



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

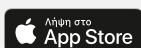


Εδώ και ενάμιση χρόνο, με την ηλεκτροκίνηση,  
η ΔΕΗ έχει αλλάξει τον τρόπο που μετακινούμαστε.

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)





05.07.2024 Τεύχος #219

**AS Company: Τα σχέδια της εταιρείας και οι νέες εξαγωγές**



**Πάνος Νικολάου: Να αναδείξουμε τα προϊόντα της Protection σε παγκόσμιο επίπεδο**



**ΑΠΕ: Οι προτάσεις του κλάδου για ανάπτυξη και εξαγωγές «πράσινου» ρεύματος**



**FDA: Απαγορεύει οριστικά το βρωμιούχο φυτικό έλαιο στις ΗΠΑ**





## Let's Talk

# Πάνος Νικολάου: Να αναδείξουμε τα προϊόντα της Protection σε παγκόσμιο επίπεδο

**Στόχος της Protection –της ελληνικής βιομηχανίας υφασμάτων σκίασης- είναι η επέκταση σε νέες γεωγραφικές περιοχές «και να αναδείξουμε τα προϊόντα μας σε παγκόσμιο επίπεδο», όπως χαρακτηριστικά λέει στην συνέντευξη του στο Export Greece ο κ. Πάνος Νικολάου, CEO της εταιρείας.**

Η εταιρεία που εξάγει ήδη σε Βαλκάνια και Ευρώπη, εστιάζει στην προστασία του περιβάλλοντος και για αυτό το σκοπό, σε συνεργασία με τον κορυφαίο Γερμανικό οίκο χημικών προϊόντων Rudolf Group, έχει αναπτύξει νέα υφάσματα σκίασης τεχνολογικά βασισμένα σε ανανεώσιμες και βιώσιμες πρώτες ύλες. Η καινοτομία των υφασμάτων που παράγει έγκειται στο ότι δεν περιέχουν τα λεγόμενα «παντοτινά πλαστικά», τα λεγόμενα PFAS, που δεν αποβάλλονται και αποτελούν κίνδυνο για το περιβάλλον και τον άνθρωπο.

Ενώ και ένα μεγάλο μέρος των ενεργειακών της αναγκών σε ρεύμα καλύπτεται πλέον από



Ο κ. Πάνος Νικολάου, CEO της Protection



ανανεώσιμη πηγή ενέργειας, καθώς έχει εγκαταστήσει φωτοβολταϊκό πάρκο στην μονάδα παραγωγής στα Οινόφυτα Βοιωτίας.

### **Πείτε μας δύο λόγια για την ιστορία της Protection.**

Η εταιρεία PROTECTION έχει μια μακρά και επιτυχημένη πορεία στην Ελληνική βιομηχανία τεχνικών υφασμάτων σκίασης, η οποία ξεκίνησε το 1960. Ιδρύθηκε από τον Αριστείδη Νικολάου ο οποίος είχε ως όραμα τη δημιουργία μιας εταιρείας που θα ξεχωρίζει για την ποιότητα και την αξιοπιστία των προϊόντων της.

Από τότε μέχρι σήμερα, η νέα γενιά της οικογένειας Νικολάου συνεχίζει αυτό το όραμα με την ίδια αφοσίωση και ενθουσιασμό. Η δέσμευσή μας για συνεχή εξέλιξη και ευελιξία μας έχει επιτρέψει να ανταποκρινόμαστε στις ανάγκες των πελατών μας αποτελεσματικά.

Η PROTECTION έχει αναπτύξει σχέσεις με τους κορυφαίους οίκους πρώτων υλών σε Γερμανία, Ολλανδία και Ιταλία, ενώ από το 2001 έχει πιστοποιηθεί με ISO 9001:2015 για το σχεδιασμό και την παραγωγή των προϊόντων της και πλέον με ISO 14001:2015 για το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης της παραγωγής της.

Παράλληλα, φροντίζει η σειρά των αδιάβροχων προϊόντων σκίασης εξωτερικών χώρων να παράγεται στην Ελλάδα, από τις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της στα Οινόφυτα και στις Αχαρνές.

### **Πόσο σημαντικό είναι για την Protection το περιβαλλοντικό αποτύπωμα;**

Στην PROTECTION η ανάπτυξη νέων καινοτόμων προϊόντων συμβαδίζει με την ισχυρή περιβαλλοντική μας συνείδηση. Γι' αυτό το σκοπό, σε συνεργασία με τον κορυφαίο Γερμανικό οίκο χημικών προϊόντων Rudolf Group, αναπτύξαμε νέα υφάσματα σκίασης τεχνολογικά βασισμένα σε ανανεώσιμες και βιώσιμες πρώτες ύλες. Χρησιμοποιώντας ως βάση υποπροϊόντα της βιομηχανίας τροφίμων εντελώς φυτικά και μη γεννητικά τροποποιημένα, συνδυασμένα με κατάλληλα πρόσθετα, καταφέραμε να προσφέρουμε στα υφάσματά μας υψηλές αδιαβροχοποιητικές ιδιότητες με τον πιο φυσικό τρόπο. Η τεχνολογία αυτή εφαρμόζεται συγκεκριμένα στα προϊόντα Biotectio, την πρώτη συλλογή βιώσιμων υφασμάτων σκίασης στην αγορά. Τα προϊόντα Biotectio είναι η απόδειξη της αφοσίωσής μας στην αναζήτηση της βιωσιμότητας. Επιπλέον, φροντίσαμε ένα μεγάλο μέρος των ενεργειακών μας αναγκών σε ρεύμα να καλύπτεται πλέον από ανανεώσιμη πηγή ενέργειας, εγκαθιστώντας πρόσφατα εξελιγμένο φωτοβολταϊκό πάρκο στην μονάδα παραγωγής μας.

Τέλος, μέσα από την παραγωγική μας εμπειρία και την τεχνολογικό εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού μας έχουμε επιτύχει την ελαχιστοποίηση κατανάλωσης φυσικών πόρων, δηλαδή νερού, στην παραγωγική μας διαδικασία.

### **Τι καινοτομίες φέρνουν τα προϊόντα Biotectio στην αγορά;**

Η ιστορία του Biotectio δεν αφορά μόνο ένα προϊόν, αλλά είναι μια σειρά συνειδητών επιλογών και καινοτόμων εφαρμογών με στόχο το σεβασμό και την προστασία του πλανήτη για τις μελλοντικές γενιές. Επιλέγοντας ειδικές βιώσιμες πρώτες ύλες πετύχαμε ένα προϊόν ιδιαίτερα φιλικό για τον άνθρωπο και το περιβάλλον, εισάγοντας μια διεθνή καινοτομία. Το νέο ύφασμα φτιάχνεται από συνθετικές ίνες δίνοντας πνοή σε φαινομενικά άχρηστα υλικά. Επιλέγοντας ανακυκλωμένο πολυεστέρα μειώνουμε τη ζήτηση για παρθένους πόρους και συμβάλλουμε στον περιορισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των πλαστικών απορριμμάτων. Ακόμα, η σπουδαία τεχνολογική καινοτομία των νέων αυτών υφασμάτων έγκειται στο ότι δεν περιέχουν τα λεγόμενα "παντοτινά πλαστικά", τα λεγόμενα PFAS, μικροπλαστικά που έως τώρα αποτελούσαν απαραίτητο συστατικό των αδιάβροχων υφασμάτων, τα οποία όμως το περιβάλλον δεν μπορεί να τα αποβάλει και με αποτέλεσμα μακροπρόθεσμα να αποτελούν κίνδυνο για το περιβάλλον και την υγεία των ανθρώπων. Οπότε μιλάμε για υφάσματα σκίασης όχι μόνο από ανακυκλωμένες πρώτες ύλες αλλά και ελεύθερα από PFAS.

Με τη σειρά Biotectio απευθυνόμαστε τόσο σε επαγγελματίες όσο και σε ιδιώτες που αναζητούν ποιοτικές και φιλικές προς το περιβάλλον λύσεις σκίασης. Τα προϊόντα της σειράς είναι ιδανικά για χρήση σε εμπορικά καταστήματα, ξενοδοχεία, εστιατόρια, αλλά και σε οικιακούς χώρους.



***Δραστηριοποιείστε στην αγορά περισσότερα από 60 χρόνια, ποιοι είναι σήμερα οι στόχοι σας για την επόμενη δεκαετία;***

Στα μελλοντικά μας σχέδια περιλαμβάνεται η ενίσχυση της καινοτομίας και του R'n'D εισάγοντας στην αγορά νέα πρωτοποριακά προϊόντα που θα ανταποκρίνονται στις αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών μας για βιώσιμα και αποδοτικά υφάσματα σκίασης. Ταυτόχρονα, στοχεύουμε στην υιοθέτηση περισσότερων πράσινων πρακτικών παραγωγής για να επιτύχουμε περαιτέρω μείωση του ανθρακικού μας αποτυπώματος. Έχοντας ήδη πολλές και επιτυχημένες συνεργασίες εντός κι εκτός συνόρων, στην επόμενη δεκαετία προσβλέπουμε στην ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας μας μέσω στρατηγικών συνεργασιών και εξαγωγών. Στόχος μας είναι να επεκταθούμε σε νέες γεωγραφικές περιοχές και να αναδείξουμε τα προϊόντα μας σε παγκόσμιο επίπεδο. Η εταιρεία μας φιλοδοξεί να παραμείνει ηγέτης στον τομέα των υφασμάτων σκίασης και να συνεχίσει να προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας για το σπίτι και τον επαγγελματία.

***Που βρίσκεται η παραγωγή του εργοστασίου σας ;***

Στην πλήρως εξοπλισμένη, ιδιόκτητη και πρόσφατα εκσυγχρονισμένη βιομηχανική μονάδα μας στα Οινόφυτα Βοιωτίας, η εταιρεία είναι σε θέση να διαθέτει όλα τα στάδια παραγωγής από την ύφανση και την εκτύπωση έως την επίστρωση και το φινιρίσμα των υφασμάτων. Στόχος της παραγωγής είναι ο διαρκής εκσυγχρονισμός στον μηχανολογικό εξοπλισμό για την αύξηση παραγωγικότητας με το βέλτιστο ποιοτικό αποτέλεσμα.

***Τα προϊόντα της Protection εξάγονται και στο εξωτερικό και σε ποιες χώρες;***

Σήμερα η εταιρεία έχει μπει δυναμικά στην εξωστρέφεια κι εξάγει τα προϊόντα της στα Βαλκάνια, σε χώρες της Ευρώπης και του υπόλοιπου κόσμου, με εξελισσόμενο ρυθμό. Παράλληλα, ερευνούμε συνεχώς νέες αγορές για την ενίσχυση της παρουσίας μας.

***Τι ακριβώς είναι τα αυτοκαθαριζόμενα τεντόπανα;***

Τα αυτοκαθαριζόμενα τεντόπανα είναι επεξεργασμένα με ειδική επίστρωση Teflon και αποτελούν τη νέα γενιά σχεδιασμού που προσφέρει υψηλή προστασία και ευκολία στη χρήση. Αυτή η τεχνολογία, που δημιουργεί την αδιαβροχία του υφάσματος, δεν επιτρέπει την εισχώρηση ρύπων, οι οποίοι ξεπλένονται με το νερό της βροχής. Τα εν λόγω προϊόντα είναι ιδανικά για χρήση σε κάθε καιρική συνθήκη.



## Market

# AS Company: Τα σχέδια της εταιρείας και οι νέες εξαγορές

**Η AS Company, μια οικογενειακή επιχείρηση παιχνιδιών, σχεδιάζει να προχωρήσει σε νέες εξαγορές, σύμφωνα με τον πρόεδρο και διευθύνοντα σύμβουλο της εταιρείας, Στράτο Ανδρεάδη. Η ανακοίνωση έγινε κατά την παρουσίαση της εταιρείας στην Ένωση Θεσμικών Επενδυτών (ΕΘΕ) στις 2 Ιουλίου 2024.**

Η εταιρεία παιχνιδιών, που έχει την έδρα της στο Ωραιόκαστρο Θεσσαλονίκης, έχει ως στόχο ανάπτυξης να ενισχύσει το χαρτοφυλάκιό της με δύο τρόπους: επεκτεινόμενη στα Βαλκάνια μέσω νέων εξαγορών, κυρίως στη Ρουμανία, όπου ήδη διαθέτει θυγατρική, και εισάγοντας νέες κατηγορίες προϊόντων, όπως προϊόντα για ενήλικες.

Η AS Company στοχεύει να αυξήσει τον τζίρο της στα 45-50 εκατ. ευρώ και τα EBITDA στο 17%-20% τα επόμενα 4-5 χρόνια. Αυτή την περίοδο, η διοίκηση της εταιρείας βρίσκεται σε συζητήσεις για νέες εξαγορές και μέχρι το τέλος Ιουλίου αναμένει να έχει αποκτήσει την αντιπροσωπεία των Chicco και Dorel. Με την απόκτηση αυτών, θα ανοίξει το κανάλι των καταστημάτων βρεφικών ειδών για τα δικά της προϊόντα.

## Οι στόχοι

Η εταιρεία έχει ήδη ξεκινήσει διερευνητικές επαφές στη Βουλγαρία, ενώ σχετικά με την Κύπρο, οι δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης είναι περιορισμένες λόγω του μικρού μεγέθους της αγοράς. Η ρουμανική αγορά είναι σημαντική, με πληθυσμό περίπου 19 εκατομμυρίων και αξία αγοράς γύρω στα 230 εκατ. ευρώ, συγκρίσιμη με αυτή της Ελλάδας. Ενώ οι πωλήσεις της AS Company στην Ελλάδα είναι περίπου 22-23 εκατ. ευρώ, στη Ρουμανία φτάνουν μόλις τα 3 εκατ. ευρώ, με στόχο τα 10 εκατ. ευρώ μέσα σε πέντε χρόνια, με σχετικά χαμηλό κόστος και υψηλότερη κερδοφορία.

## Μετοχική Σύθεση

Οι βασικοί μέτοχοι ελέγχουν το 68% των μετοχών. Το υπόλοιπο 32% ανήκει σε ελληνικά θεσμικά χαρτοφυλάκια (8%), ξένους επενδυτές (5%) και μικρομετόχους. Συνολικά, περίπου 1.300 μέτοχοι κατέχουν μετοχές της εταιρείας. Η AS Company παράγει ικανή ρευστότητα για να χρηματοδοτήσει τα επενδυτικά της σχέδια και διαθέτει μηδενικό δανεισμό, με καταθέσεις ύψους 14 εκατ. ευρώ. Σύμφωνα με τον αντιπρόεδρο, Απόστολο Πεταλά, η ρευστότητα διατηρείται για να χρηματοδοτήσει εξαγορές, ενώ περίπου 4 εκατ. ευρώ έχουν επενδυθεί σε τουριστικά ακίνητα στην Κρήτη για την απόκτηση υπεραξιών.



Market

# NBG Pay και Netlink ενώνουν τις δυνάμεις τους για να στηρίξουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

NBG  PAY

 netlink

Συνδυασμένες λύσεις προστιθέμενης αξίας από την NBG Pay και την Netlink

 EDPS



## Νέα στρατηγική συνεργασία με έμφαση στην καινοτομία και την εξυπηρέτηση πελατών μέσω ενός τερματικού android τελευταίας τεχνολογίας.

Η NBG Pay, πρωτοπόρος εταιρεία στον τομέα υπηρεσιών ψηφιακών πληρωμών, συνεργάζεται με την Netlink, που σχεδιάζει συστήματα παροχής υπηρεσιών και πληροφοριών, για να προσφέρουν συνδυασμένες λύσεις προστιθέμενης αξίας που διευκολύνουν τη λειτουργία μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Συγκεκριμένα, μέσω της νέας συνεργασίας, δίνεται η δυνατότητα σε σημεία μικρής λιανικής και επιχειρήσεις μέσω ενός τερματικού android να αποδέχονται συναλλαγές με κάρτες πληρωμών, και ταυτόχρονα να χρησιμοποιούν στο ίδιο περιβάλλον την εφαρμογή Netlink Airtime.

Η νέα αυτή λύση επιτρέπει στους επιχειρηματίες να αυξήσουν την αποδοτικότητα των συναλλαγών τους

και να επωφεληθούν από τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που παρέχονται μέσω του κοινού τερματικού, όπως κάρτες ανανέωσης χρόνου σταθερής, κινητής τηλεφωνίας και internet και προπληρωμένες κάρτες.

Ο κ. Κωνσταντίνος Γεωργούλας, VP Sales της NBG Pay, δήλωσε σχετικά: «Είμαστε υπερήφανοι τη συνεργασία μας με την Netlink, που έρχεται σε συνέχεια προηγούμενων ανάλογων πρωτοβουλιών, όπως για παράδειγμα της προνομακτικής τιμολογιακής πολιτικής που εφαρμόζουμε για τις μικροσυναλλαγές. Στόχος μας είναι να

ανταποκρινόμαστε στις νέες προκλήσεις της αγοράς, να αφουγκραζόμαστε τους προβληματισμούς των πελατών μας και να είμαστε δίπλα τους σε κάθε τους ανάγκη».

Ο κ. Νικόλαος Κουτρόπουλος, Commercial Director της Netlink, δήλωσε σχετικά: «Η συνεργασία μας με την NBG Pay αποτελεί αναγνώριση της επιτυχημένης 20ετούς πορείας της εταιρείας μας, η οποία παρέχει νέες καινοτόμες λύσεις μέσα από ένα εκτεταμένο πανελλαδικό δίκτυο καταστημάτων μικρής λιανικής. Στόχος μας είναι να προσφέρουμε νέες υπηρεσίες, τις οποίες οι έμποροι θα μπορούν να διαθέσουν στους καταναλωτές εύκολα και γρήγορα, μέσω ενός κοινού τερματικού, έχοντας την ασφάλεια και τη σιγουριά δυο μεγάλων εταιρειών».

Η NBG Pay συνεχίζει να πρωτοπορεί στον τομέα υπηρεσιών πληρωμών, δίνοντας έμφαση στην καινοτομία και τη βελτίωση της εμπειρίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών για όλους, ενώ παράλληλα ενισχύει τη λειτουργικότητα των επιχειρήσεων με εργαλεία και λύσεις που αυξάνουν την ανταγωνιστικότητά τους.

## Market

# Λιανικό εμπόριο: Πτώση στις πωλήσεις τροφίμων και μείωση τζίρου

**Κατά 6,3% μειώθηκε ο όγκος των πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο της χώρας τον Απρίλιο φέτος, καθώς οι πωλήσεις κινήθηκαν ανοδικά μόνο στα φαρμακευτικά προϊόντα και στα καλλυντικά, καθώς και στα πολυκαταστήματα.**

Ειδικότερα, καταγράφηκε πτώση του τζίρου στα εξής: Τρόφιμα-Ποτά-Καπνό (23,6%), Έπιπλα-Ηλεκτρικά είδη-Οικιακό εξοπλισμό (9,7%), Μεγάλα καταστήματα τροφίμων (8%), Βιβλία-Χαρτικά-Λοιπά είδη (4,3%), Καύσιμα και λιπαντικά αυτοκινήτων (1,5%) και Ένδυση-Υπόδηση (0,5%). Από την άλλη πλευρά, υπήρξε αύξηση στα Φαρμακευτικά-Καλλυντικά (4,5%) και στα Πολυκαταστήματα (4%).

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της ΕΛΣΤΑΤ, ο γενικός δείκτης όγκου (κύκλος εργασιών σε σταθερές τιμές) παρουσίασε μείωση κατά 6,3% τον Απρίλιο 2024 σε σύγκριση με τον Απρίλιο 2023, ενώ σε σύγκριση με τον Μάρτιο 2024 υπήρξε μείωση 2,8%.

Ο εποχικά διορθωμένος γενικός δείκτης σημείωσε μείωση 5,7% τον Απρίλιο 2024 σε σύγκριση με τον Μάρτιο 2024.

Επιπλέον, ο γενικός δείκτης κύκλου εργασιών (κύκλος εργασιών σε τρέχουσες τιμές) παρουσίασε μείωση 1,4% τον Απρίλιο 2024 σε σύγκριση με τον Απρίλιο 2023, ενώ σε σύγκριση με τον Μάρτιο 2024 σημείωσε μείωση 2,3%. Ο εποχικά διορθωμένος γενικός δείκτης παρουσίασε μείωση 5,9% τον Απρίλιο 2024 σε σύγκριση με τον Μάρτιο 2024.





## Special Report

# FDA: Απαγορεύει οριστικά το βρωμιούχο φυτικό έλαιο στις ΗΠΑ

**Ο Αμερικανικός Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων δεν θα επιτρέψει πλέον τη χρήση βρωμιούχων φυτικών ελαίων σε προϊόντα διατροφής, όπως ανακοίνωσε την Τρίτη 2 Ιουλίου 2024.**

Το βρωμιωμένο φυτικό έλαιο (BVO) είναι φυτικό έλαιο τροποποιημένο με το χημικό βρώμιο και έχει χρησιμοποιηθεί σε μικρές ποσότητες για να μην επιπλέουν στην κορυφή των ποτών τα αρώματα εσπεριδοειδών, σύμφωνα με ανακοίνωση του FDA.

Δεκάδες προϊόντα - κυρίως αναψυκτικά - χρησιμοποιούν το BVO ως συστατικό, σύμφωνα με τη βάση δεδομένων Food Scores που διαχειρίζεται η Environmental Working Group, μια μη κερδοσκοπική ομάδα έρευνας και υπεράσπισης που επικεντρώνεται στην υγεία των

καταναλωτών, τις τοξικές χημικές ουσίες και τους ρύπους.

Ο κανόνας που δεν επιτρέπει πλέον την BVO στα τρόφιμα θα τεθεί σε ισχύ στις 2 Αυγούστου, αλλά οι εταιρείες θα έχουν ένα χρόνο μετά την ημερομηνία αυτή για να αναδιαμορφώσουν και να επανατοποθετήσουν τα προϊόντα τους, καθώς και να εξαντλήσουν τα αποθέματά τους σε BVO, σύμφωνα με την ανακοίνωση του FDA.

Το πρόσθετο τροφίμων αφαιρέθηκε από τον κατάλογο των ουσιών που αναγνωρίζονται γενικά ως ασφαλείς ή "GRAS" του FDA το 1970 και έκτοτε ρυθμίζεται, σύμφωνα με τον οργανισμό.

Λόγω των περιορισμών του παρελθόντος, υπάρχει μόνο ένας μικρός αριθμός προϊόντων που εξακολουθούν να περιέχουν BVO, δήλωσε ο FDA.





«Με την πάροδο των ετών πολλοί κατασκευαστές ποτών αναδιαμόρφωσαν τα προϊόντα τους για να αντικαταστήσουν το BVO με ένα εναλλακτικό συστατικό», δήλωσε ο James Jones, αναπληρωτής επίτροπος του FDA για τα ανθρώπινα τρόφιμα, σε δήλωση του 2023.

Επιπλέον, ένα ψήφισμα του 2012 στο Change.org με περισσότερες από 200.000 υπογραφές επέστησε την προσοχή στις ανησυχίες για την υγεία, σύμφωνα με δελτίο τύπου της EWG. Είπε επίσης ότι πολλές εταιρείες το απέσυραν από τα καταναλωτικά προϊόντα λόγω της πίεσης της αγοράς.

Ο κυβερνήτης της Καλιφόρνιας Gavin Newsom υπέγραψε νομοθεσία τον Οκτώβριο του 2023, η οποία απαγορεύει την κατασκευή, την πώληση ή τη διανομή τροφίμων που περιέχουν BVO καθώς και την κόκκινη χρωστική αρ. 3, το βρωμιούχο κάλιο και το propylparaben.

### Μελέτες επισημαίνουν ανησυχίες για την υγεία

Σύμφωνα με την EWG, τα βρωμιούχα φυτικά έλαια μπορούν να συσσωρευτούν στον οργανισμό και έχουν συνδεθεί με κινδύνους για την υγεία. Αυτοί περιλαμβάνουν βλάβες στο νευρικό σύστημα, πονοκεφάλους, ερεθισμό του δέρματος και των βλεννογόνων, κόπωση και απώλεια του μυϊκού συντονισμού και της μνήμης.

Μια μελέτη του 1976 διαπίστωσε ότι η κατανάλωση BVO από χοίρους προκάλεσε βλάβες στην καρδιά, τα νεφρά, το συκώτι και τους όρχεις τους.

Μια ανώνυμη επιχειρηματίας που κάθεται στο γραφείο, τρώει μια μπάρα πρωτεΐνης ενώ κάνει βιντεοκλήσεις με τους συναδέλφους της

Η επανεξέταση των κανονισμών για το BVO δείχνει ότι ο FDA εξετάζει τα νέα στοιχεία καθώς προκύπτουν και ανταποκρίνεται στις ανησυχίες του κοινού, δήλωσε σε προηγούμενο άρθρο η ειδικός σε θέματα ευεξίας του CNN Dr. Leana Wen.

### Τι πρέπει να κάνουν οι άνθρωποι μέχρι να τεθεί σε ισχύ η απαγόρευση των BVO;

«Το συμπέρασμά μου από τις μελέτες είναι ότι το πόσο και πόσο συχνά πίνετε έχει σημασία», δήλωσε η Wen. «Αν κάποιος πει μια σόδα σε ένα μπάρμπεκιου που τυχαίνει να περιέχει BVO, αυτό δεν είναι κάτι το σπουδαίο. Ωστόσο, αν κάποιος πίνει μια σόδα την ημέρα, κάθε μέρα, θα πρέπει να είναι προσεκτικός και να ελέγχει τα συστατικά».



# ΑΠΕ: Οι προτάσεις του κλάδου για ανάπτυξη και εξαγωγές «πράσινου» ρεύματος

**Ο τομέας των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ) στην Ελλάδα έχει προσελκύσει σημαντικό επενδυτικό ενδιαφέρον από εγχώριους και ξένους επενδυτές, όπως παρατηρούν οι φορείς του κλάδου, παρά την κατάργηση των εγγυημένων τιμών απορρόφησης της “πράσινης” ενέργειας και το φαινόμενο των περικοπών στην παραγόμενη ενέργεια σε περιόδους υπερβάλλουσας προσφοράς.**

Ωστόσο, επισημαίνουν την ανάγκη για θεσμικές και οικονομικές μεταρρυθμίσεις που θα διευκολύνουν την περαιτέρω ανάπτυξη της αγοράς, με στόχο την πλήρη απανθρακοποίηση του ενεργειακού συστήματος.

Το νέο τοπίο στον κλάδο περιέγραψαν οι εκπρόσωποι του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτροπαραγωγών από Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (ΕΣΗΑΠΕ) και της Ελληνικής Επιστημονικής Ένωσης Αιολικής Ενέργειας (ΕΛΕΤΑΕΝ) σε κοινή εκδήλωση, τονίζοντας ότι το μοντέλο ανάπτυξης των ΑΠΕ, που έφερε τη χώρα μας στις πρώτες θέσεις διεθνώς, δεν μπορεί πλέον να διατηρηθεί.

Τα βασικά στοιχεία που επισημαίνουν ως απαραίτητα για την παραγωγή πράσινης ενέργειας σε ανταγωνιστικές τιμές, ώστε να συγκρατηθεί το κόστος και να διασφαλιστεί η ανάπτυξη των εξαγωγών, είναι τα εξής:

- Ανάπτυξη της αποθήκευσης ενέργειας: Για να είναι διαθέσιμη η “πράσινη” ενέργεια και τις ώρες που δεν φυσάει ή δεν

έχει ήλιο, περιορίζοντας τις περικοπές στην παραγωγή των ΑΠΕ σε περιόδους υπερβάλλουσας προσφοράς. Οι περικοπές έφτασαν πέρυσι στο 2% της παραγωγής και φέτος αναμένεται να είναι πολλαπλάσιες.

- Εξηλεκτρισμός τομέων της οικονομίας: Όπως οι μεταφορές και η θέρμανση, ώστε να αυξηθεί η κατανάλωση που μπορούν να καλύψουν οι ΑΠΕ.
- Ανάπτυξη των δικτύων για εξαγωγές.
- Αλλαγή της νομοθεσίας: Που ρυθμίζει τις προτεραιότητες στη δέσμευση του ηλεκτρικού χώρου, δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στα αιολικά έναντι των φωτοβολταϊκών.
- Αντιμετώπιση του ελλείμματος του λογαριασμού χρηματοδότησης των ΑΠΕ: Καταρχήν με αύξηση των εσόδων από τις δημοπρασίες των δικαιωμάτων εκπομπής ρύπων και με αξιοποίηση κονδυλίων του Ταμείου Ανάκαμψης. Το έλλειμμα οφείλεται στις παλιές μονάδες που αποζημιώνονται με υψηλές εγγυημένες τιμές. Οι νέες μονάδες εισπράττουν χαμηλότερες τιμές από το σύστημα και στο εξής δεν θα υπάρχουν εγγυημένες τιμές, αλλά οι παραγωγοί θα συμμετέχουν στην αγορά και θα αποζημιώνονται με τις τιμές του Χρηματιστηρίου.



# Mastercard: Ποιες περιόδους επιλέγουν οι ταξιδιώτες για τις διακοπές τους στην Ευρώπη

Η Mastercard γνωστοποίησε τα αποτελέσματα της έκθεσης **Travel Trends του Mastercard Economics Institute**.

Στα βασικά ευρήματα της έρευνας για τη χρονιά που διανύουμε συγκαταλέγονται, η μετατόπιση των τάσεων από τους μήνες αιχμής του καλοκαιριού σε μήνες χαμηλότερης ζήτησης, ενώ ειδική αναφορά γίνεται σε δημοφιλή μεσογειακά τουριστικά θέρετρα στην Ελλάδα, την Κροατία, την Πορτογαλία και την Ιταλία τα οποία βρίσκονται στο επίκεντρο των επιλογών των επισκεπτών. Αναλυτικότερα, όπως αναφέρεται στην εκτενή έκθεση του Mastercard Economics Institute, η επέκταση της σεζόν αποδίδεται κυρίως σε κλιματικούς και κοινωνικούς παράγοντες οι οποίοι συνδέονται με δύο σημαντικές δημογραφικές μετατοπίσεις: περισσότεροι συνταξιούχοι χωρίς εργασιακές υποχρεώσεις και περισσότερα νοικοκυριά με παιδιά, απαλλαγμένα από σχολικά προγράμματα. Η ανάλυση έγινε βάση συγκεντρωτικών και ανώνυμων δεδομένων συναλλαγών, συμπεριλαμβανομένου του Mastercard Spending Pulse αλλά και πηγών δεδομένων τρίτων.

Παράλληλα, στα σημαντικά ευρήματα της έρευνας προστίθεται η τάση που εμφανίζεται να υιοθετούν οι τουρίστες στην Ευρώπη, έχοντας προσθέσει κατά μέσο όρο δύο επιπλέον ημέρες στις συνολικές ημέρες των διακοπών τους. Το ποσοστό αυτό είναι διπλάσιο από τον παγκόσμιο μέσο όρο που υπολογίζεται σε μία επιπλέον ημέρα ανά ταξίδι. Η τάση αυτή φαίνεται να οφείλεται στις προσιτές τιμές και τα θερμότερα κλίματα. Ειδικότερα, όπως διαπιστώνει η έκθεση, για κάθε επιπλέον 6 βαθμούς Κελσίου θερμοκρασίας στον τελικό προορισμό, η εκτιμώμενη αύξηση της διάρκειας παραμονής είναι 1 επιπλέον ημέρα.

Σύμφωνα με τη Natalia Lechmanova, Chief Economist του Mastercard Economics Institute για την Ευρώπη, «το μερίδιο των διανυκτερεύσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση κατά τη διάρκεια της ενδιάμεσης περιόδου (Μάιος-Ιούνιος και Σεπτέμβριος-Οκτώβριος) έχει αυξηθεί κατά 1,8 ποσοστιαίες μονάδες την τελευταία δεκαετία. Αυτή η μετατόπιση καθιστά δυνατή τη συνεχή αύξηση των ευρωπαϊκών ταξιδιών, καθώς η αιχμή του καλοκαιριού συναντά περιορισμούς στη χωρητικότητα».

Η έκθεση σημειώνει ταυτόχρονα, πως ο τουρισμός συνεχίζει να έχει καλύτερες επιδόσεις στις ευρωπαϊκές



χώρες, εν μέρει καθοδηγούμενος από τους Αμερικανούς ταξιδιώτες. Η βιομηχανία του τουρισμού στην Ευρώπη παραμένει ως ένας από τους πιο ανθεκτικούς τομείς της οικονομίας, με τη ζήτηση για ταξίδια να παραμένει ισχυρή παρά τον πληθωρισμό και τα υψηλότερα επιτόκια μετά την πανδημία.

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων στην Ευρώπη ανήλθε συνολικά σε 2,91 δισεκατομμύρια το 2023, έναντι 2,88 δισεκατομμυρίων το 2019. Τα ποσοστά των Αμερικανών τουριστών που επισκέπτονται την Ευρώπη έχουν σημειώσει επίσης αύξηση: το μερίδιο των ΗΠΑ στις αφίξεις στην Ισπανία αυξήθηκε από 4% το 2019 σε 5% το 2023, στην Πορτογαλία από 6% σε 9%, στο Ηνωμένο Βασίλειο από 13% σε 16%.

Στην Ευρώπη, το Μόναχο κατατάσσεται ως ο κορυφαίος δημοφιλής προορισμός για αυτό το καλοκαίρι (Ιούνιος-Αύγουστος 2024), καθώς η πόλη πρόκειται να φιλοξενήσει ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός τον Ιούνιο. Ακολουθούν τα Τίρανα (Αλβανία), η Νίκαια (Γαλλία), η Κέρκυρα (Ελλάδα) και η Κωνσταντινούπολη (Τουρκία).

Το 2024, οι φθηνότεροι παραθαλάσσιοι προορισμοί της Αλβανίας, της Κροατίας και της Τουρκίας καταγράφουν από τις υψηλότερες αυξήσεις στην αεροπορική κίνηση. Ο τουρισμός στην Αλβανία αναπτύσσεται ιδιαίτερα έντονα, με τον αριθμό των αεροπορικών δρομολογίων να διπλασιάζεται από το 2019 και τις αφίξεις τουριστών να αυξάνονται από 12 εκατομμύρια το 2019 σε 17 εκατομμύρια το 2023.

Η Mastercard, βρίσκεται σταθερά δίπλα στους πελάτες και τους καταναλωτές της στον κλάδο του τουρισμού, προσφέροντας λύσεις, εργαλεία και ολοκληρωμένα δεδομένα με στόχο την περαιτέρω υποστήριξη και ανάπτυξή τους.

## Tourism

# NJV Athens Plaza: Απέκτησε την 1η πιστοποίηση GSTC στην Ελλάδα

**Το NJV ATHENS PLAZA, ένα κορυφαίο πολυτελές ξενοδοχείο στην καρδιά της Αθήνας, ανακοινώνει με χαρά ότι είναι το πρώτο Ξενοδοχείο Πόλης στην Ελλάδα που έλαβε την υψηλού επιπέδου πιστοποίηση GSTC από τη RoyalCert®, έναν φορέα πιστοποίησης διαπιστευμένο από το GSTC.**

Η πιστοποίηση GSTC βασίζεται σε διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα για τον αειφόρο τουρισμό, γνωστά ως Κριτήρια Ξενοδοχείων GSTC. Με την απόκτηση αυτής της πιστοποίησης, το NJV ATHENS PLAZA επιβεβαιώνει για ακόμα μια φορά τη δέσμευσή του στην προστασία του περιβάλλοντος, τη στήριξη της τοπικής κοινότητας και την παροχή αειφόρων εμπειριών στους επισκέπτες του. Το ξενοδοχείο παραμένει προσηλωμένο στη συνεχή βελτίωση των αειφόρων πρακτικών του, αποτελώντας παράδειγμα για τον κλάδο της φιλοξενίας.

«Πιστεύουμε στη σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος και της θετικής συμβολής στις κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιούμαστε. Αυτή η πιστοποίηση αποτελεί απόδειξη της μακροχρόνιας δέσμευσής μας για τον αειφόρο τουρισμό», σημείωσε η Βάνα Λαζαράκου, Γενική Διευθύντρια του ξενοδοχείου.

«Είμαστε ενθουσιασμένοι με την πιστοποίηση GSTC, καθώς αντικατοπτρίζει τις συνεχείς προσπάθειές μας να αποτελούμε ένα υπεύθυνο και αειφόρο ξενοδοχείο», σχολίασε η Ρόζα Τσιριγώτη, CSR Manager του ξενοδοχείου.

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφόρου Τουρισμού (GSTC) διαχειρίζεται τα Κριτήρια GSTC, τα παγκόσμια πρότυπα για τα αειφόρα ταξίδια και τον αειφόρο τουρισμό και παρέχει διεθνή διαπίστευση για Φορείς Πιστοποίησης Αειφόρου Τουρισμού.

Διαπιστευμένος είναι ο Φορέας Πιστοποίησης (ΦΠ) που έχει ελεγχθεί μέσω αυστηρής δημόσιας επιθεώρησης από φορέα διαπίστευσης, με την οποία το GSTC



Η κα Βάνα Λαζαράκου, Γενική Διευθύντρια NJV Athens Plaza.  
Η κα Ρόζα Τσιριγώτη, CSR Manager NJV Athens Plaza, ο κ.  
Χρήστος Μαρκόπουλος, Γενικός Διευθυντής RoyalCert, ο κ.  
Ιωάννης Παππάς, Διευθυντής Μεσογείου, GSTC

διασφαλίζει ότι ο ΦΠ πιστοποιεί επιχειρήσεις σύμφωνα με διαδικασίες που συμμορφώνονται με τα διεθνή πρότυπα και τις ορθές πρακτικές.

Το NJV ATHENS PLAZA, μέσω του Τμήματος Εταιρικής Υπευθυνότητας, εφαρμόζει αειφόρες πρακτικές σε όλες τις δραστηριότητές του όπως είναι η εξοικονόμηση ενέργειας και νερού, τα προγράμματα μείωσης αποβλήτων και ανακύκλωσης, η αγορά τοπικών προϊόντων και η υποστήριξη πολιτιστικών πρωτοβουλιών, ενώ οι επισκέπτες του γνωρίζουν ότι η διαμονή τους είναι σύμφωνη με τα πρότυπα αειφόρου τουρισμού.

Με την πιστοποίηση GSTC, το NJV ATHENS PLAZA εντάσσεται σε μια παγκόσμια ελίτ ξενοδοχείων που δίνουν προτεραιότητα στη διασφάλιση της αειφορίας και επιπλέον πληροί τις απαιτήσεις της επερχόμενης ευρωπαϊκής νομοθεσίας Green Claims, καθώς η Royal-Cert παρέχει την πιστοποίηση ως ανεξάρτητος φορέας.

«Το επίτευγμα του NJV Athens Plaza έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα και ολόκληρη την περιοχή της Μεσογείου, καθώς η σημερινή σημαντική πιστοποίηση σηματοδοτεί το αποκορύφωμα ενός ταξιδιού που ξεκίνησε το 2018, όταν το ξενοδοχείο έγινε το 1ο μέλος του GSTC στην Ευρώπη. Η σημερινή πιστοποίηση ολοκληρώνει αυτή την πορεία προόδου. Είμαστε βέβαιοι ότι το παράδειγμα του NJV ATHENS PLAZA θα ακολουθήσουν πολλοί άλλοι, συμβάλλοντας στη μετάβαση προς ένα αειφόρο μέλλον για τον ελληνικό τουρισμό», δήλωσε ο Δρ Ιωάννης Παππάς, Διευθυντής Μεσογείου του GSTC.

## Tourism

# Discovergreece.com: Η Pythia έφτασε και ενισχύει τον ελληνικό τουρισμό

Η Pythia, ο ψηφιακός βοηθός (chatbot) του Discovergreece.com, της ταξιδιωτικής πλατφόρμας της Marketing Greece, είναι πλέον διαθέσιμη εδώ και λίγες μέρες. Ακολουθώντας τις τελευταίες τεχνολογικές τάσεις, το Discovergreece.com παρουσιάζει στον κοινό του τον ταξιδιωτικό βοηθό τεχνητής νοημοσύνης, που αναπτύχθηκε σε συνεργασία με την εταιρία Matador Network, δημιουργό του Guidegeek AI.



Αξιοποιώντας την τεχνολογία Generative AI και με όχημα το συνεχώς ανανεωμένο περιεχόμενο του Discovergreece.com, η Pythia αναλαμβάνει να υποστηρίξει το διεθνές ταξιδιωτικό κοινό με εξατομικευμένες πληροφορίες, δίνοντας του έμπνευση για το ταξίδι του στους ελληνικούς προορισμούς και διευκολύνοντάς το στον σχεδιασμό του, μέσα από:

- Ένα ευρύ φάσμα ιδεών και tips για να ανακαλύψει ο ταξιδιώτης την αυθεντική Ελλάδα, αντλώντας πρωτίστως πληροφορίες από το περιεχόμενο του Discovergreece.com: αξιοθέατα, μνημεία, τοπότητα, γνωστοί ή λιγότερο γνωστοί προορισμοί καθώς και πρακτικές οδηγίες για την επίσκεψή τους
- Affiliate links για κρατήσεις ξενοδοχείων μέσω της συνεργασίας της Marketing Greece με WebHotelier, για κρατήσεις πτήσεων μέσω Skyscanner αλλά και κρατήσεις δραστηριοτήτων από το Activities & Tours section του Discovergreece.com
- Δημοφιλείς πλατφόρμες ανταλλαγής μηνυμάτων, όπως το Instagram, Messenger και WhatsApp, με την Pythia να δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να αλληλεπιδρούν μαζί της χωρίς να απαιτείται η χρήση επιπρόσθετου app ή η επίσκεψη σε ένα συγκεκριμένο site
- Δυνατότητα για human takeover (ανθρώπινη παρέμβαση) σε περίπτωση που ο χρήστης το ζητήσει

«Είναι πολύ σημαντικό για εμάς να αποτελούμε έναν χρήσιμο συνταξιδιώτη. Αυτός είναι και ο λόγος που επενδύουμε διαρκώς στο discovergreece.com, αναβαθμίζουμε το site μας, ανανεώνουμε το περιεχόμενό μας, μιλάμε τη γλώσσα των χρηστών μας και θέτουμε νέα standards. Το να είσαι σε επαφή με τις ανάγκες του κοινού σου είναι στρατηγικής σημασίας προτεραιότητα για τη Marketing Greece. Τώρα με την Pythia βρισκόμαστε και σε πραγματικό χρόνο σε επαφή μαζί του, δημιουργώντας έναν ακόμα δίαυλο αμφίδρομης επικοινωνίας και είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι για αυτή την νέα δυναμική που αναπτύσσεται στο Discovergreece.com. Τέλος, μέσα από το backend διαχειριστικό εργαλείο για reporting της Pythia, έχουμε την ευκαιρία να χαρτογραφήσουμε τις πραγματικές ανάγκες του κοινού μας, προσφέροντας μας τη δυνατότητα να βελτιώνουμε το έργο μας σε διαρκή βάση», δήλωσε ο Νίκος Διαμαντόπουλος, γενικός διευθυντής της Marketing Greece.

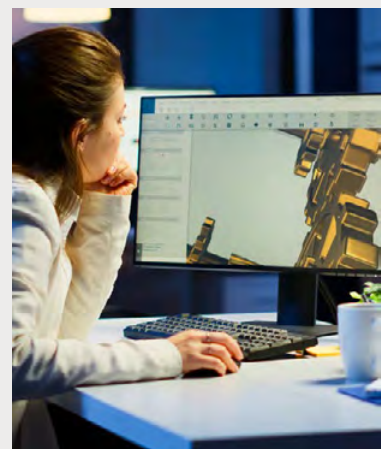
Hi! I'm Pythia, your personal AI travel assistant.



# LET'S EXPORTGREECE

εξάγουμε Ελλάδα

THE NEWSLETTER



**Εκδότρια - Εμπορική Διεύθυνση:**  
Κλαίρη Στυλιάρá

**Διευθυντής Σύνταξης:**  
Ορέστης Ζερβονικολάκης

**Creative Director:** Χρυσάνθη Αποστολάκη

**Office Manager:** Φανή Μπαρού

**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