



■ Κριτοΐνια

Ολικής, Μέλι & Ταχίνι, Καλαμποκιού, Πολύσπορα



Κάνουμε τη νηστεία νόστιμη!



■ Μουστοκούλουρα

σκέτα, με κακάο ή με σουσάμι & σταφίδες



PREMIUM
TAHINI CREAM
COOKIES



DELICIOUS



PREMIUM
TAHINI-COCOA CREAM
COOKIES



■ Λαδοκούλουρα



■ Κουλουράκια με Ταχίνι



■ Σταφιδοψωμάκια με σταφίδες & cranberries

pitaki
tahini



Fedon.Cookies

ΦΑΙΔΩΝ Α.Ε., Ν. Σάντα Κυρκής Τ.Κ. 61100

Τηλ.: 23410 64820, Fax : 23410 64824, e-mail: info@fedon.gr, www.fedon.gr

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
TotalFoodService
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

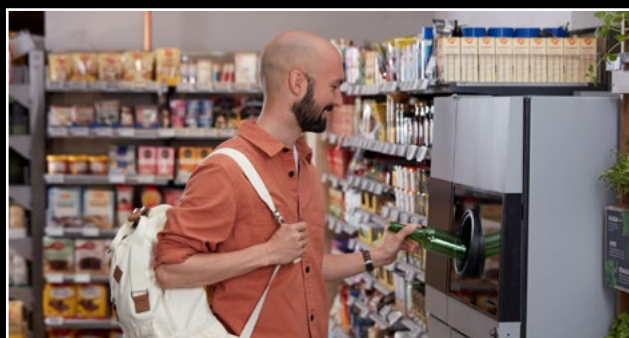
ΔΕΥΤΕΡΑ 11 ΜΑΡΤΙΟΥ 2024
ΤΕΥΧΟΣ 1849

ΕΝΘΕΤΟ **foodexpo** Greece
Η καθημερινή
έκδοση από το event



• ΚΟΥΛΟΥΡΑΔΕΣ

Το πλάνο ανάπτυξης του δικτύου
& τα νέα projects για το 2024



• TOMRA

Η ευκαιρία που είδε στην Ελλάδα η νορβηγική
εταιρεία εξοπλισμού ανακύκλωσης



• VAGIAS FOODS

Άγγιξε τα €6 εκατ. ο τζίρος του 2023
- Επένδυση €1,5 εκατ. για μονάδα πυρηνελαίου



• COSTCO (Β' ΤΡΙΜ.2023/2024)

Στο +18,4% το online χάρη
στις... ράβδους χρυσού

EDITORIAL: Η Ελλάδα της καθυστέρησης

SECRET RECIPE: Μπήκε μόνος του στη μαύρη λίστα

09-11
MARCH
ATHENS-GREECE
2024



Greece
foodexpo

Alongside
oenotelia

THE LEADING F&B TRADE SHOW IN SOUTHEAST EUROPE



**ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΗΚΗ
ΖΑΧΑΡΗΣ!**

ΧΩΡΙΣ ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΑ!

**ΧΩΡΙΣ ΤΕΧΝΗΤΑ
ΓΛΥΚΑΝΤΙΚΑ!**

ΧΩΡΙΣ ΑΝΘΡΑΚΙΚΟ!

ΑΠΟΛΑΥΣΗ ΧΩΡΙΣ ΕΝΟΧΕΣ!

ΒΡΕΣ ΤΗΝ ΣΤΗΝ

foodexpo Greece

9-11 Μαρτίου

Hall 3 - Περίπτερο C09



*Ανεξάρτητη καταναλωτική έρευνα,
που διεξήχθη από την Circana
σε δείγμα 3.200 καταναλωτών στην Ελλάδα.

• **LAVAZZA**

ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥ ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟΥ LAVAZZA 2024 "MORE THAN US"

Σήμερα 11 Μαρτίου, με αφορμή την 68η Σύνοδο της Επιτροπής του ΟΗΕ για το Καθεστώς των Γυναικών (CSW68), η Lavazza θα εγκαινιάσει την έκθεση του Ημερολογίου Lavazza 2024 "More than Us", η οποία θα βρίσκεται στην είσοδο του ΟΗΕ. Η έκθεση αποσκοπεί στο να μεταφέρει τους θεατές σε ένα οπτικό ταξίδι που τιμά την Αφρική, τους ανθρώπους της και τα τοπία της, και να δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην ενδυνάμωση των γυναικών.

Παράλληλα, κατά τη διάρκεια των εγκαινίων της έκθεσης στον ΟΗΕ, θα παρευρεθούν:

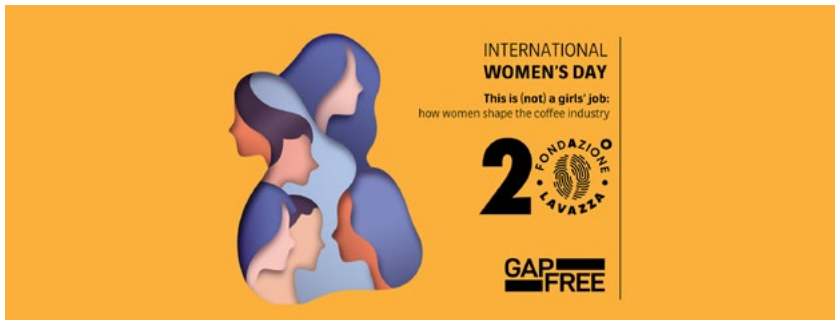
- πρέσβεις, διπλωμάτες
- η Francesca Lavazza, Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου, του ομίλου Lavazza
- η Veronica Rossi, Senior Sustainability Manager, του ομίλου Lavazza και Διευθύντρια του Ιδρύματος Lavazza
- η Sheila Ampumaza, εκπρόσωπος του project Sawa

"ΑΥΤΟ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΔΟΥΛΕΙΑ"

Επιπλέον, η Lavazza με γνώμονα την προώθηση των ίσων ευκαιριών ως πυλώνας αλλαγής, διοργάνωσε στις 8 Μαρτίου ένα διαδικτυακό σεμινάριο με τίτλο "Αυτό δεν είναι (μόνο) γυναικεία δουλειά: πώς οι γυναίκες διαμορφώνουν τη βιομηχανία του καφέ" σε live streaming μέσω του LinkedIn. Η εκδήλωση είχε στόχο τη δημιουργία ενός κύκλου για γυναίκες-ηγέτιδες, που εκπροσωπούν κάθε στάδιο της αλυσίδας του καφέ, ώστε να μοιραστούν τις ιστορίες και τις γνώσεις τους σε όλα τα στάδια της παραγωγής, της εξαγωγής και της διανομής του καφέ, "από τον κόκκο μέχρι το φλιτζάνι".

ΤΟ ΙΔΡΥΜΑ LAVAZZA

Επιπλέον, φέτος το ίδρυμα Lavazza που ιδρύθηκε το 2004, γιορτάζει 20 χρόνια δράσης, ενώ διαθέτει πλέον 33 ενεργά προγράμματα σε 21 χώρες και 3 ηπείρους, με ωφελούμενους σχεδόν 190.000 παραγωγούς καφέ. Η ενδυνάμωση των γυναικών αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες των έργων του ιδρύματος.



SECRETRICIPE

Μπήκε μόνος του στη μαύρη λίστα

Σημαντικό πρόβλημα δημιούργησε, όπως πληροφορείται το FnB Daily, η ακύρωση σοβαρής παραγγελίας σε γκέτιδα επιχείρηση του κλάδου. Το πρόβλημα εντοπίζεται στον λάθος χειρισμό του συμβούλου του αγοραστή. Πρόκειται για στέλεχος με πολύ κακή φήμη στην αγορά, και το οποίο, για άγνωστους λόγους, εμπιστεύεται τυφλά ο επικεφαλής της επιχείρησης. Η εξέλιξη αυτή προκάλεσε έντονη νευρική κατάσταση στον προμηθευτή, ο οποίος όμως, λειτούργησε με γνώμονα την ψυχραιμία και δεν εξεδήλωσε τον εκνευρισμό του. Το σίγουρο είναι, όπως λένε οι ίδιες πληροφορίες, ότι ο συγκεκριμένος πελάτης έχει ήδη μπει στη μαύρη λίστα.

Editorial

Η Ελλάδα της καθυστέρησης

Συζητώντας, την περασμένη Παρασκευή, με έναν από τους πλέον έμπειρους παρατηρητές της οικονομικής ζωής της χώρας, μου περιέγραψε το πού βρίσκεται η Ελλάδα σήμερα.

Αφού μου επιβεβαίωσε τη δυναμική, την οποία έχει το brand name, Ελλάδα, αλλά και η ελληνική οικονομία, και ότι τα θεμελιώδη μεγέθη δείχνουν ότι θα κινηθούμε με βιώσιμους και σταθερούς ρυθμούς ανάπτυξης, μου είπε ότι, δυστυχώς, υπάρχει ακόμα, εν έτει 2024, και η άλλη πλευρά: Αυτή, η οποία αποτελεί βασικό εμπόδιο στις αναπτυξιακές προσπάθειες και ανασχετικός παράγοντας στην περαιτέρω μεγέθυνση του ελληνικού ΑΕΠ.

Η πλευρά αυτή εκπροσωπείται από όλους όσοι ζουν με τις αναμνήσεις της καταστροφικής δεκαετίας του '80.

Πρόκειται για όσους εξακολουθούν να θεωρούν ότι ο πολίτης έχει μόνο δικαιώματα και όχι υποχρεώσεις απέναντι στο κράτος.

Ότι ο δημόσιος τομέας είναι τσιφλίκι όσων εργάζονται σε αυτόν, οι οποίοι και δεν πρέπει να αξιολογούνται, αλλά μόνο να αμείβονται για τη δουλειά τους, ανεξάρτητα από το αν την κάνουν καλά ή όχι. Είναι όλοι όσοι σκόπιμα δεν παρακολουθούν το πώς εξελίσσονται τα πράγματα παγκοσμίως, αλλά παραμένουν προσκολλημένοι σε λογικές παλαιότερων δεκαετιών, εργαζόμενοι με ρυθμούς, που δεν έχουν την παραμικρή σχέση με αυτό, που απαιτεί το σήμερα.

Το αποτέλεσμα είναι να βλέπουμε τη γραφειοκρατία του Δημοσίου να καθυστερεί σημαντικά πολλές διαδικασίες, που αφορούν τόσο επενδύσεις, όσο και την καθημερινότητα πολιτών και επιχειρήσεων. Και, ακόμα χειρότερα, συχνά αυτή η γραφειοκρατία να μεταφέρεται στις - πάντα χρήσιμες - ψηφιακές εφαρμογές.

Ταυτόχρονα, παρά με όλους αυτούς, είναι και κάποιοι εκπρόσωποι του ιδιωτικού τομέα, οι οποίοι θεωρούν εαυτούς ατιμώρητους και υπεράνω του νόμου, καθώς και ότι το Κράτος είναι αυτό, που πρέπει πάντα να τους στηρίζει και να τους χρηματοδοτεί, σε κάθε τους βήμα. Είναι οι γνωστοί κρατικοδίαιτοι, που χτίζουν business plan, με βάση κρατικές επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις.

Τι είναι όλοοοοοι αυτοί, λοιπόν;

Η Ελλάδα της καθυστέρησης.

Και αυτήν πρέπει να αφήσουμε πίσω, με τολμηρές αποφάσεις και μεταρρυθμίσεις.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

• NESPRESSO PROFESSIONAL

Η NESPRESSO PROFESSIONAL ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ 19 ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΚΑΦΕ

Έχοντας στο portfolio της 19 απολαυστικές ποικιλίες καφέ, η Nespresso Professional υποδέχεται τη νέα τουριστική σεζόν, μένοντας μάλιστα “πιστή” στη δέσμευσή της να παρέχει βιώσιμες και ποιοτικές λύσεις. Στοχεύει στην ανάδειξη όλων των τελευταίων προϊόντων και καινοτομιών της, προσφέροντας στους επαγγελματίες της εστίασης και του τουρισμού την απαραίτητη καθοδήγηση για την αρτιότερη παροχή υπηρεσιών στους πελάτες τους.

ΟΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΜΙΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΑΠΟΛΑΥΣΗΣ

Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία θέλει να μυήσει τους επαγγελματίες στη φιλοσοφία της Nespresso, στα προϊόντα Nespresso Professional και στη μοναδική εμπειρία που μπορούν να προσφέρουν στους πελάτες τους!

Πιο συγκεκριμένα, οι επαγγελματικές μηχανές προσφέρουν αυτοματοποιημένες λύσεις, είναι εύχρηστες και ως εκ τούτου με το πάτημα ενός κουμπιού, μπορεί κάποιος να προφέρει πάντα σταθερό και γευστικό αποτέλεσμα.

ΤΑ ΕΚΛΕΚΤΑ ΧΑΡΜΑΝΙΑ ΤΗΣ NESPRESSO PROFESSIONAL

Μεταξύ άλλων, η Nespresso Professional προσφέρει μοναδικές ποικιλίες οργανικού καφέ και καφέδες μοναδικής προέλευσης (Origins), όπως ο Colombia Organic, ο Peru Organic και ο Congo Organic.

Αναλυτικότερα, ο Colombia Organic είναι ένας οργανικός καφές Arabica από την απομακρυσμένη περιοχή Τολίμα της Κολομβίας, ο οποίος -κάτω από την κρεμώδη του υφή- συνδυάζει ένα δελεαστικό χαρακτήρα ψημένων δημητριακών, σε αρμονία με τις κλασικές νότες κόκκινων φρούτων αυτής της προέλευσης.

Αντίστοιχα, ο Peru Organic αναπτύσσεται ψηλά στις Άνδεις, μεταξύ 1.000 και 2.100 μέτρων και αναδίδει αρώματα φρούτων, ενώ η ντελικάτη οξύτητά του εξισορροπείται από γλυκές νότες ψημένων δημητριακών. Μάλιστα, στο υποτροπικό κλίμα αυτών των ορεινών περιοχών, το υψόμετρο και τα υψηλά επίπεδα υγρασίας βελτιώνουν σημαντικά την ποιότητα των κόκκων του καφέ.



Τι δείχνουν όλα αυτά; Πως είτε πρόκειται για ένα ξενοδοχείο, ένα καφέ αλλά ακόμη και ένα εστιατόριο, έχει την ευκαιρία να προσφέρει ποικιλίες από 6 διαφορετικά σημεία προέλευσης, χωρίς να χρειάζεται να έχει 6 διαφορετικούς μύλους καφέ. Το μόνο που χρειάζεται, είναι το πάτημα ενός κουμπιού, ώστε να δοκιμάσετε 6 διαφορετικές ποικιλίες καφέ: Congo Organic, Colombia Organic, Peru Organic, Brazil Organic, India και Guatemala.

ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΕ ΕΝΑ ΠΙΟ “ΠΡΑΣΙΝΟ” ΜΕΛΛΟΝ

Ιδιαίτερης σημασίας για τη Nespresso είναι το πρόγραμμα ανακύκλωσης, στο οποίο συμμετέχει ενεργά. Όλες οι κάψουλες καφέ

Nespresso είναι κατασκευασμένες από αλουμίνιο, το οποίο είναι ανακυκλώσιμο και ένα άριστο υλικό για τη διατήρηση της φρεσκάδας, της ποιότητας και της γεύσης του καφέ.

Στη λογική αυτή, η εταιρεία έχει δημιουργήσει μια κυκλική διαδικασία για την ανακύκλωση κάθε κάψουλας καφέ για όλους τους συνεργάτες της και δεσμεύεται να κάνει αυτή τη διαδικασία όσο το δυνατόν πιο απλή και βολική για τις επιχειρήσεις, έτσι ώστε να ανακυκλώνουν δωρεάν τις χρησιμοποιημένες κάψουλες τους.

Μάλιστα, για εταιρείες και ξενοδοχεία με μεγάλη κατανάλωση υπάρχει η δυνατότητα παροχής ειδικού κάδου ανακύκλωσης καψουλών Nespresso Professional.

• **ΒΡΕΤΑΝΙΑ**

ΠΩΣ ΑΝΤΙΔΡΑ Η F&B ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΟΝ ΕΑΡΙΝΟ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟ

Η πρώτη εβδομάδα του Μαρτίου σηματοδοτεί ένα σημαντικό ορόσημο στο οικονομικό ημερολόγιο του Ηνωμένου Βασιλείου: την ανακοίνωση του εαρινού προϋπολογισμού, μια ευκαιρία για την κυβέρνηση να προσαρμόσει την οικονομική πολιτική, να αυξήσει ή να μειώσει τους φόρους και να υποστηρίξει τις επιχειρήσεις και τη βιομηχανία. Μεταξύ των μέτρων που περιλαμβάνονται στον φετινό εαρινό προϋπολογισμό είναι:

- η μείωση των συντελεστών εθνικής ασφάλισης
- η κατάργηση του φορολογικού καθεστώτος των μη κατοίκων
- η μείωση του υψηλότερου συντελεστή του φόρου υπεραξίας ακινήτων

Ο φόρος κατανάλωσης αλκοόλ που εισηγείται ο υπουργός Οικονομικών του Ηνωμένου Βασιλείου, Jeremy Hunt, θα παγώσει στο σημερινό επίπεδο για ένα ακόμη έτος, ενώ το 2026 θα εισαχθεί φόρος στα προϊόντα ατμίματος.



Jeremy Hunt, υπουργός Οικονομικών του Ηνωμένου Βασιλείου

νες, εποικοδομητικές κυβερνητικές πολιτικές για να στηρίξουν τη δύναμή μας και να δημιουργήσουμε τις προϋποθέσεις για επενδύσεις. Αντ' αυτού, ο τομέας μας εξακολουθεί να περιορίζεται από ένα συνονθύλευμα κακών κανονισμών. Τελευταίο παράδειγμα είναι η επισήμανση "Δεν προορίζεται για την ΕΕ", η οποία θα έχει άσχημο αντίκτυπο στις επενδύσεις και τις εξαγωγές, ενώ θα δεσμεύει την επισήμανση των τροφίμων του Ηνωμένου Βασιλείου για άλλη μια φορά με τους κανόνες της ΕΕ".

- **James Lowman, Σύνδεσμος Καταστημάτων Μικροπωλητών:** "Οι retailers προσπαθούν να προετοιμαστούν για πολλαπλές αλλαγές στη ρύθμιση και τη φορολόγηση της κατηγορίας ατμίματος-

τος: απαγόρευση των αναλώσιμων που αναμένεται να τεθεί σε ισχύ τον Απρίλιο του 2025, μια σειρά από μη διατυπωμένους, ακόμη, κανονισμούς σχετικά με τη χωροθέτηση και την εμπορία των προϊόντων, και τώρα η εισαγωγή δασμών στις πωλήσεις ατμίματος από το 2026. Οι retailers ανησυχούν για το πλεονέκτημα που δίνεται στους παράνομους εισαγωγείς και πωλητές οι οποίοι δεν θα πληρώνουν ειδικό φόρο κατανάλωσης".

- **Miles Beale, Σύνδεσμος Εμπορίου Οίνου και Αποσταγμάτων:** "Πριν από 6 μήνες, ο φόρος κατανάλωσης αλκοόλ υποβλήθηκε στη μεγαλύτερη αύξηση των τελευταίων 50 ετών. Οι αυξήσεις των φόρων τροφοδότησαν τον πληθωρισμό και είχαν αρνητικό αντίκτυπο στις πωλήσεις, γεγονός που με τη σειρά του οδήγησε το Υπουργείο Οικονομικών στο να χάσει περίπου £600 εκατ. σε έσοδα από το αλκοόλ. Η ανακοίνωση ότι το πάγωμα στον φόρο θα διαρκέσει μόνο μέχρι τον Φεβρουάριο του 2025 αποτελεί επίσης πηγή αμνηστίας για τις επιχειρήσεις".
- **Mark Kent, Ένωση Σκωτσέζικου Ουίσκι:** "Το σκωτσέζικο ουίσκι εξακολουθεί να τίθεται σε μειονεκτική θέση από το σύστημα δασμών, το οποίο βασίζεται σε μια θεμελιώδη παρανόηση του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι καταναλώνουν αλκοόλ και των σύγχρονων τάσεων κατανάλωσης. Με το σημερινό πάγωμα ο μηλίτης εξακολουθεί να φορολογείται τέσσερις φορές λιγότερο από ένα αλκοολούχο ποτό όπως το σκωτσέζικο ουίσκι και οι υπεύθυνοι καταναλωτές που απολαμβάνουν ένα σκωτσέζικο ουίσκι πληρώνουν υπερβολικά υψηλούς φόρους σε σύγκριση με μια μπύρα ή ένα μηλίτη".

ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ

- **Helen Dickinson, British Retail Consortium:** "Ο τομέας του retail απασχολεί 3 εκατ. ανθρώπους και επενδύει πάνω από £17 δισ. ετησίως, ωστόσο η φιλοδοξία του κλάδου να προσφέρει ένα μέλλον με θέσεις εργασίας υψηλότερης εξειδίκευσης, καλύτερα αμειβόμενες, σημαίνει ότι οι δυνατότητές του πηγαίνουν πολύ πιο μακριά. Φαίνεται ότι ο Υπουργός δεν συμμερίζεται τη φιλοδοξία μας και ο σημερινός προϋπολογισμός δεν κάνει τίποτα για να προσφέρει ένα καλύτερο μέλλον για τους retailers και τους πελάτες τους".
- **Karen Betts, Ομοσπονδία Τροφίμων και Ποτών:** "Χρειαζόμαστε συνδυασμέ-

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

Business Opinions - Business Secrets
- Τράπεζες - Ναυτιλία - Real Estate
- Μετακινήσεις Στελεχών

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



09-11
ΜΑΡΤΙΟΥ
METROPOLITAN
EXPO 2024



food Greece
expo

Μαζί και η έκθεση
oenotelia

THE LEADING F&B TRADE SHOW IN SOUTHEAST EUROPE

• **CAFFÈ VERGNANO**

ΠΡΩΘΕΙ ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΣΟΤΗΤΑ ΜΕΣΩ ΤΟΥ WOMEN IN COFFEE

Στην Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας, ο Caffè Vergnano παρουσίασε στην Ελλάδα το πρόγραμμα Women in Coffee (WIC), εγκαινιάζοντας παράλληλα τη συνεργασία του με το Fairytale Athens, μια επιχείρηση που πρεσβεύει τις αξίες της πρωτοβουλίας αυτής και προωθεί στην πράξη τη γυναικεία ενδυνάμωση και επιχειρηματικότητα.

Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση, το Women in Coffee αποτελεί ένα έργο κοινωνικής ευθύνης, το οποίο εμπνεύστηκε και υλοποιεί η Carolina Vergnano, Διευθύνουσα Σύμβουλος του coffee brand και απόγονος των ιδρυτών της εταιρείας.

ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Σκοπός του συγκεκριμένου προγράμματος είναι να φέρει στο προσκήνιο την αλληλοϋποστήριξη των γυναικών και να διαδώσει το

μήνυμα της ισότητας και της συμπερίληψης μέσα από κάθε φλιτζάνι καφέ, ισχυροποιώντας έτσι τη θέση των γυναικών στην κοινωνία σε παγκόσμιο επίπεδο.

Μέσα από αυτή τη στρατηγική συνεργασία του καφέ Caffè Vergnano με το Fairytale, ενισχύεται στην πράξη το έργο του Women in Coffee για την υποστήριξη μικρών κοινοτήτων από γυναίκες παραγωγούς καφέ, σε συνεργασία με το Διεθνές Συνασπισμό Γυναικών του Καφέ (International Women Coffee Alliance).

Συγκεκριμένα, κάθε φλιτζάνι καφέ του Women In Coffee blend καθώς και κάθε αγορά των branded αντικειμένων – κούπες, μοκα pot κ.λπ. – της πρωτοβουλίας από τα καταστήματα Fairytale σε Αθήνα, Νέα Φιλαδέλφεια και Χαλάνδρι συνεισφέρουν στα έσοδα του προγράμματος.



Με στόχο την περαιτέρω διάδοση του μηνύματος της γυναικείας ενδυνάμωσης και συμπερίληψης που πρεσβεύει το πρόγραμμα Women In Coffee, ένα βιωματικό event διοργανώθηκε στο Fairytale στην Αθήνα, συγκεντρώνοντας ως πρεσβευτές προσωπικότητες από διαφορετικούς κλάδους που κάνουν καθημερινά πράξη τις αξίες αυτές.

• **ΟΜΙΛΟΣ BARILLA**

ΕΝΑ ΑΚΟΜΗ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΙΣΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας, ο όμιλος Barilla επιβεβαιώνει την αφοσίωσή του στην προαγωγή μιας κοινωνίας ισότητας, χωρίς αποκλεισμούς, τόσο εντός του οργανωτικού πλαισίου, όσο και πέραν αυτού. Με επίκεντρο την άρση των εμποδίων και την προάσπιση της ισότητας των φύλων, ο όμιλος ανακοίνωσε τη στρατηγική του συνεργασία με το Lead Network, έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό που επικεντρώνεται στην προώθηση των γυναικών στον κλάδο του λιανικού εμπορίου και των καταναλωτικών αγαθών στην Ευρώπη, μέσω της εκπαίδευσης, της ηγεσίας και της επιχειρηματικής ανάπτυξης.

ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Συγκεκριμένα, το Lead Network και η Barilla θα επεκτείνουν τα προγράμματα κατάρτισης και καθοδήγησης με επίκεντρο την ισότητα των φύλων, μέσα από κοινά προγράμματα που θα οδηγήσουν σε θετικές αλλαγές στον κλάδο.

Ο όμιλος Barilla το 2020 πέτυχε την ισότητα των αμοιβών μεταξύ ανδρών και γυναικών σε παγκόσμιο επίπεδο για όλους τους εργαζόμενους, εξαλείφοντας το αδικαιολόγητο μισθολογικό χάσμα μεταξύ των δυο φύλων. Επιπλέον, με πάνω από το 38% των στελεχών



και των διευθυντών της να είναι γυναίκες και το 47% των άμεσων αναφορών των ανώτερων στελεχών να είναι γυναίκες, η Barilla αποδεικνύει τη δέσμευσή της να παρέχει ίσες ευκαιρίες σε κάθε άτομο να αναπτυχθεί.

ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗ & ΙΣΟΤΗΤΑ

Εσωτερικά, ο όμιλος Barilla συνεχίζει να θέτει ως προτεραιότητα την ισότητα και τη συμπερίληψη. Η πρόσφατα θεσπισμένη εταιρική πολιτική για την παγκόσμια γονική άδεια, η οποία προσφέρει ελάχιστη γονική άδεια μετ' αποδοχών 12 εβδομάδων για όλους τους γονείς (ανεξαρτήτως φύλου, οικογενειακής κατάστασης ή αν είναι βιολογικοί ή θετοί γονείς), αποτελεί χαρακτηριστικό παρά-

δειγμα της δέσμευσης της εταιρείας για την υποστήριξη της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής των εργαζομένων της.

Η αφοσίωση του ομίλου στην προάσπιση της ισότητας των φύλων, έχει αναγνωριστεί τόσο μέσω της κατάκτησης της 3ης θέσης μεταξύ των εταιρειών τροφίμων και ποτών στον ετήσιο κατάλογο των Financial Times 2022 European Diversity Leaders, ενώ είναι η πρώτη ιταλική εταιρεία που κέρδισε το βραβείο Catalyst Award το 2021 για πρωτοβουλίες που επιτάχυναν την προώθηση του ρόλου της γυναίκας στον εργασιακό χώρο, αυξάνοντας τη συμπερίληψη για όλους τους εργαζομένους της.

• **NEO** •

ESPRESSO BLEND
BRAZIL

100%
ARABICA

SINGLE
ORIGIN



my
DELIVERY

E-ORDER
www.gregorys.gr

f gregorys.gr
d gregorysgr
i gregorysgr



Download app!

Γρηγόρης

• **KROGER**

ΤΟ ΜΑΓΕΙΡΕΜΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΣΥΝΤΗΡΕΙ ΤΗΝ ΙΣΧΥΡΗ ΖΗΤΗΣΗ

Η Kroger προέβλεψε ετήσιες πωλήσεις και κέρδη σε μεγάλο βαθμό πάνω από τις εκτιμήσεις της Wall Street, λόγω της υψηλότερης ζήτησης για είδη παντοπωλείου στα καταστήματά της, καθώς περισσότεροι Αμερικανοί ετοιμάζουν γεύματα στο σπίτι εν μέσω επίμονου πληθωρισμού.

Οι καταναλωτές μαγειρεύουν περισσότερο στο σπίτι, αντί να τρώνε έξω, καθώς οι τιμές των τροφίμων μειώνονται με ταχύτερο ρυθμό από ό,τι οι τιμές των μενού στα εστιατόρια, ενισχύοντας τις πωλήσεις σε εταιρείες λιανικής πώλησης όπως η Kroger και η Walmart.

Τα στοιχεία από το Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ έδειξαν ότι τον Ιανουάριο

- οι τιμές των τροφίμων στο σπίτι ήταν 1,2% υψηλότερες σε ετήσια βάση
- οι τιμές των τροφίμων εκτός σπιτιού ήταν 5,1% υψηλότερες

Η Kroger δήλωσε ότι είδε υψηλότερες επισκέψεις πελατών στο τρίμηνο, κάτι που βοήθησε την εταιρεία να σημειώσει μικρότερη από την αναμενόμενη πτώση 0,8% στις τριμηνιαίες πωλήσεις ιδίων καταστημάτων. Οι αναλυτές ανέμεναν μείωση κατά 1,47%, σύμφωνα με τα στοιχεία της LSEG.

ΜΕΙΩΣΗ ΤΙΜΩΝ

Ο πρόεδρος και CEO της εταιρείας, Rodney McMullen, σημείωσε ότι "η Kroger πέτυχε ισχυρά αποτελέσματα 2023, σύμφωνα με το μακροπρόθεσμο μοντέλο ανάπτυξης μας και βασισμένα σε τρία συνεχόμενα έτη ιστορικής ανάπτυξης.

Καθώς οι πελάτες διαχειρίζονται τις μα-



Rodney McMullen, πρόεδρος & CEO, Kroger

κροοικονομικές πιέσεις, μειώνουμε τις τιμές και προσφέρουμε ακόμη περισσότερους τρόπους εξοικονόμησης, με εξατομικευμένες προσφορές και ανταμοιβές". Η ανακοίνωση κερδών από άλλους retailers έδειξε επίσης ότι η ζήτηση για είδη παντοπωλείου διατηρήθηκε ισχυρή.

- Grocery Outlet: αύξηση κίνησης στα καταστήματα
- Albertsons: ισχυρή αύξηση των πωλήσεων φαρμακείων
- Walmart: ισχυρές πωλήσεις ειδών παντοπωλείου και αναλώσιμων

ΜΟΧΛΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η Kroger επωφελήθηκε επίσης από το online, καθώς:

- οι επενδύσεις για την επέκταση των υπηρεσιών παράδοσης και την ανάπτυξη της αυθημερόν παράδοσης σε



πολλές αγορές αύξησαν τις πωλήσεις

- οι παροχές, όπως επιπλέον εξοικονόμηση και πόντοι καυσίμων στο πρόγραμμα επιβράβευσης, οδήγησαν σε περισσότερες αγορές

ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Η αλυσίδα αναμένει ότι οι πωλήσεις του οικονομικού έτους 2024, εξαιρουμένων των καυσίμων, θα αυξηθούν κατά 0,25% - 1,75%, σε σύγκριση με τη μέση εκτίμηση των αναλυτών για αύξηση 0,7%, σύμφωνα με τα στοιχεία της LSEG. Σε ό,τι αφορά την κερδοφορία αναμένονται προσαρμοσμένα κέρδη \$4,30 - \$4,50/μετοχή, με τους αναλυτές να προβλέπουν \$4,34/μετοχή. Η εταιρεία δήλωσε ότι σχεδιάζει να μειώσει τις τιμές και να αυξήσει τους μισθούς των εργαζομένων φέτος.

• **ΑΠΣΙ ΠΙΝΔΟΣ - ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΑ ΑΥΓΑ**

ΜΕ ΝΕΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ FOOD EXPO 2024

Ο Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Ιωαννίνων Πίνδος, συμμετέχει στην Food Expo 2024 που πραγματοποιείται στο εκθε-



σιακό κέντρο Metropolitan Expo. Η Πίνδος μαζί με τα Ηπειρώτικα Αυγά πα-

ρουσιάζουν στο Stand A08 – B07 του Hall 2 όλες τις νέες προϊόντικές τους προτάσεις και όλο το κωδικολόγιο.

Η Πίνδος καλεί όλους τους επαγγελματίες του κλάδου και τους λάτρεις της καλής διατροφής να επισκεφθούν το περίπτερό της, για να ανακαλύψουν τη μοναδική γευστική εμπειρία που προσφέρει αλλά και να δοκιμάσουν τη νέα σειρά Chicken Gourmet. Επίσης, οι επισκέπτες του περιπτέρου θα έχουν την ευκαιρία να δοκιμάσουν την ποικιλία κοτόπουλου Πίνδος από τα χέρια του chef Γιώργου Τσούλη.

POWERED BY **FN|USA.**

• COSTCO (Β' ΤΡΙΜ.2023/2024) ΣΤΟ +18,4% ΤΟ ONLINE ΧΑΡΗ ΣΤΙΣ... ΡΑΒΔΟΥΣ ΧΡΥΣΟΥ

Η Costco Wholesale δεν έπιασε εκτιμήσεις των αναλυτών της Wall Street για τις τριμηνιαίες πωλήσεις, λόγω της ασθενικής ζήτησης που εκδηλώθηκε για προϊόντα με υψηλότερο περιθώριο κέρδους. Με το αυξημένο καθημερινό κόστος να πλήττει τους προϋπολογισμούς των νοικοκυριών, οι πελάτες συγκρατούν τις δαπάνες τους, ιδίως για μεγάλες μη απαραίτητες αγορές, όπως έπιπλα σπιτιού, αθλητικά είδη και είδη κήπου.

Τον Ιανουάριο οι λιανικές πωλήσεις στις ΗΠΑ μειώθηκαν κατά το μεγαλύτερο ποσοστό των τελευταίων 10 μηνών, με μειώσεις στις πωλήσεις ηλεκτρονικών ειδών και συσκευών, ειδών ένδυσης, υγείας και προσωπικής φροντίδας.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Οι συνολικές πωλήσεις της Costco για το β' τρίμηνο της χρήσης 2023/2024 ενισχύθηκαν κατά 6%, στα \$58,44 δισ., ενώ η ζήτηση για τα αναλώσιμα και τα είδη παντοπωλείου παρέμεινε σταθερή, βοηθώντας τις συγκρίσιμες πωλήσεις της εταιρείας - εξαιρουμένων των επιπτώσεων των καυσίμων και των συναλλαγματικών διακυμάνσεων - να αυξηθούν κατά 5,8%.

"Οι Like for Like πωλήσεις καταστημάτων ήταν στην πραγματικότητα καλύτερες από ό,τι περίμενε η αγορά", δήλωσε ο αναλυτής της Telsey Advisory Group, Joseph Feldman.

Η εταιρεία ανέφερε ότι οι καθαρές πωλήσεις επηρεάστηκαν αρνητικά από την αλλαγή του φορολογικού ημερολογίου και τον αποπληθωρισμό στις τιμές της βενζίνης.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Οι πωλήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου ενισχύθηκαν κατά 18,4% το τρίμηνο, χάρη στην ισχυρή ζήτηση... για ράβδους χρυσού και αργύρου, συσκευές και δωροκάρτες.

Σημειώνεται ότι η εταιρεία προσφέρει πλέον διαδικτυακές πωλήσεις ράβδων χρυσού και σωληνάκια 25 τεμαχίων με ασήμνια νομίσματα 1 ουγγιάς Canada Maple Leaf Silver, αποκλειστικά για τα



Ron Vachris, CEO, Costco



μέλη της.

Η Costco πούλησε \$100 εκατ. σε ράβδους χρυσού μιας ουγγιάς το περασμένο τρίμηνο.

Τα πολύτιμα μέταλλα θεωρούνται αντιστάθμισμα έναντι του πληθωρισμού και επένδυση ασφαλούς καταφυγίου, ιδίως εν αναμονή πιθανών μειώσεων των επιτοκίων της Ομοσπονδιακής Τράπεζας των ΗΠΑ.

Τα κέρδη της εταιρείας \$3,92/μετοχή ξεπέρασαν τις εκτιμήσεις για \$3,62, λόγω της μείωσης του κόστους μεταφοράς και των εμπορευμάτων.

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafeirouli@notice.gr

SME
D A I L Y

Το νέο καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **09:15**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• ΕΛΣΤΑΤ

ΣΤΟ 6,7% Ο ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΟΝ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ

Στο 2,9% υποχώρησε τον Φεβρουάριο ο πληθωρισμός, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, έναντι αύξησης 6,1% που καταγράφηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση το 2023 με το 2022. Επίσης, ο μέσος Δείκτης Τιμών Καταναλωτή του δωδεκαμήνου Μαρτίου 2023 - Φεβρουαρίου 2024, παρουσίασε αύξηση 2,9%, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη της αντίστοιχης περιόδου 2022/2023, οπότε

είχε σημειωθεί αύξηση 9,6%. Την ίδια στιγμή, όμως, σε πολύ υψηλότερα επίπεδο διαμορφώνεται ο τιμάρημος στα τρόφιμα, καθώς διαμορφώθηκε στο 6,7% τον Φεβρουάριο. Το ελαιόλαδο πρωταγωνίστησε, με ανατιμήσεις 63%, ενώ σε διψήφια ποσοστά ανόδου κινήθηκαν οι τιμές σε φρούτα και στην κατηγορία μεταλλικού νερού-αναψυκτικών και χυμών φρούτων.



Αγαθά και υπηρεσίες	Μεταβολή (%)	Επίπτωση
Ψωμί και δημητριακά	1,6	0,06
Κρέατα (γενικά)	4,8	0,23
Ψάρια (γενικά)	9,7	0,15
Ελαιόλαδο	63,7	0,51
Φρούτα (γενικά)	12,3	0,20
Λαχανικά (γενικά)	6,5	0,20
Ζάχαρη-σοκολάτες-γλυκά-παγωτά	5,8	0,06
Λοιπά τρόφιμα	6,5	0,03
Καφές-κακάο-τσάι	4,0	0,03
Μεταλλικό νερό-αναψυκτικά-χυμοί φρούτων	13,8	0,08
Γαλακτοκομικά και αυγά	-0,7	-0,02
Αλκοολούχα ποτά (μη σερβιριζόμενα)	5,5	0,09

ΟΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΑΛΛΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Εκτός από τα Τρόφιμα-Ποτά, η άνοδος του πληθωρισμού κατά 2,9%, προήλθε κυρίως από τις αυξήσεις των δεικτών κατά:

- 2,4%: Αλκοολούχα ποτά και καπνός, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών στα αλκοολούχα ποτά (μη σερβιριζόμενα)
- 1,3%: Ένδυση και υπόδηση, λόγω αύξησης των τιμών στα είδη ένδυσης και υπόδησης
- 1,6%: Διαρκή αγαθά - Είδη νοικοκυριού και υπηρεσίες, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε έπιπλα και διακοσμητικά, είδη άμεσης κατανάλωσης νοικοκυριού, οικιακές υπηρεσίες
- 3,5%: Υγεία, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε φαρμακευτικά προϊόντα, ιατρικές-οδοντιατρικές και παραϊατρικές υπηρεσίες, νοσοκομειακή περίθαλψη. Μέρος της αύξησης αυτής αντισταθμίστηκε από τη μείωση κυρίως των τιμών στα ιατρικά προϊόντα
- 0,5%: Μεταφορές, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε καινούργια αυτοκίνητα, μεταχειρισμένα αυτοκίνητα, ανταλλακτι-

κά και αξεσουάρ αυτοκινήτου, συντήρηση και επισκευή εξοπλισμού προσωπικής μεταφοράς. Μέρος της αύξησης αυτής αντισταθμίστηκε από τη μείωση κυρίως των τιμών στα καύσιμα και λιπαντικά, εισιτήρια μεταφοράς επιβατών με αεροπλάνο

- 2,9%: Αναψυχή-Πολιτιστικές δραστηριότητες, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε εξοπλισμό επεξεργασίας πληροφοριών, μικρά είδη αναψυχής-άνθη-κατοικίδια ζώα, κινηματογράφους-θέατρα, πακέτα διακοπών
- 3,5%: Εκπαίδευση, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε δίδακτρα προσχολικής και πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, δίδακτρα δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, δίδακτρα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης
- 6,5%: Ξενοδοχεία-Καφέ-Εστιατόρια, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε εστιατόρια-ζαχαροπλαστεία-καφενεία-κυλικεία, ξενοδοχεία-μotel-πανδοχεία
- 1,7%: Άλλα αγαθά και υπηρεσίες, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε κομμωτήρια και καταστήματα προσωπικής φροντίδας,

ασφάλιστρα υγείας, ασφάλιστρα οχημάτων. Μέρος της αύξησης αυτής αντισταθμίστηκε από τη μείωση κυρίως των τιμών στα άλλα είδη ατομικής φροντίδας

Η ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ

Σε σχέση με τον Ιανουάριο, παρουσιάστηκε αύξηση 0,1%. Τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ δείχνουν μικρές μειώσεις σε βασικά είδη διατροφής, όπως:

- γιαούρτι: -2,5%
 - αλλαντικά: -2,4%
 - χοιρινό: -1,2%
 - πουλερικά: -1,2%
 - τυριά: -0,7%
 - ψωμί και δημητριακά: -0,5%
 - λαχανικά: -0,5%
- αλλά και νέες αυξήσεις σε
- αυγά: +4,4%
 - ψάρια: +3,3%
 - βενζίνη: +3,1%
 - αναψυκτικά-χυμούς: +2,6%
 - μοσχάρι: +1,1%

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ΚΟΥΛΟΥΡΑΔΕΣ**

ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ & ΤΑ ΝΕΑ PROJECTS ΓΙΑ ΤΟ 2024

Να μεταφέρει την αυθεντική συνταγή των Κουλουράδων σε κάθε μικρή πόλη και χωριό της Ελλάδας ώστε να καλύψει τη ζήτηση, έχει στόχο το νέο project που υλοποιεί η εταιρεία για το 2024.

Συγκεκριμένα, παράλληλα με την ανάπτυξη του δικτύου σε Ελλάδα και Κύπρο, η Κουλουράδες αποφάσισε να δημιουργήσει το project "Κουλουράδες on the spot", σε σημεία που δεν ενδείκνυται να ανοίξει αυτόνομα καταστήματα.

Ο επικεφαλής του Ομίλου Γρίβα, Δημήτρης Γρίβας, αναφέρει στο Fnb Daily ότι το project τρέχει ήδη σε Αιτωλοακαρνανία και Σάμο και κατά τη διάρκεια του έτους εκτιμάται πως θα είναι ενεργό σε 55 σημεία, τα οποία θα φέρουν το σήμα συνεργασίας με την εταιρεία και θα πωλούν κουλούρι με συνταγή και πρώτες ύλες της εταιρείας.

Σε πρώτη φάση το "Κουλουράδες on the spot" θα κινηθεί κυρίως στην Στερεά Ελλάδα.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Παράλληλα, η Κουλουράδες εμπλουτίζει το δίκτυο των καταστημάτων της με νέα σημεία, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό και συγκεκριμένα στην Κύπρο. Θυμίζουμε πως η αλυσίδα διατηρεί από ένα κατάστημα σε Ισπανία και Αυστραλία αλλά δεν είναι στα σχέδια η προσθήκη επιπλέον σημείων. "Θα δώσουμε έμφαση στην αγορά της Κύπρου φέτος", λέει ο κ. Γρίβας.

Συνολικά, πρόθεση της διοίκησης της εταιρείας είναι φέτος να δημιουργηθούν 10 νέα

σημεία, εκ των οποίων:

- 3 στην Κύπρο, με το πρώτο από αυτά να ανοίγει τον επόμενο μήνα
- 4 στην Αττική, με το πρώτο στο Παγκράτι και τους άλλους χώρους να είναι υπό διερεύνηση
- 3 στην επαρχία, με το Ηράκλειο να είναι σίγουρος προορισμός για δύο από τα τρία σημεία

Αξίζει να αναφερθεί πως μέχρι σήμερα το δίκτυο της αλυσίδας απαρτίζεται από 164 καταστήματα.

ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΤΑΙ Η OLIVER'S - ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΟ ΣΩΣΤΟΣΤ

Στον όμιλο εντάσσονται και τα projects Σωστόστ και Oliver's Boulangerie – Croissanterie. Το δίκτυο του μονοθεματικού concept Σωστόστ παραμένει σταθερό, ενώ το Oliver's αναπτύσσεται και στόχος είναι να ανοίξουν 3 νέα καταστήματα στο κέντρο της Αθήνας.

Η Oliver's Boulangerie – Croissanterie διαθέτει 5 αυτόνομα καταστήματα και 14 shop in shop στα καταστήματα Κουλουράδες.

ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΚΡΗΤΩΝ ΑΡΤΟΣ

Από το 2021 η Κουλουράδες είναι μία από τις εταιρείες στις οποίες έχει επενδύσει η Switz Group του Taizoon Khorakiwala, ενώ ο Δημήτρης Γρίβας είναι Πρόεδρος της Κρητών Άρτος. Ο όμιλος του Ινδού επιχειρηματία από το 2019 κατέχει το πλειοψηφικό πακέτο μετο-



Δημήτρης Γρίβας, Επικεφαλής, Ομίλου Γρίβα

χών της εταιρείας, με την Κρητών Άρτος να αποτελεί μία από τις πρώτες επενδύσεις του στην Ελλάδα.

Στο πλαίσιο υλοποίησης συνεργιών μεταξύ των εταιρειών του ομίλου, η Κρητών Άρτος λάνσαρε αρχές του έτους μια νέα σειρά προϊόντων στην κατηγορία του κριτσινιού σε συνεργασία με την Κουλουράδες.

Η νέα σειρά περιλαμβάνει:

- Κριτσίνι Μακεδονικό με σουσάμι
- Κριτσίνι με σουσάμι χωρίς προσθήκη ζάχαρης
- Κριτσίνι μακεδονικό ολικής άλεσης με σουσάμι

Όπως εξηγεί ο κ. Γρίβας η σειρά δεν προβλέπεται να εμπλουτιστεί με νέα προϊόντα.

ΣΤΟ +12% Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ 2023

Η εταιρεία έκλεισε το 2023 με ανάπτυξη 12% και την κερδοφορία της να είναι έως 6% υψηλότερα από τα επίπεδα του 2022.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **E.LECLERC**

ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΕΠΙΔΟΣΗ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ

Η E.Leclerc εμφάνισε την ισχυρότερη επίδοση στον γαλλικό κλάδο λιανεμπορίου τροφίμων κατά την περίοδο από τις 22 Ιανουαρίου έως τις 18 Φεβρουαρίου, σύμφωνα με στοιχεία της Kantar.

Η εταιρεία είχε την περίοδο αυτή:

- +1,5% στο μερίδιο αγοράς
- 23,9% των συνολικών δαπανών από τους καταναλωτές

Τα διαδικτυακά κανάλια της, τα οποία αντιπροσωπεύουν το 4,4% της συνολικής αγοράς, συνέβαλαν κατά 36% στην αύξηση του μεριδίου αγοράς της.

Η Kantar σημείωσε ότι η E.Leclerc δεν προ-

σέλκυσε επιπλέον καταναλωτές, αλλά το ποσοστό πιστότητας αυξάνεται "σημαντικά".

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Les Mousquetaires: 16,5% (+0,8%)
Intermarché: 14,8% (+0,7%)
Intermarché Proximité: +0,1%
Le Groupement U: 12% (+0,4%)
Netto: 0,6%

ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ONLINE

Οι δαπάνες στην κατηγορία των ειδών παντοπωλείου αυξήθηκαν κατά 3,7% σύμφωνα με την Kantar, με τις online αγορές να καταγρά-



φουν την ισχυρότερη άνοδο.

Οι Γάλλοι καταναλωτές είναι πλέον "πιο πιστοί" στο κανάλι του ηλεκτρονικού εμπορίου, σημειώνει η Kantar.

• **ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ**

Ο ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΣΥΡΡΙΚΝΩΝΕΙ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΩΝ ΚΑΛΑΘΙΩΝ

Οι Πορτογάλοι καταναλωτές κάνουν συχνότερες επισκέψεις στα super markets, αλλά αγοράζουν λιγότερα κάθε φορά, δίνοντας προτεραιότητα σε προϊόντα χαμηλότερου κόστους, καθώς αντιδρούν στις επιπτώσεις του πληθωρισμού.

ΟΓΚΟΣ ΑΓΟΡΑΣ

Σύμφωνα με μελέτη της Kantar, ο τομέας των super markets ανέφερε μείωση του όγκου αγορών ανά επίσκεψη κατά 6% το 2023, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, το οποίο είχε ήδη σημειωθεί σημαντική μείωση κατά 13,2%.

Οι μόνες εξαιρέσεις ήταν τα προϊόντα υγιεινής/ομορφιάς και τα προϊόντα πετρελαίου -κατηγορίες στις οποίες οι καταναλωτές αγόρασαν περισσότερα.

ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Την ίδια στιγμή, η Πορτογαλική Ένωση Εταιρειών Επωνύμων Προϊόντων (APED) δήλωσε ότι υπάρχουν λόγοι για αισιοδοξία. Προέβλεψε αύξηση των δαπανών για καθημερινά καταναλωτικά αγαθά κατά 3% και αύξηση του όγκου αγορών κατά 1,2% για το επόμενο έτος.

Η πρόβλεψη αυτή βασίζεται σε παράγοντες όπως:

- η επιβράδυνση του πληθωρισμού
- οι αυξήσεις των μισθών που ξεπερνούν τις αυξήσεις των τιμών

- οι πιθανές μειώσεις των επιτοκίων
- η συνεχιζόμενη ασφάλεια των θέσεων εργασίας
- η ανθηρή τουριστική περίοδος

Μια άλλη τάση που αναμένεται να συνεχιστεί, αν και με βραδύτερο ρυθμό, είναι η άνοδος των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

Τα εμπορικά σήματα καταστημάτων αντιπροσωπεύουν πλέον το 45% των δαπανών για είδη παντοπωλείου στην Πορτογαλία, από 38% το 2020.

ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΕΥΚΟΛΙΑ

Η ευκολία είναι μια ακόμη τάση που παγιώθηκε το 2023. Οι αγορές κατεψυγμένων γευμάτων και έτοιμων τροφίμων σημείωσαν αύξηση 28,6% πέρυσι σε σύγκριση με το 2019. Η Kantar επισημαίνει ότι αυτή η κατηγορία αποτελεί τη μεγαλύτερη πηγή αξίας για τα super markets, λόγω της υψηλότερης μέσης δαπάνης και της συχνότητας αγοράς.

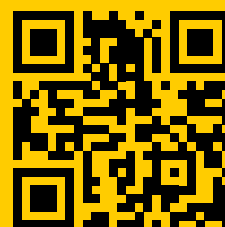
ΣΤΟ +16,6% Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΚΤΟΣ ΣΠΙΤΙΟΥ

Τέλος, αναφέρει ότι ενώ η κατανάλωση εντός σπιτιού συνέχισε να μειώνεται το 2023, η κατανάλωση εκτός σπιτιού αυξάνεται και πάλι. Το πιο πρόσφατο τρίμηνο παρατηρήθηκε αύξηση 16,6% στις δαπάνες για φαγητό εκτός σπιτιού, συμπεριλαμβανομένου του πρωινού, του μεσημεριανού γεύματος, του δείπνου (+18,1%) και των snacks (+15%).



Το απόλυτο B2B portal, που συνδέει το σύνολο της εφοδιαστικής αλυσίδας στον κλάδο Horeca. Με αναλύσεις, στοιχεία, απόψεις, τάσεις και όλες τις εξελίξεις, εντός και εκτός συνόρων

horecaopen.com



*Connecting
Horeca
Supply Chain*

• **VAGIAS FOODS**

ΑΓΓΙΞΕ ΤΑ €6 ΕΚΑΤ. Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟΥ 2023 - ΕΠΕΝΔΥΣΗ €1,5 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΜΟΝΑΔΑ ΠΥΡΗΝΕΛΑΙΟΥ

Τα €6 εκατ. άγγιξε ο τζίρος για την Βάγιας Τρόφιμα το 2023, με αύξηση 38,1% σε σχέση με το 2022, ενώ η κερδοφορία της εταιρείας ενισχύθηκε κατά 70%.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2023: 5.905

2022: 4.276

Μεταβολή: 38,1%

Μικτό αποτέλεσμα

2023: 835

2022: 476

Μεταβολή: 75,4%

Κέρδη προ φόρων

2023: 538

2022: 313

Μεταβολή: 71,88%

Καθαρά κέρδη

2023: 418

2022: 247

Μεταβολή: 69,23%



ΙΣΤΟΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟ 1928

Σημειώνεται ότι η οικογένεια Βάγια από το 1928 δραστηριοποιείται στο χώρο της παραγωγής και εμπορίας ελαιολάδου. Επιπλέον, την τελευταία δεκαετία έχει εισχωρήσει στο χώρο της επεξεργασίας και εμπορίας βρώσιμης ελιάς. Επεξεργάζεται και συσκευάζει τις ΠΟΠ ποικιλίες Κονσερβοελιά, Καλαμών και Χαλκιδικής. Η εταιρεία, που είναι γνωστή με το brand Oileas, διαθέτει και σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα σε χώρες της ΕΕ και της Αμερικής.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η Vagias Foods διαθέτει υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις 4.000τ.μ. στην Αταλάντη Φθιώτιδος, με πλήρως αυτοματοποιημένα μηχανήματα.

Πέρυσι το φθινόπωρο χορηγήθηκε από την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας η τροποποίηση έγκρισης εγκατάστασης για επέκταση (προσθήκη δραστηριότητας) στη μονάδα της "Βάγιας Τρόφιμα" που βρίσκεται στο 3ο χλμ. της επαρχιακής οδού Αταλάντης – Σκάλας.

Σημειώνεται ότι στην υφιστάμενη δραστηριότητα, της επεξεργασίας & τυποποίησης βρώσιμων ελαίων, προστέθηκε η δραστηριότητα της παραγωγής ελαιολάδου (από διφασικό πυρήνα) (gerasso), με δυναμικότητα 40 MT/ημέρα.



ΣΤΟ RRF Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Θυμίζουμε ότι λίγους μήνες νωρίτερα, το συγκεκριμένο επενδυτικό project της εταιρείας, συνολικού ύψους περίπου €1,5 εκατ. (με €821,2 χιλ. δημόσια δαπάνη), το οποίο αφορούσε την ίδρυση μονάδας παραγωγής πυρηνελαίου Repasso, εντάχθηκε στο υποέργο "Καινοτομία και Πράσινη Μετάβαση στη Μεταποίηση Αγροτικών Προϊόντων", της Δράσης Οικονομικός μετασχηματισμός του αγροτικού τομέα του Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας.

ΟΙ ΔΑΠΑΝΕΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Αγορά, μεταφορά και εγκατάσταση εξοπλισμού: €760.745

Διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου: €317.475

Κατασκευή & εκσυγχρονισμός ακινήτων: €303.060

Επενδυτικές ενισχύσεις για την προώθηση ενέργειας από ΑΠΕ: €85.000

Διάφορες δαπάνες: €28.545

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **TOMRA**

Η ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΠΟΥ ΕΙΔΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ Η ΝΟΡΒΗΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ

Την είσοδο της στην ελληνική αγορά με θυγατρική εταιρεία έκανε η Tomra Collection Greece, μέλος του ομίλου Tomra. Σημειώνεται πως η Tomra έχει παρουσία στην Ελλάδα από τις αρχές της δεκαετίας του 2000 μέσω του επίσημου διανομέα Alpe-Tech. Στόχος της ελληνικής θυγατρικής, όπως είναι σε θέση να γνωρίζει το FNB Daily, είναι η συμβολή στη μετάβαση της ελληνικής αγοράς στο μοντέλο κυκλικής οικονομίας μέσω της εγγυοδοτικής ανακύκλωσης (DRS).



Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο Διευθυντής Πωλήσεων της Tomra Collection Greece, Θανάσης Γκιάσες, ανέφερε στο FNB Daily ότι στόχος της εταιρείας είναι να προσφέρει καλύτερες υπηρεσίες ανακύκλωσης, προκειμένου να πετύχει η Ελλάδα τους στόχους που έχει θέσει κατά τον μετασχηματισμό του τομέα ανακύκλωσης και ενόψει της εφαρμογής του συστήματος εγγυοδοσίας. "Θέλουμε να μας εμπιστευτεί η ελληνική αγορά. Έχουμε πάνω από 50 χρόνια εμπειρίας και έχουμε σκοπό να προσφέρουμε ποιοτικότερες υπηρεσίες, προηγμένη τεχνολογία και μηχανήματα για τη μετάβαση στην κυκλική οικονομία", εξηγεί. Παρά τις υπάρχουσες προκλήσεις, η Ελλάδα σε ευθυγράμμιση με τις προσπάθειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και ως μία από τις πρώτες χώρες στην ενσωμάτωση της Οδηγίας για τα πλαστικά μίας χρήσης (SUP) στην εθνική νομοθεσία, καλείται να πετύχει σημαντικές βελτιώσεις.

Η ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΤΟΧΟ

Σημειώνεται πως η διαχείριση των πλαστικών απορριμμάτων στην Ελλάδα παρουσιάζει αδυναμίες, με αποτέλεσμα ένα μεγάλο ποσοστό πλαστικών να καταλήγει στις χωματερές προκαλώντας περαιτέρω υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Το τρέχον ποσοστό ανακύκλωσης συσκευασιών υπολογίζεται

στο 52,9%, δηλαδή 12,1 ποσοστιαίες μονάδες κάτω από τον στόχο που έχει τεθεί για το 2025, και μάλιστα με πτώση 0,2% κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας.

ΠΑΝΩ ΑΠΟ 42 ΔΙΣ. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΕΤΗΣΙΩΣ

Η Tomra από το 1972 διαθέτει τεχνολογίες αιχμής και, όπως λέει ο κ. Γκιάσες, ηγείται της παγκόσμιας αγοράς των συσκευών υποδοχής συσκευασιών προς ανακύκλωση (Reverse Vending Machines – RVMs)

- έχοντας εγκαταστήσει πάνω από 82.000 μηχανές σε 60 χώρες
- συλλέγοντας πάνω από 46 δισεκατομμύρια συσκευασίες κάθε χρόνο

Ορισμένες από τις μηχανές αυτές έχουν εγκατασταθεί και στην Ελλάδα, εξυπηρετώντας κυρίως την επιστροφή γυάλινων φιαλών, ενώ άλλες συμμετέχουν σε πιλοτικό πρόγραμμα για τη συλλογή συσκευασιών από πλαστικό PET, αλουμίνιο και γυαλί.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΑΒ & ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

Μέχρι στιγμής η εταιρεία διατηρεί συνεργασία με την ΑΒ Βασιλόπουλος αλλά και με την Σκλαβενίτης, σε ορισμένα καταστήματα των οποίων έχει τοποθετήσει μηχανήματα συλλογής γυάλινων φιαλών με εγγυοδοσία.

Η Tomra Collection Greece είναι σε συζητήσεις και με άλλες αλυσίδες super market

για την τοποθέτηση εξοπλισμού ανακύκλωσης, προκειμένου να διευκολύνει τη συλλογή και ανάκτηση των ανακυκλώσιμων συσκευασιών.

Υπενθυμίζεται ότι τα συστήματα εγγυοδοτικής ανακύκλωσης λειτουργούν με την καταβολή ενός μικρού ποσού – με τη μορφή εγγύησης, από τον καταναλωτή στο σημείο αγοράς του ποτού. Το ποσό αυτό είναι πλήρως επιστρεφόμενο στον καταναλωτή όταν εκείνος επιστρέψει τη συσκευασία.

ΤΟ DRS

Το προγράμματα εγγυοδοτικής ανακύκλωσης (Deposit Return Schemes – DRS) έχουν αποδειχθεί αποτελεσματικά στην αύξηση των ποσοστών συλλογής και αξιοποίησης των συσκευασιών ποτών, προστατεύοντας το περιβάλλον και εξασφαλίζοντας την ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση των συσκευασιών. Σύμφωνα με τις Οδηγίες της ΕΕ για τα πλαστικά μίας χρήσης (SUP Directive) και για τις συσκευασίες και τη διαχείριση απορριμμάτων συσκευασιών (PPWR Directive), η Ελλάδα υποχρεούται να συλλέγει το 90% των συσκευασιών ποτών μίας χρήσης μέχρι το 2029, και το 55% των πλαστικών συσκευασιών βάσει βάρους μέχρι το 2030.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

IDDBA | 2024

Houston

► June 9 – 11 ◀



ΟΙ BUYERS ΤΩΝ ΚΟΡΥΦΑΙΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΤΩΝ ΗΠΑ,
ΣΥΝΑΝΤΙΟΥΝΤΑΙ ΦΕΤΟΣ ΣΤΟ HOUSTON!

Γνωρίστε τους στη μεγαλύτερη Έκθεση Γαλακτοκομικών,
Ντελικατέσεν και Αρτοσκευασμάτων της Αμερικής, μόνο για στελέχη/επαγγελματίες!

10.000+
ΕΜΠΟΡΙΚΟΙ
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ

81%
ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ
ΑΝΩΤΑΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ

564
ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ
ΛΙΑΝΙΚΗΣ

Η PROMO SOLUTION, ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Εξασφάλιση προνομιακού εκθεσιακού χώρου | Κατασκευή περιπτέρου με πλήρη εξοπλισμό
Συνεχής υποστήριξη, συμβουλευτικές υπηρεσίες



PROMO
SOLUTION

EXHIBIT.CREATE.



Food for thought... every day!



THE LEADING F&B TRADE SHOW IN SOUTHEAST EUROPE

#03

ΔΕΥΤΕΡΑ
11 ΜΑΡΤΙΟΥ
2024

Η καθημερινή έκδοση με όλες τις ειδήσεις, τάσεις, αναλύσεις και συνεντεύξεις με τους πρωταγωνιστές από το μεγαλύτερο εκθεσιακό event των εξαγωγών στην Ελλάδα

ΚΑΦΕΑ TERRA

Δυναμική παρουσία στην Food Expo με το σύνολο του Dimello portfolio

ΔΕΡΜΙΣΗΣ

Νέο προϊόν στη σειρά Choco Dream

ΚΩΣΤΑΣ Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ

Τα προϊόντα που παρουσιάζει στην Food Expo & το πλάνο ανάπτυξης



Μεταδίδουν οι



Νεκτάριος
Β. Νιώτης



Μάκης
Αποστόλου



Στέλλα
Αυγουστάκη



Χριστίνα
Ζαφειρούλη

Με την αξιοπιστία της

NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

ExportGate



PROMO
SOLUTION
EXHIBIT.CREATE.



ΑΡΝΑΟΥΤΕΛΗΣ

Private label συσκευασίες και πράσινη φιλοσοφία στην Food Expo

Με το βλέμμα στραμμένο στις αρχές της βιωσιμότητας κάνει την εμφάνισή της στην Food Expo η Αρναουτέλης, μιας και είναι η μόνη εταιρεία ρυζιού στην Ελλάδα που χρησιμοποιεί οικολογική απεντόμωση στα προϊόντα της.

Η εταιρεία εφαρμόζει τη διεθνώς αναγνωρισμένη μέθοδο της τροποποιημένης ατμόσφαιρας ECO2, που έχει σαν αποτέλεσμα το τελικό προϊόν να είναι 100% απαλλαγμένο από την ύπαρξη εντόμων, ενώ ταυτόχρονα προστατεύεται ο καταναλωτής και το περιβάλλον.

Η ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Η Αρναουτέλης, που ιδρύθηκε το 1953 και εδρεύει στην Λαμία, διεκδικεί συνεχώς μία θέση στα ράφια του εξωτερικού, χάρη στο υψηλής ποιότητας ρύζι της.

Γι' αυτό και δραστηριοποιείται στον τομέα της επεξεργασίας και τυποποίησης προϊόντων ρυζιού και στους τομείς παραγωγής και διάθεσης προϊόντων private label - ιδιωτικής ετικέτας. Η εταιρεία προμηθεύει τις σημαντικότερες εταιρείες λιαν-



κού εμπορίου της εγχώριας αλλά και διεθνούς αγοράς.

Αναλυτικότερα, εξάγει σε bulk συσκευασίες σε πολλές χώρες της Ευρώπης και της Μέσης Ανατολής, στοχεύοντας στην ανάπτυξη του δικτύου των συνεργατών της.

"TAILOR MADE" PL

Όπως αναφέρει η Αρναουτέλης στο FNB Daily, η εταιρεία παρέχει οποιαδήποτε συσκευασία private label - ιδιωτικής ετικέτας (pillow bag και block bottom)-, ανάλογα με τις απαιτήσεις των πελατών της.

Οι διαθέσιμες συσκευασίες λιανικής πώλησης είναι:

- 500gr
- 1kg
- 2kg
- 5kg

Επίσης, διατίθενται στην αγορά bulk σακιά των

- 10kg
- 20kg
- 25kg
- 30kg
- big bags των 1.000-1.200kg

είτε με την επωνυμία του πελάτη (ιδιωτικής ετικέτας), είτε με την επωνυμία της εταιρείας

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Η εταιρεία επενδύει συνεχώς στη βελτίωση του μηχανολογικού της εξοπλισμού, με γνώμονα την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων, στοχεύοντας έτσι στη συνεχή ανάπτυξη της γκάμας των προϊόντων της και των συνεργασιών της.

ΚΡΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ

Έμφαση στη vegan σειρά παραδοσιακών προϊόντων

Έμφαση στη vegan σειρά των παραδοσιακών προϊόντων, δίνει στην Food Expo το Κρητικό Εργαστήρι.

Όπως αναφέρει η εταιρεία της οικογένειας Λαμπάκη στο FNB Daily, η σειρά vegan που ανέπτυξε ανταποκρίνεται στις τάσεις της αγοράς και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων:

- Μαραθόπιτα
- Κρεμμυδοπιτα
- Χορτάρινο καλιτσούνι
- κρεμμυδένιο καλιτσούνι
- Μανιταροπιτάκι

ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΓΡΑΜΜΗ

Επίσης, στην Food Expo παρουσιάζει και τα προϊόντα με αλεύρι από δίκκοκο σιτά-



ρι, με αλεύρι βρώμης, αλλά και με χαρουπάλευρο, τα οποία όπως αναφέρει η εταιρεία, παραμένουν πάντα στην πρώτη γραμμή του portfolio.

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Με εξαγωγές σε Κύπρο, Πολωνία, Βέλγιο,

Γερμανία, Μεγάλη Βρετανία, Σουηδία και Ολλανδία, η Κρητικό Εργαστήρι έχει ολοκληρώσει το επενδυτικό πρόγραμμα "Εργαλειοθήκη Ανταγωνιστικότητας Μικρών και πολύ Μικρών Επιχειρήσεων" και σχεδιάζει να ενισχύσει την παρουσία της και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες.



WORKSHOPS

Στο επίκεντρο εξωστρέφεια και καινοτομία

Η αυλαία του Workshops & Seminars Stage την πρώτη ημέρα της FOOD EXPO 2024, άνοιξε με την Ημερίδα του Συνδέσμου Εξαγωγέων (ΣΕΒΕ), με θέμα "Εξωστρέφεια & Καινοτομία στην ανάπτυξη ενός αειφόρου και ανταγωνιστικού αγροδιατροφικού τομέα – Ο ρόλος των clusters", υπό τον συντονισμό του Νεκτάριου Νώτη, Ιδρυτή και Διευθύνοντος Συμβούλου της Notice Content and Services. Την εκδήλωση χαιρέτισαν ο Συμμετέχων Διαμαρτυρίας, Πρόεδρος του ΣΕΒΕ και η Μάρινα Μυρογιάννη, Γενική Γραμματέας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Εξωστρέφειας του Υπουργείου Εξωτερικών, ενώ ο Παναγιώτης Χασάπης, Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος του ΣΕΒΕ, παρουσίασε τις εξαγωγικές επιδόσεις του κλάδου τροφίμων-ποτών.

ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Στην ανοικτή συζήτηση, συμμετείχαν οι:

- Δημήτρης Παπαγιαννίδης, Γενικός Γραμματέας Ενωσιακών Πόρων & Υποδομών, Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων
- Κωνσταντίνος Κωνσταντινίδης, Πρόεδρος ΑΤΕ Cluster (Αγροτεχνολογική Εξαγωγική Σύμπραξη)
- Παναγιώτης Κετικίδης, Πρόεδρος Αλεξάνδρειας Ζώνης Καινοτομία
- Παναγιώτης Μενεξόπουλος, Πρόεδρος & CEO της εταιρείας "Dryfo" και μέλος της ΑΤΕ

Στη συζήτηση έγινε λόγος για την αξία που έχει η επένδυση στην καινοτομία και σε νέες τεχνολογίες στον αγροδιατροφικό τομέα, η σημασία της ενίσχυσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα και η συμβολή τους στην αύξηση του ΑΕΠ, καθώς και η ανάγκη συνεργιών μεταξύ των φορέων.

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ

Η εξωστρέφεια στον αγροδιατροφικό τομέα μπορεί να επιτευχθεί μέσω της εξαγωγής των προϊόντων σε διεθνείς αγορές, της

συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις και εκδηλώσεις και της δημιουργίας διεθνών συνεργασιών και δικτύων για τη μεταφορά τεχνολογίας και γνώσης.

Την ίδια στιγμή η καινοτομία στον αγροδιατροφικό τομέα ενθαρρύνει την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών που μπορούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες της αγοράς, τόσο εντός, όσο και εκτός των συνόρων, με τη χρήση νέων τεχνολογιών, όπως η γενετική τροποποίηση, η τεχνητή νοημοσύνη και η αυτοματοποίηση. Αυτές οι καινοτόμες προσεγγίσεις μπορούν να βελτιώσουν την παραγωγικότητα, να μειώσουν τις απώλειες και να ενισχύσουν τη βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων.

ΑΤΕ CLUSTER

Η ΑγροΤεχνολογική Εξαγωγική Σύμπραξη, μια πρωτοβουλία του Συνδέσμου Εξαγωγέων (ΣΕΒΕ), αποτελεί καινοτόμο σχήμα συνεργασίας, αποτελούμενο από ένα σύνολο αλληλοεξαρτούμενων φορέων που συνδέονται μεταξύ τους σε έναν κοινό κλάδο δραστηριότητας. Αποστολή του είναι να εφοδιάσει τους εταίρους και τα μέλη με ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα διεθνούς εμβέλειας, παρέχοντας καινοτόμες λύσεις, τεχνογνωσία, προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας.



Νεκτάριος Νώτης, Κωνσταντίνος Κωνσταντινίδης, Δημήτριος Παπαγιαννίδης, Παναγιώτης Κετικίδης, Παναγιώτης Μενεξόπουλος

ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΕΣ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Αμέσως μετά ακολούθησε συζήτηση με θέμα Εξαγωγές & Τελωνειακές Διευκολύνσεις, η οποία άνοιξε με τον χαιρετισμό του Γενικού Διευθυντή της ΑΑΔΕ, Γιώργου Πιτσιλή, ο οποίος τόνισε ότι βελτιώνοντας τις σχέσεις μεταξύ των τελωνειακών αρχών και των εξαγωγικών επιχειρήσεων, διευκολύνονται οι εξαγωγές των ελληνικών προϊόντων.

Στη συζήτηση συμμετείχαν ως εισηγητές τα στελέχη της Γενικής Διεύθυνσης Τελωνείων & ΕΦΚ της ΑΑΔΕ, και πιο συγκεκριμένα οι:

- Κωνσταντίνος Μουρτίδης, Γενικός Διευθυντής Τελωνείων και ΕΦΚ
- Αικατερίνη Μυρσιδίου, Προϊσταμένη της Διεύθυνσης Δασμολογικών Θεμάτων, Ειδικών Καθεστώτων και Απαλλαγών
- Μαγδαληνή Μπενάκη, Προϊσταμένη της Διεύθυνσης Τελωνειακών Διαδικασιών
- Διονύσης Ζορμπάνος, Προϊστάμενος του Τμήματος ΦΠΑ Εισαγωγών – Εξαγωγών της Διεύθυνσης ΕΦΚ και ΦΠΑ

Με στόχο να γίνει το τελωνειακό κομμάτι πιο εύκολο για όλους, παρουσιάστηκαν όλα τα νέα ψηφιακά μέσα για τη διευκόλυνση των εξαγωγέων και η άδεια εγκεκριμένου εξαγωγέα, καλώντας τις επιχειρήσεις να ενημερωθούν τόσο μέσω της υπηρεσίας, όσο και ψηφιακά, για τη συγκεκριμένη πρωτοβουλία.

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Ακολούθησε η ημερίδα της Πανελλήνιας Ένωσης Τεχνολόγων Επιστημόνων Τροφίμων με θέμα "Προκλήσεις και προοπτικές τομέα τροφίμων – Προτεραιότητα στην ασφάλεια και βιώσιμη ανάπτυξη", και παρουσίασή τον Γενικό Γραμματέα της Ένωσης, Παναγιώτη Μανιατέα.

παρούσα στο μεγαλύτερο εκθεσιακό
event των εξαγωγών στην Ελλάδα

foodexpo TV

9 έως και 11 Μαρτίου **live**

Καθημερινές εκπομπές σε απευθείας μετάδοση
από το Metropolitan Expo μέσω του site της FOOD EXPO
και του YouTube καναλιού της Notice Content & Services

Με την υπογραφή
του δημοσιογραφικού
επιτελείου της Notice
Content & Services

Μεταδίδουν οι



Νεκτάριος
Β. Νώτης



Μάκης
Αποστόλου



Στέλλα
Αυγουστάκη



Χριστίνα
Ζαφειρούλη

Η ημερίδα άνοιξε με τον χαιρετισμό του προέδρου της Ένωσης, Ιωάννη Σμαρνάκη, για να ακολουθήσει το πρώτο πάνελ συζήτησης, το οποίο επικεντρώθηκε στη "Μείωση της σπατάλης τροφίμων, ενόψει των Ευρωπαϊκών εξελίξεων", με συντονίστρια την Νάσια Αντωνίου, Ειδική γραμματέα της ΠΕΤΕΤ.

Πρώτη τοποθετήθηκε η Ντία Χωραφά, Συντονίστρια Συμμαχίας για τη Μείωση της Σπατάλης Τροφίμων, η οποία ανέφερε, μεταξύ άλλων, ότι "η σπατάλη των τροφίμων είναι ένα ζήτημα που απασχολεί και σε ευρωπαϊκό επίπεδο καθώς από 2018 υπάρχει υποχρέωση όλων των κρατών-μελών να προβούν σε μέτρα περιορισμού της σπατάλης. Η Ελλάδα απέκτησε το 2021 και εθνική νομοθεσία, με μέτρα που αποσκοπούν στην πρόληψη, υιοθετώντας το λεγόμενο ηλεκτρονικό μητρώο αποβλήτων, το οποίο αρκετές επιχειρήσεις είναι πια υποχρεω να το ενημερώνουν".

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΩΝ

Στη συνέχεια, τον λόγο πήρε ο Δρ. Κωνσταντίνος Σταθόπουλος, Τεχνολόγος τροφίμων, Καθηγητής Πανεπιστημίου, ο οποίος αναφέρθηκε στο ρόλο της πανεπιστημιακής έρευνας, σημειώνοντας πως "Μέσω των πανεπιστημίων προσπαθούμε να προσφέρουμε εναλλακτικές στη βιομηχανία ώστε να αξιοποιούμε ό,τι μπορούμε από τα απόβλητα της παραγωγής. Έτσι μειώνουμε το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, αλλά προσφέρουμε και ένα οικονομικό κίνητρο στις εταιρείες με την παραγωγή επιπλέον προϊόντων που αποφέρουν κέρδη".

ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ

Ακολούθησε η Βάσω Παπαδημητρίου, Γενική διευθύντρια του ΣΕΒΤ, η οποία αναφέρθηκε στα οφέλη της μείωσης της σπατάλης τροφίμων αλλά και στα οφέλη των εμπλεκόμενων μερών. "Είναι μία σύγχρονη πρόκληση για εμάς η μείωση της σπατάλης, η οποία αφορά όλη την αλυσίδα διανομής από την πρωτογενή παραγωγή μέχρι τον τελικό καταναλωτή. Η βιομηχανία έχει έναν ουσιαστικό ρόλο στην προσπάθεια αυτή, ρόλο τον οποίο πετυχαίνει αναλαμβάνοντας δράση και βοηθώντας τα μέλη της να βελτιώσουν τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις".

Επίσης, ο Χαράλαμπος Αγγελούδης, Διευθυντής Πιστοποίησης Συστημάτων Διαχείρισης & Προϊόντων της TÜV AUSTRIA Hellas ανέφερε πως "εμείς, σε συνεργασία με τη Συμμαχία και το Μπορούμε, προσπαθούμε να βοηθήσουμε στην επίγνωση του τι είναι

σπατάλη και στο πώς να το καταφέρουμε. Όσον αφορά το δεύτερο σκέλος, δημιουργήσαμε μία πιστοποίηση για να βοηθήσουμε τις επιχειρήσεις να το καταφέρουν. Μέσα από το σχήμα μας "No food waste" ερχόμαστε να δούμε πώς μια επιχείρηση μπορεί να θέσει στόχους τους οποίους και θα καταφέρει".



Νάσια Αντωνίου, Ντία Χωραφά,
Κωνσταντίνος Σταθόπουλος, Βάσω
Παπαδημητρίου, Χαράλαμπος Αγγελούδης

Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Χαιρετισμό απηύθυνε ο Υφυπουργός Εργασίας & Κοινωνικής Ασφάλισης, Βασίλης Σπανάκης, εξαιρώντας το έργο και το ρόλο της ΠΕΤΕΤ, καθώς και τη δυναμική της μαζικής εστίασης και του ευρύτερου τομέα των ελληνικών τροφίμων και ποτών. Πρώτος πήρε το λόγο ο Πάνος Μωραΐτης, ο οποίος με το θεσμικό του ρόλο, τόνισε τη σημαντικότητα της ασφάλειας των μηχανημάτων που χρησιμοποιούνται σε χώρους εστίασης. "Στόχος η εξάλειψη της επικινδυνότητας που επιφέρει η κακή χρήση των μηχανημάτων, οπότε ως Σύνδεσμος επιθυμούμε να κάνουμε ένα βήμα παραπάνω στη συνεργασία μας με τους επαγγελματίες της εστίασης". Αναφέρθηκε, επίσης, στη σωστή συντήρηση των μηχανημάτων η οποία συμβάλλει στην ασφάλεια, καθώς και στη βαρύτητα της εκπαίδευσης του προσωπικού της επιχείρησης εστίασης. Αναφέρθηκε και στο ΣΕΕΜΕ Academy, που θα φέρει πολλά οφέλη, τόσο στους επαγγελματίες, όσο και στα μέλη του ΣΕΕΜΕ, που πουλούν εξοπλισμό.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ & ΥΓΙΕΙΝΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Από την πλευρά του, ο Αναστάσιος Γκινίδης, αναφέρθηκε αναλυτικά στα μέτρα που λαμβάνει ως κατασκευαστής για να εξασφαλίζει την ασφάλεια και υγιεινή των τροφίμων και εξήγησε ότι καλεί στον χώρο του εργοστασίου του τους πελάτες, ώστε μέσα από επιδείξεις να μπορούν να αντιληφθούν ακόμα καλύτερα τη σωστή λειτουργία του

εξοπλισμού. Στη συνέχεια, ο Γιάννης Κακός έκανε λόγο για τον διπλό πυλώνα - την ασφάλεια του χειριστή των μηχανημάτων και την ασφάλεια των τροφίμων κατά τους χειρισμούς - ενώ αναφέρθηκε και στο σχετικό νομοθετικό πλαίσιο που υπάρχει εδώ και είκοσι χρόνια.

Ακόμη, ο κ. Πλακετάς υπογράμμισε ότι η ασφάλεια είναι θεσμοθετημένη και καλό θα ήταν υπάρξει ένα manual εκπαίδευσης για τους χρήστες των μηχανημάτων και κάποιου είδους πιστοποίηση ότι έχουν εκπαιδευτεί στον χειρισμό παραγωγικού εξοπλισμού.

ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η Αργυρώ Κουτσουράδη αναφέρθηκε στην πορεία που ακολούθησε, ώστε από μια μικρή παραγωγική μονάδα να είναι σήμερα σε θέση να κάνει εξαγωγές. Από πλευράς της, στάθηκε στο τρίπτυχο καινοτομία, τυποποίηση-καλή συσκευασία και ποιότητα ως προαπαιτούμενα της επιτυχίας.

Αμέσως μετά τοποθετήθηκε ο Κώστας Παπάζογλου, ως προς τη δική του εμπειρία στο αγροτικό επιχειρείν και επισήμανε την αναγκαιότητα πρόσβασης στην πληροφορία.

Τη σκυτάλη πήρε ο Δρ. Παναγιώτης Σκανδάμης, ο οποίος στάθηκε στην απόσταση μεταξύ της αγροτικής πρακτικής και τη διαθεσιμότητα της γνώσης η οποία προέρχεται από τον ακαδημαϊκό χώρο. Μάλιστα, ενώ η ψηφιακή τεχνολογία εφαρμόζεται κατά κόρον στη μεταποίηση, ο πρωτογενής τομέας δυσκολεύεται στην εξεύρεση της στοχευμένης πληροφορίας, σε μια εποχή όπου πλέον παγκοσμίως ακούγεται ολοένα και περισσότερο ο όρος "γεωργία ακριβείας".

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ-ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΩΝ

Ο Δρ. Ανδρέας Σουλιώτης στάθηκε στο ρόλο των συμβούλων - επιστημόνων στις επιδιώξεις των μικρών και μικρομεσαίων παραγωγικών επιχειρήσεων και στην αναγκαιότητα της ορθής καθοδήγησης για την αποφυγή προστίμων, την επίτευξη άριστης ποιότητας των προϊόντων και τη διαφύλαξη της καλής φήμης των επιχειρήσεων.

Τη συζήτηση έκλεισε ο Νικόλαος Γκιώνης, επισημαίνοντας στην ανάγκη της γεφύρωσης του χάσματος με συνέργιες μεταξύ των παραγωγών, των επιχειρήσεων τροφίμων και της μαζικής εστίασης με επιστήμονες τροφίμων, για τη διασφάλιση της ποιότητας και της ασφάλειας τροφίμων.

ΕΑΣ ΝΑΞΟΥ

Η ΠΟΠ Γραβιέρα & το Κεφαλοτύρι Νάξου στο επίκεντρο – Αναμένει ρεκόρ πωλήσεων το 2024

Το σήμα κατατεθέν της, την ΠΟΠ γραβιέρα Νάξου παρουσιάζει, μεταξύ άλλων, στην Food Expo η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου (ΕΑΣ Νάξου). Επίσης, παρουσιάζει και το κεφαλοτύρι Νάξου, το οποίο παράγεται από 100% αιγοπρόβειο γάλα Νάξου.

ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ 11 ΧΩΡΕΣ

Μιλώντας στο Fnb Daily, η ΕΑΣ Νάξου αναφέρει πως φέτος αναμένεται να είναι μια χρονιά κατά την οποία θα καταγράψει ρεκόρ πωλήσεων, τόσο στην εσωτερική αγορά, όσο και στο κομμάτι των εξαγωγών. Αυτό, όπως εξηγούν στελέχη της Ένωσης, οφείλεται στην παρουσία που είχε πέρυσι η ΠΟΠ Γραβιέρα Νάξου σε 11 χώρες.

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΟ 2024

Στόχος της ΕΑΣ Νάξου για το 2024, είναι όχι μόνο να εδραιώσει την παρουσία της στις χώρες που ήδη εξάγει, αλλά να επεκταθεί σε χώρες που υπάρχει έντονη ελληνική παρουσία, μέσω διαχρονικά δυνατών συνεργασιών.

ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ

Σε φάση ολοκλήρωσης βρίσκεται και η κατασκευή του νέου υπερσύγχρονου εργοστασίου, ύψους €6 εκατ., με συμμετοχή κεφαλαίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το νέο σύγχρονο, ελβετικού τύπου τυροκομείο, θα βοηθήσει την εταιρεία στη σταθεροποίηση της παραγωγής σε νέα υψηλά στάνταρ, καθώς και στην παραγωγή νέων πρωτοποριακών προϊόντων.



BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

- Business Opinions
- Business Secrets
- Τράπεζες
- Ναυτιλία
- Real Estate
- Μετακινήσεις Στελεχών

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:



ΣΕΒΕ

Η ακτινογραφία των ελληνικών εξαγωγών

Παρότι οι ελληνικές εξαγωγές μειώθηκαν πέρυσι κατά 7,1% σε σχέση με το 2022, στα €50,92 δισ., ο τομέας των τροφίμων-ποτών ξεχώρισε, εμφανίζοντας άνοδο 12%, ανεβαίνοντας στα επίπεδα των €9,13 δισ.

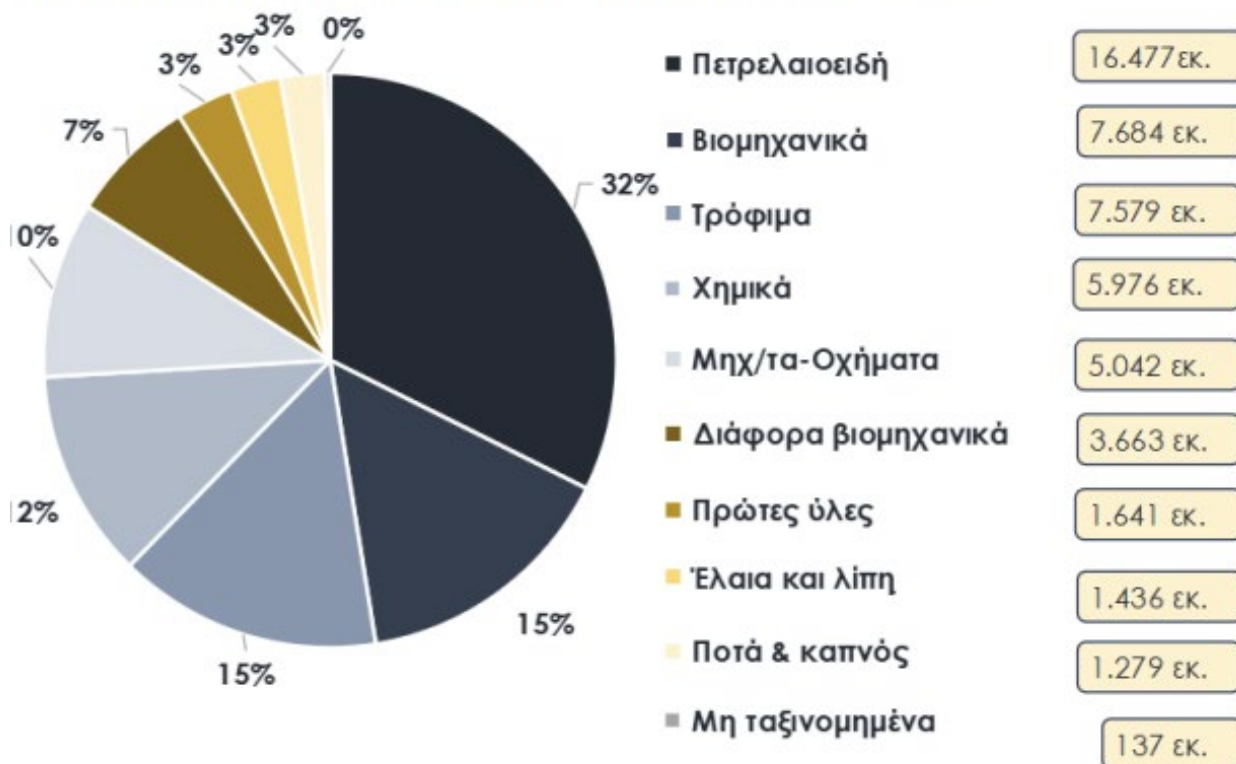
Total	2023	2022	2021	2020	2019	Διαφορά 23/22	ΕΤ 23/22
Εξαγωγές	50.920	54.807	39.972	30.801	33.864	-3.887	-7,1%
Εισαγωγές	81.966	93.342	65.367	48.954	55.727	-11.377	-12,2%
Εμπορικό Ισοζύγιο	-31.046	-38.535	-25.395	-18.153	-21.863	7.489	-19,4%

Πίνακας 2. Ελληνικές εξαγωγές τροφίμων και ποτών, 2019-2023, σε εκατ. ευρώ

F&B	2023	2022	2021	2020	2019	Διαφορά 23/22	ΕΤ 23/22
Εξαγωγές	9.133	8.152	6.776	6.002	5.374	981	12,0%
Εισαγωγές	8.651	8.614	6.579	5.601	6.124	37	0,4%
Εμπορικό Ισοζύγιο	482	-462	197	401	-750	944	na

Όπως ανέφερε στην Ημερίδα του Συνδέσμου Εξαγωγέων (ΣΕΒΕ), με θέμα "Εξωστρέφεια & Καινοτομία στην ανάπτυξη ενός αειφόρου και ανταγωνιστικού αγροδιατροφικού τομέα – Ο ρόλος των clusters" ο Παναγιώτης Χασάπης, Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος του Συνδέσμου, ο κλάδος των Τροφίμων ήταν ο 3ος πιο εξωστρεφής τομέας για τη χώρα μας, πίσω από τα Πετρελαιοειδή και τα Βιομηχανικά (από την οποία πάντως είχε πολύ μικρή απόσταση).

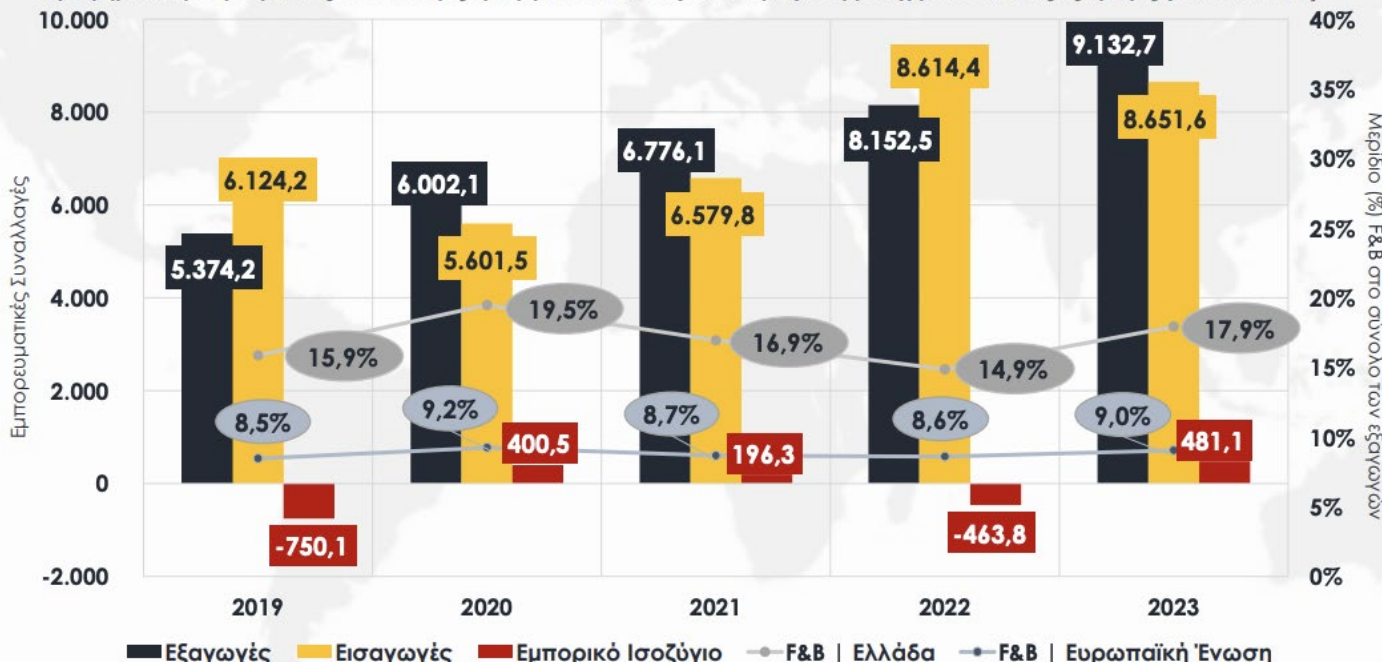
Γράφημα 2: Σημαντικότερες κατηγορίες προϊόντων, μερίδιο %, 2023



Εξετάζοντας τις εμπορευματικές συναλλαγές του τομέα Τροφίμων-Ποτών, ο κ. Χασάπης σημείωσε ότι πέρυσι εμφάνισε ένα αρκετά υψηλό θετικό εμπορικό ισοζύγιο (της τάξης των €481,1 εκατ.), με τον κλάδο να έχει μερίδιο 17,9% στις συνολικές εξαγωγές της Ελλάδας και 9% της ΕΕ.

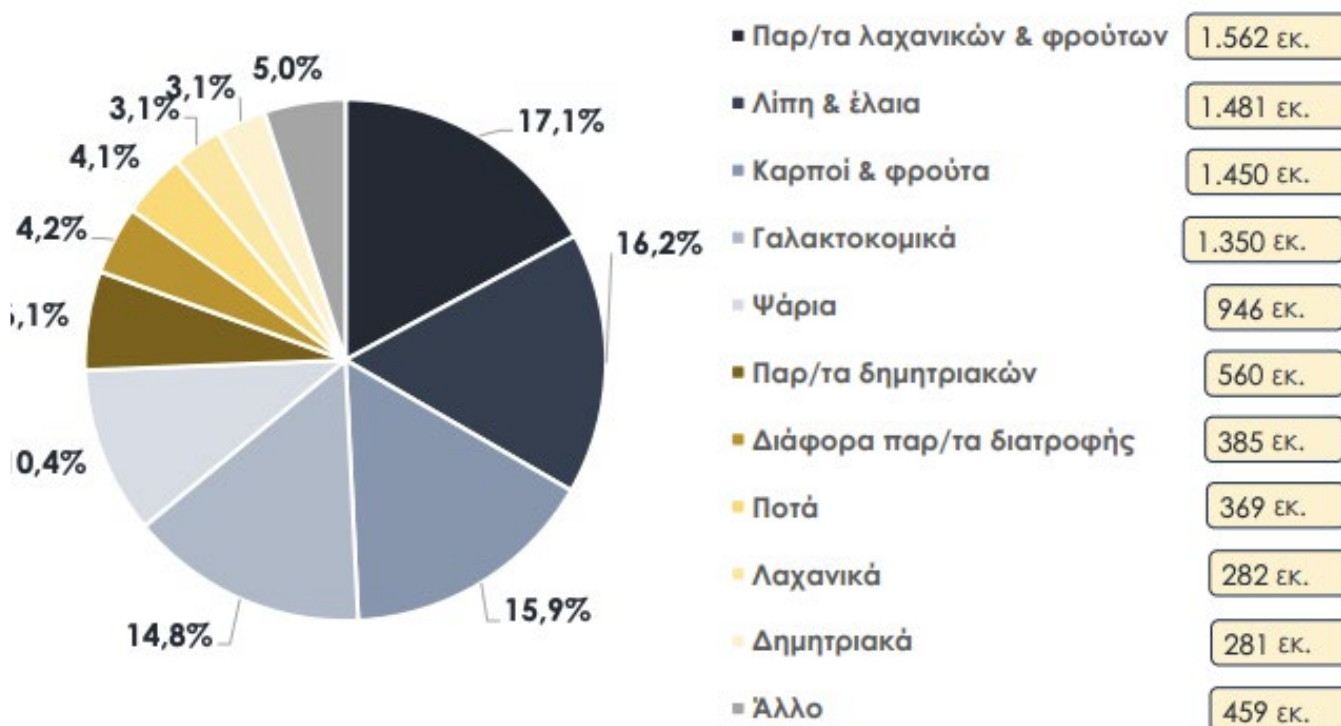
Εμπορευματικές Συναλλαγές | Τρόφιμα & Ποτά

Γράφημα 4: Εμπορευματικές συναλλαγές τροφίμων & ποτών (εκατ. ευρώ), συμμετοχή κλάδου στις εξαγωγές (Ελλάδα & Ε.Ε.)



Αναφέρθηκε, ακόμη, ότι τέσσερις κατηγορίες εμφάνισαν πέρυσι εξαγωγές άνω του €1 δισ. η καθεμία, με μία ακόμη να προσεγγίζει αυτά τα επίπεδα. Στις πρώτες θέσεις βρίσκουμε τα λαχανικά, τα φρούτα, το ελαιόλαδο, τα γαλακτοκομικά και τα ψάρια.

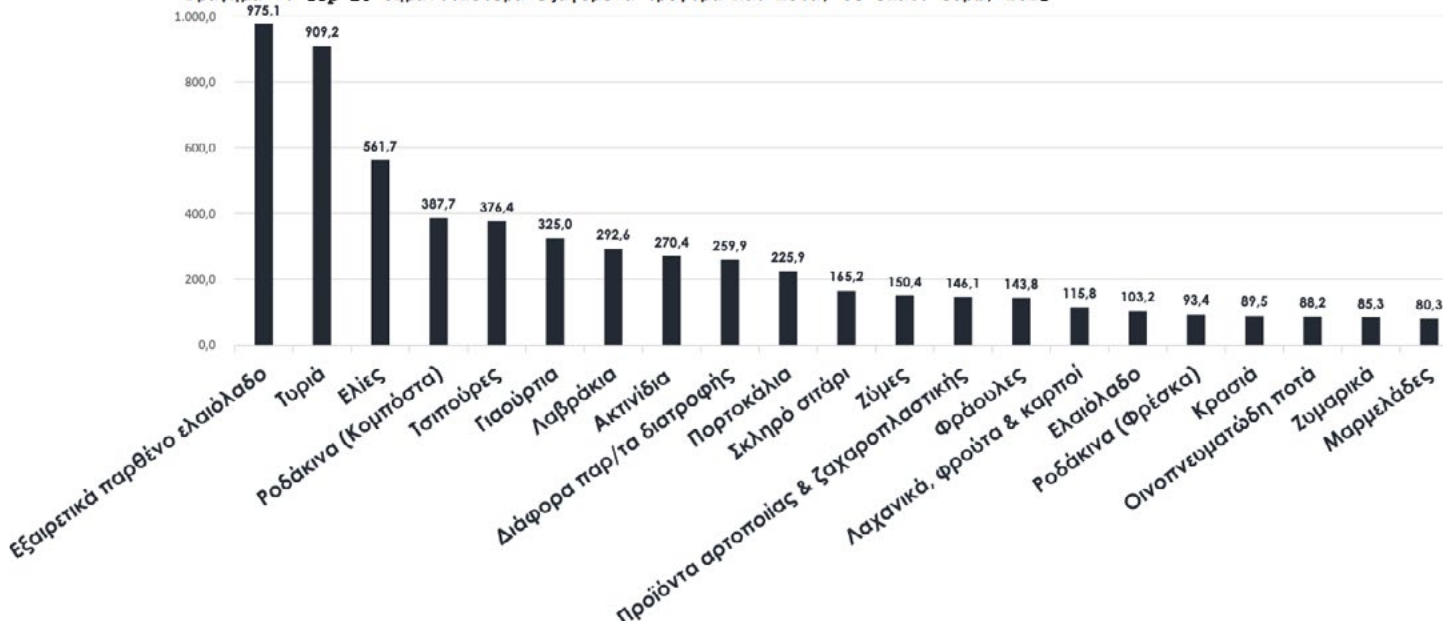
Γράφημα 5: Σημαντικότερες κατηγορίες προϊόντων, μερίδιο %, 2023



Στα κορυφαία προϊόντα βρίσκουμε το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, τα τυριά (φέτα κυρίως), τις ελιές, την κομπόστα ροδάκινο, την τσιπούρα και το γιαούρτι.

Ελληνικές εξαγωγές

Γράφημα 7. Top 20 σημαντικότερα εξαγόμενα τρόφιμα και ποτά, σε εκατ. ευρώ, 2023



Κορυφαίοι προορισμοί των ελληνικών εξαγωγών είναι η Ιταλία, με αρκετή διαφορά από τη 2η Γερμανία, ενώ ακολουθούν ΗΠΑ, Ην. Βασίλειο και Ισπανία.

Κυριότεροι Εξαγωγικοί Προορισμοί Τροφίμων & Ποτών (Top 5 Προϊόντα)

Ιταλία	
Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο	604.450.674
Γιαούρτια	146.393.476
Σκληρό σιτάρι	131.226.430
Τσιπούρες	117.065.332
Λαβράκια	111.645.432

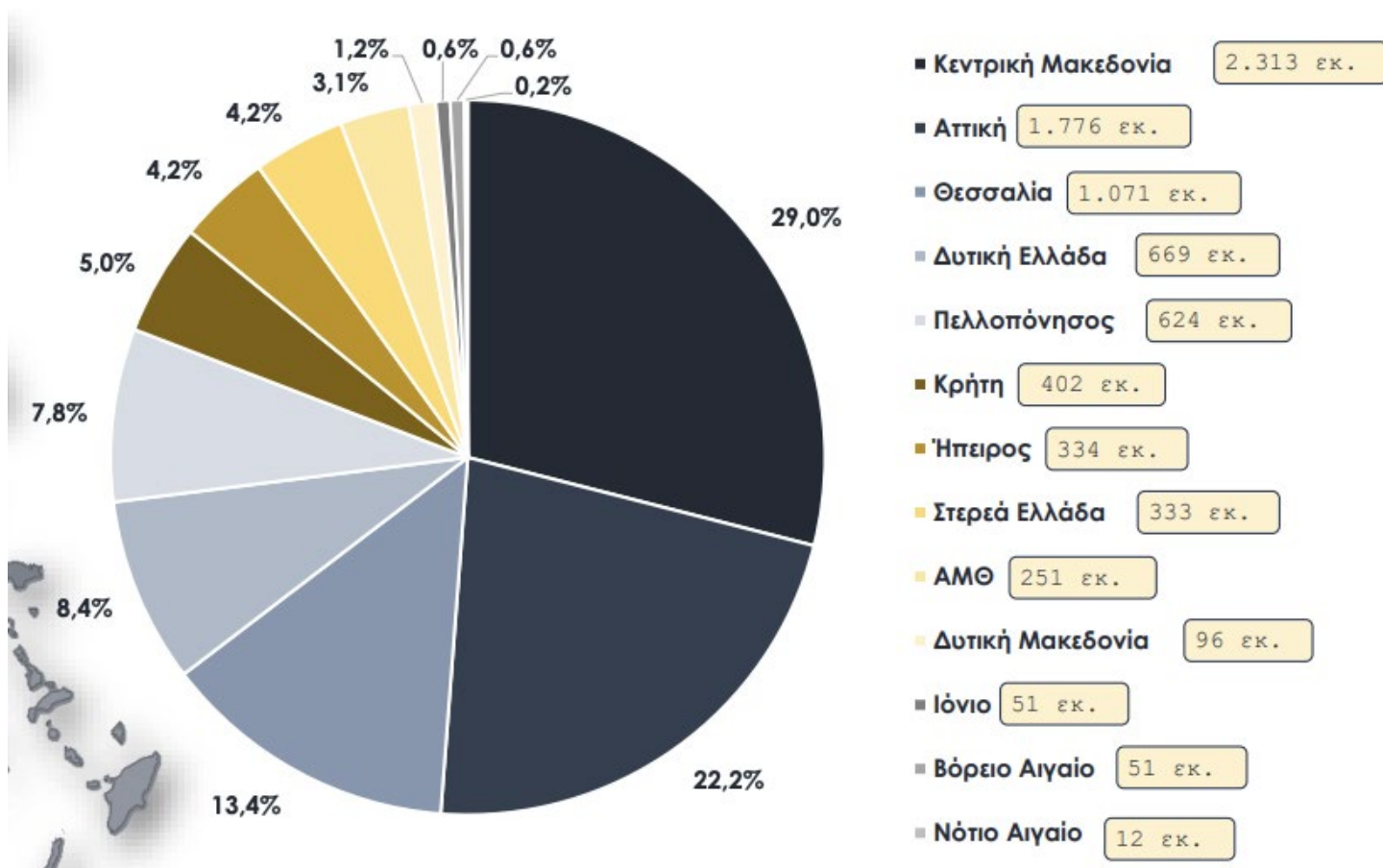
ΗΠΑ	
Ελιές	144.983.435
Ροδάκινα	79.665.857
Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο	69.919.550
Τυριά	64.308.835
Διάφορα παρ/τα διατροφής	45.558.870

Γερμανία	
Τυριά	280.404.480
Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο	78.839.867
Ελιές	62.173.337
Ροδάκινα	48.465.709
Ζύμες	44.549.213

Ηνωμένο Βασίλειο	
Τυριά	96.083.711
Γιαούρτια	75.425.134
Ελιές	35.947.753
Ροδάκινα	28.421.046
Διάφορα παρ/τα διατροφής	27.383.611

Ισπανία	
Τσιπούρες	117.581.545
Λαβράκια	72.767.394
Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο	57.295.911
Ακτινίδια	42.709.455
Πυργνέλιο ελιάς	42.467.532

Η Κεντρική Μακεδονία και η Αττική είναι οι δύο περιφέρειες που έχουν τη μερίδα του λέοντος στις ελληνικές εξαγωγών, ακολουθούμενες από την Θεσσαλία.



Περιφερειακά Στοιχεία Εξαγωγών (Top 5 Προϊόντα)

Κεντρική Μακεδονία	
Παρ/τα λαχανικών & φρούτων	768.209.310
Καρποί & φρούτα	505.450.289
Γαλακτοκομικά	306.550.551
Παρ/τα δημητριακών	174.362.591
Διάφορα παρ/τα διατροφής	172.241.390

Αττική	
Ψάρια	495.172.623
Παρ/τα δημητριακών	226.922.179
Λίπη & έλαια	186.245.677
Διάφορα παρ/τα διατροφής	170.928.695
Γαλακτοκομικά	161.282.808

Θεσσαλία	
Γαλακτοκομικά	490.922.399
Παρ/τα λαχανικών & φρούτων	323.267.770
Δημητριακά	77.968.336
Καρποί & φρούτα	47.674.823
Λίπη & έλαια	41.108.904

Δυτική Ελλάδα	
Καρποί & φρούτα	240.179.895
Λίπη & έλαια	226.762.417
Παρ/τα λαχανικών & φρούτων	75.998.052
Ποτά	45.134.156
Ψάρια	43.688.276

Πελοπόννησος	
Λίπη & έλαια	238.495.259
Καρποί & φρούτα	182.751.446
Παρ/τα λαχανικών & φρούτων	134.398.792
Ποτά	29.593.615
Κρέατα	16.133.510

παρούσα στο μεγαλύτερο εκθεσιακό
event των εξαγωγών στην Ελλάδα

foodexpo Greece 9 έως και 11 Μαρτίου

THE LEADING F&B TRADE SHOW IN SOUTHEAST EUROPE

Καθημερινές εκδόσεις στο F&B Daily με όλες τις ειδήσεις,
τάσεις, αναλύσεις και συνεντεύξεις με τους πρωταγωνιστές



Με την υπογραφή
του δημοσιογραφικού
επιτελείου της Notice
Content & Services

Μεταδίδουν οι



Νεκτάριος
Β. Νώτης



Μάκης
Αποστόλου



Στέλλα
Αυγουστάκη



Χριστίνα
Ζαφειρούλη

ΚΩΣΤΑΣ Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ

Τα προϊόντα που παρουσιάζει στην Food Expo & το πλάνο ανάπτυξης

Δυναμικό "παρών" δίνει η Κώστας Α. Παπαέλληνας (Παπαέλληνας) στην Food Expo 2024, παρουσιάζοντας το αναπτυξιακό της πλάνο, με έμφαση στον τομέα των εξαγωγών, μιας και πέρα από την εγχώρια αγορά η εταιρεία δίνει έμφαση και στο εξωτερικό.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Από τις 9 έως τις 11 Μαρτίου, η Παπαέλληνας υποδέχεται τους επισκέπτες της, εκθέτοντας προϊόντα, όπως:

- Ρύζι Bali
- Τόνο Geisha
- Σόγια σως Li-o-Chang
- Καρδιές Αγκινάρας Molina

Αναφορικά με την πορεία της, σημειώνεται ότι το πρώτο δίμηνο του 2024, η Πα-

παέλληνας εμφάνισε αύξηση 8% στην αξία του συνόλου των προϊόντων της, αλλά και αύξηση της αξίας κατά 18% στο ρύζι Bali.

ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ - ΣΤΟΧΟΙ

Η Παπαέλληνας επικεντρώνεται στην ανάπτυξη των εξαγωγών της, έχοντας ορίσει ως κύριους προορισμούς τα Βαλκάνια και την Γερμανία.

Με την παρουσία της στη Food Expo 2024, επιδιώκει να ενισχύσει τις σχέσεις της με τους εμπορικούς εταίρους σε αυτές τις περιοχές και να προωθήσει τα νέα προϊόντα Bali, όπως Ρύζι Καρολίνα, το Ρύζι Jasmine αλλά και το Ρύζι Γλασσε, καθώς και τη νέα σόγια σως Li-O-Chang με 41% λιγότερο αλάτι και τη μοναδική αυθεντική ιαπωνική συνταγή.



ΔΕΡΜΙΣΗΣ Νέο προϊόν στη σειρά Choco Dream

Ένα νέο προϊόν στη σειρά Choco Dream παρουσιάζει στην Food Expo η Δερμίσης. Όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Αθανάσιος Δερμίσης, "η εταιρεία σε κάθε έκθεση συμμετέχει με μια μεγάλη γκάμα προϊόντων. Φέτος λανσάρουμε το καινούριο μέλος της οικογένειας Choco Dream. Είναι μια γεμιστή γκοφρέτα με κρέμα πραλίνας φουντουκιού με 48% λιγότερη ζάχαρη, για τους λάτρες τις σοκολάτας αλλά με λιγότερες ενοχές".

ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΕΑ ΜΠΙΣΚΟΤΑ

Συμπλήρωσε, δε, ότι εντός του έτους η εταιρεία θα λανσάρει τις 2 νέες κατηγορίες της μπισκότων.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 13 ΧΩΡΕΣ

Η Δερμίσης εξάγει τα προϊόντα της σε περισσότερες από 13 χώρες σε όλο τον κόσμο, με τις σημαντικότερες αυτών να είναι οι αγορές των Βαλκανίων και του Αραβικού Κόλπου. Σκοπός της εταιρείας είναι να επεκταθεί σε όσο το δυνατόν περισσότερες χώρες γίνεται, με κυριότερες αυτές σε Ευρώπη και Ασία.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €2,5 ΕΚΑΤ.

Υπενθυμίζεται ότι το προηγούμενο έτος η Δερμίσης ολοκλήρωσε επένδυση της τάξεως των €2,5 εκατ. σε κτιριακές εγκαταστάσεις και μηχανολογικό εξοπλισμό.

ΚΑΦΕΑ TERRA

Δυναμική παρουσία στην Food Expo με το σύνολο του Dimello portfolio

Με ολόκληρο το χαρτοφυλάκιο των προϊόντων του brand Dimello, που έχει σχεδιαστεί για τους τομείς HoReCa και retail, δίνει το "παρών" στην Food Expo η Kafea Terra. Εκεί, παρουσιάζονται τα χαρμάνια του brand, ενώ οι επισκέπτες μπορούν να δοκιμάσουν την ποικιλία ζεστών και κρύων ροφημάτων με τα Single Origins του Dimello, αλλά και τα χαρακτηριστικά χαρμάνια του, συμπεριλαμβανομένου του Cento (100% Arabica) και Capri (90% Arabica - 10% Robusta).

Επίσης, στο περίπτερο της εταιρείας οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να δοκιμάσουν τη νέα σειρά αρωματικού καφέ φίλτρου, αλλά και τις κάψουλες αλουμινίου Dimello.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΟΓΚΟΥ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η εταιρεία εξάγει σε 16 χώρες, όπου τα προϊόντα του brand Dimello εμφανίζουν δυναμική ανάπτυξη σε επίπεδο όγκου, αλλά και αυξανόμενη αναγνώριση.

Συγκεκριμένα, στις χώρες αυτές συγκαταλέγονται το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Βουλγαρία, η Σερβία, η Ρουμανία, το Ιράκ, το Ισραήλ-Παλαιστίνη, η Ιορδανία, η Νότια Αφρική, η Κύπρος, το Μπαχρέιν, η Τουρκία, το Ομάν, το Ντουμπάι, η Ισπανία και η Νέα Ζηλανδία.

Η ΝΕΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΤΟ ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ

Η εταιρεία εστιάζει στην επέκταση της παρουσίας της σε υποσχόμενες αγορές για τον τομέα του καφέ.

Όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily στις 7/3, η εταιρεία, θέλοντας να ενισχύσει την παρουσία του brand Dimello στην περιοχή Benelux (Ολλανδία, Βέλγιο, Λουξεμβούργο) εντός του επόμενου εξαμήνου, θα λειτουργήσει νέα εταιρεία με έδρα το Άμστερνταμ.

