

food review

ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1

ISSN: 2732-7418

ΔΩΡΕΑΝ ΜΕ ΤΗΝ AGENDA
ΚΑΙ ΑΥΤΟΤΕΛΩΣ ΜΕ 3 €

Η είσοδος των funds στο γάλα

ΣΕ ΔΥΟ ΣΤΡΑΤΟΠΕΔΑ
ΜΟΙΡΑΖΕΤΑΙ Η ΕΓΧΩΡΙΑ
ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
ΤΟΥ CVC ΣΤΗ ΔΕΛΤΑ,
ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΙΚΡΟΤΕΡΟΥΣ
ΠΑΙΧΤΕΣ ΝΑ ΚΟΙΤΟΥΝ
ΑΜΗΧΑΝΟΙ ΤΙΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

ΜΙΑ ΝΤΟΜΑΤΑ
ΣΕ ΧΙΛΙΕΣ
ΕΚΔΟΧΕΣ
ΠΟΥ ΚΑΝΟΥΝ
ΝΕΑ ΜΟΔΑ



Ευρύτερη
παρουσία
στα τροφίμα
επιλέγει
η Agrino



03

9 772732 741001

Απολαυστικά
από μόνα τους!



Amfilochias
Gi

#AmfilochiasGi #ΑποΜονοΤου

Βρες την Amfilochias Gi:

- Instagram @amfilochiasgi
- Facebook @amfilochiasgi
- YouTube: Amfilochias Gi

Αποκλειστικά στα



Βασιλόπουλος
...και του παλαιού τε γάλα!



Ανίχνευση της αγοράς υπό νέο πρίσμα

Αλυσιδωτές επιδράσεις σε όλο το φάσμα παραγωγής, μεταποίησης και διάθεσης των αγροτικών προϊόντων και τροφίμων σε οποιαδήποτε μορφή και με οποιοδήποτε τρόπο αυτά διατίθενται, δείχνει να έχει ο νέος τρόπος προσέγγισης των επενδύσεων στην αγροδιατροφή, ως αποτέλεσμα της αυξανόμενης ζήτησης για τρόφιμα αλλά και των συνθηκών που δημιουργεί η πανδημία.

Αυτό το οποίο καθίσταται καθημερινά σαφές είναι ότι οι συντελεστές του χώρου αλλάζουν και οι σχέσεις εντός της αλυσίδας αξίας μεταμορφώνονται. Ακόμα και στα στενά όρια του πρωτογενούς τομέα οι διεργασίες που λαμβάνουν χώρα είναι πρωτοφανείς και το αποτέλεσμά τους θα κρίνει την εικόνα της αγοράς τα επόμενα χρόνια. Κι αυτό γιατί μεγάλα επενδυτικά funds παίρνουν θέση στην αγροτική παραγωγή, αξιόλογες παραδοσιακές αγροτικές εκμεταλλεύσεις αλλάζουν κατηγορία, ενώ το προφίλ του αγρότη ως φυσικού προσώπου που βιοπορίζεται από τη συγκεκριμένη δραστηριότητα όλο και περιορίζεται.

Την ίδια στιγμή, ενδιαφέρον παρουσιάζει το μοντέλο των καθετοποιημένων μονάδων, δηλαδή των αγροτικών επιχειρήσεων που έχουν περάσει αυτόνομα στον τομέα της μεταποίησης και συχνά της τελικής διάθεσης του παραγόμενου προϊόντος.

Ακόμη πιο ζωνρή είναι η είσοδος επενδυτικών κεφαλαίων (funds) στις ενδιάμεσες στάσεις επεξεργασίας και τυποποίησης των αγροτικών προϊόντων, όπου οι εξελίξεις καθίστανται καταγιστικές, αρχής γενομένης από τον κλάδο του γάλακτος (ρεπορτάζ σελ. 8-9) και των προϊόντων ντομάτας, μέχρι την εστίαση και τις ημέρες δόξας που γνωρίζει το delivery.

Αυτό που θα πρέπει να γίνει κατανοητό είναι ότι οι νέες δομές αλλάζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό και τις σχέσεις εντός της αλυσίδας αξίας. Η έντονα ανταγωνιστική σχέση μεταξύ παραγωγών, εμπόρων και μεταποιητών δείχνει να αμβλύνεται, οι ενδιάμεσοι λιγοστεύουν και η απευθείας παράδοση προϊόντων στη λιανική και στην εστίαση υποκαθιστά σε μεγάλο βαθμό το ρόλο των χονδρεμπόρων.

Αυτό που σίγουρα επιβεβαιώνεται είναι η σταθερή ή και βελτιούμενη θέση της αγροδιατροφής στην οικονομία, η σημασία της ντόπιας παραγωγής, η παραγωγή προϊόντων με ελάχιστο περιβαλλοντικό αποτύπωμα και η συνέπεια στις ποιοτικές προδιαγραφές που τίθενται από την αγορά. Έκαστος εκ των συντελεστών οφείλει να ανιχνεύσει υπό νέο πρίσμα τις διαμορφούμενες συνθήκες, να βγει από την απομόνωση, να αντιληφθεί τα κανάλια μέσα από τα οποία χτίζεται η εφοδιαστική αλυσίδα να αξιολογήσει ακόμα πιο αυστηρά τα κόστη της κάθε επένδυσης.

ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΝΑΓΟΣ,
Εκδότης Διευθυντής



ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

Green Box

Εκδοτική Α.Ε.

Νίκης 24, Σύνταγμα, 105 57

Τηλ: 2103232905,

Fax: 2103232967

E-mail: info@agronews.gr

ΕΚΔΟΤΗΣ/

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

Γιάννης Πανάγος

ΓΡΑΦΟΥΝ

Πέτρος Γκόγκος
Γιώργος Λαμπίρης
Μαρία Γιουρουκέλη
Γιώργος Κοντονής
Λεωνίδα Λιάμης
Σοφία Σπύρου

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

Παναγιώτης Αραβαντινός

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ

Σπύρος Αλεξίου

ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ

Χαρά Οικονόμου

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ/

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Νατάσα Στασινού

Βενετία Τρελλοπούλου

ΔΙΑΝΟΜΗ

ΑΡΓΟΣ Α.Ε.

ΕΚΤΥΠΩΣΗ/

ΒΙΒΛΙΟΔΕΣΙΑ

NONSTOP



06

ΦΡΕΣΚΟ ΧΡΗΜΑ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ

Νέο χρήμα δείχνει να προσελκύει ο αγροδιατροφικός κλάδος, διεθνώς όσο και στην Ελλάδα, κάτι που αλλάζει ευρύτερα και το πλαίσιο όπου κινείται και η αγροτική δραστηριότητα.

10

Η ΠΑΝΤΟΔΥΝΑΜΙΑ ΤΟΥ DELIVERY

«Εξυπνες γωνιές» του κλάδου της εστίασης, χαμηλού κατά βάση κόστους αρχικής επένδυσης, είναι τα δύο από τα πολλά στοιχεία που κληροδοτεί και στη χώρα μας η πανδημία.

12

ΣΤΟ ΓΑΛΑΚΤΟΠΩΛΕΙΟ ΤΗΣ ΓΕΙΤΟΝΙΑΣ

Η επιχειρηματικότητα των πυκνοκατοικημένων γειτονιών αναδευκνύει ξανά τη ζεστασιά του μικρού γαλακτοπωλείου του τετραγώνου, που γίνεται πιο δημοφιλές από ποτέ.

16

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ SUPERFOOD ΤΟ ΤΑΧΙΝΙ

Η ανάδειξη σε παγκόσμιο super food του ταχινιού έρχεται να εδραιώσει στην αγορά και στα σπίτια των καταναλωτών μια κατηγορία προϊόντων ξεχωρη από τα υπόλοιπα αλεύματα.

20

ΕΠΕΝΔΥΣΗ Ο ΑΡΧΑΙΟΣ ΚΑΠΛΟΥΤΖΑΣ

Ο Γιώργος Δούμος είναι αγρότης με αποστολή. Στόχος του, πέρα από τη διαχείριση μιας βιώσιμης εκμετάλλευσης, είναι η διατήρηση και διάδοση του πλούτου των αρχαίων ποικιλιών.

24

ΤΟ ΘΕΥΜΩΡΟ ΣΧΗΜΑ ΤΟΥ NUTRI-SCORE

Μεγάλο κύκλο συζητήσεων έχει ανοίξει η πρόταση της Κομισιόν για την υποχρεωτική θέσπιση του περίφημου συστήματος Nutri-Score, για την επισήμανση των τροφίμων

26

ΓΚΟΥΡΜΕ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ

Επιδότηση αυτόχthonων φυλών
Ζητούν οι εκπρόσωποι της ΕΔΟΚ
εν όψει της νέας προγραμματικής
περιόδου της ΚΑΠ με αρχή τα 25
εκατομμύρια ευρώ.

28

ΦΥΤΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΕΛΟΣ;

Κρεμώδης υφή» και «φυτικό
γιαούρτι» ως χαρακτηρισμοί σε
συσκευασίες φυτικών προϊόντων
γίνονται παρελθόν εφόσον η Κο-
μισιόν εγκρίνει σχετική τροπολο-
γία της Ευρωβουλής.



47

**ΑΦΙΕΡΩΜΑ
ΟΣΠΡΙΑ**

37

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΓΙΑ ΕΒΟΛ

Επενδύσεις της τάξης των 7,5 εκατ.
ευρώ τρέχει η ΕΒΟΛ που ετοιμάζεται
για την πρώτη εξαγωγική προσπάθεια
με αιχμή το γιαούρτι της

39

ΠΙΛΟΤΟΣ ΞΑΝΑ Η ΓΑΕΑ

Σε μια πιλοτική ενέργεια προμή-
θειας πρώτων υλών απευθείας από
συνεργαζόμενους παραγωγούς
προχωρά η εταιρεία ΓΑΕΑ

42

ΜΟΝΟ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Και πέντε εργοστάσια να είχε
η Agrino πέρσι τον Μάρτιο θα
πουλούσε όλα τα προϊόντα της,
σημειώνει ο Τάσος Πιστιόλας

48

ΒΑΛΤΕ ΟΣΠΡΙΑ

Αύξηση κατανάλωσης οσπρίων
10% στην οκταετία της κρίσης στην
Ελλάδα, όπου όμως το 60% της αγο-
ράς καλύπτεται από εισαγωγές.

58

ΣΤΗΝ ΤΡΟΥΦΑ

Σαν να ανεβαίνει σε ένα προσεγ-
μένο πλατό τυριών κι αλλαντικών,
νιώθει όποιος περνάει από τη βιτρί-
να του delicatessen «Τρούφα».

66

FOOD EXPO 2021

Η ηλεκτρονική πλατφόρμα που
εγκαινίασε φέτος η Forum SA θα
φέρει σε επαφή τους εκθέτες με
χιλιάδες αγοραστές τροφίμων.



ΦΡΕΣΚΟ ΧΡΗΜΑ

προσελκύει η αγροδιατροφή

Νέο χρήμα δείχνει να προσελκύει εδώ και καιρό ο αγροδιατροφικός κλάδος, τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα, κάτι που αλλάζει ευρύτερα και το πλαίσιο μέσα στο οποίο κινείται και η αγροτική δραστηριότητα.

ΚΕΙΜΕΝΟ: ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΝΑΓΟΣ





Διεθνή funds, εφοπλιστικά κεφάλαια, ανεξάρτητοι επιχειρηματίες, νεοφυείς επιχειρήσεις αλλά και κατεξοχήν αγρότες, επιδιόδονται πιστά σε νέα πεδία οικονομικής δραστηριότητας και σε πτυχές που σχετίζονται άμεσα με την αγροτική παραγωγή και τον κλάδο των τροφίμων. Έτσι το παράδειγμα του Μπιλ Γκέιτς που έχει καταστεί τα τελευταία χρόνια ο μεγαλύτερος γαιοκτήμονας σε παγκόσμιο επίπεδο, ακολουθεί πιστά ένα μεγάλο φάσμα κεφαλαιούχων και επιχειρηματικών σχηματισμών, με την εγχώρια αγορά τροφίμων να μην αποτελεί εξαίρεση σ' αυτή την

τάση και να σταχυολογεί ήδη τα δικά της ενδιαφέροντα παραδείγματα. Σημειωτέον ότι εκτός από κάποια μεγάλα διεθνή funds που εστιάζουν όλο και πιο πολύ τα τελευταία χρόνια στο εγχώριο επιχειρηματικό πεδίο, αξιοσημείωτη δραστηριότητα έχουν επιδείξει, εδώ και κάποιο διάστημα, κάποιοι ενδιαφέροντες σχηματισμοί ιδιωτικών επενδυτικών συμμετοχών, στο ενεργητικό των οποίων έχουν περάσει γνωστά ονόματα του κλάδου των τροφίμων.

Ο λόγος για το Diorama Investments Sicar S.A. (συμφερόντων Δασκαλόπουλου), το Elikonos 2 και το EOS Capital Partner που ξεκινώντας από τον πλήρη έλεγχο της Μινέρβα Ελαιοσυργικών Επιχειρήσεων, εξα-

γόρασαν και την Pummaro (βραχίονας της Unilever στα προϊόντα ντομάτας), ενώ ήδη, η πρώτη εκ των τριών (μέσω της Deca Investments), διατηρούσε και διατηρεί πλειοψηφικό πακέτο στη θεσσαλική ντοματοβιομηχανία Damavand A.E.

Υπενθυμίζεται ότι στις αρχές του 2020 η Deca Investments, αποκλειστικός διαχειριστής του Diorama Investments Sicar, ανακοίνωσε επίσημα μια ακόμα επένδυση του Diorama, που έχει να κάνει με τη στρατηγική μειοψηφική συμμετοχή στην εταιρεία Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης ΑΕ (ΕΖΑ). Το ίδιο αξιοπρόσεκτες είναι και άλλες κινήσεις με «εθνικό» πρόσημο, όπως η είσοδος του Impala Investments (συμφερόντων



Γ. Βιάλης,
Χ. Αποστολόπουλος
και Μ. Σαράντης σε
μία από τις πρώτες
συναντήσεις της
Διεπαγγελματικής
για τη Φέτα.



Πανίσχυρος παίκτης στη βιομηχανική ντομάτα
καθίσταται η Deca Investments,
μέσω των Davamand, Μινέρβα και Pummaro.

Στις αρχές του 2020 η Deca Investments ανακοίνωσε
μία ακόμα επένδυση του Diorama, που έχει να κάνει
με την στρατηγική μειοψηφική συμμετοχή στην ΕΖΑ.



Δημήτρη Βιντζηλαίου) στην ταραχώδη Creta Farms και λίγο νωρίτερα στη Λακωνική Τροφίμων. Σε ανάλογο κλίμα η εισηγμένη Κρητών Άρτος εξαγοράστηκε από τον ινδικών συμφερόντων όμιλο SwizGroup Europ Limited (έχει έδρα στο Ντουμπάι), η Κανάκης από νορβηγική ιδιωτική εταιρεία Orkla Food Ingredients και η Unismack από τη Lime Capital Partners, δηλαδή το μετοχικό σχήμα που ελέγχει και τη γαλακτοβιομηχανία ΔΩΔΩΝΗ.

Οι ισχυροί της γαλακτοβιομηχανίας

Ειδικότερα όσον αφορά στο νήμα που ξετυλίγει τις εξελίξεις στον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας, η μεγάλη συμφωνία αφορά στην εξαγορά της Vivartia (ΔΕΛΤΑ,

GOODY'S, EVEREST, ΜΠΑΡΜΠΙΑ ΣΤΑΘΗΣ, OLYMPIC CATERING κ.α.) από το διεθνές Fund CVC Capital Partners έναντι τιμήματος που υπερβαίνει τα 630 εκατ. ευρώ. Σημειωτέον ότι μέσω της ΔΕΛΤΑ το τελευταίο ελέγχει σημαντικό μέρος των μετοχών και στη ΜΕΒΓΑΛ, ενώ, έχει εκφράσει κάποια στιγμή το ενδιαφέρον του και για τη γαλακτοβιομηχανία Κολιός. Οι τελευταίες πληροφορίες έφεραν τη ΔΩΔΩΝΗ, δηλαδή το Lime Capital να έχει βγει μπροστά σ' αυτή την κούρσα (για τη ΜΕΒΓΑΛ), ωστόσο, η κατάσταση δείχνει να αποκτά άλλη πλοκή από τη στιγμή που εικάζεται ότι CVC και Lime Capital έχουν ανοίξει σοβαρούς μεταξύ τους διαύλους, χωρίς μάλιστα να αποκλεί-

εται το δεύτερο να αναλάβει ενεργό ρόλο στο management της Vivartia με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει συνολικά για το μέλλον της εγχώριας γαλακτοβιομηχανίας. Με άλλα λόγια ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ, ΔΩΔΩΝΗ και ΚΟΛΙΟΣ, θα μπορούσαν να εξελιχθούν στον αδιαμφισβήτητο ηγέτη του κλάδου, με τα Ελληνικά Γαλακτοκομεία των Αδελφών Σαράντη να συνιστούν το αντίπαλον δέος.

Ενίσχυση του αγροδιατροφικού κλάδου

Όλα αυτά και πολλά άλλα των οποίων την απαρίθμηση ο περιορισμένος χώρος δεν επιτρέπει, ενισχύουν συνολικά τη θέση του αγροδιατροφικού κλάδου στο εγχώριο επιχειρηματικό γίγνεσθαι, με ό,τι αυτό σημαίνει και για την παρουσία και απήχηση των προϊόντων της χώρας μας στις διεθνείς αγορές. Είναι σαφές ότι οι συνθήκες πανδημίας που βιώνει ο πλανήτης, όχι μόνο δεν έχουν αναστείλει τη ζήτηση για αγροτικά προϊόντα και ειδικά για προϊόντα διατροφής, αλλά αντίθετα έχουν οδηγήσει σε τόνωση της ζήτησης, κάτι που αποτυπώνεται τόσο στα στοιχεία προσφοράς και ζήτησης, όσο και στην εικόνα που παρουσιάζουν τα διεθνή χρηματιστήρια αγροτικών εμπορευμάτων και πρώτων υλών. Την ίδια ώρα, αξιοπρόσεκτη είναι, επίσης, η όλο και εντονότερη συμμετοχή κεφαλαιουχικών εταιρειών αλλά και ανεξάρτητων επιχειρηματιών σε επενδύσεις που σχετίζονται με παραγωγικές αγροτικές γαίες, ως αποτέλεσμα της αυξανόμενης διεθνούς ζήτησης για τρόφιμα αλλά και των προσφερόμενων λύσεων διαχείρισης των αγροτικής παραγωγής από τη νέα τεχνολογία. Μ' αυτή την έννοια, οι αλλαγές που αναμένεται να επέλθουν και μάλιστα σε βραχύ ορίζοντα και στον τομέα της αγροτικής παραγωγής θα είναι καταγιστικές. Έτσι, πέραν του κλάδου της οινοποιίας που πολιορκείται εδώ και καιρό, κυρίως διεθνώς από κεφαλαιούχους – επενδυτές, ο κλάδος των θερμοκηπίων εξελίσσεται επίσης τον τελευταίο καιρό σε El Dorado για τα σχήματα επενδυτικών συμμετοχών. Όμιλος Ευθυμιάδη και Wonderplant (Θεοδωρόπουλος, Φώλιας κ.α.) έκαναν την αρχή, Πλαστικά Θράκης ακολούθησαν, ενώ τον τελευταίο καιρό ένας μεγάλος αριθμός επενδύσεων ενταγμένων μάλιστα σε αντίστοιχα χρηματοδοτικά προγράμματα (Αναπτυξιακός κ.α.) βασίζονται σε εισροές κεφαλαίων από το εξωτερικό και από τον εφοπλιστικό κλάδο.

Η παντοδυναμία του delivery

Η παντοδυναμία του delivery σε συνδυαστικές λύσεις με το ηλεκτρονικό εμπόριο και η στροφή σε «έξυπνες γωνίες» του κλάδου της εστίασης, χαμηλού κατά βάση κόστους αρχικής επένδυσης, είναι τα δύο από τα στοιχεία που κληροδοτεί και στη χώρα μας η πανδημία, έναν χρόνο μετά από το πρώτο σκληρό κλείσιμο των καταστημάτων.

Η διάρκεια του παραπάνω φαινομένου είναι δύσκολο να προσδιοριστεί, σίγουρα όμως δεν πρόκειται να είναι προσωρινή, όχι μόνο γιατί η εξάλειψη της πανδημίας αποδεικνύεται δύσκολη υπόθεση αλλά και γιατί η οικονομική ασφυξία που υφίσταται ο συγκεκριμένος κλάδος περιορίζει τις δυνατότητες για γρήγορα και γενναία βήματα το επόμενο διάστημα. Αρκεί να αναφερθεί ότι εκτιμήσεις συλλογικών φορέων του κλάδου βλέπουν τουλάχιστον μία στις τρεις παραδοσιακές επιχειρήσεις από το χώρο της εστίασης να μην επαναλειτουργεί μετά από τα διαδοχικά lockdown, ενώ μία στις δύο παρουσιάζει μηδενικό ταμειακό υπόλοιπο, πράγμα που σημαίνει ότι δύσκολα θα βρει τρόπο για νέες επενδύσεις.

Αυτό σημαίνει ότι το βάρος για τη νέα γενιά καταστημάτων στο χώρο της εστίασης που δύ-

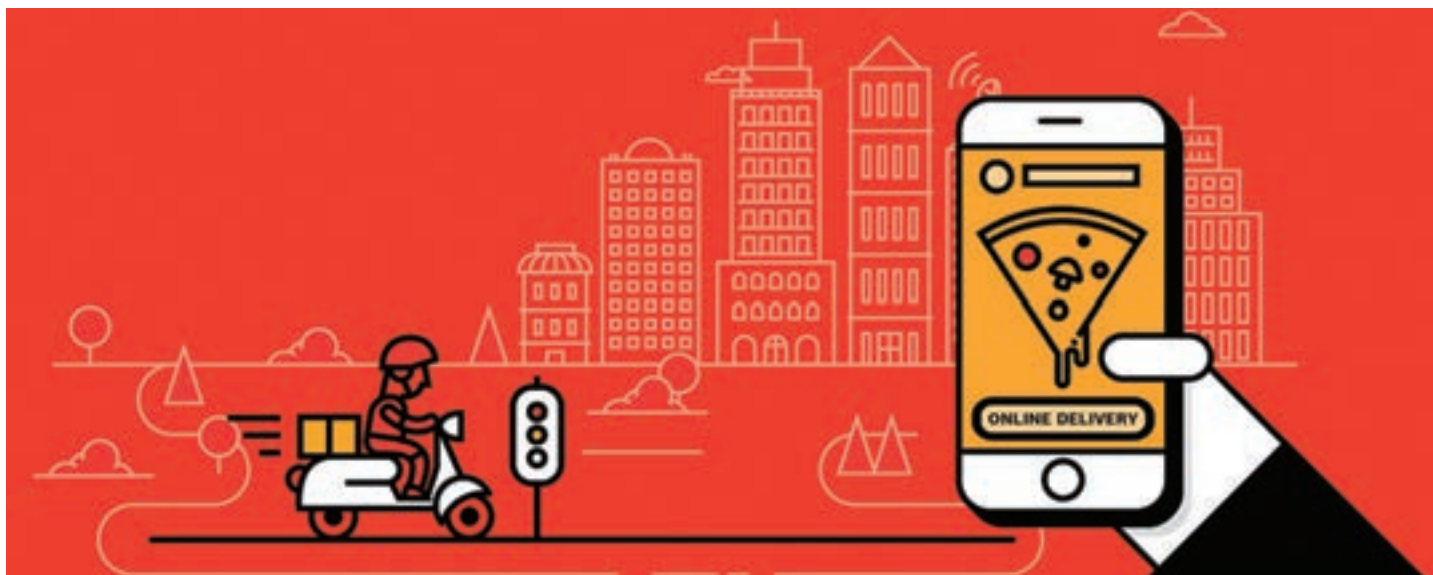
σκολα θα επανέλθει στην προηγούμενη φουσιογνωμία της, είναι πιθανό να πέσει σε μεγάλα σχήματα επενδυτικών συμμετοχών (funds) και ως εκ τούτου να κατευθυνθεί κυρίως σε concept με χαρακτήρα αλυσίδων και σε τακτικές ανάπτυξης μέσω του franchise. Η περίπτωση των ταχυφαγείων «Γρηγόρης», για παράδειγμα, έχει κάνει γνωστό το λανσάρισμα μιας νέας σειράς καταστημάτων με την επωνυμία flexi. Η ανάπτυξη της εν λόγω αλυσίδας θα περιλαμβάνει «μικρές γωνιές» 50 τ.μ. και κόστους επένδυσης της τάξεως των 80.000 ευρώ.

Ένα ακόμη ενδεικτικό παράδειγμα της εποχής έρχεται από την αρτοποιία Βενέτης, που τοποθετεί στην αγορά το Cremeria Veneti, ένα boutique γαλακτοπωλείο-ζαχαροπλαστείο το οποίο σχεδιάστηκε για καταστήματα 80 τ.μ. αλλά και το Veneti Go, ένα οικονομικό concept καταστήματος γρήγορης εξυπηρέτησης με μέ-

σο κόστος επένδυσης 80 - 100 χιλ. ευρώ που αναμένεται να ξεκινήσει με μετατροπές καταστημάτων του υφιστάμενου δικτύου.

Είναι σαφές ότι οι παραπάνω κινήσεις σε συνδυασμό με τη δυναμική ανάπτυξη του delivery (e-food, Wolt, BOX, delivery.gr κ.α.), προωθούν έναν άλλο τρόπο λειτουργίας της εστίασης που θα κρατήσει καιρό, επηρεάζοντας την επιχειρηματικότητα όχι μόνο εντός του κλάδου αλλά και ευρύτερα στην παραγωγή και διάθεση των τροφίμων.

Ήδη κάποιοι κάνουν λόγο για αμφίδρομη σχέση στην οποία ο ρόλος του delivery μπορεί να αποδειχθεί καταλυτικός, αφού, ταυτόχρονα με τη διανομή των προϊόντων διατροφής μπορεί να αναλάβει και ρόλο στις προμήθειες πρώτων υλών, γεφυρώνοντας κατά κάποιο τρόπο τη σχέση αυτών των αλυσίδων με τους παραγωγούς. **Γιάννης Πανάγος**



ΓΛΥΚΙΑ, ΦΥΣΙΚΗ & ΞΕΚΑΘΑΡΑ VEGETARIAN

Όποιος και αν είναι ο τύπος σου,
υπάρχει μια Σαλάτα-Γεύμα Φρεσκούλης
για εσένα.



www.freskoulis.gr

 @freskoulis 

Είναι τόσο εύκολο
να τρώμε σωστά.

ΓΑΛΑΚΤΟΠΩ

ΣΤΗ ΓΕΙΤΟΝΙΑ βράζει ξανά το καζάνι με το γάλα

Είτε πρόκειται για πισωγύρισμα, είτε για μια εγγενή ανάγκη του ανθρώπου της πόλης που μπήκε στον πάγο για μερικές δεκαετίες, η επιχειρηματικότητα των πυκνοκατοικημένων γειτονιών έχει αναδείξει ξανά τη ζεστασιά του μικρού γαλακτοπωλείου του τετραγώνου.

ΚΕΙΜΕΝΟ: ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ



2ΛΕΙΟ

and food culture



Υπήρχε ένα σημείο στην παλιά Αθήνα, όπου οι ξενύχτηδες συ-
ναντούσαν την πρωινή βάρ-
δια των εργοστασίων και βιο-
τεχνιών επί της Πειραιώς και

αυτό ήταν τα γαλακτοπωλεία της Ομόνοιας που αδιάλειπτα προμήθευαν τους περαστικούς με γιαούρτι, κρέμες, ρυζόγαλο, συνταγές που οι ιδιοκτήτες έπαιρναν μαζί τους κατά την εγκατάσταση στη πόλη.

Στις γύρω περιοχές, από την Κυψέλη ως την Κηφισιά ξεπρόβαλαν γαλακτοπωλεία-ζαχαροπλαστεία που σέρβιραν τη νέα τάση στο τρόφιμο το 1960, το παγωτό.

Πριν το γύρισμα του αιώνα τα περισσότερα είχαν πια χαθεί στις ασπρόμαυρες φωτογραφίες της παλιάς εποχής. Οι περισσότεροι αναλυτές του επιχειρείν επικαλούνταν το μοντέλο του one stop shop, δηλαδή σε μερικά τετραγωνικά να μπορεί ο πελάτης να προμηθευτεί όλα όσα χρειάζεται να καταναλώσει.

Η κουλτούρα του φαγητού

«Αυτό το ψυχρό και μαζικό του σούπερ μάρκετ, πώς θα μπορούσε να ανταγωνιστεί μακροπρόθεσμα αυτό το πιο ανθρώπινο του γαλακτοπωλείου της γειτονιάς;» διερωτάται ο Θανάσης Γκαλιμάνης, που λειτουργεί δύο γαλακτοπωλεία στα νότια προάστια της Αθήνας και ετοιμάζεται τώρα να ανοίξει και τρίτο. Σύμφωνα με τον ίδιο, η τάση αυτή, του γαλακτοπωλείου της γειτονιάς ήρθε για να μείνει. Σε αυτά βρίσκουν διέξοδο και μια σειρά γαλακτοκομικά προϊόντα μικρών παραγωγών, που δίνουν και ένα χαρακτήρα *delicatessen* στα εγχειρήματα. Πέρα από την

Όλα αυτά συνθέτουν μια κουλτούρα γύρω από το γάλα και το τρόφιμο, λέει ο Θανάσης Γκαλιμάνης (αριστερά).



υπόσχεση αυθεντικότητας των γεύσεων και των συνταγών αλλά και της ποιοτικής ανωτερότητας των πρώτων υλών που επικαλούνται τα καταστήματα αυτά, είναι η ευκαιρία κοινωνικοποίησης εντός του καταστήματος αυτή που «δένει» το γλυκό της επιτυχίας.

Η κουλτούρα του φαγητού

Όπως εξηγεί ο κ. Γκαλιμάνης, όλα αυτά συνθέτουν μια κουλτούρα γύρω από το γάλα και το τρόφιμο. «Τρέφομαι καλύτερα για να ζήσω καλύτερα. Αυτή είναι η φιλοσοφία της

σταθερής πελατείας μας» λέει. Άλλωστε και οι τιμές των προϊόντων δεν διαφέρουν τόσο από αυτές που θα βρει κανείς στα σούπερ μάρκετ. «Το 95% των προϊόντων μας δεν υπάρχει στο σούπερ μάρκετ. Το υπόλοιπο 5%, εμείς το αγοράζουμε πιο ακριβά από τον

παραγωγό και έχουμε μικρότερο περιθώριο κέρδους απ' ό,τι τα σούπερ μάρκετ που βγάζει κέρδος στις πλάτες τους. Ο μόνος τρόπος επιβίωσης για εμάς είναι η ποιότητα, οι καλές τιμές και το καλό πρόσωπο προς τον πελάτη» καταλήγει.

«ΤΡΕΦΟΜΑΙ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΓΙΑ ΝΑ ΖΗΣΩ ΚΑΛΥΤΕΡΑ. ΑΥΤΗ ΕΙΝΑΙ Η ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΗΣ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ ΜΑΣ»





Ομάδα Παραγωγών 3αλφα: Από κάθε άκρη της Ελλάδας σε όλο τον κόσμο!

Η Ομάδα Παραγωγών 3αλφα δημιουργήθηκε το 2009 όταν η εταιρεία ένωσε τις δυνάμεις καλλιεργητών από 10 περιοχές της Ελλάδας με στόχο την εγχώρια παραγωγή ποιοτικών ρυζιών και οσπρίων.

Χρόνο με τον χρόνο, τα μέλη της συνεχώς αυξάνονται φτάνοντας σήμερα τα 330 και τα προϊόντα της ταξιδεύουν σε πάνω από 25 χώρες σε όλο τον κόσμο.

Σημαντικό ρόλο στην επιτυχία της Ομάδας Παραγωγών 3αλφα, αποτελεί η εφαρμογή πιστοποιημένων διαδικασιών με το σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στην γεωργική παραγωγή ρυζιών και οσπρίων (AGRO 2-1, AGRO 2-2) που βασίζεται σε ορθές γεωργικές πρακτικές για :

- Σεβασμό στο περιβάλλον
- Προστασία του παραγωγού — καλλιεργητή
- Υγιεινό και ασφαλές τελικό προϊόν στον καταναλωτή

Στην μεγάλη ελληνική οικογένεια της 3αλφα τα προϊόντα του Έλληνα παραγωγού έχουν την θέση που τους αξίζει!



3αλφα | ΑΦΟΙ Κ. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ ΑΕΒΕ, | 3alfa@3alfa.gr
Σαλαμινίας 16 | ΤΚ 11855 Αθήνα | τηλ: 2103405600 | Fax: 2103451581
www.3alfa.gr [f 3alfagr](https://www.facebook.com/3alfagr) [i 3alfa_gr](https://www.instagram.com/3alfa_gr)



Εν αρχή ην το σουσάμι

Ουσιαστικά το ταχίνι είναι ο ελαιώδης πολτός που προέρχεται από την άλεση του σουσαμιού. Για την παρασκευή του, ανάλογα με την τοπική παράδοση, αξιοποιείται το σουσάμι νωπό ή καβουρδισμένο, φυσικό ή αποφλοιωμένο. Το ταχίνι από το φυσικό αναποφλοιωτό σουσάμι είναι πιο σκούρο και πιο πλούσιο σε φυτικές ίνες. Το ταχίνι από αποφλοιωμένο σπόρο, απαιτεί το μούλιασμα σε αλατισμένο νερό μέχρι να διαχωριστεί ο φλοιός από τον πυρήνα. Στη συνέχεια ο αποφλοιωμένος πλέον σπόρος είτε καβουρδίζεται πρώτα είτε αλέθεται. Είναι φυσικό προϊόν, χωρίς προσθήκη βοηθητικών υλών και αποτελεί μια ολοκληρωμένη τροφή. Σημειώνεται ότι ήδη από τις απαρχές του πολιτισμού σε σφηνοειδή γραφή είναι γραμμένη σε αγγεία η ικανοποίηση των θεών από τις προσφορές κρασιού από σουσάμι που έκαναν οι άνθρωποι.



Όλοι μιλάνε σήμερα για το ταχίνι

Το αμερικανικό σνακ «peanut butter and jelly» γνωστό στους πάντες από τα προϊόντα pop κουλτούρας που εξάγουν μαζικά τα στούντιο του Hollywood, έχει εδώ και αιώνες μια ελληνική αντιστοιχία: το ταχίνι με το μέλι.

ΚΕΙΜΕΝΟ: ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ

Ηδη από την αρχαιότητα η πρόσμειξη σουσαμιού με μέλι ήταν το αγαπημένο γλύκισμα Ελλήνων, Ρωμαίων και Βυζαντινών στη συνέχεια. Πλέον η ανάδειξη σε παγκόσμιο super food του ταχινιού, που δεν είναι τίποτε άλλο από σπόρους σουσαμιού αλεσμένους σε πάστα, έρχεται να εδραιώσει στην αγορά και στα σπίτια των καταναλωτών μια κατηγορία προϊόντων ξέχωρη από τα υπόλοιπα αλείμματα. Αυτό μεταφορικά μιλώντας, αφού σε τεχνικό επίπεδο παραμένει στην κατηγορία των αλειμμάτων και μάλιστα μόλις το 2020 κατάφερε να πλησιάσει σημαντικά σε πωλήσεις τα πλέον δημοφιλή που είναι το μέλι και τα spread πραλίνας. Το άλμα αυτό του ταχινιού στην εγχώρια και διεθνή αγορά δεν μπορεί να είναι τυχαίο.

Σύμφωνα με τον αμερικανικό οργανισμό τροφίμων μια κουταλιά ή 15 γρ. ταχίνι περιέχουν 89 θερμίδες, 2,6 γρ. πρωτεΐνη και 1,4 γρ. φυτικές ίνες και έπειτα από δεκαετίες υπομονετικής παρουσίας στα ράφια, κατάφερε πλέον να μπει στην καθημερινή διατροφή όχι μόνο των μεγαλύτερων ηλικιών αλλά και της νεότερης γενιάς που επιλέγει έναν πιο υγιεινό τρόπο διατροφής. Το ταχίνι παρουσιάζει μια περισσότερο εδραιωμένη θέση στην ελληνική αγορά σε σχέση με το φιστικοβούτυρο και τα υπόλοιπα βούτυρα που παρασκευάζονται από ξηρούς καρπούς γεγονός που αποτυπώνεται και στα στοιχεία της αγοράς που καταμετρά η IRI. Συγκεκριμένα, οι πωλήσεις ταχινιού στη χώρα μας στο οργανωμένο λιανεμπόριο ανήλθαν σε κάτι παραπάνω από 19 εκατ. ευρώ το 2020 έναντι 16,7 εκατ. ευρώ το 2019. Πρόκειται για άνοδο 14% από έτος σε έτος, ενώ και σε επίπεδο όγκου, οι πωλήσεις το 2020 άγγιξαν τα 2,035 εκατ. κιλά έναντι των 1,725 εκατ. κιλών το 2019, καταγράφοντας αύξηση 17%.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, έρευνα της Grand View Research εκτιμά ότι η αξία της αγοράς ταχινιού θα ανέλθει στα 1,77 δισ. δολάρια. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή ο μέσος ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς θα κυμανθεί περίξ του 5,2%.




ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΤΩΝ ΑΛΕΙΜΜΑΤΩΝ ΣΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ

	2019	2020	Μεταβολή
■ ΜΕΛΙ	28.209.190	32.547.369	+15,4%
■ SPREADS ΠΡΑΛΙΝΑΣ	22.026.726	25.187.074	+14,3%
■ TAXINI	16.728.362	19.071.819	+14%
■ ΜΑΡΜΕΛΑΔΕΣ	14.160.131	5.830.533	+11,8%
■ ΑΛΛΑ BUTTER SPREADS	4.064.970	5.331.142	+31,1%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΕΙΜΜΑΤΩΝ	85.189.380	97.967.936	+15%

*Πωλήσεις σε αξία €

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΛΕΙΜΜΑΤΩΝ ΣΕ ΟΓΚΟ (ΚΙΛΑ)

	2019	2020	Μεταβολή
■ ΒΟΥΤΥΡΟ ΑΜΥΓΔΑΛΟΥ	151	6.284	+1.331%
■ ΒΟΥΤΥΡΟ ΦΟΥΝΤΟΥΚΙΟΥ	68	4.919	+9.695%
■ ΒΟΥΤΥΡΟ ΚΑΣΙΟΥΣ	44	643	+1.451%
■ ΒΟΥΤΥΡΟ MIX ΞΗΡΩΝ	0	4.051	Νέα κατηγορία
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΕΙΜΜΑΤΩΝ	263	15.898	+2.732%

ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΤΟ TAXINI ΤΑ ΒΟΥΤΥΡΑ ΑΛΛΩΝ ΞΗΡΩΝ ΚΑΡΠΩΝ ΠΟΥ ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ ΜΕΡΙΔΙΑ

Μάλιστα, η περιοχή της Β. Αμερικής προβλέπεται να σημειώσει τη δυναμικότερη ανάπτυξη η οποία κατά μέσο όρο θα διαμορφωθεί στο +6,8% κατά το διάστημα μέσα στην επόμενη τετραετία με οδηγό την αυξημένη ζήτηση για παραδοσιακά τρόφιμα. Σε ό,τι αφορά την αμερικανική αγορά, την ταχύτερη ανάπτυξη αναμένεται να εμφανίσει η κατηγορία των σαλτσών και αρτυμάτων με βάση το ταχίνι, καταγράφοντας μέση άνοδο 5,6%, την ίδια στιγμή που η κατηγορία των αλειμμάτων ταχινιού προβλέπεται ότι θα αντιπροσωπεύει περίπου σε αξία τα 985 εκατ. δολάρια στο σύνολο του τζίρου του συγκεκριμένου κλάδου. Επιστρέφοντας στην ελληνική αγορά, μαζί με την ανάπτυξη των πωλήσεων ταχινιού, φαίνεται ότι και το φιστικοβούτυρο κατάφερε να κερδίσει τους καταναλωτές, όσο οι διεθνείς τάσεις γύρω από το τρόφιμο υιοθετούνται με μεγαλύτερη από ποτέ ταχύτητα. Η απήχηση στο ταχίνι και το φιστικοβούτυρο έχει ανοίξει το δρόμο για τη διεύρυνση της κατηγορίας των αλειμμάτων και την προσθήκη νέων κωδικών τα οποία παρασκευάζονται από άλλους ξηρούς καρπούς. Το βούτυρο από αμύγδαλο, κάσιους ή φουντούκι έχουν αρχίσει να κάνουν την εμφάνισή τους στο λιανεμπόριο εδώ και περίπου τρία χρόνια, διεκδικώντας τη δική τους θέση στο ράφι των σούπερ μάρκετ.



VEGAN DONUTS ΦΟΥΡΝΟΥ ΜΕ ΤΑΧΙΝΙ

Super υγιεινά ντόνατς με ταχίνι, ψημένα σε φούρνο αντί για τηγανισμένα. Ιδανικά στην γλυκύτητα, ελαφριά και με τραγανούς σπόρους σησαμιού.

ΥΛΙΚΑ

- 290g Αλεύρι για όλες τις Χρήσεις
- 150g Καστανή Ζάχαρη
- ¼ κουταλάκι γλυκού Αλάτι
- 1 Βανίλια
- 2 κουταλάκια γλυκού Baking Powder
- 50g Ταχίνι - Σπασαμοβούτυρο Crunchy + extra επιπλέον ποσότητα για την ● επικάλυψη
- 180ml Γάλα Σόγιας (ή Γάλα Αμυγδάλου)
- 10ml Coconut Oil (λιωμένο)
- 15g Μπλόξυδο
- 7g Baking Soda

TIPS:

Η συνταγή δίνει 720g μίγματος το οποίο τελικά είναι για περίπου 7 ψημένα donuts των 55g. Το μπλόξυδο με την baking soda, αντικαθιστούν το αυγό στην συνταγή.

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

Προθερμάνετε το φούρνο στους 180°C.

Αδειάστε το αλεύρι σε ένα μπολ και προσθέστε τη ζάχαρη, το baking powder, το αλάτι και τη βανίλια. Αναμειξτε μαζί. Προσθέστε το ταχίνι, το γάλα σόγιας και το λιωμένο λάδι καρύδας και ανακατέψτε, αφαιρώντας τυχόν μεγάλους σβώλους.

Σε ένα άλλο ποτήρι τοποθετήστε το μπλόξυδο και τη μαγειρική σόδα.

Αυτά θα αντιδράσουν και θα διογκωθούν. Μόλις φουσκωθούν, ρίξτε τα στο μείγμα. Ανακατέψτε όλα μαζί τα υλικά για περίπου 5 λεπτά.

Ψεκάστε ένα ταψί με ένα αντι-κολλητικό σπρέι. Ψήνετε στο φούρνο για περίπου 15 λεπτά ή μέχρι να βγαίνει καθαρή μια οδοντογλυφίδα με την οποία θα τρυπήσετε τα donuts.

Θα πρέπει να είναι ελαφρώς καφέ στην κορυφή. Αφαιρέστε από το φούρνο τα donuts και αφήστε τα να κρυώσουν.

Πρέπει να έχουν κρυώσει εντελώς πριν κάνετε την επικάλυψη. Με ένα κουτάλι περιχύστε τα donuts με το ταχίνι - σπασαμοβούτυρο crunchy. Όταν όλα τα ντόνατς είναι έτοιμα, μετακινήστε το δίσκο μέσα στο ψυγείο για λίγο ώστε να κρυώσει η επικάλυψη και σερβίρετε.





ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ Ο ΑΡΧΑΙΟΣ ΚΑΠΛΟΥΤΖΑΣ

Σιτάρι Καπλουτζάς (γένος *Triticum monococcum* L.)



Ο Γιώργος Δούμος
είναι αγρότης με
αποστολή. Στόχος
του, πέρα από
τη διαχείριση
μιας βιώσιμης
εκμετάλλευσης,
είναι η διατήρηση
και διάδοση του
πλούτου των αρχαίων
ποικιλιών.

ΚΕΙΜΕΝΟ: ΣΟΦΙΑ ΣΠΥΡΟΥ

Εχοντας επιλέξει προσεκτικά τις πιο δυνατές ποικιλίες δημητριακών, σπυροφόρων και κηπευτικών, που είναι απόλυτα προσαρμοσμένες στην περιοχή του, την Ξιφιανή Αριδαία, ο Γιώργος Δούμος μεταποιεί την παραγωγή του για τη δημιουργία τροφίμων υψηλής διατροφικής αλλά και τελικής αξίας. Ο δραστήριος γεωργός, που είναι και ενεργό μέλος της κοινότητας ΠΕΛΙΤΙ, αποδεικνύει έτσι στην πράξη ότι η διατήρηση του γενετικού πλούτου δεν είναι υπόθεση λίγων οικολόγων αλλά μπορεί να δημιουργήσει νέες αγορές με αξιόλογα οικονομικά αποτελέσματα.

Αρχαίο σιτηρό με σκληρές αντοχές

Σε 300 στρέμματα καλλιεργεί την ποικιλία μονόκοκκου σκληρού σιταριού που ονομάζεται καπλουτζάς (*Triticum monocoecum* L.) ένα από τα πρώτα σιτηρά που καλλιεργήθηκαν από την αρχαιότητα για τη διατροφή του ανθρώπου και χρονολογείται στη χώρα μας από το 6000 π.Χ. Στην υπόλοιπη έκταση καλλιεργεί 5 στρέμματα μαλακού σιταριού ποικιλίας Σκληροπέτρα και 5 στρέμματα Μαυραγάνι καθώς και Σικάλη. Επίσης καλλιεργεί μια ντόπια ποικιλία αμπέλου που είναι γνωστή ως Αμάσι. Όλες οι καλλιέργειες σπέρνονται με δικό του σπόρο που παράγει από το 1998 όταν ξεκίνησε τη δραστηριότητά του.

«Ήθελα μια ποικιλία που να βελτιώσει την ποιότητα του εδάφους και γι' αυτό διάλεξα τον καπλουτζά, επειδή κάνει βαθιά ρίζα και δίνει πολύ άχυρο ενώ δεν χρειάζεται ζιζανιοκτόνα ή λιπάσματα που αφήνουν υπολείμματα στο έδαφος», θα πει ο κ. Δούμος και συμπληρώνει «ο καπλουτζάς είναι το πιο δυνατό σιτηρό που έχω γνωρίσει, αποδίδει με ξηρασία αλλά και με πολύ νερό. Μια χρονιά μπήκαν τα πρόβατα και το έφαγαν και το σιτάρι αυτό ξανάδωσε ενώ ακόμα και σε αδύναμο χωράφι δίνει παραγωγή. Παράλληλα είδα και τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά, είναι πλούσιο σε βιταμίνες ιχνοστοιχεία και πρωτεΐνες και χαμηλής περιεκτικότητας σε γλουτένη».

«Ντυμένα» σιτάρια για τη διατροφή

Τα «ντυμένα» σιτάρια, δηλαδή αυτά που ο σπόρος δεν αποχωρίζεται από τα λέπυρα στη συγκομιδή, όπως είναι το μονόκοκκο αλλά και το δίκκοκο σιτάρι και η σπέλτα έχουν εκτοπιστεί από την καλλιέργεια λόγω χαμηλών αποδόσεων. Όμως η ραγδαία μείωση των ντόπιων ποικιλιών φυτών της γεωργίας στη χώ-



Ο ΓΙΩΡΓΟΣ ΔΟΥΜΟΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙ ΕΠΙΣΗΣ ΜΑΛΑΚΟ ΣΙΤΑΡΙ ΣΚΛΗΡΟΠΕΤΡΑ, ΜΑΥΡΑΓΑΝΙ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΣΙΚΑΛΗ



ρα μας αλλά και παγκοσμίως είναι γενικό φαινόμενο καθώς μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο αναπτύχθηκαν πολύ παραγωγικά υβρίδια. Με αποτέλεσμα οι παραδοσιακές και λιγότερο ανταγωνιστικές ποικιλίες να εξαφανιστούν από τον αγρό συρρικνώνοντας τη γενετική βάση της γεωργίας. Ωστόσο το μονόκοκκο αλλά και άλλα «ντυμένα» σιτάρια έχει αποδειχθεί ότι διαθέτουν υψηλή διατροφική αξία. Συγκεκριμένα ο καπλουτζάς διαθέτει πολύ υψηλότερο ποσοστό πρωτεΐνης από τα καλλιεργούμενα σκληρά και μαλακά σιτάρια με τα ποσοστά να προσεγγίζουν το 22%, ενώ περιέχει μεγαλύτε-

ρα ποσοστά ψευδάργυρου (Zn) που αποτελεί πολύ σημαντικό θρεπτικό ιχνοστοιχείο για τη διατροφή του ανθρώπου. Με βάση τον καπλουτζά ο κ. Δούμος παράγει 15 τόνους αλεύρι, νιφάδες και πίτουρο. Παράγει επίσης πληγούρι αλλά και ψωμί που διαθέτει μέσα από καταστήματα βιολογικών προϊόντων.

Όπως επισημαίνει ο κ. Δούμος προκειμένου να καταλήξει στις ποικιλίες που καλλιεργεί σημαντικός ήταν ο πειραματισμός για να εντοπίσει αυτές οι οποίες παρουσιάζουν προσαρμοστικότητα και αποδόσεις στις συνθήκες της περιοχής. Ο ίδιος προμηθεύτηκε το σπόρο του καπλουτζά από το ΜΚΟ Πελίτι. Με τη σειρά του το ΠΕΛΙΤΙ προμηθεύτηκε τον σπόρο από την Ελληνική Τράπεζα Γενετικού Υλικού του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ που αποτελεί το μεγαλύτερο αποθετήριο σπόρων των ελληνικών παραδοσιακών φυτών της γεωργίας. Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι η Ελληνική Τράπεζα Γενετικού Υλικού διαθέτει μια από τις πλουσιότερες συλλογές σε άγριο σιτάρι παγκοσμίως.

Χάνεις σε απόδοση, κερδίζεις σε τιμή

Για τον κ. Δούμο η καλλιέργεια του καπλουτζά δεν προκύπτει από μια απλή διάθεση αποκατάστασης της χαμένης οικολογικής ισορροπίας και επιστροφής στη γεωργία του παρελθόντος. Είναι ένα επιχειρηματικό εγχείρημα που έχει σχεδιαστεί προσεκτικά για να οδηγήσει στο κέρδος και να διασφαλίζει τη βιωσιμότητα της εκμετάλλευσής. «Ο καπλουτζάς είναι λιγότερο παραγωγικός και αποδίδει περίπου 120 κιλά το στρέμμα ενώ τα καλλιεργούμενα σιτηρά μπορεί να φτάσουν και 300 κιλά το στρέμμα. Όμως αυτό που χάνω σε απόδοση το κερδίζω στην τιμή. Έτσι το αλεύρι από το μονόκοκκο πωλείται προς 3,5 ευρώ το κιλό ενώ το συμβατικό πωλείται από 50 σεντς έως 2 ευρώ το κιλό. Επιπλέον το σιτάρι αυτό δεν είναι ευαίσθητο σε ασθένειες, δεν αφήνει να αναπτυχθούν ζιζάνια και δεν χρησιμοποιώ λιπάσματα. Παράλληλα η ζήτηση που έχει φτάνει για να απορροφά την παραγωγή μου, κάτι που κάνει την εκμετάλλευσή μου βιώσιμη». Η οικονομική ανταμοιβή των κόπων του δεν είναι η μόνη πηγή ικανοποίησης για τον κ. Δούμο. «Βέβαια είναι σημαντικό ότι ο καπλουτζάς είναι παλιό σιτάρι, το αγάπησα και το δούλεψα, είναι κάτι πολύ σημαντικό να αποτελείς μέρος και να συμβάλεις στη διατήρηση μιας κληρονομιάς, και εκτός αυτού ξέρω ότι είναι το μοναδικό σιτάρι που μπορεί να επιβιώσει απέναντι σε οποιοδήποτε δυσκολίες».



ΜΙΚΡΟΙ ΘΗΣΑΥΡΟΙ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ



ΑΠΟ ΣΗΜΕΡΑ ΑΝΑΚΑΛΥΠΤΕΙΣ ΤΟΥΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΥΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥΣ ΘΗΣΑΥΡΟΥΣ

Μικροί θησαυροί της Ευρώπης. Το τριετές πρόγραμμα της ΝΕΑΣ ΠΑΣΕΓΕΣ με στόχο την προώθηση των ελληνικών συνεταιριστικών Προϊόντων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) στην Ελλάδα. Με προαγωγή δράσεων επικοινωνίας για την ενημέρωση του ελληνικού κοινού και για την εκπαίδευση των Ελλήνων καταναλωτών ως «Πρεσβευτές» των προϊόντων της χώρας μας.

Το επιχειρησιακό πρόγραμμα δημιουργήθηκε για να προάγει την αξία των Ευρωπαϊκών σημάτων ΠΟΠ και ΠΓΕ στο «κοινό-στόχο» διαμορφώνοντας σωστά την αποψή του. Ταυτόχρονα θα αναδειχθεί η αξία των ελληνικών συνεταιρισμών. Η ενδυνάμωση της αντίληψης του ελληνικού κοινού για τους συνεταιρισμούς που με αυξημένη ευθύνη οργανώνουν, στηρίζουν και κατευθύνουν τους Έλληνες παραγωγούς να παράγουν και να διαθέτουν στην αγορά προϊόντα υψηλής ποιότητας.

Αναδύκνεται η ποιότητα και η αξία των ελληνικών συνεταιριστικών προϊόντων ενδυναμώνοντας την εμπιστοσύνη των ελλήνων καταναλωτών στα ελληνικά πιστοποιημένα προϊόντα.

ΑΝΑΚΑΛΥΨΤΕ ΤΙΣ ΑΥΘΕΝΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΟΠ ΚΑΙ ΠΓΕ ΓΕΥΣΕΙΣ ΚΑΘΕ ΤΟΠΟΥ

mikroithisavroi.gr



ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΗ
ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕ ΕΝΙΣΧΥΣΗ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE
RESPECT FOR THE ENVIRONMENT



Εξαίρεση των παραδοσιακών προϊόντων από το Nutri-Score

Θα απαιτήσουν η Ελλάδα μαζί με την Ιταλία και την Τσεχία προβάλλοντας ενστάσεις



Μεγάλο κύκλο συζητήσεων έχει ανοίξει η πρόταση της Κομισιόν για την υποχρεωτική θέσπιση του περίφημου Nutri-Score, ενός εναρμονισμένου συστήματος επισήμανσης των τροφίμων, ανάλογα με το διατροφικό τους προφίλ (λιπαρά, σάκχαρα, πρωτεΐνες, αλάτι και φυτικές ίνες) και όχι τα συνολικά ποιοτικά τους χαρακτηριστικά, κατατάσσοντας τα σε υγιεινά και σε λιγότερο

υγιεινά. Το γεγονός ότι το συγκεκριμένο σύστημα δεν λαμβάνει όλες τις παραμέτρους δημιουργεί διάφορες οξύμωρες κατατάξεις και έχει ως αποτέλεσμα τρόφιμα-ναυαρχίδες της Ελλάδας, όπως το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο να αντιμετωπίζονται όπως το επεξεργασμένο κραμβέλαιο και φοινικέλαιο. Σύμφωνα με την τοποθέτηση του Κώστα Μπαρμπέρη, προϊσταμένου διεύθυνσης του

ΕΦΕΤ, στο webcast, το οποίο διοργανώθηκε με τη συμμετοχή αρκετών φορέων και διεπαγγελματικών οργανώσεων, «η Ελλάδα θα απαιτήσει την εξαίρεση των ΠΟΠ και ΠΓΕ προϊόντων από την εν λόγω αξιολόγηση και κατά επέκταση των μονοσυστατικών προϊόντων», σημειώνοντας ότι Ελλάδα, Ιταλία και Τσεχία έχουν δημιουργήσει έναν σκληρό πυρήνα προβάλλοντας τις ενστάσεις τους.



ΑΠΟ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΤΟ 1/3 ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η ΚΕΝΤΡΙΚΗ Μακεδονία, από όπου προέρχεται το ένα τρίτο των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων κι όπου παράγεται περίπου το 80% του ελληνικού αγελαδινού γάλακτος, κατέγραψε αύξηση διεθνών πωλήσεων κατά 7,6%, σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης «Χαρτογράφηση της εξαγωγικής δραστηριότητας της Ελλάδας ανά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα», για το διάστημα 2015-2019, που διενήργησε το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών & Σπουδών (ΙΕΕΣ) του Συνδέσμου Εξαγωγέων (ΣΕΒΕ). Στο μεταξύ, για τέταρτο συνεχόμενο έτος αυξήθηκαν οι εξαγωγές της Περιφέρειας Ηπείρου, με «ναυαρχίδα» τα τρόφιμα και ιδίως τα γαλακτοκομικά. Οι εξαγωγές της Περιφέρειας αυξήθηκαν κατά 5,9% και διαμορφώθηκαν σε 324,9 εκατ. το 2019, ενώ συνδυαστικά με τη μείωση των εισαγωγών κατά 8,7%, το εμπορικό πλεόνασμά της εκτινάχθηκε κατά 344%.

ΟΣΟΙ ΝΟΣΗΣΑΝ ΑΠΟ COVID ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

ΒΑΣΕΙ ΕΡΕΥΝΑΣ που διεξήγαγε η NielsenIQ τον Δεκέμβριο στις ΗΠΑ, για να χαρτογραφήσει την αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς των ασθενών ή πρώην ασθενών του Covid-19, το 1/3 όσων νόσησαν μετακινούνται προς τρόφιμα που βελτιώνουν την υγεία και απομακρύνεται από γλυκά και καυτερά εδέσματα. Σύμφωνα με την έρευνα αυτό οφείλεται στην απώλεια της αίσθησης της γεύσης και της όσφρησης που συγκαταλέγεται στα πιο συχνά συμπτώματα, με αποτέλεσμα οι καταναλωτές που έχουν διαγνωστεί με κορονοϊό να τροποποιούν ακόμη και τις αγαπημένες τους διατροφικές τους συνήθειες καθώς αυτές προσαρμόζονται στις αλλοιωμένες αισθήσεις τους.

Σταμάτησαν ή περιορίσαν την κατανάλωση



ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΙΣ «ΠΥΛΕΣ» ΤΗΣ ΑΠΟ 11-14 ΜΑΙΟΥ

Η ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ έκθεση ελληνικών τροφίμων και ποτών FMS – FOOD MARKET SHOW Edition 2, που διοργανώνεται από την Great Exhibitions, ανοίγει τις πύλες της για δεύτερη φορά, στις 11 έως 14 Μαΐου 2021 στην πλατφόρμα www.foodmarketshow.com. Η Great Exhibitions αντιλαμβάνομενη τις συνθήκες που επικρατούν και τη συνεχιζόμενη απουσία από τις φυσικές εκθέσεις, δημιούργησε ένα εργαλείο εξωστρέφειας για τις ελληνικές επιχειρήσεις, την πλατφόρμα www.foodmarketshow.com, που λειτουργεί σε ετήσια βάση, φέρνοντας σε απευθείας επαφή τους Έλληνες παραγωγούς με Έλληνες και διεθνείς αγοραστές. Ας σημειωθεί ότι υπάρχει η δυνατότητα για τους συμμετέχοντες να δημιουργήσουν τις δικές τους εκδηλώσεις και να οργανώσουν ενημερωτικές ημερίδες για τους πελάτες και ενδιαφερόμενους αγοραστές.



ΜΕ ΕΚΧΥΛΙΣΜΑ ΚΑΝΝΑΒΗΣ

ΚΑΘΩΣ ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ποτών και αναψυκτικών ανά τον πλανήτη στρέφονται με ταχύτητα στην κάνναβη, τα Λεωφορεία της Αθήνας γέμισαν προ ολίγων μηνών με την εικόνα του You Cann και του «δημοφιλούς» φυτού. Όλα αυτά γιατί η πρώτη μεγάλη ελληνική εταιρεία του είδους, η ΕΨΑ, λάνσαρε το δικό της αναψυκτικό κάνναβης στην Ελλάδα. Το νέο προϊόν της θεσσαλικής ΕΨΑ προβάλλεται ως ένα ισορροπημένο ανθρακούχο ποτό με εκχύλισμα βιομηχανικής κάνναβης (hemp) και εκχύλισμα φύλλων στέβια. Το You Cann, φυσικά, δεν περιέχει την ψυχοτρόπο ουσία THC.

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ ΤΗΣ ΒΡΕΤΑΝΙΑΣ

ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ street food κατάστημα «The Athenian» έλαβε τον τίτλο του καλύτερου εστιατορίου του 2020 στη Μ. Βρετανία στο πλαίσιο της απονομής των Deliveroo Restaurant Awards. Το «The Athenian» ιδρύθηκε από δύο κατοίκους του Λονδίνου που γεννήθηκαν και μεγάλωσαν στην Αθήνα και την Κύπρο κι ενώ ξεκίνησε ως μια μικρή επιχείρηση φαγητού σύντομα αναδείχθηκε σε δημοφιλές brand.



LA MAISON IFANTIS ΣΤΟ ΠΑΡΙΣΙ

Παράθυρο προς στη Μεσόγειο άνοιξε προ ολίγων μηνών η Υφαντής με ένα κατάστημα στην καρδιά του Παρισιού στο οποίο εκτός των premium κωδικών του χαρτοφυλακίου της εταιρείας, διατίθεται μια σειρά από ελληνικά μαγειρευτά όπως ο μουσακάς και γιουβέτσι, έτοιμες σαλάτες και τζατζίκι, παραδοσιακά αποστάγματα μέχρι και χαλβάς με φιστίκι Αιγίνης, τα οποία έχουν ήδη αποκτήσει φανατικό κοινό.



ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΑΥΤΟΧΘΟΝΩΝ ΦΥΛΩΝ

ΜΙΑ ΓΚΟΥΡΜΕ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ

Ζητούν οι εκπρόσωποι της ΕΔΟΚ εν όψει της νέας προγραμματικής περιόδου της ΚΑΠ

ΣΤΟΧΟΣ ΤΩΝ ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΕΩΝ που συζητήθηκαν σε συνάντηση που είχαν εκπρόσωποι της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Κρέατος με τον υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης Σπήλιο Λιβανό, είναι το να ενισχυθεί η κρεατοπαραγωγή από ελληνικές σπάνιες φυλές. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Λευτέρη Γίτσα, προέδρου της ΕΔΟΚ, ένας προϋπολογισμός περί τα 25 εκατ. ευρώ από πόρους της νέας ΚΑΠ, θα ήταν σε πρώτη φάση αρκετός για να επιδοτηθεί η αγορά ζωικού κεφαλαίου, εστιασμένου στον ελληνικό μαύρο χοίρο, στη βραχυκερατική αγελάδα και σε αυτόχθονα αιγοπρόβατα αποκλειστικά κρεατοπαραγωγών φυλών όπως η φυλή Πελαγονίας-Φλώρινας. Ανθεκτικές ελληνικές φυλές ζώων που εξασφαλίζουν και την προστιθέμενη αξία μιας «γκουρμέ κτηνοτροφίας». Σημειώνεται επ' αυτού ότι στα νομικά κείμενα της νέας ΚΑΠ υπάρχει για πρώτη φορά πρόβλεψη για επιδότηση αγοράς ζωικού κεφαλαίου με την προϋπόθεση ότι το μέτρο θα εστιάζει σε γηγενείς σπάνιες φυλές ζώων. Για να αναδειχθούν τα προϊόντα οι εκπρόσωποι του κλάδου κρίνουν απαραίτητο λόγω του μικρού μεγέθους των υφιστάμενων κτηνοτροφικών μονάδων, να δημιουργηθούν συνεργατικές οργανώσεις, οι οποίες θα πρέπει να αποκτήσουν παραγωγικά πρότυπα, πιστοποιήσεις, μεταποίηση, αποδεδειγμένη ιχνηλασιμότητα, ασφάλεια και υγιεινή των ζώων. Παράλληλα η ΕΔΟΚ ζητά να δοθεί προτεραιότητα ενίσχυσης στους κτηνοτρόφους παραγωγούς βιολογικών ζωοτροφών για δική τους χρήση, με ανάλογα παραστατικά, ενώ ταυτόχρονα οι πεδινές εκτροφές να εκπληρώνουν την προϋπόθεση εκτατικής βόσκησης με την χρήση ανάλογης με τις ανάγκες, έκτασης οργανωμένου λειμώνα.



Η ΠΛΗΡΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ
ΦΙΣΤΙΚΟΒΟΥΤΥΡΟ, TAXINI
ΠΡΑΛΙΝΕΣ & NUT BUTTERS

ΟΛΕΣ ΟΙ ΝΕΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΕΙΝΑΙ ΕΔΩ

- ✓ Πρωτεΐνες & Φυτικές Ίνες
- ✓ Ευεργετικά Έλαια
- ✓ Vegan & Plant Nutrition
- ✓ Χωρίς προσθήκη Ζάχαρης
- ✓ Χωρίς Φοινικέλαιο
- ✓ Clean Label



HEALTHY FOOD & BEVERAGE COMPANY OF THE YEAR





ΕΥΡΩΒΟΥΛΗ

ΠΑΡΕΛΘΟΝ Ο ΟΡΟΣ «ΦΥΤΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ»

«ΚΡΕΜΩΔΗΣ ΥΦΗ» και «φυτικό γιαούρτι» ως χαρακτηρισμοί σε συσκευασίες φυτικών προϊόντων γίνονται παρελθόν εφόσον η Κομισιόν εγκρίνει σχετική τροπολογία της Ευρωβουλής, όπως αναμένεται ότι θα συμβεί το προσεχές διάστημα. Συγκεκριμένα, σε περίπτωση που η τροπολογία ενσωματωθεί στον Ευρωπαϊκό Κανονισμό, πολλές βιομηχανίες που έχουν αναπτύξει δραστηριότητα γύρω από τον δυναμικά αναπτυσσόμενο κλάδο των φυτικών τροφίμων που

προωθούνται ως υποκατάστατα κρέατος ή γάλακτος, δεν θα έχουν τη δυνατότητα να συμπεριλάβουν ισχυρισμούς όπως «γαλακτοκομικά», «επιδόρπιο γιαουρτιού» ή «δεν περιέχει γάλα» στις συσκευασίες. Πλέον οι βιομηχανίες αυτές δεν θα μπορούν να χρησιμοποιούν ούτε καν σχήματα συσκευασιών που θυμίζουν γαλακτοκομικά. Σημειώνεται ότι οι ρυθμίσεις αυτές υπαγορεύονται από την πρόθεση των Βρυξελλών να προστατέψουν υπό μια έννοια, τη βιομηχανία γαλακτοκομικών

προϊόντων της Ευρώπης, αφού η ανερχόμενη τάση των φυτικών προϊόντων λειτουργεί ανταγωνιστικά στον κλάδο. Οι αντιδράσεις από τη βιομηχανία φυτικών προϊόντων όμως είναι έντονες. Ήδη η Αιτρο, μια εκ των βασικών παικτών της αγοράς εναλλακτικών φυτικών προϊόντων, προωθεί ψήφισμα που να απορρίπτει την εν λόγω τροπολογία, αναζητώντας μάλιστα υποστηρικτές στους κόλπους των καταναλωτών.

Πέτρος Γκόγκος



ΚΟΥΝΕΛΙ ΣΤΙΦΑΔΟ

ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΦΑΓΗΤΟ

Η ΒΡΕΤΑΝΙΚΗ GUARDIAN αποστέλλει φόρο τιμής σε ένα από τα δημοφιλή ελληνικά πιάτα, το στιφάδο. Η συγγραφέας αυτού του κειμένου, Suzan Smillie, που ξεχώρισε μέσα από τις σελίδες της εφημερίδας, σχολίασε ότι εκείνο το πιάτο κουνέλι στιφάδο που δοκίμασε από τα χέρια παλιού της φίλου θα ξυπνά στο μυαλό της «εικόνας Ελλάδας για πάντα». Όπως λέει πρόκειται για ένα πιάτο που δύσκολα θα συναντήσει κανείς σε τουριστικά σημεία, αφού απαιτεί «πολλή μαεστρία για να φυλακίσει τις αισθήσεις του τυχερού που θα το δοκιμάσει».

The Guardian



Μέλι Ικαρίας στο δρόμο των ΠΟΠ

ΤΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ περιλαμβάνονται στο φάκελο της Διεύθυνσης Αγροτικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Β. Αιγαίου για να καταχωρηθούν στην κατηγορία των Προϊόντων ΠΟΠ-ΠΓΕ. Πρόκειται για τη Σαρδέλα Καλλονής, το Μέλι Ικαρίας, γνωστό ως «Άναμμα», και το Μελίχλωρο τυρί Λήμνου. Επίσης, σύμφωνα με τη Διεύθυνση της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου ακολουθεί η καταχώρηση του «Ασπρομύτικου» φασολιού της Λήμνου.

Αθήνα: Ύδρας 5,
152 32, Χαλάνδρι
(+30) 210 61 31 172
info@foodstandard.gr

Υποκαταστήματα
Καλαμάτα • Μολαίοι
Ιεράπετρα
Καβάλα • Αγρίνιο

**ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΣ
ΕΙΝΑΙ:**
η ανταποδοτικότητα
και ο πολλαπλασιασμός
των οικονομικών
πόρων των
πελατών μας

2η χρόνια foodstandard

Από την ίδρυση της, η εταιρεία foodstandard εξελίσσεται συνεχώς στην παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών στον αγροδιατροφικό τομέα με προσέγγιση sur mesure - υπηρεσίες στα μέτρα σας. Οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν, οικονομοτεχνικές μελέτες για επενδυτικά έργα, επιχειρηματική στρατηγική, εφαρμογή συστημάτων ασφάλειας και ποιότητας, ψηφιακές εφαρμογές παρακολούθησης παραμέτρων, βάσεις δεδομένων και reporting με τη χρήση δομημένων ερωτηματολογίων. Στον τομέα του marketing υλοποιούμε έργα προώθησης προϊόντων σαν εκτελεστικοί φορείς αλλά και ως φορείς αξιολόγησης.

Αξιοποιώντας τη γνώση της αγοράς και την ευέλικτη, πολυεπίπεδη διάρθρωση της εταιρείας, προσφέρουμε στους πελάτες-συνεργάτες την τεχνογνωσία μας, σε κάθε στάδιο των έργων, βοηθώντας τους να υλοποιήσουν επιτυχώς τα επιχειρηματικά τους σχέδια και να κάνουν το όραμά τους πράξη.

Έχουμε εξειδικευτεί στο project management, στην κατάσταση, υποβολή και έγκριση εθνικών και κοινοτικών προγραμμάτων παρακολουθώντας τα έργα από τη γέννησή τους έως την υλοποίηση και αποπληρωμή τους. Οι άνθρωποί μας μαζί με ένα ευρύ δίκτυο συνεργατών και επιστημόνων σε όλη τη χώρα, παρακολουθούν την επικαιρότητα, γνωρίζουν άριστα το περιβάλλον και τις ανάγκες της αγοράς και είναι σε θέση να προσφέρουν την κατάλληλη λύση ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες κάθε έργου και κάθε πελάτη.

Επέκταση με Νομικό και Άμβυξ

Για να καλύψει τις αυξημένες απαιτήσεις της αγοράς, η Mala Peruviana παράγει και συσκευάζει επιπλέον προϊόν στο εργοστάσιο της «Νομικός» στην Αλίαρτο και επεκτείνει το δίκτυο διανομής της μέσω συνεργασίας με την Άμβυξ.

ΤΟΥ ΓΙΩΡΓΟΥ ΛΑΜΠΙΡΗ



Η εταιρεία FOS Natural Creativity που παράγει τα προϊόντα ντομάτας Mala Peruviana στην ιδιόκτητη μονάδα της στα Βάγια Βοιωτίας σε συνεργασία με παραγωγούς της περιοχής των Δερβενοχωρίων, ιδρύθηκε από τα αδέρφια Σάκη και Φώτη Τουρκοχωρίτη ενώ τον τελευταίο ένα χρόνο συμμετέχει και ο Βασίλης Καλαντζής, ιδρυτής της εταιρείας αναψυκτικών Three Cents και της εταιρείας παροχής υπηρεσιών για bartender Granikal. «Επί της ουσίας επιλέξαμε να αυτοματοποιήσουμε τη διαδικασία που γνωρίζαμε από το σπίτι μας, με τη χρήση της καλοκαιρινής ντομάτας. Θέλαμε να αποτυπώνεται στο πιάτο του καταναλωτή, το προϊόν που εμείς τρώγαμε τόσα χρόνια και ταυτόχρονα να είναι εύπεπτο, με ήπια γεύση και να δίνει την αίσθηση που δίνει η φρέσκια ντομάτα όταν την τρίβουμε στο πιάτο μας», αναφέρει ο Σάκης Τουρκοχωρίτης. Ταυτόχρονα, η εμπειρία που είχαν τα δύο αδέρφια από το χώρο της εστίασης, διατηρώντας έως το 2011 το μπαρ Fantassed στο Γκάζι, τους οδήγησε να δημιουργήσουν ένα προϊόν που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί από τους μπαρτέντερ για διάφορα παρασκευάσματα.



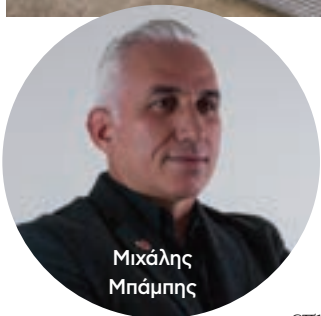
Το επίκεντρο της παραγωγής της FOS Natural Creativity, η οποία συνεργάζεται τα τελευταία χρόνια με την ΑΒ Βασιλόπουλος, βρίσκεται στην παραγωγή προϊόντων που ανήκουν στην ευρύτερη κατηγορία των Dreats. Πρόκειται ουσιαστικά για προϊόντα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο σε συνταγές μαγειρικής για οικιακή και επαγγελματική χρήση όσο και σε συνταγές για την παρασκευή κοκτέιλ από επαγγελματίες της εστίασης.

Συνεργασία με τον Νομικό στο εργοστάσιο της Αλιάρτου

Η εταιρεία, που διαθέτει ιδιόκτητη μονάδα παραγωγής στα Βάγια Βοιωτίας, το τελευταίο χρονικό διάστημα συνεργάζεται και με την Νομικός, καθώς η ντοματοβιομηχανία παράγει και συσκευάζει για λογαριασμό της στο εργοστάσιό της στην Αλιάρτο, επιπλέον ποσότητες προϊόντων. «Στήσαμε γραμμή παραγωγής στο εργοστάσιο του Νομικού με τις δικές μας προδιαγραφές με τα δικά μας παραγωγικά κριτήρια, τα οποία εφαρμόσαμε από την πρώτη στιγμή στις δικές μας εγκαταστάσεις στα Βάγια. Ταυτόχρονα αυξάνουμε τις συνεργασίες με τους παραγωγούς που μας τροφοδοτούν με πρώτη ύλη, ενώ παραλαμβάνουμε πρώτη ύλη και από τον Νομικό», εξηγεί ο κύριος Τουρκοχωρίτης. Ας σημειωθεί ότι η εταιρεία εξάγει τα προϊόντα της στην Ιταλία, όπου η χρήση των προϊόντων της γίνεται στην παρασκευή κοκτέιλ, καθώς και σε αγορές όπως η Μεγάλη Βρετανία, το Ντουμπάι, η Ολλανδία, η Κύπρος. Πρόσφατα έστειλε τις πρώτες ποσότητες στις ΗΠΑ.



ΠΟΠ τυριά και παραδοσιακά αλλαντικά για τη νέα σειρά «Συμπόσιον» της Bliss Point



Μιχάλης Μπάμπης

Παρουσία μόνο σε επιλεγμένα σημεία πώλησης



Σε τέσσερις άξονες θα εκτείνεται στο εξής η δραστηριότητα της εταιρείας Ορίζοντες ΑΕ, που δημιουργήσε ο επιχειρηματίας Δημήτρης Αβραμίδης και η οποία έχει θέσει στο επίκεντρο τη συνεργασία με μικρούς παραγωγούς στους τομείς της τυροκομίας και της αλλαντοποίησης. Αυτή την περίοδο η εταιρεία, εκτός από την γκάμα τυριών Bliss Point με τα ιδιαίτερα γευστικά χαρακτηριστικά που διακινεί, συστήνεται στην αγορά και με τη νέα σειρά προϊόντων «Συμπόσιον», η οποία θα περιλαμβάνει και κωδικούς ΠΟΠ. Στόχος, όπως λέει ο trade marketing manager της Ορίζοντες ΑΕ, Μιχάλης Μπάμπης, είναι να αναδείξει τα ΠΟΠ ελληνικά τυριά καθώς και τα παραδοσιακά ελληνικά αλλαντικά. Στο κωδικολόγιο των προϊόντων «Συμπόσιον» περιλαμβάνονται παραδοσιακά αλλαντικά όπως το σαλάμι Λευκάδος, το απάκι από χοιρινό και από κοτόπουλο, το σύγκλινο Μάνης, τρεις διαφορετικοί τύποι λουκάνικου από την Καρδίτσα αλλά και προϊόντα όπως το καπνιστό ψαρονέφρι ή η μπριζόλα με οστό. «Σε ό,τι αφορά τα τυριά ΠΟΠ περιλαμβάνονται γραβιέρα Νάξου από μικρό παραγωγό του νησιού, Μανούρι, ενώ σκοπεύουμε να εντάξουμε και ορισμένα ξεχασμένα ΠΟΠ τυριά όπως το πικτόγαλο», συμπληρώνει. Μεταξύ των παραγωγών που συνεργάζονται για τα προϊόντα «Συμπόσιον» είναι οι Τσιανάβας (Καρδίτσα), Αφοί Χάσιου (Ρέθυμνο), Μαλακάσης (Λευκάδα), Μουλικιώτης (Μάνδρα Αττικής), Ανδρομιδάς (Μάνη), Βελώνης τυριά (Νάξος), Αρβανίτης τυριά (Θεσσαλονίκη), Πλυμάκης τυριά (Ασή Γωνιά, Κρήτη). **Γ. Λαμπίρης**

Η ΟΡΙΖΟΝΤΕΣ Α.Ε. ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Κύκλος εργασιών	Αποτελέσματα μετά από φόρους	Εξαγωγές Bliss Point
2019: 5,43 εκατ. ευρώ	2019: 64,77 χιλ. ευρώ	Γαλλία, Γερμανία, Αγγλία,
2018: 4,77 εκατ. ευρώ	2018: 42,2 χιλ. ευρώ	Ολλανδία, Βέλγιο, Κύπρος



ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟ ΡΟΦΗΜΑ ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ Η ΝΕΟΤΕΥΚΤΗ AGROPHOENIX SA

Διπλασιασμό των ποσοτήτων φρούτων που θα επεξεργαστεί, ανάπτυξη ενός καινοτόμου ροφήματος που δεν παράγεται στην Ελλάδα, αλλά και συνέχιση της συνεργασίας της με την Dole για την αμερικανική αγορά, περιλαμβάνει ο σχεδιασμός της Agrophoenix SA για το 2021. Η νέα κονσερβοποιητική μονάδα φρούτων, που έχουν συστήσει ο επιχειρηματίας Χρήστος Ιωαννίδης και η βιομηχανία Κρόνος στις παλιές εγκαταστάσεις της ΖΑΝΑΕ στο Ζερβοχώρι Ημαθίας, δαπανώντας περί τα 16 εκατ. ευρώ, λειτούργησε για πρώτη φορά το καλοκαίρι του 2020 και επεξεργάστηκε περί τους 10.000 τόνους κυρίως συμπτύρνο ροδάκινο, αλλά και μικρότερους όγκους μήλο, αχλάδι, δαμάσκηνο και βερίκοκο. «Για φέτος ευελπιστούμε να πάμε στους 20.000 τόνους», είπε στο Food Review ο κ. Ιωαννίδης, διευκρινίζοντας πως στη στρατηγική της Agrophoenix δεν είναι να μεταποιεί μεγάλους όγκους, αλλά να επενδύσει σε καινοτόμα ποιοτικά προϊόντα. Στο πλαίσιο αυτό, ολοκληρώνεται μια νέα γραμμή παραγωγής που θα επιτρέψει στην επιχείρηση να παράξει ένα καινοτόμο ρόφημα από φρούτα. Όπως αποκάλυψε ο κ. Ιωαννίδης, «το νέο προϊόν θα χρησιμοποιεί ως πρώτη ύλη ελληνικές υπερτροφές όπως αρώνια ή υποφαές, ταυτόχρονα με τα φρούτα και θα κυκλοφορεί σε συσκευασία 100 γρ.». Όσον αφορά στη συμφωνία παραγωγής φρουτοσαλατών για ιδιωτική ετικέτα, με τη Dole, ξεκίνησε πέρυσι και εκτελείται από κοινού με την Κρόνος. **Λεωνίδας Λιάμης**

ΑΠΟ ΤΟ 1939

ΜΑΚΒΕΛ



Περισσότερο σιτάρι για την Eurimac

Με «βαρύ» πλάνο παραγωγής για τη νέα περίοδο που περιλαμβάνει και νέους κωδικούς μακαρονιών, όπως τα спаγγέτι και πένες ολικής άλεσης με 60% περισσότερες φυτικές ίνες, που λάνσαρε στις αρχές Μαρτίου, προχωρά η Eurimac.

Σε εξέλιξη ένα επενδυτικό πρόγραμμα ύψους 11 εκατ. ευρώ, τα οποία αφορούν μεταξύ άλλων κατασκευή σιλό και νέα γραμμή για спаγγέτι

Αγορές αμιγώς ελληνικού σκληρού σίτου της τάξης των 40.000 τόνων, προβλέπει το πλάνο της Eurimac, για τη νέα περίοδο, που ξεκινάει τον προσεχή Ιούνιο, που ξεκινάει τον προσεχή Ιούνιο, μέρος των οποίων μάλιστα, θα αποθηκευτούν στα νέα σιλό, που κατασκευάζει στην έδρα της στο Κιλκίς. «Ο σχεδιασμός μας για την περίοδο Ιούνιος 2021-Μάιο 2022 στήθηκε με βάση τις περσινές επιδόσεις όταν επεξεργαστήκαμε

80.000 τόνους σκληρού σίτου. Υπό το πρίσμα αυτό, υπολογίζουμε πως θα χρειαστεί να αγοράσουμε άλλους γύρω στους 40.000 τόνους. Είναι, ωστόσο, πλάνο επί χάρτου, καθώς όλα θα εξαρτηθούν από το πώς θα εξελιχθεί η πανδημία», εξηγεί ο διευθύνων σύμβουλος της Eurimac, Οδυσσέας Παπαδόπουλος. Παρά την ασάφεια που παράγει το απρόβλεπτο περιβάλλον, η Eurimac δεν έχει σταματήσει να επενδύει

τόσο σε υποδομές, όσο και εμπορικά, με νέες επενδύσεις, λανσάρισμα νέων προϊόντων και ενίσχυση της παρουσίας της σε υφιστάμενες και νέες αγορές στο εξωτερικό. «Η επιχείρηση εξάγει σε περίπου 50 χώρες το 42% του όγκου πωλήσεων. Ο κύκλος εργασιών το 2020 έφτασε τα 37,5 εκατ. ευρώ, αλλά τα κέρδη ήταν χαμηλότερα, λόγω της υψηλής τιμής της πρώτης ύλης», συμπληρώνει ο ίδιος. **Α. Λιάμης**

Δύο funds επενδύουν στην Eurocatering

Στο πλάνο νέο εργοστάσιο

Βήμα ανάπτυξης για την επόμενη μέρα της εταιρείας λαχανικών και φρούτων Eurocatering ΑΕ αποτελεί η συνεπένδυση των δύο funds, EOS Capital Partners και Elikonos 2 S.C.A. Sicar, στην επιχείρηση. Η EOS Capital Partners διαχειρίζεται κεφάλαια ύψους 150 εκατ. ευρώ, εστιάζοντας σε επενδύσεις προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επιπλέον το Elikonos 2 S.C.A. Sicar τελεί υπό τη διαχείριση της Elikonos Capital Partners S.a.r.l. με κεφάλαια που υπερβαίνουν τα 100 εκατ. ευρώ και διατηρεί το βλέμμα του στραμμένο επίσης προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Μετά τη συγκεκριμένη κίνηση ο διευθύνων σύμβουλος και ιδρυτής της Eurocatering, Χρυσόστομος Μαυρόπουλος, διατηρεί την πλειοψηφία στην εταιρεία. Στο σχεδιασμό επενδύσεις σε

μηχανολογικό εξοπλισμό Στο πλάνο της Eurocatering είναι οι επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό καθώς και η δημιουργία νέου ιδιόκτητου εργοστασίου με στόχο να διατηρήσει την κυρίαρχη θέση της στην αγορά των οπωροκηπευτικών και των φρεσκοκομμένων σαλατών στην Ελλάδα. Η επιχείρηση διατηρεί παραγωγικές μονάδες σε Αθήνα και Λιβαδειά, κέντρα logistics, διανομής και πωλήσεων σε Θεσσαλονίκη, Λάρισα και Πάτρα και στόλο από 65 ιδιόκτητα φορτηγά-ψυγεία. Επιπλέον έχει εμπορική παρουσία και δικό της δίκτυο διανομής στην αγορά της Βουλγαρίας, μέσω θυγατρικής της. Αναφορικά με την πορεία του 2020 η Eurocatering εκτιμά ότι οι πωλήσεις της θα διαμορφωθούν στα 38,7 εκατ. ευρώ με το EBITDA να υπερβαίνει τα 3 εκατ. ευρώ, έχοντας απορροφήσει όλους τους κραδασμούς που έφερε στην αγορά η πανδημία. Σε ό,τι αφορά την οικονομική της πορεία, τα τελευταία χρόνια πέτυχε σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης, διαρκώς αυξανόμενα αποτελέσματα. **Γ. Λαμπίρης**



Η EUROCATERING ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ	
Κύκλος εργασιών	EBITDA
2020: 38,7 εκατ. ευρώ	2020: >3 εκατ. ευρώ
2019: 35,8 εκατ. ευρώ	2019: 2,8 εκατ. ευρώ



Η ΕΑΣ ΒΟΛΟΥ ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Κύκλος εργασιών

2020: 20 εκατ. ευρώ

2019: 18,17 εκατ. ευρώ

Δημητριακά που παρέλαβε

2020: 7.000 τόνοι

(Στόχος) 2021: ~15.000 τόνοι

Αγελαδινό γάλα που παρέλαβε

45 τόνοι/ημέρα



Με γιαούρτι το πρώτο εξαγωγικό βήμα

Επενδύσεις της τάξης των 7,5 εκατ. ευρώ τρέχει το εργοστάσιο γάλακτος της Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών Βόλου, που ετοιμάζεται για την πρώτη εξαγωγική προσπάθεια

Σειρά επενδύσεων στο εργοστάσιό της, ενόψει και της συμφωνίας που επίκειται με μεγάλη αλυσίδα σούπερ μάρκετ και έχει ως αντικείμενο την προμήθεια γιαουρτιού, προχωρά η ΕΒΟΛ. Οι συζητήσεις επικεντρώνονται κυρίως στο κατσικίσιο βιολογικό γιαούρτι καθώς και στο στραγγιστό. Επιπλέον θα κατασκευάσει νέα γραμμή τυροκόμησης, προχωρώντας στην παραγωγή σκληρών τυριών όπως το κασέρι, γραβιέρα, κεφαλοτύρι, ενώ θα προμηθευτεί νέες γραμμές εμφιάλωσης και συσκευασίας χαρτοκιβωτίου. «Στόχος μας είναι να μπορέσουμε να ανταποκριθούμε στην προσπάθεια να ενισχύσουμε τον

τζίρο, τις εξαγωγές και να ενδυναμώσουμε τις εγκαταστάσεις μας, εκσυγχρονίζοντας το εργοστάσιό μας», εξηγεί ο πρόεδρος της ΕΑΣ Βόλου, Νικίτας Πρίντζος. Στο πλαίσιο των επενδύσεων που πραγματοποιεί ο Συνεταιρισμός θα προχωρήσει και στην αγορά 50 φορτηγών αυτοκινήτων. Οι δαπάνες σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμό θα ενισχυθούν κατά 50% μέσω χρηματοδοτικού προγράμματος και το υπόλοιπο ποσό από ίδια κεφάλαια, ενώ τα οχήματα διανομής θα αποπληρωθούν αποκλειστικά μέσω ιδίων κεφαλαίων. «Επιδιώκουμε να αυξήσουμε και την παραγωγή, ούτως ώστε να εισκομίζουμε περισσότερο γάλα. Ταυτόχρονα

θα επιδιώξουμε να παραλάβουμε ποσότητες δημητριακών που θα αγγίξουν τους 15.000 τόνους για φέτος. Σε ό,τι αφορά το γάλα έχουμε διευρύνει το δίκτυο διανομής μας σε πολλά μέρη της χώρας. Ήδη ξεκινήσαμε στα νησιά του Ιονίου και του Αιγαίου καθώς και στην Κρήτη», αναφέρει ο κ. Πρίντζος. Ο Συνεταιρισμός είχε, σύμφωνα με τον ίδιο, περί τα 2 εκατ. ευρώ σε κέρδη στη διάρκεια του 2020 και κύκλο εργασιών στα επίπεδα των 20 εκατ. ευρώ. Από τα κέρδη ο Συνεταιρισμός θα διανείμει ένα βοήθημα της τάξεως των 1.000 ευρώ σε κάθε ένα από τα 300 μέλη που τον απαρτίζουν.

Γιώργος Λαμπίνης



Εγένετο Avramar στην εγχώρια ιχθυοκαλλιέργεια

Γεγονός αποτελεί, μετά από μακροχρόνιες διαδικασίες, η ενοποίηση των τεσσάρων επιχειρήσεων στον τομέα των ιχθυοκαλλιεργειών με τη συγχώνευση των Σελόντα, Νηρέα, Περσέα και Ανδρομέδας. Το όνομα της εταιρείας είναι πλέον Avramar, από την ελληνική λέξη αύρα και τη λέξη Mar (θάλασσα στα ισπανικά). Το όραμα της εταιρείας παρουσίασε ο διευθύνων σύμβουλος της Alex Myers, σημειώνοντας πως το πρώτο βήμα στη νέα εποχή είναι ο συνδυασμός της ελληνικής και της ισπανικής ιχθυοκαλλιέργειας καθώς ο όμιλος Avramar διατηρεί παρουσία και στις δύο χώρες. «Έχουμε 12 ιχθυογεννητικούς σταθμούς σε Ελλάδα και Ισπανία, για καλό προϊόν με εκτεταμένη έρευνα», σημείωσε. Ο Όμιλος παράγει τις τροφές για τα ψάρια που φέρνει στην αγορά. Ως προς τις εγκαταστάσεις ιχθυοκαλλιέργειας ο Όμιλος διαθέτει 71 μονάδες σε Ελλάδα και Ισπανία, όπου θα υλοποιηθεί εκσυγχρονισμός με προγραμματισμένες επενδύσεις για το 2021, που θα ανέλθουν σε έως 25 εκατ. ευρώ και έμφαση σε τεχνογνωσία και τεχνολογία. Με το βλέμμα στις διεθνείς πωλήσεις η Avramar θα επενδύσει σε μονάδες συσκευασίας και θα παρουσιάσει στην αγορά περισσότερα προϊόντα προστιθέμενης αξίας με ψάρι σε φιλέτο και νέες συσκευασίες για ευκολία χρήσης και μεγαλύτερα μεγέθη ψαριών σε λαβράκι και τσιπούρα. Τέλος, θα επεκτείνει και την εκτροφή της στον Κρανιό και το Φαγκρί. **Γ. Λαμπίρης**

Ο ΟΜΙΛΟΣ AVRAMAR ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Κύκλος εργασιών

• 400 εκατ. ευρώ τζιρος

(στόχος για >400 εκατ. το 2021)

• 2.300 εργαζόμενοι

• Περίπου 1.900 στην Ελλάδα

Alex Myers





Η GAEA ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Κύκλος εργασιών

2019: 16 εκατ. ευρώ

2018: 14 εκατ. ευρώ

Εξαγωγές

85% του τζίρου

Πρώτες ύλες απευθείας από τους παραγωγούς αγοράζει η GAEA

Σε μια πιλοτική ενέργεια προμήθειας πρώτων υλών από συνεργαζόμενους παραγωγούς προχωρά η GAEA, σύμφωνα με τον διευθύνοντα σύμβουλό της, Thomas Brinkmann, ενώ εξετάζει το ενδεχόμενο συνεργασίας και με συνεταιρισμούς.

«**Η** έναρξη συνεργασίας απευθείας με τους παραγωγούς εντάσσεται στο πλαίσιο της ευρύτερης επιδίωξής μας να επιτύχουμε τα ποιοτικά κριτήρια που μας ζητούν οι πελάτες μας. Θεωρούμε καλό να ενημερώνουμε και τους αγρότες επομένως για τα κριτήρια αυτά, καθώς όσο πιο άμεση είναι η επαφή με τους παραγωγούς, τόσο πιο άμεση μπορεί να είναι η παρέμβαση από πλευράς μας σε θέματα ποιότητας. Είναι γεγονός πλέον ότι ο καταναλωτής για να μπορεί να πληρώνει την υπεραξία που προκύπτει στο λάδι, ζητάει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, κάτι που συχνά δυσκολευόμαστε να πετύχουμε. Βρισκόμαστε συχνά αντιμέτωποι με την απόρριψη σεβαστών ποσοτήτων πρώτης ύλης, δεδομένου ότι υπάρχουν περιπτώσεις που δεν πληρούν τα ποιοτικά κριτήρια που έχουμε θέσει», εξηγεί ο διευθύνων σύμβουλος της GAEA. Η συγκεκριμένη κίνηση έχει ξεκινήσει ήδη να υλοποιείται σε συνεργασία με τους παραγωγούς του Αγρινίου, περιοχή στην οποία βρίσκονται οι παραγωγικές εγκαταστάσεις της εταιρείας, αλλά και μεμονωμένα στην Πελοπόννησο. Να σημειωθεί ότι η επιχείρηση δεν διαθέτει στρατηγικά δικό της ελαιοτριβείο, αλλά συνεργάζεται με ελαιο-



Thomas Brinkmann,
δ/νών σύμβουλος GAEA

τριβεία στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Ο λόγος που έχει επιλέξει να κινείται κατ' αυτό τον τρόπο, είναι, σύμφωνα με τον κύριο Brinkmann, καθαρά ποιοτικού χαρακτήρα. «Θέλουμε να γίνεται η έκθλιψη της ελιάς όσο το δυνατόν συντομότερα μετά τη συγκομιδή του καρπού από το δέντρο». Ο ίδιος επισημαίνει ότι υπάρχουν αγορές όπως οι Σκανδιναβικές χώρες, που υπολογίζουν θέματα βιωσιμότητας και ζητούν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά από τα προϊόντα που εισάγουν.



Η GAEA ολοκλήρωσε το 2020 ενέργειες αναβάθμισης στο εργοστάσιό της, ύψους 700 χιλ. ευρώ.

Σημειώνεται ότι η εταιρεία, η οποία το 2019 είχε κύκλο εργασιών 16 εκατ. ευρώ, αποκομίζει το 85% του κύκλου εργασιών της από τις εξαγωγές. «Το 2020 παρουσιάσαμε σημαντική ανάπτυξη σε αγορές όπως η Γερμανία, η Μ. Βρετανία, η Νορβηγία», σημειώνει ο κ. Brinkmann. «Αντιμετωπίσαμε ωστόσο πιέσεις στην Ελλάδα, δεδομένου ότι μεγάλος πελάτης μας είναι τα αεροδρόμια, παρά το γεγονός ότι υπήρξε αυξημένη ζήτηση από τα σούπερ μάρκετ». **Γιώργος Λαμπτήρης**

Διεθνής επέκταση με ελιές και τυριά

Πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαμόρφωση των τιμών όλων των προϊόντων όπου εμπλέκεται φιλοδοξεί να διαδραματίσει η ΕΑΣ Αγρινίου

Επιδίωξή μας είναι εκτός από την εσωτερική αγορά να επεκταθούμε περισσότερο στο εξωτερικό με τα τυροκομικά προϊόντα και τις ελιές. Στόχος μας είναι η αναλογία πωλήσεων σε Ελλάδα και εξωτερικό να διαμορφωθεί στα επίπεδα του 50-50», επισημαίνει ο πρόεδρος της ΕΑΣ Αγρινίου, Θωμάς Κουτσουπιάς. Σύμφωνα με τον ίδιο η Ένωση στοχεύει να εκμεταλλευτεί και τις διατάξεις των μέτρων

που αφορούν στην ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας μετά την πανδημία για τον τομέα της μεταποίησης ενώ στο επίκεντρο της στρατηγικής της τίθενται οι ΑΠΕ. «Σε αυτό το πλαίσιο θα προχωρήσουμε σε ένα ευρύ πρόγραμμα εκσυγχρονισμού στο εργοστάσιο ζωοτροφών ενώ στον προγραμματισμό μας είναι και ο εκσυγχρονισμός του εργοστασίου των ελαιών. Οι εργασίες θα ξεκινήσουν στις αρχές του 2022 και

θα ολοκληρωθούν σε διάστημα ενός έτους», εξηγεί. Επίσης αναφορικά με τη συγχώνευση με την ΕΑΣ Αμφίσσης σημειώνει, «μας δίνει την δυνατότητα να επεξεργαζόμαστε από τη νέα χρονιά και ελιές Αμφίσσης, ενώ θα προσπαθήσουμε να αξιοποιήσουμε τις υποδομές του τοπικού Συνεταιρισμού. Τέλος και σε ό,τι αφορά τα σχέδια του brand Αμφιλόχια Γη θα ξεκινήσει την παραγωγή και τυριών μακρίας ωρίμανσης. **Γιώργος Λαμπτήρης**



Θωμάς Κουτσουπιάς,
πρόεδρος ΑΣ Ένωση Αγρινίου

Η ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΙΝΙΟΥ ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Κύκλος εργασιών

2020: ~35 εκατ. ευρώ

2019: ~31 εκατ. ευρώ

Εξαγωγές: 20% του τζίρου

Τυροκόμος



ΕΡΧΕΤΑΙ 22 ΜΑΪΟΥ

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΗΝ AGRENDA

Ώριμες μεταρρυθμίσεις στην ελληνική γεωργία

Έχουν ωριμάσει, πλέον, οι συνθήκες για να σχεδιαστούν και εφαρμοστούν σημαντικές μεταρρυθμίσεις στον αγροτικό τομέα, που αποτελούν αναντίρρητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη

ΓΡΑΦΕΙ Ο **ΣΤΕΛΙΟΣ ΔΡΥΣ***

Μετά τις διαδοχικές οικονομικές και υγειονομικές κρίσεις, πρέπει να εφαρμόσουμε την *realpolitik* κατά Max Weber στον αγροτικό τομέα, ξεκινώντας από την πρωτογενή παραγωγή, με δέσμη σημαντικών μεταρρυθμίσεων που θα παράγουν μετρήσιμα αποτελέσματα. Οι ομάδες και οργανώσεις παραγωγών, οι διεπαγγελματικές, καθώς και το Σύστημα Παροχής Συμβουλών σε Γεωργικές Εκμεταλλεύσεις (ΣΠΣΓΕ) είναι πρωτογενή κεκτημένα του ευρωπαϊκού δικαίου, με βάση τα οποία κατανέμονται πόροι της ΚΑΠ, ιδίως του Β' Πυλώνα.

ΣΠΣΓΕ: Πρόκειται για την αναβίωση του παλαιού και επιτυχημένου θεσμού των γεωπόνων γεωργικών εφαρμογών σε άλλη εκδοχή. Εκτιμάται ότι 1.000 έως 1.500 εκπαιδευμένοι γεωπόνοι – πιστοποιημένοι γεωργικοί σύμβουλοι, μοιρασμένοι αναλογικά στις περιφέρειες της χώρας, θα είναι ενταγμένοι σε 100 έως 150 εταιρικά σχήματα. Με συγκεκριμένο τρόπο και ύλη και με απόλυτο έλεγχο του δημοσίου θα επισκέπτονται την εκμετάλλευση του κάθε γεωργού που ελεύθερα θα αναζητήσει τις υπηρεσίες αυτές. Σύμβουλοι και αγρότες θα υλοποιήσουν μαζί ένα πρόγραμμα πρακτικής και εφαρμοσμένης συμβουλευτικής.

Διεπαγγελματικές ανά προϊόντিকা ομάδες: Οι Διεπαγγελματικές Οργανώσεις είναι μη κερδοσκοπικές οργανώσεις του αστικού δικαίου και δημιουργούν σχέσεις διασυνδέσεων μεταξύ των διαφόρων επαγγελματικών κατηγοριών που συμμετέχουν στην παραγωγή, εμπορία και την επεξεργασία για κάθε γεωργικό προϊόν ή ομάδα προϊόντων. Αποτελούνται κατά 50% από οργανώσεις-επιχειρήσεις του πρωτογενούς τομέα και κατά 50% από επιχειρήσεις μεταποίησης και εμπορίας του δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα. Εάν οι αντιπροσωπευτικότητά του αποδεδειγμένα είναι πάνω από 15% ανά τομέα, μπορούν να αναγνωριστούν από το ΥπΑΑΤ ως εθνικές.

Ομάδες και Οργανώσεις Παραγωγών (Ομπ/ΟΠ) και Ενώσεις αυτών (ΕΟΠ): Πρόκειται για θεσμό που ξεκίνησε στην Ε.Ε από το 1972 αλλά διαμορφώθηκε ουσιαστικά από τον Κανονισμό 1308/2013. Με την ΥΑ 397/18235/2017, αναγνωρίζεται καταστατικά η διαδικασία όπου γεωργοί/

εταίροι συγκεντρώνουν το προϊόν τους τουλάχιστον κατά 80%, σε μια εμπορικά αποδεκτή ποσότητα και το εμπορεύονται μέσω της οργάνωσής τους. Οι νομικές διαφορές είναι ότι οι Ομπ απαιτούν έως 10 γεωργούς φυτικής παραγωγής ή 5 ζωικής παραγωγής χωρίς όριο τζίρου και μπορεί να αναγνωριστούν με κάθε νομικό πρόσωπο. Οι ΟΠ απαιτούν το λιγότερο 20 παραγωγούς με ετήσιο τζίρο που πρέπει να υπερβαίνει τα 250.000 € ενώ οι ΕΟΠ αναγνωρίζονται αναγνωρίζονται μέσω της ΓΣ δύο τουλάχιστον ΟΠ.

Νέο εθνικό ασφαλιστικό πλαίσιο-αναμόρφωση ΕΛΓΑ: Κανένα κρατικό πρόγραμμα αγροτικής ασφάλισης διεθνώς δεν έχει καταφέρει να καλύψει το σύνολο των αποζημιώσεων και των λειτουργικών δαπανών με τα εισπραχθέντα ασφάλιστρα, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια με τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Η ιδιωτική ασφάλιση μπορεί να προστατεύσει τα προϊόντα, τη μεταφορά τους αλλά και το «ευάλωτο» εισόδημα του αγρότη.

Ίδρυση χρηματιστηρίου γεωργικών εμπορευμάτων στην Θεσσαλονίκη: Ένα οργανωμένο Χρηματιστήριο Γεωργικών Προϊόντων θα μπορεί να έχει ως κυρίαρχο

το προσανατολισμό τις εξαγωγές. Στα μέλη του, εκτός από τους τοπικούς παραγωγούς, θα μπορούσαν να ενταχθούν διεθνείς οίκοι εμπορίας αγροτικών προϊόντων, κεντρικές λαχαναγορές, αλυσίδες supermarket και οίκοι με παρουσία στο παγκόσμιο εμπόριο. Το ίδιο το χρηματιστήριο θα μπορούσε να αποτελέσει εθνική στρατηγική επιλογή με πολυλαπλά οφέλη, για τη χώρα, το ΑΕΠ και για την αναβάθμιση της Μακεδονίας γενικότερα.

Αυτές αρχικά οι μεταρρυθμίσεις σε συνδυασμό με άλλες όπως η χρηματοδοτική υποστήριξη του αγροτικού τομέα και η βελτίωση του δημόσιου διοικητικού μηχανισμού που ασχολείται με τη γεωργία, θα μπορούσαν σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα να λειτουργήσουν πολλαπλασιαστικά και να αυξήσουν την αξία του τομέα της ελληνικής γεωργίας στα 35 δις από τα 25 δις που είναι σήμερα. Μετά από αυτά ο αγροτικός τομέας πράγματι θα αποτελέσει σοβαρό πυλώνα ανάπτυξης της χώρας μας.

**Ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος Foodstandard*



Wine*Trails*

ΑΜΠΕΛΟΣ & ΟΙΝΟΣ



ΕΡΧΕΤΑΙ 17 ΑΠΡΙΛΙΟΥ

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΗΝ AGENDA

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ >>

AGRINO

Μονόδρομος προς
την ανάπτυξη
στα τρόφιμα είναι
η ελληνικότητα

Με διψήφια ποσοστιαία αύξηση πωλήσεων κινήθηκε η Agrino το 2020 ενισχυμένη από τις συνθήκες της πανδημίας. Χαρακτηριστική μάλιστα είναι η αναφορά του προέδρου και διευθύνοντα συμβούλου της εταιρείας, Τάσου Πιστιόλα, ότι εάν η Agrino είχε πέντε εργοστάσια πέρσι τον Μάρτιο θα πουλούσε όλα τα προϊόντα που αυτά θα παρήγαγαν.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ: ΓΙΩΡΓΟ ΛΑΜΠΙΡΗ,
ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΒΑΣΙΛΗΣ ΒΕΡΒΕΡΙΔΗΣ



Με στόχο να καταγράψει κύκλο εργασιών στα επίπεδα των 50 εκατ. ευρώ -29,3 εκατ. ευρώ το 2019- μέσα στην επόμενη πενταετία καταρτίζει την στρατηγική της η ΕΥ.ΓΕ. Πιστιόλας ΑΕΒΕ, η εταιρεία που είναι ευρέως γνωστή από την ετικέτα των προϊόντων Agrino, σύμφωνα με τον πρόεδρο και διευθύνοντα σύμβουλο της εταιρείας, Τάσο Πιστιόλα. Η εταιρεία που ξεκίνησε το 1955 από τον Ευστράτιο, Ευθύμιο και Γεώργιο Πιστιόλα, βρίσκεται ήδη στη στροφή για να εξελιχθεί σε μία εταιρεία τροφίμων με ευρύτερο χαρτοφυλάκιο προϊόντων και όχι αποκλειστικά σε μία εταιρεία ρυζιού ή οσπρίων. Προς αυτή την κατεύθυνση θα την οδηγήσουν οι επενδύσεις ύψους περίπου 12 εκατ. ευρώ, οι οποίες θα ολοκληρωθούν το 2023.

Από την πρώτη συσκευασία ρυζιού Agrino στα τέλη της δεκαετίας του '60, τις αρχές της δεκαετίας του '80 που η εταιρεία σας αρχίζει να λαμβάνει τα ντάνια στην αγορά ρυζιού στην Ελλάδα, τότε ήρθε η απόφαση για τα όσπρια;

Αν και είχαν γίνει διάφορες σκέψεις από την πρώτη γενιά επιχειρηματιών να ξεκινήσει η δραστηριοποίηση στα όσπρια, αυτό συνέβη το 1993.

Θυμάστε κάποιο από τα πιο χαρακτηριστικά διαφημιστικά σλόγκαν της Agrino;

Ένα από αυτά που έχουν μείνει είναι το «Agrino και επαυξάνω». Επίσης σας θυμίζω το «Σπυρί σπυρί και νόστιμο», που είχε φιλοξενηθεί στο οπισθόφυλλο του Χρυσού Οδηγού, ένα από τα πιο ισχυρά εργαλεία διαφήμισης της εποχής. Συν τοις άλλοις είχαμε χορηγική συμμετοχή στο κρατικό ραδιόφωνο και στην εκπομπή «Δισκόγραμμα» στις αρχές του 1970 με τον Βάκη Πέρρο και την ηθοποιό Τόνια Καζιάνη.

Πότε μπήκε η δική σας, δεύτερη, γενιά της επιχείρησης, στα πράγματα;

Η νέα γενιά εισήλθε στην εταιρεία και έφερε άλλη πνοή. Εγώ ξεκίνησα το '92, ενώ σπούδασα Μηχανολόγος Μηχανικός στο Μετσόβειο. Η παρουσία μας στην Αθήνα ξεκίνησε με αποθήκη στην Ομόνοια, μεταφερθήκαμε αρχές του '70 στην Δοϊράνης, στη Σχολή Ευελπίδων, και το '90 αγοράσαμε ένα οικόπεδο στα σύνορα Πεύκης - Λυκόβρυσης. Τότε ασχολήθηκα ως νέος μηχανικός με την κατασκευή των νέων γραφείων μαζί με τον πατέρα μου. Ταυτόχρονα βέβαια ασχολήθηκα τόσο με τα προϊόντα, όσο και με τη συσκευασία. Αυτό που κάναμε εμείς ως εταιρεία με την είσοδό μας στα όσπρια κάτι που αποτέλεσε καινοτομία, ήταν



ότι για πρώτη φορά κυκλοφόρησε με τετράγωνο πάτο η συσκευασία, ούτως ώστε να στέκεται σε όρθια θέση το προϊόν. Το σκεπτικό μας ήταν πάντοτε οι συσκευασίες να έχουν χρώματα και να διαθέτουν ταυτότητα, κάτι που εφαρμόσαμε και στην περίπτωση των οσπρίων.

Σχεδόν όλα τα αδέρφια και ξαδέρφια σας ασχολήθηκαν με την εταιρεία. Εσείς δεν σκεφτήκατε να κάνετε κάτι άλλο δεδομένου του διαφορετικού προσανατολισμού λόγω σπουδών;

Γαλουχηθήκαμε να αγαπήσουμε την εταιρεία. Υπήρχε και μία μικρή πίεση να αναλάβουμε καθήκοντα, ωστόσο οι πατεράδες μας το έκαναν με τέτοιο τρόπο ώστε να ενστερνιστούμε τη φιλοσοφία της επιχείρησης. Απόδειξη αποτε-

λεί το γεγονός ότι η λέξη Agrino δεν είναι μόνο μία μάρκα αλλά κάτι πολύ δικό μας. Από μικρά παιδάκια μας έπαιρναν μαζί οι γονείς για να βλέπουμε τις διαδικασίες και λίγο λίγο να ασχολούμαστε. Θυμάμαι ότι σε ηλικία περίπου 14 ετών ήμουν στο φορτηγό και έκανα διανομή προϊόντων το καλοκαίρι. Κανείς δεν το κάνει σήμερα. Ο γιος μου είναι 12 ετών και δεν φαντάζομαι ότι θα τον φέρω το καλοκαίρι να ασχοληθεί με την διανομή.

Δύσκολες εποχές υπήρξαν για εσάς;

Σαφώς και υπήρξαν, όπως η υπόθεση Μαρινόπουλου. Τόσο εμείς όσο και όλες οι μεγάλες ελληνικές ή πολυεθνικές επιχειρήσεις είχαμε μεγάλη έκθεση στον Μαρινόπουλο. Πέρασαμε από μία διαδικασία δύσκολων δι-



ΜΕ ΠΟΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΑΣΤΕ
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΑΠΟ 20 ΧΡΟΝΙΑ



Η ΠΡΩΤΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΡΥΖΙΟΥ

«Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1955, ωστόσο η ονομασία Agriño ήρθε μετά, προερχόμενη από τον τόπο προέλευσης της επιχείρησης, το Αγρίνιο. Ιδρυτές ήταν οι Ευστράτιος, Ευθύμιος και Γεώργιος Πιστιόλας. Τρία αδέρφια που έχασαν πολύ νωρίς τον πατέρα τους, το 1942, στον πόλεμο, οπότε είχαν αναλάβει να ζήσουν την οικογένεια -τη μητέρα τους και τα επτά παιδιά. Έζησαν δύσκολα, ωστόσο, απέκτησαν μεγάλη εσωτερική δύναμη. Η σύνδεση με το ρύζι προϋπήρχε, καθώς ο παππούς μου ο Νίκος διατηρούσε παντοπωλείο στο Αγρίνιο. Εκείνη την εποχή υπήρχε σημαντική καλλιέργεια ρυζιού στο Νιοχώρι κοντά στο Μεσολόγγι. Σταδιακά λοιπόν η οικογένεια εστίασε το ενδιαφέρον της στο ρύζι. Τα τρία αδέρφια ενοικίασαν το '55 ορυζόμυλο στο Νιοχώρι, οπότε ξεκίνησαν να παράγουν και οι ίδιοι. Η μεγάλη απόφαση ήρθε το 1962, όταν κατασκεύασαν το δικό τους εργοστάσιο στα περίχωρα του Αγρινίου. Εκείνη την εποχή υπήρχε ένας ορυζόμυλος της Ελληνικοί Ορυζόμυλοι, από την οποία αγοράστηκε ο μύλος και μεταφέρθηκε στα περίχωρα του Αγρινίου. Εκείνη την εποχή δεν υπήρχαν μάρκες. Εξάφρση αποτελούσε η Uncle Ben's, την οποία είχε φέρει στην Ελλάδα ο αείμνηστος Γεράσιμος Βασιλόπουλος. Η μεγάλη απόφαση ήταν να μπούμε στο επώνυμο ρύζι, που έγινε στα τέλη της δεκαετίας του '60. Τότε παρουσιάστηκε η πρώτη συσκευασία ρυζιού Agriño. Ήταν πρωτοποριακή για την εποχή, καθώς ήταν χάρτινη με «παραθυράκι» από το οποίο ο καταναλωτής μπορούσε να βλέπει το περιεχόμενο.»



απραγματεύσεων με τους υπευθύνους αλλά και με τον ίδιο τον Μαρινόπουλο. Τελικά, παρά το γεγονός ότι έγινε ένα γενναίο κούρεμα οφειλών του Μαρινόπουλου και κλονίστηκαν επιχειρήσεις, εντέλει δόθηκε λύση. Μάλιστα και εμείς αντιμετωπίσαμε για μία περίοδο πρόβλημα ρευστότητας, το οποίο ωστόσο περάσαμε κατά τον καλύτερο τρόπο. Άλλη μία δύσκολη περίοδος είναι αυτή που διανύουμε τώρα. Κανείς δεν μπορούσε να φανταστεί ότι θα βιώσουμε ίσως τη χειρότερη υγειονομική κρίση του αιώνα. Νιώθουμε ηθική ικανοποίηση για το γεγονός ότι έως αυτή τη στιγμή δεν έχουμε έρθει αντιμέτωποι έστω και με ένα κρούσμα στην εταιρεία.

Ήταν συνειδητή απόφαση να διατηρήσετε τον οικογενειακό χαρακτήρα της επιχείρησης;

Είμαστε μία εταιρεία που έχουμε μέσα μας τον οικονομικό πατριωτισμό σε όλες τις εκφάνσεις της δραστηριότητάς μας. Θέλουμε να παραμείνουμε ελληνική επιχείρηση, θεωρούμε ότι η

ελληνικότητα είναι μονόδρομος για τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της Agriño.

Μία από τις κινήσεις που κάνατε ήταν να αποτυπώσετε το όνομα των παραγωγών στη συσκευασία. Γιατί λάβατε την απόφαση;

Το 1995 αποφασίσαμε να δημιουργήσουμε τη δεύτερη παραγωγική μας εγκατάσταση στη Σίνδο της Θεσσαλονίκης. Έως τότε είχαμε συνεργασίες με εμπόρους και μεσίτες. Ωστόσο διαβλέψαμε τη σημασία που θα είχε να βρισκόμαστε όσο το δυνατόν πιο κοντά στον παραγωγό. Από τις αρχές του 2000 ξεκινήσαμε να συνεργαζόμαστε άμεσα με τον παραγωγό, κάτι που υλοποιήθηκε βήμα προς βήμα. Αυτό που κάναμε ήταν να θέσουμε κάποιες βάσεις που συμβάδιζαν με τις αξίες της εταιρείας. Μεταξύ αυτών ήταν να παράγουμε πιστοποιημένα προϊόντα υψηλής ποιότητας, ελληνικής καλλιέργειας. Γνωρίζαμε ταυτόχρονα ποιες ποικιλίες ήθελε ο αγοραστής των προϊόντων μας και με ποιο μαγειρικό αποτέλεσμα συνδέονταν αυτές. Ο λόγος που επιλέξαμε να δημιουργήσου-

με εργοστάσιο στη Σίνδο είναι ότι μεγάλο μέρος της παραγωγής ρυζιού βρίσκεται στην ευρύτερη περιοχή. Ταυτόχρονα οι εκτάσεις βρίσκονται κοντά στη θάλασσα, γεγονός που προσδίδει στο ελληνικό ρύζι υφάλμυρη γεύση και το προκρίνει έναντι των υπολοίπων. Ταυτόχρονα είναι μεγάλες οι εκτάσεις καλλιέργειας και σημαντικές οι στρεμματικές αποδόσεις. Ένας ακόμα λόγος ήταν ότι θέλαμε να αναπτύξουμε την Agriño στη Β. Ελλάδα.

Σε ό,τι αφορά τους παραγωγούς πήγαμε στα καφενεία και σε τόπους καλλιέργειας και συζητήσαμε μαζί τους. Το ζητούμενο ήταν να επιλέξουμε παραγωγούς κοντά στη δική μας φιλοσοφία, προτείνοντάς τους τους κατάλληλους σπόρους που θα είχαν και εμπορική προοπτική, καθώς και τα κατάλληλα φυτοπροστατευτικά προϊόντα τα οποία θα χρησιμοποιούσαν. Έτσι ήρθαν μαζί μας κορυφαίοι παραγωγοί της Ελλάδας. Μαζί τους συνεργαζόμαστε σε αρκετές των περιπτώσεων για περισσότερα από 20 χρόνια. Παρέχουμε κατευθύνσεις για το σπόρο που θα επιλέξουν αλλά και ευρύτερη γε-

ωπονική υποστήριξη. Και όσοι συνεργάζονται μαζί μας θα μπορούσα να σας πω ότι τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτύξει περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο τις καλλιέργειές τους. Το 2007 εφαρμόσαμε ολοκληρωμένη διαχείριση καλλιέργειας μέσω των παραγωγών που συνεργαζόμαστε. Είναι χαρακτηριστικό ότι στο πλαίσιο της πρακτικής του «μιμητισμού», όπως την ονόμασε ο πρώην υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης, Μάκης Βορίδης, εισάγονται στην Ελλάδα ρύζια, τα οποία βαφτίζονται ελληνικά. Εμείς με την αναγραφή του ονόματος του παραγωγού και με τις πιστοποιήσεις GlobalGap και Agro που έχουμε λάβει, ελεγχόμαστε για τις διαδικασίες, για τα ισοζύγια αλλά και για τα τοπωνύμια που επικαλού-



ΕΙΜΑΣΤΕ ΠΡΩΤΟΙ ΣΤΟ ΡΥΖΙ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΙ ΣΤΑ ΟΣΠΡΙΑ

μαστε στις συσκευασίες μας. Στόχος είναι να ξέρει ο καταναλωτής ότι το ρύζι που δι-
αθέτουμε είναι από τον Περικλή Πανταζό στη Θεσσαλονίκη αλλά και ο γίγαντας ελέφαντας Καστοριάς προέρχεται από τον Θωμά Μάνου.

Έχετε ξεκινήσει μία μεγάλη επένδυση 10 εκατ. ευρώ στη Σίνδο. Πότε ολοκληρώνεται και

ποια είναι τα επόμενα βήματα της Agrino;

Αρχικά ο στόχος μας ήταν να κάνουμε επενδύσεις ύψους 10 εκατ. ευρώ. Ωστόσο έχουμε υπερβεί το συγκεκριμένο ποσό και λόγω των επενδύσεων που υλοποιούμε σε άλλους κλάδους όπως αυτός της ρυζοκοφρέτας. Αυτή τη στιγμή βρισκόμαστε σε φάση πλήρους υλοποίησης των συγκεκριμένων επενδύσεων παρά τις συνθήκες που επέφερε η πανδημία. Τρέχουμε ταυτόχρονα τέσσερα επενδυτικά προγράμματα και επίκειται ένα πέμπτο. Βρισκόμαστε περίπου στο 1/3 της υλοποίησής τους και τα προγράμματα αυτά έχουν ορίζοντα ολοκλήρωσης έως και το 2023. Σε αυτό το πλαίσιο εκσυγχρονίζουμε τον μηχανολογικό μας εξοπλισμό και τις παραγωγικές μας διεργασίες με σημαντική αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, εισαγωγή αυτοματισμών, περαιτέρω βελτίωση της υγιεινής και της ασφάλειας. Επιπλέον, επενδύουμε στην ψηφιακή τεχνολογία με νέα προηγμένα λογισμικά. Στο πλάνο επενδύσεων προβλέπεται και η παραγωγή νέων καινοτόμων προϊόντων καθώς και η δημιουργία αποθηκών πρώτης ύλης με σκοπό τη



Πώς κινήθηκε η εταιρεία σε επίπεδο οικονομικών αποτελεσμάτων το 2020;

Είναι κάτι που θα ανακοινώσουμε στα τέλη Απριλίου και βάσει της πορείας μας στη διάρκεια του 2020 προκύπτει διψήφια αύξηση σε τζίρο αλλά και σε κέρδη προ φόρων (29,3 εκατ. ευρώ ο τζίρος του 2019). Ωστόσο παρά το γεγονός ότι το '20 ήταν μία καλή χρονιά, δεν αποτελεί έτος αναφοράς λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών που επικράτησαν. Είναι χαρακτηριστικό πως έχοντας λάβει την ανάλυση πωλήσεων του φετινού Μαρτίου σε σύγκριση με τον περσινό, αυτό που μπορώ να σας πω είναι ότι πέρσι συνέβη κάτι απίστευτο. Εάν είχαμε πέντε εργοστάσια, θα πουλούσαμε όλη μας την παραγωγή. Σε κάθε περίπτωση την έκρηξη των περσινών πωλήσεων κατά τους πρώτους μήνες της πανδημίας, ακολούθησε μία σχετική πτώση, διότι υπήρχε αποθεματοποίηση προϊόντων. Σε ό,τι αφορά τα μερίδια αγοράς είμαστε πρώτοι στο ρύζι με ποσοστό άνω του 30%, ενώ στα όσπρια αυξήσαμε μερίδιο κατά 2%, και είμαστε δεύτερη εταιρεία στον κλάδο με ποσοστό άνω του 10%. Στις ρυζοκοφρέτες είμαστε και εκεί πρώτοι από πλευράς μεριδίου με μεγάλη διαφορά από τον δεύτερο και καταλαμβάνουμε ποσοστό άνω του 40% της αγοράς.

διατήρηση της ιχνυλασιμότητας σε επίπεδο παραγωγού. Το συνολικό ποσό των επενδύσεων ανέρχεται σε περίπου 12 εκατ. ευρώ.

Οι στόχοι σας για τα επόμενα χρόνια ποιοι είναι;

Επιδιώκουμε να συνεχίσουμε να καινοτομούμε αλλά και να αναπτύξουμε τις εξαγωγές μας, οι οποίες σήμερα κινούνται σε ποσοστό 15% επί του τζίρου μας. Ταυτόχρονα θέλουμε να προσθέσουμε και άλλες παρεμφερείς κατηγορίες προϊόντων στην γκάμα μας, ούτως ώστε να εξελιχθούμε σε μία εταιρεία τροφίμων και να μην αποτελέσουμε αποκλειστικά μία εταιρεία ρυζιού ή οσπρίων. Ταυτόχρονα όμως θα επιδιώξουμε να ενισχύσουμε την παρουσία μας στο ρύζι και στα όσπρια, παράγοντας κωδικούς με βασική πρώτη ύλη τα δύο συγκεκριμένα τρόφιμα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα προς αυτή την κατεύθυνση αποτέλεσε ήδη η ρυζοκοφρέτα. Στόχος μας είναι να υπερβούμε τα 50 εκατ. ευρώ σε τζίρο μέσα στην επόμενη πενταετία.

αφιέρωμα όσπρια



Βάλτε όσπρια

Στις πλέον δημιουργικές εκφράσεις της σύγχρονης γαστρονομίας συγκαταλέγονται πλέον τα πάλαι ποτέ ταπεινά όσπρια, τα οποία γνώρισαν μια αύξηση κατανάλωσης της τάξης του 10% στην οκταετία της κρίσης στην Ελλάδα, όπου όμως το 60% της αγοράς καλύπτεται από εισαγωγές, αφού η εγχώρια παραγωγή αγγίζει μόλις τους 54.000 τόνους

ΚΕΙΜΕΝΟ: ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ

Το σπράλ της ιστορίας έχει αναβαθμίσει τα όσπρια σε νεανικά, μοντέρνα και σύνθετα πιάτα από το φαγητό του φτωχού που ήταν κατά τον 20στό αιώνα. Μπορεί η οκταετία της κρίσης να ήταν που οδήγησε σε αύξηση 10% της κατανάλωσης στην Ελλάδα, ωστόσο τα όσπρια στις πλέον δημιουργικές εκφράσεις της σύγχρονης γαστρονομίας, μόνο ταπεινότητα δεν αποπνέουν. Και είναι πολλές οι δημιουργικές επιλογές τώρα που η μαζική εστίαση έχει εντάξει για τα καλά την χορτοφαγία στα μενού, όσο παράλληλα λόγω της καραντίνας οι πιο προσεγγμένες κουζίνες των άλλοτε πολυσύχναστων εστιατορίων φτάνουν στις πόρτες των καταναλωτών μέσω των αεικίνητων διανομέων. Από φαλάφελ και έτοιμα χορτοφαγικά μπιφτέκια μέχρι ζυμαρικά από φακή και ριζότο από φασόλι έχει στη διάθεσή της η νέα γενιά καταναλωτών, οι Gen Z όπως τους αποκαλούν, των 79% των οποίων αποζητά χωρίς κρέας γεύματα τουλάχιστον δύο φορές την εβδομάδα και ας μην είναι Τετάρτη ή Παρασκευή.

Αυξήθηκαν κατά 65% οι εκτάσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Και είναι η ίδια γενιά που διαμορφώνει και τις διαδικτυακές τάσεις, διατηρώντας τους «τίτλους ιδιοκτησίας» του 75% των λογαριασμών του Instagram, το κατ'εξοχήν μέσο έκφρασης της βιαστικής αισθητικής των ημερών μας. Δεν είναι να απορεί κανείς που μέσα σε μια δεκαετία οι εκτάσεις με όσπρια στην ΕΕ αυξήθηκαν κατά περίπου 65%. Ακόμα και έτσι όμως, το σύνολο αυτό της γης, είναι 10% μικρότερο από τη Σαρδηνία. Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, η ευρωπαϊκή αγορά οσπρίων βασίζεται σε σημαντικό βαθμό στις εισαγωγές, ειδικά στην περίπτωση των φακών, ενώ μόλις πρόσφατα το ισοζύγιο στα ρεβίθια ανατράπηκε, με το μπλοκ να εξάγει πλέον περιορισμένες ποσότητες. Στη δε Ελλάδα, το 60% της κατανάλωσης καλύπτεται από εισαγωγές, με την εγχώρια παραγωγή μετά βίας να αγγίζει τους 54 χιλιάδες τόνους.

ΤΑ ΤΑΠΕΙΝΑ ΟΣΠΡΙΑ ΣΕ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

4,1

ΕΚΑΤ. ΤΟΝΟΙ
ΣΕ 2,1 ΕΚΑΤ. ΕΚΤΑΡΙΑ

ΚΟΡΥΦΑΙΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ

(ΤΟΝΟΙ)

ΓΑΛΛΙΑ
ΙΣΠΑΝΙΑ
ΠΟΛΩΝΙΑ
ΓΕΡΜΑΝΙΑ
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ

840.000
690.000
460.000
400.000
380.000



ΕΛΛΑΔΑ

53.436

ΤΟΝΟΙ



ΖΗΤΟΥΝ ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ

Φακή Εγκλουβής ΠΟΠ

ΤΗΝ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗ της ονομασίας Φακή Εγκλουβής στο Ενωσιακό Μητρώο ΠΟΠ-ΠΓΕ ως ΠΟΠ Ζητά η Ομάδα Παραγωγών Φακής Εγκλουβής Λευκάδας. Ακριβώς στο κέντρο του νησιού της Λευκάδας, βρίσκεται η ορεινή Εγκλουβή, όπου παράγεται το ξακουστό όσπριο, που θεωρείται η καλύτερη φακή στον κόσμο και της οποίας η τιμή ανταγωνίζεται το χαβιάρι. Αξίζει να σημειωθεί ότι η παραγωγή κάθε χρόνο προπωλείται πριν καλά γίνει η συγκομιδή, η οποία πραγματοποιείται με το χέρι.

ΣΕ ΣΥΜΦΩΝΙΑ

Για Διεπαγγελματική Οργάνωση Οσπρίων

ΣΕ ΣΥΜΦΩΝΙΑ φέρεται πως έχουν έρθει τα εμπλεκόμενα μέρη ως προς τα τελικά σημεία του καταστατικού της Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Οσπρίων που αναμένεται να κατατεθεί προς έγκριση από το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης. Στο άτυπο ΔΣ που έχει συσταθεί συμμετέχουν στελέχη από τη βιομηχανία και συγκεκριμένα από επιχειρήσεις όπως η Agrino, η Ζαλφα, η Άροσις καθώς και ο πρώην πρόεδρος του Συνεταιρισμού Πελεκάνος και νυν μεταποιητής και παραγωγός, Νίκος Στεργίου. Από πλευράς των αγροτών θα μετέχουν αποκλειστικά συνεταιρισμοί και ομάδες και όχι μεμονωμένοι παραγωγοί μεταξύ των οποίων στο προσωρινό ΔΣ συμμετέχουν ο ΘΕΣΤΟ, καθώς και ο ΑΣ Καστοριάς.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ POLIPRESPA

ΣΤΟ «INTERNET OF THINGS» ΤΟ ΦΑΣΟΛΙ ΠΡΕΣΠΩΝ

Μια εξαιρετική σοδειά του φημισμένου ΠΤΕ Φασολιού Πρέσπας διαθέτουν στην αγορά έξι βιοκαλλιεργητές της ομώνυμης ακριτικής περιοχής της Φλώρινας. Πρόκειται για την παραγωγή που συγκομίστηκε μέσα στο Νοέμβριο και προέκυψε στο πλαίσιο του πιλοτικού προγράμματος ευφυούς γεωργίας Poliprespa που υλοποιείται με δωρεά από το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος κι άλλους υποστηρικτές. Στόχος των πολυάριθμων δράσεων του Poliprespa είναι να συγχρονίσουν τις ορθές περιβαλλοντικές πρακτικές, την οικονομία και την κοινωνία σε μια κοινή τροχιά προς όφελος όλης της περιοχής. Προς την κατεύθυνση αυτή ξεκίνησε μια συνεργασία της Εταιρείας Προστασίας Πρεσπών (ΕΠΠ) με την Αμερικανική Γεωργική Σχολή (ΑΓΣ) με σκοπό την εισαγωγή πρακτικών γεωργίας ακριβείας σε βιολογικές καλλιέργειες και στόχο την αύξηση της παραγωγής και τη βελτίωση της ποιότητάς της, όσο και τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, με εργαλεία που επιτρέπουν στον αγρότη να προσαρμόσει τις μεθόδους καλλιέργειας στις πραγματικές ανάγκες του χωραφιού. Για να καταστεί εφικτό κάτι τέτοιο, η ευρύτερη περιοχή του κάμπου των Πρεσπών συγκεντρώνει αυτήν τη στιγμή μια μεγάλη ένταση τεχνολογίας, υποστηρίζοντας τωρινές, αλλά και μελλοντικές ανάγκες της περιοχής σε όρους δυνατοτήτων λήψης και μετάδοσης μετρήσεων από αισθητήρες. Το πιλοτικό πρόγραμμα στην Πρέσπα, στο οποίο συμμετέχει και ο ΑΣ Φασολοπαραγωγών Ε.Δ. Πρεσπών «Πελεκάνος», εφαρμόζεται από την άνοιξη του 2020, με ωφελομένους, όπως προαναφέρθηκε, έξι βιοκαλλιεργητές φασολιού, οι οποίοι πλαισιώθηκαν από έμπειρους επιστήμονες από την πλευρά της ΑΓΣ και έλαβαν εξατομικευμένη συμβουλευτική, για να βελτιώσουν το αποτέλεσμα της καλλιέργειάς τους.

Σε διαδικτυακή συνάντηση, που πραγματοποιήθηκε στο τέλος της πρώτης πιλοτικής περιόδου μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων μερών, συζητήθηκαν τα πρώτα συμπεράσματα από τις επισκέψεις στο χωράφι, παρουσιάστηκαν και αναλύθηκαν τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από τους αισθητήρες και έγινε μία συνολική αποτίμηση. «Η Πρέσπα πλέον έχει μπει στο Internet of Things. Έχει δημιουργηθεί η απαραίτητη υποδομή, που δίνει δυνατότητες παρακολούθησης και ελέγχου της παραγωγής τέτοιες, που δύσκολα θα μπορούσε να βρεθεί σε άλλες περιοχές της Ευρώπης αυτή τη στιγμή», σχολίασε ο υπεύθυνος γεωπόνος της Αμερικανικής Γεωργικής Σχολής, Ηλ. Κάλφας. **Α. Λιάμης**





ΕΠΟΜΕΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ

Στους στόχους των στελεχών του Αγροτικού Συνεταιρισμού Φασολοπαραγωγών Εθνικού Δρυμού Πρεσπών, Πελεκάνος, είναι η δημιουργία δικτύου που θα μπορούσε να μειώσει το λειτουργικό κόστος που προκύπτει από τη διάθεση των προϊόντων του μέσω τρίτων. Όπως επισημαίνει ο Κώστας Ναλπαντίδης πρόεδρος του Συνεταιρισμού, ο Πελεκάνος διαθέτει τα προϊόντα του είτε σε βιομηχανίες όπως είναι η Ζαλφα - Αφοί Καραγεωργίου, είτε σε συνεργαζόμενους χονδρεμπόρους καθότι δεν διαθέτει το δίκτυο για απευθείας διανομή στο οργανωμένο λιανεμπόριο για το φασόλι Πρεσπών που αποτελεί προϊόν ΠΓΕ. «Σε κάθε περίπτωση πάντως δεν είναι εύκολο να εισάγει κανείς τα προϊόντα του στα ράφια ενός σούπερ μάρκετ όταν διαθέτει μόλις δύο ή τρεις κωδικούς όπως εμείς» σημειώνει ο ίδιος. Στο άμεσο μέλλον και σε μία προσπάθεια να ενισχύσει τη δυναμική του προϊόντος που παράγει, ο Πελεκάνος εξετάζει τη διεύρυνση της βάσης των μελών του από 30 άτομα που είναι σήμερα σε περισσότερα από 100 που είναι το σύνολο των παραγωγών της περιοχής. «Επί της ουσίας είμαστε διασπασμένοι με αποτέλεσμα κάποιοι να αγοράζουν από τον Συνεταιρισμό και κάποιοι από μεμονωμένους παραγωγούς.



Γι' αυτό το λόγο εξετάζουμε μέσω φοροτεχνικών και δικηγόρων τη μείωση της μερίδας συμμετοχής των μελών από 33.717 ευρώ που είναι σήμερα σε μικρότερο ποσό, δίνοντας έτσι το κίνητρο και σε άλλους παραγωγούς να ενταχθούν».

Έντονη Ζήτηση για το μεγαλόσπερμο φασόλι

Ως προς τη φετινή παραγωγή ο πρόεδρος του Πελεκάνου επισημαίνει ότι εμφάνισε καλά ποιοτικά χαρακτηριστικά, ωστόσο με σημαντική φύρα καθώς χρειάστηκε να απορριφθεί το 40% του συνόλου της παραγωγής. Η συγκεκριμένη εικόνα κυριάρχησε στα φασόλια γίγαντες και ελέφαντες, ωστόσο δεν συμβαίνει κάτι ανάλογο στο μεγαλόσπερμο πλακέ φασόλι, το οποίο έχει εμφανίσει έντονη ζήτηση.

Γ. Λαμπίρης





Ο διευθύνων
σύμβουλος της
Άροσις, Τρύφων
Φωτιάδης.

Με όριο κατώτατης τιμής, μόνο εγχώριας παραγωγής

Τα όσπρια και το ρύζι που αγοράζει η Άροσις

Από τέσσερις περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας και συγκεκριμένα από αυτές της Καστοριάς, της Φλώρινας, των Γρεβενών και της Κοζάνης καθώς και από τους νομούς Λάρισας, Φθιώτιδας, Θεσσαλονίκης και Σερρών προέρχονται τα προϊόντα που διαθέτει στην αγορά η εταιρεία μεταποίησης όσπριων, ρυζιών και δημητριακών, Άροσις. Όπως επισημαίνει σχετικά ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, Τρύφων Φωτιάδης, «δεσμευόμαστε να αγοράζουμε κάθε χρόνο τα προϊόντα τους με όριο κατώτατης τιμής, στηρίζοντάς τους σε χρονιές που οι τιμές είναι χαμηλές ώστε να είναι σε θέση να ξανακαλλιεργήσουν. Δεσμευόμαστε να αγοράζουμε το σύνολο των ποσοτήτων που παράγουν οι συνεργάτες μας, υπό την προϋπόθεση ότι για κάθε αγροτεμάχιο ξεχωριστά πληρούνται οι ποιοτικές προϋποθέσεις που έχουμε θέσει από κοινού». Ο επικεφαλής της Άροσις αναφέρει ότι η επιχείρηση σε συνεργασία με την Τράπεζα Πειραιώς, έχει εντάξει τους παραγωγούς που επιθυμούν στη συμβολαιακή γεωργία. «Είτε έχουμε υπογράψει σύμβαση είτε όχι, με τους παραγωγούς μας χτίζουμε σχέσεις δεκαετιών με βάση τις αρχές του δίκαιου εμπορίου», συμπληρώνει.

Βιολογικά προϊόντα το 35% των πωλήσεων της Άροσις

Τα βιολογικά προϊόντα αποτελούν το 35% των συνολικών πωλήσεων για την Άροσις. Στόχος της είναι να αυξήσει τη διανομή στους υφιστάμενους πελάτες και να αποκτήσει πρόσβαση σε νέους πελάτες στην ελληνική και στις διεθνείς αγορές. «Προς αυτή την κατεύθυνση θα μας βοηθήσει η ηγετική θέση που έχουμε στην Ελλάδα, το λανσάρισμα νέων κωδικών βιολογικών και παραδοσιακών ελληνικών οσπρίων και ρυζιών, που αφορούν σε μείξεις προϊόντων καθώς και κωδικοί που έχουν ως κύριο συστατικό το ελληνικό όσπριο», επισημαίνει ο κύριος Φωτιάδης.



ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΣΤΟΝ ΑΒ, ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΟΚ ANYTIME MARKETS, ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΜΕ ΤΗ LIDL

Αναφερόμενος στην αντιμετώπιση των επιπτώσεων της πανδημίας, εξηγεί ότι η εταιρεία προέβη σε έκτακτες συνεργασίες με Έλληνες παραγωγούς για να καλύψει τη ζήτηση και κάποιες από αυτές θα γίνουν μόνιμες. «Η ανάπτυξή μας στην αγορά επιτυγχάνεται μόνο εάν η συνεργασία μας με τους πελάτες είναι επωφελής και για τις δύο πλευρές. Στο πλαίσιο αυτό και όχι ευκαιριακά λόγω της πανδημίας - μεταξύ άλλων - τοποθετήσαμε βιολογικά προϊόντα στον ΑΒ Βασιλόπουλο, ξεκινήσαμε συνεργασία με τα OK Anytime Markets, επεκτείνουμε τη συνεργασία μας για επιλεγμένες εβδομάδες με τα Lidl». **Γιώργος Λαμπίρης**



Το 2020 ο
τζίρος της
Άροσις
αυξήθηκε κατά
29,92% σε
σχέση με το
2019, όταν ο
κύκλος των
εργασιών της
άγγιξε τα 2,12
εκατ. ευρώ.



ΠΙΚΑΝΤΙΚΑ ΜΠΙΦΤΕΚΙΑ ΜΕ ΡΕΒΙΘΙΑ ΚΑΙ ΛΑΧΑΝΙΚΑ



ΥΛΙΚΑ

για 4-6 μερίδες:

- 4 φλιτζάνια βρασμένα ρεβίθια μικρόσπερμα Γρεβενών
- 6 φέτες ψωμί του τοστ
- 1 μεγάλο κολοκυθάκι, 1 μεγάλο ξερό κρεμμύδι
- 1 μεγάλο καρότο, ½ φλιτζάνι καλαμπόκι
- 4 λιαστές ντομάτες σε λάδι,
- 1 αβγό
- λίγο καυτερό μπούκοβο, ελαιόλαδο, αλάτι

Για το σερβίρισμα:

- 1 φλιτζάνι γιαούρτι 2 σκελίδες σκόρδο τριμμένο
- 2 κουταλιές της σούπας ψιλοκομμένος δυόσμος
- ντομάτα, μαρούλι και ψωμάκια για μπέργκερ προαιρετικά

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

Τρίβετε το ψωμί του τοστ στο πολυμίξερ για να γίνει ψίχουλα. Καθαρίζετε και κόβετε σε μικρότερα κομμάτια το κολοκυθάκι, το κρεμμύδι και το καρότο. Βάζετε στο πολυμίξερ τα ρεβίθια, τη μισή ποσότητα του ψωμιού, τα κομμένα λαχανικά, το καλαμπόκι και το μπούκοβο.

Στραγγίζετε τις λιαστές ντομάτες και τις ψιλοκόβετε. Τις προσθέτετε στο μείγμα, αλατίζετε και το πολτοποιείτε. Αδειάζετε σε ένα μπολ και το σκεπάζετε με μεμβράνη τροφίμων. Το αφήνετε στο ψυγείο για 30 λεπτά πριν πλάσετε τα μπιφτέκια. Πλάθετε τα μπιφτέκια και τα περνάτε από το τριμμένο ψωμί που κρατήσατε. Τα βάζετε σε ένα ταψί και τα ψήνετε στους 200ο C για 30-35 λεπτά.

Για τη σάλτσα γιαουρτιού: Ανακατεύετε το γιαούρτι με 1/4 του φλιτζανιού ελαιόλαδο, το σκόρδο, το δυόσμο και λίγο αλάτι. Σερβίρετε προαιρετικά τα μπιφτέκια όπως τα μπέργκερ, με ψωμάκια, μαρούλι και ντομάτα.



ΦΑΣΟΛΙΑ ΓΙΓΑΝΤΕΣ ΕΛΕΦΑΝΤΕΣ ΠΡΕΣΠΩΝ ΜΕ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΚΑΙ ΑΠΑΚΙ

ΥΛΙΚΑ

- 200 γρ. Ζαλφα Γίγαντες Ελέφαντες Πρεσπών Φλώρινας ΠΓΕ
- 5 τομάτες
- 1 κρεμμύδι κομμένο σε ροδέλες
- 2 καρότα κομμένα σε ροδέλες
- 1/2 πορτοκάλι (χυμό και ξύσμα)
- 20 ml μέλι
- 100 γρ. απάκι κομμένο σε κύβους
- 1/2 ματσάκι φρέσκο μαϊντανό
- 1 κ.τ.γ. πάπρικα γλυκιά
- 100 ml ελαιόλαδο
- αλάτι
- πιπέρι

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

Μουλιάζουμε αποβραδής τους Ζαλφα Γίγαντες Ελέφαντες Πρεσπών Φλώρινας ΠΓΕ σε κρύο νερό. Ελέγχουμε τους γίγαντες ελέφαντες και αν έχουν πει το νερό, προσθέτουμε και άλλο.

Την επόμενη μέρα τους σουρώνουμε και τους ξεπλένουμε σε ένα σουρωτήρι κάτω από τρεχούμενο νερό της βρύσης. Τοποθετούμε τους γίγαντες ελέφαντες σε μια κατσαρόλα με κρύο νερό και βράζουμε για 60 λεπτά. Ανά τακτά διαστήματα αφαιρούμε τον αφρό με μια τρυπητή κουτάλα.

Σε ένα μπλέντερ αναμειγνύουμε τις τομάτες με το χυμό από το πορτοκάλι και το μέλι. Βάζουμε το ελαιόλαδο σε ένα πυρίμαχο ταψί και προσθέτουμε όλα τα υπόλοιπα υλικά.

Περιχύνουμε με τη σάλτσα τομάτας και ανακατεύουμε καλά. Ψήνουμε στους 180°C για 1 ώρα.

Η σύγχρονη αντίληψη στα όσπρια

Από την Ζαλφα - ΑΦΟΙ Κ. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.Β.Ε.
με τη σειρά «έτοιμα φυσικά!»

ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ σειρά προϊόντων «έτοιμα φυσικά!», με όσπρια μαγειρεμένα στον ατμό, παρουσίασε η Ζαλφα – Αφοί Κ. Καραγεωργίου ΑΕΒΕ μέσα από το microsite www.3alfa-etoimafysika.gr. Φακές ψιλές, ρεβίθια χονδρά, φασόλια μαυρομάτικα και φασόλια κόκκινα μαγειρεμένα στον ατμό, χωρίς συντηρητικά και χρωστικές ουσίες, αποτελούν τη σειρά που απαντά στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή με άμεσο και διαδραστικό τρόπο. Σε συνεργασία με τη Lighthouse, η ομάδα της Ζαλφα δημιούργησε το εξειδικευμένο microsite www.3alfa-etoimafysika.gr ακολουθώντας



πιστά τη φιλοσοφία της νέας σειράς προϊόντων, το οποίο επικεντρώνεται στο να μυήσει τον επισκέπτη στην υγιεινή διατροφή μέσα από έξυπνες και γρήγορες λύσεις. Για το λόγο αυτό, η καθαρή δομή του site είναι απόλυτα φιλική προς τους χρήστες και συμβατή με κινητά και tablets, ενώ παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για τα θρεπτικά στοιχεία κάθε οσπρίου, προτείνει έξυπνους και γρήγορους τρόπους κατανάλωσης και απολαυστικές συνταγές.

Ομάδα Παραγωγών Ζαλφα

Υπενθυμίζεται ότι η Ζαλφα – Αφοί Κ. Καραγεωργίου ΑΕΒΕ έχει δημιουργήσει από το 2009 την «Ομάδα Παραγωγών Ζαλφα», η οποία μετράει πάνω από 300 παραγωγούς και εφαρμόζει πιστοποιημένες διαδικασίες σύμφωνα με το σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στη Γεωργική Παραγωγή ρυζιών και οσπρίων (AGRO 2-1, AGRO 2-2) με αποτέλεσμα να συλλέγει τους πιο εκλεκτούς καρπούς της ελληνικής γης που φτάνουν σε κάθε ελληνικό σπίτι. Εδώ και 50 χρόνια, προτεραιότητα της Ζαλφα έχει υπάρξει η παραγωγή ποιοτικών και υγιεινών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών, επενδύοντας συνεχώς στον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού, στη λειτουργική αναβάθμιση των εγκαταστάσεων και στην ανάπτυξη Πιστοποιημένου Συστήματος Ποιότητας και Υγιεινής ISO 9001 & HACCP.



Σχέσεις εμπιστοσύνης

ΓΡΑΦΕΙ Ο ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ Ε. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ*

Η προσήλωσή μας στην έρευνα και τους αυστηρούς ελέγχους ποιότητας με την εφαρμογή τεχνολογιών αιχμής, η συνεχής εξέλιξη του προϊόντικού μας χαρτοφυλακίου, το μεράκι και η αγάπη μας, γι' αυτό που κάνουμε πάνω από 50 χρόνια τώρα, αποτελούν τους πυλώνες της Ζαλφα. Ουσιαστικά, επιλέγουμε, επεξεργάζομαστε και συσκευάζουμε τα καλύτερα όσπρια και ρύζια σε άριστη αρμονία με το περιβάλλον, τον αγρότη και κυρίως τον καταναλωτή. Όλοι εμείς που ανήκουμε στην οικογένεια της Ζαλφα δεν διαπραγματευόμαστε την ποιότητα των προϊόντων μας. Αυτό είναι που μας έχει καταξιώσει στην αγορά και αποτυπώνεται στη σχέση εμπιστοσύνης που έχουμε χτίσει με τον Έλληνα καταναλωτή για πάνω από μισό αιώνα.

Οι εποχές αλλάζουν και αντίστοιχα και οι διατροφικές συνήθειες και οι απαιτήσεις των καταναλωτών, γεγονός που δημιουργεί νέες ανάγκες. Αυτές οι ανάγκες τοποθετούν πιο εξειδικευμένα προϊόντα στο καθημερινό καλάθι της νοικοκυράς, που πλέον αναζητά την ταυτότητα του κάθε προϊόντος, την διατροφική του αξία, την ποιότητα. Προϊόντα όπως οι φακές Beluga, οι κόκκινες φακές, ο σκληρός σίτος, το πλιγούρι αλλά και τα όσπρια των Ελλήνων παραγωγών έχουν δημιουργήσει τη δική τους καταναλωτική βάση που διευρύνεται συνεχώς. Αλλά δεν επαναπαυόμαστε. Κοιτάμε με αισιοδοξία το μέλλον με βασικό μας όπλο την προσήλωσή μας στην ποιότητα και την ανάπτυξη προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας.

Με την στροφή του καταναλωτικού κοινού σε προϊόντα διατροφής λιγότερο επεξεργασμένα και με περισσότερα θρεπτικά οφέλη για τον οργανισμό, η Ζαλφα κατέχει ηγετική θέση στο «κίνημα» της υγιεινής διατροφής.

Ανταποκρινόμενοι στις σύγχρονες ανάγκες του καταναλωτή για υγιεινή διατροφή χωρίς κατανάλωση χρόνου για την προετοιμασία τους, προχωρήσαμε τα τελευταία χρόνια στην ανάπτυξη προϊόντων που έρχονται να τις καλύψουν και αποτελούν τομή στην κατηγορία τους. Προσθέσαμε στην «οικογένεια» των προϊόντων μας δύο νέες κατηγορίες: το Ζαλφα Καστανό Ρύζι 10' το 2019 και στα τέλη του 2020 μία νέα προϊόντική σειρά στην κατηγορία των ready to eat, τα έτοιμα φυσικά! όσπρια μαγειρεμένα στον ατμό που είναι έτοιμα προς κατανάλωση.

Η ανάπτυξη των προϊόντων μας είναι αποτέλεσμα μελέτης, έρευνας αλλά και εκατοντάδων αναλύσεων ώστε το τελικό προϊόν που φτάνει στον καταναλωτή να είναι απλά άψογο και να κρύβει στον πυρήνα του το μεράκι και την αγάπη της οικογένειας της Ζαλφα.

*Γενικός Διευθυντής Ζαλφα-ΑΦΟΙ Κ. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ ΑΕΒΕ



ΕΞΥΠΝΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΛΕΓΕΙ Η AGRIFARM

Η AGRIFARM ξεκίνησε το 2014 με σκοπό τη παραγωγή και τυποποίηση αγροτικών προϊόντων, δίνοντας έμφαση σε ελληνικές ποικιλίες οσπρίων και ρυζιού, μέσω της υιοθέτησης ενός καλλιεργητικού μοντέλου που βασίζεται στην έξυπνη γεωργική διαχείριση. Μέσα από την πρωτοβουλία της «Refarming Greece» δημιουργεί οικονομίες κλίμακας, μειώνει το κόστος παραγωγής, αναδεικνύει το μικροκλίμα και τα χαρακτηριστικά του κάθε τόπου και το σημαντικότερο είναι ότι νέα παιδιά παράγουν και ζουν αξιοπρεπώς στον τόπο καταγωγής τους, έχοντας εξασφαλίσει τη διάθεση του προϊόντος τους. Όλα τα προϊόντα συσκευάζονται σε φυσικές συσκευασίες από 100% βαμβάκι, χωρίς πλαστικό, και διατίθενται στην ελληνική αγορά σε super markets και μέσω εξαγωγών σε ΗΠΑ, Καναδά, Ιταλία και Αγγλία.

ΜΕ ΤΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ AGRIMON ΣΤΟΝ ΚΑΜΠΟ ΤΩΝ ΣΕΡΡΩΝ

Βραστερά ελληνικά φασόλια από την περιοχή του Νευροκοπίου Δράμας με σήμανση ποιότητας Π.Γ.Ε. (Προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης), όπως επίσης ρεβίθια και φακές από τις περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας διαθέτει στην αγορά η εταιρεία Agrimon. Οι περιοχές καλλιέργειας των οσπρίων είναι ημιορεινές, οροπέδια με ιδιαίτερο μικροκλίμα (ξηρό, με μεγάλη διαφορά θερμοκρασίας ημέρας - νύχτας) και με εδάφη κατάλληλης σύστασης. Η καλλιέργεια των οσπρίων γίνεται με βάση τον παραδοσιακό τρόπο με αποτέλεσμα προϊόντα με υψηλή βιολογική αξία, που περιέχουν πολλές πρωτεΐνες και είναι πηγή φυτικών ινών και προβιοτικών. Η εταιρεία Agrimon έχει αναπτύξει τις εγκαταστάσεις της στον Λευκώνα, στην καρδιά του κάμπου και δίπλα στην πόλη των Σερρών. Εκεί εφαρμόζονται αυστηρά πρότυπα ασφάλειας και ποιότητας τροφίμων (ISO 22000) με τεχνικά άριστες μεθόδους παρασκευής.



ΑΠΟ ΛΑΡΙΣΑ ΚΑΙ ΚΑΡΔΙΤΣΑ Η ΠΡΩΤΗ ΥΛΗ ΤΟΥ ΘΕΣΤΟ

Η Ομάδα Παραγωγών Οσπρίων «ΘΕΣΤΟ», που ιδρύθηκε το 2018, αριθμεί 100 περίπου μέλη-καλλιεργητές οσπρίων, ενώ γεωγραφικά εκτείνεται στις Περιφερειακές Ενότητες Λάρισας και Καρδίτσας. Διακινεί περί τους 10 κωδικούς οσπρίων που περιλαμβάνουν ρεβίθι, φακές, φασόλια, λαθούρι με τις δράσεις του να επεκτείνονται σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της καλλιέργειας. Στόχος είναι η συνεχής βελτίωση του καθαρού οικονομικού αποτελέσματος των μελών του, μέσω της επιστημονικής και χρηματοοικονομικής στήριξής τους, της μείωσης του κόστους παραγωγής, της διασφάλισης των παραδόσεων και των πληρωμών, της προαγωγής της γεωργικής έρευνας και εφαρμογής ολοκληρωμένων συστημάτων ποιότητας, με απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον και στον άνθρωπο-καλλιεργητή.



ΥΨΗΛΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΗΣ ΒΟΙΟΥ

Με σκοπό την αναβίωση και διατήρηση της παραδοσιακής καλλιέργειας φακής στο Βόιο, στα σύνορα των Νομών Κοζάνης, Γρεβενών και Καστοριάς, η Προϊόντα Γης Βοίου φέρνει στο τραπέζι όσπρια κορυφαίας ποιότητας με υψηλή γευστική και διατροφική αξία. Η

εταιρεία ιδρύθηκε το 2008 με έδρα το Τσούτλι και με αντικείμενο την παραγωγή, την επεξεργασία, την τυποποίηση και τη διανομή οσπρίων. Σήμερα μέτοχοί της είναι οι Γιάννης και Αλέξανδρος Ζιμπιλίδης, ο Αλέξης Κωτούλας, ο Βασίλης Μεταξάς και ο Γιάννης Τσιάλτας. Από την έναρξη λειτουργίας της η Προϊόντα Γης Βοίου ακολούθησε το πρότυπο της συμβολαϊακής γεωργίας, με τους

συνεργάτες-αγρότες να ανέρχονται έως τους 90. Η παρακολούθηση των καλλιεργειών και η καθοδήγηση των παραγωγών είναι συνεχείς, από τη σπορά έως τη συγκομιδή. Οι εδαφοκλιματικές συνθήκες της Δυτικής Μακεδονίας είναι ιδανικές για την καλλιέργεια, ωστόσο δίνεται βαρύτητα στην επιλογή αγρών με γνωρίσματα τέτοια ώστε να παράγουν υψηλής ποιότητας προϊόντα.



ΟΣΠΡΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗ ΓΑΙΑ ΚΙΕΡΙΟΥ

Η εταιρεία Agroland ΑΕ, η οποία ιδρύθηκε στους Σοφάδες Καρδίτσας, το 1996 από τους γεωπόνους αδερφούς Κασή, δημιούργησε σε συνεργασία με τους παραγωγούς της Θεσσαλίας ομάδα παραγωγών και σποροπαράγει ελληνικές ποικιλίες οσπρίων, σπέρνει, παράγει, τυποποιεί και διαθέτει όσπρια υψηλής ποιότητας



ΣΤΟ ΒΕΛΕΣΤΙΝΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

Στο Βελεστίνο Μαγνησίας, στο Αγρόκτημα «Φεραία Γη» της οικογένειας Αραμπατζή, καλλιεργούνται εδώ και 30 χρόνια παραδοσιακές ποικιλίες οσπρίων και αρωματικών φυτών. Στόχος της οικογένειας είναι η διάδοση των μοναδικών προϊόντων του τόπου της.



Η επιστροφή του Αφκού

Με ρίζες στη Σμύρνη του 1900 και έτος ίδρυσης το 1945, η Π.Χ. ΣΑΛΑΜΟΥΣΑΣ, μια 5ης γενιάς οικογενειακή επιχείρηση με έδρα τον Μούδρο της Λήμνου δραστηριοποιείται για πάνω από ένα αιώνα στον πρωτογενή τομέα και το εμπόριο. Με όραμα την αναβίωση των τοπικών ποικιλιών η εταιρεία είναι ήδη υπεύθυνη για την παραγωγή και τυποποίηση προϊόντων όπως ο Άφκος (φάβα Λήμνου), Ρεβύθι Παναγιάς, Φασολάκι ασπρομύτικο και Κουκί (Φούλι).

ΣΤΗΝ ΤΡΟΥΦΑ ΕΡΧΕΣΑΙ ΞΑΝΑ

Σαν να ανεβαίνει σε ένα προσεγμένο πλατό τυριών κι αλλαντικών, που πλαισιώνεται από όλα τα συνοδευτικά του, παρά σαν να εισέρχεται σε κατάστημα τροφίμων, νιώθει όποιος περνάει από τη βιτρίνα του delicatessen «Τρούφα» στο Παλαιό Φάληρο. Κι έχει απόλυτο δίκιο...

ΚΕΙΜΕΝΟ: ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ



Ενα κεφάλι γαλλικής Comté απα-
στεριώτης 36 μηνών ωρίμανσης
στη μια γωνιά του ψυγείου, δίπλα
της ένα στιβαρό ιταλικό Pecorino
με τρούφα, ενώ σε περίοπτη θέ-
ση το σπάνιο Τυρί Λάκκου από τη Σέριφο που
συνδέει -όπως πολλές γευστικές αναμνήσεις
των Ελλήνων- τους διονυσιακούς εορτασμούς
με την χριστιανική εγκράτεια.

Περνώντας κανείς μέσα από τη βιτρίνα του
delicatessen «Τρούφα» στο Παλαιό Φάληρο,
νιώθει πως ανεβαίνει πάνω σε ένα προσεγγμέ-
νο πλατό τυριών και αλλαντικών παρά πως ει-

σέρχεται εντός ενός καταστήματος τροφίμων.
Τυριά και αλλαντικά στη μια μεριά, τσάντνεί και
λοιπά συνοδευτικά στη μέση, μερικά διαλεκτά
ζυμαρικά και μια κάβα μετρημένη πάνω στις
γευστικές εντάσεις που φιλοξενεί το ψυγείο.

Ένα βήμα παράλληλα από αυτό το ψυγείο με
τα σπάνια τυριά της Ελλάδας και της Ευρώ-
πης και συναντά κανείς τον Μπάμπη Σαγάνη
να κόβει λεπτές σαν τσιγαρόχαρτο φέτες από
καρδιοσιώτικο Παστράμι. Πίσω του, ένα μπου-
τι Jamon Iberica και άλλα πολλά προϊόντα από
μικρούς παραγωγούς που σμιλεύουν με τον
μόχθο τους το γευστικό προφίλ της Γηραιάς



Μεγάλη ποικιλία
συνοδευτικών
για κρασί και
αλλαντικά
προσφέρει
η «Τρούφα».

Μια πύλη εισόδου
των καταναλωτών
στο «ποιοτικό
τρόφιμο»
χαρακτηρίζει
το delicatessen
«Τρούφα» ο
ιδιοκτήτης του,
Μπάμπης Σαγάνης.





Ηλείου. Προϊόντα που ούτε θα φανταζόταν ο ίδιος ότι θα δούλευε δέκα χρόνια πριν, όταν εξυπηρετούσε πελάτες πίσω από το ψυγείο αλλαντικών ενός σούπερ μάρκετ στη Σύρο.

Το Troufa Local Deli άνοιξε μέσα στη φθινοπωρινή καραντίνα και αποτελεί μια πύλη εισόδου των καταναλωτών στο «ποιοτικό τρόφιμο» όπως το χαρακτηρίζει ο Μπάμπης. Ο ίδιος δηλώνει «ερωτικός μετανάστες» στην Αθήνα, όπου κατέφθασε προ τριετίας και βρήκε δουλειά σε ένα delicatessen στο Γέρακα. Εκεί ήταν που και ο ίδιος μυήθηκε στον κόσμο των φίνων γεύσεων και των προσεγγμένων παραγωγών και αποφάσισε να φτιάξει το δικό του μαγαζί.

Στη βιτρίνα βλέπει κανείς μια σειρά από προϊόντα τρούφας, εκ των οποίων ουκ άνευ λόγω ονομασίας αλλά και ενθουσιασμού που τρέφει ο δραστήριος ιδιοκτήτης για το προϊόν, η ψυχή όμως του καταστήματος είναι το ψυγείο. «Εδώ γίνεται και το 70% του τζίρου του μαγαζιού. Όποιος μπει θα δοκιμάσει και θα γευτεί πράγματα που δεν έχουν βγει από βιομηχανία και αν δεν αγοράσει επιτόπου, θα έρθει σίγουρα μian άλλη μέρα για τα ψώνια του», λέει.

Η ανταπόκριση του κόσμου ήταν θετική, μας εξηγεί και πλέον, μόλις η συγκυρία το επιτρέπει, θέλει να βγάλει μερικά τραπέζια μπροστά στη μικρή αυλή του καταστήματος για να σερβίρει κρύα πιάτα και ένα ποτήρι κρασί στους πελάτες, υπό τη θέα των συρμών του τραμ που ανεβοκατεβαίνουν τα νότια προάστια της Αθήνας..

«ΟΠΟΙΟΣ ΜΠΕΙ ΘΑ ΔΟΚΙΜΑΣΕΙ ΚΑΙ ΘΑ ΓΕΥΤΕΙ ΠΡΑΓΜΑΤΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΒΓΕΙ ΑΠΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ. ΚΙ ΑΝ ΔΕΝ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΕΠΙΤΟΠΟΥ, ΘΑ ΕΡΘΕΙ ΣΙΓΟΥΡΑ ΞΑΝΑ»



Best Launching Awards για την ΟΛΥΜΠΟΣ

Με τα φυτικά ροφήματα ΚΑΡΠΟΣ Βρώμη

ΔΥΟ ΝΕΕΣ σημαντικές διακρίσεις για την καινοτομία των προϊόντων της απέσπασε η ΟΛΥΜΠΟΣ. Τα φετινά Best Launching Awards 2020 επεφύλαξαν ξεχωριστές βραβεύσεις για τα φυτικά ροφήματα ΚΑΡΠΟΣ Βρώμη και ΚΑΡΠΟΣ Βρώμη - Φουντούκι στην κατηγορία των τροφίμων. Πρόκειται για 100% φυτικά ροφήματα, τα οποία παράγονται αποκλειστικά από ελληνική βρώμη. Έχουν υψηλή περιεκτικότητα εδωδιμων ινών, είναι πλούσια σε ασβέστιο, βιταμίνη Ε και βιταμίνη D, δεν περιέχουν λακτόζη και είναι κατάλληλα για χορτοφάγους και για περιόδους νηστείας. Η ΟΛΥΜΠΟΣ, ανταποκρινόμενη στις τάσεις της αγοράς για φυσικά, αυθεντικά προϊόντα, ανοίγει νέους δρόμους με την καθιέρωση καινοτόμων διατροφικών προτάσεων που ικανοποιούν ιδανικά τις σύγχρονες καταναλωτικές ανάγκες. Η τελετή απονομής πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα και τα βραβεία παρέλαβε ο εμπορικός διευθυντής, Μιχάλης Βεδεράκης.



Τα ροφήματα ΚΑΡΠΟΣ Βρώμη και ΚΑΡΠΟΣ Βρώμη - Φουντούκι είναι κατάλληλα για χορτοφάγους και για περιόδους νηστείας.



Τα φυτικά ροφήματα της ΟΛΥΜΠΟΣ παρασκευάζονται από ελληνικές α' ύλες.



ΔΙΑΚΡΙΣΗ

Σάρωσαν στα Influencer Marketing Awards 2020

ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΜΠΑΝΙΑ «MISKO Ολική Επικράτηση - The Instagram Fitness Challenge» τα MISKO Ολικής Άλεσης απέσπασαν τέσσερα βραβεία στα Influencer Marketing Awards». Συγκεκριμένα, διακρίθηκαν στις κατηγορίες Best Influencer Marketing for Brand Engagement με Silver βραβείο και Best in Food & Beverages, Best in Lifestyle, Sports & Fitness, Best Influencer Marketing for Brand Awareness με Bronze.

Προηγμένο σύστημα ιχνηλασιμότητας

ΧΑΡΗ ΣΤΗΝ πλήρως καθιερωμένη παραγωγή, ο ΑΠΣΙ ΠΙΝΔΟΣ εφαρμόζει προηγμένο σύστημα ιχνηλασιμότητας από την παραλαβή των δημητριακών, την παραγωγή ζωοτροφών, τα εκκολαπτήρια, τη φάρμα, έως τη διανομή των προϊόντων. Αυτό αποδεικνύεται και έμπρακτα καθώς στη νέα συσκευασία νωπών κοτόπουλων αναγράφει τη φάρμα προέλευσης του κοτόπουλου, την περιοχή αλλά και το όνομα του παραγωγού. Αντίστοιχα, και στις συσκευασίες των κοτόπουλων Ελεύθερης Βοσκής ΠΙΝΔΟΣ αναγράφεται ο κωδικός από τον οποίο μπορεί να αναζητηθεί η φάρμα εκτροφής του κοτόπουλου στην επίσημη ιστοσελίδα του Συνεταιρισμού.



ελαιάς

ΚΑΡΠΟΣ



ΕΡΧΕΤΑΙ
10 ΑΠΡΙΛΙΟΥ
ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΗΝ AGRENDΑ



ΠΡΟΤΥΠΟ ISO 50001 ΓΙΑ ΤΗΝ BARILLA



Τις διαδικασίες για την πιστοποίηση του Συστήματος Διαχείρισης Ενέργειας στο εργοστάσιό της στη Θήβα, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του διεθνώς αναγνωρισμένου προτύπου ISO 50001, ολοκλήρωσε η Barilla Hellas. Η πιστοποίηση αυτή έρχεται σε συνέχεια της προηγούμενης πιστοποίησης του Μύλου στο Βόλο το 2019 και αποτελεί αποτέλεσμα της μακροχρόνιας προσπάθειας της Barilla Hellas για τη συνεχή βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των βιομηχανικών της μονάδων, μέσω ενός διαρθρωμένου συστήματος παρακολούθησης της χρήσης ενέργειας.



Νέα σήμανση εισάγει η Lidl

Η Lidl Ελλάς εισήγαγε τη νέα σήμανση «improving & reducing-packaging responsibly», η οποία ενημερώνει τους καταναλωτές για τις βελτιωμένες -έναντι άλλων συμβατικών λύσεων- ιδιότητες βιωσιμότητας της συσκευασίας του εκάστοτε προϊόντος της ιδιωτικής ετικέτας της, τηρώντας τις αρχές της διαφάνειας.

Β.Σ. ΚΑΡΟΥΛΙΑΣ

Με Green Cola Hellas

Τη νέα σειρά αναψυκτικών Green Pro Mixers Series παρουσίασε η Β.Σ.Καρούλιας σε συνεργασία με την Green Cola Hellas. Η νέα σειρά που περιλαμβάνει Cola, Soda, Tonic και Lemon Lime και δημιουργήθηκε με τη συνεργασία γνωστών bartenders, του Ανδρέα Ματθίδη (Dip AIWS) και της Green Cola, ενισχύει το portfolio της επισφραγίζοντας τη δέσμευσή της για παροχή ποιοτικών προϊόντων στην εστίαση. Αξίζει να σημειωθεί πως τα προϊόντα δεν περιέχουν ζάχαρη.



ΓΙΑ 25η ΧΡΟΝΙΑ Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥ ΝΤΟΥΜΠΑΙ ΟΙ ΜΥΛΟΙ ΛΟΥΛΗ ΣΤΗΝ GULFOOD 2021

Η Μύλοι Λούλη και η Kenfood συμμετείχαν, για έκτη συνεχή χρονιά, στη Διεθνή Έκθεση Gulfood 2021 στο Ντουμπάι, η οποία διήρκεσε από τις 21 έως 25 Φεβρουαρίου, όπου παρουσίασαν τα προϊόντα τους και τις καινοτομίες πίσω από αυτά. Στην έκθεση, οι επισκέπτες του περιπτέρου είχαν την ευκαιρία να ενημερωθούν από την εξειδικευμένη ομάδα της Μύλοι Λούλη - Kenfood για τις πρωτοποριακές λύσεις και τα αποκλειστικά πλεονεκτήματα που προσφέρει η εταιρεία στη ζαχαροπλαστική και την αρτοποιία. Παράλληλα, οι τεχνικοί της εταιρείας παρουσίασαν μέσω live επιδείξεων στο κοινό τα προϊόντα και τις εφαρμογές τους. Η Gulfood υποδέχτηκε φέτος περισσότερους από 5.000 εκθέτες και φιλοξένησε 120 περίπτερα.

ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ ΒΙΤΑΜΙΝΟΥΧΟ ΝΕΡΟ ΑΠΟ ΤΗ ΧΗΤΟΣ ΑΒΕΕ

Το βραβείο του Καλύτερου Λανσαρίσματος για το 2020 στην κατηγορία Βιταμινούχο Νερό, έλαβαν τα νέα προϊόντα της ΧΗΤΟΣ ΑΒΕΕ Superfruits Water, Red Boost, Ready 4 Action & Lemon Bliss, στο πλαίσιο των βραβεύσεων Best Launching Προϊόντα για το 2020. Το Superfruits Water είναι βιταμινούχο νερό, χωρίς ζάχαρη σε τρεις γεύσεις και αρώματα.





Το Σάββατο
με την Agrenda
γίνεσαι καλύτερος



www.agronews.gr

Με φυσική και ψηφιακή παρουσία σχεδιάζεται η Food Expo 2021 από 12 έως 15 Ιουνίου



—Η ηλεκτρονική πλατφόρμα που εγκαινίασε φέτος η Forum SA έχει σκοπό να φέρει σε επαφή τους εκθέτες όχι μόνο με τους hosted buyers αλλά και με χιλιάδες αγοραστές τροφίμων & ποτών

Η ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ έκθεση Τροφίμων & Ποτών στη Νοτιοανατολική Ευρώπη επιστρέφει με φυσική -στο εκθεσιακό κέντρο Metropolitan Expo- αλλά και ψηφιακή παρουσία, μέσω της custom made ηλεκτρονικής πλατφόρμας Food Expo Digital. Προσαρμοσμένη στις νέες συνθήκες που έχει διαμορφώσει η πανδημία παγκοσμίως και αντιμετωπίζοντας με αίσθημα ευθύνης τα ζητήματα δημόσιας υγείας, η νέα και καινοτόμα αυτή μορφή της FOOD EXPO, που εγκαινιάζεται με την διοργάνωση του 2021, δημιουργεί τις καλύτερες συνθήκες για την εμπορική επιτυχία και αποτελεσματικότητα για εκθέτες και επισκέπτες. Από τις 12 έως 15 Ιουνίου 2021, η Food Expo 2021 θα δώσει την ευκαιρία σε πολλές σημαντικές εταιρείες από την Ελλάδα και το εξωτερικό να αναδείξουν τα προϊόντα τους σε χιλιάδες σημαντικούς Έλληνες και ξένους αγοραστές -είτε βρίσκονται στην έκθεση είτε όχι- και να συνάψουν σπουδαίες συμφωνίες εντός και εκτός συνόρων. Σύμφωνα με τον διοργανωτή, την εταιρεία Forum SA, έχουν ήδη δηλώσει συμμετοχή στη φυσική έκθεση, 450 προφίλ εκθετών έχουν ήδη αναρτηθεί στην ηλεκτρονική πλατφόρμα της ψηφιακής έκθεσης, ενώ 87,3% των επισκεπτών προτίθενται να επισκεφτούν τη φυσική έκθεση.



ΑΠΟ 2-4 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ ΜΕ ΥΒΡΙΔΙΚΗ ΜΟΡΦΗ

Η Meat & Grill Days εμπλουτίζεται σημαντικά με νέες κατηγορίες προϊόντων και εκθεμάτων, όπως αυτές των κατεψυγμένων τροφίμων και γαλακτοκομικών και θα γίνει με υβριδική μορφή (ζωντανή αναμετάδοση της έκθεσης) στις 2-4 Οκτωβρίου. Με μεγάλη πληρότητα σε εκθέτες, η διοργάνωση θα διεξαχθεί στο Metropolitan Expo της Αθήνας, με παρουσίαση των προϊόντων από την παραγωγή, τη μεταποίηση και την τελική διάθεση στον καταναλωτή και του επιχειρηματίες της μαζικής εστίασης. Πληροφορίες στο www.meatdays.gr/



ΑΠΟ 13-16 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ ΣΤΟ ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ METROPOLITAN EXPO

ΤΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ να ανακαλύψουν τεχνολογίες αιχμής και αυτοματισμούς για low cost λειτουργία παραγωγής σε ένα απόλυτα ασφαλές και υγιεινό περιβάλλον, εξασφαλίζοντας συγχρόνως υψηλή ποιότητα τελικού προϊόντος, θα έχουν οι επισκέπτες της Food Tech 2021, που θα λάβει χώρα στο Metropolitan Expo. Ας σημειωθεί ότι όλα δείχνουν ότι η 2η FOODTECH, την οποία διοργανώνει η Forum SA, θα αποτελέσει για άλλη μια φορά το κέντρο των εμπορικών εξελίξεων της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών και το απόλυτο σημείο συνάντησης των decision makers του χώρου.

Αειφόρος παραγωγή
κρέατος αιγών και προβάτων

Signed
by nature

Βιώσιμο περιβάλλον



Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποδίδει ιδιαίτερο ρόλο στην κτηνοτροφία όσον αφορά τους στόχους της αειφόρου ανάπτυξης και προτείνει να συνδυάζεται η παραγωγή προϊόντων ζωικής προέλευσης με την προστασία του περιβάλλοντος, την υγεία των ζώων, και την προσπάθεια

για πιο νόστιμα και καλύτερης ποιότητας προϊόντα. Έτσι, θα δημιουργηθούν καλύτερες συνθήκες και οφέλη για τα ζώα, τη γη, τους κτηνοτρόφους, τη βιομηχανία και, φυσικά, τους καταναλωτές.

1 Διάσωση πολιτιστικού πλούτου

Η εκτροφή αιγοπροβάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η σύνδεση των συστημάτων αναπαραγωγής με τη διατήρηση της βλάστησης μέσω μιας βιώσιμης διαδικασίας, αποτελεί πλεονέκτημα για τις λιγότερο ευνοημένες περιοχές, ιδίως στη λεκάνη της Μεσογείου καθώς βοηθά τη διάσωση του πολιτιστικού πλούτου και των παραδόσεων ολόκληρων περιοχών με συγκεκριμένες κοινωνικές δραστηριότητες

3 Υψηλή ποιότητα κρέατος

Η βιώσιμη αιγοπροβατοτροφία στην Ευρωπαϊκή Ένωση εξασφαλίζει ότι τα ζώα τρέφονται φυσικά, καθώς είναι ελεύθερα και η βάση της διατροφής τους αποτελείται από φυτά πράσινων βοσκοτόπων υψηλής θρεπτικής αξίας, που δεν είναι ούτε γονιμοποιημένα ούτε ψεκασμένα με ζιζανιοκτόνα χαρακτηριστικών.

5 Θετικό οικολογικό αποτύπωμα

Σημαντική είναι η απόδοση της εκτροφής αιγοπροβάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσον αφορά της εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου. Οι μετρήσεις δείχνουν ότι ο τομέας (συμπεριλαμβανομένης της απαιτούμενης κατανάλωσης ενέργειας, της παραγωγής / μεταφοράς ζωοτροφών, της χρήσης γης), είναι υπεύθυνος μόλις για το 3,7% των συνολικών εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου που παράγονται από την κτηνοτροφία στην ΕΕ.

2 Διατήρηση της βιοποικιλότητας

Τα αιγοπρόβατα εκτρέφονται κυρίως σε βοσκοτόπους που βρίσκονται σε μειονεκτικές περιοχές που δεν μπορούν να αξιοποιηθούν για καλλιέργεια, διαδραματίζοντας σημαντικό ρόλο στη διατήρηση των βοσκοτόπων αυτών, αλλά και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας.

4 Προστασία της φύσης από καταστροφές

Η εκτροφή αιγοπροβάτων έχει σημαντική επίδραση στο οικοσύστημα μέσω του ελέγχου της ανεπιθύμητης συγκέντρωσης βιομάζας και, κατά συνέπεια, τη μείωση του κινδύνου πυρκαγιών. Αρκεί να αναλογιστούμε πως η πυρκαγιά σε μια λεκάνη απορροής έχει πολύ σοβαρές οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές, οικολογικές, αισθητικές, πολιτιστικές συνέπειες.

6 Αποθήκες άνθρακα

Τα βοσκοτόπια είναι μια πολύ σημαντική αποθήκη άνθρακα ενώ η δυνατότητα αποθήκευσης του άνθρακα επηρεάζεται δυσμενώς από την υποβαθμισμένη βόσκηση. Ως εκ τούτου, η σωστή διαχείριση των βοσκοτόπων είναι ζωτικής σημασίας, καθώς τόσο η υπερβολική όσο και η υποβόσκηση, μπορούν να μειώσουν τη δέσμευση του άνθρακα ή να οδηγήσουν σε απώλειες άνθρακα στο έδαφος με ποικίλα αποτελέσματα.

«Το περιεχόμενο της παρούσας εκστρατείας προώθησης απηχεί τις απόψεις του συντάκτη μόνο, ο οποίος φέρει την αποκλειστική ευθύνη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν φέρει καμία ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχει.»

 signedbynature.eu

 signedbynature.eu

 signedbynature.eu

 signedbynature.eu



Η ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΛΑΜΒΑΝΕΙ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ.

Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΣΤΗΡΙΖΕΙ
ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΩΘΟΥΝ
ΤΟ ΣΕΒΑΣΜΟ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.

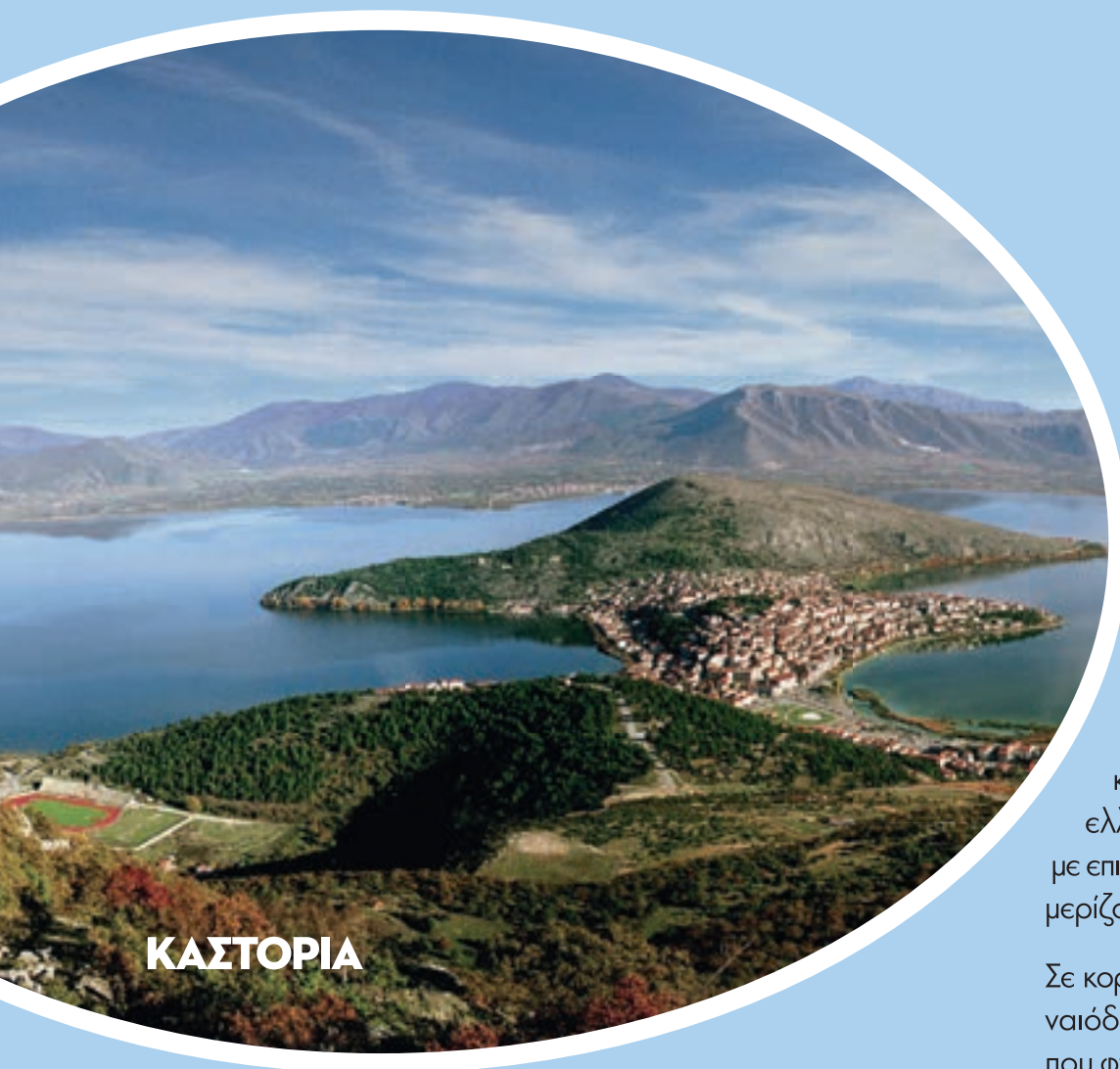


ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



άροσις®

ΑΠΟ ΤΟ 1956 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



ΚΑΣΤΟΡΙΑ

Ο ΚΟΠΟΣ ΜΑΣ. Ο ΤΟΠΟΣ ΜΑΣ.

~

Στην οικογενειακή εταιρεία **άροσις** δεν καλλιεργούμε απλώς όσπρια. Καλλιεργούμε αξίες που προστατεύουν και αναδεικνύουν τους θησαυρούς της ελληνικής γης. Συνεργαζόμαστε σταθερά με επιλεγμένους Έλληνες παραγωγούς που συμμερίζονται την προσπάθεια και το όραμά μας.

Σε κορυφαίους ελληνικούς οσπριώνες, με γενναιόδωρο, πλούσιο έδαφος και υψόμετρο που φτάνει από τα 670 μέτρα και πάνω, φροντίζουμε οικολογικά τα όσπριά μας -βιολογικά και συμβατικά- επεμβαίνοντας ελάχιστα στο περιβάλλον. Γι' αυτό και κάθε συσκευασία **άροσις** κλείνει μέσα της όλο το μεγαλείο της ελληνικής γης.



ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΣΟΥΠΑΣ

№1 ΣΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΟΣΠΡΙΑ | ΔΙΑΛΕΓΜΕΝΑ ΜΕ ΤΟ ΧΕΡΙ | ΜΕ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ | ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΣΟΔΕΙΕΣ

f @ArosisGreece | @arosis.gr | www.arosis.gr