

ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ



Φύση Βουνό... Γεύση Βουνό!



Πάρε  
μέρος εδώ:



f olympos

o olymposgr

Το τσάι ΟΛΥΜΠΟΣ μάς πάει διακοπές με τον πιο καλοκαιρινό ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟ! Έτοιμοι; Όσο απολαμβάνετε το αγαπημένο σας τσάι ΟΛΥΜΠΟΣ, μπειτε στο [icetea.olympos.gr](http://icetea.olympos.gr) και συμπληρώστε τον κωδικό που θα βρείτε σε κάθε συσκευασία. Αυτόματα μπαίνετε στην κλήρωση για να είστε 1 από τους 10 τυχερούς που θα κερδίσουν φανταστικά καλοκαιρινά δώρα!

# 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 29 ΙΟΥΝΙΟΥ 2023  
ΤΕΥΧΟΣ 1697

ΕΝΘΕΤΟ

NOTICE  
CONTENT & SERVICES

@ 2023 Summer Fancy Food Show



## • NAVARINO ICONS

Επεκτείνονται σε duty free διεθνώς  
- Συνεργασία με Air Canada



## • TGI FRIDAY'S

Πλάνο ανάπτυξης για Ελληνικό, Κρήτη και Ρόδο  
- Σχέδια και για Ν.Α. Ευρώπη



## • ΕΛΒΙΔΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Αναμένει ανάπτυξη 15% το 2023  
και τζίρο €35 εκατ.



## • F&B

Τί βλέπουν τα funds πριν αποφασίσουν  
να χρηματοδοτήσουν μία εταιρεία

EDITORIAL: Τρεις δηλώσεις με νόημα

SECRET RECIPE: Νέα συνεργασία γαστρονομικού χαρακτήρα για την TEMES

# SME S

Το νέο καθημερινό  
newsletter για  
τη μικρομεσαία  
επιχειρηματικότητα

ΜΕ ΕΙΔΗΣΕΙΣ, ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ,  
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΤΙΚΕΣ  
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ:

- Ρευστότητα
- Δάνεια
- Κεφάλαια κίνησης
- Επιδότησεις
- Κοινοτικά προγράμματα
- Διαχείριση ενεργειακού κόστους
- Ψηφιακή αναβάθμιση

Και ό,τι άλλο αφορά  
την καθημερινότητα  
της μικρομεσαίας  
επιχείρησης

ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ  
**ΔΕΥΤΕΡΑ  
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**

ΣΤΙΣ **09:15**

ΣΤΟ E-MAIL ΣΑΣ

**ΚΑΝΤΕ ΤΗΝ  
ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΑΣ  
ΕΔΩ**

Με την αξιοπιστία της **N O T I C E**

CONTENT & SERVICES

• LAVAZZA  
**ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕ ΤΗΝ ΣΕΙΡΑ  
LA RESERVA DE ¡TIERRA!**

Η Lavazza παρουσίασε τα La Reserva de ¡Tierra!, [όπως διαβάσατε στο FNB Daily στις 26/06](#) κατά τη διάρκεια του World of Coffee Athens 2023, μια σειρά χαρμανιών βιωσιμότητας που περιέχουν καφέδες από projects του Ιδρύματος Lavazza, προσεκτικά σχεδιασμένους για επαγγελματίες, επιδεικνύοντας το σύγχρονο αποτέλεσμα της περιβαλλοντικής και κοινωνικής δέσμευσής του.

Κάθε χαρμάνι από την La Reserva de ¡Tierra! περιέχει καφέδες από περιοχές που συμμετέχουν σε έργα κοινωνικής ευθύνης που διαχειρίζεται το Ίδρυμα Lavazza με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας του καφέ, την ανάπτυξη κοινωνικών συνθηκών και συνθηκών διαβίωσης και την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης, πάντα με σεβασμό στο περιβάλλον.

**Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΚΟΥΒΑΣ**

Η Lavazza έχει δεσμευτεί να διαδραματίσει ενεργό ρόλο στη βιώσιμη ανάπτυξη και ένα από τα αποτελέσματα αυτής της δέσμευσης είναι η σειρά La Reserva de ¡Tierra! Cuba, η πιο σύγχρονη βιώσιμη εμπειρία καφέ από τη Lavazza. Ο νέος καφές της Lavazza περιέχει κόκκους που καλλιεργούνται από 170 αγρότες στις επαρχίες του Σαντιάγο και της Γκράνμα. Ο Όμιλος ξεκίνησε το 2018 ένα πρόγραμμα βιώσιμης ανάπτυξης μέσω του Ιδρύματος Lavazza σε συνεργασία με το Υπουργείο Γεωργίας της Κούβας, GAF (Grupo Empresarial Agroforestal) και το AICEC Torino (Agenzia di Interscambio Culturale ed Economico con Cuba) με στόχο να ξαναζωντανέψει την καλλιέργεια καφέ και να αποκαταστήσει την ποιότητα του πράσινου κουβανέζικου καφέ, το αποτέλεσμα η σειρά La Reserva de ¡Tierra! Cuba.



**SECRETRECIPE**

**Νέα συνεργασία γαστρονομικού χαρακτήρα για την TEMES**

Μια νέα διεθνή συνεργασία, γαστρονομικού περιεχομένου, έχει κλείσει η TEMES, όπως είναι σε θέση να γνωρίζει το FNB Daily. Για την ώρα η εταιρεία κρατά την επωνυμία επασφράγιστο μυστικό. Σύντομα, όμως, πρόκειται να προβεί σε σχετικές ανακοινώσεις.

**Editorial**

**Τρεις δηλώσεις με νόημα**

Τρεις δηλώσεις με ιδιαίτερη σημασία καταγράφηκαν στη χθεσινή επικαιρότητα.

Η πρώτη από τον Γιάννη Στουρνάρα στο Bloomberg. Ο διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος είπε ότι είναι αρκετά αισιόδοξος σχετικά με την ανάκτηση της επενδυτικής βαθμίδας. Όπως είπε, "η κυβέρνηση αυτή θέλει να κάνει μεταρρυθμίσεις, επομένως είμαι σίγουρος ότι, μετά τις προγραμματικές δηλώσεις, που θα κάνει στο κοινοβούλιο, η επενδυτική βαθμίδα θα είναι θέμα λίγων εβδομάδων, αν όχι ημερών".

Την ίδια ώρα, η επικεφαλής της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, Christine Lagarde, δήλωσε ότι "δεν βλέπουμε αρκετά απτά στοιχεία ότι ο υποκείμενος πληθωρισμός, ιδιαίτερα οι εγχώριες τιμές, σταθεροποιούνται και κινούνται προς τα κάτω".

Μάλιστα, ερωτηθείσα για το ενδεχόμενο παύσης των αυξήσεων επιτοκίων, η κυρία Lagarde απάντησε χαρακτηριστικά ότι "δεν είναι αυτό, που εξετάζουμε αυτή τη στιγμή. Ξέρουμε ότι έχουμε έδαφος να καλύψουμε".

Σε ό,τι αφορά την άλλη πλευρά του Ατλαντικού, ο πρόεδρος της Fed, Jerome Powell, σχολίαζε ότι η νομισματική πολιτική ίσως δεν είναι αρκετά περιοριστική ακόμα, υποδηλώνοντας ενδεχόμενες διαδοχικές αυξήσεις στα αμερικανικά επιτόκια.

"Αν και η πολιτική είναι περιοριστική, μπορεί να μην είναι αρκετά περιοριστική και να μην είναι περιοριστική για αρκετό καιρό", είπε ο κ. Powell. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

• **NAVARINO ICONS**

**ΕΠΕΚΤΕΙΝΟΝΤΑΙ ΣΕ DUTY FREE ΔΙΕΘΝΩΣ  
- ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ AIR CANADA**

Ανοδικά αναμένεται να κλείσει και το 2023 για την Navarino Icons, τη θυγατρική εταιρεία της TEMES που ξεκίνησε το 2011 με σκοπό την προώθηση της γαστρονομίας της Μεσσηνίας στο εξωτερικό.

**ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΟΔΙΚΟ 2023**

Όπως είναι σε θέση να γνωρίζει το Fnb Daily, η Navarino Icons, που το 2022 έκλεισε με πωλήσεις περίπου €1,5 εκατ., αναμένει στην τρέχουσα χρήση ακόμα καλύτερα μεγέθη, συνεχίζοντας την άνοδο των τελευταίων ετών.

**ΝΕΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ  
ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ & DUTY FREE**

Σε αυτό πρόκειται να συμβάλλουν και οι νέες συνεργασίες που αναπτύσσει εντός και εκτός Ελλάδος με delicatessen, εστιατόρια αλλά και αεροπορικές εταιρείες και duty free.

Συγκεκριμένα, τα προϊόντα της Navarino Icons εξάγονται σε πάνω από 20 χώρες σε όλο τον κόσμο και σύμφωνα με πληροφορίες μας, πέραν των Aegean Airlines, Lufthansa και British Airways έχει ξεκινήσει συνεργασία και με την Air Canada.

Παράλληλα έμφαση δίνεται και στα Duty Free αεροδρομίων ανά τον κόσμο. Ενδεικτικά αξίζει να αναφέρουμε τη συνεργασία με το αεροδρόμιο του Κατάρ όπου τα προϊόντα Navarino Icons είναι σε κεντρικό σημείο των Duty Free, ενώ πρόσφατα μπήκε και σε Duty Free του Μοντενέγκρο. Ακόμα, προϊόντα της είναι σε food halls ανά την Αμερική.



Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος, Επικεφαλής, TEMES

**ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

Σε ό,τι αφορά την παρουσία των προϊόντων στην Ελλάδα πληροφορίες μας αναφέρουν ότι η εγχώρια αγορά αναπτύσσεται δυναμικά, με την εταιρεία να έχει δημιουργήσει ένα μεγάλο δίκτυο διανομής και έτσι πλέον τα προϊόντα της είναι σε 80 σημεία retail και 40 εστιατόρια.

**ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ  
ΓΙΑ ΤΗΝ TEMES**

Από την αρχή της επένδυσης στην Μεσσηνία η TEMES έθεσε στο επίκεντρο της φιλοσοφίας της τη γαστρονομία, με το Costa Navarino να τοποθετείται στον παγκόσμιο χάρτη και ως gastronomy experience.

Αξίζει να αναφερθεί ότι το Ίδρυμα "Καπετάν Βασίλη και Κάρμεν Κωνσταντακόπουλου", μεταξύ άλλων, εστιάζει στην ενδυνάμωση και εκπαίδευση, με σεμινάρια αειφόρου ανάπτυξης στο farming, δράσεις γαστρονομίας στο λάδι και στο κρασί, ανάπτυξη και αναβίωση προϊόντων.



**ΑΝΟΙΓΕΙ 1η ΙΟΥΛΙΟΥ Η NAVARINO AGORA**

Σημειώνεται ότι το Σάββατο ανοίγει τις πύλες της η Navarino Agora, ένας διαδραστικός, πολυπολιτισμικός χώρος, ανοικτός σε όλους όσοι ζουν ή επισκέπτονται την Μεσσηνία, βασικός πυλώνας της οποίας αποτελεί η γαστρονομία. Η Navarino Agora, περιλαμβάνει πλήθος χώρων εστίασης που περιλαμβάνουν εστιατόρια με μεσογειακή και fusion κουζίνα, street food με θαλασσινά, γεύσεις από την Ελλάδα και την Μέση Ανατολή, παγωτά και ποικιλία ροφημάτων και κρασιών. Ειδικότερα, θα έχουν παρουσία οι:

- Berytus
- Coffee Island
- Cellier
- Goat It
- Guacana
- Hams & Clams
- Ouzeri By Papaiouannou
- Kostarelos
- Minco Souvlaki Planet
- Santorre
- Spinos Be Fresh

[Δείτε στο σημερινό BnB Daily τα σχέδια της TEMES για το Costa Navarino Residence.](#)

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

• **ΜΥΘΟΣ**

**ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕ ΜΕΕΤ-UPS ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Με αφορμή την καμπάνια "Παντού υπάρχει ένα είμα δίπλα σου!", ο Mythos διοργάνωσε μία σειρά από events, τα "Stand Up By Me" Meet-ups, στον χώρο "Άτρακτος". Το κοινό είχε την ευκαιρία να γνωριστεί με τους πρωταγωνιστές της καμπάνιας και να συμμετέχει σε ενδιαφέρουσες συζητήσεις και δραστηριότητες σχετικά με τη συμπεριληψη.

Για τη δημιουργία της καμπάνιας αλλά και κατά τη διάρκεια της, η ομάδα του Μύθου και το σύνολο των συνεργατών επικοινωνίας, συνεργάστηκαν με τον Σ.Κ.Ε.Π. (Σύνδεσμος Κοινωνικής Ευθύνης για Παιδιά και Νέους), και την Black Light, προκειμένου να ενημερωθούν και να εκπαιδευτούν σχετικά με τον τρόπο επικοινωνίας και τα εργαλεία που θα έπρεπε να αξιοποιηθούν, ώστε να διασφαλιστεί ο συμπεριληπτικός χαρακτήρας της καμπάνιας, σε όλες της τις εκφάνσεις.



• **ΒΕΛΓΙΟ**  
**ΝΕΟ ΡΕΚΟΡ ΓΙΑ ΑΓΟΡΕΣ ΣΕ SUPER MARKET ΕΚΤΟΣ ΣΥΝΟΡΩΝ**

Οι Βέλγοι αγοραστές ξόδεψαν €688 εκατ. για διασυνοριακές αγορές σε super market κατά το α' τρίμηνο του 2023, έναντι €489 εκατ. το α' τρίμηνο του 2022, σημειώνοντας νέο ρεκόρ.

**ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΑ Η ΓΑΛΛΙΑ**

Από το ποσό αυτό, τα €423 εκατ. δαπανήθηκαν μόνο στην Γαλλία, αντιπροσωπεύοντας αύξηση σχεδόν 70% σε ετήσια βάση, σύμφωνα με τα στοιχεία της βελγικής ομοσπονδίας λιανικού εμπορίου Comeos. Στο παρελθόν, η Γαλλία, η Γερμανία και η Ολλανδία ήταν περίπου εξίσου δημοφιλείς μεταξύ των διασυνοριακών αγοραστών, αλλά σήμερα η Γαλλία ξεχωρίζει.

**ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΕΝΑΣ ΣΤΟΥΣ ΤΡΕΙΣ ΨΩΝΙΖΕΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ**

Υπολογίζεται ότι το 37% των Βέλγων κάνει τακτικά τα ψώνια του σε άλλες χώρες, καθώς οι μισοί Βέλγοι ζουν σε απόσταση μικρότερη της μίας ώρας από τα σύνορα. Δύο σημαντικοί παράγοντες συνέβαλαν στην αύξηση των ταξιδιών για ψώνια παντοπωλείου σε γειτονικές χώρες: ο πληθωρισμός και οι τιμές της ενέργειας, καθώς και οι δύο αυξήθηκαν απότομα το τελευταίο έτος.

**ΔΙΠΛΑΣΙΟΣ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ**

Σύμφωνα με την Comeos, ο πληθωρισμός στο Βέλγιο ήταν διπλάσιος από ό,τι στην Γαλλία κατά τους τρεις πρώτους μήνες του 2023, οδηγώντας σε διεύρυνση των διαφορών στις τιμές.



Η αναπροσαρμογή των μισθών στο Βέλγιο αύξησε επίσης το κόστος εργασίας, με τα super market να μην μπορούν να μετακυλήσουν πλήρως τις αυξήσεις των τιμών από τους παραγωγούς τροφίμων. Από τον Ιούλιο, εκατοντάδες τρόφιμα αναμένεται να γίνουν φθηνότερα στην Γαλλία, ως αποτέλεσμα συμφωνιών μεταξύ του Γάλλου υπουργού Οικονομίας και 75 μεγάλων βιομηχανικών παραγωγών τροφίμων.

**ΑΥΞΗΣΗ ΦΠΑ**

Η κίνηση αυτή έρχεται καθώς η βελγική κυβέρνηση ετοιμάζεται να εφαρμόσει αύξηση του ΦΠΑ από 6% σε 9% σε όλα σχεδόν τα τρόφιμα (εκτός από τα λαχανικά), στο πλαίσιο των σχεδίων της για τη φορολογική μεταρρύθμιση. Ως αποτέλεσμα, το 85% των προϊόντων στο μέσο καρότσι αγορών του Βέλγου καταναλωτή αναμένεται να κοστίζουν περισσότερο. Η Comeos ζητά το πάγωμα της φορολογίας για το βελγικό λιανικό εμπόριο, προειδοποιώντας ότι "αν δεν αλλάξει κάτι, αναμένουμε ότι ακόμη περισσότεροι Βέλγοι θα ψωνίσουν στο εξωτερικό τους επόμενους μήνες".



• **HELLO DAY!**  
**ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ VEGAN ΓΙΑ ΤΑ SMOOTHIES**

Η Hello Day! έλαβε το διεθνές σήμα vegan, που επιβεβαιώνει ότι το ποτό δεν έχει και δεν χρησιμοποιεί άμεσα συστατικά ζωικής προέλευσης στην παραγωγή του. Μέσα στο Ιούνιο τα μπουκάλια της εταιρείας θα έχουν το λογότυπο vegan, ώστε οι καταναλωτές να αναγνωρίζουν τα ποτά και να τα ενσωματώνουν στη διατροφή τους χωρίς φόβο. Ακόμη, το Hello Day! Smoothie κυκλοφορεί σε τρεις γεύσεις, ανανάς, passion fruit και μάνγκο.

**ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΖΩΗΣ**

Το brand στοχεύει να υποστηρίξει τους καταναλωτές να αλλάξουν τον τρόπο που τρώνε, ζουν, βλέπουν τον κόσμο και σκέφτονται την οικολογία. Το smoothie αποτελείται μόνο από φυσικά συστατικά χαμηλής επεξεργασίας, μη συμπυκνωμένους πουρέδες και χυμούς και, μια εξαίρεση στην αγορά, κρέμα καρύδας. Χάρη στη μοναδικά παχύρρευστη σύστασή του, μπορεί να συμπληρώσει με επιτυχία την καθημερινή διατροφή ως ένα νόστιμο και χορταστικό σνακ κατά τη διάρκεια της ημέρας.

• **ΕΘ.Ε.Α.Σ.**  
**ΤΟΝ ΙΟΥΛΙΟ ΟΙ ΑΙΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ**

Η Εθνική Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών (ΕΘ.Ε.Α.Σ.) ενημερώνει πως από 1 έως 22 Ιουλίου 2023 ξεκινούν οι αιτήσεις για το σύντομο μεταπτυχιακό πρόγραμμα κατάρτισης "Σύγχρονες Τάσεις στη Διοίκηση των Συνεταιρισμών" από το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (Ε.Α.Π.), που δημιουργήθηκε με πρωτοβουλία της Ομοσπονδίας Συνεταιρισμών Φαρμακοποιών Ελλάδος (Ο.Σ.Φ.Ε.).

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΩΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ**

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε απόφοιτους ΑΕΙ/ΤΕΙ και ειδικότερα σε:

- Στελέχη συνεταιριστικών οργανώσεων
- Αιρετά μέλη της διοίκησης συνεταιριστικών οργανώσεων
- Μέλη συνεταιριστικών οργανώσεων
- Επαγγελματίες που αναζητούν εργασία σε συνεταιριστικές οργανώσεις
- Πολίτες που επιθυμούν να ιδρύσουν συνεταιριστική οργάνωση

Σκοπός του προγράμματος είναι η παροχή εξειδικευμένων γνώσεων και η ανάπτυξη εξειδικευμένων ικανοτήτων και δεξιοτήτων στο πεδίο του συνεργατισμού και της διοίκησης των συνεταιριστικών επιχειρήσεων.



• **DS SMITH**  
**ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ**  
**ΛΟΓΩ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΝΟΝΩΝ PPWR**

Η ΕΕ πρόκειται να συμφωνήσει νέους κανόνες σχετικά με τις συσκευασίες και τα απορρίμματα συσκευασίας, αλλά οι τροποποιήσεις που προτείνονται στην πρόταση της Επιτροπής ελλοχεύουν τον κίνδυνο να πλημμυρίσει η αγορά με εκατομμύρια τόνους νέου πλαστικού και να θέσουν σε κίνδυνο την πρόοδο πολλών ετών σχετικά με τον περιορισμό της χρήσης πλαστικού, υποστηρίζει η DS Smith.

Οι τροπολογίες στην πρόταση της Επιτροπής για τον Κανονισμό Συσκευασιών και Απορριμμάτων Συσκευασίας (PPWR) βρίσκονται σε διαβούλευση από τους ευρωβουλευτές και τα κράτη μέλη, και οι προτεινόμενες αλλαγές περιλαμβάνουν την εισαγωγή υποχρεωτικών στόχων επαναχρησιμοποίησης για όλα τα υλικά.

Σύμφωνα με ανεξάρτητη ανάλυση που επιμελήθηκε η FEFCO, οι υποχρεωτικοί στόχοι επαναχρησιμοποίησης που θα εφαρμοστούν σε όλα τα υλικά, θα αυξήσουν την ποσότητα των πλαστικών συσκευασιών που κυκλοφορούν και θα καθιερώσουν ένα μονοπώλιο στη χρήση πλαστικών σε ορισμένους κλάδους της αγοράς.

**ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ**

Εάν εγκριθούν οι αμφιλεγόμενες τροπολογίες, ο νέος κανονισμός για τα απορρίμματα



συσκευασιών στην ΕΕ θα επιφέρει τις παρακάτω συνέπειες:

- Υπάρχει ο κίνδυνος να προστεθούν δισεκατομμύρια περισσότερα τεμάχια πλαστικού, στο 91% των πλαστικών συσκευασιών που παραμένει μη ανακυκλωμένο
- Θα αντιμετωπιστεί δυσμενώς το πιο ευρέως ανακυκλωμένο υλικό συσκευασίας και θα δημιουργηθούν σοβαρές απειλές για τη λειτουργία του συστήματος ανακύκλωσης με τις καλύτερες επιδόσεις στην ΕΕ
- Θα διακυβευθεί η επιτυχία των πρόσφατων πρωτοβουλιών πολιτικής για τον περιορισμό της χρήσης πλαστικών στην ΕΕ, συμπεριλαμβανομένης της Οδηγίας για τα πλαστικά μίας χρήσης
- Θα αμφισβητηθούν οι στόχοι των συνεχιζόμενων διαπραγματεύσεων για τη διεθνή συνθήκη ορόσημο για τον περιορισμό της ρύπανσης από πλαστικό

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**  
**ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ 4η ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΟΝ ΔΕΙΚΤΗ**  
**ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ CR INDEX**

Για τέταρτη συνεχή χρονιά η Lidl Ελλάς επιβραβεύεται με Silver βραβείο, αλλά και τιμητικό έπαινο για τις δράσεις της για την κοινωνία, σύμφωνα με τα 100 κριτήρια ESG του Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης CR Index.

**ΣΤΙΣ 15 ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Ακόμη, η εταιρία βρέθηκε ανάμεσα στις 15 κορυφαίες επιχειρήσεις που κατέγραψαν εξαιρετικές επιδόσεις βάσει των διεθνών κριτηρίων αξιολογήσεων CR Index.

Η Lidl Ελλάς, με την επιχειρηματική της στάση δηλώνει την ευθύνη της απέναντι στον άνθρωπο, την κοινωνία και το περιβάλλον, υιοθετώντας αυστηρά κριτήρια για κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Η διαδικασία αξιολόγησης CR Index διενεργήθη-



κε και φέτος για 15η συνεχόμενη χρονιά στην Ελλάδα, από το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης (Corporate Responsibility Institute), σπινρίζοντας και επιβραβεύοντας την Εταιρική Υπευθυνότητα και Βιώσιμη Ανάπτυξη που εντάσσεται στην επιχειρηματική στρατηγική.



• **SAINSBURY'S**  
**ΕΠΕΝΔΥΣΗ £15**  
**ΕΚΑΤ. ΣΕ ΜΕΙΩΣΕΙΣ**  
**ΤΙΜΩΝ**

Το βρετανικό super market Sainsbury's γνωστοποίησε ότι προχωρά σε επένδυση £15 εκατ. (£17,5 εκατ.) με στόχο τη μείωση των τιμών στα βασικά είδη, ώστε να παραμείνει ανταγωνιστικό και να διατηρήσει τους πελάτες του.

**ΜΕΙΩΣΗ ΤΙΜΗΣ**

Η Sainsbury's μείωσε την τιμή σε είδη όπως κοτόπουλο, ζυμαρικά, ρύζι, μέλι και μαρμελάδα, ακολουθώντας τις κινήσεις που πραγματοποίησαν πρόσφατα τα Morrisons, Asda και Marks & Spencer. Η Morrisons δήλωσε ότι θα μειώσει τις τιμές 47 προϊόντων, μια ακόμα ένδειξη ότι η έκρηξη του πληθωρισμού μπορεί να τεθεί σε μείωση. Από την πλευρά της η Asda πάγωσε τις τιμές σε περισσότερα από 500 προϊόντα μέχρι το τέλος Αυγούστου, ενώ ο πολυτελής παντοπώλης Waitrose μείωσε τις τιμές σε περισσότερα από 200 προϊόντα. Κατά τα άλλα, οι βρετανικές λιανικές πωλήσεις αυξήθηκαν απροσδόκητα τον Μάιο.



• **PERNOD RICARD HELLAS**  
**ΣΤΗΝ ZENITH**  
**Ο ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ**  
**MEDIA**

Η Zenith αναλαμβάνει από 1/7/2023 ως media agency της Pernod Ricard Hellas, τη διαχείριση του media planning & buying, μετά από διαδικασία spec που πραγματοποιήθηκε. Η Abintus Consulting υποστήριξε την Pernod Ricard Hellas στη διαδικασία αξιολόγησης του νέου συνεργάτη, η οποία ξεκίνησε τον Νοέμβριο του 2022.

• TGI FRIDAY'S

## ΠΛΑΝΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟ, ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΡΟΔΟ - ΣΧΕΔΙΑ ΚΑΙ ΓΙΑ Ν.Α. ΕΥΡΩΠΗ

Τα σχέδιά του για την ανάπτυξη των TGI Friday's στην Ελλάδα αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της Ν.Α. Ευρώπης αποκάλυψε στο Fnb Daily, ο master franchisee για το δίκτυο της αμερικανικής αλυσίδας στη χώρα μας, Παναγιώτης Ξενόπουλος.

Σύμφωνα με τον κ. Ξενόπουλο, το επόμενο μεγάλο στοίχημα για την αλυσίδα είναι να ανοίξει κατάστημα στο Ελληνικό, κάτι που φαίνεται πολύ πιθανό να γίνει πραγματικότητα.

### ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

Αναφορικά με άλλα σημεία, εξετάζεται η επέκταση σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, όπως για παράδειγμα είναι η Κρήτη και η Ρόδος, είτε με τοπικούς franchisees, είτε με joint venture.

Σε ερώτηση για το αν στο πλάνο επέκτασης βρίσκονται και κάποια αεροδρόμια, σημειώσε ότι είναι πολύ υψηλά τα λειτουργικά κόστη, οπότε δεν βρίσκεται στην πρώτη γραμμή ενδιαφέροντος του.

### ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ TGI

Παράλληλα, βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις για το άνοιγμα καταστημάτων σε δύο χώρες της Ν.Α. Ευρώπης, καθώς η "μαμά" εταιρεία θεωρεί το "ελληνικό franchise του TGI" ως ένα από τα καλύτερα, αν όχι το καλύτερο σε

σχέση με όλες τις άλλες αγορές όπου έχει μπει το αμερικανικό brand. Θυμίζουμε ότι την εταιρεία στην Ελλάδα τρέχει από τη θέση του CEO, ο Νίκος Νέγκας.

### PAX BURGERS & ANCHO

Ο κ. Ξενόπουλος τρέχει και άλλα δύο projects στη χώρα μας. Το πρώτο αφορά στα Pax burgers - τα οποία έχουν τρία καταστήματα: ένα στην Αιόλου και δύο στη Θεσσαλονίκη - και το δεύτερο, το μεξικάνικο Ancho, το οποίο λειτουργεί τέσσερα καταστήματα, σε Κηφισιά, Χαλάνδρι και Γλυφάδα, ενώ άνοιξε και σημείο πώλησης στο Ελ. Βενιζέλος.

### Η ΔΙΑΔΡΟΜΗ

Αξίζει να αναφέρουμε ότι ο Παναγιώτης Ξενόπουλος, ο οποίος ζει μόνιμα στις ΗΠΑ από το 1962 - με μια σύντομη διακοπή την περίοδο 1972-1975 όπου είχε επιστρέψει στην Ελλάδα για επαγγελματικούς λόγους - έχει καταφέρει να στήσει αρκετές πετυχημένες αλυσίδες φαγητού όπως:

- Cafe Europa
- Pax Wholesome Foods
- Roast Kitchen

Συνολικά έχει ανοίξει περισσότερα από 80 καταστήματα, με την τελευταία του δραστηριότητα στις ΗΠΑ να αφορά στην επέκταση της αλυσίδας Carnegie Diner & Cafe, μαζί



αριστερά, Στάθης Αντωνακόπουλος - δεξιά, Παναγιώτης Ξενόπουλος, partners στο Carnegie Diner & Cafe

με τον επικεφαλής του σχήματος, Στάθη Αντωνακόπουλο.

### "ΤΟ ΜΙΚΡΟΒΙΟ"

"Από μικρός μου μπήκε το μικρόβιο του επιχειρείν στην εστίαση και ακόμα δεν μπορώ να σκεφτώ μια μέρα μου που δεν θα περάσω από κάποιο εστιατόριο", μας είπε ο κ. Ξενόπουλος, ο οποίος πάντως συμβούλεψε αυτούς που θέλουν να επιχειρήσουν στις ΗΠΑ, να ασχοληθούν με άλλους πιο επικερδείς τομείς, όπως είναι π.χ. το real estate, καθώς "η εστίαση είναι ένας πολύ δύσκολος κλάδος, στον οποίο πρέπει να αφιερώνεις πολλές ώρες δουλειάς με μεγάλο άγχος 7 ημέρες την εβδομάδα, χωρίς οι ανταμοιβές να είναι ανάλογες σε σχέση με άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες".

Μάκης Απόστολου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

• ΕΛΒΙΔΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

## ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 15% ΤΟ 2023 ΚΑΙ ΤΖΙΡΟ €35 ΕΚΑΤ.

Με διψήφια άνοδο αναμένεται να κλείσει η τρέχουσα χρήση για την ΕΛΒΙΔΑ Τρόφιμα, γνωστή υπό το brand Ελληνικός Γύρος, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο επικεφαλής της, Στέλιος Σκαρίμπας, ο οποίος πρόσφατα ανέλαβε και την προεδρία του ΣΕΒΕΚ.

### ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ

Παρά την κάμψη που παρατηρείται στην αγορά το τελευταίο διάστημα και τη "δυσκολία στις τιμές", ο κ. Σκαρίμπας εμφανίζεται αισιόδοξος για την πορεία της χρονιάς από εδώ και πέρα, καθώς ο τουρισμός αναμένεται να συμβάλει στην περαιτέρω ενίσχυση των πωλήσεων στο HoReCa.

### ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Συγκεκριμένα, εξήγησε ότι με τις μέχρι τώρα εκτιμήσεις και, δεδομένου ότι στο πεντάμη-

νο ο τζίρος είναι αισθητά ανεβασμένος συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του 2022, η χρήση του 2023 θα κλείσει με πωλήσεις κοντά στα €35 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 15%. Στην άνοδο αυτή αναμένεται να συμβάλει και ο εμπλουτισμός του portfolio με νέα προϊόντα, τα οποία θα ανακοινώσει η εταιρεία μέσα στο έτος.

Ακόμα η γεωγραφική επέκταση των δραστηριοτήτων της στην εγχώρια αγορά αλλά και στην Ευρώπη και η αύξηση των πωλήσεων της, σε συνδυασμό με την παραγωγή των βελτιωμένων ποιοτικά νέων προϊόντων, τα οποία προέκυψαν με την ολοκλήρωση των νέων επενδυτικών προγραμμάτων, είναι παράγοντες που θα οδηγήσουν στην αύξηση του τζίρου για την τρέχουσα χρήση.

### ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ

Ερωτηθείς για ανατιμήσεις, ο κ. Σκαρίμπας



Στέλιος Σκαρίμπας, Επικεφαλής, Elvida Foods

υπογράμμισε ότι από την Άνοιξη της προηγούμενης χρονιάς η εταιρεία προχώρησε σε διαδοχικές ανατιμήσεις στα προϊόντα της και μέχρι στιγμής δεν έχει αυξήσει περαιτέρω τις τιμές.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)



• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**  
**ΣΤΗΝ VALUECOM Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Η ΑΒ Βασιλόπουλος, επέλεξε την Valuecom για την παροχή υπηρεσιών Εταιρικής Επικοινωνίας, Public Affairs, Διαχείρισης Κρίσεων, Προγράμματος Media Relations και διαχείρισης Γραφείου Τύπου.

Σύμφωνα με την Ελένη Προβίδη, VP Legal & Public Affairs "…πιστεύουμε ότι η συνεργασία με την Valuecom θα ενισχύσει την ΑΒ Βασιλόπουλος. Θα μας βοηθήσει να αποτυπώσουμε ακόμη καλύτερα τις αξίες, θέσεις και δράσεις του οργανισμού μας για θέματα που αφορούν τον καταναλωτή, τον κλάδο και την κοινωνία ευρύτερα".

Από την πλευρά του ο CEO της Valuecom, Αλέξανδρος Μάνος, τόνισε: "Είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι και περήφανοι για την επιλογή της ΑΒ Βασιλόπουλος που αποτελεί



μία από τις ηγέτιδες εταιρίες της ελληνικής αγοράς. Πρόκειται για μια μεγάλη αλλά ευχάριστη πρόκληση για την οποία νοιώθουμε πανέτοιμοι".

• **NICO LAZARIDI**  
**ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟ CAVALIERI OPEN**

Το πρώτο οινικό τουρνουά τένις Cavalieri Open διοργανώνει το Tennis Bowl με τη στήριξη της εταιρείας Nico Lazaridi. Το τουρνουά θα λάβει χώρα στις εγκαταστάσεις του Ace Tennis Club στην Παλλήνη, μεταξύ 14 Ιουνίου – 5 Ιουλίου.

**ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΚΡΑΣΙΟΥ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ**

Το όνομα είναι εμπνευσμένο από τους οίνους Cavalieri, τα τρία κρασιά της Nico Lazaridi και αποτελεί ουσιαστικά το πρώτο "οινικό τουρνουά" τένις που γίνεται στην Ελλάδα. Η πρωτότυπη αυτή αθλητική διοργάνωση συνδυάζει τον κόσμο του αθλητισμού με αυτό



του κρασιού καθώς παράλληλα με τους αγώνες διεξάγονται και εκδηλώσεις που έχουν σχέση με το κρασί.

• **FRIESLANDCAMPINA & MONDELEZ INTERNATIONAL**  
**ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ GHG ΤΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

Η FrieslandCampina και η Mondelez International έχουν συνάψει τετραετή συμφωνία με στόχο τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου (GHG) του γάλακτος που προμηθεύουν οι γαλακτοπαραγωγοί μέλη της FrieslandCampina.

Η συμφωνία στοχεύει να επιτύχει μείωση κατά περίπου 14% σε αυτές τις εκπομπές έως το 2025, σε σύγκριση με τα επίπεδα που καταγράφηκαν το 2019. Η συνεργασία θα συμβάλει στη μείωση των εκπομπών άνθρακα στην αλυσίδα εφοδιασμού γαλακτοκομικών



προϊόντων. Το γάλα χρησιμοποιείται για την παραγωγή προϊόντων σοκολάτας και μπισκότων Mondelez στην Ευρώπη.

POWERED BY **FN|USA.**

• **GENERAL MILLS**  
**ΠΤΩΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΤΟ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΤΡΙΜΗΝΟ**

Αρνητικά ολοκληρώθηκε το τελευταίο τρίμηνο για την General Mills, η οποία ανακοίνωσε πτώση κερδών. Οι προβλέψεις της εταιρείας για το σύνολο της χρήσης δεν κατάφεραν να επιβεβαιώσουν τις εκτιμήσεις των αναλυτών, οδηγώντας σε μεγάλες απώλειες τη μετοχή της στις προσυνηδριακές συναλλαγές.

**ΑΝΟΔΟΣ 3% ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ**

Σύμφωνα με την ανακοίνωση του κολοσσού τροφίμων, τα κέρδη για το τρίμηνο μέχρι τις 28 Μαΐου διαμορφώθηκαν σε \$614,9 εκατ. ή \$1,03 ανά μετοχή, από \$822,8 εκατ., ή \$1,35 ανά μετοχή, έναν χρόνο νωρίτερα. Τα προσαρμοσμένα κέρδη διαμορφώθηκαν σε \$1,12 ξεπερνώντας τις εκτιμήσεις των αναλυτών για \$1,07, σε δημοσκόπηση της FactSet. Οι πωλήσεις σημείωσαν άνοδο 3% στα \$5,030 δισ., από \$ 4,891 δισ. έναν χρόνο νωρίτερα, χάνοντας ωστόσο τις εκτιμήσεις των αναλυτών για \$5,177 δισ.

Τέλος, η General Mills γνωστοποίησε ότι περιμένει τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή να αυξηθούν το έτος χρήσης του 2024 κατά 4% - 6%, έναντι της εκτίμησης των αναλυτών για αύξηση 5,9%, στα \$4,49 ανά μετοχή.



• **STARBUCKS**  
**ΝΕΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ**  
**ΜΕΤΑ ΤΙΣ ΕΠΙΚΡΙΣΕΙΣ**

Νέες σαφέστερες κεντρικές κατευθυντήριες γραμμές για διακοσμήσεις εντός των καταστημάτων πρόκειται να εκδώσει η Starbucks. Σύμφωνα με ανοιχτή επιστολή που υπέγραψε η Σάρα Τρίλιγκ, πρόεδρος της Starbucks στις ΗΠΑ, η εταιρεία θα συνεχίσει να παρέχει την απαραίτητη ευελιξία, ώστε τα καταστήματα να αντικατοπτρίζουν τις κοινότητες που εξυπηρετούν.



**ΕΠΙΚΡΙΣΕΙΣ ΜΕ ΑΦΟΡΜΗ ΤΟ PRIDE**

Νωρίτερα αυτό τον μήνα, το σωματείο εργαζομένων Starbucks Workers United ισχυρίστηκε ότι η Starbucks έχει περιορίσει τις διακοσμήσεις που γιορτάζουν το Μήνα Υπερηφάνειας σε τοποθεσίες σε πολλές πολιτείες στις ΗΠΑ. Η Starbucks, με τη σειρά της, διέψευσε σθεναρά αυτόν τον ισχυρισμό.

"Θέλω να επαναλάβω ότι δεν έχει υπάρξει καμία αλλαγή σε καμία από τις πολιτικές μας όσον αφορά το περιβάλλον των καταστημάτων μας χωρίς αποκλεισμούς, την εταιρική μας κουλτούρα και τα οφέλη που προσφέρουμε στους συνεργάτες μας", έγραψε η Τρίλιγκ. Τόνισε, δε, ότι από το 2013, η Starbucks προσφέρει υγιονομική κάλυψη για χειρουργικές επεμβάσεις που επιβεβαιώνουν το φύλο.

**ΑΠΕΡΓΙΑΚΕΣ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ**

Οι εντάσεις σχετικά με την πολιτική των Pride διακοσμήσεων της Starbucks κλιμακώθηκαν την Παρασκευή, όταν τα μέλη του συνδικάτου ξεκίνησαν μια πολυήμερη "απεργία αθέμιτης εργασιακής πρακτικής ενάντια στη μεταχείριση των εργαζομένων LGBTQIA+ της Starbucks", καθώς και στην "εκστρατεία κατάργησης του συνδικάτου", σύμφωνα με το ίδιο το συνδικάτο. Οι διοργανωτές ζητούν, μεταξύ άλλων, πιο σταθερά ωράρια και ουδέτερες τουαλέτες ως προς το φύλο. Από τη Δευτέρα, πάνω από 60 σημεία της Starbucks σε 17 πολιτείες απεργούσαν, σύμφωνα με το συνδικάτο. Μέχρι το τέλος της εβδομάδας αναμένει ότι πάνω από 150 καταστήματα θα έχουν προχωρήσει σε απεργία.

**ΚΛΙΜΑ ΕΝΤΑΣΗΣ**

Η Starbucks έχει καταθέσει καταγγελίες στο Εθνικό Συμβούλιο Εργασιακών Σχέσεων σχετικά με τους ισχυρισμούς που έχει διατυπώσει το συνδικάτο. Ανάμεσα σε άλλα η εταιρεία ανέφερε ότι "το συνδικάτο και οι εκπρόσωποί του έχουν εμπλακεί σε μια εκστρατεία συκοφάντησης που περιλαμβάνει σκόπιμες ψευδείς δηλώσεις προς τους συνεργάτες της Starbucks".

**ΤΙ ΑΠΑΝΤΑ ΤΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ**

Το Starbucks Workers United ανέφερε ότι οι πρόσφατες κατηγορίες δεν ήταν "τίποτα περισσότερο από ένα κόλπο δημοσίων σχέσεων που αποσκοπεί να αποσπάσει την προσοχή από τις ίδιες τις ενέργειες της Starbucks", προσθέτοντας: "Ενώ επιτίθεται στο συνδικάτο που εκπροσωπεί τους δικούς της εργαζόμενους, η Starbucks έχει τώρα αλλάξει τις πολιτικές της ως απάντηση στις ενέργειες των εργαζομένων". Το συνδικάτο δήλωσε ότι είναι πεπεισμένο ότι οι κατηγορίες θα απορριφθούν. Επιπλέον, δήλωσε ότι "ενώ χαιρόμαστε που η Starbucks επανεξετάζει επιτέλους τη θέση της σχετικά με τις διακοσμήσεις υπερηφάνειας, συνεχίζει να αγνοεί ότι είναι νομικά υποχρεωμένη να διαπραγματεύεται με τους συνδικαλιστές εργαζόμενους", προσθέτοντας: "Αν η Starbucks θέλει πραγματικά να είναι σύμμαχος της LGBTQIA+ κοινότητας, θα ακούσει πραγματικά τους queer εργαζόμενους της, ερχόμενη στο τραπέζι των διαπραγματεύσεων για να διαπραγματευτεί με καλή πίστη".



• **ΙΣΠΑΝΙΑ**  
**ΑΝΟΙΞΑΝ 780 ΝΕΑ**  
**ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ**  
**ΛΙΑΝΙΚΗΣ**  
**ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΟ 2023**

Κατακόρυφη άνοδο παρουσιάζει ο κλάδος λιανικής πώλησης τροφίμων στην Ισπανία, με 780 καταστήματα να ανοίγουν τις πόρτες τους μέσα στο 2023, σύμφωνα με την έκθεση της ASEDAS.

Σύμφωνα με την έκθεση, η οποία εκπονήθηκε από τη Retail Data, άνοιξαν περίπου 251 νέα καταστήματα την περίοδο Ιανουαρίου έως Μαΐου 2023.

**ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΙΚΤΥΟΥ**

Σχεδόν 7.000 καταστήματα άνοιξαν ή ανακαινίστηκαν κατά την περίοδο 2020 έως 2022, ή το 27,7% του δικτύου, ποσοστό που αυξάνεται στο 45%. εάν η περίοδος επεκταθεί στα τελευταία πέντε χρόνια. Μόνο πέρσι άνοιξαν ή ανακαινίστηκαν 2.293 καταστήματα, ενώ για τους πρώτους πέντε μήνες του 2023 ο αριθμός των ανακαινισμένων ανήλθε σε 840.

Από τους 342 εγγεγραμμένους λιανοπωλητές τροφίμων που λειτουργούν αυτήν τη στιγμή, 229 λειτουργούν σε δίκτυο 10 ή λιγότερων καταστημάτων, κυρίως σε τοπικό ή επαρχιακό επίπεδο, ενώ άλλα 57 διαθέτουν από 11 έως 50 καταστήματα.

Στα τέλη του 2022, περίπου το 27,3% των ενεργών καταστημάτων βρίσκονταν σε δήμους με λιγότερους από 10.000 κατοίκους.

**FNB** SERVED  
**DAILY.**



Μεταδίδει  
ο Μάκης  
Αποστόλου



**@2023 Summer  
Fancy Food  
Show**



**F&B**

Τί βλέπουν τα funds  
πριν αποφασίσουν  
να χρηματοδοτήσουν  
μία εταιρεία

**ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ**

Η ακτινογραφία των  
ελληνικών εξαγωγών  
- Στην 3η θέση οι ΗΠΑ

**NEW PRODUCTS**

13+1 νέα προϊόντα  
που είδαμε στην  
έκθεση - Έμφαση σε  
γεύση και καινοτομία



POWERED BY:

**ΤΣΕΚ**

Υπηρεσίες για επιχειρήσεις  
με την υπογραφή της ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ

Επιλέξτε με ασφάλεια τους συνεργάτες  
σας και στο εξωτερικό

## NEW PRODUCTS

# 13+1 νέα προϊόντα που είδαμε στην έκθεση - Έμφαση σε γεύση και καινοτομία

**Σ**το πλαίσιο του Summer Fancy Food Show 2023 εντοπίσαμε αρκετά νέα προϊόντα και καινοτομίες, μεταξύ των οποίων και τα παρακάτω:

- Fine Italian Food Mantova - Poke Spray Oils: Διατίθεται σε πέντε γεύσεις. Λάδι αβοκάντο, Λάδι αβοκάντο με λάιμ & ροζ πιπέρι, λάδι αβοκάντο με Υζυ, φρυγανισμένο σπασμέλαιο και σάλτσα σόγιας.



- Pasta Noodles Co. - Rapid Cook Meals: Συσκευασμένα σε μικρά φορητά δοχεία, αυτά τα ζυμαρικά γρήγορου μαγειρέματος χρησιμοποιούν τεχνολογία ατμού για να μαγειρευτούν χωρίς μαγειρικά σκεύη. Έτοιμο σε λιγότερο από 3 λεπτά προσθέτοντας ζεστό νερό. Διατίθενται σε Classic Marinara, Spicy Marinara και Mac & Cheese.



- Antarctic Foods - Antarctic Krill Meat. Πρόκειται για θαλασσινό, σε μεγάλο βαθμό άγνωστο στις ΗΠΑ, το οποίο είναι υψηλότερο σε πρωτεΐνη από άλλα ψάρια, κρέας, πουλερικά και είναι μια καθαρή πηγή ωμέγα 3 και 6.



- Cornhusker Kitchen - Gourmet Duck Fat Spray: Διαθέσιμο σε 7 ουγγιές. Έχει πλούσια γεύση.



- Heray Spice: Ένα brand που δημιουργήθηκε για να γιορτάσει την πολιτιστι-

κή κληρονομιά του Αφγανού ιδρυτή της. Η Heray δίνει προτεραιότητα στις μεθόδους υπεύθυνης προμήθειας και βιώσιμης γεωργίας και συνεργάζεται στενά με ντόπιους αγρότες.



- Chips Mamame Whole Foods - Tempeh chips: Φτιαγμένα με παραδοσιακό ινδονησιακό tempeh, αντί για σόγια, το Mamame χρησιμοποιεί non-GMO μαυρομάτικα φασόλια στο tempeh του, τα οποία στη συνέχεια κόβονται σε λεπτές φέτες και μαγειρεύονται σε λάδι καρύδας.



- Foodberry. Η πλατφόρμα τεχνολογίας τροφίμων μετατρέπει τα φρέσκα τρόφιμα σε snacks ευκολίας. Η ιδιόκτητη τεχνολογία του Foodberry αναπαράγει την ικανότητα της φύσης να τυλίγει και να προστατεύει φρέσκα τρόφιμα με υψηλή περιεκτικότητα σε υγρασία (όπως γιαούρτι, βούτυρο ξηρών καρπών ή χούμους) με φυτικές επικαλύψεις από ίνες φρούτων και λαχανικών.



- Altro Food: Plant-based burgers σταθερού ραφιού, λουκάνικα, κρέας taco, κεφτεδάκια, που εισάγονται από την Ιταλία. Συσκευασμένα ως μείγματα σε σκόνη σταθερά στο ράφι, τα μείγματα χωρίς γλουτένη και σόγια έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη και φυτικές ίνες. Οι χρήστες προσθέτουν νερό και λάδι και τα μαγειρεύουν.



- Fauxmosa - alcohol-free mimosa; Ένα μείγμα από chardonnay, sauvignon blanc και σταφύλια grenache, χυμό φρούτων, βοτανικές γεύσεις, μπλόξυδο.



- Just the fun part - Evergreen Chocolate & Zucchini Mini Waffles: Παγωμένες βάφλες παρόμοιες σε γεύση με το κέικ κολοκυθίου σοκολάτας, αλλά φτιαγμένες με αληθινά λαχανικά και 6 γραμμάρια πρωτεΐνης.



- Sayso: Σακουλάκια τσαγιού για κοκτέιλ.



- Michele's Granola Butter: Αυτή η εταιρεία που ανήκει σε γυναίκες δημιούργησε έναν νέο τρόπο για να απολαμβάνετε τη granola - ως επάλειψη. Το αυθεντικό βούτυρο βρώμης και ξηρών καρπών και το βούτυρο βρώμης και πεκάν σφενδάμου παρασκευ-

άζονται με ανάμεικτη φρυγανισμένη βρώμη, καρύδα, ξηρούς καρπούς και μια νότα από καθαρό σφένδαμο.



- Pinsa Love: Παγωμένη πίτσα ρωμαϊκού τύπου, συμπεριλαμβανομένης της νέας φυτικής βάσης Rustica Pinsa. Η παραγωγή γίνεται στην Washington.



- Maine Grains - Organic Oat Milk Bar: Βιολογική μπάρα που χρησιμοποιεί τοπική βρώμη του Maine και γάλα βρώμης για μια vegan μπάρα σοκολάτας "γάλακτος" που κέρδισε δύο βραβεία sofi 2023.



**LOUMIDIS FOODS**

## Έμφαση στο Premium Greek F&B - "Έχει αναβαθμιστεί η ελληνική εστίαση στις ΗΠΑ"

**Π**ιστεύω πολύ στο ελληνικό brand. Κάνουμε προσπάθειες, έχει μεγάλο έδαφος να καλύψουμε για να φτιάξουμε μια εθνική ταυτότητα". Αυτό υπογράμμισε μεταξύ άλλων μιλώντας στο F&B Daily, ο επικεφαλής της Loumidis Foods, Ιάσων Λουμίδης.

### Η ΚΙΝΗΣΗ ΤΗΣ ΦΑΓΕ

Τόνισε χαρακτηριστικά ως best practice την απόφαση που πήρε η ΦΑΓΕ να φτιάξει εργοστάσιο στις ΗΠΑ, η οποία σε συνδυασμό με τις κινήσεις της Chobani, οδήγησε σε τεράστια ανάπτυξη την κατηγορία του greek style yogurt.

Παραδέχτηκε ότι για πολλά χρόνια δεν υπήρχε μια καλή εικόνα για τα ελληνικά προϊόντα, αφού, όπως τόνισε, "οι εταιρείες ενδιαφέρονταν μόνο για τα κέρδη. Όμως, τα τελευταία χρόνια έχει αναβαθμιστεί η ελληνική εστίαση στις ΗΠΑ, βελτιώθηκαν κατά πολύ τα υλικά που χρησιμοποιούν. Παράλληλα, περισσότερα ελληνικά προϊόντα μπήκαν στα ράφια των αμερικανικών super markets".

### ΤΑ...ΑΠΟΝΕΡΑ ΤΟΥ COVID

Σχετικά με την εστίαση, ο κ. Λουμίδης ανέφερε ότι η πανδημία του Covid, τα προβλή-



Ιάσων Λουμίδης, επικεφαλής, Loumidis Foods

ματα που δημιουργήθηκαν στην εφοδιαστική αλυσίδα, η αύξηση στα κόστη και οι μεγάλες ανατιμήσεις στα προϊόντα, οδήγησαν πολλές επιχειρήσεις του foodservice στο κλείσιμο. Πρόσθεσε, δε, ότι ο κλάδος έχει επανέλθει στο 80% των επιπέδων που βρισκόταν πριν την πανδημία.

### PORTFOLIO

Αναφορικά με την Loumidis Foods, ο κ. Λουμίδης σημείωσε ότι δίνει έμφαση στο Premium Greek food & beverage.

Στο portfolio της εταιρείας, το οποίο αποτελείται περίπου από 500 κωδικούς, θα βρούμε brands όπως:

- Παπαδοπούλου
- Όλυμπος
- Paliria
- Agrino
- Λουξ
- Ioniki
- Ροδούλα
- Ελληνικά Εκλεκτά Έλαια

Παράλληλα για το foodservice, η Loumidis Foods έχει κάποια φαγητά με το δικό της brand, μια παράδοση ετών.



### ΖΗΤΗΣΗ

Πρόσθεσε ότι υπάρχει μεγάλη ζήτηση στην αμερικανική αγορά για: ελληνικές πίτες snacks έτοιμα γεύματα

### ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Έδωσε, τέλος, ιδιαίτερη έμφαση στο κανάλι που έχει ανοίξει η εταιρεία και αφορά την εκπαίδευση φοιτητών στα πανεπιστήμια για τα οφέλη της μεσογειακής διατροφής.

**SMEs**  
D A I L Y

Το νέο καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

**ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**

ΣΤΙΣ **09:15**

Με την αξιοπιστία της

**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

F&B

# Τί βλέπουν τα funds πριν αποφασίσουν να χρηματοδοτήσουν μία εταιρεία

**T**ο...καυτό θέμα της χρηματοδότησης των επενδύσεων σε υφιστάμενες ή νέες μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο του F&B, συζητήθηκε σε ένα πολύ ενδιαφέρον πάνελ που είχε ως θέμα "financing the future".

Η Lauren Abda, ιδρύτρια & CEO του Branch Venture Group (Branchfood), ανέφερε ότι η εταιρεία χρηματοδοτεί αναπτυσσόμενες μικρομεσαίες επιχειρήσεις που αφορούν μεταξύ άλλων επενδύσεις σε παραγωγή, σε καινοτομία, καθώς και σε food & agricultural technology. Πέραν της χρηματοδότησης προσφέρουν και υπηρεσίες συμβουλών και καθοδήγησης.

## ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Μερικές από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις είναι πρωτίστως ο υψηλός ανταγωνισμός σε κάθε κατηγορία με συνεχή λανσαρίσματα καινοτόμων προϊόντων. Ακόμη αναζητούν την κατάλληλη στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσουν για να χτίσουν το loyalty και το awareness του brand. Σε επίπεδο παραγωγής, κρίσιμους παράγοντες αποτελούν να είναι βιώσιμη η διαδικασία και να επαρκούν οι πρώτες ύλες για να υποστηρίξουν τους όγκους που θέλουν να πουλήσουν οι εταιρείες.

## ΤΙ ΒΛΕΠΟΥΝ ΤΑ FUNDS

Αυτό, όμως, που κοιτάζουν περισσότερο οι επενδυτές προκειμένου να χρηματοδοτήσουν μια εταιρεία - είτε με δάνειο, είτε με αγορά μετοχών - είναι:

- πώς τρέχει την εταιρεία το management και ποια είναι τα σχέδιά του
- τι τζίρο και τι ανάπτυξη παρουσιάζει
- ποιες είναι οι δυνατότητες περαιτέρω διανομής των προϊόντων σε άλλες γεωγραφικές περιοχές

## ΚΑΝΑΛΙΑ

Επίσης, η κα Abda υπογράμμισε ότι "κοιτάζουμε και την παρουσία της εταιρείας σε διάφορα κανάλια, π.χ. foodservice, retail, D2C, καθώς αν βασίζεσαι σε ένα κανάλι και δεν πάει καλά αυτό θα αποτύχεις".



## "ΑΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΑ ΘΕΜΕΛΙΩΔΗ"

Η Hallie Bonnar, Co-Founder & Partner της New Fare Partners υπογράμμισε ότι "υπάρχουν κάποια θεμελιώδη που δεν διαπραγματεύομαστε ότι πρέπει να χαρακτηρίζουν την εταιρεία που ζητάει τη χρηματοδοτική μας στήριξη".

### Προϊόν που ταιριάζει στην αγορά

- ΑΟV
- Ταχύτητα
- Πώληση μέσω της τιμολόγησης
- Ποσοστό επαναλαμβανόμενων αγορών
- Πωλήσεις στην κατηγορία

### Λειτουργική αποδοτικότητα

- Μεικτό περιθώριο
- Οικονομικά με βάση τους όγκους
- Οργανωτική ομάδα

### Ελκυστική ανάπτυξη & κεφαλαιακή αποδοτικότητα

- LT/CAC ratio
- ROAS ανά πληρωμένο κανάλι
- Retail marketing playbook/ πόροι
- Ταχύτητα ανάπτυξης που να ταιριάζει με την κεφαλαιακή βάση

### Ικανότητα πειθαρχίας στην εκτέλεση

- Burn rate
- Ιστορικά θεμελιώδη
- Ομαδικό πνεύμα
- Σχέσεις με τους retailers
- Στρατηγική ανά κανάλι
- Αποθέματα και ταμειακές ροές

## EATING HABITS & ESG

"Ειδικότερα σε ό,τι αφορά τον κλάδο του τροφίμου, χρηματοδοτούμε εταιρείες που ανταποκρίνονται στα Eating habits", τόνισε η κα Bonnar, κάνοντας μεταξύ άλλων

αναφορά για παράδειγμα σε:

- αυθεντικές ξένες κουζίνες που αρέσουν στους Αμερικανούς π.χ. μεξικάνικη
- έτοιμα γεύματα on the go

Παράλληλα, τους ενδιαφέρουν εταιρείες οι οποίες παράγουν προϊόντα που κάνουν όσο το δυνατόν λιγότερη ζημιά στον πλανήτη και γενικότερα υπεύθυνες εταιρείες για την κοινωνία, το περιβάλλον, τους ανθρώπους (ESG).

## PL, ΓΕΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια και εταιρείες που παράγουν και PL προϊόντα, καθώς το πληθωριστικό περιβάλλον που χαρακτηρίζει όλες σχεδόν τις χώρες, έχει στρέψει πολλούς περισσότερους καταναλωτές προς φθηνότερες προϊοντικές λύσεις.

Πάνω από όλα βέβαια, όπως υπογράμμισε η κα Bonnar, είναι η γεύση των προϊόντων, αυτή που ξεχωρίζει την κάθε εταιρεία έναντι του ανταγωνισμού. "Παράλληλα, όμως, δίνουμε έμφαση και στη συσκευασία, στο να είναι ευέλικτη η εταιρεία στην εφοδιαστική αλυσίδα και στο να μπορεί η διοικητική ομάδα να τρέχει σωστά την παραγωγική διαδικασία".

## Ο ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ-ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Για τον παράγοντα-κερδοφορία, τόνισε με έμφαση ότι "για μια νέα εταιρεία, η κερδοφορία μπορεί να μην έρθει στα πρώτα χρόνια δραστηριοποίησης της στην αγορά. Το θέμα είναι να μη σταματάς να αναπτύσσεσαι - να έχεις ισχυρή κεφαλαιακή βάση και να την ενισχύεις όταν έχεις ανάγκη να χρηματοδοτήσεις την ανάπτυξη", κατέληξε η της New Fare Partners.

## Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ PRIVATE EQUITY

Από την πλευρά του ο Nick McCay, Co-Founder & Managing Director της Whipstitch Capital, επισήμανε ότι για ένα private equity υπάρχει πρόβλημα να χρηματοδοτήσει μια εταιρεία που κάνει σημαντικό τζίρο, π.χ. \$100 εκατ. αλλά εμφανίζει αρνητικό EBITDA. Οι επενδυτές θέλουν πρωτίστως να μεγιστοποιήσουν την αξία της επένδυσής τους μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα. Όταν π.χ. βάζουν \$10 εκατ. σε μια εταιρεία, θέλουν μέσα σε πέντε

χρόνια να βγάλουν \$30 εκατ. Σε γενικές γραμμές αναζητούν εταιρείες, μεγέθους \$35-\$50 εκατ. που έχουν ένα περιθώριο Ebitda τουλάχιστον της τάξης του 15%.

### TA DEALS ΑΠΟ ΤΟΥΣ BIG-15

Ενδιαφέρον παρουσίασαν τα στοιχεία του Nick McCay, σχετικά με τις εξαγορές που έχουν κάνει 15 μεγαλύτερα αμερικανικά consumer brands τα τελευταία χρόνια, οι



οποίες πάντως εμφανίζουν μια σταθερότητα σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

#### Brands

- Campbell
- Church and Dwight
- General mill
- Kellogg
- Kraftheinz
- Mars
- Mindless
- Nestle
- PepsiCo
- P&g
- The rank group
- Sc Johnson and son
- The Clorox co
- Tyson foods
- Unilever

#### ΚΕΝΟ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

“Ενώ από το 2017 άρχισαν να αυξάνονται, μετά την πανδημία υποχώρησαν αρκετά. Παρατηρείται ένα κενό ρευστότητας στην αγορά, αφού οι κορυφαίοι όμιλοι προτιμούν να κρατούν στα χέρια τους τα δια-

θέσιμα κεφάλαια για να ανταποκρίνονται στις αυξημένες ανάγκες που δημιουργήσε η πανδημία αλλά και οι άλλες κρίσεις (σ.σ. πρώτων υλών, μεταφορικών, ενέργειας, πληθωρισμού)”, τόνισε ο κ. McCay.

#### Οι εξαγορές που έκαναν τα 15 μεγαλύτερα consumer brands (ΗΠΑ) ανά έτος

2023: 2	2011: 13
2022: 15	2010: 11
2021: 16	2009: 8
2020: 14	2008: 18
2019: 26	2007: 16
2018: 25	2006: 11
2017: 20	2005: 18
2016: 13	2004: 5
2015: 18	2003: 10
2014: 7	2002: 10
2013: 9	2001: 24
2012: 8	2000: 20

## ΗΠΑ

# Τα ελληνικά τρόφιμα & ποτά κερδίζουν ολοένα μεγαλύτερο έδαφος

**Σ**ε networking event που πραγματοποιήθηκε στο εστιατόριο της γνωστής σεφ, Μαρίας Λόη, στο πλαίσιο του Summer Fancy Food Show 2023, συμμετείχαν ορισμένες από τις εταιρείες που εξάγουν ελληνικά προϊόντα στις ΗΠΑ αλλά και σε όλο τον κόσμο. Η εντεταλμένη σύμβουλος και εκτελεστικό μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της Enterprise Greece, Μπέττυ Αλεξανδρούπουλου, υπογράμμισε, μεταξύ άλλων, ότι

η αμερικανική αγορά είναι πολύ σημαντική για τα ελληνικά τρόφιμα. Αναφέρθηκε χαρακτηριστικά στο παράδειγμα των επιτραπέζιων ελιών, των οποίων το 90% της παραγωγής εξάγεται, με τις ΗΠΑ να είναι με διαφορά ο κορυφαίος αγοραστής σχεδόν για τις μισές ελληνικές ελιές που εξάγονται. Συνολικά, όπως ανέφερε η κα Αλεξανδρούπουλου, οι ΗΠΑ εισάγουν κάθε χρόνο ελληνικά τρόφιμα αξίας περίπου μισού δις. ευρώ, ενώ εκτίμησε ότι οι εξαγωγές μας

θα αυξηθούν, καθώς οι Αμερικανοί καταναλωτές ανακαλύπτουν περισσότερα αγαπημένα ελληνικά τρόφιμα. Με τους Έλληνες εξαγωγείς, παράλληλα, να συνεχίζουν να επεκτείνονται και να ενισχύουν περαιτέρω τις γραμμές παραγωγής και τις δυνατότητες των μονάδων τους.

#### “ΧΕΡΙ-ΧΕΡΙ ΜΕ ΤΗ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΙΤΑ”

Πρόσθεσε ακόμη ότι η συνεχιζόμενη ανάπτυξη των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων στις ΗΠΑ - πέρυσι ανήλθε στο 21% - “πηγαίνει χέρι-χέρι με τη μεσογειακή διαίτα η οποία έχει κυριαρχήσει την τελευταία δεκαετία σε όλο τον κόσμο. Και η οποία έχει στον πυρήνα της ποιοτικά ελληνικά προϊόντα, από το ελαιόλαδο και τη φέτα μας μέχρι τα φρέσκα φρούτα & λαχανικά και τα φανταστικά μας κρασιά”.

#### ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΙ ΑΜΕΡΙΚΑΝΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ

Η ελληνική κουζίνα γίνεται όλο και πιο ελκυστική, βοηθούμενη και από τις ροές των Αμερικανών τουριστών στη χώρα μας, οι οποίοι ανέρχονται περίπου σε 1 εκατομμύριο. Παράλληλα, στις ΗΠΑ ζει ένας μεγάλος πληθυσμός Ελληνοαμερικανών, με μακρά παράδοση στην εστίαση.





ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ

# Η ακτινογραφία των ελληνικών εξαγωγών - Στην 3η θέση οι ΗΠΑ

**Ο** ελληνικός κλάδος τροφίμων και ποτών αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της εγχώριας οικονομίας, δημιουργώντας ένα μονοπάτι ανάπτυξης μέσω και της σημαντικής του συνεισφορά στον δευτερογενή τομέα. Σε ό,τι αφορά τη μεταποίηση, ο τομέας του F&B συγκεντρώνει το ένα τρίτο των συνολικών εσόδων και το 36% της συνολικής απασχόλησης. Ορισμένοι τομείς όπως τα ελαιόλαδα, τα φρούτα και τα λαχανικά, τα ψάρια, οι ξηροί καρποί και currants και οι κονσέρβες έχουν καταφέρει να εξάγουν πάνω από το 50% της παραγωγής τους. Ειδικότερα σε ό,τι αφορά το ελληνικό γιαούρτι, εκτιμάται ότι θα συνεχίσει να αποτελεί ένα δημοφιλές τρόφιμο χάρη στις υψηλές πρωτεΐνες που διαθέτει και την... ευστροφία

## ΝΕΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΡΕΚΟΡ

Η ισχυρή εξωστρέφεια της F&B βιομηχανίας, οι αξιοσημείωτες επενδύσεις και οι προοπτικές ανάπτυξης του τομέα, τού προσφέρουν μία prominent παρουσία τόσο στις ευρωπαϊκές, όσο και τις διεθνείς αγορές γενικότερα, εμφανίζοντας υψηλή ανταγωνιστικότητα και δυναμισμό. Το 2022 οι ελληνικές εξαγωγές έσπασαν νέο ιστορικό ρεκόρ, φθάνοντας τα €54,67 δισ. αυξημένες κατά 37% σε σχέση με το 2021, ενώ συνολικά την τριετία 2020-2022 η ανάπτυξη είναι της τάξης του 78%.

## Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟΥ

Οι επιδόσεις αυτές, μάλιστα, αναμένεται να διευρυνθούν φέτος, καθώς σύμφωνα με τα στοιχεία του α' τετραμήνου του 2023, οι συνολικές εξαγωγές προϊόντων ανήλθαν σε €17,67 δισ., με αύξηση 12% συγκριτικά με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα. Ειδικότερα σε ό,τι αφορά τον κλάδο των τρο-



φίμων & ποτών, οι εξαγωγές πέρυσι διαμορφώθηκαν σε €8,1 δισ., σημειώνοντας άνοδο 17,6% από το 2021.

## ΤΑ ΚΟΡΥΦΑΙΑ ΕΞΑΓΩΓΙΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Παρά τη διεύρυνση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου κατά 70% λόγω της μεγαλύτερης ανόδου των εισαγωγών, ο κλάδος F&B κάλυψε το 11% των συνολικών ελληνικών εξαγωγών. Τα επεξεργασμένα φρούτα και λαχανικά, τα έλαια και τα γαλακτοκομικά εξακολουθούν να αποτελούν τους κορυφαίους εξαγωγικούς κλάδους, ενώ από την άλλη πλευρά έχουμε τις περισσότερες εισαγωγές σε κρέας, διάφορα γαλακτοκομικά προϊόντα και άλλα τρόφιμα.

## SPECIALTY

Η Ελλάδα είναι γνωστή και για τα specialty τρόφιμα, τα οποία περιλαμβάνουν ποικιλία προϊόντων, που ξεκινάει από υψηλής αξίας niche προϊόντα (Μαστίχα Χίου, Ελιές Καλαμών, Κρόκος Κοζάνης, Φυσίκι Αιγίνης) και επεκτείνεται σε κατηγορίες που είναι συνδεδεμένες με την ελληνική διαίτα (όπως γιαούρτι, ελαιόλαδο, μέλι), καθώς επίσης και σε προϊόντα Προστατευμένης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ).

## ΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΕΤΑΙΡΟΙ

Οι χώρες της ΕΕ-27 αποτελούν τους βασικούς εμπορικούς εταίρους για τα τρόφιμα

και ποτά, κατέχοντας το 66,8% των εξαγωγών μας και το 80,5% των εισαγωγών μας. Η Ιταλία βρέθηκε στην πρώτη θέση ακολουθούμενη από την Γερμανία, τις ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Κύπρο.

Άλλοι σημαντικοί εμπορικοί εταίροι μας είναι οι:

- Βουλγαρία
- Γαλλία
- Ολλανδία
- Ισπανία
- Ρουμανία

## ΗΠΑ

Ειδικά σε ό,τι αφορά τις ΗΠΑ, το 2022 ήταν ο έκτος μεγαλύτερος προορισμός για τις ελληνικές εξαγωγές, οι οποίες ανήλθαν σε πάνω από €2 δισ., αντιπροσωπεύοντας μερίδιο 4,1%. Μάλιστα, στον τομέα του τροφίμου, οι ΗΠΑ βρέθηκαν στην 3η θέση, με τις ελληνικές εξαγωγές να φθάνουν τα €643 εκατ., και με μερίδιο 8,1%. Συνολικά από το 2018 μέχρι το 2022 οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων στις ΗΠΑ ενισχύθηκαν με το αξιοσημείωτο ποσοστό της τάξης του 64%.

Οι top10 χώρες που υποδέχτηκαν τα ελληνικά τρόφιμα & ποτά, είχαν συνολικά μερίδιο 71% των συνολικών εξαγωγών μας το 2022, κάτι που υπογραμμίζει τη στρατηγική σημασία που έχουν οι σχέσεις μας με αυτές τις χώρες.

Οι ελληνικές εταιρείες κατάφεραν να καινοτομήσουν και να διαφοροποιηθούν, τόσο σε επίπεδο προϊόντος, όσο και συσκευασίας. Πανεπιστήμια και υψηλής εξειδίκευσης κέντρα ερευνών, βοηθούν τις βιομηχανίες και τους μεταποιητές στο να αναπτύσσουν καινοτόμες λύσεις προκειμένου να μπορέσουν να καλύψουν τις ανάγκες της αγοράς σήμερα.



ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER  
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ  
Τιμή συνδρομής: 300€ + Φ.Π.Α./έτος



Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι, Τ. 210 3634061

Εκδότης - Διευθυντής: Νεκτάριος Β. Νώτης | Διευθυντής Σύνταξης: Μάκης Αποστόλου | Γενικός Διευθυντής (εμπορική και επιχειρησιακή λειτουργία): Γιάννης Παντελιάδης  
Εμπορικός Διευθυντής: Ματίνα Βελάνη | Διευθυντής Πωλήσεων: Άγγελος Στανωτάς | Sales Coordinator: Χριστίνα Σιδηροπούλου | Αρχισυντάκτης: Γιάννης Παλιούρης  
Office Manager - Συνδρομές: Διονυσία Αγγέλου | Project Manager: Δέσποινα Βασιλοπούλου | Executive Assistant: Μαρία Σακελλαρίδη | Digital Art Director: ArDiDesign  
Τεχνική Υποστήριξη: Θανάσης Βιρβίλης  
Πληροφορίες - Συνδρομές: [sales@notice.gr](mailto:sales@notice.gr), Δελτία τύπου: [media@notice.gr](mailto:media@notice.gr)