



**TÜV**  
AUSTRIA

  
**Μπορούμε**  
Καμία μερίδα φαγητού χαμένη

**Πετάμε λιγότερο  
Προσφέρουμε  
Περισσότερο**

**στο περιβάλλον στην κοινωνία στην οικονομία**

Η **TÜV AUSTRIA Hellas** συνεχίζει να προκρίνει το βιώσιμο μέλλον και σε συνεργασία με το μη Κερδοσκοπικό Οργανισμό «ΜΠΟΡΟΥΜΕ», δημιούργησε το «No Food Waste»: ένα πρωτοποριακό σχήμα πιστοποίησης κατά της σπατάλης τροφίμων. Η σπατάλη τροφίμων αποτελεί ένα παγκόσμιο ζήτημα με πολλαπλές επιπτώσεις στο περιβάλλον, στη διαβίωση, στη συνέχιση της επιχειρηματικότητας και κατά συνέπεια και στην οικονομία.

Το σχήμα πιστοποίησης «No Food Waste» απευθύνεται σε όλους τους Οργανισμούς της διαχειριστικής αλυσίδας τροφίμων με στόχο τον περιορισμό και την ελαχιστοποίηση της σπατάλης, σε όλα τα στάδια λειτουργίας τους, ενώ αναδεικνύει την ηθική της επιχείρησης και την ευαισθησία της σε ζητήματα περιβάλλοντος, προσφέροντας παράλληλα και οικονομικά οφέλη καθώς βελτιώνει διαδικασίες που αφορούν άμεσα και έμμεσα στη συνολική της λειτουργία.

**TÜV AUSTRIA**

T +30 210 5220920 | F +30 210 5203990 | E [info@tuvaustriahellas.gr](mailto:info@tuvaustriahellas.gr)

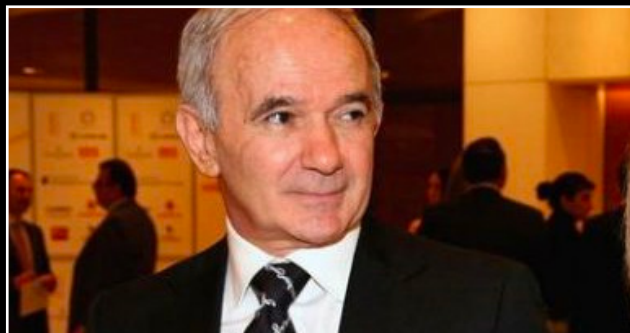
[www.tuvaustriahellas.gr](http://www.tuvaustriahellas.gr)





## • ΦΑΓΕ – ΤΡΙΜΗΝΟ

Λιγότερα τεμάχια, εκτόξευση κερδών χάρη σε ανατιμήσεις & χαμηλότερες τιμές γάλακτος



## • ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ

Τι ψάχνει η οικογένεια Υφαντή στην αγροδιατροφή



## • PARFAIT

Άνοιξε τη vegan κατηγορία - Στοχεύει σε ενίσχυση παραγωγής μέσα από επενδύσεις



## • BEYOND MEAT

Γιατί αναμένει μεγαλύτερη ανάπτυξη στο β' εξάμηνο

EDITORIAL: Επιχειρηματική αξιοπιστία

SECRET RECIPE: Γαλαξίας: Σχεδιάζει νέες αποθήκες στον Ασπρόπυργο

• **FHA-FOOD & BEVERAGE**

## ΜΕ 10 ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Με 10 μεγάλες εταιρείες από τον κλάδο τροφίμων και ποτών, συμμετείχε η Ελλάδα στη διεθνή έκθεση FHA-Food & Beverage, η οποία διεξήχθη στην Σιγκαπούρη, από 25 έως 28 Απριλίου 2023.

Η FHA-Food & Beverage έκανε φέτος δυναμική επιστροφή μετά την πανδημία και φιλοξενήθηκε στο Singapore Expo, έναν εκθεσιακό χώρο 40.000 τ.μ., με περισσότερα από 50 εθνικά περίπτερα και σύνολο εκθετών που άγγιξε τους 1.300. Πάνω από 40.000 άτομα την επισκέφθηκαν, εκ των οποίων το 75% δραστηριοποιείται στη μεταποιητική βιομηχανία. Αξίζει να σημειωθεί, πως η συγκεκριμένη έκθεση δίνει τη δυνατότητα στους προμηθευτές για πρόσβαση σε ποιοτικούς αγοραστές, όπως διανομείς, εισαγωγείς, κατασκευαστές και λιανοπωλητές, ενώ στους συμμετέχοντες, δίνει την ευκαιρία να αποκτήσουν πολύτιμες γνώσεις για τις εξελίξεις και τις μελλοντικές τάσεις της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών.

### ΠΑΝΩ ΑΠΟ 350 ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

Σημαντική ήταν η ελληνική παρουσία στην έκθεση, αποτελούμενη από 10 εταιρείες, εκ των οποίων, 4 συμμετείχαν με τη στήριξη της Περιφέρειας Θεσσαλίας και του Επιμελητηρίου Λάρισας, με στόχο να αξιοποιήσουν τις προοπτικές ανάπτυξής τους στην Νοτιοανατολική Ασία. Κατά τη διάρκεια της FHA-Food & Beverage, πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από 350 συναντήσεις με εμπορικούς επισκέπτες από Σιγκαπούρη, Μαλαισία, Κίνα Ιαπωνία, Αμερική, Κορέα, Βιετνάμ, Ταϊβάν και Ταϊλάνδη, και στη συντριπτική τους πλειοψηφία, αποτελούσαν νέες εμπορικές επαφές.

Το εθνικό περίπτερο επισκέφθηκε ο υπουργός Εθνικής Ανάπτυξης της Σιγκαπούρης, Ντέσμοντ Λι, καθώς και ο Έλληνας πρέσβης, Γεώργιος Δογορίτης, οι οποίοι συναντήθηκαν με την αντιπροσωπεία της Enterprise Greece και είχαν την ευκαιρία να συνομιλήσουν με τους Έλληνες εκθέτες.



### SECRETCRECIPE

#### Γαλαξίας: Σχεδιάζει νέες αποθήκες στον Ασπρόπυργο

Στη λύση της κατασκευής ιδιόκτητων αποθηκών προχωρά η Γαλαξίας, ώστε να εξυπηρετεί καλύτερα το δίκτυο των καταστημάτων της στην Αττική, και όχι μόνο. Έτσι, αναζητά ακίνητο στη Δυτική Αττική. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, η αλυσίδα βρίσκεται πολύ κοντά στην αγορά οικοπέδου, επιφάνειας 130 στρεμμάτων, στην περιοχή του Ασπροπύργου, ώστε να κατασκευάσει εκεί τις νέες της αποθήκες, στο μοντέλο, που η ίδια επιθυμεί.

## Editorial

### Επιχειρηματική αξιοπιστία

Την προηγούμενη εβδομάδα, ταξίδεψα για τρεις ημέρες στην Κεντρική και Βόρεια Ελλάδα, και συζήτησα με επιχειρηματίες από τον κλάδο των τροφίμων. Μεταφέρω τα συμπεράσματά μου:

Πρώτον, η φετινή χρονιά έχει μπει με το δεξί, καθώς, στο τετράμηνο, η συντριπτική πλειονότητα των ειδών στα τρόφιμα και τα ποτά κινείται ανοδικά, και σε όγκους. Και με την προσδοκία των περισσότερων τουριστικών αφίξεων, τα πράγματα είναι κάτι παραπάνω από ευοίωνα.

Δεύτερον, παραμένει ο προβληματισμός για τη βραδεία αποκλιμάκωση των τιμών των πρώτων υλών και της ενέργειας, δεδομένου ότι δεν μπορεί όλο αυτό να μεταφερθεί στο 100% (ούτε καν στο 50%) στις τελικές τιμές των προϊόντων.

Τρίτον, η κατάσταση αυτή προκαλεί μόνο προβληματισμό και δεν μεταφράζεται σε ανησυχία, δεδομένου ότι αυτές οι επιχειρήσεις είναι νοικοκυρεμένες, διαχειρίζονται σωστά τα οικονομικά τους, με αποτέλεσμα η πίεση στα κόστη να μειώνει μόνο το περιθώριο κέρδους τους (όχι πως αυτό είναι ασήμαντο, αλλά σίγουρα δεν απειλεί την οικονομική ευρωστία τους). Με άλλα λόγια, Τέταρτον, τα είπε όλα ο Αλέξανδρος Κίικιζας, μιλώντας για την Melissa: "Χρησιμοποιούμε το εργαλείο του δανεισμού, το οποίο είναι πολύ χρήσιμο και κάνουμε τα επενδυτικά μας πλάνα, περιμένουμε αυτά να ωριμάσουν και να αποδώσουν, για να πάμε στα επόμενα". Δηλαδή, είμαι υγιής και κερδοφόρος, δανειζομαι για να κάνω επενδύσεις και εξαγορές, χρησιμοποιώ τα κέρδη και την απόδοση από αυτές για να αποπληρώσω τον δανεισμό μου και, αφού τελειώσω με αυτά τα δάνεια, προχωρώ σε άλλα, για νέες επενδύσεις και εξαγορές.

Οι τράπεζες με δανείζουν, γιατί είμαι υγιής και αξιόπιστος, η αγορά με εμπιστεύεται κι εγώ αναπτύσσομαι διαρκώς. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

## ΒΡΑΒΕΥΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ

“Η διάκριση της ΑΒ Βασιλόπουλος στα Influencer Marketing Awards για το πρόγραμμα AB Plus και η τιμητική βράβευση από το ‘Μαζί για το Παιδί’ για τη γενναιοδωρη προσφορά της στην Ένωση, αποδεικνύουν ότι η εταιρεία βρίσκεται διαρκώς δίπλα στους πελάτες της, με το πρόγραμμα επιβράβευσης αλλά και με κοινωνική προσφορά”, αναφέρεται σε δελτίο Τύπου της αλυσίδας.

### AB PLUS

Συγκεκριμένα, στα φετινά Influencer Marketing Awards η αλυσίδα super market έλαβε Bronze βραβείο στην κατηγορία Best Influencer Marketing for Product / Service Launch για την επικοινωνία του ανανεωμένου προγράμματος AB Plus. Το πρόγραμμα πιστότητας ΑΒ



Όλγα Μιχαλοπούλου, Vice President Marketing, ΑΒ Βασιλόπουλος - Έρρικα Οικονόμου, Γενική Γραμματέας και Μέλος ΔΣ, “Μαζί για το Παιδί”

Plus αποτελεί το πρώτο και το μεγαλύτερο loyalty σχήμα στο ελληνικό λιανεμπόριο και ανανεώθηκε ριζικά το 2022.

### ΜΑΖΙ ΓΙΑ ΤΟ ΠΑΙΔΙ

Ταυτόχρονα, η ΑΒ Βασιλόπουλος δείχνοντας έμπρακτα την αλληλεγγύη της, έλαβε τιμητική βράβευση από την Ένωση Μη Κερδοσκοπικών Σωματείων και Ιδρυμάτων το “Μαζί για το Παιδί” για τη στήριξη του προγράμματος καταπολέμησης της φτώχειας “Προσφέρω γιατί Νοιάζομαι”. Μέσω της πώλησης των “Δώρων Αγάπης” στα καταστήματά της κατά την περίοδο των Χριστουγέννων 2022, κατάφερε να συγκεντρώσει το σημαντικό ποσό των €40 χιλ. τα οποία δόθηκαν στο “Μαζί για το Παιδί”, που στηρίζει ενεργά περισσότερα από 30.000 παιδιά σε όλη την Ελλάδα.

• **PARFAIT**

## ΑΝΟΙΞΕ ΤΗ VEGAN ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ - ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Άνοιγμα στην κατηγορία των vegan προϊόντων κάνει η Parfait, η οποία, σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, πρόκειται να λανσάρει στην αγορά δύο vegan κωδικούς υπό το Riddle brand. Πρόκειται για τα Riddle vegan peanut wafer με cranberries και μαύρη σοκολάτα και Riddle με φυτικόβούτυρο και κρέμα κακάου με επικάλυψη σοκολάτας, τα οποία θα είναι διαθέσιμα στην ελληνική αγορά από τα μέσα Ιουνίου και μετά.

### ΚΑΙ ΑΛΛΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΣΤΗ VEGAN ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Τα δύο νέα προϊόντα θα κυκλοφορήσουν και στο εξωτερικό, ενώ στόχος της Parfait είναι να αναπτύξει την υπάρχουσα προϊοντική γκάμα με νέες προτάσεις, ενισχύοντας παράλληλα και τα σημεία τοποθέτησης σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Ειδικά για τα vegan προϊόντα, η Parfait εστιάζει μέχρι τέλος του 2023 να επεκταθούν σε συγκεκριμένες αγορές-στόχους, που εμφανίζονται περισσότερο ώριμες να δεχτούν τέτοιες γεύσεις και προτάσεις.

### ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΟ ΙΣΡΑΗΛ - ΠΟΝΤΑΡΕΙ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ

Τα προϊόντα της Parfait εξάγονται σε 12 ώρες, με την εταιρεία να διαθέτει σημαντικές συνεργασίες με Μέση Ανατολή, Ισπανία, Μαρόκο, ενώ το πρόσφατο άνοιγμα στο Ισραήλ, δημιουργεί καλές προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη.

Για την ώρα οι εξαγωγές της Parfait αντιστοιχούν στο 60% του ετήσιου κύκλου εργασιών της, που ποντάρει πολύ και στη διεύρυνση της παρουσίας της στην Αμερική.



Παράλληλα εξετάζει να ανοίξει περισσότερο και τα Βαλκάνια και γι' αυτό συμμετείχε και στην World Food στην Πολωνία.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ CAPACITY

Θέλοντας να στηρίξει την ανάπτυξή της, η Parfait σχεδιάζει την υλοποίηση ενός νέου επενδυτικού, το οποίο θα είναι πάνω από €250 χιλ. και στοχεύει στην αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας κατά 30%. Συγκεκριμένα, στοχεύει το capacity να ξεπεράσει την παραγωγή 20.000 τεμαχίων, από τα 15.000 τεμάχια που παράγει μέχρι στιγμής.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

# ΠΕΝΤΑΝΟΣΤΙΜΕΣ

**CAESAR'S**



\*Η γκάμα είναι ενδεικτική και ποικίλλει ανά κατάσταση.

# ΣΑΛΑΤΕΣ



**ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ  
ΜΕ ΤΡΙΧΡΩΜΗ  
ΚΙΝΟΑ**



**ΝΤΑΚΟΣ**



**ΦΑΚΕΣ  
ΦΑΡΣΑΛΩΝ  
& ΤΟΝΟΣ**



**CHEF**



**E-ORDER**  
[www.gregorys.gr](http://www.gregorys.gr)



Download app!

**Γρηγόρης**

• ΣΕΒ - Κ.ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

## ΠΟΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΖΗΤΗΘΗΚΑΝ ΣΤΙΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ

Η υποστήριξη των επιχειρήσεων στον εξορθολογισμό του κόστους ενέργειας, στη διευκόλυνση πρόσβασης σε χρηματοδοτικά εργαλεία, στην αναβάθμιση των υποδομών της εφοδιαστικής αλυσίδας και στην άρση των αγκυλώσεων στο εργασιακό περιβάλλον, βρέθηκαν στο επίκεντρο των συναντήσεων του ΣΕΒ με τις επιχειρήσεις μέλη του στην Κεντρική Μακεδονία, στις 9-11 Μαΐου 2023. Η αντιπροσωπεία του ΣΕΒ, με επικεφαλής τον πρόεδρο της Εκτελεστικής Επιτροπής, Ευθύμιο Ο. Βιδάλη, είχε την ευκαιρία να συζητήσει με τα μέλη του, σε συνάντηση εργασίας που οργανώθηκε στις εγκαταστάσεις του ΣΕΒ ΙΒΕΠΕ στην Θέρμη Θεσσαλονίκης. Αντικείμενο της συνάντησης ήταν οι προκλήσεις και οι ευκαιρίες που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις της περιφέρειας, και οι τρόποι που ο ΣΕΒ μπορεί να συνδράμει τις προσπάθειές τους προς όφελος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας.

### ΠΟΙΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΠΙΣΚΕΦΘΗΚΕ

Στο πλαίσιο της επίσκεψης, η αντιπροσωπεία του ΣΕΒ, επισκέφθηκε και ξεναγήθηκε στις εγκαταστάσεις των μελών του

- Φάρμα Κουκάκη
- Elvial
- Κνοσερβοποιία Βορείου Αιγαίου
- Μπάρμπα-Στάθης
- Olympia Electronics

όπου συζήτησε με τις διοικήσεις και στελέχη τα κρίσιμα ζητήματα που τις απασχολούν. Επίσης, η αντιπροσωπεία του ΣΕΒ συναντήθηκε με εκπροσώπους του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος και του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης, με τους οποίους συζητήσε σε βάθος ζητήματα του τοπικού επιχειρηματικού οικοσυστήματος, όπως και τους τρόπους με τους οποίους οι θεσμικοί φορείς μπορούν να εντατικοποιήσουν την πρόσφορη συνεργασία τους.

### ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Μετά την ολοκλήρωση της επίσκεψης, ο κ. Βιδάλης επεσήμανε ότι ο ΣΕΒ είναι ένας οργανισμός παραγωγικής σύνθεσης των διαφόρων απόψεων και προβληματισμών και έχει πρωταρχικό στόχο να ανταποκρίνεται, άμεσα και με αποτελεσματικότητα, στις ανάγκες των επιχειρήσεων από την Θράκη ως την Κρήτη. Στο πλαίσιο αυτό, τόνισε για μία ακόμη φορά ότι "για τον ΣΕΒ η περιφερειακή ανάπτυξη είναι αναπόσπαστο συστατικό



κό και κρίσιμη προϋπόθεση της οικονομικής ευημερίας και προοπτικής της χώρας μας και για αυτό της δίνουμε ιδιαίτερη βαρύτητα. Οι συναντήσεις στην περιφέρεια είναι πολύ σημαντικές για εμάς και πραγματοποιούνται όσο το δυνατόν τακτικότερα, ώστε να

μπορούμε να κατανοήσουμε τα θέματα που απασχολούν την επιχειρηματικότητα, τη βιομηχανία και τη μεταποίηση, στην Θεσσαλονίκη, στο Κιλκίς, στα Γιαννιτσά, στην Κατερίνη, στις Σέρρες και σε όλες τις περιοχές της Κεντρικής Μακεδονίας".

• **BEYOND MEAT**

## ΓΙΑΤΙ ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

Η Beyond Meat αναμένει μεγαλύτερη αύξηση εσόδων το Β' εξάμηνο του 2023, αφού ανέφερε μικρότερες του αναμενομένου απώλειες στο Α' τρίμηνο, χάρη στην αποκλιμάκωση των πιέσεων στην αλυσίδα εφοδιασμού και του καλύτερου ελέγχου στα κόστη. Τα συνολικά λειτουργικά έξοδα το Α' τρίμηνο μειώθηκαν στα \$63,9 εκατ. από \$97,8 εκατ. ένα χρόνο νωρίτερα, καθώς επίσης ανακουφίστηκε από τη χαλάρωση του κόστους ναύλων και παραγωγής από τα υψηλά της επίπεδα πανδημίας. Η καθαρή ζημία της εταιρείας μειώθηκε στα \$59 εκατ. ή \$0,92 ανά μετοχή. Οι αναλυτές ανέμεναν κατά μέσο όρο η εταιρεία να σημειώσει ζημιά \$1,01 ανά μετοχή, σύμφωνα με τα στοιχεία της Refinitiv IBES. Τα καθαρά έσοδα μειώθηκαν κατά 15,7% στα \$92,2 εκατ. το Α' τρίμηνο, αλλά ξεπέρασαν τις εκτιμήσεις των αναλυτών που έκαναν λόγο για \$90,8 εκατ.

### ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ FOODSERVICE

Οι πωλήσεις στο τμήμα του διεθνούς foodservice σχεδόν διπλασιάστηκαν στο τρίμηνο, με τη βοήθεια συνεργασιών με quick-service εστιατόρια, συμπεριλαμβανομένης της McDonald's που λάνσαρε πρόσφατα τα Beyond patties στο Double McPlant burger, σε εστιατόρια στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία.

Ο επικεφαλής οικονομικών της Beyond Meat, Lubi Kutua, δήλωσε ότι "η εστίαση στην επέκταση της διανομής προϊόντων που κυκλοφόρησαν πρόσφατα στις ΗΠΑ και νέων προϊόντων στις διεθνείς αγορές θα συμβάλει στην ενίσχυση της αύξησης των εσόδων στο δεύτερο μέρος του έτους".

Η εταιρεία έχει περικόψει θέσεις εργασίας, έχει προωθήσει την αυτοματοποίηση στις διαδικασίες παραγωγής της και έχει ενισχύσει το δίκτυο προμηθειών της για να συγκρατήσει τα κόστη της και παράλληλα να διευρύνει τα περιθώρια κέρδους.

### ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ

Η Beyond Meat, η οποία επίσης αναδιαρθρώνει ορισμένα συμβόλαια και λειτουργικές δραστηριότητες που σχετίζονται με το Beyond Meat Jerky, δήλωσε ότι σκοπεύει να αναλάβει τη διανομή του προϊόντος από το τέταρτο τρίμηνο του 2023 και αναμένει ότι αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την επέκταση του μικτού περιθωρίου κέρδους. "Η επίτευξη σημαντικής βελτίωσης του πε-



Ethan Brown, CEO, Beyond Meat

ριθωρίου θα είναι δύσκολη έως ότου αντιστραφούν οι τάσεις των πωλήσεων", δήλωσε ο ερευνητικός αναλυτής της CFRA, Arun Sundaram.

Η εταιρεία επανέλαβε την πρόβλεψή της για ετήσια έσοδα από \$375 εκατ. σε \$415 εκατ.



**TEN  
BRINKE.**

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

## ΑΝΟΙΞΕ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ

Την επέκτασή της στην Κρήτη υλοποιεί η ΑΒ Βασιλόπουλος, καθώς άνοιξε το νέο της κατάστημα στο νησί και συγκεκριμένα στην Ιεράπετρα.

Τα εγκαίνια του νέου super market, που βρίσκεται στην επαρχιακή οδό Ιεράπετρας-Παχιάς Άμμου, πραγματοποιήθηκαν την Παρασκευή 12 Μαΐου.

Πρόκειται για το 12ο κατάστημα της αλυσίδας στην Κρήτη και αναπτύσσεται σε οικόπεδο 2.200 τ.μ., διαθέτοντας σχεδόν 1.300τ.μ. χώρο πώλησης. Συγκεκριμένα, αποτελείται από ισόγειο 950 τ.μ. και 1ο όροφο 300 τ.μ., ενώ διαθέτει 40 υπαίθριες θέσεις στάθμευσης.

Το κατάστημα της ΑΒ Βασιλόπουλος στην Ιεράπετρα είναι ένα έργο το οποίο έτρεξε από την Ten Brinke, που έχει πολύ στενή συνεργασία με την αλυσίδα super market, καθώς τα τελευταία χρόνια έχει κατασκευάσει αρκετά καταστήματα.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

• **ΦΑΓΕ - ΤΡΙΜΗΝΟ**

## ΛΙΓΟΤΕΡΑ ΤΕΜΑΧΙΑ, ΕΚΤΟΞΕΥΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΧΑΡΗ ΣΕ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ & ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Οι μέσες ανατιμήσεις της τάξης του 15,5% που προχώρησε στο α' τρίμηνο του 2023 η ΦΑΓΕ, βοήθησαν τη γαλακτοβιομηχανία να ενισχύσει τις πωλήσεις κατά 6,8%, στα \$147,5 εκατ., αφού οι όγκοι ήταν μειωμένοι κατά 6,9%. Αρνητική επίδραση σε ποσοστό 1,8% είχε και η ενίσχυση του δολαρίου έναντι του ευρώ και της βρετανικής λίρας.

### Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Οι πωλήσεις σε αξία αυξήθηκαν κατά 9,7% στις ΗΠΑ, 6,7% στο Ηνωμένο Βασίλειο και 2,1% στην Ιταλία, ενώ στην Ελλάδα υποχώρησαν κατά 0,5%. Συνολικά οι πωλήσεις της ΦΑΓΕ σε αξία εκτός Ελλάδας αντιπροσώπευαν το 88,1% των συνολικών πωλήσεων σε αξία, έναντι 87,2% το α' τρίμηνο του 2022. Αναφορικά με τις πωλήσεις σε όγκους, οι πωλήσεις της γαλακτοβιομηχανίας μειώθηκαν 6,9%, με όλες τις χώρες να έχουν αρνητικό πρόσημο συγκριτικά με το αντίστοιχο διόστημα του 2022:

- Ελλάδα: -15,8%
- Ιταλία: -14,4%
- Ηνωμένο Βασίλειο -3,6%
- ΗΠΑ: -3,3%

### ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΤΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Το μικτό κέρδος ενισχύθηκε σημαντικά, κατά

55,5%, με το αντίστοιχο περιθώριο να σκαρφαλώνει στο 43,5% από 29,9% το α' τρίμηνο του 2022. Ο βασικός λόγος είναι, σύμφωνα με τη διοίκηση, η μείωση των τιμών του γάλακτος που χρησιμοποιείται στις ελληνικές εγκαταστάσεις κατά 36,8% και στις εγκαταστάσεις των ΗΠΑ κατά 15,3%.

#### DATA Α' ΤΡΙΜΗΝΟ (σε \$ χιλ.)

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <u>Πωλήσεις</u>              |  |
| 2023: 147.463                |  |
| 2022: 138.134                |  |
| Μεταβολή: 6,8%               |  |
| <u>Μικτό κέρδος</u>          |  |
| 2023: 64.132                 |  |
| 2022: 41.255                 |  |
| Μεταβολή: 55,5%              |  |
| <u>Κέρδη προ φόρων</u>       |  |
| 2023: 27.079                 |  |
| 2022: 6.636                  |  |
| Μεταβολή: 308%               |  |
| <u>Κέρδη μετά από φόρους</u> |  |
| 2023: 20.756                 |  |
| 2022: 5.438                  |  |
| Μεταβολή: 281,7%             |  |

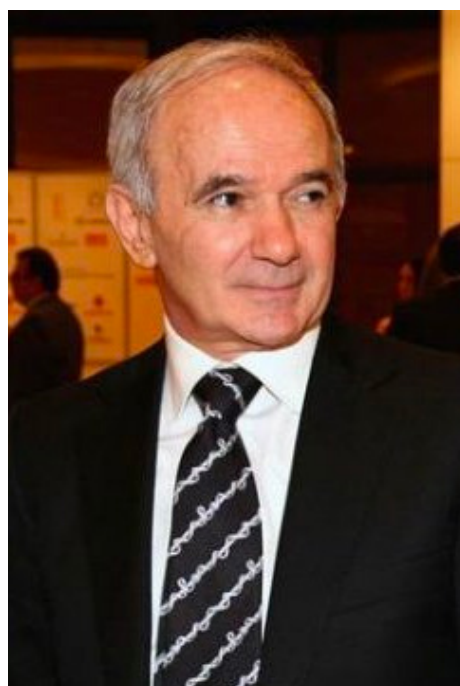
### ΟΙ ΦΕΤΙΝΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Για τη φετινή χρονιά, οι βασικότεροι κίνδυνοι και αβεβαιότητες που αντιμετωπίζει ο Όμιλος ΦΑΓΕ αφορούν:



Κυριάκος Φιλίππου, επικεφαλής, FAGE International

- τον επιθετικό ανταγωνισμό στην ελληνική αγορά
- τις διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών
- τις διακυμάνσεις των τιμών στις πρώτες ύλες
- την τρέχουσα οικονομική κρίση η οποία αποτυπώνεται στις καταναλωτικές δαπάνες
- τη συνεχιζόμενη σύγκρουση μεταξύ Ρωσίας και Ουκρανίας



Αλέξιος Υφαντής, μέλος ΔΣ, Αθηναϊκές Διακοπές

• **ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ**

## ΤΙ ΨΑΧΝΕΙ Η ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΥΦΑΝΤΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ

Προχωρούν με γοργούς ρυθμούς οι εργασίες για την επέκταση του Fresh Hotel - ξενοδοχείου στην καρδιά του ιστορικού κέντρου της Αθήνας (Κλεισθένους 2) που ανήκει στην οικογένεια Υφαντή – στο πρώην ξενοδοχείο Πίνδαρος. Σημειώνεται ότι το συγκεκριμένο ακίνητο είχε αποκτηθεί εδώ και χρόνια από την "Αθηναϊκές Διακοπές Α.Ε.", εταιρεία του ομίλου Υφαντή, με πρόεδρο και διευθύνουσα σύμβουλο την Ανδρομάχη Υφαντή, με σκοπό την επαναλειτουργία του ως ξενοδοχείο.

[Περισσότερα για το νέο ξενοδοχείο στο σημερινό BnB Daily.](#)

### ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΣΤΟ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ

Αναφορικά με την Αθηναϊκές Διακοπές, που διαχειρίζεται το ξενοδοχείο Fresh Hotel, αξίζει να σημειώσουμε ότι το Νοέμβριο του

2022 πρόσθεσε στους σκοπούς του καταστατικού της τη δραστηριοποίηση της εταιρείας στον τομέα της πρωτογενούς παραγωγής βιολογικών και μη αγροτικών και κτηνοτροφικών προϊόντων, με ανάπτυξη σε γεωργοκτηνοτροφικές δραστηριότητες όπως ενδεικτικά είναι:

- η καλλιέργεια εσπεριδοειδών, ελιών, μπιναίων και πυρηνόκαρων, σταφυλιών, σύκων, καρπών με κέλυφος, λαχανικών και πεπονοειδών, ριζών και κονδύλων
- η ζωική παραγωγή με εκτροφή βοοειδών, αιγοπροβάτων, χοίρων και πουλερικών
- η ανάπτυξη αγροτουριστικής δραστηριότητας

## • KRONES NEO KENTRO R&D ΣΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Η γερμανική εταιρεία παραγωγής μηχανών συσκευασίας και εμφιάλωσης, Krones, άνοιξε ένα νέο Process Technology Center στην Γερμανία.

Το Process Technology Center δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες να "πάνε τα προϊόντα τους σε ένα νέο επίπεδο" χρησιμοποιώντας εξαιρετικά μικρά batches παραγωγής για την ανάπτυξη, σύγκριση και βελτιστοποίηση συστημάτων, διαδικασιών και παραμέτρων.

Το νέο κέντρο έχει σχεδιαστεί για να υποστηρίζει τους πελάτες της Krones στις διαδικασίες ανάπτυξης προϊόντων, συμβάλλοντας στην κάλυψη των απαιτήσεων γεύσης των παγκόσμιων αγορών. Σύμφωνα με την εταιρεία, "δεν έχει σημασία αν ο πελάτης έχει ήδη μια ολοκληρωμένη συνταγή για ένα μελλοντικό προϊόν ή είναι ακόμα στην αρχή του ταξιδιού ανάπτυξης προϊόντος και θα ήθελε να αξιοποιήσει την τεχνογνωσία της Krones για αυτά τα πρώτα βήματα".

Η Krones θα χρησιμοποιήσει το κέντρο για να αναλύσει προσεκτικά τις επιπτώσεις διαφόρων παραμέτρων διεργασίας σε διαφορετικά προϊόντα - τα αποτελέσματα θα οδηγήσουν στην περαιτέρω ανάπτυξη



και βελτίωση των μηχανημάτων και των γραμμών παραγωγής.

### ΤΑ ΔΥΟ ΤΜΗΜΑΤΑ

Το τεχνολογικό κέντρο χωρίζεται σε δύο τμήματα, process τεχνολογίας και σχεδιασμού νερού. Το πρώτο τμήμα θα επιτρέψει τη ρεαλιστική προσομοίωση των βημάτων διεργασίας και επεξεργασίας σε ένα πιλοτικό σύστημα UHT, καθιστώντας δυνατή τη σύγκριση των θερμικών επιπτώσεων της έμμεσης θέρμανσης χρησιμοποιώντας έναν shell-and-tube εναλλάκτη θερμότητας έναντι της άμεσης θέρμανσης. Οι πελάτες θα μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε δύο διαδικασίες: steam injection και steam

infusion. Για άλλες δοκιμές, η μονάδα είναι εξοπλισμένη με συστήματα ανάμειξης, flash παστερίωσης, deaeration, ομογενοποίησης και πλήρωσης. Τα αποτελέσματα μπορούν στη συνέχεια να αξιολογηθούν εσωτερικά στα μικροβιολογικά και χημικά εργαστήρια δοκιμών της Krones.

Στο δεύτερο τμήμα, οι πελάτες θα είναι σε θέση να προσαρμόσουν τη γεύση του νερού προσθέτοντας τις σωστές ποσότητες μετάλλων και γευστικών ενώσεων - με deaeration, carbonation, ηλεκτροαπιονισμό, ιονισμό, δοσολογία ορυκτών και πλήρωση. Οι πελάτες μπορούν επίσης να έχουν πρόσβαση στο δίκτυο μηχανικών της Krones σε διάφορους κλάδους.

## • ΦΙΞ ANEY WELLNESS TRAINING SESSIONS ΣΤΟ ΠΑΡΚΟ ΦΙΞ

Η ΦΙΞ Άνευ, συμβαδίζοντας με τις σύγχρονες digital τάσεις, διοργάνωσε στις 27/4 wellness training sessions, σε συνεργασία με την πλατφόρμα TheCoach.gr, στο πάρκο ΦΙΞ.

"Οι εξειδικευμένοι coaches του TheCoach.gr μας υποδέχτηκαν και όλοι μαζί συμμετείχαμε σε διασκεδαστικά pilates, yoga, fitness και dancer size sessions, κάτω από τον αττικό ουρανό, ενώ στο τέλος, απολαύσαμε την αγαπημένη μας ΦΙΞ Άνευ" αναφέρεται σε σχετικό δελτίο Τύπου.

Τα συγκεκριμένα training sessions εντάσσονται στο ευρύτερο πλαίσιο συνεργασίας της ΦΙΞ Άνευ με την πρωτοποριακή digital πλατφόρμα του TheCoach.gr, που διαθέτει 100% ελληνικό περιεχόμενο και εκατοντάδες βίντεο on demand με προπονήσεις για κάθε προτίμηση.

### "DIGITAL WELLNESS PARK"

Το πάρκο ΦΙΞ που ανέπλασε η ΦΙΞ σε συνεργασία με τον Δήμο Αθηναίων και το



Athens Partnership, μεταμορφώνεται στο πρώτο outdoor "Digital Wellness Park", και πρωταγωνιστεί σε επιλεγμένα βίντεο του TheCoach.gr, τα οποία οι συνδρομητές στη συνέχεια, έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν εντός της πλατφόρμας και

να γυμναστούν οπουδήποτε και οποτεδήποτε επιθυμούν.

Η ΦΙΞ Άνευ, μόνο με 14 θερμίδες ανά 100ml, αποτελεί, σύμφωνα με το δελτίο Τύπου, "μία δροσιστική επιλογή μετά την προπόνηση ή κατά το διάλειμμα στη δουλειά, που ταιριάζει ιδανικά με σαλάτες και σνακ, για τις μικρές ή τις μεγάλες παρέες, για μέσα ή έξω από το σπίτι, για μεσημέρι, απόγευμα ή βράδυ".

Η Senior Brand Manager της ΦΙΞ, Τάρα Δημητριάδη, δήλωσε σχετικά: "Είναι χαρά μας που το πάρκο ΦΙΞ μπαίνει φέτος σε μια νέα εποχή και είναι έτοιμο να υποδεχτεί το κοινό τόσο στην physical, όσο και στη digital πραγματικότητα. Με όχημα την ΦΙΞ Άνευ, στοχεύουμε μέσα από τη συνεργασία μας με το TheCoach.gr να επεκτείνουμε τις δράσεις μας στο πάρκο ΦΙΞ, εμπλουτίζοντας τις εναλλακτικές των επισκεπτών του, ώστε να το γνωρίσουν και να το αξιοποιήσουν όσο περισσότερο γίνεται".

## • ΖΑΛΦΑ

# ΟΙ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ

Έμφαση στην ομάδα παραγωγών που δημιούργησε το 2009 δίνει η Ζαλφα, εταιρεία που υπήρξε από τις πρώτες που πήραν την πρωτοβουλία ενίσχυσης της ελληνικής αγροτικής παραγωγής. Ειδικότερα, όπως επισήμανε η εταιρεία στο FNB Daily, η ομάδα παραγωγών της, που συγκεντρώνει πάνω από 300 μέλη μέχρι σήμερα, απαρτίζεται από παραγωγούς από 5 περιοχές από όλη την Ελλάδα - από τον Έβρο και την Θεσσαλονίκη μέχρι την Βοιωτία και την Κορινθία - και καλλιεργεί τα ελληνικά όσπρια στις περιοχές:

- Καβάλα: Φασόλια Μέτρια και Φασόλια Χονδρά
- Θεσσαλονίκη: Φασόλια Μέτρια
- Καστοριά: Φασόλια Γίγαντες
- Λάρισα: Φακές Ψιλές, Φασόλια Μέτρια, Ρεβίθια Χονδρά Σίτος Σκληρός, Λαθούρι (Φάβα)
- Φλώρινα: Φασόλια Γίγαντες

## ΤΟ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟ

Στα πλαίσια οδοιπορικού που διοργάνωσε η εταιρεία στην Λάρισα, όπου παράγεται το 70% της παραγωγής της, η Ζαλφα επισήμανε στο FNB Daily ότι η εξειδικευμένη επιστημονική ομάδα της εταιρείας επιλέγει τους κατάλληλους σπόρους, ιδιοπαραγόμενους, που ταιριάζουν στις εδαφοκλιματικές συνθήκες της κάθε περιοχής, ενώ το Ιδιωτικό Πρωτόκολλο Ζαλφα που έχει αναπτύξει, ακολουθείται από όλα τα μέλη της Ομάδας Ελλήνων Παραγωγών Ζαλφα και βασίζεται σε ορθές γεωργικές πρακτικές. Αυτές, έχουν ως αποτέλεσμα:

- Προστασία περιβάλλοντος και αειφορία
- Σωστή χρήση πόρων: νερό, φυτοφάρμακα, λιπάσματα
- Μείωση του κόστους παραγωγής
- Ασφαλή και ποιοτικά προϊόντα
- Προστασία καταναλωτή
- Οικονομική στήριξη παραγωγού

Το Ιδιωτικό Πρωτόκολλο Ζαλφα έχει οφέλη, για τον παραγωγό, τον τυποποιητή-μεταποιητή του γεωργικού προϊόντος, αλλά και τον καταναλωτή.



## ΙΧΝΗΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

Στις συσκευασίες οσπρίων της ομάδας Ελλήνων παραγωγών Ζαλφα με ονοματεπώνυμο, από την αρχή αναγραφόταν ο τόπος προέλευσης και το όνομα του παραγωγού, ενώ η Ζαλφα μέσα από τις νέες συσκευασίες οσπρίων, προχώρησε επιπλέον στις εξής ενέργειες:

- Δημιουργία λογοτύπου της ομάδας Ελλήνων παραγωγών Ζαλφα
- Χρυσή σήμανση πάνω στη συσκευασία ώστε να ξεχωρίζει στο ράφι
- Αναγραφή του ονόματος του καλλιεργητή ή καλλιεργήτριας και του τόπου προέλευσης

## ΣΤΗΝ ΛΑΡΙΣΑ ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ ΣΕ ΤΟΝΑΖ

Όπως ανέφερε στο FNB Daily η εταιρεία, η καλλιέργεια των οσπρίων ευνοείται σε αρκετές περιοχές της Θεσσαλίας λόγω των επικλινών εδαφών και της καλής στράγγισης τους, καθώς και λόγω του ξηρού μικροκλίματος που παρατηρείται σε αυτές τις περιοχές κατά τη διάρκεια και της ημέρας και της νύχτας. Επιπλέον, ωφελεί και τους ανθρώπους αλλά και το έδαφος, καθώς αναπτύσσουν συστατικά που το εμπλουτίζουν, ενισχύοντας μέσω αυτών και άλλες σοδειές εκτός από τα όσπρια, σε δεύτερο χρόνο. Γι' αυτό και στην περιοχή της Θεσσαλίας συναντάμε πιο συχνά εναλλασσόμενες καλλιέργειες (αμειψισπορά). Είναι ένας ιδανικός τρόπος για τους αγρότες να παράγουν θρεπτικά και υγιεινά προϊόντα με σεβασμό στο περιβάλλον.



## "Η ΖΑΛΦΑ ΒΑΖΕΙ ΠΛΑΤΗ & ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟ"

Πηγαίνοντας στο Δίλοφο, όπου καλλιεργείται μέρος της παραγωγής ρεβιθιού, φακής και λαθουριού, ο Χρήστος Σούρλας, βασικός συνεργάτης παραγωγός της Ζαλφα



από το 2009, επισήμανε στο FNB Daily ότι η εταιρεία στηρίζει τον πρωτογενή τομέα, "βάζοντας πλάτη" σε δύσκολες περιόδους, ενώ εγγυάται και την απορρόφηση της παραγωγής.

Το αυξημένο κόστος καλλιέργειας αλλά και οι δυσκολίες που ενέχει κάθε καλλιεργητική περίοδος, είναι από τις βασικές αγωνίες των παραγωγών, αν και η εταιρεία έχει στηρίξει τους συνεργάτες της και στις δυσκολίες των τελευταίων τριών ετών, όπως είπε ο κ. Σούρλας.

Ειδικότερα, ανέφερε ότι "αντιμετωπίζουμε τεράστιο κόστος και αυτό το γνωρίζει η εταιρεία, που κάλυψε ένα μεγάλο μέρος. Έτσι μπορέσαμε να συνεχίσουμε και την επόμενη χρονιά. Οι κρατικές υπηρεσίες είναι απύσες και ουδεμία κίνηση γίνεται για την αντιμετώπιση του κόστους, προκειμένου να μπορέσουμε να συνεχίσουμε την καλλιέργεια", ανέφερε ο κ. Σούρλας.



Ο Χρήστος Σούρλας, βασικός συνεργάτης παραγωγός της Ζαλφα από το 2009 μας εξηγεί την καλλιέργεια ρεβιθιού

## ΟΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΡΕΒΙΘΙ

Όπως είπε, η καλλιέργεια του ρεβιθιού αποτελεί ξηρική καλλιέργεια, δεν χρειάζεται δηλαδή πολύ νερό.

"Το ρεβίθια είναι ένα προϊόν δύσκολο στην

καλλιέργεια γιατί έχει ιδιαίτερες απαιτήσεις αν και ευνοείται στην περιοχή που χαρακτηρίζεται για το επικλινές της έδαφος", ανέφερε, και τόνισε ότι η σπορά κάθε χρόνου ποικίλει.

"Ξεκίνησε το 2009 σε μικρές εκτάσεις αλλά γρήγορα επεκτάθηκε και σε αυτό βοήθησε και η τεχνογνωσία της 3αλφα για παραγωγή υψηλής ποιότητας προϊόντος χωρίς φάρμακα"

Όπως είπε ο κ. Σούρλας, φέτος η παραγωγή ρεβιθίου λόγω των απρόβλεπτων καιρικών συνθηκών είναι μειωμένη, τη στιγμή που το κόστος έχει αυξηθεί σημαντικά.

### ΜΕΙΩΜΕΝΗ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Ειδικότερα, εξήγησε ότι η συλλογή του

2022 ήταν σημαντικά μειωμένη και συνολικά καταγράφηκε μείωση 20% με 30% στη φακή και στο ρεβίθι ενώ έφτασε σε ορισμένες περιπτώσεις και από 50% μέχρι και 70%. Μειωμένη θα είναι και η φετινή παραγωγή επισήμανε, προσθέτοντας ότι μια καλή παραγωγική χρονιά τα συνολικά στρέμματα καλλιέργειας μπορεί να φτάσουν από 8.000 έως 11.000, εκ των οποίων

- 3.500 - 4.000 ρεβίθι
- 4.500 - 5.000 φακή
- 2.000 λαθούρι

Αυτά μπορεί να αποφέρουν

- έως και 250 κιλά το στρέμμα στη φακή
- έως 250 κιλά με 280 κιλά ανά στρέμμα στο ρεβίθι όπως και στο λαθούρι.

### ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ

Ερωτηθείς από το FNB Daily για τις τιμές παραγωγού, ο κ. Σούρλας εξήγησε ότι είναι χρηματιστηριακό προϊόν και πέρυσι ήταν κοντά στο

- €1,5/kg το κιλό το ρεβίθι
- €1/kg η φακή
- €0,60/kg - €0,70/kg το λαθούρι

Σε ό,τι αφορά τη σπορά, ο κ. Σούρλας εξήγησε ότι ανά καλλιεργητική περίοδο μπορεί να φυτευτεί σπόρος ανά στρέμμα

- 8kg - 12kg φακή
- 27kg - 30kg ρεβίθι
- 18kg - 22kg λαθούρι

Στέλλα Αυγουστάκη

[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

## • ΑΛΦΑ ΧΩΡΙΣ

## ΣΥΣΤΗΝΕΤΑΙ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ ΜΕ ΤΗ ΝΕΑ ΤΗΣ ΤΑΙΝΙΑ "ΟΙ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ"

"Η 'ΑΛΦΑ Χωρίς' μέσα από τη νέα της ταινία 'Οι εξετάσεις', συστήνεται για πρώτη φορά στο τηλεοπτικό κοινό και στέλνει το μήνυμα ότι οι πιο δυνατές σχέσεις είναι αυτές που είναι πάντα δίπλα μας, κάθε στιγμή, χωρίς περιορισμούς", αναφέρεται σε δελτίο Τύπου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Συνεχίζει αναφέροντας: "Πατώντας στην περιοχή που η μπίρα ΑΛΦΑ στέκεται εδώ και τόσα χρόνια, τις στιγμές με τους ανθρώπους μας, η ΑΛΦΑ Χωρίς έρχεται να πάει λίγο παρακάτω, και να σταθεί στις στιγμές της ζωής που χρειάζεται κάτι διαφορετικό. Η ιστορία, μας παρουσιάζει την καθημερινότητα μιας οικογένειας. Μία οικογένεια που ζει στους ρυθμούς των εξετάσεων και κάθε μέλος της, μαμά, κόρη, γιος, έχει το δικό του πρωταγωνιστικό ρόλο. Σε αυτές τις διαφορετικές στιγμές που χρειάζονται συμπάραση, φροντίδα και κατανόηση, ο ένας στηρίζει τον άλλον και του δίνει δύναμη. Το αποτέλεσμα τους δι-



Απολαύστε υπεύθυνα

καιώνει και η ταινία συγκινεί με το ανατρεπτικό της τέλος 'η μαμά πέρασε' αποκαλύπτοντας ότι η μαμά είναι η πρωταγωνίστρια της ιστορίας, η οποία έκανε το όνειρό της

πραγματικότητα περνώντας στο πανεπιστήμιο. Η ΑΛΦΑ Χωρίς έρχεται να συντροφεύσει τις στιγμές τους, τις αγωνίες τους, τα ξενύχτια τους και φυσικά τη χαρά τους, χωρίς περιορισμούς και να μας υπενθυμίσει ότι το μόνο που αρκεί να μένει πάντα ίδιο, σε κάθε στιγμή, είναι να έχουμε δίπλα μας αυτούς που αγαπάμε. Γιατί όπως αποδεικνύει και η ταινία, Χωρίς τους ανθρώπους μας, δεν γίνεται."

### Η ΤΑΙΝΙΑ

Την ταινία συνοδεύει το τραγούδι "Και έμεινα εδώ" σε στίχους και μουσική του Αλκιβιάδη Κωνσταντόπουλου και ερμηνεία του Μπάμπη Στόκα.

Τη νέα τηλεοπτική/digital ταινία δημιούργησε και επιμελήθηκε η Soho Square Athens, ενώ την παραγωγή ανέλαβε η Boo Productions, με σκηνοθέτη τον Ben Brand. Το [τηλεοπτικό](#) βρίσκεται στον αέρα από την Παρασκευή 5/5.

## • OPTIMA

## ΝΕΟΣ MARKETING MANAGER Ο Γ. ΓΑΡΓΑΝΟΥΡΑΚΗΣ

Τη θέση του Marketing Manager ανέλαβε στην Optima, από αρχές Μαΐου, ο Γιώργος Γαργανουράκης, μετά από έξι χρόνια στην εταιρεία. Ο κ. Γαργανουράκης ξεκίνησε τη σταδιοδρομία του στην εταιρεία τον Μάιο του 2017 ως Senior Brand Manager και μετά από σχεδόν δύο χρόνια, τον Απρίλιο του

2019, ανέλαβε Group Brand Manager μέχρι τέλος Απριλίου. Προέρχεται από την Elbisco, όπου εργάζονταν για 3,5 χρόνια, ενώ προηγουμένως ήταν στην Henkel, για σχεδόν 6 χρόνια.

Έχει αποφοιτήσει από το University of Aberdeen και το University of Huddersfield.



## • LIDL-ΙΔΡΥΜΑ ΑΘ.Κ.ΛΑΣΚΑΡΙΔΗΣ ΣΥΝΕΧΙΖΟΥΝ ΜΑΖΙ ΓΙΑ ΜΙΑ ΕΛΛΑΔΑ ΧΩΡΙΣ ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΜΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ

Στο πλαίσιο της επιχειρηματικής της λειτουργίας, η Lidl Ελλάς συνεχίζει για 4η χρονιά το έργο της καμπάνιας "Plastic Free Greece" σε συνεργασία με το Κοινωνικό Ίδρυμα Αθανάσιος Κ. Λασκαρίδης, υπό την αιγίδα του υπουργείου Τουρισμού και του υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας, κάτω από την εθνική καμπάνια "Ελλάδα χωρίς πλαστικά μίας χρήσης".

### Ο ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

Το καλοκαίρι το 2022 εκπρόσωποι της Lidl Ελλάς, μαζί με συνεργάτες της και εθελοντές του Ιδρύματος, ένωσαν τις δυνάμεις τους για την προστασία των ελληνικών ακτών και θαλάσσιων από τα πλαστικά μίας χρήσης και επισκεφθήκαν το Ηράκλειο, το δεύτερο πόδι της Χαλκιδικής, την Σαντορίνη, την Σύρο, τη λίμνη Κερκίνη και την Λήμνο. Συνολικά, από την έναρξη της δράσης τον Ιούνιο του 2020 έχουν συλλεχθεί 2818 κιλά απορρίμματα, συγκεκριμένα 547 κιλά στους παράκτιους και 2271 κιλά στους υποθαλάσσιους καθαρισμούς.

### Ο ΦΕΤΙΝΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Το ταξίδι συνεχίζεται και το καλοκαίρι του 2023 με στόχο 7 προορισμούς να γίνουν Plastic Free. Φέτος, για πρώτη χρονιά οι εκστρατείες καθαρισμού θα πραγματοποιηθούν και σε αρχαιολογικούς χώρους. Η ομάδα του προγράμματος, αποτελούμε-



νη από στελέχη και εθελοντές των δύο συνεργαζόμενων φορέων, θα επισκεφθεί τον Άγιο Νικόλαο Κρήτης, την Ζάκυνθο, την Σαντορίνη, την Χίο, το Σούνιο και τους Δελφούς, προσφέροντας ανάσες ζωής σε επιβαρυνμένες περιοχές της νησιωτικής και ηπειρωτικής Ελλάδας, μέσα από δράσεις κινητοποίησης και ευαισθητοποίησης για την προστασία του περιβάλλοντος. Ως βασικό εργαλείο ενημέρωσης για την

πρόληψη της ρύπανσης θα πραγματοποιηθούν σε κάθε προορισμό παράκτιοι ή/και υποβρύχιοι καθαρισμοί, καθώς και συναντήσεις με εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης και εκπαιδευτικές δράσεις. Η ενέργεια αυτή εντάσσεται στο πλαίσιο του προγράμματος βιωσιμότητας της Lidl Ελλάς και συγκεκριμένα στο πεδίο "Καλό για τον πλανήτη", με στρατηγικό πυλώνα τη Διατήρηση των Πόρων.

## • ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ ΕΔΩΣΕ ΤΟ "ΠΑΡΩΝ" ΣΤΗΝ TUTTOFOOD 2023

Η Καλλιμάνης έκανε αισθητή την παρουσία της στην Tuttofood 2023, τη μεγαλύτερη συνάντηση επαγγελματιών του κλάδου τροφίμων και ποτών στην Ιταλία, που προσελκύει σημαντικούς διεθνείς παίκτες. Η έκθεση πραγματοποιήθηκε στο Fiera Milano, μεταξύ 8 και 11 Μαΐου.

Ανάμεσα σε περισσότερα από 2.500 brands από 46 χώρες, το περίπτερο της Καλλιμάνης τράβηξε τα βλέμματα όσων επισκέφθηκαν την έκθεση. Με σκοπό να αυξήσει ακόμα περισσότερο τις εξαγωγές των προϊόντων της και παράλληλα να ξεκλειδώσει νέες αγορές, η εταιρεία έκανε πλήρη παρουσίαση του εμπλουτισμένου χαρτοφυλακίου της στους επισκέπτες της έκθεσης.

### ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ ΑΠΟ ΟΛΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Όπως αναφέρεται σε σχετικό δελτίο Τύπου, "αγοραστές από την Ευρώπη, τη Βόρεια και τη Νότια Αμερική, αλλά και από τη Μ. Ανατολή, που βρέθηκαν στην έκθεση για να παρακολουθήσουν από κοντά τις ευρωπαϊκές τάσεις στον κλάδο της διατροφής, είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν τη διευρυμένη γκάμα προϊόντων της εταιρείας, με τα φρεσκοκατεψυγμένα αλιεύματα (ψάρια και θαλασσινά), τις νέες σειρές προϊόντων, όπως φιλέτα ψαριών, πανέ, ημιέτοιμα και έτοιμα γεύματα, αλλά και τα προϊόντα τόνου. Η έκθεση, που συνδυάζει με μοναδικό τρόπο την καινοτομία με την παράδοση στον χώρο των τροφίμων



και της γαστρονομίας, έδωσε τη δυνατότητα στην Καλλιμάνης να επεκτείνει την αναγνωσιμότητα των προϊόντων της, καθώς και το δίκτυο των επαγγελματικών επαφών της".

• **PERNOD RICARD**

## ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΟ RUM PORTFOLIO ΜΕ ΤΟ MALIBU STRAWBERRY

Κάτω από το rum brand καρύδας, Malibu, η Pernod Ricard λάνσαρε ένα νέο προϊόν, το Malibu Strawberry, ένα 21% ABV λικέρ. Το ποτό αναπτύχθηκε για να εξυπηρετήσει τον Βρετανό καταναλωτή, καθώς σύμφωνα με την Malibu, η φράουλα αποτελεί την κορυφαία προτίμηση σε κοκτέιλ στο κανάλι on-trade του Ηνωμένου Βασιλείου. Το brand έχει επίσης λανσάρει μια αφρώδη προσθήκη στη σειρά κοκτέιλ RTD, το Malibu Strawberry Daiquiri. Τα νέα κουτιά κοκτέιλ περιέχουν ένα μείγμα από λευκό ρούμι, φράουλα και λάιμ, προσφέροντας ένα convenient on-the-go σερβίρισμα.

### Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΓΕΥΣΗΣ

Ο Liam Murphy, brand director στην Pernod Ricard UK, δήλωσε: "οι γεύσεις μας βοήθησαν να προσελκύσουμε νέους αγοραστές για το brand μας, καθώς οι καταναλωτές συνεχίζουν να πειραματίζονται με νέα προφίλ γεύσης... Η κυκλοφορία του Malibu Strawberry θα μας επιτρέψει να συνεχίσουμε τη δυναμική της γεύσης". Συνέχισε, δε, λέγοντας ότι "είναι η απόλυτη καλοκαιρινή γουλιά – φρουτώδης, διασκεδαστική



και ιδανική για τη μοιραζόμαστε με τους φίλους μας".

Η τελευταία προσθήκη έρχεται αφότου η Pernod Ricard παρουσίασε Malibu με γεύση ροδάκινου τον περασμένο Φεβρουάριο. Το Malibu Strawberry είναι τώρα διαθέσι-

μο σε επιλεγμένους retailers του Ηνωμένου Βασιλείου με RRP £17,19 ανά φιάλη. Τα κουτάκια RTD daiquiri είναι επίσης διαθέσιμα τώρα σε επιλεγμένους retailers με RRP £2,40 ανά κουτί. Περαιτέρω rollout αναμένεται αργότερα αυτόν τον μήνα.

• **ΕΥΡ. ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

## ΕΓΚΡΙΝΕΙ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ €31 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε ελληνικό καθεστώς ύψους €31 εκατ. για τη στήριξη των παραγωγών αγροτικών προϊόντων στο πλαίσιο του ρωσικού πολέμου κατά της Ουκρανίας. Το καθεστώς εγκρίθηκε βάσει του προσωρινού πλαισίου για τις κρατικές ενισχύσεις, το οποίο εγκρίθηκε από την Επιτροπή στις 9 Μαρτίου 2023 για τη στήριξη μέτρων σε τομείς καίριας σημασίας για την επιτάχυνση της πράσινης μετάβασης και την απεξάρτηση από τα ορυκτά καύσιμα. Το νέο πλαίσιο τροποποιεί και παρατείνει εν μέρει το προσωρινό πλαίσιο κρίσης που εγκρίθηκε στις 23 Μαρτίου 2022 για να δώσει τα κράτη μέλη τη δυνατότητα να στηρίξουν την οικονομία στο πλαίσιο της τρέχουσας γεωπολιτικής κρίσης και το οποίο τροποποιήθηκε στις 20 Ιουλίου 2022 και στις 28 Οκτωβρίου 2022.

### ΑΜΕΣΕΣ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ

Βάσει του καθεστώτος, οι ενισχύσεις θα δοθούν υπό μορφή άμεσων επιχορηγήσεων. Το μέτρο απευθύνεται σε παραγωγούς διά-



φορων αγροτικών προϊόντων όπως:

- αχλαδιών
- κρόκου
- καπνού
- μελισσοκομικών προϊόντων

Σκοπός του είναι να αποζημιώσει τους επιλέξιμους δικαιούχους για μέρος των πρόσθε-

των δαπανών παραγωγής, στις οποίες υποβλήθηκαν λόγω της αύξησης της τιμής της ενέργειας και των άλλων εισροών και για να τους βοηθήσει να υπερβούν τις οικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν λόγω της τρέχουσας κρίσης.

• **ΓΣΕΒΕΕ**

## ΚΑΤΑΓΓΕΛΕΙ ΤΗΝ ΕΕΠΑΖ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΩΘΗΣΗ ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΑΚΩΝ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΩΝ

Την απόλυτη στήριξή της στην Ομοσπονδία Αρτοποιιών Ελλάδος και την Ομοσπονδία Ζαχαροπλαστών Επαγγελματιοτεχνικών Ελλάδος έναντι των προτάσεων της ΕΕΠΑΖ (Ελληνική Ένωση Επιχειρήσεων Αρτοποιίας Ζαχαροπλαστικής) παρέχει η ΓΣΕΒΕΕ, μέσω ανακοίνωσης, στην οποία καταγγέλλει ότι η ΕΕΠΑΖ πρόκειται για φορέα με "προσωπείο" πολιτιστικού οργανισμού που κρύβει τον ρόλο του ως εργαλείο απορρύθμισης του κλάδου εις βάρος δεκάδων χιλιάδων εργαζόμενων και εκατομμυρίων καταναλωτών. Ακόμη, την κατηγορεί πως αποποιείται της εργοδοτικής της ευθύνης μην συνάπτοντας συλλογικές συμβάσεις εργασίας, αλλά και για το γεγονός ότι θέτει σε ενδεχόμενο κίνδυνο για την υγιεινή και την ασφάλεια των εργαζομένων και των προϊόντων.



μιτού ανταγωνισμού", τονίζει στην ανακοίνωση η ΓΣΕΒΕΕ.

### ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ...ΠΙΣΩ ΠΟΡΤΑ

"Δεν είναι η πρώτη φορά που κάποιοι με το προσωπείο του 'επιτήδειου ουδέτερου' δημιουργούν μη κερδοσκοπικές εταιρείες υπό τον μανδύα του πολιτιστικού οργανισμού με σκοπό να αποκτήσουν έναν άτυπο θεσμικό ρόλο και λόγο, ώστε να επηρεάσουν πολιτικές αποφάσεις προωθώντας από την 'πίσω πόρτα' συμφέροντα που οδηγούν σε περαιτέρω олиγοπώληση της αγοράς, μέσω της χαλάρωσης ρυθμίσεων που υφίστανται τόσο για την προστασία της υγείας και ασφάλειας εργαζομένων και καταναλωτών, όσο και τη διασφάλιση του θε-

### ΟΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Επίσης, προσθέτει τα εξής: "Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η σύσταση της ΕΕΠΑΖ που παρά τον διακηρυγμένο σκοπό της περί προστασίας του αρτοποιείου και του ζαχαροπλαστικού ως επιχειρήσεων με πολιτισμική διάσταση και ειδική κοινωνική βαρύτητα, δεν μπορεί να κρύψει αυτό που πραγματικά στοχεύει, όπως την περαιτέρω 'απολοποίηση' των όρων αδειοδότησης, ώστε για παράδειγμα σε 15 τετραγωνικά μέτρα να λειτουργούν παρασκευαστήρια στα οποία να επιχειρούν 10 εργαζόμενοι, να πωλούν τον μεταφερόμενο άρτο και οποιoδήποτε άλλο προϊόν με ενδεχόμενο κίνδυνο

για την υγιεινή και ασφάλεια των εργαζομένων και των προϊόντων. Αποποιούμενη, μάλιστα, της εργοδοτικής της ευθύνης αφού βάσει του καταστατικού της δεν συνάπτει συλλογικές συμβάσεις εργασίας.

### ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ 19.000 ΑΡΤΟΠΟΙΩΝ ΑΠΟ ΜΙΑ...ΧΟΥΦΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Συνεχίζει αναφέροντας: "Προφανώς στην Δημοκρατία μας ο οποιοσδήποτε μπορεί να δημιουργήσει οποιουδήποτε είδους οργανισμό επιθυμεί. Είναι όμως χρέος της ΓΣΕΒΕΕ να στηρίζει τα μέλη της, στην προκειμένη περίπτωση την Ομοσπονδία Αρτοποιιών Ελλάδος (ΟΑΕ) και την Ομοσπονδία Επαγγελματιοτεχνικών Ζαχαροπλαστών Ελλάδος (ΟΕΖΕ), και κατ' επέκταση τις 19.000 παραγωγικές επιχειρήσεις, έναντι εκείνων που απεργάζονται πολιτικές που οδηγούν σε δραματική συρρίκνωση δυο μεταποιητικών κλάδων και την αντικατάστασή τους με μια χούφτα επιχειρήσεων που στο τέλος θα καταλήξουν να ασκούν μια μεταπρατική δραστηριότητα. Εφιστούμε την προσοχή στην κυβέρνηση και τα πολιτικά κόμματα επί του ζητήματος και τους καλούμε να μεριμνήσουν επί των προβλημάτων που θέτουν για τους δυο κλάδους οι θεσμικοί εκπρόσωποι τους. Συνυπογράφουμε, δε, την απάντηση της Ομοσπονδίας Αρτοποιιών Ελλάδος και της Ομοσπονδίας Ζαχαροπλαστών Επαγγελματιοτεχνικών Ελλάδος έναντι των προτάσεων της ΕΕΠΑΖ".

• **MARS**

## ΤΟ MILKY WAY ΣΤΗ ΣΕΙΡΑ ΤΩΝ ΠΑΓΩΤΩΝ TUBS

Η Mars Chocolate Drinks and Treats αποκάλυψε μια νέα προσθήκη στην γκάμα παγωτού tub, με την κυκλοφορία του παγωτού Milky Way.

Η νέα παραλλαγή λέγεται ότι είναι η πρώτη φορά που η μάρκα Milky Way έχει αναπτυχθεί σε μορφή tub. Σε αυτή τη νέα παραλλαγή, η ελαφριά γεύση nougat του Milky Way συνδυάζεται με παγωτό βανίλια και σος σοκολάτας και έχει 90 θερμίδες ανά μερίδα. Το παγωτό θα είναι, επίσης, η πρώτη προσφορά συμβατή με HSFF από τη σειρά παγωτών Mars.

### ΤΕΤΑΡΤΗ ΠΡΟΣΘΗΚΗ

Η Milky Way είναι η τέταρτη μάρκα που εντάχθηκε στη σειρά παγωτών tubs της Mars, μετά τα λανσαρίσματα των

- Mars
- Snickers
- Maltesers

Η Michelle Frost, γενική διευθύντρια της Mars Chocolate Drinks and Treats δήλωσε: "η εισαγωγή του Milky Way Ice Cream Tub στο χαρτοφυλάκιο των παγωτών μας, όχι μόνο προσφέρει στους καταναλωτές την αξιόπιστη γεύση μιας από τις πιο εμβλημα-



τικές μάρκες μας, αλλά παρέχει επίσης μια εναλλακτική λύση με χαμηλότερες θερμίδες για όσους αναζητούν πιο ελαφρύ παγωτό".

## • ΝΕΑ ΓΕΩΡΓΙΑ ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΒΟΡΕΙΑ ΕΥΒΟΙΑ

Ο οργανισμός Νέα Γεωργία Νέα Γενιά, με αφορμή την ολοκλήρωση των δράσεων εκπαίδευσης και επιχειρηματικής επιτάχυνσης για την υποστήριξη τοπικών παραγωγών στη Βόρεια Εύβοια, παρουσίασε το Σάββατο 13 Μαΐου 2023 στο Ανοιχτό Κέντρο Στήριξης Κατοίκων Βόρειας Εύβοιας, στην Στροφυλιά, τον σχετικό απολογισμό. Στο πρώτο μέρος της εκδήλωσης, παρουσιάστηκαν οι δράσεις του Ανοιχτού Κέντρου Στήριξης Κατοίκων Βόρειας Εύβοιας, καθώς και η δραστηριότητα του οργανισμού Νέα Γεωργία Νέα Γενιά για την ενίσχυση της "αγροδιατροφικής επιχειρηματικότητας" στην περιοχή. Στο δεύτερο μέρος, οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν τοπικά προϊόντα που αναπτύχθηκαν κατά τη διάρκεια των δράσεων, μέσω μιας διαδικασίας γευσισ-γνώσις και πρότασης πιάτων με βάση τα προϊόντα αυτά.



Ανοιχτό Κέντρο Στήριξης  
Κατοίκων της Βόρειας Εύβοιας

"Αγροανέλιξη Βόρεια Εύβοια", καθώς και επαγγελματιών του τουρισμού και της εστίασης στα Λουτρά Αιδηψού. Τέλος, με στόχο την ανάδειξη της αξίας των τοπικών προϊόντων και την προβολή του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που φέρουν για τον τουρισμό και την εστίαση, οι 20 ομάδες παραγωγών του "Αγροανέλιξη Βόρεια Εύβοια" παρουσίασαν τα προϊόντα που ανέπτυξαν κατά τη διάρκεια της δράσης.

### ΑΝΟΙΚΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ

Το Ανοιχτό Κέντρο Στήριξης Κατοίκων της Βόρειας Εύβοιας δημιουργήθηκε και λειτουργεί από την ActionAid με αποκλειστική δωρεά του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ), στο πλαίσιο της

πρωτοβουλίας στήριξης της Βόρειας Εύβοιας του ΙΣΝ. Τα προγράμματά του υλοποιούνται σε συνεργασία με τους οργανισμούς ΑΡΓΩ Ομοσπονδία Φορέων Ψυχοκοινωνικής Αποκατάστασης & Ψυχικής Υγείας, Νέα Γεωργία Νέα Γενιά και Science Communication (SciCo).

### ΑΓΡΟΑΝΕΛΙΞΗ ΒΟΡΕΙΑ ΕΥΒΟΙΑ

Την Παρασκευή 12 Μαΐου 2023 προηγήθηκε εκπαιδευτικό εργαστήριο με τη συμμετοχή των 20 ομάδων παραγωγών της δράσης

POWERED BY **HO.RE.CA. OPEN** Powered by FNB Daily

## • ΚΑΥΑΚ ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΑ ΦΗΡΑ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ

Στα Φηρά Σαντορίνης άνοιξε τη νέα της Boutique η Kayak. Πρόκειται για το δεύτερο κατάστημα Kayak στο νησί της Σαντορίνης, ενώ στο σύνολο αποτελεί την 15η Boutique της εταιρείας παγωτών.

Τα πάντα για τον κλάδο  
HORECA, στο [horecaopen.com](https://horecaopen.com)

