

Κάθε τηλεδιάσκεψή σας μια απολαυστική εμπειρία!



Τώρα, μπορείτε να δώσετε σε κάθε τηλεδιάσκεψή σας ξεχωριστό χαρακτήρα, προσφέροντας στους συνεργάτες σας καφέ και φαγητό, με τα e-coupons Γρηγόρης!

Απλά, στέλνετε τα e-coupons στους καλεσμένους σας, ώστε να κάνουν την παραγγελία τους στο gregorys.gr ή στο app "Γρηγόρης e-order", τη μέρα της συνάντησης.

Επικοινωνήστε μαζί μας στο ecoupons@gregorys.gr ή στο 210 9971141, για να παραγγείλετε τα e-coupons της επιλογής σας.

Γρηγόρης E-ORDER

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΠΕΜΠΤΗ 28 Ιανουαρίου 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1160



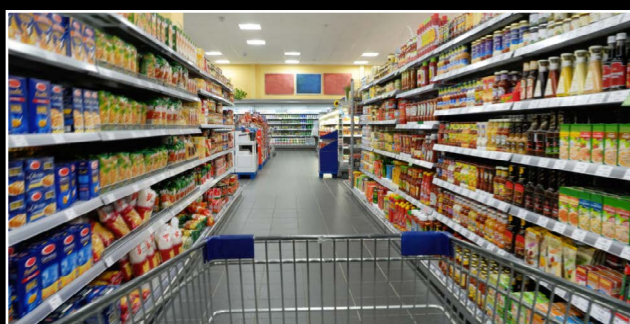
• Κ. ΜΑΡΚΑΖΟΣ (PASAL)

Στόχος μας τα big boxes και τα logistics των supermarket



• CRETA FARMS

Συνεχίζεται η κόντρα Βιντζηλαίου - Τάκη Δομαζάκη



• IRI (11 ΜΗΝΟ 2020)

Τα συσκευασμένα τρόφιμα έσπασαν το φράγμα του €1 δισ.



• ΕΘΝΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ

Ποιοι διεκδικούν τους χώρους εστίασης

EDITORIAL: Δημόσιο χρέος και ανάκαμψη

SECRET RECIPE: Deal Green Cola με Καρούλια για τη διανομή προϊόντων

• **Κ. ΜΑΡΚΑΖΟΣ (PASAL)**
ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΣ ΤΑ
BIG BOXES ΚΑΙ ΤΑ
LOGISTICS ΤΩΝ
SUPERMARKETS



Κώστας Μαρκάζος, CEO, Pasal Development

"Ο κλάδος των logistics των supermarkets μας ενδιαφέρει ιδιαίτερως. Οι επόμενες κινήσεις μας περιλαμβάνουν την ενίσχυση του κλάδου logistics στον συγκεκριμένο κλάδο και την είσοδο μας στην αγορά των big boxes. Πρόκειται για καταστήματα τύπου σούπερ μάρκετ, τα οποία έχουν μεγάλες εκτάσεις και βρίσκονται μόνα τους. Όχι δηλαδή σε πολυκατοικίες ή στον οικιστικό ιστό", δηλώνει στο FnB Daily, ο Κώστας Μαρκάζος, CEO της Pasal.

ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΜΕΝΗ ΑΓΟΡΑ

Η διοίκηση της εισηγμένης θεωρεί πως η αγορά των αποθηκών είναι αναπτυσσόμενη, με τα εμπορικά κέντρα και τα γραφεία να συμπληρώνουν το παζλ της αναπτυσσόμενης αγοράς. Σύμφωνα με πληροφορίες, η εταιρεία βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις για την απόκτηση αποθηκών, χωρίς να αποκλείεται ανάμεσά τους να βρίσκονται και αποθήκες που χρησιμοποιούνται για supermarket.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

Σημειώνεται πως η εταιρεία νοικιάζει στον Σκλαβενίτη αποθήκη 35 χιλ. τ.μ. στην Ελευσίνα, με το συμβόλαιο να λήγει σε λίγα χρόνια. Σημειώνεται ότι η κρίση του κορωνοϊού δεν επηρέασε τη συγκεκριμένη μίσθωση, καθώς ο κλάδος του λιανεμπορίου δεν επλήγη από την πανδημία.

Για περισσότερες πληροφορίες για τον σχεδιασμό της Pasal το 2021, διαβάστε το σημερινό [BnB Daily](#).

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• **ANDERSEN**
ΣΗΜΕΡΑ ΤΟ
WEBINAR ΓΙΑ
ΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ
ΤΟΥ BREXIT

ANDERSEN.
VAT and Customs post-BREXIT issues
Webinar
Thursday, January 28th, 2021
4:00 p.m. (CET)

Speakers	Agenda
<ul style="list-style-type: none"> Mark Gorman, Partner, Ireland Belen Palao, Partner, Spain Sarah Shears, Partner, UK 	<ul style="list-style-type: none"> 4:00 p.m. Welcome and introduction 4:05 p.m. VAT issues UK perspective 4:20 p.m. VAT issues EU perspective 4:35 p.m. Customs 4:50 p.m. Round table 5:00 p.m. Closing

Registration

Ένα άκρως ενδιαφέρον webinar πραγματοποιεί σήμερα η Andersen. Το webinar αφορά σε ζητήματα σχετικά με το VAT μετά το Brexit, ένα θέμα που αφορά πολλές ελληνικές επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται στο Ηνωμένο Βασίλειο. Το διαδικτυακό webinar ξεκινάει σήμερα, στις 4 το μεσημέρι και ανάμεσα στους ομιλητές ξεχωρίζουν:

- Mark Gorman, Partner στην Ιρλανδία
- Belen Palao, Partner στην Ισπανία
- Sarah Shears, Partner στη Μ.Βρετανία

Όσοι ενδιαφέρονται να παρακολουθήσουν το συνέδριο πρέπει να δηλώσουν συμμετοχή, [εδώ](#).

Editorial

Δημόσιο χρέος και ανάκαμψη

Παρακολουθώντας τη συνέντευξη του επικεφαλής Οικονομολόγου της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας στον ΣΚΑΪ, συγκράτησα τα εξής:

Πρώτον, ότι μέχρι τα μέσα του επόμενου έτους, ίσως προς το τέλος του καλοκαιριού του 2022, το ΑΕΠ της Ευρωζώνης θα έχει επιστρέψει στα επίπεδα του 2019

Δεύτερον, ότι για την Ελλάδα, η ανάκαμψη θα εξαρτηθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό από την ανάκαμψη του τουρισμού.

Τρίτον, ότι τα κόκκινα δάνεια θα αυξηθούν.

Τέταρτον, και πλέον σημαντικό, ότι απέκλισε κατηγορηματικά το ενδεχόμενο διαγραφής χρέους. "Για την ΕΚΤ η διαγραφή του δημόσιου χρέους δεν προβλέπεται από τη Συνθήκη", είπε χαρακτηριστικά.

Τι συμβαίνει, όμως, με το δημόσιο χρέος και την αύξηση, που θα προκύψει μετά από τα μέτρα στήριξης των εθνικών κυβερνήσεων; Αυτό είναι σίγουρο ότι αποτελεί καθολικό φαινόμενο σε όλο τον κόσμο.

Ωστόσο, όπως ανέφερε, χάρη στα χαμηλά επιτόκια η ικανότητα εξυπηρέτησης αυτού του χρέους - ακόμη και σε τόσο υψηλά επίπεδα - είναι πιο εύκολη από ό,τι πρωτίτερα.

Αυτό δεν εξαλείφει το πιο μακροπρόθεσμο ζήτημα ότι τα υψηλά επίπεδα χρέους θα χρειαστεί να παρακολουθούνται προσεκτικά. Όμως, η διαχείρισή τους θα είναι ευκολότερη σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα, επειδή όσο πιο γρήγορα αναπτύσσεται η οικονομία, τόσο περισσότερες θα είναι οι μεταρρυθμίσεις, που θα εφαρμόζονται με την πάροδο του χρόνου για τη στήριξη μιας ταχέως αναπτυσσόμενης οικονομίας.

Απλά πράγματα.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

DEAL GREEN COLA ΜΕ ΚΑΡΟΥΛΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Όλο και περισσότερο, οι εταιρείες του κλάδου τροφίμων και ποτών προετοιμάζονται για το άνοιγμα της εστίασης, όποτε αυτό επιτραπεί. Σύμφωνα με πληροφορίες του FnB Daily, σε συμφωνία κατέληξαν η Green Cola με την Καρούλια. Με βάση αυτή, η Καρούλιας αναλαμβάνει τη διανομή τεσσάρων προϊόντων της Green Cola, οι οποίοι έχουν αναφορά κυρίως στην εστίαση και θα διατίθενται σε ειδικές συσκευασίες.

• ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΜΕΛΙΒΟΙΑΣ ΑΓΙΑΣ ΣΕ ΤΡΕΙΣ ΦΑΣΕΙΣ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ €1 ΕΚΑΤ. _



Βαγγέλης Κρασιώτης, Πρόεδρος,
Αγροτικού Συνεταιρισμού Μελιβοίας
Αγιάς

Σε τρεις φάσεις θα υλοποιηθεί το επενδυτικό πλάνο του Αγροτικού Συνεταιρισμού παραγωγής, εμπορίας, μεταποίησης φρούτων και κάστανων Μελιβοίας Αγιάς. Ο σχεδιασμός αφορά στην αποθήκευση, επεξεργασία και μεταποίηση κάστανου και έχει ορίζοντα πενταετίας.

"Πρόκειται για μια επένδυση περίπου €1 εκατ., το 50% της οποίας χρηματοδοτείται από ίδια κεφάλαια και το άλλο από το Leader", αναφέρει στο FNB Daily, ο Πρόεδρος του Συνεταιρισμού, Βαγγέλης Κρασιώτης, συμπληρώνοντας ότι, μόλις ολοκληρωθεί το στάδιο της αδειοδότησης θα ξεκινήσουν οι εργασίες υλοποίησης της πρώτης φάσης.

"Με την εφαρμογή του επενδυτικού προγράμματος, στόχος είναι να κάνουμε κατοχυρωμένη την παραγωγή του Συνεταιρισμού, όχι μόνο για το κάστανο, αλλά και για το μήλο και το κεράσι, για να δίνουμε προστιθέμενη αξία σε όλα τα στάδια της παραγωγής, ενώ μέσα από την ανάπτυξη του συνεταιρισμού θέλουμε να ενισχύσουμε και την περιοχή με νέες θέσεις εργασίας".

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Ο Συνεταιρισμός, αυτή τη στιγμή, παράγει και διαθέτει στη μικρή λιανική, αλλά και σε αλυσίδες supermarket συσκευασμένο κάστανο, ενώ όπως εξηγεί ο κ. Κρασιώτης, υπάρχει δυνατότητα και για custom made συσκευασίες.

"Ο Συνεταιρισμός έχει περίπου 40 παραγωγούς και διαχειρίζεται σχεδόν το 20% της παραγωγής που υπάρχει στην Μελιβοία, ενώ έχει ξεκινήσει και η κατοχύρωση του κάστανου Μελιβοίας ΠΟΠ". Προσθέτει μάλιστα ότι στους άμεσους στόχους είναι και η περαιτέρω επέκταση στη λιανική.

INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Γερμανία
Ιταλία
Βαλκάνια
Σκανδιναβία
Κυριότερη αγορά
Ιταλία
%τζίρου: 50%

ΚΟΙΤΑΕΙ ΗΠΑ - ΚΑΝΑΔΑ

Σε ό,τι αφορά την εξωστρέφεια, βασική προτεραιότητα είναι η ελληνική αγορά, ενώ ο Συνεταιρισμός επιδιώκει και την είσοδο σε ΗΠΑ και Καναδά. "Μας ενδιαφέρουν οι ξένες αγορές, αλλά θέλουμε πρωτίστως να ενισχύσουμε την ελληνική".

ΘΕΤΙΚΕΣ ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ 2021

Αν και είναι χωρίς ακόμα για το πως θα εξελιχθεί η παραγωγή του 2021, καθώς η πορεία της εξαρτάται από τις συνθήκες της άνοιξης στο στάδιο της ανθοφορίας, ο ίδιος αναφέρει ότι, οι ενδείξεις είναι καλές για την ώρα. "Πέρυσι, παρά το ότι ήταν καλές οι καιρικές συνθήκες, η παραγωγή ήταν ελλειμματική, δεν απέδωσε μεγαλόκαρπα κάστανα.

Οι τιμές ήταν πολύ καλές, οι παραγωγοί στην έξτρα κατηγορία πληρώθηκαν €3,6/kg και στη δεύτερη €3,45/kg".

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

• ΙΔΡΥΜΑ ΣΤΕΛΙΟΣ ΧΑΤΖΗΩΑΝΝΟΥ ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΓΙΑ ΔΕΥΤΕΡΗ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ_

Το Φιλανθρωπικό Ίδρυμα Στέλιος Χατζηωάννου στηρίζει, για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, το Χαμόγελο του Παιδιού, προσφέροντας καθημερινά στα 343 παιδιά, που μεγαλώνουν στα Σπίτια του Οργανισμού, ένα τσουρεκάκι την ημέρα, για ένα έτος. Το ίδρυμα θα προσφέρει συνολικά πάνω από 121.603 τσουρεκάκια, λιανικής αξίας άνω των €121.603.

Ο Sir Στέλιος Χατζηωάννου, δήλωσε σχετικά: "Το Χαμόγελο του Παιδιού δεν χρειάζεται συστάσεις. Είναι ένας οργανισμός με τον οποίο μας συνδέει η πίστη σε αξίες απόλυτα επίκαιρες, όπως η Ανιδιοτέλεια, η Φροντίδα, η Ισότητα και ο Σεβασμός. Μετά την επιτυχία της περσινής μας συνεργασίας, επιλέγουμε φέτος να επαναλά-



Sir Στέλιος Χατζηωάννου

βουμε τη δράση, προσφέροντας καθημερινά ένα τσουρεκάκι σε καθένα από αυτά τα παιδιά. Είμαι σίγουρος ότι και φέτος θα καταφέρουμε να τους δώσουμε το κουράγιο που χρειάζονται, για ν' αντιμετωπίσουν τις καθημερινές προκλήσεις με αισιοδοξία".

• **ΑΦΡΟΔΙΤΗ SUPERMARKET ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΤΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ Ε-SHOP. ΔΩΡΕΑΝ ΔΙΑΝΟΜΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ_**



Με τα οικονομικά μεγέθη της εταιρείας να κρατούν, παρά την κρίση του κορωνοϊού και τις πωλήσεις να καταγράφουν αύξηση το 2020, η Αφροδίτη supermarkets σχεδιάζει τα επόμενα βήματά της. Σύμφωνα με πληροφορίες του FnB Daily, η εταιρεία σχεδιάζει το λανσάρισμα νέου e-shop. "Η πανδημία του κορωνοϊού έχει επιταχύνει τις εξελίξεις και τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Πλέον, είναι απαραίτητο να δώσουμε βάση στις ηλεκτρονικές μας πωλήσεις, ένα κανάλι που συνεχώς αναπτύσσεται στην ελληνική αγορά. Για αυτό, το προσεχές διάστημα θα ανακοινώσουμε το λανσάρισμα του e-shop μας", σημειώνουν πηγές της εταιρείας.

ΔΩΡΕΑΝ ΔΙΑΝΟΜΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η εταιρεία λανσάρει και μία πρόσθετη υπηρεσία. Οι πελάτες της αλυσίδας μπορούν να παραγγείλουν τα προϊόντα που θέλουν από το supermarket και με αγορές άνω των €30, η εταιρεία παραδίδει τα προϊόντα κατ' οίκον. Μάλιστα η παράδοση είναι άμεση, με τις παραγγελίες να γίνονται, σε αυτή τη φάση, τηλεφωνικά.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Η εταιρεία σχεδιάζει την επέκταση των δραστηριοτήτων της, μέσω του ανοίγματος νέων καταστημάτων στη χώρα μας.

INFO-ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

- Θεσσαλονίκη
- Καλαμαριά
- Χαλκιδική
- Σταυρούπολη
- Εύσσομος

ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Το supermarket στην προσπάθειά του να "χτυπήσει" τον ανταγωνισμό, κάνει προσφορές σε μία ευρεία γκάμα προϊόντων, όπως:

- Φέτα
- Κρέας
- Είδη πρώτης ανάγκης
- Λάδι
- Γάλα
- Παριζάκια

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΙΣΤΟΤΗΤΑΣ

Στους άμεσους σχεδιασμούς της εταιρείας είναι η ενίσχυση του προγράμματος πιστότητας. Η εταιρεία ήδη διαθέτει την κάρτα μέλους Αφροδίτη Club, όπου για κάθε €1 αγορών στο supermarket αντιστοιχεί ένας πόντους. Οι πελάτες στη συνέχεια μπορούν να εξαργυρώσουν τους πόντους, ενώ για κάθε 500 πόντους αντιστοιχεί έκπτωση €5 στις αγορές από την αλυσίδα.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr



• **AMAZON ΤΕΛΟΣ ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΗΝ ΒΟΡΕΙΑ ΙΡΛΑΝΔΙΑ_**

Τις πωλήσεις κρασιού, μπύρας και οινοπνευματωδών ποτών αναγκάστηκε να σταματήσει στην Βόρεια Ιρλανδία η Amazon, ενώ ετοιμάζεται να βγάλει εκτός λίστας περισσότερα προϊόντα, λόγω των νέων τελωνειακών κανόνων του Brexit, όπως μετέδωσε το δίκτυο ITV.

Η Amazon ανησυχεί ότι ο ειδικός φόρος κατανάλωσης θα πρέπει τώρα να καταβάλλεται εις διπλούν στις αποστολές οινοπνεύματος, που γίνονται από τη βρετανική νήσο προς την Βόρεια Ιρλανδία, δια μέσου της Ιρλανδικής θάλασσας, σύμφωνα με το ITV. Η Βρετανία αποχώρησε από την ενιαία αγορά και την τελωνειακή ένωση της ΕΕ στις 31 Δεκεμβρίου, ζητώντας πλέον έγγραφα και τελωνειακές δηλώσεις από τις επιχειρήσεις, που εισάγουν και εξάγουν προϊόντα από και προς το ευρωπαϊκό μπλοκ. Προκειμένου να παραμείνουν ανοικτά τα σύνορα μεταξύ της Βόρειας Ιρλανδίας και της Δημοκρατίας της Ιρλανδίας, που είναι κράτος-μέλος της ΕΕ, συνήφθη μια ξεχωριστή συμφωνία, που προβλέπει ένα ρυθμιστικό σύνορο στην Ιρλανδική θάλασσα μεταξύ της Βόρειας Ιρλανδίας και του υπόλοιπου Ηνωμένου Βασιλείου.

Organizer



5TH DATA PROTECTION & PRIVACY LAW FORUM



Digital Edition



26 Φεβρουαρίου 2021

ΟΜΙΛΗΤΕΣ



Βασίλης Βασιλόπουλος
EPT



Δημήτρης Ζωγραφόπουλος
Υπουργείο Υγείας



Κωνσταντίνος Κακαβούλης
Homo Digitalis



Λεωνίδας Κανέλλος
Dpo Network



Αθανάσιος Κοσμόπουλος
Υπουργείο Ψηφιακής
Διακυβέρνησης



Κώστας Μποτόπουλος
Λαμπαδάριος & Συνεργάτες
δικηγορική εταιρεία



Φωτεινή Παναγιώτου
Όμιλος ΟΤΕ



Κατερίνα Πέρρου
ΑΑΔΕ



Νεφέλη Ρουπακιά
Banque Havilland



Παναγιώτης Σκύρλας
Kaizen Gaming



Σπύρος Τάσσης
ΕΕΠΙΔ



Γιώργος Χλωμούδης
ICAP Group

Για περισσότερες πληροφορίες πατήστε εδώ

ή επικοινωνήστε με Κωνσταντίνα Συλλέου, info@palladianconferences.gr, 210339232

Auspices



Communication Sponsors



• CRETA FARMS

ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ Η ΚΟΝΤΡΑ ΒΙΝΤΖΗΛΑΙΟΥ - ΤΑΚΗ ΔΟΜΑΖΑΚΗ_



Από πάνω: Κωνσταντίνος Δομαζάκης, Δημήτρης Βιντζηλαίος

"Η Creta Farms έχει γυρίσει οριστικά σελίδα. Η μαύρη εποχή της κακοδιαχείρισης και της απαξίωσης από το προηγούμενο ιδιοκτησιακό καθεστώς έχει τελειώσει και η Creta Farms είναι πλέον, μέλος ενός μεγάλου ομίλου με σημαντικό αποτύπωμα στην Νοτιοανατολική Ευρώπη και με εξωστρεφή προσανατολισμό. Το μέλλον της είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την ισχυρή αναπτυξιακή πολιτική του ομίλου μας και η Creta Farms θα έχει στρατηγικό ρόλο στα μακροπρόθεσμα σχέδια μας. Προφανώς, οι όποιοι ισχυρισμοί της προηγούμενης ιδιοκτησίας για την τρέχουσα κατάσταση της εταιρείας είναι παντελώς ανυπόστατοι και απέχουν παρασάγγας από την πραγματικότητα. Δεν θα αφήσουμε κανέναν να υπονομεύει την αξία της Creta Farms και να καπηλεύεται την προσπάθεια των εργαζόμενων της", δηλώνει ο Δημήτρης Βιντζηλαίος, κύριος μέτοχος της Impala Invest, απαντώντας έμμεσα στον κ. Δομαζάκη.

"ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕ ΕΠΙ ΤΗΣ ΟΥΣΙΑΣ"

"Ο Δημήτρης Βιντζηλαίος δεν απάντησε επί της ουσίας σε όσα του καταλογίστηκαν για την τωρινή κατάσταση της Creta Farms. Αρκείται σε μία παρελθοντολογία που δεν ευσταθεί, ενώ δεν αναφέρεται στο μέλλον της εταιρείας", αναφέρουν πηγές που έχουν γνώση των θέσεων που εκφράζει ο Κωνσταντίνος Δομαζάκης.

Θυμίζουμε ότι προχθές στο Fnb Daily, ο ο πάλαι ποτέ ισχυρός άνδρας της κρητικής αλλαντοβιομηχανίας, Κωνσταντίνος Δομαζάκης, είχε, μεταξύ άλλων, δηλώσει: "Κατέθεσα αίτηση ακύρωσης της απόφασης του Πρωτοδικείου Ρεθύμνου, με την οποία είχε επικυρωθεί η συμφωνία εξυγίανσης και μεταβίβασης της επιχείρησης στην Impala. Ο νέος επενδυτής δεν έχει βάλει χρήματα για να στηρίξει την επιχείρηση, ενώ οι οφειλές προς το δημόσιο και τους ασφαλιστικούς οργανισμούς έχουν υπερδιπλασιαστεί σε διάστημα έντεκα μηνών. Έχουν γίνει πολλά πράγματα εις βάρος της εταιρείας, που αποδεικνύονται".

"ΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΓΙΝΕΙ"

Σύμφωνα με την Impala Invest, η Creta Farms έχει γυρίσει σελίδα και αναφέρει πως:

- Διαθέτει ρευστότητα με €13 εκατ. ταμειακά διαθέσιμα
- Έχουν εισφερθεί κεφάλαια €15 εκατ.
- Έχουν δοθεί πιστώσεις για αγορές πρώτων υλών άνω των €4 εκατ.
- Έχει προχωρήσει στρατηγική εξυγίανση της εταιρείας
- Αποκαταστάθηκε η μισθοδοσία του προσωπικού
- Η παραγωγή έχει αποκατασταθεί

ΠΩΣ ΠΗΓΕ ΤΟ 2020

Όπως σημειώνει η εταιρεία σε ανακοίνωσή της, "οι συνολικές πωλήσεις του 2020 ανήλθαν σε €82 εκατ., τα κέρδη προ φόρων στα €4,6 εκατ. και υπάρχει επαρκής ρευστότητα. Η εταιρεία έχει αλλάξει σελίδα".

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

FN|USA

NEWS, TRENDS,
COMPLIANCE



ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ
NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΤΩΝ Η.Π.Α.

Κάθε Δευτέρα, με το



Powered by
 **Elementals**
 Accelerating Products in Global Markets



• **WALMART**
ΕΠΙΣΤΡΑΤΕΥΕΙ ΡΟΜΠΟΤ ΓΙΑ ΤΟ E-COMMERCE_

Η Walmart επιστρατεύει ρομπότ, για να ενισχύσει τις δραστηριότητές της στο ηλεκτρονικό εμπόριο και κυρίως στις ανέπαφες παραδόσεις-παραλαβές. Σύμφωνα με το Reuters, η Walmart θα ενισχύσει συγκεκριμένα καταστήματα στις ΗΠΑ με μικρά ρομπότ, που θα βοηθούν στη συλλογή και στην ανέπαφη παράδοση των online παραγγελιών. Η εταιρεία προχωρά σε αυτή την κίνηση, ώστε η όλη διαδικασία να γίνεται πιο γρήγορα, εν μέσω της μεγάλης αύξησης των διαδικτυακών αγορών λόγω της πανδημίας του κορωνοϊού. Σύμφωνα με το ρεπορτάζ, τα ρομπότ θα εργάζονται στο παρασκήνιο, συλλέγοντας τα προϊόντα ψυγείου και κατάψυξης, όπως επίσης και άλλα μικρότερα αντικείμενα κι εμπορεύματα από τις αποθήκες, που έχουν τη μεγαλύτερη ζήτηση. Έτσι, το προσωπικό θα "φύγει" από τις αποθήκες και θα μεταβεί στα τμήματα των πωλήσεων, όπου η ζήτηση πλέον έχει αυξηθεί σε επίπεδα-ρεκόρ, ολοκληρώνοντας τις παραγγελίες.

4th International Logistics Forum

Logistics | a Catalyst for Development

4th of February 2021 | 16.00-19.00 | online conference

Logistics = (Human Factor * Technology)²

Sponsors

Media Sponsors

• CIVC
**ΛΙΓΟΤΕΡΕΣ
ΚΑΤΑ €1 ΔΙΣ.
ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
ΣΑΜΠΑΝΙΑΣ
ΤΟ 2020_**

Μείωση 18% σε όγκο και €1 δισ. σε αξία, καταγράφουν οι πωλήσεις σαμπάνιας το 2020, σύμφωνα με τα στοιχεία της διεθνούς ένωσης παραγωγών CIVC, λόγω των καθολικών lockdown σε χώρες, ανά τον κόσμο.

Η Γαλλία μαζί με τη Βρετανία και τις ΗΠΑ κατέγραψαν, έκαστη, μείωση 20% στην κατανάλωση σαμπάνιας το 2020, ενώ τη μεγαλύτερη πτώση την σημείωσε η Ιαπωνία, με -28%. Εξάιρεση αποτελεί η Αυστραλία, της οποίας ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά 14%.

**ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΟΡΤΩΝ
ΣΥΓΚΡΑΤΗΣΑΝ ΤΗΝ ΜΕΙΩΣΗ**

Όπως αναφέρει το Reuters, η πώση αναμένονταν να είναι μεγαλύτερη, αλλά οι

πωλήσεις την περίοδο των εορτών, συγκράτησαν την πτωτική πορεία.

Αυτή η μεταβολή έγινε αισθητή στα βρετανικά και γαλλικά σουπερμάρκετ, όπου οι πωλήσεις σαμπάνιας σημείωσαν αύξηση, σύμφωνα με στοιχεία της Nielsen.

"Είναι λίγο καλύτερα από αυτό που αναμέναμε. Σε ολόκληρο τον κόσμο, παρότι δεν επιτρέπονται τα πάρτι και οι συναθροίσεις, εξακολουθούν να υπάρχουν κάποια γεγονότα για να γιορτάζουμε και η σαμπάνια είναι το σύμβολο της γιορτής", ανέφερε ο Μαξίμ Τουμπάρ, συμπρόεδρος της CIVC.

**ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟ
Α' ΕΞΑΜΗΝΟ ΤΟΥ 2021**

Η Ένωση αναμένει ότι, η πανδημία θα συνεχίσει να ασκεί πιέσεις στη ζήτηση τουλάχιστον στο πρώτο εξάμηνο του 2021.

Η CIVC, ωστόσο, εκτιμά ότι θα είναι δύσκολο το ξεκίνημα για εφέτος, όσον αφορά στη ζήτηση, καθώς τα περιοριστικά μέτρα θα συνεχιστούν, όμως θεωρεί ότι οι προοπτικές μπορεί να αρχίσουν να βελτώνονται προς το τέλος του έτους, εάν οι χώρες αποσύρουν σταδιακά τους περιορισμούς.

INFO (σε εκατ. φιάλες)
2020: 245
2019: 300



• **GREAT EXHIBITIONS**

ΑΠΕΣΠΑΣΕ ΤΡΙΑ ΒΡΑΒΕΙΑ ΣΤΑ GREEK EXPORTS FORUM & AWARDS 2020_

Η εταιρεία Great Exhibitions απέσπασε τρία βραβεία στα Greek Exports Forum & Awards 2020, τα οποία πραγματοποιήθηκαν φέτος, για ένατη συνεχή χρονιά. Η εταιρεία επιβραβεύτηκε για τις βέλτιστες πρακτικές στην εξαγωγική δραστηριότητα, που εφαρμόζει και προωθεί τα τελευταία χρόνια.

Συγκεκριμένα τιμήθηκε με:

- Δύο χρυσά βραβεία στις κατηγορίες Top Services Export Company & Top Export Consultant
- Ένα χάλκινο βραβείο στην κατηγορία Top Branded Export Service

Τα βραβεία παρέλαβε, διαδικτυακά, ο Managing Director της εταιρείας, Αλκιβιάδης Καλαμπόκης, ο οποίος δήλωσε: "Η

Great Exhibitions εκλαμβάνει την στήριξη των πελατών της ως ουσιαστική δέσμευση, για να συνεχίσει δυναμικά το έργο της, ανταποκρινόμενη στις σύγχρονες επιχειρηματικές ανάγκες σ' ένα ραγδαίο εξελισσόμενο παγκόσμιο περιβάλλον. Για το 2021 αναμένονται νέες δράσεις και πρωτοβουλίες, που αποτελούν εφόδια για τους Έλληνες εξαγωγείς και που θα τους δώσουν την δυνατότητα ανοίγματος νέων και ταχύτατα αναπτυσσόμενων αγορών. Παράλληλα, η GREAT EXHIBITIONS, ευχαριστώντας τους εξαγωγείς για την στήριξη τους, προετοιμάζεται για την διοργάνωση της FMS - FOOD MARKET SHOW Edition 2, που θα είναι ενταγμένη στο πλαίσιο ενός πολυδύναμου εργαλείου, που θα αποτελέσει την μόνι-



μη πλατφόρμα διασύνδεσης των Ελλήνων εξαγωγέων με την διεθνή κοινότητα αγοραστών τροφίμων και ποτών".

• IRI (11ΜΗΝΟ 2020)

ΤΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΜΕΝΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΕΣΠΑΣΑΝ ΤΟ ΦΡΑΓΜΑ ΤΟΥ €1 ΔΙΣ. _

Το...φράγμα του €1 δισ. θα ξεπεράσει φέτος η αγορά των συσκευασμένων τροφίμων (packaged food) στο οργανωμένο λιανεμπόριο, επιβεβαιώνοντας [ρεπορτάζ του FnB Daily, του περασμένου καλοκαιριού.](#)

Από τους ρυθμούς ανάπτυξης 3,5-4%, που εμφάνιζε την τριετία 2017-2019, η πανδημία ανέβασε σε υψηλά διψήφια επίπεδα την συγκεκριμένη κατηγορία, η οποία σύμφωνα με τα στοιχεία της IRI Hellas, έκλεισε το 11μηνο του 2020 στα €944 εκατ., με αύξηση 12,2% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019.

DATA

Πωλήσεις σε €
2020 (1/1-30/11): 943.714.023
2019: 938.824.451
2018: 906.080.852
2017: 871.236.907

Πωλήσεις σε τεμάχια
2020 (1/1-30/11): 211.463.360
2019: 214.604.593
2018: 208.419.232
2017: 199.403.123

ΣΤΟ +15,2% ΤΑ ΖΥΜΑΡΙΚΑ

Όπως προκύπτει από τα δεδομένα που συλλέγει η IRI Hellas από τα supermarkets, η κορυφαία σε αξία υποκατηγορία των συσκευασμένων τροφίμων, αυτή των ζυμαρικών, στο εντεκάμηνο διάστημα του 2020 έτρεξε με ρυθμούς 15,2% (παρότι στο ξεκίνημα της πανδημίας έτρεχε με διπλάσιους ρυθμούς), ξεπερνώντας τα €96 εκατ. (10,17% του συνόλου της κατηγορίας), ενώ η ανάπτυξη την προηγούμενη τριετία ανερχόταν μεταξύ 1,7-3,5%.

Η δεύτερη σημαντικότερη σε αξία υποκατηγορία, αυτή των δημητριακών για πρωινό, ανήλθε στο ίδιο διάστημα στα €87,7 εκατ., ήτοι αύξηση 5,6% από το αντίστοιχο περυσινό διάστημα, όταν το 2019 είχε κλείσει με πτώση 3,9% και η διετία 2017-2018 με μικρή άνοδο 3,1-4,2%.

Η τρίτη σε μέγεθος υποκατηγορία, αυτή του προσσκευασμένου ψωμιού, ενισχύθηκε κατά 1,6%, στα €84,8 εκατ.), ενώ την προηγούμενη διετία είχε ελαφρώς υψηλότερη ανάπτυξη της τάξης του 4,1-5,4%.

ΠΟΙΟΙ "ΕΤΡΕΞΑΝ" ΠΙΟ ΠΟΛΥ ΣΤΟ 11ΜΗΝΟ

Οι πρωταθλητές του packaged food στο εντεκάμηνο του 2020, αναφορικά με τη μεγαλύτερη αύξηση του τζίρου, ήταν:

Προϊόντα διατροφής: +31,3% (€37,4 εκατ.)
Ζελέ φρούτων και σιρόπια: +29,7% (€32,62 εκατ.)

Όσπρια: +27,5% (€33,33 εκατ. ευρώ)
Κατεψυγμένο κοτόπουλο: +21,7% (€35,53 εκατ.)

Συσκευασμένα Αλλαντικά (deli meat): +20,2% (€69,68 εκατ.)

Επιβεβαιώθηκε, ουσιαστικά, η τάση, που είχε διαφανεί από το ξεκίνημα της πανδημίας, όπου οι καταναλωτές έσπευσαν, κυρίως, να αγοράσουν μακαρόνια, ρύζια, όσπρια, αλλά και έτοιμα φαγητά.

Κατηγορίες	2017	2018	2019	1ΙΑΝ-20ΝΟΕ 2020	μεταβολή%
Φρυγανιές	33.829.959	34.853.520	33.821.814	32.572.217	6,8
Πατέ ελιάς	714.166	727.609	802.044	684.683	-5,2
Deli meat	64.947.143	65.375.921	65.162.744	69.685.947	20,2
Κατεψυγμένα κοτόπουλα	29.491.890	30.493.739	32.332.861	35.534.505	21,7
Κρέμες μωρών	8.085.599	7.481.356	6.797.092	5.783.030	-5,7
Ζυμαρικά	89.211.788	90.812.415	93.986.060	96.005.365	15,2
Ρύζια	37.779.692	38.957.468	40.495.496	41.479.311	16,2
Μέλι	28.561.725	27.411.303	28.209.190	27.232.882	12,1
Μαρμελάδες	16.699.056	14.535.890	14.160.131	14.089.615	9,4
Όσπρια	27.590.010	28.838.639	29.455.848	33.329.242	27,5
Δημητριακά για πρωινό	90.985.670	94.772.787	91.087.641	87.666.433	5,6
Σούπες	1.992.273	2.069.242	2.236.277	2.039.635	6,1
Χαλβάς	8.546.660	8.412.686	8.838.264	8.208.669	-2,2
Ποιρές πατάτας	2.981.929	2.980.228	2.981.144	2.839.880	6,7
Κονσέρβες	26.170.957	25.101.726	24.639.653	25.613.900	18,4
Τροφές για μωρά	2.421.239	2.595.290	2.866.644	2.267.449	-13,0
Έτοιμες σαλάτες	41.740.784	45.899.559	51.836.395	52.108.073	13,7
Μπριός	12.082.908	12.217.639	12.787.818	11.073.539	0,8
Γλυκά	9.060.278	9.132.796	9.373.775	8.425.336	-1,8
Λουκάνικα	20.605.560	21.674.247	21.320.468	22.529.649	19,6
Ελιές	3.903.567	3.823.211	4.482.453	4.020.697	-2,0
Ψωμί	23.059.258	24.432.097	27.289.822	23.779.946	-3,0
Έτοιμα γεύματα	19.793.586	23.108.940	30.691.675	30.571.547	11,1
Προσκευασμένο ψωμί	83.894.961	88.430.913	92.038.741	84.803.531	1,6
Παξιμάδια	28.125.618	30.487.847	31.096.013	31.792.046	12,6
Προϊόντα διατροφής	16.497.398	23.411.981	31.761.528	37.404.629	31,3
Ταχίνι	12.971.181	15.594.479	16.690.998	17.012.240	12,5
Αποξηραμένα φρούτα	11.658.011	11.709.815	12.674.356	11.811.782	13,4
Ψαροκονσέρβες	56.705.985	58.501.782	58.940.383	58.826.057	9,7
Αλίπασα	9.148.650	9.042.590	8.495.780	8.226.394	11,5
Σοκολάτες & spreads	24.307.575	24.336.466	23.624.452	23.670.488	10,9
Ζελέ φρούτων & σιρόπια	27.671.830	28.856.673	27.846.893	32.625.307	29,7

ΠΗΓΗ: IRI

ΠΟΙΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΣΥΝΕΧΙΖΟΥΝ ΤΗ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Από τις πλέον αναπτυσσόμενες υποκατηγορίες των τελευταίων ετών, συνεχίζεται και φέτος η διψήφια ανάπτυξη για τις έτοιμες σαλάτες, όπως επίσης για τα έτοιμα γεύματα και τα προϊόντα διατροφής.

DATA (ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης)

Έτοιμες σαλάτες
2020: +13,7%
2019: +12,9%
2018: +10,0%
2017: +13,8%

Έτοιμα γεύματα
2020: +11,1%
2019: +32,8%
2018: +16,7%
2017: +27,4%

Προϊόντα διατροφής
2020: +31,3%
2019: +35,7%
2018: +41,9%
2017: +46,1%

ΤΑ TOP-5 ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Ας δούμε όμως, ποιες είναι οι top-5 υποκατηγορίες συσκευασμένου φαγητού με τη μεγαλύτερη άνοδο στο εντεκάμηνο ανά γεωγραφική περιοχή:

Αττική

Ζελέ φρούτων και σιρόπια: 31%
Προϊόντα διατροφής: 29,6%
Όσπρια: 26,5%
Λουκάνικα: 24,1%
Deli meat: 23,3%

Θεσσαλονίκη

Προϊόντα διατροφής: 40,8%
Ζελέ φρούτων και σιρόπια: 38%
Όσπρια: 36,5%
Αποξηραμένα φρούτα: 25,7%
Κατεψυγμένα κοτόπουλα: 25%

Β. Ελλάδα

Προϊόντα διατροφής: 36%
Όσπρια: 31,6%
Ζελέ φρούτων και σιρόπια: 26,1%
Αποξηραμένα φρούτα: 24,4%
Ρύζια: 16,9%

Κεντρική Ελλάδα

Προϊόντα διατροφής: 32,7%
Κατεψυγμένα κοτόπουλα: 26%
Ζελέ φρούτων και σιρόπια: 25,1%
Όσπρια: 24%
Deli meat: 21,1%

Πελοπόννησος

Προϊόντα διατροφής: 32,2%
Όσπρια: 28%
Ζελέ φρούτων και σιρόπια: 26,1%
Κατεψυγμένα κοτόπουλα: 22,1%
Κονσέρβες: 21,3%

Κρήνη

Ζελέ φρούτων και σιρόπια: 30,9%
Όσπρια: 27,9%
Προϊόντα διατροφής: 22,7%
Ρύζια: 17,6%
Λουκάνικα: 15,1%

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **BEAM SUNTORY**
ΜΕΤΑΦΕΡΕΙ ΤΗΝ ΕΔΡΑ ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ_

Η Beam Suntory ανακοίνωσε ότι, μεταφέρει την παγκόσμια έδρα της από το Σικάγο στη Νέα Υόρκη, στα μέσα του 2022.

Η εταιρεία, στο portfolio της οποίας είναι εμπορικά σήματα όπως τα Jim Beam και το Courvoisier, θα εγκατασταθεί σε νέα γραφεία 100.000 τ.μ. στη λεωφόρο Madison 11 στο Μανχάταν, στα οποία θα συστεγαστεί με την Suntory Holdings, μια εταιρεία αλκοολούχων και μη αλκοολούχων ποτών, με έδρα την Ιαπωνία.

Εν τω μεταξύ, η σημερινή έδρα της Beam Suntory στο Σικάγο θα αποτελέσει τη βάση για την παρουσία της εταιρείας στην Βόρεια Αμερική.

Σημειώνεται ότι η Beam Suntory έχει, επίσης, γραφεία σε παγκόσμιες πόλεις, όπως το Τόκιο, η Σαγκάη, η Σιγκαπούρη, το Σίδνεϊ, η Μαδρίτη, η Φρανκφούρτη, το Λονδίνο, το Δελχί και το Λος Άντζελες.



• **MARS WRIGLEY**
ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΟ SNICKERS PEANUT BROWNIE ICE CREAM BAR_

Η Mars Wrigley επεκτείνει την κατηγορία προϊόντων παγωτού, λανσάροντας την Snickers Peanut Brownie Ice Cream bar.

"Είμαστε ενθουσιασμένοι, που προσφέρουμε στους θαυμαστές του Snickers Peanut Brownie ένα ακόμα λόγο να προτιμούν τα προϊόντα μας", δήλωσε ο Jayesh Shah, Διευθυντής Μάρκετινγκ παγωτού Mars.

Το Snickers Peanut Brownie Ice Cream, που θα κυκλοφορήσει σε ατομικές και πολλαπλές συσκευασίες, είναι ήδη διαθέσιμο στις ΗΠΑ, ενώ αναμένεται να έχει κυκλοφορήσει σε όλη την αμερικανική αγορά έως τον Μάρτιο του 2021.



Office

WEEKLY

ΤΑ ΠΑΝΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

Κάθε Τετάρτη
με το BNB DAILY

FACILITY MANAGEMENT | ARCHITEKTONIKH | DESIGN | ΤΑΣΕΙΣ | ΛΥΣΕΙΣ | ΑΠΟΦΕΙΣ

• **ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

ΑΝΟΙΞΕ Η ΝΟΤΙΟΣ ΚΟΡΕΑ ΓΙΑ ΤΟ ΑΚΤΙΝΙΔΙΟ – ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΟΙ ΣΤΟΧΟΙ_

Την αγορά της Νότιας Κορέας άνοιξε η Ελλάδα για τις εξαγωγές ακτινιδίου, στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού προγράμματος Delicious Fruits, που αφορά σε ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης φρέσκων φρούτων σε τρίτες χώρες, όπως η Νότια Κορέα, η Ιαπωνία και το Βιετνάμ, και το οποίο υλοποιείται από την Κοινοπραξία Συνεταιρισμών Ομάδων Παραγωγών Ημαθίας, με εκτελεστικό οργανισμό την Novacert ΕΠΕ.

"Κάθε καινούργια αγορά που ανοίγει είναι σημαντικό βήμα για τις εξαγωγές ελληνικών αγροτικών προϊόντων, ειδικά όταν πρόκειται για αγορές υψηλών εισοδημάτων, όπως η Νότια Κορέα που έχει και μια καλή οικονομία", αναφέρει στο FNB Daily, ο Χρήστος Γιαννακάκης, από την κοινοπραξία Συνεταιρισμών Ομάδων Παραγωγών Ημαθίας, συμπληρώνοντας, ότι, η συγκεκριμένη αγορά είναι ήδη ανοιχτή για μεταποιημένα αγροικά προϊόντα, μεταξύ των οποίων, είναι και το ροδάκινο κομπόστα.

ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ

Η εξαγωγή του πρώτου φορτίου αποκτά προστιθέμενη αξία, καθώς γίνεται στο πλαίσιο ευρωπαϊκής καμπάνιας, για την προώθηση φρέσκων φρούτων που παράγονται στην Ελλάδα.

Τη διαδικασία ελέγχου και φόρτωσης από τις εγκαταστάσεις του ΑΣΕΠΟΠ Νάουσας επέβλεψαν, εκ μέρους του Συνεταιρισμού, ο Βασίλης Μπουγάς, τα στελέχη της ΔΑΟΚ, Ημαθίας Κώστας Μπέης και Όλγα Τσεχελίδου, στελέχη από τα τμήματα προ-



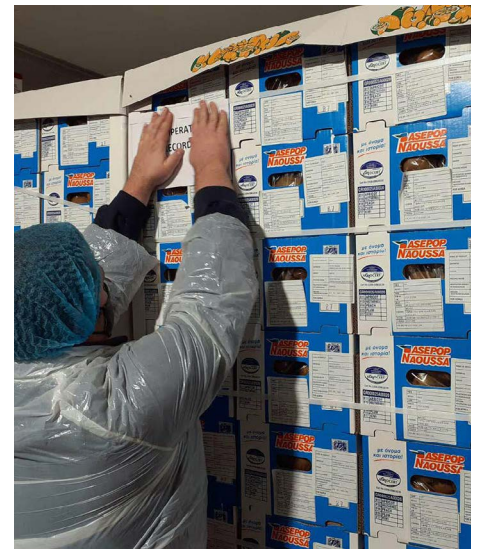
Χρήστος Γιαννακάκης, Κοινοπραξία Συνεταιρισμών Ομάδων Παραγωγών Ημαθίας

ώθησης εξαγωγών και ποιοτικού ελέγχου της Novacert ΕΠΕ, ενώ εικόνα μέσω live streaming είχαν και οι Νοτιοκορεάτες ελεγκτές.

ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ ΙΑΠΩΝΙΑ ΚΑΙ ΒΙΕΤΝΑΜ

Σε ό,τι αφορά τις επόμενες χώρες, που πρόκειται να μπει το ελληνικό ακτινίδιο, ο κ. Γιαννακάκης αναφέρει ότι, επόμενοι μεγάλοι στόχοι για την Ελλάδα, είναι η Ιαπωνία και το Βιετνάμ. "Το ακτινίδιο μας ενδιαφέρει ιδιαίτερα, καθώς παρατηρείται αυξητική τάση στις φυτεύσεις, ενώ είναι και ένα φρούτο που μπορεί να ταξιδέψει σε κοντέινερς, σε όλον τον κόσμο".

Προσθέτει μάλιστα ότι, οι παραπάνω αγορές θα είχαν ήδη ανοίξει, εάν δεν προέκυπτε η πανδημία.



"Είχαμε ξεκινήσει κινήσεις, για τις εν λόγω αγορές, προ διετίας και δεν είχαμε λάβει υπόψη μας ότι θα συναντήσουμε τα προβλήματα της πανδημίας".

Τέλος, επισημαίνει ότι, για το άνοιγμα της συγκεκριμένης αγοράς έγιναν πολλές προσπάθειες από τα στελέχη του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης, που είναι αρμόδια για τη σύνταξη των πρωτοκόλλων που υπογράφονται μεταξύ των χωρών, όταν πρόκειται να εξαχθούν νωπά προϊόντα.

"Στην εξέλιξη αυτή συνέβαλλε και ο Σύλλογος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος και επίσης η κοινοπραξία Συνεταιρισμών Ομάδων Παραγωγών Ημαθίας", καταλήγει.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **TONY'S CHOCOLONELY**

NEA LIMITED EDITION ΣΕΙΡΑ_

Μια νέα limited edition σειρά σοκολάτας, τη Sweet Solution, λάνσαρε η Tony's Chocolonely, η συσκευασία των οποίων παραπέμπει σε εμβληματικές μάρκες, μεταξύ των οποίων η Kit Kat και η Toblerone, με σκοπό να ευαισθητοποιήσει για τις συνθήκες εργασίας στην αλυσίδα εφοδιασμού κακάου.

Η νέα σειρά ήταν προγραμματισμένο να κυκλοφορήσει στα σούπερ μάρκετ του Ηνωμένου Βασιλείου, αλλά η Tony's Chocolonely ισχυρίστηκε ότι, μετά από μια μέρα στα καταστήματα ορισμένοι μεγάλοι κατασκευαστές σοκολάτας άσκη-

σαν πίεση στους λιανοπωλητές να τους αφαιρέσουν, καθώς "λόγω της παρόμοιας συσκευασίας, δεν ήθελαν να συσχετιστούν με το θέμα, για την παράνομη εργασία στη βιομηχανία σοκολάτας".

Εκπρόσωπος της Nestlé, του κατασκευαστή του KitKat, αναφέρει: "Αυτό είναι ένα εντυπωσιακό κόλπο από την Tony's Chocolonely, αλλά πίσω από το μάρκετινγκ βρίσκεται μια πολύ σοβαρή πραγματικότητα. Η παιδική εργασία υπάρχει στη βιομηχανία κακάο και, στη Nestlé, εργαζόμαστε εδώ και πολλά χρόνια για να βοηθήσουμε στην αντιμετώπισή της".



• **BARILLA**

ΑΠΕΣΠΑΣΕ ΤΟ ΒΡΑΒΕΙΟ PREMIERE CATALYST 2021

Η Barilla απέσπασε το βραβείο Premiere Catalyst για το 2021, για όλες τις πρωτοβουλίες, που έχουν επιταχύνει την πρόοδο των εργαζόμενων γυναικών, καθώς επίσης και για την ενίσχυση της κουλτούρας ενσωμάτωσης, σε όλο τον οργανισμό, παγκοσμίως. Συγκεκριμένα, διακρίθηκε ως ένα πρότυπο εταιρείας, που συμπεριλαμβάνει με ισότιμο τρόπο όλους τους LGBTQ+ υπαλλήλους, καθώς επίσης και τις υποεκπροσωπούμενες ομάδες, που εργάζονται σε αυτή την οικογενειακή επιχείρηση. Όπως αναφέρει η ανακοίνωση της εταιρείας, τα τελευταία χρόνια η εκπροσώπηση των γυναικών, που αναφέρονται ιεραρχικά στον Διευθύνοντα Σύμβουλο του ομίλου Barilla, αυξήθηκε από 8% σε 28%, αλλά και σε όλες συνολικά τις ηγετικές θέσεις παγκοσμίως, από 33% σε 38%.



• **HIPPEAS**

ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΕ \$50 ΕΚΑΤ. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ THE CRAFTORY

Η εταιρεία παραγωγής σνακ με βάση το ρεβίθι, Hippeas, εξασφάλισε \$50 εκατ. χρηματοδότηση από το παγκόσμιο επενδυτικό ταμείο The Craftory, με σκοπό να ενισχύσει την καινοτομία, να επεκτείνει την παραγωγή και να αυξήσει τη διανομή.

Θυμίζουμε ότι η Hippeas κυκλοφόρησε το 2016 μια σειρά βιολογικών προϊόντων με βάση το ρεβίθι και έκτοτε έχει επεκτείνει το χαρτοφυλάκιό της, το οποίο πλέον περιέχει και τσιπς από ρεβίθι. Και οι δύο σειρές είναι βιολογικά πιστοποιημένες, δεν περιέχουν γλουτένη και είναι κατάλληλες για vegan.

Τα προϊόντα της επωνυμίας διατίθενται στις ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο σε εμπόρους λιανικής, όπως Kroger, Target, Whole Foods και Waitrose.



• **FEST**

ΛΑΧΕΙΟΦΟΡΟΣ ΑΓΟΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ

Η FEST, στο πλαίσιο των CSR ενεργειών της, προσφέρει στην επετειακή λαχειοφόρο αγορά του Χαμόγελου του Παιδιού, ένα πλήρες σετ αντικοληπτικών μαγειρικών σκευών. Στόχος της λαχειοφόρου αγοράς, που γίνεται με την αφορμή της συμπλήρωσης 25 ετών λειτουργίας του Χαμόγελου του Παιδιού στην Ελλάδα, είναι η κάλυψη των ετήσιων αναγκών των παιδιών, που φιλοξενούνται στα σπίτια του οργανισμού. Η λαχειοφόρος αγορά απευθύνεται, τόσο σε εταιρείες, όσο και σε ιδιώτες, ενώ τα έσοδα που θα συγκεντρωθούν θα διατεθούν στη διατροφή, ένδυση, υπόδυση, θέρμανση και εκπαίδευση -μεταξύ άλλων- των παιδιών, που φιλοξενεί και υποστηρίζει το Χαμόγελο του Παιδιού. Η κλήρωση θα πραγματοποιηθεί την Δευτέρα 15 Μαρτίου 2021, στις 18:00 και οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούν να προμηθευτούν τους λαχνούς τους από την [πλατφόρμα](#) της λαχειοφόρου αγοράς.



• ΧΡΥΣΑ ΑΥΓΑ

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΕ ΩΣΚΟΠΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΚΑΙ FREE CAGE ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ

Σημαντική βελτίωση σε επίπεδο αξίας, στην αγορά των supermarkets, κατέγραψαν τα Χρυσά Αυγά το 2020, καλύπτοντας τμήμα των απωλειών των υπολοίπων αγορών, ενώ σε επίπεδο κερδοφορίας κινήθηκε σε καλύτερα επίπεδα, σε σχέση με το 2020.

Όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Αιμίλιος Φιλακουρίδης, Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας, η ανάπτυξη ήταν 15% σε αξία και 20% σε όγκο.

"Παράλληλα, σημαντική ανάπτυξη υπήρξε και στην αγορά των προϊόντων ασπράδιού, όπου παρά τον έντονο ανταγωνισμό, ενισχύσαμε περαιτέρω τη θέση μας, έχοντας συνολικό μερίδιο αγοράς, τόσο σε όγκο, όσο και σε αξία, άνω του 50%. Ειδικά οι πωλήσεις που αφορούν στην χονδρική και το HoReCa, αντιμετώπισαν ισχυρές πιέσεις, κυρίως στις τουριστικές περιοχές".

ΘΕΤΙΚΕΣ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Σε ό,τι αφορά το 2021, ο κ. Φιλακουρίδης εξηγεί ότι, η ανάπτυξη που παρατηρήθηκε την προηγούμενη χρονιά στις πωλήσεις supermarket θα συνεχίσει και το 2021. "Ένα σημαντικό κομμάτι των καταναλωτών θα συνεχίσει και για λόγους ασφαλείας να εξυπηρετείται από το συγκεκριμένο δίκτυο. Κατά συνέπεια, η εκτίμηση μας είναι ότι, θα διατηρήσουμε σημαντικό κομμάτι από την αύξηση πωλήσεων του 2020".

Επίσης, προσθέτει ότι, "η έγκαιρη υλοποίηση του προγράμματος εμβολιασμού

του πληθυσμού, σε παγκόσμιο επίπεδο, δημιουργεί συγκρατημένη αισιοδοξία για το άνοιγμα του τουρισμού, που θα έχει σαν αποτέλεσμα την απορρόφηση σημαντικών ποσοτήτων, κυρίως από το δίκτυο Horeca".

ΕΝΙΣΧΥΣΗ PORTFOLIO

Σε επίπεδο portfolio σημειώνεται ότι, τα Χρυσά Αυγά, εντός του 2020, προχώρησαν στην παραγωγή νέων κωδικών, τόσο σε φρέσκα αυγά (Αχυρώνας με βιταμίνη d), όσο και σε παράγωγα αυγού (πλήρες νωπό παστεριωμένο αυγό – προϊόν ψυγείου).

"Για το 2021 θα παρουσιάσουμε νέα προϊόντα, για τα οποία όμως, δεν θα θέλαμε να επεκταθούμε τη δεδομένη στιγμή", αναφέρει.

ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ

Το επενδυτικό πλάνο της εταιρείας συνεχίζεται χωρίς καμία παρέκκλιση, από τον προγραμματισμό που έχει κάνει η διοίκηση.

Αυτο συμπεριλαμβάνει επενδύσεις, τόσο στα ωσκόπικά κέντρα, όσο και στην προσθήκη νέων πληθυσμών σε πτηνά, ενισχύοντας τις free cage παραγωγές, για αυγά αχυρώνα, ελευθέρως βοσκής και βιολογικά.

"Είναι κάτι που έχει ξεκινήσει εδώ και πολλά χρόνια, ακολουθώντας τις τάσεις που υπάρχουν στην Ευρώπη, έτσι ώστε να είμαστε απολυτά έτοιμοι όταν θα το ζητήσει και η εγχώρια αγορά. Επίσης



Αιμίλιος Φιλακουρίδης, Εμπορικός Διευθυντής, Χρυσά Αυγά

ενισχύουμε και το δίκτυο διανομής μας (supermarket, X Van), έτσι ώστε να αυξήσουμε την αποτελεσματικότητά μας και στο τελικό σημείο, πελάτης – καταναλωτής".

ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Αναφορικά με την εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας, ο κ. Φιλακουρίδης εξηγεί ότι ευκαιρίες υπάρχουν στην αγορά των προϊόντων αυγού, μέσω της θυγατρικής Sovimto A.E. "Η εξαγωγική δραστηριότητα δεν είναι εύκολη υπόθεση για τα φρέσκα αυγά. Τα κόστη παραγωγής στην Ελλάδα, είναι μεγαλύτερα από τα αντίστοιχα των υπολοίπων χωρών, καθώς όλες οι πρώτες ύλες είναι εισαγόμενες, ενώ και τα έμμεσα κόστη είναι σημαντικά υψηλότερα σε σχέση με άλλες χώρες. Προς το παρόν, έχουμε συνεργασία με την αγορά της Κύπρου". Καταλήγοντας, υπογραμμίζει ότι, οι αγορές που στοχεύει η εταιρεία είναι τα Βαλκάνια, η Μέση Ανατολή, όπως και η Σαουδική Αραβία και τα Ενωμένα Αραβικά Εμιράτα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ €250 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΗΡΙΞΗ 9.600 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μέσω του προγράμματος ΠΕΠ "Αττική 2014-2020", η Περιφέρεια Αττικής στηρίζει περισσότερες από 9.600 μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, που επλήγησαν από την COVID-19, με πάνω από €250 εκ. Συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις θα λάβουν χρηματική ενίσχυση ύψους €5-40 χιλ. μέχρι τον Μάιο. Ο Περιφερειάρχης Αττικής, Γιώργος Πατούλης δήλωσε: "Η Περιφέρεια Αττικής στέκεται δίπλα στον πολίτη και την Μικρομεσαία Επιχείρηση και κατά την περίοδο της πανδημίας. Αξιοποιώντας τους πόρους του ΕΣΠΑ και του ΠΕΠ Αττικής, συμβάλλουμε, στο μέτρο των δυνατοτήτων μας, στη στήριξη των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων της Αττικής, καθώς επίσης και των αυτοαπασχολούμενων, που έχουν πληγεί σημαντικά από την πανδημία της COVID-19. Πρόκειται για μία ακόμη δράση από τις πολλές που, είτε έχουν ήδη υλοποιηθεί, είτε θα ακολουθήσουν, για να στηρίξουμε την οικονομία, την κοινωνία και την υγεία σε αυτή τη δύσκολη και επίμονη συγκυρία της πανδημίας. Άλλωστε, η στήριξη της επιχειρηματικότητας και της απασχόλησης ήταν και θα είναι πάντοτε, προτεραιότητα για τη σημερινή Διοίκηση της Περιφέρειας Αττικής".

• ΚΕΟΣΣΟΕ

"ΔΕΝ ΘΕΩΡΕΙΤΑΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑ Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗΣ ΑΜΠΕΛΩΝΩΝ"

Τροπολογία με την οποία θα διασαφινίζεται η φορολογική αντιμετώπιση της ενίσχυσης που έχουν λάβει οι αμπελουργοί, για την αναδιάρθρωση των αμπελώνων τους, μεταξύ 2017-2019, αναμένεται να συμπεριληφθεί στο νομοσχέδιο του υπουργείου Οικονομικών, που έχει ήδη κατατεθεί στη Βουλή, όπως αναφέρει σε ανακοίνωσή της η ΚΕΟΣΣΟΕ.

Συγκεκριμένα, επισημαίνει ότι, η τροπολογία θα καθιστά σαφές ότι, η ενίσχυση για την αναδιάρθρωση των αμπελώνων είναι επένδυση και όχι εισόδημα, γεγονός που, όπως διευκρινίζει, θα οδηγήσει και στην ανάκληση των ειδοποιητηρίων, που έχουν λάβει οι δικαιούχοι αμπελουργοί από την Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων.

Αναλυτικά, η σχετική ανακοίνωση αναφέρει τα εξής:

"Τροπολογία για την ανάκληση ειδοποιητηρίων της ΑΑΔΕ, που θεωρούν την ενίσχυση της αναδιάρθρωσης ως εισόδημα. Σήμερα, σύμφωνα με πληροφορίες που περιήλθαν στην ΚΕΟΣΣΟΕ, κατατίθεται τροπολογία στη Βουλή στο πλαίσιο της συζήτησης σχεδίου νόμου του υπουργείου Οικονομικών, η οποία αντιμετωπίζει την ενίσχυση που έλαβαν οι αμπελουργοί, για την αναδιάρθρωση των αμπελώνων τους τα έτη 2017, 2018, 2019 ως επένδυση και όχι ως εισόδημα. Υπενθυμίζουμε ότι έλαβαν ειδοποίηση από την ΑΑΔΕ οι δικαιούχοι αμπελουργοί, οι οποίοι υλοποίησαν το 2019, το 2018 και το 2017 προγράμματα Αναδιάρθρωσης και μετατροπής των αμπελώνων τους, εισπράττοντας την προ-

βλεπόμενη ενίσχυση από τον ΟΠΕΚΕΠΕ, βάσει της έκτασης και της περιοχής που αναδιάρθρωσαν".

ΤΑ ΔΥΟ ΑΙΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΑΔΕ

"Στο σχετικό μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, η ΑΑΔΕ αναφέρεται σε όσους εισέπραξαν επιδότηση (εκτός των άλλων και αναδιάρθρωση) άνω των €5 χιλ. και τους καλούσε να ενταχθούν στο κανονικό καθεστώς ΦΠΑ ως οφείλουν, βάσει του άρθρου 47 του ν. 4410/2016. Μάλιστα, τους ενημέρωνε ότι οφείλουν να προβούν άμεσα:

- σε υποβολή δήλωσης έναρξης/μεταβολής εργασιών φυσικού προσώπου (έντυπο Μ2), κατά περίπτωση, στο Τμήμα Διοικητικής και Μηχανογραφικής Υποστήριξης (Μητρώου) της αρμόδιας Δ.Ο.Υ.
- στην εκπλήρωση των φορολογικών τους υποχρεώσεων, που απορρέουν από την εν λόγω έναρξη/μεταβολή, όπως υποβολή δηλώσεων Φ.Π.Α. κ.λπ.

Με το μήνυμα αυτό, η ΑΑΔΕ τους εξομείωνε την ενίσχυση, που έλαβαν οι δικαιούχοι για την αναδιάρθρωση του αμπελώνα τους που, τυπικά και ουσιαστικά, αφορά σε ενίσχυση καθαρά επενδυτικού χαρακτήρα ως εισοδηματική ενίσχυση. Το αποτέλεσμα αυτής της αντιμετώπισης είναι να προκύπτει, όχι μόνο υποχρέωση τήρησης βιβλίων Β' κατηγορίας και ένταξη στο κανονικό από το ειδικό καθεστώς ΦΠΑ, αλλά και φόρος εισοδήματος με βάση τη σχετική φορολογική κλίμακα, καθώς και πρόστιμα λόγω μη έκδοσης τιμολογίων.



Η ΚΕΟΣΣΟΕ, που διερεύνησε το θέμα που δημιουργήθηκε για πρώτη φορά φέτος, αφού τα προγράμματα αναδιάρθρωσης και μετατροπής αμπελώνων εφαρμόζονται στη χώρα μας από το 2001 κατ' εφαρμογή των κοινοτικών κανονισμών, ενημέρωσε το υπουργείο Οικονομικών και το ΥΠΑΑΤ, προκειμένου να προβούν σε ενέργειες επίλυσης του προβλήματος, δεδομένου και του ότι η συνέχιση της αντιμετώπισης αυτής από την ΑΑΔΕ θα αποθαρρύνει έως θα απαγορεύσει στους αμπελουργούς την αναδιάρθρωση του ελληνικού αμπελώνα, με ολέθριες συνέπειες για τον κλάδο. Τέλος, για την αντιμετώπιση του ίδιου προβλήματος για τις ενισχύσεις της αναδιάρθρωσης του 2020, όπως διαβεβαίωσαν την ΚΕΟΣΣΟΕ κύκλοι από τα υπουργεία Οικονομικών και ΥΠΑΑΤ, θα κατατεθεί ξεχωριστή ρύθμιση το επόμενο χρονικό διάστημα".

• AMITA MOTION

ΕΡΧΕΤΑΙ Η ΠΡΩΤΗ ΣΥΝΑΥΛΙΑ PLAYMOTION LIVESTREAM SERIES

Η Amita Motion και το Playmotion by Amita Motion δημιουργούν τα Playmotion Livestream Series, μια σειρά online συναυλιών, που θα μεταδίδονται ζωντανά, για να μοιράσουν θετική ενέργεια στους λάτρεις της μουσικής, να τους δώσουν τη δυνατότητα να απολαύσουν αγαπημένους τους καλλιτέχνες και να αλληλοεπιδράσουν live μαζί τους την ώρα της συναυλίας. Η πρώτη online συναυλία έρχεται την Κυριακή 31 Ιανουαρίου στις 19.00, με το συγκρότημα Melisses και μαζί τους την Τάμτα, τον Τοquel και τον Αναστάσιο Ράμμο. Η συναυλία θα μεταδοθεί ζωντανά από το κανάλι της Amita Motion στο YouTube, με παρουσιάστρια την Ιλένια Ουίλιαμς.



• ΕΘΝΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ ΠΟΙΟΙ ΔΙΕΚΔΙΚΟΥΝ ΤΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ_

Η Aria Fine Catering, ο Βενέτης και το Δειπνοσοφιστήριο είναι, σύμφωνα με επιβεβαιωμένες πληροφορίες του Fnb Daily, μεταξύ των εταιρειών που διεκδικούν τη διαχείριση των χώρων εστίασης της Εθνικής Πινακοθήκης-Μουσείου Αλεξάνδρου Σούτσου, που αναμένεται να ανοίξει στις 25 Μαρτίου.

Θυμίζουμε ότι πριν την ανακαίνιση, τους χώρους εστίασης διαχειριζόταν η αλυσίδα Goody's, ενώ ο όμιλος Nice η Easy δεν έχει υποβάλει πρόταση, όπως αναφέρουν πηγές του στο Fnb Daily.

Οι άνω εταιρείες έχουν ήδη καταθέσει τις σχετικές προσφορές στο διαγωνισμό, που ολοκληρώθηκε στις 25 Ιανουαρίου και όπως αναφέρουν στο Fnb Daily, η ανάθεση αφορά σε μια ενιαία μίσθωση για το εστιατόριο στον τρίτο όροφο και για το αναψυκτήριο στο ισόγειο.

"Είμαστε στο στάδιο εξέτασης των φακέλων και εν αναμονή της απόφασης του διοικητικού συμβουλίου της Πινακοθήκης. Θεωρούμε ότι θα ξέρουμε σε δύο εβδομάδες, περίπου", αναφέρουν πηγές της Aria Fine Catering.

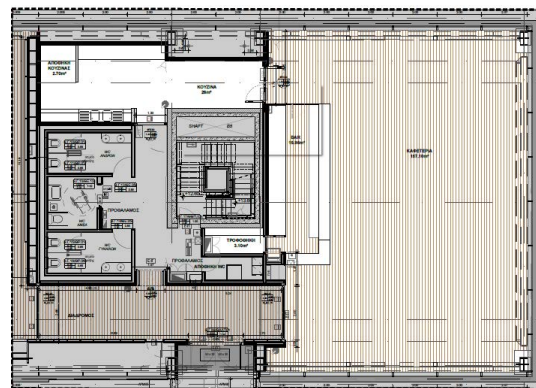
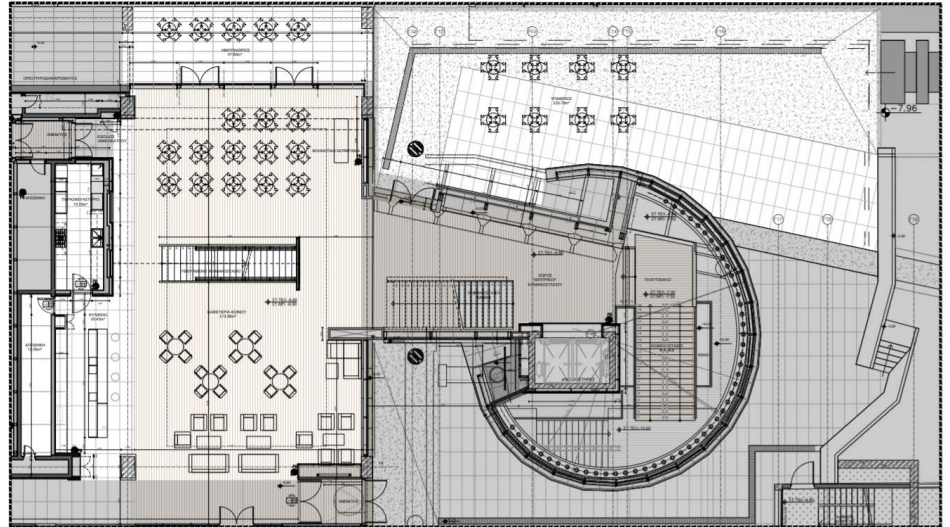
ΠΕΝΤΕ ΧΡΟΝΙΑ Η ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Η διάρκεια σύμβασης ορίζεται σε πέντε χρόνια, με δυνατότητα παράτασης άλλα πέντε, καθώς σύμφωνα με πηγές της Πινακοθήκης, η εκμίσθωση του ακινήτου προς εκμετάλλευση συνδυάζεται με ουσιαστικές δαπάνες επένδυσης του αναδόχου, για εξοπλισμό και διαμόρφωση των χώρων εστίασης της ΕΠΜΑΣ.

Το κριτήριο ανάθεσης της σύμβασης είναι το υψηλότερο ποσοστό επί των πωλήσεων του μισθίου, για κάθε μισθωτικό μήνα, το οποίο προσφέρεται επιπλέον του ελαχίστου εγγυημένου μισθώματος, που θα καταβάλλεται σταθερά από τον ανάδοχο.

Το ελάχιστο εγγυημένο μηνιαίο μίσθωμα για το εστιατόριο και το αναψυκτήριο είναι στις €7 χιλ.

Η τιμή εκκίνησης αποδεκτών προσφορών είναι 1,50% μηνιαίως, επί του ακαθάριστου ετήσιου τζίρου του μισθίου, ενώ η κατοχύρωση γίνεται στον υποψήφιο, που θα προσφέρει υψηλότερο ποσοστό μηνιαίως, επί του ακαθάριστου ετήσιου τζίρου του μισθίου.



ΚΑΤΩΦΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ
ΚΩΔΙΚΟΣ 1.00

ΕΣΤΙΜΩΜΑ ΧΩΡΟΥ	μ²
ΕΣΤΙΟΤΗΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	157,91
ΣΥΝ	10,00
ΚΑΤΩ ΧΩΡΟΣ	20,00
ΑΝΑΨΥΚΤΗΡΙΟ	2,12
ΣΥΝΟΛΟ	190,03



ARIA
fine catering



ΔΕΙΠΝΟ
ΣΟΦΙΣΤΗΡΙΟΝ
CATERING SERVICES



BENETH

ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΕΙΣ ΖΗΤΗΣΑΝ ARIA & BENETHΣ

Σύμφωνα με πηγές της Εθνικής Πινακοθήκης, κατά την πρώτη φάση του διαγωνισμού, οι εταιρείες Aria Fine Catering και Βενέτης, ζήτησαν με επιστολές τους διευκρινίσεις, όπως για το τι θα συμβεί σε περίπτωση αναστολής λειτουργίας του συγκροτήματος, λόγω έκτακτων μέτρων για την αντιμετώπιση περιπτώσεων ανωτέρας βίας και αν κατά τη διάρκεια αυτών των περιπτώσεων, θα καταβάλλεται το ελάχιστο εγγυημένο μίσθωμα. Επίσης, διευκρινίσθηκε ότι οι χώροι εστίασης λειτουργούν πέραν του ωραρίου της Εθνικής Πινακοθήκης.

ΟΙ ΧΩΡΟΙ

Στο χώρο του εστιατορίου δεν προβλέπονται κουζίνες, ούτε αεραγωγοί απαγωγής ατμών / οσμών, ενώ απαγορεύονται και οι μαγειρικές εστίες, φριτζές και άλλα, κα-

θώς απαιτούν αναγκαστικά απαγωγή. Σημειώνεται ότι ο ανάδοχος θα έχει την αποκλειστική δυνατότητα, να παρέχει υπηρεσίες catering στις εκδηλώσεις που γίνονται από τρίτους, σε ειδικούς χώρους της Πινακοθήκης.

Από τις εκδηλώσεις αυτές αναμένεται επιπλέον έσοδο για την ΕΠΜΑΣ, καθώς θα εξυπηρετούνται από τον ανάδοχο με ανάλογη εισφορά επί του ετήσιου τζίρου από τις εκδηλώσεις που θα διοργανωθούν.

INFO

Εστιατόριο

208,85 τ.μ.

Αναψυκτήριο

Εσωτερικοί χώροι: 278,65 τ.μ.

Εξωτερικοί χώροι: 281,50 τ.μ.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

• **ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

"ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΝΙΑΙΟ TEMPLATE ΑΝΑΓΡΑΦΗΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ"

Στην αναλυτική παρουσίαση των θρεπτικών συστατικών των προϊόντων, που κυκλοφορούν εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης, εστιάζει, κατά κύριο λόγο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, και όχι στο template με το οποίο αυτά παρουσιάζονται, αναφέρει στο Fnb Daily, η Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα, επικεφαλής της οποίας είναι ο Γεώργιος Μαρκοπουλιώτης, σχετικά με ανησυχίες που εξέφρασε ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κρήτης στο [προχθεσινό τεύχος του Fnb Daily](#).

ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΥΙΟΘΕΤΗΘΕΙ ΕΠΙΣΗΜΑ ΤΟ NUTRI-SCORE

Όπως επισημαίνει σε απάντησή του στο Fnb Daily το γραφείο της Ελλάδας, το Nutri-Score είναι μια από τις μονάδες μέτρησης των θρεπτικών συστατικών, που αναπτύχθηκε συγκεκριμένα από τη Γαλλία και έχει υιοθετηθεί από αρκετές χώρες της Ένωσης.

Πέραν αυτού, ωστόσο υπάρχουν το Nutrinform Battery και το Traffic Light και κανένα από τα τρία δεν έχει υιοθετηθεί επίσημα από την Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ όπως αναφέρουν πηγές της Κομισιόν στην Ελλάδα, δεν υπάρχει ενημέρωση για το αν έχει επίσημα υιοθετηθεί κάποιο template, για την αναγραφή των χαρακτηριστικών, μελλοντικά.

"Για την ώρα δεν υπάρχει εναρμονισμένο πανευρωπαϊκό template", αναφέρουν.

ΟΙ ΜΟΡΦΟΤΥΠΟΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΠΟΥ ΙΣΧΥΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΝΩΣΗ

Σύμφωνα με την Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα, οι ισχύοντες κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αφορούν στην αναγραφή διατροφικών πληροφοριών στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας, που είναι δυνατή σε εθελοντική βάση και ορισμένα κράτη μέλη έχουν αναπτύξει ή χρησιμοποιούν τέτοια συστήματα.



"Επί του παρόντος, υπάρχουν διάφοροι μορφώτυποι συστημάτων διατροφικής επισήμανσης στην αγορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τα συστήματα αυτά έχουν αναπτυχθεί από δημόσιους οργανισμούς, από ΜΚΟ, που δραστηριοποιούνται στον τομέα της υγείας και/ή από τον ιδιωτικό τομέα".

Επιπλέον τονίζει ότι, η Ευρωπαϊκή Ένωση επικεντρώνεται στην εκπόνηση της πρότασής της, με σκοπό να δοθεί στους καταναλωτές η δυνατότητα να κάνουν συνειδητά υγιεινές επιλογές, χωρίς να εστιάζει στις επιμέρους θέσεις των κρατών-μελών σχετικά με το εν λόγω θέμα.

"Οι καταναλωτές ενημερώνονται, ήδη, όσον αφορά στα θρεπτικά στοιχεία (ενέργεια, λιπαρά, σάκχαρα, αλάτι...), καθώς η διατροφική επισήμανση είναι υποχρεωτική, για τα προσυσκευασμένα τρόφιμα από τον Δεκέμβριο του 2016 και παρέχεται κυρίως στο πίσω μέρος της συσκευασίας", αναφέρει η απάντηση της Αντιπροσωπείας.



ΣΤΑ ΣΚΑΡΙΑ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟ FARM TO FORK

Σημειώνεται μάλιστα ότι, αναφορικά με τη στρατηγική Farm to Fork, η Επιτροπή θα εκπονήσει, έως τα τέλη του 2022, πρόταση, για εναρμονισμένη υποχρεωτική επισήμανση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας των προϊόντων διατροφής. "Η Επιτροπή συνεργάζεται στενά με τα κράτη μέλη στο πλαίσιο αυτό", αναφέρει η Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• INSIGHT

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΦΕ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ_

Η Ινδία θεωρείται ένας από τους μεγαλύτερους παραγωγούς καφέ στον κόσμο. Η τάση κατανάλωσης έχει αυξηθεί πάρα πολύ τα τελευταία χρόνια, με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 5-6%. Οι καφετέριες αποτελούν βασικές τοποθεσίες για δικτύωση, συναντήσεις και χαλάρωση για τους Ινδούς, με την καλή ποιότητα και γεύση του καφέ να αποτελούν βασικούς παράγοντες επιλογής των συγκεκριμένων καταστημάτων.

Το Cafe Coffee Day είναι η μεγαλύτερη αλυσίδα franchise καφέ στην Ινδία. Διαθέτει περίπου 1.750 καταστήματα σε ολόκληρη τη χώρα και μερικά διεθνή καταστήματα, συμπεριλαμβανομένης της Μαλαισίας, του Νεπάλ και της Αιγύπτου.

Σύμφωνα με την έκθεση TechSci Research, η αλυσίδα Cafe Coffee Day στην Ινδία αναμένεται να σημειώσει ανάπτυξη άνω του 11% το 2021, πρόβλεψη που καθιστά το όλο εγχείρημα εξαιρετικά κερδοφόρο.

Οι λόγοι για την μεγάλη ανάπτυξη της αλυσίδας του Cafe Coffee Day στην Ινδία, είναι οι εξής:

- Αύξηση της μεσαίας τάξης
- Αύξηση του Brand Awareness
- Πολυτέλεια και άνεση στα καταστήματα
- Status Symbol
- Άνετοι χώροι
- Ατμόσφαιρα
- Αυξανόμενη ποσοστό νεολαίας που διασκεδάζει εκτός σπιτιού
- Ποικίλες κουζίνες, εκτός της Ινδικής
- Οικονομικές επιλογές

Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

Βασική ώθηση της αγοράς των καταστημάτων καφέ στην Ινδία αποτελεί, εκτός από την αυξημένη τάση δυτικοποίησης



του πληθυσμού, και το γεγονός ότι, κυρίως την τελευταία εξαετία, οι Ινδοί καταναλώνουν περισσότερο ως αποτέλεσμα του αυξημένου διαθέσιμου εισοδήματος. Το γεγονός αυτό έχει ενισχύσει την κατανάλωση καφέ και φαγητού εκτός σπιτιού, με τη δαπάνη Rs 200- Rs 400 (€2,20-4,50), για ένα καφέ μαζί με light φαγητό, να μην αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα για τους σημερινούς Ινδούς καταναλωτές.

ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Η αλυσίδα Cafe Coffee Day, ακολουθώντας ένα συνδυασμό διαφορετικών μορφών καταστημάτων, όπως αυτών σε εμπορικά κέντρα, σε αυτοκινητόδρομους, σε Lounge (premium πολυτελή μορφή) και σε Square (καταστήματα τύπου κiosk), κατάφερε να προσελκύσει καταναλωτές με διαφορετική αγοραστική δύναμη και προτιμήσεις.

ΙΝΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

Ένας από τους βασικούς λόγους της επιτυχίας της Starbucks στην Ινδία, είναι η ινδικοποίηση της ατμόσφαιρας που επικρατεί στα καταστήματα της αλυσίδας, με τα περισσότερα να διαθέτουν ξύλινες οθόνες, τραπέζια από μασίφ ινδικό τικ, βαμμένους vintage κορμούς, θεματικούς πίνακες Ινδίας κ.λ.π.

Επιπρόσθετα, σημαντικό ρόλο στην επιτυχία της Starbucks στην Ινδία, έχει παίξει και η προσαρμογή του μενού, που προσφέρεται στα καταστήματα της αλυσίδας, στις ινδικές γεύσεις. Ενδεικτικά, υπάρχει το Reshami Kabab που ανταγωνίζεται το Classic Breakfast Chicken Sandwich, το Indian Chai Latte, το Murg Kathi Roll, το Konkani Twist κ.λπ. Οι ειδικοί θεωρούν ότι η ινδικοποίηση, ιδιαίτερα του φαγητού, ενίσχυσε σημαντικά το ύψος της μέσης απόδειξης και εξασφάλισε επαναλαμβανόμενες επισκέψεις στα καταστήματα από οικογένειες.

Παράλληλα, το τυπικό μενού των Starbucks παραμένει ελκυστικό, τόσο στους νέους, όσο και στους καταναλωτές που εργάζονται σε διεθνείς εταιρείες, καθώς και στους ομογενείς.



• COVID-19 UPDATE

ΝΕΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ COVID-19 _

Η Ινδία ξεκίνησε τη μεγαλύτερη προσπάθεια εμβολιασμού, στον κόσμο, κατά της πανδημίας COVID-19, στις 16 Ιανουαρίου. Δύο εμβόλια του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης, το Covishield της AstraZeneca και το Covaxin της Bharat Biotech International Limited με έδρα το Χαϊντεραμπάντ, έχουν εγκριθεί. Στην πρώτη φάση, εμβολιάζονται 30 εκατομμύρια εργαζόμενοι στην υγειονομική περίθαλψη, ενώ στη δεύτερη φάση, 270 εκατομμύρια άνθρωποι, κυρίως ηλικιωμένοι. Ο Πρωθυπουργός Νάρεντα Μόντι και αρκετοί πολιτικοί, είναι πιθανό να εμβολιαστούν στη δεύτερη φάση.

Η Ινδία μπορεί να παράγει 500 εκατομμύρια εμβόλια τον μήνα για εξαγωγή, για χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, το Βέλγιο και η Σαουδική Αραβία.