



TEAWAY

**“Promoting tea as the engine of growth
for the Black Sea Basin Area”**

Deliverable A.T1.4 SWOT Analysis & Best Practices

Black Sea Basin Programme 2014-2020

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.

SWOT ANALYSIS ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΑΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΦΥΤΩΝ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΑΦΕΨΗΜΑΤΩΝ

1.1. Δυνατά Σημεία (Strengths).....	2
1.2. Αδύνατα Σημεία (Weaknesses).....	4
1.3. Ευκαιρίες (Opportunities).....	7
1.4. Απειλές (Threats).....	10

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟ- ΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΑΡΩΜΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΦΥΤΑ

2.1 Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της επεξεργασίας αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών.....	12
2.2 Αφεψήματα με βάση το Τσάι στην Ελληνική αγορά.....	48

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

SWOT ANALYSIS ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΑΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΦΥΤΩΝ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΑΦΕΨΗΜΑΤΩΝ

Με βάση την ανάλυση που έχει προηγηθεί σε ότι αφορά α) την αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης στην Περιφερειακή Ενότητα Ξάνθης, β) την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος που πραγματοποιήθηκαν στα παραδοτέα Α.Τ1.1. “Market Analysis” & Α.Τ1.2 Organic Tea Cultivation” προκύπτουν σημαντικά συμπεράσματα τα οποία ομαδοποιούνται και παρουσιάζονται στις αντίστοιχες κατηγορίες της SWOT ανάλυσης.

Τα συμπεράσματα αυτά μπορούν να αποτελέσουν την βάση ενός **ενιαίου σχεδίου δράσης για την ανάπτυξη του κλάδου της καλλιέργειας και αξιοποίησης αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών, με ιδιαίτερη έμφαση στον τομέα του τσαγιού και των αφεψημάτων.**

1.1. Δυνατά Σημεία (Strengths)

Τα δυνατά σημεία προκύπτουν από την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης και του εσωτερικού περιβάλλοντος του ευρύτερου κλάδου στην Περιφερειακή Ενότητα Ξάνθης.

- ✓ Γεωπολιτική θέση στον ευρύτερο οικονομικό χώρο της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.
- ✓ Σημαντικός κόμβος μεταφοράς ενέργειας (ηλεκτρική ενέργεια, φυσικό αέριο) σε Εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο.
- ✓ Ύπαρξη αξιόλογων φυσικών πόρων (ορεινοί όγκοι, ποτάμια, δάση, θάλασσα, ποταμοί, λίμνες, βιότοποι κλπ.) που ευνοούν την ανάπτυξη πλούσιας βιοποικιλότητας.
- ✓ Ύπαρξη σημαντικού αριθμού αυτοφυών αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών.

- ✓ Η καλλιέργειά των αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών γίνεται στο φυσικό τους περιβάλλον όπου ενδημούν με συνέπεια να καλλιεργούνται με ήπιους τρόπους και χαμηλές εισροές σε νερό, λιπάσματα και φυτοφάρμακα, σύμφωνα με τους κανόνες ορθής γεωργικής πρακτικής.
- ✓ Ιδανικές εδαφοκλιματικές συνθήκες για την καλλιέργεια μεγάλου εύρους ειδών αρωματικών φυτών με εμπορικό ενδιαφέρον.
- ✓ Παραγωγή αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών με άριστα οργανοληπτικά και φυσικοχημικά χαρακτηριστικά που επιζητούνται έντονα από την αγορά.
- ✓ Οι επιστημονικά αποδεδειγμένα ευεργετικές και θεραπευτικές ιδιότητες των βοτάνων.
- ✓ Η υψηλή ζήτηση της παγκόσμιας αγοράς (βιομηχανίες παραγωγής φαρμάκων, προϊόντων κοσμητολογίας, προϊόντων διατροφής κλπ.) σε αρωματικά και φαρμακευτικά φυτά συγκεκριμένων ποιοτικών χαρακτηριστικών.
- ✓ Πρόσβαση σε σημαντικούς υδάτινους πόρους, ιδιαίτερα στην πεδινή περιοχή, που εξασφαλίζουν την αυξημένη απόδοση της παραγωγής.
- ✓ Σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα λόγω της τεχνογνωσίας και της εμπειρίας από την πολυετή ενασχόληση σε ιδιαίτερα απαιτητικές καλλιέργειες ορισμένων περιοχών (π.χ. καπνός μπασμάς στα ορεινά).
- ✓ Υφιστάμενες ενεργές εγκαταστάσεις επεξεργασίας-τυποποίησης γεωργικών προϊόντων.
- ✓ Μεγέθυνση διακρατικών εμπορικών συναλλαγών με Βαλκανικές χώρες.
- ✓ Δυναμικός παραγωγικός πόλος και κέντρο παραγωγής βασικών αγροτικών προϊόντων με ισχυρές τοπικές αγροτικές εξειδικεύσεις.

1.2. Αδύνατα Σημεία (Weaknesses)

Τα αδύνατα σημεία προκύπτουν από την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης και του εσωτερικού περιβάλλοντος του κλάδου αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών στην Περιφερειακή Ενότητα Ξάνθης.

- ✱ Σύμφωνα με στοιχεία του Ι.Γ.Ε.Κ.Ε, το Ακαθάριστο Γεωργικό Προϊόν ανά απασχολούμενο στην Περιφέρεια ΑΜ-Θ ανέρχεται στο 69% του εθνικού μέσου όρου.
- ✱ Αντίστοιχα χαμηλές είναι και οι επιδόσεις σε δείκτες όπως η παραγωγικότητα του εδάφους που βρίσκεται στο 76% σε σχέση με τον Εθνικό μέσο όρο, καθώς και η παραγωγικότητα εργασίας που βρίσκεται στο 77% του Εθνικού μέσου όρου.
- ✱ Απουσία επιχειρηματικής προσέγγισης της γεωργίας και χαμηλός βαθμός σύνδεσης με τις ανάγκες της αγοράς.
- ✱ Μικρός γεωργικός κλήρος, πολυτεμαχισμός των αγροτεμαχίων ως αποτέλεσμα των μεγάλων καθυστερήσεων στην ολοκλήρωση των προγραμμάτων αναδασμού.
- ✱ Αγροτικά προϊόντα χαμηλής προστιθέμενης αξίας χωρίς τυποποίηση & ταυτότητα. Ελάχιστοι αγρότες επενδύουν στην καθετοποίηση της παραγωγής τους με συνέπεια να πωλούν «χύμα».
- ✱ Υψηλή εξάρτηση του γεωργικού τομέα της περιοχής από μη ανταγωνιστικές αροτραίες καλλιέργειες (σιτηρά, ηλίανθος, αραβόσιτος).
- ✱ Χαμηλό επίπεδο τεχνογνωσίας από τους αγρότες και το γεωτεχνικό επιστημονικό προσωπικό της περιοχής και απουσία εξειδικευμένου μηχανολογικού εξοπλισμού για την καλλιέργεια και επεξεργασία αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών.
- ✱ Έλλειψη πιστοποιημένων σπόρων και πολλαπλασιαστικού υλικού αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών στην εγχώρια αγορά.
- ✱ Το ανθρώπινο δυναμικό που ασχολείται στον Πρωτογενή Τομέα χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερα χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης.

- ✱ Πληθυσμιακή αποδυνάμωση και γήρανση των παραμεθόριων και αγροτικών περιοχών καθώς οι νέοι (ιδιαίτερα στις ορεινές περιοχές) μεταναστεύουν στο εξωτερικό αναζητώντας εργασία.
- ✱ Η παραμονή των συνταξιούχων στο αγροτικό επάγγελμα (ως αποτέλεσμα της ασφαλιστικής νομοθεσίας της Χώρας) οδηγεί αφενός στην έλλειψη διαθέσιμων προς εκμετάλλευση εκτάσεων, αφετέρου στην μη ανταποδοτική απορρόφηση πολύτιμων κονδυλίων της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής από άτομα που λόγω ηλικίας δεν είναι πρόθυμα να επενδύσουν στον αγροτικό τομέα.
- ✱ Ανεπαρκής οργάνωση των αγροτών. Χαμηλό ποσοστό δραστηριοποίησης σε συνεργατικά σχήματα (ομάδες παραγωγών και συνεταιρισμοί) λόγω αποτυχιών από αντίστοιχα σχήματα στο παρελθόν.
- ✱ Έλλειψη σε υποδομές τυποποίησης/μεταποίησης (ιδιαίτερα στις ορεινές περιοχές) με αποτέλεσμα την υποβάθμιση του τελικού προϊόντος και την απώλεια προστιθέμενης αξίας.
- ✱ Η αλυσίδα εμπορίας αγροτικών προϊόντων λειτουργεί υποτυπωδώς και όχι συγχρονισμένα επειδή δεν λειτουργούν Διεπαγγελματικές Οργανώσεις - Δομές για τα κύρια προϊόντα του τομέα.
- ✱ Έλλειψη ολοκληρωμένου σχεδίου marketing για την παραγωγή και προώθηση επώνυμων προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας που έχουν ζήτηση στις αγορές του εξωτερικού.
- ✱ Υποαπασχόληση εδάφους, κεφαλαίου, εργασίας με συνέπεια την χαμηλή παραγωγικότητα ως επακόλουθο της εποχικότητας και των καλλιεργούμενων ειδών.
- ✱ Έλλειψη οργανωμένων καναλιών προώθησης αγροτικών προϊόντων που οδηγεί στον κατακερματισμό των ποσοτήτων και την αδυναμία διαπραγμάτευσης καλύτερων τιμών.

- ✱ Εξαιρετικά χαμηλός βαθμός ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών στον πρωτογενή τομέα κυρίως λόγω της αδυναμίας επένδυσης και της μειωμένης διάχυσης της τεχνογνωσίας και των καινοτομιών.
- ✱ Περιορισμένο αρδευτικό δίκτυο που καλύπτει πολύ μικρό ποσοστό των καλλιεργούμενων εκτάσεων. Το σχέδιο αξιοποίησης των υδάτων του ποταμού Νέστου επί πολλά έτη παραμένει σε αδράνεια.
- ✱ Απουσία ανάληψης πρωτοβουλιών από τους ΟΤΑ και τους υφιστάμενους συνεταιρισμούς για την αναγνώριση συγκεκριμένων τοπικά παραγόμενων προϊόντων ως ΠΟΠ, ΠΓΕ ή ΕΠΙΠ.
- ✱ Μη πιστοποίηση της διαδικασίας παραγωγής σύμφωνα με διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα ποιότητας όπως Βιολογικής Γεωργίας, GLOBAL G.A.P. προϊόντα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης κλπ.
- ✱ Αύξηση του κόστους παραγωγής (ρεύμα, νερό, λιπάσματα, πετρέλαιο).
- ✱ Αύξηση της φορολογίας και των ασφαλιστικών εισφορών των αγροτών.
- ✱ Μεγάλη εξάρτηση των αγροτικών εκμεταλλεύσεων από τις αγροτικές επιδοτήσεις.
- ✱ Χαμηλό επίπεδο τεχνικής και οργανωτικής υποστήριξης των αγροτών.
- ✱ Απουσία σύνδεσης μεταξύ επιστημονικής έρευνας και εφαρμοσμένης γεωργικής πρακτικής.
- ✱ Απουσία ουσιαστικής επιστημονικής και τεχνικής υποστήριξης των αγροτών.
- ✱ Απροθυμία του τραπεζικού συστήματος να υποστηρίξει επενδυτικές πρωτοβουλίες των αγροτών χωρίς εξασφαλίσεις.
- ✱ Έντονος ανταγωνισμός σε επίπεδο τιμών από γειτονικές χώρες με χαμηλότερα κόστη παραγωγής (εργατικά, ενέργεια, εφόδια κλπ.).
- ✱ Η αποβιομηχάνιση του αγροδιατροφικού τομέα της ευρύτερης περιοχής ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης στη χώρα μας έχει διαρρήξει την παραγωγική αλυσίδα (κλείσιμο βιομηχανιών που είχαν σαν πρώτη ύλη αγροτικά προϊόντα).

- * Οι συλλογικοί μηχανισμοί διάθεσης, προώθησης και ενίσχυσης της εξωστρέφειας για τον τομέα - όπως μηχανισμοί προβολής και εμπορίας αγροτικών προϊόντων - είναι αδύναμοι.
- * Οι κύριες ανταγωνίστριες εταιρίες στον κλάδο των αφεψημάτων τσαγιού είναι καθιερωμένες στον χώρο με μεγάλα μερίδια αγοράς και αναγνωρίσιμα εμπορικά σήματα.

1.3. Ευκαιρίες (Opportunities)

Οι ευκαιρίες προκύπτουν από την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος του ευρύτερου κλάδου καθώς και τις τάσεις που διαμορφώνονται σε Ευρωπαϊκό και Διεθνές επίπεδο. Οι ευκαιρίες που διαμορφώνονται καθορίζουν τις προοπτικές ανάπτυξης του κλάδου της καλλιέργειας και αξιοποίησης αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών, με ιδιαίτερη έμφαση στον τομέα του τσαγιού και των αφεψημάτων και μπορούν να αποτελέσουν δείκτες επίτευξης στόχων για τις σχεδιαζόμενες δράσεις - παρεμβάσεις.

- ➊ Προσχώρηση στο αγροτικό επάγγελμα ιδιαίτερα κατά τη τελευταία δεκαετία σημαντικού αριθμού νέων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και δεξιότητες, ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης.
- ➋ Τάση διαφοροποίησης των νεοεισερχόμενων στην Γεωργία προς ανταγωνιστικές καλλιέργειες υψηλών αποδόσεων (δενδροκομία, κηπευτικά, αρωματικά κλπ) και νέες σύγχρονες μεθόδους παραγωγής που αποφέρουν υψηλότερο βαθμό απόδοσης και κερδοφορίας.
- ➌ Επιχειρηματική προσέγγιση της αγροτικής δραστηριότητας με ξεκάθαρη στόχευση στην καθετοποίηση της αγροτικής παραγωγής και την παραγωγή επώνυμων ποιοτικών αγροτικών προϊόντων.
- ➍ Η αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχει η αξιοποίηση της νέας τεχνολογίας (ιδιαίτερα των τεχνολογιών πληροφορικής) οδηγεί στην υιοθέτηση συγχρόνων μεθόδων καλλιέργειας όπως είναι η Γεωργία Ακριβείας.

- ❶ Σύγχρονη προσέγγιση Branding με σκοπό τη δημιουργία μιας ξεχωριστής και ταυτόχρονα ελκυστικής ταυτότητας των αγροτικών προϊόντων.
- ❷ Την αξιοποίηση στα πλαίσια του Marketing των διαθέσιμων μορφών ψηφιακής επικοινωνίας (media mix) τα οποία δυνητικά μπορεί να αξιοποιήσει μια επιχείρηση όπως: i) τη δημιουργία ιστότοπου παρουσίασης της εταιρείας καθώς και e-shop, ii) τη διαφήμιση «προβολής» στο διαδίκτυο, iii) την αξιοποίηση μηχανών αναζήτησης μέσω τεχνικών Search Engine Optimization, iv) την προβολή μέσω κοινωνικών δικτύων σε στοχευμένο κοινό (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn κ.α.), v) e-mail marketing και αποστολή e-newsletters, vi) τη διαφήμιση σε δίκτυο συνεργαζόμενων ιστότοπων, vii) την ιογενή επικοινωνία και προώθηση πωλήσεων, viii) τη διαφήμιση μέσω κινητών συσκευών και εφαρμογών τους (μαζική αποστολή sms, viber, what's up κ.α.).
- ❸ Αξιοποίηση της δυνατότητας που δίνει η Εθνική Νομοθεσία σε αγρότες για τη δημιουργία μικρών μονάδων μεταποίησης αγροτικών προϊόντων αποκλειστικά ίδιας παραγωγής, μέσω του Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Οικοτεχνίας ΥΑ 3638/92505/2015
- ❹ Αξιοποίηση των επενδυτικών κινήτρων μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (Π.Α.Α.) 2014-2020 και του Επενδυτικού Νόμου Ν.4399/2016 για τον εκσυγχρονισμό των αγροτικών εκμεταλλεύσεων και την εγκατάσταση σύγχρονων μονάδων επεξεργασίας & τυποποίησης αγροτικών προϊόντων.
- ❺ Βελτίωση των τιμών που επιτυγχάνουν ευρύτερα οργανωτικά σχήματα (ομάδες παραγωγών, αγροτικοί συνεταιρισμοί).
- ❻ Ανάδειξη τοπικών προϊόντων ως ΠΟΠ/ΠΓΕ.
- ❼ Μεταστροφή του καταναλωτικού κοινού στην αγορά βιολογικών προϊόντων με χαμηλό ενεργειακό αποτύπωμα.

- ① Αυξανόμενη ζήτηση σε παγκόσμιο επίπεδο για ποιοτικότερα προϊόντα και υπηρεσίες.
- ① Αλλαγή διατροφικών προτύπων και αυξανόμενη ζήτηση για μεσογειακά και βιολογικά προϊόντα.
- ① Εφικτή προσαρμογή της γεωργίας, κυρίως στις ορεινές περιοχές, στο πρότυπο αειφόρου γεωργικής δραστηριότητας.
- ① Συμμετοχή με επώνυμα τυποποιημένα προϊόντα σε κλαδικές εκθέσεις σε τοπικό, Περιφερειακό, Εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- ① Συμμετοχή σε διαγωνισμούς καινοτομίας και εξειδικευμένα σεμινάρια επιμόρφωσης με σκοπό τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων και διαδικασιών.
- ① Βελτίωση των τιμών που επιτυγχάνουν οι μικροπαραγωγοί με την οργάνωσή τους σε ομάδες παραγωγών, εταιρικά σχήματα και συνεταιρισμούς.
- ① Δραστηριοποίηση στην ευρύτερη περιοχή βιομηχανικών που προσφέρουν συνεργασίες συμβολαιακής γεωργίας για συγκεκριμένα είδη όπως είναι το Τσάι του Βουνού.
- ① Η υλοποίηση από το ΥΠΑΑΤ του θεσμού του Γεωργικού Συμβούλου που χρηματοδοτείται από το Π.Α.Α. 2014-2020 αναμένεται να δώσει την ευκαιρία πρόσβασης των αγροτών σε εξειδικευμένες επιχειρηματικές και τεχνικές συμβουλές με ελάχιστο ή μηδαμινό κόστος.
- ① Διαρκώς αυξανόμενη τάση του καταναλωτικού κοινού για υγεία, ευεξία και φροντίδα του σώματος τους οδηγεί στην υγιεινή διατροφή και την κατανάλωση αφεψημάτων (αντί αναψυκτικών), χυμών και βιολειτουργικών τροφίμων (nutraceuticals).
- ① Επέκταση σε νέα καινοτόμα λειτουργικά ροφήματα και σνακ. Αξιοποίηση των καλλιεργειών τσαγιού του βουνού και άλλων βοτάνων και δημιουργία τελικού προϊόντος όπως το γνωστό HERBAL TEA, σε διάφορες γεύσεις με μηδική, μαραθόσπορο, λουίζα και ιβίσκο.

- ❶ Διαρκώς αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών σε πιστοποιημένα βιολογικά προϊόντα.
- ❷ Κοινωνικοί παράγοντες (multi-tasking). Οι καταναλωτές είναι σήμερα πολυάσχολοι και περισσότεροι δραστήριοι από ότι στο παρελθόν. Οι παράγοντες αυτοί απαιτούν τη διατήρηση της ακμής επι μακρό.
- ❸ Συνεπώς τελικά προϊόντα που δεν απαιτούν πρόσθετο χρόνο προετοιμασίας έχουν μεγάλα ποσοστά επιτυχίας π.χ. ρόφημα με βαλσαμόχορτο (στα τοπ 10 των ΗΠΑ), ή άλλο ελληνικό βότανο. Το δε βιολογικό προϊόν επιπλέον αποκτά αυτόματα υπεραξία στα μάτια του καταναλωτή.
- ❹ Οι καταναλωτές επιθυμούν αυθεντική πληροφόρηση σχετικά με την ποιότητα, την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητα των βοτάνων.
- ❺ Επένδυση στην ποιότητα και όχι στον «πόλεμο τιμών» μεταξύ ανώνυμων προϊόντων που κατευθύνονται στην βιομηχανία, απαιτούνται σε μεγάλες ποσότητες και αντιμετωπίζουν ισχυρό ανταγωνισμό από Ινδία και Κίνα (φαρμακοβιομηχανία, κοσμετολογία, βιομηχανία τροφίμων – ποτών).

1.4. Απειλές (Threats)

Οι απειλές προκύπτουν από την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος του ευρύτερου κλάδου καθώς και τις συνθήκες που διαμορφώνονται κυρίως σε εθνικό επίπεδο.

- ❶ Οι παραδοσιακοί αγρότες χαρακτηρίζονται από έλλειψη ευελιξίας και προθυμίας για προσαρμογή σε νέες καλλιεργητικές μεθόδους και καλλιέργειες (κυρίως οι μεγαλύτερες ηλικίες).
- ❷ Ισχυρό αίσθημα αβεβαιότητας λόγω των αναμενόμενων περιορισμών των επιδοτήσεων που σε συνδυασμό με το υψηλό κόστος παραγωγής οδηγούν στην αδυναμία χρηματοδότησης του κόστους παραγωγής.

- ⓪ Έλλειψη κεντρικού σχεδιασμού υποστήριξης του αγροτικού κόσμου και ενημέρωσής του από τους αρμόδιους φορείς για τις συνθήκες που διαμορφώνει η νέα ΚΑΠ.
- ⓪ Αλόγιστη χρήση των υδάτινων πόρων που έχει οδηγήσει στην υποβάθμιση μέρους των διαθέσιμων καλλιεργούμενων εκτάσεων (υφαλμύρωση υδάτων στις παράκτιες περιοχές, παράνομες γεωτρήσεις κλπ).
- ⓪ Οι συχνές καταστροφές της παραγωγής εξαιτίας ακραίων καιρικών συνθηκών.
- ⓪ Ανεξέλεγκτη υπερβόσκηση των εκτρεφόμενων ζώων η οποία οδηγεί στην καταστροφή ενδημικών φυτικών ειδών ιδιαίτερα στην ορεινή περιοχή.
- ⓪ Συνεχής αύξηση του κόστους παραγωγής (αυξήσεις στην τιμή του ρεύματος, αναμενόμενη τιμολόγηση νερού, τιμή πετρελαίου κλπ).
- ⓪ Αβεβαιότητα και συχνές καθυστερήσεις στην είσπραξη των εσόδων από την πώληση των παραγόμενων αγροτικών προϊόντων (μεταχρονολογημένες επιταγές εμπορών) που δημιουργούν προβλήματα στην ρευστότητα των παραγωγών.
- ⓪ Ανορθολογικό και αναποτελεσματικό σύστημα διοίκησης με πολύπλοκες διοικητικές διαδικασίες και γραφειοκρατία.
- ⓪ Έλλειψη συντονισμού μεταξύ των διαφόρων υπηρεσιών και φορέων σε θέματα σχεδιασμού και ανάπτυξης.
- ⓪ Απουσία ενός σχεδίου και πολιτικής διαχείρισης αγροτικής γης με συνακόλουθη την απουσία χωροταξικού σχεδιασμού ζωνών γεωργίας σύμφωνα με τις ιδιαίτερες παραγωγικές δυνατότητες κάθε περιοχής.
- ⓪ Συνεχής μείωση του πληθυσμού της υπαίθρου και ιδιαίτερα των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών, σε συνδυασμό με την ανεστραμμένη πυραμίδα των ηλικιών.
- ⓪ Οι ανεπαρκείς υποστηρικτικοί κοινωνικοί μηχανισμοί για τις οικογενειακές υποχρεώσεις των γυναικών, καθώς και η ελλιπής

πρόσβασή στην πληροφόρηση και τους συμβουλευτικούς μηχανισμούς.

- ❶ Οι ανεπαρκείς εκπαιδευτικές και αθλητικές υποδομές στα χωριά υποβαθμίζουν την ποιότητα ζωής και διώχνουν τις νέες οικογένειες στα αστικά κέντρα.
- ❷ Οι θεσμοί της κοινωνικής οικονομίας είτε δεν είναι ανεπτυγμένοι, είτε απουσιάζουν τελείως από τον αγροτικό χώρο.
- ❸ Ισχυρός ανταγωνισμός των εγχώριων προϊόντων α/φ φυτών από χαμηλότερης ποιότητας και αξίας αντίστοιχα είδη από Κίνα, Ινδία και αλλού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟ- ΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΑΡΩΜΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΦΥΤΑ

2.1 Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της επεξεργασίας αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών

2.1.1 ΚΟΡΡΕΣ Φυσικά Προϊόντα



Η Korres είναι ελληνική εταιρεία παραγωγής καλλυντικών και ομοιοπαθητικών προϊόντων που ιδρύθηκε το 1996 στην Αθήνα από τον φαρμακοποιό Γεώργιο Κορρέ. Αποτέλεσε μετεξέλιξη του πρώτου ομοιοπαθητικού φαρμακείου της Αθήνας, του φαρμακείου Τζιβανίδη, στο Παγκράτι, που ανέλαβε ο Γεώργιος Κορρές το 1992. Η Korres παράγει προϊόντα ομορφιάς για γυναίκες και άνδρες, βασισμένα σε φυσικά συστατικά γεγονός το οποίο την κατέστησε μία από τους πρωτοπόρους στην Ελλάδα.

Η ΚΟΡΡΕΣ διαθέτει τα προϊόντα της σε 30 χώρες, με παρουσία στα σημαντικότερα επιλεκτικά σημεία διανομής(>4700) και σε >8000 φαρμακεία. Διαθέτει 18 καταστήματα σε πόλεις μεταξύ άλλων, όπως Αθήνα, Νέα Υόρκη, Παρίσι, Πράγα, Μαδρίτη, Ντουμπάι, Ελσίνκι, Βαρκελώνη. Στην ελληνική

αγορά τα προϊόντα της διατίθενται σε >6000 φαρμακεία. Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας κατά τη χρήση 2017 ανήλθε σε 56 εκ. ευρώ.



Η φιλοσοφία απλή - χρήση βοτάνων και φυσικών/βιολογικών συστατικών υψηλής ποιότητας, φόρμουλες φιλικές προς το δέρμα και το περιβάλλον με κλινικά ελεγμένη αποτελεσματικότητα, προσιτή τιμή, προσφέροντας τη δυνατότητα καθημερινής χρήσης και με χαρακτηριστική αισθητική που εμπνέει και «μας κάνει χαρούμενους».

Πρώτο καλλυντικό και παγκόσμια καινοτομία - η πρώτη φυσική κρέμα 24ωρης ενυδάτωσης - το Άγριο Τριαντάφυλλο, το οποίο παραμένει best-seller σε όλες τις αγορές, 20 χρόνια μετά.

Σύντομη ιστορική αναδρομή

Το 1999 η πρώτη εξαγωγή ξεκινάει για τις Η.Π.Α. Το 2000 η Harvey Nichols από το Λονδίνο βλέπει τα προϊόντα KOPPEΣ στη Νέα Υόρκη και τα ζητά για ένα νεοϊδρυθέν τμήμα με την ονομασία Beyond Beauty που συγκεντρώνει niche brands απ' όλο τον κόσμο. Η κίνηση αυτή αποτελεί το ξεκίνημα για συνεργασία με τα καλύτερα καταστήματα σε Αγγλία και Γαλλία [Selfridges, Harrods, Liberty's, Bon Marche, Galleries Lafayette]. Σαφώς, δεν είναι μια κίνηση προσχεδιασμένη, αλλά καταλήγει σε ένα φαινόμενο ντόμινο, όπου η μια χώρα «φέρει» την άλλη.

Το 2002 ανοίγει το πρώτο κατάστημα ΚΟΡΡΕΣ στο εξωτερικό, στο κέντρο του Chelsea στο Λονδίνο.

Το 2003 ξεκινάει και η συνεργασία με την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Η πρώτη από μια σειρά συνεργασιών με τοπικούς καλλιεργητές, με σκοπό την ανάδειξη των πολύτιμων ελληνικών βοτάνων. Ο πρόεδρος της δημοκρατίας απονέμει στον Γιώργο Κορρέ το Βραβείο Ανάπτυξης και Καινοτομίας.

Το 2004 ανοίγουν δύο νέα καταστήματα στη Βαρκελώνη και πραγματοποιείται το μεγάλο άνοιγμα στην Αμερική, μέσω του δικτύου Sephora. Παράλληλα, ακολουθώντας τη βραβευμένη με ΝΟΜΠΕΛ Χημείας ανακάλυψη του πρωτεασώματος [ubiquitin-mediated protein degradation], το Εργαστήριο Έρευνας & Ανάπτυξης ΚΟΡΡΕΣ σε συνεργασία με το Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών και το Πανεπιστήμιο Αθηνών, ξεκινάει πρωτογενή έρευνα στον τομέα Πρωτεάσωμα και Ανθρώπινη Γήρανση, μελετώντας την ενδυνάμωση του πρωτεασώματος με φυσικά αντιοξειδωτικά.



Το 2006 τα ελληνικά βότανα ξεκινούν το επόμενο μεγάλο τους ταξίδι. Ασία - Ιαπωνία και Κίνα, οι πρώτοι σταθμοί. Την ίδια χρονιά λανσάρεται η σειρά μακιγιάζ ΚΟΡΡΕΣ Χρώμα, βασισμένη στη φιλοσοφία περιποίησης του προσώπου με φυσικά δραστικά, ενώ η εταιρεία καταχωρείται στη λίστα των 500 ταχύτερα αναπτυσσόμενων εταιρειών στην Ευρώπη [247η].

Το 2007 το ταξίδι των ελληνικών βοτάνων συνεχίζεται με το άνοιγμα καταστημάτων σε Νέα Υόρκη, Παρίσι, Σανγκάη, Μαδρίτη, Βιέννη, Γενεύη, ενώ ο Φαρμακευτικός Σύλλογος Θεσσαλονίκης απονέμει τιμητική διάκριση στον Γιώργο Κορρέ για τη συμβολή του στην ανάπτυξη της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Το Μάρτιο της ίδιας χρονιάς η εταιρεία εισάγεται στο ελληνικό χρηματιστήριο.

Το 2008 η KOPPEΣ λαμβάνει το πρώτο Βραβείο Καινοτομίας – World's Most Innovative Brand – στα βραβεία ICN [International Cosmetic News] & HBA Global Expo. Πρώτο βραβείο και για το flagship κατάστημα KOPPEΣ στο Σόχο της Νέας Υόρκης [Retail Renovation Competition 2008].



Το 2010 στόχος της εταιρείας παραμένει η ανάπτυξη καινοτόμων και αποτελεσματικών προϊόντων, βασισμένων σε δραστικά συστατικά φυσικής προέλευσης, η προαγωγή της έρευνας στα φυσικά συστατικά σε συνδυασμό με τη βιοχημεία του δέρματος και η ανάδειξη των πολύτιμων ελληνικών βοτάνων. Στο πλαίσιο αυτό η ερευνητική πρόταση της KOPPEΣ επιτυγχάνει τον υψηλότερο βαθμό πανευρωπαϊκά και εγκρίνεται από την Ευρωπαϊκή Επιστημονική Επιτροπή η τετραετής μελέτη αντιγηραντικής και αντηλιακής δράσης 3,600 φυσικών δραστικών σε συνεργασία με 8 πανεπιστημιακά και ερευνητικά ιδρύματα του εξωτερικού [From Biodiversity to Chemodiversity: Novel Plant Produced Compounds with Agrochemical and Cosmetic Interest AGROCOS].

Το 2014 εμπνευσμένη από τη μόνη ποικιλία σταφυλιού που σώζεται από την αρχαιότητα, η ΚΟΡΡΕΣ αναπτύσσει μια σειρά περιποίησης σώματος βασισμένη στο Ασύρτικο Σαντορίνης. Αυτό το μοναδικό συστατικό καλλιεργείται και συλλέγεται από την Ένωση Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων μία από τις πολλές συνεργασίες της ΚΟΡΡΕΣ στο πλαίσιο στήριξης της τοπικής οικονομίας και ανάδειξης του πλούτου της ελληνικής φύσης.

Προτεραιότητα της ΚΟΡΡΕΣ είναι να χρησιμοποιεί αξιόπιστα, κλινικά αποδεδειγμένα ενδημικά ελληνικά βότανα γι' αυτό το λόγο αναπτύσσονται συνεργασίες με τοπικούς βιοκαλλιεργητές και κοινωνικούς φορείς, τους οποίους η ΚΟΡΡΕΣ στηρίζει και εκπαιδεύει σε όλα τα στάδια της βιολογικής καλλιέργειας και συλλογής. Η εταιρεία μεταξύ άλλων χρησιμοποιεί για τα προϊόντα της: βασιλικό, τσάι του βουνού, χαμομήλι, φασκόμηλο, θυμάρι, μελισσόχορτο από Έλληνες συνεργαζόμενους παραγωγούς.

2.1.2 APIVITA



Το 1972, οι ιδρυτές της APIVITA Νίκος και Νίκη Κουτσανά, ως νέοι φαρμακοποιοί, δημιούργησαν τα πρώτα τους φυσικά καλλυντικά, χρησιμοποιώντας μελισσοκομικά προϊόντα και εκχυλίσματα βοτάνων. Εμπνεύστηκαν από την κοινωνία της μέλισσας, τη μοναδική βιοποικιλότητα της ελληνικής φύσης και την ολιστική προσέγγιση του Ιπποκράτη για την υγεία, την ομορφιά και την ευεξία.

Το 1979 δημιούργησαν την APIVITA. Το όνομά της, προέρχεται από τις λατινικές λέξεις Apis (μέλισσα) και Vita (ζωή), και σημαίνει «η ζωή της μέλισσας». Ένα όνομα που αντανakλά τη φιλοσοφία της εταιρείας, η οποία ως ζωντανός οργανισμός, όπως η μέλισσα σε όλη τη διάρκεια της ζωής της, δημιουργεί συνεχώς αξία. Αξία στην κοινωνία, στο φυσικό περιβάλλον, στην οικονομία.



Η APIVITA είναι μια εταιρεία με ισχυρή φιλοσοφία, αξίες, κοινωνική υπευθυνότητα, παράδοση και καινοτομία. Έχει εξελιχθεί σε ένα διαρκώς εξελισσόμενο σύμπαν από ανθρώπους, προϊόντα, σκοπούς, αξίες, όνειρα και νέα εγχειρήματα.

Έχει αναπτύξει και εδραιώσει πάνω από τριακόσια φυσικά, αποτελεσματικά και ολιστικά προϊόντα για το πρόσωπο, το σώμα και τα μαλλιά, ενσωματώνοντας σε αυτά υψηλής βιολογικής αξίας μελισσοκομικά προϊόντα, εκχυλίσματα από ελληνικά βότανα, αγνά αιθέρια έλαια και πολλές πράσινες καινοτομίες και ευρεσιτεχνίες.

Το πάθος και το όραμα της APIVITA απλώνεται μέσω των προϊόντων της σε δεκαπέντε χώρες, όπως στην Ισπανία, Ιαπωνία, Χονγκ Κονγκ, Αμερική, Κύπρο, Ουκρανία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Βέλγιο, Ολλανδία κ.α.



Το 2018 ο τζίρος της Απivita ανήλθε στα 46,2 εκατ. ευρώ έναντι 40,5 εκατ. το 2017, σημειώνοντας αύξηση της τάξεως του 14%.

Τα καλλυντικά ΑΡΙVITA συνδυάζουν δραστικά συστατικά φυσικής προέλευσης, εκχυλίσματα από φυτά της ελληνικής χλωρίδας, μελισσοκομικά προϊόντα υψηλής βιολογικής αξίας και βιολογικά αιθέρια έλαια. Οι συνταγές των προϊόντων της ΑΡΙVITA περιέχουν φυσικά συστατικά σε ποσοστό 85% έως 100%.



Η APIVITA επενδύει σταθερά στην έρευνα και ανάπτυξη οικολογικών και βιώσιμων (αιιφόρων) μεθόδων καλλιέργειας, συλλογής και επεξεργασίας των φαρμακευτικών και αρωματικών φυτών, ώστε να διασφαλιστεί πως όλα τα συστατικά που περιέχονται στα προϊόντα της είναι τα βέλτιστα. Ο δε τρόπος συλλογής των φυτών είναι φιλικός προς το περιβάλλον.



Η άριστη σχέση της APIVITA με τους κατά τόπους παραγωγούς και γεωπόνους -των οποίων ενισχύει την παραγωγή- εξασφαλίζει την πλήρη ιχνηλασιμότητα των πρώτων υλών «από τη γη στο μπουκάλι».

Μοιράζομαστε μαζί τους το πάθος και την τεχνογνωσία για την καλλιέργεια και συλλογή των βοτάνων, ώστε να διασφαλίζεται η υψηλότερη βιολογική αξία των φυσικών πρώτων υλών μας.

Πέραν των συνεργασιών με παραγωγούς σε ολόκληρη την Ελλάδα, έχουμε αναπτύξει δικές μας καλλιέργειες στον Όλυμπο, την Αρκαδία και τη Φθιώτιδα, επικεντρωμένες κυρίως σε ενδημικά φυτά όπως η λεβάντα, το μελισσόχορτο, το φασκόμηλο, το χαμομήλι, η ματζουράνα, το δενδρολίβανο και το τσάι του βουνού.

2.1.3 ΕΝΩΣΗ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ



Η μαστίχα της Χίου (*Pistacia Lentiscus* var. Chia) είναι η ρητινώδης έκκριση του μαστιχόδενδρου (*Pistacia Lentiscus* var. Chia). Πρόκειται για φυσική, αρωματική ρητίνη, που εκκρίνεται σε σχήμα δακρύων από τον κορμό και τα μεγάλα κλαδιά του μαστιχόδενδρου, στις επιφανειακές τομές που τού προξενούν οι παραγωγοί με αιχμηρά εργαλεία.



Η μαστιχοκαλλιέργεια εγγράφηκε το 2014 στον κατάλογο της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας (UNESCO 2003).

Το μαστιχόδενδρο ή σχίνος – επιστημονικά *Pistacia Lentiscus* var. Chia (οικογένεια Anacardaceae), είναι θάμνος αειθαλής ύψους 2-3 μέτρων, που αναπτύσσεται αργά και παίρνει την πλήρη ανάπτυξή του μετά από 40-50 χρόνια, φτάνοντας μέχρι και τα 5 μέτρα ύψος στα ηλικιωμένα φυτά. Οι σχίνοι αποτελούν κύριο στοιχείο της Μακκίας βλάστησης των παραμεσογείων χωρών, αλλά μόνο στο Νότιο Τμήμα της Χίου, στα Μαστιχόχωρα, τα ειδικά χαρακτηριστικά του εδάφους και του μικροκλίματος, και η παραδοσιακή καλλιέργεια επιφέρουν τελικά ένα τόσο εντυπωσιακό αποτέλεσμα και διαμορφώνουν τη μοναδικότητα αυτής της ξεχωριστής ρητίνης.

Κάθε προσπάθεια να επεκταθεί η καλλιέργεια πέρα από αυτό το όριο απέτυχε.

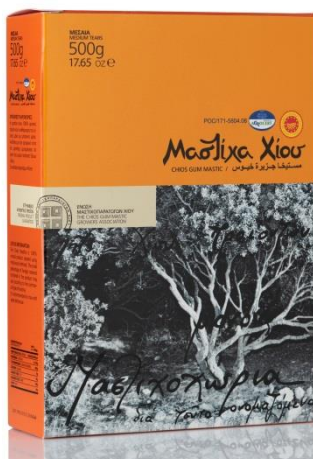


Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου (Ε.Μ.Χ) ιδρύθηκε το 1938 βάσει του Νόμου 1390, είναι Αναγκαστικός Συνεταιρισμός και αποτελεί το φορέα αποκλειστικής διαχείρισης της φυσικής μαστίχας Χίου τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Αποτελεί την συλλογική έκφραση 20 πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών των 24 Μαστιχοχωρίων που βρίσκονται στην νότια Χίο. Σήμερα, η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου αριθμεί 4.543 φυσικά μέλη και είναι ένας από τους μεγαλύτερους σε μέγεθος οργανισμούς της περιφέρειας Βορείου Αιγαίου ενώ παράλληλα θεωρείται συνεταιρισμός – πρότυπο για τα ελληνικά δεδομένα.

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου (Ε.Μ.Χ) διατηρεί ιδιόκτητες εγκαταστάσεις συνολικής στεγασμένης επιφάνειας 10.000 τ.μ. περίπου, όπου και φιλοξενείται το σύνολο των δραστηριοτήτων της συμπεριλαμβανομένων και των δυο παραγωγικών της μονάδων: Τυποποίησης & συσκευασίας μαστίχας, Παρασκευής των προϊόντων ΕΛΜΑ και απόσταξης μαστιχελαίου.

Το 1985 δημιουργείται το σύγχρονο εργοστάσιο παραγωγής της τσίχλας ΕΛΜΑ. Έτος σταθμός στην ιστορία της μαστίχας υπήρξε το 1997 οπότε και αναγνωρίστηκαν από την Ευρωπαϊκή Ένωση η μαστίχα Χίου, το μαστιχέλαιο

Χίου και η τσίχλα Χίου ΕΛΜΑ ως προϊόντα προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (Π.Ο.Π) σύμφωνα με τον κανονισμό 2081/92 της ΕΟΚ.



Επόμενο σημαντικό γεγονός στην ιστορία της Ε.Μ.Χ. ήταν η ίδρυση από την Ένωση της θυγατρικής της εταιρείας Mediterra S.A. με βασικό σκοπό την ανάπτυξη δικτύου λιανικής πώλησης μαστίχας και προϊόντων μαστίχας με την επωνυμία mastihashop. Επιθυμία και στόχος της Ε.Μ.Χ με την ίδρυση των mastihashop είναι η ανάπτυξη δικτύου καταστημάτων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό με σκοπό την ανάδειξη, προβολή και προώθηση της μαστίχας και των διαφορετικών της χρήσεων και ιδιοτήτων μέσα από προϊόντα μαστίχας που παράγονται στη Χίο, την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Το έτος 2006 κατασκευάστηκε μάλιστα από την Mediterra Α.Ε στη Χίο σύγχρονο εργοστάσιο παρασκευής ζαχαρωδών προϊόντων με βάση τη μαστίχα ενώ το Φεβρουάριο του 2008 η εταιρεία εισήχθη στην Εναλλακτική Αγορά του Χρηματιστηρίου Αθηνών με κυριότερους μετόχους την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου με 51% των μετοχών, την Zaitch Fund (ATTICA VENTURES) με 28%, την Platona Enterprises Με 5,5% και την KOPPEΣ Α.Ε. με 5,1%. Το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας είναι 3.650.000 € ενώ τα ίδια κεφάλαια υπερβαίνουν τα 5.000.000 €.

Κατά το έτος 2008 η μαστίχα εντάχθηκε στα οικονομικώς ενισχυόμενα από την Ευρωπαϊκή Ένωση προϊόντα, εξέλιξη ιδιαίτερα σημαντική για τους μαστιχοπαραγωγούς. Την ίδια χρονιά ξεκίνησε η κατασκευή σύγχρονου εργοστασίου επεξεργασίας μαστίχας το οποίο λειτουργεί από το 2010.



Το 2009 υπογράφεται Μνημόνιο μεταξύ της Ε.Μ.Χ. και του Πολιτιστικού ιδρύματος της Τράπεζας Πειραιώς για την ίδρυση «Μουσείου Μαστίχας» στο πλαίσιο του επιχειρησιακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» του ΕΣΠΑ 2007-2013. Το Μουσείο λειτουργεί στη θέση Ράχη (Τεπέκι), της περιοχής Πυργίου του Δήμου Χίου

Από το Νοέμβριο του 2015, η καλλιέργεια της Μαστίχας έχει εγγραφεί ως πολιτισμικό αγαθό, στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO.

Το 2015 η Μαστίχα Χίου έλαβε τη μονογραφία από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Φαρμάκων για στομαχικές διαταραχές και φλεγμονές του δέρματος.

Στη Συνεδρίαση της Διακυβερνητικής Επιτροπής για τη Διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, που έλαβε χώρα στις 26/11/2014, στην έδρα της UNESCO στο Παρίσι, εγκρίθηκε η πρόταση υποψηφιότητας για εγγραφή της «μαστίχας Χίου», ως πολιτισμικού αγαθού, στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO.



Η Ένωση Μαστιχοπαγωγών Χίου, απέσπασε το Μάρτη του 2013 το Α΄ Βραβείο στην κατηγορία Πρωτογενούς Τομέα στα πλαίσια του εξαγωγικού Συνεδρίου Greek Exports Forum 2013 που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα, κερδίζοντας έτσι την αναγνώριση ως συνεταιρισμός-πρότυπο, με ιδιαίτερα επιτυχημένη εξαγωγική στρατηγική και αντιστοίχως επιτυχημένα αποτελέσματα.

Το Εθνικό Βραβείο «Υπεύθυνης και Συνολικής Επιχειρηματικότητας» για το έτος 2012, απέσπασε η συμμετοχή της Ένωσης Μαστιχοπαγωγών Χίου στο διαγωνισμό Ευρωπαϊκών Βραβείων Προώθησης της Επιχειρηματικότητας που συντόνισε στην Ελλάδα το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων. Το επιχειρηματικό έργο που παρουσίασε η Ε.Μ.Χ και για το οποίο βραβεύτηκε είναι η ίδρυση της θυγατρικής της εταιρίας Mediterra S.A. και η ανάπτυξη του δικτύου καταστημάτων mastihashop με στόχο την προβολή και προώθηση προϊόντων μαστίχας σε όλο τον κόσμο.



Η τσίχλα ΕΛΜΑ classic το 2011 απέσπασε το βραβείο ανώτερης γεύσης – superior taste award από το έγκυρο International Taste and Quality Institute (ITQI). Η διάκριση αυτή είναι πολύ σημαντική καθώς αναγνωρίζεται η ποιοτική ανωτερότητα των προϊόντων .



Η θυγατρική της EMX, MEDITERRA A.E και τα καταστήματα της MastihaShop έχουν αποσπάσει πληθώρα βραβεύσεων (<https://www.mastihashop.com/>).

2.1.4 ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΚΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΚΟΖΑΝΗΣ



Ο Αναγκαστικός Συνεταιρισμός Κροκοπαραγωγών Κοζάνης ιδρύθηκε το 1971, απαρτίζεται από 1.000 μέλη και έχει το αποκλειστικό δικαίωμα συλλογής, συσκευασίας και διακίνησης του κρόκου Κοζάνης.

Ο Συνεταιρισμός έχει τη συνολική ευθύνη της συγκέντρωσης, επεξεργασίας, τυποποίησης και διάθεσης του προϊόντος, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ποιότητά του.

Ο Αναγκαστικός Συνεταιρισμός Κροκοπαραγωγών Κοζάνης από το 1997 έχει αποκτήσει πιστοποιητικό διασφάλισης ποιότητας ISO 9001 και έχει αναπτύξει πιστοποιημένη βιολογική καλλιέργεια κρόκου. Επίσης, η ονομασία "ΚΡΟΚΟΣ ΚΟΖΑΝΗΣ" έχει καταχωρηθεί ως προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ).

Ο κρόκος, το χρυσάφι της ελληνικής γης όπως αποκαλείται, συγκαταλέγεται στα πιο προσφιλή και πολύτιμα μπαχαρικά των αρχαίων πολιτισμών, για το άρωμα, το χρώμα, τις φαρμακευτικές και αφροδισιακές του ιδιότητες. Ο κρόκος ή η ελληνική ζαφορά (saffron) όπως συνήθως λέγεται, ανήκει στην καλύτερη ποιότητα σαφράν στον κόσμο.

Οι χρωστικές, μυρεψικές, αρτυματικές και φαρμακευτικές ιδιότητες του κρόκου οφείλονται σε δύο βασικά (δρώντα) συστατικά του, την πικροκροκίνη και την κροκίνη και ιδιαίτερα στα άγλυκα μέρη αυτών δηλ. στην σαφραναλή του πρώτου και στην κροκετίνη του δεύτερου. Άλλα συστατικά του κρόκου αποτελούν η λυκοπίνη, η ζεαξανθίνη, το καρωτίνη α-β και γ, η βιταμίνη Β και Β2, οι υδατάνθρακες και το αιθέριο έλαιο.



Ο κρόκος εμφανίζεται με πολλές και ποικίλες χρησιμότητες. Χρησιμοποιείται στην φαρμακευτική, ζαχαροπλαστική, μαγειρική, τυροκομία, μακαρονοποιία, ποτοποιία ακόμα δε και στην ζωγραφική. Στην Ινδία εξακολουθεί να χρησιμοποιείται σε μεγάλη έκταση και σαν θυμίαμα κατά τις θρησκευτικές τους τελετές, καθώς και για βάψιμο των μανδυνών των ιερέων, συνήθεια που την είχαν οι αρχαίοι Αιγύπτιοι και Ρωμαίοι.

Ο κρόκος είναι ένα δυναμικά, εξελισσόμενο προϊόν με σημαντικές προοπτικές στην εγχώρια και διεθνή αγορά. Ο συνεταιρισμός Κροκοπαραγωγών έχει αποκτήσει σύγχρονες εγκαταστάσεις, θέτει νέες αρχές για την οργάνωσή του και εκπαιδεύει το προσωπικό και τους καλλιεργητές εφαρμόζοντας καινοτόμα προγράμματα. Παράλληλα, σε συνεργασία με επιστημονικούς φορείς αλλά και με την αμέριστη συμπαράσταση των τοπικών φορέων έχει θέσει σημαντικούς

στόχους για την προώθηση του κρόκου. Τα σημαντικότερα βήματα αφορούν στην προβολή και προώθηση του προϊόντος με δυναμικό marketing, τη βελτίωση της συσκευασίας και τη γνωστοποίηση των χρήσεων του κρόκου στην εγχώρια αγορά. Μια σημαντική προοπτική είναι η δημιουργία υποδομών που θα συμβάλλουν στην επέκταση της καλλιέργειας και άλλων αρωματικών φυτών στην περιοχή θέτοντας έτσι νέες προοπτικές για βιολογικές και αποδοτικές καλλιέργειες. Η συγκέντρωση του προϊόντος κρόκου στο Συν/σμό αρχίζει αμέσως μετά την ξήρανση, διαλογή και καθαρισμό των στίγμάτων.

Οι μεγάλες ποσότητες του κρόκου Κοζάνης διαπραγματεύονται σε στίγματα που συσκευάζονται και διατίθενται στην αγορά σε μικρές συσκευασίες των 0.5, 1, 2, 4 και 28 γρ. Ο κρόκος σ' αυτές τις συσκευασίες προορίζεται να χρησιμοποιηθεί σαν άρτυμα στα διάφορα φαγητά.



Καταναλώτριες χώρες θεωρούνται οι εξής :

Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Η.Π.Α., Ελβετία, Αγγλία, Γερμανία, Σκανδιναβικές και Κάτω Χώρες, Η.Α.Ε. και Ιαπωνία.

Μορφές διάθεσης των προϊόντων:

1. Ο κρόκος σήμερα διατίθεται, κατά κανόνα, με τη μορφή ευλύγιστης, χαλαρής, ελαστικής και υγροσκοπικής μάζας από ολόκληρα νήματα που προέρχονται από τα αποξηραμένα στίγματα των λουλουδιών του *Crocus Sativus* Linneaus.
2. Με τη μορφή σκόνης ύστερα από άλεσμα των κόκκινων νημάτων του.

2.1.5 TUVUNU A.E.

Η εταιρεία Tuvunu A.E. ιδρύθηκε στα τέλη του 2012 και το πρώτο κουτάκι εμφανώθηκε τον Φεβρουάριο του 2013 στις εγκαταστάσεις της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης (ΖΜΘ), όπου παράγεται η μπίρα «Βεργίνα», στην Κομοτηνή.



Σύμφωνα με τον Δημήτρη Κρις (γενικός διευθυντής και μέλος του Δ.Σ.), «στόχος του όλου εγχειρήματος είναι να αλλάξουν τα δεδομένα στην παγκόσμια αγορά αναψυκτικών. Το Tuvunu δίνει τη δυνατότητα σε όλους να απολαμβάνουν ένα εύγευστο και ευεργετικό φυσικό ρόφημα, κρύο ή ζεστό, χωρίς να φοβούνται για τις παρενέργειες των συντηρητικών, τεχνητών χρωμάτων και αρωμάτων που συναντώνται στα διάφορα brands.

Συγκρίνοντας τα συστατικά του Tuvunu με αυτά των λοιπών αναψυκτικών που κυκλοφορούν στην αγορά, αντιλαμβάνεσαι άμεσα το πόσο διαφέρουν τα προϊόντα. Το Tuvunu Free για παράδειγμα έχει μόνο 3 -εύκολα αναγνωρίσιμα- συστατικά: τσάι του βουνού, φρεσκοστυμμένα ελληνικά λεμόνια και νερό.

Για την απρόσκοπτη παραγωγή του Τυνunu, η εταιρεία έχει επενδύσει σε ένα εκτεταμένο πρόγραμμα συμβολαιακής καλλιέργειας τσαγιού του βουνού. Ενώ έχει συνάψει συμφωνίες με περίπου 500 παραγωγούς, κυρίως στη Μακεδονία και τη Θράκη, για την προμήθεια της απαραίτητης ποσότητας τσαγιού.

Παρ' όλα αυτά να σημειωθεί πως η εταιρεία δεν δέχεται τσάι του βουνού από συλλέκτες, διότι το πρόβλημα της αποψίλωσης των ελληνικών βουνών από την ενδημική της χλωρίδα μπορεί να δημιουργήσει ανεπανόρθωτες ζημιές στα οικοσυστήματα της πατρίδας.

Απλή όσο και ευφυής η ιδέα του Ice Tea Τυνunu, έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον του βρετανικού δικτύου BBC, αναδεικνύοντας σε ρεπορτάζ του την ελληνική καινοτομία, αλλά και της Huffington Post και άλλων διεθνών ΜΜΕ.

Το Τυνunu και το Τυνunu Free αποτελούν την αρχή μιας νέας κατηγορίας προϊόντων που θέλει να προωθήσει η εταιρεία, δίδοντας μεγάλη βαρύτητα στην ανάπτυξη της μεταποίησης και του πρωτογενούς τομέα.



Παγωμένα ροφήματα με χαμομήλι, τίλιο, φασκόμηλο αλλά και ο συνδυασμός τους, αποτελούν για τη διοίκηση τα επόμενα βήματα προϊόντικής ανάπτυξης.

Όσον αφορά στον προσανατολισμό των πωλήσεων. το προϊόν εξάγεται σε ΗΠΑ, Αυστραλία, Γερμανία, Αγγλία, Γαλλία, Πολωνία, Κύπρο, με το δίκτυο να διευρύνεται από εβδομάδα σε εβδομάδα.

2.1.6 ECOPHARM HELLAS ABEE

Η ECOFARM ιδρύθηκε το 1996 και εδρεύει στο 4ο χιλιόμετρο Κιλκίς – Θεσσαλονίκης σε εγκαταστάσεις που λειτουργούν από το 1997.

Αν και η υπάρχουσα εγκατάσταση έχει τη δυνατότητα επεξεργασίας οποιουδήποτε είδους αρωματικού φυτού για την παραγωγή αιθέριου ελαίου, προς το παρόν όλες οι δραστηριότητες της επιχείρησης κινούνται γύρω από τη ρίγανη. Το 99% της παραγωγής αφορά την παραγωγή αιθέριου ελαίου που δίνεται ως πρώτη ύλη για την παραγωγή του αντιβιοτικού για ζωοτροφές. Υπάρχει όμως και ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 1% περίπου, που αφορά την επεξεργασία της πρώτης ύλης για δρόγη. Οι ποσότητες που εξάγονται είναι μεγάλες και δε γίνονται προς το παρόν πωλήσεις μικροποσοτήτων για αρωματοθεραπείες κ.λ.π. ή πωλήσεις μέσω διαδικτύου.



Το ριγανέλαιο έρχεται να καλύψει το κενό που δημιουργείται μετά την απαγόρευση χρήσης μιας σειράς συνθετικών αντιβιοτικών, που αποσύρονται βάση νομοθεσίας από την κτηνοτροφία.

Η εταιρεία είναι κατά κύριο λόγο εξαγωγική, αφού το 99% της παραγωγής εξάγεται στο εξωτερικό, οι βασικοί πελάτες της είναι δυο μεγάλες εταιρείες παραγωγής αντιβιοτικού για ζωοτροφές, που κάνουν και τη διανομή του τελικού προϊόντος στις κτηνοτροφικές μονάδες μέσω ενός δικτύου πωλητών.

Η μια εδρεύει στην Αμερική και απευθύνεται σε ολόκληρη την ήπειρο, και η άλλη, με έδρα την Αγγλία, απευθύνεται σε όλον τον υπόλοιπο κόσμο.

Η προμήθεια της πρώτης ύλης γίνεται αποκλειστικά από Έλληνες παραγωγούς. Με δεδομένο ότι η επιχείρηση βρίσκεται στο Κιλκίς οι συνεργαζόμενοι καλλιεργητές βρίσκονται σε περιοχές όπως το Κιλκίς, η Θεσσαλονίκη, ο Έβρος, η Κατερίνη, και η Λάρισα, και αυτό, γιατί θα πρέπει να υπάρχει δυνατότητα επαφής με τους παραγωγούς, αφού γίνεται από την επιχείρηση ο έλεγχος των σταδίων παραγωγής.



Αφού προσδιοριστεί χρονικά η ημερομηνία, το κόψιμο αναλαμβάνεται από τον αγρότη, όπως και η ξήρανση της κομμένης φυτικής ύλης στον ήλιο. Ο χρόνος ξήρανσης είναι και αυτός γνωστός και διαρκεί περίπου μια ημέρα, από εκεί και πέρα όλες οι υπόλοιπες διαδικασίες αναλαμβάνονται από την ECOFARM.

Η αποθήκευση γίνεται σε ειδικά δοχεία για αιθέρια έλαια, επειδή είναι καυστικά και αλλοιώνουν τα τοιχώματα των μη κατάλληλων βαρελιών. Η αποθήκευση, επειδή είναι ολιγόμηνη, δε γίνεται σε συγκεκριμένη θερμοκρασία, φυλάσσεται βέβαια μακριά από τον ήλιο σε χώρο με χαμηλή

υγρασία. Βασικό στόχο αποτελεί η όσο το δυνατόν γρηγορότερη επεξεργασία της ρίγανης.

Η παραλαβή των αιθέριων ελαίων γίνεται με απόσταξη, με τη μέθοδο του ατμού (steam distillation). Έτσι παραλαμβάνεται ανόθευτο, 100% φυσικό προϊόν, χωρίς υπόλοιπα διαλυτών ή άλλων ανεπιθύμητων ενώσεων που θα υπήρχαν, αν η απόσταξη γινόταν με χημικό τρόπο. Τα συστατικά του αιθερίου ελαίου είναι γύρω στα 42 με κύρια την Καρβακρόλη και τη Θυμόλη. Το είδος της ρίγανης που καλλιεργείται (*Origanum origanum hirtum*), όσον αφορά τη χημική του σύσταση, παρουσιάζει υψηλή περιεκτικότητα σε Καρβακρόλη.



Το μέγεθος της παραγωγής υπολογίζεται περίπου στους 350-400 τόνους αλωνισμένη ρίγανη σε 3500-4000 στρέμματα και οι συνεργαζόμενοι καλλιεργητές είναι περίπου 150 με 170 άτομα, όμως 100 Παραγωγοί αποτελούν το βασικό πυρήνα των συνεργαζόμενων αγροτών.

Η ECOFARM με την πλήρη εκμηχάνιση της καλλιέργειας, με την εισαγωγή αλωνιστικών μηχανών στο στάδιο της συγκομιδής, πέτυχε μείωση του κόστους εργασίας, λιγότερες μέρες παραμονής του φυλλώδους υλικού στο χωράφι για στέγνωμα, μείωση του χώρου αποθήκευσης και του χρόνου επεξεργασίας του πρωτογενούς υλικού, καθώς και μείωση του μεταφορικού κόστους.

2.1.7 Aroma Farms: Κλειδί η καθετοποίηση



Με προσεκτικά και σταδιακά βήματα, η επιχείρηση Aroma Farms, στην Αρχαία Ολυμπία, συνεχίζει την ανοδική της πορεία, προσφέροντας ποιοτικά προϊόντα βιολογικής γεωργίας.



Οι εμπνευστές της επιχείρησης δεν έμειναν μόνο στην αξιοποίηση των οικογενειακών εκτάσεων και της εμπειρίας στην παραγωγή αρωματικών φυτών, αλλά πειραματίστηκαν και με τη φύτευση διαφόρων βοτάνων για να καταλήξουν στην επιλογή των παραγόμενων προϊόντων τους. Δεν σταμάτησαν όμως εκεί. Σήμερα, διαχειρίζονται μια πλήρως καθετοποιημένη μονάδα παραγωγής, μεταποίησης και εμπορίας των προϊόντων τους και, ίσως για πρώτη φορά, μετά από 5 χρόνια, αρχίζουν να απολαμβάνουν τους καρπούς του μόχθου τους.

Όπως αναφέρει η εκπρόσωπος της Aroma Farms, Θεοδοσία Μητροπούλου, «η προώθηση των προϊόντων δεν είναι ούτε εύκολη ούτε ανέξοδη, καθόσον υπάρχει ανταγωνισμός από εισαγόμενα ομοειδή προϊόντα. Η τοποθέτηση προϊόντων σε άλλες αγορές από τρίτες χώρες, όπως Τουρκία, Κίνα κ.λπ., οι οποίες έχουν εισέλθει στις αγορές από πολλά χρόνια, με υποδεέστερη ποιότητα αλλά σημαντικά χαμηλότερες τιμές, είναι επίσης ένας δύσκολος ανταγωνισμός», τονίζει. «Η ασχολία με τα βιολογικά αρωματικά φυτά απαιτεί πολύ χρόνο και κόπο. Η καθετοποίηση της ενασχόλησης είναι ακόμα πιο επίπονη όσον αφορά στον χρόνο της απασχόλησης και στο κόστος που απαιτείται».



Η εταιρεία προωθεί τα προϊόντα της σε ΗΠΑ, Γερμανία, Ρουμανία, Ισπανία, Αγγλία και Ισραήλ, ενώ γίνεται προσπάθεια διείσδυσης και σε άλλες χώρες.

Αναφερόμενη στα μελλοντικά σχέδια της επιχείρησης, η κα Μητροπούλου τόνισε πως ήδη έχει ξεκινήσει η παραγωγή αιθέριων ελαίων από προϊόντα παραγωγής σε βιολογικό αποστακτήριο και προχωρά η προώθησή τους.

2.1.8 Anassa Organics: Το ελληνικό τσάι που λάτρεψαν οι Άγγλοι



Η ανακήρυξη της εταιρίας σε μια από τις νικήτριες του Ελληνικού Βραβείου Επιχειρηματικότητας το 2014, ήταν για εμάς μεγάλη τιμή και μας έδωσε πρόσβαση σε χρηματοδότηση, για την ανάπτυξη της εταιρίας. Σήμερα η εταιρία απασχολεί σταθερά 10 εργαζόμενους και σε αυτούς προστίθενται, με εποχιακή απασχόληση, κάμποιοι επιπλέον.



Η ANASSA, διακρίθηκε για τέσσερις συνεχόμενες χρονιές στο πλαίσιο του διεθνώς αναγνωρισμένου διαγωνισμού Great Taste Awards 2014-2017 του βρετανικού οργανισμού Guild of Fine Food. Τα βραβεία τροφίμων Great Taste Awards που αναδεικνύονται με το σύστημα 'τυφλής γευσιγνωσίας', αποτελούν το μεγαλύτερο και πιο αξιόπιστο σύστημα πιστοποίησης ποιοτικών τροφίμων και ποτών, διεθνώς.

Ειδικότερα, ανάμεσα σε 12.000 προϊόντα από όλο τον κόσμο που διαγωνίζονταν στο πλαίσιο του διαγωνισμού, η εταιρεία έλαβε είκοσι τρία (23) χρυσά αστέρια για την υψηλή ποιότητα και τη μοναδική γεύση των προϊόντων

της. Με αυτή τη βράβευση, η ANASSA ORGANICS αποτελεί την πρώτη ελληνική εταιρεία που δραστηριοποιείται στον τομέα των αφεψημάτων από βιολογικά αρωματικά φυτά και βραβεύεται ταυτόχρονα για όλα τα προϊόντα της στον ίδιο διαγωνισμό. Επιπλέον τρία από αυτά (Organic Mint, Mountain Tea, Lemon Verbena), έχουν αποσπάσει την ανώτατη διάκριση των τριών αστέρων και έχουν μπει στη λίστα με τα 50 καλύτερα προϊόντα τα χρονιάς (top50 2016-2017).



Την απολύτως κορυφαία διάκριση Ambient product of the year έχει αποσπάσει το προϊόν της Lemon Verbena. Τέλος η εταιρία, συνέπεια της τέταρτης χρονιάς διακρίσεων κατέχει πλέον τον τίτλο του Great Taste Producer. Έχοντας συγκεντρώσει βραβεία για όλα της τα προϊόντα, υιοθετώντας διεθνώς αναγνωρισμένα συστήματα διαχείρισης και πιστοποίησης των προϊόντων της, συνεχίζει την πορεία της με όραμα την απaráμιλλη, αξεπέραστη ποιότητα.

Η αγορά της Αγγλίας είναι μια δύσκολη αγορά στην κατηγορία των προϊόντων μας, ωστόσο οι διακρίσεις και η κορυφαία ποιότητα έχει αναγνωριστεί, η ζήτηση διαρκώς αυξάνεται και τα προϊόντα μας έχουν τοποθετηθεί σε αρκετά και σημαντικά σημεία πώλησης (Selfridges, Patridges, Wholefoods Market).

Τα προϊόντα εξάγονται ήδη σε αρκετές χώρες και διατίθενται σε επιλεγμένα σημεία πώλησης. Ενδεικτικά: στα Selfridges και Whole foods Market (Αγγλία), Galleries Lafayette (Γαλλία), Jelmoli (Ελβετία), Spinneys & Waitrose

(Ντουμπάι), Frische Paradies (Γερμανία), στο Βέλγιο, στις ΗΠΑ, στην Αυστραλία, στην Κορέα, στη Κίνα, στη Σιγκαπούρη, στη Σουηδία στη Νορβηγία, στην Αυστρία, στην Ιρλανδία, στην Κύπρο, στη Ρουμανία. Στα Hellenic Duty Free και στην Aegean Airlines (πώληση ON BOARD).

2.1.9 Phytoplasis



THE DAILY SKIN CARE
www.phytoplasis.com

THE DAILY SKIN CARE
www.phytoplasis.com

Η εταιρεία Phytoplasis αποτελεί μία νεοφυή επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον τομέα των φυσικών καλλυντικών και εδρεύει στην Ξάνθη. Ειδικεύεται στην παραγωγή καινοτόμων προϊόντων περιποίησης δέρματος αποτελώντας μια φυσική εναλλακτική επιλογή για την καθημερινή φροντίδα κάθε τύπου επιδερμίδας και για όλη την οικογένεια. Η εταιρεία αξιοποιεί την εμπειρία 30 ετών της οικογενειακής επιχείρησης που μέχρι πρόσφατα είχε ως κύριο αντικείμενο την καλλιέργεια και μεταποίηση αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών, την παραγωγή αιθέριων ελαίων και φυσικών εκχυλισμάτων.

Η αγάπη για τη Θράκη και τη φύση που αποτελεί την πλούσια πηγή των πρώτων υλών, σε συνδυασμό με την ενδεδειγμένη έρευνα ετών στην χλωρίδα της περιοχής σχετικά με τις διάφορες ιδιότητες και εφαρμογές των αρωματικών φυτών, οδήγησε στην απόκτηση πολύτιμης τεχνογνωσίας το αποτέλεσμα της οποίας αξιοποιείται σήμερα συνεχίζοντας την οικογενειακή παράδοση με την ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά των φυσικών καλλυντικών που παράγει η Phytoplasis είναι οι ιδιαίτερες επιστημονικές φόρμουλες που έχουν αναπτυχθεί με τη χρήση γνήσιων αιθέριων ελαίων και φυσικών εκχυλισμάτων από ελεγχόμενες βιολογικές καλλιέργειες αξιοποιώντας τις πρώτες ύλες που είναι πλούσιες σε βιταμίνες, πολυφαινόλες και φλαβονοειδή, ταννίνες, ανθοκυανίνες, μέταλλα και ιχνοστοιχεία με αντιοξειδωτική δράση. Επίσης εξίσου σημαντικός παράγοντας στην παραγωγική διαδικασία είναι η χρήση της εξαιρετικής ποιότητας νερού που υπάρχει στην περιοχή.

Στην παραγωγή των προϊόντων της Phytoplasis η έμπειρη επιστημονική ομάδα εργάζεται για τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων αξιοποιώντας τα ενεργά συστατικά από τα αρωματικά φυτά, φαρμακευτικά βότανα, τη χλωρίδα της περιοχής, φυτικά βρώσιμα είδη, φρούτα και καρπούς των οποίων τα δραστικά συστατικά συμβάλλουν με φυσικό τρόπο να προστατεύουν, ενυδατώνουν, λειαίνουν και να αναγεννούν τα κύτταρα της επιδερμίδας βελτιώνοντας την όψη και υφή της.

Χαρακτηριστικό όλων των προϊόντων είναι η υψηλή ποιότητα και οι αυστηρές προδιαγραφές παραγωγής χωρίς προσθήκη ή χρήση parabens, προπυλενογλυκόλης, παραγώγων πετρελαίου, PEG, BHT, συνθετικών χρωμάτων, σιλικόνης, ζωικών παραγώγων, αρωματικών αλλεργιογόνων και γενετικά τροποποιημένων οργανισμών.

Η στρατηγική της λειτουργίας παραγωγής και ανάπτυξης της εταιρείας γίνεται με γνώμονα τα συστατικά της φαρμακευτικής καθαρότητας, τη χρήση της ορθής βιομηχανικής πρακτικής (GMP), την εξατομικευμένη και αποκλειστική ανάπτυξη καινοτόμων φυσικών προϊόντων και τη συνεχή έρευνα σχετικά με τις τάσεις και εξελίξεις στον τομέα της υγείας και της ομορφιάς.

Τα προϊόντα παράγονται στο πλήρες εξοπλισμένο εργαστήριο στην Ξάνθη το οποίο διαθέτει όλες τις πιστοποιήσεις και εγκρίσεις σύμφωνα με τα πρότυπα των εθνικών και ευρωπαϊκών οργανισμών. Τα προϊόντα της Phytoplasis εισέρχονται δυναμικά στην τοπική αγορά και βρίσκονται σε εξέλιξη οι προωθητικές ενέργειες ανάπτυξης του δικτύου πωλήσεων για την τοποθέτηση τους σε επιλεγμένα φαρμακεία και στην υπόλοιπη Ελλάδα.



Η υφιστάμενη γκάμα των φυσικών καλλυντικών περιλαμβάνει:

1. Κρέμα σώματος και χεριών με γλυκό αμύγδαλο, καλέντουλα και βιταμίνη Ε.
2. Καταπραύντικό λάδι με εκχυλίσματα καλέντουλας-χαμομηλιού-μπαομπάπ.
3. Αντιοξειδωτικό τζελ προσώπου με μανιτάρι και μολόχα.
4. Αντιγηραντική και αντιρυτιδική κρέμα με άγριο τριαντάφυλλο.
5. Αντιγηραντική κρέμα προστασίας με αρώνια και ελίχρυσο
6. Θερμαντικό τζελ ανακούφισης με ευκάλυπτο, φασκόμηλο και δεντρολίβανο.
7. Τζελ ανακούφισης ποδιών με μέντα, ευκάλυπτο και ρίγανη.
8. Απαλό τζελ καθαρισμού με τσάι του βουνού και χαμομήλι.
9. Λάδι άμεσης απορρόφησης για βαθιά ενυδάτωση και θρέψη σε τρεις επιλογές αιθέριων ελαίων περγαμόντο, μανταρίνι και γεράνι.
10. Ειδική σειρά "protective" για ξηρές και πολύ ξηρές επιδερμίδες με μολόχα, λεβάντα, υαλουρονικό οξύ και βούτυρο καριτέ.

2.1.10 INBEVERAGES A.E.

INBEVERAGES

Intelligent Nutrition

Η INBEVERAGES είναι μια ελληνική εταιρεία που δημιουργήθηκε με όραμα να παράγει προϊόντα που μας κάνουν καλό, με φυσικό τρόπο, εύκολα και αποτελεσματικά. Όπως λέει και το IN (Intelligent Nutrition) δημιουργεί Έξυπνα Ροφήματα που φέρνουν τη φύση και τις ωφέλιμες ιδιότητες των παραδοσιακών φαρμακευτικών ελληνικών βοτάνων στην καθημερινότητά μας.



Τα προϊόντα έχουν ως βάση τα ελληνικά παραδοσιακά φαρμακευτικά βότανα με επιστημονικά αποδεδειγμένες ευεργετικές δράσεις. Τα επιλέγουμε και τα διαχειριζόμαστε προσεκτικά με φυσικό τρόπο. Έχουμε δημιουργήσει τη φιλοσοφία της Intelligent Nutrition (Έξυπνη Διατροφή), από το πρώτο ως το τελευταίο στάδιο της παραγωγής μας, συνδυάζοντας επιστημονική γνώση και εξελιγμένη τεχνολογία με παραδόσεις χιλιάδων ετών.

2.1.11 Mavrias Organics: 17 χρόνια εμπειρίας



Ο Θοδωρής Μαυριάς, από την Αργολίδα, ασχολείται με την καλλιέργεια βιολογικών αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών από το 2000. «Τα αρωματικά βιολογικά βότανα (ρίγανη, θυμάρι, θρούμπι, τσάι του βουνού) τα οποία καλλιεργώ αδιάκοπα, συλλέγονται και συσκευάζονται με το χέρι. Αυτό που προσπαθήσαμε ήταν να υπάρχει μια πολύ καλή συσκευασία, ώστε το προϊόν, πέρα από τις ιδιότητες που έχει, να είναι ελκυστικό και εμφανισιακά».



Τα Αρωματικά Βιολογικά Βότανα (Ρίγανη, Θυμάρι, Θρούμπι, Τσάι του Βουνού) συλλέγονται και συσκευάζονται με το χέρι και είναι διαθέσιμα σε συσκευασίες των 40γρ και 20γρ.

Βασικός στόχος της εταιρείας είναι οι εξαγωγές, αφού στο εξωτερικό η διαμόρφωση των τιμών είναι σαφώς καλύτερη και η απορρόφηση των προϊόντων πολύ μεγαλύτερη. «Τα βήματα που κάνουμε στις αγορές του εξωτερικού είναι αργά αλλά σταθερά και δίνουμε ιδιαίτερο βάρος στην ποιότητα των προϊόντων μας. Οι χώρες στις οποίες εξάγονται τα προϊόντα είναι η Γερμανία, η Ελβετία και η Γαλλία.

2.1.12 SPOROS ORGANIC HERBS: Με στόχο την ποιότητα



Η SPOROS HELLENIC ORGANIC HERBS αποτελεί μία ανερχόμενη και πολλά υποσχόμενη εταιρεία που ξεκίνησε το 2012 κοντά στο ιστορικό χωρίο της Χαιρώνειας, στη Βοιωτία. Η σχέση της με τα βότανα ξεκίνησε από την αγάπη για τους θησαυρούς της Ελληνικής γης σε συνδυασμό με την επιστημονική κατάρτιση στην γεωπονική και στην παραγωγή αρωματικών & Φαρμακευτικών φυτών και αιθέριων ελαίων, που ολοκληρώθηκαν στο Αριστοτέλειο πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.



Η εταιρεία αποτελεί μια καινοτόμο προσέγγιση εναλλακτικών καλλιεργειών στην ευρύτερη αγροτική περιοχή. Το φυτικό υλικό που χρησιμοποιεί είναι αυστηρά από δικές της, πιστοποιημένες, βιολογικές καλλιέργειες, που αποξηραίνει και επεξεργάζεται σε εξειδικευμένα μηχανήματα. Η βιολογική ρίγανη της εταιρείας το 2017 απέσπασε χρυσό βραβείο στον διεθνή φήμης και εμβέλειας διαγωνισμό της Μ. Βρετανίας, Great Taste Awards. «Η εταιρεία διαθέτει μηχανήματα αποξήρανσης και περαιτέρω επεξεργασίας για την παραγωγή ξηρής δρόγης. Επίσης, στις εγκαταστάσεις της λειτουργεί συσκευαστήριο», αναφέρει ο κ. Λυτρίδης, ιδιοκτήτης της επιχείρησης. Τα προϊόντα της αποτελούνται από επιλεγμένες ποικιλίες Αρωματικών και Φαρμακευτικών Φυτών που καλλιεργούνται βιολογικά, αποκλειστικά σε ιδιόκτητα κτήματα της επιχείρησης, κοντά στη Χαιρώνεια Βοιωτίας, Ελλάδα.

2.1.13 Alpha Lavender: Από την πρωτιά στην κορυφή



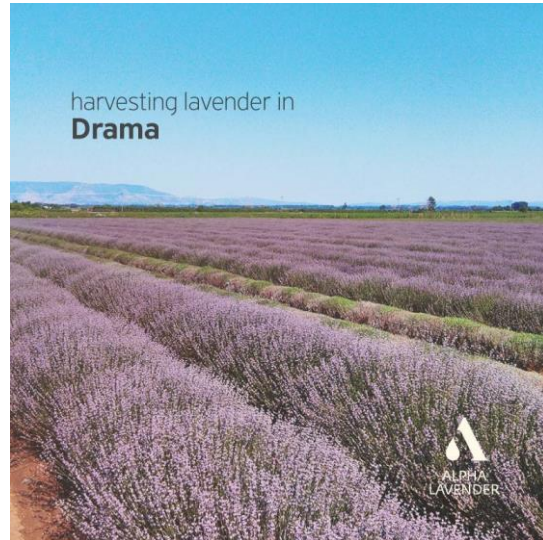
Η Alpha Lavender εδρεύει στο Μεσημέρι της Θεσσαλονίκης και είναι η πρώτη εταιρεία που δραστηριοποιήθηκε, εδώ και μια δεκαετία, με την καλλιέργεια της λεβάντας στην Ελλάδα. Ειδικεύεται στην παραγωγή φυσικών αιθέριων ελαίων και αρωματικών προϊόντων, ενώ καλύπτει όλο τον παραγωγικό κύκλο, από το πολλαπλασιαστικό υλικό, την καλλιέργεια του φυτού έως και τη μεταποίηση, αλλά και την κατασκευή βιομηχανικού τύπου μηχανημάτων για τη συγκομιδή και απόσταξη της λεβάντας και άλλων αρωματικών φυτών.



Όπως τονίζει ο ιδιοκτήτης της εταιρείας, Θεοχάρης Παυλίδης, παρέχει επίσης συμβουλευτικές και υποστηρικτικές υπηρεσίες προς τους παραγωγούς, ενώ επεμβαίνει στο στάδιο της συγκομιδής, μεταποίησης και εμπορίας του τελικού προϊόντος.

Ο κύριος όγκος της παραγωγικής δραστηριότητας απευθύνεται στις αγορές του εξωτερικού και ειδικότερα της Γαλλίας και των ΗΠΑ. Η καλλιέργεια της λεβάντας και άλλων αρωματικών φυτών παρουσιάζει ιδιαίτερα αυξητική τάση

στον ελλαδικό χώρο, ενώ υπολογίζεται ότι το 2018 η συγκεκριμένη καλλιέργεια θα ξεπεράσει τα 20.000 στρέμματα.



Σύμφωνα με τον κ. Παυλίδη, αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα αρωματικά φυτά έχουν εδραιωθεί ως καλλιέργεια με μέλλον και έχουν ξεφύγει από το δοκιμαστικό στάδιο. «Η ελληνική λεβάντα έχει αποκτήσει ιδιαίτερη απήχηση στο εξωτερικό αφού, εκτός από τον κλίμα μας, εδώ και χρόνια χρησιμοποιούμε πιστοποιημένα φυτά και συγκεκριμένες ποικιλίες, που έχουν υψηλά ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά», καταλήγει.

2.1.14 GRIZO & PRASINO: Βιολογικά και ελληνικά

Ο Κώστας και η Αγγελική Παπάζογλου καλλιεργούν σε 15 στρέμματα στην Ροδόπη βιολογικά βότανα, εφαρμόζοντας τις απαραίτητες τεχνικές για την διατήρηση ισορροπίας στο έδαφος. Η συγκομιδή γίνεται χειρωνακτικά, ακολουθεί η αποφύλλωση και η διαλογή όσο τα φυτά είναι ζωντανά και στη συνέχεια το ξηραντήριο. Η αεροστεγής συσκευασία των βοτάνων γίνεται κατόπιν παραγγελιών, μεμονωμένα ή σε μείγματα τα οποία ζητάει η αγορά. Μέχρι και την παραγωγή του 2017 υπήρχε συνεργασία με την Korres, στο πλαίσιο συμβολαιακής γεωργίας, για αποξηραμένη καλέντουλα.

Τα βιολογικά βότανα με την επωνυμία GRIZO & PRASINO διοχετεύονται κυρίως στη λιανική μέσω e-shop. Απόφαση του Κώστα και της Αγγελικής είναι να προωθήσουν τα βιολογικά βότανα στην Ελλάδα, καθώς στο εξωτερικό οι απαιτήσεις για ποσότητες είναι μεγάλες. «Θεωρούμε προτεραιότητα να εκπαιδεύσουμε καταστήματα και καταναλωτές να πίνουν βοτανικά ροφήματα», δηλώνουν στην «ΥΧ». Στην κατεύθυνση αυτή, πραγματοποιούν ενημερωτικά workshops, ενώ παράλληλα βρίσκονται στη διαδικασία έναρξης συνεργασίας με επιλεγμένους χώρους σε Βερολίνο και Βρυξέλλες. Βασική αρχή τους είναι «να μην υποχρεωθούμε να αλλάξουμε τον τρόπο δουλειάς στις συνεργασίες μας».



Τα βιολογικά βότανα που κατέκτησαν με την ποιότητα και τα αρώματά τους το κοινό, έχοντας κερδίσει στα Great Taste Awards 2016 και 2017, είναι αψιθιά, μελισσόχορτο, ύσσωπος, αλθαία, λουίζα, τσουκνίδα, φασκόμηλο, δυόσμος, θυμάρι, καλέντουλα, χαμομήλι, ρίγανη, λεβάντα, αχιλλέα, μέντα, δενδρολίβανο. Ταυτόχρονα, δουλεύουν σπαθόχορτο, άγρια τριανταφυλλιά, ταραξάκο, γαϊδουράγκαθο, ενώ έσπειραν μάραθο, γλυκάνισο, κάρδαμο, τριγωνέλλα και βαλεριάνα, τα οποία θα δοκιμαστούν στο χωράφι, το ξηραντήριο και τους συνδυασμούς με άλλα βότανα.

2.2 Αφεψήματα με βάση το Τσάι στην Ελληνική αγορά

2.2.1 Τσάι Νέκταρ με στέβια από την Αφοί Κουρτίδης



Η Αφοί Κουρτίδης έχει εισέλθει εδώ κι αρκετά χρόνια και στην αγορά του κρύου τσαγιού, λανσάροντας μη αναθρακούχα αναψυκτικά με πράσινο τσάι και γλυκαντικά από το φυτό στέβια. Έχει, επίσης, τσάι με γεύση ροδάκινο και με γεύση λεμόνι, τα οποία στο σύνολό τους διατίθενται σε κυτίο αλουμινίου 330ml, αλλά και σε πλαστικές φιάλες PET, μικρές και μεγάλες.

2.2.2 Cool-Tea με εκχύλισμα τσαγιού από τη Βίκος

Ανταποκρινόμενη στην ανάγκη του σύγχρονου καταναλωτή για προϊόντα που συνεισφέρουν σε έναν υγιεινό τρόπο ζωής, η εταιρεία Βίκος μεγάλωσε την γκάμα των προϊόντων της, με την παραγωγή του Βίκος Cool-Tea (0,33lt, 0,5 lt και 1,5 lt).



Το προϊόν διατίθεται, μάλιστα, σε τρεις διαφορετικές γεύσεις:

- Tea & Lemon Flavoured Drink Cool-Tea Βίκος (Με εκχύλισμα Τσαγιού και χυμό λεμονιού)
- Tea & Peach Flavoured Drink Cool-Tea Βίκος (Με εκχύλισμα Τσαγιού και χυμό ροδάκινου)
- Green Tea & Lemon Flavoured Drink Cool-Tea Βίκος (Με εκχύλισμα Πράσινου Τσαγιού και φυσική αρωματική ύλη λεμονιού).

2.2.3 Lipton Ice Tea



Το Lipton Ice Tea, μία από τις πιο δημοφιλείς μάρκες στο παγωμένο τσάι στην Ελλάδα και το εξωτερικό, παρουσίασε πέρυσι και μια καινούργια γεύση που βασίζεται σε πράσινο τσάι από ιαπωνικό matcha. Το lipton green ice tea matcha είναι ένα μη ανθρακούχο ποτό με εκχυλίσματα πράσινου τσαγιού, φυσικές αρωματικές ύλες πιπερόριζας (ginger), λεμονόχορτου (lemongrass) και σκόνης τσαγιού matcha, που αποτελεί ισχυρό αντιοξειδωτικό για τον οργανισμό και βοηθά στην υγεία του δέρματος. Το προϊόν έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε θερμίδες και κυκλοφορεί σε συσκευασία των 500ml.

2.2.4 Προϊόν της χρονιάς το FuzeTea της Coca Cola



Το FuzeTea, η καινούργια πρόταση τσαγιού που ήρθε πριν από ένα χρόνο από την εταιρεία Coca-Cola, τιμήθηκε με τον τίτλο «Προϊόν της Χρονιάς 2019» στην κατηγορία Παγωμένου Τσαγιού, στον κορυφαίο ομώνυμο θεσμό. Το FuzeTea συνδυάζει εκχυλίσματα τσαγιού από 100% βιώσιμες καλλιέργειες με χυμό φρούτων κι αρωματικά φυτά, με προσθήκη γλυκαντικού στέβια. Το προϊόν της χρονιάς κυκλοφορεί σε 3 γεύσεις:

- Black Ice tea λεμόνι και λουίζα
- Green ice tea μάνγκο με χαμομήλι
- Black ice tea ροδάκινο με ιβίσκο

2.2.5 Τσάι Life με 0% ζάχαρη από τη Δέλτα



Η Δέλτα έχει λανσάρει τα τελευταία χρόνια τη σειρά Life Tsai 0% ζάχαρη, σε τρεις γεύσεις, λεμόνι, ροδάκινο και πράσινο τσάι. Χωρίς χρωστικές, θερμίδες και συντηρητικά, με ζουμερά φρούτα που

ενώνονται με εκχυλίσματα τσαγιού, τα νέα προϊόντα της εταιρείας ξεχωρίζουν και για την ιδιαίτερη συσκευασία τους, η οποία έχει έντονα χρώματα. Παράλληλα, βέβαια, η εταιρεία διαθέτει κι αρκετούς ακόμη κωδικούς στην κατηγορία του τσαγιού, έχοντας εστιάσει σε καινοτόμους συνδυασμούς φρούτων, όπως τον ανανά με ροζ γκρέιπφρουτ, το πράσινο τσάι με μπλούμπερι και ράσμπερι, αλλά και το ρόδι-κράνμπερι.

2.2.5 Έψα Τσάι με στέβια σε νέες συσκευασίες

Iced Drinks με τσάι

Η απόλυτη δροσιά

Τέχνη, δροσιά και
υπέροχη γεύση
γίνονται ένα, σε
έναν ανατρεπτικό
υγιεινό συνδυασμό.



Μία μεγάλη γκάμα κωδικών στον τομέα του τσαγιού έχει λανσάρει τα τελευταία χρόνια κι η εταιρεία Έψα, η οποία επένδυσε πρόσφατα σε νέες γεύσεις και συσκευασίες, ενισχύοντας το σχετικό χαρτοφυλάκιό της. Πρόκειται για τη σειρά λάιτ, με γλυκαντικό από το φυτό στέβια, που συνίσταται σε διαβητικούς αλλά και σε όσους προσέχουν τη διατροφή τους και θέλουν να απολαμβάνουν αυθεντικές γεύσεις με λίγες θερμίδες. Σε αυτό περιλαμβάνονται πλέον τα εξής:

- ΕΨΑ Τσάι Λεμόνι
- ΕΨΑ Τσάι Ροδάκινο
- ΕΨΑ Πράσινο Τσάι λάιτ ρόδι & βύσσινο
- ΕΨΑ Κόκκινο Τσάι λάιτ, κράνμπερι, αρώνια και γκότζι μπερι

2.2.6 Nestea από φύλλα τσαγιού από το Nilgiri



Ένα νέο παγωμένο τσάι που βασίζεται σε εκχυλίσματα από φύλλα τσαγιού της περιοχής Nilgiri της Ινδίας και κυκλοφορεί σε δύο γεύσεις παρουσίασε πρόσφατα η εταιρεία Foodrinco για το Nestea, που αποτελεί ένα από τα κορυφαία brands της αγοράς στο κρύο τσάι, με δεκάδες κωδικούς στην γκάμα της. Πρόκειται για το Nestea Back to Essentials, ένα προϊόν απλής σύνθεσης, με λίγα συστατικά, φυσική γεύση, χωρίς τεχνητές χρωστικές ουσίες και συντηρητικά. Το νέο Nestea έχει φυσικό άρωμα, στέβια, μειωμένη ζάχαρη κι είναι διαθέσιμο σε δύο γεύσεις: Λεμόνι και Ροδάκινο.

2.2.7 Fresh Tea με λιγότερες θερμίδες από τη ΒΑΠ



Ένα από τα πιο δυναμικά προϊόντα της ροδίτικης εταιρείας ΒΑΠ Κουγιός έχει αποδειχθεί τα τελευταία χρόνια το κρύο τσάι. Η εταιρεία εισήλθε στην αγορά με τις κλασικές επιλογές του λεμονιού και του ροδάκινου, αλλά σύντομα

επέκτεινε την γκάμα της και στο τσάι με λιγότερες θερμίδες. Το πράσινο τσάι με γλυκαντικά από το φυτό στέβια, είναι ένα από τα νέα προϊόντα της ΒΑΠ, που έχουν ήδη αρχίσει να αυξάνουν τις πωλήσεις τους στη Ρόδο, αλλά και σε άλλες περιοχές.

2.2.8 Tuvunu



Συγκρίνοντας τα συστατικά του Tuvunu με αυτά των λοιπών αναψυκτικών που κυκλοφορούν στην αγορά, αντιλαμβάνεσαι άμεσα το πόσο διαφέρουν τα προϊόντα. Το Tuvunu Free για παράδειγμα έχει μόνο 3 -εύκολα αναγνωρίσιμα- συστατικά: τσάι του βουνού, φρεσκοστυμμένα ελληνικά λεμόνια και νερό.

Για την απρόσκοπτη παραγωγή του Tuvunu, η εταιρεία έχει επενδύσει σε ένα εκτεταμένο πρόγραμμα συμβολαιακής καλλιέργειας τσαγιού του βουνού. Ενώ έχει συνάψει συμφωνίες με περίπου 500 παραγωγούς, κυρίως στη Μακεδονία και τη Θράκη, για την προμήθεια της απαραίτητης ποσότητας τσαγιού.

2.2.9 Τσάι Φλώρινας με ξινό νερό



Το τσάι Φλώρινας είναι το μοναδικό ελληνικό κρύο τσάι, το οποίο συνδυάζει την κλασική γεύση του μαύρου τσαγιού και των φρούτων με τα ξινά νερά Φλώρινας. Η εταιρεία έχει γίνει γνωστή για τα αναψυκτικά της με ξινό νερό, αλλά πλέον έχει στην γκάμα της και κρύο τσάι, με μόνο 10 θερμίδες ανά 250ml (ένα ποτήρι). Κυκλοφορεί σε δύο γεύσεις, λεμόνι και ροδάκινο, σε συσκευασίες 330ml και 1lt.

2.2.10 Νέο ελληνικό τσάι My Tea Tale



Μία νέα, καινοτόμο σειρά τσαγιών παράγει και λανσάρει στην Ελλάδα η εταιρεία Seven CHC. Πρόκειται για το My Tea Tale, ένα σύνολο προϊόντων, πλούσιων σε εκχύλισμα τσαγιού, χωρίς ζάχαρη και με ελάχιστες θερμίδες, περιέχοντας έως και 15 φορές περισσότερο τσάι από τα συνηθισμένα προϊόντα. Όλα τα προϊόντα my tea tale περιέχουν 4-6 βιταμίνες, με την περιεκτικότητα των βιταμινών να ανέρχεται στο 60% της συνιστώμενης ημερήσιας πρόσληψης. Η σειρά My Tea Tale περιλαμβάνει τρία προϊόντα:

- Πράσινο τσάι με μέλι.
- Μαύρο τσάι με γεύση πορτοκάλι-λεμόνι.
- Λευκό τσάι με γεύση βερίκοκο.

2.2.11 Μαύρο τσάι XIXO Ice σε τέσσερις γεύσεις



Ένα νέο ice tea (κρύο τσάι), χωρίς χρωστικές ουσίες, χωρίς συντηρητικά, με μειωμένη ζάχαρη κι αντιοξειδωτικά, το οποίο περιέχει μόνο εκχύλισμα φυσικού τσαγιού και διαθέτει πραγματική περιεκτικότητα σε φρούτα, έχει λανσάρει και στην ελληνική αγορά η εταιρεία Hell Greece Ltd. Πρόκειται για το XIXO Ice, το οποίο διαθέτει και ειδική πιστοποίηση ποιότητας από το διοικητικό συμβούλιο του Swiss Vitamin Institute, που ενέκρινε το μοναδικό αυτό μαύρο τσάι, στο πλαίσιο του προγράμματος ελέγχου της ποιότητάς του. Το νέο μαύρο τσάι XIXO Ice είναι πλέον διαθέσιμο και στη μικρή λιανική, σε τέσσερις διαφορετικές γεύσεις, φρέσκο γλυκό αχλάδι, λεμόνι, ώριμο ροδάκινο και φρέσκια φράουλα.

2.2.12 Πράσινο τσάι με μέλι AriZona



Το Νο1 τσάι σε πωλήσεις στην Αμερική, το AriZona, έχει πλέον φανατικούς καταναλωτές και στην Ελλάδα, όπου και διατίθεται σε μια σειρά από ξεχωριστές γεύσεις από την εταιρεία Premium Brands. Για την παρασκευή του

AriZona χρησιμοποιούνται 100% αγνά υλικά, χωρίς συντηρητικά, τεχνητές γεύσεις και χρωστικές ουσίες. Παρασκευάζεται με πρώτες ύλες από επιλεγμένες φυτείες και παραγωγούς τσαγιού. Μεταξύ των επιλογών της AriZona βρίσκεται πλέον κι η δική της εκδοχή πράσινου τσαγιού διαίτης. Η εταιρεία επέλεξε την καλύτερη ποικιλία πράσινου τσαγιού και, αντί για ζάχαρη, πρόσθεσε μέλι και τζίνσενγκ, δημιουργώντας ένα νέο, μοναδικό κρύο τσάι.

2.2.13 Πράσινο τσάι με αλόη San Benedetto

Μια γνωστή σειρά κρύου τσαγιού από το γνωστό brand San Benedetto έχει λανσάρει στην ελληνική αγορά η Pro Drinks Ε.Π.Ε. Πρόκειται για το San Benedetto Ice Tea, το οποίο διατίθεται σε ένα ευρύ φάσμα γεύσεων για κάθε γούστο. Το Classico έρχεται σε λεμόνι και ροδάκινο κι είναι παραδοσιακά το πιο δημοφιλές στους καταναλωτές. Η καινοτόμα πρόταση της εταιρείας, όμως, αφορά το πράσινο τσάι με αλόη βέρα, που συνδέεται με την ευεξία και συνδυάζει την αναζωογονητική αίσθηση της αλόης βέρα με την απόλαυση του μεταλλικού νερού San Benedetto.



Όπως γίνεται αντιληπτό, οι επιλογές στο κρύο τσάι και τον κρύο καφέ είναι πιο πολλές από ποτέ και δίνουν τη δυνατότητα στους επαγγελματίες των μίνι μάρκετ και των υπολοίπων σημείων της μικρής λιανικής να γεμίζουν τα ψυγεία τους, επιλέγοντας εκείνα τα προϊόντα που θεωρούν πιο κατάλληλα για τους πελάτες τους.

2.2.14 Νέα ροφήματα αλόης χωρίς ζάχαρη από την Naturetech



Με νέα προϊόντα επεκτείνει συνεχώς το χαρτοφυλάκιό της η εταιρεία Naturetech, που ειδικεύεται στις μπάρες ενεργείας (όπως τα Flarjack) και πρωτεΐνης, καθώς και στα υγιεινά ροφήματα από Aloe Vera και σπόρους βασιλικού. Πρόσφατη προσθήκη αποτελεί το ρόφημα με γεύση μήλου Gold Aloe, με 61% περιεκτικότητα σε αλόη, εμπλουτισμένο σε πρωτεΐνη, βιταμίνες και κολλαγόνο, αλλά και το ρόφημα Royal Aloe, με 51% περιεκτικότητα σε αλόη και γεύση ρόδι. Τα εν λόγω προϊόντα δεν περιέχουν ζάχαρη κι έρχονται να εμπλουτίσουν την ήδη μεγάλη γκάμα της εταιρείας στις no sugar επιλογές. Επιπλέον, ο καταναλωτής μπορεί να βρει στην αγορά και δύο νέες μπάρες Flarjack της σειράς No Sugar Added, σε δύο διαφορετικές γεύσεις, Blueberry και Raspberry.