

ΕΝΑ ΤΡΑΓΑΝΟ
ΔΙΑΛΕΙΜΜΑ
ΣΤΗ ΔΟΥΛΕΙΑ;
SOUNDS GOOD.



FNB SERVED **DAILY.**

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 01 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1306



• ΕΛΓΕΚΑ

Μικρές μεταβολές στα μεγέθη εξαμήνου
- Διψήφια ανάπτυξη για τα logistics



• ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ

Ανάκαμψη μεγεθών στο εξάμηνο – Ανοδική πορεία
για Απολλώνιο & θυγατρική σε Ρουμανία



• SOUTHBRIDGE ADVISORS

Επενδύει €8 εκατ. στο Βιολογικό Χωριό
- Συγκέντρωσε €174 εκατ. για το Mezzanine II



• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Αυξάνει μισθούς και δίνει extra παροχές
- Τι προβλέπει η νέα σύμβαση εργασίας

EDITORIAL: Υπέρ... ανάπτυξης των επιχειρήσεων ημών

SECRET RECIPE: Σκόνη

Greece



Η Enterprise Greece θα διοργανώσει και φέτος το εθνικό περίπτερο στην Anuga, μία από τις κορυφαίες εμπορικές εκθέσεις στον χώρο της βιομηχανίας τροφίμων.

Ενενήντα πέντε (95) εξέχουσες ελληνικές εξαγωγικές εταιρείες θα παρουσιάσουν τα προϊόντα τους σε 5 αίθουσες:

 Fine Food
10.2

 Frozen Food
4.2

 Dairy
10.1

 Bread & Bakery
2.2

 Drinks
8.1

Τριάντα (30) ακόμη ελληνικές εταιρείες θα συμμετάσχουν ψηφιακά μέσω της πλατφόρμας Anuga@home.

Πληροφορίες για την ελληνική συμμετοχή:

→ www.enterprisegreece.gov.gr/anuga-2021



• KIOSKY'S "ΤΡΕΧΕΙ" ΜΕ 44% - ΠΟΥ ΘΑ ΑΝΟΙΞΟΥΝ ΤΑ 5 ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Με ρυθμό ανάπτυξης 44% "τρέχει" ο τζίρος των KIOSKY'S Convenience Stores στο 8μηνο, σε σχέση με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα. Παράλληλα, η INKAT – μέρος των δραστηριοτήτων της οποίας είναι τα KIOSKY'S – υλοποιεί στρατηγικό πλάνο επέκτασης του δικτύου, με τα σημεία πώλησης να εμφανίζουν άνοδο 47% από πέρυσι.

Πιο αναλυτικά, τα Kiosky's Convenience Stores προχωρούν στη δημιουργία 5 νέων καταστημάτων, μέχρι το τέλος του έτους, διευρύνοντας έτσι, τα σημεία πώλησής τους, πανελλαδικά.

Τα νέα καταστήματα, τα οποία βρίσκονται στην τελική φάση κατασκευής, θα βρίσκονται στην Αθήνα (με 3 νέα σημεία πώλησης), στην Θεσσαλονίκη, όπου εγκαινιάζεται τον Οκτώβριο το δεύτερο κατάστημα Kiosky's, καθώς και στην Δράμα, όπου τον Δεκέμβριο η εταιρεία θα πραγματοποιήσει την είσοδό της στην τοπική αγορά.

ΜΕ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ FRANCHISE

Τα νέα καταστήματα δημιουργούνται με τη μέθοδο franchise, βάσει της οποίας η INKAT υλοποιεί το πλάνο επέκτασής της, επιτυγχάνοντας δύο κεντρικούς στόχους: την παρουσία της σε ολόκληρη την Ελλάδα, καθώς και το να αποτελέσει την πρώτη εταιρεία που θα διανέμει προϊόντα μικρής λιανικής στο σύνολο της γεωγραφίας της Αττικής μέσω των Kiosky's Convenience Stores.

"Η ολοκλήρωση της επέκτασής μας σε ολόκληρη την Ελλάδα θα δημιουργήσει

το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων μικρής λιανικής στη χώρα. Συνεχίζουμε με την αναζήτηση συνεργατών στη βάση του προγράμματος franchise που έχουμε εκπονήσει και προσδοκούμε ότι κάθε μήνα, για το επόμενο διάστημα, θα είμαστε σε θέση να εγκαινιάζουμε καινούργια καταστήματα", ανέφερε ο Γρηγόρης Μαχαίρας, Διευθυντής Ανάπτυξης Δικτύου των Kiosky's Convenience Stores.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΟ 2021

Η πρώτη φάση διεύρυνσης του δικτύου της εταιρείας, η οποία ολοκληρώνεται φέτος και στόχευε στην αύξηση του αριθμού των καταστημάτων με την παράλληλη στρατηγική είσοδο των Kiosky's Convenience Stores σε πόλεις που παρουσιάζουν υψηλή ζήτηση, θα αποτυπωθεί και στα οικονομικά στοιχεία του 2021, τα οποία αναμένεται να παρουσιάσουν σημαντική αύξηση.

Σύμφωνα με την εταιρεία, τα Kiosky's Convenience Stores αποτελούν σήμερα, το ισχυρότερο εμπορικό σήμα μικρής λιανικής και ένα από τα πιο δυναμικά brands στην Ελλάδα, με καταστήματα στην Αττική και σε πόλεις της περιφέρειας. Αποτελούν το κέντρο της γειτονιάς, που και με τον συνδυασμό του φυσικού καταστήματος με την ηλεκτρονική πλατφόρμα παραγγελιών e-kiosky's, δίνουν την ευκαιρία στους καταναλωτές να κάνουν τις αγορές τους όλες τις ημέρες της εβδομάδας, από το πρωί μέχρι τις 22:30 το βράδυ.



Editorial

Υπέρ... ανάπτυξης των επιχειρήσεων ημών

Τι κρατάω από τις συζητήσεις, που έγιναν στο πολύ ενδιαφέρον συνέδριο, το οποίο διοργάνωσε το IOBE υπό τον Νίκο Βέττα, μαζί με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, και στο οποίο είχα την τιμή να συμμετάσχω; Πρώτον, ότι οι πέντε βασικές προϋποθέσεις για τη χρηματοδότηση του ιδιωτικού τομέα μέσω του Ταμείου Ανάκαμψης, είναι οι επιχειρήσεις να είναι βιώσιμες, να προωθούν την ψηφιοποίηση, να έχουν εξαγωγικές ροές, να ενισχύουν το R&D και να μεγαλώσουν, μέσω συγχωνεύσεων και εξαγωγών.

Επιπλέον, την ανάγκη υιοθέτησης των κριτηρίων ESG από τις εταιρείες, δίνοντας έμφαση στην εταιρική διακυβέρνηση.

Το σίγουρο είναι ότι τα δάνεια αυτά θα προσφέρουν στις ελληνικές επιχειρήσεις πολύ χαμηλότερο κόστος δανεισμού - στα επίπεδα του ευρωπαϊκού ανταγωνισμού. Με όλα αυτά τα δεδομένα, τα λεφτά πρέπει να χρησιμοποιηθούν από τους επιχειρηματίες για αναπτυξιακούς και όχι... καταναλωτικούς σκοπούς. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Σκόνη

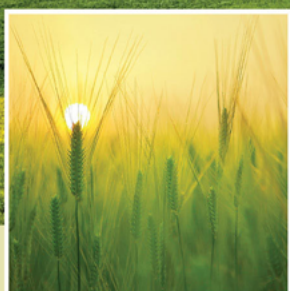
Μεγάλη υπόθεση η προστασία του ανταγωνισμού, αλλά όταν "σπκώνεται" περισσότερη σκόνη από όση μπορεί να καθαριστεί, τότε κάτι δεν πάει καλά. Αυτά συζητάνε στην αγορά, λόγω των πολλών μετώπων, που έχουν ανοίξει σε πολλούς κλάδους, μεταξύ των οποίων και στα τρόφιμα και ποτά. Όπως λένε οι ίδιες έμπειρες και καλά πληροφορημένες πηγές, "το ζήτημα ωστόσο δεν είναι να ξεκινούν έρευνες, αλλά να έχουν αποτέλεσμα και μάλιστα σε ωφέλιμο χρόνο". Το σίγουρο είναι ότι πρέπει να περιμένουμε εξελίξεις το προσεχές διάστημα.



ΑΡΑΒΟ - ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
مؤتمر الغذاء العربي - اليوناني
ARAB - HELLENIC FOOD CONFERENCE

October 5th – 6th 2021 • E-edition

1^ο Αραβο-Ελληνικό Συνέδριο Τροφίμων 5 & 6 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ



ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ:

- Επενδυτικές Ευκαιρίες σε Γεωργικές Εκτάσεις & Υποδομές στην Ελλάδα και στον αραβικό κόσμο
- Αρδευτική Τεχνολογία, Βιώσιμη Γεωργία & Βιομηχανίες Επεξεργασίας Τροφίμων (ελληνική τεχνογνωσία και αναβίωση μικρο-μεσαίων βιομηχανιών τροφίμων στον αραβικό κόσμο)
- Επιπτώσεις κλιματικής αλλαγής στους υδάτινους πόρους και Ερημοποίηση: Προκλήσεις και Λύσεις
- Αλιευτικοί Πόροι, Ιχθυοτροφεία & Υδατοκαλλιέργειες (ελληνική τεχνογνωσία & μεταφορά τεχνολογίας)
- Τεχνολογία Συσκευασίας Τροφίμων, Εφοδιαστική Αλυσίδα & Προδιαγραφές Χαλάλ
- Τάσεις και Ζήτηση στα ολόένα αυξανόμενα Οργανικά Προϊόντα και Φυσικά Συστατικά (με έμφαση στην νεανική επιχειρηματικότητα)

ΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ:

- www.arabhellenicchamber.gr • 2106711210 • chamber@arabgreekchamber.gr

Organized by



الغرفة العربية اليونانية للتجارة والتنمية
ΑΡΑΒΟ-ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ARAB-HELLENIC CHAMBER OF COMMERCE & DEVELOPMENT

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



Main Sponsors



ΧΟΡΗΓΟΙ

Supporters



Associate



Communication Sponsors



• **BEN'S ORIGINAL™**

ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ S/M ΜΕ ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ - ΜΕΧΡΙ ΤΕΛΟΣ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ 29 ΚΩΔΙΚΟΙ

Στην ελληνική αγορά και σε νέα συσκευασία είναι πλέον, διαθέσιμα τα προϊόντα Ben's Original™ από την Mars. Όπως πληροφορούμαστε, η νέα συσκευασία αποτελεί το επόμενο βήμα της εταιρείας για ένα μέλλον χωρίς αποκλεισμούς, ενώ αυτή η κίνηση, έρχεται σε συνέχεια της ανακοίνωσης της Mars τον Σεπτέμβριο του 2020, αναφορικά με την πρόθεσή της να μετονομάσει το σήμα, Uncle Ben's, με στόχο τη δημιουργία μιας πιο περιεκτικής και ορθής ονομασίας που θα ευθυγραμμίζεται με το νέο όραμα του brand: Τη δημιουργία ευκαιριών που προσφέρουν σε όλους μια θέση στο τραπέζι.

ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΣΕ 29 ΚΩΔΙΚΟΥΣ

Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, η μετάβαση στις νέες συσκευασίες έχει ήδη ξεκινήσει, προς το παρόν με 8 κωδικούς των γευμάτων ρυζιού, Ben's Original™ Ready to Heat 2', διαθέσιμους στα supermarkets, καθώς και σε σημεία μικρής λιανικής. Αναμένεται να ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος του έτους, με την τοποθέτηση του πλήρους χαρτοφυλακίου των προϊόντων, Ben's Original™, (Ρύζι, Σάλτσες, Ready to Heat) στα ράφια των καταστημάτων (29 κωδικοί).

ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΟ PORTFOLIO ΓΙΑ ΤΗΝ ΩΡΑ

Πηγές με γνώση, μας αναφέρουν ότι δεν αναμένεται το λανσάρισμα νέων κωδικών το προσεχές διάστημα, καθώς η εταιρεία εστιάζει στον σχεδιασμό δράσεων που αφορούν στην ενίσχυση της ενσωμάτωσης και της ισότητας, τόσο σε παγκόσμιο, όσο και σε τοπικό επίπεδο, εξυπηρετώντας το νέο όραμα της μάρκας μας, τη δημιουργία γευμάτων, εμπειριών και ευκαιριών, που προσφέρουν σε όλους μια θέση στο τραπέζι.

"Φυσικά, θα επανέλθουμε με περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα επόμενα βήματα που προγραμματίζουμε, σε συνέχεια των δεσμεύσεων και των δράσεων που θα αναλάβου-



με για ένα πιο δίκαιο μέλλον, χωρίς αποκλεισμούς, για όλους", αναφέρουν οι ίδιες πηγές.

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

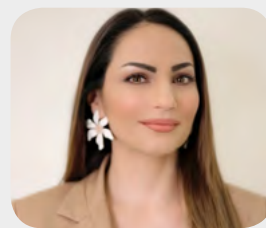
"Αυτή είναι μια μεγάλη στιγμή για το Ben's Original™ και μια έμπρακτη απόδειξη ότι στην Mars, θέτουμε τις ανάγκες και τις προτεραιότητες των καταναλωτών μας στο επίκεντρο της δραστηριότητάς μας, ακούμε τη φωνή τους, και εξελισσόμαστε διαρκώς, έχοντας ως κινητήρια δύναμη το πάθος και την αφοσίωση των συνεργατών μας", αναφέρει, μεταξύ άλλων, ο Άλκης Γέραλης, Market Director της Mars Multisales South Europe, για Ελλάδα, Κύπρο & Μάλτα.

"Το Ben's Original™ δεν αποτελεί μια απλή αλλαγή της επωνυμίας και της συσκευασίας - πιστεύουμε ότι όλοι αξίζουν να αισθάνονται ευπρόσδεκτοι και να έχουν πρόσβαση σε θρεπτικά γεύματα", δήλωσε ο Rafael Narvaez, Global CMO και R&D Officer της Mars Food.

Σημειώνεται ότι, στην Ελλάδα, κατά τη διάρκεια του 2020, η Mars Hellas διέθεσε μέσα από δωρεές περισσότερα από 74.000 γεύματα με βάση το ρύζι και οικονομική υποστήριξη σε 16 μη κυβερνητικές οργανώσεις και φορείς, ενώ μέσα από το πρόγραμμα, #MaziKanoumeTiDiafora, υποστήριξε την τοπική κοινότητα κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Business MINDSET



ΑΠΑΞΙΩΣΗ ΩΣ ΜΕΣΟ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗΣ: ΠΟΥ ΤΟ ΕΙΔΑΤΕ ΑΥΤΟ ΓΡΑΜΜΕΝΟ;

Πριν από κάποιο χρονικό διάστημα έγινα μάρτυρας μίας σκηνής «παρακίνησης» ενός εργοδότη σε έναν manager τμήματός του. Έχοντας ο ίδιος υποσχεθεί τα ακατόρθωτα σε έναν πελάτη, απαιτούσε από τον manager να «βγάλει το φίδι από την τρύπα» και να πάρει πίσω την υπόσχεση χωρίς να δυσανεπιστηθεί ο πελάτης ή να χαλάσει φυσικά η συμφωνία. Ο manager του εξέφρασε τους προβληματισμούς του, καθώς ο πελάτης στηρίχθηκε στην δέσμευση του ίδιου του ιδιοκτήτη της επιχείρησης και ήταν ανένδοτος στο να αλλάξει κάτι σε αυτά που περιμενε ως παραδοτέα.

Τότε ο εργοδότης, χτυπώντας τις γροθιές του στο γραφείο, του είπε: «Αν δεν μπορείς να διαχειριστείς αυτό το θέμα, τότε λυπάμαι, δεν μπορείς να διαχειριστείς τίποτα εδώ μέσα!» Ο manager έφυγε, φανερά θιγμένος, και ο επιχειρηματίας γύρισε και με κοίταξε με ένα βλέμμα γεμάτο υπερηφάνεια, περιμένοντας φαντάζομαι τα εύσημα για τον δυναμικό τρόπο που χειρίστηκε τον δισταγμό του υπαλλήλου του, να πετύχει αυτό που του ζητούσε. Βλέποντας ότι δεν λάμβανε κάτι τέτοιο από εμένα, θέλησε να δώσει μόνος του τα συγχαρητήρια στον εαυτό του, για τις εξαιρετικές «ηγετικές» ικανότητες. «Ετσι θέλουνε μου είπε! Το χτίδεμα βλάπτει. Αυτό τους πεισμώνει και τους κάνει να παίρνουν μπροστά για να μου αποδείξουν ότι μπορούν να τα καταφέρουν. Ξέρω τις ικανότητές του, αλλά δεν χρειάζεται να παίρνει θάρρος...»

Δυστυχώς δεν είναι η μόνη περίπτωση εργοδότη ή «leader» (σε πολλά εισαγωγικά), ο οποίος χρησιμοποιεί την απαξίωση ως «μέθοδο» παρακίνησης. Έχω δει πολλές φορές ανθρώπους σε υψηλές θέσεις να απαξιώνουν τους υφισταμένους τους, να τους δείχνουν ότι είναι ασήμαντοι, αναλώσιμοι, ότι δεν χρειάζεται να ακούνε καλά λόγια για όσα πετυχαίνουν, γιατί κάνουν απλά τη δουλειά τους... Αλήθεια τώρα, που το είδαν αυτό γραμμένο; Μάλλον μπερδεύουν την παρακίνηση, με την κακοποιητική συμπεριφορά που ενεργοποιεί το αίσθημα του φόβου και της επιβίωσης. Leaders εν έτος 2021...

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



MSc in Sales and Marketing

Το πρώτο μεταπτυχιακό στην Ευρώπη για Sales & Marketing

Το μόνο MBA με «Τριπλή Διαπίστευση», Βρετανικής (AMBA), Ευρωπαϊκής (EQUIS) και Αμερικανικής (AACSB) Πιστοποίησης

ΔΩΡΟ 500€ επιπλέον
απο το ΙΠΕ σε κάθε
σπουδαστή - μέλος του.

Έναρξη μαθημάτων
Οκτώβριος 2021

20%

Έκπτωση
για τα μέλη
του ΙΠΕ



MSC IN SALES & MARKETING UNIVERSITY OF STRATHCLYDE



Δώρο επιπλέον 500 ευρώ από το ΙΠΕ για τα μέλη του

Το ΙΠΕ ενημερώνει σχετικά με τα δίδακτρα του νέου Μεταπτυχιακού Προγράμματος εξειδίκευσης στο χώρο των Πωλήσεων και του Marketing (Master) που υλοποιείται σε συνεργασία με το University of Strathclyde ότι, εκτός της έκπτωσης του 20% που εξασφάλισε στα δίδακτρα, χρηματοδοτεί το ίδιο κάθε συμμετοχή μέλους του με 500 ευρώ επί της τελικής τιμής.

Το πρωτοποριακό MSc in Sales & Marketing έχει διάρκεια δύο χρόνια (part time), τα μαθήματα διδάσκονται με φυσική παρουσία στις εγκαταστάσεις του IMS (συνεργαζόμενος με το πανεπιστήμιο εκπαιδευτικός φορέας στην Αθήνα), εκτός από τις περιόδους εφαρμογής έκτακτων μέτρων κατά τις οποίες εφαρμόζεται διαδικτυακή εκπαίδευση σε σύγχρονη μορφή, συνδυάζοντας θεωρητική κατάρτιση και επαγγελματική γνώση.

Τα μαθήματα αρχίζουν
τον **Οκτώβριο 2021.**



Για πληροφορίες και εγγραφές
www.imstudies.gr/msc-in-sales-and-marketing/

Αφροδίτη Φερεντίνου, 210 7230 814,
info@imstudies.gr



• ΚΡΕ.ΚΑ

ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΒΕΒΑΙΗ Η ΣΥΝΕΧΙΣΗ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ – ΚΛΕΙΔΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ DOVALUE

Ουσιώδης αβεβαιότητα, που σχετίζεται με τη συνέχιση της δραστηριότητας της ΚΡΕ.ΚΑ, εξακολουθεί να υφίσταται, σύμφωνα με τις σημειώσεις των ορκωτών ελεγκτών (BDO), για τις οποίες αναφέρουν ότι, "κατά την 30η Ιουνίου 2021, μακροπρόθεσμες δανειακές υποχρεώσεις, οι οποίες έχουν καταστεί ληξιπρόθεσμες, μεταφέρθηκαν στο βραχυπρόθεσμο μέρος των τραπεζικών υποχρεώσεων, ενώ εις βάρος της εταιρείας έχουν εκδοθεί διαταγές πληρωμής ποσού €11,6 εκατ. για μέρος των οφειλών αυτών. Το σύνολο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της εταιρείας υπερβαίνει το σύνολο των κυκλοφορούντων περιουσιακών της στοιχείων, κατά ποσό €27,8 εκατ. περίπου. Επιπλέον, το σύνολο των Ιδίων Κεφαλαίων της εταιρείας έχει καταστεί αρνητικό και συντρέχουν οι προϋποθέσεις εφαρμογής των διατάξεων του άρθρου 119 του Ν. 4548/2018. Τα γεγονότα αυτά, ή οι συνθήκες αυτές, υποδηλώνουν την ύπαρξη ουσίωδους αβεβαιότητας, η οποία ενδεχομένως, θα εγείρει σημαντική αμφιβολία σχετικά με τη δυνατότητα της εταιρείας να συνεχίσει τη δραστηριότητά της".



Ζαχαρίας Κιουτσούκουσας,
επικεφαλής, ΚΡΕΚΑ

ΣΤΑ €34 ΕΚΑΤ. ΟΙ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

Λόγω της απεικόνισης των ληξιπρόθεσμων μακροπρόθεσμων δανείων στο βραχυπρόθεσμο μέρος των τραπεζικών υποχρεώσεων, οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της εταιρείας ανέρχονταν στο τέλος του α' εξαμήνου σε €33,97 εκατ., ενώ το κυκλοφορούν ενεργητικό σε €6,17 εκατ., με συνέπεια το κεφάλαιο κίνησης να εμφανίζεται αρνητικό κατά €27,8 εκατ.

ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΡΥΘΜΙΣΗ

Η εταιρεία έχει καταθέσει πρόταση στην DoValue για τη ρύθμιση των τραπεζικών της οφειλών, η οποία βρίσκεται σε διαδικασία αξιολόγησης από τη διαχειρίστρια τράπεζα, προκειμένου να εξαλείψει το θέμα του αρνητικού κεφαλαίου κίνησης και του αποκαταστήσει των δανείων ως ληξιπρόθεσμων.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

DATA - Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 10.907

2020: 11.906

Μεταβολή: (8,4%)

Μικτό κέρδος

2021: 538

2020: 489

Μεταβολή: 10%

Αποτελέσματα προ φόρων

2021: (1.362)

2020: (2.426)

Αποτελέσματα μετά φόρων

2021: (1.194)

2020: (2.123)



• PROMO SOLUTION @ ANUGA 2021

Πρακτικές οδηγίες για την οργάνωση των συζητήσεων με αγοραστές - επισκέπτες στη Διεθνή Έκθεση ANUGA 2021

Για την καλύτερη οργάνωση των συζητήσεων στο περίπτερό σας με επισκέπτες αγοραστές ή/και πελάτες σας είναι αναγκαίο να έχετε μαζί σας τα εξής:

1. Ένα φυλλάδιο, με μια **βασική παρουσίαση της εταιρείας**, των προϊόντων κλπ., και για όσους περνάνε μπροστά από το περίπτερο και για τους επισκέπτες που εισέρχονται στο περίπτερο. Ελαφρύ, χωρίς πολύ κείμενο, με καθαρές εικόνες, ξενόγλωσσο, τουλάχιστον στα αγγλικά. Σημειώστε ότι κανείς πλέον δεν κουβαλάει βάρος κατά την επιστροφή του. Το φυλλάδιο έχει την έννοια να πάρουν οι επισκέπτες μια γενική εταιρική εικόνα και στοιχεία επικοινωνίας σας.
2. Ένα **product list με τις συσκευασίες και τα logistics χωρίς τιμές**. Και για δική σας χρήση, ώστε να απαντάνε τα στελέχη σας γρήγορα σχετικά με το logistic και τη συσκευασία των προϊόντων, αλλά και για να το πάρουν μαζί τους φεύγοντας οι επισκέπτες που ενδιαφέρονται, μαζί με το φυλλάδιο και την κάρτα σας.
3. **Τιμοκατάλογο** α) για αποστολές στην Ευρώπη και β) για εξαγωγή σε τρίτες χώρες (με τα επί πλέον κόστη εξαγωγής, πιστοποιητικά, εκτελωνιστικά κ.λπ.) και ανάλογα με τον όρο παράδοσης που θα χρησιμοποιήσετε φυσικά (Incoterm 2010).

Σημειώνεται ότι ο τιμοκατάλογος δεν συννηθίζεται να δίνεται σε έντυπη μορφή μέσα στην Έκθεση, ειδικά αν δεν γνωρίζετε εκ των προτέρων τους επισκέπτες - δυνητικούς αγοραστές, αλλά αποστέλλεται όταν κάνετε το Follow up με mail.

Αν οι επισκέπτες είναι από τρίτες χώρες, συνήθως υπάρχουν κόστη που σχετίζονται με τον τόπο και τον τρόπο παράδοσης, με την ποσότητα της παραγγελίας και τα κόστη εγχώριας μεταφοράς μέχρι το σημείο παράδοσης ή τυχόν απαιτήσεις τρίτων χωρών, όπως εκτελωνιστικά, απεντομωμένες παλέτες ή κοντέινερ, τέλη για πιστοποιητικά κ.ά. Για το λόγο αυτό πριν δώσετε τιμές χρειάζεται να διευκρινίζετε πριν τα παραπάνω σημεία με τον πελάτη και καλύτερα να στείλετε την προσφορά σας, αφού μελετήσετε πρώτα όλες τις δαπάνες και να τις συνυπολογίσετε στις τιμές με την επιστροφή σας.

Η Promo Solution, οργανώνει για ακόμα μία φορά την συμμετοχή δεκάδων επιχειρήσεων στην Δ. Έκθεση Anuga 2021.

Θα μας βρείτε στα Halls 11.2, 10.1, 2.2, 3.2, 4.1, 8 και στο Anuga@Home.



ESGreece
Impact Investing

The weekly newsletter on industry news, regulation and emerging policy on ESG, sustainability, sustainable finance and impact investing from Greece and around the world.



LANDING IN YOUR INBOX EVERY TUESDAY

**SUBSCRIBE HERE
FOR FREE**

Powered by



**Institute for
Sustainable
Development**

*The Institute for Sustainable
Development, EPLO*

In partnership with

NOTICE
CONTENT & SERVICES

Notice Content and Services



ESGreece
Impact Investing

Powered by



**Institute for
Sustainable
Development**

In partnership with

NOTICE
CONTENT & SERVICES

9, Fidiou str., 10678 Athens, 210 3634061
For information: sales@esgreece.com



• **DIAGEO**

ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΘΩΡΙΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΤΩΝ ΟΓΚΩΝ

Η Diageo PLC ανακοίνωσε ότι έχει σημειώσει ισχυρό ξεκίνημα στη χρήση 2021/2022, σε ό,τι αφορά τις καθαρές λειτουργικές πωλήσεις, αντανakλώντας την ανθεκτικότητα στο off-trade και τη συνεχιζόμενη ανάκαμψη του on-trade καναλιού.

Πάντως, όπως επισήμανε ο Ivan Menezes, CEO της μεγαλύτερης εταιρείας ποτών παγκοσμίως -που έχει στο χαρτοφυλάκιο της ονόματα, όπως το Johnnie Walker και το Tanqueray- θα συνεχιστεί η μεταβλητότητα σε βραχυχρόνιο ορίζοντα, συμπεριλαμβανομένου του αντίκτυπου των μελλοντικών κυμάτων του κορωνοϊού.

Η ΕΙΚΟΝΑ

ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Ο ισχυρός άνδρας της Diageo δήλωσε πως, οι δραστηριότητές της εταιρείας στην Β. Αμερική εμφανίζουν ισχυρές επιδόσεις, παρά τους περιορισμούς στην εφοδιαστική αλυσίδα, καθώς έχει ενισχυθεί η καταναλωτική



Ivan Menezes, CEO, Diageo

ζήτηση, ενώ η Diageo συνεχίζει να επενδύει σε marketing και καινοτομία. Οι ευρωπαϊκές δραστηριότητες ανακάμπτουν καλύτερα από ό,τι αναμενόταν, καθώς παραμένει ισχυρή η ζήτηση στο off-trade κανάλι, με το αντίστοιχο on-trade να έχει καλό...momentum. Ακόμη, οι δραστηριότητες σε Αφρική, Ασία-Ειρηνικό και Λατινική Αμερική-Καραϊβική, εμφανίζουν επίσης, καλές επιδόσεις, αλλά η μεταβλητότητα αναμένεται να παραμείνει. Τέλος, παραμένουν οι δυσκολίες στον τομέα του ταξιδιωτικού λιανεμπορίου. Η διοίκηση της Diageo εκτιμά ότι, τα οργανικά λειτουργικά περιθώρια θα επωφεληθούν από την περαιτέρω ανάκαμψη του όγκου πωλήσεων, το θετικό μείγμα καναλιών και τις τάσεις για premium ποτά, ενώ η εταιρεία θα συνεχίσει να επενδύει στον εμπορικό τομέα και το marketing. Υπογράμμισε επίσης, ότι η Diageo διαχειρίζεται τις αυξανόμενες πληθωριστικές πιέσεις, οι οποίες εν μέρει, οφείλονται και στις αναταράξεις της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Η Diageo PLC ανακοίνωσε ότι έχει σημειώσει ισχυρό ξεκίνημα στη χρήση 2021/2022, σε ό,τι αφορά τις καθαρές λειτουργικές πωλήσεις, αντανakλώντας την ανθεκτικότητα στο off-trade και τη συνεχιζόμενη ανάκαμψη του on-trade καναλιού. Πάντως, όπως επισήμανε ο Ivan Menezes, CEO της μεγαλύτερης εταιρείας ποτών παγκοσμίως -που έχει στο χαρτοφυλάκιο της ονόματα, όπως το Johnnie Walker και το Tanqueray- θα συνεχιστεί η μεταβλητότητα σε βραχυχρόνιο ορίζοντα, συμπεριλαμβανομένου του αντίκτυπου των μελλοντικών κυμάτων του κορωνοϊού.

workforce effectiveness

σύγχρονες λύσεις πωλήσεων για υψηλές επιδόσεις

«Με τη μετάβαση από το BizeGate SFA της Regate στο εκσυγχρονισμένο Regate Effective Mobile CRM κρατήσαμε την επί 7 χρόνια αποδεδειγμένη σταθερότητα και ευελιξία ενός πλήρους συστήματος αυτοματοποίησης πωλήσεων σε Ελλάδα, Ρουμανία, Βουλγαρία και Σερβία. Με το Regate Effective, έχουν καλυφθεί επαρκώς πολλοί περισσότεροι ρόλοι των τμημάτων πωλήσεων σε όλα τα business units μας.»

Γιάννης Γιαννούλης - Group IS Director

Πάνω από **7.000** χρήστες χρησιμοποιούν ικανοποιημένοι τις λύσεις μας!

www.regate.gr

Τηλ.: Αθήνα : 215-55.17.050, Θεσσαλονίκη : 2312-201.555



Food for thought... every day!

ΣΤΗΝ



2021

TASTE
THE
FUTURE



Ενημερωθείτε καθημερινά
για όσα συμβαίνουν,
από τις 9 έως και τις 13 Οκτωβρίου,
στη No 1 έκθεση τροφίμων και ποτών:

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

Με την υπογραφή της δημοσιογραφικής ομάδας του FnB Daily

POWERED BY:



PROMO
SOLUTION
EXHIBIT. CREATE.

CHITOS SA
water bottling company



ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
Άγγελος Στανωτάς
2130882820
aggelos@notice.gr

POWERED BY **FN|USA.**

• **McCORMICK & CO** **ΥΨΗΛΟΤΕΡΑ ΤΩΝ ΕΚΤΙΜΗΣΕΩΝ** **ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ - ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΕ ΠΙΕΣΕΙΣ** **ΑΠΟ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ & LOGISTICS**

Καλύτερα των εκτιμήσεων ήταν τα κέρδη γ' τριμήνου της εταιρείας μπαχαρικών και αρωματικών υλών, McCormick & Co, κυρίως χάρη στην ισχυρή ζήτηση για γεύματα στο σπίτι, που βοήθησαν να αντισταθμίσουν οι πιέσεις από πληθωρισμό και logistics που έπληξαν πολλές εταιρείες. Η εταιρεία ανακοίνωσε καθαρά κέρδη \$212,4 εκατ. ή 79 σεντς ανά μετοχή για το τρίμηνο, έναντι \$206,2 εκατ. ή 76 σεντς ανά μετοχή πέρυσι, ενώ τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή διαμορφώθηκαν στα 80 σεντς έναντι εκτιμήσεων για 72 σεντς.

Ακόμη, οι πωλήσεις αυξήθηκαν στα \$1,549 δισ. από τα \$1,43 δισ. πέρυσι, επίσης υψηλότερα των εκτιμήσεων που έκαναν λόγο για \$1,538 δισ.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Ενώ τα κέρδη που έφεραν οι ισχυρές πωλήσεις μετριάστηκαν από τον υψηλότερο πληθωρισμό και τις προκλήσεις στα logistics που έπληξαν όλη τη βιομηχανία, "αναμένουμε ότι θα καταφέρουμε να διαχειριστούμε αυτό το πληθωριστικό περιβάλλον, όπως το κάναμε με επιτυχία στο



παρελθόν, συμπεριλαμβανομένων και μέσω των τιμών, αντισταθμίζοντας πλήρως τις πιέσεις του κόστους με τον καιρό", ανέφερε ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Lawrence E. Kurzius.

Η McCormick αναμένει ότι οι πωλήσεις για την τρέχουσα χρήση θα αυξηθούν 12-13% και ότι τα κέρδη ανά μετοχή θα διαμορφωθούν στα \$2,80-2,85. Ακόμη, αναμένει ότι τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή θα διαμορφωθούν στα \$2,97-3,02, έναντι προηγούμενης εκτίμησης για \$3-3,05.

• **RED BULL** **NEO LIMITED EDITION ΡΟΦΗΜΑ** **WINTER EDITION POMEGRANATE**

Το νέο limited edition ρόφημα παρουσίασε η Red Bull, το Red Bull Winter Edition Pomegranate, το οποίο προορίζεται για τις αγορές των ΗΠΑ.

Πρόκειται για ένα προϊόν που περιέχει ρόδι, βύσσινο, κόκκινα μούρα, καφεΐνη, βιταμίνες, σάκχαρα και νερό από τις Άλπεις, ενώ σύμφωνα με την εταιρεία, μπορεί να καταναλωθεί μόνο του ή να προστεθεί σε κάποιο mocktail.

Το Red Bull Winter Edition Pomegranate θα είναι διαθέσιμο από τις 4 Οκτωβρίου σε επιλεγμένα σημεία retail.



• **MY MARKET** **ΚΥΚΛΟΦΟΡΗΣΕ** **ΤΟ ΦΘΙΝΟΠΩΡΙΝΟ** **ΤΕΥΧΟΣ ΜΑΘΕ** **ΦΑΕ ΖΗΣΕ**

Κυκλοφόρησε το έβδομο τεύχος του περιοδικού, ΜΑΘΕ ΦΑΕ ΖΗΣΕ, των My market. Μία ακόμη αισιόδοξη και φρέσκια έκδοση, με πλούσια θεματολογία, βασισμένη στην ομώνυμη πλατφόρμα φροντίδας των My market. Οι καταναλωτές μπορούν να βρουν στις σελίδες τους συνταγές για σούπες και διαφορετικά smoothies, τρικ, χρήσιμα tips για φυτά εσωτερικού χώρου, αλλά και συμβουλές για να απολαύσουν σωστά το κρασί τους.



• **ΔΙΡΦΥΣ** **ΑΝΑΝΕΩΝΕΙ ΤΗΝ** **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ**

Νέα εποχή για την Δίρφυς σηματοδοτεί το rebranding των προϊόντων της. Ειδικότερα, η εταιρεία προχώρησε στον επανασχεδιασμό του λογότυπου της, που όπως αναφέρεται στη σχετική ανακοίνωση, προέκυψε ως μία στρατηγική απόφαση, με στόχο την ανανέωση της ταυτότητας της και τη διαφοροποίηση της εικόνας της σε σχέση με ανταγωνιστικά brands στην ελληνική αγορά.



• ΚΡΑΣΙ

ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ BAG IN BOX

Το πρόβλημα των συγκομιδών στην Ευρώπη, όσον αφορά στις προμήθειες, είναι μια εκ των μεγαλύτερων προκλήσεων για τις περισσότερες κατηγορίες κρασιών τους επόμενους μήνες, σύμφωνα με την Delhaize, που διοργανώνει έως 20 Οκτωβρίου το "Salon des Vins", τη δράση "Συνδυάζοντας με τα μάτια κλειστά", στην οποία συμμετέχουν περισσότερες από 200 εταιρείες κρασιού. "Οι συνταγές που παρουσιάζονται με τα κρασιά που επιλέχθηκαν, έχουν ερευνηθεί μαζικά", σημειώνει η αλυσίδα μετά την έκθεση κρασιού του 2020, εξ ου και η ανανέωση της πρωτοβουλίας φέτος. Σε ένα πλαίσιο που χαρακτηρίστηκε από την έκρηξη των πωλήσεων κρασιού στο Βέλγιο, η αλυσίδα σπεύδει να τονίσει μια τάση μεταξύ των Βέλγων, που διαφοροποιείται με βάση τη συσκευασία.

Ξεκινώντας με τα bag-in-box, οι πωλήσεις των οποίων στην Delhaize αυξήθηκαν φέτος κατά περισσότερο από 15% σε σύγκριση με πέρυσι, τονίζεται ήδη, η πολύ ισχυρή τάση. Για να ικανοποιήσει αυτή τη ζήτηση, η αλυσίδα αύξησε την παραγωγική ικανότητα του χώρου εμφιάλωσής της κατά 5%. "Αυτή η νέα αύξηση, σε σύγκριση με μια καλή προηγούμενη χρονιά, οφείλεται κυρίως σε νέες κυκλοφορίες και πωλήσεις σε bag-in-box", σημειώνει ο διανομέας.



ΜΙΚΡΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ ΑΠΟ ΧΑΡΤΟΝΙ

Οι μικρές συσκευασίες είναι επίσης, σε άνοδο, με περισσότερα από 150.000 μικρά μπουκάλια να πωλούνται φέτος. Ταυτόχρονα, πολλαπλασιάζονται περισσότερο τα πρωτότυπα δοχεία. Αυτό ισχύει για τα roches (συσκευασία σε πλαστικό τσαντάκι) που γίνονται ολοένα και πιο απαραίτητα, με περισσότερες από 400.000 μονάδες να πουλήθηκαν φέτος.

Η Delhaize σκοπεύει να προωθήσει αυτήν τη μορφή εμπορεύσιμη, μεταξύ άλλων, ένα ροζέ της Côtes de Provence σε roche, για να αξιοποιήσει το "αποτέλεσμα της υπερεκτίμησης".

Σύμφωνα με την ΚΕΟΣΟΕ, η μεγάλη καινοτομία φέτος, όσον αφορά στη

συσκευασία, είναι το ανακυκλωμένο μπουκάλι από χαρτόνι, το οποίο εμφανίζεται με ένα νέο ισπανικό κρασί, το "Planet B", τόσο για vegan, όσο και βιολογικούς καταναλωτές.

Το μπουκάλι ζυγίζει μόνο 83 γραμμάρια, δηλαδή πέντε φορές λιγότερο από ένα συμβατικό γυάλινο μπουκάλι. Εκτός από τη διευκόλυνση της μεταφοράς, αυτή η νέα συσκευασία έχει ένα αποτύπωμα άνθρακα που έχει κερδίσει τον διανομέα. "Το αποτύπωμα άνθρακα αυτής της φιάλης, κατασκευασμένης από ανακυκλωμένο χαρτόνι χωρίς χημικά, είναι έξι φορές μικρότερο (84%) από αυτό ενός γυάλινου μπουκαλιού. Το αποτύπωμα νερού είναι επίσης, τουλάχιστον τέσσερις φορές μικρότερο από αυτό του γυαλιού".

• ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΓΙΑ 2Η ΧΡΟΝΙΑ ΣΕ ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το "Πανόραμα Επιχειρηματικότητας και Σταδιοδρομίας" επιστρέφει, για 2η χρονιά, στο ψηφιακό περιβάλλον, συνδυάζοντας ένα πρόγραμμα ομιλιών με Career Days.

Μέσα από μια ανανεωμένη και ακόμα πιο διαδραστική πλατφόρμα, το πολυσυνέδριο προσκαλεί το νεανικό κοινό να "συntonιστεί" από 7 έως 9 Οκτωβρίου και να το παρακολουθήσει ψηφιακά με δωρεάν πρόσβαση, με σκοπό να αποκτήσει γνώση για τις μελλοντικές επαγγελματικές του αποφάσεις, τις τάσεις και τις ευκαιρίες απασχολησιμότητας που δημιουργούνται σε κομβικούς τομείς της οικονομίας, καθώς και να διατηρήσει ζωντανή τη σχέση των νέων με το ελληνικό επιχειρείν.



• ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΩΡΙΟ - CRUDO ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΑΛΥΣΙΔΑ VEGAN SNACK BAR

Το Βιολογικό Χωριό και το Crudo προχωρούν σε στρατηγική συνεργασία, που στοχεύει στην ανάπτυξη vegan snack bar, με γεύσεις του Crudo, στο ήδη υπάρχον και διαρκώς αναπτυσσόμενο δίκτυο καταστημάτων του Βιολογικού Χωριού.

Στόχος της συνεργασίας του Βιολογικού Χωριού και του Crudo είναι να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή για

υγιεινά γεύματα με πρωτότυπες γεύσεις και ξεχωριστούς τρόπους παρασκευής.

Η συνεργασία των δύο εταιρειών, όπως αναφέρει και η σχετική ανακοίνωση, αποσκοπεί, μεταξύ άλλων, στην ευρεία διάθεση vegan γευμάτων υψηλής διατροφικής αξίας, που βασίζονται, αποκλειστικά και μόνο, σε φυτικές και φυσικές πρώτες ύλες άριστης ποιότητας.



Powered by **ESGreece**
Impact Investing

• ΗΡΑΚΛΗΣ ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΑΣ ΣΤΗ Β. ΕΥΒΟΙΑ

Ο όμιλος ΗΡΑΚΛΗΣ στέκεται στο πλευρό των πληγέντων μελισσοκόμων που δοκιμάζονται από τις επιπτώσεις των πυρκαγιών του περασμένου Αυγούστου και αναλαμβάνει την παροχή μελισσοτροφής, για περισσότερες από 20.000 μέλισσες, για τους επόμενους έξι μήνες, στηρίζοντας "Έναν άθλο ακόμα για τη φύση και το επιχειρείν".

Η Εύη Ιωαννίδου, Διευθύντρια Επικοινωνίας & Δημοσίων Σχέσεων του ομίλου ΗΡΑΚΛΗΣ, δήλωσε: "Ο ρόλος των μελισσών στη φύση είναι αναντικατάστατος. Ως όμιλος ΗΡΑΚΛΗΣ δώσαμε από την πρώτη στιγμή το "παρών" με δράσεις για την άμεση ανακούφιση των πληγέντων. Σήμερα, κάνουμε ένα ακόμα βήμα,



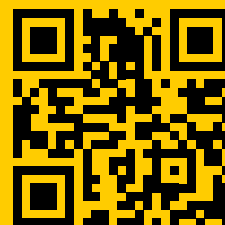
σχεδιάζοντας από κοινού την επόμενη ημέρα για τους επαγγελματίες μελισσοκόμους της Εύβοιας, μιας από τις πιο σημαντικές μελισσοκομικές περιοχές της χώρας. Ακούμε την αγωνία τους και διαμορφώνουμε από κοινού την πρωτοβουλία, ώστε η βοήθεια να ανταποκρίνεται όσο το δυνατόν περισσότερο στις πραγματικές ανάγκες τους".



Το Horeca Open, καθημερινά, στο διαδίκτυο

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

horecaopen.com



*Connecting
Horeca
Supply Chain*

• **SNACKS-8ΜΗΝΟ (IRI)**

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ... ΚΑΝΟΝΙΚΟΤΗΤΑ – CRACKERS ΚΑΙ BARS ΟΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΕΣ ΕΚΠΛΗΞΕΙΣ

Στα περυσινά επίπεδα κινείται η ευρύτερη κατηγορία των snacks, καθώς, όπως προκύπτει από τα στοιχεία της IRI, στο 8μηνο οι πωλήσεις στα supermarkets εμφανίζονται αυξημένες κατά 2,42% συγκριτικά με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα, με τους όγκους να είναι ελαφρώς μειωμένοι (-0,95%).

Η σταδιακή επιστροφή του κόσμου στην κανονικότητα – η οποία μεταφράζεται σε πολύ λιγότερες ώρες στο σπίτι και λιγότερες επισκέψεις στα καταστήματα του οργανωμένου λιανεμπορίου – “έκοψαν” την... ορμή που παρουσίασαν πέρυσι τα chips/γαριδάκια (+3,9%), αλλά και τα γλυκά μπισκότα (-2,2%).

Στον αντίποδα, οι εκπλήξεις της φετινής χρονιάς, μέχρι τα έως τώρα δεδομένα, είναι τα crackers, τα οποία συνεχίζουν την ανοδική πορεία των τελευταίων ετών (με άνοδο 7,4% σε τζίρο και 5,6% σε όγκους) – με τα PL στην συγκεκριμένη υποκατηγορία να κλέβουν την παράσταση με υπερδιπλάσιους ρυθμούς ανάπτυξης – αλλά και οι μπάρες δημητριακών (+12,4% σε αξία), οι οποίες είχαν δείξει να έχουν βρει... “τα βάνι” τα προηγούμενα χρόνια.

Από τα υπόλοιπα προϊόντα, οριακά χαμηλότερα βρίσκουμε τους τζιρους στα αλμυρά μπισκότα – μετά και τη σημαντική πτώση πέρυσι, ενώ τα croissants εμφάνισαν μικρή άνοδο σε αξία (2,8%) και όγκους (3,4%)



Πωλήσεις σε όγκο (κιλά)

Κατηγορία	8μηνο 2020	8μηνο 2021	Μεταβολή
Κράκερ	922.814	974.816	5,6%
Αλμυρά	774.580	759.257	-2,0%
Μπισκότα	11.795.395	11.049.641	-6,3%
Παιταϊάκια-γαριδάκια	5.914.957	6.147.862	3,9%
Κρουασάν	3.473.633	3.590.775	3,4%
Μπάρες δημητριακών	1.533.354	1.659.721	8,2%
ΣΥΝΟΛΟ	24.414.733	24.182.072	-0,95%

Πωλήσεις σε αξία (ευρώ)

Κατηγορία	8μηνο 2020	8μηνο 2021	Μεταβολή
Κράκερ	5.940.393	6.382.856	7,4%
Αλμυρά	5.331.397	5.281.534	-0,9%
Μπισκότα	64.475.473	63.050.602	-2,2%
Παιταϊάκια-γαριδάκια	52.592.459	54.622.047	3,9%
Κρουασάν	22.217.615	22.839.499	2,8%
Μπάρες δημητριακών	20.361.685	22.882.505	12,4%
ΣΥΝΟΛΟ	170.919.022	175.059.043	2,42%

Πηγή: IRI

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΑ TORTILLAS

Μία ματιά στην επιμέρους κατηγορία των snacks, δείχνει ότι όλες οι υποκατηγορίες ενισχύθηκαν, πλην αυτής του pop corn, που υποχώρησε κατά 11,7%. Η πιο ραγδαία αναπτυσσόμενη κατηγορία παραμένει αυτή των tortillas (10,6%), αν και η βάση είναι σαφώς πιο χαμηλή από τα classics snacks, όπως είναι τα chips (+3,3%) και τα γαριδάκια (3,1%).

	Πωλήσεις σε όγκο			Πωλήσεις σε αξία		
Κατηγορία	8μηνο 2020	8μηνο 2021	Δ%	8μηνο 2020	8μηνο 2021	Δ%
chips	3.714.038	3.819.781	2,8%	32.154.204	33.206.352	3,3%
γαριδάκια	1.383.906	1.447.167	4,6%	12.317.349	12.693.135	3,1%
tortillas	485.482	543.857	12,0%	4.005.056	4.429.395	10,6%
υγιεινά snacks	11.742	11.920	1,5%	295.950	305.280	3,2%
άλλα snacks	113.568	143.763	26,6%	1.597.183	2.025.439	26,8%
pop corn	206.220	181.374	-12,0%	2.222.718	1.962.446	-11,7%
SNACKS	5.914.957	6.147.862	3,9%	52.592.459	54.622.047	3,9%

Πηγή: IRI

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ΘΕΟΝΗ**

ΧΟΡΗΓΟΣ ΕΝΥΔΑΤΩΣΗΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ "ΜΑΡΙΑ ΚΑΛΛΑΣ: ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ & ΑΝΑΜΝΗΣΕΙΣ"

Το φυσικό μεταλλικό νερό, ΘΕΟΝΗ, ήταν ο επίσημος χορηγός ενυδάτωσης της παράστασης "Μαρία Κάλλας: Επιστολές & αναμνήσεις", με πρωταγωνίστρια την Monica Bellucci. Ειδικότερα, το ελληνικό νερό πλαισίωσε την καταξιωμένη Ιταλίδα

ηθοποιό στις επίσημες εμφανίσεις της, από τη συνέντευξη Τύπου και το private dinner μετά την πρεμιέρα, μέχρι το επίσημο γεύμα που έλαβε χώρα στο Μουσείο της Ακρόπολης, αμέσως μετά την ολοκλήρωση των παραστάσεων.



• **MEDITERRA**

ΕΝΤΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ ΤΟ 3ο ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ – ΤΕΛΗ 2022 ΘΑ ΞΑΝΑΠΙΑΣΕΙ ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΟΥ 2019

Το νέο της κατάστημα θα ανοίξει εντός Οκτωβρίου η Mediterra, στα γραφεία της εταιρείας στον Νέο Κόσμο.

Θυμίζουμε ότι τον Ιούλιο άνοιξε το δεύτερο κατάστημά της, στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, στην Extra Schengen, στο επίπεδο αναχωρήσεων, ενισχύοντας τη συνεργασία της με τα Duty Free Shops.

Όπως αναφέρουν καλά πληροφορούμενες πηγές της εταιρείας, μέχρι το τέλος του έτους δεν προβλέπεται να προστεθούν νέα καταστήματα στο δίκτυο της εταιρείας.

ΜΕ +5,98% ΕΚΛΕΙΣΕ ΤΟ Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

Σημειώνεται ότι η εταιρεία, που αποτελεί θυγατρική της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου, κατέγραψε στο α' εξάμηνο αύξηση 6% στις πωλήσεις, με τον τζίρο να κλείνει περίπου στα €4,7 εκατ.

DATA – Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε € χιλ.)

Πωλήσεις	Μικτό Κέρδος
2021: 4.709	2021: 1.124
2020: 4.443	2020: 1.126
Μεταβολή: 5,98%	Μεταβολή: (0,21%)
Κέρδη προ φόρων	
2021: 171	
2020: 95	
Μεταβολή: 79,97%	

ΘΕΤΙΚΕΣ ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΦΕΤΟΣ

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, το 2021 θα καλύψει μέρος της ανάπτυξης που έχασε η εταιρεία το 2019, ενώ προς τα τέλη του 2022 αναμένεται να αγγίξει τις επιδόσεις του 2019. Επισημαίνουν δε, ότι το διάστημα από τον Οκτώβριο του 2021 έως και τον Μάρτιο του 2022 είναι κρίσιμο, ώστε να φανεί εάν η φετινή ανάπτυξη μπορεί να κεφαλαιοποιηθεί.

ΕΜΧ: 4/10 ΞΕΚΙΝΑ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ 4 ΚΕΝΤΡΩΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

Στο μεταξύ, την Δευτέρα 4 Οκτωβρίου ξεκινά η λειτουργία και των τεσσάρων κέντρων επεξεργασίας της μαστίχας, στα χωριά Πυργί, Καλαμωτή, Νένπητα και Καλλιμασιά, σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily.



Γιάννης Μανδούλας, CEO, Mediterra



Πρόκειται για ένα εγχείρημα που ξεκίνησε πριν από δύο χρόνια, με σκοπό, η Ένωση να επιτύχει τον πρωτογενή καθαρισμό της μαστίχας πρωτογενώς.

Φέτος, πέρα από τις κοσκινίστρες, οι παραγωγοί θα δουν και από ένα επιπλέον μηχανήμα στις γραμμές παραγωγής, τους ξεφυλιστήρες, οι οποίοι θα τοποθετηθούν μετά τις κοσκινίστρες, για να αφαιρείται ό,τι μαστίχι υπάρχει στα φύλλα.

"Με σταθερά βήματα και προσανατολισμό προχωρούμε στον στόχο της πλήρους επεξεργασίας του πρωτογενούς προϊόντος από την ΕΜΧ".

Όπως πληροφορούμαστε, η Ένωση είναι ήδη, σε επαφή με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων για τη δημιουργία μιας νέας γραμμής καθαρισμού, η οποία, μετά το κοσκίνισμα στα χωριά, να μπορεί, με σέρα, να ξεχωρίζει την καθαρή από την βρώμικη μαστίχα, ύψους €3 εκατ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• MARKS & SPENCER ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΟ ΝΕΟ ΨΥΧΙΚΟ

Η Marks & Spencer, στο πλαίσιο της δυναμικής της παρουσίας στην Ελλάδα, προχωρά σε επενδύσεις με στόχο την ανανέωση και τεχνολογική αναβάθμιση του υπάρχοντος δικτύου. Στο πλαίσιο αυτό, προχώρησε πρόσφατα στη μεταφορά του καταστήματος που διέθετε στο Νέο Ψυχικό, σε νέα τοποθεσία και συγκεκριμένα στην οδό Ολυμπιονικών 290 και Παρίση.

Στο ανανεωμένο κατάστημα του Ν. Ψυχικού λειτουργεί και νέο M&S Food τμήμα, σε ειδικό χώρο 65 τ.μ., με μεγάλη, όπως αναφέρει η εταιρεία, ποικιλία προϊόντων από όλο τον κόσμο.

INFO

Έκταση: 588τ.μ.

Τμήματα:

Γυναικεία

Ανδρικά

Lingerie

Παιδικά

Food

Ταμεία: 3

Οθόνες σε ταμεία και βιτρίνες: 6

ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΖΕΙ ΚΑΙ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΒΡΙΛΗΣΣΙΩΝ

Ο εκσυγχρονισμός των καταστημάτων της Marks & Spencer στην Ελλάδα θα συνεχιστεί, με επόμενο σταθμό το κατάστημα των Βριλησσιών, στο οποίο λειτουργεί ήδη, νέο, ειδικά σχεδιασμένο τμήμα home, το οποίο ενισχύεται με οθόνες σε διάφορα σημεία, αλλά και νέες ψηφιακές υπηρεσίες, σταδιακά έως τις αρχές του 2022.

• ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ €375 ΕΚΑΤ.

Στη δημοσιότητα δόθηκε το κείμενο διαβούλευσης του Προγράμματος Αλιείας, Υδατοκαλλιέργειας και Θάλασσας (ΠΑΛΥΘ) 2021-2027, ύψους €374.995.903, το οποίο θα χρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Αλιείας, Θάλασσας και Υδατοκαλλιέργειών (ΕΤΘΑΥ), για το οποίο έχει εκδοθεί ο Κανονισμός (ΕΕ) 1139/2021.

Σημειώνεται ότι, το ΕΤΘΑΥ είναι το υποστηρικτικό εργαλείο, που αναμένεται να συνδράμει στην επίτευξη των σκοπών της Κοινής Αλιευτικής Πολιτικής (Κ.Α.Π.), καθώς και της Θαλάσσιας Πολιτικής και θα είναι το κύριο μέσο για την εκπλήρωση των δεσμεύσεων που έχει αναλάβει η Ε.Ε., στο πεδίο της διακυβέρνησης των θαλασσών.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Το ΠΑΛΥΘ ακολουθεί τις τέσσερις προτεραιότητες του ΕΤΘΑΥ:

- Προώθηση της βιώσιμης αλιείας και της αποκατάστασης και διατή-



ρησης των υδρόβιων βιολογικών πόρων,

- Προώθηση δραστηριοτήτων βιώσιμης υδατοκαλλιέργειας και μεταποίησης και εμπορίας προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας και, κατά συνέπεια, η συμβολή στην επισιτιστική ασφάλεια στην Ένωση
- Ενθάρρυνση μιας βιώσιμης γαλαζίας οικονομίας σε παράκτιες και

νησιωτικές περιοχές, καθώς και σε περιοχές εσωτερικών υδάτων, και προώθηση της ανάπτυξης κοινοτήτων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας και

- Ενίσχυση της διεθνούς διακυβέρνησης των ωκεανών και δημιουργία προϋποθέσεων για την εξασφάλιση ασφαλών, προστατευμένων και καθαρών θαλασσών και ωκεανών που υπόκεινται σε βιώσιμη διαχείριση

Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί ότι το ΠΑΛΥΘ 2021-2027 θα εξυπηρετήσει ταυτόχρονα και τους εθνικούς στρατηγικούς στόχους του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του αγροτικού τομέα, την ενίσχυση της αγροτικής επιχειρηματικότητας, την ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων, την ανθεκτικότητα στην κλιματική αλλαγή, καθώς και την ολοκληρωμένη ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

• COCA COLA ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΤΗ ΝΕΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η Coca-Cola παρουσιάζει τη νέα παγκόσμια φιλοσοφία και πλατφόρμα επικοινωνίας με τίτλο, Real Magic, η οποία σηματοδοτεί την πρώτη, νέα παγκόσμια πλατφόρμα επικοινωνίας της Coca-Cola από το 2016, και λανσάρεται σε συνδυασμό με μια ανανεωμένη εικόνα για το brand, καθώς και με μια νέα προοπτική του λογοτύπου της Coca-Cola, το οποίο θα προβάλλεται σε όλες τις καμπάνιες. Ο Manolo Arroyo, Chief Marketing Officer της The Coca-Cola Company, δήλωσε: "Η Coca-Cola είναι ένα brand που είναι γεμάτο αντιφάσεις: ταπεινή, αλλά εμβληματική, αυθεντική, αλλά και μυστήρια, πραγματική και μαγική", υπογράμμισε, ενώ πρόσθεσε: "η φιλοσοφία της πλατφόρμας, Real Magic, έχει



τις ρίζες της στην πεποίθηση πως, οι αντιφάσεις μπορεί να κάνουν τον κόσμο πιο ενδιαφέροντα, γεμάτο εξαιρετικούς ανθρώπους, απρόσμενες ευκαιρίες και υπέροχες

στιγμές. Παράλληλα, αποτυπώνει την ουσία της Coca-Cola: μια αυθεντική, μοναδική γεύση που δεν περιγράφεται. Με άλλα λόγια, μια αίσθηση αληθινής μαγείας".

• ΕΛΓΕΚΑ

ΜΙΚΡΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΕΞΑΜΗΝΟΥ - ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΑ LOGISTICS

Μικρή βελτίωση της κερδοφορίας με θετικό γύρισμα στην τελική γραμμή του ισολογισμού παρουσίασε η ΕΛΓΕΚΑ στο α' εξάμηνο, παρά την επίσης, μικρή πτώση του τζίρου της.

DATA - Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών	EBITDA
2021: 90.408	2021: 7.537
2020: 92.202	2020: 7.077
Μεταβολή: (1,95%)	Μεταβολή: 6,5%
Μικτό κέρδος	Αποτελέσματα μετά φόρων
2021: 15.867	2021: 684
2020: 15.352	2020: (87)
Μεταβολή: 3,35%	

ΠΤΩΣΗ ΛΟΓΩ ΥΨΗΛΟΤΕΡΗΣ ΠΕΡΥΣΙΝΗΣ ΒΑΣΗΣ

Σύμφωνα με τη διοίκηση της εισηγμένης, η πτώση είναι αποτέλεσμα κυρίως, της εξομάλυνσης των συνθηκών αγοράς κατά τη διάρκεια του έτους, σε αντιπαράθεση με το α' εξάμηνο του 2020, κατά το οποίο μία σειρά μέτρων, που λήφθηκαν στο πλαίσιο αντιμετώπισης της πανδημίας COVID-19, είχαν ωθήσει σε σημαντική αύξηση των μεγεθών του εμπορίου τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών. Ειδικότερα, στον τομέα αυτό, η μητρική ΕΛΓΕΚΑ διατήρησε τον τζίρο της, ενώ η θυγατρική εταιρεία, G.S.B.G., η οποία δραστηριοποιείται στην αγορά των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, παρουσίασε πτώση πωλήσεων. Αντίθετα, στην Ρουμανία, η θυγατρική της, Elgeka Ferfelis Romania, αύξησε πωλήσεις (+5,3%) και μικτή κερδοφορία, μειώνοντας παράλληλα, το λειτουργικό της κόστος.

ΣΤΟ +11,9% ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Από την άλλη πλευρά, ο κλάδος της "Παροχής υπηρεσιών Logistics" ωφελείται από τον συνδυασμό νέων συνεργασιών που έχουν πραγματοποιηθεί από τα τέλη του 2020 και της σταδιακής μεταστροφής των καταναλωτών προς το ηλεκτρονικό εμπόριο εις βάρος της κατανάλωσης από τα φυσικά καταστήματα. Η εταιρεία, μέσω της Διακίνησης, κατάφερε κατά τη διάρκεια του α' εξαμήνου, αφενός, να αυξήσει τις πωλήσεις της κατά 11,9% και αφετέρου, να συγκρατήσει το λειτουργικό της κόστος και να αυξήσει με αυτόν τον τρόπο, τη λειτουργική της κερδοφορία.



Αλέξανδρος
Καταιώτης,
Πρόεδρος & CEO,
ΕΛΓΕΚΑ

«EBITDA» ανά Τομέα (σε χιλ. ευρώ)	Α' Εξάμηνο 2021	Α' Εξάμηνο 2020	Μεταβολή
Εμπορία τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών	3.663	3.971	(308)
Διαχείριση ακινήτων	65	12	53
Παροχή υπηρεσιών «Logistics»	3.924	3.238	686
Λοιπά	(118)	(144)	26
ΣΥΝΟΛΟ	7.534	7.077	457

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΑΜΚ

Από την εταιρεία επισημαίνεται ότι, "η επιτυχής ολοκλήρωση της αύξησης μετοχικού κεφαλαίου στα τέλη Ιουλίου 2021, μέσω της οποίας ο όμιλος άντλησε συνολικά κεφάλαια ύψους €10,853 εκατ., του επιτρέπει τη θωράκιση των χρηματοοικονομικών του μεγεθών και τη σημαντική ενίσχυση των ταμειακών διαθεσίμων του". Πρόσθεσε δε, ότι, "σε μία περίοδο, όπου πραγματοποιούνται σημαντικές και διαρθρωτικές μεταβολές στα πρότυπα κατανάλωσης και συνεπώς στις δομές και τους μηχανισμούς λειτουργίας των επιμέρους επιχειρηματικών κλάδων, ο όμιλος ΕΛΓΕΚΑ διαθέτει την αναγκαία ρευστότητα, προκειμένου να υποστηρίξει ευκαιρίες ανάπτυξης, να αξιοποιήσει συνέργειες και εν γένει, να ενισχύσει την εμπορική θέση του στις αγορές δραστηριοποίησής του".

ΔΕΝ ΘΑ ΕΧΕΙ ΠΡΟΣΩΡΙΝΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ Η ΠΑΝΔΗΜΙΑ

Ακόμη, η διοίκηση θεωρεί ότι το αποτύπωμα της πανδημίας στην οικονομία δεν θα έχει προσωρινό χαρακτήρα, καθώς μία σειρά κλάδων αυτής, έχει υποστεί διαρθρωτικές μεταβολές κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Σε συνδυασμό και με τις πληθωριστικές πιέσεις που έχουν κάνει την εμφάνισή τους, αναμένεται ότι θα υπάρχουν πολλές και ποικίλες προκλήσεις, που θα κληθούν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις κατά το β' εξάμηνο του 2021.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Πωλήσεις ανά Τομέα (σε χιλ. ευρώ)	Α' Εξάμηνο 2021	Α' Εξάμηνο 2020	%
Εμπορία τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών	71.748	75.873	(5,44%)
Διαχείριση ακινήτων	183	152	20,39%
Παροχή υπηρεσιών «Logistics»	18.477	16.177	14,22%
ΣΥΝΟΛΟ	90.408	92.202	(1,95%)

• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΣΤΟ ΠΛΕΥΡΟ ΤΩΝ ΣΕΙΣΜΟΠΛΗΚΤΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Η ΑΒ Βασιλόπουλος ανταποκρίθηκε άμεσα, στις ανάγκες που προέκυψαν στο Αρκαλοχώρι του Ν. Ηρακλείου στην Κρήτη, μετά τον ισχυρό σεισμό που έπληξε την περιοχή. Συγκεκριμένα, σε συνεργασία με τις τοπικές Αρχές, διένειμε πάνω από 8.500 τεμάχια τυποποιημένων ειδών και πάνω από 6.500 μπουκάλια νερό.



Βασιλόπουλος
...και του πουλιού το γάλα!



• THE DELIFAIR ΞΕΚΙΝΟΥΝ ΑΠΟ 4 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ ΤΑ WEBINARS

Ξεκινούν την Δευτέρα 4 Οκτωβρίου τα webinars της 2ης The Delifair, με πλήθος εκλεκτών συμμετεχόντων από τον χώρο της γαστρονομίας.

Όλες οι τάσεις της αγοράς, μυστικά επιτυχίας, συμβουλές για επιτυχημένες πρακτικές, γευστικοί συνδυασμοί που ξεχωρίζουν, ταξίδια γεύσης κι άλλα πολλά, θα παρουσιαστούν για μια ακόμη φορά, στο e-stage της The Delifair.

Μέσα από live cooking, panels και παρουσιάσεις, θα ανακαλύψετε:

- Την post Covid-19 εστίαση
- Τη νέα γενιά της γαστρονομίας
- Μυστικά pairing για τους λάτρεις- και μη - της μπίρας
- Chef και κουζίνες σε ζωντανή σύνδεση

με Γιάννενα, Μύκονο και Ηρακλεία

- Τις γυναίκες chefs του σήμερα και πολλές ακόμη online εκδηλώσεις

Κάντε δωρεάν εγγραφή στο <https://thedelifair.gr/>, επιλέξτε τα webinars που σας ενδιαφέρουν και Δηλώστε συμμετοχή! Θα λάβετε στο email σας το link παρακολούθησης και μπορείτε να το αποθηκεύσετε στο ημερολόγιο σας με ένα click, ώστε να θυμηθείτε την ημέρα και ώρα του webinar.

Επιπλέον, με την ολοκλήρωση των webinars της 2ης The Delifair, μπορείτε να κατεβάσετε δωρεάν το υλικό των παρουσιάσεων!

Δείτε αναλυτικά όλη την λίστα των προγραμματισμένων εκδηλώσεων στο <https://thedelifair.gr/el/workshops>.

• NESTLE NEA CHEERIOS ΜΕ 5% ΛΙΓΟΤΕΡΗ ΖΑΧΑΡΗ

Τα νέα δημητριακά πρωινού παρουσίασε η Nestlé, τα οποία περιέχουν 5% λιγότερη ζάχαρη.

Τα Cheerios Vanilla O's είναι πλούσια σε φυτικές ίνες, δεν περιέχουν τεχνητά χρώματα και γεύσεις, ενώ είναι εμπλουτισμένο με βιταμίνες και μέταλλα.

"Φιλοδοξία μας είναι να παρέχουμε στις οικογένειες ένα θρεπτικό ξεκίνημα της ημέρας και το λανσάρισμα του Cheerios Vanilla O αποδεικνύει τη συνεχή δέσμευσή μας σε αυτό" ανέφερε ο Toby Baker, διευθυντής μάρκετινγκ UKA, στην Nestlé Cereals.

Τα νέα δημητριακά είναι διαθέσιμα στο Sainsbury's, με την εταιρεία να σχεδιάζει την περαιτέρω τοποθέτησή τους και σε άλλες αλυσίδες μέχρι τέλος του έτους.



• LIDL ΕΛΛΑΣ ΤΟ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ "SUP FREE HACKATHON" ΣΤΟ YOUTUBE ΚΑΝΑΛΙ ΤΗΣ

Η ταινία καταγράφει και παρουσιάζει την ιστορία πέντε ομάδων νέων, δημιουργικών ανθρώπων, οι οποίοι, εν μέσω πανδημίας και παρά τις αντιξοότητες της εποχής, συμμετείχαν και διακρίθηκαν σε έναν διαγωνισμό καινοτομίας τον περασμένο Δεκέμβριο, με στόχο την ανεύρεση λύσεων για τη μείωση των πλαστικών μίας χρήσης.

Η Lidl Ελλάς χρηματοδότησε τη διενέργεια του διαγωνισμού και προσέφερε mentoring στους συμμετέχοντες, με την παράλληλη υποστήριξη από το Κοινωνικό Ίδρυμα Αθανάσιος Κ. Λασκαρίδης και την εταιρεία τεχνολογίας και καινοτομίας, Crowdpolicy, που ανέλαβε τη διοργάνωση.



• **ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ**

ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΜΕΓΕΘΩΝ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΑΝΟΔΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΓΙΑ ΑΠΟΛΛΩΝΙΟ & ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΣΕ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Αύξηση μεγεθών καταγράφει η Καραμολέγκος κατά το α' εξάμηνο του έτους, με τη διοίκηση να εκτιμά ότι η ανοδική τάση θα συνεχιστεί και στο β' εξάμηνο του έτους. Ωστόσο, εάν αυστηροποιηθούν τα μέτρα προστασίας από την πανδημία, εκτιμά ότι πιθανόν είναι να μειωθούν οι πωλήσεις επηρεαζόμενες από τη μείωση της κατανάλωσης.

DATA - Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 52.425

2020: 47.920

Μεταβολή: 9,40%

Μικτό αποτέλεσμα

2021: 23.684

2020: 19.564

Μεταβολή: 21,06%

EBITDA

2021: 7.197

2020: 6.171

Μεταβολή: 16,62%

Αποτελέσματα μετά από φόρους

2021: 1.947

2020: [271]

ΣΤΟ +8,4%

ΤΟ ΑΠΟΛΛΩΝΙΟ

Αναφορικά με το Απολλώνιον, η εφαρμογή του προγράμματος εμβολιασμού στον γενικό πληθυσμό, καθώς και η πιστή εφαρμογή των κανόνων αποφυγής διάδοσης του κορωνοϊού, οδήγησαν σε αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 8,4%, ενώ για το σύνολο του έτους προβλέπεται συνέχιση της ανοδικής πορείας.

Αντίστοιχα, όπως αναφέρει η εταιρεία, γίνονται όλες οι απαραίτητες ενέργειες για μείωση δαπανών, με σκοπό την διατήρηση του EBITDA σε επίπεδα που να μην επηρεάσουν αρνητικά τη ρευστότητα της εταιρείας.

ΡΟΥΜΑΝΙΑ: ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ 31% & ΑΝΑΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ

Εκτός συνόρων, η Karamolegos Bakery Romania κατέγραψε σημαντική αύξηση στον κύκλο εργασιών κατά 31%, συνεισφέροντας θετικά στη λειτουργική κερδοφορία του ομίλου.

Τον Αύγουστο του 2021, η θυγατρική προέβη σε σύναψη δύο δανειακών συμβάσεων



Μανώλης
Καραμολέγκος,
επικεφαλής,
Καραμολέγκος

με την τράπεζα Alpha Bank Romania S.A. για την αναχρηματοδότηση του δανεισμού της από την Vista Bank Romania S.A., καθώς και τη χρηματοδότηση απόκτησης πάγιου εξοπλισμού.

Η πρώτη σύμβαση αφορά σε μακροπρόθεσμο δανεισμό μέχρι του ποσού των €690 χιλ., διάρκειας 5 ετών, με μηνιαίες καταβολές κεφαλαίου και τόκων, ενώ η δεύτερη σύμβαση αφορά σε γραμμή πίστωσης συνολικού ύψους RON 3 εκατ., με μεταβλητό κόστος κεφαλαίου.

ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ

Σε ό,τι αφορά τις ανατιμήσεις στο κόστος των πρώτων υλών, η διοίκηση του ομίλου υπογραμμίζει ότι παρακολουθεί στενά και διαρκώς τις τιμές των πρώτων υλών, υλικών συσκευασίας και των τιμών της ενέργειας, προβαίνοντας εγκαίρως σε κατάλληλες ενέργειες για την αντιστάθμιση των συγκεκριμένων κινδύνων.

Ωστόσο με την πλειονότητα των εν λόγω υλικών να μεταβάλλεται σε καθημερινή βάση, καθιστάται αδύνατη, σε αρκετές περιπτώσεις, η διατήρηση ευνοϊκών τιμών για την εταιρεία και τον όμιλο. Ήδη, στο β' εξάμηνο έχουν παρατηρηθεί σημαντικές αυξήσεις στις Α' & Β' ύλες, τα υλικά συσκευασίας και την ενέργεια, για τις οποίες, μέχρι στιγμής, η Καραμολέγκος δεν έχει προβεί σε καμία αύξηση τιμών σε προϊόντα και εμπορεύματα.

ΣΥΝΑΨΗ ΟΜΟΛΟΓΙΑΚΩΝ €20 ΕΚΑΤ.

Τον προηγούμενο μήνα η εταιρεία προέβη σε σύναψη δύο μακροπρόθεσμων ομολογιακών δανείων με την Εθνική Τράπεζα μέχρι συνολικού ποσού €20 εκατ.

Το πρώτο δάνειο, μέχρι €14,2 εκατ., είναι χρηματοδοτούμενο από το Ταμείο Υποδομών, δωδεκαετούς διάρκειας με δικαίωμα επέκτασης επιπλέον 3,5 ετών και σταθερό επιτόκιο δανεισμού. Το δεύτερο δάνειο μέχρι €5,8 εκατ., είναι δωδεκαετούς διάρκειας, με δικαίωμα επέκτασης επιπλέον 3,5 ετών, με κυμαινόμενο επιτόκιο δανεισμού. Σημειώνεται ότι, η πρώτη δόση αποπληρωμής και για τα δυο δάνεια είναι καταβλητέα τον Σεπτέμβριο του 2023, ενώ η περίοδος εκτοκισμού είναι εξαμηνιαία.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΟ Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

Σε ό,τι αφορά το portfolio, η εταιρεία επένδυσε σημαντικά κονδύλια στην έρευνα και ανάπτυξη νέων προϊόντων, τα οποία λανσαρίστηκαν στην ελληνική αγορά το β' εξάμηνο του 2021. Ειδικότερα λάνσαρε τις Αξιαγάπτες και τον Παξάμα (κυρίως και με το Χαρούπι), ενώ φέτος δίνει ιδιαίτερο βάρος στο clean label, στις κατηγορίες που είναι leader, όπως π.χ. στο προζύμι, σε ψωμιά ζέας, ολικής άλεσης και πολύσπορο, στις ψίχες, θέλοντας να προσφέρει προϊόντα με καθαρές πρώτες ύλες, χωρίς πρόσθετα και συντηρητικά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

ΑΥΞΑΝΕΙ ΜΙΣΘΟΥΣ ΚΑΙ ΔΙΝΕΙ EXTRA ΠΑΡΟΧΕΣ- ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ Η ΝΕΑ ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Τέσσερα χρόνια μετά τη Συμφωνία Εξυγίανσης και την εξαγορά του ομίλου Μαρινόπουλος, η Σκλαβενίτης θέσπισε ακόμα μια Πολιτική Αποδοχών και Παροχών - με αυξήσεις αποδοχών και παροχές που συνολικά υπερβαίνουν τα €15,7 εκατ. - στο πλαίσιο της οποίας προχώρησε στη σύναψη νέας Επιχειρησιακής Σύμβασης στις 23 Σεπτεμβρίου, για το διάστημα 2021-2023.

Η νέα σύμβαση εργασίας αφορά συνολικά σε πάνω από 24.000 ωφελούμενους, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 90% των ανθρώπων της, επιβραβεύοντάς τους έμπρακτα για τη συμβολή τους στη θετική της πορεία.

Η νέα Επιχειρησιακή Σύμβαση Εργασίας, με ισχύ από τον Σεπτέμβριο, προβλέπει:

- Αύξηση μισθού 3% για εργαζόμενους με αποδοχές έως και €1.300 και επιπρόσθετες παροχές για συνολικά πάνω από 24.000 εργαζόμενους, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 90% των ανθρώπων της Σκλαβενίτης
- Με βάση την ανωτέρω αύξηση, ο νέος βασικός μισθός στην επιχείρηση διαμορφώνεται στα €825 για εργαζόμενους με πλήρη απασχόληση και προϋπηρεσία έως 2 έτη και στα €886 για εργαζόμενους με πλήρη απασχόληση και προϋπηρεσία άνω των 2 ετών
- Διάθεση μηνιαίων δωροεπιταγών ύψους €50 σε τρίτεκνους εργαζόμενους και μηνιαία δωροεπιταγή €100 ανά παιδί σε εργαζόμενους με παιδιά με ειδικές ανάγκες
- Την επικείμενη ανανέωση του ομαδικού προγράμματος Ασφάλισης Ζωής & Υγείας για όλους τους εργαζόμενους της Σκλαβενίτης
- Άδεια μετ' αποδοχών κατά την ημέρα πραγματοποίησης του εμβολιασμού των εργαζομένων κατά του κορωνοϊού, μία παροχή που είναι σε ισχύ ήδη, από τον Φεβρουάριο

ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ

Παράλληλα, όπως πληροφορούμαστε, με βάση την προηγούμενη σύμβαση εργασίας, όλοι οι εργαζόμενοι συνεχίζουν να δικαιούνται έκπτωση 5% για αγορές ειδών ευρείας κατανάλωσης και 10% για αγορές ειδών οικιακού εξοπλισμού από τα καταστήματα της επιχείρησης. Παράλληλα, παραμένουν σε ισχύ οι ακόλουθες παροχές:



Γεράσιμος Σκλαβενίτης, CEO, Σκλαβενίτης

- Χορήγηση δωροεπιταγών σε όλους τους εργαζόμενους της επιχείρησης κατά τη διάρκεια των Χριστουγέννων και του Πάσχα
- Χορήγηση δωροεπιταγών ύψους €300 για εργαζόμενους που συμπληρώνουν 30 χρόνια στην επιχείρηση
- Επίδομα γάμου €60 για τους εργαζόμενους πλήρους απασχόλησης
- Μηνιαίο επίδομα €50 για τους τρίτεκνους και πολύτεκνους εργαζόμενους
- Μηνιαίο επίδομα προϋπηρεσίας στην επιχείρηση (€100 για 20 ως 30 χρόνια και €150 για πάνω από 30 χρόνια)
- Επίδομα θέσης ευθύνης για τα στελέχη της επιχείρησης
- Την προσθήκη ειδικής άδειας 10 ημερών με αποδοχές, επιπλέον των προβλεπόμενων από τον νόμο, για εργαζόμενους γονείς με παιδιά με ειδικές ανάγκες.

Τα ανωτέρω επιδόματα ισχύουν αναλογικά και για τους εργαζόμενους μερικής απασχόλησης. "Με πίστη στις Αρχές και στις Αξίες της και με την υποστήριξη των Ανθρώπων της, η Σκλαβενίτης προχωρά με σταθερά βήματα στην υλοποίηση των στόχων της και στην περαιτέρω ανάπτυξή της", αναφέρει η αλυσίδα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:



• **SOUTHBRIDGE ADVISORS**

ΕΠΕΝΔΥΕΙ €8 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΩΡΙΟ - ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕ €174 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΟ MEZZANINE II

Στο Βιολογικό Χωριό επενδύει το Alternative Investment Fund Manager, SouthBridge Advisors, των Γιώργου Μαυρίδη και Μίλτου Κορνάρου, με το ύψος της επένδυσης να φθάνει, σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, στα €8 εκατ.

ΠΩΣ ΘΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΘΕΙ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Όπως πληροφορούμαστε, το Fund, που ξεκίνησε την λειτουργία του νέου επενδυτικού κεφαλαίου, SouthBridge Europe Mezzanine II SCA, SICAR, με τη συγκέντρωση €174 εκατ. στο πρώτο closing, επενδύει στην αλυσίδα βιολογικών προϊόντων, στο μετοχικό της οποίας είναι και η Swissport Hellas του ομίλου IOGR του Ιωάννη Γρύλου, με σκοπό την ανάπτυξη του δικτύου, αλλά και την περαιτέρω ανάπτυξη της εταιρείας. Θυμίζουμε ότι το Βιολογικό Χωριό διαθέτει 19 καταστήματα ήδη, στην Αττική και αλλά 6 είναι σε στάδιο ανάπτυξης, ενώ τα έσοδα της εταιρείας ξεπέρασαν τα €15 εκατ. το 2020, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 40% έναντι του 2019.

ΠΟΙΟΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΟΥΝ ΤΟ ΝΕΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ

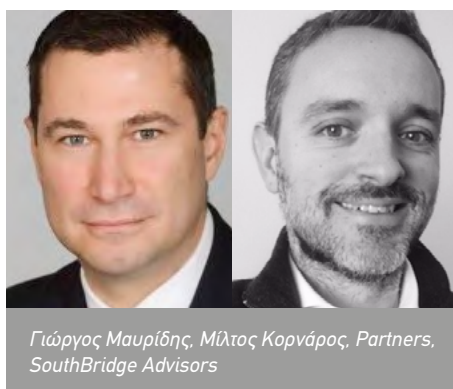
Το νέο επενδυτικό κεφάλαιο, SouthBridge Europe Mezzanine II SCA, SICAR, έχει έδρα στο Λουξεμβούργο, επενδύει κυρίως σε μικρομεσαίες ελληνικές εταιρείες και υποστηρίζεται από κορυφαίους ιδιώτες και θεσμικούς επενδυτές, όπως:

- Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (EIF)
- Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης (EBRD)
- Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων (EATE, πρώην TANEΟ)

ΤΑ DEALS ΜΕ ARIVIA ΚΑΙ SKROUTZ

Ενδεικτικές συναλλαγές επιτυχημένων αποεπενδύσεων του SouthBridge I, αποτελούν:

- Η πώληση του παραγωγού τυριού φυτικής προέλευσης, Arivia, στην πολυεθνική εταιρεία τροφίμων, Urfield (θυγατρική της KKR)



Γιώργος Μαυρίδης, Μίλτος Κορνάρος, Partners, SouthBridge Advisors

- Η μερική πώληση της κορυφαίας ελληνικής πλατφόρμας ηλεκτρονικού εμπορίου, Skrutz, στην CVC

Το SouthBridge II, ακολουθώντας την ίδια στρατηγική, υποστηρίζει ενεργά, με κεφάλαια και know-how επιτυχημένους επιχειρηματίες, που προσδοκούν να κάνουν το επόμενο βήμα ανάπτυξης στην εταιρεία τους.

Ειδικότερα, οι επενδύσεις του στοχεύουν στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για τις εταιρείες του χαρτοφυλακίου του, τόσο μέσω της χρηματοδότησης κεφαλαίων, που προορίζονται για οργανική ανάπτυξη και εξαγορές, όσο και μέσω της κεφαλαιακής και διοικητικής

αναδιοργάνωσης και μετασχηματισμού των εταιρειών.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Το SouthBridge II θα ακολουθήσει την επενδυτική στρατηγική του πρώτου SouthBridge I, το οποίο, όπως πληροφορούμαστε, πέτυχε σταθερά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης σε όλες τις εταιρείες του χαρτοφυλακίου του, που περιλαμβάνει:

- Όμιλο HotelBrain
- Άλφα Διανομές / INKAT
- Cosmos Yachting
- Manifest
- Όμιλο Katikies
- Diakinissis
- Arivia
- Skrutz

Σημειώνεται ότι η SouthBridge Advisors έχει πραγματοποιήσει αρκετές επενδυτικές τοποθετήσεις σε μικρές και μεσαίες ελληνικές επιχειρήσεις, ενισχύοντάς τες χρηματοδοτικά, μέσω υβριδικών μορφών χρηματοδότησης κεφαλαίου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr