

Το μέλλον είναι ήδη εδώ.



Αύξηση της ισχύος σε
Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας
με στόχο το μερίδιό μας
το 2026 να ανέλθει στο 40%
της χώρας.



Άμεση τοποθέτηση 1.000 σταθμών
φόρτισης σε όλη την Ελλάδα
που θα αυξηθούν σε
10.000 μεσοπρόθεσμα.



Νέα πρόσθετη υπηρεσία GreenPass
που εγγυάται στους καταναλωτές
πως όση ενέργεια καταναλώνουν,
τόση παράγεται για εκείνους
από ανανεώσιμες πηγές.



Σημαντική μείωση της λιγνιτικής
παραγωγής κατά 49% μεταξύ
2019 και 2021.

Ένα με το μέλλον
dei.gr

LET'S

εξάγουμε Ελλάδα
EXPORTGREECE

THE NEWSLETTER

15.03.2024 Τεύχος #190



FOOD EXPO 2024:
35.000 επισκέπτες από
όλο τον κόσμο, 1.000
Hosted Buyers και 2.500
διεθνείς αγοραστές



ΚΡΙ ΚΡΙ: Γιορτάζει τα
70 χρόνια και προχωράει
σε νέες επενδύσεις
30 εκατ. ευρώ



Ιταλία: Νέα έρευνα
δείχνει γιατί καταναλωτές
αποφεύγουν το ελαιόλαδο



Αίγυπτος: Σπάει ρεκόρ
στις εξαγωγές φρούτων και
λαχανικών προς Γερμανία



Exhibition News

FOOD EXPO 2024: 35.000 επισκέπτες από όλο τον κόσμο, 1.000 Hosted Buyers και 2.500 διεθνείς αγοραστές

Με απόλυτη επιτυχία ολοκληρώθηκε την αρχή της εβδομάδας η FOOD EXPO 2024. Ήταν ένα πλούσιο τριήμερο γεμάτο με εμπορικές συμφωνίες, εκατοντάδες ικανοποιημένους εκθέτες και χιλιάδες ενθουσιασμένους επισκέπτες.

Συγκεκριμένα 1.300 εκθέτες συνολικά παρουσίασαν ό,τι καλύτερο, premium, νεότερο έχει να δείξει το F&B industry τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Οι επισκέπτες μπόρεσαν να ανακαλύψουν και μία μεγάλη ποικιλία ethnic προϊόντων στα περίπτερα των 280 ξένων συμμετοχών. Παράλληλα, οι 1.000 hosted buyers από περίπου 80 χώρες που τίμησαν την έκθεση, είδαν από κοντά ένα πανόραμα από ποιοτικά και υψηλής διατροφικής αξίας τρόφιμα και έκαναν επαφές με νέους προμηθευτές. Νέοι εξαγωγικοί δρόμοι άνοιξαν για τις ελληνικές παραγωγικές εταιρίες ενώ τα στελέχη του κλάδου που συναντήθηκαν εδώ είχαν την ευκαιρία να συζητήσουν για το μέλλον του industry, να ανταλλάξουν απόψεις και ιδέες και φυσικά να διαμορφώσουν όλοι μαζί ένα δυναμικό community στο οποίο κυριαρχεί η έμπνευση, η επιχειρηματικότητα και δημιουργία επικερδών εμπορικών σχέσεων.

Παράλληλα, στο Hall 1, οι εμπορικές επιχειρήσεις και οι παραγωγοί που συμμετείχαν στα pavilions των Περιφερειών, Επιμελητηρίων και Δήμων κέρδισαν τις εντυπώσεις για τα φημισμένα και σε πολλές περιπτώσεις βραβευμένα τοπικά τρόφιμα παρασκευασμένα από παραδοσιακά προϊόντα με πρώτες ύλες της ελληνικής γης ενώ στην OENOTELIA, τα συναρπαστικά ελληνικά κρασιά και αποστάγματα μπήκαν ήδη στην λίστα των επιχειρηματιών που τα δοκίμασαν.

Κάνοντας έναν πρώτο απολογισμό της συμμετοχής τους στη FOOD EXPO 2024, οι εκθέτες δήλωσαν ενθουσιασμένοι από το επίπεδο της φετινής διοργάνωσης και την ποιότητα του επισκεπτικού κοινού, ενώ ήδη πριν καλά καλά κλείσουν οι πύλες, μέσα από τις δηλώσεις τους προανήγγειλαν τη συμμετοχή τους και στην ερχόμενη έκθεση, το 2025.

Περιφέρειες, Επιμελητήρια & Δήμοι συμμετείχαν στην έκθεση

Στα ειδικά διαμορφωμένα περίπτερα των Περιφερειών, των Επιμελητηρίων αλλά και των Δήμων φιλοξενήθηκαν εκατοντάδες τοπικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες είχαν τη δυνατότητα να προβάλουν τα προϊόντα τους, να αναδείξουν την παραγωγή τους, να βελτιώσουν

το εξαγωγικό προφίλ τους και να πραγματοποιήσουν εμπορικές και επιχειρηματικές συνεργασίες και συμφωνίες με εταιρείες και έμπορους από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Η FOOD EXPO 2024, ως το κορυφαίο εκθεσιακό γεγονός που προβάλλει και αναδεικνύει τα προϊόντα της Ελλάδας, υποδέχτηκε και φέτος ως εκθέτες σε ειδικά διαμορφωμένα pavilions 13 περιφέρειες της Ελλάδας και συγκεκριμένα οι: Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Κεντρικής Μακεδονίας, Δυτικής Μακεδονίας, Ηπείρου, Θεσσαλίας, Στερεάς Ελλάδας, Ιονίων Νήσων, Δυτικής Ελλάδας, Πελοποννήσου, Αττικής, Βορείου Αιγαίου, Νοτίου Αιγαίου και Κρήτης.

Επίσης, στη φετινή διοργάνωση έλαβαν μέρος 14 Επιμελητήρια και συγκεκριμένα τα: Κεφαλληνίας – Ιθάκης, Αχαΐας και Σερρών, Καστορίας, Κοζάνης, Φλωρίνας, Καρδίτσας, Λάρισας, Μαγνήσιας, Τρικάλων, Αιτολοακαρνανίας, Ηλείας.

Στο Hall 1 οι επισκέπτες συνάντησαν παραγωγούς αλλά και επιχειρήσεις εμπορίας τροφίμων και ποτών από τους Δήμους Σπάτων-Αρτέμιδος, Σαρωνικού και Μαρκόπουλου-Μεσογαίας.

Τέλος, συμμετείχε ως εκθέτης και το Ελληνο-ιταλικό Εμπορικό Επιμελητήριο.

1.000 Hosted Buyers & 2.500 διεθνείς αγοραστές

Ένας από τους σημαντικότερους στόχους της FOOD EXPO είναι να παρέχει στους εκθέτες της όλες τις ευκαιρίες για να αναπτύξουν και να αυξήσουν την εξωστρέφεια της επιχείρησής τους ώστε να ενδυναμώσουν την εξαγωγική τους δραστηριότητα σε όσες περισσότερες αγορές του κόσμου γίνεται. Με μία σειρά προωθητικών ενεργειών, κατάφερε να προσελκύσει 2.500 διεθνείς αγοραστές από αγορές στόχους για τα ελληνικά τρόφιμα και ποτά και τις τρεις ημέρες λειτουργίας της. Επιπλέον 1.000 αγοραστές είχαν την ευκαιρία να επισκεφτούν την έκθεση μέσω του Hosted Buyers προγράμματος.

Οι 1.000 hosted buyers που επισκέφτηκαν την έκθεση μέσω του Hosted Buyer προγράμματος επελέγησαν με αυστηρά κριτήρια και ήταν κατά κύριο λόγο, ιδιοκτήτες και σημαντικά στελέχη σε μεγάλες αλυσίδες supermarket και mini markets, χώρους μαζικής εστίασης, ξενοδοχεία, καθώς και ιδιοκτήτες ή chefs σε εστιατόρια με ελληνική ή/και μεσογειακή κουζίνα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι διεθνείς αυτοί επισκέπτες προήλθαν από περισσότερες από 80 κυρίαρχες αγορές-στόχους για τα ελληνικά, αλλά και μεσογειακά τρόφιμα και ποτά, όπως τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, οι ΗΠΑ, η Κίνα, η Ινδία, η Ιαπωνία, ο Καναδάς, η Βραζιλία, αλλά και αρκετά ευρωπαϊκά κράτη όπως: Αυστρία, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Μεγάλη Βρετανία κ.ά.

Κορυφαία στελέχη της αγοράς από όλο τον κόσμο

Η επίσκεψη των διεθνών αγοραστών στην έκθεση τους έδωσε τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν συναντήσεις με τους Έλληνες και ξένους εκθέτες για να επιλέξουν ανάμεσα στους καλύτερους της αγοράς, με στόχο να αυξήσουν την γκάμα των προϊόντων τους.

Στην FOOD EXPO βρήκαν ποιοτικά ελληνικά και μεσογειακά προϊόντα για να εμπλουτίσουν τα μενού τους ή να τοποθετήσουν στα ράφια της επιχείρησής τους, που θα κεντρίσουν το ενδιαφέρον του καταναλωτικού κοινού.

Οι αγοραστές έμειναν εντυπωσιασμένοι από τα εκλεκτά, παραδοσιακά αλλά και πιο ιδιαίτερα προϊόντα που βρήκαν και για τα αυξημένα αντανακλαστικά που επέδειξαν οι περισσότεροι εκθέτες που πλέον είναι έτοιμοι να εξάγουν τα προϊόντα τους με ρεαλισμό, τόσο σε θέματα ποσοτήτων όσο και τιμών.

Επίσης, το γεγονός ότι 280 εταιρίες από το εξωτερικό επέλεξαν να συμμετάσχουν στη FOOD EXPO, αποδεικνύει ότι η έκθεση αποτελεί ένα σημαντικό κανάλι προώθησης των προϊόντων τους στην ελληνική αγορά και επιβεβαιώνει τον διεθνή της χαρακτήρα και την εμπορική δυναμική της σε παγκόσμιο επίπεδο.



Exhibition News

FOOD EXPO 2024: Νέα προϊόντα και νέες προτάσεις από την ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ

Στη FOOD EXPO 2024, τη μεγαλύτερη έκθεση Τροφίμων και Ποτών στην Ν.Α. Ευρώπη, συμμετείχε η ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ. Η διοργάνωση, που πραγματοποιήθηκε στο Metropolitan Expo μεταξύ 9-11 Μαρτίου, εδώ και 10 χρόνια αντιπροσωπεύει με τον καλύτερο τρόπο τον δυναμικό κλάδο των τροφίμων και ποτών σε διεθνές επίπεδο.

Οι επισκέπτες του περίπτερου της ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ είχαν την ευκαιρία να δουν από κοντά και να ενημερωθούν για την πλήρη και ανανεωμένη προϊοντική γκάμα της εταιρείας, η οποία περιλαμβάνει κατεψυγμένα αλιεύματα (ψάρια και θαλασσινά), καθώς και διάφορες σειρές προϊόντων όπως πανέ, και ημι-έτοιμα γεύματα. Πρωταγωνιστικό ρόλο είχε η κατηγορία του τόνου, η οποία διατίθεται σε κονσέρβα με ελαιόλαδο και με νερό, σε rouches, καθώς και σε τονοσαλάτες σε διάφορες λαχταριστές γεύσεις. Όλα τα προϊόντα της εταιρείας είναι υψηλής διατροφικής αξίας και μοναδικής γεύσης.

Οι επισκέπτες της έκθεσης, κατά τη διάρκειά της, είχαν την ευκαιρία να συνομιλήσουν και να ενημερωθούν από τα εξειδικευμένα και έμπειρα μέλη της ομάδας της εταιρείας για τη γκάμα προϊόντων της ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ. Παράλληλα, οι επισκέπτες του περιπτερού της εταιρείας είχαν τη δυνατότητα να δοκιμάσουν επί τόπου τα νέα γευστικά της προϊόντα για τις αγορές του λιανεμπορίου και της εστίασης.

Η εξαιρετικά επιτυχημένη παρουσία της ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ για άλλη μία ακόμη φορά σε μια από τις πλέον δημοφιλείς εκθέσεις διεθνούς φήμης, στοχεύει στην ενίσχυση των υφιστάμενων επαγγελματικών σχέσεων, αλλά και στη δημιουργία νέων.



Η έκθεση ήταν μια σημαντική ευκαιρία τόσο για επαφές με προμηθευτές και για προβολή της εταιρείας και του χαρτοφυλακίου των προϊόντων της.



MWC24 Barcelona: 37 ελληνικές τεχνολογικές εταιρείες στο μεγαλύτερο συνέδριο καινοτομίας παγκοσμίως

Η αποστολή στο MWC24 αποτέλεσε την 11η συνεχόμενη ελληνική παρουσία και συνδιοργανώθηκε από την Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου (Enterprise Greece), τον Σύνδεσμο Επιχειρήσεων Καινοτόμων Εφαρμογών Ελλάδος (ΣΕΚΕΕ) και το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης.

Η εθνική αποστολή επέστρεψε από το MWC24 Barcelona, το οποίο αποτελεί μία από τις σημαντικότερες εκδηλώσεις παγκοσμίως στο χώρο των ψηφιακών τεχνολογιών, με πολλές επαφές, συνομιλίες και επιχειρηματικές συμφωνίες.

Στην ελληνική αποστολή συμμετείχαν 37 ελληνικές καινοτόμες, τεχνολογικές εταιρείες, με περισσότερα από 120 στελέχη, που είχαν την ευκαιρία να έλθουν σε επαφή με πιθανούς πελάτες και συνεργάτες από ολόκληρο τον κόσμο, αλλά και με ενδιαφερόμενους επενδυτές.

Σε αρκετές περιπτώσεις, οι επαφές οδήγησαν και σε αρχικές επιχειρηματικές συμφωνίες.

Στο πλαίσιο του MWC24 Barcelona, πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από 550 επιχειρηματικές συναντήσεις και 670 νέες επαφές στο ελληνικό περίπτερο, καθώς και μία σειρά συναντήσεων με μέλη άλλων εθνικών αποστολών (Ισπανία, Ολλανδία, Καταλονία κ.λ.π.), ως ενέργειες ενίσχυσης των διμερών σχέσεων με άλλες χώρες και οικοσυστήματα καινοτομίας.



Στα εγκαίνια του ελληνικού περιπτέρου που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο το MWC24 υπήρχε ισχυρή εκπροσώπηση της πολιτείας, των φορέων καινοτομίας, καθώς και υψηλόβαθμων στελεχών της επιχειρηματικής κοινότητας. Στα εγκαίνια απεύθυναν χαιρετισμό ο Υπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης, κος Δημήτρης Παπαστεργίου, ο Υφυπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης, κος Κωνσταντίνος Κυρανάκης, ο Περιφερειάρχης Αττικής, κος Νίκος Χαρδαλιάς, ο Διοικητής της ΑΑΔΕ, κος. Πύργος Πιτσιλής, η Πρόεδρος του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΒΕΑ), κα Σοφία Εφραίμογλου-Κουνενάκη, και ο Πρόεδρος του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Καινοτόμων Εφαρμογών Ελλάδος (ΣΕΚΕΕ), κος Μάνος Μακρομάλλης. Στην συνέχεια οι εταιρίες που συμμετείχαν έκαναν μια σύντομη παρουσίαση των λύσεων που παρουσίασαν στο MWC24.

«Είμαι πολύ χαρούμενος που για 11η συνεχή χρονιά η χώρα μας συμμετέχει στο MWC, τη μεγαλύτερη έκθεση στο χώρο των τεχνολογιών αιχμής και των καινοτόμων εφαρμογών παγκοσμίως. Ακολουθώντας το όραμα του Πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη για ένα ψηφιακό άλμα στο μέλλον, η Ελλάδα είναι πλέον μια χώρα που καινοτομεί, που αναβαθμίζει τις υποδομές της, που παρέχει καθημερινά πιο σύγχρονες και αποτελεσματικές υπηρεσίες στους πολίτες και το «επιχειρείν», που κάνει σταθερά βήματα προς μια πιο εξωστρεφή και φωτεινή εκδοχή της», σημείωσε κατά το χαιρετισμό του ο Υπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης Δημήτρης Παπαστεργίου.

Ο Υφυπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης Κωνσταντίνος Κυρανάκης ανέφερε «Είμαστε η πρώτη χώρα στην ΕΕ που χρησιμοποιεί generative AI για την εξυπηρέτηση των πολιτών. Είναι πραγματικά ενθαρρυντικό να βλέπουμε τη χώρα μας να γυρίζει σελίδα και να προχωρά προς το μέλλον, αγκαλιάζοντας την τεχνολογία. Δεν υπάρχει «μαγεία» σε όλα αυτά. Η απλή απάντηση είναι ότι τα συστήματα πρέπει να λειτουργούν και να εξυπηρετούν ουσιαστικά τις ανάγκες των πολιτών. Δεν πρόκειται για τη δημιουργία τεχνολογίας απλώς για την ύπαρξή της, ούτε για να ακολουθήσουμε απλώς τον ντόρο γύρω από την τεχνητή νοημοσύνη. Πρόκειται για το να δίνουμε τις σωστές απαντήσεις στα καθημερινά προβλήματα των πολιτών.»

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Enterprise Greece, Δρ. Μαρίνος Παννόπουλος, σε γραπτό του μήνυμα ανέφερε «οι προσπάθειες της κυβέρνησης για την οικοδόμηση της ψηφιακής Ελλάδας, την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών σε όλο το δημόσιο τομέα και την αναβάθμιση των ψηφιακών δεξιοτήτων των πολιτών είναι συνεχείς. Αυτή η στρατηγική στόχευση, σε συνδυασμό με μια νεοφυή επιχειρηματικότητα που αφήνει το στίγμα της στο διεθνές οικοσύστημα, ενισχύουν την θέση της Ελλάδας ως αναδυόμενο περιφερειακό κόμβο δεδομένων και καινοτομίας. Η Enterprise Greece είναι περήφανη που για 11η χρονιά υποστηρίζει την εθνική συμμετοχή στο Mobile World Congress σε συνεργασία με τον ΣΕΚΕΕ και το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης. Η φετινή

αποστολή απαρτίζεται από 37 δυναμικές εταιρείες που ασχολούνται από την ανάπτυξη καινοτόμων εφαρμογών έως τις υπηρεσίες επικοινωνίας αιχμής. Η συμμετοχή τους στο MWC ευελπιστούμε ότι θα βοηθήσει στην ενίσχυση της εξωστρέφειάς τους και θα θέσει τις βάσεις για το επόμενο βήμα στην επιχειρηματική τους εξέλιξη».

Ο Πρόεδρος του ΔΣ του ΣΕΚΕΕ, Μάνος Μακρομάλλης σημείωσε ότι «Η φετινή ελληνική παρουσία στο MWC24 είναι κατά γενική ομολογία η πιο πετυχημένη μέχρι σήμερα. Οι καινοτόμες τεχνολογικές εταιρίες που συμμετείχαν είχαν δυναμική παρουσία και ως επί το πλείστον πέτυχαν σημαντικά αποτελέσματα τόσο σε επίπεδο νέων επαφών, όσον και στην επίτευξη συνεργασιών με εταιρίες από όλο τον κόσμο. Παράλληλα, η ενεργή συμμετοχή και υποστήριξη την πολιτείας αλλά και πολλών φορέων καινοτομίας ήταν πιο έντονη από ποτέ ενισχύοντας σημαντικά αυτή τη δράση εξωστρέφειας και ανοίγοντας τον δρόμο για ακόμα μεγαλύτερη ελληνική παρουσία στο μέλλον».

Ποιοι συμμετείχαν

Στη φετινή αποστολή, μεταξύ άλλων, συμμετείχαν οι εταιρείες/φορείς: Ανεξάρτητη Αρχή Δημόσιων Εσόδων (ΑΑΔΕ), Acromove, Aegean Solutions, Aether, Agenso, Argo Semiconductors, AthletesWeR, Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ), bespot, Dotsoft, Excelon Financial Services, Evryka, GM395, Gnomon Informatics, Grapevine, HAM Systems, Helexpro Beyond, Θερμοκοιτίδα Επιχειρήσεων Αθήνας (ΘΕΑ), Intergo Telecom, Keyvoto, Lerna.ai, Liknoss Group, M-Stat, Modulus, Moptil, M-Sensis, NeaWallet, Neos Beyond Payments, Run4More, Safesize, Sammy, SmartRep, Tetragon, Tilematiki, Vantage Towers, Vertoyo, Ysoft.



Exhibition News

ΟΙΝΟΡΑΜΑ 2024: Ξεχώρισαν τα Οινοποιεία Μπουτάρη και παρουσίασαν νέες ετικέτες

Τα Οινοποιεία Μπουτάρη ξεχώρισαν με την παρουσία τους στην έκθεση «ΟΙΝΟΡΑΜΑ 2024», παρουσιάζοντας γνωστές και αγαπημένες ποικιλίες αλλά και 4 νέες ετικέτες κρασιών, που αποτέλεσαν μια εντυπωσιακή απόδειξη της δέσμευσης της εταιρίας για συνεχή εξέλιξη στην τέχνη του κρασιού, ανταποκρινόμενη στις γευστικές απαιτήσεις του σύγχρονου καταναλωτή.

Στο περίπτερο της Boutari, κάθε φιάλη των νέων γηγενών μονοποικιλιακών κρασιών προσκαλούσε τους επισκέπτες να ανακαλύψουν τις τρεις μοναδικές προσωπικότητες, που φέρουν οι πρώτες ετικέτες που παρουσιάστηκαν σε επίσημη πρώτη με τη νέα εταιρική ταυτότητα της ιστορικής μάρκας. Οι 3 νέες μονοποικιλιακές προτάσεις των Οινοποιείων Μπουτάρη, έχουν ελληνικό DNA το οποίο αναδεικνύεται σε όλες τους τις εκφάνσεις:

Μαλαγουζιά “Η Φινετσάτη”, μια εκλεπτυσμένη ποικιλία η οποία αποδεικνύει την αξία της με την ικανότητά της να πλαισιώνει αρμονικά κάθε γεύση. Το έντονο αρωματικό προφίλ της και η εκλεπτυσμένη γεύση της κάνουν κάθε γεύση μοναδική.

Βιδιανό Το Ζωηρό, ένα επιβλητικό κρασί που μένει αξέχαστο, καθώς προσφέρει ένα ανεπανάληπτο ταξίδι γεύσεων, κατευθείαν από την Κρήτη

Ασύρτικο Το Πολύπλοκο, με την πλούσια γευστική παλέτα του και τα εκλεπτυσμένα



αρώματά του ταξιδεύει τον λάτρη του οίνου σε μια απόλυτη εμπειρία γεύσης.

Επιπλέον παρουσιάστηκε το κρασί «Κόκκινο Γράμμα» ένα μοναδικό blend από Merlot & Syrah από την περιοχή της Μακεδονίας, που μαζί με το «Λευκό Γράμμα» -που ήδη κυκλοφορεί- αναδείχθηκαν ως δύο αποκαλυπτικά κρασιά που σε κάθε γουλιά μαρτυρούν σκέψεις και συναισθήματα. Μια οικογένεια κρασιών που μας προτρέπει να κάνουμε μια νέα αρχή και να ζήσουμε με πάθος την κάθε μας στιγμή. Ιδανικά για κάθε ώρα της ημέρας.

Η συμμετοχή των Οινοποιείων Μπουτάρη στο “ΟΙΝΟΡΑΜΑ 2024” σφραγίστηκε ακόμα από την ανανέωση των ετικετών σε κλασικά κρασιά της Οινοποιίας, όπως το Μοσχοφίλερο Μπουτάρη, το Αγιωργίτικο Μπουτάρη, ο Κρητικός Μπουτάρη αλλά και σε νεότερα κρασιά όπως το Σημείο (Λευκό – Ροζέ – Ερυθρό).



Special Report

Ιταλία: Νέα έρευνα δείχνει γιατί οι καταναλωτές αποφεύγουν το ελαιόλαδο

Σύμφωνα με μελέτη, το 30% των πολιτών της Ιταλίας στρέφεται σε άλλες λύσεις, αποφεύγοντας να αγοράσει ελαιόλαδο.

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με μια μελέτη του Ινστιτούτου Pieroli, η εκθετική αύξηση της τιμής στο ελαιόλαδο ωθεί τους Ιταλούς να αναζητήσουν διαφορετικά προϊόντα.

Η έρευνα έδειξε ότι ένας στους τρεις πολίτες έχει μειώσει την κατανάλωση σε ένα προϊόν που χαρακτηρίζεται πυλώνας της μεσογειακής διατροφής και αναφέρει επίσης ότι το 45% των Ιταλών έχει στραφεί προς το σπορέλαιο.

Τι αναφέρουν τα δεδομένα της Eurostat

Σύμφωνα με δεδομένα της Eurostat, τον Ιανουάριο του 2024, όλες οι χώρες της ΕΕ ανέφεραν αύξηση του ετήσιου πληθωρισμού του ελαιόλαδου κατά μέσο όρο 50%, με την υψηλότερη αύξηση να καταγράφεται στην Πορτογαλία (+69% σε σύγκριση με τον Ιανουάριο του 2023), ακολουθούμενη από την Ελλάδα (+67%) και την Ισπανία (+63%).

Όπως αναφέρει η μελέτη Pieroli, η αύξηση της τιμής από 4 σε 9 ευρώ ανά μπουκάλι έχει οδηγήσει περίπου το 30% των καταναλωτών να αλλάξουν τις αγοραστικές τους συνήθειες. Συγκεκριμένα, το 47% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι μείωσε την κατανάλωση κατά 30% και το 40% δήλωσε ότι τη μείωσε στο μισό. Γενικότερα, το 45% του δείγματος ισχυρίζεται ότι έχει αλλάξει τις μαγειρικές του συνήθειες μεταβαίνοντας στο φθηνότερο σπορέλαιο: πολλά μόνο για μαγείρεμα, μερικά και για καρυκεύματα.



Τα δεδομένα της έρευνας παρουσιάστηκαν στο σεμινάριο Cibus Lab αφιερωμένο στο ελαιόλαδο που συνδιοργανώθηκε από την Cibus di Parma.

Όπως αναφέρει η CEO του Ινστιτούτου Pieroli, Sara Merigo: «στην Ιταλία το λάδι ήταν πάντα προϊόν που καταναλώνεται ευρέως από τους πολίτες και η μείωση της κατανάλωσης αφενός, σε συνδυασμό με τον μετασχηματισμό των συνηθειών από την άλλη, θα έχει μακροπρόθεσμο αντίκτυπο σε έναν τομέα που αντιπροσωπεύει την πραγματική ιταλική αριστεία».

Οι παραγωγοί από την άλλη όμως δείχνουν να μην συμφωνούν απόλυτα με τους αριθμούς που προέκυψαν από την έρευνα. «Τα ευρήματα από τις τυχαίες έρευνες είναι ενστικτώδεις απαντήσεις, οι οποίες λαμβάνουν υπόψη τις διαθέσεις, ισχυρίζεται ο Zefferino Monini, Διευθύνων Σύμβουλος του ομώνυμου ελαιουργείου και ισχυρίζεται πως τα στοιχεία της Nielsen, που παρακολουθούν τις πραγματικές αγορές, δείχνουν μείωση, αλλά μικρότερη. Για το 2023, οι πωλήσεις έξτρα παρθένου ελαιόλαδου στο λιανικό εμπόριο μεγάλης κλίμακας μειώθηκαν κατά 9,5% και ο μέσος όρος για τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο 2024 υποδηλώνει πτώση σε όγκους περίπου 7,8%...

Εάν όλα εξελιχθούν ομαλά και η επόμενη εκστρατεία ελαιοκαλλιέργειας θα είναι ικανοποιητική όχι μόνο στην Ιταλία, μπορούμε να περιμένουμε πτώση των τιμών το 2025 σε περίπου 6 ευρώ ανά φιάλη».



Special Report

ΚΡΙ ΚΡΙ: Γιορτάζει τα 70 χρόνια και προχωράει σε νέες επενδύσεις 30 εκατ. ευρώ

Με πωλήσεις πάνω από 210 εκατ. ευρώ το χρόνο, με το 50% του τζίρου της να προέρχεται από το εξωτερικό καθώς έχει παρουσία σε 42 χώρες, η γαλακτοβιομηχανία Κρι Κρι πρωταγωνιστεί στην αγορά γιαουρτιού και παγωτού.

Η εταιρεία που μετρά 70 χρόνια παρουσίας στην αγορά –ιδρύθηκε το 1954 στις Σέρρες- έχει υλοποιήσει ένα μεγάλο πλάνο επενδύσεων ύψους 100 εκατ ευρώ τη δεκαετία 2014-2023. Και δρομολογεί νέες επενδύσεις ύψους 30 εκατ. ευρώ τη διετία 2024-2025 σε νέο θάλαμο συντήρησης, επέκταση της παραγωγής παγωτού, αποθηκευτικούς χώρους για το παγωτό, αλλά και επέκταση της παραγωγής γαλακτοκομικών.

Ταυτόχρονα η Κρι Κρι επενδύει σε ΑΠΕ, ενώ δημιούργησε και ένα θεματικό πάρκο το “Εργοστάσιο Παγωτού” – επένδυση 1 εκατ ευρώ- που φιλοδοξεί να φιλοξενήσει και να παρουσιάσει την ιστορία του παγωτού σε 50.000 μαθητές.

Στα μελλοντικά σχέδια της Κρι Κρι αναφέρθηκε ο Παναγιώτης Τσινάβος, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος, κατά τη διάρκεια δημοσιογραφικής αποστολής στις εγκαταστάσεις της εταιρείας.

Όπως είπε η εταιρεία από την εισαγωγή της στο χρηματιστήριο το 2003 εμφανίζει μέση ετήσια ανάπτυξη 16,5%. Μάλιστα για φέτο προβλέπει διψήφια ανάπτυξη πωλήσεων, τουλάχιστον 10%, προβαίνοντας μάλιστα σε μειώσεις τιμών στα προϊόντα της, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Είναι ενδεικτικό ότι στο πρώτο δίμηνο



του έτους εμφανίζει αύξηση όγκου πωλήσεων κατά 15% και αύξηση αξίας πωλήσεων κατά 11%.

Παράγει το 1 στα 2 γιαούρτια στην Ελλάδα

Να σημειωθεί ότι το 80% του τζίρου της Κρι Κρι -δηλαδή περίπου 160 εκατ. ευρώ- προέρχεται από τις πωλήσεις γιαουρτιού.

Συγκεκριμένα η Κρι Κρι κατέχει μερίδιο αγοράς 16,1% σε αξία πωλήσεων και 14,2% σε όγκο πωλήσεων στην ελληνική αγορά γιαουρτιού ευρωπαϊκού τύπου, είναι δηλαδή στη 2η θέση.

Ωστόσο η Κρι Κρι παράγει παράλληλα και το σύνολο σχεδόν των γιαουρτιών Ιδιωτικής Ετικέτας στην Ελλάδα (22,9% της αγοράς σε αξία πωλήσεων και 35,3% σε όγκο), με αποτέλεσμα αθροιστικά το μερίδιο της να ξεπερνά το 50% σε όγκο. Που με απλά λόγια σημαίνει ότι παράγει το 1 στα 2 γιαούρτια στην Ελλάδα.

Παράλληλα η Κρι Κρι έχει πάνω από 50% μερίδιο αγοράς σε όγκο και αξία στα παιδικά γιαούρτια ενώ είναι η μόνη μαζί με την ΔΕΛΤΑ, που έχει παρουσία και στην κατηγορία των βρεφικών γιαουρτιών.

No2 μάρκα στο παγωτό

Στην αγορά τώρα του παγωτού η Κρι Κρι είναι η No2 μάρκα σε όγκο στην παραδοσιακή αγορά με 22,5% και διαθέτει πάνω από 20.000 σημεία πώλησης στην ελληνική αγορά και αποτελεί την μεγαλύτερη εταιρεία παγωτού με παραγωγή στην Ελλάδα αυτή την στιγμή. Σημειωτέον ότι η αγορά παγωτού στην Ελλάδα υπολογίζεται στα 200 εκατ. ευρώ.

Στο 50% των πωλήσεων οι εξαγωγές

Το 50% του τζίρου της Κρι Κρι προέρχεται από εξαγωγές, καθώς η εταιρεία εξάγει τα προϊόντα της σε 42 χώρες και διαθέτει 5.500 σημεία πώλησης στα Βαλκάνια.

Να σημειωθεί ότι η εταιρεία εστίασε στις στοχευμένες εξαγωγές από το 2000 και την τελευταία πενταετία «τρέχουν» με μέσο ετήσιο ρυθμό 23%.

Πέρυσι η εταιρεία πέτυχε 32% άνοδο σε αξία πωλήσεων και 25% σε όγκο πωλήσεων με τις πωλήσεις της Κρι Κρι να αγγίζουν τα 106 εκατ. ευρώ, με τα 96 εκατ. ευρώ εξ αυτών να προέρχονται από εξαγωγές γιαουρτιού. Η σημαντικότερη εξαγωγική αγορά για την Κρι Κρι είναι η Ιταλία, που αντιστοιχεί στο 37% του τζίρου από το εξωτερικό και ακολουθεί η Αγγλία με 36%. Ενώ έχει πλέον στόχο αγορές όπως η Γαλλία και οι Σκανδιναβικές Χώρες.

Μάλιστα για να δώσει υπεραξία στα προϊόντα της, η Κρι Κρι λάνσαρε τα high protein γιαούρτια, που γνωρίζουν μεγάλη ζήτηση στις ευρωπαϊκές αγορές. Να σημειωθεί ότι τα Greek high protein γιαούρτια ανταγωνίζονται σήματα όπως αυτά της Arla και της Danon.

Παράλληλα στόχος της είναι η περαιτέρω ανάπτυξη εξαγωγών με νέα προϊόντα στην κατηγορία frozen yogurt. Στο συγκεκριμένο κομμάτι πραγματοποιεί εξαγωγές στην Ιταλία, στο Ηνωμένο Βασίλειο, αλλά και πρόσφατα στην Κορέα με Greek frozen yogurt. Και ακόμα υπέγραψε νέα συμβόλαια με τη Νορβηγία και τις ΗΠΑ, όπου προωθεί συνεργασία με αλυσίδες όπως η Walmart, ενώ επιπλέον ξεκινά εξαγωγές σε Σιγκαπούρη και Ταϊβάν.

Οι νέες επενδύσεις 30 εκατ. ευρώ

Για τη διετία 2024 – 2025 η Κρι Κρι έχει επενδυτικό πλάνο της τάξης των 30 εκατ. ευρώ, στον τομέα της βιωσιμότητας (ήδη έχει επενδύσει 6 εκατ. ευρώ σε

μονάδα βιοαερίου και 500.000 ευρώ σε φωτοβολταϊκά) αλλά και των παραγωγικών υποδομών. Η εταιρεία έχει προχωρήσει στην αγορά έκτασης 25 στρεμμάτων (επένδυση 1,3 εκατ. ευρώ) που γειτνιάζει με τις εγκαταστάσεις της στις Σέρρες.

Να σημειωθεί ότι η Κρι Κρι απασχολεί 600 εργαζόμενους, μάλιστα το 2023 προχώρησε σε 100 νέες προσλήψεις.

Η εταιρεία υλοποιεί επενδύσεις που θα ενισχύσουν την παραγωγή παγωτού, θα διπλασιάσουν την δυνατότητα παστερίωσης γάλακτος και θα βοηθήσουν στην διαδικασία παραλαβής, αποθήκευσης και διανομής προϊόντων αλλά και αξιοποίησης πρώτων υλών.

Το «Εργοστάσιο παγωτού»

Το θεματικό πάρκο και μουσείο παγωτού, το «Εργοστάσιο Παγωτού», φιλοξενείται σε έναν ειδικά σχεδιασμένο χώρο 2.000 τ.μ., τμήμα ενός καθαρά σύγχρονου βιομηχανικού χώρου, όπου οι επισκέπτες θα ξεναγούνται σε έξι διαφορετικές αίθουσες ταξιδεύοντας στον χρόνο, ανακαλύπτοντας τα μυστικά του παγωτού, την ιστορία αλλά και την εξέλιξή του, ενώ στο τέλος, θα έχουν την ευκαιρία να παρασκευάζουν και να δοκιμάζουν τη δική τους αγαπημένη γεύση στο εργαστήριο παγωτού.

Πρόκειται για επένδυση ύψους 1 εκατ. ευρώ. Να σημειωθεί ότι τη δημιουργία του η Κρι Κρι έχει συνεργαστεί με την εταιρεία Dream Workers, που έχει επιμεληθεί έργα όπως η Ονειρούπολη στην Δράμα, ο Μύλος των Ξωτικών στα Τρίκαλα αλλά και το θεματικό πάρκο για το έργο του Ευγένιου Τριβιζά.

Και όπως ανέφερε ο κ. Τσινάβος στόχος είναι το «Εργοστάσιο Παγωτού» να προσελκύει σε ετήσια βάση 50.000 μαθητές από σχολεία όλης της Ελλάδας καθώς και επισκέπτες από άλλες χώρες, κυρίως Βαλκανικές.



What's New

EMFI: Ο στόχος της 5ετίας και οι νέες συνεργασίες

Στο επίκεντρο του 1ου Πανελληνίου Συνεδρίου παγωτού MENNE, που πραγματοποιήθηκε από την EMFI στο τέλος Φεβρουαρίου, στην Τεχνόπολη του Δήμου Αθηναίων, βρέθηκε το στρατηγικό πλάνο, οι προοπτικές και οι νέες συνεργασίες.

Στο Συνέδριο έλαβαν μέρος οι αντιπρόσωποι παγωτού MENNE από όλη την Ελλάδα, την Ιταλία και την Κύπρο. Στόχος η μάρκα MENNE να πρωταγωνιστήσει στην αγορά του παγωτού στην Ελλάδα.

Το Συνέδριο τίμησε με την παρουσία του ο κος Κύρος Φιλίππου, Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της EMFI (πρώην ΕΒΓΑ). Ο κ. Κ. Φιλίππου παρουσίασε το όραμα και τους στρατηγικούς στόχους της εταιρείας και δήλωσε χαρακτηριστικά ότι «Στόχος είναι τα επόμενα χρόνια, η εταιρία EMFI και η μάρκα MENNE να πρωταγωνιστήσουν στην ελληνική αγορά».

Ο κος Αντώνης Φαφαλιός, Εμπορικός Διευθυντής της EMFI (πρώην ΕΒΓΑ), παρουσίασε την εμπορική στρατηγική για την νέα χρονιά, επισημαίνοντας ότι: «Φιλοδοξία μας είναι να θέσουμε τις βάσεις προκειμένου όλοι οι Έλληνες και ξένοι καταναλωτές να απολαύσουν τα παγωτά MENNE».

Στο πλαίσιο του Συνεδρίου, παρουσιάστηκαν οι στρατηγικές συνεργασίες της EMFI, με τις εταιρείες Ferrero & Bonduelle, σε πανελλαδικό επίπεδο.

Τα παγωτά MENNE ξεκινάνε δυναμικά το 2024, με πανελλαδική διανομή και με μια πλήρη γκάμα ατομικού, οικογενειακού παγωτού, καθώς και παγωτών για τον Επαγγελματικό Κλάδο. Με τις μάρκες REALE, FEELINGS, SCOOP JOY, FRUTTINHO και άλλες, τα ψυγεία παγωτού MENNE θα γίνουν ο νέος πόλος έλξης σε κάθε γειτονιά.

Η μάρκα παγωτών MENNE

Η Gelati Menne είναι μία από τις παλαιότερες μάρκες παγωτού στην Ιταλία με βασικό κριτήριο την απαράμιλλη ποιότητα των προϊόντων της, την αυθεντικότητα και το



Ο κ. Κύρος Φιλίππου, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου EMFI

σεβασμό στον καταναλωτή. Το 2015, η εταιρεία EMFI, λανσάρε στην Ελλάδα την μάρκα παγωτών MENNE, κυρίως μέσα από το κανάλι του food service για τον επαγγελματικό κλάδο, τόσο με κλασσικές γεύσεις παγωτού, όσο και με τις πρωτότυπες ιταλικές γεύσεις της που κάνουν τη διαφορά.

Από το 2024, ξεκινά η πανελλαδική διανομή των παγωτών MENNE. Με σεβασμό στην παράδοση και την εμπειρία σχεδόν 100 χρόνων, τα παγωτά MENNE είναι εδώ για να σκορπίσουν την απόλαυση και την χαρά.

EMFI

Η EMFI είναι η παλαιότερη ελληνική εταιρία παραγωγής παγωτού στην Ελλάδα, με ιστορία και εμπειρία από το 1934, οπότε και ιδρύθηκε με την επωνυμία ΕΘΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (ΕΒΓΑ). Η EMFI έχει την έδρα της στην Αθήνα και στις μονάδες παραγωγής της παράγονται τα παγωτά MENNE, τα κρουασάν ΕΒΓΑ με τις μάρκες FOLIE, TRENDY & PRALEDA, καθώς και προϊόντα PL για ελληνικές και διεθνείς συνεργασίες.

Με γνώμονα τη συνεχή καινοτομία, την ποιότητα και τον σεβασμό στους καταναλωτές και τους ανθρώπους της, το όραμα της EMFI είναι η εξάπλωση στις διεθνείς αγορές, με προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας που ικανοποιούν πλήρως τις απαιτήσεις των πελατών της.

ΣΕΒΕ: Τα 4 δισ. ευρώ «άγγιξαν» οι εξαγωγές τον Ιανουάριο

Τα 4 δισ. ευρώ άγγιξαν οι ελληνικές εξαγωγές για τον Ιανουάριο του 2024, καταγράφοντας μία μείωση της τάξεως του 11,2% σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα το 2023.

Στα θετικά αξίζει να αναφέρουμε πως ταυτόχρονα η χώρα παρουσίασε μείωση στις εισαγωγές της, σε μικρότερη κλίμακα που άγγιξε το 6,3%.

Ακόμα πιο συγκεκριμένα και σύμφωνα με τα στοιχεία εξαγωγών που ανακοίνωσε η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) και τα οποία επεξεργάστηκε το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών του ΣΕΒΕ, η αξία των ελληνικών εξαγωγών ανήλθε σε 4 δισ. εκατ. τον Ιανουάριο του 2024 έναντι 4,5 δισ. για το αντίστοιχο διάστημα τον Ιανουάριο του 2023.

Η μείωση διαμορφώθηκε σε -11,2%, δηλαδή σε 503,9 εκατ. ευρώ. Οι εισαγωγές μειώθηκαν κατά 437,5 εκατ. ευρώ, δηλαδή 6,3% και από 6.990 εκατ. ευρώ πέρυσι ανήλθαν σε 6.552,9 εκατ. ευρώ φέτος, ενώ το εμπορικό έλλειμμα αυξήθηκε κατά 66,4 εκατ. ευρώ, δηλαδή 2,7% και διαμορφώθηκε σε 2.543,1 εκατ. ευρώ έναντι 2.476,7 εκατ. ευρώ το 2023.

Η εικόνα των εμπορευματικών συναλλαγών άνευ πετρελαιοειδών εμφανίζει σημαντικές διαφορές με τις εξαγωγές να ανέρχονται σε 2.697 εκατ. ευρώ τον Ιανουάριο του 2024 έναντι 2.939,6 εκατ. ευρώ τον Ιανουάριο του 2023 μειωμένες κατά 8,3%. Οι εισαγωγές ανέρχονται σε 4.644,8 εκατ. ευρώ, μειωμένες και αυτές κατά 162,7 εκατ. ευρώ, δηλαδή 3,4%. Το εμπορικό έλλειμμα αυξήθηκε κατά 79,9 εκατ., δηλαδή 4,3% και ανήλθε σε 1.947,8 εκατ. ευρώ.

Εξαγωγές ανά κλάδο - Αύξηση στα τρόφιμα

Με την ανάλυση των εξαγωγικών επιδόσεων Αναλύοντας τις εξαγωγικές επιδόσεις ανά κλάδο, παρατηρείται σημαντική αύξηση στον κλάδο των τροφίμων κατά 47,7

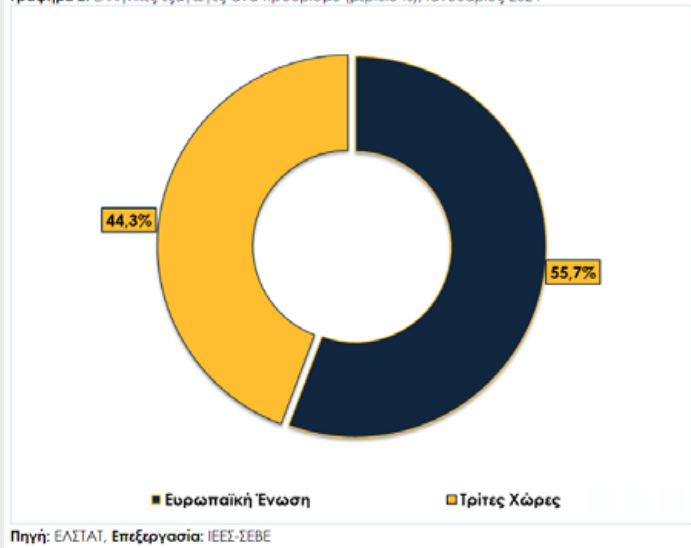


εκατ. ευρώ σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο καθώς επίσης αύξηση παρατηρούμαι στον κλάδο των ποτών -καπνών κατά €12,1 εκατ.

Μείωση των εξαγωγών παρουσίασαν οι κλάδοι των λιπών – ελαίων (105,8 εκατ. ευρώ, ήτοι 48,6%), των πρώτων υλών (46,8 εκατ. ευρώ, ήτοι 29,2%), των βιομηχανικών (108,6 εκατ. ευρώ, δηλαδή 17,7%), των διάφορων βιομηχανικών προϊόντων (42,2 εκατ. ευρώ, δηλαδή 14,6%), καθώς και αυτός των πετρελαιοειδών (232 εκατ. ευρώ, δηλαδή 14,3%). Οι κλάδοι των χημικών και των μηχ/των – οχημάτων παρουσίασαν ηπιότερη μείωση κατά 9,3% και 1,8% αντίστοιχα.

Αναφορικά με τους εξαγωγικούς προορισμούς, το 55,7% των ελληνικών προϊόντων απεστάλη σε κράτη-μέλη της ΕΕ (27), ενώ το 44,3% σε Τρίτες Χώρες με τα αντίστοιχα ποσοστά τον Ιανουάριο του 2023 να ανέρχονται σε 56,2% για την ΕΕ (27) και 43,8% για τις Τρίτες Χώρες.

Γράφημα 2. Ελληνικές εξαγωγές ανά προορισμό (μερίδιο %), Ιανουάριος 2024



World News

Αίγυπτος: Σπάει ρεκόρ στις εξαγωγές φρούτων και λαχανικών προς Γερμανία

Η Αίγυπτος πέτυχε ρεκόρ εξαγωγών φρέσκων, κατεψυγμένων και αποξηραμένων λαχανικών και φρούτων στη Γερμανία το 2023, σύμφωνα με την EastFruit. Οι Γερμανοί εισαγωγείς αγόρασαν περισσότερους από 190 χιλιάδες τόνους αιγυπτιακών προϊόντων, γεγονός που συνιστά αύξηση 25% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Οι αιγυπτιακές εξαγωγές στη γερμανική αγορά αποτελούνταν κυρίως από πέντε προϊόντα - πατάτες, κατεψυγμένες φράουλες, σταφύλια, κρεμμύδια και πορτοκάλια. Αυτά αντιπροσώπευαν περίπου το 85% του συνολικού όγκου.

Επιπλέον, καθένα από αυτά τα προϊόντα σημείωσε σημαντική αύξηση των εξαγωγών σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

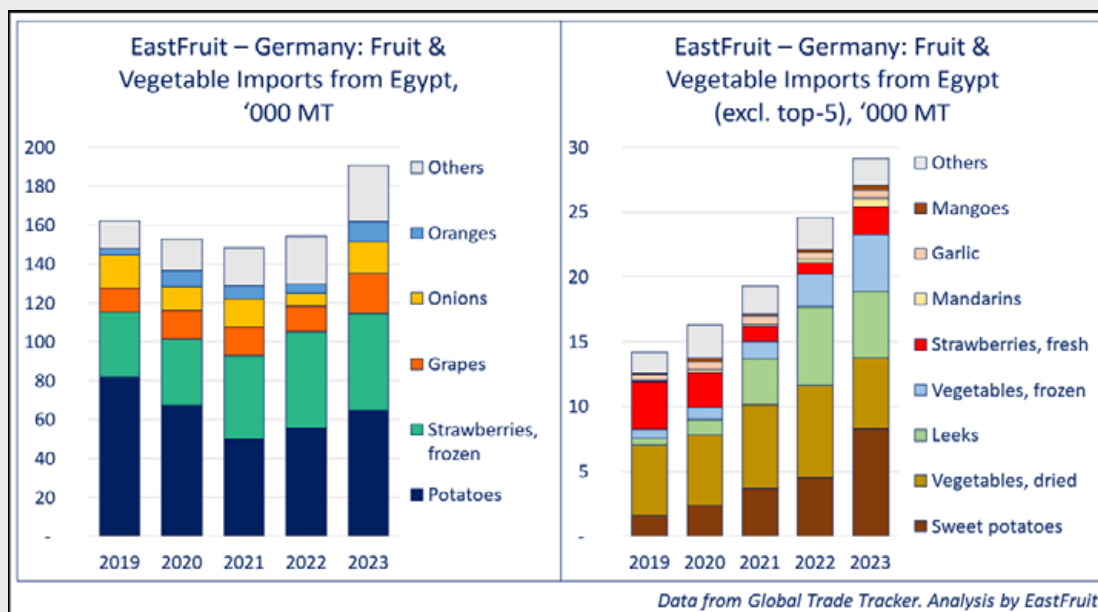
Παράδειγμα, οι εξαγωγές πατάτας από την Αίγυπτο στη Γερμανία αυξήθηκαν κατά 17% σε 65 χιλιάδες τόνους, οι εξαγωγές σταφυλιών αυξήθηκαν κατά 50% σε 21 χιλιάδες τόνους και οι εξαγωγές κρεμμυδιών και πορτοκαλιών υπερδιπλασιάστηκαν σε 16 χιλιάδες τόνους και 10 χιλιάδες τόνους



αντίστοιχα. Εν τω μεταξύ, οι εξαγωγές κατεψυγμένης φράουλας από την Αίγυπτο παρέμειναν σχετικά σταθερές σε περίπου 50 χιλιάδες τόνους.

Η Αίγυπτος ήταν ένας από τους κορυφαίους προμηθευτές λαχανικών και φρούτων στη Γερμανία, αλλά η κατάταξη της διέφερε ανάλογα με το προϊόν. Στον τομέα των κατεψυγμένων φραουλών, η Αίγυπτος κυριαρχούσε στη γερμανική αγορά με μερίδιο αγοράς σχεδόν τα δύο τρίτα. Στα τμήματα της πατάτας και των κρεμμυδιών, η Αίγυπτος ήταν ο κορυφαίος προμηθευτής εκτός ΕΕ, αλλά υστερούσε έναντι της Ολλανδίας και της Γαλλίας για τις πατάτες και της Ολλανδίας και της Ισπανίας για τα κρεμμύδια. Στα τμήματα των σταφυλιών και των πορτοκαλιών, η Αίγυπτος κατέλαβε την πέμπτη θέση μετά την Ισπανία, τη Νότια Αφρική και ορισμένες άλλες χώρες.

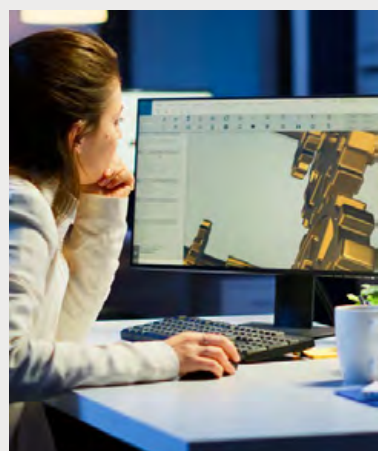
Άλλα λιγότερο σημαντικά προϊόντα που εξήγαγε η Αίγυπτος στη Γερμανία ήταν οι γλυκοπατάτες, τα αποξηραμένα κρεμμύδια και άλλα λαχανικά, τα πράσα, τα κατεψυγμένα λαχανικά, οι φρέσκες φράουλες, τα μανταρίνια, το σκόρδο, το μάνγκο κ.λπ.



LET'S
EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



Εκδότρια - Εμπορική Διεύθυνση:
Κλαίρη Στυλιάρά

Διευθυντής Σύνταξης:
Ορέστης Ζερβονικολάκης

Creative Director: Χρυσάνθη Αποστολάκη

Office Manager: Φανή Μπαρού

Sales Coordinator: Μαρίνα Μεγαλογιάννη

Τεχνική Υποστήριξη:
● BlackDot Web Services

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

Δελτία Τύπου: media@sayes.gr

Τηλέφωνο επικοινωνίας: 213 0990585

εγγραφή

