

Αθήνα 29-3-2016

ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ
ΓΙΑ ΣΥΝΤΑΞΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΤΗΣ Β΄ ΦΑΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΠΡΩΘΗΣΗ ΟΙΝΩΝ ΣΕ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ»

A. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΠΡΟΣΚΛΗΣΗΣ

Η «Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων & Εξωτερικού Εμπορίου ΑΕ» υλοποιεί το «Πρόγραμμα προώθησης οίνων ποιότητας σε αγορές τρίτων χωρών» στο πλαίσιο του μέτρου Προώθηση Οίνων σε αγορές τρίτων χωρών σύμφωνα με τον καν. 1308/2013 του ΕΚ και του Συμβουλίου.

Στο πλαίσιο της β΄ φάσης του προγράμματος θα υλοποιηθούν οι παρακάτω δράσεις:

1. διαφημιστικές καταχωρήσεις σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα στην Β. Αμερική (ΗΠΑ – Καναδάς), Ελβετία, Κορέα Κίνα και Ιαπωνία
2. 3 επισκέψεις ξένων δημοσιογράφων από Ελβετία, Κορέα και Ιαπωνία στην Ελλάδα σε οινοπαραγωγικές περιοχές
3. 6 εκδηλώσεις παρουσίασης κρασιών στην Ελβετία, Κορέα και Ιαπωνία
4. συμμετοχή σε 3 Δ.Ε. κρασιού στην Κίνα, Κορέα και το Χόνγκ – Κόνγκ
5. έκδοση βιβλίου και φυλλαδίου για το ελληνικό κρασί.

Στο Παράρτημα Ι επισυνάπτεται αναλυτική περιγραφή των δράσεων του προγράμματος

Το αντικείμενο της πρόσκλησης είναι η πραγματοποίηση της μέτρησης της αποτελεσματικότητας των παραπάνω δράσεων καθώς και η αξιολόγηση της επίδρασης του προγράμματος, ανά κατηγορία δράσεων.

Ειδικότερα, το έργο περιλαμβάνει:

1. Συλλογή και επεξεργασία στοιχείων υλοποίησης δράσεων του προγράμματος
2. Σχεδιασμό και διεξαγωγή έρευνας μεταξύ αντιπροσωπευτικών κατηγοριών εμπλεκόμενων στην υλοποίηση και των ωφελουμένων των δράσεων του προγράμματος
3. Επεξεργασία και παρουσίαση των συμπερασμάτων Έρευνας.
4. Σύνθεση αξιολόγησης των αποτελεσμάτων και μέτρηση της αποτελεσματικότητας των δράσεων καθώς και η διατύπωση προτάσεων για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας των διαδικασιών στο μέλλον.

Παραδοτέο του έργου:

Παραδοτέο του Έργου αποτελεί η «Έκθεση Μέτρησης της αποτελεσματικότητας των Δράσεων του Προγράμματος», που περιλαμβάνει τη συνοπτική περιγραφή του φυσικού αντικειμένου των επιμέρους δράσεων, την αποτύπωση των ποιοτικών και ποσοτικών αποτελεσμάτων από την υλοποίησή τους, καθώς και την διατύπωση προτάσεων για την βελτίωση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας των διαδικασιών στο μέλλον.

Χρονοδιάγραμμα

Υποβολή παραδοτέου μέχρι 15 Ιουλίου 2016

Προϋπολογισμός: 12.000€ πλέον ΦΠΑ

B. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Οι ενδιαφερόμενοι καλούνται να υποβάλλουν προσφορά με email ή ταχυδρομικώς το αργότερο μέχρι την **Δευτέρα, 11.4.2016 και ώρα 17.00 μ.μ.**, στην «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ Α.Ε.», στην έδρα της επί της λεωφ. Βασ. Σοφίας 109, Τ.Κ. 115 21, Αθήνα
email: e.milik@enterprisegreece.gov.gr

Η προσφορά θα φέρει την ένδειξη «Προσφορά για παροχή υπηρεσιών σύνταξη μελέτης μέτρησης αποτελεσματικότητας της β' φάσης του προγράμματος «Προώθηση οίνων ποιότητας σε αγορές τρίτων χωρών» της Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου» και θα περιέχει:

1. Στοιχεία ενδιαφερομένου

Πλήρες όνομα, διεύθυνση, αριθμό τηλεφώνου, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και ονόματα προσώπων επικοινωνίας.

2. Πρόταση προσέγγισης του έργου

3. Οικονομική Προσφορά

Η οικονομική προσφορά θα είναι συνολική και τελική χωρίς άλλα κόστη και θα περιλαμβάνει το σύνολο των απαιτούμενων υπηρεσιών.

Συμπληρωματικές πληροφορίες σχετικά με την πρόσκληση:

κ. Εύα Μίλικ, τηλέφωνο: 210 3355761,
email: e.milik@enterprisegreece.gov.gr

Σε κάθε περίπτωση, αν για οποιοδήποτε λόγο ματαιωθεί ή ακυρωθεί η υλοποίηση μέρους του προγράμματος «Προώθηση οίνων σε τρίτες χώρες», ουδεμία αξίωση γεννάται υπέρ του υποψηφίου κατά της Enterprise Greece.

Σημαντική Σημείωση

Η παρούσα πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος δεν δεσμεύει την Enterprise Greece να συνάψει συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους και δεν γεννά δικαιώματα προσδοκίας. Η Enterprise Greece διατηρεί το δικαίωμα να αλλάξει ή να τροποποιήσει, χωρίς προηγούμενη ειδοποίηση, τη διαδικασία και το χρονοδιάγραμμα, όπως αυτά περιγράφονται στην παρούσα πρόσκληση, να αναβάλει ή να διακόψει τη διαδικασία ή/και να κηρύξει ατελέσφορη τη διαδικασία κατά την αποκλειστική της ευχέρεια χωρίς να απαιτείται η επίκληση οποιουδήποτε ειδικότερου λόγου.

Η Enterprise Greece διατηρεί το δικαίωμα επιλογής του προσώπου του αντισυμβαλλομένου, καθώς και πλήρη διακριτική ευχέρεια ως προς την ίδια τη σύναψη ή μη των σχετικών συμβάσεων. Οι

συμμετέχοντες στη διαδικασία δεν αποκτούν κανένα δικαίωμα ή αξίωση για αποζημίωση ή/και χρηματική ικανοποίηση από την Enterprise Greece ή τα στελέχη του για οποιοδήποτε λόγο σχετιζόμενο με την παρούσα πρόσκληση ή/και τη συμμετοχή τους στη διαδικασία.

Η εκδήλωση ενδιαφέροντος συνεπάγεται την ανεπιφύλακτη αποδοχή όλων των όρων και προϋποθέσεων της παρούσας και η συμμετοχή σε τυχόν περαιτέρω στάδια της διαδικασίας θα αποτελεί ανεπιφύλακτη αποδοχή όλων των όρων και προϋποθέσεων αυτής.

Για την
«Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.»

Βελισσάριος Δότης
Διευθύνων Σύμβουλος

ΠΑΡΑΡΗΤΜΑ Ι

«Προώθηση ελληνικών οίνων ποιότητας σε τρίτες χώρες»

Χώρες Στόχος:

ΗΠΑ, ΚΑΝΑΔΑΣ, ΕΛΒΕΤΙΑ, ΚΙΝΑ, ΚΟΡΕΑ, ΙΑΠΩΝΙΑ

ΦΑΣΗ Β

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2015 – ΙΟΥΛΙΟΣ 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	6
ΠΡΟΪΟΝΤΑ 6	
ΧΩΡΕΣ ΣΤΟΧΟΙ.....	6
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	6
ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ – ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗΣ:.....	6
<i>ΗΠΑ</i>	12
<i>ΚΑΝΑΔΑΣ</i>	13
<i>ΕΛΒΕΤΙΑ</i>	16
<i>ΚΙΝΑ</i>	18
<i>ΚΟΡΕΑ</i>	20
<i>ΙΑΠΩΝΙΑ</i>	24
ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	27
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ 28	
ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΣ.....	30
ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΠΡΟΣ ΜΕΤΑΔΟΣΗ	30
ΔΡΑΣΕΙΣ – ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΟΥ Β΄ ΕΤΟΥΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	31
<i>ΜΕΤΡΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ</i>	31
Βόρεια Αμερική ΗΠΑ & ΚΑΝΑΔΑΣ	32
ΕΛΒΕΤΙΑ	32
ΚΙΝΑ.....	33
ΚΟΡΕΑ.....	33
ΙΑΠΩΝΙΑ.....	33
<i>ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ – ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ</i>	34
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ	36

Ταυτότητα του προγράμματος

Προϊόντα

Ελληνικοί Οίνοι με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης και Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη και Ποικιλιακοί Οίνοι

Χώρες στόχοι

ΗΠΑ, Καναδάς, Ελβετία, Κίνα, Κορέα και Ιαπωνία

Περιγραφή του Προγράμματος

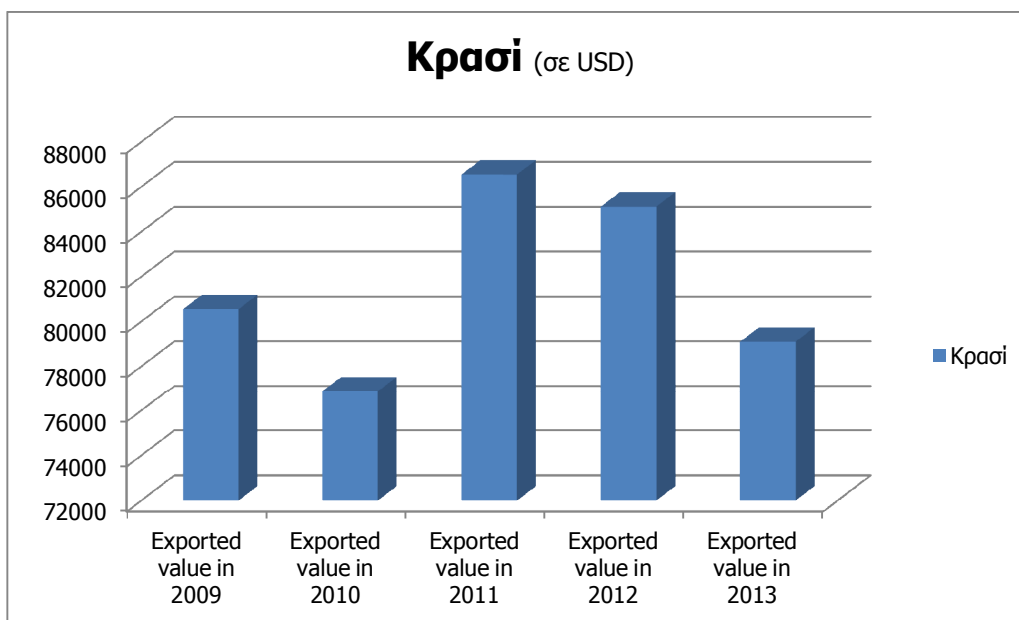
Γενικό πλαίσιο – κατάσταση αγοράς και ζήτησης:

Οι Ελληνικές Εξαγωγές την τελευταία πενταετία (2009-2013) παρουσίασαν αύξηση σε ποσοστό 18% (International Trade Center- ITC).



Το κρασί αν και συμβάλει μόνο σε ποσοστό 2,81% στο σύνολο των Ελληνικών Εξαγωγών αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα για την προώθηση και προβολή της εικόνας της Ελλάδας και των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό.

Οι πωλήσεις κρασιού μειώθηκαν τα τελευταία 3 έτη κατά 7%.



Οι χώρες στόχος ΗΠΑ, Καναδάς και Κίνα κατέχουν τη 2^η, 3^η και 9^η θέση ανάμεσα στις χώρες με την μεγαλύτερη εξαγωγική δραστηριότητα για την οινική βιομηχανία ενώ η Ελβετία, η Ιαπωνία και Κορέα βρίσκονται στη 13^η, 25^η και 48^η θέση αντίστοιχα.

Αξία εισαγωγών σε χώρες στις οποίες εξάγεται κρασί από την Ελλάδα

Σε 000 USD	Αξία										θέση
	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%	2013	%	
World	80559	100,0	76891	100,0	86559	100,0	85129	100,0	79107	100,0	10
Germany	36933	45,8	34845	45,3	38488	44,5	34849	40,9	34738	43,9	1η
United States of America	8270	10,3	8697	11,3	8783	10,1	11264	13,2	10629	13,4	2η

Canada	3296	4,1	3907	5,1	3655	4,2	5367	6,3	4318	5,5	3η
France	8702	10,8	7026	9,1	7115	8,2	6582	7,7	3947	5,0	4η
Cyprus	3743	4,6	3262	4,2	4118	4,8	3700	4,3	3925	5,0	5η
Belgium	3733	4,6	3120	4,1	3504	4,0	3183	3,7	3333	4,2	6η
United Kingdom	1903	2,4	1904	2,5	2105	2,4	3523	4,1	2743	3,5	7η
Netherlands	2616	3,2	2212	2,9	2349	2,7	2331	2,7	2379	3,0	8η
China	213	0,3	671	0,9	2710	3,1	2069	2,4	2230	2,8	9η
Austria	1334	1,7	1331	1,7	1535	1,8	1385	1,6	1320	1,7	10η
Australia	732	0,9	709	0,9	860	1,0	818	1,0	1129	1,4	11η
Poland	1172	1,5	1026	1,3	1012	1,2	721	0,8	963	1,2	12η
Switzerland	1283	1,6	1126	1,5	1052	1,2	1149	1,3	891	1,1	13η
Italy	1320	1,6	2183	2,8	3058	3,5	2722	3,2	886	1,1	14η
Russian Federation	387	0,5	623	0,8	563	0,7	697	0,8	619	0,8	15η
Sweden	756	0,9	576	0,7	506	0,6	445	0,5	529	0,7	16η
Hong Kong, China	133	0,2	271	0,4	451	0,5	383	0,4	486	0,6	17η
Spain	332	0,4	332	0,4	199	0,2	162	0,2	420	0,5	18η
Czech Republic	460	0,6	284	0,4	684	0,8	385	0,5	339	0,4	19η
Finland	281	0,3	350	0,5	407	0,5	281	0,3	337	0,4	20η
Denmark	634	0,8	469	0,6	754	0,9	590	0,7	334	0,4	21η
Bulgaria	166	0,2	137	0,2	340	0,4	141	0,2	300	0,4	22η
Mexico	140	0,2	153	0,2	143	0,2	108	0,1	264	0,3	23η
Hungary	129	0,2	212	0,3	223	0,3	356	0,4	227	0,3	24η
Japan	96	0,1	78	0,1	150	0,2	238	0,3	189	0,2	25η
Ship stores and bunkers	184	0,2	13	0,0	228	0,3	274	0,3	174	0,2	26η

Serbia	68	0,1	76	0,1	87	0,1	67	0,1	132	0,2	27η
Lithuania	4	0,0	0	0,0	63	0,1	239	0,3	127	0,2	28η
Romania	38	0,0	41	0,1	53	0,1	71	0,1	120	0,2	29η
Ukraine	1	0,0	0	0,0	52	0,1	108	0,1	111	0,1	30η
Brazil	114	0,1	238	0,3	473	0,5	284	0,3	98	0,1	32η
Korea, Republic of	0	0,0	7	0,0	9	0,0	1	0,0	17	0,0	48η

Σε σχέση με τις χώρες στόχο η Ελλάδα έχει να επιδείξει θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης την τελευταία πενταετία (2009-2013) εκτός της Ελβετίας.

Κατάλογος χωρών που εισήγαγαν οίνο από την Ελλάδα για το 2013

Προϊόν: Οίνος

Οι εξαγωγές της Ελλάδας αντιπροσωπεύουν το 0,23% των παγκόσμιων εξαγωγών για το συγκεκριμένο προϊόν, λαμβάνοντας την 24^η θέση στις παγκόσμιες εξαγωγές

Χώρες που εισάγουν οίνο από την Ελλάδα	Δείκτες εμπορίου									
	Αξία εξαγωγών (USD χιλ.)	Ποσοστό εξαγωγών Ελλάδας (%)	Ποσότητα εξαγωγών 2013	Μονάδα μέτρησης	Αξία μονάδας (USD/μονάδα)	Αύξηση της αξίας εξαγωγών μεταξύ 2009-2013 (% ανά έτος)	Αύξηση της αξίας εξαγωγών μεταξύ 2012-2013 (% ανά έτος)	Κατάταξη χωρών στις παγκόσμιες εξαγωγές	Μερίδιο χωρών στις εισαγωγές (%)	Συνολική αύξηση των εισαγωγών σε αξία (% ανά έτος)
World	79107	100	24361		3247	1	-7		100	7
United States of America	10629	13.4	1951	Cubic meters	5448	8	-6	1	15.5	7
Canada	4318	5.5	911	Cubic meters	4740	9	-20	4	5.7	8
China	2230	2.8	353	Cubic meters	6317	79	8	6	4.4	37
Switzerland	891	1.1	165	Cubic	5400	-7	-22	8	3.6	6

Χώρες που εισάγουν οίνο από την Ελλάδα	Δείκτες εμπορίου									
	Αξία εξαγωγών (USD χιλ.)	Ποσοστό εξαγωγών Ελλάδας (%)	Ποσότητα εξαγωγών 2013	Μονάδα μέτρησης	Αξία μονάδας (USD/μονάδα)	Αύξηση της αξίας εξαγωγών μεταξύ 2009-2013 (% ανά έτος)	Αύξηση της αξίας εξαγωγών μεταξύ 2012-2013 (% ανά έτος)	Κατάταξη χωρών στις παγκόσμιες εξαγωγές	Μερίδιο χωρών στις εισαγωγές (%)	Συνολική αύξηση των εισαγωγών σε αξία (% ανά έτος)
				meters						
Japan	189	0.2	54	Cubic meters	3500	28	32	-21	5	4.5
Korea, Republic of	17	0	3	Cubic meters	5667			30	0.5	12

ΗΠΑ

Ύστερα από την μεγάλη ανάπτυξη της αγοράς των κρασιών στις ΗΠΑ το 2011 το 2012 οι ρυθμοί των πωλήσεων μειώθηκαν, εν μέρει ως αποτέλεσμα της έλλειψης αποθεμάτων. Οι συνολικές πωλήσεις κρασιού είχαν αύξηση 3,6% σε σχέση με το 2011 και έφτασαν το 2012 τα 360 εκ. κιβώτια ενώ για το 2013 έφτασαν τα 375 κιβώτια με αύξηση +3,2% (Gomberg Fredrikson report).

Σε θέματα κατανάλωσης οι ΗΠΑ αποτελεί είτε την 1η είτε τη 2η χώρα σε κατανάλωση ανάλογα με την πηγή δεδομένων: ο OIV (International Organisation of Vine and Wine) αναφέρει ότι η κατανάλωση στις ΗΠΑ είναι 29.000 εκατόλιτρα πίσω από τη Γαλλία με 30.269 εκατόλιτρα (το Wine Institute αναφέρει 1η τις ΗΠΑ και 2η τη Γαλλία). Τα εισαγόμενα κρασιά να αντιπροσωπεύουν περίπου το 27% της συνολικής κατανάλωσης με αναμενόμενη ετήσια αύξηση της κατανάλωσης έως το 2016 της τάξης του 12,16% (σύμφωνα με τα στοιχεία της Vinexpo και του IWSR).

Η εκτιμώμενη λιανική αξία των πωλήσεων κρασιού το 2013 ανέρχεται σε 36,3 δισ. Δολάρια με αύξηση 5% από το 2012. Το γεγονός αυτό καθιστά τις ΗΠΑ τη μεγαλύτερη αγορά κρασιού από την άποψη των εσόδων.

Περίπου 34% των πωλήσεων προέρχονται από εισαγωγές, με την Καλιφόρνια να περιλαμβάνει το 57% και τις υπόλοιπες πολιτείες να αποτελούν το υπόλοιπο 9%.

Από τους ενήλικες το 15% παρουσιάζουν υψηλή συχνότητα κατανάλωσης (καταναλώνουν κρασί σε τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα ή περισσότερο) και το 29% είναι περιστασιακοί.

Η συνολική ποσότητα του εισαγόμενου κρασιού στις ΗΠΑ, σύμφωνα με το Agricultural Marketing Resource Service ήταν το 32,3% (ή 5,9 δισεκατομμύρια USD) το 2012. Η πλειονότητα του όγκου των εισαγωγών ήταν από την Ιταλία, Γαλλία, Αυστραλία, Χιλή, Αργεντινή και Ισπανία.

Η διείσδυση στην αγορά των ΗΠΑ παρουσιάζει ιδιαιτερότητες, αφού αποτελείται πρακτικά από 51 διαφοροποιημένες αγορές (πολιτείες), με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα όσον αφορά τις καταναλωτικές συμπεριφορές ως προς την εφαρμογή τριών βαθμίδων μέσης τιμής (χαμηλή, μέση και υψηλή κατηγορία) στην αγορά.

Παρόλη τη σημαντική άνοδο των εξαγωγών στις ΗΠΑ (38,8% σε αξία και 14,64% σε ποσότητα) την οποία κατέγραψαν τα ελληνικά κρασιά το 2012, σύμφωνα με επεξεργασία των στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ, που πραγματοποίησε η ΚΕΟΣΟΕ το 2013 υπήρξε σχετική μείωση των εξαγωγών. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι και η μέση τιμή μονάδος ανά λίτρο οίνου αυξήθηκε για τις ΗΠΑ από 3,58 €/2011 σε 4,34 €/2012.

Σχετικά με τη διαμόρφωση τάσεων στο οινικό αντικείμενο, οι ΗΠΑ κατέχουν την πρώτη θέση δεδομένου ότι αποτελούν έδρα για opinion - leading MME και προσωπικότητες που επηρεάζουν τους καταναλωτές παγκοσμίως. Προκύπτει ότι από τις τρίτες χώρες οι ΗΠΑ κατέχουν τη μέγιστη προτεραιότητα για την ανάπτυξη και αύξηση των εξαγωγών των ελληνικών οίνων. Το 2013 οι ΗΠΑ βρίσκονταν στη δεύτερη θέση των ελληνικών εξαγωγών οίνου μετά τη Γερμανία (στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ).

Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους οι Αμερικανοί πίνουν κρασί είναι: 1) απολαμβάνουν τη γεύση, 2) αρέσκονται να το συνδυάζουν με φαγητό, 3) για να κοινωνικοποιηθούν με τους φίλους τους και 4) για να χαλαρώσουν.

Κατά κεφαλήν οι ΗΠΑ βρίσκονται στην 62η θέση με 11 λίτρα ανά άτομο. Υπολογίζεται ότι από το συνολικό πληθυσμό των ΗΠΑ, (330 εκ. σήμερα) τα 101 εκ πίνουν κρασί.

Εντούτοις, οι περισσότεροι ξοδεύουν λιγότερα χρήματα ανά φιάλη σε σχέση με παλαιότερα δεδομένου ότι η κρίση οδήγησε σε αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς (WMC Wine & the Economy Report 2012):

- η κατανάλωση μεταφέρθηκε σε καθημερινές (όχι ιδιαίτερες) περιστάσεις
- οι καταναλωτές ερευνούν και αξιολογούν τη σχέση αξίας/ποιότητας και τιμής

Όσον αφορά στο φύλο, στο 55% των αμερικανικών κρασιών καταναλωτές είναι γυναίκες και το 45% είναι άνδρες. Οι Babyboomers εξακολουθούν να δαπανούν τα περισσότερα για το κρασί με τους Millennials (ηλικίες 21 - 36) στη δεύτερη θέση.

Πίνακας: Αξία Ελληνικών Εξαγωγών 2011-2013 στις ΗΠΑ

Χώρα	Αξία το 2011, (σε .000 \$)	Αξία το 2012, (σε .000 \$)	Αξία το 2013, (σε .000 \$)	Ετήσια αύξηση των εξαγωγών μεταξύ 2009-2013,(σε %)	Ποσοστό επί του συνόλου Ελληνικών Εξαγωγών για το 2013 (%)
ΗΠΑ	8,783	11,264	10,629	8	13.4

ΚΑΝΑΔΑΣ

Στην κατανάλωση αλκοολούχων ποτών στον Καναδά η μύρα κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό. Παρόλα αυτά η κατανάλωση κρασιού παρουσιάζει αυξητική τάση τη τελευταία δεκαετία.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Vinexpo και του IWSR οι προβλέψεις αύξησης κατανάλωσης για την αγορά του Καναδά είναι ευοίωνες (14,27% αύξηση ως το 2016). Η αγορά του Καναδά κατατάσσεται μεταξύ των 5 ταχύτερα αναπτυσσόμενων αγορών κρασιού για τα επόμενα χρόνια. Αν και η κατανάλωση της μύρας κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό των αλκοολούχων ποτών στην αγορά του Καναδά, την τελευταία δεκαετία παρατηρείται μία μεγάλη αύξηση της κατανάλωσης του κρασιού. (Συγκεκριμένα από το 1997 μέχρι το 2007, ενώ η κατανάλωση της μύρας μειώθηκε από το 52% στο 47% και των αλκοολούχων από το 27% στο 25%, το κρασί αύξησε το μερίδιό του από το 21% στο 28%. Η δε αύξηση της κατανάλωσης λαμβάνει χώρα με όλο και μεγαλύτερους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια.

Από το 2006 έως το 2007 οι πωλήσεις κρασιού στον Καναδά αυξήθηκαν κατά 9,5% σε αξία φθάνοντας τα \$5 δις και 7,1% σε όγκο φθάνοντας τα 405,7 εκ. λίτρα. Είναι φανερό ότι οι Καναδοί όχι μόνο καταναλώνουν περισσότερο κρασί αλλά και δεν διστάζουν να ξοδέψουν παραπάνω για

κάθε φιάλη. Η μέση τιμή μονάδος ανά λίτρο οίνου αυξήθηκε τον Καναδά από 3,70 €/2011 σε 4,36 €/2012.

Κατάλογος προμηθευτριών χωρών οίνου για τον Καναδά

Προϊόν: Οίνος

Μονάδα μέτρησης: USD χιλ.

Εξαγωγείς	Αξία εισαγωγών το 2011	Αξία εισαγωγών το 2012	Αξία εισαγωγών το 2013	
World	1914566	1975770	2025841	
France	438555	438070	455383	1η
United States of America	329364	374701	418411	
Italy	384360	394952	403422	
Australia	252895	237948	218736	
Spain	99910	101661	106507	
Argentina	100059	106363	99629	
Chile	100210	98963	96370	
New Zealand	61719	71021	75446	
Portugal	51980	49212	53253	
South Africa	44555	49663	46196	
Germany	32404	33503	33621	
Greece	4202	4656	4864	12η

Hungary	3283	3865	3342	
Israel	1921	1552	2149	
Romania	1194	1077	1179	
Austria	1079	986	908	
Macedonia, The Former Yugoslav Republic of	549	1080	881	
Lebanon	1019	830	828	
Luxembourg	223	342	599	
Mexico	853	669	559	
Georgia	468	805	502	

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι περισσότερο από το 70% του κρασιού που καταναλώνεται στον Καναδά είναι εισαγόμενο, ενώ οι Καναδοί δείχνουν σαφή προτίμηση στα κόκκινα (61% της συνολικής κατανάλωσης οίνων). Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2000 έως σήμερα η κατανάλωση των κόκκινων κρασιών έχει αυξηθεί κατά 130%, ενώ των λευκών κατά 60%.

Η κατά κεφαλή κατανάλωση κρασιού στον Καναδά το 2007 ήταν 15 λίτρα, με κυρίαρχη την Πολιτεία του Quebec, η οποία έφθασε τα 20 λίτρα κατά κεφαλήν. Από το 1998 έως το 2007, η κατά κεφαλή κατανάλωση κρασιού αυξήθηκε κατά 55% στην Επαρχία του Quebec, ενώ η μέση αύξηση της κατανάλωσης για την ίδια περίοδο σε όλο τον Καναδά ήταν 40%. Στην Επαρχία του Οντάριο η αύξηση της κατανάλωσης την ίδια περίοδο έφτασε το 30%.

Το 2007 η Επαρχία του Quebec συγκέντρωσε το 34% των πωλήσεων κρασιού του Καναδά αν και αντιπροσωπεύει λιγότερο από το ¼ του πληθυσμού.

Σημαντικό δεδομένο της αγοράς, είναι επίσης ότι η κατηγορία των υψηλής ποιότητας εισαγομένων κρασιών εμφανίζουν σημαντική αύξηση. Το υψηλό βιοτικό επίπεδο των Καναδών έχει ως αποτέλεσμα οι Καναδοί να αγοράζουν ακριβότερα κρασιά. Ειδικότερα, όσο η ηλικία των καταναλωτών μεγαλώνει και ευαισθητοποιούνται σε θέματα υγείας τόσο στρέφονται προς την κατανάλωση κόκκινων εισαγομένων κρασιών.

Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της καναδικής αγοράς, που ευνοεί το συγκεκριμένο πρόγραμμα, είναι η ύπαρξη ισχυρής ομογένειας στη χώρα, η οποία κατέχει σημαίνουσα θέση στην καναδική γαστρονομία και εστίαση.

Η Καναδική αγορά, με εξαίρεση της Alberta, ελέγχεται από τα επαρχιακά Liquor Control Boards. Κάθε επαρχία έχει ένα Liquor Control Board το οποίο ελέγχει πλήρως τη διακίνηση όλων των

αλκοολούχων ποτών. Η κάθε πολιτεία μπορεί να έχει τους δικούς της κανόνες σε σχέση με τη διακίνηση του αλκοόλ. Οι πωλήσεις του κρασιού και των αλκοολούχων γίνονται βασικά με 2 τρόπους:

- Από τα καταστήματα λιανικής των μονοπωλίων
- Από τα μονοπώλια μέσω τοπικών εκπροσώπων των οινοποιείων προς εστιατόρια και ξενοδοχεία.

Οι πωλήσεις αλκοόλ στο Οντάριο ελέγχονται ολοκληρωτικά από το LCBO (Liquor Control Board of Ontario). Το LCBO χωρίζεται σε 3 τμήματα: στο General Purchase List, στο Vintages και στο Consignment.

Το General Purchase List συγκεντρώνει σε γενικές γραμμές φθηνά κρασιά από ολόκληρο τον κόσμο που παράγονται σε μεγάλες ποσότητες.

Το Vintages αποτελεί το τμήμα του ποιοτικού κρασιού και συγκεντρώνει πιο ενδιαφέροντα κρασιά, υψηλότερης συνήθως τιμής.

Τα κρασιά που εισάγονται στο Οντάριο μέσω του προγράμματος Consignment δεν φθάνουν στα σημεία λιανικής πώλησης του LCBO, αλλά κατευθύνονται στις αποθήκες του LCBO, από τις οποίες τα προμηθεύονται οι εισαγωγείς/πράκτορες κρασιού, αφού παρουσιάσουν στο LCBO αποδεικτικό παραγγελίας από εστιατόρια και ιδιώτες.

Ο Καναδάς κατέχει την τρίτη θέση στις συνολικές εξαγωγές ελληνικών κρασιών αξία εξαγωγών 4318 χιλ USD το 2013. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι εξαγωγές μας προς τον Καναδά αυξάνονταν σταθερά όλα τα προηγούμενα χρόνια έως το 2013 χρονιά στην οποία παρατηρήθηκε μείωση 21,93% (σύμφωνα με στοιχεία του ITC).

Μετά από τις εκδηλώσεις που έχουν οργανωθεί τα τελευταία χρόνια στην αγορά του Τορόντο έχει παρατηρηθεί σημαντική αύξηση των πωλήσεων των ελληνικών κρασιών στις κατηγορίες των Vintages και του Consignment.

Πίνακας: Αξία Ελληνικών Εξαγωγών 2011-2013 στο Καναδά

Χώρα	Αξία το 2011, (σε .000 \$)	Αξία το 2012, (σε .000 \$)	Αξία το 2013, (σε .000 \$)	Ετήσια αύξηση των εξαγωγών μεταξύ 2009-2013,(σε %)	Ποσοστό επί του συνόλου Ελληνικών Εξαγωγών για το 2013 (%)
Καναδάς	3,655	5,367	4,318	9	5.5

ΕΛΒΕΤΙΑ

Η Ελβετία είναι οινοπαραγωγός χώρα και κατέχει σημαντική θέση στην παγκόσμια αγορά (18η θέση σε εξαγωγές κρασιού). Παράγει όλους τους τύπους κρασιού με πρωτεύουσα θέση για το λευκό κρασί ενώ τα τελευταία χρόνια αυξάνεται και η παραγωγή του κόκκινου κρασιού.

Σήμερα χαρακτηρίζεται ως ώριμη αγορά με αποτέλεσμα να υπάρχει αυξητική τάση ζήτησης για κόκκινα κρασιά υψηλότερης ποιότητας.

Η κατά κεφαλήν κατανάλωση παραμένει αρκετά υψηλή. Αξιοσημείωτο – και πολύ σημαντικό για την απήχηση που μπορεί να έχουν οι προωθητικές ενέργειες - είναι το ενδιαφέρον για νέες και αυθεντικές γεύσεις – πέρα από τα κρασιά που παρασκευάζονται από τις διεθνώς διαδεδομένες ποικιλίες (καμπερνέ, σαρντονέ, κλπ.). Το 70% της κατανάλωσης αφορά κόκκινα κρασιά, ενώ το 75% της συνολικής κατανάλωσης κόκκινων κρασιών είναι εισαγόμενα. Το 54,7% του κρασιού που καταναλώνεται συνολικά στην Ελβετία είναι εισαγόμενο. Προβλέπεται η τάση αύξησης των εισαγωγών να συνεχιστεί. Οι κυριότερες προμηθεύτριες χώρες είναι η Ιταλία, η Ισπανία, η Γαλλία, η Αυστρία, η Γερμανία, κλπ. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 19^η θέση ως προμηθεύτρια χώρα.

Κατάλογος προμηθευτριών χωρών οίνου για την Ελβετία

Προϊόν: Οίνος

Μονάδα μέτρησης: USD χιλ.

Εξαγωγείς	Αξία εισαγωγών το 2011	Αξία εισαγωγών το 2012	Αξία εισαγωγών το 2013	
World	1195540	1192374	1266179	
France	433223	452169	460867	1η
Italy	379880	389831	432767	
Spain	156171	153304	161783	
Germany	44790	33494	38298	
Portugal	29705	30885	35215	
United States of America	37397	28969	26195	
Austria	21189	19629	19051	
Argentina	14117	16581	16619	
Chile	15644	14826	16000	
Australia	15760	17664	15313	

South Africa	8619	10235	13728	
United Kingdom	9964	9155	11639	
Belgium	3098	3813	4033	
New Zealand	1444	1945	1943	
Netherlands	5960	1830	1758	
Hungary	1409	1168	1462	
Denmark	1384	818	1274	
China	248	154	1144	
Greece	1082	1173	1010	19η
Serbia	299	260	844	

Στην Ελβετία, με βάση παλαιότερες προσπάθειες, κρίνεται σκόπιμη η ανάπτυξη της γερμανόφωνης περιοχής - χωρίς να παραβλέπεται και η γαλλόφωνη – διότι αυτή παρουσιάζει το μεγαλύτερο εμπορικό ενδιαφέρον.

Η Ελβετία ως χώρα που εισάγει Ελληνικό κρασί κατέχει την ένατη (9η) θέση με 891.000 Δολάρια το 2013, στις συνολικές εξαγωγές ελληνικών κρασιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι εξαγωγές μας προς την Ελβετία παρουσίασαν μείωση 7% την περίοδο 2009-2013 (ITC).

Πίνακας: Αξία Ελληνικών Εξαγωγών 2011-2013 στην Ελβετία

Χώρα	Αξία το 2011, (σε .000\$)	Αξία το 2012, (σε .000\$)	Αξία το 2013, (σε .000 \$)	Ετήσια αύξηση των εξαγωγών μεταξύ 2009-2013,(σε %)	Ποσοστό επί του συνόλου Ελληνικών Εξαγωγών για το 2013 (%)
Ελβετία	1,052	1,149	891	-7	1.1

KINA

«Η αγορά κρασιού στη Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας είναι μία από τις δυναμικότερες αγορές και συγκαταλέγεται πια στις πέντε μεγαλύτερες αγορές του κόσμου. Είναι δεδομένο ότι η κινεζική αγορά θα καταστεί κάποια στιγμή (όχι στο άμεσο μέλλον) η μεγαλύτερη αγορά κρασιού στον κόσμο. Είναι, επίσης, αυτονόητο ότι ο ελληνικός οίνος μπορεί να βελτιώσει τη θέση του στην

κινεζική αγορά τόσο σε απόλυτα νούμερα, όσο και σε μερίδιο αγοράς». Αυτό σημειώνεται σε έρευνα αγοράς για το κρασί στη Λ.Δ. Κίνας του Γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Πρεσβείας της Ελλάδας στο Πεκίνο (2012).

Όπως αναφέρεται στην έρευνα, εξαγωγές εμφιαλωμένου κρασιού προς την Κίνα πραγματοποιούν άνω των 70 χωρών. Ωστόσο, μερίδιο αγοράς άνω του 2% απολαμβάνουν λίγες χώρες, με ηγέτη τη Γαλλία (53%) και ακολουθούμενη από την Αυστραλία, τη Χιλή, την Ισπανία, την Ιταλία, τις ΗΠΑ, τη Νέα Ζηλανδία και τη Νότιο Αφρική. Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 17η θέση στις εξαγωγές εμφιαλωμένου κρασιού, με εξαγωγές 491.946 λίτρων, αξίας 2.224.536 δολαρίων (στοιχεία Γ.Δ. Τελωνείων, Λ.Δ. Κίνας, 2012).

Περίπου 80% της κατανάλωσης κρασιού σε όγκο και 56% σε αξία στην Κίνα καλύπτεται από την εγχώρια παραγωγή, ενώ το υπόλοιπο μοιράζεται μεταξύ περίπου 70 προμηθευτριών χωρών. Για την πλειονότητα των Κινέζων καταναλωτών, ιδιαίτερα αυτών που διαθέτουν χαμηλά εισοδήματα και διαβιούν σε απομακρυσμένες επαρχίες, το κρασί από σταφύλια είναι πολυτέλεια και προϊόν εκτός της διατροφικής τους κουλτούρας. Η μέση ετήσια κατανάλωση κρασιού στη Λ.Δ. Κίνας είναι 1,4 λίτρα.

Η αγορά κρασιού της Λ.Δ. Κίνας αποτελεί μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές εισαγόμενων οίνων, με τον ετήσιο ρυθμό αύξησης την τελευταία πενταετία να υπερβαίνει το 30%. Η διαρκής αύξηση της κατανάλωσης κρασιού συνδέεται με την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος ενός συνεχώς διευρυνόμενου καταναλωτικού κοινού, αλλά και την ανάδειξη του κρασιού ως συμβόλου κύρους και κοινωνικής καταξίωσης.

Σύμφωνα με στοιχεία της Vinexpo και του IWSR, το 2011 η Κίνα εκθρόνισε το Ην. Βασίλειο από την 5^η θέση των μεγαλύτερων αγορών κατανάλωσης κρασιού παγκοσμίως, με ετήσια αύξηση ετησίως (Κίνα & Χονγκ Κονγκ) φτάνοντας τα 156,2 εκ κιβώτια. Η συνολική αύξηση κατανάλωσης που προβλέπεται μεταξύ 2011 και 2015 φτάνει το 54,25%, ενώ η κατά κεφαλήν κατανάλωση θα φτάσει τα 2lt το 2015.

Η μέση τιμή για τα ελληνικά κρασιά υπολείπεται κατά περίπου 0,65 δολάρια μέσης τιμής του συνόλου των κινεζικών εισαγωγών (4,52 δολ. έναντι 5,17 δολ.), ενώ σε σχέση με το 2011, υπήρξε σημαντική μείωση του όγκου πωλήσεων ελληνικών κρασιών (-22%) που αντισταθμίστηκε από την άνοδο της μέσης τιμής κατά 29%.

Η εκπόνηση ενός στρατηγικού σχεδίου για την προώθηση του ελληνικού οίνου στη Λ.Δ. Κίνας ή ακόμη και το σχέδιο εισόδου ενός μεμονωμένου παραγωγού θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες της αγοράς (λ.χ. προτίμηση στο κόκκινο κρασί, σημασία καλών διαπροσωπικών σχέσεων με διανομέα, κουλτούρα του δώρου κλπ) και να έχει μακροπρόθεσμο ορίζοντα, δίνοντας κυρίως βαρύτητα στη διαφοροποίηση του προϊόντος μέσω, καταρχάς, του εθνικού branding και κατά δεύτερον του προϊόντος (ποικιλία).

Εξάλλου, δεδομένου ότι οι Κινέζοι έχουν συνδέσει τα ευρωπαϊκά κρασιά, κυρίως, με τη Γαλλία, την Ιταλία και την Ισπανία, τα ελληνικά κρασιά θα πρέπει να προβάλλουν την ιδιαιτερότητά τους σε σχέση με αυτά, που είναι η χρήση τοπικών ποικιλιών.

Η στρατηγική εστίασης σε γηγενείς ποικιλίες (ξινόμαυρο, ασσύρτικο, μοσχοφίλερο και αγιωργίτικο) μπορεί να αποδώσει σημαντικά οφέλη στην κινεζική αγορά, στρατηγική, όμως, που προϋποθέτει στοχευμένες προωθητικές ενέργειες που θα έχουν στον πυρήνα τους την εξοικείωση και «εκπαίδευση» του καταναλωτή με τις μοναδικές ιδιότητες των ελληνικών ποικιλιών. Προωθητικές ενέργειες πραγματοποιούν κράτη που έχουν ήδη ισχυρή παρουσία στη Λ.Δ. Κίνας και αποτελούν σημεία αναφοράς για κάθε ενδιαφερόμενο.

Όσον αφορά μεμονωμένους παραγωγούς, συνιστάται η επιλογή ενός αξιόπιστου διανομέα-συνεργάτη, με τον οποίο θα πρέπει να αναπτυχθεί προσωπική σχέση, ώστε να υπάρξει προσωπική δέσμευση για την προώθηση των προϊόντων στην αγορά.

Πίνακας: Αξία Ελληνικών Εξαγωγών 2011-2013 στην Κίνα

Χώρα	Αξία το 2011, (σε .000 \$)	Αξία το 2012, (σε .000 \$)	Αξία το 2013, (σε .000 \$)	Ετήσια αύξηση των εξαγωγών μεταξύ 2009-2013,(σε %)	Ποσοστό επί του συνόλου Ελληνικών Εξαγωγών για το 2013 (%)
Κίνα	2,71	2,069	2230	79	2.8

ΚΟΡΕΑ

Τα αλκοολούχα ποτά που καταναλίσκονται στη Ν. Κορέα είναι, κατά σειρά προτιμήσεως, κυρίως η μπύρα και το εθνικό ποτό των Νοτιοκορεατών το soju. Όπως αναφέρατε σε σχετική μελέτη του γραφείου ΟΕΥ της πρεσβείας μας στην Σεούλ, τα τελευταία χρόνια έγινε πολύ δημοφιλές το Makoli, το οποίο είναι ένα είδος κρασιού από ρύζι.

Γενικά πάντως οι Κορεάτες αγαπούν το αλκοόλ και η κατανάλωση οινοπνευματωδών είναι υψηλή.

Κατάλογος Εισαγωγών τη Δημοκρατία της Κορέας

Προϊόντα: Ποτά, αλκοολούχα ποτά και ξύδι

Μονάδα μέτρησης: USD χιλ.

Αξία εισαγωγών (έτος)

Ετικέτα προϊόντος	2009	2010	2011	2012	2013
Spirits, liqueurs, other spirit beverages, alcoholic preparations	224227	261569	260698	248727	237083
Ethyl alcohol & other spirits (if undenatured then higher than 80% by	120885	159873	209121	227916	192143
Wine of fresh grapes	112450	112888	132079	147260	171840
Beer made from malt	37156	43750	58445	73591	89667
Non-alcoholic beverages (excl. water, fruit or vegetable juices and mi	24849	34117	40441	57292	63442
Mineral & aerated waters	6850	9112	8839	9135	24875
Fermented beverages, nes	10581	16691	18648	21432	23111
Vinegar and substitutes for vinegar	2988	3051	3881	4472	5168
Vermouth&other grape wine flavoured with plants or aromatic substances	79	648	338	628	989

Η κορεατική αγορά κρασιού τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται επίσης ταχύτατα. Σε αυτό συνέβαλε και η άρση των δασμών, μετά τη σύναψη συμφωνιών ελευθέρων συναλλαγών με τις σημαντικότερες χώρες παραγωγής κρασιού. Οι κορεατικές εξαγωγές το 2013 έφτασαν τα \$ 172 εκατ., σε σύγκριση με μόλις \$ 20 εκατ. το 2000. Τα επόμενα χρόνια η ραγδαία αυτή άνοδος αναμένεται να συνεχιστεί, καθώς το κρασί εξακολουθεί να έχει πολύ μικρό μερίδιο στην αγορά οινοπνευματωδών ποτών (Μελέτης ΠΑΣΕΓΕΣ).

Το 2014 στην Διεθνή Κορεατική Έκθεση «Wine & Spirits EXPO 2014», η οποία διοργανώθηκε από 17 έως 19/4/2014 στο εκθεσιακό κέντρο COEX της Σεούλ συμμετείχαν από την Ελλάδα το Ελληνικό Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων (ΟΕΥ) στη Σεούλ με δικό του περίπτερο καθώς και άλλοι Έλληνες Οινοπαραγωγοί κυρίως μέσω της HELKO Trading η οποία αντιπροσωπεύει ελληνικές επιχειρήσεις οίνου.

Τα ελληνικά κρασιά στη σημαντικότερη κορεατική έκθεση ποτών, στην οποία συμμετέχουν περισσότερες από 200 επιχειρήσεις και την επισκέπτονται πάνω από 30.000 άτομα, εκ των οποίων οι 3.000 είναι αγοραστές, προσέλκυσαν αξιόλογο ενδιαφέρον μεταξύ των επισκεπτών της έκθεσης.

Οι Κορεάτες καταναλωτές όμως εξακολουθούν να ταυτίζουν το κρασί με συγκεκριμένες χώρες, στις οποίες δεν συμπεριλαμβάνουν την Ελλάδα η οποία κατέχει την 34^η θέση στις εισαγωγές οίνου. Το γεγονός αυτό προσδίδει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την ανάπτυξη προωθητικών ενεργειών για την διείσδυση του Ελληνικού Κρασιού στην Κορεατική αγορά οίνου.

Κατάλογος προμηθευτριών χωρών οίνου για τη Δημοκρατία της Κορέας

Προϊόν: Οίνος

Μονάδα μέτρησης: USD χιλ.

Εξαγωγείς	Αξία εισαγωγών το 2011	Αξία εισαγωγών το 2012	Αξία εισαγωγών το 2013	
France	43184	46551	53069	1η
Chile	29240	30489	36458	2η
Italy	22065	24595	28598	3η
United States of America	12345	17174	19692	4η
Spain	8781	9967	13710	5η
Australia	7812	8269	7325	6η
Argentina	2155	2599	3236	7η
South Africa	1403	2068	2915	8η
Germany	2517	2921	2728	9η
New Zealand	1298	1453	1526	10η
United Kingdom	55	44	687	11η
Canada	431	364	637	12η
Portugal	101	192	263	13η
Austria	161	88	183	14η
Switzerland	21	13	170	15η
.....				
Cyprus	0	7	32	23η

.....				
Greece	3	11	5	34η

Οι συνήθειες του μέσου καταναλωτή συνοψίζονται ως εξής:

- Κατανάλωση οινοπνευματωδών με ιδιαίτερη έμφαση, από πλευράς καταναλωτή, στη γεύση και το άρωμα.
- Η νεότερη γενιά είναι πολύ πιο εξοικειωμένη με την κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών δυτικού τύπου.
- Κατανάλωση οινοπνευματωδών σε πιο λογικές ποσότητες σε παρέες ή σε οικογενειακό κύκλο.

Οι κυριότεροι καταναλωτές κρασιού είναι μεταξύ 20-30 ετών. Παλαιότερα οι γυναίκες απείχαν της καταναλώσεως οινοπνευματωδών. Εδώ και μερικά χρόνια όμως επεκράτησε η συνήθεια αυτή και στον γυναικείο πληθυσμό της Χώρας. Οι εγχώριες ποτοποιίες προωθούν στην αγορά προϊόντα με σχετικώς χαμηλή περιεκτικότητα σε οινόπνευμα.

Με την απελευθέρωση της αγοράς, οι εισαγωγές οινοπνευματωδών αυξήθηκαν ταχύτατα. Σ' αυτό συνετέλεσε και η μείωση των υψηλών δασμών, που παλαιότερα αποτελούσαν σοβαρό εμπόδιο.

Μετά τη συμφωνία ελευθέρων συναλλαγών με την Ευρωπαϊκή Ένωση, που άρχισε να εφαρμόζεται από τις 1/7/2011, ο δασμός με συντελεστή 15% για το κρασί καταργήθηκε. Όμως, το ίδιο ισχύει και για τις ΗΠΑ και τη Χιλή. Οπότε οι σημαντικότεροι ανταγωνιστές μας έχουν επίσης απαλλαγεί από δασμούς.

Για πολλά χρόνια τα κρασιά δεν ταίριαζαν στις γευστικές συνήθειες των Κορεατών, οι οποίοι είναι συνηθισμένοι σε "καυτερές" γεύσεις.

Με την πάροδο όμως του χρόνου και την εκδυτικοποίηση του τρόπου ζωής, τα κρασιά κατέστησαν περισσότερο δημοφιλή και άρχισαν να βρίσκουν τη θέση τους στην παραδοσιακή κουζίνα της Χώρας. Για παράδειγμα, τα κόκκινα κρασιά συνδυάζονται με Κορεάτικες "σπεσιαλιτέ" όπως bulgogi, kal bijjim και kallbigui, ενώ τα λευκά κρασιά με ψάρι, oden και namul.

Τη μεγαλύτερη κατανάλωση έχουν τα κόκκινα κρασιά και ακολουθούν τα λευκά και τα αφρώδη. Ποσοστό 40% των κρασιών καταναλώνεται με την ευκαιρία δύο μεγάλων εορταστικών εκδηλώσεων: Του Κινέζικου Νέου Έτους και του Chusok. Κατά τη διάρκεια των δύο αυτών εορτών, τα κρασιά διατίθενται σε συσκευασία 2-3 φιαλών για δώρα.

Εδώ και μερικά χρόνια οι περισσότερες εισαγωγές κόκκινων κρασιών προέρχονται από τη Γαλλία, τη Χιλή και την Ιταλία. Αντίστοιχα για τα λευκά οι περισσότερες εισαγωγές προέρχονται από τη Γαλλία τη Χιλή και τη Γερμανία. Η σημαντικότερη χώρα εισαγωγής αφρωδών κρασιών είναι η Γαλλία.

Παρόλα αυτά, φαίνεται ότι πολλά πρέπει να γίνουν ακόμα στον τομέα ενημερώσεως του μέσου καταναλωτή για το κρασί. Ένα από τα κυριότερα εμπόδια περαιτέρω διαδόσεως του, είναι η έλλειψη γνώσεων, όχι μόνο των καταναλωτών, αλλά συχνά ακόμη και των επιφορτισμένων με την προώθηση του.

Ασχέτως εάν πρόκειται για εγχώρια ή εισαγόμενα οινοπνευματώδη ποτά, οι πράκτορες χονδρικής πωλήσεως, οι αλυσίδες των supermarkets και οι εισαγωγείς-χονδρέμποροι, απαιτείται να έχουν άδεια χονδρικής πωλήσεως αλκοόλ. Μέσω αυτών των διαύλων, τα οινοπνευματώδη προϊόντα προωθούνται είτε σε σημεία κατανάλωσης, όπως εστιατόρια, ξενοδοχεία, μπαρ κλπ., είτε σε σημεία λιανικής πώλησης, όπως supermarkets, κάβες, κλπ..

Οι εισαγωγές πραγματοποιούνται από ανεξάρτητες εταιρείες εξειδικευμένες στην εισαγωγή αλκοολούχων, τις αλυσίδες καταστημάτων και θυγατρικές των εγχώριων εταιρειών παραγωγής οινοπνευματωδών ποτών.

Τα τελευταία χρόνια οι αλυσίδες καταστημάτων αυξάνουν συνεχώς τις απευθείας εισαγωγές. Επειδή απαιτείται άδεια εισαγωγής, η αγορά μονοπωλείται από μικρό αριθμό επιχειρήσεων, ενώ υπάρχουν αρκετοί ενδιάμεσοι. Ως αποτέλεσμα τα περιθώρια κέρδους είναι υψηλά και η επιβάρυνση του καταναλωτή μεγάλη. Οι πωλήσεις μέσω του διαδικτύου απαγορεύονται αλλά σύντομα θα απελευθερωθούν.

Πίνακας: Αξία Ελληνικών Εξαγωγών 2011-2013 στην Κορέα

Χώρα	Αξία το 2011, (σε .000 \$)	Αξία το 2012, (σε .000 \$)	Αξία το 2013, (σε .000 \$)	Ετήσια αύξηση των εξαγωγών μεταξύ 2009-2013,(σε %)	Ποσοστό επί του συνόλου Ελληνικών Εξαγωγών για το 2013 (%)
Κορέα	0	7	19		0.2

ΙΑΠΩΝΙΑ

Στις κατηγορίες των οινοπνευματωδών που εισάγονται και καταναλώνονται στην Ιαπωνία περιλαμβάνονται κρασί, κονιάκ, ουίσκι, λικέρ, και μπύρα. Αυτές οι κατηγορίες των οίνων και οινοπνευματωδών ποτών εισάγονται σε μεγάλη ποικιλία.

Στην ιαπωνική αγορά καταναλώθηκαν 3.221.200 εκατόλιτρα την περίοδο Ιανουαρίου-Νοέμβριου του 2013. Χρησιμοποιώντας το μέσο ποσοστό των τελευταίων 3 ετών για τα εγχώρια και εισαγόμενα κρασιά, που ήταν 32,4% και 67,6% αντίστοιχα, τα εγχώρια κρασιά ήταν 1,043.6 χιλιάδες εκατόλιτρα και 2,177.5 χιλ. εκατόλιτρα για τα εισαγόμενα. Για τους ίδιους μήνες για το 2012, το σύνολο κατανάλωσης κρασιού στην Ιαπωνία ήταν 3.126 χιλιάδες εκατόλιτρα.

Η ιαπωνική αγορά κρασιού εξακολουθεί να είναι πολύ ανταγωνιστική. Παρά το γεγονός ότι 55 χώρες παραδίδουν οίνο στην Ιαπωνία, δέκα χώρες αντιπροσωπεύουν περίπου το 98% του όγκου των εισαγωγών. (Global Agricultural Information Network, 2014).

Κατάλογος προμηθευτριών χωρών οίνου για τη Ιαπωνία

Προϊόν: Οίνος

Μονάδα μέτρησης: USD χιλ.

Εξαγωγείς	Αξία εισαγωγών το 2009	Αξία εισαγωγών το 2010	Αξία εισαγωγών το 2011	Αξία εισαγωγών το 2012	Αξία εισαγωγών το 2013	
World	1079248	1172903	1330620	1574812	1582319	
France	601209	652481	738606	856381	815922	1η
Italy	147538	144602	175270	204553	214384	2η
Chile	71845	90004	109251	142069	171484	3η
United States of America	70115	80537	89354	107792	118060	4η
Spain	71143	76716	87708	113906	116728	5η
Australia	41478	45143	46653	51265	44478	6η
Argentina	24997	26174	23350	29447	30140	7η
Germany	19941	19818	21209	21857	21997	8η
South Africa	10096	13137	9838	14077	14471	9η
New Zealand	5588	7857	9277	12087	12262	10η
Portugal	5936	6243	6916	7864	7536	11η
Mexico	1012	1818	2456	1939	2901	12η
Austria	1176	1291	1588	2076	2058	13η

Hungary	1167	1566	1225	1390	1248	14η
Bulgaria	523	427	895	943	984	15η
Canada	636	667	876	1048	862	16η
United Kingdom	1257	427	1316	646	688	17η
Israel	427	437	622	581	686	18η
Macedonia, The Former Yugoslav Republic of	247	256	594	824	602	19η
Switzerland	342	651	393	537	531	20η
Georgia	188	240	228	383	486	21η
Slovenia	200	211	308	190	444	22η
Romania	199	272	361	304	401	23η
India	255	441	365	467	376	24η
Brazil	414	318	218	165	338	25η
Turkey	240	238	273	323	278	26η
Greece	153	150	254	116	235	27η
Uruguay	12	31	3	98	215	28η
Republic of Moldova	64	56	98	317	198	29η
Thailand	78	97	189	103	195	30η

Η κατανάλωση κρασιού σε εξωτερικούς χώρους (εστιατόρια, μπαρ, κλπ) συνεχίζει να αυξάνεται καθώς η ιαπωνική οικονομία βελτιώνεται και το κρασί γίνεται γενικά πιο προσιτό. Τα ανώτερης κλάσης Ιαπωνικά εστιατόρια izakaya ανταποκρίνονται αρκετά καλά στην κατανάλωση κρασιού ενώ τα μπαρ που σερβίρουν κρασί συνεχίζουν να είναι δημοφιλή, ιδιαίτερα μεταξύ μεσήλικων και ηλικιωμένων ανδρών. Η κατ' οίκον κατανάλωση έχει επίσης αυξηθεί. Τα σούπερ μάρκετ διαθέτουν πιο φθηνά κρασιά και εκλεκτά κρασιά αγοράζονται περισσότερο και μέσω online πηγών.

Η μέση τιμή ανά λίτρο του εισαγόμενου εμφιαλωμένου οίνου αυξήθηκε κατά 1,55% συνολικά από \$ 5.73 έως \$ 5.82. Για τα κρασιά των ΗΠΑ αυξήθηκε κατά 3,20% από 7,59 δολάρια έως \$

7.83. Τα Γαλλικά κρασιά αυξήθηκαν κατά 2,43% από 8,63 δολάρια σε 8,84 δολάρια. Αυτές οι αυξήσεις ως επί το πλείστον οφείλονται στο ποσοστό του γεν και την τρέχουσα οικονομία.

Η μέση τιμή εισαγωγής ανά λίτρο εμφιαλωμένου κρασιού από τη Χιλή είναι \$ 3.19/liter, από την Ισπανία \$ 2.95/liter και από τη Νότια Αφρική \$ 3.97/liter, όλα κάτω από \$ 5.00. Επίσης η μέση τιμή ανά λίτρο ήταν \$ 5,17 για την Ιταλία, \$ 4,79 για την Αυστραλία και \$ 4,24 για την Αργεντινή.

Το Ελληνικό κρασί παρουσιάζει ιδιαίτερη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια στην Ιαπωνία όπως διαφαίνεται και από την αύξηση κατά 28% των ελληνικών εξαγωγών κρασιού σύμφωνα με τους δείκτες του International Trade Center (ITC).

Αυτό αποδεικνύεται επίσης και από την σημαντική παρουσία μεγάλων Οиноπαραγωγών Επιχειρήσεων στις Εκθέσεις Οίνου στη Ιαπωνία σύμφωνα με το Ελληνοιαπωνικό Επιμελητήριο για το 2013 και 2014.

Στόχοι του προγράμματος

Η χάραξη της στρατηγικής του προγράμματος για την προώθηση και προβολή του ελληνικού κρασιού περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο σύνολο ενεργειών και εργαλείων σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και τη στοχοθετούμενη ομάδα και καθορίζεται από την προηγούμενη αποκτηθείσα εμπειρία, αλλά και από τις νέες επιδιώξεις.

Η εστίαση στην εξωστρέφεια της Χώρας για τον κλάδο του κρασιού αποτελεί βασικό στόχο στο πλαίσιο του προγραμματισμού και σχεδιασμού των ενεργειών προβολής και προώθησης, καθώς κρίνεται αναγκαίο να αναζητηθούν οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται σε ξένες αγορές.

Στο ανωτέρω πλαίσιο, στόχοι του επικοινωνιακού προγράμματος αποτελούν:

- Η συνέχιση της προσπάθειας για τη δημιουργία θετικής Εικόνας για το ελληνικό κρασί και η σταδιακή καθιέρωσή του στην αγορά ως «κρασί ποιότητας»
- Η ενημέρωση των επαγγελματιών του κλάδου και των καταναλωτών στις αγορές στόχους για το ποιοτικό δυναμικό του ελληνικού αμπελώνα και των ελληνικών οίνων
- Η αύξηση της αναγνωρισιμότητάς του ειδικά στις ασιατικές χώρες
- Η αύξηση των περιστάσεων δοκιμής (trial) και της προτίμησης (preference) των ελληνικών οίνων ονομασίας προέλευσης και των επιτραπέζιων οίνων με γεωγραφική ένδειξη στις χώρες στόχους.
- Η διείσδυση και περαιτέρω αύξηση των μεριδίων στις αγορές αυτές.

Αποστολή του προγράμματος είναι η καθιέρωση της ελληνικής προέλευσης μεταξύ των ποιοτικότερων οινικών προελεύσεων του παγκόσμιου χάρτη και η ανάδειξη των ιδιαίτερων ποιοτικών χαρακτηριστικών των ελληνικών αμπελουργικών περιοχών και γηγενών ποικιλιών καθώς και η σύνδεση των οινικής ταυτότητας με την ισχυρή πολιτιστική ελληνική ταυτότητα.

Στρατηγική

Στρατηγική του Προγράμματος:

Το Πρόγραμμα έχει διαμορφωθεί λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα των διαδικασιών διαλόγου και διαβούλευσης με εκπροσώπους του κλάδου και ειδικότερα τα ακόλουθα στοιχεία:

- Αξιολόγηση όλων των μέχρι τώρα αποτελεσμάτων όπως έχουν προκύψει από την υλοποίηση των επιμέρους προγραμμάτων του ΟΠΕ έως το 2014
- Μελέτη για την αξιοποίηση και διατήρηση ή επέκταση των ήδη επιτυχημένων δράσεων που υλοποιήθηκαν στις αγορές στόχους των ΗΠΑ και Καναδά, καθώς και την εφαρμογή νέων δράσεων,
- Διαπίστωση της ανάγκης για τη συνέχιση της υλοποίησης δράσεων Προώθησης και Προβολής στην αγορά της Κίνας
- Περαιτέρω ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της Ελληνικής Οινικής Ταυτότητας σε συνδυασμό με την ελληνική πολιτιστική ταυτότητα για την αγορά της Κορέας, της Ιαπωνίας και της Ελβετίας
- Μελέτη των μέχρι τώρα επιμέρους δράσεων εξωστρέφειας των οινοποιητικών επιχειρήσεων στις χώρες στόχο.

Το Πρόγραμμα:

- κεφαλαιοποιεί στο στρατηγικό σχέδιο branding & marketing του ελληνικού οινικού κλάδου, αξιοποιώντας τα συμπεράσματά του και υλοποιώντας τις κατευθύνσεις και προτάσεις του,
- αναπτύσσεται στις ίδιες αγορές στόχους και σε πλήρη συμπληρωματικότητα με τις δράσεις που σχεδιάζει να υλοποιήσει η Διεπαγγελματική Οργάνωση του κλάδου.

Οι χώρες στόχοι επιλέχθηκαν με βάση την ανάλυση ελκυστικότητας-ανταγωνιστικότητας αγοράς για το ελληνικό κρασί.

Συγκεκριμένα:

1. Εξακολουθεί εντεινόμενη η εθνική προσπάθεια στην αγορά των ΗΠΑ και Καναδά στη Βόρεια Αμερική, όπου έχει διατεθεί σημαντική επένδυση πόρων τα τελευταία χρόνια, λόγω της σπουδαιότητάς της ως χώρα κατανάλωσης εισαγόμενου κρασιού αλλά και επιρροής στη διαμόρφωση των παγκόσμιων οινικών τάσεων.
2. Συνεχίζεται η εθνική προσπάθεια διείσδυσης του ελληνικού κρασιού στην ταχύτατα αναπτυσσόμενη αγορά της Κίνας.
3. Ξεκινά η εθνική προσπάθεια διείσδυσης του ελληνικού κρασιού στη Κορέα, χώρα με δυναμικά αναπτυσσόμενη οινικά καταναλωτική τάση.

Το πρόγραμμα αποτελεί ένα **ενιαίο, συνολικό πλάνο εφαρμογής εθνικού μάρκετινγκ για το ελληνικό κρασί στις τρίτες χώρες-αγορές προτεραιότητας**.

Το ενιαίο πρόγραμμα εφαρμογής εθνικού μάρκετινγκ θα αξιοποιήσει τους πόρους που θα έχει στη διάθεσή του το Ελληνικό Κρασί από την ΚΟΑ μέσω των αντίστοιχων χρηματοδοτήσεων της Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου στην οποία ενσωματώθηκε και ο ΟΠΕ.

Στο πλαίσιο αυτό:

1. έχει εκπονηθεί και προτείνεται ένα **συνολικό και όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένο και σύγχρονο πρόγραμμα δράσεων** που επιλαμβάνεται όλων των αντικειμένων, που λειτουργεί συμπληρωματικά και συνεργατικά με τις προγραμματιζόμενες δράσεις της ΕΔΟΑΟ,
2. προβλέπεται η υλοποίηση / εφαρμογή του προτεινόμενου προγράμματος να γίνεται με **κεντρικό συντονισμό και ενοποίηση (integration) όλων των ενεργειών** ώστε αφενός να αξιοποιηθούν πλήρως αλλά και να εξοικονομηθούν πόροι
3. οι επιμέρους δράσεις **θα υλοποιηθούν με ακέραιο και τεχνοκρατικό τρόπο** ώστε να εξασφαλίζεται **μέγιστη αποτελεσματικότητα** της επένδυσης πόρων
4. θα υπάρχει **συνεχής αξιολόγηση βάσει αποτελεσμάτων** σύμφωνα με όσα προβλέπει η Ευρωπαϊκή Ένωση

Προκειμένου να επιτευχθούν τα παραπάνω προβλέπεται στο πλαίσιο και για τις ανάγκες του προγράμματος, η σύσταση μίας ευέλικτης ομάδας διαχείρισης (project management team) του προγράμματος, η οποία θα εξασφαλίζει:

1. Συντονισμένη και συστηματική εφαρμογή των ενεργειών ώστε να αξιοποιηθούν στο έπακρο οι διαθέσιμοι πόροι
2. Συνεχή μεθοδική αξιολόγηση της πορείας υλοποίησης του σχεδίου

Η συγκεκριμένη ομάδα θα συνδυάζει στελέχη και εξωτερικούς συνεργάτες του ΟΠΕ και της ΕΔΟΑΟ, του θεσμικού οργάνου εκπροσώπησης του ελληνικού οινικού κλάδου,

κεφαλαιοποιώντας στην ήδη υπάρχουσα γνώση και εμπειρία και θα τελεί υπό την επίβλεψή τους.

Ομάδες Στόχος

Οι ομάδες που θα αποτελέσουν στόχο των δράσεων του προγράμματος στις επιλεγμένες χώρες εφαρμογής είναι:

A. Παίκτες του εμπορίου:

- Off Trade: Εισαγωγείς, διανομείς, χονδρέμποροι
- On Trade (Retailers): Εστιατόρια, ταβέρνες, Wine bars και ξενοδοχεία στα οποία προσφέρονται οίνοι ποιότητας, λιανοπωλητές οίνων ποιότητας

B. Καταλύτες δημόσιας ρητορικής

- Δημοσιογράφοι, οινοκριτικοί, συγγραφείς στο οινικό αντικείμενο
- Σομμελιέ, ενώσεις και σχολές σομμελιέ, σχολές γευσιγνωσίας

Γ. Καταναλωτές

Οινόφιλους καταναλωτές που δρουν ως διαμορφωτές τάσεων στον περίγυρό τους αναφορικά με την κατανάλωση κρασιού. Συγκεκριμένα, στοχεύουμε στις ομάδες των

- “Ritualorientedwinedrinkers”, όσους δηλαδή γοητεύονται από την οινική ιεροτελεστία και δοκιμάζουν νέα κρασιά σε γευσιγνωσίες, εκθέσεις και φεστιβάλ, παρακολουθούν σχετικά σεμινάρια ή εκδηλώσεις και ενημερώνονται από έντυπα και το διαδίκτυο
- “Premium Wine Drinkers”, δηλαδή τους καταναλωτές ανώτερης οικονομικής τάξης με βαθιά γνώση για το κρασί, οι οποίοι συχνά είναι και συλλέκτες κρασιών και οι οποίοι αναζητούν σπάνια αξιόλογα κρασιά πέραν των συνηθισμένων.

Βασικά μηνύματα προς μετάδοση

Τα μηνύματα για την προβολή του κρασιού ποιότητας θα αφορούν στην ενημέρωση για:

- Τις άριστες εδαφοκλιματικές συνθήκες στη χώρα μας , τη μακρά παράδοση, τον σύγχρονο εξοπλισμό και την τεχνογνωσία, που συντελούν στην παραγωγή οίνων υψηλής ποιότητας από αυτόχθονες και διεθνείς ποικιλίες σταφυλιού, με πολύ καλή σχέση τιμής - ποιότητας.

- Τη μεγάλη γκάμα κρασιών ποιότητας διαφορετικής γεωγραφικής, εδαφοκλιματικής και ποικιλιακής προέλευσης, που έχει να επιδείξει η οινοπαραγωγή στην Ελλάδα.
- Την κοινοτική νομοθεσία που διέπει την παραγωγή και την σήμανση των ετικετών των τοπικών και ονομασίας προέλευσης οίνων και την εξασφάλιση που προσφέρει στους καταναλωτές

Δράσεις – Περιγραφή δράσεων του 6' έτους υλοποίησης

ΜΕΤΡΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΔΡΑΣΗ 1. ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΕΝΤΥΠΑ ΜΜΕ

Το πρόγραμμα προβλέπει above-the-line δημοσιότητα μέσω διαφημιστικού πλάνου, δηλαδή σειρά πληρωμένων καταχωρήσεων στον έντυπο και τον ηλεκτρονικό τύπο. Τόσο η έντυπη όσο και η ηλεκτρονική διαφήμιση εξυπηρετεί την αύξηση γνώσης και αναγνωρισιμότητας στις ομάδες στόχους (επαγγελματίες του εμπορίου on- & off-trade, καταλύτες δημόσιας ρητορικής και καταναλωτές) δρώντας συνδυαστικά με ενέργειες below-the-line δημοσιότητας όπως άρθρα, αφιερώματα και άλλες δράσεις δημοσίων σχέσεων που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα.

Για την προβολή του ελληνικού κρασιού στις αγορές – στόχους, έχουν επιλεγεί τα κατάλληλα περιοδικά και εφημερίδες (έντυπα και ηλεκτρονικά) που μπορούν να καλύψουν ικανοποιητικά τα κοινά-στόχους. Πρόκειται για περιοδικά κύρους ή εφημερίδες, με μεγάλη κυκλοφορία και αναγνωσιμότητα, ειδικά για το κρασί ή τη γαστρονομία και το lifestyle, που συμβάλλουν στη διαμόρφωση της εικόνας των οινικών προσφορών.

Για την καλύτερη εκτέλεση του έργου πιθανόν να υπάρχει συνεργασία με εταιρείες που σχεδιάζουν και υλοποιούν διαφημιστικά πλάνα (mediaplan) στις χώρες στόχους.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΗΣ (€)

ΧΩΡΑ	2ο έτος
ΗΠΑ	150.000
ΚΑΝΑΔΑΣ	30.000
ΕΛΒΕΤΙΑ	100.000
ΚΙΝΑ	60.000
ΚΟΡΕΑ	30.000

ΙΑΠΩΝΙΑ	30.000
---------	--------

Ακολουθεί ανάλυση της δράσης ανά χώρα στόχο.

Βόρεια Αμερική ΗΠΑ & ΚΑΝΑΔΑΣ

Στη Βόρεια Αμερική θα γίνει το μεγαλύτερο μέρος των διαφημιστικών καταχωρήσεων, για δύο λόγους:

- αυτή είναι η μεγαλύτερη και πιο δυναμικά αναπτυσσόμενη από τις αγορές - στόχους, και
- τα αμερικανικά ΜΜΕ για το κρασί έχουν πολύ μεγάλη απήχηση στον Καναδά αλλά και σε όλο τον κόσμο

ΧΩΡΑ	ΗΠΑ
ΕΝΤΥΠΑ:	
WINE & SPIRITS	
BOTTLENOTES	
WINE ENTHUSIAST	
FOOD & WINE	
WINE SPACTATOR	
WINE INDUSTRY INSIDE	
SNOOTH	
LOCAL WINE EVENTS	
THRILLIST	

ΧΩΡΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ
ΕΝΤΥΠΑ:	
WINE ALIGN	
NATALIE MCLEAN	
FIDELES DE BACCHUS	
SARNY RABBAT	
WINE SPECTATOR	
SNOOTH	
LOCAL WINE EVENTS	

ΕΛΒΕΤΙΑ

Στην Ελβετία προβλέπεται η υλοποίηση προγράμματος διαφημιστικών καταχωρήσεων για το ελληνικό κρασί σε έγκυρα γερμανόγλωσσα περιοδικά του έντυπου και του ηλεκτρονικού Τύπου του οινικού κλάδου.

ΧΩΡΑ	ΕΛΒΕΤΙΑ
ΕΝΤΥΠΑ:	
DER FEINSCHMECKER	
VINUM	
WEIN MARKT	
WEINKENNER	
MEININGER WINE BUSINESS INTERNATIONAL	
CAPTAIN CORK	
FALSTAFF	

ΚΙΝΑ

Στην Κίνα προβλέπεται η υλοποίηση προγράμματος διαφημιστικών καταχωρήσεων για το ελληνικό κρασί σε έγκυρα περιοδικά είτε του ηλεκτρονικού είτε του έντυπου τύπου.

ΧΩΡΑ	ΚΙΝΑ
ΕΝΤΥΠΑ:	
REVUE DES VINS DE FRANCE CHINA	
VINEHOO	

ΚΟΡΕΑ

Στην Κορέα προβλέπεται η υλοποίηση προγράμματος διαφημιστικών καταχωρήσεων για το ελληνικό κρασί σε έγκυρα περιοδικά είτε του ηλεκτρονικού είτε του έντυπου τύπου.

ΧΩΡΑ	ΚΟΡΕΑ
ΕΝΤΥΠΑ:	
KOREA WINE REVIEW	
WINE21	

ΙΑΠΩΝΙΑ

Στην Ιαπωνία προβλέπεται η υλοποίηση προγράμματος διαφημιστικών καταχωρήσεων για το ελληνικό κρασί σε έγκυρα περιοδικά είτε του ηλεκτρονικού είτε του έντυπου τύπου.

ΧΩΡΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ
ΕΝΤΥΠΑ:	
WINE KINGDOM	
VINOTHEQUE	
WANDS	

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ – ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ

ΔΡΑΣΗ 2. ΠΡΟΣΚΛΗΣΕΙΣ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Οι επισκέψεις δημοσιογράφων και επαγγελματιών του κρασιού αποτελούν έναν από τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους προβολής και προώθησης του ελληνικού κρασιού. Στόχος είναι να αναπτυχθούν σχέσεις με τους καταλύτες της διεθνούς ρητορικής αναφορικά με το κρασί, και να προκληθεί δημοσιότητα με άρθρα τους στα ΜΜΕ σχετικά με τα κρασιά, τις περιοχές και τους οινοπαραγωγούς. Όσον αφορά στους επαγγελματίες (εμπόρους, σωματεία, κτλ.), οι επισκέψεις είναι απαραίτητες προκειμένου να διευκολυνθεί η ενημέρωσή τους αναφορικά με τα σύγχρονα ελληνικά κρασιά και τον αμπελώνα καθώς και η άμεση επαφή τους με τους Έλληνες οινοπαραγωγούς.

Θα πραγματοποιηθούν 3 επισκέψεις: από Ελβετία, Κορέα και Ιαπωνία, περίπου 7-8 άτομα από την κάθε χώρα, δημοσιογράφοι από έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα, αγοραστές και ειδικοί εκπαιδευτές στο οινικό αντικείμενο, οι οποίοι θα επισκεφθούν ελληνικές οινοπαραγωγικές περιοχές.

ΔΡΑΣΗ 3. ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΤΩΝ ΟΙΝΩΝ ΠΓΕ - ΠΟΠ ΚΑΙ ΠΟΙΚΙΛΙΑΚΩΝ ΟΙΝΩΝ ΓΕΥΣΤΙΚΕΣ ΔΟΚΙΜΕΣ

Θα γίνουν εκδηλώσεις για επαγγελματίες (αγοραστές, καβίστες, σωματεία κλπ.) και καταναλωτές στην Ελβετία (2 εκδηλώσεις: Ζυρίχη και Βασιλεία), στην Κορέα (2 εκδηλώσεις: Σεούλ και Μπουσάν) και στην Ιαπωνία (2 εκδηλώσεις: Τόκιο και Οσάκα).

Σκοπός αυτών των εκδηλώσεων είναι η παρουσίαση του ελληνικού αμπελώνα και η οργανοληπτική δοκιμή των κρασιών. Οι ομάδες-στόχοι έχουν την δυνατότητα να πληροφορηθούν για τον αμπελώνα και να δοκιμάσουν και εκτιμήσουν τα κρασιά.

Η εκδήλωση θα περιλαμβάνει:

1. VIP Dinners για επαγγελματίες: Αφορά ένα αυστηρά επαγγελματικό κοινό υψηλού επιπέδου που είτε προέρχονται από τον εμπορικό κλάδο, είτε είναι εξειδικευμένοι εκπαιδευτές, ή ακόμη ορίγιο leading οινοκριτικοί και δημοσιογράφοι. Θα οργανωθεί ένα δείπνο για λίγα άτομα (15-25) όπου θα γίνεται μια σύντομη παρουσίαση του ελληνικού αμπελώνα, από ομιλητή

κύρους, με παράλληλη γευστική δοκιμή, ενώ στη συνέχεια θα ακολουθεί δείπνο με τα κρασιά της γευστικής δοκιμής.

2. Roadshow tastings & seminars: Αφορά ένα ευρύτερο σε σύνθεση και αριθμό κοινό, στο οποίο, πέραν των ανωτέρω κατηγοριών εμπόρων, θα περιλαμβάνονται και διάφοροι opinion leaders αλλά και λέσχες οινοφίλων (καταναλωτές) υψηλού κύρους.

ΔΡΑΣΗ 4. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Πρόκειται για εκθεσιακές εκδηλώσεις ειδικά για το κρασί, στις οποίες συμμετέχουν οινοποιητικές επιχειρήσεις με εξαγωγικό προσανατολισμό από όλον τον κόσμο. Αποτελούν χώρο συνάντησης των παραγωγών-εξαγωγέων με τους δημοσιογράφους και έμπορους-αγοραστές κρασιού από όλον τον κόσμο. Η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις εξασφαλίζει αμεσότητα επικοινωνίας με τους πελάτες, ευνοεί την ανταλλαγή απόψεων και μηνυμάτων της αγοράς, και υποστηρίζει την έγκυρη ενημέρωση για τον ανταγωνισμό και τις τάσεις. Οι διοργανωτές των εκθέσεων τις υποστηρίζουν με δράσεις δημοσιότητας προκειμένου να εξασφαλίσουν προσέλευση σημαντικών εμπορικών επισκεπτών.

Στόχος της συμμετοχής του ελληνικού οινικού κλάδου σε ανάλογες εκδηλώσεις είναι η ενημέρωση των τοπικών διανομέων-εισαγωγέων για το ελληνικό κρασί, και η διευκόλυνση επικοινωνίας και μελλοντικής σύναψης εμπορικών συμφωνιών με τους Έλληνες οινοπαραγωγούς.

Στις εκθέσεις αυτές η ελληνική συμμετοχή θα περιλαμβάνει μεταξύ άλλων και δυνατότητα δοκιμής κρασιών ΠΟΠ, ΠΓΕ και Ποικιλιακών Οίνων, με τη συνδρομή 2-3 σωματείων, Ελλήνων ή/ και επιτόπιων ξένων.

Τα new wines of Greece θα συμμετέχουν σε παράλληλες εκδηλώσεις ή / και σε εκπαιδευτικά σεμινάρια τα οποία διοργανώνονται στο πλαίσιο της έκθεσης. Για την βέλτιστη συμμετοχή στις εκδηλώσεις – σεμινάρια θα υπάρχει παρουσία και συμβολή ανθρώπων του κρασιού (Master of Wine, Sommelier) Ελλήνων ή/και ξένων.

Θα πραγματοποιηθεί συμμετοχή στις παρακάτω εκδηλώσεις

1. Συνέδριο Worlds of Flavor του Culinary Institute of America
2. INTERWINE CHINA – GUANGZHOU
3. INTERNATIONAL WINE AND SPIRITS FAIR, ΧΟΝΓΚ-ΚΟΝΓΚ
4. SEOUL INTERNATIONAL WINE AND SPIRITS EXPO

ΔΡΑΣΗ 5. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΚΑΙ ΥΛΙΚΟΥ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ.

Στο πλαίσιο του Προγράμματος θα παραχθεί ειδικό επικοινωνιακό και προωθητικό υλικό, που εξυπηρετεί την έγκυρη και σε βάθος πληροφόρηση για τον ελληνικό αμπελώνα. Η έκδοση αυτή εκτός των άλλων θα έχει και εκπαιδευτικό χαρακτήρα και διανέμεται στα διάφορα εκπαιδευτικά

σεμινάρια στο πλαίσιο των εκδηλώσεων και των εκθέσεων του Προγράμματος στους επαγγελματίες του οινικού χώρου των χωρών στόχων του Προγράμματος.

Σε αυτή θα παρουσιάζεται ο ελληνικός αμπελώνας και τα κρασιά του, οι διάφορες οινοπαραγωγικές περιοχές, με πληροφορίες για την αμπελοκαλλιέργεια και την οινοπαραγωγή, οι ελληνικές ποικιλίες ουναμπέλου, η ελληνική νομοθεσία κλπ.

Αναμενόμενος Αντίκτυπος

Στο πρόγραμμα έχει ενταχθεί η μέτρηση αποτελεσματικότητας της καμπάνιας, της οποίας η έναρξη συνδέεται με την έναρξη του προγράμματος, ώστε να παρακολουθείται η εξέλιξη των δράσεων και να γίνονται οι ενδεχόμενες προσαρμογές, όπου αυτές απαιτούνται, προκειμένου να αξιολογηθεί η καμπάνια συνολικά.

Με την λήξη του προγράμματος θα διεξαχθεί έρευνα Μέτρησης της αποτελεσματικότητας, προκειμένου να ερευνηθεί και τεκμηριωθεί - με συγκεκριμένες ερωτήσεις στους καταναλωτές και εμπόρους - η αποτελεσματικότητα των δράσεων.

Επιπλέον, θα υπάρξει αξιολόγηση της επίδρασης του προγράμματος, κατά κατηγορία δράσεων, η οποία στηρίζεται σε σχετικές μετρήσεις. Ειδικότερα:

A. ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙΣ:

Υπολογίζουμε ότι, τουλάχιστον ένα εκατομμύριο άτομα (με βάση τις κυκλοφορίες και την αναγνωσιμότητα των μέσων) θα δουν τις καταχωρήσεις στα περιοδικά και τις εφημερίδες (ηλεκτρονικά και έντυπα), όπου θα τοποθετηθούν σε όλες τις χώρες (ΗΠΑ – Καναδάς – Ελβετία – Κίνα – Κορέα - Ιαπωνία) του προγράμματος. Από τις καταχωρήσεις, σε αντάλλαγμα της αγοράς του διαφημιστικού χώρου, θα γραφούν περίπου εκατό άρθρα (editorials) για το ελληνικό κρασί, θα υπάρχει συστηματική αναφορά στο ελληνικό κρασί και, γενικά, θα υπάρχει ευνοϊκότερη μεταχείριση (ακόμη και καλύτερες βαθμολογίες στις συγκριτικές γευστικές δοκιμές. Όπως είναι γνωστό, τα άρθρα (editorials) έχουν πολύ μεγαλύτερη βαρύτητα από τις διαφημιστικές καταχωρήσεις, δεδομένου ότι, εκτός από το συναίσθημα, απευθύνονται και στη λογική, και έτσι επηρεάζουν πολύ περισσότερο τους καταναλωτές και τους εμπόρους. Η δημιουργία αυτών των άρθρων, πιστεύουμε ότι είναι το ουσιαστικό όφελος από το πρόγραμμα των διαφημιστικών καταχωρήσεων και θα οδηγήσει σε αύξηση των πωλήσεων.

B. ΠΡΟΣΚΛΗΣΕΙΣ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στο πλαίσιο του προγράμματος, θα προσκληθούν να επισκεφθούν οινοπαραγωγικές περιοχές και οινοποιεία στην Ελλάδα:

Χώρα προέλευσης	Αριθμός ατόμων
ΕΛΒΕΤΙΑ	8
ΚΟΡΕΑ	7
ΙΑΠΩΝΙΑ	7

δημοσιογράφοι (διαμορφωτές γνώμης – opinionmakers) και αγοραστές (decisionmakers) από τις ανωτέρω χώρες στόχο. Θεωρούμε ότι αυτές οι επισκέψεις θα συμβάλλουν στη δημιουργία σειράς άρθρων και ότι θα προετοιμάσουν αποτελεσματικά το έδαφος για εμπορικές πράξεις (αύξηση των πωλήσεων).

Γ. ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΡΑΣΙΟΥ

Θα γίνουν συνολικά 6 εκδηλώσεις για επαγγελματίες (αγοραστές, καβίστες, σομμελιέ κλπ.) και καταναλωτές στην Ελβετία, στην Κορέα και στην Ιαπωνία και αναμένονται περίπου 100 -200 επαγγελματίες (δημοσιογράφοι και έμποροι) σε κάθε εκδήλωση.

Δ. ΕΚΘΕΣΕΙΣ:

Θα πραγματοποιηθεί συμμετοχή σε 4 εκδηλώσεις με winebar και Γραφείο Πληροφοριών. Υπολογίζεται ότι περίπου 10.000 επισκέπτες θα έλθουν σ' επαφή με το ελληνικό κρασί.

Ε. ΦΥΛΛΑΔΙΑ:

Η δράση θα συμβάλει στην περαιτέρω αναγνωρισιμότητα του Ελληνικού Αμπελώνα και του Ελληνικού Κρασιού στις χώρες - στόχους.