

**TRULY
GREECE**

Η “αληθινή Ελλάδα”
θα βρίσκεται στην ANUGA 2021,
πιο δυνατή από ποτέ!

Κολωνία 9-13/10/2021

2021



Colonia 09-13/10/2021

Η **Great Exhibitions** με μια **διαφοροποιημένη εκθεσιακή παρουσία, άμεση, μοντέρνα και δυναμική** παρουσιάζει την «αληθινή Ελλάδα», με το σύγχρονο, φιλικό και εξωστρεφές της πρόσωπο, προβάλλοντας τις κορυφαίες ελληνικές εταιρείες και τα προϊόντα τους, στην παγκόσμια αγορά.

Θα μας βρείτε 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

28.09.2021 Τεύχος #06



SPECIAL REPORT

Ζυμαρικά: Μια καλή
αφορμή για εξαγωγές!



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
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

**Μακαρόνια
αξίας...21 δισ
δολαρίων!**



Τα 21,8 δισ δολάρια άγγιξε η παγκόσμια αγορά ζυμαρικών το 2020, με τον όμιλο IMARC να προσβλέπει σε άνοδο της αξίας της συγκεκριμένης αγοράς στα 24,7 δισ δολάρια έως το 2026.

Τα ζυμαρικά είναι ένα παραδοσιακό ιταλικό πιάτο και αντιπροσωπεύουν ένα από τα πιο προσιτά και υγιεινά τρόφιμα πλούσια σε υδατάνθρακες. Είναι φτιαγμένο από ζύμη που αποτελείται από σκληρό αλεύρι σίτου και νερό ή αυγά. Υπάρχει μεγάλη ποικιλία ζυμαρικών και είναι συνήθως διαθέσιμη σε διαφορετικά μεγέθη και σχήματα. Μπορεί να προστεθεί σε σούπες, να σερβιριστεί με σάλτσα, αλλά και να καταναλωθεί κρύο με άλλα υλικά ως σαλάτα, όπως επίσης να γεμιστεί με κρέας, τυρί ή λαχανικά και στη συνέχεια να μαγειρευτεί.

Με δεδομένο ότι γεωγραφικά η Ευρώπη κατέχει ηγετική θέση στην αγορά λόγω της μεγάλης ζήτησης για βιολογικές και πιο υγιεινές παραλλαγές ζυμαρικών, δημιουργείται πρόσφορο έδαφος για τις ελληνικές εταιρείες του κλάδου που έχουν εξωστρεφή προσανατολισμό και καινοτόμα προσέγγιση, να διεκδικούν σημαντικά το πελατολόγιό τους.

Στη χώρα μας ο κλάδος χαρακτηρίζεται από συγκέντρωση, καθώς σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της Infobank, το 2019 Barilla Hellas, Μέλισσα Κίκιζας, Eurimac και η ΗΛΙΟΣ καταλάμβαναν το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς και ο συνολικός τζίρος του κλάδου άγγιζε τα 180 εκατ. ευρώ.

Το Export Greece ανοίγει τον φάκελο ζυμαρικά, σε μια προσπάθεια να αναδείξει τα καινοτόμα προϊόντα που φέρουν την υπογραφή Made in Greece, αλλά και τις προοπτικές που διανοίγονται σε επίπεδο εξαγωγών. Ο παγκόσμιος πληθυσμός αυξάνεται, το μακαρόνι αποτελεί μια νόστιμη και συνάμα οικονομική λύση και η είσοδος νέων παικτών στην παγκόσμια αγορά είναι μονόδρομος!

Μαρία Ακριβού
Editor in Chief Export GREECE

SPECIAL REPORT[®]

Ζυμαρικά: Μια καλή αφορμή
για εξαγωγές!



Ομολογουμένως οι Έλληνες είναι μακαρονάδες. Λατρεύουν τα ζυμαρικά σε όλες τις εκφάνσεις τους, με όλους τους πιθανούς γαστρίμαργικούς συνδυασμούς και τρόπους μαγειρέματος.

Όμως τα ζυμαρικά έχουν οπαδούς σε ολόκληρο τον κόσμο, καθώς πρόκειται για ένα ιδιαίτερα εύγευστο αγαθό, χορταστικό, με ιδιαίτερα χαμηλό κόστος αγοράς που μπορεί εύκολα και γρήγορα να γεμίσει το οικογενειακό τραπέζι.

Στην ελληνική αγορά διοχετεύονται ετησίως 150.000 τόνοι ζυμαρικών με την κατά κεφαλήν κατανάλωση να ανέρχεται σε 12 kg ενώ στην Ιταλία από τα 32 kg έχει προχωρήσει πλέον στα 24kg με 25 kg, στοιχείο που υπογραμμίζει, ότι ακόμη και η Νο1 παραγωγός εταιρεία ζυμαρικών στον κόσμο αναζητά διέξοδο σε νέες αγορές.

Μπορεί το ελληνικό μακαρόνι να κερδίσει μερίδιο από την παγκόσμια πίτα; Γιατί οι εξαγωγές παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα και τι προοπτικές υπάρχουν; Αυτά είναι τα βασικά ερωτήματα στα οποία επιχειρεί να απαντήσει ο Φάκελος που καταρτίζει το Export Greece για τον κλάδο των ζυμαρικών.

Οι εξαγωγές είναι μονόδρομος

Για τον Πρόεδρο του Πανελληνίου Συνδέσμου Βιομηχανιών Ζυμαρικών (ΣΕΒΖΥΜ) & Αντιπρόεδρο του Ελληνικού Συνδέσμου Βιομηχανιών Επώνυμων Προϊόντων (ΕΣΒΕΠ), κ. Γιώργο Σπυλιόπουλο, η Βιομηχανία Ζυμαρικών στην Ελλάδα έχει εγκατεστημένο ανθρώπινο δυναμικό, 1,5 με 2 φορές μεγαλύτερο από τις ανάγκες της ελληνικής αγοράς.

Η έξοδος στις αγορές του εξωτερικού είναι μονόδρομος καθώς η Ελλάδα δεν είναι σε θέση να απορροφήσει επαρκώς την παραγόμενη ποσότητα. «Δυστυχώς οι Έλληνες που δραστηριοποιούνται στον

κλάδο προχωρούν σε εξαγωγές κατά περίπτωση. Η εξαγωγική διαδικασία θεωρείται επικουρική και αυτή είναι λάθος στρατηγική. Το ελληνικό ζυμαρικό έχει τα δικά του χαρακτηριστικά που το κάνουν να ξεχωρίζει. Απέναντι στην al dente κουλτούρα των Ιταλών η Ελλάδα παρουσιάζει ένα πιο ελαστικό ζυμαρικό. Μπορεί να υιοθετήσαμε τις νέες τεχνολογίες στην παραγωγή, αλλά διατηρήσαμε την συγγένεια μας με το παρελθόν, βλ. για παράδειγμα τις χυλοπίτες» λέει στο Export Greece ο κ. Σπυλιόπουλος.

Διευκρινίζει πως οι αγορές που είναι εξοικειωμένες με τα ελληνικά ζυμαρικά είναι τα Βαλκάνια, κυρίως χώρες, όπως η Σερβία, η Αλβανία, η Βουλγαρία και η Κύπρος, όπως επίσης, η ελληνική ομογένεια που ζει στην Αμερική και την Γερμανία και διψά για Made in Greece προϊόντα.

«Επιβάλλεται προσεκτική έρευνα αγοράς για να καταλάβεις που μπορείς να πουλήσεις ένα τέτοιο προϊόν. Οι εξαγωγές είναι ακριβό σπορ γιατί το συγκεκριμένο προϊόν δεν αφήνει μεγάλο περιθώριο κέρδους».

Την ίδια ώρα, όπως επισημαίνει ο κ. Σπυλιόπουλος, έδαφος κερδίζουν τα ολικής αλέσεως μακαρόνια, τα οποία είναι πλουσιότερα, τόσο στην αίσθηση που δημιουργούν, όσο και στην γεύση, ενώ μπορούν να τα απολαύσουν άφοβα και οι διαβητικοί καθώς είναι χαμηλός



ο γλυκαιμικός δείκτης. «Αναμφίβολα έχει υπάρξει μία αλλαγή στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών παγκοσμίως. Στην Ελλάδα τη δεκαετία του '70 αναπτύχθηκαν με ταχύτατο ρυθμό τα μακαρόνια, καθώς εκείνη την περίοδο είχαν γίνει πολλές επενδύσεις σε σκληρό σιτάρι. Τότε είχαμε 12 εταιρείες ζυμαρικών και πλέον έχουν μείνει 4 μεγάλες, εκ των οποίων 2 ελληνικών συμφερόντων. Παρατηρούμε ότι έχει διπλασιαστεί η τιμή της πρώτης ύλης και εκτιμώ ότι θα δούμε αρκετές ελλείψεις στην αγορά».

Η Ιταλία παραμένει η μεγαλύτερη παραγωγός χώρα στον κόσμο, ενώ όλες οι βιομηχανίες ζυμαρικών λαμβάνουν πρώτες ύλες από τον Καναδά, την Αμερική, την Ελλάδα, τη Γαλλία και την Ισπανία.



Γιώργος Σπυλιόπουλος, Πρόεδρος του Πανελληνίου Συνδέσμου Βιομηχανιών Ζυμαρικών (ΣΕΒΖΥΜ) & Αντιπρόεδρος του Ελληνικού Συνδέσμου Βιομηχανιών Επώνυμων Προϊόντων (ΕΣΒΕΠ)



VEGGIE PASTA

with 30% puree
from fresh vegetables



Ελληνικό ζυμαρικό με γεύση ... εξωστρέφειας!

Ήταν το 1947 όταν ο Αλέξανδρος Κίκιζας αποφασίζει να δημιουργήσει μια βιομηχανία τροφίμων, η οποία να αναδεικνύει τις πρώτες ύλες του τόπου μας μετατρέποντάς τις σε προϊόντα υψηλής ποιότητας. Επτά δεκαετίες αργότερα, η τρίτη γενιά της οικογένειας Κίκιζα ηγείται μίας από τις σημαντικότερες εταιρίες τροφίμων στην Ελλάδα με παρουσία σε περισσότερες από 45 χώρες.

Η παραγωγή ζυμαρικών και σιμιγδαλιού αποτελεί τη βασική της δραστηριότητα. Η εταιρεία απορροφά ετησίως 100.000 τόνους από τα άριστης ποιότητας ελληνικά σκληρά σιτάρια, ενώ το καθετοποιημένο συγκρότημα μύλου και μακαρονοποιείου στη Λάρισα, παράγει ετησίως περισσότερους από 50.000 τόνους ζυμαρικών, καθιστώντας την εν λόγω βιομηχανία μία από τις μεγαλύτερες του είδους στην Ευρώπη! Η παρουσία της στη Ευρωπαϊκή αγορά ισχυροποιείται με την ίδρυση της θυγατρικής εταιρίας Atlanta SA, μέσω της οποίας εξάγει σειρά ελληνικών προϊόντων στην πολωνική αγορά όπως για παράδειγμα, ζυμαρικά, ελαιόλαδο, ελιές, χαλβά και κρασιά. Οι βασικές μάρκες ζυμαρικών της εταιρίας είναι: η Μέλισσα και η Στέλλα, η σειρά εκλεκτών ζυμαρικών Primo Gusto, η θεσσαλική Deneta, η ιστορική Αβέζ και τα παραδοσιακά προϊόντα Βλάχα. Η πλήρης σειρά τοματικών προϊόντων Primo Gusto συμπληρώνει την παρουσία της στην



ελληνική αγορά τροφίμων. Βασικό άξονα ανάπτυξης αποτελεί το οργανωμένο δίκτυο πωλήσεων καθώς και η διακίνηση των προϊόντων της. Ενδεικτικό της στοχευμένης στρατηγικής που ακολουθεί είναι το γεγονός ότι η διεθνούς εμβέλειας εταιρία κονσερβοποιημένων φρούτων Del Monte, καθώς και η πολυεθνική Heinz, της εμπιστεύονται την αποκλειστική αντιπροσωπεία των προϊόντων τους στην Ελλάδα.

«Ο εκθεσιακός κλάδος είναι ένας από τους σημαντικότερους μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης για την παγκόσμια επιχειρηματική κοινότητα. Μετά από δύο χρόνια απουσίας το άνοιγμα των διεθνών εκθέσεων δια ζώσης σηματοδοτεί την επιστροφή στην κανονικότητα για την εξαγωγική μας δραστηριότητα. Υποδεχόμαστε με ιδιαίτερη χαρά την επανεκκίνηση τους και είμαστε εδώ για να την στηρίξουμε





Γιολάντα
Τσιούκα,
Marketing
Manager
Exports.
Melissa,
KIKIZAS

λαμβάνοντας φυσικά όλα τα απαραίτητα anti-covid μέτρα ασφαλείας που προβλέπονται. Οι προσδοκίες μας παραμένουν υψηλές καθώς στόχος μας είναι να βρεθούμε ξανά στον παλμό των εξελίξεων, να αναπτύξουμε τις εμπορικές μας σχέσεις με μεγάλες επιχειρήσεις εισαγωγής και λιανεμπορίου, να προωθήσουμε στις αγορές του εξωτερικού τα ελληνικά καινοτόμα και παραδοσιακά προϊόντα μας και να ενημερωθούμε για τις παγκόσμιες τάσεις διατροφής του κλάδου των τροφίμων» τονίζει η Γιολάντα Τσιούκα, Marketing Manager Exports της εταιρείας Melissa, KIKIZAS.

Στόχος της Melissa KIKIZAS είναι να λάβει μέρος στις περισσότερες μεγάλες διεθνείς εκθέσεις που θα πραγματοποιηθούν από εδώ και στο εξής ξεκινώντας από την Anuga που πραγματοποιείται τον Οκτώβριο στην Κολωνία και στην οποία το ελληνικό brand θα συμμετέχει ως εκθέτης.

45 χώρες καταναλώνουν ζυμαρικά Melissa

«Η παρουσία μας σε περισσότερες από 45 χώρες και η ηγετική θέση που κατέχουν οι μάρκες μας στις χώρες του εξωτερικού αποδεικνύουν περίτρανα πως το ελληνικό ζυμαρικό μπορεί να κερδίσει επάξια μια θέση στο ράφι της παγκόσμιας αγοράς. Το ελληνικό ζυμαρικό και οι Έλληνες παραγωγοί χაίρουν της εμπιστοσύνης και της προτίμησης των ξένων καταναλωτών χρόνια τώρα. Η ποιότητα και η καινοτομία είναι οι δύο βασικότεροι πυλώνες ανάπτυξης» προσθέτει η κα Τσιούκα. Συνεχίζει λέγοντας πως η εταιρεία προσφέρει στους καταναλωτές της ένα ποιοτικό, θρεπτικό και απολαυστικό ζυμαρικό υψηλών προδιαγραφών που δεν υστερεί σε τίποτα έναντι των ανταγωνιστών του παγκοσμίου.

«Στη Melissa KIKIZAS εξελισσόμαστε συνεχώς, ενημερωνόμαστε για τις παγκόσμιες τάσεις διατροφής, δημιουργούμε και φέρνουμε πρώτοι στην αγορά καινοτόμα προϊόντα που ικανοποιούν τις διαφορετικές ανάγκες των καταναλωτών μας. Η σημαντική αύξηση που παρατηρείται στην ζήτηση των fitness & wellness προϊόντων δημιουργεί μια επιτακτική ανάγκη στις επιχειρήσεις για περαιτέρω ενίσχυση της καινοτομίας και ανάπτυξης διαφοροποιημένων προϊόντων που ξεπερνούν το κλασικό.

Στην κατηγορία των ζυμαρικών θα συνεχίσουμε να βλέπουμε αυξητικές τάσεις σε προϊόντα με υψηλή περιεκτικότητα φυτικών ινών, λειτουργικά ζυμαρικά (υψηλά σε πρωτεΐνη – χαμηλά σε υδατάνθρακες) και plant-based προτάσεις (όπως τα ζυμαρικά με λαχανικά ή όσπρια). Σε αυτές τις κατηγορίες θα επενδύσει και η Μέλισα Κίκιζας για τα επόμενα χρόνια.



Στις νέες τάσεις που αναδύονται από τις παγκόσμιες έρευνες ξεχωρίζουν: το clean labeling, η σημαντικότητα της προέλευσης των πρώτων υλών, η κατανάλωση on the go, η εξατομικευμένη διατροφή και η βιωσιμότητα».

Με όχημα την ποιότητα

Διαθέτοντας το μεγαλύτερο καθετοποιημένο συγκρότημα παραγωγής η Melissa KIKIZAS, μπορεί να εξασφαλίζει τη διατήρηση της άριστης ποιότητας των προϊόντων της, από την πρώτη ύλη μέχρι το τελικό προϊόν. Επιλέγει τα πιο εκλεκτά ελληνικά σκληρά σιτάρια για να δημιουργήσει και να προσφέρει πάντοτε ένα ποιοτικό ζυμαρικό.

«Εξελισσόμαστε συνεχώς και είμαστε πρωτοπόροι στην κατηγορία μας φέρνοντας πρώτοι καινοτόμα προϊόντα στην αγορά. Έτσι προσφέρουμε μια πλούσια γκάμα προϊόντων και μαρκών που διαμορφώνει τις διατροφικές τάσεις στην αγορά και ικανοποιεί τις σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών.

Τέλος, χτίζουμε μακρόχρονες σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης με τους συνεργάτες μας που βασίζονται στην συνέπεια, την αξιοπιστία και την αμεσότητα, καταφέρνοντας να προσαρμοζόμαστε και να ανταποκρινόμαστε με ευελιξία και επιτυχία στις προδιαγραφές και απαιτήσεις που τίθενται από τους πελάτες μας» λέει η κα Τσιούκα.



Τα αγαθά κόποις κτώνται!

17 διακρίσεις το 2021



Για την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων της και τις καινοτόμες συσκευασίες της,
το 2021 η Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ διακρίθηκε με:

3 Superior Taste Awards • 5 Healthy Diet Awards • 5 Clean Label Purity Awards • 4 Packaging Awards



ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ

Τηλ: (+30) 210 2840140 - 7 | E-mail: welcome@heliospasta.gr
www.heliospasta.gr | [f/heliospasta](https://www.facebook.com/heliospasta)



Επενδύοντας συστηματικά στην καινοτομία!

Είναι μια από τις δύο ελληνικές ιστορικές βιομηχανίες της χώρας που για περισσότερο από οκτώ δεκαετίες βρίσκεται στο τραπέζι του Έλληνα καταναλωτή, συντροφεύοντάς τον στις πιο σημαντικές κοινωνικές του στιγμές.

Η Βιομηχανία Ζυμαρικών «ΗΛΙΟΣ» ιδρύθηκε το 1932 και από το 1995 βρίσκεται στα χέρια της οικογένειας Δάκου η οποία τη μετέτρεψε σε μια εξωστρεφή επιχείρηση με παρουσία σε πάνω από 30 χώρες του εξωτερικού. Παράλληλα, η οικογένεια Δάκου διατηρεί από το 1875 την ομώνυμη αλευροβιομηχανία, Μύλοι Δάκου όπου η παραγωγή αλεύρων και σιμιγδαλιών γίνεται σε 2 ανεξάρτητες μονάδες, πλήρως αυτοματοποιημένες και με online σύστημα ελέγχου της παραγωγικής διαδικασίας, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ασφάλεια και η ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος.

Μολονότι μικρή σε μέγεθος εταιρεία, η «ΗΛΙΟΣ» είχε ανέκαθεν στο DNA της τον παράγοντα καινοτομία. Το 1980 ήταν η πρώτη εταιρεία του κλάδου που λάνσαρε στην αγορά ζυμαρικά ολικής αλέσεως, ένα προϊόν εντελώς άγνωστο το οποίο οι καταναλωτές, επειδή δεν μπορούσαν να κατανοήσουν τη σύσταση και τη διατροφική του αξία, δεν το επέλεγαν με ευκολία από το ράφι του σούπερ μάρκετ.

Το 1990 δημιούργησαν με τα σπαγγέτι espressi, για το βράσιμο των οποίων χρειαζόταν μόλις ενάμισο λεπτό. Παράλληλα, το 2008 τοποθέτησαν στην αγορά τα βιολογικά ζυμαρικά σε βιομηχανικό επίπεδο. Δημιουργήθηκε το κριθαράκι λαχανικών με πρώτη ύλη τη ντομάτα και το



Αθανασία Δάκου,
Εμπορική
Διευθύντρια
και Μέλος Δ.Σ.
της ΗΛΙΟΣ

σπανάκι, το κριθαράκι χωρίς γλουτένη και τα ζυμαρικά combo, ολικής αλέσεως που περιέχουν και λαχανικά.

Και αν σήμερα τα χωρίς γλουτένη προϊόντα συνιστούν παγκόσμιο trend, όπως **εξηγεί στο Export Greece η τέταρτη γενιάς επιχειρηματίας, Αθανασία Δάκου**, στην πραγματικότητα πάντα υπήρχε ανάγκη, κυρίως για την κατηγορία των ανθρώπων που υπέφεραν από κολιοκάκη.

Σταθερή η παρουσία μας στις διεθνείς εκθέσεις

Ως μια εταιρεία που σέβεται τον εαυτό της και προετοιμάζεται επαρκώς για την επόμενη μέρα, η ΗΛΙΟΣ δεν σταμάτησε να επενδύει στη συμμετοχή της σε εκθέσεις ή σε ανάλογα υβριδικά events ακόμα και κατά την περίοδο του COVID-19.



«Οι εκθέσεις ανέκαθεν αποτελούσαν ένα ισχυρό εργαλείο δικτύωσης με τις αγορές του εξωτερικού. Όπως είναι λογικό επλήγησαν και αυτές κατά τη διάρκεια της πανδημίας καθώς χρειάστηκε να προσαρμοστούν και να διεξάγονται διαδικτυακά ή οι περισσότερες να αναστείλουν τη λειτουργία τους» λέει η κα Δάκου.

Μάλιστα τον Ιούνιο η εταιρεία της συμμετείχε στο 1ο εκθεσιακό γεγονός της Νέας Υόρκης, στην πετυχημένη διοργάνωση MDR Connect όπου προσέφερε την ευκαιρία στις εταιρίες να έρθουν σε επαφή με αγοραστές γνωστών αλυσίδων και εταιριών foodservice των ΗΠΑ. Πιο πρόσφατα, στο πλαίσιο μιας ειδικά διαμορφωμένης εκδήλωσης, παρουσίασε στους 180 πωλητές του διανομέα της στη Νέα Υόρκη τις νέες σειρές που κυκλοφορεί, τα Kiddo Pasta by HELIOS και τα Greek Pasta HELIOS, όλα Loi Approved ειδικά σχεδιασμένα για την απαιτητική αγορά των ΗΠΑ.

Το επόμενο διάστημα η ΗΛΙΟΣ θα συμμετέχει στην Anuga ενώ εξετάζει με μεγάλο ενδιαφέρον τη συμμετοχή της και σε μελλοντικές, παγκόσμιας απήχησης εκθέσεις.

«Το ζυμαρικό βρίσκεται στη βάση της Μεσογειακής διατροφής. Τα ελληνικά ζυμαρικά υπερέχουν σημαντικά σε γεύση χάρη στο εύκρατο κλίμα, στο πλούσιο έδαφος της χώρας μας αλλά και στον δυνατό ήλιο που λούζει το μεγαλύτερο μέρος του έτους τους σιτοβολώνες μας, γεγονός που τα καθιστούν μοναδικά σε σχέση με άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα χαρίζοντάς τους μια θέση στο παγκόσμιο ράφι» υπογραμμίζει η κα Δάκου.

Για την ΗΛΙΟΣ, εκτός από τα παραπάνω χαρακτηριστικά, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η συνεχής πρόοδος και η καινοτομία που ενσωματώνει στις προϊόντικές της προτάσεις, οι οποίες ενισχύουν σημαντικά την παρουσία της στις διεθνείς αγορές.

Αξίζει να σημειωθεί, ότι προσφέρει μοναδικά προϊόντα σε παγκόσμιο επίπεδο εμπνευσμένα από την Ελλάδα και την ιστορία της, όπως ενδεικτικά, το μοναδικό Ελληνικό αλφάβητο ΗΛΙΟΣ, το μοναδικό ζυμαρικό ΗΡΑΚΛΗΣ – οι 12 άθλοι και το επετειακό 1821. Έχει δημιουργήσει πρωτοποριακά προϊόντα, καινοτόμα για την Ελλάδα και τις διεθνείς αγορές. Τη φετινή χρονιά, λάνσαρε τις βιολογικές σειρές Kiddo Pasta by HELIOS & HELIOS Greek Pasta, Loi

Approved στην αγορά των ΗΠΑ σηματοδοτώντας τη νέα εποχή για τη Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ στην Αμερική. Στόχος είναι η ευρεία και ισχυρή παρουσία στο mainstream grocery chains & σε κανάλια Horeca - foodservice στις ΗΠΑ και η έμφαση στην ελληνικότητα των εκλεκτών προϊόντων ΗΛΙΟΣ, τα οποία μπορούν να διεκδικήσουν μια σημαντική θέση στην καθημερινή διατροφή των Αμερικανών.

Επίσης, η διαρκής αξιολόγηση των προϊόντων ΗΛΙΟΣ από ανεξάρτητους οργανισμούς και η διάκριση σε κάθε διοργάνωση είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα και κίνητρο συνεργασίας.

Αφουγκραζόμενη την ανάγκη για εξάλειψη των πλαστικών μιας χρήσης, έχει δημιουργήσει μια νέα κατηγορία προϊόντων, τα καλαμάκια artesian pasta straws, που αποτελούν την πρόταση της ΗΛΙΟΣ για τον περιορισμό της ρύπανσης του πλανήτη.

«Το μέλλον του κλάδου των Ζυμαρικών δημιουργεί περιθώρια ανάπτυξης και παραγωγής νέων, καινοτόμων προϊόντων που σέβονται τις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου που υιοθετεί ολοένα και περισσότερο έναν υγιεινό και πιο «πράσινο» τρόπο ζωής. Η Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ έχει την καινοτομία στο DNA της, και αδιάκοπα, από το 1932 μέχρι και σήμερα, σημειώνει ανοδική πορεία στον τομέα παραγωγής και διακίνησης του κλάδου ζυμαρικών. Διαρκώς «ουστύνει» νέες κατηγορίες ζυμαρικών -έχοντας στο portfolio της ήδη 20 κατηγορίες- και νέες κατηγορίες προϊόντων, όπως τα artesian pasta straws, υλοποιεί επενδύσεις με έμφαση στην αειφορία και την εταιρική υπευθυνότητα, καθώς κάθε χρόνο γίνεται όλο και πιο «πράσινη» καταλήγει η κα Δάκου.



The Anuga Project is powered by



GREAT EXHIBITIONS



Hydration Sponsor



Certification Sponsor



Tech Support



Travel partner



Οι εξαγωγές ήταν ανέκαθεν στο DNA της εταιρείας

Βρίσκεται στην βιομηχανική περιοχή του Κιλκίς και ιδρύθηκε το 1996 ως κοινοπραξία μεταξύ της ΜΑΚΒΕΛ, μιας ελληνικής εταιρείας παραγωγής ζυμαρικών που δραστηριοποιείται από το 1939 και της EURICOM, ενός ομίλου εταιρειών με έδρα την Ιταλία στον τομέα των ζυμαρικών, των αλεύρων και του ρυζιού. Ο λόγος για την Eurimac που αυξάνει διαρκώς τα μερίδια αγοράς της μπαίνοντας σε ολοένα και περισσότερα ελληνικά νοικοκυριά.

Αν και επικρατεί ένα επιφυλακτικό κλίμα, λόγω των αρνητικών υγειονομικών συνθηκών, οι προσδοκίες και τα συναισθήματά της διοίκησης είναι πολύ θετικά.

«Είναι μια καινούργια αρχή και ένα ωραίο συναίσθημα να ξαναβρίσκεισαι με συνεργάτες σου αλλά και νέους δυναμικούς συνεργάτες. Επίσης, η ενημέρωση για τις σύγχρονες τάσεις της αγοράς και η προσαρμογή ή η αναζήτηση νέων ευκαιριών είναι σημαντικοί λόγοι που συμμετέχουμε σε διεθνείς εκθέσεις τροφίμων. Βέβαια, όλα αυτά μπορεί να εξασφαλιστούν μέσα από μία φυσική παρουσία σε εκθέσεις. Η ανάπτυξη όμως, παράλληλα ψηφιακών εκθέσεων στο μέλλον είναι μονόδρομος. Η EURIMAC που πιστεύει και το αποδεικνύει έμπρακτα στην εξωστρέφεια, θα επιλέξει τον βέλτιστο συνδυασμό ψηφιακής και φυσικής παρουσίας σε διεθνείς εκθέσεις ανά τον κόσμο στο άμεσο μέλλον» υπογραμμίζει στο Export Greece, ο Δημήτρης Ζακαλκάς, Υπεύθυνος Στρατηγικής Επικοινωνίας Eurimac.

Άλλωστε, όπως λέει, οι εξαγωγές ήταν ανέκαθεν στο DNA της εταιρείας, η οποία συμμετέχει ανελλιπώς σε διεθνείς εκθέσεις τροφίμων και εξαγεί τα ζυμαρικά της, και πριν τον εταιρικό μετασχηματισμό της από ΜΑΚΒΕΛ σε EURIMAC, από τα τέλη της δεκαετίας του '60, δηλαδή εδώ και περισσότερο από 50 χρόνια.

Σήμερα τα ζυμαρικά της EURIMAC έχουν κερδίσει μία σημαντική θέση στο ράφι της παγκόσμιας αγοράς. Η EURIMAC εξαγεί το 45% της παραγωγής της σε 50 χώρες και στις 5 ηπείρους και αποτελεί σήμερα το Νο 1 Έλληνα εξαγωγέα ζυμαρικών.

Ανταποκρινόμενη στις σύγχρονες τάσεις για τέτοια προϊόντα η EURIMAC ήδη εδώ και 2 χρόνια παράγει και διανέμει στην ελληνική και ξένη αγορά ζυμαρικά με 5 Δημητριακά, ζυμαρικά, ολικής άλεσης με βρώμη και ζυμαρικά ολικής άλεσης με 60% περισσότερες φυτικές ίνες. Η διοίκηση αναγνωρίζει ότι συντελείται ένας γενικότερος



Δημήτρης Ζακαλκάς,
Υπεύθυνος
Στρατηγικής
Επικοινωνίας
Eurimac



μετασχηματισμός στη βιομηχανία τροφίμων για ζήτηση προϊόντων fitness και wellness με σκοπό τη δημιουργία ενός καλύτερου συστήματος διατροφής.

«Η συνεχώς αυξημένη ζήτηση για προϊόντα που ωφελούν την υγεία του καταναλωτή χωρίς να του στερούν τη ελκυστική γεύση (νοστιμιά) λόγω των έξυπνων συνδυασμών πρώτων υλών, μας ωθεί στο να επενδύουμε συνεχώς προς αυτή την τάση και πολύ σύντομα θα κυκλοφορήσουμε ζυμαρικά για εξειδικευμένες κατηγορίες καταναλωτών χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν θα μπορούν να καταναλωθούν και από τον μέσο καταναλωτή».

Όσο για το πιο είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα της EURIMAC σε σχέση με τον ανταγωνισμό; Ο κ. Ζακαλκάς απαντά πως έχει να κάνει με το ευέλικτο σχήμα και η λιτή της οργάνωση. Όλες οι λειτουργίες της εταιρείας είναι συγκεντρωμένες σε έναν ενιαίο χώρο. Μύλος άλεσης σκληρού σίτου, παραγωγή ζυμαρικών με ιδιοπαραγόμενη 100% πράσινη ενέργεια και οικονομικές - διοικητικές υπηρεσίες. Όλα βρίσκονται σε έναν ενιαίο χώρο. Τα παραπάνω σε συνάρτηση με τη λιτή οργάνωση των διαφόρων τμημάτων εξασφαλίζει οικονομίες κλίμακος και καλύτερο συντονισμό.



Τα Made in Greece ζυμαρικά έχουν ήδη θέση στο ράφι της παγκόσμιας αγοράς

Με ιστορία που πλησιάζει τον έναν αιώνα η MISKO συνεχίζει να αποτελεί ένα love brand. Το γεγονός δε ότι βρίσκεται υπό τη σκέπη του ομίλου Barilla ενισχύει ακόμη περισσότερο την αξιοπιστία της.

«Τα Made in Greece ζυμαρικά έχουν ήδη θέση στο ράφι της παγκόσμιας αγοράς. Και η MISKO, αποτελεί την καλύτερη απόδειξη. Εδώ και δεκαετίες, η κορυφαία μάρκα ελληνικών ζυμαρικών MISKO έχει δυναμική παρουσία όπου υπάρχουν ελληνικές κοινότητες, σε πολλές χώρες όπως μεταξύ άλλων στις ΗΠΑ, την Αυστραλία, τη Γερμανία και τη Βρετανία. Και σχεδιάζουμε να αναπτυχθούμε ακόμα περισσότερο. Γενικότερα όμως, το να εξασφαλίσεις μια θέση στο παγκόσμιο ράφι και το να καταφέρεις να παραμείνεις εκεί, είναι δύο ξεχωριστές προσπάθειες. Η ποιότητα είναι συστατικό υψίστης σημασίας μαζί βεβαίως με την αξιοπιστία της σταθερότητας των θρεπτικών και γευστικών χαρακτηριστικών που χαρακτηρίζουν τη μάρκα» δηλώνει στο Export Greece, ο Σίμος Αποστολίδης, Επικεφαλής Νοτιοανατολικής Ευρώπης και εξαγωγών Barilla Hellas.

Τονίζει πως για να διατηρήσει μια μάρκα τη θέση της στο παγκόσμιο ράφι, καταλυτικό ρόλο παίζουν η συνέπεια και η ειλικρίνεια της σχέσης που χτίζει με τους συνεργάτες της αλλά και τους καταναλωτές της, όπου κι αν βρίσκονται.

Εστιάζοντας στις διεθνείς εκθέσεις, επισημαίνει ότι αποτελούν ένα σημαντικό φόρουμ για την ανάπτυξη εμπορικών συμβάσεων, ειδικά για μάρκες που επιθυμούν να αποκτήσουν διεθνή προβολή και να ενισχύσουν την παγκόσμια εμβέλεια τους. Υπό αυτή την έννοια, οι συναντήσεις πρόσωπο με πρόσωπο προσφέρουν μια σημαντική προστιθέμενη αξία.

«Ός Barilla Hellas, αυτή τη στιγμή δεν συμμετέχουμε σε κάποια έκθεση αλλά σίγουρα αξιολογούμε τη δυνατότητα για το μέλλον. Η βιωσιμότητα είναι το κλειδί για τους σύγχρονους καταναλωτές και υπό αυτή την έννοια, δεν αποτελεί επιλογή αλλά υποχρέωση και για τη βιομηχανία τροφίμων. Πιστεύω ότι οι μάρκες που παραμένουν πιστές στην εξυπηρέτηση αυτής της καθολικής απαίτησης για βιώσιμη λειτουργία σε ότι αφορά το περιβάλλον, το σεβασμό στη διαφορετικότητα, τα ίσα δικαιώματα,



Σίμος Αποστολίδης,
Επικεφαλής
Νοτιοανατολικής
Ευρώπης και
εξαγωγών, Barilla
Hellas



την ενδυνάμωση των γυναικών, τις ηθικές πρακτικές παραγωγής και τη διαφάνεια στον τρόπο με τον οποίο δραστηριοποιούνται γενικότερα, θα μπορέσουν να υποστηρίξουν τις νέες τάσεις το κοντινό μέλλον. Γενικά, τα προϊόντα με υγιεινά, φυσικά συστατικά, με υπεύθυνη παραγωγή και διαχείριση, θα είναι- αν δεν είναι ήδη- ο κανόνας».

Εκτός από τις κλασικές γραμμές, ο όμιλος δεσμεύεται ότι θα συνεχίσει να αναπτύσσει τη σειρά προϊόντων Ολικής Άλεσης καθώς και την πρωτοποριακή σειρά ζυμαρικών από όσπρια, τα Barilla Legumes. Ταυτόχρονα, οι σάλτσες Barilla και το Pesto θα είναι κεντρικά οχήματα στο ταξίδι της ανάπτυξής του, προσφέροντας στους καταναλωτές φυσικές, νόστιμες και ευέλικτες λύσεις για να συνοδεύσουν τα γεύματά τους. Το ίδιο ισχύει και για τα προϊόντα GranCreale που αποτελούν μια γευστική λύση πλούσια σε φυτικές ίνες αλλά εντελώς απαλλαγμένη από φοινικέλαιο.

Τέλος, σε απόλυτη συμφωνία με τον σύγχρονο τρόπο ζωής, τα προϊόντα Wasa θα συνεχίσουν να συγκροτούν μια ευέλικτη βάση για το snacking που έχει γίνει το αγαπημένο των καταναλωτών σε όλες τις ηλικιακές ομάδες.



εξάγουμε Ελλάδα
LET'S EXPORTGREECE
THE NEWSLETTER

