναμη για όσους νέους επιδιώκουν την ανάμειξή τους στον επιχειρηματικό κλάδο.

Ποια πρέπει να είναι η βασική φιλοσοφία της ελληνικής επιχειρηματικότητας και πού πρέπει να στηριχτεί για το μέλλον;

Η συνεχής επένδυση στην καινοτομία και την ποιότητα, η ευελιξία, οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αλλά και η προσαρμοστικότητα με βάση τις εκάστοτε συνθήκες αποτελούν τη βάση της υγιούς ανάπτυξης της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Οι συνέργειες μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων επιβάλλονται λόγω του μικρού μεγέθους της ελληνικής οικονομίας, σε σχέση με άλλες κατά πολύ μεγαλύτερες, ένα κρίσιμο ζητούμενο το οποίο αποτελεί κεντρικό στόχο των εταιρειών-μελών της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ. Ακόμα, η επένδυση σε διαχρονικές αξίες, η εξωστρέφεια και ο δημόσιος διάλογος με παράγοντες της πολιτείας και αρμόδιους φορείς μπορούν να έχουν ευνοϊκά αποτελέσματα τόσο για την εξελικτική πορεία των επιχειρήσεων ως μονάδων όσο και τη συνολική ευημερία της κοινωνίας. •

## WHO IS WHO

Ο Άγις Πιστιόλας, εκτός από Πρόεδρος της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, είναι ο Marketing & Exports Director, Member of Board της Ελληνικής Εταιρείας Ρυζιών και Οσπρίων, Agrino – ΕΥ.ΓΕ ΠΙΣΤΙΟΛΑΣ Α.Ε.