

Από το 1974
γινόμαστε καλύτεροι
για εσάς!



Αυθεντικές γεύσεις
με επιλεγμένα υλικά
άριστης ποιότητας

Νέες, ανανεωμένες
συσκευασίες



arabatzissa



elzymi

E: info@elzymi.gr, W: www.elzymi.gr

ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ®
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ

FOODReporter

ΦΡΕΣΚΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Kallas Inc: Ξεπέρασε τα προ πανδημίας επίπεδα, κρατά σταθερό το περιθώριο κέρδους



Κατά την πρόσφατη απονομή των Supermarket Awards 2023, σε συζητήσεις μας με στελέχη της αγοράς του λιανεμπορίου κυριάρχησε για μία ακόμα φορά το θέμα του πλάφον στο μικτό περιθώριο κέρδους από βασικά προϊόντα, το οποίο ως γνωστόν η αγορά θεωρεί μια αχρείαστη (πλέον) κρατική παρέμβαση στον ελεύθερο ανταγωνισμό. Άλλωστε, και ο Γενικός

Γραμματέας Εμπορίου & Προστασίας Καταναλωτή, Σωτήρης Αναγνωστόπουλος, στον χαιρετισμό του αναγνώρισε το ρόλο των σούπερ μάρκετ στην προστασία των καταναλωτών, τον οποίο τίμησαν «πολλές φορές και με σημαντικό αντίκτυπο στην επιχειρηματική τους ευρωστία», παραπέμποντας στις φετινές οικονομικές τους καταστάσεις.

Όμως δεν είναι μόνο τα σούπερ μάρκετ που επηρεάζονται από τη ρύθμιση αυτή. Στις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις του, η Kallas Incorporation αναφέρεται στην επίδραση που είχε η ρύθμιση αυτή στο μικτό περιθώριο κέρδους της για το 2022, επισημαίνοντας πως το πλάφον στο περιθώριο μικτού κέρδους από την πώληση οποιουδήποτε προϊόντος που είναι απαραίτητο για τη διατροφή περιορίσε και την εταιρεία, η οποία εμπορεύεται τρόφιμα, να πετύχει την αύξηση του μικτού περιθωρίου κέρδους σε προϊόντα που είχαν τη δυνατότητα αυτή και θα μπορούσαν με τη σειρά τους να βελτιώσουν το συνολικό ποσοστό μικτού περιθωρίου κέρδους της. Πέραν αυτού, η Kallas Inc είχε να αντιμετωπίσει και τις πιέσεις των πελατών της για αγορά των προϊόντων σε χαμηλότερη τιμή από την προσφερόμενη, η οποία απέρρεε από το γεγονός ότι το κόστος λειτουργίας τους είχε αυξηθεί σημαντικά, με αποτέλεσμα να έχει μειωθεί σημαντικά και το περιθώριο κέρδους των πελατών της στα τελικά προς πώληση προϊόντα.

Πάντως, παρά τις προκλήσεις αυτές, η Kallas Inc κατάφερε το 2022 σε επίπεδο εταιρείας να διατηρήσει το μικτό περιθώριο κέρδους της στα ίδια επίπεδα με το 2021, στο 11,8%, ενώ σε επίπεδο ομίλου αύξησε το μικτό περιθώριο κέρδους από το 11,56% στο 12,1%.

Αυξημένες πωλήσεις

Αξιοσημείωτο είναι ότι οι πωλήσεις της Kallas, που είχαν επηρεαστεί αρνητικά κατά τη διάρκεια της πανδημίας, πλέον έχουν ξεπεράσει τα προ πανδημίας επίπεδα: ο κύκλος εργασιών του ομίλου έφτασε το 2022 τα 251,44 εκατ. ευρώ, έναντι 197,46 εκατ. το 2021 και έναντι 239,55 εκατ. το 2019. Όσον αφορά στη φετινή χρονιά, κατά το πρώτο εξάμηνο του 2023 η πορεία των εργασιών της εταιρείας συνεχίζει να παρουσιάζει αυξητική πορεία, με τον κύκλο εργασιών στα 108,5 εκατ. ευρώ, έναντι 93,6 εκατ. στο α' εξάμηνο 2022. Το μικτό περιθώριο κέρδους συνεχίζει και εντός του 2023 να κυμαίνεται στα επίπεδα του 11%.

Σπύρος Πιστικός

- 04** Οργανωμένο λιανεμπόριο: Μικρή αύξηση του όγκου πωλήσεων στο επτάμηνο
- 05** Coffee Planet: Η εδραίωση του brand Puro έχει ως τελικό αποτέλεσμα σταθερά διψήφιο ποσοστό στο ρυθμό ανάπτυξης της
- 08** Οι πρωτίες της Μασούτης για το 2023 και η οργανική ανάπτυξη που έρχεται



Οι εξαγωγές ανεβάζουν τις πωλήσεις της Νεογάλ

Στο +25% το 2022 ο τζίρος της εταιρείας

Αυξημένες πωλήσεις πέτυχε το 2022 η γαλακτοβιομηχανία Νεογάλ, κυρίως χάρη στην αύξηση των εξαγωγών, που σχεδόν διπλασιάστηκαν σε σχέση με το 2021.

Ειδικότερα, ο κύκλος εργασιών της Νεογάλ αυξήθηκε κατά σχεδόν 25%, φτάνοντας τα 22,3 εκατ. ευρώ, έναντι 17,9 εκατ. το 2021, χάρη κυρίως στην αύξηση των εξαγωγών προς την ευρωπαϊκή αγορά, που έφτασαν τα 7,4 εκατ. ευρώ, έναντι 4,2 εκατ. το 2021. Οι εξαγωγές προς τρίτες χώρες επίσης κινήθηκαν ανοδικά, φτάνοντας τα 720.944 ευρώ (2021: 659.264 ευρώ), ενώ οι πωλήσεις εντός των ελληνικών συνόρων αυξήθηκαν στα 14,4 εκατ. ευρώ, έναντι 13,1 εκατ. το 2021.

Όσον αφορά στην κερδοφορία, η εταιρεία παρά τις επιπτώσεις του πολέμου στην Ουκρανία κατάφερε να τη διατηρήσει σε θετικά επίπεδα, αν και μειωμένη κατά το ήμισυ: το 2022 τα καθαρά κέρδη της Νεογάλ υποχώρησαν στα 552.293 ευρώ, έναντι 1,06 εκατ. ευρώ το 2021.

Σημειώνεται ότι οι επενδύσεις της γαλακτοβιομηχανίας σε ενσώματα πάγια περιουσιακά στοιχεία κατά τη χρήση 2022 αφορούσαν κυρίως μηχανολογικό εξοπλισμό και ανήλθαν σε ποσό 730.634 ευρώ.



HellasTrace

Μία σύγχρονη λύση για την
ιχνηλασιμότητα, ένα επιπλέον
ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
για τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Απαντήστε στα ερωτήματα Τι, Πού, Πότε και Γιατί για τα προϊόντα σας,
σε εμπορικούς εταίρους, αρχές και καταναλωτές.

www.gs1greece.org/hellastrace



Οργανωμένο λιανεμπόριο: Μικρή αύξηση του όγκου πωλήσεων στο επτάμηνο

Διατηρήθηκαν και τον Ιούλιο οι κύριες τάσεις που καταγράφονται φέτος στο οργανωμένο λιανεμπόριο, όπως αυτές αποτυπώνονται στο Market View Ιουλίου της Circana, στο οποίο υπενθυμίζουμε ότι πλέον ενσωματώνονται και τα στοιχεία που λαμβάνει η εταιρεία ερευνών από τη Lidl Ελλάς.

Η σημαντικότερη τάση είναι ασφαλώς αυτή της «ξερής», πληθωριστικής αύξησης του τζίρου των σούπερ μάρκετ, προερχόμενης σχεδόν αποκλειστικά από την αύξηση των τιμών.

Το καινούργιο στοιχείο όμως έχει να κάνει με τον όγκο πωλήσεων, που ενώ στο πρώτο εξάμηνο ήταν αμετάβλητος σε σχέση με το πρώτο εξάμηνο του 2022, στο επτάμηνο «τσίμπησε» μία αύξηση της τάξεως του 0,6%, που παραμένει βέβαια πολύ μικρότερη από την αύξηση της αξίας των πωλήσεων, η οποία φτάνει το 9,8% σε ετήσια βάση. Με αυτά τα δεδομένα, η τιμή μονάδας εμφανίζεται στο επτάμηνο αυξημένη κατά 9,2%, έναντι 9,6% στο εξάμηνο. Σε απόλυτους αριθμούς, ο συνολικός τζίρος του οργανωμένου λιανεμπορίου για το επτάμηνο του 2023 υπολογίζεται στα 5,15 δισεκατομμύρια ευρώ (έναντι 4,69 δισ. στο επτάμηνο 2022 και 4,43 δισ. στο εξάμηνο 2023), εκ των οποίων τα 3,93 δισ. προέρχονται από τον κλάδο των τροφίμων.

«Πρωταθλητές» σε αύξηση πωλήσεων τα σνακ

Σημειωτέον ότι η αύξηση των πωλήσεων σε αξία προέρχεται από όλες τις μεγάλες κατηγορίες: τα τρόφιμα συνεισφέρουν με αύξηση 9,8%, τα προϊόντα υγιεινής και ομορφιάς με 10,3% και τα προϊόντα για το νοικοκυριό με 10,8%.

Στην κατηγορία των τροφίμων, οι υποκατηγορίες με τη μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων σε αξία στο επτάμηνο είναι τα σνακ (+14,5%), τα γαλακτοκομικά (+13%) και τα μη αλκοολούχα ποτά (+10,6%). Από την άλλη, όσον αφορά στον όγκο πωλήσεων, η εικόνα είναι μοιρασμένη: οι πωλήσεις σνακ (+4,7%), μη αλκοολούχων ποτών (+3,5%) και αλκοολούχων ποτών (+1,9%) κινούνται

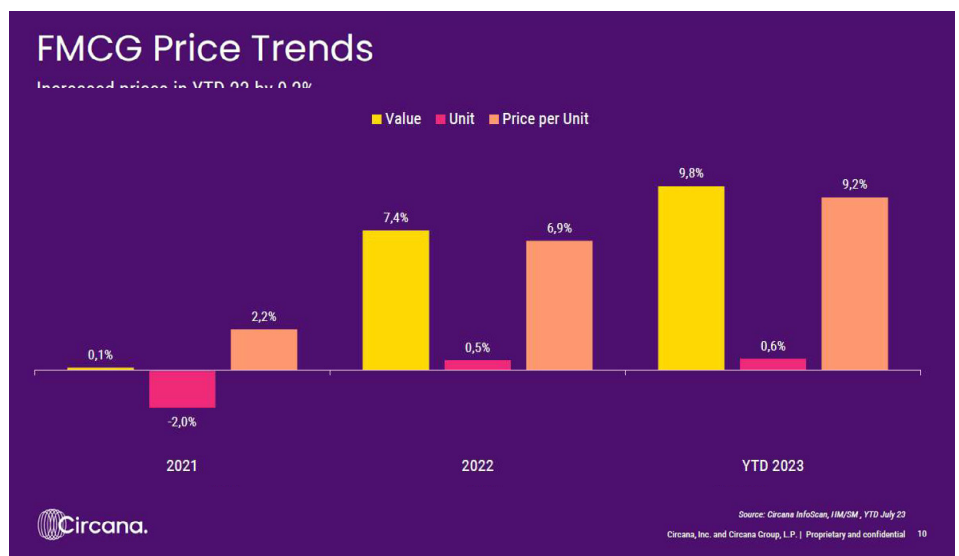
ανοδικά στο επτάμηνο, ενώ οι πωλήσεις μαγειρικών βοηθημάτων (-3,8%), κατεψυγμένων τροφίμων (-3,4%) και συσκευασμένων τροφίμων (-1,3%) ακολουθούν πτωτική τροχιά.

Στο 26,2% το μερίδιο της ιδιωτικής ετικέτας

Τι γίνεται όμως με τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας; Τα δεδομένα δεν έχουν αλλάξει σημαντικά ε σχέση με τα στοιχεία του εξαμήνου: το μερίδιο των προϊόντων private label στο α' εξάμηνο 2023 διαμορφώθηκε στο 26,2%, έναντι 25,8% το 2022 (25,4% στο α' εξάμηνο 2022) και 23,6% το 2021. Ωστόσο, η ενίσχυση αυτή προέρχεται κυρίως από τα είδη υγιεινής και νοικοκυριού και λιγότερο από τα τρόφιμα, όπου το μερίδιο έχει αυξηθεί οριακά από το 2022 (26,5% έναντι 26,3%). Αντίθετα, στα προϊόντα ομορφιάς και υγιεινής το (παραδοσιακά χαμηλότερο) μερίδιο των private label προϊόντων έχει φτάσει στο 21,5%, έναντι 20,2% το 2022 και 17,3% το 2021. Δηλαδή, συνάγεται το συμπέρασμα ότι πράγματι ο υψηλός πληθωρισμός ωθεί πολλούς Έλληνες καταναλωτές στα φθηνότερα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, όμως η προτίμηση προς τα επώνυμα προϊόντα παραμένει ισχυρή. Αύξηση της έντασης εκπτώσεων Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και τα στοιχεία της Circana για την ένταση

εκπτώσεων: πλέον το 25,2% της συνολικής αξίας των πωλήσεων του οργανωμένου λιανεμπορίου αφορά σε προϊόντα προσωρινά μειωμένης τιμής, έναντι 22,5% το 2022 και 22,2% στο επτάμηνο του 2022. Η αύξηση αυτή προέρχεται κατά κύριο λόγο από τα τρόφιμα, στα οποία το ποσοστό φτάνει το 25,1%, έναντι 22% το 2022 και 21,6% στο επτάμηνο του 2022, ενώ αυξημένες είναι και οι εκπτώσεις στα προϊόντα για το νοικοκυριό, φτάνοντας το 25,3%, έναντι 21,8% το 2022 και 21,7% στο επτάμηνο του 2022. Τέλος, όσον αφορά στα σημεία πώλησης, τη μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων σε αξία σε ετήσια βάση καταγράφουν τα μικρά καταστήματα (0-400 τ.μ., +15,7%) και οι υπεραγορές (2.500+ τ.μ., +14,3%). Πάντως, οι άλλες τυπολογίες καταστημάτων (400 με 1.000 τ.μ. και 1.000 με 2.500 τ.μ.) επίσης κινούνται ανοδικά παραμένουν κυρίαρχες με συνολικό μερίδιο 76,8%. Σε γεωγραφικό επίπεδο, ιδιαίτερα αυξημένες εμφανίζονται οι πωλήσεις σε αξία στην Κρήτη (+17,7%) και την Πελοπόννησο (+11,4%), ενώ στην Αττική, που αντιπροσωπεύει το 47,1% των συνολικών πωλήσεων σε όλη τη χώρα, η αύξηση στο επτάμηνο ήταν της τάξεως του +8,8%.

Σπύρος Πιστικός



Coffee Planet: Η εδραίωση του brand Puro φέρνει σταθερά διψήφιο ποσοστό στο ρυθμό ανάπτυξης



Μια καινοτόμα, online προσωποποιημένη ενημέρωση, για τον κάθε πελάτη της που έχει επιλέξει τον καφέ Puro Fairtrade στο κατάστημα του, παρουσίασε η Coffee Planet στο φετινό Athens Coffee Festival. Ειδικότερα, η εν λόγω ενημέρωση εξασφαλίζει την πρόσβαση σε πραγματικό χρόνο, στο μέγεθος της συνεισφοράς του καταστήματος του, στη

διάσωση και προστασία τροπικών δασών, καθώς και στην αντιστάθμιση του Co2.

Puro: Brand με έντονη κοινωνική συνείδηση

«Αυτό που κάνει την Puro να ξεχωρίζει είναι η ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων της, βιολογικής καλλιέργειας, σε espresso, καφέ φίλτρου, τσάι και λοιπών συνοδευτικών. Η πιστοποίηση από τον διεθνή οργανισμό Fairtrade εγγυάται ότι κάθε κόκκος καφέ είναι αγορασμένος με δίκαιες τιμές σε εκατοντάδες μικρούς καλλιεργητές συμβάλλοντας, συν τοις άλλοις, στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης τους» αναφέρει στο FOODReporter η Αλίκη Ποιμενίδη, συνιδιοκτήτρια της Coffee Planet. Επίσης, σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφέρουμε ότι η Puro, ως ένα brand με έντονη κοινωνική συνείδηση, συμμετέχει ενεργά στο πρόγραμμα της World Land Trust, μιας μη κερδοσκοπικής οργάνωσης, με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο υπό την επιτήρηση του Sir David Attenborough, που έχει σαν σκοπό την προστασία της άγριας πανίδας και χλωρίδας, εισφέροντας για την υλοποίηση του, χρήματα από τις πωλήσεις των προϊόντων Puro. «Με τα χρήματα αυτά εξαγοράζονται τροπικά δάση σε χώρες παραγωγούς καφέ που ως ιδιωτική περιουσία πλέον προστατεύονται από την παράνομη υλοτομία και τους λαθροκυνηγούς. Έως τώρα έχουν σωθεί πάνω από 527Κm² τροπικών δασών, σε 13 χώρες παραγωγούς καφέ» επισημαίνει η κυρία Ποιμενίδη. Από τις αρχές του 2016, ο καφές της Puro έγινε Balanced CO₂ffee, διασφαλίζοντας ότι ο άνθρακας που παράγεται από την καλλιέργεια, την επεξεργασία, την μεταφορά και το καβούρδισμα του, εξισορροπείται, με το πρόγραμμα REDD+ (Reducing Emissions from Deforestation and forest Degradation) που αφορά στην αποκατάσταση των δασών και τη βιώσιμη διαχείριση τους.

«Η εδραίωση του brand Puro στη συνείδηση του επαγγελματία, καθώς και του καταναλωτή, χάρη στις διαχρονικά στοχευμένες ενέργειες μας, έχει ως τελικό αποτέλεσμα, σταθερά διψήφιο ποσοστό στο ρυθμό ανάπτυξης μας» δηλώνει στο FOODReporter η συνιδιοκτήτρια της Coffee Planet.

Στόχος η περαιτέρω εδραίωση στην αγορά του βιολογικού καφέ στον χώρο της καφεστίασης και των γραφείων

Όσον αφορά στους στόχους και τα μελλοντικά πλάνα της εταιρείας, η κυρία Ποιμενίδη υπογραμμίζει ότι, έχοντας εμπειρία και εξειδίκευση δεκαετίες πλέον στην αγορά του βιολογικού καφέ στον χώρο της καφεστίασης και των γραφείων, στόχος αποτελεί η περαιτέρω εδραίωση στη συγκεκριμένη αγορά. «Επίσης, θέλουμε να πέτυχουμε επιπλέον ανάπτυξη μέσω και του καναλιού Retail, καθιερώνοντας παράλληλα τα βιολογικά προϊόντα Puro, σε δεσπόζουσα θέση στη συνείδηση του κόσμου» συμπληώνει η ίδια.

Φωτεινή Αποστόλου



Provil AE: Θα δώσει το «παρών» στην Anuga 2023

Η Provil AE, ελληνική εταιρεία που ειδικεύεται στην παραγωγή προϊόντων υψηλής ποιότητας για τη βιομηχανία τροφίμων, ανακοινώνει τη συμμετοχή της στην έκθεση Anuga 2023. Η Provil θα εκθέσει τα προϊόντα της για τη γαστρονομία και τη λιανική, πιστή στη δέσμευσή της για την αριστεία, την καινοτομία και τις παγκόσμιες συνεργασίες. Οι επισκέπτες στο περίπτερο της Provil θα μπορέσουν να εξερευνήσουν μια εκτενή γκάμα προϊόντων προσαρμοσμένων στις ανάγκες της βιομηχανίας τροφίμων, της μαζικής εστίασης, της γαστρονομίας και των επιχειρήσεων λιανικής. Η ομάδα των αντιπροσώπων μας θα είναι σε ετοιμότητα να ενημερώσει σχετικά με το πώς τα προϊόντα της μπορούν να βελτιώσουν τις γευστικές εμπειρίες, να συμβάλουν στην παραγωγή τροφίμων πληρώντας τα σύγχρονα πρότυπα ποιότητας διατροφής. «Είμαστε ενθουσιασμένοι που συμμετέχουμε στην Anuga 2023», δήλωσε η Φαλιέρου Μαριέττα, Υπεύθυνη Εξαγωγών στην Provil SA. «Αυτή η έκθεση παρουσιάζει μια φανταστική ευκαιρία για εμάς να δικτυωθούμε με συναδέλφους του κλάδου, να παρουσιάσουμε τις τελευταίες μας καινοτομίες και να ενισχύσουμε τη δέσμευσή μας και να παρέχουμε κορυφαίες λύσεις στους πελάτες μας. Ανυπομονούμε να μοιραστούμε το πάθος μας για την διατροφή και τη δημιουργία γεύσης με τη παγκόσμια κοινότητα τροφίμων». Η Provil προσκαλεί όλους τους συμμετέχοντες να επισκεφθούν το περίπτερό της για να ανακαλύψουν το μέλλον των λύσεων για τη βιομηχανία τροφίμων.

Coffee Island: Πώς οι δίκαιες σχέσεις μεταξύ παραγωγών και roasters καταλήγουν σε ποιοτικότερο καφέ

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Καφέ, το FOODReporter αναδεικνύει την προστιθέμενη αξία που δημιουργεί η βιώσιμη παραγωγή και επεξεργασία

Οι βιώσιμες διαδικασίες παραγωγής και επεξεργασίας καφέ αποτελούν win-win πολιτική για όλα τα μέλη της αλυσίδας: Προσφέρουν κίνητρα και βιώσιμη καλλιέργεια στους μικροκαλλιεργητές, υποστηρίζουν πρωτοποριακές μεθόδους συγκομιδής, δίνουν προστιθέμενη αξία στις εταιρείες που επεξεργάζονται τον καφέ και προσφέρουν βέλτιστη ποιότητα στον τελικό καταναλωτή.

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Καφέ, που έρχεται την Κυριακή 1 Οκτωβρίου 2023, ο Senior Production Operations Manager της Coffee Island, Νίκος Κουμανιώτης εξήγησε στο FOODReporter τις αμοιβαία επωφελείς σχέσεις των roasters με τους παραγωγούς, που οικοδομούν κάτι καλό για το σύνολο της παραγωγικής αλυσίδας του καφέ μέχρι εκείνος να φτάσει στο ποτήρι ή το φλυτζάνι του καταναλωτή.

Πώς οι μικροκαλλιέργειες καφέ δίνουν προστιθέμενη αξία στο τελικό προϊόν καφέ των Coffee Island;

Στην Coffee Island πιστεύουμε στον άνθρωπο. Από το 1999 που ξεκινήσαμε, εφαρμόζουμε με αφοσίωση το «Δίκαιο Επιχειρείν», το δίκαιο, ηθικό και ανθρώπινο κώδικα διεξαγωγής επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Γι' αυτό, εφαρμόζουμε σειρά πρακτικών που έχουν στο επίκεντρό τους τη δημιουργία αμοιβαίων και μόνιμα επωφελών σχέσεων με παραγωγούς από τις καλύτερες φάρμες καφέ στον κόσμο. Σ' αυτό το πλαίσιο, συνεργαζόμαστε με ανθρώπους που με μεράκι και αφοσίωση καλλιεργούν specialty καφέ, με αγάπη και αυθεντικότητα. Γινόμαστε μέρος της αλυσίδας που απαρτίζεται από ανθρώπους και κουλτούρες που ενώνονται με δεσμούς σεβασμού, διαφάνειας, δίκαιης μεταχείρισης και εξέλιξης, μέσα από βιώσιμες διαδικασίες. Αναζητούμε μικροκαλλιεργητές που δίνουν μεγάλη βαρύτητα στη βιωσιμότητα των εκτάσεων που έχουν στα χέρια τους, στο



εργατικό δυναμικό που απασχολείται στις φάρμες και στην τοπική κοινωνία: Εφαρμόζουν πρωτοποριακές μεθόδους, οι οποίες έχουν να κάνουν με τον τρόπο καλλιέργειας, συγκομιδής και επεξεργασίας των καρπών των καφεόδεντρων ώστε να εξασφαλίζονται πρώτες ύλες με κορυφαία ποιοτικά και γευστικά χαρακτηριστικά. Μ' αυτόν τον τρόπο, η προστιθέμενη αξία που προκύπτει επιστρέφει στις τοπικές κοινωνίες και φυσικά, στο τελικό προϊόν. **Πώς επικοινωνείται στο ευρύ κοινό η υποστήριξη σε βιώσιμες μικρές φάρμες καλλιέργειας καφέ και πώς το αντιμετωπίζει ο τελικός καταναλωτής;** Αξιοποιούμε όλα τα κανάλια επικοινωνίας, τόσο τα ιδιόκτητα όσο και τα υπόλοιπα που μπορούμε να έχουμε στη διάθεσή μας, προκειμένου να μεταφέρουμε το μήνυμά της



υποστήριξης, την οποία προσφέρουμε σε μικρές βιώσιμες φάρμες καλλιέργειας καφέ, σε όλα τα κοινά που μας ενδιαφέρουν. Ο καταναλωτής λαμβάνει το μήνυμα και φαίνεται ότι εκτιμά τις προσπάθειές μας, δεδομένων των σχολίων που δεχόμαστε για τις ενέργειες που υλοποιούμε: Είναι όλα ιδιαίτερα θετικά. Είναι γεγονός ότι ο σύγχρονος αγοραστής ενδιαφέρεται για περισσότερα θέματα, πέρα από την ποιότητα των προϊόντων που απολαμβάνει και την τιμή στην οποία αυτά κοστολογούνται. Έννοιες, όπως η βιώσιμη ανάπτυξη και η κυκλική οικονομία, έχουν κάνει την εμφάνισή τους στην επιχειρηματικότητα εδώ και αρκετά χρόνια: Πρόκειται για έννοιες οι οποίες βρίσκονται στην καρδιά της φιλοσοφίας μας και εκφράζουν απόλυτα τον τρόπο με τον οποίο επιθυμούμε να επιχειρούμε ως εταιρεία.

Στη συνέχεια, οι προμηθευτές παραγωγί των Coffee Island, Νέστορ και Άντριαν Λάσο έδωσαν τη δική τους εικόνα για την υποστήριξη που λαμβάνουν από την εταιρεία.

Ποια είναι η ώθηση που δίνει στις τοπικές κοινωνίες η υποστήριξη των μικροκαλλιεργειών; Πώς αυτό αποτιμάται σε αξία;

Η υποστήριξη των μικροκαλλιεργειών πράγματι προσφέρει τεράστια ώθηση στις τοπικές κοινότητες: Οι άνθρωποι όταν ανταμείβονται δίκαια αλλάζουν οπτική και αντιμετωπίζουν την καλλιέργεια καφέ ως προσοδοφόρα δραστηριότητα αντί για υποχρέωση που δεν αποδίδει τα προς το ζην. Η συγκεκριμένη θεώρηση οδηγεί στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων, στην περαιτέρω εκπαίδευση των εργαζομένων, στον εκσυγχρονισμό των διαδικασιών και στην ανάπτυξη καινοτόμων πρωτοκόλλων εργασίας, ώστε οι καλλιέργειες, ανεξαρτήτως μεγέθους, να είναι περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά βιώσιμες.



BARCODES TIPS & TRICKS



Association Greece

Ποιο προϊόν αντιστοιχεί σε αυτό το barcode;

Εξαρχής δημιουργίας του GS1 και όσο το barcode έμπαινε όλο και περισσότερο στην καθημερινότητά μας, ο επιχειρηματικός κόσμος αλλά και οι καταναλωτές είχαν την πεποίθηση ότι ο GS1 γνωρίζει σε ποιο προϊόν έχει αποδοθεί το κάθε barcode. Ωστόσο, όσο αυτονόητο κι αν έδειχνε κάτι τέτοιο, μέχρι πρόσφατα δεν ίσχυε.

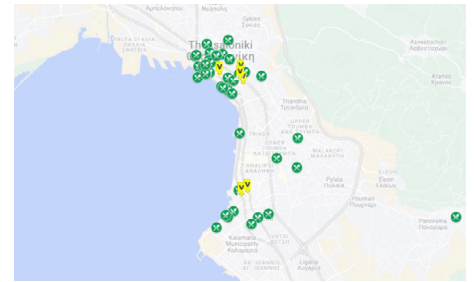
Ο GS1 λειτουργεί αναθέτοντας ένα εύρος κωδικών σε κάθε εθνικό οργανισμό μέλος του, για την αποκλειστική του διαχείριση παγκοσμίως. Στην Ελλάδα για παράδειγμα, έχει αποδώσει στον GS1 Association-Greece τους κωδικούς που ξεκινούν από 520 και 521. Με τη σειρά του, ο εθνικός οργανισμός αποδίδει ένα συγκεκριμένο εύρος κωδικών σε κάθε επιχείρηση μέλος του, επίσης για τη δική της αποκλειστική διαχείριση. Έτσι η επιχείρηση αυτή μπορεί να έχει ακόμη και 100.000 κωδικούς για τους αντιστοιχίσει σε κάθε διαφορετικό προϊόν της, αλλά δεν υποχρεούται να ενημερώσει τον GS1 για τη διαχείριση αυτή, ούτε πόσους κωδικούς έχει χρησιμοποιήσει αλλά ούτε και σε ποια προϊόντα της τους έχει αποδώσει.

Πριν λίγα χρόνια λοιπόν, οι ανάγκες της ψηφιακής πλέον οικονομίας και των νέων καναλιών πώλησης, που επιβάλλουν αυτοματοποιημένες διαδικασίες και τυποποίηση, έθεσαν ως επιτακτική ανάγκη να δημιουργηθεί ένας παγκόσμιος κατάλογος προϊόντων, με δεδομένα αληθινά και αξιόπιστα, ώστε οποιοσδήποτε ενδιαφερόμενος να μπορεί να επαληθεύσει εύκολα και άμεσα την ταυτότητα κάθε προϊόντος.

Έτσι, μία νέα εργασία ξεκίνησε στην κοινότητα του GS1, τόσο για τον οργανισμό όσο και για τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν barcodes και GS1 πρότυπα γενικά. Και πολύ σύντομα, ακολουθώντας προδιαγραφές της αγοράς, δημιουργήθηκε το GS1 Registry, ένας παγκόσμιος κατάλογος που σήμερα αριθμεί εκατομμύρια προϊόντα από όλο τον κόσμο, και μεγαλώνει εκθετικά κάθε μέρα. Τα στοιχεία εισάγονται απευθείας από τους brand owners, παραγωγούς και κατασκευαστές των προϊόντων, και είναι διαθέσιμα σε οποιονδήποτε χρειάζεται την πληροφορία.

Η πρόσβαση σ' αυτόν γίνεται μέσω της πλατφόρμας "Verified by GS1", απ' όπου τόσο οι καταναλωτές αλλά και επιχειρήσεις, marketplaces, φορείς πιστοποίησης, εισαγωγείς, διακινητές, solution providers, μπορούν να απαντήσουν με ασφάλεια στο ερώτημα «Ποιο προϊόν αντιστοιχεί σε αυτό το barcode;» Και επιπλέον να βρουν τα στοιχεία της επιχείρησης που έχει την ευθύνη του και να δουν χρήσιμα links για το προϊόν, όπως πιστοποιητικά ή διατροφικές πληροφορίες.

Το δικό σας προϊόν είναι μέσα; Δείτε εδώ!



HellasVeg: Χαρτογραφεί εστιατόρια που διαθέτουν veggie κύρια γεύματα στη Θεσσαλονίκη

Η έρευνα του Συλλόγου Ελλήνων Χορτοφάγων «HellasVeg» αποφάσισε να αναδείξει τα εστιατόρια που διαθέτουν χορτοφαγικά και αυστηρώς χορτοφαγικά κύρια γεύματα στους καταλόγους τους. Το ταξίδι αυτό ξεκινάει από την Θεσσαλονίκη, όπου είναι και η έδρα της HellasVeg, και έχουν καταγραφεί ήδη έξι αυστηρώς χορτοφαγικά εστιατόρια και 55 εστιατόρια που προσφέρουν χορτοφαγικά και αυστηρώς χορτοφαγικά κύρια γεύματα στον κατάλόγό τους. Η αναζήτηση των εστιατορίων έγινε με δευτερογενή έρευνα και η καταγραφή τους ολοκληρώθηκε μετά από σχετική επικοινωνία μαζί τους, για επιβεβαίωση ότι πράγματι προσφέρουν χορτοφαγικά και αυστηρώς χορτοφαγικά κύρια γεύματα στον κατάλόγό τους. Παρόλα αυτά, υπάρχει πάντα η πιθανότητα κάποια από αυτά να διακόψουν την προσφορά αυτών των γευμάτων, όπως φυσικά και πολλά άλλα εστιατόρια να αποφασίσουν να τα εντάξουν στον κατάλόγό τους. Η λίστα των veggie restaurants έχει ήδη αναρτηθεί στην ιστοσελίδα της HellasVeg εν όψη και της Παγκόσμιας Ημέρας Χορτοφαγίας (1η Νοεμβρίου), και θα ανανεώνεται με κάθε πρόσθετη πληροφορία. Επίσης, η HellasVeg δημιούργησε και ειδικό χάρτη, στον οποίο μπορεί το κοινό να απευθύνεται μέσω της ίδιας ιστοσελίδας για να βρει ποιο εστιατόριο βρίσκεται κοντά του. Σε πρώτη φάση η περιοχή κάλυψης είναι μόνο η Θεσσαλονίκη αλλά πρόκειται να επεκταθεί σύντομα και σε άλλες πόλεις.

Οι πρωτιές της Μασούτης για το 2023 και η οργανική ανάπτυξη που έρχεται

Του Κωνσταντίνου Βορίλα



Γιάννης Μασούτης, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος Διαμαντής Μασούτης ΑΕ

Χρονιά – ορόσημο είναι το 2023 για τη Διαμαντής Μασούτης ΑΕ: Μέσα στο έτος θα ξεπεράσει το «φράγμα» του ενός δισ. ευρώ σε κύκλο εργασιών, ανοίγει το πρώτο Grand Μασούτης στην Αθήνα (Γλυφάδα), αριθμεί πάνω από 10.000 εργαζόμενους. Η εταιρεία «τρέχει» φέτος με ανάπτυξη 17,4%, με πρόβλεψη να επιβραδυνθεί στο τελευταίο τρίμηνο, εξαιτίας της ενσωμάτωσης στοιχείων

από τα καταστήματα του ΣΥΝ.ΚΑ. Η ανάπτυξη του 2023 αναμένεται να μοιραστεί μεταξύ οργανικής -που θα ξεπεράσει το 9%- και ανάπτυξης νέων σημείων από τις εξαγορές, με στόχο αξίας πωλήσεων άνω των 1,1 δισ. ευρώ για το έτος. Η εταιρεία έκλεισε το 2022 με τζίρο 924 εκατ. ευρώ, αυξητικά κατά 6,5% σε σχέση με το 2011, με κέρδη προ φόρων γύρω στα 8,5 εκατ. ευρώ. Αντίστοιχα, ο τζίρος της ΣΥΝ.ΚΑ. διαμορφώθηκε γύρω από τα 170 εκατ. ευρώ το 2022. Η συμμετοχή της Μασούτης στα υποκαταστήματα της Κρήτης βρίσκεται στο 50%. Η κερδοφορία της εταιρείας πείστηκε κάτω από το 1% το 2022, εξαιτίας κυρίως του αυξημένου ενεργειακού κόστους και της αύξησης εξόδων. Η παραγωγή καθαρών ταμειακών ροών από λειτουργικές δραστηριότητες απεικονίζει την ευρωστία της εταιρείας και πράγματι, η κερδοφορία του 2023, εξαιτίας της διπλής ανάπτυξης, αναμένεται να βρεθεί επάνω από το 1% του τζίρου, παρότι το ενεργειακό κόστος υπερδιπλασιάστηκε από 16 εκατ. ευρώ σε 33 εκατ. ευρώ.

Οι ενέργειες υποστήριξης του καταναλωτή και του δικού της πλάνου οργανικής ανάπτυξης

Η Μασούτης πρωτίστως «πατά στα δικά της πόδια»: Πολλαπλώς διέψευσε τόσο επαφές, όσο και ενδιαφέρον για την ΑΒ Βασιλόπουλος με οποιονδήποτε τύπο συμφωνίας. Για το CVC Capital Partners, δήλωσαν ότι «δεν έχουν γνωρίσει καν τους ανθρώπους». Η Μασούτης περηφανεύεται ότι η δυναμική της προέρχεται από τους ανθρώπους και πράγματι το 96% του τζίρου της περνά μέσα από τη MAS Card, που αποτελεί τη loyalty card της εταιρείας, με περισσότερους από 1 εκατ. κατόχους. Η Μασούτης αύξησε το 2023 κατά 30% τις προωθητικές της ενέργειες, το μέτρο του Καλαθιού του Καταναλωτή κόστισε περίπου 6 εκατ. ευρώ και παράλληλα, εξασφάλισε «επενδύσεις εκατομμυρίων ευρώ στη συγκράτηση των τιμών χάρη στις εξαιρετικές σχέσεις με την ελληνική βιομηχανία», όπως δήλωσε ο Chief Operating Officer της εταιρείας, Θεόδωρος Γεροστεργιούδης.

Η Μασούτης συνεχίζει τις ετήσιες επενδύσεις άνω των 20 εκατ. ευρώ σε ανακαινίσεις, στρατηγικές εξοικονόμησης ενέργειας και περαιτέρω οργανική ανάπτυξη στα υπάρχοντα καταστήματα. Η οργανική ανάπτυξη αφορά και νέα καταστήματα: Σε δύο εβδομάδες θα έχει ανοίξει το κατάστημα στο κέντρο της Λαμίας, έως το τέλος του 2023 τα καταστήματα σε Συκιές Θεσσαλονίκης και Ψηλαλώνια Πάτρας. Το Νοέμβριο θα μπει η πρώτη μπουλντόζα στο project στις Τρεις Γέφυρες, του οποίου το κόστος εκτιμάται μεταξύ 15-17 εκατ. ευρώ, ενώ θα έχει ανοίξει το κατάστημα της Γλυφάδας. Στο κομμάτι των online πωλήσεων, η Μασούτης εξασφάλισε τον μηδενισμό των ελλείψεων, κατά κύριο λόγο χάρη στο dark store στην Αθήνα. Η Αττική εξάλλου αποτελεί στρατηγικό στόχο για τη Μασούτης.



Καλλιμάνης: Κίνηση αλληλεγγύης προς τους πληγέντες της Θεσσαλίας

Η Καλλιμάνης - Dardanel Greece, ανταποκρινόμενη στις δύσκολες συνθήκες που βιώνουν καθημερινά οι συμπολίτες μας που επλήγησαν από την κακοκαιρία Daniel, αναλαμβάνει μια ακόμα πρωτοβουλία κοινωνικής αλληλεγγύης. Συγκεκριμένα, η εταιρεία στέκεται έμπρακτα δίπλα στους πληγέντες δρομολογώντας την αποστολή προϊόντων της, ώστε να αξιοποιηθούν από τις αρμόδιες υπηρεσίες για την κάλυψη των διατροφικών αναγκών στην περιφέρεια της Θεσσαλίας. Η εταιρεία προχώρησε στη δωρεά 162 κιβωτίων με 2.000 συσκευασίες τόνου Καλλιμάνης, μακράς διάρκειας, συνολικού βάρους άνω των 500 κιλών: η επιλογή των συγκεκριμένων προϊόντων τόνου έγινε σε συνεννόηση με τις αρμόδιες υπηρεσίες, τόσο για την αυξημένη διατροφική τους αξία, αλλά και για τη δυνατότητά τους να μεταφερθούν, να αποθηκευθούν και να διατεθούν με πλήρη ασφάλεια. Επιπρόσθετα, καθώς οι βασικές υποδομές της ευρύτερης περιοχής έχουν πληγεί σοβαρά, η εταιρεία ανέλαβε και τη δωρεά πάνω από 1.000 μπουκαλιών εμφιαλωμένου νερού, για να συνεισφέρει στις προσπάθειες της Περιφέρειας Θεσσαλίας για την κάλυψη αυτής της βασικής ανάγκης. Σημειώνεται ότι η αποστολή των προϊόντων στο συντονιστικό κέντρο της Περιφέρειας Θεσσαλίας, ολοκληρώθηκε στις 26 Σεπτεμβρίου, με τη συνδρομή των οδηγών της Καλλιμάνης, οι οποίοι ανέλαβαν εθελοντικά την εκτέλεση της διαδρομής.

The Shop Experience conference

EARLY BIRD
-10% ΕΩΣ 06/11/23

Retail Technologies - Promotional Marketing
Omnichannel Customer Experience



07/12/2023

Αμφιθέατρο OTEAcademy

Πώς μπορούν τα brands να ξεχωρίσουν σε ένα περιβάλλον που κατακλύζεται από πληθώρα προϊόντων και πώς δημιουργούν μοναδικές, rhygital εμπειρίες για τους πελάτες τους στο πολυκαναλικό περιβάλλον που έχει διαμορφωθεί;

Στο **The Shop Experience conference** που διοργανώνει η **Boussias Events** θα ενημερωθείτε για τις νέες τάσεις που επικρατούν στο χώρο του Retail, τις τελευταίες τεχνολογίες και τα επιχειρηματικά μοντέλα που φέρνουν τα βέλτιστα αποτελέσματα!

Σε ποιες ενέργειες - που υλοποιούνται στα φυσικά καταστήματα αλλά και μέσω omnichannel - προβαίνουν οι εταιρείες λιανικής και οι ιδιοκτήτες καταστημάτων, με στόχο την προσέλκυση των πελατών και την αύξηση των πωλήσεων;

Το συνέδριο απευθύνεται σε στελέχη επιχειρήσεων που απασχολούνται στους παρακάτω τομείς:

- MARKETING
- DIGITAL MARKETING
- TRADE MARKETING
- SHOPPER MARKETING
- VISUAL MERCHANDISING
- BRAND ACTIVATION
- STORE MANAGERS
- SALES
- BUSINESS INTELLIGENCE
- CUSTOMER RELATIONS
- LOYALTY
- RETAILERS
- RETAIL TECHNOLOGY MANAGERS

JOIN NOW WITH -10%

LEARN MORE

BOUSSIAS
events

Συμμετοχές: Βασίλης Κουτσαβλής, **T:** 210 6617 777 (εσωτ. 129), **E:** vkoutsavlis@boussias.com
Χορηγίες: Σπύρος Λεοντάρης, **T:** 210 6617 777 (εσωτ. 215), **E:** sleontaris@boussias.com
Περιεχόμενο: Βασίλης Καφίρης, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 132), **E:** vkafiris@boussias.com

Official Publication
Marketing
Week

Κροατία: Αναμένεται αύξηση τιμής του ελαιολάδου κατά 10%



Εν όψει της έναρξης της περιόδου συγκομιδής της ελιάς στην Κροατία, η τιμή του εγχώριου ελαιολάδου εκτιμάται ότι θα σημειώσει αύξηση της τάξης του 10% σύμφωνα με πηγές του Γραφείου ΟΕΥ Ζάγκρεμπ. Ειδικότερα, η ανοδική πορεία της τιμής του οφείλεται,

πρώτον, στη μείωση της παραγωγής, καθώς η ποικιλία 'oblica' που συναντάται κυρίως στη Δαλματία, αναμένεται να έχει 30% μικρότερη σοδειά σε σχέση με το 2022 και δεύτερον, στην αύξηση του κόστους παραγωγής.

Όσον αφορά στην περσινή παραγωγή ελαιολάδου στην Κροατία, αυτή σημείωσε ρεκόρ δεκαετίας, καθώς άγγιξε τους 5.100 τόνους (σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat), καταγράφοντας αύξηση της τάξης του 72% σε σχέση με το 2021 και ξεπερνώντας, κατά πολύ, τον μέσον όρο της ετήσιας κροατικής παραγωγής (3.800 τόνοι).

Ανοδική πορεία η μέση τιμή παραγωγού το 2022

Ανοδικά κινήθηκε, το 2022 και η μέση τιμή παραγωγού, καθώς διαμορφώθηκε στα 12,2 ευρώ/λίτρο (92,22 HRK/λίτρο) από 11,3 ευρώ/λίτρο (85,14 HRK/λίτρο) το 2021, σύμφωνα με πηγές του Γραφείου ΟΕΥ.

Όσον αφορά στις τιμές λιανικής πώλησης εγχώριου ελαιολάδου, αυτές κυμαίνονται από 10,61 έως 15,99 ευρώ/λίτρο. Σημειώνεται από το Γραφείο ΟΕΥ ότι η εγχώρια παραγωγή ελαιολάδου αντιστοιχεί μόλις στο ήμισυ της ζήτησης στην κροατική αγορά. Οι υπόλοιπες ανάγκες καλύπτονται από εισαγόμενο, κυρίως, ελληνικό και ιταλικό ελαιόλαδο.



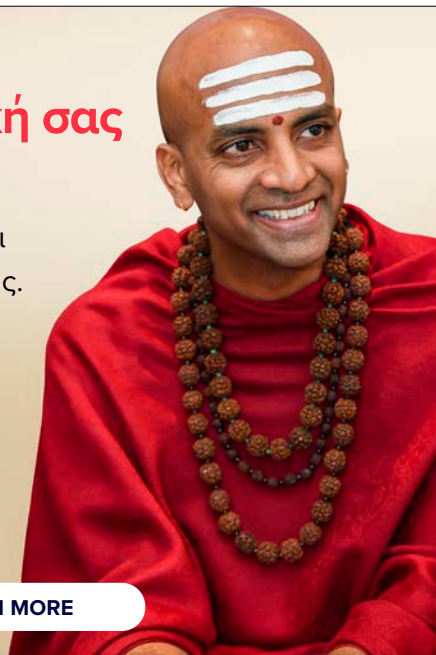
ΙΠΚ: Διοργανώνει διεπιστημονικό workshop για το κρέας

Ερωτήματα σχετικά με τα θέματα υγείας, διατροφής και βιωσιμότητας, πρόκειται να απαντηθούν κατά τη διάρκεια διεπιστημονικού workshop που διοργανώνει το Ινστιτούτο Προϊόντων Κρέατος – ΙΠΚ, και η Συμβουλευτική Επιτροπή Εμπειρογνομόνων του ΣΕΒΕΚ, στις 18 Οκτωβρίου 2023 και ώρα 4.00 μ.μ. στην Αίθουσα του ΒΕΑ, Αθήνα, με θέμα "Ας μιλήσουμε για το κρέας: υγεία, διατροφική αξία και βιωσιμότητα". Στο workshop θα συμμετέχουν ως εισηγητές, επιστήμονες από το χώρο της ιατρικής, της διατροφής, της χημείας, της τεχνολογίας και ασφάλειας τροφίμων, των καταναλωτών και του δημόσιου – ελεγκτικού τομέα και θα πραγματοποιηθεί μια ζωντανή συζήτηση που να θέτει το θέμα στην ορθή του διάσταση, με επιστημονικά τεκμηριωμένα δεδομένα για τα ζωικά προϊόντα και την επεξεργασία τους. Στόχος του workshop το οποίο είναι ανοικτό στο κοινό μετά από δήλωση συμμετοχής στην Γραμματεία του Ινστιτούτου, είναι η ενημέρωση και αποσαφήνιση μιας σειράς ζητημάτων που αφορούν στο κρέας και τα προϊόντα του, με βάση τρεις πυλώνες: τη Διαθρεπτική αξία του κρέατος και τα οφέλη στη διατροφή του ανθρώπου, την ασφάλεια από την κατανάλωση της συγκεκριμένης κατηγορίας των τροφίμων, την επίδραση του τομέα στο περιβάλλον, την κυκλική οικονομία και τη βιωσιμότητα, από την πρωτογενή παραγωγή έως και την διαχείριση των Ζωικών Υποπροϊόντων (πρωτογενής παραγωγή, κυκλική οικονομία με την χρησιμοποίηση των ΖΥΠ κτλ.).

Βελτιώστε την ηγετική σας παρουσία

Η επιτυχία κάθε ομάδας εξαρτάται και από την ποιότητα του ηγέτη της. Πώς μπορείτε να γίνετε πιο αποτελεσματικός ηγέτης για την ομάδα σας;

Μάθετε στο Dandapani Forum στις 17 Οκτωβρίου!

[JOIN NOW](#)
[LEARN MORE](#)


BOUSSIAS events Συμμετοχές: Ιωάννα Τάσου, Τ: 210 6617777 (εσωτ. 184), Μ: 695 949 6420, Ε: itasou@boussias.com
Χορηγίες: Μαρίνα Καφέζα, Τ: 210 6617777 (εσωτ. 252), Ε: mkafeza@boussias.com
Μαίρη Καλλιφειδα, Τ: 210 6617777 (εσωτ. 333), Ε: mkalifida@boussias.com
Περιεχόμενο: Βασίλης Καφίρης, Τ: 210 6617777 (εσωτ. 132), Ε: vkafiris@boussias.com

Official Publication
HR
PROFESSIONAL

Mars Hellas: Ασημένια διάκριση για το Ben's Original στα Supermarket Awards 2023



Μαρίνα Καπράλου Portfolio Manager Food Multisales South Europe

Ασημένια διάκριση απέσπασε ένα από τα brands της Mars Hellas, το Ben's Original, για τις ενέργειες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην κατηγορία Άνθρωπος, στο πλαίσιο των Supermarket Awards 2023, ενός θεσμού που αναδεικνύει και επιβραβεύει τις βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές και πρωτοβουλίες επιχειρήσεων σούπερ μάρκετ και προμηθευτών προϊόντων και υπηρεσιών. Ειδικότερα, το Ben's Original, διακρίθηκε με ασημένιο βραβείο, καθώς εδώ και δύο χρόνια κρατάει μια θέση στο τραπέζι για όλους, δημιουργώντας ισότιμες ευκαιρίες, χωρίς διακρίσεις και αποκλεισμούς. Έτσι, για δεύτερη συνεχή χρονιά, έδωσε ξανά την ευκαιρία σε δέκα νέους και νέες που στηρίζει το «Μαζί για το Παιδί» να σπουδάσουν μαγειρική, παρέχοντας υποτροφίες για την ολοκλήρωση των σπουδών τους. Ταυτόχρονα, το Ben's Original προσέφερε δωρεάν 20.000 μερίδες θρεπτικό ρύζι καλύπτοντας τις ετήσιες ανάγκες σίτισης σε φορείς που στηρίζει το «Μαζί για το Παιδί».

Ο Άλκης Γέραλης, General Manager Greece, Cyprus & Malta, Mars Multisales South Europe, δήλωσε σχετικά με τη βράβευση: «Είναι μεγάλη μας τιμή, η αναγνώριση που λαμβάνουμε για τις δράσεις μας στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καθώς αποτελεί για εμάς μια σημαντική επιβράβευση των προσπαθειών μας. Αυτή η διάκριση ενισχύει την αποφασιστικότητά μας να συνεχίσουμε να εργαζόμαστε για μια συμπεριληπτική κοινωνία όπου όλοι θα έχουν μια θέση. Μέσα από πρωτοβουλίες και προγράμματα που προωθούν ίσες ευκαιρίες συμμετοχής και εκπαίδευσης, στόχος μας είναι η δημιουργία ευκαιριών που εστιάζουν σε ένα καλύτερο μέλλον για τους νέους μας καθώς και να διασφαλίσουμε ότι όλα τα παιδιά θα έχουν πρόσβαση στα θρεπτικά γεύματα που όλοι αξίζουμε. Τα αποτελέσματά μας κάνουν περήφανους και μας δίνουν ώθηση να συνεχίσουμε».

Coffeeway: Χρυσό βραβείο για τα coffeebags στα Supermarket Awards 2023



μερίδες καφέ φίλτρου (coffeebags) και το Χάλκινο βραβείο για τις οικιακά κομποστοποιηστές κάψουλες αρωματικού espresso.

Ο Γιάννος Μπενόπουλος, Πρόεδρος και CEO της Cafetex δηλώνει: «Αισθάνομαι υπερήφανος για αυτά τα βραβεία, γιατί δικαιώνουν τη συνεχή επιδίωξή μας να δημιουργούμε καινοτόμα προϊόντα, προστιθέμενης αξίας για τον καταναλωτή και το λιανεμπόριο, που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες τάσεις και συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη».

Η Cafetex, ιδιοκτήτρια του premium brand Coffeeway, απέσπασε δύο βραβεία στα Supermarket Awards 2023, για την επιτυχημένη εισαγωγή των νέων προϊόντων της, στην αγορά του οργανωμένου λιανεμπορίου. Συγκεκριμένα, κατέκτησε το Χρυσό βραβείο για τις καινοτόμες ατομικές



Χρυσή Ζύμη: Διπλή βράβευση στα Supermarket Awards 2023

Διπλά διακρίθηκε η Χρυσή Ζύμη στα Supermarket Awards 2023, καθώς απέσπασε το Gold βραβείο για το Marketing και την Επικοινωνία της καμπάνιας «Φτιάξε με Καμάρι» και Silver για τη Vegan Προϊοντική Σειρά. Για 12η χρονιά, ο θεσμός ανέδειξε τις επιχειρήσεις που οι πρωτοβουλίες τους διακρίνονται για την καινοτομία και την αποτελεσματικότητά τους. Η καμπάνια «Φτιάξε με Καμάρι» έχει κύριους πρωταγωνιστές τη Μπουγάτσα Θεσσαλονίκης και τα Πιτάκια Κουρού. Το Silver βραβείο αφορά στη Vegan Προϊοντική Σειρά της Χρυσής Ζύμης.

ADUS: Για 2η χρονιά βραβεύτηκε στα Supermarket Awards 2023

Το Silver βραβείο κατέκτησε η ADUS για ακόμα μια χρονιά για τις υπηρεσίες προώθησης προϊόντων εντός των σημείων πώλησης στα φετινά Supermarket Awards, και πιο συγκεκριμένα στην κατηγορία «Προωθητικές Ενέργειες / Υπηρεσίες». «Είμαστε πολύ χαρούμενοι που για μία ακόμα χρονιά βραβευτήκαμε για τις υπηρεσίες που προσφέρουμε στους πελάτες μας. Κάθε ένα από τα βραβεία μας είναι άλλο ένα κίνητρο για την επίτευξη υψηλότερων στόχων, ανταποκρινόμενοι δυναμικά σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα απαιτητικό με πολλαπλές προκλήσεις.» δήλωσε ο Παναγιώτης Λουκέρης, CEO της ADUS.

METRO: Με 17 βραβεία και 1 Top Rated Project στις απονομές των Supermarket Awards 2023



Ένα Top Rated, έξι Gold, έξι Silver, 5 Bronze βραβεία, και μία κορυφαία Τιμητική Διάκριση απέσπασε η METRO στην τελετή απονομής των Super Market Awards 2023. Για άλλη μία χρονιά, η METRO (My market, METRO Cash & Carry) ξεχώρισε με πολλές και σημαντικές διακρίσεις, οι οποίες οφείλονται στις ομάδες που σχεδιάζουν και υλοποιούν

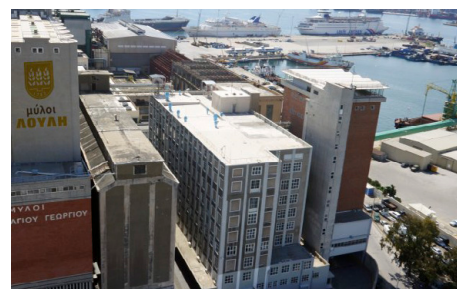
σημαντικά έργα. Δράσεις, πρωτοβουλίες, συνεργασίες, ψηφιακά έργα και κοινές ενέργειες, των My market και της εταιρείας, επιβραβεύθηκαν από το θεσμό των Supermarket Awards, μία διοργάνωση με σταθερά υψηλό επίπεδο συμμετοχών από όλες τις εταιρείες του κλάδου.

Αναλυτικότερα τα βραβεία της εταιρείας:

- **GOLD:** Ηλεκτρονικό σούπερ μάρκετ με την υποψηφιότητα eshop My market + Υπηρεσία Speedy, Αριστεία στην Εφοδιαστική Αλυσίδα / Last Mile Delivery με την υποψηφιότητα: Ανακαίνιση, εκσυγχρονισμός και επέκταση του Κέντρου Διανομής Βορείου Ελλάδος, Direct Διαφήμιση & Προώθηση με την υποψηφιότητα: Προσωποποιημένες Επικοινωνίες & Promos, Κοινές Ενέργειες CSR με την υποψηφιότητα: Fabric Republic + Skip (Unilever), Συνεργασία στη Βελτιστοποίηση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας / Άλλες Υπηρεσίες με την υποψηφιότητα: Metro Connect – Από το σύννεφο στο ράφι και Ψηφιακές Τεχνολογίες & Συστήματα με την υποψηφιότητα: X-VAN Real Time EDI (συνεργασία με Impact, KPI KPI).
- **SILVER:** Συνεργασία με Τοπικούς Παραγωγούς με την υποψηφιότητα: Καινοτόμες Φρουτοσαλάτες χωρίς τεχνητά συντηρητικά σε συνεργασία ΕΜΠ, Αποτελεσματική Ενεργειακή Διαχείριση με την υποψηφιότητα: Σύστημα Ενεργειακής Διαχείρισης-METRO AEBE - Δράσεις προς την ενεργειακή ουδετερότητα, Αποτελεσματικές Προωθητικές Ενέργειες με την υποψηφιότητα: Πλάνο ενεργειών Πάσχα, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR) - Άνθρωπος με την υποψηφιότητα: METRO και Be-Live στηρίζουν τον θεσμό της οικογένειας, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR) - Περιβάλλον με την υποψηφιότητα: Ανακύκλωση (Ημέρα Περιβάλλοντος) και Δίκτυο S/M Franchising Convenience με την υποψηφιότητα: My market Local.
- **BRONZE:** Συμβολή στην Εθνική Οικονομία με την υποψηφιότητα: Ανακύκλωση (Ημέρα Περιβάλλοντος), Μάρκετινγκ & Διαφήμιση με την υποψηφιότητα: Omnichannel Διαγωνισμοί & Επικοινωνιακά Υλικά, Big Data & Marketing Analytics με την υποψηφιότητα: Έλεγχος απόδοσης προϊόντων συλλογής, Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού με την υποψηφιότητα: Ακαδημία Ηγεσίας Linkage & Ακαδημία Στελεχών ΟΠΑ, Υποστήριξη (τεχνική, οργανωσιακή, προμηθευτική) των Καταστημάτων Convenience με την υποψηφιότητα: My market Local.

Παράλληλα, η υποψηφιότητα για το καινοτόμο εργαλείο «Metro Connect – Από το σύννεφο στο ράφι» έλαβε και το βραβείο Top Rated Project, που αποτελεί την κορυφαία διάκριση της 3ης ενότητας συγκεντρώνοντας την υψηλότερη βαθμολογία.

Σημαντική στιγμή στη φετινή διοργάνωση αποτέλεσε η απονομή τιμητικής διάκρισης στον Παντελή Παντελιάδη, για την συνεισφορά του στον κλάδο του λιανεμπορίου. Την Τιμητική Διάκριση παρέλαβε ο Αριστοτέλης Παντελιάδης, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της METRO.



Loulis Food Ingredients: Πάνω από τα 100 εκατ. ευρώ οι πωλήσεις στο εξάμηνο

Στα 5,29 εκατ. τα καθαρά κέρδη

Το φράγμα των 100 εκατομμυρίων ευρώ έσπασαν έστω και οριακά στο πρώτο εξάμηνο οι πωλήσεις της Loulis Food Ingredients, έναντι 97,6 εκατομμύρια ευρώ στο α' εξάμηνο 2022. Η αύξηση αυτή προήλθε αποκλειστικά από την κατηγορία των επαγγελματικών προϊόντων αλευρόμυλου, όπου οι πωλήσεις έφτασαν τα 71,3 εκατομμύρια ευρώ, έναντι 62,1 εκατομμύρια ευρώ στο α' εξάμηνο 2022.

Αντίθετα, όλες οι άλλες κατηγορίες κινήθηκαν λιγότερο ή περισσότερο πτωτικά, με τις πωλήσεις δημητριακών μάλιστα να υποχωρούν σημαντικά, από τα 21,2 εκατομμύρια ευρώ στα 15,8 εκατομμύρια ευρώ, κι αυτό παρότι οι πωλούμενες ποσότητες της κατηγορίας ήταν αυξημένες κατά 2% σε ετήσια βάση.

Το μικτό κέρδος για το πρώτο εξάμηνο του 2023 ανήλθε στον όμιλο στα 13,5 εκατομμύρια ευρώ, μειωμένο κατά 9,2% από 14,9 εκατ. το πρώτο εξάμηνο του 2022, ενώ ως ποσοστό επί των πωλήσεων από 15,27% για τον όμιλο μειώθηκε σε 13,52% το πρώτο εξάμηνο του 2023. Τα κέρδη EBITDA για το πρώτο εξάμηνο του 2023 ανήλθαν στα 5,97 εκατομμύρια ευρώ, μειωμένα κατά 13% από 6,9 εκατομμύρια ευρώ το πρώτο εξάμηνο του 2022.

Τα καθαρά κέρδη στον όμιλο για το πρώτο εξάμηνο του 2023 ανήλθαν στα 5,29 εκατομμύρια ευρώ, από 2,04 εκατομμύρια ευρώ το πρώτο εξάμηνο του 2022.



ESTIA AWARDS 2024

Φέτος είναι η χρονιά σας!

Νέες γεύσεις, καινοτόμα προϊόντα και τολμηρά επιχειρηματικά σχέδια χαρακτηρίζουν μία αγορά γεμάτη προκλήσεις, που διεκδικεί τη δική της διάκριση ως σημαντικό επικοινωνιακό “εργαλείο”.

Ποιοι θα είναι οι χρυσοί νικητές;

Μπείτε στην αναμέτρηση και τερματίστε πρώτοι!
Η φετινή διοργάνωση αναδεικνύει με Grand Award τους κορυφαίους σε κάθε επιμέρους αγορά της εστίασης.

- ⊙ PIZZA AWARDS 2024
- ⊙ BURGER AWARDS 2024
- ⊙ SOUVLAKI AWARDS 2024
- ⊙ STREETFOOD AWARDS 2024
- ⊙ CAFÉ & DRINKS AWARDS 2024

ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑ

www.estiaawards.gr

ΥΠΟΒΟΛΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ ΕΩΣ

29.09.2023

BOUSSIAS
events

Υποψηφιότητες: Ειρήνη Λιβανού, T: 210 661 7777 (εσωτ. 119), E: ilivanou@boussias.com
Χορηγίες: Έλενα Καλογρίτσα, T: 210 6617 777 (εσωτ. 122), K: +30 6947 897798, E: ekalogritsa@boussias.com

Official Publication
FOODReporter

Great Exhibitions: Πάνω από 80 συμμετοχές εκθετών στην Anuga 2023



Ξεπέρασαν τις 80 οι συμμετοχές εκθετών, οι οποίοι θα εκπροσωπηθούν φέτος από την Great Exhibitions στη μεγαλύτερη έκθεση τροφίμων και ποτών της χρονιάς, την Anuga 2023, στην πόλη της Κολωνίας. Η Great Exhibitions έχει συμμετοχή σε όλα τα Halls της έκθεσης, μπαίνοντας

και σε εκείνο του κρέατος, χάρη στη συνεργασία με την ΑΠΣΙ Πίνδος. «Είμαι χαρούμενος, επειδή έχουμε μεγάλους εκθέτες μαζί μας, σε όλες τις κατηγορίες τροφίμων και ταυτόχρονα, με τη μεγαλύτερη συμμετοχή που είχαμε ποτέ», δήλωσε ο Managing Director της εταιρείας, Αλκιβιάδης Καλαμπόκης, μιλώντας στο FOODReporter. Η Great Exhibitions στέκεται αρωγός των ελληνικών εξαγωγών. Στα πλαίσια της διοργάνωσης, η εταιρεία έχει προγραμματίσει διάφορες επιπλέον υποστηρικτικές ενέργειες, προωθώντας τα προϊόντα των Ελλήνων εκθετών της. Σε περίοπτη θέση, στην είσοδο του Hall 11.2, οι 200.000 επισκέπτες που θα βρεθούν στην Anuga 2023 θα μπορούν να πληροφορηθούν από γιγαντοοθόνη τους εκθέτες της Great Exhibitions στο Hall κι ακόμη, σε ποια άλλα Halls μπορεί κάποιος να συναντήσει ελληνικά προϊόντα κάτω από το brand «Truly Greece». Η Great Exhibitions έχει μεριμνήσει για την πλήρη οπτικοακουστική κάλυψη των εκθετών της, καθ' όλη τη διάρκεια της Anuga 2023. Επιπλέον, στα περίπτερα της Great Exhibitions σ' όλα τα Halls θα μπορεί κάποιος να βρει τον επίσημο κατάλογο εκθετών, με πληροφορίες για τους εκθέτες και τα προϊόντα τους. Ο κατάλογος έχει ήδη σταλεί ψηφιακά σε μία τεράστια βάση δεδομένων με υποψήφιους αγοραστές. Αναμένεται η επισκεψιμότητα των περιπτέρων της Great Exhibitions να ξεπεράσει κάθε προηγούμενο στη φετινή Anuga.

Acmon Systems: Νέα υπό εκτέλεση έργα σε μονάδες παραγωγής τροφίμων στην Ελλάδα

Το 2022, αποτέλεσε μια σημαντική χρονιά για την Acmon Systems, αφού παρουσίασε αξιοσημείωτη βελτίωση στα οικονομικά της αποτελέσματα, καταγράφοντας αύξηση του κύκλου εργασιών της κατά 42% φθάνοντας τα 13,3 εκ. ευρώ. Σημαντική ήταν και η αύξηση των αντίστοιχων μεγεθών και των άλλων δύο εταιρειών του ομίλου, Acmon Data και Icon Systems, που με την συνεισφορά τους ο συνολικός κύκλος εργασιών του ομίλου ξεπέρασε για πρώτη φορά τα 18 εκ. Το 85% του κύκλου εργασιών της Acmon Systems προήλθε από το εξωτερικό και το μεγαλύτερο μέρος αυτού μέσω συνεργασιών με πολυεθνικές εταιρείες και την ανάληψη επαναλαμβανόμενων έργων, σύμφωνα με τα αυστηρότερα διεθνή πρότυπα, γεγονός που πιστοποιεί τον εξωστρεφή χαρακτήρα της εταιρείας και την προσπάθεια ισχυροποίησης της θέσης της σε νέες αγορές. Τη χρονιά που πέρασε, η Acmon Systems, ανέλαβε σημαντικά έργα εκτός συνόρων στη Νιγηρία (BASF, Flour mills of Nigeria), στη Νότια Αφρική (Nestle), στον Καναδά (Upfield, Unilever), στο Λίβανο (Crown flour Mills) κ.ά.. Στην Ελλάδα, ολοκληρώθηκαν έργα σε πολλές παραγωγικές μονάδες μεταξύ των οποίων οι Μεβγάλ, Καραμολέγκος, Οικογένεια Στεργίου, Select, κ.ά. καταδεικνύοντας την ηγετική θέση που κατέχει η εταιρεία στον κλάδο και τη σταθερή ανάπτυξη στην εγχώρια αγορά. Για το 2023 η εταιρεία έχει ήδη νέα υπό εκτέλεση έργα σε μεγάλες μονάδες παραγωγής τόσο στην Ελλάδα όσο και το εξωτερικό όπως ΟΙΚ. ΣΤΕΡΓΙΟΥ (Ελλάδα νέο έργο), FROU-FROU BISCUITS (Κύπρος), NESTLE (Παπούα, Νέα Γουινέα).



Υπερταμείο: Εξαγόρασε επιπλέον ποσοστό στις Ελληνικές Αλυκές ΑΕ

Το Υπερταμείο ανακοινώνει την εξαγορά του 24,81% των μετοχών της εταιρείας Ελληνικές Αλυκές Α.Ε., που κατείχε η Βιομηχανική και Εμπορική Εταιρεία Κάλας Α.Ε. Πρόκειται για 1.087.063 κοινές ονομαστικές μετοχές της εταιρείας, με τίμημα 3 εκατ. ευρώ. Μετά την εξαγορά των μετοχών της Ελληνικές Αλυκές Α.Ε., το Υπερταμείο πλέον κατέχει το 80% των μετοχών και καθίσταται στρατηγικός επενδυτής σε μια εταιρεία η οποία είναι θυγατρική του από το 2018, ενώ το υπόλοιπο 20% παραμένει σε Δήμους. Η Ελληνικές Αλυκές Α.Ε., αφού εντάχθηκε στο Υπερταμείο, σημείωσε σημαντική αύξηση εσόδων, ενώ το 2022 σημείωσε ρεκόρ πωλήσεων και κερδοφορίας προ και μετά φόρων ύψους €9,06 εκατ., €1,77 εκατ. και €1,18 εκατ. αντίστοιχα, και είναι έτοιμη να υιοθετήσει ένα νέο αναπτυξιακό πλάνο. Το Υπερταμείο, εκπόνησε μελέτη και πιστεύει στην αναπτυξιακή προοπτική της εταιρείας μέσα από στοχευμένες επενδύσεις στην παραγωγική διαδικασία που θα στηρίξουν την αύξηση της παραγωγής και την προετοιμασία της εταιρείας για εξαγωγές. Το Υπερταμείο σηματοδοτεί ισχυρά τον νέο του ρόλο ως Εθνικό Επενδυτικό Ταμείο και στοχεύει στη μεγιστοποίηση της αξίας της εταιρείας Ελληνικές Αλυκές Α.Ε. επιδιώκοντας σε επόμενο στάδιο την προσέλκυση μεγάλων ιδιωτικών επενδύσεων αναπτυξιακού χαρακτήρα. Με την κίνηση αυτή, αναμένεται επιστροφή αξίας, τόσο για το Δημόσιο και για το ίδιο το Υπερταμείο, όσο και για τις κατά τόπους κοινωνίες που οι Ελληνικές Αλυκές Α.Ε. δραστηριοποιούνται.



Τα **Bakery & Pastry Awards 2024** είναι τα βραβεία που διοργανώνονται από την **Boussias Events** με στόχο να αναδείξουν και να επιβραβεύσουν την αριστεία και την καινοτομία σε προϊόντα, υπηρεσίες, καταστήματα και την βιομηχανία που σχετίζονται με την αρτοποιία και την ζαχαροπλαστική.

Υποψηφιότητες μπορούν να καταθέσουν όλες οι εταιρείες που διαθέτουν καταστήματα αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής, οι εταιρείες που παράγουν ανάλογα προϊόντα και οι εταιρίες που παρέχουν αντίστοιχες υπηρεσίες αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής, οι οποίες τους τελευταίους μήνες έχουν να επιδείξουν καινοτομία στις πρακτικές τους.

ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΥΛΩΝΕΣ ΒΡΑΒΕΥΣΗΣ

**Bakery • Pastry • Προμηθευτές Pastry & Bakery
Design Επαγγελματικού Χώρου**

ΥΠΟΒΟΛΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ ΕΩΣ

20/10/2023

ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑ

www.pastryandbakeryawards.gr

BOUSSIAS
events

Πληροφορίες-Υποψηφιότητες: Χάρης Πορέτσος, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 139), **K:** 6940 550590, **E:** hporetsis@boussias.com
Χορηγίες: Έλενα Καλογρίτσα, **T:** 210 6617777 (εσωτ.122), **K:** 6947 897798, **E:** ekalogritsa@boussias.com
Περιεχόμενο: Άννα Μαρία Παπρή, **K:** 6945 753004, **E:** ampapiri@boussias.com
Όλγα Τσακαμή, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 289), **K:** 6976 783306, **E:** otsakami@boussias.com

Ελληνικό ελαιόλαδο: Το «κλειδί» η τυποποίηση για την αύξηση των πωλήσεων



Πέραν των σύνθετων οικονομικών και παραγωγικών προκλήσεων της νέας ελαιοκομικής περιόδου, η Ελλάδα έχει να αντιμετωπίσει και τους περίπου 80.000 τόνους, που υπολογίζεται ότι πωλούνται ετησίως σε ατυποποίητους τενεκέδες 12 και 17 κιλών, με αμφίβολη υιοθέτηση όλων των

πρακτικών και διαδικασιών ασφάλειας τροφίμων. Το ζήτημα επεκτείνεται και στην ελληνική εστίαση, όπου παραμένει άγνωστο το ποσοστό χρήσης ατυποποίητου ελαιολάδου, αλλά είναι πολύ υψηλό το ποσοστό των σημείων Ho.Re.Ca. που παραβιάζουν το νόμο περί ατομικής συσκευασίας μη επαναχρησιμοποιούμενου ελαιολάδου επάνω σε κάθε τραπέζι σε κάθε διαφορετικό γεύμα. Έχει υπολογιστεί ότι εξαγοντας το ελληνικό ελαιόλαδο τυποποιημένο αντί για χύμα, η ελληνική οικονομία ωφελείται κατά €1,50 ανά κιλό.

Η αύξηση εξαγωγών βρίσκει πρόσφορες συνθήκες σε ωριμότερες αγορές

Έχει σημασία για την Ελλάδα να επιμείνει σε ποιοτικό έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, ειδικά τώρα που ο ανταγωνισμός αυξάνεται και η ανεβασμένη τιμή είναι πιθανό να ωθήσει καταναλωτές από χώρες με κοινό που δεν είναι συνηθισμένο στην καθημερινή κατανάλωση ελαιολάδου σε διαφορετικά έλαια. Το μέσο μερίδιο εξαγωγών του ελληνικού ελαιολάδου στην παγκόσμια αγορά κυμαίνεται μεταξύ 2% και 3%, ποσοστό σχετικά χαμηλό αν αναλογιστεί κανείς ότι το μερίδιο της χώρας μας στην παραγωγή αποτελεί το 10% της συνολικής παραγωγής στον πλανήτη. Ωστόσο, αποδεικνύεται ότι υψηλής ποιότητας τυποποίηση είναι ικανή να προσθέσει αξία και να κερδίσει περισσότερο ώριμες αγορές: Το ελληνικό ελαιόλαδο έχει μερίδιο αγοράς 14% στη Γερμανία, 12% στην Πολωνία, 5% στο Βέλγιο και συνεχίζει τη διείσδυσή του με καμπάνιες ενημέρωσης, προωθητικές ενέργειες και διαγωνισμούς ποιότητας.

Κωνσταντίνος Βορίλας

ΣΤΟΝ ΠΥΘΜΕΝΑ

Με υπερηφάνεια, αλυσίδα σούπερ μάρκετ ανακοίνωσε διψήφια ανάπτυξη και τη μεγαλύτερη συμμετοχή στις πωλήσεις για τις ιδιωτικές της ετικέτες. Όχι, δεν είναι ούτε αυτή που νομίζετε, ούτε εκείνη που κατά βάση την ανταγωνίζεται.



bofrost: Συμμετέχει στο Greece Race for the Cure 2023 για το Άλμα Ζωής

Η bofrost στηρίζει και συμμετέχει με την ομάδα της στο Greece Race for the Cure 2023 για το Άλμα Ζωής, την μεγαλύτερη εκδήλωση με κοινωνικό σκοπό στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με την εταιρεία, οι λόγοι που αγωνίζεται στο Greece Race for the Cure είναι οι ακόλουθοι:

- Για να ενημερωθεί για τον καρκίνο του μαστού κάθε γυναίκα, σε όποια γωνιά της Ελλάδας κι αν βρίσκεται
 - Για τη σημασία της πρόληψης και της έγκαιρης διάγνωσης
 - Για να απομυθοποιηθεί ο καρκίνος του μαστού και να νικηθούν οι προκαταλήψεις
 - Για τη βελτίωση ποιότητας ζωής και τα δικαιώματα της γυναίκας με καρκίνο μαστού και για τη στήριξη των γυναικών με εμπειρία καρκίνου μαστού και των οικογενειών τους
 - Για να σωθούν ζωές και να τιμηθούν οι γυναίκες που δεν είναι πια κοντά μας.
- Μαζί με όλους τους συμμετέχοντες και οι εργαζόμενοι στην bofrost στέλνουν το δικό τους μήνυμα συμπαράστασης και ελπίδας κατά του καρκίνου του μαστού.

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ:

Σπύρος Πιστικός, spistikos@boussias.com

ΣΥΝΤΑΞΗ:

Κωνσταντίνος Βορίλας,
kvorilas@boussias.com
Φωτεινή Αποστόλου,
fapostolou@boussias.com

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ: Πέτρος Τσάτσης,

ptsatsis@boussias.com

ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ: Βίκυ Θεοδωρίδου,

vtheodoridou@boussias.com

ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ: Εύη Μπάβα

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΕΚΔΟΣΕΩΝ:

Αντωνία Κατσουλιέρη

GROUP ADVERTISING DIRECTOR: Λήδα Πλατή

GROUP SUBSCRIPTIONS DIRECTOR:

Αμαλία Ψιλούδη

ΕΚΔΟΤΗΣ: Μιχάλης Μπούσιας

BOUSSIAS
media

ΚΛΑΔΙΚΑ ΜΕΣΑ ΜΟΝ ΙΚΕ

Λ. Κηφισίας 125-127 - Τ.Κ. 115 24, Αθήνα
Κτίριο Cosmos Center Τ: 210 710 2452

Κόστος ετήσιας εταιρικής συνδρομής: 270€ + ΦΠΑ 24%

FIND US ON

