

Θέλει αρετή και τόλμη το... τραγούδι.

# Σταύρος Ξαρχάκος

Κυριακή 26 Σεπτεμβρίου

**Ωδείο Ηρώδου του Αττικού**



Ερμηνεύει η

**Ηρώ Σαΐα**



**200 ΧΡΟΝΙΑ**  
Δημοτικό Τραγούδι



Γιορτάζουμε  
μαζί με όλη  
την Ελλάδα

Προπώληση

 viva.gr

# FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ  
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER  
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ 13 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2021  
ΤΕΥΧΟΣ 1292



## • ALFA PASTRY

Τρέχει με 26%- Είσοδος στις ΗΠΑ  
και νέο επενδυτικό €3 εκατ.



## • LA FARM

Προσωρινή ανάκληση της άδειας παραγωγής ΠΟΠ  
– “Έχουμε προβεί σε διορθώσεις”



## • MR. PUFFS

Άνω του €1 εκατ. η επένδυση στην Γλυφάδα  
- Που θα ανοίξουν τα νέα καταστήματα



## • ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΩΡΙΟ

Στο Γαλάτσι άνοιξε το 19ο κατάστημα  
- Το 6ο από τις αρχές του έτους

EDITORIAL: Η τελευταία ΔΕΘ

SECRET RECIPE: Iberico: Νέο meat restaurant στην Θεσσαλονίκη

# 11 ΛΕΠΤΑ

*για να δείξεις την αγάπη σου.*



**PENNE RIGATE**  
ΧΡΟΝΟΣ ΒΡΑΣΜΟΥ 11 ΛΕΠΤΑ



**ΜΙΑ ΚΙΝΗΣΗ ΑΓΑΠΗΣ**

• ΗΛΙΟΣ  
**ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ  
– ΣΤΟΧΟΣ ΝΑ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΕΙ  
ΤΑ ΚΑΝΑΛΙΑ GROCERY & HORECA**

Τα βιολογικά Kiddo Pasta by Helios και τα Helios Greek Pasta, Loi Approved, βάζει στην αγορά των ΗΠΑ η Βιομηχανία Ζυμαρικών Ήλιος, κάνοντας άνοιγμα στην αγορά της Αμερικής.

Όπως αναφέρουν πηγές με γνώση στο FNB Daily, στόχος της ελληνικής βιομηχανίας ζυμαρικών είναι η ευρεία και ισχυρή παρουσία στα mainstream grocery chains και κανάλια HoReCa - foodservice στις ΗΠΑ και η έμφαση στην ελληνικότητα των προϊόντων Ήλιος.

"Μπορούν να διεκδικήσουν μια σημαντική θέση στην καθημερινή διατροφή των Αμερικανών", αναφέρουν πηγές με γνώση στο FNB Daily, συμπληρώνοντας ότι τα προϊόντα έχουν ήδη, τοποθετηθεί σε ακόμα περισσότερα, κομβικής σημασίας, σημεία και καταστήματα στις Βορειοανατολικές Πολιτείες.

**ΓΕΥΣΤΙΚΕΣ ΔΟΚΙΜΕΣ  
ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ**

Στο πλαίσιο μάλιστα, προώθησής τους στην αμερικανική αγορά, οι εν λόγω σειρές παρουσιάστηκαν στους 180 πωλητές του διανομέα της στην Νέα Υόρκη.

Ειδικότερα, σε παρουσίαση-εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε στην Νέα Υόρκη έγιναν γευστικές δοκιμές από τους 180 πωλητές και δόθηκαν ως δώρο, δείγματα από τα προϊόντα της σειράς Kiddo Pasta by HELIOS και Greek Pasta HELIOS, Loi Approved.

"Με το λανσάρισμα των Kiddo Pasta by Helios ενδυναμώνουμε περαιτέρω την παρουσία της βιομηχανίας ζυμαρικών Ήλιος στην αγορά των ΗΠΑ, διαθέτοντας τα προϊόντα μας σε ακόμη περισσότερα σημεία πώλησης και μέσα από σημαντικά κανάλια διανομής", υπογραμμίζουν οι ίδιες πηγές.

**ΘΕΤΙΚΟ ΤΟ ΠΡΩΤΟ FEEDBACK**

Η συμμετοχή της Ήλιος στο MDR Connect και η ευρύτερη συνεργασία με την πρέσβειρα της ελληνικής γαστρονομίας, σεφ Μαρία Λόη, αποτελούν, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, "σημαντικές στρατηγικές κινήσεις εξωστρέφειας για την Ήλιος για την αγορά των ΗΠΑ, που είναι ευρέως γνωστό το πόσο ιδιαίτερα απαιτητική είναι. Ήδη, τα πρώτα αποτελέσματα είναι πολύ ενθαρρυντικά, καθώς η θετική ανταπόκριση των αγοραστών είναι



εντυπωσιακή και αναμένεται να ενισχυθεί σημαντικά η παρουσία της εταιρείας εν γένει στην αγορά των ΗΠΑ".

**ΜΕΡΟΣ ΤΩΝ ΕΣΟΔΩΝ  
ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ**

Τα Kiddo Pasta by HELIOS, Loi Approved, πρόκειται να κυκλοφορήσουν και σε επιλεγμένα σημεία στην Ελλάδα, ενώ μεγάλο μέρος των εσόδων από τις πωλήσεις τους, σε συνεργασία με τη σεφ Μαρία Λόη, θα διατίθενται μόνιμα σε καλό σκοπό, για τις ανάγκες των παιδιών στην Ελλάδα.

Να σημειωθεί ότι, τα βιολογικά Kiddo Pasta by HELIOS είναι USDA Organic, έχουν πιστοποίηση Non-GMO, Halal & Kosher και έχουν αναγνωριστεί με Purity Award από το Clean Label Project™. Παράλληλα, φέρουν τη σφραγίδα, Loi Approved.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

**Editorial**

**Η τελευταία ΔΕΘ**

Πέραν των όσων εξήγγειλε ο Πρωθυπουργός το Σάββατο και απάντησε την Κυριακή, στην καθιερωμένη ομιλία και συνέντευξη τύπου, στο πλαίσιο των εγκαινίων της φετινής Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, θέλω να σταθώ στο εξής: Για ακόμα μια φορά, για πολλοστή φορά, η συγκεκριμένη έκθεση απέδειξε ότι δεν έχει λόγο ύπαρξης, έτσι όπως πραγματοποιείται κάθε χρονιά.

Με εξαίρεση κάποια περίπτερα, όπου πραγματικά αναδεικνύεται η δουλειά των ελληνικών τεχνολογικών startups, και μικρές άλλες εξαιρέσεις, η συντριπτική πλειονότητα των περιπτέρων αφορά στην παρουσία είτε υπουργείων και φορέων του Δημοσίου, είτε πολύ μικρών έως πάρα πολύ μικρών επιχειρήσεων, που είναι παρούσες για να πουλήσουν την πραγματεία τους. Ξέρω ότι είναι χιλιοειπωμένο - έως τετριμμένο - το συγκεκριμένο σχόλιο και διαπίστωση.

Δεδομένης, όμως, της βούλησης για εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων του εκθεσιακού χώρου στην Θεσσαλονίκη, όπως συζητήθηκε στο Δ.Σ. της Hellepro, και στον οποίο αναφέρθηκε και ο κ. Μπιστάκης, είναι κάτι παραπάνω από χρυσή η ευκαιρία, η φετινή ΔΕΘ να είναι η τελευταία σε ό,τι αφορά το περιεχόμενό της. Η Hellepro διαθέτει έμπειρα στελέχη στον τομέα των εκθέσεων, τα οποία και μπορούν να σχεδιάσουν άμεσα μια σύγχρονη έκθεση, η ύπαρξη της οποίας δεν θα εξαρτάται από την παρουσία του κράτους. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

**SECRETRECIPE**

**Iberico: Νέο meat restaurant στην Θεσσαλονίκη**

Όλο και περισσότερο ενισχύεται η εστιατορική σκηνή της Θεσσαλονίκης και στο κρέας. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, ένα νέο σημείο αναμένεται να ανοίξει, με menu για κρεατοφάγους. Ονομάζεται Iberico, στη δυτική είσοδο της πόλης, δίπλα στο One Salonica mall, και δημιουργείται από την ομάδα του εστιατορίου για ψάρι, Mareia Sea Spirit. Το opening έχει προσδιοριστεί εντός Νοεμβρίου.



**ESGreece**  
Impact Investing

**Thursday, September 16, 2021**

# Kickstarting ESG in Greece

**FIRST STEPS, OPPORTUNITIES AND OBSTACLES**

## CONFIRMED SPEAKERS



**Christian KETTEL  
THOMSEN**  
*EIB Vice-President*



**Vassiliki  
LAZARAKOU**  
*Chair of the Hellenic  
Capital Market  
Commission (HCMC)*



**Max  
GOTTSCHALK**  
*Founding Partner  
Ocean 14 Capital  
& Co-Founder  
Vedra Partners*



**Spyros  
KOUVELIS**  
*EPLO/ISD Director,  
former State Minister  
for Foreign  
Economic Affairs*

• **ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΩΡΙΟ**  
**ΣΤΟ ΓΑΛΑΤΣΙ ΑΝΟΙΞΕ ΤΟ 19ο ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ**  
**- ΤΟ 6ο ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ**

Στο Γαλάτσι και πιο συγκεκριμένα, στην Λεωφόρο Βεΐκου 127, άνοιξε το 19ο κατάστημα της αλυσίδας, Βιολογικό Χωριό. Πρόκειται για το 6ο κατά σειρά, κατάστημα που ανοίγει μέσα στο έτος, με τη διοίκηση της εταιρείας να συνεχίζει το δυναμικό σχέδιο ανάπτυξης, καλύπτοντας ακόμη περισσότερο το δίκτυο της εντός Αττικής.

Το νέο κατάστημα του Γαλατσίου, εκτός από την τεράστια ποικιλία βιολογικών προϊόντων, διαθέτει και βιολογικό κρεοπωλείο, με φρέσκα κρέατα υψηλής ποιότητας.

**ΝΑ ΜΕΓΑΛΩΣΕΙ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΣΕ**  
**ΑΤΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΑΡΧΙΑ**

Όπως είχε ανέφερε, μεταξύ άλλων, στο [FnB Daily της 12/7](#) ο επικεφαλής του ομίλου IOGR, Ιωάννης Γρύλλος, "θέλουμε να μεγαλώσουμε το δίκτυο σε Αττική και επαρχία, αλλά και να επεκταθούμε στο εξωτερικό", υπογραμμίζοντας ότι η στροφή προς τα προϊόντα βιο-



λογικής καλλιέργειας είναι μια τάση που θα ενταθεί τα επόμενα χρόνια. "Βλέπουμε ότι ο κόσμος επιλέγει αγνά και καθαρά τρόφιμα χωρίς φάρμακα, τόσο για τις καθημερινές του αγορές, όσο και στις διακοπές του. Το βλέπουμε και από τα ξενοδοχεία και γι' αυτό έχουμε αρχίσει το farming και στα δικά μας ξενοδοχεία, παρέχοντας στους πελάτες μας, ό,τι πιο αγνό καλλιεργούμε", είχε τονίσει.

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)



**H.A.  
RI.  
MA.**

HELLENIC ASSOCIATION  
OF RISK MANAGERS

Member of



FEDERATION OF EUROPEAN RISK MANAGEMENT ASSOCIATIONS



FEDERATION OF EUROPEAN CREDIT MANAGEMENT ASSOCIATIONS



INTERNATIONAL COMPLIANCE ASSOCIATION  
Learning Partner

The Hellenic Association of Risk Managers (H.A.R.I.M.A. - [www.harima.gr](http://www.harima.gr)) is organizing its 1st Annual Conference - "Risk Management - Going forward" - Hybrid Edition, in cooperation with CLEON Conferences & Communications. The conference will take place on **September 21st, 2021** at Divani Caravel Hotel, in Athens.

*For more information and registration please contact us on 210 92 21 717*

[www.cleon.gr](http://www.cleon.gr) | [info@cleon.gr](mailto:info@cleon.gr)

Tuesday, September 21, 2021

**1st ANNUAL CONFERENCE**  
**'RISK MANAGEMENT - GOING FORWARD'**

Hybrid Edition

Co-organizer

**CLEON**

Conferences  
Communications

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Υπουργείο Οικονομικών



Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα

Auspices



HELLENIC BANK ASSOCIATION



ATHEX GROUP  
Athens Exchange Group



145 YEARS  
ATHENS STOCK EXCHANGE  
1876-2021



ΕΣΣΕ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Gold Sponsor



ICAP GROUP

Silver Sponsor



Deloitte.



pwc

Bronze Sponsors



AON  
Empower Results®



Atradius  
Managing risk, enabling trade



OTE GROUP OF COMPANIES



PRIORITY  
TRANSFORMATION ENABLER

Supporters




dpo




HOCCG  
Hellenic Organisation of Corporate Governance

Communication Partner




REPUTATION INSIDE


Communication Sponsors




LAWYER insider FINANCE PRO




BNB




FNB DAILY




NOTICE  
CONTENT & SERVICES



crisis monitor



INSURANCE DAILY NEWS



enikeirō  
www.enikeiro.gr



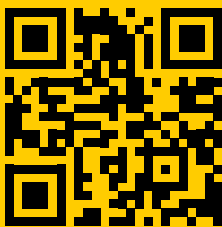
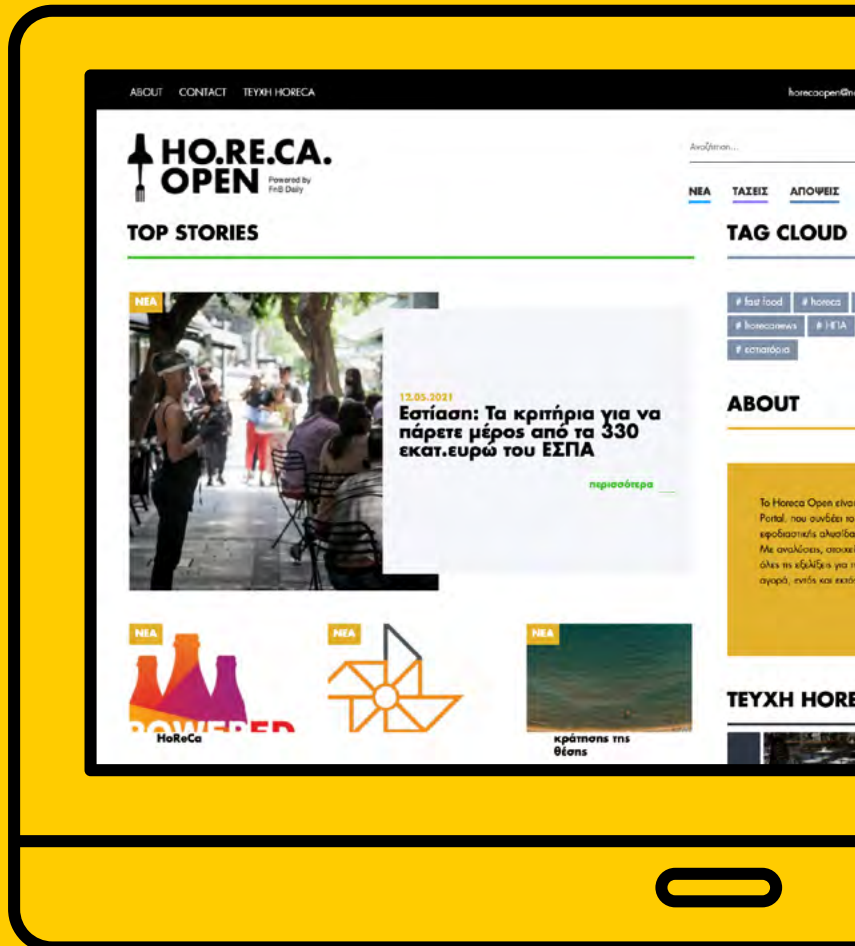
# HORECA. OPEN

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*

• ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΣΧΟΛΗ  
**ΜΟΝΟ ΤΟ 6% ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ  
ΕΧΕΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ**

Στο κενό εκπαίδευσης και κατάρτισης των Ελλήνων του πρωτογενούς τομέα, αναφέρθηκε ο υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Σπήλιος Λιβανός, κατά την ξενάγησή του στην Αμερικανική Γεωργική Σχολή Θεσσαλονίκης.

"Στην Ελλάδα δυστυχώς, μόνο το 6% των παραγωγών έχει δεχτεί εκπαίδευση και κατάρτιση, όταν στην ΕΕ ο μέσος όρος είναι 55% και σε χώρες πρότυπα για την γεωργική ανάπτυξη, όπως η Ολλανδία, το ποσοστό αυτό υπερβαίνει το 85%. Άρα τέτοιου είδους προσπάθειες, διαχρονικές βέβαια, όπως αυτή στην Αμερικανική Γεωργική Σχολή της Θεσσαλονίκης, μόνο υπόδειγμα μπορεί να είναι", επισήμανε ο κ. Λιβανός, μετά την ξενάγησή του στις εγκαταστάσεις της Αμερικανικής Γεωργικής Σχολής (ΑΓΣ), την οποία χαρακτήρισε υπόδειγμα στον τομέα της αγροτικής εκπαίδευσης και τον τρόπο που λειτουργεί. Ο κ. Λιβανός τόνισε ότι η δουλειά που γί-



νεται σε επίπεδο σχολικής μετασχολικής, επαγγελματικής και επιστημονικής παιδείας, "απαντά" στο κενό εκπαίδευσης και κατάρτισης των Ελλήνων του πρωτογενούς τομέα. Εξέφρασε δε την αισιοδοξία του για καλύτερη συνεργασία του υπουργείου Αγροτικής

Ανάπτυξης και Τροφίμων με την Αμερικανική Γεωργική Σχολή, ώστε, όπως είπε: "Να δημιουργήσουμε μαζί και προγράμματα και να βάλουμε στόχους για συγκεκριμένα πρότζεκτ, που στη συνέχεια θα τα περάσουμε στα δημόσια ΙΕΚ και τις γεωπονικές σχολές".

Early booking  
έως 15/09

Τετάρτη, 22/09/21  
13:30

# e-COMMERCE

## LOGISTICS

Αγώνας Ταχύτητας και Αντοχής ταυτόχρονα...

Πόσο προετοιμασμένο είναι το e-shop σας για την περίοδο των υψηλότερων πωλήσεων;

SEASON SALES  
BLACK FRIDAY  
CHRISTMAS SHOPPING  
COVID PROTECTION

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ

ΧΡΥΣΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

ΧΟΡΗΓΟΙ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

EVENTS SPONSOR 2021

ΧΟΡΗΓΟΙ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΕΡΓΑΝΕΤ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ





# 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.

Powered by



Institute for Sustainable Development

*The Institute for Sustainable Development, EPLO*



In partnership with

**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

*Notice Content and Services*



**LANDING IN YOUR INBOX EVERY TUESDAY**

**SUBSCRIBE HERE  
FOR FREE**



Powered by



Institute for Sustainable Development

In partnership with



9, Fidiou str., 10678 Athens, 210 3634061  
For information: [sales@esgreece.com](mailto:sales@esgreece.com)

• **AHOLD DELHAIZE**  
**ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΠΟΥ**  
**ΜΕΤΟΝΟΜΑΖΕΤΑΙ ΣΕ ALBERT HEIJN**

Σε κατάστημα της Albert Heijn θα μετατραπεί ένα supermarket της Delhaize στο Βέλγιο και συγκεκριμένα στο Tongeren.

Πρόκειται για το πρώτο κατάστημα που αλλάζει επωνυμία, μετά την συγχώνευση των δύο αλυσίδων το 2016.

Αξίζει να αναφερθεί ότι, οι αναλυτές τότε, προέβλεπαν πως ορισμένα καταστήματα Delhaize θα μετατραπούν σε Albert Heijn, που το διάστημα εκείνο, ήταν νέος παίκτης στην αγορά.

**ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΟ**

Παρά την εντύπωση που προκαλεί η αλλαγή της επωνυμίας στην αγορά, σύμφωνα με τον επικεφαλής εταιρικής επικοινωνίας της Delhaize στο Βέλγιο, Roel Dekelver, πρόκειται για ένα μεμονωμένο περιστατικό.

“Είναι μια απόφαση που πήρε ένας ανεξάρτητος franchiser, η οικογένεια Vandecaetsbeek, η οποία πιστεύει ότι η Albert Heijn ταιριάζει περισσότερο στις ανάγκες της συγκεκριμένης τοποθεσίας και αγοράς”.

Συμπληρώνει δε, ότι η μετατροπή του σε Albert Heijn δεν σημαίνει και το τέλος της σχέσης μεταξύ της Delhaize και της οικογένειας Vandecaetsbeek, η οποία συνεργάζε-



ται με τον retailer τροφίμων εδώ και είκοσι χρόνια.

Είναι χαρακτηριστικό ότι η οικογένεια θα διαχειρίζεται τρεις υπεραγορές Delhaize στην περιοχή γύρω από το Tongeren.

• **YASSO**  
**ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ ΣΤΗ**  
**ΣΕΙΡΑ FROZEN**  
**YOGURT**

Η εταιρεία παραγωγής προϊόντων με βάση το ελληνικό γιαούρτι, Yasso, ανακοίνωσε ότι λανσάρει την γεύση, τούρτα γενεθλίων, στη σειρά frozen yogurt που διαθέτει, με αφορμή τη συμπλήρωση δέκα χρόνων από την ίδρυσή της.

Η νέα γεύση, που είναι απαλλαγμένη από τεχνητά συστατικά, διαθέτει 90 θερμίδες και 5 γραμμάρια πρωτεΐνης ανά μερίδα. Είναι διαθέσιμη online, ενώ θα κυκλοφορήσει και σε επιλεγμένα καταστήματα Target από τον Οκτώβριο.



Χορηγός Επικοινωνίας  
**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

**AQUATICS**  
WATER POLO | SWIMMING | ARTISTIC SWIMMING  
**SUPPORT AEK WATER POLO**

*Στηρίζεις την προσπάθεια των ανδρών και των γυναικών της ΑΕΚ στο πόλο, στην Ελλάδα και στην Ευρώπη!  
Για να μεγαλώσουμε πιο πολύ, για να φτάσουμε πιο μακριά, για να φέρουμε τα παιδιά μας στο ομαδικό άθλημα των ολυμπιονικών!*

Πακέτα Υποστήριξης	Άτοκες Δόσεις (προαιρετικά)	Παροχή							
		Κατάθεση χωρίς χρήση κάρτας	Εισιτήρια Διαρκείας Ανδρών Γυναικών	Official Σκουφι Κολύμβησης	Official T-Shirt AEK Water Polo	Official Σκουφι Πόλο	Official Πετσέτα ΑΕΚ	Official Σκουφι Πόλο του EUROCUP	Official ΑΕΚ μπάλα πόλο με τις υπογραφές των παικτών του EUROCLIP
50 €	0		✓						
100 €	2	✓	✓	✓					
150 €	3	✓	✓	✓	✓	✓			
200 €	4	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
250 €	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
360 €	6	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Κατάθεση:  
EUROBANK - BIC/SWIFT CODE: ERBKGRAA  
IBAN: GR54 0260 2070 0006 7020 1246 161

**WATER POLO**

ΕΣΩΠΑΕΚ.ΓΡ WWW.AEK.GR

• ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ

## ΛΑΧΑΝΙΚΑ, ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΚΑΙ ΚΡΕΑΣ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΤΟΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ ΣΤΟ 1,9%

Στο 1,9% σκαρφάλωσε ο πληθωρισμός τον Αύγουστο, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Εκτός από τις μεγάλες αυξήσεις στο ενεργειακό κόστος, διόλου ευκαταφρόνητες ήταν και οι ανατιμήσεις σε αρκετά τρόφιμα, με μεγαλύτερες αυτές, σε νωπά λαχανικά, κρέας ελαιόλαδο και άλλα βρώσιμα έλαια.

### ΑΥΞΗΣΕΙΣ

Σε επίπεδο κατηγοριών προϊόντων, τη μεγαλύτερη συμβολή στη διαμόρφωση του πληθωρισμού στο επίπεδο του 1,9% είχαν οι ακόλουθες ομάδες προϊόντων, κατά:

- 3%: Διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε άλλα προϊόντα αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής, αρνί και κατσίκι, πουλερικά, νωπά ψάρια, τυριά, ελαιόλαδο, άλλα βρώσιμα έλαια, νωπά φρούτα, νωπά λαχανικά. Μέρος της αύξησης αυτής αντισταθμίστηκε από τη μείωση κυρίως των τιμών σε δημητριακά για πρωινό, μοσχάρι, χοιρινό, γιασούρτι
- 4,4%: Στέγαση, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε ηλεκτρισμό, φυσικό αέριο, πετρέλαιο θέρμανσης
- 6,7%: Μεταφορές, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε καύσιμα και λιπαντικά, καινούργια αυτοκίνητα, εισιτήρια μεταφοράς επιβατών με αεροπλάνο
- 0,2%: Ξενοδοχεία-Καφέ-Εστιατόρια, λόγω αύξησης κυρίως των τιμών σε ξενοδοχεία-μotel-πανδοχεία, εστιατόρια-ζαχαροπλαστεία-καφεενεία

### ΜΕΙΩΣΕΙΣ

Στον αντίποδα, μειώσεις καταγράφηκαν κατά:

- 0,4%: Αλκοολούχα ποτά και καπνός, λόγω μείωσης κυρίως των τιμών στα κρασιά
- 2,6%: Ένδυση και υπόδηση, λόγω μείωσης των τιμών στα είδη ένδυσης και υπόδησης
- 0,5%: Διαρκή αγαθά-Είδη νοικοκυριού και υπηρεσίες, λόγω μείωσης κυρίως των τιμών σε υφαντουργικά προϊόντα οικιακής χρήσης, οικιακές συσκευές και επισκευές
- 0,5%: Υγεία, λόγω μείωσης κυρίως των τιμών στα φαρμακευτικά προϊόντα
- 2,6%: Επικοινωνίες, λόγω μείωσης κυρίως των τιμών στις τηλε-

φωνικές υπηρεσίες

- 0,7%: Αναψυχή-Πολιτιστικές δραστηριότητες, λόγω μείωσης κυρίως των τιμών στα διαρκή αγαθά αναψυχής
- 1,1%: Άλλα αγαθά και υπηρεσίες, λόγω μείωσης κυρίως των τιμών σε άλλα είδη ατομικής φροντίδας, ασφάλιστρα οχημάτων

Οι κυριότερες μεταβολές τιμές σε προϊόντα τον Αύγουστο (σύγκριση σε ετήσια βάση)

Αγαθά και υπηρεσίες	Μεταβολή (%)	Επίπτωση
Άλλα προϊόντα αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής	2,6	0,02
Αρνί και κατσίκι	12,2	0,06
Πουλερικά	4,5	0,04
Ψάρια νωπά	8,0	0,08
Τυριά	3,4	0,06
Ελαιόλαδο	7,1	0,06
Άλλα βρώσιμα έλαια	17,6	0,02
Φρούτα νωπά	4,2	0,08
Λαχανικά νωπά	21,5	0,27
Δημητριακά για πρωινό	-4,1	-0,01
Μοσχάρι	-1,0	-0,02
Χοιρινό	-2,0	-0,02
Γιασούρτι	-2,4	-0,01
Κρασιά	-4,7	-0,02
Ένδυση και υπόδηση	-2,6	0,04
Ηλεκτρισμός	0,8	0,03
Φυσικό αέριο	91,0	0,17
Πετρέλαιο θέρμανσης	28,9	0,41
Υφαντουργικά προϊόντα οικιακής χρήσης	-2,1	-0,02
Οικιακές συσκευές και επισκευές	-1,4	-0,01
Φαρμακευτικά προϊόντα	-1,7	-0,05
Καύσιμα και λιπαντικά	17,4	0,78
Αυτοκίνητα καινούργια	3,3	0,06
Μεταφορά επιβατών με αεροπλάνο	9,0	-0,02
Τηλεφωνικές υπηρεσίες	2,5	0,11
Διαρκή αγαθά αναψυχής	-2,4	-0,02
Ξενοδοχεία-μotel-πανδοχεία	11,4	-0,03
Εστιατόρια-ζαχαροπλαστεία-καφεενεία	0,3	0,02
Άλλα είδη ατομικής φροντίδας	-2,0	-0,05
Ασφάλιστρα οχημάτων	-1,9	-0,03

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

## • McDONALD'S - BEYOND MEAT ΛΑΝΣΑΡΟΥΝ ΤΟ McPLANT ΣΤΟ ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ



Η McDonald's και η Beyond Meat συνεργάζονται και λανσάρουν το McPlant, το νέο plant-based burger για την αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου. Θυμίζουμε ότι το McPlant αποτελείται από μπιφτέκι Beyond Meat, vegan τυρί και νέα vegan σάλτσα. Το McPlant, που κυκλοφορεί εδώ και τρία χρόνια, θα τοποθετηθεί αρχικά σε 10 εστιατόρια στο Κόβεντρι, πριν κυκλοφορήσει σε άλλα 250 και παραπάνω σημεία από τις 13 Οκτωβρίου, με στόχο έως το 2022 να γίνει διαθέσιμο σε εθνικό επίπεδο.

## • ALFA PASTRY ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ 26%- ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΚΑΙ ΝΕΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ €3 ΕΚΑΤ.

Με ρυθμό ανάπτυξης που φθάνει το 26% τρέχει φέτος η Alfa Pastry, σε σχέση με πέρυσι, επισημαίνει στο Fnb Daily η διευθύντρια marketing της εταιρείας, Κατερίνα Κουκουτάρη, η οποία προσθέτει ότι, "έχουμε θετικό πρόσημο και στα τρία κανάλια".

Υπογραμμίζει δε ότι, "μεταξύ των καναλιών του retail και του HoReCa, υπάρχει σίγουρα εξισορρόπηση των τάσεων που αποδίδεται στην πολύ θετική ανάπτυξη που κατέγραψε το κανάλι του supermarket το 2020, καθώς και στην πιο αισιόδοξη πορεία που διανύει το κανάλι του HoReCa φέτος, ιδιαίτερα κατά την τουριστική περίοδο".



Κατερίνα Κουκουτάρη, Διευθύντρια Marketing, Alfa Pastry

### "ΜΠΑΙΝΟΥΜΕ ΣΤΗΝ ΜΕΓΑΛΗ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ"

Αναφορικά με την εμπορική δραστηριότητα της εταιρείας στις ΗΠΑ, η κα Κουκουτάρη ανέφερε ότι, "όπως είχαμε ανακοινώσει στα οικονομικά αποτελέσματα της εταιρείας, στα πλάνα μας έχουμε την εκκίνηση της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας στην Αμερική, μέσα από την εταιρεία, Alfa Holdings US. Μέχρι τώρα, είχαμε παρουσία εξαγωγικά, αλλά ουσιαστικά, το εγχείρημα αυτό, συνιστά την είσοδο των προϊόντων μας στη μεγάλη αγορά της Αμερικής".

### ΠΟΥ ΕΠΕΝΔΥΕΙ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Για τις επενδύσεις της εταιρείας, σημείωσε ότι, κατά την πενταετία 2016-2020, υλοποίησε δύο επενδυτικά προγράμματα ύψους €9 εκατ. (€6 και €3 εκατ., αντίστοιχα), τα οποία αφορούν σε:

- Κτιριακές εγκαταστάσεις
- Αποθήκες ψυγείων χωρητικότητας 6.000 παλετών
- Αποθήκες ξηρού φορτίου δυναμικότητας 2.000 παλετών
- Μηχανολογικό εξοπλισμό

Σε αυτή τη φάση, είναι σε εξέλιξη ένα ακόμη πρόγραμμα €3 εκατ., το οποίο αφορά σε μηχανολογικό εξοπλισμό γραμμών παραγωγής και σε προσθήκη

νέων σιλό αλεύρων χωρητικότητας 180 χιλιάδων κιλών.

### ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΙΑ

Η κα Κουκουτάρη τόνισε ότι, "επενδύουμε, δίνοντας έμφαση στη συνεχή βελτίωση της αποδοτικότητάς μας στην αειφορία".

Συγκεκριμένα, οι εγκαταστάσεις φωτοβολταϊκών πάνελ στο εργοστάσιό μας στην Κοζάνη θα αποτρέπουν την απελευθέρωση 1299,454 τόνους CO2. Μέσα από τις επενδύσεις στην αντικατάσταση πηγών φωτισμού, σε συνδυασμό με παρεμβάσεις κυκλικής οικονομίας, η εταιρεία έχει καταφέρει σημαντικότερη μείωση εκπομπών CO2, ενώ εξοικονομεί κάθε χρόνο 246240KW/έτος.

Η Διευθύντρια Marketing της Alfa Pastry σημειώνει ότι, "μόνο από τον φωτισμό, η μείωση εκπομπών CO2 από την κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας είναι 174,64 τόνοι CO2, ετησίως. Στόχος μας είναι σε μια τριετία, όλο το εργοστάσιο να λειτουργεί εξ ολοκλήρου με ηλιακή ενέργεια".

### ΕΤΟΙΜΗ ΠΙΤΑ – 2η ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΤΟΡΤΙΓΙΑ

Σχετικά με τα νέα λανσαρίσματα, η Κατερίνα Κουκουτάρη ανέφερε ότι, "στό-

χος για φέτος, είναι η ανάπτυξη της έτοιμης πίτας, οικογενειακής, τόσο με νέα λανσαρίσματα, όσο και με νέες διαφημιστικές καμπάνιες. Επίσης, σημαντικός πυλώνας ανάπτυξης είναι η είσοδος στην κατηγορία του ξηρού προϊόντος και συγκεκριμένα στη δυναμική κατηγορία της τортίγιας, στην οποία πολύ γρήγορα, κατακτήσαμε τη 2η θέση, με βάση τα στοιχεία της IRI στην αγορά του supermarket".



### HEALTHY HABITS

Τέλος, αναφορικά με την Healthy Habits, τονίζεται ότι η μάρκα βγήκε στην αγορά πέρυσι και μέσα σε έναν χρόνο έχει ήδη, λανσάρει ευρεία γκάμα διάφορων κατηγοριών, πάντα με γνώμονα την υγιεινή διατροφή. "Τον τελευταίο μήνα έκανε ένα ακόμη βήμα, λανσάροντας μία σειρά από υγιεινές μαρμελάδες, χωρίς προσθήκη ζάχαρης και χωρίς πηκτίνη, φέρνοντας έτσι, την καινοτομία σε μία παραδοσιακή κατηγορία. Σημαντικό είναι επίσης, το γεγονός ότι το νέο brand έχει ήδη, χτίσει ένα σημαντικό επίπεδο αναγνωρισιμότητας και εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές".



Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

POWERED BY **FN|USA.**

• **CP KELCO**  
**ΕΠΕΝΔΥΕΙ \$50 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

Η εταιρεία παραγωγής και επεξεργασίας εσπεριδοειδών, CP Kelco, σχεδιάζει να επενδύσει πάνω από \$50 εκατ., με σκοπό να επεκτείνει την παραγωγική της ικανότητα αναφορικά με το brand, Nutrava Citrus Fiber.

Συγκεκριμένα, η επένδυση αφορά στην προσθήκη μιας δεύτερης γραμμής παραγωγής για το Nutrava Citrus Fiber, στο εργοστάσιο της εταιρείας στο Ματão της Βραζιλίας, με σκοπό την αύξηση της παραγωγής κατά 5.000 τόνους.

Η CP Kelco αναμένει ότι η νέα γραμμή πα-



ραγωγής θα τεθεί σε λειτουργία το 2023, με προοπτική να επεκταθεί περαιτέρω στο μέλλον, ανάλογα με τη ζήτηση.

• **PEPSICO**  
**ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΕΙ ΤΟ MOUNTAIN DEW ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΕΙ £24 ΕΚΑΤ. ΣΤΑ QUAVERS**

Με μια νέα γεύση μήλου εμπλουτίζει το portfolio του Mountain Dew η PepsiCo στην αγορά των ΗΠΑ. Συγκεκριμένα, λανσάρει το Mountain Dew Thrashed Apple, το οποίο θα είναι διαθέσιμο στα καταστήματα της Kroger, συμπεριλαμβανομένων των Kroger, Baker's, City Market από 13 Σεπτεμβρίου, σε μπουκάλια, αλλά και cans. Σημειώνεται ότι η PepsiCo, σε συνεργασία με την The Boston Beer Company, ανέπτυξε πρόσφατα, έναν νέο κωδικό hard seltzer, το Hard Mountain Dew, το οποίο θα κυκλοφορήσει στις ΗΠΑ στις αρχές του επόμενου έτους.

**ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΟ QUAVERS**

Η PepsiCo σχεδιάζει να επενδύσει £24 εκατ. στο εργοστάσιο που διαθέτει στο Ηνωμένο



Βασίλειο και στο οποίο παράγει τα snacks, Quavers. Η επένδυση αφορά στην ανανέωση του μηχανολογικού εξοπλισμού, ενώ θα αυξήσει το capacity του εργοστασίου, δημιουργώντας παράλληλα και νέες γραμμές παραγωγής.

Ο νέος εξοπλισμός θα εγκατασταθεί στα μέσα του επόμενου έτους, με τις αρχικές εργασίες να βρίσκονται σε εξέλιξη.



• **Β.Σ. ΚΑΡΟΥΛΙΑΣ**  
**Ο ΑΝΔΡΕΑΣ**  
**ΜΑΤΘΙΔΗΣ**  
**ΑΝΑΝΕΩΣΕ**  
**ΤΟΝ ΤΙΤΛΟ**  
**ΤΟΥ Q GRADER**

Ο Ανδρέας Μαθίδης της Β.Σ. Καρούλιας ανανέωσε-επικύρωσε τον τίτλο του Q Grader, στον παγκόσμιο οργανισμό πιστοποίησης, Coffee Quality Institute.

Όπως αναφέρεται στην ανακοίνωση της εταιρείας, ο κ. Μαθίδης, ο οποίος είναι Πρόεδρος της Πανελληνίας Ένωσης Οινολόγων, κάτοχος του τίτλου σπουδών WSET Diploma (AIWS - Associate Member of Institute of Wines & Spirits) και από το 2008 είναι ο Wine & Spirits Education and Development Consultant της Β.Σ. Καρούλιας, κατέχει τον συγκεκριμένο τίτλο από το 2013 και, σύμφωνα με τα πρότυπα του συγκεκριμένου οργανισμού, για να μπορεί να τον διατηρεί, απαιτείται η επικύρωση των δεξιοτήτων του κάθε τρία χρόνια.



**• ΚΡΑΣΙ - ΡΟΥΜΑΝΙΑ**
**ΑΥΞΑΝΕΤΑΙ Η ΑΞΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

Ενθαρρυντική είναι η συνεχιζόμενη αύξηση της αξίας των ελληνικών εξαγωγών κρασιών στην Ρουμανία, σημάδι περαιτέρω αναγνωρισιμότητας του ελληνικού branding, όπως αναφέρεται στην έρευνα αγοράς για τον κλάδο οίνου στην Ρουμανία που εκπόνησε η Πρεσβεία της Ελλάδας στο Βουκουρέστι και το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων.

Σύμφωνα με τα ποιο πρόσφατα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. για τις εξαγωγές-εισαγωγές της τελευταίας 5ετίας 2016-2020, προκύπτει ότι:

- Αν και με σχετικά μικρή αξία, οι εξαγωγές ελληνικών κρασιών στην Ρου-

CN4 - 2204 Κρασιά	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Εξαγωγές στη Ρουμανία</b>					
Αξία σε Ευρώ	239.873	208.142	290.024	282.845	293.119
Ποσότητα /Κιλιά	90.475	69.534	97.752	95.272	103.361
<b>Εισαγωγές από την Ρουμανία</b>					
Αξία σε Ευρώ	38.419	1.704	11.443	1.063.033	22.130
Ποσότητα /Κιλιά	14.772	11.522	7.278	3.341.958	15.141

Πηγή : ΕΛ.ΣΤΑΤ.

μανία παρουσιάζουν αύξηση 29% από τον ΜΟ των €223 χιλ. την διετία 2016-2017, στον ΜΟ των €288 χιλ. την τριετία 2018-2020.

- Σε ό,τι αφορά τις εισαγωγές, πέραν του 2019, οι εισαγωγές ρουμανικών κρασιών κυμαίνονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα με ΜΟ στα €18,3 χιλ.

**ΙΣΧΥΡΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

Γενικότερα, λαμβάνοντας υπόψη τη δεδομένη όμως, ποιότητα των ρουμανικών κρασιών, τη συνεχή αναδιάρθρωση των καλλιεργειών και τις συνεχείς επενδύσεις στον τομέα, κατά την επερχόμενη δεκαετία εμφανίζεται ως ισχυρό το ενδεχόμενο της μετατροπής της χώρας και σε κύρια διεθνή εξαγωγική δύναμη. Η Ρουμανία αποτελεί διαχρονικά έναν από τους σημαντικότερους ευρωπαϊούς παραγωγούς οίνου, ενώ παράλληλα, διαθέτει και από τις μεγαλύτερες εκτάσεις καλλιέργειας.

**ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΚΡΑΣΙΩΝ**

Οι τιμές των ρουμανικών ερυθρών οίνων ξεκινούν από ΜΟ περίπου €3 ανά φιάλη (750ml) στα supermarkets και παρατηρούμε επίσης, μεγάλη προσφορά στην τιμή των €6-8.

Για τα λευκά κρασιά, οι τιμές ξεκινούν στα €2,5 ανά φιάλη, με την πλειοψηφία των προϊόντων να συγκεντρώνεται επίσης, περί τα €6-8.

Οι ροζέ οίνοι πωλούνται από €3 στις μεγάλες αλυσίδες supermarket, ενώ οι τιμές των αφρώδων οίνων ξεκινούν από τα €4 ανά φιάλη.

**ΣΤΟ -90% ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ**

Το κανάλι πωλήσεων κρασιού που επηρεάστηκε περισσότερο, ήταν αυτό της φιλοξενίας, το οποίο, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο, υπέστη απώλεια 90%. Για να αντισταθμιστούν οι απώλειες, μετά το ξέσπασμα της πανδημίας, ένα ση-



μαντικό μέρος των πωλήσεων κρασιού από το κανάλι HoReCa και τα εξειδικευμένα καταστήματα μεταφέρθηκε στη λιανική, αν και οι παραγωγοί έπρεπε να αναλάβουν το υψηλότερο κόστος καταχώρισης κρασιού στα supermarkets. Μετά από έναν χρόνο από την πανδημία, τα ράφια των supermarkets είναι περισσότερο γεμάτα και το χαρτοφυλάκιο κρασιών περισσότερο διαφοροποιημένο. Όσον αφορά στις τιμές, οι καταναλωτές δεν θα χρειαστεί να επιβαρυνθούν ιδιαίτερα, λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού των παραγωγών, αλλά παράλληλα, οι παραγωγοί θα αντιμετωπίσουν υψηλότερο κόστος μάρκετινγκ σε σύγκριση με την περίοδο πριν από την πανδημία.

**Η ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ**

Η Ρουμανία, με συνολική έκταση καλλιεργειών αμπέλου 182,6 χιλιάδες εκτάρια, κατατάσσεται στην 15η θέση παγκοσμίως

και στην 5η ευρωπαϊκή θέση, όσον αφορά στον αριθμό των καλλιεργούμενων εκτάσεων, μετά τις:

- Ισπανία
- Γαλλία
- Ιταλία
- Πορτογαλία

Κατατάσσεται στην 5η ευρωπαϊκή θέση, όσον αφορά στην παραγωγή σταφυλιών, πίσω από:

- Ιταλία
- Ισπανία
- Γαλλία
- Γερμανία

Κατατάσσεται στην 6η ευρωπαϊκή θέση, όσον αφορά στην παραγωγή κρασιού, πίσω από:

- Ιταλία
- Γαλλία
- Ισπανία
- Πορτογαλία
- Γερμανία

## ΣΤΟ -7% Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΟ 2020

Η παραγωγή κρασιού της Ρουμανίας μειώθηκε λόγω ξηρασίας κατά 7% το 2020, σε σύγκριση με το 2019, ανερχόμενη σε 4,6 εκατομμύρια εκατόλιτρα, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Διεθνούς Οργανισμού Αμπέλου και Οίνου (OIV) και την Στατιστική Υπηρεσία της Ρουμανίας. Είναι η δεύτερη συνεχόμενη χρονιά που η Ρουμανία παράγει λιγότερο κρασί, μετά από ρεκόρ παραγωγής 5,1 εκατομμυρίων εκατολίων το 2018.

### ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

- Οι πιο καλλιεργημένες ποικιλίες σταφυλιών είναι, για τα λευκά κρασιά, οι Fetească Albă, Fetească Regală, Riesling, Aligoté, Sauvignon, Muscat, Pinot Gris, Chardonnay, Tămâioasă Românească, Grasă de Cotnari, Iordană Ari Ardeleană, Crâmpoșie, Zghihara de Husi, Busuioacă de Bohotin, Frâncușa, Mustoasă de Măderat και Galbenă de Odobești.
- Οι κύριες ποικιλίες σταφυλιών για τα κόκκινα κρασιά, είναι οι Merlot, Cabernet Sauvignon, Băbească Neagră, Fetească Neagră και Pinot Noir.

Επίσης, η κάθε αμπελουργική περιοχή έχει τις δικές της παραδοσιακές ποικιλίες σταφυλιών, όπως:

- Zghihara de Husi και Busuioaca de Bohotin, για την αμπελουργική περιοχή Husi
- Feteasca neagră, για την αμπελουργική περιοχή Uricani, Iași
- Grasa de Cotnari και Frâncușa, για



- την αμπελουργική περιοχή Cotnari
- Crâmpoșie, για την αμπελουργική περιοχή Drăgășani
- Băbeasca Neagră, για την αμπελουργική περιοχή Nicorești
- Iordană Ari Ardeleană, για την αμπελουργική περιοχή Târnave
- Mustoasă de Măderat, για την αμπελουργική περιοχή Miniș

Επιπλέον, κάθε αμπελουργική περιοχή καλλιεργεί και διεθνείς ποικιλίες κρασιού, κυρίως:

- Sauvignon
- Chardonnay
- Riesling italo
- Pinot gris
- Traminer
- Cabernet
- Sauvignon
- Merlot

- Pinot noir

### INFO - ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

- Moldavian Hills wine making region (38% παραγωγής).
- Muntenia and Oltenia Hills (29% παραγωγής)
- Dobrogea Hills (8% παραγωγής)
- The Danube Terraces (7% παραγωγής)
- Υπόλοιπες αμμώδεις περιοχές και περιοχές στο Νότο της χώρας (7% παραγωγής)
- Banatului Hills (5% παραγωγής)
- Transilvanian Plateau wine making region (4% παραγωγής)
- Crisana and Maramures (2% παραγωγής)

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

## • NESTLÉ - STARBUCKS

### ΠΡΟΣΘΕΤΕΙ ΝΕΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΣΤΗ ΣΕΙΡΑ AT-HOME

Η Nestlé και η Starbucks εμπλουτίζουν τη σειρά, At-Home, λανσάροντας δύο νέες γεύσεις, Starbucks Signature Chocolate.

#### INFO – ΓΕΥΣΕΙΣ

- Chocolate Starbucks Signature 42%
- Starbucks Signature Chocolate Salted Caramel

Οι δύο νέες γεύσεις είναι διαθέσιμες online και στο Sainsbury's, ενώ από 18 Σεπτεμβρίου θα είναι και στο Asda.

Θυμίζουμε ότι αρχές του έτους, η Nestlé επέκτεινε τη συνεργασία της με την Starbucks.



## • REGENERATION - U.S. EMBASSY ATHENS - ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΣΤΗΡΙΖΟΥΝ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το ReGeneration, με την υποστήριξη της Πρεσβείας των Η.Π.Α. στην Αθήνα και της ΑΒ Βασιλόπουλος, παρουσιάζουν το ReGeneration FEMpowerment Initiative, μια πρωτοβουλία με στόχο την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, καθώς και την προσωπική και επαγγελματική ενδυνάμωση των νέων επαγγελματιών.

Η εν λόγω πρωτοβουλία συνεισφέρει στη δημιουργία ενός συμπεριληπτικού οικοσυστήματος καινοτομίας, που ενθαρρύνει τις νέες γυναίκες να γίνουν δημιουργοί και επιχειρηματίες, παρέχοντάς τους την υποστήριξη που χρειάζονται για να πετύχουν. Μέσα από ένα ολιστικό πρόγραμμα διαδραστικών workshops, ομιλιών και εξειδικευμένης εκπαίδευσης, νέες επαγγελματίες, που κάνουν τα πρώτα τους βήματα στον επιχειρηματικό κόσμο, θα αποκτήσουν τα απαραίτητα εφόδια, για να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις



της σύγχρονης επιχειρηματικής σκηνής. Τα Masterclasses θα ξεκινήσουν στις 30 Σεπτεμβρίου και θα πραγματοποιούνται Πέμπτες στις 19.00, μέχρι και τις 16 Δεκεμβρίου.

## • OK! ANYTIME MARKETS ΔΩΡΕΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΟ ΑΣΥΛΟ ΑΝΙΑΤΩΝ

Τα OK! Anytime Markets εγκαινιάζουν τη συνεργασία τους με το Άσυλο Ανιάτων, προσφέροντας γαλακτοκομικά προϊόντα. Στόχος της πρωτοβουλίας, είναι η υποστήριξη του Ασύλου στην αύξηση κατανάλωσης υγιεινών και θρεπτικών γευμάτων, em την πρώτη παράδοση να πραγματοποιείται στον χώρο του Ιδρύματος στην Κυψέλη.

Η Μαρία Αρτίκν, Υπεύθυνη Marketing & Επικοινωνίας των OK! Anytime Markets, δήλωσε: "Τα OK! Anytime Markets Α.Ε. στηρίζουν το Άσυλο Ανιάτων και στέκονται δίπλα στους συνανθρώπους μας που βρίσκονται σε ανάγκη. Τα OK! Markets, με ανταπόκριση στα κοινωνικά θέματα και το κοινωνικό σύνολο, παρέδωσαν τρόφιμα στο Άσυλο Ανιάτων".



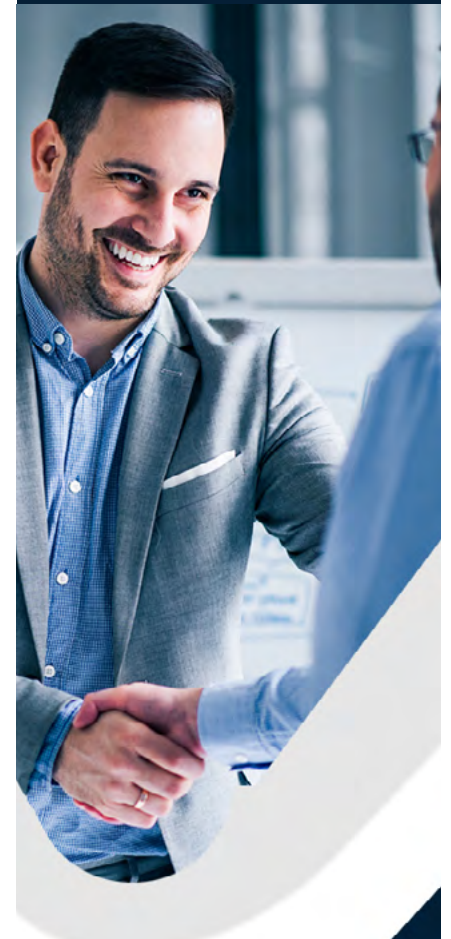
**BNB**  
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ  
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:





• **LA FARM**

## ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΟΠ – "ΕΧΟΥΜΕ ΠΡΟΒΕΙ ΣΕ ΔΙΟΡΘΩΣΕΙΣ"

Σε προσωρινή ανάκληση της πιστοποίησης της γαλακτοβιομηχανίας, La Farm, για την παραγωγή και συσκευασία με σκοπό την εμπορία του προϊόντος φέτα ΠΟΠ, προχώρησε ο ΕΛΓΟ Δήμητρα, καθώς, όπως αναφέρεται σε ανακοίνωσή του, μετά από επιτόπιους ελέγχους επιτήρησης, αλλά και ελέγχους σε σημεία λιανικής πώλησης του προϊόντος στην ελληνική αγορά, διαπιστώθηκε η μη τήρηση των προδιαγραφών παραγωγής φέτας ΠΟΠ, ενώ καταγράφηκαν σοβαρές παραβάσεις που αφορούν στη παραγωγή φέτας ΠΟΠ.

Σύμφωνα με τον ΕΛΓΟ, η προσωρινή ανάκληση της πιστοποίησης της επιχείρησης ισχύει έως την εφαρμογή κατάλληλων διορθωτικών ενεργειών και την αποστολή σχετικής τεκμηρίωσης εκ μέρους της, από την οποία να προκύπτει:

- Συμμόρφωσή της με τις απαιτήσεις της υπ' αριθμ. 313025/1994 ΥΑ αναγνώρισης του προϊόντος ΦΕΤΑ ΠΟΠ,
- Απόσυρση από την αγορά όλων των παρτίδων προϊόντος "ΦΕΤΑ Π.Ο.Π.", οι οποίες δεν πληρούν την προδιαγραφή αναγνώρισης του εν λόγω προϊόντος,
- Εγκαθίδρυση και τήρηση αξιόπιστου συστήματος ιχνηλασιμότητας του προϊόντος "ΦΕΤΑ Π.Ο.Π.",
- Συμμόρφωση των διακινούμενων προϊόντων που φέρουν την ένδειξη "ΦΕΤΑ Π.Ο.Π.", με τις απαιτήσεις της νομοθεσίας σχετικά με την επισήμανση.

Η υπόθεση θα διαβιβαστεί στην πρωτοβάθμια επιτροπή Εξέτασης Παρατυπιών και Παραβάσεων του ΥΠΑΑΤ για επιβολή κυρώσεων, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία.

### "ΕΙΜΑΣΤΕ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΕΛΓΟ"

Όπως αναφέρουν πηγές της γαλακτοβιομηχανίας Τρικάλων στο Fnb Daily, "η εταιρεία μας έχει προβεί στις προβλεπόμενες και συγκεκριμένες διορθώσεις, σε απόλυ-



Βαγγέλης Πλεξίδα, Πρόεδρος, La Farm

τη συνεργασία με τον ΕΛΓΟ και πιστεύουμε τις επόμενες ημέρες να έχει κλείσει η υπόθεση", υπογραμμίζοντας ότι η όποια παρέκκλιση διαπιστώθηκε στη διαδικασία αναφορικά με τις ημέρες παραγωγής της φέτας ΠΟΠ, δηλώθηκε πρώτα από την εταιρεία στον Οργανισμό. "Τα δηλώσαμε πρώτοι εμείς στον ΕΛΓΟ", εξηγούν.

### ΝΤΟΜΙΝΟ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΩΝ

Πρόκειται για τη δεύτερη ανάκληση πιστοποίησης παραγωγής φέτας ΠΟΠ, στην οποία προχωρά ο ΕΛΓΟ, στο πλαίσιο διερεύνησης καταγγελιών για νοθεία, [που έχουν δει το φως της δημοσιότητας το τελευταίο εξάμηνο](#), θέμα το οποίο [παρακολουθεί στενά το Fnb Daily από τον Μάρτιο του 2020](#).

Πηγές με γνώση της αγοράς δηλώνουν στο Fnb Daily ότι, "είναι άκρως ανταγωνιστικό το περιβάλλον εμπορίας φέτας ΠΟΠ, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό, με αποτέλεσμα να γίνεται ένας αδηφάγος πόλεμος μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών. Έχει ξεκινήσει ένα ντόμινο καταγγελιών. Ο Οργανισμός

έχει να ερευνήσει πάνω από 15 εταιρείες".

### "ΟΛΑ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗ ΖΩΝΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ"

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η γαλακτοβιομηχανία της οικογένειας Πλεξίδα, που εξάγει το 55% του τζιρού της κατά κύριο λόγο στην Γερμανία, αύξησε την εισκόμιση γάλακτος κατά 35% τον Ιανουάριο, ενισχύοντας έτσι την παραγωγική της δυνατότητα, τη στιγμή που στην αγορά υπήρξε έλλειψη πρώτης ύλης, γεγονός που έχει προκαλέσει την αντίδραση παικτών του κλάδου.

"Όλα γίνονται για τη ζώνη γάλακτος, καθώς η La Farm είναι από τις μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου.

Από 48 χιλ. τόνους, που κατά μέσο όρο διαχειρίζεται, θα φτάσει τους 60 χιλ. τόνους, ενώ και πέρυσι, αλλά και φέτος, έχει αυξήσει τους παραγωγούς με τους οποίους συνεργάζεται, οι οποίοι πλέον, ξεπερνούν τις δύο χιλιάδες", επισημαίνουν οι ίδες πηγές στο Fnb Daily.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

THE TRENDLETTER

**So Posh!**

καθημερινά με το



## • ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΜΕΙΩΜΕΝΕΣ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΘΕΡΙΝΩΝ ΦΡΟΥΤΩΝ

Συνεχίζονται οι εξαγωγές θερινών φρούτων, καταγράφοντας μείωση για το διάστημα 1/5-10/9, συγκριτικά με το ίδιο διάστημα πέρυσι, σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία του Incofruit.

Συγκεκριμένα, καταγράφεται:

- Κεράσια: (7,5%)
- Βερίκοκα: (30,7%)
- Ροδάκινα: (64,3%)

### ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΛΟΓΩ ΚΑΙΡΙΚΩΝ ΣΥΝΘΗΚΩΝ

Οι συγκομιδές ροδάκινων και νεκταρινιών συνεχίζονται, με την παραγωγή να είναι από τις χαμηλότερες τα τελευταία χρόνια, λόγω της επίδρασης του παγετού, καθώς οι επιπτώσεις στην παραγωγή από τις καιρικές συνθήκες (καύσωνας και χαλαζοπτώσεις) σε κάποιες περιοχές ήδη, δείχνουν την πτώση στην συγκομιδή κατάλληλων προς εξαγωγή ποσοτήτων.

Σε ό,τι αφορά την εξαγωγή καρπουζιών, η εμπορική περίοδος των οποίων ουσιαστικά έχει τελειώσει, καταγράφεται και αυτή την εβδομάδα ρεκόρ σε τανάζ, με 211.215 τόνους και αύξηση 2,9%.

Επιπλέον, συνεχίσθηκε η εξαγωγή επιτραπέζιων σταφυλιών, μειωμένη κατά 7,4%.

### ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΑ ΡΕΚΟΡ Η ΟΙΚΙΑΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκομίζει ο Σύνδεσμος, το lockdown κατά την παραγωγική περίοδο 2020 οδήγησε σε επίπεδα ρεκόρ το εμπόριο και την οικιακή κατανάλωση. Η δραστική μείωση της παραγωγής τη φετινή περίοδο και η χαμηλότερη προσφορά καλλιέργησε προσδοκία για μεγαλύτερη αύξηση των τιμών, η οποία επετεύχθη, πλην όμως δεν μπορεί να υποκαταστήσει πλήρως, στο σύνολο της αξίας τη μείωση των εξαχθέντων ποσοτήτων.

Βάσει στοιχείων επταμήνου, η μείωση είναι:

Ροδάκινα  
Ποσότητα: 63,1%  
Αξία: 50,8%  
Νεκταρίνα  
Ποσότητα: 33%  
Αξία: 29%

#### DATA 3/9 - 10/09

##### Πορτοκάλια

2021: 341.205

2020: 325.395

Μεταβολή: 4,9%

##### Λεμόνια

2021: 14.892

2020: 14.728

Μεταβολή: 1,1%

##### Ροδάκινα

2021: 35.916

2020: 100.587

Μεταβολή: (64,3%)

##### Καρπούζια

2021: 211.215

2020: 205.172

Μεταβολή: 2,9%

##### Κεράσια

2021: 36.008

2020: 38.297

Μεταβολή: (7,5%)

##### Νεκταρίνια

2021: 16.673

2020: 57.794

Μεταβολή: (71,2%)

##### Αχλάδια

2021: 14.325

2020: 20.683

Μεταβολή: (30,7%)

##### Επιτραπέζια σταφύλια

2021: 29.165

2020: 31.507

Μεταβολή: (7,4%)



## • FOODLINK ΔΕΝ ΔΙΑΝΕΜΕΙ ΜΕΡΙΣΜΑ ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ 2020

Την απόφαση να μην διανείμει μέρισμα για τη χρήση 2020 έλαβε η Γενική Συνέλευση των μετόχων της Foodlink, οι εργασίες της οποίας ανέδειξαν και το νέο Διοικητικό Συμβούλιο.

Το νέο ΔΣ θα διοικεί την Εταιρεία για πέντε έτη, από 09/09/2021 - 08/09/2026 ή μέχρι την ημέρα της πρώτης Τακτικής Γενικής Συνέλευσης και αποτελείται από τους:

- Βασίλης Καρακουλάκης του Εμμανουήλ
- Αχιλλεύς Μάμαλης του Παύλου
- Παναγιώτα Σιωρά του Θεμιστοκλή
- Ελευθέριος Ελευθεριάδης του Κυριάκου
- Κωνσταντίνος Γκυρτής του Παναγιώτη
- Καλλιόπη Σιουτζούκη του Ευαγγέλου
- Ευαγγελία Τζανιδάκη του Γεωργίου
- Αθανάσιος Στούμπης του Γεωργίου
- Κωνσταντίνος Παπαζήσης του Κυριαζή
- Βασίλειος Ευγένιος του Μιχαήλ

Επιπλέον η Γενική Συνέλευση ενέκρινε και την απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου για την απόκτηση του 20% της εταιρείας "Γενικές Μεταφορές - Αθηνάϊκη Ανώνυμος Εταιρεία" έναντι τιμήματος €300 χιλ.



• **MR. PUFFS**

## ΑΝΩ ΤΟΥ €1 ΕΚΑΤ. Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΓΛΥΦΑΔΑ - ΠΟΥ ΘΑ ΑΝΟΙΞΟΥΝ ΤΑ ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Δύο επιπλέον καταστήματα θα ανοίξει στην Ελλάδα μέσα στον χειμώνα η канаδική αλυσίδα λουκουμάδων, Mr. Puffs, μετά το πρώτο στην Γλυφάδα, που σηματοδότησε και την είσοδό της στην ελληνική αγορά. Ο Ιδρυτής και εμπνευστής του concept, Παντελής Σιούννης και ο Διευθύνων Σύμβουλος για την Ελλάδα, Θέμης Τζιουλαδάκης, μιλούν, για πρώτη φορά σε ελληνικό μέσο, για τα πλάνα επέκτασης της αλυσίδας στην Ελλάδα.

"Οι επόμενες περιοχές που μας ενδιαφέρουν, πέρα από την Αττική, είναι η Πάτρα, η Θεσσαλονίκη και η Κρήτη, χωρίς να εξαιρέσουμε τα hot νησιά μας, όπως Σαντορίνη, Μύκονο, Πάρο, Ρόδο, Σύρο κτλ", αναφέρει στο FNB Daily ο κ. Τζιουλαδάκης, συμπληρώνοντας ότι, στα σχέδια, μεταξύ άλλων, είναι το άνοιγμα τριών διαφορετικών concepts καταστημάτων:

- 500τμ
- 150 τμ
- 70 τμ, με έμφαση στο take away και delivery

### ΓΙΑΤΙ ΣΤΗ ΓΛΥΦΑΔΑ ΤΟ ΠΡΩΤΟ

Το γεγονός ότι η Γλυφάδα αποτελεί πόλο έλξης για τους Αθηναίους και προορισμό για τους Ελληνοαμερικάνους -που γνωρίζουν το brand από τα καταστήματα που διαθέτουν σε Καναδά και Φλόριντα- ήταν οι βασικοί λόγοι που ο Παντελής Σιούννης και η ομάδα του την επέλεξαν για το πρώτο κατάστημα της Mr. Puffs.

"Η Γλυφάδα είναι μία πολύ καλή περιοχή για να δοκιμάσεις ένα νέο brand, γιατί έχει πολύ απαιτητικό πελατολόγιο. Η απόφαση είχε παρθεί από πέρυσι και μόλις είχαμε την κατάλληλη ομάδα, με τη βοήθεια του Θέμη, προχωρήσαμε, παρόλα τα προβλήματα που μας δημιούργησε το lockdown (μετακίνηση, εκπαίδευση ομάδας)", αναφέρει ο κ. Σιούννης, συμπληρώνοντας ότι η επένδυση στην Ελλάδα θα ξεπεράσει αρχικά το €1 εκατ.

"Σκοπός μας είναι να ανοίξουμε και άλλα εταιρικά καταστήματα, αλλά στην πορεία θα υπάρχει και πρόσθετη επένδυση από επενδυτές franchisees που θέλουν να επενδύσουν μαζί μας".



### ΣΤΟΧΟΣ Η ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΥ DESERT BAR

Σημειώνεται ότι όλα τα καταστήματα της αλυσίδας στον Καναδά είναι franchise, ενώ στην Ελλάδα ανοίγει τα πρώτα ως εταιρικά και στη συνέχεια θα ανοίξει τα υπόλοιπα με την μορφή franchise.

"Ο στόχος μας είναι να δείξουμε στην ευρωπαϊκή αγορά και γενικότερα στο ΕΜΕΑ, την ανανεωμένη μορφή ενός desert bar με βάση τους λουκουμάδες, που είναι κατά βάση ελληνικό προϊόν. Οι συνδυασμοί με διάφορα είδη σοκολάτας και toppings από top brands, όπως smarties, Oreo, KitKat, ION, Caprice και άλλα, όπως επίσης και τα 16 είδη milk shakes, όπως και το παγωτό με τα 9 διαφορετικά βουτήματα σοκολάτας, μας κάνει πρωτοπόρους στον χώρο", αναφέρει ο κ. Τζιουλαδάκης.

### ΕΠΙΣΤΡΕΦΟΥΝ ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΑΓΟΡΑ

Αν και το κατάστημα στην Γλυφάδα λειτουργεί περίπου έναν μήνα, το feedback που λαμβάνει η αλυσίδα είναι "αρκετά καλό". Ο κ. Τζιουλαδάκης σημειώνει ότι, "βλέπουμε ότι οι πελάτες που δοκιμάζουν τους λουκουμάδες μας, τα milkshakes και το παγωτό μας, γυρίζουν πίσω και αγοράζουν ακόμα άλλη μία συσκευασία λουκουμάδες για το σπίτι ή τους βλέπουμε και την επόμενη μέρα. Αρχικά, όλοι ήθελαν να δοκιμάσουν την κλασική μας γεύση με μέλι και κανέλλα, αλλά και το Choco loco και το Choco berry ήταν από τις πιο αγαπημένες γεύσεις, τα πιο ιδιαίτερα, όπως το Cinaruff, το salted caramel και το Buenno, με διάφορους συνδυασμούς topping, όπως KitKat, smarties, σοκοφρέτα ION, Caprice

Παπαδοπούλου, άρεσαν σε μικρότερες ηλικίες".

Υπογραμμίζει δε, ότι η ομάδα της Mr. Puffs θα λανσάρει καινούργιες προτάσεις και στους λουκουμάδες, αλλά και στο παγωτό, μέσα στο έτος, αποκλειστικά για την ελληνική αγορά.

### ΜΕΤΑ ΤΑ 10 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΘΑ ΜΠΕΙ ΣΤΟ RETAIL

Όπως αναφέρει ο κ. Τζιουλαδάκης, στα πλάνα είναι να μπουν στο retail με private label προϊόντα, μετά την ανάπτυξη τουλάχιστον δέκα καταστημάτων στην ελληνική αγορά.

#### INFO – ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Αλεύρι: Μύλοι Κρήτης

Πρώτες ύλες

ION

Nestle

ΔΕΛΤΑ

ΑΚΤΙΝΑ

Αναψυκτικά: Λουξ

Προϊόντα ζύμης: Αραμπατζής

Γλυκά: Ροδούλα

### GLOBAL Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ SEGAFREDO

Σε ό,τι αφορά τον καφέ, συνεργάζεται στην Ελλάδα με την Segafredo, με σκοπό την ανάπτυξη μιας global συμφωνίας για όλες τις χώρες, στις οποίες έχει σκοπό να μπει η αλυσίδα.

"Το δε χαρμάνι που δουλεύουμε στην Ελλάδα είναι 100% arabica, σχεδιασμένο ειδικά για την ελληνική αγορά και είμαστε πολύ περήφανοι για αυτήν την συνεργασία, γιατί οι baristas μας θα εκπαιδεύονται και θα πιστοποιούνται από την επίσημη ομάδα εκπαίδευσης της Segafredo. Επίσης, θα υπάρχει ποιοτικός έλεγχος σε εβδομαδιαία βάση από την ομάδα ελέγχου ποιότητας της Segafredo", αναφέρει ο κ. Τζιουλαδάκης.

### ΔΙΠΛΑΣΙΑΖΕΙ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η αλυσίδα σχεδιάζει να διπλασιάσει το δίκτυο του εξωτερικού μέχρι τέλος του

έτους, με αποτέλεσμα να έχει συνολικά 40 καταστήματα στον Καναδά και το 2022 θα είναι σε αγορές, όπως:

- Τορόντο
- Βανκούβερ
- Νέα Υόρκη
- Μεξικό
- Φλόριντα

"Όλα τα καταστήματα στον Καναδά και στις ΗΠΑ ανοίγουν με την μορφή του franchise. Υπάρχουν 4.000 αιτήσεις από υποψήφιους franchisees που περιμένουν να αξιολογηθούν από το τμήμα ανάπτυξης", αναφέρει ο κ. Σιούνης.

Συμπληρώνει δε ότι στην Αμερική, τα καταστήματα της Mr. Puffs κάνουν κατά μέσο όρο \$1 εκατ. τζίρο το χρόνο, καταγράφοντας πολύ υψηλή κερδοφορία και με ROI που μπορεί να φτάσει και λιγότερο από 1 έτος.

"Μπορείς να βγάλεις τα χρήματα της επένδυσης μέσα σε έναν χρόνο".

### ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΚΤΥΟΥ FRANCHISE ΣΕ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΕΜΕΑ

Υπάρχουν προτάσεις συνεργασίας που αναμένεται να αξιολογηθούν για ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και για αραβικές, που το προϊόν έχει μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα. Εκεί, θα δώσουμε βάρος σε εταιρείες που είναι εδραιωμένες στην ανάπτυξη δικτύου franchise.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

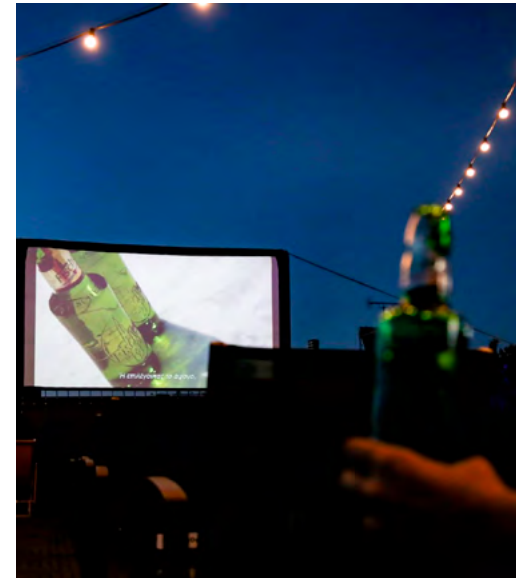
[Τα πάντα για τον κλάδο HORECA, στο horecaopen.com](https://www.horecaopen.com)

## • ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ ΧΩΡΙΣ ΣΕΦ ΤΟ 20% ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΤΗΣ WAGAMAMA

Η Wagamama δεν μπορεί να βρει σεφ για πολλά εστιατόρια που λειτουργεί στο Ηνωμένο Βασίλειο, με τον επικεφαλής της αλυσίδας να κατηγορεί, μεταξύ άλλων, και τους εργαζόμενους της ΕΕ, που αποχωρούν μετά το Brexit. Εξάλλου, πολλοί τομείς στην Βρετανία, μεταξύ των οποίων και η εστίαση, αντιμετωπίζει σημαντικό πρόβλημα έλλειψης προσωπικού.

Ειδικότερα, όπως αναφέρει στην Press Association ο Διευθύνων Σύμβουλος της

αλυσίδας, Thomas Heier, η Wagamama έχει πληγεί από την έλλειψη προσωπικού, καθώς δεν βρίσκει σεφ για 30 από τα 147 εστιατόριά της. Ταυτόχρονα, διαπιστώνει ότι είναι ο αυξημένος ανταγωνισμός από τις εταιρείες logistics και delivery, που επίσης βρίσκονται σε αναζήτηση προσωπικού. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο οίκος αξιολόγησης Fitch παρατήρησε πριν από λίγες μέρες ότι η μετακίνηση εργαζομένων είχε ενταθεί λόγω του Brexit.



## • FISHER - STELLAR GASTRO CINEMA ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΓΕΥΣΤΙΚΕΣ ΒΡΑΔΙΕΣ

Η Fischer ενώνει τις δυνάμεις της με το Stellar Gastro Cinema, συνδυάζοντας με τον τρόπο αυτό, το φαγητό με τις ταινίες, δημιουργώντας άκρως θεματικές εβδομάδες. Πιο συγκεκριμένα, κάθε εβδομάδα, η παρέλαση αστέρων από τη μεγάλη οθόνη πραγματοποιείται συνοδεία ενός ειδικά σχεδιασμένου θεματικού street food menu 5 πιάτων, το οποίο επιμελούνται διακεκριμένοι σεφ και ανανεώνεται με έμπνευση από το άρωμα της χώρας των ταινιών που συνοδεύει.

• ΨΑΡΙΑ

# ΑΥΞΗΣΗ 21,33% ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΗΝ ΟΛΛΑΝΔΙΑ

Αυξητικά κινούνται οι ελληνικές εξαγωγές ψαριών στην Ολλανδία, σύμφωνα με τα στοιχεία του Γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Πρεσβείας της Ελλάδας στην Χάγη. Τα πιο πρόσφατα στοιχεία της ολλανδικής Στατιστικής Υπηρεσίας για το πρώτο εξάμηνο το έτους δείχνουν σημαντική αύξηση στις ελληνικές εξαγωγές τροφίμων σε σύγκριση με το 2020 (21,33%) και 2019 (31,88%). Όπως δείχνει ο πίνακας, υπήρξε επίσης, αξιοσημείωτη αύξηση των ελληνικών εξαγωγών ψαριών προς την Ολλανδία στο πρώτο μισό του τρέχοντος έτους.



Εξάμηνα στοιχεία για τις ολλανδικές εισαγωγές ψαριών από την Ελλάδα

Τυποποιημένη Ταξινόμηση του Διεθνούς Εμπορίου	Πρώτο εξάμηνο 2019 (σε εκ. €)	Πρώτο εξάμηνο 2020 (σε εκ. €)	Πρώτο εξάμηνο 2021 (σε εκ. €)	Μεταβολή % 21/20 (21/19)
<b>0 ΤΡΟΦΙΜΑ</b>	<b>69</b>	<b>75</b>	<b>91</b>	<b>21,33 (31,88)</b>
<b>03 ΨΑΡΙΑ, ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣΜ. ΑΥΤΩΝ, ΟΣΤΡΑΚΟΕΙΔΗ Κ.Λ.Π</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>75,0 (16,67)</b>
<b>034 Ψάρια, ωπά, ψυγμένα ή κατεψυγμένα</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>85,71 (8,33)</b>
<b>037 Παρασκευάσματα ψαριών κ.λ.π.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>-</b>

Πηγή: Ολλανδική Στατιστική Υπηρεσία (CBS)

## ΛΑΒΡΑΚΙ ΚΑΙ ΤΣΙΠΟΥΡΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ

Το 2020, οι Ολλανδοί εισήγαγαν από την Ελλάδα, κυρίως:

- Λαβράκι
- Φιλέτα τιλάπια
- Μπακαλιάρο
- Τσιπούρα
- Χέλια
- Γατόψαρο

### Ολλανδικές εισαγωγές θαλασσιών από Ελλάδα – τα σημαντικότερα προϊόντα το 2020

Προϊόν	Σε αξία (χιλ.)	Σε κιλά
0302841000 Ευρωπαϊκό λαβράκι (Dicentrarchus labrax) φρέσκο/ψυγμένο	5.490	1.153.775
0302853000 Τσιπούρα (Sparus aurata) φρέσκια/ψυγμένη	3.492	763.909
0303895500 Κατεψυγμένη τσιπούρα (Sparus aurata)	2.938	436.024
0304499000 Φιλέτα άλλων ψαριών φρέσκα/ψυγμένα	1.204	140.254
0303841000 Λαβράκι (Dicentrarchus labrax) κατεψυγμένο	731	115.617
0304310000 Φιλέτα τιλάπια (Oreochromis spp.) φρέσκα/ψυγμένα	593	88.055
0302298000 Flatfish Pleuronectidae, Bothidae, Cynoglossidae, Soleidae, Schophthalmidae και Citharidae φρέσκα/ψυγμένα	564	97.001
0304899000 Φιλέτα άλλων ψαριών κατεψυγμένα	453	61.112
0302849000 Άλλο λαβράκι (Dicentrarchus spp) μη Ευρωπαϊκό λαβράκι (Dicentrarchus labrax)	426	72.703
0302899000 Άλλα ψάρια φρέσκα/ψυγμένα	303	45.307
0304491000 Φιλέτα άλλων ψαριών γλυκού νερού	233	29.500
0301929000 Χέλια (Anguilla spp) με μήκος τουλάχιστον 20 εκατοστά	223	21.239
0302851000 Συναγρίδα (Dentex dentex και Pagellus spp) φρέσκια/ψυγμένα	140	28.195
0302453000 Χιλιανό σκουμπρί (Trachurus murphyi)	133	24.007
0302720000 Γατόψαρο Pangasius spp., Silurus spp., Clarias spp., Ictalurus spp.) φρέσκια/ψυγμένα	119	26.112
0302511000 Μπακαλιάρος (Γάδος- Gadus morhua) φρέσκος/ψυγμένος	118	29.485

Πηγή: Ολλανδική Στατιστική Υπηρεσία (CBS)

## ΕΙΣΑΓΟΥΜΕ...ΚΑΠΝΙΣΤΕΣ ΡΕΓΓΕΣ

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία της ολλανδικής Στατιστικής Υπηρεσίας, η χώρα μας εισήγαγε ως κύριο ψάρι τη ρέγγα, συνολικής ποσότητας βάρους σχεδόν 180 τόνων. Όσον αφορά στην αξία, το πιο σημαντικό προϊόν ήταν οι γαρίδες, συνολικής αξίας €515 χιλ. (δηλ. σχεδόν €10 το κιλό).

### Ελληνικές εισαγωγές θαλασσιών από Ολλανδία – τα σημαντικότερα προϊόντα το 2020

Προϊόν	Σε αξία (χιλ.)	Σε κιλά
0306179200 Γαρίδες (Penaeus) κατεψυγμένα	515	52.526
0305420010 Καπνιστή ρέγγα (Clupea harengus, Clupea pallasii) και φιλέτα ρέγγας	491	177.013
0307433100 Καλαμάρια (Loligo vulgaris) κατεψυγμένα	485	84.301
0304892100 Νορβηγικό ψάρι «haddock» (Sebastes marinus) κατεψυγμένο	478	150.082
0307520000 Χταπόδι (Octopus spp.) κατεψυγμένο	311	77.493
0306150000 Λανγουστίνες (Nephrops norvegicus) καπνιστές, βραστές, κατεψυγμένες	268	40.221
0303559000 Γκριζοσαύριδο (μη Trachurus trachurus και Trachurus murphyi)	253	70.000
0301190000 Κοσμητικά ψάρια (ζωντανά)	252	27.574
0302892900 Ψάρια Euthynnus φρέσκα/ψυγμένα	244	20.275
0303650000 Saithe (Pollachius virens) κατεψυγμένο	213	113.169
0307432900 Seria officinalis, Rossia macrosoma, κατεψυγμένα	182	68.985
0304899000 Φιλέτα άλλων ψαριών κατεψυγμένα	174	26.095
0303899000 Άλλα	164	31.556
0304719000 Φιλέτα γάδου (Gadus morhua, Gadus ogac), κατεψυγμένα	150	29.610
0304730000 Φιλέτα Saithe (Pollachius virens) κατεψυγμένα	148	36.852
0305493010 Καπνιστό σκουμπρί (Scomber scombrus, Scomber australicus, Scomber japonicus) συμπτ. φιλέτων, κατεψυγμένο	137	33.164

## ΤΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Το κυριότερο κανάλι διανομής ιχθυρών στην Ολλανδία είναι τα supermarkets (35% της αγοράς, σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου του Βαγκενίγγκεν). Επίσης, το 21% των ψαριών προς πώληση διατίθεται σε υπαίθριους πάγκους, όπου μπορεί κανείς να αγοράσει, τόσο ωμά ψάρια, όσο και, κυρίως, έτοιμα προς βρώση (τηγανητά). Στα εξειδικευμένα καταστήματα ψαριών (ιχθυοπωλεία) διατίθεται το 17% και στους χώρους φιλοξενίας/εστίασης, όπου καταγράφεται και η μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων, το 15%. Τέλος, τα διαδικτυακά κανάλια διανομής καταλαμβάνουν μικρό μερίδιο αγοράς (2%).

Νικόλας Ταμπακόπουλος  
[nicolas@notice.gr](mailto:nicolas@notice.gr)

## AMERICA POST COVID-19

### CONSUMERS UPDATE

## ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΑ ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ

Όπως πολλοί καταναλωτές έχουν πλέον, σταματήσει την κατανάλωση κρέατος και έχουν στραφεί προς τις φυτικές λύσεις και την flexitarian διατροφή, έτσι συμβαίνει και με το αλκοόλ, με απώτερο σκοπό την αυτοσυγκράτηση και τον πιο υγιεινό τρόπο ζωής, σύμφωνα με το The Hartman Group.

### ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ

#### Τα λειτουργικά ποτά

Οι καταναλωτές προτιμούν μπίρα, κρασί και λικέρ χωρίς αλκοόλ, καθώς και τα λειτουργικά ποτά και τα φυτικά προϊόντα, σύμφωνα με το δημοσίευμα, Trends Spotlight: Sober Curious, του The Hartman Group. "Τα λειτουργικά ποτά είναι ιδιαίτερα γνωστά ανάμεσα στις νεότερες ηλικίες καταναλωτών, με τάση αύξησης, ενώ οι νέες κατηγορίες μη-αλκοολούχων ποτών, για τις οποίες δεν υπάρχει κάτι αντίστοιχο στην κατηγορία των αλκοολούχων, αρχίζουν να βρίσκουν τον δρόμο τους στα καθημερινά ποτά," αναφέρει το δημοσίευμα. Παραπάνω από το 28% των καταναλωτών δήλωσε ότι η διατροφή του είναι χειρότερη από ότι ήταν έναν χρόνο πριν, γεγονός που το αποδίδει στην κατανάλωση ποτών με υψηλές θερμίδες, όπως το αλκοόλ, αναφέρει το The Hartman Group στο Health & Wellness Report 2021. Μελέτες έχουν καταδείξει την αύξηση της αγοράς των αλκοολούχων ποτών το 2020, σε σύγκριση με το 2019, καθώς τα bars παρέμειναν κλειστά και οι καταναλωτές έπιναν περισσότερο στο σπίτι. Οι καταναλωτές που θέλουν να υιοθετήσουν έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής, επιθυ-

μούν να αλλάξουν τη συνήθεια τους απέναντι στο αλκοόλ, σύμφωνα με το report.

#### Τα infusion ποτά με κάνναβη

Μια άλλη κατηγορία λειτουργικών ποτών που εμφανίζει αυξημένη ζήτηση είναι τα infusion ποτά με κάνναβη. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει ποτά με συστατικά, όπως CBD ή THC, δηλαδή τα μη-ψυχοδραστικά χημικά του φυτού κάνναβη. Τα ποτά αυτά, που μοιάζουν με το ανθρακούχο νερό ή τη σόδα, πωλούνται, είτε διαδικτυακά, είτε σε συγκεκριμένους retailers, καθώς το νομικό πλαίσιο της CBD, ως επιπρόσθετο στις τροφές, εκκρεμεί. Γνωστά brands στον χώρο της κάνναβης είναι, μεταξύ άλλων: Colorado's Best Drinks, Recess, Spring και Sāti.

#### Τα ποτά χαμηλής περιεκτικότητας αλκοόλ

Επίσης, υπάρχουν και οι κατηγορίες αλκοολούχων ποτών, όπως τα hard kombucha, hard seltzer και hard coffee, με μπίρες, όπως η Pabst Blue Ribbon, και καφέ, όπως η La Colombe. Τα λειτουργικά χαρακτηριστικά των προϊόντων αυτών, βοηθούν τους καταναλωτές να δικαιολογήσουν τη χαμηλή περιεκτικότητά τους σε αλκοόλ, καταλήγει το δημοσίευμα της The Hartman Group.

#### ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΟΙ ΧΩΡΟΙ

Το δημοσίευμα επισημαίνει επίσης, ορισμένους χώρους που προσφέρουν αποκλειστικά μη αλκοολούχα ποτά ή "mocktails", όπως η Getaway, μια καφετέρια του Brooklyn, που προβάλλεται ως alcohol-free, όπου οι κατα-



ναλωτές μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε ποικιλίες μπίρας, κρασιού και άλλων ποτών με μηδενικό αλκοόλ, εκτός από καφέ και τσάι. Επίσης, το Sans Bar στο Austin του Texas προσφέρει "zero-proof cocktails" (cocktails χωρίς αλκοόλ) και στηρίζει "την κοινωνικοποίηση, την προσφορά βοήθειας, και την εξάσκηση του μυαλού, όσο και του σώματος." Ο ιδρυτής του, Chris Marshall, δήλωσε στην ιστοσελίδα του Sans Bar ότι, η έμπνευση του για τη δημιουργία του χώρου είναι αυτοί που ένιωθαν μοναξιά ή ντροπή, εξαιτίας της απόφασης τους να αποφύγουν το αλκοόλ. "Όπου και αν βρίσκεσαι στο φάσμα της νηφαλιότητας, το Sans Bar είναι ένα μέρος όπου ανήκεις", είπε. Η νέα τάση απέναντι στο αλκοόλ φαίνεται να προσελκύει όλο και περισσότερο κόσμο. Σε ένα πρόσφατο webinar της Datassential, η εταιρεία έρευνας ανακάλυψε ότι η drive-in αλυσίδα, Burger Sonic, πρόσφατα λάνσαρε 3 μη-αλκοολούχα Uncroked Slushes κρασιά. Το Strawberry Frosé, το Red Berry Sangria και το Peach Bellini, κυκλοφόρησαν στις 30 Αυγούστου και θα είναι διαθέσιμα μέχρι τις 26 Σεπτεμβρίου. "Πιστεύω ότι θα δούμε όλο και περισσότερες επιλογές μη αλκοολούχων ποτών," ανέφερε ο Mike Kostyo, Senior Managing Editor και Trendologist στην Dataessntial.

### E-COMMERCE UPDATE

## ΤΟ ΠΡΩΤΟ DRIVE THRU ΤΗΣ AMAZON FRESH

Στην Boca Raton της Florida θα δημιουργηθεί το νέο κατάστημα της Amazon Fresh, το οποίο πιθανόν να περιλαμβάνει και drive-thru, αναφέρει το Progressive Grocer. Σύμφωνα με το δημοσίευμα, ο νέος χώρος θα είναι 35.000 τετραγωνικά πόδια, ενώ η drive thru υπηρεσία

θα διευκολύνει την παραλαβή των διαδικτυακών παραγγελιών.

Πρόκειται για το πρώτο drive thru κατάστημα της Amazon Fresh. Η Amazon δεν προχώρησε σε κάποιο σχόλιο σχετικά με το δημοσίευμα.



## AMERICA POST COVID-19

## GROCERY RETAIL UPDATES

## Η JUST WALK OUT ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ AMAZON ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ WHOLE FOODS

Η Whole Foods δοκιμάζει την Just Walk Out τεχνολογία της Amazon στα καταστήματά της στην Washington D.C. και στο Sherman Oaks, California.

### ΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

Η τεχνολογία, Just Walk Out, συνδυάζει τεχνητή όραση, αισθητήρες και deep learning, επιτρέποντας στους καταναλωτές να πληρώνουν για τις αγορές τους, καθώς φεύγουν από το κατάστημα, είτε σκανάροντας το QR code στην εφαρμογή της Whole Foods, είτε την παλάμη τους στην εφαρμογή της Amazon, είτε μέσω ηλεκτρονικής πληρωμής.

Επιπλέον, υπάρχει και το σύστημα self-checkout, για όποιον επιθυμεί να το χρησιμοποιήσει, καθώς και θα υπάρχουν διαθέσιμοι εργαζόμενοι στο κατάστημα για την εξυπηρέτηση των πελατών.

“Από τη στιγμή που ιδρύθηκε η Whole Foods Market, τουλάχιστον 40 χρόνια πριν, στόχος είναι η χαρά και ο ενθουσιασμός του καταναλωτή, έτσι ώστε να βελτιωθεί



η εμπειρία του στο κατάστημα,” δήλωσε ο John Mackey, συνιδρυτής της εταιρείας. “Η συνεργασία μας με την Amazon σε αυτά τα 2 καταστήματα, δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες μας να ψωνίσουν φρέσκα και προσεκτικά διαλεγμένα τρόφιμα υψηλών προ-

διαγραφών, να εξυπηρετηθούν από τα μέλη της ομάδας μας, και τέλος να εξοικονομήσουν χρόνο, χωρίς αναμονή στα ταμεία. Ανυπομονούμε να δώσουμε στους καταναλωτές αυτόν τον εύκολο και γρήγορο τρόπο αγοράς στην Whole Foods Market.”

## E-COMMERCE UPDATE

## Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ- ΠΩΣ ΘΑ ΔΙΑΤΗΡΗΘΕΙ

Η αγορά των διαδικτυακών supermarkets στις ΗΠΑ σημείωσε πωλήσεις \$6.7 δισ. κατά τη διάρκεια του Ιουλίου, μείωση 2% σε μηνιαία βάση, σύμφωνα με την τελευταία, Brick Meets Click/Mercatus Grocery Shopping Survey. Η παράδοση προϊόντων στο σπίτι μειώθηκε στα \$1.4 δισ., ενώ ο συνδυασμός παραλαβής/παράδοσης παρέμεινε σταθερός, στα \$5.3 δισ., για τρίτο συνεχόμενο μήνα.

### ΤΙ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΤΑ ΝΟΥΜΕΡΑ

“Τα νούμερα του Ιουλίου σαφώς, ενισχύουν το γεγονός ότι οι αγορές μέσω διαδικτύου έχουν διατηρήσει σημαντικό μέρος των κερδών του περασμένου έτους, ειδικά για την παραλαβή και την παράδοση, αλλά η αύξηση των νέων κρουσμάτων COVID-19 τον Ιούλιο φαίνεται να έχει επηρεάσει τις συμπεριφορές των καταναλωτών διαφορετικά από ό,τι στην αρχή αυ-



τής της κρίσης, το 2020”, δήλωσε ο David Bishop, Partner της Meets Click.

Τον Ιούλιο, το μερίδιο των διαδικτυακών πελατών που χρησιμοποίησαν τα discount supermarkets ή ψώνισαν μεγάλες ποσότητες συρρικνώθηκε στο 25%, περίπου

τρεις μονάδες κάτω σε σύγκριση με τον προηγούμενο μήνα. Αυτή η μείωση δεν αφορά στην Target ή την Walmart, καθώς οι αγορές από τους συγκεκριμένους retailers αυξήθηκαν μεταξύ Ιουνίου και Ιουλίου.

### ΕΥΕΛΙΞΙΑ ΚΑΙ ΕΥΚΟΛΙΑ ΤΑ ΖΗΤΟΥΜΕΝΑ

“Τα groceries θα πρέπει να προβλέψουν βελτιώσεις με βραχυπρόθεσμο ορίζοντα για συνεχιζόμενη επιτυχία, καθώς τα μηνιαία αποτελέσματα ενισχύουν το γεγονός ότι ο πελάτης στο διαδίκτυο θέλει ευελιξία και ευκολία,” είπε ο Sylvain Perrier, President και CEO της Mercatus, σε δήλωσή του. “Οι προοδευτικοί retailers μειώνουν τις πηγές τριβής, όπως η απογοήτευση και η αβεβαιότητα, που σχετίζονται με τους χρόνους αναμονής. Ταυτόχρονα, τα groceries πρέπει να κατανοήσουν καλύτερα τον βασικό τους πελάτη, έτσι ώστε να μπορούν να δημιουργήσουν μια πιο ουσιαστική δέσμευση που να οδηγήσει σε αυξημένο τζίρο.”

## AMERICA POST COVID-19

## CONSUMERS UPDATE

## ΕΜΒΟΛΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΑΣΚΑ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΟ ΑΙΣΘΗΜΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΟΥ 77% ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Οι περισσότεροι ενήλικες στις ΗΠΑ δεν περιμένουν επιστροφή στην κανονικότητα αυτό το φθινόπωρο, σύμφωνα με τη νέα έρευνα, US Grocery Shopper Trends Tracker, από το FMI και το The Hartman Group, αναφέρει το Grocery Dive. Επιπλέον, οι μισοί από τους ενήλικες λένε ότι οι αγορές τροφίμων είναι τόσο σταθερές τώρα, όσο θα είναι και στο εγγύς μέλλον.

## ΤΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα επίσης, έδειξε ότι:

- 77% των καταναλωτών πιστεύει ότι, ο εμβολιασμός και η χρήση μάσκας, τόσο για το προσωπικό, όσο και για τους ίδιους, θα το έκανε να αισθάνεται οριακά ασφαλές στα καταστήματα,
- 87% δήλωσε ότι η υγιεινή ή τα μέτρα απόστασης μπορούν να κάνουν πιο ελκυστικές τις αγορές εντός των καταστημάτων

Οι ερωτηθέντες ανέφεραν ανησυχία σχετικά με το αν θα μπορούσαν να αρρωστή-



σουν αν έρθουν σε επαφή:

- με άλλους καταναλωτές (40%)
- με καρότσια αγορών (30%)
- με υπαλλήλους καταστημάτων (29%)

- με μολυσμένες επιφάνειες (28%)

Λιγότερο από το ένα τέταρτο ανέφερε ότι ανησυχεί για τη διάδοση της ασθένειας από τους ίδιους.

## PRODUCT UPDATES

## ΜΠΑΙΝΟΥΝ ΣΤΑ SUPERMARKETS ΜΕΣΑ ΣΤΟΝ ΜΗΝΑ ΟΙ ΦΥΤΙΚΕΣ ΚΟΤΟΜΠΟΥΚΙΕΣ ΤΗΣ IMPOSSIBLE FOODS

Τα Impossible Chicken Nuggets θα κυκλοφορήσουν, αργότερα αυτόν τον μήνα, στα supermarkets, όπως Walmart, Kroger, Albertsons, Safeway, ShopRite, Giant Stores και Gelsons. Η Impossible Foods θα αυξήσει τη διαθεσιμότητα σε περισσότερα από 10.000 σημεία πώλησης αργότερα αυτό το έτος.

Πριν το λανσάρισμα του προϊόντος, πραγματοποιήθηκε ένα blind-test στο Irving του Texas. Στη δοκιμή, επτά από τους 10



κρεατοφάγους καταναλωτές προτίμησαν το φυτικό προϊόν έναντι του ζωικού. "Είμαστε ενθουσιασμένοι για τα Impossible Nuggets. Αλλά αυτή η παρουσίαση δεν αφορά πραγματικά στο προϊόν, αλλά στο σημείο καμπής που έχουμε φτάσει. Για πρώτη φορά, οι καταναλωτές αναμφισβήτητα προτιμούν το κρέας φυτικής προέλευσης αντί του κρέατος από ζώο," δήλωσε ο Pat Brown, CEO και ιδρυτής της Impossible Foods.