



Μια ιστορία φροντίδας και αγάπης!

Οι φρέσκες σαλάτες Μπάρμπα Στάθης κρύβουν τη δική τους ιστορία. Με λαχανικά που καλλιεργήθηκαν από πιστοποιημένους παραγωγούς και μεγάλωσαν με φροντίδα, γνώση και προσοχή. Την κατάλληλη στιγμή μαζεύτηκαν, ελέγχθηκαν προσεκτικά και τριπλοπλύθηκαν. Όλη η γεύση, η φρεσκάδα και η ποιότητά τους κλείνεται στους γευστικούς συνδυασμούς υψηλής διατροφικής αξίας Μπάρμπα Στάθης. Τώρα και σε νέες, ατομικές συσκευασίες απόλαυσης για έναν. **Γιατί αν κάποιος ξέρει καλύτερα τα λαχανικά, αυτός είναι ο Μπάρμπα Στάθης.**



Νέες ατομικές προτάσεις.



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΠΕΜΠΤΗ 14 Ιανουαρίου 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1150



• ΜΑΣΟΥΤΗΣ

Οι αλλαγές στο marketing, το 2% του e-shop
και οι συνεργασίες με... τρίτους



• PRODRINKS

Λανσάρει Hard Seltzer στην Ελλάδα
Τα επόμενα deals



• ΚΥΠΡΟΣ

Ποιές υπεραγορές έχουν υπηρεσίες delivery
και pick up



• COUCHE-TARD

Οι Καναδοί θέλουν να εξαγοράσουν την
Carrefour

EDITORIAL: Νυν υπέρ πάντων η άρση του lockdown

SECRET RECIPE: Καραμπόλες και αστοχίες



• **WINE INTELLIGENCE**

ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΚΡΑΣΙ ΓΙΑ ΤΟ 2021 _

Τις τάσεις που θα επικρατήσουν στον κλάδο του κρασιού, σύμφωνα με το Wine Intelligence, αναφέρει η ΚΕΟΣΣΟΕ.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει ωφεληθεί πολύ από την κρίση και η βασική πρόταση για το 2021, θα αφορά στις άμεσες τιμές. "Το τρέχον παραδοσιακό μοντέλο ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο αποτελείται από την παραγγελία σήμερα και την παραλαβή της την επόμενη εβδομάδα, θα αντικατασταθεί από φορείς εκμετάλλευσης που είναι σε θέση να παραδώσουν παραγγελίες σήμερα", τονίζουν οι αναλυτές, επικαλούμενοι ανάγκες συνεργειών με τομείς σχετικών προϊόντων, όπως της γαστρονομίας, για την μείωση του εφοδιαστικού φορτίου και του κόστους της ταχείας παράδοσης.

ΑΝΟΔΟΣ WINE SELTZER

Η τελευταία πρόβλεψη του Wine Intelligence, αφορά στην άνοδο των ανθρακούχων ποτών με βάση το κρασί. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η κατηγορία των Hard Seltzer, των αλκοολούχων ποτών που παρασκευάζονται με ανθρακούχο νερό, έχει σημειώσει τριψήφια αύξηση στην αμερικανική αγορά τα τελευταία δύο χρόνια και αναμένεται να τριπλασιαστεί έως το 2023, σύμφωνα με το IWSR.

Ως επιπλέον τάσεις, ορίζονται οι εξής:

- Η τάση κατανάλωσης "λιγότερη ποσότητα αλλά καλύτερη ποιότητα", έχει τεθεί προσωρινά σε αναστολή
- Ανοδική είναι και η τάση αγοράς κρασιών από σούπερ μάρκετ, παρά την μείωση εισοδήματος των καταναλωτών
- Ανάπτυξη εναλλακτικών συσκευασιών, όπως τα Bag In Box κρασιά. Το Wine Intelligence σημειώνει ότι, αυτές οι μορφές συσκευασίας είναι εύκολες στη μεταφορά, περιέχουν συγκεκριμένη ποσότητα που σημαίνει ότι ελέγχεται η κατανάλωση και μπορούν να αποθηκευτούν εύκολα.
- Οι άμεσες και αυθεντικές σχέσεις, που οι παραγωγοί μπόρεσαν να δημιουργήσουν με τους πελάτες τους, θα συνεχιστούν. Ωστόσο, τονίζει, ότι, η συντήρηση των σχέσεων αυτών, δεν θα είναι τόσο εύκολη το 2021, όσο το 2020, καθώς ο ανταγωνισμός που προέρχεται από τους λιανοπωλητές και από τον τομέα της φιλοξενίας, όσον αφορά στα μερίδια, θα επανακάμψει μόλις αρθούν οι περιορισμοί λόγω Covid19.

Editorial

Νυν υπέρ πάντων η άρση του lockdown

Νυν υπέρ πάντων, η άρση του lockdown μόλις τελειώσει το πρώτο τρίμηνο.

Αυτή είναι η κεντρική ιδέα όλων των εκτιμήσεων των αναλυτών, σχετικά με την πορεία της οικονομίας της Ευρωζώνης.

Η επικεφαλής της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, Christine Lagarde, ήταν χθες σαφής:

"Πιστεύω ότι οι τελευταίες μας προβλέψεις τον Δεκέμβριο παραμένουν πολύ λογικές. Η πρόβλεψή μας στηρίζεται στο ότι τα μέτρα του lockdown θα αρθούν μέχρι το τέλος του α' τριμήνου. Θα ήταν ανησυχητικό, εάν συνεχιστούν οι περιορισμοί της οικονομικής δραστηριότητας στο β' τρίμηνο".

Ποια είναι αυτή η πρόβλεψη;

Ότι η οικονομία της Ευρωζώνης θα ανακάμψει φέτος, παρά τους νέους περιορισμούς στη δραστηριότητα σε πολλές χώρες του μπλοκ. Υπό την προϋπόθεση, όμως, που έθεσε η κυρία Lagarde.

Δηλαδή, εμβολιασμοί, και πολλή - μα πάρα πολλή - προσοχή από όλους μας.

Αλλιώς, θα χαθεί ακόμα μία χρονιά.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

ΚΑΡΑΜΠΟΛΕΣ ΚΑΙ ΑΣΤΟΧΙΕΣ

Οι πρόσφατες καραμπόλες στις τοποθετήσεις συγκεκριμένων στελεχών σε θέσεις, που αποτελούν ηλεκτρικές καρέκλες και είναι δύσκολα διαχειρίσιμες, έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, οι ξένοι έστειλαν ξεκάθαρο μήνυμα: "Μετά τις τόσες αστοχίες, δεν μας ενδιαφέρει να μας ενημερώνετε για τις επιλογές σας. Θέλουμε αποτελέσματα". Το μήνυμα ελήφθη, διαβεβαιώνουν τα στελέχη στην Ελλάδα...

• **ΒΕΝΕΤΗΣ**

ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗ ΝΕΑ ΙΩΝΙΑ – ΑΝΟΙΓΕΙ ΕΠΙΠΛΕΟΝ 4 ΣΤΑ... ΠΡΟΑΣΤΙΑ_

Πέντε, συνολικά, νέα καταστήματα σκοπεύει να ανοίξει η εταιρεία Βενέτης εντός του α' εξαμήνου του 2021, κάνοντας την αρχή με το νέο Βενέτη Food Hall στη Νέα Ιωνία, και συγκεκριμένα στη Λεωφόρο Ηρακλείου 256 και Μικράς Ασίας 1.

Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, τα τέσσερα επιπλέον καταστήματα που θα ανοίξει η εταιρεία, θα είναι σε προάστια της Αθήνας, καθώς η πανδημία έχει επηρεάσει σημαντικά τη ζήτηση στο κέντρο της πρωτεύουσας.

ΘΑ ΕΠΑΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΕΙ ΤΟ VENETIS GREAT

Στο πλαίσιο αυτό, προχώρησε στην αναστολή λειτουργίας του καταστήματος Venetis Great στην Ομόνοια, λίγους μήνες μετά την έναρξη λειτουργίας του. Η γνωστοποίηση της αναστολής έγινε με ενημερωτικό σημείωμα, που τοποθετήθηκε στο κατάστημα "λόγω περιορισμένου αγοραστικού κοινού". Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, η Βενέτης σκοπεύει να επαναλειτουργήσει το κατάστημα που στεγάζεται στο ιστορικό



κτίριο Μπάγκειον, μόλις αποκατασταθεί η κατάσταση στην αγορά. Θυμίζουμε ότι το Venetis Great, που δίνει έμφαση στη μεσογειακή διατροφή και αποτελεί το νεότερο concept του ομίλου Βενέτη, είχε ξεκινήσει τη λειτουργία του τον Αύγουστο του 2020 και ήταν ανοιχτό επί 24ώρου βάσεως, απευθυνόμενο, κυρίως, στους εργαζομένους της ευρύτερης περιοχής.

ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Αξίζει να τονιστεί πως, το κατάστημα της Νέας Ιωνίας, απορρόφησε τμήμα των εργαζομένων από τα πέντε καταστήματα

της εταιρείας που έκλεισαν τον Οκτώβριο, ενώ η ίδια πολιτική θα ακολουθηθεί και στα επόμενα νέα καταστήματα.

Το ίδιο, όπως πληροφορείται το FNB Daily, θα ισχύσει και για τους εργαζομένους του Venetis Great. "Όσοι δεν απορροφηθούν στα νέα καταστήματα, θα τεθούν σε καθεστώς προσωρινής αναστολής, μέχρι να ανοίξουν ξανά".

ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΠΛΑΝΟ

Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με το νέο αναπτυξιακό της πλάνο, η Βενέτης προχωρά στη λειτουργία νέων καταστημάτων ή στη μετεγκατάσταση καταστημάτων της σε νέα ακίνητα, στα οποία οι όροι συνεργασίας και μίσθωσης θα είναι προσαρμοσμένοι στα δεδομένα της σημερινής υγειονομικής και οικονομικής κρίσης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **MARS WRIGLEY**

ΝΕΑ MARS, SNICKERS ΚΑΙ TWIX ΜΕ 100 ΘΕΡΜΙΔΕΣ_

Η Mars Wrigley λανσάρει μια νέα, ολιγοθερμιδική, εκδοχή των κλασικών Mars, Snickers και Twix, στην αγορά της Βρετανίας.

Η εταιρεία θα διατηρήσει τις συνταγές και στα τρία brands, τα οποία θα κυκλοφορήσουν σε μικρότερη συσκευασία, με λιγότερη σοκολάτα και θα περιέχουν 100 θερμίδες το τεμάχιο, σε μια προσπάθεια της Mars Wrigley να ανταποκριθεί στη ζήτηση των καταναλωτών για πιο ελαφρά γλυκά.

Σύμφωνα με τη Mars, σχεδόν το 50% των αγοραστών, σκέφτονται το μέγεθος μερίδας πριν αγοράσουν σνακ και ένας στους τέσσερις λέει ότι, η επισήμανση των θερμίδων, επηρεάζει τις αποφάσεις για αγορά του προϊόντος.

Οι πρωτότυπες εκδόσεις των σοκολάτας θα εξακολουθούν να είναι διαθέσιμες για αγορά. Οι τιμές διάθεσης ξεκινούν από £0,40 και £2,79, για πολλαπλές συσκευασίες.



• **HEINEKEN**

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕ ΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ ΤΗΣ DESPERADOS VIRGIN 0.0%_

Η Heineken ανακοίνωσε την παγκόσμια κυκλοφορία της μπύρας Desperados Virgin 0,0%, δίνοντας έτσι περισσότερες επιλογές στους καταναλωτές που επιθυμούν μπύρα με λίγο ή καθόλου αλκοόλ.

Η Desperados Virgin 0,0% θα είναι, αρχικά, διαθέσιμη μέσα στον Ιανουάριο σε Ολλανδία και Πολωνία και τον Φεβρουάριο, θα ξεκινήσει η διάθεση στο Βέλγιο.

Το Desperados Virgin 0,0% θα ενταχθεί στο ευρύ portfolio του brand, που περιλαμβάνει κλασικές μπύρες και ποικιλίες mojito, lime και ginger.



• **COUCHE-TARD**

ΟΙ ΚΑΝΑΔΟΙ ΘΕΛΟΥΝ ΝΑ ΕΞΑΓΟΡΑΣΟΥΝ ΤΗΝ CARREFOUR_



Σε συζητήσεις για την εξαγορά της Carrefour, βρίσκεται η καναδική Couche-Tard, η οποία ελέγχει την αλυσίδα μίνι μάρκετ Circle K.

Όπως ανακοίνωσε η Couche-Tard, βρίσκεται σε διερευνητικές συζητήσεις για ένα φιλικό deal με την Carrefour, οι οποίες, ωστόσο, δεν είναι βέβαιο ότι θα καταλήξουν σε εξαγορά.

Σύμφωνα με το Bloomberg, η Couche-Tard, μία εταιρεία που ξεκίνησε από ένα κατάστημα σε κάποιο προάστιο του Μόντρεαλ, το 1980, έχει εσιτάσει στα μίνι μάρκετ και τα βενζινάδικα, καταφέροντας να χτίσει μία αυτοκρατορία μέσα από εξαγορές ανταγωνιστών, πρώτα στον Καναδά και στη συνέχεια στις ΗΠΑ και την Ευρώπη.

ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΑ SUPER MARKETS

Μία συμφωνία με την Carrefour, θα σηματοδοτούσε τη δυναμική είσοδό της στην αγορά των σούπερ μάρκετ, ενώ θα ενίσχυε σημαντικά την παρουσία της στην Ευρώπη. Η Carrefour, λειτουργεί περισσότερα από 2.800 σούπερ μάρκετ και άλλα 703 hypermarkets στην Ευρώπη, ενώ έχει παρουσία και στη Λατινική Αμερική. Η Carrefour χάνει έδαφος τα τελευταία χρόνια, έναντι της Leclerc και των γερμανικών discount σούπερ μάρκετ στη γαλλική αγορά, ενώ η επέκτασή της στη Λατινική Αμερική και την Κίνα είχε μεικτά αποτελέσματα.

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ COUCHE-TARD

Το 2016, η εταιρεία συμφώνησε να εξαγοράσει την αμερικανική εταιρεία διαχείρισης βενζινάδικων CST Brands, έναντι \$4 δισ., ενώ το 2012 μπήκε στις σκανδιναβικές και τις χώρες της Βαλτικής, μέσω της εξαγοράς της Statoil Fuel & Retail ASA. Αυτή τη στιγμή, διαχειρίζεται ένα δίκτυο από τουλάχιστον 9.000 μίνι μάρκετ στη Β. Αμερική, με τα περισσότερα εκ των οποίων, να πωλούν και βενζίνη. Επιπλέον, έχει περίπου 2.700 σημεία πώλησης στην Ευρώπη.

Υπό τον CEO, Alexandre Bompard, η εταιρεία έχει προχωρήσει σε περικοπές κόστους και έχει μειώσει το μέγεθος των καταστημάτων της, ενώ έχει επεκταθεί στις ηλεκτρονικές πωλήσεις και στα βιολογικά τρόφιμα.

• **BREXIT**

ΤΑ ΒΡΕΤΑΝΙΚΑ SUPERMARKETS ΖΗΤΟΥΝ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ_



Τα μεγάλα σούπερ μάρκετ της Βρετανίας προειδοποίησαν την κυβέρνηση ότι, απαιτείται "επείγουσα παρέμβαση", για να αποφευχθεί σοβαρή αναταραχή στην τροφοοσία τροφίμων στη Βόρεια Ιρλανδία τους επόμενους μήνες, εξαιτίας του Brexit.

Η Βρετανία δεν ανήκει, πλέον, στην ενιαία αγορά και την τελωνειακή ένωση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά, η υπό βρετανική διοίκηση, περιοχή της Βόρειας Ιρλανδίας, ανήκει και στα δύο στρατόπεδα –ανήκει στο τελωνειακό έδαφος του Ηνωμένου Βασιλείου, αλλά είναι, επίσης, ευθυγραμμισμένη με την ενιαία αγορά της ΕΕ για τα προϊόντα. Η Βρετανία και η ΕΕ συμφώνησαν τον Δεκέμβριο ότι, τα σούπερ μάρκετ που πωλούν προϊόντα στη Βόρεια Ιρλανδία, θα έχουν μια τριμήνη περίοδο χάριτος, για να προσαρμόσουν τα εφοδιαστικά τους συστήματα στη νέα εμπορική πραγματικότητα, μετά το Brexit.

Η ΕΠΙΣΤΟΛΗ

Παρόλα αυτά, κάποια σούπερ μάρκετ στη Βόρεια Ιρλανδία έχουν ελλείψεις νωπών προϊόντων, που συνήθως έρχονται από τη Βρετανία, καθώς με την έλευση της νέας χρονιάς, πασχίζουν να προσαρμοστούν στις νέες διαδικασίες και την γραφειοκρατία. Οι επικεφαλής των ομίλων σούπερ μάρκετ, όπως:

- Tesco
- Sainsbury's
- Asda
- Marks & Spencer

απέστειλαν επιστολή στον υπουργό παρά τω πρωθυπουργώ, Μάικλ Γκόνουβ, προειδοποιώντας ότι, η κατάσταση μπορεί να επιδεινωθεί.

Στην επιστολή τους, την οποία είδε το Reuters, σημειώνουν ότι, η ισχύουσα περίοδος χάριτος για απλοποιημένους ελέγχους στην αποστολή τροφίμων προς τη Βόρεια Ιρλανδία, λήγει στις 31 Μαρτίου και πως, είναι απαραίτητο να βρεθεί μια μακροπρόθεσμη λύση με την ΕΕ, πριν από την ημερομηνία αυτή.

• **ΠΑΡΝΩΝ**
Η ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΗ
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ
ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΤΙΣ
ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ. ΠΑΕΙ...
ΚΙΝΑ_

Ευκαιρία που παρέχει πολλές δυνατότητες στους παραγωγούς του νομού Λακωνίας, δίνει η συμμετοχή της Τυροκομικής Καρδίτσας ΑΕ, γνωστή με τον διακριτικό τίτλο "Real" και μέλος του ομίλου Ελληνική Πρωτεΐνη, του Αγροτικού Γαλακτοκομικού Συνεταιρισμού Μονεμβασιάς με διακριτικό τίτλο "Πάρνων" και έδρα τους Μολάους του νομού Λακωνίας, σύμφωνα με τα όσα αναφέρει ο Πρόεδρος του, Αργύρης Τζερεφός, στο Fnb Daily.

"Το όλο εγχείρημα αλλά και ο επενδυτής, θα δώσουν στους παραγωγούς πολύ καλύτερες ευκαιρίες. Θα μπορούμε να διαπραγματευόμαστε το προϊόν μας, μόνοι μας, πετυχαίνοντας καλύτερες τιμές αγοράς, να εξασφαλίζουμε ότι το προϊόν μας θα εξάγεται, και άλλα", υπογραμμίζει ο κ.Τζερεφός.

Ο ΠΡΩΤΟΣ ΙΔΙΩΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ

[Όπως είχατε διαβάσει στο Fnb Daily στις 18/12](#), ο Πάρνων είναι ο πρώτος συνεταιρισμός, που περιλαμβάνει στην μετοχική του σύνθεση ιδιώτη επενδυτή, στη σύσταση του οποίου προχώρησαν οι αρμόδιες υπηρεσίες του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ικανοποιώντας σχετικό αίτημα που υπεβλήθη προς αυτές. "Ήδη, επενδυτής μάς έχει βοηθήσει, μέχρι στιγμής, πάρα πολύ. Έχει κάνει τις πρώτες επενδύσεις στη ζώνη γάλακτος του Συνεταιρισμού, με τη τοποθέτηση, σε πρώτη φάση, αυτοψυκτών δεξαμενών, αγορά βυτιοφόρων μέσων, σταθμών συγκέντρωσης στους Μολάους, ενώ, παράλ-



ληλα, παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες με σκοπό τα αποδοτικότερα και ποιοτικότερα αποτελέσματα στο κατσικίσιο γάλα."

ΚΑΛΥΨΗ ΚΙΝΕΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Θυμίζουμε ότι, η Τυροκομική Καρδίτσας δραστηριοποιείται στην παραγωγή σκόνης γάλακτος και πρωτεϊνών, με προέλευση από το ελληνικό αιγοπρόβειο γάλα, μετά την επεξεργασία του από τα ελληνικά τυροκομεία παραγωγής φέτας ΠΟΠ και άλλων κίτρινων τυριών.

Το τελευταίο διάστημα, με στόχο τη κάλυψη αναγκών της κινεζικής αγοράς στο τομέα της βρεφικής διατροφής, και σε συνεργασία με μεγάλο επιχειρηματικό όμιλο εμπορίας και διακίνησης των εν λόγω προϊόντων, η εταιρεία στοχεύει στην αξιοποίηση και ανάπτυξη του εγχώριου κατσικίσιου γάλακτος, δημιουργώντας, παράλληλα, συνθήκες ανάπτυξης και προστιθέμενης αξίας στην κτηνοτροφία.

ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ

Σύμφωνα με τον κ. Τζερεφό, οι παραγωγοί που συμμετέχουν για την ώρα στον Συνεταιρισμό είναι 50, αλλά θα αυξηθούν,



Αργύρης Τζερεφός, Πρόεδρος Συνεταιρισμού

σημαντικά, το επόμενο διάστημα.

"Εκτιμώ ότι θα διπλασιαστούν, ακόμα και ότι θα τριπλασιαστούν, καθώς πολλοί από αυτούς έχουν συμβόλαια με άλλα τυροκομεία γι' αυτό το διάστημα και όταν λήξουν, θα έρθουν σε εμάς". Συμπληρώνει δε, ότι οι παραγωγοί θα είναι αποκλειστικά από την Λακωνία.

"Ο Συνεταιρισμός ξεκινά από την Αράχωβα Λακωνίας και φτάνει μέχρι τη Νεάπολη. Οποιοσδήποτε παραγωγός, μπορεί να γραφτεί και να δώσει γάλα, ενώ δίνουμε και bonus €0,03 από την τιμή της τοπικής αγοράς, σε όσους θα γίνουν μέλη".

ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΕΣΑ ΣΕ ΤΡΕΙΣ ΜΗΝΕΣ

Οι παραγωγοί, αρχικά, διαθέτουν το κατσικίσιο γάλα στην Τυροκομική Καρδίτσας, και οι ποσότητες που συλλέγονται είναι έως 12 τόνοι, ημερησίως. "Στόχος μας είναι να διαθέσουμε και πρόβειο γάλα και να αυξήσουμε τις ποσότητες σε έως 18 τόνους. Θεωρώ ότι, μέχρι το Πάσχα, θα το έχουμε επιτύχει".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΔΙΡΦΥΣ**
ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ ΤΟ "ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ"

Η εταιρεία εμφιάλωσης νερού Δίρφυς, μέσω της πρόσφατης διαχρονικής, στρατηγικής συνεργασίας της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ με "Το Χαμόγελο του Παιδιού", συμβάλλει στο πολυσήμαντο έργο του Οργανισμού, προσφέροντας εμφιαλωμένο νερό για ένα έτος. Συγκεκριμένα, η Δίρφυς προσφέρει σημαντικές ποσότητες εμφιαλωμένου νερού, οι οποίες σε συνδυασμό και με τα υπόλοιπα προϊόντα και υπηρεσίες των Μελών της Κοινότητας, συμβάλλουν σημαντικά στη βελτίωση της καθημερινότητας των παιδιών του Οργανισμού.



The DeliFair

01-05 Μαρτίου, 2021

by **ΕΞΠΟΤΡΟΦ**
The Greek Fine Food Exhibition



📡 Online στο www.thedelifair.gr

Νέα Έκθεση για Έλληνες Παραγωγούς



200

Παραγωγοί

1.000

Προϊόντα απ'
όλη την Ελλάδα

50

Workshops &
Παρουσιάσεις
Προϊόντων

- 1 | Συναντήστε Έλληνες Παραγωγούς μέσω κάμερας και συζητήστε μαζί τους σε πραγματικό χρόνο
- 2 | Κλείστε επικερδείς συμφωνίες που θα αναβαθμίσουν το κατάστημα ή την επιχείρησή σας
- 3 | Λάβετε πραγματικά δείγματα των προϊόντων που σας ενδιαφέρουν, στην πόρτα σας

ΕΓΓΡΑΦΗ ΩΣ ΕΚΘΕΤΗΣ

στο www.thedelifair.gr

ΕΓΓΡΑΦΗ ΩΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗΣ

στο www.thedelifair.gr

• **PRODRINKS**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ HARD SELTZER ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ DEALS_

Η ProDrinks, που διαθέτει στην εγχώρια αγορά μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων, όπως ανθρακούχο νερό, τσάι, αφρώδεις οίνους, μπλίτες και αποστάγματα, μεταξύ των οποίων, Viva Fest, San Benedetto, Tosti, Felix Solis, Monteliana, επεκτείνει το Korpparberg portfolio της, φέρνοντας στην ελληνική αγορά τρεις γεύσεις Korpparberg Hard Seltzer, ενισχύοντας την κατηγορία hard seltzer, η οποία είναι μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες στον κόσμο.

Οι γεύσεις από Black Cherry, Passionfruit & Mixed Berries κυκλοφορούν σε τεμάχια των 330ml, περιέχουν 5% αλκοόλ, έχουν φρουτώδη γεύση, διαθέτουν 93 θερμίδες και καθόλου υδατάνθρακες και ζάχαρη, είναι gluten free και vegan friendly.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Οι νέοι κωδικοί είναι διαθέσιμοι σε όλα τα καταστήματα της αλυσίδας Metro και, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Βασίλης Ιορδάνογλου, Head of Trade Marketing της ProDrinks, μέσα στο 2021, η εταιρεία θα επιδιώξει την επέκταση των σημείων λιανικής. "Το επόμενο δίμηνο ξεκινάμε και μια δυνατή καμπάνια προώθησης των



προϊόντων με ψυγεία ντυμένα στα χρώματα της μπράντας, σε κιόσκια, περίπτερα και συγκεκριμένα retail stores".

ΕΠΕΚΤΑΣΗ PORTFOLIO

Σημειώνει, μάλιστα, ότι, η ProDrinks ετοιμάζει μία δυνατή επέκταση, τόσο στο portfolio της Korpparberg, όσο και στα premium αποστάγματα, και σε νέες κατηγορίες και σε ήδη υφιστάμενες με νέα brands.

"Η ελληνική αγορά διαθέτει ισχυρό know how, σε ό,τι έχει να κάνει με τον F&B κλάδο και προσπαθούμε να καλύψουμε τα κενά που υπάρχουν με εξειδικευμένα προϊόντα".

ΜΕ ΜΙΚΡΗ ΠΤΩΣΗ ΘΑ ΚΛΕΙΣΕΙ ΤΟ 2020

Το 2020 αναμένεται να κλείσει για την ProDrinks με μικρή πτώση, λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας στην τουριστική αγορά, κανάλι στο οποίο εστιάζει η εταιρεία.

Οι αλλαγές, ωστόσο, που έγιναν σε επίπεδο στρατηγικού σχεδιασμού, μείωσαν σημαντικά, όπως αναφέρει ο κ. Ιορδάνογλου, τη ζημιά που προέκυψε από τον Covid-19.

"Διορθώσαμε αρκετά γρήγορα τις στρατηγικές και τις πολιτικές μας. Επικεντρωθήκαμε στην Αττική, σε Στερεά και Βόρεια Ελλάδα, αναπτύσσοντας τη διανομή και τη δημιουργία νέων σημείων πώλησης, ενώ, στα ήδη υπάρχοντα, δώσαμε κίνητρα για να αναπτύξουμε το sell out, θέλοντας να μειώσουμε τις επιπτώσεις της πανδημίας".

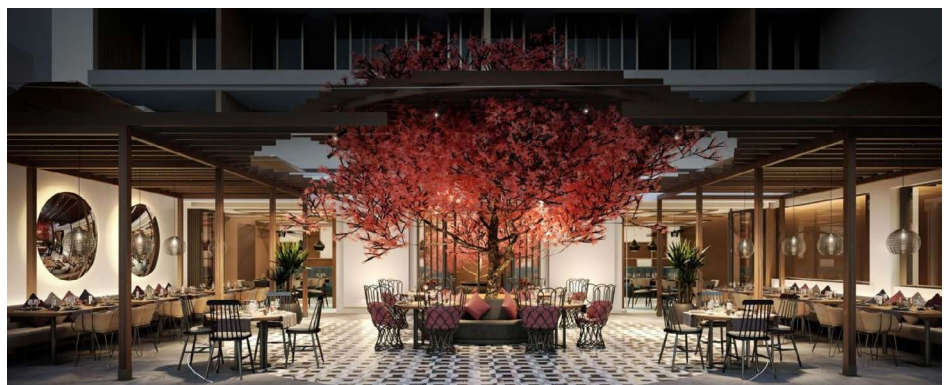
Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **YALCO**

ΕΞΟΠΛΙΖΕΙ ΤΟ ΝΕΟ 5* ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ IKOS ANDALUSIA ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ_

Η Yalco, στο πλαίσιο της μακροχρόνιας συνεργασίας της με τον ξενοδοχειακό όμιλο Sani / Ikos, εξόπλισε με επώνυμα επιτραπέζια σκεύη, πιάτα, ποτήρια και μαχαίροπίρουνα, το νέο, πέντε αστέρων, ξενοδοχείο Ikos Andalusia στην Ισπανία.

Το πολυτελές θέρετρο, που αναμένεται να ανοίξει τις πόρτες του τον Απρίλιο του 2021, αποτελεί τη δέκατη μονάδα, υψηλών προδιαγραφών, του ομίλου Sani / Ikos, την οποία εξοπλίζει η Yalco.



• **ΟΛΛΑΝΔΙΑ**

ΣΤΑΦΥΛΙΑ ΣΧΕΔΟΝ ΟΙ ΜΙΣΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ

Τα σταφύλια αποτελούν το βασικό ελληνικό φρούτο, το οποίο εξάγεται στην Ολλανδία, καθώς αφορούν, σχεδόν, στο ήμισυ των εξαγωγών της χώρας μας σε οπωροκηπευτικά και το 3,1% των συνολικών ελληνικών εξαγωγών, προς τον συγκεκριμένο προορισμό.

Στη δεύτερη θέση, συναντάμε την κατηγορία φρούτων που περιλαμβάνει τα βερίκοκα, τα κεράσια, τα ροδάκινα και τα δαμάσκηνα με μερίδιο 25%, ενώ με εξαγωγές που κυμαίνονται μεταξύ €1-5 εκατ., ακολουθούν φράουλες, μούρα, εσπεριδοειδή, καρπούζια και πεπόνια.

TOP 10 ΕΞΑΓΩΓΙΜΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΑ (10ΜΗΝΟ 2020)

- Σταφύλια: 18.138.484
- Βερίκοκα, κεράσια, ροδάκινα, δαμάσκηνα: 9.409.209
- Εσπεριδοειδή: 4.258.903
- Φράουλες, μούρα: 3.397.510
- Πεπόνια-καρπούζια: 1.952.266
- Λαχανικά: 1.260.171
- Καρποί & φρούτα: 1.129.073
- Αγγούρια: 630.226
- Διάφορα φρούτα (μήλα, αχλάδια, καρποί παπάγιας κλπ): 514.248
- Κρεμμύδια, σκόρδα, πράσα: 381.036

ΘΕΤΙΚΟ ΚΑΙ ΠΑΛΙ ΤΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ

Σύμφωνα με στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, την τριετία 2017-2019, το εμπορικό ισοζύγιο γύρισε αρνητικό για τη χώρα μας, ωστόσο, στο δεκάμηνο του 2020 έγινε και πάλι θετικό, με τις εξαγωγές να φθάνουν στα 41,66 εκατ., σχεδόν, δηλαδή, στα επίπεδα του 2019 (-1,88%), όταν οι αντίστοιχες εισαγωγές οπωροκηπευτικών υποχώρησαν κατά 34,37%.

ΒΑΣΙΚΟ ΚΑΝΑΛΙ ΤΑ SUPER MARKETS

Στην Ολλανδία, τα περισσότερα νωπά φρούτα και λαχανικά διατίθενται από σούπερ μάρκετς, τα οποία έχουν μερίδιο αγοράς 77% για τα νωπά φρούτα και 89% για τα νωπά λαχανικά. Ο αριθμός των λοιπών καταστημάτων, τα οποία ειδικεύονται στα νωπά φρούτα και λαχανικά, μειώνεται σταδιακά.

Όπως σημειώνει το γραφείο ΟΕΥ της ελληνικής πρεσβείας στη Χάγη, είναι, σχεδόν, αδύνατο να εισέλθει κανείς στην ολλανδική αγορά, χωρίς να λάβει υπόψη τις εν γένει αυστηρές απαιτήσεις των σούπερ

Albert Heijn	35,3%
Jumbo	20,2%
Lidl	10,5%
Aldi	6,7%
Plus	6,4%
Coop	4,1%
Dirk	3,8%
Deen	2,2%
Hoogvliet	2,1%
Dekamarkt	1,8%

Super markets
(μερίδια αγοράς 2018)

ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ-ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ

αξία σε €	10/μηνό 2020	Δ. %	2019	Δ. %	2018	Δ. %	2017	2016	
Εξαγωγές	41.658.192	-1,88	42.460.111	82,03	23.325.336	-49,21	45.928.866	-15,2	54.179.534
Εισαγωγές	38.658.745	-34,37	58.905.008	33,08	44.261.803	-17,78	55.177.268	19,11	46.322.431
Όγκος	80.316.937		101.365.119		67.587.139		101.106.134		100.501.965
Ισοζύγιο	2.999.447		-16.444.897		-20.936.467		-9.248.402		7.857.103

μάρκετς και κυρίως, την απαίτησή τους για μεγάλους όγκους σε προμηθευόμενα προϊόντα. Επίσης, ο ανταγωνισμός μεταξύ των σούπερ μάρκετς είναι υψηλός και, ως προμηθευτής, αντιμετωπίζει κανείς την συνεχή απαίτησή τους να διατηρεί τις τιμές χαμηλές.

ΤΙ ΑΠΑΙΤΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Σημειώνεται ακόμη ότι, οι χονδρέμποροι εισαγωγής και οι πάροχοι υπηρεσιών στην Ολλανδία, ειδικεύονται στην προμήθεια νωπών προϊόντων, σύμφωνα με τις απαιτήσεις συγκεκριμένων πελατών. Προϊόντα που δεν συμμορφώνονται προς τις απαιτήσεις, είτε απορρίπτονται, είτε πωλούνται στην αγορά άμεσης παράδοσης (spot). Η αποτελεσματική προμήθεια προϋποθέτει διαφάνεια και έλεγχο της αλυσίδας εφοδιασμού και για τον λόγο αυτό, οι περισσότερες ολλανδικές εταιρείες εκτιμούν την άμεση σχέση με τον παραγωγό. Οι περισσότερες από τις εταιρείες χονδρεμπορίου, βρίσκονται κοντά σε (πρώην) αγορές χονδρικής στα νοτιοδυτικά της Ολλανδίας. Οι εταιρείες που συμμετέχουν σε προγράμματα λιανικής προμήθειας είναι, συχνά, μεγάλες και προσφέρουν μια σειρά από προσυσκευασμένα προϊόντα και λύσεις. Προτιμούν να εργάζονται με μεσαίου μεγέθους ή μεγάλους, καλά οργανωμένους προμηθευτές. Οι μικρότερες εταιρείες τείνουν να είναι πιο εξειδικευμένες.

ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΑ... ΔΥΣΚΟΛΑ

Τονίζεται ακόμη, με έμφαση, πως, "είναι σημαντικό να προσπαθεί ο προμηθευτής να διατηρεί τις συνεργασίες του και γενικά την παρουσία του στην αγορά της Ολλανδίας, παρά τις κατά καιρούς δυσκολίες. Είναι χαρακτηριστικό ότι, σε χρονιές κατά τις οποίες οι τιμές των οπωροκηπευτικών είχαν καταστεί ασύμφορες για τους Ευρωπαίους εξαγωγείς στην Ολλανδία, λόγω της οικονομικής συγκυρίας ή εξ αιτίας άλλων παραγόντων, οι Έλληνες προμηθευτές σταμάτησαν να εξάγουν στη χώρα. Αντιθέτως, οι Ισπανοί προμηθευτές συνέχισαν τις εξαγωγές τους, παρά την οικονομική ζημία που υφίσταντο, προκειμένου μεσομακροπρόθεσμα να διατηρήσουν τις συνεργασίες τους καθώς και την σημαντική θέση που κατέχουν στην ολλανδική αγορά των οπωροκηπευτικών".

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• **DISCOUNTERS**

ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΑΝ ΟΙ ΔΥΟ ALDI ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΚΟΙΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING;_

Η Aldi Nord και η Aldi Sud είναι δύο ξεχωριστές αλυσίδες supermarket, οι οποίες όμως, βρίσκονται υπό το brand της Aldi και έχουν αρκετά κοινά σημεία στον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζουν τον καταναλωτή. Στο παρελθόν, υπήρχαν πληροφορίες για συγχώνευση του τμήματος marketing των δύο εταιρειών, ωστόσο, κάτι τέτοιο, μέχρι σήμερα τουλάχιστον, δεν έχει γίνει εφικτό. Οι δύο εταιρείες, διαθέτουν ξεχωριστή στρατηγική σε ό,τι αφορά τις προσφορές, και σε άλλα σημεία του marketing strategy.

ΤΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ

Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, τα εβδομαδιαία φυλλάδια με τις προσφορές των αλυσίδων supermarket είναι σημαντικά για την προώθηση των προϊόντων των supermarket. Στη Γερμανία, τα φυλλάδια των Aldi Nord και Aldi Sud, έχουν ελαφρώς διαφορετική μορφή και σχεδιασμό. Στο πρώτο φυλλάδιο αναφέρουν προσφορές σε κινέζικα προϊόντα, ενώ στο δεύτερο, άλλες προσφορές. Το ποσοστό των προϊόντων που παρουσιάζονται και στα δύο φυλλάδια, είναι περίπου 50%.

ΚΟΙΝΕΣ ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ

Οι δύο discounters έχουν, αρκετές φορές, παρόμοια καμπάνια. Για παράδειγμα, σήμερα και οι δύο εταιρείες προμοτάρουν τα veghan προϊόντα, την υγιεινή διατροφή και τα πλούσια σε θρεπτικά στοιχεία προϊόντα. Επιπλέον, και οι δύο εταιρείες, έχουν δώσει ιδιαίτερο βάρος στα private label προϊόντα τους. Ακόμη όμως και οι τιμές με τις προσφορές, έχουν πολλές φορές παρόμοια προσέγγιση.

ΤΑ ΕΠΩΝΥΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Οι ομοιότητες, μεταξύ των δύο εταιρειών, είναι αρκετές στις προσφορές που λανσάρουν στα επώνυμα προϊόντα. Έτσι λοιπόν, οι προσφορές στις εξής μάρκες:

- Coca Cola
- Kerry Gold

είναι σχεδόν ίδιες. Στόχος δε και των δύο εταιρειών, είναι να ανταγωνιστούν την Lidl στο επίπεδο της σχέσης ποιότητας-τιμής. Όπως φαίνεται, οι δύο εταιρείες έχουν πολλά κοινά στοιχεία, και ίσως ο σχεδιασμός διαφέρει σε ό,τι αφορά το design που ακολουθείται για τις προσφορές. Η απάντηση στο "γιατί δεν συγχώνευουν το marketing οι δύο εταιρείες" είναι, όπως αναφέρουν πηγές από τα supermarket, ότι υπάρχουν διαφορετικές ανάγκες και προτεραιότητες στην αγορά της Γερμανίας, ανά γεωγραφική περιοχή.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

ALDI süd
Gültig von Mo., 4.1. bis Sa., 9.1.
Fühl dich fit
DANKE FÜR EUER VERTRAUEN - 7 JAHRE IN FOLGE!
ab Mo., 4.1. Sport-/Freizeitschuhe **9,99**

Mo., 4.1. bis Sa., 9.1. **BIO-VIELFALT ZUM PROBIERPREIS** **0,62**
Leuchtende Auswahl zum Energiesparen! **1,99**
Asiatisch lecker-leicht! **0,99**

ALDI
Jeden Tag besonders - einfach ALDI.
ab Mo. 04.01. **19,99**
FRISCHE-KNALLER! **1,49**
ab Mo. 04.01. Gerolsteiner Medium **0,69**
ab Mo. 04.01. CAR EXTRAS Frostschutzkonzentrat **5,99**
ab Fr. 08.01. ASIA GREEN GARDEN Teriyaki-Marinade/Soja-Sauce **1,29**

Vorübergehend im Sortiment
VEGAN ISS LECKER
Ein guter Vorsatz: Probier's rein pflanzlich!
2,99
1,79
1,99
1,49
1,99

Dauerhaft im Sortiment
VEGAN ISS LECKER
5 Zutaten Rezept
0,99
1,29
1,99
1,49
2,49
1,99
1,79
2,29
3,99

Montag, 4.1. bis Samstag, 9.1.
Dein Wocheneinkauf -
Kerrygold original irische Butter **1,39**
Euka **1,99**
Gerolsteiner Medium **0,69**
FROSTA Fertiggericht **1,99**
Kerrygold extra **1,39**
FROSTA CHICKEN CURRY **1,99**
Kerrygold original irische Butter **1,39**
Sparpreis **2,59**

Mo. 04.01. - Sa. 09.01.
MARKEN AUS UNSEREM SORTIMENT DIESE WOCHE NOCH GÜNSTIGER!
ALLES EINFACH. ALLES GÜNSTIG. ALLES FÜR DICH.
FROSTA **1,99**
Gerolsteiner Medium **0,69**
Kerrygold extra **1,39**
Kerrygold original irische Butter **1,39**
müller Milch Reis **0,35**
Kerrygold original irische Butter **1,39**

• ΚΥΠΡΟΣ

ΠΟΙΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΕΧΟΥΝ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ DELIVERY ΚΑΙ PICK UP

Όλο και περισσότερες είναι οι υπεραγορές στην Κύπρο, οι οποίες εφαρμόζουν υπηρεσίες κατ' οίκον διανομής ή take away/ pick up, προκειμένου να εξυπηρετήσουν αποτελεσματικά τους καταναλωτές την περίοδο του lockdown.



ΑΛΦΑΜΕΓΑ

Οι Υπεραγορές Αλφαμέγα προσφέρουν, από το πρώτο lockdown, υπηρεσία δι-αδικτυακών αγορών, με pick up ή κατ' οίκον παράδοση, σε συνεργασία με την πλατφόρμα Foody, ενώ η υπηρεσία ισχύει και για την καφετέρια/ψησταριά της υπεραγοράς.

Επίσης, στο πλαίσιο ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, ο Διευθυντής Marketing και Διευθύνων Σύμβουλος των Υπεραγορών, Γιώργος Θεοδότου, είχε αναφέρει στο "17ο Συνέδριο Λιανικού Εμπορίου", ότι πολύ σύντομα θα ανακοινωθούν οι λεπτομέρειες για το νέο ηλεκτρονικό κατάστημα, το οποίο βρίσκεται στην τελική ευθεία.



ΠΑΠΑΝΤΩΝΙΟΥ

Pick up παραγγελίες άνω των €70 και delivery σε περιοχές εντός 10 χιλ. για παραγγελίες άνω των €100, προσφέρουν οι Υπεραγορές Παπαντωνίου.

Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, ο ενδιαφερόμενος μπορεί να κάνει την παραγγελία του μέσω του site των υπεραγορών και να επιλέξει τον τρόπο με τον οποίο επιθυμεί να παραλάβει την παραγγελία του.

Σε περίπτωση pick up, το αρμόδιο τμήμα θα επικοινωνήσει με τον πελάτη για να ορίσουν την ημέρα και την ώρα παράδοσης, η οποία πρέπει να είναι συγκεκριμένη και να τηρηθεί από πλευράς του πελάτη, ώστε να μην αλλοιωθούν τα προϊόντα. "Είναι σημαντικό να υπάρχει ακρίβεια στην παραλαβή", αναφέρουν πηγές των υπεραγορών στο FNB Daily.

Η υπηρεσία pick up είναι διαθέσιμη και στα εννέα καταστήματα των υπεραγορών (Εγκωμη, Ύψωνας, Πισσούρι, Πάφος, Χλωράκα, Κάτω Πάφος, Πόλη Χρυσόχους, Γεροσκήπου, Καθολική), ενώ το delivery είναι διαθέσιμο σε όλες, πλην της Γεροσκήπου και της Καθολικής.

Στο πλαίσιο αυτό, οι Υπεραγορές Παπαντωνίου έχουν επεκτείνει τη συνεργασία

τους με την πλατφόρμα Deliveryman, προσφέροντας την υπηρεσία παράδοσης στο σπίτι, στη Λευκωσία, στη Λεμεσό, αλλά και στην Πάφο. Την ίδια στιγμή, τη δυνατότητα παραγγελίας μεσημεριανού φαγητού και παράδοσης, προσφέρει η Υπεραγορά Παπαντωνίου στη Λευκωσία.



ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Οι Υπεραγορές Σκλαβενίτης προσφέρουν σε όλη την Κύπρο, τόσο την υπηρεσία pick up, όσο και την υπηρεσία κατ' οίκον παράδοσης, καθημερινά, Δευτέρα έως Σάββατο, 08:00-21:00, ακόμα και την Κυριακή, 10:00-18:00. Οι παραγγελίες, τόσο για το delivery, όσο και για το pick up, μπορούν να γίνουν μέσω email στο cy.pro.customerservice@sklavenitis.com.

Το προσωπικό ετοιμάζει τις παραγγελίες το συντομότερο και καλεί τους πελάτες για να παραλάβουν τα ψώνια τους, πληρώνοντας με κάρτα ή μετρητά.

Σημειώνεται ότι, την Κυριακή, τα καταστήματα Ερμάνουελ και Κοκκινότρεμυθιά είναι κλειστά.



METRO

METRO

Η Metro προσφέρει υπηρεσία pick up και στις έξι υπεραγορές, σε Λευκωσία, Λάρνακα, Λεμεσό και Παραλίμνι και οι παραγγελίες στέλνονται μέσω Viber.

Οι καταναλωτές μπορούν να στέλνουν τη λίστα με τα ψώνια τους στις υπεραγορές Metro, το προσωπικό των οποίων ετοιμάζει τις παραγγελίες και καλεί τους πελάτες για να παραλάβουν τα ψώνια τους από τους χώρους στάθμευσης, πληρώνοντας με κάρτα.



ΑΘΗΑΙΝΙΤΗΣ

Διαδικτυακές παραγγελίες και delivery, πραγματοποιεί η Υπεραγορά Αθηνίτης στην Παλλουριώτισσα. Οι καταναλωτές, αφού συμπληρώσουν τη λίστα με τα ψώνια και τοποθετήσουν την παραγγελία τους, θα ειδοποιηθούν από το κατάστημα όταν θα είναι έτοιμα για παράδοση.



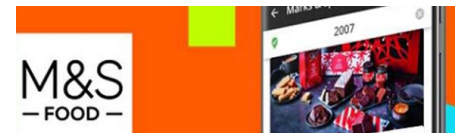
MAS

Η πλειοψηφία των Υπεραγορών MAS συνεχίζουν την υπηρεσία delivery/ take away, μέσα από τηλεφωνικές και διαδικτυακές παραγγελίες.



SPAR

Υπηρεσία pick up και delivery προσφέρει η SPAR από τις υπεραγορές της σε Λευκωσία, Λεμεσό και Λάρνακα. Οι παραγγελίες πραγματοποιούνται τηλεφωνικά, μέσω email ή μέσω μηνύματος στο Facebook. Η πληρωμή γίνεται με μετρητά ή πιστωτική κάρτα και η χρέωση για παράδοση, είναι αναλόγως της απόστασης της περιοχής παράδοσης.



MARKS & SPENCER FOOD

Ο Όμιλος Voiçi la mode, έχει λανσάρει τα προϊόντα M&S Food και μέσω του Foody στην επαρχία Λευκωσίας και οι παραγγελίες παραδίδονται καθημερινά, Δευτέρα μέχρι Κυριακή.



FOODSAVER

Για παράδοση την ίδια μέρα, μέσω Foody, οι πελάτες πρέπει να υποβάλλουν την παραγγελία τους Δευτέρα με Παρασκευή, πριν από τις 13:00, και Σάββατο πριν από τις 12:00 το μεσημέρι, ενώ οι υπόλοιπες παραγγελίες θα παραδίδονται την επόμενη εργάσιμη ημέρα.

Παραδόσεις γίνονται Δευτέρα - Παρασκευή, 14:30-19:00 και Σάββατο, 13:00-17:00, στις επαρχίες Λευκωσίας, Λάρνακας, Λεμεσού, και περιοχή Αμμοχώστου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΜΑΣΟΥΤΗΣ**

ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ MARKETING, ΤΟ 2% ΤΟΥ E-SHOP ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ...ΤΡΙΤΟΥΣ_

Στην κορυφή της στρατηγικής της Μασούτης, έχει τοποθετηθεί από τη διοίκηση της βορειοελλαδίτικης αλυσίδας σούπερ μάρκετ, ο ψηφιακός μετασχηματισμός της επιχείρησης.

Στο πλαίσιο αυτό, η διεύθυνση μάρκετινγκ θα υπάγεται πλέον στη Διεύθυνση Ψηφιακού Μετασχηματισμού, στην οποία επικεφαλής είναι ο Σάββας Τορτοπίδης, για πολλά χρόνια διευθυντής πληροφορικής της εταιρείας.

Μιλώντας στο FNB Daily, ο Σάββας Τορτοπίδης ανέφερε ότι, "ο ιδιοκτήτης της αλυσίδας, ο κ. Γιάννης Μασούτης, από πολύ νωρίς, είχε βάλει ψηλά την τεχνολογία στα "όπλα" της εταιρείας για να την εξελίξει, να την ψηφιοποιήσει και να την κάνει πιο αποδοτική".

Από το 2014, που ανέλαβε ο κ. Τορτοπίδης το συγκεκριμένο project εκσυγχρονισμού του τρόπου λειτουργίας της αλυσίδας, μέχρι σήμερα, η εταιρεία έκανε πολλά βήματα προόδου, με επιστέγασμα την περυσινή της διάκριση, ως η πιο ψηφιακή εταιρεία του 2020 (Impact Bite Awards).

ΤΑΧΥΤΑΤΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ

Ο διευθυντής ψηφιακού μετασχηματισμού της Μασούτης, υπογραμμίζει ότι, "ο οργανισμός έχει αποκτήσει μεθοδολογία και εργαλεία, με τα οποία μπορεί να αντιλαμβάνεται άμεσα τι συμβαίνει, εντός και εκτός. Παράλληλα, παρακολουθώντας διάφορους δείκτες, έχει δημιουργήσει κατάλληλους μηχανισμούς, ώστε να μπορεί να προσαρμόζεται γρήγορα σε κάθε αλλαγή".

Ανέφερε χαρακτηριστικά την ταχύτατη

απορρόφηση της Προμηθευτικής, μέσα σε ένα μήνα.

"ΣΤΟΙΧΗΜΑ Η ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ"

Σχετικά με τις αλλαγές στον τομέα του marketing, ο Σάββας Τορτοπίδης επισημαίνει ότι, "οι διευθύνσεις IT και marketing, ούτως ή άλλως, πήγαιναν χέρι-χέρι, αφού στόχος μας είναι να δουλεύουμε συνδυαστικά με όλες τις διευθύνσεις, με στόχο να βοηθήσουμε τον τελικό καταναλωτή. Το στοίχημά μας είναι η αποτελεσματικότητα".

Συμπλήρωσε ότι, "οι βασικές αρχές του marketing παραμένουν σταθερές, ωστόσο η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει ενισχύσει τον ρόλο των ψηφιακών μέσων, και καθώς υπάρχουν περισσότερα δεδομένα, είναι πιο μετρήσιμες οι προωθητικές ενέργειες. Έτσι, με βάση τα δεδομένα που λαμβάνουμε, παίρνουμε και τις ανάλογες αποφάσεις".

"ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΠΑΜΕ ΜΠΡΟΣΤΑ"

Ιδιαίτερη έμφαση έδωσε η αλυσίδα και στο e-shop. Ο κ. Τορτοπίδης ανέφερε ότι, "λειτουργούσαμε εδώ και 4 χρόνια μέσω του scan & shop, ωστόσο ήταν αφορμή για να ξεκολλήσουμε από τους, σχεδόν, μηδενικούς τζίρους του ηλεκτρονικού καταστήματος και να φθάσουμε στο 2% επί του συνολικού τζίρου. Μάλιστα, καταφέραμε να ανεπεξέλθουμε στην αυξημένη ζήτηση, καλύπτοντας 45 πόλεις στην Ελλάδα".

Ο κ. Τορτοπίδης υπογράμμισε ότι, πολλές



Σάββας Τορτοπίδης, Διευθυντής Ψηφιακού Μετασχηματισμού, Μασούτης

από τις εξελίξεις που σημειώθηκαν στον κλάδο το 2020... ήρθαν για να μείνουν. Αναφερόμενος, μεταξύ άλλων, σε συνεργασίες, όπως με το BOX της Cosmote και το you.gr του ομίλου Quest, σημείωσε ότι, πηγαίνουν πολύ καλά. Αποκάλυψε δε ότι, στο εγγύς μέλλον, θα δούμε και άλλες αντίστοιχες κινήσεις, υπογραμμίζοντας πως, "με συνεργασίες πάμε μπροστά".

ΠΥΛΩΝΕΣ ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑΣ ΤΑ SUPER MARKETS

Πρόσθεσε ακόμη ότι, "τα σούπερ μάρκετ έδειξαν ότι μπορούν να είναι πυλώνες σταθερότητας, μπορεί να τα εμπιστευθεί ο κόσμος, καθώς, στην πανδημία, έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση στις διαδικασίες και την ασφάλεια της υγείας για το προσωπικό και τους πελάτες".

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **LIDL - ΒΡΕΤΑΝΙΑ**

ΣΗΜΕΙΩΣΕ ΑΥΞΗΣΗ 17,9% ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΩΝ ΕΟΡΤΩΝ_

Ο βρετανικός βραχίονας της γερμανικής αλυσίδας εκπτώτικων σούπερ μάρκετ Lidl, ανακοίνωσε ότι, οι πωλήσεις του κατέγραψαν αύξηση 17,9% στις τέσσερις εβδομάδες έως τις 27 Δεκεμβρίου, γεγονός που την καθιστά την ταχύτερα αναπτυσσόμενη αλυσίδα λιανικού εμπορίου, μεταξύ των τεσσάρων μεγάλων αλυσίδων super market, Tesco, Sainsbury's, Asda και Morrisons, και άλλων ανταγωνιστών.

Σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών αγοράς Kantar, ο Δεκέμβριος, ήταν για τα super markets της Βρετανίας, ο μήνας με τη μεγαλύτερη κίνηση που έχουν καταγράψει ποτέ, καθώς το κλείσιμο της εστίασης, λόγω των περιορισμών για τον COVID-19, είχε ως αποτέλεσμα οι καταναλωτές να δαπανήσουν £11,7 δισ. σε αγορές τροφίμων.



• HIG CAPITAL**ΓΙΑΤΙ ΕΠΕΝΔΥΣΑΜΕ ΣΤΗΝ ΜΑΚΙΟΣ LOGISTICS_**

Σε μια επένδυση στρατηγικής σημασίας στην Ελλάδα, προχώρησε το διεθνές fund HIG Capital, μπαίνοντας στην Makios Logistics με έδρα τη Θεσσαλονίκη.

"Είχαμε ένα view στον τομέα του hospitality, μέσω και της επένδυσης που κάναμε στην ελληνική εταιρεία ακινήτων Dimand, και θέλαμε να επενδύσουμε σε καλούς partners στον κλάδο των Logistics, που είναι ανερχόμενος στην Ελλάδα και στο πλαίσιο scanning της αγοράς, ξεχωρίσαμε την Makios και καταλήξαμε σε συνεργασία", αναφέρει στο Fnb Daily ο Κωνσταντίνος Μπήτρος, Managing Director της Inventio Consulting και συνεργάτης του HIG Capital στην Ελλάδα.

Συμπληρώνει δε ότι, το deal οριστικοποιήθηκε "με την προοπτική να την αναπτύξουμε ως πλατφόρμα logistics και για την Ελλάδα αλλά και για τα Βαλκάνια".

ΠΡΟΘΕΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗΣ ΣΤΗ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

Θυμίζουμε ότι η εταιρεία μεταφορών ZPL

Makios διαθέτει, ήδη, μια θυγατρική στη Βουλγαρία, που όπως αναφέρει ο κ. Μπήτρος, η HIG Capital σκοπεύει να αναπτύξει περαιτέρω.

Διαθέτει εγκαταστάσεις στη περιοχή της Θεσσαλονίκης, απασχολεί 154 άτομα προσωπικό, πραγματοποιεί 45.000 παραδόσεις υγρών και συσκευασμένων προϊόντων ετησίως, έχει 20.000 παλετοθέσεις ψυχώμενων και κατεψυγμένων, 30.000 παλετοθέσεις ξηρού φορτίου, 40 σιλοφόρα χύδην φορτίου, 100 βυτία υγρών τροφίμων, 60 συλλογής γάλακτος και 110 φορτηγά ψυγεία ξηρών και κατεψυγμένων.

Επίσης, η εταιρεία διαθέτει δύο υπερσύγχρονα κέντρα logistics στη Θεσσαλονίκη, σε απόσταση αναπνοής από το λιμάνι της πόλης.

ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ PROJECTS ΤΗΣ HIG CAPITAL

Σε ό,τι αφορά τα επόμενα σχέδια, ο κ. Μπήτρος υπογραμμίζει ότι υπάρχουν αρ-



Κωνσταντίνος Μπήτρος, Managing Director,
Inventio Consulting

κετά projects στα σκαριά. "Κατά παράδοση κοιτάμε εξατομικευμένα transactions. Ξεκινήσαμε από τον Όμιλο Μάϊλλη, που δραστηριοποιείται στα είδη συσκευασίας και κοιτάμε συνεργασίες που να δίνουν value. Θέλουμε να κάνουμε καλές επενδύσεις, υπό την έννοια ότι, αυτές θα έχουν προοπτικές. Εξακολουθούμε και κοιτάζουμε τον ξενοδοχειακό κλάδο και τα logistics".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

**Business
MINDSET**

Powered by Valentina Kordi

**High-Performance Coaching and Mindsetting
for Business Executives**



Κάθε Παρασκευή

στο BnB Daily και στο Fnb Daily

• **STARBUCKS**

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ \$100 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙ ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ_

Κεφάλαια \$100 εκατ. θα διαθέσει σε διάστημα τεσσάρων ετών η Starbucks, σε επενδύσεις κοινοτικής ανάπτυξης και στήριξης επιχειρήσεων σε περιοχές που κατοικούνται από έγχρωμους και Αφροαμερικανούς.

Το Κοινοτικό Ταμείο της εταιρείας, το επονομαζόμενο Community Resilience Fund, αποτελεί μέρος ενός ευρύτερου σχεδίου, για την ενίσχυση της δέσμευσης της εταιρείας για φυλετική και κοινωνική ισότητα, ιδίως στις κοινότητες όπου λειτουργούν καφετέριες της γνωστής αλυσίδας.

Στόχος της εταιρείας είναι, να συμβάλει στη γεφύρωση του χάσματος μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Πέρσι, πολλές μικρές επιχειρήσεις έχασαν την ομοσπονδιακή χρηματοδότηση από το Πρόγραμμα Προστασίας Paycheck, το οποίο είχε ως στόχο να τους βοηθήσει να συντηρηθούν κατά τη διάρκεια της πανδημίας του κορονοϊού.

Θυμίζουμε ότι, στον απόηχο των διαδηλώσεων τον Ιούνιο για το Black Lives Matter, το Ίδρυμα Starbucks, υποσχέθηκε να διαθέσει \$1 εκατ. σε επιχορηγήσεις στις γειτονιές, συγκεντρώνοντας πολλές εταιρείες που δήλωσαν ότι θα δώσουν



χρήματα για την καταπολέμηση του ρατσισμού. Το ίδρυμα κατέληξε, τελικά, να δώσει επιπλέον \$500 χιλ. σε επιχορηγήσεις.

ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ

Οι δεσμεύσεις της Starbucks για δράσεις κοινωνικής ευθύνης, συμπεριλαμβανομένων της φυλετικής δικαιοσύνης και της κλιματικής αλλαγής, έχουν κάνει την εταιρεία δημοφιλή στους επενδυτές, που λαμβάνουν υπόψη την περιβαλλοντική, κοινωνική και εταιρική διακυβέρνηση όταν επιλέγουν μετοχές. Η ανάλυση από την RBC Capital Markets διαπίστωσε ότι, η Starbucks είναι η πιο δημοφιλής εταιρεία του κλάδου στο S&P 500, με ενεργά κεφάλαια που είναι αφιερωμένα στην επένδυση της ESG.

• **DANONE NORTH AMERICA**

ΠΡΟΣΘΕΤΕΙ ΡΟΦΗΜΑ ΠΡΩΤΕΪΝΗΣ ΣΤΟ SILK BRAND_

Η Danone Βόρειας Αμερικής επεκτείνει το χαρτοφυλάκιο του Silk brand, λανσάροντας ένα νέο ρόφημα φυτικών πρωτεϊνών, το Silk Ultra, το οποίο είναι πλούσιο σε ασβέστιο και διατίθεται σε τρεις γεύσεις.

Αυτές είναι:

- Original
- Creame chocolate
- Unsweet

Το Silk Ultra απευθύνεται σε αθλητές και προσφέρει 20gr. πλήρους φυτικής πρωτεΐνης ανά μερίδα, ενώ είναι πηγή βιταμι-



νών A, D, B2 και B12.

Θυμίζουμε ότι, πέρσι, η Danone Βόρειας Αμερικής πρόσθεσε στο portfolio της Silk, μια νέα γκάμα Almond milk Mix-Ins Yogurt Alternatives.

• **ΕΝΕΑΠ**

ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ: ΜΕΙΩΣΗ ΤΖΙΡΟΥ 52% ΣΤΟ HORECA_

Με μείωση 52% έκλεισε το 2020 για το Horeca, σύμφωνα με τα συγκεντρωτικά στοιχεία πωλήσεων της Ένωσης Επιχειρήσεων Αλκοολούχων Ποτών (ΕνΕΑΠ), δίνοντας, σύμφωνα με την Ένωση, την χαριστική βολή στον, ήδη, βεβαρημένο, από την υψηλή φορολογία και το λαθρεμπόριο, κλάδο των αλκοολούχων ποτών, βασικό προμηθευτή των επιχειρήσεων εστίασης και φιλοξενίας.

"Πάγιο αίτημά μας, παραμένει η μείωση του ΕΦΚ, που είναι ένα μεγάλο πρόβλημα στον κλάδο, το οποίο δεν προέκυψε από την κρίση του Covid-19, προϋπήρχε και από τη δεκαετή κρίση", αναφέρει στο FNB Daily, η Σοφίκα Παπανικολάου, Γενική Διευθύντρια της ΕνΕΑΠ, συμπληρώνοντας ότι, ο κλάδος για να ανακάμψει, θέλει ειδικότερα μέτρα στήριξης.

ΓΙΑΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΕΙΩΘΕΙ Ο ΕΦΚ

"Στον ΕΦΚ των αλκοολούχων ποτών, είμαστε πρώτοι στην Ευρώπη, σε σχέση με το κατά κεφαλήν εισόδημα, ενώ ο ΕΦΚ είναι έως και 4,5 φορές υψηλότερος από τον μέσο όρο γειτονικών και τουριστικά ανταγωνιστικών χωρών.

Επίσης, έχει αυξηθεί η μετακύλιση της κατανάλωσης σε μια μη καταγεγραμμένη παράνομη κατανάλωση, γιατί οι πωλήσεις έχουν σημειώσει πτώση, αλλά δεν σημαίνει ότι το ίδιο συμβαίνει και με την κατανάλωση".

Αυτή η συνθήκη έχει οδηγήσει τη χώρα σε δυσμενή θέση, μειώνοντας την ανταγωνιστικότητα του εγχώριου τουριστικού πακέτου, ενώ από τη διεθνή εμπειρία έχει αποδειχθεί ότι, η υψηλή φορολογία αυξάνει σημαντικά τα κίνητρα λαθρεμπορίου και παραβατικότητας.

ΜΕΙΩΣΗ 32% ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ 2019

Το σύνολο των πωλήσεων του κλάδου αλκοολούχων ποτών για το 2020, παρουσίασε πτώση 32%, σε σύγκριση με το 2019, καθώς με μικρή αύξηση 2%, την πτώση συγκράτησε, μόνο μερικώς, το κανάλι της λιανικής (super market) και Cash and Carry, όντας και το μόνο που παρέμεινε σε λειτουργία, σε αντίθεση με την επιτόπια κατανάλωση (bars, café bars, εστιατόρια κ.ά.), που πρακτικά μηδενίστηκε, τελώντας σε lockdown, σχεδόν, το ήμισυ της περσινής χρονιάς. Αξίζει να σημειωθεί



ότι, στο κανάλι της επιτόπιας κατανάλωσης, εκτιμάται ότι καταναλώνεται τουλάχιστον το 62% των αλκοολούχων ποτών.

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ 2021

Σύμφωνα με την ΕνΕΑΠ, το ίδιο πλαίσιο συνεχίζει και το νέο έτος, με το χρονοδιάγραμμα ανοίγματος να παραμένει άγνωστο και τις επιχειρήσεις του κλάδου να αγωνιούν για το πώς θα κρατηθούν όρθιες, καθώς οι συνθήκες μέσα στις οποίες θα κληθεί να ανακάμψει η εφοδιαστική αλυσίδα, κάθε άλλο παρά ευοίωνες διαφαίνονται, ακόμη και αν ξεπεραστεί η κρίση της πανδημίας.

Τονίζεται μάλιστα ότι, παρεμβάσεις με αναπτυξιακή προοπτική, όπως είναι η μείωση της έμμεσης φορολογίας, κρίνονται ικανές, όχι μόνο να ανακουφίσουν ουσιαστικά τις επιχειρήσεις, στηρίζοντας τη βιωσιμότητά τους μετά το πέρας της πανδημίας, αλλά και να ενισχύσουν την υγιή και νόμιμη επιχειρηματικότητα και να οδηγήσουν στην μετακίνηση ικανού όγκου πωλήσεων, από το παράνομο στο νόμιμο εμπόριο.

"Με την επαναλειτουργία της εστίασης, είναι επιβεβλημένο οι επιχειρηματίες που έχουν υποστεί τέτοια ζημιά, να έχουν ένα κίνητρο, ώστε να μην παρασυρθούν να αγοράσουν φθηνότερα ποτά, αλλά να έχουν το κίνητρο με τη μείωση του φόρου να πάρουν τα νόμιμα ποτά".

Παράλληλα, μια τέτοια δομική διόρθωση, θα μπορούσε να διασφαλίσει τις χιλιάδες θέσεις εργασίας στην τεράστια αλυσίδα διάθεσης του ποτού, καθώς και την προ-



Σοφίκα Παπανικολάου Γενική Διευθύντρια της ΕνΕΑΠ

βλεψιμότητα και σταθερότητα των σχετικών δημοσίων εσόδων.

ΠΑΝΩ ΑΠΟ €2,3 ΔΙΣ Η ΑΞΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Θυμίζουμε ότι, η συνολική επίδραση του κλάδου στην εφοδιαστική αλυσίδα υπολογίζεται ότι υπερβαίνει τα €2,3 δισ., με τα εισοδήματα από εργασία να φθάνουν τα €480 εκατ., ενώ οι θέσεις εργασίας πλήρους απασχόλησης που δημιουργεί ξεπερνούν τις 66 χιλ., καθιστώντας τον κλάδο έναν από τους σημαντικότερους εργοδότες στη χώρα, που στηρίζει το εισόδημα τουλάχιστον 35 χιλιάδων επιχειρήσεων, οι οποίες δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στο εμπόριο οινοπνευματωδών ποτών.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΚΕΦΙΡ ΥΓΙΕΙΑ**

ΠΟΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ Ο ΝΙΚΗΤΗΣ ΤΗΣ SIAL PARIS

Νέα προϊόντα ετοιμάζει η εταιρεία Κεφίρ Υγεία, που διακρίθηκε με το Χρυσό βραβείο καινοτομίας της Sial Paris 2018.

"Δουλεύουμε πάνω σε νέα προϊόντα και στις δύο προϊοντικές κατηγορίες. Στο γαλακτοκομικό, θα έχουμε ένα νέο προϊόν αλλά και στα αναψυκτικά, ετοιμάζουμε νέα γεύση με ρόδι και μια καινούργια σειρά προϊόντων, που θα είναι στην κατηγορία ροφήματος", αναφέρει στο Fnb Daily, ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης, Ιορδάνης Παπαδόπουλος.



INFO
ΠΡΟΙΟΝΤΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

- Κεφίρ
- Κλασσικό
- Κατσικίσιο
- Με ροδάκινο
- Με ρόδι
- Με το κουτάλι

- Namaste Αναψυκτικό
- Ginger Kefir
- Mint - Lime Kefir
- Ρόδι Kefi

INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ

- Αγγλία
- Γαλλία
- Βέλγιο
- Κυριότερη αγορά
- Αγγλία
- %τζιριου: 12%

ΔΙΑΘΕΣΗ

- Delicatessen
- Μασούτης
- Σκλαβενίτης Βόρεια Ελλάδα
- Αφροδίτη
- My Market

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Το επενδυτικό πλάνο για το 2021, αφορά στην εγκατάσταση μιας νέας γραμμής παραγωγής και στην ανανέωση του στόλου οχημάτων της εταιρείας.

"Διατηρούμε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις 700 τ.μ. στο Δρυμό Θεσσαλονίκης, χρησιμοποιώντας μόνον ελληνικό γάλα, ενώ οι πρώτες ύλες και τα υλικά συσκευασίας, προέρχονται από μικρές ελληνικές εταιρείες, όπως εμείς".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Ιορδάνης Παπαδόπουλος, Ιδιοκτήτης, Κεφίρ Υγεία

ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ

Σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές, ο κ. Παπαδόπουλος αναφέρει ότι, αγορά-στόχο αποτελεί η Σκανδιναβία, ενώ έχει, ήδη, ξεκινήσει συζητήσεις με την Σουηδία. Ωστόσο προσθέτει ότι, "μας ενδιαφέρει όλη η ευρωπαϊκή αγορά".

• INVESTMENTS

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙ ΕΝΑΣ ΕΛΛΗΝΑΣ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ;_

1. ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΑΧΥΤΕΡΑ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

• Για πρώτη φορά, η Ινδία ξεπέρασε το ποσό των \$70 δισ. σε Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ), το 2019-2020, καταγράφοντας συνολική εισροή \$73,45 δισ.

Πηγή: Τμήμα Προώθησης Βιομηχανίας και Εσωτερικού Εμπορίου της Κυβέρνησης της Ινδίας

• Ο πρωθυπουργός, Shri Narendra Modi, ανακοίνωσε ένα ειδικό, οικονομικό και ολοκληρωμένο πακέτο, άνω των \$270 δισ. - ισοδύναμο με το 10% του ΑΕΠ της Ινδίας, υπό το Atmanirbhar Bharat Abhiyan (Αυτόνομη Ινδία).

Πηγή: Γραφείο Πρωθυπουργού, Υπουργείο Οικονομικών

2. Ο ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΝΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

• Ο πληθυσμός της Ινδίας συνεχώς αυξάνεται και αναμένεται να ανέλθει από 1,21 δισ. σε 1,52 δισ., κατά την περίοδο 2011-36, αύξηση 25,7% σε είκοσι πέντε χρόνια.

Πηγή: Εθνική Επιτροπή Πληθυσμού, Υπουργείο Υγείας & Οικογενειακής Πρόνοιας

• Η Ινδία έχει τον μεγαλύτερο πληθυσμό εφήβων και νέων, συνεχίζοντας να έχει έναν από τους νεότερους πληθυσμούς στον κόσμο, μέχρι το 2030.

Πηγή: Ταμείο Πληθυσμού των Ηνωμένων Εθνών

• Η Ινδία έχει την τρίτη μεγαλύτερη ομάδα επιστημόνων και τεχνικών στον κόσμο.

Πηγή: All India Management Association, The Boston Consulting Group

3. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

• Το National Infrastructure Pipeline θα προσελκύσει επενδύσεις σε υποδομές, οι οποίες, θα είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη του στόχου, να γίνει οικονομία \$5 δισ. έως το 2025.

• Τομείς, όπως η ενέργεια, οι δρόμοι και οι σιδηρόδρομοι, ανέρχονται περίπου στο 71% των προβλεπόμενων επενδύσεων, σε υποδομές στην Ινδία.

Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών Υποθέσεων, Υπουργείο Οικονομικών και Ινδικό δίκτυο επενδύσεων

• Μέχρι το 2030, εκτιμάται ότι περίπου το 42% του πληθυσμού της Ινδίας θα αστικοποιηθεί, από το 31% που ήταν το 2011.

Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα

4. ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

• Η Ινδία ανέβηκε 79 θέσεις, από την 142η (2014) στην 63η (2019), στο "World Bank's Ease of Doing Business Ranking 2020".

Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα

• Η Ινδία κατατάσσεται 68η στον Παγκόσμιο Δείκτη Ανταγωνιστικότητας, για το 2018-19.

Πηγή: Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ

• Το 95% των 1,2 δισ. Ινδών καλύπτεται από το Σχέδιο Aadhar, ένα από τα μεγαλύτερα προγράμματα κοινωνικής ασφάλισης στον κόσμο.

Πηγή: Γραφείο Τύπου, Κυβέρνηση της Ινδίας

• Το Pradhan Mantri Jan Dhan Yojana είναι ένα σύστημα αποταμίευσης, βάσει του οποίου έχουν ανοίξει 312 εκατ. τραπεζικοί λογαριασμοί, με αποταμιεύσεις \$11,6 δισ.

Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών, Κυβέρνηση της Ινδίας

• Ο φόρος αγαθών και υπηρεσιών (GST), η μεγαλύτερη φορολογική μεταρρύθμιση μετά την ανεξαρτησία, ανοίγει το δρόμο για μια κοινή εθνική αγορά, ενσωματώνοντας διάφορους έμμεσους φόρους.

Πηγή: Κυβέρνηση της Ινδίας

5. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ 2020

• Η Ινδία ανεβαίνει 4 θέσεις και κατατάσσεται 48η, στην κατάταξη του Global Innovation Index 2020.



• Η Ινδία κατατάσσεται 1η στην Κεντρική και Νότια Ασία.

6. ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ

• Η Ινδία θα αποτελέσει κέντρο του παγκόσμιου θαλάσσιου εμπορίου, για μετάβαση από τον Ειρηνικό στην περιοχή του Ινδικού Ωκεανού. Η Ινδία και η Κίνα θα είναι οι μεγαλύτεροι κόμβοι του κόσμου έως το 2030.

• Η Ινδία θα συνδεθεί με την Κεντρική Ασία και την Ευρώπη, μέσω του International North-South Transport Corridor (INSTC).

• Τα επόμενα πέντε χρόνια, η Ινδία θα έχει μεγαλύτερη οικονομική επιρροή σε ολόκληρη την περιοχή Ασίας-Ειρηνικού.

ΕΙΣΡΟΕΣ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΑΜΕΣΩΝ ΞΕΝΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ, ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΤΟΣ 2020 (ΣΕ ΔΙΣ. ΙΝΔΙΚΕΣ ΡΟΥΠΙΕΣ)

