

Χρυσή Ζύμη

Χορευτή

Γεύση που χορεύει με την παράδοση.



Ο χορός είναι παντού γύρω μας.
Σε όσα έφτιαξε η φύση. Σε αυτά που δημιούργησε
ο άνθρωπος. Στις συνήθειες και τις παραδόσεις μας.
Και τώρα πια, ο χορός είναι και στο τραπέζι μας,
με τη Χορευτή πίτα από τη Χρυσή Ζύμη.

Το πλούσιο φύλλο της λικνίζεται με χάρη σε δίπλες που
τραγανίζουν και αγκαλιάζει μοναδικά τα διαλεκτά μας υλικά.
Μπείτε κι εσείς στον χορό, απολαμβάνοντας τη Χορευτή μας
σε τέσσερις γευστικές επιλογές: Τυρόπιτα, Σπανακόπιτα,
Κοτόπιτα και Κασερόπιτα.

Χρυσή Ζύμη. Δεν έτυχε... Πέτυχε!



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 25 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2022
ΤΕΥΧΟΣ 1563



• ΚΡΙ ΚΡΙ

Στο +24,5% το 9μηνο - Αύξησε μερίδιο
στο γιαούρτι



• ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΕΛΑΙΟΔΕΝΤΡΟΥ

Το επώνυμο ελαιόλαδο συνεχίζει να κερδίζει
την προτίμηση των καταναλωτών



• ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΜΑΝΔΡΕΚΑΣ

Εμπλουτίζει το portfolio
- Στα €7 εκατ. ο τζίρος του 2022



• ΝΕΡΑ ΚΡΗΤΗΣ

Ποντάρει σε νέες pet φιάλες και ανατιμήσεις
για επιστροφή σε κέρδη

EDITORIAL: Πετρέλαιο και ύφεση

SECRET RECIPE: Διεθνής συνεργασία

NOTICE

CONTENT & SERVICES

BLACK FRIDAY

Διαφημιστείτε τον Ιανουάριο

με **30% - 50%** έκπτωση

Η προσφορά ισχύει έως **30/11**

SMEs
DAILY

BNB
DAILY
BUSINESS IN BRIEF

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

SŌ POSH!


REAL ESTATE DAILY SECRET
THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

ΤΗΛ.: 2103634061, SALES@NOTICE.GR

• ACTION

ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Το δίκτυό της στην Ευρώπη επεκτείνει η δανέζικη discount αλυσίδα Action. Μέχρι στιγμής η Action, που διαθέτει καταστήματα σε δέκα χώρες της Ευρώπης, καταγράφει αύξηση πωλήσεων 27% για το εννεάμηνο του 2022, πραγματοποιώντας τζίρο €6,1 δισ. την ίδια περίοδο, ενώ πρόσθεσε 150 καταστήματα στο δίκτυό της, με περισσότερα από 2.100 σημεία.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Με το κόστος ζωής να έχει ανέβει σημα-

ντικά στην Ευρώπη, οι αγοραστές εστιάζουν στις προσφορές αλλά και στα εκπτώτικα προϊόντα, ενώ δεν είναι αδιάφοροι και για τα loyalty προγράμματα των αλυσίδων. Σε αυτό το πλαίσιο η Action, που λάνσαρε πέρυσι στην αγορά την πλατφόρμα loyalty, εισήλθε με την εφαρμογή και στην αγορά του Βελγίου. Η εφαρμογή επιτρέπει στους πελάτες να σαρώνουν προϊόντα για να λαμβάνουν πρόσθετες πληροφορίες, να δημιουργούν λίστες με αγαπημένα προϊόντα και να ενημερώνονται για προσφορές.



Editorial

Πετρέλαιο και ύφεση

Η εμπειρία δείχνει ότι, για να καταλάβει κανείς αν έρχεται ύφεση στην οικονομία, αρκεί να δει τη συμπεριφορά των τιμών του πετρελαίου. Για παράδειγμα, στις τρεις πιο πρόσφατες υφέσεις πριν από την πανδημία, η τιμή του πετρελαίου είχε εκτιναχθεί στα ύψη ακριβώς πριν την εκδήλωση ύφεσης.

Τι έχει συμβεί, όμως, αυτή τη φορά; Τώρα, είδαμε τις τιμές να αυξάνονται νωρίτερα μέσα στο έτος, για να τις δούμε στη συνέχεια να χαλαρώνουν τους τελευταίους έξι μήνες. Η εξέλιξη αυτή σκόρπισε αισιοδοξία ότι, όπως λέει το Bloomberg, "η υπερθερμανθείσα οικονομία των ΗΠΑ θα είναι σε θέση να επιτύχει μια ήπια προσγείωση".

Ταυτόχρονα, εγείρει ερωτήματα σχετικά με το εάν το πετρέλαιο είναι το ίδιο σημαντικός οικονομικός δείκτης, όπως και στο παρελθόν.

"Την Δευτέρα, η μέση λιανική τιμή της βενζίνης στις ΗΠΑ έφτασε στο χαμηλότερο επίπεδο της από τον Φεβρουάριο. Αν και τα 3,60 δολάρια το γαλόνι εξακολουθούν να ακούγονται πολλά για τους καταναλωτές που συνήθιζαν να πληρώνουν λιγότερα τα προηγούμενα χρόνια, τα εισοδήματα των εργαζομένων έχουν αυξηθεί πολύ με την πάροδο του χρόνου. Σε σχέση με την αύξηση των μέσων μισθών, οι τιμές της βενζίνης βρίσκονται σε επίπεδα συγκρίσιμα με εκείνα του 2018 - μια εποχή κατά την οποία οι τιμές του πετρελαίου δεν φιλοξενούνταν στα πρωτοσέλιδα".

Μια οικονομία της δεκαετίας του 2020, που βασίζεται κατά κύριο λόγο στις υπηρεσίες είναι λιγότερο ευαίσθητη στις τιμές της ενέργειας από μια οικονομία της δεκαετίας του 1970, η οποία βασιζόταν στη μεταποίηση. Η εξέλιξη της εγχώριας ενέργειας την τελευταία δεκαετία καθιστά τις αυξανόμενες τιμές του πετρελαίου περισσότερο μια δυναμική με κερδισμένους και χαμένους, παρά μια πραγματικότητα, ενώπιον της οποίας η οικονομία των ΗΠΑ υποφέρει συνολικά.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Διεθνής συνεργασία

Μια πολύ ενδιαφέρουσα και διεθνής συνεργασία αναμένεται να ανακοινωθεί μέσα στον Δεκέμβριο. Από ελληνικής πλευράς, θα συμμετέχει εταιρεία, που αναπτύσσεται ταχύτατα και αθόρυβα στον κλάδο της, τα τελευταία χρόνια. Περισσότερα, σύντομα...

NOTICE

CONTENT & SERVICES

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΜΕ ΣΤΗΝ
XENIA 2022
26-28 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ
METROPOLITAN EXPO

Σας παρουσιάζουμε το **Diwa e-CHALK BOARD**



ΘΑ ΜΑΣ ΒΡΕΙΤΕ

Hall 1
ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ
E33

Diwa

Ο πρώτος ψηφιακός μαυροπίνακας προβολής

Για περισσότερες πληροφορίες: +30 210 3634061, diwa@notice.gr

• ΟΜΙΛΟΣ FOURLIS
**ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ 2023 ΤΑ ΤΡΙΑ ΠΡΩΤΑ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ HOLLAND
& BARRETT**

Αρχές του 2023, πιθανότατα τον Ιανουάριο, θα ανοίξουν, σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, τα τρία πρώτα καταστήματα προϊόντων ευεξίας Holland & Barrett στην Ελλάδα, από τον Όμιλο Fourlis.

Τα τρία καταστήματα είναι σχεδόν έτοιμα και πρόκειται να ανοίξουν στα εξής σημεία:

- Κηφισιά
- Γλυφάδα
- The Mall Athens

**ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΗ
ΣΤΗΝ ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗ**

Σημειώνεται ότι βάσει του αρχικού σχεδιασμού προβλεπόταν το άνοιγμα των πρώτων καταστημάτων έως το τέλος του 2022, ωστόσο, υπήρξε μια καθυστέρηση, η οποία, σύμφωνα με πηγή που έχει γνώση της υπόθεσης, οφείλεται στην πολυπλοκότητα που χαρακτηρίζει την αδειοδότηση των εν λόγω προϊόντων.

**6 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΕΩΣ ΤΑ ΤΕΛΗ 2023
- ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΡΟΥΜΑΝΙΑ**

Με βάση τον τρέχοντα προγραμματισμό, έως το τέλος του 2023 αναμένεται να λειτουργούν 6 φυσικά καταστήματα Holland & Barrett στην Ελλάδα, καθώς και e-shop, ενώ η εταιρεία προετοιμάζει παράλληλα το έδαφος, ώστε να ξεκινήσει δραστηριότητα και στην Ρουμανία, από το 2024.

Όπως έχει ανακοινώσει ο Όμιλος Fourlis, τα συμφωνημένα αναπτυξιακά σχέδια για τις χώρες Ελλάδα, Βουλγαρία και Ρουμανία περιλαμβάνουν το άνοιγμα 100 - 120 καταστημάτων.

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η Holland & Barrett ιδρύθηκε στο Ηνωμένο Βασίλειο το 1870, ενώ αυτή τη στιγμή, διαθέτει δίκτυο άνω των 1.600 καταστημάτων σε 18 χώρες σε όλο τον κόσμο. Η εταιρεία διαθέτει μια δική της γκάμα από καινοτόμες βιταμίνες, συμπληρώματα διατροφής, αθλητικά συμπληρώματα, προϊόντα εξειδικευμένης διατροφής και φυσικά καλλυντικά.

Περισσότερες πληροφορίες για τις υπόλοιπες δραστηριότητες του Ομίλου Fourlis στο σημερινό [BnB Daily](#).

Ελευθερία Πιπεροπούλου
eleftheria@notice.gr



Βασίλης Φουρλής, επικεφαλής, Fourlis Group



**Business
MINDSET**

**3 ΤΡΟΠΟΙ ΝΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΕΙΤΕ
ΤΟ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ
ΤΗΣ ΑΥΤΟΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΗΣ ΣΑΣ
ΩΣ ΗΓΕΤΗΣ**

Η αυτοαμφισβήτηση είναι μία εσωτερική κατάσταση που πολλοί άνθρωποι βιώνουν στον επαγγελματικό τομέα, όχι μόνο όταν δεν καταφέρνουν να φέρουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, αλλά ακόμη και σε περιπτώσεις που οι στόχοι επιτυγχάνονται. Αυτή τη διαδικασία μπορεί να την βιώσουν ακόμη πιο δύσκολα εκείνοι που έχουν και ρόλο ηγέτη ομάδας, καθώς η φύση του ρόλου τους απαιτεί μία στάση και συμπεριφορά ενός άτρωτου και γεμάτου σιγουριά επαγγελματία. Ως ηγέτης αναμένεται να αποτελέσετε παράδειγμα για τους υφισταμένους σας, όσον αφορά την αυτοπεποίθηση που νιώθετε και εκπέμπετε για την ικανότητα σας να μπορείτε να διαχειρίζεστε ακόμη και τις πιο δύσκολες καταστάσεις αποτελεσματικά.

Ωστόσο, η αγνόηση αυτού του συναισθήματος, προκειμένου να ανταπεξέλθετε στις προσδοκίες της εικόνας του ρόλου σας, δεν λύνει το πρόβλημα. Σκοπός είναι να το διαχειρίζεστε αποδοτικά, ώστε να μην επηρεάζει αρνητικά ούτε την δική σας απόδοση ως leader, αλλά ούτε και των μελών της ομάδας σας, ακολουθώντας τους παρακάτω 3 τρόπους:

- Γίνετε συγκεκριμένοι σχετικά με το τι σας προκαλεί αυτό το συναίσθημα. Είναι ένας συγκεκριμένος στόχος που δεν επιτεύχθηκε; Μία συγκεκριμένη κατάσταση; Μη μένετε στην γενίκευση του «Μπορεί να είμαι αρκετά καλός ηγέτης», προσδιορίστε τι είναι αυτό που σας δημιουργεί το αίσθημα του ανικανοποίητου όσον αφορά την δική σας απόδοση και αποτελεσματικότητα στο ρόλο σας. Άλλο το «δεν είμαι γενικά καλός», άλλο το «δεν είμαι ευχαριστημένος με την απόδοση / διαχείρισή μου» σε κάτι συγκεκριμένο.
- Κάντε αξιολόγηση πάνω στο συγκεκριμένο ζήτημα που σας προκαλεί την αυτοαμφισβήτηση. Στηρίξτε την σε μετρήσιμα κριτήρια. Τι χρειάζεται βελτίωση ή παραπάνω προσπάθεια, αλλά και τι πάει καλά;
- Ξεχωρίστε μέσα σας την λήψη ευθύνης ως ηγέτης από την αρνητική αυτοκριτική. Αναλάβετε λοιπόν την ευθύνη για να κάνετε από τον ρόλο σας αυτά που μπορείτε, για να έρθουν τα επιθυμητά αποτελέσματα, μέσω της δράσης. Η αρνητική κριτική εγκλωβίζει σε μείωση της παρακίνησης και αδράνεια.

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

26-28

NOEMBPIOY

2022

METROPOLITAN EXPO



 xenia

The hospitality experience

FORUM SA • Member of NürnbergMesse Group
Λ. Βουλιαγμένης 328 • Αγ. Δημήτριος • 173 42 • Τ. 210 5242100
sales@forumsa.gr • www.xenia.gr

• ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΜΑΝΔΡΕΚΑΣ
ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΕΙ ΤΟ PORTFOLIO
- ΣΤΑ €7 ΕΚΑΤ. Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟΥ 2022

Το high protein και wellness portfolio ενισχύει η Μανδρέκας, που σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily σχεδιάζει να λανσάρει νέους κωδικούς, στα πρότυπα του γουρθορία, τον Φεβρουάριο στο κανάλι της λιανικής. Η γαλακτοβιομηχανία από την Κόρινθο εστιάζει στην επέκταση της παρουσίας της στη λιανική στην Ελλάδα, ανοίγοντας τη διανομή και την ανάπτυξη του κωδικολογίου εντός των αλυσίδων super market. Προς ώρας έχει παρουσία σε ΑΒ Βασιλόπουλο, Σκλαβενίτη, Γαλαξία, ΑΝΕΔΗΚ Κρητικό, Market In με τους κωδικούς γουρθορία, όπως επίσης και στην Lidl με το επώνυμο φρέσκο γάλα Μανδρέκας (πλήρες και ελαφρύ).

ΕΝΔΥΝΑΜΩΝΕΙ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Παράλληλα, ενδυναμώνει και το δίκτυο των εξαγωγών της που εκτείνεται σε 17 χώρες με κυριότερες αγορές Χόνγκ Κονγκ, Ντουμπάι και Ευρώπη, περιοχές που καλύπτονται από το εργοστάσιο της Ελλάδας. Οι παραγγελίες στην Αμερική, και συγκεκριμένα στο Ουισκόνσιν, εξυπηρετούνται από την joint venture που διησυχάζει η Μανδρέκας με την Klondike Cheese Company, εταιρεία που εδρεύει στο Ουισκόν-

σιν, γνωστή για την παραγωγή φέτας. Η συνεργασία με την Μανδρέκας έδωσε τη δυνατότητα στην Klondike Cheese Company να μπει στην παραγωγή γιαουρτιού, με την ελληνική γαλακτοβιομηχανία να εξετάζει περαιτέρω επέκταση σε Βόρεια και Δυτική Αμερική μέσω παρόμοιων συνεργασιών σε αντίστοιχες πολιτείες.

NEO LOGISTICS CENTER

Έχοντας εντάξει το επενδυτικό της πλάνο στο ΕΣΠΑ, η Γαλακτοκομικά Μανδρέκας ολοκλήρωσε το 2021 το νέο κτίριο 2.500 τ.μ., ενώ έχει μπει στον Αναπτυξιακό Νόμο για συνολικές επενδύσεις ύψους €3 εκατ.

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, ο προϋπολογισμός του νέου επενδυτικού προγράμματος θα διατεθεί για την ανέγερση νέου κτιρίου logistics, ενώ το εργοστάσιο θα εξοπλιστεί με νέα μηχανήματα, τα οποία θα επιτρέψουν στην εταιρεία να μπει και σε νέες κατηγορίες προϊόντων.

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Το 2022 ξεκίνησε ανοδικά για την Μανδρέκας, ωστόσο, όπως εξηγούν πηγές της γαλακτο-



Ευάγγελος Μανδρέκας, Ιδιοκτήτης

βιομηχανίας στο Fnb Daily, το διάστημα Μαΐου - Ιουλίου παρατηρήθηκε μια ύφεση. Όμως οι ανατιμήσεις που "πέρασαν" στα τελικά προϊόντα, φαίνεται ότι ισοσκελίζουν τη μείωση που παρατηρήθηκε στο διάστημα που προαναφέρθηκε και έτσι ο τζίρος της τρέχουσας χρήσης αναμένεται να κλείσει γύρω στα €7 εκατ. Αξίζει να αναφέρουμε ότι η Μανδρέκας συλλέγει κάθε μήνα πρώτη ύλη από συνεργαζόμενους παραγωγούς σε Θεσσαλία και Καλάβρυτα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

9η
ΕΞΠΟΤΡΟΦ
The Greek Fine Food Exhibition



4 - 6 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2023



www.expotrof.gr





Live TV

by



NOTICE
CONTENT & SERVICES

στην έκθεση - θεσμός της **FORUM S.A.** για τον τουρισμό
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

Συζητήσεις, συνεντεύξεις και αναλύσεις
με τους κορυφαίους παράγοντες
της τουριστικής βιομηχανίας



ΜΕΤΑΔΙΔΟΥΝ

Ζωντανά από το
Metropolitan Expo
όλες τις ημέρες
(26-28 Νοεμβρίου)
και καθ' όλη τη
διάρκεια λειτουργίας
της έκθεσης



Νεκτάριος Β. Νώτης Στέλλα Αυγουστάκη

Πληροφορίες: Άγγελος Στανωτάς, 213 088 2820, aggelos@notice.gr

ΔΕΙΤΕ ΤΙΣ
ΕΚΠΟΜΠΕΣ



NOTICE
CONTENT & SERVICES



POWERED BY

πλαισιο

KORRES

REVIVAL
consulting services

Diwa

• LIDL (ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ) ΣΤΑΘΕΡΑ... ΑΝΟΔΙΚΑ - ΑΝΕΒΗΚΕ ΣΤΗΝ 6η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

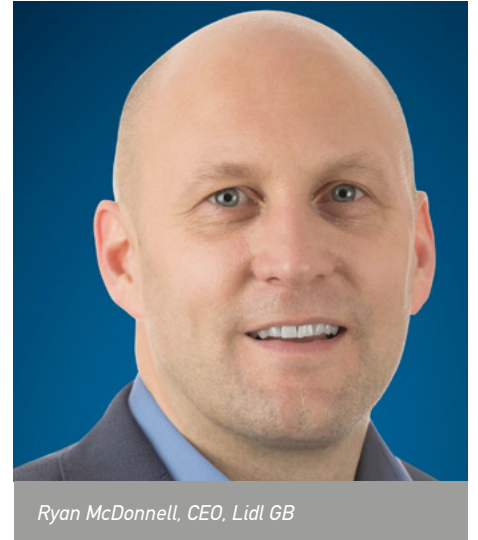
Με αύξηση 1,5% έκλεισε η οικονομική χρήση 2021-2022 για την Lidl στην Μεγάλη Βρετανία, ποσοστό που ανέβασε τον discounteer στην έκτη θέση μεταξύ των μεγαλύτερων retailers στο Ηνωμένο Βασίλειο. Ειδικότερα, ο κύκλος εργασιών για την Lidl GB έκλεισε στα £7,8 δισ. το οικονομικό έτος που έληξε στις 28 Φεβρουαρίου 2022, ενώ τα κέρδη προ φόρων αυξήθηκαν σημαντικά, στα £41,1 εκατ. έναντι £9,8 εκατ. το 2020.

ΒΛΕΠΕΙ ΚΑΙ ΦΕΤΟΣ ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ

Για την τρέχουσα χρήση, η Lidl GB εκτιμά ότι η αύξηση πωλήσεων θα ενισχυθεί περαιτέρω, ενώ ενδεικτικό αυτής της δυναμικής είναι και η αύξηση της επισκεψιμότητας, μέσω του προγράμματος πιστότητας που διαθέτει. "Καθώς βαθαίνει η κρίση κόστους ζωής, εστιάζουμε περισσότερο από ποτέ στην υποστήριξη των συναδέλφων μας, των πελατών μας και των κοινοτήτων που εξυπηρετούμε. Μόνο φέτος έχουμε επενδύσει £50 εκατ., αυξάνοντας τα ωρομίσθια, καθιστώντας μας τον έμπορο λιανικής με τις υψηλότερες αμοι-



βές", ανέφερε ο διευθύνων σύμβουλος της Lidl GB, Ryan McDonnell. Συμπλήρωσε, δε, ότι το επιχειρηματικό μοντέλο της Lidl GB έχει σχεδιαστεί, έχοντας μακροπρόθεσμο ορίζοντα εφαρμογής. "Εί-



Ryan McDonnell, CEO, Lidl GB

μαι απίστευτα περήφανος για τη συνεχιζόμενη ανάπτυξη μας τους τελευταίους μήνες, η οποία βασίζεται στις ισχυρές επιδόσεις μας το 2021. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, πραγματοποιήσαμε περαιτέρω επενδύσεις σε όλους τους τομείς της επιχείρησής μας, δημιουργήσαμε ακόμη περισσότερα καταστήματα και κέντρα διανομής, προσλάβουμε περισσότερους συνεργάτες, αυξήσαμε τις αμοιβές και επενδύσαμε στην ανάπτυξη του δικτύου των προμηθευτών μας στην Βρετανία".



Η Schneider Electric, πρωτοπόρος στον ψηφιακό μετασχηματισμό της διαχείρισης ενέργειας και του αυτοματισμού, έχει αναπτύξει ψηφιακές λύσεις που επιτρέπουν την ορατότητα και τον έλεγχο της απόδοσης σε πραγματικό χρόνο, καθώς επίσης και τον αντίκτυπο που έχει στην κερδοφορία σε κάθε στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας. Προσφέρουμε με αυτό τον τρόπο πολλαπλά οφέλη στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο των τροφίμων και στοχεύουν στον ψηφιακό μετασχηματισμό.

Η προσέγγισή μας είναι το **EcoStruxure Solutions for Food and Beverage**, μια αρχιτεκτονική όπου η έξυπνη παραγωγή στη βιομηχανία πραγματοποιείται μέσω καινοτόμων λογισμικών και υπηρεσιών μαζί με τα συστήματα αυτοματισμού. Μια τέτοια διεργασία είναι το Clean-in-Place δηλαδή η διαδικασία καθαρισμού του μη προσβάσιμου εξοπλισμού (σωληνώσεις, δεξαμενές κ.τ.λ) που λαμβάνει μέρος στην παραγωγική διαδικασία των βιομηχανιών τροφίμων και ποτών.

Το **EcoStruxure Clean-in-Place Advisor** επιτρέπει τον ψηφιακό μετασχηματισμό των διεργασιών CIP, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την ασφάλεια των τροφίμων, τη βελτιωμένη ιχνηλασιμότητα και το μειωμένο λειτουργικό κόστος.

- Συλλογή δεδομένων σε πραγματικό χρόνο και προβολή δεδομένων που έχουν σκοπό τη συνεχή βελτίωση των λειτουργιών CIP.
- Ενισχύει τη διαφάνεια στη διαδικασία CIP μέσω της ανάλυσης δεδομένων από το σύστημα.
- Βελτιστοποίηση στην ιχνηλασιμότητας στη διαδικασία CIP σύμφωνα με τα ρυθμιστικά πρότυπα.

[SE.com/gr](https://se.com/gr)

Life Is On | **Schneider**
Electric

Η ICAP CRIF, ηγέτιδα στην επιχειρηματική πληροφόρηση και στην ανάδειξη βέλτιστων επιχειρηματικών πρακτικών, στηρίζει τον Έλληνα επιχειρηματία και τους κλάδους του ελληνικού επιχειρείν, με μια σειρά Leading Editions που εκδίδει ετησίως.

Leading Editions

Οι επιδόσεις και οι προοπτικές των κλάδων που πρωταγωνιστούν στην επιχειρηματική αγορά



40

13^η Έκδοση
Κορυφαίοι Κλάδοι
της Ελληνικής Οικονομίας
2022



12^η Έκδοση
Leading Employers
in Greece

Οι 500 εταιρείες και οι 150 όμιλοι που ξεχωρίζουν ως εργοδότες και ως κοινωνικά υπεύθυνοι οργανισμοί.

11^η Έκδοση
Leading Women
in Business



Οι 500 εταιρείες που διοικούνται από γυναίκες επιχειρηματίες ή στελέχη στην Ελλάδα

14^η Έκδοση
Business Leaders
in Greece

Οι 500 εταιρείες και οι 200 όμιλοι με τη μεγαλύτερη κερδοφορία



• ΝΕΡΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΠΟΝΤΑΡΕΙ ΣΕ ΝΕΕΣ ΡΕΤ ΦΙΑΛΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΕ ΚΕΡΔΗ

Ο πόλεμος στην Ουκρανία, η ενεργειακή κρίση και οι καθυστερήσεις στις μεταφορές και παραλαβές των πρώτων υλών από το εξωτερικό πλήττουν όλες τις επιχειρήσεις. Η Ελλάδα βιώνει σημαντική αύξηση των τιμών του ηλεκτρικού ρεύματος, του φυσικού αερίου και του αργού πετρελαίου. Η πρώτη ύλη, ΡΕΤ, για την παραγωγή των φιαλών εμφιάλωσης είναι παράγωγο του πετρελαίου και η τιμή του επηρεάζεται άμεσα από την αύξηση της τιμής του πετρελαίου.

Όπως επισημαίνει στις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις η Νερά Κρήτης, "με την επιτυχή ολοκλήρωση έρευνας και ανάπτυξης προϊόντων (πλαστικές φιάλες ρετ) με το μικρότερο βάρος στην ελληνική αγορά, θα επιτύχει μείωση κόστους παραγωγής των προϊόντων της σε ποσοστό περίπου 30%". Το λανσάρισμα των νέων ελαφρύτερων φιαλών ήταν προγραμματισμένο για το 6^ο τρίμηνο του 2022. Με την ανωτέρω μείωση του κόστους και σε συνδυασμό με αύξηση της τιμής πώλησης των προϊόντων η εταιρεία εκτιμά ότι θα εξισορροπήσει την αύξηση κόστους παραγωγής που έχει δημιουργηθεί.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ NET METERING

Για την αντιμετώπιση της ενεργειακής κρίσης η διοίκηση θα προβεί σε επενδύσεις net metering, με την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων στις στέγες των κτιριακών εγκαταστάσεων της εταιρείας. Για φέτος είναι προγραμματισμένο να ολοκληρωθούν και να τεθούν σε λειτουργία οι εγκαταστάσεις αυτές στις κτιριακές εγκαταστάσεις της εταιρείας στην Αξιούπολη και στο Λουτράκι, ενώ το 2023 θα πραγματοποιηθεί η επένδυση στις κτιριακές εγκαταστάσεις της εταιρείας στην Κρήτη.

DATA (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Λειτουργικό EBITDA
2021: 20.405	2021: 1.435
2020: 17.566	2020: 2.734
Μεταβολή: 16,16%	Μεταβολή: %
Μεικτό αποτέλεσμα	Αποτέλεσμα προ φόρων
2021: 7.262	2021: (478)
2020: 6.932	2020: 861
Μεταβολή: 4,76%	

ΑΡΝΗΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Σημειώνεται ότι στο τέλος του 2021 η εταιρεία εμφάνιζε αρνητικό κεφάλαιο κίνησης (-€1,72 εκατ.) καθώς οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της υπερέβαιναν τα κυκλοφορούντα



στοιχεία του ενεργητικού κατά € 17,33 εκατ. Υπογραμμίζεται, βέβαια, στις ετήσιες χρηματοοικονομικές καταστάσεις ότι σημαντικό μέρος των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της αφορά υποχρεώσεις προς συνδεδεμένες επιχειρήσεις, σε ποσοστό 58%. Λαμβάνοντας υπόψη το παραπάνω, το κεφάλαιο κίνησης της εταιρείας καθίσταται θετικό και ανέρχεται σε € 3,162 εκατ.

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ... ΘΕΡΑΠΕΙΑ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Πάντως, η διοίκηση υπογραμμίζει ότι "προς θεραπεία των σχετικών κινδύνων" υλοποιεί μια σειρά ενεργειών για την ενίσχυση της ρευστότητας, τη βελτίωση της χρηματοοικονομικής θέσης, τον σημαντικό περιορισμό της αρνητικής σχέσης βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων και κυκλοφορούντος ενεργητικού, τη σταδιακή αποκατάσταση της κεφαλαιακής επάρκειας και εν γένει την ομαλή συνέχιση των δραστηριοτήτων της εταιρείας, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται:

- Η συγχώνευση με απορρόφηση την 30/12/2019 της θυγατρικής "ΠΕΤ Κεντρι-

κής Ελλάδος Μονοπρόσωπη ΑΒΕΕ" ολοκληρώθηκε σύμφωνα με όσα προβλέπονταν στο σχέδιο συγχώνευσης και θα έχει ως αποτέλεσμα την επίτευξη οικονομικών κλίμακας και την ενδυνάμωση της εταιρείας, τόσο σε επίπεδο οικονομικών στοιχείων όσο και σε επίπεδο ανθρώπινων πόρων, διασφαλίζοντας βελτιωμένα οικονομικά στοιχεία και συμβάλλοντας στη μείωση των δαπανών και του κόστους λειτουργίας

- Η διοίκηση της εταιρείας έχει προβεί σε μια σειρά ενεργειών για την ενίσχυση της ρευστότητάς της, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνεται και η λήψη μέτρων περιορισμού του λειτουργικού της κόστους
- Η εταιρεία απολαμβάνει εμπιστοσύνη από τα πιστωτικά ιδρύματα, που αποδεικνύεται από το γεγονός ότι είναι εύκολη η πρόσβασή της σε γραμμές πιστώσεων

ΣΤΗΡΙΞΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΒΑΣΙΚΟΥΣ ΜΕΤΟΧΟΥΣ

Σε κάθε περίπτωση, τονίζεται, η εταιρεία διαθέτει τα απαραίτητα περιουσιακά στοιχεία, τα οποία σε συνδυασμό με τη βελτίωση των λειτουργικών τους αποτελεσμάτων που αναμένει, της επιτρέπουν να έχει στη διάθεσή της εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης για τη λειτουργία της και την εξυπηρέτηση των αναγκών της. Επιπρόσθετα, οι βασικοί μέτοχοι της εταιρείας, προτίθενται να παράσχουν οποιαδήποτε στήριξη (οικονομική ή άλλη μορφής) κριθεί αναγκαία, με σκοπό τη διασφάλιση της απαραίτητης ρευστότητας και της απρόσκοπτης συνέχισης των δραστηριοτήτων της.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

H

N O T } C E

C O N T E N T & S E R V I C E S

ΜΑΖΙ ΣΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΣΑΒΒΑΤΟ !

SÖ POSH!

the trendletter

Το αγαπημένο σας trendletter
γίνεται ψηφιακό περιοδικό, με προτάσεις για:

**Εστιατόρια, Bar, Ξενοδοχεία,
Αποδράσεις, Βιβλία, Κινηματογράφο,
Θέατρο, Συνταγές και tips και
ό,τι άλλο αφορά τον ελεύθερο χρόνο σας**

**Κάθε Σάββατο
στις 09:30
στο e-mail σας**



**ΚΑΝΤΕ ΤΗΝ
ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΑΣ
ΕΔΩ**

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΤΗΣ

N O T } C E

C O N T E N T & S E R V I C E S

• TEMESZ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΟΔΟ ΤΟΥ COSTA NAVARINO ΟΙ F&B ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Η TEMESZ (τα θέρετρα του Costa Navarino) αναμένεται να καταγράψει φέτος - χάρη στη μεγάλη αύξηση της τουριστικής κίνησης - οικονομικά επίπεδα πολύ υψηλότερα από αυτά που είχε προ πανδημίας, με τις εκτιμήσεις για τον τζίρο να κάνουν λόγο ακόμη και για άνοδο 30% συγκριτικά με το 2019.

Άκρως ικανοποιητική είναι και η πορεία των δραστηριοτήτων του Ομίλου στον τομέα της εστίασης και των αγροδιατροφικών προϊόντων, αν και η τελική κερδοφορία για φέτος εκτιμάται ότι θα είναι μειωμένη λόγω του υψηλού λειτουργικού κόστους των εταιρειών. Αναφερόμαστε κατά κύριο λόγο στις εταιρείες:

- Greka Icons
- Οπουκι
- Αμπελώνες Ναβαρίνο

GREKA ICONS

Η Greka Icons, η οποία ιδρύθηκε το 2010, δραστηριοποιείται στην εμπορία ελληνικών αγροτικών και πολιτιστικών προϊόντων. Η κύρια δραστηριότητά της αφορά την εμπορία τοπικών αγροτικών και πολιτιστικών προϊόντων, ενώ παράλληλα προωθεί έναν υγιεινότερο τρόπο ζωής που στηρίζεται στα οφέλη της μεσογειακής διατροφής. Επιπρόσθετα, συνεργάζεται με μικρούς παραγωγούς που χρησιμοποιούν για την παραγωγή τους φυσικά υλικά, χωρίς συντηρητικά.

Επίσης, πέραν της διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων που διαθέτει, η Greka Icons διατηρεί και φυσική παρουσία σε περισσότερα από 600 καταστήματα έχοντας διεθνή παρουσία σε χώρες όπως:

- ΗΠΑ
- Χονγκ Κονγκ
- Ηνωμένο Βασίλειο
- Γερμανία
- Σιγκαπούρη
- Λουξεμβούργο
- Σουηδία

Στην προσφερόμενη γκάμα προϊόντων της εταιρείας, περιλαμβάνονται σκευάσματα με έξτρα

παρθένο ελαιόλαδο, ελιές, γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες και αρκετά ακόμα.

Το 2021, ο κύκλος εργασιών της εταιρείας άγγιξε το €1 εκατ., ενώ για φέτος αναμένεται σημαντική ανάπτυξη, με μειωμένη, ωστόσο, κερδοφορία.

DATA - GREKA ICONS (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Μικτό αποτέλεσμα
2021: 972,3	2021: 428,22
2020: 629,7	2020: 246,9
2019: 1.306	2019: 439

Αποτέλεσμα μετά φόρων

2021: 226,5
2020: 25,6
2019: 69



ΟΝΟΥΚΙ

Η Οπουκι, η οποία ιδρύθηκε το 2018, δραστηριοποιείται στον κλάδο της εστίασης. Συγκεκριμένα, η Οπουκι διαθέτει ένα ιαπωνικό εστιατόριο εντός του ξενοδοχειακού συγκροτήματος του Costa Navarino κοντά στην Πύλο. Πέρυσι υπερδιπλασίασε τον τζίρο της (στα €1,24 εκατ.) ενώ για φέτος οι εκτιμήσεις κάνουν λόγο για αύξηση του κύκλου εργασιών, αλλά μείωση της κερδοφορίας.

DATA - ΟΝΟΥΚΙ (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Μικτό αποτέλεσμα
2021: 1.240	2021: 215,1
2020: 511,2	2020: 53,53
2019: 988,3	2019: 190,58

Αποτέλεσμα μετά φόρων

2021: 337,3
2020: 50,8
2019: 136,9



ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΝΑΒΑΡΙΝΟ

Η Αμπελώνες Ναβαρίνο, η οποία ιδρύθηκε στις 1 Αυγούστου 2007, δραστηριοποιείται στην παραγωγή αγροτικών προϊόντων. Πέρυσι υπερδιπλασίασε τον τζίρο της, ενώ γύρισε το αποτέλεσμα σε θετικό, από ζημιές που είχε καταγράψει το 2020.

DATA - ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΝΑΒΑΡΙΝΟ

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 350,2
2020: 171,1
2019: 301,5

Μικτό αποτέλεσμα

2021: 170,3
2020: (74,75)
2019: 12,5

Αποτέλεσμα μετά φόρων

2021: 118,7
2020: (181,3)
2019: (47,3)



Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

• CRETA FARMS ΒΡΑΒΕΥΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΟΝ ΓΥΡΟ ΕΝ ΕΛΛΑΔΙ

Η Creta Farms απέσπασε δύο διακρίσεις στα Frozen Food Awards 2022, για τον Γύρο Εν Ελλάδι. Πρόκειται για μία σειρά κατεψυγμένων προσημμένων κρεατοσκευασμάτων, η οποία δημιουργήθηκε ως αποτέλεσμα έρευνας των σύγχρονων διατροφικών τάσεων και καταναλωτικών

συνθηκών. Η συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνει τα προϊόντα της σειράς Creta Farms Εν Ελλάδι Νοσπιμιές (κεφτεδάκια, κοτομπουκιές, σουτζουκάκια, μπιφτέκια χοιρινά) καθώς και τον βραβευμένο Γύρο Εν Ελλάδι, ως ολοκληρωμένες γευστικές και, ταυτοχρόνως, ποιοτικές λύσεις.



• ΚΡΙ ΚΡΙ
ΣΤΟ +24,5% ΤΟ 9ΜΗΝΟ - ΑΥΞΗΣΕ ΜΕΡΙΔΙΟ ΣΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ

Με αύξηση 24,5% στον κύκλο εργασιών της, στα €137,26 εκατ., έκλεισε το εννεάμηνο για τη βιομηχανία γάλακτος ΚΡΙ-ΚΡΙ, ενώ οι υψηλές τιμές των υλικών και της ενέργειας οδήγησαν στη μείωση των περιθωρίων κέρδους, ως αποτέλεσμα της συνειδητής απόφασης της εταιρείας, στη δύσκολη αυτή περίοδο να δείξει έμπρακτα τη στήριξη της σε καταναλωτές, κτηνοτρόφους και εργαζόμενους.

DATA - ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ (σε € χιλ.)	
<u>Κύκλος εργασιών</u>	<u>EBITDA</u>
2022: 137.266	2022: 7.588
2021: 110.241	2021: 19.123
Μεταβολή: 24,51%	Μεταβολή: (60,32%)
<u>Μικτό κέρδος</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2022: 28.473	2022: 7.437
2021: 37.456	2021: 19.038
Μεταβολή: (23,98%)	Μεταβολή: (60,94%)

ΣΤΟ +30,2% ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Ειδικότερα στον κλάδο γιαουρτιού, συνολικά οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 26,6% σε αξία και 16,5% σε όγκο.

Στις αγορές του εξωτερικού, οι πωλήσεις παρουσιάζουν ισχυρή διψήφια ανάπτυξη, +30,2%, ξεπερνώντας τα €54 εκατ., με την αγορά της Ιταλίας, που αυξήθηκε κατά 38,5% να δίνει σημαντική ώθηση στον τομέα των εξαγωγών. Ακολουθεί το Ηνωμένο Βασίλειο, με αύξηση 20% και άλλες χώρες όπως η Σουηδία, η Γερμανία και η Αυστρία.

Σημειώνεται ότι στο δεκάμηνο, οι πωλήσεις γιαουρτιού στο εξωτερικό συνεχίζουν με αντίστοιχο ρυθμό ανάπτυξης, που ξεπερνά το +31%.

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ

Στην ελληνική αγορά γιαουρτιού, οι πωλήσεις της ΚΡΙ-ΚΡΙ εμφανίζουν πλέον διψήφια αύξηση, +22,6%, ξεπερνώντας τα €46 εκατ. Η τρέχουσα συγκυρία, με τις συνθήκες υψηλού πληθωρισμού, έχει προκαλέσει σημαντικές αναταράξεις στο σύνολο της αγοράς. Πλέον, η συνολική αξία της αγοράς γιαουρτιού βρίσκεται σε θετικό έδαφος +1,4%, με βάση τα στοιχεία IRI σε αξία για το εννεάμηνο του 2022, παρά την πτώση της σε όγκο.

ΟΡΙΑΚΗ ΑΥΞΗΣΗ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΣΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ - ΑΥΞΑΝΕΤΑΙ ΤΟ PL

Ταυτόχρονα, ορισμένες υποκατηγορίες της



Παναγιώτης Ταινάβος, Επικεφαλής, ΚΡΙ ΚΡΙ

αγοράς όπως αυτές των παιδικών, των βρεφικών και των λειτουργικών γιαουρτιών, στις οποίες η ΚΡΙ-ΚΡΙ έχει ισχυρή παρουσία, παρουσιάζουν υψηλή ανελαστικότητα, με αποτέλεσμα η πώση τους να είναι πολύ περιορισμένη ή και να ενισχύονται.

Το μερίδιο αγοράς των γιαουρτιών ΚΡΙ-ΚΡΙ διαμορφώνεται πλέον σε 17,1%, αυξημένο κατά 0,7 ποσοστιαίες μονάδες - με βάση στοιχεία της IRI - σε αξία για το εννεάμηνο. Παράλληλα, στην τρέχουσα συγκυρία αναδεικνύεται η τάση ενίσχυσης του μεριδίου αγοράς των γιαουρτιών ιδιωτικής ετικέτας, αποτέλεσμα της στροφής των καταναλωτών σε value for money προϊόντα.

Από αυτή την τάση αναμένεται να προκύψει όφελος για την ΚΡΙ-ΚΡΙ, μιας και αποτελεί τον μεγαλύτερο παραγωγό για την εγχώρια αγορά γιαουρτιών ιδιωτικής ετικέτας. Πλέον, στο δεκάμηνο η ανάπτυξη των εγχώριων πωλήσεων γιαουρτιού ξεπερνά το +23%.

ΑΝΟΔΙΚΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΑΓΩΤΟ

Στον κλάδο του παγωτού, στην εγχώρια αγορά, οι πωλήσεις της ΚΡΙ-ΚΡΙ εμφάνισαν διψήφια μεταβολή +13,1%. Σε αυτήν συνετέλεσαν, κυρίως, η επέκταση του δικτύου πωλήσεων και το λανσάρισμα της νέας σειράς premium παγωτών Master Rich, σε συνδυασμό με την ενίσχυση των τουριστικών ροών από το εξωτερικό. Το μερίδιο αγοράς των παγωτών ΚΡΙ-ΚΡΙ αυξήθηκε κατά 0,6 ποσοστιαίες μονάδες σε όγκο (15,6%) και μειώθηκε κατά -0,1 ποσοστιαία μονάδα σε αξία (15,8%), όπως προκύπτει από στοιχεία

της NielsenIQ για το οκτάμηνο του 2022.

ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ

Οι υψηλές τιμές των υλικών και της ενέργειας οδήγησαν στη μείωση των περιθωρίων κέρδους, ως αποτέλεσμα της συνειδητής απόφασης της εταιρείας, στη δύσκολη αυτή περίοδο να δείξει έμπρακτα τη στήριξη της σε καταναλωτές, κτηνοτρόφους και εργαζόμενους.

Πιο συγκεκριμένα:

- Καταναλωτές: προσπάθεια για συγκράτηση των τιμών πώλησης των προϊόντων γιαούρτης και παγωτού, παρά την εκτίναξη στις τιμές πρώτων υλών, μεταφορών και ενέργειας
- Κτηνοτρόφοι: δίκαιη αμοιβή στους δοκιμαζόμενους παραγωγούς γάλακτος προσφέροντας ανταγωνιστικές τιμές αγοράς για το φρέσκο γάλα
- Εργαζόμενοι: οριζόντια στήριξη των εργαζομένων με "επιδόματα ακρίβειας" και στοχευμένες μισθολογικές αυξήσεις σε χαμηλόμισθα στρώματα
- Περιβάλλον και εξοικονόμηση ενέργειας: επενδύσεις σε μονάδα βιοαερίου και φωτοβολταϊκού πάρκου με στόχο τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος και παράλληλα την ενεργειακή εξοικονόμηση και τη συγκράτηση του κόστους των παραγόμενων προϊόντων

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **COFFEE BERRY**

ΣΤΟΧΟΣ Η ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ - ΤΟΝ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟ ΤΟ 2ο ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΟ ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ

Η "Grand Υπηρεσίες Καφεστίασης", επίσημος διανομέας αλλά και παρασκευαστής καφέ της Coffee Berry P.C, κατέγραψε διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης πέρυσι. Για τη φετινή χρονιά εστιάζει στη βελτίωση του περιθωρίου μικτού και καθαρού κέρδους, ενδυναμώνοντας τον κύκλο εργασιών της, προσελκύοντας νέους επενδυτές και αξιοποιώντας στρατηγικές συνεργασίες με τους προμηθευτές της.



Χάρης Γρυπάρης, Διευθύνων Σύμβουλος, Coffee Berry

DATA GRAND - (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 14.188

2020: 12.042

Μεταβολή: 17,82%

Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων

2021: 3.566

2020: 3.083

Μεταβολή: 15,67%

Αποτελέσματα μετά από φόρους

2021: 2.737

2020: 2.270

Μεταβολή: 20,57%

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΑΜΕΡΙΚΗ & ΑΓΓΛΙΑ

Έχοντας 6 χρόνια παρουσίας στην αγορά, το δίκτυο της Coffee Berry ανέρχεται σε 89 καταστήματα στην Ελλάδα, 86 καταστήματα στην Κύπρο και 5 στην Αίγυπτο. Στόχος είναι εντός της επόμενης πενταετίας η επέκταση της εταιρείας και σε άλλες χώρες της Ευρώπης, όπως είναι η Αγγλία, αλλά και στην Αμερική. Πρόκειται για αγορές που εμφανίζουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, καθώς το concept της Coffee Berry, σύμφωνα με έρευνες της εταιρείας, θα τύχει μεγάλης αποδοχής των καταναλωτών.

Υπενθυμίζεται ότι η αλυσίδα street café επεκτάθηκε στην Μέση Ανατολή, υπογράφοντας συμφωνία με στρατηγικό συνεργάτη για την ανάπτυξη του δικτύου της στην Σαουδική Αραβία, στο πλαίσιο της επέκτασης που επιχειρεί στην ευρύτερη περιοχή του Περσικού Κόλπου. Η συμφωνία περιλαμβάνει τη λειτουργία 4 καταστημάτων εντός του πρώτου έτους, ενώ σε βάθος πενταετίας, το δίκτυο της Coffee Berry θα αριθμεί 22

καταστήματα στη χώρα.

ΣΥΜΦΩΝΗΣΕ ΓΙΑ ΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ

Σε ό,τι αφορά το δίκτυο στην Ελλάδα, η αλυσίδα άνοιξε πρόσφατα 15 καταστήματα, σε Αθήνα, Βόλο, Ιωάννινα, Δράμα, Πύργο Ηλείας και Ρόδο, στοχεύοντας σε επέκταση του δικτύου σε ακόμα περισσότερες μεγάλες πόλεις, εκτός Αθηνών και Θεσσαλονίκης.

Ειδικότερα, μέχρι το τέλος του 2022, η Coffee Berry προγραμματίζει ότι θα ξεπεράσει τα 235 καταστήματα στις αγορές όπου δραστηριοποιείται, ενώ και η προσθήκη της Σαουδικής Αραβίας θα ενισχύσει σημαντικά το δίκτυο. Σύμφωνα με ασφαλείς πληροφορίες του FNB Daily, το πρώτο δεκαήμερο του Δεκεμβρίου θα πέσουν και οι υπογραφές για το δεύτερο κατάστημα που θα ανοίξει στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

**Τα πάντα για τον κλάδο
[HORECA, στο horecaopen.com](http://HORECA.open.com)**



• AQUA CARPATICA ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΗΝ HOTELIA 2022

Την διεθνή έκθεση Hotelia Helexpo της Θεσσαλονίκης στήριξε το Aqua Carpatica.

Στα πλαίσια της έκθεσης, πραγματοποιήθηκε το "All about cafe" μια ενότητα αφιερωμένη στον καφέ. Εκεί, το Aqua Carpatica σε συνεργασία με τον Βαλάνη Λαμπριανίδη "Valenio" Executive Barista Trainer, Coffee Consultant & WCE Certified Judge, διοργάνωσε ενημερωτικό σεμινάριο με θέμα "Quality water makes tasteful coffee".

Καθ' όλη τη διάρκεια της έκθεσης, το Aqua Carpatica υποδέχτηκε στο περίπτερο του, τους επισκέπτες οι οποίοι είχαν τη δυνατότητα να μάθουν τα πάντα γύρω από το μοναδικό νερό στον κόσμο με μηδέν νιτρικά στο φυσικώς ανθρακούχο ή σχεδόν μηδέν στο φυσικό μεταλλικό νερό.

ΝΕΡΟ & ΚΑΦΕΣ

Κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου ο Valenio μίλησε για τα συστατικά του νερού και πως επηρεάζουν τη γεύση του καφέ. Το νερό που επιλέγουμε για να φτιάξουμε τον καφέ μας, θα πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας, καθαρό και φρέσκο στη γεύση του, την οσμή και εμφάνιση του. Από άποψη σύστασης, δεν πρέπει να περιέχει χλώριο, ενώ θα πρέπει να έχει ικανοποιητική περιεκτικότητα σε μαγνήσιο.

"Το Aqua Carpatica, διαθέτει την ιδανική περιεκτικότητα σε μεταλλικά στοιχεία και τη σωστή αλκαλικότητα και για αυτό αποτελεί την ιδανική επιλογή για να αναδείξει το καλύτερο από έναν εκλεκτό καφέ, όπως διαπίστωσαν και οι παρευρισκόμενοι", αναφέρει η εταιρεία σε ανακοίνωσή της.



Θέμα καλής διατροφής



ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ: 162ο χλμ Ε.Ο. Αθηνών - Λαμίας, 350 06,
Άγιος Κωνσταντίνος, Τ. 22350 91 081

ΓΡΑΦΕΙΑ/ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ: Κόδρου 10, 154 51, Νέο Ψυχικό,
Αθήνα, Τ. 210 32 49 085

nutria@nutria.gr - www.nutria.gr



[nutrialiveoil/](https://www.facebook.com/nutrialiveoil/)



[ionis_elaiolado](https://www.instagram.com/ionis_elaiolado)



NUTRIA



ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΕΛΑΙΟΔΕΝΤΡΟΥ

Το επώνυμο ελαιόλαδο συνεχίζει να κερδίζει την προτίμηση των καταναλωτών

ΑΠΟ ΤΗ
ΣΤΕΛΛΑ ΑΥΓΟΥΣΤΑΚΗ stella@notice.gr

Υψηλά στις προτιμήσεις των καταναλωτών παραμένει το επώνυμο ελαιόλαδο, όπως προκύπτει από στοιχεία της NielsenIQ τα οποία έχει στη διάθεσή του το Fnb Daily, και παρουσιάζει με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Ελαιόδεντρου.

Τα στοιχεία που αντλήθηκαν από όλο το οργανωμένο λιανεμπόριο της χώρας (συμπεριλαμβανομένων νησιών και discounters) για το διάστημα μέχρι τέλος Σεπτεμβρίου, παραθέτει η Senior Client Delivery Analyst της NielsenIQ, Ελένη Στάθη.

Εξετάζοντας της κατηγορίες των branded προϊόντων ελαιολάδου, όπως το συμβατικό, το εξαιρετικά παρθένο, το παρθένο και το ραφινρισμένο, διαπιστώνεται ότι η μεγαλύτερη θετική μεταβολή σε επίπεδο αξίας παρατηρείται στο εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο στο εννεάμηνο του 2022 καταγράφει 20% άνοδο πωλήσεων, στα €48,5 εκατ., και οριακή αύξηση της τάξης του 0,2% σε ό,τι αφορά τον όγκο.

ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ - 9ΜΗΝΟ

(Σε € χιλ.)	(Σε χιλ. λίτρα)
2022: 48.542	2022: 8.665
2021: 40.459	2021: 8.650
Μεταβολή: 20%	Μεταβολή: 0,2%

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ Η ΒΑΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΟ "ΚΛΑΣΙΚΟ"

Στη δεύτερη θέση βρίσκεται το ελαιόλαδο (αποτελούμενο από εξευγενισμένα και παρθένα ελαιόλαδα), με την άνοδο σε επίπεδο αξίας να ανέρχεται στο 18,6%, σημειώνοντας σχεδόν €78 εκατ. πωλήσεις, γεγονός που το κατατάσσει πρώτο μεταξύ των υπό εξέταση κατηγο-



ριών. Ωστόσο, ελαφρά μείωση παρατηρείται στον όγκο πωλήσεων, στο -1,4%, κλείνοντας στους 14,5 εκατ. τόνους.

ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ - 9ΜΗΝΟ

(Σε € χιλ.)	(Σε χιλ. λίτρα)
2022: 78.695	2022: 14.531
2021: 66.329	2021: 14.734
Μεταβολή: 18,6%	Μεταβολή: (1,4%)

Ακολουθεί το ραφινρισμένο ελαιόλαδο, το οποίο καταγράφει αύξηση πωλήσεων σε αξία 17,6% και πωλήσεις σχεδόν €30 εκατ, με μειωμένο ωστόσο όγκο πωλήσεων, της τάξεως του 2,8% (5,7 εκατ. λίτρα).

ΡΑΦΙΝΑΡΙΣΜΕΝΟ - 9ΜΗΝΟ

(Σε € χιλ.)	(Σε χιλ. λίτρα)
2022: 29.344	2022: 5.698
2021: 24.960	2021: 5.698
Μεταβολή: 17,6	Μεταβολή: (2,6%)

ΜΕΙΩΣΗ ΣΤΟ ΠΑΡΘΕΝΟ

Η κατηγορία του παρθένου ελαιολάδου σημειώνει μείωση τόσο σε αξία όσο και σε όγκο πωλήσεων στο εννεάμηνο του 2022. Συγκεκριμένα, καταγράφεται πτώση 11,2% σε αξία πωλήσεων και 28,7% σε όγκο πωλήσεων, απόδοση που οφείλεται κυρίως στην αλλαγή της συμπεριφοράς των καταναλωτών, οι οποίοι προτιμούν το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο έναντι του παρθένου.

ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ - 9ΜΗΝΟ

(Σε € χιλ.)	(Σε χιλ. λίτρα)
2022: 808	2022: 167
2021: 910	2021: 234
Μεταβολή: (11,2%)	Μεταβολή: (28,7%)



BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:



ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ
ΗΜΕΡΑ
ΕΛΑΙΟΔΕΝΤΡΟΥ

ΕΛΛΙΑ

Ένας καρπός...
Ελλάδα



Ένα δέντρο βαθιά ριζωμένο στην ελληνική παράδοση, που αγαπάει το φως και τη θάλασσα, που μεγαλώνει και τρανεύει με το θερμό χάδι του ήλιου και την αύρα της αλμύρας. Μια καλλιέργεια παλιά όσο και η ιστορία, που κατάφερε να μείνει ζωντανή και να καρποφορήσει ξανά και ξανά, μέσα στο πέρασμα των χρόνων, δίχως να ζητά πολλά: Ένα κομμάτι γης, ακόμη και άγονο, πετρώδες, λίγο νερό, πολύ φως. Αυτό είναι το ελαιόδεντρο, κομμάτι αναπόσπαστο της κουλτούρας της Μεσογείου, αλλά και ζωντανό κύτταρο της ιστορίας της χώρας μας.



Συνεχίζει η άνοδος του ελαιολάδου ιδιωτικής ετικέτας – Πρώτο το ραφιναρισμένο

Ενδιαφέρον παρατηρείται και στην αγορά ελαιολάδου ιδιωτικής ετικέτας, που αντιστοιχεί σε πωλήσεις μικρότερης αξίας σε σύγκριση με την επώνυμη, διατηρώντας ωστόσο σημαντικό μερίδιο στην κατηγορία ελαιολάδου συνολικά.

Η αύξηση που σημειώνεται στην εν λόγω κατηγορία οφείλεται και στην προώθηση αντίστοιχων προϊόντων από τις ίδιες τις αλυσίδες, τόσο σε επίπεδο ποιότητας όσο και σε επίπεδο τιμής, συγκριτικά με τα επώνυμα προϊόντα.

Τη μεγαλύτερη μεταβολή καταγράφει το ραφιναρισμένο, με πωλήσεις αυξημένες κατά 40,4% σε αξία και 12,3% σε όγκο, και μερίδιο 4,6% και 4,4% αντίστοιχα.

ΡΑΦΙΝΑΡΙΣΜΕΝΟ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ - 9ΜΗΝΟ

(Σε € χιλ.)	(Σε χιλ. λίτρα)
2022: 8.268	2022: 1.874
2021: 5.887	2021: 1.669
Μεταβολή: 40,4%	Μεταβολή: 12,3%

Και στην αγορά ιδιωτικής ετικέτας το ελαιόλαδο (αποτελούμενο από εξευγενισμένα και παρθένα ελαιόλαδα), κατέχει τη δεύτερη θέση, σε ό,τι αφορά τις πωλήσεις σε αξία και όγκο, συγκεντρώνοντας όμως τη μεγαλύτερη βάση πωλήσεων, καθώς η αγορά του σε αξία είναι συγκριτικά μεγαλύτερη από τις υπόλοιπες κατηγορίες ελαιολάδου ιδιωτικής ετικέτας.

Συγκεκριμένα, στο εννεάμηνο οι πωλήσεις του ελαιολάδου ιδιωτικής ετικέτας αυξήθηκαν κατά 33,8% σε αξία και 7,7% σε όγκο.

ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ - 9ΜΗΝΟ

(Σε € χιλ.)	(Σε χιλ. λίτρα)
2022: 22.783	2022: 4.657
2021: 17.032	2021: 4.324
Μεταβολή: 33,8%	Μεταβολή: 7,7%



Τέλος, το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο ιδιωτικής ετικέτας έκλεισε στο εννεάμηνο με πωλήσεις αυξημένες κατά 30,2% σε αξία και 4,8% σε όγκο.

ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ - 9ΜΗΝΟ

(Σε € χιλ.)	(Σε χιλ. λίτρα)
2022: 14.514	2022: 2.782
2021: 11.144	2021: 2.655
Μεταβολή: 30,2%	Μεταβολή: 4,8%

ΣΤΟΥΣ 300.000 ΤΟΝΟΥΣ Η ΦΕΤΙΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μιλώντας στο Fnb Daily ο γενικός διευθυντής του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποιήσεως Ελαιολάδου του ΣΕΒΙΤΕΛ, Γιώργος Οικονόμου, ανέφερε ότι η φετινή ελαιοκομική περίοδος αναμένεται να είναι καλή για την Ελλάδα, καθώς θα κλείσει πάνω από 300.000 τόνους, ενώ η παραγωγή της Ισπανίας, θα κλείσει φέτος πάνω στους 750.000 τόνους, μειωμένη συγκριτικά με την παραγωγή του 2021 που ήταν στους 1.800 χιλ τόνους. "Αυτή η πτώση είναι που ερμηνεύει και την εκτόξευση τιμών στην Ελλάδα αλλά και στις άλλες χώρες". Συμπλήρωσε, δε, ότι το 80% της παραγωγής είναι έξτρα παρθένο, που πωλείται στις ξένες αγορές ως ελληνικό επώνυμο τυποποιημένο προϊόν.

• **ΚΑΛΑΘΙ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ**
ΣΥΝΕΧΙΖΟΝΤΑΙ ΟΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ
ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Ο Υπουργός Ανάπτυξης & Επενδύσεων Άδωνις Γεωργιάδης, στο πλαίσιο της κυβερνητικής πρωτοβουλίας για το "καλάθι του νοικοκυριού", επισκέφθηκε χθες κατάστημα της αλυσίδας super market "Γαλαξίας", καθώς είχε μία από τις πιο μεγάλες μειώσεις στην αξία του καλαθιού του νοικοκυριού.

"Μείωσαν τις τιμές τους και το σημαντικό είναι ότι στο καλάθι έχουν πάρα πολλά επώνυμα προϊόντα", ανέφερε και συμπλήρωσε ότι όλες οι αλυσίδες έχουν βάλει πλάτη και έχουν κάνει πολύ καλή δουλειά, ενώ δήλωσε ευτυχής που και νέοι παίκτες εμπιστεύονται το καλάθι και μπαίνουν στην αγορά.

ΤΟ ΚΑΛΑΘΙ ΔΕΝ ΕΜΠΟΔΙΖΕΙ
ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Τόνισε, δε, ότι το καλάθι δεν έχει εμποδίσει τις προσφορές, ούτε οι προσφορές εμποδίζουν το καλάθι, καθώς εξακολουθούν να υπάρχουν οι προσφορές που υπήρχαν και εκτός καλαθιού. Μπορεί μάλιστα, όπως είπε, σε κάποιο προϊόν σε προσφορά, η τιμή να είναι χαμηλότερη από κάποιο προϊόν από το καλάθι. "Αυτό όχι μόνο δε μας στεναχωρεί, μας χαροποιεί κιόλας γιατί εμείς θέλουμε να έχουμε χαμηλότερες τιμές, όχι να πουλάμε καλάθια. Η διαφορά είναι ότι το καλάθι έχει συνολικά τα προϊόντα που χρειάζεται ένα σπίτι και δεν χρειάζεται να πάρεις πολλαπλές συσκευασίες, όπως συνήθως συμβαίνει στις προσφορές. Άρα, και οι προσφορές έχουν πολλαπλασιαστεί το τελευταίο διάστημα. Πιστεύω ότι έπαιξε ρόλο το καλάθι, διότι πολλοί παραγωγοί επώνυμων προϊόντων δι-

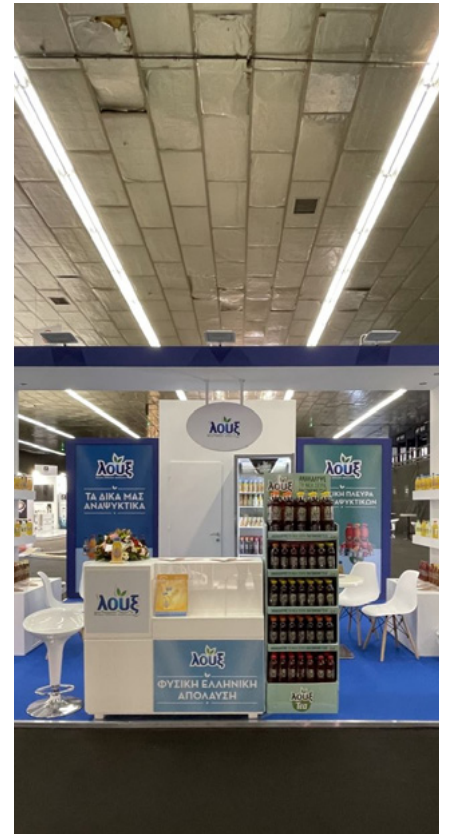
απιστώνουν ότι η πελατεία τους κινείται προς το καλάθι και προσπαθούν με τις προσφορές να διατηρήσουν τις πωλήσεις τους. Άρα, γενικά το καλάθι δημιουργεί ανταγωνισμό στην αγορά και θα συνεχίσουμε".

ΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΟΥ ΚΑΛΑΘΙΟΥ

Ο κ. Γεωργιάδης αναφέρθηκε και στο γεγονός πως τα μικρά αρτοποιεία και τα μικρά ζαχαροπλαστεία δεν ανταγωνίζονται τα super market κατά τον ίδιο τρόπο, παράγουν άλλα προϊόντα, και ότι φρέσκο ψωμί, "κατά κυριολεξία φρέσκο ψωμί, έχουν μόνο τα αρτοποιεία. Τα super market έχουν το προψημένο. Είναι άλλο ψωμί. Άρα, ο καθένας ανταγωνίζεται εκεί που μπορεί. Δεν μπορείς να περιμένεις από ένα μικρό μαγαζί να ανταγωνιστεί μια μεγάλη αλυσίδα στην τιμή. Αυτό δεν γίνεται. Άλλα είναι τα κριτήρια επιλογής ενός μικρού μαγαζιού για να πας να ψωνίσεις, άλλα ενός μεγάλου".

ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΕΟΡΤΑΣΤΙΚΕΣ
ΠΡΟΘΗΚΕΣ

Ο υπουργός ανέφερε ότι ενόψει των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς θα μπου και εορταστικές προσθήκες στο καλάθι. "Έχουμε αρκετές εκπλήξεις εορταστικές, διότι μας ενδιαφέρει ο κόσμος να περάσει χαρούμενα τις γιορτές των Χριστουγέννων. Είπαμε ότι θα είναι ένας δύσκολος χειμώνας αυτός, αλλά κάνουμε ότι μπορούμε για να γίνει ευκολότερος. Αυτό είναι το στοίχημα: ένας δύσκολος χειμώνας να γίνει λιγότερο δύσκολος απ' ό,τι αναμένεται".



• **ΛΟΥΞ**
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗΝ
HOTELIA 2022

Η Λουξ συμμετείχε στη Διεθνή Έκθεση Ξενοδοχειακού Εξοπλισμού Hotelia 2022, που πραγματοποιήθηκε στο Διεθνές Εκθεσιακό & Συνεδριακό Κέντρο Θεσσαλονίκης. Η εταιρεία παρουσίασε τα προϊόντα της σε εμπορικούς επισκέπτες και στο κοινό με σκοπό την ενίσχυση της παρουσίας της στις ξενοδοχειακές μονάδες της χώρας μέσω της διεύρυνσης των συνεργασιών της στον κλάδο.

Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση, "η Λουξ δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην περαιτέρω τοποθέτηση αμιγώς ελληνικών προϊόντων στις ξενοδοχειακές μονάδες της χώρας, ως αναγκαία προϋπόθεση για την άνθιση της παραγωγής και της οικονομίας του τόπου. Η Hotelia αποτέλεσε κόμβο συνάντησης επιχειρηματιών από τον κλάδο των ξενοδοχείων, της εστίασης και καφεστίασης, αναδεικνύοντας τις νέες τάσεις στη φιλοξενία. Η συμμετοχή της Λουξ στη διεθνή αυτή συνάντηση σηματοδοτεί την ισχυρή παρουσία και δραστηριότητά της στο ελληνικό επιχειρείν αλλά και τον εξωστρεφή χαρακτήρα της".

• **YALCO**
ΑΥΞΗΣΗ 37% ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟ 9ΜΗΝΟ

Ενθαρρυντικά είναι τα αποτελέσματα της χρήσης του πρώτου εννεαμήνου του 2022 για τη Yalco, που έχει ήδη εισέλθει σε τροχιά ανάκαμψης. Ειδικότερα, η εταιρεία κατέγραψε αύξηση των πωλήσεων κατά 37%, σταθερό καθαρό δανεισμό και μειωμένα χρηματοοικονομικά έξοδα.

ΒΕΛΤΙΩΜΕΝΟ ΤΟ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ

Βελτίωση παρουσιάζουν, με όρους συγκρισιμότητας, και τα προ φόρων αποτελέσματα που ανακοίνωσε για το ίδιο χρονικό διάστημα, σε σχέση με τα αντίστοιχα της προηγούμενης περιόδου, κάτι που οφείλεται και στη μείωση των χρηματοοικονομικών εξόδων,



Σωκράτης Κωνσταντίνου, Διευθύνων Σύμβουλος, Yalco

δεδομένου ότι μετά τη μεταβίβαση των δανειακών υποχρεώσεων το επιτοκιακό κόστος είναι μηδενικό.

Αναλυτικότερα, όσον αφορά τα προ φόρων αποτελέσματα και προς αποκατάσταση της συγκρισιμότητας μεταξύ των δύο περιόδων, πρέπει να επισημανθεί ότι κατά το εννεάμηνο του προηγούμενου έτους υπήρξαν μη επαναλαμβανόμενα έσοδα, που επηρέασαν τη διαμόρφωση των αποτελεσμάτων θετικά με το ποσό των €1,218 εκατ.

DATA – ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2022: 3.895

2021: 2.835

Μεταβολή: 37%

Αποτέλεσμα προ φόρων, τόκων & αποσβέσεων

2022: (1.115)

2021: 162

Αποτέλεσμα προ φόρων

2022: (1.526)

2021: (1.565)

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Κατά το γ' τρίμηνο του τρέχοντος έτους και σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, οι πωλήσεις και τα προ φόρων αποτελέσματα της εταιρείας παρουσιάζουν μικρή βελτίωση, ενώ η εταιρεία εκτιμά ανάλογη εξέλιξη και κατά το δ' τρίμηνο του 2022.



• **WARPLY**
Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ... ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΟ "ΚΑΛΑΘΙ ΤΟΥ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ"

Το Υπουργείο Ανάπτυξης ανέθεσε στη WarpLy τον σχεδιασμό, την τεχνική υλοποίηση και την υποστήριξη για το "καλάθι του νοικοκυριού", που λανσαρίστηκε πριν μερικές εβδομάδες σε όλα τα super market στην Ελλάδα και αποτελεί ήδη το βασικό σημείο αναφοράς για τη συγκράτηση των τιμών και της ακρίβειας στα είδη πρώτης ανάγκης.

Για το εν λόγω project, η WarpLy ήταν υπεύθυνη για τον συντονισμό, τη διασύνδεση και την εκπαίδευση των super market, για την τεχνική υλοποίηση σε app και website, καθώς επίσης έχει αναλάβει τον ποιοτικό έλεγχο των δεδομένων που λαμβάνει από τις επιχειρήσεις, τις παραμέτρους που καταδεικνύουν - μέσω των αγορών - τις ανάγκες και τις τάσεις για τους ίδιους τους καταναλωτές και σε συνεργασία με το Υπουργείο Ανάπτυξης διαμορφώνει τις απαραίτητες αλλαγές στο "καλάθι του νοικοκυριού".

• **ΔΕΛΤΑ**
ΑΝΑΚΗΡΥΧΘΗΚΕ COMPANY OF THE YEAR

Το κορυφαίο βραβείο "The Company of the Year" απονεμήθηκε στην Δέλτα, κατά τη φετινή τελετή του θεσμού "Dairy Awards 2022", επιβεβαιώνοντας, όπως αναφέρει η εταιρεία, την ηγετική της θέση στην ελληνική αγορά γαλακτοκομικών, με προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, που αντανακλούν τη διαχρονική δέσμευσή της στην ποιότητα και την καινοτομία.

"Η βράβευση της Δέλτα με 8 βραβεία στα 'Dairy Awards 2022' αποτελεί σημαντική αναγνώριση της πρωτοπορίας της για περισσότερα από 70 χρόνια στην αγορά γαλακτοκομικών, με την εφαρμογή βέλτιστων πρακτικών στην ασφάλεια και ποιότητα, τη δημιουργία και τη διάθεση νέων καινοτόμων και βιώσιμων προϊόντων αλλά και την



επιτυχημένη επικοινωνιακή προβολή. Επιβεβαιώνει επίσης την άμεση ανταπόκριση της ΔΕΛΤΑ στις νέες τάσεις στην κατηγορία των γαλακτοκομικών προϊόντων αποδει-

κνύοντας ότι οι καταναλωτές αποτελούν το σημαντικότερο κεφάλαιο, σταθερή αξία και πηγή έμπνευσης για την Δέλτα", αναφέρει η εταιρεία.

• ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ ΕΞΑΦΑΝΙΖΟΝΤΑΙ ΤΑ... ΑΒΓΑ ΑΠΟ ΤΑ ΡΑΦΙΑ ΤΩΝ SUPER MARKETS

Θύμα των αναταράξεων που έχουν οδηγήσει σε άδεια ράφια σε super markets του Ηνωμένου Βασιλείου, έχουν πέσει τα αυγά στη χώρα.

Τα super markets πουλούν αυγά με το δελτίο, οι αρτοποιοί σκέφτονται εναλλακτικές λύσεις και οι πτηνοτρόφοι απαιτούν κρατική δράση. Όπως αναφέρει το Bloomberg, πέρα από τον άμεσο αντίκτυπο, η κρίση αποκαλύπτει ευρύτερα πώς μπορούν εύκολα να διαταραχθούν οι δομές στις αγορές τροφίμων.

ΚΑΜΠΑΝΑΚΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΕΙΔΙΚΟΥΣ

Οι ειδικοί προειδοποιούν ότι το πρόβλημα, που αυτή τη στιγμή αφορά τα αυγά, θα μπορούσε την επόμενη εβδομάδα ή τον επόμενο μήνα να αφορά ένα βασικό προϊόν.

“Αυτό που βλέπουμε αυτήν τη στιγμή στην αγορά των αυγών θα μπορούσε να συμβεί στην αγορά φρούτων ή στην αγορά σιτηρών ή στην αγορά κρέατος”, τονίζει ο Tim Lang, καθηγητής διατροφικής πολιτικής στο City, University of London.



ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Η ανησυχία σχετικά με τα αυγά δεν αποτελεί ένα αμιγώς βρετανικό φαινόμενο. Η εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία έχει ως αποτέλεσμα την εκτόξευση των τιμών σε σιτηρά, λιπάσματα, ενέργεια και άλλα βασικά αγροτικά προϊόντα.

Το υψηλότερο κόστος των τροφών για την πτηνοτροφία έχει μειώσει το περιθώριο κέρδους των παραγωγών. Επιπλέον, η πρόσφατη γρίπη των πτηνών, έχει προκαλέσει χάος σε περιοχές των ΗΠΑ και της Ευρώπης, οδηγώντας στη μαζική θανάτωση πουλερικών. Οι τιμές των αυγών ήταν στην κορυφή της λίστας του πληθωρισμού των τροφίμων στις ΗΠΑ τον περασμένο μήνα, ενώ στην Ουγγαρία η κυβέρνηση περιορίζει τις τιμές.

ΕΧΕΙ ΕΚΤΟΞΕΥΘΕΙ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ

Οι πτηνοτρόφοι λένε ότι το κόστος έχει εκτοξευθεί. Σε έρευνα μελών της Βρετανικής Ένωσης Αβγοπαραγωγών Ελευθέρως Βοσκής, το 1/3 είτε μειώνει τα κοπάδια κοτόπουλων είτε σταματά την εκτροφή αυγών.

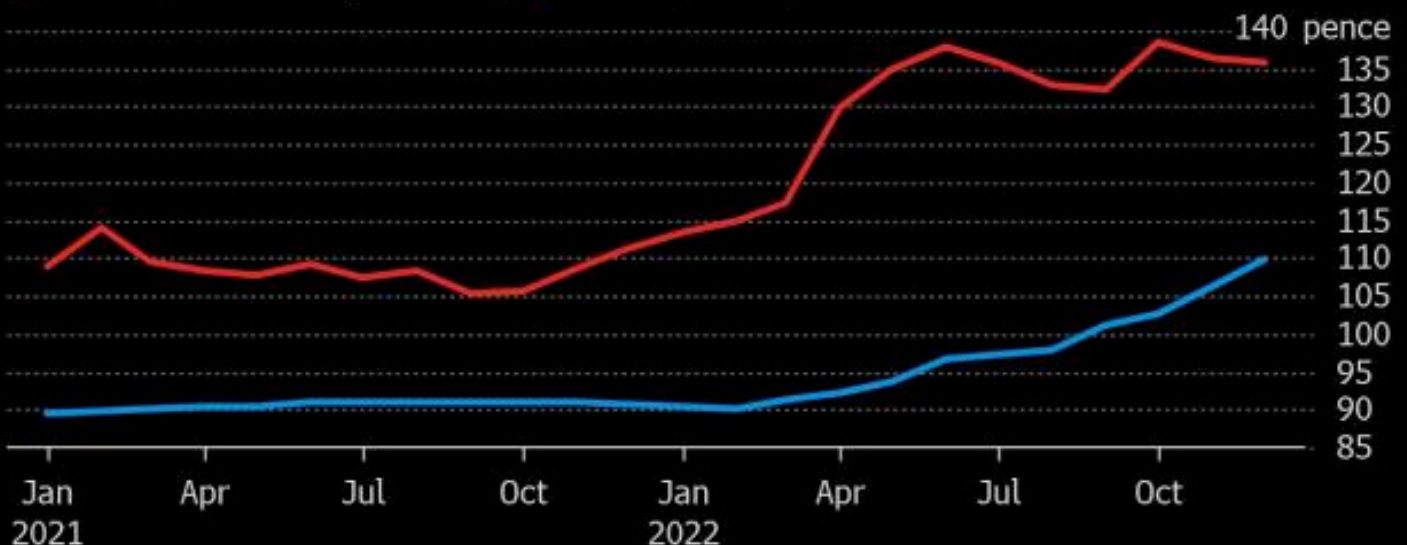
Τη Δευτέρα, η Εθνική Ένωση Πτηνοτρόφων (NFU) κάλεσε την κυβέρνηση να δράσει άμεσα και να στηρίξει τους παραγωγούς, προκειμένου να μην καταρρεύσει η αγορά των αυγών.

Ο πρόεδρος της επισήμανε ότι οι υψηλές τιμές ενέργειας, τα προβλήματα στα logistics και η γρίπη των πτηνών, δεν μπορούν εξ ολοκλήρου να εξηγήσουν τα άδεια ράφια στα super market.

Squeezed Farming Margins

Production costs have soared, but the prices paid haven't kept up

Cost of production (per dozen) Price paid to producer



Source: British Free Range Egg Producers Association

Bloomberg

• **COFFEEWAY**

ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΩΝ COFFEEBAGS

Η Coffeeway φέρνει πρώτη στην ελληνική αγορά αλεσμένους κόκκους καφέ σε ατομικά φακελάκια, που συνδυάζουν πλούσιο άρωμα και γεύση, με ευκολία παρασκευής.

Η διανομή των Coffeeway coffeebags έχει ήδη ξεκινήσει σε επιλεγμένα καταστήματα των μεγάλων αλυσίδων του οργανωμένου λιανεμπορίου. Στόχος της εταιρείας είναι μέσα στους επόμενους μήνες το προϊόν να είναι διαθέσιμο σε όλη την αγορά, δίνοντας την ευκαιρία στους καταναλωτές να το εντάξουν στην καθημερινότητά τους.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όπως αναφέρει η εταιρεία, το νέο προϊόν εκτός από απλό και εύκολο στη χρήση, χωρίς να απαιτείται ειδικός εξοπλισμός, προσφέρει πλεονεκτήματα, χάρη στη συσκευασία σε ατομικά φακελάκια (coffeebags).

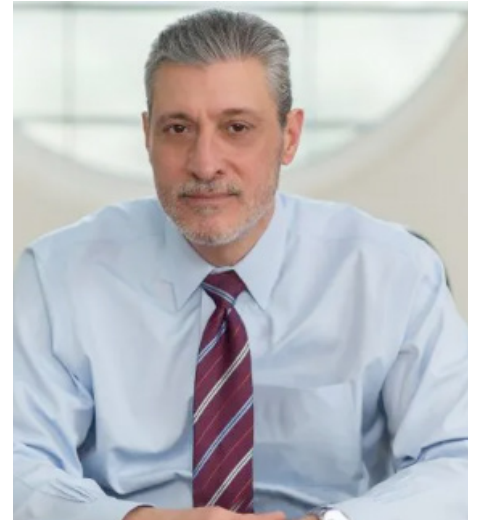
- Κάθε φακελάκι αντιστοιχεί σε μία μερίδα
- Ο καφές είναι αεροστεγώς συσκευασμένος ανά μερίδα για να διατηρεί αναλλοίωτο το άρωμά του
- Τα φακελάκια είναι διαθέσιμα σε Κλασικό, Αρωματικό και Decaf
- Εύχρηστες ατομικές συσκευασίες για κάθε περίπτωση (γραφείο, ταξίδι, διακοπές)

ΚΩΔΙΚΟΙ

Η προϊοντική συλλογή των Coffeeway coffeebags αποτελείται από πέντε κωδικούς:

- δύο αρωματικούς (Vanilla-Hazelnut και Salted Caramel)
- δύο κλασικούς (Morning Blend 100% Arabica και τον δυνατό Blend Eleven)
- τον Decaf Water Processed

Οι συσκευασίες των νέων κωδικών ακολουθούν την ανανεωμένη εικόνα που πρόσφατα παρουσιάστηκε και κυκλοφορεί με το νέο λογότυπο Coffeeway.



Γιάννος Μπενόπουλος, πρόεδρος & CEO, Cafetex

"ΜΟΝΑΔΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ"

Ο Γιάννος Μπενόπουλος, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Cafetex ανέφερε ότι "στην Coffeeway επιδιώκουμε να δημιουργούμε μοναδικά προϊόντα για τους καταναλωτές, απόλυτα με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις τους. Τα coffeebags είναι ο νέος τρόπος να φτιάχνουμε και να απολαμβάνουμε τον αγαπημένο μας καφέ όπως τον θέλουμε, όπου και αν είμαστε χωρίς κόπο και σπατάλη".

• **TESCO**

ΞΕΚΙΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ PICARD

Η Tesco ξεκίνησε δοκιμαστική συνεργασία με τη γαλλική αλυσίδα κατεψυγμένων τροφίμων Picard. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, προϊόντα της Picard έχουν ενσωματωθεί στο τμήμα κατεψυγμένων σε επιλεγμένα καταστήματα της Tesco. Η νέα σειρά στην Tesco αποτελείται από περίπου 20 SKUs.



αθέσιμη μέσω της Ocado εδώ και αρκετά χρόνια, ενώ μια πιο μικρή ποικιλία διατέθηκε, επίσης, για λίγο, σε μεγαλύτερα καταστήματα της M&S. Αν και πρόκειται για δοκιμαστική συνεργασία, αποτελεί ένα ακόμη παράδειγμα των Βρετανών grocers που αναζητούν συ-

ΣΕ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ

Μια πληρέστερη σειρά της Picard είναι δι-

νεργασίες ως τρόπο αύξησης της επιτυχίας και της διαφοροποίησης.

