

FIRST WE TAKE PARIS

**310.000
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ**

SIAL Paris
INSPIRE FOOD BUSINESS

**8.000 ΕΚΘΕΤΕΣ
ΑΠΟ 120 ΧΩΡΕΣ**

ΙΔΑΝΙΚΗ ΕΚΘΕΣΙΑΚΗ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ
ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΤΙΣ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ
ΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Alimentaria



Foodexpo Greece



ISM
MIDDLE EAST

Seafood Expo
GLOBAL



BIOFACH
into organic



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

ΠΕΜΠΤΗ 29 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2022
ΤΕΥΧΟΣ 1523



• ΜΕΛΙΣΣΑ – ΚΙΚΙΖΑΣ

Αύξηση 5,4% στον τζίρο - Που αποδίδεται
η πώση της κερδοφορίας



• IDEAL HOLDINGS

Σημαντική ανάπτυξη για τα μεταλλικά
πώματα – Η εικόνα για Αστήρ και Coleus



• ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ

Σταθερότητα το 2022 - Ήπια ανάπτυξη
την περασμένη χρονιά



• SIAL INSIGHTS

Πώς επηρεάζει η ψηφιακή τεχνολογία
την κατανάλωση τροφίμων

EDITORIAL: Εξελίξεις αποσταθεροποίησης

SECRET RECIPE: Απειρία και κακή συμπεριφορά



motion+

Μόνο θετική ενέργεια!

#FREEYOUREMOTION



ΗΜΕΡΑ
ΘΕΤΙΚΗΣ
ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ
2022

ΟΑΚΑ | 30 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ | 17:00
ΕΙΣΟΔΟΣ ΕΛΕΥΘΕΡΗ

• ILLYCAFFÈ ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΚΑΦΕ ΜΕ ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Την 1η Οκτωβρίου (Παγκόσμια Ημέρα Καφέ) η illycaffè εγκαινιάζει την επικοινωνιακή εκστρατεία #cupsidedown, που έχει ως στόχο την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία της κυκλικής οικονομίας. Με το #cupsidedown η illycaffè τονίζει την ανάγκη αυτής της αλλαγής και σε συνεργασία με τον καλλιτέχνη Matteo Attruia σχεδιάζει ένα νέο limited edition αναποδογυρισμένο φλιτζάνι. Η κατανάλωση ενός φλιτζανιού καφέ δεν αφορά μόνο τη γεύση, αλλά αποτελεί και μια πράξη ευθύνης προς το περιβάλλον. Το αναποδογύρισμα του διάσημου φλιτζανιού της illycaffè αποτελεί μια συμβολική χειρονομία που αλλάζει την παραδοσιακή οπτική του καταναλωτή, με στόχο την προώθηση μιας ηθικής συμπεριφοράς και την ανάδειξη της βιωσιμότητας που κρύβεται πίσω από κάθε φλιτζάνι καφέ illy.

ΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΜΕΤΡΟ ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΟΣ

Επιπλέον, την Παρασκευή 30 Σεπτεμβρίου, 7:00 - 13:00, και το Σάββατο 1 Οκτωβρίου, 10:00 - 14:00, ο illy προσκαλεί τους επιβάτες του μετρό της Αθήνας στο Σύνταγμα να απολαύσουν έναν καφέ σε έναν ειδικά διαμορφωμένο χώρο. Οι καταναλωτές θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά το αναποδογυρισμένο φλιτζάνι και να ενημερωθούν για την εκστρατεία #cupsidedown, απολαμβάνοντας έναν καφέ illy που θα τους φτιάξει την ημέρα. Παράλληλα, στην Ελλάδα, η εκστρατεία #cupsidedown θα πλαισιωθεί με ενέργειες και στο digital περιβάλλον. Συγκεκριμένα, θα αναπαραχθεί περιεχόμενο μέσα από το IG του @illy_greece και το IG επώνυμων influencers.



Editorial

Εξελίξεις αποσταθεροποίησης

Σήμερα, θα ασχοληθώ με έναν παράγοντα, που έχει συμβάλει σημαντικά στην πτώση των αγορών, και στον οποίο αναφέρομαι εμμονικά εδώ και πάνω από ένα χρόνο.

Αναφέρομαι σε αυτό, που ο Mohamed El-Erian αποκαλεί επιταχυνόμενη απώλεια εμπιστοσύνης στη χάραξη νομισματικής πολιτικής.

Γιατί συμβαίνει αυτό;

Διότι οι αγορές, "οι οποίες για χρόνια θεωρούσαν την ομοσπονδιακή κεντρική τράπεζα των ΗΠΑ και την κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου ως παράγοντες καταστολής της μεταβλητότητας, έχουν μετατοπιστεί στο να τις θεωρούν πια ως σημαντικές πηγές ανησυχητικής αστάθειας".

Ο λόγος είναι προφανής:

"Αφού παρασύρθηκε από την έννοια του "παροδικού" πληθωρισμού και αποκοιμήθηκε στο "τιμόνι" της νομισματικής πολιτικής, η Fed φλερτάρει πια με αχαλίνωτες αυξήσεις επιτοκίων προκειμένου να αντιμετωπίσει τον υψηλό και επιζήμιο πληθωρισμό.

Όμως, έχοντας μείνει τόσο πίσω, είναι πλέον αναγκασμένη να αυξάνει επιθετικά τα επιτόκια σε ένα περιβάλλον επιβραδυνόμενης εγχώριας και παγκόσμιας οικονομίας. Έτσι, το άλλοτε ορθάνοιχτο παράθυρο για μια ήπια προσεγώωση έχει αντικατασταθεί από την άβολα μεγάλη πιθανότητα η κεντρική τράπεζα να οδηγήσει τις ΗΠΑ σε ύφεση, με την προκύπτουσα ζημία να εκτείνεται πολύ πέρα από την εγχώρια οικονομία. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, η νέα κυβέρνηση επέλεξε όχι μόνο τον δρόμο των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων και της σταθεροποίησης των τιμών της ενέργειας, αλλά και μη χρηματοδοτημένες φορολογικές περικοπές, μεγέθους, το οποίο δεν είχε παρατηρηθεί εδώ και 50 χρόνια. Ανησυχώντας για τις συνέπειες στον πληθωρισμό και στις δανειακές ανάγκες του Η.Β., οι αγορές οδήγησαν την αξία της στερλίνας σε χαμηλά 37 ετών. Οδήγησαν επίσης στη μεγαλύτερη άνοδο στο κόστος δανεισμού της Βρετανίας στην ιστορία.

Και οι δύο αυτές εξελίξεις είναι εγγενώς αποσταθεροποιητικές, τόσο από οικονομική όσο και από χρηματοοικονομική άποψη.

Και οι δύο επίσης είναι δύσκολο να αντιστραφούν βραχυπρόθεσμα".

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETCREIPE

Απειρία και κακή συμπεριφορά

Η τοποθέτηση στελεχών σε σημαντικές θέσεις σε μια επιχείρηση, χωρίς αυτά να έχουν τα απαιτούμενα προσόντα, είναι σύννηθος φαινόμενο. Πόσο μάλλον, όταν τα στελέχη αυτά έχουν υποσχεθεί πολλά περισσότερα από όσα μπορούν να κάνουν. Το αποτέλεσμα είναι πως, όταν ζορίζονται επειδή τους ζητούνται ευθύνες, λειτουργούν αμυντικά με πολύ κακή, έως κάκιστη συμπεριφορά. Αγνοούν ότι όλα αυτά η αγορά τα μαθαίνει και τα καταγράφει. Με ό,τι μπορεί να σημαίνει αυτό...



Ανακάλυψε τις φρεσκοκομμένες
σαλάτες Μπάρμπα Στάθης
σε 14 μοναδικούς συνδυασμούς!



Γιατί αν κάποιος ξέρει καλύτερα τα λαχανικά,
αυτός είναι ο Μπάρμπα Στάθης.



**Ανοιχτό Κέντρο Στήριξης
Κατοίκων της Βόρειας Εύβοιας**

• ΝΕΑ ΓΕΩΡΓΙΑ ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΙ ΕΦΗΒΟΥΣ ΣΤΗ ΒΟΡΕΙΑ ΕΥΒΟΙΑ

Ο οργανισμός "Νέα Γεωργία Νέα Γενιά" συνεχίζει την υλοποίηση εκπαιδευτικών δράσεων στη Βόρεια Εύβοια και απευθύνεται για πρώτη φορά σε παιδιά και εφήβους. Το 5ο & 6ο εκπαιδευτικό εργαστήριο (toolkit workshop) με θέμα "Μικροί επιχειρηματίες - Καινοτόμα τρόφιμα!" και εκπαιδευτές τη Χρυσή Μπόζα και τον Σταύρο Παπαδόπουλο, θα πραγματοποιηθούν το Σάββατο 1η Οκτωβρίου 2022, στις 16.00, στο Ανοιχτό Κέντρο Στήριξης Κατοίκων Βόρειας Εύβοιας, στη Στροφυλιά και την Κυριακή 2 Οκτωβρίου 2022, στις 16.00, στην Αίθουσα Πολιτισμού Μελίνα Μερκούρη στα Λουτρά Αιδηψού, υπό την αιγίδα του Δήμου Ιστιαίας Αιδηψού.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ

Τα παιδιά και οι έφηβοι θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν με ευχάριστο και δημιουργικό τρόπο έννοιες που αφορούν την επιχειρηματικότητα στον κλάδο της αγροδιατροφής. Θα συμμετέχουν σε ένα διαδραστικό εργαστήριο, στο οποίο θα κατανοήσουν καλύτερα τους όρους "επιχείρηση", "υπάλλη-

λος", "προϊόν", "καινοτομία", "έρευνα αγοράς", "διαφήμιση", "επιχειρηματικό πλάνο" κ.λπ. Παράλληλα, θα αναλάβουν να δημιουργήσουν - σε ομάδες - τη δική τους επιχείρηση, το δικό τους προϊόν τροφίμων, να μοιράσουν ρόλους και να παρουσιάσουν την επιχειρηματική τους πρόταση σε κοινό.

Τα εκπαιδευτικά εργαστήρια (toolkit workshops) αποτελούν μέρος ενός συνόλου δράσεων εκπαίδευσης και συμβουλευτικής που σχεδιάστηκαν από τη "Νέα Γεωργία Νέα Γενιά", στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας της ActionAid για τη δημιουργία του Ανοιχτού Κέντρου Στήριξης Κατοίκων Βόρειας Εύβοιας.

Το έργο υλοποιείται από την ActionAid σε συνεργασία με τους οργανισμούς ΑΡΓΩ Ομοσπονδία Φορέων Ψυχοκοινωνικής Αποκατάστασης & Ψυχικής Υγείας, «Νέα Γεωργία Νέα Γενιά» και Science Communication (SciCo) με αποκλειστική δωρεά του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ), στο πλαίσιο της Πρωτοβουλίας Στήριξης της Βόρειας Εύβοιας του ΙΣΝ.

• ΕΛΛΑΓΡΟΛΙΠ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΛΙΠΑΝΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ TÜV AUSTRIA HELLAS

Η TÜV Austria Hellas πιστοποίησε την ΕΛΛΑΓΡΟΛΙΠ ΑΕΒΕ, με την CE πιστοποίηση, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του νέου Κανονισμού 1009/2019 (FPR) της Ευρωπαϊκής Ένωσης για ασφαλή και αποτελεσματικά προϊόντα λίπανσης. Η ΕΛΛΑΓΡΟΛΙΠ ΑΕΒΕ έχει καθιερωμένη παραγωγή λιπασμάτων που ξεπερνά τους 800.000 τόνους το χρόνο.

3 ΤΥΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΕΩΝ

Η TÜV Austria Hellas, με την πολλαπλάσιαστική αξία CE πιστοποίηση, παρέχει αξιοπιστία και αντικειμενικότητα, σχετικά με την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητα των προϊόντων λίπανσης, στους Οργανισμούς που το επιλέγουν. Η CE πιστοποίηση παρέχει παγκοσμίως και τους τρεις τύπους πιθανών αξιολογήσεων συμμόρφωσης (full scope):

- ο πρώτος περιλαμβάνει την Ενότητα A1 (Εσωτερικός Έλεγχος της Παραγωγής πλέον της Δοκιμής Προϊόντων Υπό Εποπτεία)
- ο δεύτερος την Ενότητα B+C (Εξέταση τύπου ΕΕ, αξιολόγηση συμμόρφωσης που επαληθεύει και βεβαιώνει ότι ο τεχνικός σχεδιασμός ενός προϊόντος λίπανσης πληροί τις απαιτήσεις του FPR)
- ο τρίτος περιλαμβάνει την Ενότητα D1 (Πιστοποίηση Διασφάλισης Ποιότητας, που διασφαλίζει τη συμμόρφωση του συστήματος διαχείρισης ποιότητας για την παραγωγική διαδικασία σύμφωνα με τον FPR)

TÜV
AUSTRIA

BEYOND**THESSALONIKI
INNOVATION
CAPITAL****29.09-01.10 2022****Get
Future
Ready!**
INTERNATIONAL EXHIBITION
FOR
INNOVATION & TECHNOLOGY

THESSALONIKI INTERNATIONAL EXHIBITION & CONGRESS CENTER

Scan & Watch LIVE

Η έκθεση Τεχνολογίας & Καινοτομίας BEYOND επιστρέφει για 2η χρονιά, στη ΔΕΘ-HELEXPO, από 29 Σεπτεμβρίου έως και 1 Οκτωβρίου 2022.

Ένα πλούσιο συνέδριο με περισσότερους από 100 διακεκριμένους ομιλητές και παράλληλες εκδηλώσεις που φιλοξενούν θεματικά πάνελ, παρουσιάσεις και ομιλίες που εξερευνούν σύγχρονα ζητήματα, όπως οι **έξυπνες πόλεις**, η **εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στις πόλεις**, στην **ιατρική** και στην **εκπαίδευση**, το **6G** και ο **ψηφιακός μετασχηματισμός** των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.



Tiffany Norwood
Founder Tribetan &
Co-Founder SimWin Sports



Dimitrios Batzis
Head of Greece, Cyprus
& Malta, Schroders



Ihsan Elgin
Executive Board member,
Finberg



Edmondo Oriotti
AI Business Development
Lead EMEA, HP Enterprise



Vassilios Kafatos
Smart Grids Director,
Intracom Telecom



Kyriakos Pierrakakis
Minister of Digital
Governance | Minister
of State of Greece



Michalis Matthaiou
Professor of Communications
Engineering and
Signal Processing
at Queen's University Belfast



Federico Menna
Chief Operations
and Finance Officer,
EIT Digital



Kamen Bankovski,
Principal, Vitosha
Venture Partners



Melissa Itmec
General Coordinator,
EGIAD Melekleri / EGIAD
Angels - Business Angel
Investors Network



Charis Lambropoulos
President HDBI



Christos Dimas
Deputy Minister of
Development & Investment



Nicky Ellison
Head of Marketing
& Brand Communication,
We Are Immersive

• ΜΕΛΙΣΣΑ - ΚΙΚΙΖΑΣ

ΑΥΞΗΣΗ 5,4% ΣΤΟΝ ΤΖΙΡΟ - ΠΟΥ ΑΠΟΔΙΔΕΤΑΙ Η ΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ

Με αύξηση του τζίρου κατά 5,4% έκλεισε το 2021 για την Μέλισσα Κίκιζας συγκριτικά με το 2020, γεγονός το οποίο αποδίδεται στις υψηλότερες τιμές των προϊόντων, αντισταθμίζοντας τη μείωση του όγκου, εξέλιξη αναμενόμενη μετά το ανοδικό boom της πρώτης χρονιάς Covid-19. Συνολικά η ζήτηση στο σύνολο της αγοράς επωνύμων ζυμαρικών αλλά και προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας κινήθηκε αρνητικά λόγω της σύγκρισης με τα υψηλά του 2020. Ωστόσο η κερδοφορία της μειώθηκε σε σημαντικό βαθμό. Σύμφωνα με τη διοίκηση το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι η εταιρεία "αντιμετώπισε ένα συνδυασμό προκλήσεων, τόσο λόγω της αστάθειας της αγοράς αλλά και της κατάρρευσης των εφοδιαστικών αλυσίδων σαν αποτέλεσμα της συνεχιζόμενης πανδημίας του Covid-19, όσο και λόγω των σημαντικών πιέσεων στις τιμές των Α' Υλών σαν αποτέλεσμα των πολύ κακών καιρικών συνθηκών τον Ιούνιο του 2021. Συνέπεια των ανωτέρω ήταν η σημαντική μείωση της κερδοφορίας, λόγω σημαντικής επιβάρυνσης του κόστους παραγωγής από τις συνδυασμένες αυξήσεις των Σιτηρών καθώς και των Υλικών Συσκευασίας, της Ενέργειας και των λοιπών συντελεστών παραγωγής".

ΑΥΞΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ 15,1%

Ειδικότερα, το κόστος από τη μεταβολή αποθεμάτων – αναλώσεις υλών και υλικών του ομίλου αυξήθηκε κατά 15,1%, λόγω κυρίως της αύξησης στις τιμές των πρώτων υλών και των υλικών. Σημειώνονται ακόμη τα σημαντικά αυξημένα χρηματοοικονομικά έξοδα λόγω των αυξημένου δανεισμού για την πραγματοποίηση της εξαγοράς της Terra Creta.

DATA (σε € χιλ.)

Πωλήσεις	Κέρδη προ φόρων
2021: 77.882	2021: 964
2020: 73.897	2020: 5.908
2019: 65.433	2019: 3.051
EBITDA	Κέρδη μετά από φόρους
2021: 4.934	2021: 729
2020: 9.920	2020: 5.089
2019: 6.221	2019: 3.792

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Παρά την αρνητική συγκυρία, η Μέλισσα - Κίκιζας συνέχισε να υλοποιεί τα αναπτυξιακά της πλάνα, επενδύοντας τόσο σε μηχανολογικό εξοπλισμό όσο και για την είσοδο σε νέες αγορές αλλά και νέες κατηγορίες τροφίμων. Συγκεκριμένα,



Αλέξανδρος
Κίκιζας, CEO,
Μέλισσα-Κίκιζας

μένα, το 2021 ολοκληρώθηκε η εγκατάσταση της νέας γραμμής παραγωγής κοφτών ζυμαρικών, καθώς και η εγκατάσταση φωτοβολταϊκού και μονάδας "Συμπαγωγής Ενέργειας" στο εργοστάσιο της Λάρισας. Σημειώνεται ότι φέτος, το επενδυτικό project της εταιρείας, ύψους €5,643 εκατ., το οποίο αφορά στην επέκταση δυναμικότητας υφιστάμενης μονάδας παραγωγής κατά 70.000 κιλά/ημέρα προϊόντων μακαρονοποιείου, με την προσθήκη νέας γραμμής παραγωγής κοφτών ζυμαρικών, εντάχθηκε στον Αναπτυξιακό Νόμο. Η επένδυση αυτή θα ενισχυθεί κατά €1,975 εκατ. με τη μορφή φορολογικής απαλλαγής.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σε προϊόντικό επίπεδο επισημαίνεται ότι "η εταιρεία συνέχισε να πρωτοπορεί σε παγκόσμιο επίπεδο με το λανσάρισμα νέων προϊόντων, με τη σειρά 'ζυμαρικά με λαχανικά', να γνωρίζει τεράστια εγχώρια αλλά και διεθνή επιτυχία".

TERRA CRETA

Ο σημαντικότερος, όμως, σταθμός για το 2021, όπως επισημαίνεται στις ετήσιες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, ήταν η είσοδος στην αγορά του εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου, με την εξαγορά της Terra Creta. "Μέσα από αυτήν την εξαγορά, η εταιρεία αυξάνει το αποτύπωμα της στους πελάτες και τους καταναλωτές όλου του κόσμου και συμπληρώνει το προϊόντικό της portfolio, ενισχύοντας παράλληλα την εξωστρέφειά της", αναφέρεται χαρακτηριστικά. Η Terra Creta από το Κολυμβάρι Χανίων, εξάγει τα προϊόντα της σε 43 χώρες και συνεργάζεται με πάνω από 100 αλυσίδες τροφίμων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Η συνεισφορά της Terra Creta στα ενοποιημένα μεγέθη της Μέλισσα-Κίκιζας, για το χρονικό διάστημα από την απόκτηση ελέγχου μέχρι την 31 Δεκεμβρίου 2021, ανέρχεται σε:

- Πωλήσεις: € 1.497.060
- Αποτέλεσμα μετά φόρων: (€84.282)

• EBITDA: (€23.184)

Τα συνολικά μεγέθη της Terra Creta για το σύνολο του 2021 ήταν πτωτικά, ωστόσο η χρήση έκλεισε με θετικό πρόσημο:

DATA – TERRA CRETA

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Αποτελέσματα
2021: 18.407	προ φόρων
2020: 19.084	2021: 1.271
2019: 17.366	2020: 2.368
EBITDA	2019: 1.807
2021: 1.541	Αποτελέσματα
2020: 2.660	μετά φόρων
2019: 2.225	2021: 943
	2020: 1.790
	2019: 1.366

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Αναφορικά με την τρέχουσα χρήση, η παραμονή της πανδημίας Covid-19, η συνεχιζόμενη δυσλειτουργία των εφοδιαστικών αλυσίδων καθώς και οι πρόσφατες γεωπολιτικές εξελίξεις δημιουργούν ένα ασαφές περιβάλλον. Η διοίκηση της εταιρείας, έχοντας την εμπειρία της διαχείρισης των πρόσφατων κρίσεων, προσβλέπει στη σημαντική βελτίωση των οικονομικών της μεγεθών. Ταυτόχρονα, επισημαίνεται πως, η συνεπής προσπάθεια για ανάπτυξη των εξαγωγών αποδίδει πλέον σημαντικά αποτελέσματα, τόσο στις υφιστάμενες χώρες που δραστηριοποιείται ο Όμιλος, όσο και σε νέες αγορές. Αναμένεται, δε, σημαντική ώθηση στις εξαγωγές μέσω των συνεργειών με την γκάμα προϊόντων της Terra Creta. Το 2022 σχεδιάζεται να έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία συγχώνευσης, αλλά και η πλήρης οργανική και διοικητική ενσωμάτωσή των δύο οργανισμών.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



30.09
BEYOND
EXPO 2022
10:00-18:00

THESSALONIKI
EXHIBITION
CENTER
(TIF-HELEXPO)
OLYMPIAS HALL



Scan &
Watch LIVE

EIT OPEN DAY GREECE:

FROM INNOVATION TO IMPACT
POWERING THE FUTURE OF EUROPE - EIT FOOD
ORGANIZED AS PART OF INNOVEIT WEEKS 2022



Begoña Pérez Villarreal
Director EIT Food
CLC South



Federico Menna
Chief Operations and
Finance Officer, EIT Digital



Yannis Mastrogeorgiou
Special Secretary
for Strategic Foresight
at Presidency of
the Government



Christos Dimas
Deputy Minister of
Development
and Investments



Christos Tsolkas
CEO, Delta Foods SA



Dimitrios Tzovaras
Chairman of the Board
of Directors, CERTH



Dimosthenis Anagnostopoulos
Secretary General,
GSIS



Athanasios Kyriazis
General Secretary for
Research & Innovation



Georgios Georgantas
Minister of Rural
Development and Food



Antonis Vezyroglou
Founder & CEO,
Vezyroglou Farm



George Stylios
Deputy Minister of Rural
Development and Food



Apostolos Apostolakis
Managing Director,
Central Market
and Fisheries Agency
(OKAA)

• **ENDLESS**

ΤΟ BEEGIN ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟΥΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΟΥΣ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ

Από το Δεκέμβριο του 2021, όπου και ξεκίνησε τη δράση "Beegin – Κάνουμε την αρχή", η Endless EC συνεχίζει να στηρίζει και να προσφέρει στους κατοίκους και στο περιβάλλον της Βόρειας Εύβοιας.

Μέσω της αρχικής δωρεάς της Endless EC, εντοπίστηκαν οι ανάγκες τοπικών παραγωγών σε δύο χωριά της Βόρειας Εύβοιας, στο χωριό Αχλάδι και στο χωριό Παπάδες και δωρίστηκαν συνολικά 171 νέες κυψέλες σε 12 μελισσοκόμους.

Μέσα στο Σεπτέμβριο, με το ποσό που συγκεντρώθηκε από την ιστοσελίδα του Beegin, beegin.gr, αγοράστηκαν 600 κιλά μελισσοτροφής, η οποία θα καλύψει τις ανάγκες 15 μελισσοκόμων και περίπου 800 μελισσιών στο χωριό Κερασιές στη Βόρεια Εύβοια.



ΚΑΛΥΠΤΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΟΙ ΝΕΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ

Σε συνεχή συνεργασία με το Ινστιτούτο Οικολογικής Γεωργίας "ΔΗΩ", εντοπίζονται νέες ανάγκες τοπικών μελισσοκόμων της Βόρειας Εύβοιας, οι οποίες θα συνεχίσουν να καλύπτονται μέσω των δωρεών στο beegin.gr. Έτσι, συνεχίζεται το έργο του Beegin, με στόχο να ενισχυθούν οι τοπικοί μελισσοκόμοι,

να επιστρέψουν οι μέλισσες στη Βόρεια Εύβοια και, τελικά, να ανακάμψει η φύση στις καμένες εκτάσεις της.

Το Beegin είναι μια συλλογική προσπάθεια για την ανάκαμψη του περιβάλλοντος. Τα δάση είναι πλούσια και σύνθετα οικοσυστήματα, τα οποία συντηρούν διάφορα είδη χλωρίδας και πανίδας που αλληλοεξαρτώνται το ένα από το άλλο.

• **ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ**

Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΤΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΣΤΟ TERRA MADRE NETWORK

Η Επιτροπή Γαστρονομικών Τεχνών της Σαουδικής Αραβίας φιλοξένησε στο περίπτερό της, στο συνέδριο Terra Madre Network στο Τορίνο της Ιταλίας, μερικές από τις γεύσεις και τα ιδιαίτερα τοπικά προϊόντα του Βασιλείου.

ΚΙΝΗΜΑ SLOW FOOD

Στο συνέδριο, δεκατρία στοιχεία της σαουδαβικής κουζίνας προστέθηκαν στα αρχεία της Κιβωτού της Γεύσης - Ark of Taste Archives, έναν διεθνή κατάλογο τροφίμων υπό εξαφάνιση, που διαχειρίζεται το κίνημα Slow Food.

Αυτό έπεται της υπογραφής Μνημονίου (MoU) μεταξύ της Επιτροπής Γαστρονομικών Τεχνών και της Slow Food για την υποστήριξη του αναπτυσσόμενου γαστρονομικού τομέα του Βασιλείου, συμπεριλαμβανομένης της συμμετοχής των αγροτών της Σαουδικής Αραβίας στον κατάλογο προμηθευτών του Global Slow Food Earth Market και τον προσδιορισμό περαιτέρω ευκαιριών για συνεργασία.

WORLD REGION OF GASTRONOMY 2024

Επιπλέον, στο συνέδριο απονεμήθηκε και επίσημα ο τίτλος "World Region of Gastronomy 2024" στην περιοχή Aseer στη Σαουδική Αραβία, από το Διεθνές Ινστιτούτο Γαστρονομίας, Πολιτισμού, Τεχνών και



Τουρισμού (IGCAT). Η διεθνής κριτική επιτροπή των ειδικών της IGCAT αναγνώρισε το φιλόξενο πνεύμα της κοινότητας του Aseer και τη γνήσια προθυμία της να επιδείξει και να μοιραστεί τις γεύσεις και την κουλτούρα της. Η κριτική επιτροπή σχολίασε: "Το φως της Μέσης Ανατολής λάμπει από την περιοχή του Aseer. Έχει γίνει με-

γάλη προετοιμασία για την ενδυνάμωση της κοινότητας και την προετοιμασία της να καλωσορίσει μελλοντικούς επισκέπτες στη μοναδική της κουλτούρα. Η γαστρονομική σκηνή του Aseer έχει τις ρίζες της στην παράδοση και έχει τη δυνατότητα να γίνει γαστρονομικός προορισμός, συμβάλλοντας στη δημιουργική οικονομία".

SME S

D A I L Y

Το νέο καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

ΜΕ ΕΙΔΗΣΕΙΣ, ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ,
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΤΙΚΕΣ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ:

- Ρευστότητα
- Δάνεια
- Κεφάλαια κίνησης
- Επιδοτήσεις
- Κοινοτικά προγράμματα
- Διαχείριση ενεργειακού κόστους
- Ψηφιακή αναβάθμιση

Και ό,τι άλλο αφορά
την καθημερινότητα
της μικρομεσαίας
επιχείρησης

ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ
**ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**

ΣΤΙΣ **09:15**

ΣΤΟ E-MAIL ΣΑΣ

**ΚΑΝΤΕ ΤΗΝ
ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΑΣ
ΕΔΩ**

Με την αξιοπιστία της **N O T I C E**

CONTENT & SERVICES

• ΕΛΛΗΝΟ-ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ Ο ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΤΑΥΡΟΠΟΥΛΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Καθήκοντα Προέδρου της Φορολογικής Επιτροπής στο Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο, αναλαμβάνει ο Ιωάννης Σταυρόπουλος, δικηγόρος φορολογικού δικαίου, ιδρυτής και Managing Partner του δικηγορικού γραφείου "Σταυρόπουλος και Συνεργάτες".

Είναι μέλος του Board of Director Ελληνο-Αμερικανικού Εμπορικού Επιμελητηρίου και της Ελληνο -Αμερικανικής Φορολογικής Επιτροπής σχεδόν από την ίδρυσή της. Διαθέτει 30 χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας στη συμβουλευτική και εκπροσώπηση εταιρικών πελατών κυρίως σε Αμερική και Ευρώπη αλλά και διεθνώς.

Κατά τη διάρκεια της επαγγελματικής του πορείας έχει διαχειριστεί αρκετές υποθέσεις φορολογικού δικαίου και είναι αναγνωρισμένος για τις μεθόδους του στην αγορά.

Έχει βραβευθεί από το "Legal 500" με το βραβείο "Hall of Fame" και έχει προχωρήσει στη συγγραφή αρκετών άρθρων διαφόρων φορολογικών θεμάτων. Είναι τακτικός ομιλητής σε αρκετά εξειδικευμένα συνέδρια και σεμινάρια, συμπεριλαμβανομένων φορολογικών συνεδρίων που διοργανώνονται από το Ελληνο - Αμερικανικό Επιμελητήριο



Επιπλέον, έχει συμμετάσχει σε νομοθετικές και τεχνικές επιτροπές, είτε ως εμπειρογνώμονας είτε ως εκπρόσωπος διαφόρων οργανισμών.

Κατά το διάστημα 2012-2013 συμμετείχε ενεργά ως ειδικός σε μια επιτροπή φορολογικής μεταρρύθμισης, η οποία συνέταξε και διαπραγματεύτηκε με την IFM-EU τον νέο κώδικα φορολογίας εισοδήματος και τον κώδικα φορολογικής διαδικασίας και διορίστηκε ως μέλος στο συμβούλιο του πρώτου διοικητή φορολογικής διοίκησης.

• POLYPLAST ΕΛΑΒΕ ΤΗΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΤΗΟΣ

Το σήμα Ethos "Green" αποδόθηκε στην εταιρεία Polyplast LTD, από τον φορέα πιστοποίησης Eurocert, για τη δέσμευσή της στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αλλά και στις αρχές Βιωσιμότητας.

Τη στιγμή της απονομής ανέβηκε στο βήμα η Ζωζιάνα Παπαδά, εκπροσωπώντας τη νέα γενιά επιχειρηματιών, εκ μέρους της Polyplast LTD και παρέλαβε την πιστοποίηση ETHOS από την Άθη Χαλκιοπούλου, Γενική Διευθύντρια Πιστοποιήσεων της Eurocert. Η απονομή πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της 13ης Ολομέλειας της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, το Σάββατο 24 Σεπτεμβρίου στο Βόλο. Η εν λόγω πιστοποίηση καταδεικνύει την έμπρακτη συμμόρφωση της Polyplast LTD αφενός στις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και στις απαιτήσεις της Κοινοτικής νομοθεσίας και αφετέρου σε θέματα Βιωσιμότητας και Ανάπτυξης. Το σήμα Ethos "Green" απονέμεται από τον φορέα πιστοποίησης Eurocert σε επιχειρήσεις που δεσμεύονται απέναντι στα δικαιώ-



Ζωζιάνα Παπαδά εκ μέρους της Polyplast Ltd και η Άθη Χαλκιοπούλου, εκ μέρους της Eurocert

ματα των εργαζόμενων, την ποιότητα εξυπηρέτησης του πελάτη, το περιβάλλον και τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.



• ALMI FOODS ΔΙΑΚΡΙΘΗΚΕ ΣΤΑ ΒΡΑΒΕΙΑ ΤΟΥ SPECIALTY FOOD ASSOCIATION

Το προϊόν Snacking Veggies - Savory Cauliflower Florets, το οποίο δημιούργησε και παράγει η ALMI Foods για λογαριασμό αμερικάνικης εταιρείας τροφίμων, τιμήθηκε με το υψηλότερο βραβείο "νέου προϊόντος" στην κατηγορία του στα Sofi Awards, τα οποία θεωρούνται ως τα "Όσκαρ" για την παγκόσμια βιομηχανία τροφίμων και διοργανώνονται κάθε χρόνο από την Specialty Food Association, στις ΗΠΑ.

ΣΝΑΚ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΜΕ ΚΟΥΝΟΥΠΙΔΙ

Τόσο η ανάπτυξη και η δημιουργία της συνταγής του νέου προϊόντος που έλαβε το βραβείο, το οποίο είναι ένα σνακ λαχανικών με κουνουπίδι, όσο και η παραγωγή πραγματοποιείται στις εγκαταστάσεις της ελληνικής εταιρείας στην Αλεξάνδρεια Ημαθίας. "Είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι για τη μεγάλη διάκριση στα κορυφαία βραβεία τροφίμων διεθνώς, για ένα προϊόν το οποίο δημιουργήθηκε εξ' ολοκλήρου από το τμήμα R&D της εταιρείας μας. Ο συνδυασμός της καινοτομίας και των ελληνικών συνταγών αποτελεί πάντοτε τη βασική μας κατεύθυνση και θεωρώ ότι στις νέες κατηγορίες τροφίμων που αναπτύσσονται παγκοσμίως, όπως αυτή των υγιεινών σνακ λαχανικών, μπορούμε να συνεχίσουμε να έχουμε μια σημαντική παρουσία, αντίστοιχη με τη σημερινή μας δυναμική σε χώρες της Ευρώπης και της Ασίας. Για την ALMI Foods, η επέκταση στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών αποτελεί μια κεντρική στόχευση για τους επόμενους μήνες και η βράβευσή του προϊόντος μας είναι το πιο ενθαρρυντικό σημάδι για την περαιτέρω ανάπτυξή μας στην απαιτητική αμερικάνικη αγορά", σημείωσε ο Μηνάς Μερτζανίδης, CEO της ALMI Foods.

• ΚΡΙ ΚΡΙ (ΕΞΑΜΗΝΟ)

Η ΑΥΞΗΣΗ 18,7% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΔΕΝ ΕΣΩΣΕ ΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ – Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΤΟΜΕΑ

Η σημαντική αύξηση του τζίρου κατά 18,7% που πέτυχε η ΚΡΙ ΚΡΙ στο εξάμηνο συγκριτικά με το αντίστοιχο περσινό διάστημα δεν αρκούσε για να αποφύγει τη σημαντική πτώση της κερδοφορίας της. Η συρρίκνωση του περιθωρίου μικτού κέρδους είναι, κυρίως, αποτέλεσμα της απότομης αύξησης στις τιμές των πρώτων υλών και της ενέργειας, σε συνδυασμό με τη χρονική υστέρηση των ανατιμήσεων που πραγματοποιήθηκαν στα προϊόντα

DATA - ΕΞΑΜΗΝΟ (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών	EBITDA
2022: 83.386	2022: 7.496
2021: 70.231	2021: 14.645
Μεταβολή: 18,7%	Μεταβολή: (48,8%)
Μικτό αποτέλεσμα	Κέρδη προ φόρων
2022: 18.597	2022: 5.073
2021: 24.566	2021: 12.584
Μεταβολή: (24,3%)	Μεταβολή: (59,7%)
Κέρδη μετά φόρων	
2022: 4.056	
2021: 10.050	
Μεταβολή: (59,7%)	



Παναγιώτης Τσινάβος, Πρόεδρος & CEO, Κρι Κρι

κόπτη, με αποτέλεσμα η πτώση τους να είναι πολύ περιορισμένη ή και να ενισχύονται. Έτσι, το μερίδιο αγοράς των γιαουρτιών ΚΡΙ-ΚΡΙ διαμορφώνεται πλέον σε 17,1%, αυξημένο κατά μία ποσοστιαία μονάδα

ΓΙΑΟΥΡΤΙ – ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Πιο αναλυτικά, στον κλάδο γιαουρτιού οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 17,3% σε αξία και 14% σε όγκο. Στις αγορές του εξωτερικού, οι πωλήσεις παρουσιάζουν ισχυρή διψήφια ανάπτυξη +21%, αγγίζοντας τα €33 εκατ.

Σημαντική ώθηση υπάρχει από την αγορά της Ιταλίας (αύξηση 26%), του Ηνωμένου Βασιλείου (αύξηση 11%), και από άλλες χώρες όπως η Σουηδία, η Γερμανία και η Αυστρία. Επισημαίνεται ότι σε επίπεδο 8μήνου, οι πωλήσεις γιαουρτιού στο εξωτερικό συνεχίζουν με αντίστοιχο ρυθμό ανάπτυξης που ξεπερνά το 25%.

ΤΑ ΑΝΕΛΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Στην ελληνική αγορά γιαουρτιού, οι πωλήσεις της ΚΡΙ-ΚΡΙ εμφανίζουν πλέον διψήφια αύξηση, +13,3%, αγγίζοντας τα €28 εκατ. Η τρέχουσα συγκυρία με τις συνθήκες υψηλού πληθωρισμού, έχει οδηγήσει τη συνολική αγορά σε πτώση, κατά 9,1% σε όγκο και 2,9% σε αξία (στοιχεία IRI, Ιαν.-Ιούν. 2022). Ωστόσο, ορισμένες υποκατηγορίες της αγοράς όπως αυτές των παιδικών, των βρεφικών και των λειτουργικών γιαουρτιών, στις οποίες η ΚΡΙ-ΚΡΙ έχει ισχυρή παρουσία, παρουσιάζουν υψηλή ανελαστικότητα, με την ενίσχυση των τουριστικών ροών από το εξωτερικό. Το υπόλοιπο της καλοκαιρινής σεζόν οι πωλήσεις παγωτού συνεχίζουν με σχετικά αντίστοιχο ρυθμό.

Σημειώνεται, βέβαια, ότι οι υψηλές τιμές των υλικών και της ενέργειας οδήγησαν στη συρρίκνωση των περιθωρίων κέρδους. Η εταιρεία μετακύλησε μέρος της αύξησης του κόστους της στις τιμές των προϊόντων. Οι ανατιμήσεις πραγματοποιήθηκαν σταδιακά, σε τρεις κύκλους. Οι ανατιμήσεις του τελευταίου κύκλου ξεκίνησαν να εφαρμόζονται από τον Αύγουστο ή τον Σεπτέμβριο. Το τελευταίο διάστημα, η άνοδος των τιμών των υλικών έχει σταματήσει, παρουσιάζοντας επί το πλείστον σταθεροποιητικές τάσεις.

DATA - ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΑΜΗΝΟ (σε € χιλ.)

Παγωτά	
Ελλάδα	Εξωτερικό
2022: 16.494	2022: 5.169
2021: 14.147	2021: 3.721

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΛΗΘΩΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΙΕΣΕΩΝ

Στην ιδιαίτερη τρέχουσα οικονομική συγκυρία, πρωταρχικός στόχος της διοίκησης αποτελεί η διαχείριση των πληθωριστικών πιέσεων με τρόπο που να πετυχαίνει μετακύλιση της επιβάρυνσης του κόστους από τις αυξημένες τιμές υλικών και ενέργειας, χωρίς παράλληλα να διακυβεύεται η συνεργασία με τους πελάτες ή τους καταναλωτές της.

ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ

Σημειώνει, τέλος, ότι "στο διαμορφούμενο οικονομικό περιβάλλον αναμένεται να προκύψουν αρκετές ευκαιρίες επέκτασης και ενίσχυσης της παρουσίας μας. Τις ευκαιρίες αυτές μπορούμε να τις αξιοποιήσουμε, καθώς συγκεντρώνουμε όλα εκείνα τα απαραίτητα χαρακτηριστικά για να λειτουργούμε αποτελεσματικά, ενώ ταυτόχρονα διαθέτουμε και ισχυρή χρηματοοικονομική θέση. Η επιτυχής μετακύλιση της επιβάρυνσης του κόστους μας, ως αποτέλεσμα των αυξημένων τιμών υλικών και ενέργειας, θα επιτρέψει την ανάκαμψη των περιθωρίων κέρδους μας, οδηγώντας σε υψηλότερα επίπεδα κερδοφορίας", υπογραμμίζει σε ανακοίνωσή της η εισηγμένη.

DATA - ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΑΜΗΝΟ (σε € χιλ.)

Γαλακτοκομικά	
Ελλάδα	Εξωτερικό
2022: 28.142	2022: 33.065
2021: 24.841	2021: 27.321

ΠΑΓΩΤΑ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 16,6%

Στον κλάδο του παγωτού, στην εγχώρια αγορά, οι πωλήσεις της ΚΡΙ ΚΡΙ εμφανίζουν ισχυρή διψήφια μεταβολή, 16,6%. Σε αυτή συντελούν, κυρίως, η επέκταση του δικτύου πωλήσεων και του λανσαρίσματος της νέας σειράς premium παγωτών Master Rich, σε συνδυ-

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• DIAGEO ΑΝΑΚΑΛΕΙ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ ΤΗΣ WINDSOR

Η Diageo κατήγγειλε τη συμφωνία υπό όρους για την πώληση της επιχείρησης ούισκι, Windsor, στην κοινοπραξία ιδιωτικών κεφαλαίων Bayside/Metis. Θυμίζουμε ότι τον Μάρτιο, η Diageo συμφώνησε να πουλήσει το premium Scotch whisky brand της προς περίπου £124 εκατ.

Σύμφωνα με τη συμφωνία, η Diageo θα προμήθευε με Windsor την Bayside/

Metis για δέκα χρόνια. Ωστόσο, σύμφωνα με την Diageo, η κοινοπραξία "δεν ήταν σε θέση να εκπληρώσει ορισμένες προϋποθέσεις για την ολοκλήρωση, οι οποίες αποτελούσαν μέρος της συμφωνίας πώλησης".

Η Windsor Global θα συνεχίσει να λειτουργεί την επιχείρηση Windsor υπό μια ανεξάρτητη οντότητα από την Diageo Korea.

• MARS Ο ALEJANDRO PINILLOS ΝΕΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΕ ΕΥΡΩΠΗ & ΤΟΥΡΚΙΑ

Η Mars διορίζει τον Alejandro Pinillos νέο αντιπρόεδρο μάρκετινγκ για την Ευρώπη, τις χώρες της Κοινοπολιτείας και την Τουρκία.

Ο Pinillos, προέρχεται από την PepsiCo όπου διετέλεσε Senior VP για την κατηγορία σνακ στην Ευρώπη από τον Ιούλιο του 2011.

Έχοντας προϋπηρεσία στα FMCG και το μάρκετινγκ, ο νέος αντιπρόεδρος αναμένεται να συμβάλει στην ενίσχυση των brands Mars Wrigley σε όλη την Ευρώπη, την Κοινοπολιτεία και τη Τουρκία.



• STARBUCKS ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΣ ΚΑΙ ΣΕ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ Ο ΚΑΦΕΣ

Ο καφές Starbucks® είναι πλέον διαθέσιμος και σε νέες μεγαλύτερες συσκευασίες, που περιέχουν 18 κάψουλες και ανάμεσα σε αυτές, 3 ποικιλίες, μία για κάθε επίπεδο καβουρδίσματος.

INFO - ΚΑΦΕΔΕΣ

- Starbucks Blonde® Espresso Roast: Ο πιο ελαφρύς espresso της σειράς Starbucks® που προσφέρει ήπιες απολαυστικές νότες.
- Starbucks® Single – Origin Colombia: Από 100% γνήσιο Κολομβιανό καφέ, με νότες ξηρών καρπών.
- Starbucks® Espresso Roast: Πλούσιος espresso με νότες καραμέλας βουτύρου.
- Η κάθε συσκευασία Starbucks® at home περιέχουν 18 κάψουλες



• IDEAL HOLDINGS

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΩΜΑΤΑ – Η ΕΙΚΟΝΑ ΓΙΑ ΑΣΤΗΡ ΚΑΙ COLEUS

Σημαντική είναι η αύξηση των μεγεθών του τομέα μεταλλικών πωμάτων για τον όμιλο Ideal, όπως φάνηκε από τα αποτελέσματα εξαμήνου που ανακοίνωσε προχθές η εισηγμένη.

Οι πωλήσεις του συγκεκριμένου τομέα (Βιομηχανία) αυξήθηκαν κατά 62%, τα EBITDA ενισχύθηκαν σε ποσοστό 57% συγκριτικά με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο, με τα κέρδη προ και μετά φόρων να κλείνουν τη χρήση στο +63%.

ΑΣΤΗΡ ΒΥΤΟΓΙΑΝΝΗΣ

Ειδικότερα, σε ό,τι αφορά την Αστήρ Βυτόγιαννης, η οποία δραστηριοποιείται στην κατασκευή και εμπορία μεταλλικών πωμάτων, σημείωσε αύξηση πωλήσεων κατά €11,8 εκατ. ή 81% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο και ανήλθε σε €26,3 εκατ.

Η σημαντική αύξηση αυτή οφείλεται τόσο στην αύξηση της πωληθείσας ποσότητας κατά 19% (από 3,2 δισ. πώματα σε 3,8 δισ.) όσο και στην αύξηση της τιμής, ως αποτέλεσμα της αύξησης της πρώτης ύλης. Σημειώνεται ακόμη ότι, "παρά τις αυξητικές τάσεις του κόστους ως αποτέλεσμα της ενεργειακής κρίσης, της αύξησης του πληθωρισμού και της συνεχιζόμενης διαταραχής στην εφοδιαστική αλυσίδα, η δυνατότητα της εταιρείας να καλύψει τη ζήτηση η οποία προέκυψε από την αδυναμία ανταγωνιστικών εταιρειών να προμηθεύσουν αντίστοιχα προϊόντα αξιοποιώντας πλήρως την παραγωγική της δυνατότητα, οδήγησε στη σημαντική αυτή αύξηση".

Ποσά σε χιλ. €	Α' Εξάμηνο 2022	Α' Εξάμηνο 2021	Δ %
Κύκλος Εργασιών	45.072	27.828	62%
EBITDA	9.670	6.140	57%
Κέρδη προ Φόρων	8.504	5.217	63%
Καθαρά Κέρδη	6.628	4.069	63%

COLEUS

Αναφορικά με την Coleus Packaging Proprietary Limited, εταιρεία παραγωγής μεταλλικών πωμάτων στη Νότια Αφρική – η οποία θα ενοποιείται στα αποτελέσματα της Ideal Holdings από το γ' τρίμηνο του 2022 – εμφάνισε πωλήσεις €18,8 εκατ. στο εξάμηνο, σημειώνοντας επίσης σημαντική αύξηση κατά €5,5 εκατ. ή 41% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Σύμφωνα με τη διοίκηση της εισηγμένης, "η συμφωνία αυτή θα επιτρέψει συνέργειες σε πρώτες ύλες, κόστος εξυπηρέτησης και συνεργασίες σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές, δημιουργώντας σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης".

Για το β' εξάμηνο του 2022 η εταιρεία εκτιμά ότι θα συνεχιστεί η ανοδική πορεία των εταιρειών του τομέα, αλλά με ηπιότερους ρυθμούς σε σχέση με το πρώτο μισό της χρονιάς.

**ΣΤΟ 14,28% ΜΕΙΩΘΗΚΕ
Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ
ΤΗΣ THRUSH INVESTMENT**

Στο 14,28% διαμορφώνεται το ποσοστό της Thrush Investment στην Ideal Holdings, σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση.



Λάμπρος Παπακωνσταντίνου, CEO, Ideal Holdings

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

 Business Opinions - Business Secrets - Τράπεζες
 Ναυτιλία - Real Estate - Μετακινήσεις Στελεχών

MAZI ME TO BNB DAILY

BnBeauty



• ΚΡΑΣΙ ΧΡΟΝΙΑ ΤΩΝ ΟΙΝΟΛΟΓΩΝ ΚΑΙ ΕΞΑΝΤΛΗΜΕΝΩΝ ΚΡΑΣΙΩΝ ΤΟ 2022

Στη "χρονιά των οινολόγων", αλλά και των εξαντλημένων - λόγω ζήτησης - κρασιών σε πολλά επώνυμα οινοποιεία της Βόρειας Ελλάδας φαίνεται ότι εξελίσσεται το 2022, όπως ανέφερε ο Στέλιος Μπουτάρης στο ΑΠΕ - ΜΠΕ.

Οι καιρικές συνθήκες που επικράτησαν προς το τέλος του Αυγούστου και τις αρχές Σεπτεμβρίου, με έντονες βροχοπτώσεις και στη Βόρεια Ελλάδα, "σόκαραν" και "νέρωσαν" τα σταφύλια σε πολλές περιοχές, ιδίως σε συγκεκριμένες ποικιλίες, με αποτέλεσμα η μαεστρία των οινοποιών και των οινολόγων να εξελίσσεται σε βασικό παράγοντα για την ποιότητα της φετινής οινοπαραγωγής, καθώς χρειάστηκε να ληφθούν κρίσιμες αποφάσεις για τη διαχείρισή της, τόσο προληπτικά, όσο και θεραπευτικά: εξ ου και το 2022 χαρακτηρίζεται από πολλούς οινοποιούς ως η χρονιά του/της οινολόγου.

Εν αναμονή των εξελίξεων, στα βορειοελλαδικά οινοποιεία επικρατεί αναβρασμός, καθώς ο τρύγος που αναμένεται να ολοκληρωθεί λίγο πριν από τα μέσα Οκτωβρίου βρίσκεται σε εξέλιξη, με τις λευκές -και ορισμένες ερυθρές- ποικιλίες να έχουν ήδη τρυγηθεί στο 100%.

ΜΕΙΩΜΕΝΟΣ Ο ΟΓΚΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Ως προς τον όγκο της παραγωγής επισημαίνει ότι ενώ όλα έδειχναν ότι αυτή θα είναι φέτος αυξημένη, φαίνεται τελικά πως θα είναι μικρότερη, κατά περίπου 15%, λόγω των καιρικών συνθηκών που επικράτησαν στο τέλος του καλοκαιριού - αρχές φθινοπώρου. Σε κάθε περίπτωση, η εικόνα αναμένεται να ξεκαθαρίσει πλήρως μέχρι τις 10 Οκτωβρίου, όταν ο τρύγος στη Βόρεια Ελλάδα εκτιμάται ότι θα ολοκληρωθεί με το Ξινόμαυρο. Πάντως, αν η παραγωγή επηρεάστηκε δυσμενώς το 2022 από τις καιρικές συνθήκες, δεν ισχύει το ίδιο με την πορεία των ελληνικών κρασιών στο εμπορικό κομμάτι.

ΑΥΞΗΜΕΝΗ ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΛΕΥΚΑ

"Εμπορικά το 2022 εξελίσσεται πάρα πολύ καλά, πηγαίνοντας χέρι-χέρι με την πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα και με το γεγονός ότι ταβέρνες και εστιατόρια προσφέρουν πλέον και επώνυμα εμφιαλωμένα κρασιά", λέει ο κ. Μπουτάρης και προσθέτει ότι ειδικά στο δικό του οινοποιείο, οι εξαγωγές είναι φέτος αυξημένες κατά 30% σε σχέση με



πέρυσι και κατά 50% σε σύγκριση με το 2019. Μεγαλύτερη ζήτηση εξακολουθούν να έχουν τα λευκά (ασύρτικο, μαλαγουζιά, μοσχοφίλερο), αλλά και τα κόκκινα από γηγενείς ποικιλίες, ενώ εξαγωγές γίνονται ακόμα και σε αγορές που μέχρι πρότινος ήταν terra incognita για τα ελληνικά κρασιά, όπως το Καζακστάν, από όπου μάλιστα η ζήτηση ήρθε... από μόνη της, χωρίς να γίνει κρούση από κάποιο ελληνικό οινοποιείο.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΣΤΟ ΚΑΖΑΚΣΤΑΝ

Εξαγωγές πραγματοποιούνται και στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, όπου υπάρχει ζήτηση για κρασιά από τους ξένους που εργάζονται εκεί, αλλά όπως επισημαίνει ο κ. Μπουτάρης, δεν έγιναν καινούργιες συμφωνίες φέτος, με την αφορμή της 86ης ΔΕΘ, στην οποία τα Εμιράτα ήταν η τιμώμενη χώρα. Στη λιανική αγορά εντός των συνόρων και ιδίως στα σούπερ μάρκετ, οι πωλήσεις είναι μειωμένες κατά 10%, σε σχέση με πέρυσι, έχοντας επιστρέψει στα επίπεδα του 2019, καθώς υπήρξε εξισορρόπηση της ζήτησης, μετά την κατακόρυφη άνοδό της κατά την περίοδο της πανδημίας.



• CARLSBERG ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΑ 30 ΧΡΟΝΙΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΣΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΤΗΣ LIVERPOOL FOOTBALL CLUB

Η Carlsberg γιορτάζει τη μακροβιότερη σχέση της Premier League, συμπληρώνοντας φέτος 30 χρόνια συνεχούς υποστήριξης στην Liverpool FC. Έτσι, για να τιμήσει αυτή την επέτειο, δημιούργησε τις limited edition συσκευασίες, εμπνευσμένες τόσο από τους παίκτες της ιστορικής ομάδας, όσο και από τα τραγούδια που έφεραν κοντά όλους τους οπαδούς της Liverpool, σε όλον τον κόσμο.

Οι παίκτες Ian Rush, John Barnes, Sami Hyypia, Robbie Fowler, Jamie Carragher και Luis Garcia, πρωταγωνιστούν στις συλλεκτικές συσκευασίες της επετειακής Carlsberg.

ΒΑΘΙΑ ΡΙΖΩΜΕΝΗ ΣΧΕΣΗ

Η επικεφαλής χορηγίων στον Όμιλο Carlsberg, αναφέρει: "Είμαστε ενθουσιασμένοι που γιορτάζουμε τα 30 χρόνια ως υποστηρικτές της Liverpool FC. Αυτή η σχέση είναι βαθιά ριζωμένη σε ένα κοινό σύνολο αξιών και υπερβαίνει κατά πολύ μια απλή χορηγία. Το να μοιράζεσαι ένα ταξίδι για 30 χρόνια, με τα όποια σκαμπανεβάσματά του, είναι πραγματικά κάτι το ξεχωριστό. Οι limited edition συσκευασίες μας είναι ένας εξαιρετικός τρόπος να αναγνωρίσουμε αυτό το ταξίδι, δίνοντας κάτι μοναδικό και γεμάτο από τις αναμνήσεις και την ιστορία της LFC, στους θαυμαστές".

• **AQUA CARPATICA**

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ATHENS COFFEE FESTIVAL

Στα πλαίσια του Festival, το AQUA Carpatica διοργάνωσε ενημερωτικό σεμινάριο σε συνεργασία με τον Βαλάνη Λαμπριανίδη "Valenio", Executive Barista Trainer, Coffee Consultant & WCE Certified Judge, με θέμα "Quality water makes tasteful coffee".

Κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου οι παρευρισκόμενοι έμαθαν για τα συστατικά του νερού και πως επηρεάζουν τη γεύση του καφέ.

Όπως αναφέρει η εταιρεία, το νερό που επιλέγουμε για να φτιάξουμε τον καφέ μας, θα πρέπει να είναι καθαρό και φρέσκο από άποψη γεύσης, οσμής και εμφάνισης. Θα πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας και επιπλέον, δεν πρέπει να περιέχει χλώριο, χλωραμίνη και υποχλωριώδη, ενώ θα πρέπει να έχει ικανοποιητική περιεκτικότητα σε μαγνήσιο.

ΜΗΔΕΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΝΑΤΡΙΟ

"Το AQUA Carpatica, αποτελεί την ιδανική

επιλογή καθώς έχει την τέλεια περιεκτικότητα σε μεταλλικά στοιχεία και τη σωστή αλκαλικότητα για να αναδείξει το καλύτερο από έναν εκλεκτό καφέ. Δουλεύοντας ασταμάτητα, παρασκευάζοντας αμέτρητα φλιτζάνια καφέ, πραγματοποιώντας συνεχώς έρευνες, μπορώ πια με σιγουριά να δηλώσω ότι το νερό παίζει τον πιο σημαντικό ρόλο στο τελικό αποτέλεσμα του καφέ μας. Μια μέρα βρέθηκε στα χέρια μου το νερό AQUA Carpatica, το δοκίμασα και κατέληξα στο ότι, έχει την τέλεια περιεκτικότητα για να αναδείξει έναν εκλεκτό καφέ", δήλωσε μεταξύ άλλων ο Valenio.

COFFEE BREW BAR

Επιπλέον, καθ' όλη τη διάρκεια του Festival στο περίπτερο του AQUA Carpatica, οι επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να μάθουν τα πάντα γύρω από το προϊόν, το μοναδικό νερό στον κόσμο με μηδέν νιτρικά στο Φυσικώς Ανθρακούχο ή σχεδόν μηδέν στο Φυσικό Μεταλλικό Νερό, καθώς και για τη



σημασία να προσέχουμε ιδιαίτερα τα επίπεδα νιτρικών στο νερό που πίνουμε, για την υγεία μας.

Επίσης, το περίπτερο του AQUA Carpatica μεταμορφώθηκε για κάποιες ώρες σε Coffee Brew bar όπου ο Βαλάνης Λαμπριανίδης ή αλλιώς "Valenio" ανέλαβε το πόστο του καφέ. Παρασκεύαζε καφέ από εκλεκτή ποικιλία χρησιμοποιώντας για την παρασκευή του το Φυσικό Μεταλλικό νερό AQUA Carpatica και νερό βρύσης. Κατόπιν καλούσε τους παρευρισκόμενους σε τυφλή γευστική δοκιμή, προκειμένου και μόνοι τους να διαπιστώσουν πως ένα ποιοτικό νερό αναδεικνύει τη γεύση του καφέ.

• **ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ**

ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΤΟ 2022 - ΗΠΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΝ ΠΕΡΑΣΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Σταθερότητα αναμένεται να καταγράψει στην οικονομική χρήση του 2022 η Χαλκιάδακς, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της αλυσίδας στα τέλη Αυγούστου, στοχεύοντας σε περαιτέρω ανάπτυξη, μείωση του κόστους και τη δημιουργία κερδοφορίας στις επόμενες χρήσεις.

ΞΕΠΕΡΑΣΕ ΤΟΝ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Ειδικότερα, η εταιρεία που δραστηριοποιείται στον κλάδο του λιανικού και χονδρικού εμπορίου μέσω καταστημάτων supermarket και cash & carry στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης, έκλεισε το 2021 με άνοδο 2,09% στις πωλήσεις, ξεπερνώντας τον μέσο όρο της αγοράς supermarket στην Ελλάδα, σύμφωνα με την NielsenIQ (1,3% το 2021).

Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη τη σύγκριση Ουκρανίας – Ρωσίας, εκτιμά ότι είναι πιθανό να επηρεάσει τις τιμές των εμπορευμάτων της εταιρείας και το κόστος μεταφοράς, γεγονός που συνδυαστικά με την αύξηση του ενεργειακού κόστους μπορεί να έχει επίδραση στο κόστος λειτουργίας για τη χρήση του 2022.

DATA (σε €χιλ.)

<u>Κύκλος εργασιών</u>	<u>EBITDA</u>
2021: 175.863	2021: 18.349
2020: 172.250	2020: 18.687
Μεταβολή: 2,10%	Μεταβολή: (1,81%)
<u>Μεικτό αποτέλεσμα</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2021: 50.880	2021: 12.829
2020: 49.599	2020: 13.343
Μεταβολή: 2,58%	Μεταβολή: (3,85%)
<u>Κέρδη μετά φόρων</u>	
2021: 9.808	
2020: 9.955	
Μεταβολή: (1,47%)	

ΕΝΙΣΧΥΣΕ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Η πορεία των πωλήσεων το 2021, χαρακτηρίζεται από τη διοίκηση ως ικανοποιητική, καθώς, δεδομένων των συνθηκών της αγοράς, έθεσε υψηλούς στόχους και χάραξε τη στρατηγική της αλυσίδας. Όπως προκύπτει από τα μεγέθη της αύξησε τον κύκλο εργασιών της και ενίσχυσε τη θέση της στην το-



πική αγορά.

Αξίζει να αναφέρουμε ότι βασικός μέτοχος της Χαλκιάδακς είναι η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης, συνεργασία, που, όπως επισημαίνει η διοίκηση "προσέδωσε μεγαλύτερο κύρος και εμπιστοσύνη, δημιουργώντας καλύτερες προσδοκίες για τα επόμενα χρόνια".

Σημειώνεται, τέλος, ότι πέρυσι αυξήθηκε και το προσωπικό της κατά 2,39%, φτάνοντας τους 1.452 εργαζομένους, ενώ κατέβαλε €24,245 εκατ. για μισθούς και εργοδοτικές εισφορές.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΠΕΣΠΑΣΕ 10 ΒΡΑΒΕΙΑ

Δέκα βραβεία απέσπασε η ΑΒ Βασιλόπουλος στα φετινά Supermarket Awards και τα Convenience Retail Awards.

Πιο συγκεκριμένα, στα Supermarket Awards 2022 κατέκτησε 2 χρυσά:

- Στην κατηγορία Ηλεκτρονικό Σούπερ Μάρκετ για το ΑΒ Eshop
- Στην κατηγορία Private Label (Προϊόντα / Σειρές PL) για τα προϊόντα της σειράς OceaniQ – Θέλω να φροντίζω το σπίτι μου, φροντίζοντας το περιβάλλον, τα οποία διαθέτουν συσκευασία 100% φιλική προς το περιβάλλον καθώς προέρχονται από ανακυκλωμένα αλιευτικά δίχτυα, ενώ δεν περιέχουν καθόλου ζωικά συστατικά

Επιπλέον κέρδισε 4 Silver βραβεία, στην κατηγορία:

- Δίκτυο Franchising για το επιτυχημένο Δίκτυο Franchise AB Shop & Go, που φέρνει στις γειτονιές ένα ιδανικό τύπο καταστήματος για γρήγορα και εύκολα ψώνια
- Στρατηγική Social Media για τη συνολική Social Media στρατηγική της ΑΒ
- Καινοτόμες Πρακτικές Ψηφιακής Επικοινωνίας για το ολοκληρωμένο πρόγραμμα "Ο διατροφολόγος ΣΟΥ εί- ναι εδώ", μια καινοτόμα υπηρεσία που

προσφέρει δωρεάν μέσα από το site allazoumesinithies.ab.gr

- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR) – Άνθρωπος για την υποστήριξη προγραμμάτων γύρω από την υγιεινή διατροφή, μέσω της οποίας συμβάλλει στην εκπαίδευση των παιδιών γύρω από τη σωστή διατροφή.

Διακρίθηκε και με ένα Bronze βραβείο στην κατηγορία

- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR) – Περιβάλλον για τη 18μηνη έρευνα για τη διερεύνηση της σπατάλης τροφίμων σε όλη την εφοδιαστική της αλυσίδα, σε συνεργασία με το Χαρακόπειο Πανεπιστήμιο.

Η ΑΒ Βασιλόπουλος κατέκτησε, επίσης, τριπλή διάκριση στα Convenience Retail Awards 2022 για τα καταστήματά της ΑΒ Shop & Go. Συγκεκριμένα:

- Δύο χρυσά και ένα ασημένιο στις κατηγορίες Franchise Brand Convenience Store - Mini Market - Small Supermarket στην Αττική, Πρότυπο Convenience Store - Mini Market - Small Supermarket και Franchise Brand Convenience Store - Mini Market - Small Supermarket στη Θεσσαλονίκη, αντίστοιχα



Γιάννης Μασούτης, Διευθύνων Σύμβουλος, Μασούτης



Το Silver βραβείο στην κατηγορία Δίκτυο Franchising παραλαμβάνει ο Δημήτρης Παπαχρυσάνθου, Wholesale & Affiliate Retail Director ΑΒ Βασιλόπουλος

• ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ ΜΕ ΓΑΛΑΞΙΑΣ - ΔΗΜΗΤΡΑ ΜΑΡΚΕΤΣ & ΜΑΡΚΑΤΟ

Κατοχυρώθηκε χθες στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο το σχέδιο σύμβασης συγχώνευσης των εταιριών Γαλαξίας - Δημήτρα Μάρκετς και της αλυσίδας καταστημάτων Μαρκάτος, στην Διαμαντής Μασούτης. Ειδικότερα, η Μασούτης, κατέχει το 100% των μετοχών των παραπάνω εταιριών, οι οποίες με την ολοκλήρωση της συγχώνευσης θα λυθούν χωρίς να επακολουθήσει εκκαθάρισή τους, ενώ το σύνολο της περιουσίας τους (ενεργητικό και παθητικό), όπως αυτό προκύπτει από τον ισολογισμό θα περάσει στην Μασούτης.

• **AHOLD DELHAIZE**

ΕΞΑΓΟΡΑΣΕ ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΣΤΗΝ BENELUX – ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΣΤΗΝ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΤΟ ΚΡΑΣΙ

Η Delhaize θυγατρική της Ahold Delhaize προχώρησε στην εξαγορά του μεγαλύτερου οινοποιείου στην Benelux, το οποίο άνοιξε τις πόρτες του προχτές Τρίτη 28 Σεπτεμβρίου παρουσία του πρωθυπουργού του Βελγίου, Alexander De Croo.

Πρόκειται για μια επένδυση που αγγίζει τα €30 εκατ. και στόχο έχει την εμφιάλωση κρασιού, τόσο για τους πελάτες της θυγατρικής στο Βέλγιο, όσο και για το δίκτυο της Ahold Delhaize σε Ευρώπη και ΗΠΑ.

ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΣΤΟ ΚΡΑΣΙ

Συγκεκριμένα, το κρασί από το οινοποιείο του Benelux θα τροφοδοτεί τα brands Delhaize, Albert Heijn, Gall & Gall, Mega Image, Albert, Hannaford και Food Lion, ενώ θα είναι διαθέσιμο και στην ΑΒ Βασιλόπουλος, θυγατρική της Ahold Delhaize στην Ελλάδα.

Σημειώνεται ότι η Ahold Delhaize διαθέτει παράδοση στο κρασί, καθώς λίγο μετά την ίδρυση της το 1867, εγκαίνιασε ιδιόκτητη μονάδα εμφιάλωσης κρασιού το 1880 στις Βρυξέλλες.

ΤΕΣΣΕΡΙΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗΣ

Το οινοποιείο του Benelux, εμβαδού 9.500 τ.μ., αναμένεται να συγκεντρώνει κρασί σε χύδην μορφή από διαφορετικούς αμπελώνες από όλο τον κόσμο, το οποίο θα αποθηκεύεται σε μεγάλα βαρέλια στην κάβα του οινοποιείου, θα φιλτράρεται με παραδοσιακό τρόπο και έπειτα θα εμφιαλώνεται.



Η μονάδα εμφιάλωσης μπορεί να αποθηκεύσει 3.000.000lt κρασιού και να εμφιαλώσει 18.000 φιάλες την ώρα, καθώς διαθέτει τέσσερις γραμμές εμφιάλωσης.

Στο νέο οινοποιείο θα παράγονται 150 διαφορετικά κρασιά και θα απασχολούνται 73 wine specialists.

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ

Έχοντας ως προτεραιότητα τη βιώσιμη εμφιάλωση, η Delhaize έχει επενδύσει σε βιώσιμα συστήματα εμφιάλωσης, σχεδιάζει το κρασί να αποθηκεύεται σε υπόγειες εγκαταστάσεις, κα-



Wouter Kolk, CEO, Ahold Delhaize Europe & Indonesia

θώς εκεί υπάρχει σχεδόν σταθερή θερμοκρασία χειμώνα και καλοκαίρι χωρίς να χρειάζεται ψύξη ή θέρμανση, ενώ η μεταφορά χύδην αντί εμφιαλωμένου κρασιού μειώνει τις εκπομπές άνθρακα και το κόστος μεταφοράς κατά 50%.

"Τα μεγάλα local brand της Ahold Delhaize έχουν όλα τη δική τους τεχνογνωσία. Είμαι υπερήφανος όταν μπορούμε να μοιραζόμαστε τη γνώση με τρόπο που να ωφελεί τα άλλα brands και τους πελάτες τους. Σήμερα γίνεται σαφές ότι η εμπειρία 140 και πάνω ετών της Delhaize στην εμφιάλωση κρασιών έχει φτάσει σε ένα ακόμη πιο φιλόδοξο επίπεδο", αναφέρει ο Διευθύνων Σύμβουλος της Ahold Delhaize Europe & Indonesia, Wouter Kolk.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **AHOLD DELHAIZE**

ΠΡΟΤΕΙΝΕΙ ΤΗΝ ΕΠΑΝΕΚΚΛΟΓΗ ΤΟΥ FRANS MULLER ΩΣ ΠΡΟΕΔΡΟΥ & CEO

Η Ahold Delhaize ανακοίνωσε ότι προτείνει την επανεκλογή του Frans Muller ως Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου και μέλους του Διοικητικού Συμβουλίου, στο πλαίσιο της Ετήσιας Γενικής Συνέλευσης των Μετόχων στις 12 Απριλίου 2023. Ο Frans Muller έγινε Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος την 1η Ιουλίου 2018. Πριν από αυτό, διετέλεσε μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου και Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος και Chief Integration Officer από το 2016. Πριν από την Ahold Delhaize, ο Muller ήταν Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του Ομίλου Delhaize.

LEADING TOGETHER

Ο Peter Agnefjäll, Πρόεδρος του Εποπτικού

Συμβουλίου της Ahold Delhaize, δήλωσε: "Είμαστε ενθουσιασμένοι που ο Frans θα συνεχίσει ως Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Ahold Delhaize, με την επιφύλαξη της έγκρισης των μετόχων. Από τότε που ξεκίνησε σε αυτόν τον ρόλο τον Ιούλιο του 2018, η εταιρεία συνέχισε να βασίζεται στα δυνατά της σημεία. Υπό την ηγεσία του Frans εισήχθη η στρατηγική Leading Together, η οποία αύξησε την ικανότητά της να εξυπηρετεί καλύτερα τους πελάτες της".

Από την πλευρά του ο Frans Muller ανέφερε: "Είμαι ευγνώμων για την υποψηφιότητα και θα ήταν τιμή μου να συνεχίσω να ηγούμαι της Ahold Delhaize, μαζί με τους συναδέλφους της Εκτελεστικής Επιτροπής, τις μεγάλες τοπικές



επωνυμίες μας και τους φροντισμένους συνεργάτες μας, φροντίζοντας να υποστηρίξουμε τις κοινότητές μας και εκπληρώνουμε τον σκοπό μας να βοηθήσουμε τους πελάτες μας να τρώνε καλά, να εξοικονομούν χρόνο και να ζουν καλύτερα".

• **SIAL INSIGHTS**

ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η ψηφιακή τεχνολογία παίζει ρόλο σε κάθε πτυχή της σχέσης των καταναλωτών με τα τρόφιμα, όπως προκύπτει από μελέτη που διενεργήθηκε για λογαριασμό της SIAL.

Ειδικότερα, η μελέτη Kantar Insights Food 360 Study 2022 έδειξε πώς η πανδημία συνέβαλε στην εισαγωγή νέων συνηθειών που σχετίζονται με την κατανάλωση τροφίμων, οδηγώντας τους καταναλωτές να τρώνε πιο υγιεινά, ασφαλέστερα και με πιο βιώσιμους τρόπους. Τα αποτελέσματα της έρευνας περιγράφονται από τη SIAL Insights, εν όψει της έκθεσης SIAL στο Παρίσι τον Οκτώβριο.

ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ

Η παγκόσμια πανδημία ανάγκασε τους καταναλωτές να περιοριστούν στο σπίτι τους. Έτσι, χρησιμοποιούσαν διαδικτυακές πλατφόρμες αγορών για να βρουν βασικά προϊόντα οικιακής χρήσης.

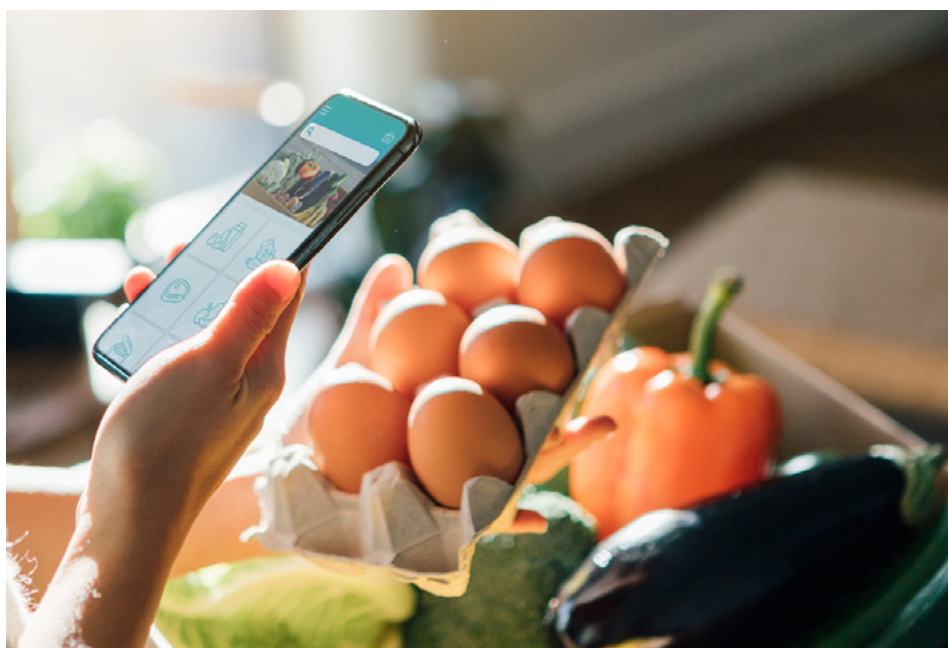
Αυτή η συνήθεια αναμένεται να συνεχιστεί, με νέους πελάτες ακόμη και σε περιοχές όπως η Ασία, όπου η αγορά ψηφιακής παράδοσης ήταν ήδη ανεπτυγμένη. Στην πραγματικότητα, η Ασία αντιπροσώπευε το 45% των συνολικών online πωλήσεων καταναλωτικών προϊόντων το 2022, ποσοστό σχεδόν διπλάσιο από ό,τι σε ΗΠΑ και Δυτική Ευρώπη.

ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΔΗΜΟΦΙΛΗΣ

Μελέτη της Kantar έδειξε ότι ο ψηφιακός τομέας παρέμεινε αλώβητος από την πανδημία. Σημειώθηκε αύξηση κατά 2,1 ποσοστιαίες μονάδες στη συνολική ανάπτυξη της παγκόσμιας αγοράς τροφίμων, σε σύγκριση με το 2021 και το 2020. Επίσης, σημειώθηκε αύξηση 15,8% στο παγκόσμιο ηλεκτρονικό εμπόριο προϊόντων διατροφής κατά την ίδια περίοδο.

Επιπλέον, ένας αυξανόμενος αριθμός καταναλωτών (40%) χρησιμοποιεί πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι εν λόγω καταναλωτές χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο πιο συχνά, πάνω από δέκα φορές το χρόνο. Το 2019, το 31,6% των ερωτηθέντων χρησιμοποίησε το ηλεκτρονικό εμπόριο, 6,9 φορές ετησίως.

Η Κίνα και η Νότια Κορέα έχουν αναγνωριστεί ως δύο από τους μεγαλύτερους χρήστες του ηλεκτρονικού εμπορίου - με ποσοστά χρήσης 88,8% και 87,1% αντίστοιχα - ενώ στη Δυτική Ευρώπη το ποσοστό διμορφώνεται περίπου στο 35%



QUICK COMMERCE

Η έκθεση σημειώνει ότι οι υπηρεσίες γρήγορου εμπορίου (Quick commerce), όπως οι Gorillas, Cjao και Getir, ανθίζουν σε μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις. Στη Γαλλία, το quick commerce αντιπροσωπεύει το 12% των ειδών παντοπωλείου που παραδίδονται στο σπίτι και το 39% των ειδών παντοπωλείου που παραδίδονται σε καταναλωτές ηλικίας κάτω των 28 ετών.

Η Ασία βρίσκεται και πάλι μπροστά σε αυτόν τον τομέα, με ορισμένες εταιρείες να προσφέρουν παραδόσεις σε λιγότερο από 10 λεπτά. Ωστόσο, η ανάπτυξη της αγοράς προφανώς επιβραδύνεται, με τις επιπτώσεις της παγκόσμιας πανδημίας να γίνονται λιγότερο αισθητές το 2022.

ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η έκθεση της SIAL αναφέρει, παράλληλα, ότι οι ανησυχίες των καταναλωτών σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη, καθώς και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των παραδόσεων και την οικονομική κατάσταση του προσωπικού παράδοσης, ενισχύουν τη θέση των παραδοσιακών retailers στον κόσμο του quick commerce.

Παράλληλα, οι μισοί από τους ερωτηθέντες είπαν ότι αναζητούν ενεργά πληροφορίες για το φαγητό που τρώνε, με το διαδίκτυο να είναι μια κρίσιμη πλατφόρμα.

Ελευθερία Πιπεροπούλου
eleftheria@notice.gr

• ΣΟΓΙΑ ΗΠΑ

ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΙΜΟ ΤΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Το USSEC (Συμβούλιο Εξαγωγών Σπόρων Σόγιας ΗΠΑ) ανταποκρίνεται στο αίτημα των πελατών του για πιστοποίηση της βιωσιμότητας της σόγιας που προμηθεύονται.

Οι διεθνείς πελάτες της Αμερικανικής Σόγιας, σε όλο το μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας, μπορούν πλέον να αποδεικνύουν τη δέσμευσή τους στην προμήθεια βιώσιμων συστατικών. Το Πρωτόκολλο Βιωσιμότητας της Αμερικανικής Σόγιας (SSAP), επεκτάθηκε ώστε να επιτρέπει τη μεταβίβαση των πιστοποιητικών έως και τέσσερις φορές.

ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟ

Οι αγοραστές σόγιας από τις ΗΠΑ ζητούν εδώ και καιρό διαφάνεια σχετικά με τη βιωσιμότητα του προϊόντος που αγοράζουν. Η αλλαγή στο πρωτόκολλο SSAP της Soy Export Sustainability, LLC, που χρηματοδοτείται εν μέρει από το Εθνικό Συμβούλιο Σπόρων Σόγιας, επιτρέπει στους πελάτες να κρατούν αρχείο των αγορών τους βιώσιμης Αμερικανικής Σόγιας και να περιλαμβάνουν τις αγορές αυτές στο πρόγραμμα Περιβαλλοντικής, Κοινωνικής Εταιρικής Διακυβέρνησης τους (ESG).

Κάθε εισαγωγέας θα λαμβάνει από τον εξαγωγέα ένα πιστοποιητικό στο δικό του όνομα. Στη συνέχεια, ο εισαγωγέας θα μπορεί να μεταβιβάσει το πιστοποιητικό στους δικούς του πελάτες. Το πιστοποιητικό θα μπορεί να μεταβιβαστεί συνολικά τέσσερις φορές μετά την εξαγωγή.

Η ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Η πιστοποίηση SSAP για τη σόγια αναπτύ-



χθηκε το 2013 και είναι μια επαληθευμένη συνολική προσέγγιση, ελεγχόμενη από διάφορους φορείς, που πιστοποιεί τη βιώσιμη παραγωγή σπόρων σόγιας σε εθνικό επίπεδο στις ΗΠΑ. Τα πιστοποιητικά εκδίδονται και παρακολουθούνται από την εταιρεία Soy Export Sustainability, LLC.

Ενώ η αλλαγή καλύπτει, μεσοπρόθεσμα, τις ανάγκες των αγοραστών να αποδείξουν τη δέσμευσή τους στην προμήθεια βιώσιμης σόγιας, μακροπρόθεσμα ενδέχεται να συμβάλει και στην αύξηση της ζήτησης των προϊόντων τους, λόγω της προτίμησης των καταναλωτών σε βιώσιμα προϊόντα.

Σύμφωνα με τις προδιαγραφές του SSAP, οι Αμερικανοί παραγωγοί σπόρων σόγιας βελτιώνουν διαρκώς τη βιωσιμότητα της παραγωγής τους, διασφαλίζοντας ένα ακόμη πιο βιώσιμο προϊόν στο μέλλον. Η Αμερικανική Σόγια έχει ήδη αναγνωρισθεί ως έχουσα το μικρότερο αποτύπωμα διοξειδίου του άνθρακα σε σχέση με τη σόγια άλλης προέλευσης. Επιπλέον, η πιστοποίηση SSAP περιλαμβάνει τους ελέγχους των καλλιεργειών που γίνονται από μια ανεξάρτητη αρχή, το Department of Agriculture (USDA).



• ΚΡΕΑΣ

ΙΔΡΥΕΤΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΚΡΕΑΤΟΣ

Ολοκληρώθηκαν στο Παρίσι οι διαβουλεύσεις των έξι βασικών ιδρυτικών μελών του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Διεπαγγελματικών Οργανώσεων Κρέατος, της γαλλικής Interbev, της ελληνικής ΕΔΟΚ, η οποία συμμετείχε με τριμελή αποστολή, της ιταλικής Intercarneitalia, των ισπανικών Provacuno και Interovic και της πολωνικής Polish Beef Association.

Αρχικά στη συνεδρίαση μελετήθηκε, συμφωνήθηκε και υπογράφηκε, το πλαίσιο των βασικών αρχών λειτουργίας καθώς επίσης και οι στόχοι του Συνδέσμου. Επίσης, αποφασίστηκαν οι πρωτοβουλίες και οι δράσεις, που αφορούν το μέλλον της κτηνοτροφίας και όλου του τομέα του κρέατος.

ΟΡΙΣΜΟΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Ιδιαίτερη σημασία δόθηκε στη δημιουργία ενός αποδεκτού, από όλους τους εταίρους, ορισμού της βιωσιμότητας της κτηνοτροφίας στην ΕΕ. Συζητήθηκε επίσης η πορεία των διαπραγματεύσεων με ακόμη τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες, που ήδη συμφωνήθηκε να αποτελέσουν και αυτές ιδρυτικά μέλη του Συνδέσμου.

Η ολομέλεια των έξι ιδρυτικών μελών, μεταξύ των οποίων και η ΕΔΟΚ, μετά την ολοκλήρωση των διαβουλεύσεων θα ορίσει την ημερομηνία διακήρυξης της ίδρυσης του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Διεπαγγελματικών Κρέατος, που αναμένεται να πραγματοποιηθεί στις Βρυξέλλες, περί τα μέσα Νοεμβρίου.

Σκοπός της ίδρυσης του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου είναι να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα υπεράσπισης των συμφερόντων των Ευρωπαίων κτηνοτρόφων και καταναλωτών, αρχής γενομένης από την επαναδιαπραγμάτευση αποφάσεων που ενοχοποιούν την κτηνοτροφία και την κατανάλωση κρέατος.

• ΚΟΡΕ

ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΜΑΤΑ ΓΚΡΕΤΑ

Τη νέα καμπάνια για την τομάτα Γκρέτα παρουσιάζει η ΚΟΡΕ, η οποία κεντρικό μήνυμά έχει τη συγκομιδή της νέας σοδειάς της. "Γιατί η τομάτα Γκρέτα είναι οι άνθρωποι της. Από εκείνους που τη μεγαλώνουν με μεράκι και φροντίδα μέχρι εκείνους που την επιλέγουν στο ράφι και τη βάζουν στην καθημερινότητά τους", αναφέρει η εταιρεία και συμπληρώνει ότι οι τομάτες Γκρέτα μεγαλώνουν με φροντίδα και ωριμάζουν, μέχρι να αποκτήσουν το χαρακτηριστικό βαθύ, κόκκινο ζωηρό τους χρώμα, το οποίο σηματοδοτεί την ώρα της συγκομιδής. Ωριμη τομάτα είναι αυτή στην οποία η σάρκα πα-



ραμένει ακόμη σκληρή, διαθέτει υψηλή περιεκτικότητα σακχάρων και χαμηλή οξύτητα. Τη στρατηγική και την επιμέλεια της ενέργειας έκανε η Seventy Nine Minds ενώ την παραγωγή επιμελήθηκε η Dk films.

[Δείτε εδώ την καμπάνια](#)

• **HELL ENERGY**

NEA ENERGY COFFEE BLACK COFFEE ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η Hell Energy, στον τομέα των παγωμένων καφέδων της, ανανεώνει το Black Coffee, το οποίο κυκλοφορεί αποκλειστικά και μόνο στην ελληνική αγορά.

Το ανανεωμένο Energy Coffee Black Coffee δεν περιέχει καθόλου γάλα, το μοναδικό από την σειρά, και έχει ακόμη χαμηλότερο ποσοστό ζάχαρης από το προηγούμενο, μόλις 5.5g/100ml. Επίσης, έχει ενισχυθεί η περιεκτικότητα του σε καφέ (42,3%) και καφεΐνη (58MG/100ML). Το νέο προϊόν κυκλοφορεί σε ανακυκλώσιμα κουτάκια των 250ml και είναι φτιαγμένο με υψηλής ποιότητας συστατικά προσφέροντας μία μοναδική εμπειρία καφέ σε φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες, όπως μας έχει συνηθίσει η Hell.

COLD BREW

Το εκχύλισμα καφέ του Black Coffee παρασκευάζεται με την μέθοδο Cold Brew, κατά την οποία οι κόκκοι καφέ δεν παρασκευάζονται με το παραδοσιακό ζεστό νερό, αλλά με κρύο. Χάρη σε αυτή την διαδικασία τα οξέα απελευθερώνονται από τους κόκκους με διαφορετικό τρόπο, με αποτέλεσμα ο καφές να



είναι πολύ πιο απαλός. Μάλιστα, ενώ η παραδοσιακή παρασκευή καφέ διαρκεί μόνο ένα με δύο λεπτά, η μέθοδος Cold Brew μπορεί να διαρκέσει από 6 έως 20 ώρες. Το νέο παγωμένο ρόφημα καφέ δεν περιέχει καθόλου συντηρη-

τικά και παρασκευάζεται με πραγματικά εκχυλίσματα καφέ Arabica. Η Hell Energy είναι παρούσα με τη σειρά προϊόντων Energy Coffee σε πάνω από 20 χώρες, μεταξύ των οποίων η Ελλάδα, η Κροατία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

• **HÄAGEN-DAZS**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΕΟΡΤΑΣΤΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ ΕΠΙΔΟΡΠΙΩΝ

Η Häagen-Dazs επεκτείνει το portfolio της λανσάροντας δύο νέες γεύσεις, καραμέλα και red velvet cheesecake. Οι limited-edition γεύσεις είναι διαθέσιμες σε συσκευασίες των 95ml, θέλοντας να ανταποκριθεί στις νέες καταναλωτικές τάσεις που επιδιώκουν την ευκολία. Η γεύση Caramel, Lotus Biscoff & cream συνδυάζει γεύση του Biscoff, απαλού παγωτού και πλούσιας σάλτσας καραμέλας, ενώ το red velvet cheesecake είναι ένα μείγμα παγωτού με cheesecake.

