Deluxe

Γευστικοί συνδυασμοί

με εκλεκτά τυριά και αλλαντικά



Deluxe
Τυρί Grana Padano τριμμένο Π.Ο.Π.

90 g
2,19€
1 Kg = 24,33€



Deluxe
Πάστα ελιάς με αντζούγια και κάπαρη

180 g
2,19€
1 Kg = 12,17€



Deluxe
Παξιμαδάκια
- Σκόρδο με πράσινη ελιά
- Τομάτα με μαύρη ελιά

Κάθε συσκ. 130 g
1,99€
1 Kg = 15,31€



Από την ποικιλία μας

Οίνος ροζέ ημίξηρος "ξ" Π.Γ.Ε.

750 ml
4,99€
1 L = 6,65€

lidl-hellas.gr

LIDL

Κάθε μέρα αξίζει!

Πέμπτη 30 | 03 | 2023 #0924

FOODReporter
ΦΡΕΣΚΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

04 Unismack: Γιατί η καινοτομία είναι το μέλλον των σνακ
06 Ανοδικές προοπτικές στο εμφιαλωμένο νερό δείχνουν οι εκτιμήσεις του ΙΟΒΕ για τζίρο και όγκο πωλήσεων 2022
08 Ανέλαβε Marketing Director στην ΕΖΑ ο Αλέξανδρος Κρητικός

Αγροτικός Συνεταιρισμός Ζαγοράς Πηλίου: Στα σκαριά και η απόκτηση ΠΟΠ για το κάστανο Πηλίου



Με διάθεση εξωστρέφειας και καινούργιες αγορές συμμετείχε στη Food Expo 2023 ο αιωνόβιος Αγροτικός Συνεταιρισμός Ζαγοράς Πηλίου. Αναφορικά, έχει ήδη παρουσία σε αγορές του εξωτερικού, κυρίως σε χώρες της Βαλκανικής (μεταξύ άλλων, στην Αίγυπτο, την Ιορδανία και την Κύπρο). Αξίζει να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο ότι η Αίγυπτος απορροφά το μεγαλύτερο μέρος των μήλων προς εξαγωγή και συνήθως, εξάγεται ετησίως και στην Ιταλία ένα μερίδιο καστάνων. Επιπλέον, περιστασιακά εξάγονται και ποσότητες ακτινιδίων στον Λίβανο. Σύμφωνα με τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Ζαγοράς Πηλίου, χώρες - στόχοι παραμένουν όλες οι αγορές της Αραβικής Χερσονήσου.

Στα 18 εκατ. ο κύκλος εργασιών

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Ζαγοράς Πηλίου είναι γνωστός για το πρώτο κόκκινο μήλο ΠΟΠ στην Ευρώπη από το 1996, υπό το εμπορικό σήμα ZAGORIN, με ποικιλίες αναφοράς STARKING και GOLDEN DELICIOUS. Στα «σκαριά» του συνεταιρισμού είναι η απόκτηση ΠΟΠ για το κάστανο Πηλίου μέσα στα επόμενα χρόνια. Σημειώνεται ότι η σοδειά της προηγούμενης σεζόν πήγε πάρα πολύ καλά από άποψη ποσότητας, αλλά και ποιότητας, για τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Ζαγοράς Πηλίου. Επίσης, η συγκομιδή αυξήθηκε περίπου κατά 20% και ο ετήσιος κύκλος εργασιών του Συνεταιρισμού, ανέρχεται περίπου στα 18 εκατ. ευρώ.

Στόχος η μείωση αποτύπωμα άνθρακα και η ανακύκλωση ύδατος

«Ξεκινήσαμε μία διαδικασία μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης του Μέτρου 16. Αρχίζουμε να καταμετράμε το αποτύπωμα άνθρακα για το οποίο θέλουμε να πιστοποιηθούμε» ανέφερε στο FOODReporter ο Αντώνης Πολίτης, Υπεύθυνος Επικοινωνίας του Αγροτικού Συνεταιρισμού Ζαγοράς Πηλίου.

Η οπτική του Συνεταιρισμού βασίζεται στο τρίπτυχο της προστασίας και της βιωσιμότητας του παραγωγού, της διαφύλαξης του φυσικού περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων και της διασφάλισης ποιότητας του καταναλωτή. «Σε αυτό το τρίπτυχο τρέχουμε όλες τις σύγχρονες πιστοποιήσεις και δίνουμε ιδιαίτερη βαρύτητα στην προστασία των φυσικών πόρων, όπως στο νερό που πρωτοπορούμε εκτελώντας το πρόγραμμα Life, το οποίο είναι έτοιμο, καθώς έχει μπει σε φάση δοκιμών και λειτουργεί» Ο ΖΑΓΟΡΙΝ - Αγροτικός Συνεταιρισμός Ζαγοράς Πηλίου αναμένει το πρόγραμμα να τελειοποιηθεί τον ερχόμενο μήνα, σύμφωνα με το οποίο θα γίνει ανακύκλωση ύδατος στο συσκευαστήριο. «Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός διαθέτει καινούργιο ηλεκτρονικό διαλογητήριο το οποίο κάνει in – scan και δουλεύει με νερό, επομένως μέσω ανακύκλωσης, θα εξοικονομηθεί γύρω στο 90% του νερού» δήλωσε ο κ. Πολίτης.

Φωτεινή Αποστόλου



Digimark: Έργο ψηφιακού μετασχηματισμού στην Καραμολέγκος

Έργο ψηφιακού μετασχηματισμού στην αρτοβιομηχανία Καραμολέγκος πραγματοποίησε η Digimark. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το NetFAX, η Digimark υλοποίησε λύση Unified Communications με τηλεφωνικό κέντρο IP από την 3CX. Η λύση της Digimark περιλαμβάνει IP τηλεφωνικά κέντρα διασυνδεδεμένα μεταξύ τους, τα οποία εγκαταστάθηκαν στα εργοστάσια της Αθήνας, στο εργοστάσιο της Ρουμανίας και της αλυσίδας Απολλώνιο. Η λύση καθιστά δυνατή και δωρεάν την επικοινωνία των χρηστών του ενός τηλεφωνικού κέντρου με χρήστη άλλου τηλεφωνικού κέντρου καλώντας απλώς τον εσωτερικό του αριθμό. Η καλύτερη διαχείριση των εισερχομένων και εξερχομένων κλήσεων με χρήση Webclient, Apps, καταγραφής κλήσης, HelpDesk και γραμμής καταναλωτών μείωσε σημαντικά τον αριθμό των αναπάντητων κλήσεων. «Με την εγκατάσταση της λύσης Unified Communications με IP PBX της 3CX από την Digimark στον όμιλο, αυξήθηκε η παραγωγικότητα και βελτιώθηκε η εσωτερική και εξωτερική επικοινωνία, αφού παρέχει στους χρήστες εξελιγμένες δυνατότητες. Με το νέο τηλεφωνικό κέντρο οι εργαζόμενοι της εταιρείας είναι πλέον πιο αποτελεσματικοί και ευέλικτοι», δήλωσε ο Γιώργος Αχιλλιάς, IT Manager στην Καραμολέγκος.

Allianz

Allianz Trade

Εμείς ανοίγουμε το δρόμο,
εσείς προχωράτε μπροστά

Επειδή το μέλλον δεν έρχεται πάντα όπως το περιμένουμε, προβλέπουμε τον εμπορικό και πιστωτικό κίνδυνο σήμερα, για να προστατέψουμε τις ταμειακές ροές του αύριο.

Μάθετε περισσότερα για την Ασφάλιση Πιστώσεων στο allianz-trade.gr



Το σήμα Allianz Trade είναι το εμπορικό σήμα που χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει το εύρος των υπηρεσιών που παρέχονται από την Euler Hermes.

Unismack: Γιατί η καινοτομία είναι το μέλλον των σνακ

Κέντρο καινοτομίας η Ελλάδα για την εταιρεία, που επεκτείνει συνεργασίες στο εξωτερικό

Του Κωνσταντίνου Βορίλα

Τα επόμενα πλάνα της Unismack εστιάζουν στην εξέλιξη της Ελλάδας σε κέντρο καινοτομίας, «τόσο οραματικά, όσο και σε επίπεδο σχεδιασμού», όπως αποκάλυψε στο FOODReporter ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, Δημήτρης Στρατάκης.

«Η Unismack, σε βάθος πενταετίας, θα έχει τοπική παραγωγική δυνατότητα σε ΗΠΑ και Ευρώπη και αυτό που την ενδιαφέρει είναι να αναπτύξει και να στηρίξει την καινοτομία», συμπλήρωσε ο κ. Στρατάκης.

Αυτό που ορίζει ως «ελληνικό κέντρο καινοτομίας» η Unismack είναι οι αρμοδιότητες του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης που αφορούν τη βιομηχανική δραστηριότητα της εταιρείας σε ΗΠΑ και Ευρώπη.

Διευκρινίζεται, πάντως, ότι η Unismack ενισχύει και την ελληνική μονάδα παραγωγής, με νέα επένδυση, η οποία ολοκληρώνεται περίπου στα μέσα Απριλίου 2023 και αφορά την επέκταση παραγωγικής δυναμικότητας της υπάρχουσας εγκατάστασης κατά 30%.

«Συνεχίζουμε τις επενδύσεις όσο χρειάζεται, επειδή η δυναμική της αγοράς είναι μεγάλη και δικαιολογεί τη διατήρηση τοπικής παραγωγής», υποστήριξε ο κ. Στρατάκης, με την άνεση του εργοστασίου στις ΗΠΑ.

Η Unismack δεν σκέφτεται σε παρόντα χρόνο την καθετοποίηση της παραγωγής με επέκταση και σε παραγωγή πρώτων υλών. Τουναντίον, επιζητά τις συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς και παραγωγικές μονάδες, οι οποίες μπορούν να εισφέρουν καινοτομία και ποιότητα. «Εστιάζουμε στην εντοπιότητα των προϊόντων και προσπαθούμε να βγάλουμε την καινοτομία μέσα από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά», επισήμανε ο κ. Στρατάκης, αναφορικά με τη νέα στρατηγική. «Οραματικά, η εταιρεία θα μπορούσε να έχει και άλλη μονάδα σε πέντε με δέκα χρόνια στις ΗΠΑ, στην Ευρώπη ή αλλού, αλλά δεν υπάρχουν για την ώρα τέτοια σχέδια: Στόχος μας είναι



Δημήτρης Στρατάκης, διευθύνων σύμβουλος, Unismack

η σταθεροποίηση αυτού του μεγάλου εγχειρήματος που ήδη καταφέραμε», σημείωσε ακόμη ο κ. Στρατάκης.

Το 2022 ήταν μια χρονιά επανάκαμψης για τη Unismack, μετά τις συνέπειες που προκάλεσε στα οικονομικά μεγέθη της εταιρείας η πανδημία του κορωνοϊού. Ο κ. Στρατάκης μίλησε «για κενό του 2021, που καλύφθηκε».

Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας για το 2022 έκλεισε στα 13 εκατ. ευρώ περίπου, με μειωμένη κερδοφορία όμως λόγω αύξησης κόστους παραγωγής.

«Το 2023 θα προσπαθήσουμε να πετύχουμε βελτιώσεις στο περιθώριο κέρδους μέσω μείωσης κόστους όπου είναι δυνατό να επιτευχθεί, όπως, για παράδειγμα, στις συνταγές», είπε ο κ. Στρατάκης.



Οι συνεργασίες της Unismack στο οργανωμένο λιανεμπόριο

Υπενθυμίζεται ότι η μόνη τοποθέτηση της Unismack στο ελληνικό οργανωμένο λιανεμπόριο γίνεται μέσω της συνεργασίας με τη Δωδώνη στα τραγανά σνακ φέτας (και χαλουμιού).

Ο κ. Στρατάκης εκτίμησε ότι η ελληνική πρώτη ύλη θα ταίριαζε με τις επιλογές του καταναλωτικού κοινού στις ΗΠΑ, αλλά «το "πάντρεμα" θα πρέπει να γίνει με στοιχεία, τα οποία ταιριάζουν στην κατηγορία των σνακ, στις καταναλωτικές και γευστικές συνήθειες και προσδοκίες που έχει για την κατηγορία των σνακ το αμερικανικό κοινό».

«Οι Αμερικανοί καταναλωτές επιζητούν μεγάλη ένταση στη γεύση», τόνισε ο κ. Στρατάκης, έχοντας και την αξιολόγηση των δεδομένων των συνηθειών του κοινού στη διάθεσή του. «Μιλάμε για μια αγορά 350 εκατομμυρίων ατόμων, με συνεκτικό και σχετικά κοινό γευστικό προφίλ», σημείωσε.

Η Unismack έχει τοποθετηθεί στα ράφια των σούπερ μάρκετ των ΗΠΑ και του Ηνωμένου Βασιλείου, μέσω συνεργασιών ιδιωτικής ετικέτας.

«Δεν θα ανταγωνιστούμε ένα μαζικό σνακ, αναζητούμε καινοτομία και ιδιαιτερότητα», υπογράμμισε ο κ. Στρατάκης.

Η Unismack συνεργάστηκε με την αλυσίδα Sainsbury's για δημιουργία ψημένων σνακ με όσπρια χαμηλών σε λιπαρά και σε άλατα.

Στη βρετανική αγορά δεν επιτρέπεται η προώθηση εντός σούπερ μάρκετ προϊόντων μευψηλά λιπαρά ή άλατα.

«Η Unismack καλύπτει αυτή την ανάγκη, με συγκεκριμένο brief, από τα ίδια τα σούπερ μάρκετ», εξήγησε ο κ. Στρατάκης.

Η Unismack παρουσίασε στη food Expo 2023 την πιλοτική σειρά σνακ «The Mediterranean Snack Collection», η οποία βρίσκεται σε στάδιο δοκιμών, ώστε στο μέλλον να προωθηθεί προς το οργανωμένο λιανεμπόριο της Ελλάδας και άλλων ευρωπαϊκών χωρών.



HellasTrace

Μία σύγχρονη λύση για την ιχνηλασιμότητα, ένα επιπλέον ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις ελληνικές επιχειρήσεις.



Απαντήστε στα ερωτήματα Τι, Πού, Πότε και Γιατί για τα προϊόντα σας, σε εμπορικούς εταίρους, αρχές και καταναλωτές.

www.gs1greece.org/hellastrace

GS1 Association Greece

HellasTrace®

Ανοδικές προοπτικές στο εμφιαλωμένο νερό δείχνουν οι εκτιμήσεις του ΙΟΒΕ για τζίρο και όγκο πωλήσεων 2022

Τις ανοδικές προοπτικές της αγοράς του εμφιαλωμένου νερού στην Ελλάδα καταδεικνύει η έρευνα του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) για την οικονομική και κοινωνική επίδραση του κλάδου, λαμβάνοντας υπόψη και τις ανεβασμένες προσδοκίες για τον τουρισμό του καλοκαιριού του 2023.

Ο κύκλος εργασιών των παραγωγών εμφιαλωμένου νερού στην Ελλάδα εκτιμήθηκε σε 307 εκατ. ευρώ το 2021, ενώ νωρίτερα είχε σημειώσει κάμψη σε 261 εκατ. ευρώ το 2020 από 298 εκατ. ευρώ το 2019, εξαιτίας των lockdowns για την πανδημία του κορωνοϊού που είχαν μειώσει τον τουρισμό στη χώρα.

Λαμβάνοντας υπόψη στοιχεία από τα επτά μέλη του Συνδέσμου Ελληνικών Φυσικών Μεταλλικών Νερών (ΣΕΦΥΜΕΝ) και στοιχεία από το Γενικό Εμπορικό Μητρώο (ΓΕΜΗ) και την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) για τις υπόλοιπες 19 ελληνικές επιχειρήσεις εμφιάλωσης νερού, η έρευνα του ΙΟΒΕ υπολόγισε σε 337 εκατ. ευρώ τον κύκλο εργασιών του συνόλου της αγοράς για το 2022, με εκτίμηση ανόδου 9,7% σε σχέση με το 2021, έναντι ανόδου 17,7% το 2021 σε σχέση με το 2020.

«Παρένθεση» στις αυξήσεις μεγεθών η πανδημία του κορονοϊού

Αντίστοιχα, ο συνολικός όγκος πωλήσεων εμφιαλωμένου νερού εκτιμήθηκε σε 2,155 δισ. λίτρα για το 2021, με ισχυρή άνοδο της τάξης του 18,7% σε σχέση με το έτος του ξεσπάσματος της πανδημίας του κορονοϊού, όπου πωλήθηκαν συνολικά 1,816 δισ. λίτρα.

Το 2019 είχαν πωληθεί 2,06 δισ. λίτρα και η εκτίμηση του ΙΟΒΕ για το 2022 είναι 2,247 δισ. λίτρα, δηλαδή αυξητικά κατά 4,2% συγκριτικά με το 2021 και 9,08% σε σχέση με το 2019, το τελευταίο έτος προ κορονοϊού.

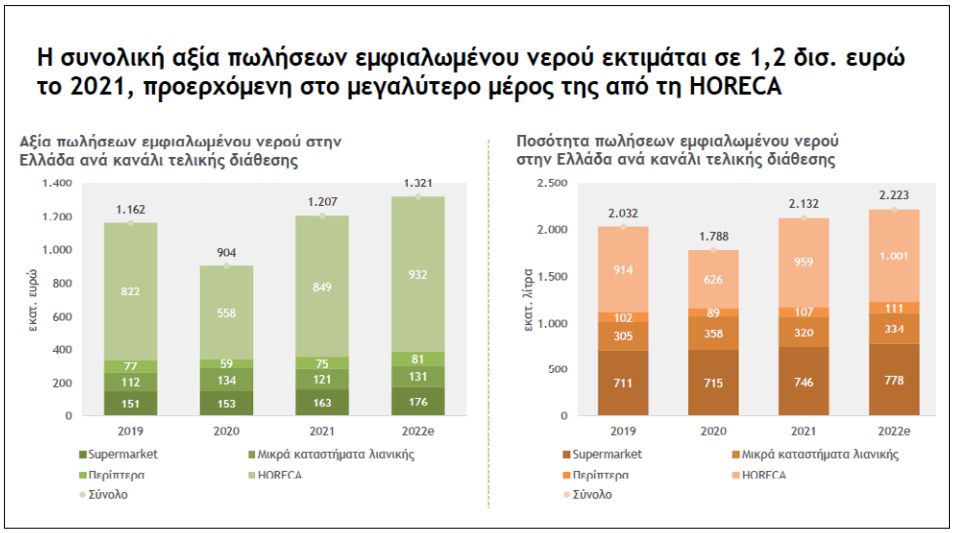
«Οι διαφοροποιήσεις τζίρου και όγκου πωλήσεων μεταξύ των ετών της πανδημίας και προηγούμενων και επόμενων ετών κατά έναν τρόπο δείχνουν την επίδραση του τουρισμού στην κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού», δήλωσε ο Γιώργος Μανιάτης, επικεφαλής του Τμήματος Κλαδικών Μελετών του ΙΟΒΕ. Η πλειονότητα του όγκου πωλήσεων αφορά στο φυσικό μεταλλικό εμφιαλωμένο νερό, κατά 72,4%. Ακολουθεί το επιτραπέζιο νερό, με 25,6% και τέλος, το ανθρακούχο νερό, με 2%.

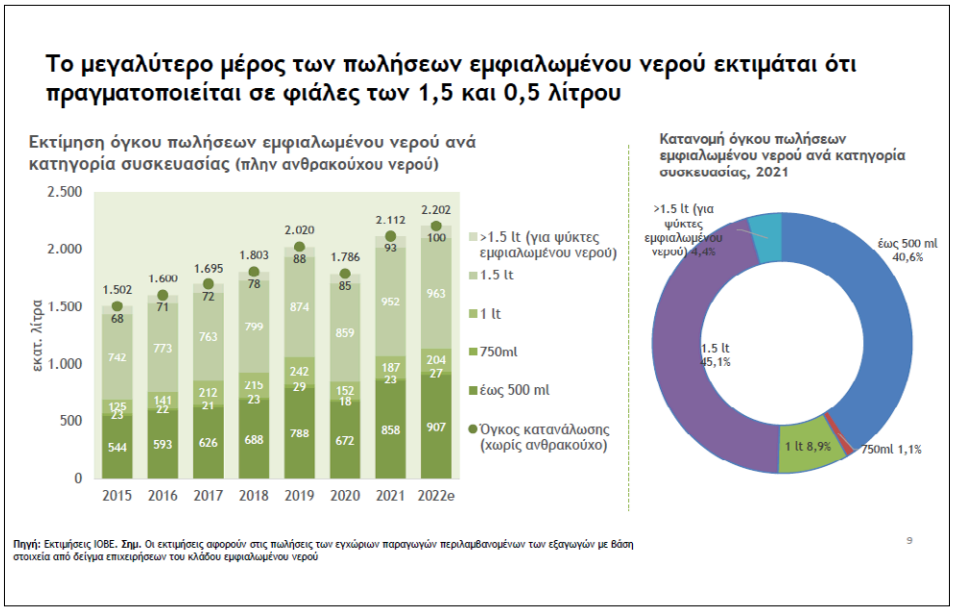
Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων εμφιαλωμένου νερού εκτιμάται ότι πραγματοποιείται σε φιάλες μισού λίτρου (κατά 40,6%) και 1,5 λίτρου (45,1%).

Η συνολική αξία πωλήσεων εμφιαλωμένου νερού έφτασε τα 1,2 δισ. ευρώ το 2021 και εκτιμάται σε 1,32 δισ. ευρώ το 2022. Το μεγαλύτερο μέρος προέρχεται από τα σημεία Ho.Re.Ca.: 849 εκατ. ευρώ το 2021 και 932 εκατ. ευρώ στην εκτίμηση του 2022.

Αντίστοιχα, οι πωλήσεις σε σούπερ μάρκετ κάλυπταν 162 εκατ. ευρώ το 2021, με εκτίμηση για 176 εκατ. ευρώ το 2022, τα περίπτερα 121 εκατ. ευρώ το 2021 και αντίστοιχα, 131 εκατ. ευρώ στην εκτίμηση του 2022 και η μικρή λιανική 75 εκατ. ευρώ το 2021 και 81 εκατ. ευρώ στην εκτίμηση για το 2022.

Κωνσταντίνος Βορίλας





ΦροντίζοÜμε την ασφάλεια των «μη συσκευασμένων» προϊόντων στο ράφι!



Η **TÜV AUSTRIA Hellas** με το εξειδικευμένο Νέο Πρωτόκολλο Πιστοποίησης «**Safety on Shelf**» που απευθύνεται σε Επιχειρήσεις Τροφίμων και Αλυσίδες Λιανεμπορίου, πιστοποιεί ότι η αλυσίδα καταστημάτων διατηρεί κατάλληλο μηχανισμό παρακολούθησης, έχει εγκαταστήσει τις κατάλληλες υποδομές και έχει διαθέσει τους ανάλογους πόρους ώστε να διασφαλίζει ότι τα φρέσκα μη συσκευασμένα τρόφιμα, διατηρούν το επίπεδο ασφάλειάς τους.

Το Πρωτόκολλο **«Safety on Shelf»** βασίζεται στον έλεγχο τεσσάρων βασικών πυλώνων λειτουργίας:

- ✓ **Υγιεινή χώρων και προσωπικού**
- ✓ **αποφυγή επιμόλυνσης των μη συσκευασμένων φρέσκων προϊόντων**
- ✓ **Διατήρηση ψυκτικής αλυσίδας**
- ✓ **Διασφάλιση ιχνηλασιμότητας προϊόντων**

***«Safety on Shelf»** από την TÜV AUSTRIA Hellas – Γιατί το ράφι αξίζει να έχει μόνο τα καλύτερα!*

TÜV AUSTRIA

T: +30 210 5220920 | F: +30 210 5203990 | E: info@tuvaustriahellas.gr | **www.tuvaustriahellas.gr**

Ανέλαβε Marketing Director στην EZA ο Αλέξανδρος Κρητικός

Τη θέση του Marketing Director ανέλαβε στην Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης (ΕΖΑ) ο Αλέξανδρος Κρητικός, στα πλαίσια της αναβάθμισης των διοικητικών υπηρεσιών της εταιρείας. Ο κ. Κρητικός μετρά αρκετά χρόνια στο χώρο του τροφίμου, με επάνω από 13 χρόνια εμπειρίας στο χώρο του λιανεμπορίου συνολικότερα. Προέρχεται από τη θέση του Marketing Manager για το γάλα και το γιαούρτι στη Δέλτα. Υπενθυμίζεται ότι ο κ. Κρητικός ξεκίνησε την καριέρα του στην Friesland Campina Hellas και στη συνέχεια, είχε λάβει τη θέση του Advertising Manager & CX (Customer Experience) Manager στην Dixons για τη νοτιοανατολική Ευρώπη. Σκοπός της συγκεκριμένης συνεργασίας είναι η «επίτευξη των φιλόδοξων στόχων ανάπτυξης της Ελληνικής Ζυθοποιίας Αταλάντης», όπως απέριττα δήλωσε ο ίδιος ο κ. Κρητικός στο FOODReporter.

Με 22 ελληνικές επιχειρήσεις η διεθνής έκθεση International Food and Drink Event στο Λονδίνο



Επιτυχώς ολοκληρώθηκε η διεθνής έκθεση "International Food and Drink Event- IFE", από τις 25 έως τις 27 Μαρτίου 2023, στο εκθεσιακό κέντρο ExCel του Λονδίνου, η οποία απευθυνόταν σε εισαγωγείς, διανομείς και αγοραστές τροφίμων και ποτών επιχειρήσεων χονδρικής και λιανικής πώλησης, σύμφωνα με ανακοίνωση του Γραφείου ΟΕΥ στο Λονδίνο. Από ελληνικής πλευράς, συμμετείχαν συνολικά 22 επιχειρήσεις και συνεταιρισμοί.
Ειδικότερα, στο κοινό ελληνικό περίπτερο, υπό τη διοργάνωση της Promo Solution, υπήρχαν πέντε ανεξάρτητες συμμετοχές και 14 επιχειρήσεις και συνεταιρισμοί των Περιφερειών Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Στερεάς Ελλάδας και Βορείου Αιγαίου. Επίσης, τρεις ακόμα εταιρείες συμμετείχαν με αυτόνομα περίπτερα.
Αναφορικά, κάποιες από τις ελληνικές επιχειρήσεις που έδωσαν το «παρών» στη διεθνή έκθεση ήταν οι: Ρίζος nuts A.E., Filevia, Melitteas, Κέντρης ΑΕ, Κρόνος ΑΕ, maYevo, Paliria, Ένωση Κιάτου ΙΚΕ, Ήπειρος Φέτα και Trata.
Σημειώνεται ότι σύμφωνα με στοιχεία των διοργανωτών, η φετινή International Food and Drink Event προσέλκυσε περισσότερους από 770 εκθέτες και περί τους 25.000 επισκέπτες (οι επισκέπτες αφορούν στο σύνολο των παράλληλων εκθέσεων της ομάδας IFE). Επιπλέον, με εθνικά περίπτερα, πέραν της Ελλάδας, συμμετείχαν οι: Αιθιοπία, Αργεντινή, Αυστραλία, Βραζιλία, Γαλλία, Γεωργία, Γκάνα, Δανία, ΗΠΑ, Ινδία, Ιορδανία, Ισημερινός, Ισπανία, Ιταλία, Καναδάς, Κύπρος, Λιθουανία, Ν. Κορέα, Ολλανδία, Ουκρανία, Περού, Πολωνία, Ρουμανία, Σερβία, Τυνησία και Τουρκία.
Επίσης, εκπροσωπήθηκε και το Κόσοβο.

Φωτεινή Αποστόλου



Νέα μεγάλα καταστήματα σε Τρίπολη και Καλαμάτα στο πλάνο της The Mart

Με εκπροσώπους της εταιρείας The Mart Cash and Carry του ομίλου Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης συναντήθηκε ο Περιφερειάρχης Πελοποννήσου, Παναγιώτης Νίκας, την Παρασκευή 24 Μαρτίου 2023, στην έδρα της Περιφέρειας, την Τρίπολη. Αναφορικά, τα στελέχη της The Mart Cash and Carry γνωστοποίησαν, μεταξύ άλλων, στον Περιφερειάρχη Πελοποννήσου ότι ο προγραμματισμός της εταιρείας περιλαμβάνει τη δημιουργία δύο μεγάλων καταστημάτων, σε Τρίπολη και Καλαμάτα.

60 παραγωγοί υπερτροφίμων στο Superfoods Festival

Στον προαύλιο χώρο του Ζαππείου θα πραγματοποιηθεί το μεγαλύτερο φεστιβάλ για την υγιεινή διατροφή "Superfoods Festival" από τις 29 Μαρτίου έως τις 2 Απριλίου 2023. Καθώς η επιθυμία των καταναλωτών και η τάση της αγοράς για μια πιο ποιοτική και υγιεινή διατροφή έρχεται μέσω του Superfoods Festival, 60 παραγωγοί υπερτροφίμων και ποτών από όλη την Ελλάδα παρουσιάζουν βραβευμένα καινοτόμα προϊόντα μεγάλης θρεπτικής αξίας. Σημειώνεται ότι οι επαγγελματίες της λιανικής και της εστίασης θα έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με τους παραγωγούς των προϊόντων και να δοκιμάσουν τις βραβευμένες υπερτροφές.

Βγάζει τάσεις ο άτυπος ανταγωνισμός ταχυεστίασης μεταξύ McDonald's και Wendy's στις ΗΠΑ



Του Κωνσταντίνου Βορίλα

Ένας άτυπος ανταγωνισμός μεταξύ των αλυσίδων ταχυεστίασης McDonald's και Wendy's λαμβάνει χώρα τους τελευταίους μήνες στις ΗΠΑ και έχει ενδιαφέρον.
Μία από τις κινήσεις, που κατά πολλούς «σφύριξαν τη σέντρα» στον συγκεκριμένο ανταγωνισμό, ήταν η είσοδος της «σπιτικής» λεμονάδας στα McDonald's, ως εναλλακτική επιλογή στην αγορά αναψυκτικού στο γεύμα, με παρεμφερείς όρους με τους οποίους είχε εισαγάγει τη δική της λεμονάδα η Wendy's. Πέρα από το φόρο ζάχαρης, αξίζει να υπενθυμίσουμε ότι το αμερικανικό κοινό εν πολλοίς θεωρεί κάτι πολύ κοντά στο «δεδομένο» την πεποίθηση ότι το προϊόν, που προωθείται ως «σπιτικό», δεν περιέχει ζάχαρη. Έτσι, φέρεται να ακολούθησε πανδαιμόνιο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης Αμερικανών από την αποκάλυψη ότι οι λεμονάδες που προσφέρονται στην ταχυεστίαση των ΗΠΑ περιέχουν ζάχαρη και μάλιστα, στην όχι και τόσο εύκολα διαλυτή παρασκευή του κύβου της ζάχαρης, έστω και με συστατική προέλευση από ζαχαροκάλαμο. Η νέα πραγματικότητα έθεσε κατά έναν τρόπο... νοκ-άουτ τις «παραδοσιακές» λεμονάδες των καταστημάτων καφεστίασης Chick-fil-A και Raising Cane's, που σημείωσαν ραγδαία πτώση πωλήσεων το φετινό Φεβρουάριο.

Το λανσάρισμα της «σπιτικής» λεμονάδας των McDonald's και η ρελάνς των Wendy's

Αντίθετα, η McDonald's κινήθηκε δυνατά με διαφημιστική καμπάνια, για να προωθήσει τη δική της λεμονάδα, η οποία περιέχει φυσικό χυμό λεμονιού, πουρέ λεμονιού και ζάχαρη από ζαχαροκάλαμο, από έτοιμα όμως συστατικά που δεν στίβονται δηλαδή στο κατάστημα από τους υπαλλήλους.
Η Wendy's, που είχε λανσάρει σπιτική λεμονάδα ήδη από νωρίτερα, με συστατικά νερό, ζάχαρη (όχι από ζαχαροκάλαμο), πουρέ λεμονιού, συνδυασμό φυσικού χυμού λεμονιού και συμπυκνωμένου χυμού αραίωσης από λεμόνι και φυσικά αιθέρια έλαια λεμονιού, δίνει ένα παραπάνω στοιχείο στον άτυπο ανταγωνισμό, με την προσθήκη φρέσκων φρούτων μέσα στο ρόφημα. Το παραπάνω στοιχείο ενισχύει την αίσθηση του «φρέσκου», καθώς τα φρούτα κόβονται και προστίθενται από τους υπαλλήλους των Wendy's μπροστά στον πελάτη τη στιγμή της παραγγελίας του.
Η Wendy's χρησιμοποιούσε φρέσκες φράουλες και βατόμουρα για το σκοπό αυτό μέχρι τώρα, αλλά από την Τρίτη 28 Μαρτίου 2023, έχει ενισχύσει το μενού της λεμονάδας με μία ακόμη, συνδυαστική γεύση, τη Blueberry Pomegranate Lemonade, που συνδυάζει φρέσκα μύρτιλα και σπόρους ροδιού από φρέσκα ρόδια κατευθείαν μέσα στη σπιτική λεμονάδα, ενώ τα δύο φρούτα μπορούν να παραγγελθούν και ξεχωριστά.
Ως ανταγωνιστική κίνηση απέναντι στα McDonald's, θεωρείται, εξάλλου και η συμπερίληψη στο μενού των Wendy's -και πάλι από τις 28 Μαρτίου- του Grilled Chicken Ranch Wrap, το οποίο αποτελεί τορτίγια με κοτόπουλο, τσένταρ, μαρούλι και κρεμώδη ranch sauce, στα πρότυπα του δημοφιλούς McWrap, το οποίο η McDonald's κατήργησε μέσα στο προηγούμενο εξάμηνο σε παγκόσμιο επίπεδο -σε όσες χώρες δηλαδή κυκλοφορούσε- «λόγω μειωμένης επίτευξης οικονομιών κλίμακας».



Με νέα λανσαρίσματα η Οινοποιία Μαλαματίνα στη διεθνή έκθεση ProWein

Το ενδιαφέρον των επαγγελματιών του κλάδου συγκέντρωσε η συμμετοχή της Οινοποιίας Μαλαματίνα, μέλος του Ομίλου Εταιρειών Mantis, στη διεθνή έκθεση ProWein – International Trade Fair Wines and Spirits, που έλαβε χώρα στη Ντίσελντορφ της Γερμανίας, το τριήμερο 19 – 21 Μαρτίου 2023. Η συμμετοχή της πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο υλοποίησης του επιχειρηματικού πλάνου για την ενδυνάμωση της Οινοποιίας και την ενίσχυση της εξωστρέφειάς της στην παγκόσμια αγορά.
Επιπλέον των ήδη υπαρχόντων προϊόντων της, η Οινοποιία Μαλαματίνα παρουσίασε δύο νέες σειρές κρασιών: την “2303 Rezine Collection” Limited Edition, με δύο ετικέτες κρασιών, Wild Ferment και Rosé, και την «Τέσσερις Άγγελοι», με τέσσερις ετικέτες κρασιών, σε Λευκό, Ροζέ και Ερυθρό Ξηρό και Ροζέ Ημίγλυκο.
«Η εξωστρέφεια και η προώθηση των προϊόντων της Οινοποιίας Μαλαματίνα στον παγκόσμιο οινικό χάρτη συνεχίζεται με την παρουσία μας σε μία τόσο σημαντική διεθνή έκθεση όσο η ProWein. Στόχος μας η ανάδειξη της μοναδικότητας των τοπικών ποικιλιών μας και της εξαιρετικής ποιότητας των νέων σειρών της Οινοποιίας. Ήταν μία εξαιρετική ευκαιρία να αυξήσουμε την αναγνωρισιμότητά μας και να ενισχύσουμε την εμπορική δραστηριότητα και την ανοδική πορεία την Οινοποιίας στις διεθνείς αγορές» δήλωσε ο Φώτης Μικές, Sales Director της εταιρείας.

Υπό την αιγίδα ΙΕΛΚΑ

Food Retail summit

Reinventing resilience in exceptional times

Το συνέδριο που έχει αναγνωριστεί από την αγορά ως η σημαντικότερη συνάντηση στρατηγικής για τον κλάδο των σούπερ μάρκετ και των προμηθευτών τους είναι εδώ για 13η χρονιά!





KEYNOTE SPEAKER

David Hardiman Evans
Senior Vice President, Global Business Development
Ocado Group

Ο **Senior Vice President** Global Business Development του κορυφαίου, σε παγκόσμιο επίπεδο, **enabler του ψηφιακού μετασχηματισμού**, της **Ocado Group**, παρουσιάζει:

- Case studies και best practices από την παγκόσμια αγορά
- Τι ζητούν οι retailers από την ψηφιακή τεχνολογία
- Προαπαιτούμενα για τον ψηφιακό μετασχηματισμό του online grocery retail
- Τη σημασία της τεχνολογίας
- Τη σημασία του ανθρώπινου παράγοντα

JOIN NOW LEARN MORE

ΧΟΡΗΓΟΙ altoValue business enablers IERAX ANALYTIX iQom Linakis.digital SITECORE SingularLogic

BOUSSIAS events

Περιεχόμενο: Λήδα Δεληγιάννη, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 277), **E:** ldeliyianni@boussias.com
Χορηγίες: Κατερίνα Μπουσμπουκέα, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 128), **E:** kbousboukea@boussias.com
Λίζα Αντωνιάδη, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 158), **E:** lantoniadi@boussias.com
Συμμετοχές: Βασίλης Κουτσαβλής, **T:** 210 661 7777 (εσωτ. 129), **E:** vkoutsavlis@boussias.com

Official Publication σελφ σέρβις

ΑΒ Βασιλόπουλος: Οι πράσινες πρωτοβουλίες της βραβεύτηκαν στα Green Brand Awards



Για άλλη μια χρονιά η ΑΒ Βασιλόπουλος βραβεύθηκε για τη συμβολή της στην οικολογική εκπαίδευση της νέας γενιάς και τον πράσινο στρατηγικό σχεδιασμό της, αποσπώντας τρία σημαντικά βραβεία στα Green Brand Awards 2023 της BOUSSIAS που πραγματοποιήθηκαν την Τρίτη 21 Μαρτίου 2023 στο Marriott Hotel.

Συγκεκριμένα, κέρδισε PLATINUM/GOLD βραβείο για το 1ο παγκοσμίως κινητό «Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης και Ανακύκλωσης», που δημιουργήθηκε σε συνεργασία με την TEXAN. Το «λεωφορείο» ταξιδεύει σε όλη την Ελλάδα και ενθαρρύνει κυρίως τα νέα παιδιά να ενημερωθούν, να ανακυκλώσουν και να συμμετέχουν σε διαδραστικές ενέργειες με θέμα την προστασία του περιβάλλοντος. Σημειώνεται ότι μέσα στο λεωφορείο υπάρχει αυτόματο μηχάνημα ανακύκλωσης πλαστικών και μεταλλικών συσκευασιών, ενώ πραγματοποιείται και θεωρητική περιβαλλοντική εκπαίδευση σχετικά με την ανακύκλωση, μέσα από ειδικά σχεδιασμένο οπτικοακουστικό εκπαιδευτικό υλικό. Από την αρχή της λειτουργίας του Κινητού Κέντρου, έχουν εκπαιδευθεί και ενημερωθεί περισσότεροι από 30.000 μαθητές σε όλη την Ελλάδα.

Επιπλέον, απέσπασε SILVER βραβείο για το στρατηγικό πλάνο βιώσιμης ανάπτυξης της και την ενεργή συμμετοχή της εταιρείας στην Ατζέντα 2030 για τη βιώσιμη ανάπτυξη που έχουν θέσει τα Ηνωμένα Έθνη. Καθένας από τους 17 διαφορετικούς βιώσιμους στόχους που έχουν τεθεί, υπηρετούνται από τις δράσεις της ΑΒ, με σκοπό τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου. Η εταιρεία υλοποιεί σε αυτή την κατεύθυνση, έργα για την εξοικονόμηση ενέργειας, τη συνεχή παρακολούθηση των συστημάτων της, χρησιμοποιεί ψυκτικά ρευστά, φιλικά προς το περιβάλλον, επενδύει στην ανάπτυξη δικτύου φόρτισης ηλεκτρικών αυτοκινήτων, τη χρήση ΑΠΕ, τη χρήση έξυπνων συστημάτων διαχείρισης του στόλου των φορτηγών καθώς και τη χρήση καινοτόμων τεχνολογιών.

Η είσοδος της Καλλιμάνης Dardanel Greece στον τόνο και οι συμφωνίες με σούπερ μάρκετ

Η ανανεωμένη και διευρυμένη προϊοντική γκάμα της Καλλιμάνης Dardanel Greece παρουσιάστηκε στη food Expo 2023. Η γκάμα περιλαμβάνει φυσικά, φρεσκοκατεψυγμένα αλιεύματα, ψάρια και θαλασσινά και νέες σειρές προϊόντων, όπως φιλέτα ψαριών, πανέ, ημιέτοιμα και έτοιμα γεύματα. Επίσης, παρουσιάστηκε για πρώτη φορά στο ευρύ κοινό η νέα κατηγορία του τόνου, που λάνσαρε η εταιρεία, τόσο σε συσκευασία πουγγιού (pouch), όσο και σε κονσέρβα, σε ελαιόλαδο ή νερό. Η Καλλιμάνης Dardanel Greece παρουσίασε ακόμη καπνιστό τόνο και σε τονοσαλάτες σε διάφορες γεύσεις. Οι νέες σειρές προϊόντων αναμένεται να είναι διαθέσιμες μέσα στο 2023 στα ράφια των αλυσίδων του οργανωμένου λιανεμπορίου, με τις οποίες, όπως έμαθε το FOODReporter, η εταιρεία ήρθε και πάλι σε one-to-one διαπραγματεύσεις. Οι εξειδικευμένοι και έμπειροι συμβούλων της εταιρείας στα κανάλια λιανεμπορίου, εξαγωγών και Food Service παρείχαν πληροφορίες για την ανανεωμένη εταιρική ταυτότητα και γκάμα προϊόντων. «Η food Expo 2023 αποτέλεσε ευκαιρία για την ενίσχυση των υφιστάμενων και τη δημιουργία νέων επαγγελματικών σχέσεων και συνεργασιών, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό», τονίζεται από την εταιρεία.



Αρμενία: Δράση προώθησης ελληνικών προϊόντων σε αλυσίδα σούπερ μάρκετ

Από τις 20 έως τις 26 Μαρτίου, έλαβε χώρα η δράση προώθησης ελληνικών προϊόντων στην Αρμενία υπό τον τίτλο "Greek Days" σε υποκαταστήματα της αλυσίδας σούπερ μάρκετ SAS, κατόπιν πρωτοβουλίας του Γραφείου ΟΕΥ Ερεβάν. Σκοπός της δράσης ήταν η στοχευμένη παρουσίαση των ελληνικών προϊόντων του καταστήματος στο ευρύ κοινό, φέροντα διακριτικά που τονίζουν την αυθεντική ελληνική προέλευση των προϊόντων. Κατά τη διάρκεια της εβδομαδιαίας δράσης, στα υποκαταστήματα της αλυσίδας υπήρχαν ελληνικές σημαίες δίπλα από τα προϊόντα, έγιναν διαφημιστικές ενέργειες προώθησης της δράσης μέσω μέσων κοινωνικής δικτύωσης και στο ραδιόφωνο, αλλά και μέσα στα καταστήματα υπήρχαν αφίσες, καθώς και δυνατότητα δειγματισμού προϊόντων υπό τους ήχους ελληνικής μουσικής. Παράλληλα, στον διαδικτυακό τόπο του καταστήματος υπήρχε ξεχωριστή καρτέλα με τα ελληνικά προϊόντα του καταστήματος, όπως τυρί Χώτος, μπύρες Μύθος, ελιές και πάστα ελιάς Olymp και GAEA, πιπεριές γεμιστές Frescado, γιαούρτια ΦΑΓΕ, παγωτά Cold Sin, κατεψυγμένα λαχανικά Διαλεχτή Σπορά, ξηροί καρποί Ακρόδρυα και ελαιόλαδα Miterra, Kalios, Kalamata και Spartan Premium. Σε επικοινωνίατου Γραφείου ΟΕΥ Ερεβάν με την Naira Zakaryan, Προϊσταμένη του Τμήματος Διανομής και Εισαγωγών των καταστημάτων SAS, υπήρξε ενημέρωση ότι η "Greek Days" είχε επιτυχία και προκρίνεται να επαναληφθεί και το 2024.

Φ. Αποστόλου

Έρχεται και το Καλάθι του Πάσχα, χωρίς όμως αρνί και κατσίκι



Το Καλάθι του Πάσχα προανήγγειλε ο Υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Άδωνις Γεωργιάδης, στη λογική των προηγούμενων Καλαθιών των Χριστουγέννων, της Σαρακοστής και του Νονού.

Ο κ. Γεωργιάδης, σε δηλώσεις του, παραδέχτηκε ότι ο πληθωρισμός στα τρόφιμα τρέχει με 15% ήδη από πέρσι, με την υποσημείωση ότι «κάποια προϊόντα είναι παραπάνω και κάποια παρακάτω».

Σε ό,τι αφορά το Καλάθι του Νοικοκυριού, η 22η εβδομάδα εφαρμογής του μέτρου είδε τις τιμές να μειώνονται κατά 2% σε σχέση με την αμέσως προηγούμενη εβδομάδα, κάτι που είχε, άλλωστε, συμβεί και την προηγούμενη σε σχέση με την προπροηγούμενη εβδομάδα.

Στην τρέχουσα εβδομάδα, στο 92,06% των προϊόντων του Καλαθιού του Νοικοκυριού η τιμή παρέμεινε σταθερή, στο 4,41%, δηλαδή σε 50 προϊόντα κατ' απόλυτη τιμή, η τιμή μειώθηκε, ενώ σε 40 προϊόντα, ποσοστό 3,53% επί του συνόλου των εισηγμένων προϊόντων, η τιμή αυξήθηκε.

Ο Υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων δήλωσε ότι δεν σκοπεύει να εντάξει το αρνί και το κατσίκι στο Καλάθι του Πάσχα, διότι σκοπός του δεν είναι να πληγεί η αγορά κρέατος. «Θα μπορούσε να εκληφθεί μια τέτοια προσπάθεια σαν υπόδειξη στους καταναλωτές να πάνε να αγοράσουν το αρνί ή το κατσίκι από τα σούπερ μάρκετ. Εγώ ποτέ δεν είδα το Καλάθι (του Νοικοκυριού) ως μηχανισμό για να βλάψω άλλους κλάδους της αγοράς και δεν θέλω να το κάνω», δήλωσε σχετικά ο κ. Γεωργιάδης. Το αρνί και το κατσίκι θα μπουν στο πιλοτικό και άτυπο Καλάθι της Βαρβακείου, όπως αποκάλυψε ο υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων. «Μέσα στο Καλάθι (του Νοικοκυριού) θα βάλουμε και το τσουρέκι και το πασχαλινό αβγό και οι τιμές θα είναι καλύτερες από πέρσι», υποσχέθηκε ο κ. Γεωργιάδης.

Κωνσταντίνος Βορίλας

ΣΤΟΝ ΠΥΘΜΕΝΑ

Το γνωστό στην αγορά στέλεχος μπορεί να μη γεννήθηκε στην Ελλάδα, όμως στέριωσε για τα καλά στη χώρα μας, έχοντας μάθει άλλωστε ταχύτατα και τη γλώσσα. Και μετά τη θητεία του στη Lidl και στον Σκλαβενίτη, ο επόμενος σταθμός στην καριέρα του είναι η ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός, όπου αναλαμβάνει καθήκοντα συμβούλου της διοίκησης.



Ούζο Πλωμαρίου και In-Touch Communication βραβεύτηκαν στα PR Awards

Η In-Touch Communication και το Ούζο Πλωμαρίου Ισιδώρου Αρβανίτου, βραβεύτηκαν στα φετινά PR Awards για τον σχεδιασμό των δράσεων του Ούζου Πλωμαρίου στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Πρόκειται για μια σειρά από δράσεις διατήρησης και ανάδειξης των ξύλινων παραδοσιακών καϊκιών που κοσμούν τα λιμανάκια της Ελλάδας και είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με την ελληνική ναυτοσύνη. Για αυτόν τον σκοπό αναπτύχθηκε και η συνεργασία με τον Ελληνικό Σύνδεσμο Παραδοσιακών Σκαφών. «Είμαστε χαρούμενοι για την βράβευση, καθώς η διατήρηση των καϊκιών αφορά όλους μας. Με αυτή τη δράση το Ούζο Πλωμαρίου τιμά την πολιτιστική αξία των ξύλινων παραδοσιακών καϊκιών ως μέρος του πολιτισμού και της παράδοσης μας. Τα καΐκια ομορφαίνουν τα καλοκαίρια μας και είναι ζωντανό κομμάτι του ελληνικού τοπίου και της ταυτότητας μας όπως άλλωστε και το ούζο μας», δήλωσε η Ελευθερία Καλφοπούλου, Marketing Director της ποτοποιίας.

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ:
Σπύρος Πιστικός, spistikos@boussias.com

ΣΥΝΤΑΞΗ:
Κωνσταντίνος Βορίλας, kvorilas@boussias.com
Φωτεινή Αποστόλου, fapostolou@boussias.com

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ: **Πέτρος Τσάτσης,** ptsatsis@boussias.com

ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ: **Βίκυ Θεοδωρίδου,** vtheodoridou@boussias.com

ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ: **Εύη Μπάβα**

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΕΚΔΟΣΕΩΝ: **Αντωνία Κατσουλιέρη**

GROUP ADVERTISING DIRECTOR: **Λήδα Πλατή**

GROUP SUBSCRIPTIONS DIRECTOR: **Αμαλία Ψιλούδη**

ΕΚΔΟΤΗΣ: **Μιχάλης Μπούσιας**

BOUSSIAS media

ΚΛΑΔΙΚΑ ΜΕΣΑ ΜΟΝ ΙΚΕ
Λ. Κηφισίας 125-127 -Τ.Κ. 115 24, Αθήνα
Κτίριο Cosmos Center **Τ:** 210 710 2452

Κόστος ετήσιας εταιρικής συνδρομής: 224€ + ΦΠΑ 24%

FIND US ON