

BABY ΦΥΛΛΑ ΒΕΖΥΡΟΓΛΟΥ

ΠΛΥΜΕΝΑ ΜΕ ΦΡΟΝΤΙΔΑ

Ανακαλύψτε τη νέα σειρά
«Απ' τα Περιβόλια του Βεζύρογλου».

Εκλεκτά baby φύλλα, ολοφρέσκα
και τραγανά, πλυμένα και έτοιμα
να τα απολαύσετε.

Ποιότητα Βεζύρογλου.



www.vezyrogloufarm.com

f @VezyroglouFarm


 απ' τα περιβόλια του
Βεζύρογλου

FOODReporter

ΦΡΕΣΚΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

- 04** Φύσις: Το ελληνικό γιαούρτι της New Hope Dairy με ελληνικό design στην Κίνα
- 06** EUDR: Ο στιγμιαίος καφές στο νέο πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού
- 07** NielsenIQ: Άνοδος 5,2% το οργανωμένο λιανεμπόριο FMCG το καλοκαίρι

Λ'artigiano: «Στροφή» σε digital πωλήσεις και franchise - Άνοδος 5% στο οκτάμηνο 2026



Σε τροχιά ουσιαστικού μετασχηματισμού βρίσκεται η αλυσίδα εστίασης L'artigiano, προσαρμόζοντας τη στρατηγική της στις νέες καταναλωτικές συνήθειες και τις ισχυρές πληθωριστικές πιέσεις. Ο ιδρυτής και ιδιοκτήτης της εταιρείας, Χρήστος Βιτσιάνος, σε δηλώσεις του στο FOODReporter, σκιαγραφεί ένα απαιτητικό επιχειρηματικό περιβάλλον που σημαδεύεται από την ακρίβεια, τους γεωπολιτικούς κινδύνους και την αύξηση του κόστους ενέργειας, καυσίμων και πρώτων υλών. Παρά τις αντιξοότητες, η εταιρεία καταγράφει θετικό βηματισμό, πετυχαίνοντας αύξηση πωλήσεων κατά 5% στο οκτάμηνο του 2026.

Το digital «κερδίζει έδαφος» έναντι του τηλεφωνικού κέντρου

Η πλέον αξιοσημείωτη αλλαγή σε σχέση με το παρελθόν εντοπίζεται στη ραγδαία μετατόπιση της συμπεριφοράς των καταναλωτών προς τα ψηφιακά κανάλια. Ενώ έως **το τέλος του 2023** οι τηλεφωνικές παραγγελίες κυριαρχούσαν συντριπτικά, πλέον η εικόνα έχει ανατραπεί πλήρως. Σύμφωνα με τον κ. Βιτσιάνο, οι ηλεκτρονικές πωλήσεις (μέσω της εφαρμογής της αλυσίδας, της ιστοσελίδας και των πλατφορμών efood, Wolt, Box) αντιπροσωπεύουν σήμερα το 60% του συνολικού τζίρου, περιορίζοντας το τηλεφωνικό κέντρο στο 40%. Η εν λόγω εξέλιξη αποτυπώνει την ταχύτητα με την οποία το καταναλωτικό κοινό υιοθετεί τις νέες τεχνολογίες και παράλληλα, την ευκολία των ψηφιακών παραγγελιών.

Στροφή στο franchise για το δίκτυο

Σημαντικές είναι οι διαφοροποιήσεις που καταγράφονται και στη δομή του δικτύου καταστημάτων. Ο κ. Βιτσιάνος σημείωσε ότι από 18 εταιρικά καταστήματα που διέθετε η αλυσίδα στα τέλη του 2023, πλέον ο αριθμός τους έχει διαμορφωθεί στα 8, ενώ τα υπόλοιπα σημεία του δικτύου λειτουργούν ως franchise σήμερα (συνολικά 23). Ωστόσο, το υψηλό κόστος ανάπτυξης νέων σημείων λειτουργεί ως βασικό ανάχωμα στην περαιτέρω επέκταση του δικτύου. Όπως ανέφερε ο κ. Βιτσιάνος, η επένδυση που απαιτείται για τη δημιουργία ενός νέου καταστήματος ανέρχεται σε €150.000- €200.000, ποσό που, υπό τις σημερινές συνθήκες της αγοράς, περιορίζει σημαντικά τη δυνατότητα ανάληψης νέων επενδύσεων. Για το λόγο αυτό, προτεραιότητα αποτελεί η διατήρηση και η προσεκτική επιμέλεια των υφιστάμενων σημείων, εκτός εάν προκύψει κάποια αξιόλογη ευκαιρία εντός ή εκτός Αθηνών.

Σύμφωνα με τον ίδιο, για τη διατήρηση της αναπτυξιακής τροχιάς, η L'artigiano επενδύει στη συγκράτηση των τιμών, τις προσφορές, τη διαφήμιση και τα social media. Αν και η απόφαση να διατηρηθούν σταθερές οι τιμές συμπιέζει την κερδοφορία καθώς τα λειτουργικά έξοδα αυξάνονται, η εταιρεία επιμένει παράλληλα στον εμπλουτισμό του κωδικολογίου, προτείνοντας στον σύγχρονο καταναλωτή νέες γευστικές επιλογές. Ήδη το μενού έχει ενισχυθεί με καινοτόμες προτάσεις, όπως η πίτσα κρουασάν, καθώς και με νέα κατηγορία ζυμαρικών που λανσαρίστηκε μέσα στο καλοκαίρι και περιλαμβάνει τέσσερις γεύσεις: Νιόκι Truffle Bacon, Νιόκι Gorgonzola, Cacio e Pepe και Lemon Chicken Parmesan.

Φωτεινή Αποστόλου



Ποτοποιία Οινοποιία Καστοριάς: Πτώση τζίρου και διεύρυνση ζημιών το 2025

Μειωμένο κύκλο εργασιών και διεύρυνση των ζημιών κατέγραψε το 2025 η Ποτοποιία Οινοποιία Καστοριάς ΑΒΕΕ, σύμφωνα με τις οικονομικές καταστάσεις της συγκεκριμένης χρήσης. Ειδικότερα, ο κύκλος εργασιών της Ποτοποιίας Οινοποιίας Καστοριάς διαμορφώθηκε σε 2,39 εκατ. ευρώ, έναντι 2,58 εκατ. ευρώ το 2024, σημειώνοντας πτώση περίπου 7,4%. Το κόστος πωλήσεων υποχώρησε σε 2,06 εκατ. ευρώ από 2,23 εκατ. ευρώ, ενώ το μικτό αποτέλεσμα διαμορφώθηκε σε €331.434, έναντι €349.690 το προηγούμενο έτος. Τα έξοδα διάθεσης ανήλθαν σε περίπου €240.000 και τα διοικητικά σε περίπου €77.000. Το αποτέλεσμα προ τόκων και φόρων της Ποτοποιίας Οινοποιίας Καστοριάς περιορίστηκε σε περίπου €17.500, από €24.700 το 2024. Μετά την επιβάρυνση από χρηματοοικονομικά έξοδα περίπου €23.700, η χρήση έκλεισε με ζημιές €6.200, έναντι ζημιών €500 το 2024. Στον ισολογισμό, τα ταμειακά διαθέσιμα μειώθηκαν σε €174.224 από €251.647, ενώ τα αποθέματα αυξήθηκαν σε €256.174 από €195.410. Οι συνολικές υποχρεώσεις ανήλθαν σε 1,22 εκατ. ευρώ, με εμπορικές υποχρεώσεις €786.670. Σημειώνεται ότι η εταιρεία Ποτοποιία Οινοποιία Καστοριάς ΑΒΕΕ δραστηριοποιείται στην περιοχή Αμπελοκήπων - Δισπήλιο Καστοριάς.

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

ΙΙΠΕ
ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΕΛΛΑΔΟΣ
Η εξέλιξη των πολιτικών

ΕΕΕΤ
1932

BOUSSIAS
events presents

Convenience Retailing conference

Μικρή λιανική, μεγάλη ευκαιρία:
To convenience ως στρατηγική ανάπτυξης



ΤΡΙΤΗ
**29/09
2026**
ΔΑΪΣ
Πολυχώρος
Εκδηλώσεων

SPEAKERS



Jesper Østergaard
CEO, 7-Eleven Denmark,
**REITAN CONVENIENCE
DENMARK**



Andrzej Popławski
Commercial Director, Żabka Future,
ŻABKA POLAND

JOIN NOW

LEARN MORE



**Θεόδωρος
Γεροστεργιούδης**
CEO, **Diamantis
Masoutis S.A.**



**Ορέστης
Τζανεντής**
Founder,
Intale



Δέσποινα Ξυνού
Πρόεδρος & Διευθύνουσα
Σύμβουλος,
**OK! ANYTIME
MARKET AE**

ΧΡΥΣΟΣ ΧΟΡΗΓΟΣ



Βαγγέλης Βόδενας
Wholesale & Affiliate
Retail Director,
AB Βασιλόπουλος



**Νικόλαος
Χατζηγεωργίου**
Franchise Senior Manager,
METRO AEBE



**Κωνσταντίνος
Βούλγαρης**
Partner, **ISN S.A.,
4all Stores**

SPECIAL GUEST: Ανδρέας Finch - Artist, Finch of Athens

ΧΟΡΗΓΟΣ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ



• **Γιάννης Μηλιώνης**
Global Head of Route to Market,
Sales Operations and Convenience,
Nestlé

• **Ieva - Eve Jureviciene**
Co-Founder & COO,
OMG Bubble Tea

• **Κοντζόγλου Αθανάσιος**
Owner & CEO,
Kontzoglou Distribution

• **Άγγελος Μαλλίνης**
Sales Director, **Χήτος ABEE**

• **Στυλιανός Γιαννακούδης**
Regional Sales Manager,
Olympic Brewery SA

• **Θάνος Καρακάσης**
Commercial and Marketing Director
and Developer, **Smile Kiosk**

• **Σοφοκλής Βαρβαρήγος**
Commercial Director,
Rezos Brands SA

• **Sven Forgger**
Co-founder & Senior Advisor,
Convini Deutschland GmbH

• **Γιώργος Χάιτας**
Head of Dry Foods Products,
Μασούτης AE

• **Βαγγέλης Φώσκολος**
Retail Sales & Insights Director,
Circana

• **Δημήτρης Σουοινός**
Πρόεδρος ΣΕΕΤ & Commercial
Director, **Konva**

• **Βασίλης Μπεγκλής**
Sales Director,
Agrino - Eyge Pistioías ABEE

• **Ιωάννης Σφακιανάκης**
Commercial & Business Leader
Former Managing Director,
Segafredo Zanetti Hellas

• **Κυριάκος Σταμάταρος**
Customer Success Consultant,
NielsenIQ

• **Αργύρης Βουδούρης**
Key Account Manager,
Sarantis S.A.

• **Κωνσταντίνος Καπνιάς**
Commercial Director,
**Πήγασος Α.Ε. (National Distributor
of Haribo)**

• **Κωνσταντίνος Ρουμेलιώτης**
District Sales & Project Manager,
Ministopkiosk EE

• **Άγγελος Δημοθεόδωρος**
Ιδιοκτήτης, **Vamos Kiosk**

Συμμετοχές: Γεωργία Γιανναδοπούλου, **T:** 217 7776 237, **E:** ggjanadopoulos@bouscias.com

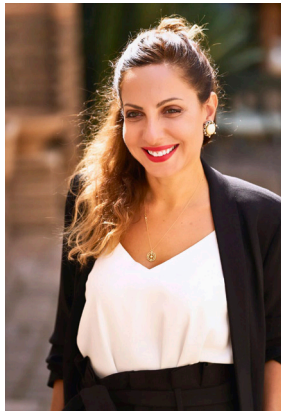
Χορηγίες: Κατερίνα Μπουσμπουκέα, *Advertising Manager, σεληφ σέρβις & FOODReporter*, **T:** 217 7776 128, **M:** 6973 696 198,
E: kbousboukea@bouscias.com | Θάνος Θώμος, **T:** 217 7776 322, **E:** thomos@bouscias.com | Λίτσα Αντωνιάδη, **T:** 217 7776 158,

E: lantonidi@bouscias.com | **Περιεχόμενο:** Άννα Χατζή, *Journalist FOODReporter, Conference Producer*, **T:** 217 777 6130, **E:** ahatzi@bouscias.com

Official Publications
FOODReporter
σεληφ σέρβις

Φύσις: Το ελληνικό γιαούρτι της New Hope Dairy με ελληνικό design στην Κίνα

Το νέο brand βασίζεται σε ελληνική συνταγή και φέρει την υπογραφή της Ελληνίδας designer Σ. Γεωργοπούλου



Σοφία Γεωργοπούλου, Designer

Στην κινεζική αγορά μεταφέρεται η ελληνική ταυτότητα του γιαουρτιού μέσω του νέου brand «Φύσις» της New Hope Dairy, σε ένα project που συνδυάζει ελληνική συνταγή, τοπική παραγωγή και ελληνικό design. Η New Hope Dairy αποτελεί τον γαλακτοκομικό βραχίονα του κινεζικού ομίλου New Hope, ο οποίος ιδρύθηκε το 1982 από τον Liu Yonghao. Ο όμιλος δραστηριοποιείται σε όλο το εύρος της αγροδιατροφικής αλυσίδας, διαθέτει περισσότερες από 600 θυγατρικές και σχεδόν 100.000 εργαζομένους, ενώ το 2024 τα έσοδά του ξεπέρασαν τα 29 δισ. ευρώ. Σε επίπεδο γαλακτοκομικών, η New Hope Dairy διαθέτει παρουσία σε κατηγορίες όπως το γάλα, τα ζυμωμένα γαλακτοκομικά και το γιαούρτι. Το πρώτο εξάμηνο του 2026 κατέγραψε πωλήσεις περίπου 740 εκατ. ευρώ, αυξημένες κατά 5,2% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2025.

Η ελληνική ταυτότητα ως εργαλείο για την κινεζική αγορά

Για τη σχεδιαστική ταυτότητα του «Φύσις», η New Hope Dairy αναζητήσε μια αυθεντική ελληνική ματιά. Η συνεργασία με τη Σοφία Γεωργοπούλου προέκυψε μέσα από το portfolio της στο Behance. Όπως εξηγεί η ίδια στο FOODReporter, η εταιρεία δεν αναζητούσε απλώς μια συσκευασία που να «δείχνει ελληνική», αλλά έναν Έλληνα designer που θα μπορούσε να μεταφέρει το ελληνικό feeling και την αίσθηση της χώρας μέσα από μια αυθεντική οπτική. Η σχεδιαστική πρόκληση ήταν μεγαλύτερη από εκείνη ενός προϊόντος που απευθύνεται στην ελληνική αγορά. Για τον Έλληνα καταναλωτή η ελληνικότητα είναι δεδομένη, ενώ στην κινεζική αγορά πρέπει να μεταφραστεί σε αναγνωρίσιμους πολιτισμικούς κώδικες.

Η κ. Γεωργοπούλου απέφυγε, ωστόσο, την κλασική τουριστική εικόνα της Ελλάδας. Αξιοποίησε διαχρονικά στοιχεία του ελληνικού πολιτισμού, το μπλε και το λευκό, καθώς και σύμβολα που παραπέμπουν στην Ελλάδα, αποδίδοντάς τα με σύγχρονο και πιο χαρούμενο τρόπο.

Από την ελληνική συνταγή στην κινεζική παραγωγή

Το «Φύσις» παρουσιάζει ενδιαφέρον και ως προς το μοντέλο ανάπτυξής του. Το προϊόν παράγεται στην Κίνα, αλλά βασίζεται σε ελληνική συνταγή, ενώ, σύμφωνα με τη κ. Γεωργοπούλου, υπάρχει συνεργασία με τη Γεωπονική Σχολή Αθηνών και χρησιμοποιείται, μεταξύ άλλων, πυτιά από την Ελλάδα. Η επιλογή αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία δεδομένου του μεγέθους της αγοράς στην οποία απευθύνεται. Για την ίδια, η μεταφορά της ελληνικής διατροφικής παράδοσης σε μια τοπική παραγωγή λειτουργεί θετικά, καθώς επιτρέπει σε ένα ελληνικό προϊόν και σε στοιχεία της ελληνικής διατροφής να ταξιδέψουν εκτός συνόρων. Το «Φύσις» βρίσκεται πλέον στη διαδικασία τοποθέτησης στα κινεζικά σούπερ μάρκετ, ενώ προς το παρόν δεν προβλέπεται η κυκλοφορία του στην Ελλάδα.

Ελισάβετ Παπούλιου



Zagorin: Σταδιακά στα ράφια η νέα παραγωγή

Σταδιακά τοποθετούνται στα ράφια της οργανωμένης λιανικής τα πρώτα φρούτα της νέας παραγωγής Zagorin του Αγροτικού Συνεταιρισμού Ζαγοράς Πηλίου.

Η συγκομιδή ξεκίνησε από τα μέσα Αυγούστου με την πρώιμη ποικιλία μήλων Gala και τα αχλάδια Κρυστάλλι, ενώ τις τελευταίες ημέρες έχει ξεκινήσει η συγκομιδή του κύριου όγκου της παραγωγής.

Από τη Ζαγορά, το Πουρί και τη Μακρυράχη, οι παραγωγοί-μέλη του Συνεταιρισμού συλλέγουν αυτή την περίοδο τις βασικές ποικιλίες μήλων. Μετά τα Gala ακολουθούν τα ΠΟΠ Μήλα Ζαγοράς Πηλίου, καθώς και οι ποικιλίες Golden και Τζόνα. Από τις αρχές έως τα μέσα Οκτωβρίου αναμένεται η συγκομιδή των ΠΟΠ Φιρίκιων Πηλίου και των Fuji.

Παράλληλα, θα ακολουθήσει η συγκέντρωση κάστανων και, αργότερα το φθινόπωρο, ακτινιδίων.

Η φετινή παραγωγική περίοδος συμπίπτει με τη συμπλήρωση 110 ετών από την ίδρυση του Συνεταιρισμού, στις 27 Οκτωβρίου.

Παράλληλα με την παραγωγική δραστηριότητα, ο Συνεταιρισμός συνεχίζει τις διαδικασίες προσαρμογής σε σύγχρονες απαιτήσεις πιστοποίησης, με έμφαση σε εργασιακά και ανθρώπινα δικαιώματα, περιβάλλον και αειφορία. Τα προϊόντα Zagorin διατίθενται μέσω αλυσίδων σούπερ μάρκετ και λοιπών σημείων λιανικής.

Η φετινή εμπορική περίοδος αναμένεται να εξελιχθεί έως το φθινόπωρο, καθώς συνεχίζεται η συγκομιδή και η διάθεση των προϊόντων στην αγορά.

Ανυγα: Τέσσερις τάσεις που αλλάζουν τα μενού του food service



Νέα δεδομένα για το τι αναζητούν οι καταναλωτές στα εστιατόρια και το οργανωμένο food service αποτυπώνει για το 2026 η Anuga, αναδεικνύοντας τέσσερις τάσεις που επηρεάζουν τη σύνθεση των μενού. Η αυθεντικότητα, η αναβάθμιση του street food, οι συνδυασμοί διαφορετικών γαστρονομικών παραδόσεων και η δυνατότητα του πελάτη να διαμορφώνει το γεύμα του

βρίσκονται στο επίκεντρο. Η πρώτη τάση αφορά την επιστροφή στις «ρίζες» της γαστρονομίας, με μεγαλύτερη έμφαση στην προέλευση των υλικών, τις τοπικές συνταγές και τις παραδοσιακές τεχνικές. Η παράδοση, ωστόσο, συνδυάζεται με σύγχρονες προσεγγίσεις.

Street food με premium χαρακτηριστικά

Το street food περνά παράλληλα σε μια πιο premium εκδοχή, με καλύτερες πρώτες ύλες, νέους συνδυασμούς και μεγαλύτερη έμφαση στην παρουσίαση. Η τάση συνδέεται ιδιαίτερα με νεότερους καταναλωτές, για τους οποίους η προσιτή τιμή συνδυάζεται με την αναζήτηση μιας διαφορετικής γαστρονομικής εμπειρίας. Το fusion αποκτά πιο ξεκάθαρη ταυτότητα, καθώς κουζίνες και τεχνικές από διαφορετικές περιοχές συνδυάζονται χωρίς να χάνουν την πολιτισμική τους προέλευση. Ενισχύεται η εξατομίκευση, με bowls, burgers, tacos και wraps να προσφέρουν περισσότερες επιλογές σε toppings, sauces και dips. Όπως επισημαίνεται, η πρόκληση για τις επιχειρήσεις food service είναι να ενσωματώσουν αυτές τις τάσεις στα μενού τους χωρίς να αυξήσουν υπερβολικά την πολυπλοκότητα της λειτουργίας τους. Η ανάγκη για διαφοροποίηση συνυπάρχει με την ανάγκη για αποτελεσματικότητα και έλεγχο του κόστους.



Polyplast LTD: Μεγάλος χορηγός αθλητικού υλικού της Προοδευτικής Περάματος

Η Polyplast LTD αναλαμβάνει τον ρόλο του χορηγού αθλητικού υλικού της Προοδευτικής Περάματος για τη νέα αγωνιστική περίοδο. Η συνεργασία εξασφαλίζει στην ομάδα υλικό υψηλών προδιαγραφών, διευκολύνοντας την καθημερινή προετοιμασία και τις αγωνιστικές υποχρεώσεις των αθλητών. Το ΔΣ του σωματείου τόνισε τη σημασία της στήριξης από μια σύγχρονη βιομηχανία της Αττικής. Η πρωτοβουλία εντάσσεται στην ευρύτερη δέσμευση της εταιρείας για την έμπρακτη ενίσχυση του τοπικού αθλητισμού και της νέας γενιάς.

MARKETING FOOD100

Ήρθε η στιγμή να γνωρίσουμε τους 100 υψηλόβαθμους marketers που ξεχωρίζουν στον χώρο των τροφίμων και ποτών, τόσο στο οργανωμένο λιανεμπόριο όσο και στο foodservice.

Στελέχη που βρίσκονται πίσω από brands και προϊόντα και συμβάλλουν με τη στρατηγική σκέψη, τη δημιουργικότητα και τις πρωτοβουλίες τους στην ανάπτυξη και την πορεία τους στην αγορά.

**ΑΝΑΔΕΙΞΤΕ
ΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΗΣ
ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΣΑΣ**

Η πλατφόρμα θα παραμείνει ανοιχτή μέχρι και τη

**ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
30/10/2026**

**BOUSSIAS
media**

Περιεχόμενο: Ελισάβετ Παπούλιου, **T:** 217 7776 115, **M:** 6980 60 7864, **E:** epapouliou@bouscias.com
Χορηγίες/Διαφήμιση: Κατερίνα Μπουσμπουκέα, **T:** 217 7776 128, **E:** kbousboukea@bouscias.com

Official Publication
σελφ σέρβις

EUDR: Ο στιγμιαίος καφές στο νέο πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού



Νέα δεδομένα για τις επιχειρήσεις φέρνει η τροποποίηση του ευρωπαϊκού Κανονισμού για τα προϊόντα που συνδέονται με την αποψίλωση των δασών (EUDR). Η τροποποίηση του Παραρτήματος I τέθηκε σε ισχύ στις 18 Σεπτεμβρίου, διευρύνοντας το πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού με την προσθήκη, μεταξύ άλλων, του στιγμιαίου καφέ και συγκεκριμένων παραγώγων φοινικέλαιου.

Ο στιγμιαίος καφές στην «ομπρέλα» του EUDR

Στο πεδίο εφαρμογής προστίθεται ο στιγμιαίος καφές, καθώς και συγκεκριμένα παράγωγα φοινικέλαιου που χρησιμοποιούνται, μεταξύ άλλων, στην παραγωγή ελαιοχημικών. Προστίθενται επίσης οι κατεψυγμένες γλώσσες βοοειδών. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι αλλαγές αποσκοπούν στην αποφυγή κενών στην αλυσίδα εφοδιασμού και στη μετατόπιση του κινδύνου αποψίλωσης σε προϊόντα που έως σήμερα δεν καλύπτονταν. Παράλληλα, από το πεδίο εφαρμογής αφαιρούνται, μεταξύ άλλων, δέρματα και δέρματα κατεργασμένα από βοοειδή, αναγομωμένα ελαστικά και σόγια που προορίζεται για σπορά.

Η εφαρμογή για τα νέα προϊόντα από το 2027

Παρά την έναρξη ισχύος της τροποποίησης, τα προϊόντα που προστίθενται τώρα δεν υπάγονται άμεσα στις υποχρεώσεις του EUDR. Η εφαρμογή για τον διαλυτό καφέ, τα συγκεκριμένα παράγωγα φοινικέλαιου και τις κατεψυγμένες γλώσσες βοοειδών θα ξεκινήσει στις 30 Δεκεμβρίου 2027, ώστε οι επιχειρήσεις να έχουν χρόνο προετοιμασίας. Για τα υπόλοιπα προϊόντα που ήδη περιλαμβάνονται στον EUDR, οι υποχρεώσεις εφαρμόζονται από 30 Δεκεμβρίου 2026 για μεγάλες και μεσαίες επιχειρήσεις και από 30 Ιουνίου 2027 για τις λοιπές, μικρές επιχειρήσεις.



Nestlé: Η Gerber επεκτείνεται στα παιδικά ροφήματα, με το Gerberlyte

Στην κατηγορία των παιδικών ροφημάτων επεκτείνεται η Gerber, το brand βρεφικής διατροφής της Nestlé, με το νέο Gerberlyte, ένα ρόφημα ηλεκτρολυτών με βάση το νερό καρύδας, που προορίζεται για την αντιμετώπιση ήπιας έως μέτριας αφυδάτωσης στα παιδιά. Η Nestlé το χαρακτηρίζει ως το πρώτο παιδιατρικό διάλυμα από του στόματος για επανυδάτωση με πιστοποίηση USDA Organic. Σύμφωνα με την εταιρεία, κάθε μερίδα 355 ml παρέχει το 25% της ημερήσιας αξίας ψευδαργύρου, ενώ δεν περιέχει τεχνητές χρωστικές ή γλυκαντικές ουσίες.

Το Gerberlyte κυκλοφορεί σε τρεις γεύσεις: strawberry kiwi, berry blend και tropical punch.

Το προϊόν διατίθεται ήδη σε καταστήματα λιανικής στις ΗΠΑ, σε φιάλες 946 και σε συσκευασίες τεσσάρων φιαλών των 118 ml. Οι προτεινόμενες τιμές λιανικής ανέρχονται σε περίπου €4,70 και €3,85.

Απλούστερες συνταγές, λιγότερη πρόσθετη ζάχαρη

Το λανσάρισμα εντάσσεται στην προσπάθεια ανανέωσης της Gerber, καθώς η Nestlé διευρύνει την οργανική γκάμα και επανασχεδιάζει πάνω από το ήμισυ του χαρτοφυλακίου της, με απλούστερες συνταγές, λιγότερη πρόσθετη ζάχαρη και χωρίς τεχνητά συντηρητικά.

Η κίνηση διευρύνει την παρουσία της Gerber πέρα από τα τρόφιμα, επιχειρώντας να αξιοποιήσει την αυξανόμενη ζήτηση για παιδικά προϊόντα με οργανικά συστατικά.



BOUSSIAS
events presents

Procurement Excellence Awards 2027

Έρχονται να επιβραβεύσουν βέλτιστες πρακτικές, καινοτόμες πρωτοβουλίες και έργα στον κλάδο των Προμηθειών.

ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑ

ΥΠΟΒΟΛΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ ΕΩΣ
20/11/2026

www.procurementexcellenceawards.gr

Πληροφορίες & Υποψηφιότητες: Μαρίνα Σιροκόκου, Τ: 217 7776 219, Μ: 6974 940 537, Ε: msiorokou@bouscias.com
Χορηγίες: Μαρίνα Καφέζα, Τ: 217 7776 252, Ε: mkafeza@bouscias.com | **Περιεχόμενο:** Άννα Μαρία Πατίρη, Μ: 6945 753 004, Ε: ampapiri@bouscias.com | **Όλγα Τσακαμή,** Τ: 217 7776 289, Μ: 6976 783 306, Ε: otsakami@bouscias.com

NielsenIQ: Άνοδος 5,2% το οργανωμένο λιανεμπόριο FMCG το καλοκαίρι

Τα νησιά, το bazaar και οι κατηγορίες εποχικής κατανάλωσης έδωσαν ώθηση στην αγορά τη σεζόν



Με θετικό πρόσημο κινήθηκε το οργανωμένο λιανεμπόριο στην Ελλάδα το καλοκαίρι του 2026, σύμφωνα με τα στοιχεία της NielsenIQ, καθώς οι συνολικές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 5,2% σε αξία στο τρίμηνο Ιουνίου-Αυγούστου, έναντι της αντίστοιχης περιόδου του 2025. Στις κατηγορίες FMCG η άνοδος διαμορφώθηκε σε 5%, ενώ ακόμη υψηλότερη ήταν η

ανάπτυξη στις κατηγορίες bazaar, οι οποίες κατέγραψαν αύξηση 10,6%. Η θετική εικόνα της αγοράς συνδέθηκε κυρίως με την ενίσχυση της κατανάλωσης. Οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά 4,6%, ενώ ο πληθωρισμός περιορίστηκε στο 0,4%. Με βάση τα στοιχεία της NIQ, επομένως, η αύξηση της αξίας των πωλήσεων προήλθε σε μεγάλο βαθμό από περισσότερες πωλούμενες ποσότητες και όχι από την επίδραση των τιμών.

Τα νησιά στην κορυφή

Οι τουριστικές περιοχές αποτέλεσαν έναν από τους βασικούς μοχλούς ανάπτυξης κατά τη θερινή περίοδο. Τα νησιά κατέγραψαν τη μεγαλύτερη αύξηση στο σύνολο της οργανωμένης λιανικής, με 9,2%, ενώ ακολούθησαν η Θεσσαλονίκη με 6,3% και η Κρήτη με 5,8%. Ιδιαίτερα θετική ήταν η πορεία κατηγοριών που συνδέονται με την εποχική κατανάλωση, την ευκολία και τις ανάγκες ενός πιο κινητικού καταναλωτικού κοινού. Μεταξύ αυτών ξεχωρίζουν τα Ready-to-Eat προϊόντα, οι ξηροί καρποί, τα αποξηραμένα φρούτα και τα αυγά. Παράλληλα, ανοδικά κινήθηκαν οι κατηγορίες προσωπικής φροντίδας και προϊόντων οικιακής χρήσης. Ξεχωριστή επίδοση κατέγραψε το bazaar, το οποίο ενισχύθηκε κατά 10,6% και αποτέλεσε έναν από τους βασικούς πυλώνες της θερινής ανάπτυξης. Εξοπλισμός σπιτιού, ηλεκτρονικά είδη, παιχνίδια και σχολικά είδη ήταν μεταξύ των κατηγοριών που κινήθηκαν δυναμικά.

Ο καταναλωτής παραμένει προσεκτικός

Σχολιάζοντας τα ευρήματα, ο Αλέξανδρος Φλώρος, retail vertical leader της NIQ για την Ελλάδα και τη Βουλγαρία, σημείωσε ότι πίσω από τους θετικούς δείκτες του καλοκαιριού διακρίνεται ένας καταναλωτής που παραμένει προσεκτικός, χωρίς όμως να σταματά να καταναλώνει. Όπως ανέφερε, η ενίσχυση των όγκων πωλήσεων, η δυναμική των τουριστικών περιοχών και η ανάπτυξη κατηγοριών που συνδέονται με την ευκολία και τον σύγχρονο τρόπο ζωής αποτυπώνουν τις μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς. Για τους λιανέμπορους και τους προμηθευτές, πρόσθεσε, η πρόκληση παραμένει η παροχή ουσιαστικής αξίας, με παράλληλη διατήρηση της καινοτομίας και της διαφοροποίησης στο ράφι. Τα στοιχεία του καλοκαιριού δείχνουν, παράλληλα, ότι η γεωγραφία της κατανάλωσης εξακολουθεί να επηρεάζει σημαντικά τις επιδόσεις του οργανωμένου λιανεμπορίου, καθώς οι περιοχές με υψηλή τουριστική κίνηση εμφανίζουν ισχυρότερη ανάπτυξη. Την ίδια στιγμή, η άνοδος του bazaar και των κατηγοριών που σχετίζονται με την ευκολία αναδεικνύει τη σημασία της προσαρμογής της γκάμας στις διαφορετικές περιστάσεις κατανάλωσης. Η εικόνα αυτή διαμορφώνει ένα καλοκαιρινό σκηνικό στο οποίο η ζήτηση παραμένει ενεργή, αλλά κατευθύνεται σε κατηγορίες και σημεία πώλησης που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της περιόδου.



«Πράσινο φως» από τη Βουλή για την προστασία των υδάτων

Τι σηματοδοτεί για αλιεία και ιχθυοκαλλιέργειες

Με ευρεία διακομματική συναίνεση εγκρίθηκε η έκθεση της Υποεπιτροπής Υδατικών Πόρων της Βουλής, υπό την προεδρία της δρος Διονυσίας - Θεοδώρας Αυγερινούπουλου. Η εξέλιξη θέτει στο επίκεντρο της εθνικής πολιτικής ατζέντας τη βιώσιμη διαχείριση υδατινών πλούτου, επηρεάζοντας άμεσα κρίσιμους παραγωγικούς κλάδους της εγχώριας βιομηχανίας. Στην έκθεση δίνεται έμφαση στη γαλάζια οικονομία και στην ανάγκη ενίσχυσης των ιχθυοκαλλιεργειών ανοικτής θαλάσσης, ενός τομέα με ισχυρό εξαγωγικό αποτύπωμα για τη χώρα. Εξετάστηκαν μέτρα για τον περιορισμό των συρόμενων αλιευτικών εργαλείων με σκοπό την προστασία του βυθού, καθώς και η αντιμετώπιση προκλήσεων όπως η εξάπλωση του λαγοκέφαλου στις ελληνικές θάλασσες, ζητήματα που συνδέονται άμεσα με την αλιευτική δραστηριότητα και την εφοδιαστική αλυσίδα των θαλασσινών. Επιπλέον, ο κοινοβουλευτικός διάλογος ανέδειξε την ανάγκη θωράκισης απέναντι σε πλημμυρικά φαινόμενα και την κλιματική κρίση, παράγοντες που επηρεάζουν τη γεωργική παραγωγή και τη διαθεσιμότητα των υδατικών πόρων για τη βιομηχανία. Η εν λόγω έκθεση προωθείται πλέον προς συζήτηση και ψήφιση στην Ολομέλεια της Βουλής, ώστε οι προτάσεις της να αποτελέσουν οδηγό για τη χάραξη μακροπρόθεσμων πολιτικών από τα συναρμόδια Υπουργεία.

ΣΕΒ: Νέος οδηγός για τη μέτρηση της παραγωγικότητας στις επιχειρήσεις



Τον νέο Οδηγό Μέτρησης της Παραγωγικότητας στις Επιχειρήσεις παρουσίασε ο ΣΕΒ στο Γενικό Συμβούλιό του, παρουσία του αντιπροέδρου της κυβέρνησης, Κωστή Χατζηδάκη. Ο οδηγός αναπτύχθηκε από το IOBE σε συνεργασία με τον ΣΕΒ και απευθύνεται, μεταξύ άλλων, σε διοικήσεις επιχειρήσεων, οικονομικές διευθύνσεις και στελέχη ανθρώπινου δυναμικού.

Το εργαλείο επιτρέπει στις επιχειρήσεις, ιδιαίτερα στις μικρομεσαίες, να μετρούν συστηματικά την παραγωγικότητά τους και να συγκρίνουν τις επιδόσεις τους με επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου στην Ελλάδα και την ΕΕ. Βασίζεται κυρίως σε στοιχεία που ήδη διαθέτουν οι επιχειρήσεις, όπως η προστιθέμενη αξία, η απασχόληση, η μισθοδοσία και τα πάγια. Ο οδηγός συνοδεύεται από υπολογιστικό εργαλείο, μέσω του οποίου υπολογίζονται αυτόματα η παραγωγικότητα ανά εργαζόμενο και η απόκλιση από τον αντίστοιχο κλάδο στην Ελλάδα και την ΕΕ-27. Ο πρόεδρος του ΣΕΒ, Σπύρος Θεοδωρόπουλος, συνέδεσε την αύξηση της παραγωγικότητας με την ενίσχυση των παραγωγικών επενδύσεων και της ανταγωνιστικότητας. Παράλληλα, ο Κωστής Χατζηδάκης έθεσε ως κύριες προτεραιότητες την επιτάχυνση των επενδύσεων, τον ψηφιακό μετασχηματισμό, την αξιοποίηση της Τεχνητής Νοημοσύνης και τη βελτίωση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού.

Σύμπραξη Wolt και ETSC για την οδική ασφάλεια

Στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας Κινητικότητας, η Wolt ανακοίνωσε μονοετή πανευρωπαϊκή συνεργασία με το European Transport Safety Council (ETSC) για την ενίσχυση της οδικής ασφάλειας. Η σύμπραξη επικεντρώνεται στην επίδραση των αστικών υποδομών σε πεζούς και δικυκλιστές, συμπεριλαμβανομένων των διανομέων της εταιρείας. Το ETSC θα εκπονήσει ανεξάρτητη μελέτη πολιτικής για ασφαλέστερες υποδομές, τα αποτελέσματα της οποίας θα παρουσιαστούν σε ειδικό συνέδριο. Η κίνηση συμπληρώνει την εγχώρια πρωτοβουλία «Moving the City, Responsibly» που υλοποιείται στην Ελλάδα σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Οδικής Ασφάλειας «Πάνος Μυλωνάς», εστιάζοντας στην εκπαίδευση άνω των 17.000 διανομέων και στη δημιουργία κουλτούρας υπεύθυνης μετακίνησης.

Ευρώπη: Πρόωρο «φινάλε» για τα πορτοκάλια Βαλένθια της Νότιας Αφρικής

Ολοκληρώνεται στις 27 Σεπτεμβρίου 2026 η εξαγωγική δραστηριότητα της Νότιας Αφρικής για τα πορτοκάλια Βαλένθια προς την ευρωπαϊκή αγορά, όπως ανακοίνωσαν από κοινού η Ένωση Καλλιεργητών Εσπεριδοειδών (CGA) και το Φόρουμ Εξαγωγών Νωπών Προϊόντων (FPEF). Η συγκεκριμένη απόφαση, η οποία εξαιρεί τις επαρχίες του δυτικού και βόρειου Ακρωτηρίου, αντανάκλα την προσήλωση του κλάδου στην αξιοπιστία και την παροχή εξαιρετικής ποιότητας. Παράλληλα, προσφέρεται επαρκές περιθώριο στους παραγωγούς για τη διευθέτηση των τελευταίων παραγγελιών. Οι φορείς εξέφρασαν ευχαριστίες προς τους συντελεστές ενός τομέα που συντηρεί πάνω από 160.000 θέσεις εργασίας στη χώρα.

Τρικαλινός ΑΕ: Το «χρυσό» δεκαετές πλάνο που ξεκλείδωσε την αγορά της Ιαπωνίας

Με οδηγό τη στρατηγική συνέπεια και τον μακροχρόνιο σχεδιασμό, η Τρικαλινός ΑΕ κατακτά την απαιτητική αγορά της Ιαπωνίας, όπως αναδείχθηκε στην εκδήλωση «Discover Japan» της 90ής Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης. Στη συζήτηση «Doing Business in Japan», η export & marketing manager της εταιρείας, Λίλα Κούρτη, παρουσίασε το επιτυχημένο μοντέλο εξωστρέφειας. Η είσοδος στη χώρα απαιτούσε διετή προπαρασκευαστική έρευνα και τη σύνταξη ενός αυστηρού δεκαετούς πλάνου.

Με «όπλα» την κορυφαία ποιότητα, τη σταθερότητα των παρτίδων και τον σεβασμό στην τοπική κουλτούρα, η ελληνική εταιρεία αποδεικνύει ότι η διεθνής επιτυχία κρίνεται στη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με διάρκεια.

Το Ούζο Βαρβαγιάννη υμνεί τη Λέσβο σε νέα ταινία μικρού μήκους

Η νέα ταινία μικρού μήκους «Μια μέρα στο Μουσείο» αποτελεί την τρίτη ιστορία της επιτυχημένης πλατφόρμας «Η Στιγμή, Κάθε Εποχή» από το Ούζο Βαρβαγιάννη. Η αφήγηση μεταφέρεται στη Λέσβο, γενέτειρα του ιστορικού αποστάγματος από το 1860. Δύο φίλες ανακαλύπτουν την παράδοση της οικογένειας στο Πλωμάρι, αναδεικνύοντας τη φιλοσοφία της αυθόρμητης απόλαυσης. Τη στρατηγική επικοινωνίας υπογράφει η Seventy Nine Minds, την παραγωγή η Clayreel Productions σε σκηνοθεσία Σπύρου Πανταζή, ενώ η πρωτότυπη μουσική του Θοδωρή Ζούμπα βασίζεται σε παραδοσιακό σκοπό. Ως μέλος της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, η ιστορική αποσταγματοποιία συνεχίζει να συνδέει σταθερά την παράδοση με τη σύγχρονη ελληνική παραγωγή.

**17° ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΙΕΛΚΑ**

INSIDE THE **BASKET** OUTSIDE THE **BOX**

VALUE FORWARD:

Building Trust. Driving Growth.
Creating Impact.



SAVE THE DATE

**25/11
2026**
Αμφιθέατρο
OTEAcademy

**+ LIVE
ON YOUR
SCREEN**



ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ



ΑΞΙΑ &
ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ



ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
& ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ



ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ &
ΘΕΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ



ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΓΙΑ
ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

#IELKAconference | Το μέλλον του οργανωμένου λιανεμπορίου χτίζεται **σήμερα**.

BOUSSIAS
events

Χορηγίες: Λευτέρης Κιοσές, **T:** 212 1019 954, **E:** info@ielka.gr

Συμμετοχές: Άννα Γυπαράκη, **T:** 217 7776 152, **E:** agyparak@bouscias.com

Red Meat: Τετραπλασίασε τζίρο το 2025, με νέα καταστήματα Jackaroo, Krispy, La Jacka



Ισχυρή ανάπτυξη κατέγραψε το 2025 η Red Meat ΑΕ, η εταιρεία που δραστηριοποιείται στον χώρο της εστίασης και διαχειρίζεται τα σήματα Jackaroo, Krispy και La Jacka. Κατά τη διάρκεια της χρήσης του 2025 και σύμφωνα με την οικονομική της έκθεση, το δίκτυο της διευρύνθηκε με νέα καταστήματα Jackaroo σε Αττική και Θεσσαλονίκη, ενώ άνοιξαν

το πρώτο Krispy στο κέντρο της Αθήνας και το πρώτο La Jacka στον Πειραιά. Παράλληλα, η εταιρεία διαχειρίζεται και κινητή καντίνα Jackaroo για συναυλίες και εκδηλώσεις. Ειδικότερα, η εν λόγω επέκταση αποτυπώθηκε στα οικονομικά αποτελέσματα. Ο κύκλος εργασιών της Red Meat ανήλθε σε 31,44 εκατ. ευρώ, από 7,48 εκατ. ευρώ το 2024, σημειώνοντας εκρηκτική αύξηση κατά 320,2%. Τα μεικτά κέρδη διαμορφώθηκαν σε 11 εκατ. ευρώ, έναντι 3,32 εκατ. ευρώ, καταγράφοντας ισχυρή άνοδο 231%. Τα EBITDA ανήλθαν σε 2,51 εκατ. ευρώ, από 1,31 εκατ. ευρώ, αυξημένα κατά 92,5%.

Πτώση στα καθαρά κέρδη

Αντίθετα, το 2025 τα κέρδη προ φόρων υποχώρησαν στις €766.000, από 1,24 εκατ. ευρώ το 2024, με τα καθαρά κέρδη να υποχωρούν σε €578.000, από €953.000, παρουσιάζοντας μείωση 39,4%. Σε επίπεδο ιδιοκτησίας, υπενθυμίζεται ότι στις 31 Μαρτίου 2025 ολοκληρώθηκε η μεταβίβαση του 60% της Red Meat στην Evergood ΑΕ. Η Red Meat αποτελεί θυγατρική του ομίλου Evergood, ο οποίος είναι υπο-όμιλος της Vivartia. Στο τέλος του 2025 η εταιρεία απασχολούσε 599 εργαζομένους, έναντι 250 το 2024.

ΣΤΟΝ ΠΥΘΜΕΝΑ

Η αιχμή που άφησε η εταιρεία ήταν σαφής: Με τις στρατηγικές των ανταγωνιστών, δαπανά πολύ περισσότερα χρήματα για να υπερασπίζεται τη θέση της, παρά για να αναπτύσσει τα προϊόντα της. Κι αυτό, σε μια αγορά με πολλά στεγανά και σταθερές. Οι ανταγωνιστές όμως; Κι αυτοί ξοδεύουν.



ΥΠΕΞ - ΣΕΒΕ: Μνημόνιο συνεργασίας για την ενίσχυση εξαγωγών

Στοχευμένη συνεργασία για τη στήριξη της εξωστρέφειας και την ενίσχυση της ελληνικής οικονομίας εγκαινιάζουν το Υπουργείο Εξωτερικών (ΥΠΕΞ) και ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων (ΣΕΒΕ). Με την υπογραφή Μνημονίου Συνεργασίας στη Θεσσαλονίκη, από τον υφυπουργό Εξωτερικών, Χάρη Θεοχάρη, και τον πρόεδρο του ΣΕΒΕ, Θέμη Σαρασίδη, τίθενται οι βάσεις για πιο συστηματικό συντονισμό των δύο φορέων. Η συμφωνία εστιάζει σε συνδιοργάνωση δράσεων, στην ανταλλαγή πληροφοριών για εξαγωγικές αγορές-στόχους και στη διασύνδεση των πληροφοριακών συστημάτων των δύο πλευρών. Η ελληνική κυβέρνηση επιδιώκει να αναδείξει την εξωστρέφεια σε κύρια προτεραιότητα, ενώ ο ΣΕΒΕ εισφέρει την πολύτιμη εμπειρία του. Στόχος να συνδεθούν οι πραγματικές ανάγκες εξαγωγέων με το δίκτυο οικονομικής διπλωματίας της χώρας, ανοίγοντας νέους δρόμους για την ελληνική επιχειρηματικότητα στις διεθνείς αγορές.

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ:

Κωνσταντίνος Βορίλας
kvorilas@boussias.com

ΣΥΝΤΑΞΗ:

Φωτεινή Αποστόλου,
fapostolou@boussias.com

Άννα Χατζή, ahatz@boussias.com

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ: Κατερίνα Μπουσμπουκέα,
kbousboukea@boussias.com

ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ: Μαριλένα Δαμιανάκη,
mdamianaki@boussias.com

ΥΠΟΔΟΧΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ: Γιώτα Κουκουτέγου
gkoukoutegou@boussias.com

ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ: Εύη Μπάβα

ΔΙΕΥΘΥΝΟΥΣΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ:

Αντωνία Κατσουλιέρη

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΕΚΔΟΣΕΩΝ:

Κατερίνα Πολυμερίδου

GROUP SUBSCRIPTIONS DIRECTOR:

Ειρήanna Αβούρη

Κόστος ετήσιας εταιρικής συνδρομής: 270€ + ΦΠΑ 24%

BOUSSIAS
media

ΚΛΑΔΙΚΑ ΜΕΣΑ ΜΟΝ ΙΚΕ

Λ. Κηφισίας 125-127 - Τ.Κ. 115 24, Αθήνα - Κτίριο Cosmos Center Τ: 210 710 2452

ΓΙΝΕΤΕ ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

FOLLOW US

