

A full-page background image of a forest in autumn. Large trees with golden-yellow leaves stand along a stream. Two hikers with backpacks are walking away from the camera on a rocky path covered in fallen leaves. A metal sign stands in the water, reflecting in the calm surface.

ΕΙΝΑΙ Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΝΕΡΟ
ΚΑΙ ΜΟΙΑΖΕΙ ΤΟΣΟ ΦΥΣΙΚΟ
ΤΟ ΝΑ ΚΥΛΑΜΕ



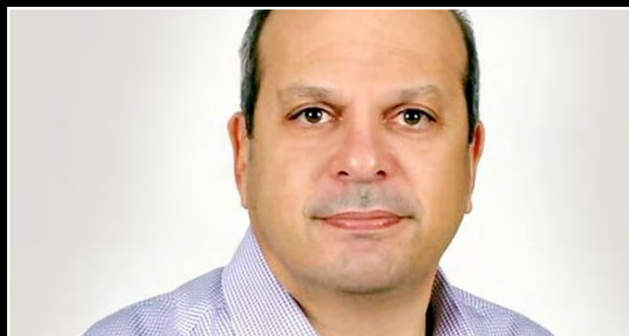
ΔΥΝΑΜΗ ΜΑΣ, Η ΡΟΗ ΜΑΣ.

water.gr



• SUPER VERO – ΣΕΡΒΙΑ

Τα ελληνικά προϊόντα που περιλαμβάνονται
στο "Greek flavor Olympics"



• PREMIA PROPERTIES

Νέα ΑΜΚ €75 εκατ.
- Ποια είναι τα 7 εισφερόμενα ακίνητα



• ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΑΚΟΥ

Άνοιγμα στις αραβικές χώρες – Στόχος
τα business lounges σε Ελλάδα και εξωτερικό



• NACS

Τι φέρνει το quick commerce
και το E-mobility στο convenience

EDITORIAL: I like to be in America

SECRET RECIPE: Δρακούλης στο Ψυχικό - Φάρμα Μπράλου στην Βάρη

“Θέλετε να μάθετε
πως να βάλετε
τα προϊόντα σας
στα ράφια των
supermarkets;”

ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΤΑ

FOOD EXPO



DEBATES

14-18 ΙΟΥΝΙΟΥ

POWERED BY NOTICE
CONTENT & SERVICES

Διαβάστε περισσότερα →

ΣΥΝΤΟΝΙΖΕΙ Ο:
Νεκτάριος Β. Νώτης
Founder, CEO
Notice Content and Services
(FnB Daily, BnB Daily,
horecaopen.com)



ΘΕΟΝΗ®

Φυσικό Μεταλλικό Νερό

πιάσε πράσιν



Η μεγαλύτερη απειλή για τον πλανήτη μας είναι να πιστεύουμε ότι κάποιος άλλος θα τον σώσει. Εμείς πιστεύουμε ότι όλοι έχουμε καθήκον να κάνουμε το περιβάλλον που ζούμε ένα καλύτερο μέρος με σεβασμό στις σημερινές αλλά και στις επόμενες γενιές.

Αυτό είναι ένα μικρό βήμα στο ΠΡΑΣΙΝΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ μας.

Το ΘΕΟΝΗ
αλλάζει τα δεδομένα
στην εμπειρία
κατανάλωσης νερού!

Το ΘΕΟΝΗ, το πιο Βραβευμένο
Ελληνικό Νερό στον Κόσμο,
σε χάρτινη συσκευασία **100%**
φιλική προς το περιβάλλον.

100% ανακυκλώσιμη

Carbon Neutral (μηδενικό αποτύπωμα άνθρακα)

Διεθνής Πιστοποίηση FSC

(υπεύθυνα διαχειριζόμενα δάση που αυξάνονται
αντί να μειώνονται)

Καπάκι από πλαστικό φυτικής προέλευσης

pH8

34 Διεθνή Βραβεία Ποιότητας

 theoninaturalmineralwater  theoninaturalmineralwater

www.theoni-water.gr



• ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΑΚΟΥ ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΙΣ ΑΡΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ – ΣΤΟΧΟΣ ΤΑ BUSINESS LOUNGES ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Άνοιγμα στις αραβικές χώρες πραγματοποιεί το οινοποιείο Παπαγιαννάκου, το οποίο το 2020 μπήκε σε Νορβηγία, Πολωνία και Ισπανία. "Κάθε χρόνο μπαίνουμε σε 1-2 χώρες, αλλά με πολύ προσεκτικά βήματα, γιατί έχουμε συγκεκριμένη δυναμικότητα", αναφέρει στο Fnb Daily ο Βασίλης Παπαγιαννάκος, ιδιοκτήτης του οινοποιείου, συμπληρώνοντας ότι, "για φέτος, στόχος είναι να μπούμε σε Ισραήλ και αραβικές χώρες".

ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΟ PORTFOLIO

Το οινοποιείο διαθέτει 11 ετικέτες, με εμβληματική και κυρίαρχη ποικιλία το Σεβαστιανό, αλλά και το Ασύρτικο και την Μαλαγουζιά στα λευκά και το Αγιωργίτικο και το Merlot στα ερυθρά. Όπως εξηγεί ο κ. Παπαγιαννάκος, δεν είναι στα άμεσα σχέδια το λανσάρισμα νέας ετικέτας, ούτε η φύτευση νέας ποικιλίας. "Είμαστε στη φιλοσοφία των μονοποικιλιακών και το κωδικολόγιο μένει σταθερό", υπογραμμίζει.

INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες: 25

Κυριότερες αγορές

Αμερική

Καναδάς

Βόρεια Ευρώπη(Γερμανία – Αγγλία)

%τζιρου: 75%

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ

Στόχος του οινοποιείου, σύμφωνα με τον ιδιοκτήτη του, είναι η επέκταση της παρουσίας του στα business lounges των αεροπορικών εταιρειών, μιας και προς ώρας, είναι αποκλειστικά στο lounge της Lufthansa στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών. "Θέλουμε να επεκταθούμε, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό, σε αυτό το κανάλι", αναφέρει.

ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΡΕΜΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ

Σε επίπεδο υποδομών και επενδύσεων, το οινοποιείο εξετάζει να αυξήσει τα ιδιόκτητα στρέμματα από 150 σε 250 σε βάθος πενταετίας, στηρίζοντας παράλληλα, και τις συνεργαζόμενες εκτάσεις που διαθέτει με συμβολαιακή γεωργία, οι οποίες είναι περίπου 200. Επιπλέον, ο κ. Παπαγιαννάκος συμπληρώνει ότι, προγραμματίζεται ο εκσυγχρονισμός



Βασίλης Παπαγιαννάκος, Ιδιοκτήτης, Οινοποιείο Παπαγιαννάκου



του οινοποιείου, εντάσσοντας νέες εμφιαλωτικές μηχανές. "Το επενδυτικό έχει εγκριθεί και εντός του έτους θα προχωρήσουμε στην υλοποίησή του. Υπολογίζουμε να έχει ολοκληρωθεί μέσα στο 2022", επισήμανε.

ΔΙΑΘΕΣΗ

Delicatessen

Εξειδικευμένες κάβες

Θανόπουλος

ΑΒ Βασιλόπουλος

Σκλαβενίτης

Μασούτης

ΣΥΓΚΡΑΤΗΜΕΝΟ ΤΟ Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Το οινοποιείο, που διαθέτει το 80% της παραγωγής του στο HoReCa, έκλεισε το 2020 με διψήφια μείωση, λόγω της πίεσης που δέχθηκε το εν λόγω κανάλι από την πανδημία.

"Η χρονιά πέρυσι, έκλεισε διψήφια πτωτικά, ενώ και το πρώτο τετράμηνο δεν ήταν καλό, ούτε για το εξωτερικό, ούτε για την Ελλάδα. Θεωρούμε ότι η επαναλειτουργία της εστίασης θα μας επιτρέψει να εξισορροπήσουμε την πώση που υπάρχει", τόνισε ο κ. Παπαγιαννάκος.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Editorial

I like to be in America

Η είδηση δημοσιεύτηκε χθες το απόγευμα από το Reuters:

Ο Πρόεδρος Biden προσφέρθηκε να ακυρώσει την πρόταση για αύξηση εταιρικού φόρου, κατά τη διάρκεια διαπραγματεύσεων με Ρεπουμπλικάνους για το πακέτο υποδομών, σε μια σημαντική παραχώρηση από τον Αμερικανό Πρόεδρο, καθώς εργάζεται για την επίτευξη συμφωνίας αυτή την εβδομάδα.

Η εξέλιξη αυτή αποδεικνύει δύο πράγματα:

Πρώτον, ότι ο πυρήνας της αμερικανικής κοινωνίας υποστηρίζει το ανεξάρτητο επιχειρείν, που πατάει στα πόδια του και δεν είναι κρατικοδίαιτο. Άρα, στη ζυγαριά κλίνει υπέρ της διατήρησης του εταιρικού φόρου αντί της χρηματοδότησης δημόσιων έργων. Διότι ο μέσος Αμερικανός γνωρίζει πολύ καλά ότι η δουλειά του εξαρτάται από την κερδοφορία και μακροχρόνεια της επιχείρησης, στην οποία δουλεύει.

Δεύτερον, ότι, όποιος και αν εκλέγεται στη θέση του Προέδρου, το κοινοβουλευτικό και νομοθετικό σύστημα είναι τέτοιο, ώστε χρειάζεται και την υποστήριξη της απέναντι κοινοβουλευτικής ομάδας, ειδικά αν ο Πρόεδρος είναι Δημοκρατικός (θυμίζω το τι είχε γίνει με το Obama Care). Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETCRICE

Δρακούλης στο Ψυχικό – Φάρμα Μπράλου στην Βάρη

Έντονη είναι η κινητικότητα, που καταγράφεται στα premium κρεοπωλεία, δεδομένου ότι τα γνωστά brands επιχειρούν να τοποθετηθούν σε αγορές, στις οποίες δεν έχουν παρουσία. Έτσι, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, ο Στράτος Δρακούλης ετοιμάζεται να ανοίξει στο Ψυχικό, στο ύψος της Αγίας Βαρβάρας, ώστε να καλύψει τις ανάγκες και των Βορείων Προαστίων. Αντίθετη πορεία ακολουθεί η Φάρμα Μπράλου, με τον Δάμη Πειθή να στήνει από την αρχή ένα κατάστημα πρότυπο, όπως λένε οι πληροφορίες, όπου το παρασκευαστήριο θα είναι σε ανοιχτή θέα για τους πελάτες, μέσω μιας μεγάλης τζαμαρίας. Το κατάστημα βρίσκεται στη Βάρη, λίγο πριν τον Σκλαβενίτη.

Τετάρτη
9 ΙΟΥ
2021

3:00μμ

Συζητώντας για τον Νέο Κλιματικό Νόμο Ετοιμάζοντας την οικονομία και την κοινωνία για αλλαγή



ΚΩΣΤΑΣ ΣΚΡΕΚΑΣ *
ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ



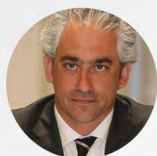
ΣΙΜΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΟΠΟΥΛΟΣ
ΠΡΟΕΔΡΟΣ
COMPETE GREECE



ΣΠΥΡΟΣ ΦΛΟΓΑΪΤΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
EPLO



ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΣΑΒΒΑΚΗΣ
ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ



ΣΠΥΡΟΣ ΚΟΥΒΕΛΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ, ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΓΙΑ ΤΗ
ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, EPLO



ΓΙΑΝΝΗΣ ΚΑΝΤΑΡΟΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
INTERAMERICAN



ΧΑΡΗΣ ΣΑΧΙΝΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΕΥΔΑΠ



ΒΕΝΕΤΙΑ ΚΟΥΣΙΑ
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ
COMPETE GREECE



ΚΩΣΤΑΣ ΣΥΝΟΛΑΚΗΣ *
ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ
ΚΡΗΤΗΣ, ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΘΝΙΚΗΣ
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ
ΚΛΙΜΑΤΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ



ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ALDEMAR RESORTS



ΚΙΑΡΑ ΚΟΝΤΗ
DIRECTOR, CLIMATE CHANGE
& SUSTAINABILITY, EY



ΣΠΥΡΟΣ ΚΙΑΡΤΖΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ
ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ, ΕΛΠΕ



ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΡΟΓΓΑ
PRINCIPAL RISK ADVISORY
RISK AND SUSTAINABILITY
SERVICES, DELOITTE



ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΝΙΑΣ
GROUP EXECUTIVE DIRECTOR,
EUROPE & SUSTAINABILITY
TITAN

Χορηγοί



Χορηγοί Επικοινωνίας



ΑΘΗΝΑΪΚΟ - ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟ
ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

• **PREMIA PROPERTIES**

ΝΕΑ ΑΜΚ €75 ΕΚΑΤ. - ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ 7 ΕΙΣΦΕΡΟΜΕΝΑ ΑΚΙΝΗΤΑ

Στην τρίτη διαδοχική αύξηση μετοχικού κεφαλαίου προχωρά η Premia Properties, ύψους €75 εκατ., η οποία θα πραγματοποιηθεί με εισφορά ακινήτων, αλλά και μετρητά, ενισχύοντας έτσι, τόσο το χαρτοφυλάκιο ακινήτων, αλλά και την κεφαλαιακή της βάση.

Πρόκειται να εισφερθούν συνολικά 7 ακίνητα, που αντιστοιχούν σε κάλυψη της ΑΜΚ κατά €27,5 εκατ., ενώ τα υπόλοιπα μέρη των €47,5 εκατ. θα καλυφθεί με μετρητά, μέσω δημόσιας προσφοράς.

Στο πλαίσιο αυτό, ο βασικός μέτοχος της εταιρείας, Strener Stenhus, συμφερόντων του επιχειρηματία Η. Γεωργιάδη, δεσμεύεται να καλύψει την ΑΜΚ έως του ποσού των €5 εκατ., ενώ η μέτοχος εταιρεία NOE με €0,5 εκατ.

ΤΑ ΑΚΙΝΗΤΑ

Σε ότι αφορά τα εισφερόμενα ακίνητα, πρόκειται για πέντε logistic centers στην Θεσσαλονίκη και τον Ασπρόπυργο, τα οποία διαθέτουν μακροχρόνιες συμβάσεις μίσθωσης με ισχυρούς ομίλους, αλλά και για δύο εμπορικά ακίνητα (big boxes). Εκτιμάται ότι η εύλογη αξία των παραπάνω ακινήτων ανέρχεται σε €55 εκατ. - σύμφωνα με αποτίμηση της CBRE - ενώ η μέση απόδοση τους (yield) είναι 8%. Πιο αναλυτικά:

ΔΥΟ ΠΕΥΚΑ

Κτίρια αποθηκών logistics, συνολικής επιφανείας 11.982,05 τ.μ., στη θέση Δύο Πεύκα, στον Δήμο Ασπροπύργου Αττικής εκμισθωμένα στην **Friesland Campina Hellas**. Το ακίνητο αποτιμήθηκε στα €15,21 εκατ.

ΡΙΚΙΑ

Αποθήκη logistics, συνολικής επιφανείας 7.298 τ.μ., στον Δήμο Ασπροπύργου Αττικής, εκμισθωμένο στην **Mediterranean Logistics**. Το ακίνητο αποτιμήθηκε στα €4,28 εκατ.

ΘΕΣΜΙΑ

Κτίρια αποθηκών logistics, συνολικής επιφανείας 15.664,30 τ.μ., στην Μάνδρα Αττικής, εκμισθωμένα στη



Κώστας Μαρκάζης, CEO, Premia Properties

Henkel Hellas. Το ακίνητο αποτιμήθηκε στα €6,38 εκατ.

ΜΕΣΣΗΝΙΑΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ

- Κατάστημα επιφανείας 1.374,35 τ.μ., στον Δήμο Κατερίνης, μισθωμένο στην **Σκλαβενίτης**. Το ακίνητο αποτιμήθηκε στα €2,2 εκατ.
- Εμπορικό κατάστημα, ισόγειου κτιρίου επιφανείας 2.286,39 τ.μ. με προσθήκη ισόγειων κτισμάτων επιφανείας 1.907,23 τ.μ. και υπογείου επιφανείας 268,81 τ.μ., στο 7ο χλμ. Ε.Ο. Καλαμάτας-Τρίπολης, μισθωμένο στην **Praktiker Hellas**. Το ακίνητο αποτιμήθηκε στα €4,91 εκατ.

ΑΔΑΜ ΤΕΝ

Αποθήκες logistics, συνολικής επιφανείας 25.724,78 τ.μ., στο 1ο χλμ. της Επαρχιακής Οδού Σίνδου-Χαλάστρας, εκμισθωμένες στην **Σηγκαλ Μεταφορική Εμπορική Μονοπρόσωπη ΕΠΕ**. Το ακίνητο αποτιμήθηκε στα €14,82 εκατ.

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟΥ

Αποθήκες logistics, επιφανείας 10.148,82 τ.μ. στον Δήμο Ελευσίνας Αττικής, εκμισθωμένες στην **Synergy In Supply In Chain**. Το ακίνητο αποτιμήθηκε στα €6,67 εκατ.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Business MINDSET



ΤΙ ΝΑ ΑΛΛΑΞΕΤΕ ΣΤΙΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΟΥ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΠΕΤΥΧΕΤΕ

Η αλλαγή είναι μία προϋπόθεση που πολλές φορές εμφανίζεται ως απαραίτητη για την επίτευξη κάποιου στόχου που θέλουμε να πετύχουμε. Από την άλλη, γιατί πολλές φορές ενώ καταλαβαίνουμε την αναγκαιότητα να αλλάξουμε τον τρόπο που κάνουμε κάτι ή μια συνήθειά μας και λέμε ότι έχουμε όλη την πρόθεση να πραγματοποιήσουμε αυτή την αλλαγή, κάπου ήδη στην αρχή τα παρατάμε ή δεν ξεκινάμε καν;

Έχετε ακούσει ήδη πολλές φορές ότι ο άνθρωπος από την φύση του αντιστέκεται στις αλλαγές. Είτε επειδή έχει βολευτεί στο να κάνει τα ίδια πράγματα με τον ίδιο τρόπο και το ξεβόλευμα του φαίνεται αρκετά επώδυνο, είτε επειδή με τον τρόπο που σκέφτεται αυτή την αλλαγή (όσο και αν λογικά θέλει να πιστέψει ότι θα είναι για καλό), στην ουσία τον φοβίζονται οι συνέπειες, σε περίπτωση που η αλλαγή αυτή δεν είναι επιτυχημένη.

Μία αρκετά συχνή μέθοδος «σαμποταρίσματος» που χρησιμοποιεί ο εγκέφαλός μας για να μας αποτρέψει να κάνουμε μία αλλαγή, είναι αυτή «των δύο άκρων». Από την μία λοιπόν χτίζει μεγάλες προσδοκίες για το αποτέλεσμα της αλλαγής που περιμένουμε, οι οποίες περιγράφουν τις άκρως ιδανικές συνθήκες που θα πρέπει να υπάρξουν για να συμβεί αυτή η αλλαγή. Στο άλλο άκρο, φέρνει τους πόρους που μας λείπουν για να πετύχουμε αυτή την αλλαγή στο τελικό της στάδιο. Έτσι, αρχίζουμε να σκεφτόμαστε όλα αυτά που θα έπρεπε ήδη να έχουμε στην κατοχή μας (πχ. πόρους, χρόνο, προϋποθέσεις, γνώσεις, κτλ.), αλλά δεν τα έχουμε και κάνουμε σιγά σιγά αυτή την αλλαγή να φαίνεται μη εφικτή. Επομένως, δεν ξεκινάμε καν ή την αφήνουμε για όταν θα έχουμε όσα χρειαζόμαστε.

Αν θέλετε όντως να κάνετε μία αλλαγή, μην κοιτάζετε την κορυφή του βουνού. Στοχεύστε στο πρώτο milestone. Ξεκινήστε με ότι έχετε και με τις παρούσες συνθήκες. Κάντε το πιο εύκολο για την παρακίνησή σας και πιο δύσκολο για το σαμποτέρ της. Απλά ξεκινήστε!

Βαλεντίνια Κόρδη, Mindset & High Performance Coach for Entrepreneurs, Executives & Teams
valentinakordi.com



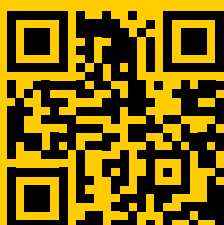
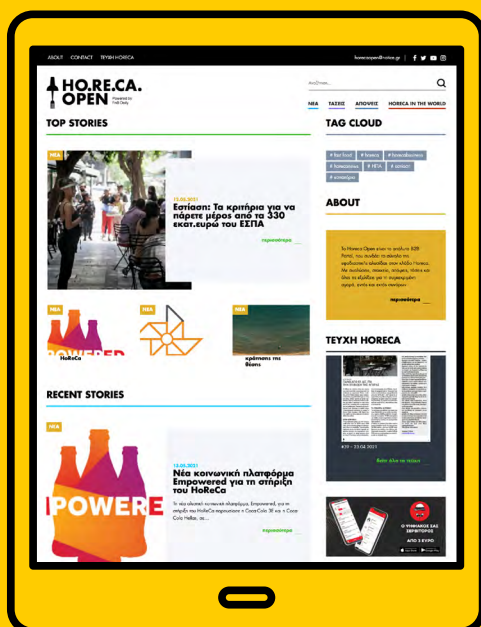
HORECA. OPEN

Powered by
FnB Daily

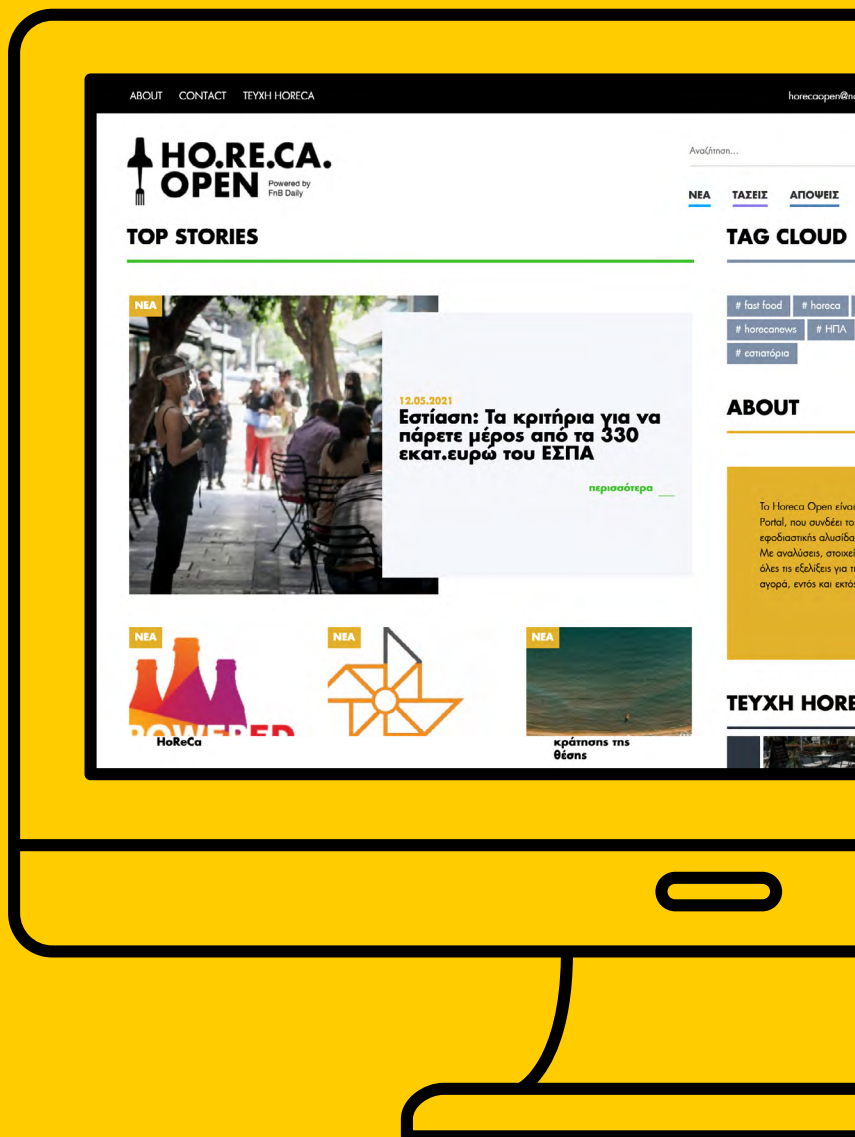
Το Horeca Open, καθημερινά, στο διαδίκτυο

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*



• **REMY COINTREAU**

Η ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΣΩΣΕ ΤΗ ΧΡΟΝΙΑ – ΔΙΨΗΦΙΑ ΠΤΩΣΗ ΓΙΑ ΜΕΤΑΧΑ

Ανθεκτικότητα παρουσίασε η Remy Cointreau στην οικονομική χρήση 2020/2021 που ολοκληρώθηκε στις 31 Μαρτίου, τόσο αναφορικά με τις πωλήσεις, όσο και με τα μικτά της κέρδη, ενώ διψήφια αύξηση κατέγραψε η καθαρή της κερδοφορία.

DATA (σε € εκατ.)

(με χρήση που κλείνει στις 31/3)

Πωλήσεις

2020/2021: 1.010

2019/2020: 1.025

Μεταβολή: (1,4%)

Μικτό κέρδος

2020/2021: 680,1

2019/2020: 676,9

Μεταβολή: (0,5%)

Καθαρά κέρδη

2020/2021: 144,5

2019/2020: 113,4

Μεταβολή: 27,5%

ΚΑΛΟ Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

Το καλό κλείσιμο της περυσινής χρονιάς αποδίδεται κυρίως, στις πολύ καλές επιδόσεις του β' εξαμήνου.

Κονιάκ: €735 εκατ., +3,7% (+27% στο β' εξάμηνο)

Λικέρ και οινοπνευματώδη: €248,3 εκατ., -3,2% (+7,2% στο β' εξάμηνο)

ΚΟΝΙΑΚ: ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Ανά κατηγορία, το κονιάκ εμφάνισε διψήφια ανάπτυξη στις ΗΠΑ, χάρη στις επιδόσεις του VSOP και του 1738, ενώ ανάλογη ανάπτυξη κατέγραψε και η Κίνα, χάρη στα XO και Club. Αντίθετα, φτωχές ήταν οι επιδόσεις στην περιοχή της ΕΜΕΑ, λόγω των lockdowns στην εστίαση και στην ταξιδιωτική λιανική, με εξαίρεση το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ρωσία.



ΛΙΚΕΡ-ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ: BOOM ΣΤΟ AT-HOME MIXOLOGY

Στην κατηγορία των λικέρ και αλκοολούχων, οι άριστες επιδόσεις στις ΗΠΑ υποστηρίχθηκαν από το boom στο at-home mixology, ειδικά με το Cointreau. Στην περιοχή ΕΜΕΑ, μόνο Ην. Βασίλειο, Ρωσία και Βελγίον κατέγραψαν ισχυρά μεγέθη, ενώ στην Ασία-Ωκεανία υποχώρησαν ελαφρά οι πωλήσεις, παρά την ισχυρή ανάπτυξη σε Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία.

κά με το Cointreau. Στην περιοχή ΕΜΕΑ, μόνο Ην. Βασίλειο, Ρωσία και Βελγίον κατέγραψαν ισχυρά μεγέθη, ενώ στην Ασία-Ωκεανία υποχώρησαν ελαφρά οι πωλήσεις, παρά την ισχυρή ανάπτυξη σε Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία.



Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΜΕΤΑΧΑ

Ειδικότερα σε ό,τι αφορά το Metaxa, αυτό κατέγραψε διψήφια πτώση των οργανικών πωλήσεων, λόγω της καθίζησης του παγκόσμιου ταξιδιωτικού λιανεμπορίου και των φτωχών επιδόσεων στην Κεντρική και την Δυτική Ευρώπη. Στον αντίποδα, πολύ ισχυρές ήταν οι πωλήσεις του ποτού σε Ανατολική Ευρώπη και Γερμανία.



ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΕ ΤΙΣ ΑΠΩΛΕΙΕΣ

Από γεωγραφικής άποψης, ξεχώρισε η Αμερική, η οποία αντιστάθμισε με το παραπάνω τις απώλειες από τις υπόλοιπες μεγάλες γεωγραφικές ζώνες:

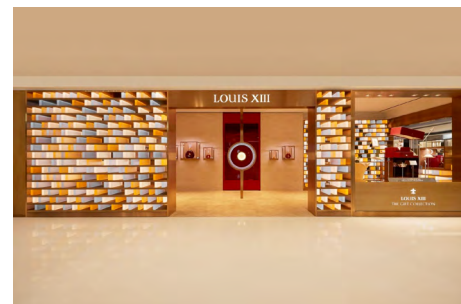
- Αμερική: +18,6%
- ΕΜΕΑ: -21,7%
- APAC: -4,5%

ΣΤΟ 30% Ο ΠΗΧΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Σε ό,τι αφορά τις ψηφιακές πωλήσεις, αυτές ανήλθαν πέρυσι στο 8-10% του συνόλου από 4-5% το 2019, ενώ ο πήχης για τη συγκεκριμένη κατηγορία φθάνει στο 20% μέχρι το 2030.

ΑΙΧΜΗ ΤΟΥ ΔΟΡΑΤΟΣ ΤΟ LOUIS XIII

Η εστίαση στο πελατοκεντρικό μοντέλο έχει καταστήσει το Louis XIII ως την αιχμή του δόρατος για την εταιρεία. Δεν είναι τυχαίο ότι, σε παγκόσμιο επίπεδο, άνοιξαν 6 νέα καταστήματα πέρυσι.



ΣΕ ΤΙ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2030

Μικτό περιθώριο κέρδους

2030: 72%

2020/2021: 66,8%

2019/2020: 66%

Λειτουργικό περιθώριο κέρδους

2030: 33%

2020/2021: 23,3%

2019/2020: 21%

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ

Η εταιρεία υλοποιεί σχέδιο μετασχηματισμού, το οποίο ξεκίνησε από τον προηγούμενο μήνα και αναμένεται να ολοκληρωθεί το αργότερο μέχρι το 2023. Αυτό περιλαμβάνει: Τον καθορισμό ξεκάθαρου ρόλου για κάθε brands, χωρίζοντάς τα σε τρεις βασικές κατηγορίες: Global priority brands, Regional power brands και Incubator brands. Τον οργανωτικό σχεδιασμό νέων διεθνών αγορών.

Το λανσάρισμα του Commercial Excellence project



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



SAVE THE DATE

19^ο Συνέδριο Οικονομικών Διευθυντών

From Fixers to Futurists

Τρίτη 29 Ιουνίου 2021

OPENING
KEYNOTE
SPEAKER



Χρήστος Σταϊκούρας
Υπουργός Οικονομικών,
Βουλευτής ΝΔ

KEYNOTE SPEAKERS



Θόδωρος Σκυλακάκης
Αναπληρωτής
Υπουργός Οικονομικών
αρμοδίας για τη
δημοσιονομική πολιτική



Sophie Heading
Global Geopolitics Lead,
Global Clients and Markets,
KPMG International

kpmgevents.gr
#CFOForum

Πληροφορίες: **Ανδριανή Λειβαδά**
210 60 62 318, kpmgevents@kpmg.gr



© 2021 KPMG Σύμβουλοι. Μονοπρόσωπη Α.Ε., Ελληνική Ανώνυμη Εταιρεία και μέλος του διεθνούς οργανισμού ανεξάρτητων εταιρειών-μελών της KPMG συνδεδεμένων με την KPMG International Limited, ιδιωτική Αγγλική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης με εγγυητικές εισφορές. Με την επιφύλαξη κάθε δικαιώματος, Το όνομα και το λογότυπο της KPMG είναι εμπορικά σήματα που χρησιμοποιούνται με άδεια του διεθνούς οργανισμού της KPMG από τις ανεξάρτητες εταιρείες-μέλη.

ΧΟΡΗΓΟΙ



ΚΥΡΙΟΣ ΧΟΡΗΓΟΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ

naftemporiki.gr

ΧΟΡΗΓΟΙ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



BusinessNews.gr

Business
TODAY



www.economia.gr

FORTUNE
BRIEFING

RetailTODAY

• **Λ. ΚΙΟΣΣΕΣ (ΙΕΛΚΑ)**

ΛΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΣΗ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΦΑΡΜΟΣΟΥΝ ΤΟΝ ΝΟΜΟ ΠΕΡΙ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ

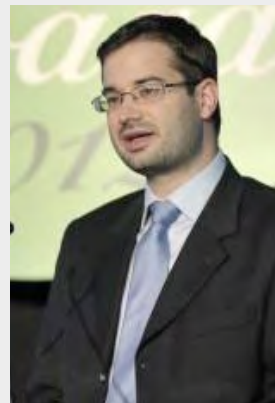
Αν και η Ελλάδα έχει εξαλείψει γρήγορα και με ελάχιστες παρεμβάσεις τη χρήση πλαστικής σακούλας από τα supermarkets, τόσο οι λαϊκές αγορές, όσο και η εστίαση, αποτελούν δύο βασικά κανάλια πώλησης πλαστικού που, όπως ανέφερε ο Δρ. Λεωτέρης Κιοσές, Γενικός Διευθυντής του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ), πρέπει να δοθεί έμφαση στην υιοθέτησή τους.

"Το θέμα της πλαστικής σακούλας δεν έχει λυθεί στο 100%, καθώς οι παθογένειες της ελληνικής αγοράς δεν επιτρέπουν να ολοκληρωθεί η οδηγία. Υπάρχουν σημεία πώλησης που παρανομούν", σημείωσε, προσθέτοντας ότι οι λαϊκές αγορές είναι το μεγαλύτερο κανάλι διάθεσης πλαστικής σακούλας στην Ελλάδα, ενώ η δεύτερη πα-

θογένεια αφορά στη μη εφαρμογή του νόμου από πολλούς εμπόρους.

ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΜΕ ΤΟ ON THE GO ΣΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ

"Ο νόμος πρέπει να εφαρμόζεται, ειδικά στην αγορά της εστίασης, που υπάρχει υπερπροσφορά πλαστικού και αποτελεί έναν από τους κλάδους που έχει ένα από τα μεγαλύτερα δίκτυα, μεγαλύτερες καταναλώσεις και κόμβος στην αλυσίδα αξίας μέσω του on the go", αν και παραδέχτηκε ότι πολλές επιχειρήσεις εστίασης έχουν προσαρμοστεί. Τέλος, υπογράμμισε ότι θα πρέπει να υπάρχουν σημάνσεις στα καταστήματα εστίασης, διαφορετικές από αυτά του λιανεμπορίου, σχετικά με τα πρότυπα διαχείρισης πλαστικών που ακολουθεί η κάθε επιχείρηση.



Δρ. Λεωτέρης Κιοσές, Γενικός Διευθυντής, Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών

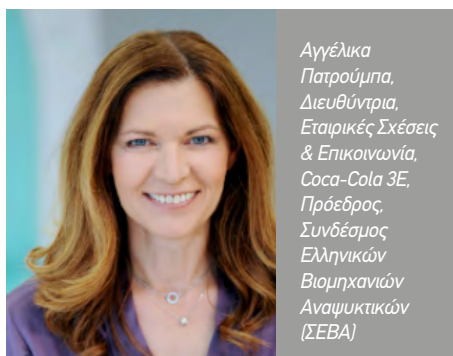
Τα πάντα για τον κλάδο
[HORECA, στο horecaopen.com](https://horecaopen.com)

• **Α. ΠΑΤΡΟΥΜΠΑ (COCA-COLA3E & ΣΕΒΑ)**

"ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΕΤΥΧΟΥΜΕ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ & ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ"

Άλματα προόδου και ανάπτυξης πρέπει να γίνουν εντός πενταετίας, για τη συλλογή και ανακύκλωση πλαστικών φιαλών ροφημάτων μιας χρήσης, όπως ανέφερε η Αγγέλικα Πατρούμπα, Διευθύντρια Εταιρικών Σχέσεων & Επικοινωνίας της Coca-Cola 3E και Πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Αναψυκτικών (ΣΕΒΑ), στο panel, "Απόσυρση Πλαστικών μιας χρήσης".

"Από πλευράς μας, στο θέμα της οδηγίας που μας αφορά και είναι η συλλογή και ανακύκλωση πλαστικών φιαλών ροφημάτων μιας χρήσης κατά 77% μέχρι το 2025 και 90% έως το 2029, από την αρχή είμαστε υπέρμαχοι του στόχου, γιατί θέλουμε κάθε συσκευασία που βγαίνει, να επιστρέφεται ως ανακύκλωση. Αυτός είναι κοινός στόχος για όλους και εάν δούμε ότι η χώρα είναι στο 18-19% στις PET, μέσα σε πολύ λίγα χρόνια έχουμε να κάνουμε άλματα μέχρι να φτάσουμε στα επίπεδα που προβλέπει η οδηγία".



Αγγέλικα Πατρούμπα, Διευθύντρια, Εταιρικές Σχέσεις & Επικοινωνία, Coca-Cola 3E, Πρόεδρος, Συνδέσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Αναψυκτικών (ΣΕΒΑ)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΥΚΛΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Σε ό,τι αφορά το κίνητρο των μειωμένων εισφορών για όσους υιοθετούν ανακυκλωμένο πλαστικό, η κα. Πατρούμπα σημείωσε ότι πρέπει να εξεταστούν κίνητρα εκτός των εισφορών στα συστήματα, κίνητρα για τη δημιουργία επιχειρηματικότητας στην κυκλική οικονομία στην Ελλάδα.

"Πρέπει να συσταθούν κίνητρα στις επιχειρή-

σεις που αναπτύσσουν νέες τεχνολογίες και είναι σε θέση να παρέχουν φιλικότερα υλικά συσκευασίας, κάτι που είναι μονόδρομος για τους παραγωγούς συσκευασιών, καθώς ο καταναλωτής περιμένει να δει ότι οι επιχειρήσεις στρέφονται προς αυτήν την κατεύθυνση. Να έχουν δηλαδή, καλά προϊόντα σε φιλικές συσκευασίες και να έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα".

ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΘΕΙ Η ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ

Τόνισε τέλος, πως είναι στο χέρι της Ελλάδας να αξιοποιήσει το διάστημα γόνιμα και παραγωγικά. "Πρέπει να επιταχυνθεί ο διάλογος, η συμβολή ειδικών πάνω στο θέμα με τεχνογνωσία, η αξιοποίηση βέλτιστων πρακτικών που υπάρχουν και δουλεύουν, αλλά και η τήρηση συγκεκριμένων αρχών που αποδεικνύουν ότι οδηγούν σε αποτελεσματικότητα. Επιπλέον, πρέπει να καταρτισθεί ένα κεντρικά σχεδιασμένο σύστημα από παραγωγούς και λιανεμπόρους που έχει μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα και λειτουργεί με διαφάνεια και τρόπο, που να μπορεί να διασφαλίσει ευκολία και ξεκάθαρη ενημέρωση για τον καταναλωτή".

• Δ. ΜΑΝΤΗΣ (ΣΥΒΙΠΥΣ)

ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΘΑ ΥΙΟΘΕΤΗΣΟΥΝ ΠΙΟ ΕΥΚΟΛΑ ΤΟ rPET

Πιο εύκολα θα μπορέσουν οι εταιρείες με εξαγωγικό χαρακτήρα να υιοθετήσουν τις οδηγίες για χρήση ανακυκλωμένου πλαστικού στις συσκευασίες τους, ανέφερε στο panel, Απόσυρση Πλαστικών μιας χρήσης: Η επόμενη ημέρα, ο Δημήτρης Μαντής, Πρόεδρος του Συνδέσμου Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας (ΣΥΒΙΠΥΣ).

"Οι εξαγωγικές εταιρείες έχουν δεχθεί καταίγισμο αιτημάτων, όχι μόνο τώρα, αλλά δύο με τρία χρόνια πριν και έχουν επενδύσει, αλλά και συνεχίζουν να επενδύουν στην κατεύθυνση αυτή, με το τμήμα R&D να λειτουργεί στο κόκκινο", αναφέρει και εξηγεί ότι, "αυτό είναι αναμενόμενο τη δεδομένη χρο-

νική στιγμή, καθώς μέσα Ιουνίου, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συζητά τη νέα αναθεώρηση της οδηγίας 9452 και την υποχρέωση να αναθεωρηθούν οι στόχοι της ανακύκλωσης".

ΥΨΗΛΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ ΓΙΑ ΟΣΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΕΝ ΠΡΟΣΑΡΜΟΖΟΝΤΑΙ

Τονίζει δε, ότι η επιβάρυνση για όσες εταιρείες δεν χρησιμοποιούν ανακυκλωμένο πλαστικό στις συσκευασίες, θα είναι τόσο υψηλή, που δεν θα συμφέρει την εταιρεία να κυκλοφορήσει υλικό χωρίς να εμπεριέχει ανακυκλωμένο προϊόν.

Επιπλέον, επισημαίνει ότι ο κλάδος αναμένει



Δημήτρης Μαντής, Πρόεδρος Συνδέσμου Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας

από την πολιτεία να υποστηρίξει την κυκλική οικονομία και την ανακύκλωση και να θέσει ένα ελάχιστο ποσοστό σε μετρήσιμες εφαρμογές, διορθώνοντας τα "κακώς κείμενα".

• SUPER VERO - ΣΕΡΒΙΑ

ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΣΤΟ "GREEK FLAVOR OLYMPICS"

Ο Ελληνικός Μήνας ξεκίνησε στα Super Vero στην Σερβία, ο οποίος για τον Ιούνιο έχει τον τίτλο "Greek flavor Olympics". Συνδυάζοντας το γεγονός ότι η αλυσίδα Vero είναι μια οικογενειακή εταιρεία από την Ελλάδα, τη χώρα όπου δημιουργήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες και το ότι παράλληλα, είναι πολυετής χορηγός της Παραολυμπιακής Επιτροπής της Σερβίας, η Super Vero στην Σερβία έβγαλε φυλλάδια με τα οποία προβάλλει μια μεγάλη ποικιλία ελληνικών προϊόντων.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Εκτιμάται ότι στα ράφια της αλυσίδας υπάρχουν περισσότερα από 400 ελληνικά προϊόντα, μεταξύ των οποίων στο φυλλάδιο του Ιουνίου αναφέρονται τα ακόλουθα:

- Όλυμπος (γάλα, τυρί, γιαούρτι)
- Υφαντής (αλλαντικά, λαχανικά, ελιές)
- Ίναχος (τυρί, γιαούρτι)
- Kalasgroup (σαλάτες)
- Agrino (ρύζια, όσπρια)
- Zanae (κονσέρβες)
- Ioniki (σφολιάτες)
- Χαλβατζής (παντζάρια)
- Elvida (γύρος χοιρινός)

- Esti (αλοιφές)
- Captain's (μπαχαρικά)
- Ανδρίτσαινα (ζυμαρικά)
- Galaxy (βαλσαμικό ξύδι, χυμός λεμονιού)
- Διάφορα ελαιόλαδα (Terra Carpus, Xenia, Ionia)
- Trofino (κατεψυγμένα θαλασσινά)
- Karagounis (κατεψυγμένα θαλασσινά)
- Λουμίδης Παπαγάλος (καφές)
- Αφοί Παπαγιάννη (χαλβάς, ταχίνι)
- Φαίδων (γλυκίσματα)
- Παπαδόπουλος (μπισκότα, φρυγανιές, crackers)
- Χαϊτογλου (παστέλι)
- Κρι Κρι (παγωτά)
- Tsanos (είδη αρτοποιίας)
- Μονοxilitis (μαρμελάδες)
- Λουξ (αναψυκτικά)
- Διάφορα κρασιά (Κτήμα Παυλίδης, Cavino, Σεμελη, Τσάνταλης, Παπαγιαννάκος, Σκούρας, Γεωργιάδης)

ΦΥΛΛΑΔΙΟ ΜΕ ΣΥΝΤΑΓΕΣ

Παράλληλα, η αλυσίδα έχει βγάλει και ένα φυλλάδιο που περιλαμβάνει συνταγές με



Νίκος Βερόπουλος, επικεφαλής Vero S.A.

ελληνικά προϊόντα, προκειμένου να κάνουν πιο γνωστή την ελληνική κουζίνα στο καταναλωτικό κοινό της Σερβίας.



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• WILLIAM GRANT & SONS ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΑ READY-TO-DRINK COCKTAILS

Η William Grant & Sons επεκτείνει το portfolio των προϊόντων της με το λανσάρισμα μιας νέας σειράς έτοιμων προς κατανάλωση cocktails, των Batch & Bottle, σηματοδοτώντας την είσοδό της στην κατηγορία εμφιαλωμένων cocktails.

Η νέα σειρά περιλαμβάνει τέσσερις έτοιμες προσφορές.

Με κάθε μπουκάλι που περιέχει έξι μερίδες, τα cocktails περιλαμβάνουν:

- Monkey Shoulder Lazy Old Fashioned
- Hendrick's Gin Martini
- Reyka Vodka Rhubarb Cosmopolitan
- Glenfiddich Scotch Manhattan

ΠΟΥ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ

Τα Batch & Bottle κυκλοφόρησαν πρώτα στο



Ηνωμένο Βασίλειο και είναι διαθέσιμα στα Harrods, Master of Malt.

Εντός Ιουνίου θα μπουν στην Amazon και από αρχές Αυγούστου στο Waitrose.

Διατίθενται προς £25 ανά 50cl και για κάθε μπουκάλι που πωλείται στο Ηνωμένο Βασίλειο έως τον Μάιο του 2022, η William Grant & Sons θα δωρίσει £1 στα φιλανθρωπικά ιδρύματα, The Drinks Trust και The Ben.

• CARGILL ΕΠΕΝΔΥΕΙ \$200 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΣΤΗΝ ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ

Η Cargill ανακοίνωσε ότι κατασκευάζει ένα νέο εργοστάσιο επεξεργασίας φοινικέλαιου στο Lampung της Ινδονησίας, επένδυση που ορίζεται στα \$200 εκατ., καθώς ενισχύει τις προσπάθειές της για να επιτύχει τους στόχους βιωσιμότητας που έχει θέσει σχετικά με την προμήθεια πρώτων υλών.



Οι εργασίες για τη νέα εγκατάσταση έχουν ήδη ξεκινήσει και αναμένεται να ολοκληρωθούν στα τέλη του επόμενου έτους.

Με το νέο εργοστάσιο, η Cargill προβλέπει να ανταποκριθεί καλύτερα στις προσδοκίες των πελατών για βιωσιμότητα και διαφάνεια στις πρώτες ύλες.

• ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΑΝΕ ΑΠΟ ΑΤΟΦΙΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ

Το λανσάρισμα τριών νέων ολοκληρωμένων προτάσεων προσφέρει η Αγγελάκης, [επιβεβαιώνοντας το χτεσινό ρεπορτάζ του FNB Daily](#) για τα νέα προϊόντα, που είναι έτοιμα σε λίγα λεπτά και έχουν διακριθεί με αστέρια ανώτερης γεύσης από το International Taste Institute στις Βρυξέλλες.

ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τα χειροποίητα κεφτεδάκια, με κιμά από φρέσκο κοτόπουλο Αγγελάκης, ζυμώνονται με ήπια μυρωδικά και μπαχαρικά και πανάρονται με τραγανή φρυγανιά.

Οι κοτομπουκιές και τα φιλετίνια από ατόφιο φιλέτο στήθος κοτόπουλου είναι, σύμφωνα



με την Αγγελάκης, ιδανικά τόσο για τα παιδιά, όσο και για αυτούς που αναζητούν γρήγορες και νόστιμες επιλογές.

Συσκευάζονται σε προστατευτική ατμόσφαιρα για να διατηρήσουν αναλλοίωτη τη φρεσκάδα τους για ακόμη περισσότερες μέρες. Δείτε [εδώ](#) περισσότερες πληροφορίες.

• ΣΕΦΥΜΕΝ "Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΕΙΝΑΙ ΚΟΙΝΗ ΜΑΣ ΕΥΘΥΝΗ"



Άμεσο θετικό αντίκτυπο στη διασφάλιση της διαθεσιμότητας και της ποιότητας των υδάτων και στην αν-

θεκτικότητα των οικοσυστημάτων μας θα έχουν οι συνδυαστικές δράσεις που αναλαμβάνει η Ευρωπαϊκή Ένωση στο πλαίσιο της Πράσινης Συμφωνίας, αναφέρει ο Σύνδεσμος Εταιριών Εμφιαλώσεως Ελληνικού Φυσικού Μεταλλικού Νερού (ΣΕΦΥΜΕΝ), με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος. Τη φετινή χρονιά, το θέμα-σύνθημα της Παγκόσμιας Ημέρας Περιβάλλοντος, είναι, "Επανασχεδιασμός, αναδημιουργία, αποκατάσταση" (Reimagine. Recreate. Restore) και εστιάζει στην αποκατάσταση των οικοσυστημάτων.

"Τα Φυσικά Μεταλλικά Νερά αποτελούν μέρος μιας μακράς ευρωπαϊκής κληρονομιάς. Σήμερα, μια τέτοια κληρονομιά μεταφράζεται για τους παραγωγούς σε ανάγκη να αποτελέσουν ακόμα περισσότερο πρεσβευτές της βιωσιμότητας, στηρίζοντας τη φιλοδοξία της Ευρώπης να είναι ουδέτερη ως προς το αποτύπωμα άνθρακα και πρωτοπόρος στη διατήρηση της βιοποικιλότητας", αναφέρει, μεταξύ άλλων, ο ΣΕΦΥΜΕΝ.

Σημειώνεται ότι ο ΣΕΦΥΜΕΝ και ο Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος, NMWE, επικροτούν τις φιλοδοξίες της Ε.Ε.

ΠΡΟΣΤΑΤΕΣ ΤΩΝ ΥΔΑΤΩΝ ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ

Οι παραγωγοί Φυσικού Μεταλλικού Νερού είναι εδώ και 100 χρόνια οι προστάτες των υδάτινων πηγών και του περιβάλλοντος, στηρίζοντας την κυκλική οικονομία, χρησιμοποιώντας για τα προϊόντα τους πλήρως ανακυκλώσιμα υλικά συσκευασίας, όπως PET, γυαλί ή αλουμίνιο, τα οποία αποτελούν πολύτιμους πόρους. "Οι εταιρείες φυσικών μεταλλικών νερών δεσμεύονται περισσότερο από ποτέ, να αγκαλιάσουν την κυκλική οικονομία και να συνεργάζονται με ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού για να δώσουν σε όλες τις συσκευασίες τους μια δεύτερη ζωή", σημειώνεται στην ανακοίνωση.

• JBS ΘΥΜΑ HACKERS Ο ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΚΟΛΟΣΣΟΣ ΚΡΕΑΤΟΣ

Ο κατάλογος των θυμάτων των κυβερνοπειρατών μακραίνει: η αμερικανική θυγατρική της βραζιλιάνικης εταιρείας, JBS, ενός από τους κολλοσσούς στην αγορά κρεάτων παγκοσμίως, ανέφερε ότι μπήκε στο στόχαστρο μιας "οργανωμένης κυβερνοεπίθεσης", η οποία επηρεάζει άμεσα τη λειτουργία της στην Αυστραλία και την Β. Αμερική. Όπως αναφέρουν δημοσιεύματα, "η JBS USA ανακάλυψε ότι στοχοθετήθηκε από μια οργανωμένη επίθεση κυβερνοασφάλειας, που επηρεάζει πολλούς διακομιστές της, στους οποίους βασίζεται το πληροφοριακό σύστημά της στην Β. Αμερική και την Αυστραλία".

ΕΠΙΒΡΑΔΥΝΣΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Οι δράστες ζητούν την καταβολή λύτρων, αλλά δεν διευκρινίστηκε το ακριβές ποσό που απαίτησαν. Η επίθεση αυτή, που διαπιστώθηκε την Κυριακή, σημειώνεται λιγότερο από έναν μήνα μετά από εκείνη που έγινε σε βάρος της εταιρείας διαχείρισης πετρελαιοαγωγών, Colonial Pipeline. Όλα τα συστήματα που χτυπήθηκαν από τους hackers σταμάτησαν να λειτουργούν και ενημερώθηκαν οι Αρχές, διευκρίνισε η εταιρεία. "Μέχρι αυτή τη στιγμή, η εταιρεία δεν έχει ενημερωθεί για τυχόν κακόβουλη χρήση των δεδομένων των πελατών, των προμηθευτών και των υπαλλήλων της", πρόσθεσε. Σημείωσε όμως ότι οι συναλλαγές με τους πελάτες και τους προμηθευτές της μπορεί να επιβραδυνθούν.



• PRINGLES ΛΑΝΣΑΡΟΥΝ ΤΗ ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ WAVY PINEAPPLE HABANERO

Τα Pringles της Kellogg's λανσάρουν μια νέα limited edition γλυκιά και πικάντικη γεύση, η οποία προορίζεται για την αγορά των ΗΠΑ.

Η Pringles Wavy Pineapple Habanero είναι εμπνευσμένη από τροπικούς προορισμούς



και συνδυάζει ανανά και καπνιστή πιπερία habanero.

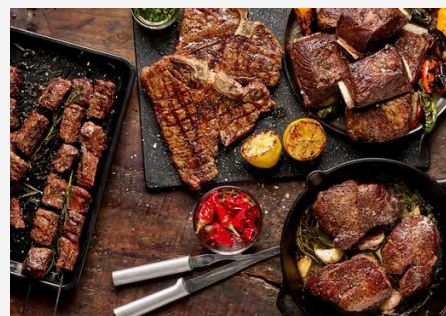
Το Pringles Wavy Pineapple Habanero διατίθεται τώρα στα καταστήματα Walgreens και Duane Reade, καθώς και διαδικτυακά.

• McCLAREN FARMS Η WALMART ΛΑΝΣΑΡΕΙ PL ΣΕΙΡΑ ΒΟΕΙΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ ΤΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Η Walmart λανσάρει την private label σειρά προϊόντων βόειου κρέατος, McClaren Farms, η οποία θα είναι διαθέσιμη σε καταστήματά της στα Νότια και Ανατολικά των ΗΠΑ από αυτήν την εβδομάδα.

Η McClaren Farms περιλαμβάνει:

- Angus filet mignon
- T-bone
- Porterhouse
- Ribeye
- Short ribs
- Chuck roast



ΣΕ 500 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Το black Angus της McClaren Farms, που, σύμφωνα με την αλυσίδα, είναι απαλλαγμένο από ορμόνες, διατίθεται σε σχεδόν 500

καταστήματα σε:

- Alabama
- Florida
- Georgia
- Mississippi
- South Carolina

• KERRY ΕΓΚΑΙΝΙΑΖΕΙ ΝΕΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΟ ΜΕΞΙΚΟ

Η Kerry θα εγκαινιάσει μια νέα μονάδα επεξεργασίας γεύσεων στο Μεξικό, που εξυπηρετεί κυρίως το Μεξικό, την Κεντρική Αμερική, την Καραϊβική και την περιοχή των Άνδεων, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο την θέση της στην αγορά της Λατινικής Αμερικής.

Η νέα μονάδα αναμένεται να αυξήσει σημαντικά την ικανότητα της Kerry στην Λατινική Αμερική και να επεκτείνει τις προσφορές της εταιρείας σε μια σειρά κατηγοριών τρο-



φίμων και ποτών, όπως αλκοολούχα ποτά, σνακ, κρέας, γαλακτοκομικά και προϊόντα αρτοποιίας. Θυμίζουμε ότι αρχές 2021, η Kerry ανακοίνωσε ότι επενδύει €30 εκατ. για να κατασκευάσει μια δεύτερη μονάδα παραγωγής στην Ινδονησία, καθώς φαίνεται να επεκτείνει την προσφορά της για πελάτες στην ΝΑ Ασία.

• **ELON MUSK**

ΕΝΑ ΒΗΜΑ ΠΙΟ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ ΝΑ ΑΝΟΙΞΕΙ ΤΟ ΔΙΚΟ ΤΟΥ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ

Έτοιμος για ένα νέο επιχειρηματικό βήμα φαίνεται πως είναι ο ιδρυτής της Tesla και της Space X, ο οποίος κατέθεσε τα απαραίτητα έγγραφα στις αρμόδιες υπηρεσίες των ΗΠΑ για να κατοχυρώσει το σχέδιο του λογότυπου "T" και ακόμα δύο εκδοχών του λογότυπου Tesla, ως brand name για τα εστιατόρια που σχεδιάζει να ανοίξει. Σύμφωνα με το Bloomberg, τα έγγραφα αφορούν σε "υπηρεσίες εστιατορίων, υπηρεσίες εστιατορίων self-service και take-out υπηρεσιών". Ο Elon Musk έχει αναφέρει το παρελθόν αρκετές φορές, πως θέλει να ανοίξει εστιατόριο στη Ν. Καλιφόρνια. Το 2018 τούίταρε σχετικά με τα σχέδια του να ανοίξει ένα εστιατόριο "παλαιάς κοπής" με drive-in, roller skates &



Elon Musk, επικεφαλής, Tesla/Space X

rock σε ένα από τα νέα - τότε - σημεία φόρτισης της Tesla.

• **ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ**

ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΤΟΥ ΚΩΣΤΗ ΧΑΤΖΗΔΑΚΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΤΕΡΓΙΟΥ

Η Οικογένεια Στεργίου, μέλος της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, φιλοξένησε στις εγκαταστάσεις της τον Υπουργό Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, Κωστή Χατζηδάκη, καθώς και τον Σπύρο Πρωτοπάτη, Διοικητή του ΟΑΕΔ, παρουσία του Άγι Πισιόλα, Προέδρου του Δ.Σ. της ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ και του Δημήτρη Στεργίου, Διευθύνοντος Συμβούλου της εταιρείας.

Κατά τη διάρκεια της συνάντησης, έγινε εκτενής παρουσίαση των δράσεων, καθώς και των νέων εκσυγχρονισμένων εργαλείων του ΟΑΕΔ, ενώ ακολούθησε ξενάγηση του Υπουργού και του Διοικητή του ΟΑΕΔ στις εγκαταστάσεις παραγωγής και στα γραφεία της εταιρείας Οικογένεια Στεργίου, όπου είχαν την ευκαιρία να συνομιλήσουν με εργαζομένους της.



Ο Υπουργός Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, Κωστής Χατζηδάκης στις εγκαταστάσεις της Οικογένειας Στεργίου



• **ΘΕΟΝΗ** **ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ** **100% ΦΙΛΙΚΗ** **ΠΡΟΣ** **ΤΟ** **ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ** **ΧΑΡΤΙΝΗ** **ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ**

Η Θεόνη παρουσιάζει το πρώτο φυσικό μεταλλικό νερό στην Ελλάδα σε χάρτινη συσκευασία. Η νέα χάρτινη συσκευασία του είναι 100% ανακυκλώσιμη, κατέχει διεθνή πιστοποίηση FSC (προέρχεται από δάση που αυξάνονται αντί να μειώνονται) και είναι Carbon Neutral, με μηδενικό αποτύπωμα άνθρακα. Ο Δημήτρης Τσέλιος, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Θεόνη Α.Ε., δήλωσε: "Με συνέπεια και πίστη στο όραμά μας, παρουσιάζουμε το πιο φιλόδοξο, μέχρι σήμερα, βήμα της εταιρείας μας και υλοποιούμε την υπόσχεσή μας για μία "επένδυση" στο περιβάλλον, συμβάλλοντας καθοριστικά σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης. Η κυκλοφορία του πρώτου φυσικού μεταλλικού νερού στην Ελλάδα σε χάρτινη συσκευασία ευελπιστούμε ότι θα είναι η αρχή, ώστε οι γενιές του σήμερα και του αύριο, να απολαμβάνουν τα πολύτιμα δώρα που απλόχερα προσφέρει η φύση".

• ΔΕΛΤΑ ΝΕΕΣ ΠΙΟ...ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ DELTA AUTHENTIC GREEK YOGURT

Η ΔΕΛΤΑ προχώρησε σε ολικό επαναστάρισμα των συσκευασιών του ελληνικού στραγγιστού γιαουρτιού, Delta Authentic Greek Yogurt. Ο Δημήτρης Αλεπάκης, International Business Director της ΔΕΛΤΑ, δήλωσε: "Οι νέες μας συσκευασίες εμπνέουν και επικοινωνούν την ελληνικότητα και τις αξίες της εταιρείας μας και χαρακτηρίζονται από μια εντελώς πρωτοποριακή εικαστική προσέγγιση, ακολουθώντας τις πιο πρόσφατες διεθνείς σχεδιαστικές τάσεις".

ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ 51,2% ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΟ Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Παράλληλα, συμπλήρωσε ότι, "η νέα αυτή εποχή ενισχύει ακόμη περισσότερο την ήδη πολύ επιτυχημένη πορεία μας το 2020 και το πρώτο τετράμηνο του 2021. Στο τετρά-



μηνο αυτό, παρά τις αντίξοες παγκόσμιες συνθήκες, καταγράφουμε σημαντικές αυξήσεις στις εξαγωγές μας σε ποσοστό 51,2% σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό διάστημα, τόσο στα προϊόντα branded DeLTA, όσο και στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας".



• EVEREST ΝΕΑ ΧΑΡΜΑΝΙΑ ΚΑΦΕ

Η everest προχωρά σε αναβάθμιση των δύο υφιστάμενων χαρμανιών καφέ, ενώ συμπληρώνει τη γκάμα με την προσθήκη μιας νέας επιλογής. Πιο συγκεκριμένα, η νέα πρόταση της everest περιλαμβάνει:

- Το essential blend "Intense Brazil" που συνδυάζει ποικιλίες arabica & robusta
- Το signature blend "Special Arabica" από κόκκους 100% Arabica, με προέλευση από την Κεντρική Αμερική
- Το single origin "Exotic Honduras" από εξαιρετικούς κόκκους 100% Arabica



• MARS ΝΕΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ M&M'S MIX

Η Mars Wrigley Confectionery κυκλοφόρησε δύο νέα M&M's Mix, που συνδυάζουν τρεις διαφορετικές γεύσεις του brand σε μια συσκευασία.

Το Classic Mix συνδυάζει σοκολάτα γάλακτος, φιστίκι και φυστικοβούτυρο, ενώ το Peanut Mix συνδυάζει φιστίκι, σοκολάτα γάλακτος, μαύρη σοκολάτα και λευκή σοκολάτα.

Αξίζει να αναφερθεί ότι το M&M's Mix δημιουργήθηκε ως απάντηση στο αίτημα πάνω από 35.000 καταναλωτών στα social media του brand.

Σημειώνεται ότι τον Μάρτιο, η Mars παρουσίασε τις δύο νέες γεύσεις του M&M Ice Cream Cookie Sandwich.



• NIELSEN IQ PRACTICAL CATEGORY MANAGEMENT ONLINE WORKSHOP 16 & 17 ΙΟΥΝΙΟΥ

Η NielsenIQ διοργανώνει στις 16 & 17 Ιουνίου το διαδραστικό online workshop "Practical Category Management", μέσω του οποίου παρέχεται ολοκληρωμένη ανάλυση της μεθοδολογίας του Category Management. Κατά τη διάρκεια του workshop, μέσα από τα 8 βήματα της διαδικασίας του Category Management, θα παρουσιαστεί μία βελτιωμένη κατανόηση του "αγοραστικού ταξιδιού" των αναγκών, καθώς και των αγοραστικών συνθηκών των καταναλωτών, παρέχοντας την δυνατότητα στους συμμετέχοντες να αξιοποιήσουν νέες ευκαιρίες και να λάβουν αποφάσεις που αφορούν στη διαχείριση των κατηγοριών τους και συντελούν στην αύξηση της αποδοτικότητας και της κερδοφορίας.

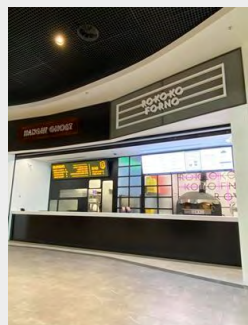
• FNB IN CYPRUS ΤΑ 5 ΠΡΩΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΠΟΥ ΘΑ ΑΝΟΙΞΟΥΝ ΣΤΟ MALL OF ENGOMI

Τις πόρτες τους ετοιμάζονται να ανοίξουν προσεχώς, οι χώροι εστίασης στο ανανεωμένο Mall of Engomi.

Σύμφωνα με πληροφορίες, brands, όπως Rokoko-Forno, Hangry Ghost, Πιάτσα Γουρουνάκι, Mailo's και Coffee Berry είναι μερικά από αυτά που θα φιλοξενηθούν στους χώρους εστίασης του ανακαινισμένου Mall of Engomi.

ROKOKO-FORNO

Το Rokoko-Forno είναι το αδελφικό εστιατόριο του Rokoko, εστιατόριο βασισμένο στην ιταλική κουζίνα, που σερβίρει άρτιο φαγητό ψημένο σε ξυλόφουρνο, αυθεντικές ιταλικές πίτσες και μακαρονάδες ψημένες σε ξυλόφουρνο, πτερούγες κοτόπουλο και άλλα. Το Rokoko-Forno εξυπηρετεί και με takeaway.



ΠΙΑΤΣΑ ΓΟΥΡΟΥΝΑΚΙ

Η σουβλακερί περιμένει τους επισκέπτες της για πιάτα φτιαγμένα με τις πιο φρέσκες πρώτες ύλες.



POWERED BY



MAILO'S - THE PASTA PROJECT

Όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily, το Mailo's, που ξεκίνησε από την Αθήνα και συγκεκριμένα από το Κολωνάκι, προσφέρει συνταγές βασισμένες σε τρεις διαφορετικούς τύπους ζυμαρικών, Rigatoni, Casarecce και Campanelle, συνδυάζοντάς τα με μία από τις εννέα σάλτσες του. Όλα τα πιάτα φτιάχνονται μπροστά στους καταναλωτές, σε μόλις πέντε λεπτά, με αγνά υλικά από Ελλάδα, Κύπρο, αλλά και Ιταλία.



HANGRY GHOST

Το Hangry Ghost θα σερβίρει burgers, bao buns, vegan επιλογές και άλλα, όλα φτιαγμένα με ποιοτικά υλικά, ενώ οι επισκέπτες θα μπορούν να παραγγείλουν και takeaway.



COFFEE BERRY

Παρουσία στο εμπορικό κέντρο θα έχει η αλυσίδα Coffee Berry, με stand alone κατάστημα, το οποίο θα βρίσκεται στον πρώτο όροφο του Mall of Engomi.



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

• BRUGAL 1888 ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΤΗ HAND CRAFTED ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΤΟΥ

Το super-premium δομινικανό ρούμι, Brugal 1888, δημιουργεί τη δική του χειροποίητη σοκολάτα, σε συνεργασία με την Kakau Worship. Πρόκειται για βιολογική, χειροποίητη μαύρη σοκολάτα, με 65% περιεκτικότητα σε κακάο, η συνταγή της οποίας βασίζεται στην περουβιανή σοκολάτα της Kakau Worship. Όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση, για τον μήνα Ιούνιο, κάθε αγορά μιας φιάλης Brugal 1888 θα συνοδεύεται και από την σοκολάτα, σε επιλεγμένες κάβες σε όλη την Ελλάδα.



• CONDITO ΝΕΟ ΒΡΑΒΕΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ MAYO VEGAN SAUCE

Η Mayo Vegan Sauce της Condito βραβεύτηκε με το χρυσό αστέρι ανώτερης γεύσης 2021 από το Διεθνές Ινστιτούτο Γεύσης στις Βρυξέλλες. Όπως αναφέρει η εταιρεία στην ανακοίνωση της: "Είμαστε περήφανοι, που για ακόμη μια φορά, βραβεύεται το προϊόν που πρώτη η Condito λάνσαρε στην Ελλάδα το 2018 και σήμερα συνεχίζει να προσφέρει με αγάπη και φροντίδα στους καταναλωτές, την απόλυτη απόλαυση".



• ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

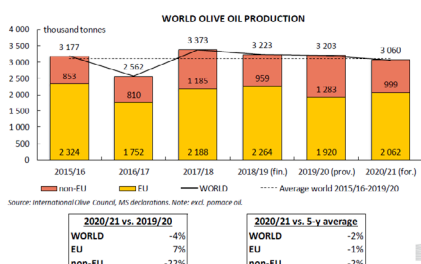
ΚΑΤΩ ΤΟΥ ΜΕΣΟΥ ΟΡΟΥ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑΣ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ Ε.Ε.

Μείωση 1% κάτω από τον μέσο όρο των τελευταίων 5 ετών αναμένεται να εμφανίσει η παραγωγή ελαιολάδου στην Ευρωπαϊκή Ένωση την περίοδο 2020 - 2021, σύμφωνα με τα στοιχεία της Επιτροπής για την αγορά ελαιολάδου και επιτραπέζιας ελιάς. Συγκεκριμένα, η παγκόσμια παραγωγή μειώνεται για τρίτη συνεχόμενη εμπορική περίοδο κατά 4%, σε παγκόσμιο επίπεδο και κατά 22%, για τις χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ για τα κράτη-μέλη της ΕΕ, η παραγωγή εκτιμάται ότι θα αυξηθεί κατά 7%.

ΠΟΥ ΟΦΕΙΛΕΤΑΙ Η ΜΕΙΩΣΗ

Όπως αναφέρουν πηγές με γνώση στο FNB Daily, η μείωση που παρατηρείται είναι θέμα διαφοροποιήσεων από χώρα σε χώρα. Στο ελαιόλαδο υπάρχει το φαινόμενο της παρενιαυτοφορίας, το να μην παράγει δηλαδή η ελιά κάθε χρόνο την ίδια ποσότητα. "Το -1% που παρατηρείται στην παραγωγή, δεν δημιουργεί πρόβλημα, καθώς καλύπτεται από αποθέματα που υπάρχουν. Έχουν υπάρξει χρονιές που η κυκλικότητα φτάνει μέχρι και 15% μείωση ή και αύξηση, άρα δεν μας ανησυχεί σαν τομέα", αναφέρουν οι ίδιες πηγές.

World production decreasing for the third consecutive marketing year



ΠΑΡΑΓΩΓΗ

2020/21 - 2019/20

Κόσμος: -4%

Ε.Ε.: 7%

Χώρες εκτός Ε.Ε.: -22%

2020/21 - 2015/16

Κόσμος: -2%

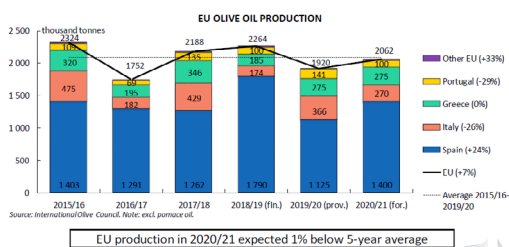
Ε.Ε.: -1%

Χώρες εκτός Ε.Ε.: -2%

ΠΡΩΤΗ ΧΩΡΑ Η ΙΣΠΑΝΙΑ

Η παραγωγή ελαιολάδου στην Ευρώπη αναμένεται να αυξηθεί κατά 7%, με την Ισπανία να παραμένει η πρώτη χώρα μεταξύ των κρατών στην παραγωγή ελαιολάδου, καταγράφοντας αύξηση παραγωγής κατά 24%, ενώ η Πορτογαλία και η Ιταλία σημειώνουν τις μεγαλύτερες μειώσεις με 29% και 26% υποχώρηση της παραγωγής, αντίστοιχα.

Production recovery in the EU in 2020/21...

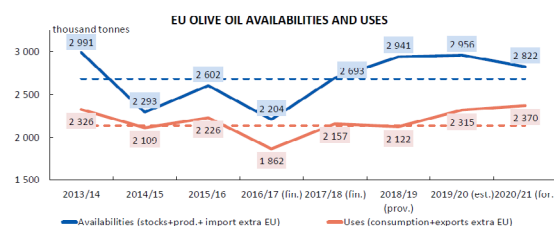


Διαθεσιμότητα ελαιολάδου και χρήση στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Σύμφωνα με τα στοιχεία, η χρήση που σημαίνει κατανάλωση και εξαγωγές το διάστημα 2019/20 είναι 2.315 χιλ. τόνοι και η πρόβλεψη για 2020/21 είναι 2.370 χιλ. τόνοι.

Στον αντίποδα, η διαθεσιμότητα, δηλαδή το απόθεμα και η παραγωγή, όπως επίσης και η εισαγωγή, είναι το διάστημα 2019/20 στους 2.956 χιλ. τόνους και η πρόβλεψη για 2020/21 στους 2.822 χιλ. τόνους.

Lower estimated EU availabilities in 2020/21



EU EXTRA-TRADE

Οι εισαγωγές μειώθηκαν οριακά το α' εξάμηνο 2020/21. Οι χαμηλότερες εισαγωγές L00 εν μέρει, αντισταθμίστηκαν από υψηλότερες εισαγωγές εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου και πυρηνέλαιου. Οι εισαγωγές ελαιολάδου της Ε.Ε. των 27 από Τρίτες χώρες το διάστημα Οκτωβρίου - Μαρτίου μειώθηκαν σε όγκο κατά 49,7%. Οι μηνιαίες εισαγωγές αυξήθηκαν πρόσφατα, μετά την πτωτική τάση, η οποία είχε ξεκινήσει από τον Μάρτιο του 2020.

Imports marginally decreased in 2020/21-H1...

EU27 imports of olive oil from third countries (October - March)

Trade partner	2015/20 (5-year average)	2018/19	2019/20	2020/21	
	volume (t)	share (%)	volume (t)	share (%)	vs. 2019/20 (%)
Tunisia	56 791	73	56 869	73	86 818
Syria	4 881	6	5 323	7	1 419
Morocco	3 994	5	8 017	10	3 203
Argentina	3 867	5	2 105	3	3 629
Turkey	3 966	5	3 271	4	4 240
Ukd kingdom	1 409	2	1 356	2	605
Chile	591	1	171	0	943
Others	2 504	3	1 070	1	2 851
Extra EU	78 009	78 184	105 093	100 710	-4

Source: COMEXT. Period: October - March. CN codes: 1509 (all stat. regimes). Provisional data for 2020/21.

ΑΥΞΗΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΠΡΟΣ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ

Με βάση τα στοιχεία, διαπιστώνει κανείς ότι παρατηρείται επίσης, αύξηση εξαγωγών προς Τρίτες χώρες, της τάξης του 10%, γεγονός που οφείλεται, σύμφωνα με πληροφορίες, στην επαναλειτουργία της εστίασης, που το 2020, λόγω πανδημίας, είτε υπολειπομένη-σε σε κάποιες χώρες, είτε ήταν κλειστή.

Exports increased by 10% in 2020/21-H1...

EU27 exports of olive oil to third countries (October - March)

Trade partner	2019/20 (5-year average)		2019/19		2019/20		2020/21	
	volume (t)	share (%)	volume (t)	share (%)	volume (t)	share (%)	volume (t)	share (%) vs. 2019/20 (%)
United States	106 050	33	111 034	33	114 590	30	140 999	35
Brazil	33 030	10	36 356	10	52 322	14	49 257	12
King Kingdom	30 111	9	31 801	9	36 047	6	35 141	6
Japan	27 145	8	31 796	8	33 425	9	27 161	6
China	19 368	6	21 927	6	21 539	6	16 462	4
Canada	14 314	4	13 961	4	16 480	4	18 472	4
Australia	13 195	4	12 389	4	16 336	4	16 388	4
Others	70 096	25	82 425	24	90 752	24	104 211	25
Total EU	522 315	100	541 288	100	574 471	100	614 826	100

Source: EU COMEXT. Based on COMEXT data (2010-2019 and 2020-2021). Downloaded from <https://comext.ec.europa.eu/>

• EURIMAC ΕΛΑΒΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΑΚΒΕΛ

Η εταιρεία παραγωγής ζυμαρικών, Eurimac, εξασφάλισε για τα προϊόντα της οποίας φέρουν την επωνυμία "ΜΑΚΒΕΛ" επαναπιστοποίησή από την TÜV Hellas (TÜV Nord), η οποία επιθεώρησε και επαναπιστοποίησε το σύνολο των εγκαταστάσεων της εταιρείας Eurimac στην περιοχή του Κιλκίς για το Σύστημα Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων με βάση τα τεχνικά πρωτόκολλα BRCGS, FSMA και IFS. Επιπλέον, ολοκληρώθηκε η δεύτερη επιθεώρηση επιτήρησης με βάση το διεθνές πρότυπο ISO 22000:2018 που αφορά επίσης, στην ασφάλεια των τροφίμων, προσφέροντας ένα ακόμη επίπεδο εξασφάλισης.

**"ΘΕΜΕΛΙΩΔΕΙΣ ΟΙ ΑΡΧΕΣ
ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ"**
Ο Οδυσσέας Παπαδόπουλος, Διευθύνων Σύμ-



βουλος της Eurimac, δήλωσε ότι, "οι συγκεκριμένες επαναπιστοποιήσεις αποτελούν ένα ακόμη βήμα στην πορεία που έχει χαράξει η εταιρεία τις τελευταίες δεκαετίες, η οποία θεωρεί θεμελιώδεις τις αρχές της διασφάλισης της ποιότητας των προϊόντων της και της ενεργής συμμετοχής της σε θέματα βιωσιμότητας, αειφορίας και προστασίας του περιβάλλοντος".

• ΗΑΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Το έντονο ενδιαφέρον των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων για σημαντική ενίσχυση των εισαγωγών ελληνικών αγροδιατροφικών προϊόντων, αλλά και για επενδύσεις στην αγροτική οικονομία, συζητήθηκε κατά τη χτεσινή συνάντηση μεταξύ του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Σπύριου Λιβανού, και του Πρεσβευτή των ΗΑΕ στην Ελλάδα, Sulaiman Hamed Salem Almazroui.

Ο Υπουργός επισήμανε ότι η αναβάθμιση των στρατηγικών και πολιτικών σχέσεων μεταξύ των δυο χωρών δημιουργεί σημαντικές προοπτικές ενίσχυσης των διμερών οικονομικών και εμπορικών σχέσεων, συμπεριλαμβανομένου του αγροδιατροφικού τομέα.

Ο κ. Almazroui αναφέρθηκε στη στρατηγική των ΗΑΕ για την επισιτιστική ασφάλεια, που αποτελεί κορυφαία προτεραιότητα για τη χώρα του, και τον σημαντικό ρόλο που μπορεί να δι-



Σπύριος Λιβανός, Υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Sulaiman Hamed Salem Almazroui, Πρεσβευτής ΗΑΕ στην Ελλάδα

αδραματίσει η Ελλάδα, χάρις στην εξαιρετική ποιότητα, ασφάλεια και διατροφική αξία των αγροδιατροφικών προϊόντων της, αλλά και τη γεωγραφική εγγύτητα μεταξύ των δυο χωρών.



• TESCO FOOD TECHNOLOGY ΝΕΟ ΕΡΓΟ ΣΤΗΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

Η TFT (Tesco Food Technology) ολοκλήρωσε με επιτυχία το έργο εξοπλισμού της Βιομηχανίας Μπαρμπα Στάθης με νέα Ψυκτική Εγκατάσταση Αμμωνίας, για την κάλυψη των αναγκών του πλήρως αυτοματοποιημένου ψυκτικού θαλάμου άνω των 60.000m³ για την αποθήκευση των κατεψυγμένων προϊόντων της. Ο εξοπλισμός αποτελείται από συγκρότημα δύο κοκλιωτών συμπιεστών της εταιρείας J&E Hall σε σχεδιασμό της εταιρείας Zanotti, τους αντίστοιχους αεροψυκτές, καθώς και το σύστημα ελέγχου και παρακολούθησης SCADA/Siemens. Στο ίδιο έργο περιλαμβάνεται και αυτόνομο συγκρότημα R448a για την κάλυψη των ψυκτικών αναγκών των χώρων φορτοεκφόρτωσης, σε συνδυασμό με 4 αεροψυκτικές.

THE TRENDLETTER

Sō Posh!

καθημερινά με το



• **NACS**

ΤΙ ΦΕΡΝΕΙ ΤΟ QUICK COMMERCE ΚΑΙ ΤΟ E-MOBILITY ΣΤΟ CONVENIENCE

Όπως προκύπτει από την NACS Global Issues Lifecycle Survey, τα βασικότερα θέματα που κρατούν... ξύπνια τη νύχτα τα περισσότερα από τα 100 υψηλόβαθμα στελέχη που δραστηριοποιούνται στο convenience channel (και τα οποία συμμετείχαν στην έρευνα), είναι:

- To last mile
- To foodservice
- Η COVID-19
- To ESG / CSR

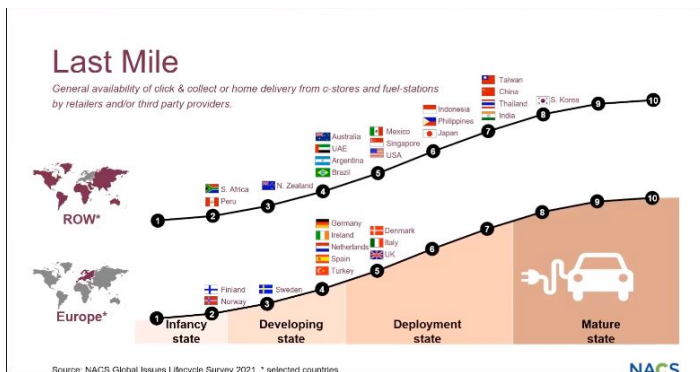
Η ηλεκτρική ενέργεια (οχήματα) Electric-Vehicles

Στο NACS Convenience Summit Europe, όπως αναφέρεται σε σχετικό report της RetailAnalysis, οι συζητήσεις των ειδικών εστίασαν κυρίως, σε δύο από αυτά τα ζητήματα: το last mile και το E-mobility.

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ QUICK COMMERCE

Σύμφωνα με την VP Research της NACS, Lori Buss Stillman:

- Οι παγκόσμιες πωλήσεις παράδοσης την ίδια ημέρα θα αυξηθούν κατά 7,6% σε ετήσια βάση μέχρι το τέλος του 2026 φθάνοντας στα \$132 δισ.
- 1 στους 5 αγοραστές στις ΗΠΑ επέλεξαν παράδοση την ίδια ημέρα το 2020
- Καθώς η πανδημία παραμένει, ο κόσμος έχει κουραστεί από την κατανάλωση ορισμένων γευμάτων και αναζητούν νέες συνταγές. Οι retailers δεν πρέπει να παρέχουν απλά μόνο προϊόντα, αλλά και συνταγές και τρόπους για να βοηθήσουν τους καταναλωτές να κάνουν κάτι διαφορετικό
- Σχετικά με τον τρόπο χρήσης των last mile λύσεων, οι retailers μπορούν να αντικαταστήσουν τις φυσικές επισκέψεις του κόσμου, που μπορεί να έχουν χάσει, με ψηφιακές. Το last mile συνεχίζει να αυξάνεται, καθώς εξελίσσεται και η προτίμηση στην αμεσότητα. Οι παίκτες στις αναδυόμενες αγορές θα εντοπίσουν τα κενά στην αγορά για γρήγορες και αποτελεσματικές παραδόσεις



ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ 6 ΣΤΟΥΣ 10

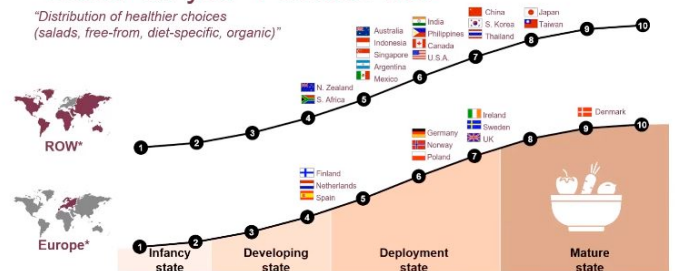
Η έρευνα της NACS για την εκπλήρωση του last mile στην αγορά του convenience, έδειξε ότι μόνο το 61% των retailers δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένο με τους third-party παρόχους, καθώς:

- Καθυστερούν να παραλάβουν τις παραγγελίες
- Πιέζουν το προσωπικό του καταστημάτων να βιαστεί όταν φθάνουν νωρίτερα
- Το κόστος παράδοσης είναι πολύ υψηλό
- Η κοινή χρήση / επεξεργασία των δεδομένων δεν είναι όπως αναμενόταν

Η Stillman συνιστά στους retailers να πραγματοποιήσουν ανάλυση κόστους-κέρδους με οποιονδήποτε third-party για να ζυγίσουν τα οικονομικά της δικής τους έναντι της λύσης 3p. Τα δεδομένα είναι ένα άλλο βασικό μέλημα, διατηρώντας όλα τα δικαιώματα και την ιδιοκτησία, αλλά και παράλληλα, διασφαλίζοντας ότι είναι προσβάσιμα σε πραγματικό χρόνο.

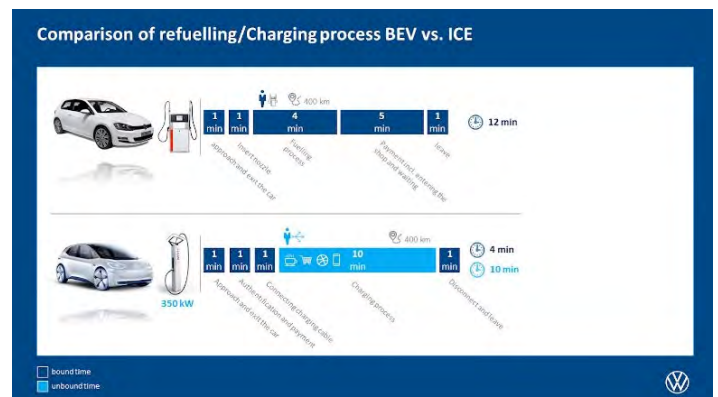
“Better for you” Foodservice

“Distribution of healthier choices (salads, free-from, diet-specific, organic)”



ΤΟ E-MOBILITY ΗΡΘΕ ΓΙΑ ΝΑ ΜΕΙΝΕΙ

Ο Martin Roemheld, Επικεφαλής των E-Mobility Υπηρεσιών της Volkswagen, μοιράστηκε μερικές από τις αλλαγές στα ταξίδια των πελατών για οχήματα BEV (Battery Electric Vehicle) έναντι των ICE (Internal Combustion Engine). Με τους φορτιστές των ηλεκτρικών οχημάτων, οι καταναλωτές περνούν περισσότερο χρόνο στο κατάστημα, καθώς δεν είναι πλέον φυσικά συνδεδεμένοι με την αντλία, προσφέροντας έτσι νέες ευκαιρίες αλληλεπίδρασης. Μια καλύτερη προσφορά στο κατάστημα και η αναβάθμιση της ποιότητας μπορούν να βοηθήσουν στην επαναληπτικότητα των επισκέψεων.



Πηγή: NACS, Volkswagen

ΚΟΥΒΟΥΚΛΙΑ ΓΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ

- Η ισχύς φόρτισης θα συνεχίσει να αυξάνεται, ο χρόνος φόρτισης θα μειωθεί, όπως επίσης μειώνονται και οι τιμές εγκατάστασης και αγοράς των φορτιστών
- Η χρέωση θα γίνει επίσης, ο βασικός παράγοντας διαφοροποίησης για τους convenience retailers
- Στο σημείο πώλησης, ο Roemheld πρότεινε να υπάρχουν κοντά στην είσοδο του πρατηρίου-καταστήματος κουβούκλια για προστασία από τον ήλιο ή από την βροχή στο μονοπάτι που οδηγεί στο κατάστημα

- Κύρια εμπόδια και προκλήσεις για την ανάπτυξη EV: πρέπει να επεκταθεί η διαδικασία σχεδιασμού για την προστασία των περι-οχών και των δικτύων

Electric Vehicles

"Extend of newly registered electric vehicles each month"



Source: NACS Global Issues & Policy Survey 2021 - *selected countries

NACS

ΤΟ EV ΟΡΙΖΕΙ ΤΑ ΠΡΑΤΗΡΙΑ ΤΟΥ... ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ

Ο Istvan Kapitany, EVP Retail της Shell, στάθηκε στις προοπτικές που υπάρχουν για την αγορά των καυσίμων και τη σημασία της συνεργασίας για την κατασκευή υποδομών EV:

- Έως το 2035, περίπου το 80% των καταναλωτών δεν θα πηγαίνει σε πρατήρια καυσίμων στο Ηνωμένο Βασίλειο, ωστόσο εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες για να εξυπηρετήσουν και άλλες ανάγκες του κόσμου
- Ακόμη και στην κατηγορία των ορυκτών καυσίμων, θα συνεχίζονται οι προσπάθειες για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα
- Η Shell βρίσκεται ήδη σε μεταβατικό στάδιο, προσφέροντας ένα μείγμα καυσίμων και ένα "μωσαϊκό λύσεων"
- Η Shell διαθέτει 70.000 σημεία φόρτισης σε όλο τον κόσμο, εκ των οποίων τα 200.000 μέσω συνεργατών. Στοχεύει να έχει 500.000 σημεία φόρτισης έως το 2025
- Επί του παρόντος, ο μέσος χρόνος φόρτισης της Shell είναι 15-17 λεπτά. Σημειώνεται ότι τα καλάθια αγορών των πελατών που έχουν οχήματα EV έναντι αυτών που είναι ιδιοκτήτες οχημάτων με ορυκτά καύσιμα είναι μεγαλύτερα
- Στην Ολλανδία και την Ταϊλάνδη, η Shell έχει ήδη ανοίξει σημεία πώλησης του μέλλοντος, ενώ ακόμη περισσότερα θα επανασχεδιαστούν
- Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο Kapitany αναμένει να δει 150 εκατομμύρια σημεία φόρτισης έως το 2030 και 600-800 εκατ. έως το 2040

Istvan Kapitany, EVP Retail, Shell

ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Το μεγαλύτερο άγχος για τους καταναλωτές των EV οχημάτων, σύμφωνα με τον Kapitany, είναι η εμβέλεια, το πόσο μακριά μπορούν να πάνε με μία πλήρη φόρτιση. Μια άλλη πρόκληση είναι οι χρεώσεις για

τις υποδομές. Η διαδικασία σχεδιασμού είναι μακρά και ακριβή, αλλά συνιστά στους retailers να διασφαλίζουν ευελιξία, ώστε να είναι σε θέση να κάνουν αναβάθμιση ή αλλαγή από δύο φορτιστές σε έξι, ή να αλλάξουν την ισχύ φόρτισης.

Για τα ιδανικά σημεία EV και τον αριθμό των φορτιστών, συνιστά: ανάλυση του δικτύου, AI για εύρεση του καλύτερου σημείου για φόρτιση EV, εφαρμογή analytics, ενώ επίσης σημαντικό είναι το ποσοστό χρήσης, π.χ. Κίνα 40%, Ευρώπη 1-2%. Επομένως, σημείο-κλειδί είναι το πότε και το πόσο γρήγορα θα δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές.

ΦΟΡΤΙΣΕΙΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Διαφορετικά επίπεδα ηλεκτρικής ενέργειας σε μία περιοχή είναι ήδη σε λειτουργία, π.χ. σε ορισμένες αγορές, τα σημεία πώλησης της Shell προσφέρουν διαφορετικές ταχύτητες φόρτισης: 50kWh (1 ώρα), 150kWh, 350kWh (10 λεπτά). Η συζήτηση στρέφεται γύρω από το αν η ταχύτητα φόρτισης πρέπει να ταιριάζει με τις ανάγκες του πελάτη στο μέλλον, π.χ. αργός φορτιστής για μεγαλύτερο χρόνο παραμονής ή γρήγορος φορτιστής με έναν καφέ, καθώς οι οδηγοί συνήθως προγραμματίζουν κάποιες στάσεις στα ταξίδια τους.

Τέλος, σε ό,τι αφορά την άμεση και έμμεση κερδοφορία της EV, η πρώτη επηρεάζεται περισσότερο από τις ρυθμίσεις της αγοράς σε κάθε χώρα, ενώ η δεύτερη επηρεάζεται από τη δραστηριότητα εντός του καταστήματος.



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr