

Θα τα λατρέψεις:
μεγάλη ποικιλία, υψηλή ποιότητα.



Υψηλή ποιότητα -
πάντα χαμηλές τιμές.



FNB SERVED **DAILY.**

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
 **TotalFoodService**
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΤΕΤΑΡΤΗ 26 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2022
ΤΕΥΧΟΣ 1542



• COCA COLA 3E

Νέες επενδύσεις €75 εκατ. τη διετία 2022-2023
- Τα πλάνα για την Three Cents



• ONLINE DELIVERY (EFOOD)

Πώς κέρδισε τζίρο €70 εκατ. τη διετία
της πανδημίας – Μειωμένα τα περσινά κέρδη



• ICAP CRIF – ΜΠΥΡΑ

Προβλέπει μέση ετήσια ανάπτυξη
κατανάλωσης 7% το διάστημα 2022-2023



• REMY COINTREAU

Ισχυρή διψήφια ανάπτυξη για το Metaxa
– Στο +21,1% ο τζίρος του ομίλου

EDITORIAL: Προσωπικό και συνθήκες εργασίας

SECRET RECIPE: Πίσω ολοταχώς

Ανοίγουμε ορίζοντες σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον

ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

€1,3 δισ

επίδραση στο ΑΕΠ

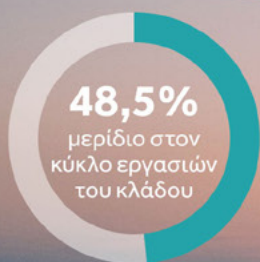
€1

δικής μας προστιθέμενης
αξίας δημιουργεί



€6

στην ελληνική
οικονομία



€4,6 εκ

σε κοινωνικά προγράμματα
(2019-2021)

€1,8 εκ

για την αποκατάσταση
της Βαρυμπόμπης
μετά τη φωτιά

€4 εκ

για την κατάργηση
του πλαστικού
στις πολυσυσκεασίες
αλουμινίου

Χάρη
σε μια
αλυσίδα
αξίας με
προμηθευτές &
συνεργάτες
στηρίζουμε την
οικονομία και
την απασχόληση,
ενδυναμώνουμε
τον κλάδο,
και
επιστρέφουμε
στην κοινωνία
την αξία & την
εμπιστοσύνη
που μας
δείχνει.

€75,6 εκ

συνολικές επενδύσεις
την τριετία 2019-2021

ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

32.800

θέσεις εργασίας

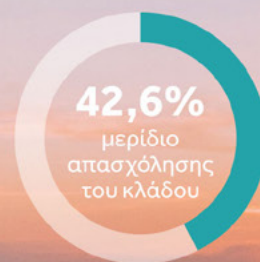
1

δική μας θέση
δημιουργεί άλλες



16

στην ελληνική
οικονομία



Ενδυνάμωση

30.000

νέων από το Empowered

Συλλογή

2.200

τόνων ανακυκλώσιμων
υλικών από το
Zero Waste Future

Εξοικονόμηση

10 εκ

λίτρων νερού ετησίως
στη Φολέγανδρο
από το Zero Drop*



Σκάνανε
και δεσ
όλη τη μελέτη

Τα στοιχεία προκύπτουν από τη μελέτη κοινωνικού και οικονομικού αποτυπώματος που πραγματοποίησε το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) με βάση τα οικονομικά στοιχεία για την περίοδο 2019-2021 από την Coca-Cola στην Ελλάδα.

* Σύμφωνα με τα δημοσιευμένα στοιχεία της GWP-Med

3Ε
Coca-Cola Τρία Έθιλον

Coca-Cola

• ΘΕΣΣΓΗ

ΠΡΟΧΩΡΑ ΣΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΤΟΥ

Σε απόφαση για την ουσιαστική στήριξη των μελών του, μέσω της εφάπαξ καταβολής οικονομικής ενίσχυσης, κατέληξε το διοικητικό συμβούλιο του Συνεταιρισμού Αγροτών Θεσσαλίας, ΘΕΣΣγΗ.

Η διοίκηση του Συνεταιρισμού, αναλογιζόμενη το υψηλό κόστος παραγωγής της νέας καλλιεργητικής περιόδου, αποφάσισε να ενισχύσει τα μέλη του με €2 ανά στρέμμα, για τα προϊόντα που παρέδωσαν μέσω του ΘΕΣΣγΗ. Η ενίσχυση καταβλήθηκε στις 21η Οκτωβρίου, με πίστωση των ποσών ενίσχυσης σε τραπεζικούς λογαριασμούς των μελών.

ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΤΑ 70%

"Ο αγροτικός τομέας αγωνίζεται να επιβιώσει εν μέσω πρωτόγνωρων συγκυριών. Το κόστος του πετρελαίου και των λιπασμάτων έχει εκτοξευθεί το τελευταίο έτος, με

αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους παραγωγής κατά 70% στο σύνολο των αγροτικών προϊόντων. Αφουγκραζόμενοι αυτές τις δυσκολίες και ενόψει της έναρξης των καλλιεργητικών εργασιών για τη νέα χρονιά, αποφασίσαμε να διανείμουμε νωρίτερα μέρος του πλεονάσματος της χρήσης, με τη μορφή άμεσης ενίσχυσης στα προϊόντα που διαχειρίζεται ο Συνεταιρισμός. Τα μέλη που παρέδωσαν το σύνολο της παραγωγής σε σιτάρι, κριθάρι, καλαμπόκι, βαμβάκι, ελαιόκράμβη και μηδική στο Συνεταιρισμό, αποδεικνύοντας την αφοσίωση και πίστη τους στις συνεταιριστικές αρχές, ενισχύονται και επιβραβεύονται μέσω της απόφασης αυτής. Οι συνεταιριστικές αρχές εξάλλου επιβάλλουν, σε αυτές τις κρίσιμες περιόδους, άμεσες αποφάσεις που εξασφαλίζουν την οικονομική ανάπτυξη και στήριξη των αγροτών μας", όπως ανέφερε ο πρόεδρος του ΘΕΣΣγΗ, Παναγιώτης Καλφούντζος.



Editorial

Προσωπικό και συνθήκες εργασίας

Να ξεκαθαρίσω ότι το σημερινό Editorial ΔΕΝ είναι διαφημιστικό.

"Η χρονιά για το Horeca τελείωσε όπως ξεκίνησε. Δηλαδή, με τις επιχειρήσεις να αναζητούν εργαζομένους για την επόμενη τουριστική περίοδο".

Αυτή η - γνωστή σε όλους, αλλά χρήσιμη προς υπενθύμιση - διαπίστωση έγινε από τον Πάρι Οικονόμου, της πλατφόρμας εύρεσης στελεχών στο Horeca, UWORC.

Το ζητούμενο είναι, όπως έχω γράψει ουκ ολίγες φορές, όχι μόνο να βρεθεί προσωπικό, αλλά - για να βρεθεί αυτό - οι συνθήκες εργασίας, διαβίωσης και λοιπών παροχών να είναι αυτές που πρέπει. Να το πω με μία λέξη, να είναι ανθρώπινες.

Αυτό είναι το μήνυμα, μεταξύ άλλων, και της συγκεκριμένης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, η οποία είναι κάτι παραπάνω από αξιόπαινη.

Διότι δίνει τη δυνατότητα και στις δύο πλευρές, εργοδότες και εργαζομένους, να δουν τις ανάγκες της πρώτης και να ταιριάξουν με τα καλώς εννοούμενα "θέλω" της δεύτερης.

Διότι μόνο έτσι θα μπορέσουν να βελτιωθούν οι σχέσεις μεταξύ των δύο πλευρών και να υπάρχουν κίνητρα για τους νέους να ασχοληθούν σοβαρά με το τουριστικό προϊόν, και όχι με τη λογική της αρπαχτής ή της εποχικής απασχόλησης για δύο, τρεις, τέσσερις ή πέντε μήνες.

Όπως πολύ εύστοχα είπε η υφυπουργός Τουρισμού, Σοφία Ζαχαράκη, "Στόχος είναι να βελτιώσουμε τις συνθήκες επαγγελματικού προσανατολισμού με βάση τα δεδομένα της αγοράς". Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Πίσω ολοταχώς

Εμφανίστηκε στην αγορά ως το αντίβαρο ενός πολύ επιτυχημένου project. Ξεκίνησε δυναμικά, λανσάροντας ότι είναι το αυθεντικό project. Έχοντας αφήσει στην άκρη τους παλιούς της συνεργάτες, η νέα εταιρεία μπήκε φουριόζα στην πιάτσα, αφήνοντας να εννοηθεί ότι ετοιμάζεται για μεγάλα πράγματα. Τελικά, όμως, τα πράγματα δεν εξελίχθηκαν όπως τα σχεδίαζαν οι μέτοχοί της. Και, τώρα, κάνουν πίσω. Ολοταχώς...



EMPOWERED

10.000 νέοι και επαγγελματίες HoReCa έγιναν EMPOWERED σε ένα χρόνο!

Το EMPOWERED της Coca-Cola Τρία Έψιλον συνεχίζει δυναμικά με νέο κύκλο digital σεμιναρίων από την 1η Νοεμβρίου

Το **Empowered** της **Coca-Cola Τρία Έψιλον**, το Νο1 δωρεάν πρόγραμμα ενίσχυσης της απασχολησιμότητας του ιδιωτικού τομέα, ξεκινάει 1η Νοεμβρίου τον νέο κύκλο live digital σεμιναρίων.

Το πρόγραμμα έχει ενδυναμώσει τον τελευταίο χρόνο περισσότερους από **10.000 νέους και επαγγελματίες του HoReCa**, ενώ με τον νέο κύκλο στοχεύει να εκπαιδεύσει περισσότερους από **2.500 συμμετέχοντες**.

Μέσα από διαφορετικά σεμινάρια προσφέρει σε νέους 18-30 τις απαραίτητες ψηφιακές & επαγγελματικές δεξιότητες που χρειάζονται για να ξεκινήσουν την καριέρα τους σε όποιον κλάδο ονειρεύονται.



 ΜΑΘΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΕΔΩ

• **COCA COLA 3E**

ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €75 ΕΚΑΤ. ΤΗ ΔΙΕΤΙΑ 2022-2023 - ΤΑ ΠΛΑΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ THREE CENTS

Επενδύσεις €75 εκατ. υλοποιεί για τη διετία 2022-2023 η Coca Cola 3E, με επίκεντρο την περαιτέρω ανάπτυξη στην ελληνική αγορά, ενώ θυμίζουμε ότι επιπλέον €75 εκατ. επενδύθηκαν το διάστημα 2019-2021.

Πιο συγκεκριμένα, όπως ανέφερε η γενική διευθύντρια της Coca-Cola Τρία Έψιλον για Ελλάδα & Κύπρο, Μαρία Αναργύρου-Νίκολιτς, η εταιρεία ενισχύει το αποτύπωμα της στην Ελλάδα, επενδύοντας:

- στην παραγωγική δυναμική του εργοστασίου στο Σχηματάρι
- στον ψηφιακό μετασχηματισμό της στοχεύοντας να γίνει ένα 5G εργοστάσιο
- στη βιώσιμη ανάπτυξη
- στη μείωση του κόστους
- στην ενδυνάμωση των ανθρώπων και της αγοράς

ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΟ 2023 ΣΤΟ ΣΧΗΜΑΤΑΡΙ

Ειδικότερα, η Coca Cola 3E θα εγκαινιάσει στις αρχές του 2023 μια νέα γραμμή παραγωγής στο εργοστάσιο της στο Σχηματάρι, όπου παράγεται το Monster, brand που προορίζεται κυρίως για εξαγωγές, καλύπτοντας τις ανάγκες των χωρών του Ομίλου ανάλογα με την περίοδο.

“Το εργοστάσιό μας στο Σχηματάρι αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα εργοστάσια του Ομίλου και τη μεγαλύτερη μονάδα παραγωγής αναψυκτικών και χυμών στην Ελλάδα. Στόχος μας είναι η ανάπτυξη της παραγωγικής διαδικασίας και πλανάρουμε καινοτομίες σε όλους τους τομείς του portfolio. Θέλουμε όπως μεγαλώνει το portfolio και οι κατηγορίες μας, ανάλογα να μεγαλώνει και η παραγωγική μας δραστηριότητα για να καλύπτουμε πλήρως τις ανάγκες μας σε Ελλάδα και Κύπρο”, υπογραμμίζει η κα. Αναργύρου-Νίκολιτς, λέγοντας ότι η Coca Cola 3E, ετοιμάζει και επενδύσεις €2 εκατ. για εξοικονόμηση ενέργειας στο συγκεκριμένο εργοστάσιο. “Εργαζόμαστε συνεχώς, προκειμένου να μειώσουμε το ενεργειακό μας αποτύπωμα. Ένα από τα μεγαλύτερα πλάνα που έχουμε για την εξοικονόμηση ενέργειας είναι η εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στο εργοστάσιο στο Σχηματάρι”.

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΑ “ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΓΙΑ ΕΝΗΛΙΚΕΣ” ΜΕ ΤΗΝ THREE CENTS

Μιλώντας στο FNB Daily, η κα. Αναργύρου-Νίκολιτς αναφέρθηκε και στην [ολοκλή-](#)



Μαρία Αναργύρου-Νίκολιτς, Γενική Διευθύντρια Coca-Cola Τρία Έψιλον για Ελλάδα & Κύπρο

[ρωση του transaction της Three Cents στο portfolio του Ομίλου](#), αναφέροντας ότι “είμαστε πολύ υπερήφανοι για την Three Cents, γιατί είναι μια super premium μάρκα και μαζί με την Schweppes ενισχύουν την παρουσία μας στο κομμάτι που λέγεται αναψυκτικά για ενήλικες, το οποίο ανεβαίνει συνεχώς τόσο άμεσα, όσο και έμμεσα (mixability). Πρόκειται για μια εξαγορά του ομίλου σε παγκόσμιο επίπεδο, για όλες τις χώρες, στις οποίες έχει εξαγωγική δραστηριότητα. Η Ελλάδα είναι σημαντική αγορά για την Three Cents, καθώς από εδώ ξεκίνησε και θέλουμε να το κάνουμε ακόμα πιο δυνατό”. Όσον αφορά τη μεταφορά την παραγωγής από το εργοστάσιο του Μεταξα, όπου για την ώρα εμφιαλώνονται τα προϊόντα της Three Cents, η κα. Αναργύρου-Νίκολιτς υπογράμμισε ότι η απορρόφηση της εταιρείας είναι πολύ πρόσφατο γεγονός και η οποιαδήποτε εξέλιξη θα ανακοινωθεί το προσεχές διάστημα.

ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΜΕΓΑΛΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ ΓΙΑ ΤΟ VERGANO

Δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση και στην κατηγορία του καφέ, η εταιρεία συνεχίζει την ανάπτυξη του Costa Coffee, τόσο στο HoReCa όσο και στο retail, ενώ προετοιμάζει και ένα μεγάλο λανσάρισμα για αρχές του 2023 με τον Caffè Vergnano, deal για το οποίο είχατε διαβάσει στο FNB Daily στις [29/6/2021](#) και [27/7/2022](#).

Πρόκειται για ένα super premium ιταλι-

κό coffee brand, το οποίο, σύμφωνα με την εταιρεία, θα ενδυναμώσει την προϊónτική της γκάμα και θα συμπληρώσει το 24/7 portfolio της.

Θυμίζουμε ότι η Coca-Cola HBC έχει εξαγοράσει το 30% του Caffè Vergnano, έχοντας αναλάβει πλήρως τη διανομή του στην Ελλάδα και την Κύπρο.

ΚΕΡΔΙΣΕ ΤΟ PREMIUM HORECA ΤΟ LURISIA

Όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily, η εταιρεία λάνσαρε το water brand Lurisia, το οποίο όπως είπε η κα. Αναργύρου-Νίκολιτς έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στο premium HoReCa και στην Ελλάδα.

Θυμίζουμε ότι η εταιρεία διατηρεί και 20% στην Σουρωτή, ποσοστό το οποίο παραμένει ενεργό και δεν προβλέπεται να μεταβληθεί στο άμεσο μέλλον.

ΠΟΛΥ ΔΥΝΑΤΗ ΣΕΖΟΝ ΤΟ 2023

Η φετινή σεζόν είχε θετικό αποτύπωμα για την εταιρεία, καθώς τα χαρακτηριστικά της Ελλάδας ευνοούν τη διατήρηση του τουρισμού σε ανοδικά επίπεδα σε διάφορες περιοχές, όπως Κρήτη, Ρόδο και Κέρκυρα, ενώ η εταιρεία ετοιμάζεται για μια πολύ δυνατή σεζόν το 2023.

“Ο ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΜΑΣ ΑΦΟΡΑ ΟΛΟΥΣ”

Τέλος, η κα. Αναργύρου-Νίκολιτς αναφέρθηκε και στις πληθωριστικές πιέσεις στο λιανεμπόριο αλλά και στις ανατιμήσεις, λέγοντας ότι το κόστος παραγωγής και οι αυξήσεις των πρώτων υλών έχουν επηρεάσει τις επιχειρήσεις, τόσο σε οικονομικό επίπεδο όσο και σε πρακτικό, λόγω των καθυστερήσεων που βιώνει η εφοδιαστική αλυσίδα.

“Ο πληθωρισμός μας αφορά όλους, δεν υπάρχει νοικοκυριό που δεν θα επηρεαστεί. Εμείς προσπαθούμε μέσα από το portfolio να προσφέρουμε προτάσεις που να ταιριάζουν σε όλο το φάσμα των καταναλωτών, ενώ έχουμε απορροφήσει το μεγαλύτερο μέρος του κόστους παραγωγής. Έχουμε περάσει αυξήσεις τιμών της τάξης του 6,9%, μεσοσταθμικά από την αρχή του 2022 μέχρι σήμερα. Υποστηρίζουμε την κατανάλωση με πολλές προσφορές”.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



μήπως το "Άκης"
βγαίνει από το
προσφορΑΚΗΣ;





• ΠΙΝΔΟΣ

ΠΟΥ ΣΤΟΧΕΥΟΥΝ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ BIOMERIEUX ΚΑΙ BIZTEC

Η Πίνδος, έχοντας ως γνώμονα την παραγωγή προϊόντων υψηλής ποιότητας και ασφάλειας, μέσα από στρατηγικές συνεργασίες, που διασφαλίζουν την παραγωγή ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων, εφαρμόζει καινοτόμους μεθόδους και τεχνογνωσία αιχμής σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, έχοντας πάντα σταθερό προσανατολισμό την ορθή μεταχείριση των πτηνών και εφαρμόζοντας πρώτη από το 2016, ένα πρότυπο μοντέλο ευζωίας.

BIOMERIEUX

Η πρόσφατη συνεργασία με την Biomerieux, μια από τις σημαντικότερες εταιρίες στον κόσμο σε διαγνωστικά συστήματα για την ασφάλεια των τροφίμων, την ανθρώπινη υγεία και την υγεία των ζώων, είχε ως αποτέλεσμα την εφαρμογή της νέας εξελιγμένης μοριακής τεχνικής GeneUp, η οποία στηρίζεται στην προηγμένη μέθοδο ανίχνευσης παθογόνων μικροοργανισμών με βάση τα τεστ PCR.

Βασικό πλεονέκτημα αυτής της τεχνικής αποτελεί η ταχύτητα ανάλυσης, καθώς προσφέρει αποτέλεσμα εντός 15 λεπτών, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα την ποιότητα και ακρίβεια των αποτελεσμάτων. Ταυτόχρονα, η εν λόγω μέθοδος απλοποιεί σε μεγάλο βαθμό την προετοιμασία του δείγματος, με το πάνελ των εξετάσεων να επεκτείνεται πέρα από την ανίχνευση των κλασικών

παθογόνων μικροοργανισμών, παρέχοντας περισσότερες εξειδικευμένες εξετάσεις που καλύπτουν τις πραγματικές ανάγκες των Βιομηχανιών Τροφίμων.

BIZTEC

Η δεύτερη συνεργασία με την BizTEC, επιτυγχάνει μέσα από τη χρήση της κορυφαίας πλατφόρμας λογισμικού, Odysseus ERP τη διατήρηση του υψηλού επιπέδου ασφαλείας των τροφίμων του Συνεταιρισμού στις παραγωγικές του μονάδες. Μέσα από τη χρήση αυτού του λογισμικού, η Πίνδος, έχει πλήρη παρακολούθηση και έλεγχο σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Ταυτόχρονα, υλοποιήθηκε από την BizTEC η ευέλικτη και επεκτάσιμη λύση - Διαχείριση Παραγωγής & Ικνηλασιμότητας - λαμβάνοντας υπόψη τις τρέχουσες απαιτήσεις, αλλά και τις μελλοντικές ανάγκες του Συνεταιρισμού.

Η συνέργεια αυτή συνετέλεσε και στην πρόσφατη πιστοποίηση της βιομηχανίας επεξεργασίας κοτόπουλου της Πίνδος με το διεθνές πρότυπο IFS (International Featured Standard) Food 7, σχετικό με την ασφάλεια και την ποιότητα επεξεργασμένων τροφίμων και των διαδικασιών παραγωγής. Η πιστοποίηση έγινε από την TÜV Austria Hellas, θυγατρική της TÜV Austria Group. Κατά την τελική αξιολόγηση η Πίνδος έλαβε πολύ υψηλή βαθμολογία (98,29%) για την ορθή εφαρμογή αυτού του ιδιαίτερα απαιτητικού προτύπου.



• ΧΑΤΖΑΚΟΥ

ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ 3 ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ - ΕΩΣ 30% Η ΦΕΤΙΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Την εξωστρέφειά της ενισχύει η εταιρεία παραγωγής και προϊόντων ζύμης Χατζάκου από την Θεσσαλονίκη.

Όπως πληροφορείται το FNB Daily, η εταιρεία διατηρεί σταθερές και μακροχρόνιες συνεργασίες σε Γερμανία, Ολλανδία, Ιταλία, Ισπανία, Σουηδία και Αγγλία ήδη από το 1980, ενώ το 40% του ετήσιου κύκλου εργασιών της αντιπροσωπεύουν οι εξαγωγές.

Το επόμενο διάστημα στόχος είναι η διείσδυση σε τρεις συγκεκριμένες αγορές, Αυστραλία, Αμερική και Ισραήλ, οι οποίες έχουν δείξει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα προϊόντα της.

ΘΕΤΙΚΟ ΤΟ FEEDBACK ΓΙΑ ΤΟ EXTRA

Η Χατζάκου, που ιδρύθηκε το 1964 στην Θεσσαλονίκη και διαθέτει ιδιόκτητες εγκαταστάσεις στη ΒΙ.ΠΕ Σίνδου, έχοντας επενδύσει σε τελευταίας γενιάς γραμμές παραγωγής, παράγει φύλλο κρούστας, κανταΐφι, σφολιάτα τόσο με το δικό της brand, όσο και προϊόντα διωπτικής ετικέτας, πριν 1,5 χρόνο λάνσαρε το φύλλο Βυρπητού extra, ένα λεπτό και τραγανό φύλλο, το οποίο μέχρι στιγμής έχει λάβει θετικό feedback από την αγορά.

ΘΕΤΙΚΑ ΘΑ ΚΛΕΙΣΕΙ ΤΟ 2022

Τα προϊόντα της Χατζάκου είναι διαθέσιμα και στην ελληνική αγορά, σε HoReCa και retail αλλά κυρίως σε τοπικές αλυσίδες super market της Βορείου Ελλάδος, όπως Σέρρες, Αλεξανδρούπολη, Θεσσαλονίκη και Βέροια.

Φέτος, εξαιτίας της αύξησης του τουρισμού η χρονιά αναμένεται να κλείσει με διψήφια άνοδο, έως 30%. "Αναμένουμε και τα Χριστούγεννα, περίοδος κατά την οποία γίνεται το 80% του ετήσιου τζίρου μας", αναφέρει η εταιρεία στο FNB Daily.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Η
N O T I C E
CONTENT & SERVICES

διοργανώνει την ημερίδα

ΒΕ:
natural
Επιχείρηση
και Βιωσιμότητα

Τετάρτη 26 Οκτωβρίου 2022

από τις **10:00** έως τις **14:00**

στο Κέντρο Επιχειρηματικότητας Κωνσταντίνος Μίχαλος
Αμερικής 8, 106 71 Αθήνα

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Μαρία Σακελλαρίδη 210 3634061

maria@notice.gr

• ONLINE DELIVERY (EFOOD)

ΠΩΣ ΚΕΡΔΙΣΕ ΤΖΙΡΟ €70 ΕΚΑΤ. ΤΗ ΔΙΕΤΙΑ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ – ΜΕΙΩΜΕΝΑ ΤΑ ΠΕΡΣΙΝΑ ΚΕΡΔΗ

Ανάπτυξη της τάξης του 75% εμφάνισε το 2021 η Online Delivery. Η σημαντική ενίσχυση στον κύκλο εργασιών προήλθε κυρίως από την αύξηση των παραγγελιών μέσω της πλατφόρμας Efood, με αποτέλεσμα την αύξηση των εσόδων από προμήθειες κατά €30 εκατ. σε σχέση με το 2020.

Επιπλέον, ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε και λόγω της χρήσης των υπηρεσιών προώθησης από τα συνεργαζόμενα, στην πλατφόρμα, καταστήματα, όπως είναι π.χ. premium placement, προτεινόμενα πιάτα κ.ά., προσφέροντας €10,9 εκατ. παραπάνω, συγκριτικά με το 2020.

Ακόμη, αυξήθηκαν και τα συνεργαζόμενα καταστήματα της πλατφόρμας, φθάνοντας τα 19.000 στα τέλη του 2021 από 13.000 το 2020.



Παμίνος &
Κωνσταντίνος
Κυρκίνης,
επικεφαλής,
Online Delivery

οποίες ανήλθαν πέρυσι σε €38,12 εκατ. από €6,66 εκατ. το 2020. Σημαντική ήταν ακόμη η αύξηση των εξόδων προβολής & επικοινωνίας (υπερδιπλάσια από το 2020), καθώς επίσης και οι αμοιβές & έξοδα τρίτων.



Θέτις Γουλιού,
πρόεδρος ΔΣ, Go
Delivery

Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ (σε € χιλ.)

<u>Έσοδα από προμήθειες</u>	<u>Παροχή υπηρεσιών σε συνδεδεμένες οντότητες</u>
2021: 77.153	2021: 1.638
2020: 46.144	2020: 618
<u>Έσοδα παροχής υπηρεσιών προώθησης</u>	<u>Λοιπές υπηρεσίες</u>
2021: 24.443	2021: 9.566
2020: 13.528	2020: 4.199

Έξοδα (σε € χιλ.)

<u>Σύνολο</u>	<u>Αμοιβές υπηρεσιών delivery</u>
2021: 66.771	2021: 38.125
2020: 21.054	2020: 6.664
2019: 11.245	2019: 562
<u>Αμοιβές & έξοδα τρίτων</u>	<u>Έξοδα προβολής & διαφήμισης</u>
2021: 9.974	2021: 14.210
2020: 4.864	2020: 6.789
2019: 3.527	2019: 5.097

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

Σε επίπεδο προσωπικού, οι εργαζόμενοι πέρυσι ανήλθαν σε 576 άτομα (από 378 το 2020), με τις συνολικές τους παροχές να αγγίζουν τα €17,4 εκατ. από €12,04 εκατ. την αμέσως προηγούμενη χρονιά.

Παροχές σε εργαζόμενους (σε € χιλ.)

2021: 17.393 (576 άτομα)
2020: 12.037 (378 άτομα)
2019: 8.204 (268 άτομα)

ΜΕΙΩΣΗ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ

Από την άλλη πλευρά, η εταιρεία υπέστη μείωση στην κερδοφορία της, με τη διοίκηση, πάντως, να προτείνει τη διανομή μερισμάτων συνολικής αξίας €20 εκατ. από τα κέρδη της περυσινής χρήσης.

DATA Online Delivery (σε € χιλ.)

<u>Κύκλος εργασιών</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2021: 112.801	2021: 23.245
2020: 64.489	2020: 28.918
2019: 43.172	2019: 22.247
<u>EBITDA</u>	<u>Κέρδη μετά φόρων</u>
2021: 28.878	2021: 17.678
2020: 31.857	2020: 21.606
2019: 23.705	2019: 16.819

ΕΞΟΔΑ

Η μείωση της κερδοφορίας είναι αποτέλεσμα και της μεγάλης αύξησης των εξόδων, καθώς αυτά υπερτριπλασιάστηκαν, και κυρίως οι αμοιβές των υπηρεσιών delivery, οι

ΣΕ... ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ DELIVERY

Σημειώνεται ωστόσο ότι η αύξηση των υπηρεσιών delivery αφορούν τη συνδεδεμένη εταιρεία του ομίλου, Go Delivery, η οποία σημείωσε μεγάλη βελτίωση στα περυσινά της μεγέθη.

DATA Go Delivery (σε € χιλ.)

<u>Κύκλος εργασιών</u>
2021: 42.436
2020: 6.676
<u>EBITDA</u>
2021: 2.036
2020: 255
<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2021: 1.990
2020: 243
<u>Κέρδη μετά φόρων</u>
2021: 1.314
2020: 169

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η κατάσταση στην ελληνική αλλά και την παγκόσμια οικονομία, εξαιτίας της πανδημικής και της ενεργειακής κρίσης, αλλά και των γεωπολιτικών εξελίξεων στην Ουκρανία, δεν έχουν επηρεάσει σημαντικά την εταιρεία. Επισημαίνεται βέβαια ότι έχει προκληθεί αβεβαιότητα στις αγορές, αυξάνοντας περαιτέρω τις τιμές των προϊόντων και της ενέργειας, μειώνοντας παράλληλα το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών. Θυμίζουμε ότι την 1η Ιουλίου η εταιρεία, στο πλαίσιο ευρύτερης συναλλαγής του ομίλου της Delivery hero, απέκτησε το 100% των:

- Delivery.gr
- Etable

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΒΙΚΟΣ ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΕΣΑΠ

Για μία ακόμη χρονιά, η εταιρεία Βίκος συνεχίζει τη συνεργασία της με την ΕΣΑΠ ως ετήσιος χορηγός όλων των ομάδων του σωματείου. Η ΕΣΑΠ αποτελεί την επαγγελματική ένωση των τμημάτων αμειβομένων πετοσφαιριστών των αθλητικών σωματείων που συμμετέχουν στο πρωτάθλημα Α1 Εθνικής Κατηγορίας.

Ως επίσημος χορηγός νερού, η Βίκος Α.Ε. ενυδατώνει τους αθλητές και όλους όσους συμμετέχουν στις προπονήσεις και ονοματοδοεί τον σημαντικότερο παίκτη κάθε αγώνα, ο οποίος αποκτά τον τίτλο Βίκος Cola MVP. Η Βίκος ενισχύει, με συνέπεια, διοργανώσεις που προωθούν την ευγενή άμιλλα, και

Βίκος® Cola

την αξία του συναγωνίζεσθαι, καθώς εκφράζει απόλυτα τη φιλοσοφία της και αντανακλά τη βαθιά της πεποίθηση ότι είναι απαραίτητο οι έννοιες αυτές να κληροδοτούνται βιωματικά από γενιά σε γενιά.



• ΠΑΤΑΤΑ (ΒΕΛΓΙΟ) Η ΚΡΙΣΗ ΧΤΥΠΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΗΣ

Η κρίση χτυπά και την τιμή στις πατάτες (frites όπως τις ονομάζουν), σήμα κατατεθέν του Βελγίου. "Το φυσικό αέριο αυξήθηκε, τα λίπη αυξήθηκαν, οι σάλτσες αυξήθηκαν πάρα πολύ. Έτσι έπρεπε να κάνουμε κάτι, ακόμα κι αν μείναμε αρκετά χαμηλά", αναφέρει διευθυντής καταστήματος με πατάτες, μιλώντας στο δίκτυο RTL.

Από την πλευρά του ο Μπερνάρ Λεφέβρ, πρόεδρος της Εθνικής Ένωσης Καταστημάτων με Πατάτες, σημείωσε ότι "φέτος η αύξηση στα έλαια και τα λίπη είναι πάνω κάτω 40% με 50%". Αυτή τη στιγμή, οι τιμές κυμαίνονται περίπου από €1,30 μέχρι €3,50 ανάλογα με το μέγεθος της συσκευασίας που επιλέγει κάποιος. Ωστόσο, εκτιμάται ότι θα υπάρξει άνοδος. Όσο για το πόσο είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι καταναλωτές, οι απόψεις διίστανται.

Σημειώνεται ότι ένας Βέλγος καταναλώνει κατά μέσο όρο 16 κιλά πατάτες το χρόνο. "Η τιμή δεν πρέπει να είναι πάνω από €3,5 ή €3,8 το κιλό", αναφέρουν στο RTL καταναλωτές, με ορισμένους να λένε ότι θα πλήρωναν ακόμα και €6 το κιλό.

• HELL ENERGY ΝΕΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ HELL COOL LIMITED EDITION

Η Hell Energy παρουσίασε τις νέες γεύσεις Ice Cool limited edition, αποκλειστικά για την χειμερινή περίοδο, που κυκλοφορούν σε συσκευασίες με έντονα χρώματα. Οι χειμερινές γεύσεις limited edition της Hell διατίθενται με την κλασική καφεΐνη 32mg/100ml, 5 βιταμίνες Β και χωρίς συντηρητικά, στα πλήρως ανακυκλώσιμα κουτάκια των 250 ml.



INFO - ΓΕΥΣΕΣ

- Τζίντζερ-λεμόνι
- Κεράσι-βανίλια

• ACCADEMIA PIZZAIOLI ΞΕΚΙΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ PSISTIS



Η Accademia Pizzaioli ανακοινώνει τη συνεργασία της με την εταιρεία Psistis και πιο συγκεκριμένα με τους οικιακούς φούρνους πίτσας Ooni, που φιλοξενήθηκαν στις εγκαταστάσεις της και δοκιμάστηκαν από τους σπουδαστές της.

Η Accademia Pizzaioli συνεργάζεται με την κορυφαία εταιρεία φούρνων για πίτσα, Ooni, η οποία ξεκίνησε από τη Σκωτία ως οικογενειακή επιχείρηση και πλέον διαθέτει τα υψηλής ποιότητας προϊόντα της σε πάνω από 70 χώρες έχοντας κερδίσει την αγάπη και την εμπιστοσύνη του κοινού και των media.

Ο ΦΟΥΡΝΟΣ ΤΗΣ ΟΟΝΙ

Η εταιρία έχει στο ιστορικό της μία σειρά βραβείων καθώς ο φούρνος πίτσας Ooni Pro

διακρίθηκε το 2021 ως ο "Καλύτερος φούρνος για πίτσα" από το περιοδικό WIRED, και η εταιρεία έλαβε την 7η θέση στην κατηγορία των 100 ταχύτερα αναπτυσσόμενων εταιρειών στο Ηνωμένο Βασίλειο της εφημερίδας Sunday Times. Οι επίδοξοι Pizzaioli που φοιτούν στην Ακαδημία θα έχουν την ευκαιρία να εκπαιδευτούν στην τέχνη της πίτσας χρησιμοποιώντας και τους νέους φούρνους της Ooni, με θερμοκρασία που φτάνει τους 500°C και να φτιάξουν πίτσα σε μόλις 60".

Παράλληλα εκπαιδεύτηκε στις εγκαταστάσεις της Accademia Pizzaioli ο σπουδαστής Σταύρος Νικιτάκης, υπάλληλος της εταιρείας "Psistis", ο οποίος διδάχτηκε όλες τις τεχνικές ζύμης για πίτσα και αρτοποιία από τον Istruttore της Accademia Pizzaioli Greece.



• ICAP CRIF - ΜΠΥΡΑ

ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ 7% ΤΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ 2022-2023

Με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 7% εκτιμά ότι θα κινηθεί η εγχώρια κατανάλωση ζύθου κατά τη διετία 2022 – 2023 η ICAP CRIF, επικαλούμενη παράγοντες της αγοράς, οι οποίοι επισημαίνουν ότι η αύξηση της τουριστικής προσέλευσης και η αποφυγή νέων περιορισμών στη λειτουργία των κέντρων εστίασης και χώρων διασκέδασης, θα συντελέσουν σε περαιτέρω μεγέθυνση της αγοράς τα προσεχή έτη.

Αναφορικά με την προηγούμενη χρονιά, η Σταματίνα Παντελαίου, διευθύντρια της διεύθυνσης Οικονομικών - Κλαδικών Μελετών της ICAP CRIF, επισημαίνει ότι η πραγματική κατανάλωση μπίρας εκτιμάται ότι ενισχύθηκε κατά 15,5%, σε σχέση με το 2020, ωστόσο δεν άγγιξε τα μεγέθη προ "κορονοϊού", καθώς ήταν μειωμένη 11%, περίπου, συγκριτικά με το 2019. Επίπεδα, πάντως, τα οποία αναμένεται να προσεγγίσει ή ακόμη και να ξεπεράσει τη φετινή χρονιά.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΚΑΝΑΛΙ

Σύμφωνα με την Όλγα Σιμώνη, consultant της Διεύθυνσης Οικονομικών Κλαδικών Με-

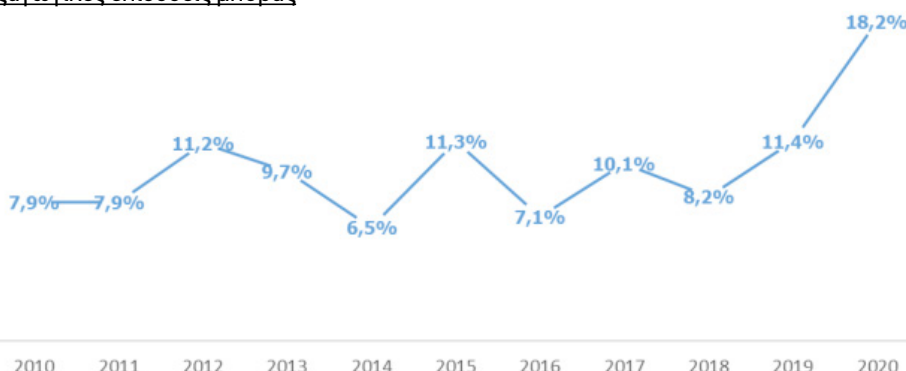
λετών της ICAP CRIF, μέχρι το 2019 το κανάλι της "κρύας" αγοράς κάλυπτε το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης, καθώς την περίοδο 2016-2019 αποσπούσε περίπου το 60% των συνολικών πωλήσεων. Ωστόσο, την τελευταία διετία (2020-2021) καταγράφηκε πτώση των πωλήσεων στο συγκεκριμένο κανάλι διανομής, ενώ παράλληλα ενισχύθηκε η οικιακή κατανάλωση, χωρίς όμως να αντισταθμίσει την πτώση που σημειώθηκε στην "κρύα" αγορά.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η διεύρυνση των εξαγωγών το 2020 συνετέλεσε σε αύξηση του ποσοστού εξαγωγικής επίδοσης, το οποίο διαμορφώθηκε σε 18,2%, παρουσιάζοντας την υψηλότερη τιμή της δεκαετίας 2010-2020. Οι μεγάλες βιομηχανίες που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας προσπάθησαν να καλύψουν τις απώλειες της εγχώριας αγοράς, στέλνοντας προϊόντα τους στο εξωτερικό.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

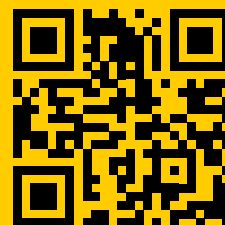
Εξαγωγικές επιδόσεις μπίρας



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*

• Σ. ΜΟΥΡΕΛΑΤΟΣ (COCA COLA HELLAS) ΝΕΑ ΔΡΑΣΗ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΚΑΦΕΣΤΙΑΣΗΣ - ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Μια από τις πέντε πιο σημαντικές χώρες για τον όμιλο Coca-Cola αποτελεί η Ελλάδα, όπως ανέφερε ο γενικός διευθυντής της Coca-Cola Hellas με ευθύνη για Ελλάδα, Κύπρο, Μάλτα, Σταύρος Μουρελάτος, λέγοντας ότι από τη χώρα μας έχουν ξεκινήσει δράσεις που έχουν εξελιχθεί σε παγκόσμια όρια. "Η αγορά αυτή έχει μεγάλες προοπτικές και θέλουμε να επιστρέψει εκεί που ήταν πριν το 2008. Παρά την πανδημία έχουμε κάνει αρκετές δράσεις, κατανοήσαμε τις ανάγκες, επενδύσαμε στις δράσεις με προσαρμοστικότητα ευελιξία και διορατικότητα".

Η ΕΛΛΑΔΑ ΑΝΕΔΕΙΞΕ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Επισήμανε, δε, ότι η ομάδα της Ελλάδας έφερε την υπεύθυνη εργασία στο προσκήνιο αλλά και τη βιώσιμη ανάπτυξη, που στη σημερινή κοινωνία είναι απαίτηση από τις εταιρείες. "Αναδείξαμε πρώτοι τη βιώσιμη ανάπτυξη και αυτό που μας ικανοποιεί είναι να έχει θετικό αποτύπωμα στην κοινωνία και την οικονομία. Δεν μας ικανοποιεί να κερδίσουμε μόνο στον επιχειρηματικό

στίβο. Επίσης, δείξαμε τον δρόμο, από τον τρόπο που εξοπλίστηκαν τα περίπτερα, μέχρι το πως βλέπουμε την πολιτική τιμολόγησης κ.λπ.". Συμπλήρωσε, επίσης, ότι η Ελλάδα ήταν πάντα πηγή ταλέντων για τον όμιλο γεγονός που ευνοεί και την περαιτέρω ανάπτυξη της παραγωγικής δυναμικής της εταιρείας στη χώρα μας.



ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΑΣΗ ΓΙΑ ΜΕΙΩΣΗ ΖΑΧΑΡΗΣ

Επιπλέον, υπογράμμισε ότι η Ελλάδα ηγήθηκε της τάσης για μείωση ζάχαρης και πλέον τα 19/20 προϊόντα αποτελούν μέρος αυτής της τάσης. "Έχουμε προϊόντα όπως είναι η Coca Cola Zero Zero ζάχαρη και καφεΐνη, προϊόν στο οποίο πιστεύουμε πολύ και θέλουμε να επανέλθει δυναμικά στο προσκήνιο".

ΕΝΙΣΧΥΟΝΤΑΙ ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Ο νέος γενικός διευθυντής αναφέρθηκε στις δράσεις βιωσιμότητας που εκπονεί η ελληνική θυγατρική, λέγοντας ότι στόχος είναι αυτές να ενισχυθούν περαιτέρω το επόμενο διάστημα. Ειδικότερα, τόνισε ότι για το "Zero Waste Future" και το "Zero Drop", αναμένεται να ανακοινωθούν νέες δράσεις. Το πρώτο, ξεκίνησε πριν 4 χρόνια και αποτελεί μια κοινωνική και συνεργατική πλατφόρμα που ξεκίνησε από την Θεσσαλονίκη και έφτασε μέχρι την Αμερική. "Μαζέψαμε πάνω από 2,2 χιλ τόνους υλικών και ευαισθητοποιήσαμε πάνω από 1 εκατ. συμπολίτες μας, ενώ σύντομα θα ανακοινωθεί και μια νέα πρωτοβουλία για την καφεστίαση, με σκοπό να βοηθήσουμε τους μικρομεσαίους επιχειρηματίες να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις των καιρών. Στηρίζεται στη λογική της δράσης "Ένας κόσμος χωρίς απορρίμματα".

ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ ΚΑΙ ΣΕ ΑΛΛΑ ΝΗΣΙΑ ΤΟ ZERO DROP

Η υλοποίηση της δράσης "Zero drop", που αφορά την αύξηση επάρκειας νερού στην Φολέγανδρο κατά 63%, βελτίωσε τεχνικά το δίκτυο ύδρευσης και διασωλήνωσης του νερού. Στόχος της εταιρείας είναι αυτό να επεκταθεί και σε άλλα νησιά.

Συνολικά μέχρι και το 2021 η εταιρεία έχει προχωρήσει στις εξής δράσεις:

- Διάθεση €4,6 εκατ. για κοινωνικά προγράμματα, όπως τα Empowered, Zero Waste Future και Zero Drop (2019-2021)
- Δωρεά €1,8 εκατ. για την αποκατάσταση και την αναδάσωση της περιοχής της Βαρυμπόμπης, μετά τη φωτιά (2021)
- Επένδυση €4 εκατ. για την κατάργηση της πλαστικής μεμβράνης στις πολυσυσκευασίες αλουμινίου μέσω του νέου τύπου συσκευασίας KeelClip TM (2021)

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• COCA COLA ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΑ €1,3 ΔΙΣ. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η άμεση, έμμεση και προκαλούμενη επίδραση στην ελληνική οικονομία από το σύνολο της αλυσίδας αξίας της Coca-Cola στην Ελλάδα, άγγιξε τα €1,3 δισ. (0,7% του

ΑΕΠ), που σημαίνει πως για κάθε €1 προστιθέμενης αξίας της Coca-Cola στην Ελλάδα δημιουργούνται €6 στην ελληνική οικονομία, όπως προέκυψε από την πρό-

σφατη μελέτη του IOBE για το κοινωνικό-οικονομικό αποτύπωμα της εταιρείας, η οποία παρουσιάστηκε χθες σε δημοσιογράφους.

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΟΛΟΚΛΗΡΗ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

• COCA-COLA COMPANY

ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΕ ΤΙΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ – ΣΗΜΑ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Σε αύξηση του outlook της για το σύνολο του έτους, προέβη η Coca-Cola Company, μετά την ανακοίνωση καλύτερων των αναμενόμενων αποτελεσμάτων για το γ' τρίμηνο, ενώ η εταιρεία προέβλεψε ότι η διττή στρατηγική της για αύξηση των τιμών και προσφορά πιο προσιτών επιλογών θα συνεχίσει να οδηγεί σε αύξηση των πωλήσεων.

Ο πληθωρισμός αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνει τα έξοδα της Coca-Cola το 2023 και τα στελέχη της έδωσαν σήμα ότι θα μπορούσαν να ακολουθήσουν περισσότερες αυξήσεις τιμών τους επόμενους 12 μήνες. Οι συναλλαγματικές επιδράσεις προβλέπεται, επίσης, να επηρεάσουν τα κέρδη και τα έσοδά της το επόμενο έτος.

DATA – ΕΞΑΜΗΝΟ (σε \$ εκατ.)

<u>Έσοδα</u>
2022: 11.063
2021: 10.042
Μεταβολή: 10%
<u>Αποτέλεσμα προ φόρων</u>
2022: 3.444
2021: 3.084
Μεταβολή: 12%
<u>Καθαρό αποτέλεσμα</u>
2022: 2.825
2021: 2.471
Μεταβολή: 14%

ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Ο διευθύνων σύμβουλος, James Quincey, δήλωσε ότι η εταιρεία βλέπει κάποιες αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών.

“Η Ευρώπη είναι ίσως το πιο προφανές παράδειγμα”, ανέφερε ο Quincey στην τηλεδιάσκεψη της εταιρείας. “Στο κανάλι του σπιτιού, μπορεί κανείς να δει ανάπτυξη στην ιδιωτική ετικέτα σε διάφορες κατηγορίες”.

ΑΥΞΗΣΕ ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η εταιρεία αύξησε το μερίδιο αγοράς της κατά το γ' τρίμηνο. Η Coca-Cola προσπαθεί να προσελκύσει τους επιφυλακτικούς καταναλωτές με προσφορές, όπως πακέτα στη Βόρεια Αμερική που περιέχουν λιγότερα κουτάκια ή χρησιμοποιούν μικρότερα μπουκάλια. Τα επιστρεφόμενα μπουκάλια βοήθησαν επίσης την Coca-Cola να διατηρήσει τις τιμές χαμηλά στις αναπτυσσόμενες αγορές. Ο Quincey ανέφερε ότι οι δύσκολες οικονομικές συνθήκες πιθανότατα θα επιμείνουν για τους επόμενους 6 - 12 μήνες. Σημείωσε, επίσης, ότι η καινοτομία προϊόντων το 2023 θα επικεντρωθεί περισσότερο στη συσκευασία, ώστε να δημιουργηθούν πιο προσιτές επιλογές.

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Για το 2022, η Coca-Cola αναμένει τώρα μια αύξηση 6 - 7% στα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή, από 5 - 6% που εκτιμούσε προηγουμένως. Η εταιρεία αύξησε επίσης τις προοπτικές της για αύξηση των οργανικών εσόδων σε 14 - 15%, από 12 - 13% προηγουμένως.

Για το δ' τρίμηνο, η Coca-Cola προβλέπει ότι το ξένο νόμισμα θα επιβαρύνει τις προσαρμοσμένες καθαρές πωλήσεις της κατά 8% και τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή κατά 9%, συμπεριλαμβανομένης της επίδρασης των αντισταθμισμένων θέσεων.



• ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ LAVAZZA ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΤΗΚΕ ΣΤΗΝ TRIENNALE DI MILANO

Παρουσιάστηκε στην Triennale di Milano το Ημερολόγιο της Lavazza για το 2023, της Alex Prager, και ένα βιβλίο του σχεδιαστή Fabio Novembre, το οποίο καταγράφει τα 10 χρόνια των Ημερολογίων, με την ιστορία δέσμευσης της Lavazza για βιωσιμότητα. Στο Ημερολόγιο του 2023, το μπαρ είναι ένα μέρος τόσο πραγματικό όσο και μεταφορικό, μια ατμόσφαιρα όπου η φωτογράφος Alex Prager μελετά τη μοναδικότητα του ατόμου για να τονίσει την αξία του, αγκαλιάζοντας έτσι το θέμα της κοινής μας ανθρωπιάς και γιορτάζοντας τις διαφορές μας, έννοιες που ζωντανεύουν το όραμα της Lavazza.

ΝΕΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Η έκδοση του 2023 είναι ένα νέο κεφάλαιο στην ιστορία της βιωσιμότητας που γράφτηκε από το έργο του Ημερολογίου τα τελευταία δέκα χρόνια. Αναλαμβάνει την ιστορία των δύο τελευταίων εκδόσεων, δηλαδή του The New Humanity (2021), από 13 παγκοσμίου φήμης φωτογράφους, και του I Can Change The World (2022), του Emmanuel Lubezki, ενός από τους κορυφαίους κινηματογραφιστές του κόσμου.



James
Quincey,
CEO, Coca-
Cola

• REMY COINTREAU

ΙΣΧΥΡΗ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΤΑΧΑ – ΣΤΟ +21,1% Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Με ισχυρή διψήφια ανάπτυξη έκλεισε το Metaxa από τις αρχές Απριλίου μέχρι το τέλος Σεπτεμβρίου, σύμφωνα με τη μητρική εταιρεία, Remy Cointreau η οποία ανακοίνωσε τα αποτελέσματά της για το α' εξάμηνο της οικονομικής χρήσης 2022 - 2023.

Ειδικότερα για την περιοχή στην οποία ανήκει και το ελληνικό brand (EMEA - Δυτική Ευρώπη), η οποία καλύπτει το 16% του συνολικού τζίρου του ομίλου, η ανάπτυξη άγγιξε το 20% χάρη και στις επίσης ισχυρές επιδόσεις των brands:

- RM VSOP
- Cointreau
- St-Remy

Επισημαίνεται παράλληλα και το πολύ δυνατό καλοκαίρι για την Remy Cointreau, το οποίο οδήγησε κυρίως η Νότια Ευρώπη.



ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ: ΥΨΗΛΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΓΙΑ COINTREAU

Στην περιοχή EMEA, οι πωλήσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο ενισχύθηκαν σε χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, επηρεασμένες από τον υψηλό ανταγωνισμό στο Cointreau, ενώ η κατηγορία του cognac συνέχισε να αποδίδει καλά (με ισχυρά

διψήφια ποσοστά ανάπτυξης), οδηγούμενη από το VSOP και το Louis XIII.

Από τις υπόλοιπες χώρες, ισχυρή είναι η δυναμική στις χώρες της Benelux. Αντίθετα, επηρεάστηκαν από τις γεωπολιτικές εξελίξεις οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης.

ΑΜΕΡΙΚΗ: ΣΕ ΠΡΟ COVID ΕΠΙΠΕΔΑ, UP-TRADING ΚΑΙ MIXOLOGY

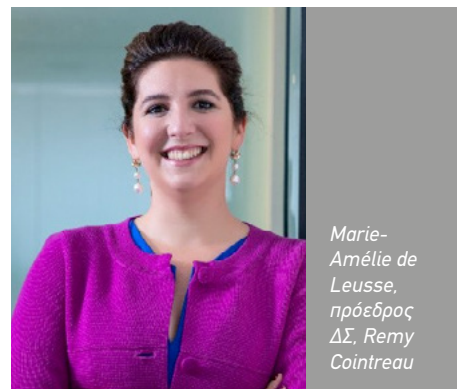
Στην Αμερική, όπου πραγματοποιείται πάνω από το μισό του συνολικού τζίρου της Remy Cointreau (56%), η ανάπτυξη ανήλθε σε 21,1%. Ειδικότερα στις ΗΠΑ, η ανάπτυξη έτρεξε σε διψήφια ποσοστά, κυρίως χάρη στο α' τρίμηνο της χρήσης 2022-2023, ενώ η κατανάλωση σε up-trading και mixology σταθεροποιείται σε υψηλότερα επίπεδα σε σχέση με την προ πανδημίας περίοδο.

Ανάλογη ήταν η εικόνα σε Καναδά (οδηγούμενη από την ανάκαμψη του on-trade καναλιού για τα brands Louis XIII, RM XO & 1738) και Λατινική Αμερική, όπου υπήρξε ελαφρό rebound στις τουριστικές ροές από τη χαμηλή τους βάση.



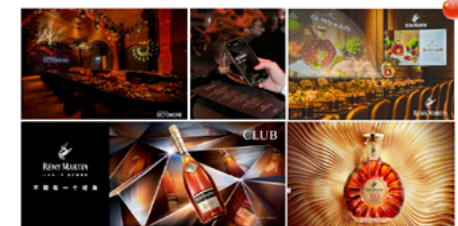
ΚΙΝΑ: ΙΣΧΥΡΕΣ ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΟΥ E-COMMERCE

Τέλος, στην Ασία - Ωκεανία (APAC) – όπου γίνεται το 28% του συνολικού τζίρου – η ανάπτυξη



Marie-Amélie de Leusse, πρόεδρος ΔΣ, Remy Cointreau

ανήλθε σε 21,7%. Στην Κίνα, μεταξύ άλλων, επισημαίνεται η ισχυρή επίδοση του e-commerce (+25% καθοδηγούμενη από τις πωλήσεις του CLUB) και τα πολύ χαμηλά αποθέματα. Στην υπόλοιπη Ασία, σημειώθηκε ισχυρή διψήφια ανάπτυξη σε Ιαπωνία, Ν. Κορέα, Σιγκαπούρη και Μαλαισία, με τις αγορές να επανέρχονται στην κανονικότητα και την κατηγορία του cognac (RM XO & Louis XIII) να υπεραποδίδει.



ΣΤΑ €867,21 ΕΚΑΤ. Ο ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΤΖΙΡΟΣ

Συνολικά οι πωλήσεις της Remy Cointreau κατά το α' εξάμηνο της οικονομικής χρήσης 2022-2023 ενισχύθηκαν κατά 21,1%, στα €867,21 εκατ., με τους ρυθμούς στο β' τρίμηνο (Ιούλιος-Σεπτέμβριος) να υποχωρούν στο 16,2% από 27% στο α' τρίμηνο (Απρίλιος-Ιούνιος). Οι πωλήσεις της αυξήθηκαν κατά 16,2% στο β' τρίμηνο, κυρίως λόγω της αύξησης της ζήτησης για τα premium cognacs στην Κίνα.

€m (April-September 2022)	H1 2022-23	H1 2021-22	Change as reported	Organic change
Cognac	638.1	464.6	+37.3%	+22.4%
Liqueurs & Spirits	214.5	164.1	+30.7%	+20.7%
Sub-total: Group Brands	852.6	628.7	+35.6%	+22.0%
Partner Brands	14.5	16.6	-12.5%	-13.0%
Total	867.1	645.3	+34.4%	+21.1%

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η Remy Cointreau αναμένει άλλη μια χρονιά ισχυρής αύξησης των οργανικών πωλήσεων και βελτίωσης του λειτουργικού περιθωρίου, βοηθούμενη από τον αυστηρό έλεγχο του κόστους για τον μετριασμό

των πληθωριστικών πιέσεων.

Για το σύνολο της χρήσης 2022-2023 προβλέπει θετικές συναλλαγματικές επιδράσεις, με τις δημοσιευμένες πωλήσεις να αναμένονται τώρα στα €110-120 εκατ., σε σχέση με τα €90-100 εκατ. προηγουμένως,

και τα τρέχοντα λειτουργικά κέρδη στα €55-60 εκατ. έναντι των €50-60 εκατ. πριν.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΑΙΓΛΗ

ΠΑΡΑΤΑΣΗ ΕΩΣ 15/12 ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑΣ ΕΚΜΙΣΘΩΣΗΣ

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Επιτροπής Ολυμπίων και Κληροδοτημάτων με απόφασή του, που ελήφθη κατά την υπ' αριθμ. 36 συνεδρίασή του της 19/10/2022, αποφάσισε την παράταση της προθεσμίας υποβολής των προσφορών για τη μακροχρόνια εκμίσθωση του συγκροτήματος Αίγλη μετά από αιτήματα ενδιαφερομένων, "επί τω σκοπώ έγκαιρης προετοιμασίας τους και επίτευξης ικανού επιπέδου ανταγωνισμού, και τον ορισμό

νέας ημερομηνίας υποβολής των προσφορών την 15η Δεκεμβρίου 2022, ημέρα Πέμπτη και ώρας 10:00 έως ώρας 14:00. Κατά τα λοιπά ισχύουν οι όροι της υπ' αριθ. πρωτ. 680/22.7.2022 Πρόσκλησης και οι διευκρινίσεις επ' αυτών, που δόθηκαν ούκοθεν ή μετά από αιτήματα ενδιαφερομένων, οι οποίες έχουν αναρτηθεί στις ανακοινώσεις της ιστοσελίδας zarpeion.megaron.gr και στη Διάγυια".



• ΑΓΡΙΝΟ

ΕΠΙΛΕΓΕΙ ΤΗΝ REGATE EFFECTIVE – EXVAN

Η Agrino με γνώμονα τον διαρκή εκσυγχρονισμό και τη σημαντική αύξηση της παραγωγικότητας των εμπορικών της διεργασιών, επέλεξε το σύστημα Regate Effective EXVAN, ένα εργαλείο για εύκολη δρομολόγηση-τιμολόγηση επί αυτοκινήτου και είσπραξη στο νέο της κανάλι πωλήσεων, όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση της Regate. "Με τον τρόπο αυτό σφραγίζει την υπάρχουσα σχέση εμπιστοσύνης της με τη Regate σε λύσεις SFA και Merchandising που μετρά πάνω από 8 χρόνια".



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:

BnBeauty



• ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΣΤΟ MARKETPLACE ΤΟΥ E-SHOP ΚΑΙ Η KIDDO

Η Μασούτης στο πλαίσιο της μετεξέλιξής του σε ένα σύγχρονο marketplace, καλοσωρίζει τη No.1 ελληνική εταιρία βρεφικών ειδών νέας γενιάς Kiddo, [επιβεβαιώνοντας το χτεσινό ρεπορτάζ του FNB Daily](#). "Με έμφαση στην υψηλή ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων της, σε συνδυασμό με τις άκρως ανταγωνιστικές και προσίτες τιμές για όλους, η εταιρία Kiddo στοχεύει καθημερινά στην

κάλυψη των αναγκών του σύγχρονου γονέα. Το ελληνικό brand πρεσβεύει με επιτυχία την Ελλάδα και στο εξωτερικό, ενώ ταυτόχρονα αντιπροσωπεύει κατ' αποκλειστικότητα στα Βαλκάνια κάποιους από τους μεγαλύτερους οίκους βρεφικών ειδών παγκοσμίως, όπως Carter's, Skip, Hop, Kids2, Qplay, Graco, Anex, Tutek, Egg, Oyster", αναφέρει η αλυσίδα σε ανακοίνωσή της.



• DON JULIO ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΤΩΝ ΝΕΚΡΩΝ



Η Ημέρα των Νεκρών είναι μία από τις σημαντικότερες γιορτές στο Μεξικό, με τις ρίζες της να βρίσκονται βαθιά στο παρελθόν. "Τιμάει τον θάνατο, σαν μια πτυχή της ζωής και είναι μια μοναδική ευκαιρία να θυμηθούμε και να τιμήσουμε, όσους δεν είναι τώρα μαζί μας", αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, η οποία συνεχίζει: "Η premium τεκίλα Don Julio, άρρηκτα συνδεδεμένη με τη μεξικανική κουλτούρα και την παράδοση, την αγάπη στη γη και στους ανθρώπους, αναμειγμένη με το πάθος, γιορτάζει αυτή την ξεχωριστή ημέρα και προσκαλεί όλους να συμμετέχουν στον εορτασμό της Ημέρας των Νεκρών, απολαμβάνοντας Don Margarita και Don Repo. Το πνεύμα της Ημέρας των Νεκρών μεταφέρεται από την καρδιά του αποστακτηρίου της Don Julio, στην Ελλάδα".

• BARILLA NEO TIK TOK CHALLENGE

Η Barilla καλεί τους λάτρεις των ζυμαρικών να πειραματιστούν στην κουζίνα και να δείξουν την αγάπη τους στον πλανήτη, με ένα πιάτο ζυμαρικών τη φορά. "Μαζί μπορούμε να κάνουμε μια μεγάλη αλλαγή στον πλανήτη, απολαμβάνοντας ταυτόχρονα ξεχωριστές στιγμές είτε μόνοι μας, είτε μαζί με φίλους ή με την οικογένεια μας", αναφέρει η εταιρεία. Η Barilla εκπαιδεύει την Gen Z για τη σημασία της βιωσιμότητας στην κουζίνα, μαθαίνοντάς τη νέους τρόπους να μαγειρεύει, όπως η μέθοδος Passive Cooking και δίνοντας συμβουλές συνταγών για να μην αφήνεται το φαγητό που περίσσεψε αναξιόποινο. Η έμπνευση είναι ο στόχος του παιχνιδιού, να κάνουμε δηλαδή τα leftovers διασκεδαστικά και να ανοίξουμε τον διάλογο σχετικά με



το food waste. Αντί να ξαναζεσταίνετε ή να πετάτε ό,τι περίσσεψε από το φαγητό σας, μπορείτε να διοχετεύσετε την ιταλική έμπνευση που κρύβετε μέσα σας και να δοκιμάσετε το #SecondLifePasta.