

SPARKLING
AND SO
REFRESHING.
ISN'T THAT
WONDERFUL.



Amalioare imagine

● ΚΡΑΣΙ

Αθρόα εισαγωγή αφρώδους και χύμα το 2018



Τη μερίδα του λεόντος αντιπροσωπεύουν οι αφρώδεις οίνοι στα κρασιά που εισήγαγε η Ελλάδα το 2018, σύμφωνα με τα στοιχεία εισαγωγών που επεξεργάστηκε η ΚΕΟΣΟΕ. Πρώτα στην κατάταξη των εισαγωγών βρί-

σκονται μακράν τα ΠΟΠ κρασιά, κατηγορία στην οποία ανήκει το αφρώδες, ενώ την πλειοψηφία των αφρώδων κάλυψαν οι εισαγωγές σαμπάνιας.

Όπως σημειώνει η μελέτη, οι εισαγόμενοι ΠΟΠ αφρώδεις καλύπτουν τις ανάγκες της αγοράς, κυρίως για την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων.

Δεύτεροι στη σειρά εισαγωγών ΠΟΠ οίνων κατατάσσονται τα εμφιαλωμένα, τα οποία αγοράζονται σε εξαιρετικά χαμηλές τιμές. Παρόμοια αντιστοιχία παρατηρείται και στα ποικιλιακά, τα οποία αν και δεν έχουν σημαντικό ποσοστό εισαγωγών σε αξία και όγκο, έχουν πάρεϊ ώθηση από τη χαμηλή μέση τιμή εισαγωγής των αφρώδων οίνων της κατηγορίας τους.

ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ Η ΧΑΜΗΛΗ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΧΥΜΑ ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΩΝ

Ενδιαφέρον για τα ποσοστά των εισαγωγών παρουσιάζει η κατηγορία των οίνων χωρίς γεωγραφική ένδειξη και ποικιλία. Η δεύτερη μεγαλύτερη υποκατηγορία των εισαγόμενων της εν λόγω κατηγορίας, είναι αυτή των χύμα οίνων, ενώ σημαντικό στοιχείο αποτελεί και η μέση τιμή εισαγωγής τους, που τους καθιστά άκρως ανταγωνιστικούς συγκριτικά με την εγχώρια παραγωγή. Εξίσου σημαντική κατηγορία αποτελεί και αυτή των εισαγόμενων γλευκών, των οποίων η αξία αυξήθηκε κατά 60%. Η αλματώδης αύξηση εισαγωγής αυτής της κατηγορίας πρέπει να συνδυαστεί με νομοθεσία, σύμφωνα με την οποία η τελειοποίηση του γλεύκου σε οίνο εντός του ελληνικού εδάφους, δίνει τη δυνατότητα της επισήμανσης του «τελικού προϊόντος» ως ελληνικού.

DATA - ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ 2018

ΠΟΠ: 71,16% σε αξία - +26,93% σε όγκο

Αφρώδη: 58,83% σε αξία (επί συνόλου ΠΟΠ)

Μέση τιμή εισαγωγής αφρώδους: 10,54 ευρώ/κιλό

Σαμπάνια: 69,5% σε αξία (επί συνόλου αφρώδους)

Εμφιαλωμένοι ΠΟΠ: 38,18% (επί συνόλου ΠΟΠ)

Χύδην: 31,78% (επί συνόλου οίνων χωρίς ΓΕ & ποικιλία)

Μέση τιμή εισαγωγής χύδην: 0,63 ευρώ/κιλό

ΕΙΣΑΓΟΥΜΕ ΑΚΡΙΒΟΤΕΡΑ

Η εικόνα σε γενικό επίπεδο, πάντως, δείχνει ποιοτική μεταβολή των εισαγωγών οίνων, αφού αυξάνεται η συνολική αξία σε ποσοστό μεγαλύτερο από ό,τι η ποσότητα, γεγονός που σημαίνει εισαγωγή ακριβότερων οίνων.

Editorial

Άκουσα χθες το βράδυ πολύ προσεκτικά τα όσα είπε ο Δημήτρης Ανδριόπουλος της Dimand, στα εγκαίνια του Moxxy Hotel, στην Πάτρα (διαβάστε περισσότερα για αυτό στο σημερινό τεύχος του BnB Daily): "Όταν κάνουμε μια επένδυση και λειτουργούμε ένα καινούριο project, στόχος μας είναι να ανοίξουμε και άλλο την αγορά και όχι να μικρύνουμε τον ανταγωνισμό".

Κι έχει απόλυτο δίκιο.

Όσο περισσότερο ανοίγει μια αγορά, στην οποία επενδύεις, τόσο περισσότερα έχεις να κερδίσεις.

Αν επιδιώξεις, μπαίνοντας σε μια αγορά, να κυριαρχήσεις με ανορθόδοξο τρόπο και αν επιχειρήσεις να δημιουργήσεις μονοπώλιο/ολιγοπώλιο, τότε είναι σίγουρο ότι, στο τέλος της ημέρας, θα βγει κι εσύ χαμένος.

Τη δεύτερη, όμως, λύση επιλέγουν όσοι δεν έχουν προϊόν, που μπορεί να σταθεί και φοβούνται το άνοιγμα της αγοράς και τον ανταγωνισμό.

Διότι, όταν πατάς γερά στα πόδια σου, δεν ασχολείσαι με τους άλλους - στο μέτρο, που δεν δημιουργούν προβλήματα σε σένα -, παρά μόνο με το business.

Και, άνθρωποι, που ξέρουν το μυστικό της επιτυχίας και λειτουργούν χωρίς συμπλέγματα, ακολουθούν πιστά την πρώτη επιλογή.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRET RECIPE

Ο CEO θέλει, ο τραπεζίτης αντιδρά...

Οι δυο τους διαμηνύουν παντού ότι οι σχέσεις τους παραμένουν άριστες. Και ουδείς έχει λόγο να το αμφισβητήσει.

Δεδομένο, πάντως, είναι ότι ο CEO θέλει να προχωρήσει στην πώληση της εταιρείας, αλλά ο τραπεζίτης έχει τις αντιρρήσεις του...

Le meilleur salon
en MDD

Una experiencia
maravillosa

All the
important
retailers

La migliore fiera
per il marchio del
distributore

Effizient
und
produktiv

Tutti i
distributori
importanti

So many
exhibitors

Alle wichtigen
Einzelhändler

Così tanti
espositori

Contactos
excelentes

The best
show for
private label

Une formidable
expérience

Die beste Messe
für Handelsmarken

Eficiente y
productivo

Excellent
contacts

LISTEN TO THE BUZZ

Η **PLMA** διοργανώνεται υπό την αιγίδα της Διεθνούς Ένωσης
Κατασκευαστών Προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας, φέρνοντας σε επαφή
κατασκευαστές από όλο τον κόσμο με αγοραστές από τις σημαντικότερες
λιανεμπορικές επιχειρήσεις του πλανήτη

Το  και το  θα βρίσκονται εκεί
για να σας μεταφέρουν όλα τα νέα
και τις εξελίξεις της διεθνούς αγοράς

21-22 ΜΑΪΟΥ 2019
ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ



ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: Κλαίρη Στυλιαρά, 210.3634061, claire@notice.gr

ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΓΕΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ



**PROMO
SOLUTION**
EXHIBIT.CREATE.

NOTICE
CONTENT & SERVICES

● **FnB IN THE WORLD****Barry Callebaut: Η ροζ σοκολάτα σε ΗΠΑ και Καναδά**

Το μεγάλο βήμα κάνει η ροζ σοκολάτα, το νέο είδος που ανακάλυψαν οι Ελβετοί πριν δύο χρόνια.

Η ελβετική Barry Callebaut AG, ανακοίνωσε επίσημα λανσάρει τη ροζ καινοτομία της στις ΗΠΑ και στον Καναδά.

Η ruby σοκολάτα έχει ήδη λανσαριστεί στην Ασία, όπου η Nestle ήταν η πρώτη που υιοθέτησε την νέα ανακάλυψη.

Η Barry Callebaut λάνσαρε επίσης τη σοκολάτα στην Ευρώπη, την Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία και οι δοκιμές στις ΗΠΑ αποδείχθηκαν επιτυχείς, δήλωσε ο Bas Smit, παγκόσμιος αντιπρόεδρος marketing της εταιρείας.

"Γνωρίζουμε ότι υπάρχει αρκετό ενδιαφέρον ήδη εδώ και αρκετό καιρό".

Ο ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ FDA

Η ελβετική εταιρεία θα πρέπει να περιμένει την έγκριση του Οργανισμού Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA) για να την αποκαλεί "σοκολάτα". Προς το παρόν, το προϊόν θα ξεκινήσει ως κουβερτούρα, με τους πρώτους, που την υιοθετούν, να χρησιμοποιούν ονόματα, όπως ροζ μπάρα κακάο και ροζ τρούφα κακάο, είπε ο Smit.

● **CHIVAS VENTURE 2019****Στην 9η θέση η ελληνική Ingredio**

συγκέντρωσε \$5.000 χρηματοδότησης, ενώ απέκτησε δημοσιότητα και θετική ανταπόκριση, που θα συμβάλει στην περαιτέρω ανάπτυξη της επιχείρησής της.

Νικήτρια του διαγωνισμού αναδείχτηκε η Xilinat, εταιρεία από το Μεξικό, που μετατρέπει τα γεωργικά απόβλητα σε υποκατάστατο ζάχαρης. Το βραβείο χρηματοδότησης των \$310.000 απένειμε η Zoe Saldana.

Την 9η θέση στην παγκόσμια online ψηφοφορία κατέκτησε, στο περιθώριο του Chivas Venture 2019, η ελληνική Ingredio. Η start up

● **ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ****Coca Cola HBC: Τα αποτελέσματα της έκδοσης ομολόγων**

Zoran Bogdanovic, CEO, Coca Cola HBC

Τα τελικά αποτελέσματα της πρόσκλησης σε κατόχους ομολογιών αξίας 800 εκατ. ευρώ, επιτοκίου 2,375% και λήξεως το 2020 ανακοίνωσε η Coca Cola HBC. Η εταιρεία ανακοίνωσε ότι αποφάσισε να δεχτεί όλες τις έγκυρες προσφορές ως εξής:

Τελικό ποσό: 236,57 εκατ. ευρώ

Τιμή Αγοράς: 102,243 ευρώ

● **ΝΕΡΟ****Στη Solid Havas η επικοινωνία του Νερού Θεόνη**

Το σύνολο της offline και online επικοινωνίας του ανέθεσε στη Solid Havas, μετά από σχετικό διαγωνισμό, το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Θεόνη, που έχει διακριθεί με 16 βραβεία ποιότητας. Η επικοινωνία του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Θεόνη θα ξεκινήσει με δύο σποτ και καμπάνια στα social media.

● ΜΠΥΡΑ

Νήσος: Στο +30% η ανάπτυξη το πρώτο μισό του έτους



Αλέξανδρος Κουρής, Επιχειρηματίας, Νήσος

Με διψήφιο ποσοστό ανάπτυξης κοντά στο 30% κινήθηκε η Νήσος κατά το πρώτο μισό του τρέχοντος έτους, σύμφωνα με τις αρχικές εκτιμήσεις. Όπως ανέφερε στο FnB Daily ο ιδιοκτήτης της ζυθοποιίας από την Τήνο, Αλέξανδρος Κουρής, η θετική πορεία συνεχίστηκε και τη φετινή χρονιά, παρά τον παρατεταμένο χειμώνα, με τις πωλήσεις, μάλιστα, να παίρνουν ώθηση από την είσοδο της μπύρας σε νέες περιοχές εντός Ελλάδας.

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΕΣ

Θετική είναι η εκτίμηση του κ. Κουρή και για το σύνολο του έτους, καθώς βλέπει ανάπτυξη αρκετά μεγαλύτερη σε σύγκριση με το μέσο όρο της εγχώριας αγοράς μπύρας. Σύμφωνα με τον ίδιο, οι μικρότερες ζυθοποιίες, όπως η Νήσος, διαθέτουν αυξημένο περιθώριο επέκτασης των δραστηριοτήτων τους και διεξόδους σε σύγκριση με τους ισχυρούς παίκτες του κλάδου, που έχουν εξαντλήσει τις δυνατότητες ανάπτυξης, καθώς λειτουργούν με αρκετά μεγάλα νούμερα. Το σημαντικό ζήτημα για τη ζυθοποιία αυτήν την στιγμή είναι η ενίσχυση της παραγωγικής της ικανότητας, κάτι που σχεδιάζει να πράξει με επείγουσα επένδυση.

"ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΗ Η ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΟΥ 24% ΦΠΑ ΣΤΗΝ ΜΠΥΡΑ"

Αναφορικά τώρα με την εξαίρεση των αλκοολούχων ποτών και κατ' επέκταση και της μπύρας από το νομοσχέδιο, που αφορά στη μείωση του ΦΠΑ στα τρόφιμα και στην εστίαση, τη χαρακτήρισε απαράδεκτη λέγοντας ότι "η υπερφορολόγηση είναι το ίδιο ανήθικη με τη φοροδιαφυγή".

Ματίνα Χαρκοφτάκη

● THE COCA COLA FOUNDATION

Ολοκληρώθηκε το Be a #Girlboss workshop από την MeXOXO



Σίσσυ Ηλιοπούλου, Δ/ντρια Εταιρικών υποθέσεων & Επικοινωνίας, Coca-Cola Ελλάδας, Μάλτας & Κύπρου

Περισσότερες από 350 γυναίκες με επιχειρηματικά όνειρα και ιδέες, συμμετείχαν στο Be a #Girlboss workshop που πραγματοποιήθηκε από την MeXOXO, στο πλαίσιο του προγράμματος Counting Stars, με την υποστήριξη του Ιδρύματος της Coca-Cola.

Μέσα από εννέα διαδραστικά sessions και βιωματική εκπαίδευση, οι συμμετέχουσες παρακολούθησαν επιτυχημένα παραδείγματα επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Στη σκηνή του Be a #Girlboss workshop βρέθηκαν celebrities και influencers, που ενέπνευσαν με τα προσωπικά τους success stories.

Kbusiness

Αποκλειστικά
για επιχειρήσεις

Χαρτί για την επιχείρησή σας από 2,25€!



Από
2,25€
ανά δεσμίδα

Ισχύει μέχρι 22/5/2019 ή μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων.
Η τιμή 2,25€ αφορά τις 200 δεσμίδες. Οι τιμές δεν περιλαμβάνουν ΦΠΑ 24%

● ΤΡΟΦΙΜΑ

Pitatakia: Σε οκτώ γεύσεις το snack από φύλλα ζύμης

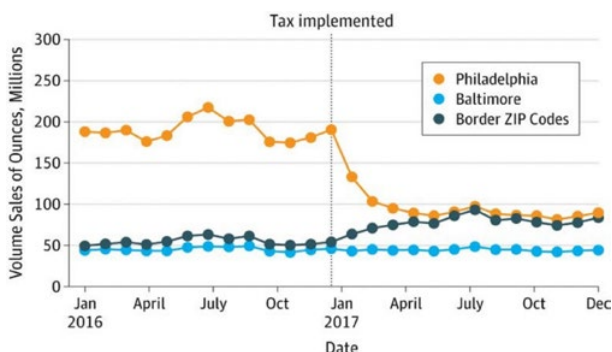


Τα Pitatakia είναι το νέο snack από μπουκίτσες φύλλων ζύμης alfa. Τα Pitatakia, που ψήνονται στο φούρνο, είναι όλα κατάλληλα και για όσους ακολουθούν χορτοφαγική διατροφή και κυκλοφορούν σε οκτώ γεύσεις

- Φυσική
- Ρίγανη
- Κανέλα με μαύρη ζάχαρη
- Πίτσα
- Ολικής άλεσης
- Μεσογειακή
- Pesto βασιλικού
- BBQ

● ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

Φόρος ζάχαρης: Πόσο μείωσε τις πωλήσεις, πώς κινήθηκαν οι καταναλωτές



ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΣΗ

Ωστόσο, οι καταναλωτές εν μέρει παρέκαμψαν τον φόρο, επιλέγοντας να ψωνίζουν σε καταστήματα εκτός της πόλης, όπου οι πωλήσεις αυξήθηκαν.

Έτσι, λαμβάνοντας υπόψη τον παράγοντα των αγορών από άλλες περιοχές, χωρίς φόρο, η πραγματική μείωση των πωλήσεων εκτιμάται στο 38%.

Οι ερευνητές συνέκριναν τα στοιχεία, που διέθεταν από τη Φιλαδέλφεια, με εκείνα της Βαλτιμόρης, όπου δεν εφαρμόζεται ειδικός φόρος.

Σημαντική μείωση εμφάνισαν οι πωλήσεις αναψυκτικών με ζάχαρη στην Καλιφόρνια, ως αποτέλεσμα της επιβολής φόρου το 2017.

Από την 1η Ιανουαρίου 2017 η αμερικανική μεγαλούπολη επιβάλει φόρο ύψους 1,5 σεντ ανά ουγγιά, δηλαδή περίπου \$0,5 στο λίτρο, σε όλα τα αναψυκτικά, ακόμη και στα "λάιτ".

Το 2017 οι πωλήσεις μειώθηκαν περίπου στο μισό, σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά, σύμφωνα με την έρευνα που δημοσιεύτηκε στην επιστημονική Επιθεώρηση της Αμερικανικής Ακαδημίας Ιατρικής (Jama).

● PREMIER CAPITAL

Επενδύσεις 12 εκ. και 9 καταστήματα το πλάνο τριετίας για Ελλάδα



Στην υλοποίηση επενδύσεων, που προσεγγίζουν τα 11 έως 12 εκατ. ευρώ για την ελληνική αγορά, προσανατολίζεται η Premier Capital, η εταιρεία που διαχειρίζεται το εμπορικό σήμα των McDonalds σε Ελλάδα, Βαλτική, Μάλτα και Ρουμανία.

Στόχος είναι επίσης το άνοιγμα τριών καταστημάτων το χρόνο, με πηγές κοντά στην Premier Capital να κάνουν λόγο για εννέα καταστήματα μέχρι το 2021, με την επένδυση ανά κατάστημα να φτάνει το ποσό των 1 - 1,5 εκατ. ευρώ.

ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΣΕ DRIVE THRU

Το άνοιγμα των νέων καταστημάτων δε φαίνεται να εξαρτάται τόσο από την τοποθεσία, όσο από τους χώρους, που αναζητά η εταιρεία, καθώς το ακίνητο θα πρέπει να προσφέρεται για drive thru, στο οποίο επικεντρώνεται η στρατηγική για τα νέα καταστήματα. Δευτερεύον είναι το ενδιαφέρον για αεροδρόμια και κλειστές αγορές, με πρωταρχικό κριτήριο και πάλι τα χαρακτηριστικά του ακινήτου.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΟΣ ΑΘΗΝΑΣ

Η Premier Capital προσανατολίζεται αρχικά στην επέκταση της παρουσίας της στην Αθήνα, σε περιοχές, που δεν λειτουργεί το brand, ενώ έντονο είναι το ενδιαφέρον και για μεγάλες πόλεις, εκτός Αθήνας και Θεσσαλονίκης, όπως είναι η Λάρισα, όπου στις αρχές του χρόνου ξεκίνησε να λειτουργεί ένα ακόμη εστιατόριο.

Χριστίνα Παπαγιάννη
christine@notice.gr

Food-to-go: Εξαπλώνεται στα ευρωπαϊκά super market



Μπορεί οι τάσεις στο λιανεμπόριο να διαμορφώνονται σε μεγάλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες όπως είναι π.χ. το Λονδίνο, το Παρίσι, η Μαδρίτη κ.ά., ωστόσο αρκετές από τις καινοτομίες, δοκιμάζονται για πρώτη φορά σε μικρότερες πόλεις πριν προχωρήσουν σε πλήρη εφαρμογή.

Ειδικότερα, ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι εξελίξεις στον ολοένα αναπτυσσόμενο τομέα του food-to-go, στο οποίο θυμίζουμε ότι δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη χώρα μας η αλυσίδα AB Βασιλόπουλος με αιχμή του δόρατος τον σεφ Άκη Πετρετζίκη

INFO

Co-op

Καταστήματα: 2.500

Co-op Food on the go (2019): 100

100 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Για παράδειγμα στο Ηνωμένο Βασίλειο, και πιο συγκεκριμένα στο Μάντσεστερ, το οποίο χαρακτηρίζεται ως το... "βρετανικό Πόρτλαντ" ως πόλη που δημιουργεί νέες τάσεις, η Co-op, η πέμπτη μεγαλύτερη βρετανική λιανεμπορική αλυσίδα τροφίμων, δημιούργησε στα τέλη της περασμένης χρονιάς το

πρώτο κατάστημα Co-op Food on the go, προσφέροντας στους καταναλωτές τρόφιμα για πρωινό, μεσημεριανό και βραδινό.

ΒΕΛΓΙΟ: ΑΥΤΟΝΟΜΑ ΣΤΟ FOODSERVICE

Στο Βέλγιο, μπορεί οι Βρυξέλλες να αποτελούν το κέντρο του λιανεμπορίου στη χώρα, ωστόσο στην Αμβέρσα, την "πόλη των διαμαντιών" μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ όπως είναι η Delhaize και η Colruyt, αποφάσισαν να δημιουργήσουν ορισμένα εξαιρετικά αυτόνομα καταστήματα στον τομέα του foodservice.

ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ CENTRA...

Στην Ιρλανδία, το Κορκ, η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της χώρας, είναι η έδρα της Musgrave, η οποία υποστηρίζει χιλιάδες καινοτόμους ανεξάρτητους λιανοπωλητές σε όλο το νησί. Η μορφή καταστημάτων Centra (ή αλλιώς QuickStop) η οποία έχει ήδη εξαπλωθεί σε 450 σημεία την Ιρλανδία και σε 120 στη Βόρεια Ιρλανδία, αποτελεί το βασικό

τερο παράδειγμα food-to-go καταστήματος, το οποίο έχει γίνει γνωστό για τον καφέ Frank&Honest, τη ναπολιτάνικη πίτσα Caramico και το ιρλανδικό παγωτό Moo'd. Το Κορκ είναι το "σπίτι" και της αλυσίδας σούπερ μάρκετ SuperValu, τα μεγαλύτερα καταστήματα της οποίας (συμπεριλαμβανομένων και του Merchants Quay) έχουν δώσει έμφαση στο food-to-go.

...ΚΑΙ Η ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

Τέλος στην Πορτογαλία, αρκετές καινοτομίες από τον μεγαλύτερο λιανεμπορικό όμιλο τροφίμων της χώρας, Sonae δοκιμάζονται στο Πόρτο. Αλλά και στη Λισαβόνα, οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ Pingo Doce (με περίπου 400 καταστήματα) αλλά και η Minimpreco του Dia Group (με 620) λειτουργούν αρκετά κεντρικά σημεία πώλησης που είναι εστιασμένα σε υπηρεσίες food-to-go τόσο εντός καταστήματος, όσο και μέσω παραγγελιών για το σπίτι.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



Διαβάστε σήμερα στο

BNB DAILY

BUSINESS IN BRIEF

BNB
DAILY

—

BUSINESS IN BRIEF

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ
NEWSLETTER

ΠΕΜΠΤΗ 16 ΜΑΪΟΥ 2019 Τεύχος #291



• LAMDA DEVELOPMENT
Το masterplan του Ελληνικού και η απόσχιση των malls



• ARVAL ΕΛΛΑΔΑΣ
Τρέχει με +40% το 2019 - Στο +67% η ανάπτυξη του 2018



• MOXY
Εγκαίνια στην Πάτρα, έρχεται η Ομόνοια και στο βάθος... Moxxy Island

Kbusiness

Αποκλειστικά
για επιχειρήσεις

Χατί για την επιχείρησή σας από 2,25€!



Από
2,25€
ανά δεσμίδα

Ισχύει μέχρι 22/5/2019 ή μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων.
Η τιμή 2,25€ αφορά τις 200 δεσμίδες. Οι τιμές δεν περιλαμβάνουν ΦΠΑ 24%.

Για πληροφορίες/συνδρομές
www.bnbdaily.gr

8

● **FnB IN THE WORLD**

Malibu: Λανσάρει νέο αφρώδες ρούμι με γεύση φράουλας

**DATA**MalibuThe rum spritz

Περιεκτικότητα

σε αλκοόλ: 11%

Τιμή ανά φιάλη

των 750ml: £9,50

Malibu

Περιεκτικότητα

σε αλκοόλ: 21%

γεύση φράουλας, με την ονομασία The rum spritz. Το καινούργιο προϊόν θα είναι διαθέσιμο σε φιάλη των 750ml, ενώ θα πωλείται φθηνότερα σε σύγκριση με το κλασικό Malibu. Πρόκειται για ένα δροσιστικό ποτό, που συνδυάζεται καλύτερα με πάγο και για αυτόν ακριβώς το λόγο επιλέχθηκε η δεδομένη χρονική στιγμή, λίγο δηλαδή πριν την έναρξη του καλοκαιριού, για να γίνει το λανσάρισμά του στην αγορά.

Μέσα στις επόμενες μέρες αναμένεται να κυκλοφορήσει στα supermarket από το Malibu, ένα νέο αφρώδες ρούμι με

● **ΤΡΟΦΙΜΑ**

Misko: Νέα καμπάνια για τα ζυμαρικά ολικής άλεσης



Τη νέα διαφημιστική καμπάνια, για τα ζυμαρικά ολικής άλεσης, παρουσιάζει η Misko. Η ταινία βασίζεται σε απλές περιστάσεις της καθημερινότητας, οι οποίες μετατρέπονται σε μεγαλειώδεις για τους πρωταγωνιστές της με μία μόνο μπουκιά από τα ζυμαρικά. Την επιμέλεια και τη δημιουργία της νέας δια-

φημιστικής ταινίας υπογράφει η Soho Square Athens, την σκηνοθεσία της ο Βασίλης Μπουραντάς και την παραγωγή η Foss Production.

φημιστικής ταινίας υπογράφει η Soho Square Athens, την σκηνοθεσία της ο Βασίλης Μπουραντάς και την παραγωγή η Foss Production.



ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Εκδότης - Διευθυντής: [Νεκτάριος Νώτης](#)
Σύμβουλος Έκδοσης: [Γιώργος Αλοϊμόνος](#)
Commercial Director: [Κλαίρη Στυλιανρά](#)

Τιμή συνδρομής: 300€ + ΦΠΑ/έτος

NOTICE

CONTENT & SERVICES

Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι
Τηλ.: 210 3634061

Πληροφορίες: sales@notice.gr

Δελτία τύπου: media@notice.gr

**FACILITY
MANAGEMENT**

ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ

DESIGN

Office
WEEKLY

ΤΑΣΕΙΣ

ΛΥΣΕΙΣ

ΑΠΟΨΕΙΣ

**ΤΑ ΠΑΝΤΑ
ΓΙΑ ΤΟΥΣ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ
ΧΩΡΟΥΣ**

Κάθε Τετάρτη,
με το BnB Daily



NOTICE
CONTENT & SERVICES