

FNB SERVED **DAILY.**

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Πέμπτη 1 Οκτωβρίου 2020
ΤΕΥΧΟΣ 1086



• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Τρέχει με διψήφιους ρυθμούς στο 9μηνο.
Οι επόμενες κινήσεις



• ΕΛΓΕΚΑ

Η πτώση των ιδίων κεφαλαίων κάτω του 50%
φέρει επαναδιαπραγμάτευση με προμηθευτές



• VIVARTIA

Τι αναφέρει η Grant Thornton για την
πώληση στη CVC



• ΚΡΕΚΑ

Διαταγές πληρωμής, διαπραγματεύσεις για τα
δάνεια και στο βάθος... "λουκέτο"

EDITORIAL: Διαφάνεια

SECRET RECIPE: Το πάθημα που δεν έγινε μάθημα

NEA Snacks

από την TOTTIS



Tottis
ΠΟΙΟΤΗΣ



Χωρίς
Γλουτένη



Χωρίς
Συντηρητικά



Με φυσικές
χρωστικές



Με ηλιέλαιο



• COCA COLA 3E

ΤΡΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΥΡΑ. ΔΙΑΤΗΡΕΙ ΤΟ BRAND EQUITY ΣΤΟ 9ΜΗΝΟ _

Τρεις διακρίσεις από κορυφαίους διεθνείς φορείς πιστοποίησης έλαβε για μια ακόμα χρονιά το φυσικό μεταλλικό νερό Αύρα της Coca-Cola Τρία Έψιλον, για την άριστη ποιότητα και γεύση του.

INFO - ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

- International Award 2020 in Gold από τον Ευρωπαϊκό Φορέα Πιστοποίησης Ποιότητας DLG, για 3η συνεχόμενη χρονιά
- Grand Gold Quality Award του Διεθνούς Οργανισμού Ποιότητας και Γεύσης Monde Selection, για 3η συνεχόμενη χρονιά
- Superior Taste Award από το International Taste Institute, (ανώτατη διάκριση 3 αστεριών), για 5η χρονιά στην κορυφή της κατηγορίας του.

"Δεν μπορούμε παρά να είμαστε πραγματικά υπερήφανοι, που το εξαιρετικό αυτό νερό κατακτά διεθνείς διακρίσεις από σημαντικούς διεθνείς φορείς. Για μια ακόμα χρονιά αποδεικνύεται ότι η αδιάκοπη επένδυση στην ποιότητα και στην ασφάλεια του προϊόντος, που παράγουμε, αναγνωρίζονται και επιβραβεύονται. Στόχος μας είναι να συνεχίσουμε να προσφέρουμε στους καταναλωτές ένα ύψιστης ποιότητας προϊόν", αναφέρει η Μαριάννα Παπαδοπούλου, Marketing Manager Water για Ελλάδα & Κύπρο.

ΜΠΗΚΕ ΣΕ ΝΕΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Συνεχίζει και διατηρεί σε υψηλά επίπεδα το brand equity το φυσικό μεταλλικό νερό Αύρα στο εννεάμηνο, όπως αναφέρουν πηγές της Coca-Cola Τρία Έψιλον στο FNB Daily.

"Είναι από τα brands, που εμπιστεύονται περισσότερο οι καταναλωτές, ενώ παραμένει ο βασικός σύμμαχος στις on the go δραστηριότητες".

Επίσης, συμπληρώνουν ότι μέσα στο 2020 το Αύρα μπήκε δυναμικά σε μια κατηγορία με ανοδική τάση, λανσάροντας το Αύρα ανθρακούχο φυσικό μεταλλικό νερό.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Editorial

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ

Μπορεί οι εποχές, που κάποια καλά παιδιά του επιχειρείν φρόντιζαν και παρουσίαζαν όπως ήθελαν τα οικονομικά τους στοιχεία, να μην έχουν περάσει ανεπίστροπτα, είναι σίγουρο, όμως, ότι η κατάσταση έχει μαζευτεί αρκετά.

Σε μια περίοδο, όπου η κρίση απαιτεί λογοδοσία - σε μετόχους και εργαζομένους - και χρηστή εταιρική διακυβέρνηση, δεν χωρούν ταρζανιές.

Άλλωστε, είναι πολύ πιο δύσκολο να κρυφτούν τα όποια μαγειρέματα.

Η εποχή αυτή απαιτεί διαφάνεια και πλήρη ενημέρωση.

Ειδικά όταν πρόκειται για εισηγμένες. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

ΤΟ ΠΑΘΗΜΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΓΙΝΕ ΜΑΘΗΜΑ

Πριν από 15 χρόνια, η τότε κρατιά βιομηχανία τροφίμων πλήρωνε πολύ χοντρά την άρνηση των μετόχων της να δαπανήσουν τα απαραίτητα ποσά για κινήσεις πρόληψης στο κομμάτι της επικοινωνίας (crisis management στα ελληνικά). Τα μερίδιά της συρρικνώθηκαν σημαντικά εντός Ελλάδας, ενώ εκτός συνόρων άρχισε να χάνει αγορές-κλειδιά, όπως αυτή την Ηνωμένων Πολιτειών, επειδή αρνούσαν να ακολουθήσουν τις εμπορικές και προωθητικές τάσεις της εποχής και να βρουν τρόπους να αντιμετωπίσουν τους ανταγωνιστές τους και την επιθετική πολιτική αυτών. Σήμερα, κατηγορούνται ευθέως ότι βάζουν χέρι πλαγίως αλλά σφώς στο ταμείο της εταιρείας και δεν σιωπούν. Ή, μάλλον, αναγκάζονται να απαντήσουν μέσω της ακύρωσης πολυδιαφημισμένης επένδυσής τους. Έμπειροι παράγοντες της αγοράς δεν κρύβουν την έκπληξή τους για την παρατεταμένη αδράνεια και την εμμονική άρνηση των μετόχων να δουν όπως πρέπει την πραγματικότητα και να βελτιώσουν την προς τα έξω εικόνα τους. Είναι σαφές ότι το πάθημα δεν έγινε μάθημα και το τίμημα αυτού θα αυξάνεται όλο και περισσότερο.



• KITU LIFE Η JENNIFER LOPEZ ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΟ SUPER COFFEE_

Στην Kitu Life, εταιρεία παραγωγής του coffee brand Super Coffee επενδύουν η Jennifer Lopez και ο σύντροφός της, Alex Rodriguez, αγοράζοντας ένα μικρό ποσοστό μετοχών.

Το brand ιδρύθηκε το 2016 στη Νέα Υόρκη από τα αδέρφια Jordan, Jake και Jim DeCicco, οι οποίοι εστίασαν στην ανάπτυξη ενός εμπορεύσιμου ροφήματος χωρίς ζάχαρη και τεχνητά συστατικά.

Η σειρά προϊόντων, που περιλαμβάνει 5 προϊόντα, έχουν σαν βάση καφέ, πρωτεΐνες, φυσικά γλυκαντικά και έγχυση λαδιού MCT και είναι διαθέσιμα στην Amazon και σε πάνω από 25.000 καταστήματα στην Αμερική.

Τα προϊόντα είναι:

- Super Coffee
- Super Creamer
- Super Espresso
- Super Cold Brew
- Super Coffee Pods

"Όταν ο Alex και εγώ ακούσαμε για πρώτη φορά την ιστορία του Super Coffee και δοκιμάσαμε το προϊόν, θέλαμε να γίνουμε μέρος του. Γνωρίζαμε ότι θα μπορούσαμε, μέσω του κύκλου μας, να επεκτείνουμε σε όλο τον κόσμο το brand", αναφέρει η Lopez.

Το ζευγάρι προχώρησε στην επένδυση, συμμετέχοντας στο β' γύρο χρηματοδότησης τον Ιούλιο, επικεφαλής του οποίου ήταν η Skyview Capital.

Σημειώνεται ότι αυτή είναι η δεύτερη επένδυση του Rodriguez, στον beverage κλάδο, καθώς είναι Πρόεδρος του beer brand, Domine Presidente της Anheuser Busch InBev.

POWERED BY **FN|USA.**



• COCA - COLA ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ SELTZERS ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ MOLSON COORS_

Για να φέρει το Topo Chico Hard Seltzer στις ΗΠΑ τον επόμενο χρόνο, η Coca-Cola συνεργάζεται με την Molson Coors. Το λανσάρισμα του seltzer θα είναι η πρώτη προσπάθεια της Coca-Cola να μπει στην αγορά των αλκοολούχων ποτών. Η εταιρεία βλέποντας πως λόγω του κορονοϊού η κατανάλωση στο σπίτι αυξάνεται, προσπαθεί να μπει σε μία αγορά, που έχει να την απασχολήσει από το μακρινό 1983, όταν πούλησε το Wine Spectrum. Το Hard Seltzer τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να κερδίζει μερίδιο στην αγορά, με τον market leader White Claw να αυξάνει τις πωλήσεις της για τρία συνεχόμενα έτη. Μάλιστα, σύμφωνα με το IWSR, η συγκεκριμένη κατηγορία ποτού είναι από τις λίγες που βοηθά στην αντιστροφή της τάσης για πτώση των πωλήσεων αλκοολούχων ποτών διεθνώς. Στη συνεργασία με την Coca-Cola η Molson Coors θα διαχειρίζεται:

- Τη διανομή
 - Τις πωλήσεις
 - Το marketing,
- του Topo Chico Hard Seltzer στην αμερικανική αγορά.

• NESTLE ΛΑΝΣΑΡΕΙ PLANT-BASED NESQUIK ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ_



Την plant-based εκδοχή του Nesquik λανσάρει στην Ευρώπη η Nestlé, το οποίο θα είναι συνδυασμός βρώμης, πρωτεΐνης αρακά και κακάο βιώσιμης προέλευσης.

Το λανσάρισμα στην Ευρώπη ακολουθεί την τοποθέτηση του Nesquik GoodNes στις ΗΠΑ τον Ιανουάριο, προϊόν το οποίο βασίζεται επίσης στη βρώμη και στην πρωτεΐνη αρακά.

Το νέο ready-to-drink ρόφημα, θα κυκλοφορήσει πρώτα σε

- Ισπανία
- Πορτογαλία
- Ουγγαρία,

ενώ θα ακολουθήσουν και άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Σημειώνεται ότι θα διαθέτει διαφορετικό όνομα ανάλογα με την αγορά.

• ΚΡΑΣΙ

ΕΚΑΤΟΝΤΑΔΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΠΤΩΧΕΥΣΑΝ ΣΤΗ ΝΟΤΙΑ ΑΦΡΙΚΗ_

Εκατοντάδες είναι τα οινοποιεία που κήρυξαν πτώχευση στη Νότια Αφρική, εξαιτίας των επιπτώσεων της κρίσης του Covid-19 και όχι μόνο στον κλάδο.

Όπως αναφέρει η ΚΕΟΣΟΕ, εδώ και έξι μήνες ο κλάδος στη Νότια Αφρική έχει πληγεί, εξαιτίας της προσωρινής απαγόρευση των εξαγωγών και τους περιορισμούς στις τοπικές πωλήσεις, ενώ τη στιγμή της ανάκαμψης, προέκυψε η πανδημία του Covid-19.

"Ο τουρισμός και η Horeca έχουν γονατίσει", αναφέρει ο Dimitri Coutras, επικεφαλής της υπηρεσίας πληροφοριών του Wine Intelligence για τη Νότια Αφρική, συμπληρώνοντας ότι πολλές επιχειρήσεις έχουν κατεβάσει ρολά."

ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΙΝ ΤΟ ΝΕΟ ΤΡΥΓΟ

Ένα ακόμα πρόβλημα είναι ότι τα οινοποιεία μπαίνουν στο νέο τρύγο με πλεόνασμα παραγωγής από την προηγούμενη συγκομιδή.

"Οι παραγωγοί μας προετοιμάζονται ήδη για τη συγκομιδή του 2021, έχοντας σχεδόν 300 εκατομμύρια λίτρα πλεόνασμα στις δεξαμενές. Ενδέχεται να μην έχουμε



αρκετό χώρο για να φιλοξενήσουμε την επόμενη συγκομιδή. Η κατάσταση είναι τρομερή, δεδομένου ότι αυτό θα έχει άμεσο αντίκτυπο στις τιμές των κρασιών στην πόρτα του οινοποιείου", αναφέρει ο διευθυντής της Vinpro, Rico Basson, συμπληρώνοντας ότι "ίσως είναι πολύ αργά τώρα για τον κλάδο, παρά την άρση των μέτρων. Πολλά οινοποιεία έβαλαν λουκέτο και η οικονομική ανάκαμψη για τον αμπελοοικονομικό τομέα στο σύνολό της θα είναι μακρά". Η Vinpro εκτιμά ότι περισσότερα από 80 οινοποιεία και 350 καλλιεργητές σταφυλιών θα χρεοκοπήσουν τους επόμενους 18 μήνες.

ΔΥΣΚΟΛΕΥΕΙ ΤΗΝ ΑΝΑΚΑΜΨΗ Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Επίσης ο πρόεδρος του οργανισμού, Anton Smuts, υπογραμμίζει ότι την ανάκαμψη του κλάδου δυσκολεύει και ο τρόπος με τον οποίο είναι διαμορφωμένος ο τομέας στη Νότια Αφρική.

"Ο τομέας κυριαρχείται από μικρές επιχειρήσεις - το 40% των αμπελουργών παράγουν λιγότερους από 100 τόνους και ένα επιπλέον 36% λιγότερο από 500 τόνους, ετησίως και οι περισσότεροι δεν διαθέτουν οικονομικά εργαλεία για να ξεπεράσουν την οικονομική έρημο".

• UTZ

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΑ PRETZELS ΜΕΣΩ DEAL ΜΕ ΤΗΝ H.K. ANDERSON _



Η Utz Brands συμφώνησε να προχωρήσει σε εξαγορά περιουσιακών στοιχείων της H.K. Anderson από την Conagra Brands, έναντι \$10 εκατ., μπαίνοντας με έτσι στην κατηγορία του pretzel.

Σύμφωνα με στοιχεία της IRI, οι ετήσιες πωλήσεις των pretzels μέχρι 6 Σεπτεμβρίου καταγράφουν αύξηση 10% (\$1.4 δισ.).

Το deal, το οποίο αναμένεται να κλείσει τον Νοέμβριο του 2020, δεν περιλαμβάνει υπαλλήλους, εγκαταστάσεις ή εξοπλισμό, αλλά συνταγές και τεχνογνωσία.

Σημειώνεται ότι η Utz Brands ιδρύθηκε νωρίτερα μέσα στο έτος, έπειτα από συγχώνευση της Utz Quality Foods με την επενδυτική Collier Creek Holdings.

• **ΚΡΕΚΑ**

ΔΙΑΤΑΓΕΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ, ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟ ΒΑΘΟΣ... "ΛΟΥΚΕΤΟ"

Ληξιπρόθεσμο έχει καταστεί το σύνολο του δανεισμού της ΚΡΕΚΑ, δημιουργώντας πρόβλημα ρευστότητας στην εταιρεία. Σημειώνεται πως, η διαχείριση της ρευστότητας γίνεται με συνδυασμό ρευστών διαθεσίμων και τραπεζικών πιστώσεων. Επομένως, σε περίπτωση μη επίτευξης συμφωνίας, οι τράπεζες θα μπορούσαν να βγάλουν από την... πρίζα την εταιρεία, με ό,τι αυτό συνεπάγεται.

ΟΙ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΟΡΚΩΤΟΥ

Ο ορκωτός ελεγκτής κρούει τον κώδωνα του κινδύνου, σχετικά με τη συνέχιση λειτουργίας της επιχείρησης. Το σύνολο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων υπερβαίνει το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων κατά €25,6 εκατ., ενώ το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων της εισηγμένης έχει καταστεί αρνητικό.

ΑΜΦΙΒΑΛΕΙ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΧΙΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

Η εταιρεία οφείλει €32,04 εκατ., ενώ το κυκλοφορούν ενεργητικό είναι €6,46

εκατ. Το γεγονός αυτό οδηγεί τον ορκωτό στην επισήμανση πως "υπάρχει ουσίως αβεβαιότητα, η οποία ενδεχομένως θα εγείρει σημαντική αμφιβολία σχετικά με τη δυνατότητα της εταιρείας να συνεχίσει τη δραστηριότητά της".

ΔΙΑΤΑΓΕΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ €11,6 ΕΚΑΤ.

Κατά της εταιρείας έχουν εκδοθεί διατάγες πληρωμής από τα αρμόδια δικαστήρια, ύψους €11,6 εκατ. και αξίζει να σημειωθεί πως αυτές αποτελούν μόνο ένα μέρος των οφειλών της εταιρείας.

ΕΠΑΝΑΡΥΘΜΙΣΗ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ

Η διοίκηση της εισηγμένης βρίσκεται σε διαδικασία επαναρύθμισης του δανεισμού της, σε συνεργασία με τη Do Value, προκειμένου να εξαλείψει το ζήτημα του αρνητικού κεφαλαίου κίνησης και του αποχαρακτηρισμού των δανείων ως ληξιπρόθεσμων. Τα δάνεια είναι κυμαινόμενου επιτοκίου.



Ζαχαρίας Κιουτσουκούστας, επικεφαλής, ΚΡΕΚΑ

ΑΥΞΗΣΗ ΖΗΜΙΩΝ

Το πρώτο εξάμηνο του τρέχοντος έτους σημείωσε αύξηση ζημιών, συγκριτικά με το περυσινό αντίστοιχο διάστημα.

DATA - Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε εκατ. ευρώ)

Κύκλος εργασιών

2020: 11,9

2019: 12,6

Μεταβολή: -5,5%

Ζημιές

2020: 2,12

2019: 1,34

Νικόλας Ταμπακόπουλος

nicolas@notice.gr

• **ΕΚΕ**

ΜΥΛΟΙ ΛΟΥΛΗ: ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΚΑΡΔΙΤΣΑ ΚΑΙ ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ ΜΕΤΑ ΤΟΝ ΙΑΝΟ



Τους συνεργάτες της στους Νομούς Καρδίτσας και Κεφαλονιάς, που έχουν πληγεί από τον κυκλώνα Ιανό, στηρίζει η εταιρεία Μύλοι Λούλη, διαθέτοντας περισσότερα από 10.000 kg αλεύρι.

Συγκεκριμένα, η Μύλοι Λούλη προχώρησε σε δωρεά 250 και 200 σακιών αλεύρι στους πληγέντες πελάτες της στον Νομό Καρδίτσας και στον Νομό Κεφαλονιάς, αντίστοιχα.

Office
WEEKLY

ΓΙΑ ΠΑΝΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

FACILITY MANAGEMENT
ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ
DESIGN

ΤΑΣΕΙΣ
ΛΥΣΕΙΣ
ΑΠΟΨΕΙΣ



• **ΕΛΑΣΤΡΟΝ**

ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ ΘΡΑΚΗΣ

Η Έλαστρον δραστηριοποιείται κυρίως στα χαλβουργικά προϊόντα, ωστόσο έχει επενδύσει και στον αγροτικό τομέα, μέσω της Θερμοκήπια Θράκης στην Ξάνθη. Το σύνολο των παραγωγικών εγκαταστάσεων της Θερμοκήπια Θράκης, συνολικής επιφάνειας 185 στρεμμάτων, τέθηκαν σε λειτουργία μέσα στο καλοκαίρι. Η εταιρεία πλέον είναι η μεγαλύτερη στην Ελλάδα, που χρησιμοποιεί τη γεωθερμία ως μέσο θέρμανσης, εξασφαλίζοντας σταθερές συνθήκες καλλιέργειας με φιλικό στο περιβάλλον τρόπο. Τα προϊόντα από την Θερμοκήπια Θράκης απορροφούν μεγαλύτερες αλυσίδες λιανικής στην ελληνική αγορά, όπως:

- ΑΒ Βασιλόπουλος
- Σκλαβενίτης

ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ

Η Πλαστικά Θράκης και η Έλαστρον το 2013 αποφάσισαν να συμπράξουν στον τομέα της αειφόρου καλλιέργειας και ίδρυσαν τη Θερμοκήπια Θράκης στο Νέο Εράσμιο της Ξάνθης. Τα θερμοκήπια χρησιμοποιούν την πράσινη μέθοδο της υδροπονίας, αξιοποιώντας τα σημαντικά γεωθερμικά κοιτάσματα της περιοχής. Με αυτό τον τρόπο τα θερμοκήπια Θράκης εξασφαλίζουν όλο τον χρόνο παραγωγή με μηδενικές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα.

ΠΗΡΕ €1,8 ΑΠΟ ΤΑ €12,2 ΕΚΑΤ.

Στο μεταξύ, η Θερμοκήπια Θράκης ολοκλήρωσε επενδυτικό πρόγραμμα για την επέκταση της υπάρχουσας μονάδας υδροπονικής καλλιέργειας κηπευτικών ειδών ύψους €12,2 εκατ. Η συγκεκριμένη επένδυση είχε υπαχθεί στον αναπτυξιακό νόμο, σύμφωνα με τον οποίο προβλέπεται επιδότηση 40% του συνολικού κόστους της επένδυσης. Έως σήμερα η εταιρεία έχει πάρει μέρος της αναλογούσας επιδότησης ύψους €1,8 εκατ.

DATA ΕΛΑΣΤΡΟΝ - Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε εκατ. ευρώ)

Κύκλος εργασιών

2020: 47,3

2019: 58,1

Μεταβολή: -18,5%

EBITDA

2020: 1,4

2019: 1,8

Μεταβολή: -22,2%

Ζημιές

2020: 0,9

2019: 1,3

Νικόλας Ταμπακόπουλος

nicolas@notice.gr



FN USA

**NEWS, TRENDS,
COMPLIANCE**



ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ

NEWSLETTER

ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

ΤΩΝ Η.Π.Α.

Κάθε Δευτέρα, με το

FNB
SERVED
DAILY.

Powered by

Elementals
USA Market Development

• **ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ**

ΑΥΞΗΜΕΝΟΣ ΤΖΙΡΟΣ ΚΑΙ ΖΗΜΙΕΣ. ΣΤΟ -19,3% ΤΟ ΑΠΟΛΛΩΝΙΟ_

Συνεχίζεται η υλοποίηση του επενδυτικού πλάνου της Αρτοβιομηχανίας Καραμολέγκος, η οποία στο α' εξάμηνο του 2020 κατέγραψε αύξηση τζίρου 10%.

Όπως αναφέρεται στις οικονομικές καταστάσεις ανοδικά θα κινηθεί και το β' εξάμηνο του έτους με τις πωλήσεις του Ομίλου να φτάνουν τα €95 εκατ. περίπου.

ΕΝΑ ΝΕΟ LOCKDOWN ΘΑ ΕΠΗΡΕΑΣΕΙ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Οι πωλήσεις αναμένεται να μειωθούν από ένα νέο lockdown, ενώ η καθυστέρηση ανάρσεως του Covid-19 είναι πιθανό, όπως αναφέρεται, να προκαλέσει μικρότερη από την αναμενόμενη ανάκαμψη, ή και στασιμότητα στα μεγέθη της οικονομίας, εκ νέου ανασφάλεια στους καταναλωτές, και τελικά υποχώρηση της ζήτησης των προϊόντων.

"Με βάση τις ανωτέρω αστάθμητες παραμέτρους, τα βασικά οικονομικά μεγέθη της εταιρείας, κατά την εν λόγω περίοδο, δύνανται να υποστούν διακυμάνσεις", υπογραμμίζεται.



Μανώλης Καραμολέγκος, CEO, Αρτοβιομηχανία Καραμολέγκος



Με βάση τις αστάθμητες παραμέτρους, τα βασικά οικονομικά μεγέθη της εταιρείας, κατά την εν λόγω περίοδο, δύνανται να υποστούν διακυμάνσεις.



DATA - Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε χιλ. ευρώ)

ΟΜΙΛΟΣ

Κύκλος εργασιών

2020: 47.920

2019: 43.560

Μεταβολή: 10,01%

Μικτά κέρδη

2020: 19.564

2019: 17.154

Μεταβολή: 14,05%

Κέρδη προ φόρων

2020: 36

2019: 429

Μεταβολή: -91,47%

Ζημιές μετά από φόρους

2020: (283)

2019: 139



ΣΤΟ -19,3% ΤΟ ΑΠΟΛΛΩΝΙΟ

Με -19,3% έκλεισε ο κύκλος εργασιών για το Απολλώνιο στο α' εξάμηνο, ενώ βάσει και των τελευταίων υπολογισμών ο τζίρος αναμένεται να καταγράψει πτώση 20%-25% περίπου για την χρήση του 2020.

Επιπλέον, όπως αναφέρεται στις καταστάσεις, έχουν γίνει όλες οι απαραίτητες ενέργειες για μείωση δαπανών με σκοπό την διατήρηση του EBITDA σε επίπεδα που να μην επηρεάσουν αρνητικά την ρευστότητα της εταιρείας.

ΘΕΤΙΚΗ Η ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Η θυγατρική της Καραμολέγκος στη Ρουμανία, Karamolegos Bakery Romania, καταγράφει αύξηση στον κύκλο εργασιών της, έχοντας στόχο να πιάσει τα €5 εκατ. στο τέλος του 2020, ώστε να επιτευχθεί και λειτουργική κερδοφορία.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• VIVARTIA

ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ Η GRANT THORNTON ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ ΣΤΗ CVC_

Η πρόταση της CVC για την απόκτηση της Vivartia δεν αλλάζει μόνο τη στρατηγική των τραπεζών, όπως είχε γράψει το [FnB Daily στις 21 Σεπτεμβρίου](#), αλλά προσελκύει και το ενδιαφέρον της Grant Thornton, η οποία...σπεύδει να προβεί σε διευκρινίσεις για την τιμή πώλησης, σε περίπτωση που αυτή ολοκληρωθεί.

Η ελεγκτική διευκρινίζει (για όσους μπορεί να είχαν αμφιβολίες) ότι: "Οι όροι ενδεχόμενης συμφωνίας μεταξύ της CVC και της MIG, περιλαμβανομένου του τιμήματος, αποτελεί αντικείμενο διαπραγματεύσεως". Η ελεγκτική όμως δεν σταματά σε αυτή τη διαπίστωση, αλλά περνά στην διευκρινιστική (:) για την αξία της Vivartia πρόταση, λέγοντας χαρακτηριστικά: "Σε ενδεχόμενη συναλλαγή, το τελικώς συμφωνηθέν τίμημα ενδέχεται να διαφέρει από τη λογιστική αξία της συμμετοχής, όπως αυτή απεικονίζεται κατά την ημερομηνία αναφοράς (σ.σ. τα αποτελέσματα εξαμήνου) στις ενδιάμεσες οικονομικές καταστάσεις. Επομένως τυχόν αποτέλεσμα για το ενδεχόμενο πώλησης θα προσδιοριστεί την ημερομηνία οριστικοποίησης της συναλλαγής".

Σημειώνεται πως η παραπάνω παρατήρηση τονίζεται από την ελεγκτική, η οποία "εφιστά την προσοχή"...

ΕΚΤΟΞΕΥΣΗ ΖΗΜΙΩΝ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Η Vivartia κατά τη διάρκεια του πρώτου εξαμήνου είδε τις πωλήσεις της να πέφτουν και τις ζημιές σχεδόν να διπλασιάζονται.

Αξιζει να αναφερθεί πως ο υποκλάδος γαλακτοκομικών και κατεψυγμένων σημείωσε θετικά αποτελέσματα, ωστόσο τα αρνητικά αποτελέσματα του κλάδου της εστίασης, επηρεασμένα από τον κορονοϊό, οδήγησαν σε αύξηση των ζημιών και πτώση των πωλήσεων.



Αθανάσιος Παπανικολάου, Αντιπρόεδρος, Vivartia

DATA - Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε εκατ. ευρώ)

Πωλήσεις

2020: 265,7

2019: 294,1

Μεταβολή: -9,7%

EBITDA

2020: 17,5

2019: 21,7

Μεταβολή: -19,3%

Ζημιές

2020: 21,5

2019: 11,4

Μεταβολή: 88,6%



Σε ενδεχόμενη συναλλαγή, το τελικώς συμφωνηθέν τίμημα ενδέχεται να διαφέρει από τη λογιστική αξία της συμμετοχής.



των λειτουργικών δαπανών, όπως:

- Επанаσχεδιασμός επενδυτικών πλάνων
- Καθημερινή αξιολόγηση πιστωτικού κινδύνου
- Αξιοποίηση εργαλείων ρευστότητας
- Factoring

ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΕΚΜΙΣΘΩΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Η διοίκηση της εταιρείας αναφέρει πως, "όσον αφορά τις υποχρεώσεις σε προμηθευτές και εκμισθωτές, για τους οποίους οι συμβατικές ημερομηνίες αποπληρωμής παρήλθαν κατά την περίοδο της υγειονομικής κρίσης εν μέσω της υποχρεωτικής αναστολής εργασιών, η διοίκηση του υποκλάδου εστίασης βρίσκεται σε συνεχείς διαπραγματεύσεις για την ρύθμισή τους".

Νικόλας Ταμπακόπουλος

nicolas@notice.gr

ΣΤΟ -40% Η ΕΣΤΙΑΣΗ

Κατά την περίοδο Ιουλίου και Αυγούστου, λόγω της πτώσης της τουριστικής κίνησης, παρατηρήθηκε μείωση του κύκλου εργασιών στην εστίαση της τάξης του 40%, προερχόμενη κυρίως από τις κλειστές αγορές:

- αεροδρόμια
- πλοία
- malls

ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ

Η εταιρεία στην προσπάθειά της να αντιμετωπίσει τις συνέπειες του κορονοϊού και να διασφαλίσει την απαιτούμενη ρευστότητα προχωρά σε μέτρα περιορισμού

• **L. WHITE (PLMA)**

1-4 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ ΤΟ ONLINE EVENT "WORLD OF PRIVATE LABEL"

Να γεφυρώσει το χάσμα, που προέκυψε από τη μη διεξαγωγή in-person εμπορικών εκθέσεων, μεταξύ εκθετών και buyers, έχει σκοπό το online event "World of Private Label", που διοργανώνει η PLMA.

"Οι retailers αναζητούν συνεχώς νέα προϊόντα και νέους προμηθευτές για το πρόγραμμα ιδιωτικών ετικετών τους και όσοι από αυτούς δεν συναντήθηκαν στο Άμστερνταμ, θα βρεθούν σε ένα online περιβάλλον", αναφέρει στο FNB Daily η Leonique White, Manager Trade Show Development του PLMA International Council.

Θυμίζουμε ότι η φυσική διεξαγωγή της PLMA, που ήταν να πραγματοποιηθεί το Μάιο, ακυρώθηκε εξαιτίας των περιορισμών στα ταξίδια και στις δημόσιες συγκεντρώσεις, που επέβαλαν τα μέτρα κατά της πανδημίας του Covid-19.

LIFE IS GOOD IN PRIVATE LABEL

Το θέμα του event "Life is Good in Private Label", είναι, σύμφωνα με τη διοργανώτρια εταιρεία, πιο επίκαιρο από ποτέ, καθώς η αγορά των Private label καταγράφει σε οκτώ ευρωπαϊκές χώρες μερίδιο κοντά στο 40%, ενώ σε μεγάλες εμπορικές και εφοδιαστικές αλυσίδες ο ανταγωνισμός είναι έντονος.

Σημειώνεται δε ότι οι ευκαιρίες για την ανάπτυξη νέων προϊόντων και επέκταση της επιχείρησης της own-brand business παραμένουν εξαιρετικές, καθώς οι κατα-

ναλωτές θα συνεχίσουν να επιδιώκουν από τους retailers τη σχέση ποιότητας - τιμής.

Η ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ

Οι retailers θα έχουν στη διάθεσή τους ένα αναλυτικό menu αναζήτησης προϊόντων, στο οποίο μπορούν να φιλτράρουν την αναζήτησή τους και να επιλέξουν ποιο online περίπτερο θα επισκεφθούν. Κάθε ένα από αυτά θα περιέχει πλήρη στοιχεία εταιρείας και επικοινωνίας, φωτογραφίες και περιγραφές, video και δυνατότητα download επιπλέον πληροφοριών για τα προϊόντα ή και την εταιρεία".

Σε κάθε online περίπτερο ο retailer θα έχει διάφορες δυνατότητες σύνδεσης με τον εκθέτη, συμπεριλαμβανομένων των live one-on-one video calls.

ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΑ B2B MEETINGS - PRODUCT SOURCING

Σε ό,τι αφορά το εάν υπάρχουν παράλληλες εκδηλώσεις, η κα. White αναφέρει ότι για την ώρα η διοργάνωση θα εστιάσει σε B2B και προϊόντικα sourcing.

ΟΙ MAIN CATEGORIES

Προκειμένου να καταστεί αποτελεσματική η διοργάνωση, για εκθέτες και buyers, έχουν οριστεί ημέρες προβολής προϊόντικών κατηγοριών. Κάθε μια από τις κατηγορίες θα είναι προσβάσιμη για δύο ημέρες, ενώ ακόμα και μετά τη λήξη του event, τα Online περίπτερα θα παρα-



Leonique White, Manager Trade Show Development, PLMA International Council

μείνουν ανοικτά αρκετούς μήνες. Αυτό, όπως εξηγεί, θα επιτρέψει στους retailer να συνεχίσουν να προμηθεύονται προϊόντα, αν και οι live one-on-one video calls θα είναι διαθέσιμες μόνο κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής του event.

INFO - ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ & ΤΟΜΕΙΣ

01-02/12: Health & Beauty, Household, Housewares & Other Non-Food Products
02-03/12: Shelf Stable Food & Beverages & Pet Products
03-04/12: Fresh, Refrigerated & Frozen Products & Trade & Service Suppliers (Ingredients, Packaging etc.)

Δείτε εδώ περισσότερες πληροφορίες για [εταιρείες](#) και [συμμετέχοντες](#).

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **SARMED**

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €20 ΕΚΑΤ. ΑΠΟ ΤΟΝ ΓΙΑΝΝΗ ΣΑΡΑΝΤΙΤΗ ΓΙΑ ΑΠΟΘΗΚΕΣ



Γιάννης Χ. Σαραντίτης, επικεφαλής, Sarmed

Επένδυση €20 εκατ. στην επέκταση των αποθηκευτικών της χώρων ξεκίνησε να υλοποιεί η Sarmed. Η εταιρεία 3PL, συμφερόντων Γιάννη Χ. Σαραντίτη, τρέχει ήδη τις επενδύσεις με ορίζοντα ολοκλήρωσης 18 μηνών, και στόχο την αύξηση των διαθέσιμων στεγασμένων αποθηκευτικών της χώρων από 105 χιλ. τ.μ. σήμερα στις 200 χιλ. τ.μ.. Στον Ασπρόπυργο η εταιρεία θα διαθέτει, με την ολοκλήρωση των έργων, 140 χιλ. τ.μ. αποθηκών - από 63 χιλ. τ.μ. σήμερα, γεγονός που μεταφράζεται στον έλεγχο των δύο μεγαλύτερων ενιαίων αποθηκευτικών εγκαταστάσεων στην περιφέρεια.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΑΠΟΘΗΚΕΣ

Μια νέα αποθήκη 9 χιλ. τ.μ. στη Μαγούλα ξεκίνησε να λειτουργεί και από τις αρχές του 2021 θα προστεθούν στο δυναμικό της Sarmed άλλα 23 χιλ. τ.μ. στη Μάνδρα. Την τρέχουσα περίοδο ξεκινά και η σταδιακή παραλαβή νέου συγκροτήματος αποθηκών 60 χιλ. τ.μ. στον Ασπρόπυργο. Παράλληλα, δρομολογείται η επέκταση των αποθηκευτικών χώρων της στη ΒΙΠΕ Σίνδου, έως και κατά 20 χιλ. τ.μ.. Οι τρέχουσες επενδύσεις αναμένεται να αυξήσουν και το απασχολούμενο ανθρώπινο δυναμικό κατά τουλάχιστον 200 άτομα σε ορίζοντα διετίας.

• ΒΙΟΜ. ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ ΗΛΙΟΣ

ΕΛΑΒΕ ΤΕΣΣΕΡΑ ΒΡΑΒΕΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΗΣ_

Τέσσερα βραβεία απέσπασε η Βιομηχανία Ζυμαρικών Ήλιος στα Packaging Innovation Awards 2020, για τις συσκευασίες των προϊόντων της.

Οι συσκευασίες φέρουν την υπογραφή της Επικοινωνούν Creative Team.

INFO

Βραβείο: Χρυσό

Προϊόν: artesian pasta straws®

Κατηγορία: Innovation in Cartonboard Packaging / Καινοτομίες στη Συσκευασία από Χαρτόνι.

Βραβείο: Αργυρό

Προϊόν: PAKETEΣ από τη σειρά "τα παι-δικά μας"

Κατηγορία: Packaging of New Products Launched in the Greek Market / Συσκευασία για Εισαγωγή Νέων Αγαθών στην Ελληνική Αγορά



Βραβείο: Αργυρό

Προϊόν: Σειρά βιολογικών Couscous Ήλιος

Κατηγορία: Packaging of Products Launched in a New International Market / Συσκευασία για Εισαγωγή Αγαθών σε νέα Διεθνή Αγορά

Βραβείο: Χάλκινο

Προϊόν: Ζυμαρικά ΗΡΑΚΛΗΣ - οι 12 Άθλοι της Ήλιος

Κατηγορία: Packaging of New Products Launched in the Greek Market / Συσκευασία για Εισαγωγή Νέων Αγαθών στην Ελληνική Αγορά

• SWIFT FINE FOODS

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΕΤΟΙΜΑ VEGAN ΓΕΥΜΑΤΑ ΣΤΟ ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ_

Τέσσερις παραλλαγές έτοιμων vegan γευμάτων λάνσαρε στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου η ιρλανδική εταιρεία παραγωγής τροφίμων Swift Fine Foods, υπό το brand Cook Republic.



INFO - ΣΕΙΡΑ

Tofu, Garlic & Bok Choy Noodles
Black & Red Lentil Casserole
Roast Aubergine & Couscous
Cauliflower & Chickpea Tagine

Η νέα σειρά δημιουργήθηκε από τον Simon Maddrell, ιδρυτή της συμβουλευτικής Orbit & Anchor με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο. Τα έτοιμα γεύματα Cook Republic διατίθενται σε εθνικό επίπεδο στο Ηνωμένο Βασίλειο, προς £4,49, από τα καταστήματα Nisa, Costcutter, SuperValu, Mace και Centra.

• DIMELLO

ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΚΑΦΕ_



Με την ενέργεια Dimello on Tv, γιορτάζει η Dimello την Παγκόσμια Ημέρα Καφέ. Συγκεκριμένα, σε τέσσερις εκπομπές της πρωινής ζώνης θα υπάρξει αναφορά στην εταιρεία και στα προϊόντα της.

Οι εκπομπές είναι:

- Happy Day-Alpha
- Στην Φωλιά των Κούκου - Star
- Πάμε Δανάη - Mega
- Το Πρωινό - Ant1
- Love it - Skai

• **ΕΛΓΕΚΑ**

Η ΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΚΑΤΩ ΤΟΥ 50% ΦΕΡΝΕΙ ΕΠΑΝΑΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ_

Η ΕΛΓΕΚΑ είδε τις πωλήσεις να αυξάνονται 10,5% το πρώτο εξάμηνο του τρέχοντος έτους, συγκριτικά με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα, ωστόσο γύρισε σε ζημιές. Η αύξηση αυτή οφείλεται στην αυξημένη κατανάλωση τροφίμων:

- στην εγχώρια αγορά (+16,3%)
- στη Ρουμανία (+10%)

Ωστόσο, σύμφωνα με τη διοίκηση της εισηγμένης, "τα αυξημένα λειτουργικά έξοδα που συνεπάγεται η κρίση του κορονοϊού επηρέασαν τον EBITDA και τα αποτελέσματα προ φόρων", κλείνοντας τελικά την συγκεκριμένη χρήση με ζημιές από κέρδη το α' εξάμηνο του 2019.



Τα αυξημένα λειτουργικά έξοδα που συνεπάγεται η κρίση του κορονοϊού επηρέασαν τον EBITDA και τα αποτελέσματα προ φόρων, κλείνοντας τελικά την συγκεκριμένη χρήση με ζημιές από κέρδη το α' εξάμηνο του 2019.



DATA - Α ΕΞΑΜΗΝΟ

(σε εκατ. ευρώ)

Κύκλος εργασιών

2020: 92,2

2019: 83,5

Μεταβολή: 10,5%

Αναπροσαρμοσμένα EBITDA

2020: 4,9

2019: 5,4

Μεταβολή: -9%

Αποτελέσματα

2020: (0,3)

2019: 0,2

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €905 ΧΙΛ.

Η εταιρεία το πρώτο εξάμηνο του έτους πραγματοποίησε επενδύσεις €905 χιλ., οι οποίες αφορούσαν σε πάγια περιουσιακά στοιχεία.

ΚΑΤΩ ΤΟΥ 50% ΤΟΥ ΜΕΤΟΧΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΠΑΡΑΜΕΝΟΥΝ ΤΑ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Συνεχίζουν να βρίσκονται κάτω από το 50% τα ίδια κεφάλαια του μετοχικού κεφαλαίου της ΕΛΓΕΚΑ το πρώτο εξάμηνο του τρέχοντος έτους, κάτι που όπως είχε γράψει το [FNB Daily στις 29 Ιουνίου](#), ενέχει κινδύνους για την ίδια την εταιρεία. Μάλιστα, όπως σημειώνει η διοίκηση της εται-

ρείας, "τα ίδια κεφάλαια της θυγατρικής Διακίνησης είναι επίσης μικρότερα από το 50% του μετοχικού κεφαλαίου". Η πτώση αυτή οδηγεί τη διοίκηση της εισηγμένης στην "υιοθέτηση δράσεων με σκοπό τη μείωση του κόστους σε κάθε επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριότητας, μέσω της οποίας θα αυξηθούν τα ίδια κεφάλαια της εταιρείας".

ΕΠΑΝΑΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Ανάμεσα στις δράσεις, που υιοθετεί η διοίκηση της εισηγμένης είναι η επαναδιαπραγμάτευση με τους προμηθευτές των εμπορικών πολιτικών. Άλλες δράσεις είναι:

- Νέες εμπορικές συνεργασίες σε Ελλάδα και Ρουμανία
- Νέα προϊόντα
- Βελτιστοποίηση αποτελεσματικότητας του supply chain
- Απεμπλοκή από δραστηριότητες που υποαποδίδουν
- Εκμετάλλευση ακινήτων



Αλέξανδρος Κατσιώτης, Πρόεδρος - CEO, ΕΛΓΕΚΑ

ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΙΣΟ ΤΟΥ 2020

Για το δεύτερο εξάμηνο του 2020, ο Όμιλος ΕΛΓΕΚΑ θα επικεντρωθεί στην ενίσχυση του προϊοντικού χαρτοφυλακίου με νέα προϊόντα και στην επίτευξη νέων συνεργασιών, που θα του επιτρέψουν να διευρύνει περαιτέρω τα μερίδια αγοράς του στους βασικούς τομείς δραστηριοποίησής του. Σε αυτό το πλαίσιο, εξετάζει μία σειρά ενεργειών, με σκοπό την αποδοτικότερη εκμετάλλευση των περιουσιακών του στοιχείων, ώστε να επιτύχει βελτίωση των χρηματοροών και καλύτερη διαχείριση του κεφαλαίου κίνησης.

Νικόλας Ταμπακόπουλος

nicolas@notice.gr



• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ ΔΙΨΗΦΙΟΥΣ ΡΥΘΜΟΥΣ ΣΤΟ 9ΜΗΝΟ – ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ_

Διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης εμφανίζει η Σκλαβενίτης στο εννεάμηνο του 2020, συνεχίζοντας την έντονα ανοδική πορεία, που ξεκίνησε από την περίοδο του lockdown (δύμηνο Μαρτίου-Απριλίου), όπου, εν μέσω ισχύος των μέτρων ασφαλείας, παρατηρήθηκε αυξημένη κατανάλωση σε είδη διατροφής και οικιακής χρήσης.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η δυναμική αυτή απόδοση της αλυσίδας υποστηρίζεται από μια σειρά στρατηγικών κινήσεων και πρωτοβουλιών και συνοδεύεται από ισχυρές επενδύσεις. Πιο συγκεκριμένα:

- Τους πρώτους μήνες του 2020, πραγματοποιήθηκε η είσοδος της εταιρείας στο ψηφιακό λιανεμπόριο, μέσω της επένδυσης στο caremarket.gr, η αναβάθμιση του οποίου βρίσκεται σε εξέλιξη και εντός του έτους θα ενσωματωθεί πλήρως στο brand Σκλαβενίτης.
- Συνήφθη στρατηγική συνεργασία με την πλατφόρμα online παραγγελιών [efood](http://efood.gr), που αποτέλεσε τη σημαντικότερη διαδικτυακή επιλογή των καταναλωτών για άμεση προμήθεια βασικών αγαθών, στη διάρκεια της καραντίνας.
- Δημιουργήθηκε το δεύτερο υπερσύγχρονο e-hub στην Πέτρου Ράλλη, μια σημαντική επένδυση με στόχο την ομαλή και ποιοτική εξυπηρέτηση των online παραγγελιών.
- Η εταιρεία προχώρησε σε 1.500 προσλήψεις, με στόχο την ακόμα καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών και την αντιμετώπιση της αυξημένης ζήτησης κατά τη διάρκεια της πανδημίας.
- Συνεχίστηκε απρόσκοπτα το νέο πλάνο ανακαίνισης των καταστημάτων της εταιρείας και της επένδυσης σε τεχνολογικές υποδομές για τον εκσυγχρονισμό των εσωτερικών διαδικασιών της.

ΕΚΤΑΚΤΗ ΠΑΡΟΧΗ ΣΤΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ

Από την εταιρεία επισημαίνεται ακόμη πως, "στις ειδικές συνθήκες, που διαμόρφωσε η πανδημία, η Σκλαβενίτης στάθηκε δίπλα στους εργαζόμενους της, προχωρώντας στην καταβολή έκτακτης παροχής ύψους 5 εκατ. ευρώ, επιβραβεύοντας την αφοσίωση τους και την σπουδαία προσπάθειά τους, ενώ λειτούργησε ως πρότυπο σε επίπεδο λήψης μέτρων ασφαλείας."

SKLAVENITIS.GR ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Αναφορικά με τα επόμενα βήματα, μέχρι το τέλος του 2020, η online παρουσία της Σκλαβενίτης αναμένεται να αναπτυχθεί περαιτέρω με το λανσάρισμα του sklavenitis.gr και την ενίσχυση των διανομέων υποδομών, που θα υποστηρίξουν την βέλτιστη λειτουργία του.

Τα επόμενα χρόνια η Ελληνικές Υπεργорές Σκλαβενίτης θα εστιάζει στην ενίσχυση, όχι μόνο των μεγεθών της, αλλά πρωτίστως στην παροχή νέων υπηρεσιών και στον περαιτέρω εκσυγχρονισμό των σημείων διεπαφής με τους πελάτες της.

ΑΝΟΔΙΚΑ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟ 2019

Σχετικά με την πορεία του ομίλου Σκλαβενίτη το 2019, όλα τα μεγέθη ήταν ενισχυμένα σε μία χρονιά κατά την οποία ολοκληρώθηκε το πλάνο ανακαίνισης του δικτύου της πρώην Μαρινόπουλος.

DATA ΟΜΙΛΟΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

(σε εκατ. ευρώ)

Κύκλος εργασιών

2019: 3.280

2018: 3.011

Μεταβολή: 9%

Μικτά κέρδη

2019: 835,2

2018: 735,9

Μεταβολή: 13,49%

Κέρδη προ τόκων, φόρων

& αποσβέσεων

2019: 174,4

2018: 17,7

Συγκρίσιμα αποτελέσματα προ φόρων

2019: 4,18

2018: (60,21)

DATA ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

(σε εκατ. ευρώ)

Κύκλος εργασιών

2019: 2.632

2018: 2.371

Μεταβολή: 11%

Μικτά κέρδη

2019: 694,5

2018: 595,8

Μεταβολή: 16,56%

Κέρδη προ τόκων, φόρων

& αποσβέσεων

2019: 151,3

2018: 13,3

Συγκρίσιμα αποτελέσματα προ φόρων

2019: 8,6

2018: (54,4)



Γεράσιμος Σκλαβενίτης, CEO, όμιλος Σκλαβενίτη

ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΟΝΟΣ

Στη σημαντική βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων του 2019 συνέβαλαν, μεταξύ άλλων, η ολοκλήρωση του πλάνου ανακαίνισης συνολικά 99 καταστημάτων και η ενσωμάτωση των 12 καταστημάτων της Κρόνος στην περιοχή της Αχαΐας, τα οποία πλέον λειτουργούν υπό το σήμα της Σκλαβενίτης.

Επιπλέον, εντός του 2019, ο Όμιλος Σκλαβενίτης υλοποίησε επενδύσεις ύψους 53 εκατ. ευρώ και προχώρησε στη δημιουργία 1.000 νέων θέσεων εργασίας, ενώ στο ίδιο διάστημα ολοκληρώθηκε η πρώτη φάση εγκατάστασης και λειτουργίας του ολοκληρωμένου πληροφοριακού συστήματος SAP ERP.

Υπενθυμίζεται πως σήμερα, το δίκτυο του Ομίλου Σκλαβενίτης αριθμεί 497 καταστήματα και ανθρώπινο δυναμικό, που ανέρχεται σε 30.000. Αντίστοιχα, η ΕΥΣ κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο στην οργανωμένη αγορά λιανεμπορίου (30%) και διαθέτει 427 καταστήματα και δύο e-hub για την εξυπηρέτηση των online πωλήσεων, με το ανθρώπινο δυναμικό της να προσεγγίζει τους 26.000.



• **IRA MEDIA**

ΕΩΣ 8,1% Η ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ FMCG ΤΟ 2020 - ΣΤΟ +30% Ο ΤΖΙΡΟΣ ΣΤΑ MINI MARKET

Με άνοδο του τζίρου μεταξύ 5,3% - 8,1% αναμένεται να κλείσει τη χρονιά η αγορά FMCG, η οποία καταγράφει αύξηση 11% το πρώτο 7μηνο του 2020, σύμφωνα με τη μελέτη της Ira Media με τίτλο The New Normal –Short & Long Term Effects. Σημαντική αύξηση παρατηρείται το τελευταίο διάστημα στις επισκέψεις για αγορά τροφίμων και κατακόρυφη άνοδος στην κατανάλωση φαγητού και ποτού στο σπίτι, με τους καταναλωτές να κάνουν τις επιλογές τους κυρίως με βάση το κόστος.

ΑΥΞΗΣΗ 35% ΣΤΙΣ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ

35% αύξηση στις εβδομαδιαίες επισκέψεις σε όλα τα σημεία πώλησης τροφίμων σημειώθηκε τον Αύγουστο 2020 μετά την άρση της καραντίνας (Απρ. 2020), παρόλο που παραμένουν κατά 40% μειωμένες σε σχέση με τον Δεκέμβριο του 2019.

ΣΤΟ +50% ΟΙ ONLINE ΑΓΟΡΕΣ

Μεγάλος κερδισμένος ήταν ο τομέας του online, με την αύξηση να ξεπερνά το 50% ακόμη και μετά το lockdown, ενώ αντίστοιχα υψηλή είναι η αύξηση τόσο στο delivery τροφίμων, όσο και στα φαρμακεία. Το κόστος επίσης είναι ο σημαντικότερος παράγοντας επιλογής τροφίμων, ενώ ένα 5% των καταναλωτών επιλέγει συστηματικά τις αγορές από απόσταση και κυρίως μέσω διαδικτύου.

150% Η ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΑ SUPER MARKET

Αντίστοιχα, τα σούπερ μάρκετ είδαν τις online πωλήσεις τους να αυξάνονται κατά 150% το πρώτο εξάμηνο του 2020 σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι.

ΤΑ MINI MARKET ΟΙ ΚΕΡΔΙΣΜΕΝΟΙ

Τα καταστήματα μικρής λιανικής, κυρίως Mini Market, βγήκαν επίσης κερδισμένοι, καταγράφοντας αύξηση τζίρου 30%, αντίθετα τα περίπτερα ζημιώθηκαν από την κρίση, που επέφερε η πανδημία του Covid-19.

Επίσης, κάποια καταστήματα μικρής λιανικής προχώρησαν στη δημιουργία delivery, ώστε να κρατήσουν τους πελάτες τους, με την ελπίδα να δημιουργήσουν μία συνήθεια που θα συνεχιστεί και στο μέλλον. Οι μεγάλοι κερδισμένοι τις επτά πρώτες εβδομάδες από την έναρξη του κορωνοϊού ήταν τα σούπερ μάρκετ με αύξηση 30,7% (σε 340 κατηγορίες FMCG προϊόντων).

Διαβάστε στο σημερινό [BnB Daily](#) τις βραχυπρόθεσμες αλλά και τις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις που φέρνει η πανδημία του κορωνοϊού σε μια σειρά από τομείς αναδεικνύει η έρευνα της Ira Media.

Ο κορωνοϊός συνεχίζει να επηρεάζει τις καταναλωτικές συνήθειες
Αύξηση των επισκέψεων στα φυσικά σημεία πώλησης τροφίμων & των online αγορών τον Αύγουστο

Αύξηση των επισκέψεων για αγορά τροφίμων

35% αύξηση στις εβδομαδιαίες επισκέψεις σε όλα τα σημεία πώλησης τροφίμων τον Αύγουστο 2020 μετά την άρση της καραντίνας (Απρ. 2020) παρόλο που παραμένει 40% μειωμένες σε σχέση με τον Δεκέμβριο του 2019.

Το κόστος σημαντικότερος παράγοντας επιλογής τροφίμων

28% δηλώνει πως τα χρήματα είναι ο πρώτος παράγοντας επιλογής τροφίμων με την ποιότητα να ακολουθεί με 25% (Αυγ. 2020) κάτι που αναστρέφει την εικόνα της καραντίνας όπου υπερτερούσαν η Υγιεινή & η Ασφάλεια με 31% και ο Χρόνος & η Άνεση με 23%.



Αλλαγή καταναλωτικών συνθηκών σε σχέση με πέρυσι

31% μαγειρεύει σπιτικό φαγητό, 25% πιά καφέ στο σπίτι, 15% φτιάχνει σπιτικά γλυκά 13% φτιάχνουν σπιτικό γρήγορο φαγητό και 9% φτιάχνει σπιτικό ψωμί. Αντίθετα μειώση καταγράφεται στην επισκεψή / ενοικίαση/ταξίδια με -38% και το delivery -19%.

Συστηματικές οι online αγορές τροφίμων

Ένα 5% των καταναλωτών επιλέγει συστηματικά τις αγορές από απόσταση και κυρίως μέσω διαδικτύου, κάτι που επηρεάζει και την επισκεψιμότητα των καταστημάτων.

Υπερδιπλασιάστηκαν οι online αγορές σε σχέση με πέρυσι
Μερίδιο στην αύξηση του online έχουν το food delivery και τα φαρμακεία



Στο ηλεκτρονικό εμπόριο οι συστηματικές αγορές από e-shop έφτασαν το 50% τον Αύγουστο 2020 σε σύγκριση με το 21% το τελευταίο δεκάμηνο του 2019.

Η ηλεκτρονική υπηρεσία παράδοσης έτοιμου φαγητού παρουσιάζει νέα αύξηση στο 38%, με σημαντική αύξηση να καταγράφεται την περίοδο μετά την παύση της καραντίνας και τη χαλάρωση των μέτρων.

Αύξηση 16,9% στις online αγορές φαρμακείου το πρώτο εξάμηνο του 2020 vs. με το αντίστοιχο του 2019. Το Conversion Rate μειώθηκε από το 3,5% κατά μέσο όρο το 2019 στο 2,9% τον Απρίλιο του 2020, λόγω έλλειψης προϊόντων αλλά μεγάλων καθυστερήσεων στην παράδοση των παραγγελιών. Να σημειωθεί πως η συνεισφορά του φαρμακευτικού κλάδου στο ΑΕΠ είναι 6,9 δισ. (3,7%).²

Αύξηση 150% των online πωλήσεων σούπερ μάρκετ το 1° εξάμηνο 2020
21% υψηλότερες οι πωλήσεις του 1ου εξαμήνου από το σύνολο των πωλήσεων του 2019

Νέες συνήθειες

Συνεχίζεται η ανοδική πορεία των online αγορών σούπερ μάρκετ και μετά το τέλος της καραντίνας. Ο Ιούνιος έδειξε αύξηση 170% σε σχέση με τον Ιούνιο 2019.



Βασική συσκευή για online παραγγελίες

Η καραντίνα και η εργασία από το σπίτι ώθησαν στην πραγματοποίηση των ηλεκτρονικών παραγγελιών κυρίως από desktop & laptops από τα οποία ακόμα και μετά την άρση της καραντίνας δόθηκαν το 68,4% των συνολικών παραγγελιών.

Αύξηση ηλεκτρονικού καλαθιού

Το 1° εξάμηνο του 2020 αυξήθηκε το ηλεκτρονικό καλάθι τόσο κατά 5 τεμάχια όσο και κατά 9 ευρώ.

Τα μίνι μάρκετ οι κερδισμένοι ενώ τα περίπτερα οι χαμένοι της κρίσης
Κυρίως η καραντίνα επηρέασε τη μικρή λιανική

Οι μεγάλοι κερδισμένοι τις επτά πρώτες εβδομάδες από την έναρξη του κορωνοϊού ήταν τα σούπερ μάρκετ με αύξηση 30,7% (σε 340 κατηγορίες FMCG προϊόντων).

Ο τζίρος στα καταστήματα μικρής λιανικής (κυρίως μίνι μάρκετ) την περίοδο της καραντίνας ανέβηκε στο 30%.



Χαμένοι του παιχνιδιού τα περίπτερα (αγορές ταψιδών, εφημερίδων) α το 25% αυτών οδηγήθηκε σε λου ενώ άλλο ένα 25% αντιμετωπίζει μεγάλες δυσκολίες.

Κάποια καταστήματα μικρής λιανικής προχώρησαν στη δημιουργία delivery ώστε να κρατήσουν 1 πελάτες τους και την ελπίδα δημιουργήσουν μία συνήθεια που συνεχιστεί και στο μέλλον.

• ΚΡΑΣΙ

ΑΝΑΔΕΙΧΘΗΚΑΝ ΤΑ 50 GREAT GREEK WINES_



Γιάννης Καρακάσης MW, Εμπνευστής 50GGW, Νεκτάριος Νώτης, Founder, CEO, Notice Content And Services, Εκδότης του FNB Daily.

Το ελληνικό κρασί ήταν ο μεγάλος νικητής την Τρίτη 29 Σεπτεμβρίου, όπου μέσω μιας απόλυτα επιτυχημένης phygital εκδήλωσης, προσαρμοσμένης στους περιορισμούς λόγω της πανδημίας, παρουσιάστηκαν τα 50 Great Greek Wines, σε συνέχεια της διεξαγωγής του διαγωνιστικού σκέλους, που έλαβε χώρα στην Αθήνα, από τις 9 έως τις 12 Σεπτεμβρίου. Τη βραδιά παρουσίασε ο Founder και CEO της Notice Content And Services και Εκδότης του FNB Daily, Νεκτάριος Νώτης.

INFO - 50GGW

Κρασιά που αξιολογήθηκαν: 420

Οινοποιεία: 140

Ποικιλίες: 74

"Το πρώτο βήμα για να βάλουμε ένα επιπλέον λιθαράκι στο οικοδόμημα του ελληνικού κρασιού ολοκληρώθηκε με απόλυτη επιτυχία. Πολλά συγχαρητήρια σε όσους παραγωγούς κατάφεραν να δουν το κρασί τους στη λίστα του πρώτου 50 Great Greek Wines. Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς τους όλους τους παραγωγούς, που συμμετείχαν στη διαγωνιστική διαδικασία, δίνοντας ψυχή στο όραμά μας, τους συνεργάτες μου και τους χορηγούς μας, που πίστεψαν σε αυτή





Απονομή, κ. Καραθανάση, Alpha Bank, κ. Κουμπής Selene, κ. Γιάννης Καρακάσης MW, κ. Καλογεράς Oinosimo

την πρωτοβουλία", αναφέρει ο Γιάννης Καρακάσης, Master of Wine και ιδρυτής του 50 Great Greek Wines.

ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ PROJECTS

Σχετικά με τα επόμενα βήματα του καινοτόμου οινικού project 50 Great Greek Wines, ο Γιάννης Καρακάσης MW, επεσήμανε ότι "δεν σταματάμε εδώ! Θα συνεχίσουμε μεθοδικά τις ενέργειές μας ώστε να καταφέρει παγκοσμίως το ελληνικό κρασί να αποτελεί δίκη του κατηγορία, να καταφέρει να βγει από τα «The Others». Έτσι, σε λίγες μέρες θα σας παρουσιάσουμε αναλυτικά το πλάνο των ενεργειών που σχεδιάζουμε εδώ και καιρό για την περαιτέρω προώθηση και προβολή του ελληνικού κρασιού".

ΤΑ ΚΡΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΥΨΗΛΟΤΕΡΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ

Ακολουθεί η λίστα με τα κρασιά που συγκέντρωσαν την υψηλότερη βαθμολογία από την ομάδα των καταξιωμένων κριτών και κατάφεραν να λάβουν μία θέση ανάμεσα στα 50 Great Greek Wines.

Για κάθε βραβευμένο κρασί αναφέρονται με τη σειρά: το οινοποιείο, η επωνυμία του κρασιού, η χρονιά του τρύγου και η περιοχή προέλευσης.

1. Estate Argyros, Cuvée Evdemon 2016, Santorini
2. Estate Argyros, Cuvée Monsignori

3. Alpha Estate, Ecosystem Xinomavro Reserve Vieilles Vignes Single Block "Barba Yannis" 2016, Amyndeo
4. Tiniaki Ampelones, Clos Stegasta Assyrtiko 2018, Tinos
5. Chatzivariti Winery, Mus Xinomavro 2018, Slopes of Paiko
6. Ktima Biblia, Chora Areti Assyrtiko 2018, Pangaio
7. Oenops Wines, Xinomavraw 2018, Macedonia
8. Volcanic Slopes, Vineyards Pure 2017, Santorini
9. Gaia Wines, Gaia Estate 2016, Nemea
10. Domaine Skouras, Viognier Eclectique 2018, Peloponnese
11. Cavino, Mega Spileo Moschato 2019, Peloponnese
12. Lyrarakis Wines, Dafni Psarades 2018, Crete
13. Domaine Skouras, Moscofilero 2019, Peloponnese
14. Oenops Wines, Vidiano 2019, Crete
15. Artemis Karamolegos, Winery '34' 2018, Santorini
16. Tselepos-Canava Chrissou, Laoudia 2018, Santorini
17. Tiniaki Ampelones, Clos Stegasta Mavrotragano 2017
18. Dougos Winery, Meth'Imon "L" Limniona 2018, Thessaly

19. Domaine Skouras, Nemea 2018, Nemea
20. Papagiannakopoulos, Ypsilon Agiorgitiko 2019, Peloponnese
21. Ktima Biblia Chora, Ovilos White 2019, Pangaio
22. Alpha Estate, Rosé Single Vineyard "Hedgehog" 2019, Amyndeo
23. Aslanis Family Winery, Limnio 2018, Macedonia
24. Estate Argyros, Cuvée Monsignori 2018, Santorini
25. Dougos Winery, Rapsani Old Vines 2017, Rapsani
26. La Tour Melas, Palies Rizes Agiorgitiko 2017
27. Ktima Gerovassiliou, Malagousia 2019, Epanomi
28. Papaionannou Estate, Microclima 2006, Nemea
29. Domaine Economou, Sitia 2004, Crete
30. Gentilini Winery & Vineyards, Gentilini Robola Wild Paths 2019, Cephalonia
31. Domaine Karanika, Cuvée de Reserve Brut 2016, Macedonia
32. Vriniotis Winery, Assyrtiko Sur Lies 2018, Evia
33. Mylonas Winery, Savatiano 2019, Attica
34. Troupis Winery, "Route 111" 2018, Peloponnese



Ο Γιάννης Βογιατζής, Πρόεδρος ΕΔΟΑΟ απονέμει το No1

35. Ktima Gerovassiliou, Sauvignon Blanc 2018, Epanomi
36. Aoton Winery, Aoton Savatiano 2015, Attica
37. Artemis Karamolegos, Winery Louroi Platia 2017, Santorini
38. Vrinotis Winery, IAMA Rosé 2019, Evia
39. Ktima Biblia Chora, Biblia Chora White 2019, Pangaio
40. Foundi Estate, Foundi Estate 2015, Naoussa
41. Tselepos-Canava Chrissou, Santorini Vieilles Vignes 2018, Santorini
42. Ktima Diamantakos, Naoussa 2017, Naoussa
43. Rouvalis Winery, Tsiggelo Mavrodaphne 2018, Aigialeia
44. Douloufakis Winery, Aspros Lagos Vidiano 2019, Crete
45. Kechris Winery, Tear of the Pine Retsina 2019, Macedonia
46. Mitravelas Estate, Ktima Red 2018, Nemea
47. Monsieur Nicolas by G.Karamitros, Paradise Can Wait 2017, Karditsa
48. Sant'Or, Santameriana 2019, Achaia
49. Alpha Estate, Xinomavro Single Vineyard "Hedgehog" 2017, Amyndeio
50. Avantis Estate, Agios Chronos Red 2016, Evia

ΤΑ TOP3 ΣΤΙΣ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

The Great Sweet Wines

1. Estate Argyros Vinsanto 12 Years Barrel Aged 2004, Santorini
2. Estate Argyros Vinsanto 4 Years Barrel Aged 2012, Santorini
3. Estate Argyros Vinsanto 20 Years Barrel Aged 1996, Santorini

The Great Assyrtikos

1. Estate Argyros Cuvée Evdemon 2016, Santorini
2. Estate Argyros Cuvée Monsignori 2017, Santorini
3. Tiniaki Ampelones Clos Stegasta Assyrtiko 2018, Tinos

The Great Indigenous Whites (Non Assyrtikos)

1. Lyrarakis Wines Dafni Psarades 2018, Crete
2. Domaine Skouras Moscofilero 2019, Peloponnese
3. Oenops Wines Vidiano 2019, Crete

The Great Blends Whites

1. Ktima Biblia Chora Ovilos White 2019, Pangaio
2. Ktima Biblia Chora Biblia Chora White 2019, Pangaio
3. Ktima Dyo Ipsi Dialogos White 2019, Peloponnese

The Great International Whites

1. Domaine Skouras Viognier Eclectique 2018, Peloponnese
2. Ktima Gerovassiliou Sauvignon Blanc 2018, Epanomi
3. Wine Art Estate Idisma Drios Chardonnay 2018, Drama

The Great Xinomavros

1. Alpha Estate Ecosystem Xinomavro Reserve Vieilles Vignes Single Block "Barba Yannis" 2016, Amyndeio
2. Chatzivariti Winery Mus Xinomavro 2018, Slopes of Paiko
3. Oenops Wines Xinomavraw 2018, Macedonia

The Great Agiorgitikos

1. Gaia Wines Gaia Estate 2016, Nemea
2. Domaine Skouras Nemea 2018, Nemea
3. Papagiannakopoulos Ypsilon Agiorgitiko 2019, Peloponnese

The Great Indigenous Reds

1. Tiniaki Ampelones Clos Stegasta Mavrotragano 2017
2. Dougos Winery Meth'Imon "L" Limniona 2018, Thessaly
3. Aslanis Family Winery Limnio 2018, Macedonia



Η ομάδα του 50GGW

The Great Blends Reds

1. Domaine Economou Sitia 2004, Crete
2. Troupis Winery Route 111, 2018, Peloponnese
3. Avantis Estate Agios Chronos Red 2016, Evia

The Great International Reds

1. Monsieur Nicolas by G.Karamitros Paradise Can Wait 2017, Karditsa
2. Lafazanis Winery Pylos Cabernet Sauvignon 2017, Peloponnese
3. Domaine Costa Lazaridi Chateau Julia Merlot 2018, Drama

The Great Rosés

1. Alpha Estate Rosé Single Vineyard "Hedgehog" 2019, Amyndeio
2. Vrinotis Winery IAMA Rosé 2019, Evia
3. Troupis Winery Hoof & Lur Moschofilero 2019, Peloponnese

The Great Retsinas

1. Kechris Winery Tear of the Pine Retsina, Macedonia
2. Mylonas Winery Retsina, Attica
3. Domaine Papagiannakos Retsina of Mesogaia, Attica

The Great Value for Money Whites

1. Cavino Mega Spileo Moschato 2019, Peloponnese
2. Lyrarakis Wines Dafni Psarades 2018, Crete
3. Domaine Skouras Moscofilero 2019, Peloponnese

The Great Value for Money Reds

1. Domaine Skouras Nemea 2018, Nemea
2. Papagiannakopoulos Ypsilon Agiorgitiko 2019, Peloponnese
3. Athanasiou Winery Thronos 2017, Nemea

The Great Sparkling Wines

1. Domaine Karanika Cuvée de Reserve Brut 2016, Macedonia
2. Nikolou Winery Botanic Sparkling 2017, Attica
3. Matamis Wines Matamis Brut 2017

The Great Organic/Biodynamic Wines

1. Tiniaki Ampelones Clos Stegasta Assyrtiko 2018, Tinos
2. Chatzivariti Winery Mus Xinomavro 2018, Slopes of Paiko
3. Ktima Biblia Chora Areti Assyrtiko 2018, Pangaio



**50
GREAT
GREEK
WINES**

Το 50GGW είναι μία πολυ-επίπεδη πλατφόρμα ανάδειξης και εξωστρέφειας του ελληνικού κρασιού, ένα πολύτιμο εργαλείο στη διάθεση της ελληνικής παραγωγής για να βγει πιο δυναμικά εκτός συνόρων.

**Χορηγός επικοινωνίας
ήταν το FnB Daily.**

• **METRO ΑΕΒΕ**

ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟ ΣΕ ΟΛΟΥΣ ΤΟ ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΦΟΡΤΙΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ

Στρατηγική συνεργασία με την Eneres CPM σύναψε η Metro, για τη δημιουργία του πανελλαδικού δικτύου φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων Charge Plus.

Το δίκτυο θα αποτελείται από 320 φορτιστές σε 160 καταστήματα My market και Metro Cash & Carry σε όλη την Ελλάδα, συμβάλλοντας με υπευθυνότητα στο Εθνικό Σχέδιο Ηλεκτροκίνησης. Το δίκτυο θα παρέχει τη δυνατότητα φόρτισης σε ηλεκτρικά και υβριδικά οχήματα και θα είναι διαρκώς αναπτυσσόμενο, προσφέροντας καινοτόμες υπηρεσίες.

ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ

Το πλάνο θα ξεκινήσει άμεσα και θα υλοποιηθεί σε 3 φάσεις.

Η 1η και η 2η φάση θα ολοκληρωθούν εντός του 2021, ενώ η 3η φάση μέσα στο 2022.

- 1η: 80 φορτιστές σε μεγάλες πόλεις & κεντρικούς οδικούς άξονες
- 2η: 80 φορτιστές σε αποκεντρωμένα σημεία της χώρας
- 3η: 160 φορτιστές με στόχο την επίτευξη πανελλαδικής κάλυψης

FAST CHARGING ΦΟΡΤΙΣΤΕΣ

Οι "έξυπνοι" fast-charging φορτιστές, που θα εγκατασταθούν στα My market και τα Metro Cash & Carry, θα μπορούν να εξυπηρετήσουν οποιονδήποτε τύπο οχήματος, είτε πρόκειται για αμιγώς ηλεκτρικό (BEV), είτε για plug-in υβριδικό (PHEV).

Πρόκειται για φορτιστές τελευταίας τεχνολογίας, ισχύος 22 KW, οι οποίοι θα επιτυγχάνουν φόρτιση έως 50% για τα αμιγώς ηλεκτρικά και έως 100% για τα υβριδικά, σε μιάμιση ώρα. Έτσι, οι πελάτες των καταστημάτων θα μπορούν να φορτίζουν το αυτοκίνητό τους, ενώ κάνουν τα ψώνια τους.

ΩΦΕΛΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Στο δίκτυο Charge Plus οι πελάτες της Metro θα μπορούν πολύ εύκολα:

- Να συνδέουν και να φορτίζουν το όχημά τους χρησιμοποιώντας την ειδική εφαρμογή στο κινητό τους ή σκανάροντας την ειδική κάρτα στον σταθμό φόρτισης
- Να εντοπίζουν τα πλησιέστερα διαθέσιμα σημεία φόρτισης του δικτύου
- Να κάνουν κράτηση του σημείου φόρ-



Θωμάς Φιλίππου CEO, Eneres CPM, Σταύρος Αναγνωστάτος Διευθυντής Ενέργειας, Περιβάλλοντος & Εγκαταστάσεων Metro ΑΕΒΕ, Δημήτριος

τισης για το διάστημα που θα κάνουν τα ψώνια τους

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ

Σημειώνεται ότι, η Metro τα τελευταία χρόνια έχει επενδύσει σημαντικά σε καινοτόμες λύσεις και συνέργειες, με στόχο την ελαχιστοποίηση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος, έχοντας αποσπάσει πλήθος διακρίσεων, καθώς και την κορυφαία πιστοποίηση ISO 50001.

Θυμίζουμε ότι ήταν η πρώτη εταιρεία λιανεμπορίου, που από τις αρχές του 2019 τοποθέτησε πέντε σταθμούς φόρτισης οχημάτων σε καταστήματά της.

• **EKE**

ΛΟΥΞ: ΕΠΙΣΗΜΟ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΟ ΤΟΥ 1ΟΥ SUPER CUP BASKET

Το επίσημο αναψυκτικό του 1ου Super Cup Basket, ήταν η Λουξ, που διοργανώθηκε στο κλειστό γυμναστήριο Περιστερίου Ανδρέας Παπανδρέου την Τετάρτη 23 και την Πέμπτη 24 Σεπτεμβρίου με νικήτη τον Προμηθέα.

Σημειώνεται ότι η αθλητική διοργάνωση 1ο Super Cup Basket, που είναι πλήρως εναρμονισμένη με τα ευρωπαϊκά πρότυπα, είναι ο νέος φιλόδοξος θεσμός του ΕΣΑΚΕ, που στόχο έχει την περαιτέρω ανάπτυξη και αναβάθμιση του επαγγελματικού μπάσκετ στην Ελλάδα.

Οι συμμετέχουσες ομάδες ήταν οι τέσ-

σερις καλύτερες της βαθμολογίας της Basket League της περασμένης σεζόν:

- Παναθηναϊκός ΟΠΑΠ
- ΑΕΚ
- Περσιέρι
- Προμηθέας Πάτρας

Η Λουξ, που φέτος συμπληρώνει 70 χρόνια παράδοσης και ιστορίας, στηρίζει συστηματικά τον ελληνικό αθλητισμό, αγκαλιάζοντας αξιόλογες προσπάθειες και αθλητικά δρώμενα που έχουν χαρακτήρα γιορτής και αναδεικνύουν το φίλαθλο πνεύμα.

