

Χρυσή
Ζύμη

Να τους ξυπνάς
με τη συνταγή
της ζεστασιάς.

αυτό
σημαίνει
φροντίδα

FRANZOSAKE



Υπάρχει απολαυστικότερο ξύπνημα για την οικογένεια από εκείνο που χαρίζει το πλούσιο άρωμα της φρεσκοψημένης μας μπουγάτσας Θεσσαλονίκης; Αυθεντικά φύλλα μπουγάτσας, που τραγανίζουν μοναδικά, αγκαλιάζουν λαχταριστή γέμιση κρέμας σιμιγδαλιού με άρωμα βανίλιας, πραλίνας φουντουκιού ή φέτας και μυζήθρας.

Ψήνεις απλά για 30 λεπτά και φροντίζεις να έχουν την πιο νόστιμη «Καλημέρα»!

Χρυσή Ζύμη. Δεν έτυχε... Πέτυχε!

www.xrisizimi.gr f | @ | v

*Νηστήσιμη-Ιδανική για χορτοφαγική διατροφή



Μπουγάτσα Θεσσαλονίκης
με κρέμα σιμιγδαλιού
& άρωμα βανίλιας*



Μπουγάτσα Θεσσαλονίκης
με πραλίνα φουντουκιού*



Μπουγάτσα Θεσσαλονίκης
με μυζήθρα & φέτα Π.Ο.Π

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΕΤΑΡΤΗ 10 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2024
ΤΕΥΧΟΣ 1869



• Θ. ΓΕΡΟΣΤΕΡΓΙΟΥΔΗΣ (ΜΑΣΟΥΤΗΣ)

Ανάπτυξη 7,5% στο α' τρίμηνο
- Η στρατηγική της αλυσίδας



• Α. ΠΑΝΤΕΛΙΑΔΗΣ (ΜΕΤΡΟ)

Ανησυχία για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων
από τα μέτρα στην αγορά



• NIELSEN IQ

Στο 2,8% η ανάπτυξη των FMCGs
μέχρι τα μέσα Μαρτίου



• EFOOD LOCAL

Μπαίνει στη μικρή λιανική με φυσικά καταστήματα
- Ανοίγουν τα 2 πρώτα πιλοτικά

EDITORIAL: Με το βλέμμα στο DC

SECRET RECIPE: Στο +15% με σταθερή κερδοφορία το 2023 για την Μασούτης

DELPHI
ECONOMIC
FORUM

LIVE
TV

Η **NOTICE** δίνει το "παρών" και στο
CONTENT & SERVICES



ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ Ο
Νεκτάριος Β. Νιώτης



ΜΕΤΑΔΙΔΟΥΝ ΟΙ
Μάκης Αποστόλου - Στέλλα Λουγούστακη

Τετάρτη 10/04 έως και Παρασκευή 12/04: 18:40 - 19:00
Σάββατο 13/4: 12:00 - 13:00

DELPHI
ECONOMIC
FORUM

Σε συνεργασία με
τον τηλεοπτικό σταθμό
ACTION 24

μεταδίδει καθημερινά
από το μεγαλύτερο και
σημαντικότερο συνέδριο
της χρονιάς

POWERED BY

intrakat

voltion

Η **NOTICE** δίνει το “παρών” και στο

CONTENT & SERVICES

Σε συνεργασία με τον τηλεοπτικό σταθμό ACTION 24 μεταδίδει καθημερινά από το μεγαλύτερο και σημαντικότερο συνέδριο της χρονιάς:

Όλες τις εξελίξεις - Παρασκήνιο - Συνεντεύξεις

Τετάρτη 10/04 έως και Παρασκευή 12/04: 18:40 - 19:00

Σάββατο 13/4: 12:00 - 13:00

Αλλά και με τέσσερις πεντάλεπτες συνδέσεις κάθε μέρα.

LIVE

από τη συχνότητα του ACTION 24

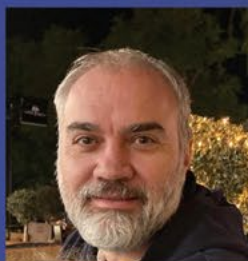
και το YouTube κανάλι της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

Δείτε ΕΔΩ
τις εκπομπές
του Delphi
Live Tv 2023



ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ Ο
Νεκτάριος Β. Νώτης



ΜΕΤΑΔΙΔΟΥΝ ΟΙ
Μάκης Αποστόλου - Στέλλα Αυγουστάκη



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ:
Ματίνα Βελάνη + 30 216 9390.256

• **Θ. ΓΕΡΟΣΤΕΡΓΙΟΥΔΗΣ (ΜΑΣΟΥΤΗΣ)**
ΑΝΑΠΤΥΞΗ 7,5% ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ
- Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Ανάπτυξη 7,5% σε αξία και 5,5% σε όγκο εμφανίζει η Μασούτης στο α' τρίμηνο του 2024, όπως υπογράμμισε στο Fnb Daily ο Γενικός Διευθυντής της αλυσίδας, Θεόδωρος Γεροστεργιούδης. Αν και όπως είπε είναι δύσκολο να γίνουν ασφαλείς προβλέψεις, ωστόσο, το 2024 θα είναι μια δύσκολη χρονιά αλλά η διοίκηση της εταιρείας παραμένει αισιόδοξη για την πορεία του έτους. Για την περυσινή χρονιά εκτιμά πως η κερδοφορία της Μασούτης ήταν "πάνω - κάτω" στα ίδια επίπεδα με το 2022, λέγοντας πως πέρυσι η εταιρεία "έβαλε πολύ πλάτη στις δυσκολίες".

ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΕΣΗ
ΑΚΙΝΗΤΩΝ

Παράλληλα η Μασούτης είναι σε αναζήτηση ακινήτων για μίσθωση στην Αττική, προκειμένου να διευρύνει το δίκτυο των καταστημάτων της, καθώς δίνει έμφαση στην ανάπτυξη της παρουσίας της στη Νότια Ελλάδα, κυρίως στην Αθήνα.

Ωστόσο, αντιμετωπίζει δυσκολίες στην εύρεση ακινήτων για τη δημιουργία καταστημάτων. Όπως αναφέρει ο Γενικός Διευθυντής της εταιρείας "δεν υπάρχουν πολλά μαγαζιά στην Αθήνα, που να είναι κατάλληλα. Εμείς ως κλάδος λειτουργούμε με χαμηλή κερδοφορία, επομένως το να βρούμε βιώσιμα καταστήματα και σε καλή τιμή είναι δύσκολο".

"Ο ΕΛΛΗΝΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
ΠΕΡΝΑ ΔΥΣΚΟΛΑ"

Σημειώνεται πως η Μασούτης ακολουθεί τα τελευταία χρόνια στρατηγική επίτευξης βιώσιμων μακροπρόθεσμων κερδών, με σκοπό να στηρίξει τους καταναλωτές αλλά και την κοινωνία συνολικά.



Θεόδωρος Γεροστεργιούδης, Γενικός Διευθυντής, Δ. Μασούτης

Επίσης, σημείωσε πως οι εταιρείες λιανικού εμπορίου τροφίμων οφείλουν να διευκολύνουν την εμπειρία του καταναλωτή μέσα από την εφαρμογή τεχνολογικών λύσεων. Όπως είπε, ο σύγχρονος καταναλωτής είναι ολοένα και πιο απαιτητικός και ο κλάδος ενοποιείται ολοένα και περισσότερο, αλλάζοντας το τοπίο του λιανεμπορίου. "Βλέπουμε ότι τόσο η νέα γενιά καταναλωτών, όσο και γενικά ο Έλληνας αγοραστής, είναι ολοένα και πιο απαιτητικός και θα έλεγα ότι καλά κάνει". Σε ό,τι αφορά το μέλλον, πρόσθεσε πως, "ο κλάδος τείνει να ενοποιηθεί περαιτέρω, μέσω συγχωνεύσεων, εξαγορών ίσως και συνεργασιών".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Editorial

Με το βλέμμα στο DC

Αύριο απόγευμα, αναμένουμε τις δηλώσεις της Christine Lagarde, μετά τη συνεδρίαση του ΔΣ της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, από την οποία δεν αναμένουμε μεταβολή στα επιτόκια. Έχει, όμως, ενδιαφέρον το λεκτικό της επικεφαλής της ΕΚΤ, σχετικά με το πότε θα ξεκινήσει ο κύκλος μείωσης του κόστους χρήματος.

Πού βρισκόμαστε αυτή τη στιγμή; Από τη μία πλευρά, ο πληθωρισμός πέφτει ταχύτερα από το προβλεπόμενο στην Ευρώπη, ενώ διαψεύδει τις προσδοκίες υποχώρησης στις Ηνωμένες Πολιτείες. Αυτό κάνει τους επενδυτές να προβλέπουν ότι η Φρανκφούρτη θα μπορούσε να μειώσει τα επιτόκια νωρίτερα από την Fed.

Συνεπώς, υπάρχει περίπτωση να δούμε την πρώτη μείωση νωρίτερα από τον Ιούνιο, που προβλέπει το βασικό σενάριο;

Όχι ακριβώς.

Διότι εξακολουθούν οι λόγοι, για τους οποίους η ΕΚΤ πρέπει να παραμείνει επιφυλακτική μέχρι το τέλος του εξαμήνου.

Ο πρώτος είναι η ταχεία ανάπτυξη στις τιμές υπηρεσιών (που αποτελούν το 45% του καλαθιού που χρησιμοποιείται για να υπολογιστεί ο πληθωρισμός της Ευρωζώνης), οι οποίες αυξήθηκαν με υψηλό ετήσιο ρυθμό 4%, για πέμπτο συνεχόμενο μήνα.

Ο δεύτερος λόγος είναι ότι υπάρχουν μέλη του ΔΣ της ΕΚΤ, τα οποία δεν θέλουν η Φρανκφούρτη να αποκλίσει στην πορεία των επιτοκίων με την Fed. Κι αυτό, διότι - όπως πολύ εύστοχα σχολιάζουν οι FT, "ένα τέτοιο ενδεχόμενο θα μπορούσε να προκαλέσει κινήσεις στις αγορές συναλλάγματος και ομολόγων, που ενέχουν τον κίνδυνο αναζωπύρωσης των πληθωριστικών πιέσεων". Συνεπώς, το πλέον πιθανό είναι ότι η ΕΚΤ δεν θα τολμήσει να προχωρήσει σε μειώσεις επιτοκίων, εάν η Fed εκπέμψει άλλα σήματα επιτοκιακής πολιτικής πριν από το καλοκαίρι.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Στο +15% με σταθερή κερδοφορία το 2023
για την Μασούτης

Η σταθερή κερδοφορία και η διψήφια ανάπτυξη ήταν τα κύρια χαρακτηριστικά για την πορεία της Μασούτης, την περυσινή χρονιά. Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, η βορειοελλαδίτικη αλυσίδα είδε τον τζίρο της αυξημένο κατά 15%, ξεπερνώντας το €1 δισ., στα €1,076 δισ. Όσο για την κερδοφορία, παρέμεινε σταθερή, λόγω - μεταξύ άλλων - της πολιτικής της εταιρείας για στήριξη των καταναλωτών, μέσω της συγκράτησης των τιμών.

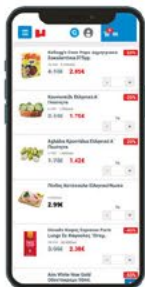
ΘΕΛΕΙΣ



6€ άμεσα
συμπληρώνοντας
200 πόντους



4% Έξτρα
κέρδος



Εκπρωτικά
κουπόνια
σε κάθε αγορά



Φυλλάδιο
προσφορών



Έξτρα πόντοι
σε 1.500 προϊόντα

μασουτης
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

Κάντε τις αγορές σας ηλεκτρονικά
στο www.masoutis.gr



• ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΤΙ ΜΕΛΕΤΑ ΓΙΑ ΝΑ ΒΓΕΙ ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Σε διαιτησία στις Βρυξέλλες καταλήγουν πολλά από τα αιτήματα της οινοποιίας. Πρόκειται για θέματα όπως οι ειδικοί φόροι κατανάλωσης, η ιδιωτική αποθεματοποίηση, η προσωρινή εκρίζωση και το de minimis. Όπως αναφέρεται σε report της ΚΕΟΣΟΕ, ζητήματα που σχετίζονται με την εξ αποστάσεως πώληση προϊόντων που υπόκεινται σε ειδικούς φόρους κατανάλωσης, αποτελούν προτεραιότητα.

ΚΟΣΤΟΣ - ΟΦΕΛΟΣ

Στα τέλη του 2022, η Κομισιόν είχε συμβάλει στην επανέναρξη των συζητήσεων μεταξύ των κρατών μελών στο πλαίσιο του προγράμματος συνεργασίας FISCALIS. Η εν λόγω ομάδα αποτελείται από εμπειρογνώμονες εθνικών διοικήσεων και αποστολή της είναι να βρίσκει λύσεις που στοχεύουν στη διευκόλυνση της εξ αποστάσεως πώλησης προϊόντων, διασφαλίζοντας παράλληλα τον έλεγχο αυτών των συναλλαγών για την ενίσχυση της καταπολέμησης της απάτης. Οι πιθανές λύσεις αξιολογούνται πλέον με βάση την ανάλυση κόστους-οφέλους, καθώς και τη σκοπιμότητά τους από νομική, διοικητική και τεχνική άποψη. Στη συνέχεια, μπορεί να εκπονηθεί νομοθετική πρόταση με στόχο την απλούστευση του υφιστάμενου πλαισίου ειδικών φόρων κατανάλωσης, ιδίως για τους μικρούς και μεσαίους παραγωγούς.

ΑΠΟΘΕΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ/ΕΚΡΙΖΩΣΗ/ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

Προς το παρόν, η Κομισιόν δεν έχει λάβει κανένα αίτημα από κράτος-μέλος, ούτε για την ιδιωτική αποθεματοποίηση, ούτε για την προσωρινή εκρίζωση ή τη διαφοροποιημένη αναδιάρθρωση αμπελώνων.

Υπάρχει πρόοδος σχετικά με τα αιτήματα για προσωρινή εκρίζωση/ αναδιάρθρωση, που μελετήθηκαν από την Κομισιόν μετά τα αιτήματα της Γαλλίας, της Ισπανίας και της Ιταλίας. Μέχρι στιγμής, υπήρξαν μόνο μερικές ανεπίσημες ανταλλαγές της Κομισιόν με τις γαλλικές αρχές, σχετικά με τις επιλογές που εξετάζουν για τη μείωση της παραγωγικής ικανότητας, αλλά μέχρι τώρα δεν έχει καταθεί κανένα επίσημο αίτημα.

DE MINIMIS

Η Κομισιόν σημειώνει τις εκκλήσεις ορισμένων κρατών-μελών και ενδιαφερομένων για αύξηση του ορίου ενίσχυσης de minimis για τον γεωργικό τομέα. Υπενθυμίζεται ότι οι κρατικές ενισχύσεις



απαγορεύονται γενικά στην ΕΕ, εκτός εάν η Κομισιόν τις κρίνει συμβατές με την εσωτερική αγορά. Ο έλεγχος των κρατικών ενισχύσεων της ΕΕ απαιτεί προηγούμενη κοινοποίηση όλων των νέων μέτρων ενίσχυσης στην Κομισιόν, η οποία πρέπει να αξιολογήσει τη συμβατότητα.

Ωστόσο, υπάρχουν εξαιρέσεις σε αυτόν τον κανόνα που επιτρέπουν στα κράτη μέλη να παρέχουν ταχεία υποστήριξη στις επιχειρήσεις, μεταξύ άλλων συμπεριλαμβανομένου του γεωργικού τομέα. Για παράδειγμα, ο κανονισμός για τη γεωργία de minimis εξαιρεί μικρά ποσά ενισχύσεων στον γεωργικό τομέα από τον έλεγχο των κρατικών ενισχύσεων, καθώς θεωρείται ότι δεν έχουν αντίκτυπο στον ανταγωνισμό και το εμπόριο εντός της αγοράς.

Πιο συγκεκριμένα, τα κράτη μέλη μπορούν να χορηγούν ενίσχυση στον γεωργικό τομέα έως και €20 χιλ. ανά δικαιούχο (€25 χιλ. εάν το κράτος μέλος διαθέτει κεντρικό μητρώο για την καταγραφή των ενισχύσεων ή σσονος σημασίας) για περίοδο 3 ετών χωρίς προηγούμενη κοινοποίηση στην Κομισιόν για ελάχιστη ενίσχυση.

ABER

Ο αναθεωρημένος κανονισμός εξαιρέσεων κατά κατηγορίες γεωργικών προϊόντων (ABER), που εγκρίθηκε από την Επιτροπή στις 14 Δεκεμβρίου 2022, κηρύσσει ορισμένες κατηγορίες ενισχύσεων συμβατές με τους κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις κρατικές ενισχύσεις και τις απαλλάσσει από την υποχρέωση προηγούμενης κοινοποίησης και έγκρισης από την Κομισιόν, με την προϋπόθεση ότι πληρούν ορισμένους

όρους που περιορίζουν τις στρεβλώσεις του ανταγωνισμού στην ενιαία αγορά. Αυτό επιτρέπει στα κράτη μέλη να παρέχουν γρήγορα βοήθεια.

ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΗ ΖΗΜΙΩΝ

Αυτά τα δύο μέσα παρέχουν σαφή πλαίσια για την παροχή ευρέος φάσματος δυνατοτήτων βοήθειας, για παράδειγμα για την αντιστάθμιση ζημιών που προκαλούνται από φυσικές καταστροφές/δυσμενή κλιματικά φαινόμενα. Βοηθούν τους αγρότες να τηρούν αυστηρότερα πρότυπα για το περιβάλλον ή την καλή διαβίωση των ζώων, υποστηρίζουν τους νέους αγρότες να ασχοληθούν με γεωργικές δραστηριότητες ή να απαιτήσουν συμβουλευτικές υπηρεσίες, στηρίζουν τις επενδύσεις που συνδέονται με τη μεταποίηση ή την εμπορία γεωργικών προϊόντων.

ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Τέλος, μέχρι τις 30 Ιουνίου του τρέχοντος έτους, το προσωρινό πλαίσιο κρίσης και μετάβασης επιτρέπει στα κράτη μέλη να χορηγούν περιορισμένη βοήθεια, έως €280 χιλ. κατ' ανώτατο όριο ανά δικαιούχο, σε αγρότες που έχουν πληγεί από την κρίση που προκλήθηκε από τον επιθετικό πόλεμο της Ρωσίας κατά της Ουκρανίας (ενότητα 2.1 του το TCTF).

Η προθεσμία της 30ης Ιουνίου 2024 είναι αυτή της χορήγησης ενίσχυσης (δηλαδή της δημιουργίας από το κράτος μέλος του νομίμου δικαιώματος ενίσχυσης για έναν δεδομένο δικαιούχο). Οι πραγματικές πληρωμές ενίσχυσης μπορούν να κατανεμηθούν από το κράτος μέλος σε πολλά έτη, εάν το κρίνει σκόπιμο.

• KALLAS ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΕ ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ ΓΙΑ ΤΟ HORECA - ΝΕΑ ΕΛΑΙΑ ΓΙΑ ΣΑΛΑΤΑ ΚΑΙ ΤΗΓΑΝΙΣΜΑ

Μέσα στο δεύτερο δεκαπενθήμερο του Απριλίου πρόκειται να κυκλοφορήσει η νέα γκάμα δημητριακών της Kallas Inc, που πρωτοπαρουσιάστηκε στην Food Expo 2024, για την κάλυψη των αναγκών του HoReCa. Παράλληλα, η εταιρεία παρουσίασε το νέο ηλιέλαιο υψηλού ελαϊκού οξέος, που αποτελεί την ιδανική επιλογή για τηγάνισμα.

Όπως σημειώνει μιλώντας στο FNB ο Marketing Director της εταιρείας, Κώστας Θεοφιλόπουλος, "σκανάρουμε συνεχώς την αγορά για νέες ανάγκες και τάσεις και εμπλουτίζουμε την γκάμα μας με στόχο να παραμείνουμε ένα βήμα μπροστά στην εξυπηρέτηση των συνεργατών μας, σε μια αγορά που αλλάζει ραγδαία".

ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ

Η εταιρεία διέθετε ήδη στην γκάμα της προϊόντα δημητριακών σε μεγάλες συσκευασίες (10 & 25 κιλών) που προορίζονται για την κάλυψη των αναγκών της βιομηχανίας. "Πλέον επεκτεινόμαστε και στο HoReCa με συσκευασίες του ενός κιλού ώστε να καλύψουμε τις ανάγκες των ξενοδοχείων και των καφέ/εστιατορίων που κάνουν πρωινό και brunches με δημητριακά", σημειώνει ο κ. Θεοφιλόπουλος.

Στη σειρά, σε πρώτη φάση, θα κυκλοφορήσουν οι εξής κωδικοί δημητριακών: Corn Flakes, Choco Balls, Choco Cells, Honey Rings, Rice Crispiers και Muesli.

Η εταιρεία διαθέτει ισχυρή παρουσία στο κανάλι HoReCa και βρίσκεται στη διαδικασία του κλεισίματος των συμφωνιών για το λανσάρισμα της νέας σειράς. Ήδη, όπως σημειώνεται, το ενδιαφέρον της αγοράς, ειδικά σε τουριστικές περιοχές είναι ιδιαίτερα έντονο. Στο μεταξύ έχει ολοκληρωθεί η σχετική επένδυση σε νέα γραμμή συσκευασίας στις εγκαταστάσεις της εταιρείας στα Οινόφυτα και η λήψη των απαραίτητων πιστοποιήσεων.

GOLD 10

Επιπλέον, η εταιρεία παρουσίασε στην Food Expo 2024 το ηλιέλαιο υψηλού ελαϊκού οξέος Gold 10, ως νέο προϊόν της σειράς Redda. Σύμφωνα με τον κ. Θεοφιλόπουλο "το προϊόν έχει κερδίσει την αγορά καθώς προσφέρει σημαντικά οφέλη και υψηλή αξία στον επαγγελματία της εστίασης:

- έχει πολύ μεγάλη αντοχή στις υψηλές θερμοκρασίες έως και 240°C
- διασφαλίζει έως 72 ώρες συνεχούς, ποιοτικού τηγανίσματος



- δεν αφρίζει
- κάνει το πιο νόστιμο και υγιεινό τηγάνισμα λόγω της υψηλής περιεκτικότητας σε ελαϊκό οξύ"

SALAD OILS

Στόχος της Kallas Inc είναι να εκμεταλλευτεί τη μεγάλη τεχνογνωσία της στην αγορά τροφίμων, για τη δημιουργία νέων προτάσεων με σπουδαίες προοπτικές ανάπτυξης. Στο πλαίσιο της στρατηγικής αυτής η εταιρεία ετοιμάζεται να λανσάρει δύο νέα έλαια ιδανικά για σαλάτα. Σύμφωνα με τον κ. Θεοφιλόπουλο, "αποτελούν mix εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου με κραμβέλαιο, που αναμιγνύεται άριστα με το ελαιόλαδο και δίνει εξαιρετικά οργανοληπτικά χαρακτηριστικά". Πιο αναλυτικά, πρόκειται για:

- το Extra Salad Oil που περιέχει 50% Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο και 50% Κραμβέλαιο
- το Pure Sald Oil, επίσης με Κραμβέλαιο και Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο, και εξαιρετική σχέση ποιότητας – τιμής.

Όπως σημειώνει ο κ. Θεοφιλόπουλος, το ενδιαφέρον από την αγορά είναι ήδη πολύ υψηλό, καθώς οι επιχειρήσεις εστίασης δέχονται ισχυρές πιέσεις από τις αυξημένες τιμές ελαιολάδου και αναζητούν ποιοτικές εναλλακτικές λύσεις.

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafeirouli@notice.gr



• ΚΟΜΙΣΙΟΝ ΠΡΟΧΩΡΑ ΤΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟ- ΦΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προκήρυξε πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων για τη σύσταση του Παρατηρητηρίου Αγροδιατροφικής Αλυσίδας της ΕΕ (AFCO).

Η δημιουργία του Παρατηρητηρίου, το οποίο θα εξετάζει το κόστος παραγωγής, τα περιθώρια κέρδους και τις εμπορικές πρακτικές ανακοινώθηκε στα μέσα Μαρτίου ως ένα από τα μέτρα για την ενίσχυση της θέσης των γεωργών στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων και της εμπιστοσύνης μεταξύ όλων των κρίκων της αλυσίδας.

Στόχος είναι να ενισχυθεί η διαφάνεια όσον αφορά τις τιμές, τη διάρθρωση του κόστους και την κατανομή των περιθωρίων και της προστιθέμενης αξίας στην αλυσίδα εφοδιασμού, με παράλληλη τήρηση των κανόνων εμπιστευτικότητας και ανταγωνισμού.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΩΝ

Το Παρατηρητήριο θα στηρίξει την ανάπτυξη μεθοδολογιών για την αξιολόγηση και την παρακολούθηση της διάρθρωσης του κόστους και της κατανομής των περιθωρίων και της προστιθέμενης αξίας στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.

ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΕΘΝΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ

Το Παρατηρητήριο θα διαθέτει έως και 80 μέλη, τα οποία θα εκπροσωπούν τις εθνικές αρχές που είναι αρμόδιες για τη γεωργία, την αλιεία, την υδατοκαλλιέργεια και την αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, καθώς και οργανώσεις που εκπροσωπούν ενδιαφερόμενα μέρη που δραστηριοποιούνται σε διάφορα στάδια της αλυσίδας - από γεωργούς και προμηθευτές εισροών, ως τη βιομηχανία τροφίμων, εμπόρους, μεταφορείς, την εφοδιαστική, το λιανεμπόριο και τους καταναλωτές. Το Παρατηρητήριο αναμένεται να συνεδριάσει για πρώτη φορά τον Ιούλιο του 2024.

• **KORINTHIAN FOODS**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 75% ΚΑΙ ΚΕΡΔΗ €5,87 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2023

Με ανάπτυξη 75% και καθαρά κέρδη €5,87 εκατ. έκλεισε το 2023 για την Korinthian Foods, εμπορική εταιρεία παραγωγής και εμπορίας έτοιμων γευμάτων.

Για τη φετινή χρήση οι εκτιμήσεις της διοίκησης είναι ότι ο κύκλος εργασιών θα κινηθεί στα περυσινά επίπεδα, μέσω της ανανέωσης των εν ισχύ συμβάσεων ή την ανάληψη νέων έργων και την υπογραφή νέων συμβάσεων. Ειδικότερα, η εταιρεία εστιάζει σε:

- Προμήθεια και διανομή τροφίμων και ειδών βασικής υλικής συνδρομής (ΤΕΒΑ) σε περιφέρειες
- Τροφοδοσία κοινωνικών παντοπωλείων και βρεφονηπιακών σταθμών σε δήμους
- Παροχή γευμάτων σε πανεπιστήμια
- Λειτουργία κυλικείων εντός μεγάλων νοσοκομειακών μονάδων
- Σίτιση σε δομές φιλοξενίας



Ηλίας Κακογιάννης, πρόεδρος & CEO, Korinthian Foods

ΝΕΟ ΑΚΙΝΗΤΟ ΚΑΙ ΑΜΚ

Την περασμένη χρονιά η εταιρεία απέκτησε ακίνητο (οικόπεδο με υπαίθριο – ισόγειο κτίσμα, 70,68 τ.μ.), συνολικού εμβαδού 10.532,54 τ.μ., στη Δημοτική Κοινότητα Σολομού, του Δήμου Κορινθίων, όπου βρίσκεται και η έδρα της.

Επίσης, στην έκτακτη γενική συνέλευση των μετόχων της 3ης Ιουλίου 2023 αποφασίσθηκε η αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας κατά €600 χιλ. με την έκδοση 20.000 νέων μετοχών με τιμή €30/μετοχή, ανεβάζοντας το συνολικό μετοχικό κεφάλαιο σε €660 χιλ. Η αύξηση καλύφθηκε στο σύνολό της με μετρητά από τον μοναδικό μέτοχο της Korinthian Foods.

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Η εταιρεία διαθέτει 11 καταστήματα της Korinthian Palace, με τα δύο να τα ανοίγει

το 2022, σε Κ. Αχαΐα και Ναύπλιο.

- Κόρινθος (Δαμασκηνού 26)
- Αθήνα (στο νοσοκομείο ΝΙΜΤΣ)
- Τρίπολη (2 εντός πανεπιστημίου Πελοποννήσου και 1 Επαμ. Βοσινιώτη)
- Φιλιάτες Ηγουμενίτσας (2 εντός νοσοκομείου)
- Αργοστόλι (Κοκύλια)
- Κ. Αχαΐα (εντός ΒΙΠΕ Πατρών)
- Ναύπλιο (Χαρμαντά & Ν. Λάμπρου)



LOGISTICS

Η επιχείρηση, πέραν του κέντρου αποθήκευσης που ήδη λειτουργεί στην Τρίπολη, νοικιάζει, λειτουργεί και άλλα μεγάλα κέντρα αποθήκευσης και διανομής τροφίμων σε στρατηγικά σημεία της χώρας, ώστε να μειώνει το κόστος και τον χρόνο διανομής στα έργα που έχει αναλάβει. Η συνολική τους επιφάνεια αγγίζει τα 5.600 τ.μ. και βρίσκεται σε Τρίπολη, Πάτρα, Κρήτη.

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

DATA - (σε €χιλ.)

Πωλήσεις	Μικτό αποτέλεσμα
2023: 28.212	2023: 11.049
2022: 16.092	2022: 5.459
Μεταβολή: 75,32%	Μεταβολή: 102,4%
Αποτέλεσμα προ φόρων	
2023: 7.756	
2022: 3.004	
Μεταβολή: 158,2%	
Αποτέλεσμα μετά από φόρους	
2023: 5.872	
2022: 2.289	
Μεταβολή: 156,53%	

• **MY MARKET**

ΝΕΟ ΤΕΥΧΟΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΜΑΘΕ ΦΑΕ ΖΗΣΕ

Το νέο τεύχος του περιοδικού Μάθε Φάε Ζήσε, είναι διαθέσιμο σε όλα τα καταστήματα My market και στο mymarket.gr, και μας καλεί να υποδεχτούμε την άνοιξη με θετική ενέργεια και διάθεση.

Στο νέο τεύχος του περιοδικού Μάθε Φάε Ζήσε, οι αναγνώστες του θα βρουν ιδέες για συνταγές και λιχουδιές, προτάσεις για αρωματικά κρασιά, λύσεις διακόσμησης στο σπίτι, τον κήπο και το μπαλκόνι, εξορμήσεις που θα ξεσηκώσουν μικρούς και μεγάλους, όπως βαρκάδα στη λίμνη των Κρεμαστών στην Ευρυτανία και άλλα.

Το περιοδικό διατίθεται στη συμβολική τιμή των €0,40 και τα έσοδα από τις πωλήσεις θα διατεθούν για καλό σκοπό μέσω του προγράμματος Εταιρικής Υπευθυνότητας των My market.

Η Άνοιξη που έχουμε ανάγκη!

Το λαχταριστό εξώφυλλο του νέου τεύχους του περιοδικού, μας βάζει σε κλίμα ανοιξιάτικης διάθεσης και ανανέωσης και μας προσκαλεί σε νέα γευστικά ταξίδια, ανοιξιάτικες βόλτες και νέα διακόσμηση που θα μας αναζωογονήσουν!

Σε όλα τα καταστήματα My market και στο mymarket.gr με 0,40€. Το ποσό θα διατεθεί για καλό σκοπό στο πρόγραμμα «Πράσινα».

• **EFOOD LOCAL**

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΜΙΚΡΗ ΛΙΑΝΙΚΗ ΜΕ ΦΥΣΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ – ΑΝΟΙΓΟΥΝ ΤΑ 2 ΠΡΩΤΑ ΠΙΛΟΤΙΚΑ

Στη μικρή λιανική με φυσικό δίκτυο καταστημάτων μπαίνει η efood, ετοιμάζοντας δύο φυσικά καταστήματα στην Αττική εντός του β' τριμήνου υπό την επωνυμία efood local.

Στόχος της εταιρείας είναι η εδραίωσή της και στα φυσικά καταστήματα αγορών, με τη δημιουργία μιας νέας γενιάς καταστημάτων γειτονιάς και την ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας για τους καταναλωτές, με τον συνδυασμό φυσικών και ηλεκτρονικών αγορών.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ ΦΑΓΗΤΟ – ΖΕΣΤΗ ΓΩΝΙΑ

Βασική αναφορά των καταστημάτων efood local είναι η γειτονιά. Το νέο concept δίνει μεγαλύτερη έμφαση στο φαγητό, με κύρια στοιχεία του καταστήματος τη γωνιά του καφέ και τη ζεστή γωνιά. Σε επίπεδο κωδικολογίου περιλαμβάνει διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, όπως κάβα, καπνικά και είδη mini market, κυρίως τρόφιμα και snacks.

Μιλώντας στο FNB Daily ο General Manager – Quick Commerce & Integrated Verticals της εταιρείας, Χάρης Τάκας, εξηγεί ότι το νέο εγχείρημα έχει πιλοτικό χαρακτήρα και βασίστηκε στην επιθυμία να συνδεθεί το efood με το φυσικό δίκτυο καταστημάτων.

Στην αρχή θα λειτουργήσουν δύο νέα καταστή-



Χάρης Τάκας, General Manager - Quick Commerce & Integrated Verticals

ματα και με βάση το feedback από την αγορά θα προχωρήσει και περαιτέρω η ανάπτυξη του δικτύου. "Θέλουμε να δούμε και εμείς πως θα εξελιχθεί η πορεία των καταστημάτων και αναλόγως θα κινηθούμε. Προς το παρόν θα εστιάσουμε στην Αθήνα και τέλος του έτους θα είμαστε σε θέση να πούμε για επιπλέον σημεία", εξηγεί ο κ. Τάκας στο FNB Daily. Τόνισε, δε, πως το εν λόγω concept με τη ζεστή γωνιά είναι "κάτι που δεν έχει ξαναγίνει", ενώ δίνει έμφαση στο φαγητό grab & go. Παράλληλα οι κατηγορίες mini market θα περιλαμβάνουν όλα

τα προϊόντα των στρατηγικών συνεργατών του ομίλου στο κομμάτι της λιανικής.



ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΑ KIOSKY'S

Υπενθυμίζεται ότι η efood έχει παράλληλα και τη διαχείριση του δικτύου καταστημάτων Kiosky's Convenience Stores. Ο κ. Τάκας εξήγησε πως με δεδομένο ότι η convenience αγορά στην Ελλάδα είναι κατακερματισμένη με 3.000 καταστήματα λιανικής να λειτουργούν, το efood local δεν θα... "κανιβαλίσσει" την Kiosky's, το δίκτυο της οποίας περιλαμβάνει 51 καταστήματα στην Αθήνα, την Θεσσαλονίκη και σε πόλεις της περιφέρειας.

"Είμαστε πολύ προσεκτικοί για την επέκταση του Kiosky's, υπάρχει ζήτηση και για νέα σημεία, ενώ συνεχώς ανανεώνουμε και τα υπάρχοντα καταστήματα", ανέφερε.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΜΕΛΙ ΚΙΣΣΟΥΡΙ**

ΠΡΟΣΤΙΘΕΤΑΙ ΣΤΟ ΜΗΤΡΩΟ ΤΩΝ ΠΟΠ

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσέθεσε το ελληνικής προέλευσης μέλι ανθέων "Μέλι Κισσούρι" στο μητρώο των προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης (ΠΟΠ).

Το "Μέλι Κισσούρι" είναι μέλι ανθέων, και συγκεκριμένα φθινοπωρινό μέλι ερείκης που παράγεται στην περιοχή της Καρυστίας από μέλισσες που τρυγούν τα άνθη της πορφύρας ερείκης (*Erica manipuliflora* ή *Erica verticillata*), η οποία ευδοκίμει στην περιοχή. Το "Μέλι Κισσούρι" διατίθεται σε υγρή ή κρυσταλλική μορφή. Η προστασία της ονομασίας "Μέλι Κισσούρι / Meli Kissouri" ζητείται για ολόκληρη την επικράτεια του Δήμου Καρύστου της Εύβοιας, ο οποίος περιλαμβάνει τις δημοτικές ενότητες Καρύστου, Καφηρέως, Μαρμαριού και Στυρέων.

ΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ

Το "Μέλι Κισσούρι" έχει ελαφρώς πικρή γεύση, σκούρο χρώμα με κόκκινες νότες χαλκού

και έντονα και επίμονα αρώματα. Η ιδιαιτερότητά του οφείλεται στο μείγμα γυρεόκοκκων, όπου κυριαρχεί η γύρη της *Erica manipuliflora*, η οποία συμπληρώνεται με γυρεόκοκκους αυτοφυών φυτών, και από το οποίο απουσιάζουν πλήρως γυρεόκοκκοι καλλιεργούμενων ειδών.

Επιπλέον, οφείλει την ιδιαιτερότητά του στην πολύ χαμηλή περιεκτικότητα του μείγματος γυρεόκοκκων σε σακχαρόζη: δεν υπερβαίνει το 0,2%, που είναι το κατώτατο όριο για τα άλλα ελληνικά μέλια ερείκης. Η χαμηλή αυτή περιεκτικότητα σε σακχαρόζη αποδίδεται στον τοπικό ανθρώπινο παράγοντα και συγκεκριμένα στις πρακτικές εκτροφής των μελισσών. Βασικές παράμετροι των πρακτικών αυτών είναι η μη χορήγηση τεχνητής τροφής κατά την παραγωγή του προϊόντος, καθώς όλες οι διατροφικές ανάγκες των μελισσών καλύπτονται από την πλούσια ανθοφορία ερείκης της περιοχής.

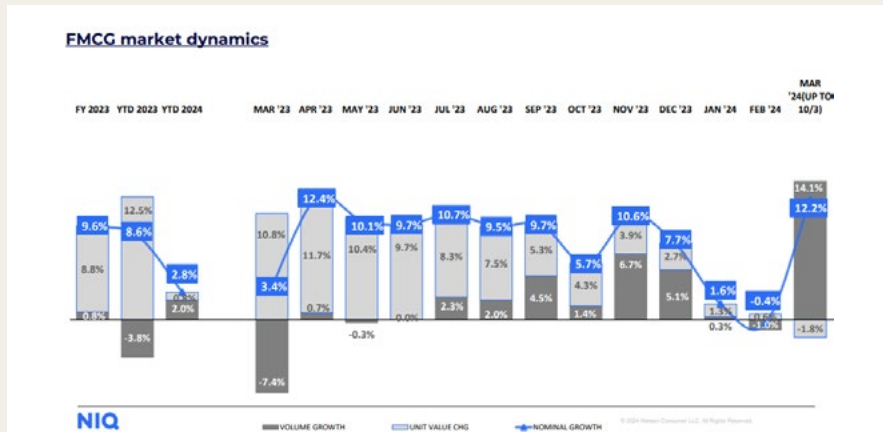


ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΜΕΝΑ ΓΕΩΡΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η νέα αυτή ονομασία έρχεται να προστεθεί στα 1.644 γεωργικά προϊόντα που ήδη προστατεύονται. Ο κατάλογος όλων των προστατευόμενων γεωγραφικών ενδείξεων είναι διαθέσιμος στη βάση δεδομένων eAmbrosia.

• **NIENSENIQ**
ΣΤΟ 2,8% Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ FMCGs
ΜΕΧΡΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΡΤΙΟΥ

Ανάπτυξη 2,8% καταγράφει η πορεία της αγοράς FMCG προϊόντων με βάση τα στοιχεία της NielsenIQ, όπως τα παρουσίασε ο Managing Director της NielsenIQ για Ελλάδα και Βουλγαρία, Βάιος Δημοράγκας, και αφορούν τις πρώτες 10 εβδομάδες του 2024. Όπως ανέφερε, η εικόνα είναι σχετικά καλή, παρατηρείται ξεκάθαρη αποκλιμάκωση του πληθωρισμού λίγο χαμηλότερα από το 1%, ενώ συνεχίζεται το ανοδικό momentum των όγκων που είναι στο +2%.



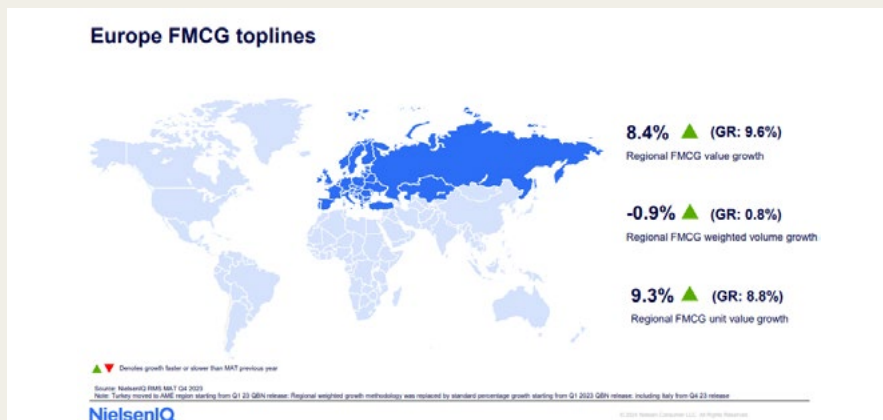
ΑΠΟΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ:

Για τις δύο πρώτες εβδομάδες του Μαρτίου ενδιαφέρον έχει το -1,8% που παρατηρείται στη μέση εξέλιξη των τιμών, γεγονός που δείχνει ότι ξεκινά αποπληθωρισμός. Ο κ. Δημοράγκας εξήγησε ότι δεν μπορεί να πει κανείς πως αυτό το αποτέλεσμα σχετίζεται με την εφαρμογή των μέτρων του υπουργείου. "Δεν μπορούμε να το πούμε σίγουρα, όμως θα έχει ενδιαφέρον η ανάλυση των επόμενων εβδομάδων και μηνών".

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Συγκρινόμενη με την πορεία της Ευρώπης, η εικόνα της ελληνικής αγοράς για το 2023 είναι καλύτερη από τον μέσο ευρωπαϊκό όρο. Ειδικότερα, η συνολική ανάπτυξη της ελληνικής αγοράς ήταν στο 9,6%, σε σχέση με το 8,4% του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Στην Ελλάδα παρατηρήθηκε μικρή, έστω, ανάπτυξη των όγκων σε σχεδόν 0,8%, ενώ στην Ευρώπη υπήρξε μείωση 0,9% για το 2023.

Παράλληλα, όπως ανέφερε ο κ. Δημοράγκας, "ο πληθωρισμός με βάση τις μετρήσεις της NielsenIQ ήταν χαμηλότερος στην Ελλάδα σε σχέση με τον ευρωπαϊκό ΜΟ".



• **ΔΩΔΩΝΗ**
ΔΙΑΚΡΙΘΗΚΕ ΣΤΑ
CHEFS' CHOICE
AWARDS

Συνολικά τέσσερα προϊόντα Δωδώνη ξεχώρισαν και διακρίθηκαν στο πλαίσιο της τελετής απονομής των "Chefs' Choice Awards 2024", που πραγματοποιήθηκε στις 5 Απριλίου. Συγκεκριμένα, προϊόντα όπως η Φέτα ΠΟΠ Δωδώνη και το Βούτυρο Δωδώνη αγελάδος, διακρίθηκαν με το Chefs' Choice Platinum στις κατηγορίες Cheese και Dairy Products αντίστοιχα. Το Γιαούρτι Δωδώνη Στραγγιστό ξεχώρισε στην κατηγορία Dairy Products και επιβραβεύτηκε με το Chefs' Choice. Επιπλέον, η σειρά φυτικών επιδορπίων Δωδώνη Plant'd απέσπασε και αυτή με τη σειρά της το βραβείο Chef's Choice.



• **COFFEE ISLAND**
ΣΤΗΡΙΞΕ ΔΥΟ
ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ
ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΤΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ
ΕΛΛΑΔΑΣ

Το 2ο ποδηλατικό event L'Étape Greece by Tour de France και τον 2ο Ημιμαραθώνιο της Πάτρας στήριξε η Coffee Island. Συγκεκριμένα, περίπου 1000 ποδηλάτες από όλον τον κόσμο, με φόντο τη μαγευτική φύση της Δ. Πελοποννήσου, συμμετείχαν στον αγώνα που σηματοδοτεί μια ξεχωριστή στιγμή για την ποδηλασία στην Ελλάδα. Με Χρυσή Χορηγία, η ομάδα της Coffee Island έδωσε το παρών την Κυριακή 7 Απριλίου στον 2ο Ημιμαραθώνιο Πάτρας, το μεγαλύτερο δρομικό event της Δυτικής Ελλάδας.

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΤΟ REPORT

• **CIRCANA**
Η GENZ ΟΔΗΓΕΙ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ

Οι καταναλωτές Gen Z ηλικίας 21-26 ετών ηγούνται της τάσης η οποία προωθεί την καινοτομία στα προφίλ γεύσεων, τη συσκευασία και τις μορφές προϊόντων. Σε αυτό το συμπέρασμα καταλήγει η νέα έκθεση State of the CPG Beverage Alcohol Industry της Circana, η οποία υπογραμμίζει την αυξανόμενη όρεξη των καταναλωτών για ποικιλία.

"Οι σημερινοί καταναλωτές αλκοολούχων ποτών δίνουν προτεραιότητα στην ευκολία και επιθυμούν καινοτόμες εμπειρίες", δήλωσε ο Scott Scanlon, εκτελεστικός αντιπρόεδρος αλκοολούχων ποτών της Circana. "Τα συναρπαστικά γευστικά προφίλ θα παραμείνουν βασικός μοχλός καινοτομίας σε αυτόν

τον χώρο. Οι μάρκες που θέλουν να παραμείνουν ανταγωνιστικές θα πρέπει να διερευνήσουν ευκαιρίες για να αναβαθμίσουν τις προσφορές τους, ενσωματώνοντας συστατικά και συσκευασίες υψηλής ποιότητας".

RTD

Μια κατηγορία που συνεχίζει να έχει ευρεία απήχηση είναι τα έτοιμα προς κατανάλωση (RTD) κοκτέιλ και τα hard seltzers. Παρά την ελαφρά εξασθένηση των πωλήσεων, τα εν λόγω προϊόντα παραμένουν ψηλά στη ζήτηση σε διάφορες ηλικιακές ομάδες και εισοδηματικές ομάδες νοικοκυριών. Η κατηγορία RTD έχει υπερτριπλασιαστεί από το 2018, φτάνοντας σε πωλήσεις \$10,3 δισ. το 2023.

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Για να ανταποκριθούν στις εξελισσόμενες απαιτήσεις των καταναλωτών, τα εμπορικά σήματα καινοτομούν με crossover προϊόντα, με έναν αυξανόμενο αριθμό μη αλκοολούχων εμπορικών σημάτων να επιχειρούν

να εισέλθουν στο χώρο των αλκοολούχων ποτών. Τα κοκτέιλ RTD που βρίσκουν απήχηση στους καταναλωτές Gen Z ηλικίας 21-26 ετών συχνά διαθέτουν υψηλότερη περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανά όγκο, παρασκευάζονται από αναγνωρίσιμες μάρκες και έχουν συσκευασία κατάλληλη για διάφορες περιστάσεις.

ΣΤΡΟΦΗ ΣΕ PREMIUM

Μια αξιοσημείωτη τάση μεταξύ των καταναλωτών είναι η μετατόπιση από τις επιλογές αξίας στις premium επιλογές, τόσο στις κατηγορίες της μπύρας, όσο και του κρασιού. Οι καταναλωτές Gen Z ηλικίας 21-26 ετών τείνουν να προτιμούν τα αφρώδη κρασιά και εκείνα με φρουτώδεις ή γλυκές νότες. Στην κατηγορία της μπύρας, οι πωλήσεις παραμένουν ισχυρές, ιδίως στο κανάλι convenience. Οι καταναλωτές Gen Z ηλικίας 21-26 ετών δείχνουν, επίσης, προτίμηση σε μια ποικιλία επιλογών μπύρας, συμπεριλαμβανομένων των αρωματισμένων εναλλακτικών μπύρας, των μεξικανικών brands και των οικονομικών εμπορικών σημάτων.

Χριστίνα Ζαφειρούλη
zafeirouli@notice.gr



• **TONY'S CHOCOLONELY**
ΜΕΡΙΔΙΟ 2% ΑΓΟΡΑΣΕ Ο ΠΡΩΗΝ CEO ΤΗΣ STARBUCKS

Μερίδιο 2% στην εταιρεία παραγωγής σοκολάτας Tony's Chocolonely αγόρασε ο πρώην CEO της Starbucks, Howard Schultz. Η εταιρεία αρνήθηκε να αποκαλύψει το πόσο που επένδυσε ο Schultz. Ο Douglas Lamont, CEO της Tony's Chocolonely, ανέφερε ότι ο Schultz θα επιτρέψει στον παραγωγό σοκολάτας να επωφεληθεί από "την εκτεταμένη εμπειρία του στην οικοδόμηση μιας παγκόσμιας καταναλωτικής μάρκας". Από το 2020, η Tony's Chocolonely έχει σχεδόν τετραπλασιάσει τις δραστηριότητές της στις ΗΠΑ και σήμερα έχει παρουσία σε μεγάλα καταστήματα retail, όπως τα Whole Foods, Target, Safeway και CVS. Τα έσοδα πέρυσι αυξήθηκαν κατά 23% στα \$162 εκατ.

ΗΘΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Καθώς οι καταναλωτές δίνουν ολοένα και μεγαλύτερη προτεραιότητα στο πού καλλιεργούνται τα τρόφιμά τους, η Tony's



Howard Schultz



Chocolonely γνώρισε θετική ανταπόκριση μετά τη δέσμευσή της να πληρώνει στους αγρότες κακάο της Δυτικής Αφρικής ένα εισόδημα που να τους εξασφαλίζει τα προς το ζην, ώστε να συμβάλει στην καταπολέμηση της παιδικής εργασίας.

Η επιτυχία της προσέλκυσε επενδυτές που πρόσεξαν την ταχεία ανάπτυξη και το θετικό ηθικό μήνυμα της εταιρείας. Μόλις πέρυσι, συγκέντρωσε περισσότερα από \$20 εκατ. από τους υφιστάμενους μετόχους για την ανάπτυξη του business.

ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Τώρα, η εταιρεία καλωσορίζει τον Schultz, η συμμετοχή του οποίου συνεπάγεται όχι μόνο χρηματοδότηση που μπορεί να βοηθήσει στην περαιτέρω ανάπτυξή της, αλλά και έναν έμπειρο σύμβουλο. Όταν ο Schultz ανέλαβε την Starbucks, είχε σχεδόν δώδεκα καταστήματα - μέχρι το τέλος του 2025 στοχεύει στα 45.000

• Α. ΠΑΝΤΕΛΙΑΔΗΣ (METRO)

ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Ανησυχία για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων του λιανεμπορίου τροφίμων, εάν συνεχιστούν οι παρεμβάσεις στη λειτουργία της ελεύθερης αγοράς εξέφρασε ο επικεφαλής του ομίλου Metro και πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Σούπερ Μάρκετ, Αριστοτέλης Παντελιάδης, από το βήμα του Food Retail Conference 2024, υπογραμμίζοντας ότι πρέπει να γίνει μια ισορροπημένη κριτική στα μέτρα.

“Όταν επιβαρύνουμε το κόστος λειτουργίας των καταστημάτων επιβαρύνουμε τους καταναλωτές”, ανέφερε, εξηγώντας πως αυτή η επιβάρυνση δεν προκύπτει μόνο από τα νέα μέτρα που έχει εφαρμόσει η κυβέρνηση αλλά και από τα παλαιά. “Δεν γίνεται να είμαστε υπέρ της ελεύθερης αγοράς και να έχουμε παρεμβάσεις”, σημείωσε ο κ. Παντελιάδης.

ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Αναφερθείς στην όξυνση του φαινομένου του πληθωρισμού, εξήγησε πως η πανδημία, οι υψηλές τιμές των μεταφορών από την Κίνα και η κλιματική κρίση είναι μερικές από τις αιτίες αύξησης των τιμών διεθνώς, που συνέβαλλαν στην αύξηση του πληθωρισμού στα τρόφιμα. Εκτίμησε, δε, ότι αυτός μειώνεται και θα συνεχίσει να μειώνεται μέχρις ότου φτάσει - σύντομα - σε ανεκτά επίπεδα. “Ο πληθωρισμός τροφίμων είναι η τελεία καταίγδα με αλληπάλληλες κρίσεις που δεν προέρχονται μόνο από την Ελλάδα”, ανέφερε ο κ. Παντελιάδης.

Επιπλέον, συμπλήρωσε πως καθώς ο πληθωρισμός τροφίμων μειώνεται “ο υπουργός μας ανέφερε πως τα μέτρα είναι παροδικά και θα φύγουν”, λέγοντας πως το “Καλάθι του νοικοκυριού” έχει επιτελέσει το έργο του και πως το υπουργείο από μόνο του δεν μπορεί να λύσει όλα τα προβλήματα.

“Μια νομοθετική παρέμβαση δεν λύνει όλα τα προβλήματα. Τα μεγάλα ζητήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική οικονομία δεν λύ-



Κώστας Σκρέκας,
Υπουργός
Ανάπτυξης,
Αριστοτέλης
Παντελιάδης,
Επικεφαλής ομίλου
Metro

νονται σε μια κυβερνητική θητεία, είναι διαρθρωτικά θέματα και θεσμικά ζητήματα που περιορίζουν την ανάπτυξη. Όλες οι κυβερνήσεις έχουν προσπαθήσει να τα λύσουν, με λίγη επιτυχία μέχρι τώρα”, δήλωσε.

ΜΕΙΩΣΗ ΦΠΑ

Ο κ. Παντελιάδης αναφέρθηκε και στο ενδεχόμενο μείωσης του ΦΠΑ, εξηγώντας πως εάν μειωνόταν σε οποιοδήποτε προϊόν άμεσα αυτή η μείωση θα περνούσε και στις τιμές των super markets. “Όλοι μας δουλεύουμε με τιμές προ ΦΠΑ, και εάν άλλαζε την επόμενη μέτρα οι τιμές θα μειώνονταν”, Απαντώντας στον κ. Παντελιάδη περί ΦΠΑ, ο υπουργός Ανάπτυξης Κώστας Σκρέκας εξήγησε πως η μείωση του ΦΠΑ που έγινε στην εστίαση δεν επέφερε πτώση τιμών. “Γιατί να μειώσουμε τα έσοδα του κράτους χωρίς αποτέλεσμα στην τσέπη του καταναλωτή; Δεν έχει νόημα”, είπε, και συμπλήρωσε πως η κυβέρνηση έχει μειώσει πάνω από 30 φόρους.

Επίσης, συμπλήρωσε ότι στόχος της κυβέρνησης είναι να βοηθήσει τον καταναλωτή, δίνοντας του επιλογές.

“Πρέπει να δώσουμε τη δύναμη της επιλογής και επειδή έχει την επιλογή πρέπει να τον βο-

ηθήσουμε να την ικανοποιήσει μέσα και από το e-katanolitis που αναβαθμίζεται. Αυτό τόνώνει τον ανταγωνισμό και μέσα από μια φυσιολογική λειτουργία της αγοράς ο ανταγωνισμός να ρίξει τις τιμές”.

ΚΟΣΤΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Ακόμα, υπάρχουν ζητήματα που έχουν άμεση επίπτωση στο κόστος παραγωγής όπως, μεταξύ άλλων, το μισθολογικό κόστος και τα επιτόκια, που έφτασαν στο ανώτατο σημείο και θα έχουν πτωτική, όπως είπε, πορεία. Επίσης, η τιμή ενέργειας που πλέον “είναι σε πολύ πιο λογικά επίπεδα αλλά παραμένει υψηλότερη από ό,τι πριν την ουκρανική κρίση”.

Ο επικεφαλής του ομίλου Metro αναφέρθηκε και στο ζήτημα των υψηλών ενοικίων ως ζήτημα που απειλεί τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων, [επιβεβαιώνοντας το χθεσινό reportάζ του FnB Daily](#).

Ειδικότερα ανέφερε πως αν και η κυβέρνηση έχει βάλει πλαφόν στις ανανεώσεις των συμβάσεων, “αλίμονο μας όταν λήγει μια σύμβαση και είμαστε απέναντι σε αυξήσεις”.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr