



• PRODEA

Κράτησε τα έσοδα η Σκλαβενίτης- Υποθήκη η σύμβαση μίσθωσης στην Κύπρο



• ΜΥΛΟΙ ΛΟΥΛΗ

Ο Kalin Yonov νέος CEO στην Loulis Mel Bulgaria



• KOTINO

Έτρεχε με 35% στο δεκάμηνο - Νέοι κωδικοί



• F&USA

Οι εταιρείες τροφίμων στρέφονται και προς το μοντέλο του D2C

EDITORIAL: Τι βλέπει το Ταμείο

SECRET RECIPE: Vivartia - CVC: Ομόφωνο "Ναι" από MIG και τριετής παράταση στα δάνεια

**Μικροί και μεγάλοι,
αφεθείτε στη μαγεία
των παραμυθιών Storyland
από την Κάρμεν Ρουγγέρη!**



- 1. Με κάθε 25€ αγορών**
παίρνεις ένα αυτοκόλλητο
- 2. Συμπληρώνεις 8 αυτοκόλλητα**
στην ειδική καρτέλα που θα πάρεις στο ταμείο
- 3. Μία από τις 6 φιγούρες Storyland**
γίνεται δική σου, εντελώς δωρεάν!

Από 02.11 έως εξαντλήσεως των αποθεμάτων



Ηχείο
9,99€



Θήκη συλλογής
1,99€



Κάθε μέρα αξίζει!



Αριστοτέλης Καρυτινός, CEO, Prodea

• **PRODEA**

ΚΡΑΤΗΣΕ ΤΑ ΕΣΟΔΑ Η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. ΥΠΟΘΗΚΗ Η ΣΥΜΒΑΣΗ ΜΙΣΘΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ_

Πτώση στο εννιάμηνο σημείωσαν τα συνολικά έσοδα της Prodea Investments συγκριτικά με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα. Ωστόσο, η εταιρεία κατάφερε σε συνθήκες Covid-19 να διατηρήσει ένα σημαντικό μέρος των εσόδων, γεγονός που οφείλεται στους μεγαλύτερους μισθωτές του Ομίλου. Όπως αναφέρει η διοίκηση της εταιρείας, "τα έσοδα του Ομίλου από τους πέντε μεγαλύτερους μισθωτές, ανάμεσα στους οποίους ανήκει η Σκλαβενίτης, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 75% των ετησιοποιημένων εσόδων από μισθώματα, δεν επηρεάστηκαν από τον κορονοϊό". Σημειώνεται πως η εταιρεία για το σύνολο του 2020 προβλέπει πτώση εσόδων έως 3%.

DATA - ΕΝΝΙΑΜΗΝΟ

(σε εκατ. ευρώ)

Κύκλος εργασιών

2020: 119,6

2019: 131,1

Μεταβολή: -8,7%

Έσοδα από μισθώματα

2020: 102,2

2019: 100,8

Μεταβολή: 1,19%

EBITDA

2020: 77,8

2019: 86

Μεταβολή: -9,5%

Λειτουργικά κέρδη

2020: 51,2

2019: 151

Μεταβολή: -66%

ΥΠΟΘΗΚΗ ΤΟ ΕΝΟΙΚΙΟ ΑΠΟ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

Το ακίνητο της θυγατρικής Quadratix βαρύνεται με υποθήκη υπέρ της Τράπεζας Κύπρου. Επιπρόσθετα, επί του συνόλου των μετοχών της εταιρείας Quadratix έχει συσταθεί ενέχυρο υπέρ της Τράπεζας Κύπρου, για όλα τα οφειλόμενα ποσά, δυνάμει της δανειακής σύμβασης, έχουν εκχωρηθεί όλα τα δικαιώματα της εταιρείας, όπως απορρέουν από το μισθωτήριο συμβόλαιο με την Σκλαβενίτης και τα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας βαρύνονται με κυμαινόμενη επιβάρυνση υπέρ της Τράπεζας Κύπρου.

Νικόλας Ταμπακόπουλος

nicolas@notice.gr

Editorial

Τι βλέπει το Ταμείο

Επειδή έχουμε καιρό να ασχοληθούμε με νούμερα, πάμε να δούμε τι βλέπει για την ελληνική οικονομία ένας από τους πιο φειδωλούς στις εκτιμήσεις του οργανισμός, το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.

Στην έκθεσή του, που δόθηκε στη δημοσιότητα χθες το βράδυ, προβλέπει:

Ύφεση 9,5% φέτος και ανάπτυξη 5,7% το 2021.

Ανεργία στο 18,9% φέτος και στο 17,5% το 2021.

Δημόσιο χρέος στο 208,1% του ΑΕΠ φέτος και στο 199,1% το 2021.

Πρωτογενές έλλειμμα στο 6,8% του ΑΕΠ φέτος και στο 1,3% το 2021.

Μεγαλύτερα αγκάθια χαρακτηρίζει τον τουρισμό και τα κόκκινα δάνεια.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νούτης

nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

VIVARTIA - CVC: ΟΜΟΦΩΝΟ "ΝΑΙ" ΑΠΟ MIG ΚΑΙ ΤΡΙΕΤΗΣ ΠΑΡΑΤΑΣΗ ΣΤΑ ΔΑΝΕΙΑ

Στην ομόφωνη έγκριση της πρότασης εξαγοράς της Vivartia από τη CVC Capital προχώρησε το Διοικητικό Συμβούλιο της MIG, που συνεδρίασε χθες το βράδυ, και υπεγράφη η δεσμευτική σύμβαση αγοραπωλησίας. Το τίμημα ανέρχεται στα 175 εκατ. ευρώ για το 100% της εταιρείας τροφίμων.

Επιπλέον, σύμφωνα πάντα με τις ίδιες πληροφορίες, η CVC αναλαμβάνει και τα 425 εκατ. ευρώ των δανείων της Vivartia, με αποτέλεσμα το συνολικό ύψος του deal να ξεπερνά τα 600 εκατ. ευρώ, καθιστώντας το ένα από τα μεγαλύτερα στο χώρο των τροφίμων, τα τελευταία χρόνια, και επιβεβαιώνοντας τα όσα είχατε ήδη διαβάσει στο FNB Daily από τις 21 Σεπτεμβρίου.

Οι ίδιες πηγές αναφέρουν ότι η MIG συμφώνησε με την Πειραιώς στην επιμήκυνση κατά τρία χρόνια των υπολοίπων δανείων της προς την τράπεζα. Αυτό Κάτι που δίνει τη δυνατότητα στην MIG να αναπτυχθεί με μεγαλύτερη ευχέρεια και να υλοποιήσει τους επόμενους επενδυτικούς στόχους της, προσφέροντας προστιθέμενη αξία στους μετόχους της και πιθανή αύξηση του χαρτοφυλακίου της.

• ΕΑΣΘ

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΡΥΖΙΟΥ ΣΤΟΝ ΛΙΒΑΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ Η Μ. ΑΝΑΤΟΛΗ

Με σημαντική επιτυχία ξεκίνησε η πρώτη φάση δειγματοδιανομής ελληνικού ρυζιού (21-25/11) σε σούπερ μάρκετ της μητροπολιτικής Βηρυτού και άλλων γειτονικών πόλεων (Βύβλος).

Στα πλαίσια υλοποίησης σχετικού Ευρωπαϊκού προγράμματος, με το διακριτικό τίτλο 'European Rice' από την ΕΑΣΘ, οργανώνονται οι παρακάτω δράσεις από την εταιρεία Novacert, που αποτελεί τον εκτελεστικό οργανισμό του προγράμματος.

Πρωώθηση σε σημεία πώλησης της Βηρυτού μέσω δειγματοδιανομών, τα διαστήματα 21-25 Νοεμβρίου & 28 Νοεμβρίου - 2 Δεκεμβρίου, κατά τα οποία θα ενημερώνονται οι καταναλωτές και θα διανέμονται συσκευασίες δειγμάτων ρυζιού.

Εκδήλωση Τύπου, που πρόκειται να πραγματοποιηθεί με στόχο την ενημέρωση για το Ευρωπαϊκό Ρύζι στη Βηρυτό σε αίθουσα του ξενοδοχείου Movenpick Hotel Beirut. Στην εκδήλωση θα παραβρεθούν

δημοσιογράφοι, διαμορφωτές κοινής γνώμης, ειδικοί διατροφής, επαγγελματίες του κλάδου εμπορίας τροφίμων κ.α., ενώ η υλοποίηση της θα εξαρτηθεί από την πορεία των μέτρων για την πανδημία.

Οι ανωτέρω εκδηλώσεις έρχονται ως συνέχεια περσινών δράσεων προώθησης, που περιελάμβαναν εκδήλωση τύπου στην Βηρυτό, αλλά και συμμετοχή του ελληνικού ρυζιού με περίπτερο στην τότε διοργανωθείσα έκθεση HORECA.

Το Γραφείο Ο.Ε.Υ. της χώρας μας στη Βηρυτό συνεπικουρεί την εν λόγω προσπάθεια, παριστάμενο σε διανομές σε διάφορα σημεία μεταξύ των οποίων τα καταστήματα:

- Carrefour
- Charcutier Aoun
- Coop
- Le Caddie
- Storiom

Σύμφωνα με τα όσα ανέφερε στο Fnb Daily ο γενικός διευθυντής της ΕΑΣΘ, Κώστας Γιαννόπουλος, "θέλουμε να προωθήσου-



Κώστας Γιαννόπουλος, γενικός διευθυντής, ΕΑΣΘ

με συγκεκριμένο brand του Συνεταιρισμού μας στη Μέση Ανατολή. Πέρυσι είχαμε στείλει δείγματα σε Ιορδανία, Λίβανο και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, κάτι που σχεδιάζαμε να κάνουμε και φέτος, αλλά η πανδημία ανέτρεψε τον σχεδιασμό μας. Ελπίζουμε πάντως από την επόμενη χρονιά να καταφέρουμε να κλείσουμε κάποια συμφωνία στην περιοχή".

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Έχουν επηρεαστεί οι πωλήσεις σας λόγω του Covid-19;

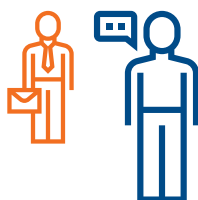


Δυσκολία στην παράδοση;



Χρειάζεστε

Έτοιμες Πρότυπες Παραγγελίες
Γρήγορη Καταχώρηση
Online Γκάμα Πελάτη

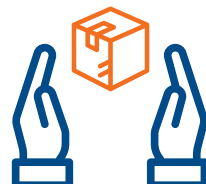


Μειώθηκαν οι επισκέψεις των πωλητών σας;



Δίνετε

24/7 Εξυπηρέτηση
Φωτογραφικό Κατάλογο
Ψηφιακές Πληρωμές



Περισσότερες αλλά πιο μικρές παραγγελίες;



Έχετε

Διαχείριση Προσφορών
Up & Cross Selling Ενέργειες
Εξατομικευμένο Marketing

Δείτε τα σημερινά προβλήματα που προέκυψαν από την πανδημία και τις προτεινόμενες λύσεις!

myb2b.gr



Ο συνεργάτης σας για
το Τμήμα Πωλήσεων!



• ΚΡΑΣΙ

ΑΝΑΚΑΜΠΤΕΙ Ο ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

POWERED BY **FN|USA.**

Στροφή 180 μοιρών έκανε η αμερικανική αγορά οίνου, εξαιτίας της πανδημίας, όπως επισήμανε ο Greg Livengood, Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας Ciatti, κατά τη διάρκεια των ομιλιών στην Bulk Wine, που διοργανώθηκε από την Παγκόσμια Έκθεση Χύμα Οίνων.

Ο Robert Joseph ανέφερε ότι στα τέλη του 2019 επηρεάζονταν από τα πλεονάσματα, που προκλήθηκαν από τη μεγάλη συγκομιδή του 2018 στις ΗΠΑ και σε όλο τον κόσμο. Επιπροσθέτως, η στασιμότητα που παρατηρήθηκε στις πωλήσεις, η ταυτόχρονη αύξηση των ποτών κάνναβης, των seltzer σε συνδυασμό με τους φόρους που επέβαλε ο Πρόεδρος Τραμπ, πίεσε περισσότερο τον κλάδο.

"Κύριο μέλημά μας δεν ήταν το πώς θα μπορούσε να αναπτυχθεί η αγορά κρασιού, αλλά πώς να σταματήσει η παρακμή", υπογραμμίζει, λέγοντας ότι ένα χρόνο αργότερα η μειωμένη παραγωγή, η πανδημία και οι πυρκαγιές στην Καλιφόρνια άλλαξαν την κατάσταση στον κλάδο.

"Οι πωλήσεις μειώθηκαν στο HoReCa και η ζήτηση μετατοπίστηκε στα super market, οι καταναλωτές ενδιαφέρονται και πάλι για το κρασί, συμπεριλαμβανομένων των bag in box και λιγότερο για τα οινοπνευματώδη και τα seltzers".

ΒΕΛΤΙΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΟΓΚΟΙ

Σε ό,τι αφορά τον όγκο, η κατάσταση έχει επίσης βελτιωθεί, με αποτέλεσμα Αμερικανοί wine buyers να σπεύδουν να αγοράσουν τους υπόλοιπους όγκους από τους αμπελώνες του 2018 και του 2019, ειδικά όταν έγινε σαφές ότι η παραγωγή της Καλιφόρνιας το 2020 θα μειωνόταν και ότι ο αντίκτυπος από τις πυρκαγιές στην γεύση των κρασιών ήταν ακόμα δύσκολο να εκτιμηθεί.

Σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα αγοράστηκαν μεγάλοι όγκοι, αυξάνοντας τις τιμές, όχι μόνο για κρασιά από τους παράκτιους αμπελώνες, αλλά και για εκείνα από την Κεντρική Κοιλάδα.

ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Αυτό το φαινόμενο ανοίγει νέες προοπτικές για όσους εξάγουν στις Ηνωμένες Πολιτείες, καθώς, όπως αναφέρει ο Greg Livengood, δεν είναι προσωρινό φαινόμενο.

"Είναι δύσκολο να καλλιεργηθούν το Pinot Noir και το Sauvignon Blanc με αυτό το προφίλ γεύσης στο νότο. Πρέπει να καλλιεργηθούν πιο βόρεια, αλλά εκεί το κόστος παραγωγής εμποδίζει να είναι ανταγωνιστικοί. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο είναι σημαντικές οι εισαγωγές των δύο



ποικιλιών σταφυλιών από τη Χιλή - είτε σε bag in box, είτε σε φιάλες 1,5lt".

• **FNB IN THE WORLD**

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΕΝΟΠΙΟΗΣΗ ΤΗΣ UNILEVER_

Την ενοποίηση της νομικής δομής του Ομίλου ολοκλήρωσε η Unilever, γεγονός που σημαίνει ότι θα λειτουργεί πλέον υπό μία μητρική εταιρεία, την Unilever PLC. Σημειώνεται ότι η Unilever, από την ίδρυσή της το 1930, ανήκε σε δύο ξεχωριστές εισηγμένες εταιρείες, μια ολλανδική NV και μια βρετανική PLC.

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες η δομή των μητρικών επανεξεταζόταν ανά διαστήματα από το διοικητικό συμβούλιο και πλέον τον Ιούνιο του 2018, ανακοίνωσε τα σχέδιά της για ενοποίηση της δομής της σε εταιρεία με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο, προκειμένου να δημιουργήσει μια εταιρεία με μεγαλύτερη στρατηγική ευελιξία.

Η ενοποίηση έχει εγκριθεί από το Ανώτατο Δικαστήριο του Ηνωμένου Βασιλείου και λόγω της μετάβασης από τη διπλή νομική δομή στη μητρική, η Unilever NV έπαψε να υπάρχει από τις 29 Νοεμβρίου 2020.



ΚΑΜΙΑ ΕΠΙΔΡΑΣΗ

Η διοίκηση της πολυεθνικής υποστηρίζει ότι δεν θα υπάρξει καμία επίδραση στα επίπεδα λειτουργίας, τοποθεσίας, δραστηριοτήτων ή προσωπικού.

Η έδρα του τμήματος τροφίμων και αναψυκτικών της Unilever θα συνεχίσει να είναι το Ρότερνταμ, ενώ τα τμήματα οικιακής φροντίδας, ομορφιάς και προσωπικής περιποίησης θα συνεχίσουν να εδρεύουν στο Ηνωμένο Βασίλειο.

08-11 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2020

Η 1η ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΠΟΤΩΝ

Το 1ο εκθεσιακό γεγονός
μετά από το κενό εκθεσιακό
έτος 2020 λόγω covid-19

100.000+ αγοραστές από
80 χώρες και την Ελλάδα
(retailers, wholesalers, διανομείς,
εισαγωγείς, αγοραστές super market,
HORECA)

Κατηγορίες

- > Confectionery, Bakery, Snacks
- > Dairy
- > Frozen
- > Grocery - Fine Food
- > Drinks & Beverage
- > Meat, poultry & cured

Πρωθυποτικές ενέργειες

- > Προβολή έκθεσης σε μέσα κοινωνικής και επαγγελματικής δικτύωσης Facebook, Instagram, LinkedIn, Google Ads σε τουλάχιστον 10 χώρες αρχικά, όπως στην Ελλάδα, Γερμανία, Κύπρο, Γαλλία, Ρουμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Βέλγιο, Ολλανδία, Βουλγαρία, Η.Π.Α. κ.ά., που αποτελούν την καρδιά των αγορών των Ελληνικών προϊόντων.
- > Εκτεταμένη διαφημιστική καμπάνια σε ηλεκτρονικά περιοδικά σε Ελλάδα και εξωτερικό.
- > Πρόσκληση δημοσιογράφων κατά τη διάρκεια της έκθεσης.
- > Παράλληλες εκδηλώσεις που θα ενισχύσουν την επισκεψιμότητα και το κύρος της έκθεσης.

powered by

 **GREAT EXHIBITIONS**

Για περισσότερες πληροφορίες:

T. 210 7755080

info@greatexhibitions.gr • www.greatexhibitions.gr



Συμμετέχουμε γιατί κερδίζουμε.

- > Προβολή νέων και καινοτόμων προϊόντων σε ένα διευρυμένο διεθνές αγοραστικό κοινό
- > Διεύρυνση και ανάπτυξη επαφών με αγοραστές σε εθνικό και διεθνές επίπεδο σε 4 μέρες
- > Εμπορικές B2B συναντήσεις με δυνατότητα αποστολής δειγμάτων
- > Συνάντηση με αγοραστές-κλειδιά με αγοραστική δύναμη για την προώθηση, διοχέτευση και απορρόφηση προϊόντων στην αγορά
- > Εξοικείωση με σύγχρονους και έξυπνους τρόπους προβολής και προώθησης προϊόντων στην μετά covid-19 εποχή
- > Ψηφιακή δικτύωση με επαγγελματίες αγοραστές από την ασφάλεια του χώρου σας, χωρίς ανάγκη ταξιδιών

Χορηγός Επικοινωνίας

FNB SERVED
DAILY.

• **PERNOD RICARD**

ΑΝΑΝΕΩΘΗΚΕ Η ΘΗΤΕΙΑ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ. ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΛΟΓΩ COVID-19_



Alexandre Ricard, Πρόεδρος
και CEO, Pernod Ricard

Για τέσσερα επιπλέον χρόνια ανανεώθηκε η θητεία της ηγετικής ομάδας της Pernod Ricard, όπως αποφασίστηκε στη γενική συνέλευση των μετόχων της εταιρείας. Επίσης, η Pernod Ricard ανακοίνωσε ότι οι μέτοχοι ενέκριναν καταβολή μερίσματος €2,66 ανά μετοχή για τη χρήση 2020. Συγκεκριμένα, ένα προμέρισμα €1,18 ανά μετοχή διανεμήθηκε τον Ιούλιο και το σύνολο των €1,48 θα κατανεμηθεί τον Δεκέμβριο, σύμφωνα με την ιδιοκτήτρια των Absolut και Jameson.

4 ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Όπως αναφέρθηκε κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής του Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρείας στις 27 Νοεμβρίου, η εταιρεία -απόρροια του κορονοϊού - θα επιταχύνει τον μετασχηματισμό της. Πιο συγκεκριμένα θα:

- Μετασχηματιστεί ψηφιακά
- Αλλάξει την διαχείριση του portfolio της
- Ενισχύσει την στρατηγική καινοτομίας
- Βγάλει νέα προϊόντα

DATA

(σε εκατ. ευρώ)

Πωλήσεις

2020: 8.448

2019: 9.181

Μεταβολή: -8%

Επαναλαμβανόμενα κέρδη

2020: 2.260

2019: 2.581

Μεταβολή: -12,4%

Λειτουργικά κέρδη

2020: 978

2019: 2.375

Μεταβολή: -59%



• **ΚΙΝΑ**

ΕΠΙΒΑΛΕΙ ΔΑΣΜΟΥΣ ΕΩΣ 212% ΣΤΑ ΑΥΣΤΡΑΛΕΖΙΚΑ ΚΡΑΣΙΑ_

Προκαταρκτικά μέτρα anti-dumping στις εισαγωγές κρασιού από την Αυστραλία επιβάλλει η Κίνα, συμπεριλαμβανομένων δασμών έως 200%, κίνηση που η Αυστραλία χαρακτήρισε αδικαιολόγητη. Η ανακοίνωση έγινε από το κινεζικό Υπουργείο Εμπορίου στις 27 Νοεμβρίου, με τιμολόγια μεταξύ 107,1% και 212,1% να έχουν ήδη τεθεί σε ισχύ.

Σύμφωνα με το Reuters, η Αυστραλία αναφέρει ότι η κίνηση έχει πολιτικές και διπλωματικές ρίζες και δεν προκύπτει από προτάσεις οινοποιών.

ΜΗ ΒΙΩΣΙΜΟ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ

Μάλιστα, ο υπουργός Εμπορίου της Αυστραλίας, Simon Birmingham, δήλωσε ότι οι δασμοί ήταν ένα καταστροφικό πλήγμα για τις επιχειρήσεις, που διαπραγματεύονται με την Κίνα, καθώς "θα καταστήσουν μη βιώσιμο για πολλές επιχειρήσεις το εμπόριο οίνου με την Κίνα". Η κίνηση πραγματοποιήθηκε αφού η Κίνα ξεκίνησε έρευνα anti-dumping στις εισαγωγές κρασιού από την Αυστραλία τον Αύγουστο, αυξάνοντας την ένταση μεταξύ των δύο χωρών.

THE TRENDLETTER

Sò Posh!

καθημερινά με το



**2ND FAMILY
BUSINESS
CONFERENCE**
**Digital Edition****16 Δεκεμβρίου 2020**

ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗ
ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Δρ. Βασίλης Αποστολόπουλος, Δ. Σύμβουλος Όμιλος Ιατρικού Αθηνών-Πρόεδρος ΕΕΝΕ-Πρόεδρος LSE-The Hellenic Alumni Association

Αρμόδιος Γιαννίδης, CEO, Vitex, Μέλος της Πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

Αλέξανδρος Δοβλές, Εταίρος, Saplegal - Α.Σ. Παπαδημητρίου & Συνεργάτες Δικ.Εταιρία

Ευτυχία Κασελάκη, Εταίρος EY Ελλάδος, Επικεφαλής Ιδιωτικού Τομέα, Επικεφαλής Υπηρεσιών Ανθρώπινου Δυναμικού & Συμβουλευτική Ψηφιακού Μετασχηματισμού

Μαρίκα Λάμπρου, Συγγραφέας του βιβλίου «Μυστικά επιτυχίας για οικογενειακές επιχειρήσεις στη νέα εποχή»

Ελένη Παπανδρέου, Δ. Σύμβουλος, Intersys

Δρ. Πανίκκος Πουτζιούρης, Rector UCLan Cyprus, The Enterprising British University

Σπύρος Ρετენტάκος, Επικεφαλής της Τραπεζικής Μικρών Επιχειρήσεων, Alpha Bank

Ελίνα Σβύρου, Εμπορική Διευθύντρια Corporate Business, Vodafone

Μιχάλης Σιαμίδης, Δ. Σύμβουλος, Siamidis SA - Αντιπρόεδρος, EBEA

Ιωάννης Τσερέπας, Πρόεδρος & Δ.Σ, Lariplast

Μιχάλης Τσαούτος, Αντιπρόεδρος της Πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ - Ιδιοκτήτης ΕΨΑ

Για περισσότερες πληροφορίες πατήστε εδώ

ή επικοινωνήστε με Κωνσταντίνα Συλλέου, info@palladianconferences.gr, 210339232

Support



Auspices



Knowledge Partner



Gold Sponsor



Bronze Sponsor



Contributors



Communication Sponsors



• **Σ. ΔΡΑΚΟΥΛΗΣ**

ΣΤΟ +35% Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ -ΣΧΕΔΙΑΖΟΥΜΕ ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΑ_

"Η ανταπόκριση, που έχουν οι υπηρεσίες delivery που παρέχουμε και το takeaway είναι εντυπωσιακή. Οι πωλήσεις μας πάνε συνεχώς καλύτερα και σήμερα βρίσκονται στο +35% συγκριτικά με την μέση κατανάλωση, που είχαμε πριν το lockdown. Αυτό συμβαίνει γιατί οι καταναλωτές εκτιμούν το προϊόν μας και παραγγέλνουν πιο συχνά, καθώς βρίσκονται περισσότερες ώρες στο σπίτι", δηλώνει στο Fnb Daily ο Στράτος Δρακούλης, ιδιοκτήτης της γνωστής ομώνυμης αλυσίδας εστίασης.

"ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ"

"Στους άμεσους σχεδιασμούς μας είναι να αυξήσουμε τα καταστήματα, που διαχειριζόμαστε και να ανοίξουμε νέα σημεία πώλησης. Διατηρώντας την ποιότητα, το design των καταστημάτων και τον τρόπο εξυπηρέτησης", σημειώνει ο ίδιος.

"ΜΕ ΔΙΚΑ ΜΑΣ ΜΕΣΑ ΤΟ DELIVERY"

"Τα προϊόντα μας είναι ιδιαίτερα και με εγνωσμένη ποιότητα. Επομένως δεν επιμετευόμαστε κάποια εταιρεία για να κάνει delivery. Θέλουμε να έχουμε τον έλεγχο της ποιότητας, και αυτό μπορεί να γίνει μόνο με δικό μας στόλο delivery", δηλώνει ο κ. Δρακούλης.

ΤΟ CONCEPT DELICATESSEN ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟΥ

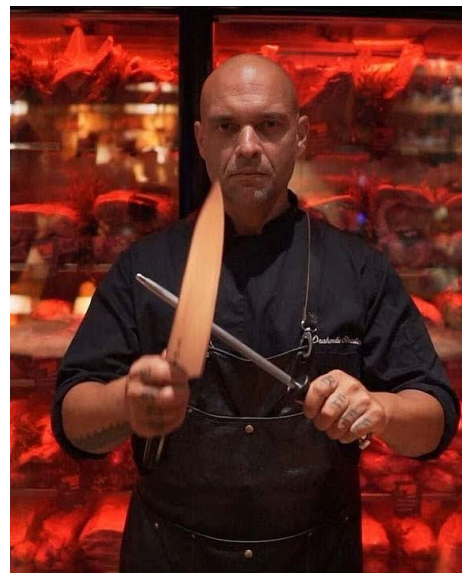
"Η λογική μας είναι να φέρουμε σύγχρονα κρεοπωλεία, τα οποία θα έχουν συγκεκρι-



μένη προέλευση από φάρμες άριστης ποιότητας, κοπές συγκεκριμένες και ποσοστά ενδομυϊκού λίπους. Το νέο κατάστημα της Νέας Σμύρνης αυτή την υπηρεσία παρέχει στους καταναλωτές. Να αγοράζουν τα προϊόντα που θέλουν, παραγγέλλοντάς τα. Η υπηρεσία αυτή έχει μεγάλη ανάπτυξη, χωρίς να έχω όμως συγκριτικά δεδομένα. Είναι ένα νέο concept, το οποίο θα αναπτύξουμε και σε άλλα καταστήματά μας.

ΑΠΟ ΜΑΡΤΙΟ ΣΤΗ ΜΥΚΟΝΟ

Η εταιρεία έχει από σήμερα σχεδιάσει το άνοιγμα του καταστήματος στη Μύκονο, για τον Μάρτιο του 2021. Σκέψεις για



Στράτος Δρακούλης, ιδιοκτήτης, Δρακούλης

παράταση γίνονται, ωστόσο δεν έχει κάτι αποφασιστεί.

INFO - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Μύκονος
Βούλα
Κολωνάκι
Ν.Σμύρνη

• **HUNGRYPANDA**

ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ \$70 ΕΚΑΤ._

Η διαδικτυακή πλατφόρμα παράδοσης ασιατικών προϊόντων, HungryPanda, εξασφάλισε \$70 εκατ. σε πρόσφατο γύρο χρηματοδότησης, εκ των οποίων \$35 εκατ. προήλθαν από τη σουηδική εταιρεία επενδύσεων Kinnevik.

Η HungryPanda, που ξεκίνησε το 2017 και έχει έδρα το Λονδίνο, έχει επεκταθεί σε έξι χώρες παγκοσμίως, μεταξύ των οποίων και οι ΗΠΑ.

Άλλοι επενδυτές, που συμμετείχαν στον γύρο, είναι οι Piton Capital, VNV Global και Burda Principal Investment.



Kelu Liu, ιδρυτής, HungryPanda

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• **GLVIEW**

Η ΝΕΑ ΒΑΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ_

Την Glview, τη νέα βάση δεδομένων για την αναζήτηση όλων των γεωγραφικών ενδείξεων, που προστατεύονται σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης και παρέχει ένα ενιαίο σημείο πρόσβασης στα δεδομένα των καταχωρισμένων στην Ευρωπαϊκή Ένωση γεωγραφικών ενδείξεων, παρουσίασε η Κομισιόν.

Πιο συγκεκριμένα περιέχει λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις γεωγραφικές ενδείξεις τρίτων χωρών που προστατεύονται σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης βάσει διμερών και πολυμερών συμφωνιών, καθώς και τις γεωγραφικές ενδείξεις της, που προστατεύονται σε τρίτες χώρες.

ΣΥΝΕΧΗΣ ΕΠΙΚΑΙΡΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Η βάση δεδομένων επικαιροποιείται συνεχώς με επίσημα καταχωρισμένα δεδομένα από την Κομισιόν (Γ.Δ. Γεωργίας και



Αγροτικής Ανάπτυξης), ενώ την ανάπτυξη και συντήρησή της έχει αναλάβει το Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO).

"Η πλατφόρμα αυτή αποτελεί σημαντικό εργαλείο για την περαιτέρω προβολή των διάσημων ευρωπαϊκών γεωγραφικών ενδείξεων, καθώς και των γεωγραφικών ενδείξεων, που προστατεύονται βάσει διεθνών συμβάσεων που έχουμε συνάψει. Κάθε γεωγραφική ένδειξη, που έχει καταχωριστεί στην ΕΕ έχει από πίσω της μια ιστορία, η οποία αντανάκλα την ποικιλία και τον πλούτο των προϊόντων που μας χαρίζει η ήπειρός μας. Οι υπηρεσίες μου κι εγώ θα συνεχίσουμε να διερευνούμε τρόπους ενίσχυσης των γεωγραφικών ενδείξεων, οι οποίες έχουν αποδείξει την προστιθέμενη αξία τους τόσο για τους παραγωγούς όσο και για τους καταναλωτές", αναφέρει ο Επίτροπος Γεωργίας Γιάννης Βοϊτισιέχφσκι.

11

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ
ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΙΠΕ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ

**Αλλαγή
ή Αντοχή;**

Σύντομα σε μια οθόνη σας... Συντονιστείτε!
ΠΕΜΠΤΗ 10 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2020

• **FNB IN THE WORLD**

ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΡΕΦΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΠΡΟΣ ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ D2C_

Σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, εν μέσω της πανδημίας, οι εταιρείες τροφίμων αλλάζουν τη στρατηγική πωλήσεών τους και απευθύνονται όλο και περισσότερο κατευθείαν στον τελικό καταναλωτή. Άλλωστε, οι προκλήσεις για τις εταιρείες τροφίμων στο νέο πεδίο πωλήσεων είναι τεράστιες. Καλούνται να ανταγωνιστούν ή να προσαρμοστούν, στο πλαίσιο που έχουν ήδη θέσει κολοσσοί του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως η Amazon.

Το δίλημμα θα γίνεται όλο και πιο έντονο, καθώς οι τάσεις είναι ξεκάθαρες. Το 2021 προβλέπεται συνολική αύξηση του e-commerce κατά 14%.

ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΠΟΥΝ ΣΤΟ... ΠΑΙΧΝΙΔΙ

Αν οι εταιρείες συσκευασμένων τροφίμων δεν μπουν στο παιχνίδι θα χάσουν πελάτες, ιδίως στις δημογραφικές αυτές ομάδες, που είναι απολύτως εξοικειωμένες με τις διαδικτυακές συναλλαγές.

Τα πλεονεκτήματα της απευθείας πώλησης στον καταναλωτή είναι πολλά, αλλά το σημαντικότερο είναι η αδιαμεσολάβητη σχέση με τον αγοραστή, χωρίς τα ενδιάμεσα στάδια της εμπορικής αλυσίδας, που επιβαρύνουν την τελική τιμή του προϊόντος. Παράλληλα, η σχέση παραγωγού και καταναλωτή καθίσταται αμοιβαία επωφελής, χωρίς ενδιάμεσους.



ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ

Η τάση είχε ήδη ξεκινήσει προ πανδημίας, κατά τη διάρκεια ωστόσο της τελευταίας έλαβε άλλες διαστάσεις. Σύμφωνα με τον Simon Harvey της GlobalData, ο κορονοϊός εξώθησε τους καταναλωτές να προτιμήσουν το διαδίκτυο για τις αγορές ακόμα και προϊόντων που μέχρι πρότινος ήταν εκτός του οπτικού πεδίου καταναλωτικής τους συμπεριφοράς στο ίντερνετ. Έτσι, άλλαξαν συνεπακόλουθα και οι προτεραιότητες των εταιρειών.

ΟΙ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ...ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΤΟΝ ΔΡΟΜΟ

Χαρακτηριστικό της σχετικής τάσης είναι ότι, ακόμη και κολοσσοί, όπως οι PepsiCo, Nestle και Kraft Heinz έχουν δημιουργήσει πλέον ιστοσελίδες με επιλογές απευθείας αγοράς των προϊόντων τους από τους καταναλωτές.



PEPSICO

Για παράδειγμα, η PepsiCo λάνσαρε δύο ιστότοπους απευθείας προς τους καταναλωτές (D2C): PantryShop.com και Snacks.com.

Στο PantryShop.com, οι καταναλωτές

μπορούν να παραγγείλουν εξειδικευμένα πακέτα, που περιέχουν τα κορυφαία προϊόντα της PepsiCo σε κατηγορίες όπως "Rise & Shine", "Snacking" και "Workout & Recovery".

Στο Snacks.com, οι καταναλωτές μπορούν να επιλέξουν από πάνω από 100 προϊόντα Frito-Lay από διάφορες μάρκες. Νέα προϊόντα θα συνεχίσουν να προστίθενται τους επόμενους μήνες. "Η Pepsi θα μετατοπίσει κεφάλαια από άλλα MME στο ηλεκτρονικό εμπόριο μακροπρόθεσμα", δήλωσε ο CEO της PepsiCo, Ramon Laguarta.



HEINZ - NESTLE

Τον περασμένο Απρίλιο, η Heinz δημιούργησε την πρώτη της επιχειρηματική γραμμή DTC, προσφέροντας σταθερά είδη στο ράφι όπως φασόλια, μακαρόνια, καρυκεύματα και σούπα για παραδόσεις στο σπίτι στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Η Nestle είχε ξεκινήσει μια υπηρεσία DTC το 2019 για τη μάρκα σοκολάτας KitKat και παρουσίασε σημαντικές αυξήσεις στο ηλεκτρονικό εμπόριο, πορεία την οποία ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, Mark Schneider αναμένει να συνεχιστεί και μετά το COVID-19.

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

• **ΕΣΤΙΑΣΗ**

ΧMAS LOADING ΣΤΟΝ ΓΡΗΓΟΡΗ_

Ο Γρηγόρης υποδέχεται τους καταναλωτές με νέα Χριστουγεννιάτικα ροφήματα και γλυκά. Οι νέες προτάσεις στην αλυσίδα είναι το Χmas Cappuccino και η Χmas Σοκολάτα, σεβρισμένα με σαντιγί και κόκκινη και πράσινη τρούφα, καθώς και τα Χmas Donuts με γέμιση πραλίνας φουντουκιού και επικάλυψη white choco.



• **ΕΥΡΩΠΗ**

ΠΤΩΣΗ ΕΩΣ 25% ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ ΤΟ 2020_

Με τον κορονοϊό να κρατά κλειστά τα περισσότερα εστιατόρια και τις μπουραρίες στην Ευρώπη και ως απόρροια του πρώτου κύματος lockdown στη Γηραιά Ήπειρο η ευρωπαϊκή αγορά μπύρας αναμένεται να καταγράψει πτώση έως 25% το 2020, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση Ζυθοποιών (The Brewers of Europe).

"Μέχρι σήμερα έχουμε χάσει περίπου το 20% των πωλήσεων του 2019, και οι εκτιμήσεις για πτώση 25% έχουν γίνει με βάση του feedback, που έχουμε από τα εστιατόρια, τις μπουραρίες και τα σημεία πώλησης μπύρας", δήλωσε στο Euractive ο Pierre-Olivier Bergeron, πρόεδρος της Ένωσης Ζυθοποιών Ευρώπης.

ΟΙ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΕΣΩΣΑΝ ΤΗΝ ΠΑΡΤΙΔΑ

"Οι προηγούμενες εκτιμήσεις έκαναν για πτώση 30% στις πωλήσεις μπύρας στην

Ευρώπη, ωστόσο η κατάσταση είναι ελαφρώς καλύτερη χάρη στο delivery και κυρίως κάποιων προσφορών, που γίνονται στα σημεία retail. Σύμφωνα με την Κομισιόν περίπου 15 χώρες στην Ευρώπη έχουν κλείσει εστιατόρια, pubs και bars και τα υπόλοιπα μέλη της ΕΕ έχουν σε εφαρμογή δυνατούς κανόνες περιορισμού των μετακινήσεων", σημειώνει ο ίδιος.

ΑΠΟ 7 % ΕΩΣ 30% Η ΠΤΩΣΗ

"Η εικόνα στις πωλήσεις μπύρας δεν είναι ομοιόμορφη. Υπάρχουν χώρες όπως η Εσθονία, που καταγράφει πτώση 7% και χώρες, όπως η Πορτογαλία, που η πτώση αγγίζει το 70%. Ακόμη και όταν ανοίξουν τα bars, η κοινωνική αποστασιοποίηση και τα μέτρα περιορισμού των μετακινήσεων θα οδηγήσουν στην κάλυψη μόλις το 50% του τζίρου του 2019", κατέληξε ο ίδιος.



Pierre-Olivier Bergeron, πρόεδρος, The Brewers of Europe

Christmas gifts collection!

Τηλ.: 210.8042129 - κιν.: 6932701399 - mail: marketing@stargifts.gr

ΜΥΛΟΙ ΛΟΥΛΗ

• FhEXECUTIVES

Ο KALIN YONON ΝΕΟΣ CEO ΣΤΗΝ LOULIS MEL BULGARIA_

Ο Kalin Yonon είναι ο νέος CEO της θυγατρικής της Μύλοι Λούλη στη Βουλγαρία, Loulis Mel Bulgaria, αντικαθιστώντας τον Δημήτρη Ταρναρά.

Σύμφωνα με τον επικεφαλής του ελληνικού ομίλου, Νίκου Λούλη, "μετά από διεξοδική έρευνα το τελευταίο δίμηνο, είμαι πολύ σίγουρος ότι ο Kalin Yonon είναι το καλύτερο πρόσωπο για να αναλάβει ως διευθύνων σύμβουλος στη θυγατρική μας στη Βουλγαρία".

Τόνισε ότι, "ο κ. Yonon έχει αποδεδειγμένο ιστορικό σε μεταποιητικές επιχειρήσεις, σε commodity trading εμπορευματικές συναλλαγές και σε θέσεις του χρηματοοικονομικού τομέα, τα οποία όλα μαζί ταιριάζουν απόλυτα με το επιχειρηματικό μας προφίλ", προσθέτοντας ότι "το σημαντικότερο είναι ότι ο κ. Yonon είναι εξαιρετικός άνθρωπος και επαγγελματίας. Ανυπομονώ να αναπτύξει περαιτέρω την ήδη επιτυχημένη Loulis Mel Bulgaria".

"ΚΑΤΑΠΛΗΚΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ"

Από την πλευρά του, ο Kalin Yonon τόνισε ότι "ύστερα από μήνες ανεπιτυχούς αναζήτησης για κάποια διευθυντική θέση εργασίας στις συνθήκες που δημιουργήσε η κρίση (της πανδημίας), ήρθε μια καταπληκτική ευκαιρία. Είμαι πολύ περήφανος που ένας ιδιοκτήτης έβδομης γενιάς, ένα άτομο που έχει σπουδάσει σε τρεις ηπείρους, μου είπε ότι, μετά τη συνέντευξή μας και τις συστατικές που έλαβε για μένα, δεν μπορούσε να φανταστεί ένα πιο κατάλληλο άτομο για να χτίσει τη νεότερη επένδυσή του στη Βουλγαρία από το μηδέν". Συμπλήρωσε δε με έμφαση: "Εργαστάσιο, δημιουργικότητα, δράση, ομαδική εργασία, επιχειρηματική ανάπτυξη, νύχτες χωρίς ύπνο ... εν συντομία: ένα πάρτι για την ψυχή ενός workaholic σαν κι εμένα!"

SHORT BIO

Τα περισσότερα χρόνια της έως τώρα καριέρας του Yonon – ο οποίος παρεμπιπτόντως είναι και απόφοιτος της...ΑΣΟΕΕ - τα έχει περάσει από την Metalvalius (που



Νίκος Λούλης, επικεφαλής, Μύλοι Λούλη - Kalin Yonon, νέος CEO, Loulis Mel Bulgaria

ανήκει στον όμιλο Βιοχάλκο), γεγονός το οποίο προφανώς μέτρησε αρκετά στην τελική απόφαση της Μύλοι Λούλη.

- Belono Paper Mill S.A. (Βουλγαρία): CEO (2 χρόνια-3 μήνες)
- Inos Balkan d.o.o. (Βουλγαρία): Interim General Manager (1 έτος)
- Metalvalius (μέλος ομίλου Βιοχάλκο) (Βουλγαρία): διάφορες θέσεις (10 χρόνια)
- Nono Metal doo (Σκόπια): manager (6 χρόνια-2 μήνες)

ΤΙ...ΠΑΡΕΔΩΣΕ Ο ΤΑΡΝΑΡΑΣ

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο ισχυρός άνδρας της Μύλοι Λούλη συνεχάρη δημοσίως τον πρώην CEO, Δημήτρη Ταρναρά, "για την καταπληκτική δουλειά που έχει κάνει μέχρι στιγμής στη Βουλγαρία ως CEO της Loulis Mel Bulgaria.

Ο κ. Ταρναράς ξεκίνησε την εταιρεία από το μηδέν, ως κυριολεκτικά ο υπάλληλος υπ' αριθμόν 1, και παραδίδει σήμερα μια εταιρεία με ένα υπερσύγχρονο εργοστάσιο παραγωγής, με μια μεγάλη ομάδα 40+ ατόμων και έσοδα που ξεπερνούν τα 7 εκατ. ευρώ".

Η ΑΜΚ ΤΩΝ 2 ΕΚΑΤ.

Θυμίζουμε ότι στις 16 Ιουνίου 2020, ολοκληρώθηκε η αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου, της θυγατρικής της, Loulis International Foods Enterprises Bulgaria Ltd, με την καταβολή 2 εκατ. ευρώ. Στόχος ήταν η ενίσχυση της Loulis Mel-Bulgaria, προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες για κεφάλαια κίνησης σε αυτήν.

DATA

Loulis Mel Bulgaria (σε χιλ. Ευρώ)
Κύκλος εργασιών
2019: 967
2018: 1.247
Μικτά κέρδη
2019: 9
2018: 232
Αποτελέσματα προ φόρων
2019: (785)
2018: (248)

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• EKE

ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΤΗΣ ΣΤΗ ΣΑΜΟ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΠΛΗΓΕΙ ΑΠΟ ΤΟ ΣΕΙΣΜΟ_

Η εταιρεία Μύλοι Λούλη, με επτά γενεών παράδοση προσφοράς και υψηλό αίσθημα ευθύνης, ενισχύει τους συνεργάτες της στη Σάμο, που έχουν πληγεί από τον σεισμό, κάνοντας έτσι, για μια ακόμα φορά, πράξη την υπόσχεσή της να στηρίζει και να συνεισφέρει στην κοινωνία που δραστηριοποιείται.

Η εταιρεία προσέφερε 3.000 kg αλεύρι σε συνεργάτες της στη Σάμο για να βοηθήσει με τον δικό της τρόπο τους κατοίκους να ανταπεξέλθουν στις δύσκολες αυτές συνθήκες. Συγκεκριμένα, η Μύλοι Λούλη προχώρησε σε δωρεά 120 σακίων αλεύρι σε 12 αρτοποιούς του νησιού.



**μύλοι
ΛΟΥΛΗ**

• **ΧΑΛΒΑΔΟΠΟΙΙΑ ΚΡΗΤΗΣ**

ΣΤΟΧΟΣ ΡΩΣΙΑ ΚΑΙ ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ_

Στην αγορά της Ρωσίας και της Σκανδιναβίας στοχεύει η Χαλβαδοποιία Κρήτης, η οποία έχει έδρα στον Άγιο Σύλλα Ηρακλείου.

"Η ανάπτυξη των εξαγωγών είναι αλματώδης, καθώς καταναλώνουν χαλβά όλο το χρόνο", αναφέρει στο Fnb Daily ο Νεκτάριος Βασιανάς, παραγωγός και ιδιοκτήτης της εταιρείας.

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ

Επισημαίνει ότι θα εμπλουτιστεί η κατηγορία του χαλβά με δύο νέους κωδικούς. "Ίσως να είναι διαθέσιμοι μέχρι τέλος του έτους. Είμαστε σε διαδικασία πειραματισμών, γιατί θέλουμε να είναι πρωτότυπες γεύσεις, να μην έχουν κυκλοφορήσει αντίστοιχα προϊόντα".

ΔΙΑΘΕΣΗ

Delicatessen
Καταστήματα ξηρών καρπών

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες
Γερμανία
Αγγλία
Πολωνία
Ρουμανία
Ουκρανία
Κυριότερη αγορά
Πολωνία
%τζίρου: 20%

INFO - ΠΡΟΙΟΝΤΑ

Χαλβάς
Ταχίνι
Βούτυρα Ξηρών Καρπών



Business
MINDSET



Powered by Valentina Kordi

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



Κάθε Παρασκευή

στο BnB Daily και στο Fnb Daily

• **TERRA CRETA**

ΤΟ ΑΓΟΥΡΕΛΑΙΟ ΜΠΗΚΕ ΣΤΑ MY MARKET - ΣΤΟ +20% ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ_

Στα My Market μπαίνει το αγουρέλαιο της Terra Creta, στα πλαίσια ενίσχυσης της παρουσίας της εταιρείας στο retail.

"Στα My Market έχουμε ήδη τέσσερα προϊόντα και αποφασίσαμε να τοποθετήσουμε και το αγουρέλαιο, ένα πολύ ποιοτικό προϊόν, με ξεκάθαρο γευστικό προφίλ", αναφέρει στο Fnb Daily ο Γενικός Διευθυντής της εταιρείας, Φώτης Σούσαλης, συμπληρώνοντας ότι έχει τοποθετηθεί σε όλο το δίκτυο της αλυσίδας στο χώρο των λαχανικών.

ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Επισημαίνει δε, ότι σκοπός είναι να μπουτ τα προϊόντα της εταιρείας του Ομίλου IOGR, σε περισσότερες αλυσίδες και σημεία διανομής.

"Στοχεύουμε στην ανάπτυξη του retail και στη δημιουργία συνεργασιών και με άλλες αλυσίδες, καθώς βλέπουμε να υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης".

Θυμίζουμε ότι προς το παρόν τα προϊόντα της διατίθεται σε:

- My Market
- AB Βασιλόπουλο

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ. ΑΝΟΙΞΕ ΤΟ ΙΣΡΑΗΛ

Η χρονιά για την Terra Creta αναμένεται να κλείσει με άνοδο άνω του 20% στις εξαγωγές, με την εταιρεία να στοχεύει σε ενίσχυση της παρουσίας της στις χώρες, που ήδη δραστηριοποιείται, ενώ μέσα στο δεκάμηνο άνοιξε και το Ισραήλ.

"Πέρυσι το 94% του τζιρού ήταν στις εξαγωγές και φέτος αναμένεται να είναι πολύ

περισσότερο, ενώ δυναμική ήταν και η παρουσία μας στα online κανάλια, όπως το Amazon".

Σύμφωνα με τον κ. Σούσαλη, αυτή η ανάπτυξη εξισορρόπησε την μείωση στην Ελλάδα, που προέκυψε κυρίως από τη μειωμένη ροή τουριστών. "Είμαστε πολύ δυνατοί στα duty free, αλλά φέτος μας επηρέασε η όλη κατάσταση στον τουρισμό".

INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες: 45

Κυριότερες αγορές
Κεντρική Ευρώπη

ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΤΗΣ HOTEL BRAIN

Σε ό,τι αφορά το ενδεχόμενο να μπουτ τα προϊόντα της Terra Creta στα ξενοδοχεία, που διαχειρίζεται ο Όμιλος HotelBrain μετά την ανακοίνωση της στρατηγικής συνεργασίας με τον Όμιλο IOGR, στον οποίο ανήκει η Terra Creta, ο κ. Σούσαλης υπογράμμισε ότι, "σίγουρα θα αναζητηθούν συνέργειες, αλλά ακόμα είναι πολύ νωρίς να πούμε κάτι πιο συγκεκριμένο".

ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ Η ΦΕΤΙΝΗ ΣΟΔΕΙΑ

Ερωτηθείς για την φετινή σοδειά, ανέφερε ότι στη Δυτική Κρήτη είναι από τις καλύτερες των τελευταίων 12 ετών τόσο από άποψη ποσότητας, όσο και ποιότητας.

"Στο δικό μας ελαιουργείο η αύξηση είναι μεγάλη και αυτό μας κάνει αισιόδοξους για την ποιότητα, τόσο στις premium γραμμές, όσο και στις υπόλοιπες".



Φώτης Σούσαλης, Γενικός Διευθυντής, Terra Creta

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr



Office
WEEKLY

ΓΙΑ ΠΑΝΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

FACILITY MANAGEMENT
ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ
DESIGN

ΤΑΣΕΙΣ
ΛΥΣΕΙΣ
ΑΠΟΨΕΙΣ



Κάθε Τετάρτη, με το BnB Daily

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• **ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΧΑΤΖΗΔΑΚΗΣ**

ΣΤΟ ΜΙΣΟ Ο ΤΖΙΡΟΣ - ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟ 55% ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ_



"Η κρίση του κορονοϊού έχει σημαντικές επιπτώσεις στην Οινοποιείο Χατζηδάκης. Η πτώση στις παραγγελίες ξεπερνά το 50% συγκριτικά με το 2019, ενώ στα νησιά που έχουμε παρουσία δεν υπήρξε τουρισμός. Αυτό, σε συνδυασμό με τα lockdown, έχουν ρίξει τον κύκλο εργασιών, ωστόσο υπάρχει αισιοδοξία πως με το εμβόλιο θα επανέλθουμε σε μία κάποια κανονικότητα", δηλώνει στο FNB Daily η Κωνσταντίνα Χρυσού, συνιδρύτρια στο Οινοποιείο Χατζηδάκης.

ΕΝΤΟΝΟΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ

"Η εταιρεία έχει έντονο εξαγωγικό προσανατολισμό, με το 55% της παραγωγής της να κατευθύνεται σε χώρες του εξωτερικού. Όπως και στην Ελλάδα, τα premium κρασιά μας είναι διαθέσιμα σε εστιατόρια και delicatessen μαγαζιά και premium κάβες. Η πολιτική αυτή, σύμφωνα με την οποία δεν θέλουμε να έχουμε παρουσία σε μαζικά σημεία πώλησης, διατηρεί την ποιότητα των προϊόντων και του ονόματός μας", δηλώνει η ίδια.

INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

ΗΠΑ
Καναδάς
Δανία
Βέλγιο
Λουξεμβούργο
Ισπανία
Ιταλία
Κύπρος

"ΔΥΣΚΟΛΕΣ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ"

"Είχαμε επενδυτικό σχεδιασμό για τη διετία 2020- 2021, ωστόσο τώρα προτεραιότητά μας είναι να διατηρήσουμε μέρος του τζίρου μας και να αγοράσουμε ορισμένα μηχανήματα. Όχι όμως μεγάλης κλίμακας επενδύσεις", αναφέρει η ίδια.

INFO - ΚΡΑΣΙΑ

Αηδάνι
Σαντορίνη Famillia
Σαντορίνη Cuvée No 15
Σκυτάλη
Νυχτέρι
Vinsanto
Βουδουμάτο
Νάμα

Η ΒΡΑΒΕΥΣΗ ΑΠΟ ΤΙΣ ΗΠΑ

"Το γνωστό αμερικάνικο περιοδικό Whines & Spirits μας βράβευσε πρόσφατα. Η αλήθεια είναι πως μας κάλεσαν και μας το είπαν, δεν γνωρίζαμε τότε έχουν γευτεί τα κρασιά μας. Έρχονται αρκετοί δημοσιογράφοι στο οινοποιείο μας, αλλά στέλνουμε και αρκετές παραγγελίες στις ΗΠΑ, επομένως μέχρι σήμερα δεν γνωρίζουμε πως έφτασαν τα κρασιά μας σε ένα κορυφαίο περιοδικό", καταλήγει η κα. Χρυσού.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr



FN|USA.

**NEWS, TRENDS,
COMPLIANCE**



**ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ
NEWSLETTER**

**ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΤΩΝ Η.Π.Α.**

Κάθε Δευτέρα, με το



Powered by
Elementals
Accelerating Products in Global Markets

• **KOTINO**

ΕΤΡΕΧΕ ΜΕ 35% ΣΤΟ ΔΕΚΑΜΗΝΟ - ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ_

Στην ανάπτυξη προϊόντων πρόσθετης αξίας στοχεύει η πτηνοτροφική εμπορική επιχείρηση Kotino.

"Στοχεύουμε στην ανάπτυξη προψημένων προϊόντων, έχουμε κάνει επένδυση στα παρασκευάσματα και με βάση αυτό θα υπάρχουν νέοι κωδικοί και επενδύσεις στο μέλλον", αναφέρει στο Fnb Daily ο Ηλίας Σαρηνιαννίδης, CEO της Kotino.

INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Αγγλία
Κύπρος

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Αναφορικά με το πλάνο των εξαγωγών, ο κ. Σαρηνιαννίδης υποστηρίζει ότι η Kotino αρχικά δίνει έμφαση στην κάλυψη ζήτησης στην εγχώρια αγορά. "Βασική μας αγορά είναι η ελληνική και έπειτα κοιτάμε και την Ευρώπη", επισημαίνει.

ΔΥΣΚΟΛΗ ΧΡΟΝΙΑ ΜΕ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Σε ό,τι αφορά τον κλάδο, ο ίδιος τονίζει ότι είναι μια δύσκολη χρονιά με πολλές προκλήσεις.

"Διανύουμε μια δύσκολη χρονιά, γιατί με το που έσκασε η πανδημία, οι επιπτώσεις στο κοτόπουλο ήταν σημαντικές, καθώς το 40% - 50% πάει στην εστίαση. Εκτιμάται ότι ο συνολικός τζίρος και οι τοποθετήσεις θα είναι μειωμένες κατά περίπου 15%, με παράλληλη αύξηση των αποθεμάτων".

ΑΥΞΗΣΗ 35% ΣΤΑ ΠΡΟΨΗΜΕΝΑ & ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ

Υπογραμμίζει δε πως "το θετικό είναι ότι οι πωλήσεις των προϊόντων πρόσθετης αξίας (προψημένα, παρασκευάσματα), που αποτελούν το βασικό στόχο της επιχείρησης,



παρουσιάζουν στο 10μηνο αύξηση 35% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019".

ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΑΝΟΔΟ ΣΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΤΟ 2020

Η εταιρεία παρέμεινε και πέρυσι σε ζημιογόνο έδαφος. Κατά τη διάρκεια του 2020 προχωρά τόσο στον εξορθολογισμό του κόστους λειτουργίας της, όσο και στην ανίχνευση νέων εμπορικών δυνατοτήτων. Παράλληλα, σε βραχυπρόθεσμο επίπεδο στρατηγικού επιχειρησιακού σχεδιασμού, προχωρά σε νέες συνεργασίες και μελετά νέα επιχειρηματικά σχέδια, έχοντας κατάρτισει πενταετές επιχειρηματικό πλάνο με σκοπό την επάνοδο της εταιρείας σε κερδοφορία. Επίσης το μίγμα πωλήσεων της εταιρείας μεταβάλλεται, με σταδιακή αύξηση των μεριδίων των νέων και κερδοφόρων προϊόντων, βάσει των κατευθύνσεων του επιχειρηματικού πλάνου.

Επιπρόσθετα, εξετάζει μεταξύ άλλων:

- εκποίηση περιουσιακών στοιχείων που δεν εντάσσονται στη βασική λειτουργική δραστηριότητα

- αποτελεσματική εκμετάλλευση περιουσιακών στοιχείων και κερδοφόρων δραστηριοτήτων
- αναθεώρηση υφιστάμενων συμφωνιών με συνεργάτες

DATA (σε χιλ €)

Κύκλος εργασιών

2019: 10.827

2018: 11.144

Μεταβολή: -2,85%

Μικτό αποτέλεσμα

2019: 633

2018: 763

Μεταβολή: -16,95%

EBITDA

2019: (41)

2018: (98)

Αποτελέσματα προ φόρων

2019: (257)

2018: (306)

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr