



Σ Υ Ν Ο Δ Ο Ι Π Ο Ρ Ο Ι

Στη Lidl Ελλάς συνοδοιπόροι μας είναι οι συνεργάτες μας που μοιράζονται μαζί μας τους ίδιους στόχους και τις ίδιες αξίες.



Δες τα επεισόδια στο **YouTube/Lidl hellas**



Αριστείδης Τσατσάκης

Μία οικογενειακή επιχείρηση που είχε όνειρο να ταξιδέψει την Κρήτη σε όλη την Ελλάδα και τον κόσμο με τα κρητικά παξιμάδια, τα κριτσίνια και άλλες κρητικές λιχουδιές, που θα βρείτε αποκλειστικά στα καταστήματα Lidl με την επωνυμία «Χρυσός Μύλος».

Στη Lidl Ελλάς εργαζόμαστε καθημερινά για την ανάπτυξη παραδοσιακών ελληνικών προϊόντων και εταιριών. Για αυτό και είμαστε περήφανοι για τη συνεργασία μας με την εταιρία «Τσατσάκης».



Αρτοποιία «Τσατσάκη»
Ηράκλειο Κρήτης



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΠΕΜΠΤΗ 27 ΜΑΪΟΥ 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1236



• MEGA DEAL

Στην Mondelez η Chipita έναντι \$2 δισ.
- Εκτός συμφωνίας Νίκας και Ινδία



• ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Πεδίο... μάχης το food-to-go
για τους retailers



• ΕΥ ΕΛΛΑΔΑΣ

Αύξηση κατανάλωσης για delivery,
μη αλκοολούχα ποτά και φρέσκα τρόφιμα



• WOLT

Ενισχύει το προσωπικό της
- Ψάχνει νέες αποθήκες στην Αττική

EDITORIAL: Wonderful companies

SECRET RECIPE: Ο μεγάλος χαμένος του deal Mondelez-Chipita



Tesco Food Technology
Πρωταγωνιστές
στις εφαρμογές τεχνολογίας
για τη Βιομηχανία Τροφίμων
και Ποτών, από το 1963



Στην TFT πρωταγωνιστούμε εδώ και δεκαετίες στις εφαρμογές τεχνολογίας για τη Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών, χάρη στην τεχνογνωσία, τη μακροχρόνια εμπειρία και τις διεθνείς συνεργασίες μας, με πάνω από 100 καταξιωμένους οίκους Τεχνολογίας Τροφίμων στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Εδώ και 58 χρόνια, προσφέρουμε ολοκληρωμένες, καινοτόμες και αξιόπιστες λύσεις. Αναλαμβάνουμε από τη μελέτη εκπόνησης ενός έργου, την προμήθεια εξοπλισμού Επεξεργασίας, Ψύξης, Συσκευασίας και Ποιοτικού ελέγχου, μέχρι τη δημιουργία ολοκληρωμένων παραγωγικών μονάδων και την παράδοσή τους “με το κλειδί στο χέρι”.

Με το πάθος και την αφοσίωσή μας στην εξέλιξη και την ποιότητα, αποτελούμε έναν ισχυρό συνεργάτη για τη δική σας επιτυχημένη ανάπτυξη.

MEMBER OF
TESCO
— GROUP —



Tesco
Food Technology

SPXFLOW

 **ELOPAK**

FOSS

GRAM
EQUIPMENT

• **PROVIO**
ΤΟ 2022 ΤΑ ΠΡΩΤΑ BRANDED
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ
– ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ 30%

Στην ανάπτυξη των σημείων HoReCa επικεντρώνεται η εταιρεία παραγωγής παγωτού, Provio, η οποία ξεκίνησε να δραστηριοποιείται στην αγορά από το 2015, αρχικά μέσα από το εν λόγω κανάλι. "Επικεντρωνόμαστε στην ανάπτυξη των σημείων HoReCa, είτε με τη δημιουργία shop in shop, είτε corner Provio, σε επιλεγμένα καταστήματα", αναφέρει στο FNB Daily ο Αθανάσιος Μητσάκος, CEO της εταιρείας, η οποία διαθέτει, μεταξύ άλλων, έξι vegan κωδικούς που καλύπτουν τις ανάγκες του HoReCa.

ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΟ RETAIL

Σε ό,τι αφορά το retail, ο κ. Μητσάκος σημείωσε ότι στόχος της εταιρείας είναι εντός του 2022, να γίνουν τα δύο πρώτα καταστήματα λιανικής του brand στο Ναύπλιο και στο κέντρο της Αθήνας.

INFO

Προϊοντικές κατηγορίες

Παγωτά
Γλυκοπαγωτό
Γλυκά
Συσκευασίες

50
250 ml
500gr
1lt

ΣΤΟ -20% ΤΟ 2020

Με οριακά κέρδη και πτώση τζίρου κατά 20% έκλεισε το 2020 για την Provio, εξέλιξη, που, όπως αναφέρει ο κ. Μητσάκος, ήταν αναμενομένη, λόγω του ότι η εταιρεία ήταν ως επι το πλείστον, δομημένη στο HoReCa. "Στο πεντάμηνο του 2021 πάμε πολύ καλά και θεωρώ ότι θα έχουμε αύξηση άνω του 30% φέτος".

ΔΙΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές, ο κ. Μητσάκος εξηγεί ότι η εταιρεία κάνει προσεκτικά βήματα για την επέκτασή της στο εξωτερικό, καθώς εστιάζει και στην Ελλάδα. "Ξεκινήσαμε εξαγωγές το 2021 και ακόμα κινούμαστε διερευνητικά, γιατί δεν έχουμε καλύψει την εγχώρια ζήτηση. Ωστόσο θέλουμε να ενδυναμώσουμε την πα-



ρουσία μας σε Γερμανία και Αγγλία, ενώ έχουμε κάνει και πολλές κινήσεις και εκτός Ευρώπης, αλλά είναι σε πρώιμο στάδιο", αναφέρει.

INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Αγγλία
Κύπρο
Γερμανία

ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΙΚΟΣ
ΜΕ BRANDED ΓΛΥΚΟΠΑΓΩΤΟ

Το portfolio της εταιρείας περιλαμβάνει και vegan κατηγορίες αλλά, όπως εξηγεί ο κ. Μητσάκος, η εγχώρια αγορά δεν είναι ακόμα έτοιμη για τέτοια προϊόντα. "Για την ώρα έχουμε 6 vegan κωδικούς που καλύπτουν την αγορά HoReCa, ενώ στο retail συνεργαζόμαστε με μεγάλη αλυσίδα για τη δημιουργία pl. Επιπλέον, έχουμε στην ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός γλυκοπαγωτό, υπό το δικό μας brand", υπογραμμίζει.

ΔΙΑΘΕΣΗ

HoReCa
ΑΒ Βασιλόπουλος
Σκλαβενίτης
Θανόπουλος
Μικρή λιανική

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €1 ΕΚΑΤ.
ΣΕ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Ο κ. Μητσάκος υπογραμμίζει ότι στα πλαίσια της εταιρείας είναι να μεταστεγαστεί το 2022 σε νέο χώρο έκτασης 2.000 τ.μ., μία επένδυση άνω του €1 εκατ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Editorial

Wonderful companies

Το σχόλιο της στήλης για το deal Mondelez - Chipita συνοψίζεται σε ένα από τα κορυφαία σχόλια του Warren Buffet: "Time is the friend of a wonderful company", είχε πει κάποτε. Και, όντως, ο χρόνος είναι φίλος μιας θαυμάσιας εταιρείας. "Μια θαυμάσια εταιρεία θα συνεχίσει να αναπτύσσεται στο πέρασμα του χρόνου. Όσο μεγαλύτερη και πιο κερδοφόρα γίνεται, τόσο πιθανότερο είναι να τραβήξει την προσοχή επενδυτών και media. Όσο περισσότερη προσοχή και κάλυψη παίρνει, τόσο μεγαλύτερη είναι η ζήτηση για τη μετοχή της, οδηγώντας την τιμή της υψηλότερα. Σκεφτείτε την Apple, την Amazon ή τη Visa: Στο πέρασμα των χρόνων, αυτές οι εταιρείες έχουν αναπτυχθεί πολύ δυνατά, και γίνονται περισσότερο κερδοφόρες, καθώς... καταβροχθίζουν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς". Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Ο μεγάλος χαμένος του deal
Mondelez-Chipita

Το γεγονός ότι η Mondelez έχει έντονη πολυεθνική παρουσία, σημαίνει ότι απαιτείται πλήθος εγκρίσεων, σε ό,τι αφορά το deal για την εξαγορά της Chipita (βλ. περισσότερα στο σημερινό τεύχος). Δηλαδή, όπως έλεγε χαρακτηριστικά στο FNB Daily πηγή, που γνωρίζει πρόσωπα και πράγματα, η ολοκλήρωση και επικύρωση της συμφωνίας θα έρθει, όπως είναι φυσικό, "από το φθινόπωρο και βλέπουμε". Γι' αυτό και μην περιμένετε σύντομα οριστικές ανακοινώσεις αναφορικά με το ποιος θα αναλάβει τι, στο νέο σχήμα. Το σίγουρο είναι πως, με τα σημερινά δεδομένα, υπάρχει ένας μεγάλος χαμένος. Ο ίδιος προσπαθεί να κάνει την ανατροπή, αλλά δεν φαίνεται να το καταφέρνει μέχρι στιγμής...



workforce effectiveness

σύγχρονες λύσεις πωλήσεων
για υψηλές επιδόσεις

Ολοκληρωμένες Mobile λύσεις για:

- Αυτοματοποίηση Πωλήσεων (SFA)
- Merchandising, Competition & Sell Out
- Φορητή Τιμολόγηση (EXVAN)
- Διαχείριση Παγίων (Asset Tracking)
- Last Mile Proof-of-Delivery

 regate

Πάνω από **7,000** χρήστες χρησιμοποιούν ικανοποιημένοι τις λύσεις μας!

www.regate.gr

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

• ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΕΠΑΝΕΚΚΙΝΗΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Δεδομένων των επιπτώσεων της πανδημίας, τόσο στο HoReCa, όσο και στα αλκοολούχα ποτά - των οποίων οι πωλήσεις στο εν λόγω κανάλι μειώθηκαν κατά σχεδόν 50% το 2020, ενώ ανάλογη μείωση καταγράφηκε το πρώτο δίμηνο του 2021 - οι επιχειρήσεις παραγωγής και εμπορίας αλκοολούχων ποτών ενώνουν τις δυνάμεις τους με τους φορείς εστίασης και τουρισμού και δημιουργούν την καμπάνια, #EimasteEtoimoi, Κρατήστε μας θέση! Η καμπάνια αποτελεί προέκταση της Ευρωπαϊκής εκστρατείας επικοινωνίας, #WeStandReady, Count us in!, του spiritsEurope, του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου των Παραγωγών Αλκοολούχων Ποτών.

ΣΚΟΠΟΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ

Σκοπός της πρωτοβουλίας είναι να προωθήσει τον διάλογο με την Πολιτεία και όλους τους αρμόδιους φορείς, για ένα βιώσιμο μέλλον στον πλέον δυναμικό και ζωτικό κλάδο της ελληνικής οικονομίας και έναν από τους πιο αγαπημένους της ελληνικής κοινωνίας - τον κλάδο της εστίασης και της φιλοξενίας. Ταυτόχρονα, η εκστρατεία επιδιώκει να δώσει θέση στο τραπέζι του διαλόγου σε κάθε επαγγελματία του κλάδου, μέσα από τις δράσεις της στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Από την πλευρά των φορέων, προτείνον-



νται βραχυπρόθεσμες και μόνιμες παρεμβάσεις, που στόχο έχουν να αποτελέσουν ανάσα και προοπτική για την υγιή επιχειρηματικότητα στον κλάδο. Μεταξύ άλλων, μέσω της εκστρατείας, προτείνεται:

- Μείωση του ΦΠΑ στην εστίαση, μέτρο που θα στηρίξει την επανεκκίνηση και την ανταγωνιστικότητα των συναφών επιχειρήσεων
- Προσαρμογή του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης των αλκοολούχων ποτών στον μέσο όρο της Ε.Ε., που θα μειώσει σημαντικά το κόστος πρώτων υλών, στηρίζοντας την επανεκκίνηση και την κερδοφορία των επιχειρήσεων εστίασης και φιλοξενίας
- Διατήρηση των προγραμμάτων στήριξης της απασχόλησης με μεσοπρόθεσμο ορίζοντα
- Σχεδιασμός χρηματοδοτικών προγραμμάτων, ειδικά για τις ανάγκες του κλάδου φιλοξενίας και εστίασης
- Μείωση του εταιρικού φόρου στο 20%

ΠΟΙΟΙ ΣΤΗΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Η Ένωση Επιχειρήσεων Αλκοολούχων Ποτών (ΕΝΕΑΠ) και ο Σύνδεσμος Ελλήνων Παραγωγών Αποσταγμάτων Αλκοολούχων Ποτών (ΣΕΑΟΠ) δημιούργησαν την καμπάνια, #EimasteEtoimoi, Κρατήστε μας θέση!, την οποία στηρίζουν οι:

- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (ΠΟΞ)
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Εστιατόρων & Συναφών Επαγγελματιών (ΠΟΕΣΕ)
- Σωματείο BARECA
- Θεσμός του Athens Bar Show
- Πρωτοβουλία FiloxeniaMoU του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ΞΕΕ).

Για να μάθετε περισσότερα για την εκστρατεία μπειτε [εδώ](#).

Τα πάντα για τον κλάδο HORECA, στο horecaopen.com

• CONDITO ΞΕΙ ΝΕΕΣ STREET FOOD ΓΕΥΣΕΙΣ

Έξι νέες street food γεύσεις προσθέτει στο portfolio της η Condito. Παρασκευασμένες με διαλεχτά υλικά, ειδικά σχεδιασμένες για χειρισμό με ένα χέρι και με καπάκι ασφαλείας για να διατηρούνται αναλλοίωτες, οι έξι νέες street food γεύσεις της Condito είναι οι εξής:

- Μουστάρδα
- Καπνιστή BBQ sauce
- Κέτσαπ
- Μουσταρδομαγιονέζα
- Μαγιονέζα
- Burger sauce





SHIPPING SAMPLES

ΕΥΚΟΛΑ - ΓΡΗΓΟΡΑ - ΜΕ ΑΣΦΑΛΕΙΑ



ΠΑΡΑΛΑΒΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ
AIR-FREIGHT



ΕΙΣΑΓΩΓΗ &
ΕΚΤΕΛΩΝΙΣΜΟΣ



ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΟΜΑΛΟΥ
U.S.FDA ΕΛΕΓΧΟΥ



ΠΑΡΑΔΟΣΗ
ΣΤΗΝ MDR

- Η αποστολή των δειγμάτων θα γίνει με Air-Freight Groupage για την επίτευξη οικονομικότερου κόστους μεταφοράς
- Όλα τα δείγματα πρέπει να έχουν παραδοθεί στην αποθήκη μας **μέχρι τις 2 Ιουνίου 2021**
- Ισχύει **10% έκπτωση** για τους συνδρομητές της **N O T I C E**

CONTENT & SERVICES

ΘΕΛΩ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Οι εταιρίες που **δεν είναι εγγεγραμμένες** στον U.S. FDA θα μπορούν να εγγραφθούν μέσω της **Registrar Corp** στην **προνομιακή τιμή των \$450***

ASSISTANCE WITH U.S. FDA REGULATION

FDA ΕΓΓΡΑΦΗ

• Λ. ΜΑΝΩΛΙΑΔΗΣ (ΔΙΑΚΙΝΗΣΙΣ) ΟΙ ΕΞΙ ΠΥΛΩΝΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Στο μέλλον του κλάδου αναφέρθηκε ο Λυκούργος Μανωλιάδης, Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής της Διακίνησης, καταγράφοντας τους 6 βασικούς άξονες, πάνω στους οποίους θα κινηθεί ο κλάδος στο μέλλον:

ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Το Green Logistic είναι εδώ και πρέπει οι εταιρείες να έχουν τη δυνατότητα να υπολογίζουν το ανθρακικό αποτύπωμα σε κάθε δρομολόγιο.

"Εμείς έχουμε ενταχθεί στο Horizon 2020 της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την υλοποίηση 5G τεχνολογιών και έρευνας και ανάπτυξης ενός Prototype 6G δικτύου".



ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΟΧΗΜΑΤΑ

Το 12% των οχημάτων στην Ευρώπη να είναι υβριδικά, ενώ όπως εξηγεί όλα τα καινούργια οχήματα για τα city logistics είναι ηλεκτρικά.

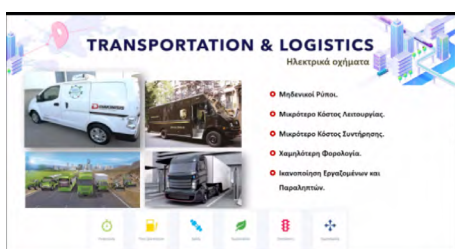
"Προσπαθούμε να αυξήσουμε τα ηλεκτρικά οχήματα, καθώς έχουν πολλά πλεονεκτήματα".

Πλεονεκτήματα

Μηδενικοί ρύποι

Μικρότερο κόστος λειτουργίας
Μικρότερο κόστος συντήρησης
Χαμηλότερη φορολογία

ικανοποίηση εργαζομένων και παραληπτών



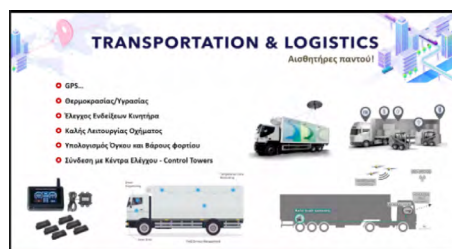
Λυκούργος Μανωλιάδης, Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής, Διακίνησης

ΑΙΣΘΗΤΗΡΕΣ ΠΑΝΤΟΥ

Οι αισθητήρες που φέρουν τα οχήματα, θα μπορούν να δώσουν δεδομένα για περισσότερα θέματα, πλην της πορείας του.

Συγκεκριμένα, θα έχουν:

- GPS
- Θερμοκρασία υγρασίας
- Έλεγχος ενδείξεων κινητήρα
- Καλή λειτουργία οχήματος
- Υπολογισμός όγκου και βάρους φορτίου
- Σύνδεση με κέντρα ελέγχου - Control Towers



5G ΣΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ

Η χρήση του 5G στη διανομή έχει, όπως αναφέρει, πολλά πλεονεκτήματα και όλο και περισσότερες εταιρείες θα το υιοθετήσουν, εάν δεν το έχουν ήδη κάνει χρήση σε:

- Αποθήκες
- Λιμάνια
- Αεροδρόμια
- Σιδηρόδρομοι

Πλεονεκτήματα

Βελτίωση κυκλοφορίας
Μείωση χρόνου διανομής
Δυναμική δρομολόγηση



ΑΥΤΟΝΟΜΑ ΟΧΗΜΑΤΑ

Όπως εξήγησε, τρέχει ήδη ένα πιλοτικό για αυτόνομα οχήματα σε ήδη περίπου 50 πόλεις με πρώτα τα Τρίκαλα. "Το απώτερο μέλλον είναι τα αυτόνομα αυτοκίνητα", εξήγησε. Τα αυτόνομα οχήματα προσφέρουν 80% μείωση σε ιδιωτικής ιδιοκτησίας οχημάτων μέχρι το 2030, γεγονός που, σύμφωνα με τα στοιχεία έρευνας που επικαλέστηκε, θα οδηγήσει σε μείωση των οχημάτων στην Αμερική από 247 εκατ. σε μόλις 44 εκατ.

"Αυτό θα οδηγήσει στην ελευθέρωση χώρων στάθμευσης για άλλες χρήσεις, όπως πάρκα και σχολεία, αλλά και θα μειώσει τα ατυχήματα και το κόστος μεταφοράς κατά 40%. Επιπλέον μειώνουν κατά 80% το CO2".



DRONES

Τα drones, όπως ανέφερε, ήρθαν και, όπως όλα δείχνουν, θα παραμείνουν, καθώς είναι εύκολα στη χρήση και ασφαλή, ενώ έχουν και υψηλή ταχύτητα παράδοσης.

"Μπορούν να φτάσουν ιδιαίτερα δύσκολες περιοχές και εμείς κάνουμε απογραφές, ελέγχουμε την αποθήκη όπου δεν φτάνουμε με drones. Επίσης, μπορούν να μεταφέρουν φάρμακα ή τρόφιμα σε νησιά και να συμβάλουν στην επιτυχή έκβαση μια δύσκολης κατάστασης", αναφέρει και τονίζει ότι είναι ένα μέτρο που θα αναπτυχθεί κι άλλο.



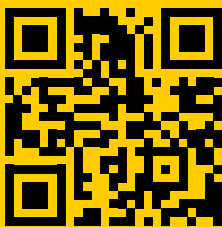
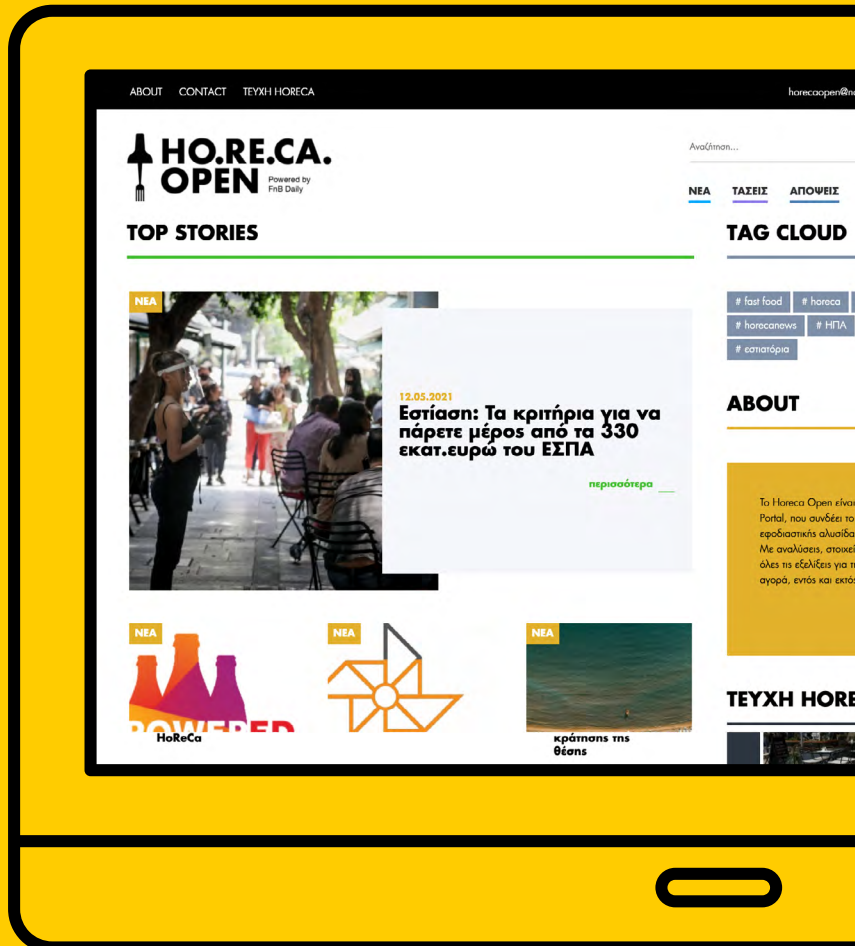


HORECA. OPEN

Powered by
FnB Daily

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



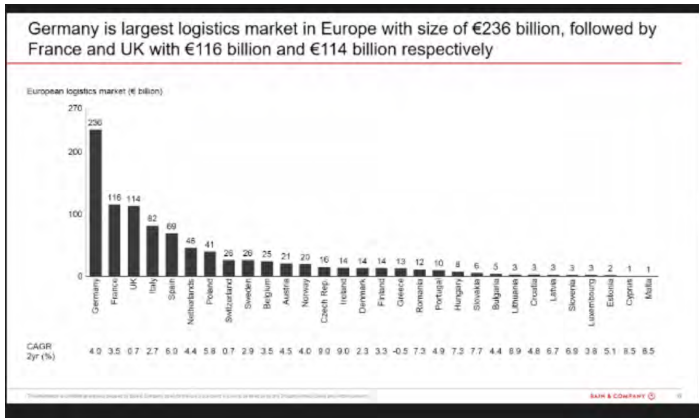
*Connecting
Horeca
Supply Chain*

• **G. MATTIOS (BAIN & COMPANY)**

Η ΓΕΡΜΑΝΙΑ ΘΑ ΔΙΑΤΗΡΗΣΕΙ ΤΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ LOGISTICS

Η αγορά της Γερμανίας προβλέπεται ότι θα διατηρήσει τη δυναμική της μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών στα logistics, όπως υπογράμμισε στο συνέδριο, Transportation & logistics, ο Gerry Mattios, Partner Supply Chain and Global Trade Expert Singapore της Bain & Company.

"Μάλλον θα παραμείνει πιο δυναμική αγορά η Γερμανία, καθώς εννοείται και λόγω της αναπτυγμένης αυτοκινητοβιομηχανίας, αλλά και από τις εξαγωγές που πραγματοποιεί στην Άπω Ανατολή", εξήγησε κατά την παρουσίασή του και συμπλήρωσε ότι η Γερμανία είναι η μεγαλύτερη εταιρεία logistics στην Ευρώπη, με μέγεθος €236 δισ., ακολουθούμενη από την Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο με €116 δισ. και €114 δισ., αντίστοιχα.



ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΩΣ ΤΟ 2024

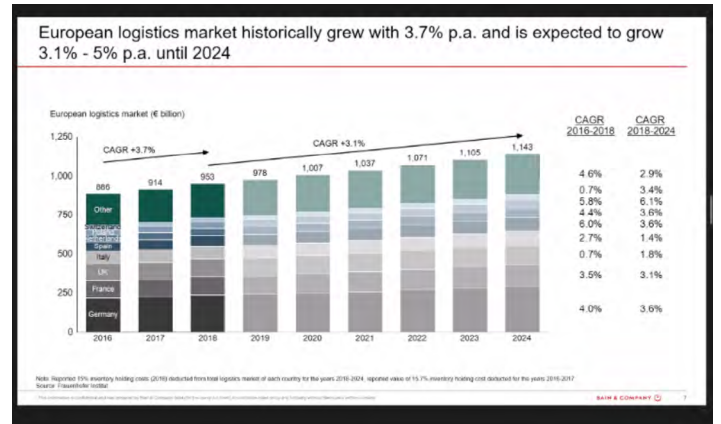
Σε ό,τι αφορά το μέλλον του κλάδου, ο ίδιος υπογράμμισε ότι μεγάλη ανάπτυξη θα επέλθει στον κλάδο το 2024, η οποία υπολογίζεται να είναι της τάξης 3,1 - 5%.

Υπογράμμισε δε ότι η ανοδική τάση του κλάδου και η αύξηση της αγοράς θα συνεχιστεί, καθώς το 2021 θα είναι καλύτερα τα πράγματα σε σχέση με το 2020.

"Περιμένουμε να υπάρξει ομαλοποίηση απο το 2022 και μετά, εφόσον οι οικονομίες συνεχίζουν να ανοίγουν λόγω των εμβολιασμών".



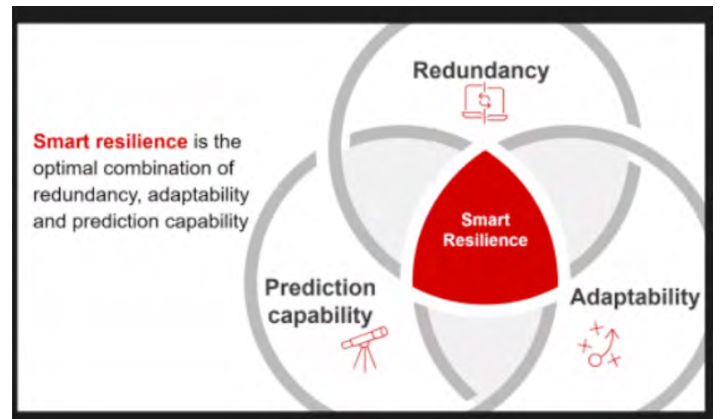
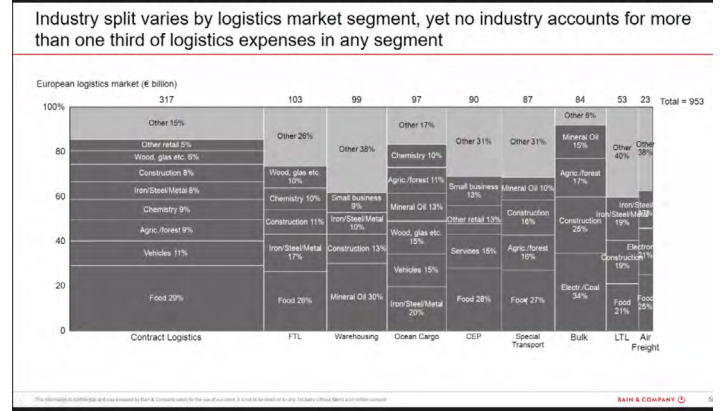
Gerry Mattios, Partner Supply Chain and Global Trade Expert Singapore, Bain & Company



ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ: SMART RESILIENCE

Σύμφωνα με τον ίδιο, οι εταιρείες που δείχνουν ανθεκτικότητα, ευελιξία, προσαρμοστικότητα και έχουν τη δυνατότητα πρόβλεψης, είναι οι εταιρείες που θα έχουν μέλλον στον κλάδο.

"Το 2021 και πολύ περισσότερο το 2022, θα είναι χρονιές με μεγάλη ανάπτυξη και θα έχει προκλήσεις για τις αλυσίδες μεταφορών και τα logistics", καταλήγει.



Διαχείριση Καριέρας: Προετοιμασία για Μετάβαση σε Νέο Ρόλο



8 Ιουνίου 2021



14:00-17:00



kpmg.com/gr

home.kpmg/gr/institute

#KPMGIInstitute

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: **NOTICE** **WORKFORCE**
CONTENT & SERVICES

• **ΑΡΤΕΜΙΣ ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ (CARGO GROUP LOGISTICS)**
"ΠΛΗΡΩΝΟΥΝ ΤΟΥΣ ΑΚΡΙΒΟΥΣ ΝΑΥΛΟΥΣ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ ΔΕΝ ΦΟΡΤΩΝΟΥΝ"

Η Άρτεμις Ζαφειροπούλου, Γενική Διευθύντρια της Cargo Group Logistics, ανέφερε ότι, "βιώνουμε ανεπανάληπτες στιγμές στις ναυτιλιακές μεταφορές, αυτή τη στιγμή. Οι ναύλοι εδώ και 5-6 μήνες έχουν πολλαπλασιαστεί, απόρροια της εποχής COVID, των κενών containers, αλλά και του έκτακτου γεγονότος στην Διώρυγα του Σουέζ", ενώ πρόσθεσε ότι, "δυστυχώς, έχει ακόμα δρόμο, δεν θα φύγει γρήγορα".

Υπογράμμισε ωστόσο ότι, "είναι αξιοσημείωτη και η αντίδραση των εμπόρων, οι οποίοι πληρώνουν τους ακριβούς ναύλους, αφού, αν δεν τους πληρώσουν, θα μείνουν εκτός φορτώσεων. Περιμένουν backlog 3-4 εβδομάδων, αλλά μπαίνουν στα καράβια με αυξημένο κόστος".

ΝΙΚΗΤΡΙΕΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΟΙ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Η κα Ζαφειροπούλου θεωρεί ότι, "οι σταθερές συνεργασίες μεταξύ εμπορικών εταιρειών και forwarders που έχουν τις εναλλακτικές λύσεις, θα είναι οι νικήτριες της πανδημίας στις θαλάσσιες μεταφορές. Εμείς φροντίζουμε για τους σταθερούς πελάτες μας. Με forecasting ενισχύουμε τις σχέσεις μας, ενώ παράλληλα, γινόμαστε και proactive γιατί ο ένας δίνει δουλειά στον άλλον".

"ΔΕΝ ΕΧΟΥΜΕ INTERCONNECTIONS"

Γενικότερα, για το σήμερα και το μέλλον των μεταφορών, η κα Ζαφειροπούλου σημείωσε ότι, "ο Πειραιάς είναι το gate away για την



Άρτεμις Ζαφειροπούλου, Γενική Διευθύντρια, Cargo Group Logistics

Ευρώπη, αλλά δεν έχουμε interconnections, αυτό είναι το βασικό πρόβλημα. Υπάρχει καλύτερο transit time, αλλά δεν μπορούμε να βρούμε αυτοκίνητα. Τα ελληνικά αυτοκίνητα φθίνουν, είναι κρίμα. Εμείς έχουμε φορτίο, αλλά δεν μπορούμε να το εξυπηρετήσουμε. Θέλουμε τη βοήθεια της Πολιτείας, για την ενίσχυση των υποδομών".

• **LOGISTICS**

ΤΑ 7 TRENDS ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Τα 7 trends που διαμορφώνουν τον κλάδο των logistics στην Ευρώπη, σύμφωνα με τον Gerry Mattios, Partner Supply Chain and Global Trade Expert Singapore της Bain & Company, είναι τα εξής:

REGIONALIZATION

Η αυτοματοποιημένη παραγωγή οδηγεί σε περισσότερο τοπικά προϊόντα και τοπικά δίκτυα Logistic.

CHANGING DEMOGRAPHICS

Η συγκέντρωση στα μεγάλα αστικά κέντρα οδηγεί σε προκλήσεις στο last mile.

EVOLVING CONSUMER BEHAVIOUR

Οι καταναλωτές έχουν περισσότερο υψηλές προσδοκίες πλέον σχετικά με την εμπειρία τη διευκόλυνση και την εξυπηρέτηση. Η προσέγγιση που γίνεται στο B2C κοινό μεταφέρεται τώρα και στις B2B σχέσεις.

TECHNOLOGICAL ADVANCEMENT

Το digital transformation οδηγεί περαιτέρω σε αυτοματοποίηση και analytics.



SERVIZATION (Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ)

Οι εταιρείες θέλουν και νέες υπηρεσίες, ανεξάρτητα από τις κλασικές επιλογές.

NEW SECTORS IN TRADITIONAL MARKETS

Υπάρχουν πολλές νέες εταιρείες start up που διαθέτουν διαφορετικές υπηρεσίες στα logistics. Υπάρχουν εταιρείες που έχουν

αρχίσει τις μεταφορές εμπειρικά με drones, ωστόσο, όπως εξηγεί, είναι σε πολύ αρχικό στάδιο και θα έχουν μεγάλη ανάπτυξη τα επόμενα 5-10 χρόνια.

SUSTAINABILITY

Ό,τι έχει να κάνει με το περιβάλλον, την κοινωνία και τις αξίες των εταιρειών, έχει αρχίσει να γίνεται σημαντικό κριτήριο επιλογής για μεγάλα συμβόλαια.



COFFEE BUSINESS FORUM 2021

#cofo21

28.05

LiveOn Digital Event

Θεματολογία:

- Κίνητρα και πρωτοβουλίες της πολιτείας για την ενίσχυση του κλάδου του καφέ
- Η νέα πραγματικότητα και το νέο πρωτόκολλο λειτουργίας μετά την πανδημία
- Στρατηγικές - Επενδύσεις - Success Stories: Το μέλλον των επιχειρήσεων του καφέ
- Πως θα κινηθούν οι προμηθευτές του κλάδου: Σχέδια - Στόχοι - Επενδύσεις

Associate Sponsors



Προστατεύουμε, Φροντίζουμε, Νοιάζομαστε.

Premium Corporate Participations



Corporate Participations



Under the Auspices of



Communication Sponsors



ethosevents.eu cofo.liveon.tech

διοργάνωση

ethos EVENTS

σε συνεργασία με
Coffee & Brunch Magazine
coffeemag.gr

• TAKIS ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΕΙ ΤΟ SNACK PORTFOLIO ΜΕ 4 ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η Takis, το snack brand της Barcel, πρόκειται να εμπλουτίσει το portfolio της με τέσσερις νέες γεύσεις, όπως επίσης και να ανανεώσει τις συσκευασίες των προϊόντων της.

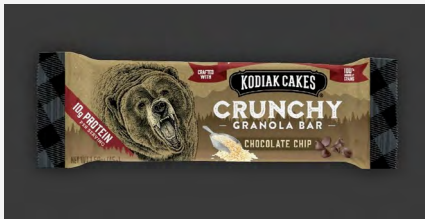
Οι νέες γεύσεις είναι:

- Takis Waves
- Takis Watz
- Takis Pop
- Takis Stix

Σημειώνεται ότι στη συσκευασία θα αναγράφονται και τα συστατικά, τα οποία χρησιμοποιούνται για την παραγωγή κάθε γεύσης. Σημειώνεται ότι η Takis επεκτάθηκε για πρώτη φορά στα tortilla snacks με την εισαγωγή του Takis Hot Nuts τον Οκτώβριο του 2020.



• KODIAK CAKES ΕΞΑΓΟΡΑΣΤΗΚΕ ΑΠΟ ΤΗΝ L CATTERTON



Από την ιδιωτική εταιρεία κεφαλαίων L Catterton εξαγοράστηκε η Pancake Kodiak Cakes, στο portfolio της οποίας περιέχονται κωδικόι, όπως τα waffle mix, κατεψυγμένες βάφλες και ποικιλία προϊόντων σνακ.

Τα προϊόντα της είναι διαθέσιμα σε 26.000 καταστήματα λιανικής, συμπεριλαμβανομένων των Target, Walmart και Costco.

Το deal εξαγοράς γίνεται σε μια χρονική στιγμή που η πανδημία έχει αυξήσει τη ζήτηση των καταναλωτών για περισσότερο υγιεινά προϊόντα.

• PIZZA FAN ΣΤΟ +10% Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟ 2020 - ΑΡΧΗ ΓΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Με αύξηση τζίρου 10% έκλεισε το 2020 για την Pizza Fan, με την εταιρεία να ενδυναμώνει τη θέση της στην ελληνική αγορά. Συγκεκριμένα, η αλυσίδα άνοιξε 10 νέα καταστήματα, προχώρησε σε rebranding σε όλο το δίκτυο της, έχοντας κάνει και την αρχή για επέκταση και στο εξωτερικό.

Επιπλέον, η Pizza Fan στηρίζει τους

franchisees, δίνοντας παράλληλα, τη δυνατότητα σε ένα σημαντικό αριθμό στελεχών της, να γίνουν οι ίδιοι franchisees χωρίς κεφάλαιο, με εξόφληση από τα κέρδη.

Τέλος, σε επίπεδο ΕΚΕ, η Pizza Fan κάνει χορηγίες σε σχολεία και αθλητικούς συλλόγους, ενώ έχει και μεγάλη συμμετοχή σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες.



• BARILLA HELLAS ΕΛΑΒΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ

Η Barilla Hellas επικύρωσε το μοντέλο αειφόρου λειτουργίας, που ακολουθεί όλα αυτά τα χρόνια, με το πιστοποιητικό αειφορίας για την προστασία του περιβάλλοντος και την προώθηση ενός βιώσιμου μοντέλου εφοδιαστικής αλυσίδας, για το έτος 2020. Μέσα από την συμμετοχή της στο σύστημα Pooling της CHEP, η εταιρεία ενισχύει την συμβολή της στην εξοικονόμηση δασικών πόρων, στη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, καθώς επίσης και των αποβλήτων.

• **ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ**

ΠΕΔΙΟ... ΜΑΧΗΣ ΤΟ FOOD-TO-GO ΓΙΑ ΤΟΥΣ RETAILERS

Το Food-to-go, μία από τις κατηγορίες που επλήγησαν περισσότερο από τις αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών κατά τη διάρκεια της πανδημίας, έχει γίνει βασικό πεδίο... μάχης για την ανάπτυξη των retailers, οι οποίοι αντιμετωπίζουν τις "σκληρές" συγκρίσεις φέτος, σε σχέση με τις υψηλές πωλήσεις της περυσινής άνοιξης. Όπως αναφέρεται σε σχετική ανάλυση της RetailAnalysis, με τους ανθρώπους να μετακινούνται περισσότερο, καθώς αίρονται οι περιορισμοί και με τους εργαζομένους να αρχίζουν να επιστρέφουν στα γραφεία από τις 21 Ιουνίου, οι retailers στο Ηνωμένο Βασίλειο ξεκινούν μια σειρά από πρωτοβουλίες στον τομέα του food-to-go, με στόχο να κλέψουν μερίδια αγοράς από τις καθιερωμένες δυνάμεις της κατηγορίας, ή να συνεργαστούν με κάποιους από αυτούς τους παίκτες, προκειμένου να φέρουν τον κόσμο πίσω στα καταστήματα.

SAINSBURY'S: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΒΟΡΑΡΑΝ ΓΙΑ ΔΟΚΙΜΑΣΤΙΚΑ CONCEPTS

Η Sainsbury's συνεργάστηκε με τα εστιατόρια Boparan, για να δοκιμάσει τρεις νέες ιδέες μέσα στα καταστήματα.

Τα τελευταία χρόνια, η Boparan έσπασε σε μια σειρά από αλυσίδες εστιατορίων και τώρα είναι ιδιοκτήτρια των:

- Carluccio's
- Ed's Easy Diner
- Gourmet Burger Kitchen
- Slim Chickens

ΤΑ ΤΡΙΑ ΝΕΑ CONCEPTS

Τα τρία νέα concepts που δοκιμάζει η αλυσίδα, είναι τα εξής:

- Caffe Carluccio's - μια καφετέρια 84 τ.μ. στο κατάστημα του St Albans, με χώρο για έως και 45 πελάτες για φαγητό, καθώς και επιλογές για takeaway. Ζεστά και κρύα ποτά, πρωινό όλη την ημέρα και ελαφριά snacks, όπως ciabattas και τoστ, θα προσφέρονται μαζί με μια σειρά προϊόντων της Carluccio. Ανοίγει στις 3 Ιουνίου
- Carluccio's Counter - βρίσκεται στο Leamington Spa superstore και προσφέρει προϊόντα ντελικατέσεν, όπως ελαιόλαδα, ζυμαρικά και σάλτσες, πίτσες και κοτόπουλο για takeaway και delivery μέσω τρίτων. Ανοίγει τον Ιούνιο
- Restaurant Hub - ένα multi-brand που βρίσκεται στο Selly Oak superstore, με επιλογές grab-and go και delivery επιλογές από brands που περιλαμβάνουν τα: Caffe Carluccio's, Gourmet Burger Kitchen, Slim Chickens, Harry Ramsden's και Ed's Easy Diner



ΤΟ FEEDBACK ΑΠΟ ΠΕΛΑΤΕΣ

ΘΑ ΚΡΙΝΕΙ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

Η Sainsbury's και η Boparan θα ακούσουν προσεκτικά τα σχόλια των πελατών και στα τρία καταστήματα πριν αποφασίσουν τα επόμενα βήματά τους. Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Boparan, Satnam Leihal, δήλωσε σχετικά ότι, "οι πελάτες μας, μας λένε ότι αγαπούν τα brands μας και θα ήθελαν να έχουν πρόσβαση σε αυτά πιο τακτικά και να είναι μέρος των οικογενειακών τους στιγμών. Αυτή η δοκιμή με την Sainsbury's μας επιτρέπει να προσφέρουμε τη γκάμα προϊόντων υψηλής ποιότητας σε περισσότερους πελάτες, πιο συχνά, σε ποικίλες μορφές".

Από την πλευρά του, ο Rhian Bartlett, Εμπορικός Διευθυντής Τροφίμων της Sainsbury's, δήλωσε πως, "δοκιμάζουμε αυτές τις νέες προσφορές ως μέρος του σχεδίου μας να βάλουμε τα τρόφιμα στην καρδιά της Sainsbury's - φέρνοντας ακόμα πιο καινοτόμα και νόστιμα φαγητά και ποτά στα καταστήματά μας".

ΕΠΑΝΑΛΛΑΝΣΑΡΙΣΕ ΤΟ... MEAL DEAL

Στις 17 Μαΐου, η αλυσίδα επανασάρισε το meal deal, προκειμένου να μπορέσει να ανταγωνιστεί τις αλυσίδες που δραστηριοποιούνται στα σημεία πώλησης με την μεγαλύτερη κυκλοφορία κόσμου. Τι άλλαξε;

- Πιο ακριβό, αλλά πιο σημαντικό - νέα τιμή £3,50 (από £3,00), αλλά πιο πλούσιο, με πάνω από 500 προϊόντα, όπως ζεστό φαγητό, είδη άρτου και ζεστά ροφήματα
- Η στόχευση νέων πελατών - μούσλι, κρουασάν και καφές θα βοηθήσουν να ανταγωνιστεί ειδικούς του καφέ, όπως είναι τα Costa Coffee και τα Starbucks για το πρωινό, ενώ στα ζεστά φαγητά περιλαμβάνονται μερίδες κοτόπουλου, κομμάτια πίτσας, ρολά λουκάνικων, σφήνες πατάτας κ.ά., "χτυπώντας" ισχυρούς παίκτες του τομέα, όπως τα Greggs
- Πιο ξεκάθαρα τα εμπορεύματα στα καταστήματα - φωτιστικά διαχωρίζουν προϊόντα που βρίσκονται σε προσφορά από τα υπόλοιπα
- Εστίαση στις τρέχουσες τάσεις - επιλογές vegan από τη σειρά Plant Pioneers και νέες συσκευασίες για τη μείωση της χρήσης πλαστικών
- Premiumisation - σχεδιάζει να αναπτύξει την premium γκάμα της για να κερδίσει πελάτες από M&S και Pret



TESCO: ΘΑ ΑΝΟΙΞΕΙ PRET ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ
Pret a Manger θα ανοίξουν σε τέσσερα supermarkets της αλυσίδας Tesco σε δοκιμαστική βάση.

Το πρώτο θα ανοίξει στο κατάστημα της Tesco στο Kensigton τον Ιούνιο, με τα άλλα να ακολουθούν το καλοκαίρι. Εάν είναι επιτυχημένη η δοκιμή, θα επεκταθεί σε περισσότερα καταστήματα. Το brand της Pret έχει χτιστεί πάνω σε φρέσκα τρόφιμα που παρασκευάζονται σε κουζίνες στο χώρο της και τα καταστήματα στα Tesco θα λειτουργούν σε παρόμοια βάση.



PRET: "ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ"

Η συνεργασία είναι ένα από τα πολλά βήματα που έκανε η Pret, για να προσαρμοστεί στις αλλαγές στη συμπεριφορά των πελατών, που επιταχύνονται από πανδημία. Η στρατηγική "ακολουθήστε τους ουρανοξύστες" αντικαταστάθηκε από τη στρατηγική "ακολουθήστε τον πελάτη", καθώς περισσότεροι άνθρωποι δούλευαν από το σπίτι.

Τον Μάρτιο λάνσαρε την πρώτη της σειρά προϊόντων λιανικής για το σπίτι στην Tesco και είπε ότι στο μέλλον, θα μπορούσαν να ακολουθήσουν dressings και σάλτσες. Ο CEO της Pret a Manger, Pano Christou, ανέφερε σχετικά πως, "πέρσι, θέσαμε στον εαυτό μας την πρόκληση να φέρουμε την Pret σε περισσότερους ανθρώπους. Από τότε, ξεκινήσαμε και αναπτύξαμε τη σειρά Pret-at-Home, φέρνοντας τη χαρά του Pret στα σπίτια των ανθρώπων σε όλη τη χώρα. Τώρα, το προχωράμε περαιτέρω και φέρνουμε την εμπειρία της Pret σε επιλεγμένα καταστήματα Tesco, καθιστώντας ακόμη πιο εύκολο για τους πελάτες να απολαύσουν το φρέσκο φαγητό και τον βιολογικό μας καφέ μας ως μέρος του κανονικού καταστήματος Tesco". Πρόσθεσε δε πως, "καθώς το Ηνωμένο Βασίλειο βγαίνει από το lockdown, αυτή η συνεργασία με την Tesco είναι ένας τρόπος με τον οποίο μετασχηματίζουμε το επιχειρημα-

τικό μας μοντέλο, ώστε να προσαρμοστεί σε έναν νέο τρόπο ζωής και εργασίας".



Pano Christou, CEO, Pret a Manger

WAITROSE: ΕΠΑΝΑΣΥΣΤΗΝΕΙ ΤΙΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ FOOD-TO-GO

Η Waitrose επαναφέρει το food-to-go, καθώς επιστρέφει σταδιακά η κανονικότητα στη χώρα. Με περισσότερους ανθρώπους να επιστρέφουν στα γραφεία, η Waitrose αναμένει ότι η ζήτηση θα αυξηθεί ξανά. Τα πιάτα είναι επίσης ιδανικά για κοινωνικές συγκεντρώσεις, για κοινή χρήση με φίλους ή συναδέλφους στο πάρκο ή στο γραφείο.



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• AFRICA FOOD MANUFACTURING ΘΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΕΙ 2-4 ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ

Στο Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο της Αιγύπτου (EIEC) στο Κάιρο, θα πραγματοποιηθεί από τις 2 έως τις 4 Αυγούστου 2021 η Διεθνής Έκθεση, Africa Food Manufacturing, με τη συμμετοχή των Fi Africa & ProPak MENA. Σημειώνεται ότι η έκθεση αποτελεί την αποκλειστική εκδήλωση για την προβολή της εφοδιαστικής αλυσίδας και της βιομηχανίας F&B, προσφέροντας την ευκαιρία δικτύωσης και ανταλλαγής τεχνογνωσίας σχετικά με τις τελευταίες τάσεις του κλάδου, μέσω διαδικτυακής και φυσικής παρουσίας.

Africa Food Manufacturing



• COFFEE BUSINESS FORUM 2021 ΑΥΤΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΟΜΙΛΗΤΕΣ

Υψηλόβαθμα κυβερνητικά και θεσμικά στελέχη, σημαντικοί εκπρόσωποι του τομέα της καφεστίασης και διακεκριμένοι επαγγελματίες της αγοράς, θα απευθύνουν ομιλίες και θα συμμετέχουν σε συζητήσεις, στο πλαίσιο του [Coffee Business Forum 2021](#), που θα πραγματοποιηθεί στις 28 Μαΐου μέσα από την LiveOn, την ολοκληρωμένη ψηφιακή τεχνολογία επιχειρηματικής επικοινωνίας του ethosGROUP, με κεντρικό θέμα, "Η καφεστίαση μετά το άνοιγμα της αγοράς".

Η ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

Τα θέματα που θα συζητηθούν, κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, είναι τα κίνητρα και οι πρωτοβουλίες της πολιτείας για την ενίσχυση της βιομηχανίας του καφέ και των επιχειρήσεων της καφεστίασης, το νέο πρωτόκολλο λειτουργίας των επιχειρήσεων της καφεστίασης και η νέα πραγματικότητα μετά την πανδημία, το μέλλον των επιχειρήσεων του κλάδου, οι στρατηγικές, οι επενδύσεις και τα Success Stories και το πώς θα κινηθούν στη νέα πραγματικότητα οι προμηθευτές του κλάδου.

ΠΟΙΟΙ ΘΑ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΟΥΝ

Στο [Coffee Business Forum 2021](#) θα συμμετάσχουν οι εξής ομιλητές:

- Παναγιώτης Σταμπουλίδης, Γενικός Γραμματέας Εμπορίου & Προστασίας Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης & Επενδύσεων
- Ιωάννης Σμυρλής, Γενικός Γραμματέας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Εξωστρέφειας, Υπουργείο Εξωτερικών & Πρόεδρος Δ.Σ., Enterprise Greece
- Γιώργος Καββαθάς, Πρόεδρος, Πανελλήνια Ομοσπονδία Εσπιατορικών & Συναφών Επαγγελματιών (Π.Ο.Ε.Σ.Ε.)
- Στέφανος Σακάρος, Πρόεδρος, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Επεξεργασίας Καφέ (ΣΕΕΚ)
- Γιάννης Β. Μπενόπουλος, Ιδρυτικό μέλος & Πρόεδρος, Ελληνική Ένωση Καφέ (ΕΕΚ)
- Ιωάννης Χατζηθεοδοσίου, Πρόεδρος, Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΕΑ)
- Κωνσταντίνος Αγαδάκης, CCO – Chief Commercial Officer, Barista Pro
- Αντώνης Αυγερόπουλος, Business Executive Officer, Nespresso South East Europe
- Τατιανή Καμπιώτη, Business Executive Officer, Nestlé Professional Ελλάδας
- Δημήτριος Κορωνάκης, Δικηγόρος, Managing Partner, Koronakis & Partners Law Firm
- Σταύρος Λαμπρινίδης, AST Authorised



- SCA Trainer
- Ελευθέριος Μακρινδάκης, Διευθύνων Σύμβουλος & Υπεύθυνος ποιότητας και δημιουργίας νέων προϊόντων, Elmak Beverage
 - Γιώργος Ονουφρίου, Ιδιοκτήτης, VittorioGourmetEspresso - Jean Paul Lab
 - Αλίκη Παπαδάκη, Υπεύθυνη Εξυπηρέτησης Πελατών, NielsenIQ
 - Αλέξανδρος Παπαδούλης, Ιδιοκτήτης Palazzo cafe, Άγιος Νικόλαος, Κρήτη
 - Στέλιος Ρουμελιώτης, Ιδρυτής, Coffee Lab
 - Γιάννης Ταλούμης, CEO & Head of Quality, taf's
 - Παναγιώτης Χάσκος, Διευθύνων Σύμβουλος, Haskos Coffee & Beverages - Caffè Luigi Ε.Π.Ε.
 - Κωνσταντίνος Ουζούνης, CEO, ethosGROUP

ΚΛΕΙΣΤΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο του συνεδρίου, θα πραγματοποιηθεί Κλειστή (Ψηφιακή) Συνάντηση Εργασίας στελεχών εταιρειών του κλάδου με θεσμικούς φορείς. Οι συμμετέχοντες θα μπορούν, κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, να ζητήσουν και να συμμετάσχουν σε προγραμματισμένες ψηφιακές B2B Συναντήσεις Γνωριμίας με τους υπόλοιπους συμμετέχοντες του συνεδρίου μέγιστης διάρκειας 25 λεπτών. Παράλληλα, μέσα από τα στοχευμένα διαλείμματα δικτύωσης και αξιοποιώντας τις μοναδικές τεχνολογικές δυνατότητες της LiveOn, η ethosEVENTS θα δώσει βήμα συζήτησης και διαλόγου στους συνέδρους-επαγγελματίες, με στόχο να γεννηθούν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και συνεργασίες, μέσα από εποικοδομητικές συζητήσεις.

Δείτε [εδώ](#) το πρόγραμμα του συνεδρίου
Δηλώστε [εδώ](#) τη συμμετοχή σας
Δείτε [εδώ](#) το πρόγραμμα της Κλειστής (Ψηφιακής) Συνάντησης εργασίας
Για πληροφορίες μπορείτε να επισκεφτείτε την [επίσημη ιστοσελίδα του συνεδρίου](#), καθώς επίσης και τα social κανάλια [Facebook](#), [LinkedIn](#), και [YouTube](#).

Χορηγός επικοινωνίας είναι το **FNB Daily** και το [horecaopen.com](#).



Κωνσταντίνα Μπάρκα, Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού, Coca-Cola Τρία Έψιλον

• COCA COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ ΞΕΚΙΝΑΕΙ ΤΟ RISE MANAGEMENT TRAINEE

Το Rise Management Trainee, το πρόγραμμα της Coca-Cola Τρία Έψιλον που δίνει σε νέους απόφοιτους την ευκαιρία να κάνουν το πρώτο βήμα στην καριέρα τους, ξεκινάει τον φετινό κύκλο, καλώντας τους ενδιαφερόμενους να δηλώσουν συμμετοχή ως τις 9 Ιουνίου 2021. Ο νέος κύκλος του προγράμματος αφορά σε θέσεις στα εμπορικά τμήματα της εταιρείας, σε τμήματα της εφοδιαστικής αλυσίδας, καθώς και σε υποστηρικτικά τμήματα, που προσφέρουν νέες γνώσεις και εμπειρίες σε έναν σύγχρονο κλάδο που διαρκώς εξελίσσεται και αναπτύσσεται.

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ, ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΚΑΙ ΕΥΕΞΙΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΩΝ

Η Κωνσταντίνα Μπάρκα, Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού της Coca-Cola Τρία Έψιλον, δήλωσε: "Στην Coca-Cola Τρία Έψιλον επενδύουμε σταθερά στην εξέλιξη, την ενδυνάμωση και την ευεξία των ανθρώπων μας, προσφέροντάς τους τα εργαλεία, την υποστήριξη και την ευελιξία που χρειάζονται για να αναπτυχθούν σε ένα σύγχρονο και συμπεριληπτικό περιβάλλον εργασίας. Σε αυτό, οι νέοι που θα επιλεγούν μέσα από το Rise Management Trainee, θα ακολουθήσουν ένα δυνατό ταξίδι μάθησης, θα εργαστούν πάνω σε διαφορετικά projects και θα εξελιχθούν, για να ξεκλειδώσουν το ταλέντο τους".

Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πρόγραμμα δείτε [εδώ](#).

• ΕΥ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΑΥΞΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΓΙΑ DELIVERY, ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ ΚΑΙ ΦΡΕΣΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Αύξηση της κατανάλωσης delivery, μη αλκοολούχων ποτών και φρέσκων προϊόντων δείχνουν τα στοιχεία της έρευνας EY, Future Consumer Index, για την Ελλάδα. Η EY Ελλάδας, με τη βοήθεια της MRB, διερεύνησε τις απόψεις και τις αντιλήψεις των Ελλήνων καταναλωτών για την πανδημία, τις επιπτώσεις της στην καθημερινότητα και τις καταναλωτικές συμπεριφορές, καθώς και τις απόψεις και προσδοκίες τους για το επόμενο διάστημα και την επάνοδο σε μια νέα κανονικότητα. Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 9 και 15 Απριλίου και κατέγραψε τις απόψεις 502 ατόμων, με αντιπροσωπευτική διασπορά ως προς το φύλο, την ηλικία, την κοινωνική τάξη και τον τόπο κατοικίας.

ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ

Οι επιπτώσεις της πανδημίας φαίνεται να ανησυχούν τους Έλληνες περισσότερο από τους καταναλωτές των άλλων χωρών που εξετάζει η παγκόσμια έρευνα, με τις ανησυχίες να επικεντρώνονται, κυρίως, στον αντίκτυπο της στην ελληνική οικονομία και την κοινωνία και τη δυνατότητα να απολαύσουν ελεύθερα τη ζωή τους, ενώ λιγότερο τους ανησυχούν οι επιπτώσεις στα προσωπικά οικονομικά και την υγεία της οικογένειας.

Απασχολεί ο αντίκτυπος της πανδημίας



ΑΥΞΗΘΗΚΑΝ ΟΙ ΔΑΠΑΝΕΣ ΣΕ ΤΡΟΦΙΜΑ

Σύμφωνα με την έρευνα, αυξημένες είναι οι δαπάνες σε φρέσκα τρόφιμα, μη ηλεκτρονικές δραστηριότητες στο σπίτι και φαγητό delivery. Η έρευνα δεν καταγράφει μεγάλες διαφοροποιήσεις ως προς τις εκτιμήσεις των καταναλωτών για τη μελλοντική εξέλιξη των δαπανών του νοικοκυριού τους μετά το πέρας της πανδημίας, επιβεβαιώνοντας ότι, παρά τη συνεχιζόμενη αβεβαιότητα, οι Έλληνες παραμένουν σχετικά αισιόδοξοι ότι τα οικονομικά τους δε θα επιδεινωθούν περαιτέρω στο μέλλον. Οι καταναλωτές εκτιμούν ότι θα αυξηθούν οι δαπάνες τους, κυρίως σε δραστηριότητες που περιορίστηκαν υποχρεωτικά στη διάρκεια της πανδημίας, ενώ προβλέπουν μείωση δαπανών για είδη πολυτελείας.

Επιπτώσεις της πανδημίας στις αγοραστικές συνήθειες

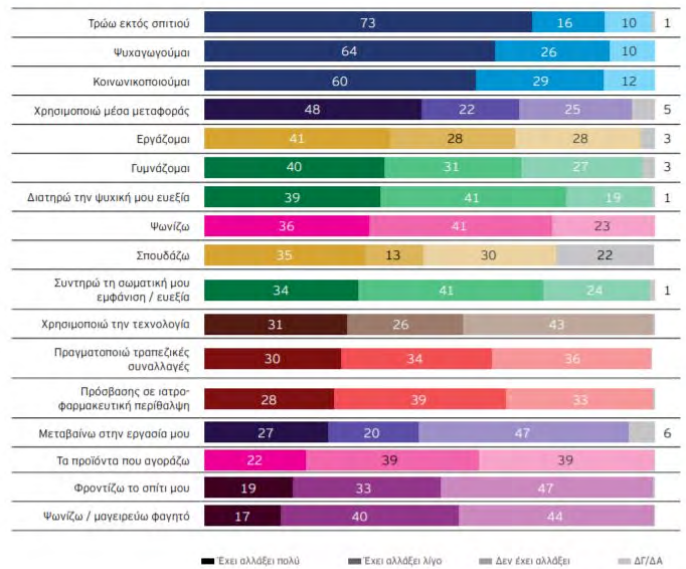


ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΕΚΤΟΣ ΣΠΙΤΙΟΥ

Έναν χρόνο μετά την εκδήλωση της πανδημίας, το φαγητό εκτός σπιτιού, η ψυχαγωγία και η κοινωνικοποίηση αναδεικνύονται ως τα τρία κορυφαία στοιχεία της καθημερινότητας που έχουν αλλάξει, σύμφω-

να με εννέα στους 10 ερωτώμενους, και αυτό αναφέρεται απ' όλες σχεδόν τις υποομάδες του πληθυσμού, με την ίδια ένταση.

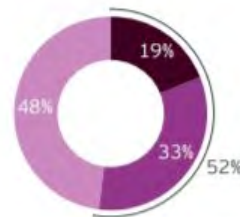
Έχει αλλάξει ο τρόπος που...



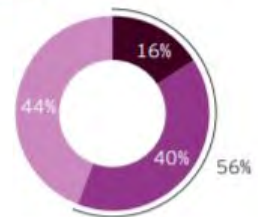
Μάλιστα, ο τρόπος που οι καταναλωτές ψωνίζουν φαγητό, έχει μεταβληθεί σε σημαντικό βαθμό, με τα φρέσκα τρόφιμα να βρίσκονται στην κορυφή της λίστας.

Τα καθημερινά

Ο τρόπος που φροντίζω το σπίτι μου



Ο τρόπος που ψωνίζω / μαγειρεύω φαγητό



ΜΙΚΡΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΔΑΠΑΝΩΝ

Για τα τρόφιμα και είδη σπιτιού, υψηλά ποσοστά καταναλωτών αναφέρουν ότι οι δαπάνες δεν επηρεάστηκαν ιδιαίτερα από την πανδημία. Στην κατηγορία αυτή, των ανελαστικών δαπανών, περιλαμβάνονται:

- οι προμήθειες κατοικίδιων ζώων (68%)
- τα κατεψυγμένα τρόφιμα (67%)
- τα προϊόντα προσωπικής φροντίδας (67%)
- τα μη αλκοολούχα ποτά (64%)
- τα φρέσκα τρόφιμα (61%)
- το συσκευασμένο φαγητό (60%)
- τα καπνικά προϊόντα (58%)
- τα είδη σπιτιού και οικιακής υγιεινής (52%)

Στις περισσότερες από αυτές τις κατηγορίες, οι απαντήσεις των Ελλήνων καταναλωτών είναι πολύ κοντά σε εκείνες των άλλων ευρωπαϊκών χωρών.



Σημειώνεται πως για φαγητό απ' έξω / delivery, το 23% των καταναλωτών αύξησε τις δαπάνες, κυρίως στην Αττική και την Θεσσαλονίκη, ποσοστό χαμηλότερο από τον διεθνή και ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Σε τι βαθμό έχουν αλλάξει οι δαπάνες του νοικοκυριού σας στις ακόλουθες κατηγορίες, από το ξεκίνημα της πανδημίας;

5βάθμιο κλίμακα (Σοδεύω πολύ λιγότερο ... Σοδεύω πολύ περισσότερο)

Κατηγορία	Σοδεύω πολύ λιγότερο	Λιγότερο	Το ίδιο	Πολύ περισσότερο	Σοδεύω πολύ περισσότερο
Διακοπές / ταξίδια	4	16	76	4	0
Ψυχαγωγία εκτός σπιτιού	5	16	79	0	0
Συνδρομή σε γυμναστήρια	9	16	75	0	0
Είδη πολυτελείας	6	26	68	0	0
Ρούχα και υποδήματα	8	27	64	0	0
Υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας	3	37	60	0	0
Εξοπλισμός άθλησης / άσκησης	10	32	59	0	0
Δώρα για τρίτους / φιλανθρωπίες	9	33	58	0	0
Αγορά άλλων διαρκών αγαθών	10	34	46	0	0
Έτοιμα γεύματα από κατάστημα	16	38	46	0	0
Φαγητό από έξω / delivery	23	33	45	0	0
Προϊόντα αρωματικής, καλλυντικά	9	38	45	0	0
Προϊόντα βελτίωσης σπιτιού	10	46	44	0	0
Ηλεκτρονικά παιχνίδια	19	45	36	0	0
Ηλεκτρονικά είδη	15	49	36	0	0
Αλκοολούχα ποτά	17	53	30	0	0
Πρόχειρα γεύματα / ανακ	19	52	29	0	0
Υπηρεσίες παράδοσης ΣΜ / τροφίμων	21	50	29	0	0
Μη ηλεκτρον. δραστηριότητες στο σπίτι	24	49	27	0	0
Συσκευασμένο φαγητό	14	60	27	0	0
Μη αλκοολούχα ποτά	12	61	24	0	0
Καπνικά προϊόντα	21	58	21	0	0
Είδη σπιτικού και οικιακής υγιεινής	27	52	20	0	0
Άλλες ψηφιακές συνδρομ. υπηρεσίες	17	64	20	0	0
Προμήθειες κατοικίδιων ζώων	13	66	19	0	0
Πλατφόρμες παρακολούθησης ταινιών	25	57	19	0	0
Κατεψυγμένα τρόφιμα	16	67	17	0	0
Προϊόντα προσωπικής φροντίδας	19	67	14	0	0
Φρέσκα τρόφιμα	24	63	14	0	0

Την ίδια στιγμή, ανελαστικές παρέμειναν οι δαπάνες σε:

- Συσκευασμένο φαγητό, 60%
- Μη αλκοολούχα ποτά, 64%
- Κατεψυγμένα τρόφιμα, 67%

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

**• ΑΛ. ΚΟΥΡΗΣ (ΝΗΣΟΣ)
ΣΕ ΤΙ ΑΦΟΡΑ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΕΟ**

Τη νέα Νήσος Pure Lager παράγει η Μικροζυθοποιία Κυκλάδων, γνωστή υπό το brand Νήσος, στις εγκαταστάσεις της Κυπριακής ζυθοποιίας, ΚΕΟ, στην Λεμεσό. "Πρόκειται για μία δική μας νέα συνταγή, που θα παράγουμε στις σύγχρονες εγκαταστάσεις της ΚΕΟ, με την οποία έχουμε την χαρά και την τιμή να συνεργαζόμαστε παραγωγικά φέτος, για πρώτη χρονιά", αναφέρει στο Fnb Daily ο Αλέξανδρος Κουρής, τονίζοντας ότι με την ΚΕΟ μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά.

αναφέρει ότι, "είμαστε δύο ανεξάρτητα, τοπικά ζυθοποιεία που δεν ανήκουμε σε πολυεθνικά δίκτυα και βρισκόμαστε σε νησιά του Ελλαδικού χώρου. Διασυνδέσαμε τις αναπτυξιακές δυνατότητες της Νήσος, που υπερβαίνουν την παραγωγική δυνατότητα του Ζυθοποιείου μας στην Τήνο, με την άριστη τεχνολογία και την μεγάλη παραγωγική δυνατότητα της ΚΕΟ, ώστε να ανταποκριθούμε κυρίως σε εξαγωγικές ευκαιρίες και νέα προϊόντα".



Αλέξανδρος Κουρής, Ιδιοκτήτης, Νήσος

"ΤΑΙΡΙΑΖΟΥΜΕ ΜΕ ΤΗΝ ΚΕΟ"
Σε ό,τι αφορά τη συνεργασία, ο κ. Κουρής

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **RABOBANK**

ΣΕ ΑΝΟΔΟ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΧΟΙΡΙΝΟΥ ΣΤΟ Β' ΤΡΙΜΗΝΟ ΤΟΥ 2021

Σε υψηλότερα επίπεδα κινούνται στο β' τρίμηνο του 2021 οι παγκόσμιες τιμές του χοιρινού στις περισσότερες αγορές, σύμφωνα με στοιχεία πρόσφατης έρευνας της Rabobank. Με βάση τα συμπεράσματα της έρευνας, οι απώλειες στο ζωικό κεφάλαιο λόγω ασθενειών σε βασικές αναπτυσσόμενες περιοχές, σε συνδυασμό με τις επιπτώσεις της πανδημίας στον κλάδο, έχουν περιορίσει σημαντικά τη διαθεσιμότητα χοιρινού, με αποτέλεσμα να έχουν αυξησει τις τιμές, με την Rabobank να αναμένει σταδιακή ανάκαμψη του ζωικού κεφαλαίου το επόμενο διάστημα.

Αναλυτικά, οι εκτιμήσεις της Rabobank για το πώς θα εξελιχθεί στις βασικές αγορές το β' τρίμηνο 2021, είναι οι εξής:

ΚΙΝΑ

Οι απώλειες στον πληθυσμό χοίρων, λόγω νέων εστιών αφρικανικής πανώλης των χοίρων, και οι υγειονομικές προκλήσεις επιβραδύνουν την ανάκαμψη. Αν και χαμηλότερα από τις προσδοκίες, ο πληθυσμός των χοιρομητέρων είναι σταθερός έναντι του 2020 και θα αυξηθεί μέχρι το τέλος του έτους, καθώς συνεχίζονται οι προσπάθειες αναδιάρθρωσης. Ακόμη και με την εκτιμώμενη αύξηση της παραγωγής, η Κίνα θα συνεχί-



σει να βλέπει έλλειψη χοιρινού κρέατος και συνεπώς θα εξακολουθήσει τις διογκωμένες εισαγωγές. Η ζήτηση είναι ασθενής λόγω της πανδημίας και επίσης λόγω των σχετικά υψηλών τιμών χοιρινού στη λιανική.

ΗΠΑ

Οι τιμές στους χοίρους παραμένουν αυξημένες κατά 68% από την αρχή του έτους, λόγω περιορισμένης προσφοράς. Η ισχυρή ζήτηση για χοιρομέρια και κοιλιές, σε συνδυασμό με τις χαμηλότερες εισαγωγές και το περιορισμένο απόθεμα κατεψυγμένου προϊόντος, στηρίζει την ανοδική κίνηση των τιμών. Επιπλέον, οι υψηλές τιμές χοιρινού επηρεάζουν τις εξαγωγές και πιθανώς να μειώσουν τις ποσότητες εξαγωγής.

ΕΥΡΩΠΗ

Οι τιμές στην Ευρωπαϊκή Ένωση έχουν ανακάμψει κατά 22% από τις αρχές του έτους, λόγω περιορισμένης προσφοράς και στα-

διακής βελτίωσης της ζήτησης, αναφέρεται στην έρευνα. Οι υψηλότερες τιμές θα συμβάλουν, ώστε να αντισταθμιστεί το αυξανόμενο κόστος των ζωοτροφών, παρά το ότι εξακολουθούν να είναι πολύ χαμηλότερα από τα επίπεδα του 2020, που ήταν στο -16%. Σημειώνεται ότι η παραγωγή αυξάνεται στην Ισπανία, την Δανία και την Ολλανδία και θα αντισταθμίσει την ελαφρά μείωση παραγωγής που παρατηρείται σε Γερμανία και Ιταλία, ενώ οι εξαγωγές θα παραμείνουν ισχυρές, παρά τις εμπορικές απαγορεύσεις που έχουν επιβληθεί στο γερμανικό χοιρινό λόγω της αφρικανικής πανώλης.

ΒΡΑΖΙΛΙΑ

Οι παραγωγοί στην Βραζιλία προσπαθούν να αντισταθμίσουν την κατά 99% αύξηση του κόστους ζωοτροφών που αντιμετωπίζουν, λόγω καθυστερημένης σποράς και απογοητευτικής πρώτης συγκομιδής. Η υποτονική εγχώρια ζήτηση για χοιρινό κρέας, εξαιτίας των περιορισμών της πανδημίας, αλλά και των οικονομικών προβλημάτων που έχει επιφέρει στο καταναλωτικό κοινό, αντισταθμίζει το όφελος από το ρεκόρ εξαγωγών.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **WOLT**

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ - ΨΑΧΝΕΙ ΝΕΕΣ ΑΠΟΘΗΚΕΣ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

Ενισχύει το προσωπικό της η Wolt, στην οποία υπάρχουν χιλιάδες αιτήσεις εργασίας, σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily. Η εταιρεία βρίσκεται κοντά στους εργαζομένους της και σε αυτό το πλαίσιο ανακοίνωσε την παροχή δωρεάν ασφαλιστικής κάλυψης και αποζημίωσης σε περίπτωση ατυχήματος την ώρα διανομής. Η ασφάλιση ήδη έχει τεθεί σε ισχύ, είναι 100% δωρεάν για όλους τους διανομείς και η εταιρεία καλύπτει εξ' ολοκλήρου τα έξοδα", σημειώνουν πηγές της εταιρείας.

ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΤΡΟΠΟΥ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Οι συνεργάτες διανομής της Wolt έχουν πλήρη ελευθερία να επιλέγουν πότε, πού και για πόσο θα δουλέψουν, καθώς και ποιες παραγγελίες αποδέχονται ή απορρίπτουν. Η διαδικασία σύναψης συνεργασίας με τη Wolt είναι πολύ απλή και από την στιγμή που θα αποφασίσουν να συνεργαστούν με την εται-



ρεία, οι διανομείς μπορούν να ξεκινήσουν να δέχονται παραγγελίες μέσα σε λίγα λεπτά και να κερδίζουν εισόδημα χωρίς κανένα περιορισμό.

ΞΕΚΑΘΑΡΕΣ ΑΜΟΙΒΕΣ

"Αμείβονται με ξεκάθαρους όρους και όλες

οι συναλλαγές καταγράφονται ηλεκτρονικά με αποτέλεσμα να υπάρχει πλήρης διαφάνεια. Από το 2021 μέχρι τώρα, οι συνεργάτες διανομής της Wolt έχουν κερδίσει κατά μέσο όρο €8 την ώρα. Οι πραγματικές απολαβές είναι ακόμα μεγαλύτερες, αν προστεθούν και τα φιλοδωρήματα που κερδίζουν οι διανομείς μέσω της αντίστοιχης επιλογής που διαθέτει η πλατφόρμα. Η Wolt ήταν η πρώτη πλατφόρμα στην Ελλάδα που εισήγαγε τη λειτουργία του ηλεκτρονικού φιλοδωρήματος τον Αύγουστο 2019", αναφέρει η εταιρική ανακοίνωση.

ΨΑΧΝΕΤΑΙ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΑΠΟΘΗΚΕΣ

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, το εγχείρημα της Wolt Market για είδη μικρής λιανικής καταγράφει θετικά αποτελέσματα. Έτσι λοιπόν, η εταιρεία εμφανίζεται να ψάχνει νέες αποθήκες στην Αττική. Αφού ολοκληρωθεί η επέκταση της νέας υπηρεσίας στην Αττική, η εταιρεία προσανατολίζεται στην επέκταση εκτός του νομού.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• E-LA-WON ΕΛΑΒΕ ΔΥΟ ΝΕΑ ΒΡΑΒΕΙΑ

Η E-LA-WON απέσπασε δύο ασημένια βραβεία στον παγκόσμιο διαγωνισμό ποιότητας ελαιολάδου NYIOOC World Olive Oil 2021. Συγκεκριμένα, διακρίθηκε για:

- Το Premium 500ml ποικιλίας Κουτσουρελιά και Κορωνέικης
- Το Super premium 500ml ποικιλίας Αγριελιά και Μποτσικολιά

Ο Ιωάννης Καμπούρης, Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, δήλωσε: "Το αποτέλεσμα των NYIOOC ακολουθούν στενά επαγγελματίες της βιομηχανίας τροφίμων, μέσα μαζικής ενημέρωσης και λοιποί που ασχολούνται με την ποιότητα του ελαιολάδου και έτσι ανοίγονται νέοι ορίζοντες στις διεθνείς αγορές. Η E-LA-WON, με τις διακρίσεις αυτές, φτάνει στις 82 βραβεύσεις και αυτό το αποτέλεσμα μας γεμίζει χαρά, αλλά και περισσότερη ευθύνη".



Ιωάννης
Καμπούρης,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
E-LA-WON

• MEGA DEAL ΣΤΗΝ MONDELĒZ Η CHIPITA ENANTI \$2 ΔΙΣ. - ΕΚΤΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ ΝΙΚΑΣ ΚΑΙ ΙΝΔΙΑ

Η Mondelez International ανακοίνωσε χθες τη συμφωνία για την εξαγορά της Chipita, "μιας εταιρείας με ηγετικό ρόλο και υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης στην κατηγορία προϊόντων ζύμης και πρωινού σνακ στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη", όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση. Επιβεβαίωσε ουσιαστικά παλαιότερο θέμα του FNB Daily (19/3), το οποίο είχε αναφερθεί στην αναβίωση του συγκεκριμένου deal. Μάλιστα, στις 28/4 επανήλθαμε με νέες πληροφορίες.

ΤΙΜΗΜΑ

Το τίμημα της εξαγοράς ανήλθε σε περίπου \$2 δισ. και υπόκειται σε ορισμένες προσαρμογές κατά την ολοκλήρωση της συναλλαγής. Το εν λόγω τίμημα χρηματοδοτήθηκε μέσω ενός συνδυασμού έκδοσης νέου δανεισμού και υφιστάμενων ρευστών διαθεσίμων. Στο πλαίσιο της συμφωνίας δεν περιλαμβάνεται η εταιρεία Νίκας και τα δικαιώματα μειοψηφίας στην κοινοπραξία της Chipita στην Ινδία.

"ΙΣΧΥΡΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ"

"Καλωσορίζουμε στην οικογένεια της Mondelez International τα γευστικά προϊόντα ζύμης της Chipita, τα οποία δίνουν περαιτέρω ώθηση στη στρατηγική μας, για να γίνουμε ένας παγκόσμιος ηγέτης στην ευρύτερη κατηγορία των σνακ", δήλωσε ο Dirk Van de Put, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της Mondelez International, ενώ πρόσθεσε, "τα εμβληματικά brands

και η σημαντική παρουσία της Chipita σε τόσες πολλές ελκυστικές αγορές, αποτελούν ένα ισχυρό στρατηγικό συμπλήρωμα στο υπάρχον χαρτοφυλάκιο μας και στις μελλοντικές μας φιλοδοξίες για ανάπτυξη στην Ευρώπη και πέραν αυτής".

"Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ"

Από την πλευρά του, ο Διευθύνων Σύμβουλος της Chipita, Σπύρος Θεοδωρόπουλος, δήλωσε, "η Chipita για περισσότερα από 40 έτη, στηριζόμενη στην ποιότητα και την καινοτομία, δημιούργησε μία νέα κατηγορία σνακ, που οι καταναλωτές αγάπησαν διεθνώς. Είμαι βέβαιος ότι η εξαγορά της Chipita από την Mondelez International - μία από τις κορυφαίες εταιρείες σνακ στον κόσμο - θα δημιουργήσει νέες προοπτικές για τους ανθρώπους της και τα προϊόντα της".

ΓΙΑΤΙ ΠΡΟΧΩΡΗΣΕ Η MONDELEZ ΣΤΟ DEAL

Η εξαγορά θα δώσει τη δυνατότητα στην Mondelez International να προσφέρει στους καταναλωτές ένα πλήρες χαρτοφυλάκιο προϊόντων αρτοποιίας, όπως μπισκότα, κέικ και, τώρα για πρώτη φορά, προϊόντα ζύμης και να καλύψει την αυξανόμενη καταναλωτική ζήτηση για αυτό το κομμάτι της αγοράς. Εκτός από την προσθήκη μιας νέας κατηγορίας στο προϊοντικό χαρτοφυλάκιο της Mondelez International, η εξαγορά αυτή θα ενισχύσει επίσης, σημαντικά την παρουσία της εταιρείας στις ταχέως αναπτυσσόμενες

αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, όπου η δραστηριότητα της Chipita είναι ιδιαίτερα καλά τοποθετημένη.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Η Mondelez International θα χρησιμοποιήσει το δίκτυο διανομής της Chipita στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, για να ενισχύσει τη δική της διανομή και να συνεχίσει να φέρνει τις μάρκες της στην περιοχή και πέραν αυτής. Η συμφωνία θα προσφέρει επίσης, ευκαιρίες καινοτομίας και συνδυασμού σημάτων, φέρνοντας τις εμβληματικές μάρκες σοκολάτας της Mondelez International σε νέες κατηγορίες. Με την πάροδο του χρόνου, η Mondelez International αναμένει να επιτύχει εκτενείς συνεργείες και μια σειρά από οφέλη στην Chipita, συμπεριλαμβανομένης της ευρείας τεχνολογίας στον τομέα των προμηθειών και της παραγωγής, αξιοποιώντας τις υπάρχουσες διαφοροποιημένες δυνατότητες της Chipita.

ΕΝΑ ΑΚΟΜΗ ΒΗΜΑ

Η απόκτηση της Chipita αποτελεί ένα ακόμα βήμα στη συνεχή επέκταση της Mondelez International σε γρήγορα αναπτυσσόμενες κατηγορίες της αγοράς των snacks. Το 2021, η εταιρεία απέκτησε την Grenade, μια κορυφαία εταιρεία προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Gourmet Food Holdings, μια κορυφαία Αυστραλιανή εταιρεία τροφίμων στην ελκυστική κατηγορία των premium μπισκότων και κράκερ, και την Hu, μια εταιρεία στην κατηγορία του well-being σνακ στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ CHIPITA

Η Chipita, η οποία εμφάνισε πέρυσι έσοδα περίπου \$580 εκατ., συγκαταλέγεται στις ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες τροφίμων. Τα προϊόντα της παράγονται σε 14 μονάδες, εγκατεστημένες σε 11 διαφορετικές χώρες και διατίθενται στο εμπόριο για τους καταναλωτές σε 56 χώρες, είτε άμεσα, είτε μέσω στρατηγικών συνεργασιών.

DATA – Όμιλος (2019) σε € εκατ.

Κύκλος εργασιών: 567,4
Προσαρμοσμένο EBITDA: 83,3
Κέρδη προ φόρων: 72,4
Ιδια κεφάλαια: 519,7



Σπύρος Θεοδωρόπουλος, επικεφαλής, Chipita International

- Ζαχαρώδη Προϊόντα (Fineti Dips & Sticks, Fineti Wafer Sticks, Fineti Spread)
- Μαρμελάδες (Spin Span, Spin Span 100%)
- Πατατάκια (Chipita Chips, Tsipers)
- Γαριδάκια (Extra Τυρογαριδάκια, Extra Πικάντικα Αστεράκια, Extra Pizza, Extra με Φυστίκι)



Τοπικές Μάρκες



Στο προϊόντικό της χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνονται:

- Ατομικά croissants με διαφορετικές γεμίσεις κρέμας ή μαρμελάδας (7DAYS, Molto, Chipicao)
- Mini croissants με διαφορετικές γεμίσεις κρέμας ή μαρμελάδας (7DAYS, Chipicao)
- Ψημένα προϊόντα ζύμης (Borso /

- Strudel, Mini Strudel, Τσουρεκάκι)
- Cakes, με ή χωρίς επικάλυψη και με διαφορετικές γεμίσεις κρέμας (7DAYS, Chipicao)
- Γεμιστά μπισκότα με διαφορετικές γεμίσεις κρέμας (7DAYS, Chipicao)
- 7DAYS Bake Rolls (Bake Rolls, Bake Rolls Bran, Mini Bake Rolls)
- Σνακς Fruit & Nuts
- Pizzetti

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ MONDELEZ INTERNATIONAL

Η Mondelez International δίνει τη δυνατότητα στους ανθρώπους να απολαμβάνουν τα σνακς τους σε περισσότερες από 150 χώρες, παγκοσμίως. Με καθαρά έσοδα περίπου \$27 δισ. το 2020, έχει στο portfolio της εμβληματικά brands, όπως:

- Τα μπισκότα Oreo, belVita και LU
- Τις σοκολάτες Cadbury Dairy Milk, Milka και Toblerone
- Τις καραμέλες Sour Patch Kids
- Τις τσίκλες Trident



Παυλίδη Γεμιστές, κουβερτούρα Παυλίδη, Kiss

- Γκοφρέτα 3BIT
- Merenda
- Τυρί κρέμα Philadelphia
- Μπισκότα OREO και Εργαστήρι Παυλίδη
- Ροφήματα σοκολάτας Cadbury
- Τσίκλες Trident, Dentyne
- Καραμέλες Halls



Dirk Van de Put, Πρόεδρος και CEO, Mondelez

MDLZ

Mondelez International, Inc. (Nasdaq: MDLZ) empowers people to snack right, with 2020 net revenues of approximately \$27 billion



Our mission is to lead the future of snacking around the world by offering the right snack, for the right moment, made the right way



Approximately 79,000 diverse employees bring our brands to life by making and baking our delicious products



Our products are enjoyed in over 150 countries around the world

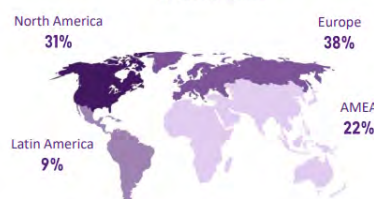
A SNACKING LEADER

We hold the **number 1** position* globally in **biscuits** as well as the **No. 2** positions in **chocolate, candy and gum**

*2020 category position. Source: Euromonitor

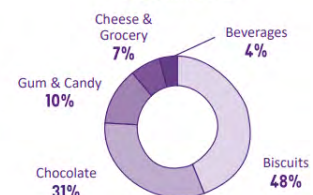
NET REVENUES BY GEOGRAPHY

% of 2020 Net Revenues



\$27B IN NET REVENUE

% of 2020 Net Revenues



Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα, η Mondelez International έχει παρουσία αρκετών δεκαετιών και brands με ιστορία άνω των 100 χρόνων, ενώ προωθεί προϊόντα, όπως:

- Σοκολάτες Lacta, Υγείας Παυλίδη,

• Λ. ΚΙΟΣΕΣ (ΙΕΛΚΑ)

ΠΑΡΕΛΘΟΝ Η ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΣΑΚΟΥΛΑ ΑΠΟ ΤΑ SUPERMARKETS -ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΜΙΚΡΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

"Η χώρα μας, σε επίπεδο μεγάλων retailers, δηλαδή supermarkets, ακολουθεί τις τάσεις της διεθνούς αγοράς για μείωση της πλαστικής σακούλας. Ήδη, τα supermarkets έχουν καταγράψει σημαντική μείωση της χρήσης πλαστικής σακούλας, στα όρια του 100%. Ωστόσο το πρόβλημα εντοπίζεται στις εξής κατηγορίες:

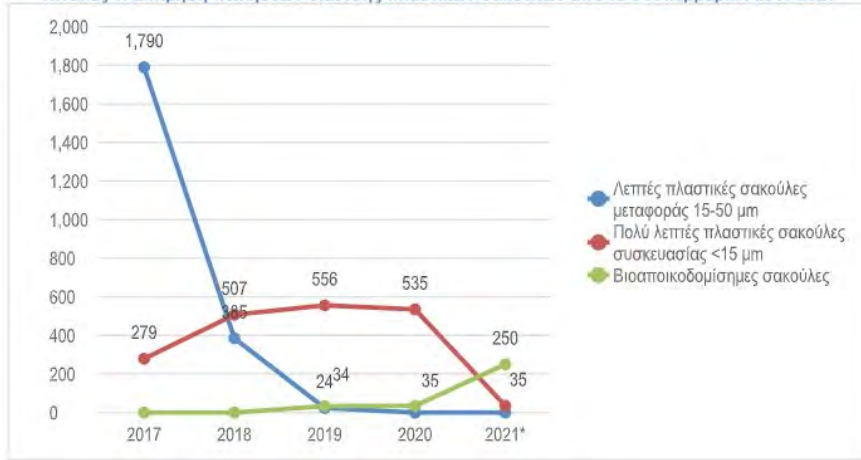
- Μικρή λιανική
- Περίπτερα
- Φούρνους
- Σουβλατζίδικα
- Λαϊκές αγορές,

όπου οι επιχειρηματίες δεν εμφανίζονται πρόθυμοι να μειώσουν τη χρήση της πλαστικής σακούλας", δηλώνει στο Fnb Daily ο Γενικός Διευθυντής του ΙΕΛΚΑ, Λευτέρης Κιοσές.



Λευτέρης Κιοσές, Γεν. Διευθυντής, ΙΕΛΚΑ

Πίνακας 1: Εκτίμηση πωλήσεων-διάθεσης πλαστικών σακούλων από τα σουπερμάρκετ 2017-2021



Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΑ SUPERMARKETS

Σε σχέση με το κανάλι των supermarkets, οι έρευνες του ΙΕΛΚΑ δείχνουν:

- Η εφαρμογή του μέτρου ήταν αυστηρή και καθολική με οργανωμένη ενημέρωση των καταναλωτών με επικοινωνιακή καμπάνια
- Τα στοιχεία καταγράφουν για 2020 μείωση της τάξης του 99,9% στη χρήση της πλαστικής σακούλας ελαφρού βάρους σε σχέση με το 2017. Από 1,8 δισ. σακούλες σε λίγο κάτω από 1 εκατ. σακούλες. Πρακτικά από το 2021 έχουν εξαλειφθεί από την ελληνική αγορά
- Η κατά κεφαλήν ετήσια κατανάλωση πλαστικής σακούλας στο κανάλι του supermarket μειώθηκε από 167 σακούλες ανά κάτοικο σε 0,1
- Η διάθεση βιοαποικοδομήσιμων-κομποστοποιήσιμων λεπτών πλαστικών σακούλων, η οποία ήταν μηδαμινή το 2017, το 2020 έφτασε τα 35 εκατ. τεμάχια και το 2021 αναμένεται να ξεπεράσει τα 250 εκατ. τεμάχια, αύξηση πάνω από 600%
- Η διάθεση επαναχρησιμοποιούμενων τσαντών πολλαπλασιάστηκε

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@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:



• ΚΥΠΡΟΣ
**ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΟΝ ΣΤΡΟΒΟΛΟ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΕΡΑΓΟΡΑ ΜΙΚΡΟΠΟΛΙΣ**

Στο τμήμα περιβάλλοντος βρίσκεται η μελέτη για την ανέγερση της υπεραγοράς, Μικρόπολις, επί της Λεωφόρου Προδρόμου, στον Στρόβολο, για την οποία έχει ήδη, εκδοθεί η σχετική πολεοδομική άδεια στις 29 Μαΐου 2020.

Αξίζει να αναφερθεί πως στον χώρο ανάπτυξης υλοποιείται νέο οδικό δίκτυο για εγκεκριμένο διαχωρισμό οικοπέδων και στην εν λόγω πολεοδομική άδεια για την υπεραγορά υπάρχει όρος, ο οποίος αναφέρει πως η προτεινόμενη ανάπτυξη δεν θα τεθεί σε λειτουργία πριν την ολοκλήρωσή του.

Το έργο στοχεύει στον εμπλουτισμό των παρεχόμενων εξυπηρετήσεων/ διευκολύνσεων προς τους καταναλωτές του Δήμου Στρόβολου και της ευρύτερης περιοχής της κεντρικής Λευκωσίας (Εγκωμη, Άγιοι Ομολογητές) σε ό,τι αφορά τον κλάδο του λιανικού εμπορίου και ειδικότερα την πώληση τροφίμων και άλλων προϊόντων οικιακής χρήσης.

ΣΕ ΤΙ ΑΦΟΡΑ ΤΟ ΕΡΓΟ

Όπως αναφέρεται στη Μελέτη Εκτίμησης Επιπτώσεων στο Περιβάλλον, η προτεινόμενη

μεν εμπορική ανάπτυξη πρόκειται να περιλαμβάνει τις παρακάτω χρήσεις:

- Υπεραγορά που θα αποτελείται από ένα κτίριο με ισόγειο και μεσοπάτωμα και θα περιλαμβάνει κρεοπωλείο, delicatessen και φούρνο, αποθήκη, γραφείο και έξι ταμεία
- Θα εξυπηρετεί περίπου 400 άτομα ανά ημέρα
- Χώρους στάθμευσης – 32 συνολικά, εκ των οποίων δύο για ΑμΕΑ και επιπλέον χώρο στάθμευσης δικύκλων.
- Το εμβαδό του μέρους του τεμαχίου όπου θα χωροθετηθεί το προτεινόμενο έργο, σύμφωνα με τους αρχιτέκτονες του, ανέρχεται περίπου στα 3.019 τ.μ.
- Το συνολικό εμβαδό της ανάπτυξης θα ανέρχεται στα 1.324 τ.μ.

Η πρόσβαση στο προτεινόμενο έργο θα γίνεται μέσω της οδού Ευρώπης και της Λεωφόρου Προδρόμου.

Οι ώρες λειτουργίας είναι οι τυπικές για υπεραγορές (Δευτέρα-Παρασκευή: 07:30 – 20:30, Σάββατο: 07:30 – 20:00 και Κυριακή: 08:00 – 20:00).



Οι φωτογραφίες είναι από το inbusinessnews.reporter.com.cy



Χρήστος Χριστούλιας,
Managing Director,
Christoulias Logistics

• ΚΥΠΡΟΣ
**Η CHRISTOUDIAS LOGISTICS
ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ
ΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΗΣ
UNILEVER CYPRUS**

Τη διανομή της Unilever Cyprus ανέλαβε η Christoulias Logistics, συμφωνία που αφορά στην αποθήκευση από την Christoulias των εμπορευμάτων της Unilever, την ετοιμασία παραγγελιών, καθώς και τη διανομή σε όλες τις υπεραγορές και άλλα σημεία πώλησης καταναλωτικών αγαθών στην Κύπρο. Σημειώνεται ότι η Christoulias Logistics δραστηριοποιείται από το 1981 στον τομέα των υπηρεσιών 3PL. Διαθέτει ιδιόκτητους χώρους 16.000 τ.μ. σε Λευκωσία και Λεμεσό, στόλο φορτηγών και καταρτισμένο προσωπικό.



• STELLA ARTOIS
**ΠΑΕΙ ΘΕΡΙΝΟ
ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ**

Και φέτος το καλοκαίρι, η Stella Artois επιλέγει δέκα θερινούς κινηματογράφους σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, για να δροσίσει με τους σινεφίλ. Συγκεκριμένα, οι δέκα θερινοί κινηματογράφοι, όπου θα προσφέρουν ένα ποτήρι της Βέλγικης μπίρας, είναι:

- | | |
|----------------|--------------------|
| <u>Αθήνα</u> | • Αμίκο |
| • Cine Ψυχικό | • Χρόνια |
| • Χλόη | • Αθωότητα |
| • Μαργαρίτα | |
| • Άρτεμις | <u>Θεσσαλονίκη</u> |
| • Αττικό Άλσος | • Ναταλί |
| • Μαριλένα | • Απόλλων |

• ΧΗΤΟΣ

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΖΗΡΕΙΑ - ΕΝΤΑΣΣΕΤΑΙ ΣΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΤΩΝ €25 ΕΚΑΤ.

Την εξαγορά του 100% της εταιρείας εμφιάλωσης νερού, Ζήρεια, ανακοίνωσε η Χήτος, όπως αποκάλυψε το [FNB Daily στο χτεσινό του τεύχος](#). Οι εγκαταστάσεις της Ζήρεια βρίσκονται στην Κυλλήνη Στυμφαλίας, μια περιοχή που προστατεύεται περιβαλλοντικά από τις συνθήκες Ramsar και Natura 2000. Η εταιρεία εμφιαλώνει το Φυσικό Μεταλλικό Νερό, ΖΗΡΕΙΑ, το οποίο διαθέτει υψηλή ποιότητα και πολύ καλή αναλογία των ωφέλιμων ιόντων Ασβεστίου / Μαγνησίου, ενώ είναι αναγνωρισμένο από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Η ΧΗΤΟΣ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ

Η επενδυτική κίνηση της Χήτος, εκτός της περιοχής της Ηπείρου, όπου βρίσκεται η έδρα της για περισσότερο από 65 χρόνια, ενισχύει τη θέση της στην εγχώρια αγορά και



ΧΗΤΟΣ ABEE

της δίνει τη δυνατότητα για αύξηση της παραγωγικής της δυναμικότητας με διατήρηση των ήδη υψηλών ποιοτικών standards. Η τοποθεσία της μονάδας εμφιάλωσης στην Ζήρεια (όρος Κυλλήνη) της Κορινθίας είναι κομβική και από πλευράς logistics, καθώς η εταιρεία θα βρίσκεται δίπλα στα μεγάλα αστικά κέντρα και λιμάνια, με αποτέλεσμα την περαιτέρω μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος της λειτουργίας της.

ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΤΩΝ €25 ΕΚΑΤ.

Η εν λόγω εξαγορά εντάσσεται στο ευρύτερο επενδυτικό πλάνο της Χήτος, ύψους €25

εκατ., που βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη από το περασμένο έτος και θα ολοκληρωθεί εντός της επόμενης τριετίας.

Το πλάνο, εκτός των άλλων, περιλαμβάνει τη λειτουργία νέων γραμμών παραγωγής στις υφιστάμενες και στις καινούργιες εγκαταστάσεις, αλλά και τη δημιουργία νέων σημείων logistics πανελλαδικά. Στο πλαίσιο αυτό, στα άμεσα σχέδια της εταιρείας είναι ο εκσυγχρονισμός της μονάδας στην Ζήρεια, ώστε να ανταποκρίνεται πλήρως στα κορυφαία περιβαλλοντικά και παραγωγικά πρότυπα που έχει θέσει και ακολουθεί η Χήτος. Σημειώνεται ότι με την εξαγορά της Ζήρεια ΕΠΕ, η Χήτος συνεχίζει να αναπτύσσεται στρατηγικά και να επενδύει στην ποιότητα, στην καινοτομία και στην περιβαλλοντική υπευθυνότητα, προσφέροντας υψηλής ποιότητας προϊόντα, καλύπτοντας τις ανάγκες της αγοράς, εντός και εκτός Ελλάδας.

• ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΣΑΜΟΥ

ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΑΘΙΚΤΩΝ ΟΙΝΩΝ

Τη νέα σειρά άθικτων οίνων εσοδείας 2019 κυκλοφόρησε ο Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Σάμου σε τρεις εκδοχές και σε περιορισμένες ποσότητες. Οι ετικέτες Βουνίτης, Προφήτης και Ερημίτης είναι λευκά ξηρά κρασιά της ποικιλίας Μοσχάτο Σάμου, τα οποία παράγονται από επιλεγμένα σταφύλια συγκεκριμένων αμπελώνων του νησιού που καλλιεργούνται βιολογικά, ενώ οινοποιούνται χωρίς την προσθήκη οινολογικών ουσιών και δίχως κολλάρισμα ή φιλτράρισμα κατά την εμφιάλωση.



λειτουργεί ανεξάρτητα από τις υπάρχουσες εγκαταστάσεις του Συνεταιρισμού, στο Μαλαγάρι Σάμου. Το οινοποιείο είναι εξοπλισμένο με διαφορετικού τύπου μηχανήματα και δεξαμενές, που ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές που απαιτεί η οινοποίηση των εν λόγω οίνων.

Η δημιουργία των κρασιών αυτών και άλλων

που θα ακολουθήσουν, συμβάλλει στη δεδηλωμένη επιθυμία της διοίκησης του Συνεταιρισμού να ωθήσει τους αμπελοκαλλιεργητές της Σάμου προς τη βιολογική γεωργία και την περαιτέρω βελτίωση της ποιότητας του παραγόμενου σταφυλιού, μέσα από την ανάδειξη των διαφόρων αμπελότοπων (terroir) του νησιού, με στόχο τη διαμόρφωση υπεραξίας που θα εξασφαλίσει την αειφόρο ανάπτυξη.

ΑΝΑΔΙΑΡΘΩΣΗ PORTOFLIO

Ο σχεδιασμός και η κυκλοφορία των συγκεκριμένων οίνων εντάσσεται σε μία γενικότερη στρατηγική επικαιροποίησης και αναδιάρθρωσης της προϊοντικής γκάμας του Οινοποιητικού Συνεταιρισμού της Σάμου, που έχει πίσω του 90 σχεδόν χρόνια λειτουργίας. Απώτερος στόχος είναι η διατήρηση και ανάπτυξη της αμπελοκαλλιέργειας του νησιού, η αύξηση του εισοδήματος των αμπελουργών-μελών του και η εναρμόνιση με τις σύγχρονες οινολογικές τάσεις.

• MARKET INSIGHTS

ΣΤΑ \$3,1 ΔΙΣ. Η ΙΝΔΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΕΩΣ ΤΟ 2026

Η ινδική αγορά κατεψυγμένων τροφίμων αναμένεται να συνεχίσει την αναπτυξιακή της πορεία και να φτάσει τα \$3,1 δισ. έως το 2026 από \$1,1 δισ. το 2020. Πριν από χρόνια, η Ινδία ήταν γνωστή μόνο για τις κατεψυγμένες τηγανιτές πατάτες και τα βασικά κατεψυγμένα λαχανικά. Εντούτοις, σε διάστημα 5 έως 10 ετών, η βιομηχανία κατεψυγμένων τροφίμων της χώρας μεταμορφώθηκε εντελώς. Με την εξέλιξη των σύγχρονων μεγάλων καταστημάτων λιανικής, όπως το Food Bazaar, το DMart, το Spencers και τα διαδικτυακά supermarkets, όπως το Big Basket και το Groffers, η βιομηχανία κατεψυγμένων τροφίμων στην Ινδία σημειώνει μεγάλη ανάπτυξη.

Η ΑΓΟΡΑ

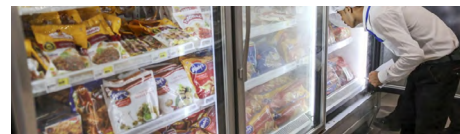
Η εν λόγω αγορά περιλαμβάνει κατεψυγμένα φρούτα, λαχανικά, ψάρια, κρέας, έτοιμα γεύ-

ματα, προϊόντα αρτοποιίας, σούπες και ορεκτικά. Η κατάψυξη παρατείνει τη διάρκεια ζωής των τροφίμων, όπως τα ψάρια, τα θαλασσινά, τα λαχανικά και τα φρούτα, διατηρώντας παράλληλα τη διατροφική τους αξία. Αυτό, παράλληλα, παρέχει την ευκαιρία σταθεροποίησης των τιμών στην αγορά.

ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ

Για περισσότερες από δύο δεκαετίες, κυβερνητικές υπηρεσίες, όπως το Υπουργείο Τροφίμων και Επεξεργασίας (MOFPI), έχουν προωθήσει αρκετά μέτρα για να ενισχύσουν τις υποδομές ψυχρής αλυσίδας και συνεχίζουν να το κάνουν, δίνοντας πολλαπλά κίνητρα για την ανάπτυξη αυτής της αγοράς.

Η αγορά κατεψυγμένων τροφίμων της Ινδίας αναμένεται να αυξηθεί με CAGR 18,85% από το 2020-2026.



ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΟΥΝ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ

- Λόγω του μεταβαλλόμενου τρόπου ζωής, σημειώνεται σημαντική αύξηση στην τάση των πελατών για γρήγορα φαγητά, η οποία έμμεσα ευνοεί την αυξανόμενη ζήτηση κατεψυγμένων προϊόντων
- Η Ινδία έχει σημειώσει σημαντική αύξηση στον αριθμό των εργαζομένων γυναικών τα τελευταία χρόνια. Με την αύξηση αυτή, γίνεται δύσκολο το μαγείρεμα στο σπίτι, με αποτέλεσμα να αυξάνει η κατανάλωση κατεψυγμένων έτοιμων γευμάτων
- Η λειτουργία των οργανωμένων καταστημάτων λιανικής, ενίσχυσε την ανάπτυξη των τμημάτων ψύξης και κατάψυξης

• COMPANY INSIGHTS

ΣΤΑ \$1,1 ΔΙΣ. Ο ΣΤΟΧΟΣ ΓΙΑ ΤΟ IPO ΤΗΣ ΙΝΔΙΚΗΣ STARTUP, ZOMATO

Η ινδική startup παράδοσης τροφίμων, Zomato, υπέβαλε αίτηση για Δημόσια Εγγραφή των μετοχών της, εγκαινιάζοντας μια νέα εποχή για τις startup εταιρείες τεχνολογίας με αποτίμηση άνω του \$1 δισ., στη δεύτερη μεγαλύτερη αγορά διαδικτύου στον κόσμο, μετά από πολλά χρόνια ανάπτυξης.

Η 12ετών ινδική startup με έδρα την Gurgaon, σχεδιάζει να αντλήσει \$1,1 δισ. από το επικείμενο IPO της (περίπου \$1 δισ. από την έκδοση νέων μετοχών). Η εταιρεία, η οποία δραστηριοποιείται σε 24 αγορές, σκοπεύει να εισάγει τις μετοχές της στα ινδικά χρηματιστήρια NSE και BSE. Η Zomato, η οποία έχει συγκεντρώσει περισσότερα από \$2,2 δισ. (σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών Tracxn) και έχει αποτιμηθεί στα \$5,4 δισ. σε πρόσφατο γύρο χρημα-



τοδότησης, δήλωσε ότι εξετάζει το ενδεχόμενο συγκέντρωσης \$200 εκατ. πριν από το IPO.

ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ IPO

Ένα επιτυχημένο IPO για την Zomato προβλέπεται να ενθαρρύνει σχεδόν 12 ακόμη άλλες ινδικές startups με αποτίμηση άνω του \$1 δισ., στο να επιταχύνουν τις διαδικασίες για να μπουν στο χρηματιστήριο. Οι ινδικές startups έχουν αντλήσει δεκάδες δισεκατομμύρια δολάρια την τελευταία δεκαετία, αλλά μέχρι στιγμής έχουν φανεί, σε μεγάλο βαθμό, απρόθυμες να εισαχθούν στο χρηματιστήριο. Τα τελευταία χρόνια, επιτυχημένα IPOs, όπως αυτά την IndiaMart και της Nazara, έδειξαν ότι οι επενδυτές στην Ινδία έχουν έντονη όρεξη για μετοχές τεχνολογίας.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ZOMATO

- Κατέχει ηγετική θέση στην ινδική αγορά παράδοσης τροφίμων
- Κατέγραψε έσοδα \$183,6 εκατ. από την 1η Απριλίου έως τις 31 Δεκεμβρίου 2020
- Απασχολεί 3.469 άτομα σε ολόκληρο τον κόσμο
- Σχεδιάζει να επενδύσει το 75% των αντληθέντων από το IPO για την ανάπτυξη του προγράμματος επιβράβευσης μελών, Zomato Pro, την ανάπτυξη της B2B επιχείρησης, Hyperpure, καθώς επίσης και για την καλλιέργεια των σχέσεων της με τους συνεργάτες-εστιατόρια
- Από τον Δεκέμβριο του 2020, είχε 161.637 ενεργούς συνεργάτες διανομείς και 350.174 ενεργά εστιατόρια στην πλατφόρμα
- Πέρυσι, απέκτησε την Uber Eats Ινδίας και ως μέρος της συμφωνίας, η αμερικανική εταιρεία εξαγόρασε το 9,9% της Zomato