



Ο κόσμος γίνεται  
πιο καθαρός,  
γίνεται... blue.



Εδώ και ενάμιση χρόνο, με την ηλεκτροκίνηση,  
η ΔΕΗ έχει αλλάξει τον τρόπο που μετακινούμαστε.

Η ΔΕΗ blue αποτελεί το μεγαλύτερο δίκτυο δημόσια  
προσβάσιμων φορτιστών πανελλαδικά, **ξεπερνώντας  
τα 1.000 σημεία φόρτισης**, με παρουσία σε 45 νομούς.

Οι φορτιστές ΔΕΗ blue χρησιμοποιούν ενέργεια που  
προέρχεται αποκλειστικά από ΑΠΕ, συμβάλλοντας  
σε έναν κόσμο με ακόμα περισσότερη καθαρή ενέργεια  
και σεβασμό στον πλανήτη και στον άνθρωπο.

Κατεβάστε την εφαρμογή ΔΕΗ blue



blue

Το μέλλον  
φορτίζει  
[deiblu.com](http://deiblu.com)





LET'S

εξάγουμε Ελλάδα  
**EXPORTGREECE**

**THE NEWSLETTER**

28.05.2024 Τεύχος #208



**PLMA 2024: Ξεκίνησε η μεγαλύτερη διεθνής έκθεση Ιδιωτικής Ετικέτας**



**Αγγελάκης ΑΕ: Στοχεύει στον τριπλασιασμό της παραγωγής της και άνοιγμα σε νέες αγορές**



**Προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας: Ένας μικρός οδηγός με όλα όσα πρέπει να γνωρίζετε**



**United Airlines: Νέα, καθημερινή απευθείας πτήση από την Αθήνα προς το Σικάγο Ο' Hare**





## Exhibitions

# PLMA 2024: Ξεκίνησε η μεγαλύτερη διεθνής έκθεση Ιδιωτικής Ετικέτας

**Ξεκίνησε σήμερα Τρίτη 28 Μαΐου η κορυφαία διεθνής εμπορική έκθεση Ιδιωτικής Ετικέτας, PLMA 2024 World of Private Label.**

Η Διεθνής Εμπορική Έκθεση PLMA 2024 World of Private Label θα πραγματοποιηθεί στο συνεδριακό κέντρο RAI του Άμστερνταμ. Πάνω από 2.950 εκθέτες από περισσότερες από 73 χώρες θα γεμίσουν τον εκθεσιακό χώρο, που εκτείνεται σε πάνω από 43.500 m<sup>2</sup>.

Η ελληνική παρουσία στην έκθεση θα είναι έντονη, με 106 συμμετοχές κυρίως από τον κλάδο της διατροφής. Ο εκθεσιακός χώρος θα διανεμηθεί σε 14 αίθουσες, από τις οποίες εννέα θα είναι αφιερωμένες στα τρόφιμα και πέντε στα μη τρόφιμα. Επιπλέον, θα υπάρχουν 67 εθνικά και περιφερειακά περίπτερα. Τα προϊόντα που θα παρουσιαστούν στην έκθεση περιλαμβάνουν:

- Φρέσκα, κατεψυγμένα και διατηρημένα στο ψυγείο τρόφιμα
- Ξηρά είδη παντοπωλείου και ποτά
- Μη διατροφικές κατηγορίες όπως καλλυντικά, είδη υγείας και ομορφιάς
- Είδη οικιακής χρήσης και κουζίνας
- Είδη κήπου και σπιτιού, και άλλα

Η PLMA 2024 προσφέρει μια μοναδική ευκαιρία στους εκθέτες να προωθήσουν τα προϊόντα τους σε ένα παγκόσμιο κοινό, να δημιουργήσουν σημαντικές επαγγελματικές επαφές και να ενισχύσουν τις διεθνείς συνεργασίες τους.



## PLMA World of Private Label

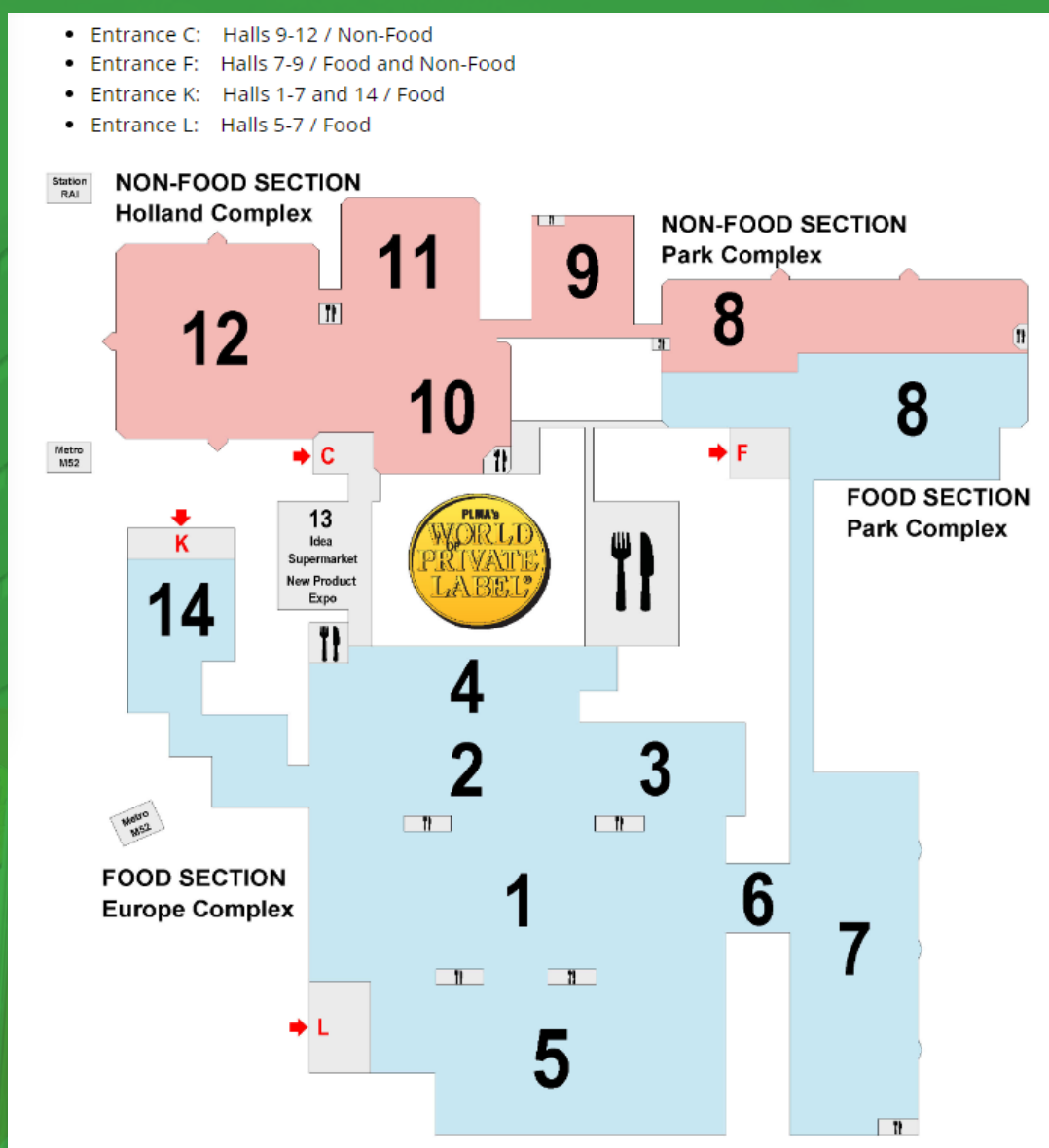
Η Διεθνής Έκθεση PLMA World of Private Label διοργανώνεται για 37 συνεχόμενα χρόνια στο εκθεσιακό κέντρο Rai Exhibition Centre στο Άμστερνταμ και θεωρείται ο σημαντικότερος παγκόσμιος θεσμός στον τομέα των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Η έκθεση διοργανώνεται από την Ένωση Κατασκευαστών Προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας (PLMA), η οποία αριθμεί περισσότερα από 4.000 μέλη.

Η PLMA World of Private Label παρουσιάζει τις πιο καινοτόμες τάσεις και προϊόντα του τομέα, προσφέροντας μια μοναδική πλατφόρμα δικτύωσης και προώθησης. Συγκεντρώνει τους σημαντικότερους λιανέμπορους, εισαγωγείς, εκπροσώπους αλυσίδων Super Markets και Discount Super Markets, χονδρέμπορους και άλλους επαγγελματίες από την Ευρώπη, τη Νότια και

Βόρεια Αμερική, την Ασία και την Αφρική. Αυτό επιτρέπει στους συμμετέχοντες να προωθήσουν τα προϊόντα τους σε ένα ευρύ φάσμα υποψηφίων πελατών, δημιουργώντας σημαντικές επαγγελματικές ευκαιρίες και ενισχύοντας τις διεθνείς συνεργασίες.

Η έκθεση αποτελεί μια εξαιρετική ευκαιρία για τις επιχειρήσεις να αναδείξουν τα προϊόντα τους, να ανταλλάξουν ιδέες και να συνάψουν νέες επιχειρηματικές συμφωνίες. Μέσω της PLMA World of Private Label, οι συμμετέχοντες μπορούν να μείνουν ενημερωμένοι σχετικά με τις τελευταίες εξελίξεις και καινοτομίες στον κλάδο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, ενισχύοντας έτσι την ανταγωνιστικότητά τους στην παγκόσμια αγορά.

## Ο χώρος της Έκθεσης





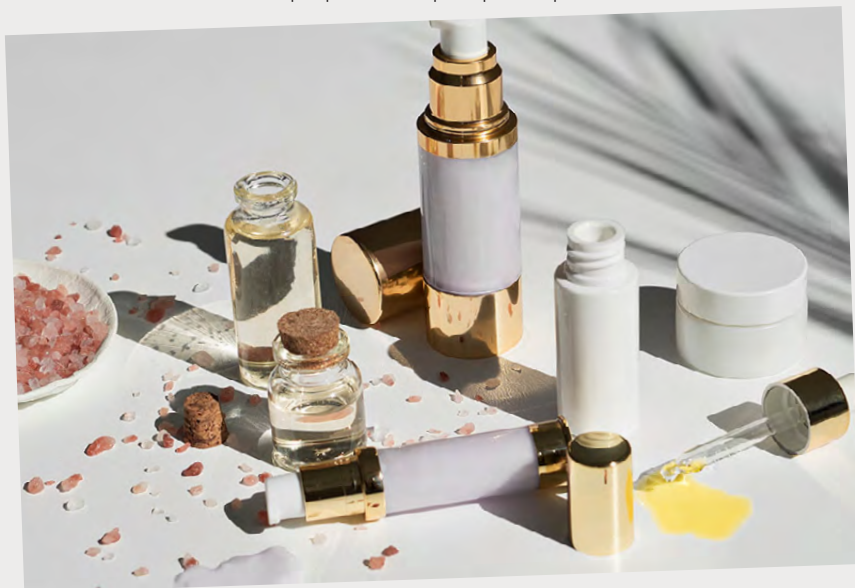
## Exhibitions

# Προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας: Ένας μικρός οδηγός με όλα όσα πρέπει να γνωρίζετε

Με την μεγαλύτερη διεθνή εμπορική έκθεση ιδιωτικής ετικέτας PLMA 2024 World of Private Label, να ανοίγει τις πύλες τις σήμερα 28 Μαΐου στο συνεδριακό κέντρο RAI του Άμστερνταμ το ExportGreece παρουσιάζει ένα σύντομο οδηγό με όλα όσα πρέπει να γνωρίζει κανείς για τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

## Τι είναι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας;

Τα Private Label προϊόντα περιλαμβάνουν όλα τα εμπορεύματα που πωλούνται υπό το εμπορικό σήμα ενός λιανοπωλητή. Το εμπορικό σήμα μπορεί να είναι το όνομα του λιανοπωλητή ή ένα όνομα που δημιουργήθηκε αποκλειστικά από τον εν λόγω πωλητή. Σε ορισμένες περιπτώσεις, ένας λιανέμπορος μπορεί να ανήκει σε έναν όμιλο χονδρικής που κατέχει τα εμπορικά σήματα τα οποία είναι διαθέσιμα μόνο στα μέλη του ομίλου.



## Ποια είναι αυτά τα προϊόντα;

Τα μεγάλα σούπερ μάρκετ, οι υπεραγορές, τα φαρμακεία και οι εκπαιδευτικές επιχειρήσεις προσφέρουν προϊόντα με το εμπορικό σήμα του εκάστοτε εμπόρου λιανικής πώλησης. Η ιδιωτική ετικέτα καλύπτει σειρές φρέσκων, κονσερβοποιημένων, κατεψυγμένων και ξηρών τροφίμων- σνακ, ethnic σπεσιαλιτέ, τροφές για κατοικίδια ζώα, υγεία και ομορφιά, μη συνταγογραφούμενα φάρμακα, καλλυντικά, προϊόντα οικιακής χρήσης και πλυντηρίου, DIY, είδη για το γκαζόν και τον κήπο, χρώματα, σιδηρικά, φροντίδα αυτοκινήτων.

## Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της ιδιωτικής ετικέτας;

Για τον καταναλωτή, η ιδιωτική ετικέτα αντιπροσωπεύει την επιλογή και την ευκαιρία να αγοράζει τακτικά ποιοτικά τρόφιμα και άλλα προϊόντα με εξοικονόμηση χρημάτων σε σύγκριση με τις μάρκες του κατασκευαστή, χωρίς να περιμένει τις τιμές προσφοράς.

Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αποτελούνται από τα ίδια ή καλύτερα συστατικά από τα εμπορικά σήματα του κατασκευαστή, και επειδή το όνομα ή το σύμβολο του λιανοπωλητή βρίσκεται στη συσκευασία, ο καταναλωτής είναι βέβαιος ότι το προϊόν πληροί τα πρότυπα ποιότητας και τις προδιαγραφές του λιανοπωλητή.

## Ποιος κατασκευάζει τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας;

**Οι κατασκευαστές προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας κατατάσσονται σε τρεις κατηγορίες:**

- Μεγάλοι κατασκευαστές που παράγουν τόσο τις δικές τους μάρκες όσο και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.
- Μικροί και μεσαίου μεγέθους κατασκευαστές που εξειδικεύονται σε σειρές προϊόντων και επικεντρώνονται σχεδόν αποκλειστικά στην παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.
- Μεγάλοι λιανοπωλητές και χονδρέμποροι που λειτουργούν τις δικές τους μονάδες παραγωγής και παρέχουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας για τα καταστήματά τους.

## Special Report

# PLMA 2024: Έρευνα δείχνει πως οι ιδιωτικές ετικέτες κατακτούν τις καρδιές και τα... πορτοφόλια των καταναλωτών

**Το 2023, οι Ευρωπαίοι καταναλωτές αγόρασαν περισσότερα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας από ό,τι το 2022.**

Αυτή η αύξηση αποτελεί αξιοσημείωτη διαφορά σε σχέση με ακριβώς ένα χρόνο πριν καθώς το 2022 η ιδιωτική ετικέτα κέρδισε μερίδιο στην αγορά καθώς η μείωση του όγκου της ήταν μικρότερη από την πτώση των πωλήσεων των επώνυμων προϊόντων.

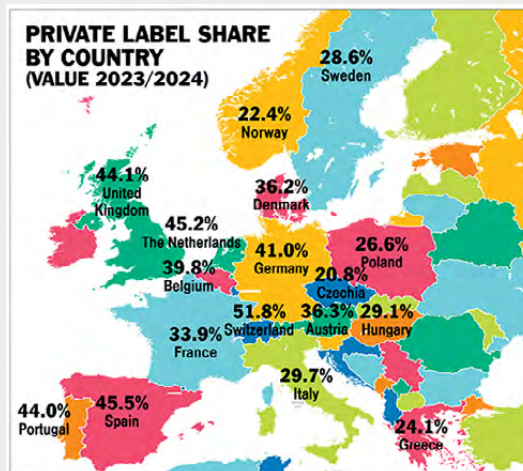
Το 2022, τόσο τα επώνυμα όσο και τα προϊόντα δικής ετικέτας δεν μπόρεσαν να φτάσουν τα επίπεδα πωλήσεων του 2021, τα οποία κορυφώθηκαν ως αποτέλεσμα του Covid-19. Το 2023 όμως οι καταναλωτές στράφηκαν μαζικά προς τις ιδιωτικές ετικέτες, καθώς πολλοί ανησυχούσαν για τα υψηλά ποσοστά πληθωρισμού.

Στην τελευταία έκδοση της International Private Label Yearbook της PLMA για το πρώτο τρίμηνο του 2024, τα στοιχεία δείχνουν ακμάζοντα μερίδια αγοράς ιδιωτικής ετικέτας σε 17 ευρωπαϊκές χώρες, όπως αναφέρει η NielsenIQ.

## Κυρίαρχη η Ευρώπη

Το συνολικό μερίδιο της ιδιωτικής ετικέτας παρουσίασε αύξηση, φτάνοντας το 38,2% με βάση τα στοιχεία του πρώτου τριμήνου του 2024, σημειώνοντας αύξηση 0,9% σε σύγκριση με το πρώτο τρίμηνο του 2023. Η έρευνα της NielsenIQ καταδεικνύει αξιοσημείωτη αύξηση των εμπορικών σημάτων λιανικής πώλησης σε 16 από τις 17 χώρες που αναλύθηκαν, με μοναδική εξαίρεση την Ελβετία, όπου παρατηρείται μικρή μείωση του μεριδίου ιδιωτικής ετικέτας.

Η Ευρώπη συνεχίζει να επιβεβαιώνει την κυριαρχία της στην παγκόσμια αγορά ιδιωτικής ετικέτας, με 10 αγορές να διατηρούν μερίδιο αγοράς άνω του 30% και 6 αγορές να ξεπερνούν το όριο του 40%. Αξιοσημείωτη αύξηση του μεριδίου ιδιωτικής ετικέτας παρατηρήθηκε στην Πορτογαλία (+3,1%), την Ισπανία (+1,7%), τη Γαλλία (+1,3%) και την Τσεχία (+1,1%). Παρά την πτώση, η Ελβετία διατηρεί τη θέση της ως η χώρα με το υψηλότερο μερίδιο στις 17



χώρες, το οποίο ανέρχεται στο 51,8% (-0,1% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος).

Το συγκεντρωτικό μερίδιο της ιδιωτικής ετικέτας στις μεγαλύτερες αγορές της Ευρώπης - Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο και Γαλλία - ανέρχεται στο 40,1%, σημειώνοντας αύξηση 1,0% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Σημαντική ανάπτυξη παρατηρήθηκε σε κατηγορίες όπως τα κατεψυγμένα τρόφιμα, τα ζαχαρωτά και τα σνακ.

Η Ισπανία και η Πορτογαλία παρουσίασαν αξιοσημείωτη αύξηση ιδίως στα κατεψυγμένα τρόφιμα (+2,9%). Ωστόσο, η κατηγορία της υγειονομικής περίθαλψης στις χώρες αυτές σημείωσε μείωση του μεριδίου της. Το Βέλγιο και η Ολλανδία παρουσίασαν μια μέτρια αύξηση 0,3% στο μερίδιο της ιδιωτικής ετικέτας, με σημαντική αύξηση να παρατηρείται στις κατηγορίες των περιβαλλοντικών τροφίμων, των χάρτινων προϊόντων και της υγειονομικής περίθαλψης.

Οι σκανδιναβικές χώρες σημείωσαν συνολικά αύξηση 0,8% στο μερίδιο ιδιωτικής ετικέτας, με τα προϊόντα χαρτιού να παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση (+2,0%), ενώ τα αλκοολούχα ποτά σημείωσαν μείωση (-0,7%). Στην Ανατολική Ευρώπη, το μερίδιο της ιδιωτικής ετικέτας αυξάνεται, ιδίως στα ευπαθή τρόφιμα και στα προϊόντα χαρτιού, αν και με μείωση στην κατηγορία της υγειονομικής περίθαλψης.

Τα στοιχεία της NielsenIQ δείχνουν ότι τα ευαλλοιώτα & κατεψυγμένα τρόφιμα, τα γλυκίσματα & σνακ και τα τρόφιμα περιβάλλοντος είναι οι τρεις κορυφαίες κατηγορίες όσον αφορά το μερίδιο αξίας της ιδιωτικής ετικέτας, αντιπροσωπεύοντας κατά μέσο όρο 47,3%, που αντιστοιχεί συνολικά σε 250 δισεκατομμύρια ευρώ στις 17 ευρωπαϊκές χώρες που παρακολουθήθηκαν. Οι συνολικές πωλήσεις ιδιωτικής ετικέτας σε όλες αυτές τις χώρες αυξήθηκαν κατά 31 δισεκατομμύρια ευρώ.

Με τον πληθωρισμό να αυξάνεται, οι Ευρωπαίοι καταναλωτές αγκαλιάζουν μαζικά τις ιδιωτικές ετικέτες, εκτιμώντας την τιμή και την ποιότητά τους.





Οι εγκαταστάσεις της «Αγγελάκης ΑΕ»

## Special Report

# Αγγελάκης ΑΕ: Στοχεύει στον τριπλασιασμό της παραγωγής της και άνοιγμα σε νέες αγορές

**Επενδυτικό πλάνο 30 εκατ. ευρώ, με στόχο τον τριπλασιασμό της παραγωγικής δυναμικότητας, στα 30 εκατ. πτηνά ετησίως –από 10 εκατ. σήμερα-, αλλά και το «άνοιγμα» σε νέες αγορές υλοποιεί η πτηνοτροφική εταιρεία «Αγγελάκης ΑΕ».**

Το επενδυτικό σχέδιο θα ολοκληρωθεί το 2025, όπως αναφέρει στην συνέντευξη του στο ExportGreece ο Αντώνης Σιγανός, International Sales Manager της «Αγγελάκης ΑΕ», σημειώνοντας πως σήμερα οι εξαγωγές αποτελούν πάνω από το 10% του συνολικού κύκλου εργασιών και καταγράφουν θεαματική αύξηση, της τάξης του 50% τον χρόνο.

Με ναυαρχίδα το Ελαιοπουλάκι® ή OliVchicken®, που έχει λάβει και δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, η εταιρεία σχεδιάζει τώρα νέα προϊόντα και έτοιμα γεύματα. Ενώ έχει στόχο τη διείσδυση στις αγορές της Μέσης Ανατολής και της Ασίας.

Ακολουθεί η συνέντευξη του κ. Αντώνη Σιγανού International Sales Manager της πτηνοτροφικής «Αγγελάκης ΑΕ».

*Αντώνης Σιγανός, International Sales Manager της «Αγγελάκης»*





**Αγγελάκης**  
Η τέχνη στη γεύση



Οικογένεια Αγγελάκη

**Πείτε μας δύο λόγια για το πώς και πότε ξεκίνησε η εταιρεία Αγγελάκης.**

Η ιστορία της εταιρείας μας ξεκινάει το 1962 όταν ο Νικόλαος και η Παναγιώτα Αγγελάκη δημιούργησαν μία μικρή, πτηνοτροφική επιχείρηση με έδρα την Χαλκίδα. Με όραμα, σκληρή δουλειά και προσήλωση στον στόχο, η επιχείρηση σταδιακά μετατράπηκε σε μια από τις κορυφαίες καθετοποιημένες μονάδες παραγωγής κοτόπουλου στην Ελλάδα, η οποία όμως διατηρεί αναλλοίωτη την οικογενειακή παράδοση και ανθρωποκεντρική φιλοσοφία της. Σήμερα, η Αγγελάκης, συμβάλει ενεργά τόσο στην τοπική όσο και στην εθνική οικονομία (με τις εξαγωγές της) και προσφέρει εκατοντάδες άμεσες και έμμεσες θέσεις εργασίας σε διαφορετικά τμήματα της εφοδιαστικής αλυσίδας.

**Ποια είναι τα επιχειρηματικά και επενδυτικά σας πλάνα για το μέλλον; Υλοποιείτε κάποιο αυτή την περίοδο;**

Τα επιχειρηματικά μας πλάνα για την ερχόμενη τριετία περιλαμβάνουν κυρίως τη γεωγραφική επέκταση των προϊόντων σε νέα κανάλια διανομής και χώρες στρατηγικής σημασίας. Στην παρούσα φάση υλοποιούμε επενδυτικό πρόγραμμα αξίας 30 εκατ. ευρώ το οποίο αφορά όλο το φάσμα της καθετοποιημένης λειτουργίας μας και περιλαμβάνει μεταξύ άλλων: την επέκταση των κτιριακών μας εγκαταστάσεων έτσι ώστε να μπορούν να υποστηρίξουν τριπλασιασμό της δυναμικότητάς μας, την εγκατάσταση νέων γραμμών παραγωγής και συσκευασίας, τον εκσυγχρονισμό στις υφιστάμενες φάρμες εκτροφής αλλά και τη δημιουργία νέων, τη δημιουργία μονάδας προψημένων προϊόντων και έτοιμων γευμάτων, την υιοθέτηση πράσινων πρωτοβουλιών, αλλά και την ψηφιακή μας μετάβαση. Το επενδυτικό πλάνο αναμένεται να ολοκληρωθεί σταδιακά

μέχρι το 2025, με στόχο την ισχυροποίηση της παρουσίας της εταιρείας τόσο σε πανελλαδικό όσο και διεθνές επίπεδο, κάνοντας τα προϊόντα Αγγελάκης προσβάσιμα σε μεγαλύτερη μερίδα καταναλωτών.

**Η Αγγελάκης έχει έντονο εξαγωγικό χαρακτήρα. Πείτε μας σε ποιες χώρες εξάγετε τα προϊόντα σας και σε ποιες αγορές θα θέλατε να επεκταθείτε.**

Πράγματι, ειδικά την τελευταία τριετία, έχουμε σημειώσει αξιοσημείωτη ανάπτυξη στον τομέα των εξαγωγών, με τις τελευταίες να αποτελούν πλέον πάνω από το 10% του συνολικού κύκλου εργασιών μας και να καταγράφουν θεαματική αύξηση, της τάξης του 50% κάθε χρόνο! Σήμερα, τα προϊόντα Αγγελάκης με ναυαρχίδα την προϊοντική σειρά Ελαιοπουλάκι® ή OliVchicken®, όπως θα τη βρει κανείς στο εξωτερικό, εξάγονται σε 3 από τις 5 Ηπείρους, με κυριότερες αγορές αυτές των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων, του Χονγκ Κονγκ και βέβαια της Κεντρικής Ευρώπης. Το ενδιαφέρον μας για την επόμενη διετία έχει στραφεί στη Μέση Ανατολή και την Ασία, δύο αγορές που παρουσιάζουν πολύ μεγάλη δυναμική και στις οποίες επιδιώκουμε να εδραιωθούμε περαιτέρω.

**Ποια είναι η δυναμικότητα του εργοστασίου σας και πόσα άτομα απασχολείτε;**

Σήμερα, η Αγγελάκης απασχολεί άμεσα στις εγκαταστάσεις της, η πλειοψηφία των οποίων βρίσκονται στην Εύβοια, πάνω από 200 εργαζόμενους, αποτελώντας μία από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στον Νομό Ευβοίας. Η τρέχουσα δυναμικότητά της αγγίζει τα 10.000.000 πτηνά ετησίως, η οποία με την ολοκλήρωση των επενδύσεων, εντός του 2025, θα τριπλασιαστεί.



**Ελαιοπουλάκι®**

**Η ναυαρχίδα των προϊόντων σας, το Ελαιοπουλάκι®, έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη χιλιάδων καταναλωτών σε όλο τον κόσμο. Τι θα λέγατε πως είναι αυτό που κάνει τη συγκεκριμένη προϊοντική σειρά να ξεχωρίζει;**

Το Ελαιοπουλάκι® είναι ένα πραγματικά καινοτόμο προϊόν χάρη στο μοναδικό τρόπο εκτροφής του, ο οποίος προσδίδει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στο κρέας του όπως και διατροφικά οφέλη. Χαρακτηριστικά τόσο γευστικά όσο και θρεπτικά. Το χρυσαφένιο χρώμα, το ζουμερό κρέας και η πλούσια, γεμάτη γεύση που σε ταξιδεύει, σε συνδυασμό με την θρεπτική του αξία και τα πρόσθετα οφέλη για την υγεία που προσφέρει, είναι κάποια από αυτά τα χαρακτηριστικά που το καθιστούν



μοναδικό. Πα τη μοναδικότητά του μάλιστα, έχει λάβει και δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Η σειρά Ελαιοπουλάκι® περιλαμβάνει εκτός από ολόκληρο κοτόπουλο και φιλέτο στήθος, φιλέτο μπούτι και προϊόντα που καλύπτουν πιο απαιτητικές διατροφικές ανάγκες, προσφέροντας ταυτόχρονα ευκολία και οικονομία χρόνου, όπως το gluten-free χειροποίητο μπιφτέκι κοτόπουλου με βρώμη ολικής άλεσης, λαχανικά, ελαιόλαδο και κourkouμά.

**Φέτος γιορτάζετε μία από τις μακροβιότερες συνεργασίες σας με τα καταστήματα KFC. Πείτε μας δύο λόγια για αυτή την 25ετή συνεργασία.**

Πράγματι, η KFC είναι από τους μακροβιότερους και πιο στενούς μας συνεργάτες. Όπως αντιλαμβάνεστε, ήταν μεγάλη τιμή για εμάς το γεγονός ότι, 25 χρόνια πριν, η KFC μας εμπιστεύτηκε να αναλάβουμε την τροφοδοσία των καταστημάτων της στην Ελλάδα. Σε μια εποχή που η ποιότητα και η ασφάλεια των προϊόντων αλλά και τα διεθνή πρότυπα, δεν ήταν στο επίπεδο που είναι σήμερα, η KFC μάς επέλεξε, μας εμπιστεύτηκε και μας μετέφερε την τεχνογνωσία της σε όλα τα επίπεδα. Από την πρώτη ημέρα της συνεργασίας μέχρι και σήμερα, ανταποκρινόμαστε πλήρως στα υψηλά standards αυτού του παγκόσμιου brand, υιοθετώντας πρακτικές που εξασφαλίζουν την υψηλή ποιότητα και ασφάλεια των προϊόντων, την ευζωία των πουλερικών και βέβαια τη βιώσιμη ανάπτυξη.

**Συμμετέχετε σε διεθνείς εκθέσεις τροφίμων. Πόσο σημαντικές πιστεύετε πως είναι για την προώθηση των προϊόντων σας στο εξωτερικό και σε ποιες θα συμμετάσχετε μέσα στο 2024;**

Η δυναμική παρουσία μας σε διεθνείς εκθέσεις τροφίμων είναι τα τελευταία χρόνια στρατηγικής σημασίας για εμάς, καθώς αποτελεί μια εξαιρετική ευκαιρία για την ενίσχυση της εξωστρέφειάς μας, δημιουργώντας νέες προοπτικές τόσο στις αγορές που ήδη δραστηριοποιούμαστε όσο και σε χώρες στις οποίες



25 χρόνια Αγγελάκης - KFC

δεν έχουμε ακόμη παρουσία. Επόμενος σταθμός για το 2024, είναι η Sial, τον ερχόμενο Οκτώβριο, στο Παρίσι, μέσω της οποίας σκοπεύουμε να ενισχύσουμε ακόμη περισσότερο το αποτύπωμα της εταιρείας μας στον παγκόσμιο χάρτη των τροφίμων και ειδικά στα κανάλια του Retail και του Food Service.

**Το μότο της εταιρείας σας είναι «Η τέχνη στη γεύση». Τι πιστεύετε πως σας κάνει να ξεχωρίζετε από τον ανταγωνισμό σε αυτό το κομμάτι.**

Η φράση «Η τέχνη στη γεύση» δεν είναι απλά το μότο μας, αλλά κομμάτι του DNA της εταιρείας μας. Τα προϊόντα μας ξεχωρίζουν για την κορυφαία γεύση τους. Ότι φέρει την υπογραφή Αγγελάκης, παράγεται με μεράκι, αγάπη και αφοσίωση, φέρνοντας την τέχνη στην καθημερινότητά μας. Και όλα αυτά υπό την εγγύηση των πιο αυστηρών διεθνών προτύπων ποιότητας και ασφάλειας. Στην Αγγελάκης ΑΕ σεβόμαστε το περιβάλλον και δίνουμε μεγάλη βαρύτητα στη δημιουργία ιδανικών συνθηκών εκτροφής για τα πουλερικά μας. Παράγουμε νόστιμα και ποιοτικά προϊόντα που προσφέρουν συναισθήματα απόλαυσης και χαράς στο τραπέζι μας.



Οι εγκαταστάσεις της «Αγγελάκης ΑΕ»

Good News

# Εθνικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για τα κοτόπουλα ελεύθερης βοσκής ΑΠΣΙ ΠΙΝΔΟΣ

**Ο Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Ιωαννίνων, ΑΠΣΙ ΠΙΝΔΟΣ, αποτελεί πρότυπο στον κλάδο της Πτηνοτροφίας και ηγείται των εξελίξεων, τόσο στις μεθόδους εκτροφής καθώς και σε σύγχρονες τεχνολογίες μεταποίησης και συσκευασίας προϊόντων από κρέας κοτόπουλου.**

Τα κοτόπουλα «Ελεύθερης Βοσκής» τα οποία παράγει και διαθέτει στην εγχώρια αγορά για περισσότερα από είκοσι χρόνια, χαρακτηρίζονται από ανώτερα γευστικά χαρακτηριστικά και έχουν πολύ υψηλή διατροφική αξία. Η γνησιότητά τους διασφαλίζεται μέσω της εφαρμογής μια σειράς από πιστοποιήσεις (π.χ. το πρότυπο AGRO 11) και φυσικά διεξαγωγής ελέγχων από τους αντίστοιχους Οργανισμούς Πιστοποίησης (AgroCert), τις Επίσημες Αρχές, αλλά ορισμένες φορές και από μεγάλους πελάτες του λιανεμπορίου. Τα προϊόντα αυτά έχουν πολύ μεγάλη αποδοχή στη χώρα μας, διαγράφοντας μια εντυπωσιακή πορεία στην ελληνική αγορά, ενώ ταυτόχρονα τα τελευταία χρόνια σημειώνουν εξαιρετική επιτυχία στο εξωτερικό.

Ωστόσο μέχρι τώρα δεν υπήρχε διαθέσιμη, σε παγκόσμιο επίπεδο, κανενός είδους αντικειμενική ποσοτική μέτρηση γνησιότητας που να επιβεβαιώνει ότι ένα κοτόπουλο είναι Ελεύθερης Βοσκής. Δηλαδή έχει εκτραφεί σύμφωνα με τα παραπάνω ελληνικά πρότυπα και την αντίστοιχη ευρωπαϊκή νομοθεσία.

Η ΠΙΝΔΟΣ σε συνεργασία με το Ελληνικό Ινστιτούτο Παστέρ ανακάλυψε, μετά από 3 χρόνια έρευνας, έναν ανοσοολογικό δείκτη επιβεβαίωσης της γνησιότητας των κοτόπουλων Ελεύθερης Βοσκής. Ταυτόχρονα από τη συνεργασία με το Τμήμα Χημείας του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων προέκυψε ένας αντίστοιχος βιοχημικός δείκτης γνησιότητας αυτού του τρόπου εκτροφής. Οι συγκεκριμένοι δύο δείκτες είναι σχετικά εύκολο να μετρηθούν σε ένα κατάλληλα εξοπλισμένο εργαστήριο. Πρόσφατα κατοχυρώθηκαν στον Οργανισμό Βιομηχανικής



Ιδιοκτησίας με Εθνικό Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας (αρ. 1010640). Ο τίτλος του Διπλώματος είναι «Μέθοδοι διάκρισης-πιστοποίησης κοτόπουλων «Ελευθέρας Βοσκής» με τη χρήση ποσοτικών Βιοχημικών και Ανοσοολογικών Δεικτών».

Αξίζει να αναφερθεί ότι οι ελληνικές ερευνητικές ομάδες που μετείχαν στο έργο αυτό βραβεύτηκαν σε διεθνή επιστημονικά συνέδρια για την πρωτοτυπία της έρευνας που πραγματοποίησαν. Συντονιστής της έρευνας ήταν ο Ομότιμος Καθηγητής Βιοχημείας κ. Δημόκριτος Τσουκάτος, ενώ για το Ελληνικό Ινστιτούτο Παστέρ επικεφαλής ήταν η Δρ Πηγή Λυμπέρη, Διευθύντρια Ερευνών. Επικεφαλής για την ερευνητική ομάδα του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων ο κ. Βασίλειος Τσίκαρης, Καθηγητής Οργανικής Χημείας.

Αυτοί οι δείκτες γνησιότητας της εκτροφής θα προστατεύσουν τον καταναλωτή από πιθανότητα νοθείας των συγκεκριμένων προϊόντων. Ενώ παράλληλα προστατεύεται και ο Έλληνας πτηνοτρόφος που σήμερα σε ορεινές περιοχές της Ηπείρου εκτρέφει κοτόπουλα Ελεύθερης Βοσκής συχνά σε μικρές φάρμες. Δεν είναι καθόλου τυχαίο ότι η ΠΙΝΔΟΣ πρώτη καθιέρωσε πριν μερικές δεκαετίες και διέδωσε στην Ελλάδα αυτό τον τρόπο εκτροφής και τα αντίστοιχα προϊόντα και παρασκευάσματα από κρέας κοτόπουλου.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του καινοτόμου ερευνητικού προγράμματος με τίτλο «Πρωτοποριακοί Ιχνηλάτες ως Νέοι Δείκτες Ορισμού Συστημάτων «Ελεύθερης Βοσκής» σε συνεργασία με το Εργαστήριο Βιοχημείας του Τμήματος Χημείας του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων και το Εργαστήριο Ανοσοολογίας του Ελληνικού Ινστιτούτου Παστέρ στα πλαίσια της Δράσης «ΕΡΕΥΝΩ-ΔΗΜΙΟΥΡΓΩ-ΚΑΙΝΟΤΟΜΩ» που εντάσσεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ» (ΕΠΑνεΚ) 2014-2020.

Η έρευνα και καινοτομία αποτελεί βασικό πυλώνα της στρατηγικής ανάπτυξης της ΠΙΝΔΟΣ και με γνώμονα πάντα την προστασία των καταναλωτών του, βασική θεμελιώδης αρχή του εδώ και 66 χρόνια λειτουργίας του.



# Διεθνής καινοτομία από την εταιρία Protection με τα τεντόπανα Biotection

**Η αμιγώς ελληνική εταιρία Protection παρουσιάζει τη διεθνή καινοτομία στα υφάσματα σκίασης με την οικολογική σειρά Biotection, η οποία περιλαμβάνει υφάσματα σκίασης υψηλής αντοχής από ανακυκλωμένα μπουκάλια, χωρίς τοξικά.**

Για τη διασφάλιση ενός πιο πράσινου μέλλοντος, η εταιρία δημιούργησε τα προϊόντα Biotection, μια απόδειξη της αφοσίωσής της στην αναζήτηση της βιωσιμότητας. Δίνοντας προτεραιότητα σε διαδικασίες με το χαμηλότερο δυνατό περιβαλλοντικό αποτύπωμα και επιλέγοντας ειδικές βιώσιμες πρώτες ύλες η εταιρία Protection δημιούργησε μια σειρά προϊόντων φιλικών τόσο για το περιβάλλον όσο και για τον άνθρωπο, παρουσιάζοντας στο εγχώριο και διεθνές κοινό την πρώτη συλλογή βιώσιμων υφασμάτων σκίασης στην αγορά.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα προϊόντα Biotection φέρουν

μια σειρά πιστοποιήσεων επιβεβαιώνοντας τη δέσμευση της εταιρίας στη δημιουργία τεντόπανων που σέβονται τον άνθρωπο και τον πλανήτη.

Η εταιρία Protection εμπνέει την αλλαγή και ενισχύει τον βιώσιμο τρόπο ζωής προσφέροντας πρακτικές λύσεις σκίασης τόσο για επαγγελματική όσο και για οικιακή χρήση.

## Ποια είναι η εταιρία PROTECTION

Η εταιρία PROTECTION – ΝΙΚΟΛΑΟΥ Α. Α.Β.Ε.Ε. είναι μια από τις πλέον αναγνωρισμένες εταιρείες τεχνικών υφασμάτων σκίασης στην Ελληνική και Ευρωπαϊκή Αγορά με ιστορία στο χώρο της κλωστοϋφαντουργίας από το 1960. Εξειδικευμένη στην ολοκληρωμένη κάθετη παραγωγή υφασμάτων σκίασης, έχει ταυτιστεί απόλυτα με την τεχνολογία και την ποιότητα σε όλα της τα προϊόντα. Διαθέτει πλήρως εξοπλισμένη, ιδιόκτητη, βιομηχανική μονάδα στα Οινόφυτα Βοιωτίας, κεντρικά γραφεία και αποθήκες στις Αχαρνές Αττικής.





Το παραδοσιακό «δέσιμο της κορδέλας» που ενώνει τους 2 προορισμούς, με το πλήρωμα του αεροσκάφους και τους εκπροσώπους της United και του αεροδρομίου της Αθήνας.

## Flight Mode

# United Airlines: Νέα, καθημερινή απευθείας πτήση από την Αθήνα προς το Σικάγο Ο'Ηαρε

Η United Airlines εγκαινίασε μια νέα, καθημερινή εποχική απευθείας σύνδεση μεταξύ του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών και του βασικού κόμβου της στο Σικάγο Ο'Ηαρε. Με την εισαγωγή αυτής της νέας πτήσης, η United αυξάνει τις πτήσεις από την Ελλάδα κατά πάνω από 30% για το 2024.

Η νέα αυτή πτήση από την Αθήνα προς το Σικάγο Ο'Ηαρε έρχεται να προστεθεί στις ήδη υπάρχουσες πτήσεις της United από την Ελλάδα, οι οποίες ξεκίνησαν νωρίτερα φέτος. Συγκεκριμένα, η United Airlines προσφέρει μια καθημερινή εποχική σύνδεση από την Αθήνα προς τη Νέα Υόρκη/Νιούαρκ από τις 31 Μαρτίου και προς την Ουάσιγκτον Dulles από τις 15 Απριλίου 2024.

Αυτή η αύξηση στις πτήσεις ενισχύει σημαντικά τις ταξιδιωτικές επιλογές για τους επιβάτες μεταξύ της Ελλάδας και των Ηνωμένων Πολιτειών, καθιστώντας ευκολότερη τη σύνδεση με δύο σημαντικούς αμερικανικούς κόμβους και διευκολύνοντας τόσο τα επαγγελματικά όσο και τα τουριστικά ταξίδια.

Όπως δήλωσε ο Thorsten Lettnin, Διευθυντής Πωλήσεων της United για την Κεντρική Ευρώπη, τη

**UNITED  
AIRLINES** 

A STAR ALLIANCE MEMBER 

Μέση Ανατολή, την Αφρική, την Ινδία και το Ισραήλ: «Είμαστε ενθουσιασμένοι που επεκτείνουμε περαιτέρω το δίκτυο των δρομολογίων μας στην Ευρώπη με την εισαγωγή αυτής της νέας πτήσης από την Αθήνα προς τον βασικό κόμβο μας στο Σικάγο. Η αύξηση των πτήσεων κατά πάνω από 30 τοις εκατό είναι εξαιρετικά νέα για τους πελάτες μας που ταξιδεύουν από την Ελλάδα, καθώς παρέχει ακόμα περισσότερες επιλογές ταξιδιού, έναν άμεσο σύνδεσμο με την μητροπολιτική περιοχή του Σικάγο, καθώς και τη δυνατότητα σύνδεσης μέσω των κόμβων μας στις ΗΠΑ με περισσότερους από 130 προορισμούς σε όλη την Αμερική».

Η κα Ιωάννα Παπαδοπούλου, Διευθύντρια Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών ανέφερε με την σειρά της πως: «Καθώς έχουμε εισέλθει σε μια ιδιαίτερα δυναμική θερινή περίοδο, η ανακοίνωση



της United Airlines για την έναρξη της καθημερινής απευθείας εποχικής πτήσης από την Αθήνα προς το Σικάγο είναι μια συναρπαστική εξέλιξη! Μαζί με τις πολύ επιτυχημένες συνδέσεις της εταιρείας προς τη μητροπολιτική Νέα Υόρκη και την πρωτεύουσα Ουάσιγκτον, η προσθήκη της «Πόλης των Ανέμων» ενισχύει τη διασυνδεσιμότητά μας και παρέχει ακόμη περισσότερες επιλογές για τους υπερατλαντικούς επιβάτες με το κορυφαίο προϊόν της United. Ήδη από την αρχή του έτους, η αμερικανική αγορά δείχνει εντυπωσιακή ανάπτυξη και κατατάσσεται συνεχώς στην κορυφή των σημαντικότερων και δημοφιλέστερων αγορών μας. Θα θέλαμε να εκφράσουμε τις καλύτερες ευχές μας στον αεροπορικό μας συνεργάτη για μια πολύ επιτυχημένη σεζόν και να επιβεβαιώσουμε τη σταθερή δέσμευσή μας να παραμείνουμε πλήρως 'UNITED' στην υποστήριξη των αναπτυξιακών σχεδίων της αεροπορικής εταιρείας προς και από την Αθήνα.»

Athens (ATH) – Chicago O'Hare (ORD)

Flight	From	To	Depart	Arrive	Frequency	Aircraft	Dates of operation
UA 423	ATH	ORD	12:35	16:15	Daily	Boeing 787-8	24 May – 27 August 2024
UA 422	ORD	ATH	16:30	10:45 <sup>+</sup>	Daily	Boeing 787-8	23 May – 26 August 2024

All times are local and are subject to change.

Η νέα πτήση από την Αθήνα προς το Σικάγο O'Hare υπογραμμίζει την ηγετική θέση της United μεταξύ των αμερικανικών αεροπορικών εταιρειών, ως η μεγαλύτερη αεροπορική εταιρεία στον Ατλαντικό, με απευθείας πτήσεις από 37 διατλαντικούς προορισμούς για το καλοκαίρι του 2024, ο μεγαλύτερος αριθμός στην ιστορία της και περισσότερους προορισμούς από όλους τους άλλους αμερικανικούς αερομεταφορείς μαζί.

Η νέα εποχική πτήση της United από την Αθήνα προς το Σικάγο O'Hare θα πραγματοποιείται με αεροσκάφη Boeing 787-8 Dreamliner, που διαθέτουν 28 θέσεις United Polaris<sup>SM</sup> business class με lie-flat κλίνες, 21 θέσεις United Premium Plus<sup>SM</sup> premium economy, 36 θέσεις Economy Plus<sup>SM</sup> και 158 standard economy θέσεις.

Ο επαναστατικός σχεδιασμός του Dreamliner προσφέρει στους επιβάτες πολλά χαρακτηριστικά για αυξημένη άνεση, όπως μεγάλα παράθυρα, ευρύχωρο υπερυψωμένο αποθηκευτικό χώρο και σύγχρονο φωτισμό LED, που προσομοιώνει ένα πλήρες 24ωρο, βοηθώντας τους επιβάτες να προσαρμόσουν το εσωτερικό ρολόι τους κατά τη διάρκεια της διατλαντικής πτήσης. Επιπλέον, η χαμηλότερη πίεση καμπίνας, ο καθαρότερος αέρας και η πιο ομαλή πτήση βοηθούν τους επιβάτες να αισθάνονται ξεκούραστοι κατά την άφιξη.

• Η **United Polaris business class** είναι μια premium εμπειρία ταξιδιού που δίνει προτεραιότητα στη χαλάρωση και την άνεση, προσφέροντας υψηλού επιπέδου διατροφή κατά τη διάρκεια της πτήσης, καθώς και προϊόντα και υπηρεσίες από τα Therabody και Saks Fifth Avenue και θέσεις

που μπορούν να μετατραπούν πλήρως σε κρεβάτι, με ελεύθερη πρόσβαση από όλους τους διαδρόμους.

- Η **United Premium Plus** διαθέτει ευρύχωρη θέση με περισσότερο χώρο για τα πόδια, τους αγκώνες και μεγαλύτερη κλίση από μια κανονική θέση Economy Plus ή οικονομική θέση, καθώς και ένα σετ προϊόντων, κουβέρτα της Saks Fifth Avenue και άνετο μαξιλάρι.
- Η **United Economy Plus** προσφέρει επιπλέον χώρο για τα πόδια και αυξημένο προσωπικό χώρο. Τοποθετημένη στην μπροστινή πλευρά της καμπίνας οικονομικής θέσης, οι θέσεις προσφέρουν το πλεονέκτημα μιας ταχύτερης εξόδου από το αεροπλάνο κατά την άφιξη. Οι θέσεις Economy Plus είναι διαθέσιμες σε όλες τις διατλαντικές πτήσεις.
- Η **United Economy** προσφέρει δωρεάν φαγητό, αναψυκτικά, χυμούς, μπύρα και κρασί, τσάι, καφέ και ψυχαγωγία κατά τη διάρκεια της πτήσης. Στα περισσότερα αεροσκάφη, οι θέσεις διαθέτουν ρυθμιζόμενο προσκέφαλο και προσωπικό σύστημα ψυχαγωγίας κατά παραγγελία.

Από αριστερά, κ. Erik Jonathan Holmgren, Economic Counselor Πρεσβεία των ΗΠΑ στην Αθήνα, κ. Ιωάννα Παπαδοπούλου, ΔΔΑ, Διευθύντρια Επικοινωνίας & Μάρκετινγκ και κ. Thorsten Lettnin, United - Sales Director Continental Europe and India



## Tourism

# ΕΟΤ και Wego φέρνουν πιο κοντά την Ελλάδα στους ταξιδιώτες από τη Μέση Ανατολή

**Η Wego, η κορυφαία ταξιδιωτική εφαρμογή και πλατφόρμα στη Μέση Ανατολή και Βόρεια Αφρική (MENA), ανακοίνωσε με ενθουσιασμό τη νέα της συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ). Αυτή η συνεργασία στοχεύει στην προώθηση της Ελλάδας ως κορυφαίου ταξιδιωτικού προορισμού στις αγορές της Μέσης Ανατολής, με έμφαση στις χώρες της Σαουδικής Αραβίας, των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων, του Κουβέιτ και του Μπαχρέιν.**

Μέσω αυτής της στρατηγικής συνεργασίας, η Wego και ο ΕΟΤ επιδιώκουν να ενισχύσουν την προβολή της Ελλάδας ως ελκυστικού προορισμού, προσελκύνοντας τουρίστες από τις συγκεκριμένες αγορές. Η Ελλάδα, με την πλούσια ιστορία της, τα μοναδικά τοπία και τις εξαιρετικές τουριστικές υποδομές, προσφέρει μια ποικιλία εμπειριών που απευθύνονται σε διαφορετικά είδη τουριστών, από πολιτιστικούς και ιστορικούς ταξιδιώτες μέχρι λάτρεις της φύσης και της γαστρονομίας.

Με τον τρόπο αυτό ο ΕΟΤ θα αξιοποιήσει τις προηγμένες δυνατότητες αναζήτησης και κρατήσεων της multi-channel πλατφόρμας της Wego, για να αναδείξει την Ελλάδα ως τον απόλυτο καλοκαιρινό προορισμό. Η καμπάνια θα περιλαμβάνει μια σειρά από ειδικές προσφορές, ταξιδιωτικά πλάνα και εξατομικευμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες, σχεδιασμένες να ενθαρρύνουν τους ταξιδιώτες των χωρών της Μ. Ανατολής για να προγραμματίσουν με ευκολία τις διακοπές τους και να επισκεφτούν νέους προορισμούς στην Ελλάδα.

Ο κ. Mamoun Hmedan, Chief Business Officer της Wego, δήλωσε για τη συνεργασία: «Είμαστε ενθουσιασμένοι που συνεργαζόμαστε με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού

Not really  
a holiday.



Ο κ. Mamoun Hmedan, Chief Business Officer της Wego & ο Γ.Γ. ΕΟΤ κ. Δημήτρης Φραγκάκης

για να προωθηθεί η Ελλάδα ως ιδανικός ταξιδιωτικός προορισμός στη Μεσόγειο. Η Ελλάδα προσφέρει έναν ασύγκριτο συνδυασμό ιστορίας, πολιτισμού και φυσικής ομορφιάς, καθιστώντας την κορυφαία επιλογή για καλοκαιρινά ταξίδια. Μέσω αυτής της συνεργασίας, στοχεύουμε να εμπνεύσουμε και να διευκολύνουμε αξέχαστες ταξιδιωτικές εμπειρίες για τους χρήστες μας και να ενισχύσουμε την επισκεψιμότητα στην Ελλάδα.»

Η Ελλάδα διαθέτει εξαιρετική αεροπορική συνδεσιμότητα με τη Μέση Ανατολή, προσφέροντας απευθείας πτήσεις προς τους προορισμούς της. Μεγάλες αεροπορικές εταιρείες παρέχουν συχνές και άνετες υπηρεσίες, διευκολύνοντας τους ταξιδιώτες από τη Μέση Ανατολή να εξερευνήσουν την Ελλάδα. Η απρόσκοπτη πρόσβαση επιτρέπει στους επισκέπτες να φτάσουν γρήγορα σε δημοφιλείς ελληνικούς προορισμούς όπως η Αθήνα, η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Κρήτη και η Κέρκυρα, εξασφαλίζοντας μια άνετη και ευχάριστη ταξιδιωτική εμπειρία.

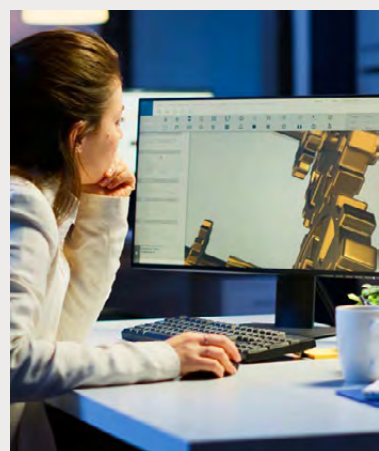
Ο Δημήτρης Φραγκάκης, Γενικός Γραμματέας του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) σχολίασε: «Είμαστε εξαιρετικά χαρούμενοι που συνεργαζόμαστε με το Wego, μια από τις πλατφόρμες με τη μεγαλύτερη επιρροή για το αραβικό κοινό. Στόχος μας είναι να προωθήσουμε την Ελλάδα ως προορισμό ιδανικό για ζευγάρια, για μεμονωμένους ταξιδιώτες, αλλά και για οικογενειακές διακοπές. Η ηπειρωτική Ελλάδα και τα νησιά αποτελούν κορυφαίες επιλογές για αναψυχή και χαλάρωση, ενώ ταυτόχρονα η Ελλάδα είναι η πατρίδα ορισμένων από τα πιο δημοφιλή ιστορικά μνημεία παγκοσμίως. Αξιοποιώντας την συχνή αεροπορική συνδεσιμότητα με χώρες της Μ. Ανατολής, ανυπομονούμε να καλωσορίσουμε Άραβες ταξιδιώτες, που θέλουν να συνδυάσουν περισσότερους από έναν προορισμούς και εμπειρίες κατά τον προγραμματισμό του ταξιδιού τους στην πλατφόρμα Wego.»



# LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



**Εκδότρια - Εμπορική Διεύθυνση:**  
Κλαίρη Στυλιάρά

**Διευθνήτης Σύνταξης:**  
Ορέστης Ζερβονικολάκης

**Creative Director:** Χρυσάνθη Αποστολάκη

**Office Manager:** Φανή Μπαρού

**Sales Coordinator:** Μαρίνα Μεγαλογιάννη

**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

