

Απορροφούμε τον

~~ΦΠΑ~~



Βρες όλα τα προϊόντα
στα καταστήματα Lidl
ή στο **lidl-hellas.gr**

Όλο τον Ιανουάριο
απορροφούμε τον **ΦΠΑ**
σε πάνω από
60 προϊόντα
βασικής ανάγκης.

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

ΔΕΥΤΕΡΑ 22 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2024
ΤΕΥΧΟΣ 1814



• KROP

Πού στοχεύει η νέα ΑΜΚ €1 εκατ.
- Πότε γυρίζει σε κέρδη



• FERRERO GREECE

Άνω του 12% η αύξηση για τζίρο και
προ φόρων κέρδη στη χρήση 2022/2023



• LIDL ΚΥΠΡΟΥ

Ετοιμάζει επενδύσεις €30 εκατ.
στο δίκτυο την τριετία 2024-2026



• REA FRUITS

Τα σημάδια που δείχνουν αύξηση
τζίρου το 2023

EDITORIAL: Αμερικανικά αδιέξοδα

SECRET RECIPE: Εισαγγελικά μπερδέματα...

09-12
ΦΕΒ
METROPOLITAN
EXPO
2024

HORECA

Μια έκθεση παγκόσμιου επιπέδου

HORECA

• CELLIER WINE FAIR 2024 ΤΟΝ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ ΣΕ ΑΘΗΝΑ & ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη θα διεξαχθεί φέτος η Cellier Wine Fair, η premium έκθεση οίνου και αποσταγμάτων, παρουσιάζοντας παραπάνω από 25 διεθνείς παραγωγούς, με δεκάδες ελληνικά οινοποιεία, premium αποστάγματα και με παράλληλες εκδηλώσεις.

Η έκθεση έχει διάρκεια δύο ημέρες:

- ξεκινάει την Κυριακή 4/2/24 στην Αθήνα, στο Divani Caravel Hotel, 11:00-20:00
- ολοκληρώνεται τη Δευτέρα 5/2/24 στην Θεσσαλονίκη, στην Γ' Αποθήκη λιμανιού, 17:00-22:00

Το Cellier Wine Fair που διοργανώνεται για 16η χρονιά από την GENKA 1877, διατηρεί αναλλοίωτη την αρχική του αποστολή, που δεν είναι άλλη απ' το να φέρει σε επαφή το ελληνικό

κοινό με παραγωγούς, απ' την Ελλάδα και τον υπόλοιπο κόσμο.

ΠΑΡΑΛΛΗΛΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Η έκθεση πλαισιώνεται από παράλληλες εκδηλώσεις όπως:

- θεματικά Masterclasses
- παρουσιάσεις νέων ετικετών
- Fine Wines & Spirits
- προβολές σπάνιων ετικετών
- Vegan επιλογών
- οίνων βιοδυναμικής καλλιέργειας, αποσταγμάτων χωρίς αλκοόλ
- οίνων χωρίς αλκοόλ
- premium cocktails
- delicatessen κ.ά.

Την πρώτη μέρα της έκθεσης θα λειτουργήσει Pop up Cellier Discount Shop, ενώ δεν θα λείψουν και άλλες εκπλήξεις για τους επισκέπτες.



SECRETCREIPE

Εισαγγελικά μπερδέματα...

Το να μιλάς με την πιάτσα και να μαθαίνεις διάφορα, είναι μέρος της δουλειάς. Σε όποιο business κι αν είσαι. Το να μην έχεις την οξυδέρκεια, όμως, να καταλάβεις ποιος σου μεταφέρει ουσιαστική πληροφορία και ποιος παίζει παιχνίδια, είναι πρόβλημα. Μεγάλο. Διότι τότε, όταν, στη δεύτερη περίπτωση, αναπαράγεις κάθε είδους σπέκουλα, μπλέκεις. Και μπλέκεις χοντρά, όταν παρεμβαίνει και εισαγγελέας...

Editorial

Αμερικανικά αδιέξοδα

Είμαι από αυτούς, που υποστηρίζουν και θαυμάζουν τον τρόπο, που είναι δομημένο και διαμορφωμένο το πολίτευμα στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Τόσο ως προς την εκλογική διαδικασία, όσο και ως προς το πώς λειτουργεί η νομοθετική, η εκτελεστική και η δικαστική εξουσία.

Το τελευταίο διάστημα, πληθαίνουν όλο και περισσότερο τα άρθρα από αναλυτές σχετικά με το τι μπορεί να γίνει στην αμερικανική οικονομία και κοινωνία, αν κερδίσει το χρίσμα και επανεκλεγεί Πρόεδρος, στις προσεχείς εκλογές, ο Donald Trump.

Έχουν αρχίσει, πάλι, να αγωνιούν για την καταστροφή, που θα φέρει ο πρώην πλανητάρχης. Δύο παρατηρήσεις εδώ:

Πρώτον, ξεχνούν ότι, διαχρονικά, παραδοσιακά, όταν κουνάς το δάχτυλο σε οποιονδήποτε ψηφοφόρο για την επιλογή του, είτε αυτή έχει γίνει, είτε πρόκειται να γίνει, το μόνο, που καταφέρνεις, είναι να τον συσπειρώνεις ακόμα περισσότερο γύρω από αυτή. Πολύ περισσότερο, όταν πρόκειται για δοκιμασμένη συνταγή, η οποία και τυχάνει της επιδοκμασίας μέρους του κοινού. Αρκεί να σκεφτείτε ότι έρευνα των Bloomberg News/ Morning Consult, τον Δεκέμβριο, έδειξε σε επτά κρίσιμες πολιτείες μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στην ικανότητα του Trump να αντιμετωπίσει ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, που αφορούν την τάση των πολιτών, συμπεριλαμβανομένων της στέγασης, των επιτοκίων, του πληθωρισμού, και του ισοσκελισμού του Προϋπολογισμού.

Δεύτερον, και εδώ είναι η πολύ μεγάλη απορία: Στις τελευταίες εκλογές, οι Δημοκρατικοί δεν είχαν άλλον υποψήφιο, παρά τον ηλικιωμένο Biden. Θα μου πείτε, κέρδισε. Ε, καλά, νομίζω ότι οποιοσδήποτε θα κέρδιζε έναν απερχόμενο Πρόεδρο, ο οποίος, μπορεί να τα πήγε πολύ καλά στην οικονομία, αλλά στη διαχείριση της μείζονος κρίσης της πανδημίας, καθόλου (θυμίζω τις δηλώσεις του περί ενέσεων με Dettol, κλη). Και, αφού εξελέγη, φάνηκε η αδυναμία του να κυβερνήσει δυναμικά και αποτελεσματικά, για βιολογικούς λόγους. Συνεπώς, όλα αυτά τα χρόνια, οι Ρεπουμπλικάνοι δεν μπόρεσαν να χτίσουν κάποιο άλλο, νεότερο και πιο συστημικό πρόσωπο για να πάρει το χρίσμα; Αλλά και οι Δημοκρατικοί θα καταφέρουν να τελειώνουν με τον Old Joe; Με τα σημερινά δεδομένα, αμφιβάλλω για αμφότερες τις πλευρές. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

• **REA FRUITS**

ΤΑ ΣΗΜΑΔΙΑ ΠΟΥ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ ΤΟ 2023

Η επέκταση των δραστηριοτήτων της Rea Fruits στην Αθήνα, αλλά και το άνοιγμα του νέου της υποκαταστήματος στη Δημοτική Λαχαναγορά Νέας Αλικαρνασσοῦ, συνέβαλαν στην ενίσχυση τζίρου για την εταιρεία το 2023.

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρει η διοίκηση της εταιρείας, με έδρα τη ΒΙ.ΠΕ Ηρακλείου, η χρήση του 2023 αναμένεται να κινηθεί στους ρυθμούς που εμφάνιζε στο εννεάμηνο, όταν οι πωλήσεις της εταιρείας κάλυπταν ήδη τον κύκλο εργασιών του 2021 και οδηγούσαν στην εκτίμηση ότι θα ξεπεράσουν και τα αποτελέσματα του 2022.

ΑΥΞΗΣΗ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ ΤΟ 2022

Όπως προκύπτει από τις οικονομικές καταστάσεις, ο κύκλος εργασιών του 2022 ήταν αυξημένος κατά 24,53%, στα €5.220 χιλ., ενώ και τα κέρδη προ φόρων έκλεισαν ανοδικά κατά 43,48%, στα €166 χιλ. Ωστόσο αυξήθηκε το σύνολο των υποχρεώσεων κατά 26,85% στα €2,311 εκατ.

ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η Rea Fruits δραστηριοποιείται στην εισαγωγή, αποθήκευση, ωρίμανση και διάθεση στην εγχώρια και διεθνή αγορά φρέσκων φρούτων και λαχανικών. Πιο αναλυτικά, ειδικεύεται στον αποπρασινισμό μπανανών ενώ παράλληλα εμπορεύεται ανανάδες, λάιμς, μήλα, πατάτες καθώς και τα περισσότερα φρούτα και λαχανικά, ανάλογα με την εποχή. Τα κρεμμύδια και λεμόνια συσκευάζονται

υπό το ομώνυμο branding της εταιρείας, ενώ τα προϊόντα της Rea Fruits απευθύνονται σε super markets και εταιρείες χονδρικής πώλησης προς τις οποίες έχει τη δυνατότητα καθημερινής προμήθειας των προϊόντων της.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Η εταιρεία διαθέτει μονάδες ωρίμανσης και συντήρησης, με μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας τα οποία της επιτρέπουν τον απόλυτο έλεγχο θερμοκρασίας και υγρασίας των νωπών οπωροκηπευτικών, ώστε να καταλήγουν σε άριστη κατάσταση στον τελικό καταναλωτή.

Η Rea Fruits στεγάζεται σε εγκαταστάσεις συνολικής επιφάνειας 3.000 τ.μ. Οι εσωτερικοί χώροι καλύπτουν 1.500 τ.μ. με γραφεία και υπερσύγχρονους θαλάμους ωρίμανσης και συντήρησης φρούτων και λαχανικών στη βιομηχανική περιοχή Ηρακλείου. Τα μηχανήματα διαθέτουν αισθητήρες πίεσης, υγρασίας και θερμοκρασίας του χώρου και των προϊόντων, επιτρέποντας στην εταιρεία τον έλεγχο συντήρησης τους και των σταδίων αποπρασινισμού μπανανών μέσω ηλεκτρονικών ελεγκτών. Στα μελλοντικά σχέδια είναι η σταδιακή επέκταση των εγκαταστάσεων της, εντός και εκτός συνόρων, ώστε να εξυπηρετούνται όλο και περισσότεροι πελάτες χονδρικού και λιανικού εμπορίου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **PERNOD RICARD** **ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ** **ΤΟ NO-ALCOHOL** **PORTFOLIO**

Την προσθήκη στο portfolio της του Beefeater 0.0%, μιας νέας non alcohol μάρκας, ανακοίνωσε η Pernod Ricard. Η εταιρεία εμπνεύστηκε τη νέα μάρκα από το Beefeater London Dry Gin.

Μάλιστα, η συνταγή του Beefeater 0.0% βασίζεται στο Beefeater London Dry Gin. Το Beefeater 0.0% αναμένεται να κυκλοφορήσει αρχικά στην Ισπανία προς €13,50.

• **ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΚΛΙΑΦΑ** **ΝΕΑ ΔΙΑΚΡΙΣΗ** **ΚΑΙ ΤΟ 2024**

Μια νέα διάκριση έλαβαν τα Αναψυκτικά Κλιάφα. Συγκεκριμένα, η Βυσσινάδα, η Πορτοκαλάδα και η Λεμονάδα, κέρδισαν στον διαγωνισμό του Διεθνούς Ινστιτούτου Γεύσης. Τα Superior Taste Awards 2024 βράβευσαν τη Βυσσινάδα Κλιάφα με 2 αστέρια, την Πορτοκαλάδα και τη Λεμονάδα Κλιάφα με 1 αστέρι.

"Από το 1926 και για σχεδόν 100 χρόνια προσφέρουμε μόνο ποιοτικά προϊόντα που αναγνωρίζονται διεθνώς. Και το 2024 θα μείνουμε πιστοί στην παράδοση που μας ξεχωρίζει", αναφέρει η εταιρεία σε ανακοίνωσή της.



• ΖΑΛΦΑ Η ΚΛΑΙΡΗ ΚΑΡΑΧΑΛΙΟΥ ΦΙΝΑΛΙΣΤ ΣΤΑ ΒΡΑΒΕΙΑ MANAGER OF THE YEAR 2023

Η Κλαίρη Καραχάλιου, Procurement Director στην Ζαλφα, είναι μεταξύ των φιναλίστ των βραβείων Manager of the Year 2023.

Όπως αναφέρει η Ζαλφα, η κα. Καραχάλιου είναι ένα από τα πιο σημαντικά στελέχη στην εφοδιαστική αλυσίδα του βιομηχανικού τομέα για πάνω από 15 χρόνια. Τα επιτεύγματα της και το σύνολο της στρατηγικής που έχει σχεδιαστεί, ακολουθείται και εφαρμόζεται σε αгаστή συνεργασία με τη διοικητική ομάδα της Ζαλφα, έχουν ως αποτέλεσμα η εταιρεία να έχει πετύχει τον βασικό της στόχο, να θέσει δηλαδή τα θεμέλια και να φέρει απτά αποτελέσματα για τη βιώσιμη ανάπτυξη της, την εύρωστη λειτουργία της και τη συνεχή εξέλιξή της.



Λεζάντα: από αριστερά: Ανδρέας Βαβουράκης – Οικονομικός Διευθυντής, Αναστάσιος Πετρόπουλος – Διευθυντής Πωλήσεων & Marketing, Άγης Καραγεωργίου – Αντιπρόεδρος ΔΣ και Διευθύνων Σύμβουλος της Ζαλφα, Κλαίρη Καραχάλιου – Διευθύντρια Προμηθειών της Ζαλφα, Κωνσταντίνος Καραγεωργίου – Πρόεδρος ΔΣ και Διευθύνων Σύμβουλος της Ζαλφα, Αναστασία Μαρτσούκου – Υπεύθυνη Υλικών Συσκευασίας & Αναλωσίμων, Άννα Γιάκα – Procurement Assistant, Ιωάννα Καρατόσιου – Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού.

• DELIVEROO ΒΛΕΠΕΙ ΚΕΡΔΗ ΓΙΑ ΤΟ 2023 ΑΝΩΤΕΡΑ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ

Η βρετανική εταιρεία διανομής φαγητού Deliveroo, ανακοίνωσε ότι τα κέρδη της για το 2023 θα είναι ελαφρώς υψηλότερα από τα επίπεδα των £60 - £80 εκατ. που ήταν το guidance, ενώ η συνολική αξία των παραγγελιών (GTV) στην πλατφόρμα της είναι αυξημένη κατά 3%, σύμφωνα με τις προβλέψεις της. Ο ιδρυτής και CEO της εταιρείας, Will Shu, δήλωσε ότι η εταιρεία σημείωσε καλές επιδόσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία κατά το δ' τρίμηνο και ότι οι διεθνείς δραστηριότητές της επέστρεψαν σε ανάπτυξη.

ΤΑΣΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ

Κατά το δ' τρίμηνο, ο όμιλος ανέφερε ότι η ανάπτυξη της ακαθάριστης αξίας συναλλαγών (GTV), δηλαδή των εσόδων σε σχέση με τις προμήθειες, "παραμένει ανθεκτική", με τάση βελτίωσης. Πιο αναλυτικά, το GTV είναι αυξημένο κατά 4% σε ετήσια βάση σε σταθερή ισοτιμία, ενώ η αύξηση των παραγγελιών είναι σταθερή για την περίοδο.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία, η άνοδος σε επίπεδο GTV ανήλθε στο 7% σε ετήσια βάση, ενώ διεθνώς στο 1%.

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

"Καθώς είδαμε συνεχιζόμενα σημάδια σταθεροποίησης της καταναλωτικής συμπερι-



Will Shu, ιδρυτής και CEO, Deliveroo

φοράς κατά το δ' τρίμηνο του 2023, συνεχίσαμε να επενδύουμε στην πρόταση αξίας για τον καταναλωτή, ώστε να θέσουμε τα θεμέλια για μελλοντική ανάπτυξη", πρόσθεσε ο Shu.

"Κλείσαμε ένα επιτυχημένο 2023 με GTV σύμφωνα με τις προβλέψεις και προσαρμοσμένα EBITDA ελαφρώς πάνω από το ανώτατο όριο του εύρους των προβλέψεών μας".

DATA

GTV (σε £εκατ.)

2023: 7.062

2022: 6.848

μεταβολή: 3%

Παραγγελίες (σε εκατ.)

2023: 290,2

2022: 299,2

μεταβολή: (3%)

Έσοδα (σε £εκατ.)

2023: 2.030

2022: 1.975

μεταβολή: 3%

ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Με έδρα το Λονδίνο, η Deliveroo δραστηριοποιείται σε 10 αγορές:

- Βέλγιο
- Γαλλία
- Χονγκ Κονγκ
- Ιταλία
- Ιρλανδία
- Κουβέιτ
- Κατάρ
- Σιγκαπούρη
- Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα
- Ηνωμένο Βασίλειο

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafeirouli@notice.gr

• LIDL ΓΙΑΤΙ ΔΕΧΟΝΤΑΙ ΠΙΕΣΕΙΣ ΤΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ ΤΗΣ

Οι διεθνείς δραστηριότητες της Lidl αναπτύσσονται με ταχείς ρυθμούς, αλλά τα περιθώρια κέρδους δέχονται πιέσεις, επειδή ο discounter δεν μετακυλίζει όλες τις αυξήσεις των τιμών στους καταναλωτές, ενώ το κόστος των επενδύσεων παραμένει υψηλό.

Η Lidl δημοσίευσε πρόσφατα τα οικονομικά αποτελέσματα της των διεθνών δραστηριοτήτων της για το οικονομικό έτος που έληξε τον Φεβρουάριο του 2023. Η εν λόγω επιχειρηματική μονάδα αντιπροσωπεύει το 70% των συνολικών πωλήσεων της αλυσίδας.



ΑΝΑΛΥΣΗ

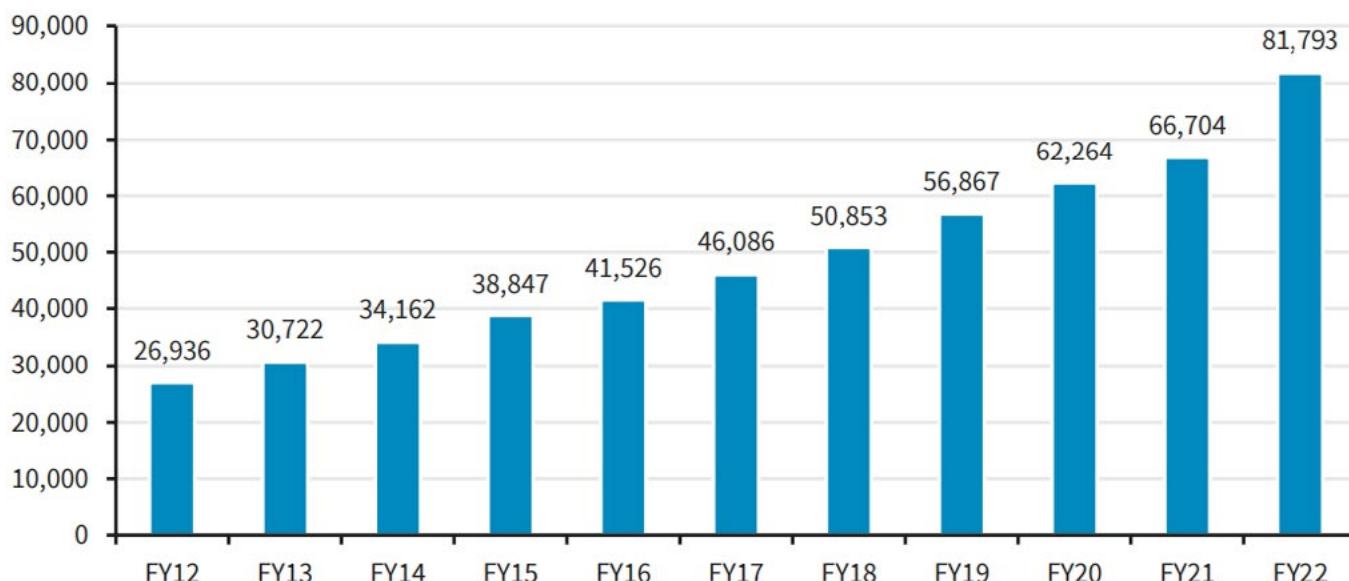
Σύμφωνα με τους αναλυτές της Barclays:

- Οι **πωλήσεις** αυξήθηκαν ταχύτερα από ό,τι αναμενόταν: Η Lidl είχε προβλέψει "μέτρια αύξηση των πωλήσεων" πέρυσι, αλλά η αύξηση κατά 22,6 %, στα €81,8 δισ. δύσκολα, μπορεί να χαρακτηριστεί μέτρια. Η ισχυρότερη αύξηση από το 2012 προήλθε από τον πληθωρισμό, την αύξηση του μεριδίου αγοράς και το άνοιγμα νέων καταστημάτων
- Αντίθετα, η **κερδοφορία** υποχώρησε στο χαμηλότερο επίπεδο από το 2012. Το EBIT της Lidl International μειώθηκε κατά 6,6%, σε €2,6 δισ., κάτι που συνεπάγεται συρρίκνωση του περιθωρίου κέρδους κατά 250 μονάδες βάσης σε 2,3%. Αυτό οφείλεται εν μέρει στις επενδύσεις στις τιμές, καθώς ο retailer δεν μετακυλίζει όλες τις αυξήσεις του κόστους, ώστε να παραμείνει ανταγωνιστικός. Επιπλέον, οι πωλήσεις εκτός τροφίμων μειώθηκαν και το χρέος αυξήθηκε λόγω των υψηλών επενδύσεων εν μέσω αυξανόμενων επιτοκίων. Τα καθαρά κέρδη μειώθηκαν κατά 23%
- Το οικονομικό έτος σηματοδεύτηκε από την αύξηση των **επενδύσεων** κατά 14%, σε €5,2 δισ., εκ των οποίων τα

€3,6 δισ. αφορούσαν ακίνητα. Πρόκειται για το υψηλότερο επίπεδο από το 2016. Τον Μάρτιο του 2022, η αλυσίδα άνοιξε τα πρώτα 8 καταστήματά της στην Εσθονία, αλλά σε πολλές άλλες χώρες η Lidl επιβράδυνε την επέκτασή της προκειμένου να επενδύσει περισσότερους πόρους στη μείωση των τιμών. Αυτό συνέβη σε Γαλλία, Ισπανία και ΗΠΑ, όπου ο retailer εξακολουθεί να διαθέτει λιγότερα από 200 καταστήματα έξι χρόνια μετά την έναρξή του, πολύ κάτω από τις αρχικές φιλοδοξίες

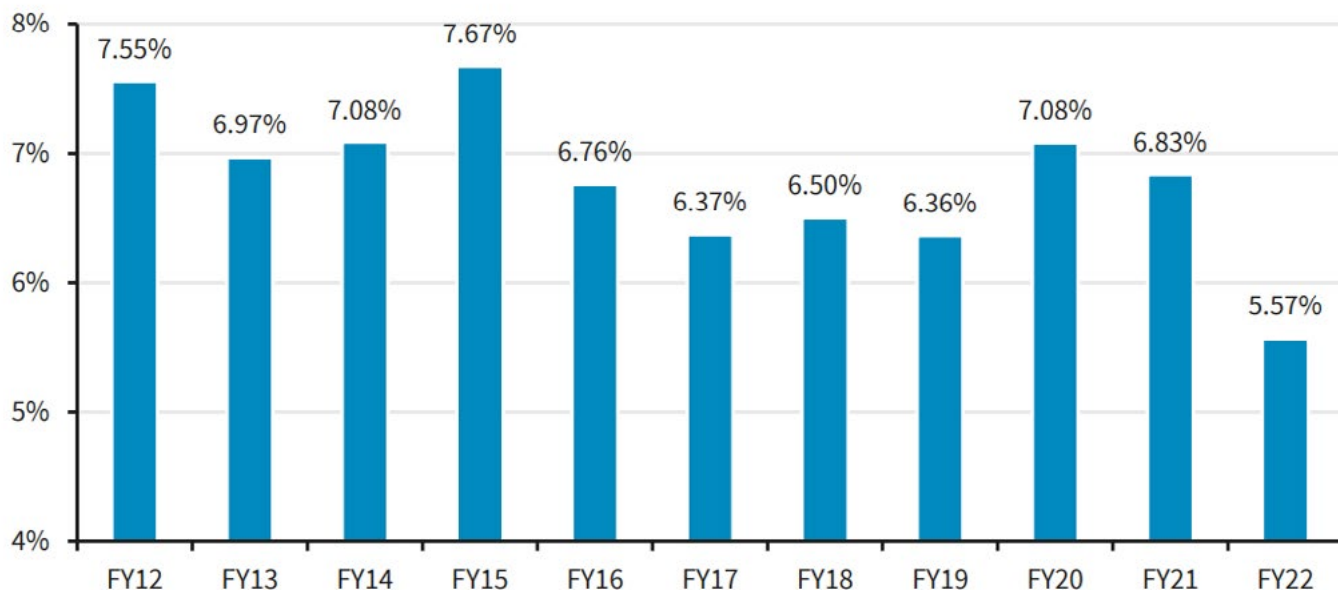
- Η Lidl διατηρεί το **κόστος προσωπικού** σταθερά υπό έλεγχο. Ανέρχεται μόλις στο 8,4% των πωλήσεων, το οποίο είναι ισχυρό σε σύγκριση με άλλους retailers, αλλά και στο χαμηλότερο επίπεδο από το 2012
- Η παραγωγικότητα βρίσκεται σε άνοδο. Ο **κύκλος εργασιών ανά FTE (Full-time equivalent)** αυξήθηκε 12,6% σε €446 χιλ. ετησίως. Εντούτοις, παλεύει με το κόστος των υψηλών αποθεμάτων εκτός κατηγορίας τροφίμων, λόγω των αδύναμων πωλήσεων, γεγονός που μπορεί να οφείλεται στις περικοπές αγορών σε περιόδους πληθωρισμού και μειωμένης αγοραστικής δύναμης

FIGURE 2. Lidl International: Operational sales (€ mn)



Source: Company data, Barclays Research

FIGURE 7. Lidl International's EBITDA margin since FY12



Source: Company data, Barclays Research

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Σχετικά με τις προοπτικές, ο όμιλος παραμένει πολύ προσεκτικός. Μέτρια ανάπτυξη και σταθερά καθαρά κέρδη, με μια επιφύλαξη λόγω των μεγάλων αβεβαιοτήτων όσον αφορά τον πληθωρισμό, τη διαθεσι-

μότητα των αγαθών, τα επιτόκια και τη συμπεριφορά των καταναλωτών.

Στο μέτωπο της επέκτασης, η Lidl ετοιμάζεται να εισέλθει στις χώρες της Βοσνίας-Ερζεγοβίνης, του Κοσσυφοπεδίου, του Μαυροβουνίου και της Βόρειας Μακεδονίας.

Ο retailer επεκτείνει, επίσης, περαιτέρω το διαδικτυακό του κατάστημα στην κατηγορία εκτός τροφίμων (το οποίο ξεκίνησε στην Γαλλία πέρυσι). Ο όμιλος ελπίζει να αντλήσει πρόσθετα έσοδα από την Schwarz Media, που ιδρύθηκε το 2022.

• LIDL ΚΥΠΡΟΥ

ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €30 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΝ ΤΡΙΕΤΙΑ 2024-2026

Επενδύσεις €30 εκατ. για την τριετία 2024-2026 ετοιμάζει για το δίκτυο των καταστημάτων της η Lidl Κύπρου, όπως ανέφερε σε συνέντευξή του στο InBusinessNews ο CEO και Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της Lidl Ελλάδας και Κύπρου, Martin Brandenburger. Συμπλήρωσε, δε, ότι μέχρι σήμερα έχουν επενδυθεί πάνω από €220 εκατ.

ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ Η ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΦΩΤΟΒΟΛΤΑΪΚΩΝ

Παράλληλα, σε εξέλιξη βρίσκεται η εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων στα καταστήματα Lidl, τα οποία μέχρι το τέλος του οικονομικού έτους 2024 αναμένεται να ανέλθουν στα εννέα, ενώ στις προτεραιότητες της εταιρείας συγκαταλέγεται η εγκατάσταση σταθμών ηλεκτρικής φόρτισης. "Συνεχίζουμε την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων στα καταστήματά μας, ενώ

στην αποθήκη μας έχει τεθεί ήδη σε λειτουργία", ανέφερε ο κ. Brandenburger.

Συμπλήρωσε ότι έως το τέλος του τρέχοντος οικονομικού έτους - για την Lidl είναι τον Μάρτιο -, θα έχει προστεθεί μία νέα εγκατάσταση στις πέντε υπάρχουσες, ενώ η εταιρεία προγραμματίζει μέχρι το τέλος του οικονομικού έτους 2024 να έχει ολοκληρώσει την προσθήκη δύο επιπλέον φωτοβολταϊκών συστημάτων σε καταστήματα, φτάνοντας συνολικά τα εννέα.

ΣΤΑΘΜΟΙ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗΣ ΦΟΡΤΙΣΗΣ

Επίσης, σε προτεραιότητα τίθεται η εγκατάσταση σταθμών ηλεκτρικής φόρτισης στα καταστήματά της. Σήμερα λειτουργεί σταθμούς σε τέσσερα καταστήματα και στα κεντρικά της γραφεία, ενώ αναμένεται να εγκατασταθούν σταθμοί ηλεκτρικής φόρτισης στο 100% των καταστημάτων της μέσα στο 2024.

"Πρωτοπορούμε, όμως, και σε κάθε τομέα



Martin Brandenburger, CEO και Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της Lidl Ελλάδας και Κύπρου

ορθής διαχείρισης των φυσικών πόρων, αλλά και στη μείωση τόσο της σπατάλης, όσο και της απώλειας τροφίμων. Έχουμε ήδη δεσμευτεί για 50% λιγότερη σπατάλη τροφίμων στο πλαίσιο της επιχειρησιακής μας λειτουργίας", ανέφερε, μεταξύ άλλων.

• **FERRERO GREECE**

ΑΝΩ ΤΟΥ 12% Η ΑΥΞΗΣΗ ΓΙΑ ΤΖΙΡΟ ΚΑΙ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ ΚΕΡΔΗ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ 2022/2023

Με άνοδο τζίρου και προ φόρων κερδοφορίας σε ποσοστό άνω του 12% έκλεισε η χρήση 2022/2023 για την Ferrero International S.A Greece. "Η πορεία των εργασιών της εταιρείας για τη νέα χρήση ευελπιστούμε να κινηθεί σε καλύτερα επίπεδα σε σχέση με αυτά της κλειόμενης, λαμβάνοντας υπόψη και τις ιδιαίτερες συνθήκες της αγοράς. Στόχος μας θα είναι η αύξηση του κύκλου εργασιών της εταιρείας, καθώς και η ταυτόχρονη σταθεροποίηση των συνολικών εξόδων λειτουργίας της", αναφέρεται στις τελευταίες οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας.



ΜΕΡΙΣΜΑ

Θα πρέπει να αναφερθεί πως η εταιρεία θα προχωρήσει σε διανομή μερίσματος ύψους €1,2 εκατ.

Όπως σημειώνεται στην οικονομική έκθεση για την τελευταία χρήση, το μέρισμα προκύπτει από τα κέρδη της χρήσης 2022/2023 και προηγούμενων χρήσεων. Σημειώνεται ακόμη ότι η τακτική γενική συνέλευση της εταιρείας που αφορούσε την προηγούμενη χρήση, είχε εγκρίνει τη διανομή μερίσματος €2 εκατ. από τα κέρδη προηγούμενων χρήσεων.

DATA 1/9-31/8 (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2022/2023: 53.886

2021/2022: 47.859

Μεταβολή: 12,59%

Κέρδη προ φόρων

2022/2023: 1.347

2021/2022: 1.200

Μεταβολή: 12,25%

Κέρδη μετά από φόρους

2022/2023: 976

2021/2022: 1.143

Μεταβολή: {14,64%}

PORTFOLIO

Γενικότερα, η εταιρεία, που είναι μέλος του ομίλου της Ferrero International S.A., θα επικεντρωθεί στη δυναμική του τρέχοντος χαρτοφυλακίου και στην προσπάθεια περαιτέρω ανάπτυξης του, ώστε να προκύψουν βελτιωμένα οικονομικά αποτελέσματα. Στην Ελλάδα, η Ferrero δραστηριοποιείται από το 1994 και διαθέτει μεταξύ άλλων τα προϊόντα:

- Ferrero Rocher
- Nutella
- Kinder
- Tic Tac

DATA όμιλος Ferrero International

Παρουσία με γραφεία & παραγωγή: +50 χώρες

Προϊόντα που πωλούνται σε περισσότερες από 170 χώρες: 170

Μονάδες παραγωγής: 31

Μονάδες επεξεργασίας φουντουκιού: 7

Αγροτικές επιχειρήσεις: 5

Εργαζόμενοι: +41.000

Μάκης Απόστολου

makis@notice.gr

• **KPI KPI**

ΠΡΟΕΔΡΟΣ & CEO Ο ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΤΣΙΝΑΒΟΣ - ΝΕΟ ΜΕΛΟΣ ΣΤΟ ΔΣ Η ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΝΕΝΔΟΥ



Παναγιώτης Τσινάβος,
πρόεδρος &
διευθύνων
σύμβουλος, KPI
KPI

Σε ανασυγκρότηση του διοικητικού συμβουλίου προχώρησε η Κρι Κρι, μετά την παραιτήση του μέλους Γεωργίας Καρτσάνη. Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου και Διευθύνων Σύμβουλος αναλαμβάνει ο Παναγιώτης Τσινάβος σύμφωνα με επίσημη ανακοίνωση, ενώ στη θέση της κας Καρτσάνη ορίστηκε ως νέο μη εκτελεστικό μέλος η Κατερίνα Νένδου.

ΤΟ ΝΕΟ ΔΣ

- Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου και Διευθύνων Σύμβουλος: Παναγιώτης Τσινάβος
- Αντιπρόεδρος - Μη εκτελεστικό μέλος: Γεώργιος Κοτσαμπάσης
- Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος - Εκτελεστικό μέλος: Γεώργιος Τσινάβος
- Ανεξάρτητο - Μη εκτελεστικό μέλος: Αναστάσιος Μούδιος
- Ανεξάρτητο - Μη εκτελεστικό μέλος: Αναστάσιος Κυριακίδης
- Μη εκτελεστικό μέλος: Αικατερίνη Νένδου

• **JUST EAT TAKEAWAY**

ΚΛΕΙΝΕΙ ΤΗΝ IN-HOUSE ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΣΤΟ ΠΑΡΙΣΙ

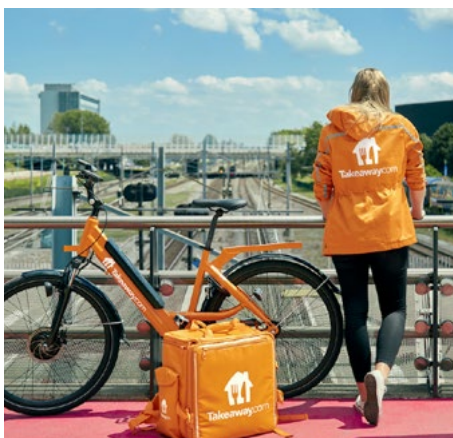
Η Just Eat Takeaway θα κλείσει την in-house υπηρεσία παράδοσης στο Παρίσι, ανακοίνωσε η μεγαλύτερη εταιρεία παράδοσης γευμάτων στην Ευρώπη, κίνηση που μπορεί να επηρεάσει περίπου 100 θέσεις εργασίας.

Η Just Eat έχει ταχθεί υπέρ της πρόσληψης δικών της couriers στην Ευρώπη αντί της χρήσης "αυτοαπασχολούμενων", όπως προτιμάται από ανταγωνιστές σαν τις Uber και Deliveroo, οι οποίες είναι και οι δύο μεγαλύτερες υπηρεσίες του κλάδου στην Γαλλία. Η Just Eat δήλωσε ότι ως εκ τούτου βρισκόταν σε ανταγωνιστικό μειονέκτημα στην Γαλλία και εγκατέλειψε τις in-house υπηρεσίες παράδοσης στο μεγαλύτερο μέρος της Γαλλίας το 2022, υπέρ μιας υπηρεσίας courier τρίτων, της Stuart, η οποία χρησιμοποιεί αυτοαπασχολούμενους couriers. Πλέον η εταιρεία θα προχωρήσει σε ένα παρόμοιο μοντέλο και στο Παρίσι, ανέφερε σε δήλωσή του εκπρόσωπος της Just Eat Takeaway France.

ΤΕΚΜΗΡΙΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Ο CEO Jitse Groen, μιλώντας σε δημοσιογράφους, επέκρινε την αποτυχία της Ευρωπαϊκής Ένωσης να εγκρίνει την οδηγία για την εργασία σε πλατφόρμες, έναν νόμο που θα δημιουργούσε ένα "τεκμήριο απασχόλησης" για τους εργαζόμενους.

"Νομίζω ότι είναι κρίμα που οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις, ειδικά αυτές που έχουν πολύ αυστηρές ισχυρές (εργασιακές) πεποιθήσεις,



όπως η Γαλλία, αντιτίθενται σε αυτή τη νομοθεσία", δήλωσε.

DELIVEROO

Η ανταγωνίστρια Deliveroo δήλωσε ότι θα επεκταθεί στο λιανικό εμπόριο και εκτός του κλάδου τροφίμων, ποντάροντας σε παιχνίδια, ηλεκτρονικά και άλλα αγαθά, ώστε να βοηθήσει την ανάπτυξη της, αφού επανέλαβε τις προβλέψεις για τα κέρδη του 2023.

Ο όμιλος, ο οποίος ανταγωνίζεται την Just Eat Takeaway και την Uber Eats σε αγορές της Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Ασίας, δήλωσε ότι έχει ξεκινήσει το "Deliveroo Shopping" στην εφαρμογή του, το οποίο θα επιτρέπει στους πελάτες να αγοράζουν προϊόντα εκτός του κλάδου των τροφίμων, συμπεριλαμβανομένων προϊόντων DIY, μέσω συνεργασίας με την Screwfix.

• **ΦΑΡΜΑ ΜΗΤΣΟΠΟΥΛΟΣ**

ΤΡΙΑ ΑΣΤΕΡΙΑ ΣΤΑ SUPERIOR TASTE AWARDS 2024

Η Φάρμα Μητσόπουλος συμμετείχε για ακόμη μια χρονιά στον Διεθνή Διαγωνισμό Γευσιγνωσίας που διοργανώνει το International Taste Institute στις Βρυξέλλες, προωθώντας δύο προϊόντα της για γευστική δοκιμή.

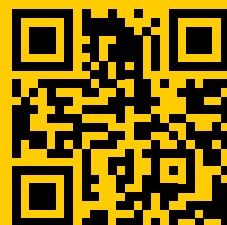
Chefs και sommeliers από τον οργανισμό του Taste Institute, δοκίμασαν τα προϊόντα της Φάρμα Μητσόπουλος και τα ανέδειξαν σε παγκόσμιο επίπεδο.

Συγκεκριμένα, ο προφημένος Γύρος κοτόπουλο βραβεύτηκε για ακόμη μια χρονιά με 2 Αστέρια Superior Taste Award και το γεμιστό με γραβιέρα Κεμπάπ έλαβε 1 Αστέρι Superior Taste Award.



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*

• ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΥΠΕΡΨΗΦΙΣΤΗΚΑΝ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ

Υπερψηφίστηκε από την Βουλή την Πέμπτη 18 Ιανουαρίου η τροπολογία του υπουργείου Ανάπτυξης που αφορά τη διαφάνεια στις τιμές των προϊόντων, τον εξορθολογισμό των τιμών του βρεφικού γάλακτος καθώς και την αναβάθμιση της πλατφόρμας "e-katanalotis".

Όπως είχατε διαβάσει στην [έκτακτη έκδοση του FNB Daily στις 10 Ιανουαρίου](#) η δέσμη των μέτρων περιλαμβάνει τα εξής:

- Μειώνονται οι παροχές προς super market και εξασφαλίζονται χαμηλότερες τιμές για τον καταναλωτή. Συγκεκριμένα, περιορίζονται οι εκπτώσεις των προμηθευτών κατά 30% και μεταφέρεται το όφελος στον καταναλωτή, με αντίστοιχη μείωση της τιμής στο ράφι. Το μέτρο θα εφαρμοστεί στις κατηγορίες, που - σύμφωνα με την Επιτροπή Ανταγωνισμού - παρατηρήθηκαν αποκλίσεις, όπως είναι απορρυπαντικά, καθαριστικά, αφρόλουτρα σαμπουάν, οδοντόκρεμες και βρεφικές πάνες
- Αποτρέπονται αδικαιολόγητες ανατιμήσεις και δεν επιτρέπεται στους προμηθευτές, που αυξάνουν τις τιμές των προϊόντων, να κάνουν προωθητικές ενέργειες για 3 μήνες, για προϊόντα, στα οποία αυξάνουν τιμές. Για όσους διατηρούν σταθερές τιμές ή δεν αυξάνουν, επιτρέπονται οι προσφορές. Το μέτρο έχει ήδη ξεκινήσει να εφαρμόζεται από 10 Ιανουαρίου
- Οι προμηθευτές υποχρεώνονται να πωλούν τα προϊόντα στο λιανεμπόριο σε καθαρές τιμές. Επιτρέπεται πιστωτικό τιμολόγιο μόνο έως 3% για επιστροφές προϊόντων ή φύρας. Το μέτρο αφορά επιχειρήσεις που παράγουν ή εμπορεύονται νωπά κρέατα, ψάρια, φρούτα και λαχανικά, πωλούν τα προϊόντα αυτά σε καθαρές τιμές, χωρίς να χορηγούν εκπτώσεις, πιστώσεις ή άλλες παροχές σε άλλες επιχειρήσεις, που υπερβαίνουν, αθροιστικά, 3% επί της τιμής πώλησης προ εκπτώσεων, πιστώσεων ή άλλων παροχών



Κώστας Σκρέκας,
Υπουργός Ανάπτυξης

ΤΙ ΘΑ ΙΣΧΥΣΕΙ ΓΙΑ ΤΟ ΒΡΕΦΙΚΟ ΓΑΛΑ

Ένα ακόμα μέτρο αφορά το πλαφόν στο μεικτό περιθώριο κέρδους για το βρεφικό γάλα. Για τις τιμές πώλησης, ορίζεται πλαφόν στο μεικτό περιθώριο κέρδους των εταιρειών, που εισάγουν, παράγουν και διακινούν το βρεφικό γάλα στην Ελλάδα. Το πλαφόν ορίζεται ως το άθροισμα του λειτουργικού κόστους της εταιρείας για τη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων και εμπορικού κέρδους 7%. Με βάση την τροπολογία που ενέκρινε η Βουλή επανακαθορίζονται οι τιμές πώλησης παρασκευασμάτων για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας και των τροφίμων, τα οποία προορίζονται για βρέφη και μικρά παιδιά και για τα τρόφιμα που προορίζονται για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς, και ως υποκατάστατα του συνόλου του διαιτολογίου για τον έλεγχο του σωματικού βάρους. Οι τιμές αυτών επανακαθορίζονται από την 1η Μαρτίου 2024.

Τονίζεται, δε, ότι οι αρχές μπορούν να επιβάλλουν πρόστιμο από €5 χιλ. έως €2 εκατ.,

με την επωνυμία του παραβάτη και του προστίμου να ανακοινώνονται.



ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ Ε-ΚΑΤΑΝΑΛΟΤΙΣ

Επιπλέον αναβαθμίζονται οι δυνατότητες της ψηφιακής πλατφόρμας του "e-katanalotis" για τη συνεχιζόμενη υποστήριξη των κρατικών πρωτοβουλιών με στόχο την επαύξηση του ανταγωνισμού των επιχειρήσεων, σε κατηγορίες αγαθών που είναι απαραίτητες για την αξιοπρεπή διαβίωση του καταναλωτή ή που παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **KROP**

ΠΟΥ ΣΤΟΧΕΥΕΙ Η ΝΕΑ ΑΜΚ €1 ΕΚΑΤ. - ΠΟΤΕ ΓΥΡΙΖΕΙ ΣΕ ΚΕΡΔΗ

Στην ενίσχυση των μεγεθών της εστιάζει η Krop μέσα και από την τελευταία αύξηση μετοχικού κεφαλαίου που επικυρώθηκε από την Έκτακτη Γενική Συνέλευση των μετόχων της, στο τέλος του περασμένου Δεκεμβρίου. Πηγές κοντά στην εταιρεία αναφέρουν στο FNB Daily ότι η τελευταία ένεση ρευστότητας ύψους €1 εκατ., στόχο έχει, μεταξύ άλλων, την περαιτέρω ενδυνάμωση της εταιρείας και την κάλυψη αναγκών που δημιουργήθηκαν από τη μείωση της παραγωγής του 2021 λόγω του παγετού.

Υπενθυμίζεται ότι στο μετοχικό της Krop έχει εισέλθει από το 2021 το Επενδυτικό Ταμείο SMERemediumCap (SMERC), συμφερόντων Νίκου Καραμούζη, εξαγοράζοντας πλειοψηφικό ποσοστό στην εταιρεία των Κώστα Ροπόκη και Σταύρου Τσολάκου.

ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ

Όπως μαθαίνουμε, η χρονιά κατά την οποία επένδυσε το SMERC "ήταν η χειρότερη από την ίδρυση της Krop" και με την ΑΜΚ η εταιρεία θα μπει σε τροχιά επενδύσεων με στόχο την κερδοφορία της.

Προσδοκία της Krop είναι να κλείσει η φετινή χρήση (2023-2024) με θετικό πρόσημο, κάτι που όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα εξαμήνου θα επιτευχθεί, παρότι, όπως πληροφορούμαστε, και η τρέχουσα χρονιά είναι δύσκολη.

Η κατανάλωση είναι πεσμένη, ο ανταγωνισμός από τρίτες χώρες, όπως Τουρκία, Μαρρόκο, Αλβανία και Αίγυπτος, είναι ισχυρός, ενώ οι κλιματολογικές συνθήκες και ο πληθωρισμός στην Ευρώπη έχουν ως αποτέλεσμα την υποκατανάλωση των προϊόντων και δυσκολία στις εξαγωγές.

Πέρυσι ο κύκλος εργασιών της Krop έκλεισε πάνω από €11 εκατ. και παρά το ότι ούτε αυτή η χρήση ήταν κερδοφόρα, λόγω μείωσης παραγωγής, παρατηρήθηκε σταθεροποίηση στα μεγέθη της.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ RETAILERS

Η εταιρεία διαθέτει εκτεταμένο δίκτυο παραγωγών φρέσκου φρούτου σε όλη την Ελλάδα, ενώ έχει κατά βάση εξαγωγικό χαρακτήρα, καθώς εξυπηρετεί διεθνείς αλυσίδες super market στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη.

Εξάγει το 95% του τζιρίου της, ενώ ετησίως στέλνει 25 εκατ. κιλά φρούτα, όπως εσπεριδοειδή, καρπούζια και ακτινίδια, στο δίκτυο του εξωτερικού.



Νίκος
Καραμούζης,
Επικεφαλής
SMERC

Οι κυριότερες χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται είναι:

- Γερμανία
- Πολωνία
- Ρουμανία
- Ουγγαρία
- Τσεχία
- Σλοβενία
- Σερβία
- Βουλγαρία
- Ολλανδία
- άλλες χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης

ΤΑ ΠΛΑΝΑ ΓΙΑ ΦΡΑΟΥΛΑ & ΑΚΤΙΝΙΔΙΟ

Αξίζει να αναφερθεί ότι από την ίδρυσή της το 2011 η διοίκηση της Krop έχει επενδύσει πάνω από €2 εκατ. στην ενίσχυση των παραγωγικών της εγκαταστάσεων, ενώ και τη διετία 2021-2022 προέβη σε επενδύσεις €1,3 εκατ.

Μετά και την έγκριση της ΑΜΚ η εταιρεία σχεδιάζει το νέο επενδυτικό πλάνο για την επόμενη τριετία, που στόχο έχει τον μετασχηματισμό της και την είσοδό της σε νέα προϊόντα.

Όπως πληροφορείται το FNB Daily, η Krop, που εδρεύει στην Άρτα, επιθυμεί να αξιοποιήσει τη δυναμική της ευρύτερης περιοχής, οργανώνοντας ομάδα παραγωγών και δημιουργώντας νέες κτιριακές υποδομές (ψυγεία) για την ενίσχυση της παραγωγής του ακτινιδίου. Επιπλέον, μεγάλο είναι το ενδιαφέρον της και για τη φράουλα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• NESPRESSO ΑΝΟΙΞΕ Η ΝΕΑ NESPRESSO BOUTIQUE ΣΤΟ THE MALL ATHENS

Η νέα Nespresso Boutique άνοιξε πριν από λίγες ημέρες στο The Mall Athens. Μάλιστα, όπως αναφέρεται σε σχετικό μήνυμα της εταιρείας, για όσους πραγματοποιήσουν τις αγορές τους από αυτή την Boutique έως τις 25 Ιανουαρίου, θα έχουν δώρο μια συσκευασία καφέ έκπληξη.

• ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ ΣΤΗ VALUECOM STARDUST Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ

Η εταιρεία Επικοινωνίας & Δημοσίων Σχέσεων, Valuecom Stardust, ανέλαβε την επικοινωνία της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων ΑΕ. Η συνεργασία ξεκίνησε από 1η Ιανουαρίου και αφορά υπηρεσίες εταιρικής επικοινωνίας, δημοσίων σχέσεων & στρατηγικής για όλο το φάσμα των προϊόντων της εταιρείας. Στο portfolio της εταιρείας ανήκουν οι μάρκες φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος, Μιτσικέλι & Υάς και τα φυσικά μεταλλικά αναψυκτικά Βίκος.

Ηπειρωτική
Βιομηχανία Εμφιαλώσεων

• WALMART (ΗΠΑ) ΑΥΞΗΣΗ ΜΙΣΘΩΝ ΚΑΙ BONUS ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Στην αύξηση του ετήσιου μέσου μισθού και του μπόνους για τους διευθυντές των καταστημάτων στις ΗΠΑ από την 1η Φεβρουαρίου, προχωράει η Walmart. Έτσι, το μέσο ωρομίσθιο διαμορφώνεται στα \$18 από \$17,50 δολάρια, που είχε ανακοινωθεί τον περασμένο Ιανουάριο.

Μετά την προγραμματισμένη κίνηση:

- ο μέσος μισθός για τους διευθυντές καταστημάτων της Walmart θα ανέρχεται στα \$128 χιλ. ετησίως, από \$117 χιλ.
- το ετήσιο μπόνους θα μπορούσε να φτάσει μέχρι και το 200% του βασικού μισθού, ανάλογα με τους στόχους που επιτυγχάνονται και τα κέρδη του καταστήματος

ΑΛΛΑΓΗ ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ

Η συγκεκριμένη εξέλιξη έρχεται στο πλαίσιο της σταθερής αύξησης των μισθών και της ισχυρής αύξησης των λιανικών πωλήσεων τον Δεκέμβριο, καθώς οι εργοδότες των ΗΠΑ προσέλαβαν περισσότερους εργαζομένους, εν μέσω μιας γενικά σφικτής αγοράς εργασίας.

Η Walmart έχει επενδύσει στους εργαζομένους των καταστημάτων της για να διατηρήσει περισσότερους υπαλλήλους, και τον Σεπτέμβριο ανακοίνωσε αλλαγή στη μισθολογική δομή, με ευθυγράμμιση του ωριαίου αρχικού μισθού σε όλους τους ρόλους εργασίας και τα τμήματα. Στο τέλος



του οικονομικού έτους 2023, η Walmart απασχολούσε περίπου 1,6 εκατ. εργαζομένους στις Ηνωμένες Πολιτείες. Ο retailer αύξησε τον Νοέμβριο τις προβλέψεις της για τις πωλήσεις και τα κέρδη της για το 2024, καθώς περισσότεροι πελάτες δίνουν προτεραιότητα στις αγορές ειδών super market σε περιόδους υψηλών επιτοκίων.

• MARS ΕΠΕΝΔΥΣΗ \$42 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΟ ΣΙΚΑΓΟ

Μια νέα μονάδα R&D, επιφάνειας 44.000 τ.μ., εγκαίνιασε στο Σικάγο η Mars. Πρόκειται για μία από τις επτά συνολικά εγκαταστάσεις έρευνας και ανάπτυξης που διαθέτει η εταιρεία διεθνώς και στην οποία η Mars θα πραγματοποιεί δοκιμές σοκολάτας, ξηρών καρπών. Παράλληλα, θα επικεντρωθεί και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Εντός της μονάδας, επίσης, θα υπάρχει ξεχωριστό τμήμα για δοκιμές ξηρών καρπών σε προϊόντα τα οποία η Mars ήδη διαθέτει στο portfolio της.

Το κτίριο θα ηλεκτροδοτείται από 100% με ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, από το αιολικό πάρκο της Mars στο Ιλινόις των ΗΠΑ.

