



Τρεις γενιές γάλα ΟΛΥΜΠΟΣ



Εδώ και 55 χρόνια, σταγόνα-σταγόνα, φτιάχνουμε κάτι παραπάνω από αγνό ελληνικό γάλα. Φτιάχνουμε σχέσεις αγάπης και εμπιστοσύνης. Δημιουργούμε δεσμούς με τη φύση και τον τόπο μας. Συνεχίζουμε μια περήφανη παράδοση παραγωγής ατόφιου, κορυφαίας ποιότητας ελληνικού γαλακτος. Γι' αυτό και κάθε μας γάλα είναι κάτι περισσότερο από ένα προϊόν. Είναι σαν παιδί μας.

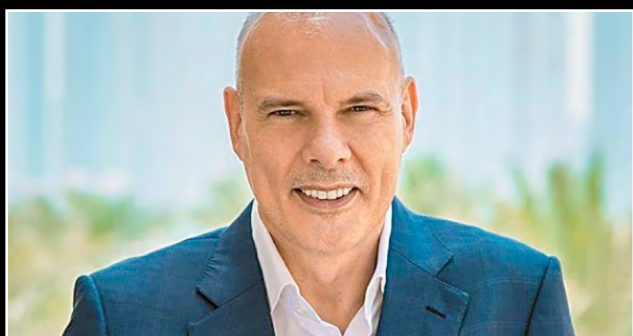


FNB SERVED **DAILY.**

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΤΡΙΤΗ 01 ΙΟΥΝΙΟΥ 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1239



• MONTEROCK

Οι νέες μπίζνες του Πέτρου Στάθη στην Σερβία
– Τα επόμενα σχέδια σε F&B και φιλοξενία



• MOODY'S-JEFFERIES

Mondelēz-Chipita: Αυξημένη μόχλευση,
μεγαλύτερη δυναμικότητα



• ΗΑΕ-ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ

Πρώτα σε πωλήσεις τα ελληνικά κρασιά
από νωπά σταφύλια



• KANTAR

Επιστρέφει η κανονικότητα
στα βρετανικά supermarkets

EDITORIAL: Παγκόσμιος φόρος über alles(,)

SECRET RECIPE: Νέο σχήμα με συνέταιρο - chef



NUTRI VALLEY
— HEALTHY FOOD —

Για πρώτη φορά,
έτοιμο, συσκευασμένο φιλέτο στήθος
κοτόπουλο & γαλοπούλα!

Είναι πλούσια σε πρωτεΐνη. Δεν περιέχουν συντηρητικά και γλουτένη.



Απολαύστε το Nutri Valley Κοτόπουλο στήθος σε 3 υπέροχες γεύσεις
σως βινεγκρέτ, ελαιόλαδο, νερό και το Nutri Valley Γαλόπουλα στήθος σε νερό.

• ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €250 ΧΙΛ. ΣΕ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Στην ελληνική αγορά και δη στον Αργίτιο, όπου είναι και η έδρα της, εστιάζει η επιχείρηση, Τυροκομικά Βασιλείου.

"Εστιάζουμε στην ελληνική αγορά και στον νομό μας, όπου έχουμε και τρία καταστήματα με την επωνυμία μας", αναφέρει στο FNB Daily ο Δημήτρης Βασιλείου, ιδιοκτήτης της επιχείρησης, διευκρινίζοντας ότι δεν είναι στα άμεσα σχέδια η επέκταση στο εξωτερικό. Σημειώνεται ότι η επιχείρηση εξάγει κατά καιρούς σε Νορβηγία και Γερμανία, με τις ποσότητες που στέλνει στο εξωτερικό να μην ξεπερνούν το 10% του ετήσιου τζίρου της.

ΔΕΝ ΑΠΟΚΛΕΙΕΤΑΙ Η ΚΑΘΟΔΟΣ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Σε ό,τι αφορά την επέκταση του δικτύου των καταστημάτων της, εντός και εκτός Αργιτίου, ο κ. Βασιλείου υπογραμμίζει ότι δεν αποκλείει να... κατέβει και στην Αθήνα, αλλά μετά το πέρας της διετίας.

"Δεν αποκλείουμε την Αθήνα, αλλά περιμένουμε να ομαλοποιηθεί η αγορά που λόγω πανδημίας έχει διαταραχθεί. Γενικά δεν είναι καιροί για ανοίγματα, είμαστε προσεκτικοί".

ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΟ PORTFOLIO

Σε επίπεδο portfolio, πριν δύο μήνες εμπλουτίστηκε η κατηγορία των επιδορπίων, με την κυκλοφορία της κρέμας σοκολάτας, ενώ όπως εξηγεί, δεν προβλέπεται να ανανεωθεί περαιτέρω το portfolio με νέους κωδικούς.

"Δεν έχουμε στα σκαριά κάποιο νέο προϊόν γιατί το κωδικολόγιο είναι μεγάλο και



ως ένα βαθμό άρτιο, οπότε εστιάζουμε στη διατήρησή του", επισημαίνει.

INFO – ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Συνεργαζόμενοι κτηνοτρόφοι: 150

Παραγωγή: 1.500 τόνοι / έτος

ΔΙΑΘΕΣΗ

E-shop

Μικρή λιανική

Επώνυμα καταστήματα

ΣΕ ΤΙ ΑΦΟΡΑ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ

Η επιχείρηση έχει ενταχθεί στο πρόγραμμα Leader για επιχειρήσεις του Δήμου Τριωνίδας και υλοποιεί ένα επενδυτικό €250 χιλ. που θα ολοκληρωθεί το 2022 και αφορά σε:

- Εγκατάσταση βιολογικού καθαρισμού
- Εκσυγχρονισμό του τμήματος γιαιουριού
- Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr



Editorial

Παγκόσμιος φόρος über alles(!)

Πληθαίνουν τα δημοσιεύματα, σύμφωνα με τα οποία οι G7 είναι όλο και πιο κοντά στην αποδοχή και καθιέρωση ενός παγκόσμιου εταιρικού φόρου.

Την προηγούμενη εβδομάδα ήταν το Bloomberg, χθες ήρθε το Reuters να αναφέρει ότι η συμφωνία θα έχει επιτευχθεί έως τα τέλη Ιουλίου.

Δεν ξέρω πόσο εύκολο θα είναι αυτό τελικά.

Όσο, όμως, περνάει ο καιρός, κατανοώ ότι ο Biden, όταν το ανακοίνωσε, δεν το είπε από μόνος του.

Είναι κάτι παραπάνω από δεδομένο ότι είχε συζητήσει αυτή του την πρόταση με κάποιους εκ των υπολοίπων ηγετών.

Μένει να αποδειχθεί σε τι βαθμό ο συγκεκριμένος φόρος - αν τελικά συμφωνηθεί - θα επιτύχει τον στόχο του, που δεν είναι άλλος από το να διασφαλίσει συγκεκριμένα έσοδα στα κράτη (από τις εταιρείες, που έχουν παρουσία και έδρες σε αρκετά σημεία ανά τον κόσμο), ώστε να χρηματοδοτήσουν συγκεκριμένες δημόσιες επενδύσεις. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr

SECRETRÉCIPE

Νέο σχήμα με συνέταιρο - chef

Ο συγκεκριμένος επιχειρηματίας είναι από αυτούς, οι οποίοι επενδύουν εδώ και πολλά χρόνια στην εστίαση. Πριν από τρία χρόνια, και αφού είχε ταλαιπωρηθεί πολύ με κάποιους chef, οι οποίοι αρνούσαν να καταλάβουν την έννοια του business σε αυτό τον τομέα, μου είχε πει: "Αν δεν βάλεις συνέταιρο τον chef, για να δει από πρώτο χέρι τι εστί βερύκοκο σε ό,τι αφορά τα κόστη και την καθημερινότητα του εστιατορίου, δεν κάνεις προκοπή". Και, τελικά, σε αυτό το μοντέλο καταλήγει τώρα, που επανακάμπτει μετά από καιρό στην αθηναϊκή εστιατορική σκηνή. Μάλιστα, όπως πληροφορείται το FNB Daily, πρόκειται για ένα σχήμα, το οποίο θα κάνει αίσθηση. Περισσότερα, σύντομα...

Όλη η γεύση του καλού
στο ποτήρι σου



100%
ελληνικό
φρέσκο γάλα



Ελληνικό
Σήμα

• **SEPTEM**

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ CRAFT LAGER - ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Μια νέα κατηγορία μπίρας ανοίγει η μικρο-ζυθοποιία Septem, η οποία θα λανσάρει στα μέσα Ιουνίου craft lager μπίρα, που προορίζεται για την Ελλάδα και για το εξωτερικό. "Είναι ένα άκρως καλοκαιρινό προϊόν και ήδη έχουμε στείλει τις πρώτες ποσότητες στο δίκτυό μας στο εξωτερικό", αναφέρει στο Fnb Daily ο ιδιοκτήτης της Septem, Σοφοκλής Παναγιώτου, υπογραμμίζοντας ότι οι εξαγωγές έχουν επανέλθει σε ομαλότητα χάρη στο εμβολιαστικό πρόγραμμα.

INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες: 14
Κυριότερες αγορές
Αμερική
Αγγλία
Κύπρος
Ολλανδία
Γερμανία
%τζιρού: 25%



Σοφοκλής Παναγιώτου, Ιδιοκτήτης, Septem

ΔΥΝΑΜΙΚΑ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

"Υπάρχει τεράστια δυναμική σε συγκεκριμένες χώρες του εξωτερικού όπως είναι η Αγγλία και η Αμερική, όπου επιβεβαιώνεται η αποτελεσματικότητα του εμβολιασμού. Οι εισαγωγείς μας είναι πιο... ζωντοί σε θέμα παραγγελιών και σε θέμα επαναλήψεων σε σχέση με το παρελθόν, γιατί και οι δύο αγορές έχουν υψηλό ποσοστό εμβολιασμένων και η αγορά κινείται σε πολύ πιο ταχείες ρυθμούς ανάκαμψης. Το ίδιο παρατηρούμε και στην Ευρώπη, σε χώρες που τρέχουν κανονικά οι εξαγωγές", εξηγεί, συμπληρώνοντας ότι και στην υπόλοιπη Ευρώπη, οι εξαγωγές έχουν μπει σε ομαλό ρυθμό.

ΜΠΗΚΕ ΣΤΗΝ ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ

Δίνοντας μεγάλο βάρος στις εξαγωγές, η Septem πρόσφατα άνοιξε την αγορά της Σιγκαπούρης, ενώ ενδυνάμωσε και την παρουσία της στην Αμερική, όπου πλέον έχει εκπροσώπηση στην Ανατολική και την Δυτική Ακτή.

ΜΠΗΚΕ ΣΤΟ ΕΠΙΣΤΡΕΦΟΜΕΝΟ ΒΑΡΕΛΙ

Η ζυθοποιία συνεχίζει να υλοποιεί το επενδυτικό πρόγραμμα ύψους €200 χιλ. που ξεκίνησε στο lockdown και αφορά στην είσοδο της στην κατηγορία του επιστρεφόμενου βαρελιού.

"Ένα μεγάλο μέρος από τις μπίρες θα διατίθεται πλέον και σε επιστρεφόμενο βαρέλι, ανάπτυξη που συνεπάγεται επενδύσεις και σε μηχανές, αλλά και σε πάγιο εξοπλισμό, σε ανοξείδωτα βαρέλια", αναφέρει ο κ. Παναγιώτου.

Επίσης, ξεκινά από το φθινόπωρο νέο επενδυτικό πρόγραμμα που θα φθάσει μέχρι τις €700 χιλ., για την επέκταση των εγκαταστάσεων, το οποίο θα έχει ολοκληρωθεί μέχρι το πρώτο τετράμηνο του 2022.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΔΩΔΩΝΗ**

ΑΦΙΕΡΩΝΕΙ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΤΗΣ

Με ένα τηλεοπτικό spot η γαλακτοβιομηχανία Δωδώνη γιορτάζει την Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος, που έχει καθιερωθεί 1η Ιουνίου, θέλοντας έτσι να αναδείξει την προσφορά των ανθρώπων της. Παράλληλα, με αφορμή τον εορτασμό της Παγκόσμιας Ημέρας Γάλακτος, οι καταναλωτές που θα επισκεφτούν μεγάλες αλυσίδες supermarket καθ' όλη την διάρκεια του Ιουνίου, θα έχουν τη δυνατότητα να βρουν πολλά από τα προϊόντα Δωδώνη σε ειδικές προσφορές. Η Βίκυ Παπουτσάκη, Marketing Manager της εταιρείας, δήλωσε: "Για την οικογένεια της Δωδώνη, η Παγκόσμια ημέρα γάλακτος είναι μια ημέρα γιορτής. Φέτος, την γιορτάζουμε για 6η συνεχόμενη χρονιά και μέσα από μία ξεχωριστή διαφημιστική ταινία, την αφιερώσουμε στους ανθρώπους της Δωδώνη, για όλα όσα προσφέρουν στην εταιρεία καθημερινά".

Δείτε την τηλεοπτική καμπάνια [εδώ](#).





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

• **EPLO - COMPETE.GR**

ΕΝΩΝΟΥΝ ΤΙΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΤΟΥΣ

Μνημόνιο συνεργασίας υπεγράφη μεταξύ του Συμβουλίου της Ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας, εκπροσωπούμενο από τον Πρόεδρό του, Σίμο Αναστασόπουλο και την Γενική Διευθύντρια του, Βενετία Κουσία, και του Ινστιτούτου για την Βιώσιμη Ανάπτυξη του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Δημοσίου Δικαίου, εκπροσωπούμενο από τον Πρόεδρο του EPLO, Σπύρο Φλογαίτη και τον Σπύρο Κουβέλη, Διευθυντή του Ινστιτούτου. Στο μνημόνιο αυτό αποτυπώνεται η πρόθεση των δυο φορέων να συνεργαστούν για την προώθηση της Αειφόρου Ανάπτυξης και των Στόχων Αειφόρου Ανάπτυξης του ΟΗΕ (SDGs), της Πράσινης Συμφωνίας της ΕΕ και των αρχών του ESG (Περιβάλλον, Κοινωνία και Διακυβέρνηση) στις επιχειρήσεις και τις επενδύσεις στην Ελλάδα, ως μέσο για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας.

ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ

Το Ινστιτούτο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη συνεργάζεται και προωθεί συνέργειες με παγκοσμίως αναγνωρισμένα ιδρύματα και οργανισμούς και επικεντρώνεται στις μεγάλες προκλήσεις της εποχής μας σχετικά με την κλιματική αλλαγή,

το περιβάλλον, την αειφορία, μαζί με τα κοινωνικά θέματα που απορρέουν από αυτές τις προκλήσεις.

Η συνεργασία του Ινστιτούτου με φορείς του ιδιωτικού τομέα είναι ιδιαίτερα σημαντική και εξίσου αναγκαία με εκείνη που αφορά στους φορείς του Κράτους, με τους οποίους το Ινστιτούτο έχει ήδη πολύ καλή συνεργασία, ώστε η Βιώσιμη Ανάπτυξη να γίνει κεντρικό μέρος της στρατηγικής τους και να αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην Ευρώπη και τις διεθνείς αγορές.

Το Συμβούλιο της Ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας, με την εξειδίκευσή του σε θέματα ανταγωνιστικότητας, πρωτοστατεί σε κάθε πρωτοβουλία, προκειμένου η οικονομία της Ελλάδας να γίνεται πιο ανταγωνιστική και να προωθείται η κοινωνική ευημερία. Τα θέματα της αειφορίας αποτελούν, μαζί με την τεχνολογία, την αιχμή του δόρατος για τη βιώσιμη ανάπτυξη, με τη συνδρομή βεβαίως και του ανθρώπινου δυναμικού. Η υπογραφή του Μνημονίου ορίζει την απαρχή μιας μακράς επωφελούς συνεργασίας, και για τους δύο οργανισμούς, με κοινωνικό αντίκτυπο και με εξεύρεση λύσεων για τις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται τον τελευταίο χρόνο στην Ελλάδα, την Ευρώπη και παγκοσμίως.



Αλεξάνδρα Πίττα-Χαζάπη, Αντιπρόεδρος Δ.Σ. και Διευθύνουσα Σύμβουλος, Απτική-Πίπας

• **ΑΤΤΙΚΗ - ΠΙΤΤΑΣ**

ΚΑΘΕ ΜΕΛΙΣΣΑ ΕΙΝΑΙ ΒΑΣΙΛΙΣΣΑ

Η Απτική-Πίπας συνεχίζει την εκστρατεία της "Beecome a friend", που βάζει τη μέλισσα στο επίκεντρο. Αυτή τη φορά, με κεντρικό μήνυμα "Κάθε μέλισσα είναι βασίλισσα", το μέλι Απτική ανέδειξε το πολύτιμο έργο της μέλισσας και προώθησε ενέργειες για την ευαισθητοποίηση του κοινού για το περιβάλλον. Συγκεκριμένα, στις 20 Μαΐου, την παγκόσμια ημέρα της μέλισσας, ο επίκουρος καθηγητής μελισσοκομίας του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, Γεώργιος Γκόρας, εισήγαγε το κοινό στον μαγικό κόσμο της μέλισσας και απάντησε στις ερωτήσεις του. Η Αλεξάνδρα Πίττα-Χαζάπη, δήλωσε: "Έχει μεγάλη σημασία για εμάς να συνεργαζόμαστε με καθηγητές και ερευνητές της Μελισσοκομίας που μπορούν να μεταφέρουν την γνώση τους για την μέλισσα και το ελληνικό μέλι σε όλους απλά και καταντοτά, ώστε να αναγνωρισθεί η μεγάλη αξία τους".



• **COFFEE BUSINESS FORUM 2021**

Η ΚΑΦΕΣΤΙΑΣΗ ΜΕΤΑ ΤΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Πραγματοποιήθηκε το πρώτο Coffee Business Forum με κεντρικό θέμα "Η καφεστίαση μετά το άνοιγμα της αγοράς". Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, άνθρωποι από τον χώρο της καφεστίασης, αλλά και θεσμικοί και κυβερνητικοί παράγοντες, κλήθηκαν να περιγράψουν τα νέα δεδομένα και να μοιραστούν σκέψεις και ιδέες για το μέλλον, με



έναν και μοναδικό στόχο: την ενδυνάμωση της αγοράς και του κλάδου του καφέ, που

το προηγούμενο διάστημα άλλαξε άρδην και υπέστη "πλήγμα" λόγω του κορωνοϊού.



HORECA. OPEN

Powered by
FnB Daily

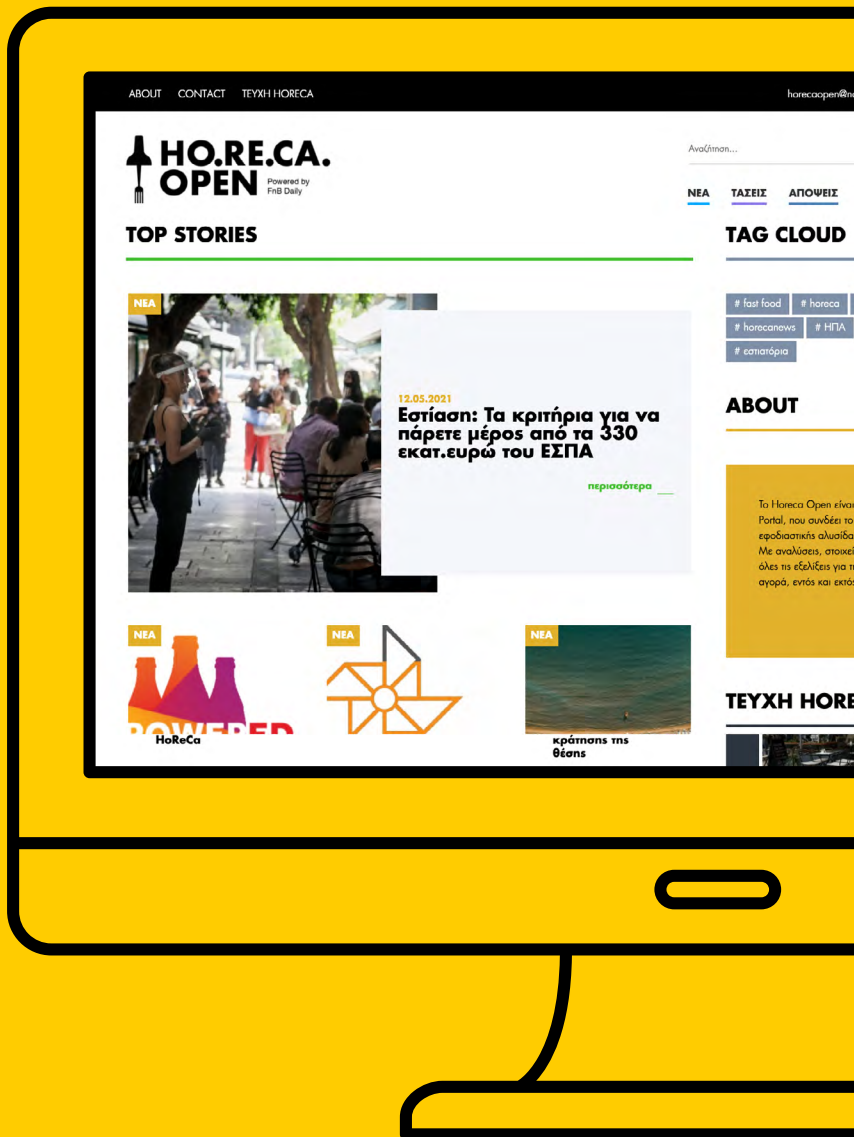
Το Horeca Open, καθημερινά, στο διαδίκτυο

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



• MOODY'S-JEFFERIES MONDELÉZ- CHIPITA: ΑΥΞΗΜΕΝΗ ΜΟΧΛΕΥΣΗ, ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ

Ως credit negative χαρακτηρίζει η Moody's για την Mondelēz International, την εξαγορά της Chipita έναντι \$2 δισ. Σύμφωνα με τον οίκο αξιολόγησης, η συναλλαγή θα διατηρήσει τη μόχλευση στο υψηλότερο επίπεδο του αναμενόμενου εύρους για την αξιολόγηση, που αποτελεί credit negative. Υποθέτοντας ότι η αγορά χρηματοδοτείται μέσω χρέους και δεν υπάρχουν συνέπειες, εκτιμά ότι η συμφωνία θα αυξήσει τη μόχλευση χρέους/EBITDA σε ελαφρώς πάνω από 4 φορές, από 3,8 φορές που ήταν την περίοδο που έληξε στις 31 Μαρτίου.

ΕΝΤΑΣΣΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Σύμφωνα με τον οίκο αξιολόγησης, η εξαγορά της Chipita εντάσσεται στον ευρύτερο σχεδιασμό της Mondelēz για εξαγορές, καθώς θέλει να αναπτυχθεί και μέχρι σήμερα έχει δαπανήσει περίπου \$4 δισ. σε εξαγορές από τον Απρίλιο του προηγούμενου έτους.

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ MONDELÉZ

Σύμφωνα με τους αναλυτές της Moody's, μέσω του deal, η Mondelēz στοχεύει σε:

- Ενίσχυση της ρευστότητάς της

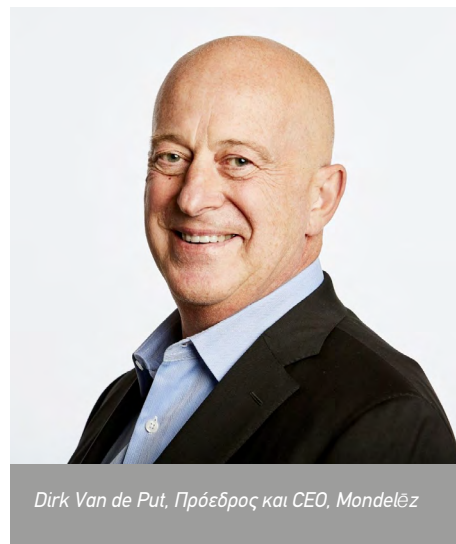


Σπύρος Θεοδωρόπουλος, επικεφαλής,
Chipita International

- Επέκταση σε νέα προϊόντα
- Λανσάρισμα των προϊόντων της Chipita σε όλο τον κόσμο
- Είσοδο σε περισσότερα snacks

ΔΕΝ ΕΠΗΡΕΑΖΕΤΑΙ Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Η αξιολόγηση Baa1 της Mondelēz και το σταθερό outlook δεν επηρεάζονται, "διότι αναμένουμε ότι η μόχλευση χρέους/EBITDA θα διαμορφωθεί στο ή κάτω του 4 μέσα σε 6-12 μήνες από την εξαγορά, η οποία βελτιώνει τη θέση της εταιρείας σε ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές", αναφέρει χαρακτηριστικά ο οίκος αξιολόγησης. Ο οίκος σημειώνει πως η Chipita έχει πάνω από 5.000 εργαζομένους, 13 εργοστάσια, δραστηριοποιείται σε πάνω από 50 αγορές του εξωτερικού και έχει πρόσβαση σε 2 δισ. καταναλωτές.



Dirk Van de Put, Πρόεδρος και CEO, Mondelēz

ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ Η JEFFERIES

Ο αναλυτής της Jefferies, Robert Dickerson, σημειώνει πως η ανάπτυξη της Mondelēz από το deal εξαγοράς της Chipita δεν θα προέλθει μόνο με την επέκταση της προϊοντικής της γκάμας, αλλά και με την αύξηση της παραγωγικής της ικανότητας. Όπως σημειώνει ο αναλυτής, η Chipita διαθέτει 13 εργοστάσια που θα χρησιμοποιηθούν και για την παραγωγή προϊόντων της Mondelēz. Επίσης, σημειώνει πως η εξαγορά αναμένεται να αυξήσει την κερδοφορία της Mondelēz 3,5 φορές των εσόδων του 2020 και 20 φορές του EBITDA του 2020, ενώ συστήνει για τη μετοχή της αμερικάνικης εταιρείας "buy", βάζοντας τον πήχη στα \$69 με δυνατότητα ανόδου 6,9%.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• D. VAN DE PUT (MONDELÉZ)

"WIN - WIN ΣΥΜΦΩΝΙΑ Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ CHIPITA"

Ως ένα deal που ωφελεί και τα δύο μέρη χαρακτηρίζει ο CEO της Mondelēz, Dirk Van de Put, την εξαγορά της Chipita του Σπύρου Θεοδωρόπουλου, μιλώντας στο "Mad Money with Jim Cramer" στο CNBC, λέγοντας ότι, πρόκειται για μια εταιρεία που τα έχει πάει πραγματικά καλά στα χρόνια που είναι στην αγορά και τα προϊόντα της έχουν προοπτικές σε όλον τον κόσμο, ειδικά στις αναδυόμενες αγορές.

"Η Chipita έχει μια πολύ ισχυρή ανοδική παρουσία στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, ενώ διαθέτει και ένα μεγάλο εύρος προϊόντων, το οποίο και εξάγει σε πάνω από 50 χώρες, προσεγγίζοντας περίπου 2 δισ. καταναλωτές", τόνισε και συμπλήρωσε, ότι η Mondelēz, ως μεγάλος παίκτης στα μπισκότα και τις σοκολάτες, μπορεί να "χτίσει" πάνω στη δραστηριότητα της Chipita, που είναι

στον τομέα αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής. Συγκεκριμένα, για τη συμφωνία, ο Dirk Van de Put ανέφερε ότι, η Mondelēz μπορεί να χρησιμοποιήσει τη διανομή της Chipita, όπως επίσης και να δημιουργήσει προϊόντα, συνδυάζοντας brands των δύο εταιρειών. "Φανταστείτε ένα κρουασάν με σοκολάτα Cadbury ή Milka", είπε χαρακτηριστικά. Συμπλήρωσε δε ότι η Mondelēz θα φέρει και τα προϊόντα της Chipita στον υπόλοιπο κόσμο.

ΤΟ DEAL

Όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily στις 27 Μαΐου, η Mondelēz International ανακοίνωσε τη συμφωνία για την εξαγορά της Chipita, "μιας εταιρείας με ηγετικό ρόλο και υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης στην κατηγορία προϊό-

νων 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.

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.

• ΗΑΕ-ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΡΩΤΑ ΣΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΡΑΣΙΑ ΑΠΟ ΝΩΠΑ ΣΤΑΦΥΛΙΑ

Κατά 22,6% προβλέπεται να μεγεθυνθούν συνολικά, οι πωλήσεις κρασιών στα ΗΑΕ έως το 2023, όπως αναφέρει το Γραφείο οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων της Πρεσβείας της Ελλάδας στο Ντουμπάι, με βάση τα στοιχεία του Euromonitor International, για τα μερίδια αγοράς επί αξίας των πωλήσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8. ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ ΣΤΑ ΗΑΕ, 2015-2019

4/ακ 10	Περιγραφή	2015 ΑΞΙΑ (ευρώ)	2015 ΠΟΣΟΤΗΤΑ (εκατ. λίτρα)	2016 ΑΞΙΑ (ευρώ)	2016 ΠΟΣΟΤΗΤΑ (εκατ. λίτρα)	2017 ΑΞΙΑ (ευρώ)	2017 ΠΟΣΟΤΗΤΑ (εκατ. λίτρα)	2018 ΑΞΙΑ (ευρώ)	2018 ΠΟΣΟΤΗΤΑ (εκατ. λίτρα)	2019 ΑΞΙΑ (ευρώ)	2019 ΠΟΣΟΤΗΤΑ (εκατ. λίτρα)	Μεταβολή 2019/2018 ΑΞΙΑ (ευρώ)	Μεταβολή 2019/2018 ΠΟΣΟΤΗΤΑ (εκατ. λίτρα)
2207	Λίαντα από βότανα	0	0	0	0	39.296	39.872	12.835	10.374	15.174	18.313	18.22	76.53
2204	Κρασιά από κυπάρισσο, στα οποία περιλαμβάνονται και τα εμπλουτισμένα με αλκοόλη κρασιά. Μείωση στασιμότητα που έχει υποστεί μικρή ζήτηση και που έχει αποκτηθεί αλκοόλ > 0,5% vol ή που έχει περιεχόμενο αποκτημένο αλκοόλ > 0,5% vol	25.492	12.484	65.958	37.169	83.787	40.838	40.249	17.015	197.589	32.185	390.92	89.16
2205	Βερμούτ και άλλα κρασιά από κυπάρισσο, παρασκευασμένα με τη συνήθεια φυλάξης εργασιμικών ουσιών	0	0	0	0	0	0	0	1.133	360			
2208	Άλλες αλκοόλες μη μετουσιωμένες, με κοφ. όγκο αλκοόλ < 80% vol, αποστάγματα, αρώματα βελούδι και άλλα συνθετικά ποτά (εκτός από συνθετικά αλκοολούχα ποτά που περιλαμβάνονται στο 2209)	58.408	47.808	47.872	20.929	37.524	9.441	42.841	26.313	67.944	29.501	59.34	12.12
2209	Λίαντα από βότανα	58.408	47.808	47.872	20.929	37.524	9.441	42.841	26.313	67.944	29.501	59.34	12.12

(Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΜΕΓΕΘΥΝΣΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΡΑΣΙΩΝ ΣΤΑ ΗΑΕ, 2018-2023**

ΕΙΔΟΣ ΚΡΑΣΙΟΥ	2018-2023 (CAGR) %		2018-2023 (ΣΥΝΟΛΟ) %	
	ΣΕ ΟΓΚΟ	ΣΕ ΑΞΙΑ	ΣΕ ΟΓΚΟ	ΣΕ ΑΞΙΑ
Fortified wine & vermouth	3,0	2,4	16,0	12,8
Non-grape wine	0,8	1,0	4,1	4,9
Sparkling wine	4,0	3,9	21,9	21,2
- Champagne	3,9	4,0	21,4	21,6
- Other sparkling wine	4,2	3,4	22,7	18,4
Still grape wine	3,9	4,4	21,1	24,3
- Red wine	4,0	4,5	21,8	24,5
- Rosé wine	4,5	5,4	24,4	29,9
- White wine	3,5	4,2	19,0	22,7
TOTAL WINE	3,9	4,2	20,9	22,6

ΠΗΓΗ: Euromonitor International, Wine in the UAE, January 2019.

* Μερίδια αγοράς επί αξίας πωλήσεων.

ΠΡΩΤΑ ΤΑ ΚΡΑΣΙΑ ΑΠΟ ΝΩΠΑ ΣΤΑΦΥΛΙΑ

Επιπλέον, σε ότι αφορά τις ελληνικές εξαγωγές αλκοολούχων στα ΗΑΕ το διάστημα 2015-2019, με βάση στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, διαπιστώνει κανείς ότι μεταξύ μπίρας, βερμούτ και αποσταγμάτων και άλλων οινοπνευματωδών, πρώτα είναι τα κρασιά από νωπά σταφύλια, στα οποία περιλαμβάνονται και τα εμπλουτισμένα με αλκοόλη κρασιά, με την αξία των εξαγωγών να ανέρχεται σε €197,589 και σε όγκο τα 32,185 κιλά.

ΟΙ ΚΥΡΙΟΙ ΠΑΙΚΤΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ

Σημειώνεται ότι κύριοι παίκτες της αγοράς, με βάση τα μερίδια επί όγκου πωλήσεων, είναι οι εξής:

Champaign

Moët & Chandon (30%)

Dom Perignon (29,3%)

Veuve Clicquot (22,1%)

Fortified wine & vermouth

Martini (Bacardi & Co.): 12,6%

Λοιπά: 87,4%

Sparkling wines

Hardys (Accolade Wines Ltd.): 3,9%

Prosecco Rustico (Nino Franco Spumanti): 3,2%,

Λοιπά: 92,9%

Non-grape wine

Hakutsuru (Hakutsuru Sake Brewing Co.): 16,8%

Hakkaisan (Hakkaisan Sake Brewery Co.): 15,0%

Dassai 39 (Asahi Shuzo Co.): 13,6%

Dassai 50 (Asahi Shuzo Co.): 11,6%

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

• CONTINENTE

ΑΝΟΙΞΕ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΗΣ AMAZON

Το πρώτο κατάστημα στα πρότυπα της Amazon άνοιξε η πορτογαλική αλυσίδα retail, Continente, υπό το brand Continente Labs στην Λισαβόνα.

Το καινούργιο αυτοματοποιημένο κατάστημα περίπου 15 τ.μ. βρίσκεται στο κέντρο της Λισαβόνας, είναι εξοπλισμένο με 230 κάμερες και περισσότερους από 400 αισθητήρες ραφιών, οι οποίοι μπορούν να καταγράψουν σχολαστικά τι παίρνουν οι πελάτες από το ράφι.

Το σύστημα μπορεί ακόμη και να εντοπίσει πότε οι πελάτες αφήνουν προϊόντα σε λάθος μέρος. "Είμαστε η πρώτη ευρωπαϊκή αλυσίδα retail που άνοιξε κατάστημα χωρίς ταμειακές μηχανές", λέει ο Frederico Santos, Διευθυντής καινοτομίας και ψηφί-



ακού μετασχηματισμού.

APP "CONTINENTE LABS"

Όσοι επιθυμούν να πραγματοποιήσουν αγορές στο νέο κατάστημα, πρέπει να κατεβάσουν την εφαρμογή Continente Labs και να σαρώσουν τον κωδικό QR που δημιουργεί-

ται από την εφαρμογή στην είσοδο του καταστήματος. Οι πελάτες μπορούν να επικεντρωθούν εξ ολοκλήρου στα ψώνια και όταν τελειώσουν, μπορούν απλά να βγουν έξω. Η πληρωμή πραγματοποιείται μέσω χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας που είναι συνδεδεμένη με την εφαρμογή.

Το Continente Labs είναι ανοιχτό από τις 12:00 έως τις 21:00, έξι ημέρες την εβδομάδα, περίπου έξι μέλη του προσωπικού είναι παρόντα στο κατάστημα για να παραλάβουν αγαθά, ράφια αποθήκευσης και να εξασφαλίσουν την υγιεινή και την ασφάλεια των εργασιών.

Προς το παρόν, η Continente δεν έχει συγκεκριμένα σχέδια για να ανοίξει επιπλέον καταστήματα.

• **COCKTAILS - TO - GO**

ΘΑ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ Η ΠΩΛΗΣΗ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ

Σε δεκαπέντε Πολιτείες των ΗΠΑ, τα εστιατόρια επιτρέπεται να πωλούν cocktails σε πακέτο και μετά την πανδημία, τη στιγμή που έξι επιπλέον Πολιτείες αποδέχτηκαν να επεκτείνουν το προσωρινό, κατά τα άλλα, μέτρο, τουλάχιστον μέχρι το 2022.

Θυμίζουμε ότι πριν την πανδημία, η πώλη-

ση cocktail σε πακέτο απαγορεύονταν από το σύνολο σχεδόν των εστιατορίων, με εξαιρέσεις στην Νέα Ορλεάνη. Ωστόσο όταν ξεκίνησαν τα πρώτα lockdowns, το take away και το delivery ενίσχυσε σημαντικά τον τζίρο των επιχειρήσεων εστίασης, με το αλκο-
όλ να είναι πρώτο σε πωλήσεις.



• **REWE**

ΑΠΟΕΠΕΝΔΥΕΙ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΕ ΑΥΣΤΡΙΑ ΚΑΙ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Συνεχίζει τις αποεπενδύσεις της η γνωστή αλυσίδα supermarket, Rewe, καθώς στον στρατηγικό της σχεδιασμό της έχει εντάξει την προσήλωση σε συγκεκριμένες αγορές και την επέκτασή της σε επιλεγμένες αγορές. Μετά την έξοδό της από την αγορά της Ουκρανίας, η αλυσίδα supermarket πουλάει στην Lenta το mega κατάστημά της στην πόλη Billa της Ρωσίας, για €215 εκατ. Η συναλλαγή αναμένεται να οριστικοποιηθεί το καλοκαίρι του 2021, αφού προηγουμένως εξασφαλίσει τις απαραίτητες εγκρίσεις από τις αρμόδιες Αρχές.

REBRANDING ΣΤΗΝ ΑΥΣΤΡΙΑ

Η Rewe την ίδια στιγμή, προχωρά σε rebranding της θυγατρικής της στην Αυστρία Merkur σε...Billa Plus. Στην προσπάθεια αυτή επιστρατεύονται:

- Αλλαγή logo
 - Εκτεταμένη διαφήμιση στα social media
 - Αλλαγές στις διαφημίσεις
- Η Rewe έχει 144 καταστήματα στην Αυστρία.

ΑΚΟΜΗ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ

Στόχος της εταιρείας είναι να αρχίσει να χτυπά τον ανταγωνισμό με ακόμη χαμηλότερες τιμές σε μια σειρά προϊόντων στην αυστριακή αγορά, με στόχο να αυξήσει τα μερίδια αγοράς της. Η αγορά της Αυστρίας είναι κομβικής σημασίας για την αλυσίδα, γιατί καταγράφει ετήσια ανάπτυξη από το 2019 άνω του 3%.

ΠΑΝΩ ΑΠΟ \$830 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ

Η εταιρεία αναμένεται να επενδύσει έως το 2029 πάνω από \$830 εκατ. στην αγορά της Ρουμανίας, με στόχο να αυξήσει τον τζίρο της στην εν λόγω αγορά, η οποία το 2020 κατέγραψε αύξηση κύκλου εργασιών 19%. Το πλάνο της εταιρείας περιλαμβάνει από επενδύσεις σε νέα καταστήματα έως και εξαγορές μικρότερων αλυσίδων.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• **ΔΕΛΤΑ**

ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Σήμερα είναι η Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος και η ΔΕΛΤΑ τη γιορτάζει φέτος με μια διπλή δράση - προσφορά στα παιδιά. Πιο συγκεκριμένα, στηρίζει Το Χαμόγελο του Παιδιού, καλύπτοντας πανελλαδικά τις ανάγκες σε γάλα για τα παιδιά που μεγαλώνουν στα 10 σπίτια του οργανισμού, ενώ παράλληλα, προσφέρει σε 500 παιδιά την ευκαιρία να απολαύσουν διαδικτυακά την παράσταση "Ο μικρός Πρίγκιπας", στο πλαίσιο ενός μεγάλου διαγωνισμού. Επιπλέον, σε μια ειδική παράσταση για τα παιδιά των εργαζόμενων και συνεργατών της, φιλοξενεί και περισσότερα από 400 παιδιά από τα σπίτια του οργανισμού το Χαμόγελο του Παιδιού, τα Κέντρα Στήριξης Παιδιού & Οικογένειας και το ογκολογικό τμήμα του νοσοκομείου Παίδων, καθώς και από 9 φορείς που στηρίζει η Ένωση "Μαζί για το Παιδί", για να απολαύσουν και εκείνα την παράσταση από κάθε γωνιά της χώρας.



• **COCA COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ - COCA COLA HELLAS**

ΝΕΟΣ ΚΥΚΛΟΣ UPSKILLING ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ ΓΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ ΣΕ ΕΣΤΙΑΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ξεκίνησε ο νέος κύκλος δωρεάν upskilling σεμιναρίων για τους εργαζόμενους του κλάδου εστίασης και του τουρισμού, που υλοποιείται από την Coca-Cola Τρία Έψιλον και την Coca-Cola Hellas, με στρατηγικό συνεργάτη το kariera.gr. Οι συμμετέχοντες θα έχουν τη δυνατότητα να εκπαιδευτούν μέσω live digital sessions από εξειδικευμένους επαγγελματίες της αγοράς σε δεξιότητες απαραίτητες για τη νέα εποχή του κλάδου.



HORECA EMPOWERED

– ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

- 31/05-18:00- NOLAN: An Entrepreneurial Success Story
- 1/6 - 17:30 - The Art of Making Coffee
- 1/6 - 19:00 - Bar Management: Equipment & Cocktails Techniques
- 2/6 - 18:00 - Digital Marketing: Social Selling
- 2/6 - 19:30 - Project Management Fundamentals
- 3/6 - 17:30 - Πώς να αναπτύξεις μια επιτυχημένη επαγγελματική ταυτότητα;
- 3/6 - 19:30 - Digital Marketing: Content & Community Management
- 4/6 - 18:00 - Essential Soft Skills for Hospitality and Tourism Careers

Για περισσότερες πληροφορίες [εδώ](#).

• **Γ.Γ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ**

ΣΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΣΤΑΜΠΟΥΛΙΔΗ Ο ΣΩΤΗΡΗΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ

Με τον Γενικό Γραμματέα Εμπορίου & Προστασίας του Καταναλωτή, Παναγιώτη Σταμπουλίδη, ο οποίος του υπέβαλε την παραίτησή του, συναντήθηκε χθες ο Υπουργός Ανάπτυξης & Επενδύσεων, Άδωνις Γεωργιάδης. Στη συνάντηση παρέστη ο Σωτήρης Αναγνωστόπουλος, ο οποίος ανέλαβε από χθες χρέη Γενικού Γραμματέα Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή.

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΩΤΗΡΗΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ

Ο Σωτήρης Αναγνωστόπουλος είναι διπλωματούχος Πολιτικός Μηχανικός του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, απόφοιτος του Τμήματος Δημόσιας Διοίκησης του Παντείου Πανεπιστημίου και απόφοιτος της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης. Είναι κάτοχος μεταπτυχιακών τίτλων

σπουδών στο πεδίο του Δομοστατικού Σχεδιασμού των Κατασκευών και στο πεδίο της Διαχείρισης Έργων (Project Management), καθώς και υπότροφος του Ιδρύματος Αλέξανδρος Ωνάσης.

Έχει εργαστεί ως Πολιτικός Μηχανικός, έχει διατελέσει ανώτερο υπηρεσιακό στέλεχος του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων κατόπιν της αποφοίτησής του από την Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης, στον τομέα των Δημοσίων Συμβάσεων, συμμετέχοντας στον σχεδιασμό και τις διαδικασίες ανάθεσης σημαντικού πλήθους και υψηλού οικονομικού αντικειμένου δημοσίων συμβάσεων.

Από τον Οκτώβριο του 2019 εργάστηκε ως επιστημονικός συνεργάτης του Γενικού Γραμματέα Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή.



• **L' ARTIGIANO** **ΞΕΚΙΝΑ ΝΕΑ** **ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ** **ΜΕ ΓΝΩΣΤΟΥΣ** **STREAMERS** **ΚΑΙ GAMERS**

Μια νέα συνεργασία με γνωστούς streamers και gamers εγκαινίασε η l'artigiano, με στόχο την αμεσότερη επαφή με το νεανικό ανδρικό κοινό και την επιδίωξη του brand να καθιερωθεί ως "top of mind", στη συνεχώς αναπτυσσόμενη κοινότητα των gamers.

Ειδικότερα, η l'artigiano θα είναι χορηγός σε μεγάλα streaming events, που γίνονται σε μηνιαία βάση, διοργανώνοντας ταυτόχρονα και διαγωνισμούς. Παράλληλα, θα προσφέρει στους gamers σε γνωστές πλατφόρμες προνόμια και ειδικές προσφορές για να απολαμβάνουν τις πίστες της.



Παναγιώτης Σταμπουλίδης, Άδωνις Γεωργιάδης, Σωτήρης Αναγνωστόπουλος

• **GREEKEXPONENTS**

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ ΣΗΜΑ V-LABEL ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΚΟΙΤΑΖΕΙ ΡΟΥΜΑΝΙΑ ΓΙΑ HALAL & KOSHER

Την ανάπτυξη της αγοράς της Ρουμανίας για τις πιστοποιήσεις halal και kosher σχεδιάζει, μεταξύ άλλων, η Greekeports, ο επίσημος πάροχος των εν λόγω πιστοποιήσεων, αλλά και του σήματος V-Label στην Ελλάδα.

"Θέλουμε να εφοδιάσουμε τους βασικούς εξαγωγείς της χώρας με πιστοποιήσεις που να τους επιτρέπουν να μπουν σε ειδικές αγορές, όπως είναι οι θρησκευτικές και οι vegan (vegetarians, flexitarians) που βάσει ερευνών αποτελούν την ομάδα που κάνει το 90% της κατανάλωσης των plant-based προϊόντων στην Ευρώπη", αναφέρει στο FNB

Daily ο Θωμάς Βασσάρας, επικεφαλής της Greekeports, συμπληρώνοντας ότι η εταιρεία, ειδικά για halal και kosher, έχει αρμοδιότητα και για τις αγορές Βουλγαρίας και Αλβανίας. Σημειώνεται ότι η Greekeports είναι μια συμβουλευτική εταιρεία εξαγωγών που τα τελευταία χρόνια παρέχει συγκεκριμένες υπηρεσίες για τον κλάδο τροφίμων και πιο συγκεκριμένα πιστοποιήσεις ειδικού τύπου, όπως halal και kosher.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ TÜV HELLAS (TÜV NORD)

Σε ό,τι αφορά το V-Label, η Greekeports, που είναι ο επίσημος πάροχος του V-Label σε Ελλάδα, Κύπρο, Βόρεια Μακεδονία και Κόσοβο, συνεργάζεται με την TÜV Hellas (TÜV Nord), πιστοποιώντας την ορθή χρήση του σήματος για την επισήμανση προϊόντων και υπηρεσιών για προϊόντα vegan και vegetarian στη χώρα.

"Μέσα από την εν λόγω συνεργασία η TÜV Hellas θα κάνει την επιθεώρηση στις μονά-

δες, που είναι πιστοποιημένες, προκειμένου να επιβεβαιώνονται η ορθή χρήση των προτύπων vegan και vegetarian αντίστοιχα", εξηγεί ο κ. Βασσάρας, διευκρινίζοντας ότι η επιβεβαίωση των ορθών πρακτικών στις άλλες δύο πιστοποιήσεις γίνεται από ραβίνο και μουσουλμάνο επιθεωρητή.



Θωμάς Βασσάρας, Επικεφαλής, Greekeports

ΔΥΝΑΜΙΚΑ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΜΕΝΗ Η V-LABEL ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Σύμφωνα με τον ίδιο, και οι τρεις πιστοποιήσεις αναπτύσσονται ανοδικά, ωστόσο το σήμα V-Label, που έχει τις πιστοποιήσεις vegan και vegetarian, εμφανίζει

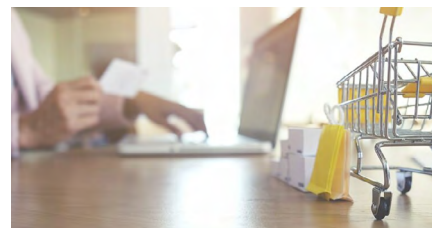
ιδιαίτερη δυναμική.

"Παρέχουμε halal από το 2013 και kosher από το 2015 και μέχρι τώρα έχουμε πιστοποιήσει περίπου 100 εταιρείες για το κάθε ένα. Το V-Label είναι από το 2020. Στην αρχή της πανδημίας είχαμε πιστοποιήσει 10 εταιρείες, ενώ τώρα κοντεύουμε τις 40. Βλέπουμε λοιπόν ότι είναι εξαιρετικά δυναμικά αναπτυσσόμενη η ανάγκη της αγοράς για προϊόντα πιστοποιημένα φυτικής προέλευσης για πολλές κατηγορίες τροφίμων".

ΤΑΣΗ ΤΑ VEGETERIAN ΤΥΡΙΑ

Κατέληξε λέγοντας, ότι μια τάση που η V-Label μπορεί να εξυπηρετήσει είναι τα vegetarian τυριά, τα οποία είναι πιστοποιημένα ως τέτοια, γιατί, ενώ παράγονται από γάλα, ωστόσο δεν χρησιμοποιείται ζωική πυτιά, αλλά πυτιά μικροβιακής προέλευσης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• EUROMONITOR-ΕΛΛΑΔΑ ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΙ ΣΤΡΕΦΟΝΤΑΙ ΣΤΟ E-COMMERCE ΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ

Ευρύτερες ανακατατάξεις στις καταναλωτικές συνήθειες δημιούργησε η πανδημική κρίση στην ελληνική αγορά. Η αύξηση της κατανάλωσης μέσω διαδικτυακών παραγγελιών (e-commerce) στη χώρα μας δεν είναι ένα παροδικό φαινόμενο, ιδιαίτερα για παραγγελίες τροφίμων και ποτών, σύμφωνα με το Euromonitor. Σύμφωνα με την έρευνα, στη χώρα μας οι διαδικτυακές πωλήσεις έχουν διπλασιάσει ήδη, την αξία τους.

ΣΤΡΟΦΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΥΣ

Στα αξιοσημείωτα της έρευνας είναι το γεγονός πως, όχι μόνο οι νεότερες ηλικίες προτιμούν το e-commerce για ποτά και τρόφιμα, αλλά και οι μεγαλύτερες γενιές έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές δυνατότητες παραγγελιών.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΓΙΑ ΦΕΤΟΣ

Η έρευνα θεωρεί πως η ανάπτυξη του e-commerce στη χώρα μας θα συνεχιστεί και φέτος, ωστόσο χωρίς να παρατηρείται η εκρηκτική άνοδος που σημειώθηκε το 2020. Η τάση θα συνεχίσει να υφίσταται και έως το 2025 θα αυξάνεται σταδιακά η αξία των ηλεκτρονικών συναλλαγών στη χώρα μας.

ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΤΑ SUPERMARKETS

Όπως αναφέρει η έρευνα, τα supermarkets αναμένεται να κάνουν περαιτέρω κινήσεις για να ενισχύσουν το e-commerce τους, καθώς θέλουν να αυξήσουν τα μερίδιά τους σε αυτή την αγορά. Ως παράδειγμα εμφανίζεται η Σκλαβενίτης που μπήκε πρόσφατα στο e-commerce. Μάλιστα, αναμένονται στον κλάδο του retail και άλλες συνεργασίες και συνέργειες με στόχο την ανάπτυξη του e-commerce.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr



• KANTAR ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ Η ΚΑΝΟΝΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΒΡΕΤΑΝΙΚΑ SUPERMARKETS

Μικρή πτώση της τάξης του 0,4% κατέγραψε η βρετανική αγορά supermarkets στις 12 εβδομάδες έως τις 16 Μαΐου, σύμφωνα με τα τελευταία αποτελέσματα της Kantar, μείωση που αντικατοπτρίζει κατά βάση, την άτυχη φετινή σύγκριση με τα ρεκόρ του 2020 στο ξεκίνημα της πανδημίας COVID-19.

Σύμφωνα με την Lucy Ingram, Retail Analyst της RetailAnalysis/IGD, η άρση των περισσότερων περιοριστικών μέτρων και η εφαρμογή του εμβολιαστικού προγράμματος επηρέασαν περαιτέρω τις πωλήσεις, με τους καταναλωτές να αρχίζουν να επιστρέφουν στις προ πανδημίας αγοραστικές τους συνήθειες.

+£3,8 ΔΙΣ. ΣΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ 2019

Παρ' όλα αυτά, οι πωλήσεις παραμένουν σημαντικά υψηλότερες από τα επίπεδα του 2019, με επιπλέον £3,8 δισ. που δαπανήθηκαν τους τελευταίους τρεις μήνες, σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα πριν από δύο χρόνια.

Ο πληθωρισμός στα είδη grocery είναι τώρα στο -1,2%, με τις LfL τιμές να είναι χαμηλότερες από το αντίστοιχο διάστημα του 2020. Μάλιστα, πρόκειται για την ταχύτερη πτώση τιμών από τον Αύγουστο του 2016.

58 ΕΚΑΤ. ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ

Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών αυξάνεται, καθώς ο κόσμος πραγματοποίησε 58 εκατομμύρια περισσότερες επισκέψεις στα supermarkets κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, από ό,τι τον Μάιο του 2020. Η μεγαλύτερη ανάπτυξη καταγράφηκε στο Λονδίνο, όπου οι επισκέψεις των καταναλωτών αυξήθηκαν περισσότερο από 25%. Ωστόσο τα μεγέθη των καλαθιών και η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη συνέχισαν να μειώνονται, καθώς οι καταναλωτές απομακρύνθηκαν από τα μεγάλα καταστήματα. Η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη κατά τη διάρκεια του μήνα (έως τις 16 Μαΐου) ήταν £22,82, το χαμηλότερο από τον Μάρτιο του 2020. Με τα περιοριστικά μέτρα να χαλαρώνουν περισσότερο, ο κόσμος μπορεί να πηγαίνει σε εστιατόρια, παμπ και καφετέριες, με τους αναλυτές να αναμένουν περαιτέρω

DATA - Μεριδία αγοράς

Εταιρεία	12 εβδομάδες μέχρι 17/5/2020	12 εβδομάδες μέχρι 16/5/2021	Ανάπτυξη τζίρου (σε ετήσια βάση)	Ανάπτυξη τζίρου (σε διετή βάση)
Tesco	26,90%	27,00%	0,00%	12,70%
Sainsbury's	15,00%	15,10%	0,70%	13,30%
Asda	14,10%	14,40%	1,90%	8,50%
Morrisons	9,90%	10,00%	0,30%	10,20%
Aldi	7,70%	8,10%	5,20%	16,20%
Co-op	7,00%	6,20%	-12,10%	15,00%
Lidl	5,90%	6,20%	4,60%	21,80%
Waitrose	5,00%	5,10%	2,10%	14,80%
Iceland	2,40%	2,30%	-5,30%	21,60%
Ocado	1,60%	1,80%	15,40%	52,90%

Πηγή: Kantar



υποχώρηση στον τζίρο των supermarkets τους επόμενους μήνες.

Η ΑΛΛΑΓΗ ΤΩΝ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΟΛΑ ΤΑ ΚΑΝΑΛΙΑ

Αυτή η σταδιακή επιστροφή στις προ πανδημικές συνήθειες επηρεάζει όλα τα κανάλια.

- Οι καταναλωτές χρησιμοποιούν και πάλι πολλά κανάλια, κάτι που ωφελεί περισσότερο τους discounters
- Ψωνίζουν περισσότερο από το σπίτι, επηρεάζοντας αρνητικά το convenience κανάλι
- Υπάρχει επίσης, λιγότερη ανάγκη για αποθεματοποίηση, μειώνοντας τη ζήτηση για κατεψυγμένα τρόφιμα, που αντικατοπτρίζεται σαφώς στις πωλήσεις της αλυσίδας Iceland κατά -5,3%

ΤΟ CONVENIENCE CHANNEL... ΥΠΟΦΕΡΕΙ

Το ίδιο διάστημα πέρυσι, βλέπαμε ανθρώπους να ψωνίζουν όσο το δυνατόν σε πιο τοπικά σημεία πώλησης, λόγω των αυστηρών περιορισμών και των μεγάλων ουρών που υπήρχαν στα μεγαλύτερα καταστήματα. Φέτος, καθώς υπάρχει μεγαλύτερη ευελιξία κίνησης και τα μεγάλα καταστήματα είναι σε θέση να υποστηρίξουν shopping... κοινωνικών αποστάσεων, τα μικρότερα καταστήματα αρχίζουν να βλέπουν τα κέρδη τους να μειώνονται. Ανεξάρτητα καταστήματα ψιλικών ειδών και μικρότερα formats των μεγάλων αλυσίδων, αντιπροσώπευαν το 12,5% των πωλήσεων κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, από 14,9% τον Μάιο του 2020.

Παρ' όλα αυτά, οι πωλήσεις στα Co-op παραμένουν με διψήφια αύξηση σε σχέση με τις πωλήσεις του 2019. Στο μέλλον πάντως, αυτοί οι retailers μπορεί να επωφεληθούν από τη μεγαλύτερη κατανάλωση στο food-to-go.

ΟΙ DISCOUNTERS ΒΛΕΠΟΥΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Οι καταναλωτές αρχίζουν ξανά να χρησιμοποιούν πολλαπλά κανάλια, εξέλιξη η οποία οδήγησε σε αύξηση του μεριδίου αγοράς, τόσο για την Aldi, όσο και για την Lidl. Και οι δύο discounters αυξήθηκαν πάνω από το μέσο όρο της αγοράς: η Aldi κατά 5,2% και η Lidl κατά 4,6%.

ΠΑΡΑΜΕΝΟΥΝ ΥΨΗΛΕΣ ΟΙ ONLINE ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΛΛΑ ΕΠΙΒΡΑΔΥΝΟΝΤΑΙ

Η Ocado παρέμεινε ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος retailer, κερδίζοντας 0,2 εκατοστιαίες μονάδες κατά την τελευταία εξεταζόμενη περίοδο, με το μερίδιό της να φτάνει στο 1,8%. Ωστόσο οι πωλήσεις της επιβραδύνθηκαν στο 15,4% (σε ετήσια βάση), από 27,5% την αμέσως προηγούμενη περίοδο αναφοράς, λόγω της σύγκρισης με το περυσινό boom στον κλάδο ελέω πανδημίας.

Το ποσοστό των online πωλήσεων των supermarkets παραμένει πολύ υψηλότερο από τα επίπεδα του 2019, αλλά μειώθηκε από 13,9% τον Απρίλιο σε 13,4%.

ΟΙ BIG FOUR ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ ΜΕΡΙΔΙΑ

Οι αλυσίδες Big Four κέρδισαν μερίδιο αγοράς κατά 0,1 ποσοστιαίες μονάδες, με την ανάπτυξη των πωλήσεων να καταγράφεται ως εξής:

- Asda: + 1,9%
- Sainsbury's: + 0,7%
- Morrisons + 0,3%
- Tesco: 0%

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **MONTEROCK**

ΟΙ ΝΕΕΣ ΜΠΙΖΝΕΣ ΤΟΥ ΠΕΤΡΟΥ ΣΤΑΘΗ ΣΤΗΝ ΣΕΡΒΙΑ – ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ ΣΕ F&B ΚΑΙ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ

Ο Έλληνας επιχειρηματίας, Πέτρος Στάθης, γνωστός σε πολλούς και από το πέρασμά του από την προεδρία της ΑΕΚ, ανακοίνωσε, πριν από μερικές ημέρες, ότι σκοπεύει να ξεκινήσει επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Σερβία, προχωρώντας παράλληλα, στην πώληση της Universal Capital Bank που έχει έδρα την Ποντογκόριτσα. Ο κ. Στάθης θεωρεί πολύ εντυπωσιακή την ανάπτυξη του Βελιγραδίου, όπου σκοπεύει να ανοίξει ένα exclusive εστιατόριο. Παράλληλα, ενδιαφέρεται να συμμετάσχει στο mega project της σερβικής πρωτεύουσας, στο Belgrade Waterfront.

INFO – BELGRADE WATERFRONT

Προϋπολογισμός: \$3 δισ.

Κατοικίες: 7.000

Κάτοικοι: 14.000

Μικτή περιοχή κατασκευών: 1,8 εκατ. τ.μ.

Τιμή: €2.950 / τ.μ.

Έχουν ήδη πουληθεί: 4 κτίρια κατοικιών (με περίπου 870 διαμερίσματα)



Belgrade Waterfront

ΑΛΛΑΞΕ ΤΟ... ΚΛΙΜΑ ΣΤΟ ΜΑΥΡΟΒΟΥΝΙΟ

Σε ό,τι αφορά την πρόθεσή του να προχωρήσει στην πώληση της Universal Capital Bank – πρώην FBB του Βίκτωρα Ρέστη, ο οποίος παραχώρησε στη συνέχεια τις μετοχές του στον επί ετών συνεργάτη του, Πέτρο Στάθη – ο επιχειρηματίας υπογράμμισε ότι δεν αισθάνεται

πλέον ευπρόσδεκτος στο Μαυροβούνιο, ότι δεν έχει σεβασμό εδώ και πολύ καιρό και ότι λυπάται. Αποκάλυψε σε Μέσα ότι είχε συμφωνήσει σε ένα deal με έναν πολύ σοβαρό Ιταλό επενδυτή, αλλά το είχε αναβάλει, ενώ είχε εκδηλώσει την επιθυμία να πουλήσει και την Aman Sveti Stefan, δείγμα της αλλαγής κλίματος στη συγκεκριμένη χώρα, όπου τα προηγούμενα χρόνια η επενδυτική εταιρεία συμμετοχών, MonteRock International, είχε προχωρήσει σε σημαντικές επενδύσεις.

INFO – F&B

Nammos Riyadh

Nammos Dubai

COYA Mykonos

NOBU Montenegro

ΠΑΝΩ ΑΠΟ €20 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Ειδικά για το εστιατόριο Nammos στο Ντουμπάι, ο κ. Στάθης ανέφερε ότι πραγματοποίησε πωλήσεις άνω των €20 εκατ. το πρώτο τετράμηνο του 2021, παρά τα μέτρα για την COVID-19, το Ραμαζάνι και το γεγονός ότι δεν υπήρχε χωρίς ζωντανή μουσική.



Nammos Dubai

ΤΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ PROJECTS

Στα επόμενα projects που αφορούν στον κλάδο F&B και αναψυχής, η εταιρεία ετοιμάζει:



Πέτρος Στάθης, CEO, Monterock International

- Ένα νέο ξενοδοχείο και εστιατόριο Nobu
- Δύο νέα Nammos
- Ένα νέο εστιατόριο στο Βελιγράδι
- Δύο νέα resorts, One & Only
- Ένα νέο resort και ένα upstate New York για την αλυσίδα Aman

ΤΟ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟ PORTFOLIO

Θυμίζουμε ότι το υφιστάμενο χαρτοφυλάκιο της MonteRock International στους παραπάνω κλάδους, περιλαμβάνει:

F&B

Nammos Riyadh

Nammos Dubai

COYA Mykonos

NOBU Montenegro

Φιλοξενία

Aman Sveti Stefan

Aman Venice

NOBU Montenegro

Durmitor Hotel and Villas

Adriatic Properties

DANAE Suites

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr