

ΠΑΣΕΓΕΣ

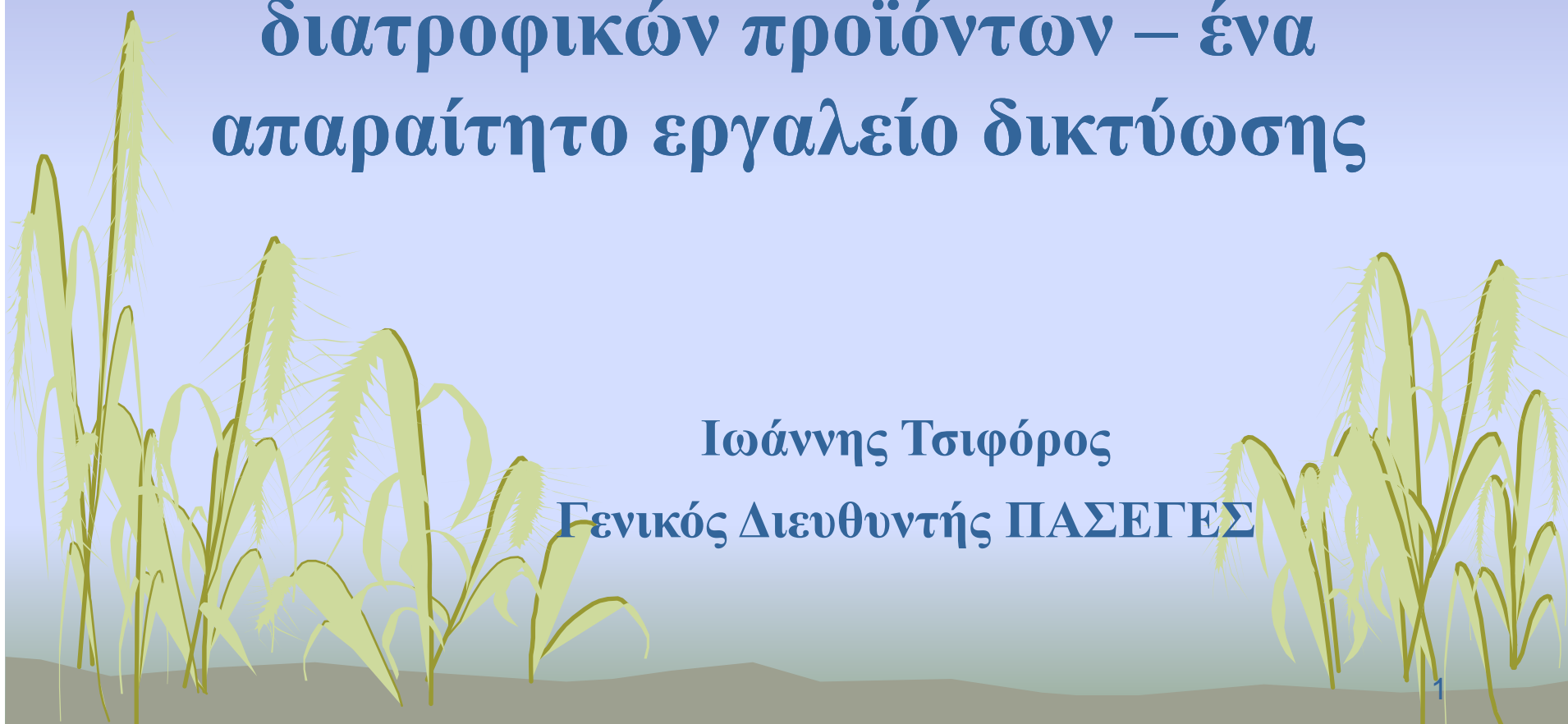
Συνέδριο ΕΑΔ

Οκτώβριος 2012

Ηλεκτρονικό εμπόριο αγροτικών διατροφικών προϊόντων – ένα απαραίτητο εργαλείο δικτύωσης

Ιωάννης Τσιφόρος

Γενικός Διευθυντής ΠΑΣΕΓΕΣ

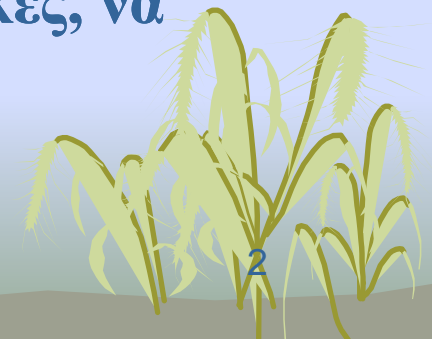


Εφοδιαστική αλυσίδα τροφίμων

- ✓ Ενίσχυση θέσης αγροτών και αγροτικών συνεταιρισμών
- ✓ Κορυφαίας σημασίας προτεραιότητα για μια ισχυρή ΚΑΠ
- ✓ Απόφαση Ευρωπαϊκού Συνεδρίου Αγροτών (1-3.10.2012) των Cora-Cogeca

Η μελλοντική ΚΑΠ θα πρέπει :

- να βοηθά τους γεωργούς να αποκομίζουν το δίκαιο μερίδιο που τους αναλογεί από την αλυσίδα αξίας των τροφίμων, σε αντάλλαγμα της προστιθέμενης αξίας που παράγουν στις εκμεταλλεύσεις τους
- να συμβάλλει στη βελτίωση της διαφάνειας, να καταδικάζει τις άδικες εμπορικές πρακτικές, να ενθαρρύνει τους συνεταιρισμούς



Εφοδιαστική αλυσίδα τροφίμων

- ✓ **Ανισορροπίες στην εφοδιαστική αλυσίδα**
 - Αυξανόμενη υπερσυγκέντρωση των μεγάλων αλυσίδων λιανικής και των δικτύων διανομής

Εξέλιξη συγκέντρωσης στην παγκόσμια αγορά αλυσίδων τροφίμων

Επωνυμία	Έδρα	Πωλήσεις λιανικής (δισ € το 2004)	Μερίδιο παγκόσμιας αγοράς 2004 (%)	Μερίδιο παγκόσμιας αγοράς 2008 (%)
Wall-Mart	Αμερική	240,127	6,1	8,6
Carrefour	Γαλλία	90,373	2,3	3,2
Ahold	Ολλανδία	71,919	1,8	1,9
Metro Group	Γερμανία	62,261	1,6	2,1
Tesco	Ην. Βασίλειο	51,757	1,3	1,9
Σύνολο 5 πρώτων		516,437	13,10	17,70
Σύνολο 15 μεγαλύτερων		928,786	23,7	31,0

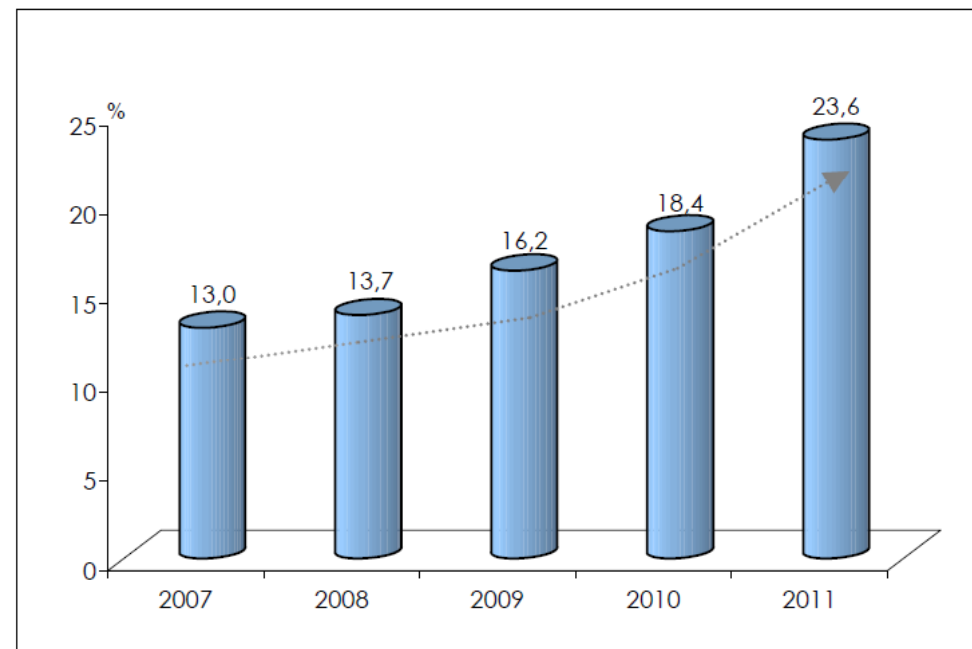
Πηγή: Εκτιμήσεις των Cora-Cogeca

- **Αδιαφανείς συναλλαγές**
- **Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (τίμημα εισόδου – entry fee από 700 έως και 1.250 € ανά κωδικό)**
- **Καθυστέρηση πληρωμών (από 190 ημ. και άνω)**

Συγκέντρωση & δικτύωση προσφοράς

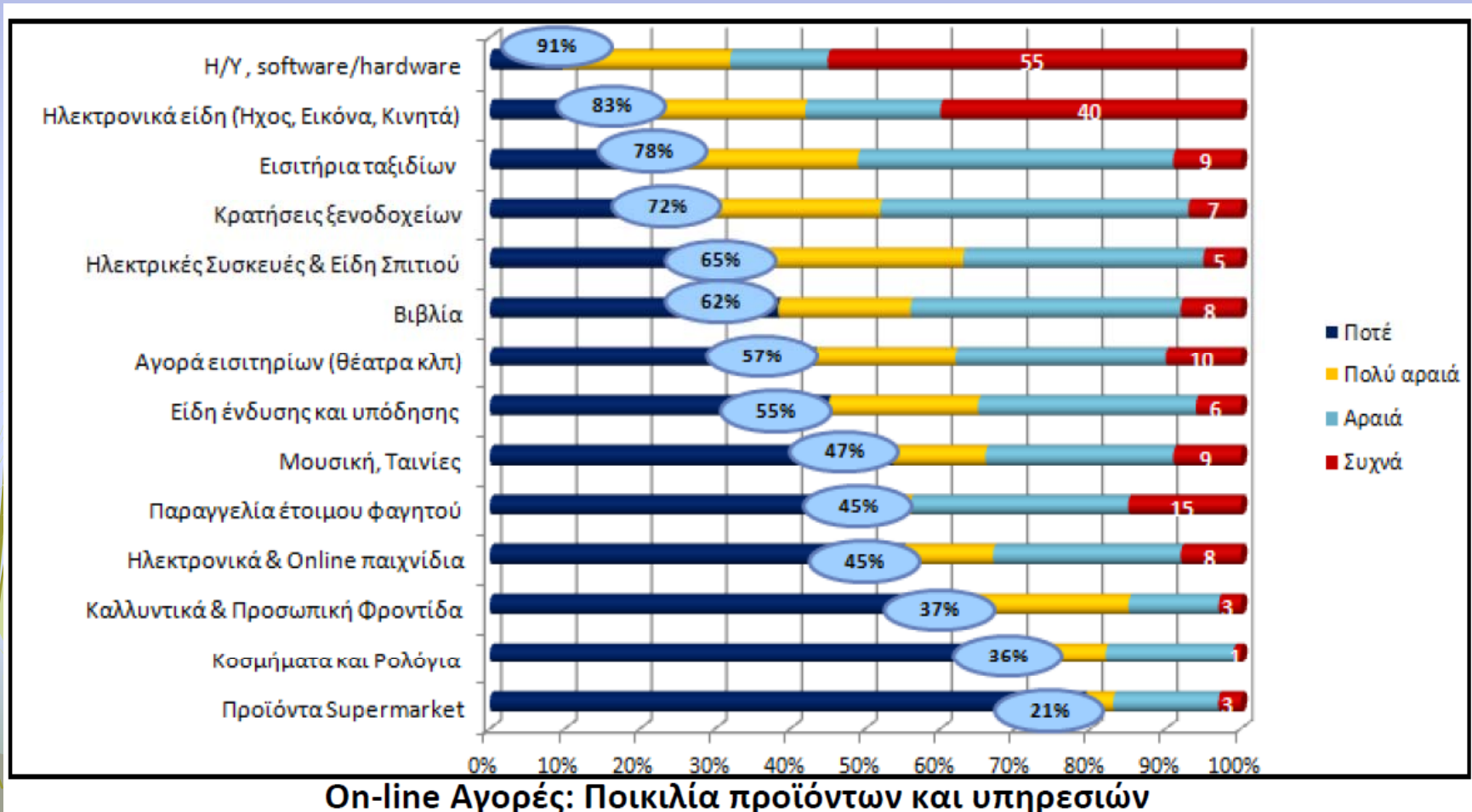
- ✓ Προτεραιότητα τα αγροτικά διατροφικά προϊόντα
- ✓ Καθοριστικός ο ρόλος των αγροτικών συνεταιρισμών
- ✓ Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών
- ✓ Ηλεκτρονικό εμπόριο (σε συνδυασμό με ιχνηλασιμότητα)
- ✓ Αύξηση εγχώριου ρυθμού αγορών μέσω διαδικτύου (2007-2011)

Γράφημα 1. Ηλεκτρονικό εμπόριο: Α' τρίμηνο 2007 – 2011



Αγορά καταναλωτών μέσω διαδικτύου

- ✓ Αύξηση on-line αγορών καταναλωτών (έρευνα Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου ΟΠΑ)
 - Μεταβολή σε σχέση με 2010: +30%
 - Συνολική αξία αγορών 2011: 1,7 δισ. €

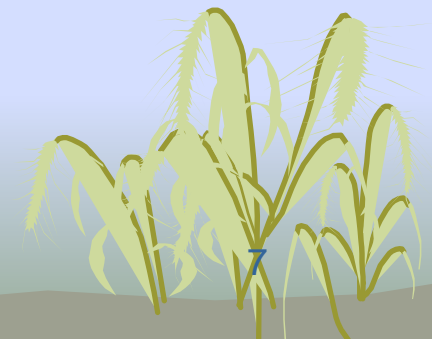


Αγορά καταναλωτών μέσω διαδικτύου

Αγαθά – Υπηρεσίες	Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010 %	Απρίλιος 2010 – Μάρτιος 2011 %	Μεταβολή %
Ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ.)	27,8	40,9	47,1
Διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, διαμερίσματα κλπ.)	23,3	36,1	54,9
Είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη	24,5	32,5	32,7
Εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός (hardware) ηλεκτρονικού υπολογιστή	24,1	27,8	15,4
Ηλεκτρονικές συσκευές (βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVDs κλπ.)	28,5	24,9	-12,6
Εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.)	20,1	21,0	4,5
Οικιακά είδη (έπιπλα, παιχνίδια, είδη τέχνης, ηλεκτρικές οικιακές συσκευές κλπ.)	14,5	19,8	36,6
Βιβλία (σε ηλεκτρονική ή μη μορφή), περιοδικά, εφημερίδες	20,5	17,7	-13,7
Λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή (εξαιρουμένων computer games και video games) και αναβαθμίσεις αυτού	16,2	13,5	-16,7
Παιχνίδια για ηλεκτρονικό υπολογιστή και παιχνιδομηχανές και αναβαθμίσεις αυτών	5,8	10,5	81,0
Άλλα (κοσμήματα, πληροφορίες από βάσεις δεδομένων κλπ.)	9,4	10,2	8,5
Ταινίες, μουσική (DVDs, CDs, βιντεοκασέτες κλπ.)	9,1	9,6	5,5
Υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (συνδρομές συνδρομητικής τηλεόρασης –Nova–, συνδρομές ευρυζωνικής σύνδεσης, λογαριασμοί κινητού ή σταθερού τηλεφώνου, καταβολή χρημάτων σε προπληρωμένη τηλεφωνική κάρτα κλπ.)	4,4	9,5	115,9
Είδη διατροφής – είδη παντοπωλείου	2,3	5,2	126,1
Υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης	5,4	4,0	-25,9
Φάρμακα	2,2	3,6	63,6
Μετοχές, οικονομικές υπηρεσίες, ασφάλειες (κάθε είδους)	1,9	2,9	52,6

Εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου

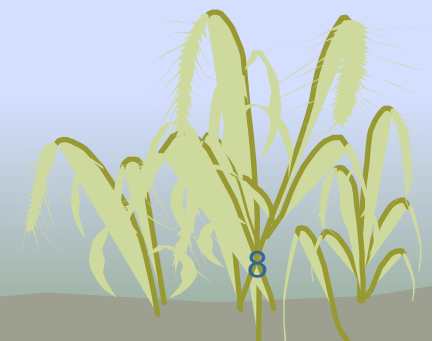
- ✓ Υπηρεσίες επιχειρηματικής υποστήριξης (B2B, B2C, e-marketplaces)
- ✓ Υπηρεσίες πρόσβασης αγοραστών και προμηθευτών (e-procurements)
- ✓ Υπηρεσίες πρόσβασης σε διαγωνισμούς – δημοπρασίες (e-auctions)
- ✓ Υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών – τιμολόγησης (e-invoicing)
- ✓ Υπηρεσίες ηλεκτρονικής σήμανσης προϊόντων
- ✓ Υπηρεσίες διάθεσης προϊόντων μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop)



Οφέλη ηλεκτρονικού εμπορίου

- ✓ **Ποσοτικά οφέλη αγοραστών**
 - Μείωση λειτουργικού κόστους (μείωση χρόνου διεκπεραίωσης παραγγελιών, βελτίωση διαχείρισης πληροφοριών)
 - Μείωση κόστους προμήθειας προϊόντων
 - Χαμηλότερο κόστος συναλλαγών

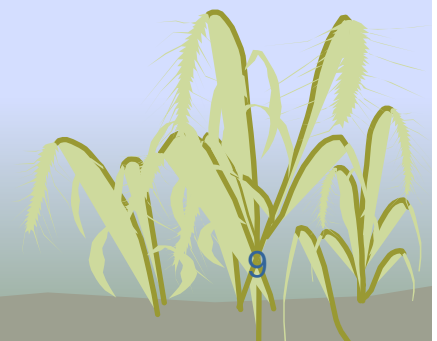
- ✓ **Ποιοτικά οφέλη αγοραστών**
 - Εκσυγχρονισμός δομών / διαδικασιών
 - Βελτίωση προγραμματισμού προμηθειών
 - Ιχνηλασιμότητα παραγγελιών
 - Διαφάνεια διενέργειας αγορών
 - Ενίσχυση συνεργασιών με προμηθευτές



Οφέλη ηλεκτρονικού εμπορίου

- ✓ **Ποσοτικά οφέλη προμηθευτών**
 - Μείωση κόστους ανανέωσης τιμοκαταλόγου
 - Μείωση κόστους διεκπεραίωσης παραγγελιών
 - Μείωση κόστους προώθησης προϊόντων
 - Μείωση κόστους χρήματος
 - Παρακολούθηση πληρωμών on-line (και real time)

- ✓ **Ποιοτικά οφέλη προμηθευτών**
 - Εκσυγχρονισμός δομών / διαδικασιών
 - Μείωση περιθωρίου λαθών
 - Άμεση πληροφόρηση πωλήσεων
 - Βελτίωση διαχείρισης πληροφοριών πωλήσεων
 - Ενίσχυση συνεργασιών με πελάτες
 - Ενίσχυση και έλεγχος ρευστότητας
 - Μείωση χρηματοοικονομικού ρίσκου



Συμβολή ηλεκτρονικού εμπορίου

- ✓ Βελτίωση θέσης αγροτών και αγροτικών συνεταιρισμών στην εφοδιαστική αλυσίδα
- ✓ Διαφάνεια των συναλλαγών
- ✓ Περιορισμός εξάρτησης από ενδιάμεσους
- ✓ Περιορισμός ψαλίδας τιμών παραγωγού – καταναλωτή

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού επιχειρείν

- ✓ Στρατηγική επιλογή πρώτης προτεραιότητας για την ΠΑΣΕΓΕΣ
- ✓ Αναγκαία η συνεργασία με ΕΥΔ
- ✓ Σχεδιασμός και υποστήριξη επενδυτικών πρωτοβουλιών

Σχεδιασμός ειδικού επενδυτικού μέτρου

- ✓ Ενίσχυση αγροτών – αγροτικών συνεταιρισμών και παραγωγικών ΜΜΕ αγροτικού τομέα για υλοποίηση ψηφιακών επενδύσεων

Digi – agro

(2 άξονες)

α) Αναδιοργάνωση και εξοικονόμηση πόρων

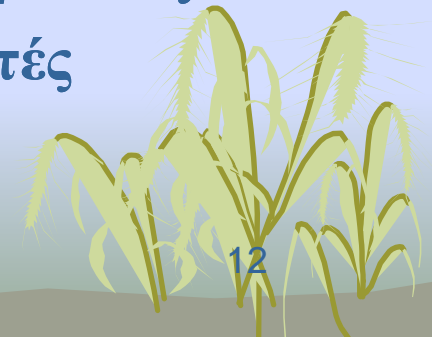
- Αξιοποίηση τεχνολογιών πληροφορικής, επικοινωνιών – ΤΠΕ
- Αυτοματοποίηση πωλήσεων
- Ολοκληρωμένη διαχείριση προϊόντων, αποθεμάτων, πελατών, προμηθευτών
- Ηλεκτρονική τιμολόγηση
- Αυτοματοποιημένη ανταλλαγή πληροφοριών για e-marketplaces και e-auctions
- Ηλεκτρονική παρακολούθηση αποθηκευτικών χώρων
- On-line διασύνδεση με προμηθευτές (B2B) και αγοραστές (B2C)
- Διάθεση προϊόντων μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop)

Σχεδιασμός ειδικού επενδυτικού μέτρου

Digi – agro

β) Εξωστρέφεια

- Προώθηση και διεύρυνση κύκλου εργασιών με χρήση ΤΠΕ
- Δράσεις με έξυπνες κάρτες
- Διαδραστική προώθηση (διαδραστικές βιτρίνες, οθόνες αφής, ηλεκτρονικοί κατάλογοι)
- Αξιοποίηση δράσεων ευφυούς γεωργίας
- Ψηφιακή σήμανση για την προβολή προϊόντων (e-signage)
- Διαδικτυακή προώθηση διαφημιστικής εκστρατείας
- Εξατομικευμένη προώθηση στους καταναλωτές



Επιλέξιμες δαπάνες Digi - agro

- ✓ Προσανατολισμός σε συλλογικές και οργανωμένες δράσεις
- ✓ Συμπλήρωση κρίσιμης μάζας παραγωγών – προϊόντων
- ✓ Υπηρεσίες με πολύπλευρους μηχανισμούς ελέγχου (ποιότητα, παραγωγική ικανότητα, ιχνηλασιμότητα)
- ✓ Περιορισμός κόστους προμήθειας εξοπλισμού (hardware)
- ✓ Κάλυψη κόστους χρήσης (ενοικίασης) λογισμικού (pay as go - pay as you grow)
- ✓ Αξιοποίηση τεχνολογιών αιχμής (cloud computing services)

Ευχαριστώ
για την προσοχή σας

