



ΓΙΑ
ΕΣΕΝΑ
ΠΟΥ ΘΕΣ
ΤΑ ΖΥΜΑΡΙΚΑ ΣΟΥ
“ΓΕΜΑΤΑ”
ΑΠΟΛΑΥΣΗ!



**ΝΕΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

**ΤΟΡΤΕΛΙΝΙ ΜΕ ΤΥΡΙΑ ΚΑΙ ΤΟΜΑΤΑ, ΠΙΠΕΡΙΑ,
ΚΑΤΣΙΚΙΣΙΟ ΤΥΡΙ ΚΑΙ ΒΑΣΙΛΙΚΟ**

**ΑΝΑΚΑΛΥΨΕ ΕΔΩ ΤΑ ΝΕΑ,
ΛΑΧΤΑΡΙΣΤΑ MISKO ΤΟΡΤΕΛΙΝΙ**



FNB SERVED **DAILY.**

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ 22 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1341



• **PREMIA**

Τα 6 νέα logistics που πρόσθεσε
στο χαρτοφυλάκιό της



• **NESTLÉ**

Εκτίμηση για διπλάσιες online πωλήσεις
έως το 2025 - Έμφαση σε Nespresso και Purina



• **ΘΑΝΟΠΟΥΛΟΣ**

Ελαφρά πτώση τζίρου φέτος
- Σταθερό δίκτυο και το 2022



• **UNILEVER**

Συμφώνησε να πουλήσει
τον κλάδο τσαγιού στην CVC Capital

EDITORIAL: Μπορούμε !

SECRET RECIPE: Σπάει ρεκόρ



Tesco Food Technology

Πρωταγωνιστές
στις εφαρμογές τεχνολογίας
για τη Βιομηχανία Τροφίμων
και Ποτών, από το 1963



Στην TFT πρωταγωνιστούμε εδώ και δεκαετίες στις εφαρμογές τεχνολογίας για τη Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών, χάρη στην τεχνογνωσία, τη μακροχρόνια εμπειρία και τις διεθνείς συνεργασίες μας, με πάνω από 100 καταξιωμένους οίκους Τεχνολογίας Τροφίμων στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Εδώ και 58 χρόνια, προσφέρουμε ολοκληρωμένες, καινοτόμες και αξιόπιστες λύσεις. Αναλαμβάνουμε από τη μελέτη εκπόνησης ενός έργου, την προμήθεια εξοπλισμού Επεξεργασίας, Ψύξης, Συσκευασίας και Ποιοτικού ελέγχου, μέχρι τη δημιουργία ολοκληρωμένων παραγωγικών μονάδων και την παράδοσή τους “με το κλειδί στο χέρι”.

Με το πάθος και την αφοσίωσή μας στην εξέλιξη και την ποιότητα, αποτελούμε έναν ισχυρό συνεργάτη για τη δική σας επιτυχημένη ανάπτυξη.

MEMBER OF
TESCO
— GROUP —



Tesco
Food Technology

SPXFLOW

 **ELOPAK**

FOSS

GRAM
EQUIPMENT



• LA FARM

ΚΕΡΔΙΣΕ ΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΦΕΤΑΣ ΠΟΠ

Επανάκτησε προσωρινά την άδεια λειτουργίας για την παραγωγή φέτας η La Farm, κερδίζοντας τα ασφαλιστικά μέτρα στο Διοικητικό Εφετείο Αθηνών, που είχε ασκήσει στην απόφαση του ΕΛΓΟ – Δήμητρα, [θέμα στο οποίο είχε αναφερθεί εκτενώς το FNB Daily στις 15/11](#).

"Η γαλακτοβιομηχανία άσκησε το νόμιμο δικαίωμά της, υποβάλλοντας ασφαλιστικά μέτρα και παίρνοντας πίσω την προσωρινή διαταγή, για να μπορέσει να συνεχίσει, να παράγει φέτα ΠΟΠ, μέχρις ότου συζητηθεί στην ουσία η υπόθεση", μας ανέφεραν πηγές με γνώση.

ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΤΕΛΕΣΙΔΙΚΗΣΕΙ Η ΑΠΟΦΑΣΗ

"Πρόκειται για μια προσωρινή διαταγή που έλαβε η La Farm, με σκοπό να συνεχίσει να παράγει, μέχρι να συζητηθεί η ανάκληση την ερχόμενη εβδομάδα, ενώ η ουσία της υπόθεσης, εάν δηλαδή η απόφαση του ΕΛΓΟ είναι βασισμένη στην ισχύουσα νομοθεσία, θα συζητηθεί αργότερα του χρόνου", υπογραμμίζουν οι ίδιες πηγές.

Η απόφαση του Διοικητικού Εφετείου Αθηνών εξεδόθη την Πέμπτη 18 Νοεμβρίου και, σύμφωνα με την γαλακτοβιομηχανία, αναστέλλει την απόφαση του Διευθύνοντος Συμβούλου του ΕΛΓΟ.

"Αυτό μάλιστα συμπίπτει και ταυτίζεται με τις Εισηγήσεις των αρμοδίων υπηρεσιακών ελεγκτικών μηχανισμών, οι οποίοι

εισηγούνταν την πιστοποίηση μας", αναφέρει σε ανακοίνωσή της η La Farm.

Η ΑΠΟΦΑΣΗ

Θυμίζουμε ότι ο ΕΛΓΟ προχώρησε στην οριστική ανάκληση, μετά την ολοκλήρωση της ελεγκτικής διαδικασίας και την οριστική απόφαση του Ανώτατου Χημικού Συμβουλίου του Γενικού Χημείου του Κράτους, αναφορικά με την εξέταση δείγματος προϊόντος "Τυρί Φέτα ΠΟΠ" ιδιωτικής ετικέτας, σε τάπερ 400 gr, με την επισήμανση "ΦΕΤΑ, επιλογή μου, μεγαλύτερη των 3 μηνών ωρίμανσης", παραγόμενο από την τρικαλινή γαλακτοβιομηχανία, το οποίο είχε ληφθεί, στο πλαίσιο ελέγχων και δειγματοληψιών κλιμακίων του ΕΛΓΟ σε supermarket. Η εν λόγω απόφαση, αναφέρει ότι: "είναι ΜΗ ΚΑΝΟΝΙΚΟ, διότι περιέχει μόνο αγελαδινό γάλα αντί για πρόβειο και γίδινο γάλα και έχει υγρασία σε ποσοστό $(60,24 \pm 0,38)\%$ που υπερβαίνει το μέγιστο όριο του 56% , καθώς και λίπος επί ξηρού $(41,52 \pm 0,72)\%$ που υπολείπεται του ελαχίστου ορίου του 43% , ώστε να μπορεί να χαρακτηριστεί το προϊόν ως τυρί ΦΕΤΑ. Η ονομασία του δείγματος "Τυρί Φέτα ΠΟΠ" παραπλανά τον καταναλωτή ως προς την ταυτότητα και τη σύνθεση του τροφίμου".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Editorial

Μπορούμε !

Οι φετινές ανακοινώσεις του οδηγού Michelin είναι κάτι παραπάνω από καλές για την Ελλάδα. Σε μια εστιατορική σκηνή, όπου ακόμα και όταν μια επιχείρηση τα καταφέρνει πολύ καλά στην κουζίνα, χωλαίνει σε σέρβις και σε πολλά άλλα, τα οποία σταθμίζουν οι connaisseurs του οδηγού, η διατήρηση των αστεριών και η προσθήκη και νέων, καθώς και η αύξηση των εστιατορίων στις δύο άλλες κατηγορίες δείχνει ότι αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο - όχι, πάντως, όσο θα μπορούσαμε - η δουλειά, η οποία γίνεται από τους σοβαρούς και συνεπείς επιχειρηματίες και επαγγελματίες.

Και πρόκειται για δουλειά, η οποία δεν είναι μιας χρονιάς.

Είναι προσπάθεια ετών, τόσο στην κουζίνα, όσο και στη σάλα.

Και, όπως πολύ καλά ξέρουμε όλοι, το πλέον δύσκολο για τη φήμη και το όνομα ενός εστιατορίου δεν είναι να πάρει ένα ή περισσότερα αστερία, αλλά να το/τα διατηρήσει.

Οι προκλήσεις για την ελληνική εστίαση είναι δύο:

Η πρώτη είναι αμυντική και αφορά στο πώς θα βλέπουμε όλο και περισσότερα εστιατόρια σε οδηγούς, όπως ο Michelin, σε μια περίοδο, όπου το φτηνό σε ποιότητα φαγητό επικρατεί, παρά τις φιλότιμες προσπάθειες όσων ξεχωρίζουν.

Η δεύτερη είναι επιθετική και αφορά στο πώς θα αξιοποιήσουμε την εξαιρετική συγκυρία της ανόδου του ελληνικού τουρισμού, κάνοντας την Ελλάδα καλύτερη γαστρονομικά από χώρες, όπως η Ιταλία και η Ισπανία. Εύκολο δεν είναι, αλλά μπορούμε να το πετύχουμε.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Σπάει ρεκόρ

Όταν είσαι ο πρώτος, που μπαίνει σε μια νέα αγορά, διατηρείσαι και στην πρώτη θέση, αν συνεχίσεις να προσφέρεις σωστές υπηρεσίες. Αυτό συμβαίνει και με γνωστό εστιατόριο στα νότια προάστια. Παρά τα όσα πέρασε επιχειρηματικά, γνωρίζει πιένες κάθε βράδυ. Και επεκτείνεται.

12^ο

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ
ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΙΠΕ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΕ ΝΕΑ ΤΡΟΧΙΑ

14/12/21
ΜΕΤΡΟΠΟΛΙΤΑΝ
ΕΧΡΟ



Γεώργιος Μπάλας
Καθηγητής, Οικονομικό
Πανεπιστήμιο Αθηνών



Κωνσταντίνα Μπάρκα
People & Culture Director
Greece & Cyprus
at Coca Cola HBC



Παναγιώτης Μπορέτος
Διευθύνων Σύμβουλος,
Information Resources Hellas AE
(IRI)



Στέφανος Τσιτσιπιάς



Σοφία Νεράντζη
Head of Sales
Mass Channel J&J



Ρεβέκκα Πιτσικά
CEO, People for Business



Χρήστος Τσόλικας
Συμβούλος Επιχειρήσεων
Συγγραφέας



Πάνος Παπάζογλου
Διευθύνων Σύμβουλος
ΕΥ Ελλάδος



Θάνος Μαύρος
Εταίρος,
Υπηρεσίες ΕΥ Ελλάδος



Sorin Sfetcu
SEED Manager
at Google



Νεκτάριος Νώτης
Founder – CEO
Notice Content and Services



Μαριλένα Γεραντώνη
Δημοσιογράφος



Νίκος Υποφάντης
Δημοσιογράφος

Συντονιστής

Για εγγραφές: <https://www.eventora.com/el/Events/ipe-conference-2021>

ΧΡΥΣΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ



ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

adbusiness Retail
BUSINESS

BOUSSIAS

FNB DAILY
SERVED
Every Day!



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ



ΘΕΣΜΙΚΟΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ





• ΑΛΙΚΗ ΠΑΡΑΣΧΟΥ ΝΕΟΙ ORGANIC ΚΩΔΙΚΟΙ - ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Με νέους κωδικούς εμπλουτίζει το portfolio της η εισαγωγική εταιρεία ζαχαρωδών και σοκολατοειδών, Αλίκη Παράσχου, τα προϊόντα της οποίας είναι στο κανάλι HoReCa, σε fast moving markets και κυρίως στο retail. Όπως πληροφορούμαστε, η εταιρεία, η οποία εισάγει περίπου 30 brands και διαθέτει πάνω από 100 κωδικούς, ενίσχυσε τη γκάμα των organic κωδικών με την προσθήκη τεσσάρων προϊόντων σοκολάτας, Cachet.

Πρόκειται για τέσσερις βιολογικές σοκολάτες, οι οποίες βασίζονται στην οργανική καλλιέργεια κακάο.

Επιπλέον, λανσάρει στην ελληνική αγορά και τα γλειφιτζούρια της Artezans και Simon Coll.

ΜΕ ΟΛΗ ΤΗ ΓΚΑΜΑ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ
Η εταιρεία, που δραστηριοποιείται στην Ελ-

λάδα εδώ και περίπου 70 χρόνια, έχει παρουσία και στην Κύπρο με όλη σχεδόν τη γκάμα των προϊόντων της, αγορά, που, όπως μας αναφέρουν πηγές με γνώση, παρουσιάζει ομοιότητες με την Ελλάδα. Είναι χαρακτηριστικό ότι, και στις δύο χώρες οι καταναλωτές δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα χύμα τρουφάκια και τα εποχιακά γλυκά.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΣΤΟΛΟ

Οι επενδύσεις της εταιρείας, τη δεδομένη χρονική περίοδο, αφορούν στην ανανέωση του στόλου διανομής, με την αγορά οχημάτων για ξηρό φορτίο και ψυγείο. Πρόσφατα, μάλιστα, προχώρησε και στην αγορά τριών σχημάτων.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• EURIMAC ΝΕΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ MARKETING ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ Ο ΣΤΑΜΑΤΗΣ ΔΑΥΙΔ

Καθίσκοντα νέου Διευθυντή Marketing και Επικοινωνίας στην εταιρεία ζυμαρικών, Eurimac (ΜΑΚΒΕΛ), αναλαμβάνει ο Σταμάτης Δαυίδ, διαδεχόμενος τον Δημήτρη Ζακαλκά, που από το 2014 ήταν επικεφαλής του αντίστοιχου τμήματος στην εταιρεία.

Ο Σταμάτης Δαυίδ, με μακρά εμπειρία και γνώση στον χώρο του λιανεμπορίου τροφίμων και της βιομηχανίας, έχει καταγράψει επιτυχημένη πορεία άνω των 30 χρόνων στον χώρο του στρατηγικού και επιχειρησιακού marketing (B2B&B2C), κατέχοντας κατά το παρελθόν τη θέση του Chief Marketing Officer και μακρά πορεία στις LIDL HELLAS, Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. κ.α.

Η Eurimac ευχαριστεί τον Δημήτρη Ζακαλκά για την επταετή γόνιμη συνεργασία και εύχεται στον Σταμάτη Δαυίδ καλή επιτυχία στα νέα του καθήκοντα.



End of Year Experience 2021

A collection filled with conscious and meaningful gifts

Promotional Gifts

STARGIFTS
EST. 1991

Tel.: (+30)2108042129, 2108042149

e-mail: marketing@stargifts.gr

www.stargifts.gr

f Star Gifts Ltd

@stargiftsld



• PREMIA PROPERTIES

ΤΑ 6 ΝΕΑ LOGISTICS ΠΟΥ ΠΡΟΣΘΕΞΕ ΣΤΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΤΗΣ

Σημαντική διεύρυνση του χαρτοφυλακίου ακινήτων με την προσθήκη συνολικά 9 νέων ακινήτων, καθώς και στρατηγική είσοδος στον τομέα των εξυπηρετούμενων οικιστικών ακινήτων εμφάνισε στο εννεάμηνο του 2021 η Premia Properties.

ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΣΤΟ 9ΜΗΝΟ

Ειδικότερα, η εισηγμένη προχώρησε σε:

- Αγορά 1 νέου ακινήτου logistics και 1 εμπορικού ακινήτου (big-box) συνολικής εύλογης αξίας €7,8 εκατ. Ειδικότερα, απέκτησε, έναντι περίπου €5 εκατ., αποθήκη logistics στη θέση Ήμερος Τόπος (Λάκκα), στον Ασπρόπυργο. Πρόκειται για μισθωμένο κτιριακό συγκρότημα, που περιλαμβάνει εμπορική αποθήκη ξηρού φορτίου και γραφεία συνολικής επιφάνειας 9.443 τ.μ. Ακόμη απέκτησε supermarket επί της Λεωφ. Λαυρίου, στην Παιανία, έναντι περίπου €2,64 εκατ. Πρόκειται για μισθωμένο ισόγειο κτίριο (κατάστημα τροφίμων) συνολικής επιφάνειας 1.486,78 τ.μ.
- Απόκτηση, έναντι τιμήματος €24,6 εκατ., του συνόλου των μετοχών 6 ανωνύμων εταιρειών, οι οποίες εκμεταλλεύονται συνολικά 7 ακίνητα, εκ των οποίων 5 logistics και 2 big boxes, συνολικής εύλογης αξίας €55,2 εκατ. Πρόκειται για τα logistics της ADAM TEN (24.703 τ.μ.), στην επαρχιακή οδό Σίνδου-Χαλάστρας, της Stenhus Ασπρόπυργος Δύο Πεύκα (11.982,05 τ.μ.), της ΘΕΣΜΙΑ (15.664,3 τ.μ.) στο ΒΙΠΑ Μάνδρας, της Stenhus Ασπρόπυργος Ρίκια (7.298 τ.μ.) και της Επενδυτικής Ασπροπύργου 1 (10.148,82 τ.μ.), στην Ελευσίνα. Αναφορικά με τα big boxes, αυτά αφορούν σε δύο εμπορικά καταστήματα, συνολικής επιφάνειας 5.947,7 τ.μ. - κυριότητας Πειραιώς Leasing - τα οποία εκμισθώνει η Μεσσηνιακά Ακίνητα
- Υπογραφή προσυμφώνου με την Dimand τον περασμένο Σεπτέμβριο, για την απόκτηση αυτοτελούς ακινήτου εξυπηρετούμενων διαμερισμάτων (serviced apartments) στον Πειραιά. Το ακίνητο αποτελείται από 58 πλήρως εξοπλισμένα διαμερίσματα, συνολικού εμβαδού 3.600 τ.μ., μισθωμένο σε επώνυμη διεθνή εταιρεία μέσω μακροχρόνιας μίσθωσης, η οποία λήγει το 2034. Η συνολική αξία της συναλλαγής θα ανέλθει σε €10,2 εκατ.



Κώστας Μαρκάζος, CEO, Premia Properties

ΤΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ

Σημειώνεται ότι η συνολική αξία επενδύσεων του ομίλου αυξήθηκε κατά 63% και διαμορφώθηκε σε €173,1 εκατ. Το χαρτοφυλάκιο ακινήτων του ομίλου περιλαμβάνει 16 επενδυτικά ακίνητα, αξίας €131,6 εκατ., έναντι 7 ακινήτων αξίας €65,9 εκατ. που είχε στα τέλη του 2020. Επιπλέον, καταβλήθηκε προκαταβολή ύψους €2,04 εκατ. κατά την υπογραφή του ανωτέρω προσυμφώνου αγοράς ακινήτου στον Πειραιά.

Παράλληλα, ο όμιλος έχει επενδύσει από το 2020 σε κτίρια κοινωνικού χαρακτήρα (σχολεία) μέσω της θυγατρικής JPA ΑΕΕΣ, η οποία έχει τη διαχείριση 10 σχολικών μονάδων στην Αττική μέσω σύμβασης ΣΔΙΤ. Η συνολική αξία του σχετικού δικαιώματος (Χρηματοοικονομικά στοιχεία στο αποσβέσιμο κόστος) ανήλθε σε €39,5 εκατ. την 30.9.2021 έναντι €40,4 εκατ. στα τέλη του 2020.

Περισσότερα για τα επόμενα σχέδια της Premia Properties στο σημερινό BnB Daily.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



Gerd Chrzanowski, CEO, Lidl

• LIDL UK

ΤΟ SUPERMARKET ΜΕ ΤΟΥΣ ΥΨΗΛΟΤΕΡΟΥΣ ΜΙΣΘΟΥΣ – ΕΠΕΝΔΥΕΙ €20 ΕΚΑΤ.

Το supermarket με τους υψηλότερους μισθούς στο Ηνωμένο Βασίλειο γίνεται το Lidl, με την αλυσίδα να αποφασίζει να επενδύσει €20 εκατ. σε αυξήσεις. Πρόκειται για μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα εξέλιξη, δεδομένου ότι, πρόσφατα, εργαζόμενοι της Lidl, στο Βέλγιο, προχώρησαν σε απεργία, ζητώντας καλύτερες συνθήκες εργασίας. Όπως σημειώνει το Retail Detail, η εν λόγω κίνηση σημαίνει αύξηση άνω του 6% για ορισμένους εργαζόμενους.

ΑΥΞΗΣΗ ΩΡΟΜΙΣΘΙΩΝ

Συγκεκριμένα, από τον Μάρτιο του 2022, οι entry-level μισθοί θα αυξηθούν από 9,50 σε 10,10 λίρες την ώρα, ενώ για όσους εργάζονται στο Λονδίνο, σε 11,30 από 10,85 λίρες. Ανάλογα με την παλαιότητα, τα ωρομίσθια ενδέχεται να αυξάνονται περαιτέρω, σε 12,25 λίρες στο Λονδίνο και 11,40 λίρες εκτός της πρωτεύουσας. Έτσι, οι μισθοί διαμορφώνονται ακριβώς πάνω από τον εθνικό μισθό διαβίωσης.

Η Lidl έχει 21.000 υπαλλήλους στο Ηνωμένο Βασίλειο, τους οποίους θέλει να ανταμείψει για τη σκληρή δουλειά τους κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Επιπλέον, στόχος του μέτρου είναι να συμβάλει στην προσέλκυση νέων εργαζομένων. Άλλωστε, το Ηνωμένο Βασίλειο υποφέρει από ελλείψεις εργατικού δυναμικού, συνέπεια της Covid και, ιδίως, του Brexit.



ESGreece

Impact Investing

Το νέο site με όλα τα νέα γύρω από το ESG
στην Ελλάδα και όχι μόνο.
Αναλύσεις, συνεντεύξεις, ειδήσεις.

Με την υποστήριξη του



Institute for
Sustainable
Development

*The Institute for Sustainable
Development, EPLO*

Σε συνεργασία με

NOTICE
CONTENT & SERVICES

Notice Content and Services



ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ, ΣΤΙΣ ΟΘΟΝΕΣ ΣΑΣ



Με την υποστήριξη του



Institute for
Sustainable
Development

Σε συνεργασία με



Φειδίου 9, 10678 Αθήνα, 210 3634061
Πληροφορίες: sales@esgreece.com

• MICHELIN ΤΑ ΑΘΗΝΑΪΚΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΠΟΥ ΔΙΑΚΡΙΘΗΚΑΝ

Δύο αθηναϊκά εστιατόρια διακρίθηκαν στον οδηγό Michelin, με την Σπονδή να διατηρεί για άλλη μια χρονιά τα δύο της αστέρια. Με ένα αστέρι, δίπλα στο Varoulko Seaside, το Botrini's και την Hytra, στέκεται πλέον, και το CTC του Αλέξανδρου Τσιοτίνη, το οποίο, φέτος, μετά από μια πενταετία στα Ιλίσια, μεταφέρθηκε στον Κεραμεικό. Το πρώτο του αστέρι κερδίζει και το Pelagos, στο ξενοδοχείο Four Seasons



Astir Palace, στην Βουλιαγμένη, όπου το μενού φέρνει την υπογραφή του Ιταλού σεφ, Λούκα Πισκάτσι.

Η ΔΙΑΚΡΙΣΗ BIB GOURMAND

Αξίζει να σημειωθεί ότι, τη διάκριση, Bib Gourmand, (που σηματοδοτεί την καλή σχέση ποιότητας-τιμής) διατήρησαν το Nolan

και το Οικείο, με την τριάδα να συμπληρώνει πλέον, το Cerdo Negro 1985. Επίσης, στα εστιατόρια με Michelin Plate, που προτείνει ο διεθνής γαστρονομικός οδηγός στην πρωτεύουσα, εκτός από τα προϋπάρχοντα, Sense, Ergon House, Άνετον, GB Roof Garden, Alficon, Vezene και Cookoonaya, περιλαμβάνονται πλέον, το Aleria, το Athenee, καθώς τρεις πιο πρόσφατες προσθήκες στη γευστική σκηνή της πόλης, το Le Pavillon, το Annie Fine Cooking και το Okio.

[Τα πάντα για τον κλάδο HORECA, στο horecaopen.com](https://horecaopen.com)

• TÜV AUSTRIA HELLAS ΑΠΟΝΟΜΗ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ NOTICE CONTENT & SERVICES

Η TÜV AUSTRIA Hellas, ο κορυφαίος οργανισμός Πιστοποίησης και Επιθεωρήσεων, ολοκλήρωσε με επιτυχία τη διαδικασία πιστοποίησης της Notice Content & Services, επιβεβαιώνοντας ότι η κορυφαία εταιρεία παροχής ειδησεογραφικών υπηρεσιών και παραγωγής B2B και B2C περιεχομένου μέσω, εφαρμόζει τις απαιτήσεις πολλαπλών συστημάτων διαχείρισης.

ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ

Με αυτόν τον τρόπο, η TÜV AUSTRIA Hellas βεβαιώνει την ικανότητα της Notice Content & Services να οργανώνεται και να προετοιμάζεται κατάλληλα, προκειμένου να ανταπεξέλθει σε δυσμενή συμβάντα και γεγονότα που θέτουν σε κίνδυνο την επιχειρησιακή της συνέχεια (ISO 22301:2019) και να διαχειριστεί συνολικά και αποτελεσματικά την ασφάλεια των πληροφοριών (ISO 27001:2013) για την παραγωγή & αποστολή ενημερωτικού επιχειρηματικού περιεχομένου σε συνδρομητική βάση.

Η Notice Content & Services, η οποία εκδίδει τα καθημερινά ηλεκτρονικά newsletters, FNB daily, για τον κλάδο τροφίμων και ποτών, BnB Daily, για τον επιχειρηματικό κλάδο, το εβδομαδιαίο, ESGreece, και το B2B site, horecaopen.com, για τους επαγγελματίες του horeca, πιστοποιήθηκε με τα πρότυπα ISO 22301:2019 & ISO 27001:2013.



ΠΡΟΣΗΛΩΣΗ ΣΤΗ ΔΙΑΡΚΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Ο Ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της Notice Content and Services, Νεκτάριος Β. Νώτης, δήλωσε: "Η πιστοποίηση της Notice Content and Services από την TÜV AUSTRIA Hellas για τα συγκεκριμένα πρότυπα αποτελεί επιβεβαίωση της προσήλωσής μας στη διαρκή βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών μας, και στη συνεχή αναβάθμιση της εσωτερικής μας λειτουργίας. Ανταποκρινόμενοι στις διαρκώς αυξανόμενες και εξελισσόμενες απαιτήσεις των πελατών μας, βελτιστοποιούμε δομές και διαδικασίες και – κατ' επέκταση – προϊόντα και υπηρεσίες".

Η TÜV AUSTRIA Hellas έχει καθημερινό στόχο να συμβάλει στη θωράκιση της ομαλής λειτουργίας των επιχειρήσεων και των Οργανισμών στην Ελλάδα. Με την πολυετή εμπειρία των εξειδικευμένων ομάδων της, συνεχίζει να είναι σύμμαχος κάθε επιχείρησης που εμπιστεύεται το υψηλών προδιαγραφών χαρτοφύλακιο υπηρεσιών της, παράγοντας πολλαπλάσια αξία αναφορικά με την Ποιότητα και την ασφάλεια της δραστηριοποίησής τους, ακόμα και σε εποχές πανδημίας.



• COFFEE BERRY ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ WE4ALL ΓΙΑ ΕΝΑΝ ΚΟΣΜΟ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΟ

Η Coffee Berry ενώνει τις δυνάμεις της με τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό, We4All, θέλοντας να συμβάλει στο όραμα για ένα βιώσιμο μέλλον. Μέχρι και τις 30 Νοεμβρίου, για κάθε αγορά ροφήματος βιολογικού καφέ, Coffee Berry, η εταιρεία διαθέτει €0,10 για την αναδάσωση περιοχών σε όλη την Ελλάδα. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία, η οποία έχει ξεκινήσει από την 1η Οκτωβρίου – την Παγκόσμια Ημέρα Καφέ – και η οποία έρχεται να προστεθεί σε μια σειρά δράσεων της εταιρείας, που έχει οικολογικό και φιλανθρωπικό χαρακτήρα. Με αυτόν τον τρόπο, η Coffee Berry αναγνωρίζει την άμεση ανάγκη αναδάσωσης της χώρας μας και συνεισφέρει σε αυτήν, συνδυάζοντας ένα αγαπημένο ρόφημα βιολογικού καφέ με μια σημαντική δράση ευαισθητοποίησης.

2015 - 2021



FNB SERVED
DAILY.

Food for thought... every day!

6!

Χρόνια

Εγκυρότητα

Αμεσότητα

Αξιοπιστία

Με την υπογραφή
της καλύτερης
δημοσιογραφικής
ομάδας

**Και τη δική σας
υποστήριξη**

Σας ευχαριστούμε
και συνεχίζουμε

NOTICE
CONTENT & SERVICES

FN|USA
BnB
DAILY
BUSINESS IN BRIEF

FN|INDIA
BnBeauty

**HO.RE.CA.
OPEN**
BnHealth

So Posh!

ESGreece
Impact Investing

• NESTLÉ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΓΙΑ ΔΙΠΛΑΣΙΕΣ ONLINE ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΩΣ ΤΟ 2025 - ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ NESPRESSO ΚΑΙ PURINA

Σχεδόν να διπλασιάσει τα έσοδά της από το e-commerce, στο ένα τέταρτο επί των συνολικών της πωλήσεων, έως το 2025, αναμένει ο ελβετικός κολοσσός τροφίμων, Nestlé, επενδύοντας επιπλέον στο μάρκετινγκ και την τεχνολογία. Όπως αναφέρει το Reuters, η Nestlé θέλει να τονώσει τις διαδικτυακές της πωλήσεις κυρίως μέσω των δικών της online καναλιών και γι' αυτόν τον σκοπό, ο όμιλος επενδύει στην επιτυχία των προϊόντων, Nespresso και Purina, τα οποία πωλούνται όλο και περισσότερο απευθείας στους καταναλωτές μέσω των δικών τους webshops.



Ulf Mark Schneider, CEO, Nestlé

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

"Σκοπεύουμε να αυξήσουμε τις online πωλήσεις από περίπου 13% το 2020 σε 25% το 2025", δήλωσε ο Bernard Meunier, επικεφαλής των στρατηγικών επιχειρηματικών μονάδων, μάρκετινγκ και πωλήσεων της Nestlé. Για τον σκοπό αυτό, η εταιρεία θα αυξήσει σημαντικά τις επενδύσεις της στο ψηφιακό μάρκετινγκ. Το μέγεθος της επένδυσης δεν έχει γίνει γνωστό, αλλά η Nestlé τόνισε ότι θα μπορέσει να καλύψει το κόστος μέσω των δικών της πόρων και εξοικονομήσεων. Πέρυσι, ο κολοσσός των τροφίμων σημείωσε συνολικό κύκλο εργασιών €80,2 δισ. Τους πρώτους εννέα μήνες του 2021, το μερίδιο του e-commerce στις συνολικές πωλήσεις του ομίλου αυξήθηκε στο 14,1% από 12,8% έναν χρόνο νωρίτερα.

ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ - ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΖΙΡΟΥ

Ένας από τους λόγους, για τους οποίους μεγάλες εταιρείες (τροφίμων) προσπαθούν να πουλήσουν τα προϊόντα τους απευθείας στους καταναλωτές, είναι η συλλογή δεδομένων σχετικά με τις αγοραστικές τους συνήθειες. Η Nestlé είπε ότι η επένδυσή της θα δημιουργήσει 400 εκατομμύρια "first-party data points" - πληροφορίες που συλλέγονται απευθείας από τους καταναλωτές. Με την ανάλυση αυτών των δεδομένων, η εταιρεία μπορεί να βελτιστοποιήσει τη διαχείριση των αποθεμάτων της και να ξεκινήσει στοχευμένες καμπάνιες για την ενίσχυση των πωλήσεων.



• DIRTY COW ΚΥΚΛΟΦΟΡΗΣΕ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ PLANT-BASED ΛΙΚΕΡ ΚΡΕΜΑΣ

Ένα αρωματικό plant-based λικέρ κρέμας κυκλοφόρησε η εταιρεία dairy-free σοκολάτας, Dirty Cow, με στόχο να προσελκύσει τους vegan καταναλωτές αλκοόλ. Το Caramel Bombshell Cre*m Liqueur κυκλοφορεί σε δύο γεύσεις, French caramel και wild vanilla. Είναι 100% vegan, dairy-free και gluten-free, ενώ κυκλοφορεί σε πλήρως ανακυκλώσιμη συσκευασία. Το λικέρ έχει περιεκτικότητα σε αλκοόλ 15%.



Τα φετινά
Χριστούγεννα,
κάνετε το πιο
ιδιαίτερο και
προσωποποιημένο
εταιρικό δώρο που θα
μείνει αξέχαστο!

ΔΕΙΤΕ
ΤΑ ΠΑΚΕΤΑ ΜΑΣ

www.littlebigbox.gr

• TSIMIS ΤΡΕΙΣ ΝΕΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Τρεις νέες κατηγορίες υλικών βασισμένες στην κυκλική οικονομία και το sustainable packaging παρουσιάζει η Tsimis, που δραστηριοποιείται στις εκτυπώσεις υλικών συσκευασίας και αποτελεί μέλος του πανευρωπαϊκού οργανισμού, Ceflex, που συνεργάζεται άμεσα με το ευρωπαϊκό ένωση ως προς την επόμενη μέρα σε σχέση με την ανακύκλωση και τις πράσινες συσκευασίες.

"Εχουμε κάνει εσωτερικό R&D σε αυτές τις κατηγορίες, χρησιμοποιώντας βιοαπεικδομίσμα υλικά και καταλήγοντας σε δομές, οι οποίες συμμετέχουν στην κυκλική οικονομία της ανακύκλωσης", αναφέρει στο FNB Daily ο COO της εταιρείας, Αλκιβιάδης Ντουσόπουλος Τσιμή.

INFO – ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

r2: Recycled - Raw Materials
b2: Biobased – Biodegradable
m2: Mono Material

INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες: 20+

Κυριότερες αγορές

Αμερική
Ρωσία
Γερμανία
Πολωνία
Ρουμανία
%τζιρού: 77%

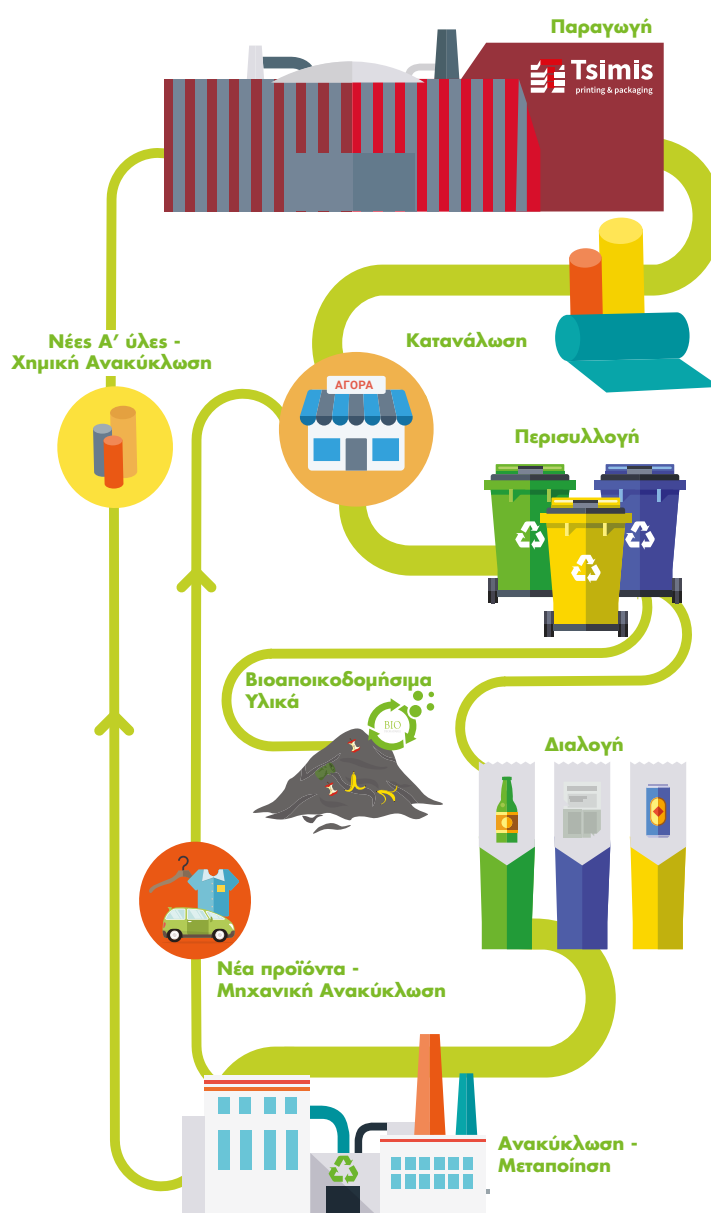
ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τον κ. Ντουσόπουλο Τσιμή, τα τελευταία οκτώ χρόνια η εταιρεία έχει επενδύσει πάνω από €16 εκατ., ενώ πρόσφατα ολοκληρώθηκε η νέα επένδυση για παραγωγική μονάδα. Συνολικά πλέον οι εγκαταστάσεις της εταιρείας ξεπερνούν στις 15 χιλ τμ στη Λαμία. Σημειώνεται ότι η Tsimis έχει αποκτήσει και μονάδα ανάκτησης διαλυτών, έχοντας έτσι, πλέον, μηδενικές εκπομπές ρύπων και απόβλητα. "Αρχές του επόμενου έτους σκοπεύουμε να ανακοινώσουμε νέες επενδύσεις σε κτιριακές εγκαταστάσεις και ανανεωμένο μηχανολογικό εξοπλισμό, μέσω του οποίου θα προσφέρουμε νέες καινοτόμες εφαρμογές στην αγορά".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



As εργαστούμε μαζί για ένα πράσινο μέλλον!



• FLEXOPACK - ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ ΜΕΙΩΜΕΝΟ ΚΑΤΑ 21,9% ΤΟ EBITDA ΤΟΥ 9ΜΗΝΟΥ – ΑΥΞΗΣΗ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ 6,6%

Μικρή αύξηση εμφάνισε ο κύκλος εργασιών της Flexopack στο εννεάμηνο, ωστόσο τα κέρδη της υποχώρησαν, έχοντας επηρεαστεί από διάφορους παράγοντες.

Ειδικότερα, όπως ανακοίνωσε η εταιρεία, η παγκόσμια οικονομική δραστηριότητα παρουσιάζει, κατά το τρέχον έτος, σημαντική διαταραχή στις αλυσίδες μεταφορών, εφοδιασμού και ενέργειας, με κύρια χαρακτηριστικά:

- Συνεχιζόμενες ελλείψεις σε βασικές κατηγορίες πρώτων υλών
- Σημαντικές και συνεχείς αυξήσεις των τιμών των πρώτων υλών
- Σημαντική αύξηση του μεταφορικού κόστους
- Σημαντική αύξηση του ενεργειακού κόστους

Όπως σημειώνει η εταιρεία, τα τέσσερα ως άνω σημεία έχουν άμεση επίδραση στη δραστηριότητα του ομίλου, με δεδομένη, τόσο την σημαντική του εξωστρέφεια, όσο και τις ενεργειακές του ανάγκες, για την παραγωγική του δραστηριότητα.

DATA – 9ΜΗΝΟ

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 81.304

2020: 76.260

Μεταβολή: 6,6%

EBIT

2021: 9.005

2020: 12.932

Μεταβολή: (30,4%)

EBITDA

2021: 13.556

2020: 17.355

Μεταβολή: (21,9%)

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Όπως αναφέρεται στη σχετική ανακοίνωση, σε αυτό το πλαίσιο, ο όμιλος έχει θέσει βασικές προτεραιότητες.

Ειδικότερα:

- Λαμβάνει όλα τα αναγκαία μέτρα, για να εξασφαλίσει την επάρκεια των πρώτων υλών
- Για την αύξηση των τιμών των πρώτων υλών και των τιμών της ηλεκτρικής



ενέργειας, προσαρμόζει ανάλογα την εμπορική πολιτική του, ώστε μέρος του εν λόγω κινδύνου να μετακυλίεται

Μέχρι σήμερα, οι αυξήσεις στις τιμές πώλησης δεν αντιστάθμισαν πλήρως τις μεγάλες αυξήσεις στα κόστη των πρώτων υλών και τα μεταφορικά, κυρίως λόγω της αναπόφευκτης χρονικής υστέρησης, με συνέπεια αυτό να είναι εμφανές στα αποτελέσματα του ομίλου.

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Η Διοίκηση του ομίλου σημειώνει ότι δεν υφίσταται μέχρι τη λήξη της τρέχουσας χρήσης οποιαδήποτε ουσιώδης αβεβαιότητα ως προς τη συνέχιση της δραστηριότητας, την παραγωγική λειτουργία, τις πωλήσεις και την εφοδιαστική αλυσίδα.

Παρόλα αυτά, δεδομένου ότι βρίσκονται ακόμα σε εξέλιξη η εξάπλωση της πανδημίας, η διαταραχή στις αλυσίδες μεταφορών και εφοδιασμού, καθώς και ενέργειας, η Διοίκηση τηρεί επιφυλακτική στάση αναφορικά με τις μελλοντικές επιπτώσεις στις προοπτικές του ομίλου και της εταιρείας.

ΕΚΔΟΣΗ ΚΟΔ €7 ΕΚΑΤ.

Παράλληλα, με ξεχωριστή της ανακοίνωση, η Flexopack ανέφερε πως, την 17η Νοεμβρίου 2021 υπεγράφη Σύμβαση Κάλυψης Κοινού Ομολογιακού Δανείου (ΚΟΔ), μέσω ιδιωτικής τοποθέτησης, ποσού €7 εκατ., με κάλυψη από την Εθνική Τράπεζα.

Η εταιρεία θα χρησιμοποιήσει το ΚΟΔ ως εξής:

- €3.646.000, για την αναχρηματοδότηση υφιστάμενου κοινού ομολογιακού δανείου και
- €3.354.000, για την κάλυψη αναγκών σε κεφάλαιο κίνησης μακροπρόθεσμου χαρακτήρα προς εξυπηρέτηση του εταιρικού της σκοπού



Pierre Courdouroux, CEO, Roquette

• ROQUETTE ΕΓΚΑΙΝΙΑΖΕΙ ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΠΡΩΤΕΪΝΗΣ ΜΠΙΖΕΛΙΟΥ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Το μεγαλύτερο –όπως ισχυρίζεται η ίδια– εργοστάσιο πρωτεΐνης μπιζελιού στον κόσμο, εγκαινιάσε η Roquette, προκειμένου να εξυπηρετήσει την αυξανόμενη παγκόσμια ζήτηση για εναλλακτικές πρωτεΐνες. Με ικανότητα επεξεργασίας 125.000 τόνων κίτρινου μπιζελιού κάθε χρόνο, το νέο εργοστάσιο 200.000 τετραγωνικών ποδιών στην Manitoba του Καναδά, σηματοδοτεί τη μεγαλύτερη επένδυση της Roquette στην Β. Αμερική μέχρι σήμερα.

PLANT-BASED ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΛΥΣΕΙΣ

Η Roquette συνεργάζεται με εταιρείες τροφίμων για την ανάπτυξη νέων plant-based προϊόντων και λύσεων. Με τη νέα της μονάδα στοχεύει να βοηθήσει στην κάλυψη της διογκούμενης παγκόσμιας ζήτησης για εναλλακτικές πρωτεΐνες.

Η πρωτεΐνη μπιζελιού, Nutralys, της εταιρείας μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την παρασκευή μιας σειράς προϊόντων διατροφής, συμπεριλαμβανομένων εναλλακτικών κρέατος, μπαρών διατροφής και plant-based μπισκότων και ροφημάτων.

Έτσι, η Roquette – η οποία διαθέτει επίσης εργοστάσιο πρωτεΐνης μπιζελιού στην Γαλλία – έχει πλέον, την ικανότητα να επεξεργάζεται 250.000 τόνους μπιζέλια κάθε χρόνο.

• **AHOLD DELHAIZE**

NEO SUPERMARKET GIANT ΣΤΗΝ PHILADELPHIA

Ένα νέο κατάστημα στην Philadelphia άνοιξε η αλυσίδα supermarket GIANT, θυγατρική της Ahold Delhaize USA.

Όπως αναφέρει report του Retail Analysis, το κατάστημα -67.000 τετραγωνικών ποδιών- είναι το τελευταίο που άνοιξε στην Philadelphia, με τον retailer να έχει θέσει ως προτεραιότητα το άνοιγμα περισσότερων καταστημάτων και την απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου στην πόλη. Τα τελευταία χρόνια έχει διευρύνει το δίκτυό της, συμπεριλαμβανομένου του ανοίγματος νέων, μικρότερων καταστημάτων με το σήμα, Heirloom Market. Η νέα αυτή κίνηση της εταιρείας ευθυγραμμίζεται επίσης, με την στρατηγική της να επιταχύνει τον omnichannel μετασχηματισμό της.



ΟΙ ΧΩΡΟΙ

Ο χώρος φρέσκων προϊόντων περιλαμβάνει περισσότερα από 350 είδη, συμπεριλαμβανομένης μιας ποικιλίας βιολογικών ειδών, τοπικών προϊόντων, φρούτων και λαχανικών που κόβονται στο κατάστημα, καθώς και μιας διευρυμένη σειρά plant-based προϊόντων.



ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ SALADWORKS

Ο retailer έχει επίσης, συνεργαστεί με την Saladworks. Οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν από περισσότερα από 60 φρέσκα υλικά, για να προσαρμόσουν τις σαλάτες, τα wraps και τις σούπες τους. Έχει επίσης, συνάψει συνεργασία με το Hissho Sushi, προσφέροντας υπεύθυνα, premium sushi και roke.



BEER & WINE EATERY

Το Beer & Wine Eatery προσφέρει περισ-

σότερες από 300 ποικιλίες εθνικών και τοπικών brands μπίρας και κρασιού, εκτός από φρέσκα snacks, όπως sandwiches, wraps, σαλάτες και άλλα.



ΠΑΡΑΛΑΒΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΖΟΔΡΟΜΙΟ

Ως μέρος της omnichannel προσέγγισής της, η επιχείρηση e-commerce, GIANT Direct, προσφέρει παραλαβή και παράδοση επί πεζοδρομίου.



Ελευθερία Πιπεροπούλου
eleftheria@notice.gr

• **ARBY'S**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΔΥΟ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΒΟΤΚΑΣ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΤΗΓΑΝΗΤΗΣ ΠΑΤΑΤΑΣ

Η Arby's ανεβάζει τις πατάτες και τη βότκα στο επόμενο επίπεδο. Η αλυσίδα ανακοίνωσε την Τετάρτη ότι κυκλοφορεί τις βότκες, Crinkle Fry και Curly Fry. Τα μπουκάλια βότκας με γεύση τηγανητή πατάτας είναι ήδη, διαθέσιμα για αγορά μέσω διαδικτύου.

Σύμφωνα με τον Arby's, η βότκα, Curly Fry είναι απόσταγμα από πιπέρι καγιέν, πάπρικα, κρεμμύδι και σκόρδο, ενώ η βότκα, Crinkle Fry, παρασκευάζεται με αλάτι kosher και ζάχαρη. Τα μπουκάλια κοστίζουν \$59,99 το ένα.



• STARBUCKS - AMAZON ΕΓΚΑΙΝΙΑΣΑΝ ΤΟ ΠΡΩΤΟ CASHIERLESS ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Νέο κατάστημα καφέ χωρίς ταμεία εγκαινίασε η Starbucks, σε συνεργασία με την Amazon Go. Είναι ένα διαφορετικό από τα συνηθισμένα κατάστημα στην Νέα Υόρκη. Σε αυτό, οι πελάτες παίρνουν ένα καφέ ή ένα σάντουιτς από το ράφι και απλώς βγαίνουν ... έξω, καθώς μπορούν να παραγγείλουν τον καφέ τους μέσω της εφαρμογής Starbucks και να τον παραλάβουν αυτόματα. Ακόμη, για να καθίσουν σε τραπέζια ή να πάρουν σνακ από τα ράφια, πρέπει να χρησιμοποιήσουν πιστωτική κάρτα, την εφαρμογή Amazon ή την εφαρμογή αναγνώρισης προσώπου Amazon One. Όπως αναφέρει το CNN, μετά την πανδη-



μία και τη μαζική στροφή του κόσμου προς τις online παραγγελίες, τα Starbucks δημιούργησαν μια στρατηγική βασισμένη σε αυτή την αλλαγή.

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΑΥΤΟΜΑΤΕΣ ΠΑΡΑΛΑΒΕΣ

Στις αστικές περιοχές, για παράδειγμα, άνοιξαν νέα καταστήματα μόνο για αυτόματες παραλαβές, ενώ στις προαστιακές

αύξησαν τα drive-thrus. Επιπλέον, εντός του 2022, θα ανοίξουν τρία ακόμη καταστήματα χωρίς ταμεία, σε συνεργασία με την Amazon.

Η συγκεκριμένη προσπάθεια εντάσσεται στο πλαίσιο αναμόρφωσης του δικτύου καταστημάτων της Starbucks, η οποία πέρυσι είχε ανακοινώσει πως σκοπεύει να κλείσει και να συγχωνεύσει περισσότερα από 400 καταστήματα στις Ηνωμένες Πολιτείες.

• PAPA JOHN'S ΝΕΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ

Η Papa John's ανανεώνει τα εστιατόρια και την επωνυμία της, καθώς εισέρχεται σε νέα εποχή. Η εταιρεία ανακοίνωσε ότι αλλάζει το λογότυπο και τα εστιατόρια σε πιο καθαρό, πιο μοντέρνο σχεδιασμό. Τα νέα εστιατόρια θα έχουν μια νέα ιδέα και περισσότερους τρόπους, για να παραλαμβάνουν οι πελάτες παραγγελίες. Ο επανασχεδιασμός ξεκινά με ένα νέο λο-

γότυπο, που αντικατοπτρίζει οπτικά την "ευελιξία" της αλυσίδας, δήλωσε στο Insider ο Chief Commercial Officer, Max Wetzel. Η νέα προσαρμοσμένη γραμματοσειρά είναι, "εμπνευσμένη από τον τρόπο, με τον οποίο η φρέσκια, ποτέ παγωμένη ζύμη, κινείται και τεντώνεται, όταν τα μέλη της ομάδας φτιάχνουν πίτσα", ανέφερε η εταιρεία σε δήλωσή.



Mark Smucker, CEO, JM Smucker

• JM SMUCKER ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΖΕΙ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΗΝ ALABAMA - ΕΠΕΝΔΥΣΗ \$1,1 ΔΙΣ.

Το ποσό του \$1,1 δισ. θα επενδύσει η JM Smucker στην κατασκευή νέας μονάδας παραγωγής και διανομής στην Alabama, με στόχο να ενισχύσει την παραγωγή sandwich, Smucker's Uncrustables. Οι νέες εγκαταστάσεις θα κατασκευαστούν σε τρεις φάσεις, δημιουργώντας έως και 750 θέσεις εργασίας. Το εργοστάσιο θα αποτελέσει την τρίτη μονάδα παραγωγής αφιερωμένη στο brand, Smucker's Uncrustables, μαζί με τις εγκαταστάσεις στο Scottsville του

Kentucky και στο Longmont του Colorado.

ΥΠΕΡΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ

Η νέα εγκατάσταση, μαζί με μια επέκταση στη μονάδα του Longmont, θα υποστηρίξουν τον στόχο της JM Smucker, να υπερδιπλασιάσει την τρέχουσα παραγωγική της ικανότητα. Η εταιρεία αναμένει να αυξήσει το brand, Uncrustables, τα επόμενα πέντε χρόνια σε περίπου \$1 δισ. σε ετήσιες καθαρές πωλήσεις.

• **ΘΑΝΟΠΟΥΛΟΣ**

ΕΛΑΦΡΑ ΠΤΩΣΗ ΤΖΙΡΟΥ ΦΕΤΟΣ - ΣΤΑΘΕΡΟ ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΟ 2022

Ελάχιστη διαφοροποίηση προς τα κάτω θα καταγράψει ο τζίρος του 2021 για την αλυσίδα Δ. Θανόπουλος, όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Co - Owner της αλυσίδας, Τέλης Θανόπουλος.

Η αλυσίδα, η οποία διαθέτει τρία φυσικά καταστήματα και ένα e-shop, έκλεισε το 2020 με αύξηση 16,1% στον κύκλο εργασιών, ενώ η ανάπτυξη που κατέγραψε το e-shop, το οποίο λειτουργεί εδώ και τρία χρόνια, "ήταν παραπάνω από διπλάσια".

"Όπως πολλές εταιρείες, έτσι και εμείς ανταποκριθήκαμε στις απαιτήσεις της πανδημίας από την αρχή της, αλλά πλέον, η κατανάλωση έχει πάει σε πιο νορμάλ επίπεδα και δεν υπάρχει ο πανικός των αγορών που υπήρχε παλαιότερα", εξηγεί, συμπληρώνοντας ότι, το

2021 δεν αναμένεται ο ίδιος τζίρος με τα πολύ υψηλά επίπεδα που πέτυχε η εταιρεία (αλλά και ο κλάδος γενικότερα) το 2020.

DATA

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών (καθαρός)

2020: 55.182

2019: 47.528

Μεταβολή: 16,10%

Μεικτό αποτέλεσμα

2020: 13.019

2019: 10.629

Μεταβολή: 22,48%

Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων

2020: 4.749

2019: 2.873

Μεταβολή: 65,29%

Αποτελέσματα προ φόρων

2020: 4.765

2019: 2.876

Μεταβολή: 65,66%

Αποτελέσματα μετά από φόρους

2020: 3.575

2019: 2.150

Μεταβολή: 66,30%

πουλος είναι σε διαρκή προσπάθεια εκσυγχρονισμού και εμπλουτισμού των καταστημάτων της με νέα προϊόντα και συνεργασίες με εταιρείες από την εγχώρια αγορά και το εξωτερικό.

"Πρόκειται για ένα continuous involvement, που είναι βασικός πυλώνας της στρατηγικής μας", εξηγεί ο κ. Θανόπουλος.

ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΥΨΗΛΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Ερωτηθείς μάλιστα, για τα επόμενα σχέδια της αλυσίδας και το ενδεχόμενο επέκτασής της σε άλλες περιοχές της Αττικής, πέραν των βορείων προαστίων, ο ίδιος υπογράμμισε ότι δεν προβλέπονται νέα καταστήματα και νέα projects ούτε μέχρι τέλος του χρόνου, αλλά ούτε και για το 2022.

"Η ανάγκη που βλέπουμε, ενθαρρύνουμε και επενδύουμε, είναι η βελτίωση των υπηρεσιών και των προϊόντων, τόσο στα φυσικά καταστήματα, όσο και στο online. Προτεραιότητά μας είναι, οι πελάτες μας να απολαμβάνουν την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση. Έχοντας αυτό ως προτεραιότητα, δεν θα προχωρήσουμε σε βιαστικές κινήσεις για την επέκταση του δικτύου, ακόμα και εάν υπάρξουν ευκαιρίες, γιατί δεν θέλουμε να μετριάσει η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών".



Τέλης Θανόπουλος, Co - Owner, Δ. Θανόπουλος

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Έχοντας στο επίκεντρο τη διατήρηση του υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης, η Θανό-

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **WHEYHEY**

ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΓΕΥΣΕΙΣ ΠΑΓΩΤΟΥ ΜΕ ΑΛΚΟΟΛ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΟΡΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ

Νέα σειρά παγωτών με αλκοόλ, χωρίς ζάχαρη, για την περίοδο των Χριστουγέννων, κυκλοφόρησε η Wheyhey. Η limited-edition σειρά περιλαμβάνει τις γεύσεις, Mulled Wine, Champagne και Eggnog. "Συχνά ανησυχούμε μην το παρακάνουμε κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου. Αλλά, μην φοβάστε, οι τρεις γεύσεις μας είναι χωρίς ζάχαρη, χαμηλές σε θερμίδες και πλούσιες σε πρωτεΐνη", δήλωσε ο Dan Kaminski, επικεφαλής καινοτομίας στην Wheyhey.



• SOLMEYEA Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ START-UP ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΕΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΠΡΩΤΕΪΝΗΣ

Την ώρα που οι περισσότερες επιχειρήσεις -στον κόσμο και στην Ελλάδα- αρχίζουν να βάζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη ψηλά στην ατζέντα των προτεραιοτήτων τους, υπάρχει μια νέα γενιά ανθρώπων που καινοτομεί στον συγκεκριμένο τομέα, φέρνοντας πρωτόπορες ιδέες και δημιουργώντας λύσεις. Ένας από αυτούς είναι και ο Βασίλης Στενός, που ίδρυσε το 2019 την Solmeya, μια βιοτεχνολογική εταιρεία που παράγει εναλλακτικές μορφές πρωτεΐνης, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία τροφών και ζωοτροφών.

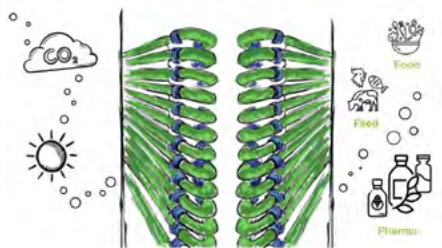
Όπως δήλωσε στο FNB Daily ο κ. Στενός, η Solmeya ασχολείται με την καλλιέργεια μικροφυκών με δύο βασικούς σκοπούς:

- Δέσμευση και αξιοποίηση του διοξειδίου του άνθρακα
- Παραγωγή πρωτεϊνών και βιταμινών για τροφές

ΣΤΟΧΟΣ Η ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΣΟΓΙΑΣ

“Είχε γίνει μια μελέτη στην Αμερική από εμένα παλαιότερα, αλλά πλέον, λόγω των συγκυριών της κλιματικής αλλαγής, είναι ακόμη πιο έντονο το ενδιαφέρον, αφενός για να απορροφήσουμε το διοξείδιο του άνθρακα, αφετέρου για να παραγάγουμε έξτρα φαγητό”, δήλωσε ο κ. Στενός.

Σύμφωνα με τον κ. Στενό, η Solmeya είναι μια B2B εταιρεία, πουλά πρώτες ύλες στη βιομηχανία των τροφίμων, με στόχο την αντιμετώπιση της σόγιας.



ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Αυτή τη στιγμή, η ομάδα της Solmeya συνεργάζεται με 50 φορείς από την Ευρώπη, πανεπιστήμια, ιδρύματα και μεγάλες βιομηχανίες, μεταξύ των οποίων και η Danone. Όπως τόνισε ο κ. Στενός, οι μεγάλες βιομηχανίες απαιτούν αυξημένη παραγωγική δυναμική, για να μπορέσουν να συνεργαστούν με την Solmeya.

Η πιλοτική γραμμή παραγωγής της Solmeya φιλοξενείται στον Δημόκριτο, ενώ η startup έχει υποβάλει την πατέντα της μαζί με το πανεπιστήμιο της Δανίας Technical University of Denmark (DTU). “Δεσμεύουμε 29 φορές περισσότερο διοξείδιο του άνθρακα από ένα ίσος έκτασης δάσος”, δήλωσε ο κ. Στενός.

ΣΤΟΧΟΙ

Η Solmeya έχει, αυτή τη στιγμή, παρουσία σε 15 χώρες της Ευρώπης, τις ΗΠΑ και το Ισραήλ, ενώ, για την ώρα, στηρίζεται σε ίδια κεφάλαια. Στους άμεσους στόχους της εταιρείας περιλαμβάνεται η επέκταση σε πρώτες ύλες για την κοσμητολογία και τα καροτονεοειδή.

Ελευθερία Πιπεροπούλου
eleftheria@notice.gr



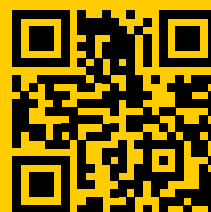
Η ομάδα της Solmeya



Το Horeca Open, καθημερινά, στο διαδίκτυο

Το απόλυτο B2B portal, που συνδέει το σύνολο της εφοδιαστικής αλυσίδας στον κλάδο Horeca. Με αναλύσεις, στοιχεία, απόψεις, τάσεις και όλες τις εξελίξεις, εντός και εκτός συνόρων

horecaopen.com



*Connecting
Horeca
Supply Chain*

• UNILEVER

ΣΥΜΦΩΝΗΣΕ ΝΑ ΠΟΥΛΗΣΕΙ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΣΑΓΙΟΥ ΣΤΗΝ CVC CAPITAL

Σε συμφωνία για την πώληση ορισμένων από τις πιο γνωστές μάρκες τσαγιού στον κόσμο, από την Lipton έως την PG Tips, στην CVC Capital Partners, κατέληξε η Unilever Plc, έναντι €4,5 δισ., σε cash-free και debt-free βάση, όπως αναφέρεται στη σχετική ανακοίνωση. Για το θέμα είχε γράψει το [FNB Daily](#) από την προηγούμενη εβδομάδα.

Η επιχείρηση, που πωλείται, ονομάζεται Ekaterra και φιλοξενεί χαρτοφυλάκιο 34 brands τσαγιού, συμπεριλαμβανομένων των Lipton, PG Tips, Pukka Herbs και TAZO, και το 2020 απέφερε έσοδα €2 δισ.

Σημειώνεται ότι η CVC κατέληξε σε συμφωνία με την Unilever, αφού κέρδισε τους ανταγωνιστές πλειοδότες, συμπεριλαμβανομένης της Advent International.

ΝΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΝ CEO

Όπως σημειώνει το Bloomberg, η πώληση σηματοδοτεί μια τόσο αναγκαία νίκη για τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της Unilever, Alan Jope, ο οποίος προσπαθεί να ανανεώσει το χαρτοφυλάκιο της εταιρείας, με στόχο να συμβαδίσει με τις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών. Η εταιρεία εγκατέλειψε μια προγραμματισμένη πώληση ενός

χαρτοφυλακίου προϊόντων ομορφιάς, ύψους \$1 δισ., νωρίτερα αυτό το έτος, αφού απέτυχε να προσελκύσει επαρκή ζήτηση από πιθανούς αγοραστές.

“Η εξέλιξη του χαρτοφυλακίου μας σε χώρους υψηλότερης ανάπτυξης είναι σημαντικό μέρος της αναπτυξιακής μας στρατηγικής”, δήλωσε ο Jope. “Η απόφασή μας να πουλήσουμε την Ekaterra δείχνει μια περαιτέρω πρόοδο στην υλοποίηση των σχεδίων μας”.

ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Η ζήτηση για τσάι έχει πληγεί τα τελευταία χρόνια εν μέσω μιας στροφής σε γευστικές εναλλακτικές λύσεις βοτάνων και στον παραδοσιακό καφέ. Η εταιρεία δήλωσε τον Ιανουάριο του 2020 ότι θα ξεκινούσε μια στρατηγική αναθεώρηση της επιχείρησης τσαγιού, που θα μπορούσε να οδηγήσει στη μερική ή πλήρη πώλησή της.

Σημειώνεται ότι η πώληση δεν περιλαμβάνει τις μονάδες τσαγιού της Unilever στην Ινδία και την Ινδονησία και τις συνεργασίες της στην αγορά RTD τσαγιού, όπως το μερίδιό της σε κοινοπραξία με την PepsiCo Inc. Η Unilever ανέφερε ότι αναμένει να ολοκληρώσει την πώληση το δεύτερο εξάμηνο του 2022.



Ivan Menezes, CEO, Diageo

• DIAGEO

ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΑΥΞΗΣΗ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΤΑ 50%

Αύξηση των πωλήσεων του βλέπει κατά τα επόμενα χρόνια ο όμιλος Diageo και ελπίζει ότι τα brands του, όπως Baileys, Johnnie Walker, Smirnoff και Tanqueray, θα συμβάλουν στην αύξηση του μεριδίου αγοράς κατά 50%.

Ο βρετανικός όμιλος ποτών υπολογίζει σε αύξηση τζίρου κατά 16% για το πρώτο εξάμηνο του οικονομικού έτους 2022, που λήγει τον Ιούνιο. Στο τέλος της δεκαετίας, ο όμιλος ελπίζει να επεκτείνει το μερίδιο αγοράς του κατά το ήμισυ (από 4% σε 6%), σύμφωνα με το ολλανδικό ειδησεογραφικό site, nu.nl.

Η Diageo έχει επωφεληθεί από το τέλος των περιορισμών που σχετίζονται με την πανδημία σε πολλές χώρες, καθώς επετράπη στα μπαρ να ξαναανοίξουν. Τα επόμενα τέσσερα χρόνια, η εταιρεία αναμένει ανάπτυξη 5-7%, αλλά λέει ότι ο αυξανόμενος πληθωρισμός ενδέχεται να επιβαρύνει τα αποτελέσματά της.



Alan Jope, CEO, Unilever

AMERICA POST COVID-19

MARKET INSIGHTS

Η NATURAL GROCERS ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΤΟ TOP 10 ΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ 2022

Η Natural Grocers αποκάλυψε, για έκτη συνεχόμενη χρονιά, τις ετήσιες προβλέψεις της, για τις δέκα κορυφαίες διατροφικές τάσεις, αναφορικά με την υγεία, τη διατροφή και τα τρόφιμα, για το 2022.

“Καθώς ανατρέχουμε σε μια ακόμη χρονιά, κατά την οποία όλοι μας έχουμε νιώσει τις προφανείς, αλλά και τις κρυφές επιπτώσεις της παγκόσμιας πανδημίας, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι άνθρωποι αλλάζουν τον τρόπο, με τον οποίο προσεγγίζουν την υγεία τους”, αναφέρει η Shelby Miller, Manager, Scientific Affairs and Nutrition Education, στην Natural Grocers. “Οι άνθρωποι παίρνουν σοβαρά υπόψη το πώς οι καθημερινές επιλογές επηρεάζουν την υγεία τους μακροπρόθεσμα, και οι τάσεις μας για το επόμενο έτος αντανακλούν το πώς αυτές οι αποφάσεις διαμορφώνουν την ευημερία και την ικανότητά μας να ζούμε καλύτερα.”

ΟΙ ΟΜΑΔΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η ομάδα εκπαίδευσης & διατροφής της Natural Grocers, μαζί με ειδικούς στον τομέα wellbeing (από εγγεγραμμένους διαιτολόγους μέχρι πιστοποιημένους σεφ), συνεργάστηκε με τις ομάδες προμηθειών και ανάλυσης του retailer, μελέτησε τις καταναλωτικές προτιμήσεις, αξιολόγησε τον αντίκτυπο της πανδημίας COVID-19 στον καταναλωτή και κατέγραψε τις ακόλουθες ανερχόμενες τάσεις:

ΜΙΑ ΖΩΗ ΓΕΜΑΤΗ ΥΓΕΙΑ

Συνειδητοποιώντας τη σημασία του να ζεις μια ζωή γεμάτη υγεία, το 2022 θα επικεντρωθούμε, όχι μόνο στο πόσα χρόνια μπορούμε να ζήσουμε, αλλά και στο πόσο υγιείς μπορούμε να είμαστε αυτά τα χρόνια. Κάτι τέτοιο προβλέπει την υποστήριξη της καλής υγείας με τη σωστή διατροφή, τον σωστό τρόπο ζωής και τα συμπληρώματα διατρο-



φής, όχι μόνο όταν κάποιος είναι μεσήλικας ή ηλικιωμένος, ή μόνο όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα υγείας, αλλά καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής μας”, σύμφωνα με τον retailer.

Η ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΑΝΟΣΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ ΓΙΝΕΤΑΙ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ

“Γνωρίζουμε ότι το να αρρωστήσουμε είναι αναπόφευκτο, αλλά έχουμε επίσης, κατανοήσει ότι, με την καθημερινή φροντίδα του ανοσοποιητικού μας συστήματος, ακόμη και όταν δεν είμαστε άρρωστοι, θα το κάνουμε δυνατό και ικανό να ανταποκριθεί, όταν αρρωστήσουμε, κάνοντας τα συμπτώματα λιγότερο σοβαρά και τη διάρκεια της ασθένειας μικρότερη. Το 2022, θα συνεχίσουμε να δίνουμε στο ανοσοποιητικό μας τα θεραπευτικά συστατικά που χρειάζεται για να λειτουργεί άριστα- σε καθημερινή βάση”, δήλωσε ο retailer.

Η ΥΓΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΔΙΩΝ ΖΩΩΝ

“Η υιοθεσία κατοικίδιων αυξήθηκε κατακόρυφα κατά τη διάρκεια της πανδημίας και, όπως ακριβώς δείξαμε αυξημένο ενδιαφέρον για την υποστήριξη της υγείας και της ευεξίας μας τα τελευταία δύο χρόνια, έτσι και οι ιδιοκτήτες κατοικίδιων εφαρμόζουν τώρα, τα ίδια υψηλά πρότυπα, όταν ψωνίζουν για τους μαλλιαρούς φίλους τους. Καθώς οι ιδιοκτήτες κατοικίδιων γίνονται ολοένα και πιο συνειδητοποιημένοι, θα δούμε συνεχή αύξηση της ζήτησης για βιολογικές

τροφές και λικουδιές για κατοικίδια”, αναφέρει η Natural Grocers.

ΡΥΠΑΝΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

“Υπολογίζεται ότι η ατμοσφαιρική ρύπανση οδηγεί σε τουλάχιστον επτά εκατομμύρια θανάτους παγκοσμίως κάθε χρόνο. Η έκθεση στη ρύπανση σχετίζεται με το άσθμα και τη δυσλειτουργία των πνευμόνων, με τις νευρολογικές βλάβες, τις καρδιακές παθήσεις και τον καρκίνο. Αναγνωρίζουμε την ατμοσφαιρική ρύπανση ως σοβαρό κίνδυνο για την υγεία και τώρα, αρχίζουμε να κατανοούμε τη σημασία της προστασίας του οργανισμού μας από τις αρνητικές της επιπτώσεις. Συνειδητοποιούμε επίσης, ότι, η συμβατική γεωργία αποτελεί σημαντική πηγή ατμοσφαιρικής ρύπανσης και ότι οι διατροφικές μας επιλογές μπορούν να έχουν αντίκτυπο στη βελτίωση της ποιότητας του αέρα”, δήλωσε ο retailer.

HEALTHY SNACKING ΚΑΙ Η ΑΝΘΗΣΗ ΤΩΝ SENSIBLE INDULGENCES

“Οι πωλήσεις αλμυρών snacks, μπισκότων και παγωτών, αυξήθηκαν, καθώς οι καταναλωτές στράφηκαν στα snacks για απόλαυση, αλλά η πανδημία αύξησε επίσης, το ενδιαφέρον μας για τα snacks που είναι μεν απολαυστικά, αλλά και υγιεινά. Το 2022 θα δούμε τη συνεχή άνοδο αυτού που ονομάζουμε συνετές απολαύσεις”, δήλωσε ο retailer.

AMERICA POST COVID-19

ΘΑ ΝΙΚΗΣΟΥΜΕ ΤΟ BURNOUT

“Η αντιμετώπιση των συμπτωμάτων της μακράς διάρκειας της πανδημίας στην υγεία μας έχει υπάρξει, τον τελευταίο καιρό, βασικό σημείο αναφοράς για τους επιστήμονες και τους γιατρούς, αλλά, στο μεταξύ, πολλοί άνθρωποι παλεύουν και με τον συναισθηματικό αντίκτυπο αυτής. Καθώς η πανδημία και όλα όσα αυτή συνεπάγεται, συνεχίζουν να υπάρχουν, πολλοί από εμάς βιώνουμε burnout. Συνειδητοποιούμε ότι δεν μπορούμε να ξεφύγουμε από τα πράγματα που μας αγχώνουν, αλλά μαθαίνουμε να τα διαχειριζόμαστε, έτσι ώστε να το καταπολεμάμε”, δήλωσε η Natural Grocers.

ΝΕΑ ΜΑΤΙΑ ΣΤΟΝ ΜΕΤΑΒΟΛΙΣΜΟ

“Μια νέα μελέτη που δημοσιεύθηκε στο περιοδικό, Science, δείχνει ότι ο μεταβολικός ρυθμός δεν μειώνεται τόσο νωρίς, όσο νομίζαμε. Αντίθετα, ο μεταβολισμός μας πα-

ραμένει σταθερός από τα 20 έως τα 50 μας χρόνια και αρχίζει να μειώνεται πια στα 60 και 70. Αυτό έχει επιφέρει σημαντική αλλαγή στην οπτική μας, επειδή σημαίνει ότι έχουμε πολύ περισσότερο έλεγχο του μεταβολισμού μας από ό,τι πιστεύαμε μέχρι πρόσφατα. Αλλά με τον έλεγχο έρχεται και η ευθύνη. Γι' αυτόν τον λόγο, το 2022 θα δούμε αυξημένη ζήτηση για προϊόντα και lifestyle συνήθειες που βοηθούν στη διατήρηση του μεταβολισμού”, δήλωσε η Natural Grocers.

Η ΕΙΚΟΝΙΚΗ ΕΥΕΞΙΑ ΗΡΘΕ ΓΙΑ ΝΑ ΜΕΙΝΕΙ

“Η πανδημία COVID-19 έβαλε την ψηφιακή πραγματικότητα στη ζωή μας: ψηφιακή θεραπεία, ψηφιακές συναντήσεις, ψηφιακό σχολείο. Ακόμα και όταν η πανδημία τελειώσει, το εικονικό wellbeing θα παραμείνει και θα συνεχίσουμε να αναζητούμε

υπηρεσίες προσβάσιμες από την άνεση του σπιτιού μας”.

Η ΓΕΥΣΗ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΚΟΥΖΙΝΑ

“Γνωρίζουμε, εδώ και καιρό, ότι τα βότανα και τα μπαχαρικά κάνουν το φαγητό μας πιο γευστικό, και τώρα μαθαίνουμε ότι το κάνουν και πιο υγιεινό. Πρόκειται για μια τάση στη γεύση που αναδεικνύει την αυξανόμενη ζήτηση για λειτουργικά συστατικά, μπαχαρικά και βότανα, που ενισχύουν, τόσο τη γεύση, όσο και τη διατροφική αξία των αγαπημένων μας τροφών. Το 2022, συστατικά, όπως η κανέλα, ο κουρκουμάς, το τζίντζερ, ο βασιλικός, το θυμάρι, το φασκόμηλο και το δεντρολίβανο, θα βρεθούν στο επίκεντρο της κουζίνας, όχι μόνο επειδή έχουν υπέροχη γεύση, αλλά επειδή είναι γεμάτα και με ιδιότητες που υποστηρίζουν την υγεία μας”, δήλωσε ο retailer.

GROCERY RETAIL

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ KROGER - BED BATH & BEYOND

Η Kroger Co. και η Bed Bath & Beyond Inc., εταιρεία λιανικού εμπορίου για το σπίτι, το μωρό και το wellbeing, ανακοίνωσαν τη συνεργασία τους την περασμένη Τρίτη. Τα προϊόντα Bed Bath & Beyond, καθώς και τα buybuy Baby, θα είναι στο Kroger.com από τις αρχές του 2022. Το εγχείρημα θα ξεκινήσει ηλεκτρονικά και έπειτα, θα ακολουθήσει και η διαθεσιμότητα σε επιλεγμένα φυσικά καταστήματα, πιλοτικά.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

“Η Kroger είναι ο γέτης του φρέσκου τρόφιμου και της καινοτομίας”, αναφέρει ο Rodney McMullen, Πρόεδρος και CEO της Kroger. “Κάθε μέρα, ψάχνουμε νέους τρόπους και εμπειρίες, για να ικανοποιήσουμε τις διαφορετικές ανάγκες των καταναλωτών. Για παράδειγμα, το Bed Bath & Beyond έχει ένα συ-

ναρπαστικό portfolio, το οποίο συμπληρώνει τα στοιχεία που επιθυμούν οι καταναλωτές μας. Η διαδικτυακή και φυσική συνεργασία μας θα δώσει πρόσβαση στους πελάτες μας σε βασικές λύσεις σπιτιού και μωρουδιακά προϊόντα, παράλληλα με τα αγαπημένα τους τρόφιμα - συνεχίζοντας τη μακροχρόνια δέσμευσή μας για άμεση εξυπηρέτηση.”

“Πολλές από τις πιο ξεχωριστές στιγμές της ζωής μας περιστρέφονται γύρω από ένα

γεύμα”, ανέφερε ο Stuart Aitken, Senior Vice President της Kroger, Chief Merchant & Marketing Officer. “Αυτή η συνεργασία θα φέρει την Bed Bath & Beyond, καθώς και την buybuy Baby κατηγορία, στο ηλεκτρονικό και φυσικό μας κατάστημα, επεκτείνοντας τον τρόπο που μπορούμε να βοηθήσουμε να γιορτάσετε το πρώτο σπίτι, την εγκατάσταση στο κολέγιο, τη μεγάλη οικογένεια και πολλά άλλα”.

