

3-5 ΦΕΒ.  
2024



# ΕΞΠΟΤΡΟΦ

The Greek Fine Food Exhibition

Περισσότερα από  
**3.000**  
νέα προϊόντα

Περισσότερα από  
**9.000m<sup>2</sup>**  
εκθεσιακού χώρου

Περισσότεροι από  
**400**  
εκθέτες

Περισσότεροι από  
**7.000**  
στοχευμένοι επισκέπτες



B2B συναντήσεις με αγοραστές από μεγάλες αλυσίδες τροφίμων



Παρουσίαση προϊόντων μέσω γαστρονομικών εκδηλώσεων



Ειδικά σχεδιασμένος χώρος γευστικής δοκιμής εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου



Ειδικά σχεδιασμένη ενότητα γευσιγνωσίας κρασιού των οινοπαραγωγών της έκθεσης



Δωρεάν συμμετοχή σε επιμορφωτικά workshops και επαγγελματικά σεμινάρια στην ενότητα Food Expert Stories

02.02.2024 Τεύχος #178



**Γιάννης Καρβέλας:**  
Αποκαλύπτει τα μυστικά για να  
αναγνωρίσουμε το εξαιρετικά  
παρθένο ελαιόλαδο



**Κωστής Μοσχονάς:**  
Η ΕΞΠΟΤΡΟΦ αποτελεί  
«διαβατήριο» για να ταξιδέψουν  
τα ελληνικά τρόφιμα σε κάθε  
γωνιά του πλανήτη



**Κουφετοποιία  
Χατζηγιαννάκη:**  
Στην ISM 2024 με στόχο να  
κατακτήσει τις διεθνείς αγορές



**ΕΕ:** Αυτές είναι οι αλλαγές  
στις επισημάνσεις για μέλι,  
χυμούς και μαρμελάδες

## Exhibition News

# ΕΞΠΟΤΡΟΦ: Όλα έτοιμα για την μεγάλη έκθεση premium ελληνικών τροφίμων και ποτών

Στα πλαίσια της έναρξης της 10ης ΕΞΠΟΤΡΟΦ – The Greek Fine Food Exhibition, η οποία ξεκινάει το Σάββατο 03 Φεβρουαρίου και θα διαρκέσει μέχρι τη Δευτέρα 05 Φεβρουαρίου 2024, πραγματοποιήθηκε μέσα στην εβδομάδα η καθιερωμένη Συνέντευξη Τύπου.

Παραμένοντας πιστή στις αξίες της για την ποιοτικότερη ανάδειξη των εγχώριων προϊόντων μέσα από καινοτόμες προτάσεις και πλούσιες γαστρονομικές εκδηλώσεις, η ΕΞΠΟΤΡΟΦ – THE GREEK FINE FOOD EXHIBITION σας περιμένει να γνωρίσετε από κοντά περισσότερους από 350 παραγωγούς premium προϊόντων που συμμετέχουν αποκλειστικά στην έκθεση, καθώς και εκπροσώπους επιχειρήσεων από τον κλάδο της λιανικής, της εστίασης,



του τουρισμού και των ξενοδοχείων για ένα τριήμερο γεμάτο εμπορικές συμφωνίες.

Στη 10η ΕΞΠΟΤΡΟΦ θα πρωταγωνιστήσει η ελληνική γαστρονομία, ενώ δε θα λείψουν συμμετοχές από το εξωτερικό, δίνοντας τη δυνατότητα στους Έλληνες παραγωγούς για άμεσες εμπορικές επαφές.

Μέσα από ένα ευρύ φάσμα 2000 προϊόντων υψηλής ποιότητας, όπως εκλεκτούς οίνους, τυροκομικά προϊόντα, προϊόντα ζυθοποιίας, προϊόντα μέλισσας, ελαιόλαδο, βιολογικά προϊόντα, και πολλούς ακόμη γαστρονομικούς θησαυρούς οι 50 και πλέον διεθνείς buyers που θα επισκεφτούν την έκθεση μέσω του προγράμματος Hosted Buyers θα έχουν την ευκαιρία να συνομιλήσουν απευθείας με τους Έλληνες παραγωγούς και να γνωρίσουν τα προϊόντα τους.

Δείτε την λίστα εκθετών [εδώ](#)  
Κατεβάστε την πρόσκλησή σας [εδώ](#)



## Οι δηλώσεις των συντελεστών την ΕΞΠΟΤΡΟΦ

Εκ μέρους της διοργανώτριας εταιρείας RM International μίλησε ο CEO κος Κωστής Μοσχονάς, ο οποίος ξεκινώντας από μια σύντομη αναδρομή στην μέχρι τώρα πορεία της ΕΞΠΟΤΡΟΦ, και ευχαριστώντας τους συντελεστές της έκθεσης για την πολύτιμη υποστήριξή τους, παρουσίασε τη φετινή διοργάνωση και το όραμά του για το μέλλον. Η ΕΞΠΟΤΡΟΦ – The Greek Fine Food Exhibition μετά από δέκα χρόνια επιτυχημένης πορείας στρέφει το βλέμμα της στο εξωτερικό και φιλοξενεί 50 διεθνείς buyers από χώρες όπως η Σιγκαπούρη, ο Καναδάς, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και χώρες της Ευρώπης που αναζητούν ποιοτικά ελληνικά προϊόντα.

Ακολούθησε ο χαιρετισμός του Αντιπεριφερειάρχη Εξωστρέφειας κου Μπάνε Πρέλεβιτς από την τιμώμενη περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας. Στο χαιρετισμό του, τον οποίο διάβασε η υπεύθυνη επικοινωνίας της RM International κα Πύθα Παπαβασιλείου, ο κος Πρέλεβιτς αναφέρθηκε στην πολιτική εξωστρέφειας για την ενίσχυση του αγροδιατροφικού τομέα της περιοχής, στα προϊόντα που αποτελούν τα «δυνατά χαρτιά» της Κεντρικής Μακεδονίας και τα οποία θα παρουσιάσουν στην ΕΞΠΟΤΡΟΦ – The Greek Fine Food Exhibition οι 23 συμμετέχουσες επιχειρήσεις, αλλά και στις συνταγές της Μακεδονικής Κουζίνας οι οποίες θα παρουσιαστούν στο stage του Μαγειρεύουμε Ελλάδα από διακεκριμένους chef της Ένωσης επαγγελματιών Μαγειρικής Ελλάδος.

Στη συνέχεια, ο chef κος Κώστας Μπουγιούρης κι επί σειρά ετών Head chef του «Μαγειρεύουμε Ελλάδα» έδωσε μια πρόγευση από ό,τι πρόκειται να απολαύσουν φέτος οι επισκέπτες της έκθεσης ενώ παρουσίασε και

τον νέο Head chef της εκδήλωσης κο Πύργο Τσαπάρα. Μετά από μια θητεία εννέα ετών ο κύριος Μπουγιούρης αρκετά συγκινημένος αποχαιρετά φέτος την ΕΞΠΟΤΡΟΦ και προσκαλεί όλους του επαγγελματίες του κλάδου να δώσουν το παρόν στην έκθεση που κάθε χρόνο παρουσιάζει δεκάδες νέα, premium προϊόντα.

Ακολούθησε ο πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των βραβείων Athens Fine Food Awards (AFFA) by ΕΞΠΟΤΡΟΦ κος Χάρης Τζαννής. Όπως τόνισε ο κύριος Τζαννής η αξιολόγηση των προϊόντων ολοκληρώθηκε πριν λίγες ημέρες και τα αποτελέσματα θα ανακοινωθούν εντός της έκθεσης όπως κάθε χρόνο. Στα φετινά βραβεία AFFA αξιολογήθηκαν πολλά νέα προϊόντα που παρουσιάζονται για πρώτη φορά στο ευρύ κοινό, όπως το χαρακτηριστικό μπλε μέλι, ενώ δεν παρέλειψε να αναφερθεί στην έλλειψη των ελαιολάδων από το διαγωνισμό που δείχνει την δυσκολία που αντιμετωπίζει φέτος ο κλάδος.

Με την σειρά της η δημοσιογράφος Δώρα Μιχαήλ μίλησε για όσα ενδιαφέροντα θα διαδραματιστούν φέτος στο Food Expert Stories κι ακολούθησαν ο sommelier κος Χρήστος Σιώμος και ο olive oil expert κος Γιάννης Καρβέλας οι οποίοι αναλαμβάνουν τις δύο νέες ενότητες της ΕΞΠΟΤΡΟΦ, την πλατεία οινογευσίας Wine Walk και το Olive oil bar αντίστοιχα.

Ο κος Σιώμος αναφέρθηκε στην δυναμική της ελληνικής οινοπαραγωγής και το αύριο του κλάδου, ενώ ο κος Καρβέλας στάθηκε στη σημασία της ΕΞΠΟΤΡΟΦ για την προβολή των ελληνικών ελαιολάδων κατά τη διάρκεια της δεκαετίας που πέρασε και προσκαλεί το κοινό να επισκεφθεί την έκθεση, να δοκιμάσει και να ενημερωθεί για τα εγχώρια προϊόντα και τα οργανοληπτικά στοιχεία τους.



Ο chef κος Κώστας Μπουγιούρης, ο CEO της ΕΞΠΟΤΡΟΦ κ. Κωστής Μοσχονάς και ο κ. Χάρης Τζαννής, πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των βραβείων Athens Fine Food Awards (AFFA) by ΕΞΠΟΤΡΟΦ

Let's Talk

# Κωστής Μοσχονάς: Η ΕΞΠΟΤΡΟΦ αποτελεί «διαβατήριο» για να ταξιδέψουν τα ελληνικά τρόφιμα σε κάθε γωνιά του πλανήτη

Όλα είναι έτοιμα ώστε να ξεκινήσει για 10η συνεχόμενη χρονιά η έκθεση Τροφίμων και Ποτών ΕΞΠΟΤΡΟΦ. Η κορυφαία έκθεση θα ανοίξει τις πύλες της από το Σάββατο 3 Φεβρουαρίου έως την Δευτέρα 5 Φεβρουαρίου 2024, στο MEC Παιανίας, Λεωφόρος Λαυρίου 301.

Το ExportGreece είναι χορηγός επικοινωνίας της φετινής διοργάνωσης και είχε την ευκαιρία να συνομιλήσει με τον κ. Κωστή Μοσχονά, δημιουργό, εμπνευστή και CEO της ΕΞΠΟΤΡΟΦ.

Στόχος της ΕΞΠΟΤΡΟΦ είναι η προβολή και η ενίσχυση της εξωστρέφειας των ποιοτικών ελληνικών τροφίμων, όπως και η ανάδειξη της ελληνικής γαστρονομίας.

Το λάδι, το κρασί, αλλά και όσα συνθέτουν ελληνικό πρωινό –μέλι, ελιές, παραδοσιακά γλυκά- προσελκύουν το ενδιαφέρον των αγοραστών και έχουν κατακτήσει με την ποιότητα και τη γεύση τους καταναλωτές σε Ευρώπη, Αμερική, Μέση Ανατολή.

Φέτος η Έκθεση φιλοξενεί περί τις 300 εταιρείες Ελλήνων παραγωγών καθώς και 50 διεθνείς και εγχώριους αγοραστές.

Στη διάρκεια της ΕΞΠΟΤΡΟΦ, που μια δεκαετία τώρα πρεσβεύει την ποιότητα της ελληνικής γαστρονομίας, κλείνονται σημαντικές συμφωνίες που φέρνουν και κάνουν γνωστά τα ελληνικά τρόφιμα σε κάθε γωνιά του πλανήτη.



Ο κ. Κωστής Μοσχονάς, εμπνευστής, ιδρυτής και ιδιοκτήτης της ΕΞΠΟΤΡΟΦ

Στο πλαίσιο της Έκθεσης θα αναπτυχθούν θεματικές ενότητες όπως «Μαγειρεύουμε Ελλάδα» με συνταγές υψηλής γαστρονομίας από καταξιωμένους chef, Wine Walk, γευσιγνωσία ελαιόλαδου κι εξειδικευμένα επαγγελματικά σεμινάρια «Food Expert Stories»

## **Ποιος είναι ο στόχος και το μήνυμα της φετινής έκθεσης της ΕΞΠΟΤΡΟΦ;**

Η ΕΞΠΟΤΡΟΦ κλείνει φέτος 10 χρόνια παρουσίας. Δέκα χρόνια συνέπειας απέναντι στο ελληνικό ποιοτικό τρόφιμο. Από την αρχή της συγκεκριμένης διοργάνωσης ο στόχος ήταν ένας. Η προβολή του ποιοτικού τροφίμου και η ενίσχυση της εξωστρέφειας του. Αυτό το στόχο υπηρετούμε με συνέπεια.

## **Πόσες εταιρείες πρόκειται να εκθέσουν τα προϊόντα τους;**

Στη φετινή διοργάνωση φιλοξενούμε περίπου 300 εταιρείες Ελλήνων παραγωγών, οι περισσότεροι από τους οποίους συμμετέχουν αποκλειστικά στην έκθεση και παρουσιάζουν για πρώτη φορά τα προϊόντα τους στους επαγγελματίες του κλάδου. Επιπλέον φιλοξενούμε 50 διεθνείς και εγχώριους αγοραστές από χώρες όπως το Dubai, η Ρουμανία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Τσεχία, η Σιγκαπούρη, ο Καναδάς, η Πολωνία, η Ιταλία, τα Αραβικά Εμιράτα, η Κύπρος και φυσικά ελληνικές επιχειρήσεις, που συμμετέχουν και φέτος επιθυμώντας να γνωρίσουν μοναδικά ελληνικά προϊόντα και να συνάψουν εμπορικές συμφωνίες.

## **Θέμα της έκθεσης είναι και η ελληνική γαστρονομία, τι είδους δράσεις έχετε σχεδιάσει;**

Οι φετινοί επισκέπτες της έκθεσης εκτός από τους παραγωγούς που θα συναντήσουν θα έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν κι ένα πλούσιο πρόγραμμα παράλληλων εκδηλώσεων. Σε αυτές συμπεριλαμβάνονται:

- Η ενότητα «Μαγειρεύουμε Ελλάδα» όπου παρουσιάζονται συνταγές υψηλής γαστρονομίας από καταξιωμένους chef.



- Τα εξειδικευμένα επαγγελματικά σεμινάρια στην ενότητα «Food Expert Stories»
- Η πλατεία οινογευσίας Wine Walk όπου μπορούν να δοκιμάσουν και να ενημερωθούν για όλους τους εκλεκτούς οίνους των παραγωγών της έκθεσης
- Η γευσιγνωσία ελαιόλαδου στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο Olive oil bar όπου θα μάθουν χρήσιμες συμβουλές για το πώς ξεχωρίζουμε το καλό ελαιόλαδο και πώς το αποθηκεύουμε
- Τα βραβεία ποιότητας και γεύσης AFFA 2024

#### **Η ΕΞΠΟΤΡΟΦ είναι «διαβατήριο» για να γίνουν γνωστά premium ελληνικά προϊόντα στο εξωτερικό;**

Και βέβαια! Έχουμε την χαρά στην ΕΞΠΟΤΡΟΦ να φιλοξενούμε κάθε χρόνο αξιόλογες εταιρείες από το εξωτερικό, οι οποίες αναζητούν premium προϊόντα για την Ευρωπαϊκή κι όχι μόνο αγορά. Κάθε χρόνο αναζητούμε νέες συνεργασίες και φιλοξενούμε εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της λιανικής, της εστίασης, του τουρισμού και των ξενοδοχείων.

#### **Στην έκθεση συμμετέχουν αγοραστές από Ευρώπη, Αμερική, Μέση Ανατολή, σε ποιους τομείς και προϊόντα εστιάζουν κυρίως;**

Οι αγοραστές ενδιαφέρονται για μια μεγάλη γκάμα προϊόντων με πρωταρχικά όπως είναι φυσικό το ελαιόλαδο και το κρασί. Φέτος, οι αγοραστές αναζητούν προϊόντα κυρίως για το ελληνικό πρωινό, όπως είναι το

μέλι, οι ελιές, τα παραδοσιακά γλυκά, τα αρτοσκευάσματα αλλά και ξηρούς καρπούς και αποστάγματα. Η ΕΞΠΟΤΡΟΦ καλύπτει όλη την γκάμα των προϊόντων που αναζητούν από εκλεκτούς παραγωγούς γι' αυτό και μας προτιμούν.

#### **Πώς αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές του εξωτερικού τα ελληνικά προϊόντα;**

Τα αγαπούν περισσότερο. Τα ποιοτικά ελληνικά προϊόντα έχουν κερδίσει την καρδιά των καταναλωτών του εξωτερικού. Έχουμε αγοραστή από την Γαλλία που εισάγει αποκλειστικά ελληνικά προϊόντα στην χώρα και προμηθεύει τα γαλλικά εστιατόρια και delicatessen.

Έχουμε αγοραστή από την Βουλγαρία που προμηθεύει την γείτονα χώρα αποκλειστικά με ελληνικά προϊόντα. Μάλιστα μία από τις συνεργασίες του προέκυψε από παλαιότερη επίσκεψη στην ΕΞΠΟΤΡΟΦ. Αυτό δείχνει την δυναμική που έχουν τα ελληνικά προϊόντα και νιώθουμε ιδιαίτερα υπερήφανοι όταν προκύπτουν συνεργασίες μέσα από την έκθεση.

#### **Υπάρχουν συγκεκριμένα κριτήρια για να συμμετάσχει η εταιρεία στην ΕΞΠΟΤΡΟΦ;**

Να είναι Έλληνας παραγωγός με ποιοτικά προϊόντα. Η ΕΞΠΟΤΡΟΦ μια δεκαετία τώρα πρεσβεύει την ποιότητα της ελληνικής γαστρονομίας. Κάθε χρόνο αναζητούμε νέους πελάτες με ιδιαίτερα προϊόντα που ξεχωρίζουν για την ποιότητα, την γεύση και την καινοτομία τους.

Let's Talk

## Γιάννης Καρβέλας: Αποκαλύπτει τα μυστικά για να αναγνωρίσουμε το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο

Με την 10η ΕΞΠΟΤΡΟΦ να είναι έτοιμη να υποδεχθεί τους επισκέπτες της από το Σάββατο 3 Φεβρουαρίου έως την Δευτέρα 5 Φεβρουαρίου 2024, στο ΜΕC Παιανίας, το Export Greece είχε την ευκαιρία να συνομιλήσει με τον olive oil expert κ. Γιάννη Καρβέλα για τα μυστικά του ελαιόλαδου.

Ο κ. Πάννης Καρβέλας, είναι σύμβουλος επιχειρήσεων ελαιόλαδου, πιστοποιημένος Pro Olive Oil Expert, εισηγητής σεμιναρίων για το ελαιόλαδο και επιθεωρητής συστημάτων υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων. Φέτος έχει αναλάβει μία καινούργια ενότητα της έκθεσης, αυτή του Olive oil bar.

Ο κ. Καρβέλας συμβουλεύει τους καταναλωτές να αγοράζουν τυποποιημένο, επώνυμο ελαιόλαδο, και να διαβάζουν σωστά την ετικέτα και να αποφεύγουν το χύμα λάδι.

Ενώ επισημαίνει πως οι παραγωγοί που θα θελήσουν να τυποποιήσουν το λάδι που παράγουν, θα πρέπει να εκπαιδευτούν, να γνωρίζουν το νόμο, να δίνουν σημασία στην ετικέτα και κυρίως να εμπιστευθούν τους ειδικούς που θα τους καθοδηγήσουν.

Μόνο έτσι το ελληνικό ελαιόλαδο θα βρει τη θέση που του αρμόζει στη διεθνή αγορά.



Ο κ. Πάννης Καρβέλας, είναι σύμβουλος επιχειρήσεων ελαιόλαδου, πιστοποιημένος Pro Olive Oil Expert, εισηγητής σεμιναρίων για το ελαιόλαδο και επιθεωρητής συστημάτων υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων.

### Γιατί είναι σημαντικός ο ρόλος του olive oil expert;

Ο ρόλος των επαγγελματιών που έχουν εκπαιδευτεί στην οργανοληπτική αξιολόγηση, την εφαρμογή ορθών πρακτικών σε όλα τα στάδια, καθώς και στις απαιτήσεις της νομοθεσίας και των διεθνών προτύπων είναι ιδιαίτερα σημαντικός διότι μπορούν να μεταλαμπαδεύσουν τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους σε ιδιώτες και εταιρείες του χώρου του ελαιόλαδου, ειδικά σε όσους θέλουν να ασχοληθούν εμπορικά.

### Ποια είναι τα σημαντικότερα λάθη που κάνουμε;

Το ότι χαρακτηρίζουμε το «εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο», λαμβάνοντας υπόψη μόνο την οξύτητα. Στο ελαιοτριβείο παράγεται «παρθένο ελαιόλαδο» και χρειάζεται οργανοληπτική αξιολόγηση μαζί με χημικές αναλύσεις προκειμένου να αξιολογηθεί ως εξαιρετικό παρθένο. Δηλαδή να βρούμε οργανοληπτικά τις θετικές ιδιότητες (φρουτώδες, πικρό και πικάντικο) χωρίς καμία αρνητική ιδιότητα (μούργα, ταγγό, κρασώδες, μεταλλικό, μouxλιασμένο).

10η  
ΕΞΠΟΤΡΟΦ  
The Greek Fine Food Exhibition

3-5 ΦΕΒ. 2024

Περισσότερα από 3.000 νέα προϊόντα

Περισσότερα από 9.000m<sup>2</sup> εκθεσιακού χώρου

Περισσότεροι από 400 εκθέτες

Περισσότεροι από 7.000 στοχευμένοι επισκέπτες

M.E.C. Μεσογειακό Έκθετικό Κέντρο

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ  
RM INTERNATIONAL  
ORGANIZING EXHIBITIONS

www.expotrof.gr



Σύνηθες είναι το φαινόμενο να δοκιμάζουμε αυθαίρετα χαρακτηρισμένα ως εξαιρετικά παρθένα ελαιόλαδα και επειδή υπάρχει ανίχνευση αρνητικής ιδιότητας θα πρέπει να καταταγούν σε άλλη κατηγορία. Ταυτόχρονα πρέπει να είναι και εντός ορίων σε συγκεκριμένες χημικές αναλύσεις και όχι μόνο στην οξύτητα.

Το δεύτερο μεγάλο λάθος είναι τα πολλά σφάλματα στις ετικέτες των συσκευασιών, ιδιαίτερα από νέους παραγωγούς/ τυποποιητές.

**Τι πρέπει να γνωρίζουμε και τι να προσέχουμε όταν διαλέγουμε ένα εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο;**

Οι οδηγίες είναι ξεκάθαρες για τους αγοραστές:

- α) να προσέχουν την ετικέτα του εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου που πρόκειται να αγοράσουν όπου, εκτός της ονομασίας πώλησης του προϊόντος και των πληροφοριών για την κατηγορία του ελαιόλαδου, πρέπει υποχρεωτικά να αναγράφεται και ο αλφαριθμητικός αριθμός έγκρισης της μορφής EL-40- \_ \_ \_ ο οποίος είναι χαρακτηριστικός της μονάδας τυποποίησης,
- β) να αποφεύγουν την αγορά ελαιόλαδου από πλανόδιους και ανώνυμους πωλητές και
- γ) να αγοράζουν επώνυμο συσκευασμένο για μεγαλύτερη ασφάλεια.

**Σε ποια θέση θεωρείται πως βρίσκεται το ελληνικό εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο στις προτιμήσεις των**

**καταναλωτών του εξωτερικού;**

Είμαστε η 3η – 4η χώρα παραγωγής στον κόσμο και υπάρχουν αγορές που δεν μας ξέρουν ως παραγωγό χώρα, γιατί δυστυχώς οι εξαγωγές μας κατά τουλάχιστον 80% είναι με χύδην (χύμα) προϊόν το οποίο τυποποιούν άλλοι, κυρίως Ιταλοί.

Οι εξαγωγές τυποποιημένου είναι αυξημένες όπου υπάρχει Ελληνικό στοιχείο σε συσκευασίες των 5lt, ενώ είναι πολύ μικρή η παρουσία μας στις εμπορικές συσκευασίες των 250-750ml.

Νέες προσπάθειες προσπαθούν με κάποια επιτυχία να το αλλάξουν αυτό, αλλά ακόμη έχουμε πολύ δρόμο και μεγάλο ανταγωνισμό.

**Τι θα συμβουλευάτε έναν παραγωγό που θέλει να γίνει τυποποιητής;**

Να μάθει. Να εκπαιδευτεί. Να γνωρίσει και να εφαρμόσει τις ορθές πρακτικές σε όλα τα στάδια από το χωράφι ως την τυποποίηση. Να γνωρίσει και να εφαρμόσει τη νομοθεσία, ειδικά στην ετικέτα όπου γίνονται πολλά λάθη.

Να εκμεταλλευτεί τα εκατομμύρια τουριστών στη χώρα μας και να τους γνωρίσει το προϊόν του μέσα από επισκέψιμους χώρους και γευσιγνωσίας.

Πάνω από όλα να συνεργαστεί με ειδικούς για να πετύχει όλα αυτά.



Let's Talk

# Κουφετοποιία Χατζηγιαννάκη: Στην ISM 2024 με στόχο να κατακτήσει τις διεθνείς αγορές

Η κουφετοποιία Χατζηγιαννάκη ξεκίνησε το ταξίδι της το 1950, από την περιοχή του Πειραιά, με δημιουργό τον Νικόλαο Χατζηγιαννάκη, ως οικογενειακή επιχείρηση με κύρια δραστηριότητα την παραγωγή κουφέτου. Σήμερα 74 χρόνια μετά, η εταιρεία εξακολουθεί να διατηρεί τον οικογενειακό της χαρακτήρα, έχοντας παράλληλα προσαρμοστεί στις απαιτήσεις της εποχής. Με τον τρόπο αυτό έχει κερδίσει μία ιδιαίτερη θέση στην ελληνική αγορά και διεκδικεί με αξιώσεις τη θέση της στην αγορά της Ευρώπης.

Για αυτόν ακριβώς το λόγο συμμετείχε στην κορυφαία έκθεση Ζαχαρωτών και σνακ ISM 2024 που πραγματοποιήθηκε στην Κολωνία της Γερμανίας. Το ExportGreece συνομίλησε με την κουφετοποιία Χατζηγιαννάκη και συγκεκριμένα με την κα. Όλγα Βλάχου, Marketing Specialist, σχετικά με την παρουσία τους στην έκθεση, τους στόχους αλλά και τα νέα σχέδια της επιχείρησης.

## **Παρουσιάζετε κάποιο νέο προϊόν στην ISM;**

Η Κουφετοποιία Χατζηγιαννάκη μέσα από τη συμμετοχή της στην ISM έχει την ευκαιρία να παρουσιάσει τα νέα της προϊόντα και να διευρύνει το πελατολόγιό της ενισχύοντας την εξαγωγική της δραστηριότητα.

Τη φετινή χρονιά η εταιρία θα παρουσιάσει νέα προϊόντα με έμφαση στην καινοτομία. Έτσι, για



πρώτη φορά παγκοσμίως παρουσιάζονται cake decoration προϊόντα με πυρήνα Bran Sticks.

Αυτό που χαρακτηρίζει τη συγκεκριμένη σειρά είναι η πολύ πλούσια γεύση του, ο συνδυασμός σοκολάτας και bran stick σε ένα προϊόν με πολύ λεπτή επίστρωση ζάχαρης κατατάσσοντάς το στα soft προϊόντα.



Η σειρά αποτελείται από μια χρωματική παλέτα που καλύπτει ματ, γυαλισμένα, περλέ και ασημένια φινιρίσματα για να ταιριάζει με κάθε concept καθώς και σκέτα σοκολατοποιημένα bran sticks.

Ακόμα, στο πλαίσιο της έκθεσης θα παρουσιαστεί η καινούρια σειρά Sparkling Pearl σε ροζ, σιελ, σαμπανί και λευκές αποχρώσεις, οι οποίες θα εφαρμόζονται σε όλη μας την προϊοντική γκάμα από τα cake decoration προϊόντα μέχρι και τα κουφέτα προσθέτοντας μοναδική λάμψη σε γλυκά, μπομπονιέρες και candy bars!

**Σε ποιες χώρες εξάγετε και ποια είναι η μεγαλύτερη σας αγορά στο εξωτερικό και με ποιο προϊόν;**

Η εταιρεία εξάγει τα προϊόντα της σε περισσότερες από 50 χώρες, με κυριότερες αγορές να είναι οι χώρες της δυτικής Ευρώπης, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία.

Για το 2024, στόχος της εταιρίας είναι να διεισδύσει στην αγορά της Αμερικής στον τομέα του cake decoration και του snacking, γι' αυτό και συμμετέχει για πρώτη φορά στην έκθεση Sweets & Snacks. Επίσης, στην αγορά της Γαλλίας εστιάζοντας στην κατηγορία προϊόντων sugar dragées στους τομείς wedding, confectionery και gifting.

**Ποια είναι τα επενδυτικά σας σχέδια στο άμεσο μέλλον (φωτοβολταϊκά, επεκτάσεις, νέες μονάδες κοκ);**

Για την Κουφετοποιία Χατζηγιαννάκη το 2024 αποτελεί χρονιά ορόσημο. Το αναπτυξιακό πλάνο στο οποίο έχει επενδύσει τα τελευταία χρόνια μπαίνει σε πλήρη τροχιά και έχει ως στόχο τον επανασχεδιασμό της επιχειρησιακής διεργασίας αναβαθμίζοντας τις λειτουργίες και διαδικασίες της σε κάθε επίπεδο.

Οι βασικοί πυλώνες ανάπτυξης που σηματοδοτούν τη νέα εποχή για την εταιρεία έχουν ως εξής: Νέα σύγχρονη βιομηχανική μονάδα παραγωγής στο Πολυδένδρι Αττικής, που θα τεθεί σε πλήρη λειτουργία εντός του πρώτου τριμήνου του 2024.

Επίσης, ο ψηφιακός μετασχηματισμός της με αναβάθμιση του ERP, της Ιστοσελίδας, της πλατφόρμας ηλεκτρονικού εμπορίου B2B και ηλεκτρονική τιμολόγηση. Κάποια από αυτά έχουν ήδη τεθεί σε εφαρμογή από 1η Ιανουαρίου 2024, ενώ το προσεχές διάστημα θα ολοκληρωθούν και τα υπόλοιπα.

Ο απώτερος σκοπός είναι η αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και η εξυπηρέτηση των πελατών της, η αύξηση της παραγωγικότητας και η μείωση του λειτουργικού κόστους του οργανισμού.



## Η Communication Effect επιμελήθηκε τη δημιουργία του νέου site της Interior Hellas

**Το νέο site της Interior Hellas αποτελεί ένα συναρπαστικό ταξίδι στον υπέροχο κόσμο της πραλίνας. Σύγχρονο, δυναμικό και εντυπωσιακό το site Interior, είναι απόλυτα καινοτόμο ως προς το σχεδιασμό, τις δυνατότητες και την παρουσίαση των πληροφοριών.**

Σχεδιασμένο από την [Communication EFFECT](#) η οποία προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες Στρατηγικής Επικοινωνίας, marketing και Δημοσίων Σχέσεων και επενδύει συνεχώς σε νέες digital υπηρεσίες.

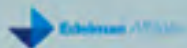
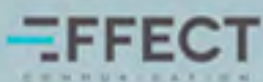
Από το 2000, είναι μέλος της [Edelman](#), του μεγαλύτερου ανεξάρτητου δικτύου marketing και επικοινωνίας στον κόσμο.

Το νέο site <https://interior.gr/> προσφέρει στους χρήστες μια πολύ εύκολη και διασκεδαστική πλοήγηση, διαθέτει μοναδικά εφέ και πολλές θεματικές ενότητες προς εξερεύνηση!

Στην καινούργια ιστοσελίδα θα βρείτε πλούσιο φωτογραφικό και πληροφοριακό υλικό για όλα τα προϊόντα και θα δείτε συνταγές που θα ζηλέψετε!

Ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη του <https://interior.gr/> υλοποιήθηκε από την Communication Effect.

Στο portfolio της Communication EFFECT περιλαμβάνονται μερικές από τις μεγαλύτερες πολυεθνικές και ελληνικές επιχειρήσεις και οργανισμοί. Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε το [www.communicationeffect.com](http://www.communicationeffect.com).



"Always deliver more than expected"\*  
**This is our effect.**



Good News

## Αμβρακία Οδός: Εγκαίνια για το νέο αυτοκινητόδρομο

**Πραγματοποιήθηκαν τα επίσημα εγκαίνια του αυτοκινητόδρομου Αμβρακίας - Ακτίου, μήκους 48,5 χιλιομέτρων που συνδέει το Άκτιο με την Ιονία Οδό γύρω από τη λίμνη Αμβρακία. Το έργο, ξεκίνησε από τον Μάρτιο του 2010 και συγχρηματοδοτήθηκε από το Ταμείο Συνοχής. Ο συνολικός προϋπολογισμός ξεπέρασε τα 220 εκατ. ευρώ και αναμένεται να «αλλάξει» την περιοχή, προωθώντας την οικονομική και την τουριστική της ανάπτυξη αλλά και την οδική ασφάλεια σε ολόκληρη την περιοχή.**

Ο σχεδιασμός του αυτοκινητόδρομου, με δύο λωρίδες κυκλοφορίας σε κάθε κατεύθυνση και με κεντρική διαχωριστική νησίδα, αποσκοπεί στη βελτίωση της προσβασιμότητας στον Αμβρακικό κόλπο, την Πρέβεζα, το Άκτιο, τη Βόνιτσα και τη Λευκάδα. Το έργο συνδέει επίσης τον αερολιμένα του Ακτίου με την Ιονία Οδό, βελτιώνοντας τη συνδεσιμότητα στην περιοχή.

Ένα από τα πιο θετικά αποτελέσματα του έργου είναι η σημαντική μείωση του χρόνου μετακίνησης για τους ταξιδιώτες. Με την ολοκλήρωση του αυτοκινητόδρομου, το ταξίδι από την Αθήνα στη Λευκάδα θα είναι τώρα συντομότερο κατά 45 λεπτά, δίνοντας τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να φτάσουν στο νησί σε μόλις 3 ώρες και 20 λεπτά. Αυτό όχι μόνο διευκολύνει την πρόσβαση των τουριστών, αλλά προετοιμάζει και το έδαφος για



Ο επικεφαλής του Ομίλου Μυτιληναίος, κ. Βαγγέλης Μυτιληναίος

την ανάπτυξη της περιφέρειας, εξασφαλίζοντας την ευκολότερη πρόσβαση και καλύτερη συνδεσιμότητα σ' αυτή.

Στα εγκαίνια παραβρέθηκε ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης, ο υπουργός Υποδομών και Μεταφορών, κ. Χρήστος Σταϊκούρας, ο υφυπουργός Υποδομών κ. Νίκος Ταχιός, οι Περιφερειάρχες Ηπείρου και Δυτικής Ελλάδας κ. Αλέξανδρος Καχριμάνης και κ. Νεκτάριος Φαρμάκης, καθώς και ο επικεφαλής του Ομίλου Μυτιληναίος, κ. Βαγγέλης Μυτιληναίος ο οποίος δήλωσε κατά την τελετή παράδοσης: «Είμαστε ιδιαίτερα υπερήφανοι για την παράδοσή του αυτοκινητοδρόμου, γιατί ανταπεξήλθαμε σε ένα τεχνικό έργο με εξαιρετικές δυσκολίες, κυρίως στην γεωμορφολογία του. Δικαιώσαμε έτσι την εμπιστοσύνη της αναθέτουσας αρχής, αλλά και τις επιταγές του πρωθυπουργού, να κατασκευάζονται σύγχρονες και ασφαλείς υποδομές για τους πολίτες της χώρας μας. Η παράδοση αυτού του έργου πείθει, για άλλη μια φορά, και τους πλέον δύσπιστους για την ικανότητα της ΜΕΤΚΑ ΑΤΕ να παραδίδει έγκαιρα, έντεχνα, αξιόπιστα, και με τον πλέον συνεπή και αποτελεσματικό τρόπο εκτέλεσης έργων, και εντός προϋπολογισμών, τα έργα που της ανατίθενται».





Greek News

## Inter Ikea και Όμιλος Furlis προχωρούν σε στρατηγική επένδυση στην Ελλάδα

**Μετά την ολοκλήρωση της ενημερωτικής συνάντησης στο Μέγαρο Μαξίμου μεταξύ του Πρωθυπουργού κ. Κυριάκο Μητσοτάκη της Furlis ΑΕ, η τελευταία ανακοίνωσε την απόφαση του ομίλου ΙΚΕΑ να επενδύσει στην Ελλάδα, σε συνεργασία με τον όμιλο Furlis, για τη δημιουργία ενός υπερσύγχρονου διεθνούς κέντρου logistics, εμβαδού 50.000 τετραγωνικών μέτρων, στον Ασπρόπυργο.**

Η νέα μονάδα θα εφοδιάζεται μέσω και του λιμανιού του Πειραιά και αναμένεται να εξυπηρετεί τις αγορές της ανατολικής Μεσογείου, καλύπτοντας σε πρώτη φάση τις ανάγκες των καταστημάτων ΙΚΕΑ στην Ελλάδα, τη Βουλγαρία, την Ιορδανία, στο Ισραήλ, και την Κύπρο. Μελλοντικός στόχος είναι να καταφέρει να υποστηρίξει και άλλες μεσογειακές χώρες, όπως η Αίγυπτος.

Η επένδυση στον Ασπρόπυργο έχει προϋπολογισμό της τάξης των 70 εκατομμυρίων ευρώ. Το νέο Logistics Center θα είναι ιδιοκτησία της θυγατρικής του Ομίλου Furlis, Trade Estates ΑΕΕΑΠ, ενώ θα σχεδιαστεί και αναπτυχθεί σε συνεργασία με την Ten Brinke Hellas. Όσον αφορά τη λειτουργική διαχείριση αυτή θα την έχει η Trade Logistics, θυγατρική του Ομίλου Furlis.

«Ευχαριστούμε πολύ που μας παρουσιάσατε αυτή την πολύ συναρπαστική νέα επένδυση. Επιδιώκουμε να εξηγήσουμε ότι η Ελλάδα έχει την ευκαιρία να εξελιχθεί σε περιφερειακό κόμβο στα logistics. Αυτού του είδους οι επενδύσεις στηρίζουν το κύριο επιχειρημά μας, αξιοποιούν τη μοναδική γεωγραφική μας θέση αλλά και τις υποδομές, ιδιωτικές και δημόσιες, που έχουν δημιουργηθεί για να υποστηρίζουν τέτοιου είδους επενδύσεις.

Και βέβαια, μιλάμε για το λιμάνι του Πειραιά, για τη στρατηγική σημασία του Ασπρόπυργου, της ευρύτερης περιοχής, δεδομένης της εγγύτητάς της με το λιμάνι, για τη σιδηροδρομική συνδεσιμότητα, η οποία για εμάς θα είναι ακόμα πιο σημαντική στο μέλλον.

Θα ήθελα όμως να επισημάνω δύο πτυχές αυτών που είπατε. Πρώτον, καλύτερα logistics σημαίνουν καλύτερες τιμές. Είναι σημαντικό ότι όσο καλύτερα λειτουργεί η αλυσίδα εφοδιασμού, εν τέλει αυτό σημαίνει καλύτερη τιμολόγηση για τον καταναλωτή. Σε μία εποχή αυξημένου κόστους ζωής παγκοσμίως, πρόκειται για σημαντική πτυχή. Και, ασφαλώς, οι θέσεις εργασίας υψηλής ειδίκευσης γύρω από τα logistics. Πιστεύω ότι έχουμε ήδη μια νεότερη γενιά Ελλήνων που αποφασίζουν να επιλέξουν αυτόν τον κλάδο για να σταδιοδρομήσουν, σε συνδυασμό με τεχνολογικές λύσεις αιχμής αυτό βεβαίως αποτελεί μια πολύ καλή επιλογή καριέρας», σημείωσε ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης.



Στο νέο διεθνές κέντρο διανομής θα δημιουργηθούν περίπου 100 μόνιμες θέσεις εργασίας, περιλαμβανομένων θέσεων υψηλής ειδίκευσης στα πεδία της μηχανογράφησης, της ανάλυσης δεδομένων, των logistics και της τεχνητής νοημοσύνης, ενώ το νέο μονάδα θα έχει μηδενικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, καθώς θα είναι εξοπλισμένη με φωτοβολταϊκά.

Με βάση τον προγραμματισμό, οι εργασίες θα αρχίσουν εντός του 2024 και το κέντρο διανομής αναμένεται να τεθεί σε λειτουργία στο τέλος του α' εξαμήνου του 2025.

Ο Βασίλης Φουρλής, Πρόεδρος του ομίλου Fourlis, κατά την διάρκεια της συνάντησης, δήλωσε: «Μας χαροποιεί ιδιαίτερα που βρισκόμαστε εδώ σε μία τόσο σημαντική ημέρα για εμάς. Ανακοινώνουμε μια πολύ σημαντική επένδυση, τόσο για την Ελλάδα όσο και για τον όμιλό μας. Η Inter IKEA αποφάσισε να επενδύσει σε ένα κέντρο διανομής που θα εξυπηρετεί όλες τις χώρες της Ανατολικής Μεσογείου, όπως το Ισραήλ, η Ιορδανία, η Ελλάδα, η Κύπρος φυσικά, και σε δεύτερο στάδιο, η Αίγυπτος και πιθανώς άλλες χώρες.

Περισσότερα από 250.000 κυβικά μέτρα εμπορευμάτων θα εκφορτώνονται στον Πειραιά και στη συνέχεια θα επαναφορτώνονται για διανομή σε όλη την ανατολική Μεσόγειο».

Ο Andrea Colzani, Category Distribution Manager της Inter IKEA, ανέφερε: «Η απόφαση να έρθουμε σε αυτή την περιοχή ήταν πολύ απλή για εμάς. Από την πλευρά των παραλαβών από την Άπω Ανατολική, την Ασία, το λιμάνι του Πειραιά θα είναι ο καλύτερος τρόπος για να συντομεύσουμε τον χρόνο παράδοσης και επίσης να μεριμνήσουμε για το σκέλος της βιωσιμότητας.

Αυτό είναι μέρος του σχεδίου μας, αυτό που αποκαλούμε "People Positive Plan", για να φτάσουμε στο σημείο να μειωθεί ο αντίκτυπος των εκπομπών άνθρακα. Από την πλευρά των αποστολών, θα είναι δυνατό να γίνουν παραδόσεις, να εξυπηρετηθούν όλες αυτές οι χώρες, με πολύ ταχύτερο τρόπο».



FYI

## ΕΕ: Αυτές είναι οι αλλαγές στις επισημάνσεις για μέλι, χυμούς και μαρμελάδες

Σε προσωρινή πολιτική συμφωνία έφτασαν οι διαπραγματευτές του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, σχετικά με τους ενημερωμένους κανόνες που αφορούν τη σύνθεση, την ονομασία, την ετικέτα και την παρουσίαση ορισμένων τροφίμων που συνήθως τρώμε για πρωινό.

### Μέλι

Για ένα μεγάλο μέρος του μελιού που εισάγεται από χώρες εκτός Ε.Ε υπάρχει υποψία ότι είναι νοθευμένο με ζάχαρη και δεν εντοπίζεται στην αγορά της Ε.Ε. Προκειμένου να αντιμετωπιστεί μια τέτοια απάτη και να ενημερωθούν καλύτερα οι καταναλωτές, οι διαπραγματευτές συμφώνησαν να καταστήσουν υποχρεωτικό να αναφέρονται με σαφήνεια στο ίδιο οπτικό πεδίο με το όνομα του προϊόντος, τις χώρες από τις οποίες προέρχεται το μέλι αντί μόνο εάν προέρχεται από την ΕΕ ή όχι, κάτι που ισχύει σήμερα για τα μείγματα μελιού. Πρέπει επίσης να αναφέρονται τα ποσοστά του μελιού που προέρχεται από τουλάχιστον τις τέσσερις πρώτες χώρες προέλευσης. Εάν αυτό δεν αντιπροσωπεύει περισσότερο από το ήμισυ του συνολικού μελιού, τα ποσοστά πρέπει να αναφέρονται για όλες τις χώρες.

Μετά από μελέτες σκοπιμότητας και για τον περαιτέρω περιορισμό της απάτης, η Επιτροπή θα προτείνει έναν μοναδικό κωδικό αναγνώρισης ή παρόμοια τεχνική για να είναι δυνατή η ανίχνευση του μελιού στους μελισσοκόμους. Συμφωνήθηκε επίσης ότι θα πρέπει να δημιουργηθεί μια πλατφόρμα εμπειρογνομόνων της Ένωσης για τη συλλογή δεδομένων για τη βελτίωση των ελέγχων, την ανίχνευση νοθείας στο μέλι και για την παροχή συστάσεων για ένα σύστημα ιχνηλασιμότητας της Ε.Ε που επιτρέπει τον εντοπισμό του μελιού από τον παραγωγό ή τον εισαγωγέα που συγκομίζει.

Για τους χυμούς φρούτων και τις μαρμελάδες, η Επιτροπή θα συντάξει έκθεση που θα αξιολογεί την υποχρεωτική επισήμανση στη χώρα προέλευσης των φρούτων που χρησιμοποιούνται εντός 36 μηνών από την έναρξη ισχύος της παρούσας οδηγίας συνοδευόμενη από νομοθετική πρόταση, εάν χρειάζεται.



### Χυμοί, μαρμελάδες και μαρμελάδες εσπεριδοειδών

Για τις μαρμελάδες και τις μαρμελάδες εσπεριδοειδών, ο γενικός κανόνας θα είναι ότι πρέπει να χρησιμοποιηθούν τουλάχιστον 450 γραμμάρια φρούτων για την παραγωγή 1 κιλού μαρμελάδας και μαρμελάδων εσπεριδοειδών (500 γραμμάρια για υψηλής ποιότητας «έξτρα μαρμελάδα»).

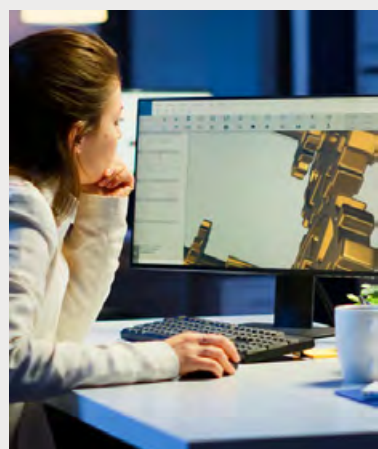
Με βάση την πρόταση του ΕΚ, συμφωνήθηκε επίσης ότι η ετικέτα «περιέχει μόνο φυσικά σάκχαρα» θα πρέπει να επιτρέπεται για τους χυμούς φρούτων. Επιπλέον, για να καλυφθεί η αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα χαμηλής περιεκτικότητας σε σάκχαρα, συμφωνήθηκε ότι οι αναδιαμορφωμένοι χυμοί φρούτων μπορούν να φέρουν την ετικέτα «χυμός φρούτων μειωμένης ζάχαρης» εάν έχει αφαιρεθεί τουλάχιστον το 30% των φυσικών σακχάρων. Ωστόσο, οι παραγωγοί ενδέχεται να μην χρησιμοποιούν γλυκαντικά για να αντισταθμίσουν την επίδραση της μείωσης της ζάχαρης στη γεύση, την υφή και την ποιότητα του τελικού προϊόντος.

Η συμφωνία πρέπει ακόμη να εγκριθεί από το Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο. Εν συνεχεία ο νέος νόμος θα δημοσιευθεί στην Επίσημη Εφημερίδα της Ε.Ε και θα τεθεί σε ισχύ 20 ημέρες αργότερα. Οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα έχουν εφαρμόσει τους νέους κανόνες δύο χρόνια μετά την έναρξη ισχύος. Η αναθεώρηση των προτύπων μάρκετινγκ της ΕΕ για ορισμένες οδηγίες για το «πρωινό» προτάθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 21 Απριλίου 2023 για να επικαιροποιηθούν τα τρέχοντα πρότυπα που είναι άνω των 20 ετών.

# LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



**Εκδότρια - Εμπορική Διεύθυνση:**  
Κλαίρη Στυλιάρη

**Διευθυντής Σύνταξης:**  
Ορέστης Ζερβονικολάκης

**Creative Director:** Χρυσάνθη Αποστολάκη

**Office Manager:** Ανατολή Σοφρά

**Τεχνική Υποστήριξη:**  
● BlackDot Web Services

**Επικοινωνήστε μαζί μας:**  
Σκουζέ 14, 18536 Πειραιάς, [sales@sayes.gr](mailto:sales@sayes.gr)

**Δελτία Τύπου:** [media@sayes.gr](mailto:media@sayes.gr)

**Τηλέφωνο επικοινωνίας:** 213 0990585

εγγραφή



**sayes**  
communications