

## Ο 26χρονος από τη Λάρισα που έβγαλε στην αγορά δουλειά μισού αιώνα - Τρίτης γενιάς αγρότης έφτασε το χωράφι στο... ράφι

/ [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#) / [Οικονομία & εξ-οικονομώ](#)



Χρειάστηκαν 51 χρόνια και ένας δραστήριος και δημιουργικός νέος για να περάσουν τα αμύγδαλα της οικογένειας Αλεξανδρή από την παραγωγή στη μεταποίηση και στην τυποποίησή τους. Η καλλιέργειά τους ξεκίνησε το 1970 στη Λάρισα και το 2021 βγήκαν στα ράφια των καταστημάτων.

Ο Γιώργος Αλεξανδρής, τρίτη γενιά της οικογένειας, ήταν εκείνος που αναζήτησε τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσε να δώσει προστιθέμενη αξία στο προϊόν του. "Προέρχομαι από αγροτική οικογένεια, καθώς ο παππούς μου ήταν αγρότης. Καλλιεργούσε αμύγδαλα από το 1970. Έπειτα πέρασαν στον πατέρα μου, ενώ σιγά σιγά μπήκα και εγώ στο επάγγελμα γιατί το αγαπώ. Ακόμα θυμάμαι να μαζεύω τα αμύγδαλα που έπεφταν από τα δέντρα και να περνώ πολύ χρόνο στα κτήματα" αναφέρει ο Γιώργος Αλεξανδρής στην [yraithros.gr](http://yraithros.gr).

Από μικρή ηλικία, ο ίδιος είχε αποφασίσει ότι θα ακολουθήσει γεωπονική κατεύθυνση, όπως και έκανε. Τελειώνοντας τη γεωπονία στο Τμήμα Φυτικής Παραγωγής και Αγροτικού Περιβάλλοντος στο Βόλο, ξεκίνησε να σκέφτεται πως

μπορεί να αξιοποιήσει όσο το δυνατόν καλύτερα την παραγωγή αμυγδάλων.

Όπως εξηγεί ο 26χρονος, "μέχρι και εκείνη τη στιγμή, η οικογένεια μου δεν είχε ασχοληθεί με τη μεταποίηση, οπότε άνοιξα αυτό το καινούργιο κεφάλαιο. Όλο αυτό ξεκίνησε όταν ήμουν στο 5ο έτος της σχολής. Σκεφτόμουν, δηλαδή, την εξέλιξη της επιχείρησης".

Μόλις πήρα το πτυχίο μου, άρχισα να σχεδιάζω από που μπορώ να ξεκινήσω, να φτιάξω το logo και να βρω το κατάλληλο brand name για το προϊόν μου. Με τη βοήθεια φίλων μου, έφτιαξα το logo. Επίσης, βρήκα τη συσκευασία, η οποία είναι premium και ανοιγοκλείνει με zip για να παραμένει φρέσκο το προϊόν για αρκετά μεγάλο διάστημα, ενώ έχει και παράθυρο για να φαίνεται μέσα το προϊόν.

Το όνομα της συσκευασίας, Quasty almonds, είναι εμπνευσμένο από τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως αναφέρει ο Γιώργος, δηλαδή ένα προϊόν το οποίο είναι ποιοτικό (quality) και γευστικό (tasty). Ο ίδιος ξεκίνησε πουλώντας την ψίχα του αμυγδάλου, ενώ έχει δημιουργήσει και βούτυρο από το συγκεκριμένο προϊόν.

"Τα αλείμματα ξηρών καρπών είναι μία τάση της εποχής, είναι μία διαφοροποίηση γιατί δεν είναι απλά ψημένο αμύγδαλο ή αλατισμένο. Πάμε σε κάτι άλλο που μπορείς να το χρησιμοποιήσεις και στο πρωινό σου, ακόμα και πάνω σε παγωτό ή σε βάφλες, καθώς ταιριάζει παντού. Στα επόμενα πλάνα μου είναι και η παραγωγή ροφήματος αμυγδάλου".

## **Τα βήματα της προώθησης**

Για την πώληση του προϊόντος του, ο Γιώργος ξεκίνησε να επισκέπτεται καταστήματα της Λάρισας για να το συστήσει.

Από τις αρχές του 2021, ο ίδιος έχει καταφέρει να αποκτήσει ένα δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων στη Λάρισα, στην Αθήνα και σε περιοχές όπως η Δημητσάνα.

"Από τότε που δημιούργησα τη συσκευασία, έπαιρνα τα προϊόντα και πήγαινα πόρτα - πόρτα σε μίνι μάρκετ, σε ντελικάτέσεν, σε μπακάλικα αλλά και σε κρεπωλεία, τα οποία διέθεταν και άλλα προϊόντα.

Με αυτό τον τρόπο, βρήκα καταστήματα που στηρίζουν το προϊόν και παρόλο που έχουν δοκιμάσει και άλλα αντίστοιχα προϊόντα αμυγδάλου, επιμένουν επιμένουν στο δικό μου για την ποιότητα. Επίσης, με προσέγγισε μια εταιρεία τροφίμων και με αυτό τον τρόπο κατάφερα να προωθήσω τα προϊόντα μου και σε καταστήματα

στην Αθήνα, ενώ μέσω γνωστών δίνω προϊόντα και στη Δημητσάνα. Στόχος μου είναι να επεκταθώ σε όσες περισσότερες πόλεις της Ελλάδας μπορώ”.

Στην όλη προσπάθεια εξέλιξης της αγροτικής επιχείρησης, ο Γιώργος είχε ως βοήθεια τις γνώσεις που έλαβε από το Κέντρο Εθελοντών Μάνατζερ Ελλάδος, καθώς και από το πρόγραμμα αγροδιατροφικής επιτάχυνσης “Αγροανέλιξη – Οικοτεχνία” που υλοποιήθηκε από τον Οργανισμό “Νέα Γεωργία για τη Νέα Γενιά”.

Μέσω του προγράμματος, ο Γιώργος κατάφερε να δει στην πράξη πράγματα που αφορούν τη μεταποίηση και την προώθηση, ενώ του δίνεται η δυνατότητα να μεγαλώσει την επιχείρησή του και να δημιουργήσει έναν εξειδικευμένο χώρο για τη μεταποίηση του προϊόντος του.

“Ο χώρος που θα δημιουργήσουμε θα είναι επισκέψιμος, έτσι ώστε οι καταναλωτές να γνωρίσουν περισσότερα πράγματα για το αμύγδαλο και την καλλιέργειά του” καταλήγει.

**Πηγή:** Βικτωρία Αποστολοπούλου / [ypaithros.gr](http://ypaithros.gr), [onlarissa.gr](http://onlarissa.gr)