



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](http://deiblu.com)



17.05.2024 Τεύχος #205

**ΕΟΤ: Προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού που υποστηρίζει τη διαφορετικότητα, την ισότητα και τη συμπερίληψη**



**Σ. Διαμαντίδης (ΣΕΠΕ): Οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων αντέχουν παρά τον πόλεμο στην Ουκρανία και τις επιθέσεις των Χούτι**



**Wolt Consumer Report: Αυτές είναι οι συνήθειες και οι επιλογές των Ελλήνων καταναλωτών για το 2023**



**ΟΗΕ: Γιατί αυξήθηκαν παγκοσμίως οι τιμές των τροφίμων τον Απρίλιο**



Greek News

## Σ. Διαμαντίδης (ΣΕΠΕ): Οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων αντέχουν παρά τον πόλεμο στην Ουκρανία και τις επιθέσεις των Χούτι

**Αντέχουν οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων παρά την γεωπολιτική αβεβαιότητα λόγω του πολέμου στην Ουκρανία και των επιθέσεων των Χούτι στην Ερυθρά Θάλασσα.**

Το 2022 η συνολική τους αξία αυξήθηκε στα 8,1 δισ. ευρώ (από 6,7 δισ. ευρώ τον προηγούμενο χρόνο) και το 2023 ανέβηκε στα 9,1 δισ. ευρώ. Μάλιστα οι καταναλωτές του εξωτερικού αναζητούν όλο και περισσότερο ετικέτες «made in Greece», ιδιαίτερα σε κατηγορίες όπως το ελαιόλαδο, το γιαούρτι, το μέλι και το τυρί φέτα.

Αυτό υπογράμμισε μιλώντας στο ΑΠΕ ο πρόεδρος του **Συνδέσμου Εξαγωγέων-ΣΕΒΕ, Συμεών Διαμαντίδης**, επισημαίνοντας ότι λόγω της γεωπολιτικής αστάθειας έχουν «κλείσει» αγορές για τους Έλληνες εξαγωγείς, όπως είναι η αγορά της Ρωσίας, ενώ οι επιθέσεις των Χούτι έχουν «κλείσει» εμπορικούς δρόμους με συνέπεια να καταστεί η μεταφορά των προϊόντων ακριβότερη.

Ωστόσο ο κ. Διαμαντίδης επισημαίνει πως αυξήθηκαν οι εξαγωγές προς χώρες της Ευρώπης, με το μερίδιο εξαγωγών τροφίμων και ποτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση να αυξάνεται από 68% το 2019 στο 72% το 2023.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνδέσμου Εξαγωγέων-ΣΕΒΕ, «τα τελευταία χρόνια οι Έλληνες εξαγωγείς έχουν κληθεί να αντιμετωπίσουν σημαντικά εμπόδια στην ελεύθερη μετακίνηση προϊόντων στη διεθνή αγορά. Παρά τις αρνητικές προβλέψεις για την εμπορική δραστηριότητα της χώρας μας, παρατηρήσαμε το ακριβώς αντίθετο αποτέλεσμα».

Το 2022, μετά από την κρίση της πανδημίας και κατά



την αρχή του ρωσο-ουκρανικού πολέμου, οι εξαγωγές προϊόντων της Ελλάδας σε αξία εκτινάχθηκαν στα 55,7 δισ. ευρώ, από τα 39,9 δισ. ευρώ το 2021, καταρρίπτοντας κάθε ιστορικό ρεκόρ.

Το 2023, οι επιθέσεις των Χούτι σε συνδυασμό με την ενεργειακή κρίση, κατέστησαν τις μεταφορές αγαθών εξαιρετικά ακριβές, αναγκάζοντας πολλές επιχειρήσεις να αλλάξουν τις επιλογές τους. Ωστόσο, η προσαρμογή των ελληνικών επιχειρήσεων στα νέα δεδομένα ήταν επιτυχημένη, με την συνολική αξία των ελληνικών εξαγωγών προϊόντων –και όχι μόνο των τροφίμων– να ανέρχεται στα 50,4 δισ. ευρώ για το 2023.

Στο ερώτημα κατά πόσο τα ελληνικά τρόφιμα έχουν βρει θέση στα ράφια των σούπερ μάρκετ στο εξωτερικό ο κ. Διαμαντίδης σημειώνει χαρακτηριστικά πως:

«Η δημοτικότητα των ελληνικών τροφίμων στο εξωτερικό αυξάνεται σταθερά και κατέχουν πλέον αξιοσημείωτη θέση στα ράφια των σούπερ μάρκετ». Όπως λέει, «στη ζήτηση τους βοηθά και η φήμη της ελληνικής κουζίνας με τους καταναλωτές να αναζητούν όλο και περισσότερο ετικέτες made in Greece, ιδιαίτερα σε κατηγορίες όπως το ελαιόλαδο, το γιαούρτι, το μέλι και το τυρί φέτα, μιας και αυτά τα προϊόντα φημίζονται για την αυθεντική γεύση, την υψηλή ποιότητα και τις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής τους».

Η «έκρηξη» στις ελληνικές εξαγωγές τροφίμων σημειώθηκε το 2020, αύξηση η οποία αποδόθηκε σε μεγάλο βαθμό στην παγκόσμια ζήτηση για υγιεινά και αυθεντικά μεσογειακά προϊόντα, με το ελληνικό ελαιόλαδο, το τυρί φέτα, το γιαούρτι, το μέλι και τις ελιές να πρωτοστατούν

ως προϊόντα- ναυαρχίδες. Ταυτόχρονα και τα φρούτα κατέχουν υψηλή θέση στις ελληνικές εξαγωγές.

Υπογραμμίζει πως η Μακεδονία συμβάλλει ουσιαστικά σε αυτήν την εξαγωγική επιτυχία καθώς η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατέχει το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο εξαγωγών τροφίμων της χώρας μας και οι περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας- Θράκης και Δυτικής Μακεδονίας, κατέχουν την έκτη και έβδομη θέση αντίστοιχα. Η Μακεδονία παράγει μεγάλο ποσοστό αυτών των εμβληματικών προϊόντων, συμβάλλοντας σημαντικά στην εξαγωγική ισχύ της Ελλάδας στη βιομηχανία τροφίμων, με σταθερά ανοδική πορεία στη πάροδο του χρόνου.

Μάλιστα στο ερώτημα πόσες επιχειρήσεις τροφίμων έχουν μέχρι σήμερα λάβει το συλλογικό σήμα «Macedonia the Great» και ποιες κατηγορίες προϊόντων υπερτερούν, ο κ. Διαμαντίδης αναφέρει ότι μέχρι τώρα 50 επιχειρήσεις έχουν λάβει την άδεια χρήσης του ευρωπαϊκού συλλογικού σήματος του ΣΕΒΕ «Macedonia the Great». Με τα φρούτα και λαχανικά να κατέχουν την μερίδα του λέοντος.

Όσο για τα σχέδια του ΣΕΒΕ να ξεκλειδώσει τις εξαγωγές και προς τρίτες χώρες, ο πρόεδρος του Συνδέσμου τονίζει ότι: «Σύμφωνα με τον ΣΕΒΕ ο σημαντικότερος στόχος της Ελλάδας είναι να διατηρήσει και πιθανότατα ν' αναπτύξει τις ήδη υπάρχουσες εμπορικές συνεργασίες με τις τρίτες χώρες.

Και σημειώνει πως «είναι αρκετά απίθανο» να εξαγονται αγαθά και υπηρεσίες σε ίδιο ποσοστό τόσο την Ευρώπη όσο και στην Ασία. Καθώς για να επιτευχθεί αυτό θα

πρέπει να δημιουργηθούν οι απαραίτητες συνθήκες για την ανάπτυξη του εμπορίου με τρίτες χώρες, μέσω του σωστού μάρκετινγκ και της αποτελεσματικής προώθησης των ελληνικών προϊόντων στις χώρες αυτές, καθώς και να υπάρξουν διαχρονικά ευνοϊκές συνθήκες και σταθερότητα στη διεθνή αγορά, για να μπορέσει να διατηρηθεί το εμπόριο αυτό. Το αντίθετο φαινόμενο βιώσαμε τα τελευταία χρόνια, όπου οι δυσμενείς παγκόσμιες συνθήκες ανάγκασαν πολλές επιχειρήσεις να στραφούν στην ευρωπαϊκή αγορά.

Μάλιστα λέει χαρακτηριστικά πως κατά καιρούς έχουν γίνει προσπάθειες για αύξηση των ελληνικών εξαγωγών σε χώρες με αχανές μέγεθος και πολλές ιδιαιτερότητες, όπως η Κίνα, με την ταχύτητα ανερχόμενη μεσαία τάξη.

Και αναφέρει ως χαρακτηριστικό παράδειγμα το ελληνικό ελαιόλαδο, που σε πολλές περιπτώσεις «πλασαρίστηκε» στην κινεζική αγορά και ως καλλυντικό. Σε άλλες αγορές της Ασίας, όπως η Ιαπωνία, οι καταναλωτές έχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις ακόμα και για το σχήμα των φρούτων και λαχανικών. Οι αγορές αυτές είναι παραδοσιακά «δύσκολες» και ιδιαίτερες, λόγω των σημαντικών διαφορών στην κουλτούρα τους, καθιστώντας την προσαρμογή των εξαγωγέων πολύ δύσκολη και ακριβή. Ωστόσο η επιτυχημένη προώθηση των προϊόντων τροφίμων και ποτών, τα οποία από πολλούς χαρακτηρίζονται ως προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας ή πολυτελείας, καθώς και η όλο και αυξανόμενη φήμη της μεσογειακής κουζίνας έχουν υπάρξει οι σύμμαχοι των Ελλήνων εξαγωγέων, οι οποίοι έχουν καταφέρει να εισέλθουν στις αγορές αυτές και να επεκτείνουν το εύρος των εξαγωγών τροφίμων και ποτών, καταλήγει ο κ. Διαμαντίδης



Good News

# Η Νέα Γεωργία - Νέα Γενιά συνεργάζεται με την ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ για την ενίσχυση του πρωτογενή τομέα

**Ο οργανισμός Νέα Γεωργία Νέα Γενιά σε συνεργασία με την εταιρεία ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ ανέλαβαν τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ενός εξειδικευμένου προγράμματος κατάρτισης για τους συνεργαζόμενους παραγωγούς της εταιρείας. Το πρόγραμμα είχε ως στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη των τεχνικών δεξιοτήτων τους, εστιάζοντας σε επίκαιρα θέματα του αγροτικού τομέα.**

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα περιλάμβανε μια σειρά πρακτικών εκπαιδεύσεων με θέματα όπως η αναγεννητική γεωργία, η νέα Κοινή Γεωργική Πολιτική (ΚΑΠ) και η κλιματική αλλαγή.

Οι εκπαιδεύσεις πραγματοποιήθηκαν από τον Φεβρουάριο έως τον Απρίλιο του 2024 στις κύριες περιοχές καλλιέργειας της ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ, όπως το Αμύνταιο της Φλώρινας, η Χάλκη της Λάρισας, η Απολλωνία της Θεσσαλονίκης, το Κιλκίς και τα Γιαννιτσά της Πέλλας.

Πιο αναλυτικά, δίνοντας έμφαση στην ανάπτυξη τεχνικών δεξιοτήτων των συμμετεχόντων παραγωγών, οι θεματικές των εκπαιδεύσεων διαμορφώθηκαν ως εξής:

- Αναγεννητική γεωργία, χρήση προϊόντων ειδικής θρέψης, αναγεννητικές και βιολογικές γεωργικές πρακτικές.
- Παρουσίαση του μοντέλου δικαιωμάτων και οικολογικών σχημάτων της Νέας ΚΑΠ 2023-2027, εστιάζοντας στα «Μέτρα Αγροτικής Ανάπτυξης», τη συμβολαιακή γεωργία ομάδων παραγωγών, τις οικονομικές ενισχύσεις, καθώς και το στρατηγικό σχέδιο που αφορά συγκεκριμένα τις καλλιέργειες των παραγωγών της εταιρείας.
- Κλιματική αλλαγή και γεωργία, τεχνολογίες προσαρμογής και μετριασμού των αρνητικών συνεπειών καθώς και γεωργία άνθρακα.

Η συνεργασία του οργανισμού Νέα Γεωργία Νέα Γενιά με την ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ, ενισχύει τον πρωτογενή τομέα, μεταφέροντας στους συμμετέχοντες τεχνογνωσία από Πανεπιστήμια και στελέχη της αγοράς. Η εταιρεία, με αίσθημα ευθύνης, συνεχίζει να στηρίζει στην πράξη τους συνεργαζόμενους παραγωγούς της σε όλη τη χώρα, εστιάζοντας στην παροχή κινητήρων για την ενασχόληση με την ελληνική γη.

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα κατάρτισης εντάσσεται στο πλαίσιο σχεδιασμού και υλοποίησης εξειδικευμένων προγραμμάτων του οργανισμού Νέα Γεωργία Νέα Γενιά, για την παροχή υπηρεσιών κατάρτισης σε εταιρείες του αγροδιατροφικού κλάδου.

**Πρόγραμμα Κατάρτισης  
για τους Συνεργαζόμενους  
Παραγωγούς της εταιρείας  
Μπάρμπα Στάθης**





## Market Trends

# Wolt Consumer Report: Αυτές είναι οι συνήθειες και οι επιλογές των Ελλήνων καταναλωτών για το 2023

Η Wolt έδωσε στην δημοσιότητα το πρώτο της Consumer Report για το 2023. Μέσω της έκθεσης παρουσίασε τις επιλογές και τις συνήθειες των καταναλωτών στην Ελλάδα, αποκαλύπτοντας παράλληλα τις εξελίξεις και τις τάσεις του συνεχώς αναπτυσσόμενου κόσμου του delivery φαγητού και άλλων αγαθών, μέσα από την πλατφόρμα που αποτελεί κάθε μέρα ένα πολυκατάστημα στην τσέπη των χρηστών της.

## Ποιες ήταν οι δημοφιλέστερες αναζητήσεις

Στην πρώτη θέση των δημοφιλέστερων αναζητήσεων στην πλατφόρμα της Wolt σουβλάκι, ενώ ακολουθούν τα γλυκά και ο καφές, με το burger και την πίτσα να κλείνουν την πρώτη «πεντάδα» των top αναζητήσεων μεταξύ των καταναλωτών. Την πρώτη εικοσάδα συμπληρώνουν αναζητήσεις όπως vegan και Ινδικό.

Πιο κάτω μπορείτε να δείτε πως διαμορφώθηκαν οι επιλογές των πελατών της Wolt, ανά κατηγορία.

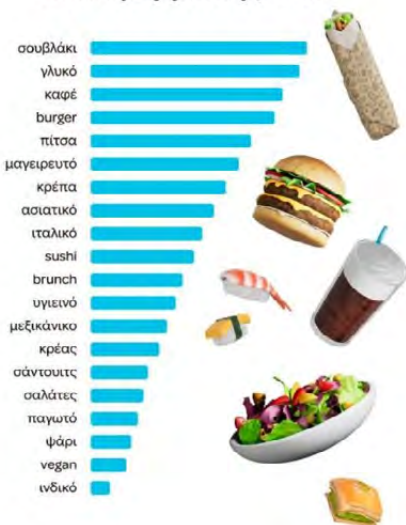
## Εστιατόρια και Καφέ

Η πιο δημοφιλής κατηγορία εστιατορίων από τα οποία πραγματοποιήθηκαν παραγγελίες στην πλατφόρμα της Wolt ήταν τα καταστήματα καφέ, ενώ την τριάδα συμπληρώνουν το σουβλάκι (2η θέση) και το burger (στην 3η). Μέσα στην πρώτη εικοσάδα των δημοφιλέστερων κατηγοριών εστιατορίων, θα βρει κανείς εστιατόρια με ελληνική κουζίνα (6η θέση), sushi (10η θέση) και μεξικάνικο (17η θέση).

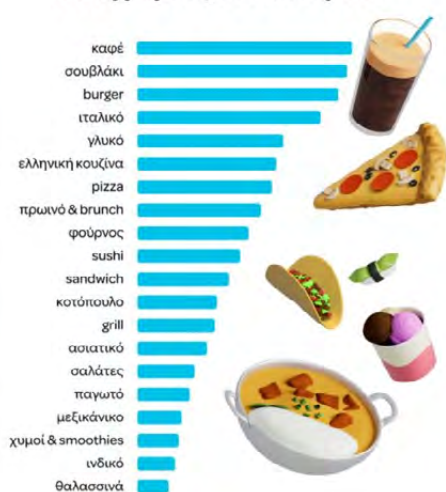
Σε ό,τι αφορά τις βραδινές «λιγούρες» των χρηστών της Wolt στην Ελλάδα, δηλαδή παραγγελίες που πραγματοποιήθηκαν από τα μεσάνυχτα μέχρι τις 04:00, στην πρώτη θέση της προτίμησης ήταν το σουβλάκι, ακολουθούμενο από τα: burger, sandwich, pizza και ιταλικό. Από την άλλη, για το ξεκίνημα της ημέρας τους, οι καταναλωτές προτίμησαν να παραγγείλουν καφέ, και προϊόντα από φούρνο, brunch, ή γλυκό.

Φυσικά, για πολλές από τις επιλογές τους, οι καταναλωτές

## Τι αναζητήσες μέσα στην πλατφόρμα της Wolt



## Οι πιο δημοφιλείς κατηγορίες εστιατορίων



## Τα είδη καταστημάτων λιανικής που προτιμήσες



είχαν την ευκαιρία να επωφεληθούν από τις μοναδικές προσφορές που είναι διαθέσιμες στην πλατφόρμα της Wolt και περιλαμβάνουν μία ευρεία ποικιλία προϊόντων, με τις δημοφιλέστερες να είναι: 1+1 sushi rolls, chicken combo meal, burger deal, σουβλακι combo, 2 pizza combo.

## Καταστήματα Λιανικής

Μέσα στο 2023, οι χρήστες της πλατφόρμας της Wolt είχαν την ευκαιρία να απολαύσουν πέραν των εστιατορίων, μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων λιανικής και φυσικά, να πραγματοποιήσουν τα ψώνια της εβδομάδας, γεμίζοντας το ψυγείο και τα ντουλάπια τους. Έτσι, οι κορυφαίες κατηγορίες προϊόντων λιανικής ήταν με σειρά προτίμησης, τα σούπερ μάρκετ, τα mini market, τα φαρμακεία και οι κάβες ποτών, ενώ την κορυφαία 15άδα, συμπληρώνουν τα καταστήματα βιολογικών προϊόντων, υγείας και ομορφιάς και τα ιχθυοπωλεία.

Συγκεκριμένα σε ότι αφορά τα ψώνια του σούπερ μάρκετ, το καλάθι των χρηστών της Wolt βρίσκει στην κορυφή των προτιμήσεων τα συσκευασμένα προϊόντα, τα φρέσκα τρόφιμα, καθώς και τα αναψυκτικά & μη αλκοολούχα ποτά. Στη λίστα με τα πιο δημοφιλή προϊόντα σούπερ μάρκετ θα βρει κανείς προϊόντα καθαρισμού, αρτοποιήματα, κατεψυγμένα τρόφιμα, καλλυντικά & είδη υγιεινής, βρεφικά είδη, είδη σπιτιού και ψυχαγωγίας!

## Ένα πολυκατάστημα στην τσέπη του καταναλωτή

Οι χρήστες της πλατφόρμας στην Ελλάδα εκμεταλλεύτηκαν κατά το 2023 το ηλεκτρονικό πολυκατάστημα που έφερε στην τσέπη τους η εταιρεία, πραγματοποιώντας αγορές και για προϊόντα όπως: Ηλεκτρονικά είδη (π.χ. καλώδιο φόρτισης, μελάνι εκτυπωτή, ακουστικά, powerbank), προϊόντα από φαρμακεία (covid test, αρώματα, αντηλιακά), παιχνίδια (πλαστελίνη, επιτραπέζια, αυτοκινητάκια), είδη για κατοικίδια (τροφή για το κατοικίδιο, sticks & snacks, άμμο γάτας), ενώ μία μεγάλη μερίδα των καταναλωτών

πραγματοποίησε τις παραγγελίες της από ανθοπωλεία, επιλέγοντας κατά κύριο λόγο τουλίπες, τριαντάφυλλα και έτοιμα καλάθια δώρων.

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, η πλατφόρμα της Wolt παρέχει μία ευρεία γκάμα επιλογών στους καταναλωτές σε 37 πόλεις σε όλη την Ελλάδα. Μάλιστα, οι χρήστες της εφαρμογής της Wolt από τον υπολογιστή ή το κινητό τους, έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν την πορεία της παραγγελίας τους σε πραγματικό χρόνο, μέσω του live tracking της εφαρμογής της Wolt, έχοντας στη διάθεσή τους την ταχύτερη ομάδα εξυπηρέτησης πελατών στο online delivery. Παράλληλα, μπορούν να κάνουν τις αγορές τους, αξιοποιώντας το φιλικό προς τον χρήστη μενού που συνοδεύεται από φωτογραφίες, χαρακτηριστικά και περιγραφή του προϊόντος.

## Ένα shopping mall στην τσέπη σου



## Market

# Skroutz: Πόσο αυξήθηκε η μέση τιμή καλαθιού στις online αγορές το φετινό Πάσχα

**Το Skroutz, το κορυφαίο marketplace στην Ελλάδα, ανέλυσε και παρουσίασε την online αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών στο Skroutz Marketplace για την περίοδο του Πάσχα (21/4-5/5/2024 σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο 1-16/4/2023).**

Σύμφωνα με τα στοιχεία, η μέση τιμή του καλαθιού έφτασε τα 63 ευρώ, σημειώνοντας αύξηση κατά 7,95% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο.

Οι κατηγορίες προϊόντων στις οποίες οι καταναλωτές ξόδεψαν κατά μέσο όρο τα περισσότερα χρήματα ήταν τα κινητά τηλέφωνα (258 ευρώ κατά μέσο όρο) και τα sneakers (76 ευρώ μ.ο), ενώ μεγάλη αύξηση στον αριθμό των αγορών σημειώθηκε στην κατηγορία Αντηλιακά (75,48%) με τα κινητά τηλέφωνα να ακολουθούν και να παρουσιάζουν αύξηση πωλήσεων σε σχέση με το προηγούμενο Πάσχα της τάξεως του 32%.

Παράλληλα με την αύξηση στην μέση τιμή καλαθιού, αύξηση σημειώθηκε και στον αριθμό των παραγγελιών που πραγματοποιήθηκαν μέσω Skroutz κατά το εξεταζόμενο διάστημα (αύξηση κατά 21,43%), γεγονός που καταδεικνύει την στροφή των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές αγορές.

Αξίζει να σημειωθεί ότι αύξηση της τάξεως του 17% σχεδόν παρατηρήθηκε και στον αριθμό των επισκέψεων στο Skroutz App,

δηλώνοντας σαφώς την στροφή των καταναλωτών και στις on-the-go αγορές.

Η υψηλότερη online αγοραστική κίνηση σημειώθηκε τη Δευτέρα 29 Απριλίου (Μεγάλη Δευτέρα), κάτι που δείχνει ότι οι καταναλωτές επιλέγουν να κάνουν τις αγορές της τελευταίας στιγμής, κάνοντας χρήση υπηρεσιών όπως το Express Delivery.

Η πληθώρα τρόπων πληρωμής στις online αγορές είναι ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές, με τους ίδιους να κάνουν χρήση αυτών για τις Πασχαλινές τους αγορές όπως δείχνουν τα στοιχεία.

Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές χρησιμοποίησαν το πρόγραμμα «Δόσεις για όλους» που προσφέρει το Skroutz, για «ακριβές» παραγγελίες που ξεπερνούσαν τα 340 ευρώ κατά μέσο όρο.

Οι καταναλωτές που επέλεξαν το Google Pay ως τρόπο πληρωμής, πραγματοποίησαν αγορές αξίας 50 ευρώ κατά μέσο όρο, ενώ όσοι επέλεξαν το Apple Pay πραγματοποίησαν αγορές αξίας 56 ευρώ κατά μέσο όρο.





## Market

# ΟΗΕ: Γιατί αυξήθηκαν παγκοσμίως οι τιμές των τροφίμων τον Απρίλιο

**Ο δείκτης των τιμών τροφίμων που υπολογίζει ο Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) για τα τρόφιμα και τη γεωργία (FAO) αυξήθηκε κατά 0,3% τον Απρίλιο σε σχέση με τον Μάρτιο, φτάνοντας τις 119,1 μονάδες. Αυτός ήταν ο δεύτερος συνεχόμενος μήνας όπου οι τιμές των τροφίμων αυξήθηκαν. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο δείκτης είχε καταγράψει σταθερή μείωση από τον Αύγουστο έως τον Φεβρουάριο.**

Οι αιτίες αυτής της αύξησης οφείλονται στην ανόδο της τιμής του κρέατος, των γαλακτοκομικών προϊόντων και των σιτηρών. Παρ' όλα αυτά, σε ετήσια βάση, παρατηρείται υποχώρηση των τιμών κατά 9,6% σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2023. Αυτό σημαίνει ότι οι τιμές τροφίμων τον Απρίλιο του 2024 ήταν χαμηλότερες σε σχέση με τον Απρίλιο του προηγούμενου έτους.

Τον Απρίλιο, η τιμή του κρέατος ήταν αυτή που κατέγραψε τη μεγαλύτερη αύξηση (+1,6%) παγκοσμίως. Η τιμή των πουλερικών αυξήθηκε αφενός λόγω των σημαντικών εισαγωγών από χώρες της Μέσης Ανατολής αλλά και λόγω της μείωσης της παραγωγής που συνδέεται με τη γρίπη των πτηνών. Αντιθέτως, υποχώρησε η τιμή του χοιρινού, λόγω της μειωμένης ζήτησης στη Δυτική Ευρώπη και την Κίνα.

Η τιμή των σιτηρών αυξήθηκε κατά 0,3%, κάτι που αποδίδεται στις δυσμενείς καιρικές συνθήκες για την επόμενη σοδειά σε ορισμένες χώρες της ΕΕ, τη Ρωσία και τις ΗΠΑ. Την ίδια αύξηση παρουσίασε και η τιμή των ελαίων, ενώ αντιθέτως, από τα προϊόντα βάσης σημαντική μείωση παρουσίασε η ζάχαρη (-4,4%) αφού αναμένεται αύξηση της παραγωγής στην Ινδία, την Ταϊλάνδη και τη Βραζιλία.

Η τιμή των γαλακτοκομικών υποχώρησε κατά 0,3% συνολικά, παρόλο που η τιμή του βουτύρου αυξάνεται σταθερά, επειδή μειώθηκαν τα αποθέματα στη Δυτική Ευρώπη.



## World News

# Eurostat: Στα 29 δισ. ευρώ το εμπορικό έλλειμμα της ΕΕ στις πρώτες ύλες το 2023

Το 2023, η Ευρωπαϊκή Ένωση κατέγραψε ένα εμπορικό έλλειμμα 29 δισ. ευρώ, καθώς οι εξαγωγές πρώτων υλών ήταν χαμηλότερες από τις εισαγωγές. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, τα προϊόντα με τις μεγαλύτερες αυξήσεις στις εξαγωγές ήταν το καουτσούκ, τα μέταλλα και τα ορυκτά.

Συγκεκριμένα, το 2023 η συνολική αξία του εμπορίου πρώτων υλών μεταξύ της ΕΕ και του υπόλοιπου κόσμου ήταν 165 δισ. ευρώ. Οι εξαγωγές ανήλθαν σε 68 δισ. ευρώ, ενώ οι εισαγωγές σε 97 δισ. ευρώ, οδηγώντας σε ένα εμπορικό έλλειμμα 29 δισ. ευρώ.

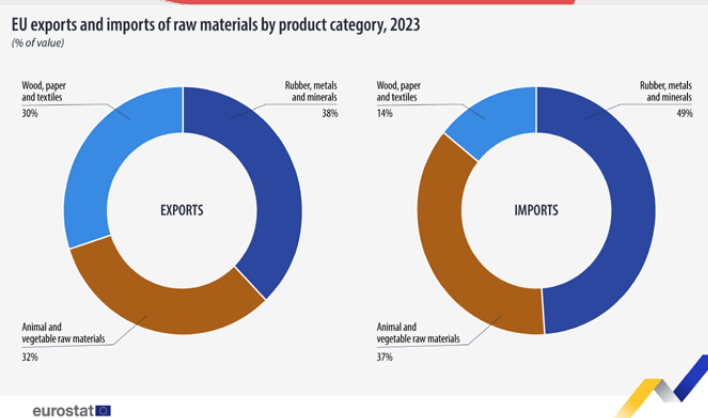
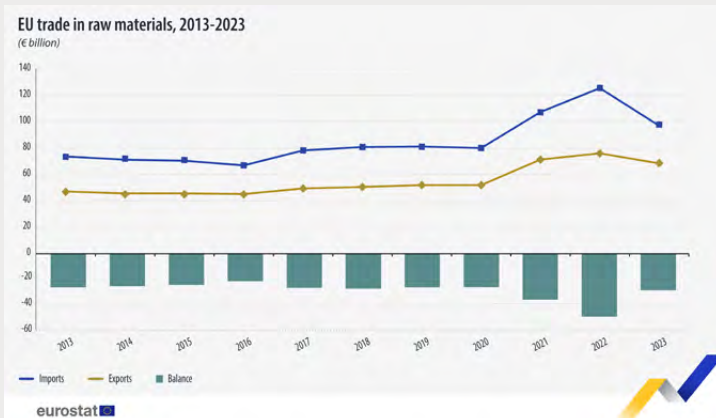
Ανάμεσα στα έτη 2013 και 2023, το συνολικό εμπόριο πρώτων υλών στην ΕΕ αυξήθηκε κατά 37%, με μέση ετήσια αύξηση 3,2%. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, οι εξαγωγές αυξήθηκαν ταχύτερα (3,8%) από τις εισαγωγές (2,8%).

Σύμφωνα με την Eurostat, οι πρώτες ύλες χωρίζονται σε 3 κύριες ομάδες: ζωικές και φυτικές πρώτες ύλες, ξύλο, χαρτί και υφάσματα και καουτσούκ, μέταλλα και ορυκτά.



Όσον αφορά την αξία των εξαγωγών το 2023, η ομάδα με τη μεγαλύτερη αύξηση 38% στις εξαγωγές ήταν το καουτσούκ, τα μέταλλα και τα ορυκτά με 26 δισ. ευρώ, ακολουθούμενη από ζωικές και φυτικές πρώτες ύλες κατά 32% με 22 δισ. ευρώ και ξύλο, χαρτί και υφάσματα με αύξηση 30% και 21 δισ. ευρώ εξαγωγές.

Το καουτσούκ, τα μέταλλα και τα ορυκτά αντιπροσώπευαν σχεδόν το ήμισυ των εισαγωγών με 48 δισ. ευρώ και 49%, ακολουθούμενες από ζωικές και φυτικές πρώτες ύλες με 35 δισ. ευρώ, στο 37% και το ξύλο, το χαρτί και τα υφάσματα με 14 δισ. ευρώ και στο 14%.





Η Αμερικανίδα πανεπιστημιακός, ηθοποιός και αρθρογράφος, Ellen Stohl.

## Tourism

# ΕΟΤ: Προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού που υποστηρίζει τη διαφορετικότητα, την ισότητα και τη συμπερίληψη

**Η Υπηρεσία ΕΟΤ ΗΠΑ, σε συνεργασία με το Υπουργείο Τουρισμού και την Περιφέρεια Κρήτης, διοργάνωσε ένα ταξίδι εξοικείωσης (fam trip) από τις 19 μέχρι τις 28 Απριλίου για την ΑμεΑ (Άτομα με Αναπηρία) Αμερικανίδα, Ellen Stohl, και τους συνοδούς της, με σκοπό την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού που υποστηρίζει τη διαφορετικότητα, την ισότητα και τη συμπερίληψη.**

Η κα Stohl είναι καθηγήτρια στο California State University και ηθοποιός, ενώ συνεργάζεται με το αμερικανικό περιοδικό «New Mobility Magazine», το οποίο εξειδικεύεται σε θέματα ποιότητας ζωής για άτομα σε αναπηρικό αμαξίδιο. Το ταξίδι περιλάμβανε επισκέψεις στην Αθήνα, την Αργολίδα και την Κρήτη, με στόχο να προωθηθεί η εμπειρία των τουριστικών προορισμών που είναι προσβάσιμοι για όλους.

Το fam trip υλοποιήθηκε στο πλαίσιο του Οριζόντιου Στόχου Ι «Προστασία των δικαιωμάτων των ατόμων με αναπηρία (ΑμεΑ)» και ειδικότερα του Έργου «Διασύνδεση Δράσεων Προσβασιμότητας στον Πολιτισμό με τον

Προσβάσιμο Τουρισμό», που προβλέπεται στο Ετήσιο Σχέδιο Δράσης 2024 του Υπουργείου Τουρισμού. Σκοπός του Οριζόντιου Στόχου Ι είναι η προσπάθεια για την υιοθέτηση και την καθιέρωση δημόσιων πολιτικών προσβάσιμου τουρισμού, όπως ενδεικτικά η βελτίωση της προσβασιμότητας σε παραλίες της χώρας.

Την κα Stohl υποδέχτηκε στην Αθήνα ο προϊστάμενος της Διεύθυνσης Νομοθετικού Συντονισμού και Καλής Νομοθέτησης του Υπουργείου Τουρισμού και Σημείο Αναφοράς για θέματα ΑμεΑ στο Υπουργείο Τουρισμού, Σπύρος Παρθένης, ο οποίος τη συνόδευσε και στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών όπου παρακολούθησε παράσταση χορού. Η κα Stohl ξεναγήθηκε, επίσης, στα σημαντικότερα αρχαιολογικά μνημεία της ελληνικής πρωτεύουσας και της ευρύτερης περιοχής (Ακρόπολη και Μουσείο Ακρόπολης, Ναός Ποσειδώνα στο Σούνιο κ.ά.) και επισκέφθηκε χώρους πολιτισμού, ψυχαγωγίας και αθλητισμού, όπως το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, το Ellinikon Park Experience και το Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας.

## Συνάντηση με αντιπροσωπεία της ΕΣΑμεΑ

Παράλληλα, συναντήθηκε με αντιπροσωπεία της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ατόμων με Αναπηρία (ΕΣΑμεΑ), υπό



Η κα Stohl στη συνάντησή της με την αντιπροσωπεία της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ατόμων με Αναπηρία (ΕΣΑμεΑ).

τον γενικό γραμματέα της, Βασίλη Κούτσιανο. Κατά τη συνάντηση, η κα Stohl ενημερώθηκε τόσο για τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν τα άτομα με αναπηρία σε χώρους όπου συγκεντρώνονται τουρίστες (ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, αεροδρόμια, μετρό, λεωφορεία, πλοία, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, θέατρα, κινηματογράφοι κ.λπ.) όσο και για τις πρωτοβουλίες που λαμβάνει το ελληνικό κράτος για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των ατόμων αυτών.

Η πανεπιστημιακός, ηθοποιός και αρθρογράφος από τις ΗΠΑ πραγματοποίησε, ακόμα, ημερήσια εκδρομή στο

Ναύπλιο, τις Μυκίνες και την Επίδαυρο και στη συνέχεια αναχώρησε για την Κρήτη για το δεύτερο σκέλος του ταξιδιού της. Εκεί επισκέφθηκε το Ηράκλειο, την Κνωσό, τα Χανιά, όπου ξεναγήθηκε σε τοπικό οινοποιείο και βιολογική φάρμα, την Ιερά Μονή Αρκαδίου, την αρχαία Ελεύθερνα, το χωριό Μαργαρίτες με το εργαστήριο παραδοσιακής κεραμικής και την πόλη του Ρεθύμνου.

### Βραβευμένο περιοδικό

Το «New Mobility Magazine» έχει τιμηθεί κατά καιρούς με σημαντικά βραβεία στις ΗΠΑ, όπως το Independent Press Award (2006) από το Utne Reader, το «Maggie for best buyer's guide» από την Western Publications Association, το «Ozzie for best redesign from Folio» κ.ά.

Το άρθρο της κας Stohl σχετικά με την προσβασιμότητα και τις υποδομές για άτομα με κινητικά προβλήματα στους ελληνικούς προορισμούς θα δημοσιευτεί στο φθινοπωρινό τεύχος του περιοδικού (Σεπτέμβριος-Οκτώβριος).



Από την επίσκεψη της Αμερικανίδας πανεπιστημιακού και αρθρογράφου στις Μυκίνες.

## Tourism

# Εξυμνεί την γαστρονομία της Αθήνας το κορυφαίο περιοδικό της Ελβετίας «Migusto»

**Το κορυφαίο γαστρονομικό περιοδικό της Ελβετίας «Migusto» δημοσίευσε στο τεύχος Μαΐου ένα μεγάλο αφιέρωμα στην Αθήνα και τις γαστρονομικές επιλογές που προσφέρει.**

Υπό τον τίτλο «Σαν να επιστρέφεις σπίτι», το δημοσίευμα εστιάζεται στην ελληνική κουζίνα και την εξέλιξη της, προτείνει περιοχές και εστιατόρια όπου οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν αυθεντικές ελληνικές γεύσεις, ενώ παράλληλα παρουσιάζει την ελληνική πρωτεύουσα και τις εμπειρίες που αποκομίζουν από αυτήν οι επισκέπτες της.

Η συντάκτρια του άρθρου, Melanie Michael, αναφέρει χαρακτηριστικά: «Η Αθήνα είναι απολύτως νόστιμη. Άλλοτε παραδοσιακά, άλλοτε μοντέρνα, άλλοτε και τα δύο».

Το 5σέλιδο αφιέρωμα είναι προϊόν δημοσιογραφικού ταξιδιού (press trip), που διοργάνωσε τον περασμένο Φεβρουάριο για την κα Michael και τη φωτογράφο του περιοδικού, Lee Jakob, η Υπηρεσία ΕΟΤ Αυστρίας, στη δικαιοδοσία της οποίας υπάγεται και η Ελβετία.

## «Στην Ελλάδα, οι ξένοι γίνονται φιλοξενούμενοι»

Η Ελβετίδα δημοσιογράφος αναφέρει, μεταξύ άλλων, πως «ακόμη και πριν δω την Ακρόπολη για πρώτη φορά, συνειδητοποίησα ότι το φαγητό είναι σημαντικό για τους Έλληνες. Βίωσα την ελληνική φιλοξενία με κάθε μπουκιά. Βρήκα τα καλύτερα κουλούρια και ανακάλυψα τα μυστικά για έναν τέλειο μουςακά».

Ακόμα σημειώνει ότι «στην Ελλάδα, οι ξένοι γίνονται φιλοξενούμενοι. Δίπλα σε ηλικιωμένους, που καπνίζουν το τσιγάρο τους σε ένα τραπέζι εστιατορίου, οι τουρίστες φωτογραφίζουν το φαγητό τους

με την κάμερα του κινητού τηλεφώνου τους. Και τα δύο είναι ευπρόσδεκτα, αφού το ένα λειτουργεί υπέροχα δίπλα στο άλλο».

Το μηνιαίο περιοδικό «Migusto» παρουσιάζει συνταγές για την καθημερινή ζωή ή ειδικές περιστάσεις και θέματα και για τις νέες γαστρονομικές τάσεις διεθνώς. Έχει κυκλοφορία περίπου 460.000 αντιτύπων ανά τεύχος με εκτιμώμενη αναγνωσιμότητα 1 εκατ. ατόμων, ενώ η ιστοσελίδα του ([migusto.migros.ch/de](http://migusto.migros.ch/de)) δέχεται κάθε μήνα περισσότερες από 500.000 επισκέψεις.



WEEKEND IN ATHEN

## Wie heimkehren

Athen ist schmackhaft. Durch und durch. Mal traditionell, mal modern, mal beides zugleich.

Text: Melanie Michael Fotos: Lee Jakob (Reportage), Lukas Lienhard (Rezept)



Melanie Michael  
Redaktorin

**A**uf der Fahrt vom Flughafen in die Athener Innenstadt lerne ich, wieso die Gebäude nicht in die Höhe gebaut werden: wegen der Erdbebengefahr und aus Respekt vor der erhabenen Akropolis, die niemals überragt werden soll. Bald wird das Essen zum Thema. Ich erfahre, wo es die besten Koulouri gibt, die

typischen Brotkringel mit Sesam, und was das Geheimnis einer perfekten Moussaka ist (das ich natürlich für mich behalte). Noch bevor ich zum ersten Mal die Akropolis erspähle, wird mir bewusst, wie wichtig den Griechen das Essen ist. In den drei Tagen des Aufenthalts lerne ich viel über die griechische Gastfreundschaft, erlebe sie mit jedem Bissen, jeder

Begegnung. In Griechenland werden Fremde schnell zu Gästen. Während am einen Restaurantstisch alte Griechen zigarettenrauchend untereinander Briefmarken für ihre Sammlung tauschen, rücken am Nebentisch Touristen den Zmorge ins perfekte Handykarnallicht. Beides ist willkommen, beides funktioniert wunderbar nebeneinander.

## Tourism

# Everty: Εξαγόρασε δύο νέα ξενοδοχεία πέντε αστέρων στην Κέα - Στα 100 εκατ. ευρώ οι επενδύσεις στην τετραετία

Την εξαγορά δύο boutique resort ξενοδοχείων πέντε αστέρων, το Ydor Hotel & Spa και το Porto Kea Suites Hotel & Spa, στο μαγευτικό νησί της Κέας στις Κυκλάδες ανακοίνωσε η Everty, κορυφαία διεθνής εταιρεία ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και Real Estate.

Μέσω αυτής της στρατηγικής κίνησης, η Everty διευρύνει το χαρτοφυλάκιό της και εδραιώνει τη δέσμευσή της να προσφέρει κορυφαίες εμπειρίες φιλοξενίας σε προνομιακές τοποθεσίες.

Το Ydor Hotel & Spa και το Porto Kea Suites Hotel & Spa, τα οποία πλέον ανήκουν στην Everty και είναι υπό τη διαχείριση της Sandglass Hotels & Villas (ο ξενοδοχειακός βραχίονας της Everty), είναι προς το παρόν τα μοναδικά εν λειτουργία ξενοδοχεία πέντε αστέρων στο διαρκώς αναπτυσσόμενο νησί της Κέας. Η Κέα είναι ένα πραγματικό διαμάντι, ιδανική για εύκολες αποδράσεις μέσω συχνών και σύντομων συνδέσεων με το λιμάνι του Λαυρίου, μόλις 30' από το Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών. Το νησί διακρίνεται για το χαλαρό του ύψος, την πλούσια ιστορία του, τις πολλές και πανέμορφες αμμόδεις παραλίες του καθώς και τους παραδοσιακούς οικισμούς του.

Το ολοκαίνουργιο Ydor Hotel & Spa, σχεδιασμένο για ενήλικες και ζευγάρια, αναμιγνύει το σύγχρονο στυλ με την παραδοσιακή νησιώτικη αρχιτεκτονική. Διαθέτει 24 δωμάτια και σουίτες με εκπληκτική θέα στο Αιγαίο και βρίσκεται στην αρχή του οικισμού Βουρκάρι, δίπλα στη γραφική παραλία Παλισκάρι. Οι παροχές της μονάδας περιλαμβάνουν ιδιωτικές πισίνες, spa με θερμαινόμενη εσωτερική πισίνα, σάουνα, χαμάμ με αίθουσα για θεραπείες, μπαρ, εστιατόριο, αίθουσα συνεδριάσεων και χώρους στάθμευσης.

Το Porto Kea Hotel Suites & Spa είναι ένα παραθαλάσσιο resort για οικογένειες στην ανατολική πλευρά της αμμόδους παραλίας της Κορησσίας, και διαθέτει 38 ευρύχωρες σουίτες και δωμάτια, μέσα σε καταπράσινο κήπου. Προσφέρει ποικίλες παροχές, όπως εξωτερική πισίνα, παιδική πισίνα, beach bar, εστιατόριο, spa με ολοκληρωμένες υπηρεσίες, αίθουσα συνεδριάσεων, και χώρους στάθμευσης.



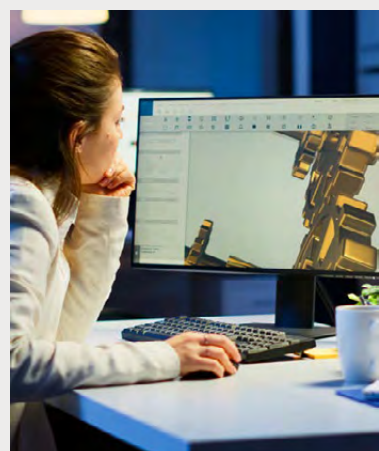
Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί τον πλέον ισχυρό πυλώνα οικονομικής ανάπτυξης της χώρας, και οι δύο εξαγορές της Everty συμβαδίζουν με την ανοδική του πορεία. «Το νέο αυτό ορόσημο αντικατοπτρίζει τη συνεπή στρατηγική μας στην Ελλάδα. Στα τέσσερα πρώτα χρόνια της εταιρείας φτάσαμε τα 100 εκ. ευρώ σε επενδύσεις. Συνεχίζουμε να εξετάζουμε νέες ευκαιρίες, συμπεριλαμβανομένων αναπτυξιακών έργων που θα δημιουργήσουν αξία και θα ενισχύσουν τις τοπικές οικονομίες. Με τις νέες αυτές επενδύσεις, επικυρώνουμε τη δέσμευσή μας να στηρίξουμε την ελληνική οικονομία», δηλώνει ο Νικόλαος Ρούπακας, Country Manager της Everty για την Ελλάδα.

Το μοναδικό χαρτοφυλάκιο της Everty στην Ελλάδα, τοποθετεί την εταιρεία σε θέση σημαντικού «παίκτη» στους τομείς της φιλοξενίας και του Real Estate. Από το 2020 διαθέτει, αναπτύσσει και λειτουργεί τα: Adytum Villas στο Πόρτο Χέλι, τέσσερα boutique θέρετρα (Iconic Santorini Hotel στη Σαντορίνη, Elounda Gulf Villas στην Ελούντα της Κρήτης, Ydor Hotel & Spa και Porto Kea Hotel Suites & Spa στην Κέα), τρία κτίρια γραφείων (ART1, AP10 στο Μαρούσι και το Metamorfoosi Office Building στη Μεταμόρφωση) και δύο κέντρα logistics στον Ασπρόπυργο (Κέντρο Μέλισσα και Κέντρο Μαύρο Λιθάρι). Τα μελλοντικά σχέδια της Everty περιλαμβάνουν περαιτέρω επέκταση μέσω εξαγορών και αναπτύξεων προνομιακών ακινήτων σε αυστηρά επιλεγμένες τοποθεσίες στην Ελλάδα.

# LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



**Εκδότρια - Εμπορική Διεύθυνση:**  
Κλαίρη Στυλιάρá

**Διευθνήτης 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](mailto:sales@sayes.gr)

**Δελτία Τύπου:** [media@sayes.gr](mailto:media@sayes.gr)

**Τηλέφωνο επικοινωνίας:** 213 0990585

εγγραφή



**sayes**  
communications