

# Μάσκες προσώπου

**MEGA**



ΑΝΕΤΗ ΑΝΑΠΝΟΗ



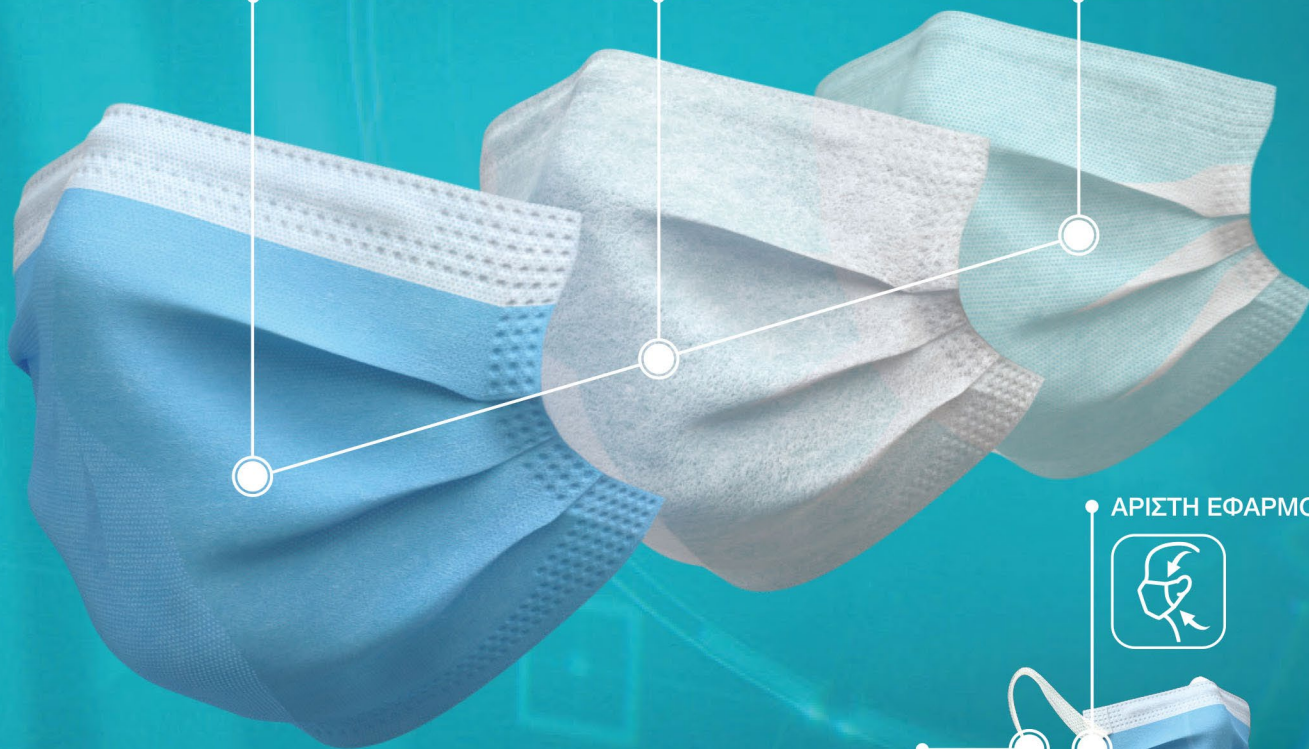
3 ΣΤΡΩΜΑΤΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ  
ΦΙΛΤΡΑΡΙΣΜΑ BFE≥98%  
(ΚΑΤΑ EN 14683)



ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΙΚΑ  
ΕΛΕΓΜΕΝΕΣ ΣΕ  
ΕΥΑΙΣΘΗΤΑ ΔΕΡΜΑΤΑ



Πιστοποιημένες  
για απουσία  
βλαβερών ουσιών



ΑΡΙΣΤΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ



ΑΠΑΛΑ  
ΥΦΑΣΜΑΤΙΝΑ ΠΛΑΙΪΝΑ  
ΔΕΝ ΚΟΥΡΑΖΟΥΝ,  
ΔΕΝ ΕΡΕΘΙΖΟΥΝ

Οι μάσκες προσώπου μιας χρήσεως ΜΕΓΑ προσφέρουν άριστο συνδυασμό εξαιρετικά υψηλής προστασίας (BFE≥98%) και άνετης διαπνοής, ενώ διαθέτουν καινοτόμα απαλά, υφασμάτινα πλαϊνά, που δεν κουράζουν, ακόμη και μετά από πολύωρη χρήση. Με εξειδικευμένο σχεδιασμό στα πλαϊνά που εξασφαλίζει άριστη εφαρμογή στο πρόσωπο.

Οι μόνες διαθέσιμες σε 3 μεγέθη: Large, Medium και Small - κατάλληλες και για παιδιά άνω των 3 ετών. Παράγονται και συσκευάζονται ανέπαφα στην Ελλάδα. Με άδεια από τον Ε.Ο.Φ.

**Μάσκες προσώπου ΜΕΓΑ.**  
Σχεδιασμένες για την ασφάλειά σας!



[www.megadis.gr](http://www.megadis.gr)

Οι μόνες χειρουργικές μάσκες διαθέσιμες σε τρία μεγέθη.

\*Ανεξάρτητη καταναλωτική έρευνα που διεξήχθη από την IRI σε δείγμα 3.200 καταναλωτών στην Ελλάδα.

# FNB SERVED DAILY.

*Food for thought... every day!*

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ  
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER  
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ 06 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2021  
ΤΕΥΧΟΣ 1287



## • ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ

"Καμπανάκια" για τον αντίκτυπο των α' υλών  
σε κόστος και περιθώρια κέρδους



## • COFFEE BERRY

Διψήφια άνοδος στο 8μηνο  
- Τρία νέα καταστήματα τον Σεπτέμβριο



## • ZARO'S

Στόχος να ξεπεράσει τον τζίρο του 2019  
- Περαιτέρω επέκταση σε Γερμανία και ΗΑΕ



## • METRO ΑΕΒΕ

Τι περιλαμβάνει το χαρτοφυλάκιο  
ακινήτων του ομίλου

**EDITORIAL:** Ευάλωτα νοικοκυριά και ελεύθερη αγορά

**SECRET RECIPE:** Delivery.gr: Στον Όμιλο Μούχαλη και το 25% του Ν. Ιωάννου

• **ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ**  
**ΕΓΚΑΙΝΙΑΣΤΗΚΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ**  
**FRENCH AGRITECH**

Το πρόγραμμα για την ανάπτυξη της γαλλικής αγροτεχνολογίας, French AgriTech, εγκαινιάσαν ο Υπουργός Γεωργίας και Τροφίμων Julien Denormandie και ο Υφυπουργός Ψηφιακής Μετάβασης, Cédric O', με στόχο την επιτάχυνση της ανάπτυξης της αγροτικής καινοτομίας, σύμφωνα με σχετικό report του Γραφείου Ο.Ε.Υ. Παρισίων.

Η Γαλλία παρουσιάζει πολύ ισχυρή δυναμική στους τομείς AgriTech και FoodTech, καταγράφοντας περισσότερες από 215 νεοφυείς επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους δύο αυτούς τομείς, γεγονός που την καθιστά την τρίτη χώρα στον κόσμο, όσον αφορά στις νεοσύστατες εταιρείες AgriTech που ιδρύονται ανά κάτοικο.

**ΣΤΗΝ 5Η ΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ**

Ταυτόχρονα, με περισσότερα από €560 εκατ. σε κεφάλαια που συγκεντρώθηκαν το 2020, το γαλλικό οικοσύστημα AgriTech και FoodTech κατατάσσεται στην 1η θέση στην Ευρώπη και στην 5η θέση παγκοσμίως.

Παρόλα αυτά, στον τομέα εξακολουθούν να κυριαρχούν οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Κίνα, οι οποίες το 2020 συγκέντρωσαν περισσότερα από €11 δισ. και €4,2 δισ. αντίστοιχα, σε επενδύσεις. Ταυτόχρονα, εξακολουθούν να υφίστανται σημαντικές προκλήσεις (ανανέωση γενεών, αγροοικολογική μετάβαση, προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή, κ.λπ.), οι οποίες καθιστούν επιτακτική την εύρεση συγκεκριμένων καινοτόμων λύσεων που θα δημιουργούν αξία και θα είναι χρήσιμες για όλη την τροφική αλυσίδα, από τον παραγωγό έως τον καταναλωτή.

κριμένων καινοτόμων λύσεων που θα δημιουργούν αξία και θα είναι χρήσιμες για όλη την τροφική αλυσίδα, από τον παραγωγό έως τον καταναλωτή.

**ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ**

Μέσω του προγράμματος παρέχεται στήριξη για την ανάπτυξη, την ωρίμανση και την εξαγωγή της γαλλικής τεχνογνωσίας αφενός, αλλά και για την ενίσχυση της διατροφικής και βιομηχανικής κυριαρχίας, αφετέρου, μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας και ευκαιριών στη γαλλική επικράτεια. Το πρόγραμμα προβλέπει τη διάθεση €200 εκατ. για επενδύσεις σε καινοτόμα έργα σε διάστημα 5 ετών, στο πλαίσιο του Επενδυτικού Προγράμματος για το Μέλλον PIA4 (2021-2025) (Plan d' Investissements d' Avenir). Στο πλαίσιο αυτό, δύο πρώτες προσκλήσεις για έργα αναμένεται να ανακοινωθούν τον Σεπτέμβριο γύρω από τα θέματα "Καινοτομία για μια επιτυχημένη αγροοικολογική μετάβαση" και "Κάλυψη των διατροφικών αναγκών του αύριο".

**ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΑΠΟ ΒΡΙFRANCE**

Επιπλέον, η δημόσια τράπεζα επενδύσεων, Bpifrance, έχει αυξήσει σημαντικά την υποστήριξή της για καινοτομία στους τομείς AgriTech και FoodTech από το 2018, ενισχύοντας την παρεχόμενη χρηματοδότηση από €80 εκατ. ετησίως σε €135 εκατ. το 2020, ενώ €700 εκατ. πρόκειται να επενδυθούν εντός 5 ετών, ιδίως στον τομέα της αγροτεχνολογίας.



**Editorial**

**Ευάλωτα νοικοκυριά και ελεύθερη αγορά**

Η κατάσταση, με την κατακόρυφη και συνεχιζόμενη αύξηση των τιμών των πρώτων υλών και προϊόντων παγκοσμίως, απαιτεί λεπτούς χειρισμούς και ψύχραιμες κινήσεις.

Πλέον, είναι δεδομένη και η πυροσβεστική παρέμβαση των κυβερνήσεων - όπως και της ελληνικής -, ώστε να προστατευτούν τα νοικοκυριά εκείνα, τα οποία είναι και τα πλέον ευάλωτα.

Αρκεί να διατηρηθεί η ανεξαρτησία της λειτουργίας της ελεύθερης αγοράς. Που, μέχρι στιγμής, δεν δείχνει να απειλείται. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

**SECRETRECIPE**

**Delivery.gr: Στον Όμιλο Μούχαλη και το 25% του Ν. Ιωάννου**

Στην απόκτηση του υπολοίπου 25% του delivery.gr, που κατείχε ο ιδρυτής της πλατφόρμας, Νίκος Ιωάννου, προχώρησε ο όμιλος Μούχαλη, σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily. Η κίνηση αυτή έγινε, με στόχο την αποτελεσματικότερη διαχείριση και ενοποίηση των εταιρειών του ομίλου και με το βλέμμα στις συζητήσεις της πλευράς Μούχαλη με την Delivery Hero (e-food) για την εξαγορά των περιπέτρων Kiosky's, ώστε, με αυτό τον τρόπο, η e-food να αποκτήσει αυτόματα dark stores στο μεγαλύτερο μέρος της Αττικής και, επιλεκτικά, στην υπόλοιπη Ελλάδα, κυριαρχώντας και σε αυτό το επίπεδο. Θυμίζουμε ότι η Delivery Hero έχει έρθει σε συμφωνία με τον όμιλο Μούχαλη, ώστε ο τελευταίος να την εξυπηρετεί στην επέκταση της ελληνικής θυγατρικής της (δηλαδή, όλες οι υπηρεσίες διανομής προϊόντων μικρής λιανικής του efood γίνονται μέσω του δικτύου των περιπέτρων και καταστημάτων Kiosky's). Να σημειωθεί ότι η συμφωνία εξαγοράς του 25% προβλέπει ότι ο κ. Ιωάννου θα παραμείνει σύμβουλος του ομίλου στο project.



**ESGreece**  
Impact Investing

**Thursday, September 16, 2021**

# Kickstarting ESG in Greece

**FIRST STEPS, OPPORTUNITIES AND OBSTACLES**

## CONFIRMED SPEAKERS



**Christian KETTEL  
THOMSEN**  
*EIB Vice-President*



**Vassiliki  
LAZARAKOU**  
*Chair of the Hellenic  
Capital Market  
Commission (HCMC)*



**Max  
GOTTSCHALK**  
*Founding Partner  
Ocean 14 Capital  
& Co-Founder  
Vedra Partners*



**Spyros  
KOUVELIS**  
*EPLO/ISD Director,  
former State Minister  
for Foreign  
Economic Affairs*

Powered by  **ESGreece**  
Impact Investing

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**  
**ΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΗΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ EDGE**  
**ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ**

Η Lidl Ελλάς έλαβε σε πρώτη φάση, την πιστοποίηση πράσινων κτιρίων EDGE για 215 καταστήματά της, κάνοντας χρήση του προτύπου του διεθνούς οργανισμού International Finance Corporation (IFC), χρηματοδοτικού βραχίονα της Παγκόσμιας Τράπεζας.

Μέσω της χρήσης της εφαρμογής EDGE για τον εντοπισμό ευκαιριών, σχετικά με τη βελτίωση της αποδοτικότητας, η Lidl Ελλάς κατάφερε να εντοπίσει τομείς ανακαίνισης, που μπορούσαν να οδηγήσουν σε μείωση του αποτυπώ-

ματος άνθρακα και σε οικονομικά αποτελεσματική απόδοση.

**ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ**

Αυτό περιλάμβανε:

- Την υπόδειξη των πιο αποδοτικών πράσινων τεχνολογιών προς εφαρμογή
- Τα συστήματα υψηλής τεχνολογίας κλιματισμού και εξαερισμού
- Την υλοποίηση της στρατηγικής ανακαίνισης

Όπως αναφέρει η εταιρεία στην ανακοίνωση της, η μείωση του αποτυπώματος άνθρακα των καταστημάτων συμβάλλει στην γενικότερη επίτευξη των στόχων που έχει θέσει η εταιρεία, στο πλαίσιο της στρατηγικής της για τη συνολική μείωση των εκπομπών της και για την εξοικονόμηση πόρων.



The Hellenic Association of Risk Managers (H.A.R.I.M.A. - [www.harima.gr](http://www.harima.gr)) is organizing its 1st Annual Conference - "Risk Management - Going forward" - Hybrid Edition, in cooperation with CLEON Conferences & Communications. The conference will take place on **September 21st, 2021** at **Divani Caravel Hotel**, in Athens.

For more information and registration please contact us on **210 92 21 717**

[www.cleon.gr](http://www.cleon.gr) | [info@cleon.gr](mailto:info@cleon.gr)

Co-organizer  
**CLEON**  
Conferences  
Communications

Tuesday, September 21, 2021

**1st ANNUAL CONFERENCE**  
**'RISK MANAGEMENT - GOING FORWARD'**

Hybrid Edition



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Υπουργείο Οικονομικών



ΕΣΕΕ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ  
ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Gold Sponsor



Silver Sponsor



Bronze Sponsors



Supporters



Communication Partner



Communication Sponsors



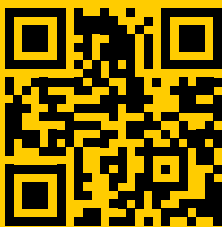


# HORECA. OPEN

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*

• **METRO AEBE**

# ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Σημαντική δραστηριότητα στον κλάδο των ακινήτων αναπτύσσει η Metro AEBE, καθώς διαθέτει αρκετά ακίνητα σε όλη την Ελλάδα, όπως:

- Αγροτεμάχια
- Χώρους γραφείων
- Επαγγελματικά ακίνητα

## ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Στόχος της εταιρείας είναι να εκμεταλλευθεί εμπορικά αυτά τα ακίνητα, καθώς τα μισθώνει. Τα πιο σημαντικά ακίνητα είναι:

- Στο Μοσχάτο, στην οδό Πειραιώς 35, παραπλεύρως από το METRO Cash & Carry, ενοικιάζεται Α΄ όροφος 752 τ.μ. και Β΄ όροφος 435 τ.μ. είτε μαζί, είτε ξεχωριστά
- Στο Μοσχάτο, επί της οδού Πειραιώς 35, ενοικιάζεται Α΄ όροφος 1.000 τ.μ., πάνω από το METRO Cash & Carry, διαμορφωμένος για γραφεία, ΚΕΚ ή άλλη επαγγελματική χρήση
- Στα Άνω Λιόσια, στην οδό Καραϊσκάκη & Ολυμπίου, ενοικιάζεται Α΄ όροφος 760 τ.μ.
- Στα Άνω Λιόσια, στην οδό Καραϊσκάκη & Ολυμπίου, ενοικιάζονται 3 καταστήματα ισογείου, επιφανείας 50 τ.μ. το καθένα, είτε ξεχωριστά, είτε ενιαία
- Στο Νέο Ηράκλειο Αττικής, επί της οδού Λ. Ηρακλείου 475, πάνω από το My Market, ενοικιάζονται 2 όροφοι επιφανείας 850 τμ



Αριστοτέλης Παντελιάδης, Διευθύνων Σύμβουλος, METRO AEBE

- έκαστος
- Στην Νέα Πεντέλη, επί της οδού Δελβίνου, πωλείται οικόπεδο επιφανείας 450 τ.μ., κατάλληλο για οικιστική χρήση
- Στο Λαύριο, επί της Λ. Φωκίωνος Νέγρη 5, ενοικιάζεται χώρος 277 τ.μ., κατάλληλος για γραφεία
- Στο Κορωπί, επί των Λεωφ. Κορωπίου-Βάρης και Λεωφ. Κορωπίου-Μαρκοπούλου, ενοικιάζεται και πωλείται αγροτεμάχιο 1.400 τ.μ. περίπου
- Στο Κορωπί, επί των Λεωφ. Κορωπίου-Μαρκοπούλου, ενοικιάζεται, εντός του καταστήματος My market, χώρος 130 τ.μ.
- Στις Αχαρνές, στην περιοχή του Ολυμπι-

ακού χωριού, κοντά στο My Market Ολυμπιακού χωριού που βρίσκεται επί της οδού Κύμης, πωλείται αγροτεμάχιο 5.500 τμ περίπου και ενοικιάζεται αγροτεμάχιο 4.200 τμ.

- Στο Καπανδρίτι, πωλείται οικόπεδο 4.300 τ.μ.
- Στο Λέχαιο Κορινθίας, επί της Παλαιάς Εθνικής Οδού Κορίνθου- Πατρών, ενοικιάζεται στον Α΄ όροφο, πάνω από το κατάστημα My market, χώρος 320 τ.μ.
- Στο Αίγιο, επί της οδού Κορίνθου 146-148, ενοικιάζονται χώροι μπροστά από το METRO Cash & Carry, όπως ισόγειο κατάστημα 250 τ.μ.
- Στην Κατερίνη Πιερίας, κοντά στη περιοχή Περίσταση, πωλείται αγροτεμάχιο 9.430 τ.μ.
- Στην Πρέβεζα, επί της Ε.Ο. Πρέβεζας-Ηγουμενίσσας
- Στα Τρίκαλα, επί της Ε.Ο. Καρδίτσας-Τρικάλων, πωλείται ή ενοικιάζεται αγροτεμάχιο 15.500 τ.μ. περίπου, με κτίριο 3.000 τμ.
- Στην Κομοτηνή, επί της Ε.Ο. Ξάνθης-Κομοτηνής, δίπλα από το CC METRO, πωλείται αγροτεμάχιο 4.500 τ.μ. περίπου

Νικόλας Ταμπακόπουλος  
[nicolas@Notice.gr](mailto:nicolas@Notice.gr)

Χορηγός Επικοινωνίας  
**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES



## AQUATICS

WATER POLO | SWIMMING | ARTISTIC SWIMMING

### SUPPORT AEK WATER POLO

Στηρίζεις την προσπάθεια των ανδρών και των γυναικών της ΑΕΚ στο πόλο, στην Ελλάδα και στην Ευρώπη!  
Για να μεγαλώσουμε πιο πολύ, για να φτάσουμε πιο μακριά, για να φέρουμε τα παιδιά μας στο ομαδικό άθλημα των ολυμπιονικών!

Πακέτα Υποστήριξης	Άτοκες Δόσεις (προαιρετικά)	Παροχή						
	Κατάθεση χωρίς χρήση κάρτας	Εισιτήρια Διαρκείας Ανδρών Γυναικών	Official Σκουφι Κολύμβησης	Official T-Shirt ΑΕΚ Water Polo	Official Σκουφι Πόλο	Official Πετσέτα ΑΕΚ	Official Σκουφι Πόλο του EUROCUP	Official ΑΕΚ μπάλα πόλο με τις υπογραφές των παικτών του EUROCUP
50 €	0	✓						
100 €	2	✓	✓	✓				
150 €	3	✓	✓	✓	✓			
200 €	4	✓	✓	✓	✓	✓		
250 €	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
360 €	6	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Κατάθεση:  
EUROBANK - BIC/SWIFT CODE: ERBKGRAA  
IBAN: GR54 0260 2070 0006 7020 1246 161





# 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 TUESDAY**

**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](mailto:sales@esgreece.com)



• **ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ**  
**ΝΕΕΣ ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ ΓΙΑ ΠΑΡΑΤΥΠΙΕΣ**  
**ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΦΕΤΑΣ**

Για 13 νέες παραβάσεις παραπέμπονται επιχειρήσεις, στις οποίες διαπιστώθηκαν παρατυπίες στην παραγωγή φέτας και γαλακτοκομικών προϊόντων.

Συγκεκριμένα, με αποφάσεις του ΔΣ του Οργανισμού απεστάλη στις αρμόδιες υπηρεσίες του Αγροτικής Ανάπτυξης κατάλογος επιχειρήσεων γάλακτος και παραγωγής τυροκομικών προϊόντων, για τις οποίες προτείνεται η επιβολή διοικητικών κυρώσεων (προστίμων). (ΚΥΑ 838/51008/14-03-2019)

Οι εισηγήσεις αφορούν σε δύο κατηγορίες επιχειρήσεων:

- Επτά επιχειρήσεις, στις οποίες, κατά τους επιτόπιους ελέγχους κλιμακίων του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ (Απρίλιος – Ιούλιος 2021), διαπιστώθηκαν παραβάσεις (μν ακριβής Μηνιαία Δήλωση Ισοζυγίου



- Εισροών / Εκροών Γάλακτος)
- Έξι επιχειρήσεις, στις οποίες, μετά από διοικητικούς ελέγχους των υπηρεσιών του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ (Αύγουστος 2021), διαπιστώθηκε ότι προέβησαν σε ουσιαστικές τροποποιήσεις των Μηνιαίων Δηλώσεων Ισοζυγίου Εισροών / Εκροών Γάλακτος, μετά την προβλεπόμενη καταληκτική προθεσμία υποβολής τους

• **AB INBEV**  
**ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΕΚΘΡΟΝΙΣΗΣ ΤΗΣ HEINEKEN**  
**ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΛΛΑΝΔΙΑ**



Chris Vanbroekhoven, Managing Director, AB InBev Ολλανδίας

Την εκθρόνιση της Heineken από την ολλανδική αγορά μπύρας σχεδιάζει η AB InBev μέχρι το 2025, καθώς στοχεύει να ξεπεράσει το μερίδιο του βασικού της αντιπάλου.

Πόσο εύκολο είναι όμως αυτό; Αδιамφισβήτητος ηγέτης στην ολλανδική αγορά μπύρας είναι η Heineken, με μερίδιο 34% σε σχέση με το 22% της AB InBev, η οποία όμως, διαθέτει ισχυρό προβάδισμα στην ταχύτατα αναπτυσσόμενη κατηγορία της μπύρας χωρίς αλκοόλ.

"Τα τελευταία δέκα χρόνια, έχουμε υπερδιπλασιάσει το μερίδιο αγοράς μας", δήλωσε ο Chris Vanbroekhoven, Managing Director της AB InBev στην Ολλανδία, στο ολλανδικό μέσο ενημέρωσης, RTL Z.



• **YARA**  
**ΜΠΑΙΝΕΙ**  
**ΣΤΑ ΟΡΓΑΝΙΚΑ**  
**ΛΙΠΑΣΜΑΤΑ**  
**ΜΕ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ**  
**ΤΗΣ ECOLAN**

Η Yara Suomi Oy ανακοίνωσε την εξαγορά της φινλανδικής εταιρείας παραγωγής ανακυκλωμένων λιπασμάτων, Ecolan Oy, deal που αποτελεί την πρώτη εξαγορά της Yara στον τομέα των οργανικών λιπασμάτων, στοχεύοντας να διαδραματίσει σημαντικότερο ρόλο στη βιολογική γεωργία και να συμβάλει στην κυκλική οικονομία.

"Με την επέκταση του χαρτοφυλακίου μας στον αναπτυσσόμενο τομέα της βιολογικής γεωργίας στην Ευρώπη, μπορούμε να βοηθήσουμε στη βελτίωση της αποδοτικότητας της χρήσης θρεπτικών στοιχείων σε αυτόν τον τομέα, αξιοποιώντας τη βαθιά γνώση μας για την θρέψη των καλλιεργειών", ανέφερε η Mónica Andrés, Εκτελεστική Αντιπρόεδρος της Yara Ευρώπης.

"Η βασική μας ικανότητα έγκειται στη διαχείριση των θρεπτικών στοιχείων με τον πιο βιώσιμο και αποδοτικό τρόπο, είτε πρόκειται για τη βιολογική γεωργία, είτε για τη συμβατική. Θέλουμε να είμαστε ο κορυφαίος συνεργάτης για όλους τους αγρότες, ανεξάρτητα από το σύστημα διαχείρισης των γεωργικών εκμεταλλεύσεων που ακολουθούν", πρόσθεσε.



Mónica Andrés, Εκτελεστική Αντιπρόεδρος, Yara Ευρώπης

• **ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ**

## "ΚΑΜΠΑΝΑΚΙΑ" ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΤΩΝ Α' ΥΛΩΝ ΣΕ ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ

"Σήμα" για σημαντικές αυξήσεις στις τιμές πολλών προϊόντων δίνουν πολυεθνικοί "γίγαντες", προκειμένου να προστατεύσουν τα μεγέθη τους από το αυξημένο κόστος των πρώτων υλών και των μεταφορικών. "Οι πληθωριστικές πιέσεις θα είναι υψηλότερες το δεύτερο εξάμηνο του έτους", ανέφερε ο Hugh Johnston, επικεφαλής Οικονομικός Διευθυντής της PepsiCo, στην τελευταία τηλεδιάσκεψη που πραγματοποίησε η εταιρεία με αναλυτές.

"Η αύξηση των τιμών στις πρώτες ύλες θα μας πλήξει το δεύτερο εξάμηνο του έτους, ενώ θα έχει ισχυρότερη επίδραση το 2022", δήλωσε και η Heineken, η οποία χαρακτηριστικά σημείωσε, "αναμένουμε σημαντική αύξηση του κόστους το οικονομικό έτος 2022 - από τον Ιούλιο 2021 έως τον Ιούνιο 2022 - το οποίο, μαζί με την αύξηση του κόστους μεταφοράς, θα έχει αντίκτυπο \$1,9 δισ. μετά τη φορολογία", κάνοντας εκτίμηση για μειωμένο λειτουργικό περιθώριο κέρδους στο Β' εξάμηνο του έτους συγκριτικά με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα.



Heineken

### ΥΨΗΛΟΣ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ

Η Nestlé επισήμανε ότι το κόστος πώλησης των προϊόντων της θα αυξηθεί κατά 4% φέτος, ενώ η Danone κατέγραψε πληθωρισμό 7% το πρώτο εξάμηνο του έτους, ο οποίος, σύμφωνα με τον CFO της εταιρείας, Jürgen Esser, θα αυξηθεί μία με δύο μονάδες επιπλέον στο δεύτερο εξάμηνο του έτους, αν και η πίεση στο πρώτο εξάμηνο του έτους έχει ήδη, κοστίζει 420 μονάδες στο περιθώριο κέρδους. Η General Mills, ιδιοκτήτρια των Häagen-Dazs, πρόσθεσε ότι ο πληθωρισμός για την εταιρεία έκλεισε στο 4% το οικονομικό έτος 2021, ενώ θα αυξηθεί περαιτέρω, στο 7%, κατά το οικονομικό έτος 2022, το οποίο ξεκίνησε τον περασμένο Ιούνιο.

Μια άλλη μεγάλη εταιρεία ευρωπαϊκή τροφίμων, η ισπανική Ebro Foods, κατέγραψε πέρυσι, επιπλέον κόστη €60 εκατ., λόγω της αύξησης των πρώτων υλών. "Ο πολύ υψηλός πληθωρισμός των πρώτων υλών και του κόστους των υλικών συσκευασίας φέτος, θα σημαίνει €45 εκατ. για το ρύζι και €15 εκατ. για τα ζυμαρικά", ανέφερε πρόσφατα η διοίκηση της εταιρείας.



Nestlé

### ΣΤΟ +60% Ο ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

Ο δείκτης τιμών εμπορευμάτων Bloomberg βρίσκεται στα επίπεδα των \$96,30, δηλαδή 60% υψηλότερα από τον Μάρτιο του 2020.

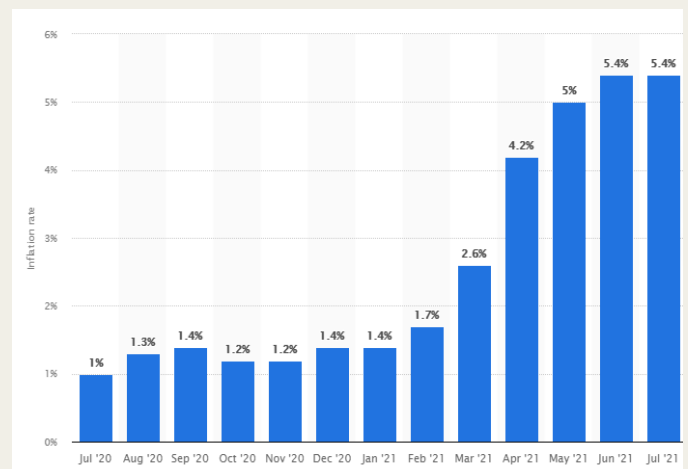


Bloomberg Commodity Index

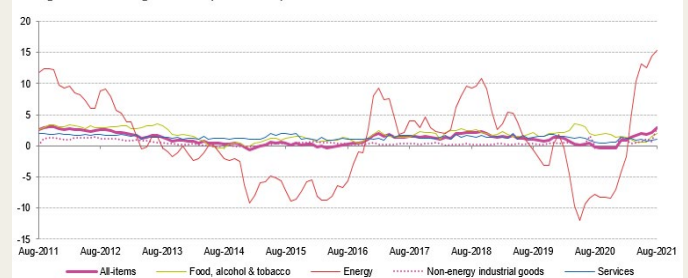
### ΣΕ ΥΨΗΛΑ 10-13 ΕΤΩΝ

Ο πληθωρισμός στις ΗΠΑ αυξήθηκε στο 5,4% τον Ιούλιο, στα υψηλότερα επίπεδα των τελευταίων 13 ετών, ενώ στη ζώνη του ευρώ, έφτασε στο 3% τον Αύγουστο (από 2,2% τον Ιούλιο), το υψηλότερο επίπεδο της τελευταίας δεκαετίας.

### Πληθωρισμός στις ΗΠΑ (Ιούλιος 2020-Ιούλιος 2021)



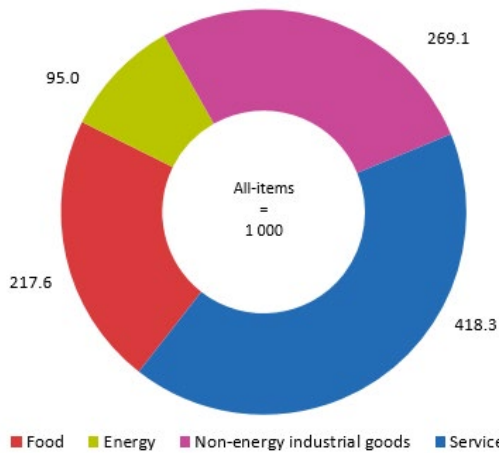
### Euro area annual inflation and its main components (%), August 2011 - August 2021 (estimated)



Source: Eurostat (online data code: prc\_hicp\_mann)

Η αύξηση τροφοδοτήθηκε από το κόστος ενέργειας, αλλά και οι τιμές των τροφίμων αυξήθηκαν, ενώ υπήρξαν ασυνήθιστα μεγάλες αυξήσεις και στις τιμές των βιομηχανικών προϊόντων, σύμφωνα με την Eurostat.

**Weights of the main components of the euro area HICP - 2021**



Source: Eurostat (online data code: prc\_hicp\_inw) **eurostat**

Μεταξύ άλλων, ο Δείκτης Τιμών καταναλωτή στην Ισπανία αυξήθηκε στο 3,3%, σε ετήσια βάση, τον Αύγουστο, λόγω των τιμών της ενέργειας, η υψηλότερη τιμή σε εννέα χρόνια, ενώ στην Γερμανία είναι 3,4%, το υψηλότερο επίπεδο από το 1993, με τις εκτιμήσεις να κάνουν λόγο για προσέγγιση του 5% τους επόμενους μήνες.

**Οι χώρες της Ευρωζώνης με τον υψηλότερο πληθωρισμό (Αύγουστος 2021)**

- Εσθονία: 5%
- Λιθουανία: 4,9%
- Βέλγιο: 4,7%
- Λετονία: 3,6%
- Λουξεμβούργο: 3,5%
- Γερμανία: 3,4%
- Ισπανία: 3,3%
- Κύπρος: 3,3%
- Σλοβακία: 3,3%
- Ιρλανδία: 3,1%
- Αυστρία: 3,1%
- ΕΥΡΩΖΩΝΗ: 3,0%**
- Ολλανδία: 2,7%
- Ιταλία: 2,6%
- Γαλλία: 2,4%
- Σλοβενία: 2,1%

- Φινλανδία: 1,8%
- Πορτογαλία: 1,3%
- Ελλάδα: 1,2%
- Μάλτα: 0,3%
- Υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες (Ιούλιος 2021)**
- Ουγγαρία: 4,7%
- Πολωνία: 4,7%
- Ρουμανία: 3,8%
- Ισλανδία: 3,7%
- Νορβηγία: 3,3%
- Σερβία: 3,1%
- Β. Μακεδονία: 2,8%
- Κροατία: 2,7%
- Τσεχία: 2,7%
- Βουλγαρία: 2,2%
- Σουηδία: 1,8%
- Δανία: 1,7%

**ΜΕΙΩΜΕΝΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ**

"Οι τιμές των πρώτων υλών στον τομέα των τροφίμων και ποτών θα συνεχίσουν να αυξάνονται το δεύτερο εξάμηνο του έτους, με την κλιμάκωση να καταγράφεται στο πρώτο εξάμηνο. Αυτό το γεγονός, σε συνδυασμό με την απότομη αύξηση του κόστους μεταφοράς (κυρίως από την Ασία προς την Ευρώπη και τις ΗΠΑ) και την επιστροφή του ανταγωνισμού σε επίπεδα προ πανδημίας, θα οδηγήσει σε μείωση των περιθωρίων κέρδους στη βιομηχανία φέτος" υπογράμμισε η Transy Rodríguez, audit partner της EY, στον τομέα των καταναλωτικών αγαθών και διανομής. "Υπάρχει ζήτηση άνω του μέσου όρου που αύξησε τις τιμές, αλλά

υπάρχει επίσης και μία σπέκουλα που αφορά στις πρώτες ύλες, με το κόστος αποστολής εμπορευματοκιβωτίων να έχει διπλασιαστεί μέσα σε ενάμιση μήνα. Σε αυτό το πλαίσιο, οι πληθωριστικές πιέσεις θα αυξηθούν το δεύτερο εξάμηνο του έτους και είναι αδύνατο να προβλεφθεί πόσο θα διαρκέσει. Η Κίνα εξάγει πληθωρισμό για πρώτη φορά", λέει ο Fernando López de los Mozos, partner της Roland Berger και ειδικός στον τομέα καταναλωτικών αγαθών. Ορισμένες μεγάλες βιομηχανίες έχουν ήδη, πάρει μια σειρά μέτρων για να προστατευθούν από τον πληθωρισμό. Άλλες προσπαθούν να γίνουν πιο αποτελεσματικές σε παραγωγικό επίπεδο (η PepsiCo έχει ανακοινώσει σχέδιο μείωσης των δαπανών κατά \$1δισ. έως το 2026), ενώ άλλες έχουν προχωρήσει σε αλλαγές στην αλυσίδα εφοδιασμού ή χρησιμοποιούν χρηματοοικονομικά παράγωγα για προστασία έναντι νέων αυξήσεων (π.χ. Coca-Cola ή General Mills).



Pepsico

**ΤΟ ΔΙΛΗΜΜΑ**

Ωστόσο το μεγάλο ερώτημα που όλες οι εταιρείες θέτουν τώρα, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, είναι εάν πρέπει να εφαρμοστούν ή όχι αυξήσεις τιμών. "Το δίλημμα για τις εταιρείες είναι σε ποιο βαθμό η αύξηση των πρώτων υλών μπορεί να μετακυλιστεί στον καταναλωτή ως προς την τελική τιμή. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η αύξηση της τιμής και η διατήρηση του περιθωρίου κέρδους αποτελεί την καλύτερη επιλογή, αλλά σε άλλες, ο καταναλωτής δεν είναι πρόθυμος να πληρώσει περισσότερα χρήματα μέσα σε αυτό το περιβάλλον, οπότε κρίνεται καλύτερο να μειωθούν τα περιθώρια και να εξασφαλιστεί η ζήτηση", αναφέρουν οι Guillermo Sagnier και Ornel Praena της Simon-Kucher, ενώ προσθέτουν, "η πρόκληση αφορά και στα private label προϊόντα, καθώς η αύξηση των πρώτων υλών έχει ισχυρό αντίκτυπο σε αυτά. Σε έναν κλάδο με στενά επιχειρηματικά περιθώρια, κάθε απόφαση είναι λεπτή".





### ΠΟΙΟΣ ΘΑ ΠΛΗΡΩΣΕΙ ΤΟ... ΠΑΡΤΙ;

"Το... πάρτι στις τιμές θα πληρωθεί από τον καταναλωτή ή τον παραγωγό και όχι από τον retailer. Θα υπάρξει μέρος των αυξήσεων στις τιμές που θα μετακυλιστεί στους καταναλωτές και άλλο μέρος που θα το αναλάβουν οι προμηθευτές", καταλήγει ο Fernando López de los Mozos.

"Πιστεύουμε ότι αξίζει να πληρώσετε λίγο περισσότερα για τα προϊόντα μας", δήλωσε ο CFO της PepsiCo στην πρόσφατη τηλεδιάσκεψη με αναλυτές. "Αυξήσαμε τις τιμές ως απάντηση στον πληθωρισμό", ανέφερε η Unilever στα τελευταία της αποτελέσματα,

ενώ και η Nestlé παραδέχτηκε ότι, "έχουμε ήδη, αυξήσει σημαντικά τις τιμές τα τελευταία τρία τρίμηνα".

Σύμφωνα με πληροφορίες από την ελληνική λιανική αγορά τροφίμων, πολυεθνικές εταιρείες έχουν ήδη, περάσει ορισμένες αυξήσεις στις τιμές των προϊόντων τους στα ράφια, ενώ περισσότερες θα γίνουν ορατές μέσα στο φθινόπωρο, ενώ από την πλευρά των εγχώριων προμηθευτών, δεν έχουν παρατηρηθεί κάποιες αξιοσημείωτες μεταβολές.



Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

### • RIZES GREEK DELICATESSEN

## ΑΠΟΒΑΣΗ ΣΕ ΙΝΔΙΑ ΚΑΙ ΚΟΥΒΕΪΤ - ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΟ Γ' ΤΡΙΜΗΝΟ

Επεκτείνει το portfolio των προϊόντων της η οικοτεχνία ελληνικών delicatessen προϊόντων - αλειμμάτων φρούτων και συνταγών με βάση την πιπεριά Φλωρίνης, Rizes Greek Delicatessen, η οποία εδρεύει στον Κρόκο Κοζάνης. Όπως μας αναφέρει ο Μανόλης Βασιλειάδης, ο οποίος ίδρυσε την επιχείρηση μαζί με τη σύζυγό του, Ζωή Ναλμπάντη, φέτος την άνοιξη και συγκεκριμένα τον περασμένο Μάιο, κυκλοφόρησαν στην αγορά δύο νέες γεύσεις στην κατηγορία των συμβατικών αλειμμάτων (τα κόκκινα φρούτα και το μύρτιλο) και στα βιολογικά, τα φρούτα του δάσους. "Μέχρι τέλος της χρονιάς θα υπάρξουν και νέες προσθήκες στα αλείμματα φρούτων, τόσο στα συμβατικά, όσο και στα βιολογικά".

#### INFO - ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Αλείμματα φρούτων χωρίς ζάχαρη και ηκτική, συμβατικά (9) και βιολογικά (7)  
Συνταγές με βάση την πιπεριά Φλωρίνης (6)

#### INFO - ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Αγγλία	Βέλγιο	Πολωνία
Γερμανία	Κύπρος	
	<u>Κυριότερη αγορά</u>	
	Κύπρος	
	%Τζίρου: 80%	

### ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Το εργαστήριο έχει σαφή εξαγωγικό προσανατολισμό, υλοποιώντας πλάνο επέκτασης και σε νέες αγορές, με στόχο τα delicatessen καταστήματα, αλλά και μεγάλα s/m, τα οποία έχουν



Μανόλης Βασιλειάδης, Co-Owner, Rizes Greek Delicatessen

bio corner. Μεταξύ των νέων αγορών στόχων είναι το Κουβέιτ, η Ινδία και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα.

### ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΜΕΓΑΛΟ RETAILER

Τα προϊόντα του delicatessen είναι διαθέσιμα σε επιλεγμένα καταστήματα της αλυσίδας Bazaar, ενώ είναι και σε προχωρημένες συζητήσεις

με μεγάλο παίκτη της αγοράς, για να τοποθετήσει τα προϊόντα στα ράφια του δικτύου των καταστημάτων του.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €150 ΧΙΛ. ΣΤΙΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Το Rizes εντάχθηκε τον Οκτώβριο του 2020 στο πρόγραμμα Leader για επενδύσεις που αφορούν στην προσθήκη μηχανολογικού εξοπλισμού, με σκοπό την αύξηση της παραγωγής κατά 40%. Τα πρώτα τμήματα του προγράμματος ύψους €150 χιλ. έχουν ξεκινήσει να υλοποιούνται με το πλάνο να ολοκληρώνεται μέχρι τέλος του 2025.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

• **ZARO'S**  
**ΣΤΟΧΟΣ ΝΑ ΞΕΠΕΡΑΣΕΙ ΤΟΝ ΤΖΙΡΟ ΤΟΥ 2019**  
**- ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΓΕΡΜΑΝΙΑ ΚΑΙ ΗΛΕ**

Στόχο οι φετινές πωλήσεις να υπερβούν ακόμη και αυτές που είχαν σημειωθεί το 2019, δηλαδή προ πανδημίας, έχει θέσει η διοίκηση της Zaro's, ενώ καλύτερα από πέ- ρυσι αναμένονται και τα επίπεδα κερδοφορί- ας, παρά τη σημαντική αύξηση του κόστους για την κρητική βιομηχανία παραγωγής και εμπορίας εμφιαλωμένου νερού.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Χριστόφορος Παπαδημητράκης, Γενικός Διευθυντής της Zaro's, η αισιοδοξία της διοίκησης πηγάζει από την πολύ καλύτερη του αναμενομένου πορεία του τουρισμού – ιδίως τον Αύγουστο ξεπέρασε ακόμη και αυτή του 2019 – αλλά και τις υψηλές πωλήσεις που εξακολουθεί να καταγράφει ο τομέας των supermarkets.

**ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΤΟ 55% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ**

Σημειώνεται ότι το 55% του τζίρου της Zaro's πραγματοποιείται στην Κρήτη – η οποία "βού- λιαξε" το καλοκαίρι – ενώ ισχυρή παρουσία έχει η εταιρεία και στα άλλα νησιά – πλην του Ιονίου, που δεν βρίσκεται στους βασικούς στόχους της Zaro's λόγω υψηλού μεταφορι- κού κόστους – από τα Δωδεκάνησα και τα δη- μοφιλή κυκλαδίτικα νησιά μέχρι το Β. Αιγαίο. Στην Αθήνα, τα προϊόντα της εταιρείας βρί- σκονται σε ΑΒ Βασιλόπουλο και υπεραγο- ρές Σκλαβενίτη, καθώς και σε άλλα σημεία, μέσω χονδρεμπόρων, ενώ η Θεσσαλονίκη, λόγω των αυξημένων μεταφορικών δεν βρί- σκεται μεταξύ των βασικών προτεραιοτήτων της διοίκησης.

**ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΜΕ ΤΙΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ**

Σχετικά με τις πιέσεις στην κερδοφορία, ο Γενικός Διευθυντής της Zaro's τόνισε ότι, "έχουν αυξηθεί σημαντικά τα κόστη των υλικών και κυρίως το πλαστικό, ενώ πα- ράλληλα, είναι πιο υψηλό και το μεταφορι- κό κόστος. Ο κλάδος έχει επιλέξει να απορ- ροφήσει τις αυξήσεις αυτές, σε μία δύσκολη για όλους συγκυρία, αλλά και επειδή πρόκει-



Χριστόφορος Παπαδημητράκης, Γενικός Διευθυντής, Zaro's

ται για μία αγορά με πολύ υψηλό ανταγωνι- σμό στις τιμές".

**ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ**

Για τις εξαγωγές και το κανάλι του HoReCa, ο πήχης για φέτος μπαίνει σίγουρα πάνω από τα επίπεδα του 2020, ωστόσο δεν θα πιάσουν τα νούμερα του 2019.

Σχετικά με την εξωστρέφεια της Zaro's, ο κ. Παπαδημητράκης υπογράμμισε ότι, "φέ-

τος, οι εξαγωγές μας αναμένεται να ενισχυ- θούν ως μέρος των συνολικών μας πωλή- σεων, καθώς αυξάνουμε την παρουσία μας στην Γερμανία και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμι- ράτα, ενώ επόμενο στόχο μας αποτελεί η Σα- ουδική Αραβία".

**ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΜΕΣΩ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΩΝ**

Σε ερώτηση γιατί η εταιρεία επιλέγει να μπαί- νει στις ξένες αγορές μέσω χονδρεμπόρων και όχι απευθείας με τους retailers, παραδέ- χτηκε ότι πρόκειται για μία πολύ πιο δύσκολη διαδικασία, την οποία, "φοβόμαστε και λίγο".

**ΑΝΕΒΑΙΝΕΙ ΤΟ ΑΝΘΡΑΚΟΥΧΟ**

Σχετικά με την παραγωγική δυναμικότητα της εταιρείας, ο κ. Παπαδημητράκης ανέφε- ρε ότι το 2019 ολοκληρώθηκαν επενδύσεις €8 εκατ. για κτιριακές υποδομές και μηχανο- λογικό εξοπλισμό, ενώ σε επίπεδο προ- ιόντικού χαρτοφυλακίου υπογράμμισε ότι, το τελευταίο λανσάρισμα αφορούσε στη νέα σειρά ανθρακούχου νερού, το οποίο, όπως είπε, "χρόνο με τον χρόνο ανεβαίνει" για ολό- κληρο τον κλάδο.

**DATA (σε € χιλ.)**

Κύκλος εργασιών

2020: 12.282

2019: 14.016

2018: 13.570

Μικτό αποτέλεσμα

2020: 1.626

2019: 2.741

2018: 2.774

Αποτελέσματα προ φόρων

2020: 84

2019: 1.013

2018: 792

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

• **MERE**  
**ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ ΜΕ ΤΡΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ**



Στην Γαλλία σχεδιάζει να επεκταθεί η ρωσι- κή αλυσίδα, Mere, επιβεβαιώνοντας τις προ- θέσεις της για επέκταση στην Δυτική Ευρώ- πη. Τα πρώτα καταστήματα, French Mere, θα ανοίξουν στα βορειοανατολικά της Γαλλίας και συγκεκριμένα σε:

- Pont-Sainte-Marie
- Sainte-Marguerite
- Thionville

Το σχέδιο του discounter περιλαμβάνει και καταστήματα σε μεγάλες πόλεις της Γαλλί- ας, ενώ τα πρώτα τρία δεν είναι κοντά στον

αστικό ιστό. Η αλυσίδα που εφαρμόζει το ίδιο σχέδιο επέκτασης δικτύου σε κάθε χώρα, δεν δημιουργεί καταστήματα από την αρχή, αλλά διαμορφώνει υπάρχοντες χώρους με σχετικά μικρές επιφάνειες, από 800 έως 1.200 τμ.

• ΠΡΩ.ΠΑΙΔΕΙ.Α

## ΔΙΟΡΓΑΝΩΝΕΙ ΗΜΕΡΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Ανοικτή ημερίδα με θέμα “Προϋποθέσεις για να παραμείνουν ανταγωνιστικές οι επιχειρήσεις του Αγροδιατροφικού Τομέα”, διοργανώνει την Δευτέρα 13 Σεπτεμβρίου 2021, ώρα 12:30μμ, στο Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης, αίθουσα “Αμίλιος Ριάδης”, η Πρωτοβουλία για Παιδεία και Ανάπτυξη, στο πλαίσιο της 85ης Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, ως προσυνεδριακή εκδήλωση για το επικείμενο Φόρουμ: “Συνέργειες Επιχειρήσεων του Αγροδιατροφικού Τομέα με Φορείς Έρευνας και Εκπαίδευσης” που θα



πραγματοποιηθεί 24-26 Φεβρουαρίου 2022, στην Θεσσαλονίκη.

Σημειώνεται ότι η ΠΡΩ.ΠΑΙΔΕΙ.Α. είναι Σωματείο μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, που έχει θέσει ως βασικό σκοπό του την ενδυνάμωση των σχέσεων μεταξύ του εκπαιδευτικού και του ερευνητικού συστήματος της χώρας αφενός και αφετέρου των επιχειρήσεων, της βιομηχανίας και της οικονομίας. Η εμβάθυνση και διεύρυνση αυτών των σχέσεων θα οδηγήσει σε πολύ υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, με έντονα ποιοτικά χαρακτηριστικά, κάτι που επιβεβαιώνει η εμπειρία σε όλο τον αναπτυγμένο κόσμο.

**INFO - ΕΙΣΗΓΗΤΕΣ**

**Χρήστος Αποστολόπουλος, ΣΕΒΓΑΠ Α' Αντιπρόεδρος ΠΡΩ.ΠΑΙΔΕΙ.Α**

Θέμα: Ελληνικές επιχειρήσεις – Βαδίζοντας τον μονόδρομο της ανταγωνιστικότητας για την ανάπτυξή τους

**Κωνσταντίνος Κυτίδης, Πρόεδρος Αγροδιατροφικής Σύμπραξης Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας**

Θέμα: Η σύνδεση παραγωγής και μεταποίησης: Συνθήκη αναγέννησης του γεωργοδιατροφικού τομέα και της υπαίθρου

**Διονύσης Μπόχτης, Διευθυντής Ινστιτούτου Βιο-οικονομίας και Αγρο-τεχνολογίας ΕΚΕΤΑ**

Θέμα: Η μεταμόρφωση του τεχνολογικού-παραγωγικού οικοσυστήματος στη μετάβαση προς τη ψηφιακή γεωργία

**Νικόλαος Θεοδοσίου, Καθηγητής ΑΠΘ, Πρόεδρος Δικτύου SDSNBlack Sea**

Θέμα: Ο αγροδιατροφικός τομέας και οι Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών  
**Σέρκος Χαρουτουγιάν, Καθηγητής ΓΠΑ, Πρόεδρος ΕΛΓΟ – ΔΗΜΗΤΡΑ**

Θέμα: Αγροτική εκπαίδευση στην Ελλάδα: Παρούσα κατάσταση και μελλοντικές προοπτικές

**Φίλιππος Παπαδόπουλος, Διευθυντής Γραφείου Στρατηγικής Διαχείρισης Προγραμμάτων, Αμερικανική Γεωργική Σχολή**

Θέμα: Απαιτούμενες δεξιότητες επαγγελματιών και αγροτών για την ψηφιοποίηση της αγροτικής παραγωγής στην Ελλάδα, πρόσθετες απαιτήσεις από το εκπαιδευτικό σύστημα: η εμπειρία του InoFA cluster.

• ΕΞΑΓΩΓΕΣ

## ΡΕΚΟΡ ΣΕ ΤΟΝΑΖ ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΡΠΟΥΖΙΑ - ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΙΡΙΚΩΝ ΣΥΝΘΗΚΩΝ

Αύξηση ρεκόρ 3% καταγράφουν σε τονάζ οι εξαγωγές καρπουζιών, όπως αναφέρει ο Incofruit, αν και η εμπορική τους περίοδος ολοκληρώνεται.

Ειδικότερα, συνεχίζονται οι εξαγωγές θερινών φρούτων και για το διάστημα 1/5 - 3/9, εξελίχθηκαν ως εξής:

- -7,5% τα κεράσια
- -31% τα βερίκοκα
- -64,9% τα ροδάκινα

Παράλληλα, συνεχίστηκε η εξαγωγή επιτραπέζιων σταφυλιών -μειωμένη κατά 5,6% - όπως επίσης και αυτή σε ροδάκινα και νεκταρίνια, με την παραγωγή, σύμφωνα με τον Σύνδεσμο, να είναι από τις χαμηλότερες τα τελευταία χρόνια, λόγω της επίδρασης του παγετού.

Σημειώνεται δε, ότι οι επιπτώσεις στην παραγωγή από τον καύσωνα και τα χαλαζοπτώσεις, σε κάποιες περιοχές ήδη, παρουσιάζεται πτώση στην συγκομιδή κατάλληλων προς εξαγωγή ποσοτήτων.



**DATA 20/08 - 27/08**

Πορτοκάλια

2021: 340.564

2020: 325.039

Μεταβολή: 4,78%

Λεμόνια

2021: 14.644

2020: 14.483

Μεταβολή: 1,11%

Ροδάκινα

2021: 34.663

2020: 98.784

Μεταβολή: (64,91%)

Καρπούζια

2021: 217.754

2020: 204.728

Μεταβολή: 6,36%

Κεράσια

2021: 36.008

2020: 38.927

Μεταβολή: (7,50%)

Νεκταρίνια

2021: 19.249

2020: 56.802

Μεταβολή: (66,11%)

Αχλάδια

2021: 14.274

2019: 20.674

Μεταβολή: (30,96%)

Επιτραπέζια σταφύλια

2021: 24.688

2019: 26.147

Μεταβολή: (5,58%)

• **ASTERIOS BIO**  
**ΜΠΗΚΕ ΣΤΗΝ ΙΑΠΩΝΙΑ - ΕΠΕΚΤΑΣΗ**  
**ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ ΜΕ ΝΕΟ ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΟ**

Στην Ιαπωνία μπήκε η εταιρεία παραγωγής και τυποποίησης μελιού, Asterios, επεκτείνοντας την παρουσία της στις αγορές του εξωτερικού.

"Στην Ιαπωνία μπήκαμε το α' τρίμηνο του έτους, αλλά έχει γίνει ήδη, κύρια αγορά", αναφέρει στο FNB Daily ο Αστέριος Αβραμίδης, ο οποίος, μαζί με τον δίδυμο αδελφό του Αναστάσιο, ίδρυσαν την επιχείρηση. "Έχουμε επικεντρωθεί στην αγορά της Ασίας σε χώρες, όπως η Ιαπωνία και η Κορέα", εξηγεί και συμπληρώνει ότι ένας ακόμα στόχος είναι οι χώρες της Κεντρικής Ευρώπης.

**ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΑ ΠΟΙΚΙΛΙΑ**

Το portfolio της εταιρείας περιλαμβάνει 8 ποικιλίες μελιού, ενώ από τον επόμενο μήνα θα λανσάρει και την Ελάτη.

"Με την Ελάτη κλείνει το portfolio των προϊόντων, τουλάχιστον για την ώρα. Θέλουμε να εστιάσουμε στην προώθησή τους και μετά θα δούμε και νέα προϊόντα".

**INFO – ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ / ΓΕΥΣΕΙΣ**

Καστανιάς  
Θυμαρίσιο  
Ερείκης  
Βελανιδιά  
Ανθέων  
Πεύκου  
Πορτοκάλι

**ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΚΑΙ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ**

Τα αδέρφια Αβραμίδη, πέρα από το μέλι,

δραστηριοποιούνται και στην κατηγορία του ελαιολάδου, ενώ έχουν στο προϊοντικό portfolio και μια σειρά πέντε καλλυντικών προϊόντων από μελισσοκέρι.

Στο ελαιόλαδο έχουμε 3 συσκευασίες, 500ml, 1lt, 5lt, από ελιά Χαλκιδικής και μέσα στο έτος παράγονται 7-8 τόνοι.

**INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

Αμερική  
Νότια Κορέα  
Ιαπωνία  
Κυριότερη αγορά  
Νότια Κορέα  
%τζίρου: 30-40%

**ΕΠΕΝΔΥΣΗ**  
**ΣΤΙΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ**

Η παραγωγή των προϊόντων γίνεται σε εγκαταστάσεις στην Β. Ελλάδα και όπως μας αναφέρει, είναι στα σκαριά η επέκταση των δραστηριοτήτων και στην Αθήνα. "Σχεδιάζουμε ένα συσκευαστήριο κυρίως, για μέλι και προϊόντα μελιού".

**ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ**  
**ΜΕ ΘΑΝΟΠΟΥΛΟ**

Η διάθεση των προϊόντων γίνεται σε παντοπωλεία και e-shops, ενώ οι αδελφοί Αβραμίδη είναι και σε συζητήσεις με τον θανόπουλο.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)



Αστέριος και Αναστάσιος Αβραμίδης, Ιδιοκτήτες, Asterios Bio

• **FRIGOGLASS**  
**ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΗ €15**  
**ΕΚΑΤ. ΑΠΟ ΤΗΝ**  
**ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗ**  
**ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ**

Η Frigoglass ανακοίνωσε ότι έλαβε προκαταβολή €15 εκατ. από το συνασπιστικό σχήμα που είχε αναλάβει την ασφαλιστική κάλυψη έναντι της πυρκαγιάς που σημειώθηκε στο εργοστάσιο επαγγελματικών ψυγείων στην Τιμισοάρα της Ρουμανίας. Η συνολική ασφαλιστική αποζημίωση, που σχετίζεται με τις υλικές ζημιές και τις επιπτώσεις από τη διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας που προκλήθηκαν από το περιστατικό πυρκαγιάς, βρίσκεται υπό εκτίμηση από τις ασφαλιστικές εταιρείες.



• **ΓΡΗΓΟΡΗΣ**  
**ΑΝΤΙΚΑΘΙΣΤΑ**  
**ΤΟ ΠΛΑΣΤΙΚΟ**  
**ΜΕ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ**  
**ΣΤΙΣ ΚΑΨΟΥΛΕΣ**

Η Γρηγόρης αναβαθμίζει τις κάψουλες espresso της, αντικαθιστώντας το πλαστικό με αλουμίνιο.

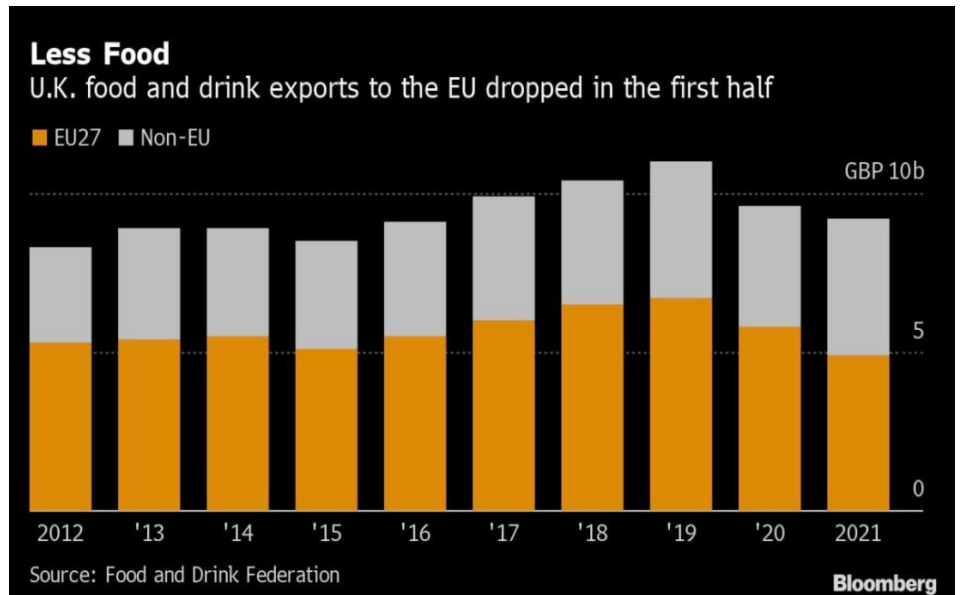
Τα 3 εκλεκτά χαρμάνια της

• classic • arabica • decaf είναι πλέον διαθέσιμα σε νέες, premium συσκευασίες, όπου οι καταναλωτές μπορούν διαλέξουν την ένταση και την γεύση που τους ταιριάζει, στα καταστήματα Γρηγόρης και στο e-order.



• ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ  
**ΣΤΟ -16% ΟΙ ΒΡΕΤΑΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ**

Τις μικρότερες ποσότητες βρετανικών τροφίμων και ποτών από το 2012 αγόρασαν οι Ευρωπαίοι, καθώς οι πωλήσεις προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων των τυριών και του μοσχαρίσιου κρέατος, μειώθηκαν, σύμφωνα με την Ομοσπονδία Τροφίμων και Ποτών. Όπως ανέφερε το Bloomberg, οι συνολικές εξαγωγές τροφίμων και ποτών του Ηνωμένου Βασιλείου στην Ευρωπαϊκή Ένωση μειώθηκαν κατά 16%, στις £4,9 δισ. το α' εξάμηνο, σε σύγκριση με το αντίστοιχο περσινό διάστημα, λόγω των επιπτώσεων του Brexit, καθώς και της πανδημίας της COVID-19. Ωστόσο οι πωλήσεις ούισκι και σολομού προς την ΕΕ αυξήθηκαν περίπου 20% ή περισσότερο και οι εξαγωγές βρετανικών τροφίμων και ποτών σε χώρες εκτός ΕΕ ενισχύθηκαν κατά 13%, με την Κολομβία και το Μεξικό να αγοράζουν διπλάσια ποσότητα από πέρυσι.



• COLDIRETTI  
**ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΙΤΑΡΙΟΥ ΚΑΙ ΚΑΛΑΜΠΟΚΙΟΥ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ**

Στην ανάγκη αύξησης της παραγωγής σιτηρών και καλαμποκιού στην Ιταλία αναφέρεται πρόσφατη μελέτη της ιταλικής συνεταιριστικής οργάνωσης Coldiretti. Όπως εξηγεί η Coldiretti, είναι απαραίτητο να αυξηθεί η παραγωγή για να καλυφθεί το έλλειμμα 64% μαλακού σίτου και 40% σκληρού σίτου, που προορίζονται για την παραγωγή ψωμιού και ζυμαρικών, για τα οποία υπάρχει θέμα αυτάρκειας στην χώρα μετά τις μαζικές εισαγωγές από τον Καναδά.

**ΤΟ 53% ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ**

Σε ό,τι αφορά το καλαμπόκι, απαραίτητο για τη διατροφή των ζώων και για τις

παραγωγές τυριών και αλλαντικών, που έχουν κατοχυρωθεί σαν ΠΟΠ, η Ιταλία καλύπτει περίπου το ήμισυ των αναγκών της (53%). Μεγάλες εισαγωγές γίνονται και στη σόγια, αφού η Ιταλία παράγει περίπου το 1/3 των αναγκών της (31%), σύμφωνα με τα στοιχεία του Ismea.

Στο μεταξύ, το 75% του αγελαδινού γάλακτος, που καταναλώνεται στην αγορά, αρμέγεται σε ιταλικούς στάβλους και το 55% της απαιτήσεων σε κρέας παράγεται από Ιταλούς κτηνοτρόφους. Εξαιρέση αποτελεί η παραγωγή κρέατος κοτόπουλου και αυγών, όπου η χώρα έχει καταφέρει να έχει αυτάρκεια.

POWERED BY **FN|USA.**

• EMMI  
**ΕΞΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΟ FETA BRAND ΑΘΗΝΟΣ**

Η ελβετική εταιρεία γαλακτοκομικών προϊόντων, Emmi, εξαγόρασε την Athenos από τον όμιλο Lactalis, στο πλαίσιο ενίσχυσης της θέσης της στις ΗΠΑ.

Σύμφωνα με την εταιρεία, την Athenos, που πραγματοποίησε πωλήσεις σχεδόν \$90 εκατ. πέρυσι, θα διαχειρίζεται η Emmi Roth USA, η οποία λειτουργεί τρεις εγκαταστάσεις παραγωγής στο Ουισκόνσιν και παρέχει στα κανάλια λιανικής και τροφίμων, σε εθνικό επίπεδο, τυριά που παράγονται τοπικά, όπως και όσα παράγονται στην Ελβετία.

Οι οικονομικοί όροι του deal δεν έχουν γίνει ακόμα γνωστοί, καθώς η συναλλαγή υπόκειται σε έλεγχο από τις Αρχές ανταγωνισμού των ΗΠΑ.





• **COFFEE BERRY**

## ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΟΔΟΣ ΣΤΟ 8ΜΗΝΟ - ΤΡΙΑ ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΟΝ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης τρέχει στο οκτάμηνο η Coffee Berry, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Χάρης Γρυπάρης, Διευθύνων Σύμβουλος της αλυσίδας, που από την αρχή του έτους έχει προσθέσει 13 νέα σημεία στο δίκτυο των καταστημάτων της, μεταξύ των οποίων και τα νέα καταστήματα σε Παλαιό Φάληρο και Ραφήνα. "Εντός Σεπτεμβρίου είναι δρομολογημένα να ανοίξουν 3 νέα καταστήματα στις περιοχές:

- Αμπελόκηποι Θεσσαλονίκης
- Ηλιούπολη
- Βάρη",

σημειώνει ο κ. Γρυπάρης, λέγοντας ότι, "από την πρώτη μέρα λειτουργίας της Coffee Berry, στόχος μας είναι η συνεχής ανάπτυξη της εταιρείας προς όλες τις κατευθύνσεις. Επεκτεινόμαστε σε όλο και περισσότερες περιοχές και αστικά κέντρα της χώρας μας, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να βρίσκει εύκολα και γρήγορα τα αγαπημένα του προϊόντα".

**INFO - ΔΙΚΤΥΟ**

Ελλάδα: 88  
Κύπρος: 65  
Αίγυπτος: 5

**ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΟ PORTFOLIO**

Φέτος η Coffee Berry, μεταξύ άλλων, λάνσαρε:

- Νέα σειρά από 8 διαφορετικές κάψουλες Coffee Berry
- νέα σειρά Βιολογικού καφέ από αποκλειστικής συνεργασίας φάρμες
- καινούργια snack και ροφήματα για όλες τις ώρες της ημέρας

"Ανανεώνουμε συνεχώς την ποικιλία μας, λανσάρουμε νέα προϊόντα, ενημερώνομαστε και πρωτοπορούμε στις νέες τάσεις του καφέ, είμαστε και θέλουμε να είμαστε πά-



Χάρης Γρυπάρης, CEO, Coffee Berry

να, η απάντηση στην ανάγκη του κάθε πελάτη μας. Τον Σεπτέμβριο, στα καταστήματα μας, οι καταναλωτές θα έχουν την ευκαιρία να δοκιμάσουν τον νέο βιολογικό καφέ μας από την Ονδούρα, καθώς και τις νέες προτάσεις υγιεινών snacks για κάθε στιγμή της ημέρας", αναφέρει ο κ. Γρυπάρης.

**ΑΥΞΗΣΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ**

Αλώβητη βγήκε από την πανδημία η Coffee Berry, παρακολουθώντας από την αρχή όλες τις εξελίξεις, δρώντας άμεσα με αίσημα κοινωνικής ευθύνης απέναντι στην κοινωνία και τους καταναλωτές.

Συγκεκριμένα:

- Υιοθέτησε όλα τα μέτρα προστασίας από την πρώτη στιγμή
- Εκπαίδευσε τους υπαλλήλους της στις νέες συνθήκες εργασίας
- Αύξησε την δυναμική του delivery για καλύτερη εξυπηρέτηση πελάτων
- Επέκτεινε το δίκτυο των καταστημάτων

"Οι άμεσες αυτές κινήσεις μας για τη διαχείριση της πανδημίας έφεραν αύξηση

των πωλήσεων και μεγάλη επέκταση του δικτύου μας, σε μία περίοδο αβέβαιη και δύσκολη για πολλές επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων", επισημαίνει ο επικεφαλής της αλυσίδας, συμπληρώνοντας ότι στα σκαριά είναι και το e-shop.

"Αξιοποιούμε ήδη, τις γνωστές πλατφόρμες εξυπηρέτησης και παράλληλα, είμαστε στη διαδικασία δημιουργίας του δικού μας online καναλιού για αποκλειστική διάθεση των προϊόντων μας".

**ΑΝΟΙΞΕ ΤΟ 5ο ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΑΙΓΥΠΤΟ**

Από το 2017, όταν η Coffee Berry άνοιξε το πρώτο της κατάστημα στην Κύπρο, μέχρι και σήμερα, η πορεία της είναι σταθερά ανοδική, ενώ "καλπάζοντα ρυθμό ανάπτυξης" καταγράφουν και οι εξαγωγές, παρά την περίοδο της πανδημίας, την οποία διανύουμε παγκοσμίως. Αυτή τη στιγμή, η αλυσίδα μετράει πάνω από 65 καταστήματα στην Κύπρο και 5 στην Αίγυπτο, με το τελευταίο κατάστημα να έκανε εγκαίνια πριν λίγες ημέρες. "Η ζήτηση από τις ξένες αγορές είναι αρκετά μεγάλη, αλλά εξαιτίας της πανδημίας, μπήκαμε στη διαδικασία να περιμένουμε και να επαναπροσδιορίζουμε τα σχέδια μας για επιπλέον επέκταση. Είμαστε όμως πολύ αισιόδοξοι ότι σύντομα θα γίνουν πραγματικότητα. Παράλληλα, συνεχίζουμε φυσικά την ανάπτυξη στο ήδη υπάρχον δίκτυο μας, σε Κύπρο και Αίγυπτο".

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

**Τα πάντα για τον κλάδο  
HORECA, στο [horecaopen.com](http://horecaopen.com)**

• **HARD ROCK CAFE ATHENS  
ΤΙΜΑ ΤΟΝ FREDDIE  
MERCURY ΜΕ  
ΤΟΝ ΕΟΡΤΑΣΜΟ  
“FREDDIE  
FOR A WEEK”**



Όπως κάθε χρόνο, έτσι και φέτος, η Hard Rock International ξεκινά τον εορτασμό της ζωής και της μουσικής του Freddie Mercury, φιλοξενώντας μοναδικές δράσεις με τίτλο “Freddie for a Week”, από την Κυριακή 5 Σεπτεμβρίου – ημέρα των γενεθλίων του Freddie Mercury – έως την Κυ-

ριακή 12 Σεπτεμβρίου 2021.

**15% ΤΩΝ ΕΣΟΔΩΝ ΓΙΑ  
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ**

Όσοι θέλουν να τιμήσουν τη μνήμη του Freddie Mercury, συμβάλλοντας ταυτόχρονα, σε ένα σημαντικό φιλανθρωπι-

κό έργο, μπορούν να το κάνουν, επιλέγοντας κάποιο από τα εμπνευσμένα από τον Freddie προϊόντα, μπλουζάκια και κονκάρδες, τα οποία είναι ήδη διαθέσιμα, από τις 31/08, στο πωλητήριο του Hard Rock Cafe® Athens. Το 15% των εσόδων θα διατεθεί για φιλανθρωπικούς σκοπούς.

• **ATHENS STREET FOOD FESTIVAL  
ΑΚΥΡΩΝΕΤΑΙ ΛΟΓΩ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ**

Την ακύρωση της φετινής διοργάνωσης του Athens Street Food Festival ανακοίνωσε η ομάδα διοργάνωσης του φεστιβάλ, λόγω, όπως αναφέρει, “της νέας ανησυχητικής έξαρσης του Covid-19 το τελευταίο διάστημα”.

Σημειώνεται ότι το Athens Street Food Festival επρόκειτο να διεξαχθεί 10-12 / 17-19 / 24-26 Σεπτεμβρίου στο αμαξοστάσιο του ΟΣΥ στο Γκάζι. Συγκεκριμένα αναφέρει: “Τους τελευταίους μήνες καταβάλλαμε κάθε δυνατή προσπάθεια και αναζητήσαμε λύσεις.

Όμως, με γνώμονα την ασφάλεια του κοινού και σε συνδυασμό με τους νομοθετικούς περιορισμούς που ισχύουν αυτήν την περίοδο, θεωρούμε ότι οι συνθήκες καθιστούν απαγορευτική κάθε σκέψη για τη διεξαγωγή του Φεστιβάλ. Μην μπορώντας να κάνουμε κάτι άλλο, ανανεώνουμε το ραντεβού μας με τους foodies της πόλης για το προσεχές χρονικό διάστημα, όταν θα καλύτερέσουν οι συνθήκες”.



[Τα πάντα για τον κλάδο HORECA, στο horecaopen.com](https://horecaopen.com)

## AMERICA POST COVID-19

### MARKET UPDATES

## ΤΟ LAX ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΤΟ ΝΟΜΝΟΜ, ΤΟ ΗΜΙΑΥΤΟΝΟΜΟ FOOD DELIVERY ΡΟΜΠΟΤ

Το Διεθνές Αεροδρόμιο του Los Angeles (LAX) ξεκίνησε πιλοτικό πρόγραμμα παράδοσης τροφίμων από ένα φορηγό-ρομπότ 18 κιλών, αναφέρει το The Spoon. Το ρομπότ με το όνομα, NomNom, είναι ένα ημιαυτόνομο όχημα που κινείται με 6 μίλια την ώρα και χρησιμοποιεί έναν άνθρωπο οδηγό για να περιηγηθεί στο αεροδρόμιο. Το ρομπότ, που χρησιμοποιεί κάμερες και αισθητήρες για να ακολουθεί τον χειριστή του στο αεροδρόμιο, έχει σχεδιαστεί και κατασκευαστεί από την Piaggio Fast Forward.

Η ιδέα της δημιουργίας του ρομπότ αναπτύχθηκε σε συνεργασία του LAX και της AtYourGate, εταιρείας παροχής υπηρεσιών παράδοσης τροφίμων για αεροδρόμια.



Όταν ένας καταναλωτής παραγγέλνει φαγητό μέσω της πλατφόρμας του αεροδρομίου, LAX Order Now, οι πελάτες που βρίσκονται σε συγκεκριμένους τερματικούς

σταθμούς θα έχουν τη δυνατότητα να παραλάβουν την παραγγελία του από το ρομπότ, ενώ θα τους γνωστοποιείται ο εκτιμώμενος χρόνος παράδοσης.

### GROCERY RETAIL UPDATES

## ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ALDI ΣΤΟ BROOKLYN

Η Aldi άνοιξε το τρίτο της κατάστημα στο Brooklyn, New York, αναφέρει το Progressive Grocer. Η τοποθεσία, που βρίσκεται κοντά στο Brooklyn College, αποτελεί μέρος του πλάνου επέκτασης του δικτύου του grocer στις ΗΠΑ.

"Το κατάστημα του Brooklyn βρίσκεται σε χώρο μεικτής χρήσης, με μοντέρνο σχεδιασμό, γεμάτο με αυτοκόλλητα τοίχους από τοπικά αξιοθέατα, όπως τη διάσημη γέφυρα του Brooklyn", δήλωσε ο Chris Daniels, South Windsor regional VP για την Aldi.

"Ένα χαρακτηριστικό κατάστημα της αλυσίδας Aldi, όπως η νέα μας τοποθεσία στο Brooklyn, έχει εμβαδόν περίπου 12 χιλ. τ.μ., διευκολύνοντας έτσι την περιήγηση στον χώρο, συγκριτικά με τα παραδοσιακά supermarkets. Το σταθερό μέγεθος των καταστημάτων Aldi σε όλη τη χώρα είναι μέρος της φόρμουλας της επιτυχίας μας. Κάθε κατάστημα Aldi έχει παρόμοια διάταξη, που επιτρέπει την εύκολη πλοήγηση, έτσι ώστε να αισθάνεται πάντα ο καταναλωτής ότι ψωνίζει στο κατάστημα της περιοχής του".



Φέτος, ο retailer δήλωσε ότι σχεδιάζει να επεκτείνει περαιτέρω την υπηρεσία curbside pickup σε επιπλέον 500 καταστήματα, αυξάνοντας τον συνολικό αριθμό καταστημάτων με τη συγκεκριμένη επιλογή παραλαβής σε πάνω από 1.200.

## AMERICA POST COVID-19

## CATEGORY UPDATES

## ΠΑΡΑ ΤΗΝ ΑΥΞΗΜΕΝΗ ΖΗΤΗΣΗ, Η ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΚΡΙΣΗ ΠΙΕΖΕΙ ΤΟΝ CPG ΚΛΑΔΟ

Η συνεχής ζήτηση προϊόντων CPG, εν μέσω της πανδημίας, έχει επιδεινώσει τις προκλήσεις σχετικά με τον εφοδιασμό και το προσωπικό, σύμφωνα με το Consumer Brands Association's Q2: CPG Economic Pulse Report.

“Το δεύτερο τρίμηνο του έτους είναι ενδεικτικό της δυναμικής του κλάδου, που εξακολουθεί να παρέχει σημαντικά αγαθά στον αμερικανικό λαό κάθε μέρα, σε μία από τις πιο δύσκολες περιόδους στην ιστορία του κλάδου και της χώρας”, δήλωσε ο Geoff Freeman, Πρόεδρος και CEO της Consumer Brands”. “Όμως, με τις εκκρεμότητες στην εφοδιαστική αλυσίδα να είναι πιο σοβαρές και την έλλειψη εργατικού δυναμικού να είναι πιο απειλητική, η πρόσβαση των καταναλωτών στα είδη πρώτης ανάγκης απειλείται.”

### ΤΑ ΤΡΙΑ ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΟΥ Q2 PULSE REPORT

**Η κατανάλωση τροφίμων στο σπίτι πυροδοτεί τη ζήτηση.** Η ζήτηση ανέβηκε κατά 8,7% το δεύτερο τρίμηνο του έτους, αποδεικνύοντας ότι δεν υπήρχε μείωση στην

ανάγκη για προϊόντα CPG, παρά την εξάπλωση των εμβολίων και την ευρεία επαναιειτουργία της χώρας. Τα μεγέθη CPG αντικατοπτρίζουν την αισιοδοξία της επαναιειτουργίας της αγοράς, με τη ζήτηση για προϊόντα προσωπικής φροντίδας να αυξάνεται μέχρι 20,6% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Αυτή όμως η αισιοδοξία δεν αντικατοπτρίζει ακόμη τις πιθανές αλλαγές στις συνήθειες των καταναλωτών, συνεπεία της μετάλλαξης Δέλτα.

**Η αυξημένη ζήτηση οδηγεί την ήδη διαταραγμένη αλυσίδα εφοδιασμού στο σημείο καμψής.** Το κόστος της κατασκευής των πρώτων υλών συνεχίζει να αυξάνεται. Υπάρχουν επίσης, σημαντικές καθυστερήσεις και πρόσθετες δαπάνες για τη μεταφορά των συστατικών των προϊόντων, των υλικών συσκευασίας και των τελικών προϊόντων που φτάνουν στους καταναλωτές, αποτέλεσμα μια σειράς παραγόντων, όπως η κυκλοφοριακή συμφόρηση στους λιμένες, οι ελλείψεις σε οδηγούς φορτηγών και το αυξανόμενο κόστος στα καύσιμα.

**Ο κλάδος των CPGs αντιμετωπίζει εργασιακή κρίση, παρά τις αυξήσεις μισθών.** Η Βιομηχανία CPG είναι ο μεγαλύτερος

εργοδοτικός κλάδος στις ΗΠΑ, αλλά μόνο 12.000 θέσεις εργασίας προστέθηκαν κατά τη διάρκεια του τριμήνου, παρά τις περισσότερες από 800.000 διαθέσιμες θέσεις στη βιομηχανία. Οι αυξήσεις των μισθών στην παραγωγή τροφίμων αυξήθηκαν κατά 4,6% τον Ιούλιο συγκριτικά με πέρυσι -6% για τους εργαζόμενους στην παραγωγή- αλλά δεν έχουν επηρεάσει την αύξηση στις θέσεις εργασίας.

“Τα σημεία συμφόρησης της εφοδιαστικής αλυσίδας και τα κενά στο εργατικό δυναμικό προκαλούν καθυστερήσεις και πιθανές ελλείψεις, οι οποίες είναι ενοχλητικές, όταν ο καταναλωτής πρέπει να περιμένει μήνες για να παραλάβει τα έπιπλα του, αλλά καταστροφικές, αν αυτές οι καθυστερήσεις σημαίνουν ότι οι καταναλωτές δεν έχουν πρόσβαση σε βασικά είδη από τα οποία εξαρτώνται, όπως βρεφικό γάλα, σαπουνί ή χαρτί υγείας”, συνέχισε ο Freeman. “Ο κλάδος CPG χρειάζεται η ομοσπονδιακή κυβέρνηση να ασχοληθεί με ζητήματα που αφορούν στην εφοδιαστική αλυσίδα, για να αντιμετωπίσει τις διαταραχές, ώστε οι καταναλωτές να μην υποστούν τις συνέπειες.”



## AMERICA POST COVID-19

## FOOD DELIVERY UPDATES

## ΤΟ ΣΙΚΑΓΟ ΜΗΝΥΕΙ ΤΗΝ GRUBHUB ΚΑΙ ΤΗΝ DOORDASH

Το Σικάγο έχει καταθέσει δύο μηνύσεις εναντίον των εταιρειών διανομής φαγητού, Grubhub και DoorDash, σύμφωνα με δήλωση του Δημάρχου της πόλης, Lori E. Lightfoot. Σύμφωνα με τις μηνύσεις, οι εν λόγω εταιρείες εμπλέκονται σε παραπλανητικές και κακόβουλες επιχειρηματικές πρακτικές, που βλάπτουν τα εστιατόρια και παραπλανούν τους καταναλωτές, όπως αυτές ορίζονται από τον Chicago Municipal Code.

Επιζητούν ασφαλιστικά μέτρα υπό τη μορφή μεγαλύτερης διαφάνειας και άλλων βασικών τροποποιήσεων συμπεριφοράς, αποκατάσταση των εστιατορίων και των



καταναλωτών που πλήττονται από αυτές τις τακτικές και αστικές κυρώσεις για παραβιάσεις του νόμου.

“Κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας πανδημίας, όπου οι επιχειρήσεις έκλεισαν και ο

κόσμος παρέμεινε σπίτι του, οι εφαρμογές των κατηγορουμένων, που παρείχαν υπηρεσίες παράδοσης γευμάτων, έγιναν ο πρωταρχικός τρόπος να τραφούν οι άνθρωποι και οι οικογένειές τους και, παράλληλα, να υποστηριχθούν τα τοπικά εστιατόρια”, δήλωσε ο Δήμαρχος Lightfoot, σε μια δήλωσή του. “Είναι βαθιά ανησυχητικό και ατυχές το γεγονός ότι αυτές οι εταιρείες παραβίασαν τον νόμο κατά τη διάρκεια αυτού του απίστευτα δύσκολου καιρού, χρησιμοποιώντας άδικες και παραπλανητικές τακτικές, για να εκμεταλλευτούν τα εστιατόρια και τους καταναλωτές που αγωνίζονταν να επιβιώσουν.”

## ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΚΡΙΣΙΜΑ ΒΗΜΑΤΑ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

“Η εξέταση της απόφασης ανάκλησης προϊόντος είναι ένα από τα πιο σοβαρά και απαιτητικά πράγματα που γίνονται στον κλάδο,” δήλωσε ο David Lennarz, Πρόεδρος της Registrar Corp.

### ΤΟ ΠΡΩΤΟ 24ΩΡΟ

Τα πρώτα βήματα μετά από μια ανάκληση είναι κρίσιμα, ανέφερε ο Lennarz, λέγοντας: “Η λήψη ορθών αποφάσεων κατά τη διάρκεια αυτής της πρώτης περιόδου, και η τεκμηρίωση αυτών, είναι πραγματικά σημαντική.”

Το πρώτο βήμα, που πρέπει να κάνει μια εταιρεία, είναι να στοιχειοθετήσει μια εσωτερική αξιολόγηση κινδύνου υγείας, η οποία θα πρέπει να γίνει μία έως

δύο ώρες μετά την ανακάλυψη του προβλήματος. Στη συνέχεια, θα πρέπει να προσληφθεί εξωτερικός σύμβουλος (εταιρεία), συνήθως μέσα σε μια εργάσιμη ημέρα. Επίσης, μέσα σε μια εργάσιμη ημέρα, θα πρέπει να εκδοθεί έγγραφο

αναμονής της δίκης, θα πρέπει να συνταχθούν τα κείμενα του FDA, ο ασφαλιστής θα πρέπει να ειδοποιηθεί και η ανάκληση θα πρέπει να πραγματοποιηθεί με ειδοποίηση προς όλους τους αποδέκτες.

### ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΒΔΟΜΑΔΕΣ

Στη συνέχεια, οι εταιρείες θα πρέπει να διενεργούν ελέγχους αποτελεσματικότητας τουλάχιστον σε εβδομαδιαία βάση μέχρι το κλείσιμο της ανάκλησης και, αν η ανάκληση ξεκίνησε από προμηθευτή, η παρακολούθησή τους θα πρέπει να πραγματοποιηθεί εντός μίας ή δύο εβδομάδων. Επιπλέον, είναι σημαντικό να εξετάζονται όλα τα έγγραφα από τον παραλήπτη εντός μίας ημέρας από την παραλαβή τους.



Εφόσον η ειδοποίηση έχει αποσταλεί στον FDA, το προϊόν μπορεί να καταστραφεί, αν και, μερικές φορές, ο FDA θα θέλει να δοκιμάσει, ή να παρακολουθήσει την καταστροφή του προϊόντος, σημείωσε ο Lennarz.

Σε συνεχή βάση, η εταιρεία θα πρέπει να παρακολουθεί και να καταγράφει όλες τις απώλειες λόγω της ανάκλησης.

### ΤΟ ΠΡΟΣΕΧΕΣ ΜΕΛΛΟΝ

Με την ολοκλήρωση όλων των παραπάνω, ο Lennarz συνέστησε τη φροντίδα των νομικών ή ασφαλιστικών ζητημάτων που προέκυψαν. Αυτό περιλαμβάνει την ολοκλήρωση ασφαλιστικών απαιτήσεων, την κατάθεση τυχόν κατηγοριών εναντίον του προμηθευτή και την διαπραγμάτευση τυχόν μηνύσεων από καταναλωτές. Επειδή αυτά τα βήματα μπορεί να χρειαστούν μήνες, ή ακόμα και χρόνια, θα μπορούσαν να έχουν μακροπρόθεσμο αντίκτυπο στην εκάστοτε εμπλεκόμενη επιχείρηση, είπε ο Lennarz.