

Ψηλά!



www.koukakisfarm.gr



Ενα μεγάλο διεθνές βραβείο σε μια γεύση πολλών αστέρων **INTERNATIONAL TASTE AWARDS**

Ανάμεσα σε χιλιάδες προϊόντα από όλο τον κόσμο, η Φάρμα Κουκάκη ξεχώρισε στις αξιολογήσεις του International Taste Institute για το 2023, αποσπώντας μια από τις σημαντικότερες διακρίσεις παγκοσμίως, το **CRYSTAL TASTE AWARD**, για το **Κεφίρ με Κόκκινα Φρούτα**, που για τρίτη συνεχόμενη χρονιά βραβεύεται με **τρία χρυσά αστέρια** για την ανώτερη γεύση του. Η Φάρμα Κουκάκη απέσπασε επίσης σημαντικές διακρίσεις και κορυφαίες βαθμολογίες για το **Κεφίρ** και το **Στραγγιστό Γιαούρτι 10% λιπαρά** που βραβεύτηκαν με 3 αστέρια, καθώς και για το **Στραγγιστό Γιαούρτι 2% λιπαρά** που βραβεύτηκε με 2 αστέρια.

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

ΔΕΥΤΕΡΑ 28 ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2023
ΤΕΥΧΟΣ 1719



• SWITZ GROUP

Τα σχέδια για την Ιωνική Σφολιότα- Αποχώρησε ο Νένδος, μένουν Αραμπατζής & Πορτοκαλίδης



• ΤΡΟΦΙΜΑ

Πού οφείλεται η εκτόξευση των τιμών σε ελαιόλαδο, ρύζι & χοιρινό



• ΟΜΙΛΟΣ GOODY'S

Δημιουργεί ισχυρό σχήμα στην εστίαση – Πού στοχεύει το σχέδιο συγχώνευσης



• ΕΛΟΜΑΣ

Οι κινήσεις για να καλύψει τον χαμένο τζίρο των τελευταίων ετών

EDITORIAL: Αποπληθωρισμός και έλλειψη πόνου

SECRET RECIPE: Θεοδωρόπουλος: Στο εργοστάσιο της Βομβυκρύλ στην Λαμία μεταφέρει την ION

**WE CAN.
AND WE DID.**



**Bίκος[®]
Cola**

• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΠΕΣΠΑΣΕ 12 ΒΡΑΒΕΙΑ

Η ΑΒ Βασιλόπουλος ξεχώρισε σε 4 κορυφαίους θεσμούς κερδίζοντας 12 βραβεία. Συγκεκριμένα, η αλυσίδα απέσπασε τα εξής βραβεία:

- Diversity & Inclusion Awards: 3 Gold βραβεία στις κατηγορίες Internal Communication, Learning & Development/Training, Ethnic Origin και 1 Silver βραβείο στην κατηγορία Age
- Responsible Business Awards: 1 Gold βραβείο στην κατηγορία Εκπαίδευση και 1 Bronze βραβείο για το "Πρόγραμμα Εθελοντισμού"
- Supply Chain Award: 1 Platinum βραβείο στην κατηγορία Αριστεία στην εφοδιαστική αλυσίδα ανά επιχειρηματικό κλάδο, 3 Gold βραβεία στις κατηγορίες Ηλεκτρονικό Εμπόριο B2C και B2B, Αριστεία στη last-mile παράδοση/εξυπηρέτηση και Ολική ποιότητα στην εφοδιαστική αλυσίδα και 1 Silver βραβείο στην κατηγορία Demand Forecasting & Planning – SOP
- Health and Safety Awards: 1 Silver βραβείο στην κατηγορία Υγεία & Ευεξία/Health & Wellness Initiatives



SECRETRECIPE

Θεοδωρόπουλος: Στο εργοστάσιο της Βομβυκρύλ στην Λαμία μεταφέρει την ΙΟΝ

Στην αγορά του εργοστασίου της Βομβυκρύλ, στην Λαμία, το οποίο δεν λειτουργεί εδώ και δεκαετίες, προχώρησε ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος. Πρόκειται για μία μονάδα, η οποία βρίσκεται στην ΒΙΠΕ Λαμίας, στο 11ο χιλιόμετρο της οδού Λαμίας - Στυλίδας, με το ακίνητο να έχει συνολική επιφάνεια 100 στρεμμάτων. Εκεί, ο επιχειρηματίας θέλει να μεταφέρει την παραγωγή της ΙΟΝ, επιδιώκοντας να αξιοποιήσει διαφορετικά το εργοστάσιο στο Νέο Φάληρο. Το εργοστάσιο της πάλοι ποτέ κραταιάς κλωστοϋφαντουργίας ανήκε στην Εθνική Τράπεζα. Όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily (11/05/2021), ενδιαφέρον είχε εκδηλώσει παλαιότερα και η Bellamia Farms, του Δημήτρη Μηλιάκου, όπως και για το ακίνητο της Βόμβυξ.

Editorial

Αποπληθωρισμός και έλλειψη πόνου

Πού βρισκόμαστε σήμερα, σε ό,τι αφορά την πορεία του πληθωρισμού και επιτοκίων;

Ας δούμε τα δεδομένα:

Πρώτον, ουδείς αμφισβητεί ότι τα μέτρα, που έλαβαν οι κεντρικές τράπεζες για να περιορίσουν τον πληθωρισμό ήταν αναγκαία. Μάλιστα, η αποστολή αυτών των παρεμβάσεων δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί.

Δεύτερον, άπαντες εξεπλάγησαν από το γεγονός της έλλειψης πόνου, σε ό,τι αφορά την καταπολέμηση του πληθωρισμού. Κι αυτό, γιατί η ανεργία στις ΗΠΑ αγίζει χαμηλά επίπεδα ρεκόρ, ενώ στην Ευρώπη μόλις που αυξήθηκε. Συνεπώς, εν μέσω αύξησης των επιτοκίων, η αγορά εργασίας έχει διαψεύσει τις προσδοκίες θετικά. Συνεπώς,

Τρίτον, όπως εκτιμούν αναλυτές στους FT, "Όσο δελεαστικό και αν είναι να πει κανείς ότι ο αποπληθωρισμός μπορεί επομένως να είναι πάντα ανώδυνος και ότι πρέπει να ξαναγράψουμε τα εγχειρίδια των οικονομικών, φαίνεται ότι πρόκειται μάλλον για μια περίπτωση ειδικών μετα-πανδημικών συνθηκών παρά για ένα επεισόδιο που απηφά τη θεωρία". Διότι,

Τέταρτον, πολλά από τα σοκ, που υπέστη η παγκόσμια οικονομία στην πανδημία και μετά, από την πλευρά της προσφοράς, και συνέβαλαν στην αρχική άνοδο των τιμών, έχουν διορθωθεί ή βελτιωθεί, συμβάλλοντας στη μείωση του πληθωρισμού με λιγότερο πόνο από ό,τι συνήθως. Συνεπώς,

Πέμπτον, αυτό δεν είναι καθόλου κακό, διότι οι θεωρίες των τιμών καθορίζονται πάντα τόσο από την προσφορά, όσο και από τη ζήτηση. Η προσφορά έχει βελτιωθεί, η ζήτηση έχει συγκρατηθεί με αυστηρότερη νομισματική πολιτική. Άρα, **Έκτον**, είναι πολύ νωρίς για να προβληματιστούμε για το μέλλον της μακροοικονομικής θεωρίας, αλλά το ερώτημα, που τίθεται, είναι αν τα επιτόκια είναι περίπου σωστά ή πρέπει να αυξηθούν λίγο περισσότερο.

Απλά πράγματα.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

• **ΕΛΟΜΑΣ**

ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΝΑ ΚΑΛΥΨΕΙ ΤΟΝ ΧΑΜΕΝΟ ΤΖΙΡΟ ΤΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΩΝ ΕΤΩΝ

Συνεχίζονται οι ανακατατάξεις στο εσωτερικό του Ομίλου ΕΛΟΜΑΣ, που μετά από μια διετία διαρθρωτικών αλλαγών προσπαθεί να διατηρήσει τη θέση του στην αγορά, εγγράφοντας νέα μέλη.

Κύκλοι κοντά στον ΕΛΟΜΑΣ εκφράζουν στο Fnb Daily την επιφύλαξή τους για τις κινήσεις της διοικητικής επιτροπής του Ομίλου, καθώς εκτιμούν ότι η ένταξη των νέων μελών - που αποτελούν μικρές εταιρείες - δεν μπορεί να καλύψει τη ζημιά από την αποχώρηση των μεγάλων σε δυναμική μελών του. "Δεν καλύπτεται η αξιοπιστία και η υστεροφημία του με μικρές αλυσίδες", αναφέρουν χαρακτηριστικά.

5 ΝΕΑ ΜΕΛΗ ΑΠΟ ΑΡΧΕΣ 2023

Συνολικά από τις αρχές του 2023 στον ΕΛΟΜΑΣ έχουν προστεθεί πέντε νέα μέλη, τα οποία είναι τα εξής:

- η Πίτσας με έδρα την Κατερίνη
- η Κάντζας από τις Σέρρες
- η Μυλωνάκης από τα Χανιά
- η Ανατολή ΑΕ (Νάταλι) από τη Β. Ελλάδα
- η Αραμπατζής από την Θεσσαλονίκη

ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ

Η Αραμπατζής εδρεύει σε εγκαταστάσεις 12.500 τ.μ στην περιοχή Πόντου, κοντά στην Κεντρική Λαχαναγορά της Θεσσαλονίκης. Στη χρήση του 2022 ο κύκλος εργασιών έκλεισε με ανάπτυξη 14,17%, ενώ τα προ φόρων κέρδη της διαμορφώθηκαν στα €3,67 εκατ. με αύξηση 8,42%.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Μικτό αποτέλεσμα
2022: 46.242	2022: 6.735
2021: 40.502	2021: 5.678
Μεταβολή: 14,17%	Μεταβολή: 18,61%
Αποτέλεσμα μετά από φόρους	
2022: 2.846	
2021: 2.629	
Μεταβολή: 8,26%	

ΑΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

Ο ΕΛΟΜΑΣ διατηρούσε μεγάλο μερίδιο στον κλάδο του οργανωμένου λιανεμπορίου, καθώς είχε συγκεντρώσει μικρού και μεσαίου μεγέθους αλυσίδες, κυρίως της περιφέρειας, υπό τη διαχείρισή του γεγονός που του έδωσε σημαντική δύνα-



μη και μερίδιο στον κλάδο. Όμως, η συγκέντρωση αρκετών αλυσίδων υπό τη διοίκησή του, δημιούργησε δυσκολίες στον κεντρικό συντονισμό εμπορικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας για λογαριασμό των μελών του και έτσι άρχισαν οι πρώτες αποχωρήσεις.

Υπενθυμίζεται ότι μετά τη μεγάλη έξοδο των ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός και Bazaar ακολούθησαν οι ΣΥΝΚΑ, Γέγος, οι Συνεργαζόμενοι Παντοπώλες, που προσχώρησαν στο δίκτυο των Μασούτης, Σκλαβενίτης και Κρητικός.

Η αποχώρηση της ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός και της Bazaar κόστισε στον τζίρο του ΕΛΟΜΑΣ €580 εκατ. (€390 εκατ. από το τζίρο της Κρητικός και €190 εκατ. από την Bazaar με βάση τα στοιχεία των ισολογισμών του 2020). Επίσης, η αποχώρηση των ΣΥΝΚΑ, Συνεργαζόμενοι Παντοπώλες και Γέγος έβγαλε από το ταμείο του ΕΛΟΜΑΣ €231 εκατ., €100 εκατ. και €5 εκατ. αντίστοιχα.

Ο ΡΟΛΟΣ ΑΝΔΡΙΚΟΠΟΥΛΟΥ

Συνεχίζοντας, οι ίδιες πηγές αναφέρουν ότι ο τελευταίος πυλώνας του ΕΛΟΜΑΣ αποτελεί η Ανδρικόπουλος που "δύσκολα θα πουληθεί, καθώς η υψηλή κερδοφορία του επιτρέπει να ζητήσει πολλά και ο επικεφαλής της είναι στη διαχειριστική επιτροπή



Αραμπατζής, Νάταλι



του Ομίλου". Αξίζει να αναφερθεί ότι ο Ανδρικόπουλος στη χρήση του 2022 κατέγραψε τζίρο €54 εκατ. και προ φόρων κέρδη €1,746 εκατ.

ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ

Οι εξαγορές των τελευταίων ετών διαμόρφωσαν ένα νέο σκηνικό στο οργανωμένο λιανεμπόριο στην Ελλάδα, στο οποίο πρωταγωνιστούν Σκλαβενίτης, ΑΒ Βασιλόπουλος, Lidl, My Market, Μασούτης, ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός και Γαλαξίας.

Πληροφορίες του FNB Daily αναφέρουν ότι μπαίνουμε σε ένα τρίμηνο κατά το οποίο η συγκέντρωση στον κλάδο θα ενισχυθεί περαιτέρω λόγω και των αλλαγών στις συνθή-

θειες των καταναλωτών. Ο πληθωρισμός τροφίμων και η μείωση της αγοραστικής δυνατότητας μετά από μια τριετία αλλεπάλληλων κρίσεων θέτει νέες βάσεις στο ελληνικό retail.

ΜΑΣΟΥΤΗΣ & ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΣΚΑΝΑΡΟΥΝ ΤΗΝ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ

Οι νέες εξαγορές, που σύντομα θα ανακοινωθούν όπως τονίζουν πηγές με γνώση των εξελίξεων στο FNB Daily, γίνονται με γνώμονα την κάλυψη σημείων στο δίκτυο των αλυσίδων που αφορούν κυρίως την περιφέρεια.

Συγκεκριμένα, οι μεγάλοι παίκτες ποντά-

ρουν στην Πελοπόννησο για δύο βασικούς λόγους. Πρώτον, λόγω του ότι συγκεντρώνει τουρισμό υψηλής αγοραστικής δυναμικής και δεύτερον καθώς υπάρχουν αλυσίδες μέλη του ΕΛΟΜΑΣ που διατηρούν καταστήματα σε κομβικά σημεία της περιοχής. Σημειώνεται ότι στο α' εξάμηνο του 2023 η ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός έκανε σημαντικό άνοιγμα στην Μεσσηνία και όπως μας λένε οι ίδιες πηγές "ήταν ένα πείραμα που του βγήκε", ενώ την περιοχή σκανάρει και η Μασούτης, που είναι πλέον δυνατή σε νησιά και Αθήνα – Θεσσαλονίκη.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ

ΣΕ ΔΙΑΒΟΥΛΕΥΣΗ ΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟ - ΟΙ 20+1 ΑΛΛΑΓΕΣ

Σε δημόσια διαβούλευση τέθηκε στις 25/8 το νομοσχέδιο του υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης με στόχο την ενδυνάμωση των εργαζομένων, την αύξηση της απασχόλησης, την καταπολέμηση της "μαύρης" εργασίας, ενώ στις διατάξεις του ενσωματώνεται και η οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για διαφανείς και προβλέψιμους όρους εργασίας.

ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ

Οι κυριότερες τομές που φέρνει το νομοσχέδιο επικεντρώνονται στα εξής 20+1 σημεία:

1. Εκσυγχρονίζεται το πλαίσιο των ελάχιστων απαιτήσεων σχετικά με την υποχρέωση του εργοδότη να ενημερώνει τον εργαζόμενο για τους βασικούς όρους της ατομικής σύμβασης εργασίας
2. Καλύπτονται πλέον και οι εργαζόμενοι που εργάζονται προσωρινά στην αλλοδαπή
3. Νομιμοποιείται η εργασία σε περισσότερους του 1 εργοδότη
4. Για πρώτη φορά ξεκαθαρίζεται η έννοια της δοκιμαστικής περιόδου και του δοκίμιου εργαζόμενου στη μισθωτή εξαρτημένη εργασία, τόσο για την αορίστου χρόνου όσο και για την ορισμένου χρόνου, κατά την οποία ο εργαζόμενος δοκιμάζει τη σχέση του με τον εργοδότη
5. Αντιμετωπίζεται το πρόβλημα της μη προβλέψιμης εργασίας, ένεκα της οποίας δεν μπορεί να τηρηθεί οργανωμένος σχεδιασμός εκτέλεσης της
6. Καθιερώνεται για πρώτη φορά ρητά η προσμέτρηση της ενδοεπιχειρησια-

κής κατάρτισης, όταν αυτή είναι εκ του νόμου υποχρεωτική, ως αμειβόμενος χρόνος εργασίας

7. Διασφαλίζεται ότι με ΣΣΕ μπορούν να προβλεφθούν ευνοϊκότερες ρυθμίσεις
8. Καθιερώνεται νομική βάση αξίωσης κατά του εργοδότη για επανόρθωση της ζημίας του εργαζόμενου
9. Απαγορεύεται και επιβάλλονται κυρώσεις σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία στην περίπτωση που υπάρχει δυσμενής μεταχείριση του εργαζομένου
10. Προβλέπεται ακυρότητα της καταγγελίας απόλυσης (εκδικητική απόλυση) αν διαπιστωθεί ότι αυτή προκλήθηκε λόγω άσκησης από τον εργαζόμενο των νομίμων δικαιωμάτων του που απορρέουν από την Οδηγία (ΕΕ) 2019/1152



Αδωνις Γεωργιάδης, Υπουργός Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης

11. Υποχρεωτική ανάρτηση της ατομικής σύμβασης εργασίας στο ΠΣ ΕΡΓΑΝΗ II
12. Δυνατότητα ηλεκτρονικής υπογραφής της ατομικής σύμβασης εργασίας.
13. Υπαρξη Προτύπου Ατομικής Σύμβασης και βασικών όρων εργασίας στο ΠΣ ΕΡΓΑΝΗ II
14. Απλοποιείται η διαδικασία της Ηλεκτρονικής αναγγελίας της οικειοθελούς αποχώρησης μισθωτού
15. Παρέχεται ιδιαίτερο κίνητρο στις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν την ψηφιακή κάρτα εργασίας
16. Θεσπίζεται βαρύτατο πρόστιμο, €10,5 χιλ. ανά εργαζόμενο, σε κάθε περίπτωση αναντιστοιχίας της πραγματικής απασχόλησης με τις καταγραφές στην κάρτα εργασίας
17. Επιλύεται το πρόβλημα των εναλλασσόμενων βαρδιών σε επιχειρήσεις με 24ωρη λειτουργία.
18. Αίρονται επίσης οι δυσχέρειες που εμποδίζουν την εφαρμογή συστήματος διευθέτησης του χρόνου εργασίας από εργαζόμενους και εργοδότες
19. Επεκτείνεται το δικαίωμα καταβολής του εποχικού επιδόματος
20. Η προστασία όμως του δικαιώματος της εργασίας περνά και μέσα από μια ακόμη διάταξη του νομοσχεδίου με την οποία αναγορεύεται σε ποινικώς κολάσιμη πράξη η παρεμπόδιση της εργασίας
21. Για πρώτη φορά δημιουργείται ψηφιακή πλατφόρμα με την επωνυμία "REBRAIN GREECE" στο Πληροφοριακό Σύστημα "ΕΡΓΑΝΗ II"

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

BEST BUY AWARD ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΣΧΕΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ-ΤΙΜΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην κορυφή της αντίληψης των Ελλήνων καταναλωτών για την καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής βρέθηκε η Lidl Ελλάς, σύμφωνα με αποτελέσματα ανεξάρτητης έρευνας του διεθνούς οργανισμού ICERTIAS-International Certification Association. Η εταιρεία κατέκτησε το Best Buy Award στην κατηγορία "Τοπική αλυσίδα λιανικής" για το έτος 2023/2024 σε σχετική ερώτηση αναφορικά με την εμπειρία των καταναλωτών στην προσφορά της καλύτερης σχέσης ποιότητας-τιμής στην ελληνική αγορά.

Η ηλεκτρονική έρευνα "General" για το "Best Buy Award 2023/2024" πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα τον Απρίλιο 2023 από την ICERTIAS σε δείγμα 1.200 ερωτηθέντων, άνω των 18 ετών. Δεδομένου ότι οι ερωτήσεις ήταν ανοιχτού τύπου, δεν δόθηκαν στους συμμετέχοντες απαντήσεις εκ των

προτέρων, αλλά είχαν τη δυνατότητα να εκφράσουν τις απόψεις τους ελεύθερα και χωρίς περιορισμούς.

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ BEST BUY AWARD

Η έρευνα μετρά την καλύτερη σχέση τιμής-ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται στην τοπική αγορά, σύμφωνα με την εμπειρία και τη γνώμη των ίδιων των καταναλωτών. Κύριος στόχος της έρευνας είναι να αποτυπώσει την εμπειρία και αντίληψη των καταναλωτών για προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και για κατασκευαστές και παρόχους που θεωρούνται από τους χρήστες ότι προσφέρουν την καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής (το λεγόμενο "Best Buy"). Στόχος του προγράμματος "Best Buy Award" είναι να διευκολύνει τους πελάτες να βρουν



τα καλύτερα και πιο οικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες στην αγορά. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η έρευνα για το "Best Buy Award" δεν μετρά μερίδιο αγοράς ή δύναμη μάρκας, αλλά μόνο την εμπειρία, ικανοποίηση και αντίληψη των ερωτηθέντων σχετικά με την ποιότητα και την τιμή προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά.

• **BUTLER**

ΝΕΑ ΛΥΣΗ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΤΟΝ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ – ΣΤΟΧΟΣ Ο ΤΡΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2024

Η επερχόμενη αναβάθμιση των ταμειακών μηχανών αναμένεται να είναι ορόσημο για την Butler, καθώς ετοιμάζεται να παρουσιάσει μία λύση λιανικής που θα εξυπηρετήσει όλο το εύρος των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, η πρώτη παρουσίαση θα λάβει χώρα κατά τη διάρκεια του Athens Coffee Festival τον Σεπτέμβριο.

Η Butler προσφέρει υπηρεσίες λογισμικού που επαναπροσδιορίζουν τον τρόπο εξυπηρέτησης των πελατών αλλά και τη διαχείριση για τους ιδιοκτήτες των καταστημάτων εστίασης. Συγκεκριμένα, χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

- Στον επιχειρηματία – Εργαλεία καθημερινής διαχείρισης του φόρτου εργασιών, όπως παραγγελίες, στατιστικά στοιχεία για τις πωλήσεις, κατάσταση εναπομεινάντων προϊόντων στις αποθήκες και έκδοση τιμολογίων
- Στον πελάτη – Ανανεωμένη εμπειρία παραγγελίας στα καταστήματα, ενώ ταυτόχρονα προσφέρει τη δυνατότητα να γνωρίσει και να εξοικειωθεί με νέες επιχειρήσεις

ΑΝΟΔΟΣ 50% ΣΤΟ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟ

Η αυξημένη κίνηση στα καταστήματα εστίασης επηρεάζει άμεσα και την Butler, που



Σταύρος Βάσος, Sales Director, Butler

σύμφωνα με τα όσα είπε στο Fnb Daily ο ένας εκ των ιδρυτών της εταιρείας, Σταύρος Βάσος, έχει παρατηρήσει αύξηση τόσο σε νέες συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, όσο και σε καταναλωτές που σκανάρουν καταλόγους. Το μεγαλύτερο κομμάτι των πελατών αφορά τουρίστες από το εξωτερικό, που είναι εξοικειωμένοι με παρόμοιες υπηρεσίες και τις προτιμούν από τον παραδοσιακό τρόπο παραγγελίας.

Όσον αφορά την πορεία κατά το α' εξάμηνο του 2023, η Butler έχει αυξήσει τους πελάτες της στους 96, από 40 το προηγούμενο έτος, ενώ αναμένεται να τους τριπλασιάσει μέχρι το τέλος του 2024. Η ψηφιακή αναβάθμιση στην οποία προχώρησε η κυβέρνηση για τα καταστήματα εστίασης έδωσε ώθηση σε αρκετές επιχειρήσεις όπως η Butler, η οποία κατάφερε να βελτιώσει αισθητά τις πωλήσεις της.

ΣΤΟΧΟΣ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Πέρα από την Κύπρο, στην οποία η εταιρεία έχει δυναμική παρουσία, ο Σταύρος Βάσος αποκάλυψε ότι η παρουσία αρχικά στην Ευρώπη και στη συνέχεια ακόμη και στις ΗΠΑ, αποτελεί ένας από τους πρώτους στόχους για το μέλλον.

Η Ελλάδα έπαιξε καθοριστικό ρόλο για την εταιρεία, και ειδικότερα στη δημιουργία της, καθώς πρόκειται για μία άκρως συναρτώμενη με τον τουρισμό και την εστίαση χώρα. Καθοριστικό ρόλο για την παρουσία στο εξωτερικό θα παίξει και η εξοικείωση των κατοίκων άλλων χωρών, που έρχονται σε επαφή με ανάλογες εφαρμογές καθημερινά.

Σπύρος Τζάνης
tzanis@notice.gr

• SWITZ GROUP

ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΩΝΙΚΗ ΣΦΟΛΙΑΤΑ - ΑΠΟΧΩΡΗΣΕ Ο ΝΕΝΔΟΣ, ΜΕΝΟΥΝ ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ & ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗΣ

Εντός Σεπτεμβρίου αναμένεται να δοθεί η απάντηση από την Επιτροπή Ανταγωνισμού στο deal εξαγοράς του 51% της Ιωνικής Σφολιάτας (Ioniki) από το Switz Group, συμφερόντων Taizoon Khorakiwhala. Η συμφωνία, στην οποία είχε αναφερθεί εμμέσως ο Ινδός επιχειρηματίας στο Delphi Economic Forum, οριστικοποιήθηκε στα μέσα Αυγούστου μετά από πολύμηνες διαπραγματεύσεις, υπό άκρα μυστικότητα, μεταξύ του κ. Khorakiwhala και των μετόχων της εταιρείας.

Όπως πληροφορείται το FNB Daily, με την είσοδο του Switz Group στο μετοχικό της Ιωνική αποχώρησε ο Δημήτρης Νένδος της Select που διατηρούσε το 19% των μετοχών και τη θέση προέδρου στην εταιρεία, ενώ παραμένει ο Γιώργος Πορτοκαλίδης με ένα ποσοστό 15% και η Αραμπατζής ABEE – Ελληνική Ζύμη του Ομίλου Vivartia, η οποία διατηρεί το 34%.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ

Εφόσον η συμφωνία λάβει την έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, το Switz Group θα προχωρήσει στην υλοποίηση του επενδυτικού του πλάνου για την Ιωνική. Αυτό, σύμφωνα με ασφαλείς πληροφορίες του FNB Daily, αφορά την τοποθέτηση των προϊόντων της στο δίκτυο του Ομίλου στο εξωτερικό, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στη Μέση Ανατολή. Πρόκειται για μια αγορά στην οποία τα προϊόντα της εταιρείας είναι ήδη γνωστά μέσα από συνεργασίες που διαθέτει με μεγάλα retail brands. Επίσης, η Μέση Ανατολή αποτελεί μια από τις βασικές αγορές εξαγωγών για την Ιωνική, το δίκτυο της οποίας εκτείνεται σε περίπου 35 αγορές.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ

Σε δεύτερο χρόνο θα ενισχυθεί το capacity του εργοστασίου στην Θεσσαλονίκη με νέες επενδύσεις. Υπενθυμίζεται ότι στα μελλοντικά

σχέδια της Ιωνική είναι και η δημιουργία νέας υπερσύγχρονης μονάδας που αναμένεται να ολοκληρωθεί μέσα στην επόμενη διετία.

Το FNB Daily γνώριζε για το επικείμενο deal από τον περασμένο Μάρτιο, κάνοντας αναφορές στις 6/3 και στις 21/3, μιας και οι συζητήσεις ήταν από τότε σε προχωρημένο στάδιο. Επίσης, στις 2/5 είχε αναφερθεί συγκεκριμένα στη χρονική οριστικοποίηση αυτού, στα μέσα Σεπτεμβρίου.

Στις στρατηγικές προτεραιότητες της διοίκησης, για τη διετία 2023-2024, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται η παραγωγή καινοτόμων και ποιοτικών προϊόντων η λειτουργική αποδοτικότητα (αποτελεσματική διαχείριση κόστους) και η ενίσχυση διεθνούς δραστηριότητας με την ανάπτυξη υφιστάμενων αγορών και τη διεξόδυση σε νέες.

SECRETRECIPE

Απόλυτη μυστικότητα

Κάτω από απόλυτη μυστικότητα πραγματοποιούνται, εδώ και μήνες, οι διαπραγματεύσεις μεταξύ δύο πλευρών, για την είσοδο επενδυτή στο μετοχικό κεφάλαιο γνωστής επιχείρησης του κλάδου. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, κομβικό ρόλο στις συνομιλίες παίζει πρόσωπο-κλειδί, που είναι έμπειρο στέλεχος της αγοράς, και το οποίο έχει αναλάβει να φέρει σε πέρας το όλο project. Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι οι συνομιλίες είναι σε προχωρημένο επίπεδο και - αν δε στραβώσει κάτι στα παρά ένα - οι υπογραφές θα έχουν πέσει έως τα τέλη Απριλίου. Περισσότερα, σύντομα...

ΣΤΟΧΟΣ Η ΟΡΓΑΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η είσοδος του Switz Group στην Ιωνική αναμένεται να αποτελέσει τη βάση για περαιτέρω διεύρυνση της παρουσίας του Ομίλου στην ελληνική αγορά. Ο ιδρυτής του Switz Group, έχει επενδύσει σε πάνω από 10 ελληνικές εταιρείες (Κουλουράδες, Olympria Foods, Artizan, Τρουφα, Oak, κ.λπ.) και συνεχώς αναζητά νέες ευκαιρίες μέσω των οποίων θα επιτύχει περαιτέρω οργανική ανάπτυξη. Επίσης, η Ελλάδα είναι η χώρα με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη μεταξύ των χωρών στις οποίες έχει παρουσία το Switz Group.



Taizoon Khorakiwhala, ιδρυτής Switz Group

Το 2022 η Ιωνική έκλεισε με ανάπτυξη 37%, ενώ σημαντική ήταν και η αύξηση των κερδών της. Επίσης, το μικτό περιθώριο κέρδους της εταιρείας αυξήθηκε στο 30,18% από 29,25% το 2021, με το καθαρό περιθώριο να διαμορφώνεται στο 6,97% από 4% την αμέσως προηγούμενη χρονιά.

DATA (σε €χιλ.)	
Κύκλος εργασιών	Μικτό αποτέλεσμα
2022: 27.432	2022: 8.280
2021: 20.050	2021: 5.862
Μεταβολή: 36,82%	Μεταβολή: 41,25%
Αποτελέσματα προ φόρων	
2022: 1.913	2021: 802
Μεταβολή: 138,53%	
Αποτελέσματα μετά από φόρους	
2022: 1.501	2021: 564
Μεταβολή: 166,11%	

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

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**

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**
ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΣΥΡΟ

Το τρίτο κατάστημα της ΑΒ Βασιλόπουλος στην Σύρο, στη διασταύρωση των οδών Σάκη Καραγιωργα & Ηρώων Πολυτεχνείου, δίπλα στο λιμάνι της Ερμούπολης, αποτελεί τη νέα προσθήκη για την εταιρεία, η οποία επενδύει στη διεύρυνση του δικτύου της με νέα σημεία πώλησης.

Το κατάστημα στεγάζεται σε ένα ξεχωριστό, διατηρητέο κτίριο της Ερμούπολης, μεγάλης ιστορικής σημασίας, των αδελφών Βελισσα-

ρόπουλου. Στο κτίριο αυτό κατασκευάστηκε το πρώτο, παγκοσμίως, ηλεκτρικό αυτοκίνητο, το 1973, από τον Έλληνα εφοπλιστή Γιάννη Γουλανδρή, όταν η κλιματική αλλαγή ήταν ακόμα όρος άγνωστος. Στον 900 τ.μ. χώρο πώλησης, οι πελάτες θα βρουν οπωροπωλείο με φρέσκα φρούτα και λαχανικά, κρεοπωλείο, τμήμα με μεγάλη ποικιλία σε τυριά και αλλαντικά και delicatessen γεύσεις, ζεστό ψωμί και γλυκίσματα, κρασιά και ποτά



για κάθε γούστο και φυσικά προϊόντα για την προσωπική περιποίηση και υγιεινή. Επίσης, το κατάστημα διαθέτει άνετο πάρκινγκ 30 θέσεων, 3 ταμεία και 2 self check out ταμεία για εύκολες και γρήγορες αγορές.

POWERED BY **FN|USA.**

• **SUBWAY**
ΠΩΛΕΙΤΑΙ ΣΤΗΝ ROARK CAPITAL

Η Roark Capital αγοράζει την Subway, τερματίζοντας τις πέντε και πλέον δεκαετίες οικογενειακής ιδιοκτησίας της αλυσίδας σάντουιτς και σηματοδοτώντας μια νέα εποχή για την εταιρεία.

Η ανακοίνωση της εξαγοράς τερματίζει τη μακρά διαδικασία πώλησης της αλυσίδας, η οποία ξεκίνησε δημοσίως τον Φεβρουάριο. Η Subway φέρεται να ζητούσε \$10 δισ., ένα υψηλό τίμημα που απομάκρυνε πολλούς πιθανούς μνηστήρες, όπως οι όμιλοι εστιατορίων, αφήνοντας μόνο τις εταιρείες ιδιωτικών κεφαλαίων στην κούρσα της εξαγοράς. Άλλοι αναφερόμενοι πλειοδότες ήταν η TDR Capital και η Sycamore Partners.

Η Wall Street Journal ανέφερε ότι η τελική προσφορά της εταιρείας ήταν περίπου στα \$9,6 δισ.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ROARK CAPITAL

Το τρέχον χαρτοφυλάκιο της Roark περιλαμβάνει περισσότερες από δώδεκα αλυ-

σίδες εστιατορίων. Η Subway τις επισκιάζει όλες από τον αριθμό των εστιατορίων. Επίσης, έχει περισσότερες ετήσιες πωλήσεις από όλες εκτός από την Dunkin'.

Μέσω της εταιρείας συμμετοχών Inspire Brands, η Roark κατέχει τις Dunkin', Baskin-Robbins, Sonic, Arby's, Buffalo Wild Wings και Jimmy John's. Επίσης, υπό την Focus Brands, η εταιρεία κατέχει τις Auntie Anne's, Carvel, Cinnabon, Jamba, McAlister's, Moe's Southwest Grill και Schlotzsky's. Η Roark επένδυσε επίσης \$200 εκατ. στο Cheesecake Factory κατά τη διάρκεια των πρώτων ημερών της πανδημίας, για να βοηθήσει την αλυσίδα να αποφύγει τη χρεοκοπία.

ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

Η Roark σκοπεύει να διατηρήσει τη Subway ως ξεχωριστή οντότητα στο χαρτοφυλάκιο της, δήλωσε στην εφημερίδα ο διευθύνων σύμβουλος της Subway, John Chidsey.

Η Subway προσπαθεί να αλλάξει την επιχειρηματική της πορεία υπό τον Chidsey, ο οποίος εντάχθηκε στην εταιρεία το 2019. Έχει ήδη ανανεώσει το μενού της και έχει επενδύσει στην τεχνολογία. Στο α' εξάμηνο του έτους, οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 9,8%, δείχνοντας ότι η στροφή μπορεί να έχει πάρει σάρκα και οστά.

ΔΕΚΑΕΤΗΣ ΠΤΩΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Η Subway ιδρύθηκε το 1965 από τον Fred DeLuca και τον Peter Buck και εξελίχθηκε από ένα μόνο κατάστημα σάντουιτς στο Κονέκτικατ σε έναν παγκόσμιο γίγαντα εστιατορίων.

Αλλά εδώ και περίπου μια δεκαετία, οι πωλήσεις μειώνονται. Η δημοφιλής της προσφορά, σάντουιτς footlong των 5 δολαρίων, και η επιθετική ανάπτυξη άσκησαν πίεση στα κέρδη ενώ η αλυσίδα επλήγη περαιτέρω από τη δίκη του πρώην εκπροσώπου Jared Fogle και τον θάνατο του CEO DeLuca, που συνέβησαν το 2015.

Η Subway έκλεισε το 2022 με περίπου 20.600 σημεία πώλησης στις ΗΠΑ, μειωμένα από το υψηλό των 27.100 το 2015. Παρόλο που η αλυσίδα εξακολουθεί να κλείνει καταστήματα franchising, ο ρυθμός έχει επιβραδυνθεί σημαντικά. Η αλυσίδα έκλεισε 571 καταστήματα πέρυσι, σε σχέση με περισσότερα από 1.600 λουκέτα το 2020.

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafeirouli@notice.gr



• ΤΡΟΦΙΜΑ

ΠΟΥ ΟΦΕΙΛΕΤΑΙ Η ΕΚΤΟΞΕΥΣΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΣΕ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ, ΡΥΖΙ & ΧΟΙΡΙΝΟ

Μνήμες του πρώτου καιρού του πολέμου στην Ουκρανία ξυπνούν εξαιτίας της ανόδου των τιμών τροφίμων. Ειδικότερα, το τελευταίο διάστημα έχουν σημειώσει ράλι οι τιμές στο λάδι, το ρύζι και το χοιρινό, δημιουργώντας αναταράξεις στις αγορές και στις μεγάλες καταναλωτικές χώρες όπως οι ΗΠΑ και η Κίνα. Το ερώτημα είναι γιατί αυξάνονται οι τιμές, καθώς εκ πρώτης όψεως δεν έχουν αλλάξει οι ισορροπίες στην παγκόσμια γεωπολιτική σκακιέρα και δεν υπάρχει κάποιος σοβαρός κίνδυνος που να απειλεί τις αγορές τροφίμων.



ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Σε ό,τι αφορά στο ελαιόλαδο η αιτία για την αύξηση της τιμής του αποδίδεται στην αλματώδη άνοδο της ζήτησης. Όπως αναφέρουν αναλυτές στο FNB Daily, τόσο η Ισπανία, όσο και η Ελλάδα και η Ιταλία έχουν αυξήσει τις εξαγωγές τους, ενώ παράλληλα και στο εσω-

τερικό των παραπάνω χωρών, η ζήτηση έχει αυξηθεί. Επομένως, είναι φυσιολογικό να παρατηρούνται αυξήσεις έως και διψήφια επίπεδα (γύρω στο 10,6%) συγκριτικά με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Είναι χαρακτηριστικό πως, σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, στην κυβέρνηση σκέφτονται ενίσχυση της αζίας προσφορών για το ελαιόλαδο, στο πλαίσιο του μέτρου του "καλαθιού του νοικοκυριού". Σε κάθε περίπτωση, οι ίδιοι αναλυτές αναμένουν να συνεχιστούν οι ανοδικές τάσεις και να αρχίσει η πτωτική πορεία μέσα στο ερχόμενο φθινόπωρο.



ΡΥΖΙ

Την ίδια στιγμή παρατηρείται αύξηση της τιμής του ρυζιού στην Ασία, όπου έφτασε σε υψηλό 12 ετών. Ο λόγος δεν είναι άλλος από την απαγόρευση των εξαγωγών ρυζιού από την Ινδία μετά τις δυσμενείς καιρικές συνθήκες που επηρέασαν την παραγωγή του βα-

σικού τροφίμου στην Ασία. Η αύξηση φτάνει το 10% και προβλήματα αντιμετωπίζει και η Κίνα (ο μεγαλύτερος παραγωγός και καταναλωτής ρυζιού), ενώ φουντώνουν οι φόβοι για νέο κύκλο πληθωρισμού στα τρόφιμα.



ΧΟΙΡΙΝΟ

Τέλος, παρατηρείται κύμα ακρίβειας και στο χοιρινό στις ΗΠΑ. Οι τιμές του χοιρινού αυξήθηκαν πάνω από 100% από τον Ιανουάριο έως σήμερα, από 131,59 λεπτά ανά λίβρα, σε 270,89 λεπτά στα τέλη Ιουλίου - λίγο πριν από το ιστορικό υψηλό των 279,97 λεπτών ανά λίβρα τον Αύγουστο του 2021 - σύμφωνα με στοιχεία της FactSet. Πρόκειται για αύξηση που ξεπερνά το 100%. Δύο είναι οι λόγοι αυτής της αύξησης. Πρώτον, η αυξημένη ζήτηση και δεύτερον ο νέος κανονισμός για την καλή διαβίωση των ζώων στην Καλιφόρνια, όπου παράγεται μεγάλο μέρος χοιρινού.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• WOLT MARKET

ΑΝΟΙΓΕΙ ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΛΕΜΕΣΟ

Το Wolt Market διευρύνει το δίκτυο καταστημάτων του στην Κύπρο, ενισχύοντας την παρουσία του με νέο κατάστημα στην Λεμεσό. Πρόκειται για το Wolt Market στην περιοχή του Αγίου Αθανασίου, το οποίο είναι το δεύτερο Wolt Market στην πόλη και το πέμπτο συνολικά στην Κύπρο, καθώς λειτουργούν άλλα δύο στην Λευκωσία και ένα στην Λάρνακα.

"Είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι που διευρύνουμε την παρουσία του Wolt Market στην Λεμεσό και την Κύπρο. Το άνοιγμα του Wolt Market Agios Athanasios επιβεβαιώνει για ακόμα μια φορά την ηγετική μας θέση στην αγορά της Κύπρου, η οποία ενισχύεται συνεχώς με νέες υπηρεσίες, καινοτομίες και καταστήματα. Προτεραιότητά μας παραμένει η ικανοποίηση των εξελισσόμενων αναγκών

των πελατών μας και για αυτό και διερευνούμε διαρκώς νέες δυνατότητες και προϊόντα", δήλωσε ο Αθανάσιος Μπιλάλης, γενικός διευθυντής του Wolt Market για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα.

ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΝΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΣΤΙΣ 21/8

Το νέο κατάστημα του Wolt Market που ξεκίνησε επίσημα τη λειτουργία του τη Δευτέρα 21 Αυγούστου, θα είναι ανοιχτό επτά μέρες την εβδομάδα, με παράδοση στο σπίτι σε λιγότερο από μισή ώρα και δωρεάν διανομή για τις πρώτες 14 ημέρες λειτουργίας του. Οι πελάτες του Wolt Market μπορούν μάλιστα να επιλέξουν την ώρα που επιθυμούν να φτάσει η παραγγελία τους στη διεύθυνση που επιθυμούν. Όπως ισχύει σε όλα τα κα-



ταστήματα Wolt Market, έτσι και στον Άγιο Αθανάσιο, οι χρήστες της Wolt και οι συνδρομητές του Wolt+, θα απολαμβάνουν σε εβδομαδιαία βάση μεγάλες προσφορές και giveaways.

• **HEINEKEN NV**

ΑΠΟΧΩΡΕΙ ΟΡΙΣΤΙΚΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΡΩΣΙΑ - ΣΤΑ €300 ΕΚΑΤ. Η ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΗ ΖΗΜΙΑ

Η Heineken NV ολοκλήρωσε τη συμφωνία για την πώληση των περιουσιακών της στοιχείων και την αποχώρηση της από την Ρωσία.

Ειδικότερα, η ολλανδική εταιρεία πούλησε τις δραστηριότητές της, συμπεριλαμβανομένων επτά ζυθοποιιών, στη ρωσική επιχείρηση συσκευασίας και καταναλωτικών αγαθών Arnest Group έναντι €1, συμφωνία που θα την επιβαρύνει με ζημιά €300 εκατ.

Η συναλλαγή έχει λάβει όλες τις απαιτούμενες εγκρίσεις, ανέφερε η Heineken και ολοκληρώνει μια διαδικασία που ξεκίνησε τον Μάρτιο του 2022.

"ΑΜΕΛΗΤΕΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ"

Δεν υπάρχει δικαίωμα επαναγοράς για επιστροφή στην Ρωσία και η πώληση και η οικονομική ζημιά θα έχουν "αμελητέο αντίκτυπο" στα κέρδη ανά μετοχή της Heineken, ανέφερε η εταιρεία. Επίσης, η προοπτική της για ολόκληρο το έτος δεν θα αλλάξει, πρόσθεσε. Η αποχώρηση της Heineken έρχεται σε αντίθεση με την ανταγωνίστρια της Carlsberg, η οποία είδε τα σχέδια να πουλήσει τις δραστηριότητές της στη χώρα να ανατρέπονται λόγω της κατάσχεσης των επιχειρήσεων της από

την κυβέρνηση τον Ιούλιο. Εν τω μεταξύ, η Anheuser-Busch InBev συνεχίζει να ενδιαφέρεται για μια ρωσική μπίρα.

ΠΙΕΣΕΙΣ

Η Heineken αντιμετώπιζε πιέσεις από τους καταναλωτές να εγκαταλείψει την Ρωσία, η οποία αντιπροσώπευε περίπου το 2% των παγκόσμιων πωλήσεων, και είχε δηλώσει την πρόθεσή της να το κάνει πριν από περισσότερο από ένα χρόνο χωρίς να επωφεληθεί από τη συναλλαγή.

Τον Απρίλιο είχε υποβάλει αίτηση στη ρωσική κυβέρνηση για την έγκριση πώλησης της επιχείρησης. Προηγουμένως κατέγραψε συνολικές ζημίες απομείωσης €210 εκατ. που σχετίζονται με τις δραστηριότητές της στην Ρωσία.

Η ΕΞΟΔΟΣ ΤΗΣ AMSTEL

Ο νέος ιδιοκτήτης δεν θα έχει το δικαίωμα να πουλήσει το εμπορικό σήμα της Heineken στην Ρωσία σύμφωνα με τους όρους της συμφωνίας, είπε ο διευθύνων σύμβουλος, και η μάρκα Amstel θα αφαιρεθεί επίσης από την αγορά. "Η πρόθεσή μας ήταν να τραβήξουμε όσο το δυνατόν περισσότε-



Dolf van den Brink, πρόεδρος και CEO, Heineken

ρες διεθνείς μάρκες, οπότε είμαστε πολύ χαρούμενοι που η Amstel, η οποία είναι η δεύτερη μεγαλύτερη μάρκα, βγαίνει από εκεί", επισήμανε.

ARNEST

Η Arnest ήταν αγοραστής περιουσιακών στοιχείων δυτικής εταιρείας στην Ρωσία και στο παρελθόν, εξαγοράζοντας την επιχείρηση συσκευασίας ποτών της Ball Corp. έναντι \$530 εκατ. τον Σεπτέμβριο του 2022.

Η Heineken είχε περίπου 1.800 υπαλλήλους στην Ρωσία και η Arnest θα παρέχει εγγυήσεις απασχόλησης για τα επόμενα τρία χρόνια, σύμφωνα με την Heineken.

Ο Ρώσος αγοραστής θα αναλάβει επίσης χρέη περίπου €100 εκατ. που σχετίζονται με τις δραστηριότητες της Heineken.

• **ΒΡΕΤΑΝΙΑ**

Η OCADO RETAIL ΜΕΙΩΝΕΙ ΚΑΙ ΠΑΛΙ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ

Η Ocado Retail μείωσε τις τιμές σε ακόμη 200 προϊόντα, την ώρα που οι τιμές των τροφίμων παραμένουν στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, καθώς οι Βρετανοί παλεύουν με την κρίση κόστους ζωής για δεύτερη χρονιά. Η επιχείρηση, μια κοινοπραξία 50/50 μεταξύ της Ocado Group και της Marks & Spencer, δήλωσε ότι μειώνει τις τιμές κατά μέσο όρο 8%, ενώ είχε προηγηθεί η μείωση τιμών σε 100 προϊόντα τον περασμένο Ιούνιο.

ΣΤΟ ΚΟΚΚΙΝΟ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Ο πληθωρισμός των τιμών στα τρόφιμα στο Ηνωμένο Βασίλειο έφθασε τον Μάρτιο στο υψηλότερο επίπεδο από το 1977, ξεπερνώντας το 19%. Επιβραδύνθηκε στο 14,9% τον Ιούλιο. Ενώ τα στοιχεία της βιομηχανίας τον έδειξαν στο 12,7% τον Αύγουστο, οι αυξανόμενες τιμές των τροφίμων παραμένουν μια σημαντική πίεση στον οικονομικό προϋπολογισμό πολλών νοικοκυριών.



Η πρόσφατη πτωτική κίνηση παρακολουθείται στενά από τους καταναλωτές και την Τράπεζα της Αγγλίας (BoE), ενώ εξετάζονται περαιτέρω αυξήσεις των επιτοκίων.

ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΤΟΥΝ ΟΙ ΠΛΗΘΩΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ

Ενώ όλα τα βρετανικά super markets, συμπεριλαμβανομένου του ηγέτη της αγο-

ράς Tesco, έχουν μειώσει τις τιμές ορισμένων προϊόντων τους τελευταίους μήνες, το Institute of Grocery Distribution θεωρεί ότι ο πληθωρισμός των τιμών των τροφίμων στο Ηνωμένο Βασίλειο θα εξακολουθήσει να είναι γύρω στο 9% τον Δεκέμβριο.

Οι retailers προειδοποίησαν ότι περαιτέρω προκλήσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού - όπως αυτές που αναφέρονται στη συνέχεια - θα μπορούσαν να αυξήσουν το κόστος των εισροών τους επόμενους μήνες

- οι κακές συγκομιδές του Ηνωμένου Βασιλείου
- η αποχώρηση της Ρωσίας από την Πρωτοβουλία Σιτηρών Μαύρης Θάλασσας και η επακόλουθη στοχοποίηση των ουκρανικών εγκαταστάσεων σιτηρών
- οι περιορισμοί στις εξαγωγές ρυζιού από την Ινδία

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafeirouli@notice.gr

• **ΗΓΕΣΙΑ ΥΠΑΑΤ**

ΠΟΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΕΠΙΣΚΕΦΘΗΚΕ

Κατά την πρόσφατη περιοδεία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων σε παραγωγικές μονάδες της Θεσσαλίας, ο υπουργός, Λευτέρης Αυγενάκης, αρχικά επισκέφθηκε παραγωγικές και μεταποιητικές μονάδες του πρωτογενούς τομέα στην Καρδίτσα και στα Τρίκαλα. Συγκεκριμένα, επισκέφθηκε τις εγκαταστάσεις του εργοστασίου νερού THEONI στο Μουζάκι. Η εταιρεία έχει εξαγωγικό χαρακτήρα και ενημέρωσε τον ΥπΑΑΤ για τις επόμενες στρατηγικές κινήσεις που θα της επιτρέψουν να συνεχίσει να αναπτύσσεται.

Στη συνέχεια επισκέφθηκε τη μονάδα εκτροφής και επεξεργασίας κρέατος Χοιροφάρμ, στην Πύλη Τρικάλων η κατασκευή της οποίας έχει χρηματοδοτηθεί από το ΠΑΑ.

Ο ΥπΑΑΤ, αμέσως μετά, επισκέφθηκε το Κέντρο Ποιοτικού Ελέγχου Ταξινόμησης και Πιστοποίησης Βάμβακος στην Καρδίτσα. Σημειώνεται ότι η ελληνική παραγωγή καλύπτει το 80% της ευρωπαϊκής.

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ

Σε συνέχεια της περιοδείας που πραγματοποιείται από την ηγεσία του ΥΠΑΑΤ, ο



Από την επίσκεψη της ηγεσίας του ΥπΑΑΤ στη Θεόνη

υφυπουργός, Διονύσης Σταμενίτης ξαναγήθηκε στις εγκαταστάσεις του Ομίλου Ελληνικά Γαλακτοκομεία στα Τρίκαλα, όπου ενημερώθηκε για τον κύκλο δραστηριοτήτων του σε Ελλάδα και εξωτερικό και συνομιλήσε με τους ιδιοκτήτες για το μέλλον της γαλακτοβιομηχανίας στη χώρα μας, τις

προοπτικές της και την άμεση σχέση που έχει με την ανάπτυξη των κτηνοτρόφων παραγωγών.

Τέλος, ο Γ.Γ. Γιώργος Στρατάκος επισκέφθηκε τη Φάρμα Καλέτση, μια μονάδα αγελαδοτροφικής γαλακτοπαραγωγής και παραγωγής βιοσαριού.

• **ΧΑΛΒΑΤΖΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ**

Η ΥΠΕΡΒΑΣΗ ΤΩΝ €13 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΙΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΖΙΡΟ

Σε αύξηση τζίρου, βελτίωση του περιθωρίου μικτού και καθαρού κέρδους αλλά και επέκταση εντός της επόμενης τριετίας σε εξωτερικό και ελληνική αγορά, εστιάζει η Χαλβατζής Μακεδονική με στόχο την περαιτέρω αύξηση κερδών το 2023.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 24,31% ΤΟ 2022

Συγκεκριμένα, η εταιρεία από το Ριζό Πέλλας επιδιώκει να ξεπεράσει τα €13 εκατ. σε τζίρο, φτάνοντας περίπου τα €13,3 εκατ., ση-

μειώνοντας αύξηση των καθαρών πωλήσεων κατά 8%.

Όπως προκύπτει από τον τελευταίο ισολογισμό που δημοσίευσε η εταιρεία τις προηγούμενες ημέρες, το 2022 ήταν μια καλή χρονιά, σημειώνοντας αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 24,31%, σε σχέση με την προηγούμενη χρήση. Τα συγκεκριμένα στοιχεία επιβεβαιώνουν τις πληροφορίες του Fnb Daily σε σχετικό θέμα στις [7/6](#).

κή αγορά, εξάγει τα προϊόντα της μεταξύ άλλων, σε Βαλκάνια, Κύπρο, Γερμανία, Αμερική. Μάλιστα το τελευταίο 10μηνιο ανάπτυξη σημειώνεται και στην Μέση Ανατολή. Σημειώνεται ότι οι εξαγωγές - με βάση στοιχεία πενταμήνου τρέχουν με ανάπτυξη 22,5% - αντιπροσωπεύουν έως το 13% του συνολικού τζίρου της εταιρείας.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ & ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ

Συνολικά, η Χαλβατζής συνεχίζει το 2023 την αναπτυξιακή της πορεία, εμπλουτίζοντας το portfolio των προϊόντων της τόσο στα λαχανικά στον ατμό, όσο και στις ατομικές φρουτοσαλάτες On The Go, 115 γρ.

Επίσης, η εταιρεία την τελευταία τριετία έχει επενδύσει συνολικά €3,5 εκατ. στις εγκαταστάσεις της, τόσο σε μηχανολογικό εξοπλισμό, όσο και σε βελτιώσεις υποδομών, όπως είναι η διαμόρφωση νέων χώρων παραγωγής.



Βασίλης Χαλβατζής, CEO, Χαλβατζής Μακεδονική

DATA (σε €χιλ.)	
Κύκλος εργασιών	Μικτό αποτέλεσμα
2022: 12.329	2022: 4.376
2021: 9.918	2021: 3.432
Μεταβολή: 24,31%	Μεταβολή: 27,51%
Αποτελέσματα μετά από φόρους	
2022: 988	2021: 791
Μεταβολή: 24,88%	

ΤΟ 13% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Ανοδικά κινείται και ο τομέας των εξαγωγών για την εταιρεία, που πέρα από την ελληνι-

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΒΕΛΓΙΟ**

ΟΙ RETAILERS ΠΡΟΧΩΡΟΥΝ ΣΕ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ & ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Δύο κορυφαίες αλυσίδες super market στο Βέλγιο, η Delhaize και η Carrefour, σχεδιάζουν να προσφέρουν εκπτώσεις σε εκατοντάδες προϊόντα.

Αυτές οι πρωτοβουλίες ακολουθούν τα μέτρα που εφαρμόζουν τις τελευταίες εβδομάδες οι discounters Aldi και Lidl, οι οποίες επίσης παίζουν το χαρτί των χαμηλών τιμών, σε ένα περιβάλλον υψηλού πληθωρισμού.

DELHAIZE

Σε διαφημίσεις που δημοσιεύτηκαν σε όλες τις μεγάλες βελγικές εφημερίδες, η Delhaize ανακοίνωσε ότι προσφέρει εκπτώσεις σε εκατοντάδες προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας από το τέλος της περασμένης εβδομάδας. Ο εκπρόσωπος της Delhaize, Roel Dekelver, πρόσθεσε ότι θα μειωθούν οι τιμές περίπου 1.000 PL προϊόντων. Το brand χαμηλού κόστους του retailer, Les Petits Lions, θα έχει μειώσεις τιμών κατά 10%-30% για περίπου 500 προϊόντα.

CARREFOUR

Η Carrefour Βελγίου έχει επίσης μειώσει τις τιμές μιας ολόκληρης σειράς προϊόντων στα καταστήματα Express, Market και Hypermarket και μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Carrefour.be. Μέχρι τις 10 Σεπτεμβρίου, θα προσφέρονται προσφορές σε σχολικά είδη, τρόφιμα και άλλα είδη. Πολλά φρούτα και λαχανικά θα πωλούνται με λιγότερο από €1 και θα είναι δυνατή η συγκέντρωση πρόσθετων πόντων.

Εάν οι πελάτες βρουν ένα σχολικό είδος φθηνότερα αλλού, η Carrefour θα επιστρέψει πενταπλάσια διαφορά τιμής σε Bonus πόντους.

Επιπλέον, η Carrefour δρομολογεί πολυάριθμες προσφορές σε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στα καταστήματά της.

LIDL

Παράλληλα, η Lidl σχεδιάζει να απλοποιήσει το concept των καταστημάτων της στο Βέλγιο, με στόχο και τα 310 καταστήματα στη χώρα να έχουν την ίδια διάταξη. Η Isabelle Colbrandt, εκπρόσωπος της Lidl Βελγίου, εξήγησε στη φλαμανδική εφημερίδα Het Laatste Nieuws ότι στόχος είναι οι πελάτες να αναγνωρίζουν μια Lidl όταν εισέρχονται.

"Είτε στο Lommel είτε στην Αμβέρσα, όταν μπαίνετε στο κατάστημα θα συναντάτε πρώτα το τμήμα αρτοποιίας, φρούτων και λαχανικών", εξήγησε.

Η πρωτοβουλία θα πρέπει, επίσης, να ενισχύσει την αποδοτικότητα του προσωπικού. Επί του παρόντος, υπάρχουν διαφορετικές επιχειρησιακές εργασίες ανά κατάστημα όσον αφορά τα logistics, τις μεταφορές και τις παραδόσεις, μεταξύ άλλων. Η εταιρεία ακολουθεί ένα παρόμοιο σχέδιο στην Γερμανία, όπου η Lidl επέλεξε μια προσέγγιση χωρίς περιττά έξοδα, βασισμένη σε ένα απλό και λιτό εσωτερικό, πιο κοντά στο εκπαιδευτικό μοντέλο.

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafeirouli@notice.gr



• **FRONERI**

ΝΕΟ 100% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΚΑΠΑΚΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΥΡΑΥΛΟ MAGNUM

Ανανεώνει τον πύραυλο Magnum η Froneri. Συγκεκριμένα, ο πύραυλος Magnum - που κυκλοφορεί σε δύο γεύσεις παγωτό σοκολάτας και σιρόπι σοκολάτας, ή παγωτό βανίλιας και σιρόπι σοκολάτας - είναι πλέον διαθέσιμος με νέο καπάκι από 100% ανακυκλωμένο πλαστικό.



• **ΚΛΙΑΦΑ**

ΝΕΑ ΓΥΑΛΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ

Τη νέα της γυάλινη συσκευασία παρουσιάζει η Κλιάφα. Πρόκειται για μια νέα φιάλη στην οποία κυκλοφορεί η σειρά αναψυκτικών της εταιρείας, η οποία έχει premium αισθητική και διακρίνεται για την ετικέτα στον λαιμό, που καλύπτει το καπάκι. Αυτό δίνει ακόμα μεγαλύτερη ασφάλεια, διευρύνοντας τις επιλογές για όλους εκείνους που θέλουν να απολαμβάνουν τα αναψυκτικά Κλιάφα στην εστίαση.

Όπως εξηγεί η εταιρεία, η νέα γυάλινη φιάλη συνδυάζει το vintage της μακροχρόνιας παράδοσης με το μοντέρνο της premium αισθητικής και της ανώτερης ποιότητας. "Ίδια ποιότητα, ίδια γεύση, ανανεωμένη εμφάνιση που δεν χάνει τον χαρακτήρα της, πάντα με την υπογραφή Κλιάφα", υπογραμμίζει σε ανακοίνωσή της.

• **ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ**

ΟΙ ΦΕΤΙΝΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ – ΣΤΟ +21% Η ΠΕΡΥΣΙΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η ενδυνάμωση των μαρκών και η ενίσχυση του portfolio με νέα προϊόντα, ο έλεγχος του λειτουργικού κόστους και η συνεχής παρακολούθηση της ρευστότητας και του πιστωτικού κινδύνου, περιλαμβάνονται και στη φετινή στρατηγική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Άλλωστε, σε παγκόσμιο επίπεδο, ο Όμιλος Heineken – στον οποίο ανήκει και η ελληνική εταιρεία – κινείται σε 5 βασικούς πυλώνες:

- Ανάπτυξη (ειδικά στις premium κατηγορίες)
- Σωστή διαχείριση του κόστους
- Βιωσιμότητα (επενδύσεις σε πράσινα έργα)
- Τεχνολογία (αξιοποίηση των καινούριων δυνατοτήτων)
- Ανάπτυξη των ανθρώπων και της κουλτούρας

Παράλληλα, στο πλάνο της διοίκησης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας βρίσκονται σταθερά η διεύρυνση των εργασιών της και η διατήρηση της κερδοφορίας σε υψηλά επίπεδα. Οι εκτιμήσεις για την εικόνα της εταιρείας, τουλάχιστον στο πρώτο μισό του 2023, είναι πολύ ενθαρρυντικές σε ό,τι αφορά την κερδοφορία.

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ

Σε ό,τι αφορά την εξωστρέφεια, η εταιρεία συνεχίζει τις εξαγωγές στην Ασία, κυρίως στην Κορέα, με τη βοήθεια της μητρικής. Σημειώνεται ότι, εκτός από την Κορέα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εξάγει σε όλες τις ηπείρους, ενώ πλέον οι εξαγωγές αποτελούν διψήφιο ποσοστό του όγκου των πωλήσεών της.

DATA Πωλήσεις 2022

εκτός Ελλάδας (σε €χιλ.)

Heineken Browerijen B.V.: 8.184

Heineken Romania: 5.904

Tempo Beverages Ltd.: 1.217

Heineken Korea Inc.: 1.060

Heineken Asia Pacific Beverages Pte: 615

Heineken Hvratska d.o.o.: 413

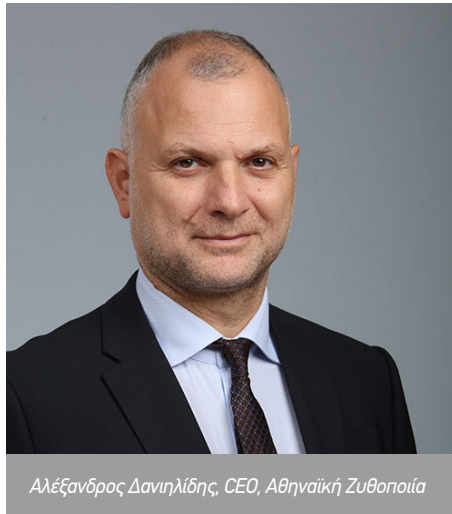
Heineken Global Procurement B.V.: 307

Heineken Srbija doo Zajecar: 189

Beerwulf B.V.: 77

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΑΠΟΘΗΚΗΣ

Υπενθυμίζεται ότι στο πλαίσιο ενίσχυσης των εξαγωγών σε συνδυασμό με την εξυπηρέτηση των εγχώριων αναγκών, η εταιρεία προχώρησε στην επέκταση της αποθήκης στο εργοστάσιο της Πάτρας, στο οποίο προσέθεσε 3.000 τ.μ. ωφέλιμου χώρου, που αντιστοιχεί στην αποθήκευση 20% περισσότερων πα-



Αλέξανδρος Δανηλίδης, CEO, Αθηναϊκή Ζυθοποιία

λετών προϊόντων, ενδυναμώνοντας, μεταξύ άλλων, περαιτέρω τη θέση του στο δίκτυο της Heineken στην Ευρώπη.

Η νέα επένδυση, που ανέρχεται σε €1,2 εκατ., αναμένεται να συμβάλει στην ανάπτυξη της παραγωγικότητας και στη βέλτιστη εξυπηρέτηση των πελατών της εταιρείας αλλά και να υποστηρίξει την παραγωγή και αποτελεσματική διανομή ενός ευρέως και διαφοροποιημένου προϊοντικού χαρτοφυλακίου σε όλη την Ελλάδα.

ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΟΥ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙ

Συνολικά, στην αποθήκη του εργοστασίου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην Πάτρα απασχολούνται 60 εργαζόμενοι κατά τη διάρκεια της χρονιάς, ενώ η μονάδα εξυπηρετεί απευθείας το πελατολόγιο της εταιρείας στη Δυτική και Νότια Ελλάδα, μεγάλο μέρος της Κεντρικής και Νοτιοανατολικής Ελλάδας και προμηθεύει στον μεγαλύτερο βαθμό τα κέντρα διανομής σε Αθήνα και Κρήτη.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Αναφορικά με το επενδυτικό πλάνο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προβλέπεται σειρά επενδύσεων στην ενέργεια, στο πλαίσιο του στόχου που έχει τεθεί από την Heineken για μηδενικές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα μέχρι το 2023.

Συνολικά για την τριετία 2022 – 2025 προβλέπονται επενδύσεις ύψους €70 εκατ.

ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ 2022

Αναφορικά με τη χρονιά που πέρασε, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εμφάνισε ανάπτυξη 10,7% σε όγκο και 21,51% σε αξία, καταφέροντας παράλληλα να αυξήσει τα προ φόρων κέρδη της κατά 27% σε σχέση με το 2021, με την

καθαρή της κερδοφορία να διαμορφώνεται σε €33,4 εκατ.

Η Τακτική Γενική Συνέλευση της εταιρείας πρότεινε τη διανομή μερίσματος €26,572 εκατ. στους μετόχους και του υπόλοιπου των καθαρών κερδών (€7,56 εκατ.) σε διοικητικά στελέχη της εταιρείας.

DATA (σε €χιλ.)

<u>Πωλήσεις με ΕΦΚ</u>	<u>Καθαρές Πωλήσεις</u>
2022: 416.382	2022: 279.883
2021: 342.678	2021: 225.636
Μεταβολή: 21,5%	Μεταβολή: 22,2%
<u>Κέρδη προ φόρων</u>	
2022: 43.469	2021: 34.141
Μεταβολή: 27,32%	
<u>Κέρδη μετά από φόρους</u>	
2022: 33.438	2021: 26.697
Μεταβολή: 25,25%	

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ BACARDI

Η σημαντική αύξηση των καθαρών πωλήσεων οφείλεται κυρίως στην αύξηση του όγκου των πωλήσεων και της διανομής των προϊόντων Bacardi.

Επίσης, το κόστος της κίνησης των αποθεμάτων αυξήθηκε κατά 36,32% κατ' αξία, λόγω κυρίως της αύξησης των πωλήσεων και των τιμών στις πρώτες ύλες και τα υλικά συσκευασίας

ΑΥΞΗΜΕΝΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Τα λοιπά λειτουργικά έξοδα αυξήθηκαν κατά 24,33% σε αξία, κυρίως λόγω της αύξησης των εξόδων κατά:

- €2,3 εκατ. για προβολή και διαφήμιση
- €3 εκατ. για δικαιώματα
- €3 εκατ. για ενέργεια
- €5,4 εκατ. για μεταφορικά έξοδα

Επίσης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έδωσε πέρυσι δάνειο ύψους €45 εκατ. σε συγγενή εταιρεία του Ομίλου.

ΑΠΟΕΠΕΝΔΥΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΝΕΡΟ

Τέλος, ολοκληρώθηκε φέτος η αποεπένδυση από την κατηγορία του νερού, στο πλαίσιο επαναξιολόγησης του portfolio των προϊόντων της. Ειδικότερα, το νερό Ιόλη (εμπορικό σήμα και εργοστάσιο), πέρασε στην Sterner Stenhus, βασικού μετόχου της Premia Properties.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΟΜΙΛΟΣ GOODY'S
ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙ ΙΣΧΥΡΟ ΣΧΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ
– ΠΟΥ ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗΣ

Σχέδιο συγχώνευσης θυγατρικών της προωθεί η Goody's με στόχο να δημιουργήσει μια εταιρεία που θα πρωταγωνιστήσει στο χώρο της εστίασης αξιοποιώντας την τεχνογνωσία των εξειδικευμένων στελεχών της.

Πρόκειται για τη συγχώνευση μέσω απορρόφησης από την "Food Center Μονοπρόσωπη Ανώνυμος Εταιρεία Ειδών Διατροφής" των εταιρειών:

- Caprese
- Χώρος Κολωνακίου
- Άλυσες Μονοπρόσωπη

ΣΤΟΧΟΙ

Ειδικότερα, σύμφωνα με τη διοίκηση της Goody's, με την εν λόγω συγχώνευση:

- θα δημιουργηθεί ένα ισχυρό σχήμα, ενισχυμένο τόσο σε επίπεδο οικονομικών στοιχείων όσο και σε επίπεδο ανθρωπίνων πόρων
- προκύπτει η δυνατότητα αξιοποίησης στο μέγιστο δυνατό βαθμό των περιουσιακών στοιχείων των συγχωνευόμενων εταιρειών
- η απορροφώσα εταιρεία, όπως θα διαμορφωθεί μετά τη συγχώνευση, λόγω μεγέθους, θα μπορεί να εκμεταλλευτεί αποδοτικότερα και με μεγαλύτερη ευελιξία τυχόν επιχειρηματικές ευκαιρίες και να πετύχει καλύτερους όρους συνεργασίας στον ευρύτερο χώρο των υπηρεσιών εστίασης
- θα επιτευχθεί μείωση των λειτουργικών δαπανών, καθώς και αρτιότερη οργάνωση και ορθολογικότερη κατανομή αρμοδιοτήτων μεταξύ των στελεχών και του προσωπικού, δεδομένου ότι τόσο η απορροφώσα όσο και οι απορροφούμενες δραστηριοποιούνται σε συναφείς τομείς, με αποτέλεσμα τη δημιουργία οικονομικών κλίμακας και την κατ' επέκταση βελτιστοποίηση της αποδοτικότητας και των οικονομικών αποτελεσμάτων τους
- θα είναι εκμεταλλεύσιμη η πλεονάζουσα ρευστότητα των εταιρειών, θα καταστούν βιώσιμες και θα συνεχίσουν απρόσκοπτα τη δραστηριότητά τους

Με την ολοκλήρωση επομένως της συγ-



χώνευσης το μετοχικό κεφάλαιο της "Food Center Μονοπρόσωπη Ανώνυμος Εταιρεία Ειδών Διατροφής" θα ανέρχεται σε €838.890 και θα διαιρείται σε 27.963 μετοχές ονομαστικής αξίας €30 η κάθε μια.

FOOD CENTER ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ

Η "Food Center Μονοπρόσωπη Ανώνυμος Εταιρεία Ειδών Διατροφής" εκμεταλλεύεται τα παρακάτω καταστήματα:

- La Pasteria, εντός του εμπορικού κέντρου Athens Metro Mall
- La Pasteria, σε μισθωμένο ακίνητο επί της οδού Κασσαβέτη 10 & Κυριαζή 40, στην Κηφισιά
- Flocafe Espresso Room, σε μισθωμένο ακίνητο επί της οδού Κασσαβέτη 10 & Κυριαζή 40, στην Κηφισιά
- La Pasteria, εντός του εμπορικού κέντρου Golden Hall
- La Pasteria, σε μισθωμένο ακίνητο επί της Λεωφόρου Πεντέλης 73, στο Χαλάνδρι
- La Pasteria σε μισθωμένο ακίνητο επί της οδού Αγίου Ιωάννη 19, στην Αγία Παρασκευή
- It's All Greek, εντός του εμπορικού πάρκου McArthurGlen στη θέση Γυαλού στα Σπάτα



DATA (σε €χιλ.)

<u>Πωλήσεις</u>	<u>Μικτό κέρδος</u>
2022: 7.765	2022: 3.168
2021: 4.930	2021: 1.980
<u>Αποτέλεσμα προ φόρων</u>	
2022: (609)	
2021: 189	

ΧΩΡΟΣ ΚΟΛΩΝΑΚΙΟΥ

Η "Χώρος Κολωνακίου" εκμεταλλεύεται δύο εστιατόρια ιταλικής κουζίνας, La Pasteria, σε μισθωμένα ακίνητα:

- επί της οδού Βαλαωρίτου 15 στην Αθήνα
- στο 11ο χλμ Ε.Ο. Θεσ/νίκης – Νέων Μουδανίων στη Θέρμη εντός του εμπορικού κέντρου Cosmos

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις	Μεικτό κέρδος
2022: 2.413	2022: 1.037
2021: 1.748	2021: 797
Αποτέλεσμα προ φόρων	
2022: (123)	2021: 904

CAPRESE

Η "Caprese" εκμεταλλεύεται το εστιατόριο ελληνικής κουζίνας, Kuzina, σε μισθωμένο ακίνητο επί της οδού Αδριανού 9, στην Αθήνα.

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις	Μεικτό κέρδος
2022: 1.913	2022: 867
2021: 1.261	2021: 583
Αποτέλεσμα προ φόρων	
2022: 24	2021: 170

ΑΛΥΣΙΣ

Η "Άλυσις Μονοπρόσωπη" εκμεταλλεύεται εστιατόριο ιταλικής κουζίνας La Pasteria, σε μισθωμένο ακίνητο επί της οδού Κ. Παλαιολόγου 15, στην Νέα Σμύρνη.



DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις	Μεικτό κέρδος
2022: 715	2022: 299
2021: 594	2021: 267
Αποτέλεσμα προ φόρων	
2022: (56)	2021: (27)

Μάρκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• **GETIR**
ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΓΗΣΗ 2.500 ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η τουρκική εταιρεία διανομής ειδών παντοπωλείου Getir ανακοίνωσε παγκόσμια αναδιάρθρωση, αναφέροντας ότι σκοπεύει να περικόψει 2.500 θέσεις εργασίας σε πέντε χώρες, ήτοι το 10,9% του συνολικού της εργατικού δυναμικού.

Ειδικότερα, η Getir που θα συνεχίσει να λειτουργεί σε Τουρκία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Ολλανδία και ΗΠΑ, τον περασμένο μήνα ανακοίνωσε την αποχώρησή της από την Ιταλία, την Ισπανία και την Πορτογαλία.

"Αποφάσεις όπως αυτές δεν λαμβάνονται

ποτέ ελαφρά τη καρδιά", ανέφερε η εταιρεία σε ανακοίνωσή της.

ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η Getir δήλωσε ότι στόχος της αναδιάρθρωσης είναι η "σημαντική αύξηση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας".

Οι υπηρεσίες υπερταχείας παράδοσης πολλαπλασιάστηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας, ενισχυμένες από τη ζήτηση των αγοραστών που είχαν μείνει στο σπίτι, αλλά η ισχυρότερη από την αναμενόμενη επιστρο-



φή στα φυσικά καταστήματα έχει πλήξει τις επιδόσεις της Getir και άλλων retailers που δραστηριοποιούνται μόνο στο διαδίκτυο.