

Ελληνικά Προϊόντα και Υπηρεσίες: «Κρίση»



Το έναυσμα αυτού του άρθρου είναι ένα ανώνυμο e-mail που διάβασα σχετικά με τη προτίμηση που δείχνουν οι Έλληνες στα ξένα προϊόντα.

Πολλές φορές με έχει στεναχωρήσει η πρόχειρη κρίση που προβάλλουν διάφοροι, ότι στην Ελλάδα δεν βρίσκεις τίποτα και μόνο οι ξένες αγορές παρέχουν αξιοπιστία κτλ.

Τα τελευταία χρόνια, λόγω της κοινής αγοράς, με τα super market μας να είναι γεμάτα από ξένα προϊόντα, και λόγω της παγκοσμιοποίησης, οι περισσότεροι δεν δίνουν σημασία στα **Ελληνικά προϊόντα** πλέον και αγοράζουν κατά κόρον τα ξένα. Όμως, η «κρίση» μας επιβάλλει να κάνουμε δεύτερες σκέψεις και να συνειδητοποιήσουμε ότι τα **Ελληνικά προϊόντα**, ειδικά στην περίοδο που διανύουμε, αφορούν όλους μας, δημιουργούν θέσεις εργασίας, στο φίλο μας, στο γιό μας ή και στον εαυτό μας.

Παλιά, θυμάμαι ότι η προτίμηση στα ξένα προϊόντα θεωρείτο ένδειξη "status".

Οι ρίζες της τάσης τυφλής προτίμησης ξένων προϊόντων πηγάζουν από διάφορες καταβολές μειονεξίας που δυστυχώς καταρρακώνουν το νεοέλληνα, που σε συνδυασμό με την πλήρη έλλειψη σχετικής παιδευτικής κατάρτισης ενισχύουν την εσφαλμένη εντύπωση ότι οτιδήποτε Ελληνικό στερείται αξιοπιστίας αφού δύναται να έχει παραχθεί όχι ως αποτέλεσμα ικανότητας και μόχθου αλλά ως αποτέλεσμα πονηρής χρησιμοθηρίας χωρίς την απαραίτητη σοβαρότητα και προσοχή.

Φοβόμαστε, δηλαδή, όταν αγοράζουμε το Ελληνικό προϊόν ότι υπάρχει σοβαρή πιθανότητα ο Έλληνας παραγωγός, βιοτέχνης, τεχνίτης, κατασκευαστής, βιομήχανος, να μας εξαπατήσει με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, με τον ίδιο τρόπο που έχουμε βιώσει εδώ και χρόνια την εξαπάτηση των δημόσιων και πολιτικών φορέων.

Αυτή είναι η μόνη φορά που δεν μπορούμε να κατακρίνουμε την κυβέρνηση. Συνήθως όλα τα φορτώνουμε σε αυτή, γιατί απαγορεύεται λόγω των κανόνων της κοινότητας να προβάλλει **Ελληνικά προϊόντα**. Ήρθε η ώρα να προκαλέσουμε αυτή την προκατάληψη. Όχι μόνο γιατί ως προκατάληψη στερείται αληθείας και δικαίου, αλλά και γιατί είναι μια στιγμή που ο Έλληνας παραγωγός, βιοτέχνης, τεχνίτης, κατασκευαστής, βιομήχανος, πραγματικά χρειάζεται την αρωγή μας ή τουλάχιστον την αμερόληπτη στάση και επιλογή μας. Υπάρχουν όμως και πρακτικοί λόγοι που αξίζει να αναθεωρήσουμε αυτή μας την προκατάληψη.

Η Ελλάδα δεν είναι πλέον η «ψωροκόσταινα» που θεωρούσαν παλιά. Αν ψάξετε στο ICAP (σύμβουλοι επιχειρήσεων) θα δείτε ότι υπάρχουν τουλάχιστον 500 κερδοφόρες επιχειρήσεις, με κέρδη άνω των 6 εκατομμυρίων ευρώ τον χρόνο, που παράγουν αξιόλογα προϊόντα και υπηρεσίες, και άλλες 1.500 που έχουν μεταναστεύσει σε γειτονικές χώρες. Με τα σημερινά οικονομικά δεδομένα για να είναι κερδοφόρες είναι και ανταγωνίσιμες με αξιόλογα προϊόντα.

Η αλλαγή στάσης είναι απλή και άμεση. Θα σας ξαφνιάσει αλλά πολλά χρήματα φεύγουν στις καθημερινές αγορές μας, όπως γάλα, τυρί, κασέ-

Από τον **Βύρωνα Τομάζο**

Μηχανολόγο Απόφοιτο Πολυτεχν. Μονάχου
e-mail: byron.tomazos@wartsila.com



ρι, γιαούρτι, σαπούνια, χαρτί υγείας και κουζίνες, μακαρόνια, μπίρες, αναψυκτικά, ποτά, μαρμελάδες, τσιγάρα, σοκολάτες, παγωτά, μπισκότα, οδοντόκρεμες, φρούτα, κ.α. Τόσο απλά!...

Γιατί λοιπόν, όταν πάμε στο super market, να μην αγοράζουμε τα **Ελληνικά προϊόντα**, τα οποία έχουν το διακριτικό **Bar Code 520**, όπως μακαρόνια **Misko** ή **Μέλισσα**, παγωτά **ΕΒΓΑ**, **Κρι Κρι**, **Δέλτα**, **Βούτυρα Βιτάμ**, **Αγνό**, **Κερκύρας**, αλλαντικά **Νίκας**, **Υφαντής**, **Creta Farm**, μπίρες, **Μύθος**, **Φιξ**, **Άλφα**, γάλα **Αγνό**, **Μεβγάλ**, **Όλυμπος** και πολλά άλλα, παρά να πηγαίνουμε τυφλά στα ξένα;

Αφού δεν μπορούμε να ζητήσουμε από την jet set νεολαία μας αντί για ούισκι, βότκα, τζιν, κλπ, που πίνει κατά κόρον, να επανέλθει στο κονιάκ, το τσίπουρο, ούζο τουλάχιστον ας είμαστε σίγουροι για την ποιότητα και την ποικιλία των Ελληνικών κρασιών! Ας επικεντρωθούμε τουλάχιστον σε:

Αναψυκτικά **ΕΨΑ**, **Ήβη**, **Νιγρίτα**, **Λουξ**, οδοντόκρεμες **Kolynos**, **Aqua fresh**, **Oulodent**. Χαρτί υγείας **Diana**, καθαριστικά **Planet**, **Trilet**, **Εύρηκα** και πολλά άλλα, ακόμα, όπως:

Παπούτσια **«Dexter»**, του φίλου μας του **Γιάννη Χριστοδουλιδή** από τη Βούλα που έφτιαχνε παπούτσια για την οικογένεια Κένεντυ, κατεψυγμένα από τον Βουλιώτη φίλο **Δημήτρη Βασιλείου** με την εταιρεία **«Τροφίνο»** που μάλιστα εξάγει κατά κόρον και στο εξωτερικό, ή χειροποίητα κοσμήματα από τον Βουλιώτη-Στεμνιτσιώτη φίλο μας **Δημήτρη Καραλή «Κοσμήματα Καραλή»**, που έχει γενεές παράδοσης στην αργυροχρυσοχοία, η τα φομπιζού του Βουλιώτη επίσης φίλου **Παναγιώτη Ψωμόπουλου «Passion Fashion»**, ή ταξιδεύετε με την **«Gold Air»** ή στέλνετε εμπορεύματα με την **«Golden Cargo»** του επίσης Βουλιώτη φίλου **Θωμά Τσοβίλη**. Αν δε διαφημίσουμε και λίγο τους φίλους σαν το σπίτι μας θα πέσει να μας πλακώσει...

Αναφέρω τα παραπάνω ενδεικτικά για να εξηγήσω πόσο άμεση είναι η σημασία της αλληλούποστηρίξης καταλήγοντας τελικά να βοηθάς απλοϊκά το γείτονα σου (συμπεριλαμβάνεται και η εφημερίδα μας) λαμβάνοντας παράλληλα ένα αξιόλογο προϊόν, υπηρεσία. Πιστεύω ότι η παλιά εμμονή ξενομανίας έχει κάπως εξασθενήσει.

Λόγω της δουλειάς μου έχω συνέχεια επαφές με ξένους. Αυτοί παρόλο που ευημερούν, όταν πάνε να ψωνίσουν κοιτάνε να πάρουν τα προϊόντα της χώρας τους, διότι έχουν εθνική συνείδηση προϊόντων - κάτι που δυστυχώς λείπει από τους περισσότερους από εμάς. Και ενώ πχ. η μπίρα **Μύθος** μπορεί να είναι καλύτερη από τις Γερμανικές, σπάνια δεν θα δεις Γερμανό να την αγοράζει, ή Φινλανδό που να μην έχει κινητό **NOKIA**.

Αρχίστε λοιπόν «φίλες» μου, καθώς εσείς έχετε το 80% της αγοραστικής δύναμης στην οικογένεια, να κοιτάτε τα **Ελληνικά προϊόντα** σε όλους τους τομείς, όπως π.χ. στα κοσμήματα

της **«Folli Follie»**. Και αντί για αρώματα να χρησιμοποιείτε κάπου - κάπου και «ροδόσταμο και ανθόνερο»... που χρησιμοποιούσαν οι γιαγιάδες σας και είχαν κατακόκκινα μάγουλα...

Επαναλαμβάνω - Αγοράζουμε λοιπόν **Ελληνικά** και πάντα να κοιτάμε το **bar code**, γιατί αυτό ειδικά τώρα σημαίνει τη δουλειά μου, του παιδιού μου, του φίλου μου.

VassiliouTrofinko
frozen food

