

FNB SERVED **DAILY.**

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΤΡΙΤΗ 2 Μαρτίου 2021
ΤΕΥΧΟΣ 1183



• **ΒΙΚΟΣ**

Γιατί λάνσαρε την Zero Cola



• **LIDL**

Λανσάρει εύκολα και υγιεινά γεύματα
– Αρχή από Κύπρο, ακολουθεί η Ελλάδα



• **ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ**

Η κυβέρνηση μπλοκάρει
με νόμο επενδύσεις τύπου ΦΑΓΕ



• **ΚΑΝΑΔΑΣ**

Αύξηση 8,4% των ελληνικών εξαγωγών F&B
– Τα top προϊόντα σε ζήτηση

EDITORIAL: Ο λόγος και το συμβόλαιο

SECRET RECIPE: Τα τέσσερα υποψήφια σχήματα για τα συσσίτια των μεταναστών

ΤΑ ΨΩΝΙΑ ΤΗΣ ΧΡΟΝΙΑΣ



21 υπερτυχεροί
θα κερδίσουν

κάθε μήνα για έναν χρόνο

αγορές αξίας

300€

Έλα στα Lidl, **κάνε αγορές άνω των 25€** και πάρε ένα δελτίο συμμετοχής. **Ξύσε** και δες εάν είσαι **ένας από τους τυχερούς** που θα κερδίσουν **τα Ψώνια της Χρονιάς**.

Μάθε αν κέρδισες εδώ:

www.lidl-hellas.gr/ta-psonia-tis-xronias

Ο διαγωνισμός ισχύει

από **01.03.2021** έως και **30.04.2021**





Ελευθερία Μητακάκη, Partner, CMO,
Value For Life Foods

• VALUE FOR LIFE FOODS

ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΕΙ ΤΟ PORTFOLIO-ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΒΑΛΚΑΝΙΑ, Ε.Ε. ΚΑΙ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗ

Με νέα προϊόντα σχεδιάζει να εμπλουτίσει το portfolio της Value For Life Foods της οικογένειας Μητακάκη, που δραστηριοποιείται στην παραγωγή προϊόντων από ξηρούς καρπούς και σπόρους, όπως βούτυρα, αλείμματα και πραλίνες φουντουκιού, τόσο για το retail, όσο και για το Horeca.

"Δύο σειρές αφορούν στο κανάλι του retail, και μία στο Horeca. Παράλληλα, σχεδιάζουμε, αρχές του 2022, να εμπλουτίσουμε το portfolio με νέες προϊοντικές κατηγορίες, οι οποίες θα βασίζονται στο good for you ingredients", αναφέρει στο Fnb Daily η Ελευθερία Μητακάκη, Partner, CMO της Value For Life Foods.

INFO – ΣΕΙΡΕΣ

Real & Honest
Pami
Artemis (Horeca)

ΔΙΑΘΕΣΗ

AB Βασιλόπουλος
My market
Armonia

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Βασική προτεραιότητα για την εταιρεία αποτελεί, όπως αναφέρει η κα. Μητακάκη, η αύξηση του brand awareness και η δημιουργία καινοτόμων προϊόντων.

"Θέλουμε να επεκταθούμε στη λιανική, ενδυναμώνοντας την παρουσία μας στις υπάρχουσες αγορές, αλλά και, μέσω της επέκτασή μας, σε νέες".

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΑ BRANDED ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σημειώνεται ότι η εταιρεία δραστηριοποιείται και στο pl, έχοντας συνεργασία με μεγάλες αλυσίδες supermarket ή πολύ μεγάλα δίκτυα.

"Μας ενδιαφέρει το pl, αλλά δίνουμε έμφαση στα branded προϊόντα", επισημαίνει η κα. Μητακάκη.

INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Χώρες: 13+
Κυριότερες αγορές
Βαλκάνια
Αγγλία
Ιρλανδία
Γερμανία
%τζίρου: 65%

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Για το 2021, η εταιρεία στοχεύει να διατηρήσει τις υπάρχουσες συνεργασίες της, ενισχύοντας την παρουσία της σε Βαλκάνια, Ευρωπαϊκή Ένωση και Μέση Ανατολή, όπως Σαουδική Αραβία και Ντουμπάι.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Editorial

Ο λόγος και το συμβόλαιο

"Ο λόγος μου, συμβόλαιο", έλεγαν οι παλιότεροι, που είχαν μπέσα και άρχιζαν δουλειές, χωρίς καν να βάλουν την υπογραφή τους σε κάποιο χαρτί.

Όχι πως τα χαρτιά δεν χρειάζονται.

Το αντίθετο.

Το πρόβλημα δεν είναι όταν κάποιος δεν κρατάει τον λόγο του (το οποίο συμβαίνει ακόμα και αν έχει δώσει το χέρι του για να δεσμευθεί).

Το πρόβλημα είναι όταν υπάρχουν περιπτώσεις, κατά τις οποίες ο ένας εκ των συμβαλλομένων όχι μόνο δεν τηρεί τη συμφωνία, που έχει υπογράψει, αλλά ζητάει και τα ρέστα από το άλλο μέρος.

Και, ακόμα χειρότερα, αυτό εξακολουθεί να συμβαίνει και στις μέρες μας, κυρίως σε επίπεδο μικρών επιχειρήσεων, που διοικούνται από ερασιτέχνες, οι οποίοι στερούνται των βασικών αρχών επιχειρηματικής ηθικής.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr

SECRETCREIPE

Τα τέσσερα υποψήφια σχήματα για τα συσσίτια των μεταναστών

Τέσσερα είναι τα υποψήφια σχήματα, που διεκδικούν την τεράστια πίτα του προγράμματος σίτισης των μεταναστών, των 400 + 400 εκατομμυρίων ευρώ, για το οποίο σας ενημερώσαμε πριν από μία εβδομάδα.. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, στη μάχη κατεβαίνουν συνολικά 12 εταιρείες. Leaders των σχημάτων είναι οι Hellenic Catering, Γευσήνους, Κομποτσιάνης και η Pot Pan μαζί με τη Eurocatering (Φρεσκοούλης). Όλοι τους έχουν μαζί τους 2 με 3 μικρότερες εταιρείες ως υπεργολάβους, δεδομένου ότι η δουλειά είναι πολύ μεγάλη, με ουκ ολίγα σημεία, και μάλιστα νησιωτικά, που πρέπει να εξυπηρετηθούν. Τα παρατράγουδα, πάντως, δεν λείπουν ήδη, δεδομένου ότι με το "Καλημέρα" άρχισαν οι ενστάσεις. Όπως σχολίαζε στη στήλη έμπειρο στέλεχος της συγκεκριμένης αγοράς, "Έχουν βγει τα όπλα!".



CONNECTING YOU WITH GREECE

11-14
ΜΑΪΟΥ
2021

Η ΠΡΩΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΠΟΤΩΝ ΜΕ ΨΗΦΙΑΚΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ "ΑΝΟΙΓΕΙ" ΤΙΣ ΠΥΛΕΣ ΓΙΑ 2η ΦΟΡΑ.

Χιλιάδες αγοραστές από 85 χώρες και την Ελλάδα
για B2B συναντήσεις.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

- > Dry Grocery, Canned Foods, Condiments
- > Bakery, Confectionery & Snacks
- > Dairy
- > Frozen
- > Meat and Poultry
- > Beverages, Drinks
- > Fresh Fruits – Dry Fruits
- > Natural, Organic, Bio, Vegan, Free From, Healthy, Plant Based

ΠΡΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

- > Ψηφιακή καμπάνια σε μέσα κοινωνικής και επαγγελματικής δικτύωσης σε 5 Ηπείρους (Facebook, Instagram, Linkedin, Google Ads)
- > Email καμπάνια σε πάνω από 100.000 διεθνείς αγοραστές
- > Τηλεοπτικά σποτ
- > Έντυπη Διαφήμιση σε επαγγελματικά περιοδικά
- > Προσκλήσεις αγοραστών για δωρεάν εγγραφή και είσοδο στην έκθεση

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΜΕ ΓΙΑΤΙ ΚΕΡΔΙΖΟΥΜΕ:

- > Προβολή νέων και καινοτόμων προϊόντων σε ένα διευρυμένο διεθνές αγοραστικό κοινό.
- > Συνάντηση με αγοραστές – κλειδιά.
- > Προκαθορισμένες εμπορικές B2B συναντήσεις σε 4 ημέρες, με δυνατότητα αποστολής δειγμάτων.
- > Ψηφιακή δικτύωση με επαγγελματίες αγοραστές από την ασφάλεια του χώρου σας.

POWERED BY  **GREAT EXHIBITIONS**

Για περισσότερες πληροφορίες:

T. 210 7755080 | info@greatexhibitions.gr | www.greatexhibitions.gr

ΧΟΡΗΓΟΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 

• **ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΠΙΤΤΑΡΑΣ**

ΧΩΡΙΣ ΑΠΩΛΕΙΕΣ ΤΟ 2020 – ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΣΑΓΑΝΟΤΥΡΙΑ ΚΑΙ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟ ΚΕΦΑΛΟΤΥΡΙ

Στα ίδια επίπεδα με το 2019 έκλεισε ο τζίρος του 2020, για το Τυροκομείο Πιτταρά από τις Μέλανες Νάξο, που την προηγούμενη χρονιά άνοιξε και την αγορά της Γερμανίας.

"Γίνονται προσπάθειες για να αυξήσουμε τις πωλήσεις, έχουμε στείλει στην Γερμανία και είμαστε αισιόδοχοι για το μέλλον", αναφέρει στο FNB Daily ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης Νίκος Πιτταράς, συμπληρώνοντας ότι, εντός του 2021 θα βγουν και νέοι κωδικοί στην αγορά, ενώ συνεχίζεται και η υλοποίηση του επενδυτικού προγράμματος, [όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily από τις 3 Ιουλίου 2020.](#)

Υπογραμμίζει ότι, "για την ώρα έχουν επενδυθεί €600 χιλ. περίπου, ίδια κεφάλαια, για τα οποία πρόκειται να κατατεθεί αίτηση πληρωμής, προκειμένου να λάβουμε πίσω το ποσοστό της επιδότησης και να προχωρήσουμε στις υπόλοιπες επενδύσεις, που αφορούν στον εκσυγχρονισμό του τυροκομείου και τη δημιουργία του παρασκευαστηρίου ζωοτροφών, ενώ ήδη τρέχει το σχέδιο βελτίωσης για τη μονάδα".

INFO – ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Σουηδία
Αγγλία
Γερμανία
%παραγωγής: Έως 5%



ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Όπως αναφέρει, ετοιμάζει τέσσερα σαγανοτύρια με γεύσεις, όπως ρίγανη, βασιλικό, μπούκοβο και σκόρδο, αλλά και αγελαδινό κεφαλοτύρι μια κλασική συνταγή της Νάξου.

"Τέλος καλοκαιριού θα δούμε που θα το διαθέσουμε", εξηγώντας ότι ειδικά το κεφαλοτύρι δεν μπορεί να βγει νωρίτερα στην αγορά, καθώς πρέπει να ωριμάσει τουλάχιστον 10 μήνες.

ΑΥΞΗΣΕ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ FIRST QUALITY CHEESE

Σημειώνεται ότι επιχείρηση διατηρεί συνεργασίες με την AB Βασιλόπουλος, την Pizza Fan, τον Θανόπουλο και την First Quality Cheese και σύμφωνα με τον ίδιο, έχει αυξήσει τη συνεργασία σε ό,τι αφορά τη γραβιέρα Νάξου κατά 15%.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ ΤΟ ΣΤΕΓΑΣΤΡΟ 1,5 ΣΤΡΕΜΜΑΤΩΝ

Ο κ. Πιτταράς επισημαίνει ότι βασική προτεραιότητα παραμένει η παραγωγή υψηλής ποιότητας προϊόντων, αλλά και η ευζωία του ζωικού κεφαλαίου, που είναι σε ελεύθερο σταβλισμό.

"Θέλουμε να ενισχύσουμε την ποιότητα, τις αποδόσεις και τις επιδόσεις των γεύσεων. Κάθε μέρα επενδύουμε στην καλύτερη επιλογή των εγκαταστάσεων, ώστε τα ζώα μας να είναι όσο πιο άνετα γίνεται. Το καλοκαίρι ολοκληρώθηκε το τελευταίο στέγαστρο 1,5 στρέμματος, ενώ στο σύνολο τους, τα στεγάστρά μας εκτείνονται σε 5 στρέμματα", επισημαίνει.

INFO – ΠΑΡΑΓΩΓΗ

(σε χιλ kg)
Γάλα / έτος: 2,800

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ

Σε ό,τι αφορά τις ζωοτροφές, ο ίδιος τονίζει ότι η επιχείρηση δουλεύει μόνο με μη γενετικά τροποποιημένες ζωοτροφές και μέχρι τέλος του έτους θα έχει πιστοποιηθεί γι' αυτό.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

• **AQUA CARPATICA**

ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΑΠΟ ΤΑ ΚΑΡΠΑΘΙΑ ΟΡΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Carpathian Springs Co. λανσάρει στην ελληνική αγορά το Aqua Carpatica, φυσικό μεταλλικό και ανθρακούχο νερό, με μηδέν νιτρικά, το οποίο κυκλοφορεί σε συσκευασίες PET:

- 0.250lt
- 0.5lt
- 1lt
- 1.5lt
- 2lt



Αλλά και:

- Σε γυάλινη φιάλη των 0,750lt
 - Σε συσκευασία για παιδιά PET 250ml
- Για το λανσάρισμα του Aqua Carpatica στην ελληνική αγορά, ο Γιάννης Βάλβης, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, δήλωσε: "Είναι μεγάλη μου χαρά να προσφέρω και στους συμπατριώτες μου ένα νερό απaráμιλλης αξίας. Ένα πολύ ευχάριστο νερό στη γεύση, με μηδέν νιτρικά. Ένα νερό που πηγάζει στα παρθένα Καρ-

πάθια όρη, όπου δεν επιτρέπεται η ανθρώπινη παρέμβαση. Το Aqua Carpatica έχει ήδη κατακτήσει σημαντικές παγκόσμιες αγορές, όπως Η.Π.Α., Αυστραλία, Ιαπωνία, Κίνα, Ρωσία, Γερμανία, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Σαουδική Αραβία και άλλες χώρες. Πιστεύω ακράδαντα ότι θα αγαπηθεί κι από τους Έλληνες, καθ' ό,τι συνδυάζει ταυτόχρονα αγνότητα και απόλαυση, που σπάνια συνυπάρχουν μαζί".

• ΚΑΝΑΔΑΣ

ΑΥΞΗΣΗ 8,4% ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ F&B – ΤΑ ΤΟΡ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΖΗΤΗΣΗ

Αυξημένες κατά 8,4% ήταν οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων και ποτών στον Καναδά, ξεπερνώντας τα 300 εκατ. καναδικά δολάρια.

Η μεγαλύτερη κατηγορία, η οποία περιλαμβάνει προϊόντα των βιομηχανιών ειδών διατροφής, αναπτύχθηκε με 8,81%, ενώ την μεγαλύτερη αύξηση εξαγωγών κατέγραψε η κατηγορία των φρούτων/καρπών, με ποσοστό 58,74% από το 2019.

Αντίθετα, υποχώρησαν οι εξαγωγές προϊόντων, όπως είναι ψάρια, μέλι, τυροκομικά και παρθένο ελαιόλαδο.

Καναδικές εισαγωγές τροφίμων & ποτών από Ελλάδα 2019-2020 (1€ = 1,5 CAD \$)			
Τμήμα	Εισαγωγές (CANS) 2019	Εισαγωγές (CANS) 2020	Μεταβολή (2019 / 2020)
Σύνολο	279,813,238	303,255,415	8.4%
I - ΖΩΝΤΑΝΑ ΖΩΑ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥ ΖΩΙΚΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ (κυρίως ιχθυοπρά, τυροκομικά και μέλι-όχι κρέατα)	27,411,503	24,342,725	-11.20%
II - ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥ ΦΥΤΙΚΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ (κυρίως φρούτα και καρποί)	14,836,797	23,551,670	58.74%
III - ΛΙΠΗ ΚΑΙ ΛΑΔΙΑ ΖΩΙΚΑ Ή ΦΥΤΙΚΑ (κυρίως παρθένο ελαιόλαδο)	15,286,256	14,513,263	-5.06%
IV - ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΕΙΔΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ (κυρίως παρασκευάσματα λαχανικών, καρπών και φρούτων, παρασκευάσματα με βάση τα δημητριακά, άλευρα & είδη ζαχαροπλαστικής, παρασκευάσματα διατροφής / αλκοολούχα ποτά / ακατέργαστα καπνά)	93,196,309	101,404,868	8.81%

Πηγή: Στατιστική υπηρεσία Καναδά

ΑΝΟΔΙΚΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΑΣΙ

Συνεχίστηκε παράλληλα, η αυξητική τάση των εξαγωγών ελληνικών κρασιών, τα οποία πάντως, ως αξία, παραμένουν σε χαμηλό επίπεδο (κάτω των 10 εκατ. καναδικών δολαρίων)



Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Αναφορικά με τη διάρθρωση της αγοράς, το γραφείο O.E.Y. στο Τορόντο σημειώνει τα εξής:

- Οι επαρχίες του Οντάριο, του Κεμπέκ και της Βρετανικής Κολομβίας εκπροσωπούν το 74% της καναδικής αγοράς λιανικής τροφίμων και ποτών
- 3 μεγάλες αλυσίδες τροφίμων
- Loblows: Provigo, The Real Canadian Superstore, Nofrills, Maxi, Fortinos, Zehrs markets, T&T και Shopper's Drug Mart
- Sobeys: IGA, Thrifty Foods, Safeway, and FreshCo. και Foodland
- Metro: Food Basics, Marché Adonis, Super C and Jean Coutu
- 2 υπεραγορές: Walmart, Costco
- Ethnic Markets
- Αγορές βιολογικών προϊόντων / upscale grocery markets
- Καταστήματα delicatessen
- Grocerant (Grocery store & restaurant)
- Convenience Stores (7- Eleven & Alimentation Couche Tard)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΕ ΑΥΞΗΤΙΚΗ ΤΑΣΗ

Παράλληλα, στέκεται στις κατηγορίες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ζήτηση:

- Αλμυρά σνακ
- Παγωτό και κατεψυγμένα επιδόρπια
- Έτοιμα γεύματα
- Προϊόντα αρτοποιίας
- Γαλακτοκομικά προϊόντα
- Μπισκότα και μπάρες
- Σνακ αποξηραμένων φρούτων
- Μεταποιημένο κρέας και θαλασσινά
- Προϊόντα Ζαχαροπλαστικής

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr



• FOURNOS THEOFILOS ΝΕΑ ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ Η ΤΖΕΛΙΝΑ ΚΟΥΚΟΥΜΕΛΗ

Καθήκοντα Γενικής Διευθύντριας ανέλαβε από αρχές Φεβρουαρίου στην Φούρνος Θεόφιλος (μία εταιρεία του ομίλου Γ. Κορρέ) η Τζελίνα Κουκουμέλη.

Η κα. Κουκουμέλη προέρχεται από τη γαλακτοβιομηχανία Κρι Κρι, στην οποία ήταν Marketing Manager από τον Ιανουάριο του 2016 μέχρι και τον Νοέμβριο του 2020, οπότε και αποχώρησε. Να σημειωθεί ότι η κα. Κουκουμέλη βρίσκεται στον F&B κλάδο από το 1997, κατέχοντας διοικητικές θέσεις σε εταιρείες όπως Nestle, Kraft Foods, Creta Farms και Παπαδοπούλου.

• ΛΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟΥ – ΤΙ ΑΛΛΑΖΕΙ ΣΤΗΝ ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗ

Η επαγγελματικοποίηση του κλάδου του υπαίθριου εμπορίου έρχεται με το νέο νομοσχέδιο του Υπουργείου Ανάπτυξης, το οποίο θα προτείνει προς ψήφιση στην Βουλή, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Γενικός Γραμματέας Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή, Παναγιώτης Σταμπουλίδης.

"Το νομοσχέδιο αποτελεί κοινό τόπο για την επαγγελματικοποίηση του κλάδου του υπαίθριου εμπορίου, όπως είναι οι εμποροπανηγύρεις και οι λαϊκές αγορές", τονίζοντας ότι αποτελεί μια μεγάλη και ουσιαστική συθέμελη μεταρρύθμιση.

Συγκεκριμένα, υπογραμμίζει ότι το νέο νομοσχέδιο:

- Εισάγει νέες έννοιες για το υπαίθριο δραστηριότητες, όπως το food street, θεματικές αγορές, και πρώτες αγορές
- Λύνει διάφορα θέματα με τη γραφειοκρατία που ταλαιπωρούσαν τους επαγγελματίες
- Ψηφιοποιούνται οι δραστηριότητες, σε επίπεδο αδειοδότησης και απεικόνισης των δραστηριοτήτων, στο σύστημα
- Μπαίνει τέλος στις εικονικές πωλήσεις.
- Αναβαθμίζονται τα κριτήρια επιλογής αδειών

ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΕ ΙΣΟΨΗΦΙΑ ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗΣ

Σε ό,τι αφορά την περίπτωση ισοψηφίας μεταξύ δύο αιτούντων για άδεια, επισημαίνει ότι το νέο νομοσχέδιο ορίζει ότι προτιμάται αυτός με τη μεγαλύτερη οικονομική προσφορά, ενώ όταν πρόκειται για παραγωγούς, θα επιλέγεται αυτός που είχε υψηλότερο τζίρο την προηγούμενη χρονιά.

"Επιπλέον, μια μεγάλη τομή είναι το ότι για να μπορεί κάποιος να πάει στις λαϊκές, θα πρέπει το 70% του τζίρου της προηγούμενης χρονιάς να είναι από τις λαϊκές".

ΣΥΜΦΩΝΕΙ Η ΠΟΣΠΛΑ

Στο μεταξύ, η συνάντηση που είχε η ηγεσία του Υπουργείου Ανάπτυξης και με εκ-



Παναγιώτης Σταμπουλίδης,
Γενικός Γραμματέας Εμπορίου
και Προστασίας Καταναλωτή

προσώπους του κλάδου, έγινε σε θετικό κλίμα, με τον Πρόεδρο της ΠΟΣΠΛΑ να υπογραμμίζει, μεταξύ άλλων:

"Βρισκόμαστε σε ένα σημείο που οι διεκδικήσεις ετών γίνονται πλέον πραγματικότητα. Ευελπιστούμε ότι οι λαϊκές αγορές, σε σύντομο χρονικό διάστημα, θα αλλάξουν μορφή για το καλό της οικονομίας και της κοινωνίας. Ευχαριστώ πολύ όσους προανέφερα, για όλο αυτό το έργο που έχει γίνει".

Στη συνάντηση συμμετείχαν:

- ο Υπ. Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Άδωνις Γεωργιάδης
- ο Αν. Υπουργός, Νίκος Παπαθανάσης
- ο Περιφερειάρχης Αττικής, Γιώργος Πατούλης
- ο Γενικός Γραμματέας Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή, Παναγιώτης Σταμπουλίδης
- ο Πρόεδρος της ΠΟΣΠΛΑ, Δημήτρης Μουλιάτος
- ο Πρόεδρος της Επιτροπής Λαϊκών Αγορών Αττικής, Σταύρος Μελάς και
- ο Διευθυντής της διεύθυνσης λαϊκών αγορών της περιφέρειας, Χάρης Πασβαντίδης

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

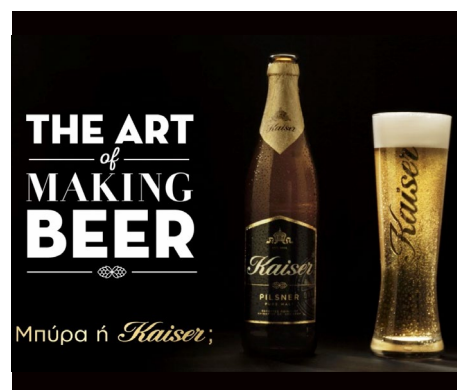
• KAISER ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Η Kaiser παρουσιάζει τα νέα της τηλεοπτικά σποτ, μέσα από τα οποία μυεί τους τηλεθεατές στην τέχνη της ζυθοποίησης. Όπως αναφέρεται στη σχετική ανακοίνωση, η εταιρεία μέσα από τη νέα τηλεοπτική καμπάνια υπογραμμίζει ότι η παραγωγή της μπύρας Kaiser, δεν είναι μόνο ο συνδυασμός των συστατικών, αλλά είναι τέχνη και απαιτεί μαεστρία.

Δείτε εδώ τα νέα τηλεοπτικά σποτ:

[Το καλύτερο Κριθάρι](#)

[Ο καλύτερος Λυκίσκος](#)



• DIAGEO ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΕΙ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΟΥ CHASE DISTILLERY

Ολοκληρώνεται η εξαγορά του Chase Distillery από την Diageo, μετά την έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου, η οποία εξέτασε το κατά πόσο δημιουργείται δεσπόζουσα θέση της Diageo, στην αγορά ποτών της Μ. Βρετανίας, συνεπεία του παραπάνω deal. Η συμφωνία ανακοινώθηκε τον περασμένο Οκτώβριο και στα μέσα Φεβρουαρίου δόθηκε το πράσινο φως από τις αρμόδιες ρυθμιστικές Αρχές του Ηνωμένου Βασιλείου.



• **ΒΙΚΟΣ**

ΓΙΑΤΙ ΛΑΝΣΑΡΕ ΤΗΝ ZERO COLA

Το νέο της προϊόν, Βίκος Cola zero sugar, παρουσίασε σήμερα η Διοίκηση της ηπειρώτικης βιομηχανίας, Βίκος. Το νέο προϊόν θα βγει πρώτα στα ράφια της ΑΒ Βασιλόπουλος από σήμερα και θα ακολουθήσουν η The Mart, το My market και την επόμενη εβδομάδα το Bazaar, η Γέγος και άλλες αλυσίδες.

ΔΥΟ ΧΡΟΝΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Σεπετά, Διευθυντή Πωλήσεων και Marketing της Βίκος, "η εταιρεία με το τμήμα έρευνας & ανάπτυξης εξέταζε εδώ και δύο χρόνια να βγάλει ένα προϊόν, γευστικά κοντά στον leader της αγοράς, που είναι η Coca Cola Zero". Πρόκειται για την κατηγορία cola, με την μεγαλύτερη ανάπτυξη και στη χώρα μας, καθώς το 2020 η κατανάλωση ξεπέρασε τα 50 εκατ. λίτρα, με αύξηση 18% σε σχέση με το 2019 και 57% την περίοδο 2016-2020. Σημειώνεται ότι η regular παραμένει στην κορυφή, με κατανάλωση 75 εκατ. λίτρων, ενώ η στέβια έφθασε τα 10 εκατ. λίτρα, που δείχνει να είναι και το ταβάνι της συγκεκριμένης κατηγορίας cola.

Σύνολο Αγοράς Αναψυκτικών (Κατηγορία Cola)

COLA CATEGORIES	2016	2017	2018	2019	2020	% CHNG Year 20 vs 19	% CHNG Year 20 vs 16
TOTAL COLAS	150.228 κ	152.601 κ	152.533 κ	155.736 κ	162.921 κ	4,6%	8,4%
TOTAL REGULAR	58.184 κ	62.691 κ	64.707 κ	67.539 κ	75.163 κ	11,3%	29,2%
TOTAL STEVIA	7.348 κ	11.014 κ	10.730 κ	10.201 κ	10.276 κ	0,7%	39,8%
TOTAL LIGHT	19.097 κ	17.405 κ	16.363 κ	15.102 κ	15.042 κ	-0,4%	-21,2%
TOTAL ZERO	31.739 κ	34.271 κ	37.614 κ	42.236 κ	49.846 κ	18,0%	57,0%

ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΙΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η εταιρεία ακολουθεί πάντα τα trends της αγοράς και το τι πραγματικά θέλει ο καταναλωτής. Για παράδειγμα, μπήκε το 2018 για να καλύψει και την κατηγορία των διαβητικών καταναλωτών, οι οποίοι ανέρχονται σε 1,2 εκατ. άτομα στην Ελλάδα, ενώ τα τελευταία χρόνια δεν μπορεί να αγνοηθεί η θεαματική ανάπτυξη της κατηγορίας zero sugar.

ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΠΟ ΤΟΝ LEADER

"Στόχος μας ήταν να δημιουργήσουμε προϊόντα με πραγματικά μηδέν ζάχαρη, με διαφορετική προσέγγιση από τον leader της αγοράς. Να έχουν όλα τα ποιοτικά και γευστικά χαρακτηριστικά, την μυρωδιά, και να τα πίνει κάποιος με ευχαρίστηση, χωρίς να αφήνουν κάποια επίγευση μετά την κατανάλωσή τους", σημείωσε ο κ. Σεπετάς. Σε σχέση με τον leader της αγοράς, ο κ. Σεπετάς σημειώνει ότι, "η Βίκος Cola Zero Sugar είναι η ελληνική πρόταση, πιο φθηνή στο ράφι, και premium, λόγω της βάσης του φυσικού μεταλλικού νερού".

ΦΘΗΝΟΤΕΡΑ ΚΑΤΑ 20%

Σε γενικές γραμμές, ανέφερε ότι οι τιμές είναι κατά μέσο όρο 20% φθηνότερες από το αντίστοιχο προϊόν της Coca-Cola, όπως άλλωστε συμβαίνει και στα υπόλοιπα αναψυκτικά, τονίζοντας, για παράδειγμα, ότι η εξάδα πωλείται περίπου κατά 60 λεπτά φθηνότερα από τον leader.



Κωνσταντίνος Σεπετάς, Διευθυντής Πωλήσεων & Marketing, Βίκος

Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΜΠΗΚΕ ΣΤΑ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

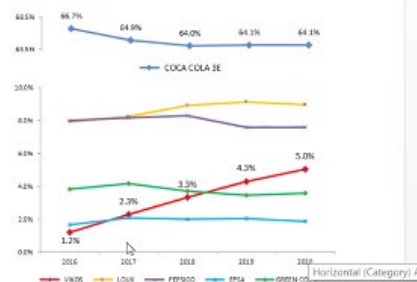
Ο λόγος για τον οποίο η Βίκος, μία από τις κορυφαίες εταιρείες στον κλάδο των εμφιαλωμένων νερών, μπήκε στο αναψυκτικό, ο κ. Σεπετάς ανέφερε ότι, "πρόκειται για φυσική εξέλιξη των πραγμάτων και ως εμφιάλωση και ως προϊόν, αφού η βάση είναι το νερό και εμείς έχουμε premium βάση, χρησιμοποιώντας το φυσικό μεταλλικό νερό από τα Ζαγοροχώρια. Καταφέρνουμε να κρατάμε τα στοιχεία του νερού και στα αναψυκτικά μας".

Σημείωσε ότι τέσσερα χρόνια μετά την είσοδο της εταιρείας στην κατηγορία της cola, η Βίκος κατάφερε να έχει σήμερα μερίδιο αγοράς 4,2% στην cola και 5% συνολικά στην κατηγορία των αναψυκτικών, κάτι που σύμφωνα με τον κ. Σεπετά, θεωρείται, "πολύ μεγάλη επιτυχία, δεδομένων των συνθηκών και του ανταγωνισμού στην αγορά".

Σύνολο Αγοράς Αναψυκτικών Μερίδια σε Όγκο



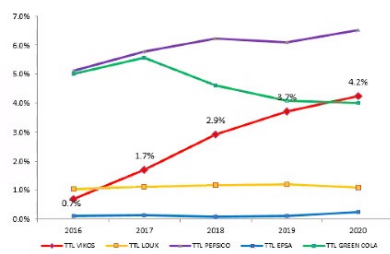
- Το μερίδιο αγοράς σε όγκο για το Αναψυκτικό ΒΙΚΟΣ είναι 5%, κερδίζοντας συνεχώς μερίδιο κάθε χρόνο και πλέον είναι ο τέταρτος μεγαλύτερος «παίκτης» στην αγορά!
- Η Coca Cola διαθέτει το 64,1% της αγοράς.



Σύνολο Αγοράς Αναψυκτικών Μερίδια σε Όγκο – Κατηγορία Cola



- Το μερίδιο αγοράς σε όγκο για τη ΒΙΚΟΣ COLA είναι 4,2% και πλέον υπολείπεται μόνο των Coca-Cola (61,7%) και Pepsi.



ΠΩΣ ΕΚΛΕΙΣΕ ΤΟ 2020

Αναφορικά με το 2020, ο κ. Σεπετάς τόνισε ότι η χρονιά έκλεισε, "οριακά πτωτικά για τον τζίρο της Βίκος, δεδομένων των συνθηκών. Μέσα σε κάθε κρίση υπάρχουν οι ευκαιρίες για τη χώρα, την οικονομία. Μία από αυτές είναι και το ότι το μη οργανωμένο λιανεμπόριο αναπτύχθηκε ραγδαία και αυτό αυξάνει τα μεσαία εισοδήματα, η ΕΒΓΑ της γει-

τονιάς ανέκαμψε και όλοι προσβλέπουν να μπουν και σε αυτή την κατηγορία. Εμείς είμαστε στραμμένοι κυρίως σε αυτό το κανάλι και όχι σε ξενοδοχεία και εστιατόρια".

Γενικότερα, όλες οι κινήσεις της εταιρείας γίνονται βάσει των προσδοκώμενων όγκων, προσθέτοντας ότι, "δεν μπορούμε να κάνουμε πάνω από ένα λανσάρισμα κάθε χρόνο, ακόμη και να το θέλουμε. Αυτό που κοιτάζουμε πριν από κάθε λανσάρισμα είναι να γνωρίζουμε τι ζητάει η αγορά, τι όγκος κρύβεται πίσω από κάθε προϊόν και τέλος να βρεθεί η κατάλληλη στιγμή για να γίνει αποδεκτό το προϊόν από αυτούς που έχουν τη διανομή".



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **DANONE** **ΠΟΥΛΑ ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΙ** **ΣΤΗΝ CHINA MENGNIU DAIRY**

Το μερίδιό της στην κινεζική γαλακτοκομική εταιρεία, Mengniu Dairy, σκοπεύει να εκποιήσει η Danone, εν μέσω πιέσεων από δυσαρεστημένους επενδυτές. Σύμφωνα με το Bloomberg, το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων από την εκποίηση του ποσοστού, θα διατεθεί για τη χρηματοδότηση επαναγοράς μετοχών.

Σημειώνεται ότι στις αρχές του μήνα, ο CEO της γαλλικής γαλακτοβιομηχανίας - ο οποίος βρίσκεται στο μικροσκόπιο, καθώς ο τίτλος της Danone έχασε το 1/4 της αξίας του πέρυσι - ανακοίνωσε ότι η Danone θα εκποιήσει περιουσιακά στοιχεία που δεν συμβάλλουν στην κερδοφόρα ανάπτυξη.

ΕΚΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΩΝ **ΘΕΜΑΤΩΝ**

Η ανακοίνωση πραγματοποιήθηκε πριν από τη συνεδρίαση του Δ.Σ. της Danone, κατόπιν της οποίας σημειώθηκε άνο-



Emmanuel Faber, CEO, Danone

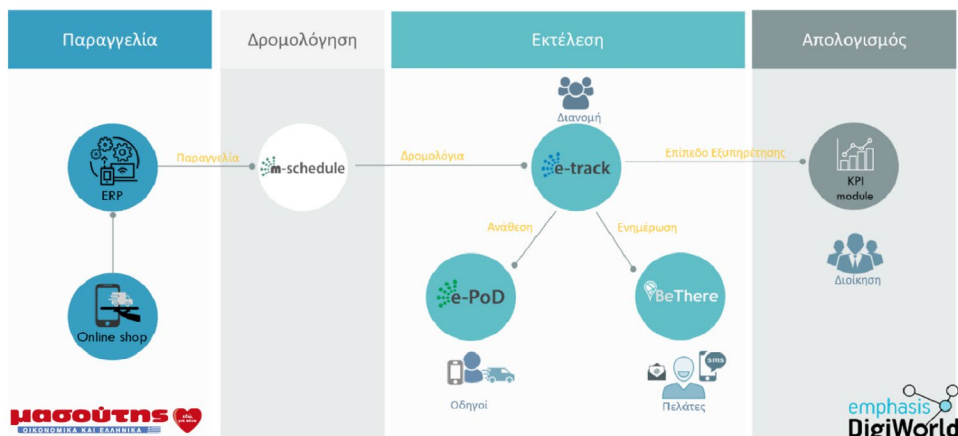
δος στις μετοχές και των δύο εταιρειών, 2,6% στην Danone και 1,5% στην China Mengniu.

Σημειώνεται ότι στην παρούσα φάση, η συμμετοχή της Danone στην Mengniu ανέρχεται στο 9,8% και είναι έμμεση, μέσω μίας κοινοπραξίας με την COFCO, που αποτελεί το μεγαλύτερο μέτοχο της Mengniu.

Αρχικά, η Danone θα μετατρέψει την συμμετοχή της σε άμεση, με τη διαδικασία μετατροπής να υπόκειται σε κανονιστική έγκριση. Η εκποίηση μπορεί να πραγματοποιηθεί σε μία ή περισσότερες συναλλαγές, ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς, όπως αναφέρει η γαλλική βιομηχανία. Η λογιστική αξία του χαρτοφυλακίου ανέρχεται σε €850 εκατ. Από την πλευρά της, η Mengniu δήλωσε ότι σέβεται την απόφαση της Danone και η κίνηση δεν θα επηρεάσει τις επιχειρηματικές στρατηγικές και τα σχέδιά της, αν και η πώληση θα μειώσει τη συμμετοχή της COFCO στο 21,4% από την υφιστάμενη 31,3%.

Η ΚΙΝΑ ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ **ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ**

Σύμφωνα με την Danone, η Κίνα θα παραμείνει υψηλής στρατηγικής σημασίας αγορά και μετά την πώληση. Η εταιρεία ξεκίνησε την επανεξέταση της στρατηγικής της τον Οκτώβριο, όταν ανακοίνωσε σχέδια πώλησης μικρότερων επιχειρήσεων, καθώς και των επιχειρήσεων της στην Αργεντινή.



• **ΜΑΣΟΥΤΗΣ** **ΒΡΑΒΕΥΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ** **ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟ ΤΗΣ**

Η εταιρεία Μασούτης διακρίθηκε με χρυσό Βραβείο, στο πλαίσιο των E-volution awards, για τη συνέργεια με την εταιρεία Emphasis DigiWorld, που στόχο είχε να προωθηθεί ο ψηφιακός μετασχηματισμός της εταιρείας, να δημιουργηθούν εργαλεία, που συμβάλλουν στη βελτίωση της επιχειρησιακής αποτελεσματικότητας, και να βελτιωθεί η αγοραστική εμπειρία του πελάτη. Θυμίζουμε ότι, για την κίνηση αυτή, είχε αναφερθεί αναλυτικά το [Fnb Daily στις 14/1/2021](https://www.fnb.gr/14/1/2021).

Ο Σάββας Τορτοπίδης, επικεφαλής της Διεύθυνσης Ψηφιακού Μετασχηματισμού της εταιρείας Μασούτης, δήλωσε σχετικά: "Συνδυάζοντας την εμπειρία και την τεχνογνωσία μας και θέτοντας, ως απόλυτη προτεραιότητα, τη βέλτιστη εξυπηρέτηση των πελατών μας, αποφασίσαμε στην εταιρεία μας να κάνουμε ακόμα ένα σημαντικό βήμα μπροστά. Οι προκλήσεις αυτής της περιόδου είναι πολλές και χαίρομαι, που μέσα από αυτή τη συνεργασία, καταφέραμε να απαντήσουμε γρήγορα και αποτελεσματικά".

• **ΖΑΓΟΡΙ SPARKLING** **ΑΝΑΔΕΙΧΘΗΚΕ** **"ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ** **ΧΡΟΝΙΑΣ 2021"**

Το ΖΑΓΟΡΙ Sparkling αναδείχθηκε "Προϊόν της Χρονιάς 2021", στην κατηγορία ανθρακούχο φυσικό μεταλλικό νερό. Ο Περικλής Κατριβάνος, Εμπορικός Διευθυντής της Χήτος ΑΒΕΕ, δήλωσε: "Είμαστε υπερήφανοι που καταφέραμε να καινοτομήσουμε, φέρνοντας στην αγορά μία πρωτοποριακή πρόταση, που ικανοποίησε πλήρως τις ανάγκες του κοινού, όπως φάνηκε από τις ψήφους των καταναλωτών".



Περικλής Κατριβάνος, Εμπορικός Διευθυντής, Χήτος ΑΒΕΕ

• OATLY ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΗΜΕΡΑ ΣΤΑ STARBUCKS

Στα Starbucks μπαίνει η Oatly, με την αλυσίδα να αποτελεί συνεργασία στρατηγικής σημασίας για την ενίσχυση του τζίρου της την τρέχουσα χρονιά, καθώς μέσω αυτής σχεδιάζει να αυξήσει το brand awareness των προϊόντων της.

[Όπως είχατε διαβάσει στο FnB Daily](#), προϊόντα της Oatly είναι ήδη στα Starbucks στην Ασία.

Η συμφωνία προϋποθέτει ότι η Starbucks



θα συμπεριλάβει, σε μόνιμη βάση, στο ανοιξιότικο menu της το ρόφημα βρώμης της εταιρείας, προσφέροντας στους καταναλωτές τη δυνατότητα να το προ-

σθέσουν στο Iced Brown Sugar Oatmilk Shaken Espresso της αλυσίδας, με μια μικρή επιπλέον χρέωση στο λογαριασμό τους, κάτι που συνθίζεται για τέτοιου είδους προσθήκες.

Σημειώνεται ότι οι αλυσίδες εστίασης αποτελούν σημαντικό κανάλι για την Oatly, καθώς έτσι αυξάνει την πελατειακή της βάση. Θυμίζουμε ότι η σουηδική εταιρεία παραγωγής plant-based προϊόντων έχει επεκτείνει το portfolio της και με νέες προιοντικές κατηγορίες, όπως το γιαούρτι και το παγωτό με βάση τη βρώμη, ενώ ετοιμάζεται να εισέλθει στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης, αντλώντας ιδιωτικά κεφάλαια \$200 εκατ.

• SABRA ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΑ PLANT-BASED SNACKS ΓΙΑ ΠΑΙΔΙΑ

Η αμερικανική εταιρεία παραγωγής snack, Sabra, λάνσαρε στην αγορά την πρώτη plant-based σειρά παιδικών snacks, η οποία περιλαμβάνει δύο γεύσεις, που παράγονται από ρεβίθι ή άλλα φυτικά non GMO συστατικά.

Τα Sabra Kids, τα οποία είναι και πιστοποιημένα kosher, κυκλοφορούν σε ατομική συσκευασία ή τριών τεμαχίων και είναι δι-

σθέσιμα σε supermarkets σε εθνικό επίπεδο και online, μέσω της Walmart.

INFO - ΓΕΥΣΕΙΣ

Brownie Batter Dip & Graham Cracker Sticks
Taco Dip & Rolled Tortilla Chips



• AMITA FREE ΒΡΑΒΕΥΤΗΚΕ ΜΕ ΤΡΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Η Amite Free αναδείχθηκε Προϊόν της Χρονιάς 2021, ενώ παράλληλα βραβεύτηκε και με δύο Bronze Awards στη διοργάνωση Healthy Diet Awards 2021, στις κατηγορίες:

- Best Healthy Beverage Product – Cold Beverages
- Best Healthy Beverage Product – “Free From or Low” Beverage Products

Η Γεωργία Ζίττη, Marketing Manager Juices GR&CY, Coca-Cola Τρία Έψιλον, δήλωσε: “Η τριπλή βράβευση της Amite Free σε δύο πολύ σημαντικούς θεσμούς για τον κλάδο μας, τον θεσμό Προϊόν της Χρονιάς 2021 και τα Healthy Diet Awards 2021 (με την απόκτηση 2 Bronze Awards), μας κάνει πολύ περήφανους και ενθαρρύνει την προσήλωσή μας στην καινοτομία, έχοντας στο επίκεντρό της τον καταναλωτή.



Πίσω από κάθε νέο προϊόν που δημιουργούμε στην Coca-Cola Τρία Έψιλον, βρίσκεται ο στρατηγικός σχεδιασμός, η αξιοποίηση της τεχνολογίας, η προσήλωση στο αποτέλεσμα, η έμπνευση και ο ενθουσιασμός των ανθρώπων μας. Στόχος μας είναι να συνεχίσουμε να παράγουμε προϊόντα που απαντούν στις σύγχρονες ανάγκες

των καταναλωτών, προσφέροντας επιλογές και άριστη ποιότητα”.

Η ΝΕΑ AMITA FREE

- Λιγότερες θερμίδες
- Χωρίς προσθήκη ζάχαρης
- Με γλυκαντικό από το φυτό στέβια

• ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ Η ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΜΠΛΟΚΑΡΕΙ ΜΕ ΝΟΜΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ ΦΑΓΕ

Συνεχίζονται οι έρευνες των δικαστικών αρχών του Λουξεμβούργου, για να αποσαφηνιστεί το πώς η ΦΑΓΕ απέκτησε την έκταση, στην οποία θα έκτιζε το εργοστάσιο στο Λουξεμβούργο, και ποιοι υπουργοί έλαβαν τη σχετική απόφαση. Σύμφωνα με πληροφορίες, το Ελεγκτικό Συνέδριο προχώρησε σε έλεγχο της εταιρείας, ενώ, όπως αποκαλύπτει το σημερινό FNB Daily, η κυβέρνηση προχωρά στην κατάρτιση νομοσχεδίου, το οποίο επιδίδει να αποθαρρύνει παρόμοιες περιπτώσεις με την ΦΑΓΕ στο μέλλον.

Η ΝΕΑ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Στόχος της νέας νομοθεσίας, που θα εισαχθεί στο νομικό σύστημα της χώρας, είναι να υπάρξει:

- Αυστηροποίηση των ποινών
- Τακτικός έλεγχος οικονομικών από τις αρμόδιες αρχές
- Επικοινωνία και κατάθεση φακέλου για όλες τις σχεδιαζόμενες επενδύσεις
- Αναλυτική αναφορά στα ακίνητα που θα γίνουν οι επενδύσεις
- Συνεργασία υπουργείου Οικονομικών με αρμόδιες αρχές για έλεγχο φακέλου

ΜΕ ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ...

Σημειώνεται πως, την περασμένη εβδομάδα το Ελεγκτικό Συνέδριο δημοσίευσε ειδική έκθεση, στην οποία αναφέρεται πως η συναλλαγή για το ακίνητο, που θα στέγαζε το εργοστάσιο, βασίζονταν σε ...ανεπίσημες συμφωνίες. Σε άλλο σημείο, η έκθεση σημειώνει πως, δεν υπήρξε απόδειξη των διαπραγματεύσεων του υπουργείου και της εταιρείας, ενώ εγείρονται σοβαρές αμφιβολίες σχετικά με τους λόγους για τους οποίους το ακίνητο δεν μισθώθηκε, αλλά αγοράστηκε. Μάλιστα, αναφέρεται το παράδειγμα του Bettenbourg, όπου σε άλλες περιπτώσεις η γη πουλήθηκε για €25 χιλ. ανά τ.μ., ενώ για το ακίνητο της ΦΑΓΕ δόθηκαν €20 χιλ. ανά τ.μ.



Αθανάσιος Φιλίππου, CEO, ΦΑΓΕ

ΛΕΙΠΟΥΝ ΕΓΓΡΑΦΑ

Σύμφωνα με την έκθεση, λείπουν έγγραφα σχετικά με το ακίνητο, ενώ το υπουργείο σημειώνει πως, ο καθορισμός της τιμής έγινε με ανεπίσημες πληροφορίες.

DATA

Εννεάμηνο (σε \$εκ.α.)

Κύκλος εργασιών

2020: 394,4

2019: 384,3

Μεταβολή: 2,6%

Μικτό κέρδος

2020: 161,2

2019: 148,9

Μεταβολή: 8,3%

EBITDA

2020: 86,6

2019: 70,5

Μεταβολή: 22,84%

Λειτουργικό κέρδος

2020: 58,1

2019: 46

Μεταβολή: 26,3%

Κέρδη προ φόρων

2020: 43

2019: 27,4

Μεταβολή: 56,93%

Κέρδη μετά φόρων

2020: 33,96

2019: 23,44

Μεταβολή: 45,3%

Νικόλας Ταμπακόπουλος

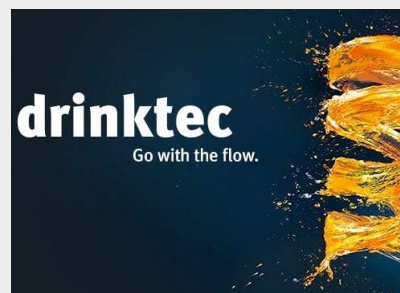
nicolas@notice.gr

• ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΜΕΤΑΤΕΘΗΚΕ ΓΙΑ ΤΟ 2022 Η DRINKTEC

Τη μετάθεση της ημερομηνίας διεξαγωγής της Διεθνούς Κλαδικής Έκθεσης Τεχνολογίας Ποτών και Ρευστών Προϊόντων Τροφίμων, drinktec, για τις 12 έως τις 16 Σεπτεμβρίου 2022, ανακοίνωσε ο Εκθεσιακός Οργανισμός του Μονάχου, τον οποίο αντιπροσωπεύει, στην Ελλάδα και την Κύπρο, το Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο.

Σημειώνεται ότι η drinktec, παρά την πανδημική κρίση COVID-19, κατέγραψε υψηλή ζήτηση από εταιρείες, από την Γερμανία και παγκοσμίως, για συμμετοχή στην έκθεση του Οκτωβρίου 2021 -που ήταν αρχικά προγραμματισμένη- καταλαμβάνοντας ήδη τα τρία τέταρτα του εκθεσιακού χώρου.

"Αυτή η εμπιστοσύνη στη φήμη της drinktec, ως της κορυφαίας παγκόσμιας έκθεσης του κλάδου της, είναι ακριβώς ο λόγος, για τον οποίο πρέπει να διασφαλίσουμε ότι θα ανταποκριθούμε στις προσδοκίες των πελατών μας", δήλωσε χαρακτηριστικά ο Δρ. Reinhard Pfeiffer, Αναπληρωτής Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου του Εκθεσιακού Οργανισμού του Μονάχου.



THE TRENDLETTER

Sø Posh!

καθημερινά με το





• LIDL ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΕΥΚΟΛΑ ΚΑΙ ΥΓΙΕΙΝΑ ΓΕΥΜΑΤΑ – ΑΡΧΗ ΑΠΟ ΚΥΠΡΟ, ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ Η ΕΛΛΑΔΑ

Στην εισαγωγή εύκολων και υγιεινών γευμάτων προχώρησε η αλυσίδα Lidl στην Κύπρο, ακολουθώντας τη γενικότερη τάση σε παγκόσμιο επίπεδο, για ένα νόστιμο και υγιεινό σνακ που μπορεί άμεσα να καταναλωθεί, χωρίς μαγείρεμα.

Σύμφωνα με τη Διοίκηση της εταιρείας, τα προϊόντα που έχουν την επωνυμία Select & Go αποτελούν τέλειες λύσεις για φαγητό στο γραφείο, στο σχολείο, στο δρόμο, στην παραλία, στην εκδρομή.

Τα νέα προϊόντα τα οποία όπως επισημαίνεται, "ξεχωρίζουν για τη φρεσκάδα και την ποιότητά τους, αλλά κυρίως για την ευκολία που προσφέρουν για ένα υγιεινό γεύμα στα γρήγορα", βρίσκονται σε ειδικά ψυγεία δίπλα στα ταμιά.

INFO - ΓΕΥΜΑΤΑ

- Σάντουιτς (πανίни, μπαγκέτα ή tortilla, με επιλογές από σολομό ή τόνο, τυρί γκούντα, ένταμ ή μοτσαρέλα, γαλοπούλα, φασλάφελ, κοτόπουλο, λούντζα – χαλούμι)
- φρέσκες σαλάτες (του καίσαρα με κοτόπουλο, "ελληνική", με τρυφερά φύλλα ρόκας), ενώ κάθε συσκευασία σαλάτας περιέχει τη δική της σως
- κομμένα φρούτα ή γιασούρτι με φρούτα (μάγκο, ανανάς και καθαρισμένο ρόδι)
- χυμοί φρέσκων φρούτων
- σνακ λαχανικών με ντιπ
- ροφήματα



ΥΨΗΛΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΜΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Η ποικιλία των προϊόντων εμπλουτίζεται συνεχώς με νέες γεύσεις και με τη χρήση εποχιακών πρώτων υλών. Τα προϊόντα παρασκευάζονται στην Κύπρο, με υψηλές ποιοτικές προδιαγραφές, συσκευασμένα με ασφάλεια. Όλοι οι προμηθευτές της Lidl έχουν πιστοποίηση IFS Higher Level που σημαίνει ότι τηρούν τις υψηλότερες διεθνείς προδιαγραφές παραγωγής τροφίμων, με συνεχείς ελέγχους.

ΠΙΛΟΤΙΚΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με πληροφορίες ανάλογη κίνηση ήδη προωθεί η Lidl και στην Ελλάδα, με τον σχεδιασμό να αφορά την πιλοτική τοποθέτηση κάποιων αντίστοιχων εύκολων και υγιεινών γευμάτων σε ορισμένα καταστήματα της αλυσίδας και ανάλογα με την ζήτηση που θα υπάρξει θα αποφασιστεί επέκταση σε περισσότερα σημεία του δικτύου στη χώρα μας.

Το λανσάρισμα στην Κύπρο θεωρείται πιο εύκολο να εφαρμοστεί παντού, δεδομένου του μικρού αριθμού καταστημάτων που λειτουργούν στο νησί, ωστόσο στην Ελλάδα, επειδή το δίκτυο της αλυσίδας (μετά και το τελευταίο άνοιγμα στο Κερατσίνι) φθάνει στα 227 καταστήματα, η λογική είναι να πάει το συγκεκριμένο project σταδιακά και εφόσον τύχει θετικής αποδοχής από το καταναλωτικό κοινό.

Ο γερμανικός discounter έχει λανσάρει ανάλογα προϊόντα Select & Go και σε άλλες χώρες όπως π.χ. σε Γερμανία, Αυστρία, Βέλγιο, Πορτογαλία, Ρουμανία, Πολωνία κ.ά.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• 3 ΑΛΦΑ

ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΟΣΠΡΙΑ "ΕΤΟΙΜΑ ΦΥΣΙΚΑ!"

Η 3αλφα-ΑΦΟΙ Κ. Καραγεωργίου Α.Ε.Β.Ε. διοργανώνει διαγωνισμό για τα όσπρια "έτοιμα φυσικά!", ο οποίος θα διαρκέσει από 1 έως 13 Μαρτίου και μετά από κλήρωση, θα αναδειχθούν 15 + 1 νικητές, οι οποίοι θα κερδίσουν:

- Ένα κομψό ποδήλατο πόλης
- Πέντε δωροεπιταγές αξίας €100, για αγορές στα καταστήματα Intersport
- 10 kit για να απολαμβάνουν τα όσπρια "έτοιμα φυσικά!"

Όσοι επιθυμούν να λάβουν μέρος στο διαγωνισμό, πρέπει να κάνουν:

1. Like στη σελίδα της 3αλφα στο Facebook
2. Follow στο Instagram Account της εταιρείας
3. Να μπουν [εδώ](#) για να ψηφίσουν το αγαπημένο τους προϊόν από τα όσπρια "έτοιμα φυσικά!"



• ΠΟΛΩΝΙΑ

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΕ ΛΑΧΑΝΙΚΑ, ΦΡΟΥΤΑ, ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ, ΠΟΤΑ ΚΑΙ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

Η ανοδική πορεία των ελληνικών εξαγωγών των ετών 2016-2019 συνεχίσθηκε και το 2020, με αύξηση της τάξης του 14,5%, φθάνοντας στα €577,71 εκατ., περίοδο κατά την οποία οι συνολικές ελληνικές εξαγωγές παρουσίασαν υποχώρηση κατά 10,5%. Ο όγκος των διμερών εμπορικών συναλλαγών αυξήθηκε κατά 11,3% (έναντι μείωσης 0,05%, το 2019). Οι πολωνικές εξαγωγές σημείωσαν αύξηση 9,4%. Το εμπορικό ισοζύγιο παρέμεινε ελλειμματικό, εις βάρος της Ελλάδας, εμφανίζοντας μικρή διεύρυνση της τάξης του 1,2%. Ως ποσοστό του διμερούς εμπορίου, το εμπορικό έλλειμμα αυξήθηκε στο 39,3%, από 38,2% το 2019. Το ποσοστό κάλυψης των εισαγωγών από τις εξαγωγές αυξήθηκε από 61,8%, σε 64,6%.

Διμερές Εμπόριο Ελλάδας - Πολωνίας (€ εκ.)

	2016	2017	2018	2019	y/y %	2020	y/y %
Εξαγωγές	399,11	459,92	505,42	504,74	-0,13	577,71	14,46
Εισαγωγές	627,02	773,68	817,12	817,12	0,00	893,86	9,39
Εμπορικό Ισοζύγιο	-227,90	-313,75	-311,69	-312,38	0,22	-316,15	1,21
Όγκος Εμπορίου	1.026,13	1.233,60	1.322,54	1.321,86	-0,05	1.471,58	11,33
% IM/EX	63,65	59,45	61,85	61,77		64,63	

Πηγή: EUROSTAT

ΕΚΤΙΝΑΧΘΗΚΑΝ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΠΟΤΩΝ

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι εξαγωγές από την Ελλάδα προς την Πολωνία ποτών, φρούτων, λαχανικών, καρπών, γαλακτοκομικών και δημητριακών. Άλλες κατηγορίες παρουσίασαν αύξηση των εξαγωγών σε σύγκριση με το 2019, ενώ άλλες μείωση.

DATA-ΕΞΑΓΩΓΕΣ (σε €εκατ.)

Καρποί, φρούτα

2020: 35,3

2019: 26,95

Μεταβολή: 31%

Ποτά

2020: 13,2

2019: 3,37

Μεταβολή: 292%

Λαχανικά

2020: 11,6

2019: 12,89

Μεταβολή: (9,8%)

Γαλακτοκομικά

2020: 6,7

2019: 6,5

Μεταβολή: 2,85%

Δημητριακά

2020: 5,7

2019: 5,04

Μεταβολή: 12,86%

ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΞΑΓΟΝΤΑΙ

Όπως αποδεικνύουν τα στοιχεία, τα ποτά γνώρισαν τη μεγαλύτερη αύξηση με 292%, ενώ πτώση παρατηρήθηκε μόνο στα λαχανικά. Σημαντική αύξηση παρατηρήθηκε το 2020 και στους καρπούς και τα φρούτα. Οι εξαγωγές των ειδικότερων προϊόντων των κατηγοριών είναι αυτές που περιγράφονται παρακάτω.

INFO-ΠΡΟΪΟΝΤΑ
Καρποί, Φρούτα

ακτινίδια

πορτοκάλια

πεπόνια

φράουλες

ροδάκινα

νεκταρίνια

κεράσια

Λαχανικά, παρασκευάσματα

ελιές

ροδάκινα και νεκταρίνια

φυσιτικοβούτυρο

ντομάτες

γλυκοπιπεριές

αποφλοιωμένες ντομάτες

αγγούρια

πατάτες

Ποτά

κρασί

νερά

οινοπνευματώδη

Νικόλας Ταμπακόπουλος

nicolas@notice.gr

• LIDL ΕΛΛΑΣ ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΟ ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

Η Lidl Ελλάς εγκαινίασε ένα νέο κατάστημα στο Κερατσίνι, επί της λεωφόρου Δημοκρατίας 97. Το νέο κατάστημα διαθέτει:

- Χώρο πώλησης 1.156 τ.μ.
- 6 ταμεία
- 72 θέσεις στάθμευσης
- Σταθμό φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων 2 θέσεων

Με στόχο τη βέλτιστη πλοήγηση και την αναβάθμιση της αγοραστικής εμπειρίας, η πρόσβαση στο κατάστημα από τον ισόγειο χώρο στάθμευσης γίνεται με κυλιόμενους διαδρόμους, ενώ έχουν οριοθετηθεί θεματικά οι διαφορετικοί τομείς του καταστήματος.

Η Lidl Ελλάς αριθμεί πλέον:

- 63 σημεία πώλησης στην Αττική
- 227 σημεία πώλησης σε ολόκληρη την Ελλάδα



• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ ΤΡΙΠΛΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η εταιρεία Μπάρμπα Στάθης απέσπασε τριπλή διάκριση στην πρόσφατη διοργάνωση "Προϊόν της Χρονιάς 2021" όπου βραβεύονται καινοτόμα καταναλωτικά προϊόντα. Συγκεκριμένα διακρίθηκε για:

- Τις φρέσκες σαλάτες, Μπάρμπα Στάθης "Φρεσκοκομμένα"
- Τα ζυμαρικά με λαχανικά, Μπάρμπα Στάθης
- Την Χορευτή από την Χρυσή Ζύμη



• **ARDENT MILLS**

ΠΡΟΘΕΣΗ ΕΞΑΓΟΡΑΣ ΤΗΣ HINRICH'S TRADING

Η Ardent Mills ανακοίνωσε την πρόθεσή της να εξαγοράσει την εταιρεία, με έδρα την Washington, Hinrichs Trading, η οποία ειδικεύεται στην παραγωγή, εμπορία και διανομή ξηρών καρπών. Στρατηγικός στόχος της Ardent Mills είναι να αυξήσει τα μερίδια αγοράς στις ΗΠΑ και να επεκταθεί σε όλες τις Πολιτείες και τις αγορές, στις οποίες δεν έχει μέχρι στιγμής παρουσία, επιμερίζοντας έτσι το ρίσκο του portfolio της.

Σύμφωνα με πληροφορίες, η εταιρεία βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις και με μία ακόμη εταιρεία που δραστηριοποιείται στο χώρο του τροφίμου στις ΗΠΑ, χωρίς ωστόσο να έχουν γίνει γνωστές λεπτομέρειες. Σύμφωνα με τη Διοίκηση της Ardent Mills, η εταιρεία



θέλει να επεκταθεί στον χώρο των snacks, των προϊόντων υγιεινής διατροφής και στα plant based προϊόντα, καθώς, όπως επισημαίνεται σε σχετική ανακοίνωση, "αναμένουμε αυτοί οι κλάδοι να καταγράψουν μεγάλη ανάπτυξη το προσεχές μέλλον".

• **ΗΛΙΟΣ**

ΝΕΑ ΕΠΕΤΕΙΑΚΑ ΖΥΜΑΡΙΚΑ 1821

Η Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ, με αφορμή την επέτειο των 200 χρόνων από την Ελληνική Επανάσταση, δημιούργησε τα νέα επετειακά ζυμαρικά, ΗΛΙΟΣ 1821. Στην επετειακή συσκευασία υπάρχουν δέκα σχήματα ζυμαρικών, εμπνευσμένα από την ηρωική εξέγερση των Ελλήνων, όπως είναι η παραδοσιακή ανδρική και γυναικεία ενδυμασία, το στεφάνι της δόξας, η περικεφαλαία, το τσαρούχι, το καράβι και το ναυτικό κανόνι. Τα ζυμαρικά ΗΛΙΟΣ 1821, μέσω μίας σειράς στοχευμένων ενεργειών, θα βρίσκονται όλο το 2021 σε επιλεγμένα σημεία πώλησης. Παράλληλα, όπως αναφέρει η εταιρεία στην ανακοίνωση της, θα δωρίσει 200 βιβλία, με θέμα την Ελληνική Επανάσταση, σε 200 βιβλιοθήκες σε όλη την Ελλάδα.



• **MOLSON COORS**

Η INBREW HOLDINGS ΕΞΑΓΟΡΑΣΕ ΤΗΝ MOLSON COORS INDIA

Η Molson Coors πούλησε στον επενδυτικό όμιλο, Inbrew Holdings, την Molson Coors India, στο πλαίσιο του στρατηγικού της σχεδιασμού που υλοποιεί από το 2019.

Η συμφωνία εξαγοράς περιλαμβάνει και τα ζυθοποιεία Bhandkharpur και Saha της εταιρείας, αλλά και τη ναυαρχίδα της μπύρας, Thunderbolt.

Επιπλέον, η Inbrew Holdings θα λάβει άδεια παραγωγής και διανομής εμπορικών ση-

μάτων, όπως είναι τα Millers, Millers Lite, Miller Ace, Blue Moon, Carling και Cobra. Όπως αναφέρει η Inbrew Holdings, με την εξαγορά της Molson Coors India σχεδιάζει να αναπτύξει καινοτόμα προϊόντα, που να ανταποκρίνονται στις σύγχρονες επιθυμίες των καταναλωτών και να ταιριάζουν με την αγορά της Ινδίας.

Οι οικονομικοί όροι του deal δεν έχουν γίνει γνωστοί.

