



Ο κόσμος γίνεται
πιο καθαρός,
γίνεται... blue.



Εδώ και ενάμιση χρόνο, με την ηλεκτροκίνηση,
η ΔΕΗ έχει αλλάξει τον τρόπο που μετακινούμαστε.

Η ΔΕΗ blue αποτελεί το μεγαλύτερο δίκτυο δημόσια
προσβάσιμων φορτιστών πανελλαδικά, **ξεπερνώντας
τα 1.000 σημεία φόρτισης**, με παρουσία σε 45 νομούς.

Οι φορτιστές ΔΕΗ blue χρησιμοποιούν ενέργεια που
προέρχεται αποκλειστικά από ΑΠΕ, συμβάλλοντας
σε έναν κόσμο με ακόμα περισσότερη καθαρή ενέργεια
και σεβασμό στον πλανήτη και στον άνθρωπο.

Κατεβάστε την εφαρμογή ΔΕΗ blue



blue

Το μέλλον
φορτίζει
deiblu.com



23.01.2024 Τεύχος #175



**Κυριάκος Μητσοτάκης
στο Νταβός: Η Ελλάδα
μπορεί να γίνει πάροχος
«πράσινης ενέργειας»
για τα Βαλκάνια**



**Τα 6 trends της αγοράς
τροφίμων για το 2024**



**Πόσο έχει επηρεαστεί το
λιμάνι του Πειραιά λόγω
της κατάστασης στο Σουέζ
- Τι συμβαίνει με κοντέινερ,
ναύλους και ασφάλιστρα**



**Αύξηση για τον συνολικό
τζίρο του λιανεμπορίου
τροφίμων για το 2023**

LET'S
EXPORTGREECE
THE NEWSLETTER

εξάγουμε Ελλάδα

θα είμαστε στην

ISM

THE WORLD'S LARGEST TRADE FAIR
FOR SWEETS AND SNACKS
28 - 31 Ιανουαρίου • Cologne, Germany

POWERED BY



ISOMAT: Παρούσα στη διεθνή έκθεση κατασκευών και αρχιτεκτονικής BUDMA στην Πολωνία

Η ISOMAT θα συμμετάσχει για ακόμα μία χρονιά στη διεθνή έκθεση κατασκευών και αρχιτεκτονικής BUDMA, η οποία θα πραγματοποιηθεί από τις 30 Ιανουαρίου έως τις 2 Φεβρουαρίου στο Πόζναν της Πολωνίας.

Μετά την περσινή της διάκριση στη συγκεκριμένη έκθεση με το βραβείο της Χρυσής Δάφνης «Gold Consumer Laurel 2023» στην κατηγορία «Ποιότητα και Καινοτομία», η ISOMAT συμμετέχει ακόμα πιο δυναμικά στον καθιερωμένο πλέον θεσμό των επαγγελματιών του κλάδου της στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη.

Η εξειδικευμένη ομάδα μηχανικών της ISOMAT θα υποδεχτεί τους επισκέπτες της έκθεσης σε ένα ειδικά διαμορφωμένο περίπτερο στο Hall 3, Stand 10 του MTP Poznań EXPO. Εκεί, οι παρευρισκόμενοι θα μπορούν να γνωρίσουν από κοντά την ευρεία γκάμα ολοκληρωμένων προϊόντων λύσεων που έχει αναπτύξει η εταιρεία για τις ανάγκες των σύγχρονων κατασκευών.

Συγκεκριμένα, πρόκειται να παρουσιαστούν τα πολυουρεθανικά συστήματα στεγανοποίησης & επικάλυψης δαπέδων ISOMAT PU SYSTEMS, τα προηγμένα, ταχείας ωρίμανσης συστήματα στεγάνωσης ταρατσών και επιστρώσης δαπέδων από πολυουρία τόσο θερμού ψεκασμού όσο και ψυχρής εφαρμογής (πολυασπαστικά), τα στεγανωτικά κονιάματα κρυσταλλικής δράσης για υπόγεια και δεξαμενές, καθώς και οι εποξειδικές επιστρώσεις δαπέδων για βιομηχανίες, χώρους στάθμευσης και επεξεργασίας τροφίμων.

Ακόμα, πρωταγωνιστικό ρόλο θα έχουν και οι διακοσμητικές αρχιτεκτονικές λύσεις που έχει αναπτύξει η ISOMAT, όπως η σειρά

προϊόντων πατητής τσιμεντοκονίας και διακοσμητικών ακρυλικών επικαλύψεων για δάπεδα, τοίχους και χτιστά έπιπλα, και τα ολοκληρωμένα συστήματα διακοσμητικών δαπέδων, όπως το vintage αισθητικής δάπεδο Terrazzo, με όψη σύγχρονου μωσαϊκού, το δάπεδο με έγχρωμες φυσικές ψηφίδες Stone Carpet, που εναρμονίζεται άρτια με το φυσικό περιβάλλον και το εντυπωσιακό δάπεδο με νιφάδες Flake Flooring, σε ποικίλους χρωματικούς συνδυασμούς.

Τέλος, τα συστήματα για πισίνες με όψη παραλίας, όπως το Pool Flake Coating, που εξασφαλίζει ένα άκρως φυσικό αποτέλεσμα πολυτελούς αισθητικής, αναμένεται να κεντρίσουν το ενδιαφέρον και σε αυτή τη διοργάνωση.

Η διοργάνωση της BUDMA έχει καταφέρει να καθιερώσει μία ετήσια συνάντηση κορυφαίων επαγγελματιών από τους χώρους των κατασκευών, της αρχιτεκτονικής και της τεχνολογίας, σε ένα τετραήμερο πλούσιο σε καινοτομίες, συζητήσεις και εκπαιδευτικά events, προσελκύνοντας κάθε χρόνο περισσότερες από 1.000 καταξιωμένες επιχειρήσεις και ολοένα και περισσότερους επισκέπτες.



Κυριάκος Μητσοτάκης στο Νταβός: Η Ελλάδα μπορεί να γίνει πάροχος «πράσινης ενέργειας» για τα Βαλκάνια

Στόχος της Ελλάδας είναι να παίξει ηγετικό ρόλο στην ενεργειακή ασφάλεια της Ευρώπης και ειδικότερα των Βαλκανίων, αλλά και να γίνει πάροχος ενέργειας. Αυτό ανέφερε ο πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης στο Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ του Νταβός, συμμετέχοντας σε συζήτηση για την πράσινη μετάβαση με τίτλο «European Green Deal, Anyone?»

«Θέλουμε να είμαστε ενεργειακοί προμηθευτές για τις βαλκανικές χώρες και αν είναι δυνατό να γίνουμε εξαγωγείς» υπογράμμισε ο κ. Μητσοτάκης και τόνισε πως: «Αν θέλουμε να έχουμε μια ευρωπαϊκή αγορά Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας που στέλνει ενέργεια σε όλη την Ευρώπη πρέπει να εστιάσουμε περισσότερο στις διασυνδέσεις».

Όπως παρατήρησε ο κ. Μητσοτάκης, «έχουμε υπερπλεονάσμα αιολικής ενέργειας τον χειμώνα στον βορρά και ηλιακής ενέργειας στον νότο το καλοκαίρι, αλλά ακόμα δεν έχουμε βρει την ισορροπία». Συμπλήρωσε πως «θα πρέπει να δούμε τη διασύνδεση με την Αφρική» και έκανε ειδική αναφορά στην ενεργειακή διασύνδεση με την Αίγυπτο για την οποία είπε ότι πρέπει να τύχει ενδιαφέροντος και από την Ευρώπη.

Ακόμα ο πρωθυπουργός δήλωσε αισιόδοξος για την πορεία του green deal και την πράσινη μετάβαση σημειώνοντας ότι «η Ελλάδα είναι χώρα πρωταγωνιστής στην παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές».

Απαντώντας σε ερώτηση για την ενεργειακή ασφάλεια και τον ρόλο που μπορεί να παίξει η Ελλάδα, σημείωσε: «Επί του παρόντος είμαστε ένας καθαρός εισαγωγέας ενέργειας. Συγκεκριμένα η Ελλάδα αποφάσισε πριν από τέσσερα χρόνια να απομακρυνθεί από τον άνθρακα, και να στραφεί στο φυσικό αέριο ως ένα καύσιμο μετάβασης».

Δεν έχουμε πυρηνική ενέργεια. Οπότε, όπως καταλαβαίνετε, ήταν η μόνη προφανής επιλογή. Ξοδέσαμε 7 δισεκατομμύρια ευρώ το 2022 για να



εισάγουμε φυσικό αέριο και κανονικά το ποσό που απαιτείται είναι 1 δισεκατομμύριο. Σας το λέω αυτό για να καταλάβετε την κατάσταση».

Ο πρωθυπουργός αναφέρθηκε και στη δυνατότητα της Ελλάδας να γίνει πάροχος ενέργειας, λέγοντας χαρακτηριστικά: «Θέλουμε να γίνουμε ένας πάροχος ενέργειας, τουλάχιστον για τις βαλκανικές χώρες μέσω ισχυρών διασυνδέσεων, αγωγών, μονάδων αποθήκευσης και υδροποίησης. Η γεωγραφική μας θέση μας δίνει τη δυνατότητα αυτή. Πιθανώς επίσης να εξάγουμε φυσικό αέριο μέχρι και την Ουκρανία, διότι αν δείτε την απόσταση που απαιτείται δεν είναι τόσο μεγάλη».

Αλλά στο βραχυπρόθεσμο και μεσοπρόθεσμο ορίζοντα θέλουμε να γίνουμε εξαγωγείς πράσινης ενέργειας, εκμεταλλευόμενοι τα πλεονεκτήματα που έχουμε, κυρίως όσον αφορά την αιολική ενέργεια. Αν δείτε τον χάρτη της Μεσογείου, θα δείτε ότι η τοποθεσία όπου παρατηρείται μόνιμος άνεμος και αέρας είναι στην Ελλάδα. Άρα θα μπορούσαμε να εκμεταλλευτούμε την αιολική ενέργεια, αλλά για να το κάνουμε αυτό θα πρέπει να διασφαλίσουμε τις απαιτούμενες διασυνδέσεις».



Press Room

Novibet: Διακρίσεις, διεθνής επέκταση και υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης και το 2023

Η τουρκική Στατιστική Υπηρεσία (TUİK) ανακοίνωσε πως σημειώθηκε τα τελευταία 19 έτη.

Το 2023 αποτέλεσε για τη Novibet χρονιά ορόσημο. Ο διπλασιασμός του ανθρωπίνου δυναμικού τα τελευταία δύο χρόνια, η διεύρυνση της βάσης και η παράλληλη επέκταση του οργανισμού σε έξι νέες αγορές του εξωτερικού συνδιαμορφώνουν ένα περιβάλλον ανάπτυξης το οποίο προδιαγράφει ένα ακόμη πιο δυναμικό 2024 για το brand.

Με παρουσία σε 10 χώρες (Ελλάδα, Κύπρο, Βραζιλία, Μεξικό, Ιρλανδία, Χιλή, Εκουαδόρ, Ιταλία, Καναδά και Νέα Ζηλανδία), και περισσότερους από 900 εργαζομένους, η αξιοσημείωτη αναπτυξιακή τροχιά της εταιρείας αποτυπώνεται σε κομβικούς εταιρικούς δείκτες ανάπτυξης σε όλο το φάσμα του οργανισμού.

Πιο συγκεκριμένα:

Επιχειρηματική Δραστηριότητα

- +44% ανάπτυξη στα έσοδα (GGR) σε όλες τις χώρες δραστηριοποίησης σε σύγκριση με το 2022
 - +525% εγγραφών νέων χρηστών σε σύγκριση με το 2022
 - +124% ενεργοί χρήστες σε σύγκριση με το 2022
- Η Novibet κατέγραψε εντός του 2023 ρεκόρ εγγραφών νέων χρηστών στην πλατφόρμα σε όλες τις χώρες δραστηριοποίησης και υπερδιπλασιασμό των ενεργών χρηστών σε σχέση με το 2022.

Ανθρώπινο Δυναμικό

- 483 νέες προσλήψεις
- 100+ ανοικτές θέσεις εργασίας κάθε μήνα
- 4 hubs σε Ελλάδα, Βραζιλία, Μεξικό, Μάλτα
- Πιστοποίηση ως Great Place To Work (2021, 2022, 2023)

Το 2023, η εταιρεία προχώρησε σε 483 νέες προσλήψεις, και περισσότερες από 90 εσωτερικές μετακινήσεις στελεχών, προσφέροντας σημαντικές ευκαιρίες εξέλιξης

σε νέους επαγγελματίες. Περισσότερες από 100 ανοικτές θέσεις εργασίας είναι διαθέσιμες κάθε μήνα, με στόχο να ενισχύεται συνεχώς η ομάδα που βρίσκεται πίσω από την παρουσία του brand της Novibet σε τρεις ηπείρους.

Η Δυναμική του Brand*

- 98% αναγνωρισιμότητα του brand
- 84% αναγνωρισιμότητα της επικοινωνιακής καμπάνιας 'Novibet ΘΕΛΩ' (+29 ποσοστιαίες μονάδες πάνω από το μέσο όρο των διαφημίσεων στην ελληνική τηλεόραση)
- Ο δείκτης αρεσκείας της καμπάνιας ξεπέρασε κατά 10% το μέσο όρο των επικοινωνιών του κλάδου

Τα παραπάνω αποτελέσματα μαρτυρούν την ευρεία αποδοχή της τρέχουσας καμπάνιας επικοινωνίας 'Novibet ΘΕΛΩ' η οποία είχε πρωτοφανή επίδραση, κατέχοντας δικαιωματικά την κορυφή στις διαφημιστικές καμπάνιες του κλάδου.

Διακρίσεις

- 12 διεθνή και εγχώρια βραβεία
- Διάκριση μεταξύ των 50 καλύτερων εταιρειών του κλάδου παγκοσμίως
- Καλύτερη εταιρεία στην Εξυπηρέτηση Πελατών σύμφωνα με το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών

Το τέλος του 2023 βρήκε τη Novibet να συγκαταλέγεται στις 50 κορυφαίες GameTech εταιρείες διεθνώς, σύμφωνα με την ετήσια λίστα του EGR Global. Πρόκειται για μια ιδιαίτερα τιμητική διάκριση για την GameTech εταιρεία, η οποία εντός του 2023 συγκέντρωσε 12 διεθνή και εγχώρια βραβεία ως επιστέγασμα της προϊοντικής της αναβάθμισης και της υψηλής αναπτυξιακής της τροχιάς.

Αθλητισμός & Κοινωνική Ευθύνη - Απολογισμός 2023

- Ανακοίνωση 12 Μεγάλων Χορηγιών σε Ελλάδα, Κύπρο και Νότια Αμερική
- Συνεργασία με κορυφαίους αθλητές διεθνούς βεληνεκούς:
- Brand Ambassadors: Arturo Vidal και Memo Ochoa



- CSR Ambassadors: Πάννης Αντετοκούνμπο, Κώστας Τσιμίκας, Πάννης Κωνσταντέλιας. Το πρόγραμμα κοινωνικής προσφοράς Giant Heart της Novibet θέτει τον αθλητισμό στο επίκεντρο σε συνεργασία με διακεκριμένους αθλητές. Από το 2021 έως και το 2023, Πρώτος Πρεσβευτής του Προγράμματος υπήρξε ο Πάννης Αντετοκούνμπο, ενώ το 2023 ήταν κομβική χρονιά για το Giant Heart, καθώς στην ομάδα Πρεσβευτών προστέθηκαν και οι κορυφαιοί ποδοσφαιριστές: Κώστας Τσιμίκας και Πάννης Κωνσταντέλιας
- Υποστήριξη 20 φορέων και οργανισμών με αναγνωρισμένο κοινωνικό έργο
- Ανακαίνιση 13 αθλητικών εγκαταστάσεων σε όλη την Ελλάδα

Εντός του 2023 η Novibet υλοποίησε ένα διευρυμένο πρόγραμμα χορηγικών συνεργασιών θέτοντας τον αθλητισμό και την επιστροφή αξίας σε αυτόν σε πρώτο πλάνο.

Παράλληλα, στο πλαίσιο του προγράμματος κοινωνικής υπευθυνότητας, Giant Heart, με Πρεσβευτές τους κορυφαίους ποδοσφαιριστές, Κώστα Τσιμίκας και Πάννη Κωνσταντέλια, έχει προχωρήσει στην πλήρη ανακατασκευή 13 αθλητικών εγκαταστάσεων σε όλη την Ελλάδα παρέχοντας στη νέα γενιά αναβαθμισμένους και ασφαλείς χώρους άθλησης.



Special Report

Τα 6 trends της αγοράς τροφίμων για το 2024

Με τις εξελίξεις να συνεχίζονται σε όλα τα επίπεδα, η αγορά τροφίμων δεν έχει άλλη επιλογή από το να συνεχίσει και αυτή την πρόοδό της, καθώς οι καταναλωτές έχουν γίνει ακόμα πιο επιλεκτικοί.

Στο πλαίσιο αυτό και για να μπορέσουν να προσελκύουν όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες, οι εταιρείες τροφίμων οφείλουν και πρέπει να προσαρμοστούν στις γρήγορες αλλαγές ώστε να μπορέσουν να αντέξουν τον ανταγωνισμό, να κερδίσουν νέους πελάτες και να εδραιωθούν στη συνείδηση των καταναλωτών.

Πιο κάτω μπορείτε να βρείτε τις 6 τάσεις που αναμένεται να υπάρξουν στην αγορά των τροφίμων για το 2024.

1. Κορυφαία προτεραιότητα η υγεία

Με το βιοτικό επίπεδο των καταναλωτών να βελτιώνεται και με την ευαισθητοποίηση σχετικά με την υγεία να αυξάνεται, η διατήρηση μιας υγιεινής διατροφής έχει γίνει κοινή επιδίωξη. Οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο και προσπάθεια αναζητώντας υγιεινές επιλογές τροφίμων. Το 2022, το 43% των καταναλωτών εμφανίζεται να ελέγχει τις ετικέτες των τροφίμων πριν τα αγοράσει, εστιάζοντας κυρίως στα συστατικά και τις διατροφικές πληροφορίες. Σε σύγκριση με το 36% του 2020 υπήρξε άνοδος 7%.

Το 2024, λόγω της αυξανόμενης συνείδησης για την

υγεία, αναμένεται πως οι καταναλωτές θα δίνουν ακόμα μεγαλύτερη προσοχή στα τρόφιμα που καταναλώνουν και θα έχουν περισσότερες απαιτήσεις σχετικά με το πόσο υγιεινά είναι. Οι εταιρείες τροφίμων θα πρέπει να ανταποκριθούν σε αυτές τις προτιμήσεις, χρησιμοποιώντας φυσικά και υψηλής ποιότητας συστατικά τροφίμων, αυξάνοντας τη διαφάνεια στην επισήμανση κ.λπ.

2. Η λογική κατανάλωση και η συναισθηματική κατανάλωση

Στη μετά-COVID-19 περίοδο, οι καταναλωτές είναι όλο και πιο ορθολογικοί και ρεαλιστές στις καταναλωτικές τους αντιλήψεις και συμπεριφορές. Αγοράζουν προϊόντα με βάση τις ανάγκες τους και μειώνουν τις «παρορμητικές» καταναλώσεις.

Εκτός αυτού, οι καταναλωτές δίνουν μεγάλη έμφαση στην οικονομική αποδοτικότητα των προϊόντων, καθώς πάνω από το 90% συγκρίνει τις τιμές παρόμοιων προϊόντων ώστε να επιλέξει το οικονομικότερο.

Επίσης, οι καταναλωτές αρχίζουν να εστιάζουν περισσότερο στα τρόφιμα που προσφέρουν «συναισθηματική αξία» και προτιμούν να αγοράζουν προϊόντα που μπορούν να τους κάνουν χαρούμενους. Ένα ενδεικτικό παράδειγμα είναι η «τάση της ντοπαμίνης» για το 2023, όπου τα τρόφιμα σχεδιάζονται σε έντονα χρώματα για να προσφέρουν θετικά συναισθήματα στους καταναλωτές.



Με βάση αυτά, οι εταιρείες μπορούν να εφαρμόσουν διάφορες στρατηγικές για να ανταποκριθούν στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Αρχικά μπορούν να ενισχύσουν τη σχέση κόστους-αποτελεσματικότητας των προϊόντων τους προσφέροντας ανταγωνιστικές τιμές, εκπτώσεις και προσφορές. Επιπλέον, οι εταιρείες του κλάδου μπορούν να εισάγουν νέα προϊόντα που προκαλούν θετικά συναισθήματα, αξιοποιώντας την ψυχολογία των χρωμάτων ή άλλα αισθητηριακά στοιχεία για να δημιουργήσουν συναισθηματική σύνδεση με τους καταναλωτές.

3. Η εύκολη πρόσβαση στα τρόφιμα έχει σημασία

Αυτή τη στιγμή, ο προτιμότερος τρόπος ώστε κάποιος να φάει και υγιεινά και οικονομικά είναι να γευματίσει στο σπίτι του. Λαμβάνοντας υπόψιν όμως και τον παράγοντα χρόνο, πολλοί καταναλωτές στρέφονται στα έτοιμα προπαρασκευασμένα υλικά αλλά και γευμάτα ώστε και να τραφούν υγιεινά αλλά και γρήγορα.

Με δεδομένο πως όλο και περισσότεροι άνθρωποι μπορεί να επιλέγουν να μαγειρεύουν στο σπίτι, οι εταιρείες μπορούν να αδράξουν την ευκαιρία ώστε να καινοτομήσουν και να παρουσιάσουν προϊόντα που προσφέρουν μεγαλύτερη ευκολία για τις γευστικές εμπειρίες των καταναλωτών. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την κατασκευή έτοιμων για μαγείρεμα πακέτων γευμάτων, προ-κομμένων και προ-προετοιμασμένων συστατικών και βολικών λύσεων συσκευασίας που απλοποιούν τη διαδικασία μαγειρέματος.

4. Έμφαση στη βιωσιμότητα των προϊόντων

Σήμερα, η βιωσιμότητα των προϊόντων επηρεάζει όλο και περισσότερο την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.

Σύμφωνα με την έκθεση για τη βιώσιμη κατανάλωση του 2022, εάν οι καταναλωτές συνειδητοποιήσουν τη σημαντική ενεργειακή απώλεια και τη μεγάλη σπατάλη πόρων κατά τη διαδικασία παραγωγής προϊόντων, το 84,5% από αυτούς θα απέφευγε να το αγοράσει.

Καθώς η ευαισθητοποίηση και η ανησυχία των καταναλωτών για τη βιωσιμότητα αυξάνεται συνεχώς, οι μάρκες τροφίμων αναμένεται να λανσάρουν περισσότερα βιώσιμα προϊόντα για να ανταποκριθούν σε αυτή την τάση, τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν τη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον υλικών, τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα (σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού), την υιοθέτηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας κ.λπ. Οι εταιρείες μπορούν επίσης να επικοινωνούν με διαφάνεια τις προσπάθειές τους για βιωσιμότητα για να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη και να έχουν απήχηση στους καταναλωτές με περιβαλλοντική συνείδηση.

5. Οι εκστρατείες μάρκετινγκ θα πρέπει να είναι πιο καινοτόμες

Οι εκστρατείες μάρκετινγκ παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας και στην προώθηση των πωλήσεων προϊόντων. Ωστόσο, καθώς αυξάνεται ο αριθμός των διαφημίσεων, η στήριξη σε απλές παραδοσιακές προσεγγίσεις έχει γίνει λιγότερο αποτελεσματική για την προσέλκυση της προσοχής των καταναλωτών. Προκειμένου να ξεχωρίσουν στην ανταγωνιστική αγορά, οι εταιρείες πρέπει να καινοτομήσουν για να δημιουργήσουν πραγματικά συναρπαστικές καμπάνιες.

Για παράδειγμα, αφού οι μάρκες λανσάρουν συνεχώς προϊόντα με κοινή επωνυμία, δεν είναι πλέον τόσο ελκυστικά για τους καταναλωτές όσο πριν. Για να επιτύχουν σημαντική επιτυχία, οι μάρκες πρέπει να εξερευνήσουν απροσδόκητες συνεργασίες που ξεπερνούν τη φαντασία των καταναλωτών. Το 2024, με τον ανταγωνισμό να εντείνεται όλο ένα και περισσότερο, τα brands θα πρέπει να διευρύνουν τα όρια της δημιουργικότητας για να βοηθήσουν συνεχώς τους καταναλωτές. Η καινοτομία μπορεί να λάβει διάφορες μορφές, όπως η αξιοποίηση των αναδυόμενων τεχνολογιών, η αφήγηση μοναδικών ιστοριών που έχουν απήχηση στους καταναλωτές σε βαθύτερο επίπεδο κ.λπ.

6. Ο ρόλος της τεχνητής νοημοσύνης (Artificial Intelligence)

Η άνοδος της τεχνολογίας τεχνητής νοημοσύνης, με παράδειγμα την εμφάνιση του ChatGPT, έχει ωθήσει τις εταιρείες τροφίμων και ποτών να αξιοποιήσουν τη δύναμή της για καινοτομία. Η τεχνητή νοημοσύνη εφαρμόζεται σε διάφορες πτυχές των λειτουργιών, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης προϊόντων, της συσκευασίας, του μάρκετινγκ και της προηγμένης ανάλυσης της αγοράς, οι οποίες οδηγούν σε αυξημένη αποτελεσματικότητα και βελτιωμένες εμπειρίες χρηστών.

Αναγνωρίζοντας τις τρομερές δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης, οι επιχειρήσεις τροφίμων επενδύουν ενεργά στην ενίσχυση των δυνατοτήτων τους όσον αφορά το συγκεκριμένο τομέα. Μελλοντικά είναι σίγουρο πως η τεχνητή νοημοσύνη θα ενσωματωθεί στη βιομηχανία τροφίμων και θα συμβάλει περισσότερο στην καινοτομία.



Market

Navarino Vineyards: TEMES, PREMIA και Ελληνικά Οινοποιεία συνεργάζονται για ένα πρότυπο και σύγχρονο οινοποιείο

Σε στρατηγική συνεργασία με στόχο να αναπτύξουν περαιτέρω τους αμπελώνες Navarino Vineyards που βρίσκονται στην Costa Navarino, στη Μεσσηνία, προχώρησαν η TEMES A.E. και η PREMIA Properties ΑΕΕΑΠ.

Οι δύο εταιρείες ενώνουν τις δυνάμεις τους για να δημιουργήσουν μέσω μιας νέας επένδυσης, ένα πρότυπο και σύγχρονο οινοποιείο, με σεβασμό στην οινική παράδοση της περιοχής και στο περιβάλλον.

Στο επενδυτικό πλάνο θα συμμετέχει και η εταιρεία Ελληνικά Οινοποιεία Α.Ε. (μέλος του Ομίλου Sterner Stenhus, βασικού μετόχου της ΒΟΥΤΑΡΙ Wineries) για την παραγωγή και την εμπορική εκμετάλλευση των παραγόμενων κρασιών.

Στόχος της συνεργασίας είναι η ανάδειξη των ιστορικών αμπελώνων Navarino Vineyards και της ελληνικής και πελοποννησιακής οινικής ιστορίας, καθώς και η ανάπτυξη και προώθηση του οινικού τουρισμού, προβάλλοντας το αμπέλι και το κρασί, δύο σημαντικά προϊόντα της περιοχής.

Το 50% στην Premia Properties μέσω AMK

Η PREMIA Properties, μέσω Αύξησης Μετοχικού Κεφαλαίου, θα αποκτήσει το 50% της εταιρείας NAVA-RINO VINEYARDS A.E., η οποία μέχρι σήμερα είναι 100% θυγατρική της TEMES A.E.. Η αξία των αμπελώνων και του νέου οινοποιείου, μετά από την ολοκλήρωση της επένδυσης, αναμένεται να ανέλθει στα 10εκ. Ευρώ περίπου. Θα ιδρυθεί επίσης νέα εταιρεία με βασικό μέτοχο τα ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ Α.Ε. και συμμετοχή της TEMES A.E. με 25%, η οποία θα ενοικιάσει τους αμπελώνες και τις εγκαταστάσεις του νέου οινοποιείου και θα αναλάβει την παραγωγή και εμπορία υψηλής ποιότητας κρασιών. Η συναλλαγή τελεί υπό την αίρεση της έγκρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Ο Αχιλλέας Β. Κωνσταντακόπουλος, Πρόεδρος Δ.Σ. της TEMES A.E., ανέφερε σχετικά: «Είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι που ενώνουμε τις δυνάμεις μας με την PREMIA Properties και τον Όμιλο Sterner Stenhus, στον τομέα της οινικής παραγωγής. Μέσω των συνεργειών με τα Ελληνικά Οινοποιεία που διαθέτουν σημαντική τεχνογνωσία, θα ενισχύσουμε τη δυναμική των αμπελώνων Navarino Vineyards. Κοινό μας όραμα αποτελεί η καθιέρωση της Μεσσηνίας στον τομέα της οινοποιίας».

Ο Ηλίας Γεωργιάδης, Διευθύνων Σύμβουλος της STERN-ER STENHUS, έκανε την ακόλουθη δήλωση: «Είμαστε ευτυχείς για την συνεργασία μας με την TEMES. Μέσω αυτής της σύμπραξης ενισχύεται ο στρατηγικός μας στόχος για παραγωγή ελληνικού κρασιού υψηλής ποιότητας. Παράλληλα θα αναπτυχθεί ο οινoturισμός στην Μεσσηνία σε συνεργασία με τις τουριστικές επενδύσεις της TEMES οι οποίες έχουν αναβαθμίσει την ευρύτερη περιοχή».

Ο Κώστας Μαρκάζος, Διευθύνων Σύμβουλος της PREMIA PROPERTIES δήλωσε: «Μέσω της συνεργασίας μας με την TEMES θα κατασκευαστεί ένα πρότυπο οινοποιείο διεθνών προδιαγραφών. Η επένδυση εντάσσεται στο επενδυτικό πλάνο απόκτησης ακινήτων στρατηγικού ενδιαφέροντος όπως τα οινοποιεία και αμπελώνες, τα οποία πληρούν κριτήρια βιωσιμότητας και ενισχύουν το καρτοφυλάκιο της PREMIA».

Ένα νέο, σύγχρονο οινοποιείο

Το νέο οινοποιείο θα δημιουργηθεί σύμφωνα με παγκόσμια πρότυπα μοντέρνων οινοπαραγωγικών κτημάτων. Οι εγκαταστάσεις θα έχουν παραγωγική δυναμικότητα που θα ξεπερνά αρχικά τις 300 χιλ. φιάλες το χρόνο ενισχύοντας τη δυναμική του πελοποννησιακού αμπελώνα, της μεγαλύτερης οινοπαραγωγού περιοχής της Ελλάδας. Ο χώρος του οινοποιείου θα είναι ανοικτός σε επισκέπτες, δίνοντάς τους την ευκαιρία να γνωρίσουν την πλούσια αμπελοοινική ιστορία της περιοχής και των ποιοτικών χαρακτηριστικών της.

Οι ιστορικοί ιδιόκτητοι αμπελώνες Navarino Vineyards, ηλικίας έως και άνω των 50 ετών, βρίσκονται στο Μουζάκι

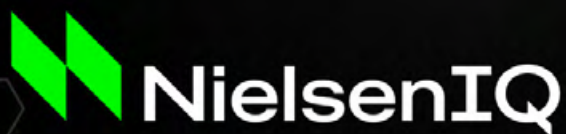


Τριφυλίας, σε υψόμετρο 400-600μ. και καλύπτουν έκταση 600 περίπου στρεμμάτων. Στις εκτάσεις των Navarino Vineyards έγινε διατήρηση και ανασύσταση των αμπελώνων με διεθνείς ποικιλίες όπως Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Syrah και Merlot, που υπάρχουν στην Τριφυλία ήδη από τη δεκαετία του '80.

Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε αναμπέλωση τμημάτων με ελληνικές ποικιλίες, όπως Αγιωργίτικο, Μαυροδάφνη, Ασύρτικο, Κυδωνίτσα και Μαλαγουζιά, για τον εμπλουτισμό της οινικής παραγωγής.

Σημαντική συμβολή σε αυτήν τη διαδικασία είχε το Ίδρυμα Καπετάν Βασίλη και Κάρμεν Κωνσταντακόπουλου, με πρωτογενή έρευνα για την οινική ιστορία της περιοχής, το terroir και τις τοπικές ποικιλίες, ώστε οι αμπελώνες Navarino Vineyards καθώς και της ευρύτερης περιοχής, να συμβάλουν στην περαιτέρω καθιέρωση του ελληνικού οίνου.





Market

Αύξηση για τον συνολικό τζίρο του λιανεμπορίου τροφίμων για το 2023

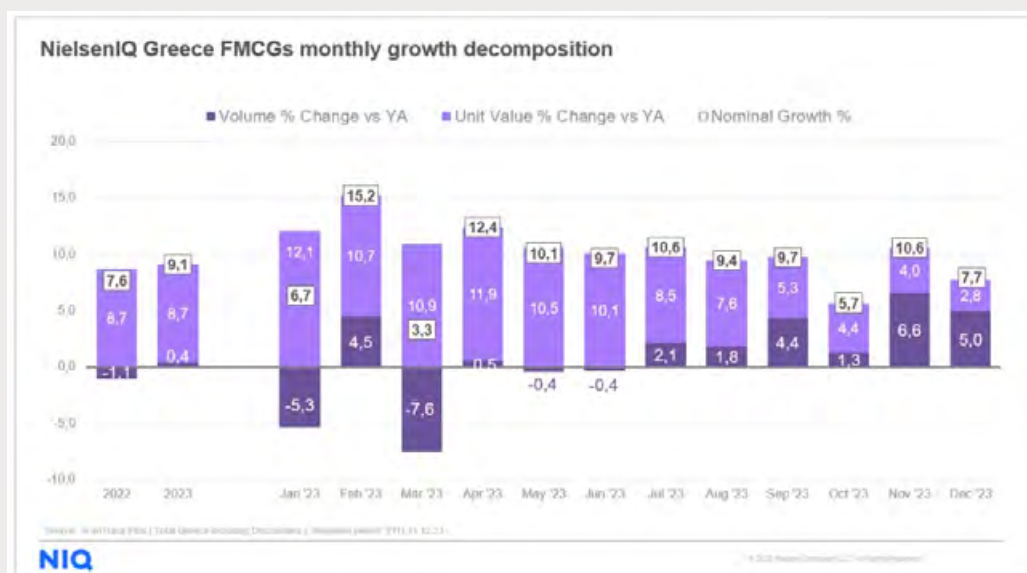
Αύξηση της τάξεως του 8,9% παρουσίασε ο τζίρος του οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία μετρήσεων της NielsenIQ για το σύνολο του 2023. Οι πληθωριστικές πιέσεις αποτέλεσαν σχεδόν τον αποκλειστικό μοχλό ανάπτυξης του κλάδου.

Κάνοντας μια σύντομη ανάλυση για τα FMCGs ανά μήνα για το 2023 και αποδομώντας την τάση της αγοράς σε όρους ζήτησης και επιπέδου τιμών έχει ενδιαφέρον η σημαντική διψήφια αύξηση των τιμών κατά τους πρώτους έξι μήνες του έτους. Ενώ κατά το δεύτερο μισό της χρονιάς παρουσιάζεται μια αποκλιμάκωση στις πληθωριστικές πιέσεις, με αντίστοιχη τόνωση των όγκων και της κατανάλωσης.

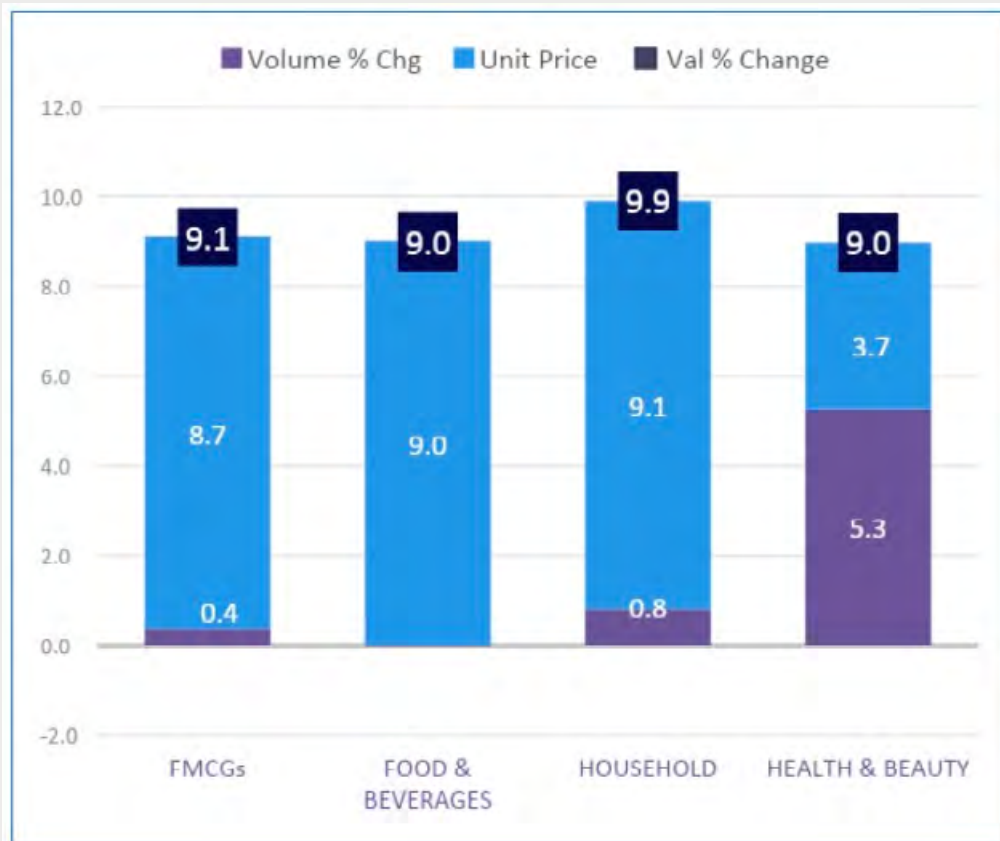
Συνολικά για το 2023 τα ταχυκίνητα καταναλωτικά προϊόντα αύξησαν τις πωλήσεις τους σε αξία κατά 9,1%, ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ενώ οι τιμές αυξήθηκαν με την ίδια ένταση, όπως και το 2022 (+8,7%) η ζήτηση παρουσίασε οριακή αύξηση, στο +0,4%.

«Πιεσμένοι» οι Έλληνες καταναλωτές

Όπως χαρακτηριστικά σχολίασε ο Βάιος Δημοράγκας, Διευθύνων Σύμβουλος της NielsenIQ, «στις αρχές



του 2023, δεδομένου του επίμονου πληθωρισμού στα ταχυκίνητα καταναλωτικά προϊόντα, ήταν αρκετές οι ανησυχίες για σημαντική πτώση της κατανάλωσης. Στην πράξη οι συνολικοί όγκοι δεν επηρεάστηκαν σημαντικά και μάλιστα με το κλείσιμο της χρονιάς σημείωσαν και οριακή άνοδο, προφανώς όμως με διαφορετική συμπεριφορά ανά κατηγορία και, κατά περίπτωση, με διαφοροποιημένο προϊόντικό μίγμα. Οι Έλληνες καταναλωτές είναι αναμφίβολα πιεσμένοι, αναζητούν όμως και βρίσκουν λύσεις έτσι ώστε να μη στερούνται τα βασικά, κάτι που συνιστά ένα ενθαρρυντικό μήνυμα για τις αντοχές της αγοράς».



Πώς κινήθηκε η αγορά

Όσον αφορά τώρα στις επιμέρους μεγάλες κατηγορίες των ταχυκίνητων καταναλωτικών προϊόντων, τα Τρόφιμα & Ποτά παρουσίασαν θετική τάση της τάξεως του +9,0%, με τη ζήτηση να παραμένει αμετάβλητη σε σχέση με το 2022. Την ίδια ακριβώς αυξητική τάση παρουσίασαν και οι κατηγορίες που αφορούν στα Προϊόντα Προσωπικής Περιποίησης, με την διαφορά ότι η πιο μετριοπαθής αύξηση των τιμών τόνωσε την κατανάλωση αυτών των κατηγοριών. Την πιο υψηλή ωστόσο αύξηση πωλήσεων σε αξία την σημείωσαν τα Προϊόντα Οικιακής Χρήσης στο σύνολό τους με τις πωλήσεις τους ανά τεμάχιο να αυξάνονται επίσης, κατά 0,8%.

Το σύνολο των κατηγοριών Bazaar (ένδυση, ηλεκτρικές συσκευές, βιβλία, εργαλεία, είδη κήπου, είδη αυτοκινήτου, οικιακός εξοπλισμός κλπ.) είναι κατηγορία που εμφάνισε την πιο χαμηλή θετική τάση σε όρους τζίρου, στο +4,0%, ενώ τα Φρέσκα και επί ζυγίω προϊόντα, στον αντίποδα, παρουσίασαν την πιο θετική τάση στο +10,2%.

Όσον αφορά στις διαφορετικές τυπολογίες καταστημάτων, για μια ακόμη χρονιά οι μεγάλες αίθουσες άνω των 2,500τ.μ. (hypermarkets) συνέχισαν την αναπτυξιακή τους πορεία στο +12,4%, ενώ τον πιο χαμηλό σχετικά ρυθμό αύξησης (+7,2%) παρουσίασαν οι αίθουσες μεταξύ 1000-2500 τ.μ., οι οποίες ωστόσο πραγματοποιούν πάνω από το 40% του τζίρου του κλάδου.

Παρατηρώντας την απόδοση των διαφορετικών

γεωγραφικών περιοχών, στην Αθήνα και την Θεσσαλονίκη ο τζίρος του λιανεμπορίου τροφίμων αυξήθηκε κατά 8,1 και 8,3 αντίστοιχα, ενώ υψηλότερες θετικές τάσεις παρουσίασε γενικά η περιφέρεια και ιδιαίτερα οι περιοχές της Κρήτης (+12,9%) και της Πελοποννήσου (+9,5%), με τις πληθωριστικές πιέσεις να είναι σημαντικά πιο έντονες σε σχέση με τα αστικά κέντρα.



Πόσο έχει επηρεαστεί το λιμάνι του Πειραιά λόγω της κατάστασης στο Σουέζ - Τι συμβαίνει με κοντέινερ, ναύλους και ασφάλιστρα

Με τις ανατιμήσεις του κόστους των εμπορευμάτων λόγω του αυξημένου κινδύνου διέλευσης από τη Διώρυγα του Σουέζ, να γίνονται αισθητές σε όλο τον κόσμο, η Ελλάδα και το λιμάνι του Πειραιά δεν γινόταν να μείνουν ανεπηρέαστα.

«Αυτή τη στιγμή, περίπου, 200.000 κοντέινερ δεν έχουν έρθει στον Πειραιά λόγω του αποκλεισμού (της διώρυγας του Σουέζ) και ουσιαστικά αυτό που υποχρεώνονται τα πλοία αυτά είναι να κάνουν τον περίπλο της Αφρικής, κάτι που σημαίνει 15 έως 20 μέρες καθυστέρηση» όπως ανέφερε ο πρόεδρος του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών Πάννης Χατζηθεοδοσίου σε δηλώσεις του.

Ο πρόεδρος δήλωσε ότι η καθυστέρηση αυτή εκτός από τον μεγαλύτερο χρόνο παράδοσης έχει επιπτώσεις και στο κόστος μεταφοράς σημειώνοντας ότι κάθε κοντέινερ επιβαρύνεται πλέον με 6.000 δολάρια αλλά και αυξημένα ασφάλιστρα.

Ο ίδιος εκτίμησε ότι αν δεν βρεθεί άμεσα λύση, υπάρχει κίνδυνος αφενός για μεγάλες καθυστερήσεις και άρα έλλειψη προϊόντων και αφετέρου για μεγάλη αύξηση των τιμών των εισαγόμενων προϊόντων λόγω της επιβάρυνσης στα ναύλα αλλά και στα ασφάλιστρα. Όπως εξήγησε, το 40% των εισαγωγών της χώρας μας προέρχονται από την Ασία και αφορούν κυρίως ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά είδη, ρουχισμό κ.ά.



Επιπτώσεις πιθανόν να υπάρξουν και στις τιμές των καυσίμων, όπως ανέφερε, καθώς ένα μεγάλο ποσοστό του πετρελαίου που φτάνει στην Ευρώπη περνάει από τα στενά του Σουέζ.

«Η αύξηση και ο πληθωρισμός θα είναι παντού» σημείωσε ο κ. Χατζηθεοδοσίου

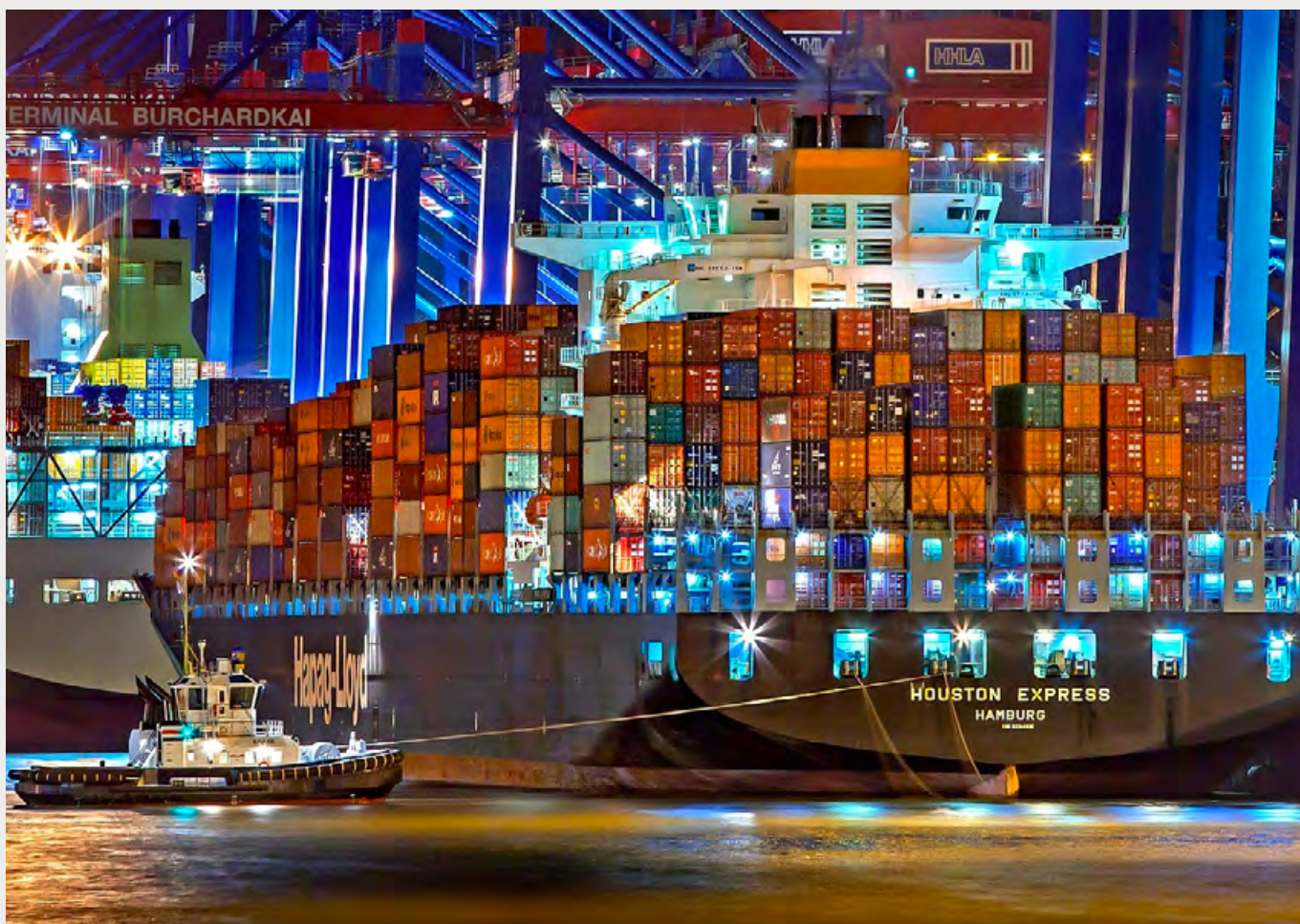
Β. Κορκίδης: Μειωμένες κατά 15% οι εισαγωγές κοντέινερ στο λιμάνι του Πειραιά το πρώτο 15ήμερο του Ιανουαρίου

Αντίστοιχες ήταν οι δηλώσεις και του κ. Βασίλη Κορκίδη, σχετικά με την κατάσταση που επικρατεί στην Ερυθρά Θάλασσα, με τον πρόεδρο του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Πειραιά, να αναφέρει πως οι εισαγωγές κοντέινερ στο λιμάνι του Πειραιά έχουν μειωθεί κατά 45% το πρώτο 15ήμερο του Ιανουαρίου. «Αυτή τη στιγμή 200.000 κοντέινερ κάνουν τον περίπλο της Αφρικής – γιατί το 67% των πλοίων αποφεύγει να περάσει το Σουέζ. Δεν τους ασφαλίζουν οι ασφαλιστικές εταιρείες και τα εμπορεύματα αυτά θα έρθουν με καθυστέρηση δύο εβδομάδων ενδεχομένως να ξεφορτώσουν σε άλλα λιμάνια και να πληρώσουμε επίπλευση να έρθουν στον Πειραιά με μικρότερα πλοία» τόνισε χαρακτηριστικά.

Ο κ. Κορκίδης σημείωσε σχετικά με τα προϊόντα που απασχολούν τους καταναλωτές πως: «Εάν έπρεπε να εκτελωνίσουμε σήμερα αυτά τα προϊόντα μιλάμε για ένα κόστος κόστος 10% επιπλέον». Συγκεκριμένα ανέφερε πως πρόκειται για προϊόντα ηλεκτρονικών υπολογιστών, κινητών τηλεφώνων, υποδημάτων και ηλεκτρικών συσκευών και αυτό συμβαίνει εξαιτίας της παράκαμψης των πλοίων από τη Διώρυγα του Σουέζ».

Παγκόσμιο πρόβλημα η αύξηση των ναύλων και των ασφάλιστρων

Αυτή τη στιγμή το κόστος μεταφοράς έχει τριπλασιαστεί. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι πως ένα για να



μεταφέρει ένα «40ρι» κοντέινερ από εκεί που κόστιζε περίπου 1.800 δολάρια, σήμερα το κόστος του αγγίζει τα κοστίζει 6.100 δολάρια.

Οι πρώτες καθυστερήσεις ήδη έχουν αρχίσει και εμφανίζονται σε πρώτες ύλες που προέρχονται από τις αγορές της Ασίας. Επιπλέον παράγοντες της αγοράς μιλούν για νέο καπέλο σε δεκάδες προϊόντα που μπορεί να ξεπεράσει ακόμα και το 10%.

Αντίστοιχα το πρόβλημα είναι μεγάλο και με την αύξηση των ασφάλιστρων, με τα πλοία που επιλέγουν να περάσουν από την Ερυθρά Θάλασσα να έρχονται αντιμέτωπα με αυξήσεις έως και 10 φορές πάνω.

Η θέση της Κίνας - Ανησυχία στο Πεκίνο

Η Κίνα απευθύνει ανοικτό κάλεσμα προς όλες τις πλευρές ώστε να εξασφαλιστεί η ασφαλής διέλευση από την Ερυθρά Θάλασσα, με τους ειδικούς να αναφέρουν πως οι επιθέσεις των Χούθι, απειλούν τη δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία στον κόσμο.

Ο Πν Γκανγκ, ένας Κινέζος εμπειρογνώμονας σε θέματα Μέσης Ανατολής, δήλωσε ότι αν και οι δυνάμεις των Χούθι δεν είχαν επιτεθεί σε κινεζικά εμπορικά πλοία, η διακοπή είχε αυξήσει το κόστος αποστολής και προκάλεσε «τεράστιες απώλειες» για τις κινεζικές εταιρείες.

«Η ναυτιλιακή διαδρομή της Ερυθράς Θάλασσας έχει μεγάλη σημασία για τα κινεζικά εμπορικά πλοία», δήλωσε ο Πν. «Αν και οι αποστολές από χώρες όπως η Κίνα μπορεί να είναι ασφαλείς, το κόστος μεταφοράς έχει αυξηθεί. . . είναι πολύ κακό για την Κίνα».

Όπως αναφέρουν οι Financial Times, ο δείκτης Shanghai Containerized Freight την περασμένη εβδομάδα αυξήθηκε στο υψηλότερο επίπεδο από τον Σεπτέμβριο του 2022, αντανakλώντας το αυξημένο κόστος αναδρομολόγησης πλοίων γύρω από το Ακρωτήριο της Καλής Ελπίδας στην Αφρική.

Η μεγαλύτερη ναυτιλιακή εταιρεία της Κίνας, η κρατική Cosco, αναγκάστηκε να αναδρομολογήσει πλοία μακριά από την Ερυθρά Θάλασσα, δήλωσε ο Stefan Angrick, αναπληρωτής διευθυντής και ανώτερος οικονομολόγος της Moody's Analytics, αυξάνοντας το κόστος για τους εξαγωγείς και προκαλώντας καθυστερήσεις.

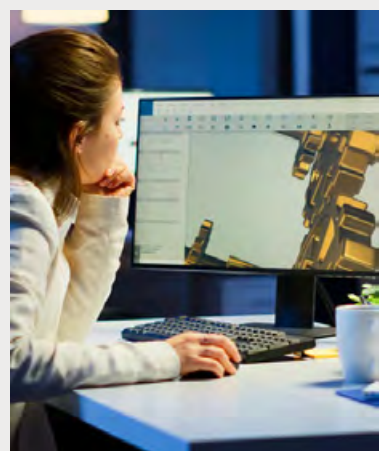
«Σε μια εποχή που η οικονομία στο εσωτερικό δεν φαίνεται να είναι σε καλή κατάσταση, νομίζω ότι είναι δίκαιο να πούμε ότι είναι ένας ανεπιθύμητος αντίθετος άνεμος», δήλωσε ο Angrick.

Η έκκληση που απηύθυνε η Κίνα έχει ιδιαίτερη σημασία, λόγω της εξάρτησης του Ιράν από το Πεκίνο.

LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



Εκδότρια -
Εμπορική Διεύθυνση:
Κλαίρη Στυλιαρά

Διευθυντής Σύνταξης:
Ορέστης Ζερβονικολάκης

Creative Director:
Χρυσάνθη Αποστολάκη

Office Manager:
Ανατολή Σοφρά

Επικοινωνήστε μαζί μας:
Σκουζέ 14, 18536 Πειραιάς, sales@sayes.gr

Δελτία Τύπου: media@sayes.gr

Τηλέφωνο επικοινωνίας: 213 0990585

εγγραφή

