

Κάρτα Προνομίων Business

Ο τρόπος να
επιβραβεύσετε
τους εργαζόμενους
στην εταιρεία σας.



Με τις κάρτες προνομίων
Business My Lidl Card
μπορείτε να κάνετε
την κάθε τους μέρα να αξίζει!

Μεταβλητή
προκαθορισμένη τιμή,
χωρίς καμία προμήθεια.

Εξαργύρωση
σε όλα τα καταστήματα Lidl
στην Ελλάδα.

Δυνατότητα
επαναφόρτωσης
της κάρτας.

Έλεγχος
διαθέσιμου υπολοίπου στο
<https://www.lidl-hellas.gr/plirofories/cards>

Για παραγγελίες ή περισσότερες πληροφορίες: <https://exypiretisi-pelaton.lidl-hellas.gr/SelfServiceGR/s/contactsupport>
Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών: +30 2311 768 568 κλήσεις από σταθερά, κινητά (αστική χρέωση),
γραμμές εξωτερικού (χρέωση σύμφωνα με τον εκάστοτε πάροχο εξωτερικού)
Ώρες εξυπηρέτησης: Δευτέρα - Σάββατο: 8:00 - 18:00.

Ισχύουν όροι και προϋποθέσεις:
<https://www.lidl-hellas.gr/plirofories/cards>



To Lidl στα καλύτερά του!

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
TotalFoodService
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΤΕΤΑΡΤΗ 03 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2024
ΤΕΥΧΟΣ 1864



• THREE CENTS

Οι δύο καμπάνιες για την ενίσχυση του brand equity – Επέκταση σε νέες αγορές



• AROSIS

Το deal με την Coop 365 για 3.000 σημεία
– Οι νέες επενδύσεις για τη συνεργασία



• ERGON

Artisanal Bakery και Lab στο νέο ERGON
Bakehouse Athens



• PROVIL

Άνω του στόχου οι πωλήσεις τριμήνου
– Επενδύσεις €9 εκατ. το 2024

EDITORIAL: Επιχειρηματικές τραγωδίες

SECRET RECIPE: Wolt: Ολοκληρώνονται τα νέα γραφεία στην Θεσσαλονίκη

• ΑΗΔΒ

ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΙΩΣΗ 1% ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΧΟΙΡΙΝΟΥ ΤΗΣ ΕΕ ΕΩΣ ΤΟ 2035

Στο χαμηλότερο επίπεδο των τελευταίων δέκα ετών βρέθηκε η παραγωγή χοιρινού κρέατος στην ΕΕ το 2023, λόγω των μειωμένων αριθμών σφαγής. Σύμφωνα με ανάλυση της ΑΗΔΒ, τις πρώτες 5 εβδομάδες του 2024 οι τιμές σημείωσαν απότομη πτώση. Ωστόσο, τις τελευταίες 6 εβδομάδες (μέχρι και τις 17 Μαρτίου) οι τιμές ανέκαμψαν. Εν τω μεταξύ, όλες οι βασικές παραγωγικές χώρες κατέγραψαν ισχυρή ανάπτυξη τις τελευταίες εβδομάδες.

ΣΥΡΡΙΚΝΩΣΗ

Παρ' όλα αυτά, οι προβλέψεις για το 2024 προβλέπουν ακόμα μεγαλύτερη μείωση της παραγωγής χοιρινού κρέατος, καθώς συρρικνώνονται τα κοπάδια. Τον Δεκέμβριο του 2023 ο συνολικός πληθυσμός χοίρων στην ΕΕ ήταν 133,6 εκατομμύρια, ο μικρότερος αριθμός από τότε που ξεκίνησαν οι καταγραφές, το 2001.

Εάν σ' αυτές τις συνθήκες προστεθούν τους νέους περιβαλλοντικούς κανονι-

σμούς και τις μακροπρόθεσμες προοπτικές παραγωγής που εμφανίζονται περιορισμένες, τότε οι προβλέψεις της ΕΕ κάνουν λόγο για μείωση περίπου 1% από τώρα έως το 2035.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Οι εξαγωγές χοιρινού κρέατος (συμπεριλαμβανομένων των παραπροϊόντων) της ΕΕ παρουσίασαν σημαντική μείωση, φθάνοντας στον χαμηλότερο καταγεγραμμένο όγκο τους από το 2014, στους 3,90 εκατομμύρια τόνους. Μεγάλο μέρος αυτής της μείωσης μπορεί να αποδοθεί σε απώλειες παραγωγής, αν και ορισμένα προϊόντα μπορεί να έχουν χάσει βασικές αγορές λόγω του αυξημένου παγκόσμιου ανταγωνισμού.

Οι εισαγωγές χοιρινού κρέατος στην ΕΕ (συμπεριλαμβανομένων των παραπροϊόντων) έφτασαν συνολικά σε 146.800 τόνους το 2023, ο χαμηλότερος όγκος που καταγράφηκε εδώ και πάνω από μια δεκαετία (εξαιρουμένου του 2021 λόγω του Brexit).



SECRETRECIPE

Wolt: Ολοκληρώνονται τα νέα γραφεία στην Θεσσαλονίκη

Σε φάση ολοκλήρωσης έχουν περάσει τα νέα γραφεία της Wolt στη Θεσσαλονίκη, σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily. Σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες στόχος είναι συντομα να στεγάσουν τη νέα πολυπληθή ομάδα της εταιρείας στην Βόρεια Ελλάδα. Τα νέα γραφεία - που βρίσκονται στο Επιχειρηματικό και Εμπορικό κέντρο "Λιμάνι", στο κέντρο της πόλης, είναι υπό διαμόρφωση - και σηματοδοτούν την επέκταση της Wolt στην Βόρεια Ελλάδα. Η διοίκηση της εταιρείας εκτιμά πως υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης. Στα νέα γραφεία με θέα τον Θερμαϊκό μπαίνουν οι τελευταίες πινελιές...

Editorial

Επιχειρηματικές τραγωδίες

Με αφορμή την κρίση, που αντιμετωπίζει η Boeing, και των αποκαλύψεων ότι οι μηχανικοί προειδοποιούσαν για περισσότερα από δέκα χρόνια σχετικά με πιθανά προβλήματα για το 737 Max, έχει αρχίσει μια έντονη συζήτηση σχετικά με το πώς πρέπει να διαχειρίζονται τέτοιου είδους πληροφορίες οι διοικήσεις των επιχειρήσεων.

Η Sarah Green Carmichael σχολιάζει πολύ εύστοχα στο Bloomberg ότι οι περισσότεροι ηγέτες των κατασκευαστικών εταιρειών ζουν με τον φόβο μήπως σταθούν τυφλοί μπροστά σε κάποιο σοβαρό ζήτημα ασφάλειας. "Ίσως αυτός είναι ο λόγος, που οι σχολές διοίκησης επιχειρήσεων έχουν αφιερώσει τόσο πολύ χρόνο, ανησυχώντας για το πώς οι ηγέτες θα είναι ικανοί να μπορούν να ενθαρρύνουν τους υπαλλήλους να μιλούν για προβλήματα". Φταίει, όμως, μόνο το γεγονός ότι οι υπάλληλοι δεν μιλούν στους ανωτέρους τους; Όχι μόνο.

Έχει να κάνει και με το αν ακούν οι ανώτεροι στην ιεραρχία, αλλά και με το κατά πόσο λαμβάνουν σοβαρά υπόψη όλα αυτά. Συνεπώς, τι πρέπει να κάνουν οι επικεφαλής της διοίκησης;

Να ακούν προσεκτικά τους εργαζόμενους. Πώς μπορεί να γίνει αυτό;

Με τα εξής:

Πρώτον, με διαπροσωπικές δεξιότητες. "Να ακούω για να μαθαίνω, να κάνω επακόλουθες ερωτήσεις, να κατεβαίνω τη σκάλα των συμπερασμάτων, έτσι ώστε τελικά και τα δύο μέρη της συνομιλίας να έχουν μάθει κάτι", όπως σχολιάζει η καθηγήτρια του Harvard Business School, Amy Edmondson.

Δεύτερον, με συστήματα, που να επιβάλλουν να γίνονται αυτές οι συνομιλίες σε τακτική βάση.

Αλλιώς, οδηγούμαστε σε επιχειρηματικές τραγωδίες. Πρώτα απ' όλα με εκατοντάδες νεκρούς - σε δυστυχήματα τύπου Boeing 737 Max. Αλλά και οικονομικές, με τη ζημιά της εταιρείας, την κατακόρυφη πτώση της μετοχής και τις περικοπές θέσεων εργασίας. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

• **FAST-FOOD**

ΣΤΑ \$20 ΤΗΝ ΩΡΑ ΟΙ ΑΠΟΛΑΒΕΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΚΑΛΙΦΟΡΝΙΑ

Από την Δευτέρα, οι εργαζόμενοι στα fast food της Καλιφόρνιας - σε αλυσίδες με περισσότερα από 60 καταστήματα σε εθνικό επίπεδο - κερδίζουν \$20 την ώρα, ποσό υψηλότερο από τον ευρύτερο κατώτατο μισθό της Πολιτείας, στα \$16 την ώρα. Το νέο κατώτατο όριο αμοιβής απορρέει από νόμο της Πολιτείας που ψηφίστηκε τον Σεπτέμβριο. Ο ίδιος νόμος θεσπίζει εννεαμελές συμβούλιο που θα καθορίζει τις μελλοντικές αυξήσεις των μισθών και θα προτείνει άλλες κατευθυντήριες γραμμές για τις εργασιακές συνθήκες του κλάδου.

Ο μέσος μισθός για τους ωρομίσθιους εργαζόμενους στον τομέα της εστίασης στην Καλιφόρνια ήταν στα \$17,89 την ώρα πριν τεθεί σε ισχύ ο νόμος, σύμφωνα με στοιχεία της Glassdoor έως τις 28 Μαρτίου. Μόνο το 22% των ωρομίσθιων εργαζομένων στα εστιατόρια της Πολιτείας έπαιρναν τουλάχιστον \$20 την ώρα.



Ο CEO του Cheesecake Factory, Matthew Clark, δήλωσε τον Φεβρουάριο ότι οι εργαζόμενοι της αλυσίδας με το φιλοδώρημα ήδη κερδίζουν πολύ περισσότερα και πιστεύει ότι αυτό ισχύει και για τους εργαζόμενους στα fast food. "Πολλά από τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης της Καλιφόρνιας πληρώνουν ήδη \$19 και \$20", ανέφερε.

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Ορισμένες αλυσίδες μετά την υποχρεωτική αύξηση των μισθών έχουν προχωρήσει σε μείωση του εργατικού δυναμικού τους και αύξηση των τιμών του μενού τους. Οι franchisees των αλυσίδων πίτσας Papa John's, Round Table και Pizza Hut απέλυσαν οδηγούς πριν από τη λήξη της προθεσμίας. Η McDonald's, η Wingstop και η Chipotle Mexican Grill είναι μεταξύ των αλυσίδων που δήλωσαν ότι θα μετακυλήσουν το υψηλότερο εργατικό κόστος στους πελάτες τους, κάνοντας πιο ακριβά τα προϊόντα στο μενού τους.

"Οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων - οι δικαιούχοι που δεν είναι μεγάλες εταιρείες - αντιμετωπίζουν τώρα υποχρεωτικά υψηλότερο κόστος. Και αυτό το κόστος θα μετακυλιστεί στον πελάτη και πιθανότατα θα οδηγήσει σε λιγότερες θέσεις εργασίας", δήλωσε στο CNBC ο Matthew Haller, πρόεδρος και CEO της ομάδας υπεράσπι-

σης των δικαιούχων της International Franchise Association.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΕ ΑΛΛΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ

Ο νόμος δεν θα αγγίξει άμεσα άλλα εστιατόρια στην Καλιφόρνια - μικρές αλυσίδες καφέ, mom-and-pop diners και πολυτελή steakhouses - αλλά και πάλι θα πρέπει να προσαρμόσουν τις αμοιβές τους, καθώς ανταγωνίζονται για τους ίδιους εργαζόμενους. Οι βιομηχανίες που βασίζονται σε ωρομίσθιους εργαζόμενους, όπως το λιανικό εμπόριο και η φιλοξενία, μπορεί επίσης να αντιμετωπίσουν πίεση να προσαρμόσουν τους μισθούς τους ή να κινδυνεύσουν να χάσουν τους υπαλλήλους τους. "Νομίζω ότι θα δούμε δευτερογενείς επιπτώσεις εντός των υπηρεσιών εστίασης, αλλά πέρα από αυτές", δήλωσε στο CNBC ο Daniel Zhao, επικεφαλής οικονομολόγος της ιστοσελίδας καριέρας Glassdoor. Ο νόμος τίθεται σε ισχύ καθώς η αύξηση της απασχόλησης έχει επιβραδυνθεί στην πολυπληθέστερη πολιτεία των ΗΠΑ. Το ποσοστό ανεργίας στην Καλιφόρνια ήταν στο 5,3% τον Φεβρουάριο, ξεπερνώντας το ποσοστό των ΗΠΑ, 3,9%, σύμφωνα με το Γραφείο Στατιστικής Εργασίας.

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafaitouli@notice.gr

• **ΜΕΒΓΑΛ - TETRA PAK**

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ

Με την Tetra Pak® συνεργάζεται η Μεβγάλ με σκοπό τη διασφάλιση μέγιστης απόδοσης της παραγωγικής της διαδικασίας μέσα από το σύστημα αυτοματισμού Tetra Pak® PlantMaster, το οποίο τοποθετήθηκε με επιτυχία στις εγκαταστάσεις της βιομηχανίας γάλακτος.

Το Tetra Pak® PlantMaster αποτελεί μια ολοκληρωμένη λύση αυτοματισμού, ψηφιοποίησης και βελτιστοποίησης της λειτουργίας παραγωγικών εγκαταστάσεων

με περισσότερες από 1.250 εφαρμογές παγκοσμίως.

Η ΛΥΣΗ

Το Tetra Pak® PlantMaster διευκολύνει τη λήψη λειτουργικών αποφάσεων στη βιομηχανία τροφίμων, προσφέροντας χαμηλότερο συνολικό κόστος και υψηλότερη αποδοτικότητα. Με ολοκληρωμένο έλεγχο και διαχείριση βασικών λειτουργιών, συλλέγει δεδομένα, ελέγχει διαδικασίες και παρέχει



αξιόπιστες ενδείξεις για λήψη αποφάσεων. Στο εγγύς μέλλον η Μεβγάλ προσδοκά να εκμεταλλευτεί όλες τις δυνατότητες που προσφέρει το Tetra Pak® PlantMaster ώστε να μειώσει τα λειτουργικά κόστη, να βελτιστοποιήσει τις παραγωγικές της διαδικασίες και να αυξήσει την κερδοφορία της.

• **AROSIS**

ΤΟ DEAL ΜΕ ΤΗΝ COOP 365 ΓΙΑ 3.000 ΣΗΜΕΙΑ - ΟΙ ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Σε επενδύσεις στην παραγωγική της δυναμική προχωρά η Άροσις με σκοπό να ανταποκριθεί σε νέες συνεργασίες εντός, αλλά κυρίως εκτός Ελλάδος.

Όπως πληροφορείται το FnB Daily, η εταιρεία έκλεισε συμφωνία με την Coop 365 για να τοποθετήσει την organic σειρά της σε όλο το δίκτυο των καταστημάτων της στην Σκανδιναβία. Η συμφωνία αφορά την τοποθέτηση των οσπρίων Άροσις σε 3.000 σημεία της δανέζικης εταιρείας.

Μάλιστα, η συνεργασία έκλεισε στην τελευταία BioFach όπου συμμετείχε η εταιρεία.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 17 ΑΓΟΡΕΣ

Το 17% του τζιρού της Άροσις προέρχεται από εξαγωγές σε 17 αγορές, με κυριότερες τις:

- ΗΠΑ
- Σκανδιναβία
- Γερμανία

Στο πλαίσιο ενδυνάμωσης της παρουσίας στο εξωτερικό, η Άροσις ξεκίνησε συνεργασία με την DGX στις ΗΠΑ. Αρχικά τα προϊόντα της θα τοποθετηθούν σε 100 σημεία της αλυσίδας, αλλά δεν αποκλείεται να μπουν και σε περισσότερα σημεία σε ΗΠΑ και Καναδά. Σημειώνεται ότι η DGX διαθέτει:

- 1.700 σημεία στις ΗΠΑ
- 400 στον Καναδά

ΝΕΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΓΙΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Επίσης, η Άροσις σχεδιάζει να προχωρήσει σε rebranding των συσκευασιών, τόσο των organic οσπρίων, όσο και των συμβατικών, για το εξωτερικό. Οι νέες συσκευασίες θα είναι διαθέσιμες στις ξένες αγορές μέσα στους επόμενους 2-3 μήνες.

Το rebranding για την ελληνική αγορά έχει ολοκληρωθεί.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Ήδη το επενδυτικό πλάνο της εταιρείας προσαρμόζεται στις απαιτήσεις που προκύπτουν λόγω των νέων συνεργασιών, εστιάζοντας σε μηχανολογικό εξοπλισμό και κτιριακές υποδομές. Η διοίκηση της εταιρείας ετοιμάζει δεύτερη γραμμή παραγωγής που θα συμπληρώσει τη δυναμική του capacity. Υπενθυμίζεται πως πέρυσι εγκατέστησε και δεύτερη γραμμή συσκευασίας.

ΣΤΕΝΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ

Παράλληλα, θέλοντας να ελέγχει περισσότερο την ποιότητα της πρώτης ύλης σχεδιάζει να:

- ενισχύσει τη συμβολαιακή γεωργία
- αγοράσει στρέμματα καλλιέργειας
- δουλέψει στενά με παραγωγούς πάνω στα πρότυπα ποιότητας και ασφάλειας

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΤΟ 2024

Μέσω των νέων συνεργασιών και των επενδύσεων η Άροσις ευελπιστεί ότι η τρέχουσα χρήση θα είναι κερδοφόρα, καθώς το 2023 έκλεισε με ζημιές. Ειδικότερα ο τζίρος ήταν στο +11% όμως εμπεριείχε και το 10% της αύξηση τιμής του τελικού προϊόντος. Μάλιστα το 2023 ήταν η πρώτη ζημιολογική χρήση για την εταιρεία στην οποία διατηρεί μετοχικό ποσοστό. Επενδυτικό Ταμείο SMERemediumCap (SMERC), συμφερόντων Νίκου Καραμούζη. Σε αυτό το αποτέλεσμα συνέβαλε και η μεσοσταθμική αύξηση 57% που καταγράφηκε στην πρώτη ύλη.



• ΟΛΥΜΠΟΣ ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΗ ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΖΙΡΟ ΚΑΙ ΚΕΡΔΗ ΤΟ 2023 - ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΣΕ Η ΚΑΚΟΚΑΙΡΙΑ DANIEL

Στα επίπεδα του 2022 διαμορφώθηκε ο τζίρος του 2023 για την Όλυμπος Παπαγιάννη, με την εταιρεία να καταφέρνει να κλείνει με κέρδη παρά τις επιπτώσεις από την κακοκαιρία Daniel στην παραγωγή και συνολικότερη πορεία της.

Ειδικότερα, η κακοκαιρία που έπληξε την Θεσσαλία τον προηγούμενο Σεπτέμβριο είχε ως αποτέλεσμα η εταιρεία να μείνει 2,5 μήνες εκτός λειτουργίας λόγω του ότι πλημμύρησε το εργοστάσιό της στο 6° κλμ. Λάρισας – Βόλου.

Πηγές της εταιρείας αναφέρουν στο FnB Daily πως εάν δεν συνέβαινε η κακοκαιρία το τελευταίο τρίμηνο του έτους, η Όλυμπος Παπαγιάννη θα σημείωνε μεγαλύτερη αύξηση μεγεθών.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΟ 2024

Μάλιστα, οι ίδιες πηγές εκτιμούν πως και το 2024 θα επηρεαστεί από το δ' τρίμηνο του περασμένου έτους, ευελπιστώντας, ωστόσο, να καταγράψει καλύτερη πορεία.

ΣΕ ΑΛΕΙΦΟΜΕΝΑ & ΜΠΑΡΕΣ ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η διοίκηση της εταιρείας εστιάζει στην ενίσχυση των υπάρχοντων κωδικών του portfolio και στην κάλυψη της ζήτησης. Στο πλαίσιο αυτό έχει ήδη προχωρήσει σε αντικατάσταση μηχανημάτων και στην τοποθέτηση νέων, όπως συσκευαστικές μηχανές.

Το portfolio της εταιρείας αναμένεται να εμπλουτιστεί με νέους κωδικούς στα αλειφόμενα αλλά και στις μπάρες, αν και σκόπιμα φέτος δεν θα γίνει μεγάλο άνοιγμα για νέα προϊόντα.



Νίκος Καραμούζης, επικεφαλής SMERC

• **PROVIL**

ΑΝΩ ΤΟΥ ΣΤΟΧΟΥ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΡΙΜΗΝΟΥ - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €9 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2024

Ανοδικά εξελίσσεται η πορεία των πωλήσεων της Provil και στο α' τρίμηνο του 2024, με την εταιρεία να διατηρεί την ανάπτυξη που εμφάνισε από την περίοδο της πανδημίας και συνεχίζεται έως και σήμερα.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, ήδη οι πρώτες ενδείξεις για τα αποτελέσματα του α' τριμήνου έχουν υπερβεί, όχι μόνο το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι, αλλά και τον στόχο του προϋπολογισμού που είχε αρχικά τεθεί. Η διοίκηση της εταιρείας είναι αισιόδοξη για την εξέλιξη της τρέχουσας χρήσης, καθώς οι προβλέψεις για το επόμενο του έτος είναι ενθαρρυντικές. Πιο αναλυτικά,

- η ανοδική πορεία του τουρισμού
- η άνθηση της γαστρονομίας
- η δυναμική πορεία της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων
- η ενδυνάμωση της εξαγωγικής δραστηριότητας
- η ανάπτυξη των πωλήσεων της λιανικής αποτελούν τους βασικούς παράγοντες της αναπτυξιακής πορείας της Provil.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 17% ΤΟ 2023

Η προηγούμενη χρήση αποτέλεσε χρονιά ορόσημο για την Provil, καθώς ήταν η πρώτη χρονιά που οι πωλήσεις της ξεπέρασαν το φράγμα των €17 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 22% σε σχέση με το 2022. Η εν λόγω αύξηση προήλθε αποκλειστικά από ανάπτυξη πωλήσεων και όχι από αυξήσεις τιμών, καθώς η διοίκηση της Provil αποφάσισε συνειδητά να μην διαφοροποιήσει την τιμολογιακή της πολιτική.

ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

Τα αποτελέσματα ενισχύθηκαν και από την πορεία της Provil στο εξωτερικό, καθώς τα τελευταία χρόνια η ενίσχυση της παρουσίας της εταιρείας στις διεθνείς αγορές είναι σημαντική. Ήδη, η Provil είναι παρούσα σε 30 αγορές και χώρες - στόχοι είναι αυτές που έχουν παρόμοια διατροφική και γαστρονομική κουλτούρα με την Ελλάδα, όπως οι χώρες:

- Βαλκανικής Χερσονήσου
- Μέσης Ανατολής
- Βόρειας Αφρικής



Χρήστος Βογιάνου, CEO, Provil

Επιπλέον, αγορές με έντονο το ελληνικό στοιχείο έχουν ήδη ενταχθεί στο δίκτυο της εταιρείας, όπως:

- Καναδάς
- ΗΠΑ
- Αυστραλία
- Νέα Ζηλανδία

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Εντός του 2024 η εταιρεία πρόκειται να υλοποιήσει επένδυση €9 εκατ. με σκοπό την ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικής της. Έχουν προηγηθεί την προηγούμενη τριετία επενδύσεις €1,8 εκατ. και την περίοδο 2014-2019, επενδύσεις €4,7 εκατ.

• **ΥΠ. ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

ΠΥΚΝΩΝΟΥΝ ΟΙ ΕΚΤΑΚΤΟΙ ΕΛΕΓΧΟΙ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΝ ΟΨΕΙ ΠΑΣΧΑ

Ομάδα εργασίας για τους ελέγχους εν όψει του Πάσχα σε κρέας και αυγά συγκροτείται τις επόμενες ημέρες, με απόφαση του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Λευτέρη Αυγενάκη. Οι έλεγχοι θα ξεκινήσουν την επόμενη εβδομάδα και θα διεξαχθούν σε σημεία λιανικής- κονδρικής, σφαγεία, πύλες εισόδου στη χώρα, εθνικές οδοί κ.α.

"Είναι απόφαση της κυβέρνησης που υλοποιείται μέσω του ΥπαΑΤ να εντατικοποιήσουμε τους ελέγχους στην αγορά, στις πύλες εισόδου και όπου κρίνεται επιβεβλημένο για προστατεύσουμε με κάθε τρόπο την ελληνική παραγωγή. Προστατεύοντας τα ελληνικά προϊόντα στην πράξη στηρίζουμε τους γεωργούς, κτηνοτρόφους, αλιείς και μελισσοκόμους, τους έντιμους μεταποιητές και εμπόρους και προστατεύουμε τους καταναλωτές, αλλά εν όψει του Πάσχα οι έλεγχοι θα είναι πιο συχνοί. Θα είμαστε αμείλικτοι στην εφαρμογή του νόμου. Οι μόνοι που πρέπει να ανησυχούν για αυτό είναι εκείνοι που παρανομούν. Δεν θα το επιτρέψουμε. Ο πέλεκυς θα είναι βαρύς και αυτό θα πρέπει να το έχουν

υπ' όψιν τους οι πάντες", ανέφερε ο υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

ΜΕΙΚΤΑ ΚΛΙΜΑΚΙΑ

Τα κλιμάκια των ελεγκτών θα απαρτίζονται από στελέχη των Γενικών Διευθύνσεων Κτηνιατρικής και Τροφίμων του ΥπαΑΤ, του ΕΦΕΤ, του ΕΛΓΟ, των ΔΑΟΚ, της ΕΛΑΣ, της Οικονομικής Αστυνομίας, του Λιμενικού, της ΑΑΔΕ, του ΣΔΟΕ και των Αποκεντρωμένων Διοικήσεων.

Σημειώνεται ότι έχει προηγηθεί σύσκεψη του ΓΓ του ΥπαΑΤ, Γιώργου Στρατάκου με εκπροσώπους της Ομοσπονδίας των κρεοπωλών και της Διεπαγγελματικής κρέατος (ΕΔΟΤΟΚΚ).

Οι έλεγχοι αποσκοπούν στην προστασία των ελληνικών προϊόντων και των παραγωγών, στη διασφάλιση της ποιότητας των διακινούμενων προϊόντων και στην προστασία του καταναλωτή.

ΤΙ ΕΧΕΙ ΓΙΝΕΙ

Παράλληλα συνεχίζονται οι έλεγχοι στα γαλακτοκομικά και οπωροκηπευτικά, ενώ



Λευτέρης Αυγενάκης, υπουργός, Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

έχουν ξεκινήσει έλεγχοι στο ελαιόλαδο και στο μέλι. Ειδικότερα έχουν γίνει:

- 78 μη συμμορφώσεις σε γαλακτοκομικά και πρόστιμα σε 17 επιχειρήσεις
- 297 έλεγχοι σε οπωροκηπευτικά, 39 μη συμμορφώσεις και 57 συστάσεις σε επιχειρήσεις και 300 σε κονδρεμπόρους - εξαγωγείς
- 177 δείγματα γαλακτοκομικών προς χημικό έλεγχο από σημεία λιανεμπορίου και 267 για έλεγχο επικέτας
- 22 δείγματα ελαιολάδου και 16 δείγματα μελιού προς έλεγχο
- €1.972.652 πρόστιμα

[Διαβάστε εδώ αναλυτικά για τους ελέγχους του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων](#)



• **ΒΙΚΟΣ**
ΤΡΕΧΕΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ
ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΥΤΙΣΜΟ

Η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων, γνωστή για το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος και την γκάμα των φυσικών μεταλλικών αναψυκτικών Βίκος με βασικό συστατικό αυτό, τιμάει την Παγκόσμια Ημέρα Ευαισθητοποίησης για τον Αυτισμό με την ενεργή συμμετοχή του brand Βίκος σε δύο σημαντικά δρομικά events.

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Ευαισθητοποίησης για τον Αυτισμό στις 2 Απριλίου, το brand Βίκος υποστηρίζει αθλητικές διοργανώσεις που πραγματοποιούνται για την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση για τον αυτισμό, ενισχύοντας την προσπάθεια ομαλής ένταξής στην κοινωνία όλων των ατόμων που είναι στο φάσμα του αυτισμού.

3ο RACE FOR AUTISM

Πραγματοποιήθηκε στο δήμο Βάρης – Βούλας – Βουλιαγμένης την 31 η Μαρτίου από τη μη κερδοσκοπική οργάνωση Race for Autism Gr, που δημιουργήθηκε για την πληροφόρηση και την ευαισθητοποίηση της κοινότητας για τις διαταραχές του φάσματος του αυτισμού, καθώς και για τις ανάγκες των ατόμων και των οικογενειών τους. Η Race for Autism Gr έχει ως στόχο να διοργανώσει ερασιτεχνικές αθλητικές εκδηλώ-



σεις και αγώνες για τη στήριξη ατόμων με νευροδιαφορετικότητα στην ισότιμη συμμετοχή τους στα αθλητικά δρώμενα της χώρας αλλά και την κοινωνικοποίησή τους.

RUN4AUTISM

Ο 8 ος Αγώνας Δρόμου πόλης Παπάγου – Χολαργού "Τρέχουμε για τον Αυτισμό" θα διεξαχθεί την Κυριακή 7 Απριλίου και αποτελεί έναν αγώνα για τη στήριξη και τη συμπαράσταση των παιδιών με αυτισμό, σε συνεργασία με τον Καλαθοσφαιρικό Όμιλο Χολαργού. Μια ακόμη διοργάνωση που είναι αφιερωμένη στην ευαισθητοποίηση του κοινού για τις ανάγκες των ατόμων που βρίσκονται στο φάσμα του αυτισμού, με στόχο τη συμβολή στην αποδοχή και την ομαλή ενσωμάτωσή τους στην κοινωνία.

• **NESTLE**
ΝΕΑ ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ
FITNESS ΧΩΡΙΣ
ΠΡΟΣΘΗΚΗ
ΖΑΧΑΡΗΣ

Με μια νέα γεύση εμπλουτίζουν το portfolio τους τα δημητριακά Fitness. Πρόκειται για τα νέα δημητριακά Fitness No Added Sugar, που περιέχουν σιτάρι, βρώμη και κινόα ολικής άλεσης φυσικά σάκχαρα και το γλυκαντικό μαλτιτόλη.

Είναι διαθέσιμα σε δύο γεύσεις

- Fitness Fiber No Added Sugar, με μελένια γεύση και υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες
- Fitness Protein No Added Sugar, που σύμφωνα με την εταιρεία αποτελεί πηγή πρωτεϊνών και έχει γεύση κακάο

Επίσης, η νέα γεύση χωρίς προσθήκη ζάχαρης κυκλοφορεί και σε μπάρες Fitness No Added Sugar στα ράφια των super markets.



BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

Business Opinions - Business Secrets
- Τράπεζες - Ναυτιλία - Real Estate
- Μετακινήσεις Στελεχών

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:



Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **ERGON**
ARTISANAL BAKERY
ΚΑΙ LAB ΣΤΟ ΝΕΟ
ERGON BAKEHOUSE
ATHENS

Πριν από μερικές ημέρες ξεκίνησε η λειτουργία του ERGON Bakehouse Athens (της ERGON), στο κέντρο της Αθήνας, Μητροπόλεως 27.

Πρόκειται, σύμφωνα με την εταιρεία για "μια νέα ιδέα που συνδυάζει την artisanal παράδοση του ψησίματος με προζύμι με την bespoke άνεση των boutique καταλυμάτων, ακριβώς στον ζωντανό πυρήνα της Αθήνας, σχεδιασμένη να προσφέρει μια πολυαισθητηριακή εμπειρία, γιορτάζοντας τη διαχρονική τέχνη της αρτοποιίας σε κάθε πτυχή της φιλοξενίας της".

72H ARTISANAL BAKERY

Στο ισόγειο του ERGON Bakehouse, βρίσκεται το 72H Artisanal Bakery, ένας φούρνος νέας γενιάς ο οποίος "ξεκουράζει και ψήνει ψωμιά και αρτοσκευάσματα με προζύμι ωρίμανσης 72 ωρών".



72H LAB

Επί της οδού Πατρώου υπάρχει ένα ανοικτό εργαστήριο, το 72H Lab, όπου μπορούμε να δούμε το αλεύρι να μετουσιώνεται σε ζυμάρια.

72H EATERY

Δίπλα στον φούρνο, το 72H Eatery φιλοξενεί "σε μια chill αίθουσα" το ψήσιμο πίτσας με



ζύμη biga και πιάτα πρωινού, με προζυμμένα ψωμιά και γλυκά και ταψιά με ζύμες ημέρας.



RETAIL

Στη reception λειτουργεί και ένα μικρό retail με προϊόντα αποκλειστικά γύρω από το home baking, με βαζάκια με προζύμι, καλαθάκια ωρίμανσης, σχετικά βιβλία, σάλτσες κ.ά.

ΔΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ

Σύντομα, οι πάνω όροφοι του ERGON Bakehouse "θα ζωντανέψουν με την προσθήκη δωματίων και ενός πειραματικού εστιατορίου". Συνολικά θα υπάρχουν 29 δωμάτια, σχεδιασμένα από την Urbal Soul Project.

Στον τελευταίο όροφο του Ergon Bakehouse θα λειτουργήσει, όπως προαναφέραμε, το εστιατόριο +2H, ένας πειραματικός χώρος που πήρε το όνομά του από τον χρόνο που απαιτείται για να εκτιμήσει κανείς πλήρως την εμπειρία που προσφέρει – δύο ώρες μετά την ξεκούραση της ζύμης για 72 ώρες.



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• DELIVERY HERO - GRAB HOLDINGS
**ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗΣ
ΓΙΑ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟ DEAL**

Ανησυχία για τον ανταγωνισμό στην αγορά παράδοσης φαγητού εξέφρασε η εποπτική αρχή ανταγωνισμού της Σιγκαπούρης, εξετάζοντας την πιθανότητα ενός deal μεταξύ Grab Holdings και Delivery Hero. Οι συνομιλίες, ωστόσο, έχουν πλέον καταρρεύσει.

ΤΟ DEAL ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΓΙΝΕ

Η γερμανική Delivery Hero επεδίωκε να εκποιήσει την επιχείρησή της, foodpanda, σε ορισμένες αγορές της Νοτιοανατολικής Ασίας και δημοσιεύματα από τον Σεπτέμβριο είχαν αναφέρει ότι η Grab με έδρα την Σιγκαπούρη θα μπορούσε να είναι ένας πιθανός αγοραστής.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού και Καταναλωτών της Σιγκαπούρης (CCCS) δήλωσε ότι ξεκίνησε έρευνα σχετικά με αυτή τη δυνητική εξέλιξη στις αρχές Ιανουαρίου.

Η Grab και η foodpanda ελέγχουν περίπου το 91% της αγοράς παράδοσης φαγητού της Σιγκαπούρης, αξίας \$2,5 δισ., σύμφωνα με έκθεση της εταιρείας ερευνών Momentum Works, με την Grab μόνη της να έχει μερίδιο αγοράς 63%.

Η CCCS, ωστόσο, έκλεισε την έρευνά της στις 23 Φεβρουαρίου, αφού η Delivery Hero απέσυρε τα σχέδια μιας πιθανής πώλησης και η Grab δήλωσε ότι δεν επιδιώκει καμία τέτοια συμφωνία. Σημειώνεται πως οι συνομιλίες είχαν καταρρεύσει στις αρχές Φεβρουαρίου.



ΠΕΡΙΚΟΠΕΣ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Πέρυσι, η Grab Holdings, ανακοίνωσε τη μείωση 1.000 θέσεων εργασίας, οι οποίες αντιστοιχούν περίπου στο 11% του εργατικού δυναμικού της.

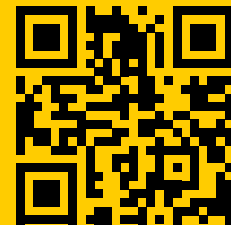
Τότε, ο CEO, Anthony Tan, είχε δηλώσει ότι η απόφαση αυτή ήταν απαραίτητη για τη διαχείριση του κόστους και τη διασφάλιση της μακροπρόθεσμης οικονομικής προσιτότητας των υπηρεσιών. Σε επιστολή του προς τους εργαζομένους, ο Tan τόνιζε ότι οι περικοπές αυτές δεν αποσκοπούσαν απλώς στην επίτευξη βραχυπρόθεσμης κερδοφορίας, αλλά αντιπροσώπευαν μια στρατηγική αναδιοργάνωση για την καλύτερη προσαρμογή στο εξελισσόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Ο Tan υπογράμμισε, επίσης, τον ταχύτατο ρυθμό των αλλαγών, αναφέροντας τις εξελίξεις στην τεχνολογία, όπως η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη, και το αυξανόμενο κόστος κεφαλαίου.



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*

• **THREE CENTS**

ΟΙ ΔΥΟ ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ BRAND EQUITY – ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Το brand equity Three Cents ενισχύει η Coca-Cola HBC, ξεκινώντας από αυτόν τον μήνα τη νέα καμπάνια Paloma (The One & True Paloma), η οποία θα διαρκέσει καθ' όλη τη διάρκεια του διμήνου Απριλίου-Μαΐου. Το αμέσως επόμενο δίμηνο, Ιουνίου-Αυγούστου θα ακολουθήσει η νέα καμπάνια Aegean Gin & Tonic. Σύμφωνα με την Coca-Cola HBC, μέσω της καμπάνιας αυτής, "δημιουργείται ένα νέο trend πίσω από το gin & tonic με το μοναδικό σε γεύση Aegean Tonic". Και για τις δύο καμπάνιες της Three Cents υλοποιείται ένα 360ο πλάνο επικοινωνίας.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Όπως είχε αναφέρει στην HORECA 2024, ο συνιδρυτής της Three Cents, Βασίλης Καλαντζής, "στις στρατηγικές προτεραιότητες της φετινής χρονιάς είναι να συνεχίσουμε να ενισχύουμε το brand equity. Εστιάζουμε στο premium horeca και χτίζουμε την επώνυμη ζήτηση".

ΕΙΣΟΔΟΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΠΟΛΩΝΙΑ

Από τον Μάρτιο του 2023, που ανέλαβε τη διανομή των Three Cents, μέχρι το τέλος του περασμένου έτους, η Coca-Cola HBC έβαλε τα ποτά της Three Cents σε 6 αγορές στις οποίες δραστηριοποιείται ο όμιλος. Εξάλλου, από την 1η Φεβρουαρίου 2024, είναι διαθέσιμες στην αγορά της Πολωνίας 10 γεύσεις της Three Cents. Τα προϊόντα είναι διαθέσιμα στα πιο δημοφιλή ξενοδοχεία, εστιατόρια και cocktail bar σε Βαρσοβία και Κρακοβία, ενώ όσο αναπτύσσονται, θα ενισχύεται η τοποθέτηση και



σε άλλες περιοχές της Πολωνίας. "Κάνουμε ό,τι καλύτερο μπορούμε για να δημιουργήσουμε καινοτόμα και υψηλής ποιότητας προϊόντα που θα εμπνεύσουν και θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες των επαγγελματιών και των καταναλωτών", ανέφερε μεταξύ άλλων ο Γιώργος Μπάγκος, ένας εκ των ιδρυτών του brand. Τα προϊόντα της Three Cents είναι διαθέσιμα σε 36 χώρες σε όλο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένων 13 αγορών της Coca-Cola HBC.

ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΟ PREMIUM HORECA

Σύμφωνα με τις τελευταίες οικονομικές καταστάσεις, το 2022 η εταιρεία είχε εμφανίσει τζίρο €6,45 εκατ., μικτό αποτέλεσμα €2,9 εκατ. και ζημίες €1,48 εκατ. Η διοίκηση της Coca-Cola HBC αποφάσισε να εστιάσει τη στρατηγική της για το brand της Three Cents αποκλειστικά στην αγορά του premium HORECA και στην περαιτέρω επέκταση στο εξωτερικό, βγάζοντας τα προϊόντα από τη λιανική.

ΣΤΑΘΜΟΙ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ THREE CENTS

- Δεκέμβριος 2014: Ίδρυση της εταιρείας
- Ιανουάριος 2015: Λανσάρισμα του 1ου Pink Grapefruit Soda στην αγορά. Hero serve η Paloma
- Απρίλιος 2015: Πρώτες εξαγωγές σε Γερμανία και Ιταλία
- Ιανουάριος 2016: Πρώτη κατάταξη στο Drinks International, World's Best 50 Bars Annual Report, Κορυφαίο trending brand #7
- Σεπτέμβριος 2017: Ίδρυση της Three Cents Ltd στο Ηνωμένο Βασίλειο, είναι υπεύθυνη για το global trading
- Δεκέμβριος 2019: Το παγκόσμιο αποτύπωμα της εταιρείας απλώνεται σε 35 χώρες/ 3 ηπείρους
- Φεβρουάριος 2020: Εξαγοράστηκε το πλειοψηφικό πακέτο από το Virtus South European Fund του Λάμπρου Παπακωνσταντίνου
- Μάιος 2021: Λανσάρισμα της Zero Sugar σειράς του Pineapple Soda
- Αύγουστος 2022: Εξαγορά της εταιρείας από την Coca-Cola HBC, η οποία ολοκληρώθηκε τον Οκτώβριο της ίδιας χρονιάς, αντί τιμήματος €45,9 εκατ.



Βασίλης Καλαντζής
συνιδρυτής
Three Cents

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr