

B Beyond
Exports
Executive Diploma



INDEPENDENT
STUDIES
OF SCIENCE
& TECHNOLOGY

ΕΞ αποστάσεως

01 Νοε. 2021

80 ώρες

Πιστοποιημένο

CERTIFIED DIPLOMA

ΜΑΘΕ ΠΩΣ ΝΑ ΕΞΑΓΓΕΙΣ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΟΥ

Το πρώτο Εξειδικευμένο και Πιστοποιημένο
Σεμινάριο στις Εξαγωγές και το Διεθνές Εμπόριο



www.beyondexports.gr



contact@beyondexports.gr



+30 210 48 22 222

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ



ΧΟΡΗΓΟΙ



26.10.2021 Τεύχος #16



Μελισσα Κικίζας :
Αύξηση εξαγωγών την
διετία 2019-2021



SPECIAL REPORT
TUTTOFOOD 2021

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



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

Θετικός ο απολογισμός στην TUTTOFOOD

Τελικά κάτι έχει αρχίσει να κινείται στο food industry μιας και οι μεγάλες εκθέσεις έχουν αρχίσει να παίρνουν μπρος. Το έναυσμα έδωσε η Anuga που διεξήχθη πριν από λίγες ημέρες στην Κολωνία, με τους Ιταλούς να παίρνουν αυτή τη φορά τη σκυτάλη στην TUTTOFOOD, επιβεβαιώνοντας πως η πανδημία, να μεν πάγωσε για λίγο τις εκθεσιακές δραστηριότητες, δεν ήταν όμως ικανή να περιορίσει τις επιχειρήσεις που θέλουν διακαώς να επικοινωνήσουν τα νέα προϊόντα τους.

Καφέδες, ζυμαρικά, αφεψήματα, τσάι, είδη ζαχαροπλαστικής, ζύμες για είδη φούρνου, μέχρι και παγωτά είναι μερικά από τα είδη που παρουσιάζουν τα 2.700 brands από 50 χώρες που συμμετέχουν στην έκθεση.

Οι Ιταλοί, παίζουν στην έδρα τους επενδύοντας πολύ σε έναν τομέα, που έτσι και αλλιώς, έχει αφήσει το αποτύπωμα του παγκοσμίου. Μάλιστα οι εκτιμήσεις τους είναι πως μέχρι το τέλος του 2021 οι εξαγωγές ιταλικών αγρο-προϊόντων θα έχουν ξεπεράσει το κατώφλι των 50 δις ευρώ, ενώ ο ρυθμός ανάπτυξης θα είναι 2,4%-4,6% μέχρι το 2024.

Η ελληνική παρουσία στην TUTTOFOOD που λαμβάνει χώρα στο Μιλάνο από τις 22 έως και τις 26 Οκτωβρίου, είναι ικανοποιητική με τους Έλληνες εκθέτες να δηλώνουν δυνατοί όσον αφορά τις εξαγωγές και παράλληλα έτοιμοι να ξεκλειδώσουν νέες αγορές.

Όπως ειπώθηκε στην έκθεση, το momentum είναι κατάλληλο για επενδύσεις σε καινοτόμα προϊόντα στον χώρο του τροφίμου, δεδομένης και της ανάπτυξης που αναμένεται να σημειωθεί τα επόμενα χρόνια, τόσο στην εστίαση, όσο και στη βιομηχανία της φιλοξενίας. Στα παραπάνω στοιχεία να προσθέσουμε και την σταδιακή άνοδο του παγκόσμιου πληθυσμού που θα οδηγήσει σε μεγαλύτερη ζήτηση αγαθών, με τη διαφορά όμως ότι ο καταναλωτής θα προκρίνει εκείνα που χαρακτηρίζονται για την υψηλή διατροφική τους αξία και παράλληλα προωθούν τη μακροζωία του.

Μαρία Ακριβού
Editor in Chief Export GREECE

Μελισσα Κικιζας : Αύξηση εξαγωγών την διετία 2019-2021

Η Μελισσα Κικιζας έχει θέσει ως στόχο της να αυξάνει συνεχώς το διεθνές της αποτύπωμα τόσο μέσα από επώνυμα επέκταση όσο και με private label προϊόντα.

Διαθέτοντας ένα από τα μεγαλύτερα και τα πιο ελκυστικά περίπτερα στην πρόσφατη Απυγα επέστρεψε στον χώρο των διεθνών εκθέσεων και όπως αναφέρουν τα στελέχη της ο πρώτος απολογισμός είναι θετικός.

Όπως δήλωσε στο Export Greece ο Γιώργος Ράπτης, Exports Director του ομίλου «το 2021 είναι μία ιδιαίτερη χρονιά καθώς ακολούθησε το 2020 που λόγω της πανδημίας υπήρξε σημαντική αποθεματοποίηση από τα νοικοκυριά όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά σε όλο σχεδόν τον πλανήτη. Στην Μελισσα αυτό που μας βοήθησε πολύ σε επίπεδο εξαγωγών ήταν οι νέες αγορές οι οποίες πρόσφεραν σημαντική οργανική ανάπτυξη. Ιδιαίτερα ικανοποιημένοι και υπερήφανοι αισθανόμαστε για την συνεργασία μας με την Walmart σε δύο επίπεδα. Η πρώτη αφορά στην είσοδο μας στην Walmart Κίνας μέσω της σειράς μας Melissa Veggie Pasta και η δεύτερη σε παναμερικανικό επίπεδο με εμπλουτισμένα ζυμαρικά αλλά και ολικής. Στόχος μας είναι αυτή η συνεργασία να ενισχυθεί τα επόμενα χρόνια με νέες προσθήκες».

Σε επίπεδο new business, η Μελισσα όπως σημείωσε ο κ. Ράπτης, κατάφερε να ανοίξει νέες αγορές τόσο με τα Melissa Veggie Pasta όσο και με προϊόντα της σειράς Ολικής που είναι το πολύσπορο και το χαρούπι. Ταυτόχρονα ο όμιλος πέτυχε να αυξήσει μερίδια και όγκους σε αγορές που είναι εδραιωμένη όπως είναι η Τσεχία, η Πολωνία, η Γερμανία, η Ρωσία, η Βουλγαρία και στη Ουκρανία.

Πλέον οι εξαγωγές καλύπτουν το 20% του κύκλου εργασιών της Μελισσα Κικιζας και στόχος είναι να αυξηθούν σημαντικά τα επόμενα χρόνια. Το εντυπωσιακό στοιχείο είναι ότι την διετία 2019 -21 οι εξαγωγές έτρεξαν με άνοδο μεγαλύτερη του 45% με το μεγαλύτερο μέρος αυτών να προέρχεται από οργανική ανάπτυξη. Το επόμενο διάστημα σε εσωτερικό επίπεδο



Γιώργος Ράπτης, Exports Director Μελισσα Κικιζας
Γιολάντα Τσιούκα, Marketing Manager Export Μελισσα Κικιζας

θα επικοινωνηθεί το νέο πλάνο πενταετίας και οι αγορές στόχοι. Στα πλαίσια αυτά το τμήμα εξαγωγών ενδυναμώνεται και έχει συσταθεί ξεχωριστό τμήμα marketing εξαγωγών.

Όπως αναφέρει η Γιολάντα Τσιούκα, Marketing Manager Export της Μελισσα Κικιζας, το νέο τμήμα δημιουργεί ξεχωριστά πλάνα για κάθε αγορά του εξωτερικού με βάση τις ανάγκες και το προφίλ των καταναλωτών αλλά και τις τάσεις που υπάρχουν σε κάθε χώρα.

Για να επιτύχει τον στόχο του πραγματοποιούνται έρευνες αγοράς και καταναλωτικών συνθηκών, τρέχουν τοπικές καμπάνιες και στην συνέχεια σε συνεργασία με τους κατά τόπους συνεργάτες δημιουργείται ένα τοπικό πορτφόλιο προϊόντων πάνω στο οποίο χτίζεται η συμπλήρωση με τα υπόλοιπα προϊόντα της Μελισσα Κικιζας.

Η πλέον δραστήρια αγορά του εξωτερικού είναι αυτή της Πολωνίας όπου ο όμιλος έχει ιδρύσει θυγατρική. Εκεί κυριαρχεί με το σήμα Primo Gusto όπου την γκάμα πέρα από τα ζυμαρικά, τις σάλτσες και τα τοματικά το χαρτοφυλάκιο συμπεριλαμβάνει και προϊόντα όπως ελληνικό ελαιόλαδο και ελιές. Το μοντέλο της ελληνικής, μεσογειακής διατροφής που περιλαμβάνει τα παραπάνω προϊόντα εξετάζεται για επέκταση και σε άλλες αγορές.

SPECIAL REPORT®

TUTTOFOOD 2021



Με την ευγενική υποστήριξη της



GREAT EXHIBITIONS

Η TUTTOFOOD και φέτος πρωταγωνίστησε στο Μιλάνο

Η GREAT EXHIBITIONS, αποκλειστική αντιπρόσωπος της έκθεσης TUTTOFOOD, εξασφάλισε και φέτος για την Ελληνική ομαδική συμμετοχή προνομιακό χώρο στο TUTTOWORLD όπου φιλοξενούνται τα εθνικά περίπτερα. Επιπλέον, η GREAT EXHIBITIONS έχει εξασφαλίσει σημαντικούς χώρους στο TUTTOSWEET και σε άλλες θεματικές ενότητες, δίνοντας την ευκαιρία στις ελληνικές εταιρείες που συμμετέχουν να αναδείξουν τα ποιοτικά προϊόντα τους στην μεγαλύτερη έκθεση της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

Μερικές από τις ελληνικές εταιρείες που ξεχώρισαν είναι οι Begas Agro, Elvida Foods, Eurimac, Regina Kourantidis Nikolaos, E-LA-WON, SALT ODYSSEY και φυσικά οι συμμετοχές των περιφερειών Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας, που απέσπασαν εξαιρετικές κριτικές τόσο για την καινοτομία των εταιρειών όσο και για τη γεύση των προϊόντων που παρουσιάστηκαν. Δείτε τις ελληνικές συμμετοχές [εδώ](#)

**TUTTOFOOD**
MILANO

International Food Fair

Fieramilano 22-26 October 2021

Περιφέρεια
Κεντρικής ΜακεδονίαςΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

Μια έκθεση που καλύπτει όλο το φάσμα των αναγκών των επαγγελματιών του αγροδιατροφικού οικοσυστήματος. Αυτή είναι η TUTTOFOOD που διεξάγεται στο Μιλάνο 22 με 26 Οκτωβρίου.

Με συναντήσεις B2B και όλες τις τελευταίες πληροφορίες που αφορούν στα διατροφικά προϊόντα και ό,τι σχετίζεται με αυτά, η TUTTOFOOD έγινε ως παγκόσμια και καινοτόμα έκθεση, το σημείο αναφοράς στον κόσμο για παραγωγούς και διανομείς ποιοτικών προϊόντων από ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων και ποτών. Και αυτό διότι αποτελεί τόπο συνάντησης των ενδιαφερόμενων αγοραστών με διανομείς, εισαγωγείς, γκουρμέ καταστήματα, σεφ και άλλους επαγγελματίες του κλάδου.

Η TUTTOFOOD άλλωστε είναι μια έκθεση που κοιτάει προς το μέλλον και αναπτύσσει την καινοτομία σύμφωνα με τις καταναλωτικές τάσεις και τη δυναμική της αγοράς. Μια πλατφόρμα επιχειρήσεων και περιεχομένου για ολόκληρη την κοινότητα τροφίμων στον κόσμο, όπου η παράδοση των τροφίμων συναντά την καινοτομία. Σε αυτό το πλαίσιο αποτελεί ένα εθνικό και διεθνές σημείο αναφοράς για την ανάπτυξη του κλάδου των τροφίμων, προσδιορίζοντας, σχεδιάζοντας και λειτουργώντας ως καθοδηγητής επανεκκίνησης.

Τα asset της έκθεσης ήταν η καινοτομία των προϊόντων, τάσεις της αγοράς και η εκπαίδευση: περισσότερες από 250 εκδηλώσεις έδωσαν την ευκαιρία στους αγοραστές, τους επισκέπτες και τους εκθέτες να μάθουν για νέα προϊόντα στον τομέα των τροφίμων και ποτών και να επωφεληθούν μέσα από εκπαιδευτικά σεμινάρια και ενημερωτικές εκδηλώσεις σχετικά με πολύ σημαντικά και επίκαιρα θέματα του κλάδου.

Πρόκειται άλλωστε για μια ολοκληρωμένη και μεγάλης κλίμακας επαγγελματική έκθεση που αφορά στον κλάδο της εστίασης διεθνώς. Εξάλλου η TUTTOFOOD διαχρονικά λειτουργεί ως "ομπρέλα" για τον κόσμο των τροφίμων, προβάλλοντας όχι μόνο εθνικά προϊόντα υψηλής ποιότητας αλλά και τα καλύτερα προϊόντα εταιρειών σε διεθνές επίπεδο, που εκπροσωπούνται από εκθέτες από όλο τον κόσμο.

Όπως κάθε χρόνο, έτσι και φέτος αποστολή της TUTTOFOOD, στην Ιταλία και σε όλο τον κόσμο, ήταν η προώθηση προϊόντων υψηλής ποιότητας. Η έκθεση προσέφερε μια πλήρη γκάμα προϊόντων και εστίασε όχι μόνο στα παραδοσιακά προϊόντα αλλά και στις αναδυόμενες καταναλωτικές τάσεις και τα νέα τμήματα της αγοράς.

Σε ό,τι αφορά τους κλάδους των προϊόντων η TUTTOFOOD είχε επιμέρους τομείς με αντίστοιχες ονομασίες:

TUTTOOIL: Για λάδια και φυτικά λίπη

TUTTODAIRY: Ποικιλίες και διάφορα είδη τυριών, γιαούρτια, προϊόντα για vegetarians κτλ

TUTTOMEAT: Ποικιλίες κρεάτων, σαλάμια και προϊόντα με βάση το κρέας

TUTTOHEALTH: Φυτικά προϊόντα, οργανικά, vegan και πολλά ακόμη προσαρμοσμένα στην νέα διατροφική τάση

TUTTOFRUIT: Αποξηραμένα και φρέσκα φρούτα, λαχανικά, οργανικά φρούτα και διάφορες ακόμη ποικιλίες

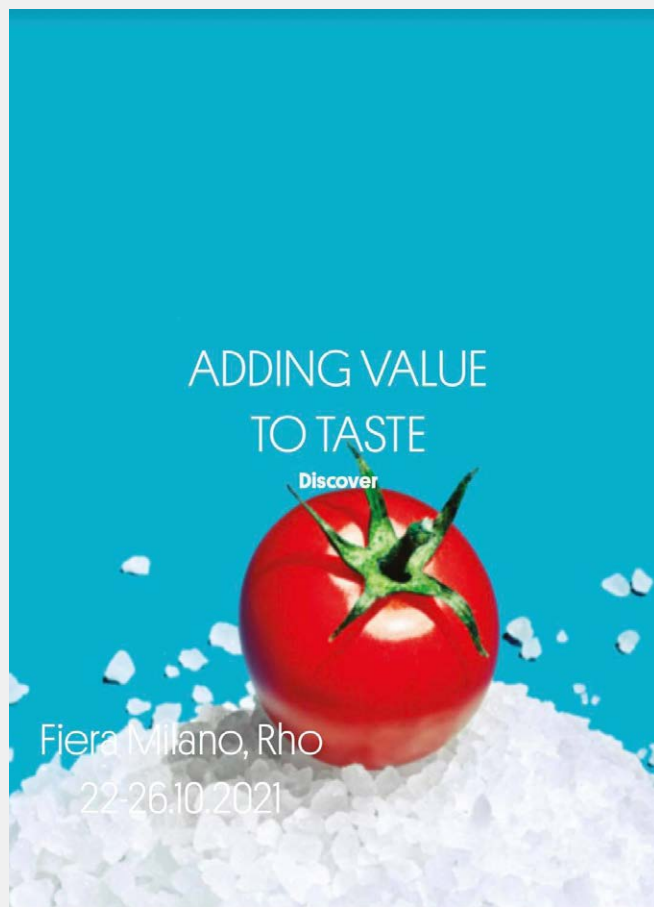
TUTTODRINK: Μεταλλικά νερά, καφέδες, μπύρες, ενεργειακά ποτά και διάφορα άλλα ροφήματα

TUTTOSWEET: Γλυκά όλων των ειδών, σοκολάτες, μπισκότα, κρέμες, επιδόρπια, γλυκαντικά, μέλι, μαρμελάδες κ.α.

TUTTOWINE: Κρασιά πολλών ετικετών και κατηγοριών, κόκκινα, λευκά, αφρώδεις οίνους κτλ

TUTTODIGITAL: Υπηρεσίες που αφορούν στο e-εμπόριο, το delivery, νέες εφαρμογές, καινοτόμα συστήματα και τεχνολογικές λύσεις.

TUTTOWORLD: Τοπικούς παραγωγούς και προϊόντα από το χώρο των τροφίμων και ποτών κάθε γωνιά της γης.



Eurimac: Deal με τους Ιταλούς στην κατηγορία των ζυμαρικών!

Η Eurimac δεν διστάζει να παίξει δυνατή μπάλα μέσα στην έδρα των Ιταλών όπου τα ζυμαρικά είναι όχι απλώς το εθνικό τους προϊόν αλλά και ο παγκόσμιος leader στην κατηγορία του.

«Στην Ιταλία εξάγουμε τρεισήμισι εκατομμύρια πακέτα ζυμαρικών ετησίως. Στην έκθεση της TUTTOFOOD κλείσαμε μία συμφωνία που αφορά στην μεσαία αγορά του retail. Και μόνο το ότι είμαστε εδώ είναι σημαντικό. Σε καμία περίπτωση δεν έρχεσαι να αποδείξεις ότι είσαι καλύτερος αλλά ότι είσαι παρών και ισάξιος με τους Ιταλούς και αυτό το αναγνωρίζουν» επισημαίνει ο κ. Οδυσσέας Παπαδόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος της Eurimac.

Αναφερόμενος στην τιμή του σκληρού σιταριού τονίζει πως από τα 250 € εκτοξεύτηκε πάνω από τα 550 ευρώ ο τόνος με ότι αυτό συνεπάγεται για την κερδοφορία των επιχειρήσεων του κλάδου. «Εμείς ως εταιρεία προσπαθήσαμε να απορροφήσουμε ό,τι μπορούμε αλλά μέρος της αύξησης θα περάσει και στο τελικό προϊόν. Σχεδόν το 70% του λειτουργικού κόστους διπλασιάστηκε λόγω του σιταριού ενώ κατά 80% με 90% έχει ανέβει το κόστος της ενέργειας. Μόνο από την ενέργεια τα λειτουργικά κόστη για την εταιρεία αγγίζουν τα 2 εκατομμύρια € το χρόνο, επομένως καταλαβαίνετε για τι νούμερα μιλάμε».

Η Eurimac έχει παρουσία σε 55 χώρες και οι εξαγωγές αντικατοπτρίζουν το 45% του τζίρου. Αγγλία, Ιαπωνία, Γερμανία, Βέλγιο, Κύπρος και η Τσεχία προτιμούν σπαγγέτι α λα ... ελληνικά και δηλώνουν φανατικοί θαυμαστές. Μία κατηγορία που πάει επίσης πολύ καλά είναι τα ζυμαρικά που περιέχουν 60% περισσότερες φυτικές ίνες.



Στα αριστερά ο CEO της Eurimac, κ. Οδυσσέας Παπαδόπουλος

Αξίζει να αναφερθεί πως η Eurimac ως εταιρεία, ήδη από το 2013, είχε επενδύσει στο κομμάτι της βιωσιμότητας, τόσο με την καύση ριζοφλοιού βιομάζας, όσο και με την υιοθέτηση ηλεκτρικής ενέργειας αλλά και την 100% ανακυκλώσιμη σκευασία προϊόντων.

«Έρευνες δείχνουν ότι το 35% του φαγητού πετιέται στη διαδρομή από το χωράφι στο ράφι. Εμείς θέλουμε να περιορίσουμε αυτή τη φύρα. Παράλληλα, θα ενισχύσουμε και την δυναμική μας με τη νέα γραμμή παραγωγής η οποία μας επιτρέπει από τους 75.000 να πάμε σε 90.000 τόνους το χρόνο. Σε επίπεδο όγκου είμαστε η μεγαλύτερη βιομηχανία ζυμαρικών στην Ελλάδα» καταλήγει ο κ. Παπαδόπουλος.

Ertha: Αφεψήματα με βασικό συστατικό την κάνναβη!

Την TUTTOFOOD επέλεξε για να κάνει το ντεμπούτο της και η Ertha, μια ελληνική εταιρεία που παράγει αφεψήματα με βάση την κάνναβη.

Παρότι δεν έχει κλείσει ούτε έναν χρόνο ζωής, έχει ήδη στη «φαρέτρα» της 7 κωδικούς αφεψημάτων, για κρύα και ζεστά ροφήματα, ενώ μέσα στον Νοέμβριο ετοιμάζεται να λανσάρει 4 νέους κωδικούς στην κατηγορία του τσαγιού.



Ο Γιώργος Κουτσιαφτίς και ο Κώστας Βαλκανάς, Ιδρυτές της Ertha

Το όνομα Ertha προέρχεται από την αντίστοιχη βρετανική θεά Γαία και υπογραμμίζει τη φυσικότητα των προϊόντων που διακρίνονται για την υψηλή διατροφική τους αξία και ξεχωρίζουν για το γευστικό αποτέλεσμα που προκύπτει από ασυνήθιστους συνδυασμούς βοτάνων. Όλες οι πρώτες ύλες είναι οργανικές και συλλέγονται από την Κρήτη, τη Θεσσαλία, την Ήπειρο, τη Μακεδονία και την Πελοπόννησο.

«Όλα προέρχονται από τη φύση, χωρίς την πρόσμιξη χημικών ή χρωστικών ουσιών και βασίζονται στη λογική του organic farming. Η κάνναβη αποτελεί μια από τις 5 μεγαλύτερες τάσεις παγκοσμίως στον τομέα της ευεξίας. Η αξία της υπολογίζεται ότι μέχρι το 2028 θα αγγίξει τα 56 δις δολάρια από 2,2 δις δολάρια που ήταν το 2020. Μας ενδιαφέρουν πολύ οι εξαγωγές. Έχουμε μπει ήδη στις αγορές της Κύπρου και της Γαλλίας και στόχος μας είναι η Δυτική Ευρώπη και η Β. Αμερική» λέει χαρακτηριστικά ο Κώστας Βαλκανάς, Co-Founder της Ertha.

Η εταιρεία είναι νεοσός, δεδομένου ότι βγήκε στην αγορά επίσημα το 2021, όμως αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς. Παράγει ένα τόνο βότανα και στοχεύει από την αρχή στις αγορές του εξωτερικού.

Έχει τοποθετήσει τα προϊόντα της σε delicatessen, σε boutique ξενοδοχεία και εστιατόρια, βρίσκεται στο Θανόπουλο και προσεχώς θα μπει στις αλυσίδες AB Βασιλόπουλος και στα My Market.

Πιο εμπορικοί κωδικοί είναι τα αφεψήματα με κρόκο Κοζάνης, κάνναβη και τσάι του βουνού, καθώς επίσης και εκείνος με λεβάντα, μελισσόχορτο και κάνναβη.

E-LA-WON: Το πολυβραβευμένο ελληνικό ελαιόλαδο που λατρεύουν οι ξένοι!

«Το ελληνικό ελαιόλαδο είναι πολύ δυνατό σε γεύση και ποιότητα. Ο δείκτης του εξαιρετικά παρθένου αγγίζει το 80% κάτι που δεν μπορεί κανείς να βρει στα αντίστοιχα ιταλικά και ισπανικά ελαιόλαδα. Παράγουμε ως εταιρεία, 18.000-22.000 ελαιόλαδο το χρόνο και έχουμε παρουσία σε 7 χώρες της Ευρώπης και εκπροσώπηση μέσω συνεργατών σε ΗΠΑ, Καναδά και ΗΑΕ. Στόχος μας μέσα από τέτοιου είδους εκθέσεις είναι να κάνουμε, όσο το δυνατόν περισσότερες, επαφές και να ανοίξουμε νέες αγορές» λέει στο Export Greece, ο κ. Ιωάννης Καμπούρνης, Managing Director της E-LA-WON, η οποία έχει στο ενεργητικό της περισσότερες από 100 διεθνείς διακρίσεις και έχει μελετηθεί ως case study από το Πανεπιστήμιο Δυτικής Ατικής και την ΑΣΟΕ.

Πρόκειται για μια οικογενειακή επιχείρηση που μπορεί να είναι μικρή σε μέγεθος, είναι όμως μεγάλη σε ποιότητα και αξία.

Ο κ. Καμπούρνης είναι ένας φιλόλογος που μεγάλωσε σε λιοτριβία και μελισσοκομεία και τον εξίταρε, όπως λέει, η ενασχόληση με τον τομέα των τροφίμων.



Ο κ. Ιωάννης Καμπούρνης, Managing Director της E-LA-WON

«Έχουμε επενδύσει πολύ στο packaging και στο design και είμαστε μια επιχείρηση που τιμά τις εκθέσεις, εγχώριες και διεθνείς, καθώς θεωρούμε ότι είναι πολύ σημαντικές για να παρουσιάσει ένας εξαγωγέας-παραγωγός τα προϊόντα του στο ευρύ κοινό. Άλλωστε το marketing περιλαμβάνει και τις 5 αισθήσεις» αναφέρει χαρακτηριστικά ο κ. Καμπούρνης.

Το 90% των πρώτων υλών προέρχεται από την περιοχή της Πελοποννήσου και οι top κωδικό είναι το Premium E-LA-WON και το green fresh αγουρέλαιο, όμως εξίσου μεγάλη ζήτηση καταγράφουν και τα μονοποικιλιακά μέλια.

«Αυτό το διάστημα είμαστε σε συζητήσεις με buyers στη Ν.Κορέα και την Ιαπωνία, ενώ στόχος μας είναι να μπούμε δυναμικά στην premium αγορά της Μέσης Ανατολής με τις πολυτελείς μας συσκευασίες» καταλήγει ο κ. Καμπούρνης.

Oscar: Οι εκθέσεις είναι ο μόνος τρόπος για να σε δουν ξένοι πελάτες!

Με ρίζες από την Κωνσταντινούπολη και πατρινό αέρα η σοκολατοβιομηχανία Oscar ετοιμάζει επενδύσεις για την καθετοποίηση των πρώτων υλών.

Η φεινή χρονιά δείχνει να κυλάει πολύ καλύτερα για την Oscar που δραστηριοποιείται εδώ και μισό αιώνα στην Ελλάδα, και μόλις πριν από λίγες ημέρες τοποθέτησε τις καινούριες σοκολάτες της στην αγορά. Πρόκειται για 10 νέους κωδικούς που έχουν βρει τη θέση τους στα ράφια των αλυσίδων Μασούτης και Σκλαβενίτης, όπως επίσης και στα duty free που το brand έχει διαχρονική παρουσία.

Το 20% του τζιρού απορροφάται από το κανάλι του HO.RE.CA., τα duty free και τον τουρισμό και όποια μείωση κατεγράφη λόγω της πανδημίας που επηρέασε τα παραπάνω δίκτυα, μέρος της κατάφερε να αντισταθμιστεί από την κατανάλωση στο σπίτι. Οι Ελληνίδες νοικοκυρές επιδόθηκαν στη ζαχαροπλαστική αγοράζοντας τρούφες, σταγόνες σοκολάτας και κουβερτούρες για να παρασκευάσουν τα γλυκά τους, δίνοντας ώθηση στις πωλήσεις της γνωστής σοκολατοβιομηχανίας.



Ο κ. Βασίλης Αράπογλου, Διεθυντής Εξαγωγών της Oscar

«Το 2021 θα κινηθεί στα επίπεδα του 2019. Στους 400 κωδικούς έρχονται να προστεθούν νέοι που θα ενισχύσουν το χαρτοφυλάκιο των προϊόντων μας. Η αλήθεια είναι πως έχουν ανεβεί τα κόστη των πρώτων υλών στα φυτικά λιπαρά από 1,20 σε 3,35 ευρώ το κιλό. Αναμένουμε ότι πολύ σύντομα θα ανεβεί και η τιμή του κακάο, ενώ έχουν αυξηθεί πολύ τα μεταφορικά κόστη. Ειδικά από Κίνα το κόστος διπλασιάστηκε» λέει στο Export Greece ο κ. Βασίλης Αράπογλου, Διεθυντής Εξαγωγών της Oscar.

Οι σοκολάτες Oscar έχουν ένα εξαγωγικό αποτύπωμα που φτάνει τις 35 αγορές με πιο δυνατές να είναι οι Αραβικές χώρες, το Ισραήλ και στη συνέχεια η Γηραιά Ήπειρος. Οι εξαγωγές αποτελούν το 25%-30% του τζιρού ο οποίος διαμορφώνεται συνολικά κοντά στα 21 εκατ ευρώ, εκ των οποίων 16 εκατ ευρώ προέρχονται από τη σοκολάτα και τα υπόλοιπα 5 εκατ. Ευρώ από την παραγωγή καραμέλας.

«Το άνοιγμα των εκθέσεων δείχνει ότι κάτι έχει αρχίσει και κινείται στην αγορά. Είναι ο μόνος τρόπος για να κλειστούν επαφές με ξένους πελάτες. Εμείς συμμετέχουμε εδώ και 25 χρόνια σε διεθνείς εκθέσεις και παρότι είμαστε στην Ιταλία με συνεργάτη, είναι μία αγορά που μας ενδιαφέρει πάρα πολύ. Τα ελληνικά προϊόντα είναι πολύ καλά σε ποιότητα και ανταγωνιστικά και οι ξένοι επισκέπτονται τα περίπτερα των ελληνικών εταιρειών» υπογραμμίζει ο κ. Αράπογλου.

Begas Agro: Έμφαση στο βιολογικό ρύζι και επενδύσεις 1 εκατ. ευρώ

Με το 80% της παραγωγής της να διοχετεύεται σε Τουρκία, Ρουμανία, Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία και Πολωνία, η Begas Agro είναι ο ορισμός της εξαγωγικής επιχείρησης. Στις εγκαταστάσεις της παράγονται ετησίως 40.000 t με δυνατότητα παραγωγής 100.000 t.

«Η τιμή παραγωγού έχει ανέβει στα 27 με 28 λεπτά το κιλό (280-280 ευρώ ο τόνος) και ίσως ξεπεράσει τα 30 λεπτά το επόμενο διάστημα. Η αύξηση της τιμής της ενέργειας είναι ένα θέμα μας απασχολεί πολύ σοβαρά όλους. Στην Begas Agro έχουμε αποφασίσει ότι θα το μετακυλήσουμε το κόστος στον καταναλωτή. Ο καταναλωτής πρέπει να ξεχάσει το φθινό τροφή» λέει χαρακτηριστικά ο Πρόεδρος της Begas Agro κ. Σταύρος Μπέγκας.

Παράλληλα, η εταιρεία είχε δρομολογήσει επενδύσεις ύψους 1 εκατομμυρίου € για τη δημιουργία αποθηκευτικών χώρων και την απόκτηση τεχνολογικού εξοπλισμού, οι οποίες, λόγω της πανδημίας, μετατίθεται για το 2022.

«Έχει δημιουργηθεί μία νέα τάξη πραγμάτων μετά την πανδημία. Εμείς από την αρχή της σύστασής μας είμαστε εξωστρεφείς και η απόφαση αυτή ήταν συνειδητή. Θέλαμε να έχουμε καλούς πελάτες που να πληρώνουν στην ώρα τους και να αγοράζουν όγκους και όχι να λαμβάνουμε επιταγές τρίμηνες. Το ελληνικό ρύζι έχει



Ο Πρόεδρος της Begas Agro κ. Σταύρος Μπέγκας



δυνατή γεύση καθώς καλλιεργείται σε εφάλμυρα εδάφη και αυτό είναι το συγκριτικό μας πλεονέκτημα. Σημασία έχει όμως το πως το επεξεργάζεται η ίδια βιομηχανία. Σε γενικές γραμμές θα έλεγα ότι είναι καλό το επίπεδο των ελλήνων παραγωγών» καταλήγει ο κ. Μπέγκας.

Μεγάλη έμφαση δίνεται και στην παραγωγή του βιολογικού ρυζιού καθώς η εταιρεία έχει λάβει για μία από τις τρεις γραμμές παραγωγής την αντίστοιχη πιστοποίηση και η διοίκηση της θεωρεί ότι είναι μία αγορά που σταδιακά θα αρχίσει να μεγαλώνει ολόένα και περισσότερο.

Monastic: Ελληνικά προϊόντα με αέρα ... μοναστηριακό!

Ακόμα όμως και τα μοναστήρια φαίνεται να αναγνωρίζουν την εξωστρέφεια ως μονόδρομο για την ανάπτυξη των προϊόντων τους. Χαρακτηριστική περίπτωση η εταιρεία Monastic που προωθεί μέλι, ελιές, λάδι, αφεψήματα και γλυκά του κουταλιού από διάφορα μοναστήρια της Ελλάδας.

Τα χειροποίητα προϊόντα πωλούνται σε συσκευασίες δώρου και απευθύνονται σε πελάτες λιανικής και ξένους τουρίστες που αναζητούν ιδιαίτερες γεύσεις.

«Είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουμε σε διεθνή έκθεση καθώς τώρα ξεκινάμε τις εξαγωγές. Από το 2018 μπήκαμε και στο κομμάτι των φυσικών καλλυντικών. Θέλουμε για αρχή να μπούμε σε Γερμανία, Αυστρία, Βέλγιο και Γαλλία. Αν και μας ενδιαφέρει πολύ η αγορά της Αμερικής, εκεί τα πράγματα είναι δύσκολα καθώς το κόστος μετακίνησης είναι αποτρεπτικό.



Η Anny Dogramadjian από την εταιρεία Monastic

Η TUTTOFOOD μας δίνει τη δυνατότητα να γίνουμε ορατοί στο εξωτερικό» τονίζει η Anny Dogramadjian από την εταιρεία Monastic.

Προσθέτει πως το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων προέρχονται από μοναστήρια της Χαλκιδικής, καθώς επίσης από τις Σέρρες, τη Λάρισα και την Κρήτη. Οι καταναλωτές μπορούν να τα βρουν, τόσο στο φυσικό κατάστημα στην περιοχή της Θεσσαλονίκης, όσο και ηλεκτρονικά μέσω του e-shop που διατηρεί η εταιρεία Monastic.

Ιδιαίτερη προτίμηση δείχνουν, όπως τονίζει η κα Dogramadjian, στην κατηγορία πάστα ελιάς και κυρίως στους συνδυασμούς θρούμπα με κόκκινη πιπεριά και θρούμπα με δαμάσκηνο.





Frate Leone: Τα ροφήματα σοκολάτας είναι διαχρονική αξία

Η Frate Leone, μια εταιρεία παραγωγής ροφημάτων σοκολάτας σε μορφή σκόνης έδωσε το παρών στην TUTTOFOOD γλυκαίνοντας επισκέπτες και άλλους εκθέτες.

Με δέκα βάσεις σοκολάτας και απεριόριστη γκάμα γευστικών συνδυασμών, ο κ. Βασίλης Πανάγος που βρίσκεται πίσω από το εν λόγω επιχειρηματικό εγχείρημα, επιβεβαιώνει πως η απλή σοκολάτα εξακολουθεί και παραμένει η «βασιλίτσα» του καταναλωτικού κοινού. Το 70% της παραγωγής που αγγίζει τον 1,5 τόνο σκόνη σοκολάτας την ημέρα πηγαίνει στη δημιουργία προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό τρίτων, μεταξύ των οποίων και τα καφεκοπτεία Λουμίδη.

«Οι εξαγωγές μας προς το παρόν είναι αποσπασματικές. Μας ενδιαφέρει πολύ η αγορά του New Jersey, της Νέας Υόρκης και της Ευρώπης. Η συμμετοχή μας στην TUTTOFOOD μας έχει ανοίξει μια άλλη προοπτική. Ήδη έχουν κλειστεί, μέσω της έκθεσης ραντεβού με Μάλτα, Λιβύη, Λίβανο και Αμερική» αναφέρει ο Πανάγος.



Ο κ. Βασίλης Πανάγος, Ιδρυτής της Frate Leone

Προσθέτει πως μέσα στους επόμενους δυο μήνες σχεδιάζονται επενδύσεις τεχνολογικού εξοπλισμού που θα ενισχύσουν ακόμη περισσότερο την παραγωγική δυναμικότητα της εταιρείας.

Όσον αφορά τις καινοτομίες των προϊόντων Frate Leone, τα ροφήματα είναι χωρίς λακτόζη και γλουτένη, ιδανικά για όσους νηστεύουν ή είναι vegetarian, και τα αρώματα υφίστανται ξηρή επεξεργασία.

«Εκτός από τη HO.RE.CA. οι καταναλωτές μπορούν να μας βρουν και σε διάφορα καφέ όπως το Frati, το Blind Butler και το Casa del cafe. Η συνταγή της σοκολάτας μας προέρχεται από μακροχρόνια έρευνα και προσφέρεται σε ιδιαίτερους συνδυασμούς γεύσεων. Δεν είναι ένα κοινό ρόφημα σοκολάτας. Είναι μία σπιτική συνταγή που προέρχεται από ανθρώπους με χρόνια γνώσεων, εμπειρίας και τέχνης» καταλήγει ο κ. Πανάγος.



Η Αναστασία Δάβρη και ο Σωτήρης Κάκιος από την S.N. KAKIAS & Co

S.N. Kakias & Co: Τυριά με εμπειρία 8 δεκαετιών!

Από το 1935 η εταιρεία S.N. Kakias & Co εξειδικεύεται στον τομέα των τυροκομικών προϊόντων έχοντας παρουσία σε 18 ευρωπαϊκές χώρες.

Φέτα, σαγανάκι, τυρί με πιπεριά και σκόρδο, ανθότυρο, μανούρι, ρυζόγαλο, γιαούρτι πρόβειο και γίδινο, αλλά και κρέμες βανίλια, είναι μερικοί από τους 15 κωδικούς που περιλαμβάνονται στην κατηγορία των τυριών, των γιαουρτιών των επιδορπίων και των ημίκληρων τυριών της εταιρείας.

« Η Αμερική αλλά και η Ιταλία είναι οι αγορές στις οποίες θα εστιάσουμε το επόμενο διάστημα. Είναι η πρώτη φορά που συμμετέχουμε σε τέτοιου είδους έκθεση και έχουμε αποφασίσει ότι από εδώ και μπρος θα μπορούμε και σε άλλες. Στο εξωτερικό υπάρχει μεγάλη αγάπη για τη φέτα αλλά και για το σαγανάκι.

Μέσα από τις συσκευασίες feta meze και bake & eat ο καταναλωτής βάζοντας για δυο λεπτά το προϊόν στον φούρνο μικροκυμάτων μπορεί να απολαύσει λιωμένο το αγαπημένο του τυρί» λέει στο Export Greece, η Αναστασία Δάβρη, Marketing & Communication της S.N. KAKIAS & Co.

Στην ελληνική αγορά πρώτα σε πωλήσεις είναι το ρυζόγαλο, το ανθότυρο αλλά και το μανούρι. Ειδικό βάρος θα δοθεί, όπως λέει η κα. Δάβρη στην κατηγορία του επιδορπίου.





εξάγουμε Ελλάδα
LET'S EXPORTGREECE
THE NEWSLETTER

