

Μαρία Σκουφάλου
Survivor 



12 χρόνια πολεμάμε δίπλα σας τον καρκίνο του μαστού.

Από το 2010 στον Κάμπο Χίου συμμαχούμε με το Άλμα Ζωής, προσφέροντας μέρος από τις πωλήσεις των προϊόντων μας στον αγώνα ενάντια στον καρκίνο του μαστού.

Και αυτόν τον Οκτώβριο, αυτή η προσφορά διπλασιάζεται.

Για τη Μαρία που νίκησε τον καρκίνο, για κάθε γυναίκα που ζει με αυτόν και για όλες τις γυναίκες που έχουν δικαίωμα στην πρόληψη και έγκαιρη διάγνωση, μοιραζόμαστε με χαρά τη σοδειά μας και την αγάπη των καταναλωτών.

**Κάμπος
Χίου**

**άλμα
ζωής**
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ
ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΜΕ ΚΑΡΚΙΝΟ ΜΑΣΤΟΥ

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
TotalFoodService
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 07 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2022
ΤΕΥΧΟΣ 1529



• MONDELEZ

Σταθερότητα στον τζίρο αλλά πίεση στα κέρδη
το 2021 – Ενσωματώθηκε η Chipita Global



• ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΑ ΚΡΗΤΗΣ ΜΑΝΩΛΙΤΣΑΚΗΣ

Λανσάρει κοτόπουλο ειδικής εκτροφής
με την υποστήριξη του ΑΠΘ



• ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

Μεγάλες αυξήσεις σε καφέ, ζάχαρη και γάλα
– Τι ισχύει στην Ελλάδα



• TESCO

Χαμηλώνει τον πήχη για τα κέρδη
– Αυξάνει τους μισθούς και παγώνει τις τιμές

EDITORIAL: Ύφεση 2023

SECRET RECIPE: Δυνατό multi ethnic άρωμα στο κέντρο της Αθήνας

Νέα Κάρτα Προνομίων Business

Ο **νέος** τρόπος
να επιβραβεύσετε
τους εργαζόμενους
στην εταιρεία σας.



Τώρα, με τις νέες κάρτες προνομίων
Business My Lidl Card
μπορείτε να κάνετε
την κάθε τους μέρα να αξίζει!

Μεταβλητή
προκαθορισμένη τιμή,
χωρίς καμία προμήθεια.

Εξαργύρωση
σε όλα τα καταστήματα Lidl
στην Ελλάδα.

Δυνατότητα
επαναφόρτωσης
της κάρτας.

Έλεγχος
διαθέσιμου υπολοίπου στο
<https://www.lidl-hellas.gr/plirofories/cards>

Για παραγγελίες ή περισσότερες πληροφορίες: <https://exypiretisi-pelaton.lidl-hellas.gr/SelfServiceGR/s/contactsupport>
Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών: **800 111 3333** για κλήσεις από σταθερά (χωρίς χρέωση),
ή στο **+30 2311 768 568** για κλήσεις από κινητά (αστική χρέωση).
Ώρες εξυπηρέτησης: Δευτέρα - Σάββατο: 8:00 - 18:00.

Ισχύουν όροι και προϋποθέσεις:
<https://www.lidl-hellas.gr/plirofories/cards>



Κάθε
μέρα
αξίζει!

• ΖΑΓΟΡΙ ΣΤΑΘΕΡΟΣ ΣΥΝΟΔΟΙΠΟΡΟΣ ΤΟΥ GREECE RACE FOR THE CURE®

Το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Ζαγόρι υποστήριξε για έβδομη συνεχόμενη χρονιά το Greece Race for the Cure®, ως ο επίσημος χορηγός υδροδοσίας της εκδήλωσης, καθώς εγγυήθηκε τη σωστή ενυδάτωση όλων των δρομέων, περιπατητών, Survivors και επισκεπτών της εκδήλωσης.

Στον αγώνα περίπατο 2 χλμ. συμμετείχε και η ομάδα "Ζαγόρι Running Team", η οποία αποτελείται από εθελοντές εργαζόμενους και συνεργάτες, μεταφέροντας ταυτόχρονα το αισιόδοξο και ελπιδοφόρο μήνυμα της ενημέρωσης και έγκαιρης πρόληψης.

"ΤΟ ΚΑΛΟ ΤΟ ΕΧΟΥΜΕ ΜΕΣΑ ΜΑΣ"

Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση, το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Ζαγόρι στηρίζει τις πρωτοβουλίες και δράσεις που διοργανώνει ο Πανελλήνιος Σύλλογος Γυναικών με Καρκίνο Μαστού "Άλμα Ζωής", στο πλαίσιο αυτής της τόσο σημαντικής γιορτής αθλητισμού και κοινωνικής προσφοράς, αποδεικνύοντας σταθερά και έμπρακτα ότι "το καλό το έχουμε μέσα μας". Η συμμετοχή



στο Greece Race for the Cure® ήταν μεγάλη και συγκινητική, με άντρες, γυναίκες και παιδιά να φτάνουν τους 31.600 δρομείς και περιπατητές, δίνοντας το παρών και τη στήριξή τους στους Survivors της ζωής, διαδίδοντας το μήνυμα για έγκαιρη πρόληψη και έγκυρη ενημέρωση.



Editorial

Ύφεση 2023

Δύο είναι οι λόγοι, για τους οποίους το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο θα προχωρήσει σε νέα υποβάθμιση των εκτιμήσεών του για τον ρυθμό ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας, το επόμενο έτος:

Η αύξηση των κινδύνων ύφεσης και της χρηματοπιστωτικής αστάθειας. Η ίδια η επικεφαλής του ΔΝΤ δήλωσε χθες ότι οι προοπτικές για την παγκόσμια οικονομία σκοτεινιάζουν, λόγω των κραδασμών, που προκλήθηκαν από την πανδημία, την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία και τις φυσικές καταστροφές σε όλες τις ηπείρους. Μάλιστα, εκτίμησε ότι θα μπορούσε κάλλιστα να επιδεινωθεί περαιτέρω.

"Βιώνουμε μια θεμελιώδη αλλαγή στην παγκόσμια οικονομία, από έναν κόσμο σχετικής προβλεψιμότητας... σε έναν κόσμο με μεγαλύτερη ευθραυστότητα - μεγαλύτερη αβεβαιότητα, μεγαλύτερη οικονομική αστάθεια, γεωπολιτικές αντιπαραθέσεις και πιο συχνές και καταστροφικές φυσικές καταστροφές", είπε χαρακτηριστικά η Kristalina Georgieva.

Με άλλα λόγια, η παλιά τάξη πραγμάτων, που χαρακτηρίζεται από χαμηλά επιτόκια και χαμηλό πληθωρισμό, δίνει τη θέση της σε μια νέα τάξη, στην οποία "κάθε χώρα μπορεί να εκτροχιαστεί πιο εύκολα και πιο συχνά".

Επιπλέον, όλες οι μεγάλες οικονομίες του κόσμου - Ευρώπη, Κίνα και Ηνωμένες Πολιτείες - καταγράφουν επιβράδυνση, γεγονός, που μειώνει τη ζήτηση για εξαγωγές από τις αναδυόμενες και αναπτυσσόμενες χώρες, οι οποίες ήδη πλήττονται σφόδρα από τις υψηλές τιμές των τροφίμων και της ενέργειας.

Έτσι, το Ταμείο θα μειώσει την πρόβλεψή του για την ανάπτυξη το 2023 από το 2,9% της τελευταίας εκτίμησής του, όταν και θα δημοσιεύσει την έκθεση για τις Παγκόσμιες Οικονομικές Προοπτικές την επόμενη εβδομάδα. Το πού θα υποχωρήσει, δεν έγινε γνωστό. Το σίγουρο, όμως, είναι ότι θα πρόκειται για την τέταρτη επί τα χείρω αναθεώρηση από το Ταμείο για το 2023, διατηρώντας, όμως, αμετάβλητη την τρέχουσα πρόβλεψή του, για ανάπτυξη 3,2% φέτος.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETCRECIPE

Δυνατό multi ethnic άρωμα στο κέντρο της Αθήνας

Πολλές και ενδιαφέρουσες είναι οι αφίξεις, που αναμένονται μέχρι τα μέσα Νοεμβρίου, στο κέντρο της Αθήνας. Πρόκειται για new entries, με κουζίνες από όλα τα μήκη και πλάτη της Γης. Τόσο από την Γαλλία, όσο και από την Νότια Αμερική, αλλά και την Άπω Ανατολή. Περισσότερα, σύντομα...

AZUL NATURAL BEEF, ΤΟ ΣΥΝΩΝΥΜΟ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

[Διάκριση που επιβεβαιώνει ότι το αργεντίνικο βόειο κρέας βρίσκεται στο υψηλότερο διεθνές επίπεδο.]

Για τρίτη συνεχόμενη χρονιά, η Azul Natural Beef είναι στους χρυσούς νικητές του World Steak Challenge. Στην πρόσφατη εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε στο Δουβλίνο στις 29 Σεπτεμβρίου, διακρίθηκε με πέντε μετάλλια, κερδίζοντας το Χρυσό Μετάλλιο για το Ribeye Grain Fed και για το Tenderloin Grain Fed, το Ασημένιο Μετάλλιο για το Sirloin Grain Fed και το Tenderloin Grass Fed, και το Χάλκινο Μετάλλιο για το Sirloin Grass Fed.

Η επιτυχία αυτή είναι το αποτέλεσμα της άφογης συνεργασίας με τους σταθερούς μας προμηθευτές βόειων κρεάτων από την επαρχία του Μπουένος Άιρες. Για τα κρέατα Grain Fed η Egeo S.A, από την περιφέρεια του Carlos Tejedor, ενώ για τα κρέατα Grass Fed η Establecimiento Don Manuel από τον Hernan Dindart, έναν παραγωγό από το Pedro Luro.

Το World Steak Challenge είναι ένας φημισμένος διαγωνισμός βόειων κρεάτων υψηλού κύρους, που προβάλλει την ποιότητα των προϊόντων, τα πιστοποιητικά εκτροφής και τις παραγωγικές προδιαγραφές σε διεθνές επίπεδο με περισσότερες από



300 εταιρίες απ' όλο τον κόσμο. Η εκδήλωση επέστρεψε στο Fire Steak-House & Bar του Δουβλίνου, όπου μια επιτροπή με περισσότερους από 60 ανεξάρτητους κριτές δοκίμασαν και αξιολόγησαν κρέατα σε επτά διαφορετικές κατηγορίες.



«Η βράβευση αυτή αποδεικνύει ότι με σοβαρή δουλειά, επένδυση στην τεχνολογία και εκπαίδευση της ομάδας μας, μπορούμε να πετύχουμε εξαιρετικά αποτελέσματα σε διεθνές επίπεδο. Γι' αυτό επιλέγουμε να επενδύουμε συνεχώς στις εγκαταστάσεις μας και τους ανθρώπους μας, διατηρώντας σταθερά την Αργεντινή στην κορυφή του καλύτερου βόειου κρέατος στον κόσμο», ανέφερε ο Alejandro Duhau, πρόεδρος της Azul Natural Beef.



Τα προϊόντα διανέμονται στην Ελλάδα αποκλειστικά από την:

• ΜΙΤΣΙΔΗΣ (ΕΞΑΜΗΝΟ) ΑΝΑΠΤΥΞΗ 37,7% ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Αύξηση 37,7% κατέγραψε το πρώτο εξάμηνο του 2022 ο κύκλος εργασιών της Μιτσίδης, φτάνοντας τα €17,21 εκατ., ενώ με ανάλογους ρυθμούς ανάπτυξης κινήθηκαν και τα μικτά κέρδη. Παράλληλα, η κυπριακή εταιρεία – η οποία δραστηριοποιείται κυρίως στην παραγωγή και διάθεση αλεύρων και ζυμαρικών, την εισαγωγή και διάθεση πρώτων υλών ζαχαροπλαστικής & αρτοποιίας και στην εισαγωγή και εμπορία σιτηρών – επέστρεψε σε κέρδη (€405 χιλ.) από ζημία €530 χιλ. το αντίστοιχο διάστημα του 2021.



Ντίνος Μιτσίδης, εκτελεστικός πρόεδρος & CEO, Mitsides Group

DATA – ΕΞΑΜΗΝΟ (σε €χιλ.)	
<u>Πωλήσεις</u>	<u>Αποτέλεσμα προ</u>
2022: 17.219	<u>φώρων</u>
2021: 12.505	2022: 427
Μεταβολή: 37,7%	2021: (495)
<u>Μικτό κέρδος</u>	<u>Αποτέλεσμα μετά</u>
2022: 3.869	<u>φώρων</u>
2021: 2.800	2022: 405
Μεταβολή: 38,18%	2021: (530)

ΤΖΙΡΟΣ ΑΝΑ ΤΟΜΕΑ - ΕΞΑΜΗΝΟ (σε €χιλ.)	
<u>Αλεύρια</u>	<u>Πρώτες ύλες</u>
2022: 7.486	<u>αρτοποιίας &</u>
2021: 4.950	<u>ζαχαροπλαστικής</u>
<u>Ζυμαρικά</u>	2022: 3.801
2022: 5.913	2021: 2.694
2021: 4.798	<u>Σιτάρια</u>
	2022: 20
	2021: 61

ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΑΝΑ ΤΟΜΕΑ - ΕΞΑΜΗΝΟ (σε €χιλ.)	
<u>Αλεύρια</u>	<u>Πρώτες ύλες</u>
2022: 1.289	<u>αρτοποιίας &</u>
2021: 444	<u>ζαχαροπλαστικής</u>
<u>Ζυμαρικά</u>	2022: 696
2022: 1.883	2021: 457
2021: 1.898	<u>Σιτάρια</u>
	2022: 1
	2021: 0,9

ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Οι κυριότεροι κίνδυνοι και αβεβαιότητες που αντιμετωπίζει το Συγκρότημα είναι:

- η είσπραξη των χρεωστών του
- οι συνεχείς αυξομειώσεις στις τι-

μές των πρώτων υλών και κυρίως των σιτηρών

- ο ανταγωνισμός που προέρχεται κυρίως από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- οι παράγοντες χρηματοοικονομικού κινδύνου

ΑΣΤΑΘΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Παράλληλα, το ασταθές εξωτερικό περιβάλλον, σε συνδυασμό με την εξάπλωση του κορωνοϊού και τη στρατιωτική επιχείρηση της Ρωσίας στην Ουκρανία ενδέχεται να έχει σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομία της χώρας, οι οποίες μπορεί να επηρεάσουν τις δραστηριότητες του Ομίλου στη Σερβία. Σημειώνεται ότι η Μιτσίδης δραστηριοποιείται στη σέρβικη αγορά μέσω της θυγατρικής της, Mitsides Point Doo.

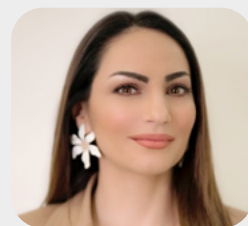
ΤΙ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΟΣΤΗ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Τέλος, αναμένεται να επηρεάσουν σημαντικά τα εισοδήματα των νοικοκυριών και το κόστος λειτουργίας των επιχειρήσεων:

- η άνοδος του πληθωρισμού
- η αβεβαιότητα κυρίως για τον τουρισμό και τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
- η αύξηση της τιμής στα καύσιμα (και σε άλλα βασικά προϊόντα, όπως π.χ. τα σιτηρά)

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Business MINDSET



ΕΠΟΙΚΟΔΟΜΗΤΙΚΟ FEEDBACK Η ΜΗΠΩΣ ΚΑΜΟΥΦΛΑΡΙΣΜΕΝΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΑΝΑΣΦΑΛΕΙΑ;

Η διαχείριση ανθρώπων δεν είναι εύκολο πράγμα. Ειδικά για έναν leader, ο οποίος πρέπει, ανάμεσα στις άλλες αρμοδιότητες που έχει, να φροντίζει και για την ανάπτυξη των μελών της ομάδας του. Ένα εργαλείο για να το καταφέρει αυτό είναι και το feedback. Συχνά αναφερόμαστε στην δυσκολία αυτού, που λαμβάνει το feedback προς βελτίωση, να το αποδεχθεί, καθώς το βλέπει πολλές φορές ως κάτι αρνητικό, ως μία κριτική. Άρα, εστιάζουμε κατά κύριο λόγο στο να «εκπαιδεύσουμε» τους άλλους να γίνουν πιο δεκτικοί στην λήψη feedback και να το δουν ως ευκαιρία για να εξελιχθούν και να δημιουργήσουν για τον εαυτό τους περισσότερες ευκαιρίες ίσως για επαγγελματική ανέλιξη.

Τι γίνεται όμως με αυτόν που παρέχει το feedback; Πόσο δίκαιο και αντικειμενικό μπορεί αυτό να είναι; Πόσο απαλλαγμένο από υποκειμενικότητα και, κάποιες φορές, από ανασφάλειες του ίδιου του leader; Ακόμη και αν ένας άνθρωπος έχει ήδη καταφέρει να ανέβει ψηλά στην ιεραρχία και να ηγείται μίας ομάδας, δεν μπορεί πάντα να παραβλέψει τις δικές του αδυναμίες και φόβους. Μπορεί κάποιες φορές να καταφέρνει να τις «παλέψει» και να τις νικήσει, κάποιες άλλες όμως, τον νικούν αυτές. Μία από αυτές τις περιπτώσεις είναι όταν ένας leader δεν καταφέρνει να νιώθει άνετα με το να έχει ένα δυναμικό άτομο στην ομάδα του, το οποίο νιώθει ότι κάποιες φορές τον επισκιάζει, πχ σε κάποια meetings, με την ικανότητά του να έχει λόγο γεμάτο αυτοπεποίθηση και εύστοχα επιχειρήματα (που δεν τα σκέφτηκε ο ίδιος ο leader), με συνέπεια να κερδίζει αυτό τις εντυπώσεις και εκείνος να φαίνεται αδύναμος.

Έτσι μη καταφέρνοντας να τιθασεύσει τα δικά του συναισθήματα ανασφάλειας, κρύβεται πίσω από το δήθεν «εποικοδομητικό» feedback, βρίσκοντας κουσούρια στην συμμετοχή του εργαζόμενου στο meeting και επιβάλλοντας (κεκαλυμμένα) άλλη φορά να μην είναι καλύτερος από τον ίδιο. Αυτός είναι ένα παράδειγμα. Υπάρχουν πολλά, πιστέψτε με! Πριν δώσετε feedback λοιπόν, αναρωτηθείτε: Είναι όντως feedback;

Βαλεντίνα Κόρδη, Mindset & High Performance Coach for Entrepreneurs, Executives & Teams
valentinakordi.com



Greece



SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

Παρίσι, 15 - 19 Οκτωβρίου 2022



Σας καλούμε να
μας επισκεφθείτε στα
Halls 2 | 5A | 5B | 7



ENTERPRISE GREECE
INVEST & TRADE

RECEPTION, HALL 2, STAND NO. J096

• **ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ**

ΜΕΙΩΜΕΝΗ Η ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΩΝ & ΕΞΑΓΟΡΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Πτώση 29% καταγράφει ο όγκος των συγχωνεύσεων και εξαγορών (M&A) στον κλάδο τροφίμων και ποτών (F&B) του Ηνωμένου Βασιλείου το διάστημα Μαΐου - Αυγούστου, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο.

Η ανάλυση από τον ανεξάρτητο οίκο εταιρικών χρηματοοικονομικών Oghma Partners έδειξε ότι καταγράφηκαν 22 συμφωνίες, με συνολική εκτιμώμενη αξία συναλλαγής περίπου £270 εκατ., σε σύγκριση με £3,9 δισ. κατά την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, καταγράφοντας μείωση μεγαλύτερη του 90%. Πρόκειται για συνέχεια της τάσης που είχε ξεκινήσει από το πρώτο τετράμηνο του 2022 (Ιανουάριος-Απρίλιος).

ΠΟΥ ΟΦΕΙΛΕΤΑΙ Η ΜΕΙΩΣΗ

Η Oghma Partners εκτιμά ότι η μείωση της δραστηριότητας σχετίζεται με διάφορους παράγοντες:

- Πρώτον, η επιχειρησιακή αβεβαιότητα λόγω ενός πολύ δύσκολου περιβάλλοντος, με πολλές εταιρείες τροφίμων και ποτών να πρέπει να αντιμετωπίσουν απότομες αυξήσεις τιμών ενώ περισσότερες αναμένεται να ακολουθήσουν τους επόμενους μήνες. Σύμφωνα με το Γραφείο Εθνικής Στατιστικής του Ηνωμένου Βασιλείου (ONS), ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή αυξήθηκε κατά 8,6% τους 12 μήνες έως τον Αύγουστο του 2022, οριακά μειωμένος από 8,8% τον Ιούλιο. Το ONS ανέφερε ότι οι τομείς των τροφίμων και των μη αλκοολούχων ποτών ήταν μεταξύ εκείνων που συνέβαλαν περισσότερο



στην αύξηση του πληθωρισμού.

- Δεύτερον, όσον αφορά τη διαθεσιμότητα και το κόστος του χρέους, φαίνεται ότι η ρευστότητα γίνεται στενότερη, με τις τράπεζες λιγότερο πρόθυμες να δανείσουν ενώ το κόστος του χρέους αυξάνεται καθώς οι κυβερνήσεις επιδιώκουν να καταπολεμήσουν τον πληθωρισμό και να χρηματοδοτήσουν επεκτατικούς δημοσιονομικούς προϋπολογισμούς.
- Τρίτον, υπάρχει μεταβαλλόμενη διάθεση για ρίσκο – που παρατηρείται στις αγορές μέσω της αύξησης των αποδόσεων των ομολόγων, της πτώσης της εν λόγω αγοράς και της χαμηλότερης διαθεσιμότητας χρέους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα μειωμένη διάθεση για συμφωνίες από τους πωλητές λόγω χαμηλότερων αποτιμήσεων.

ΒΟΥΤΙΑ ΣΤΗΝ ΑΞΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Ο Mark Lynch, partner της Oghma Partners, δήλωσε: "Έως τον Αύγουστο του 2022, σε ετήσια βάση, υπολογίζουμε ότι ο αριθμός

των συμφωνιών F&B στο Ηνωμένο Βασίλειο ανήλθε συνολικά σε 50, έναντι 62 στο αντίστοιχο διάστημα του προηγούμενου έτους – μια συνολική μείωση 20% κατ' όγκο".

Ωστόσο, πιο δραματική είναι η βουτιά 90% που καταγράφεται στην αξία των συμφωνιών. Η πτώση της δραστηριότητας είναι παρόμοια με εκείνη που παρατηρήθηκε το 2020, εν μέσω Covid.

ΑΠΟΥΣΕΣ ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ

Σύμφωνα με τον Lynch, απούσες κατά τους πρώτους οκτώ μήνες του τρέχοντος έτους ήταν οι μεγάλες συναλλαγές. Το 2021, για παράδειγμα, υπήρξαν έξι συμφωνίες με αξίες που κυμαίνονταν από £200 εκατ. έως £2 δισ., με το μέσο μέγεθος στο £1,1 δισ. Άλλα σημαντικά ευρήματα της έκθεσης περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- Περίπου το 60% των συμφωνιών είχε εκτιμώμενη αξία £20 εκατ. ή μικρότερη
- Οι ξένοι αγοραστές αντιπροσώπευαν το 36,4% του όγκου των συναλλαγών
- Στις αξιοσημείωτες συμφωνίες περιλαμβάνονται η εξαγορά της Zafron Foods από τη Solina και η εξαγορά της Peter's Yard από την Lotus Bakeries
- Η δραστηριότητα από χρηματοοικονομικούς αγοραστές μειώθηκε σημαντικά, αντιπροσωπεύοντας μόνο το 9,1% του συνολικού όγκου
- Τα παντοπωλεία/ζαχαροπλαστεία ήταν η πιο ενεργή κατηγορία με την πιο αξιοσημείωτη συμφωνία να είναι η εξαγορά της Spice Tailor από την Premier Foods

• **ΠΡΟΣΩΠΑ**

ΕΦΥΓΕ ΑΠΟ ΤΗ ΖΩΗ Ο ΛΕΩΝΙΔΑΣ ΤΣΙΑΝΤΗΣ

Έφυγε από τη ζωή, ξαφνικά, την Τετάρτη το βράδυ, ο διευθύνων σύμβουλος των εταιρειών Lamda Quality Foods και Ηπειρωτικές Φάρμες, Λεωνίδας Τσιαντής σε ηλικία 49 ετών.

Ο εκλιπών υπήρξε για έξι χρόνια πρόεδρος του ΔΣ του Αγροτικού Πτηνοτροφικού Συνεταιρισμού Άρτας, με έντονη δραστηριότητα στην τοπική κοινωνία, καθώς είχε διατελέσει μέλος της επιτροπής Εθνικών ομάδων στην ομοσπονδία χειροσφαίρισης Ελλάδος και πρόεδρος του αθλητικού ομίλου handball "Πρωτέας Άρτας".



Το
FNB SERVED
DAILY.
Food for thought... every day!

στην
SHAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

Ενημερωθείτε καθημερινά
για όσα συμβαίνουν, από τις
15 έως και τις 19 Οκτωβρίου,
στη Νο 1 έκθεση τροφίμων και ποτών:

- Η παρουσία των ελληνικών επιχειρήσεων
- Οι νέες τάσεις στον κλάδο παγκοσμίως
- Καινοτόμα προϊόντα
- Συνεντεύξεις

Με την υπογραφή
της δημοσιογραφικής
ομάδας του FnB Daily



**Νεκτάριος
Β. Νώτης**



**Μάκης
Αποστόλου**



**Στέλλα
Αυγουστάκη**



ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Άγγελος Στανωτάς, 2130882820
aggelos@notice.gr

POWERED BY

 **PROMO
SOLUTION**
EXHIBIT. CREATE.

μασούτης
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

Βίκος

evlogia
TRUE TASTE OF GREECE

• **ILLY CAFE**

ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ #CUPSIDEDOWN & LIMITED EDITION ΦΛΥΤΖΑΝΙ

Τη 1η Οκτωβρίου και με αφορμή την Παγκόσμια ημέρα καφέ, ο illy εγκαινιάσε την νέα επικοινωνιακή εκστρατεία #cupsidedown, που έχει ως στόχο την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία της κυκλικής οικονομίας, ως εναλλακτική λύση στο μοντέλο γραμμικής οικονομίας. Με το #cupsidedown ο illy τονίζει την ανάγκη αυτής της αλλαγής και σε συνεργασία με τον καλλιτέχνη Matteo Attruia σχεδίασε ένα νέο limited edition αναποδογυρισμένο φλιτζάνι με στόχο να δώσει τη νέα αυτή οπτική στην κατανάλωση του καφέ.

Έτσι, την Παρασκευή 30 Σεπτεμβρίου και το Σάββατο 1η Οκτωβρίου, το Μετρό του Συντάγματος ντύθηκε στα χρώματα του illy με τα βήματα των επισκεπτών να κατευθύνονται αποκλειστικά στο ειδικά σχεδιασμένο corner illy. Η εκστρατεία #cupsidedown πλαισιώθηκε με περιεχόμενο στα SoME κα-



νάλια του illy_greece και από πλήθος επώνυμων influencers οι οποίοι ενημέρωσαν τους followers τους για τη νέα καμπάνια και τους παρακίνησαν να δουν τον καφέ με μια νέα οπτική.



• **SABO**

ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΗΝ TECNA 2022

Η Sabo συμμετείχε στη διεθνή έκθεση κεραμοποιίας Tecna 2022, που φέτος φιλοξενήθηκε στο Ρίμινι της Ιταλίας, στις 27 - 30 Σεπτεμβρίου 2022. Πρόκειται για έναν διαχρονικό θεσμό στον κλάδο της κεραμοποιίας, που διεξάγεται κάθε δύο χρόνια με σκοπό να αναδείξει σύγχρονες, καινοτόμες πρακτικές και κατασκευαστικές λύσεις στη βιομηχανία κεραμικών. Στελέχη του τομέα κεραμοποιίας της Sabo είχαν την ευκαιρία να μοιραστούν τη μακρά εμπειρία και την τεχνογνωσία τους στην παροχή ολοκληρωμένων λύσεων για την ανάπτυξη του κλάδου.



• **KON.B.A**

NEO SALAD POCKET TRATA ΜΕ ΦΑΚΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΟΑ

Προϊόντα τόνου σε pocket συσκευασία έχει λανσάρει στην αγορά το τελευταίο διάστημα η εταιρεία KON.B.A, η οποία είναι γνωστή για τους κωδικούς Trata.

Στην αγορά, μεταξύ άλλων κωδικών, κυκλοφορούν το Salad Pocket Trata με τόνο, φακές και κινόα. Πρόκειται για ένα προϊόν με κομμάτια από φιλέτα τόνου, φακές και κινόα, που δημιουργούν ένα Super Bowl με χαρακτήρα Ανατολής, συνδυάζοντας το γλυκό και το πικάντικο.

Για τις τόνοσαλάτες Trata, χρησιμοποιούνται ψάρια που αλιεύονται γύρω από την περιοχή του Ισημερινού, από επιλεγμένους προμηθευτές που πληρούν τις αυστηρές προδιαγραφές ποιότητας μετά από επιτόπιες επιθεωρήσεις αξιολόγησης της εταιρείας. Κυκλοφορεί σε συσκευασία των 170 γραμμαρίων.

Η NOTICE

CONTENT & SERVICES

τιμά την
Παγκόσμια Ημέρα Τροφίμων (16 Οκτωβρίου 2022)

Διοργανώνει τη δράση:



**Συλλέγουμε / Στηρίζουμε όσους
τρόφιμα / έχουν ανάγκη**

σε συνεργασία με το



ΓΕΝΙΚΟ ΦΙΛΟΠΤΩΧΟ ΤΑΜΕΙΟ
ΙΕΡΑΣ ΑΡΧΙΕΠΙΣΚΟΠΗΣ ΑΘΗΝΩΝ

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ:



Βασιλόπουλος
...και του πουλιού το γάλα!



ELGEKA

ΧΗΤΟΣ ABEE
Δημιουργώντας Αξία



passalis
Εκλεκτά προϊόντα από το 1962!



Wolt Market

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ ΤΩΝ:



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ
ΕΛΛΑΔΟΣ



Σύνδεσμος Ελληνικών
Επιχειρήσεων Τροφίμων

Πληροφορίες: Μαρία Σακελλαρίδη 210 3634061 - maria@notice.gr

• AMITA MOTION

ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ Η ΗΜΕΡΑ ΘΕΤΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ 2022

Η Ημέρα Θετικής Ενέργειας πραγματοποιήθηκε, την Παρασκευή 30 Σεπτεμβρίου στο Τείχος των Εθνών στο ΟΑΚΑ, συγκεντρώνοντας περισσότερους από 50.000 θεατές και, προσφέροντας line up και phygital εμπειρία.

Για πρώτη φορά, η Amita Motion, μπήκε στον κόσμο του Metaverse, παρουσιάζοντας το πρώτο συλλεκτικό ψηφιακό έργο της, σε μορφή NFT. Η δημιουργία του Amita e-motion NFT έγινε με χρήση τεχνολογίας Blockchain, δίνοντας αρχικά στους νικητές πρόσβαση στο χώρο VIP της συναυλίας με χρήση των ειδικά σχεδιασμένων VIP NFTickets. Λίγο πριν βγει στην σκηνή η Άννα Βίσση, τα VIP NFTickets μετατράπηκαν στο πρώτο ψηφιακό έργο τέχνης στην Ελλάδα από την Amita Motion, το οποίο είναι εμπνευσμένο από την καμπάνια της Amita Motion, #FreeYourEmotion. Το συλλεκτικό έργο τέχνης, αποκαλύπτει, σε μορφή βίντεο πώς τα συναισθήματα της χαράς, της λύπης, του θυμού και της αγάπης μπορούν να γίνουν θετικά αν τα απελευθερώσουμε. Το Amita e-motion NFT, είναι συλλεκτικό και αποτελεί το πρώτο βήμα της Amita Motion στο συναρπαστικό κόσμο του Metaverse.



ΣΕΒΑΣΜΟΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η Ημέρα Θετικής Ενέργειας είναι ένας θεσμός που σέβεται διαχρονικά το περιβάλλον. Σε συνέπεια με τη στρατηγική και τη δέσμευση της Coca-Cola Τρία Έψιλον για μηδενικό ισοζύγιο εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα μέχρι το 2040, η Amita Motion φρόντισε όπως κάθε χρόνο για την αντιστάθμιση του 100% των εκπομπών που προκλήθηκαν στην Ημέρα Θετικής Ενέργειας 2022.

Παράλληλα, η εταιρεία ανέλαβε τη συλλογή και την ανακύκλωση περισσότερων από 60.000 συσκευασιών που καταναλώθηκαν στην εκδήλωση και σε συνεργασία με την εταιρεία Tetra Pak θα τους δώσει δεύτερη ζωή, μετατρέποντάς τις σε παγκάκια, σπιτάκια για σκύλους και μελίσσια.



• ΓΕΡΜΑΝΙΑ

ΜΟΝΙΜΗ ΘΕΣΗ ΓΙΑ ΛΟΥΚΑΝΙΚΑ ΚΑΙ ΖΑΜΠΟΝ ΣΤΟ ΜΕΝΟΥ ΤΩΝ ΓΕΡΜΑΝΩΝ

Παρ' ότι η παγκόσμια τάση δείχνει μείωση της κατανάλωσης κρέατος, εντούτοις για το 84% των Γερμανών, το λουκάνικο και το ζαμπόν θα συνεχίσουν να αποτελούν μέρος της διατροφής τους. Πρόσφατη μελέτη της εταιρείας έρευνας αγοράς Kantar, που διενεργήθηκε για λογαριασμό της Ομοσπονδιακής Ένωσης Γερμανών Παραγωγών Αλλαντικών & Ζαμπόν (BVWS), δείχνουν ότι το λουκάνικο και το ζαμπόν συνεχίζουν να έχουν μόνιμη θέση στο μενού για μεγάλο μέρος του γερμανικού πληθυσμού.

ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΣΤΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Οι παραγωγοί λουκάνικων και ζαμπόν προμηθεύουν τον πληθυσμό με τοπικά τρόφιμα, με την προτίμηση των Γερμανών στα προϊόντα τους να είναι ξεκάθαρη. "Ο κόσμος εμπιστεύεται τους παραγωγούς της περιοχής. Καθιστούν σαφές ότι δεν θέλουν να στερηθούν το λουκάνικο και το ζαμπόν. Αυτό είναι ένα ισχυρό σημάδι της κουλτούρας λουκάνικων και ζαμπόν στη Γερμανία. Δεσμευόμαστε, ως εταιρεία, για μια πολιτική τροφίμων που δεν πατρονάει κανέναν", αναφέρει η Sarah Dhem, στέλεχος της εταιρείας κρέατος Werner Schulte GmbH & Co. KG - Lastrup Wurstwaren. "Το λουκάνικο και το ζαμπόν βρίσκονται στην καρδιά της κοινωνίας. Ως παραγωγοί λουκάνικων, δεσμευόμαστε για μια συζήτηση που αντικατοπτρίζει όλες τις ανάγκες των καταναλωτών. Ένα πράγμα είναι σαφές: πρέπει να καταστήσουμε βιώσιμο τον εφοδιασμό μας με φρέσκα τρόφιμα", πρόσθεσε η ίδια.

• ΙΟΝ

ΜΕΙΩΣΕ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΤΗΣ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΓΙΑ 5η ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Πιστή στη δέσμευσή της για βελτίωση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος, η ΙΟΝ πέτυχε για πέμπτη συνεχόμενη χρονιά μείωση στην εκπομπή αερίων του θερμοκηπίου εκφρασμένα ως tCO2eq. Συγκεκριμένα, για το 2021 πέτυχε μείωση 5,6% συγκριτικά με το 2020 και 15,6% συγκριτικά με το 2019, ενώ από το 2017 οπότε και ξεκίνησε να μετρά το ανθρακικό αποτύπωμα έχει πετύχει μείωση 40%.

ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Οι μελέτες μέτρησης του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος αφορούν το σύνολο των δραστηριοτήτων της για τα πεδία αναφοράς 1 (άμεσες εκπομπές) και 2 (έμμεσες εκπομπές), τα οποία περιλαμβάνουν τις καταναλώσεις σε φυσικό αέριο, άλλα καύσιμα, καύσιμα από μεταφορές με εταιρικά αυτοκίνητα, ηλεκτρική ενέργεια κ.α. Παράλληλα, έχει εσιδάσει και στο πεδίο 3 (έμμεσες εκπομπές), μετρώντας στοιχεία όπως οι μεταφορές των εργαζομένων, η κατανάλωση χαρτιού, τα αεροπορικά ταξίδια και οι μεταφορές με μέσα τρίτων, προκει-



μένου να εξασφαλίσει μία πιο ολοκληρωμένη διαχείριση των κινδύνων και των ευκαιριών που σχετίζονται με την καταγραφή της εκπομπής των αερίων του θερμοκηπίου. Ο σκοπός της εταιρείας είναι, αφού μετρήσει και μελετήσει τις επιπτώσεις από τις δραστηριότητές της στο περιβάλλον, να θέσει στόχο με συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα για τη μείωση του αποτυπώματός της. Στο πλαίσιο δημιουργίας συστήματος διαχείρισης ενέργειας με προοπτική το ISO 50001, η εταιρεία έχει προχωρήσει στη διενέργεια δεύτερου ενεργειακού ελέγχου για τις βιομηχανικές εγκαταστάσεις του Νέου Φαλήρου, του Μαρκόπουλου και της Άρτας, που αναμένεται να ολοκληρωθεί εντός του 2022.

SME S

D A I L Y

Το νέο καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

ΜΕ ΕΙΔΗΣΕΙΣ, ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ,
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΤΙΚΕΣ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ:

- Ρευστότητα
- Δάνεια
- Κεφάλαια κίνησης
- Επιδοτήσεις
- Κοινωνικά προγράμματα
- Διαχείριση ενεργειακού κόστους
- Ψηφιακή αναβάθμιση

Και ό,τι άλλο αφορά
την καθημερινότητα
της μικρομεσαίας
επιχείρησης

ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ
**ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**

ΣΤΙΣ **09:15**

ΣΤΟ E-MAIL ΣΑΣ

**ΚΑΝΤΕ ΤΗΝ
ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΑΣ
ΕΔΩ**

Με την αξιοπιστία της **N O T I C E**
CONTENT & SERVICES

• WOLT GREECE

ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ DIGITAL POCKET MALL & Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ RETAIL

Στην περαιτέρω διεξόδου της στην αγορά του retail, χτίζοντας σταδιακά ένα μικρό digital mall, εστιάζει το επόμενο διάστημα η Wolt Greece, όπως ανέφερε στην online εκδήλωση της Κωτσόβολος, "Η Εμπειρία Πελάτη το 2022", ο head of retail Greece

της Wolt, Σεραφείμ Παπαγεωργίου, λέγοντας ότι οι εξελίξεις στο e-commerce διαδέχονται η μία την άλλη με ταχύτατους ρυθμούς και το παρόν ίσως είναι ήδη παρελθόν και το μέλλον που έρχεται να είναι ήδη το παρόν.



Σεραφείμ Παπαγεωργίου,
Head of Retail
Greece, Wolt
Greece



Η ΒΑΣΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Βασική στρατηγική της Wolt είναι το να μπορεί ο καταναλωτής να εξυπηρετείται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο χωρίς να κάνει εκπώσεις στην αγοραστική του εμπειρία. "Θέλουμε να έχει στην τσέπη του αυτό το μικρό mall, το οποίο να του δίνει όλα όσα βλέπει στο φυσικό κατάστημα", επι-

σημαίνει ο κ. Παπαγεωργίου και συμπληρώνει ότι η εταιρεία δουλεύει προς αυτήν την κατεύθυνση γνωρίζοντας τις καταναλωτικές ανάγκες και το πως αυτές διαφοροποιούνται.

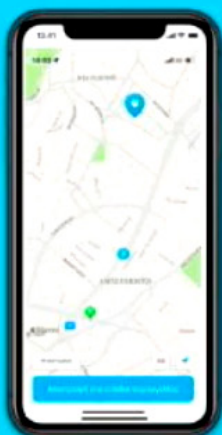
Τον τελευταίο 1,5 χρόνο η Wolt έχει μπει στο retail, συνάπτοντας συνεργασίες και υποστηρίζοντας χιλιάδες κωδικούς. Συ-

γκεκριμένα, υποστήριξε 15.000+ κωδικούς ανά κατάσταση και προσέθεσε δυνατότητες όπως η διαχείριση ζυγισμένων, αντικαταστάσεις προϊόντων και αλλαγές, που αποτελούν μεγάλο μέρος του operation με τα καταστήματα, ενώ ανέπτυξε και ξεχωριστή εφαρμογή picking για τους συνεργάτες της.

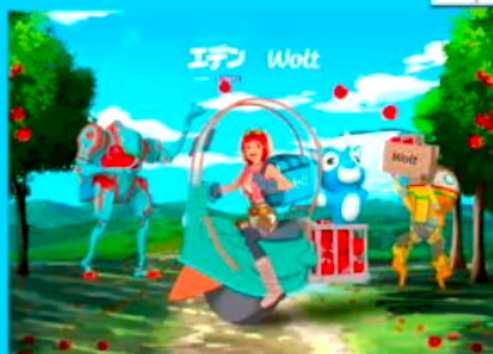
Live Tracking: A game changer

2D

3D



Εν τω μεταξύ, στη μακρινή
Ιαπωνία



3D DEMENSION LIVE TRACKING

Η Wolt, όπως ανέφερε, μπήκε στην αγορά food delivery "αλλάζοντας άρδην την

εμπειρία του πελάτη σε εξ' αποστάσεως συνθήκες", χτίζοντας μια εφαρμογή που του δίνει τον έλεγχο της παραγγελίας, γνω-

ρίζοντας την πορεία της παραγγελίας μέχρι αυτή να του παραδοθεί.

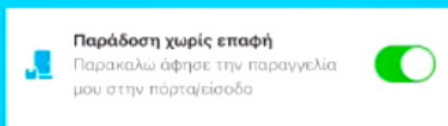
"Η εμπειρία του πελάτη μας έχει καταστή-

σει top player στην αγορά", ανέφερε, και συμπλήρωσε ότι το live tracking για το που είναι ο διανομέας είναι η καινοτομία που έφερε η Wolt στη διανομή φαγητού στην Ελλάδα.

"Το live tracking άλλαξε την αγορά φαγητού, ξεκίνησε ως ένα 2D feature και εξελίχθηκε σε 3D με playfull χαρακτήρα. Το 3D live tracking παρουσιάστηκε για πρώτη φορά στην Ιαπωνία στα πλαίσια της ει-

δικής συνεργασίας της Wolt με την Netflix της Ιαπωνίας", υπογράμμισε, και συμπλήρωσε ότι αυτή η δυνατότητα έδωσε στον πελάτη πολλά περισσότερα από όσα ήξερε για την παράδοση φαγητού.

Η περίπτωση του No-Contact Delivery



ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ

Μέσω της ενσυναίσθησης η Wolt κατάφερε, όπως είπε, να χτίσει μια εξαιρετικού επιπέδου εμπειρία πελάτη και, όταν

το delivery επεκτάθηκε με επιθετικούς ρυθμούς και οι όγκοι παραγγελιών μεγάλωσαν απότομα, η ομάδα εισήγαγε την υπηρεσία "no contact delivery", ικανοποιώντας την επιθυμία του καταναλωτή για

contactless συναλλαγές κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• AB INBEV

ΑΝΑΣΤΕΛΛΕΙ ΟΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΣ LEFFE ΣΤΗΝ ΡΩΣΙΑ

Την οριστική αναστολή της παραγωγής της μπίρας Leffe σε επτά ζυθοποιεία στην Ρωσία αποφάσισε τελικά η AB InBev.

Θυμίζουμε ότι η AB InBev είχε ανακοινώσει αρχές Φθινοπώρου ότι θα επεκτείνει στην παραγωγή του beer brand στην Ρωσία, μέσω της συμμετοχής της στην κοινοπραξία AB InBev Efes που διατηρεί με την Anadolu Efes, η οποία δραστηριοποιείται σε Ρωσία και Ουκρανία. Ειδικότερα, αν και η Anadolu Efes, παρά την έξοδο αρκετών εταιρειών από την Ρωσία, λόγω του πολέμου με την Ουκρα-



νία, αποφάσισε να επεκτείνει την παραγωγή της Leffe σε επτά ζυθοποιεία, ωστόσο αποφασίστηκε να σταματήσει η παραγωγή.

Παράλληλα, η AB InBev εξετάζει να αποχωρήσει και από την κοινοπραξία και να πουλήσει το μερίδιό της.

Powered by  **ESGreece**
Impact Investing

• ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ ΝΕΑ ΨΥΓΕΙΑ ΜΕ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Η Φάρμα Κουκάκη παρουσιάζει ένα νέο, custom-made ψυγείο, με ξεκάθαρο οικολογικό προσανατολισμό, που σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε αποκλειστικά για την εταιρεία. Το νέο ψυγείο διαθέτει εσωτερικό φωτισμό LED και, όπως αναφέρει η βιομηχανία, αναδεικνύει ακόμη περισσότερο την εταιρική ταυτότητα της εταιρείας και προβάλλει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα προϊόντα της.

Για την επόμενη γενιά ψυγείων, η εταιρεία έχει ήδη προβλέψει αναβαθμισμένες τεχνικές προδιαγραφές, όπως Energy Safe Mode, με στόχο την περαιτέρω μείωση κατανάλωσης ενέργειας.

INFO - Ψυγείο

- 30% χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας
- High Efficiency κινητήρες και ανεμιστήρες
- 100% οικολογικό ψυκτικό μέσο (R290)
- Maintenance Free Condenser
- Ενεργειακά αποδοτικός φωτισμός LED
- Οικολογική μόνωση

ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΓΙΑ ΜΕΙΩΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ

Το λανσάρισμα του νέου ψυγείου εντάσσεται στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της εταιρείας, καθώς και της δέσμευσής της για μείωση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος και διασφάλιση ενός βιώσιμου τύπου για όλους.

Η Φάρμα Κουκάκη πραγματοποιεί διαρκώς ενέργειες φιλικές προς το περιβάλλον, στοχεύοντας στην Πράσινη Ανάπτυξη και τη Βιωσιμότητα. Μερικές από αυτές είναι η πρόσφατη αντικατάσταση μέρους του στόλου των οχημάτων της με φορτηγά που κινούνται με Φυσικό Αέριο Κίνησης (CNG), η επένδυση για μείωση του πλαστικού στις φιάλες γάλακτος και η αντικατάσταση του λεβητοστασίου με σκοπό τη μείωση κατανάλωσης ενέργειας.

**ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙΤΕ
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ
ΣΤΟ ESGREECE.COM**



• ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΜΕ ΔΥΟ ΝΕΑ ΣΤΕΛΕΧΗ

Το διοικητικό της προσωπικό ενισχύει η ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός, εντάσσοντας σε αυτό τον Γιώργο Κατωπόδη και τον Γιώργο Γιαννιό. Ο Γ. Κατωπόδης με εμπειρία 23 ετών στη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, 11 εκ των οποίων στη Metro και στην ΟΠΤΙΜΑ της οικογένειας Παντελιάδη και 2 ως Group HR Director του Ομίλου Ιασώ, έρχεται να ενταχθεί στην ομάδα της αλυσίδας ως διευθυντής ανθρώπινου δυναμικού. Σύμφωνα με την ανακοίνωση, "ο ρόλος του θα είναι να ενισχύσει και να αναπτύξει περαιτέρω την πιο σημαντική περιουσία του Ομίλου, τους ανθρώπους της Κρητικός, και να συμβάλλει εποικοδομητικά στην αξιοποίηση των δυνατοτήτων τους και στην καλύτερη και ουσιαστικότερη εργασιακή τους καθημερινότητα,



εξελίσσοντας μεταξύ άλλων το εκπαιδευτικό πρόγραμμα της Ακαδημίας Κρητικός".

Ο Γιώργος Γιαννιός, με 30 χρόνια εμπειρίας στην ΑΒ, εντάσσεται στη γενική διεύθυνση δικτύου και αναλαμβάνει τη θέση νέου διευθυντή πωλήσεων, όπου θα εργαστεί για την ενδυνάμωση και την αποτελεσματικότερη λειτουργία των καταστημάτων του δικτύου της Κρητικός, οργανώνοντας και επιβλέποντας ομάδες και διαδικασίες.



Γιώργος Κατωπόδης και Γιώργος Γιαννιός

• **TESCO**

ΧΑΜΗΛΩΝΕΙ ΤΟΝ ΠΗΧΗ ΓΙΑ ΤΑ ΚΕΡΔΗ – ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΟΥΣ ΜΙΣΘΟΥΣ ΚΑΙ ΠΑΓΩΝΕΙ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ

Στο χαμηλότερο εύρος των προηγούμενων εκτιμήσεων της τοποθέτησε την πρόβλεψη για τα ετήσια της κέρδη η Tesco, κυρίως εξαιτίας της αβεβαιότητας σχετικά με το πώς η επιδεινούμενη κρίση κόστους θα επηρεάσει τις καταναλωτικές δαπάνες. Η εμπιστοσύνη των Βρετανών καταναλωτών βυθίστηκε σε νέο ιστορικό χαμηλό τον προηγούμενο μήνα, καθώς δυσκολεύονται από τον αυξανόμενο πληθωρισμό, ακόμη και πριν από το νέο οικονομικό πλάνο της κυβέρνησης, που έστειλε τα στεγαστικά επιτόκια σε άνοδο και πυροδότησε φόβους για απότομη πτώση των τιμών κατοικιών.

ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

Η Tesco, η οποία κατέχει μερίδιο 27% στη βρετανική grocery market, τόνισε πως οι καταναλωτές συνεχίζουν να αλλάζουν τις αγοραστικές τους συνήθειες και να μειώνουν τις δαπάνες τους.

“Οι πελάτες μας ανησυχούν όλο και περισσότερο για τις δαπάνες των νοικοκυριών και παρακολουθούν κάθε δεκάρα για να τα βγάλουν πέρα”, είπε στους δημοσιογράφους ο CEO της Tesco, Ken Murphy. Ο ίδιος ανέφερε ότι οι πελάτες πραγματοποιούν πιο συχνές επισκέψεις στα καταστήματα, αλλά με μικρότερα καλάθια και λιγότερες αγορές στο διαδίκτυο.”

ΟΙ ΝΕΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Τον Απρίλιο, η Tesco και η Sainsbury's προειδοποίησαν για πλήγμα στα φετινά κέρδη, καθώς προσπαθούν να διατηρήσουν ανταγωνιστικές τις τιμές τους, ώστε να αποτρέψουν τους πελάτες από το να στραφούν στους discounters Aldi και Lidl, και να αντιμετωπίσουν την άνοδο στις τιμές της ενέργειας και το κόστος εργασίας.



Ken Murphy, CEO, Tesco

Η Tesco δήλωσε πως τώρα αναμένει τα προσαρμοσμένα τα κέρδη λιανικής στη χρήση 2022 - 2023 να διαμορφωθούν σε £2,4 - 2,5 δισ., έναντι της προηγούμενης εκτίμησής της, που έκανε λόγο για £2,4 - 2,6 δισ., από £2,65 δισ. την περίοδο 2021-2022.

ΜΕΙΚΤΟ ΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Η εταιρεία ανακοίνωσε, παράλληλα, μειωμένα προσαρμοσμένα λειτουργικά κέρδη για το εξάμηνο, ενώ οι πωλήσεις της εμφανίστηκαν ελαφρώς αυξημένες.

DATA – ΕΞΑΜΗΝΟ (σε £ εκατ.)

Πωλήσεις

2022/23: 28.178

2021/22: 27.331

Μεταβολή: 3,1%

Προσαρμοσμένο λειτουργικό αποτέλεσμα

2022/23: 1.315

2021/22: 1.458

Μεταβολή: (9,8%)

ΠΕΡΙΜΕΝΕΙ ΤΑ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ

Ο K. Murphy δήλωσε ότι εξακολουθεί να περιμένει ότι οι αγοραστές θα ξοδέψουν αυτά τα Χριστούγεννα. “Πιστεύουμε ότι οι άνθρωποι θα θέλουν να γιορτάσουν, αλλά είναι σαφές ότι θα θέλουν να τα γιορτάσουν με έναν οικονομικό τρόπο”, ανέφερε. Αυτό θα σήμαινε περισσότερα γεύματα και γιορτές στο σπίτι. Τα μηνιαία στοιχεία του κλάδου δείχνουν ότι η Tesco ξεπερνά σταθερά τους κύριους ανταγωνιστές της σε σχέση με την αξία πωλήσεων.

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΑΚΟΜΗ £500 ΕΚΑΤ.

Εν τω μεταξύ, ήδη για τρίτη φορά μέσα σε έναν χρόνο, η Tesco αυξάνει τους μισθούς των εργαζομένων της στα καταστήματά της στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η ελάχιστη ωριαία τιμή θα αυξηθεί κατά 20 πένες, σε £10,30, από τις 13 Νοεμβρίου, ποσό που ισοδυναμεί με άνοδο 8% φέτος.

Την ίδια στιγμή, ο retailer ελπίζει να εξοικονομήσει ακόμα £500 εκατ. φέτος, μεταξύ άλλων με την αυτοματοποίηση των ταμείων.

ΠΑΡΑΤΕΙΝΕΙ ΤΟ “ΠΑΓΩΜΑ” ΤΙΜΩΝ

Παράλληλα, η βρετανική αλυσίδα supermarket παρατείνει το πάγωμα των τιμών σε πάνω από 1.000 προϊόντα, έως το 2023. Σύμφωνα με την Tesco, οι πελάτες στρέφονται περισσότερο σε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας και κατεψυγμένα τρόφιμα, τα οποία τείνουν να είναι φθηνότερα από τα επώνυμα ή φρέσκα. Για παράδειγμα, οι πωλήσεις της premium private label Finest αυξήθηκαν κατά 13%.

Ελευθερία Πιπεροπούλου

eleftheria@notice.gr



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της

NOTICE

CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• METRO ΔΙΑΚΡΙΘΗΚΕ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ

Η Metro AEBE (My market και Metro Cash & Carry) συνεχίζει να ξεχωρίζει με τις πρακτικές της τη φετινή χρονιά και έτσι ξεχώρισε στα Impact BITE Awards, λαμβάνοντας τρία βραβεία, δύο Gold και ένα Silver.

INFO - ΒΡΑΒΕΙΑ

- Gold για το Σύστημα Διαχείρισης Ειδικών και Ετήσιων Συμφωνιών Πελατών, στην κατηγορία "ERP Συστήματα"
- Gold για το Metro End To End Distribution, Ανάπτυξη πληροφοριακού συστήματος διαχείρισης μεταφορικού έργου (Transportation Management

System-TMS), από τη δρομολόγηση στην τιμολόγηση, στην κατηγορία "Μεταφορές & Logistics".

- Silver για το Σύστημα Διαχείρισης Δεδομένων και Επιχειρησιακής Ευφυΐας. Υλοποίηση Συστήματος Διαχείρισης Δεδομένων και Επιχειρησιακής Ευφυΐας με χρήση αλγορίθμων μηχανικής εκμάθησης (ML), για ανάλυση και πρόβλεψη πωλήσεων σε σχέση με τη δυναμική συμπεριφορά των πελατών, στην κατηγορία "Καινοτομία & Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα μέσω ICT". Υπεύθυνος σύμβουλος υλοποίησης του έργου ήταν η Uni Systems.



• JBS ΛΟΥΚΕΤΟ ΣΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΣΤΟ ΝΤΕΝΒΕΡ

Η JBS αποφάσισε να σταματήσει τη λειτουργία του εργοστασίου της Planterra που βρίσκεται στο Ντένβερ και παράγεται το Ozo brand, όπως αναφέρει το Denver Business Journal, το οποίο επικαλείται email που έστειλε η JBS USA και επιβεβαιώνει την είδηση. Συγκεκριμένα, το εργοστάσιο αναμένεται να έχει σταματήσει τη λειτουργία του μέχρι τις 20 Δεκεμβρίου, κάτι που θα οδηγήσει στην απώλεια 121 θέσεων εργασίας, διοικητικού προσωπικού και παραγωγής. Η Planterra ξεκίνησε τη δραστηριότητά της τον Μάρτιο του 2020.



• ΟΜΙΛΟΣ VIVARTIA Ο ΠΑΝΟΣ ΚΟΣΜΑΣ ΝΕΟΣ SALES DIRECTOR ΣΤΗΝ ΔΕΛΤΑ

Καθίκοντα sales director στην Δέλτα αναλαμβάνει ο Πάνος Κοσμάς, όπως ανακοίνωσε η θυγατρική του Ομίλου Vivartia. Ο Π. Κοσμάς, που κατέχει τίτλους σπουδών από το University of Manchester προέρχεται από την Παπουτσάνης, όπου διετέλεσε commercial director από τον Σεπτέμβριο του 2020, ενώ για 17 χρόνια εργάστηκε στην Coca-Cola Hellenic Bottling Company, αναλαμβάνοντας θέσεις ευθύνης. Ο Π. Κοσμάς, πρόκειται να συμβάλει στην υλοποίηση της εμπορικής στρατηγικής της Δέλτα, εξασφαλίζοντας κερδοφόρα ανάπτυξη μέσα από Multi-Channel και Multi-Category πωλήσεις και διανομή.

• ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΑ ΚΡΗΤΗΣ ΜΑΝΩΛΙΤΣΑΚΗΣ ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΕΙΔΙΚΗΣ ΕΚΤΡΟΦΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΑΠΘ

Στο προσεχές διάστημα αναμένεται να κυκλοφορήσει στην αγορά το νέο premium προϊόν της κρητικής πτηνοτροφικής εταιρείας Αγροκτήματα Κρήτης Μανωλιτσάκης, όπως ανέφερε στο FNB Daily ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης, Αντώνης Μανωλιτσάκης, στα πλαίσια του γεύματος παρουσίασης του νέου κοτόπουλου ειδικής εκτροφής, την Τετάρτη το βράδυ.

Η εταιρεία, θέλοντας να προσφέρει στους καταναλωτές ένα νέο καινοτόμο προϊόν, το οποίο όπως μας είπε θα προσδώσει added value στο portfolio της, χρηματοδότησε ένα νέο ερευνητικό έργο σε συνεργασία με το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και συγκεκριμένα με την επιστημονική ομάδα του εργαστηρίου διατροφής και ζωοτεχνίας, που στόχο έχει τον σχεδιασμό και τη λειτουργία ειδικού προμείγματος ζωοτροφών για τη διατροφή κρεοπαραγωγών πτηνών, με στόχο την παραγωγή ορνίθιου κρέατος με διακριτά χαρακτηριστικά.

Συγκεκριμένα, η εταιρεία έχει χρηματοδοτήσει την εκτροφή κοτόπουλου με βάση τη μεσογειακή διατροφή και βάζοντας τέσσερα κρητικά βότανα, χαρούπι, ελαιόλαδο και λιναρόσπορο.

Σύμφωνα με τον κ. Μανωλιτσάκη, το νέο προϊόν φέρνει καινοτομία στην κλάδο της πτηνοτροφίας και στην κατηγορία, καθώς λανσάρεται για πρώτη φορά στην Ελλάδα προϊόν κοτόπουλου με την υποστήριξη Πανεπιστημίου. Αναμένεται να κυκλοφορήσει σε ολόκληρη μορφή, σε μέρη κατεψυγμένο, σε παρασκευάσμα αλλά και αλλαντικά.

ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ & ΕΛΕΓΧΟΙ

Ο επίκουρος καθηγητής του ΑΠΘ και επιστημονικός υπεύθυνος του έργου, Ηλίας Γιάννενας, ανέφερε ότι το στάδιο έρευνας και ανάπτυξης για το προϊόν ολοκληρώθηκε έπειτα από 5 κύκλους πειραματισμών σε πε-

ρίπου 3.000 ορνίθια, με την ομάδα του ΑΠΘ να κάνει συνεχώς μετρήσεις για τη βελτίωση του τελικού αποτελέσματος.

Συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκαν επιτόπιες επισκέψεις στη μονάδα της επιχείρησης (πάνω από 2 φορές τον μήνα), για συνεχή αξιολόγηση της εκτροφής σε διαφορετικές καιρικές συνθήκες, εργαστηριακές αναλύσεις για τις ζωοτροφές και τις αναλογίες, με σκοπό να κλειδώσει η ποσότητα εβδομαδιαίων ζυγίσεων και αναλύσεων (υγρασίας, πρωτεϊνών, λίπους και λιπαρών οξέων, αντιοξειδωτικών κ.λπ.)

"Όλα αυτά έγιναν με σκοπό να έχουμε σήμερα ένα κοτόπουλο που έχει ένα πολύ καλό προφίλ λιπαρών οξέων, καλύτερο από τα άλλα της αγοράς. Έχουμε επιτύχει τους στόχους μας και έχουμε δημιουργήσει ένα νέο κοτόπουλο που κρύβει μυστικά και γεύσεις κρητικής διατροφής, εμπλουτισμό με ωφέλιμα λιπαρά οξέα, το οποίο είναι και γευστικό".

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΕΙΔΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ

"Η επιχείρηση του κ. Μανωλιτσάκη έχει αποφασίσει να κάνει σωστά βήματα, θέλει να εφαρμόσει αποτελέσματα έρευνας στην πράξη και αυτό κίνησε και το δικό μας ενδιαφέρον", ανέφερε κατά την τοποθέτησή του ο καθηγητής Κτηνιατρικής του ΑΠΘ και πρόεδρος της Κτηνιατρικής Σχολής του Πανεπιστημίου, Πασχάλης Φορτομάρης, τονίζοντας ότι ο Α. Μανωλιτσάκης για κάτι τόσο ιδιαίτερο θέλησε να συνεργαστεί με τους κατάλληλους φορείς, θέλοντας να το θωρακίσει ποιοτικά. "Ο επιστήμονας πρέπει να στηρίζει την παραγωγή, γιατί όταν γίνεται σε οργανωμένα πρότυπα δημιουργεί αξία και όφελος", τόνισε.

ΤΙ ΘΑ ΕΧΕΙ ΣΤΟ PORTFOLIO

Όπως εξήγησε στο FNB Daily ο Α. Μανωλιτσάκης, στα πλάνα της εταιρείας είναι το νέο



Αντώνης Μανωλιτσάκης, ιδιοκτήτης

προϊόν να κυκλοφορήσει νωπό σε διάφορες κοπές και αλλαντικά και ανάλογα με τη ζήτηση να επεκταθεί και σε άλλες παρασκευές, ενώ θα εξεταστεί και ανάπτυξη συνεργασιών στο εξωτερικό.

"Μέσα από τον επιστημονικό σχεδιασμό του προϊόντος θέλαμε να δώσουμε έμφαση στην ποιότητα, στόχος μας ήταν η δημιουργία ενός ποιοτικού και γευστικού προϊόντος το οποίο μπορεί να σταθεί επάξια στο τραπέζι του καταναλωτή που επιλέγει προϊόντα υψηλής ποιότητας".

ΣΤΗΝ ΚΑΘΕΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΜΟΝΑΔΑ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Η παραγωγή του προϊόντος θα γίνει στις πλήρως καθετοποιημένες εγκαταστάσεις της εταιρείας, στις οποίες τοποθετήθηκαν εξειδικευμένα μηχανήματα από την Γαλλία, αντίστοιχα αυτών που διαθέτει η Αμερικανική Γεωργική Σχολή. Όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily στις 13/9, η Αγροκτήματα Κρήτης Μανωλιτσάκης ολοκλήρωσε και εγκαίνισε τη νέα καθετοποιημένη μονάδα σφαγής και τυποποίησης πτηνών, συνολικού εμβαδού 1.500 τ.μ, σε μια έκταση 5 στρεμμάτων στο Βιομηχανικό Πάρκο Ρεθύμνου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

Business Opinions - Business Secrets - Τράπεζες
Ναυτιλία - Real Estate - Μετακινήσεις Στελεχών

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty



POWERED BY **HO.RE.CA. OPEN** Powered by FNB Daily

• SAMBA COFFEE

Ο ΝΙΚΟΣ ΑΝΤΖΑΡΑΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΟΥΣ ΚΑΛΥΤΕΡΟΥΣ BARISTA ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ

Τη 13η θέση ανάμεσα στους καλύτερους Barista του κόσμου κατέκτησε ο Νίκος Αντζάρας, Head Roaster και Trainer της Samba Coffee Roasters, στο World Barista Championship (WBC), που έλαβε χώρα στη Μελβούρνη της Αυστραλίας, από τις 27 έως τις 30 Σεπτεμβρίου 2022. Στο παγκόσμιο πρωτάθλημα συμμετείχαν οι κορυφαίοι baristi από όλο τον κόσμο με στόχο να κατακτήσουν τον παγκόσμιο τίτλο μέσα από δοκιμασίες, τις οποίες αξιολόγησε η κριτική επιτροπή, αποτελούμενη από ειδικούς και σημαντικές διεθνείς προσωπικότητες του καφέ.

Το WBC αποτελεί τον κορυφαίο διεθνή διαγωνισμό καφέ, που διοργανώνεται από την World Coffee Events (WCE) και στοχεύει στην προώθηση του επαγγέλματος του barista, όπως και στην ανάδειξη των καλύτερων στις διαφορετικές κατηγορίες καφέ, σε ένα παγκόσμιο πρωτάθλημα



που αποτελεί την κορύφωση των εθνικών διαγωνισμών.

Τα πάντα για τον κλάδο
HORECA, στο horecaopen.com

• MCDONALD'S

ΞΕΚΙΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ POLYGREEN ΓΙΑ JUST GO ZERO ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Την παρουσία της στον τομέα διαχείρισης απορριμμάτων HoReCa ενισχύει η Polygreen, η οποία, σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily υπέγραψε συνεργασία με την McDonald's στην Ελλάδα.

Η συμφωνία αφορά την ανακύκλωση και διαχείριση των απορριμμάτων του νέου καταστήματος που ανοίγει εντός του μήνα η αλυσίδα στην Δουκίσσης Πλακεντίας. Σε αυτό, το οποίο θα είναι το πρώτο

Just Go Zero κατάστημα της αλυσίδας, η Polygreen θα συλλέγει χαρτί, πλαστικό, απορρίμματα κουζίνας (όπως λάδι) και συσκευασίες τροφίμων. Όπως είναι σε θέση να γνωρίζει το FNB Daily, η συνεργασία αναμένεται να επεκταθεί και σε άλλα καταστήματα της αλυσίδας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

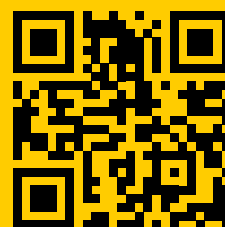


HO.RE.CA. OPEN Powered by FNB Daily

Το Horeca Open, καθημερινά, στο διαδίκτυο

Το απόλυτο B2B portal, που συνδέει το σύνολο της εφοδιαστικής αλυσίδας στον κλάδο Horeca. Με αναλύσεις, στοιχεία, απόψεις, τάσεις και όλες τις εξελίξεις, εντός και εκτός συνόρων

horecaopen.com



*Connecting
Horeca
Supply Chain*

• **NESTLÉ**

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Βασικός πυλώνας στρατηγικής αποτελεί για την Nestlé στην Ελλάδα η επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας, που έχει θέσει τόσο σε επίπεδο λειτουργιών όσο και σε επίπεδο προϊόντων, όπως ανέφερε ο διευθύνων σύμβουλος της Nestlé Ελλάς, Νίκος Εμμανουηλίδης, στο περιθώριο εκδήλωσης στο εργοστάσιο στα Οινόφυτα.

ΜΕΙΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟΥ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ

Το διάστημα 2018 – 2021 η εταιρεία πέτυχε 80% μείωση των εκπομπών του διοξειδίου του άνθρακα. Την τελευταία τετραετία, μέσα από δράσεις όπως η ενεργειακή αναβάθμιση του ηλεκτρομηχανολογικού εξοπλισμού, η αύξηση της παραγωγικότητας των γραμμών παραγωγής, η ενεργειακή αναβάθμιση του φωτισμού του εργοστασίου με χρήση φωτιστικών LED και η βελτιστοποίηση του δικτύου πεπιεσμένου αέρα σε συνδυασμό με τη μείωση απωλειών αυτού, η Nestlé έχει μειώσει το ενεργειακό της αποτύπωμα κατά 19%, ενώ χρησιμοποιεί ηλεκτρική ενέργεια από 100% ΑΠΕ.

Στα πλάνα της εταιρείας για το 2023 είναι και η δημιουργία φωτοβολταϊκού πάρκου με στόχο να αξιοποιήσει περαιτέρω εναλλακτικές πηγές ενέργειας, επένδυση που ανέρχεται σε €1 εκατ, όπως είπε στο FNB Daily ο Ν. Εμμανουηλίδης και εντάσσεται στο νέο επενδυτικό πλάνο της ελληνικής θυγατρικής για την επόμενη χρονιά.

ΜΕΤΡΗΣΗ ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ ΑΞΙΑΣ

"Σχεδιάζουμε και χτίζουμε μακροπρόθεσμα, ενεργούμε με προσήλωση στους στόχους μας και συνδυάζουμε την παγκόσμια τεχνογνωσία μας με τους τοπικούς πόρους μας ώστε να δημιουργήσουμε αμοιβαίο όφελος για την κοινωνία. Στη Nestlé έχουμε ήδη κάνει αυτό το απαραίτητο βήμα έχοντας μετρήσει όλες τις εκπομπές από τη δραστηριότητά μας, σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας μας, γυρίζοντας πίσω και θέτοντας ως έτος βάσης το 2018", εξηγεί ο Ν. Εμμανουηλίδης και συμπληρώνει ότι η εταιρεία γνωρίζει πολύ καλά το ποσοστό των εκπομπών από τη δραστηριότητα της στους τομείς

- συστατικών
- συσκευασιών
- έμμεσων δραστηριοτήτων της
- τελικών προϊόντων
- διανομής
- παραγωγής



ΕΠΕΝΔΥΣΗ 2,5 ΔΙΣ ΕΛΒΕΤΙΚΑ ΦΡΑΓΚΑ ΓΙΑ ΔΟΜΕΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ

"Η πανδημία μας έδειξε ότι οι κρίσεις είναι παγκόσμιες όχι τοπικές και για να τις αντιμετωπίσουμε πρέπει να δείξουμε πνεύμα συνεργασίας και ως εταιρείες παγκόσμιας εμβέλειας. Πρέπει να πάρουμε στα σοβαρά την κλιματική κρίση", υπογράμμισε ο Ν. Εμμανουηλίδης και πρόσθεσε ότι η κλιματική αλλαγή, πέρα από τα ακραία καιρικά φαινόμενα επηρεάζει και το κόστος του καφέ. "Βλέπουμε ότι το κόστος του πράσινου καφέ εκτοξεύτηκε πριν την κρίση του πολέμου, λόγω του παγετού στην Βραζιλία, που ήρθε για πρώτη φορά μετά από 100 χρόνια. Απόδειξη της έμφασης που δίνει ο Όμιλος στη βιωσιμότητα και την ανακύκλωση είναι το γεγονός ότι η Nestlé σχεδιάζει να επενδύσει μέχρι το 2030 2,5 δισ. ελβετικά φράγκα, με σκοπό να υποστηρίξει συστήματά ανακύκλωσης και υλικά συσκευασίας.

ΔΡΑΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ NESCAFÉ

Στο πλαίσιο των περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών που υλοποιεί η Nestlé Ελλάς και ο τομέας του καφέ, εντάσσεται και η συνεργασία με τους οργανισμούς Aegean Rebreath, για την υλοποίηση σύνθετων εγχειρημάτων για τη μείωση της κατανάλωσης των πλαστικών μιας χρήσης αλλά και την ανακύκλωση ή επαναχρησιμοποίηση των θαλάσσιων απορριμμάτων, το Staramaki, που δημιουργεί καλαμάκια από το στέλεχος του σιταριού, και Εναλεία, ενδυναμώνοντας τις αλιευτικές κοινότητες του Θερμαϊκού Κόλπου, έτσι ώστε να συλλέγουν μέσα από τη θάλασσα το αντίστοιχο ενός φορτηγού γεμάτο πλαστικά, κάθε δέκα μέρες.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@noice.gr

• ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΜΕΓΑΛΕΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΦΕ, ΖΑΧΑΡΗ ΚΑΙ ΓΑΛΑ – ΤΙ ΙΣΧΥΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σημαντικές ανατιμήσεις στον καφέ, τη ζάχαρη και το φρέσκο γάλα, καταγράφηκαν τον Αύγουστο του 2022 στην ΕΕ, σε σχέση με τον Αύγουστο του 2021, σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Στατιστικής Υπηρεσίας (Eurostat). Τα στοιχεία της Eurostat δείχνουν ότι και τα τρία είδη (καφές, γάλα και ζάχαρη) κατέγραψαν αύξηση στις τιμές σε όλα τα κράτη-μέλη της ΕΕ.

ΚΑΦΕΣ

Ειδικότερα, τα στοιχεία για τον Αύγουστο του 2022 δείχνουν ότι η τιμή του καφέ στην ΕΕ ήταν κατά μέσο όρο 16,9% υψηλότερη από τον Αύγουστο του 2021.

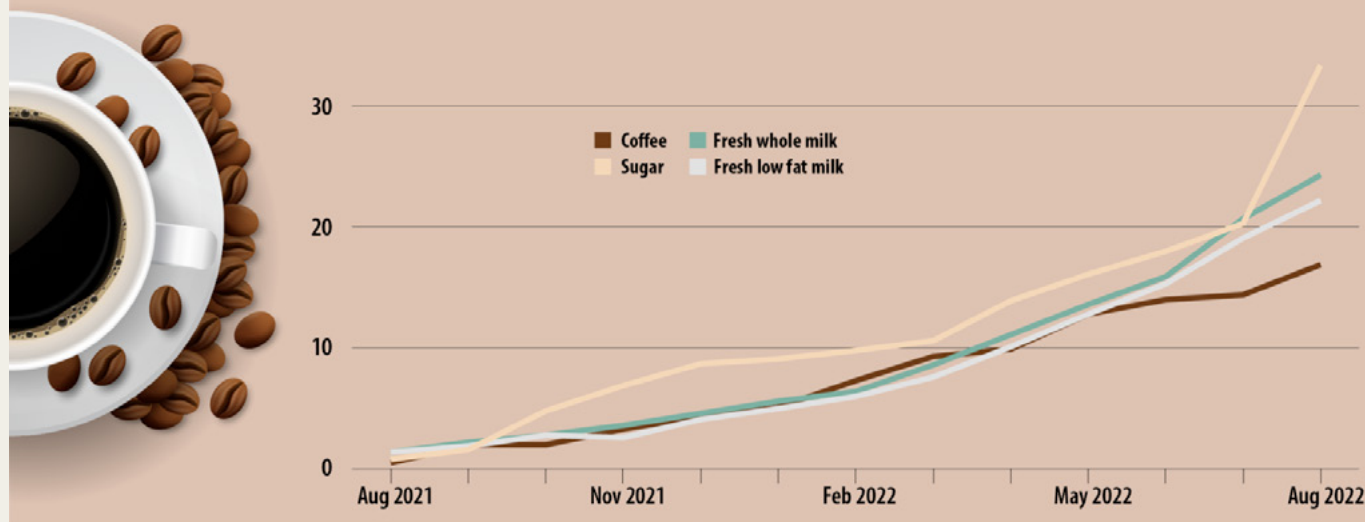
Η μεγαλύτερη αύξηση στην τιμή του καφέ στην ΕΕ τον Αύγουστο του 2022 καταγράφηκε στις εξής χώρες:

- Φινλανδία (+43,6%)
- Λιθουανία (+39,9%)
- Σουηδία (+36,7%)
- Εσθονία (+36,4%)
- Ουγγαρία (+34,3%)



Inflation for coffee items in the EU

(%, annual rate of change)



ec.europa.eu/eurostat

ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ

Η τιμή του φρέσκου πλήρους γάλακτος αυξήθηκε κατά μέσο όρο 24,3%, ενώ για το φρέσκο γάλα με χαμηλά λιπαρά αυξήθηκε κατά 22,2%. Οι υψηλότερες ετήσιες αυξήσεις στις τιμές του πλήρους λιπαρού γάλακτος καταγράφηκαν στις:

- Ουγγαρία (+51,7%)
- Λιθουανία (+46,8%)

- Κροατία (+43,5%)
- Τσεχία (+43,3%)
- Λετονία (+40,1%)
- και για το γάλα χαμηλών λιπαρών στις:
- Λιθουανία (+50,2%)
- Κροατία (+41,2%)
- Εσθονία (+38,9%)
- Γερμανία (+30,6%)
- Ουγγαρία (+30,1%)

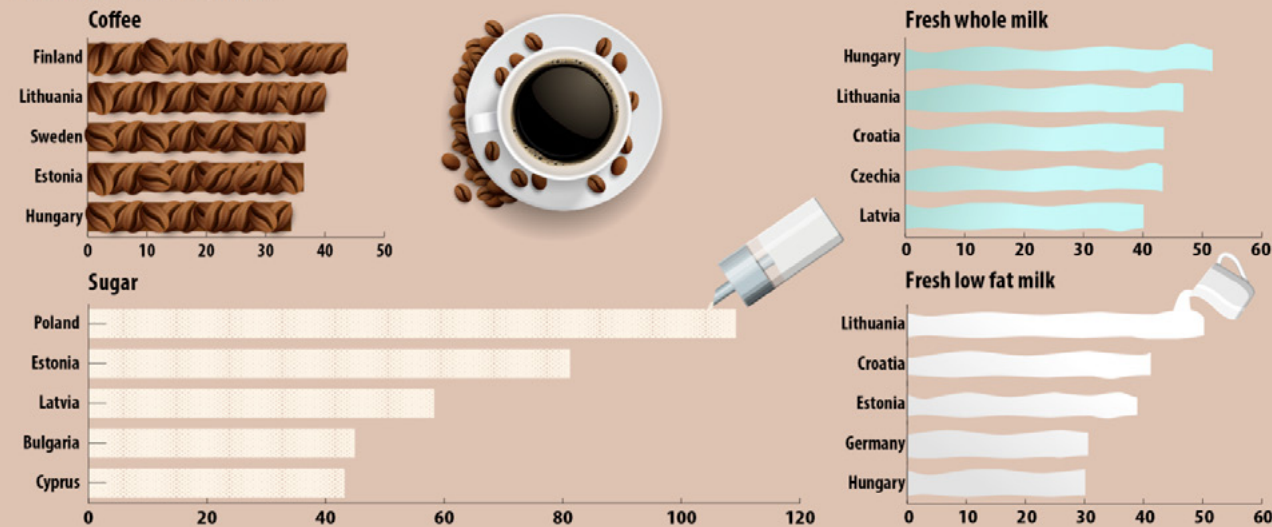
ΖΑΧΑΡΗ

Ο μεγαλύτερος ετήσιος πληθωρισμός τον Αύγουστο του 2022 αναφέρθηκε για τη ζάχαρη (+33,4%), με αξιοσημείωτη άνοδο στις:

- Πολωνία (+109,2%)
- Εσθονία (+81,2%)
- Λετονία (+58,3%)
- Βουλγαρία (+44,9%)
- Κύπρο (+43,2%)

Highest inflation rates for coffee items in the EU

(%, annual rate of change, August 2022)



ec.europa.eu/eurostat

ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα η τιμή για το φρέσκο πλήρες γάλα αυξήθηκε κατά 17,9% τον Αύγουστο

του 2021, σε σχέση με τον Αύγουστο του 2022, ενώ για το χαμηλό σε λιπαρά κατά 16,7%.

Για το ίδιο διάστημα, η τιμή της ζάχαρης αυξήθηκε κατά 27% και του καφέ κατά 13,3%.

• ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕ ΨΗΦΙΑΚΗ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΜΕ ΘΕΜΑ "Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ ΤΟ 2022"

Η Κωτσόβολος, "κάνει τις Πράξεις, Εμπειρίες" και με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Εμπειρίας Πελάτη, διοργάνωσε την Πέμπτη 6 Οκτωβρίου 13:00 – 15:00 μ.μ., ψηφιακή συνάντηση με θέμα "Η Εμπειρία Πελάτη το 2022", υπό την αιγίδα της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ) και του Συνδέσμου Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος (ΣΕΛΠΕ). Φορείς, επιχειρηματίες, στελέχη και εκπρόσωποι της ακαδημαϊκής κοινότητας, αντάλλαξαν απόψεις γύρω από τη σημασία της Εμπειρίας του Πελάτη, με στόχο τη διερεύνηση βέλτιστων πρακτικών, τόσο για την ενδυνάμωση των επιχειρήσεων, όσο και τη βελτιωμένη παροχή υπηρεσιών στον καταναλωτή.

ΟΙ ΟΜΙΛΗΤΕΣ

Οι ομιλητές της εκδήλωσης ήταν οι:

- Ιωάννης Βασιλάκος, Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Κωτσόβολος – Dixons South East Europe
- Γιώργος Καρανίκας, Πρόεδρος Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας
- Αντώνης Μακρής, Πρόεδρος Συνδέσμου Επιχειρήσεων & Λιανικής Πώλησης



Ελλάδος

- Τέλης Θανόπουλος, Πρόεδρος – Δ. Θανόπουλος Α.Ε.
- Σεραφείμ Παπαγεωργίου, Wolt- Head of Retail
- Καλυψώ Καραντινού, Επίκουρη Καθηγήτρια ΟΠΑ
- Μάγδα Χουρδάκη, Customer Insights Manager, Κωτσόβολος – Dixons South East Europe.
- Τη συζήτηση συντόνισε η Μαρία Καλλέργη, Customer Experience Manager, Κωτσόβολος – Dixons South East Europe.

ΤΙΜΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Η Κωτσόβολος, σε συνέχεια της διαδικτυακής εκδήλωσης που πραγματοποίησε πέρυσι, αφιερώνοντας την Παγκόσμια Ημέρα Εμπειρίας Πελάτη στα άτομα με κινητική αναπηρία, τιμά για ακόμα μία χρονιά τους καταναλωτές μέσα από πρωτοποριακές πρωτοβουλίες. Παραμένοντας πιστή στη δέσμευσή της να ενδυναμώνει όλους τους ανθρώπους να ζήσουν μία Καλύτερη Ζωή με την Τεχνολογία, προσφέρει σε όλους τους ανθρώπους, τους πελάτες της, αλλά και τους συνεργάτες της, εμπειρίες ζωής που θα την κάνουν ακόμα καλύτερη.

• **MONDELEZ**

ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΖΙΡΟ ΑΛΛΑ ΠΙΕΣΗ ΣΤΑ ΚΕΡΔΗ ΤΟ 2021 – ΕΝΣΩΜΑΤΩΘΗΚΕ Η CHIPITA GLOBAL

Στα επίπεδα του 2020 κινήθηκε πέρυσι η ανάπτυξη της Mondelez, η οποία θυμίζουμε ότι από τον περασμένο Ιούλιο απορρόφησε την Chipita Global. Ωστόσο, τα κέρδη της πείστηκαν λόγω των μεγάλων ανατιμήσεων σε ενέργεια και πρώτες ύλες.

DATA - Mondelez A.E. (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 117.911

2020: 119.653

2019: 120.312

Μικτά Κέρδη

2021: 18.667

2020: 19.620

2019: 18.451

Κέρδη προ φόρων

2021: 3.018

2020: 3.776

2019: 2.596

DATA - Mondelez Παραγωγή

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 9.289

2020: 8.885

2019: 9.056

Μικτά Κέρδη

2021: 1.178

2020: 1.090

2019: 1.085

Κέρδη προ φόρων

2021: 529

2020: 511

2019: 415

ΔΙΑΔΟΧΙΚΕΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Όπως αναφέρεται στην τελευταία ετήσια έκθεση διαχείρισης, από τους τελευταίους μήνες του 2021 άρχισαν να διαφαίνονται οι επιδράσεις της παγκόσμιας ενεργειακής κρίσης, η οποία πυροδότησε διαδοχικές αυξήσεις τιμών σε όλες τις μορφές ενέργειας και κατά συνέπεια διοχετεύεται διαδοχικά στις τιμές όλων των πρώτων υλών, επηρεάζοντας κυρίως τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μεταξύ αυτών και την Ελλάδα. Περαιτέρω, τον Φεβρουαρίου του 2022 ξεκίνησαν οι εχθροπραξίες μεταξύ Ρωσίας και Ουκρανίας, οι οποίες συνεχίζονται μέχρι και σήμερα, που είχαν σαν αποτέλεσμα να επιδεινώσουν ακόμα περισσότερο την αύξηση των τιμών ενέργειας, αλλά και το κόστος



Κωνσταντίνος Σωτηρόπουλος, διευθύνων σύμβουλος της Mondelez Hellas για την Ελλάδα και Κύπρο

πρώτων υλών που ξεκίνησε τους τελευταίους μήνες του 2021, δημιουργώντας έντονες πληθωριστικές πιέσεις αλλά και μεγάλη αβεβαιότητα σε παγκόσμιο επίπεδο.

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΝΑ ΜΗΝ ΔΙΑΚΟΠΕΙ Η ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Οι εξελίξεις αυτές έχουν αρνητικές επιπτώσεις και για τη Mondelez, η διοίκηση της οποίας "εκτιμά διαρκώς την κατάσταση και διασφαλίζει ότι λαμβάνονται έγκαιρα όλα τα αναγκαία μέτρα και γίνονται οι απαιτούμενες ενέργειες για την ελαχιστοποίηση τυχόν επιπτώσεων στις δραστηριότητες της εταιρείας". Παράλληλα προσθέτει ότι, "επαναξιολογούνται ευκαιρίες για έξυπνους τρόπους εργασίας και πώλησης των προϊόντων προκειμένου να μην διακοπεί η εφοδιαστική αλυσίδα της εταιρείας. Παραδείγματα τέτοιων ευκαιριών είναι η εξ αποστάσεως εργασία, η κατάργηση ενδεχόμενων γραφειοκρατικών διαδικασιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο κ.λπ."

ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ

Με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης, στη χρήση 2021 διανεμήθηκαν ως μέρισμα στους μετόχους τα καθαρά κέρδη της χρήσης 2020, συνολικού ποσού €2,68 εκατ. περίπου. Το Διοικητικό Συμβούλιο θα προτείνει στην προσεχή Γενική Συνέλευση να διανεμηθούν ως μερίσματα στους μετόχους τα παρακάτω ποσά:

- Τα καθαρά κέρδη της χρήσης 2021 μετά την αφαίρεση του φόρου, συνολικού ποσού €2,288 εκατ.
- Το "Υπόλοιπο κερδών εις νέον", ποσού €2,516 εκατ.

Η ΕΝΩΣΗ MONDELEZ-CHIPITA

Όπως προαναφέραμε, τον περασμένο Ιούλιο ολοκληρώθηκε η ενσωμάτωση της Chipita Global, της "ταχύτερα αναπτυσσόμενης και ηγέτιδας εταιρείας στην κατηγορία των ψημένων σνακ (baked snacks) στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη".

Ο Κωνσταντίνος Σωτηρόπουλος, τέως επικεφαλής της Chipita στην Ουγγαρία και Ουκρανία και γενικός εμπορικός διευθυντής στη Ρωσία και πιο πρόσφατα στην Πολωνία, με την ανάληψη των νέων καθηκόντων του ως διευθύνων σύμβουλος της Mondelez Hellas για την Ελλάδα και Κύπρο, είχε δηλώσει ότι "η ένωση Chipita και Mondelez International δημιουργεί πρόσθετες ευκαιρίες ανάπτυξης για την Mondelez Hellas, με οδηγό μια δυνατή και αφοσιωμένη ομάδα καθώς και αγαπημένα brands. Είμαι επίσης ενθουσιασμένος με τη στρατηγική μας, Snacking Made Right, που μας οδηγεί να προσφέρουμε στους καταναλωτές μας τα κατάλληλα σνακ, την κατάλληλη στιγμή και φτιαγμένα με το σωστό τρόπο".

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **COSTCO**

ΠΟΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΩΘΗΣΑΝ ΥΨΗΛΟΤΕΡΑ ΤΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ – ΤΙ ΕΡΧΕΤΑΙ ΤΟ ΝΕΟ ΕΤΟΣ

Τα αποτελέσματα δ' τριμήνου της Costco έδειξαν ένα ισχυρό τελεώμα της χρονιάς, με τα συνολικά της έσοδα να ξεπερνούν τα \$220 δισ.

DATA (σε \$ εκατ.)

Έσοδα

2022: 222.730

2021: 195.929

Μεταβολή: 16%

Αποτέλεσμα προ φόρων

2022: 7.840

2021: 6.680

Μεταβολή: 16,2%

Καθαρό αποτέλεσμα

2022: 5.844

2021: 5.007

Μεταβολή: 16,6%



Walter Craig Jelinek, CEO, Costco

να μέλη και 118,9 εκατ. κατόχους καρτών, οι οποίοι αυξήθηκαν κατά 6,5% σε ετήσια βάση.

- Δεν σχεδιάζεται αύξηση των τελών: Για το οικονομικό έτος 2022, τα έσοδα από τις συνδρομές μελών έφτασαν το \$1,3 δισ., σημειώνοντας αύξηση \$93 εκατ. Ενώ υπήρχαν διάφορες εικασίες, ο retailer δεν σχεδιάζει να αυξήσει τις συνδρομές μέλους αυτή τη στιγμή, καθώς είναι ικανοποιημένος με την ανάπτυξη του.
- Πιο γρήγορη παράδοση: Η Costco εξαγόρασε την Innovel το 2020 και ίδρυσε την Costco Logistics. Η κίνηση πρόσθεσε αποθηκευτικούς χώρους, επιτρέποντάς της να αποστέλλει μεγάλα και ογκώδη αντικείμενα από το δικό της απόθεμα. Στο οικονομικό έτος 2022, ολοκλήρωσε 4,3 εκατ. μεγάλες και ογκώδεις παραδόσεις και εγκαταστάσεις – υπερδιπλάσια ποσότητα από τα 2 εκατ. που παρέδιδε πριν την εξαγορά. Προηγουμένως, όλες αυτές οι παραδόσεις εκτελούνταν από τρίτους. Ο εκτιμώμενος χρόνος για την παράδοση ογκωδών αντικειμένων μειώθηκε από περισσότερες από 15 ημέρες σε λιγότερο από πέντε.

- Αισιοδοξία για τον πληθωρισμό: Αναφορικά με τις πληθωριστικές πιέσεις, η Costco αρχίζει να βλέπει "λίγο φως στο τέλος του τούνελ". Έχει αρχίσει να παρατηρείται μείωση των τιμών ορισμένων εμπορευμάτων (π.χ. των καυσίμων) και των πρώτων υλών. Όσον αφορά στην αλυσίδα εφοδιασμού, οι τιμές των εμπορευματοκιβωτίων έχουν μειωθεί και οι ελλείψεις έχουν βελτιωθεί, καθώς και οι καθυστερήσεις στα λιμάνια.
- Ιδιωτική ετικέτα στο 28% των πωλήσεων: Οι πωλήσεις για τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας Kirkland Signature διατηρούν σταθερή ανάπτυξη, κερδίζοντας 1% διείσδυση από έτος σε έτος, ενώ πλέον αντιπροσωπεύουν το 28% των συνολικών πωλήσεων.
- Δύο νέες εισοδοί: Η Costco άνοιξε 23 νέα καταστήματα στη χρήση 2022, εκτός από τρεις μετεγκαταστάσεις. Εννέα από αυτά άνοιξαν κατά το δ' τρίμηνο, συμπεριλαμβανομένων 5 στις ΗΠΑ, 2 στον Καναδά και από ένα στην Κορέα και την Ιαπωνία. Το οικονομικό έτος 2023, σχεδιάζει να ανοίξει 29 νέα καταστήματα (συμπεριλαμβανομένων τεσσάρων μετεγκαταστάσεων), με περισσότερα από τα μισά από αυτά (15) στις ΗΠΑ. Τα νέα ανοίγματα θα τη βρουν να εισέρχεται σε δύο νέες αγορές: τη Νέα Ζηλανδία και τη Σουηδία.
- Ενίσχυση της θέσης στην Ασία: Τον Ιούλιο, η Costco απέκτησε μειοψηφικό ποσοστό 45% από τον εταίρο της JV στην Ταϊβάν, κάτι που της έδωσε την πλήρη ιδιοκτησία της Costco Taiwan. Τα νέα ανοίγματα στην Κορέα και την Ιαπωνία, καθώς και το τρίτο και τέταρτο κατάστημα που σχεδιάζει να ανοίξει στην Κίνα το 2023, θα τη βοηθήσουν να ενισχύσει την παρουσία της στην Ασία.

Ελευθερία Πιπεροπούλου
eleftheria@notice.gr

Οι συγκρίσιμες πωλήσεις στο δ' τρίμηνο αυξήθηκαν κατά 13,7%, συμπεριλαμβανομένων:

- +15,8% στις ΗΠΑ
- +13,4% στον Καναδά
- +2,9% σε άλλες διεθνείς αγορές

Οι πωλήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου αυξήθηκαν κατά 7,1% σε επίπεδο τριμήνου και 10,1% σε επίπεδο έτους.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Οι παράγοντες που συνέβαλαν σε αυτές τις επιδόσεις και οι εξελίξεις που αναμένονται για το επόμενο οικονομικό έτος:

- Ισχυρή απήχηση του μοντέλου της Costco: Η επιτυχία και η συνεχής ελκυστικότητα του μοντέλου της Costco αντανακλάται στα ποσοστά ανανέωσης των μελών της. Για τις ΗΠΑ και τον Καναδά, το ποσοστό ανανέωσης του δ' τριμήνου ήταν 92,6% (0,3% υψηλότερα έναντι του γ' τριμήνου). Οι ανανεώσεις, παγκοσμίως, για το τρίμηνο ανήλθαν στο 90,4%, αυξημένες κατά 0,4% σε σχέση με το γ' τρίμηνο. Η Costco έκλεισε το δ' τρίμηνο με 65,8 εκατ. πληρωμέ-