



Ενσωματώσαμε 8 γλώσσες
για να μιλήσετε στη γλώσσα των υποψηφίων
πελατών σας σ' όλο τον **κόσμο**.

Ανακαλύψτε τις μοναδικές δυνατότητες του νέου διαδραστικού portal και προωθήστε άμεσα τα προϊόντα σας στο παγκόσμιο κοινό.

Με 8 ενσωματωμένες γλώσσες για στοχευμένη επικοινωνία, με 4 δυναμικές κατηγορίες προϊόντων για εύκολη αναζήτηση και ιδανικό συνδυασμό της πληροφορίας, το www.productsgreece.com αποτελεί εγγύηση για την προώθηση των προϊόντων σας. Πλοηγηθείτε, αναζητήστε, σχολιάστε, προτείνεται...

Εύκολα, απλά, δημιουργικά!



productsgreece.com

traditional products experts



Ο Εκδότης του productsgreece κ. Ευθύμιος Κτενίδης με τον Διευθυντή πωλήσεων της εταιρείας κ. Κώστα Σπυλιώτη



Το κορυφαίο κρητικό παξιμάδι “το Μάννα” Τσατσαρωνάκη

Καινούρια προϊόντα με χαρούπι από την εταιρεία “το Μάννα” Τσατσαρωνάκη

Τις καλύτερες εντυπώσεις άφησε στους επισκέπτες της έκθεσης Horeca 2020 το περίπτερο της εταιρείας “το Μάννα” Τσατσαρωνάκης. Όσοι επισκέφθηκαν τον εκθεσιακό χώρο είχαν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με τα κορυφαία ποιότητας κρητικά προϊόντα, που χαρακτηρίζονται από υψηλή διατροφική αξία και ταυτίζονται με την ισορροπημένη διατροφή. Το productsgreece βρέθηκε στο stand της εταιρείας, που από το 1948 μέχρι σήμερα έχει ταυτιστεί στη συνείδηση των καταναλωτών με το ποιοτικό κρητικό παξιμάδι.

Η ιστορία των κρητικών προϊόντων “το Μάννα” Τσατσαρωνάκη δεν είναι συνηθισμένη. Είναι συνυφασμένη με την παράδοση και πλασμένη με μεράκι και αληθινή επιμονή για την αυθεντική νοστιμιά και τα αγνά υλικά της κρητικής γης. Η εταιρεία εξελίσσεται συνδέοντας πλέον, σε επίπεδο ομίλου, την πρωτογενή παραγωγή και τον τουρισμό με την

ενότητα της αλυσίδας «από το χωράφι-στο τραπέζι-στον επισκέπτη». Ξεκινώντας από το χωριό Πλάτανος στα Χανιά της Κρήτης, κατόρθωσε να τοποθετήσει πρώτη το συσκευασμένο παξιμάδι στην ελληνική αλλά και διεθνή αγορά. Βασική φιλοσοφία της εταιρείας είναι η συνύπαρξη της παράδοσης με τις αρχές και τη δυναμική της σύγχρονης διατροφής. Οι απλές, υψηλής ποιότητας πρώτες ύλες και η έμφαση στο καλό ελαιόλαδο και τις φυτικές ίνες είναι τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προϊόντων “το Μάννα”. Παράλληλα, λαμβάνονται υπόψη οι αρχές της σύγχρονης διατροφής, που υπαγορεύουν τη μειωμένη χρήση αλατιού, την αποφυγή ζάχαρης και κορεσμένων λιπαρών, αλλά και την οικιακή και περιβαλλοντική οικονομία. Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία λάνσαρε τα νέα καινοτόμα προϊόντα με χαρούπι, που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των σύγχρονων καταναλωτών. Οι εγκαταστάσεις, όπου

παράγονται τα παξιμάδια “το Μάννα” βρίσκονται στον Πλατανο Κισσαμου Χανίων. Το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας προετοιμάζει ειδικά μίγματα αλεύρων, με επιθυμητά, για την παραγωγή και τον καταναλωτή, χαρακτηριστικά. Οι παραδοσιακές συνταγές και τρόποι παραγωγής διατηρούνται με συνέπεια σε πέτρινες πλάκες ξυλόφουρνου και σε συστοιχίες φούρνων και ξηραντηρίων αλλά και συσκευαστηρίων, με συγκροτημένες παρεμβάσεις αυτοματοποίησης. Παράλληλα, η εταιρεία δοκιμάζει και προσαρμόζει ή ανανεώνει το μηχανολογικό εξοπλισμό και εκσυγχρονίζεται και δομικά, ώστε να βελτιώνει την παραγωγικότητα και την ποιότητα των προϊόντων και να ενισχύει την εξωστρέφειά της. Τα προϊόντα μας παράγονται αποκλειστικά από εκλεκτές πρώτες ύλες της κρητικής γης και ακολουθούν πιστά τα διεθνή πρότυπα παραγωγής τροφίμων.

Editorial



Νέα προϊόντα με στοιχεία καινοτομίας είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν οι

επισκέπτες της φετινής διοργάνωσης HORECA 2020. Η εταιρεία "το Μάννα" Τσατσαρωνάκη σύστησε στο κοινό τα νέα κρητικά προϊόντα από χαρούπι, επεκτείνοντας τη γκάμα της με κωδικούς που ακολουθούν τις σύγχρονες διατροφικές τάσεις.

Θύμιος Κτενίδης

Πώς «διαβάζει» η Alpha bank τους δείκτες της κατανάλωσης



Παγιώνεται η «στροφή» των νοικοκυριών στα είδη διατροφής, ως βασικό προτεραιότητα του οικογενειακού προϋπολογισμού μετά την πολυετή κρίση, που προκάλεσε εισοδηματικές απώλειες σχεδόν 25%.

Σύμφωνα με σχετική μελέτη της ALPHA, η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών ανήλθε στα 1.441 ευρώ και το μεγαλύτερο μερίδιο των δαπανών του προϋπολογισμού του μέσου νοικοκυριού αφορούσε στα είδη διατροφής (20,2%), ενώ ακολούθησαν οι δαπάνες για στέγαση (14,1%) και για μεταφορές (13%).

Τι αναμένεται ως καταναλωτική συμπεριφορά φέτος; Η εντυπωσιακή άνοδος του πρόδρομου δείκτη καταναλωτικής εμπιστοσύνης το 2019, αλλά και οι θετικοί ρυθμοί μεταβολής του όγκου λιανι-

κών πωλήσεων και των πωλήσεων Ι.Χ. αυτοκινήτων, τους τελευταίους μήνες του 2019, αποτελούν ενδείξεις για τόνωση της ιδιωτικής κατανάλωσης το 2020. Επιπλέον, η μείωση της φορολογικής επιβάρυνσης στο εισόδημα αλλά και την ακίνητη περιουσία, η αύξηση του κατώτατου μισθού, αλλά και εξωτερικοί παράγοντες, όπως η αναμενόμενη συγκράτηση της τιμής του πετρελαίου σε σχετικά χαμηλά επίπεδα, αναμένεται ότι θα λειτουργήσουν αυξητικά. Εκτιμάται, ωστόσο, ότι η πορεία της καταναλωτικής δαπάνης το 2020 θα είναι ανοδική μεν, αλλά ήπια, καθώς η διαφαινόμενη αύξηση της αποταμίευσης (η οποία συνοδεύεται από την απομόχλευση των οικογενειακών προϋπολογισμών), θα συγκρατήσει το ρυθμό αύξησής της.



ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

**NEWSLETTER ΤΟΦΙΜΩΝ
-ΠΟΤΩΝ-ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ**

Εκδότης:

Ευθύμιος Κτενίδης

Σύμβουλος Έκδοσης:

Γιώργος Παππούς

info@productsgreek.com

Εμπορικό Τμήμα:

Ευθύμιος Κτενίδης

sales@productsgreek.com

Οι συνέπειες ενός Brexit χωρίς συμφωνία

Κάτι λιγότερο από 11 μήνες έχουν στη διάθεση τους οι Ευρωπαίοι να καταλήξουν σε εμπορική συμφωνία με το Ηνωμένο Βασίλειο, έτσι ώστε το Brexit να ολοκληρωθεί ομαλά.

Στην περίπτωση που οι δύο πλευρές δεν καταλήξουν σε συμφωνία, το Ηνωμένο Βασίλειο θα περιέλθει σε καθεστώς τρίτης χώρας, έναντι της Ευρωπαϊκής Ένωσης, χωρίς το διμερές εμπόριο να διέπεται από κάποια εμπορική συμφωνία. Η ελεύθερη κυκλοφορία εμπορευμάτων θα διακο-

πεί και οι εμπορικές συναλλαγές θα καθορίζονται από τους κανόνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου. Όλα αυτά συνεπάγονται την επιβολή εθνικών δασμών και πρόσθετων τελωνειακών αγκυλώσεων.

Ενδεικτικό, ωστόσο, της πολυπλοκότητας του εγχειρήματος αποτελεί το παράδειγμα καθορισμού της εμπορικής σχέσης Ευρωπαϊκής Ένωσης και Καναδά, καθώς χρειάστηκαν επτά έτη διαπραγματεύσεων.



Συνεχίζεται το ράλι των ελληνικών ομολόγων

«Από τη στιγμή που έσπασε το «φράγμα» του 1%, όλα πλέον είναι πιθανά», έλεγαν χαρακτηριστικά αρμόδιες πηγές μετά την ιστορική συνεδρίαση, όπου το 10ετές ομόλογο έπεσε κάτω από 1%, κλείνοντας έτσι ακόμα πιο πολύ την «ψαλίδα» με το γερμανικό.

Πέρα από την ενθουσιώδη υποδοχή που επεφύλαξαν οι Financial Times, η WSJ, το Bloomberg στις εντυπωσιακές επιδόσεις των ελληνικών τίτλων, το ζητούμενο είναι, πλέον, η επόμενη ημέρα.

Μέσα στις επόμενες εβδομάδες η ΕΚΤ θα άρει το απαγορευτικό αγοράς ομολόγων από τις ελληνικές τράπεζες κι αυτό εκτιμάται ότι θα σπρώξει ακόμα



πιο χαμηλά τις τιμές των ελληνικών τίτλων, ενώ τον Απρίλιο-Μάιο είναι πιθανή νέα αναβάθμιση από τους Οίκους

Αξιολόγησης. Το στοίχημα είναι η επιστροφή της χώρας στην επενδυτική βαθμίδα μέσα στο επόμενο 12μηνο.

Επιτυχημένη η έκδοση ομολόγου από την Τράπεζα Πειραιώς

Με απόλυτη επιτυχία ολοκληρώθηκε η έκδοση τίτλων μειωμένης εξασφάλισης Tier 2 ύψους €500 εκατ. με επιτόκιο 5,50%. Οι τίτλοι είναι δεκαετούς διάρκειας με δυνατότητα ανάκλησης στα πέντε έτη (10NC5) και θα εισαχθούν στο Χρηματιστήριο του Λουξεμβούργου.

Η συναλλαγή πραγματοποιήθηκε σε συνέχεια διήμερων επαφών που είχε η διοίκηση της Τράπεζας με διεθνείς επενδυτές, με τη ζήτηση να διαμορφώνεται υψηλότερα των €4δισ. (8 φορές υπερκάλυψη) και με περίπου 350 επενδυτές να συμμετέχουν στη διαδικασία βιβλίου προσφορών.

Πρόκειται για τη δεύτερη έκδοση τίτλων μειωμένης εξασφάλισης της Τράπεζας Πειραιώς στις διεθνείς αγορές, μετά την επιστροφή της Τράπεζας στις αγορές κεφαλαίου τον Ιούνιο 2019. Η συναλλαγή εντάσσεται στο πλαίσιο της στρατηγικής της Τράπεζας Πειραιώς, όπως ανακοινώθηκε στην αγορά στις 3 Φεβρουαρίου 2020 και οι τίτλοι ενισχύουν τον συνολικό δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας της Τράπεζας Πειραιώς κατά περίπου 110 μονάδες βάσης.

Ο κ. Χρήστος Μεγάλου, Διευθύνων Σύμβουλος της Τράπεζας Πειραιώς, δήλωσε: «Η συναλλαγή αυτή σηματοδοτεί ένα ακόμα σημαντικό βήμα στην



υλοποίηση της στρατηγικής της Τράπεζας Πειραιώς. Είμαστε πολύ ικανοποιημένοι με την ισχυρή ζήτηση από μεγάλους θεσμικούς επενδυτές για τη δεύτερη έκδοση τίτλων Tier 2 της Τράπε-

ζας, η οποία αποτελεί ακόμα μία ισχυρή ψήφο εμπιστοσύνης για την Τράπεζα Πειραιώς, τον ελληνικό τραπεζικό κλάδο και την ελληνική οικονομία συνολικά».

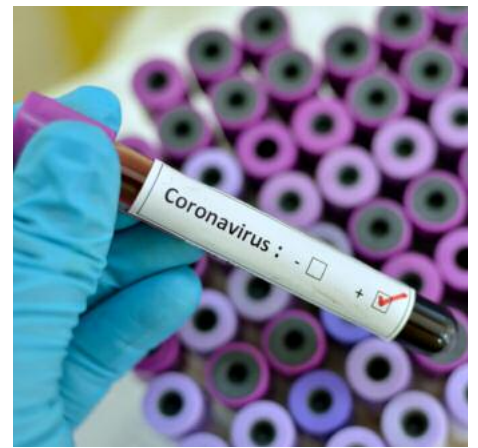
Ψήφος εμπιστοσύνης από τη Citibank



Ρυθμούς ανάπτυξης 2,6% για φέτος και 2,5% για το 2021, «βλέπει» η Citi σε ειδικό report για τους πελάτες της, δίνοντας ψήφο εμπιστοσύνης στις προοπτικές της ελληνικής οικονομίας. Στην περίπτωση, μάλιστα, που υπάρξει συμφωνία με τους Ευρωπαίους για μείωση των στόχων πλεονασμάτων στο 2,25%, αυτό θα δώσει ακόμα μεγαλύτερη

ώθηση στην ανάπτυξη.

Η ισχυρότερη ανάπτυξη μπορεί να προκαλέσει, επίσης, την ταχύτερη αναβάθμιση των αξιολογήσεων, σημειώνει η Citi και αναμένει ότι η Ελλάδα θα μπει στο QE της ΕΚΤ μέχρι τα τέλη του 2020. Πάντως, η αμερικάνικη τράπεζα, θεωρεί πως η ανάπτυξη μεσοπρόθεσμα παραμένει αδύναμη.



Ανησυχία για τις επιπτώσεις από τον κορωνοϊό

Όσο είναι σε πλήρη εξέλιξη η επιδημία του περιβόητου κορωνοϊού, δύσκολα μπορεί να γίνει αποτίμηση της ζημιάς στην οικονομία παγκοσμίως.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η εμφάνιση του κορωνοϊού «2019-nCoV», με τις επιπτώσεις του για τη δημόσια υγεία, την οικονομική δραστηριότητα και το εμπόριο, ιδίως στην Κίνα, αποτελεί νέο κίνδυνο δυσμενέστερων εξελίξεων. Το βασικό σενάριο είναι ότι η έξαρση θα κορυφωθεί κατά το πρώτο τρίμηνο, με σχετικά περιορισμένες δευτερογενείς επιπτώσεις σε παγκόσμιο επίπεδο.

ΣΕΒ: Αναγκαία η εμβάθυνση των μεταρρυθμίσεων

Οι προσδοκίες για βελτίωση των προοπτικών της οικονομίας και της ζωής των νοικοκυριών εξακολουθούν να παραμένουν σε υψηλό επίπεδο, ενώ η οικονομική πολιτική, σταδιακά αλλά σταθερά, αποκτά όλο και ευρύτερη αναπτυξιακή διάσταση, προς την κατεύθυνση ενός πιο εξωστρεφούς παραγωγικού προτύπου.

Στο πλαίσιο αυτό, η δρομολογηθείσα μείωση της φορολογικής επιβάρυνσης, και ιδίως η κατάργηση της ειδικής εισφοράς αλληλεγγύης και η επιδιωκόμενη αύξηση του δημοσιονομικού χώρου με συμφωνημένη μείωση του πρωτογενούς πλεονάσματος – στόχου κατά 1 έως 1,5 π.μ. του ΑΕΠ, είναι πολιτικές προς τη σωστή κατεύθυνση. Όπως τονίζει σε ειδικό Report ο ΣΕΒ οι πολιτικές αυτές είναι υποκατάστατα της επιτάχυνσης και της εμβάθυνσης των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων. Χωρίς τις τελευταίες, η ελληνική οικονομία θα συνεχίσει να χαρακτηρίζεται από έλλειψη ανταγωνιστικότητας, επενδύσεων και δεξιοτήτων.



Θετικά μηνύματα από τις Βρυξέλλες

Προς τα πάνω αναθεώρησε η Κομισιόν τις προβλέψεις της για την ελληνική οικονομία, κόντρα στη γενικότερη στασιμότητα στην Ευρωζώνη.

Οι Βρυξέλλες εκτιμούν ότι η ελληνική οικονομία "έτρεξε" με 2,2% πέρσι, ενώ για φέτος προβλέπουν ρυθμούς ανάπτυξης 2,4%. Όσον αφορά στο 2021, οι προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής παραμένουν αμετάβλητες στο 2%.

«Με την επιχειρηματική και την καταναλωτική εμπιστοσύνη να έχουν επιστρέψει σε προ κρίσης επίπεδα στα τέλη του 2019 και το διαθέσιμο εισόδημα να αυξάνεται, οι επενδύσεις και η κατανάλωση θα είναι οι βασικοί παράγοντες της ανάπτυξης», σημειώνει χαρακτηριστικά η Έκθεση. Όσον αφορά στην αγορά εργασίας, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επισημαίνει ότι «η ανεργία έπεσε στο 16,6% τον Οκτώβριο του 2019, έναντι 18,5% έναν χρόνο νωρίτερα, αλλά παραμένει η υψηλότερη στην Ευρωπαϊκή Ένωση».



Συνεχίζεται η αποκλιμάκωση της ανεργίας

Τα στοιχεία του ισοζυγίου του Ιανουαρίου από την ΕΡΓΑΝΗ εμφανίζουν βελτιωμένη εικόνα κατά 5.015 θέσεις εργασίας συγκριτικά με τον αντίστοιχο μήνα του 2019 υποδεικνύοντας την αυξητική τάση της συνολικής απασχόλησης μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας.

Οι συνολικές αναγγελίες πρόσληψης ανήλθαν σε 177.632 με τις συνολικές αποχωρήσεις σε 194.950, από τις οποίες οι 79.496 προήλθαν από οικειοθελείς αποχωρήσεις και οι 115.454 από καταγγελίες συμβάσεων αορίστου χρόνου ή λήξεις συμβάσεων ορισμένου χρόνου.

Τον Ιούνιο απόφαση για τις επενδύσεις

Πέρα από τις θετικές προβλέψεις για το ΑΕΠ, που φέρνουν τις Βρυξέλλες πιο κοντά στις επίσημες εκτιμήσεις του υπουργείου Οικονομικών, η Αθήνα πήρε μήνυμα ότι τον Ιούνιο θα έχει... happy end, το σήριαλ της αλλαγής χρήσης των κερδών του Ευρωσυστήματος.

Παρουσιάζοντας τις Χειμερινές Προβλέψεις της Κομισιόν, ο Επίτροπος Τζεντιλόνι επί της ουσίας προανήγγειλε θετική Έκθεση Αξιολόγησης στις 26 Φεβρουαρίου, η οποία θα χαράξει το δρόμο για θετική απόφαση στο Eurogroup του Ιουνίου, όσον αφορά στη χρήση των ANFA-SMP για χρηματοδότηση επενδύσεων. Πρακτικά, αυτό σημαίνει ότι το ΑΕΠ μπορεί να ανέβει κατά τουλάχιστον 0,6%.



Σιούρας: Η ελληνική ελιά στις διεθνείς αγορές



Το “παρών” έδωσε στη HORECA 2020 και η εταιρεία Σιούρας, που από το 1926 παράγει υψηλής ποιότητας επιτραπέζιες ελιές. Με έδρα το Βόλο και την εμπειρία τριών γενεών, τα προϊόντα της εταιρείας συνδυάζουν την παράδοση με την υψηλή τεχνολογία που απαιτεί η σύγχρονη βιομηχανία τροφίμων. Το 1999 η Σιού-

ρας μεταφέρθηκε σε νέες εγκαταστάσεις 8.000 τ.μ. σε έκταση 15 στρεμμάτων στην Α' Βιομηχανική Περιοχή του Βόλου Μαγνησίας. Διαθέτει περί το 95% των προϊόντων της στις αγορές Αυστραλίας, Αυστρίας, αλλά και στο Βέλγιο, τη Βρετανία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, τις ΗΠΑ, την Ιταλία, τον Καναδά, τη

Σαουδική Αραβία κ.α. Τα επώνυμα προϊόντα της φέρουν το εμπορικά σήματα «Selia», «Agria» και «Apolion». Τυποποιεί ελιές και με σήματα τρίτων, μεταξύ άλλων για διεθνείς λιανεμπορικές αλυσίδες. Η εταιρεία αγοράζει αποκλειστικά ελληνικές ελιές από όλες τις περιοχές της Ελλάδας, ανάλογα με την ποικιλία. Έχει

καθιερώσει σταθερές συνεργασίες με ελαιοπαραγωγούς και προσπαθεί για την εξασφάλιση όσο το δυνατόν καλύτερης ποιότητας ελιές που παραλαμβάνει από τον παραγωγό, θέτοντας αυστηρές προδιαγραφές και πραγματοποιώντας αυστηρούς ελέγχους κατά τις παραλαβές.

Κατεψυγμένα προϊόντα ζύμης και γλυκίσματα από τη Ροδούλα

Η Ροδούλα αποτελεί μία από τις κορυφαίες εταιρείες κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης και γλυκισμάτων στην Ελλάδα αλλά και στον κόσμο. Ηγέτης στο χώρο του food service, με παρουσία στο σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα και το εξωτερικό συνεχίζει να προσφέρει ποιοτικές γεύσεις και καινοτόμα προϊόντα. Το 2003 δημιουργήθηκε το πρώτο εργοστάσιο παραγωγής ποιοτικών προϊόντων ζύμης στο Μενίδι, με τα οποία η εταιρεία καθιερώθηκε στην premium αγορά δημιουργώντας signature προϊόντα. Τα επόμενα χρόνια μεγάλη βάση δόθηκε στην ανάπτυξη των εγκαταστάσεων, σε νέες τεχνολογίες και στην αυτοματοποίηση των διαδικασιών και την επέκταση του δικτύου

διανομής. Το 2012 βλέποντας το μεγάλο κενό στην αγορά του ποιοτικού γλυκού στην Ελλάδα και στο εξωτερικό και την ευκαιρία με την απενεχοποίηση υπερψυγμένων προϊόντων ξεκίνησε η υλοποίησή της νέας επένδυσης, στην γλυκιά πλευρά της Ροδούλα. Το 2016 κάνει τα πρώτα βήματα στην Αμερική και τον Καναδά στο κομμάτι του food service. Το πρώτο Βραβείο Ανώτερης Ποιότητας και γεύσης ήρθε το 2017 και σήμερα έχει κατακτήσει 16 παγκόσμιες διάκρισης στην Ευρώπη, ενώ παράλληλα ξεκίνησε στρατηγικές συνεργασίες με μεγάλα σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα και το Εξωτερικό.



Νέα επικοινωνία από τη Lacta με “κέντρο” την αγάπη

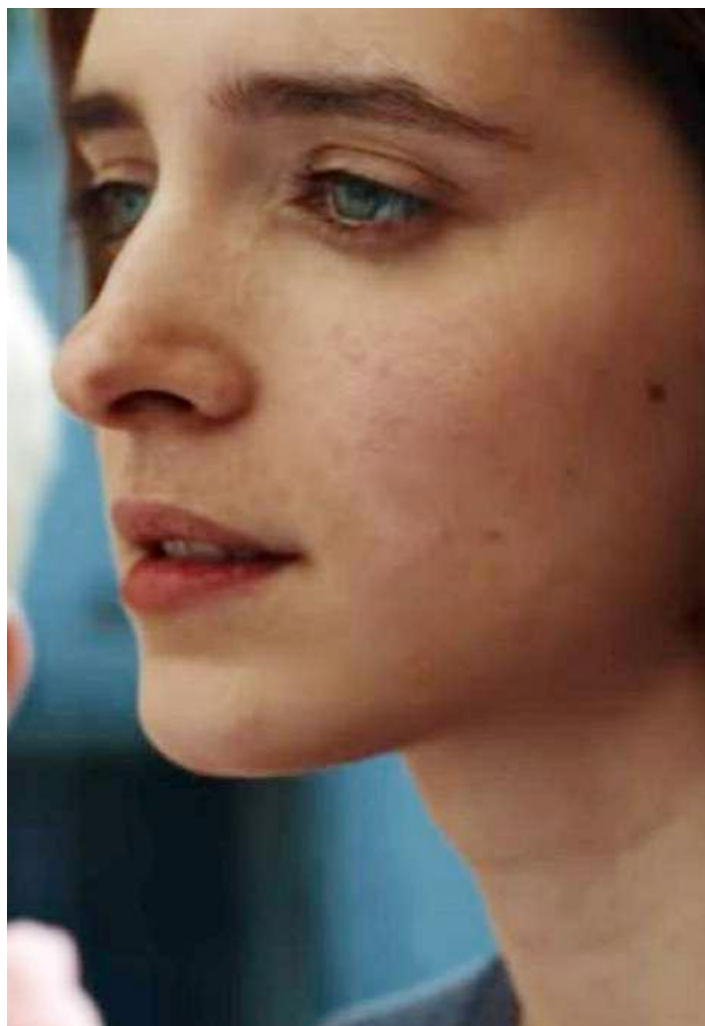
Για μία ακόμη χρονιά, η Lacta εξυμνεί την αποδοχή και, με αφορμή τη φετινή γιορτή του Αγίου Βαλεντίνου, στέλνει το μήνυμα «Δες την Αγάπη» προς όλους. Πιστή στο ραντεβού της με τους φίλους της, η Lacta αναδεικνύει πτυχές της αγάπης, όπως αυτή εκφράζεται μέσα από καθημερινές ιστορίες ανθρώπων γύρω μας. Η αγαπημένη σοκολάτα γάλακτος αναγνωρίζει ότι ο κόσμος μας αλλάζει και αγκαλιάζει τη διαφορετικότητα. Πάνω σε αυτή την παραδοχή χτίζει τη νέα της επικοινωνία, που φέρνει στο προσκήνιο στερεότυπα τα οποία διαιωνίζονται και προσκαλεί τους θεατές να δουν πέρα από αυτά.

Με βασικό μήνυμα το «Δες την Αγάπη», η Lacta καλεί το κοινό στην Πλατεία Συντάγματος έως και τις 16 Φεβρουαρίου. Σε συνεργασία με τον καλλιτέχνη Στάθη Τσαβαλιά, γνωστό ως Insane 51, παρουσιάζει μία σειρά από πρωτότυπα έργα graffiti. Το κάθε

έργο κρύβει δύο διαφορετικές όψεις που αποκαλύπτονται με τη χρήση γυαλιών 3D ή ειδικού φωτισμού. Η μία όψη σχετίζεται με ένα κοινωνικό στερεότυπο, ενώ η άλλη όψη εμφανίζει μία εικόνα αγάπης. Το κοινό καλείται να ζήσει την εμπειρία, κοιτώντας μέσα από μεγάλα γυαλιά 3D και επιλέγοντας: θα δουν τα στερεότυπα ή την αγάπη;

Παράλληλα, η νέα τηλεοπτική ιστορία της Lacta παρουσιάζει έξι διαφορετικές ανθρώπινες ιστορίες. Αρχικά οι ιστορίες παρουσιάζονται αποσπασματικά, δημιουργώντας στο θεατή την εντύπωση ότι βλέπει περιστατικά bullying, ρατσισμού και απόρριψης. Στη συνέχεια, όμως, αποκαλύπτεται ότι οι σκηνές που έβλεπε ήταν στην πραγματικότητα ιστορίες αγάπης και αποδοχής.

Η νέα τηλεοπτική διαφήμιση της Lacta που σπάει τα στερεότυπα είναι διαθέσιμη στο Youtube και στο Facebook.



Νέες συσκευασίες για τα 2πλο Γεμιστά Παπαδοπούλου

Τα αγαπημένα 2πλο Γεμιστά Παπαδοπούλου αλλάζουν συσκευασία αναδεικνύοντας τον νεανικό τους χαρακτήρα, ενώ συνεχίζουν να προσφέρουν την ίδια 2πλη απόλαυση!

Οι συσκευασίες 2πλο Γεμιστών Παπαδοπούλου ανατρέπουν όσα γνωρίζαμε για το αγαπημένο brand, αφού πλέον κυκλοφορούν με έντονα χρώματα και ανανεωμένο λογότυπο που διαβάζεται οριζόντια αλλά και κάθετα! Η πρωτότυπη αυτή εμφάνιση χαρίζει στις συσκευασίες 2πλο Γεμιστών ένα ακόμα πιο φρέσκο και μοντέρνο ύφος που ταιριάζει απόλυτα στο αγαπημένο brand των νέων και όχι μόνο. Παράλληλα διατηρούν την ίδια απίθανη 2πλη γέμιση στις δυο ξεχωριστές γεύσεις Σοκολάτα και Κρέμα που δεν «χορταίνεις» να απολαμβάνεις.

«Για ό,τι δεν χορταίνεις, 2πλο Γεμιστά Παπαδοπούλου!»

ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

2πλο Γεμιστά

ΓΙΑ Ο,ΤΙ ΔΕΝ ΧΟΡΤΑΙΝΕΙΣ

ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ 2πλο Γεμιστά ΚΡΕΜΑ

ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ 2πλο Γεμιστά ΣΟΚΟΛΑΤΑ

NEA ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

100% Σηλή απόλαυση

Hausbrandt: Ο ιταλικός καφές που ξεχωρίζει

Ένας κλάδος με μεγάλο ανταγωνισμό είναι αυτός του καφέ, που στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζεται από σημαντική ανάπτυξη. Πολλές είναι οι εταιρείες που διεκδικούν μερίδιο στην αγορά, μερικά brands όμως έχουν καταφέρει να ξεχωρίσουν στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Ο καφές HAUSBRANDT αποτελεί μια δημοφιλή επιλογή για τους Έλληνες, καθώς πρόκειται για ένα χαρακτηριστικό ιταλικός καφέ με ιστορία πάνω από 100 χρόνια. Περιλαμβάνεται στο χαρτοφυλάκιο της εταιρείας «ΑΒΕΚ», που συνδυάζει τη σοφία της παράδοσης με την καινοτομία της εξέλιξης.

Είναι μια άρτια εταιρεία που αναδύθηκε από τις σελίδες της ιστορίας το 1922 περίπου για να μεταφερθεί στη σύγχρονη εποχή με εντυπωσιακή πρόοδο και να υποσχεθεί μια ανοδική πορεία με πολλές μελλοντικές εκπλήξεις. Από την Αίγυπτο σε ένα μικρό καφεκοπτείο στη Σπάρτη και από εκεί μεταφέρεται στην Αθήνα το 1997. Ο καφές Βεγκράκος, επενδύοντας στην κληρονο-



μία του ονόματός του, καθιερώνεται για να φτάσει στο σήμερα. Η «ΑΒΕΚ» στηρίζει τη δυναμική της παρουσία στο ελληνικό προσκήνιο χάρη στο όραμα και τη φιλοσοφία της. Βασικό στόχος της είναι η ποιότητα των προϊόντων της, η οργανωτική της δομή, ο υπερσύγχρονος εξοπλισμός της, το εξειδικευμένο και άρτια καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό της και η αδιάκοπη ανάπτυξή της σύμφωνα με τις επιταγές της σύγχρονης και απαιτητικής αγοράς. Η πίστη στις αρχές της και η προσήλωση στις πρωτοποριακές τις ιδέες την καθιστούν ιδιαίτερη και μοναδική. Η εταιρεία ΑΡΧΟΝΤΑΚΗ έχει τις ρίζες της στο καφεκοπτείο της οδού Μουσουρών 45, στα

Χανιά της Κρήτης, ένα μικρό κατάστημα λιανικής, που ξεκίνησε το 1973. Η επιχείρηση επεκτάθηκε το 1998 με τη δημιουργία στο Βιοτεχνικό πάρκο Χανίων ενός εργοστασίου παραγωγής και επεξεργασίας καφέ, συνολικής επιφάνειας 1700τμ.

Διαθέτοντας υπερσύγχρονα μηχανήματα ψοσίματος, άλεσης και τυποποίησης του καφέ, και επιλέγοντας άριστη πρώτη ύλη ωμού καφέ, ο οποίος εισάγεται απευθείας με τις πιο αυστηρές προδιαγραφές, δημιουργήθηκε το πρώτο φακελάκι ελληνικού ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΥ ΚΑΦΕ ΑΡΧΟΝΤΑΚΗ σε συσκευασία των 100gr, 200gr και 500gr. Από τότε και μέχρι σήμερα, η εταιρεία "ΑΡΧΟΝΤΑΚΗ" έχει προσθέσει στην γκάμα της και άλλα χαρμάνια ελληνικού καφέ, εκτός από τον παραδοσιακό, όπως τον Χρυσό, τον Διπλό, τον Ελαφρύ (Ξανθό), τον Χωρίς Καφεΐνη και τον Βιολογικό, ενώ έχει επεκταθεί και στο ψήσιμο καφέ εσπρέσο, γαλλικού και γαλλικού αρωματικού με την ονομασία POEM.

Lidl Hellas: Νέα πρωτοβουλία για την προστασία του περιβάλλοντος στη Σαντορίνη

Η Lidl Ελλάς γίνεται αρωγός της ξεχωριστής για τα ελληνικά δεδομένα πρωτοβουλίας προστασίας του περιβάλλοντος της Σαντορίνης «Plastic Free Santorini».

Πρόκειται για μία κοινή πρωτοβουλία του Υπουργού Τουρισμού, κ. Χάρη Θεοχάρη, του Δημάρχου Σαντορίνης, κ. Αντώνη Σιγάλα και του Προέδρου της Διοίκησης της Lidl Ελλάς, κ. Ιακώβου Ανδρεανίδη, που έχει ως στόχο την ανακήρυξη της Σαντορίνης ως ενός νησιού με ιδιαίτερες περιβαλλοντικές ευαισθησίες, αλλά και διαχρονικό συμβολισμό.

Με την πρωτοβουλία αυτή που φέρει και την υπογραφή του Εθνικού Συλλογικού Συστήματος Εναλλακτικής Διαχείρισης Συσκευασιών ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ, η Σαντορίνη γίνεται η καρδιά μιας σπείρας για τη μείωση της αλόγιστης χρήσης πλαστικού σε όλη την Ελλάδα, με στόχο να απλωθεί σταδιακά σε όλες τις Κυκλάδες και τα νησιά του Αιγαίου.

Όπως τονίζει σε ανακοίνωση της η Lidl, η επιλογή της Σαντορίνης δεν είναι τυχαία, καθώς αποτελεί ένα νησί με ιδιαίτερες ευαισθησίες στους τομείς του περιβάλλοντος, της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, της πρωτογενούς παραγωγής, βρίσκεται στο επίκεντρο της κυβερνητικής προσπάθειας για την αναβάθμισή της ως προς τη Βιώσιμη Ανάπτυξη και επίσης αποτελεί έναν παγκόσμιο τουριστικό προορισμό. Η Lidl Ελλάς προσπαθεί καθημερινά για ένα καλύτερο αύριο, λειτουργώντας υπεύθυνα σε κάθε τομέα της επιχείρησης και εφαρμόζοντας τις βέλτιστες πρακτικές βιωσιμότητας και κοινωνικής υπευθυνότητας. Η εται-



ρία συμμετέχει στην πρωτοβουλία REset Plastic, τη στρατηγική για το πλαστικό του Ομίλου Schwarz. Στόχος του ομίλου είναι να μειώσει τη χρήση πλαστικού κατά 20% μέχρι το 2025 και να αυξήσει τη δυνατότητα ανακύκλωσης στις συσκευασίες προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στο 100%. Εκτός από την αποφυγή χρήσης και τον σχεδιασμό, η ανακύκλωση, η αποκομιδή, η καινοτομία και η ενημέρωση αποτελούν σημαντικά πεδία δράσης.