

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

www.greatexhibitions.gr

LET'S EXPORT GREECE

εξάγουμε Ελλάδα

12.10.2021 Τεύχος #011

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:
Κωσταντίνος Μαριόλης
Διευθύντρια Σύνταξης:
Μαρία Ακριβού
Συντάκτρια:
Νικόλ Καζαντζίδου
Εμπορική Διεύθυνση:
Κλαίρη Στυλιάρη
Art direction:
fourletter

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

Τηλέφωνο επικοινωνίας:
+30 210 22 41 770

Εκδότης:



Editorial

Ανυγα: Πυκνώνουν οι επισκέπτες, ανεβαίνει η διάθεση για deals

Κάθε αρχή και δύσκολη λέει ο θυμόσοφος λαός και δεν έχει άδικο. Για να μπορέσει να εξελιχθεί κάτι, χρειάζεται χρόνος, σωστή οργάνωση και ένα περιβάλλον που να αποπνέει σταθερότητα και ασφάλεια.

Στην περίπτωση της Ανυγα αυτό φαίνεται να ταιριάζει γάντι.

Όλοι γνώριζαν εκ των προτέρων ότι η φετινή διοργάνωση θα ήταν αρκετά διαφορετική από αυτές του παρελθόντος. Η πανδημία μπορεί να βρίσκεται υπό έλεγχο μεν, είναι όμως εν εξελίξει, πράγμα που σημαίνει ότι, τόσο οι εκθέτες, όσο και το κοινό που επισκέπτεται τη μεγαλύτερη έκθεση τροφίμων και ποτών στην Ευρώπη, διατηρούν μια επιφύλαξη.

Παρά το, δικαιολογημένο, «μούδιασμα», όσο περνούν οι μέρες, η ροή των επισκεπτών πυκνώνει στα περίπτερα και τα στελέχη εταιρειών δηλώνουν την ικανοποίησή τους υπογραμμίζοντας πως μπορεί ο αριθμός των συμμετεχόντων να είναι μικρότερος, ωστόσο, είναι ποιοτικότερο το μείγμα. Κοινώς όσοι πήραν το ρίσκο να συμμετάσχουν είναι αποφασισμένοι να κλείσουν deals.

Άλλωστε οι εξαγωγές για κάθε επιχείρηση που σέβεται τον εαυτό της και επενδύει στην επόμενη μέρα είναι μονόδρομος. Όμως καρπούς δρέπει εκείνος που με συνέπεια και σωστή στρατηγική εμμένει στην εξωστρέφεια και όχι αυτός που κάνει αποσπασματικά βήματα εξωστρέφειας δίχως να μελετά σε βάθος τις αγορές στις οποίες διεισδύει.

Ίσως θα έπρεπε να μας προβληματίσει το γεγονός ότι ελάχιστες ελληνικές επιχειρήσεις διαθέτουν στο εσωτερικό τους τμήμα εξαγωγών.

Μαρία Ακριβού
Editor in Chief Export GREECE

Θετική η παρουσία των Ελλήνων εκθετών στην Anuga

Ο κ. Αλκιβιάδης Καλαμπόκης, Managing Director της Great Exhibitions η οποία αντιπροσωπεύει σχεδόν το 1/3 της ελληνικής παρουσίας στην φετινή Anuga, δίνει το στίγμα της έως τώρα πορείας της ομολογουμένως επιτυχημένης επανεκκίνησης του εκθεσιακού κλάδου σε διεθνές επίπεδο.

Πως κρίνεται την ελληνική παρουσία στην φετινή Anuga, μία έκθεση με αρκετές διαφορές από ότι την γνωρίζαμε στο παρελθόν;

Είναι ένα μοναδικά θετικό γεγονός η επανεκκίνηση του εκθεσιακού κλάδου κάτι το οποίο το είχαν ανάγκη και οι δύο πλευρές, και αυτοί που διοργανώνουν τις εκθέσεις, συνεπαγωγικά και οι εκθέτες, και από την άλλη πλευρά οι αγοραστές. Σηματοδοτεί μία επιστροφή στην κανονικότητα που θέλει λίγο χρόνο ακόμη αλλά νομίζω ότι ο κύβος ερρίφθη.

Η ελληνική παρουσία είναι θετική σαν συνολικός αριθμός, μπορεί να είναι μειωμένη κατά 30% σε σχέση με το 2019 αλλά αυτό είναι κατ' αντιστοιχία σε σχέση με τον συνολικό αριθμό της έκθεσης. Είναι θετικό γεγονός ότι πάνω από το 180 ελληνικές εταιρείες δηλώνουν το παρόν στην φετινή Anuga, πραγματοποιούν επαφές και δεν θα χρησιμοποιήσω την λέξη ξαναεκκινούν, αλλά συνεχίζουν στο δύσκολο περιβάλλον, γιατί οι εξαγωγείς στην περίοδο της πανδημίας έφθασαν να καταρρίπτουν το ένα ρεκόρ μετά το άλλο. Τα αποτελέσματα που έχουμε σε επίπεδο χώρας έως και τον Αύγουστο είναι απολύτως θετικά καθώς έχουμε νέο ρεκόρ εξαγωγών. Έρχεται λοιπόν και αυτό το εργαλείο που λέγεται εκθεσιακό περιβάλλον, φυσική επαφή να δώσει ένα επιπρόσθετο όπλο στο να συνεχιστεί ή και γιατί όχι να επιταχυνθεί αυτή η πορεία.



Καλαμπόκης Αλκιβιάδης
Managing Director της Great Exhibitions

Αυτές τις πρώτες ημέρες της έκθεσης έχετε παρατηρήσει κάποια διαφοροποίηση από την πλευρά των αγοραστών σε σχέση με το παρελθόν;

Υπάρχει μία ιδιαίτερη επισκεψιμότητα σε εταιρείες που έχουν λίγο διαφοροποιημένα ή καινοτόμα προϊόντα και βλέπω μία στροφή των επισκεπτών στα προϊόντα free from, plant based, vegan και σε όλη αυτή την νέα διατροφική τάση που πρέπει και οι υπόλοιποι Έλληνες παραγωγοί να την ανιληφθούν εγκαίρως γιατί είναι μία πολλά υποσχόμενη αγορά και επειδή αναπτύσσεται τώρα όσοι εισέρχονται νωρίς θα έχουν περισσότερη δυνατότητα να αποκτήσουν γρήγορα μερίδια.

Στον αντίποδα, υπάρχουν ελληνικά προϊόντα που να δείχνουν σημάδια κόπωσης ή να κινούνται πτωτικά;

Όλα τα προϊόντα του αγροδιατροφικού τομέα με βάση τα τελευταία στοιχεία του Αυγούστου κινούνται ανοδικά. Αυτό όμως που πρέπει να κάνουμε είναι να προστατεύσουμε περισσότερο τα Π.Ο.Π προϊόντα, είναι μια κατάκτηση της Ελλάδας το ότι έχει έναν τόσο μεγάλο αριθμό προϊόντων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης σε σχέση με πολύ μεγαλύτερες χώρες. Από την πλευρά μας θα πρέπει να υπάρχει μία πολύ αυστηρή πολιτική γύρω από τα σήματα μας και για την διατήρησή τους γιατί έχουμε δει ότι είναι προϊόντα που έχουν ζήτηση στο

εξωτερικό καθώς έχουν μία επιπρόσθετη αξία. Θα πρέπει να αντλήσουμε όσο περισσότερα κονδύλια από την Ευρωπαϊκή Ένωση γίνεται για την προώθηση τους και πιστεύω ότι η Anuga είναι ένα καλό εργαλείο που μας ξαναφέρνει κοντά για να γίνει μία νέα αρχή και σε αυτόν τον τομέα.

Επιτρέψτε μου να σημειώσω ότι υπάρχει μια μεγάλη γκάμα παραδοσιακών προϊόντων που μπορούν να διαμορφώσουν την εικόνα τους προς το καλύτερο και υπάρχουν τέτοια παραδείγματα. Χαρακτηριστικότερος είναι ο κλάδος του οίνου όπου έχουμε σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια καθώς έχουν εισέλθει νέα παιδιά, οινοποιοί, σομελιέ και έχουμε πλέον όμορφα και οργανωμένα επισκέψιμα οινοποιεία. Όλα αυτά έχουν αντιστρέψει την εικόνα του ελληνικού κρασιού όχι μόνο από επίπεδο ετικετών αλλά και από πλευράς ποιότητας και ανάπτυξης αυτοχθόνων ποικιλιών, στοιχείο που κάνει την διαφορά.

Στον ίδιο δρόμο βρίσκεται και το ελαιόλαδο. Και εδώ είχαμε σημαντικές διαφοροποιήσεις σε σχέση με το παρελθόν. Ξεκίνησε πριν από πολλά χρόνια η αλλαγή με τις επισημάνσεις με τις οξύτητες, τώρα βλέπουμε ότι δημιουργούνται νέες συσκευασίες, νέες προϊόντικές κατηγορίες που απευθύνονται σε νέους καταναλωτές.

Ποια είναι τα επόμενα μεγάλα ραντεβού στον χώρο των εκθέσεων τροφίμων αλλά και γενικότερα; Οι εκθέσεις επιστρέφουν δυναμικά και εμείς ως Great Exhibitions έχουμε ισχυρή παρουσία το επόμενο διάστημα. Το επόμενο μας εκθεσιακό γεγονός είναι

στις 22 με 26 Οκτωβρίου στο Μιλάνο στην TuttoFood και συνεχίζουμε τον Νοέμβριο με την FreeFrom στο Άμστερνταμ και στην ίδια πόλη τον Δεκέμβριο την έκθεση ιδιωτικής ετικέτας Private Label και η χρονιά θα κλείσει με την Sial Middle East στο Αμπου Ντάμπι.

Από τον Γενάρη ξεκινάει ένα πολύ δυναμικό πρόγραμμα που σαν εταιρεία θα συμμετάσχουμε σε πάνω από 70 εκθεσιακά γεγονότα σε όλο τον κόσμο. Είναι κάτι που μας δίνει την δύναμη να βλέπουμε το 2022 με μία πολύ μεγαλύτερη αισιοδοξία και είμαστε ευχαριστημένοι γιατί η εταιρεία μας έχει το μεγαλύτερο εκθεσιακό πρόγραμμα δίνοντας την δυνατότητα στον καθένα να επιλέξει το γεγονός που του ταιριάζει και την χώρα που του ταιριάζει μέσα από την δική μας βοήθεια και καθοδήγηση.

Έχοντας διανύσει το μεγαλύτερο χρονικό μέρος της Anuga ποιο είναι το πρώτο σας συμπέρασμα για την ελληνική παρουσία στην έκθεση;

Θεωρώ ότι η δική μας παρουσία ως Great Exhibitions, που είχαμε περίπου το 1/3 της ελληνικής συμμετοχής με σημαντική παρουσία σχεδόν σε όλους τους χώρους της έκθεσης, βοήθησε στην ευρύτερη εικόνα της Ελλάδας. Θέλω να πιστεύω, με βάση αυτά που γνωρίζουμε από τις τρεις πρώτες ημέρες, ότι οι εκθέτες μας έχουν πάει αρκετά καλά και ότι οι επόμενες που ακολουθούν θα είναι ακόμη καλύτερες και να αποδώσει ο κόπος που έχουν κάνει για να έρθουν εδώ παρά τις φοβίες και τις αβεβαιότητες που είχε ένα τέτοιο εγχείρημα. Εμείς είμαστε εδώ στο πλευρό τους με πλήρη υποστήριξη και καθοδήγηση και θα είμαστε και το 2022 με ένα πολύ δυνατό πρόγραμμα.



Cretan Mill: Βλέπει συγχωνεύσεις - εξαγορές στον κλάδο!

Αν μιλάμε για παράδοση στο κρητικό ελαιόλαδο, τότε σίγουρα η οικογένεια Αλμπαντάκη, είναι από εκείνες που έχουν ισχυρό προβάδισμα στον κλάδο, μιας και πρόκειται για ελαιοκαλλιέργητες που από το 1866 δραστηριοποιούνται στην παραγωγή, τυποποίηση και εμπορία εξαιρετικού παρθένου κρητικού ελαιολάδου.

Η γνώση και η αγάπη για το προϊόν έχουν κληροδοτηθεί στην τέταρτη γενιά και η οικογενειακή δραστηριότητα συνεχίζεται με την ίδια στόχευση: την ανώτερη ποιότητα, την εκλεκτή γεύση και τη διατηρησιμότητα των πολύτιμων θρεπτικών αξιών του απόλυτου συμβόλου υγείας και δύναμης, του ελαιολάδου.

Η Cretan Mill λειτουργεί σε υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις έκθλιψης ελαιοκάρπου, τυποποίησης και αποθήκευσης ελαιολάδου, με συστήματα διασφάλισης ποιότητας ISO 22000 IFS, BRC & KOSHER. Διαθέτει μια μεγάλη σειρά παρθένων, εξαιρετικά παρθένων, βιολογικών και αρωματικών ελαιολάδων, σε πολλά διαφορετικά δοχεία και μεγέθη, στην ελληνική αγορά και σε πολλές αγορές του εξωτερικού

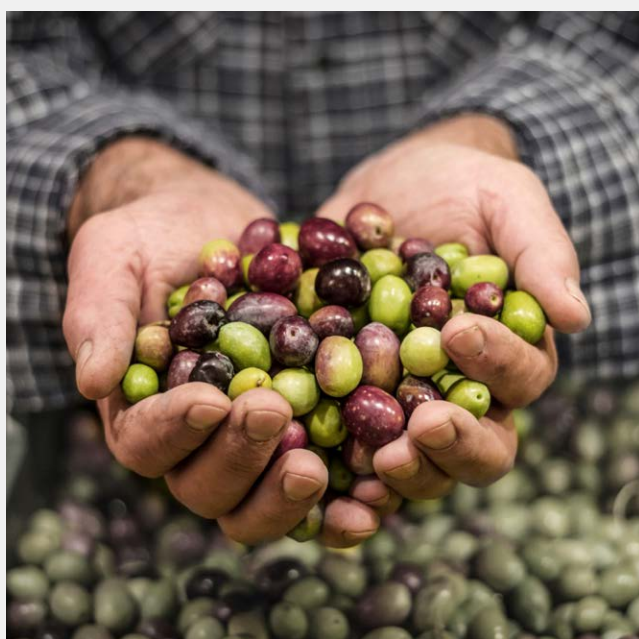
Στην Cretan Mill το 2021 σημειώθηκε αυξημένη ζήτηση σε premium προϊόντα, προϊόντα βιολογικής γεωργίας και μικρές συσκευασίες. Οι εξαγωγές είναι αναπόσπαστο κομμάτι του τζίρου καθώς καλύπτουν το 70% του κύκλου εργασιών. Εξαγωγική παρουσία υπάρχει σε 45 χώρες, με την Κεντρική Ευρώπη και τη Β. Αμερική να έχουν την πρωτοκαθεδρία και την Ινδία να προστίθεται προσφάτως στο δίκτυο.

Στο κοινό της ANUGA η Cretan Mill θα προσπαθήσει να κεντρίσει το ενδιαφέρον δυνάμει πελατών παρουσιάζοντας τη βασική της επωνυμία, που είναι το προϊόν Ελαιώνας.




Cretan Mill
PREMIUM OLIVE OILS BY ALMPANTAKIS FAMILY





«Έχουμε ένα νέο κωδικό φέτος, το βιολογικό ελαιόλαδο της σειράς, το Eleones organic. Ο κωδικός αυτός αφορά βιολογικό ελαιόλαδο, υψηλής ποιότητας σε προσιτή τιμή. Αυτό γίνεται σε μια προσπάθεια να προσεγγίσουμε τα μεσαία στρώματα της Ευρωπαϊκής αγοράς, τα οποία έχουν πληγεί από την κρίση της πανδημίας, δεν θέλουν όμως να κάνουν εκπτώσεις στην ποιότητα των προϊόντων που καταναλώνουν. Επίσης παρουσιάζουμε το Early Harvest, το οποίο σηματοδοτεί την έναρξη της νέας ελαιοκομικής περιόδου και την γενική επανέναρξη του παγκόσμιου εμπορίου, μετά την ισχυρή υγειονομική κρίση» λέει στο Export Greece, ο κ. Μιχάλης Αλμπαντάκης, Διευθύνων Σύμβουλος της Cretan Mill by Almpantakis.

Κατά τη γνώμη του η συμμετοχή στις διεθνείς εκθέσεις βοηθάει πολύ την προβολή των ελληνικών προϊόντων. Είναι σημείο συνάντησης με παλιούς και νέους συνεργάτες.

«Μπορείς μέσα σε λίγες μέρες να συναντήσεις επαφές από όλο τον κόσμο. Μπορείς να πιάσεις τον παλμό της αγοράς, να συζητήσεις ιδέες, να παρουσιάσεις νέα προϊόντα. Μετά τον δύσκολο 1,5 χρόνο που περάσαμε όλοι μας, είναι ευκαιρία να βρεθούμε από κοντά με τους συνεργάτες μας. Με την συμμετοχή σε μια διεθνή έκθεση έχεις την δυνατότητα να σε μάθει η αγορά και να έρθει σε επαφή με τα προϊόντα της εταιρείας και τους ανθρώπους που στο μέλλον θα συνεργάζεται κάθε εταιρεία. Έτσι χτίζεις σχέσεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι η δική μας εταιρεία από το 2012 μέχρι και σήμερα έχει λάβει μέρος σε περισσότερες από 30 εκθέσεις και

επιχειρηματικές αποστολές σε όλο τον κόσμο. Κίνηση η οποία μας έχει δώσει την σημερινή πορεία και ανάπτυξη σε διεθνές επίπεδο» τονίζει ο κ. Αλμπαντάκης.

Η αίσθησή του είναι πως ο κλάδος θα πιεστεί και το αποτέλεσμα θα είναι οι συγχωνεύσεις- εξαγορές εταιρειών. Ταυτόχρονα, επειδή η αγορά της Ελλάδας στο ελαιόλαδο είναι ευκαιριακή αγορά, θα έχουμε εισοδο νέων παικτών που θα πιέσουν τον κλάδο ακόμη περισσότερο.

«Το καλό είναι ότι η παγκόσμια τάση είναι υπέρ της μεσογειακής διατροφής. Ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι χρησιμοποιούν ελαιόλαδο στην διατροφή τους. Αυτό θα βοηθήσει σιγά-σιγά στην ανάπτυξη των εταιρειών που ασχολούνται με το ελαιόλαδο. Νέες καταναλωτικές τάσεις είναι η κατανάλωση προϊόντων delicatessen, βιολογικών, αγουρέλαιου και ελαιολάδου χαμηλής οξύτητας. Γίνεται από τις επιχειρήσεις επένδυση στο design, περισσότερα προϊόντα έχουν βραβεία και πιστοποιήσεις, ο καταναλωτής ενημερώνεται και ερευνά».

Σχεδιάζοντας τα επόμενα βήματα, η Cretan Mill εφιστά την προσοχή της στην προσθήκη στο portfolio της νέων προϊόντων, όπως η ελιά και η πάστα ελιάς, ενώ στις προθέσεις της είναι η εξαγορά ή η είσοδος σε μετοχική σύνθεση εταιρείας παραγωγής ελιών και παραγωγών. Επιπρόσθετα, σκοπεύει να δημιουργήσει περισσότερους σταθμούς παραλαβής ελαιοκάρπου στην Κρήτη, ώστε να αυξήσει την παραγωγική της βάση και να γίνει ακόμη πιο ανταγωνιστική.

Ελαιώνας Ανδρουλάκη: Επενδύσεις 1 εκατ. ευρώ και νέα προϊόντα

Η εταιρία “Ελαιώνας Ανδρουλάκη” μετράει ήδη πολλά χρόνια στο χώρο παραγωγής ποιοτικού ελαιόλαδου με έτος ίδρυσης το 1968 στον Πύργο Μονοφατσίου. Έκτοτε έχει κάνει ιδιαίτερα σημαντικά βήματα ως μονάδα, έχει έντονη παρουσία στη HO.RE.CA., σε γνωστούς ξενοδοχειακούς όμιλους και σε κρητικές αλυσίδες σουπερμάρκετ.

Στο Export Greece μίλησε ο δεύτερης γενιάς επιχειρηματίας της Androulakis Group & Μέλος του Δ.Σ. του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, Γιάννης Ανδρουλάκης, ο οποίος αποκάλυψε πως σε ένα χρόνο από τώρα θα λανσάρει νέο premium ελαιόλαδο αποκλειστικά από τους ιδιόκτητους ελαιώνες, 60 στρεμμάτων, το οποίο, όπως τόνισε, θα διαθέτει ανώτερες οργανοληπτικές χημικές συστάσεις.

«Με το Επιμελητήριο Κρήτης συμμετέχουμε φέτος στην Anuga με 8 Κρητικές εταιρείες. Τέτοιου είδους εκθέσεις είναι πολύ σημαντικές διότι γίνονται συναντήσεις με Έλληνες και ξένους buyers. Ωστόσο, θέλει διαρκή παρουσία για να πετύχεις τα επιθυμητά αποτελέσματα. Υπάρχει στοχευμένη προβολή αγροτικών προϊόντων που δραστηριοποιούνται στο χώρο της μελισσοκομίας, της ελαιουργίας, των τροφίμων και της σταφίδας. Η ανταπόκριση είναι ικανοποιητική, όμως περιμέναμε με περισσότερο κόσμο» λέει χαρακτηριστικά ο κ. Ανδρουλάκης, προσθέτοντας πως στόχος του Επιμελητηρίου Κρήτης είναι να συμμετάσχει σε όσο το δυνατόν περισσότερες διοργανώσεις στο εξωτερικό.



Σε ότι αφορά τον Ελαιώνα Ανδρουλάκη έχει στο προϊόντικό του χαρτοφυλάκιο 17 κωδικούς και η κορωνίδα του είναι το ξτρα παρθένο ελαιόλαδο. Ο όμιλος Ανδρουλάκη επισήμως εμπορεύεται και τυποποιεί 800 με 1.000 τόνους ελαιόλαδο και παράγει 2.500 με 3.000 τόνους πυρηνέλαιου.

«Είμαστε χρόνια στο χώρο, διαθέτουμε τεχνογνωσία και δίνουμε έμφαση και προσοχή στην ποιότητα, ενώ ακολουθούμε τις εξελίξεις της παγκόσμιας αγοράς. Η πανδημία όπως ήταν φυσικό επηρέασε και το δικό μας κλάδο αλλά και την επιχείρησή μας καθώς οι τιμές αυξήθηκαν διεθνώς. Όμως βλέπουμε να υπάρχει ανάκαμψη. Γιατί να αγοράσει κανείς ελληνικό ελαιόλαδο; Γιατί είναι το καλύτερο στον κόσμο. Το δε κρητικό ελαιόλαδο είναι πιο ελαφρύ σε γεύση και διακρίνεται σε οργανοληπτικές αναλύσεις για τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του» επισημαίνει ο Ανδρουλάκης.

Η χρονιά για τον ελαιώνα Ανδρουλάκη δείχνει ότι τόσο το πυρηνελαιουργείο όσο και η τυποποίηση ελαιόλαδου θα κινηθούν ανοδικά με το τζίρο να διαμορφώνεται κοντά στα 10 εκατομμύρια ευρώ. Οι εξαγωγές αποτελούν το 70% του κύκλου εργασιών, τα προϊόντα φτάνουν σε έξι χώρες με πιο δυνατές αγορές την Αμερική, τη Γερμανία, την Ιταλία και την Ισπανία.

Ο όμιλος ο οποίος απασχολεί 50 εργαζόμενους “τρέχει” φέτος επενδύσεις ύψους 1 εκατ. ευρώ που αφορούν στον εκσυγχρονισμό του υφιστάμενου τεχνολογικού εξοπλισμού.

«Είμαστε δυνατοί στο κομμάτι του HO.RE.CA., έχουμε συνεργασίες με 70 ξενοδοχεία σε Κρήτη, Σαντορίνη, Μύκονο, Ρόδο και Πελοπόννησο και έχουμε συνάψει συμφωνίες με τον ξενοδοχειακό όμιλο Aldemar, τον όμιλο Μεταξά, τον όμιλο Καλουτσάκη κ.α.. Παράλληλα συνεργασίες έχουν γίνει και με αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως ο Χαλκιαδάκης και ο Μαθιουδάκης τόσο σε επίπεδο προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας όσο και σε προϊόντα με τη δική μας σήμανση, αλλά και με εστιατόρια».

Salt Odyssey: Η “Οδύσσεια” του αλατιού που ταξιδεύει σε 28 χώρες!

Το 2015 ξεκίνησε το ταξίδι της η Salt Odyssey, αρχικά ανακατεύοντας το εξαιρετο θαλασσινό αλάτι από τις αλυκές του Μεσολογγίου με αρώματα και γεύσεις ελληνικών βοτάνων, δημιουργώντας 100% φυσικά και γευστικά αλάτια.

Ακολούθησε το καπνιστό αλάτι, που ως σήμερα αποτελεί τη ναυαρχίδα της εταιρείας, αφού υπόκειται σε έντονο κάπνισμα 140 ωρών σε γνήσια ξύλα οξιάς και είναι πολύ ξεχωριστό, αλλά και οι πυραμίδες αλατιού, μια διαφορετική πρόταση σεβριρίσματος για αλάτι. Με δεκάδες βραβεία στο ενεργητικό της, packaging που τραβάει το μάτι και “έξυπνους” συνδυασμούς μπαχαρικών, η Salt Odyssey έχει κερδίσει επάξια το ενδιαφέρον του παγκόσμιου καταναλωτικού κοινού.

«Στην Anuga επιλέξαμε να παρουσιάσουμε τα μοναδικά αλάτια σε νιφάδες με σχήμα πυραμίδας τα οποία είναι η νέα τάση στη γαστρονομία καθώς και τους μύλους με αλάτια, βότανα και μπαχαρικά μαζί με την οικολογική συσκευασία επαναγέμισης» δηλώνει στο Export Greece, ο κ. Μάριος Καρασλίδης, Export Manager και Co-Owner της Salt Odyssey.

Το 2021 αφήνει μια “νόστιμη” γεύση στην εταιρεία, η οποία τρέχει με ανάπτυξη που ξεπερνά το 30%. Τα προϊόντα που κατέγραψαν τη μεγαλύτερη ζήτηση ήταν οι μύλοι αλατιών και πιπεριών καθώς και το πολυβραβευμένο καπνιστό αλάτι Μεσολογγίου. Για να αντιληφθεί κανείς το μέγεθος και τη δυναμική της εταιρείας αρκεί να λάβει υπόψη του ότι οι εξαγωγές το 2015 κάλυπταν το 6% του τζίρου και, όπως όλα δείχνουν, φέτος θα είναι η χρονιά ορόσημο στην οποία το ποσοστό αυτό θα σπάσει το “φράγμα” του 50%.



Τα αλάτια Salt Odyssey μπορεί κανείς να τα αναζητήσει σε 28 χώρες, από τις οποίες οι δυνατότερες αγορές είναι η Γαλλία η Ουκρανία και η Ολλανδία.

«Επιθυμούμε να μπούμε πιο έντονα στην αγορά της Γερμανίας της Ισπανίας και της Ιταλίας. Τα επόμενα χρόνια βλέπουμε ανάπτυξη στον κλάδο των ποιοτικών τροφίμων κυρίως λόγω της αύξησης της ποιότητας παροχής υπηρεσιών στον κλάδο της εστίασης. Σε μια αγορά που κατακλύζεται από τρόφιμα μαζικής κατανάλωσης, τα ποιοτικά τρόφιμα θα είναι η νέα τάση» προσθέτει ο κ. Καρασλίδης.

Μιλώντας για τη συμμετοχή της Salt Odyssey στην μεγαλύτερη έκθεση τροφίμων στον κόσμο, ο Co-Founder της Salt Odyssey αναγνωρίζει πως η Anuga βοηθάει τις ελληνικές επιχειρήσεις που έχουν την υποδομή και είναι έτοιμες να ανταποκριθούν στις υψηλές απαιτήσεις των αγοραστών τροφίμων. Όπως και κάθε άλλη έκθεση βοηθάει, όχι μόνο την επαφή με το υπάρχον πελατολόγιο, αλλά και την ανεύρεση νέων πελατών.

«Επειτα από δύο χρόνια ουσιαστικά χωρίς εκθέσεις και με τις συνθήκες ασφάλειας που έχουν δημιουργήσει οι διοργανωτές αναμένουμε όχι τόσο μεγάλο αριθμό επισκεπτών όσο έτοιμων για συμφωνίες επιχειρηματιών. Ο κύριος στόχος είναι να συνεχίσουμε να εξυπηρετούμε σωστά τους πελάτες που μας προτιμούν χωρίς καμία έκπτωση στην ποιότητα εξυπηρέτησης, να εδραιωθούμε σταθερά πάνω από το 50% ποσοστό εξαγωγών καθώς και να προσφέρουμε στον καταναλωτή νέα ποιοτικά-καινοτόμα προϊόντα πέρα από τα αλάτια και τα μπαχαρικά. Το νέο προϊόν που παρουσιάζουμε στην Anuga και παρασκευάζουμε αποκλειστικά, είναι το Έξτρα παρθένο καπνιστό ελαιόλαδο».

Bountouris Olives: «Οι καταναλωτές στρέφονται σε φυσικά προϊόντα με λιγότερα συντηρητικά»

Όλα ξεκίνησαν αρκετά χρόνια πριν, γύρω στο 1940, όταν ο Κωνσταντίνος Μπουντούρης άρχισε να καλλιεργεί πράσινες ελληνικές ελιές, με έδρα το μικρό χωριό Καλύβες, στην περιοχή της Χαλκιδικής.

Η εταιρεία κληροδοτήθηκε στους δύο γιους του, οι οποίοι συμμετείχαν επίσημα στο project το 2000, συνεχίζοντας την κληρονομιά του πατέρα τους με αγάπη, τεχνογνωσία και όραμα για την παραγωγή ελιάς υψηλής ποιότητας. Σταθμός στην εξέλιξη της οικογενειακής επιχείρησης ήταν το 2009, έτος ίδρυσης της Bountouris GP. Μάλιστα η έναρξη της εταιρείας συνοδεύτηκε από δύο νέα κτίρια με βιομηχανικές εγκαταστάσεις έκτασης 3000 τ.μ. με γραμμές παραγωγής εξοπλισμένες με τα πιο προηγμένα μηχανήματα.

Ελιες πράσινες Χαλκιδικής ολόκληρες, εκτυρνωμένες, γεμιστές με πάστα πιπεριάς, με φυσική πιπεριά, με αμύγδαλο, Ελιές Καλαμάτας, κρεμμυδάκια πίκλες και αγγουράκια πίκλες υπό το brand Bountouris Olives έχουν φυλάξει μια θέση στην έκθεση της Anuga.

«Η παρουσία σε διεθνείς εκθέσεις τροφίμων ευνοεί την προώθηση των προϊόντων μας και οι δια ζώσης συναντήσεις ενισχύουν την παρουσία της μάρκας μας στην παγκόσμια αγορά. Κλείσιμο συμφωνιών δεν διεξάγεται σχεδόν ποτέ, δρομολογούνται όμως οι ετήσιες απαιτήσεις ποσοτήτων των πελατών προς τους προμηθευτές και γίνεται λόγος για την εκάστοτε εσοδεία του προϊόντος. Λόγω ότι υπάρχουν ακόμη περιορισμοί ταξιδιών σε ορισμένες χώρες και υπάρχει ακόμη η πανδημία, πιστεύουμε πως η επανεκκίνηση θα έχει κάποια αποτελέσματα, όμως όχι εκείνα που θα είχε σε κάποια άλλη χρονιά εκτός συνθηκών covid-19» αναφέρει στο Export Greece ο Ελευθέριος Μπουντούρης από την Bountouris Olives.



Αναγνωρίζει πως το 2021, δεδομένων των συνθηκών, ήταν μια καλή χρονιά πωλήσεων για την εταιρεία, η οποία σε ποσοστό 95% πραγματοποιεί εξαγωγές. «Έχουμε τοποθετηθεί σε 6 χώρες και η αγορά των ΗΠΑ είναι από τις πιο δυνατές. Εκτιμούμε ότι θα υπάρξει ανοδική πορεία στην ζήτηση των προϊόντων μας. Όσο για τις καταναλωτικές τάσεις αυτές θα κινηθούν προς πιο φυσικά προϊόντα με λιγότερα συντηρητικά».

Ο κ. Μπουντούρης κλείνει λέγοντας πως στα άμεσα σχέδια της Bountouris Olives είναι η περαιτέρω επέκταση των εργοστασιακών εγκαταστάσεων και η ολοκλήρωση της γραμμής παραγωγής Tray.



Smari Honey: Το μέλι αναπόσπαστο κομμάτι της κρητικής κουλτούρας!

Ιδρύθηκε το 2012 στην ορεινή Καλαμαύκα Ιεράπετρας του νομού Λασιθίου Κρήτης, όπου εδρεύει μέχρι & σήμερα. Ο λόγος για την οικογενειακή επιχείρηση ΣΜΑΡΙ, η οποία διαθέτει και την εμπειρία και την τεχνογνωσία στην παραγωγή υψηλής ποιότητας & άριστης, γεύσης κρητικού μελιού.

Άλλωστε για τους Κρητικούς το μέλι αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της διατροφής & της τοπικής κουλτούρας, εξού και το ισχυρό προβάδισμα που έχουν “χτίσει” όλα αυτά τα χρόνια στη συγκεκριμένη κατηγορία, έναντι των ανταγωνιστών. Το 2017 η εταιρεία μπήκε δυναμικά στο χώρο των τυποποιημένων προϊόντων με σκοπό να παρέχει στους καταναλωτές εξαιρετικής ποιότητας κρητικό μέλι, διαχωρίζοντάς το σε τρεις κατηγορίες : θυμαρίσιο, πευκοθυμαρόμελο & πεύκου.

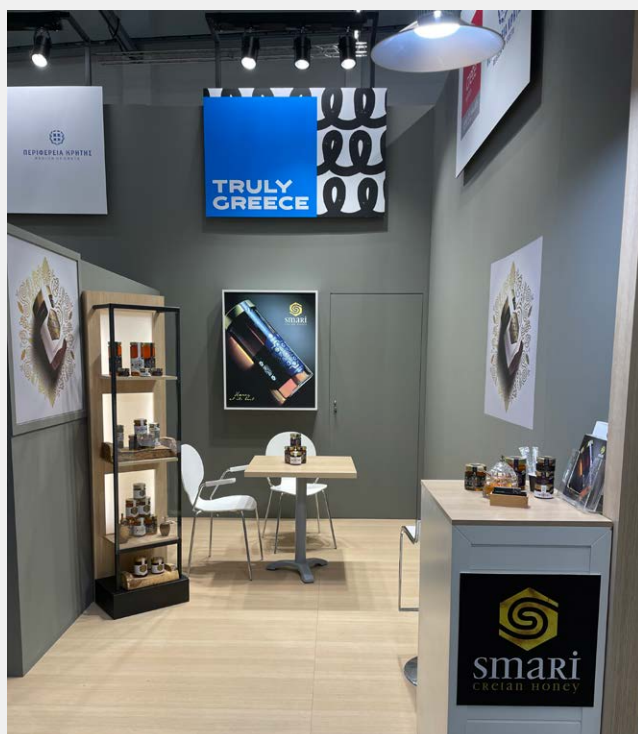


Εμμανουέλα Λαμπίρη, Παραγωγή & Εμπορία Μελιού Smari Cretan Honey

Η διαδρομή από τη κυψέλη προς το βάζο γίνεται με αγάπη και μεράκι, πάντοτε με σεβασμό στο προϊόν και το καταναλωτή, εφαρμόζοντας αυστηρά τους κανόνες υγιεινής.

Στη φετινή έκθεση της Anuga, το brand ΣΜΑΡΙ θέλει να γλυκάνει κυριολεκτικά εκθέτες και κοινό παρουσιάζοντας τα προϊόντα του σε “ψαγμένους” λάτρεις του μελιού.

«Η συμμετοχή μας σε διεθνείς εκθέσεις είναι πολύ σημαντική, καθώς δίνεται η δυνατότητα προβολής και προώθησης των προϊόντων μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα σε μεγάλο εύρος υποψηφίων πελατών ενώ ταυτόχρονα ενισχύει τις ήδη υπάρχουσες συνεργασίες. Έπειτα από στο χρόνια αποχής λόγω κορονοϊού ευελπιστούμε σε μια δυναμική επάνοδο» λέει στο Export Greece η κα Εμμανουέλα Λαμπίρη από την Smari Honey.





Τονίζει πως όλες οι κατηγορίες προϊόντων κινήθηκαν δυνατά στο εξωτερικό, δίχως να επηρεάζονται από τον covid-19. Οι δε εξαγωγές, οι οποίες αποτελούν το 80% του κύκλου εργασιών εμφάνισαν άνοδο, δίνοντας ανάσα στα οικονομικά μεγέθη της κρητικής επιχείρησης.

«Έχουμε παρουσία σε όλη την Ευρώπη. Η Γερμανία και η Αγγλία, θα έλεγα ότι έχουν τις καλύτερες επιδόσεις. Το επόμενο βήμα που θα κάνουμε είναι να επεκταθούμε σε Ιαπωνία, Η.Π.Α. και Αραβικά Εμιράτα».

Εκτός όμως από την είσοδο σε νέες αγορές, πρωταρχικός στόχος παραμένει η εδραίωση και η ισχυροποίηση των συνεργασιών που κλείστηκαν μέσα στην τρέχουσα

χρονιά, αλλά και η γενικότερη προώθηση της κρητικής διατροφής και του κρητικού μελιού στο εξωτερικό.

Τέλος η κα Λαμπίρη κάνει αναφορά και στις προκλήσεις που θα κληθεί να αντιμετωπίσει ο κλάδος εξαιτίας των ανατιμήσεων που παρατηρούνται το τελευταίο διάστημα. Η ίδια εκφράζει την ανησυχία ότι όλοι οι επαγγελματίες θα βρεθούν αντιμέτωποι με μια πολύ δύσκολη χρονιά και πρέπει να προετοιμαστούν καταλλήλως.

Αυτό που παρατηρεί από την καθημερινή επαφή με την αγορά είναι πως το καταναλωτικό κοινό στρέφεται κυρίως σε φυτικά προϊόντα και προτιμά συσκευασίες κατασκευασμένες από πλήρως ανακυκλώσιμα υλικά.



Αμπελώνες Οινοποιητική Σώκος: Η Ελλάδα παράγει εξαιρετικά κρασιά!

Παίρνοντας την παλαιά εθνική οδό από Ελευσίνα προς Θήβα συναντάμε τον ορεινό όγκο του Κιθαιρώνα. Ανηφορίζοντας και κατηφορίζοντας τις πλαγιές του για να πάμε στην περιοχή Ερυθρές (Κριεκούκι), περνάμε από τους αμπελώνες που βρίσκονται κάτω από τον Αττικό ουρανό. Σε υψόμετρο 400 μέτρων και σε μια έκταση 5000 στρεμμάτων εκτείνονται οι αμπελώνες που καλλιεργούνται εδώ και δεκαετίες με αγάπη και μεράκι.

Σε αυτή τη γωνιά της Αττικής γης δραστηριοποιείται η ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΣΩΚΟΣ Α.Ε από το 1983 χρησιμοποιώντας τον αγαπημένο καρπό της γης που καλλιεργείται στην περιοχή από την αρχαία Ελλάδα, αναβιώνοντας τον μύθο του Διονύσου Βάκχου.

Το οινοποιείο πρόκειται να παρουσιάσει στη φετινή έκθεση της Anuga προϊόντα Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης Στερεάς Ελλάδος & Πλαγιών Κιθαιρώνα. Από τις πιο γνωστές ποικιλίες της περιοχής, έχει ξεχωρίσει το Σαββατιανό, τη Μαλαγουζιά και το Ασύρτικο που θεωρούνται ως οι πιο αντιπροσωπευτικές του χαρακτήρα των κρασιών που φέρουν την υπογραφή της ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΣΩΚΟΣ, τόσο σε επίπεδο αρώματος, γεύσης και σπιρτάδας.

«Δυστυχώς η Ελλάδα είναι ακόμα σχετικά άγνωστη στον παγκόσμιο οινικό χάρτη. Τα τελευταία χρόνια όμως, φυσικά και μέσω των διεθνών εκθέσεων αλλά και αντίστοιχων δράσεων, οι οινόφιλοι ανά τον κόσμο έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν όχι μόνο πως παράγουμε κρασιά σε όλη την επικράτεια της



Ελλάδος, αλλά και ότι είναι εξαιρετικά. Το κλίμα στις εκθέσεις δεν είναι πάντα εμπορικής φύσεως, λόγω περιορισμένου χρόνου επαφής και περαιτέρω διερεύνησης συνεργασίας, όμως είναι ένας καλός σταθμός γνωριμίας και έναρξης συζητήσεων με πιθανούς πελάτες» λέει στο Export Greece, η κα Παναγιώτα Κολοκοτά από την ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΣΩΚΟΣ.

Η διοίκηση της εταιρείας ευελπιστεί πως μέσα από την παρουσία της στην Κολωνία, θα έχει την ευκαιρία να δείξει και αναδείξει την οινική της παράδοση, που δεν προείται ούτε από πανδημίες ούτε από φυσικές καταστροφές. «Θέλουμε να επικοινωνήσουμε με τους πελάτες μας δια ζώσης και να γνωρίσουμε νέους με ιδιαίτερη χαρά και διάθεση. Είναι η πρώτη διεθνής



κ τα τελευταία 10 χρόνια, με ζήλο και κυρίως τρομερή δουλειά, θα συνεχίσουμε να αναβαθμιζόμαστε και να επεκτείνουμε τις δραστηριότητές μας και σε άλλους κλάδους (αμπελουργία, αποστακτήριο σταφυλής κλπ)».

Ερωτηθείσα αναφορικά με τα νέα οινικά trends που παρατηρεί στην παγκόσμια αγορά, εκφράζει με λύπη την άποψη ότι στην Ελλάδα ακολουθούμε πάντα τις ξενόφερτες «μόδες», όπως τα χρωματιστά κρασιά, τα γλυκά αφρώδη και τους περίεργους συνδυασμούς. «Οι ελληνικές ποικιλίες μπορούν από μόνες τους να προκαλέσουν μια τάση αγοράς, θα πρέπει να μάθει όμως ο Έλληνας να τα προτιμά και να τα δοκιμάζει. Να τα ψάχνει και να τα αναζητά στην αγορά» λέει χαρακτηριστικά.

Η εταιρεία βρίσκεται σε έναν επενδυτικό αναβρασμό. Αυτό το διάστημα εγκαθίσταται ήδη ένα νέο συγκρότημα εμφιάλωσης, δυναμικότητας και μεγέθους που σπάνια συναντάται στην Ελλάδα, φυτεύονται, καλλιεργούνται και προστίθενται νέοι ιδιόκτητοι αμπελώνες (υπάρχουσες φυτεύσεις περίπου στα 320 στρέμματα), αναμένεται σχετική επένδυση εξαγωγών οινοποιείου στην Πελοπόννησο ενώ υπάρχει ήδη εγκεκριμένο σχέδιο κατασκευής αποστακτηρίου στεμφύλων σταφυλής (τοσίπουρο).

έκθεση που συμμετέχουμε μετά από τους περιορισμούς της πανδημίας και είμαστε ιδιαίτερα αισιόδοξοι» προσθέτει.

Τη χρονιά που πέρασε, τόσο οι παραδοσιακοί όσο και οι νέοι οινόφιλοι ανακάλυψαν και αύξησαν τη ζήτηση στους πιο γνωστούς κωδικούς της εταιρείας, όπως το Ασύρτικο η Μαλαγουζιά και το Σαββατιανό. Το ποσοστό τζίρου των εξαγωγών της κυμαίνεται περίπου στο 17% και διοχετεύεται στην Ευρώπη (Γερμανία, Βέλγιο, Σουηδία, Γαλλία, Ολλανδία, Κύπρος). Παράλληλα, υπάρχει μια αναπτυσσόμενη αγορά σε Αγγλία όπου διατηρούν ήδη πελάτες και ενδιαφέρονται για περαιτέρω σύμφιξη εμπορικών σχέσεων με Αμερική-Καναδά, περιοχές στις οποίες εξάγεται σήμερα το brand, όμως σε μικρές ποσότητες.

«Η δυναμικότητα της οινοποιίας μας, μπορεί να καλύψει μια αρκετά μεγάλη ζήτηση σε Ευρώπη-Αμερική-Καναδά. Θα μας ενδιέφερε και το κομμάτι της Αυστραλίας, αλλά χρειάζεται να γίνει κάποιος σχεδιασμός κινήσεων για την ώρα».

Επειδή από τον Ιούλιο του 2021 έχουν ξεκινήσει τρομερές ανακατατάξεις στον τομέα της ενέργειας και των πρώτων υλών, η κα Κολοκοτά επισημαίνει πως οι έχοντες τη δυνατότητα να ανταπεξέλθουν θα συνεχίσουν να αναπτύσσονται, οι υπόλοιποι θα αναγκαστούν να περιοριστούν. «Ευελπιστούμε ότι ως



Physis Of Crete: Η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, ο ασφαλέστερος δρόμος για εξαγωγές!

Η οικογένεια Ασμαριανάκη, η οποία δραστηριοποιείται στην τυποποίηση έξτρα παρθένου ελαιολάδου και πάστας ελιάς εδώ και 25 χρόνια, έχει δημιουργήσει μια υποδειγματική εγκατάσταση για την εμφιάλωση λαδιού, επιτραπέζιων ελιών και πάστας ελιάς, συνολικής έκτασης 1200 τ.μ. που είναι ανοιχτή για το ευρύ κοινό καλύπτοντας το ενδιαφέρον και τις ανάγκες της σύγχρονης τουριστικής βιομηχανίας για την παραγωγή και τη δοκιμή γνήσιου ελληνικού ελαιολάδου.

Οι ελαιώνες βρίσκονται στην περιοχή του Μιραμπέλλου στο Λασιθί Ανατολικής Κρήτης και κάθε χρόνο, από τέλη Νοεμβρίου έως και τον Φεβρουάριο, συλλέγεται η σοδιά, την οποία οι παραγωγοί καλλιεργούν με σεβασμό και φροντίδα απέναντι στη φύση και το περιβάλλον.

Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο ανώτερης ποιότητας, ελιές, πατέ από μαύρες και πράσινες ελιές, είναι τα καλύτερα φυσικά προϊόντα που μπορεί να μας προσφέρει η κρητική γη και η PHYSIS OF CRETE βάζει σε αρκετά από αυτά την υπογραφή της.

«Είμαστε μια πρότυπη μονάδα τυποποίησης ελαιολάδου, ελιάς και πάστας ελιάς και αυτά είναι και τα τρία βασικά προϊόντα που θα παρουσιάσουμε



Μάνος Ασμαριάννακης, Sales manager



στους επισκέπτες την διεθνής έκθεσης τροφίμων ANUGA. Πιστεύουμε πως η συμμετοχή σε τέτοιου είδους εκθέσεις είναι ο ασφαλέστερος δρόμος για να παρουσιάσουμε στους επισκέπτες από την Ευρώπη, αλλά και από τον υπόλοιπο κόσμο, τα ποιοτικά Ελληνικά επώνυμα προϊόντα. Με την συμμετοχή μας στην έκθεση της ANUGA φιλοδοξούμε να αναπτύξουμε το ήδη διευρυμένο εξαγωγικό μας προφίλ καθώς εξάγουμε τα προϊόντα μας σε 18 χώρες στην Ευρώπη, αλλά και στον Καναδά!» αναφέρει στο Export Greece, κ. Μάνος Ασμαριανάκης, Sales Manager της PHYSIS OF CRETE.

Φιλοδοξία της διοίκησης της εταιρείας είναι, όπως τονίζει ο κ. Ασμαριανάκης, η ανάπτυξη νέων συνεργασιών σε χώρες όπως είναι η Γερμανία, η Γαλλία, η Αυστρία, το Λουξεμβούργο και γενικά σε χώρες με υψηλό βιοτικό επίπεδο που οι κάτοικοί τους έχουν την οικονομική δυνατότητα να απορροφήσουν υψηλής ποιότητας προϊόντα.

«Κατά την διάρκεια της πανδημίας η κατανάλωση αγαθών υψηλής ποιότητας που παράγει η εταιρεία μας αυξήθηκε σε ποσοστό 40%, όσο δηλαδή ήταν και το ποσοστό αύξησης της εξαγωγικής μας δραστηριότητας. Σήμερα οι εξαγωγές καλύπτουν το 60% του ετήσιου κύκλου εργασιών» επισημαίνει.

Προσθέτει πως πρόσφατα ολοκληρώθηκε ένα μεγάλο project με την υλοποίηση μια πρότυπης μονάδας τυποποίησης ελαιόλαδου-επιτραπέζιας ελιάς και πάστας ελιάς. Μια μονάδα 1200τ.μ. επίσκεψιμη προς το κοινό που θέλει να δει την διαδικασία επεξεργασίας & τυποποίησης των προϊόντων της PHYSIS OF CRETE.

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

Τα καινοτόμα προϊόντα του 2021 στην έκθεση Anuga

Η μεγαλύτερη έκθεση της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών που πραγματοποιείται από τις 9 έως τις 13 Οκτωβρίου στην Κολωνία ανέδειξε 67 καινοτόμα προϊόντα στο Anuga taste Innovation Show.

Η Anuga φέτος γίνεται και μέσω της τεχνολογίας και της πλατφόρμας Anuga @home, σημείο συνάντησης επαγγελματιών από όλο τον κόσμο (11-13/10).

Περισσότεροι από 4.600 εκθέτες από 97 χώρες θα δώσουν το “παρών” με ποικίλα προϊόντων κατά τη διάρκεια της έκθεσης με θέμα το “Transform”.

Εξάλλου, το Anuga taste Innovation Show και όλα τα καινοτόμα προϊόντα που παρουσιάζονται εκεί, λειτουργούν ως βαρόμετρο για την αγορά και την παγκόσμια βιομηχανία τροφίμων.

Οι συμμετοχές των εταιρειών άγγιξαν τις 67 ενώ οι ιδέες που κατατέθηκαν ξεπέρασαν τις 1.332. Με κριτές επαγγελματίες του χώρου, ερευνητές, αναλυτές και εξειδικευμένους δημοσιογράφους επιλέχθηκαν 67 προϊόντα, τα οποία διακρίθηκαν για την καινοτομία που κρύβεται πίσω από την ιδέα, την βιωσιμότητα, την δημιουργικότητα. Δέκα από αυτά τα προϊόντα μάλιστα, διακρίθηκαν ως εξαιρετικά καινοτόμα.



Τα δέκα πλέον καινοτόμα είναι τα εξής:

- Dried salmon - Jerky Chips by Royal Nordic (Λετονία)
- Ready to Eat - Beet Root Tots by Frostkrone (Γερμανία)
- Aztek Lager by IMAG Organics (Μεξικό)
- THE COOLIVES by Aceitunas Torrent (Ισπανία)
- 12 Scallops on Crispy Crackers by Escal (Γαλλία)
- Frozen Pesto Drops by Il Pesto di Pra' srl (Ιταλία)
- Safran Sosse - Sugosi® I Prestigiosi by Surgital (Ιταλία)
- Compostable Coffee Capsules by Café Sati (Γαλλία)
- Lotao Green Jackfruit Veggie Balls by Lotao (Γερμανία)
- Happy Veggies – Beetroobee by Finest Selection Kft. (Ουγγαρία)



FOODNJOY

bonnel.a@foodandjoy.be
BELGIUM



Happy-Cheeze GmbH
mudar.mannah@
happy-cheeze.com
Deutschland



Romeo Ficacci Srl
export@ficacci.it
Italia

Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι φέτος το κύριο στοιχείο που κάνει τα προϊόντα καινοτόμα είναι ότι έχουν το στοιχείο της βιωσιμότητας, της υγείας και της άνεσης. Οι εταιρείες αναζητούν να δημιουργήσουν προϊόντα κυρίως φυτικά ενώ οι καταναλωτές είναι πλέον πιο συνειδητοποιημένοι.

Για αυτό και τα προϊόντα που είναι καθαρά φυτικά, γίνονται όλο και πιο δημοφιλή.

Η ζωική πρωτεΐνη αντικαθίσταται με την φυτική μέσω τροφών όπως η σόγια, τα φασόλια, οι σπόροι κολοκύθας και ο ηλιόσπορος. Την ίδια ώρα δημιουργούνται νέα προϊόντα όπως για παράδειγμα κράκερς ολικής άλεσης από ρεβύθια, φυτική σαλάτα θαλασσινών, σάλτσες από φάβα φασολιών και wraps από παντζάρια.

Μια ακόμη δημοφιλής τάση είναι η αντικατάσταση του κρέατος και φαίνεται πως στο μέλλον θα γίνει ακόμη πιο έντονη. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι αποκλείουν το κρέας από τη διατροφή τους και επιλέγουν εναλλακτικά προϊόντα τα οποία παρουσιάζονται στην Anuga και περιλαμβάνουν μέχρι και έτοιμα γεύματα.

Το στοιχείο της υγιεινής διατροφής, της ποιότητας των συστατικών και των αγνών υλικών είναι ένα ακόμη δυνατό σημείο γύρω από το οποίο διαμορφώνονται οι σύγχρονες διατροφικές τάσεις.

Ισχυρά επίκαιρο παραμένει και το θέμα της βιωσιμότητας που αφορά σε μεγάλο βαθμό τις συσκευασίες των προϊόντων.

Unusual flavour profiles and ways of presenting products are not restricted to beverages – they can also be found in the frozen foods segment. Examples include spirulina dyed blue as an energy booster for athletes or purple-coloured chips.

Στο πλαίσιο αυτό η Anuga διοργανώνει διάφορες εκδηλώσεις και θεματικά events, όπως και το The New Food Conference όπου συζητούνται, αναλύονται όλες οι σύγχρονες τάσεις και τα δεδομένα στην παγκόσμια αγορά τροφίμων.

Δείτε όλα τα προϊόντα [εδώ](#)





εξάγουμε Ελλάδα
LET'S EXPORTGREECE
THE NEWSLETTER

