

WE MEET AGAIN



PROMO SOLUTION LEADS
THE GREEK FOOD COMMUNITY TO
YET ANOTHER ANUGA



WE EAT AGAIN

THE GREEK FINEST

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΠΕΜΠΤΗ 09 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1290



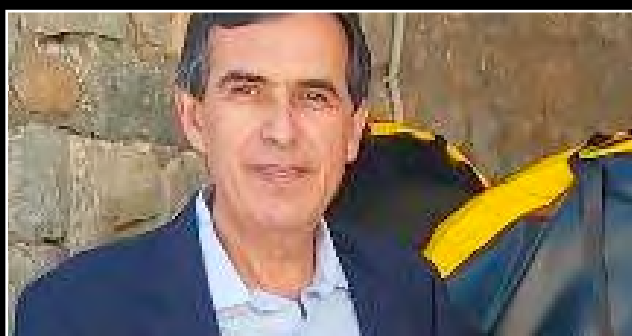
• GOODY'S

Γιατί επιστρέφουν στην Κύπρο
– Ποιοι θα τρέξουν την επέκταση του δικτύου



• IONIKI

Άνω των €2 εκατ. το φετινό EBITDA
– Στα €20 εκατ. η επένδυση στην Σίνδο



• VIVARTIA

Γιατί αύξησε στο 75% τη συμμετοχή της
σε Ελληνική Ζύμη και Άλεσις



• MERE

Οι αυξήσεις στα τρόφιμα...
φρενάρουν τα εγκαίνια

EDITORIAL: Η πάλη των τάσεων

SECRET RECIPE: Θετικά στοιχεία, αισιόδοξες εκτιμήσεις

POWERED BY **HO.RE.CA. OPEN**
Powered by FNB Daily

• GOODY'S ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΣΤΡΕΦΟΥΝ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ – ΠΟΙΟΙ ΘΑ ΤΡΕΞΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ

Γεγονός αποτελεί η επιστροφή των Goody's στην Κύπρο μετά από διάστημα απουσίας έξι ετών. Σύμφωνα με ασφαλείς πληροφορίες, η επιστροφή αυτή, είναι απόρροια δύο βασικών παραγόντων:

- Της ανοδικής πορείας που καταγράφει ο τομέας της εστίασης στην Κύπρο, τόσο σε ό,τι αφορά το dine in, όσο και το take away/ delivery
- της δυναμικής επενδυτικής ομάδας που ανέλαβε το master franchise για τη χώρα, δημιουργώντας συνθήκες και προϋποθέσεις για την επάνοδο της "αγαπημένης μάρκας των Κυπρίων", όπως αναφέρουν οι ίδιες πηγές, με βάση και τα πρώτα μηνύματα που τους έρχονται από εκατοντάδες καταναλωτές σε social media

ΣΤΟΧΟΣ Η ΠΑΓΚΥΠΡΙΑΚΗ ΚΑΛΥΨΗ

Μέσα στο α' τρίμηνο του 2022, αναμένεται να ανοίξει στο νησί το πρώτο Goody's Burger House στην Λεμεσό, θα ακολουθήσει δεύτερο στην Λευκωσία, ενώ στα σχέδια της επενδυτικής ομάδας που έχει αναλάβει το master franchise περιλαμβάνεται η ταχεία ανάπτυξη του δικτύου με στόχο την παγκυπριακή κάλυψη. Πληροφορίες από την Κύπρο έχουν αναφορές για άνοιγμα μέχρι και 10 καταστημάτων μέσα στα επόμενα χρόνια.

Αξίζει να σημειωθεί πως, στην οικονομική έκθεση του ομίλου Vivartia για το 2020, αναφερόταν ότι, "η ανάπτυξη

εκτός Ελλάδας θα συνεχιστεί με ανάπτυξη καταστημάτων Goody's Burger House σε Κύπρο και Σαουδική Αραβία, του σήματος Flocafe Espresso Room σε Κατάρ και ενός ακόμα σημείου σε εμπορικό κέντρο στο Κουβέιτ, καθώς στα εν λόγω έργα υπήρξε καθυστέρηση λόγω των συνεπειών της πανδημίας".

Η ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ

Η επενδυτική ομάδα που ανέλαβε το master franchise αποτελείται από τους:

- Ν. Παπαγεωργίου
- Π. Γαϊτανίδη
- Οικογένειες Χριστοδουλίδη και Μιχαηλίδη

ΑΣΧΗΜΟ ΤΕΛΟΣ ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ

Θυμίζουμε ότι, το πρώτο κατάστημα Goody's στην Κύπρο είχε λειτουργήσει το 1997, ενώ μέχρι το 2015, οπότε και η αλυσίδα αποχώρησε από το νησί λόγω οικονομικών προβλημάτων της εταιρείας που είχε την ευθύνη των εμπορικών σημάτων, λειτουργούσαν συνολικά πέντε εστιατόρια.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

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

Editorial

Η πάλη των τάσεων

Επανέρχομαι στο μείζον θέμα των ανατιμήσεων των πρώτων υλών και του μεταφορικού κόστους, το οποίο θα συζητάμε σίγουρα έως το τέλος του έτους (μακάρι να διαψευστώ, αλλά αυτή είναι η εκτίμηση αυτή τη στιγμή). Οι επιπτώσεις της όλης κατάστασης στην πορεία και τα οικονομικά αποτελέσματα των επιχειρήσεων αφορούν κυρίως στο περιθώριο κέρδους τους. Κι αυτό, διότι απορροφούν αυτή την αύξηση του κόστους, επειδή είτε ακολουθούν συγκεκριμένη πολιτική απέναντι στους πελάτες τους (μέχρι νεοτέρας, όσο δηλαδή αντέξουν), είτε διότι δεν έχουν ακόμα προλάβει να μετακυλίσουν το κόστος αυτό στις τελικές τιμές.

Σε κάθε περίπτωση, το σημαντικό είναι - από την άλλη πλευρά -, και το οποίο λειτουργεί ως αντίβαρο σε όλο αυτό για την οικονομία, ότι καταγράφεται αύξηση της ζήτησης, τόσο εντός, όσο και εκτός συνόρων.

Το ζητούμενο είναι ποια από τις δύο τάσεις θα υπερισχύσει της άλλης, και, κυρίως, αν τα αυξημένα κόστη των πρώτων υλών θα διατηρηθούν για τέτοιο χρονικό διάστημα, που θα οδηγήσουν σε συμπίεση της καταναλωτικής ζήτησης.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Θετικά στοιχεία, αισιόδοξες εκτιμήσεις

Αισιόδοξα είναι τα μηνύματα, τα οποία έρχονται από την αγορά του κέντρου της Αθήνας, σχετικά με το πώς έχουν πάει τα καταστήματα - λιανικής και Horeca - το καλοκαίρι. Με βάση στοιχεία, που έχει στη διάθεσή του το FNB Daily, από τον Μάιο μέχρι και σήμερα, οι τζίροι είναι σαφώς ανεβασμένοι σε σχέση με πέρυσι, αλλά το πλέον σημαντικό είναι πως κινούνται ακόμα και σε οριακό μονοψήφιο σε σχέση με το 2019! Συνεπώς, αν δεν υπάρξει κάποια άλλη δυσάρεστη έκπληξη μέσα στη χειμερινή σεζόν, τότε το νούμερο ίσως πάνε ακόμα καλύτερα.





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*

• ΓΑΛΛΙΑ

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΧΑΜΗΛΕΣ ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ

Μετά από τους παγετούς και τις βροχές, ο γαλλικός αμπελώνας πέρασε στην κακή ανθοφορία και την ξηρασία μέχρι τον τρύγο, με κλιματικές συνθήκες που μείωσαν δραστικά το δυναμικό παραγωγής του, όπως αναφέρει η Στατιστική Υπηρεσία του Υπουργείου Γεωργίας της Γαλλίας.

"Η παραγωγή κρασιού το 2021 θα ανέλθει σε σχεδόν 33 εκατομμύρια εκατόλιτρα, επίπεδο 29% χαμηλότερο από αυτό του 2020 και 25% χαμηλότερο από αυτό της μέσης συγκομιδής της τελευταίας πενταετίας", ανακοίνωσε στις 7 Σεπτεμβρίου η SSP.

Τοποθετώντας τις νέες προβλέψεις της σε χαμηλό εύρος (μεταξύ 32,6 και 35,6 εκατ. ΗΙ προβλέπονταν τον Αύγουστο), η διοίκηση υπενθυμίζει ότι αυτές οι εκτιμήσεις, που εγκρίθηκαν την 1η Σεπτεμβρίου, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη με προσοχή.

"Ιστορικά χαμηλή, χαμηλότερη από εκείνη του 1991 και του 2017 που επλήγη επίσης, από έντονο παγετό την άνοιξη", η φετινή συγκομιδή θα έχει, "απόδοση κοντά σε εκείνη



του 1977, το έτος που η συγκομιδή σταφυλιών μειώθηκε από έναν καταστροφικό παγετό και καλοκαιρινές βροχοπτώσεις", αναφέρει το SSP.

ΠΟΙΕΣ ΠΟΚΙΛΙΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΤΗΚΑΝ
Επιπλέον, υπογραμμίζει ότι ο ανοιξιάτικος

παγετός επηρέασε τις πρώιμες ποικιλίες σταφυλιών, όπως chardonnay, merlot και sauvignon σε:

- Bourgogne
- Bordeaux
- Champagne
- Centre-Loire
- Jura
- Languedoc
- Στην κοιλάδα του Rhone, στα νοτιοανατολικά

Μετά την άνθηση, η κακή της εξέλιξη μείωσε τις αποδόσεις σε:

- Bordeaux
- Centre-Loire
- South-West
- Rhône Valley
- Provence

Σε ό,τι αφορά την Μεσόγειο, το SSP αναφέρει ότι η ξηρασία επηρέασε το χείλος της Μεσογείου, "που περιόρισε τις αποδόσεις, ειδικά στο Roussillon", και την Κορσική.

Early booking
έως 15/09

Τετάρτη, 22/09/21
13:30

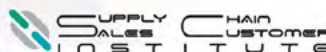
e-COMMERCE LOGISTICS

SEASON SALES
CHRISTMAS SHOPPING
BLACK FRIDAY
COVID PROTECTION

Αγώνας Ταχύτητας και Αντοχής ταυτόχρονα...

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

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

PLANNING

ΜΕΓΑΣ
ΧΟΡΗΓΟΣ



ΧΡΥΣΟΙ
ΧΟΡΗΓΟΙ



ΧΟΡΗΓΟΙ



ΥΠΟ ΤΗΝ
ΑΙΓΙΔΑ



ΧΟΡΗΓΟΙ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ





ESGreece

Impact Investing

Powered by



Institute for Sustainable Development

The Institute for Sustainable Development, EPLO

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



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

• ΠΟΥΛΕΡΙΚΑ

ΠΟΙΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΙΝΑΙ BIRD FLU-FREE

Απαλλαγμένο από τη γρίπη των πτηνών, σύμφωνα με τους κανόνες που ορίζει ο Παγκόσμιος Οργανισμός για την Υγεία των Ζώων, κηρύχθηκε το Ηνωμένο Βασίλειο, γεγονός που σημαίνει ότι μπορούν να ξεκινήσουν εκ νέου οι συζητήσεις με εμπορικούς εταίρους για εξαγωγές πουλερικών και προϊόντων τους.

Η εξέλιξη ήρθε μετά τη μεγάλη έξαρση της νόσου που υπέστη η χώρα τον χειμώνα, και ύστερα από τα μέτρα που έλαβε για την πρόληψη και αποτροπή περαιτέρω κρουσμάτων.

Ειδικότερα, μεταξύ Νοεμβρίου 2020 και Μαρτίου 2021, επιβεβαιώθηκαν 26 περιστατικά γρίπης των πτηνών σε εκτρεφόμενα και σε άγρια πτηνά στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Σε όλες τις περιπτώσεις τέθηκαν περιορισμοί μετακίνησης για τον περιορισμό της εξάπλωσης της νόσου και διεξήχθησαν ενδεδειγμένες έρευνες για την πηγή και την πιθανή εξάπλωση της λοίμωξης. Η κυβέρνηση εισήγαγε επίσης, μέτρα σε ολόκληρη τη χώρα για την προστασία των πουλερικών από τη μόλυνση από άγρια πτηνά, συμπεριλαμβανομένης της απαίτησης για προσωρινή στέγαση των πτηνών.



ΟΙ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ

Σημειώνεται ότι την περασμένη εβδομάδα, τέσσερις ακόμη χώρες ανακηρύχθηκαν ελεύθερες από τη γρίπη των πτηνών, καθώς ανέκαμψαν από την έξαρση της νόσου που τις έπληξε τον χειμώνα του 2020-2021. Πρόκειται για τη Δανία, την Ιαπωνία, την Ουγγαρία και

την Φινλανδία.

Όπως και το Ηνωμένο Βασίλειο, οι τέσσερις αυτές χώρες υπέβαλαν στον Παγκόσμιο Οργανισμό για την Υγεία των Ζώων όλα τα στοιχεία και τα έγγραφα που απαιτούνται για να αποδειχθεί ότι η νόσος δεν είναι πλέον παρούσα εντός των συνόρων τους και ότι έχουν λάβει μέτρα για να μειώσουν τους κινδύνους νέων μολύνσεων.



**H.A.
R.I.
M.A.**

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) 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 | info@cleon.gr

Tuesday, September 21, 2021

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

Hybrid Edition

Co-organizer



Conferences
Communications

Auspices









Gold Sponsor



Silver Sponsor



Bronze Sponsors







Supporters






Communication Partner



Communication Sponsors







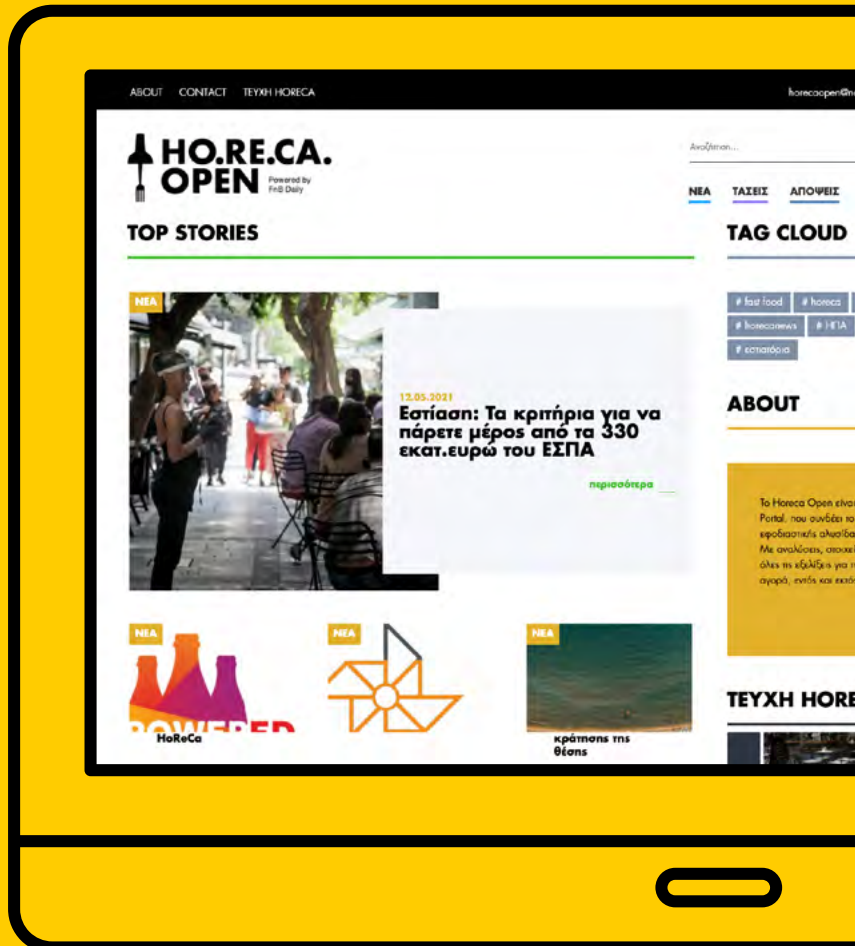

HORECA. OPEN

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*

• COCA COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ - COCA COLA HELLAS

Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥ MULTI-STAKEHOLDER SUSTAINABILITY FORUM

Έναν ανοιχτό και ουσιαστικό διάλογο με προμηθευτές, πελάτες, φορείς και ΜΚΟ, για την πρόοδο που έχει επιτευχθεί ως προς τις δεσμεύσεις βιώσιμης ανάπτυξης, υλοποίησε η Coca-Cola στην Ελλάδα (Coca-Cola Τρία Έψιλον και Coca-Cola Hellas), διοργανώνοντας το Multi-Stakeholder Sustainability Forum. Σκοπός των εργασιών του Forum, ήταν μέσα από συζητήσεις με διακεκριμένους ομιλητές και workshop να αναγνωριστούν οι σημαντικές προκλήσεις σε κρίσιμα θέματα βιώσιμης ανάπτυξης, να αποτυπωθούν οι προσδοκίες των κοινωνικών εταίρων και να διερευνηθούν ευκαιρίες συνεργασίας. Πιο συγκεκριμένα, στο πλαίσιο του Forum αναδείχθηκαν οι εξής άξονες βιώσιμης ανάπτυξης:

- Κλιματική αλλαγή και μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα
- Κυκλική οικονομία και βιώσιμες συσκευασίες
- Ορθολογική διαχείριση νερού.

Η Μαρία Αναργύρου-Νίκολιτς, Γενική Διευθύντρια για Ελλάδα & Κύπρο, Coca-Cola Τρία Έψιλον, δήλωσε: "Η αντιμετώπιση της



Από αριστερά: Μαρία Αναργύρου-Νίκολιτς, Γενική Διευθύντρια για Ελλάδα & Κύπρο, Coca-Cola Τρία Έψιλον. Λίλιαν Νεκταρίου, Γενική Διευθύντρια για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα, The Coca-Cola Company

κλιματικής κρίσης, ο σχεδιασμός βιώσιμων συσκευασιών με βάση τις αρχές της κυκλικής οικονομίας και η ορθολογική διαχείριση νερού αποτελούν προτεραιότητα των επενδυτικών πλάνων ανάπτυξής μας. Το Multi-Stakeholder Sustainability Forum μας έδωσε τη δυνατότητα να έχουμε έναν ανοιχτό διάλογο με προμηθευτές, πελάτες, φορείς και ΜΚΟ πάνω σε αυτά τα κρίσιμα ζητήματα βιώσιμης ανάπτυξης και να διερευνήσουμε ουσιαστικές ευκαιρίες συνεργασίας για να συμβάλουμε σε ένα καλύτερο μέλλον για όλους".

Η κα. Λίλιαν Νεκταρίου, Γενική Διευθύντρια για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα, δήλωσε: "Στην The Coca-Cola Company πιστεύουμε πως η βιώσιμη ανάπτυξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ευημερία της κοινωνίας όπου δραστηριοποιούμαστε. Γι' αυτό, εστιάζουμε σταθερά στην υλοποίηση δράσεων που σχετίζονται με το περιβάλλον, την κοινωνία και την υπεύθυνη λειτουργία μας, θέτοντας τη συνεργασία και τη σύμπραξη σε πρώτο πλάνο, για να πολλαπλασιάσουμε το θετικό μας αποτύπωμα και να καταφέρουμε πολλά περισσότερα".

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 ΑΕΚ Water Polo	Official Σκουφι Πόλο	Official Πετσέτα ΑΕΚ	Official Σκουφι Πόλο του EUROCUP	Official ΑΕΚ μπάλα πόλο με τις υπογραφές των παιτών του EUROCUP
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



• ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΦΕΝΤΙΚΟ - Η ΜΑΡΚΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΡΙΚΚΗ ΜΕΤΑ ΤΟ... ΔΙΑΖΥΓΙΟ ΜΕ ΤΟΝ ΘΕΣ ΓΑΛΑ – ΜΕ NEURORUBLIC ΠΑΤΑΤΑ ΚΑΙ ΝΤΟΜΑΤΑ

Διέκοψε τη συνεργασία του με τον Συνεταιρισμό ΘΕΣ Γάλα η πρωτοβουλία "Η Μάρκα του Καταναλωτή - Ποιός είναι το Αφεντικό", σε ό,τι αφορά την παραγωγή του γάλακτος της πρωτοβουλίας, όπως αποκάλυψε [πρώτο το Fnb Daily στις 6/9](#). Αν και ο συνεταιρισμός από την Θεσσαλία ήταν η πρώτη συνεργασία της πρωτοβουλίας, στο πλαίσιο μιας δυναμικότερης ανάπτυξης και με μεγαλύτερες δυνατότητες στη διανομή του φρέσκου γάλακτος των καταναλωτών, νέος προμηθευτής είναι η γαλακτοβιομηχανία Τρικάλων, ΤΡΙΚΚΗ, τις εγκαταστάσεις της οποίας επισκέφθηκε χθες, ομάδα καταναλωτών. Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, πραγματοποιήθηκε επίσκεψη στο εργοστάσιο της ιστορικής γαλακτοβιομηχανίας, ΤΡΙΚΚΗ, όπως και ξενάγηση στη φάρμα του Δημήτρη Παπαδάκη και έλεγχος των προδιαγραφών παραγωγής.

ΒΡΑΒΕΥΣΗ ΤΗΣ ΑΒ

Επιπλέον, η πρωτοβουλία πραγματοποιεί από αρχές της εβδομάδας γυρίσματα για το ντοκιμαντέρ που ετοιμάζει να παρουσιάσει τον Σεπτέμβριο στην Νέα Υόρκη, μετά από πρόσκληση του ΟΗΕ, [όπως είχατε διαβάσει στο Fnb Daily στις 30/07](#). Στο πλαίσιο αυτό, η πρωτοβουλία πραγματοποίησε ευχαριστήρια βράβευση στην ΑΒ Βασιλόπουλος, λόγω της σταθερής στήριξης που παρέχει η αλυσίδα στα προϊόντα της από την αρχή της κυκλοφορίας τους. Συγκεκριμένα, στο κατάστημα της ΑΒ στα Γλυκά Νερά Αττικής, καταναλωτές - μέλη της συναντήθηκαν με παραγωγούς και ευχαρίστησαν τη Διοίκηση για την στήριξη της, ενώ έγινε και απονομή αναμνηστικών.

ΞΕΚΙΝΗΣΕ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΑ - ΠΟΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ

Πέραν του γάλακτος, αξίζει να σημειωθεί ότι, εντός Αυγούστου, ολοκληρώθηκε το ερωτημα-



τολόγιο για τη φέτα, με την πρωτοβουλία να συνεργάζεται με την ΝΕΟΓΑΛ για την παραγωγή της, που έχει ήδη ξεκινήσει.

Μετά το λάδι, το στραγγιστό γιαούρτι και τη φέτα, στις πρώτες θέσεις επιλογών των καταναλωτών ήταν τα ζυμαρικά, η σάλτσα ντομάτας και το μέλι, ωστόσο σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, προτεραιότητα, μετά από ζήτηση των καταναλωτών, έχει η σάλτσα ντομάτας. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι, να γίνει σε συνεργασία με μεγάλη ελληνική εταιρεία παραγωγής συναφών προϊόντων η καλλιέργεια πατάτας, αλλά και το μέλι, η μελέτη για το οποίο θα έχει ολοκληρωθεί μέχρι τα τέλη Οκτωβρίου.

Αξίζει να αναφερθεί ότι η πρωτοβουλία στα πλαίσια της συνεργασίας της στο έργο PLOUTOS H2020 με την Ευρωπαϊκή Ένωση για την βιωσιμότητα του αγροδιατροφικού τομέα και σε κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, για τα προϊόντα πατάτας και ντομάτας, οι παραγωγοί μας θα επωφεληθούν εγκατάστασης Smart Farming Gaiasense.

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, η παραγωγή πατάτας και ντομάτας θα γίνει σε συνεργασία με τον εταίρο της πρωτοβουλίας στο έργο την Neurorublic.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ ΜΕ ΤΗΝ MY MARKET

Όπως πληροφορούμαστε, τα προϊόντα της κοινωνικής και συλλογικής πρωτοβουλίας, που ξεκίνησε από την Γαλλία με σκοπό να εντάξει τους καταναλωτές στο ταξίδι δημιουργίας ενός προϊόντος, από την παραγωγή έως το ράφι, ετοιμάζονται να μπουν και στο δίκτυο καταστημάτων της My Market, ενώ είναι σε συζητήσεις με δύο ακόμα μεγάλους παίκτες της εγχώριας αγοράς retail.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΕΦΕΤ ΑΝΑΚΑΛΕΙ ΜΠΑΧΑΡΙΚΟ ΤΗΣ ΚΙΟΣΟΓΛΟΥ

Ο ΕΦΕΤ και ειδικότερα η Περιφερειακή Διεύθυνση Κεντρικής Μακεδονίας, κατά τη διενέργεια ελέγχων προέβη σε δειγματοληψία τροφίμου με στοιχεία "Μίγμα μπαχαρικών", με την επωνυμία, Macao Mix, για κρέας, με ημερομηνία ανάλωσης κατά προτίμηση 12/2024 και αριθμό παρτίδας LOT 2005 προέλευσης Ε.Ε. σε διαφανή περιέκτη των 80 γραμμαρίων που συσκευάζεται και διανέμε-

ται στην Ελλάδα από την Κιοσόγλου - Macao, με έδρα τον Νέο Μυλότοπο Π.Ε. Πέλλας. Το προϊόν χαρακτηρίστηκε Μη Κανονικό και Μη Ασφαλές, διότι περιέχει γλουτένη, γεγονός που υποδηλώνει την παρουσία ενός ή περισσότερων δημητριακών με γλουτένη, ενώ στον κατάλογο των συστατικών δεν περιλαμβάνεται κανένα από τα εν λόγω δημητριακά.



• **ΙΟΝΙΚΙ**

**ΑΝΩ ΤΩΝ €2 ΕΚΑΤ. ΤΟ ΦΕΤΙΝΟ ΕΒΙΤΔΑ
- ΣΤΑ €20 ΕΚΑΤ. Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΣΙΝΔΟ**

Επένδυση €20 εκατ. σχεδιάζει σε βάθος τριετίας η Ioniki, στην ΒΙΠΕΘ Σίνδου, η οποία αφορά στη δημιουργία ενός υπερσύγχρονου εργοστασίου παραγωγής σφολιατοειδών, με σκοπό την περαιτέρω ανάπτυξη του portfolio της με την παραγωγή πιο εξειδικευμένων προϊόντων της κατηγορίας.

Το νέο εργοστάσιο θα κατασκευαστεί στο βιομηχανικό ακίνητο 40 στρεμμάτων που έχει στην κατοχή της η βρειοελλαδίτικη βιομηχανία, το οποίο αναμένεται να τριπλασιάσει, όπως πληροφορούμαστε, την παραγωγική της δυνατότητα.

Θυμίζουμε ότι η Ioniki ολοκλήρωσε το επενδυτικό πρόγραμμα €7 εκατ., το οποίο είχε ξεκινήσει πριν από τρία χρόνια.

ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΓΙΑ €22 ΕΚΑΤ. Ο ΦΕΤΙΝΟΣ ΤΖΙΡΟΣ

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, η βιομηχανία παραγωγής κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης εκτιμά ότι ο κύκλος εργασιών για φέτος, θα είναι κοντά στα €22 εκατ., με το EBITDA να ξεπερνά τα €2 εκατ.

Αξίζει να αναφέρουμε ότι, στο α' εξάμηνο, η Ioniki τρέχει με ανάπτυξη 21,79% και το EBITDA με +179,41%, συγκριτικά με το 2020.

DATA α' εξάμηνο (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 9.500

2020: 7.800

Μεταβολή: 21,79%

EBITDA

2021: 950

2020: 340

Μεταβολή: 179,41%

**ΜΠΗΚΕ ΣΤΑ COLES
ΣΤΗΝ ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ**

Η βιομηχανία κατέγραψε αύξηση 25% στις εξαγωγές το 2020, με ανάλογη και ίσως παραπάνω ανάπτυξη να αναμένεται και για το διάστημα 2020 – 2021, καθώς μπήκε σε όλα τα καταστήματα του δικτύου της αλυσίδας, Coles, στην Αυστραλία.

Τοποθετώντας τα προϊόντα της στα ράφια των 1.000 καταστημάτων της αλυσίδας, η Ioniki ενδυναμώνει την παρουσία της στην αγορά, στην οποία είναι leader.

Ισχυρή τάση ανάπτυξης εμφανίζει για τη βιομηχανία και η Αγγλία, η οποία αναμένεται να μπει στο Top3 των κυριότερων αγορών της,



Γιώργος Πορτοκαλίδης, CEO, Ioniki

ενώ ενδυναμώνει και την Αμερική.

INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες: 36+

Κυριότερες αγορές

Αυστραλία

Γερμανία

Αμερική

Αγγλία

**ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ
ΜΕ ΤΗΝ BEYOND MEAT**

Σε ό,τι αφορά το portfolio, η Ioniki σχεδιάζει να ενισχύσει το brand, Philosophy, με plant-based προϊόντα, σε συνεργασία με την Beyond Meat, ενισχύοντας τη διείσδυση σε ξένες αγορές, υπάρχουσες και νέες.

ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΕΙ ΤΗ ΣΠΙΤΙΚΗ ΖΥΜΗ

Τον Οκτώβριο σχεδιάζει να λανσάρει νέα σειρά με παραδοσιακές χειροποίητες πίτες, υπό το brand, Σπιτική Ζύμη, σε έναν εκ των βασικών παικτών στην αγορά του retail.

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟ HORECA

Εκτός του retail, ανάλογα βήματα ανάπτυξης σχεδιάζει και για το HoReCa, για το οποίο προγραμματίζει σταδιακά λανσαρίσματα μέχρι το τέλος της χρονιάς.

Συγκεκριμένα, εντός Οκτωβρίου θα λανσάρει δύο νέα προϊόντα και επιπλέον δύο θα βγουν στα σημεία HoReCa του δικτύου της Ioniki. Όπως πληροφορούμαστε, πρόκειται για χειροποίητες ατομικές πίτες με γεύσεις, όπως κρέμα Philadelphia και καπνιστή μπριζόλα.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr



• **BARILLA HELLAS
ΑΝΑΖΗΤΑ ΤΗΝ
ΕΠΟΜΕΝΗ ΓΕΝΙΑ
ΣΤΕΛΕΧΩΝ**

Η Barilla Hellas ανοίγει τις πόρτες της για να υποδεχθεί την επόμενη γενιά στελεχών, μέσα από το πρόγραμμα "Your Power is our Secret Ingredient. Barilla Hellas Graduate Trainee Program".

Στόχος του διετούς προγράμματος είναι η εκπαίδευση και απασχόληση δύο ταλαντούχων νέων, οι οποίοι θα έχουν την ευκαιρία να εμπλουτίσουν τις δεξιότητές τους, αλλά και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της εταιρείας με το μοναδικό, προσωπικό τους αποτύπωμα!

ΔΙΕΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Μέσα από το Barilla Hellas Graduate Trainee Program, οι τελικοί υποψήφιοι θα απασχοληθούν σε τέσσερα διαφορετικά τμήματα της εταιρείας για δύο χρόνια συνολικά, με την προοπτική να συνεχίσουν τη σταδιοδρομία τους και να εξελιχθούν επαγγελματικά μέσα στον οργανισμό.

Ο πρώτος υποψήφιος θα απασχοληθεί στην Αθήνα, στα κεντρικά γραφεία της Barilla Hellas -έδρα της περιοχής της Ανατολικής Ευρώπης, και θα εργαστεί στα τμήματα Πωλήσεων, Trade Marketing, Customer Service και Marketing. Ο δεύτερος υποψήφιος θα απασχοληθεί στην παραγωγική μονάδα της Barilla Hellas που βρίσκεται στον Ελαιώνα Βοιωτίας και θα αποκτήσει εργασιακή εμπειρία στα τμήματα Manufacturing, Production Planning, Technical και Logistics.



• MERE ΟΙ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ...ΦΡΕΝΑΡΟΥΝ ΤΑ ΕΓΚΑΙΝΙΑ

Η αύξηση στις τιμές των τροφίμων, του κόστους ενέργειας και των δυσκολιών που συνεπάγονται οι ανατιμήσεις, δημιουργούν εμπόδια στην ανάπτυξη της Mere στη χώρα μας. Ειδικότερα, όπως αναφέρουν πληροφορίες του Fnb Daily, τα εγκαίνια του νέου supermarket MERE στο Αγρίνιο, το πέμπτο μετά το άνοιγμα σε Λάρισα, Τρίπολη, Κόρινθο και Λαγκαδά, μετατίθενται προς τα τέλη του φθινοπώρου, αν και αναμενόταν να ανοίξει μέσα στον Οκτώβριο.

ΔΥΣΚΟΛΕΥΟΥΝ ΤΑ DEALS

Όπως εξηγεί παράγοντας της αγοράς με γνώση των διαδικασιών που ακολουθούνται από τους προμηθευτές και κινήσεων της αλυσίδας στη χώρα μας, "οι αυξήσεις στις πρώτες ύλες και στα μεταφορικά, οδηγούν τους προμηθευτές στο να δυσκολεύονται να διαπραγματευτούν σε χαμηλές τιμές", καθώς, "τα αυξημένα κόστη μετακυλιούνται από αυτούς στα προϊόντα". Ο ίδιος, αναφέρει πως, "αυτή η αύξηση, με τη σειρά της, θα πρέπει να μετακυλιστεί στο ράφι του supermarket". Επομένως για μια αλυσίδα που αναπτύσσε-

ται με σύμμαχό της τις πολύ φθηνές τιμές, καθίστανται ασύμφωνες συμφωνίες με τους προμηθευτές σε αυτή τη φάση.

ΠΟΣΟ ΠΟΥΛΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ

Η ρώσικη αλυσίδα, επειδή δεν επενδύει μεγάλα ποσά στα καταστήματά της, έχει παλέτες και χαρτοκιβώτια αντί για ράφια και όχι πολυπληθές προσωπικό, μπορεί να ρίξει σημαντικά τις τιμές. Ωστόσο στις τρέχουσες συνθήκες, που οι πιέσεις στα περιθώρια κέρδους αυξάνονται οριζόντια στη βιομηχανία, οι προκλήσεις είναι μεγαλύτερες και αλλάζουν τα δεδομένα στις πολιτικές των προμηθευτών, με τους οποίους εν προκειμένω, η MERE χτίζει ακόμη σχέσεις.

ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΟ ΑΓΡΙΝΙΟ

Σήμερα, πραγματοποιούνται κατασκευαστικές εργασίες για νέο κατάστημα στο Αγρίνιο, ενώ, όπως είχε δημοσιοποιήσει η εταιρεία, αναζητά χώρους στην Θεσσαλονίκη.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• NUTRIA ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟΥΣ ΧΡΥΣΟΥΣ ΣΚΟΥΦΟΥΣ ΚΑΙ ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΗ ΣΕΙΡΑ ΙΩΝΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΗΣ

Τον θεσμό των Χρυσών Σκούφων, που αναδεικνύουν τη γαστρονομική αριστεία, επιβραβεύοντας κάθε χρόνο τα καλύτερα εστιατόρια της Ελλάδας, στηρίζει η Nutria, ως Επίσημος Χορηγός, αναπτύσσοντας την σειρά ελαιολάδων "Ιωνίς Ελληνικής Γης".

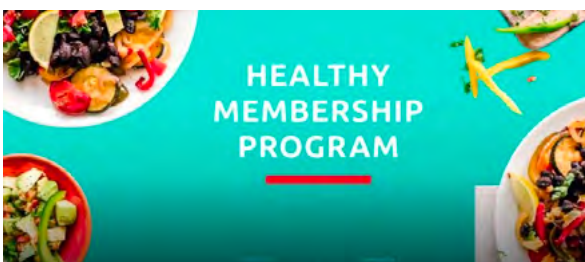
Συγκεκριμένα το «Ιωνίς» θα κοσμή τις ροτόντες του Diner de Gala σε γυάλινη φιάλη 250ml, προσθέτοντας τη δική του κομψότητα στις εκλεκτές γεύσεις του μενού.

Το νέο «Ιωνίς Π.Ο.Π. Σητεία Λασιθίου Κρήτης» κάνει την 1η του δημόσια εμφάνιση σε γυάλινη, σκούρα φιάλη 250ml, με ετικέτα που αναδεικνύει διακριτικά την μοντέρνα του αισθητική, χωρίς να του λείπει η λάμψη που αρμόζει στο σημαντικό γεγονός.

Η φετινή τελετή απονομής, συμπίπτει με την εμβληματική επέτειο των 200 χρόνων από την Επανάσταση του 1821 και για την ειδική αυτή περίπτωση, ο Έκτορας Μποτρίνι έχει αναλάβει τον σχεδιασμό ενός conceptual μενού, με σκοπό να εκφράσει τρόπο την Επανάσταση της Νέας Ελληνικής Κουζίνας, επιλέγοντας πρώτης τάξεως προϊόντα από όλη την Ελλάδα.



• DELHAIZE ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΟ HEALTHY MEMBERSHIP PROGRAM



Η Βελγική αλυσίδα supermarket, Delhaize, εγκαινιάζει μια συνδρομητική υπηρεσία που επιτρέπει σε εταιρείες να προσφέρουν στους υπαλλήλους τους έκπτωση σε προϊόντα υγιεινής διατροφής. Το Healthy Membership Program αφορά στο project, Healthy Ucoins,

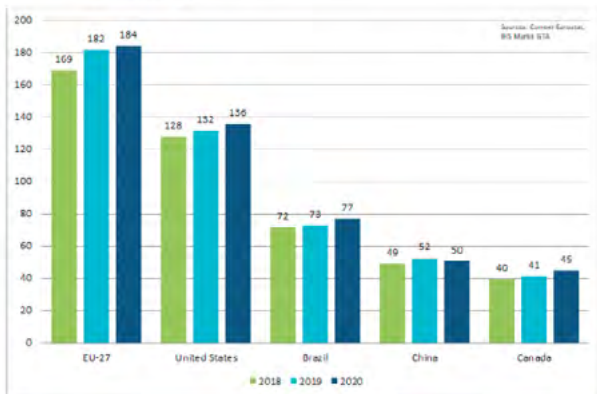
το οποίο η Delhaize και η εταιρεία λογισμικού, Unbox, δοκίμασαν για πρώτη φορά, πριν από δύο χρόνια. Με βάση αυτό, οι υπάλληλοι των συμμετεχόντων εταιρειών μπορούν να έχουν έκπτωση 20% σε προϊόντα με Nutri-Score A και B σε όλα τα καταστήματα της Delhaize στο Βέλγιο.



**• ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ
ΣΤΑ €184 ΔΙΣ. ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ
ΤΗΣ ΕΕ ΤΟ 2020
– ΟΙ ΚΟΡΥΦΑΙΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ
ΚΑΙ ΤΑ ΤΟΡ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

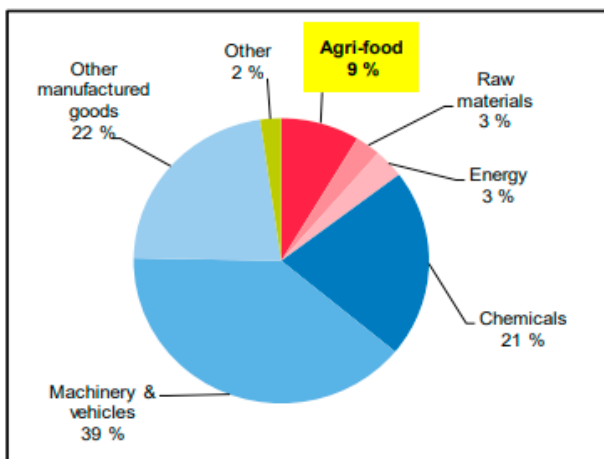
Το 2020, η Ευρωπαϊκή Ένωση βελτίωσε περαιτέρω την ηγετική θέση που έχει σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές αγροδιατροφικών προϊόντων, οι οποίες ανήλθαν σε €184 δις., αυξημένες κατά 1,4% από το 2019.

Graph 1: Top world agri-food exporters 2018 - 2020 (billion €)

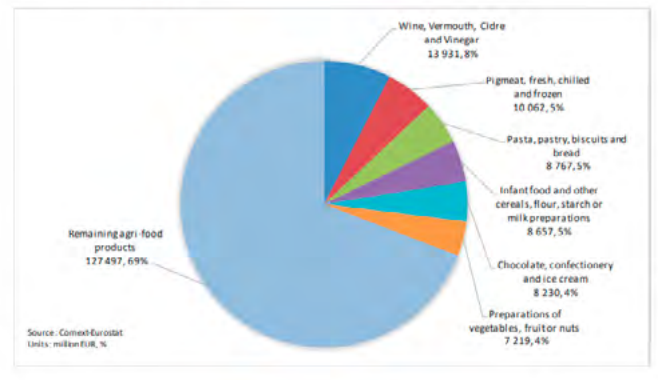


Αποτελούν δε, το 9% των συνολικών εξαγωγών της ΕΕ, πίσω μόνο από τις κατηγορίες μηχανημάτων/οχημάτων, άλλων βιομηχανικών προϊόντων και των χημικών.

Graph 7: EU exports by product group in 2020



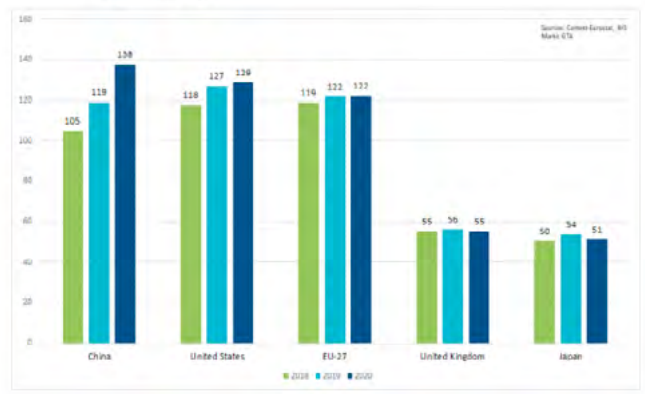
Graph 12: Main categories of EU agri-food exports in 2020



ΣΤΑ €122 ΔΙΣ. ΟΙ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

Από πλευράς εισαγωγών, η ΕΕ κατέστη ο τρίτος μεγαλύτερος εισαγωγέας τέτοιων προϊόντων, μετά τις ΗΠΑ και την Κίνα, καθώς ανήλθαν σε €122 δις., αυξημένες κατά 0,5%.

Graph 2: Top world agri-food importers 2018 - 2020 (billion €)



ΜΕΤΡΙΑΣΕ ΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ

Όπως σημειώνεται σε σχετική έκθεση, το διεθνές εμπόριο έχει διαδραματίσει καίριο ρόλο στον μετριασμό των καταστροφικών οικονομικών επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19 και έχει αποδειχθεί κεντρικό εργαλείο για την ενίσχυση της ανθεκτικότητας. Η ΕΕ είναι ο μεγαλύτερος εμπορικός συνασπισμός, η δε θέση της στο παγκόσμιο εμπόριο στηρίζεται σε ένα εκτεταμένο δίκτυο συμφωνιών ελεύθερων συναλλαγών (ΣΕΣ).

Ο Επίτροπος Γεωργίας, Janusz Wojciechowski, ανέφερε, μεταξύ άλλων, ότι, "η επιτυχία του εμπορίου γεωργικών προϊόντων συνδέεται σαφώς, με την κοινή γεωργική πολιτική, η οποία στηρίζει την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία, καθώς και με την εξαιρετική φήμη των προϊόντων μας, όσον αφορά στην ασφάλεια, τη βιωσιμότητα, τη θρεπτική αξία και την υψηλή τους ποιότητα".

ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΗΣΑΝ ΚΙΝΑ ΚΑΙ ΕΛΒΕΤΙΑ

Η Κίνα, η Ελβετία και η περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής αποτέλεσαν τους κυριότερους αναπτυξιακούς προορισμούς για τις εξαγωγές αγροδιατροφικών προϊόντων της

ΕΕ το 2020. Η αξία των εξαγωγών της ΕΕ μειώθηκε περισσότερο στις Ηνωμένες Πολιτείες, στην Τουρκία, στην Σιγκαπούρη και την Ιαπωνία.

Ειδικότερα, οι εξαγωγές στην Κίνα κατέγραψαν νέα εντυπωσιακή αύξηση, κατά 22%, φθάνοντας τα €17,7 δισ., μετά από μία εξίσου καλή χρονιά, το 2019, όπου είχαν αναπτυχθεί κατά 38%. Η Κίνα πλέον, απορροφά σχεδόν το 10% των εξαγωγών αγροδιατροφικών προϊόντων της ΕΕ, αποτελώντας τον τρίτο σημαντικό προορισμό. Η Ελβετία παρέμεινε η τέταρτη μεγαλύτερη εξαγωγική αγορά της ΕΕ, με μερίδιο 5%, εμφανίζοντας πέρυσι ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 8%. Ακολούθησαν η Ιαπωνία και η Ρωσία (με μερίδιο 4% η κάθε μία), στις οποίες οι εξαγωγές μειώθηκαν κατά 4% και 2,5%, αντίστοιχα, το 2020, μετά την ισχυρή ανάπτυξη που είχαν καταγράψει και οι δύο χώρες το 2019 (16% και 8%).

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΑΝΑΔΑ

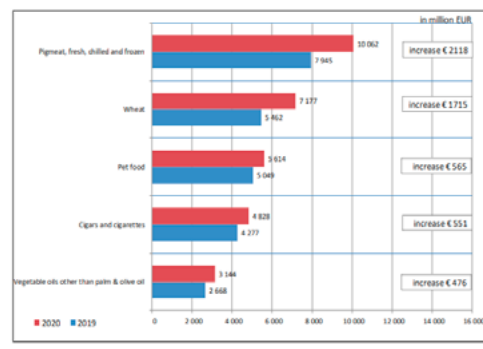
Από την άλλη πλευρά, η αύξηση των εισαγωγών της ΕΕ σε αγροδιατροφικά προϊόντα οφείλεται κυρίως, στις αυξήσεις των τιμών εισαγωγής των ελαιούχων σπόρων, των λιπαρών οξέων και κηρίων, του φοινικέλαιου, των φρούτων και των σπόρων σόγιας. Ο Καναδάς παρουσίασε σημαντική αύξηση ως πηγή εισαγωγών της ΕΕ. Ταυτόχρονα, τη μεγαλύτερη μείωση, ως προς την αξία τους, παρουσίασαν οι εισαγωγές της ΕΕ από το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ουκρανία και τις Ηνωμένες Πολιτείες.

ΞΕΧΩΡΙΣΑΝ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΧΟΙΡΙΝΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ

Όσον αφορά στις κατηγορίες προϊόντων, οι εξαγωγές χοιρινού κρέατος και σίτου πέρυσι, συνέβαλαν σημαντικά στην αύξηση των συνολικών εξαγωγών αγροδιατροφικών προϊόντων της ΕΕ. Ειδικότερα, οι εξαγωγές χοιρινού κρέατος άγγιξαν τα €10,1 δισ., με το μερίδιό τους να φθάνει στο 5,5%. Παράλληλα, η πανδημία της COVID, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη του τομέα στην ΕΕ και άλλες περιοχές, φάνηκε να συνέβαλαν στη μεγάλη αύξηση των εξαγωγών σε σιτάρι (+31%), οι οποίες έφθασαν τα €7,18 δισ. Ακολούθησαν οι κατηγορίες ζυμαρικών και προϊόντων ζύμης/ζαχαροπλαστικής με εξαγωγές €8,8 δισ. (αύξηση 5%), οι βρεφικές τροφές, οι σοκολάτες κ.ά.

Μεγαλύτερη ανάπτυξη σε αξία

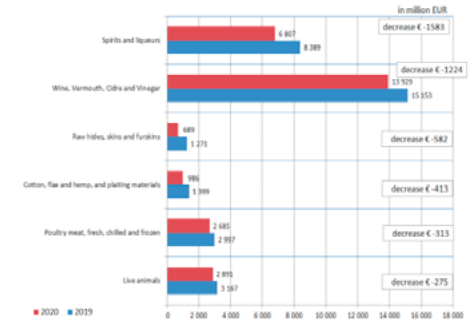
Graph 14: Product categories with the largest absolute annual export value increase in 2020 (million €)



Η ΠΛΕΥΡΑ ΤΩΝ...ΧΑΜΕΝΩΝ

Το κρασί και το βερμούτ παρέμειναν στην κορυφή των εξαγόμενων ευρωπαϊκών προϊόντων με μερίδιο 8%, ωστόσο οι εξαγωγές τους, που ανήλθαν σε €13,9 δισ., υποχώρησαν σε ποσοστό 8% σε σχέση με το 2019. Ακόμη, τα οινοπνευματώδη ποτά και τα λικέρ κατέγραψαν τη μεγαλύτερη πτώση στις εξαγωγές, σε ποσοστό 19%, υποχωρώντας στα €6,8 δισ. Αυτή, μπορεί να εξηγηθεί, εν μέρει, από την οικονομική ύφεση που προκάλεσε η πανδημία της COVID, και σε κάποιο βαθμό, από τον αρνητικό αντίκτυπο από τους δασμούς που επέβαλαν οι ΗΠΑ.

Graph 16: Product categories with the largest absolute export value decrease in 2020 (million €)



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• CARREFOUR

ΝΕΑ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΓΙΑ ΕΚΠΤΩΣΗ ΣΤΑ PL ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Έναν νέο τύπο συνδρομής επί πληρωμής θα ξεκινήσει σύντομα, η Carrefour στην Γαλλία, ο οποίος θα προσφέρει έκπτωση σε όλα τα δικά της brands.

Ειδικότερα, από τις 20 Σεπτεμβρίου, η Carrefour θα δοκιμάσει τη νέα υπηρεσία στα 21 καταστήματα της περιοχής Rouen και όπως αναφέρει η LSA, οι συνδρομητές, πληρώνοντας €5,99 τον μήνα, θα μπορούν να αγοράζουν με έκπτωση 15% τα 7.000 PL προϊόντα της αλυσίδας. Η γαλλική αλυσίδα έχει σκοπό να αξιολογήσει το εν λόγω project τέλος του έτους, έχοντας κατά νου πιθανή εθνική εφαρμογή το 2022.



• **B&G FOODS**

ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΤΟ TWIX SHAKERS SEASONING BLEND

Η B&G Foods κυκλοφόρησε το Twix Shakers Seasoning Blend, το οποίο συνδυάζει μπισκότο, καραμέλα και σοκολάτα γάλακτος. Σύμφωνα με την εταιρεία, το νέο προϊόν μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε παγωτά, μπισκότα, milkshakes, τυρί κρέ-

μα, ποπ κορν, επιδόρπια, κοκτέιλ, φρούτα και άλλα.

Το νέο προϊόν είναι διαθέσιμο στα Sam's Club και στο SamsClub.com, με τη δυνατότητα να επεκτείνεται το επόμενο διάστημα και σε άλλους retailers.



• **ΟΜΙΛΟΣ IDEAL**

ΠΟΙΟΙ ΜΕΓΑΛΟΙ ΠΑΙΚΤΕΣ ΜΠΗΚΑΝ ΣΤΟ ΜΕΤΟΧΙΚΟ

Ο Όμιλος Ideal, στο πλαίσιο της εν εξελίξει υποχρεωτικής Δημόσιας Πρότασης από την Terniale Limited, ανακοινώνει ότι αγόρασαν μετοχές της οι ακόλουθες εταιρείες:

- Η Πειραιώς Asset Management Μονοπρόσωπη Ανώνυμη Εταιρεία Διαχείρισης Αμοιβαίων Κεφαλαίων απέκτησε εμμέσως 500.000 κοινές ονομαστικές μετοχές μετά δικαιώματος ψήφου της εταιρείας, έναντι €3,20 ανά μετοχή και κατόπιν της ανωτέρω συναλλαγής, κατέχει το 1,59% επί του συνόλου των δικαιωμάτων ψήφου της
- Η Alpha Trust Ανώνυμη Εταιρεία Διαχείρισης Αμοιβαίων Κεφαλαίων και Οργανισμών Εναλλακτικών Επενδύσεων απέκτησε στο όνομα και για λογαριασμό διαχειριζομένων ΟΣΕΚΑ και/ή ΟΕΕ, συνολικά 748.750 κοινές ονομαστικές μετοχές μετά δικαιώματος ψήφου της Εταιρείας, έναντι €3,20 ανά μετοχή και κατέχει το 2,38% επί του συνόλου των δικαιωμάτων ψήφου. * Από την εν λόγω απόκτηση (240.000 μετοχές), 160.000 μετοχές της εταιρείας αποκτήθηκαν στο όνομα και για λογαριασμό του sub-fund του ΟΕΕ με την επωνυμία "Alpha Trust Falcon Investment S.C.A. Sicav-Sif-Kestrel Investment Sub-Fund
- Η Alpha Asset Management Α.Ε.Δ.Α.Κ. δήλωσε ότι αμοιβαία κεφάλαια που διαχειρίζεται, απέκτησαν συνολικά, 600.000 κοινές ονομαστικές μετοχές μετά δικαιώματος ψήφου της εταιρείας, έναντι €3,20 ανά μετοχή και κατόπιν της ανωτέρω συναλλαγής, κατέχει εμμέσως και



δύναται να ασκεί συνολικά το 1,91% επί του συνόλου των δικαιωμάτων ψήφου της εταιρείας

- Η Olympic Investments INC απέκτησε 312.500 κοινές ονομαστικές μετοχές με δικαίωμα ψήφου της εταιρείας, €3,20 ανά μετοχή και κατέχει 0,9928% επί του συνόλου των μετοχών και δικαιωμάτων ψήφου
- Η Eurobank Asset Management Ανώνυμη Εταιρεία Διαχείρισης Αμοιβαίων Κεφαλαίων δήλωσε ότι ΟΣΕΚΑ και ΟΕΕ που διαχειρίζεται, απέκτησαν συνολικά 450.000 κοινές ονομαστικές μετοχές με δικαίωμα ψήφου της εταιρείας, €3,20 ανά μετοχή και κατόπιν της ανωτέρω συναλλαγής, δύναται να ασκεί συνολικά το 1,4298% επί του συνόλου των μετοχών και δικαιωμάτων ψήφου

• **SONAE FOOD 4 FUTURE**
ΕΞΑΓΟΡΑΣΕ ΤΗΝ GOSH! ΕΝΑΝΤΙ £64 ΕΚΑΤ.

Η Sonae Food4Future, θυγατρική της πορτογαλικής, Sonae, απέκτησε το 95,4% του μετοχικού κεφαλαίου της Gosh!, ιδιοκτήτρια της Claybell, προς £64 εκατ.

Το portfolio της Gosh!, με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο, περιλαμβάνει ποικιλία από vegan προϊόντα, όπως λουκάνικα και μπιφτέκια, που κυκλοφορούν, τόσο υπό το brand, Gosh!, όσο και ως PL σε retail και HoReCa.

Η εταιρεία κατέγραψε κύκλο εργασιών £22 εκατ., για το έτος που ολοκληρώθηκε τον Μάιο.

Μετά την ολοκλήρωση του deal, επικεφαλής της Gosh! θα είναι η υπάρχουσα Διοίκηση, η οποία διατηρεί το 4,6% στο μετοχικό κεφάλαιο.



• **VIVARTIA**
ΓΙΑΤΙ ΑΥΞΗΣΕ ΣΤΟ 75% ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ
ΤΗΣ ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ ΚΑΙ ΑΛΕΣΙΣ

Σε περαιτέρω ενίσχυση της θέσης της στον κλάδο των κατεψυγμένων ζυμών προχώρησε η Vivartia.

Ειδικότερα, η Vivartia Συμμετοχών και η θυγατρική της, Μπάρμπα Στάθης, υπέγραψαν δεσμευτικό προσύμφωνο με τον Μιχάλη Αραμπατζή, για την απόκτηση μετοχών του, που θα οδηγήσει στην αύξηση του συνολικού ποσοστού τους στις εταιρείες, Ελληνική Ζύμη Α.Ε. και Άλεσις Α.Ε. (Χρυσή Ζύμη), από 49% και 51% αντίστοιχα, σε 75%.

Η κίνηση αυτή, εντάσσεται στο πλαίσιο υλοποίησης της στρατηγικής του ομίλου Vivartia, για ενίσχυση της θέσης του στον κλάδο των κατεψυγμένων ζυμών, δια της αύξησης της συμμετοχής του στην Ελληνική Ζύμη Α.Ε., τη μεγαλύτερη ελληνική εταιρεία στον χώρο αυτό, όπως σημειώνεται στη σχετική ανακοίνωση. Οι δύο εταιρείες, σύμφωνα με τα τελευταία δημοσιευμένα στοιχεία, είχαν κλείσει το 2019 με τζίρο άνω των €100 εκατ. και κέρδη προ φόρων άνω των €10 εκατ.

ΟΙ ΦΗΜΕΣ ΓΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ
ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ

Πάντως, πληροφορίες από την αγορά θέλουν την κίνηση αυτή, να έγινε, προκειμένου η Vivartia να ισχυροποιήσει τη θέση της στις εταιρείες που έχει συμμετοχή ο Μιχάλης Αραμπατζής. Μετά την εξαγορά της Chirita από την Mondelez, στην αγορά είχαν κυκλοφορήσει φήμες για πρόθεση του Σπύρου Θεοδωρόπουλου να δημιουργήσει έναν όμιλο υγιών ελληνικών μικρομεσαίων εταιρειών του κλάδου των τροφίμων, στον οποίο, εκτός από την Νίκας, την ΜΕΒΓΑΛ και την Wonderplant, να συμπεριληφθούν, μεταξύ άλλων, και οι εταιρείες ζύμης του κ. Αραμπατζή. Δεν πρέπει να ξεχνάμε εξάλλου, ότι οι δύο άνδρες, μαζί με τον Σταύρο Νένδο (της Select), τον Αχιλλέα Φώλια και τον Θέμη Μακρή, είχαν ιδρύσει πριν από μία δεκαετία, στην Δράμα, την Wonderplant, ανα-



πτύσσοντας μονάδα υδροπονικής καλλιέργειας ντομάτας.

ΜΕΓΑΛΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ

Ο κλάδος των κατεψυγμένων ζυμών παρουσιάζει μεγάλη δυναμική τα τελευταία χρόνια και σύμφωνα με τη νέα διοίκηση του ομίλου Vivartia, η επένδυση στον χώρο αυτό, σηματοδοτεί την απόφαση του ομίλου για περαιτέρω ενίσχυση της δραστηριότητάς του στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Η υπογραφή της οριστικής συμφωνίας αγοραπωλησίας προβλέπεται να γίνει άμεσα, ενώ η ολοκλήρωση της συναλλαγής θα τελεί υπό την αίρεση λήψης τυχόν απαιτούμενων εγκρίσεων.



Μιχάλης Αραμπατζής

DATA (σε € χιλ.)

Ελληνική Ζύμη

Κύκλος εργασιών

2019: 83.100

2018: 75.351

Μικτό κέρδος

2019: 19.417

2018: 17.855

Αποτελέσματα προ φόρων

2019: 10.361

2018: 9.963

Αποτελέσματα μετά φόρων

2019: 7.845

2019: 7.356

Άλεσις (Χρυσή Ζύμη)

Κύκλος εργασιών

2019: 17.121

2018: 15.333

Μικτό κέρδος

2019: 2.119

2018: 2.069

Αποτελέσματα προ φόρων

2019: 103

2018: 382

Αποτελέσματα μετά φόρων

2019: 73

2018: 373

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

INDUSTRY INSIGHTS

Η ΑΚΤΙΝΟΓΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΙΝΔΙΚΗΣ FMCG ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ – ΜΕΓΕΘΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Ο ταχέως αναπτυσσόμενος τομέας των καταναλωτικών αγαθών (FMCG) αποτελεί τον τέταρτο μεγαλύτερο τομέα στην Ινδία, με τα προϊόντα οικιακής και προσωπικής φροντίδας να αναλογούν στο 50% των συνολικών πωλήσεων του κλάδου στη χώρα.

Η αύξηση της ευαισθητοποίησης, η ευκολότερη πρόσβαση και η αλλαγή του τρόπου ζωής έχουν αποτελέσει τους βασικούς μοχλούς ανάπτυξης του τομέα. Το αστικό τμήμα, αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο ποσοστό (55%) επί των συνολικών εσόδων του ινδικού FMCG κλάδου. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια, η αγορά FMCG έχει αυξηθεί με ταχύτερο ρυθμό στην αγροτική Ινδία, έναντι της αστικής. Τα ημιαστικά και αγροτικά τμήματα αυξάνονται με ταχείς ρυθμούς, με τα προϊόντα FMCG να αντιπροσωπεύουν το 50% των συνολικών αγροτικών δαπανών.

ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η λιανική αγορά στην Ινδία εκτιμάται ότι θα ανέλθει στο \$1,1 τρισ. έως το 2022, με το σύγχρονο εμπόριο να σημειώνει ρυθμό αύξησης 20-25% ετησίως, γεγονός που είναι πιθανό να αυξήσει τα έσοδα των εταιρειών FMCG. Τα τελευταία ανήλθαν σε Rs.3,4 lakh crore (\$52,75 δισ.) το οικονομικό έτος 2020, ενώ εκτιμάται ότι θα ανέλθουν στα \$103,7 δισ. το 2022. Σύμφωνα με την Nielsen, η ινδική βιομηχανία FMCG αυξήθηκε κατά 9,4% το τρίμηνο Ιανουαρίου-Μαρτίου του τρέχοντος έτους, ως αποτέλεσμα της αύξησης που σημειώθηκε στις τιμές (κυρίως στα είδη πρώτης ανάγκης) και στην κατανάλωση,

Η ινδική αγορά επεξεργασμένων τροφίμων αναμένεται να διαμορφωθεί στα \$470 δισ. έως το 2025, από \$263 δισ. το 2019-20.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Η κυβέρνηση έχει επιτρέψει 100% άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ) στην επεξεργασία τροφίμων και το λιανικό εμπόριο. Αυτό θα δώσει ώθηση στην απασχόληση, την αλυσίδα εφοδιασμού και στην παρουσία των brands του FMCG κλάδου στις οργανωμένες αγορές λιανικής, ενισχύοντας τις καταναλωτικές δαπάνες και ενθαρρύνοντας περισσότερα λανσαρίσματα νέων προϊόντων.

Ο τομέας παρουσίασε υγιείς εισροές ΑΞΕ, από τον Απρίλιο του 2000 έως τον Μάρτιο του τρέχοντος έτους, ύψους \$18,19 δισ.



ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

Μερικές από τις σημαντικότερες πρωτοβουλίες της κυβέρνησης για την προώθηση του τομέα FMCG στην Ινδία, είναι οι εξής:

- Στις 11 Νοεμβρίου 2020, ενέκρινε σχέδιο κινήτρων, άμεσα συνδεδεμένο με την παραγωγή, (PLI), σε 10 βασικούς τομείς (συμπεριλαμβανομένων των ηλεκτρονικών και των λευκών συσκευών) για να ενισχύσει την παραγωγική ικανότητα της Ινδίας, τις εξαγωγές, καθώς την προώθηση της πρωτοβουλίας, Atmanirbhar Bharat. Οι εξελίξεις στον τομέα των συσκευασμένων τροφίμων θα συμβάλλουν στην αύξηση των τιμών για τους αγρότες και θα μειώσουν τα υψηλά επίπεδα της σπατάλης τροφίμων. Βάσει του σχεδίου PLI, έχουν δημιουργηθεί μοναδικές σειρές προϊόντων, με δυνατότητα ανάπτυξης και δημιουργίας θέσεων εργασίας, μεσαίας έως μεγάλης κλίμακας
- Ενέκρινε 100% ΑΞΕ στην επεξεργασία τροφίμων και το λιανικό εμπόριο
- Ο φόρος αγαθών και υπηρεσιών (GST) είναι επωφελής για τη βιομηχανία FMCG, καθώς, πολλά από τα προϊόντα FMCG, όπως σαπούνι, οδοντόκρεμα και λάδι μαλλιών, υπάγονται τώρα, σε 18% φόρο, έναντι του προηγούμενου συντελεστή, 23-24%
- Επίσης, ο GST στα τρόφιμα και τα προϊόντα υγιεινής μειώθηκε στο 0-5% και 12-18%, αντίστοιχα
- Ο GST αναμένεται να μετατρέψει τα logistics στον τομέα FMCG σε ένα μο-

ντέρνο και αποτελεσματικό μοντέλο, καθώς όλες οι μεγάλες εταιρείες αναδιμορφώνουν τις δραστηριότητές τους σε μεγαλύτερα κέντρα logistics και αποθήκες

ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΚΑΘΟΡΙΣΟΥΝ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Η αγροτική κατανάλωση έχει αυξηθεί, συνεπεία του αυξανόμενου διαθέσιμου εισοδήματος και της υψηλότερης φιλοδοξίας των πολιτών. Υπάρχει αυξημένη ζήτηση για επώνυμα προϊόντα στην αγροτική Ινδία. Η αγροτική FMCG αγορά στην Ινδία αναμένεται να αυξηθεί στα \$220 δισ.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας, που ωθεί τη ζήτηση για υπηρεσίες τροφίμων στην Ινδία, είναι ο αυξανόμενος πληθυσμός νέων, κυρίως στις αστικές περιοχές. Η Ινδία έχει μια μεγάλη βάση νέων καταναλωτών που αποτελούν την πλειοψηφία του εργατικού δυναμικού και λόγω χρονικών περιορισμών, μετά βίας βρίσκουν χρόνο για μαγείρεμα.

Το διαδίκτυο αναμένεται να παίξει βασικό ρόλο για τις εταιρείες που προσπαθούν να εισέλθουν στην ενδοχώρα, καθώς έχει συμβάλει σε μεγάλο βαθμό, αυξάνοντας, με έναν φθηνότερο και πιο απλό τρόπο, την εμβέλεια μιας εταιρείας.

Ο αριθμός των χρηστών του διαδικτύου στην Ινδία είναι πιθανό να φθάσει το 1 δισ. μέχρι το 2025. Εκτιμάται ότι, το 40% της συνολικής κατανάλωσης FMCG στην Ινδία θα πραγματοποιείται στο διαδίκτυο έως το 2022.

INDUSTRY INSIGHTS

Η SNACK FOOD ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ ΙΝΔΙΑΣ- ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝ

Η Ινδία, ως μία από τις αναπτυσσόμενες οικονομίες στον κόσμο, με τεράστια εγχώρια αγορά και επάρκεια σε πρώτες ύλες και εργαζόμενους, έχει γίνει πηγή για πολλά προϊόντα.

Η νεότερη γενιά με το αυξανόμενο εισόδημά της (δηλαδή, σχεδόν τα δύο τρίτα του πληθυσμού) αποτελεί έναν από τους βασικούς παράγοντες δημιουργίας της αγοράς του snack food.

Οι καινοτομίες βρίσκονται πάντα σε εξέλιξη στην εν λόγω βιομηχανία, με τις μεγάλες εταιρείες του κλάδου να εκπλήσσουν τους καταναλωτές με μοναδικές γευστικές προσφορές, κάνοντας τα συσκευασμένα προϊόντα, όπως και τα κατεψυγμένα τρόφιμα, ιδιαίτερα δημοφιλή.

Η ΑΓΟΡΑ ΣΗΜΕΡΑ

Στην Ινδία, οι περισσότεροι άνθρωποι εξακολουθούν να επιλέγουν μη συσκευασμένα τρόφιμα. Η συνεχιζόμενη πανδημία όμως, σε συνδυασμό με την ανησυχία για την ασφάλεια

και την υγεία των πολιτών, αλλάζουν αυτή την προτίμηση, δημιουργώντας μια αργή και σταθερή μετακίνηση προς τα συσκευασμένα snacks. Παράλληλα, η τηλεργασία έχει βάλει στη ζωή των καταναλωτών, σε μεγάλο βαθμό, είδη ζαχαροπλαστικής, όπως μπισκότα, σοκολάτες, namkeens και πολλά άλλα παρόμοια προϊόντα.

Επιπλέον, η συσκευασία καθιστά εύκολη την αναγνώριση του προϊόντος και μετριάζει τον κίνδυνο νοθείας.

ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ενδεικτικά, ορισμένοι από τους βασικούς παράγοντες ανάπτυξης της ινδικής βιομηχανίας snack food και αυτοί που έχουν εμπνεύσει νέες γεύσεις, είναι:

- Η διαφοροποιημένη κουλτούρα του φαγητού
- Η αλλαγή των καταναλωτικών προτύπων
- Οι μεταβαλλόμενες τάσεις
- Ο αυξανόμενος πληθυσμός

- Η αύξηση των ποσοστών κατανάλωσης
- Η αύξηση της αστικοποίησης
- Οι αλλαγές στη σύνθεση των φύλων του εργατικού δυναμικού
- Η πανδημία

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η ινδική snack food βιομηχανία βιώνει έναν αξιοσημείωτο κύκλο ανάπτυξης, καθώς οι πολυεθνικές εταιρείες κάνουν έντονη την παρουσία τους στην ινδική αγορά. Οι εκτιμήσεις κάνουν λόγο για CAGR 11,5% έως το οικονομικό έτος 2023, ενώ είναι πιθανό η βιομηχανία να φτάσει σε αξία τα Rs15,971,9 δισ.

Οι αυξανόμενες άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ) και οι συνεργασίες στον κλάδο σηματοδοτούν την άνοδο των προϊόντων snack food από εγχώριες και παγκόσμιες πολυεθνικές εταιρείες. Τα μεγέθη δείχνουν ότι ο τομέας διαθέτει τεράστια δυναμική και ότι θα συμβάλει τα μέγιστα στην ανάπτυξη της ινδικής οικονομίας.

