

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΚΥΚΛΟΣ Η ΖΩΗ,
ΕΙΝΑΙ ΓΡΑΜΜΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ
ΚΙ ΑΝΟΙΓΕΙ ΠΑΝΤΑ ΕΚΕΙ
ΠΟΥ ΦΑΙΝΕΤΑΙ ΚΛΕΙΣΤΗ.



Φυσικό Μεταλλικό Νερό
ΒΙΚΟΣ[®]
Ζαγοροκίρια

ΔΥΝΑΜΗ ΜΑΣ, Η ΡΟΗ ΜΑΣ.

water.gr



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 5 Φεβρουαρίου 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1166



• ΕΥΒΟΪΚΗ ΖΥΜΗ

Στο +20% το 2020 - Μεγαλύτερες εξαγωγές
στις ΗΠΑ με Zimi Psachnon



• ΧΑΛΛΟΥΜΙ

7.000 τόνοι παραμένουν στα ψυγεία.
"Αθέμιτος ανταγωνισμός από Ελλάδα"



• ΕΘΝΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ

Ο Βενέτης προτιμητέος επενδυτής



• SUPER MARKET (UK)

Άνοδος 12,2% στο τελευταίο lockdown.
Ποιοι ξεχώρισαν

EDITORIAL: Dark Stores και Ghost Kitchens

SECRET RECIPE: Δυνατή μεταγραφή



Αθανάσιος Ζηλιασκόπουλος, Πρόεδρος του Συμβουλίου Εφοδιαστικής Αλυσίδας

• Α. ΖΗΛΙΑΣΚΟΠΟΥΛΟΣ ΟΙ ΕΘΝΙΚΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Τους εθνικούς στρατηγικούς στόχους για την εφοδιαστική αλυσίδα ανέπτυξε στο 4th International Logistics Forum, ο Αθανάσιος Ζηλιασκόπουλος, Πρόεδρος του Συμβουλίου Εφοδιαστικής Αλυσίδας.

Αυτοί είναι:

- Η Ελλάδα να καταστεί πύλη εισόδου για την Ευρωπαϊκή Ένωση, παγκόσμιος διαμετακομιστικός κόμβος και μεταποιητικό cluster εφοδιαστικής για την ευρύτερη περιοχή, όπως Μέση Ανατολή, Βόρεια Αφρική, Ν.Α. Ευρώπη και χώρες μαύρης θάλασσας (στόχος 11->25% ΑΕΠ)
- Τα Εθνικά logistics να γίνουν από τα πλέον ανταγωνιστικά και αποτελεσματικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση (από 2x->13%).
- Να προωθηθούν τα αειφόρα logistics, ώστε να μειωθεί το αποτύπωμα άνθρακα ανά τονοχιλιόμετρο διακινούμενου φορτίου κάτω του ευρωπαϊκού μέσου όρου και να ελαχιστοποιηθεί η απαιτούμενη ενέργεια για τη διακίνηση φορτίων και άδεια οχηματοχιλιόμετρα (20->90 outsourcing).
- Ψηφιακός μετασχηματισμός της εφοδιαστικής ώστε να ελαχιστοποιηθεί η γραφειοκρατία, να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα των ελέγχων και η διαφάνεια στην εφοδιαστική (10->90% Ψηφιακά Ωριμων Εταιρειών)

Συμπλήρωσε, επίσης, τις οκτώ δράσεις που πρέπει να γίνουν προκειμένου να στηριχθούν οι τέσσερις στρατηγικές, οι οποίες είναι οι εξής:

- Ανάπτυξη ενός σύγχρονου και αποτελεσματικού θερμικού πλαισίου για τα logistics
- Δημιουργία εμπορευματικών κέντρων εφοδιαστικής εθνικής και παγκόσμιας εμβέλειας
- Εξυγίανση υπάρχοντων εγκαταστάσεων εφοδιαστικής
- Αξιοποίηση σιδηροδρόμων και λιμανιών
- Ψηφιοποίηση ελληνικής εφοδιαστικής αλυσίδας
- Χρηματοδότηση
- Εκπαίδευση ανθρωπίνου δυναμικού και έρευνα
- Αειφόρα logistics

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Editorial

Dark Stores και Ghost Kitchens

Η συζήτηση στην αγορά για την ανάπτυξη των dark stores είναι πλέον πιο επίκαιρη από ποτέ.

Τόσο στο λιανεμπόριο, όσο και στην εστίαση.

Τα νέα δεδομένα, που διαμόρφωσε η πανδημία, και τα οποία απαιτούν μεγαλύτερη οργάνωση και οικονομίες κλίμακας για να αντιμετωπιστεί το κόστος της διανομής προϊόντων, αλλά και για να είναι πιο αποτελεσματικό, οδηγούν τις επιχειρήσεις στη δημιουργία σημείων, τα οποία θα χρησιμοποιούν αποκλειστικά για τη διάθεση των προϊόντων.

Στην περίπτωση της εστίασης, και για την παρασκευή τους (ghost kitchens).

Δεν πρόκειται, δηλαδή, για σημεία, όπου οι καταναλωτές θα μπορούν - σε κανονικές και όχι covid συνθήκες - να έχουν και την εμπειρία της αγοράς ή της κατανάλωσης φαγητού ή/και ποτού.

Μιλάμε για ένα trend, το οποίο γνωρίζει ήδη μεγάλη ανάπτυξη στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Στη χώρα μας, γίνονται ήδη τα πρώτα βήματα.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε, άλλωστε, ότι ο πρώτος εν Ελλάδι διδάξας είναι - εδώ και χρόνια - η Nivartia, η οποία χρησιμοποιούσε συγκεκριμένα καταστήματα του δικτύου της Goody's για να διανείμει από εκεί γεύματα για τους πελάτες του Forky, τα οποία παρασκευάζει η Hellenic Catering, στις εγκαταστάσεις της, στα Σπάτα.

Η Notice Content and Services παρακολουθεί τις εξελίξεις και καταγράφει τις κινήσεις όλων των επιχειρήσεων.

Περισσότερα, στο σημερινό τεύχος του Horeca Open, το μεσημέρι, στα e-mail σας

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

ΔΥΝΑΤΗ ΜΕΤΑΓΡΑΦΗ

Μια δυνατή μεταγραφή αναμένεται να ανακοινωθεί την επόμενη εβδομάδα... Μεταγραφή, η οποία θα φέρει εξίσου δυνατές συνεργασίες και στο food retail. Νέοτερα, σύντομα...

• **WOLT**

ΜΠΗΚΕ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΛΑΡΙΣΑ Η ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ_



Στην Λάρισα μπήκε από αρχές Φεβρουαρίου η Wolt, στο πλαίσιο ανάπτυξής της στην Ελλάδα.

Η Wolt συνεργάζεται με μερικά από τα πιο δημοφιλή εστιατόρια, καφέ και ζαχαροπλαστεία της πόλης, προσφέροντας την καλύτερη και ταχύτερη ομάδα εξυπηρέτησης πελατών στο online delivery, η οποία απαντάει στα μηνύματα των πελατών σε λιγότερο από 40" και πραγματοποιεί παράδοση εντός 30'. Η λίστα των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων ανανεώνεται καθημερινά, με στόχο να προσφέρει ακόμη περισσότερες επιλογές.

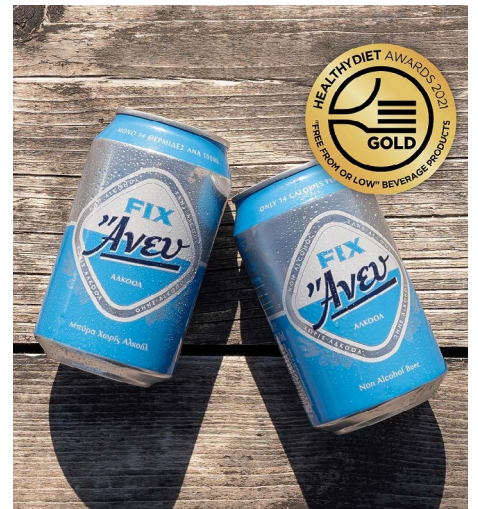
"Η Λάρισα είναι η τρίτη πόλη για την οικογένεια της Wolt στην Ελλάδα. Είμαστε πολύ χαρούμενοι που προσφέρουμε περισσότερες επιλογές στους κάτοικους της Λάρισας, μέσα από μία μοναδική εμπειρία online delivery, συμβάλλοντας παράλληλα στην οικονομική ενδυνάμωση της εστίασης της πόλης, ειδικότερα αυτή τη δύσκολη περίοδο", αναφέρει ο Δημήτρης Καρέλος, General Manager της Wolt για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα.



• **ΔΙΡΦΥΣ**

ΜΕΤΡΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΘΩΡΑΚΙΣΗ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ_

Στο πλαίσιο της εταιρικής και κοινωνικής της ευθύνης και μεριμνώντας για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων της, η εταιρεία εμφιάλωσης νερού Δίρφυς διενεργεί στις εγκαταστάσεις της rapid tests, για το σύνολο του προσωπικού της. Τα tests θα πραγματοποιούνται από το εξειδικευμένο προσωπικό τοπικού μικροβιολογικού εργαστηρίου σε εβδομαδιαία βάση, τηρώντας όλα τα προβλεπόμενα πρωτόκολλα. Όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση, από την πρώτη στιγμή που η χώρα ήρθε αντιμέτωπη με την πανδημία της COVID-19, η εταιρεία εφαρμόζει αδιάλειπτα αυστηρά μέτρα για τον περιορισμό της διασποράς του ιού, τα οποία περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τη χρήση μάσκας από τους εργαζομένους σε όλους τους χώρους της εταιρείας, τηλεργασία, πρόβλεψη εργασίας σε διαφορετικούς χώρους ανά εργαζόμενο, απολυμάνσεις, απαγόρευση επισκεπτών, θερμομέτρηση στην είσοδο κα.



• **ΜΠΥΡΑ**

ΧΡΥΣΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ FIX ANEY_

Η FIX Άνευ απέσπασε το χρυσό βραβείο, στα Healthy Diet Awards '21, στην κατηγορία Free from Low or No Beverage Products.

Η FIX Άνευ:

- Περιέχει μόλις 14 θερμίδες ανά 100ml
- Διατηρεί αναλλοίωτη τη γεύση της μύρας
- Λανσάρεται σε φιάλη ή κουτί
- Διαθέτει χαρακτηριστική ρετρό ετικέτα

The DeliFair

01-05 Μαρτίου, 2021

by **ΕΞΠΟΤΡΟΦ**
The Greek Fine Food Exhibition

Νέα Έκθεση για Έλληνες Παραγωγούς



200

Παραγωγοί

1.000

Προϊόντα απ'
όλη την Ελλάδα

50

Workshops &
Παρουσιάσεις
Προϊόντων

ΕΓΓΡΑΦΗ ΩΣ ΕΚΘΕΤΗΣ

στο www.thedelifair.gr

ΕΓΓΡΑΦΗ ΩΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗΣ

στο www.thedelifair.gr

• **ΧΑΛΛΟΥΜΙ**

7.000 ΤΟΝΟΙ ΠΑΡΑΜΕΝΟΥΝ ΣΤΑ ΨΥΓΕΙΑ - "ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΕΛΛΑΔΑ"

Τον κώδωνα του κινδύνου κρούει ο Σύνδεσμος Τυροκόμων Κύπρου εξαιτίας του αθέμιτου - όπως τον χαρακτηρίζει στο FNB Daily ο Πρόεδρος του Συνδέσμου, Γιώργος Πέτρου - ανταγωνισμού που υφίσταται το χαλλούμι ακόμα και από την Ελλάδα, αλλά και από το γεγονός ότι η πανδημία οδήγησε τους παραγωγούς να έχουν αποθεματοποιήσει περίπου 7.000 τόνους προϊόντος.

"Τα προβλήματα με το χαλλούμι είναι πολλά. Η πανδημία επηρέασε τις εξαγωγές, που ήταν σχεδόν μηδενικές, στο κανάλι του catering γιατί όλες οι βόρειες χώρες είχαν σκληρά lockdowns και πλέον όλα τα τυροκομεία έχουν μεγάλο απόθεμα από χαλλούμι", αναφέρει μεταξύ άλλων ο κ. Πέτρου.

ΘΑ ΚΑΤΑΣΤΑΦΕΙ Η ΠΡΩΤΗ ΥΛΗ

Τονίζει μάλιστα ότι, ο Σύνδεσμος κάνει μεγάλο αγώνα ώστε να βρει τρόπους διάθεσης του γάλακτος, προκειμένου οι παραγωγοί να μην το καταστρέψουν.

"Προσπαθούμε να αποθηκεύσουμε τα προϊόντα για να δούμε πως θα εξελιχθεί η αγορά, ευελπιστούμε σύντομα να ανοίξουν τα εστιατόρια στο εξωτερικό για να μπορέσουμε να πουλήσουμε".

Ερωτηθείς γιατί δεν στρέφονται σε νέες αγορές ή νέα κανάλια διανομής, επισημαίνει ότι είναι δύσκολο να αναπτύξει νέο προϊόν, το οποίο να ρολάρει άμεσα στην αγορά. "Είναι μια μακροχρόνια διαδικασία και δεν μπορεί να ξεκινήσει σήμερα", εξηγεί.



INFO – ΧΑΛΛΟΥΜΙ

Χώρες: 40

Κυριότερες αγορές

Αγγλία

Γερμανία

Σουηδία

Ετήσια παραγωγή: 40.000 τόνους

"ΑΦΗΣΑΜΕ ΤΗ ΦΕΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - ΜΑΣ ΠΟΛΕΜΑ ΣΤΟ ΧΑΛΛΟΥΜΙ"

Αναφορικά με το θέμα του ανταγωνισμού, ο κ. Πέτρου επισημαίνει ότι πολλές εταιρείες από Βουλγαρία, Ρουμανία Πολωνία αλλά και Ελλάδα ανταγωνίζονται το παραδοσιακό κυπριακό χαλλούμι, παράγοντας παρόμοια προϊόντα.

"Παράγουν προϊόντα που τα ονομάζουν χαλλούμι, ξεγελούν και παραπλανούν τους καταναλωτές ότι είναι κυπριακά, ενώ κατασκευάζονται σε αυτές τις χώρες. Αυ-



Γιώργος Πέτρου, Πρόεδρος Συνδέσμου Τυροκόμων Κύπρου

τούς θα τους κυνηγήσουμε με κάθε μέσο", τονίζοντας ότι, "ειδικά από την Ελλάδα είναι αθέμιτος ανταγωνισμός. Όταν η Ελλάδα κατέθεσε την αίτηση κατοχύρωσης της φέτας, αν και εμείς παρήγαμε 100 χρόνια φέτα και θα το αποδεικνύαμε, σεβαστήκαμε τους συναδέλφους και τη χώρα και αφήσαμε τη φέτα στην Ελλάδα. Δεν γίνεται να μας πολεμούν στο χαλλούμι, είναι ανεξήγητη πράξη".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **PALIRRIA**

ΒΡΑΒΕΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ "ΣΠΙΤΙΚΑ" ΜΕ ΧΑΜΗΛΕΣ ΘΕΡΜΙΔΕΣ

Η νέα σειρά "Σπιτικά" με χαμηλές θερμίδες, που πρόσφατα παρουσιάστηκε στην ελληνική αγορά από την εταιρεία έτοιμων γευμάτων Palirria, διακρίθηκε στα Healthy Diet Awards 2021. Συγκεκριμένα, απέσπασε το silver award, στην κατηγορία Best light product, για το γεύμα "Φιλέτο κοτόπουλο με κινόα και βραστά λαχανικά", το οποίο:

- Είναι πλήρες και υγιεινό γεύμα
- Δεν περιέχει συντηρητικά
- Έχει υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες
- Περιέχει μόλις 370 Kcal

ΤΑ ΝΕΑ ΣΠΙΤΙΚΑ ΜΕ ΧΑΜΗΛΕΣ ΘΕΡΜΙΔΕΣ

- Φιλέτο κοτόπουλο με κινόα και βραστά λαχανικά
- Κοτόπουλο φιλέτο με βραστά λαχανικά
- Noodles με λαχανικά
- Μπιφτέκι κοτόπουλου με χόρτα
- Φιλέτο λαβράκι με σπανάκι & σάλτσα ντομάτας



• **ΖΑΛΦΑ**

ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΣΠΡΙΩΝ ΜΕ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟ ΣΤΟ INSTAGRAM_

Η Ζαλφα γιορτάζει την Παγκόσμια ημέρα για τα Όσπρια, την Τετάρτη 10 Φεβρουαρίου. Με διαγωνισμό μέσα από το Instagram προσκαλεί όσους την ακολουθούν στον λογαριασμό της, αλλά και όλους τους λάτρεις της μεσογειακής διατροφής, να δηλώσουν συμμετοχή. Οι διαγωνιζόμενοι καλούνται να δημιουργήσουν συνταγές οσπρίων, να τις φωτογραφίσουν και να τις ανεβάσουν ως story στο Instagram με:

- Hashtag: #3alfaOspria
- Tag: @3alfa_gr

Ο διαγωνισμός θα διαρκέσει από τις 5 έως και τις 10 Φεβρουαρίου και μετά από κλήρωση,



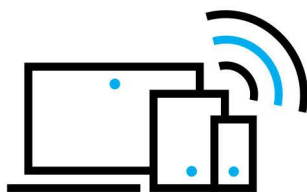
• **ΜΑΛΑΜΑΤΙΝΑ - MANTIS**

ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΟ ΕΡΓΟ ΤΟΥ ΑΥΓΟΥΣΤΙΝΕΙΟΥ ΕΚΚΛΗΣΙΑΣΤΙΚΟΥ ΓΗΡΟΚΟΜΕΙΟΥ _

Η ελληνική οινοποιία Μαλαματίνα και ο όμιλος εταιρειών Mantis προχώρησαν σε χρηματική δωρεά προς το "Αυγουστίνειο" Εκκλησιαστικό Γηροκομείο της Ιεράς Μητροπόλεως Φλωρίνης, Πρεσπών και Εορδαίας, για να ενισχύσουν το δύσκολο έργο του. Συγκεκριμένα, προσέφεραν το χρηματικό πόσο των €5 χιλ. στο Γηροκομείο για την κάλυψη των ιδιαίτερων αυξημένων αναγκών για τη φροντίδα των συμπολιτών μας, που φιλοξενούνται στο ίδρυμα. Όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση, η πρωτοβουλία αυτή αποτελεί συνέχεια όλων των πρωτοβουλιών της Μαλαματίνας και του ομίλου εταιρειών Mantis να υποστηρίξουν το θεάρεστο έργο ιδρυμάτων, στην προσπάθειά τους να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν καθημερινά, ειδικά σε αυτή τη δύσκολη περίοδο που διανύουμε.



REGISTER NOW!



nielsen

**e-CATEGORY MANAGEMENT
ONLINE WORKSHOP**

11 & 12 FEBRUARY 2021

• **ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ SARY**

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΔΡΑΜΑ – ΣΤΑ ΣΚΑΡΙΑ VEGAN ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ

Vegan αλλαντικά έχει στα σκαριά η αλλαντοβιομηχανία Sary από την Δράμα. "Το R&D τμήμα της εταιρείας έχει ήδη ξεκινήσει την ανάπτυξη συνταγών για τέτοιου τύπου προϊόντα", αναφέρει στο Fnb Daily ο Παρασκευάς Σαρήμπογιας, ιδιοκτήτης της βιομηχανίας, ο οποίος προσθέτει ότι το portfolio έχει προϊόντα τα οποία είναι χωρίς πρόσθετα και συντηρητικά. "Μέχρι και το αλάτι που βάζουμε είναι Ιμαλαίων, τόσο προσεγμένα είναι".

ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΟΥ 2021

Το επενδυτικό πλάνο για το 2021 περιλαμβάνει την επέκταση των εγκαταστάσεων στην Δράμα αλλά και την εγκατάσταση νέων γραμμών παραγωγής, project που, όπως αναφέρει ο κ. Σαρήμπογιας, έχει παγώσει λόγω της πανδημίας. "Παρακολουθούμε τις εξελίξεις και μόνο εάν το επιτρέψουν οι συνθήκες, θα προχωρήσουμε, εντός του έτους, στην υλοποίησή του. Διαφορετικά δεν θα υλοποιηθεί".

ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Για τη φετινή χρονιά η αλλαντοβιομηχανία στοχεύει στη διατήρηση των συνεργασιών της κατά κύριο λόγο, ενώ εξετάζει και

οποιαδήποτε πρόταση συνεργασίας προκύψει.

"Μας ανακαλύπτουν, δεν το επιδιώκουμε", τονίζει ο κ. Σαρήμπογιας.

INFO – ΧΩΡΕΣ

Χώρες: 15
Κυριότερες αγορές
Γερμανία
Αγγλία
Σουηδία
Βέλγιο
Ιταλία
%τζίρου: 20%

ΔΙΑΘΕΣΗ

Μικρή λιανική
ΑΒ Βασιλόπουλος
My Market
Μασούτης



Παρασκευάς Σαρήμπογιας, Ιδιοκτήτης, Αλλαντικά Sary

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Στα σχέδια του 2021 για τη Sary είναι και η επέκταση στη λιανική, με τον κ. Σαρήμπογια να αναφέρει ότι έχουν ξεκινήσει συζητήσεις και με άλλες αλυσίδες retail.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **NESTLÉ**

ΜΕΤΑΤΡΕΠΕΙ ICONIC BRANDS ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΩΝ ΣΕ ΡΟΦΗΜΑΤΑ

Το τμήμα Health Science της Nestlé σε συνεργασία με τις Kellogg's και General Mills, λανσάρει στη σειρά, Carnation Breakfast Essentials, νέα ροφήματα βασισμένα στα iconic brands των τριών εταιρειών.

Οι νέες γεύσεις για τις αγορές των ΗΠΑ είναι:

- Froot Loops Kellogg
- Krave και Frosted Flakes
- Golden Grahams

Τα ποτά περιέχουν τις ίδιες πρωτεΐνες, βιταμίνες και μέταλλα με την αρχική σειρά Carnation Breakfast Essentials, στοιχεία που συμβάλλουν στην ενίσχυση του ανοσοποιητικού και των οστών.

Κάθε μπουκάλι 8ml περιέχει 10g πρωτεΐνης και 20% ή περισσότερο της ημερήσιας πρόσληψης για 21 βιταμίνες και μέταλλα, συμπεριλαμβανομένων ασβεστίου, βιταμίνης D και βιταμίνης C.

ΝΕΑ KIT KAT ZEBRA

Η Nestlé επεκτείνει το KitKat portfolio στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία, λανσάροντας έναν νέο κωδικό, την KitKat Zebra, η οποία διαθέτει τη χαρακτηριστική τραγανή γκοφρέτα του brand σε βάση μαύρης σοκολάτας, με επικάλυψη μαύρης και λευκής σοκολάτας. Με προτεινόμενη τιμή £0,85, η KitKat Zebra των 41,5g μπορεί να βρεθεί τώρα σε μεγάλους λιανοπωλητές και χονδρεμπόρους και θα είναι διαθέσιμη σε καταστήματα από τον επόμενο μήνα. Η KitKat Zebra θα πωλείται, επίσης, σε πολλαπλή συσκευασία αποκλειστικά στα καταστήματα της αλυσίδας Tesco.





Digital Edition



26 Φεβρουαρίου 2021



Βασίλης Βασιλόπουλος
EPT



Δημήτρης Ζωγραφόπουλος
Υπουργείο Υγείας



Κωνσταντίνος Κακαβούλης
Homo Digitalis



Λεωνίδας Κανέλλος
Dpo Network



Αθανάσιος Κοσμόπουλος
Υπουργείο Ψηφιακής
Διακυβέρνησης



Κώστας Μποτόπουλος
Λαμπαδάριος & Συνεργάτες
δικηγορική εταιρεία



Φωτεινή Παπαθανασίου
Όμιλος ΟΤΕ



Κατερίνα Πέρρου
ΑΑΔΕ



Νεφέλη Ρουπακιά
Banque Havilland



Παναγιώτης Σκύρας
Kaizen Gaming



Σπύρος Τάσσης
ΕΕΠΙΔ



Γιώργος Χλωμούδης
ICAP Group

Για περισσότερες πληροφορίες πατήστε εδώ

ή επικοινωνήστε με Κωνσταντίνα Συλλέου, info@palladianconferences.gr, 210339232

Auspices



Communication Sponsors



• ΔΕΛΤΑ

ΝΕΑ ΒΡΑΒΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΥΜΟ LIFE ΣΤΑ EFFIE AWARDS

Η ΔΕΛΤΑ απέσπασε το βραβείο αποτελεσματικότητας Silver "Effie" για τους φυσικούς χυμούς ψυγείου LIFE στην κατηγορία "Μη αλκοολούχα ποτά". Όπως αναφέρει η ανακοίνωση της εταιρείας, το επιτυχημένο επαναλασάρισμα των φυσικών χυμών LIFE της ΔΕΛΤΑ, αφορούσε στον επανασχεδιασμό του συνολικού concept της σειράς, σε ότι αφορά τόσο τη συσκευασία, όσο και τη δημιουργία πολύ ποιοτικών νέων προϊόντων.

ΟΙ ΝΕΟΙ ΧΥΜΟΙ LIFE:

- Φρούτα του τόπου μας
- Super φρούτα
- Φρούτα εποχής

• ΔΩΔΩΝΗ

ΝΕΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Η Δωδώνη διακρίθηκε με δύο βραβεύσεις στο πλαίσιο των Healthy Diet Awards 2021. Συγκεκριμένα, τα προϊόντα που βραβεύτηκαν είναι:

- Το Δωδώνη Ηπειρώτικο Στραγγιστό 2%, με Silver βραβείο, στην κατηγορία Light Product- Dairy
 - Το νέο κασικίσιο γιαούρτι Δωδώνη, με Bronze βραβείο, στην κατηγορία Dairy Products
- Η Marketing Manager της γαλακτοβιομηχανίας, Βίκυ Παπουτσάκη, δήλωσε σχετικά: "Στην οικογένεια της Δωδώνη είμαστε ιδιαίτερα περήφανοι, που η αυθεντική ελληνική γεύση και η ποιότητα των προϊόντων μας συνεχίζουν και διακρίνονται, τόσο για την γεύση τους, όσο και για τη σημαντική διατροφική τους αξία. Η αναγνώριση της προσήλωσης μας στη δημιουργία προϊόντων υψηλής ποιότητας και θεραπευτικής αξίας, μας δίνει περαιτέρω κίνητρο, να συνεχίσουμε να διαθέτουμε προϊόντα, τα οποία ανταποκρίνονται στις σύγχρονες τάσεις και ανάγκες, ενώ κατακτούν επάξια την εμπιστοσύνη και την αγάπη του καταναλωτικού κοινού".

• OCADO

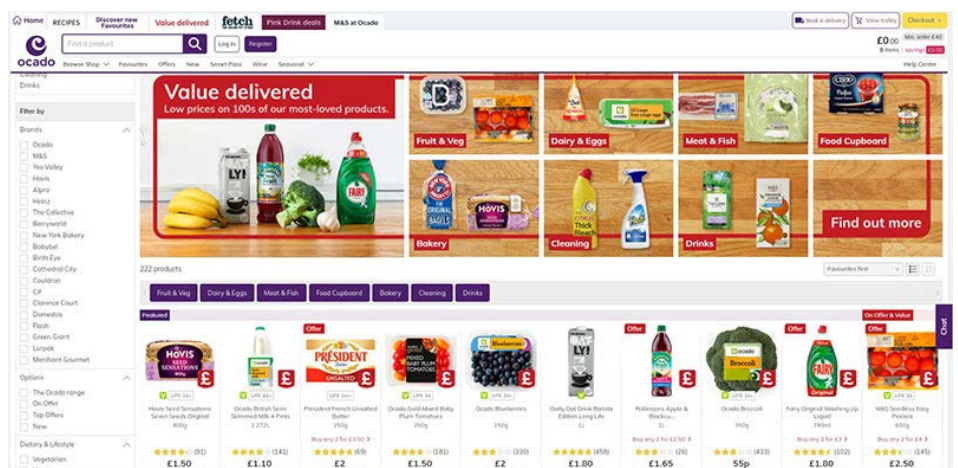
ΔΕΝ...ΥΠΟΣΧΕΤΑΙ ΠΛΕΟΝ ΤΙΣ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ

Η Ocado ανακοίνωσε ότι θα διακόψει το εργαλείο αντιστοίχισης τιμών, Low Price Promise, το οποίο συνέκρινε τις τιμές σε επίπεδο αγορών ιδίων προϊόντων έναντι της Tesco.

Μέχρι τώρα, εάν προέκυπτε ότι οι καταναλωτές μπορούσαν να βρουν ένα προϊόν με καλύτερη τιμή στην Tesco από ότι στην Ocado, η τελευταία έδινε στους πελάτες ένα κουπόνι αγορών αξίας ίσης της διαφοράς τιμής.

Η Ocado ανακοίνωσε ωστόσο, ότι θα καταργήσει αυτό το πρόγραμμα και στη θέση του θα ορίσει στο ηλεκτρονικό της κατάστημα, "εκατοντάδες προϊόντα σε χαμηλές τιμές με κόκκινη σήμανση στο σύμβολο £".

Τα χρήματα που θα εξοικονομήσει με την κατάργηση αυτού του εργαλείου μπορούν να διατεθούν, είτε για την επένδυση σε νέα κέντρα εξυπηρέτησης πελατών, είτε για τη διάθεση κουπονιών σε νέους πελάτες.



ΕΤΟΙΜΑΖΕ ΝΕΑ CFC

Θυμίζουμε ότι η Ocado θα ανοίξει ένα νέο mini κέντρο εξυπηρέτησης πελατών (CFC) στο Μπρίστολ, το οποίο θα ικανοποιεί 30.000 παραγγελίες την εβδομάδα. Το φθινόπωρο θα ανοίξει ακόμα ένα στο Andover, το οποίο θα ικανοποιεί 60.000 παραγγελίες την εβδομάδα, καθώς και ένα στο Purfleet (στο Essex), ικανό για 85.000 παραγγελίες την εβδομάδα.

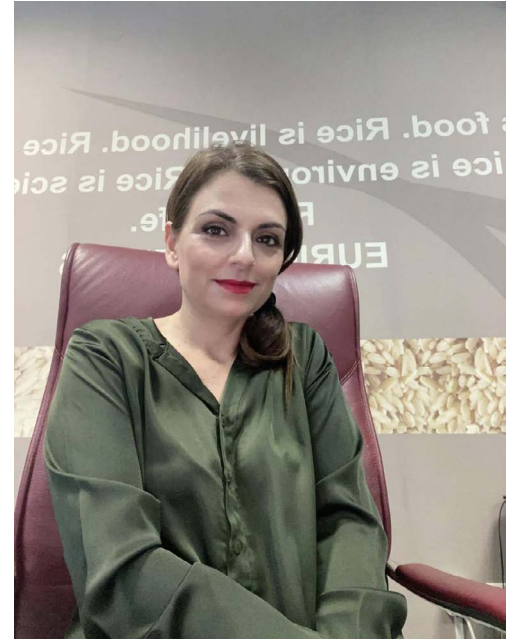
• EURICOM HELLAS

ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ "ΕΥΤΟΠΙΑ"

Η Euricom Hellas και τα προϊόντα "Ευτοπία" διακρίθηκαν στα βραβεία, Healthy Diet Awards 2021. Συγκεκριμένα απέσπασαν:

- Βραβείο GOLD στην ενότητα Best Healthy Food Product και την κατηγορία Meal Products με τίτλο "Το Ρύζι στις καλύτερες εκδοχές του"
- Βραβεία PLATINUM και GOLD στην ενότητα Best Healthy Food & Beverage Product for Children και την κατηγορία Healthy Food Products for Children με τίτλο: "Κοντά στο Παιδί, στον Άνθρωπο, στη Φύση, στη Ζωή- Δεν είναι απλά ρύζι είναι Ευτοπία"

Η Πρόεδρος και Διευθύνουσα Σύμβουλος της Euricom Hellas, Γεωργία Κωστανάκη, δήλωσε μεταξύ άλλων: "Ήταν τιμή μας να συμμετάσχουμε και να διακριθούμε ανάμεσα σε μεγάλες εταιρείες με έναν κοινό στόχο, τη δημιουργία Healthy Diet προϊόντων και υπηρεσιών, διαμορφώνοντας μια αγορά με σεβασμό στον άνθρωπο. Με την συμμετοχή μας στα Healthy Diet Awards μας δίνεται η ευκαιρία να αναδείξουμε την φιλοσοφία της Ευτοπία. Η Euricom Hellas καινοτομεί και δημιουργεί τρεις σειρές προϊόντων με στόχο την προώθηση ενός υγιεινού τρόπου ζωής με πλούσιες διατροφικές αξίες. 'Κλέψαμε' λίγο από την φαντασία των παιδιών και έτσι προσθέσαμε χρώμα, όχι μόνο στις συσκευασίες, αλλά και στο πιάτο μας. Συνδυάσαμε ρύζι με κόκκινη φακή, ρύζι με μαύρη κινόα και ρύζι με κεχρί, τροφές που μεμονωμένα δεν θα επέλεγαν".



Γεωργία Κωστανάκη, Πρόεδρος και CEO, Euricom Hellas

STARGIFTS
EST. 1991 **GR**

Your
partner
in
promotional
gifts

SUMMER GIFTS

**ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ
ΚΑΤΑΛΟΓΟΥ**

**ΚΛΙΚ
ΕΔΩ!**

Tel.: (+30)2108042129, 2108042149

e-mail: marketing@stargifts.gr www.stargifts.gr

Star Gifts Ltd @stargiftsLtd

• **McDONALD'S** **ΠΙΛΟΤΙΚΗ ΔΟΚΙΜΗ ΓΙΑ ΤΟ ΝΕΟ LOYALTY PROGRAM**

Στην επόμενη φάση περνά η McDonald's το επίπεδο επικινδυνότητας της με τους καταναλωτές, ξεκινώντας εντός του έτους την πιλοτική δοκιμή του νέου loyalty program για την αγορά των ΗΠΑ.

Με βάση αυτό, οι πελάτες θα συγκεντρώνουν πόντους για κάθε δολάριο που ξοδεύουν, ενώ οι εργαζόμενοι της McDonald's μπορούν να κερδίσουν πόντους για την ολοκλήρωση της εκπαίδευσης, που σχετίζεται με το πρόγραμμα.

Οι εργαζόμενοι της McDonald's θα καλωσορίζουν τα μέλη του προγράμματος μόλις έρχονται στο drive-thru και οι καταναλωτές θα λαμβάνουν ένα προσωποποιημένο email με την παραλαβή της παραγγελίας τους, στο οποίο μπορούν να βρίσκουν μελλοντικές προσφορές μόνο για εκείνους, με βάση τις ανάγκες και τις προτιμήσεις τους.



Η Alycia Mason, Αντιπρόεδρος της διαχείρισης ψηφιακών μέσων και πελατειακών σχέσεων της McDonald's, δήλωσε ότι το πρόγραμμα αφοσίωσης αλλάζει την εμπειρία των πελατών με διάφορους τρόπους.

Σύμφωνα με την αλυσίδα, loyalty προγράμματα όπως αυτό, μπορούν να αυξήσουν τις πωλήσεις των εστιατορίων, καθώς ενθαρρύνουν τις συχνότερες επισκέψεις, ενώ παράλληλα επιτρέπουν την στόχευση πελατών με εξατομικευμένες προσφορές.

• **AHOLD DELHAIZE US** **ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΙ ΤΟ ONLINE ΚΑΝΑΛΙ**

Στην ανάπτυξη του online καναλιού εστιάζει η Ahold Delhaize στις ΗΠΑ, εγκαινιάζοντας στη θυγατρική της, Giant Company, το νέο ηλεκτρονικό συνδρομητικό πρόγραμμα, Choice Pass, το οποίο συνδέεται με το πρόγραμμα επιβράβευσης, Giant's Choice Rewards.

Η υπηρεσία παρέχει απεριόριστη παράδοση χωρίς χρέωση και παραλαβή με ετήσια χρέωση \$98 ή \$12,95 το μήνα, ενώ θα αντικαταστήσει το PodPass, το οποίο ήταν διαθέσιμο μέσω της Pearod.

Οι αγοραστές που χρησιμοποιούν το Choice Pass, θα πρέπει να κάνουν ελάχιστη παραγγελία δαπανώντας περισσότερα από \$30 για την επιλογή click and collect και περισσότερα από \$60 για παράδοση.

Οι κάτοχοι του Choice Pass θα επωφεληθούν από ειδικές προσφορές και ανταμοιβές, με τον retailer να μην έχει ανακοινώσει περισσότερα.

ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΕΤΟΙΜΩΝ ΓΕΥΜΑΤΩΝ
Επίσης, η εταιρεία ανακοίνωσε την κυ-



κλοφορία της σειράς έτοιμων γευμάτων Cook-in-Bag, τα οποία περιλαμβάνουν 14 προτάσεις γεύματος με κρέας και θαλασσινά.

Τα προϊόντα είναι διαθέσιμα στο κατάστημα, στο e-shop αλλά και στο app.

• **LIDL** **ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΙ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ**

Η Lidl σε συνεργασία με τους εταίρους της αναπτύσσει το πρώτο πρότυπο πιστοποίησης αγροκαλλιέργειας, που εστιάζει στη βιοποικιλότητα για τη συμβατική παραγωγή φρούτων και λαχανικών, το οποίο θα καταστεί διαθέσιμο για όλους τους παραγωγούς σε συνδυασμό με την ήδη καθιερωμένη πιστοποίηση του Προτύπου Ολοκληρωμένης Διασφάλισης Φάρμας GLOBALG.A.P. (GLOBALG.A.P. IFA), μέχρι τα τέλη του 2021. Με αυτόν τον τρόπο, η Lidl προωθεί ενεργά την προστασία της βιοποικιλότητας στο πλαίσιο της στρατηγικής της για τη βιωσιμότητα. Η απώλεια της βιοποικιλότητας αποτελεί τεράστιο κίνδυνο για τα οικοσυστήματα. Ως προμηθευτής τροφίμων, χημικών καλλυντικών και Non-Food προϊόντων, η Lidl γνωρίζει ότι φέρει μερίδιο ευθύνης σχετικά με τη διατήρηση των οικοσυστημάτων.



• ΕΥΒΟΙΚΗ ΖΥΜΗ ΣΤΟ +20% ΤΟ 2020 - ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΜΕ ΖΙΜΙ PSACHNON _

Με αύξηση 20% στον κύκλο εργασιών έκλεισε η περυσινή χρονιά για την Ευβοϊκή Ζύμη, που είναι leader στην αγορά του χωριάτικου φύλλου, φύλλου κρούστας και κανταϊφιού, αποσπώντας μερίδιο 25% περίπου.

"Μιας και το καλάθι με τους κωδικούς μας είναι αρκετά μεγάλο, μπορούμε να πούμε ότι η σειρά των νωπών φύλλων όπου είναι και το strategic positioning μας στα ράφια του λιανεμπορίου, ισχυροποιήθηκε από την αύξουσα ζήτηση και ξεπέρασε αυτή με τα κατεψυγμένα φύλλα", αναφέρει στο FNB Daily ο Χαράλαμπος Κωνσταντάκης, ιδιοκτήτης της Ευβοϊκής Ζύμης.

ΧΡΟΝΙΑ - ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΟ 2021 ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ

Εντός του 2021 η εταιρεία σκοπεύει να ολοκληρώσει την επένδυση, που αφορά στην αγορά -τροποποίηση και επέκταση βιομηχανικού ακινήτου, για μετεγκατάσταση και ενοποίηση των δύο μονάδων παραγωγής.

"Είναι μια επένδυση, που με τις τόσες γραφειοκρατικές και υγειονομικές καθυστερήσεις, ξεκίνησε το Νοέμβριο του 2019 και κρίνεται ιδιαίτερης κρισιμότητας για την Ευβοϊκή Ζύμη, προκειμένου να διατηρήσει την αναπτυξιακή πορεία των τελευταίων χρόνων", εξηγεί και συμπληρώνει ότι, "παρά την οικονομική κρίση στην Ελλάδα, η επιχείρηση κατάφερε να επιδείξει σημάδια και χαρακτηριστικά αντοχής και δυναμισμού, με αποτέλεσμα να διατηρήσει και να αυξήσει τα οικονομικά της μεγέθη και να αυξήσει και το πελατολόγιό της, ειδικά στο εξωτερικό. Η επένδυση θα υποστηρίξει την πορεία αυτή και θα διασφαλίσει την σταθερή της πορεία το προσεχές διάστημα".

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €3 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟ ΤΟΥ CAPACITY

Το επενδυτικό πλάνο της εταιρείας ύψους €3 εκατ. περιλαμβάνει διπλασιασμό του capacity, τόσο της παραγωγής, όσο και της αποθήκευσης.

Σύμφωνα με τον ισχυρό άνδρα της Ευβοϊκής Ζύμης, η υλοποίησή του είναι κρίσιμη και απαραίτητη στην παρούσα χρονική στιγμή, προκειμένου να, "ξεπεραστούν οι



Χαράλαμπος Κωνσταντάκης, Ιδιοκτήτης,
Ευβοϊκής Ζύμης

παρενέργειες της οικονομικής κρίσης".

Υπογραμμίζει μάλιστα ότι, η προτεινόμενη επένδυση αναμένεται να επιφέρει σημαντική προστιθέμενη αξία. "Ετσι θα μπορέσουμε να αναπτύξουμε και να πράξουμε νέα προϊόντα, τα οποία ζητήθηκαν από μεγάλους πελάτες στο εξωτερικό".

ΣΤΑ ΣΚΑΡΙΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ VEGAN

Σε ό,τι αφορά το portfolio, ο κ. Κωνσταντάκης αναφέρει ότι, εντός του 2020 παρατηρήθηκε, "ανέλπιστα αύξηση ζήτησης για το χωριάτικο φύλλο ολικής άλεσης", το οποίο κυκλοφορεί από το 2013.

"Φέτος επέδειξε μια τρομερή δυναμικότητα σε πωλήσεις, που αποδεικνύει ότι η καραντίνα έκανε τον κόσμο να σκεφτεί πιο σοβαρά τις διατροφικές αξίες ενός προϊόντος. Για το 2021 προσπαθώντας να επικοινωνήσουμε και τις δικές μας ανησυχίες για μια πιο υγιεινή διατροφή, έχουμε προγραμματίσει να λανσάρουμε κατεψυγμένους κωδικούς Vegan, κάτι το οποίο αναπτύσσουμε εδώ και ένα χρόνο σχεδόν".

ΣΕ 10.000 ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Αισιοδοξία υπάρχει για το 2021 και για τη δραστηριότητα της εταιρείας στο εξωτερικό, καθώς το brand, Zimi Psachnon, πρόκειται να διατεθεί σε 10.000 σημεία πώλησης στις ΗΠΑ.

"Το 2021 οι ΗΠΑ θα αυξήσουν το μερίδιό τους στις συνολικές εξαγωγές μας".



INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες: 137
Κυριότερες αγορές
Ιράκ
Ντουμπάι
Κουβέιτ
Σαουδική Αραβία
Ιαπωνία
Γερμανία
Ηνωμένο Βασίλειο
%τζιρού: 45%

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **COPA-COGECA**
ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΥΞΗΣΗ
ΑΔΕΙΩΝ ΦΥΤΕΥΣΗΣ ΠΟΥ ΖΗΤΑ
Η ΚΟΜΙΣΙΟΝ_

Την αντίθεσή τους στην πρόταση της Κομισιόν για αύξηση του ποσοστού χορήγησης αδειών φύτευσης από 1% επί των φυτεμένων με αμπέλια εκτάσεων κάθε Κράτους Μέλους, σε 2%, εκφράζουν οι Copa και Cogeca, στέλνοντας επιστολή προς την Υπουργό Γεωργίας της Πορτογαλίας, Maria do Céu Antunes, η οποία έχει αναλάβει την προεδρία από 1/1/2021 στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Στο κείμενό τους προς την πορτογαλίδα Υπουργό Γεωργίας, το οποίο φιλοξενεί στο site της η ΚΕΟΣΟΕ, οι Copa-Cogeca αναφέρονται, μεταξύ άλλων, στα εξής:

"Μέχρι στιγμής, οι συζητήσεις σχετικά με τις άδειες φύτευσης αμπελών επικεντρώθηκαν στην επέκταση του ισχύοντος συστήματος μετά το 2030. Ως εκ τούτου, στα τελικά κείμενα που ενέκρινε το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο εν όψει των τριμερών διαλόγων, το ποσοστό 1% δεν αγγίχθηκε. Οι ευρωπαίοι αμπελουργοί είναι ικανοποιημένοι με το ισχύον σύστημα αδειοδότησης φύτευσης αμπελών, το οποίο αποδείχθηκε αποτελεσματικό και επωφελές, και πιστεύουμε ότι πρέπει να παραταθεί όπως είναι, όπως προτείνεται, επίσης, από το ΕΚ και το Συμβούλιο. Αυτό θα εξασφαλίσει, επιπρόσθετα, υψηλότερο επίπεδο σταθερότητας στον τομέα".

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΟΡΑΣ ΥΠΟ ΤΟ ΤΡΕΧΟΝ ΣΥΣΤΗΜΑ

Επισημαίνουν μάλιστα ότι, το τρέχον σύστημα επιτρέπει ανάπτυξη σύμφωνα με την εξέλιξη της αγοράς, διασφαλίζοντας τη δυναμική, προοδευτική και τακτική ανάπτυξη του αμπελώνα. "Το υφιστάμενο σύστημα αδειών συμβάλλει στην αποτροπή ξαφνικών αυξήσεων, διαρθρωτικών υπερπαραγωγών και επακόλουθων μειώσεων ποιότητας. Βοηθά επίσης στη διατήρηση της ποικιλομορφίας των αμπελώνων σε δύσκολες περιοχές".

ΠΡΟΚΛΗΣΗ Ο ΕΤΗΣΙΟΣ ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η αύξηση του ετήσιου ρυθμού ανάπτυξης σε 2% έως το 2031, θα αποτελούσε, εξηγούν, σοβαρή πρόκληση για τον αμπελοοικονομικό τομέα, ο οποίος ήδη υφίσταται σοβαρές πιέσεις.

"Η συσσώρευση δύσκολων συνθηκών, όπως η επιβολή δασμών από τις Ηνωμένες Πολιτείες στις εισαγωγές οίνων της Ένωσης τον Οκτώβριο του 2019 και τα συνεχιζόμενα περιοριστικά μέτρα λόγω της παγκόσμιας πανδημίας COVID-19, μαζί με άλλες εμπορικές δυσκολίες, οδήγησαν σε αφόρητη κατάσταση την αγορά. Έκτακτα μέτρα αγοράς, όπως η ιδιωτική αποθεματοποίηση, η απόσταξη κρίσεων και η πράσινη συγκομιδή έπρεπε να εφαρμοστούν την περασμένη άνοιξη, για να φέρουν κάποια ανακούφιση στους ευρωπαίους αμπελουργούς. Δυστυχώς, η κρίση COVID-19 έχει τελειώσει και η κατάσταση της αγοράς παραμένει πολύ αβέβαιη", καταλήγει η επιστολή.



Business
MINDSET

ΑΛΛΑΓΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗΣ
ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ: ΓΙΑΤΙ ΠΟΛΛΕΣ
ΦΟΡΕΣ ΑΠΟΤΥΓΧΑΝΕΙ;

Ζούμε στην εποχή όπου ο ρόλος του ανθρώπινου παράγοντα στην επίτευξη των στόχων μίας επιχείρησης, όχι μόνο αναγνωρίζεται αλλά αρχίζει να λαμβάνεται υπόψη και στον σχεδιασμό στρατηγικής και την επιτυχημένη εφαρμογή της σε θέματα που αφορούν σε αλλαγές που σκοπεύει να κάνει αυτή στην λειτουργία, στην δομή, ακόμη και στα προϊόντα και τις υπηρεσίες της.

Στην πράξη ωστόσο, αυτές οι στρατηγικές καταλήγουν κατά ένα μεγάλο ποσοστό σε αποτυχία, όσο καλά σχεδιασμένες και αν φαίνονται στα χαρτιά. Και ενώ οι επικεφαλής των τμημάτων, οι οποίοι είναι αυτοί που έρχονται σε άμεση επαφή με τους ανθρώπους τους, καλούνται να βγάλουν το φίδι από την τρύπα, όπως τους το έχει δώσει ως αποστολή το Top Management και να τους πείσουν για τους λόγους που θα πρέπει να συμβάλουν στην εδραίωση της νέας κουλτούρας που θέλουν να δημιουργήσουν, ως συνέπεια της αλλαγής που λαμβάνει χώρα στην επιχείρηση, αυτό που εισπράττουν από τα μέλη της ομάδας τους, είναι μία σθεναρή αντίσταση και τάση για την συνέχιση των στάσεων, συμπεριφορών και της νοοτροπίας ως είχε, μέχρι εκείνη την στιγμή.

Και έρχεται εδώ λοιπόν να ρωτήσει κάποιος: «Μα, τι χρειάζεται λοιπόν να γίνει για να πετύχει μια αλλαγή κουλτούρας; Δεν φτάνει ένα καλογραμμένο πλάνο στρατηγικής, οι εκπαιδεύσεις και η σωστή επικοινωνία;» Όχι, δεν φτάνει. Γιατί; Επειδή τις περισσότερες φορές, αυτές οι στρατηγικές, λογαριάζουν χωρίς τον ξενοδόχο, δηλαδή χωρίς τους εργαζόμενους, οι οποίοι καλούνται να στηρίξουν μια νέα κουλτούρα, στην οποίας την διαμόρφωση δεν συμμετείχαν. Παίρνουν κάτι έτοιμο, χωρίς να ερωτηθούν (ουσιαστικά όχι για τους τύπους) και πρέπει να το εφαρμόσουν. Έτσι, δεν θα το δουν ποτέ ως κάτι δικό τους. Θέλετε λοιπόν να κάνετε την διαφορά; Δουλέψτε μαζί με τους ανθρώπους σας για να φτιάξετε την κουλτούρα, μέσα στην οποία θα χαίρονται να εργάζονται!

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

• **ΚΡΑΣΙΑ Ε. ΤΑΖΟΓΛΙΔΟΥ**

ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΤΟ ΞΙΝΟΜΑΥΡΟ ΚΑΙ ΠΡΟΧΩΡΑ ΣΕ ΝΕΕΣ ΦΥΤΕΥΣΕΙΣ_

Στην ελληνική αγορά εστιάζει η οινοποιός Ευστρατία Ταζογλίδου από την Νάουσα, προχωρώντας σε νέες φυτεύσεις μέσα στη χρονιά.

"Μας ενδιαφέρει πολύ η ελληνική αγορά. Η παραγωγή μας ανταποκρίνεται στην εγχώρια ζήτηση, χωρίς να κάνουμε εκπτώσεις στην ποιότητα", αναφέρει στο Fnb Daily η κα. Ταζογλίδου.

INFO

Ποικιλίες
Monterulciano
Ξινόμαυρο
Μαλαγουζιά
Πρικνάδι

Ετικέτες

Ανεμόλια
7 Κλειδιά
7 κύματα
7 όνειρα

Αμπελώνες

Σύνολο: 20
Στόχος: Έως 50



"Ήθελα να δείξω ότι ακόμα και μέσα στην καραντίνα τα όνειρα δεν σταματούν ποτέ", αναφέρει.

Προσθέτει μάλιστα ότι είναι υπό σκέψη η ανάπτυξη του portfolio με ετικέτες ποικιλίας Ξινόμαυρου, οι οποίες θα είναι περιορισμένης διάθεσης.



Ευστρατία Ταζογλίδου

INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Αυστραλία
Γερμανία
Ιταλία
Κυριότερη αγορά
Ιταλία
%παραγωγή: 15%
ΔΙΑΘΕΣΗ
Μικρή λιανική

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΟ PORTFOLIO

"Εστιάζουμε κυρίως στο Ξινόμαυρο και στις ελληνικές ποικιλίες. Την Monterulciano την βρήκα σε ένα ταξίδι μου στην Τοσκάνη και ήθελα να δω εάν μπορεί να υποστηρίξει το Ξινόμαυρο, αλλά τελικά μπορεί να σταθεί και μόνη της", εξηγεί, σημειώνοντας ότι η τελευταία προσθήκη στο portfolio είναι τα 7 όνειρα, ένα ροζέ από Ξινόμαυρο, το οποίο βγήκε στα τέλη του 2020.

• **ΠΟΛΩΝΙΑ (NIELSEN)**

ΣΤΑ €780 ΕΚΑΤ. Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΡΑΣΙΟΥ. ΠΡΩΤΙΑ ΓΙΑ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ_

Σύμφωνα με στοιχεία της Nielsen, η κατανάλωση προϊόντων οίνου στην Πολωνία ανήλθε το 2020 σε 3,5 δισ. ζλότι (PLN) - περίπου €780 εκατ. Η πλειοψηφία αφορούσε σε επιτραπέζια κρασιά (PLN 2,3 δισ.), η μεγαλύτερη αύξηση, εντούτοις, παρατηρήθηκε στα αφρώδη κρασιά (16%, PLN 550 εκατ.). Αύξηση της ζήτησης καταγράφηκε, επίσης, για κρασιά από φρούτα και αρωματισμένα (PLN 300 εκατ.).

Λιγότερο δημοφιλή ήταν τα επιδόρπια κρασιά (PLN 100 εκατ.). Αν και η κατανάλωση αυξάνεται, εξακολουθεί να υπολείπεται εκείνης άλλων χωρών της ΕΕ (ο μέσος Πολωνός καταναλώνει 3,5 λίτρα κρασιού ετησίως, έναντι 40 λίτρα στη Γαλλία).

Οι καταγεγραμμένοι αμπελώνες ανέρχονται σε περίπου 300, έχοντας δεκαπλασιαστεί την τελευταία δεκαετία. Η παραγωγή κυριαρχείται από λευκά κρασιά (60% του συνόλου). Τέλος, αύξηση παρουσιάζουν και οι εξαγωγές πολωνικών οίνων, από €6,1 εκατ. το 2015, σε €31,5 εκατ. το 2019.



• **SUPERMARKET (UK)**

ΑΝΟΔΟΣ 12,2% ΣΤΟ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ LOCKDOWN - ΠΟΙΟΙ ΞΕΧΩΡΙΣΑΝ_

Με 12,2% έτρεξαν τα βρετανικά supermarkets από το ξεκίνημα του νέου γενικευμένου lockdown στη χώρα (1 Νοεμβρίου 2020) μέχρι τις 24 Ιανουαρίου 2021, σύμφωνα με την Kantar. Με τα περιοριστικά μέτρα να είναι αυξημένα στη διάρκεια αυτών των 12 εβδομάδων, τα κανάλια του online και του convenience συνέχισαν να επωφελούνται περισσότερο από τις αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες.

Με το dining out να μην αποτελεί, πλέον, μία από τις επιλογές, οι οικογένειες ξόδεψαν κατά μέσο όρο 50 λίρες περισσότερες για την αγορά groceries τον Ιανουάριο του 2021, σε σχέση με το 2020, βάζοντας στα...ταμεία των supermarkets 1 δισ. λίρες επιπλέον από τον αντίστοιχο μήνα του 2020.

ΚΑΙ ΟΙ...ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Το κανάλι του online shopping χτύπησε νέο ρεκόρ, φθάνοντας το 14% τον προηγούμενο μήνα. Στην εξέλιξη αυτή συνέτελεσε και η μεγαλύτερη συμμετοχή των πιο ηλικιωμένων καταναλωτών, με τους συνταξιούχους π.χ. να ξοδεύουν στο online 229% περισσότερα χρήματα από πέρυσι. Food delivery πλατφόρμες, όπως είναι η Just Eat και η Deliveroo, γνώρισαν μεγάλη επιτυχία τη συγκεκριμένη περίοδο, με τις πωλήσεις τους να αφορούν στο 6% του συνολικού e-commerce στη λιανική την παραμονή της Πρωτοχρονιάς.

Η Ocado διατήρησε την πρωτιά ως ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος retailer, με τις πωλήσεις της να κλείνουν στο +36,6%, ανεβάζοντας παράλληλα το μερίδιο αγοράς της κατά 0,3 μονάδες βάσης, στο 1,7%. Τα convenience stores, συμπεριλαμβανομένων των ανεξάρτητων corner shops, αλλά και αυτών που λειτουργούν κάτω από την ομπρέλα των μεγάλων αλυσίδων, κατέγραψαν την υψηλότερη ανάπτυξη τους (σε επίπεδο 4 εβδομάδων), ανεβάζοντας το μερίδιό τους στο 12,9%.

DISCOUNTERS: ΓΙΑΤΙ ΞΕΧΩΡΙΖΕΙ Η LIDL

Από την πλευρά των discounters, οι εταιρείες εμφάνισαν διαφορετικά επίπεδα ανάπτυξης, καθώς οι πωλήσεις της Lidl ενισχύθηκαν κατά 12,1%, ενώ η Aldi αναπτύχθηκε με πολύ χαμηλότερους ρυθ-



μούς (+5,7%). Αξίζει να σημειωθεί ότι η Lidl έχει καταφέρει να υπεραποδώσει έναντι της αγοράς από το ξεκίνημα της πανδημίας. Στους πιθανότερους παράγοντες, που έχουν επιτρέψει στην Lidl να ξεχωρίσει αναφέρονται, μεταξύ άλλων:

- Τα μεγαλύτερα μεγέθη καταστημάτων
- Η μεγαλύτερη διείσδυση των brands
- Η στρατηγική marketing
- Το λανσάρισμα της Lidl Plus
- Το price match της Aldi από την Tesco

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ BIG-4

Από τους... Big Four, η Morrisons εμφάνισε την μεγαλύτερη ανάπτυξη, με τις πωλήσεις της να αυξάνονται κατά 14,3%. Το μερίδιο αγοράς είναι, πλέον, στο 10,4%, καταγράφοντας οκτώ συνεχόμενους μήνες όπου η αλυσίδα κερδίζει έδαφος στον κλάδο. Η ανάπτυξη του retailer οδηγήθηκε από τα νέα καταστήματα, την ανάπτυξη νέου format, καθώς επίσης και από τις ισχυρές της επιδόσεις στο κομμάτι του χονδρεμπορίου και του online. Από τους υπόλοιπους μεγάλους, η Tesco αναπτύχθηκε στο μέσο όρο της αγοράς, η Sainsbury's ελαφρώς πιο κάτω (στο +12%), ενώ η Asda έτρεξε με χαμηλότερους ρυθμούς (+9,9%) αλλά υψηλότερους, συγκριτικά με το αμέσως προηγούμενο διάστημα (+7,8%).

DATA - Μεριδία αγοράς

Εταιρεία	12 εβδομάδες μέχρι 26/1/2020	12 εβδομάδες μέχρι 24/1/2021
Tesco	27,30%	27,30%
Sainbury's	15,80%	15,70%
Asda	14,90%	14,60%
Morrisons	10,30%	10,40%
Aldi	7,90%	7,40%
Co-op	6,00%	6,00%
Lidl	5,90%	5,90%
Waitrose	5,00%	5,00%
Iceland	2,30%	2,50%
Ocado	1,40%	1,70%

Πηγή: Kantar

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• UNILEVER

ΣΤΟ -2,4% Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟ 2020 - ΠΡΩΤΗ ΣΕ ΔΥΝΑΜΙΚΗ Η F&B ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Μείωση 2,4% στον κύκλο εργασιών για το 2020 και πτώση στα καθαρά κέρδη 0,89% καταγράφει η Unilever, τονίζοντας ότι το 2021 αναμένεται να χαρακτηριστεί από μεταβλητότητα λόγω της πανδημίας.

Μεταξύ των κατηγοριών με τη μεγαλύτερη δυναμική είναι τα τρόφιμα - ποτά με τζίρο €15 δισ., με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη να καταγράφεται στο γ' τρίμηνο του έτους (17%).

Στον ίδιο τομέα, η κατηγορία Out of Home (Unilever Food Solutions) κατέγραψε την μικρότερη ανάπτυξη μεταξύ των κατηγοριών της Unilever συνολικά, με τον τζίρο του 2020 να κλείνει στα €4 δισ., χαμηλότερα κατά 26% συνολικά στο έτος.

Ειδικότερα, στα Unilever Food Solutions η μεγαλύτερη πώση (71%) καταγράφηκε τον Απρίλιο, ενώ στο δεύτερο lockdown η μείωση ανήλθε σε 25%.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

DATA
(σε € δισ.)

Κύκλος εργασιών	2020: 50,72	2019: 51,98
Μεταβολή:	2,42%	
Καθαρά κέρδη	2020: 5,58	2019: 5,63
Μεταβολή:	0,89%	
Λειτουργικό περιθώριο	2020: 19,1%	2019: 18,5%
Μεταβολή:	3,24%	
Ταμειακές ροές	2020: 7,7	2019: 6,2
Μεταβολή:	18,46%	



Alan Jope, CEO, Unilever

INFO – E-COMMERCE

Ανάπτυξη: 61%
%τζίρου: 9%

Regions

ΗΠΑ: 123%
Κίνα: 54%
Βραζιλία: 44%

Διαβάστε στο σημερινό τεύχος του [BnB Daily](#) την απόδοση των non food κατηγοριών.



Foods & Refreshment
1.3% FY USG | 0.1% FY UVG

In Home

↑

+12% FY USG
+13% Q4 USG

NEW MAGNUM DOUBLE TUBS

ORDER NOW

Out of Home

↓

(26)% FY USG
(20)% Q4 USG

Food Service impacted by second wave lockdowns

J F M A M J J A S O N D

UFS included in other categories

• **FAO**

ΣΕ ΥΨΗΛΟ ΕΠΤΑ ΕΤΩΝ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΟΝ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ_

Οι τιμές των τροφίμων, σε παγκόσμιο επίπεδο, σκαρφάλωσαν στο υψηλότερο επίπεδο των τελευταίων επτά ετών, αυξάνοντας τον κίνδυνο πληθωρισμού των τιμών και πείνας στις πιο φτωχές χώρες. Ο δείκτης τιμών τροφίμων του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας (FAO) του ΟΗΕ ενισχύθηκε τον Ιανουάριο κατά 10% σε σχέση με πέρυσι και 4% σε σχέση με τον Δεκέμβριο, στο υψηλότερο επίπεδο από το 2014.

ΑΛΜΑ ΓΙΑ ΤΑ ΣΙΤΗΡΑ

Οι αγορές καλαμποκιού από την Κίνα και η μικρότερη από την αναμενόμενη παραγωγή στις ΗΠΑ έστειλαν τον δείκτη, ο οποίος παρακολουθεί ένα καλάθι τροφίμων σε σχέση με τις τιμές τους το 2014-16, στην όγδοη διαδοχική μηνιαία άνοδο. Πρόκειται για το μεγαλύτερο ανοδικό σερί



την τελευταία δεκαετία. Οι τιμές δεν έχουν ακόμα ανέλθει στα επίπεδα της κρίσης στα τέλη της πρώτης δεκαετίας του 21ου αιώνα, αλλά η τροχιά προκαλεί ανησυχία, σύμφωνα με αναλυτές. "Μπορεί να γίνει πολύ μεγάλο ζήτημα για τις λιγότερο εύπορες χώρες, οι οποίες βασίζονται στις εισαγωγές τροφίμων", ανέφερε επικεφαλής οικονομολόγος του FAO στους Financial Times.

INFO -ΤΙΜΕΣ
(σύγκριση με Ιανουάριο 2020)
Καλαμπόκι: +45%
Σόγια: +56%
Σιτάρι: +16%
Ρύζι: +27%

• **VIVINO**

Η ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ E-COMMERCE ΚΡΑΣΙΩΝ "ΣΗΚΩΣΕ" \$155 ΕΚΑΤ._

Η Vivino, ένα online marketplace και application για κρασιά, "σήκωσε" \$155 εκατ. από επενδυτές. Στόχος της εταιρείας είναι να χρησιμοποιήσει τα κεφάλαια για να ενισχύσει την ανάπτυξή της, να επενδύσει στην επέκτασή της σε νέες αγορές και να επενδύσει σε τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης. Το ποσό αυτό, στο μεγαλύτερο μέρος του, καλύφθηκε από το συνδυαστικό επενδυτικό fund Kinnevik και την Sprints Capital. Άλλοι επενδυτές ήταν, επίσης, οι:

- GP Bullhound
- Creandum

Η Vivino ιδρύθηκε το 2010 και ισχυρίζεται ότι είναι το μεγαλύτερο marketplace κρασιών διεθνώς, καθώς το application μετράει εκατομμύρια downloads. Η εταιρεία προσφέρει στους καταναλωτές προσωποποιημένες πληροφορίες και προτάσεις για τα κρασιά που ταιριάζουν καλύτερα στα προσωπικά τους γούστα, έχοντας περισσότερους από 700 συνεργαζόμενους προμηθευτές. Η εταιρεία έχει σχέδια επέ-



κτασης των δραστηριοτήτων της σε:

- ΗΠΑ
- Γερμανία
- Μεγάλη Βρετανία
- Ιταλία
- Πορτογαλία
- Ιαπωνία

• **ANHEUSER - BUSCH**

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ \$1 ΔΙΣ. ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΔΥΟ ΧΡΟΝΙΑ _

Η Anheuser-Busch ανακοίνωσε επενδύσεις \$1 δισ. τα επόμενα δύο χρόνια στα εργοστάσιά της στις ΗΠΑ. Με αυτή την επένδυση η γνωστή εταιρεία θέλει να αναπτύξει τις δραστηριότητές της, αλλά και να προσφέρει στις τοπικές κοινωνίες των ΗΠΑ, οι οποίες διέρχονται δύσκολη περίοδο εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού. Το πλάνο επέκτασης των δραστηριοτήτων της εταιρείας στις 26 πολιτείες των ΗΠΑ, θα δημιουργήσει πολλές θέσεις εργασίας και θα φέρει καινοτόμα προϊόντα, εκτιμά η εταιρεία. Περίπου \$100 εκατ. θα κατευθυνθούν σε πράσινα "έργα", τα οποία θα μειώσουν το ενεργειακό αποτύπωμα της εταιρείας και θα υιοθετήσουν ενέργεια φιλική προς το περιβάλλον. Τα πράσινα projects περιλαμβάνουν:

- Πάνελ φωτοβολταϊκών
- Χρήση του νερού και μείωση της σπατάλης του

Η εταιρεία με το σύνολο των επενδύσεων που σχεδιάζει, θα στηρίξει τους περίπου 2,1 εκατ. εργαζομένους στην αγορά μπύρας των ΗΠΑ.



Michel Doukeris, CEO, Anheuser-Busch

• ΕΘΝΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ
Ο ΒΕΝΕΤΗΣ ΠΡΟΤΙΜΗΤΕΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ



Παναγιώτης Μονεμβασιάτης, Πρόεδρος, Βενέτης

Προτιμητέος επενδυτής, για την ανάληψη των χώρων εστίασης στην Εθνική Πινακοθήκη, αναδείχθηκε μετά το άνοιγμα των φακέλων προσφορών, σύμφωνα με επιβεβαιωμένες πληροφορίες μας, η αλυσίδα Βενέτης.

Όπως [είχατε διαβάσει στο Fnb Daily στις 28 Ιανουαρίου](#), η Aria Fine Catering, ο Βενέτης και το Δειπνοσοφιστήριο ήταν μεταξύ των εταιρειών που διεκδικούσαν τη διαχείριση των χώρων εστίασης της Εθνικής Πινακοθήκης-Μουσείου Αλεξάνδρου Σούτσου, που αναμένεται να ανοίξει στις 25 Μαρτίου.

Η μίσθωση του εστιατορίου και του αναψυκτηρίου ορίζεται σε ελάχιστο εγγυημένο μηνιαίο μίσθωμα ύψους €7 χιλ., ενώ η διάρκεια της σύμβασης προσδιορίζεται στα πέντε χρόνια με δυνατότητα παράτασης για άλλα πέντε.

Η ΔΙΑΦΟΡΑ ΜΕ ARIA - ΔΕΙΠΝΟΣΟΦΙΣΤΗΡΙΟΝ

Οι φάκελοι των προσφορών άνοιξαν χτες και σύμφωνα με επιβεβαιωμένες πληροφορίες του Fnb Daily, η αλυσίδα Βενέτης αποδείχθηκε ότι είχε καταθέσει τον πιο πλήρη

φάκελο και την καλύτερη προσφορά, που υπερέιχε κατά 80% σε σχέση με τη δεύτερη καλύτερη, που κατέθεσε η Aria Fine Catering και 99% από το Δειπνοσοφιστήριο.

Οι τυπικές διαδικασίες αναμένεται να ολοκληρωθούν τις επόμενες μέρες.

ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ ΤΟ 2021

Αξίζει να αναφερθεί ότι η Βενέτης έκλεισε το 2020 με μείωση τζίρου 24%, στα €36,1 εκατ., ενώ η εταιρεία έχει σχεδιάσει ένα εκτενές πλάνο στρατηγικής ανάπτυξης, το οποίο αφορά στην είσοδο στη λιανική, στη δημιουργία τριών νέων concepts, με παράλληλη ανάπτυξη δικτύου, με το οποίο επιθυμεί να μειώσει τη ζημιά του περασμένου έτους.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

FN|USA.

**NEWS, TRENDS,
COMPLIANCE**



**ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ
NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΤΩΝ Η.Π.Α.**

Κάθε Δευτέρα, με το



Powered by
Elementals
Accelerating Products in Global Markets

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

ΝΕΑ ΕΤΟΙΜΑ ΓΕΥΜΑΤΑ "AB YOU'LL LOVE" FRENCH EDITION

Από τις 4 Φεβρουαρίου η ΑΒ Βασιλοπούλου σερβίρει γαλλικά πιάτα με την υπογραφή του Άκη Πετρετζίκη, μέσα από τη σειρά έτοιμων γευμάτων, "AB you'll love" French Edition, πάντα σε ποιότητα και τιμές ΑΒ. Πιο αναλυτικά, οι πελάτες μπορούν να βρουν στα καταστήματα ΑΒ και στο ΑΒ e-shop:

- Σαλάτα NICOISE 350γρ.: Περιλαμβάνει φασολάκια πράσινα, καρότο, κάπαρη και το χαρακτηριστικό βραστό αυγό και τόνο
- HACHIS PARMENTIER πίτα με κιμά και πουρέ πατάτας 400γρ.: Ένα πιάτο με βάση τον πουρέ και τον ψυλοκομμένο κιμά (haché), το οποίο στη σύγχρονη έκδοσή του εμπλουτίζεται με μυρωδικά και μπαχαρικά

- Πατάτες DAUPHINOISE 350γρ.: Πατάτες κομμένες σε λεπτές φέτες με κρέμα γάλακτος, γκρατιναρισμένες στο φούρνο με μείγμα τριμμένων τυριών

- QUICHE LORRAINE Τάρτα με μπέικον και μανιτάρια 250γρ.: Η διάσημη τάρτα από την Λωρραίνη, η οποία φτιάχνεται κυρίως με αυγά και μπέικον

- Πάπια με σάλτσα πορτοκάλι και ανάμεικτο ρύζι με λαχανικά 370γρ.: Αυθεντικό πιάτο της γαλλικής κουζίνας, όπου η πάπια αναδεικνύεται μέσα στα αρώματα της σάλτσας πορτοκάλι

- Μοσχάρaki BOURGUIGNON με πουρέ πατάτας 450γρ.: Μοσχάρι σιγοβρασμένο μέσα σε κόκκινο κρασί bordeaux με καρότα και μανιτάρια, το οποίο συνοδεύεται



με πουρέ πατάτας

- Χειροποίητο CORDON BLUE με πουρέ πατάτας 380γρ.: Φιλέτο κοτόπουλο πανέ γεμιστό με ζαμπόν και τυρί, συνοδευόμενο από πουρέ πατάτας και σάλτσα

• **ΒΡΑΒΕΙΑ**

ΔΥΟ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΖΥΜΑΡΙΚΑ ΜΑΚΒΕΛ

Τα ζυμαρικά ΜΑΚΒΕΛ διακρίθηκαν με δύο bronze βραβεία στα Healthy Diet Awards 2021, στην κατηγορία Meal Products.

Συγκεκριμένα απέσπασαν:

- Βραβείο για το Κριθαράκι 5 Δημητριακά
- Βραβείο για το Σπαγγέτι Νο6 Ολικής Άλεσης με Βρώμη

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της εταιρείας ζυμαρικών, η βράβευση των συγκεκριμένων κωδικών εκφράζει την αποδοχή της σε δύο δημοφιλείς κατηγορίες προϊόντων των ζυμαρικών ΜΑΚΒΕΛ, και παράλληλα επιβραβεύει έμμεσα την προτίμηση των καταναλωτών πανελλαδικά, που ενίσχυσαν τα ΜΑΚΒΕΛ, με αύξηση πωλήσεων 22% σε σχέση με το 2019.



• **KAUFLAND**

ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ ΣΕ ΓΕΡΜΑΝΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΩΝΙΑ

Σε Γερμανία και Πολωνία επεκτείνεται η Kaufland.

Ειδικότερα, η αρμόδια για τον ανταγωνισμό Αρχή της Γερμανίας, ενέκρινε την εξαγορά 98 hypermarkets της αλυσίδας Real, στα τέλη του 2020.

Σημειώνεται ότι η αλυσίδα επιθυμούσε να εξαγοράσει επιπλέον εννέα καταστήματα της Real, αίτημα που απέρριψε η αρμόδια Αρχή, καθώς θα επηρεαζόταν ο ανταγωνισμός σε αυτές τις περιοχές. Τα 92 καταστήματα Real θα 'ντυθούν' με το σήμα της Kaufland κατά το πρώτο τρίμηνο του 2021, με τους 12.000 εργαζόμενους να απορροφώνται από την Kaufland.

Επίσης, η Kaufland θα επεκτείνει τη συνεργασία της με την Everli στην Πολωνία, προσφέροντας στους αγοραστές τη δυνατότητα να παραγγείλουν και να παραλάβουν εντός τριών ωρών. Από τον Ιανουάριο του 2021, το online κανάλι της Kaufland επεκτάθηκε σε έξι ακόμα πόλεις, ανεβάζοντας τον αριθμό των σημείων πώλησης σε 17.

