



# Greece



**SIAL**  
INSPIRE FOOD BUSINESS

Παρίσι, 15 - 19 Οκτωβρίου 2022



Σας καλούμε να  
μας επισκεφθείτε στα  
**Halls 2 | 5A | 5B | 7**



**ENTERPRISE GREECE**  
INVEST & TRADE

RECEPTION, HALL 2, STAND NO. J096



LET'S

εξάγουμε Ελλάδα  
**EXPORTGREECE**

**THE NEWSLETTER**

11.10.2022 Τεύχος #78



Πως η Nulo από την Καλιφόρνια κατάφερε να φτάσει στην κορυφή με πωλήσεις άνω των 100.000 δολαρίων



Η Protofanousi Fruits SA ανοίγει το μεγαλύτερο συσκευαστήριο ακτινιδίων στην Ευρώπη



Συνέργεια Tomra Food με Icoel και η ισχυρή παρουσία στην Ελλάδα



Σουηδία: Κλάδοι ειδικότερου ενδιαφέροντος και επενδύσεων για Ελληνικές επιχειρήσεις



Πύργος Παπαστεργιόπουλος Διευθυντής Πληροφόρησης & Υποστήριξης Επιχειρήσεων του Enterprise Greece

## Educational

# Ολοκληρώθηκε με επιτυχία το 1ο μέρος του Σεμιναρίου «Διαδικασίες Εξαγωγών» που συνδιοργάνωσε το Επιμελητήριο Αρκαδίας με τον Οργανισμό Enterprise Greece

**Την περασμένη Τετάρτη πραγματοποιήθηκε με επιτυχία το πρώτο μέρος του σεμιναρίου "Πως δεν θα χάσω το χρόνο μου και τα λεφτά μου από μία εξαγωγή. Δημιουργία εξαγωγίμου προϊόντος και εξαγωγικές διαδικασίες."**

Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να ενημερωθούν διεξοδικά για όλο το πλέγμα που καθορίζει μια επιτυχημένη εξαγωγική προσπάθεια τόσο η εν δυνάμει εξαγωγείς όσο και οι εξαγωγείς οι οποίοι βρίσκονται στο αρχικό στάδιο της δραστηριότητας τους.

Ο πρόεδρος του Επιμελητηρίου Αρκαδίας κύριος Πάννης Τρουπής αφού καλωσόρισε και ευχαρίστησε τον κύριο Πύργο Παπαστεργιόπουλο και την Enterprise Greece για



Πάννης Τρουπής, Πρόεδρος Επιμελητηρίου Αρκαδίας



την συνδιοργάνωση τόνισε την σημασία διεξαγωγής ενός τέτοιου σεμιναρίου. "Είναι πολύ σημαντικές οι εξαγωγές, όχι μόνο οι πωλήσεις. Γι' αυτό πρέπει να αυξήσουμε το ποσοστό των πωλήσεων μας σε εξαγωγίμο προϊόν".

Δεν παρέλειψε να αναφερθεί στην ουσία της κερδοφορίας μιας επιχείρησης που δεν είναι ο τζίρος αλλά το υγιές παραγόμενο αποτέλεσμα στο τέλος του χρόνου καθώς η κερδοφορία είναι το ζητούμενο πλέον για την δανειοδότηση και επιδότηση των επιχειρήσεων.

Στη συνέχεια ο εισηγητής ο κύριος Γώργος Παπαστεργιάδης Διευθυντής Πληροφόρησης & Υποστήριξης Επιχειρήσεων του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου (Enterprise Greece) παρουσίασε βήμα βήμα την σωστή σειρά που πρέπει να ακολουθηθεί ώστε να δημιουργηθεί ένα εξαγωγίμο προϊόν.

Αναλύθηκαν επίσης πρακτικά ζητήματα και δόθηκαν απαντήσεις σε ερωτήματα καλύπτοντας θέμα όπως:

- ▶ Δημιουργία – κατοχύρωση εμπορικών σημάτων
- ▶ Δημιουργία εξαγωγίμου προϊόντος (design, συσκευασία, πιστοποίηση)
- ▶ Σήμανση προϊόντων – barcode και λοιπά
- ▶ Δημιουργία επικοινωνιακών εργαλείων
- ▶ Τρόποι παράδοσης, τρόποι πληρωμής και ασφαλίσεις φορτίων – πελατών

Το επιμελητήριο Αρκαδίας έχει προγραμματίσει κι άλλα θεματικά σεμινάρια / παρουσιάσεις με στόχο την

ευρύτερη ανάπτυξη των επαγγελματικών δεξιοτήτων. Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε τις εργάσιμες μέρες και ώρες στο 2710 - 227141/2 εσωτ. 6

### Επόμενα Σεμινάρια

- ▶ Τετάρτη 12 Οκτωβρίου στις 5 μ.μ. το 2ο μέρος του σεμιναρίου «Πως δε θα χάσω τον χρόνο μου και τα λεφτά μου από μια εξαγωγή. Δημιουργία Εξαγωγίμου Προϊόντος & Εξαγωγικές Διαδικασίες». Αίθουσα εκδηλώσεων Επιμελητηρίου Αρκαδίας
- ▶ Δευτέρα 17 Οκτωβρίου στις 5 μ.μ. «Οι Εμπορικές Εκθέσεις ως εργαλείο Marketing»

Οδηγός για αποτελεσματική παρουσία και οργάνωση βήμα – βήμα. Αίθουσα εκδηλώσεων Επιμελητηρίου Αρκαδίας

- ▶ Δευτέρα 24 Οκτωβρίου στις 5:30 μμ «Βιώσιμη Παραγωγή Τροφίμων και Χρηματοδοτικά Εργαλεία». Αίθουσα εκδηλώσεων Επιμελητηρίου Αρκαδίας

Πηγή: [parapolitikaargolida](http://parapolitikaargolida)



**ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ  
ΑΡΚΑΔΙΑΣ**

## Top Story

# Η Protofanousi Fruits SA ανοίγει το μεγαλύτερο συσκευαστήριο ακτινιδίων στην Ευρώπη

**Ο Έλληνας παραγωγός-εξαγωγέας Πρωτοφανούσης πρόκειται να ανοίξει το μεγαλύτερο συσκευαστήριο ακτινιδίων στην Ευρώπη στις αρχές Νοεμβρίου. Με στόχο τις νέες εξαγωγές, ο Έλληνας παραγωγός ετοιμάζεται να διαχειριστεί περισσότερους από 20.000 τόνους φρούτων αυτή τη σεζόν.**

Η εταιρεία έχει επενδύσει περίπου 10 εκατομμύρια ευρώ στη νέα εγκατάσταση συσκευασίας και ψυκτικής αποθήκευσης, η οποία έχει κατασκευαστεί ειδικά για να χειρίζεται περισσότερους από 20.000 τόνους ακτινιδίων.

Η Πρωτοφανούσης με έδρα στη Θεσσαλονίκη, την τελευταία δεκαετία, έχει αναπτύξει μια σημαντική θέση στα ελληνικά ακτινίδια, καθώς και στα επιτραπέζια σταφύλια και τα κεράσια – όλα προέρχονται από περιοχές της Βόρειας και Κεντρικής Ελλάδας.

«Η Ελλάδα ήταν πάντα ένας πολύ μεγάλος παραγωγός φρέσκων φρούτων, όμως οι εξαγωγές της ήταν πάντα αρκετά ασημαντες», εξηγεί ο κος Καλλίσης Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας, σε συνέντευξη του στον Chris White, της Fruitnet Media International.

«Στην Πρωτοφανούσης εστιάζουμε στις αγορές του εξωτερικού όπου εδώ και πολλά χρόνια, θεωρούμαστε ως ο καλύτερος προμηθευτής φρέσκων φρούτων υψηλής ποιότητας», ενώ δηλώνει πως «η δημιουργία της νέας μονάδας καθιστά την Ελλάδα ακόμα πιο ασφαλή προορισμό ως αξιόπιστη πηγή ακτινιδίων».

Η επένδυση των 10 εκατομμυρίων ευρώ στη νέα εγκατάσταση συσκευασίας και αποθήκευσης ακτινιδίων ενισχύει αυτή τη στρατηγική. Η νέα σειρά συσκευασίας διαθέτει μονάδα μεγέθους 12 λωρίδων και είναι



Γιώργος Καλλίσης, Εμπορικός Διευθυντής PROTOFANOUSI FRUITS SA

εξοπλισμένη με την τελευταία οπτική τεχνολογία για τυχόν ελαττώματα στο χρώμα, στην υφή και κατ' επέκταση στην ποιότητα του προϊόντος.

«Αυτή η νέα εγκατάσταση τριπλασιάζει την ικανότητά μας σε παραγωγή 30 τόνων την ώρα. Σημαίνει ότι μπορούμε να πακετάρουμε πιο αποτελεσματικά ώστε να ανταποκριθούμε σε όλες τις προδιαγραφές των πελατών μας.»

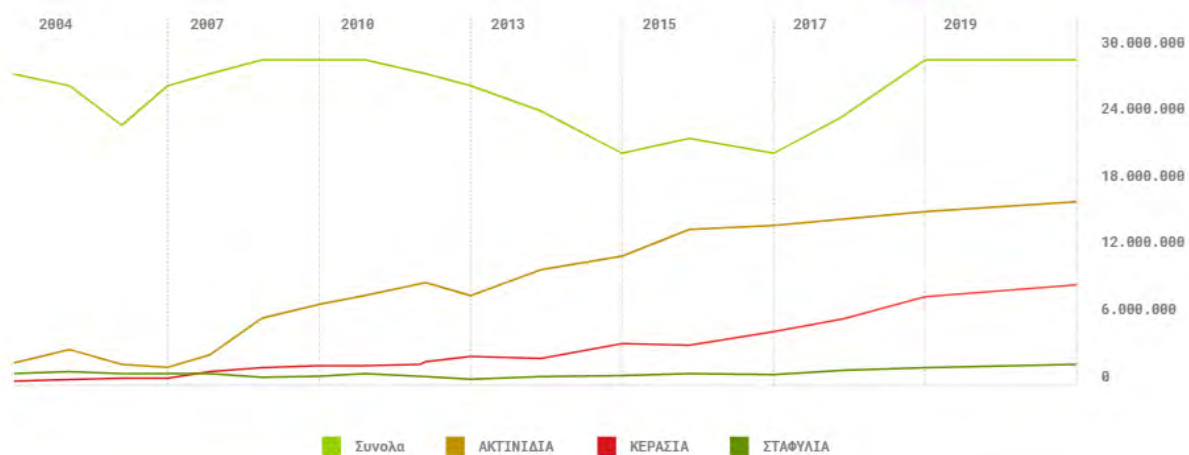
## Διεθνής προοπτική

Ο κ. Καλλίσης μετράει πάνω από 20 χρόνια στην εταιρεία και σε αυτό το διάστημα η συμβολή του ήταν καθοριστική ώστε η "PROTO", να αναζητήσει νέες αγορές εκτός Ευρώπης. Αυτές οι εξαγωγικές πωλήσεις παίζουν πλέον πολύ σημαντικό ρόλο στο εμπορικό μοντέλο της εταιρείας.

«Η ισχύς του δολαρίου σημαίνει ότι υπάρχει ακόμη μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα ακτινίδια μας στη Βόρεια Αμερική αυτή τη σεζόν», λέει, «και προσβλέπουμε επίσης σε περισσότερες εξαγωγές και στη νοτιοανατολική Ασία».

Στα σχέδια της εταιρείας είναι να καλλιεργήσει περισσότερα κίτρινα ακτινίδια στο μέλλον. Η Zespri\* την επέλεξε ως έναν από τους τρεις συνεργάτες στην

ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΦΡΟΥΤΩΝ ΣΕ ΤΟΝΟΥΣ



Ελλάδα για την ανάπτυξη της Sungold και αυτό στάθηκε η αφορμή για να μπουν στα άμεσα σχέδια τους νέες καλλιέργειες με κίτρινες ποικιλίες.

«Υπάρχει μεγάλη δυνατότητα για το κίτρινο ακτινίδιο», λέει ο κ. Καλλίτσης, όμως θα φυτέψουμε και άλλες ποικιλίες για να διασφαλίσουμε ότι μπορούμε να καλύψουμε τη ζήτηση».

*\*Η Zespri ανήκει και διαχειρίζεται από χιλιάδες καλλιεργητές της Νέας Ζηλανδίας. Οι καλλιεργητές με αυτό τον τρόπο βγάζουν τα προς το ζην, ενώ συμβάλλουν στην τοπική οικονομία, καθώς έχουν ένα σημαντικό ρόλο στη διατροφή των ανθρώπων παγκοσμίως, παρέχοντας ένα υγιές, θρεπτικό φρούτο.*



## Πάνω από τα επίπεδα του 2019, η επιθυμία για διακοπές κρουαζιέρας

**Η Διεθνής Ένωση Εταιρειών Κρουαζιέρας (CLIA), ο κορυφαίος θεσμικός φορέας για την παγκόσμια κοινότητα της κρουαζιέρας, δημοσίευσε νέα στοιχεία έρευνας καταναλωτών που δείχνουν ότι η επιθυμία για ταξίδια κρουαζιέρας είναι πλέον μεγαλύτερη από ό,τι το 2019.**

Επιπλέον, οι θετικές απόψεις των καταναλωτών για τη σημασία που αποδίδει ο κλάδος στη βιωσιμότητα – τόσο στα περιβαλλοντικά θέματα όσο και στο θέμα του βιώσιμου τουρισμού– έχει επίσης αυξηθεί.

Τα στοιχεία αυτά προκύπτουν από διεθνή έρευνα σε δείγμα 4.000 παραθεριστών από όλο τον κόσμο, που διεξήχθη σε βασικές αγορές για την κρουαζιέρα, όπως Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Καναδά και Αυστραλία.

Από τους ταξιδιώτες κρουαζιέρας που ερωτήθηκαν αυτό το καλοκαίρι, το 84% δήλωσε ότι σκοπεύει να κάνει κρουαζιέρα ξανά (αύξηση 5% σε σχέση με το 2019), ενώ μεταξύ αυτών που δεν έχουν κάνει ποτέ κρουαζιέρα, το 67% δηλώνει ανοικτό σε αυτό το είδος διακοπών.

Το πιο ενθουσιώδες κοινό σε ό,τι αφορά την πρόθεση να επαναλάβει ένα ταξίδι κρουαζιέρας είναι οι νεαροί ταξιδιώτες, με το 86% της γενιάς των Gen X και το 88% των Millennial να δηλώνουν ότι θα ξανακάνουν κρουαζιέρα. Τα ίδια ποσοστά GenX και Millennial θα συνιστούσαν στην οικογένεια και τους φίλους τους να κάνουν διακοπές κρουαζιέρας.

«Μετά την πτώση που προκάλεσε η πανδημία, ο κλάδος ανακάμπτει σταθερά και η πρόβλεψη είναι ότι το 2023 θα ξεπεράσει τα προ-πανδημικά μεγέθη. Σε αυτό έχει βοηθήσει σημαντικά και η δέσμευση του κλάδου στη βιωσιμότητα, τόσο στα περιβαλλοντικά θέματα όσο και στο θέμα του βιώσιμου τουρισμού, σε συνεργασία με



Μαρία Δεληγιάννη, Διευθύντρια για την Ανατολική Μεσόγειο της CLIA

τους προορισμούς», δήλωσε εκ μέρους της CLIA η Μαρία Δεληγιάννη, Διευθύντρια για την Ανατολική Μεσόγειο, στο πλαίσιο του Adriatic Sea Forum που πραγματοποιείται στο Μπάρι. «Η βελτίωση των επιδόσεων σε αυτόν τον τομέα είναι σημαντική τόσο για τη διατήρηση των υφιστάμενων επιβατών και για την προσέλκυση νέων, ειδικά μεταξύ της νεότερης γενιάς.

Και αυτό προκύπτει, επίσης, από την έρευνά μας, η οποία δείχνει ότι ένας αυξανόμενος αριθμός ταξιδιωτών βλέπει θετικά τη δέσμευση του κλάδου της κρουαζιέρας στο στόχο της βιωσιμότητας, με το 51% του δείγματος (αύξηση 9% από πέρυσι) να λέει ότι ο κλάδος είναι πρωτοπόρος στον υπεύθυνο τουρισμό», πρόσθεσε η ίδια.

Οι προορισμοί κρουαζιέρας έχουν σημαντικά οφέλη από το οικονομικό αποτύπωμα του τουρισμού, που ξεπερνά την ίδια την κρουαζιέρα, όπως προκύπτει από την έρευνα της CLIA.

Μεταξύ των επιβατών κρουαζιέρας, το 69% πραγματοποίησε τουλάχιστον μία διανυκτέρευση στην περιοχή του λιμανιού πριν από την επιβίβαση στο κρουαζιερόπλοιο και το 43% παρέτεινε τη διαμονή του κατά δύο ή περισσότερες νύχτες πριν από την κρουαζιέρα, με την πλειοψηφία αυτών των ταξιδιωτών να επιλέγουν τοπικά ξενοδοχεία για τη διαμονή τους.

Δεν είναι τυχαίο ότι το 60% των διεθνών ταξιδιωτών που ερωτήθηκαν δήλωσαν ότι αργότερα επέστρεψαν σε έναν προορισμό που είχαν επισκεφθεί για πρώτη φορά με κρουαζιέρα.



«Ο κλάδος της κρουαζιέρας αναγνωρίζει τη σημασία της δέσμευσης και της συνεργασίας με τις τοπικές κοινότητες και τους τοπικούς εταίρους ως μέρος της δέσμευσής της για βιώσιμο τουρισμό στην Αδριατική», τόνισε η κα Δεληγιάννη και πρόσθεσε: «Εργαζόμαστε για να επιτύχουμε μηδενικές εκπομπές άνθρακα έως το 2050 και πρέπει να συνεργαστούμε με φορείς και τοπικές αρχές για να επιτύχουμε τις συλλογικές μας φιλοδοξίες.

Στην Αδριατική και στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου η CLIA έχει μια μακροχρόνια συνεργασία με το Ντουμπρόβνικ της Κροατίας και πρόσφατα με την Πάλμα της Ισπανίας, ενώ έχει επίσης συνεργαστεί με τις πόλεις και τα λιμάνια της Κέρκυρας και του Ηρακλείου στην Ελλάδα για τον αειφόρο τουρισμό και για να εξασφαλίσει την προστασία αυτών των σημαντικών προορισμών».

«Συνεχίζουμε να θεωρούμε επιτακτική αυτή τη στενή σχέση συνεργασίας με τους προορισμούς. Ο διάλογος του κλάδου της κρουαζιέρας με τα λιμάνια και τους προορισμούς

είναι κομβικής σημασίας για εμάς και κατανοούμε ότι κάθε προορισμός είναι μοναδικός και πρέπει να αντιμετωπίζεται διαφορετικά.

Συνεργαζόμαστε μαζί τους για να εντοπίσουμε και να συμφωνήσουμε σε λύσεις που ταιριάζουν στις εκάστοτε περιστάσεις, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης νέων εκδρομών και περιηγήσεων στην ξηρά και του ανοίγματος νέων προορισμών.

Και πιστεύουμε, πραγματικά, ότι η περιοχή της Αδριατικής έχει μεγάλες δυνατότητες για την ανάπτυξη νέων προορισμών κρουαζιέρας», κατέληξε η κα Δεληγιάννη.





## Συνέργεια Tomra Food με Icoel και η ισχυρή παρουσία στην Ελλάδα

**Η Tomra Food υπέγραψε συμφωνία με τον Ιταλό ειδικό σε μηχανήματα Icoel, καθιστώντας την ως έναν ολοκληρωμένο επιχειρηματικό εταίρο για την Ευρώπη και συνεργάτη στις λύσεις συσκευασίας φρούτων.**

Σε κοινή τους συνέντευξη δήλωσαν ότι η νέα σχέση θα αξιοποιήσει τις sinέργειες των δύο επιχειρήσεων για την ενίσχυση των πωλήσεων, των υπηρεσιών και της υποστήριξης που παρέχονται στους πελάτες τους.

Η Icoel σχεδιάζει και κατασκευάζει εξοπλισμό χειρισμού, επεξεργασίας και συσκευασίας φρούτων, για άδειασμα κάδων και κιβωτίων, επεξεργασία, χειροκίνητη συσκευασία, αυτόματα κιβώτια, συστήματα πλήρωσης κάδων και χειρισμό κάδων. Τα μηχανήματα τόσο της

Tomra Food όσο και της Icoel χρησιμοποιούνται συχνά από τα ίδια εργοστάσια επεξεργασίας και συσκευασίας, ιδιαίτερα στην Ευρώπη.

Ο Paul Slupecki, επικεφαλής παγκόσμιων πωλήσεων της Tomra Fresh Food, δήλωσε: «Αυτό αφορά τον πελάτη. Τόσο η Tomra Food όσο και η Icoel έχουν μια κουλτούρα πελατοκεντρικότητας και αμφότερες αναγνωρίζουν την ευκαιρία να ενισχύσουν την υποστήριξη πελατών συνεργαζόμενοι.

«Τώρα που η Icoel είναι επιχειρηματικός εταίρος που έχει ενσωματωθεί στην Tomra, ακολουθούμε τις ίδιες διαδικασίες και μοιραζόμαστε πληροφορίες και πόρους.

«Οι πωλήσεις πελατών και η εξυπηρέτηση του εξοπλισμού και των δύο εταιρειών θα προέρχονται πλέον από μία πηγή, διευκολύνοντας τη ζωή των



Bruno Stravato και Paul Slupecki

πελατών παρέχοντας ένα «ενιαίο κατάστημα». Αυτή η συμμαχία θα δώσει επίσης στην Tomra Food και στην Icoel μεγαλύτερη δύναμη πυρός κατά την εκτέλεση μεγάλων έργων».

Ο Bruno Stravato, γενικός διευθυντής της Icoel, σχολίασε: «Οι λύσεις της Icoel ενσωματώνονται με τις λύσεις της Tomra και αυτό είναι σημαντικό επειδή πολλές περισσότερες εφαρμογές επεξεργασίας συνδέονται.

«Η στενότερη ενοποίηση είναι κάτι που θέλουν οι πελάτες μας και αυτό θα μας επιτρέπει να βελτιώσουμε την ποιότητα των λύσεων και των υπηρεσιών που παρέχουμε.

## Ισχυρή παρουσία και στην Ελλάδα

Οι πελάτες που χρησιμοποιούν εξοπλισμό Tomra Food και Icoel θα λάβουν μία πλήρη, ολοκληρωμένη υπηρεσία και για τις δύο μάρκες, είτε από μηχανικό Tomra είτε από μηχανικό Icoel. Για να διευκολύνει αυτή τη νέα ρύθμιση, η Tomra Food επεκτείνει την ομάδα της και ορισμένες λειτουργίες της Tomra ενσωματώνονται στην Icoel.

«Η κοινή εστίαση της Icoel και της Tomra θα είναι αρχικά στην Ευρώπη, στην Ιταλία, την Τουρκία και ειδικά στην Ελλάδα, όπου η Icoel είναι ισχυρή. Μακροπρόθεσμα, αναμένουμε να επεκταθούμε σε άλλες αγορές σε όλο τον κόσμο».

Ως μέρος της προσπάθειας της Tomra Food να συνεργαστεί ακόμη πιο στενά με τους πελάτες και να προσφέρει λύσεις που είναι ακόμη πιο εξειδικευμένες, οι δραστηριότητες πωλήσεων και υπηρεσιών της

επιχειρηματικής περιοχής Tomra Fresh Food είναι πλέον εστιασμένες σε κατηγορίες.

Η ICOEL δραστηριοποιείται στη βιομηχανία φρούτων και λαχανικών για πάνω από σαράντα χρόνια. Ηγετική εταιρεία στο σχεδιασμό, την κατασκευή και την εγκατάσταση ποιοτικών μηχανημάτων και εγκαταστάσεων επεξεργασίας φρούτων και λαχανικών, η ICOEL προσφέρει πλήρως εξατομικευμένες λύσεις για την επιλογή, το διαχωρισμό, την ομοιομορφία και τη συσκευασία των προϊόντων μέσω ενός παγκόσμιου βιομηχανικού μοντέλου.

Η TOMRA Food σχεδιάζει και κατασκευάζει μηχανές διαλογής με βάση αισθητήρες και ολοκληρωμένες λύσεις μετά τη συγκομιδή που μεταμορφώνουν την παγκόσμια παραγωγή τροφίμων για να μεγιστοποιήσουν την ασφάλεια τους και να ελαχιστοποιήσουν απώλειες, διασφαλίζοντας ότι κάθε πόρος μετράει. Η εταιρεία διαθέτει περισσότερες από 12.800 μονάδες εγκατεστημένες σε παραγωγούς τροφίμων, συσκευαστές και μεταποιητές τροφίμων σε όλο τον κόσμο για είδη ζαχαροπλαστικής, φρούτα, αποξηραμένα φρούτα, δημητριακά και σπόρους, πατάτες, πρωτεΐνες, ξηρούς καρπούς και λαχανικά. Αυτές οι λύσεις περιλαμβάνουν προηγμένη τεχνολογία ταξινόμησης, απολέπισης και αναλυτικής τεχνολογίας για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν τις αποδόσεις, να αποκτήσουν λειτουργική αποτελεσματικότητα και να διασφαλίσουν την ασφαλή παροχή τροφίμων. Η TOMRA Food λειτουργεί κέντρα αριστείας, περιφερειακά γραφεία και εγκαταστάσεις παραγωγής στις Ηνωμένες Πολιτείες, την Ευρώπη, τη Νότια Αμερική, την Ασία, την Αφρική και την Αυστραλασία.



# Η στροφή της Ισπανίας στη Δυτική Σαχάρα της κοστίζει εκατομμύρια σε χαμένες εξαγωγές

**Οι αλγερινές κυρώσεις που επιβλήθηκαν μετά την αλλαγή της θέσης της Ισπανίας στη Δυτική Σαχάρα κόστισαν στη Μαδρίτη περισσότερα από 258 εκατομμύρια δολάρια σε έσοδα από εξαγωγές, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της ισπανικής κυβέρνησης, όπως μεταδίδει το Middle East Eye.**

Το Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού της Ισπανίας λέει ότι το τελικό κόστος της κρίσης

μεταξύ των δύο χωρών μπορεί να είναι εκατοντάδες εκατομμύρια δολάρια περισσότερο.

Τον Ιούνιο, η Αλγερία εισήγαγε μια σειρά μέτρων που θα εμπόδιζαν την ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών που δεν σχετίζονται με την ενέργεια, αφού η ισπανική κυβέρνηση του πρωθυπουργού Πέδρο Σάντσεθ ανακοίνωσε ξαφνικά την υποστήριξή της στο σχέδιο αυτονομίας του Μαρόκου για τη Δυτική Σαχάρα.

Το Ραμπάτ, που ελέγχει περίπου το 80% του εδάφους της, προτείνει ένα σχέδιο αυτονομίας υπό τη δική του κυριαρχία.

Πρώην ισπανική αποικία, η Δυτική Σαχάρα διεκδικείται από το Μαρόκο, που τη θεωρεί επικράτειά του, και από το, υποστηριζόμενο από την Αλγερία, μέτωπο Πολισάριο που διεκδικεί την ανεξαρτητοποίησή της ως Αραβική Λαϊκή Δημοκρατία της Σαχάρας.

Η δημοκρατία αναγνωρίζεται σήμερα από 49 χώρες και είναι πλήρες μέλος της Αφρικανικής Ένωσης.

Πηγή: Reuters





## Food for Thought

# Πως η Nulo από την Καλιφόρνια κατάφερε να φτάσει στην κορυφή με πωλήσεις άνω των 100.000 δολαρίων

**Η κορυφαία μάρκα τροφών για κατοικίδια του Michael Landa, Nulo, αναπτυσσόταν ήδη με ταχείς ρυθμούς όταν πούλησε ένα μειοψηφικό μερίδιο της εταιρείας στην εταιρεία ιδιωτικών μετοχών Main Post Partners το 2018.**

Ο Nulo είχε διεκδικήσει τη θέση No. 520 στην Inc. 5000 το 2017, με τριετή ρυθμό αύξησης εσόδων 854 τοις εκατό. Ωστόσο, ο κ. Landa ήθελε να επεκτείνει τις προσφορές προϊόντων, μένοντας πιστός στην ιδέα των ανεξάρτητων καταστημάτων που ήταν αυτά που στην ουσία είχαν συμβάλει στην ταχεία ανάπτυξη της μάρκας.

Για να παραμείνει ανταγωνιστική η εταιρεία του και να διατηρήσει τα ανεξάρτητα καταστήματα αλλά και να επεκταθεί και σε άλλα κανάλια πώλησης, ο Landa δημιούργησε δύο ξεχωριστές σειρές προϊόντων, την ανεξάρτητη αποκλειστική σειρά FreeStyle, χωρίς πρωτεΐνες κοτόπουλου ή αυγού, και το Med-

alSeries, μια σειρά αποκλειστικά για το PetSmart που περιέχει πρωτεΐνες κοτόπουλου.

Η στρατηγική λειτουργήσε, αλλά μαζί με την ταχύτερη ανάπτυξη ήρθε η ανάγκη για θεσμικό κεφάλαιο για να συμβαδίσει με τη ζήτηση των καταναλωτών.

«Όταν επενδύσαμε για πρώτη φορά, η Nulo είχε ένα αρκετά περιορισμένο σύνολο προϊόντων», λέει ο Josh McDowell, της επενδυτικής Main Post. «Επενδύσαμε πολλά στην καινοτομία νέων προϊόντων και διευρύνουμε τις προσφορές τους για να συμπεριλάβουμε πολλά υποπροϊόντα».



Το 2018, ο FDA άρχισε να ερευνά μια πιθανή σχέση μεταξύ της τροφής για σκύλους χωρίς δημητριακά και της καρδιακής νόσου των σκύλων. Όταν οι καταναλωτές άρχισαν να αναζητούν τρόφιμα που να περιέχουν δημητριακά, η Main Post βοήθησε τη Nulo να κυκλοφορήσει δύο νέες σειρές προϊόντων που περιλαμβάνουν δημητριακά, τη σειρά

Frontrunner, που θα πωλούνται σε ανεξάρτητα κανάλια και στο ηλεκτρονικό εμπόριο και τη σειρά Challenger, μια σειρά αποκλειστική για ανεξάρτητους εμπόρους λιανικής.

Η Main Post υποστήριξε επίσης τη στρατηγική της Nulo να προσφέρει διαφορετικά μεγέθη προϊόντων για διαφορετικά κανάλια πωλήσεων, βοηθώντας να κατευνάσει τις ανησυχίες των ιδιοκτητών καταστημάτων που φοβόντουσαν ότι οι πελάτες θα αναζητούσαν φθηνότερες προσφορές για τα ίδια προϊόντα στο διαδίκτυο.

Τα ετήσια έσοδα της Nulo αυξήθηκαν από 68 εκατομμύρια δολάρια το 2018 σε 108 εκατομμύρια δολάρια το 2021. Εκείνο το έτος, η Main Post πούλησε το μερίδιό της, στην εταιρεία ιδιωτικών μετοχών Arax Partners, η οποία υποστήριξε τη συνεχή ανάπτυξη της μάρκας. «Κάθε επενδυτική εταιρεία λέει ότι δεν θα σας εμποδίσει», λέει ο κ. Landa, «αλλά μόνο λίγες ανταποκρίνονται πραγματικά σε αυτό, όπως έκανε η Main Post».



Michael Landa, CEO of Nulo. Photography by Mary Kang



Josh McDowell of Main Post Partners. Photography by Lauren Segal



## Conference News

# Elia Lesvos Confest Η Λέσβος στο επίκεντρο της παγκόσμιας σκηνής για το ελαιόλαδο και την ελιά

**Στις 25 Σεπτεμβρίου πραγματοποιήθηκε το 1ο τριήμερο Διεθνές Συνέδριο για την Ελιά, Elia Lesvos Confest 2022, στο Δημοτικό Θέατρο Μυτιλήνης. Για πρώτη φορά η Λέσβος εντάχθηκε στον Διεθνή Χάρτη των μεγάλων συνεδρίων, που γίνονται κάθε χρόνο σε διάφορα μέρη του κόσμου για το Ελαιόλαδο.**

Μια νέα εποχή για την ελιά στη Λέσβο, στην Ελλάδα, στο ευρύτερο Μεσογειακό περιβάλλον. Το Elia Lesvos Confest υλοποιήθηκε από το Σύλλογο Ελαίας Νήσος Λέσβος σε συνδιοργάνωση με την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου, με πλήθος υποστηρικτών, χορηγών και εθελοντών.

Συμβουλευτικές υπηρεσίες παρείχε, καθόλη την προετοιμασία και διεξαγωγή του, η εταιρία τουριστικού marketing Respond On Demand. Για τη διοργάνωσή του καταλυτική υπήρξε η συνεργασία με τα Πανεπιστήμια του YALE School of Public Health (Σχολή Δημόσιας Υγείας του Πανεπιστημίου YALE των ΗΠΑ) και του ΕΚΠΑ (Εθνικού Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών), τα οποία πρωτοστατούν παγκοσμίως σε επιστημονικό επίπεδο με πρωτοβουλίες, τόσο στην ανάδειξη της

συμβολής του ελαιόλαδου στην ανθρώπινη και πλανητική υγεία μέσω ερευνητικών προγραμμάτων, όσο και της προώθησης ορθών πρακτικών καλλιέργειας και τεχνολογίας παραγωγής του ελαιόλαδου.

- ▶ Έρευνα, εκπαίδευση
- ▶ Ελαιογαστροτουρισμός : Πρόκληση για τουριστική ανάπτυξη με σεβασμό στη φύση και τον πολιτισμό
- ▶ Οι καταναλωτές ως πρεσβευτές του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου μεταλαμπαδεύουν την εμπειρία τους
- ▶ Ανάπτυξη μέσω ελαιοκαλλιέργειας με σεβασμό και σε αρμονία με τη φύση, το περιβάλλον, τον πολιτισμό.
- ▶ Για την ανθρώπινη και πλανητική υγεία!

Ένα καινοτόμο πολυθεματικό συνέδριο, κομβικής σημασίας για τη Λέσβο, με τη συμμετοχή 43 κορυφαίων επιστημόνων, επιχειρηματιών και ειδικών για την ελιά από την Ελλάδα αλλά και από Αμερική, Ισπανία, Ολλανδία, Βουλγαρία.

Το Συνέδριο κατάφερε να διασυνδέσει διαφορετικούς τομείς που εμπλέκονται στην αλυσίδα ενδιαφέροντος του ελαιόλαδου, που αφορούν υγεία, διατροφή,



**1<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο - Φεστιβάλ για την ελιά στη Λέσβο**

**Ελαιάς Νήσος Λέσβος**

**23-25 Σεπτεμβρίου 2022**

**Δημοτικό Θέατρο Μυτιλήνης**

**Συνδιοργάνωση:**



**Εγγραφές:**  
[www.elialesvosconfest.com](http://www.elialesvosconfest.com)

γαστρονομία, τεχνολογία, περιβάλλον, καλλιέργειες, μάρκετινγκ, πολιτισμό, τουρισμό και οικονομία.

Η σημαντική ιδιαιτερότητα του συνεδρίου ήταν η πολυδιάστατη διασύνδεση και αντιμετώπιση του θέματος της ελιάς, γεγονός που κράτησε αμείωτο το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων καθ' όλη τη διάρκεια των τριών ημερών. Ανέδειξε με τον πλέον εμφατικό τρόπο τη σημασία της τεχνολογίας τόσο για το ποιοτικό αποτέλεσμα του extra έξτρα παρθένου ελαιόλαδου και τη μεγιστοποίηση των ωφελειών του για την υγεία, την βιώσιμη τοπική ανάπτυξη, το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, την προστασία του πλανήτη από τις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής.

Τα θέματα των ομιλιών κάλυψαν ένα μεγάλο εύρος, ξεκινώντας από την αξία των προϊόντων της ελιάς στα θέματα της υγείας και της διατροφής, τις τεχνολογίες παραγωγής, τα θέματα καλλιέργειας και φυτοπροστασίας, την γαστρονομία, το marketing, τον πολιτισμό και την καθοριστική πολυθεματικότητα του ελαιουρισμού.

Από τα σημαντικότερα στοιχεία που καταγράφηκαν κατά τη διάρκεια του συνεδρίου ήταν η κοινή άποψη των περισσότερων συμμετεχόντων, ότι η διεθνής αγορά είναι πλέον έτοιμη να αναγνωρίσει και να

καταξιώσει τα ελαιόλαδα υψηλής ποιότητας, που συνδυάζουν ταυτόχρονα την προστασία της υγείας με τα άρτια γευσιγνωστικά χαρακτηριστικά και το σωστό περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Η επαφή του διεθνούς αγοραστικού κοινού με ποιοτικά ελαιόλαδα μπορεί κάλλιστα να επιτευχθεί μέσω και του γαστρονομικού ελαιουρισμού.

Ο μεγάλος αριθμός συνέδρων που παρακολούθησαν, είτε με φυσική παρουσία είτε διαδικτυακά, έδειξε τη μεγάλη ανάγκη του κοινού και ιδίως των παραγωγών να ενημερωθούν για τις νέες εξελίξεις και τις νέες προοπτικές για το χώρο της παραγωγής ελαιόλαδου και επιτραπέζιας ελιάς και όλων των συναφών δραστηριοτήτων.

Όλοι οι συμμετέχοντες ομιλητές επεσήμαναν την πολύ σημαντική διάδραση που επιτεύχθηκε μέσω του συνεδρίου, καθώς αναπτύχθηκε δημιουργικός διάλογος, επικοινωνήθηκαν πρακτικές και νέες τάσεις και παρουσιάστηκε ολιστικά το μέλλον της Ελιάς και του Ελαιόλαδου.

Το Elia Lesvos Confest πέτυχε με την πρώτη του μόλις διοργάνωση, να θέσει τη Λέσβο στο επίκεντρο της παγκόσμιας σκηνης του Ελαιόλαδου και της Ελιάς και

όλοι οι συμμετέχοντες εξέφρασαν την πεποίθησή τους ότι θα πρέπει να επαναλαμβάνεται κάθε χρόνο στη Λέσβο!

Η αύρα της ομορφιάς, της αυθεντικότητας και της θερμής φιλοξενίας, της υψηλής ποιοτικής και άρτιας διοργάνωσης του συνεδρίου, οι φιλίες και οι συνεργασίες, που αναπτύχθηκαν κατά την διάρκεια αλλά και με το πέρας των εργασιών, είναι πλέον ανεξίτηλες εικόνες στην μνήμη των καλεσμένων μας.

Τα σχόλια που δημοσιοποιήθηκαν από τους συμμετέχοντες επιστήμονες κι άλλους διακεκριμένους συμμετέχοντες αποτυπώνουν με τον καλύτερο τρόπο τη σημασία του συνεδρίου και τις εντυπώσεις που δημιούργησε: «Πρέπει να συγχαρούμε τους διοργανωτές της εκδήλωσης, τον πολιτιστικό σύλλογο Ελαιάς Νήσος Λέσβος και ιδίως την πρόεδρο του κα Φωτεινή Τριπιντήρη, για την πολύ επιτυχημένη επιλογή των ομιλητών και τη θεματολογία και φυσικά για την άρτια οργάνωση.

Ένα από τα πιο επιτυχημένα συνέδρια στην Ελλάδα και διεθνώς στο θέμα της ελιάς για το έτος 2022. Αυτό το συνέδριο έβαλε για πρώτη φορά τη Λέσβο στο διεθνή χάρτη των μεγάλων συνεδρίων που γίνονται κάθε χρόνο σε διάφορα μέρη του κόσμου για το ελαιόλαδο.

Η προσωπική μας γνώμη είναι ότι τέτοιες πρωτοβουλίες είναι πραγματικά αξιόπαινες και πρέπει να βρουν υποστήριξη από την τοπική κοινωνία, την περιφέρεια και τους κρατικούς φορείς ώστε να συνεχιστούν και να γίνουν θεσμός.»

**Προκόπης Μαγιάτης, Αν.Καθηγητής Φαρμακευτικής ΕΚΠΑ**

«Είναι μεγάλη η χαρά μας που προσκληθήκαμε να μοιραστούμε τις εμπειρίες μας στη βιωσιμότητα και το μάρκετινγκ, δύο από τα πάθη μας και βασικούς πυλώνες του Castillo de Canena. Πολύ ενδιαφέρουσες οι τρεις ημέρες του συνεδρίου με την μεγάλη ελληνική οικογένεια, λίκνο της μεσογειακής διατροφής, με την οποία έχουμε μοιραστεί εμπειρίες, ανησυχίες και όνειρα και πάνω απ' όλα... την αγάπη μας για τα έξτρα παρθένα ελαιόλαδα!»

**Francisco Vano, Ιδρυτής του Castillo de Canena Olive Juice**

«Εκπληκτική διοργάνωση! Εκπληκτικοί άνθρωποι! Εκπληκτικό φαγητό και ποτό και ούζο... Όλα αυτά ως αποτέλεσμα του EVOO!»

**Τάσος Κυριακίδης, Επίκουρος Καθηγητής Σχολής Δημόσιας Υγείας του Yale.**

«Elia Lesvos Confest μια υπέροχη διοργάνωση. Μου δίνει ελπίδα για την ανάπτυξη του κλάδου. Νιώθω έμπνευση.»

**Jill Myers, Ιδρύτρια του δικτύου "Women in Olive Oil".**

«Το 1ο Παγκόσμιο Συνέδριο για την Ελιά, με παρόντα τα κορυφαία ονόματα του χώρου, έλαβε χώρα στη Μυτιλήνη πριν από λίγες ημέρες με ιδιαίτερη επιτυχία. Η πρωτοβουλία του συλλόγου Ελαιάς Νήσος Λέσβος υπήρξε όπως αποδείχθηκε καταλυτική ευκαιρία να



επαναπροσδιορίσουμε ρόλους και να γίνει μια από τις ελάχιστες εκδηλώσεις που παρουσίασαν χειροπιαστές ιδέες και πρακτικές.»

**Βασίλης Μουσελίμης, Γεωπόνος MSc - MBA**

«Elia Lesvos-confest μοναδικό και ιδιαίτερο στην σύλληψη των ενοτήτων του και της πρωτοφανούς σύστασής του! Στο πολυδιάστατο παζλ θεματικών ενοτήτων και την εξειδίκευση των ομιλητών προστίθεται η εξωστρέφεια και αναγνώριση αυτού του τόπου: αυθεντικής και πρωτογενούς δυναμικότητας!»

**Σοφία Μπαρουτσάκη-Τσιριγώτη, Επίτιμη Πρόεδρος της Γαλλίας, Ιππότης του Ακαδημαϊκού φοίνικα της Γαλλίας**

«Το 1ο Διεθνές Συνέδριο - Φεστιβάλ για την Ελιά στη Λέσβο ELIA Lesvos Confest ολοκληρώθηκε με μεγάλη επιτυχία. Συνεδροί από διάφορα μέρη της Ευρώπης είχαμε τη χαρά να μοιραστούμε γνώσεις και απόψεις μα πάνω από όλα την αγάπη μας για την ελιά και τον πολύτιμο χυμό της! Άψογη φιλοξενία και διοργάνωση και μοναδικές στιγμές σε έναν πανέμορφο τόπο!»

**Ανίτα Ζάχου, Γεωπόνος Μηχανικός Ειδικός Γεωσιγνώστης Ελαιόλαδου.**





## Export News

# Σουηδία: Κλάδοι ειδικότερου ενδιαφέροντος και επενδύσεων για Ελληνικές επιχειρήσεις

**Η Σουηδία είναι μια ανοικτή και ανταγωνιστική οικονομία. Ως προς τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης του διμερούς εμπορίου σημειώνονται τα εξής:**

### Τρόφιμα και ποτά

Η σουηδική λιανική αγορά τροφίμων χαρακτηρίζεται ως εξαιρετικά ώριμη και ανταγωνιστική, οι δε καταναλωτές, οι οποίοι έχουν υψηλό εισοδηματικό επίπεδο, διαθέτουν αντίστοιχα υψηλά κριτήρια επιλογής των προϊόντων που αγοράζουν.

Οι Σουηδοί καταναλωτές είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοι/δεκτικοί σε προϊόντα υγιεινής διατροφής, προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, οργανικά / βιολογικά προϊόντα, προϊόντα fair trade, και σε συσκευασίες φιλικές προς το περιβάλλον. Σ

ημειώνεται, δε, ότι στις σουηδικές αλυσίδες super-markets, η συσκευασία private label είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη και τα σχετικά προϊόντα υπολογίζεται ότι καταλαμβάνουν πάνω από το ένα τρίτο του χώρου στα ράφια.

Τα σημαντικότερα τρέχοντα trends στη σουηδική αγορά τροφίμων έχουν ως εξής:

**Φυτικές εναλλακτικές λύσεις που αντικαθιστούν το κρέας:** Η σημαντική υποστήριξη για τα δικαιώματα των ζώων καθώς και οι περιβαλλοντικές ανησυχίες που συνδέονται με την κτηνοτροφία και την παραγωγή κρέατος στη σουηδική κοινωνία οδηγούν τους Σουηδούς καταναλωτές στην όλο και αυξανόμενη ανεύρεση εναλλακτικών λύσεων στην κατανάλωση κρέατος για τη λήψη των απαραίτητων πρωτεϊνών και κατά συνέπεια στην τάση αύξησης στην κατανάλωση προϊόντων που δεν περιέχουν κρέας.

Όλο και περισσότεροι Σουηδοί καταναλωτές υιοθετούν τρόπους διατροφής συμβατούς με την παραπάνω τάση, είτε επιλέγοντας τη flexitarian διατροφή (η οποία είναι κυρίως χορτοφαγική αλλά περιλαμβάνει κατανάλωση ψαριών ή κρέατος), την καθαρά χορτοφαγική διατροφή (χωρίς καθόλου κατανάλωση κρέατος) ή και την vegan διατροφή (χωρίς καθόλου κατανάλωση κρέατος και γαλακτοκομικών προϊόντων, αυγών και μελιού).

Σημειώνεται ότι στοιχεία δείχνουν ότι αυτές οι τάσεις είναι εντονότερες στις νεότερες γενιές, με το 32% των

ατόμων ηλικίας 15-20 ετών να επιδιώκει να καταναλώνει λιγότερο κρέας, όπως και το 23% των ατόμων ηλικίας 21-34 ετών.

**Λειτουργικά τρόφιμα:** Όσο οι κοινωνικές συνθήκες αλλάζουν στη Σουηδία με αποτέλεσμα μια πιο καθιστική ζωή και αύξηση της παχυσαρκίας, τόσο ενισχύονται οι αντίθετες τάσεις που τονίζουν την προσοχή στην υγεία και ενισχύουν την αγορά λειτουργικών τροφίμων, ήτοι, μεταξύ άλλων, τροφίμων χωρίς λακτόζη / γλουτένη, τρόφιμα ολικής άλεσης ή πλούσια σε φυτικές πρωτεΐνες, τρόφιμα με χαμηλή περιεκτικότητα σε ζάχαρη / χαμηλό γλυκαιμικό δείκτη, υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες κ.α. Οι Σουηδοί καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να καταβάλλουν υψηλότερες τιμές για την αγορά λειτουργικών τροφίμων.

**Έτοιμα ή ημι-έτοιμα γεύματα:** Ο περιορισμένος διαθέσιμος χρόνος και η μονοπρόσωπη φύση των σουηδικών νοικοκυριών (περίπου 47% των σουηδικών νοικοκυριών αποτελούνται από ένα άτομο, συνήθως, έναν ανύπαντρο ενήλικα χωρίς παιδιά που κατοικεί μόνος του) είναι δύο παράγοντες που υποστηρίζουν τη σημαντική κατανάλωση έτοιμων για κατανάλωση ή εύκολων στο μαγείρεμα ημιέτοιμων γευμάτων.

Αν και το μεγαλύτερο ποσοστό των εν λόγω γευμάτων που διατίθενται στη σουηδική αγορά είναι κατεψυγμένα, διατίθενται και προϊόντα απλής ψύξης. Η δε ποικιλία των εν λόγω γευμάτων καλύπτει όλα τα γευστικά πρότυπα από τις παραδοσιακές σουηδικές και διεθνείς συνταγές έως υγιεινές εναλλακτικές συνταγές και επιδόρπια.

**Αυξημένο ηλεκτρονικό εμπόριο τροφίμων:** Ακόμα και πριν την πανδημία, η οποία φυσικά έδωσε σημαντική ώθηση στο ηλεκτρονικό εμπόριο σε όλα τα επίπεδα, οι Σουηδοί καταναλωτές – καθώς διέπονται από την τάση της πρώιμης υιοθέτησης νέων τάσεων και τεχνολογιών – είχαν προσαρμοστεί γρήγορα στην ηλεκτρονική αγορά. Αν και τα τρόφιμα υστέρησαν αρχικά σε σύγκριση με άλλους τομείς, οι μεγάλοι λιανοπωλητές έδωσαν έμφαση, ιδίως κατά την περίοδο της πανδημίας, στις ηλεκτρονικές πωλήσεις. Τα τρόφιμα που παραγγέλλονται ηλεκτρονικά παραλαμβάνονται από τον πελάτη είτε με παράδοση στο σπίτι είτε από το τοπικό παράρτημα του σούπερ μάρκετ στο οποίο δόθηκε η παραγγελία μέσω ενός συστήματος «click and collect».

**Βιολογικά προϊόντα:** Το μερίδιο των βιολογικών επεξεργασμένων τροφίμων, όπως και η κατανάλωση βιολογικών προϊόντων γενικά, σημείωσε σημαντική αύξηση κατά την τελευταία δεκαετία. Όπως δείχνουν, όμως, τα στοιχεία – αλλά και από σχόλια εδώ εμπόρων τροφίμων των οποίων έχει γίνει αποδέκτης το Γραφείο ΟΕΥ Στοκχόλμης – τα βιολογικά τρόφιμα την τελευταία διετία δεν ακολουθούν την εξελικτική τάση που είχαν μέχρι πρόσφατα, παρά τη γενική αύξηση των πωλήσεων τροφίμων, και μάλιστα σημείωσαν, για πρώτη φορά, πτώση το 2021.



## Ενδιάμεσα βιομηχανικά αγαθά

Μεγάλο ποσοστό των εξαγωγών βιομηχανικών αγαθών της Σουηδίας εξαρτάται άμεσα από τις εισαγωγές ενδιάμεσων βιομηχανικών προϊόντων και τμημάτων προς συναρμολόγηση. Τα βιομηχανικά εξαρτήματα και, ιδίως τα εξαρτήματα για την αυτοκινητοβιομηχανία και τη βιομηχανία κατασκευών αποτελούν μέρος των στρατηγικών εισαγωγών της Σουηδίας. Στα προϊόντα που περιλαμβάνονται στα εξαγωγίμα της Ελλάδας εντάσσονται τα σύρματα και καλώδια, αργίλιο και κράματα αργιλίου, σιδηροκράματα, διάφορες μηχανές και συσκευές κ.α.

## Ψηφιακά προϊόντα και υπηρεσίες

Η Σουηδία αποτελεί μια εξαιρετικά δεκτική αγορά για προϊόντα και υπηρεσίες προηγμένης τεχνολογίας, ιδίως προϊόντων IT και λογισμικού που μειώνουν το επιχειρηματικό κόστος και βελτιώνουν την αποδοτικότητα εργασίας, καθώς και εξοπλισμού και υπηρεσιών για την ψηφιακή ασφάλεια.

## Επενδύσεις

Σε ότι αφορά στις επενδυτικές ροές, υπάρχει παρουσία σουηδικών εταιρειών στην Ελλάδα, ιδίως στους τομείς μεταφορών και αποθήκευσης, μεταποίησης και μηχανικού εξοπλισμού, υγείας, λιανικού εμπορίου, ενέργειας και περιβάλλοντος. Περαιτέρω δυνατότητες για συνεργασία φαίνεται να παρουσιάζουν οι τεχνολογίες αιχμής και καινοτομίας, δεδομένου ότι τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί στη χώρα μας start-ups και μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που παράγουν ανταγωνιστικά προϊόντα τεχνολογίας αιχμής, ενώ η Σουηδία θεωρείται από τις πιο καινοτόμες χώρες στον κόσμο.

Πηγή: agora.mfa.gr

## Greek News

# Ολοκληρώθηκε η μεταφορά έδρας της Grivalia Hospitality στην Ελλάδα

Πρόκειται για την πρώτη μεταφορά έδρας που ολοκληρώνεται από το εξωτερικό προς την Ελλάδα

**Ολοκληρώθηκε η διαδικασία μεταφοράς έδρας από το Λουξεμβούργο στην Ελλάδα για την Grivalia Hospitality, κορυφαία επενδυτική εταιρεία στον τομέα της πολυτελούς φιλοξενίας.**

Η στρατηγική αυτή κίνηση αποδεικνύει έμπρακτα την εμπιστοσύνη τόσο της Διοίκησης της Grivalia Hospitality, όσο και των θεσμικών μετόχων της στις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης που παρουσιάζει η ελληνική οικονομία και ειδικότερα ο τουριστικός τομέας, αλλά και στην μακροοικονομική σταθερότητα της χώρας.

Σημειώνεται πως αποτελεί την πρώτη μεταφορά έδρας που ολοκληρώνεται από το εξωτερικό προς την Ελλάδα, με όλες τις απαραίτητες διαδικασίες να υλοποιούνται με επιτυχία εντός του χρονοδιαγράμματος που είχε τεθεί.

Πρόκειται για μία απόφαση απόλυτα σύμφωνη με τη συνολική στρατηγική της εταιρείας για στόχευση αποκλειστικά στην ανάπτυξη της αγοράς πολυτελών ξενοδοχείων και resorts στην Ελλάδα.

Αναφορικά με τη μεταφορά της έδρας της εταιρείας στη χώρα μας, ο κ. Πύργος Χρυσικός, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της Grivalia Hospitality δήλωσε: «Ήταν μία στρατηγική απόφαση την οποία προετοιμάσαμε μεθοδικά εδώ και 2 χρόνια, καθώς αναγνωρίζουμε τις σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης που παρουσιάζει η χώρα μας σε όλους τους τομείς και ιδίως στον κλάδο του υπερπολυτελούς τουρισμού. Το γεγονός ότι είναι η πρώτη μεταφορά έδρας που ολοκληρώνεται με επιτυχία



Πύργος Χρυσικός, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της Grivalia Hospitality

από το εξωτερικό προς την χώρα μας, μας κάνει να νιώθουμε ιδιαίτερη χαρά και περηφάνια.

Ως Grivalia Hospitality θέλουμε να αποτελούμε παράγοντα ανάπτυξης για την Ελλάδα, στηρίζοντας έμπρακτα την οικονομία και την τοπική κοινωνία μέσα από τα επενδυτικά μας έργα.»

Υπενθυμίζεται ότι η Grivalia Hospitality ιδρύθηκε το 2015 και στο μετοχικό της κεφάλαιο συμμετέχουν η Fairfax, η Eurolife, η Eurobank και η Grivalia Management. Σήμερα το χαρτοφυλάκιο της εταιρείας (Amanzoe, One&Only Aesthesis στα Αστέρια Γλυφάδας, ON Residence, Avantmar στην Πάρο κ.ά.) περιλαμβάνει εμβληματικά έργα υπερπολυτελούς τουρισμού που ξεπερνούν σε αξία τα 510 εκατομμύρια ευρώ και όταν ολοκληρωθούν αυτά που βρίσκονται υπό ανάπτυξη, η αξία αυτή θα ξεπερνάει το 1,1 δισεκατομμύριο ευρώ.



Let's Get Rewarded

# Η SKY express "BRAND OF THE YEAR" στα Peak Performance Marketing Awards

Η κορυφαία τιμητική διάκριση πλαισιώθηκε από δέκα (10) βραβεία, μεταξύ των οποίων το "BRAND OF THE YEAR" και η Platinum βράβευση.

Στη μεγάλη πρωταγωνίστρια των φετινών Peak Performance Marketing Awards αναδείχθηκε η SKY express ξεχωρίζοντας για την αποτελεσματικότητα και τη δημιουργικότητα των πρακτικών της.

Ο κορυφαίος θεσμός που επιβραβεύει την καινοτομία στο performance marketing διοργανώθηκε για έκτη χρονιά από την Boussias Communications με την

υποστήριξη της Google, την Πέμπτη 06 Οκτωβρίου. Εκεί, η αεροπορική της νέας εποχής απέσπασε ΔΕΚΑ συνολικά βραβεία, ως "BRAND OF THE YEAR" με τέσσερα GOLD, τρία SILVER, ένα BRONZE, καθώς και το PLATINUM Award στην κατηγορία Growth & Innovation in Performance Marketing.

Η ανατρεπτική στρατηγική της SKY express σε συνδυασμό με τις πρωτοποριακές μεθόδους digital marketing που εφάρμοσε σε συνεργασία με την Media Cube οδήγησαν σε εντυπωσιακά και κυρίως μετρήσιμα αποτελέσματα που αγκαλιάστηκαν από το επιβατικό κοινό και αναγνωρίστηκαν από την αγορά.

Αξιοποιώντας με τον καλύτερο τρόπο τις δυνατότητες της τεχνολογίας και των ψηφιακών εργαλείων, η εταιρεία κατάφερε μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα όχι μόνο να καλύψει, αλλά και να ξεπεράσει τους αρχικούς στόχους της.

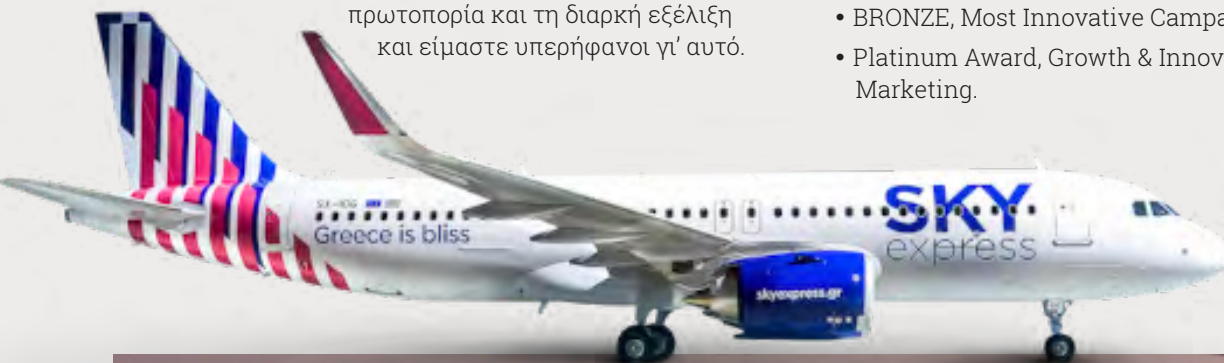


Η βράβευση στα Peak Awards επιβεβαιώνει με τη σειρά της τους λόγους για τους οποίους η Google ανέδειξε πρόσφατα την SKY express ως διεθνές case study στην digital διαφήμιση.

Αποτελεί επίσης μια έμπρακτη απόδειξη της δυναμικής πορείας που έχει πλέον εδραιώσει την εταιρεία στο χώρο των αερομεταφορών.

Όπως δήλωσε σχετικά ο Digital Marketing & Sales Manager, Μάρκος Μαρκάκης: "Η αναγνώριση σημαίνει πολλά για εμάς στην SKY express, τους εργαζόμενους και τους συνεργάτες στην Media Cube που μοιράζονται την ίδια φλόγα, το όραμά μας και το πάθος για αυτό που κάνουμε.

Από την πρώτη ημέρα της λειτουργίας μας ακολουθούμε ένα διαφορετικό μοντέλο που στηρίζεται στην πρωτοπορία και τη διαρκή εξέλιξη και είμαστε υπερήφανοι γι' αυτό.



Αναζητούμε διαρκώς καινοτομίες και νέες πρακτικές με σκοπό να προσφέρουμε μια ξεχωριστή ταξιδιωτική εμπειρία και φυσικά να συμβάλλουμε στην προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος όλο τον χρόνο.

Σύνθημα μας είναι το «κάθε μέρα μακρύτερα, κάθε μέρα ψηλότερα» και έτσι συνεχίζουμε”.

### Τα βραβεία που απέσπασε η SKY express:

- GOLD, Best International Campaign
- GOLD, Best Use of Technology
- GOLD, Best Performance in Travel & Tourism
- GOLD, Best Media Efficiency Strategy
- SILVER, Best Modern Search Campaign
- SILVER, Best Sales Campaign
- SILVER, Best Use of Video for Performance Purposes
- BRONZE, Most Innovative Campaign
- Platinum Award, Growth & Innovation in Performance Marketing.

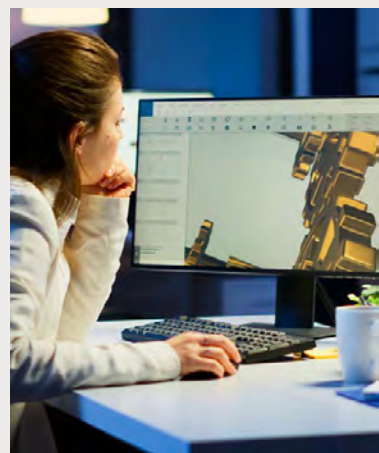


Ο Εμπορικός Διευθυντής της SKY express Γεράσιμος Σκαλτσάς με την ομάδα της Media Cube και τα 4 εκ των 10 βραβείων που απέσπασε η εταιρεία στα φετινά Peak Performance Marketing Awards

LET'S  
**EXPORTGREECE**

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



εγγραφή



Πληροφορίες / Συνδρομές:

[sales@sayyescomm.gr](mailto:sales@sayyescomm.gr)

Δελτία Τύπου:

[media@sayyescomm.gr](mailto:media@sayyescomm.gr)

Τηλέφωνο επικοινωνίας:

+30 210 22 41 770

Εκδότης:  
**sayes**  
communications

