

**Παναγιώτης Καπέλης**

Διευθύνων Σύμβουλος  
της Π. ΚΑΠΕΛΗΣ Α.Ε.Β.Ε.  
(Kapelis Packaging)

**kapelis**  
ackaging



## « Είμαστε μια εταιρεία εξειδίκευσης, τεχνολογίας και καινοτομίας »

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ: Πάνος Κατσαχνιάς. ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: Π. ΚΑΠΕΛΗΣ Α.Ε.Β.Ε.

**Η** Π. Καπέλης Α.Ε.Β.Ε. (Kapelis Packaging) καταγράφει μια σταθερά ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια στο χώρο της συσκευασίας. Γι' αυτόν το λόγο, το MEAT PLACE μίλησε με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο, κ. Παναγιώτη Καπέλη, ως τον πλέον αρμόδιο να περιγράψει τις τωρινές και μελλοντικές επιχειρηματικές κινήσεις της εταιρείας του, προκειμένου αυτή να διατηρήσει την πορεία της, μέσα σ' ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, με ουκ ολίγες προκλήσεις.

Προκλήσεις που αφενός δημιουργούνται από τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις στο συγκεκριμένο τομέα, προσφέροντας πια λύσεις που έως χθες δεν ήταν εφικτές, αφετέρου στο ότι οι λύσεις αυτές στην εφαρμογή τους θα πρέπει επιχειρηματικά να υπολογίζουν σωστά τις διαρκώς μεταβαλλόμενες σύγχρονες καθημερινές ανάγκες των καταναλωτών, ώστε να είναι εμπορικά αξιοποιήσιμες.

**MEAT PLACE** | Ως επικεφαλής της Π. ΚΑΠΕΛΗΣ Α.Ε.Β.Ε., πώς θα περιγράφατε την έως τώρα πορεία της;

**Παναγιώτης Καπέλης** | Ευτυχώς, ατελείωτη! Είναι μια πορεία σταθερά ανοδική δίχως εξάρσεις και υπερβολές, αλλά με σκληρή δουλειά και προσπάθεια για τελειότητα, κάτι το οποίο νομίζω πως αντικατοπτρίζει το ήθος και την ιδεολογία των ανθρώπων που εργάζονται τόσα χρόνια στον οργανισμό μας.

Είμαι ιδιαίτερα περήφανος για την κουλτούρα μας αλλά και για τη μορφή που έχει πάρει πλέον η εταιρεία, μια εταιρεία εξειδίκευσης, τεχνολογίας και καινοτομίας. Τα τελευταία χρόνια, έχουμε κάνει τεράστια βήματα ως σύνολο, ενώ το νέο ιδιόκτητο κτήριο άνοιξε νέους ορίζοντες και μας βοήθησε ν' αναδείξουμε πιο ξεκάθαρα το επίπεδό μας. Νιώθουμε ως οργανισμός πιο δυνατοί από ποτέ και για εμάς, τα σχέδια και τα όνειρα δεν τελειώνουν ποτέ.

**MEAT PLACE** | Ως μια από τις παλαιότερες εταιρείες που δραστηριοποιείται στο χώρο της συσκευασίας, τι είναι αυτό που την έχει καθιερώσει ως ειδικό στους επαγγελματίες που χρησιμοποιούν τα προϊόντα της;



**Παναγιώτης Καπέλης |** Η ανεξάντλητη υποστήριξή μας στα εργοστάσια παραγωγής/συσκευασίας και η εμπιστοσύνη που έχουμε καλλιεργήσει, επειδή ακριβώς παραμένουμε προσπλωμένοι στην εξυπηρέτηση. Προσπαθούμε να είμαστε ενεργά μέλη στις επιχειρήσεις των πελατών μας, ν' αφουγκραζόμαστε τις ανάγκες και τα προβλήματα των επαγγελματιών και να παρέχουμε μια συμβουλευτική βοήθεια μέσω των δεκαετιών εμπειρίας μας στους χώρους παραγωγής.

Εν τέλει, νομίζω είναι η αξιοπιστία και σιγουριά που προσπαθούμε να καλλιεργούμε και ν' αποδεικνύουμε εμπράκτως.

#### **MEAT PLACE | Πώς αντανακλάται αυτό στη συσκευασία του κρέατος και των προϊόντων του;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Όπως και για τις άλλες κατηγορίες τροφίμων, πάντοτε προσφέρουμε ολοκληρωμένες λύσεις συσκευασίας, είτε σε μηχανολογικό εξοπλισμό είτε σε υλικά, οι οποίες καθιστούν ασφαλές το προϊόν έως την κατανάλωση και, επιπροσθέτως, του προσδίδουν προστιθέμενη αξία. Στο χώρο της συσκευασίας κρέατος και κρεατοσυσκευασμάτων -ο οποίος, λόγω της φύσης των προϊόντων, συνήθως, έχει ακόμα πιο υψηλές απαιτήσεις από τη συσκευασία- διαθέτουμε, επίσης, ένα αξιόλογο ιστορικό παροχής ποιοτικών λύσεων συσκευασίας.

#### **MEAT PLACE | Σας συναντάμε ως εκθέτη σε όλες σχεδόν τις εκθέσεις του κλάδου που λαμβάνουν χώρα στην Αττική. Ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Σημαντική υπόθεση αποτελεί και για εμάς η συμμετοχή μας στην Interpack 2023, που θα λάβει μέρος από τις 4 έως και τις 10 Μαΐου. Η συμμετοχή μας στην έκθεση δεν είναι μόνο ως επισκέπτες, καθώς μεγάλο μέρος των συνεργατών μας σε επίπεδο βιομηχανικού εξοπλισμού συσκευασίας (REEPACK SRL, CASSEL MESSTECHNIK GMBH, DM PACKAGING GROUP) θα συμμετέχουν ως εκθέτες και αποτελεί ευκαιρία για τους Έλληνες επισκέπτες να δουν από κοντά τις υψηλού επιπέδου προτάσεις συσκευασίας που προσφέρει η Kapelis Packaging.

Έχει προγραμματιστεί η συμμετοχή μας στην πρώτη έκθεση GLOBAL PACK (11-13 Νοεμβρίου 2023), όπου σε ένα περίπτερο συνολικής επιφάνειας 188 m<sup>2</sup> θα παρουσιάσουμε τις τελευταίες καινοτομίες στα υλικά συσκευασίας, αλλά και στον αντίστοιχο εξοπλισμό.

#### **MEAT PLACE | Μετά την επένδυση το 2020 στην αγορά νέου κτηρίου στο Κορωπί για τη στέγαση γραφείων και αποθηκών, πώς θ' αξιοποιήσετε την απόκτηση του δεύτερου ιδιόκτητου κτηρίου;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Γινόμαστε ακόμα πιο ευέλικτοι. Οι ανάγκες των πελατών μας μεγαλώνουν, συνεπώς, μπορούμε να διατηρούμε μεγαλύτερο στοκ γι' αυτούς καθώς, επίσης, έχει αυξηθεί και η γκάμα των προϊόντων μας. Επίσης, αποδεσμεύονται περισσότεροι χώροι για

το τεχνικό τμήμα/τμήμα service, διευκολύνοντας την εργασία του.

Τέλος, υπάρχουν και κάποια σχετικά μυστικά του επαγγέλματος, τα οποία θα μου επιτρέψετε να μην αποκαλύψω στην παρούσα φάση.

#### **MEAT PLACE | Ποια θα είναι τα χαρακτηριστικά και ποιες οι δυνατότητες του νέου χώρου παραγωγής;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Φοβάμαι μην μακρογορήσω, αλλά χτυπήσατε στο νέο μας πάθος και θεωρώ πως είναι αρκετά σημαντικό να γνωρίζει η αγορά την τεχνολογία και τις απαιτήσεις που τηρούνται, ώστε να παραχθεί το σκεύος Halorack.

Πρόκειται για έναν καθαρό χώρο παραγωγής (Clean Room), δηλαδή έναν κλειστό χώρο, όπου εφαρμόζεται υπερπίεση αέρα, ώστε να μην υπάρχει είσοδος σκόνης και μικροοργανισμών.

Στο χώρο διατηρούνται σταθερές συνθήκες υγρασίας και θερμοκρασίας, 24 ώρες το 24ωρο και 7 μέρες την εβδομάδα, και γίνεται συνεχής εναλλαγή του αέρα, προκειμένου να απομακρύνονται σωματίδια σκόνης, που προκύπτουν από την παραγωγική διαδικασία. Ο αέρας φιλτράρεται από φίλτρα HEPA και σειρά προ-φίλτρων, τα οποία κατακρατούν το 99,97% τυχόν σκόνης και σωματιδίων μεγέθους έως και 0,5μm (100 φορές μικρότερα από την ανθρώπινη τρίχα). Το πάτωμα είναι βαμμένο με διαδοχικές στρώσεις υλικού ειδικής βαφής. Τα φώτα είναι τεχνολογίας LED, ώστε να έχουμε τη μικρότερη ενεργειακή κατανάλωση και να μην προσδίδουμε θερμότητα στο χώρο.

Η είσοδος του προσωπικού στον χώρο γίνεται από ξεχωριστό ενδιάμεσο διαμέρισμα (airlock), στο οποίο γίνεται η διαδικασία του καθαρισμού και της ένδυσης με τα πρότυπα μέτρα ατομικής προστασίας, και από εκεί μεταβαίνει στο χώρο της παραγωγής.

Η είσοδος των υλικών της παραγωγής γίνεται σε ξεχωριστό διαμέρισμα (material airlock) και μεταφέρονται σε ενδιάμεσο χώρο προσωρινής αποθήκευσης, στον οποίο γίνεται η διαδικασία της εξισορρόπησης της υγρασίας του χαρτονιού (procurement) και παραμένει για χρόνο 3 ημερών, μέχρι να προχωρήσει στο χώρο παραγωγής.

Οι συνθήκες του χώρου παρακολουθούνται μέσω συστήματος διαχείρισης χώρου (Building Management System - BMS) και το οποίο ορίζει επίπεδα συναγερμού σε περίπτωση που οποιαδήποτε από τις συνθήκες ξεφεύγει από τις προδιαγραφές. Τα δεδομένα των συνθηκών καταγράφονται συνεχώς και αποθηκεύονται σε εξωτερικό αρχείο, ώστε να ελέγχονται από το Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου.

**MEAT PLACE | Τι ανάγκες έρχεται να καλύψει;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Θα καλύψει, θα γεφυρώσει, μάλλον, ένα τεράστιο κενό μεταξύ βιομηχανίας και οικολογίας, καθώς το σκεύος αυτό διαθέτει τη βιομηχανική απόδοση που απουσίαζε από άλλες οικολογικές απόπειρες, όπως π.χ. σκεύη από ζαχαροκάλαμο. Στόχος της επένδυσης του χώρου της παραγωγής είναι η ολοκληρωτική αλλαγή στην ιστορία της συσκευασίας τροφίμων στην Ελλάδα. Προσφέροντας ένα οικολογικό σκεύος με βιομηχανική απόδοση, επιτρέπουμε στους παραγωγούς τροφίμων να διεκδικήσουν εξαγωγές και γενικότερες πωλήσεις με μια οικολογική συσκευασία, που διατηρεί το χρόνο ζωής στο ράφι, όσο και το πλαστικό.

**MEAT PLACE | Πώς αντιμετωπίζετε το αυξημένο ενεργειακό κόστος;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Στο πλαίσιο της νοοτροπίας του σεβασμού στο περιβάλλον και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της εταιρείας, έχουμε προβεί σε ενέργειες που μείωσαν και συνεχίζουν να μειώνουν το ενεργειακό μας αποτύπωμα, πετυχαίνοντας, παράλληλα, ελάφρυνση των συνεπειών της αύξησης του ενεργειακού κόστους. Κοινώς, τα έχουμε δοκιμάσει όλα. Με κινήσεις, όπως επένδυση σε φωτοβολταϊκά, χρήση ηλεκτροκίνητων κλαρκ, ανακύκλωση υλικών, ανακύκλωση συσκευών, ανακύκλωση λαμπτήρων και μπαταριών, ελαχιστοποίηση εκτυπώσεων, ανώτατο όριο θερμοκρασίας το Χειμώνα και κατώτατο όριο θερμοκρασίας το Καλοκαίρι στα κλιματιστικά, αγορά εξοπλισμού γραφείου με κριτήριο την ενεργειακή αποδοτικότητα, αντικατάσταση όλων των λαμπτήρων με LED και λαμπτήρων LED με ανιχνευτή κίνησης, αυτόματο πότισμα του γκαζόν, των δέντρων και των φυτών, σβήσιμο συσκευών κι όχι κατάσταση αναμονής όταν δεν χρησιμοποιούνται, τηλεργασία με σκοπό τη μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα (CO<sub>2</sub>) κ.ά., καλύπτουμε τις ενεργειακές μας ανάγκες σε μεγάλο ποσοστό και κάνουμε καλό στον πλανήτη.

**MEAT PLACE | Έχοντας βραβευτεί για 4η συνεχόμενη χρονιά ως «Διαμάντι της Ελληνικής Οικονομίας», θα μοιραστείτε τη «Συνταγή της Επιτυχίας» σας;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Η μεθοδική δουλειά, με ταπεινότητα και επαγγελματικότητα. Καθημερινός αγώνας να μην παρεκκλίνεις από την αλήθεια και τη νομιμότητα, να είσαι προσπλωμένος στον στόχο και το ήθος σου. Ειλικρίνεια με την αγορά και τους πελάτες, σεβασμός, διαφάνεια στις πράξεις μας και πάθος.

**MEAT PLACE | Ποια είναι τα πλεονεκτήματα του οικολογικού σκεύους Halorack και γιατί αποφασίσατε την παραγωγή του;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Πρόκειται για το πρώτο και πιο αναγνωρισμένο παγκοσμίως χάρτινο σκεύος με φραγή αερίων για τροποποιημένη ατμόσφαιρα, που δημιουργήθηκε ποτέ. Αντιλαμβάνεστε πως αυτό αποτελεί τεράστιο πλεονέκτημα. Το σύστημα Halorack ξεκίνησε το 2011, με την πρώτη παγκόσμια πατέντα. Πλέον, το σύστημα έχει ξεπεράσει το ένα δισ. σκεύη, έχει φτάσει τα 13 εργοστάσια κι έχει μπει στα μεγαλύτερα Super-Markets του πλανήτη.

Διαθέτει τα εξής τεχνικά πλεονεκτήματα: 90% λιγότερο πλαστικό ανά σκεύος, χαρτόνι από έως και 90% ανακυκλωμένη Α΄ ύλη, η επικάλυψη που προσδίδει τη φραγή έχει εφαρμοσθεί χωρίς κόλλες και διαλύτες. Στην τελική χρήση εύκολα διαχωρίζεται από το χαρτόνι κι έτσι, χαρτόνι και επικάλυψη παίρνουν χωριστούς δρόμους προς τη σωστή ανακύκλωση τους. Δηλαδή, zero waste, από-

λυτη ανακύκλωση. Επιπλέον, δυνατότητα εκτύπωσης σε όλες τις εσωτερικές και εξωτερικές επιφάνειες, αντοχή σε ψύξη, κατάψυξη, αναθέρμανση σε μικροκύματα, δυνατότητα και για skin pack, δυνατότητα, κατά περίπτωση, για έκδοση ψνόμενη σε μικροκύματα και συμβατικό φούρνο με αέρα.

Είναι μια λύση χρόνια δοκιμασμένη και οι παθογένειες της πρωτοτυπίας έχουν εξαλειφθεί. Πελάτες που χρησιμοποιούν το σκεύος είναι: Lidl, Aldi, Carrefour, Marks & Spencer, Unilever, Klaus, Delhaize κ.ά. Οι παγκόσμιες αγορές ήδη κινούνται σε τροχιά Halorack και υπακούν τη συστηματοποιημένη μορφή, που κάνει την ποιότητα του προϊόντος αδιαπραγμάτευτη.

Συνδυάζει Οικολογία, Διατηρησιμότητα, Βιομηχανική Απόδοση, ενώ κερδίζει τη «μάχη του ραφιού» ως συσκευασία premium εμφάνισης. Επομένως, η απόφαση ήταν μονόδρομος για την εταιρεία μας.

**MEAT PLACE | Η εξέλιξη της συσκευασίας πώς έχει διαμορφώσει τις προτιμήσεις του κοινού σε σχέση με την κατανάλωση κρέατος;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Οι διεθνείς εξελίξεις στον τομέα της συσκευασίας τόσο προς την κατεύθυνση της βιωσιμότητας, όσο και προς αυτή της ασφάλειας του προϊόντος -η τάση του καταναλωτικού κοινού προς αγορά συσκευασμένων και όχι χύδην ή ελάχιστα καλυπτόμενων προϊόντων εντάθηκε σημαντικά με την έξαρση της πανδημίας- δεν θα μπορούσαν να μην επηρεάσουν και την αγορά του κρέατος. Άλλωστε, πρόκειται για ένα προϊόν αφενός ευαίσθητο με αυξημένες ανάγκες προστασίας μέχρι την κατανάλωση, αφετέρου για τρόφιμο με διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις διατηρησιμότητας.

Η τεχνολογικά σωστή συσκευασία του είναι ικανή να καλύψει τα παραπάνω, εξασφαλίζοντας για τον τελικό καταναλωτή ένα ασφαλές και εύγευστο προϊόν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της αλλαγής είναι η στροφή των κρεοπωλείων προς το συσκευασμένο και αντίστοιχα η προτίμηση του καταναλωτή σε αυτά.

**MEAT PLACE | Η εξέλιξη του κλάδου της συσκευασίας ως προς την κατανάλωση κρέατος στο μέλλον προάγει, εκτιμάτε, τις λύσεις των έτοιμων γευμάτων;**

**Παναγιώτης Καπέλης |** Είναι γεγονός ότι ήδη το κοινό αναζητά σε όλο και μεγαλύτερο βαθμό «έτοιμες λύσεις» κρέατος και κρεατοσκευασμάτων. Οι παραγωγοί/συσκευαστές των προϊόντων αυτών έχουν αρχίσει ν' ανταποκρίνονται, οπότε συναντά κανείς τόσο στα ράφια των υπεραγορών, όσο και των κρεοπωλείων πια, κρέας και κρεατοσκευάσματα προψημένα, μαριναρισμένα, έτοιμα για ψήσιμο κ.λπ. Η ευκολία, η ευελιξία και η μείωση του χρόνου προετοιμασίας είναι για τον καταναλωτή απαραίτητοι τομείς για οποιαδήποτε αγορά.

Ταυτόχρονα, μειώνεται η συνήθεια της κοινωνικής-οικογενειακής «βρώσης». Αντίθετα, οι ρυθμοί που τρώμε, πλέον, είναι γρήγοροι και το γεύμα είναι μια στάση από την πραγματικότητα, όχι μια στάθμευση, όπως γινόταν στο παρελθόν. Σε αυτές τις περιπτώσεις, η επιλογή της σωστής συσκευασίας είναι σχεδόν μονόδρομος, διότι αποτελεί και τη μοναδική επεξεργασία του καταναλωτή με το φαγητό του. **M**

