



# Και όμως παράγουμε καινοτομία

# Η

**Η Ελλάδα διαθέτει εταιρείες** υψηλής τεχνολογίας που όχι μόνο βασίζονται σε ποσοστό 60% στις εξαγωγικές δραστηριότητες, αλλά

επιπλέον παράγουν τεχνογνωσία και είναι αρκετά καινοτόμες ώστε να θεωρούνται ηγέτιδες στο χώρο που δραστηριοποιούνται. Για πολλούς ανθρώπους που δεν είναι σε θέση να γνωρίζουν, είναι πολύ πιθανό η ανωτέρω πρόταση να μοιάζει με σενάριο επιστημονικής φαντασίας.

Κι όμως δεν είναι. Είναι, μάλιστα, χαρακτηριστικό ότι υπάρχουν ακόμη και κλάδοι που εντάσσονται στον τομέα της ψηφιακής τεχνολογίας, όπου οι ελληνικές εταιρείες έχουν κυρίαρχο ρόλο σε παγκόσμιο επίπεδο. Το χαρακτηριστικότερο παράδειγμα είναι αυτό της αγοράς του mobile marketing, που θεωρείται από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους σε παγκόσμιο επίπεδο και η οικονομική κρίση όχι μόνο δεν τον έχει επηρεάσει, αλλά, αντιθέτως, τον έχει βοηθήσει. Εκεί, λοιπόν, όσο κι αν ακούγεται παράξενο, η Ελλάδα έχει τρεις από τους 5-6 μεγαλύτερους «παίκτες», καθώς η Velti, η Upstream και η Internet Q όχι μόνο είναι μέσα στη short list σε όλα τα μεγάλα έργα mobile marketing, αλλά συνήθως τα κερδίζουν κιόλας. «Είμαστε εξυπνα παιδιά» σημειώνει ο Αλέξανδρος Μούκας, ο πρόεδρος



1. ΚΑΙ ΟΜΩΣ ΠΑΡΑΓΟΥΜΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ (5ος 10)

Μέσο: . . . . . FORTUNE

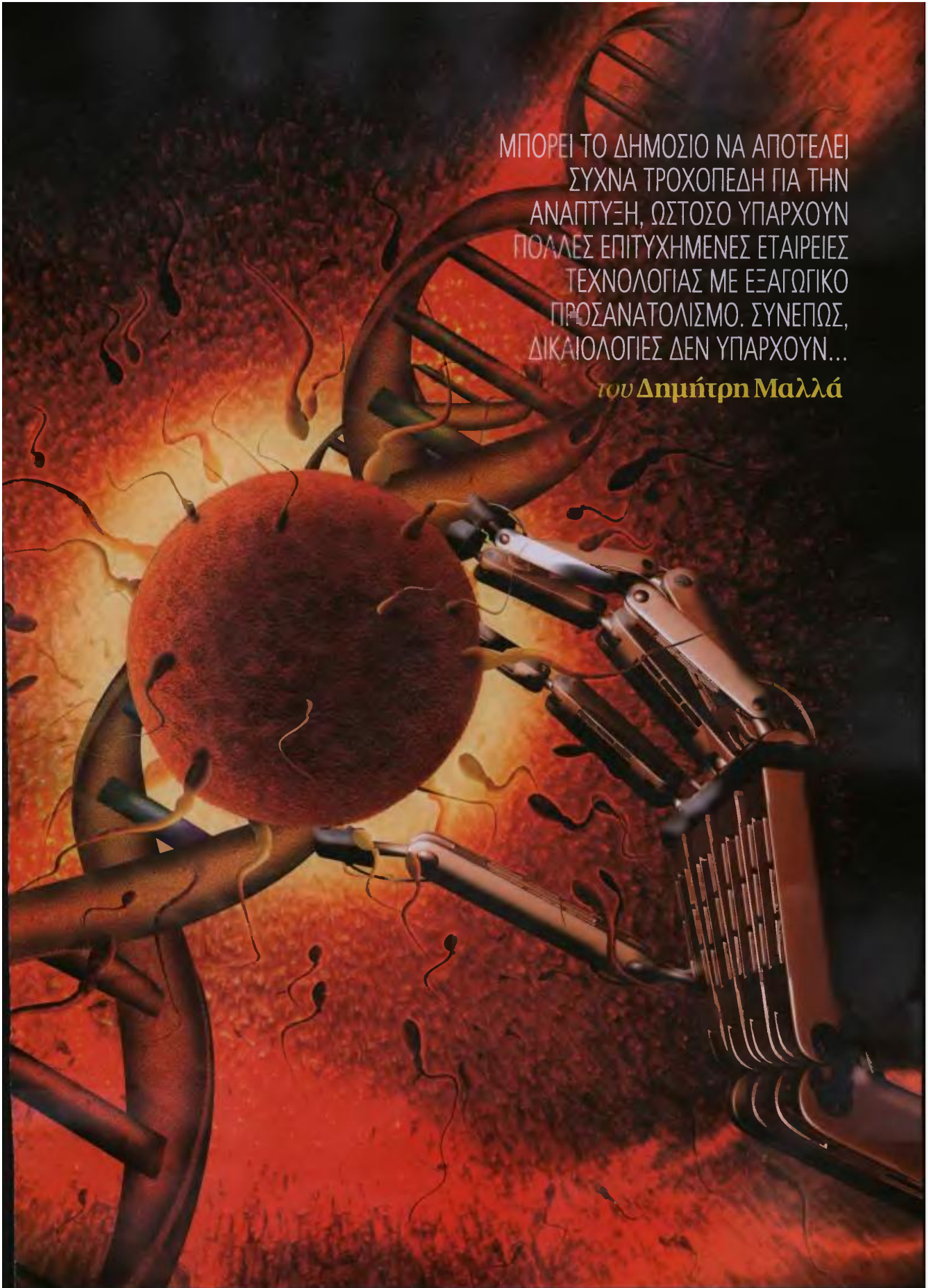
Ημ. Έκδοσης: . . . 01/05/2010 Ημ. Αποδελτίωσης: . . . 15/05/2010

Σελίδα: . . . . . 91



ΜΠΟΡΕΙ ΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΙ  
ΣΥΧΝΑ ΤΡΟΧΟΠΕΔΗ ΓΙΑ ΤΗΝ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΩΣΤΟΣΟ ΥΠΑΡΧΟΥΝ  
ΠΟΛΛΕΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ  
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΜΕ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ  
ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ. ΣΥΝΕΠΩΣ,  
ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΙΕΣ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ...

*του Δημήτρη Μαλλά*





ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ | *εγκώρια καινοτομία*

## Η Ελλάδα έχει τρεις από τους 5-6 μεγαλύτερους παίκτες στην αγορά του *mobile marketing*, που χτυπούν όλα τα μεγάλα έργα σε παγκόσμιο επίπεδο.

**ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΜΙΚΡΟΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ**  
ΕΞΑΓΟΥΝ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΤΙΣ ΛΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΠΑΤΕΝΤΕΣ  
ΤΟΥΣ ΣΕ ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΟ ΠΟΣΟΣΤΟ.

της Velti, η οποία θεωρείται η μεγαλύτερη από τις τρεις προαναφερθείσες και είναι εισηγμένη στην αγορά AIM του Λονδίνου. «Απλώς, πρέπει να δώσεις έμφαση σε έναν συγκεκριμένο τομέα δραστηριοποίησης» προσθέτει ο κ. Μούκας.

Το mobile marketing δεν είναι, όμως, το μόνο πεδίο όπου οι ελληνικές εταιρείες τα πάνε καλά. Εξαιρετικά θετικά είναι και τα αποτελέσματα στο χώρο της μικροηλεκτρονικής. «Αρκεί κανείς να αναφέρει το γεγονός ότι οι ελληνικές εταιρείες μικροηλεκτρονικής εξάγουν τα προϊόντα, τις λύσεις και τις πατέντες τους σε πολύ μεγάλο ποσοστό. Κατά συνέπεια, μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι μιλάμε για εταιρείες που εμφανίζονται με ίσους, ανταγωνιστικούς όρους, εταιρείες που έχουν τη δυνατότητα να τοποθετηθούν δυναμικά στην παγκόσμια αγορά» σημειώνει ο καθηγητής Βασίλειος Μακίος, γενικός διευθυντής του Corallia, ενός cluster που ιδρύθηκε πριν από μερικά χρόνια και έχει καταφέρει να δημιουργήσει έναν πόλο από εξαιρετικά δυναμικές εταιρείες μικροηλεκτρονικής στην Ελλάδα. «Επιπλέον, έχει ενδιαφέρον να αναφέρει κανείς ότι, κυρίως στην ευρωπαϊκή αγορά και σε συγκριμένα τεχνολογικά πεδία μεγάλης εξειδίκευσης, ελληνικές επιχειρήσεις καταλαμβάνουν σημαντικό μερίδιο με λύσεις και προϊόντα που μέχρι στιγμής εμφανίζονται ως τα πλέον ανταγωνιστικά. Ωστόσο, υπάρχουν βήματα και δράσεις που πρέπει να υλοποιηθούν, προκειμένου να ενισχυθούν περαιτέρω ακόμη περισσότερες επιχειρήσεις του κλάδου και να ισχυροποιηθεί έτσι η θέση της χώρας στον διεθνή χάρτη».

Θα πρέπει, πάντως, να διευκρινίσουμε πώς εννοούμε τις εταιρείες υψηλής τεχνολογίας της χώρας μας. «Πρέπει πρώτα να σταθούμε λίγο στον όρο "ελληνικές εταιρείες τεχνολογίας στο σημερινό παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον"» σημειώνει ο Αλέξανδρος Μάνος, διευθύνων σύμβουλος της Intracom Telecom, η οποία ελέγχεται κατά 51% από τη ρωσική Sitronics και κατά 49% από την Intracom Holdings, αλλά ουσιαστικά αποτελεί ελληνική εταιρεία, δεδομένου ότι η έδρα της είναι στην Αττική και σχεδόν όλες οι δραστηριότητές της γίνονται από εδώ. «Αναμφισβήτητα, υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός εταιρειών που απασχολούν μηχανικούς και επιστήμονες στη χώρα μας, οι οποίες ανήκουν σε διεθνείς ομίλους. Η φυσιογνωμία αυτών των εταιρειών είναι γενικά περιφερειακής σημασίας, με την έννοια ότι συνήθως δρουν τοπικά/υποστηρικτικά. Χωρίς να υποτιμήσουμε τη σημασία των ανωτέρω σχημάτων ως θέσεων εργασίας, υπάρχει και ένας



άλλος μικρός αριθμός εταιρειών που έχουν βάση στην Ελλάδα, με την έννοια ότι τα κέντρα απόφασης, δημιουργίας ιδεών και προϊόντων και η στρατηγική προώθησης στον υπόλοιπο κόσμο βρίσκονται εδώ και ελέγχονται κυρίως από Έλληνες. Είναι, δηλαδή, εταιρείες με διεθνή εξαγωγικό προσανατολισμό, οι οποίες, εκτός από το να προσφέρουν θέσεις εργασίας, είναι πηγές πλούτου για τη χώρα» τονίζει ο κ. Μάνος.

Τα νούμερα του Corallia –και όχι μόνον αυτά– δείχνουν πόσο δυναμικές είναι οι ελληνικές εταιρείες στο χώρο της μικροηλεκτρονικής και αλλού. Σύμφωνα με τα υπάρχοντα στοιχεία, οι εταιρείες που συμμετείχαν στο cluster από την αρχή της λειτουργίας του στις αρχές του 2007 πέτυχαν αύξηση των εσόδων τους κατά 59,56% και σχεδόν διπλασίασαν τον αριθμό των εργαζομένων τους (92,63%), καθώς και τις εξαγωγές τους (+109,67%). Επίσης, ο αριθμός των αιτήσεων υρεοσπεχνίας αυξήθηκε κατά 137,5%.

Στο ίδιο διάστημα ο αριθμός των εταιρειών και φορέων που συμμετέχουν στο Corallia έχουν ξεπεράσει τις 100, δημιουργώντας έναν εξαιρετικά ευρύ πυρήνα στο χώρο της μικροηλεκτρονικής. Στις εταιρείες του cluster περιλαμβάνεται σχεδόν το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων που έχουν σχέση με το χώρο της μικροηλεκτρονικής στην Ελλάδα. Αρκετές από αυτές είναι μεν άγνωστες στο ευρύ κοινό, αλλά έχουν εξαιρετικά καινοτόμα προϊόντα και σημειώνουν αρκετές επιτυχίες στο εξωτερικό. Πρακτικά, ελάχιστες είναι οι εταιρείες του κλάδου που δεν μετέχουν είτε έμμεσα είτε άμεσα στο cluster, ενώ στη σχετική λίστα περιλαμβάνονται τόσο εταιρείες γνωστές στο ευρύ κοινό (π.χ., OTE, Intracom Telecom, Marac Ηλεκτρονική, Unibrain κ.ά.) όσο και επιχειρήσεις γνωστές μόνο σε όσους ασχολούνται με τον



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ | *εγχώρια καινοτομία*

**Οι ελληνικές εταιρείες τεχνολογίας που διακρίνονται στο εξωτερικό θα μπορούσαν να είχαν πάει ακόμη καλύτερα *αν είχαν στήριξη από το κράτος.***



**ΤΟ CORALLIA ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ CLUSTER ΠΟΥ ΙΔΡΥΘΗΚΕ ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΜΕΡΙΚΑ ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΕΧΕΙ ΚΑΤΑΦΕΡΕΙ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΙ ΕΝΑΝ ΠΟΛΟ ΑΠΟ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΜΙΚΡΟΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.**

κλάδο. Παρ' όλα αυτά, αρκετές από αυτές που ανήκουν στη δεύτερη κατηγορία (π.χ., InAccess, Atmel, Antcor, Helic, Virtual Trip κ.ά.) έχουν σημαντικές επιτυχίες σε διεθνές επίπεδο, αποτελώντας ένα σαφές δείγμα των δυνατοτήτων των ελληνικών επιχειρήσεων.

Πέραν της μικροηλεκτρονικής, στον τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό η Intracom Telecom έχει ισχυρή παρουσία σε πολλές αγορές, ιδίως στη Μέση Ανατολή και την Ανατολική Ευρώπη, και σταδιακά επεκτείνεται προς την Ασία, αρχής γενομένης από την Ινδία. Στο mobile marketing, που προαναφέραμε, οι τρεις μεγάλες ελληνικές εταιρείες (Velti, Upstream, Internet Q) αυξάνουν τους τζίρους τους με διψήφια ποσοστά ακόμη και εν μέσω οικονομικής κρίσης, ενώ είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι σε περιπτώσεις όπως αυτές της Velti και της Upstream το ποσοστό των εσόδων τους από τη δραστηριοποίησή τους στο εξωτερικό ανέρχεται κοντά στο 90%, ενώ το αντίστοιχο της Internet Q είναι 70%.

Ακόμη, όμως, και στην πληροφορική υπάρχουν περιπτώσεις

εταιρειών που πάνε καλά στο εξωτερικό. Μία από αυτές είναι, για παράδειγμα, η Intracom IT Services. «Ο όμιλος διαθέτει φυσική παρουσία σε 11 κράτη, παρέχει λύσεις και υπηρεσίες σε 55 διαφορετικές χώρες και αντλεί το 65% των εσόδων του από διεθνείς δραστηριότητες. Οι εταιρείες του ομίλου κατέχουν ηγετική θέση στις αγορές που δραστηριοποιούνται» σημειώνει ο Νίκος Λαμπρούκος, αναπληρωτής διευθύνων σύμβουλος της Intracom IT Services, ο οποίος υποστηρίζει ότι και στην πληροφορική η Ελλάδα μπορεί να τα καταφέρει. «Οι ελληνικές εταιρείες πληροφορικής μπορούν να είναι ανταγωνιστικές διεθνώς, με κατάλληλη στρατηγική, εστίαση, εξειδίκευση, αλλά και υποστήριξη από κλαδικές πολιτικές που θα στοχεύουν στην ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας των εταιρειών πληροφορικής».

Για όσους, πάντως, φοβούνται ότι οι Έλληνες δεν έχουν την καλύτερη εικόνα στο εξωτερικό όσον αφορά το τεχνολογικό υπόβαθρό τους, μάλλον θα πρέπει να αλλάξουν άποψη. «Η πραγματικότητα είναι πως πρόκειται για εξαιρετικό ανθρώπινο δυναμικό» δηλώνει ο κ. Μούκας. «Και δεν μετρά καθόλου αν είσαι από την Ελλάδα ή όχι. Το μόνο που μετρά είναι το πόσο καλός είσαι».

**ΚΡΑΤΟΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

Θα μπορούσαν οι ελληνικές εταιρείες που διακρίνονται στο εξωτερικό στο χώρο της τεχνολογίας να είχαν πάει καλύτερα, όπως και να ήταν περισσότερες; Σίγουρα, αν είχε βοηθήσει και το ελληνικό κράτος επενδύοντας στην ενθάρρυνση της τεχνολογικής καινοτομίας. Όμως, οι μέχρι τώρα προσπάθειες έχουν στεφθεί με... αποτυχία.

«Στην Ελλάδα, η υποστήριξη του κράτους για την ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας της ελληνικής βιομηχανίας πληροφορικής και επικοινωνιών είναι σχετικά χαμηλή και χωρίς ιδιαίτερη στόχευση» σημειώνει ο κ. Λαμπρούκος. «Ουσιαστική στήριξη της επιχειρηματικότητας και ανταγωνιστικότητας του κλάδου μπορεί να προέλθει κατ' αρχάς από άμεσα μέτρα ενίσχυσης, αλλά ίσως ακόμη περισσότερο από την επιτυχή υλοποίηση κατάλληλα σχεδιασμένων έργων και την παροχή σύγχρονων υπηρεσιών με αποδέκτη το ίδιο το ελληνικό κράτος».

Στο παρελθόν είχαν γίνει κάποια βήματα, όπως τα εξοπλιστικά προγράμματα του υπουργείου Εθνικής Άμυνας, που βοήθησαν στη μεταφορά τεχνογνωσίας στις ελληνικές αμυντικές βιομηχανίες. Παράλληλα, εγχώριες βιομηχανίες είχαν συμμετάσχει σε πολυεθνικά προγράμματα ανάπτυξης και παραγωγής. «Παρ' όλα αυτά, δεν υπήρξε προσανατολισμός μιας εθνικής πολιτικής για την έρευνα και



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ | *εγχώρια καινοτομία*

**Όσοι πιστεύουν ότι οι Έλληνες δεν έχουν την καλύτερη εικόνα στο εξωτερικό όσον αφορά το τεχνολογικό υπόβαθρό τους πρέπει να αλλάξουν άποψη.**



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΜΑΝΟΣ** ΤΗΣ INTRACOM TELECOM (ΑΡΙΣΤΕΡΑ), **ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΜΑΚΙΟΣ** ΤΟΥ CORALLIA (ΚΕΝΤΡΟ), **ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΜΟΥΚΑΣ** ΤΗΣ VELTI (ΔΕΞΙΑ), **ΓΙΩΡΓΟΣ ΤΡΟΥΛΙΝΟΣ** ΤΗΣ INTRACOM DEFENSE ELECTRONICS (ΚΑΤΩ).



την τεχνολογική ανάπτυξη, η οποία θα πρέπει να καθορίζεται από εθνικές αμυντικές προτεραιότητες με τη χρηματοδότηση και την υλοποίηση εθνικών ερευνητικών και τεχνολογικών προγραμμάτων στον τομέα της άμυνας. Η έρευνα και η ανάπτυξη, που είναι οι ακρογωνιαίοι λίθοι για το μέλλον των αμυντικών βιομηχανιών, πρέπει να τύχουν της ανάλογης προσοχής των αρμόδιων φορέων μέσω της ανάθεσης συγκεκριμένων προγραμμάτων με στόχο την αναβάθμιση του τεχνολογικού επιπέδου των αμυντικών βιομηχανιών, παράλληλα με την παροχή προηγμένων προϊόντων στις Ελληνικές Ένοπλες Δυνάμεις» σημειώνει ο Γιώργος Τρουλινός, διευθύνων σύμβουλος της Intracom Defense Electronics. «Όσον αφορά στη βοήθεια προς το εξωτερικό, δυστυχώς υπάρχει έλλειψη συντονισμένης πολιτικής και προσανατολισμού στον εξαγωγικό τομέα, με αποτέλεσμα η όποια υποστήριξη των ελληνικών αμυντικών βιομηχανιών από τους εκπροσώπους των υπουργείων Εξωτερικών και Εθνικής Άμυνας να είναι αποσπασματική».

Επίσης, ένα μεγάλο πρόβλημα είναι η γραφειοκρατία που απαιτείται για τη δημιουργία μιας εταιρείας στην Ελλάδα. «Είναι μια πολύ δύσκολη διαδικασία» σημειώνει ο κ. Μούκας ενθυμούμενος τα πρώτα βήματα της Velti, ενώ δεν είναι τυχαίο ότι πολλοί νέοι επιχειρηματίες τα παρτάνε και δεν ολοκληρώνονται σχεδία τους, πολύ απλά γιατί δεν καταφέρνουν να αντιμετωπίσουν το «τέρας» της ελληνικής γραφειοκρατίας.

Ένα άλλο ζήτημα είναι η υποστήριξη της οποίας τυγχάνουν οι ελληνικές εταιρείες που παράγουν τεχνολογία και καινοτομία εντός της Ελλάδας. «Συνηθίζουμε να μιλάμε για "χρηματοδότηση έρευνας", "κρατικές επικυρηγίες", "προώθηση εξαγωγών" και άλλα, τα οποία όμως λίγο απέχουν από το να λειτουργούν σαν άλλοθι ακόμη και για το κράτος, ώστε τελικά να "νύψει τας κείρας του"» σημειώνει ο κ. Μάνος, ο

οποίος έχει δει πολλά έργα από κρατικά ελεγχόμενους φορείς σε άλλες χώρες να καταλήγουν σε ανταγωνιστές του που εδρεύουν εκεί. «Πιστεύουμε ότι το τελικό κριτήριο πρέπει να είναι η δημιουργία πλούτου και τεχνολογίας για τη χώρα και με αυτό το κριτήριο δεν μπορούμε να χαρακτηρίσουμε αποτελεσματική τη "βοήθεια" του ελληνικού κράτους. Σε στενοχωρεί όταν βλέπεις στον διεθνή στίβο τη συνεργασία εκπροσώπων άλλων κρατών με "δικές τους" εταιρείες, με στόχο πάντα τη μικρή ή τη μεγάλη επιτυχία. Δυστυχώς, δεν έχουμε πολλές αντίστοιχες εμπειρίες».

**ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ**

Τι πρέπει να γίνει από δω και πέρα; «Είναι υψίστης προτεραιότητας η στρατηγική διασύνδεση και τοποθέτηση των ελληνικών εταιρειών του κλάδου με επιλεγμένες διεθνείς αγορές. Πρέπει, δηλαδή, να ενισχυθεί η παρουσία των ελληνικών εταιρειών στις αγορές εκείνες που παρουσιάζουν τις μεγαλύτερες και σημαντικότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες» σημειώνει ο καθηγητής κ. Μακίος. «Ωστόσο, για να καταστεί κάτι τέτοιο δυνατό, πρέπει να προηγηθεί στάδιο εκπαίδευσης, επιμόρφωσης και εξοικείωσης των ελληνικών επιχειρήσεων με την επιχειρηματική κουλτούρα που επικρατεί στην εκάστοτε αγορά-στόχο. Πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία σ' αυτό αν θέλουμε στο άμεσο μέλλον να μιλάμε για ακόμη περισσότερα επιτυχημένα παραδείγματα ανταγωνιστικών ελληνικών εταιρειών διεθνώς».

Στο ίδιο επίπεδο κινείται και ο κ. Μάνος. «Η συνέχιση της ύπαρξης, της επιτυχίας και της αύξησης των ελληνικών εταιρειών υψηλής τεχνολογίας με διεθνή παρουσία θα περάσει μέσα αφενός από τη συνειδητοποίηση της παγκοσμιοποίησης της τεχνολογικής αγοράς και αφετέρου από την ικανότητα του κράτους να προωθήσει ένα περιβάλλον ώστε να αναπτυχθούν στην Ελλάδα σχήματα με εξαγωγικό προσανατολισμό. Διαφορετικά, η τεχνολογία στην Ελλάδα θα περιορίζεται σε περιφερειακή υποστήριξη-χρήση και τα καλύτερα μυαλά μας θα φύγουν πάλι για το εξωτερικό».

Το μόνο βέβαιο είναι πως οι Έλληνες έχουν τη δυνατότητα να κάνουν το κάτι παραπάνω στο χώρο της τεχνολογίας. Τα παραδείγματα πληθαίνουν και θα ήταν πολύ περισσότερα αν υπήρχε περισσότερη βοήθεια από το κράτος και αλλαγή νοοτροπίας σε αρκετά ζητήματα. Το κυριότερο, η μεγαλύτερη έμφαση στην τεχνολογία και την καινοτομία θα μπορούσε να δώσει διεξόδους από την τρέχουσα οικονομική κρίση. Άλλωστε, ένα από τα μότο της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι πως «η ανάκαμψη θα είναι ψηφιακή». **E**