



27.01.2022 Τεύχος #38



Κίνα: Τα Top 8 Market Trends για το 2022



**Extroversion  
News**

Powered by



**GREAT EXHIBITIONS**



Τουρκία: αύξηση κατά 73,3% στις εξαγωγές στην Ελλάδα



Οι εξαγωγές της Ινδίας αυξάνονται παρά τις προκλήσεις του COVID-19 τον Απρίλιο-Δεκέμβριο του 2021

# Τουρκία: αύξηση κατά 73,3% στις εξαγωγές στην Ελλάδα

**Η 5η Σύνοδος της Μικτής Οικονομικής Επιτροπής Τουρκίας-Ελλάδας πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα στην προεδρία του υπουργού Εμπορίου Μουσταφά Τουτζτζού και του υφυπουργού Εξωτερικών της Ελλάδας για την Οικονομική Διπλωματία και Εξωστρέφεια Κώστα Φραγκογιάννη.**

Στην κοινή γραπτή ανακοίνωση που εξεδόθη μετά το πέρας της συνόδου έγινε αναφορά στις εμπορικές και οικονομικές σχέσεις που αυξήθηκαν ανάμεσα στην Τουρκία και την Ελλάδα το 2021 και σημειώθηκε πως

η σύνοδος που διοργανώθηκε για την διατήρηση της προόδου που επιτεύχθηκε στο πεδίο αυτό και την αύξηση των δυνατοτήτων συνεργασίας θα διαδραματίσει ένα σημαντικό ρόλο.

Στο Πρωτόκολλο της 5ης Μικτής Οικονομικής Επιτροπής που υπογράφηκε μετά το πέρας των συνομιλιών, αποτυπώθηκαν οι διμερείς εμπορικές σχέσεις, οι αμοιβαίες επενδύσεις, τα επίκαιρα εμπορικά θέματα με την Ευρωπαϊκή Ένωση καθώς επίσης και οι δυνατότητες οικονομικής και τεχνικής συνεργασίας σε πολλούς τομείς και κυρίως της ενέργειας, του τουρισμού, της γεωργίας, των τελωνείων, των μεταφορών, που συζητήθηκαν κατά τις επαφές.

Ο όγκος των εμπορικών συναλλαγών ανάμεσα στην Τουρκία και την Ελλάδα το 2021 αυξήθηκε κατά 69,2% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος και ανήλθε στα 5,2 δισεκατομμύρια δολάρια.

Οι εξαγωγές της Τουρκίας προς την Ελλάδα το 2021 σημείωσαν αύξηση κατά 73,3%. Η Τουρκία παρουσίασε εμπορικό πλεόνασμα περίπου 1 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Ο όγκος των εμπορικών συναλλαγών των δυο χωρών τριπλασιάστηκε από το 2005.



# Ελληνογερμανικό Επιμελητήριο: Διοργάνωση Ελληνικού Ομαδικού Περιπτέρου στη Διεθνή Έκθεση Τροφίμων & Ποτών, ANUFOOD Brazil 2022

**Ελληνικό Ομαδικό Περίπτερο διοργανώνει το Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο στη Διεθνή Έκθεση Τροφίμων και Ποτών, ANUFOOD Brazil 2022 του Εκθεσιακού Οργανισμού της Κολωνίας, η οποία θα λάβει χώρα από τις 12 έως τις 14 Απριλίου 2022, στο Σάο Πάολο της Βραζιλίας, μετά την πραγματοποίηση της κορυφαίας Διεθνούς Έκθεσης Τροφίμων και Ποτών, Anuga 2021 τον Οκτώβριο.**

Όσοι συμμετάσχουν στο Ελληνικό Ομαδικό Περίπτερο της ANUFOOD Brazil 2022, θα έχουν τη δυνατότητα να προβάλλουν τα προϊόντα τους σε μία αγορά **212 εκατ. καταναλωτών**, καθώς και στις αγορές των άλλων χωρών της Λατινικής Αμερικής.

Η Βραζιλία **προσφέρεται** για τα ελληνικά ποιοτικά τρόφιμα διότι:

- ✓ Οι Βραζιλιάνοι καταναλωτές προτιμούν τα εισαγόμενα ευρωπαϊκά προϊόντα.
- ✓ Οι 37.700 βραζιλιάνικες βιομηχανίες τροφίμων εισάγουν πολλές από τις πρώτες ύλες τους για να ανταποκριθούν στην τεράστια εσωτερική κατανάλωση (10 δισ. δολάρια το 2016).
- ✓ Υπάρχει υψηλή ζήτηση για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

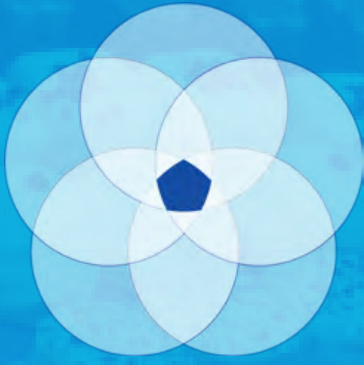
- ✓ Ο κλάδος τροφίμων και ποτών στη Βραζιλία είχε ανάπτυξη 12,8% το 2020, αποτελώντας το 10,5% του ΑΕΠ, ενώ ο κλάδος των οργανικών τροφίμων κατέγραψε ανάπτυξη 30% την ίδια χρονιά.
- ✓ Στη χώρα λειτουργούν περί τα 91.000 super markets, τα οποία επισκέπτονται καθημερινά 28 εκατ. καταναλωτές.
- ✓ Στην ANUFOOD Brazil θα προβληθούν 600+ brands προϊόντων σε 20.000 μ<sup>2</sup>. Την έκθεση αναμένεται να επισκεφθούν περισσότεροι από 15.000 επαγγελματίες εισαγωγείς και έμποροι από όλη τη Λατινική Αμερική.

Κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης θα εφαρμοσθούν όλα τα ενδεικνυόμενα **μέτρα προστασίας** κατά του Covid-19, ενώ σημειώνεται ότι στην Περιφέρεια Σάο Πάολο το ποσοστό εμβολιασμού ενηλίκων έχει ξεπεράσει το 90% και σε όλη τη Βραζιλία πλησιάζει το 70%.

Οι ενδιαφερόμενες εταιρίες έχουν **προθεσμία** να δηλώσουν συμμετοχή στο Ελληνικό Ομαδικό Περίπτερο της ANUFOOD Brazil, μέχρι 10 Φεβρουαρίου 2022, στο e-mail: [y.patsiavos@ahk.com.gr](mailto:y.patsiavos@ahk.com.gr).

Για **περισσότερες πληροφορίες**, κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να απευθύνεται στο Ελληνογερμανικό Επιμελητήριο, στο τηλ. 210 64 19 027 και στο e-mail: [koelnmesse@ahk.com.gr](mailto:koelnmesse@ahk.com.gr) ή να ανατρέχει στην ειδική ιστοσελίδα του Επιμελητηρίου για τις εκθέσεις [www.german-fairs.gr](http://www.german-fairs.gr).



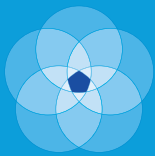


# Extroversion News

Powered by



**GREAT EXHIBITIONS**



# Extroversion News

Powered by



GREAT EXHIBITIONS

## Εκθέσεις 2022 - Τι μέλλει γενέσθαι;

**«Όταν ο κόσμος σταματάει, εσύ συνέχισε να προχωράς!» Το σλόγκαν θα χαιρετίσει δεκάδες χιλιάδες εργολάβους, αντιπροσώπους και διανομείς της κατασκευαστικής βιομηχανίας, που έχουν πληρώσει έως και 600 \$ ο καθένας για να παρακολουθήσουν την εμπορική έκθεση World of Concrete αυτόν το μήνα στο Las Vegas - εκτός εάν η παραλλαγή Omicron του κορονοϊού αναγκάσει σε ακύρωση της τελευταίας στιγμής.**

Το πόσες εταιρικές εκθέσεις μπορούν να συνεχίσουν τη νέα χρονιά είναι για άλλη μια φορά αμφίβολο. Ακριβώς τη στιγμή που τα στελέχη των επιχειρήσεων άρχισαν επιτέλους να προετοιμάζονται για τη συμμετοχή τους σε εκθέσεις μετά από μήνες περιορισμών, το στέλεχος του Covid-19, που εξαπλώνεται γρήγορα, έχει προκαλέσει ακόμη έναν γύρο αναβολών.

Στο ExCeL, έναν χώρο στο Ανατολικό Λονδίνο, η έκθεση τεχνολογίας εκπαίδευσης Bett, η εκδήλωση στον τομέα των τυχερών παιχνιδιών ICE και η έκθεση γυαλιών 100% Optical - όλα αυτά υποτίθεται ότι θα είναι διαθέσιμα σε εκδηλώσεις στους αντίστοιχους τομείς τους στις αρχές του τρέχοντος έτους - αναβλήθηκαν. Εν τω μεταξύ, ορισμένοι εκθέτες αποσύρθηκαν από τις εκθέσεις που συνεχίζονται. Το Amazon, το Meta και το Twitter είναι μεταξύ πολλών τεχνολογικών ομάδων που αποσύρθηκαν από τις συμμετοχές τους στο Consumer Electronics Show (CES), αν και οι διοργανωτές είναι αποφασισμένοι να συνεχίσουν την εκδήλωση, η οποία πρόκειται να ξεκινήσει αυτή την εβδομάδα, επίσης στο Las Vegas.

**Έχοντας επιζήσει από προηγούμενους περιορισμούς και ακυρώσεις που προκλήθηκαν από τον κορονοϊό, τα στελέχη που βρίσκονται πίσω από μερικές από τις μεγαλύτερες εμπορικές εκθέσεις στον κόσμο προσπαθούν να τοποθετήσουν τις εταιρείες τους σε τέτοια θέση, ώστε να επωφεληθούν μόλις υποχωρήσει τελικά η πανδημία.**





«Ουσιαστικά, προγραμματίζουμε, επαναπρογραμματίζουμε, διαπραγματευόμαστε, επαναδιαπραγματευόμαστε κάθε τρεις μήνες για σχεδόν δύο χρόνια», δήλωσε ο Stephen Carter, διευθύνων σύμβουλος της Informa, ενός εκ των μεγαλύτερων διοργανωτών εμπορικών εκθέσεων στον κόσμο. «Ήταν πολύ απαιτητικό για τις ομάδες μας και ήταν αρκετά απαιτητικό για τις σχέσεις μας με τους πελάτες και τους συνεργάτες μας.» Ακόμα κι έτσι, πρόσθεσε: «Οι πελάτες έχουν παραμείνει πολύ αφοσιωμένοι στη συμμετοχή τους – όταν είναι σε θέση». Ο Carter είναι τόσο σίγουρος για τις προοπτικές του, που έχει προσδιορίσει τις διά ζώσης εκθέσεις ως έναν από τους τομείς προτεραιότητας της Informa για επέκταση - παράλληλα με τις ακαδημαϊκές εκδόσεις.

Αυτόν τον μήνα, ο χρηματιστηριακός δείκτης FTSE 100 παρουσίασε τα σχέδιά του για την πώληση ενός χαρτοφυλακίου δεδομένων και περιουσιακών στοιχείων συμβουλευτικών υπηρεσιών και εκδοτικών οίκων, που εκτιμάται ότι ανέρχονται σε τουλάχιστον 1,7 δισ. £. Ένα μέρος των κεφαλαίων αυτών τα διανέμει στη χρηματοδότηση του κλάδου των εκδηλώσεων και εκθέσεων. Οι επενδυτές παραμένουν επιφυλακτικοί. Οι μετοχές της Informa είναι σχεδόν 40% χαμηλότερες από ό,τι ήταν στις αρχές του 2020, ενώ η εισηγμένη στο Παρίσι GL Events υποχωρεί 25% την ίδια περίοδο και η Emerald Holding στη Νέα Υόρκη 62%. Ωστόσο, πριν από την εμφάνιση της Omicron υπήρχαν ενθαρρυντικά σημάδια για τον τομέα ότι οι κουρασμένοι από το Zoom εκπρόσωποι επιθυμούσαν να επιστρέψουν στις διά ζώσης εκθέσεις.

Τα στοιχεία από το Κέντρο Έρευνας της Εκθεσιακής Βιομηχανίας (CEIR) δείχνουν ότι τα ποσοστά ακύρωσης μεταξύ των εμπορικών εκθέσεων στις ΗΠΑ βελτιώθηκαν από 98% το δεύτερο εξάμηνο του 2020 σε 19% το τρίτο τρίμηνο του 2021.

Παρά το αργό ξεκίνημα του έτους και τις επίμονες ανησυχίες για τον κορονοϊό, το CEIR εκτιμά ότι 15,3 εκατομμύρια άνθρωποι παρακολούθησαν τέτοιες εκδηλώσεις στις ΗΠΑ το 2021 – αριθμός υπερδιπλάσιος από το προηγούμενο έτος, αν και

λιγότερο από τα μισά επίπεδα προ της πανδημίας. «Αυτή η απότομη αλλαγή αποδεικνύει ότι το μοντέλο είναι ισχυρό», δήλωσε ο Paul Thandi, διευθύνων σύμβουλος του NEC Group, ιδιοκτήτης του Εθνικού Εκθεσιακού Κέντρου του Ηνωμένου Βασιλείου στο Μπέρμιγχαμ. Ωστόσο, πρόσθεσε, από την εξάπλωση της Omicron «οι εκθέτες έχουν γίνει πιο συντηρητικοί για τη συμμετοχή τους σε εκθέσεις, ενώ», συμπλήρωσε, «είναι επιφυλακτικοί με το να ξοδέψουν χιλιάδες σε περίπτερα, έξοδα προσωπικού και άλλα βοηθήματα».

**Οι εκδηλώσεις που πρόκειται να πραγματοποιηθούν στο NEC το νέο έτος και οι οποίες έχουν επαναπρογραμματιστεί περιλαμβάνουν τη Lamma, μια έκθεση γεωργικών μηχανημάτων δημοφιλή στους αγρότες. Παρά τις εκτεταμένες ακυρώσεις, λίγοι διοργανωτές μεγάλων εκδηλώσεων μέχρι στιγμής έχουν αντιμετωπίσει σοβαρές οικονομικές δυσκολίες, εν μέρει επειδή οι μητρικές τους εταιρείες έχουν συμφέροντα σε άλλους τομείς, που δεν έχουν πληγεί τόσο σοβαρά από την πανδημία.**

Μια εξαίρεση είναι η Comexposium, με έδρα το Παρίσι, η οποία πέρασε μεγάλο μέρος του περασμένου έτους σε μια «διαδικασία εξασφάλισης», αν και αποχώρησε από αυτήν τον Οκτώβριο, αφού οι μέτοχοι προχώρησαν σε AMK 110 εκατομμυρίων ευρώ.

Κάποιοι άλλοι διοργανωτές ζήτησαν μετρητά από τους μετόχους κατά την έναρξη της πανδημίας, βοηθώντας τους να ξεπεράσουν την καταιγίδα. Η Informa συγκέντρωσε 1 δισ. £ σε μια AMK πέρυσι, που ισοδυναμεί με περίπου το 20% του προηγούμενου μετοχικού της κεφαλαίου.

Τα προγράμματα απόλυσης και άλλες μορφές κρατικής υποστήριξης ήταν σανίδες σωτηρίας. Σε περιπτώσεις όπου οι αρχές επέβαλαν περιορισμούς αποτρέποντας τη διεξαγωγή γεγονότων, η ασφάλιση ήταν επίσης κρίσιμη, παρά το περιορισμένο εύρος κάλυψης.

Οι πληρωμές ασφάλισης, αξίας περίπου 65 εκατομμυρίων λιρών, βοήθησαν τη Hyne, μια άλλη διοργανώτρια



εκδηλώσεων, εισηγμένη στο χρηματιστήριο του Λονδίνου, να επιστρέψει έως τα τέλη Σεπτεμβρίου στα κέρδη του προηγούμενου έτους.

Η πίεση στις ταμειακές ροές των διοργανωτών ήταν επίσης λιγότερο έντονη από ό,τι θα ήταν διαφορετικά, καθώς οι εκθέτες συνήθως πλήρωναν προκαταβολικά, δήλωσε ο Dan Assor, σύμβουλος του κλάδου εκδηλώσεων. Πρόσθεσε ότι κατά κάποιο τρόπο είναι οι υπερβολάβοι - συχνά μικρότερες εταιρείες που παρέχουν εξοπλισμό, από εγκαταστάσεις φωτισμού μέχρι γραφεία εγγραφής καθώς και υλικοτεχνική υποστήριξη -, που έχουν πληγεί περισσότερο. «Η αλυσίδα εφοδιασμού έχει αποδεκατιστεί», είπε ο Assor. «Πολλοί ελεύθεροι επαγγελματίες έχουν εξαφανιστεί». Όπως και σε άλλους κλάδους, που έχουν πληγεί από τον κορονοϊό, τα στελέχη αναμένουν ότι ορισμένες αλλαγές θα αποδειχθούν μακροχρόνιες.

Ο Mark Shashoua, διευθύνων σύμβουλος της Hyve, δήλωσε ότι περιμένει μια καθοδική πορεία των μικρότερων εμπορικών εκθέσεων. Ακόμη και πριν από την πανδημία, είπε, υπήρχε μια «βαρυτική έλξη» προς το μεγαλύτερο γεγονός σε οποιονδήποτε κλάδο - μια τάση που η πανδημία είχε απλώς επιταχύνει. «Εάν η εκδήλωση και ο κλάδος ήταν σε ανοδική θέση πριν από τον Covid, θα ανακάμψει πολύ γρήγορα», είπε. «Αν ήταν έκθεση ή γεγονός δεύτερης ή τρίτης κατηγορίας, δεν ανακάμπτει».

Εταιρείες, όπως η Informa, προσπαθούν να εκμεταλλευτούν πληρέστερα τα δεδομένα που δημιουργούνται από τέτοια γεγονότα. Εδώ και καιρό ενθαρρύνουν τους αντιπροσώπους να χρησιμοποιούν εξειδικευμένες εφαρμογές, ωστόσο οι πρόσφατες απαιτήσεις υγείας και ασφάλειας έχουν κάνει υποχρεωτική την ηλεκτρονική εγγραφή σε ορισμένες περιπτώσεις. Οι διοργανωτές προσπαθούν να πουλήσουν στους συμμετέχοντες περισσότερες σχετικές ψηφιακές

υπηρεσίες, όπως αντιστοίχιση αντιπροσώπων για B2B συναντήσεις και αναλύσεις μετά την εκδήλωση. Ωστόσο, σε αντίθεση με τα συνέδρια, ή τουλάχιστον τις δια ζώσης συναντήσεις που τις στηρίζουν, οι εμπορικές εκθέσεις δεν μπορούν να αναδημιουργηθούν εύκολα στο διαδίκτυο. Είναι δύσκολο να νιώσεις τα υφάσματα, όπως στην επίδειξη μόδας του Pure London, ή να γευτείς προϊόντα, όπως στη διεθνή έκθεση τροφίμων Sial Paris. «Δεν μπορείτε να αντικαταστήσετε τις συναντήσεις πρόσωπο με πρόσωπο», είπε ο Assor, προσθέτοντας ότι οι εκθέσεις διευκολύνουν το εμπόριο από τη Μεγάλη Έκθεση του Λονδίνου το 1851.

Ο Chris Skeith, Διευθύνων Σύμβουλος της Ένωσης Διοργανωτών Εκθέσεων του Ηνωμένου Βασιλείου, είπε ότι το παιχνίδι παραμένει απλό. «Παρατηρείτε τον παλμό για όλα όσα συμβαίνουν στον κλάδο σας - όλοι οι ανταγωνιστές, οι πελάτες, οι προμηθευτές σας βρίσκονται σε ένα μέρος τη φορά. Είναι ένας απίστευτα αποτελεσματικός τρόπος επιχειρηματικής δραστηριότητας».

### **Τέλος για τα Ελληνικά εκθεσιακά δρώμενα, ο Υπουργός Ανάπτυξης & Επενδύσεων κ. Άδωνις Γεωργιάδης, κατά την επίσκεψή του στην έκθεση ΠΑΡΟΥΣΙΕΣ, ΛΑΪΚΗ ΤΕΧΝΗ-ΤΕΧΝΗΜΑ δήλωσε:**

“Είμαι εξαιρετικά ευτυχής που οι εκθέσεις διεξάγονται κανονικά και το ακόμα πιο ευχάριστο είναι ότι γίνονται και με μεγάλη επιτυχία. Η έκθεση στο Metropolitan Expo, είχε πολύ μεγάλη προσέλευση και πολύ μεγάλη κίνηση για τους συμμετέχοντες εμπόρους, κάτι που δείχνει ότι οι έμποροι είναι καλό να επενδύουν στις εμπορικές εκθέσεις, οι οποίες το 2022 θα αναγεννηθούν.”

#### **Πηγές:**

1. Alistair Gray, "Trade show organizers remain bullish despite Omicron blow", *Financial Times*
2. Auma website, *German Trade shows*
3. "CES 2022: More firms cancel in-person appearances", *BBC*
4. "Challenges of the Post-Corona Era - The New Ecosystem of Events", *GCB website*

# Extroversion

Extroversion News powered by Great Exhibitions

## Comexposium - Sial Network

Η Comexposium είναι ένας από τους κορυφαίους διοργανωτές εκδηλώσεων σε όλο τον κόσμο.

Σε παγκόσμιο επίπεδο φιλοξενεί περισσότερες από 135 εκδηλώσεις B2B και B2B2C, σε περισσότερες από 30 χώρες, με 3,5 εκατομμύρια επισκέπτες και 48.000 εκθέτες ετησίως. Η Comexposium, διοργανώτρια των εκθέσεων Sial, επιστρέφει δυναμικά το 2022, με 7 καθιερωμένες εκθέσεις, 3 νέα εκθεσιακά δρώμενα και 4 κλαδικά shows! Μέσα σε αυτά επιστρέφει και η Sial Paris, 15 - 19 Οκτωβρίου, στο Parc Expo Villepinte.



7 ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ			3 ΝΕΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ 2022	

ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ ΕΚΘΕΣΕΩΝ SIAL 2022									
S2 2021			S1 2022			S2 2022			
Dec	March	April	May	Sept	Oct	Nov	Dec		

## Η ISM επιστρέφει μετά από 1 χρόνο αποχής!

Η ISM, η ηγέτιδα έκθεση στον κλάδο των γλυκών & των σνακ, επιστρέφει στην Κολωνία, 30 Ιανουαρίου με 2 Φεβρουαρίου. Δημιουργήστε νέες επαφές, ανακαλύψτε τάσεις, ανταλλάξτε ιδέες: Τα παραπάνω αλλά και πολλά περισσότερα είναι όσα έχουν ανάγκη την ISM σε πόλο έλξης για κάθε εταιρεία του κλάδου.

Κάθε χρόνο, οι κατασκευαστές και οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων των μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών παγκοσμίως συναντώνται στην κορυφαία εμπορική έκθεση στον κόσμο για γλυκά και σνακ, τον μόνο τόπο,





όπου βιομηχανία και λιανικό εμπόριο 'συνομιλούν' με τόσο στοχευμένο τρόπο. Ως η σημαντικότερη επιχειρηματική πλατφόρμα του κλάδου, η ISM παρέχει το ιδανικό περιβάλλον για να κερδίσετε νέους πελάτες και να επεκτείνετε τις επαφές σας.

Η ISM 2022 θα πραγματοποιηθεί υβριδικά. Εκθέτες και επισκέπτες έχουν πρόσβαση στην ψηφιακή πλατφόρμα ISM @home. Το περίπτερο θα ενισχυθεί με νέα ψηφιακά μέσα παρουσίασης των προϊόντων και περισσότερες πληροφορίες για τους πελάτες, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στους εκθέτες να επικοινωνήσουν με περισσότερους τρόπους με δυνητικούς αγοραστές.

## Κεντρικά στοιχεία της ISM

Και το 2022 στο επίκεντρο της ISM βρίσκεται η σοκολάτα, τα προϊόντα σοκολάτας, τα ζαχαροπλαστικά προϊόντα, τα μπισκότα, τα σνακ, τα παγωτά και οι πάστες. Ποικίλα προϊόντα από εκθέτες από περισσότερες από 75 χώρες παρέχουν στους εμπορικούς επισκέπτες μια ολοκληρωμένη εικόνα της αγοράς. Τα παραπάνω υποστηρίζονται από ένα ελκυστικό πρόγραμμα εκδηλώσεων και ειδικών παρουσιάσεων για τις προϊόντικές τάσεις. Δεν πρέπει να χάσετε τα ακόλουθα highlights:

## Trends και οργανικά σνακ

- Ειδικός εκθεσιακός χώρος στην αίθουσα 5.2
- Γευσιγνωσία σνακ και ειδικός δειγματισμός για τους επισκέπτες
- Σνακ φρούτων και λαχανικών, μπάρες, προϊόντα χωρίς πρόσθετα, ακατέργαστα προϊόντα

## Trend Court@ISM

- Οι τελευταίες τάσεις στην αίθουσα 5.2
- Νέες εταιρείες στη Start-up Area
- Ειδική εκδήλωση «Sweet Trends», που παρουσιάζεται από την Innova Market Insights.

## Οι καλύτερες χειροποίητες δημιουργίες

- Εξειδικευμένο τμήμα λιανικής στην αίθουσα 5.2
- Επιχειρήσεις μικρής παραγωγής
- Χειροποίητες σπασαλιτέ
- Μπάρες σοκολάτας, σοκολάτες, μπισκότα τσαγιού κ.λπ.

## Προβολές νέων προϊόντων

- Οι κορυφαίες καινοτομίες της ISM στη νέα μας αίθουσα 1
- Ειδική εκδήλωση για συμπληρωματικά προϊόντα
- Βραβείο για τις καλύτερες και πλέον καινοτόμες συσκευασίες

Διαβάστε [εδώ](#) όσα πρέπει να ξέρετε σχετικά με τους επισκέπτες, τους εκθέτες αλλά και τη συμμετοχή της Great Exhibitions.





## Export News

# Ιράν: Οι εξαγωγές γαρίδων εκτροφής ανέρχονται σε 150 εκατομμύρια δολάρια σε 10 μήνες

**Οι εξαγωγές γαρίδων εκτροφής του Ιράν ανήλθαν σε 150 εκατομμύρια δολάρια από την αρχή του τρέχοντος ιρανικού ημερολογιακού έτους (21 Μαρτίου 2021), ανακοίνωσε αξιωματούχος του υπουργείου Γεωργίας.**

Ο Morteza Afrasiabi είπε ότι 57.800 τόνοι γαρίδες εκτρέφονταν σε 14.034 εκτάρια υδατοκαλλιέργειών κατά τη διάρκεια της εν λόγω χρονικής περιόδου, περίπου το 75-80% των οποίων εξήχθη στην ευρωπαϊκή, την ασιατική και την περιφερειακή αγορά.

Ονόμασε την Τουρκία, το Ιράκ, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα (ΗΑΕ), την Κίνα, την Ισπανία και τη Γαλλία ως μερικούς από τους προορισμούς εξαγωγής των εκτρεφόμενων γαρίδων του Ιράν κατά την αναφερόμενη χρονική περίοδο και είπε ότι η Κίνα και τα ΗΑΕ βρίσκονται στην κορυφή της λίστας.

Τον περασμένο Αύγουστο, αξιωματούχος της Οργάνωσης Αλιείας του Ιράν (IFO) ανακοίνωσε ότι η έκταση εκτροφής γαρίδας στη χώρα έχει αυξηθεί κατά 12 τοις εκατό κατά το τρέχον ιρανικό ημερολογιακό έτος.

Ο Isa Golshahi, γενικός διευθυντής του IFO για τη βελτίωση της ποιότητας, την επεξεργασία και την ανάπτυξη της αγοράς, είπε ότι η έκταση που καλλιεργείται η γαρίδα έχει φτάσει τα 13.607 εκτάρια

περίπου με αύξηση περίπου 12 τοις εκατό σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

Δήλωσε ότι η υψηλότερη έκταση εκτροφής γαρίδας ανήκει στην επαρχία Μπουσέρ (στα νοτιοδυτικά της χώρας), προσθέτοντας ότι η έκταση καλλιέργειας γαρίδας σε αυτή την επαρχία είναι περίπου 6.053 εκτάρια.

Ο αξιωματούχος δήλωσε επίσης ότι η συνεργασία με τους σχετικούς οργανισμούς όπως τα εμπορικά επιμελητήρια, ο Οργανισμός Προώθησης Εμπορίου (ΤΡΟ) και το Υπουργείο Εξωτερικών, καθώς και οι στενές πλέον επαφές με τον μη κυβερνητικό τομέα για το άνοιγμα νέων αγορών στη διεθνή σκηνή, είναι μερικά από τα θέματα στην ατζέντα της IFO.

Τα τελευταία δύο χρόνια, οι προσπάθειες της Ένωσης Παραγωγής και Εμπορίου Υδάτων του Ιράν και του μη κυβερνητικού τομέα οδήγησαν στην προσθήκη αγορών σε χώρες όπως το Ομάν και η Μαλαισία στις εξαγωγικές αγορές-στόχους του Ιράν σε αυτόν τον τομέα.

Η αλιευτική παραγωγή έχει αυξηθεί αισθητά στο Ιράν τα τελευταία χρόνια. Απολαμβάνοντας υψηλή ποιότητα, τα αλιευτικά προϊόντα του Ιράν πωλούνταν εύκολα στις εξαγωγικές αγορές, ενώ ορισμένοι νέοι εξαγωγικοί προορισμοί υποδέχτηκαν αυτά τα προϊόντα τα τελευταία δύο χρόνια καθώς νέες αγορές, συμπεριλαμβανομένης της Κίνας, της Νότιας Κορέας και των χωρών της Ευρασιατικής Ένωσης.

# Οι εξαγωγές της Ινδίας αυξάνονται παρά τις προκλήσεις του COVID-19 τον Απρίλιο-Δεκέμβριο του 2021

**Οι εξαγωγές ειδών μηχανικής, κλωστοϋφαντουργίας και εμπορευμάτων της Ινδίας αυξήθηκαν κατά την περίοδο από τον Απρίλιο έως τον Δεκέμβριο του περασμένου έτους.**

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία που δημοσίευσε το Υπουργείο Εμπορίου και Βιομηχανίας της Ινδίας, οι εξαγωγές ειδών μηχανικής κατέγραψαν εκπληκτική αύξηση 54%, φθάνοντας στα 81,8 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ κατά την αναφερόμενη περίοδο, σε σύγκριση με 52,9 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ ένα χρόνο νωρίτερα.

Ο κλάδος των ειδών μηχανικής περιλαμβάνει μεταλλικά προϊόντα, βιομηχανικά μηχανήματα και εξοπλισμό, αυτοκίνητα και τα εξαρτήματά τους, εξοπλισμό μεταφοράς, ποδήλατα, ιατρικές συσκευές και ανανεώσιμο εξοπλισμό.

«Ο κλάδος πρόκειται να ξεπεράσει σημαντικά τις συνολικές εξαγωγές των 76,62 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ το τελευταίο οικονομικό έτος παρά την πανδημία COVID-19», ανέφερε το υπουργείο σε δήλωση τη Δευτέρα.

Οι πέντε κορυφαίοι εξαγωγικοί προορισμοί για τα είδη μηχανικής της Ινδίας ήταν οι Ηνωμένες Πολιτείες (14,7%), η Κίνα (5,8%), τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα (5,1%), η Ιταλία (4%) και η Γερμανία (3,4%).

Ο τομέας των ειδών μηχανικής αποτελεί το μεγαλύτερο, πάνω από 27%, μερίδιο των συνολικών εξαγωγών της Ινδίας, σύμφωνα με την ομοσπονδιακή κυβέρνηση.

Τον Δεκέμβριο οι εξαγωγές ειδών μηχανικής έφθασαν τα 9,79 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, σημειώνοντας αύξηση 38,4 τοις εκατό έναντι 7,07 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ που καταγράφηκαν τον Δεκέμβριο του 2020.

Οι εξαγωγές κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων αυξήθηκαν κατά 41% τον Απρίλιο-Δεκέμβριο του 2021



A. Sakthivel, Πρόεδρος του Συμβουλίου Προώθησης Εξαγωγών Ενδυμάτων (AEPC)

σε ετήσια βάση. Ενθουσιασμένη από την απότομη άνοδο των εξαγωγών κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, η ινδική κυβέρνηση δήλωσε ότι «η ανάπτυξη σηματοδοτεί μια οικονομική ανάκαμψη».

Η κυβέρνηση είπε ότι το οικονομικό έτος 2020-21 που έληξε τον περασμένο Μάρτιο υπήρξε επιβράδυνση στις εξαγωγές κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων λόγω της πανδημίας που διέκοψε την αλυσίδα εφοδιασμού και τη ζήτηση.

«Ωστόσο, τα σημάδια ανάκαμψης είναι ορατά το 2021-22. Κατά τη διάρκεια Απριλίου-Δεκεμβρίου 2021, οι συνολικές εξαγωγές κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και ένδυσης, συμπεριλαμβανομένων των εξαγωγών χειροτεχνίας ήταν 29,8 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ σε σύγκριση με 21,2 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ για την ίδια περίοδο πέρυσι», ανέφερε.

Εξάλλου, η Ινδία είδε τις εξαγωγές εμπορευμάτων να απολαμβάνουν εκπληκτική άνοδο κατά τον μήνα Δεκέμβριο. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία που εκδόθηκαν νωρίτερα αυτόν τον μήνα, οι εξαγωγές εμπορευμάτων της Ινδίας τον Δεκέμβριο ανήλθαν συνολικά σε 37,29 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, που χαρακτηρίζονται ως το «υψηλότερο μηνιαίο επίτευγμα ποτέ».

Ο Πρόεδρος του Συμβουλίου Προώθησης Εξαγωγών Ενδυμάτων (AEPC) **A.Sakthivel** δήλωσε ότι η άνοδος των εξαγωγών εμπορευμάτων ήταν αποτέλεσμα της «ισχυρής ζήτησης» για ινδικά ενδύματα παγκοσμίως.

«Τα ινδικά ρούχα έχουν επίσης ανακάμψει. Οι εξαγωγές τους πρώτους εννέα μήνες αυτού του οικονομικού έτους ήταν 35 τοις εκατό υψηλότερες από 8,22 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ τον Απρίλιο-Δεκέμβριο 2020. Αυτό συμβαίνει παρά το γεγονός ότι οι τοπικοί περιορισμοί επηρέασαν τις δραστηριότητες το πρώτο τρίμηνο κατά το δεύτερο κύμα της πανδημίας. Οι εξαγωγείς ενδυμάτων τα έχουν πάει εξαιρετικά καλά παρά τις προκλήσεις», είπε.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο της AEPC, η Ινδία έχει ένα ταχέως αναπτυσσόμενο δίκτυο παραγγελιών από μάρκες και αγοραστές σε όλο τον κόσμο. «Είμαι βέβαιος ότι λόγω των ισχυρών συνθηκών ζήτησης, οι εξαγωγές ινδικών ενδυμάτων θα δουν επίσης ιστορικά υψηλά σύντομα τους επόμενους μήνες», είπε.

### Γεωργία: Έτοιμη για εξαγωγές σαλιγκαριών παραγωγής της

Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, τα σαλιγκάρια χρησιμοποιούνται στη βιομηχανία τροφίμων. Υπάρχει σημαντική ζήτηση για το προϊόν και η Γεωργία θεωρείται ιδανική τοποθεσία για παραγωγή λόγω καιρικών συνθηκών.

Επί του παρόντος, τα σαλιγκάρια παράγονται σε περίπου 50 φάρμες σε ολόκληρη τη Γεωργία.

Η παραγωγή σαλιγκαριών είναι μια ελκυστική αγορά λόγω της υψηλής ζήτησης, των χαμηλών απαιτούμενων εισροών και των κερδοφόρων αποδόσεων.

Οι γεωργοί αγρότες μπορούν να ξεκινήσουν με μόλις μισό εκτάριο γης και να πουλήσουν ένα κιλό προϊόντων για περισσότερα από 10 GEL στην ευρωπαϊκή αγορά.

10 Georgian Lari (GEL) = 2,89€



### Η Ινδονησία εφαρμόζει αυστηρότερους κανόνες στις εξαγωγές φοινικέλαιου

Η Ινδονησία, ο μεγαλύτερος παραγωγός και εξαγωγέας ακατέργαστου φοινικέλαιου (CPO) στον κόσμο, ξεκίνησε τη Δευτέρα την εφαρμογή ενός αυστηρότερου κανόνα για τις εξαγωγές CPO ως μια προσπάθεια να ελέγξει την άνοδο των εγχώριων τιμών μαγειρικού λαδιού.

Σύμφωνα με τον νέο κανόνα, ο οποίος θα εφαρμοστεί στους επόμενους έξι μήνες, οι εξαγωγείς φοινικελαίου υποχρεούνται να δηλώσουν ποσότητα CPO, εξευγενισμένη, λευκασμένη και αποσμημένη (RBD) Palm Olein και χρησιμοποιημένο μαγειρικό λάδι (UCO) έχουν πουλήσει ή σκοπεύουν να πωλούν στην εγχώρια αγορά προκειμένου να λάβουν άδειες εξαγωγής τους.

Οι εξαγωγείς οφείλουν επίσης να παρουσιάσουν τα συμβόλαια πωλήσεών τους, τα οποία περιλαμβάνουν τα σχέδια εξαγωγών και εγχώριων πωλήσεών τους για έξι μήνες αργότερα.

Εάν αποτύχουν να εκπληρώσουν τις απαιτήσεις, το ινδονησιακό Υπουργείο Εμπορίου θα κρατήσει τα έγγραφα έγκρισης εξαγωγών και δε θα μπορούν πλέον να εξάγουν, δήλωσε στους δημοσιογράφους τη Δευτέρα ο Γενικός Διευθυντής Διεθνούς Εμπορίου του υπουργείου, Indrasari Wisnu Wardhana.

Πριν από τον νέο κανόνα, οι εξαγωγείς έπρεπε να υποβάλλουν τελωνειακές διασαφήσεις μόνο για τις αποστολές.

Αυτός ο νέο προσωρινό μέτρο ισχύει για όλους τους εξαγωγείς φοινικελαίου, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που δεν έχουν προμηθεύσει ποτέ τις εγχώριες αγορές στο παρελθόν και δεν συνδέονται με παραγωγούς μαγειρικού λαδιού.

Το υπουργείο προσπαθεί επί του παρόντος να μειώσει τις τιμές του μαγειρικού λαδιού, οι οποίες έχουν αυξηθεί περίπου κατά 40 τοις εκατό από πέρυσι, μετά την άνοδο των παγκόσμιων τιμών του φοινικέλαιου.



### Κίνα: Οι εισαγωγές και οι εξαγωγές της κινεζικής επαρχίας Shanxi αυξήθηκαν κατά 48,3% το 2021

Οι εισαγωγές και οι εξαγωγές της επαρχίας Shanxi της Βόρειας Κίνας αυξήθηκαν κατά 48,3 τοις εκατό δηλαδή πάνω από 223 δισεκατομμύρια γιουάν (35,3 δισεκατομμύρια δολάρια) το 2021, ανακοίνωσε την Τετάρτη το Τελωνείο Ταϊγιουάν.

Πέρυσι, οι εξαγωγές της Shanxi έφτασαν τα 136,6 δισεκατομμύρια γιουάν, αυξημένες κατά 56,3%, ενώ οι εισαγωγές της ανήλθαν συνολικά σε 86,4 δισεκατομμύρια γιουάν, αυξημένες κατά 37,1 τοις εκατό σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Τα τελωνειακά στοιχεία έδειξαν ότι τόσο οι ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και οι επιχειρήσεις με ξένες επενδύσεις είχαν εξαιρετική απόδοση πέρυσι, με τις εισαγωγές και τις εξαγωγές τους να φτάνουν σχεδόν τα 79 δισεκατομμύρια γιουάν και σχεδόν τα 106,3 δισεκατομμύρια γιουάν αντίστοιχα, αυξημένες κατά 121,5 τοις εκατό και 22 τοις εκατό.

Το 2021, οι τρεις κύριοι εμπορικοί εταίροι της επαρχίας Shanxi ήταν οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Ένωση Εθνών της Νοτιοανατολικής Ασίας (ASEAN) και η Ιαπωνία. Οι εισαγωγές και οι εξαγωγές μεταξύ της επαρχίας και των χωρών κατά μήκος του Belt and Road αυξήθηκαν στα 49,6 δισεκατομμύρια γιουάν, αυξημένες κατά 43,2% σε σύγκριση με το 2020.

Ο όγκος του εμπορίου μεταξύ της επαρχίας και των κρατών μελών της Περιφερειακής Συνολικής Οικονομικής Συνεργασίας (RCEP) έφτασε τα 68,8 δισεκατομμύρια γιουάν, αυξημένος κατά 76,1 τοις εκατό και αντιπροσωπεύει το 30,8 τοις εκατό των συνολικών εισαγωγών και εξαγωγών της επαρχίας.

1 Chinese Yuan = 0.14 Euro

### Οι εξαγωγές αυτοκινήτων της Ταϊλάνδης θα φτάσουν το 1 εκατομμύριο μονάδες το 2022

Οι εξαγωγές αυτοκινήτων της Ταϊλάνδης αναμένεται να αυξηθούν κατά 4,54 % σε ετήσια βάση το 2022 για να φτάσουν το 1 εκατομμύριο μονάδες, σύμφωνα με την Ομοσπονδία Ταϊλανδικών Βιομηχανιών (FTI).

Η FTI ανέμενε ότι η παραγωγή αυτοκινήτων της χώρας θα αυξηθεί κατά 6,78% από το 2021 σε 1,8 εκατομμύρια μονάδες φέτος.

Ωστόσο, ο Surarong Paisitpatanarong, αντιπρόεδρος και εκπρόσωπος του FTI, δήλωσε ότι το FTI εξακολουθεί

να ανησυχεί για τον αντίκτυπο της συνεχιζόμενης πανδημίας COVID-19 που μπορεί να συνεχίσει να επιβαρύνει την οικονομική ανάκαμψη τόσο στην Ταϊλάνδη όσο και σε όλο τον κόσμο.

Είπε επίσης ότι εάν η παγκόσμια έλλειψη ημιαγωγών δεν μπορεί να διευθετηθεί, ενδέχεται η αυτοκινητοβιομηχανία της Ταϊλάνδης να χάσει τον στόχο της τόσο στην παραγωγή όσο και στην εξαγωγή.

Όσον αφορά την κατασκευή μοτοσυκλετών, η FTI εκτίμησε μια αύξηση από έτος σε έτος για το 2022 σε 12,31%, κυρίως λόγω της συνολικής βελτίωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων στη χώρα της Νοτιοανατολικής Ασίας. Η πρόβλεψη της ανέφερε τη συνολική παραγωγή μοτοσυκλετών φέτος σε 2 εκατομμύρια μονάδες.



Surarong Paisitpatanarong, αντιπρόεδρος και εκπρόσωπος Ομοσπονδίας Ταϊλανδικών Βιομηχανιών (FTI)



Prof. Dr. Dr. h.c. Clemens Fuest

### IFO: Αισιόδοξοι οι Γερμανοί εξαγωγείς

Με σχεδόν όλες τις βιομηχανίες να αναμένουν ανάπτυξη, όπως δήλωσε χθες το οικονομικό ινστιτούτο Ifo, το ηθικό μεταξύ των Γερμανών εξαγωγέων αναπτερώθηκε σημαντικά τον Ιανουάριο.

Το βαρόμετρο του Ifo για τις εξαγωγικές προσδοκίες αυξήθηκε στις 17,4 μονάδες τον Ιανουάριο, από 12,9 μονάδες τον Δεκέμβριο, αγγίζοντας το υψηλότερο επίπεδό του από τον Σεπτέμβριο του περασμένου έτους.

«Η γερμανική μεταποίηση ξεκινά τη χρονιά με αισιόδοξη διάθεση», δήλωσε ο πρόεδρος του Ifo, Κλέμενς Φουεστ, σε δήλωσή.

**SPECIAL REPORT<sup>®</sup>**

## **Κίνα: Τα Top 8 Market Trends για το 2022**





## Special Report

# Κίνα: Τα Top 8 Market Trends για το 2022

**Οι Κινέζοι καταναλωτές τροφίμων και ποτών τροποποίησαν την συμπεριφορά τους, το 2021, δίδοντας ιδιαίτερη προσοχή σε προϊόντα που ενισχύουν το αίσθημα ευεξίας τους, λόγω των συνεχιζόμενων επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19. Στο πλαίσιο αυτής της μεταβολής, ενισχύθηκε ο ανταγωνισμός μεταξύ των συναφών εταιρειών, καθώς οι εταιρείες προσπαθούσαν να προσελκύσουν την προσοχή των καταναλωτών.**

Αν και η κινεζική αγορά τροφίμων και ποτών φαίνεται να έχει καταστεί πιο δυναμική και πιο περίπλοκη από ποτέ, εξετάζοντας τα στοιχεία του 2021, διαφαίνονται οι κάτωθι καταναλωτικές τάσεις, οι οποίες εκτιμάται ότι θα συνεχιστούν και το 2022.

## 1. Φυτικά προϊόντα.

Το 2021, τα φυτικά τρόφιμα υπήρξαν ιδιαίτερα δημοφιλή, συνεπώς εκτιμάται ότι, και το 2022, θα συνεχιστεί η ανοδική τους τάση.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, στην Κίνα, σε αντίθεση με άλλες χώρες, το φυτικό γάλα είναι πιο δημοφιλές από το φυτικό κρέας, καθώς καλύπτει το 60% της αγοράς, έναντι 30% που καλύπτει το φυτικό κρέας. Οι περισσότεροι Κινέζοι καταναλωτές φαίνεται να δοκιμάζουν φυτικό

κρέας λόγω περιέργειας, ενώ το φυτικό γάλα έχει γίνει τμήμα της καθημερινότητας ορισμένων καταναλωτών, με συνέπεια το ποσοστό επαναγοράς του να είναι πολύ υψηλότερο από εκείνο του φυτικού κρέατος. Σύμφωνα με την «Έκθεση Ανάλυσης της Ζήτησης της Αγοράς και των Σχεδιαζόμενων Επενδύσεων στον τομέα Φυτικών Πρωτεϊνικών Ροφημάτων της Κίνας, για την περίοδο 2020-2025», του κινεζικού Ερευνητικού Ιδρύματος Qianzhan, ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης του κινεζικού τομέα φυτικού γάλακτος, το προσεχές χρονικό διάστημα, αναμένεται να είναι υψηλότερος του 20%, ενώ το μέγεθος της συναφούς αγοράς αναμένεται να αγγίξει τα 300 δισ. RMB (~€ 41,5 δισ.), έως το 2025.

Το πιο δημοφιλές φυτικό γάλα, στην Κίνα, είναι το γάλα βρώμης, οι πωλήσεις των οποίων αυξήθηκαν κατά 212%, το 2021. Στην αγορά δραστηριοποιούνται διεθνείς εμπορικές επωνυμίες, όπως η σουηδική «OATLY», μεγάλες κινεζικές γαλακτοβιομηχανίες, όπως οι «Mengniu» και «Yili», αλλά και αναδυόμενες κινεζικές εμπορικές επωνυμίες, όπως οι «oatoat» και «OAKIDOKI». Λαμβάνοντας υπ' όψιν την ταχέως αυξανόμενη ζήτηση και προώθηση των αντίστοιχων προϊόντων από μεγάλες επιχειρήσεις, η κατηγορία των φυτικών προϊόντων εκτιμάται ότι θα καταγράψει ιδιαίτερα θετικά αποτελέσματα, το 2022.

## 2. Παιδικά σνακ

Από την στιγμή που οι κινεζικές Αρχές ξεκίνησαν την εφαρμογή της πολιτικής τριών παιδιών και δημοσίευσε τα επίσημα εθνικά πρότυπα για τα παιδικά

σνακ, σημειώθηκε πολύ εντυπωσιακή ανάπτυξη της συναφούς αγοράς. Ειδικότερα, τόσο το 2020, όσο και το 2021, ο ρυθμός ανάπτυξης των πωλήσεων υπερέβη το 60%, τόσο το 2020, όσο και το 2021, ενώ το μέγεθος της αγοράς αναμένεται να αγγίξει τα 100 δισ. RMB (~€ 13,8 δισ.), το 2022.

Κατά την διετία 2020-2021, αρκετές κινεζικές εταιρείες τροφίμων μεγάλου μεγέθους, όπως π.χ. οι «Three Squirrels», «Be & Cheery», «Mengniu», «BESTORE» κλπ., εισήλθαν στην αγορά, με στόχο την ικανοποίηση της συνεχώς αυξανόμενης ζήτησης. Ορισμένες εξ αυτών, παρουσιάζοντας καινοτόμα προϊόντα, κατάφεραν να σημειώσουν πολύ υψηλές πωλήσεις, όπως π.χ. η «Three Squirrels» με το «Deer Blue», οι πωλήσεις του οποίου, μόλις πενήντα πέντε (55) ημέρες μετά την είσοδό του στην αγορά άγγιξε το 1 εκ. RMB (~€ 138.500), με ποσοστό επαναγοράς, ύψους 35%. Το 2021, το ως άνω προϊόν διατήρησε την δημοτικότητά του, με συνέπεια οι πωλήσεις του, κατά το διάστημα Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2021, να αγγίξουν τα 332 εκ. RMB (~€ 42,9 εκ.). Άλλο ένα παράδειγμα είναι το προϊόν «Xiaoshixian» της «BESTORE» το οποίο, περίπου ένα (1) έτος μετά την είσοδό του στην αγορά, άγγιξε πωλήσεις 408 εκ. RMB, εντυπωσιακό αποτέλεσμα για ένα νέο προϊόν.

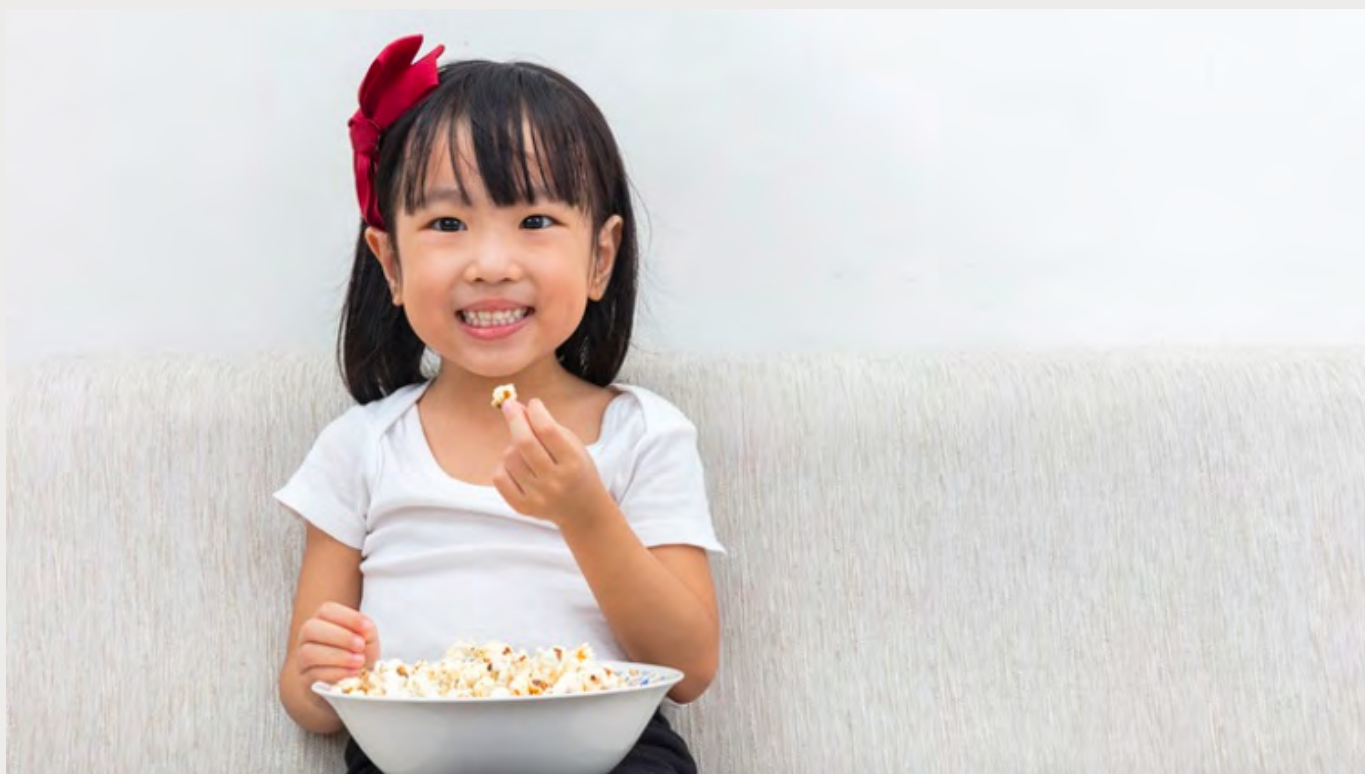
Σημειώνεται ότι, κατά την ημέρα εμπορικών προσφορών «11.11», η αγορά σημείωσε σημαντική ανάπτυξη 300% σε ετήσια βάση. Η εξαιρετική απόδοση της συγκεκριμένης κατηγορίας τροφίμων προσέλκυσε, όπως ήταν φυσικό, και επενδυτές καθώς, το 2021, υλοποιήσεις επενδύσεις σε τουλάχιστον εννέα (9) αναδυόμενα προϊόντα, ορισμένα εκ των οποίων, μάλιστα, έτυχαν χρηματοδότησης περισσότερες από μία φορές.

Μέχρι τούδε, δεν έχει καταγραφεί κάποιο προϊόν που να κατέχει ηγετική θέση. Παρόλα αυτά, δεδομένου του υψηλού επενδυτικού ενδιαφέροντος και της αυξανόμενης ζήτησης, εκτιμάται ότι τούτο θα συμβεί σχετικά σύντομα.

### 3. Υγιεινά σνακ

Καθώς οι καταναλωτές τροφίμων και ποτών δίνουν ολοένα και μεγαλύτερη προσοχή στην υγεία τους, πολλές επιχειρήσεις προωθούν τις υγιεινές πτυχές των προϊόντων τους, προκειμένου να αυξήσουν τις πωλήσεις τους. Παρόμοια τακτική ακολούθησαν και αρκετές επιχειρήσεις παραγωγής σνακ. Σύμφωνα με μελέτη της βρετανικής εταιρείας ερευνών αγοράς «Mintel», το 72% των καταναλωτών, παγκοσμίως, θα μπορούσαν να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα για την αγορά σνακ με υγιεινότερα συστατικά. Επίσης, σε έρευνα της συναφούς αμερικανικής εταιρείας «Grand View Research», εκτιμάται ότι η αξία της παγκόσμιας αγοράς υγιεινών σνακ θα αγγίξει τα \$ 32,99 δισ., έως το 2025, με σύνθετο ρυθμό ετήσιας ανάπτυξης 5,2%. Μάλιστα, τα σνακ υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνη και τα σνακ χωρίς ζάχαρη φαίνεται να προσελκύουν περισσότερο τους καταναλωτές.

Στην Κίνα, τα υγιεινά σνακ αποτελούν έναν από τους πιο δημοφιλείς τομείς της βιομηχανίας σνακ, όσον αφορά στην προσέλκυση επενδύσεων. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα αποτελεί η αναδυόμενη «Sharkfit», το πιο επιτυχημένο προϊόν της οποίας είναι το στιγμιαίο στήθος κοτόπουλου. Ο λόγος που έτυχε διπλής χρηματοδότησης, εντός του 2021, είναι το γεγονός ότι οι επενδυτές εμπιστεύθηκαν την εξαιρετική απόδοσή της





στην αγορά. Ειδικότερα, κατά την διάρκεια της ημέρας προσφορών «618» του 2021, οι πωλήσεις της «Sharkfit» στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου «Tmall» αυξήθηκαν κατά 142%, στην συναφή πλατφόρμα «Pinduoduo» κατά 214%, στα φυσικά σημεία πώλησης κατά 186% και στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου «JD.com», η οποία αποτελεί και τον εμπνευστή της ημέρας «618», αυξήθηκαν κατά 1.717%. Εκτιμάται ότι, το 2021, οι συνολικές πωλήσεις της «Sharkfit» θα αγγίξουν τα 800 εκ. RMB (~€ 104,8 εκ.).

Τα άτομα νεαρής ηλικίας αποτελούν την βασική καταναλωτική δύναμη του τομέα. Όμως, η προσοχή που δίνουν στην ευεξία τους φαίνεται να επηρεάζει, σταδιακά, και γηραιότερους καταναλωτές, γεγονός που οδηγεί στην εκτίμηση ότι, το 2022, θα αυξηθεί σημαντικά η ζήτηση για υγιεινά σνακ.

#### 4. Τυρί

Παρόλο που το τυρί αποτελεί ένα συνηθισμένο γαλακτοκομικό προϊόν σε πολλές δυτικές χώρες, για τους Κινέζους καταναλωτές αποτελεί καινοτόμο προϊόν, καθώς περιέχεται πολύ σπάνια στην κινεζική διατροφή. Τα τελευταία έτη, όμως, οι Κινέζοι γνωρίζουν και σταδιακά αποδέχονται τα τυροκομικά προϊόντα, εν μέρει λόγω της ενεργού προώθησής τους από αναδυόμενες επιχειρήσεις.

Το 2021, η αγορά τυριού παρουσίασε εκρηκτική ανάπτυξη, καθώς οι γνωστές κινεζικές γαλακτοβιομηχανίες μεγάλου μεγέθους «Mengniu» και «Yili» παρουσίασαν νέα προϊόντα, αλλά και νέες επιχειρήσεις έκαναν

την εμφάνισή τους. Στο πλαίσιο αυτό, τα τυροκομικά προϊόντα εισήλθαν στην καθημερινή ζωή πολλών κινεζικών οικογενειών και απετέλεσαν τακτικό σνακ, ειδικότερα για παιδιά.

Μεταξύ των τυροκομικών προϊόντων, οι ράβδοι τυριού θερμοκρασίας δωματίου φαίνεται να είναι η πιο υποσχόμενη, καθώς δεν περιορίζεται από τα μέτρα της κινεζικής κυβέρνησης για τα προϊόντα ψυχρής αλυσίδας, που δυσχεραίνουν την διανομή πολλών τυροκομικών προϊόντων. Μάλιστα, σύμφωνα με την κινεζική χρηματιστηριακή εταιρεία «Everbright Securities», η αξία της αγοράς τυριού αναμένεται να αγγίξει τα 127,3 δισ. RMB (~€ 17,6 δισ.), το 2030, με τα τυριά θερμοκρασίας δωματίου να καλύπτουν 30 δισ. RMB (~€ 4,1 δισ.), αξία κατά 150% μεγαλύτερη από εκείνη των τυριών χαμηλής θερμοκρασίας.

Κατόπιν τούτων, εκτιμάται ότι το 2022 θα αποτελέσει έτος ταχείας ανάπτυξης του τομέα, που θα επιφέρει την παρουσία περισσότερων επιχειρήσεων, την εμπλοκή περισσότερων επενδυτών και την εμφάνιση καινοτόμων νέων προϊόντων.

#### 5. Γάλα για περιορισμένο αγοραστικό κοινό.

Καθώς η καταναλωτική συμπεριφορά των Κινέζων αναβαθμίζεται, διαφοροποιούνται οι απαιτήσεις τους για γαλακτοκομικά προϊόντα, με αποτέλεσμα, ορισμένοι εξ αυτών, να αναζητούν εξειδικευμένα γάλατα, όπως π.χ. το κατσικίσιο γάλα, το γάλα βουβαλιού, το γάλα καμήλας, ακόμα και το γάλα γιακ, επειδή αφενός πρόκειται για καινοτόμα προϊόντα, που ικανοποιούν την περιέργειά



τους, αφετέρου θεωρούν ότι είναι υψηλότερης διατροφικής αξίας, παρόλο που, συνήθως, προσφέρονται σε πιο υψηλές τιμές.

Το ανεπτυγμένο σύστημα ηλεκτρονικού εμπορίου της Κίνας παρέχει στους Κινέζους καταναλωτές εύκολη πρόσβαση σε εξειδικευμένα γάλατα, συμπεριλαμβανομένων εκείνων του εξωτερικού. Μάλιστα, πολλές ξένες επιχειρήσεις κατέχουν ηγετική θέση στην κινεζική αγορά. Το 2021, οι ξένες επιχειρήσεις εξειδικευμένου γάλακτος ενίσχυσαν την πρόσβασή τους στην κινεζική αγορά, μέσω διασυννοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου, με τις περισσότερες να επιτυγχάνουν σημαντικές πωλήσεις. Έτσι, η αξία των πωλήσεων εισαγόμενου φυτικού γάλακτος, μέσω της πλατφόρμας «Tmall Global», αυξήθηκαν κατά 176%, ενώ εκείνη του εισαγόμενου κασιόκισου γάλακτος σε σκόνη αυξήθηκε κατά περισσότερο από 50%. Επίσης, το γάλα καμήλας προέλευσης Ντουμπάι παρουσίασε ιδιαίτερη επιτυχία, αυξάνοντας τις πωλήσεις του κατά 400%, κατά την ημέρα εμπορικών προσφορών «11.11».

Στην Κίνα, τα προϊόντα ανώτερης στάθμης και τα εξειδικευμένα προϊόντα είναι συνήθως δημοφιλή μεταξύ των καταναλωτών των μεγάλων πόλεων. Όμως, δεν ισχύει το ίδιο για το εξειδικευμένο γάλα το οποίο, αν και θεωρείται προϊόν ανώτερης τάξης, προσελκύει μεγάλο ηλικιακό εύρος αγοραστών, γεγονός που καταδεικνύει το ισχυρό δυναμικό του, για το μέλλον.

## 6. «Αεριούχα+»

Αυξανόμενη της προσοχής των καταναλωτών σε θέματα υγείας και ευεξίας, τα παραδοσιακά αεριούχα ποτά χάνουν μερίδιο αγοράς, Όμως, καθώς οι καταναλωτές εξακολουθούν να επιδεικνύουν τάση προς τις αεριούχες γεύσεις, αυξάνονται οι πωλήσεις αεριούχου νερού. Μάλιστα, το «Qianzhan» εκτιμά ότι η αξία της κινεζικής αγοράς αεριούχου νερού θα ανέλθει σε 32 δισ. RMB (~€ 4,4 δισ.), το 2025. Μάλιστα, ήδη, μεγάλες επιχειρήσεις αναψυκτικών, όπως π.χ. οι «Hey Tea», «Coca Cola» και «Pepsi», διαγιγνώσκοντας το έντονο δυναμικό του τομέα, ανέπτυξαν συναφή προϊόντα, ενισχύοντας, με τον τρόπο αυτό, την ποικιλία στην αγορά.

Πλην τούτων, στην αγορά ποτών παρατηρείται ενός είδους «αεριούχος επανάσταση», καθώς πολλές παραδοσιακές επιχειρήσεις ποτών εισήγαγαν στην αγορά εναλλακτικά «αεριούχα+» ποτά, όπως π.χ. αεριούχα ποτά τσαγιού, αεριούχα τονωτικά ποτά, ακόμα και αεριούχα γαλακτοκομικά ποτά. Συνεπώς, εκτιμάται ότι το «αεριούχο+» θα αποτελέσει σημαντικό συστατικό επιτυχίας, στην αγορά ποτών, το 2022.

## 7. Κρασί χαμηλού αλκοολικού βαθμού

Καθώς κατέστη προφανές ότι, οι Κινέζοι καταναλωτές νεαρής ηλικίας προτιμούν το χαμηλού αλκοολικού βαθμού κρασί, οι εταιρείες οινοπνευματωδών ποτών έσπευσαν να ικανοποιήσουν την συναφή ζήτηση. Έτσι, το 2020, η πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου «Tmall»



φιλοξενούσε πάνω από 5.000 κρασιά χαμηλού αλκοολικού βαθμού, μεταξύ των οποίων αφρώδεις οίνοι, μίγματα κρασιού-σόδας, βιοτεχνικές μπύρες και κρασιά από φρούτα. Η εκρηκτική ανάπτυξη του τομέα συνεχίστηκε και το 2021, γεγονός που προσέλκυσε αρκετούς επενδυτές, με αποτέλεσμα να υλοποιηθούν περισσότερες από εβδομήντα (70) επενδύσεις. Μάλιστα, ορισμένες ηγέτιδες επιχειρήσεις, όπως οι «Miss Berry» και «JOJO», έτυχαν αντικείμενο 2-3 επενδύσεων, εντός του 2021.

Η τάση αυτή, όμως, δεν επηρέασε μόνον τις παραδοσιακές επιχειρήσεις κρασιού. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι, η ζυθοποιία «Budweiser» ανακοίνωσε, πρόσφατα, την υλοποίηση επένδυσης στην αναδυόμενη επιχείρηση παραγωγής κρασιού χαμηλού αλκοολικού βαθμού, «Lanzhou». Επίσης, η «China Resources Beer» ανακοίνωσε την πρόθεσή της να διαφοροποιήσει περαιτέρω τα προϊόντα της, προχωρώντας, πλέον της μπύρας, στην παραγωγή αφρώδη οίνου, κρασιού με γιαούρτι και κρασιού χαμηλού αλκοολικού βαθμού. Τέλος, στην αγορά έχουν εισέλθει ακόμα και εταιρείες αναψυκτικών, καθώς, το 2021, η «Coca-Cola China» παρουσίασε τρία κρασιά χαμηλού αλκοολικού βαθμού ιαπωνικού στυλ, το 2021, ενώ η «HEYTEA» ανακοίνωσε την υλοποίηση επένδυσης στην κινεζική επιχείρηση προαναμεμιγμένου κρασιού, «WAT»

Σύμφωνα με έρευνα της ιαπωνικών συμφερόντων κινεζικής χρηματιστηριακής εταιρείας, «Nomura Oriental International Securities Research», η αξία της κινεζικής αγοράς οινοπνευματωδών ποτών χαμηλού αλκοολικού βαθμού αναμένεται να αγγίξει τα 258,3 δισ. RMB, το 2035 (~€ 35,7 δισ.), γεγονός που υποδεικνύει ότι ο ισχυρός ανταγωνισμός που παρατηρείται σήμερα, θα ενισχυθεί στο εγγύς μέλλον, καθώς, προς το παρόν, δεν υπάρχει προϊόν ή επιχείρηση που να κατέχει ηγετική θέση.

## 8. Τρόφιμα ουδέτερου ισοζυγίου άνθρακα

Το 2020, η κινεζική κυβέρνηση ανακοίνωσε την δέσμευσή της για κορύφωση των εκπομπών άνθρακα, έως το 2030 και επίτευξη ουδέτερου ισοζυγίου άνθρακα, έως το 2060. Η βιομηχανία τροφίμων, ως τομέας υψηλής κατανάλωσης ενέργειας και μεγάλου όγκου εκπομπών, αναμένεται να τεθεί στο επίκεντρο των συναφών δράσεων της κυβέρνησης.

Προκειμένου να ακολουθήσουν την κυβερνητική πολιτική και να αναλάβουν την ευθύνη που τους αναλογεί, σε θέματα περιβαλλοντικής προστασίας, οι κινεζικές εταιρείες τροφίμων προέβησαν σε ανάλογες δράσεις, σε διάφορες πτυχές της λειτουργίας τους, από την ανάπτυξη τροφίμων, έως την επεξεργασία και συσκευασία αυτών. Επιχειρήσεις πολύ μεγάλου μεγέθους, όπως οι «Starbucks», «McDonald's» και «Hidilao», ανταγωνίζονται έντονα στον τομέα των φυτικών τροφίμων. Άλλες επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, πιστοποίησαν τις παραγωγικές τους εγκαταστάσεις ως «πράσινα εργοστάσια», γεγονός που σημαίνει ότι χρησιμοποιούν καθαρή ενέργεια και εκμεταλλεύονται ορθολογικά τις πρώτες ύλες τους. Επίσης, γαλακτοκομικές επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, όπως η «Yili» και η «Guangming», έχουν δεσμευθεί να χρησιμοποιούν περισσότερα ανακυκλώσιμα και βιοδιασπώμενα υλικά στην συσκευασία των προϊόντων τους.

Αν και η πορεία προς την επίτευξη ουδέτερου ισοζυγίου του άνθρακα είναι δύσκολη, η αποφασιστικότητα που, τουλάχιστον μέχρι τούδε, επιδεικνύει η κινεζική κυβέρνηση, αναμένεται να επηρεάσει και τις επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών, οι οποίες θα κληθούν να εφαρμόσουν απαρέγκλιτα τις συναφείς κινεζικές πολιτικές.



LET'S  
**EXPORTGREECE**  
THE NEWSLETTER

εξάγουμε Ελλάδα



εγγραφή 

Πληροφορίες / Συνδρομές:  
sales@sayyescomm.gr  
Δελτία Τύπου:  
media@sayyescomm.gr

Τηλέφωνο επικοινωνίας:  
+30 210 22 41 770

Εκδότης:  
**sayes**  
communications 