

23
25
ΣΕΠ
2023
ΤΕΧΝΟΠΟΛΗ ΔΗΜΟΥ ΑΘΗΝΑΙΩΝ



Η ΜΕΓΑΛΗ ΓΙΟΡΤΗ ΤΟΥ ΚΑΦΕ



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

ΠΕΜΠΤΗ 07 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2023
ΤΕΥΧΟΣ 1727



• **FRIESLANDCAMPINA HELLAS**

Γιατί γύρισε σε ζημιές το 2022
παρά το +24,38% στον τζίρο



• **SWITZ GROUP**

Τα σχέδια για την Κύπρο
- Οι επόμενες επενδύσεις



• **Η. ΒΑΛΑΒΑΝΗΣ (BERLIN PACKAGING)**

Στοχεύει σε τζίρο άνω των €100 εκατ. και διατήρηση
της κερδοφορίας - Τα νέα projects



• **ΙΤΑΛΙΑ**

Η κυβέρνηση επιδιώκει συγκράτηση
τιμών στα super markets

EDITORIAL: Πολύ νωρίς για θριαμβολογίες

SECRET RECIPE: Ηπειρώτισσα: Ανέβηκε στα βόρεια με νέο κατάστημα στο Golden Hall

παρούσα και στην 87η ΔΕΘ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 9-17 Σεπτεμβρίου 2023

Οι πρωταγωνιστές της επιχειρηματικής,
οικονομικής και πολιτικής ζωής και
τα μείζονα θέματα, που θα συζητηθούν,
παρουσιάζονται με συνεντεύξεις στα:

ΔΕΘ Live TV in English

Εκπομπή στο site και τα social media
της ΔΕΘ, στα αγγλικά

ΔΕΘ Live TV

Ένθετο στη δημοτική τηλεόραση
Θεσσαλονίκης, TV100

Ένθετα στα newsletters

BNB
DAILY
BUSINESS IN BRIEF

FNB SERVED
DAILY.
Food for thought... every day!

SMEs
DAILY

ΜΕΤΑΔΙΔΟΥΝ



Νεκτάριος
Β. Νώτης



Στέλλα
Αυγουστάκη



Σπύρος
Τζάνης

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ Ν Ο Τ Ι C E
CONTENT & SERVICES

POWERED BY



• VODAFONE

ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΕΡΓΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Η Κοινωνία της Πληροφορίας προχωρά στην ανάθεση του έργου "Εξωστρεφής Γεωργία" της Δράσης "Ψηφιακός Μετασχηματισμός Αγροδιατροφικού Τομέα" στην Vodafone, με την αξία του να ανέρχεται στα € 19,7 εκατ. (συν τον ΦΠΑ). Η σχεδιαζόμενη δράση είναι πολυεπίπεδη, με σκοπό την ανάπτυξη της εξωστρέφειας της ελληνικής παραγωγής, του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της ελληνικής γεωργίας.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η δράση περιλαμβάνει ολιστική προσέγγιση για την ανάπτυξη της εξωστρέφειας της ελληνικής γεωργίας, τόσο με ανάπτυξη πληροφοριακών συστημάτων για τον έλεγχο και τη διευκόλυνση του κανονιστικού ελεγκτικού έργου, όσο και με την υιοθέτηση καινοτόμων τεχνολογιών και πρωτοβουλιών για την προβολή του ελληνικού σήματος, τον έλεγχο των ελληνικοποιήσεων και τη σύνδεση των ελληνικών αγροδιατροφικών προϊόντων με τις αγορές του εξωτερικού.



Χάρης Μπουρμίδης, Πρόεδρος και CEO, Vodafone Ελλάδος

ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ

Το συνολικό έργο διακρίνεται στις ακόλουθες δράσεις:

- Αναβάθμιση της πλατφόρμας Εξαγωγικού Εμπορίου "Easy Agro Expo", το οποίο λειτουργεί, με τη συνεργασία της ενιαίας κυβερνητικής πύλης gov.gr, ώστε να καταστεί το ολοκληρωμένο εργαλείο της ελληνικής εξαγωγικής επιχείρησης στο χώρο των αγροτικών προϊόντων
- Αμφιστρεφές σύστημα διαχείρισης δεδομένων εισαγωγών και ενδοκοινοτικού εμπορίου, που θα αντλεί δεδομένα για τις εισαγωγές αγροτικών προϊόντων από τρίτες πηγές οι οποίες θα καταγραφούν στη μελέτη εφαρμογής του έργου
- Αμφιστρεφές σύστημα Business Intelligence Εισαγωγών – Εξαγωγών.
- Εξωστρεφές Portal προώθησης ελληνικών αγροδιατροφικών και γεωργικών προϊόντων με την αναβάθμιση του Portal Greek Farms
- Το συνολικό έργο και ιδιαίτερα οι δράσεις προβολής και διαφήμισης μέσω του portal Greek Farms προϋποθέτουν σχεδιασμό και εκτέλεση ψηφιακής ενημερωτικής καμπάνιας, ώστε το περιεχόμενο του portal να γίνει γνωστό και να αποκτήσει αναγνωρισιμότητα το σήμα Greek Farms, τόσο στην ελληνική όσο και στη διεθνή αγορά
- Σχέδιο Δράσεων Επικοινωνίας που θα προταθεί θα περιλαμβάνει συνολικά τις στοχευμένες και εξειδικευμένες ενέργειες δημοσιότητας που θα υλοποιηθούν και τον χρονισμό τους, προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι σκοποί του έργου "Εξωστρεφής Γεωργία"

Editorial

Πολύ νωρίς για θριαμβολογίες

Το βασικό συμπέρασμα, στο οποίο καταλήγουν οι αναλυτές τόσο των κεντρικών τραπεζών, όσο και επενδυτικών οίκων, είναι ότι μπορεί ο πληθωρισμός να έχει μειωθεί και να διατηρείται υπό κάποιο έλεγχο, αλλά ο Powell της Fed και η Lagarde της ΕΚΤ ξεκαθαρίζουν ότι είναι πολύ νωρίς για θριαμβολογίες.

Ας δούμε τα δεδομένα:

Πρώτον, η εγχώρια ζήτηση στις ΗΠΑ κινείται με τέτοιους ρυθμούς, που μπορεί να κρατήσουν τον πληθωρισμό πολύ ψηλά, αν παράλληλα η ανεργία εξακολουθήσει να βρίσκεται κοντά σε ιστορικά χαμηλά.

Δεύτερον, στην Ευρώπη, από τη μία πλευρά η εικόνα στη δραστηριότητα δεν είναι και η καλύτερη, από την άλλη, όμως, οι τιμές - ιδιαίτερα στους προορισμούς διακοπών - και οι μισθοί εξακολουθούν να αυξάνονται σημαντικά. Τι σημαίνει αυτό; Ότι, ταυτόχρονα, αυξάνεται και η προοπτική παρατεταμένου στασιμοληθωρισμού. Κατά συνέπεια,

Τρίτον, αμφότερες οι οικονομίες θα χρειαστούν χρόνο για να προσαρμοστούν προς έναν χαμηλό πληθωρισμό και διατηρήσιμους ρυθμούς ανάπτυξης. Αυτό σημαίνει υψηλότερα επιτόκια για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, ώστε να διασφαλιστεί ότι θα τελειώσουμε οριστικά με τις πληθωριστικές πιέσεις. Το πρόβλημα, όμως, είναι ότι

Τέταρτον, είναι ακόμα δυσκολότερο να εκτιμήσουμε πότε ο κίνδυνος πληθωρισμού μειώνεται. Κι αυτό, διότι, όπως σχολιάζουν εύστοχα οι FT, οι συνθήκες προσφοράς είναι ασταθείς. Κατά συνέπεια, Πέμπτον, πλέον, οι οικονομικές αναλύσεις οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τους, αντί για τη διακύμανση της ζήτησης, τις ακραίες μεταβολές στην προσφορά, οι οποίες διαμορφώνονται από τα lockdown του κορονοϊού και τα ρήγματα στις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού έως τις συγκρούσεις στον ενεργειακό εφοδιασμό μετά την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETCREIPE

Ηπειρώτισσα: Ανέβηκε στα βόρεια με νέο κατάστημα στο Golden Hall

Στα βόρεια προάστια επεκτείνεται το premium market Ηπειρώτισσα (Ipirotissa) της οικογένειας Γιαλερνίου. Μετά από αρκετά χρόνια που δραστηριοποιείται στα νότια της Αθήνας και συγκεκριμένα στη λεωφόρο Βάρης - Κορωπίου, στην Βάρη, η Ipirotissa ανοίγει κατάστημα στο Golden Hall. Στόχος της οικογένειας Γιαλερνίου είναι να δούμε την Ipirotissa και σε νέα σημεία της Αθήνας.



ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΒΡΑΒΕΙΑ
ΘΑΛΗΣ Ο ΜΙΛΗΣΙΟΣ
2023
Ωδή στην Καινοτομία

Έρχονται

Παρασκευή **08 Σεπτεμβρίου 2023**

Θέατρο Αριστοτέλειον, Θεσσαλονίκη

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



PLATINUM SPONSORS



GOLD SPONSOR



SILVER SPONSOR



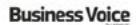
SUPPORTERS



TRANSPORTATION SPONSOR



ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



www.thalisomilisios.gr

• ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΣΕ 7 ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Πτωτικά κινήθηκε, σε μηνιαίο επίπεδο, ο δείκτης των αγροτικών προϊόντων (-3,39%), με τον δείκτη των εμπορευμάτων να δέχεται μικρότερη πίεση (-0,98%). Λόγοι της πτώσης πιθανά να αποτέλεσαν η άνοδος του

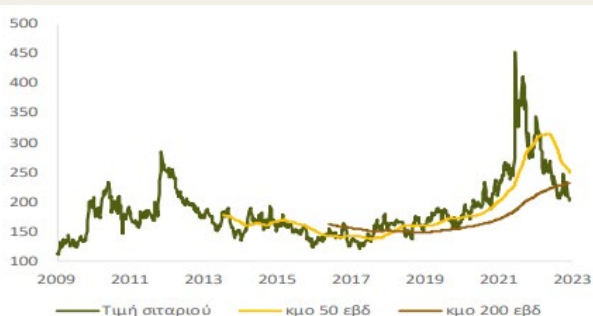
δολαρίου και τα στοιχεία για την κινεζική οικονομία (υποχώρηση εισαγωγών-εξαγωγών, βιομηχανικής παραγωγής), από τα οποία δεν έχει φανεί μέχρι στιγμής να έχει πραγματοποιηθεί η ισχυρή ανάκαμψη

της, όπως εκτιμούσε η αγορά. Παράλληλα, η τεχνική εικόνα του δείκτη παραμένει αρνητική, όπως αναφέρεται στη μηνιαία ηλεκτρονική έκδοση της Τράπεζας Πειραιώς για τα αγροτικά προϊόντα.

ΣΙΤΑΡΙ

Η παραγωγή αναμένεται να διαμορφωθεί στους 793,4 εκατ. τόνους (-3,3 εκατ. τόνους από την εκτίμηση Ιουλίου), με την παραγωγή της ΕΕ, της Κίνας και του Καναδά να αναθεωρούνται πτωτικά. Παράλληλα, και η κατανάλωση εκτιμάται μειωμένη σε 796,1 εκατ. τόνους (-3,4 εκατ. τόνους), κυρίως λόγω χαμηλότερης χρήσης σε ζωοτροφές από την Κίνα, όπως και το εμπόριο σε 209,4 εκατ. τόνους (-2,2 εκατ. τόνους), λόγω μειωμένων εξαγωγών από τον Καναδά και τις ΗΠΑ, ενώ,

Τρέχουσα Τιμή (EUR)	200
Κινητός ΜΟ 50 εβδ	251
Κινητός ΜΟ 200 εβδ	232
Υψηλή Τιμή 10ετίας	453
Χαμηλή Τιμή 10ετίας	122
Υψηλή Τιμή 3ετίας	453
Χαμηλή Τιμή 3ετίας	155
Economic Research & Investment Strategy EUR/tn	



αντίθετα, οι ουκρανικές εξαγωγές αναμένονται να διατηρηθούν αμετάβλητες σε

10,5 εκατ. τόνους.

ΖΑΧΑΡΗ

Σύμφωνα με τις μηνιαίες προβλέψεις του USDA, η παραγωγή ζάχαρης από τις ΗΠΑ για το 2023/24 αναθεωρήθηκε πτωτικά για το ζαχαροκάλαμο (σε 4,130 εκατ. τόνους) και για το ζαχαρότευτλο ανοδικά (σε 5,073 εκατ. τόνους από 5,022 εκατ. τόνους), διαμορφώνοντας τη συνολική παραγωγή σε υψηλότερα επίπεδα (σε 9,203 εκατ. τόνους από 9,199 εκατ. τόνους).

Τρέχουσα Τιμή (EUR)	522
Κινητός ΜΟ 50 εβδ	454
Κινητός ΜΟ 200 εβδ	348
Υψηλή Τιμή 10ετίας	540
Χαμηλή Τιμή 10ετίας	194
Υψηλή Τιμή 3ετίας	540
Χαμηλή Τιμή 3ετίας	222
Economic Research & Investment Strategy EUR/tn	



ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

Οι μηνιαίες εκτιμήσεις του Υπουργείου Γεωργίας των ΗΠΑ (USDA) για την παραγωγή καλαμποκιού το 2023/24 αναθεωρήθηκαν πτωτικά σε 1,213.5 εκατ. τόνους (-11,0 εκατ. τόνους σε σχέση με την εκτίμηση Ιουλίου), προερχόμενη από πτωτική αναθεώρηση στην παραγωγή της Κίνας, της ΕΕ και των ΗΠΑ. Παράλληλα, τόσο η κατανάλωση όσο και τα αποθέματα αναμένονται μειωμένα σε 1,200.4 εκατ. τόνους (-6,3 εκατ. τόνους) και σε 311,1 εκατ. τόνους (-3,1 εκατ. τόνους) αντίστοιχα, δια-

Τρέχουσα Τιμή (EUR)	174
Κινητός ΜΟ 50 εβδ	235
Κινητός ΜΟ 200 εβδ	195
Υψηλή Τιμή 10ετίας	305
Χαμηλή Τιμή 10ετίας	100
Υψηλή Τιμή 3ετίας	305
Χαμηλή Τιμή 3ετίας	108
Economic Research & Investment Strategy EUR/tn	



μορφώνοντας τον δείκτη αποθέματα/κατανάλωση στο 25,91% (από 26,02%).

ΧΥΜΟΣ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΟΥ

Η παγκόσμια παραγωγή συμπυκνωμένου χυμού πορτοκαλιού για το 2023/24, σύμφωνα με τις μηνιαίες προβλέψεις του USDA, διατηρήθηκε αμετάβλητη για τις ΗΠΑ, όμως εξακολουθεί να παραμένει σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα. Πιο συγκεκριμένα, η εκτίμηση για την παραγωγή χυμού πορτοκαλιού διατηρήθηκε σε 60,98 εκατ. κουτιά για τις ΗΠΑ, λόγω των συνεχιζόμενων προβλημάτων στις καλλιέργειες πορτοκαλιού στην Φλόριντα (ασθένεια γνω-

Τρέχουσα Τιμή (EUR)	6,566
Κινητός ΜΟ 50 εβδ	5,056
Κινητός ΜΟ 200 εβδ	3,150
Υψηλή Τιμή 10ετίας	6,618
Χαμηλή Τιμή 10ετίας	1,842
Υψηλή Τιμή 3ετίας	6,618
Χαμηλή Τιμή 3ετίας	1,949

Economic Research & Investment Strategy EUR/tn



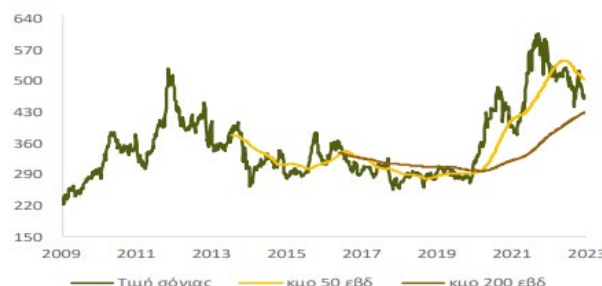
στή ως πρασίνισμα του καρπού) και των τυφώνων.

ΣΟΓΙΑ

Η παγκόσμια παραγωγή σόγιας για το 2023/24, σύμφωνα με στοιχεία του USDA, αναμένεται να κινηθεί ακόμη χαμηλότερα σε 402,8 εκατ. τόνους (-2,5 εκατ. τόνους σε σχέση με την εκτίμηση Ιουλίου), προερχόμενη, κυρίως, από μειωμένη παραγωγή στην Αμερική (-2,6 εκατ. τόνους). Παράλληλα με την παραγωγή και τα αποθέματα αναμένονται μειωμένα σε 119,4 εκατ. τόνους (-1,6 εκατ. τόνους), όπως και το εμπόριο (-0,5

Τρέχουσα Τιμή (EUR)	474
Κινητός ΜΟ 50 εβδ	505
Κινητός ΜΟ 200 εβδ	431
Υψηλή Τιμή 10ετίας	610
Χαμηλή Τιμή 10ετίας	256
Υψηλή Τιμή 3ετίας	610
Χαμηλή Τιμή 3ετίας	280

Economic Research & Investment Strategy EUR/tn



εκατ. τόνους), κυρίως λόγω των ΗΠΑ, ενώ οριακή υποχώρηση αναμένεται για

την κατανάλωση σε 383,9 εκατ. τόνους (-0,6 εκατ. τόνους).

ΒΟΟΕΙΔΗ

Σύμφωνα με την έκθεση του Υπουργείου Γεωργίας των ΗΠΑ (USDA), η παραγωγή των βοοειδών στις ΗΠΑ για το 2023 προβλέπεται σε 29,4 εκατ. κεφάλια, μειωμένη κατά 800.000 κεφάλια σε σχέση με ένα χρόνο πριν, λόγω του βραδύτερου, από τον αναμενόμενο, ρυθμού σφαγής, ειδικότερα στα σιτιζόμενα βοοειδή σε θυρίδες τροφодοσίας. Παράλληλα, σε σχέση με τη μειωμένη παραγωγή, η έκθεση προβλέπει περιορισμό των αμερικανικών εξαγωγών κατά 14%, λόγω του ενισχυμένου δολαρίου

Τρέχουσα Τιμή (EUR)	3,686
Κινητός ΜΟ 50 εβδ	3,390
Κινητός ΜΟ 200 εβδ	2,605
Υψηλή Τιμή 10ετίας	3,690
Χαμηλή Τιμή 10ετίας	1,731
Υψηλή Τιμή 3ετίας	3,690
Χαμηλή Τιμή 3ετίας	1,912

Economic Research & Investment Strategy EUR/tn



και της μειωμένης καταναλωτικής ζήτησης λόγω της υψηλής τιμής των βοοειδών.

ΑΚΑΤΕΡΓΑΣΤΟ ΡΥΖΙ

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του USDA, οι μηνιαίες προοπτικές για την αγορά του ρυζιού το 2023/24 αφορούν οριακά ενισχυμένη παραγωγή, αυξημένα αποθέματα, ενώ η κατανάλωση και το εμπόριο αναμένονται μειωμένα. Η παραγωγή αναμένεται οριακά ενισχυμένη σε 520,9 εκατ. τόνους (από 520,8 εκατ. τόνους σε σχέση με την εκτίμηση Ιουλίου). Αντίθετα, η κατανάλωση προβλέπεται μειωμένη σε 523,0 εκατ. τόνους (-1,0 εκατ. τόνους) ως αποτέλεσμα

Τρέχουσα Τιμή (EUR)	293
Κινητός ΜΟ 50 εβδ	321
Κινητός ΜΟ 200 εβδ	264
Υψηλή Τιμή 10ετίας	359
Χαμηλή Τιμή 10ετίας	163
Υψηλή Τιμή 3ετίας	353
Χαμηλή Τιμή 3ετίας	198

Economic Research & Investment Strategy EUR/tn



των απαγορεύσεων των ινδικών εξαγωγών ρυζιού και το παγκόσμιο

εμπόριο σε 52,9 εκατ. τόνους (-3,4 εκατ. τόνους).



• SWITZ GROUP

ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΥΠΡΟ - ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Μετά την πρόσφατη εξαγορά της Ιωνικής Σφολιάτας στην Ελλάδα, το Switz Group σχεδιάζει να διευρύνει την παρουσία του στην Κύπρο.

Πέρυσι ο ευρωπαϊκός επενδυτικός βραχίονας του Ομίλου Switz Group Europe εξαγόρασε την πλειοψηφία των μετοχών της κυπριακής αλυσίδας La Croissanterie. Το δίκτυό της διαθέτει 21 καταστήματα και σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily ο Όμιλος εστιάζει να το επεκτείνει το επόμενο διάστημα. Δεν αποκλείεται, μάλιστα, να προστεθούν νέα σημεία και εντός του έτους, με σκοπό την περαιτέρω ανάπτυξη του στην κυπριακή αγορά.

ΕΠΕΚΤΕΙΝΟΝΤΑΙ ΤΑ CONCEPT ΤΗΣ AMARO HOSPITALITY

Σε τροχιά ανάπτυξης είναι και η συνεργασία του Switz Group Europe με την Amaro Hospitality που μεταξύ άλλων, διαθέτει τους χώρους εστίασης:

- Riva Beach House
- Istorja
- Bottega Amaro
- Aigaion House
- Qboo Bakehouse

Υπενθυμίζεται ότι το Switz Group έχει μπει στην Amaro Hospitality εξαγοράζοντας μέρος του μετοχικού της με σκοπό την ενίσχυση των επενδυτικών πλάνων του Ομίλου. Στο pipeline είναι το άνοιγμα νέων concept, τόσο στην Λευκωσία, όσο και σε άλλες περιοχές της Κύπρου, εξετάζοντας, σε αυτό το πλαίσιο την Λεμεσό.

Εντός του τελευταίου τριμήνου αναμένεται να ανοίξει ένα καφεστιατόριο στην Λευκωσία, το οποίο θα σερβίρει καφέ και θα έχει επιλογές για πρωινό και μεσημεριανό.

ΒΛΕΠΕΙ ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ BRANDS ΤΟΥ PORTFOLIO

Όπως πληροφορούμαστε, το Switz Group πιστεύει πολύ στις προοπτικές της κυπριακής αγοράς στην οποία αναμένεται να διεισδύσει πιο έντονα το επόμενο διάστημα. Δεν αποκλείεται μάλιστα να δούμε και συνεργείες με τα ελληνικά brands που έχει στο portfolio του.

Όπως διαβάσατε στο FNB Daily 28/8, το Switz Group έχει επενδύσει σε πάνω από 10 ελληνικές εταιρείες (Κουλουράδες, Olympia Foods, Artizan, Troufa, Oak, κ.λπ.), με πιο πρόσφατη την εξαγορά της Ιωνικής Σφολιάτας, στην οποία εισήλθε αποκτώντας το 51%. Η Ελλάδα είναι η χώρα με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη, μεταξύ των χωρών στις οποίες έχει παρουσία το Switz Group και συνεχώς αναζητά νέες ευκαιρίες μέσω των οποίων θα επιτύχει περαιτέρω οργανική ανάπτυξη.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Τα πάντα για τον κλάδο
HO.RE.CA, στο horecaopen.com



• ΙΤΑΛΙΑ

Η ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΕΠΙΔΙΩΚΕΙ ΣΥΓΚΡΑΤΗΣΗ ΤΙΜΩΝ ΣΤΑ SUPER MARKETS

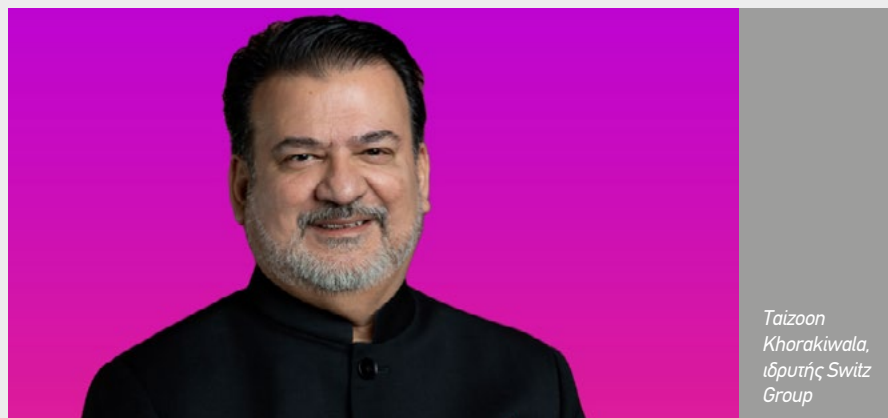
Η κυβέρνηση της Ιταλίας προχωρά στην υλοποίηση πρωτοβουλίας με στόχο συγκράτηση των τιμών σε κύρια είδη κατανάλωσης που πωλούνται στα super markets. Σύμφωνα με τα έγγραφα που υπεγράφησαν με τις εμπορικές ενώσεις της χώρας, η συγκράτηση των τιμών θα ισχύσει από τον Οκτώβριο μέχρι το τέλος του έτους και θα αφορά προϊόντα ευρείας κατανάλωσης, συμπεριλαμβανομένων εκείνων για την πρώτη, παιδική ηλικία, τα οποία πωλούνται και στα φαρμακεία.

ΑΜΕΣΑ Η ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΛΙΣΤΑ

Όπως αναφέρουν τα Μέσα της γειτονικής χώρας, η συμφωνία δεν υπεγράφη από τις βιομηχανίες παραγωγής τροφίμων. Μέσα στις επόμενες ημέρες αναμένεται να παρουσιαστεί αναλυτική λίστα προϊόντων, τα οποία θα πωλούνται σε χαμηλές τιμές. Η ιταλική εμπορική ένωση Confcommercio υπογράμμισε ότι "με πνεύμα συνεργασίας και μειώνοντας τα περιθώρια κέρδους των μελών της, στηρίζει την όλη αυτή πρωτοβουλία, με στόχο την προστασία της αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών της χώρας, αλλά πρέπει όλοι να καταβάλουν ουσιαστική προσπάθεια".

ΠΡΟΣΦΥΓΗ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η ένωση καταναλωτών Assoutenti γνωστοποίησε ότι υπάρχουν σκέψεις να προσφύγει στη δικαιοσύνη κατά των βιομηχανιών του τομέα των τροφίμων που δεν θέλουν να υπογράψουν τη συμφωνία για να συγκρατήσουν τις τιμές τους, ώστε να εξακριβωθεί αν έχει δημιουργηθεί καρτέλ. Αξίζει να σημειωθεί ότι η κυβέρνηση της Giorgia Meloni, από τον περασμένο Ιούλιο έχει εγκρίνει και αρωγή των φτωχότερων οικογενειών, με προπληρωμένη κάρτα αγορών στα super markets η οποία περιέχει συνολικά €382.



Taizoon
Khorakiwala,
ιδρυτής Switz
Group

• **ZERO WASTE HORECA HUB**

ΑΠΟΝΕΜΗΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ZERO WASTE ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΕ 53 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ-ΜΕΛΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ HORECA

Σε ειδική εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε στο Olympias Rooftop Bar, απονεμήθηκαν οι πρώτες Zero Waste διακρίσεις σε επιχειρήσεις του κλάδου HoReCa που αποτελούν μέλη του Δικτύου Zero Waste HoReCa Hub.

"Το 2022 ήταν μια χρονιά-σταθμός για εμάς καθώς τον Νοέμβριο δημιουργήσαμε την πρώτη ψηφιακή πλατφόρμα Zero Waste HoReCa στην Ελλάδα, προσκαλώντας όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου να συμμετάσχουν στην προσπάθεια για ένα πιο βιώσιμο μέλλον. Σε αυτούς τους 8 μήνες λειτουργίας του προγράμματος, τα μέλη μας έχουν ξεπεράσει τα 1.000 και σήμερα είμαστε στην ευχάριστη θέση να απονεύουμε τις πρώτες 53 διακρίσεις σε επιχειρήσεις του κλάδου Καφεστίασης και Φιλοξενίας που ξεχώρισαν για τις βιώσιμες πρακτικές που υιοθέτησαν και εφαρμόσαν σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων τους" σημείωσε η Μαρία Τζελέπη, διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων, Επικοινωνίας & Βιώσιμης Ανάπτυξης για την Coca-Cola Hellas.

ZERO WASTE ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ

Στόχος του Δικτύου Zero Waste HoReCa Hub, που αποτελεί κομμάτι της κοινωνικής πλατφόρμας Zero Waste Future η οποία δημιουργήθηκε από την Coca-Cola Hellas, σε συνεργασία με την Οικολογική Εταιρεία Ανακύκλωσης και με την υποστήριξη του Ιδρύματος της Coca-Cola (The Coca-Cola Foundation), είναι να βοηθήσει τις επιχειρήσεις HoReCa να υιοθετήσουν στην πράξη μία Zero Waste φιλοσοφία και λειτουργία. Το πρόγραμμα, το οποίο τελεί υπό την αιγίδα του υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας (ΥΠΕΝ), θέτει ως προτεραιότητα την αύξηση της πρόληψης, τη διαλογή στην πηγή και τη δραστική μείωση της παραγωγής απορριμμάτων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο HoReCa.



Από αριστερά προς τα δεξιά οι: Εύα Χιώτη, Public Affairs & Sustainability Manager Greece, Cyprus and Malta, The Coca-Cola Company, Έλενα Σίσκου, εκπρόσωπος του Kallichoron Art Boutique Hotel (Αστυπάλαια), Δημήτρης Σίμος, ιδιοκτήτης του Flow Coffee Store (Καρδίτσα), Ελένη Μαρακή, ιδιοκτήτρια του ELaiolithos Luxury Retreat Hotel & Restaurant (Νάξος), Άννα Ζηλάκου, Managing Director Athens Partnership, Μαρία Τζελέπη, Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων, Επικοινωνίας & Βιώσιμης Ανάπτυξης για την Coca-Cola Hellas

Σε αυτό το πλαίσιο, επιβραβεύτηκαν με Χρυσή, Αργυρή ή Χάλκινη Zero Waste διάκριση οι πρώτες 53 επιχειρήσεις-μέλη του Δικτύου Zero Waste HoReCa Hub στην Ελλάδα, οι οποίες βάσει μετρήσιμων στόχων και αποτελεσμάτων, υιοθέτησαν βιώσιμες πρακτικές και εστίασαν στην ορθή διαχείριση των απορριμμάτων που παράγουν στο πλαίσιο της λειτουργίας τους.

Η ΒΡΑΒΕΥΣΗ

Κατόπιν αξιολόγησης της 24μελούς ανοιχτής επιτροπής αποτελούμενη από εκπροσώπους της πολιτείας, της ακαδημαϊκής κοινότητας και οικονομικών και κοινωνικών φορέων, επιπλέον των διακρίσεων, απονεμήθηκαν και ειδικά χρηματικά έπαθλα στις 3 επιχειρήσεις που ξεχώρισαν για τις καινοτόμες πρωτοβουλίες που ανέλαβαν στην κατεύθυνση της βιωσιμότητας.

Πιο συγκεκριμένα:

- Χρηματικό έπαθλο €1.000 έλαβε το Flow Coffee Store – Επιχείρηση Καφέ (Καρδίτσα), για την εξαιρετική επίδοση στην ολοκληρωμένη βιώσιμη διαχείριση των προϊόντων

καφέ και τη συνεργασία με την ΕΣΕΚ Καρδίτσας για μετατροπή των υπολειμμάτων καφέ σε pellet, που θα χρησιμοποιηθούν για δωρεάν θέρμανση σχολείων της πόλης.

- Χρηματικό έπαθλο €750 έλαβε το Kallichoron Art Boutique Hotel – Επιχείρηση Φιλοξενίας (Αστυπάλαια), για την εξαιρετική επίδοση σε βιώσιμες πρακτικές Πρόληψης Αποβλήτων Τροφίμων και την - με ίδιους πόρους - πολυετή μεταφορά όλων των ανακυκλώσιμων υλικών εκτός νησιού για αξιοποίηση.
- Χρηματικό έπαθλο €500 έλαβε το ELaiolithos Luxury Retreat Hotel & Restaurant – Επιχείρηση Φιλοξενίας & Εστίασης (Νάξος), για την εξαιρετική επίδοση σε Zero Waste πρακτικές, αναδεικνύοντας συγχρόνως τον πολιτισμό και την παράδοση της Ορεινής Νάξου.

**ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙΤΕ
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ
ΣΤΟ ESGREECE.COM**

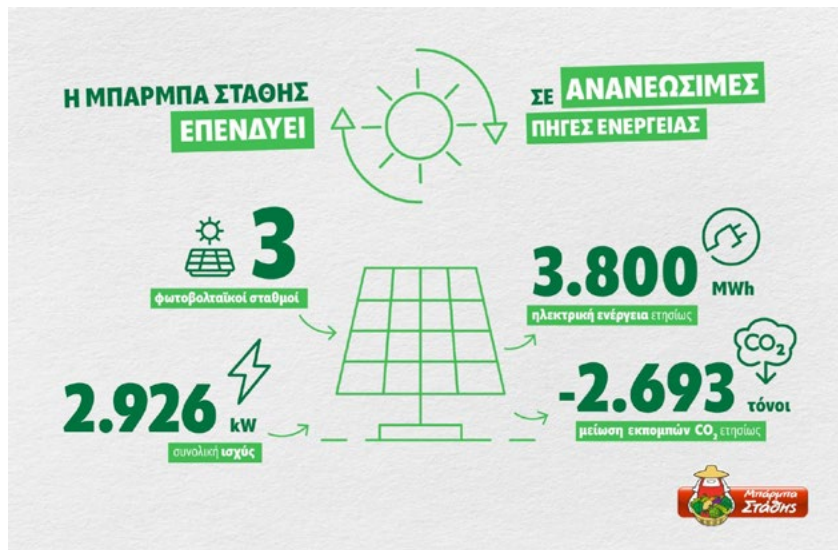
Powered by  **ESGreece**
Impact Investing

• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΝΑ ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΕ ΑΝΑΝΕΩΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ

Με οδηγό τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας, η Μπάρμπα Στάθης επενδύει διαρκώς σε τεχνολογία αιχμής και πράσινες πρακτικές που στόχο έχουν να μειώσουν το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα.

Σε αυτό το πλαίσιο, επενδύει στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, μέσα από την ολοκλήρωση της εγκατάστασης φωτοβολταϊκού σταθμού στις εγκαταστάσεις της μονάδας παραγωγής φρέσκων σαλατών και την ταυτόχρονη επέκταση του αντίστοιχου έργου στη μονάδα καταψυγμένων λαχανικών στη ΒΙΠΕΘ στην Σίνδο.

Με την ολοκλήρωση αυτού του σημαντικού περιβαλλοντικού έργου, η συνολική ισχύς και των δύο σταθμών υπολογίζεται αθροιστικά στα 2.926 kW, με την παραγόμενη ηλεκτρική ενέργεια να ανέρχεται ετησίως στα 3.800 MWh,



επιτυγχάνοντας μείωση εκπομπών CO₂ ίση με 2.693 τόνους ετησίως.

ΠΟΙΚΙΛΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

Η Μπάρμπα Στάθης συνεχίζει να ηγείται της προσπάθειας για την προστασία του πλανήτη από τις επιπτώσεις της κλιματική αλλαγής μέσα από ποικίλες δράσεις. Η αξιοποίηση του φωτοβολταϊκού σταθμού έρχεται να ενδυναμώσει περαιτέρω την προσπάθεια της εταιρείας για διαρκή εκσυγχρονισμό στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης. Αξίζει να

σημειωθεί ότι η εταιρεία την τελευταία τριετία (2019-2022) έχει πετύχει ισοδύναμη μείωση της συνολικής κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας κατά 32%, της θερμικής ενέργειας κατά 37%, καθώς και σημαντική μείωση στην κατανάλωση νερού κατά 42%, συμβάλλοντας στην αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής.

**ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙΤΕ
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ
ΣΤΟ ESGREECE.COM**

• ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ "ΠΟΛΥ ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΟΙ" ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Οι καταναλωτές στο Ηνωμένο Βασίλειο σκέφτονται πολύ καλά τις δαπάνες τους για τα λεγόμενα "big ticket items", δήλωσε ο πρόεδρος του super market Asda. "Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία γι' αυτό, η εμπιστοσύνη του κοινού έχει μειωθεί, οι άνθρωποι είναι προβληματισμένοι σχετικά με τα χρήματα που ξοδεύουν. Είναι πολύ προσεκτικοί σχετικά με τις μεγάλες δαπάνες", δήλωσε ο Stuart Rose στο ραδιόφωνο LBC.

Οι καταναλωτές της Βρετανίας απήφησαν σε μεγάλο βαθμό τον υψηλό πληθωρισμό και το αυξανόμενο κόστος δανεισμού για να διατηρήσουν στο ίδιο επίπεδο τις δαπάνες τους το

2023. Ωστόσο, τα στοιχεία της βιομηχανίας που δημοσιεύθηκαν πρόσφατα έδειξαν ότι η αύξηση των βρετανικών καταναλωτικών δαπανών έχασε ρυθμό τον περασμένο μήνα, κάτι που προστίθεται στις ενδείξεις εξασθένησης της οικονομίας.

ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΙΚΟ ΧΑΣΜΑ

Ο Rose, ο οποίος ήταν πρώην επικεφαλής της Marks & Spencer, δήλωσε ότι το χάσμα μεταξύ πλουσίων και φτωχών στην Βρετανία έχει διευρυνθεί ενώ υποστήριξε πως το Brexit έβλαψε την οικονομία. "Πρέπει να βρούμε έναν τρόπο να κάνουμε αυτή την οι-



κονομία να αναπτυχθεί, να αναπτυχθεί στο εξωτερικό και να εξαγεί".

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του Income Tracker της Asda, τα βρετανικά νοικοκυριά είδαν τις οικονομικές πιέσεις να χαλαρώνουν "ελαφρώς" τον Ιούλιο, καθώς το διαθέσιμο εισόδημα αυξήθηκε κατά 4,5% σε ετήσια βάση. Αυτό το ποσοστό αποτελεί και τον ισχυρότερο ετήσιο ρυθμό αύξησης από τον Σεπτέμβριο του 2021.

• **Η. ΒΑΛΑΒΑΝΗΣ (BERLIN PACKAGING)**

ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΤΖΙΡΟ ΑΝΩ ΤΩΝ €100 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ - ΤΑ ΝΕΑ PROJECTS

Σε περαιτέρω επέκταση και εδραίωση των δραστηριοτήτων της Berlin Packaging σε τοπικές αγορές μέσω εξαγωγών στοχεύει η διοίκηση της εταιρείας το επόμενο διάστημα. Ο CEO της Berlin Packaging MED, Ηλίας Βαλαβάνης, ανέφερε ότι η εταιρεία επιθυμεί να διατηρεί την τοπική της παρουσία δημιουργώντας και συνέργειες όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και ευρύτερα στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και την Μέση Ανατολή.

Αυτός εξάλλου ήταν και ο στόχος της συμφωνίας που έκλεισε το 2021 ανάμεσα στην Berlin Company και την Βαλαβάνης, ενώ τον περασμένο Ιούλιο ανακοίνωσε και την εξαγορά της Κοροπούλης.

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ DEAL

Η συνεργασία με την Berlin Packaging μετρά ήδη δύο χρόνια και ο κ. Βαλαβάνης αναφέρει ότι και τα δυο μέρη είναι ικανοποιημένα. Ο ίδιος έχει αναλάβει καθήκοντα διευθυνόντος συμβούλου Ανατολικής Ευρώπης - Βαλκανίων - Ανατολικής Μεσογείου και Μέσης Ανατολής, ενώ έδρα της εταιρείας είναι η Ελλάδα. "Ήταν μια σωστή επιλογή καθώς η χώρα μας αποτελεί σταυροδρόμι αυτών των αγορών τις οποίες μπορούμε να διαχειριστούμε πιο εύκολα", σημείωσε στο FNB Daily. Πέρυσι, πρώτη χρονιά της συνεργασίας με την Berlin Packaging ο Όμιλος σημείωσε ανάπτυξη 35% σε σχέση με το 2021, ενώ στο α' εξάμηνο του 2023 έτρεχε με ανάπτυξη 24% σε αξία λόγω των ανατιμήσεων, ενώ σε όρους όγκου ήταν στο +10%.

ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ

Ο κ. Βαλαβάνης σημειώνει ότι πέρυσι το πρόβλημα στη βιομηχανία ήταν διττό, καθώς η έλλειψη των πρώτων υλών είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των τιμών. Όμως η συνεργασία με την Berlin Packaging ενίσχυσε την προσβασιμότητα σε πηγές εφοδιαστικής αλυσίδας σε μια περίοδο που αυτές ήταν περιορισμένες και έτσι η χρονιά έκλεισε με ανάπτυξη.

Φέτος εκτιμάται ότι ο τζίρος θα ξεπεράσει τα €100 εκατ. ανεβασμένος κατά 14%, ενώ θα γίνει, όπως είπε, "αγώνας για να διατηρηθεί η κερδοφορία".

ΝΕΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΦΙΑΛΗ ΓΙΑ ΤΟ ΚΤΗΜΑ ΑΛΦΑ

Το πελατολόγιο της εταιρείας περιλαμβάνει συνεργασίες με εταιρείες ελαιολάδου, οί-



Ηλίας Βαλαβάνης, CEO, Berlin Packaging MED

νου, αναψυκτικών και νερού όπως είναι οι Intercomm, η Pelopack, Terra Creta, Ρενιέρης, Nutria και Τσάνταλης. Μεταξύ άλλων, έχει επιμεληθεί και τη φιάλη και την ετικέτα για το νερό του Δημήτρη Μπαμπάκου, ΑΒΑΤΟΝ. Πρόσφατα, δε, η εταιρεία συνεργάστηκε με το Κτήμα Άλφα, κάνοντας μια νέα φιάλη χαμηλότερου βάρους με προσανατολισμό βιωσιμότητας.

Ανάλογα project έχει υλοποιήσει και με το Κτήμα Λαζαρίδη, ενώ η συνεργασία με την Οικογένεια Κλιάφα είχε ως αποτέλεσμα τη νέα "καλλίγραμμη" γυάλινη φιάλη 250ml. Παράλληλα, διατηρεί συνεργασίες και με την κρητική Φήμη.

Επιπλέον, αναπτύσσει ένα νέο project για μια φιάλη νερού στην Σαουδική Αραβία.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ & ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ ΦΙΑΛΩΝ

Η εταιρεία ετοιμάζει την υλοποίηση νέου επενδυτικού προγράμματος που αφορά την επεξεργασία και διακόσμηση φιαλών αλλά και υποδομές για την ανάπτυξη της εφοδιαστικής αλυσίδας. Το έργο θα υποβληθεί στον Αναπτυξιακό που άνοιξε τον Ιούλιο, με αρχικό κόστος επένδυσης €6 εκατ. και επιδότηση 40% επί του συνολικού προϋπολογισμού.

Γενικότερα, υπάρχει πλάνο επενδύσεων που ολοκληρώνεται το 2025 και περιλαμβάνει Ρουμανία, Ισραήλ και Αραβικά Εμιράτα με εταιρείες υλικών συσκευασίας και beauty. Αξίζει να αναφερθεί ότι το 90% της παραγωγής της Berlin Packaging είναι γυαλί και πέρυσι το capacity ξεπέρασε τα 400 εκατ. τεμάχια.

Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΚΟΡΟΠΟΥΛΗΣ

Ερωτηθείς για την εξαγορά της Κοροπούλης, ο κ. Βαλαβάνης επισήμανε ότι η επιλογή της δεν έγινε τυχαία, καθώς αποτελεί μια εταιρεία με σημαντικό αποτύπωμα στην αγορά και οι συνέργειες που θα δημιουργηθούν (σε μπουκάλι και φερό) συμπληρώνουν την εξειδίκευση της Berlin Packaging στο κομμάτι των πωμάτων. Ανέφερε ότι ενισχύεται η εκτεταμένη γνώση της τοπικής αγοράς, παρέχοντας λύσεις συσκευασίας για τη βιομηχανία κρασιού, οινοπνευματωδών ποτών, τροφίμων, αναψυκτικών, φαρμακευτικών προϊόντων και καλλυντικών. Σημειώνεται ότι εκτός από τεχνογνωσία σε πώματα, φελλούς και γυάλινες συσκευασίες, η Κοροπούλης Συσσκευασίες παρέχει μηχανήματα εμφιάλωσης και πωματισμού, καθώς και τεχνική υποστήριξη.



ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΓΥΑΛΙΟΥ

Εξέφρασε την αισιοδοξία του για τον κλάδο γυαλιού, λέγοντας ότι πλέον υπάρχει γρήγορη αποκατάσταση διαθεσιμότητας και από το φθινόπωρο και μετά θα επέλθει μεγαλύτερη ισορροπία, χωρίς ελλείψεις.

Διευκρινίζει ωστόσο, ότι δεν θα φτάσει τα επίπεδα τιμών του 2014 αλλά δεν θα συνεχιστεί η κατάσταση του 2022.

Στα σχέδια της εταιρείας είναι και η δημιουργία business center στον Ταύρο.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΕΥΒΙΟΤΟΠΟΙ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΟΙΡΙΝΟ

Έμφαση στις πρακτικές βιολογικής διατροφής και στην ευημερία των ζώων δίνει η εταιρεία Ευβιότοποι, πρεσβεύοντας ότι η υγεία των ζώων μεταφράζεται άμεσα σε ανώτερη ποιότητα κρέατος.

Η γεύση βρίσκεται πάντα στη φύση και γι αυτό η εταιρεία φροντίζει, ώστε στο χοιρινό της, όπως και σε όλα τα ζώα της, να παρέχεται μια θρεπτική διατροφή που αποτελείται από 100% βιολογικές τροφές.

Υιοθετώντας πρακτικές βιολογικής διατροφής, διασφαλίζεται το χοιρινό κρέας είναι απαλλαγμένο από ορμόνες, συντηρητικά και αντιβιοτικά διατηρώντας έτσι την ποιότητα και την νοστιμιά του.

ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Όπως εξηγεί η εταιρεία, το χοιρινό της κρέας είναι πλούσιο σε θρεπτικά συστατικά, συμπεριλαμβανομένων πρωτεϊνών, βιταμινών και μετάλλων, ενώ έχει χαμηλότερα κορεσμένα λιπαρά σε σύγκριση με το βόειο.

Χάρη στη βιολογική του διατροφή το χοιρινό κρέας από τους Ευβιότοπους, διατηρεί τις φυσικές του γεύσεις και όλα τα θρεπτικά του συστατικά. "Η δέσμευση της εταιρείας για τη βιολογική κτηνοτροφία, την ανθρώπινη μεταχείριση των ζώων και τη σχολαστική επίβλεψη, είναι αξίες που κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει. Από τη φάρμα μας μέχρι το τραπέζι του καταναλωτή, εγγυώμαστε ένα εκλεκτό προϊόν που ενσωματώνει τα υψηλότερα πρότυπα γεύσης και διατροφής", αναφέρει η εταιρεία.



ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΚΟΠΩΝ & ΓΕΥΣΕΩΝ

Η εταιρεία καλεί τους λάτρεις της γαστρονομίας να απολαύσουν τη γεύση και τα θρεπτικά οφέλη του βιολογικού χοιρινού κρέατος σε παραδοσιακές κοπές όπως μπριζόλες, σνίτσελ, κιμά, σε μερίδες για κατσαρόλα και φούρνο ή ακόμα και ολόκληρο. Για μεγαλύτερη ευκολία, οι καταναλωτές μπορούν επιπλέον να βρουν συνταγές έτοιμες για μαγείρεμα, όπως λουκάνικα, σουβλάκια, γύρο μαρινarisμένο, ανάμεικτα μπιφτέκια, παραδοσιακό κοντοσούβλι κ.ά. Τα βραβευμένα προϊόντα Ευβιότοποι, καθώς και τα υψηλής ποιότητας συνοδευτικά τους από ελληνικές εταιρείες, είναι διαθέσιμα στα φυσικά καταστήματα της εταιρείας, αλλά και παραγγέλλοντας online <https://eshop.eviotopoi.gr/> ή τηλεφωνικά στο 210 6777130.

INFO - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Λεωφ. Δημοκρατίας 3, Νέο Ψυχικό 11525
Λεωφ. Κηφισίας 359, Κηφισιά 14564
και σε συνεργαζόμενα καταστήματα που θα
βρείτε στο site



• ΚΤΗΜΑ ΚΥΡ-ΓΙΑΝΝΗ ΝΕΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟ WSPC

Γνώση, δεξιότητες και μία διεθνώς αναγνωρισμένη πιστοποίηση στο κρασί, είναι το δώρο που προσφέρει η ΚΥΡ-ΓΙΑΝΝΗ στους επισκέπτες του Κτήματος στην Νάουσα μέσα από έναν μεγάλο διαγωνισμό που ξεκινά στον μήνα του τρύγου. Από τις 5 Σεπτεμβρίου και για 12 εβδομάδες, ένας τυχερός κάθε εβδομάδα, θα κερδίζει το εκπαιδευτικό πρόγραμμα WSET Επίπεδο 1 στο Κρασί, σε συνεργασία με το WSPC - το παλαιότερο, μεγαλύτερο και πλέον έγκριτο σχολείο κρασιού, αποσταγμάτων και οινοχοΐας της Ελλάδας - που έχει πετύχει να καθιερώσει τη χώρα μας ανάμεσα στα πιο σημαντικά κέντρα πιστοποιημένης οινικής εκπαίδευσης για οινόφιλους και επαγγελματίες στην Ευρώπη.

Δείτε [εδώ](#) περισσότερες πληροφορίες.

• CARREFOUR - ΓΑΛΛΙΑ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕ LOGO ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΑ ΜΟΡΦΗ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ, ATACADÃO

Η Carrefour κατοχύρωσε επίσημα το λογότυπο της νέας μορφής χονδρικής πώλησης στην Γαλλία, που εισήχθη από την αγορά της Βραζιλίας. Ο σχεδιασμός του logo Atacadão στην Γαλλία θα είναι διαφορετικός από αυτόν που χρησιμοποιείται στην Βραζιλία και το Μαρόκο. Η εταιρεία υπέβαλε το αίτημα στις 28 Ιουλίου και έλαβε την έγκριση στις 18 Αυγούστου από το Εθνικό Ινστιτούτο Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (INPI).

ΑΝΟΙΓΜΑ ΤΟ 2024

Η κατοχύρωση του λογότυπου δείχνει ότι το ντεμπούτο του Atacadão στην Γαλλία είναι, πράγματι, κοντά, παρά τα ερωτηματικά σχετικά με τα σχέδια της εταιρείας, η οποία προγραμματίζει ότι

το πρώτο κατάστημα με το σήμα Atacadão θα ανοίξει το α' τρίμηνο του 2024. Μετά την απόρριψη προηγούμενων σχεδίων στην κοινότητα Sevran από τις τοπικές αρχές, η Carrefour ανακοίνωσε πρόσφατα ότι επέλεξε το Aulnay-sous-Bois για το πρώτο κατάστημα. Το σχέδιο προβλέπει τη μετατροπή ενός υφιστάμενου τοπικού εμπορικού κέντρου με την επωνυμία Carrefour σε κατάστημα Atacadão, στο πλαίσιο μιας επένδυσης που εκτιμάται σε €10 εκατ.

ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Σύμφωνα με τη βραζιλιάνικη εφημερίδα O Globo, αν και ο τοπικός δήμαρχος έχει αγκαλιάσει την



ιδέα, αριστεροί πολιτικοί και ορισμένοι κάτοικοι του Aulnay-sous-Bois αντιτίθενται στο σχέδιο και κινητοποιούνται κατά των σχεδίων της εταιρείας. Μεταξύ των λόγων που αναφέρονται για την αντίθεσή τους είναι ότι το σχέδιο χαμηλού κόστους απειλεί την απασχόληση, ευνοεί την υπερβολική χρήση αυτοκινήτων, υπονομεύει τον εμπορικό εφοδιασμό και επιβάλλει ένα καταναλωτικό μοντέλο που αντιβαίνει σε θέματα υγείας και περιβάλλοντος. Η Atacadão, η οποία εξαγοράστηκε από την Carrefour το 2007 και διαθέτει περίπου 250 σημεία πώλησης, αντιπροσωπεύει σχεδόν το 70% των εσόδων του γαλλικού ομίλου στην Βραζιλία.

• IWSR

ΣΥΡΡΙΚΝΩΣΗ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ONLINE ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΧΡΟΝΙΑ

Το μερίδιο του κρασιού στην παγκόσμια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου αλκοολούχων ποτών πρόκειται να συρρικνωθεί τα επόμενα χρόνια, αλλά παραμένουν ευκαιρίες για τους ιδιοκτήτες εμπορικών σημάτων να στοχεύσουν σε ανεκμετάλλετες αγορές και νέους καταναλωτές.

ΚΕΡΔΙΣΜΕΝΟΙ & ΧΑΜΕΝΟΙ

Οι μπίρες/μπλίτες/RTDs και τα αλκοολούχα ποτά αναμένεται να σημειώσουν τα ισχυρότερα κέρδη στο ηλεκτρονικό εμπόριο μετά την πανδημία, περιορίζοντας σταδιακά το μερίδιο αγοράς του κρασιού, σύμφωνα με τις προβλέψεις του IWSR.

"Το ηλεκτρονικό εμπόριο παραμένει ένα σημαντικό κανάλι για το κρασί, παρά το μετα-πανδημικό πικ και τις προκλή-

σεις από άλλες κατηγορίες", αναφέρει ο Guy Wolfe, επικεφαλής του Ecommerce Insights, IWSR. "Ακόμα και με αυτές τις προκλήσεις, υπάρχει ακόμα η ευκαιρία να προσελκύσουμε νέους αγοραστές στο κανάλι".

ΠΩΣ ΚΙΝΕΙΤΑΙ Η ΑΓΟΡΑ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στο σύνολο των παγκόσμιων αλκοολούχων ποτών αυξήθηκε σημαντικά κατά τη διάρκεια της πανδημίας, με τις πωλήσεις σε αξία στις 16 μεγαλύτερες παγκόσμιες αγορές ηλεκτρονικού εμπορίου να αυξάνονται με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 30% μεταξύ 2019 και 2021.

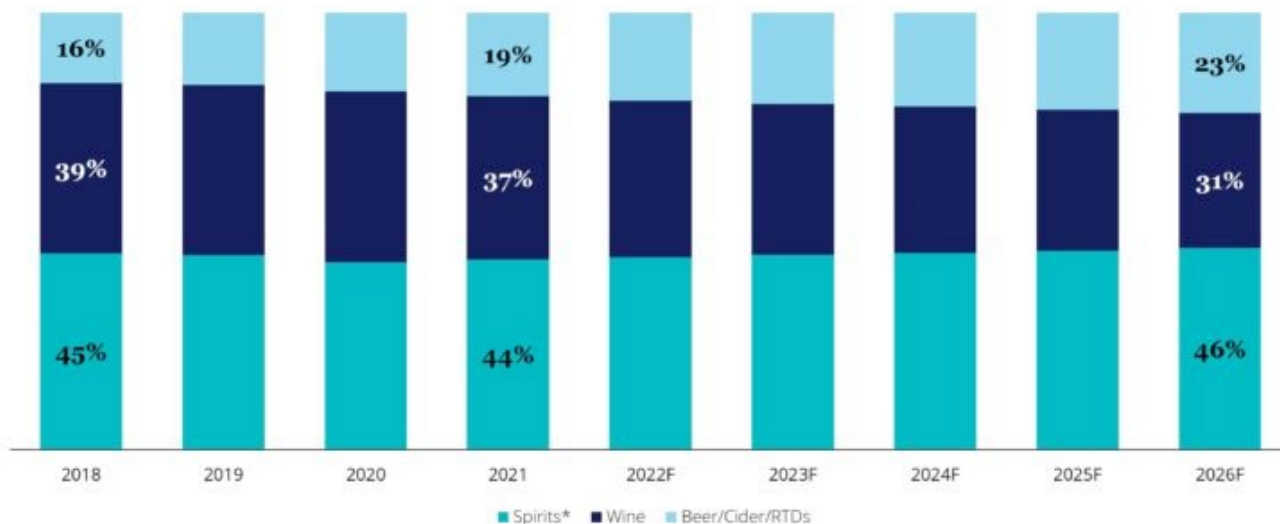
Η αύξηση αυτή αναμένεται να μετριαστεί τα επόμενα χρόνια, με την αξία να αυξάνεται με +6% μεταξύ 2021 και 2026.

ΕΝΤΕΙΝΕΤΑΙ Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Το κρασί θα δει το μερίδιο αγοράς του να μειώνεται σταδιακά τα επόμενα χρόνια μπροστά στην ισχυρή αύξηση της αξίας από την μπίρα/μπλίτη/RTDs και τα αλκοολούχα ποτά: οι πωλήσεις μπίρας/μπλίτη/RTDs στο ηλεκτρονικό εμπόριο προβλέπεται να αυξηθούν με +10% μεταξύ 2021 και 2026 στις 16 αγορές, ενώ η μεγαλύτερη κατηγορία αλκοολούχων ποτών θα προσθέσει τα περισσότερα σε απόλυτη αξία, ενώ θα αυξηθεί με +7% την ίδια περίοδο.

Ως αποτέλεσμα, το μερίδιο του κρασιού στις διαδικτυακές πωλήσεις θα μειωθεί από 37% το 2021 σε 31% έως το 2026- στο ίδιο χρονικό διάστημα, το μερίδιο των αλκοολούχων ποτών θα αυξηθεί από 44% σε 46%, ενώ το μερίδιο της μπίρας/μπλίτη/RTDs θα αυξηθεί από 19% σε 23%.

Online Value by Category 2018-26F



* Includes national spirits (baijiu) in China

IWSR Drinks Market Analysis

© 2023 IWSR - For client use only. Not to be reproduced or resold without permission from IWSR

"Εξαιρουμένου του baijiu στην Κίνα, το οποίο κυριαρχεί στην ανάπτυξη των αλκοολούχων ποτών, το ουίσκι και η αγαύη στις ΗΠΑ θα έχουν τις ισχυρότερες επιδόσεις", εξηγεί ο Wolfe. "Η άνοδος της μπίρας/μπλίτη/RTDs θα καθοδηγείται από τις ΗΠΑ και την Κίνα, με ταχεία επέκταση επίσης στη Βραζιλία και το Μεξικό".

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΚΡΑΣΙΟΥ

"Έχοντας αρχικά αντιδράσει σχετικά αργά στην άνοδο του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι μεγάλες ζυθοποιίες αφυπνίζονται τώρα για τις δυνατότητες του καναλιού και επενδύουν σημαντικά στις διαδικτυακές τους δυνατότητες, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη

της μπίρας". Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν ευκαιρίες ανάπτυξης για το κρασί στο ηλεκτρονικό εμπόριο, με την IWSR να προβλέπει ότι οι πωλήσεις θα αυξηθούν κατά 2% μεταξύ 2021 και 2026, προσθέτοντας περισσότερα από \$1 δισ. Ανάμεσα σε αυτές τις ευκαιρίες εντάσσονται:

• ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ:

Σε παγκόσμιο επίπεδο, το 31% των καταναλωτών κρασιού δεν αγοράζουν επί του παρόντος κρασί μέσω διαδικτύου, αλλά θα το σκεφτόταν στο μέλλον. "Το ενδεχόμενο να αγοράσουν κρασί online τείνει να είναι υψηλότερο σε αγορές με χαμηλότερη διείσδυση, όπως οι ΗΠΑ και ορισμένες ευρωπαϊκές αγορές. Στην Πορτογαλία, για παράδειγμα, μόνο το 20% των τακτικών αγοραστών ποτών αγοράζουν κρασί online, αλλά το 49% θα το σκεφτόταν στο μέλλον. Στις ΗΠΑ, τα ποσοστά είναι 30% και 35% αντίστοιχα", λέει ο Richard Halstead, COO Consumer Insights, IWSR.

"Ωστόσο, οι αγορές με υψηλότερη διείσδυση είναι πιο κοντά στο σημείο κορεσμού", προειδοποιεί ο Halstead. "Στην Κίνα, το 78% των καταναλωτών κρασιού αγοράζουν κρασί μέσω διαδικτύου, ενώ μόνο το 11% είναι μη διαδικτυακοί αγοραστές που θα το σκεφτόντουσαν στο μέλλον". Η συμμετοχή στο ηλεκτρονικό εμπόριο κρασιού είναι επίσης ισχυρή στην Βραζιλία, και ως εκ τούτου αναμένεται να φθάσει σε οροφή στο εγγύς μέλλον, καθώς ο αριθμός των online αγοραστών που θα το σκέφτονταν είναι σχετικά μικρός.

• ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ:

Όπως σημειώνεται, οι καταναλωτές επιλέγουν τους διαδικτυακούς εμπόρους με βάση διάφορους παράγοντες, με σημαντικότερους την ευρεία γκάμα των διαθέσιμων προϊόντων και την παρουσία προωθητικών ενεργειών ή ειδικών προσφορών.

Όπου η χρήση των εφαρμογών είναι πιο εμφανής, όπως στην Βραζιλία και την Κίνα, η ταχύτητα παράδοσης εκτιμάται περισσότερο από ό,τι αλλού. "Η γκάμα προϊόντων και οι προσφορές εξακολουθούν να καθοδηγούν την επιλογή των διαδικτυακών λιανοπωλητών, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι παράγοντες αυτοί, μαζί με την ευκολία, θα αποτελέσουν ισχυρά εργαλεία για την προσέλκυση και τη διατήρηση των πελατών τα επόμενα χρόνια", λέει ο Halstead.



• ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ VS SITES:

"Εξακολουθεί να υπάρχει ένα χάσμα μεταξύ των αγορών που βασίζονται σε εφαρμογές και των αγορών που επικεντρώνονται σε site. Οι περισσότερες αγορές στην Βραζιλία και την Κίνα πραγματοποιούνται μέσω εφαρμογών και η χρήση εφαρμογών αυξάνεται στις ΗΠΑ. Οι αγοραστές μέσω εφαρμογών τείνουν να αγοράζουν μικρότερες ποσότητες κρασιού πιο συχνά. Με τη συνολική συχνότητα των διαδικτυακών αγορών να επιβραδύνεται, η μετατροπή των καταναλωτών σε αγοραστές εφαρμογών θα μπορούσε να αποτελέσει μια στρατηγική για την αύξηση των πωλήσεων".

• ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ: Υπάρχουν επίσης ευκαιρίες για αυξημένες διαδικτυακές δαπάνες στις ΗΠΑ, καθώς εκεί εξελίσσεται η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου. "Οι ΗΠΑ είναι η αγορά στην οποία οι αγοραστές αλκοολούχων ποτών στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πιο πιθανό να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα στο διαδίκτυο παρά στα καταστήματα", λέει ο Halstead. "Αυτό μπορεί εν μέρει να εξηγηθεί από τις μαζικές παραγγελίες, με το 39% των ανθρώπων να αγοράζουν επτά ή περισσότερες φιάλες σε μια τυπική παραγγελία.

Ωστόσο, το ποσοστό που πραγματοποιεί μεγάλες μαζικές παραγγελίες έχει μειωθεί από το 2022, γεγονός που υποδηλώνει ότι

υπάρχει η δυνατότητα πριμοδότησης, με τους αγοραστές κρασιού να αγοράζουν πιο ακριβά προϊόντα online".

- **WINE CLUBS:** Εν τω μεταξύ, κάποια αβεβαιότητα περιβάλλει τον μελλοντικό ρόλο και τις επιδόσεις των wine clubs, η δημοτικότητα των οποίων εκτοξεύτηκε κατά τη διάρκεια των περιορισμών της πανδημίας, καθώς οι καταναλωτές βρήκαν την ευκαιρία να εξερευνήσουν τον κόσμο του κρασιού από το σπίτι τους. Σε ορισμένες αγορές, καθώς οι περιορισμοί χαλάρωσαν, πολλοί ακύρωσαν τις συνδρομές τους, οδηγώντας ορισμένες λέσχες κρασιού να προσφέρουν μεγάλες εκπτώσεις σε μια προσπάθεια να προσελκύσουν νέους χρήστες, γεγονός που με τη σειρά του υπονόμωσε την κερδοφορία τους, οδηγώντας σε περικοπές θέσεων εργασίας και μειώσεις των δαπανών μάρκετινγκ. "Η εστίαση είναι τώρα στη διατήρηση και στη μεγαλύτερη πειθαρχία γύρω από το κόστος των νέων συνδρομητών", εξηγεί ο Wolfe. "Καθώς οι φιάλες που πωλούνται από τις λέσχες κρασιού κλίνουν συνήθως προς το premium τμήμα, μένει να δούμε πώς θα τα πάνε στο μέλλον. Οι καταναλωτές μπορεί να τις θεωρήσουν ως προσιτή πολυτέλεια σε δύσκολους οικονομικούς καιρούς ή ίσως ως περιττή δαπάνη".

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafairouli@notice.gr

• **ΙΣΠΑΝΙΑ**

ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΞΗΡΑΣΙΑΣ

Η έλλειψη βροχοπτώσεων, οι υψηλές θερμοκρασίες που καταγράφηκαν τις τελευταίες εβδομάδες και η ξηρασία σε μεγάλες περιοχές της Ισπανίας επηρεάζουν τη γεωργία και την κτηνοτροφία και θα έχουν αντίκτυπο στη βιομηχανία τροφίμων, προειδοποίησε η ισπανική ομοσπονδία βιομηχανιών τροφίμων και ποτών (FIAB).

Ο Mauricio García de Quevedo, γενικός διευθυντής της FIAB, πρόσθεσε: "Είναι σημαντικό η βιομηχανία τροφίμων και ποτών να τύχει ειδικής μεταχείρισης σε αυτές τις συνθήκες και να έχει προνομιακή πρόσβαση στο νερό, προκειμένου να διασφαλιστεί η σταθερή και ασφαλή προμήθεια τροφίμων και ποτών".

Ενδεικτικό της κατάστασης αποτελεί το γεγονός ότι οι αμπελώνες σε όλη τη φημισμένη περιοχή παραγωγής cava Penedes της Καταλονίας είναι τόσο ξηροί με αποτέλεσμα να καταστραφούν οι ρίζες αμπέ-



λων ηλικίας 30 ετών. Η βορειοανατολική περιοχή είναι από τις πλέον πληγείσες από τη μακροχρόνια ξηρασία της Ισπανίας, καταγράφοντας το ξηρότερο ξεκίνη-

μα ενός έτους κατά το πρώτο τετράμηνο του 2023, από το 1961 οπότε άρχισαν οι καταγραφές.

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΝΕΡΟΥ

Η FIAB υπογράμμισε, επίσης, τη σημασία ανάπτυξης ενός σχεδίου που θα εξετάζει νέες διασυνδέσεις και μεταφορές μεταξύ των λεκανών, καθώς και επενδυτικά σχέδια για την επέκταση, την ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό των υποδομών αποθήκευσης νερού και άρδευσης.

Ζήτησε, επίσης, να ενισχυθεί η χρήση μη συμβατικών υδάτινων πόρων, όπως η επαναχρησιμοποίηση και η αφαλάτωση, οι οποίοι είναι απαραίτητοι για τον μετριασμό των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής. Πρόσθεσε, τέλος, ότι η επαναχρησιμοποίηση του ανακτημένου νερού είναι απαραίτητη για την επίτευξη της ασφάλειας ύδρευσης και άρδευσης στη χώρα.

• **ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ**

ΕΓΚΡΙΘΗΚΕ ΑΠΟ ΤΗ ΓΣ Ο ΣΥΜΨΗΦΙΣΜΟΣ ΣΩΡΕΥΜΕΝΩΝ ΖΗΜΙΩΝ



Εγκρίθηκε στη Γενική Συνέλευση της ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ ο συμψηφισμός σωρευμένων ζημιών της εταιρείας κατά το ποσό των €7.224 χιλ. μέσω μείωσης:

- της ονομαστικής αξίας του συνόλου των 13.673.200 μετοχών της εταιρείας από €0,88 σε €0,42 και συνεπαγόμενη μείωση μετοχικού κεφαλαίου κατά €6.289.672 και
- του αποθεματικού υπέρ το άρτιο ποσού €934.963,10, το οποίο προέκυψε από την έκδοση μετοχών υπέρ το άρτιο κατά τη χρήση του 2000.

Δείτε [εδώ](#) τη σχετική ανακοίνωση.

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **KPMG**

ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & LOGISTICS

Η έμφαση στη βιωσιμότητα και στην ενσωμάτωση της τεχνολογίας και η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελούν το τρίπτυχο των κυρίαρχων τάσεων στον τομέα των Μεταφορών και των Logistics.

Όπως επισημαίνεται στην πρόσφατη έρευνα της KPMG στην Ελλάδα, "Future of Transportation & Logistics: Trends and Developments in the Greek Market", ο τομέας Μεταφορών & Logistics στη χώρα παρουσίασε ανάπτυξη μετά το τέλος της πανδημίας με αποτέλεσμα η ελληνική αγορά είναι κατακερματισμένη σε μικρούς και μεσαίους κυρίως παρόχους 3PL.

Για τους βασικούς παίκτες 3PL, υπάρχει μια ανοδική τάση στις πωλήσεις, με τις εταιρείες να προσπαθούν να βρουν την ισορροπία μεταξύ της βιώσιμης κερδοφορίας και της απόκτησης μεριδίου αγοράς. Επίσης, τα τελευταία τρία χρόνια χαρακτηρίζονται από αύξηση του κόστους, καθώς και έντονο ανταγωνισμό και οι σύγχρονοι οργανισμοί φαίνεται ότι εστιάζουν στην αύξηση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας και την προηγμένη τεχνολογία. Επιπλέον, οι βασικοί πάροχοι υπηρεσιών 3PL εφαρμόζουν λύσεις που προάγουν τη βιωσιμότητά τους και συμβάλλουν σε end-to-end βιώσιμες εφοδιαστικές αλυσίδες.

ΒΑΣΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Ο τομέας των 3PL, ενώ παρουσίαζε σημαντική ανάπτυξη από το 2016 έως το 2019, δέχτηκε ένα χτύπημα το 2020 στην αρχή της πανδημίας, για να ανακάμψει γρήγορα με μέσο όρο CAGR 21% από το 2020 έως το 2021.
- Η πανδημία επέβαλε μια άνοδο στη ζήτηση για τις υπηρεσίες μεταφοράς την οποία δεν ανέμεναν πολλές εταιρείες 3PL και τόνισε την ανάγκη για αύξηση της λειτουργικής τους αποτελεσματικότητας. Η απόδοση των ελληνικών επιχειρήσεων μεταφορών κατατάχθηκε χαμηλότερα από αντίστοιχες άλλων χωρών.
- Η ελληνική αγορά 3PL αποτελείται από μικρομεσαίους παίκτες. Η αγορά παραμένει ανταγωνιστική με υψηλά επίπεδα κατακερματισμού. Οι 15 κορυφαίες εταιρείες ελέγχουν το 26,1% της συνολικής αγοράς (€706,7 εκατ. ευρώ). Υπάρχει μια ανοδική τάση στις καθαρές πωλήσεις, με ένα % EBITDA να εμφανίζει αρνητική τάση που υποδηλώνει την αντιστάθμιση μεταξύ βιώσιμης κερδοφορίας και από-



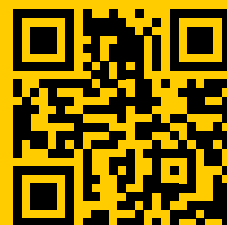
κτησης μεριδίου αγοράς. Η μείωση του Μικτού Περιθωρίου Κέρδους στην πλειονότητα των επιχειρήσεων απεικονίζει την αύξηση του κόστους τα τελευταία 3 χρόνια και τον έντονο ανταγωνισμό.

- Σύμφωνα με το Case Study στο πλαίσιο της έρευνας, ένα μεγάλο μέρος των υφιστάμενων εγκαταστάσεων logistics στην Ελλάδα είναι μάλλον ακατάλληλο για την υποστήριξη των σύγχρονων αναγκών της αγοράς. Η πλειοψηφία των κέντρων fulfillment είναι μικρού μεγέθους με χαμηλό επίπεδο αυτοματισμού. Οι εταιρείες στην προσπάθεια εκσυγχρονισμού των αποθηκευτικών χώρων αντιμετωπίζουν σειρά προκλήσεων σχετιζόμενες με την επίτευξη της σωστής ισορροπίας στη χρήση τεχνολογίας και την επιλογή των καταλληλότερων λύσεων για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας των επενδύσεων αυτών, στη διαθεσιμότητα εξοπλισμού, στην ανάγκη υλοποίησης των επενδύσεων παράλληλα με την καθημερινή λειτουργία κ.λπ.
- Η μεθοδολογία Modular Warehouse Automation (MWA) που έχει αναπτυχθεί από την KPMG βοηθά να ξεπεραστούν τα εμπόδια αυτά και να αναπτυχθεί ένα βιώσιμο σενάριο για την αυτοματοποίηση των υπάρχουσων αποθηκών χρησιμοποιώντας τεχνολογία ρομποτικής προσφέροντας ένα σταδιακό μετασχηματισμό, χωρίς διακοπή στις καθημερινές λειτουργίες και βασίζεται σε έναν λεπτομερή σχεδιασμό προσαρμοσμένο στις ανάγκες του εκάστοτε οργανισμού.
- Λαμβάνοντας υπόψη πολλές διαφορετικές παραμέτρους, μπορεί να προσδιοριστεί ο καταλληλότερος βαθμός αυτοματισμού στον οποίο προτείνεται να επενδύσει μια επιχείρηση. Η λύση είναι ευέλικτη, προσφέροντας την ευκαιρία για περαιτέρω επέκταση του αυτοματισμού στο μέλλον – καταλήγοντας σε μια πλήρως αυτοματοποιημένη αποθήκη.



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*

• FRIESLANDCAMPINA HELLAS ΓΙΑΤΙ ΓΥΡΙΣΕ ΣΕ ΖΗΜΙΕΣ ΤΟ 2022 ΠΑΡΑ ΤΟ +24,38% ΣΤΟΝ ΤΖΙΡΟ

Η ανάπτυξη του τζίρου και η βελτίωση των λειτουργικών αποτελεσμάτων επενδύοντας στην εδραιωμένη προϊοντική της βάση αλλά και σε νέα καινοτόμα προϊόντα που θα καλύπτουν τις ανάγκες των καταναλωτών, παραμένει στόχος της FrieslandCampina Hellas και για τη φετινή χρονιά.

Η εταιρεία συνεχίζει τις πρωτοβουλίες για την επέκταση του δικτύου διανομής της για βελτίωση των οικονομικών της μεγεθών. Παράλληλα, η διοίκηση εκτιμά ότι η στρατηγική που ανέπτυξε και κατά την περυσινή χρονιά θα τη βοηθήσει και το 2023 να αντιπάρει τις συνεχιζόμενες προκλήσεις και κυρίως τις άμεσες επιπτώσεις των πληθωριστικών πιέσεων που οδηγούν σε σημαντικές αυξήσεις κόστους σε πρώτες ύλες και ενέργεια. Ωστόσο, παρά το...φρένο που φαίνεται να μπήκε στην έντονα αυξητική πορεία των τιμών στο γάλα, η μειωμένη ζήτηση σε όλα τα γαλακτοκομικά προϊόντα πιέζει και φέτος τα μεγέθη όχι μόνο της FrieslandCampina Hellas, αλλά σχεδόν όλων των βιομηχανιών του κλάδου.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 24,38% ΧΑΡΗ ΣΤΙΣ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ

Αναφορικά με την περασμένη χρονιά, οι πωλήσεις της εταιρείας ενισχύθηκαν κατά 24,38%, κάτι το οποίο οφείλεται εν μέρει στην αύξηση της ζήτησης στην εσωτερική αγορά (καθώς οι όγκοι ήταν ελαφρώς υψηλότεροι κατά 1%), αλλά κυρίως από τις ανατιμήσεις λόγω αύξησης του κόστους παραγωγής και εμπορίας. Είναι χαρακτηριστικό ότι το κόστος πωληθέντων αυξήθηκε κατά περίπου 33% ξεπερνώντας τα €287 εκατ. λόγω κυρίως του υψηλότερου κόστους γάλακτος και χύμα τυριού, που κατά το δ' τρίμηνο του 2022 δεν είχαν περάσει στους πελάτες καθώς οι τιμές πώλησης έχουν συμφωνηθεί εκ των προτέρων.

Σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές της εταιρείας, αυτές μειώθηκαν κατά 6,75%.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Αποτελέσματα προ φόρων
2022: 340.584	2022: (3.817)
2021: 273.813	2021: 6.305
2020: 257.575	2020: 8.645
2019: 274.995	2019: 4.283
2018: 267.561	2018: (10.427)
Μικτά κέρδη	Αποτελέσματα μετά φόρων
2022: 53.566	2022: (3.713)
2021: 57.384	2021: 4.267
2020: 59.010	2020: 6.119
2019: 56.692	2019: 1.214
2018: 55.138	2018: (5.201)



Κωνσταντίνος Μαγγιώρος, διευθύνων σύμβουλος, FrieslandCampina Hellas

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Ανοδικά κινήθηκαν οι πωλήσεις σε όλες τις κατηγορίες

DATA - ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

(σε €χιλ.)	Γαλακτοκομικά	Παιδικές τροφές	Γιαούρτια
2022: 305.836	2022: 26.435	2022: 8.313	2022: 8.313
2021: 244.155	2021: 23.998	2021: 5.659	2021: 5.659
2020: 228.586	2020: 24.656	2020: 4.338	2020: 4.338
2019: 246.179	2019: 23.908	2019: 4.908	2019: 4.908
2018: 237.502	2018: 24.196	2018: 5.864	2018: 5.864

ΜΕΙΩΣΗ ΜΙΚΤΩΝ ΚΕΡΔΩΝ & ΑΥΞΗΣΗ ΕΞΟΔΩΝ

Η μείωση των μικτών κερδών κατά 6,63% και του μικτού περιθωρίου κέρδους σε 15,72%, από 20,95% το 2021, αποδίδεται στην αύξηση των τιμών των α' & β' υλών. Επίσης, τα έξοδα διοίκησης και διάθεσης ανήλθαν σε €58,5 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 12,06%.

Γενικότερα, τα έξοδα αυξήθηκαν κατά 28,63% και διαμορφώθηκαν σε €345,5 εκατ.

Έτσι, παρά τη σημαντική αύξηση των πωλήσεων, το 2022 έκλεισε με ζημιές για την FrieslandCampina Hellas.

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΑ ΦΥΤΙΚΑ ΡΟΦΗΜΑΤΑ

Σε προϊοντικό επίπεδο, η εταιρεία εισήλθε το α' τρίμηνο του 2023 στην κατηγορία των φυτικών ροφημάτων με τη νέα σειρά NOYNOY Φυτικό και NOYNOY BARISTA'S GOLD OAT για την επαγγελματική αγορά.

Η νέα σειρά NOYNOY Φυτικό αποτελείται από 3 γεύσεις - Αμύγδαλο, Αμύγδαλο με 0% Ζάχαρη και Βρώμη Χωρίς Προσθήκη Ζάχαρης - και είναι μία εναλλακτική πρόταση που συνδυάζει θρεπτικότητα και γεύση, προσφέροντας ποικιλία στο πρωινό κάθε οικογένειας, καθώς είναι πλούσια σε πρωτεΐνη, βιταμίνες B2, B12 & D και ασβέστιο.

Το νέο NOYNOY BARISTA'S GOLD OAT ΡΟΦΗΜΑ ΒΡΩΜΗΣ διευρύνει την εξειδικευμένη προϊοντική σειρά των επαγγελματικών προϊόντων για τον καφέ NOYNOY BARISTA'S GOLD.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr