



ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ

Επιτέλους, ένας Κάμπος μαζί μας! Ένας Κάμπος παντού!

Οι νέες ατομικές συσκευασίες του Κάμπου Χίου είναι η φρέσκια σοδειά του brand για το 2021! Οι best seller γεύσεις τώρα κυκλοφορούν σε συσκευασίες των 250ml με αποσπώμενο χάρτινο καλαμάκι, όπως ορίζει η νέα νομοθεσία για τον περιορισμό των πλαστικών μιας χρήσης. Από σήμερα, ο Κάμπος Χίου μας συνοδεύει παντού. Αναζητήστε τον σε ένα ψυγείο κοντά σας!

Κάμπος Χίου

E: contact@chiosgardens.gr, chiosgardens.gr



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 09 ΙΟΥΛΙΟΥ 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1266



• BEYOND MEAT

Μετά τις ΗΠΑ φέρνει τα φιλετάκια κοτόπουλο και στην ελληνική εστίαση



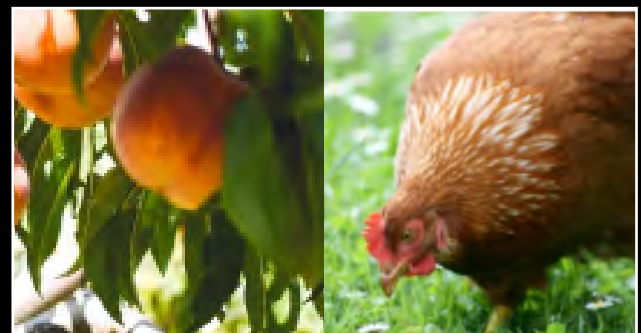
• Γ. ΤΑΛΟΥΜΗΣ (ΤΑΦ)

Νέα καταστήματα σε Αττική – Εξετάζει επέκταση σε Ντουμπάι και Λονδίνο



• GROUPE CASINO

Μονοπ': Convenience store τελευταίας γενιάς



• ΚΟΜΙΣΙΟΝ

Οι επιπτώσεις της πανδημίας στα αγροδιατροφικά προϊόντα

EDITORIAL: Συγκυριακός(;) πληθωρισμός

SECRET RECIPE: Σε θέσεις μάχης



ESGreece

Impact Investing

The weekly newsletter on industry news, regulation and emerging policy on ESG, sustainability, sustainable finance and impact investing from Greece and around the world.

Powered by



Institute for Sustainable Development

The Institute for Sustainable Development, EPLO



In partnership with

NOTICE
CONTENT & SERVICES

Notice Content and Services



LANDING IN YOUR INBOX EVERY THURSDAY

SUBSCRIBE HERE FOR FREE



Powered by



Institute for Sustainable Development

In partnership with



9, Fidiou str., 10678 Athens, 210 3634061
For information: sales@esgreece.com

• CRETA CAROB ΣΤΑ €5 ΕΚΑΤ. ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ - ΣΤΟΧΟΣ ΗΠΑ ΚΑΙ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ

Το portfolio της επεκτείνει η Creta Carob, που μετά την παραγωγή προϊόντων με βάση το χαρούπι, μπαίνει και στο φραγκόσυκο, ενώ εμπλουτίζει και τη βασική της κατηγορία με νέους κωδικούς. Σημειώνεται ότι η επιχείρηση τροφοδοτεί μεγάλες βιομηχανίες τροφίμων με πρώτες ύλες, όπως:

- Χαρουπάλευρο
- Χαρουπόσκονη που είναι υποκατάστατο κακάο
- Χαρουπόμελο
- Υποκατάστατο του καφέ
- Υποκατάστατο του τσάι

"Πέρα από την παραγωγή πρώτων υλών, παράγουμε και αρτοποιήματα, είδη ζαχαροπλαστικής, αλλά και προϊόντα με το δικό μας brand, όπως:

- Μερέντα
- Σοκολάτα
- Μαρμελάδα
- Μπάρες
- Βαλσαμικά ξύδια

αναφέρει στο FNB Daily ο ιδιοκτήτης της Creta Carob, Ηλίας Μανούσακας και συμπληρώνει ότι το συνολικό portfolio της εταιρείας διαθέτει 68 κωδικούς, ενώ μέχρι τον Σεπτέμβριο, θα λανσάρει στην αγορά δημητριακά από χαρούπι, καλβάδες και λουκούμια.

INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες: 42
Κυριότερες αγορές
Κεντρική Ευρώπη
Κορέα
%τζίρου: 90%

ΤΑ ΠΛΑΝΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η εξωστρέφεια είναι προτεραιότητα για την εταιρεία που στοχεύει να επεκταθεί σε αγορές, όπως είναι π.χ.:

- η Αμερική
- ο Καναδάς
- η Αυστραλία
- τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα

"Θέλουμε να αυξήσουμε τις εξαγωγές μας, αλλά πρέπει να είμαστε έτοιμοι να το κάνουμε αυτό, σε επίπεδο παραγωγής. Ειδικά για τις αγορές Αμερικής και Καναδά, η ζήτηση είναι πολύ μεγάλη και πρέπει να ενισχύουμε τις υποδομές και την παραγωγή, για να ανταποκριθούμε".



Ηλίας Μανούσακας, Ιδιοκτήτης, Creta Carob

ΔΙΑΘΕΣΗ

Καταστήματα βιολογικών
Τοπικές αλυσίδες (Χαλκιαδάκης, ΣΥΝ-ΚΑ κα)
Καταστήματα με παραδοσιακά προϊόντα
Ξενοδοχεία

ΣΤΟΧΟΣ ΟΙ ΜΕΓΑΛΟΙ RETAILERS

Η εταιρεία σχεδιάζει να ενδυναμώσει την παρουσία της στην ελληνική αγορά, μπαίνοντας και στις μεγάλες αλυσίδες supermarket. "Δεν έχουμε παρουσία στους μεγάλους retailers, ούτε σε τοπικό επίπεδο και είναι στα πλάνα μας να μπούμε και εκεί. Πρέπει όμως, να είμαστε έτοιμοι από θέμα παραγωγής".

ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΟ ΡΕΘΥΜΝΟ ΜΕΧΡΙ ΤΕΛΗ 2022

Σε αυτό το πλαίσιο, ο κ. Μανούσακας σχεδιάζει τη δημιουργία μιας νέας μονάδας παραγωγής των προϊόντων του στην ΒΙ.ΠΕ Ρεθύμνης, όπως επίσης και την εγκατάσταση σε αυτήν σύγχρονου εξοπλισμού. "Είναι στα πλάνα μας να μεταστεγαστούμε σε νέα μονάδα μέχρι τα τέλη του 2022, επένδυση που κυμαίνεται γύρω στα €5 εκατ."

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Editorial

Συγκυριακός(;) πληθωρισμός

Την ώρα, που οι αυξήσεις τιμών των πρώτων υλών ταλανίζουν την παγκόσμια αγορά, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξακολουθεί να υποστηρίζει ότι οι πληθωριστικές πιέσεις είναι συγκυριακές και δηλώνει ότι δεν ανησυχεί για την Ελλάδα.

Συγκεκριμένα, η Επιτροπή τονίζει για τη χώρα μας ότι οι πιέσεις από τον εισαγόμενο πληθωρισμό θα αντισταθμιστούν πλήρως από τον αποπληθωρισμό, που θα δημιουργήσει η συγκράτηση των τιμών στον τομέα των υπηρεσιών, λόγω της μέτριας ανάκαμψης του τουρισμού. Με αυτό το δεδομένο, προβλέπει για φέτος αρνητικό πληθωρισμό (-0,4%), με προοπτική να γίνει οριακά θετικός (0,5%) το 2022.

Συνολικά για την Ευρώπη, η Κομισιόν καταγράφει ότι το πρώτο τρίμηνο του χρόνου ο πληθωρισμός, τόσο στην ΕΕ, όσο και σε επίπεδο Ευρωζώνης, αυξήθηκε στο 2%, λόγω της αύξησης των διεθνών τιμών σε καύσιμα, μέταλλα, γεωργικά προϊόντα, αλλά και της μεγάλης αύξησης του μεταφορικού κόστους. Μάλιστα, σημειώνει ότι, με βάση τις έρευνες συγκυρίας, που έχει κάνει, υπάρχουν προσδοκίες για αυξήσεις σε τελικά προϊόντα, οι οποίες θα εμφανιστούν στους επόμενους μήνες.

Συνεπώς, οι τιμές θα συνεχίσουν να ανεβαίνουν λόγω συγκυριακών παραγόντων, χωρίς όμως η άνοδος του πληθωρισμού να είναι οριζόντια λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών της κάθε ευρωπαϊκής οικονομίας. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Σε θέσεις μάχης

Οι ανακατατάξεις στον κλάδο τροφίμων και ποτών αναμένεται να συνεχιστούν καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς. Υπό αυτό το πρίσμα, όπως πληροφορείται το FNB Daily, όλο και περισσότεροι, που είτε βρίσκονται περίξ του κλάδου, είτε θέλουν να τον προσεγγίσουν, παίρνουν θέσεις μάχης. Και δίνουν ραντεβού τον Σεπτέμβριο.



Γιάννης
Ταλούμης,
Μέτοχος
και Γενικός
Διευθυντής,
taf

• **Γ. ΤΑΛΟΥΜΗΣ (ΤΑΦ)**
**ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΕ ΑΤΤΙΚΗ
– ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗ
ΣΕ ΝΤΟΥΜΠΑΪ ΚΑΙ ΛΟΝΔΙΝΟ**

Δυναμική επέκταση του δικτύου της ετοιμάζει η TAF Coffee, σε Ελλάδα και εξωτερικό, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Γιάννης Ταλούμης, Μέτοχος και Γενικός Διευθυντής της εταιρείας, που πρόσφατα άνοιξε δύο νέα καταστήματα, Cultivos, σε Χολαργό και Golden Hall.

Σύμφωνα με τον ίδιο, αυτά αντιπροσωπεύουν τις δύο διαφορετικές εκδοχές του Cultivos Coffee, το take out και το take out & dine in.

"Στο δυναμικό του project σύντομα, προστίθενται καταστήματα στην Τσακάλωφ, στην Αργυρούπολη, στα Πατήσια και στην Κυψέλη", σημείωσε ο κ. Ταλούμης προσθέτοντας ότι το δίκτυο αναπτύσσεται με γρήγορο, αλλά σταθερό ρυθμό διασφαλίζοντας την ποιότητα κάθε καταστήματος.

"Αυτή την περίοδο βλέπουμε ενεργά τις αγορές του Κόλπου, όπως το Ντουμπάι, τις χώρες της Μεσογείου και το Λονδίνο".

**ΔΙΑΤΗΡΗΣΕ ΤΟΝ
ΒΗΜΑΤΙΣΜΟ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΤΟ 2020**

Η taf, παρά τις αντικειμενικές, όπως αναφέρει ο κ. Ταλούμης, δυσκολίες, κατάφερε να διατηρήσει σταθερό βηματισμό ανάπτυξης. "Το 2021 θα είναι μια αμφιλεγόμενη χρονιά, καθώς το πρώτο έμμηνο του

έτους ήταν πολύ ιδιαίτερο, λόγω της γενικής αστάθειας, ωστόσο πιστεύω πως, στη συνέχεια του χρόνου και το 2022 θα απελευθερωθεί η συσσωρευμένη ενέργεια που έμεινε παγωμένη αυτό το διάστημα, με αποτελέσματα έως και 20% περισσότερο", εξηγεί.

**ΑΝΕΠΗΡΕΑΣΤΕΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ
– "ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΑΜΕ
ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΩΝ
LOGISTICS"**

Αναφορικά με το πώς αντέδρασε η εταιρεία στο φαινόμενο αύξησης των τιμών των πρώτων υλών σε αρκετά προϊόντα, ο επικεφαλής της taf υπογράμμισε ότι, οι τιμές στον κλάδο του καφέ δεν έχουν επηρεαστεί μόνο λόγω της πανδημίας, αλλά τις έχουν αναδιαμορφώσει και διάφοροι παράγοντες που αφορούν στις χώρες παραγωγής καφέ. "Οι δυσκολίες που αντιμετωπίσαμε στις θαλάσσιες μεταφορές είναι ακόμα κάτι που επηρέασε, αφού χρειάστηκε να αυξηθεί το κόστος των logistics. Ωστόσο αυτά τα κόστη απορροφήθηκαν από την εταιρεία, για να μην επηρεάσουν τους πελάτες και τους καταναλωτές. Ευελπιστούμε να επέλθει η ισορροπία σύντομα".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



**Business
MINDSET**

**ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΚΟΠΩΣΗ: Η ΣΥΝΕΠΕΙΑ
ΤΩΝ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΩΝ ΑΛΛΑΓΩΝ ΛΟΓΩ
COVID ΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΣΑΣ ΚΑΙ
ΠΩΣ ΝΑ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΕΙΤΕ**

Είναι γεγονός ότι οι επιχειρήσεις βιώνουν πρωτόγνωρες καταστάσεις συνεχόμενων αλλαγών, λόγω πανδημίας, οι οποίες συνοδεύονται με το αίσθημα της μακροχρόνιας αβεβαιότητας. Έχοντας ήδη διανύσει 3 κύματα και οδεύοντας προς το τέταρτο, οι εργαζόμενοι, και μαζί με αυτούς φυσικά και οι επιχειρηματίες, αρχίζουν να περνούν από μία στάση υψηλής παρακίνησης και θέλησης να επιδείξουν μεγάλη ανθεκτικότητα και οπτιμισμό για να ανταπεξέλθουν στις συνθήκες και να παραμείνουν παραγωγικοί, σε μία παθητική στάση παραίτησης και απάθειας, σαν να έχουν χάσει την ελπίδα ότι σύντομα αυτό θα τελειώσει.

Αν και οι δικοί σας άνθρωποι βιώνουν αυτού του είδους την κόπωση, μην προσπαθήσετε να το διαχειριστείτε επιφανειακά σαν να μην υπάρχει, βασιζόμενοι σε εργαλεία του τύπου «Ελα πάμε, το 'χουμε» και «Παραμένουμε δυνατοί!». Ποτέ κανένα πρόβλημα δεν διαχειρίστηκε αποδοτικά, προσποιούμενοι ότι δεν υφίσταται. Μερικοί τρόποι να το διαχειριστείτε από μία πιο «down to earth» και αποτελεσματική οπτική, είναι οι παρακάτω:

- Ξεκινήστε ειλικρινή διάλογο παραδεχόμενοι την κόπωση που όλοι νιώθετε και δώστε ασφαλές βήμα στους εργαζόμενους να μοιραστούν τις σκέψεις και τα συναισθήματά τους για την κατάσταση.
- Συζητήστε μαζί τους ιδέες και προτάσεις που μπορεί να βελτιώσουν την καθημερινότητά τους στην πράξη και είναι εφικτό να υλοποιηθούν. Αυτό θα βοηθήσει όλους να στρέψουν την προσοχή τους σε όσα μπορούν να ελέγξουν, πράγμα το οποίο είναι πολύ σημαντικό σε αυτή την φάση της αβεβαιότητας.
- Φροντίστε αυτή την περίοδο να μετατρέψετε την κάθε νέα αλλαγή σε ένα project, με ξεκάθαρη αρχή και τέλος. Αυτό θα δώσει την αίσθηση ότι δεν πρόκειται περί μίας ατελείωτης κατάστασης, αλλά για ξεχωριστές φάσεις που καταφέρνετε και τις ολοκληρώνετε.

Ειδικά σε αυτή την περίοδο της γενικής κόπωσης στις επιχειρήσεις, είναι βασικό να θυμόμαστε ότι ο καλύτερος τρόπος να σηκωθούν ξανά οι άνθρωποι σας ψηλά και να συνεχίσουν, είναι να σας νοιάζει να τους δώσετε το χέρι βοηθείας με τον τρόπο που έχουν ανάγκη.

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



HORECA. OPEN

Powered by
FnB Daily

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

horecaopen.com



*Connecting
Horeca
Supply Chain*

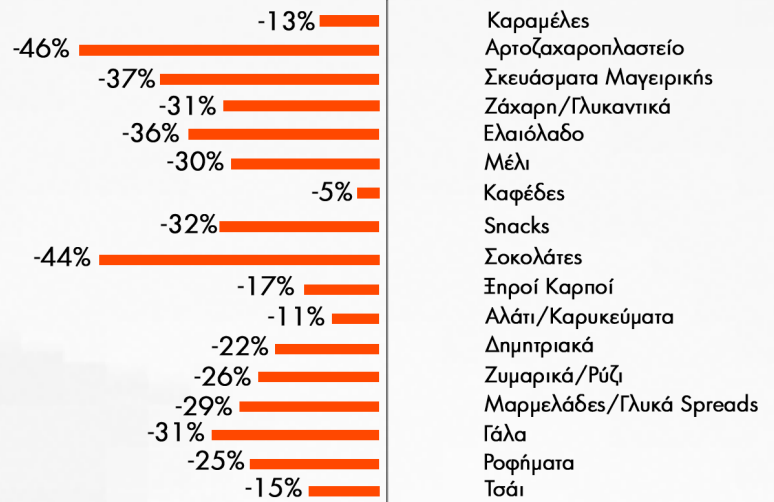
F&B DATA SERVED BY GENERATION Y

Τα online supermarkets υποδέχτηκαν τον Μάιο με μειωμένη επισκεψιμότητα σε σύγκριση με τον Απρίλιο, γεγονός που κινείται σε φυσιολογικό πλαίσιο, παραδοσιακά για το μήνα αυτό λόγω της καλοκαιρίας αλλά και της άρσης του lockdown. Ωστόσο, μερικές από τις εξεταζόμενες κατηγορίες που σημείωσαν την μεγαλύτερη μείωση οργανικών αναζητήσεων συγκριτικά με τον προηγούμενο μήνα είναι τα προϊόντα αρτοζαχαροπλαστείου (-46%), οι σοκολάτες (-44%), τα σκευάσματα μαγειρικής (-37%) και το ελαιόλαδο (-36%).

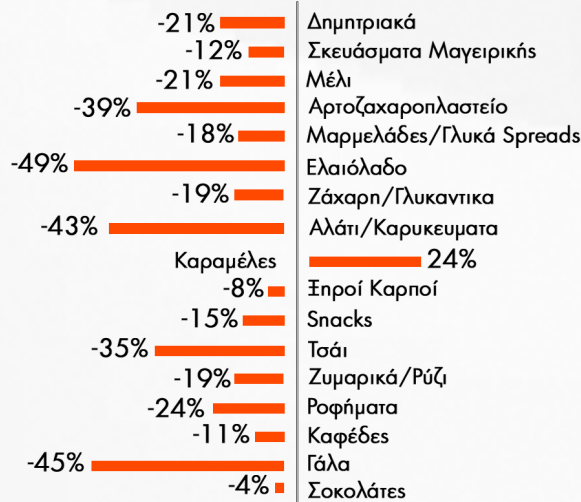
Από την άλλη πλευρά, οι περισσότερες από τις εξεταζόμενες κατηγορίες παρουσίασαν μείωση και σε σχέση με τον ίδιο μήνα τον προηγούμενο χρόνο, με μοναδική κατηγορία που φάνηκε να κίνησε το ενδιαφέρον των χρηστών, σημειώνοντας μια μικρή αύξηση, να είναι οι καραμέλες (+24%). Πιο συγκεκριμένα, οι κατηγορίες που εμφάνισαν την μεγαλύτερη μείωση ήταν το ελαιόλαδο (-49%), το γάλα (-45%) και το αλάτι και τα καρυκεύματα (-43%).



MONTHLY CHANGE in organic searches (MAY 2021)



YoY CHANGE in organic searches (MAY 2021)



Monthly Change in Total Visits to Online Supermarkets*

-12%

*Τα στοιχεία αναφέρονται στις ιστοσελίδες των καταστημάτων caremarket.gr, e-fresh.gr, eshop.mymarket.gr, ab.gr, eshop.masoutis.gr, sklavenitis.gr, kritikos-easy.gr και ανλήθηκαν από 3rd party εργαλεία.



Δείκτης 1: Οργανικές αναζητήσεις ανά κατηγορία προϊόντων
 Δείκτης 2: Συνολική επισκεψιμότητα* σε online supermarkets
 Monthly Change (April 2021 - May 2021) in Total Visits to Online Supermarkets: -12%

• Γ. ΛΙΑΡΟΣ (ΠΟΕΣΣΕ)

"ΑΠΟΓΟΗΤΕΥΤΙΚΗ Η ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΣΤΑΪΚΟΥΡΑ - ΔΕΝ ΘΑ ΔΟΘΟΥΝ ΝΕΑ ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ"

Απογοητευτική χαρακτήρισε στο FNB Daily ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Επιχειρήσεων Οργανωμένης Εστίασης, Γιάννης Λιάρος, τη συνάντηση που είχε την περασμένη Τετάρτη με την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Οικονομικών, κατά την οποία ζήτησαν επιπλέον μέτρα στήριξης για επιχειρήσεις του κλάδου που δεν λειτουργούν με κρατική εντολή.

"Η συνάντηση ήταν απογοητευτική. Μας είπαν ότι δεν υπάρχουν χρήματα, ώστε να δοθούν και άλλα μέτρα στην εστίαση και το κατανοούμε. Εμείς δεν μιλήσαμε για οριζόντια μέτρα, αλλά για ειδικές πρόνοιες σε επιχειρήσεις που εξακολουθούν και θα εξακολουθούν να έχουν μείωση τζίρου μέχρι τα μέσα Ιουλίου. Ζητάμε να στερηθούν οι επιχειρήσεις, που μέχρι 15 Ιουλίου θα μείνουν κλειστές με κρατική εντολή". Όπως εξήγησε, πρόκειται για επιχειρήσεις που, είτε είναι σε κλειστές αγορές, είτε δεν έχουν πρόσβαση σε εξωτερικούς χώρους. "Μας είπαν ότι αυτές, δεν εμπίπτουν στην κατηγορία εκείνων που πρέπει να λάβουν μέτρα, όπως η απαλλαγή ενοικίων, παρά το ότι στην ανακοίνωση που εξέδωσε το Υπουργείο, κάνει λόγο για χώρους που μένουν κλειστοί με κρατική εντολή. Μα αυτές οι επιχειρήσεις, τέτοιες είναι".

"ΤΕΛΕΙΩΣΑΝ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ"

Υπογράμμισε μάλιστα, ότι η πολιτική ηγεσία του Οικονομικών επισήμανε ότι τα μέτρα για την εστίαση τελείωσαν και οι επιχειρήσεις που κλάδου θα ωφεληθούν από τα τρία προγράμματα που έχουν εξαγγελθεί.

- Το πρόγραμμα ΕΣΠΑ
- Το πρόγραμμα Γέφυρα
- Το πρόγραμμα Επιδότησης Πάγιων Δαπανών



"Αυτό που δεν μας είπαν, είναι πότε θα ξεκινήσουν και πότε θα έχουμε τις εκταμιεύσεις. Θεωρούμε ότι, στην καλύτερη, αυτό θα γίνει τέλος Ιουλίου, τη στιγμή που οι υποχρεώσεις είναι ανελαστικές".

"ΠΙΕΖΟΥΝ ΟΙ ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ"

Επιπλέον, ο κ. Λιάρος ανέφερε ότι το Υπουργείο προφανώς, πιέζεται από ιδιοκτήτες ακινήτων, όπως είναι funds και τράπεζες, που εκπροσωπούν μεγάλα εμπορικά ακίνητα. Πρόσθεσε μάλιστα, ότι ο Υπουργός τους εξήγησε με βάση συγκεκριμένα στοιχεία και την δική του εμπειρία, ότι η εστίαση τον Ιούνιο του 2021 είχε καλύτερη πορεία από τον Ιούνιο του 2019. "Δεν ξέρω αυτό το συμπέρασμα πώς έχει προκύψει, με τις επιχειρήσεις να είναι σε αυτήν την κατάσταση".

"ΔΕΝ ΕΧΟΥΜΕ ΠΟΛΛΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ"

Συνεχίζοντας, ο κ. Λιάρος υπογράμμισε ότι, "ο κλάδος δεν έχει πολλά περιθώ-

ρια", ενώ, τόνισε πως, "τα τρία προγράμματα που ανέφερε ο Υπουργός, δεν αφορούν στους πάντες".

Συγκεκριμένα, τόνισε πως, ούτε η επιδότηση παγίων, ούτε το ΕΣΠΑ είναι για όλους, μιας και έχουν πολύ αυστηρές προϋποθέσεις και πως ο κ. Σταϊκούρας τους ενημέρωσε ότι, μετά την ολοκλήρωση των διαδικασιών του ΕΣΠΑ, το αδιάθετο υπόλοιπο θα βγει σε ένα δεύτερο γύρο, που θα αφορά σε επιχειρήσεις με μείωση τζίρου στο 20%. "Ωστόσο ξεχνά ότι το -20% και το -70% που ισχύει τώρα, συνεπάγεται ότι η επιχείρηση έχει κλείσει. Η όποια μείωση, άνω του 8%, δεν μπορεί να υφίσταται για την επιχείρηση εστίασης".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Τα πάντα για τον κλάδο
HORECA, στο horecaopen.com

• ΜΑΣΟΥΤΗΣ

ΝΕΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΟΜΙΛΟ ΣΑΡΑΦΙΔΗ

Νέα συνεργασία πραγματοποίησε η εταιρεία Μασούτης με τον όμιλο Σαραφίδη, στο e-shop masoutis, στην ενότητα "οι συνεργάτες μας", μέσω της οποίας παρέχεται πλέον, η δυνατότητα online παραγγελιών από τα καταστήματα Cook - Shop, Bag Stories και Brands in a box. Σύμφωνα με την ανακοίνωση της εταιρείας, η νέα αυτή συνεργασία εντάσσεται στο πλαίσιο στρατηγικής ανάπτυξης και ψηφιακού μετασχηματισμού της εταιρείας.



• ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΚΑΡΙΜΑΛΗ
ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΑΦΡΩΔΗ ΜΟΝΟΠΟΙΚΙΛΙΑΚΑ ΚΡΑΣΙΑ – ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Δύο αφρώδη μονοποικιλιακά κρασιά έχει στα σκαριά το οινοποιείο Καρίμαλη, το οποίο παράγει φυσικά κρασιά, ζυμωμένα με γηγενής ζύμες Ικαρίας. "Για την φετινή αμπελοοιλική περίοδο, θα φτιάξουμε δυο αφρώδη μονοποικιλιακά από τις γηγενείς ποικιλίες, αλλά θα είναι πολύ συγκρατημένη η παραγωγή, σκεφτόμαστε 500 φιάλες από το κάθε είδος και αναλόγως πως θα πάει, μπορεί και να την αυξήσουμε", αναφέρει στο Fnb Daily η Ηλιάνα Καρίμαλη, η οποία αποτελεί τη δεύτερη γενιά οινοποιών και έχει αναλάβει το οικογενειακό οινοποιείο εδώ και 4 χρόνια.



Ηλιάνα Καρίμαλη, Οινοποιός, Παραγωγός, Ιδιοκτήτρια, Οινοποιείο Καρίμαλη

ελληνική αγορά και συγκεκριμένα τα σημεία HoReCa. "Φέτος, στοχεύουμε περισσότερο στην Ελλάδα σε κάβες και εστιατόρια, όχι τόσο σε μεμονωμένα σημεία πώλησης, αν και τα κρασιά μας είναι και στους μεγάλους retailers".

INFO – ΠΟΚΙΛΙΕΣ

Φωκιανό	Ασύρτικο
Κουντούρα	Καλαμπελέ
Μπεγλέρι	Ετικέτες: 3

REBRANDING ΣΤΗ ΛΕΥΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Το οινοποιείο έχει προχωρήσει σε rebranding τη λευκή ετικέτα, Καλαμπελέ, καθώς, όπως αναφέρει η κα. Καρίμαλη, "στόχος ήταν να μάθουν οι Έλληνες την ποικιλία όπως πρέπει". Επιπλέον, συμπληρώνει ότι η συγκεκριμένη ετικέτα είναι η μόνη που φέρει το όνομά της, ως παραγωγού οινολόγου.

INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Βέλγιο	Γερμανία
Ολλανδία	%τζιζιρου: 10%

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές, το οινοποιείο θα εστιάσει στο να ενδυναμώσει τις αγορές, στις οποίες δραστηριοποιείται, ενισχύοντας την

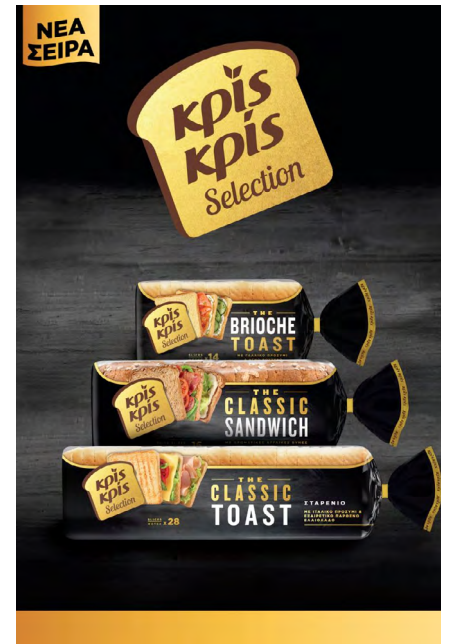
ΣΤΟΧΟΣ ΝΑ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΕΙ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Σε βάθος διατήρας, το οινοποιείο που δραστηριοποιείται στην αγορά από το 1997, στοχεύει να ενδυναμώσει τη παραγωγική δυναμική του, φτάνοντας τις 40.000 φιάλες ανά έτος, με την κα. Καρίμαλη να υπογραμμίζει ότι, "βασική προτεραιότητα αποτελεί το να επιβιώσουμε από την κρίση".

INFO

<u>Στρέμματα</u>	
Ιδιότητα: 15	Στόχος: 25
<u>Παραγωγή</u>	
(σε χιλ. φιάλες)	
Παρόν: 10	Στόχος: 40

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **ELBISCO**
ΤΡΙΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΗ ΣΕΙΡΑ ΚΡΙΣ ΚΡΙΣ SELECTION

Η οικογένεια, Κρίς Κρίς Selection, μεγαλώνει, με τρία νέα προϊόντα:

- The Classic Toast: Σταρένιο ψωμί του τοστ, με κύρια συστατικά το ιταλικό προζύμι και το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο
- The Classic Sandwich: Εμπνευσμένο από την παραδοσιακή συνταγή των Βενεδικτίνων μοναχών του Burton Abbey, με τη χαρακτηριστική γεύση και τα αρώματα της αγγλικής βύνης και των σταρένιων νιφάδων
- The Brioche Toast: Ένα ψωμί του τοστ με γαλλικό προζύμι και αγνό βούτυρο

• **EROSKI**

ΤΟ NUTRI-SCORE ΑΥΞΗΣΕ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΩΣ ΚΑΙ 15%

Αύξηση πωλήσεων που φτάνει έως και το 15% κατέγραψε η ισπανική αλυσίδα supermarket, Eroski, στα προϊόντα που φέρουν τη διατροφική επισήμανση, Nutri-Score, γεγονός που αποδίδεται στο ότι οι καταναλωτές επιλέγουν πλέον, πιο υγιεινές κατηγορίες προϊόντων.



Η αλυσίδα ανέλυσε τη συμπεριφορά αγοράς των καταναλωτών για περίπου 2.000 αναφορές προϊόντων σε μια σειρά κατηγοριών, επί δύο χρόνια, κατά τα οποία διαπιστώνει αναμφισβήτητα, μεταβολές στη συμπεριφορά των καταναλωτών.

ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

"Τα αποτελέσματα της ανάλυσης δείχνουν τη θετική επίδραση της διατροφικής επισήμανσης στη σύνθεση ενός πιο υγιεινού καλαθιού,

σε ό,τι αφορά τα συσκευασμένα τρόφιμα", λέει ο Alejandro Martínez Berriochoa, ο οποίος είναι υπεύθυνος βιωσιμότητας στο Eroski.

Συγκεκριμένα, τα προϊόντα με Nutri-Score A ή B έχουν καλύτερες πωλήσεις, ενώ τα προϊόντα με Nutri-Score D ή E καταγράφουν μειωμένες πωλήσεις. Επίσης, τα προϊόντα με βαθμολογία C δείχνουν σχεδόν επίπεδη εξέλιξη. Με βάση τα στοιχεία της έρευνας, διαπιστώνει κανείς ότι οι καταναλωτές προτιμούν πλέον, άλλες κατηγορίες προϊόντων, ενώ δεν παρατηρείται δραστηκή αλλαγή στην αγοραστική τους συμπεριφορά.

• **CHIQUITA**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΜΠΑΝΑΝΑ ΜΕ ΟΥΔΕΤΕΡΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΑΝΘΡΑΚΑ – ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ Η ΕΛΛΑΔΑ

Στο πλαίσιο της παγκόσμιας πρωτοβουλίας της για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, η Chiquita λανσάρει την πρώτη μπανάνα που παράγεται με ουδέτερο αποτύπωμα άνθρακα. Η συγκεκριμένη μπανάνα θα είναι αρχικά διαθέσιμη στο Βέλγιο και οι καταναλωτές θα μπορούν να την ξεχωρίζουν χάρη στα ειδικά πράσινα αυτοκόλλητα "CO2-neutral".



ΤΟ ΕΡΓΟ ΣΤΗΝ ΚΟΣΤΑ ΡΙΚΑ

Η εταιρεία έχει καταφέρει να αντισταθμίσει τις εκπομπές αερίων που σχετίζονται με την εξόρυξη και επεξεργασία πρώτων υλών έως και τη διανομή αυτών των μπανανών, μέσα από τη στήριξη του έργου αντιστάθμισης που υλοποιεί στην Κόστα Ρίκα, χώρα προέλευσης των μπανανών. Όπως όλες οι μπανάνες Chiquita, έτσι και η μπανάνα με ουδέτερο αποτύπωμα διοξειδίου του άνθρακα, διατηρεί την ίδια ποιότητα και γεύση που έχουν συνηθίσει οι καταναλωτές.

ΓΙΑΤΙ ΤΟ ΒΕΛΓΙΟ

Η Chiquita επέλεξε το Βέλγιο για να λανσάρει την μπανάνα με ουδέτερο αποτύπωμα, λόγω της εικόνας του ως η χώρα που συνδέει τον τρόπο ζωής Βόρειας και Νότιας Ευρώπης. Επιπλέον, έχει αποδειχθεί ότι οι λιανοπωλητές και καταναλωτές στο Βέλγιο είναι ανοικτοί σε νέα προϊόντα και σε σύγκριση με άλλες χώρες, πολλά προϊόντα με ουδέτερο αποτύπωμα άνθρακα πωλούνται ήδη στην αγορά.

ΠΟΤΕ ΘΑ ΕΡΘΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, η εταιρεία, τουλάχιστον μέχρι τέλος του 2021, εστιάζει στο πιλοτικό launch της CO2-neutral μπανάνας στο Βέλγιο. Ανάλογα την πορεία της στην εν λόγω αγορά, θα εξετάσει την επέκταση της διανομής της σε άλλες αγορές, όπως και στην Ελλάδα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΩΡΙΟ**

ΑΝΟΙΞΕ ΣΤΟΝ ΑΛΙΜΟ ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Το μεγαλύτερο έως σήμερα, κατάστημα, Βιολογικό Χωριό, άνοιξε τις πόρτες του στον Άλιμο και συγκεκριμένα στην Λεωφόρος Βουλιαγμένης 548, με την αλυσίδα να απαριθμεί πλέον, 18 καταστήματα στην Αττική, καλύπτοντας γεωγραφικά ακόμη περισσότερα σημεία πώλησης.

ΤΑ ΝΕΑ CONCEPT ΤΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Το νέο κατάστημα, που, σύμφωνα με την αλυσίδα, ενσωματώνει νέα concepts και υπηρεσίες, προσφέροντας στους καταναλωτές ακόμη πιο υγιεινή και ποιοτική διατροφή, αναπτύσσεται σε χώρο 300 τ.μ., διαθέτοντας τεράστια ποικιλία βιολογικών και οικολογικών προϊόντων, υψηλής ποιότητας, ενώ είναι το πρώτο που έχει βιολογικό κρεοπωλείο με φρέσκα κρέατα, αμιγώς ελληνικής εκτροφής και παραγωγής. Επιπλέον, εντός αυτού λειτουργεί και ένα



healthy bar, με vegan επιλογές ροφημάτων και snack, με την ονομασία Crudo, με στόχο την αναβάθμιση της αγοραστικής εμπειρίας των πελατών του.

ΔΙΠΛΑ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

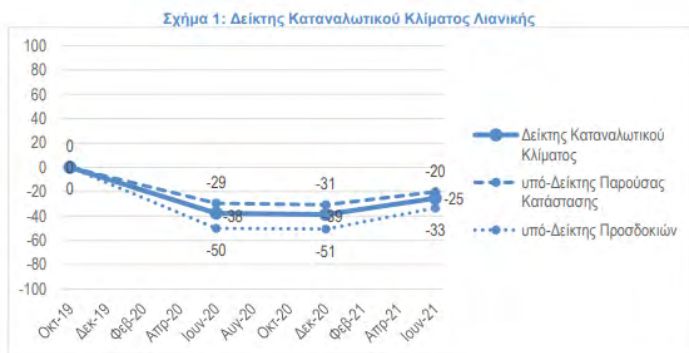
"Στο Βιολογικό Χωριό υποστηρίζουμε την εξέλιξη και διαρκή ανάπτυξη του δικτύου μας, στοχεύοντας να βρισκόμαστε δίπλα στους καταναλωτές μας, με ακόμη περισσότερα σημεία πώλησης βιολογικών τροφίμων. Έχοντας καταφέρει να διατηρήσουμε την ηγετική μας θέση στην αγορά, είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι, που, σε μια τέτοια χρονική στιγμή, εγκαινιάζουμε το 18ο κατάστημα μας, το μεγαλύτερο έως σήμερα κατάστημα, Βιολογικό Χωριό, στον Άλιμο", ανέφερε, μεταξύ άλλων, ο Υπεύθυνος Ανάπτυξης Δικτύου του Βιολογικού Χωριού, Γιώργος Γραμματάς.

• ΣΕΛΠΕ

ΣΤΟ -25% ΤΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΚΛΙΜΑ - ΑΝΑΚΑΜΠΤΕΙ Η ΕΣΤΙΑΣΗ

Στο -25% διαμορφώθηκε ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος λιανικής τον Ιούνιο του 2021, όπως αναφέρει η 4η μελέτη καταγραφής των καταναλωτικών τάσεων στο λιανεμπόριο, μέσω της εξαμηνιαίας έρευνας καταναλωτικού κλίματος λιανεμπορίου του Συνδέσμου Επιχειρήσεων & Λιανικής Πώλησης Ελλάδος, που πραγματοποιείται με την επιστημονική υποστήριξη του εργαστηρίου ELTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Όπως φαίνεται, ο δείκτης, αν και χαμηλότερος σε σχέση με τον μήνα βάση, τον Οκτώβριο του 2019, είναι σημαντικά βελτιωμένος σε σχέση, τόσο με τη μέτρηση του Ιουνίου 2020, όσο και με τη μέτρηση του Δεκεμβρίου 2020.

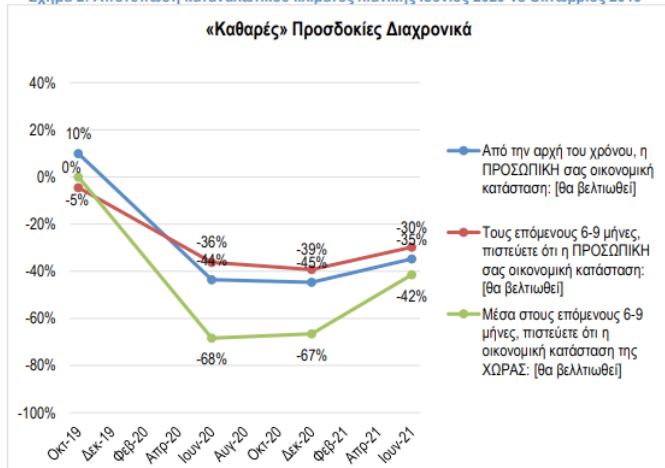


Σύμφωνα με τον ΣΕΛΠΕ, η συγκεκριμένη εξέλιξη έχει να κάνει, τόσο με την καλύτερη αποτίμηση των μέχρι σήμερα οικονομικών εξελίξεων, αλλά κυρίως, λόγω των σημαντικά βελτιωμένων προσδοκιών των καταναλωτών για το προσεχές διάστημα. Συγκεκριμένα, η αύξηση στον υπο-Δείκτη παρούσας κατάστασης ήταν από το -31 στο -20, ενώ ο υπο-δείκτης προσδοκίων παρουσίασε μεγάλη αύξηση, από το -51 στο -33.

ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ

Αυτό σημαίνει ότι, μέχρι σήμερα, η διαχείριση του οικονομικού σκέλους της κρίσης της COVID-19 οδήγησε σε μία οικονομική κατάσταση των καταναλωτών σαφώς καλύτερη, σε σχέση με το προηγούμενο έτος, αλλά που εξακολουθεί να προκαλεί ανησυχία στο καταναλωτικό κοινό για το επόμενο χρονικό διάστημα.

Σχήμα 2: Αποτίμηση καταναλωτικού κλίματος λιανικής Ιουνίου 2020 vs Οκτώβριος 2019

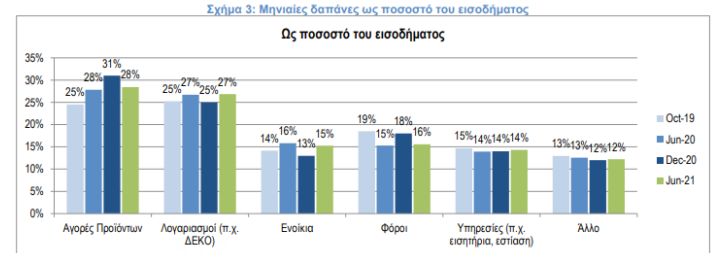


Αυτό άλλωστε αποτυπώνεται και στις επί μέρους ερωτήσεις, όπου φαίνεται ότι, τόσο τον προηγούμενο χρόνο, η οικονομική κατάσταση μεγάλου μέρους του καταναλωτικού κοινού χειροτέρευσε (πτώση ποσοστού από 32% σε 11%), όσο και ότι το επόμενο δέμηνο, η εκτίμηση μεγάλου μέρους του καταναλωτικού κοινού είναι ότι θα χειροτερέψει ακόμα περισσότερο για τους ίδιους και τη χώρα (πτώση από 30% σε 12% και από 27% σε 8%).

ΤΟ 28% ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ

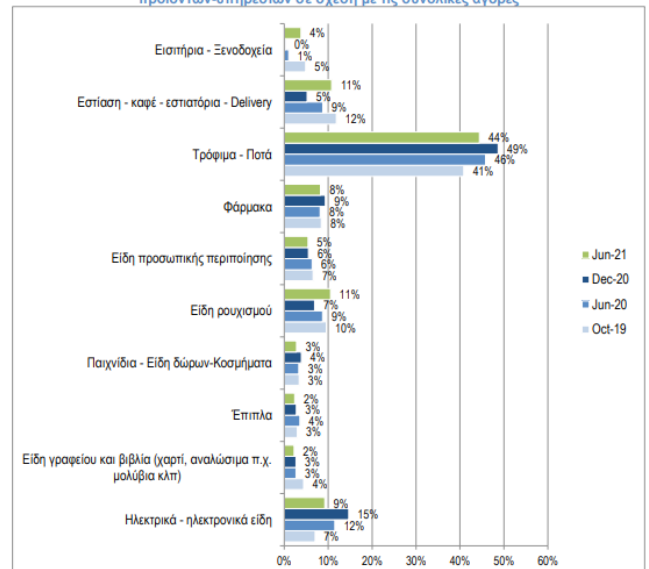
Καταγράφεται επίσης, η οικονομική πίεση που αντιμετωπίζει το ελληνικό καταναλωτικό κοινό, αφού:

- 68% του κοινού ξοδεύει πάνω από το 80% του διαθέσιμου εισοδήματος του σε μηνιαία βάση
- 8% ξοδεύει πάνω από 100%, πρακτικά δηλαδή, δανείζεται με κάποιον τρόπο για να καλύψει τις ανάγκες του
- 28% των συνολικών δαπανών αφορά σε δαπάνες για αγορές προϊόντων
- 43% του μηνιαίου εισοδήματος αφορά σε δαπάνες για λογαριασμούς και φόρους
- 15% για ενοίκια
- 14% για υπηρεσίες και
- 12% για άλλες δαπάνες



Όπως καταγράφεται στο παρακάτω σχήμα, η κύρια κατηγορία αγορών, όσον αφορά στις δαπάνες, οι οποίες αντιπροσωπεύουν περίπου τη μισή αξία, είναι τα τρόφιμα και ποτά, με ποσοστό 44%, έναντι του 41% το 2019.

Σχήμα 4: Εκτίμηση κατανομής μηνιαίων λιανικών αγορών σε σημαντικές κατηγορίες προϊόντων-υπηρεσιών σε σχέση με τις συνολικές αγορές



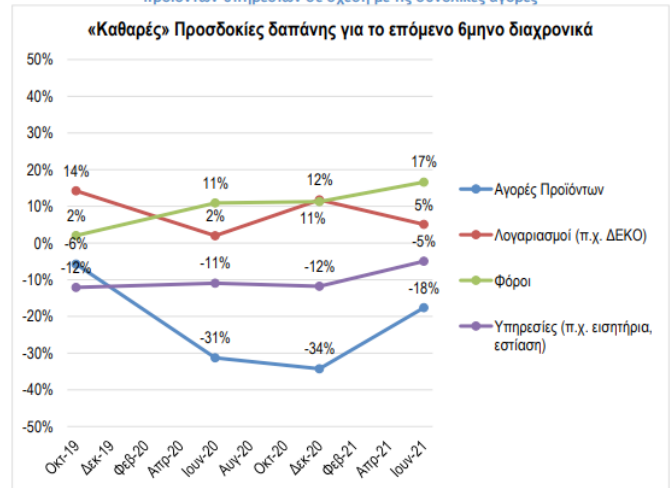
ΑΝΑΚΑΜΠΤΟΥΝ ΕΣΤΙΑΣΗ ΚΑΙ ΡΟΥΧΙΣΜΟΣ

Η εστίαση, η οποία το 2019 βρισκόταν στη δεύτερη θέση, ανακάμπτει, σε σχέση με το 2020 και βρίσκεται στη δεύτερη θέση μαζί με τα είδη ρουχισμού, με 11%.

ΜΕΙΩΜΕΝΕΣ ΟΙ ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Το 33% εκτιμά ότι οι δαπάνες για αγορές προϊόντων το πρώτο εξάμηνο 2021, θα είναι μειωμένες, ενώ το 15% ότι θα είναι αυξημένες. Αντίστοιχη εικόνα υπάρχει για τις υπηρεσίες (εισιτήρια, εστίαση), για τα οποία επίσης, εκτιμάται από το 25% του κοινού μείωση και το 20% αύξηση, κάτι αρκετά ενδιαφέρον, με δεδομένο ότι οι κλάδοι αυτοί, έχουν λιγότερο από δύο μήνες που επανήλθε η λειτουργία τους. Αυξητική τάση καταγράφεται όμως, για τις πάγιες δαπάνες, όπως λογαριασμοί (16% αύξηση έναντι 11% μείωση) και φορολογία (29% αύξηση έναντι 13% μείωση), καθώς ο Ιούλιος είναι και ο μήνας των φορολογικών δηλώσεων.

Σχήμα 5: Εκτίμηση κατανομής μηνιαίων λιανικών αγορών σε σημαντικές κατηγορίες προϊόντων-υπηρεσιών σε σχέση με τις συνολικές αγορές



INFO – ΕΡΕΥΝΑ Περίοδος: Ιούνιος 2021. Δείγμα: 857 καταναλωτές



• ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΠΑΠΑΝΤΩΝΙΟΥ ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΟ DIGITALIZATION ΚΑΙ ΒΑΖΕΙ ΤΕΛΟΣ ΣΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΕΝΤΥΠΩΝ ΦΥΛΛΑΔΙΩΝ

Ηλεκτρονικά ξεφυλλίζουν πλέον, τους καταλόγους προσφορών οι πελάτες των Υπεραγορών Παπαντωνίου, που με το σύνθημα "γυρίζουμε σελίδα", έβαλαν τέλος στην κατ' οίκον διανομή έντυπων ενημερωτικών φυλλαδίων.

Σημειώνεται ότι τα φυλλάδια προσφορών είναι πλέον, διαθέσιμα μόνο στα καταστήματα της αλυσίδας υπεραγορών.

Σύμφωνα με τα όσα ανέφερε η διοίκηση της αλυσίδας σε κυπριακά μέσα, η απόφαση λήφθηκε έπειτα από ενδελεχή μελέτη, με στόχο την ελαχιστοποίηση του περιβαλ-

λοντικού αποτυπώματος και την εξοικονόμηση κόστους. Ανέφερε ακόμη ότι, πέραν της ρύπανσης της ατμόσφαιρας, οι έντυποι κατάλογοι προσφορών δημιουργούσαν αυξημένο κόστος για την εταιρεία, τόσο όσον αφορά στην εκτύπωση, όσο και στη διανομή.

Σημειώνεται ότι, ο τερματισμός της κατ' οίκον διανομής φυλλαδίων αναμένεται να συμβάλει στην εξοικονόμηση εκατοντάδων τόνων χαρτιού και κατ' επέκταση εκατοντάδων χιλιάδων ευρώ για τη αλυσίδα υπεραγορών, που επενδύει στο digitalization.

• STARBUCKS ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΕΣ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ

Η Starbucks παρουσιάζει τις νέες καλοκαιρινές της γεύσεις, για κάθε στιγμή της μέρας. Συγκεκριμένα οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν τα:

- Νέο Strawberry Acai Starbucks Refresha®
- Νέο Coconut Starbucks Refresha®
- Cool Lime Refresha®
- Νέο Lemon Iced Tea
- Νέο Peach Iced Tea
- Caramel Coffee Brownie Frappuccino®
- Chocolate Coffee Crunch Frappuccino®
- Νέο μονοποικιλιακό Starbucks® Indonesia West Java™



• **NUTTZO**
ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΟ CHOCOLATE KETO SEVEN NUT & SEED BUTTER

Η NuttZo εμπλουτίζει το portfolio της, με ένα νέο keto-friendly άλειμμα καρπών με σοκολάτα, το Chocolate Keto Seven Nut and Seed Butter.

Σύμφωνα με την εταιρεία, το νέο προϊόν περιέχει 4γρ καθαρών υδατανθράκων ανά μερίδα και είναι ιδανικό για paleo, vegan και kosher δίαιτες, ενώ μπορεί να κατα-

ναλωθεί ως συνοδευτικό σε τόστ, φρούτα και smoothies.

Όπως αναφέρει η NuttZo, το Chocolate Keto Seven Nut and Seed Butter είναι πηγή πρωτεϊνών, φυτικών ινών και καλών λιπαρών, περιέχει μόλις 1γρ ζάχαρης ανά μερίδα, ενώ είναι απαλλαγμένο από φοινικόελαιο, γλουτένη, σόγια και GMOs.



Η νέα προσφορά είναι διαθέσιμη online στο site του brand, στο Thrive και στο Amazon, αλλά και στο Safeway προς \$10,99.

• **BACARDI**
NEA LIMITED-EDITION ΡΟΥΜΙ BACARDI TROPICAL

Η Bacardi παρουσίασε ένα νέο limited-edition ρούμι, το Bacardí Tropical, το οποίο θα είναι διαθέσιμο για αγορά μέχρι το φθινόπωρο.

Το Bacardí Tropical είναι λευκό ρούμι και περιέχει φυσική γεύση ανανά, καρύδα και γκουάβα.

Η νέα προσφορά είναι απαλλαγμένη από τεχνητά γλυκαντικά και γλουτένη και πε-



ριέχει μόνο 100 θερμίδες. Σημειώνεται ότι η Bacardi επέκτεινε πρόσφατα τη γκάμα των Bacardí Real Rum Canned Cocktails, με τρεις νέες τροπικές γεύσεις, ενώ κυκλοφόρησε και το πρώτο πακέτο ποικιλιών της.

Το Bacardí Tropical διατίθεται μέσω της Drizly, σε επιλεγμένα κάβες, μπαρ και εστιατόρια στις ΗΠΑ, προς \$12,99 ανά 750ml.

• **FRIESLANDCAMPINA HELLAS-ΝΟΥΝΟΥ**
ΒΡΑΒΕΥΣΕ ΤΟΥΣ ΝΙΚΗΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΝΟΥΝΟΥ IDEA CHALLENGE

Η FrieslandCampina Hellas-ΝΟΥΝΟΥ επιβράβευσε για δεύτερη φορά, τους επιστήμονες της εγχώριας ακαδημαϊκής κοινότητας, για τις πρωτότυπες ιδέες τους στον τομέα της γαλακτοβιομηχανίας, που είχαν ως επίκεντρο τη βιωσιμότητα. Η online εκδήλωση, για την απονομή των βραβείων, πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 17 Ιουνίου 2021.

Ο Διαγωνισμός ΝΟΥΝΟΥ Idea Challenge αποτελεί πρωτοβουλία της FrieslandCampina Hellas-ΝΟΥΝΟΥ, σε σύμπραξη με το Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας (ΕΒΕΟ) του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου και τη συμβουλευτική εταιρεία μεταφοράς τεχνολογίας, Break-Even Consulting.

ΤΑ ΒΡΑΒΕΙΑ

Τα βραβεία που απονεμήθηκαν, είναι τα εξής:



- Συνεργασία με δομές της FrieslandCampina Hellas στο Wageningen για την ιδέα "Δημιουργία αποσταγματοποιείου για την παραγωγή αλκοολούχων ποτών (αποστάγματα) από τυρόγαλα" από το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

- Συμβουλευτική υποστήριξη από την εταιρεία FrieslandCampina Hellas-ΝΟΥΝΟΥ για την ιδέα "Παραγωγή προϊόντων προστιθέμενης αξίας από απόβλητα της γαλακτοβιομηχανίας: Αξιοποίηση του τυρογάλακτος με χρήση βιοσυμβατών πράσινων διαλυτών" από το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
- Χρήση εγκαταστάσεων της εταιρείας FrieslandCampina Hellas-ΝΟΥΝΟΥ για την ιδέα "Παραγωγή προβιοτικού γιαουρτιού: βελτίωση ποιότητας προϊόντος μέσω εγκλεισμού των προβιοτικών βακτηρίων" από το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
- Χρηματικό έπαθλο €2 χιλ. για την ιδέα "FISQUE Ψαρόσουπα στιγμής: ένα καινοτόμο και οικολογικό μίγμα για ένα απολαυστικό γεύμα στο λεπτό" από το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο



• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ-ΔΕΗ**
350 ΣΗΜΕΙΑ ΦΟΡΤΙΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΑΒ

Η ΑΒ Βασιλόπουλος συνεργάζεται με την ΔΕΗ και δημιουργούν δίκτυο φόρτισης ηλεκτρικών αυτοκινήτων. Περισσότερα από 250 σημεία φόρτισης ηλεκτρικών αυτοκινήτων, ΔΕΗ Blue, βρίσκονται ήδη, σε λειτουργία σε καταστήματα ΑΒ σε όλη την Ελλάδα και 100 ακόμα νέα σημεία θα προστεθούν μέσα στο επόμενο τρίμηνο. Από την Κρήτη, την Καλαμάτα και την Πάτρα μέχρι την Αττική, τη Ρόδο και την Κομοτηνή.

Ο μεγαλύτερος σταθμός, με 12 θέσεις φόρτισης ηλεκτρικών αυτοκινήτων στην Ελλάδα, βρίσκεται στο κατάστημα ΑΒ στο Ελληνικό. Η φόρτιση των ηλεκτρικών αυτοκινήτων προσφέρεται προς το παρόν, άνευ χρέωσης, τόσο σε όσους πραγματοποιούν τα ψώνια τους στα καταστήματα ΑΒ, όσο και σε διερχόμενους οδηγούς, ενώ γίνεται εύκολα και γρήγορα μέσω της ειδικής εφαρμογής, ΔΕΗ Blue, σκανάροντας το QR code που εμφανίζεται στην επιλεγμένη θύρα φόρτισης.

ΦΙΛΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Ο Βασίλης Σταύρου, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της ΑΒ Βασιλόπουλος, δήλωσε: "Το μέλλον για "καθαρή" ενέργεια και έναν βιώσιμο κόσμο ξεκινάει με πράξεις που γίνονται σήμερα. Με καθημερινές συνήθειες που αλλάζουμε, ο καθένας από εμάς ξεχωριστά, αλλά και ενώνοντας τις δυνάμεις μας όλοι μαζί. Μέσω της συνεργασίας μας με την



Βασίλης Σταύρου, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, ΑΒ Βασιλόπουλος

ΔΕΗ, δημιουργούμε λύσεις φιλικές προς το περιβάλλον και θέτουμε στέρεες βάσεις για την ανάπτυξη της ηλεκτροκίνησης στην Ελλάδα".

• **FISCHER**
ΣΤΗΡΙΖΕΙ
ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ
ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Η Fischer, στο πλαίσιο της τελετής λήξης του φεστιβάλ, έδωσε το παρόν, ως χορηγός Βραβείων Κοινού, αποδεικνύοντας και εμπράκτως την αγάπη της στον κινηματογράφο, όπως κάνει όλα αυτά τα χρόνια, δίνοντας βήμα στο κοινό για να εκφράσει την άποψή του.

Συνολικά, 48.000 θεατές παρακολούθησαν τις προβολές καθ' όλη τη διάρκεια του φεστιβάλ, στο πλαίσιο του οποίου προβλήθηκαν 92 ταινίες στους εννέα θερινούς κινηματογράφους του Φεστιβάλ και 142 ταινίες online.



• **ΗΠΕΙΡΟΣ**
ΔΙΑΚΡΙΣΗ
ΓΙΑ ΤΕΣΣΕΡΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τέσσερα προϊόντα της ΗΠΕΙΡΟΣ διακρίθηκαν στα φετινά βραβεία ποιότητας που διοργάνωσε ο γερμανικός Οργανισμός DLG, στην Φρανκφούρτη. Συγκεκριμένα, βραβεύτηκαν με χρυσό βραβείο:

- Η παραδοσιακή ΗΠΕΙΡΟΣ Φέτα ΠΟΠ
- Η ΗΠΕΙΡΟΣ Βιολογική Φέτα ΠΟΠ
- Το ΗΠΕΙΡΟΣ Κασικίσιο Λευκό Τυρί Με ασπμένο βραβείο, βραβεύτηκε το Ταλαγάνι Αποστόλου.



• **ΚΟΜΙΣΙΟΝ**

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΣΤΑ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η πρόοδος της εκστρατείας εμβολιασμού COVID-19 επιτρέπει την επανέναρξη του foodservice και την σταδιακή άρση των ταξιδιωτικών περιορισμών στην ΕΕ. Αυτό, αναμένεται να έχει θετικό αντίκτυπο στην τουριστική θερινή περίοδο και στην κατανάλωση τροφίμων στην ΕΕ, συνολικά.

Αυτό υποστηρίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις θερινές οικονομικές της προβλέψεις για την πορεία της οικονομίας τους επόμενους μήνες, ωστόσο επισημαίνει τις αβεβαιότητες που υπάρχουν, όσον αφορά στην ικανότητα να ελεγχθεί η εξάπλωση της παραλλαγής Δέλτα της COVID-19 και τον πιθανό αντίκτυπο αυτής της παραλλαγής σε εμβολιασμένα άτομα.

ΑΥΞΗΣΗ ΤΙΜΩΝ

Στην έκθεση, σημειώνεται ότι οι βελτιωμένες προοπτικές ανάπτυξης, σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο, αυξάνουν τις παγκόσμιες τιμές:

- Των εμπορευμάτων
- Της ενέργειας
- Του κόστους μεταφοράς

Γενικότερα, σε ό,τι αφορά τον αγροδιατροφικό τομέα, η μαζική ζήτηση εισαγωγής ζωοτροφών από την Κίνα συμβάλλει επίσης, στην αύξηση των τιμών των δημητριακών (για ζωοτροφές) και των ελαιούχων σπόρων. Αυτό, αναμένεται να ωφελήσει όσους ασχολούνται με τις αροτραίες καλλιέργειες στην ΕΕ, καθώς δημιουργούνται καλές προοπτικές παραγωγής, ακόμη και αν αυτές, αναθεωρηθούν ελαφρώς προς τα κάτω, για τα σιτηρά και τους ελαιούχους σπόρους. Παράλληλα, η ζήτηση από τις ΗΠΑ και την Κίνα, τον δεύτερο και τρίτο προορισμό των ευρωπαϊκών αγροδιατροφικών προϊόντων - όπου η υγειονομική κρίση έχει εξομαλυνθεί σημαντικά - θα έχει καταλυτικό ρόλο στις εξαγωγές της ΕΕ, ιδίως σε ό,τι αφορά:

- Τα γαλακτοκομικά προϊόντα
- Το χοιρινό κρέας
- Το κρασί
- Το ελαιόλαδο

ΑΝΑΚΑΜΠΤΕΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΟΥ BREXIT

Ακόμη, το διμερές εμπόριο με το Ηνωμένο Βασίλειο, το οποίο αποτελεί την πρώτη χώρα εξαγωγών της ΕΕ, άρχισε να ανακάμπτει, μετά από μια δραματική πτώση τους

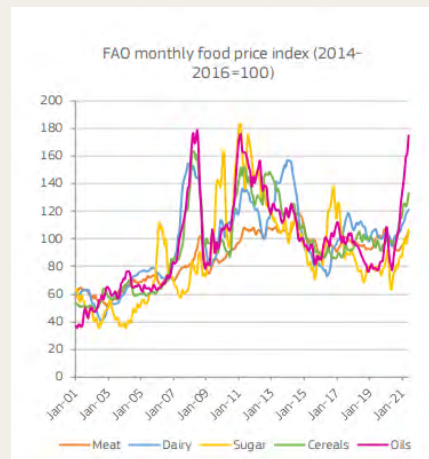
δύο πρώτους μήνες του έτους, που ακολούθησε το τέλος της μεταβατικής περιόδου του Brexit. Τέλος, η ασταθής υγειονομική κατάσταση στην Βραζιλία, την Ινδία, την Ρωσία ή την Αφρική δεν αναμένεται προς το παρόν, να επηρεάσει αρνητικά τις εμπορικές προοπτικές της ΕΕ.

Ας δούμε όμως τις προοπτικές, ανά κατηγορία, πιο αναλυτικά:

ΡΑΛΙ ΣΤΙΣ ΑΡΟΤΡΑΙΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ

Οι τιμές για τις κύριες αροτραίες καλλιέργειες συνέχισαν το ράλι τους την άνοιξη. Η υψηλή ζήτηση από την Κίνα για διάφορα προϊόντα, η υψηλή ζήτηση από τη βιομηχανία βιοντίζελ των ΗΠΑ και οι αβεβαιότητες, σχετικά με τα επίπεδα παραγωγής και τις εμπορικές πρακτικές, ωθούν προς τα πάνω τις παγκόσμιες τιμές.

Ο δείκτης τιμών τροφίμων FAO τον Μάιο, έφτασε στην υψηλότερη τιμή από τον Σεπτέμβριο του 2011, αλλά οι παγκόσμιες τιμές μειώθηκαν από τότε, χάρη σε μια μικρή αύξηση των τελικών αποθεμάτων.



ΑΥΞΗΣΗ 4% ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΩΝ

Το 2021 - 22, η παραγωγή δημητριακών στην ΕΕ θα μπορούσε να αυξηθεί κατά 4% και να φθάσει τους 288,7 εκατομμύρια τόνους. Η παραγωγή ελαιούχων σπόρων και φυτικών πρωτεϊνών της ΕΕ θα μπορούσε να φτάσει σε 30,1 εκατομμύρια τόνους (αύξηση 9,5% σε σύγκριση με πέρυσι) και 4,6 εκατομμύρια τόνους (αύξηση 6,7%), αντίστοιχα. Η χρήση δημητριακών και ελαιολάδου στην ΕΕ αναμένεται να σημειώσει άνοδο, καθώς

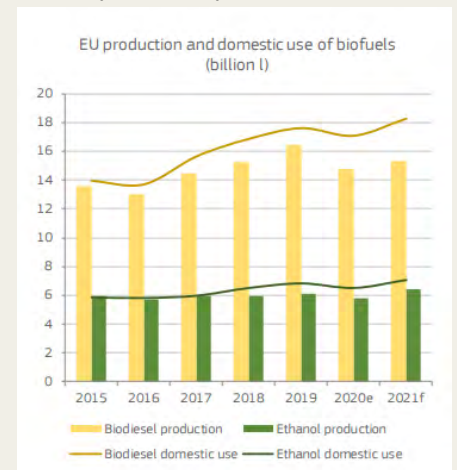
και η κατανάλωση φυτικών ελαίων για τρόφιμα και βιομηχανικούς σκοπούς.

Ενώ οι εισαγωγές δημητριακών για την ΕΕ θα μπορούσαν να μειωθούν, οι εισαγωγές ελαιούχων σπόρων αναμένεται να παραμείνουν υψηλές (+ 17% / μέσος όρος πενταετίας).

Η παραγωγή ζαχαρότευτλων στην ΕΕ θα μπορούσε να φτάσει τους 110 εκατομμύρια τόνους (+11 σε ετήσια βάση) το 2021/22, ενώ η παραγωγή ζάχαρης θα μπορούσε να αυξηθεί κατά 1 εκατομμύριο τόνους, σε σύγκριση με το 2020/21 και πιο συγκεκριμένα σε 15,5 εκατομμύρια τόνους.

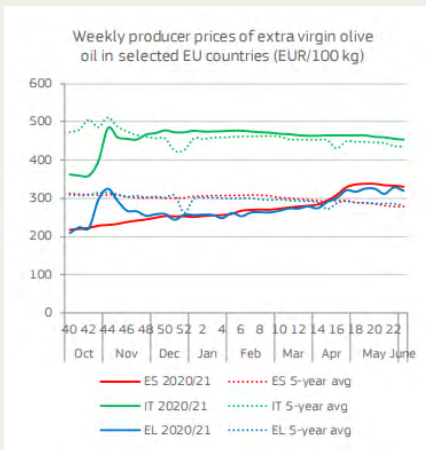
ΥΨΗΛΗ ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΒΙΟΚΑΥΣΙΜΑ

Η παραγωγή βιοκαυσίμων της ΕΕ αναμένεται να αυξηθεί το 2021, ως ζήτηση για καύσιμα μεταφορών. Η παραγωγή βιοντίζελ θα τροφοδοτηθεί από χρησιμοποιημένο μαγειρικό λάδι και άλλα απόβλητα, ενώ η βιοαιθανόλη θα αυξηθεί, κυρίως χάρη στο σιτάρι και τον αραβόσιτο.



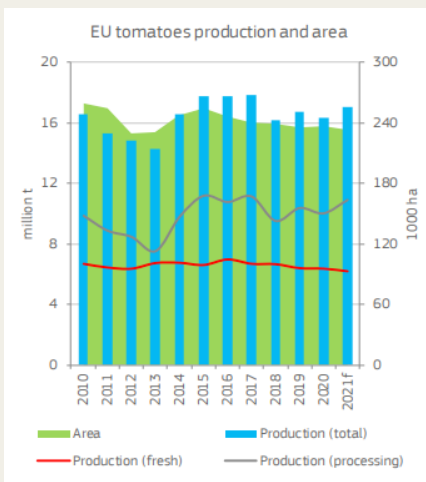
ΑΝΩ ΤΟΥ ΜΕΣΟΥ ΟΡΟΥ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η παραγωγή ελαιολάδου της ΕΕ αυξήθηκε κατά 7%, σε 2,1 εκατομμύρια τόνους το 2020/21. Εν όψει των αυξανόμενων εξαγωγών και της ανάκαμψης της ζήτησης, τα αποθέματα ελαιολάδου θα μπορούσαν να μειωθούν κάτω από τα επίπεδα του 2017, γύρω στους 380.000 τόνους. Αυτές οι εξελίξεις οδηγούν σε αύξηση των τιμών, με τις τιμές για το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο να κυμαίνονται σε επίπεδα άνω του μέσου όρου σε Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα.



ΙΣΧΥΡΗ ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΜΕΝΕΣ ΝΤΟΜΑΤΕΣ

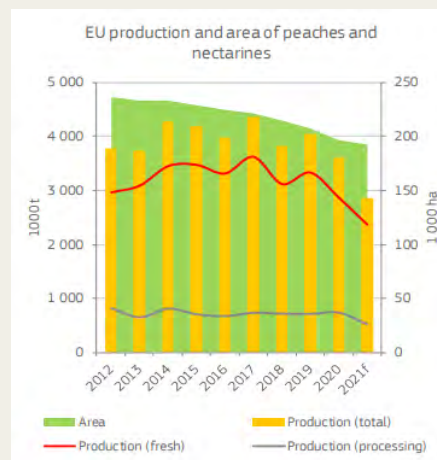
Η παραγωγή ντομάτας στην ΕΕ αναμένεται να αυξηθεί κατά 5% το 2021 (και κατά 9% η παραγωγή των επεξεργασμένων). Ειδικότερα, στην κατηγορία της επεξεργασμένης ντομάτας αναμένεται αύξηση της κατά κεφαλήν κατανάλωσης κατά 4 κιλά (στα 21,2 κιλά), λόγω της ισχυρής ζήτησης για πελτέδες και αποφλοιωμένες ντομάτες. Στον αντίποδα, η ζήτηση για φρέσκιες ντομάτες αναμένεται να υποχωρήσει κατά 2%, κυρίως λόγω της πτώσης στην Ισπανία (του μεγαλύτερου Ευρωπαϊκού παραγωγού) κατά 10%, με τους παραγωγούς να στρέφονται σε πιο κερδοφόρα λαχανικά, αλλά και στην Γαλλία κατά 2%.



ΡΟΔΑΚΙΝΑ-ΝΕΚΤΑΡΙΝΙΑ: ΣΤΑ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΑΠΟ ΤΟ 2004

Η παραγωγή ροδάκινων και νεκταρινιών στην ΕΕ βρίσκεται στα χαμηλότερα επίπεδα από το 2004, λόγω των δυσμενών καιρικών συνθηκών (υψηλών θερμοκρασιών στις αρχές της άνοιξης). Το 2021, η συνολική παραγωγή της ΕΕ αναμένεται να ανέλθει σε 2,8 εκατομμύρια τόνους, μειωμένη κατά 20%

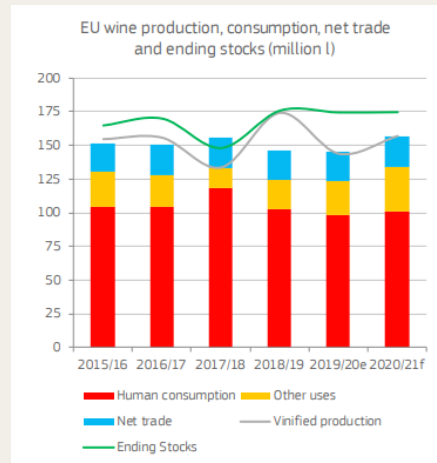
σε σύγκριση με το 2020. Η πιο ισχυρή υποχώρηση αναμένεται να σημειωθεί στην Ελλάδα (-45%) και την Γαλλία (-34%), ενώ στην Ισπανία και την Ιταλία, που κατείχαν πέρυσι μερίδια 40% και 35%, αντίστοιχα, η μείωση θα είναι σαφώς μικρότερη (7% και 11%, αντίστοιχα). Σε ό,τι αφορά τα επεξεργασμένα φρούτα (κομπόσες), η Ελλάδα, η οποία κατείχε πέρυσι το 65% της συνολικής ευρωπαϊκής παραγωγής, εκτιμάται ότι θα σημειώσει πτώση 50%. Στην Ισπανία αναμένεται πτώση 4%, στην Γαλλία 23%, ενώ στην Ιταλία αναμένεται αύξηση σε ποσοστό 15%.



ΣΤΑΘΕΡΑ ΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ ΟΙΝΟΥ

Παρότι η παραγωγή κρασιού στην ΕΕ ανήλθε πάνω από τον μέσο όρο της τελευταίας πενταετίας, τα αποθέματα αναμένεται να είναι σταθερά, καθοδηγούμενα από:

- Την ανάκαμψη της εσωτερικής κατανάλωσης κρασιού μετά το χαμηλό ρεκόρ κατανάλωσης το 2019/2020
- Την αυξημένη χρήση οινοποιημένης παραγωγής για άλλες χρήσεις, συμπεριλαμβανομένης της απόσταξης κρίσεων
- Τις αυξημένες εξαγωγές (+4%)

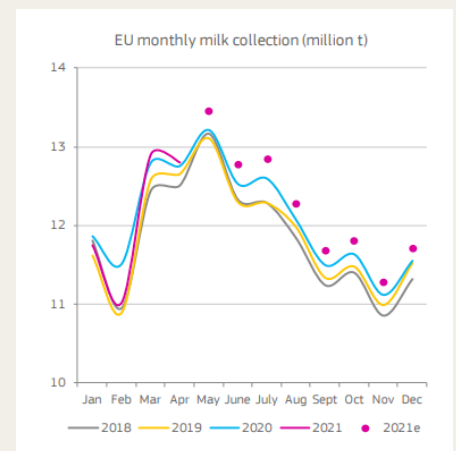


ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΗΠΑ ΚΑΙ ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Οι ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο, με μερίδια 22% σε όγκους και 26% και 19%, αντίστοιχα, σε αξία, αποτελούν τους δύο βασικούς προορισμούς για τις ευρωπαϊκές εξαγωγές οίνου. Στο διάστημα Αυγούστου 2020-Απριλίου 2021, οι εξαγωγές στις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 3%. Αντίθετα, στο Ηνωμένο Βασίλειο υποχώρησαν κατά 1%. Σε όρους αξίας όμως, η εικόνα ήταν αντίστροφη, καθώς οι εξαγωγές σε ΗΠΑ μειώθηκαν κατά 8%, ενώ εκείνες στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενισχύθηκαν σε ποσοστό 2%. Τέλος, στην Κίνα αυξήθηκαν σε όγκο (+7%) και μειώθηκαν σε αξία (-15%) και στην Ιαπωνία μειώθηκαν σε όγκο (-9%) και αυξήθηκαν σε αξία (+18%).

ΑΝΟΔΙΚΗ Η ΤΑΣΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΣΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

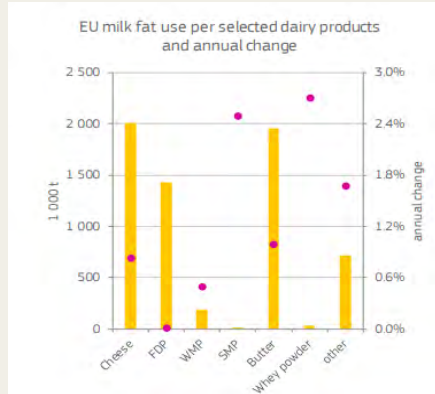
Η συλλογή γάλακτος στην ΕΕ αναμένεται να ανακάμψει και να οδηγήσει σε ετήσια αύξηση 0,8% το 2021, φθάνοντας πάνω από τους 146 εκατομμύρια τόνους. Οι τιμές στα γαλακτοκομικά συνεχίζουν να ανεβαίνουν, λόγω της υψηλής ζήτησης από την Κίνα, αλλά και των περιορισμένων αποθεμάτων στο βούτυρο. Τον Απρίλιο, η τιμή του βουτύρου στην ΕΕ ήταν περίπου €4 χιλ./τόνο (+5% από τον μέσο όρο της πενταετίας), ενώ η τιμή της σκόνης γάλακτος (SMP) ανήλθε σε €2.500/τόνο, +44% από τον μέσο όρο των τελευταίων 5 ετών. Αυτή η εξέλιξη μεταφράζεται σε αύξηση των τιμών γάλακτος στην ΕΕ πάνω από €35/100 κιλά, τις υψηλότερες τιμές από το 2014.



ΘΕΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΑΠΟ FOODSERVICE ΚΑΙ ΤΗΛΕΡΓΑΣΙΑ

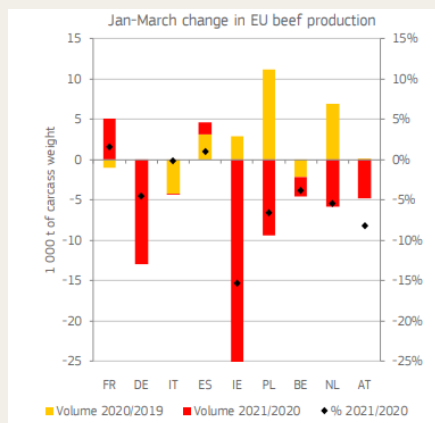
Η παραγωγή τυριού και βουτύρου στην ΕΕ αναμένεται να αυξηθεί κατά 0,8% και 1%, αντίστοιχα, το 2021, ενώ η επανέαρ-

ξη του foodservice στην ΕΕ, αναμένεται να υποστηρίξει την κατανάλωση των προϊόντων αυτών. Θετική επίδραση θα έχει και η τηλεργασία, η οποία υποστηρίζει τις λιανικές πωλήσεις, δημιουργώντας προσδοκίες ότι η κατανάλωση τυριού και βουτύρου στην ΕΕ, θα μπορούσε να αυξηθεί κατά 1% το 2021.



ΜΕΙΩΜΕΝΗ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΒΟΕΙΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ

Η παραγωγή βοείου κρέατος στην ΕΕ αναμένεται να μειωθεί κατά 1,4% ή 92.000 τόνους το 2021, λόγω της χαμηλότερης ζήτησης από το foodservice. Από την άλλη πλευρά, οι εξαγωγές σε αγορές υψηλής αξίας, όπως είναι π.χ. ο Καναδάς και η Ιαπωνία, τείνουν να συνεχίσουν να αυξάνονται, χάρη στις πρόσφατες εμπορικές συμφωνίες, ενώ την ίδια στιγμή, κάποιιο άλλοι προορισμοί εμφανίζουν μικρή πτώση, παρά τις ελλείψεις σε βόειο κρέας, σε παγκόσμιο επίπεδο.

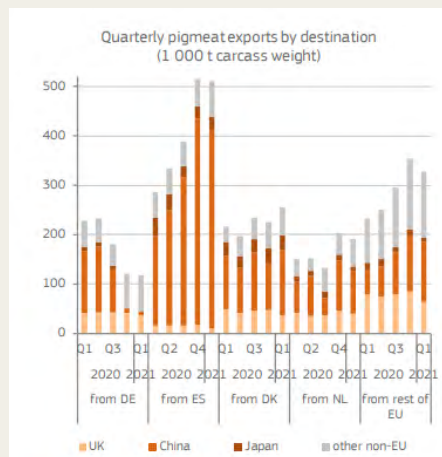


ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΟΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΧΟΙΡΙΝΟΥ

Σε ό,τι αφορά το χοιρινό κρέας, η παραγωγή της ΕΕ αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση 1,7% ή 394.000 τόνους το 2021, σε σύγκριση με το 2020. Παρόλο που οι εξαγωγές στο Ηνωμένο Βασίλειο μειώθηκαν



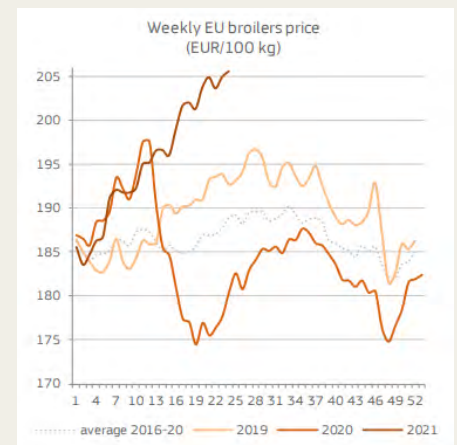
σημαντικά, οι συνολικές εξαγωγές χοιρινού κρέατος στην ΕΕ αναμένεται να αυξηθούν κατά 5% το 2021. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο α' τρίμηνο του 2021, σημείωσαν αύξηση της τάξης του 26%.



ΠΟΥΛΕΡΙΚΑ: ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΤΙΜΕΣ

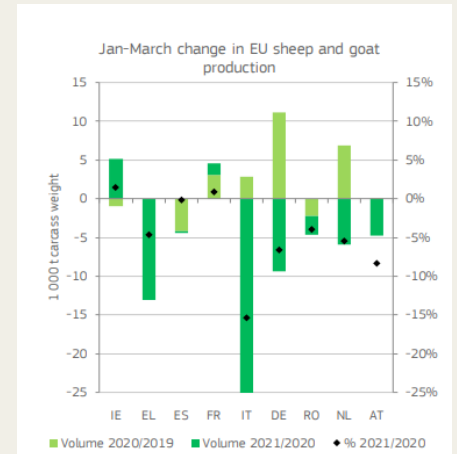
Στα πουλερικά, η παραγωγή της ΕΕ αναμένεται να μειωθεί κατά 0,9% ή 121.000 τόνους το 2021, επηρεαζόμενη από τη γρίπη των πτηνών και τις υψηλές τιμές των ζωοτροφών.

Η εσωτερική ζήτηση της ΕΕ αναμένεται να αυξηθεί με το άνοιγμα του foodservice. Τα αποθέματα κατεψυγμένων πουλερικών θα ικανοποιήσουν εν μέρει, αυτή την επιπλέον ζήτηση. Η χαμηλή προσφορά, σε συνδυασμό με τις μειωμένες εισαγωγές και την αυξημένη ζήτηση, εκτιμάται ότι οδήγησαν σε σημαντική αύξηση τις τιμές των πουλερικών στο Β' τρίμηνο του 2021, σε ποσοστό 8%, σε σχέση με τον μέσο όρο πενταετίας, πάνω από τα €200/100 κιλά.



ΣΤΑΘΕΡΗ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΙΓΟΠΡΟΒΑΤΩΝ

Τέλος, η παραγωγή αιγοπροβάτων στην ΕΕ αναμένεται να παραμείνει σταθερή το 2021, με αύξηση 0,1% ή 688 τόνους, παρά τις σχετικά υψηλές τιμές. Οι σχετικά υψηλές τιμές των προβάτων από τις αρχές του έτους ευνοούν μάλλον περισσότερες σφαγές, ειδικά σε Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία. Από την άλλη πλευρά, η παραγωγή στην Ιρλανδία αντιμετωπίζει αβεβαιότητες που σχετίζονται με τις εμπορικές σχέσεις με το Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ η μείωση στην Ελλάδα αποδίδεται σε διαρθρωτικές προσαρμογές στα κοπάδια.



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

POWERED BY **HO.RE.CA. OPEN**



• **BEYOND MEAT**
ΜΕΤΑ ΤΙΣ ΗΠΑ ΦΕΡΝΕΙ ΤΑ ΦΙΛΕΤΑΚΙΑ
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ
ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΣΤΙΑΣΗ

Φιλετάκια κοτόπουλου με βάση τον αρακά, τα φασόλια και τη φάβα βάζει η Beyond Meat στην αμερικανική εστίαση, προϊόν που, σύμφωνα με ασφαλείς πληροφορίες του FNB Daily, θα είναι διαθέσιμο σύντομα και στην Ελλάδα.

Το νέο προϊόν, που σύμφωνα με την Beyond Meat περιέχει 14 γρ. πρωτεΐνης ανά μερίδα σερίβιρσιματος, είναι άπυκτο και διαθέσιμο σε περίπου 4.000 εστιατόρια των ΗΠΑ, ενώ η εταιρεία παραγωγής plant-based προϊόντων δεν έχει στα άμεσα πλάνα της να βάλει το προϊόν στη λιανική.

ΠΟΤΕ ΘΑ ΕΡΘΟΥΝ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όπως πληροφορούμαστε, η Foodelco, που είναι ο αποκλειστικός εισαγωγέας και διανομέας των προϊόντων της Beyond Meat στην Ελλάδα, έχει ήδη παραγγείλει το εν λόγω προϊόν για την ελληνική εστία-

ση και ο εκτιμώμενος χρόνος παραλαβής είναι από 20 ημέρες έως και ένα μήνα. Σημειώνεται ότι προϊόντα της Beyond Meat είναι διαθέσιμα σε 1.200 σημεία πώλησης στην Ελλάδα, εκ των οποίων τα 400 είναι για το HoReCa.

ΤΕΛΗ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ ΕΡΧΟΝΤΑΙ
ΤΑ MEATBALLS

Η εταιρεία του Ethan Brown σχεδιάζει να λανσάρει τέλη Αυγούστου στην ελληνική αγορά, μέσω της Foodelco, τα Beyond Meat meatballs, τα οποία θα είναι διαθέσιμα για HoReCa, αλλά και για retail.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Τα πάντα για τον κλάδο
HORECA, στο horecaopen.com

• **FOODELCO**
ΞΕΚΙΝΑ ΤΗΝ
ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ
GOOD CATCH ΣΤΗ
ΜΙΚΡΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Με μια ακόμα εταιρεία εμπλουτίζει το brand portfolio της η Foodelco, φέρνοντας στην Ελλάδα την αμερικανική εταιρεία παραγωγής plant-based θαλασσίων προϊόντων, την Good Catch, που έχει παρουσία σε όλον τον πλανήτη, ενώ τον τελευταίο μήνα έχει μπει στην Ευρώπη. Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, την επόμενη εβδομάδα η εταιρεία παράδει τα πρώτα προϊόντα στη μικρή λιανική και μετά τον Αύγουστο θα ξεκινήσει η τοποθέτηση στους μεγάλους retailers.

INFO – ΠΡΟΪΟΝΤΑ

- Fish-Free Tuna-Style Flakes Mediterranean inspired
- Fish-free tuna naked in water
- Fish Burgers
- Fish-Free Cakes
- Plant-Based Crab-Free Cakes, New England Style (φτυτικό καβούρι)

Σημειώνεται ότι τα burgers είναι για το HoReCa, ενώ τα υπόλοιπα προϊόντα, μέχρι τον Οκτώβριο, θα είναι διαθέσιμα μόνο για τα supermarkets. Έπειτα θα μπουκ στην εστίαση.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



THE TRENDLETTER

Sō Posh!

καθημερινά με το



• **DELIVEROO**
ΑΥΞΗΘΗΚΑΝ 88% ΟΙ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΣΤΟ Β' ΤΡΙΜΗΝΟ
– ΕΩΣ 60% Ο ΠΗΧΗΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Σε ποσοστό 88% αυξήθηκαν οι παραγγελίες της Deliveroo στο β' τρίμηνο του 2021, φθάνοντας τις 78 εκατ.

Παραγγελίες σε εκατ. (ανάπτυξη)
Ην. Βασίλειο – Ιρλανδία: 38 (+94%)
Υπόλοιπος κόσμος: 40 (+83%)

Η εταιρεία, που είναι εισηγμένη στο Λονδίνο από τον Μάρτιο, τόνισε πως η ανάπτυξη της ετήσιας μεικτής αξίας των συναλλαγών

(GTV), ανήλθε σε 1,74 δισ. στερλίνες, σημειώνοντας αύξηση κατά 76%, συγκριτικά με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο

GTV – σε εκατ. στερλίνες (ανάπτυξη)
Ην. Βασίλειο – Ιρλανδία: 921 εκατ. (+88%)
Υπόλοιπος κόσμος: 818 εκατ. (+75%)
Μάλιστα, η διοίκηση της εταιρείας εκτιμά για το σύνολο του 2021 ανάπτυξη των GTV σε ποσοστό 50-60% έναντι προηγούμενης εκτίμησής για 30-40%.



Η εικόνα του α' εξαμήνου

TOTAL GROUP	Actual	Implied from guidance		
	H1 2021	H2 2021 (low)	H2 2021 (mid)	H2 2021 (high)
GTV £m	3,386	2,729	2,933	3,136
YoY growth %	99%	15%	24%	32%
Growth vs. 2019 %	186%	110%	126%	142%

ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ

Η Deliveroo βλέπει ευκαιρίες να επενδύσει περισσότερα για την περαιτέρω ανάπτυξη της στο β' μισό του έτους, ειδικότερα από την στιγμή που οι υψηλότερες δαπάνες, σε συν-

δυασμό με τις εκτιμήσεις ότι η μέση αξία των παραγγελιών θα επιστρέψει στα προ πανδημίας επίπεδα, θα επηρεάσουν τα περιθώρια κέρδους.

Η εταιρεία διατήρησε τις εκτιμήσεις για το ετήσιο ακαθάριστο περιθώριο στο 7,5-8%,

ωστόσο πρόσθεσε ότι τα περιθώρια πιθανώς θα διαμορφωθούν στο χαμηλότερο επίπεδο αυτού του εύρους.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ΔΙΡΦΥΣ**
ΒΡΑΒΕΥΤΗΚΕ
ΩΣ "ΔΙΑΜΑΝΤΙ
ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ"

Η εταιρία εμφιάλωσης νερού, Δίρφυς, βραβεύτηκε ως "Διαμάντι της Ελληνικής Οικονομίας". Ο Νίκος Σέρρας, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Δίρφυς, κατά την παραλαβή του βραβείου από τον Αλκιβιάδη Καλαμπόκη, Πρόεδρο του Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης, ανέφερε πως, αυτή η διάκριση αποτελεί τιμή για την εταιρεία και την περιοχή του Δήμου Διρφύων-Μεσσαπίων, ενώ παράλληλα, ευχαρίστησε θερμά τους συνεργάτες του, αναφέροντας πως είναι υπερήφανος για το έργο που επιτελούν, καθώς και τους καταναλωτές που στηρίζουν με τις επιλογές τους τα προϊόντα της Δίρφυς.



Νίκος Σέρρας, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Δίρφυς - Αλκιβιάδης Καλαμπόκης, Πρόεδρος, Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κρήτης

• GROUPE CASINO

ΜΟΝΟΡ': CONVENIENCE STORE ΤΕΛΕΥΤΙΑΣ ΓΕΝΙΑΣ

Η Μονορ', το convenience κανάλι του Groupe Casino, άνοιξε ένα υβριδικό (phygital) κατάστημα πώλης, τελευταίας γενιάς, στο Παρίσι, το οποίο συνδυάζει:

- Αειφορία
- Foodservice
- Ηλεκτρονικό εμπόριο
- Αξιολογες υπηρεσίες

HOTSPOT ΤΗΣ ΓΕΙΤΟΝΙΑΣ

Το κατάστημα των 250 τ.μ. άνοιξε ξανά, την περασμένη Τετάρτη, στην Rue de Marseille, στο δέκατο διαμέρισμα της γαλλικής πρωτεύουσας. Αυτή η τελευταία γενιά καταστημάτων Μονορ', στοχεύει να γίνει ένα πραγματικό hotspot για τη γειτονιά, αναλαμβάνοντας ρόλο συμπληρωματικό του ηλεκτρονικού εμπορίου και των ταχέων υπηρεσιών παράδοσης, που αναπτύσσονται ραγδαία στις πόλεις τους τελευταίους μήνες.

FOOD SERVICE COUNTER

Στην είσοδο, υπάρχει ένας food service counter, όπου οι περαστικοί μπορούν να αγοράσουν:

- Καφέ
- Πρωινό
- Σάντουιτς
- Βάφλες
- Πατατάκια
- Churros
- Nuggets

Πρόκειται για προϊόντα που παρασκευάζονται επί τόπου.



ΜΕΓΑΛΗ ΓΚΑΜΑ ΦΡΕΣΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Επιπλέον, οι καταναλωτές μπορούν να

βρουν μεγάλη γκάμα φρέσκων προϊόντων (τοπικών και εποχιακών), όπως π.χ., τυριά και αλλαντικά, φρεσκοψημένο ψωμί, μέχρι και... κομμένα λουλούδια.



Στη γκάμα των τροφίμων, το private label αντιπροσωπεύει το 40%, ενώ πολλά προϊόντα προσφέρονται χύμα: αυτό ισχύει για τροφές για κατοικίδια, οικολογικά προϊόντα καθαρισμού, μπίρα, όσπρια, γλυκά Carabbar και M&M και βιολογικά γαλακτοκομικά προϊόντα της Les 2 Vaches.



PICK UP POINT

Το κατάστημα, το οποίο εξυπηρετεί επίσης, ως σημείο παραλαβής (pick-up point) για ηλεκτρονικές παραγγελίες, διαθέτει περιοχή χωρίς υπαλλήλους, με εμβαδόν 30 τ.μ., παραμένει ανοικτό 7 ημέρες την εβδομάδα, 24 ώρες την ημέρα. Οι πελάτες έχουν πρόσβαση σε αυτό το μη επανδρωμένο κατάστημα με την τραπεζική τους κάρτα και μπορούν στη συνέχεια, να επιλέξουν από μια ποικιλία 300 προϊόντων. Ένα έξυπνο σύστημα ζύγισης αναγνωρίζει αυτόματα τα προϊόντα, ενώ οι πελάτες μπορούν στη συνέχεια, να επικυρώσουν την απόδειξη και να πληρώσουν.



Η Casino είχε δοκιμάσει αυτήν την τεχνολογία πέρυσι, σε ένα Black Box στα κεντρικά γραφεία του Μονορξ και τώρα, φέρνει την ιδέα σε ένα κατάστημα, για πρώτη φορά.



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr