

ΝΗΣΤΙΣΙΜΑ

Μια Σαρακοστή
γεμάτη γεύσεις!

Στα κάρβουνα, στο φούρνο, στην κατσαρόλα,
φτιάξτε τα θαλασσινά όπως σας αρέσουν
και απολαύστε τα με όρεξη!



Γλυκάνθη Νηστίσιμα
Χαλβός

Κάθε συσκ. 800 g

4,49€

1 Kg = 5,61€



Πάνω από

120

προϊόντα σε νέα
συσκευασία

**Πάνω από 120 νηστίσιμα
προϊόντα με τη συσκευασία
«ΝΗΣΤΙΣΙΜΑ» σε όλα
τα καταστήματα Lidl.**

Ίδια ποιότητα, απaráμιλλη γεύση.

f i y t n
lidl-hellas.gr



**Κάθε
μέρα
αξίζει!**

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

ΤΡΙΤΗ 28 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2023
ΤΕΥΧΟΣ 1619



• BENETHS

Σε συζητήσεις με τις τράπεζες
για τα Παγωτά Δωδώνη



• OPTIMA

Είσοδος στα plant based με νέα σειρά
και επενδύσεις €25 εκατ.



• ΔΡΑΚΟΥΛΗΣ

Το Dry & Raw πάει... Μύκονο, προχωρά
η εκτροφή ελληνικού wagyu



• ΗΠΑ - IRI

Οι νέες καταναλωτικές τάσεις και οι... επίμονες
δαπάνες για τρόφιμα στο σπίτι

EDITORIAL: Ζητείται προσωπικό

SECRET RECIPE: Συζητήσεις για δύο νέα εστιατορικά project στο Πόρτο Χέλι



ΝΗΣΤΙΣΙΜΑ



Chef Select Νηστίσιμα
**Ντολμαδάκια
γιαλαντζί**

2 x 280 g

3,19€

1 Kg = 5,70€

Access one



20 YEARS GROWING BY DOING

Αλλάζουμε τη δυναμική της μάρκας σας
στα καταναλωτικά προϊόντα, προσφέροντας:

Key Account Management
Πανελλαδικό Δίκτυο Πωλήσεων
Παραγγελιοληψία
Merchandising
Trade Marketing
Δημιουργία Private Label προϊόντων

Γιορτάζοντας τα 20 χρόνια
παρουσιάζουμε τη νέα μας
πρωτοποριακή υπηρεσία
σε τιμή έκπληξη


**merch
rep** by **Access one**

• **PEAS & LOVE**

ΠΤΩΧΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΣΤΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Πτώχευση κήρυξε η εταιρεία αστικής γεωργίας Peas & Love στο Uccle και στο Sint-Lambrechts-Woluwe, στο Βέλγιο. Όπως αναφέρει το Retaildetail, οι εξελίξεις δεν έχουν επηρεάσει τις λειτουργίες της στο Παρίσι. Η Peas & Love ξεκίνησε το 2015, έχοντας με δύο αστικά αγροκτήματα στις Βρυξέλλες, συμπεριλαμβανομένου ενός στην οροφή του καταστήματος Cameleon στο Woluwe-Saint-Lambert. Οι κάτοικοι της περιοχής μπορούσαν να ενοικιάσουν μέρος των αγροκτημάτων, στα οποία καλλιεργούνταν πάνω από 70 ποικιλίες λαχανικών, φρούτων και βοτάνων. Η απόδοση για κάθε ενοικιαστή θα μπορούσε να είναι μέχρι και 30 κιλά το χρόνο.

ΘΕΤΙΚΕΣ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Όπως είχε προβλέψει ο ιδρυτής της Jean-Patrick Scheepers το concept της Peas & Love ήταν ιδιαίτερα ελκυστικό και σε ελάχιστο χρονικό διάστημα το σύνολο των αγροκτημάτων ενοικιάστηκαν. Έχοντας σχετικά γρήγορα συγκεντρώσει το σύνολο του κεφαλαίου που απαιτούνταν, η Peas & Love ξεκίνησε να επεκτείνεται εκτός Βρυξελλών.

Ο αρχικός στόχος ήταν να ανοίξει έως και 150 αστικές φάρμες σε πόλεις όπως το Άμστερνταμ, το Λονδίνο, το Βερολίνο και η Λυών, όμως αυτό που κατάφερε ήταν να ανοίξει μόλις επτά στο Παρίσι.



Editorial

Ζητείται προσωπικό

Δύο περιστατικά, που βίωσα το τριήμερο, ευρισκόμενος εκτός Αττικής, αποτέλεσαν την αφορμή για το σημερινό Editorial.

Παρασκευή βράδυ, συζητώ με τον ιδιοκτήτη του εστιατορίου, όπου έτρωγα.

- Τι βλέπεις για φέτος;
- Θα πάμε πολύ καλά, αλλά φοβάμαι το εξής: Ότι θα ξεφτιλιστούμε από τον τουρισμό.
- Τι εννοείς;

- Εννοώ ότι, για ακόμα μια χρονιά, έχουμε πρόβλημα στο να βρούμε προσωπικό. Σκέψου ότι ανοίξαμε πριν από λίγες ημέρες, εμείς και άλλα πέντε μαγαζιά. Όλοι οι άλλοι είναι ακόμα κλειστοί. Και δυσκολευόμαστε να βρούμε κόσμο για να καθαρίζει. Και σκέψου ότι όλοι μας εδώ, αυτή την περίοδο, λειτουργούμε με το ελάχιστο δυνατό προσωπικό, και με πολλαπλάσια δική μας, προσωπική δουλειά. Τι θα γίνει, λοιπόν, όταν οι ανάγκες φτάσουν στα γνωστά επίπεδα του καλοκαιριού; Θα έχουμε πρόβλημα. Διότι, ήδη έχουμε βάλει αγγελίες και δεν έχουμε την αναμενόμενη ανταπόκριση.

Το επόμενο πρωί, κάνοντας μια βόλτα στο χωριό, είδα σε δύο επιχειρήσεις εστίασης, κολλημένο στην τζαμαρία τους το γνωστό μήνυμα: Ζητείται προσωπικό.

Και θυμήθηκα την Άνοιξη του 2020, όταν - στο Delphi Economic Forum, που είχε τότε διεξαχθεί στο Ζάππειο - συζητούσα σε πάνελ με επιχειρηματίες και προμηθευτές του Horeca, μεταξύ άλλων και για αυτό το θέμα. Και λέγαμε με τον Λευτέρη Λαζάρου για την ανάγκη να δημιουργηθεί μια σύγχρονη και υψηλού επιπέδου σχολή τουριστικών επαγγελματιών, που θα βγάζει επαγγελματίες και θα αποτελεί σημείο αναφοράς για τον κλάδο Horeca, σε παγκόσμιο επίπεδο.

Τέσσερις σεζόν μετά, το πρόβλημα όχι απλά είναι υπαρκτό, αλλά έχει διογκωθεί, λόγω της πολύ καλής πορείας μας στον τουρισμό. Γι' αυτό και πρέπει να αποτελέσει σημείο αναφοράς για την όποια επόμενη κυβέρνηση εκλεγεί.

Και να στηριχτεί από όλα τα κόμματα του κοινοβουλίου.

Ακούγονται ξύλινα και τετριμμένα όλα αυτά, αλλά είναι η ουσία.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Συζητήσεις για δύο νέα εστιατορικά project στο Πόρτο Χέλι

Σε συζητήσεις με πέντε δυνατά ονόματα chef, και όχι μόνο Ελλήνων, βρίσκονται επιχειρηματίες, οι οποίοι δραστηριοποιούνται εντόνως στην περιοχή της Ερμιονίδας, και, συγκεκριμένα, στο Πόρτο Χέλι. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, σχεδιάζουν σίγουρα ένα - μπορεί και δύο - δυνατά εστιατορικά project στην περιοχή, θέλοντας να αναβαθμίσουν την ποιότητα του παρεχόμενου προϊόντος. Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι ο σχεδιασμός είναι για τη σεζόν 2024-2025, αλλά προετοιμάζουν το έδαφος από τώρα, ώστε να είναι απολύτως έτοιμοι στις αρχές της επόμενης χρονιάς. Περισσότερα, εν ευθέτω χρόνω...

3-6

ΜΑΡΤΙΟΥ

2023

METROPOLITAN EXPO



artoza

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΑΡΤΟΠΟΙΙΑΣ-ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ

Εδώ ζυμώνεται...το μέλλον!

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ ΤΩΝ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΩΝ
ΑΡΤΟΠΟΙΩΝ & ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ

Διοργάνωση FORUM SA - Member of NürnbergMesse Group

Λ. Βουλιαγμένης 328 • Αγ. Δημήτριος • 173 42 • Τ. 210 5242100 • sales@forumsa.gr • www.artoza.com

• **BEYOND MEAT (Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ 2022)**

ΠΤΩΣΗ 20% ΣΤΟΝ ΤΖΙΡΟ, ΜΙΚΡΟΤΕΡΕΣ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ ΖΗΜΙΕΣ

Ζημίες μικρότερες από τις αναμενόμενες ανακοίνωσε για το δ' τρίμηνο η Beyond Meat, παρά τη μεγαλύτερη από 20% μείωση των πωλήσεών της.

Ο διευθύνων σύμβουλος της Beyond Meat, Ethan Brown, ανέφερε ότι τα περιθώρια κέρδους της εταιρείας βελτιώθηκαν κατά 14 ποσοστιαίες μονάδες, βοηθώντας στη μείωση του αποτυπώματός της και στην καλύτερη διαχείριση των επιπέδων προσωπικού παραγωγής.

DATA (σε \$ χιλ.)

Έσοδα

2022: 418.933

2021: 464.700

Αποτέλεσμα προ φόρων

2022: (347.157)

2021: (179.068)

Καθαρό αποτέλεσμα

2022: (366.137)

2021: (182.105)



Ethan Brown, CEO, Beyond Meat

ΑΠΑΝΤΑΕΙ ΜΕ... ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Η εταιρεία ανέφερε ότι η ζήτηση για εναλλακτικές λύσεις κρέατος, σε "όλα τα κανάλια", εξακολουθεί να είναι υποτονική. Ως απάντηση, προσέφερε τα προϊόντα της με εκπτώ-

σεις για να προσελκύσει πελάτες οι οποίοι αποθαρρύνονται από τον επίμονο υψηλό πληθωρισμό.

Οι πωλήσεις στις ΗΠΑ μειώθηκαν κατά 20,9%, καθώς η εταιρεία είδε ασθενέστερη ζήτηση τόσο στα grocery markets όσο και στο foodservice. Παρομοίως, εκτός ΗΠΑ, η Beyond ανέφερε πτώση 19,9% στα έσοδα.

ΑΠΟΓΟΗΤΕΥΤΙΚΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Η εταιρεία προβλέπει ότι οι πωλήσεις της θα συνεχίσουν να συρρικνώνονται φέτος. Ειδικότερα, η Beyond προβλέπει ότι τα έσοδά της για το 2023 θα κυμανθούν από \$375 εκατ. έως \$415 εκατ., δηλαδή πτώση 1% έως 10%. Αντί να αυξήσει τις πωλήσεις, ο πρωταρχικός επιχειρηματικός στόχος της Beyond είναι να καταστεί θετική ως προς τις ταμειακές ροές στο β' εξάμηνο του 2023. Τα μεικτά περιθώρια κέρδους αναμένεται να είναι χαμηλά διψήφια και να αυξάνονται διαδοχικά καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Ελευθερία Πιπεροπούλου

eleftheria@notice.gr



ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

1^ο Συνέδριο

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Η εργασία meta

28 | Μαρτίου | 2023

Wyndham Grand Athens



Diwa

Ο πρώτος ψηφιακός
μαυροπίνακας
προβολής

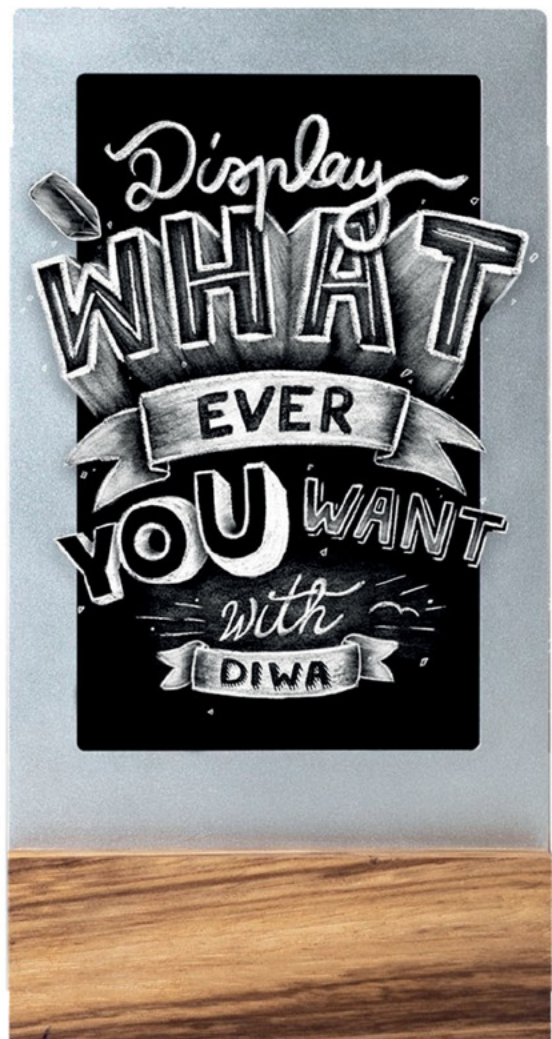
- Επιλέξτε έτοιμα templates ή δημιουργήστε τα δικά σας!
- Προγραμματίστε τις συσκευές σας και κάντε upload, από όπου κι αν βρίσκεστε!



Download on the
App Store



GET IT ON
Google Play



ΔΕΙΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΕΔΩ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΣ

Notice Content & Services

- Βαλαωρίτου 9, 106 71 Αθήνα
- Τηλέφωνο επικοινωνίας: +30 210 3634061
- E-mail: diwa@notice.gr

Θα μας βρείτε στο
Hall 2
Stand C10a

Συμμετέχουμε!

artoza

3-6 ΜΑΡΤΙΟΥ 2023
METROPOLITAN EXPO

• PROMO SOLUTION

ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ ΝΥΡΕΜΒΕΡΓΗ ΚΑΙ ΒΕΡΟΛΙΝΟ ΤΟΝ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ

Με απόλυτη επιτυχία και συγκεντρώνοντας θετικά σχόλια ολοκληρώθηκε η εκθεσιακή παρουσία της Promo Solution στις εκθέσεις Biofach και Fruit Logistica σε Νυρεμβέργη και Βερολίνο αντίστοιχα.

ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ

Έχοντας χαράξει μία επιτυχημένη εκθεσιακή πορεία, η Promo Solution επιδιώκει στο να συνεχίζει να προσφέρει τις καλύτερες ποιοτικές λύσεις και ιδέες στα πλαίσια υποστήριξης της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων.

Στη διεθνή έκθεση Biofach, που πραγματοποιήθηκε στην Νυρεμβέργη, (14 - 17 Φεβρουαρίου) - η οποία είναι η μεγαλύτερη του είδους της διεθνώς για τον κλάδο των οργανικών προϊόντων -, η ελληνική συλλογική συμμετοχή οργανώθηκε από την Promo Solution, με το μήνυμα "The Birthplace of Good Taste". Προσελκύοντας πλειάδα σημαντικών εμπορικών επισκεπτών κέρδισε τις εντυπώσεις σε μια ιδιαίτερη απαιτητική διεθνή έκθεση, όπου συμμετέχουν οι κορυφαίες διεθνείς εταιρείες παραγωγής οργανικών προϊόντων. Η Promo Solution ανέλαβε την οργάνωση της συμμετοχής των παρακάτω εταιρειών:

- Medbest S.A
- Papayiannis Bros S.A.
- Symbeosis S.A.
- Petros Tsaglis S.A.
- Wikifarmer

- Melodia Honey
- Bio green olive oil
- Algina Honey



ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΙΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΑΙΣΘΟΥΣΕΣ

Οι ελληνικές εταιρείες που συμμετείχαν στο συλλογικό περίπτερο της Promo Solution πρωταγωνίασαν με την παρουσία τους στην αίθουσα 5, που θεωρείται από τις ποιοτικότερες της έκθεσης, παρουσιάζοντας μία ολοκληρωμένη γκάμα ελληνικών οργανικών προϊόντων (ελιές, ελαιόλαδο, μέλι, βότανα, superfoods, τσάι, spreads ξηρών καρπών κ.ά.)



ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΜΕ KEY BUYERS

Όλοι οι συμμετέχοντες πραγματοποίησαν σειρά σημαντικών συναντήσεων με key buyers από τη γερμανική και διεθνή αγορά και έκαναν ειδική αναφορά για το πολύ υψηλό επίπεδο, στοχευμένο αγοραστικό κοινό που παρευρέθηκε στην έκθεση. Η πλειοψηφία, μάλιστα, των εκθετών ανανέωσαν ήδη την παρουσία τους για την επόμενη διοργάνωση που θα πραγματοποιηθεί το διάστημα 13-16 Φεβρουαρίου 2024.



ΠΑΡΟΥΣΑ ΣΤΗΝ BIOFACH ΑΠΟ ΤΟ 2017

Η Διεθνής Έκθεση Biofach πραγματοποιείται κάθε χρόνο στην Νυρεμβέργη και αποτελεί ένα παγκόσμιο event όπου παρουσιάζονται κάθε χρόνο όλες οι εξελίξεις του διαρκώς αναπτυσσόμενου κλάδου των οργανικών προϊόντων. Είναι, επίσης, σταθερό σημείο συνάντησης για εξαγωγικές εταιρείες, με τους σημαντικότερους διεθνείς αγοραστές και εισαγωγείς. Αποτελεί, δε, μια έκθεση στην οποία στοχεύουν όλο και περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις ώστε να αυξήσουν τις εξαγωγές τους και να διεισδύσουν σε εναλλακτικά και ποιοτικά κανάλια πωλήσεων. Στη διοργάνωση που ολοκληρώθηκε συμμετείχαν 2.765 διεθνείς εκθέτες από 95 χώρες, ενώ και οι εμπορικοί επισκέπτες και εισαγωγείς που παρευρέθηκαν έφτασαν τους 36.000, από συνολικά 135 χώρες.

Η Promo Solution, αντιλαμβανόμενη τις πολλές εξαγωγικές ευκαιρίες που προκύπτουν για τις ελληνικές επιχειρήσεις οργανικών προϊόντων από αυτή την πολύ σημαντική παγκόσμια έκθεση, πραγματοποιεί σταθερή συμμετοχή από το 2017 και αποτελεί τον ιδανικό συνεργάτη για μια επιτυχημένη και άρτια οργανωμένη παρουσία.



ΕΝΤΥΠΩΣΙΑΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ FRUIT LOGISTICA 2023

Εξίσου θετικά σχόλια απέσπασε η συμμετοχή της Ελλάδας στη διεθνή έκθεση φρούτων και λαχανικών Fruit Logistica 2023, η οποία διεξήχθη 8 - 10 Φεβρουαρίου στο Βερολίνο της Γερμανίας και αποτελεί την κορυφαία εμπορική έκθεση στην εν λόγω βιομηχανία, με την πιο άμεση πρόσβαση στην παγκόσμια αγορά.



Η Promo Solution για μια ακόμα χρονιά έδωσε το παρών στην Fruit Logistica, με συμμετοχές από 3 Περιφέρειες:

- Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης
- Δυτικής Ελλάδας
- Θεσσαλίας με το Επιμελητήριο Λάρισας

ΠΡΟΝΟΜΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Οι ελληνικές επιχειρήσεις είχαν τη δυνατότητα να αλληλεπιδράσουν με τοπικούς και διεθνείς εκθέτες, καθώς και επισκέπτες, και να ξεχωρίσουν χάρη στους προνομιακούς χώρους στην αίθουσα 8.2, στη λειτουργικότητα των περιπτέρων και στην άρτια οργάνωση από την Promo Solution.



ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ MARKETING

Η Promo Solution, έχοντας γνώση ότι η αποτελεσματικότητα της συμμετοχής σε μία έκθεση απορρέει από τη σωστή προετοιμασία πριν από αυτή αλλά και από τις εμπορικές επαφές που θα έχουν οι εκθέτες, φρόντισε και φέτος να προγραμματίσει τις εξής ενέργειες:

1. Προγραμματίσε μια σειρά B2B επαφών με σημαντικούς εκπροσώπους λιανεμπορικών & χονδρεμπορικών αλυσίδων, εισαγωγικών επιχειρήσεων και delicatessen της ευρύτερης περιοχής
2. Πραγματοποίησε ενημερωτικό webinar με θέμα εξαγωγική προετοιμασία, κατά τη διάρκεια του οποίου οι Πέτρος Πίγκος και Τρύφωνας Κολιτσόπουλος, ενημέρωσαν τους συμμετέχοντες για τον σωστό τρόπο παρουσίασης μιας εταιρείας σε μια διεθνή

έκθεση καθώς και ανέλυσαν τον κλάδο των φρούτων και λαχανικών στη γερμανική αγορά

3. Επιδιώκοντας να συμβάλλει στην ανάδειξη του σκοπού της έκθεσης, που πέρα από εμπορικός είναι και επιμορφωτικός, διοργάνωσε πρωινή επίσκεψη στην κεντρική λαχαναγορά του Βερολίνου. Οι Έλληνες παραγωγοί ήρθαν σε άμεση επαφή με τους τοπικούς παραγωγούς και μοιράστηκαν τη γνώση τους και την αγάπη τους για τα φρέσκα φρούτα και λαχανικά
4. Στα πλαίσια των ενεργειών marketing κατά τη διάρκεια της έκθεσης, δημιουργήθηκε σταθμός- fruit bar για την παρασκευή και προσφορά χυμών και smoothies, με τα φρέσκα προϊόντα των εκθετών. Η έντονη επισκεψιμότητα ενίσχυσε σε μεγάλο βαθμό την προβολή των ελληνικών συμμετοχών της Promo Solution.

ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ

Οι προσπάθειες της Promo Solution, με σκοπό την ενίσχυση των εξαγωγών και της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων θα συνεχιστούν, στις παρακάτω εκθέσεις:

- Food Expo (18-20/03/2023)
- IFE London (20-22/03/2023)
- ISM Cologne (23-25/04/2023)
- Seafood Expo Global (25-27/04/2023)
- PLMA Amsterdam (23-24/05/2023)

• **OPTIMA**

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΑ PLANT BASED ΜΕ ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €25 ΕΚΑΤ.

Άνοιγμα στην κατηγορία των plant based πραγματοποιεί η Optima, η οποία σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, πρόκειται να λανσάρει στην αγορά μια νέα σειρά εναλλακτικών τυροκομικών προϊόντων, υπό το brand Plandis.

ΜΕ ΤΟ ΙΔΙΟ BRAND NAME ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ & ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η σειρά, που θα απευθύνεται τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, με το ίδιο brand name, θα περιλαμβάνει προϊόντα τύπου mozzarella, gouda και λευκού τυριού, τα οποία και θα κυκλοφορήσουν το επόμενο διάστημα στην αγορά με έμφαση στο retail.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Θέλοντας να ενδυναμώσει την παραγωγική δυναμική του εργοστασίου της στην Άρτα, η Optima είναι σε διαδικασία υλοποίησης επενδυτικού σχεδίου €25 εκατ. το οποίο ολοκληρώνεται τέλη του 2023.

Μάλιστα, για φέτος έχει προϋπολογίσει €11 εκατ. με έμφαση κυρίως στις γραμμές συσκευασίας - καθώς παρατηρείται έντονη ζήτηση σε συσκευασμένα προϊόντα - αλλά και

για αυτοματισμούς στην αλυσίδα παραγωγής.

ΣΚΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΓΙΑ ΕΛΙΑ ΜΕ ΤΗΝ MEDOLIO

Όπως αποκάλυψε πρώτο το FNB Daily ο επικεφαλής της Optima, Στέφανος Παντελιάδης, προχώρησε στην εξαγορά της βιομηχανικής εταιρείας τροφίμων, Medolio, στοχεύοντας στη δημιουργία οικονομικών κλίμακας στο εξωτερικό με την αξιοποίηση και του δικτύου της Optima.

Η εταιρεία εξάγει σε περίπου 10 χώρες και πρώτος πελάτης μετά την εξαγορά είναι η θυγατρική του Ομίλου στην Βρετανία. Φιλοδοξίες υπάρχουν για την Αυστραλία και την Αμερική. Συμμετέχοντας στην Sial 2022 η εταιρεία έχει ξεκινήσει συνεργασία και με την Γαλλία.

Το capacity του εργοστασίου της Medolio αλλά και το brand name θέτουν, όπως μαθαίνουμε, τις βάσεις και για διερεύνηση νέων προϊόντων, όπως είναι η επιτραπέζια ελιά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **ΑΛΒΑΝΙΑ**

ΤΕΛΟΣ ΤΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΤΙΜΩΝ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΜΕ ΔΙΚΑΣΤΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ

Το Ανώτατο Συνταγματικό Δικαστήριο αποφάσισε την απόρριψη της απόφασης της αλβανικής κυβέρνησης να συστήσει παρατηρητήριο για την παρακολούθηση των τιμών των τροφίμων στη χώρα, όπως αναφέρει σχετικό report του ελληνικού γραφείου ΟΕΥ στα Τίρανα. Οι δικαστές έκαναν δεκτή την αίτηση που είχε καταθέσει το Δημοκρατικό Κόμμα, θεωρώντας ότι το εν λόγω παρατηρητήριο παραβιάζει το Σύνταγμα και ως εκ τούτου πρέπει να διαλυθεί. Στις 9 Μαρτίου, το δικαστήριο αναμένεται να εξετάσει, επίσης, την αίτηση που κατέθεσε το Δημοκρατικό Κόμμα για τη διάλυση του παρατηρητηρίου τιμών καυσίμων.

ΠΑΡΑΒΙΑΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΟΣ

Το Δημοκρατικό Κόμμα, υποστήριξε ότι τα παρατηρητήρια που παρακολουθούν τις τιμές των τροφίμων και των καυσίμων παραβιάζουν το Σύνταγμα, θεωρώντας ότι αποτελούν μηχανισμούς κομμουνιστικού τύπου. Τα εν λόγω παρατηρητήρια συστάθηκαν από την αλβανική κυβέρνηση τον περασμένο Μάρτιο μετά την εκτίναξη των τιμών που προκάλεσε ο πόλεμος στην Ουκρανία, υποστηρίζοντας ότι θα προστατεύουν τους καταναλωτές από καταχρηστικές αυξήσεις τιμών.

• **ΙΣΠΑΝΙΑ**

ΞΕΠΕΡΑΣΑΝ ΤΑ €2 ΔΙΣ. ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ – Η... ΕΚΤΟΞΕΥΣΗ ΤΟΥ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Σε ιστορικά υψηλά επίπεδα σκαρφάλωσαν το 2022 οι ελληνικές εξαγωγές προς την Ισπανία, σπάζοντας το φράγμα των €2 δισ. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα προσωρινά στατιστικά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, τα οποία επεξεργάστηκε το Γραφείο ΟΕΥ στη Μαδρίτη, η αξία των ελληνικών εξαγωγών προς την Ισπανία στο 11 μήνο του 2022, ανήλθε σε €2,1 δισ., αισθητά αυξημένη κατά 75,7% σε σύγκριση με το 2021. Παράλληλα, οι ελληνικές εισαγωγές από την Ισπανία έφθασαν τα €2,75 δισ., αυξημένες κατά 18,2% έναντι του 2021.

ΟΙ ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Εξετάζοντας τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, αξιοσημείωτη είναι η άνοδος των εξαγωγών στις σημαντικότερες προϊόντικές κατηγορίες για τη χώρα μας.

Ειδικότερα, καταγράφηκε εξαιρετικά μεγάλη άνοδος της αξίας των εξαγωγών στα επεξεργασμένα πετρελαιοειδή, τα οποία υπερτετραπλασιάστηκαν (φθάνοντας τα €569,45 εκατ., +357,6%) και στις μηχανές επεξεργασίας δευτερογενών, όπου σημειώθηκε άνοδος 147% (€271,58 εκατ.).

Ως εξαιρετικά σημαντικές νέες εξελίξεις το 2022, το γραφείο ΟΕΥ της ελληνικής πρεσβείας θεωρεί την εντυπωσιακή άνοδο στις εξαγω-

γές παρθένου ελαιολάδου (στα €43,35 εκατ.) – με αποτέλεσμα την είσοδό του στην κατάταξη των κορυφαίων κατηγοριών των ελληνικών εξαγωγών προς Ισπανία –, την επίσης σημαντική αύξηση των εξαγωγών λοιπών ελαιολάδων (στα €17,77 εκατ.), όπως και των ελαιωδών καρπών και σπόρων (στα €20,16 εκατ.) και των παρασκευασμάτων φρούτων (στα €14,65 εκατ.). Μένει να διαπιστωθεί εάν οι εξαγωγές αυτές θα εξακολουθήσουν να κυμαίνονται σε υψηλά επίπεδα και κατά τα επόμενα έτη.

ΤΡΟΦΙΜΑ

Συνολικά από τα τρόφιμα, οι κορυφαίες κατηγορίες ήταν οι εξής:

- Ψάρια & θαλασσινά: +15,9% (€204,08 εκατ.)
- Φρούτες, μούρα, βατόμουρα, φραγκοστάφυλα: +33,7% (€43,53 εκατ.)
- Παρθένο ελαιόλαδο: +1.064,3% (€43,35 εκατ.)
- Σπέρματα και ελαιώδεις καρποί: +1.499% (€20,16 εκατ.)
- Τυριά: +45,1% (€17,82 εκατ.)
- Λοιπά Ελαιόλαδα: +138,1% (€17,77 εκατ.)
- Καρποί & φρούτα: +956,7% (€15,99 εκατ.)
- Κρέατα (προβατοειδών ή αιγοειδών): +0,8% (€14,22 εκατ.)



ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΑΠΟ ΙΣΠΑΝΙΑ

Από άλλη πλευρά, οι κυριότερες εισαγωγές ισπανικών προϊόντων στη χώρα μας αφορούν τις κατηγορίες:

- Λάδια από πετρέλαιο ή από ασφαλτούχα ορυκτά: €234,91 εκατ. (+24,5%)
- Επιβατικά αυτοκίνητα: €149,13 (+9,1%)
- Κρέατα βοοειδών: €106,24 εκατ. (+33,9%)
- Είδη ένδυσης (Κοστούμια-ταγιέρ, ζακέτες, φορέματα, φούστες, παντελόνια κ.ά.): €100,72 εκατ. (+126,5%)
- Υδρογονάνθρακες κυκλικοί: €89,82 εκατ. (+36,1%)

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **Γ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ (ΚΕΕΕ)**

ΣΕ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΓΙΑ ΤΟ "ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟ ΣΗΜΑ"

Στην παρουσίαση του Συλλογικού Σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, "Macedonia the Great", που πραγματοποιήθηκε στο Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονίκης, συμμετείχε ο πρόεδρος της ΚΕΕΕ, Γιάννης Μασούτης, ο οποίος αναφέρθηκε στη μεγάλη αξία που έχει η συγκεκριμένη πρωτοβουλία, καθώς και στη διαδρομή μέχρι σήμερα.

"Η ιδέα για το 'Μακεδονικό Σήμα' γεννήθηκε στο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης, το οποίο χρηματοδότησε την εκπόνηση νομικής μελέτης, πάνω στην οποία στηρίχθηκε η κατοχύρωσή του. Η πρωτοβουλία αυτή αγκαλιάστηκε αμέσως από το Σύνδεσμο Εξαγωγέων, ο οποίος υλοποίησε στη συνέχεια την κατοχύρωσή του, και έτσι απέκτησε εκπροσώπηση μέσω ενός θεσμού που καλύπτει τις 13 περιφερειακές ενότητες της Μακεδονίας. Ευχαριστούμε το Σύνδεσμο Εξαγωγέων για την υλοποίηση μιας ιδέας μεγάλης αξίας για το ΕΒΕΘ και για τους επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στην Μακεδονία. Το 'Μα-



κεδονικό Σήμα' εκφράζει για εμάς την ανάγκη και την υποχρέωση να στηρίξουμε την ταυτότητα και την ιστορία του τόπου μας. Είναι διαθέσιμο δωρεάν σε όλα τα μέλη του Συνδέσμου Εξαγωγέων, για όλες τις επιχειρήσεις της Μακεδονίας, που παράγουν προϊόντα ή προσφέρουν υπηρεσίες και έχει πανευρωπαϊκή αναγνώριση. Ενθαρρύνουμε τις επιχειρήσεις για την άμεση απόκτηση του Μακεδονικού Σήματος και ευχόμαστε καλή επιτυχία στη διάδοσή του", ανέφερε ο πρόεδρος της ΚΕΕΕ.

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η εκδήλωση σηματοδότησε την επίσημη έναρξη του ταξιδιού του Μακεδονικού Σήματος, τόσο στην Ελλάδα όσο και στις αγορές του εξωτερικού. Την παρουσίαση του Συλλογικού Σήματος του ΣΕΒΕ "Macedonia the Great" έκανε στο κοινό ο πρόεδρος του ΣΕΒΕ, Συμεών Διαμαντίδης, ενώ κοινή θέση όλων των παρευρισκόμενων αποτέλεσε η ανάγκη υποστήριξης της αυθεντικότητας των προϊόντων.

• ΒΙΟΛΑΡ (ΧΡΗΣΗ 2021/2022)

ΙΣΧΥΡΗ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΕΤΡΑΠΛΑΣΙΑ ΚΕΡΔΗ - ΣΕ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΟ 85% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Με ανάπτυξη 40,54% έκλεισε η οικονομική χρήση 2021/2022 για την Βιολάρ, η οποία συνέχισε με σημαντική άνοδο και στο πρώτο πεντάμηνο της τρέχουσας χρήσης. Συνολικά, για τη χρήση 2022/2023, η διοίκηση της εταιρείας αναμένει μικρή αύξηση του τζίρου, λόγω και της υψηλής συγκριτικής βάσης με την αμέσως προηγούμενη περίοδο. Σημειώνεται ότι η Βιολάρ παράγει προϊόντα εκκοκκιστηρίου (εκκοκκισμένο βαμβάκι και βαμβακόσπορος) και εμπορεύεται εγχώρια γεωργικά προϊόντα, δημητριακά, γεωργικά φάρμακα και λιπάσματα. Βρίσκεται ανάμεσα στις κορυφαίες εταιρείες του κλάδου και έχει αποκτήσει σημαντική θέση ανάμεσα σε άλλους προμηθευτές της παγκόσμιας βιομηχανίας βάμβακος και δημητριακών.

DATA (σε € χιλ.)

1/7-30/6

<u>Κύκλος εργασιών</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2021/2022: 214.317	2021/2022: 6.322
2020/2021: 152.495	2020/2021: 1.672
μεταβολή: 40,54%	μεταβολή: 278,07%
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>	<u>Αποτέλεσμα μετά</u>
2021/2022: 15.687	<u>από φόρους</u>
2020/2021: 12.704	2021/2022: 5.088
μεταβολή: 23,47%	2020/2021: 1.262
	μεταβολή: 303,17%

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ

Η εταιρεία είναι μέλος της Διεθνούς Ένωσης Βάμβακος (ICA) από το 2000 και εκτός από το εσωτερικό της χώρας, διαθέτει τα προϊόντα της σε περισσότερες από 30 χώρες σε:

- Ευρώπη
- Αμερική
- Ασία
- Αφρική

Μάλιστα περίπου το 85% του τζίρου της πραγματοποιείται σήμερα σε τρίτες χώρες, εκτός της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Πωλήσεις ανά γεωγραφική αγορά (σε € χιλ.)

<u>Ελλάδα</u>	<u>Τρίτες χώρες</u>
2021/2022: 17.501	2021/2022: 182.417
2020/2021: 11.127	2020/2021: 117.038
<u>Ευρώπη</u>	<u>Πωλήσεις υποκατα-</u>
2021/2022: 12.919	<u>στημάτων εξωτερι-</u>
2020/2021: 16.196	<u>κού σε τρίτες χώρες</u>
	2021/2022: 1.479
	2020/2021: 8.133

ΣΤΑ €52,72 ΕΚΑΤ. Ο ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Η εταιρεία εξέδωσε κατά την προηγούμενη χρήση ομολογιακά δάνεια συνολικής ονομαστικής αξίας €24,275 εκατ. με το υπόλοιπο στις 30/6/2022 να διαμορφώνεται σε € 20,375 εκατ.

Επίσης, έχει λάβει μακροπρόθεσμα τραπεζικά δάνεια κεφαλαίου κίνησης, συνολικής αξίας €20 εκατ., τα οποία στις 30/6/2022 ανέρχονταν σε €7,857 εκατ., ενώ έχει συνάψει βραχυπρόθεσμα τραπεζικά δάνεια ως κεφάλαιο κίνησης, το ύψος των οποίων στις 30/06/2022 ανέρχονταν περίπου σε €24,5 εκατ., με προσωπικές εγγυήσεις των μετόχων.

ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ

Το εργοστάσιο το οποίο βρίσκεται στο Αχίλλειο, επί της παλαιάς εθνικής οδού μεταξύ Λάρισας και Βόλου, άρχισε να λειτουργεί το 1994. Η συνολική έκταση που καλύπτει ανέρχεται σε 100.000 τ.μ., συμπεριλαμβανομένου του εκκοκκιστηρίου, των αποθηκών και των γραφείων, τα οποία καλύπτουν μία έκταση 10.500 τ.μ. Οι εκκοκκιστικές μηχανές έχουν ημερήσια παραγωγή 750 δεμάτων. Υπάρχει, επίσης, μια μεγάλη ανοιχτή έκταση, ειδικά διαμορφωμένη για την αποθήκευση του εκκοκκισμένου βαμβακιού.



Στο Βελεστίνο, κοντά στο λιμάνι του Βόλου και σχεδόν πάνω στην εθνική οδό Αθηνών-Θεσσαλονίκης, η Βιολάρ κατέχει έκταση 200.000 τ.μ. Περιλαμβάνει ένα συγκρότημα αποθηκών 47.000 τ.μ., αποτελούμενο από δέκα ξεχωριστά στεγασμένα κτίρια για αποθήκευση βαμβακοσπόρου και δύο ξεχωριστά σιλό και αποθήκες για αποθήκευση δημητριακών και ζωοτροφών, χωρητικότητας 120.000 τόνων. Τα σιλό είναι εξοπλισμένα με αισθητήρες παρακολούθησης θερμοκρασίας, συστήματος ψύξης αέρος, και συστήματος καθαρισμού με αέρα που απομακρύνει τις ξένες ύλες πριν από τη φόρτωση.



Βασίλης Μάρκου, πρόεδρος ΔΣ, Βιολάρ



ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Η εταιρεία διαθέτει συνολικά πέντε υποκαταστήματα, τρία στην Ελλάδα και δύο στο εξωτερικό. Από τα υποκαταστήματα στην Ελλάδα, ένα βρίσκεται στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της στο Βελεστίνο Μαγνησίας, ένα στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της στη Γέφυρα Θεσσαλονίκης και ένα σε μισθωμένες εγκαταστάσεις στο Μελισσοχώρι Λάρισας. Από τα δύο υποκαταστήματα στο εξωτερικό, ένα βρίσκεται σε μισθωμένα γραφεία στη Σμύρνη της Τουρκίας και ένα στη Βομβάη της Ινδίας.

AGROSHOP

Το εξειδικευμένο τμήμα "AgroShop" της εταιρείας δημιουργήθηκε για να ικανοποιήσει τις ανάγκες των αγροτών-παραγωγών, όσον αφορά τις καλλιέργειές τους (προμήθειες βαμβακόσπορου, φυτοφαρμάκων, λιπασμάτων και βιολογικών προϊόντων), καθώς επίσης για να προσφέρει λύσεις για την καλλιέργεια ολοκληρωμένης διαχείρισης, για τη μείωση των νιτρικών αλάτων και την καλή γεωργική πρακτική.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟΝ ΣΥΛΛΟΓΟ "Η ΑΓΚΑΛΙΑ"

Την πύλα του έκοψε το Ινστιτούτο Πωλήσεων Ελλάδος (ΙΠΕ) την Δευτέρα 13 Φεβρουαρίου 2023, στον Ελληνικό Ιππικό Όμιλο στο Μαρούσι. Ο πρόεδρος του ΙΠΕ, Αντώνης Ποταμίτης, καλωσόρισε τα νέα μέλη στο δυναμικό του ΙΠΕ και έκανε έναν απολογισμό των δράσεων και εκδηλώσεων των 3 τελευταίων ετών του Ινστιτούτου, που προάγουν όχι μόνο την επαγγελματική, αλλά ταυτόχρονα και την προσωπική ανάπτυξη των μελών του.



Αντώνης Ποταμίτης, Πρόεδρος του ΙΠΕ

ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΤΟ MENTORING ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

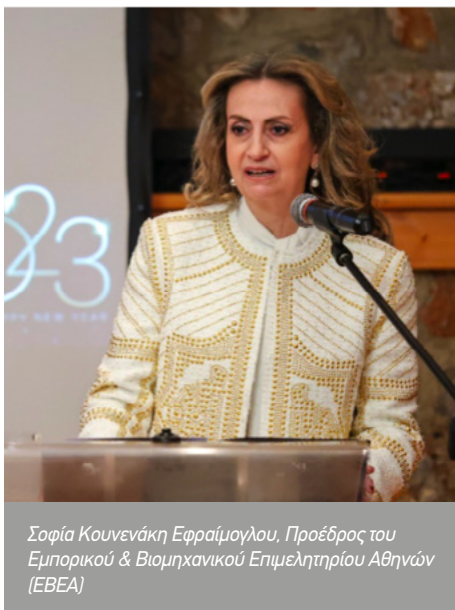
Και το 2023 το ΙΠΕ συνεχίζει με τον β' κύκλο του προγράμματος Mentoring σε συνεργασία με την Linkage, τη διοργάνωση Workshops και Εκπαιδευτικών Σεμιναρίων, τα Sales Excellence Awards 2023 (11η χρονιά διοργάνωσης) και για 3η χρονιά τη δωρεάν παροχή στα μέλη του Γραμμής Συμβουλευτικής Υποστήριξης (Support & Wellbeing) με την εταιρεία Hellas EAP.

ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

Στην ομιλία της, η πρόεδρος του Εμπορικού & Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών, Σοφία Κουνενάκη Εφραίμου, τόνισε ότι ο χώρος των πωλήσεων και του επιχειρείν, μετά την πανδημία και την πληθωριστική κρίση, αντιμετωπίζει τη μετάβαση από τον γνώριμο κόσμο της "απτής πραγματικότητας", στο νέο, της ψηφιακής εικονικής πραγματικότητας, όπου θα κυριαρχεί η τεχνητή νοημοσύνη, θέτοντας υπό διαρκή αναθεώρηση κάθε



στρατηγική και κάθε πρακτική. Ως εκ τούτου και ο χώρος των πωλήσεων δεν μένει ανεπηρέαστος. Η ψηφιακή επανάσταση, οι εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης (π.χ. ChatGPT κ.α.) και ο "ψηφιακός βοηθός" μπορούν να αντικαταστήσουν τη σκέψη, τη δημιουργικότητα και σε πολλά πεδία τον άνθρωπο.



Σοφία Κουνενάκη Εφραίμου, Πρόεδρος του Εμπορικού & Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΒΕΑ)

ΕΝΙΣΧΥΣΕ ΤΟΝ ΣΥΛΛΟΓΟ "Η ΑΓΚΑΛΙΑ"

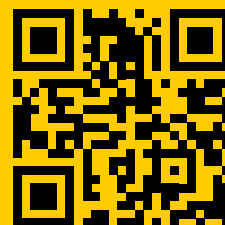
Στο πλαίσιο της υποστήριξης ευαγών ιδρυμάτων και φορέων που κάθε χρόνο το ΙΠΕ ενισχύει με την κοπή της πύλας του, για το 2023 επέλεξε τον Φιλανθρωπικό Σύλλογο "Η Αγκαλιά". Ο αντιπρόεδρος του ΔΣ του συλλόγου Ν. Θεοφιλόπουλος, τόνισε, "με ανιδιοτέλεια, αγάπη και σεβασμό συμβάλουμε στην προστασία του παιδιού τόσο κατά τη διάρκεια της κύησής του (αγέννητο παιδί), όσο και μετά τη γέννησή του, στηρίζοντάς το, ηθικά, ψυχολογικά, συμβουλευτικά, εκπαιδευτικά, θεραπευτικά και υλικά, μέχρι την ηλικία των δεκατεσσάρων ετών".



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*

• **BENETHS**

ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΑΓΩΤΑ ΔΩΔΩΝΗ

Σε συζητήσεις με doValue, Intrum, Εθνική Τράπεζα και Alpha Bank για τα Παγωτά Δωδώνη είναι η Βενέτης, σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily.

[Μετά το ναυάγιο της συμφωνίας με την First Runner](#), συμφερόντων του Αλέξανδρου Κατσιώτη, οι servicers προσέγγισαν τον δεύτερο κατά σειρά προτιμυτέο επενδυτή, την Βενέτης, και όπως αναφέρει στο FNB Daily, ο επικεφαλής της, Παναγιώτης Μονεμβασιώτης, τα δύο μέρη πράγματι είναι σε αρχικές "διερευνητικές συζητήσεις".

Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΤΗΣ ΒΕΝΕΤΗΣ

Η αρχική πρόταση της Βενέτης αφορούσε τη δημιουργία ενός νέου δικτύου - περίπου 20 καταστημάτων - για τα Παγωτά Δωδώνη, θέτοντας την εταιρεία και πάλι σε τροχιά παραγωγής χύμα παγωτού, διατηρώντας τα καταστήματα και αξιοποιώντας το υπάρχον προσωπικό για περαιτέρω διείσδυση στο επαγγελματικό κανάλι. Πηγές από την αγορά αναφέρουν ότι τα δύο μέρη συζητούν για αντίτιμο που δεν ξεπερνά τα €3 εκατ., ενώ στο τραπέζι των διαπραγματεύσεων έχει πέσει νέα πρόταση.

ΟΙ ΑΛΛΕΣ ΔΕΣΜΕΥΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Θυμίζουμε ότι δεσμευτικές προσφορές για την Παγωτά Δωδώνη, πέραν της First Runner, ήταν η Βενέτης, εταιρεία συμφερόντων του Δημήτρη Βιντζηλαίου της Impala Investments που εξαγόρασε την Creta Farm και η Κρι Κρι.

Ο κάθε ένας από τους τέσσερις φακέλους περιείχε και διαφορετική πρόταση για την εξυγίανση της Παγωτά Δωδώνη, με το επενδυτικό fund του επικεφαλής της ΕΛΓΕΚΑ να κρίνεται ως προτιμυτέα εκ μέρους των πιστωτών με σκοπό την ολοκλήρωση της διαδικασίας διαπραγμάτευσης και υπογραφής των συμβάσεων πώλησης των κοινοπρακτικών και διμερών δανείων της εταιρείας τον Ιούλιο του 2022. Η First Runner βρίσκονταν εδώ και καιρό σε αποκλειστικές διαπραγματεύσεις με doValue, Intrum, Εθνική Τράπεζα και Alpha Bank, για τα δάνεια που βαραίνουν την εταιρεία.

Όμως, όπως ο ίδιος ανέφερε στο FNB Daily, η χρονική καθυστέρηση είχε ως αποτέλεσμα να μην μπορεί να υλοποιηθεί το χρονοδιάγραμμα της First Runner. "Ήταν μια συναλλαγή που μας ενδιέφερε, αλλά έτσι όπως ήρθαν τα πράγματα δεν ήταν εφικτό να ολοκληρωθεί". Ερωτηθείς για τα επόμενα πλά-



Παναγιώτης
Μονεμβασιώτης,
Επικεφαλής Βενέτης

να της First Runner, ο κ. Κατσιώτης εξήγησε ότι για την ώρα προβλέπεται ανασυγκρότηση και εξέταση νέων ευκαιριών.

ΤΟ ΘΕΪΚΟ ΠΑΓΩΤΟ

Σημειώνεται ότι αυτή είναι η δεύτερη φορά που δεν οριστικοποιήθηκε συμφωνία για το σχέδιο εξυγίανσης. Κατά την τελευταία προσπάθεια πώλησης της εταιρείας, πρόταση είχαν υποβάλλει οι εταιρείες Κρι Κρι, Βενέτης και η Impala Investments του Δημήτρη Βιντζηλαίου, ενώ πριν από αυτήν, το "Θεϊκό Παγωτό" είχαν διεκδικήσει το σχήμα, Γιώτης - Γρηγόρης Μικρογεύματα, ο όμιλος Switzgroup, του Ινδού Taizoon Khorakiwala, που συμμετέχει επενδυτικά στην Κρητών Άρτος και στους Κουλουράδες, καθώς και η Quest Συμμετοχών του Θεόδωρου Φέσσα.



τάστημα στην οδό Μηλιώνη στο Κολωνάκι, στον χώρο που στεγάζονταν το παλιό Jackson Hall, ένα έργο που μετατίθεται τα τελευταία χρόνια. Παράλληλα, εξετάζει να προσθέσει ακόμα ένα κατάστημα στην Κρήτη, καθώς όπως προκύπτει από το ρεπορτάζ, πέρα από τα Χανιά, όπου η Βενέτης δραστηριοποιείται από τον Απρίλιο του 2021, έχει εντοπίσει τρία ακόμη σημεία που θα μπορούσαν να στεγάσουν το νέο της κατάστημα, στο κέντρο του Ηρακλείου.

Σημειώνεται ότι το 2022 η Βενέτης επέστρεψε στα επίπεδα του 2019 σε ό,τι αφορά τον κύκλο εργασιών της, ωστόσο τα καταστήματα υπέστησαν σοβαρές πιέσεις στην κερδοφορία. Η Βενέτης στη χρήση του 2019 είχε καταγράψει ενοποιημένο κύκλο εργασιών €47,42 εκατ., ωστόσο, μετά την εμφάνιση της πανδημίας, το 2020 υποχώρησε στα €36,35 εκατ., για να ανακάμψει το 2021 με τον τζίρο να κλείνει στα €43 εκατ.

DATA - ΠΑΓΩΤΑ ΔΩΔΩΝΗ

(σε € χιλ.)

Πωλήσεις	EBITDA
2021: 4.880	2021: 846
2020: 4.478	2020: (50)
Μεταβολή: 9%	Αποτελέσματα προ φόρων
Μικτό αποτέλεσμα	2021: (3.724)
2021: 2.594	2020: (5.914)
2020: 2.268	
Μεταβολή: 14%	

ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ Η ΒΕΝΕΤΗΣ

Πέρα την Παγωτά Δωδώνη, η Βενέτης εστιάζει να ανοίξει μέχρι τον Απρίλιο το νέο κα-

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΔΡΑΚΟΥΛΗΣ

ΤΟ DRY & RAW ΠΑΕΙ... ΜΥΚΟΝΟ, ΠΡΟΧΩΡΑ Η ΕΚΤΡΟΦΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ WAGYU

Κανονικά προχωρά το εγχείρημα του Στράτου Δρακούλη για εκτροφή του πρώτου ελληνικού wagyu σε συνεργασία με την Φάρμα Αβραμίδα από την Δράμα, [όπως είχε αποκαλύψει το FNB Daily](#).

Όπως πληροφορούμαστε, ο Στράτος Δρακούλης, που λάνσαρε για πρώτη φορά στην Ελλάδα το concept delicatessen κρεοπωλείων, συστήνοντας στους Έλληνες τις premium κοπές, μετά από πέντε χρόνια υλοποιεί την επένδυση που στόχο έχει να αναβαθμίσει περαιτέρω τις επιλογές στα καταστήματα. Σημειώνεται ότι οι κοπές διατίθενται ήδη στα κρεοπωλεία Drakoulis (Βούλα και Ψυχικό), σε μορφές, όπως burger, flap, picanha, striploin, κ.λπ., με τον ίδιο να εμφανίζεται ικανοποιημένος από το εγχείρημα.



Στράτος Δρακούλης

ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΥΚΟΝΟ

Διαθέτοντας τρία καταστήματα Drakoulis Dry & Raw στην Αθήνα, ο κ. Δρακούλης ετοιμάζει, όπως μαθαίνουμε, και νέο κατάστημα Drakoulis Dry & Raw στην Μύκονο, το οποίο θα είναι έτοιμο τη νέα σεζόν.

Μάλιστα, η εταιρεία διαχείρισης καταστημάτων εστίασης s-onehospitality έχει ήδη ξεκινήσει τις διαδικασίες στελέχωσης του νέου καταστήματος, οργανώνοντας recruitment

Open Day στο κατάστημα Drakoulis Kolonaki την Παρασκευή 3 Μαρτίου.

Συγκεκριμένα αναζητά:

- Waiter- waitress
- Assistat waiter / waitress
- Sommelier / assistant sommelier

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Schweppes

• SCHWEPPE'S PINK GRAPEFRUIT

SECRET PARTIES ΜΕ ΔΙΑΣΗΜΟΥΣ ΚΑΛΕΣΜΕΝΟΥΣ

Αυτόν τον Μάρτιο, το Schweppes Pink Grapefruit διοργανώνει 4 Secret Parties, σε μια άκρως εμπιστευτική τοποθεσία, με αγαπημένους ραδιοφωνικούς παραγωγούς, διάσημους καλεσμένους σε ρόλο έκπληξη, Schweppes Pink Grapefruit cocktails με την υπογραφή της Schweppes Brand Ambassador Μαίρης Ταλαιπώρου κι όχι μόνο.

Save the dates: 3, 10, 17, 31 Μαρτίου, στο κέντρο της Αθήνας.

Μπορείτε να δείτε περισσότερες πληροφορίες [εδώ](#).

POWERED BY **FN|USA.**

• HOSTESS

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΟ SNACK BRAND

Με ένα νέο προϊόν εμπλουτίζει το κωδικολόγιο των προϊόντων της η Hostess Brands. Το Kazbars είναι ένα νέο ζαχαρώδες προϊόν, το οποίο, σύμφωνα με την εταιρεία, φέρνει καινοτομία στον κλάδο και θα τη βοηθήσει να τοποθετηθεί με νέο τρόπο απέναντι στον ανταγωνισμό. Ουσιαστικά το Kazbars είναι η νέα εκδοχή του κλασικού σοκολατενίου κέικ με κρέμα που αποτελεί τη βάση για πολλά από τα προϊόντα της εταιρείας.

Το νέο προϊόν αναμένεται να κυκλοφορήσει στα ράφια των super markets μέσα Μαρτίου, ωστόσο, την περασμένη εβδομάδα έγινε το πρώτο roll out στο συνέδριο Consumer Analyst Group στη Φλόριντα.



• **ΗΠΑ - IRI**

ΟΙ ΝΕΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ... ΕΠΙΜΟΝΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ

Μπορεί στις ΗΠΑ ο πληθωρισμός των τροφίμων και των ποτών για το σπίτι να αυξήθηκε κατά 13,2% το δ' τρίμηνο του 2022 - σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2021 -, ωστόσο παρότι τα επίπεδα κατανάλωσης συνεχίζουν να μειώνονται, οι δαπάνες παραμένουν ισχυρές, όπως σημειώνεται σε πρόσφατη έκθεση της IRI.

Ειδικότερα, οι πωλήσεις των κεντρικών καταστημάτων αυξήθηκαν κατά 11,1% και οι πωλήσεις στα περιφερειακά σε ποσοστό 6,3%.

"Ο τομέας των Συσκευασμένων Προϊόντων

(CPG) έχει αποδειχθεί λιγότερο ασταθής και πιο ανθεκτικός κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης σε σχέση με άλλους τομείς", δήλωσε ο Alastair Steel, executive, Client Engagement, της IRI. Ωστόσο, πρόσθεσε πως οι καταναλωτές αισθάνονται τον αντίκτυπο των υψηλών τιμών και αποφεύγουν αγορές προϊόντων που δεν είναι πρώτης ανάγκης (discretionary). Σημείωσε ότι "χρησιμοποιούνται πολλαπλές τακτικές για τη μείωση των δαπανών και τη διαχείριση των προϋπολογισμών, με τα κανάλια αξίας να εμφανίζουν καλές επιδόσεις".



ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΟΛΟΚΛΗΡΗ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

• **DOMINO'S - PAPA JOHN'S**
ΑΠΟΓΟΗΤΕΥΣΑΝ
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ
2022 ΚΑΙ ΦΕΤΙΝΕΣ
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Μεικτά ήταν τα αποτελέσματα που ανακοίνωσαν για το δ' τρίμηνο οι αλυσίδες πίτσας Domino's Pizza και Papa John's, με τις μετοχές τους να δέχονται πιέσεις. Η Domino's ανακοίνωσε συγκρίσιμες πωλήσεις στις ΗΠΑ και συνολικά έσοδα κάτω των προσδοκιών, με την αλυσίδα να προχωρά σε υποβάθμιση των προοπτικών της. Η Papa John's δημοσίευσε χαμηλότερες από τις αναμενόμενες πωλήσεις στη Βόρεια Αμερική.



(πάνω): Russell Weiner, CEO, Domino's Pizza - (κάτω): Rob Lynch, President & CEO, Papa John's



DATA - DOMINO'S (σε \$ χιλ.)

Έσοδα

2022: 4.537.158

2021: 4.357.373

Αποτέλεσμα προ φόρων

2022: 572.833

2021: 625.705

Καθαρό αποτέλεσμα

2022: 452.263

2021: 510.467

DATA - PAPA JOHN'S (σε \$ χιλ.)

Έσοδα

2022: 2.102.103

2021: 2.068.421

Λειτουργικό αποτέλεσμα

2022: 109.030

2021: 168.241

Καθαρό αποτέλεσμα

2022: 67.772

2021: 120.016

ΑΥΞΗΣΗ ΤΙΜΩΝ

Και οι δύο αλυσίδες πίτσας αύξησαν πρόσφατα τις τιμές τους για να αντισταθμίσουν το αυξανόμενο κόστος τροφίμων, μεταφοράς και εργασίας. Η Domino's ανέφερε "ταλαντευόμενη ζήτηση", εν μέσω έλλειψης οδηγών που καταγράφεται στις ΗΠΑ. Τον περασμένο

Οκτώβριο, τα στελέχη της Domino's ανακοίνωσαν σχέδια για αύξηση των τιμών περίπου κατά 7% στο δ' τρίμηνο, συμπεριλαμβανομένης αύξησης της τιμής του πακέτου προσφοράς Mix & Match από \$5,99 σε \$6,99.

ΥΠΟΒΑΘΜΙΣΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ

Η Domino's μείωσε τις προοπτικές πωλήσεων της για δύο έως τρία χρόνια, σε ένα εύρος αύξησης 4% έως 8%, έναντι της προηγούμενης εκτίμησής της για αύξηση 6-10%, επικαλούμενη μακροοικονομικές αντιξοότητες που επιβαρύνουν τις εγχώριες δραστηριότητες παράδοσης.

Από την πλευρά της, η Papa John's ανέφερε ότι αναμένει ότι οι συγκρίσιμες πωλήσεις της στη Βόρεια Αμερική θα αυξηθούν ετησίως μεταξύ 2% και 4%. Για το 2023, η αλυσίδα αναμένει ανάπτυξη στο χαμηλότερο όριο αυτού του εύρους.

• DOITFORME ΝΕΑ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΤΩΝ SUPER MARKETS – ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ

Μια νέα υπηρεσία, το Doitforme market, λάνσαρε πρόσφατα η Doitforme, επιτρέποντας στους χρήστες να ενημερώνονται ανά πάσα στιγμή για τις τρέχουσες προσφορές στα προϊόντα των μεγάλων super markets. "Είναι ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο στα χέρια των καταναλωτών, καθώς μπορούν καθημερινά να γνωρίζουν τα προϊόντα που βρίσκονται σε προσφορά στα μεγάλα ελληνικά super markets, να δημιουργούν τη λίστα τους ανά super market και να την έχουν διαθέσιμη στο κινητό τους τηλέφωνο", δήλωσε στο FNB Daily ο Luigi-Δημήτρης Γουλιανός, Co-Founder και CEO της Doitforme. Παράλληλα, μέσα από την καινούρια εφαρμογή, οι καταναλωτές μπορούν, πλέον, να βλέπουν όλα τα προϊόντα των super markets, όχι μόνο αυτά που βρίσκονται σε προσφορά. Έτσι, μπορούν να συγκρίνουν τιμές και να επιλέξουν αυτό που τους συμφέρει. Το Doitforme market θα ενταχθεί και στο e-katanolis.gr, μετά τη θετική απάντηση του υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων.

ΝΕΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Επιπλέον, η εταιρεία αναμένεται σύντομα να λανσάρει και ένα νέο εργαλείο, με το οποίο οι ελεύθεροι επαγγελματίες θα μπορούν να δημιουργούν, να διαχειρίζονται και να αναλύουν τις δικές τους διαφημιστικές εκστρατείες σε Google και Facebook, χωρίς να χρειάζονται γνώσεις digital marketing, μειώνοντας, έτσι, σημαντικά το κόστος διαφήμισης.

DIGITAL MARKETING AGENCY

Παράλληλα, η Doitforme έχει δημιουργήσει το 360 Digital Marketing Agency, στο οποίο κανείς μπορεί να απευθυνθεί για Branding/ Graphic design, ολοκληρωμένες υπηρεσίες Digital Marketing και Web Development για websites, e-shops αλλά και apps. Το Digital Marketing Agency έχει πελάτες από όλη την Ελλάδα αλλά και από το εξωτερικό, όπως Αγγλία, Γερμανία, Ντουμπάι και Αλβανία.

ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΗΣΕ

Η Doitforme ξεκίνησε πριν από περίπου 4 χρόνια, όταν ο κ. Γουλιανός διαπίστωσε ένα μεγάλο κενό που υπάρχει στην αγορά σχετικά με την ψηφιακή παρουσία των μικρομεσαίων ελεύθερων επαγγελματιών. Στην πλατφόρμα της Doitforme, ο μικρομε-



Luigi-Δημήτρης Γουλιανός, Co-Founder & CEO, Doitforme

σαίος ελεύθερος επαγγελματίας μπορεί να δημιουργήσει προφίλ και να αποκτήσει πρόσβαση σε μεγαλύτερο κοινό, αποκτώντας, έτσι, περισσότερους υποψήφιους πελάτες. Παράλληλα, του προσφέρονται χρήσιμα εργαλεία με τα οποία μπορεί να ενισχύσει ακόμα περισσότερο την ψηφιακή του παρουσία. Αρχικά στην πλατφόρμα εντάχθηκαν περίπου 400 ελεύθεροι επαγγελματίες από Βόλο, Λάρισα και Καρδίτσα. Αυτή τη στιγμή, η πλατφόρμα διαθέτει περισσότερους από 1.000 επαγγελματίες από όλη την Ελλάδα και χιλιάδες αναζητητές υπηρεσιών ανά ημέρα. Οι επαγγελματίες προέρχονται από όλους τους κλάδους παροχής υπηρεσιών (π.χ. γιατροί, δικηγόροι, αρχιτέκτονες, ηλεκτρολόγοι, κέντρα αισθητικής κ.ά.).

ΕΠΟΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ

Σύμφωνα με τον κ. Γουλιανό, το άνοιγμα σε νέες αγορές ήταν και είναι πάντα στα σχέδια της εταιρείας. "Ωστόσο, θεωρώ ότι δεν πρέπει κάποιος να βιάζεται αλλά να τολμάει όταν θεωρεί ότι οι συνθήκες είναι κατάλληλες. Σίγουρα κάνουμε βήματα προς αυτή την κατεύθυνση και ευελπιστώ σύντομα να μπορώ να ανακοινώσω κάτι σχετικό", κατέληξε.

Ελευθερία Πιπεροπούλου
eleftheria@notice.gr

POWERED BY **HORECA OPEN**
Powered by FNB Daily

• LA MEAT MAISON ΔΙΕΚΟΨΕ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΝ Δ. ΚΑΤΡΙΒΕΣΗ

Τη συνεργασία του με τον chef Δημήτρη Κατριβέση διέκοψε το La Meat Maison. Ση-



μειώνεται ότι ο κ. Κατριβέσης ήταν επικεφαλής chef του καταστήματος της εταιρείας στην Κηφισιά από την αρχή της λειτουργίας του. Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, σε εξέλιξη είναι η διαδικασία ανεύρεσης νέου chef από τη διοίκηση του La Meat Maison.

Τα πάντα για τον κλάδο
HORECA, στο horecaopen.com



Γιώργος Πορτοκαλίδης,
CEO, Ioniki

• ΙΟΝΙΚΙ ΟΜΑΔΙΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ ΤΗΣ

Πρόγραμμα ομαδικής ασφάλισης προσφέρει σε όλους τους εργαζόμενους της η Ioniki, εξασφαλίζοντας τις παροχές για ιατροφαρμακευτική περίθαλψη. Επιπρόσθετα, παρέχει καθολική ασφάλιση μέσω του ομαδικού προγράμματος ζωής και υγείας της Metlife. Με την ασφάλεια αυτή δίνεται κάλυψη για ζητήματα ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, για τους ίδιους και τα προστατευόμενα μέλη στον Όμιλο Ιατρικού Αθηνών, σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, καθώς και σε ιδιωτική κλινική στην Κρήτη.

• ΚΡΑΣΙ ΑΥΞΗΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ 29,26% ΣΕ ΑΞΙΑ ΤΟ 2022 - ΠΤΩΣΗ 4% ΣΕ ΟΓΚΟΥΣ

Μείωση σε ποσότητα αλλά σημαντική αύξηση σε αξία καταγράφουν οι εισαγωγές οίνου το 2022 από την Ευρωπαϊκή Ένωση και τις Τρίτες Χώρες σε σύγκριση με το 2021, όπως αναφέρει η ΕΛΣΤΑΤ και έχει επεξεργαστεί η ΚΕΟΣΟΕ. Αυξημένες καταγράφονται οι εισαγωγές συγκρινόμενες με το 2019 (προ πανδημίας έτος) τόσο ως προς την αξία (43,73%) όσο και σε ποσότητες (3,55%). Την εικόνα αυτή αποδίδουν οι συγκεντρωτικοί πίνακες ενδοκοινοτικών αποκλήσεων και εισαγωγών, που ακολουθούν:



ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΟΙΝΟΥ 20017-2022 (Σε tn)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	ΜΕΤΑΒ %	ΜΟ 5ετίας	%
ΑΠΟ ΧΩΡΕΣ ΕΕ	16.529	16.811	22.250	11.906	17.903	17.323	-3,24	17.080	1,42
ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ	309	648	1.350	341	945	756	-20,00	719	5,20
ΣΥΝΟΛΟ	16.838	17.459	23.600	12.247	18.848	18.079	-4,08	17.798	1,58

ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΟΙΝΟΥ 2017-2022 ΣΕ (€)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	ΜΕΤΑΒ %	ΜΟ 5ετίας	ΜΕΤΑΒ %
ΑΠΟ ΧΩΡΕΣ ΕΕ	35.745.222	40.947.775	46.852.550	28.172.945	51.610.129	66.931.467	27,75	40.685.724	62,05
ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ	1.270.982	1.222.686	1.425.644	830.050	2.185.485	3.603.375	64,56	1.406.791	156,14
ΣΥΝΟΛΟ	37.015.314	42.170.461	48.278.194	29.002.995	53.795.614	69.534.842	29,26	42.092.516	65,20

ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΟΣ ΑΝΑ ΛΙΤΡΟ ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΟΥ ΟΙΝΟΥ ΣΕ €

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%	ΜΟ 5ετίας	%
ΤΙΜ.ΜΟΝ ΑΠΟ ΕΕ	2,16	2,44	2,11	2,37	2,88	3,81	32,03	2,39	59,15
ΤΙΜ ΜΟΝ ΑΠΟ ΤΧ	4,11	1,89	1,06	2,73	2,31	4,77	106,00	2,42	97,02

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΟΛΟΚΛΗΡΗ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ