

Από 01.02. έως 31.03.  
διεκδίκησε αγορές αξίας

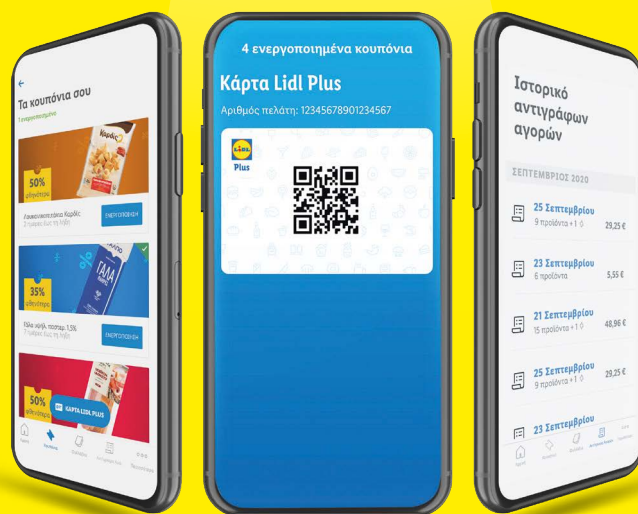
**200€**  
**χωρίς πόντους**

1. Κατέβασε την εφαρμογή **Lidl Plus**.
2. Όσο πιο συχνά πραγματοποιείς αγορές και σκανάρεις την προσωπική σου ψηφιακή κάρτα **Lidl Plus** στο ταμείο, τόσο ανεβαίνεις στη βαθμολογία των πιο πιστών πελατών.
3. Οι **50** συχνότεροι πελάτες κερδίζουν αγορές αξίας **200€**.

**50**  
νικητές

Ισχύουν όροι και προϋποθέσεις:

[lidl-hellas.gr/lidl-plus/oroi-symmetochis](http://lidl-hellas.gr/lidl-plus/oroi-symmetochis)



↓ Κατέβασε το app  
και κάνε εγγραφή



Περισσότερες πληροφορίες [lidlplus.gr](http://lidlplus.gr)

# FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ  
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER  
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΠΕΜΠΤΗ 4 Φεβρουαρίου 2021  
ΤΕΥΧΟΣ 1165



#### • Π. ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ (ΛΟΥΞ)

Άνοιγμα στις ΗΠΑ από τα ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ.  
Οι εξαγωγείς θέλουν στήριξη



#### • ΜΕΝΤΕΚΙΔΗΣ

Προχωρά το international branding στο Διός.  
Θετικά έκλεισε το 2020



#### • ΒΕΝΕΤΗΣ

Η είσοδος στη λιανική και τα νέα concepts.  
Μείωση τζίρου 24%



#### • ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Ποια προϊόντα οδεύουν προς τη λίστα  
των ΠΟΠ-ΠΓΕ

EDITORIAL: Εξωστρεφής συνεργασία

SECRET RECIPE: Αδελφικά μαχαιρώματα

# Ευχαριστούμε!



## HEALTHYDIET AWARDS 2021



Βιολογικά **CousCous** χωρίς γλουτένη  
**BEST HEALTHY FOOD PRODUCT**  
**BEST PLANT BASED PRODUCT**

Βιολογικό **spaghetti expressi**  
**BEST ORGANIC PRODUCT**

**Ζωάκια ολικής άλεσης «τα παιδικά μας»**  
**BEST HEALTHY FOOD PRODUCT FOR CHILDREN**

**5 νέες διακρίσεις για τη Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ** από τη διοργάνωση Healthy Diet Awards 2021. Για δεύτερη συνεχή χρονιά, η ΗΛΙΟΣ ξεχώρισε για τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων που προάγουν την ισορροπημένη και υγιεινή διατροφή:

- **Platinum βραβείο & Gold βραβείο** στα βιολογικά **spaghetti expressi ΗΛΙΟΣ** στην κατηγορία Organic Food Products
- **2 Silver βραβεία** στα νέα βιολογικά **CousCous χωρίς γλουτένη ΗΛΙΟΣ** στις κατηγορίες «Free From or Low» Food Products και Plant Based Food Products
- **Bronze βραβείο** στα νέα πρωτοποριακά **Ζωάκια ολικής άλεσης «τα παιδικά μας» ΗΛΙΟΣ** στην κατηγορία Healthy Food Products for Children.



ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ



Τηλ: (+30) 210 2840140 - 7 | E-mail: [welcome@heliospasta.gr](mailto:welcome@heliospasta.gr)  
[www.heliospasta.gr](http://www.heliospasta.gr) | [f /heliospasta](https://www.facebook.com/heliospasta)



ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ  
ΕΔΡΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ  
ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ  
ΣΤΗΝ ΕΜΜΕΔΑ



• **ΧΗΤΟΣ ΑΒΕΕ**  
**ΧΡΥΣΟ ΚΑΙ ΑΣΗΜΕΝΙΟ ΒΡΑΒΕΙΟ ΓΙΑ ΤΟ SUPERFRUITS WATER**

Μπορεί ένα νερό να είναι και ασήμενο και χρυσό; Όταν μιλάμε για το SUPERFRUITS WATER της ΧΗΤΟΣ ΑΒΕΕ φυσικά και μπορεί. Το βιταμινούχο νερό διακρίθηκε με χρυσό και ασήμενο βραβείο στο πλαίσιο του θεσμού "Healthy Diet Awards 2021 – Innovative Products of the Year" στην ενότητα "Best Healthy Beverage Product", που αφορά σε καινοτόμα ποτά που με την περιοδική τους κατανάλωση προσβέβουν έναν υγιεινό τρόπο διατροφής. Σκοπός των βραβείων, που τελούν υπό την αιγίδα του Πανελληνίου Συλλόγου Διαιτολόγων – Διατροφολόγων και του Ελληνικού Κολλεγίου Μεταβολικών Νοσημάτων, είναι η ανάδειξη καινοτόμων προϊόντων που προάγουν την ισορροπημένη και υγιεινή διατροφή και τα κριτήρια βράβευσης των προϊόντων είναι τα συστατικά και η περιεκτικότητα, η διατροφική αξία, η διαδικασία παραγωγής αλλά και η καινοτομία τους.

**Η SUPER ΔΙΠΛΗ ΒΡΑΒΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟ SUPERFRUITS WATER**

**Χρυσό βραβείο στην κατηγορία: "Functional Beverages"**  
**Ασήμενο στην κατηγορία: "Free From or Low" Beverage Products**

**SUPERFRUITS WATER ΣΕ ΤΡΕΙΣ ΜΟΝΑΔΙΚΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ**

Το βιταμινούχο νερό είναι εμπλουτισμένο με επιλεγμένους συνδυασμούς βιταμινών και ιχνοστοιχείων, χυμό φρούτων και φυσικών αρωμάτων, χωρίς ζάχαρη και συντηρητικά, και κυκλοφορεί σε τρεις μοναδικές γεύσεις, καθεμία από τις οποίες αποτελεί μια υγιεινή, απολαυστική επιλογή με ελάχιστες θερμίδες, που προσφέρει ενέργεια και τόνωση στον οργανισμό, προκειμένου να ανταπεξέλθει στην απαιτητική καθημερινότητα:

- **Lemon Bliss**, με χυμό λεμόνι για πνευματική και σωματική ευεξία
- **Red Boost**, με χυμό κεράσι, ρόδι και σμέουρο, αντιοξειδωτική δράση, για ενίσχυση της άμυνας του οργανισμού
- **Ready 4 Action**, με χυμό λεμόνι, ροδάκινο, φρούτα του πάθους και γκουάβα για ενίσχυση της ενέργειας του οργανισμού.

**Editorial**

**Εξωστρεφής συνεργασία**

Το πρώτο τρίμηνο της χρονιάς, που διανύουμε, έχει το εξής χαρακτηριστικό για τους προμηθευτές Horeca (παραγωγούς, μεταποιητές και εμπόρους):

Βρίσκει τον συγκεκριμένο κλάδο να υπολειτουργεί στο σύνολό του.

Αποτέλεσμα;

Δεδομένου ότι τον Ιανουάριο, τον Φεβρουάριο και τον μισό Μάρτιο του 2020 ο κλάδος λειτουργούσε κανονικά, τα ποσοστά μείωσης, που θα γράψουν οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις, θα είναι τρομακτικά μεγάλα.

Αναμενόμενο, θα μου πείτε.

Διέξοδος υπάρχει;

Νομίζω πως ναι, κυρίως για τις δύο πρώτες κατηγορίες.

Ονομάζεται "εξαγωγές".

Κάποιοι εξ αυτών το γνωρίζουν και το έχουν αναπτύξει.

Και έχουν σώσει μεγάλο μέρος της παρτίδας.

Μόνο, που χρειάζονται στήριξη.

Η οποία, μάλιστα, δεν έχει το δημοσιονομικό κόστος των γνωστών υπολοίπων μέτρων.

Το αντίθετο.

Και σε αυτό οφείλουμε όλοι να βοηθήσουμε.

Με μπροστάρηδες τους κρατικούς φορείς εξωστρέφειας, μπορούμε όλοι να συμβάλλουμε στην τόνωση της εξαγωγικής δραστηριότητας και στην ενίσχυση της παρουσίας των ελληνικών επιχειρήσεων εκτός συνόρων.

Τόσο απλά.

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

**SECRETRECIPE**

**ΑΔΕΡΦΙΚΑ ΜΑΧΑΙΡΩΜΑΤΑ**

Η περίπτωση της συγκεκριμένης επιχείρησης είναι από τις κλασικές των οικογενειακών, που τα πράγματα περιπλέκονται με τη δεύτερη γενιά. Ο ιδρυτής είναι εν ζωή, αλλά τα δύο παιδιά του, εδώ και χρόνια, δεν έχουν και τις καλύτερες σχέσεις μεταξύ τους. Αποτέλεσμα;

Η εταιρεία εξακολουθεί μεν να πηγαίνει καλά, έχει, όμως, χάσει τη δυναμική της και το momentum για να πρωταγωνιστήσει. Εξελίξεις αναμένονται σύντομα...

VITAMIN WATER

SUPER  
FRUITS  
WATER

ΑΜΑΞΕ  
ΤΗ ΜΕΡΑ  
ΣΟΥ



ΤΟΝΩΣΗ

ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ

ΕΝΕΡΓΕΙΑ

WUNDERMAN THOMPSON

www.superfruitswater.gr



## • ΣΕΒΙΤΕΛ

## ΑΥΞΗΣΗ 355% ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ\_

Αύξηση 355% κατέγραψαν οι εξαγωγές τυποποιημένου ελαιολάδου και πυρηνέλαιου σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης το διάστημα 2002-2019, σύμφωνα με τα στοιχεία της αρμόδιας Γενικής Διεύθυνσης Εμπορίου (DG TRADE) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που επεξεργάστηκε ο ΣΕΒΙΤΕΛ.

**INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

(σε τόνους)

**Ευρωπαϊκή Ένωση**

2002: 7.561

2019: 26. 872

Μεταβολή: 355%

**Τρίτες χώρες**

2002: 7.290

2019: 19.807

Μεταβολή: 272 %

**INFO – ΧΩΡΕΣ 2019**

(σε τόνους)

**Ευρωπαϊκή Ένωση**

Γερμανία: 10.760

Αυστρία: 2.747

Κύπρος: 1.932

Μεγάλη Βρετανία: 1.890

Γαλλία: 1.670

Βέλγιο: 1.569

Σουηδία: 1.222

Τρίτες χώρες

ΗΠΑ: 9.644

**ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΥΡΗΝΕΛΑΙΟΥ ( Δ.Κ.1510) ΕΤΩΝ 2002-2019 (τόνοι)**

ΕΤΗ	ΠΡΟΣ ΕΕ ΠΛΗΝ ΙΤΑΛΙΑΣ-ΙΣΠΑΝΙΑΣ	ΠΡΟΣ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
2002	927	1.317	2.244
2003	1.718	2.186	3.904
2004	2.216	1.599	3.815
2005	1.666	1.669	3.335
2006	1.363	1.670	3.033
2007	2.551	2.428	4.979
2008	1.668	2.230	3.898
2009	1.934	2.213	4.147
2010	2.077	1.734	3.811
2011	2.900	2.179	5.079
2012	2.166	2.544	4.710
2013	2.126	2.427	4.553
2014	2.222	2.117	4.339
2015	2.246	2.136	4.382
2016	3.175	2.060	5.235
2017	2.086	1.437	3.523
2018	1.904	1.905	3.809
2019	1.701	1.957	3.658

Πηγή : [trade.ec.europa.eu/](http://trade.ec.europa.eu/)

**ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΟΧΟΙ**

Ενδιαφέρουσες αγορές για το ελληνικό ελαιόλαδο αποτελούν στη συνέχεια και με σειρά βάση τον όγκο των εξαγωγών, οι:

- Καναδάς
- Αυστραλία
- Ρωσία
- Ελβετία
- Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα
- Ουκρανία
- Ταϊβάν
- Βραζιλία
- Σερβία
- Κίνα
- Νορβηγία

“Τα μεγέθη αυτά, παρά την μεγάλη αύξησή τους τα τελευταία χρόνια, δεν μας ικανοποιούν και για το λόγο αυτό η προσπάθεια για περαιτέρω εξωστρέφεια και ανάπτυξη θα πρέπει να αποτελεί εθνική προτεραιότητα. Ευελπιστούμε ότι την αύξηση θα επιβεβαιώσουν και τα στοιχεία του παρελθόντος έτους 2020, παρά τα προβλήματα που αντιμετώπισαν οι επιχειρήσεις λόγω της πανδημίας”, αναφέρει “μεταξύ άλλων” ο Πρόεδρος του ΣΕΒΙΤΕΛ, Ανανίας Καραχανίδης.

## • ΑΛΦΑ

## ΒΡΑΒΕΥΤΗΚΕ ΜΕ ΤΟ GOLD EFFIE ΣΤΑ ΦΕΤΙΝΑ EFFIE AWARDS\_

Η μύρα ΑΛΦΑ βραβεύτηκε με το Gold Effie στην κατηγορία Sustained Success Campaigns των φετινών Effie Awards, που αφορά στη συνεχομένη επιτυχία, για διάστημα μεγαλύτερο των τριών ετών διαφημιστικών καμπανιών. Σύμφωνα με την ανακοίνωση της εταιρείας, οι διαφημίσεις που υλοποιήθηκαν για λογαριασμό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κέρδισαν το κοινό και τους κριτικούς, αποδεικνύοντας ότι η διαφήμιση μπορεί να ξεδιπλώσει καταπληκτικές ιστορίες και ότι το μήνυμα μπορεί να είναι εξίσου ισχυρό με το προϊόν. Η Marketing Manager της ΑΛΦΑ, Μυρσίνη Τσουκάκη, δήλωσε: “Τα τελευταία χρόνια η Άλφα έχει λάβει σημαντικές διακρίσεις στη διοργάνωση των Effie Awards. Η φετινή βράβευση επιβεβαιώνει ότι η σημασία των ανθρώπινων δεσμών είναι μια ανάγκη διαχρονική και πάντα επίκαιρη – ίσως τώρα περισσότερο από ποτέ. Το να υπηρετούμε με συνέπεια αυτή την ανάγκη ήταν, είναι και θα παραμείνει ο βασικός μοχλός ανάπτυξης και δημιουργίας αξίας για τη μάρκα μας”.



BNB  
DAILY

—  
BUSINESS IN BRIEF

3  
ΧΡΟΝΙΑ

ΑΞΙΟΠΙΣΤΗΣ, ΕΓΚΑΙΡΗΣ ΚΑΙ ΑΜΕΣΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

16.000 ΑΡΘΡΑ  
671 ΤΕΥΧΗ

Σας ευχαριστούμε για την εμπιστοσύνη. Και συνεχίζουμε...

NOTICE  
CONTENT & SERVICES

• **ΦΟΥΦΑΣ OLIVEOIL**  
**ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΙΑΠΩΝΙΑ**  
**ΚΑΙ Ν. ΑΦΡΙΚΗ.**  
**ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ**  
**ΜΕ SUPERMARKETS**

Με ιστορία πάνω από μισό αιώνα, η Foufas Oliveoil παρασκευάζει και εμπορεύεται παρθένο ελαιόλαδο. Η εταιρεία, από το 2012, έχει αποκτήσει εξαγωγικό προσανατολισμό, με πάνω από το 60% του τζίρου της να κατευθύνεται σε 16 χώρες του εξωτερικού. "Στόχος μας για το 2021 είναι να μπούμε σε νέες αγορές, για αυτό το σκοπό βρισκόμαστε σε διαπραγματεύσεις με εταιρείες στην Ιαπωνία και τη Νότια Αφρική, προκειμένου το ελαιόλαδό μας να πάει και σε αυτές τις αγορές. Μέσα στο τρέχον έτος πιστεύουμε πως θα ολοκληρωθούν οι συμφωνίες", δηλώνει στο FNB Daily ο Ηλίας Φούφας, Διευθυντής Πωλήσεων της εταιρείας.

**INFO-ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

ΗΠΑ  
Ρωσία  
Βαλκάνια  
Ευρώπη  
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα

**ΣΕ 750 ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ**

Η εταιρεία διαθέτει 750 σημεία πώλησης στην ελληνική αγορά, ενώ στόχος για το 2021 είναι, "να ενισχύσουμε τα εγχώρια σημεία πώλησης, σε συνεργασία με νέους προμηθευτές και να αυξήσουμε το μερίδιό



μας στην Ελλάδα", επισημαίνει ο Ηλίας Φούφας.

**ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ**  
**SUPERMARKETS**

Όπως εξηγεί, η εταιρεία βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις με μεγάλα supermarkets, προκειμένου να μπουν τα προϊόντα της σε αλυσίδες. "Πιστεύουμε πως μέσα στο 2021 θα έχουμε νέες συνεργασίες στον κλάδο του retail", δηλώνει ο CEO της εταιρείας, η οποία έχει ήδη συνεργασίες με μεγάλους retailers στην Ελλάδα, όπως:

- Marketlin
- Bazaar
- The Mart

**ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ**

Παρά τη δύσκολη συγκυρία της πανδημίας του κορωνοϊού, η εταιρεία σχεδιάζει επενδύσεις που αφορούν σε:

- Νέο εξοπλισμό
- Ενίσχυση γραμμών τυποποίησης

**ΣΕ ΘΕΤΙΚΟ ΕΔΑΦΟΣ ΤΟ 2020**

"Το 2020 κλείσαμε ανοδικά συγκριτικά με το 2019, παρά την πανδημία του κορωνοϊού. Αυξητικά αναμένουμε να κλείσει και το 2021", αναφέρει ο Ηλίας Φούφας.

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

• **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ**  
**ΠΟΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΔΕΥΟΥΝ ΠΡΟΣ ΤΗ ΛΙΣΤΑ ΤΩΝ ΠΟΠ-ΠΓΕ**

Στη διαδικασία υπογραφής της σύμβασης με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο είναι η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου, με σκοπό την κατοχύρωση τριών προϊόντων στην κατηγορία των Προϊόντων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης-Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης.

"Ο φάκελος περιλαμβάνει, προς το παρόν, τρία προϊόντα, τη Σαρδέλα Καλλονής, το μέλι Ικαρίας, γνωστό ως Άναμμα και το ασπρομύτικο φασόλι της Λήμνου", αναφέρει στο FNB Daily ο επικεφαλής της Διεύθυνσης Αγροτικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου και Διευθυντής της υπηρεσίας, Γεώργιος Λαγουτάρης.

Σημειώνεται ότι εφόσον ολοκληρωθεί επιτυχώς η διαδικασία για την ένταξη τους στην κατηγορία ΠΟΠ-ΠΓΕ, η σαρδέλα Καλλονής, θα είναι το πρώτο θαλασσινό προϊόν που θα ανήκει σε αυτήν.

Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, η σύμβαση θα υπογραφεί σε δύο με τρεις εβδομάδες.

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





**GREAT EXHIBITIONS**

**WABEL**

#ONLYGREATMATCHES

# Virtual B2B Meetings

Η GREAT EXHIBITIONS με χαρά σας ανακοινώνει την έναρξη αποκλειστικής συνεργασίας με την εταιρεία WABEL για την Ελλάδα.

One-on-One συνάντηση | Έγκαιρος προγραμματισμός  
Άψογος συνδυασμός συναντήσεων

## WABEL SUMMITS 2021

**FROZEN SUMMIT** 16 – 17 – 18 | 03 | 2021

**SEAFOOD SUMMIT** 16 – 17 – 18 | 03 | 2021

**MEAT SUMMIT** 16 – 17 – 18 | 03 | 2021

**GROCERY SUMMIT** 31 | 05 - 03 | 06 | 2021

**CHINA GROCERY SUMMIT** 08 & 09 | 06 | 2021

**VITAMINS & SUPPLEMENTS SUMMIT** 03 & 04 | 03 | 2021

**UP BEAUTY SUMMIT** 25 - 28 | 05 | 2021

**CHINA UP BEAUTY SUMMIT** 12 & 13 | 07 | 2021

**INGREDIENTS FOR CHANGE SUMMIT** 08 & 09 | 06 | 2021

**PACK FOR CHANGE SUMMIT** 07 & 08 | 04 | 2021



### Wabel:

- Διοργανωτής & Συντονιστής B2B συναντήσεων
- +10,000 B2B συναντήσεις για το 2020

- Συναντήσεις πραγματικού χρόνου.
- Στοχευμένη επαφή με αγοραστές που ενδιαφέρονται ακριβώς για τα προϊόντα σας.
- Επαφή με αγοραστές και προμηθευτές από 60+ χώρες στον κόσμο.

**FNB** SERVED  
**DAILY.**

ΧΟΡΗΓΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Θέσεις συμμετοχής περιορισμένες.  
Ρωτήστε μας για τα κόστη.  
[info@greatexhibitions.gr](mailto:info@greatexhibitions.gr)  
[www.greatexhibitions.gr](http://www.greatexhibitions.gr)  
Τηλ. 210 7755080

• **ΚΡΙ ΚΡΙ**  
**ΜΕ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΕΚΛΕΙΣΕ ΤΟ 2020. ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΕΙ ΤΟ PORTFOLIO ΤΟ 2021\_**

Διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης πέτυχε η Κρι Κρι το 2020, όπως αναφέρθηκε στο ετήσιο Συνέδριο Παγωτού της ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας που, φέτος λόγω συνθηκών, πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά διαδικτυακά.

Όπως ειπώθηκε, η Κρι Κρι βρέθηκε πέρσι στη δεύτερη θέση σε πωλήσεις παγωτού σε όγκο στην Ελλάδα, με βάση το Market Track της Nielsen, ενώ έχει στα σκαριά νέα προϊόντα παγωτού για το 2021.

**ΕΝΙΣΧΥΟΝΤΑΙ ΤΑ ΞΥΛΑΚΙΑ MASTER**

Συγκεκριμένα, τα ξυλάκια Master ενισχύονται με το λανσάρισμα των Master Rich, των νέων παγωτών με μεγάλα κομμάτια, τόσο στην επικάλυψη, όσο και στο εσωτερικό του παγωτού, σε δύο γεύσεις, Salted Caramel και Cookies & Brownies. Την οικογένεια Master Rich εμπλουτίζουν,

επίσης, και τα νέα κύπελλα, ατομικά και μεσαία, σε δύο γεύσεις, Salted Caramel και Chocolate & Brownies.

**ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΙΟΝ**

Επεκτείνοντας τη συνεργασία της με την ΙΟΝ, η Κρι Κρι λανσάρει επιπλέον το νέο Master NuCrema, κύπελο με παγωτό πραλίνας φουντουκιού και NuCrema ΙΟΝ, σε συσκευασία των 500ml και τον πύραυλο Rodeo NuCrema, σε πολυσυσκευασία των 4 τεμαχίων.

Στις οικογενειακές συσκευασίες παγωτού Heartmade, προστίθεται ο νέος συνδυασμός γεύσεων Βανίλια-Φράουλα-Πραλίνα-Μπισκότο, και στις γρανίτες, η νέα Top Fun, με γεύση πορτοκάλι και popping candy.

"Το 2020, παρόλες τις δυσκολίες που επέφερε η πανδημία, καταφέραμε να ολο-



κληρώσουμε σημαντικές επενδύσεις με πολλαπλά οφέλη. Χάρη σε αυτές, έχουμε τη δυνατότητα να παράγουμε νέα καινοτόμα προϊόντα παγωτού και να εισερχόμαστε στη νέα δεκαετία με αυξημένη παραγωγική ικανότητα, τόσο για την Ελλάδα όσο και για το εξωτερικό", δήλωσε στο πλαίσιο του Ψηφιακού Συνεδρίου Παγωτού, ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Κρι Κρι, Παναγιώτης Τσινάβος.

• **ΗΛΙΟΣ**  
**ΒΡΑΒΕΥΤΗΚΕ ΓΙΑ 2Η ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΑ HEALTHY DIET AWARDS\_**

Για δεύτερη συνεχή χρονιά, η Βιομηχανία Ζυμαρικών Ήλιος βραβεύτηκε για τα προϊόντα της στα Healthy Diet Awards.

Συγκεκριμένα η εταιρεία απέσπασε:

- Platinum και Gold βραβείο, στα βιολογικά spaghetti espressi Ήλιος, στην κατηγορία Organic Food Products
- Δύο Silver βραβεία, στα νέα βιολογικά CousCous χωρίς γλουτένη Ήλιος, στις κατηγορίες Free From or Low Food Products και Plant Based Food Products
- Bronze βραβείο, στα νέα Ζωάκια ολικής άλεσης "τα παιδικά μας" Ήλιος, στην κατηγορία Healthy Food Products for Children

**ΣΤΗ ΒΑΣΗ ΤΗΣ ΠΥΡΑΜΙΔΑΣ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ**

Η Αθανασία Δάκου, Εμπορική Διευθύντρια και μέλος ΔΣ της εταιρείας, δήλωσε, μεταξύ άλλων, ότι, "τα ζυμαρικά αποτελούν αγαπημένη τροφή για όλους μας. Βρίσκονται στην βάση της πυραμίδας της μεσογειακής διατροφής και μπορούν να καταναλώνονται καθημερινά ως μέρος



μια ισορροπημένης διατροφής. Εμείς στην Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ, έχουμε ως στόχο να προσφέρουμε σταθερά ποιοτικά προϊόντα, νόστιμα αλλά και υγιεινά. Αποτελεί δέσμευσή μας η συνεχής έρευνα και ανάπτυξη προϊόντων με αυξημένη διατροφική αξία, που προάγουν την υγιεινή διατροφή και την καλύτερη υγεία όλων μας".

• **ΜΑΝΝΑ ΤΣΑΤΣΑΡΩΝΑΚΗΣ**  
**ΜΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 18% ΕΚΚΛΙΣΕ ΤΟ 2020.**  
**ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑ ΤΟ WELLBEING\_**

Με ανάπτυξη 18% έκλεισε το 2020 για το Μάννα Τσατσαρωνάκης, όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Εμπορικός Διευθυντής, Κωνσταντίνος Σπηλιώτης, προσθέτοντας ότι, στόχος της εταιρείας για το 2021 είναι να λανσάρει προϊόντα τα οποία να ανταποκρίνονται στις νέες διατροφικές τάσεις.

"Εργαζόμαστε για να δίνουμε λύσεις στις προσδοκίες των σύγχρονων καταναλωτών, λανσάροντας και νέες συσκευασίες που είναι φιλικές προς το περιβάλλον, διαμορφωμένες έτσι που να μπορούν να είναι εύχρηστες στην καθημερινή χρήση, ενώ θα μπορούμε και στη vegan κατηγορία".

Επιδίωξη της εταιρείας είναι, σύμφωνα με τον κ. Σπηλιώτη, να μειώσει το πλαστικό στις συσκευασίες της.

**Η ΝΕΑ ΑΓΟΡΑ ΣΤΟΧΟΣ**

Σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές, ο ίδιος επισημαίνει ότι στόχος είναι τα προϊόντα της εταιρείας να μπουν το 2021 στη Ρωσία, ενισχύοντας ταυτόχρονα και την Γερμανία.



Νίκος Τσατσαρωνάκης, Ιδιοκτήτης

**INFO EXPORT**

Χώρες: 20  
Κυριότερες αγορές  
Αυστραλία  
Καναδάς  
Αμερική  
%τζιρού: 10%

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

**4<sup>th</sup> International Logistics Forum**

Logistics | a Catalyst for Development

4 Φεβρουαρίου 2021 | 16.00-19.00 | διαδικτυακό συνέδριο

Logistics = (Ανθρώπινος Παράγοντας \* Τεχνολογία)<sup>2</sup>

Logistician

Τεχνολογία

Ανάπτυξη

Χρυσός Χορηγός



Χορηγοί επικοινωνίας

Χορηγοί



SAMSUNG



• **KRAFT HEINZ**  
**ΚΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ ΤΟΥ PLANTERS ΑΝΤΙ \$3 ΔΙΣ.\_**



Η Kraft Heinz βρίσκεται κοντά στο να ολοκληρώσει συμφωνία πώλησης του brand της, Planters, στην Hormel, για περίπου \$3 δις. Την είδηση μετέδωσε η Wall Street Journal και μέχρι στιγμής δεν έχει επιβεβαιωθεί, ούτε διαψευστεί από τις εμπλεκόμενες εταιρείες. Η μετοχή της Hormel στη δημοσίευση της είδησης αυξήθηκε πάνω από 6% στα \$48,75, ενώ αντίθετα η μετοχή της Kraft Heinz υποχώρησε οριακά, στα \$33,16.

Η Kraft Heinz σε ενημέρωση των αναλυτών που είχε τον περασμένο Σεπτέμβριο, ανέφερε πως επανασχεδιάζει την στρατηγική της σε διάφορους τομείς δραστηριοποίησης της, γεγονός που αφορά σε ένα ευρύ portfolio προϊόντων. Στόχος της πολυεθνικής είναι να μπορέσει να επικεντρωθεί στις περισσότερο επικερδείς δραστηριότητές της. Η Planters είναι brand που έχει σχέση με ξηρούς καρπούς και snacks, με το σήμα κατατεθέν της εταιρείας να αποτελεί το γνωστό "Mr. Peanut".



• **ΚΟΡΕ**  
**ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΤΗ ΝΕΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΣΕΙΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΚΡΕΚΑ\_**

Η εταιρεία ΚΟΡΕ παρουσιάζει τη νέα ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων ΓΚΡΕΚΑ, ένα ελληνικό προϊόν με καλοκαιρινές τομάτες της μακεδονικής γης, από τον εύφορο κάμπο των Σερρών. Η νέα σειρά προϊόντων τομάτας δίνει νέα διάσταση στη μαγειρική, προσφέροντας ξεχωριστή γεύση στο φαγητό και αυτό γιατί οι σερραϊκές τομάτες καλλιεργούνται παραδοσιακά και εποχιακά σε ιδανικό ηπειρωτικό κλίμα με μη μεταλλαγμένους σπόρους και χωρίς βλαβερά φυτοφάρμακα. Επιπλέον, ο ποιοτικός έλεγχος της τομάτας κατά την συγκομιδή, την παραλαβή και την παραγωγή εξασφαλίζει ένα 100% φυσικό προϊόν. Με σύνθημα, "Τη νοστιμιά...α λα Γκρέκα", η νέα σειρά προϊόντων ΓΚΡΕΚΑ συστήνεται στο κοινό μέσα από μια διασκεδαστική ταινία, της οποίας η μελέτη και ο στρατηγικός σχεδιασμός έγινε από τη Seventy Nine Minds, ενώ την παραγωγή του τηλεοπτικού σποτ έκανε η Stefi & Lynx Productions.



• **MERKUR**  
**ΜΕΤΟΝΟΜΑΖΕΤΑΙ ΣΕ BILLA PLUS Η ΑΛΥΣΙΔΑ SUPERMARKET\_**

Η επωνυμία Merkur της γνωστής αλυσίδας supermarket με 185 καταστήματα στην Αυστρία, που ανήκει στον γερμανικό όμιλο Rewe, αλλάζει ονομασία σε Billa Plus. Η Rewe σκοπεύει, επίσης, να λειτουργήσει 100 νέα καταστήματα έως το 2024.

Σημειώνεται ότι η αλυσίδα supermarket Billa στην Αυστρία, με 1000 και πλέον καταστήματα, ανήκει, επίσης, στον όμιλο Rewe και είναι η δεύτερη μεγαλύτερη αλυσίδα της χώρας, μετά των ολλανδικών συμφερόντων Spar, που υπερβαίνει τα 1500 καταστήματα.

• **IMPOSSIBLE FOODS**

**ΜΕΙΩΝΕΙ ΚΑΤΑ 20% ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΣΤΑ SUPERMARKETS\_**

Μείωση 20% στο κανάλι του grocery προωθεί η Impossible Foods, σε μια προσπάθεια να γίνει περισσότερο ελκυστική στους καταναλωτές.

Η πανδημία τροφοδότησε νέο ενδιαφέρον για τα υποκατάστατα κρέατος, καθώς περισσότεροι καταναλωτές στράφηκαν στα supermarkets για τις αγορές τους, ενώ και τα κρούσματα της COVID-19 στα εργοστάσια συσκευασίας κρέατος, είχαν ως αποτέλεσμα, τις ελλείψεις στην κατηγορία.

Οι προτεινόμενες τιμές λιανικής, για τα burgers χωρίς κρέας της Impossible Foods, είναι τώρα \$5,49.

Θυμίζουμε ότι ο αριθμός των retailers, που έχουν στα ράφια τους προϊόντα της Impossible, έχει αυξηθεί κατά 113 φορές κατά το προηγούμενο έτος, λόγω των αλλαγών που επέφερε η πανδημία στη συμπεριφορά των καταναλωτών. "Το σχέδιό μας δεν



ήταν να προχωρήσουμε πέρυσι τόσο γρήγορα στο λιανικό εμπόριο, μέχρι που έφτασε ο κορωνοϊός", δήλωσε ο πρόεδρος της Impossible Foods, Dennis Woodside. Σημειώνεται ότι η απόφαση της Impossible Foods σηματοδοτεί την πρώτη φορά, που η ιδιωτική εταιρεία μείωσε τις τιμές λιανικής της, αλλά την τρίτη φορά τον τελευταίο χρόνο, που η εταιρεία έχει μόνιμα εκπτώσεις στα προϊόντα της.

• **ΣΕΑΟΠ**

**13 ΝΕΑ ΜΕΛΗ ΕΝΤΑΧΘΗΚΑΝ ΣΤΟΝ ΣΥΝΔΕΣΜΟ\_**

Δεκατρία νέα μέλη εντάχθηκαν στον Σύνδεσμο Ελλήνων Παραγωγών Αποσταγμάτων & Αλκοολούχων Ποτών, με τον σύνδεσμο να αριθμεί πλέον πάνω από 70 μέλη.

Όπως αναφέρει σε ανακοίνωσή του, η ένταξη των νέων μελών, "έρχεται σε συνέχεια της απόφασης του Διοικητικού Συμβουλίου στις αρχές Σεπτεμβρίου, για μια βαθιά οικονομική προσαρμογή των "υπό ένταξη" Μελών".

"Καλωσορίζουμε τα νέα μέλη στον Σύνδεσμό μας. Η προσθήκη αυτή, εκτός του ότι δυναμώνει ακόμη περισσότερο τη φωνή μας, μας γεμίζει με περισσότερη αποφασιστικότητα για να πετύχουμε τους στόχους μας που είναι και στόχοι του κάθε αποσταγματοποιού σε όποια γωνιά της Ελλάδας κι αν βρίσκεται", δήλωσε ο Πρόεδρος του ΣΕΑΟΠ, Νίκος Καλογιάννης.

Τα νέα μέλη είναι

- Ποτοποιία Avantes Χαρά Κάτσου & ΣΙΑ ΕΕ
- Ποτοποιία Ι. Βαρβαγιάννης ΕΠΕ
- Δούκας Ανδρέας - Καλκάνης Παντελής - Τσίπουρο 1ΑκόΜα
- Ποτοποιία Δυτικής Ελλάδος Επε
- Ελληνική Βιομηχανία Αποσταγμάτων Ε.Β.Α. Α.Ε.
- Παναγιώτης Κωστής
- Λάζαρης Ε. Κωνσταντίνος
- Μακρή Γαλάτεια
- Αφοί Στ. Μπαμπατζίμ Ο.Ε
- Οικοαγρό ΕΠΕ
- Τζάρας Ε.Ε.
- Ποτοποιία Σάμου Ι. Π Φραντζέσκος ΑΕΒΕ
- Verino ΑΒΕΕ



• **ΒΕΝΕΤΗΣ**

**Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΤΑ ΝΕΑ CONCEPTS - ΜΕΙΩΣΗ ΤΖΙΡΟΥ 24%**

Με μείωση τζίρου 24%, στα €36,1 εκατ., βγαίνει από το 2020 η Βενέτης, όπως ανέφερε ο Πρόεδρος της εταιρείας, Παναγιώτης Μονεμβασιώτης, επισημαίνοντας ότι η εταιρεία έχει σχεδιάσει ένα τρίπτυχο πλάνο στρατηγικής ανάπτυξης, το οποίο προσδοκά ότι θα μειώσει τη ζημία.

**DATA - 2020**

(με απόκλιση 3 εκατοστιαίων μονάδων)

Τζίρος: -24%

Κερδοφορία: -67%

EBITDA: -28%

Ταμειακά διαθέσιμα: -79%

(Από €7,5 εκατ. το 2019, στα €1,6 εκατ. πέρυσι)

**INFO - ΟΜΙΛΟΣ**

Εταιρείες: 10

Καταστήματα: 110

Πωλήσεις σήματος (προ Covid-19):

€100 εκατ.

Εργαζόμενοι: 1.750



**ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ RETAIL - ΘΑ ΒΓΟΥΝ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ**

Η εταιρεία ανακοίνωσε το λανσάρισμα των Venetis Family, τεσσάρων παραδοσιακών κωδικών με φρέσκο γάλα, βούτυρο και ξηρούς καρπούς, διαθέσιμες από τον Μάρτιο και σε επιλεγμένα super market. Σύντομα, το portfolio Veneti Family θα ενισχυθεί με φρέσκα και προϊόντα Horeca. Απαντώντας στο FNB Daily, ο κ. Μονεμβασιώτης ανέφερε ότι η δημιουργία της σειράς ξεκίνησε από τη ζήτηση στη Γερμανία και βόρειες χώρες, με έντονο το ελληνικό στοιχείο, ενώ στόχος είναι οι αγορές, που υπάρχει απόδημος ελληνισμός".

**ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

- Πολίτικο Γαλακτοπούρεκο
- Γιαννώτικος Μπακλαβάς
- Σμυρνέικο Γαλακτοπούρεκο με φύλλο κανταΐφι
- Πολίτικος Μπακλαβάς

**ΑΝΟΙΓΕΙ ΣΤΗΝ ΚΗΦΙΣΙΑ CREMERIA VENETI**

Το νέο concept είναι η Cremeria Veneti, ένα boutique γαλακτοπωλείο, που θα λειτουργεί και ως ζαχαροπλαστείο και gelateria, με προϊόντα, που παράγονται εκείνη τη στιγμή. Το πρώτο κατάστημα αναμένεται στην Τατοΐου 10, στην Κηφισιά, και, όταν ομαλοποιηθεί η αγορά, σχεδιάζεται το άνοιγμα δέκα εταιρικών καταστημάτων, ενώ υπάρχει σκέψη και για franchise. Το γάλα θα προέρχεται από μικρές βιοτεχνικές μονάδες και μοναστήρια.



**VENETI GO ΓΙΑ FRANCHISE**

Παράλληλα, προχωρά στη δημιουργία των Veneti Go, μικρών σημείων με snacks, ροφήματα, καφέ, χυμούς. Θα είναι χαμηλού κόστους παραγωγής και γρήγορα στην κατασκευή τους, ώστε - μαζί με χρηματοδοτικά εργαλεία - να είναι ελκυστικά για franchise.



**VENETI GREAT: ΠΙΛΟΤΙΚΟ CONCEPT ΓΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ**

Το Veneti Great αποτελεί ένα πιλοτικό ταχυφαγείο με ελληνικές γεύσεις. Ένα Shop in Shop, με δέκα διαφορετικά concepts εστίασης, ώστε να το αναπτύξει στο εξωτερικό (Μεγάλη Βρετανία, ΗΠΑ και αραβικές χώρες).

[Θυμίζουμε ότι η εταιρεία είχε ανοίξει το Veneti Great στο ιστορικό Μπάγκειον στην Ομόνοια](#), τον περασμένο Ιούλιο. Τον Δεκέμβριο ανέστειλε τη δραστηριότητά του, ενώ θα επαναλειτουργήσει μόλις ομαλοποιηθεί η αγορά.



**ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΜΕ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ**

Το επενδυτικό πρόγραμμα για φέτος προβλέπει διεύρυνση του δικτύου. Μετά τα τρία Βενέτη Food Hall, σε Ν. Ιωνία, Αργυρούπολη και Μπουρνάζι, άνοιξε το νέο Βενέτη 1948, 500 τμ, στη Φιλοθέη. "Σημειώνεται ότι δεν υπάρχει δανεισμός, οι επενδύσεις γίνονται με ίδια κεφάλαια", τονίζει ο κ. Μονεμβασιώτης.



**ΤΟ ΜΑΡΤΙΟ ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΟ ΠΑΛΙΟ JACKSON**

Με τα ισχύοντα δεδομένα, η εταιρεία προγραμματίζει να ανοίξει τον Μάρτιο και το κατάστημα στη Μηλιώνη, στο παλιό Jackson Hall... ένα project, που θα καθυστερήσει κι άλλο, εάν συνεχιστεί η πανδημία.

"Έχει μισθωθεί από το 2015, θα έπρεπε να έχει ανοίξει από το Μάιο του 2020, αλλά η κατάσταση μας κάνει και το πάμε όλο και πιο πίσω".

**ΣΤΟΧΟΣ Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ESHOP**

Σε ό,τι αφορά το e-commerce, στόχος της εταιρείας, που συνεργάζεται με τη Wolt και σύντομα και με την e-food, είναι η δημιουργία του δικού της e-shop.

**ΜΕΙΩΣΕΙΣ 40% ΣΤΟ ΕΝΟΙΚΙΟ**

Ο κ. Μονεμβασιώτης στάθηκε και στην αδιαλλαξία ορισμένων ιδιοκτητών ακινήτων, που αρνούνται την έκπτωση 40%, με αποτέλεσμα η αλυσίδα να προχωρήσει στο κλείσιμο πέντε καταστημάτων, [όπως είχε αποκαλύψει πρώτο το FNB Daily](#).

"Η Βενέτης είναι ασφαλής προορισμός για ιδιοκτήτες ακινήτων και ορισμένοι το εκμεταλλεύονται. Ωστόσο, το 90% των ιδιοκτητών έχουν καταλάβει το πρόβλημα και έχουν προβεί σε μειώσεις μισθωμάτων περίπου 40% για το διάστημα της πανδημίας".

**"ΠΙΣΤΕΥΟΥΜΕ ΟΤΙ ΔΕΝ ΘΑ ΕΠΙΛΕΓΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ"**

Για τη συμμετοχή της εταιρείας στον διαγωνισμό των χώρων εστίασης τη Εθνικής Πινακοθήκης, [όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily 28/01](#), ο ίδιος υπογράμμισε ότι θεωρεί βέβαιο πως η Βενέτης δεν θα επιλεγεί.



Παναγιώτης Μονεμβασιώτης, Πρόεδρος, Βενέτη

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

• **CHIPOTLE**

**ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ 11,6% ΤΟ Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ ΤΟΥ 2020**

Η Chipotle Mexican Grill ανακοίνωσε αύξηση πωλήσεων 11,6% στο δ' τρίμηνο του 2020, συγκριτικά με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του 2019. Αν και η εταιρεία δήλωσε πως, "υπάρχουν ενδείξεις πως το α' τρίμηνο του 2021 θα κλείσει θετικά", απέφυγε να δώσει guidance με αποτέλεσμα η μετοχή της να καταγράψει πτώση 3,8%. Η εταιρεία έπιασε τους στόχους που περίμεναν οι αναλυτές, εκτός από τα κέρδη ανά μετοχή που ήταν \$3,48, έναντι \$3,73 που ανέμεναν οι αναλυτές. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την αβεβαιότητα που συνεπάγεται η πανδημία του κορωνοϊού, οδήγησαν σε χαμηλότερη τιμή την μετοχή. Σημειώνεται, πως η εταιρεία είδε για πρώτη φορά ανάπτυξη 5,7% στις αγορές,

από τα καταστήματά της, γεγονός που ερμηνεύεται από αυτή ως σταδιακή επιστροφή στην κανονικότητα. Οι διαδικτυακές πωλήσεις της εταιρείας κατέγραψαν αύξηση 177% το δ' τρίμηνο.

**DATA-Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ**

(σε \$εκατ.)  
 Πωλήσεις  
 2020: 1.610  
 2019: 1.450  
 Μεταβολή: 11,6%  
 Κέρδη  
 2020: 190,9  
 2019: 72,4  
 Μεταβολή: 163%



• **ΑΥΣΤΡΙΑ**

**ΑΥΞΗΣΗ 21,3% ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΟ 11 ΜΗΝΟ**

Στο διάστημα Ιανουαρίου-Νοεμβρίου 2020, οι ελληνικές εξαγωγές ανήλθαν σε €322,2 εκατ., καταγράφοντας αύξηση κατά 21,3% σε σχέση με αντίστοιχο διάστημα του 2019, ενώ παράλληλα υπερέβησαν το σύνολο των εξαγωγών για το έτος 2019.

Απορρόφησαν έτσι το 1,2% του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών (έναντι του 0,9% για ολόκληρο το 2019).

Σε επίπεδο Ευρωζώνης, η θετική αυτή ποσοστιαία μεταβολή κατατάσσει την Αυστρία ως την τρίτη μεγαλύτερη για την Ελλάδα, μετά την Λετονία (57,9%) και τη Γαλλία (45,4%). Αξίζει να σημειωθεί ότι συνολικά οι ελληνικές εξαγωγές στις 18



χώρες της ευρωζώνης σημείωσαν κάμψη κατά 3,2%, στο ίδιο χρονικό διάστημα. Κατά το εξεταζόμενο διάστημα, οι εισαγωγές στη χώρα μας από την Αυστρία, ανήλθαν σε €500 εκατ., εμφανίζοντας μείωση κατά 2,1% σε σχέση με ίδιο διάστημα 2019, ενώ συνολικά η αξία εισαγωγών στην Ελλάδα από τις χώρες της Ευρωζώνης σημείωσε κάμψη κατά 2,2%.

• **ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ**

**ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ**

Την διακίνηση ορισμένων προϊόντων της στην αγορά εξετάζει Γαλακτοκομική Σχολή Ιωαννίνων, με σκοπό την προώθηση του έργου της.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, μέχρι στιγμής τα προϊόντα της Σχολής παράγονται αποκλειστικά για τις ανάγκες εκμάθησης των σπουδαστών της και δεν διατίθεται προς πώληση.

Η βράβευση ωστόσο μερικών εξ αυτών, όπως για παράδειγμα το τυρί σάφρας και το κασικίσιο άλμης, που απέσπασαν το χρυσό βραβείο στην Dairy Day, έχει οδηγήσει τους υπεύθυνους στο να σκέφτονται

το ενδεχόμενο να διευρύνουν τη διακίνησή τους και εκτός Σχολής.

Σημειώνεται ότι στη Γαλακτοκομική Σχολή Ιωαννίνων, που αποτελεί τμήμα του ΕΛΓΟ Δήμητρα και εποπτεύεται από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης, παράγονται σχεδόν όλα τα είδη τυριών και γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς το πρόγραμμα σπουδών ακολουθεί τις σύγχρονες τάσεις του κλάδου.

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





• Π. ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ (ΛΟΥΞ)

## ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΑΠΟ ΤΑ ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ. ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΙΣ ΘΕΛΟΥΝ ΣΤΗΡΙΞΗ

Την μεγάλη σημασία που έχει η εξωστρέφεια για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας υπογράμμισε, μιλώντας στο Export Leaders Forum 2021, ο Αντιπρόεδρος & επικεφαλής marketing και εξαγωγών της Λουξ, Πλάτων Μαρλαφέκας, ο οποίος υπογράμμισε ότι, οι επιδόσεις των ελληνικών εξαγωγών είναι περιορισμένες και άρα σήμερα περισσότερο από πότε είναι απαραίτητη η στήριξη των εξαγωγέων, των επιχειρήσεων που παράγουν.

### "ΣΤΑ...ΛΟΓΙΑ ΕΧΕΙ ΜΕΙΝΕΙ ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ"

Σημείωσε χαρακτηριστικά ότι, "αυτό που λέμε εδώ και χρόνια είναι ότι πρέπει ως χώρα να παράξουμε πάλι, αλλά για τα προϊόντα που παράγουμε πρέπει να βοηθηθούμε για να προωθηθούν σε όλο τον κόσμο. Ακόμει εδώ και χρόνια για βιώσιμο εξωστρεφές μοντέλο των επιχειρήσεων, αλλά αυτό μένει μόνο στις...κουβέντες. Δεν έχουμε καταφέρει να φθάσουμε στην πηγή για να πιούμε νερό, από καμία κυβέρνηση. Για αυτό πρέπει σε διαβούλευση με τους αρμόδιους φορείς – π.χ. το υπουργείο Εξωτερικών, το Enterprise Greece – να καταλήξουμε σε κάποιο μοντέλο".

### "ΕΧΕΙ...ΜΑΖΕΥΤΕΙ ΣΤΟ ΚΑΒΟΥΚΙ ΤΟΥ"

Ειδικότερα για το Enterprise Greece, το

οποίο σύμφωνα με την γνώμη του παίζει σημαντικό ρόλο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα, τόνισε με έμφαση ότι, "τα τελευταία χρόνια νομίζω ότι έχει μπει σε μία εσωστρέφεια, έχει μαζευτεί στο καβούκι του".

### "ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΟΥΝ ΝΑ ΣΤΗΡΙΖΟΥΝ ΟΙ ΜΜΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΜΑΣ"

Επανέλαβε ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν την ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας, τονίζοντας δε ότι, "είναι τέτοια η φύση της οικονομίας μας, η οποία θα στηριχθεί πάλι σε αυτές, ό,τι και να μας λένε οι θεσμικοί, ότι δηλαδή πρέπει να μεγαλώσουμε σαν επιχειρήσεις. Δεν μπορεί να μεγαλώσει πολύ η κρίσιμη μάζα των επιχειρήσεων αυτών". Συμπλήρωσε ότι, "με την ενίσχυση της καινοτομίας και της εξωστρέφειας μπορούμε να δημιουργήσουμε μια πιο ανθεκτική οικονομία, εξασφαλίζοντας βιώσιμη ανάπτυξη".

### ΚΑΛΑΘΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Αναφέρθηκε ακόμη στα ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, ως Μέλος ΔΣ της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας, σημειώνοντας ότι, "στην πρωτοβουλία μας, μολονότι συμμετέχουν εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε διάφορους κλάδους, εντούτοις είναι όλοι συναγωνιστές, αποτινάσσουν το εγώ και τις αναποτελεσματικές επιχειρηματικές



Πλάτων Μαρλαφέκας, Αντιπρόεδρος & επικεφαλής marketing και εξαγωγών, Λουξ

πρακτικές, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη και την προώθηση του σύγχρονου επιχειρηματικού πολιτισμού της χώρας μας, εντός και εκτός συνόρων".

Πρόσθεσε δε ότι, "το διάστημα αυτό, 7-8 εταιρείες της πρωτοβουλίας κάνουμε μια κοινή προσπάθεια στην Αμερική, φτιάχνοντας ένα καλάθι ελληνικών προϊόντων και με στελέχη από τις ΗΠΑ θα προσπαθήσουμε στο άμεσο διάστημα να μπούμε σε δίκτυα της αμερικανικής αγοράς".

### ΑΥΞΗΣΗ 40% ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΗΣ ΛΟΥΞ

Αναφορικά με την εξωστρέφεια της δικής του εταιρείας, ο κ. Μαρλαφέκας σημείωσε ότι, "η Λουξ, αυτή τη στιγμή, εξαγεί σε 27 χώρες και στις 5 ηπείρους. Πέρυσι αγγίξαμε το 40% σε αύξηση τζίρου στις εξαγωγές μας και ο Ιανουάριος ξεκίνησε με την ίδια δυναμική".

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

• ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ

## ΕΩΣ 9% Ο ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΣ ΤΖΙΡΟΣ - ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΟ 2021

Στις εξαγωγές ως διέξοδο για τις παραγωγικές επιχειρήσεις -ιδιαίτερα σε συνθήκες κρίσης- καθώς και ως μοχλό βελτίωσης της ανταγωνιστικότητάς τους, αναφέρθηκε ο Χρήστος Κυτίνος, International Key Accounts & Exports Manager στην Ολυμπιακή Ζυθοποιία, κατά τη διάρκεια του συνεδρίου "Η Ελλάδα της Εξωστρέφειας – Export Leaders 2021" και δήλωσε, μεταξύ άλλων, ότι: "Στόχος μας είναι να αποτελέσουμε τον αδιαμφισβήτητο "πρεσβευτή" της ελληνικής μπύρας διεθνώς. Τα τελευταία χρόνια εντείναμε την εξαγωγική μας δραστηριότητα και -προ πανδημίας- καταγράψαμε συνεχή ανάπτυξη, με

τον εξαγωγικό τζίρο να φτάνει έως και το 9% του συνολικού τζίρου της εταιρείας". Επιπλέον, όσον αφορά στους στόχους της εταιρείας για το 2021, σημείωσε ότι, περιλαμβάνουν την είσοδο σε νέες αγορές και την περαιτέρω ανάπτυξη των εξαγωγών σε χώρες που παρουσιάζουν σημαντικές προοπτικές, όπως είναι ενδεικτικά η Κίνα, η Ινδία, η Ρωσία και η Πολωνία.

Σημειώνεται ότι οι μπύρες Mythos και FIX Hellas, που παράγονται στα εργοστάσια της Ριτσώνας στην Εύβοια και της Σίνδου στη Θεσσαλονίκη, εξαγονται σήμερα σε περισσότερες από 36 χώρες και στις 5 ηπείρους.



Χρήστος Κυτίνος, International Key Accounts & Exports Manager Ολυμπιακή Ζυθοποιία



## • Γ. ΣΜΥΡΛΗΣ (ENTERPRISE GREECE) ΣΕ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Για την ετοιμότητα της νέας δομής του Υπουργείου Εξωτερικών, στην προώθηση των ελληνικών εξαγωγών και προσέλκυση νέων επενδύσεων, αναφέρθηκε ο Γιάννης Σμυρλής, Γενικός Γραμματέας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων & Εξωστρέφειας, Υπουργείο Εξωτερικών, Πρόεδρος Enterprise Greece, επισημαίνοντας ότι μπορεί να ασκείται πλέον πολυεπίπεδη εξωτερική πολιτική υπό τη σκέπη του Υπουργείου, έχοντας όλα τα εργαλεία κάτω από την ίδια κατεύθυνση.

"Στόχος μας είναι να προωθήσουμε τη δημιουργία ενός εθνικού brand, επικοινωνώντας στις διεθνείς αγορές την μοναδικότητα των παραγόμενων ελληνικών προϊόντων", επισημαίνοντας ότι επισπεύδονται κυβερνητικές παρεμβάσεις για τη διευκόλυνση του διασυνοριακού εμπορίου.

### ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Προσθέτει μάλιστα ότι, για να ενισχυθούν περαιτέρω οι ελληνικές εξαγωγές είναι σημαντική η διείσδυση σε νέες αγορές. "Τα τελευταία δέκα χρόνια, η αύξηση των εξαγωγών συνδέεται με το ξεκλείδωμα καινούργιων προορισμών. Δεδομένου ότι η διείσδυση σε μια νέα αγορά συνεπάγεται ένα κόστος εισόδου, που πρέπει να

καταβληθεί προκαταβολικά από τις επιχειρήσεις, πρέπει να βρούμε τρόπους να βοηθήσουμε αυτές που εξαγουν να μπουν σε νέες αγορές αλλά και να βοηθήσουμε να ξεκινήσουν τις εξαγωγές όσες θέλουν να βγουν στο εξωτερικό", ανέφερε ο κ. Σμυρλής.

### ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΟΑΕΠ

Επίσης υπογράμμισε ότι, ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων ολοκληρώνει το πρόγραμμα ριζικής αναδιάρθρωσης με στόχο να παρέχει προϊόντα ασφάλισης εξαγωγών και παροχής εξαγωγικών πιστώσεων με ανταγωνιστικούς όρους, που να βελτιώνουν την διεθνή ανταγωνιστικότητα των ελληνικών εταιρειών και να εξυπηρετούν τους στόχους της οικονομικής διπλωματίας.

### ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΟ 2021

Σε ό,τι αφορά τις δράσεις της χρονιάς, ο ίδιος υπογράμμισε ότι, οι θα ενισχυθούν και θα διευρυνθούν οι δράσεις για την ενίσχυση της εξωστρέφειας, τόσο σε επίπεδο προβολής, όσο και επίπεδο συμβουλευτικής υποστήριξη και διευκόλυνσης πρόσβασης των Ελλήνων εξαγωγέων σε νέες αγορές. Υπογραμμίζει μάλιστα ότι, έχει ήδη σχεδιαστεί ένα ευρύ υπηρεσιακό



Γιάννης Σμυρλής, Γενικός Γραμματέας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων & Εξωστρέφειας, Υπουργείο Εξωτερικών, Πρόεδρος Enterprise Greece

σχέδιο για να καλύψει τις ανάγκες τους, όπως είναι η αξιοποίηση της τεχνολογίας με online B2B meeting και webinars και τα πρώτα αποτελέσματα είναι πολύ θετικά, "Σε μικρό χρονικό διάστημα όλη η διαδικασία ψηφιοποιήθηκε, ώστε να μην αφήσουμε τους εξαγωγείς να μείνουν αποκομμένοι από τον υπόλοιπο κόσμο", αναφέρει.

### ΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Συμπληρώνει δε ότι, παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον σε τομείς όπως ενέργεια, τουρισμός, αγορά ακίνητων και υποδομές, ενώ "εξαιρετικές προοπτικές" ανοίγονται σε τεχνολογία, ψηφιακές υπηρεσίες, διαχείριση μεταφορών και εφοδιαστικής αλυσίδας, με δεμένο ότι η Ελλάδα είναι σημαντικός έταρος για Μεσόγειο, Βαλκάνια και Μέση Ανατολή.

## • ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ ΟΙΝΩΝ ΙΣΧΥΡΟΠΟΙΗΣΕ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕ ΜΙΚΡΗ ΑΝΟΔΟ ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Ελαφρώς ανοδικά έκλεισε το 2020 για την Ελληνικά Κελλάρια Οίνων, όπως ανέφερε στο Export Leaders Forum 2021, ο Διευθυντής εξαγωγών, Thomas Kunstmann. "Αν και το 2020 ήταν μια περίεργη χρονιά, δεδομένου ότι η πανδημία επηρέασε τα δύο βασικά κανάλια διανομής εντός και εκτός Ελλάδος, καταφέραμε να ισχυροποιήσουμε τη θέση μας στο λιανεμπόριο στις βασικές χώρες εξαγωγών με αποτέλεσμα να είμαστε ελαφρώς πάνω από τις

επιδόσεις μας".

Προσθέτει μάλιστα ότι, στόχος είναι η εταιρεία να γίνει ο μεγαλύτερος πρεσβευτής του ελληνικού αμπελώνα και να προβληθεί από άκρη σε άκρη στην γη.

**INFO – ΠΑΡΑΓΩΓΗ**  
Έτος: 30 εκατ. φιάλες  
%όγκου που εξάγεται: 50%



Thomas Kunstmann, Διευθυντής εξαγωγών, Ελληνικά Κελλάρια Οίνων

• ΣΕΒΓΑΠ

## ΕΞΑΓΩΓΕΣ: ΑΥΞΗΣΗ 8% ΣΤΗ ΦΕΤΑ ΚΑΙ 15% ΣΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ

Με σημαντική αύξηση σε επίπεδο εξαγωγών έκλεισε το 2020, για δύο βασικά εξαγωγίμα προϊόντα του γαλακτοκομικού κλάδου, τη φέτα και το γιαούρτι, όπως ανέφερε ο Πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Γαλακτοκομικών Προϊόντων, Χρήστος Αποστολόπουλος.

"Αν και το 2020 ήταν μια δύσκολη χρονιά, οι εξαγωγές στη φέτα αυξήθηκαν κατά 8% και στο γιαούρτι κατά 15%".

### ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΟΧΙ ΔΙΕΞΟΔΟΣ

Τόνισε μάλιστα ότι, σαν χώρα πρέπει να εστιάσουμε στα προϊόντα προστιθέμενης αξίας και να μην μένουμε στο επίπεδο εξαγωγής, αυτής καθαυτής.

"Πρέπει να προσέξουμε τη φέτα γιατί δεν

έχουμε πιάσει τα επίπεδα προστιθέμενης αξίας, ενώ και για το γιαούρτι, ο δρόμος που πρέπει να διανύσουμε είναι μεγαλύτερος. Οι εξαγωγές πρέπει να είναι επιλογή και όχι διέξοδος", τόνισε.

### ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Πρόσθεσε μάλιστα ότι, οι αλλαγές που θα επιφέρει η 4η βιομηχανική επανάσταση στον κλάδο, θα εντείνουν τον ανταγωνισμό, δημιουργώντας ευκαιρίες.

"Ο κλάδος είναι έτοιμος να αντιμετωπίσει την κατάσταση, έχουμε έρθει σε μια δημοκρατία των τροφίμων, όπου το τρόφιμο είναι δικαίωμα του καταναλωτή. Έχει δικαίωμα να επιλέγει ένα ασφαλές και υψηλής διατροφικής αξίας προϊόν, που σέβεται το περιβάλλον και τους ανθρώπους".



Χρήστος Αποστολόπουλος, Πρόεδρος, ΣΕΒΓΑΠ

### ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΓΙΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τόνισε τέλος ότι, πρέπει να ενταθούν οι προσπάθειες της χώρας σε διπλωματικό επίπεδο για την κατοχύρωση των προϊόντων. "Χρειαζόμαστε τη βοήθεια της Πολιτείας, που μέχρι τώρα δεν ήταν η ιδανική, για την κατοχύρωση των προϊόντων και δηλώνουμε έτοιμοι να ανταποκριθούμε στις νέες προκλήσεις".

• ΜΕΝΤΕΚΙΔΗΣ

## ΠΡΟΧΩΡΑ ΤΟ INTERNATIONAL BRANDING ΣΤΟ ΔΙΟΣ. ΘΕΤΙΚΑ ΕΚΚΛΗΣΕ ΤΟ 2020

Εντείνει το βηματισμό της η Μεντεκίδης, προκειμένου να αναπτύξει το Διός εκτός συνόρων.

"Στο Διός αναπτυσσόμαστε με εντελώς διαφορετικό τρόπο από ότι στο Σέλι", ανέφερε στο Export Leaders Forum 2021, ο Γενικός Διευθυντής της Μεντεκίδης, Κωνσταντίνος Κούτσας, ο οποίος πρόσθεσε:

"Ο Όλυμπος είναι μια τοποθεσία που αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την ελληνική και διεθνή αγορά. Έχουμε αποφασίσει να κάνουμε international branding για το Διός, στοχεύοντας πρώτα στη Γερμανία. Ολοκληρώσαμε το business plan της Γερμανίας, έχουμε το Dios Germany και παρά το ότι το 2020 ήταν δύσκολη χρονιά με τα συνεχή lockdown, ειδικά στην εστίαση, στη Γερμανία έχουμε 8 νέους συνεργάτες και συνεχίζουμε το επιθετικό μας πλάνο".

Διευκρίνισε μάλιστα ότι, οι εξαγωγές και το international branding στο νερό είναι πολύχρονη διαδικασία, πολύ περισσότερο

από την ελληνική αγορά και εξαρτάται και από τα τοπικά δίκτυα που αναπτύσσει η εταιρεία.

### ΣΕ 4 ΑΓΟΡΕΣ ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΤΑΙ ΤΟ ΣΕΛΙ

Σε ό,τι αφορά το Σέλι, ο ίδιος επισήμανε ότι, σε επίπεδο εξαγωγών, έχει αναπτυχθεί σε τέσσερις κύριες αγορές (Γερμανίας, Ρουμανίας, Κύπρου και Αλβανίας), project που έχει να αντιμετωπίσει την πρόκληση των μεταφορικών που είναι αρκετά υψηλά, λόγω του είδους του προϊόντος.

"Το νερό είναι βαρύ σαν προϊόν και τα μεταφορικά παίζουν ρόλο στην οποιαδήποτε εξαγωγική προσπάθεια. Εμείς όμως, έχοντας πολύχρονες συνεργασίες, έχουμε καταφέρει οι εξαγωγές στο Σέλι να αντιπροσωπεύουν το 10%, ενώ ο κλάδος έχει ποσοστά έως 5%".

### ΑΥΞΗΣΕ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ

Υπογραμμίζει μάλιστα ότι, το 2020, παρά



Δημήτρης Μεντεκίδης

την γενική πτώση του κλάδου που οφείλεται στον μειωμένο τουρισμό και στις μικρές καταναλώσεις στην εστίαση, η εταιρεία αύξησε το μερίδιο αγοράς άλλα και την κερδοφορία της. "Όλα τα άλλα μεγέθη μας κινήθηκαν θετικά και αναπτύχθηκαν, τόσο το EBITDA, όσο και το ποσοστό της κερδοφορίας".

• **ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

**ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ €14 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ\_**

Δύο διαγωνισμούς ύψους €11,37 εκατ. προκήρυξε η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου, με σκοπό την προώθηση του ελληνικού οίνου στις αγορές του εξωτερικού.

Ο πρώτος αφορά στο έργο "Ενημέρωση στα Κράτη Μέλη για τους Οίνους ΠΟΠ και ΠΓΕ και για τη λελογισμένη κατανάλωση οίνων και συγκεκριμένα στις χώρες Ελλάδα - Γερμανία", με τον συνολικό εγκεκριμένο προϋπολογισμό να ανέρχεται περίπου σε €5 εκατ. (με ΦΠΑ). Οι διοικητικές δαπάνες, καθώς και οι δαπάνες για την υλοποίηση των δράσεων δεν θα βαρύνουν τον ανάδοχο και οι προσφορές υποβάλλονται μέχρι την Πέμπτη 11/2 στη 1 το μεσημέρι.

Ο δεύτερος αφορά στην Προώθηση Οίνων ΠΟΠ ΠΓΕ και ποικιλιακών σε αγορές τρίτων χωρών και πιο συγκεκριμένα σε ΗΠΑ, Καναδά και Αυστραλία και ο συνολικός εγκεκριμένος προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται σε περίπου €6,37 εκατ.

(με ΦΠΑ). Οι προσφορές για τον συγκεκριμένο διαγωνισμό υποβλήθηκαν έως 25 Ιανουαρίου.

**VAENI NAOUSSA: ΔΥΟ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ €1,7 ΕΚΑΤ.**

Ο Αγροτικός Αμπελουργικός Οινοποιητικός Συνεταιρισμός ΒΑΕΝΙ Νάουσα προκήρυξε δυο σημαντικούς διαγωνισμούς, συνολικού προϋπολογισμού €1,7 εκατ. Ο πρώτος αφορά στην επιλογή αναδόχου για την εκτέλεση των δραστηριοτήτων του έργου "Προώθηση Οίνου σε Τρίτες Χώρες", ενώ προκήρυξε διαγωνισμό για την επιλογή αναδόχου του έργου "Ενημέρωση στα κράτη μέλη (Ελλάδα, Γερμανία)". Οι προσφορές και για τους δύο διαγωνισμούς υποβάλλονται μέχρι την Παρασκευή 19 Φεβρουαρίου 2021 και ώρα 12:00 μ.μ.

**SPEC ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΟΑΒΕ**

Η Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα



της Βορείου Ελλάδος (ΕΝΟΑΒΕ) πραγματοποιεί διαγωνισμό, για την επιλογή αναδόχου του έργου "Ενημέρωση στα κράτη-μέλη (Ελλάδα - Γερμανία)", συνολικού προϋπολογισμού €544.011, μη συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ και προσφορές υποβάλλονται έως την Παρασκευή 19 Φεβρουαρίου 2021 και ώρα 12:00 μ.μ.

• **BARILLA HELLAS**

**ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΣΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΤΗΣ ΘΗΒΑΣ\_**

Ολοκληρώθηκαν οι διαδικασίες για την πιστοποίηση του Συστήματος Διαχείρισης Ενέργειας στο εργοστάσιο της Barilla Hellas στην Θήβα, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του διεθνώς αναγνωρισμένου προτύπου, ISO 50001. Η πιστοποίηση αυτή, η οποία αποτελεί αποτέλεσμα της μακροχρόνιας προσπάθειας της Barilla Hellas για τη συνεχή βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των βιομηχανικών της μονάδων, αποδεικνύει έμπρακτα την διαχρονική αφοσίωση της εταιρείας στην προστασία του περιβάλλοντος, την εξοικονόμηση φυσικών πόρων και τη βιώσιμη ανάπτυξη σε κάθε επίπεδο λειτουργίας της, σε απόλυτη ταύτιση και εναρμόνιση με το Πρόγραμμα Αειφορίας του ομίλου Barilla, που υπηρετεί πιστά τη δέσμευσή του "Καλό για σένα, καλό για τον Πλανήτη".



• **KERRY**

**ΕΞΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΗΝ JINING NATURE GROUP\_**

Η Kerry ανακοίνωσε ότι ολοκληρώθηκε το deal για την εξαγορά της κινεζικής Jining Nature Group, επένδυση που θα της επιτρέψει να επεκτείνει το χαρτοφυλάκιο αλμυρών προϊόντων στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού.

Η συμφωνία θα συμβάλει, επίσης, στην επέκταση της πελατειακής βάσης της Kerry στην Κίνα, παρέχοντας βαθύτερη πρόσβαση στις μεγάλες περιφερειακές αγορές της χώρας, μέσω των καναλιών διανομής και των υπηρεσιών τροφίμων της Jining Nature Group.



## • INSIGHT

# Η ΑΝΟΔΟΣ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΑΡΤΟΠΟΙΙΑΣ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ\_

Η βιομηχανία αρτοποιίας προσφέρει τεράστιες ευκαιρίες για ανάπτυξη, καινοτομία και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στην Ινδία. Χωρισμένη σε τρεις κατηγορίες, α) ψωμί, β) μπισκότα και γλυκά και γ) αρτοσκευάσματα, το 2020 η ινδική βιομηχανία αρτοποιίας έφτασε σε αξία πάνω από \$8 δισ. και έγινε η δεύτερη αγορά παραγωγής μετά τις ΗΠΑ.

Η αλλαγή των συνθηκών και του τρόπου ζωής των καταναλωτών διαμορφώνει τη βιομηχανία αρτοποιίας στην Ινδία. Με τον έντονο τρόπο της καθημερινής ζωής, οι Ινδοί καταναλωτές δίνουν βάση στην ευκολία και καθώς τα ψωμιά και τα μπισκότα είναι προϊόντα που καταναλώνονται καθημερινά, τα αρτοποιεία είναι μια καλή επιλογή. Υπάρχει μεγάλη ζήτηση για πιο υγιεινά αρτοσκευάσματα, με τους Ινδούς καταναλωτές να αναζητούν προϊόντα χωρίς γλουτένη ή προϊόντα ολικής άλεσης και τους millennials να αναζητούν νέες γευστικές εμπειρίες. Με την πρόσφατη είσοδο στην ινδική αγορά διεθνών αλυσίδων καφέ και αλυσίδων αρτοποιίας, τα προϊόντα ευρείας κατανάλωσης γίνονται όλο και πιο δημοφιλή.

**“Η βιομηχανία αρτοποιίας στην Ινδία είναι τεράστια και περιλαμβάνει πολλά προϊόντα όπως μπισκότα, σοκολάτες, μάφινς, προϊόντα ζαχαροπλαστικής, κέικς, ντόνατς, ψωμί, επιδόρπια κ.α.”**

Παρά την αυξημένη ζήτηση, η ινδική βιομηχανία αρτοποιίας αντιμετωπίζει πολλές προκλήσεις. Διαχωρισμένη μεταξύ των οργανωμένων και μη οργανωμένων αρτοποιιών, συνολικά αριθμεί περισσότερα από 1.002.000 μέλη, εκ των οποίων άνω των 2.000 είναι οργανωμένα ή ημι-οργανωμένα αρτοποιεία, και 1.000.000 μη οργανωμένα αρτοποιεία.

Τα οργανωμένα αρτοποιεία στην Ινδία χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως τρόπο διαφήμισης και marketing. Αξιοποιώντας τη βιοτεχνική αγορά, τα μικρότερα αρτοποιεία μπορούν να επικεντρωθούν στην ποιότητα ένα-



ντι της ποσότητας, ενώ οι μεγαλύτερες ινδικές αλυσίδες, όπως η Barista και η Mad Over Donuts, βασίζονται στην πώληση και παραγωγή μεγαλύτερων ποσοτήτων, με τα ισχυρά τους brands και την ανάλογη εμπιστοσύνη από τους καταναλωτές.

Σε κάθε επίπεδο της βιομηχανίας αρτοποιίας στην Ινδία υπάρχουν προκλήσεις και ευκαιρίες. Παρότι η άνοδος των τοπικών αρτοποιιών είναι ενθαρρυντική, υπάρχουν ζητήματα προτύπων υγιεινής, ενώ και στα οργανωμένα αρτοποιεία υφίστανται πολλά ζητήματα, λόγω έλλειψης ειδικευμένων εργαζομένων.

Παρά τις δυσκολίες, η εκτίμηση για την ινδική βιομηχανία αρτοποιίας είναι θετική, με την προβλεπόμενη αξία να υπερβαίνει τα €12 δισ. έως το 2024. Παράλληλα με αυτές τις προβλέψεις, η Ινδία κατέχει μοναδική θέση στην αγορά, καθώς η καινοτομία γεύσης συνεχίζει να αυξάνεται σε παγκόσμια κλίμακα.

**“Η βιομηχανία αρτοποιίας στην Ινδία χωρίζεται σε οργανωμένα και μη οργανωμένα αρτοποιεία, με περισσότερα από 2.000 οργανωμένα και 1.000.000 μη οργανωμένα αρτοποιεία”**  
Λίστα των κορυφαίων franchise αλυσίδων αρτοποιίας στην Ινδία:

- 7th Heaven
- Sugarr & Spice
- Mio Amore
- Monginis
- Mr. Brown Bakery
- WS Bakers
- German Bakery

## • INSIGHT

## TIPS ΓΙΑ ΟΜΟΓΕΝΕΙΣ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ – LIVING &amp; WORKING IN INDIA \_

1. Μια χώρα τόσο μεγάλη όσο η Ινδία είναι βέβαιο ότι θα έχει ποικίλο κλίμα, ωστόσο υπάρχουν τρεις βασικές εποχές: ένα ζεστό καλοκαίρι από τον Μάρτιο έως τον Μάιο, ένα δροσερό χειμώνα από τον Οκτώβριο έως τον Φεβρουάριο και μια περίοδο βροχών ή μουσώνων από τον Ιούνιο έως τον Σεπτέμβριο.

2. Η θεώρηση εργασίας εκδίδεται, αρχικά, για διαμονή ενός έτους. Ο χρόνος μπορεί να παραταθεί από το Γραφείο Περιφερειακής Εγγραφής Ξένων (FFRO) στην Ινδία εάν συνεχιστεί η σύμβαση εργασίας. Οι σύζυγοι και τα παιδιά θα λάβουν μια θεώρηση Χ με την ίδια ημερομηνία λήξης με τη θεώρηση εργασίας.

3. Παρά την προσπάθεια του Γκάντι να κάνει όλους τους Ινδούς ίσους, το σύστημα κάστας εξακολουθεί να διαμορφώνει μια άκαμπτη κοινωνική δομή. Η κάστα καθορίζει τα επαγγέλματα, την πολιτική πίστη, τους συζύγους.

4. Αν και είναι μια ινδουιστική έννοια που σχετίζεται με τη μετενάρκωση, η κάστα είναι τόσο αναπόσπαστη για την ινδική ζωή, που ο αντίκτυπός της αντανακλάται, επίσης, στην μουσουλμανική και χριστιανική κοινότητα.

5. Οι Ινδοί μιλούν πάνω από 300 γλώσσες, ένα εκατομμύριο από τους οποίους μιλάει



24 γλώσσες. Πάνω από 350 εκατομμύρια Ινδοί μιλούν αγγλικά, γλώσσα η οποία χρησιμοποιείται συχνά στις επιχειρήσεις και στην πολιτική.

6. Με πληθυσμό άνω του 1,3 δισ., η Ινδία είναι η δεύτερη πιο πυκνοκατοικημένη χώρα στον κόσμο. Καταλαμβάνει μια τεράστια χερσόνησο στην Νότια Ασία, που συχνά αναφέρεται ως η ινδική υποήπειρος. Η χερσόνησος συνορεύει ανατολικά με τον κόλπο της Βεγγάλης και δυτικά με την Αραβική Θάλασσα.

7. Το νόμισμα της Ινδίας ονομάζεται ρουπία (Rs).

8. Η Ινδία είναι η 6η μεγαλύτερη οικονομία στον κόσμο.

9. Παρά το γεγονός ότι είναι μία από τις μεγαλύτερες χώρες και οικονομίες στον κόσμο, είναι κατά πολύ χαμηλότερη η κατάταξη της στο κατά κεφαλήν εισόδημα.

10. Η Ινδία πάσχει από εσωτερικές αναταραχές, βία και αστάθεια κατά μήκος των συνόρων της.

**“Το να ζεις στην Ινδία κάθε μέρα είναι μια συναρπαστική εμπειρία”**

## • COVID-19 UPDATE

## ΝΕΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ COVID-19 \_

Ένα διαδικτυακό μνημείο για τον εορτασμό των Ινδών, [nationalcovidmemorial.in](http://nationalcovidmemorial.in), που έχασαν τη ζωή τους από την COVID -19, ξεκίνησε από μια ομάδα γιατρών και κοινωνικών λειτουργών στη χώρα. Το εικονικό μνημείο θα επιτρέψει στα μέλη της οικογένειας και στους φίλους να αποτίσουν φόρο τιμής στα θύματα της πανδημίας.

Το μνημείο ξεκίνησε το Σαββατοκύριακο από το Covid Care Network, μία μη κυβερνητική οργάνωση με επικεφαλής μια ομάδα γιατρών στην ανατολική πόλη της Καλκούτα. Οι δημοσιεύσεις, ήδη, έχουν ξεκινήσει στον ιστότοπο - οι οικογένειες πρέπει να ανεβάσουν τα πιστοποιητικά θανάτου των αγαπημένων τους ή να δώσουν τον αριθμό τηλεφώνου τους για επαλήθευση.

Οι κοινωνικοί λειτουργοί, οι γιατροί, οι εργαζόμενοι στην υγεία και οι δημοσιογράφοι θα βοηθήσουν στη λειτουργία του μνημείου.

“Το εθνικό μνημείο COVID είναι μια πρωτοβουλία για τους Ινδούς να διατηρήσουν ζωντανές τις αναμνήσεις των αγαπημένων τους που υπέκυψαν από την ασθένεια. Αυτό είναι ένα μέρος όπου όλοι μπορούν να συμμετάσχουν”, δήλωσε ο Δρ. Abhijit Chowdhury, επικεφαλής του δικτύου.

**“Αυτό το μνημείο θα αποκαταστήσει την αξιοπρέπεια των ανθρώπων που πέθαναν, χωρίς να επιτρέπεται ούτε στις οικογένειές τους να παρευρεθούν στην κηδεία”.**