



Ενσωματώσαμε 8 γλώσσες
για να μιλήσετε στη γλώσσα των υποψηφίων
πελατών σας σ' όλο τον **κόσμο**.

Ανακαλύψτε τις μοναδικές δυνατότητες του νέου διαδραστικού portal και προωθήστε άμεσα τα προϊόντα σας στο παγκόσμιο κοινό.

Με 8 ενσωματωμένες γλώσσες για στοχευμένη επικοινωνία, με 4 δυναμικές κατηγορίες προϊόντων για εύκολη αναζήτηση και ιδανικό συνδυασμό της πληροφορίας, το www.productsgreek.com αποτελεί εγγύηση για την προώθηση των προϊόντων σας. Πλοηγηθείτε, αναζητήστε, σχολιάστε, προτείνεται...

Εύκολα, απλά, δημιουργικά!



productsgreek.com

traditional products experts



Σε ανοδική “τροχιά” η craft μπύρα στην Ελλάδα

Για δεύτερη συνεχή χρονιά, η Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών πραγματοποίησε την εκδήλωση Beer Day στο πλαίσιο της ετήσιας έκθεσης HORECA. Συζητήθηκαν οι σύγχρονες τάσεις στο χώρο της ζυθοποιίας στην Ελλάδα και το εξωτερικό με τη συμμετοχή αναγνωρισμένων προσώπων του χώρου.

Πιο συγκεκριμένα, από τις τοποθετήσεις κάποιων από των σημαντικότερων εκπροσώπων του κλάδου του ζύθου της χώρας προκύπτει ότι άμεση προτεραιότητά τους είναι η αντιμετώπι-

ση της εποχικότητας που χαρακτηρίζει την αγορά της μπύρας, καθώς και η δημιουργία κουλτούρας και εκπαίδευσης του καταναλωτή με τη βοήθεια της craft μπύρας, η οποία γνωρίζει όλο και μεγαλύτερη άνθιση στη χώρα μας και στο εξωτερικό. Για τα αμέσως επόμενα χρόνια αρκετές ζυθοποιίες θα επενδύσουν σε κατηγορίες, όπως η μπύρα με μειωμένο ή και καθόλου αλκοόλ, οι οποίες θα κάνουν γνωστό το προϊόν σε νέο κοινό που παλαιότερα ήταν δύσκολο να προσεγγίσουν.

Ο Σ. Παναγιώτου, Πρόεδρος της ΕΕΖ, Ιδρυτής & Συνιδιοκτήτης της «Μικροζυθοποιία Septem» επισήμανε ότι «ενώ ο αριθμός των ζυθοποιείων στην Ελλάδα υπερβαίνει πλέον τα 50, η κατά κεφαλή κατανάλωση παραμένει σταθερή στα 35-36 λίτρα ετησίως, γεγονός που αποδεικνύει ότι η αγορά του ζύθου δεν αναπτύσσεται συνολικά, αλλά παρατηρούμε εναλλαγή μεριδίων αγοράς, με σημαντική αύξηση του ποσοστού της craft μπύρας.

Editorial



Οι ευκαιρίες ανάπτυξης αλλά και οι προκλήσεις που καλούνται να ξεπεράσουν οι ζυθοποίες

στη χώρα μας συζητήθηκαν στην εκδήλωση Beer Day στο πλαίσιο της ετήσιας έκθεσης HORECA. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, οι παρευρισκόμενοι είχαν την ευκαιρία να πάρουν μέρος σε μία εμπειρία γευσιγνωσίας και τυφλής δοκιμής καθιερωμένων αλλά και ασυνήθιστων ειδών μπίρας.

Θύμιος Κτενίδης



ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

NEWSLETTER ΤΡΟΦΙΜΩΝ -ΠΟΤΩΝ-ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ

Εκδότης:

Ευθύμιος Κτενίδης

Σύμβουλος Έκδοσης:

Γιώργος Παππούς

info@productsgreek.com

Εμπορικό Τμήμα:

Ευθύμιος Κτενίδης

sales@productsgreek.com

Γευσιγνωσία με ελληνικά κρασιά στη Βιέννη



Οι αυστριακές εισαγωγικές εταιρείες κρασιών 'WeinBeratung Huth' και 'Hubert Fohringer' διοργάνωσαν στο ελληνικό εστιατόριο 'Ellas' στη Βιέννη, εκδήλωση προβολής και γευσιγνωσίας αυτόχθονων ελληνικών ποικιλιών κρασιού, υπό την αιγίδα της ελληνικής πρεσβείας.

Η εκδήλωση, που παρόμοια πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά στην Αυστρία, στόχευε αποκλειστικά σε υπεύθυνους αγορών επιλεγμένων αυστριακών εστιατορίων, ξενοδοχείων, σούπερ μάρκετς και κάβες κρασιών, καθώς και σε δημοσιογράφους οίνου και γεύσης ειδικευμένων περιοδικών, wine bloggers, εφημερίδες καθώς και σε οινοκόους (sommeliers).

Συμμετείχαν 20 οινοποιεία από την Ελλάδα (Κτήμα Alpha, Κτήμα Βιβλία Χώρα, Κτήμα Μποσινάκη, Κτήμα Παπαϊωάννου, Οινοποιία Μανουσάκη, Μίνως Οινοποιία, Κτήμα Παπαντώνη, Κτήμα Porto Carras, Κτήμα Σιγάλα, Κτήμα Λυ-

ραράκη, Κτήμα Θεοπάτρα, Οινοποιείο Τσελεπός, Κτήμα 'Τέχνη Οίνου', Κτήμα Ζαφειράκη, Κτήμα Δρυόπη, Κτήμα Gaia, Κτήμα Γεροβασιλείου, Κτήμα Κεχρής, Κτήμα Κυρ-Γιάννη, και Κτήμα Λαντίδη).

Ως προς τις αυτόχθονες ποικιλίες παρουσιάστηκαν, σε 72 ετικέτες κρασιών, οι ποικιλίες Μαλαγουζιά, Μοσχοφίλερο, Βιλάνα, Ασσύρτικο, Πλυτό, Βιδιανό από λευκά και Ρωμέικο, Αγιωργίτικο, Λημνιόνα, Ξυνόμαυρο, Μαυροτράγανο από ερυθρά κρασιά. Σε κάθε επισκέπτη, διανεμήθηκε καλαίσθητο, πολύχρωμο και ιδιαίτερα επιμελημένο 20σέλιδο φυλλάδιο που περιείχε σύντομη παρουσίαση όλων των οινοποιείων και των αυτόχθονων ποικιλιών, ενώ στο εξώφυλλο του απεικονιζόταν ο οινικός χάρτης της χώρας με τα 33 ΠΟΠ ελληνικά κρασιά. Επίσης, περιείχε αναλυτικά και τις 72 ετικέτες κρασιών, ανά ποικιλία, για την καταγραφή σχολίων και εντυπώσεων.

Παρουσία ελληνικού κρασιού στην Αυστρία

Οι εξαγωγές ελληνικών κρασιών στην Αυστρία τα τελευταία 12 έτη (2007-2018), κυμαίνονται σε αξία από 1 έως 1,2 εκ. ευρώ, με το μέσο όρο της τελευταίας 5ετίας (2014-2018) σε 1,150 εκ ευρώ, καταλαμβάνοντας την 10η θέση προορισμού των ελληνικών κρασιών για το 2018 με αξία 1,199 εκ. ευρώ (σε σύνολο εξαγωγών 82,601 εκ. ευρώ το 2018).

Στη συντριπτική πλειονότητα τους τα ελ-

ληνικά κρασιά καταναλώνονται στα 100 περίπου ελληνικά εστιατόρια στην Αυστρία. Σχεδόν παντελής είναι η απουσία τους σε κάβες κρασιών και σε super markets, ενώ πολύ περιορισμένη είναι και η αναφορά ελληνικών κρασιών σε κλαδικά περιοδικά.

Οι εισαγωγές κρασιού στην Αυστρία ανέρχονται, ετησίως, σε 215 εκ. περίπου ευρώ (214,774 εκ. ευρώ το 2017), με τη χώρα μας να κατατάσσεται 16ος προμηθευτής.



Η νέα εργασία στην ψηφιακή εποχή



Η Ελλάδα οφείλει να έχει στρατηγικό σχέδιο στη νέα ψηφιακή εποχή, να βάλει στόχους και να τους πετύχει. Αυτό ήταν το συμπέρασμα της ημερίδας που διοργάνωσε ο Σύλλογος Προσωπικού Alpha Bank με θέμα: «2020. Η αρχή της δεκαετίας των μεγάλων αλλαγών. Η νέα εργασία στην ψηφιακή εποχή. Ευκαιρία ή

εφιάλτης»;

Ο Πρόεδρος του Συλλόγου Τάσος Γκιάτης ανέφερε μεταξύ άλλων «Η πλειοψηφία των πολιτών δεν είχε αποκτήσει την ευαισθησία που απαιτείται στη νέα ψηφιακή εποχή. Η ψηφιακή εποχή δεν έχει χρόνο, δεν έχει τόπο και οι επιπτώσεις στην αγορά εργασίας θα είναι μεγάλες»



Τα Φωτεινά Αστέρια των Παιδικών Χωριών SOS στο City Link

Η Τράπεζα Πειραιώς, σε συνεργασία με τα Παιδικά Χωριά SOS, υλοποίησε και φέτος εργαστήριο ζωγραφικής, στο οποίο τα παιδιά ζωγράφισαν αστέρια. Η σύνθεση των αστεριών τους δημιούργησε «Το φωτεινό μας αστέρι», το Γούρι του Ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς για το 2020.

Τα έργα των παιδιών που δημιουργήθηκαν υπό την επιμέλεια της εικαστικού κ. Ουρανίας Αναστασιάδου, αποτελούν την πιο φωτεινή έκθεση ζωγραφικής που θα κοσμήσει το City Link έως το τέλος του μήνα.

Ευρωπαϊκή Πίστη – “Digital, yet Human”

Η Ευρωπαϊκή Πίστη Α.Ε.Γ.Α., πραγματοποίησε ενημερωτική Ημερίδα σχετική με τον ψηφιακό μετασχηματισμό, με τίτλο “Digital, yet Human”, την οποία παρακολούθησαν τα Διευθυντικά Στελέχη, οι Προϊστάμενοι των Εσωτερικών Υπηρεσιών της Εταιρίας, καθώς και οι Διευθυντές του Δικτύου Πωλήσεων.

Η ηγεσία της Α.Ε.Γ.Α. Ευρωπαϊκή Πίστη ανέφερε ότι το πλάνο Ψηφιακού Μετασχηματισμού ευθυγραμμίζεται πλήρως με το όραμα και τη στρατηγική της, εστιάζοντας στην προσέλκυση νέων πελατών, στη βελτίωση της εξυπηρέτησης και στην υποστήριξη των κανονιστικών απαιτήσεων.

Διακεκριμένοι εξωτερικοί ομιλητές εμπάθουν γύρω από τις νέες τεχνολογίες, τα νέα επιχειρηματικά μοντέλα που δημιουργούν ευκαιρίες αλλά και κινδύνους, την ψηφιακή αλλαγή ως όχημα βελτίωσης για την επιχείρηση και τους ανθρώπους, αλλά και στο ότι η λέξη κλειδί στον ψηφιακό μετασχηματισμό, είναι ο «μετασχηματισμός», όχι η λέξη «ψηφιακός».

Digital,
yet human



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΠΙΣΤΗ
Πρωτοβουλία αμέσως!

Νέο δασμολόγιο στο Ηνωμένο Βασίλειο

Το βρετανικό Υπουργείο Διεθνούς Εμπορίου ανακοίνωσε ότι βρίσκεται σε διαδικασία ανάπτυξης του νέου Παγκόσμιου Εξωτερικού Δασμολογίου, το οποίο θα στηρίζεται στην αρχή της ρήτρας του Μάλλον Ευνοούμενου Κράτους (Most Favoured Nation - MFN). Το νέο δασμολόγιο θα αρχίσει να εφαρμόζεται στα εμπορεύματα που εισάγονται στο Ηνωμένο Βασίλειο από την 1η Ιανουαρίου 2021.

Οι τροποποιήσεις θα έχουν ως στόχο:

- Την άρση των χαμηλών δασμών, ποσοστού 2,5% και χαμηλότερα
- Την μείωση κατά 2,5% των δασμών, οι οποίοι σήμερα βρίσκονται σε ύψος κάτω του 20% (π.χ. ο δασμός 19,2% γίνεται 17,5%, ο δασμός 12,3% γίνεται 10%),
- Την μείωση κατά 5% των δασμών, οι οποίοι σήμερα βρίσκονται σε ύψος μετα-

ξύ του 20% και του 50% (π.χ. ο δασμός 48% γίνεται 45%, ο δασμός 22% γίνεται 20%),

- Την μείωση κατά 10% των δασμών, οι οποίοι σήμερα βρίσκονται σε ύψος πάνω από το 50% (π.χ. ο δασμός 68% γίνεται 60%),
- Λήψη μέτρων για δασμούς που επιβάλλονται σε αγροτικά προϊόντα και οι οποίοι βρίσκονται σε μονοψήφιο ποσοστό.
- Την άρση των δασμών, οι οποίοι αφορούν εισαγωγές προϊόντων, τα οποία χρησιμοποιούνται για την παραγωγή και κατασκευή άλλων (βρετανικών) προϊόντων ή πρόκειται για προϊόντα τα οποία εισάγονται προς τελειοποίηση και επανεξαγωγή.
- Την άρση των δασμών στην περίπτωση εισαγωγής προϊόντων στα οποία το Η.Β. έχει μηδενική ή περιορισμένη παραγωγή.



Αύξηση των εξαγωγών κρασιού στις ΗΠΑ

Μια ακόμα εκδήλωση γευσιγνωσίας ελληνικών κρασιών πραγματοποιήθηκε στις ΗΠΑ και συγκεκριμένα στο υψηλών προδιαγραφών ελληνικό εστιατόριο της πόλης του Σικάγο Avli River North.

Την γευσιγνωσία, που επισκέφθηκε η Ελληνίδα Πρόξενος, διοργάνωσε η εισαγωγική εταιρεία κρασιών Athenee Importers και παρευρέθησαν τα οινοποιοί Three Graces, Θυμίουπουλου, Καρατζά Οεπορς, Κατσαρού, Νασσιάκου, Νικολαΐδη και Τσιάκα. Παρευρέθη επίσης και εκπρόσωπος του διανομέα των ελληνικών κρασιών Maverick Wine, με παρουσία στις πολιτείες Ιλινόι, Κολοράντο και Μινεσότα.

Η εκδήλωση σημείωσε μεγάλη επιτυχία με συμμετοχή εστιατορίων της πόλης και γευσιγνωστών, ενώ την Πρόξενο υποδέχθηκαν ο Γενικός Διευθυντής του εστιατορίου Στέφανος Λεμονής και ο σεφ Λούι Αλεξιάκς.

Το 2019 οι εξαγωγές κρασιών προς τις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 9%, φτάνοντας στα 13,3 εκατ. € έναντι 12,2 εκατ. € το 2018.



Όλα τα φώτα στη EuroShop 2020

Είναι η μεγαλύτερη έκθεση λιανικού εμπορίου, με 2.300 εκθέτες από 60 χώρες, σε 125.000 τ.μ. χώρο, τουλάχιστον 114.000 εμπορικούς επισκέπτες και θα μείνει ανοικτή ως και τις 20 Φεβρουαρίου.

“Ποιό ρόλο θα πρέπει να παίξει το κατάστημα μου στη σύγχρονη αγορά;”, “Πώς πρέπει να είναι;”, είναι μόνο μερικά από τα ερωτήματα που θα απαντηθούν στο τομέα “Shop Fitting & Store Design”, ο οποίος παραδοσιακά είναι ο μεγαλύτερος στη EuroShop, που πραγματοποιείται στο Messe Düsseldorf.

Στον τομέα του Retail Marketing, ξεδιπλώνονται ψηφιακές δημιουργίες-πρωτοβουλίες, ενώ θα παρουσιαστούν και νέες λύσεις για τον “έξυπνο” φωτισμό και το συνδυασμό του με τις νέες τεχνολογίες. Ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών, υπηρεσίες cloud θα έχουν, επίσης, την τιμητική τους, ενώ θα παρουσιαστούν νέα συστήματα ψύξης με οικολογικό αποτύπωμα.



Αύξηση πωλήσεων από τη Red Bull

Η εταιρία ενεργειακών ποτών Red Bull ανακοίνωσε πωλήσεις άνω των 6 δισ ευρώ σε επίπεδο Ομίλου, κάτι που συνεπάγεται αύξηση 9,5% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

Η εταιρία πούλησε 7,5 εκατομμύρια κουτάκια ενεργειακού ποτού, αυξάνοντας έτσι κατά 10,4% τον όγκο πωλήσεων της. Αξιοσημείωτη είναι η αύξηση των πωλήσεων στην Ινδία (37%), στη Βραζιλία (30%), αλλά και στην Αφρική (25%). Επιπλέον, παγίωσε το μερίδιό της στη Γερμανία (+15%), στην Αυστρία (+12%), στην Ανατολική Ευρώπη (+12%) και στις ΗΠΑ (+9%). Η εταιρία, απασχολεί 12.736 εργαζόμενους σε 171 χώρες.



Αποτελέσματα πέρα από τις προβλέψεις για την Pepsico

Η PepsiCo Inc ανακοίνωσε έσοδα και κέρδη τριμήνου, πέρα και πάνω από τις εκτιμήσεις των αναλυτών, καθώς η εταιρία επωφελήθηκε από τη ζήτηση για τα υγιεινά της snacks, τα αναψυκτικά και τα ενεργειακά ποτά Gatorade.

Η εταιρία δείχνει να ποντάρει στα νέα της προϊόντα, που συμπεριλαμβάνουν υγιεινά snacks και αναψυκτικά και είναι ενδεικτικό ότι οι σχετικές πωλήσεις στη Βόρεια Αμερική αυξήθηκαν κατά 4%. Η εταιρία ακολουθεί, πάντως, συντηρητική πολιτική προβλέψεων για το 2020.

“Ανάρπαστο” το φυτικό τυρί για vegan

Αυξάνονται οι ακόλουθοι της vegan διατροφής στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, με αποτέλεσμα οι εγχώριες βιομηχανίες τροφίμων να στρέφουν την προσοχή τους στη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων. Υπολογίζεται ότι, μέσα στα επόμενα δύο χρόνια, τα φυτικά προϊόντα θα αποτελούν ποσοστό 40%, καθώς εκτιμάται πως θα υπάρξει ραγδαία αύξηση στο κοινό που προτιμά τα dairy-free προϊόντα, το κριθάρι, το μπιζέλι, το λινάρι και την κινόα, σύμφωνα με έρευνα της Packaged Facts. “Βασιλιάς” της κατηγορίας στην παγκόσμια αγορά έχει ήδη αναδειχτεί το τυρί vegan, καθώς προβλέπεται ότι θα φτάσει λίγο κάτω από τα τέσσερα δισεκατομμύρια δολάρια μέχρι το 2024, με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 7,6% από το 2016 μέχρι το 2024, σύμφωνα με έκθεση της ερευνητικής εταιρείας Bharat Book. Δημοσκόπηση του CNN έδειξε πως το 4% των ενηλίκων Αμερικανών θεωρεί τον εαυτό του χορτοφάγο, και το 5%



αυστηρά χορτοφάγο (vegan). Η βρετανική εφημερίδα «The Times» σε παρόμοια έρευνα για το Ηνωμένο Βασίλειο, βρήκε πως στην Αγγλία υπάρχουν περίπου 250.000

αυστηρά χορτοφάγοι. Στην Ελλάδα συστάθηκε μόλις το 2014 ένα σωματείο με την επωνυμία Ένωση των Βέγκαν, αλλά οι καταναλωτές που έχουν στραφεί σε αυτή

τη διατροφή, εκτιμάται ότι απαριθμούνται πλέον σε δεκάδες χιλιάδες και βρίσκονται διαρκώς προς αναζήτηση νέων προϊόντων.

Στα αυτόματα ταμεία στρέφονται οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ

Μεγάλες αλλαγές αναμένεται να δουν οι καταναλωτές στα ελληνικά σούπερ μάρκετ, τα οποία τα τελευταία χρόνια μετασχηματίζονται με γοργούς ρυθμούς, ακολουθώντας τις διεθνείς τάσεις.

Αναλυτικότερα, ακολουθώντας το παράδειγμα της Amazon στις ΗΠΑ, τα αυτόματα ταμεία θα κάνουν σιγά σιγά την εμφάνισή τους και στα ελληνικά σούπερ μάρκετ. Το προσεχές διάστημα, εκτός από την Amazon, η συγκεκριμένη καινοτομία θα πραγματοποιήσει την είσοδό

της και στα καταστήματα της μεγάλης αλυσίδας Tesco, ξεκινώντας από τη Βρετανία.

Προκειμένου να εντυπωσιάσει το καταναλωτικό κοινό, προσεγγίζοντας ευκολότερα τις νέες γενιές, η Tesco σε συνεργασία με την Trigo Vision, μια startup από το Ισραήλ, θα ενσωματώσει την ψηφιακή τεχνολογία στο δίκτυό της. Στον ίδιο δρόμο “βαδίζουν” και οι εγχώριες αλυσίδες με συνεχείς επενδύσεις και την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στα καταστήματά τους.



“Καμπάνα” 386.117 ευρώ σε 28 επιχειρήσεις τροφίμων

Ο Ε.Φ.Ε.Τ. επικύρωσε την επιβολή προστίμων σε 28 επιχειρήσεις τροφίμων, συνολικού ύψους 386.117,50 ευρώ. Συγκεκριμένα, τα πρόστιμα αφορούν επιχειρήσεις μαζικής εστίασης και λιανικού εμπορίου, σε εγκαταστάσεις παραγωγής και εμπορίας τροφίμων: κρέατος, παρασκευασμάτων κρέατος και πουλερικών, γάλακτος, αλιευμάτων, επεξεργασίας φρούτων, αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής για :

■ Παραγωγή, διακίνηση και διάθεση μη ασφαλών τροφίμων.

■ Αποκλίσεις ως προς την εφαρμογή HACCP.

■ Μη συμμόρφωση ως προς τις γενικές απαιτήσεις υγιεινής.

Παραπλανητική επισήμανση, παρουσίαση και διαφήμιση τροφίμων.

■ Μη συμμόρφωση με τα μέτρα της δέσμευσης ή κατάσχεσης τροφίμων από τις αρμόδιες αρχές.

Ο Ε.Φ.Ε.Τ. καλεί τις επιχειρήσεις τροφίμων να επιδείξουν ιδιαίτερη προσοχή στην πιστή τήρηση των απαιτήσεων της νομοθεσίας, τόσο για τη διασφάλιση της υγιεινής και της ασφάλειας των τροφίμων όσο και για την ορθή λειτουργία τους και διαβεβαιώνει το καταναλωτικό κοινό ότι συνεχίζει τους συστηματικούς ελέγχους προκειμένου να διασφαλίζει και να προστατεύει τα συμφέροντα των καταναλωτών



Μοσχάτο Άσπρο από τον ΕΟΣ Σάμου

Η ποικιλία Άσπρο Μοσχάτο καλλιεργείται στη Σάμο εδώ και αιώνες και έχει συνδεθεί άρρηκτα με την οινική κουλτούρα του νησιού. Προέρχεται από ημιορεινούς, ξηρικούς αμπελώνες στοιβαγμένους σε πεζούλες ξερολιθιάς. Η όψη του είναι ιδιαίτερα ελκυστική με λαμπερό ανοιχτόκίτρινο χρώμα και πρασινωπές ανταύγειες.. Αρωματικά είναι πλούσιο και «γεμάτο», θυμίζοντας την οσμή ώριμων, λευκόσαρκων φρούτων, όπως ροδάκινο, βερίκοκο και πεπόνι, που απλώνονται σε ένα εξαιρετικό φόντο διακριτικής έκφρασης του Μοσχάτου χαρακτήρα.

Με πολύπλοκο στόμα, παρουσιάζεται ως εξαιρετικά φρουτώδες και ισορροπεί μεταξύ ξηρού και γλυκού. Αν και στην επίγευση αφήνει μια ανεπαίσθητη γλύκα, η φυσιολογική φρεσκάδα του σταφυλιού υπερτερεί και δημιουργεί ένα εξαιρετικά αρμονικό σύνολο. Συνοδεύει πιάτα της Διεθνούς και της Ελληνικής δημιουργικής κουζίνας με πουλερικά, ψάρια, θαλασσινά όπως και πιάτα της Άπω Ανατολής με γλυκξινο γεύσεις. Σερβίρεται σε θερμοκρασία 8-10ο C .



Κρουασάν Molto με γέμιση μπισκότων



Σε νέους γευστικούς συνδυασμούς κυκλοφόρησαν πριν από λίγο καιρό τα κρουασάν Molto, που αποτελούν ένα από τα πιο γνωστά brand στη συγκεκριμένη κατηγορία με μεγάλη γκάμα προϊόντων.

Πιο συγκεκριμένα, εκτός από τις κλασικές γεύσεις πραλίνα φουντουκιού, βανίλια, κρέμα κακάο, κεράσι, κακάο-βανίλια και βανίλια-φράουλα, η εταιρεία λάνσαρε δύο νέα κρουα-

σάν με γέμιση εμπλουτισμένη με μπισκότα. Πρόκειται για τα νέα Molto Cream and Cookies, που κυκλοφορούν στους τύπους:

- Βανίλια & Μπισκότο Κακάο
- Πραλίνα Φουντουκιού & Μπισκότο Digestive

Τα κρουασάν Molto κυκλοφορούν σε συσκευασίες των 110 γραμμαρίων, ενώ δεν περιέχουν συντηρητικά.



Tortilla chips Nachos σε 3 γεύσεις

Ακολουθώντας τις σύγχρονες διατροφικές επιταγές και την αυξανόμενη ζήτηση στην αγορά για προϊόντα, που ανήκουν στην κατηγορία των σνακ, η εταιρεία Ohonos Snack επέκτεινε το χαρτοφυλάκιό της με τα Tortilla chips Nachos. Πρόκειται για ένα σνακ από καλαμπόκι, που είναι διαθέσιμο σε σούπερ μάρκετ και μικρότερα σημεία λιανικής σε τρεις διαφορετικές γεύσεις:

- Μέξικαν Τσίλι
- Nacho cheese
- Μπάρμπεκιου

Τα προϊόντα κυκλοφορούν σε συσκευασίες των 110gr και 200gr, ενώ η εταιρεία πλέον διαθέτει αρκετούς από τους κωδικούς της σε επαγγελματικό μέγεθος.

Νέες μπάρες από τη Nature Valley

Μια από τις κατηγορίες τροφίμων που τα τελευταία χρόνια νωρίζουν σημαντική ανάπτυξη στη χώρα μας είναι αυτή των δημητριακών και ιδιαίτερα της μπάρας. Οι βιομηχανίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο λανσάρουν διαρκώς νέους κωδικούς στην αγορά, προκειμένου να δώσουν περισσότερες επιλογές στους καταναλωτές.

Με νέους κωδικούς επέκτεινε μάλιστα πρόσφατα τη γκάμα των προϊόντων της η εταιρεία Nature Valley, που δραστηριοποιείται κυρίως στις μπάρες δημητριακών και πρωτεΐνης.

Πιο συγκεκριμένα, στο χαρτοφυλάκιο της εταιρείας προστέθηκαν τα προϊόντα:

- Μπάρες Protein Coconut & Almond
- Μπάρες Protein Peanut & Chocolate
- Μπάρες Protein Salted Caramel Nut

Οι μπάρες πρωτεΐνης Nature Valley καλύπτουν το 20% της ημερήσιας ανάγκης σε πρωτεΐνες. Δεν περιέχουν γλουτένη και φτιάχνονται από προσεκτικά επιλεγμένα συστατικά, όπως αράπικα φιστίκια, αμύγδαλα κ.α

