

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Η HEINEKEN ΑΝΑΖΗΤΑ ΠΕΝΤΕ ΝΕΑ START-UPS ΣΤΟΝ ΑΓΡΟ-ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

** Θα τους προσφέρει υποστήριξη, τεχνογνωσία αλλά και υποδομή, στο πλαίσιο της συνεργασίας της με το Orange Grove, της μεγαλύτερης κοιτίδας νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα*

** Με τη νέα πλατφόρμα GrowthMakers, η Heineken σχεδιάζει δράσεις για τη στήριξη της καινοτόμου επιχειρηματικότητας στον αγρο- διατροφικό και τον τουριστικό τομέα,*

Αθήνα, 15 Ιουνίου 2017

Τη νέα πρωτοβουλία της Heineken, **GROWTH MAKERS**, παρουσίασε ο Διευθύνων Σύμβουλος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κ. **Ζωύλλης Μηνά**, σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 13 Ιουνίου στο **Orange Grove**, με την παρουσία νέων επιχειρηματιών, δημοσιογράφων και εκπροσώπων φορέων της αγοράς. Η νέα πλατφόρμα GROWTH MAKERS περιλαμβάνει δυο πυλώνες: τις **βραδιές** συζήτησης, δικτύωσης και ανταλλαγής γνώσης που απευθύνονται στην ευρύτερη επιχειρηματική και δημιουργική κοινότητα και θα διοργανώνονται σε τακτικά διαστήματα (Growth Makers Nights) αλλά και έναν **διαγωνισμό** που θα **ανακαλύψει**, θα **αναδείξει** και θα **επιβραβεύσει** 5 νέα startups στον αγρο-διατροφικό και τον τουριστικό τομέα (Growth Makers Teams).

Σχετικά με τον Διαγωνισμό, η ανοιχτή πρόσκληση θα ισχύει μέχρι τις 20 Ιουλίου, και οι υποψήφιοι start ups θα κριθούν από μία επιτροπή με εκπροσώπους της εταιρίας, της αγοράς αλλά και της Πανεπιστημιακής Κοινότητας. Όπως ανακοίνωσε ο κ. Μηνά, τα startups που θα επιλεγούν θα φιλοξενηθούν στο Orange Grove για έξι μήνες, θα επωφεληθούν από ολοκληρωμένο πρόγραμμα επιχειρηματικής υποστήριξης και θα λάβουν, συνολικά **10.000,00** ευρώ ως χρηματικό βραβείο.*

Πιο συγκεκριμένα, μιλώντας στο 1^ο Growth Makers Night, ο κ. **Μηνά** αναφέρθηκε στο ιδανικό ταίριασμα του Orange Grove με το καινοτόμο πνεύμα της Heineken, τονίζοντας: «Η δυναμική παρουσία της Heineken στο Orange Grove αποτελεί τον δικό μας τρόπο να συνεισφέρουμε στην επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας μέσω των νέων και της καινοτομίας».

Στη συνέχεια, ο κ. Μηνά υπογράμμισε τη σημασία της εγχώριας αγροτικής παραγωγής και του τουρισμού για την ανάπτυξη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και παρουσίασε συνοπτικά το πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας που υλοποιεί η εταιρεία, στο οποίο έχουν ενταχθεί 2.000 Έλληνες παραγωγοί σε 23 νομούς έχουν ενταχθεί σε αυτό, με αποτέλεσμα το 100% της μύρας που παράγει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία να είναι από Ελληνικό κριθάρι. Ειδικότερα ανέφερε: «Από το 2008 έχουμε προμηθευθεί συνολικά 275.000 τόνους κριθαριού, που σημαίνει περίπου 50.000 το χρόνο ενώ, αξίζει να σημειωθεί ότι από την έναρξη του προγράμματος έχουμε δημιουργήσει προστιθέμενη αξία €60 εκατ.».

Στη συνέχεια της εκδήλωσης διεξήχθη συζήτηση πάνελ με τίτλο **«Ελληνική αγροτική παραγωγή: Δημιουργώντας προστιθέμενη αξία για τη χώρα»** με τη συμμετοχή της κυρίας **Βάσως Παπαδημητρίου**, Γενικής Διευθύντριας του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων και Ποτών (ΣΕΒΤ), του κ. **Άρη Κεφαλογιάννη**, Ιδρυτή & Διευθύνοντα Σύμβουλου της ΓΑΙΑ, του κ. **Θωμά Δούζη**, Συνιδρυτή της ERGON και της κυρίας **Carla Tanas**, Συν-ιδρύτριας του Future Agro Challenge (FAC), της διεθνούς πλατφόρμας για καινοτόμους επιχειρηματίες του αγρο-διατροφικού τομέα.

Όλοι οι ομιλητές αναφέρθηκαν στη ελληνική μεσογειακή διατροφή **ως ένα από τα μεγαλύτερα αναξιοποίητα κεφάλαια** για τη χώρα μας και μίλησαν για την αγροτική παραγωγή ως την πηγή για ποιοτικές πρώτες ύλες. Επιπλέον τόνισαν ότι η επιβίωση για τις μικρομεσαίες ελληνικές επιχειρήσεις του αγρο-διατροφικού τομέα θα έρθει μόνο μέσα από ευρύτερες συνεργασίες.

Συγκεκριμένα, η **κα Βάσω Παπαδημητρίου** ανέφερε: «Η Ελληνική Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών απορροφά τον μεγαλύτερο όγκο αγροτικής και κτηνοτροφικής παραγωγής, δίνοντας πολύ μεγάλη σημασία στην ποιότητα των πρώτων υλών ενώ, έχει ζητήσει να αναπτυχθεί ένα ολοκληρωμένο εθνικό αναπτυξιακό πρόγραμμα για τη στήριξη των αγροτών σε θέματα τεχνολογίας και επιχειρηματικής δραστηριότητας, για την παραγωγή προϊόντων υψηλής ποιότητας, που θα αποτελέσουν άριστη πρώτη ύλη για την μεταποιητική βιομηχανία. Αναφορικά με τις πρωτοβουλίες του ΣΕΒΤ για τη στήριξη της καινοτομίας η κα Παπαδημητρίου αναφέρθηκε στο Διαγωνισμό “ECOTROPHELIA” που διοργανώνει ο Σύνδεσμος για να υποστηρίξει τους Έλληνες φοιτητές, που ασχολούνται με την επιστήμη των τροφίμων δίνοντάς τους τη δυνατότητα, να καταθέσουν τις ιδέες τους για νέα προϊόντα διατροφής που , ξεχωρίζουν για τη γεύση τους και για το φιλικό προς το περιβάλλον χαρακτήρα τους».

Μιλώντας για εξωστρέφεια, εξαγωγές και branding αγροτικών προϊόντων, ο **κ. Άρης Κεφαλογιάννης** είπε: «Όποιος ξεκινά να επιχειρεί σήμερα στον αγρο-διατροφικό τομέα πρέπει να βλέπει τον ορίζοντα της παγκόσμιας αγοράς. Δεν είναι εύκολος ο δρόμος του εξωτερικού. Χρειάζεται πολύ υπομονή και προσπάθεια». Και συνέχισε τονίζοντας: «Από την άλλη όντως, είναι πολύ σημαντικό ο ξένος που έρχεται στην χώρα σου (Ελλάδα) και σε γνωρίζει να σε βρίσκει και εδώ, καθώς αυτό βάζει τη σφραγίδα της αυθεντικότητας» ενώ, σχετικά με το branding, τόνισε ότι «Είναι σημαντικό το μάτι του καταναλωτή να πέφτει επάνω σε κάτι ελκυστικό μπροστά σε ένα ράφι αλλά δεν μπορεί η συσκευασία να έχει μεγαλύτερη αξία από το περιεχόμενο».

Και από την πλευρά του όμως ο **Θωμάς Δούζης, Συνιδρυτής της EFGON**, αναφέρθηκε στη προσπάθεια της εταιρίας να αξιοποιήσει το όνομα του μεσογειακού φαγητού στο σύνολό του, κάνοντας σταδιακά γνωστά στις διεθνείς αγορές την ελληνική γαστρονομία, καθώς και τα διάφορα ξεχωριστά προϊόντα που προωθεί μέσα από τα καταστήματά της η Efgon. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε, στόχος της επιχειρηματικής τους προσπάθειας είναι «Να γίνει το brand μας ο αντιπρόσωπος του ελληνικού φαγητού σε όλο τον κόσμο».

Τέλος, η **Carla Tanas, Συν-ιδρύτρια FAC**, αναφέρθηκε στην αγρο-διατροφική επανάσταση, η οποία έχει ήδη ξεκινήσει, τονίζοντας ότι συνιστά ιδανική ευκαιρία για την Ελλάδα να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο σε παγκόσμιο επίπεδο, δεδομένης της ξεχωριστής γεωγραφικής της θέσης. Όπως σημείωσε : «Με εργαλεία τις ιστορικές γνώσεις γεωργίας, την πολύτιμη μεσογειακή διατροφή και την στρατηγικής σημασίας γεωγραφική θέση της χώρας, η Ελλάδα μπορεί να επανεκκινήσει την οικονομία της», υπογραμμίζοντας ότι «στοιχείο κλειδί στην προσπάθεια αυτή είναι η δημιουργία ισχυρών συνεργειών, με στόχο τη μεγιστοποίηση των ευκαιριών παγκοσμίως».

Τη συζήτηση συντόνισε ο δημοσιογράφος κ. **Νίκος Φιλιππίδης**, Υπεύθυνος Έκδοσης του περιοδικού AGRICOLA.

Υπενθυμίζεται ότι η Heineken στηρίζει ως μεγάλος χορηγός το Orange Grove από την πρώτη ημέρα της λειτουργίας του, το 2013 και μοιράζεται με τους νέους επιχειρηματίες που αναπτύσσονται εκεί το ίδιο πάθος για καινοτομία, δημιουργία και πρωτοπορία. Μέσα από την πλατφόρμα **Growth Makers** στέκεται ακόμα πιο δυναμικά στο πλευρό του **Orange Grove**, ενισχύοντας την υποστήριξη της στην καινοτομία και την ανάπτυξη στην Ελλάδα.



* **ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Λεπτομέρειες για τον διαγωνισμό θα αναρτηθούν μέσα στις επόμενες μέρες στην ιστοσελίδα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (www.athenianbrewery.gr/heinekengrowthmakers).

Λίγα λόγια για το Growth Makers

Το Growth Makers είναι μια νέα πρωτοβουλία της Heineken για τη στήριξη της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στην Ελλάδα με έμφαση σε νέες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα και τον τουρισμό. Μέσα από το Growth Makers, η Heineken φιλοδοξεί να ενδυναμώσει τους νέους επιχειρηματίες με γνώση, δεξιότητες και καθοδήγηση, να καλλιεργήσει συνέργειες με θεσμικούς και παραγωγικούς φορείς που θα επιφέρουν προστιθεμένη αξία στο οικοσύστημα και να συμβάλει στη δημιουργία μίας νέας κουλτούρας επιχειρηματικότητας.

Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλώ επικοινωνήστε:

mscomm

Ναταλία Καπούλα: kapoula@mscommgroup.com

Χάρης Τσίτουρας: tsitouras@mscommgroup.com

2107236217

Αθηναϊκή Ζυθοποιία

Μάνος Ιατρέλης: manos_iatreлис@heineken.com

2105384229