

# Truly Great Exhibitions Again!

Κολωνία 9-13/10/2021

TRULY  
GREECE

LET'S  
GO

2021



Colonia 09-13/10/2021

Η **GREAT EXHIBITIONS** σας περιμένει για μια "δημιουργική στάση" στο Hall 1.1 H040, για να σας παρουσιάσει το **Εκθεσιακό της Πρόγραμμα για το 2022**.

**Γνωρίστε** τα μεγαλύτερα εκθεσιακά γεγονότα του κλάδου Τροφίμων και Ποτών. **Αποκτήστε** πρόσβαση στην παγκόσμια αγορά.

Θα βρείτε τους εκθέτες μας στις αίθουσες : Hall 1 | Hall 2.2 | Hall 4.2 | Hall 5.1 | Hall 7 | Hall 8 | Hall 10.1



**GREAT EXHIBITIONS**

T. 210 7755080

E. [info@greatexhibitions.gr](mailto:info@greatexhibitions.gr)

[www.greatexhibitions.gr](http://www.greatexhibitions.gr)





# LET'S EXPORT GREECE

εξάγουμε Ελλάδα

11.10.2021 Τεύχος #010

THE NEWSLETTER

SPECIAL REPORT®



Let's EXPORT GREECE\_The Anuga Project is powered by



GREAT EXHIBITIONS

Hydration Sponsor



Certification Sponsor



Tech Support



Coffee break powered by



Travel partner



# LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

## THE NEWSLETTER

Το Export GREECE έρχεται στο e-mail σας κάθε Τρίτη και Πέμπτη στις 12:00.

Κυκλοφορεί σε ελληνική και αγγλική έκδοση και αποστέλλεται στους συνδρομητές του, βάσει ετήσιας συνδρομής.

Ο πρώτος μήνας μετά την εγγραφή σας είναι δωρεάν και δεν συνεπάγεται καμία οικονομική υποχρέωση. Η ύλη του περιοδικού είναι πνευματική ιδιοκτησία της εκδοτικής εταιρείας sayyescomm και οποιαδήποτε αναπαραγωγή περιεχομένου μπορεί να γίνει εφόσον έχει παραχωρηθεί σχετική άδεια και αναφέρεται η πηγή.

## εγγραφή



**Σύμβουλος Έκδοσης:**  
Κωστανίνος Μαριόλης  
**Διευθύντρια Σύνταξης:**  
Μαρία Ακριβού  
**Συντάκτρια:**  
Νικόλ Καζαντζίδου  
**Εμπορική Διεύθυνση:**  
Κλαίρη Στυλιάρá  
**Art direction:**  
fourletter

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

**Τηλέφωνο επικοινωνίας:**  
+30 210 22 41 770

Εκδότης:



### Editorial

## Η ANUGA κάνει comeback!

Η πρώτη διεθνής έκθεση τροφίμων που ανοίγει τις πύλες της στο ευρύ κοινό είναι γεγονός και το Export Greece δίνει το παρών καταγράφοντας τον παλμό της αγοράς.

Αν και μουδιασμένοι, οι περισσότεροι εκθέτες δηλώνουν αισιόδοξοι καθώς θεωρούν ότι η Anuga θα λειτουργήσει ως προπομπός που θα «ξεκλειδώσει» τις υπόλοιπες μεγάλες εκθέσεις του εξωτερικού, αλλά και τις εγχώριες που για ενάμιση χρόνο αναγκάστηκαν να βάλουν «χειρόφρενο» στερώντας από τις εταιρείες τη δυνατότητα να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους και να έρθουν σε άμεση επαφή με πελάτες και τελικούς καταναλωτές.

Την ίδια στιγμή, οι περιορισμοί όσον αφορά των αριθμό των επισκεπτών και τη διεξαγωγή γευστικών δοκιμών, αφήνουν την αίσθηση ότι ο τρόπος που γινόταν, μέχρι τώρα οι εκθέσεις, ενδεχομένως να πάρει διαφορετική μορφή, γεγονός που δημιουργεί έντονο προβληματισμό στην επιχειρηματική κοινότητα που βλέπει τη συμμετοχή σε τέτοια γεγονότα ως μακροπρόθεσμη επένδυση.

Η ελληνική συμμετοχή στα διάφορα halls είναι δυνατή και η αισθητική των περιπέτρων, όπως επίσης και το packaging των προϊόντων κερδίζουν τις εντυπώσεις.

Καλή αρχή!

Μαρία Ακριβού  
Editor in Chief Export GREECE





Symbiosis

## Symbiosis: Αυξημένη ζήτηση για βιολειτουργικά προϊόντα και τσάι του βουνού!

Το νέο επιχειρηματικό “παιδί” του Νίκου και της Νίκης Κουτσιανά, των ανθρώπων που δημιούργησαν την γνωστή εταιρεία φυσικών καλλυντικών, Αρινίτα, ακούει στο όνομα Symbiosis, προάγει το ηθικό επιχειρείν και την αναγεννητική μελισσοκομία και μέσω των προϊόντων του φιλοδοξεί να γίνει πρεσβευτής της καινοτομίας και της βιωσιμότητας.

Αξιοποιώντας τη μελισσοκομική γνώση που έχει συσσωρεύσει εδώ και 4 δεκαετίες η οικογένεια Κουτσιανά, πηγαίνει ένα βήμα παραπέρα προσφέροντας στον καταναλωτή που φροντίζει για την υγεία του μέσω της σωστής διατροφής, μια γκάμα βιολογικών προϊόντων, μεταξύ των οποίων, τσάι του βουνού, ελληνικά βότανα, μέλι (μονοποικιλιακό, αλλά και με άλλα συστατικά), ενώ προσεχώς θα κάνουν το ντεμπούτο τους τα συμπληρώματα διατροφής, τα οποία παρασκευάζονται αποκλειστικά από φαρμακευτικά φυτά και πρόπολη, με πολλαπλά οφέλη καθώς βοηθούν στην καλή λειτουργία του ανοσοποιητικού συστήματος, στην ευεξία, στη μείωση του οξειδωτικού στρες και της κόπωσης, ενώ προδίδουν ενέργεια και ενισχύουν την υγιή λειτουργία του εγκεφάλου.

Πρόκειται για μια επένδυση της τάξης των 4,8 εκατ. ευρώ, η οποία αναβαθμίζει τη σύγχρονη ελληνική μελισσοκομία. Η Symbiosis τρέχει παράλληλα ερευνητικά προγράμματα ύψους 5,5 εκατ. ευρώ και έχει ρίξει ειδικό βάρος στο κομμάτι της εκπαίδευσης, τόσο των νεοεισερχόμενων στον κλάδο, όσο και εκείνων που θέλουν να κάνουν στροφή στην παραγωγή βιολογικού μελιού. Αν και νεοσός στο



χώρο, η Symbiosis, μπαίνει επιθετικά στις διεθνείς εκθέσεις, ξεκινώντας από την Anuga!

«Καθώς είμαστε μια νέα εταιρία στο χώρο της διατροφής, προτιμήσαμε να παρουσιάσουμε όλα μας τα λειτουργικά τρόφιμα και ροφήματα: ελληνικό βιολογικό τσάι του βουνού, ελληνικά βιολογικά βότανα, ελληνικό βιολογικό μέλι, και τη νεότερη σειρά μας, τα βιολογικά φυσικά συμπληρώματα διατροφής. Τα λειτουργικά προϊόντα μας, γέννημα της δημιουργικής μας συμβίωσης με τη φύση, βελτιώνουν τη διατροφή, υποστηρίζουν την καλή υγεία, και προσθέτουν αυθεντικές ελληνικές γεύσεις στη μέρα σας. Εφαρμόζουμε καινοτόμες πρακτικές και μετατρέπουμε τα απλόχερα δώρα της ελληνικής φύσης σε πραγματικά superfoods» αναφέρει στο Export Greece, ο κ. Δημήτρης Αναλυτής, Business Development Director της SYMBEIOSIS Eu Zην SA.

Εξηγεί πως η δυνατότητα συμμετοχής σε κάποια έκθεση του εξωτερικού με φυσική παρουσία, είναι σαφώς προτιμότεα συγκριτικά με τις αντίστοιχες διαδικτυακές. Και αυτό γιατί στις εκθέσεις ο επισκέπτης μπορεί να δει το προϊόν, να το δοκιμάσει, να το κρατήσει στα χέρια του, να έρθει σε άμεση επαφή με τη φιλοσοφία της μάρκας, κάτι που δε συγκρίνεται με την εμπειρία μια διαδικτυακής επαφής. «Με αυτό σαν γνώμονα, οι προσδοκίες είναι πολύ μεγαλύτερες καθώς ο επισκέπτης-αγοραστής θεωρούμε ότι θα έχει εντονότερη την ανάγκη να εκτεθεί σε νέα προϊόντα και διατροφικές προτάσεις. Ιδιαίτερα για νέες συμφωνίες - είτε έχουν να κάνουν με νέους πελάτες ή με εντελώς νέες εταιρίες και brands οι φυσικές εκθέσεις βοηθάνε πολύ».





Τα καινοτόμα βιολειτουργικά προϊόντα μπορεί να τα προμηθευτεί κανείς άμεσα και γρήγορα στο e-shop [symbeosis.com](http://symbeosis.com), το οποίο πραγματοποιεί αποστολές σε όλη την Ευρώπη, καθώς και σε επιλεγμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων, delicatessen, cafes, εστιατόρια και φαρμακεία. Επίσης, στο πολύ μεγάλο online φαρμακείο της Ισπανίας Naturitas.

«Προτεραιότητα αποτελεί το χτίσιμο της διανομής μας σε σημεία της Ελλάδας και του εξωτερικού, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική. Τα λειτουργικά τρόφιμα & ροφήματα είναι η κατηγορία που αυξάνεται παγκοσμίως, καθώς ο κόσμος αναζητά προϊόντα που ενισχύουν την υγεία και την ευημερία του, όχι σε μορφή χαπιού (το 90% των πελατών παγκοσμίως προτιμούν λειτουργικά τρόφιμα από τα συμπληρώματα διατροφής, 38% λένε ότι αναζητούν ενεργά τρόφιμα και ποτά, το 43% αναζητούν τρόφιμα που βοηθούν στην ενίσχυση του ανοσοποιητικού τους συστήματος)».

Επίσης, σύμφωνα με τον κ. Αναλυτή και η κατηγορία τσαγιού παγκοσμίως αυξάνεται, δεδομένου ότι δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στα οφέλη του τσαγιού για την υγεία και τις μοναδικές ιδιότητες του τσαγιού του βουνού, - αντιοξειδωτική και ανοσοποιητική ενίσχυση, τόνωση, ενίσχυση της μνήμης -, ενώ υπάρχει παράλληλα αύξηση του ενδιαφέροντος για επιλογές χωρίς καφεΐνη, στα πλαίσια του ενδιαφέροντος του ανθρώπου για έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής.

«Είμαστε στη φάση που σχεδιάζουμε νέα λανσαρίσματα στην κατηγορία των συμπληρωμάτων διατροφής, με μια εντελώς διαφορετική λογική από αυτή που γνωρίζει ο κόσμος μέχρι τώρα. Και βέβαια, θα ακολουθήσουν και νέα προϊόντα στις υπάρχουσες κατηγορίες μας» υπογραμμίζει ο κ. Αναλυτής.







# Dryfo: «Ο καταναλωτής θεωρεί απαραίτητους τους ξηρούς καρπούς στη διατροφή του»

Μια οικογενειακή επιχείρηση από τη Θεσσαλονίκη με ιστορία από το 1950, στο τιμόνι της οποίας βρίσκεται η τρίτη γενιά επιχειρηματιών, έχει καταφέρει να αφήσει το στίγμα της στο χώρο του τροφίμου.

Η Dryfo – Μενεξόπουλοι Αφοί Α.Β.Ε.Ε. ξεκίνησε ως μια μονάδα πώλησης ξηρών καρπών και πλέον δραστηριοποιείται στο εμπόριο, την επεξεργασία, τη συσκευασία, την εισαγωγή και εξαγωγή ξηρών καρπών, αποξηραμένων φρούτων, μπαχαρικών, οσπρίων, δημητριακών και snacks.

Η βαθιά γνώση των συνθηκών της αγοράς, του ανταγωνισμού και γενικότερα των θεμάτων στον κλάδο των τροφίμων, σε συνδυασμό με τη σωστή αξιοποίηση των κατάλληλων υποδομών για την επέκταση και την ανάπτυξη της επιχείρησης για πολλά χρόνια, την οδήγησαν στο να συγκαταλέγεται σήμερα μεταξύ των



μεγαλύτερων εταιριών παραγωγής και εμπορίας ξηρών καρπών στη Νοτιοανατολική Ευρώπη.

«Στόχος μας είναι η περαιτέρω εδραίωση στην Ευρωπαϊκή, κυρίως αγορά, προσφέροντας ασφαλή και ποιοτικά προϊόντα, με συνέπεια και αξιοπιστία. Η ειδοποιός διαφορά από τους ανταγωνιστές μας είναι ότι λειτουργούμε ως one-stop-shop προσφέροντας μεγάλη γκάμα/ποικιλία προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές. Η εγκατάσταση 12 υπερσύγχρονων γραμμών συσκευασίας την τελευταία τριετία είναι ένα όπλο για την ανάπτυξη του δικτύου μας σε Private label συνεργασίες, πέραν του Bulk που είναι και η κύρια ενασχόλησή μας» αναφέρει στο Export Greece, ο κ. Αλέξανδρος Μενεξόπουλος, Chief Business Officer στη Dryfo- Menexopoulos Bros.

Μιλώντας για τη συμμετοχή της εταιρείας στις εκθέσεις του εξωτερικού, αναγνωρίζει πως η συμπερίληψή τους στη γενικότερη εταιρική στρατηγική είναι



απαραίτητη για την εξέλιξη ενός brand, διότι δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να επικοινωνήσουν αποτελεσματικότερα σε υφιστάμενο και νέο πελατολόγιο, τα πλεονεκτήματα που μπορούν να προσφέρουν σαν αξιόπιστοι συνεργάτες. «Τα προϊόντα που εμπορευόμαστε και επεξεργαζόμαστε, είναι έντονα χρηματιστηριακής φύσεως, με πολυπλοκότητα στις προδιαγραφές και τις ποιοτικές απαιτήσεις. Στις εκθέσεις μας δίνεται η δυνατότητα να συζητήσουμε με τους πελάτες μας αυτά τα ζητήματα, να αποσαφηνίσουμε ενδεχόμενες απορίες και ταυτόχρονα να χτίσουμε μια συνεργασία προσαρμοσμένη στις ανάγκες του εκάστοτε συνεργάτη» διευκρινίζει ο κ. Μενεξόπουλος, προσθέτοντας πως σε κάθε κατηγορία υπάρχουν διάφορα best sellers που καταναλωτές και συνεργάτες αγκαλιάζουν με ενθουσιασμό.

Ειδικότερα, στην κατηγορία των ξηρών καρπών φέτος ξεχώρισε το ελληνικό κελυφωτό φιστίκι. Η εγχώρια παραγωγή ήταν ιστορικά υψηλή, με ανταγωνιστικές τιμές συγκριτικά με άλλες προελεύσεις, κάτι που βοήθησε τους ανθρώπους της Dryfo να τοποθετήσουν το εν λόγω προϊόν σε αρκετές αγορές και να διαφημιστεί παγκοσμίως η ποιοτική του υπεροχή. Η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρίας καλύπτει περί το 40% του ετήσιου τζίρου της, που φέτος αναμένεται να ξεπεράσει τα 50 εκατ, ευρώ.

«Οι εξαγωγές μας δίνουν τη δυνατότητα να τρέχει η εταιρία με ένα ρυθμό ανάπτυξης περί το 25%, όταν η εγχώρια αγορά είναι ανοδική σε πολύ μικρότερο ποσοστό. Έχουμε σημαντική παρουσία στην Ευρωπαϊκή αγορά και συγκεκριμένα στις περισσότερες

χώρες της δυτικής Ευρώπης, στη Σκανδιναβία καθώς και στα Βαλκάνια. Πέρσι διεισδύσαμε στην αγορά των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων και εντός του μήνα ξεκινάμε τις αποστολές στην Ασία, δίνοντας σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης για το μέλλον της εταιρείας» λέει χαρακτηριστικά.

Την ίδια ώρα, επιβεβαιώνει πως η αναδυόμενη τάση προς την υγιεινή διατροφή και το «Veganism» βοηθούν στην αύξηση της καταναλώσεως των προϊόντων της Dryfo. Ο καταναλωτής πλέον θεωρεί απαραίτητους τους ξηρούς καρπούς στη διατροφή του, όπως και η βιομηχανία τροφίμων τον εντάσσει σε αρκετά νέα προϊόντα του.

«Ο κλάδος μας είναι πολύ έντονα ανταγωνιστικός, με πολύ μεγάλες δυσκολίες στην διαχείριση πρώτων υλών που εναρμονίζονται με τους κανονισμούς που θεσπίζει η Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο στόχος μας είναι η περαιτέρω ανάπτυξη σχέσεων με πηγές που εναρμονίζονται με τα Ευρωπαϊκά δεδομένα μιας και το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων που εμπορευόμαστε/επεξεργαζόμαστε είναι εισαγωγής».

Υπενθυμίζεται ότι η εταιρία έχει ολοκληρώσει επενδυτικά πλάνα ύψους 6 εκατομμυρίων ευρώ την τελευταία 3ετία, εξελίσσοντας τις κτιριακές της εγκαταστάσεις και επενδύοντας σε μηχανολογικό εξοπλισμό επεξεργασίας, συσκευασίας και ελέγχου. Στα τέλη του 2020 εγκαινίασε και το κέντρο διανομής και αποθήκευσης της στην Αττική, για την καλύτερη και άμεση εξυπηρέτηση των συνεργατών της στην Νότια Ελλάδα.







## ΕΖΑ: Μυεί στην ελληνική μπίρα 37 χώρες!

Ομολογουμένως στην Ελλάδα η αγορά ζύθου ήταν ανέκαθεν μια αγορά στην οποία τη μερίδα του λέοντος απολάμβαναν ξένα brands. Οτιδήποτε ήταν ξενόφερτο και ορμώμενο εκ βορείου Ευρώπης, ήταν συνάμα και ποιοτικό αφού συνδεόταν με χώρες που διέθεταν μακρά παράδοση. Ωστόσο, τα δεδομένα φαίνεται να αλλάζουν άρδην σε παγκόσμιο επίπεδο, δίνοντας στις μικροζυθοποιίες την ευκαιρία που τους αξίζει και βάζοντας στο παιχνίδι τους εκάστοτε τοπικούς παραγωγούς.

Τρανό παράδειγμα η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης (ΕΖΑ), η οποία μέσα στην κρίση κέντρισε το ενδιαφέρον επενδυτών, έκανε «focus» στην ελληνικότητα των προϊόντων της κερδίζοντας παράλληλα το «στοίχημα» της εξωστρέφειας.

«Στην ANUGA παρουσιάζουμε την πλήρη γκάμα των Brands και Packaging της Ελληνικής Ζυθοποιίας Αταλάντης. Αυτή περιλαμβάνει τις: PILS HELLAS, Εζα Premium Pilsener/Fine Lager/Alcohol Free, Blue Island και Odyssey καθώς και τα International Brands BERLIN και IMPERIAL. Συνδυασικά η προϊόντική γκάμα της Ελληνικής Ζυθοποιίας Αταλάντης προσφέρει ένα πλήθος επιλογών για να καλύψει και τις πιο απαιτητικές ανάγκες των retailers/wholesalers/distributors και φυσικά τις γευστικές ανάγκες των καταναλωτών στην παγκόσμια αγορά» δηλώνει στο Export Greece, ο Κώστας Παντόπουλος, Διευθυντής Εξαγωγών της Ελληνικής Ζυθοποιίας Αταλάντης (ΕΖΑ).

Πεποίθησή τους είναι πως η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, και δη στην ANUGA, ίσως την μεγαλύτερη έκθεση τροφίμων και ποτών στην Ευρώπη, ενισχύει την εικόνα κάθε εταιρίας καθώς και το γενικότερο brand recognition των προϊόντων της.

«Ενδείκνυται για προσωπική γνωριμία με εν δυνάμει ξένους αγοραστές όπου μπορούν να δημιουργηθούν οι συνθήκες για μία μελλοντική συνεργασία. Ταυτόχρονα



δίνεται η ευκαιρία για μία άμεση γνωριμία και επαφή σχετικά με τις συνθήκες των διαφόρων ξένων αγορών αποκτώντας σαφώς καλύτερη εικόνα και για τις ανάγκες των υποψήφιων πελατών στις χώρες τις οποίες δραστηριοποιούνται οι ίδιοι. Ειδικά φέτος, ύστερα από απουσία 2 ετών, λόγω COVID-19, είναι μία πρώτη τάξεως ευκαιρία να ανακτηθούν



παλιότερες επαφές και να δημιουργηθούν νέες που λόγω της γενικότερης κατάστασης είχαν «παγώσει». Οι όποιες απόπειρες γίνανε με την πραγματοποίηση virtual / on-line διεθνών εκθέσεων, κρίθηκαν ενδιαφέρουσες -ειδικά όντας κάτι καινούριο-, αλλά σίγουρα η προσωπική επαφή και επικοινωνία δεν μπορεί να αντικατασταθεί» λέει χαρακτηριστικά.

Το 2021 ήταν μία χρονιά που ξεκίνησε με πολύ μεγαλύτερη αισιοδοξία σε σχέση με το 2020, όμως τελικά έκρυβε μεγάλες προκλήσεις. Έχοντας μία πολύ στοχευμένη στρατηγική ανάπτυξης στο εξωτερικό και εστιάζοντας σε συγκεκριμένες αγορές για το 2021, οι εξαγωγές της Ελληνικής Ζυθοποιίας Ατάλαντς αναμένεται να κλείσουν με άνοδο περίπου στο 50% σε σχέση με το 2019, νούμερο που θα της επιτρέψει να επανέλθει άμεσα στην κανονικότητα και να βγει ενισχυμένη από αυτήν την περιπετειώδη περίοδο.

Αυτή τη στιγμή οι εξαγωγές της ΕΖΑ αποτελούν το 10% του συνολικού όγκου της εταιρίας και το 7% σε αξία. Μυεί στην ελληνική μπίρα 37 χώρες και στις 5 ηπείρους, και εξετάζει με προσοχή την είσοδο σε νέες αγορές.

«Εν μέσω της πανδημίας, παρατηρούμε τους παράγοντες που επηρεάζουν το παγκόσμιο εμπόριο να αλλάζουν δραματικά και με ταχύτατους ρυθμούς, π.χ. αύξηση μεταφορικού κόστους, αύξηση του κόστους ενέργειας και πρώτων υλών κτλ. Επομένως η σωστή επιλογή και επικέντρωση σε αγορές στις οποίες η εταιρία μας έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα κρίνεται απαραίτητη. Οι αγορές των Βαλκανίων, των χωρών της Μεσογείου, της Νοτιοανατολικής Ασίας αλλά και αγορές της κεντρικής Ευρώπης είναι πρωταρχικός μας στόχος για περαιτέρω εξάπλωση» διευκρινίζει ο κ. Παντόπουλος.

Εκτιμά πως η ελληνική αγορά έχει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης, λαμβάνοντας υπόψη την σχετικά χαμηλή κατά κεφαλή κατανάλωση μπίρας και τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες της χώρας μας.

«Κατά την διάρκεια της οικονομικής κρίσης αλλά και τα μετέπειτα χρόνια, παρατηρήθηκε μια έντονη στροφή των καταναλωτών σε Ελληνικές μάρκες μπίρας, ενώ παράλληλα η αγορά αρχίζει να «ωριμάζει» μέσα από μια συνεχή αναζήτηση νέων γεύσεων, συσκευασιών και κατηγοριών μπίρας υψηλότερης προστιθέμενης αξίας. Αυτό

είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για όσους επενδύουν στην καινοτομία όπως η εταιρία μας».

Να σημειωθεί ότι η ΕΖΑ με παραγωγικό δυναμικό 80 εκατομμύρια λίτρα και ένα διευρυμένο δίκτυο διανομής, καλύπτει το σύνολο της χώρας, ενώ εξάγει τα προϊόντα της και στις 5 ηπείρους. Απασχολεί περισσότερους από 180 καταρτισμένους εργαζόμενους, ενώ τα τελευταία τρία χρόνια στο εργοστάσιο της στην Αταλάντη εγκατέστησε δυο νέες, υπερσύγχρονες γραμμές παραγωγής, οι οποίες διασφαλίζουν απόλυτα την ευελιξία, ασφάλεια και ποιοτική ανωτερότητα των προϊόντων της και εντάσσονται στο συνολικό πλάνο επενδύσεων της εταιρείας, ύψους 29,8 εκατ. ευρώ για το διάστημα 2013-2020.

«Η καινοτομία αποτελεί πυλώνα της στρατηγικής μας. Τα τελευταία χρόνια επεκτείναμε την γκάμα των προϊόντων μας μπαίνοντας δυναμικά στο τμήμα της αγοράς Lager με το προϊόν μας εζα lager, ανταποκριθήκαμε στην ανερχόμενη αγορά της μπίρας χωρίς αλκοόλ με την εζα alcohol free και πρόσφατα λανσάραμε για πρώτη φορά στην Ελληνική αγορά την συσκευασία 0,2l, μια νέα πρόταση για την παρέα, για φρέσκια και απολαυστικά κρύα μπίρα» τονίζει ο κ. Παντόπουλος.



**NatureTech®**

## Nature Tech: «Ο κόσμος αναζητά καινοτόμα προϊόντα σε ανταγωνιστική τιμή»

Η Naturetech είναι μια νέα ταχύτατα αναπτυσσόμενη Ελληνική εισαγωγική-εξαγωγική εταιρεία με έδρα την Αθήνα και η δέσμευση της είναι να προσφέρει στους καταναλωτές άριστης ποιότητας υγιεινά σνακ στις καλύτερες τιμές της αγοράς.

Παρακολουθώντας προσεκτικά τις τρέχουσες τάσεις κατανάλωσης τροφίμων δημιουργεί πρωτοποριακά προϊόντα, μοναδικών γευστικών συνδυασμών, αλλά κυρίως θρεπτικά και ευεργετικά για την υγεία μας, κατάλληλα όχι μόνο για αθλητές αλλά και για όλους τους καταναλωτές

Τα προϊόντα σύγχρονης διατροφής της Nature Tech, που περιλαμβάνουν μπάρες βρώμης και μπάρες πρωτεΐνης power pro, καλύπτουν τις ανάγκες ενός παγκόσμιου trend που βασίζεται στο fitness & wellness, πράγμα που σημαίνει ότι οι εξαγωγικές προοπτικές είναι τεράστιες.

«Τα τελευταία δύο χρόνια ήταν δύσκολα για όλους μας. Συμφωνίες πάγωσαν, η εξωστρέφεια δυσκόλεψε και η Οικονομία χτυπήθηκε ανεξαρτήτως κλάδου. Εμείς, παρά την κρίση, παραμείναμε δυνατοί και ενισχύσαμε την γκάμα των προϊόντων της Nature Tech. Η εξωστρέφεια είναι πολύ σημαντική και με την πρώτη ευκαιρία δίνουμε το παρόν στην μεγαλύτερη έκθεση τροφίμων παγκοσμίως. Η συμμετοχή μας φέτος στην Anuga θα ενισχύσει την θέση μας ως ανερχόμενη δύναμη στον χώρο του Sports Nutrition στην Ευρώπη» αναφέρει στο Export Greece, ο Διευθύνων Σύμβουλος της Nature Tech, κ. Πέτρος Μανωλίδης.

Το 2021 ο τζίρος της Nature Tech ενισχύθηκε, ενώ παράλληλα διευρύνθηκε το υφιστάμενο πελατολόγιο με την προσθήκη νέων συνεργατών. Προς το παρόν, υπάρχει τοποθέτηση των προϊόντων σε 8 χώρες διεθνώς, με το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών να απορροφάται από Γερμανία, Μ. Βρετανία και Αμερική, αγορές οι οποίες έχουν ισχυρό καταναλωτικό κοινό σε τέτοιου είδους προϊόντα.



«Ο κόσμος αναζητά πρωτοποριακά προϊόντα που συνδυάζουν την άριστη ποιότητα με την ανταγωνιστική τιμή. Πηγαίνοντας κόντρα στο δυσμενές κλίμα που επικρατεί τα τελευταία χρόνια, δεν σταματήσαμε ποτέ την ανάπτυξη. Συνεχίσαμε να δημιουργούμε νέα προϊόντα που ενισχύουν την γκάμα της Nature Tech στον χώρο του health and fitness και πολλά από τα προϊόντα αυτά θα τα παρουσιάσουμε φέτος στην έκθεση. Δεν έχετε παρά να κάνετε μια βόλτα στο περίπτερο μας για να σας ενημερώσουμε για όλους τους παλιούς και νέους κωδικούς» τονίζει ο κ. Μανωλίδης.



Peter Manolidis, Founder NatureTech



# ELVIDA FOODS: Ο κόσμος στην πανδημία αγκάλιασε τις “έτοιμες λύσεις”.

Η ELVIDA FOODS είναι μια ελληνική βιομηχανία τροφίμων που ξεκίνησε από το χώρο του ψητοπωλείου και επικεντρώνοντας τη στρατηγική της στην άριστη εξυπηρέτηση των επαγγελματιών του χώρου, ανεξαρτήτως μεγέθους της επιχείρησής τους, κατάφερε σε λίγα χρόνια να αποκτήσει ηγετική θέση αποτελώντας σημείο αναφοράς. Ήταν η πρώτη η οποία εισήγαγε τη συμβουλευτική πώληση διπλά στον επαγγελματία με ενέργειες marketing επικεντρωμένες στις ανάγκες του.

Τα τελευταία χρόνια κάνοντας σταθερά βήματα προόδου κατάφερε να εξελιχθεί σε εταιρεία παραγωγής τροφίμων υψηλής προστιθέμενης αξίας τα οποία να ανταποκρίνονται στις διατροφικές ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή, αλλά και του επαγγελματία που αναζητά συνεχώς καινοτόμες ιδέες/λύσεις για την επιχείρησή του.

«Η εταιρεία μας διαθέτει πλήρη γκάμα προϊόντων τα οποία προσφέρουν λύσεις, τόσο στους επαγγελματίες της εστίασης, όσο και στους καταναλωτές. Με γνώμονα πάντα την σταθερά υψηλή ποιότητα, τις εξαιρετικές γεύσεις, βασιζόμενες σε ελληνικές παραδοσιακές συνταγές, αλλά και την ευκολία προετοιμασίας, αναπτύσσουμε νέα προϊόντα, τα οποία παρουσιάζουμε σε όλες τις εκθέσεις που λαμβάνουμε μέρος. Φυσικά σημαντικό στοιχείο αποτελούν και οι γευστικές ιδιαιτερότητες της κάθε αγοράς τις οποίες λαμβάνουμε πάντα υπόψη» τονίζει στο Export Greece ο Σπύρος Τσιρούνης, Marketing Manager της ELVIDA FOODS, η οποία θα παρουσιάσει τα προϊόντα της στους επισκέπτες της Anuga.

Για τον κ. Τσιρούνη, η συμμετοχή στις διεθνείς εκθέσεις δημιουργεί ευκαιρίες, εφόσον οι εταιρείες που λαμβάνουν μέρος πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις που σχετίζονται με την υψηλή ποιότητα προϊόντων, τις σωστές προδιαγραφές και την καινοτομία, στοιχεία τα οποία, όπως υποστηρίζει, η ELVIDA FOODS διαθέτει.

«Η φετινή έκθεση λόγω των 2 χρόνων απουσίας θεωρούμε πως θα προσφέρει ακόμα περισσότερες ευκαιρίες και θα αναδείξει περαιτέρω τις καινοτομίες μας. Το 2021 κινείται μέχρι στιγμής ανοδικά, ειδικά



Μαρία Μαγγανά  
Export Manager

στον τομέα των εξαγωγών. Σαν ποσοστό η συμμετοχή τους στο συνολικά τζίρο αυξάνεται σημαντικά κάθε χρόνο και η φετινή χρονιά δεν θα μπορούσε να αποτελέσει εξαίρεση».

Τα προϊόντα που κατέγραψαν τη μεγαλύτερη ζήτηση ήταν οι “έτοιμες λύσεις”, μια κατηγορία που άνθισε εν μέσω πανδημίας, μιας και περισσότεροι κόσμος έμεινε στο σπίτι και προτιμούσε να φάει κάτι γευστικό και συνάμα εύκολο στην προετοιμασία.

Η ELVIDA FOODS έχει παρουσία με τα προϊόντα της σε όλες σχεδόν τις μεγάλες ευρωπαϊκές αγορές. Ειδικά η γερμανική αγορά, καθώς και η αγορά της Μ. Βρετανίας αποτελούσαν παραδοσιακά τις μεγαλύτερες αγορές της ειδικά στον τομέα της εστίασης. «Το θετικό για εμάς ήταν ότι η γκάμα των πελατών μας δεν ήταν ποτέ περιορισμένη στο Ελληνικό στοιχείο αλλά, χρόνο με το χρόνο, επεκτεινόταν και σε ξένους πελάτες. Η τάση αυτή αυξάνεται και αναμένουμε τα επόμενα χρόνια να αυξηθεί ακόμα περισσότερο. Από εκεί και πέρα ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι αγορές της Μ. Ανατολής όπου και αυτές αναπτύσσονται δυναμικά με μεγάλα περιθώρια περαιτέρω επέκτασης».

Όσο για το ποιες νέες καταναλωτικές τάσεις βλέπει να αναδύονται στην παγκόσμια αγορά τροφίμων, ο κ. Τσιρούνης απαντά πως οι καταναλωτές είναι περισσότερο ενημερωμένοι και απαιτητικοί από ότι κάποια χρόνια πριν. Αναζητούν συνεχώς την καινοτομία και δεν συγχωρούν αστοχίες στην ποιότητα. «Η σύγχρονη καταναλωτική τάση για ευκολία στην προετοιμασία και για λύσεις value for money ήταν πάντοτε κυρίαρχες και αναμένουμε να ενισχυθούν ακόμα περισσότερο τα επόμενα χρόνια. Στο πλαίσιο αυτό επενδύουμε συστηματικά σε αποτελεσματικό marketing, έρευνα & ανάπτυξη αλλά και επέκταση παραγωγικών δυνατοτήτων».



**AEGEAN AGROFOOD**

*Olive Oil Trade & Bottling*

# AEGEAN AGROFOOD: «Ο κλάδος του τυποποιημένου ελαιόλαδου είναι δυναμικός»

Ορμώμενη εκ Λέσβου, η AEGEAN AGROFOOD συστήθηκε στο κοινό τον Ιούλιο του 2018. Ασχολείται με τη συσκευασία και τη διανομή ελαιολάδου, Βιολογικού ελαιόλαδου, Βαλσαμικού Ξιδιού, και προϊόντων που έχουν ως βασικά συστατικά το Βαλσαμικό Ξύδι, το μέλι, ενώ παρασκευάζει και το παραδοσιακό σαπούνι ελαιολάδου.

Η εταιρεία έχει επενδύσει σε νέες εγκαταστάσεις που θα συμβάλουν σημαντικά στην ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων της. Όπως λένε οι άνθρωποι που κρύβονται πίσω από το brand, κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της AEGEAN AGROFOOD, είναι ότι λόγω της φύσης της εταιρείας, είναι σε θέση να επιλέξουν την καλύτερη δυνατή ποιότητα ελαιολάδου και βαλσαμικού ξυδιού στο νησί της Λέσβου και να το διανείμουν εμφιαλωμένο μέσω του δικού τους δικτύου σε όλο τον κόσμο.

Στην έκθεση της Anuga θα παρουσιάσει ολόκληρη την γκάμα των προϊόντων της, τα οποία είναι:

Η σειρά Lesvos Gold που αποτελείται από έξτρα παρθένο ελαιόλαδο Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης «ΛΕΣΒΟΣ», Βιολογικό ελαιόλαδο, Βαλσαμικό ξύδι, Αρτύματα αρωματικών ελαιολάδων και παραδοσιακά αρωματικά σαπούνια.







Κωνσταντίνος Κολυβάς,  
Aegean Agrofood



Η σειρά Cotinos που αποτελείται από έξτρα παρθένο ελαιόλαδο παραγωγής Λέσβου.

Η σειρά Aspilos Elaiia της οποίας η γκάμα απαρτίζεται από τρεις τύπους τυποποιημένου έξτρα παρθένου ελαιόλαδου, Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης Καλαμάτα, Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης Κολυμβάρι Χανίων και ένα μείγμα τυπικού Ελληνικού Ελαιολάδου.

Η σειρά τυποποιημένου έξτρα παρθένου και παρθένου ελαιολάδου παραγωγής Λέσβου, Aspilos Gaia.

Η σειρά παραδοσιακού λευκού και πράσινου σαπουνιού ελαιολάδου με το brand LYRA.

«Κατά τη γνώμη μας η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις είναι καθοριστική για την προβολή των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, την είσοδο τους σε νέες αγορές και γενικώς την ενίσχυση του μεριδίου τους στην διεθνή αγορά. Φέτος με την συμμετοχή μας στην Anuga, αρχικά επιδιώκουμε την παρουσίαση των νέων προϊόντων μας στη διεθνή αγορά και την σύσφιξη των σχέσεων μας με τους υπάρχοντες πελάτες και συνεργάτες μας.

Πρωταρχικός στόχος μας είναι η πρόκληση ενδιαφέροντος από νέους εν δυνάμει πελάτες και η είσοδος μας σε νέες αγορές του εξωτερικού. Αυτή η έκθεση είναι μία ευκαιρία για την επίτευξη των στόχων μας ύστερα από απουσία 2 ετών από της δια-

ζωσης διεθνείς εκθέσεις και επαφές, οι οποίες σίγουρα έχουν καλύτερα αποτελέσματα από τις εξ αποστάσεως προσπάθειες του παρελθόντος» αναφέρει στο Export Greece ο Κωνσταντίνος Κολυβάς της AEGEAN AGROFOOD.

Παρατηρώντας τις εξελίξεις, τόσο στην εγχώρια, όσο και τη διεθνή αγορά, ο κ. Κολυβάς τονίζει ότι το 2021 για την AEGEAN AGROFOOD, ήταν περισσότερο χρόνος σταθεροποίησης των ήδη υπάρχουσών συνεργασιών της, αλλά και μια περίοδος κατά την οποία διατηρήθηκαν οι υφιστάμενες πωλήσεις, αν λάβουμε υπόψη μας την πρωτόγνωρη κατάσταση που έζησε, και ζει, η παγκόσμια αγορά, λόγω του COVID 19.

«Η εταιρία μας είναι τυποποιητική, αμιγώς εξαγωγική και εξάγει σε χώρες της Ευρώπης όπως Γερμανία, Γαλλία, Ολλανδία, Βέλγιο, Ιταλία, Ρουμανία κ.α. Η αγορά της Ασίας επίσης είναι μία δυναμική αγορά για εμάς με συνεργασίες στην Ιαπωνία, Κίνα και Νότια Κορέα. Στόχος μας είναι η αύξηση των πωλήσεων μας σε όλες αυτές τις αγορές αλλά και σε νέες όπως η Αμερική και Αγγλία.

Ο κλάδος του τυποποιημένου ελαιολάδου θεωρούμε ότι είναι δυναμικός, η ζήτηση αυξάνεται συνεχώς καθώς αυξάνεται διεθνώς η κατανάλωση ελαιολάδου και γενικώς προϊόντων που προάγουν την υγιεινή διατροφή» υπογραμμίζει.

# PLAZA – MAVRIDIS BROS: «Στόχος μας η αγορά της Αμερικής»

Η οικογένεια Μαυρίδη δεσμεύεται ότι το μαλακό παγωτό PLAZA έχει την απαλότερη υφή και γεύση σε σχέση με τα συμβατικά παγωτά που κυκλοφορούν στην αγορά. Σερβίρεται σε κωνάκι ή κυπελάκι, έχει χαμηλότερα λιπαρά σε σχέση με το σκληρό παγωτό και απολαμβάνεται καλύτερα αμέσως μόλις βγει από την παγωτομηχανή.

Με καταβολές από τη Βέροια Ημαθίας η PLAZA – MAVRIDIS BROS δημιουργήθηκε το 2008 και αποτελεί επάξια συνέχεια της PLAZA, μιας εταιρείας με μακρά και επιτυχημένη πορεία στο χώρο του παγωτού από το 1975. Αντικείμενο της εταιρείας είναι η παραγωγή, μεταποίηση, τυποποίηση και το εμπόριο προϊόντων για τον κλάδο της εστίασης με μια ποικιλία προϊόντων που περιλαμβάνει σκόνες μαλακού παγωτού, γρανίτες και άλλα ροφήματα, σιρόπια γαρνιρίσματος και σιρόπια καφέ, βάφλες, λουκουμάδες, καθώς και διαφόρων ειδών μίγματα.

«Προτιμήσαμε να παρουσιάσουμε όλα μας τα προϊόντα με μια μικρή έμφαση στη νέα σειρά veggie μειγμάτων για burger, καθώς θεωρούμε ότι υπάρχει αυξανόμενη ζήτηση στην Ευρωπαϊκή και όχι μόνο αγορά. Οι διεθνείς εκθέσεις λειτουργούν ως χρήσιμο εργαλείο προβολής των ελληνικών προϊόντων και ανάδειξης της υψηλής τους ποιότητας στις ξένες αγορές, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα να επεκταθεί το πελατολόγιο αλλά και να κλείσουν νέες συμφωνίες. Από την Anuga προσδοκούμε να κλείσουμε νέες συμφωνίες σε ξένες αγορές καθώς είναι μια έκθεση που συγκεντρώνει αγοραστές από όλο τον κόσμο» λέει στο Export Greece ο Αλέξης Μαυρίδης, Γενικός Διευθυντής της εταιρείας ΑΦΟΙ ΜΑΥΡΙΔΗ Ο.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ.

Η πανδημία δεν επηρέασε αρνητικά τα οικονομικά μεγέθη της εταιρείας. Τουναντίον, το 2021 ενισχύθηκαν σχεδόν όλοι οι κωδικοί κάτω το οποίο, όπως επισημαίνει και ο κ. Μαυρίδης, σηματοδοτεί, ως έναν βαθμό, την επιστροφή στην προ-covid εποχή.

Το ελληνικό παγωτό Plaza το γεύονται αρκετοί Ευρωπαίοι, από χώρες όπως η Κύπρος, η Γερμανία, η Λετονία, η Σλοβακία, αλλά και Σαουδάραβες, όπως



Σοφιανός Τσανταρίδης  
Πωλήσεις - Εξαγωγές  
Plaza Mavridis Bros

επίσης και οι καταναλωτές του Κατάρ και του Ομάν. Οι εξαγωγές καλύπτουν περίπου ένα 10% του τζίρου και η φιλοδοξία της διοίκησης είναι το ξεκλείδωμα της αμερικάνικης αγοράς.

«Ο κλάδος μας εξελίσσεται θετικά και αναμένουμε επιστροφή σε προ-covid επίπεδα άμεσα τα επόμενα χρόνια. Επενδύουμε συστηματικά στη δημιουργία νέων προϊόντων ανάλογα με τις ανάγκες της αγοράς» διευκρινίζει ο κ. Μαυρίδης.

Η Plaza όλα αυτά τα χρόνια έχει καταφέρει κατά τη διάρκεια της δραστηριοποίησής της να αναπτύξει ένα δίκτυο αξιολογών συνεργασιών με brands όπως, τα IKEA, Goody's, Everest, Γρηγόρης, Σκλαβενίτης, Καφεκοπεία Λουμίδη, ΑΒ Βασιλόπουλος.







# Viotyr: Επενδύσεις 5 εκατομμυρίων ευρώ για την περίοδο 2023-2025!

Ο Όμιλος ΒΙΟΤΥΡ διανύοντας επί 45 έτη μία δυναμικά ανοδική πορεία στο χώρο των τυροκομικών και γαλακτοκομικών προϊόντων, καθίσταται πλέον σημείο αναφοράς, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Κύπρο. Διαθέτοντας εξειδίκευση και τεχνογνωσία στον εν λόγω τομέα απενίζει το μέλλον αισιόδοξα, επενδύοντας στο ανθρώπινο δυναμικό του, καθώς και στη διαρκή εξυπηρέτηση των πελατών του με άριστα σε ποιότητα προϊόντα, θέτοντας ως στόχο την κάλυψη των αναγκών της σύγχρονης αγοράς.

Τα προϊόντα που η διοίκηση της Viotyr αποφάσισε να παρουσιάσει στην έκθεση της Anuga είναι η Φέτα ΤΡΙΠΟΛΗ, η Βαρελίσια Φέτα ΤΡΙΠΟΛΗ, το χαλούμι ΑΛΑΣΙΑ και το στραγγιστό γιαούρτι ΤΡΙΠΟΛΗ, προϊόντα με τεράστια απήχηση σε όλο τον κόσμο, δίνοντας βαρύτητα στα προϊόντα παραγωγής της και στα brands της.

«Θεωρούμε ότι η συνεπής παρουσία στις μεγάλες διεθνείς εκθέσεις θα πρέπει να είναι προτεραιότητα κάθε ελληνικής εταιρείας που έχει εξαγωγικό προσανατολισμό, γιατί είναι ένας από τους αποτελεσματικότερους τρόπος δημιουργίας νέων επαφών και κλείσιμο συμφωνιών με νέους πελάτες. Ειδικά για φέτος έχουμε ακόμα μεγαλύτερες προσδοκίες μιας και η πανδημία δυστυχώς δεν επέτρεψε, τόσο τις εκθέσεις, όσο και γενικότερα τα επαγγελματικά ταξίδια και συναντήσεις στο εξωτερικό» δηλώνει στο Export Greece, ο Τάσος Ανέστης, Export Director της Viotyr.

Ερωτηθείς αναφορικά για το πώς κύλησε η τρέχουσα χρονιά σε επίπεδο εξαγωγών, ο κ. Ανέστης αναφέρει πως η πορεία ήταν ελαφρώς ανοδική, αγγίζοντας το 12% του συνολικού τζίρου της Viotyr. Τα προϊόντα με την μεγαλύτερη ζήτηση ήταν η Φέτα ΤΡΙΠΟΛΗ, η Βαρελίσια Φέτα ΤΡΙΠΟΛΗ και το χαλούμι.

Η εξωστρέφεια είναι αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής της Viotyr. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα κατάφερε να έχει παρουσία σε 28 χώρες με σημαντικότερες τις απαιτητικές αγορές των Ηνωμένων Πολιτειών και του Καναδά. «Δεδομένου ότι οι συγκεκριμένες αγορές



Τάσος Ανέστης, Export Director Viotyr

είναι τεράστιες, ο στόχος μας για τα επόμενα χρόνια είναι η περαιτέρω ανάπτυξη τους, τόσο με την διεύρυνση της διανομής σε νέες πολιτείες, όσο και με αύξηση του κωδικολογίου μας στο ήδη υπάρχον πελατολόγιο» προσθέτει.

Εκτιμά πως η ζήτηση παγκοσμίως για ποιοτικά ελληνικά προϊόντα θα συνεχίσει να ανεβαίνει και μαζί με καθιερωμένα προϊόντα, όπως η φέτα και το γιαούρτι αναμένεται αύξηση της ζήτησης και για νέα διαφοροποιημένα προϊόντα. Σήμερα, όπως εξηγεί, η συμπεριφορά των καταναλωτών παγκοσμίως αναδεικνύει δύο κυρίαρχες τάσεις που επηρεάζουν τις επιλογές ζωής τους. Η πρώτη αναφέρεται στην επιθυμία για καλύτερη υγεία και ευεξία και η δεύτερη στην υιοθέτηση ενός πιο δραστήριου τρόπου ζωής. Πρόκειται για δύο mega trends που καθημερινά κερδίζουν έδαφος, δημιουργώντας νέους ορίζοντες και ευκαιρίες για την αγορά (Οργανικά και βιολογικά προϊόντα, προϊόντα light )

Στο πλαίσιο δε της στροφής των καταναλωτών σε τροφές πλούσιες σε θρεπτικά συστατικά για τον οργανισμό, αλλά με σύγχρονες και απαλές γεύσεις, αυξάνεται το ειδικό βάρος των τυροκομικών προϊόντων ως σημαντικού παράγοντα για μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή σε όλα τα στάδια της ανθρώπινης ζωής

Η αναπτυξιακή δυναμική της Viotyr συνεχίζεται με το Δ.Σ. να έχει ήδη εγκρίνει το νέο επενδυτικό πλάνο αξίας 5 εκατομμυρίων ευρώ για την περίοδο 2023-2025 που αφορά στην αναβάθμιση του μηχανολογικού εξοπλισμού του εργοστασίου στην Τρίπολη όπως επίσης και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων.

The Anuga Project is powered by



**GREAT EXHIBITIONS**



Hydration Sponsor



Certification Sponsor



Tech Support



Coffee break powered by **SAMBA**  
COFFEE ROASTERS

Travel partner **70 YEARS** **ARGO TRAVEL** SAIL WITH US



[www.zonama-food.com](http://www.zonama-food.com)

## Η Zonama Food βάζει την υγιεινή διατροφή σε... πακέτο

Γνωρίζοντας την σημασία της σωστής διατροφής και τις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου, η εταιρεία Zonama Food δημιούργησε ένα προϊόν που έρχεται να καλύψει τις απαιτήσεις του μοντέρνου τρόπου ζωής. Με τις μπάρες Zebra bar λειτουργεί υποστηρικτικά στην προσπάθεια που κάνει σήμερα το άτομο να διατηρήσει ένα υγιεινό πλάνο διατροφής και ζωής. Μια εύκολη λύση για να πάρει κανείς την ενέργεια που απαιτείται, όπου κι αν βρίσκεται και να τροφοδοτήσει τον οργανισμό του με βιταμίνες και όλα τα απαραίτητα στοιχεία.

Μάλιστα, η εταιρεία έχει δεσμευτεί και για κάθε 10 μπάρες που πωλούνται, φυτεύει ένα δένδρο. Με βάσει τα ως τώρα στοιχεία που ανανεώνονται κάθε εξάμηνο έχουν φυτευθεί 12.617 δένδρα.



[www.becanex.com](http://www.becanex.com)

## Becanex: Προϊόντα κάνναβης με γερμανική υπογραφή

Η καινοτόμα προσέγγιση της εταιρείας Becanex με κατοχυρωμένο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας είναι το μυστικό της για τα υψηλής ποιότητας προϊόντα που παράγει. Αφορά στην ήπια και μοναδική μέθοδο εξαγωγής: την εξαγωγή ενός σταδίου. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα να αξιοποιηθεί μεγαλύτερο φάσμα κανναβινοειδών και τερπενίων και επομένως να υπάρξει μεγαλύτερο όφελος. Η εταιρεία λειτουργεί σύμφωνα με τα υψηλότερα πρότυπα παραγωγής τροφίμων και καλλυντικών, για να διασφαλίσει την υψηλότερη ποιότητα προϊόντων.

Είναι η πρώτη εταιρεία στη Γερμανία με εξειδίκευση στη συγκεκριμένη μέθοδο και πρωτοπορεί στον τομέα της παρασκευής προϊόντων από κάνναβη, τα οποία πλέον είναι ευρέως διαδεδομένα και χρησιμοποιούνται τόσο στην κοσμετολογία, στην φαρμακολογία, στη διατροφή κ.α.



[www.theplantmagic.com](http://www.theplantmagic.com)

## The Plant Magic: Η πόσιμη μαγεία!

Ποιος δεν έχει ονειρευτεί το μαγικό ποτό που θα του δώσει ενέργεια για να βγάλει πέρα τις δυσκολίες; Με αυτό το αφήγημα που έχει εμπνεύσει άλλωστε πολλούς σεναριογράφους, η εταιρεία The Plant Magic προωθεί τα ροφήματα που δημιουργεί και είναι καθαρά φυτικά εξηγώντας τη “μαγεία” που κρύβεται: Η εταιρεία βασίζεται στην παρασκευή ροφημάτων από βότανα, φυτά, μανιτάρια, ρίζες και άλλα πολύτιμα συστατικά που βρίσκονται στη φύση. Όλα αυτά προσεκτικά επιλεγμένα από διάφορα μέρη του κόσμου. Στόχος η δημιουργία ενός ιδιαίτερου ροφήματος, πλούσιου σε θρεπτικά συστατικά, σε διάφορες γεύσεις που θα δώσει τη δυνατότητα σε εκείνον που θα το γευτεί να γευτεί μαζί και την στιγμή: Να κάνει μια παύση και να νοιώσει τη δύναμη του παρόντος. Από το φύλλο που πέφτει, μέχρι μια βαθιά ανάσα πριν από το επαγγελματικό Meeting. Αυτή είναι η μαγεία άλλωστε και κρύβεται στη στιγμή!



[www.drinkhemi.com](http://www.drinkhemi.com)

## The Hempany Drink hemi: Το γάλα από κάνναβη

Η The Hempany είναι μια startup μας με έδρα τη Στουτγάρδη, η οποία έχει δημιουργήσει το hemi, ένα γάλα ιδιαίτερο βασισμένο στην κάνναβη. Η εταιρεία εκτός από το συγκεκριμένο γάλα, θέλει και αναπτύσσει κι άλλες βιώσιμες τροφές με κάνναβη.

Στόχος της να δείξει τι μπορεί να κάνει η κάνναβη και να αναδείξει όλους τους λόγους που την θεωρεί υπέροχη και σημαντική υπερτροφή. Μάλιστα, ένα επιπλέον στοιχείο που αναδεικνύει για το φυτό της κάνναβης, το οποίο εντυπωσιάζει με τις θρεπτικές αξίες και τη γεύση του, είναι ότι συμβάλλει και στην προστασία του κλίματος. Η κάνναβη μπορεί να καλλιεργηθεί σε τοπικό επίπεδο (και στην Γερμανία, εν προκειμένω) και δεσμεύει έως και δύο φορές περισσότερο CO2 από τα δέντρα. Με την ενσωμάτωση αυτής της υπερτροφής στην καθημερινή ζωή, ενισχύεται η τοπική καλλιέργεια κάνναβης και συμβάλλουν όλοι στην αειφορία και τη βιωσιμότητα αλλά κυρίως στην προστασία του κλίματος.





[www.naturesfinest.gr](http://www.naturesfinest.gr)

[www.babesvitamins.com](http://www.babesvitamins.com)

## Nutrisslim Natures Finest/ Babes vitamines Σύμμαχοι στην καθημερινή άμυνα

Σε κάθε σύγχρονο άνθρωπο που αγωνίζεται για την επιβίωση και την εξέλιξή του, η καθημερινότητα μοιάζει πολλές φορές με μια άνιση μάχη ενάντια στις αντοχές του. Ο μοντέρνος τρόπος ζωής, οι απαιτήσεις μιας κοινωνίας που τρέχει με τρελούς ρυθμούς, η ανάγκη του ατόμου να είναι μέσα στα πράγματα και να έχει πολυποίκιλες ασχολίες, όλα αυτά και πολλά ακόμη, απαιτούν έναν σύμμαχο. Ο σύμμαχος που παρέχει η Nutrisslim δίνει μια επιπλέον ώθηση στον άνθρωπο ανάλογα με τις ανάγκες του. Τα προϊόντα Natures Finest και Babes Vitamines βοηθούν και ενισχύουν τον οργανισμό, προσφέρουν αποτοξίνωση, δίνουν τα θρεπτικά στοιχεία που χρειάζεται και βελτιώνουν το δέρμα, τα μαλλιά, το συκώτι και γενικότερα τη φυσική κατάσταση. Πρόκειται για υπερτροφές και συμπληρώματα που πωλούνται και σε πακέτα για μια ολοκληρωμένη διαδικασία αποτοξίνωσης.



[www.principessas.de](http://www.principessas.de)

## Principessa: Πριγκιπικά Macarons και δημιουργίες με μεράκι

Με έμπνευση από την Γαλλία, εδώ και 10 χρόνια στο Μόναχο, η εταιρεία Principessa δημιουργεί γλυκές συνταγές όλων των ειδών με κύριο όμως και βασικό της "πρωταγωνιστή" τα γνωστά σε όλους macarons. Προετοιμάζουν με αγάπη τα προϊόντα τους και επιλέγουν από την αγορά τα καλύτερα συστατικά, όπως λένε, έχοντας πάντα ως γνώμονα τη φιλική προς το περιβάλλον επιλογή συσκευασίας. Από το 2019 και μετά προστέθηκε στην γκάμα των macarons η κατηγορία Principessa's Glücks, η οποία αυξάνεται σταθερά και έχει ως στόχο να νοιώσουν οι "ουρανίσκοι" βασιλιάδες. Τα προϊόντα τους καλύπτουν όλες τις απαιτήσεις εκείνων που επιθυμούν να γευτούν κάποιο γλυκό αλλά, για παράδειγμα αποφεύγουν την γλουτένη ή τα προϊόντα ζωικής προέλευσης κ.α. Τα γλυκά παράγονται από φρέσκα, τοπικά συστατικά σε καθημερινή βάση.







εξάγουμε Ελλάδα  
**LET'S EXPORTGREECE**  
THE NEWSLETTER

