



50 years of
**transforming
tomorrow**

**Το barcode γίνεται 50 ετών
και πρόκειται να αλλάξει τη ζωή μας – ξανά**

Τα barcodes της επόμενης γενιάς προσφέρουν νέα επίπεδα αξιόπιστης πληροφόρησης, προς όφελος των καταναλωτών και των επιχειρήσεων.

www.gs1greece.org/50years

- 05** Ξανά σε πλειστηριασμό ακίνητο της Sotris με κατάστημα Lidl στο Αιγάλεω
- 08** Το πρώτο διοικητικό συμβούλιο της Ελληνικά Οινοποιεία ΑΕ
- 10** Dunapack: Αύξησε τζίρο και κέρδη το 2022

Εμπλουτίζονται με περισσότερους κωδικούς τα ράφια στις κάβες των ελληνικών σούπερ μάρκετ



Του Κωνσταντίνου Βορίλα

Ο εμπλουτισμός της κάβας των σούπερ μάρκετ του ελληνικού οργανωμένου λιανεμπορίου με περισσότερους κωδικούς και ετικέτες κρασιών ενόψει του φετινού καλοκαιριού και της αντίστοιχης τουριστικής περιόδου φαίνεται ότι αποτελεί τάση στην αγορά και πρακτική που ακολουθούν οι περισσότεροι από τους μεγάλους «παίκτες».

Οι franchisees των AB Shop & Go, που πλέον αποτελούν μια ολόενα και πιο ισχυρή σε μέγεθος ομάδα στο σύνολο των καταστημάτων της AB Βασιλόπουλος, φαίνεται ότι κάνουν χρήση του δικαιώματός τους για a la carte προσθήκη κωδικών στα καταστήματά τους, στον τομέα του οίνου, προσθέτοντας στα προσφερόμενα προϊόντα τους περισσότερες ετικέτες κρασιών, είτε από μικρά ή από μεγαλύτερα οινοποιεία. Πρόκειται για μία ή δύο ετικέτες ανά franchise κατάστημα όπου αυτό συμβαίνει, όπως προέκυψε από τα στοιχεία που συνέλεξε το FOODReporter από τα καταστήματα, αλλά και από προμηθευτές. Άλλωστε, τα μερίδια των πωλήσεων

στην κατηγορία του οίνου ως προς την αξία είναι αρκετά κατακερματισμένα στην Ελλάδα, με προεξάρχουσα και προπορευόμενη κατηγορία, μακράν από τις υπόλοιπες, εκείνη των οίνων ιδιωτικής ετικέτας. Δεν πρέπει να παραγνωρίζεται το γεγονός ότι η καταχώριση των προϊόντων οίνου ως ιδιωτική ετικέτα είναι διαφορετική απ' ό,τι για τα υπόλοιπα συσκευασμένα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας των σούπερ μάρκετ: Η εμπορική ονομασία της εκάστοτε σειράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας κάθε αλυσίδας σούπερ μάρκετ δεν επιτρέπεται να αναγράφεται επάνω στις φιάλες κρασιού. Από την άλλη, αναγράφεται υποχρεωτικά το οινοποιείο εμφιάλωσης, ο τόπος προέλευσης της πρώτης ύλης και κυρίως, η ποικιλία -και το χρώμα του- οινοποιήσιμου σταφυλιού. Οι συγκεκριμένες αλλαγές, σύμφωνα με στελέχη της αγοράς, «κάνουν δυσδιάκριτη τη διαφορά μεταξύ των κρασιών ιδιωτικής ετικέτας και εκείνων που είναι επώνυμα, λιγότερο όμως δημοφιλή».

Επιβεβαιώνει την τάση η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου, κρούει τον

κώδωνα του κινδύνου για την ελληνική εστίαση

«Η αύξηση του συνόλου των επώνυμων ετικετών ελληνικών κρασιών στον αντίστοιχο χώρο που διαθέτουν οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ αποτελεί υπαρκτή πραγματικότητα, αλλά αποτελεί μέρος της συνολικής εικόνας. Το επώνυμο κρασί σταδιακά κερδίζει έδαφος, ωστόσο, ο δρόμος είναι μακρύς ακόμη. Μπορεί πλέον να βλέπουμε στα ράφια των σούπερ μάρκετ περισσότερες επώνυμες ετικέτες, μεγάλων και μικρών παραγωγών, αλλά στην εστίαση το πρόβλημα παραμένει. Το «χύμα» κρασί, που συχνά είναι και άγνωστης προέλευσης, κρατάει ακόμη τα σκήπτρα της κατανάλωσης εκτός του σούπερ μάρκετ. Πρόκειται για γεγονός εξαιρετικά δυσάρεστο, καθώς χάνεται η ευκαιρία να γνωρίσουν πολλοί από τα εκατομμύρια τουριστών που έρχονται κάθε χρόνο στη χώρα το επώνυμο ποιοτικό ελληνικό κρασί. Τουναντίον, αποκομίζουν διαφορετική εικόνα», επισημαίνει, μιλώντας στο FOODReporter, ο πρόεδρος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Αμπέλου και Οίνου (ΕΔΟΑΟ), Κωνσταντίνος Ευσταθίου.

«Πάντως, η εικόνα στην εστίαση είναι καλύτερη συγκριτικά με προηγούμενα χρόνια. Υπάρχουν αρκετοί λόγοι που έχουν συντελέσει σε αυτό, με κυριότερο την επίμονη και συστηματική δουλειά που κάνει ο κλάδος του οίνου συνολικά στην Ελλάδα, μαζί με τις κορυφαίες οργανώσεις του για την προώθηση του επώνυμου οίνου. Για παράδειγμα, αναφέρω το πρόγραμμα για την εσωτερική αγορά οίνου που υλοποιεί η ΕΔΟΑΟ, με στόχο, μεταξύ άλλων, την προώθηση των οίνων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής



Ένδειξης (ΠΓΕ). Είναι σημαντικό ότι δεν απευθύνεται στενά στους ανθρώπους του κλάδου, δηλαδή μόνο στους αμπελουργούς και τους οινοποιούς, αλλά και σε επαγγελματίες της εστίασης όπου λαμβάνουν χώρα στοχευμένες δράσεις», συνεχίζει ο κ. Ευσταθίου.

Η στρατηγική των σούπερ μάρκετ αναφορικά με τα «πλουσιότερα» ράφια σε ετικέτες οίνων και οι νέες συνεργασίες που πράγματι εμπλουτίζουν την γκάμα κρασιών

Σε ό,τι αφορά τα ράφια της κάβας στα σούπερ μάρκετ, κορυφαία βορειοελλαδίτικη αλυσίδα σούπερ μάρκετ επιβεβαίωσε ότι «πράγματι, αποτελεί πραγματικότητα η συμπερίληψη περισσότερων ετικετών οίνου στο ράφι, είτε από μικρά, είτε από μεγαλύτερα οινοποιεία, αλλά αυτό δεν σχετίζεται με τη μείωση της προσφερόμενης ποσότητας από άλλους προμηθευτές, ούτε προέρχεται από αυτό». Αποτελεί σαφή στρατηγική της συγκεκριμένης αλυσίδας να έχει όλο και περισσότερους κωδικούς κρασιών στα ράφια της κάβας των καταστημάτων της και ούτως ή άλλως, λόγω εντοπιότητας, αλλά και φιλοσοφίας συνεργάζεται με αρκετούς μικρούς παραγωγούς. Η αλλαγή της ποσότητας των συνολικών προϊόντων οίνου της Μπουτάρης Οινοποιείας, που πλέον ανήκει στη Sterner Stenhus (μέσω της εταιρείας Ελληνικά Οινοποιεία), μεταξύ διάθεσης σε οργανωμένο λιανεμπόριο και σημεία Ho.Re.Ca., ανακοινώθηκε στις 3 Μαΐου ότι στοχεύεται πλησιάζει το 50-50 έως το 2027, σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει όμως αυτό ότι αφορά μείωση των συνολικών φιαλών διάθεσης

προς το οργανωμένο λιανεμπόριο. Το FOODReporter επικοινωνήσε ανεπίσημα με αλυσίδες σούπερ μάρκετ που του διαβεβαίωσαν ότι η διάθεση των οίνων της Μπουτάρης Οινοποιείας παραμένει ως έχει. Η αλλαγή της ποσότητας μένει να επιτευχθεί μέσω της αύξησης της παραγωγής από νέους ή υφιστάμενους αμπελώνες και η οποία θα διοχετευτεί κατά μεγαλύτερο ποσοστό στην ελληνική εστίαση. Πάντως, η τάση της αύξησης των ετικετών οίνου στα ράφια των σούπερ μάρκετ απαντάται και στις κάβες των καταστημάτων Lidl. Συγκριτικά με τον Μάιο του 2022, στα ράφια της Lidl φιλοξενούνται τον φετινό Μάιο 11 νέες ετικέτες κρασιών, όλες ελληνικές, που ανεβάζουν τον συνολικό αριθμό ετικετών οίνου στις 79, εκ των οποίων οι 57 είναι ελληνικές. Από τις 11 νέες ετικέτες, οι οκτώ αφορούν οίνους ιδιωτικής ετικέτας και οι τρεις επώνυμα νέα κρασιά. Οι τελευταίες τρεις ετικέτες αφορούν τη σταθερή συνεργασία της αλυσίδας με την εταιρεία Cavino Winery and

Distillery, από το Αίγιο της Αχαΐας. Στις ιδιωτικές ετικέτες συμπεριλαμβάνονται και οι οίνοι που παρασκευάζει η οινοποιία Nico Lazaridi για λογαριασμό της Lidl, σε μια νέα συνεργασία που ξεκίνησε πρόσφατα, όπως αναφέρουν πηγές του FOODReporter.

Παρότι η αύξηση νέων ελληνικών ετικετών στο δωδεκάμηνο μεταξύ Μαΐου 2022 και Μαΐου 2023 μεταφράζεται σε ένα εντυπωσιακό 23,9% αύξησης (με αντίστοιχη αύξηση κατά 16,18% στο σύνολο των ετικετών, ανεξαρτήτως χώρας προέλευσης), είναι μικρό το ποσοστό, μόλις 5,26%, των συνεργασιών της αλυσίδας με πολύ μικρά οινοποιεία: Η Lidl συνεργάζεται μόνο με τον ΑΣΕΠΟΠ Αμύνταιου στη Φλώρινα και διαθέτει στα ράφια της τρεις κωδικούς οίνου: Ξινόμαυρο ροζέ, ξινόμαυρο ερυθρό και ροζέ αφρώδες. Αύξηση των συνολικών ετικετών οίνου στα ράφια της κάβας των καταστημάτων παρατηρήθηκε επί του πρακτέου και σε άλλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, οι οποίες όμως δεν θέλησαν να επιβεβαιώσουν με κάποιον τρόπο τα ευρήματα από τις επισκέψεις σε καταστήματά τους. Πάντως, τα παραπάνω δείχνουν να μην ισχύουν ή, τέλος πάντων, να ισχύουν σε πολύ μικρότερο βαθμό για τη λιανική πώληση της Metro AEBE, δηλαδή τα καταστήματα My market: Πιο συγκεκριμένα, τον Μάιο του 2022 διατίθεντο 221 διαφορετικοί κωδικοί οίνου σε γυάλινη φιάλη, επώνυμης και ιδιωτικής ετικέτας συνολικά, ενώ τον Μάιο του 2023 διατίθενται 226 διαφορετικοί κωδικοί, κάτι που σημαίνει αύξηση γκάμας κρασιών κατά 2,26%.





Υπηρεσία παρακολούθησης **προσφορών**
και ανάλυσης **προωθητικής στρατηγικής**
στον κλάδο των **FMCGs**



ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ TAILOR-MADE ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ

Παρουσίαση όλων των προσφορών του οργανωμένου λιανεμπορίου που προβάλλονται σε φυλλάδια, τηλεοπτικά μέσα και εντός καταστήματος. Αποκτήστε άμεση πρόσβαση στις προσφορές όλων των brands σε επίπεδο SKU και ανά προϊοντική κατηγορία, σε multimedia και ιστορικά στοιχεία.



ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Ανάλυση της προωθητικής στρατηγικής που ακολουθείτε από τα brands σε κάθε προϊοντική κατηγορία. Με σύμμαχο τα πιο σύγχρονα εργαλεία ανάλυσης δεδομένων, παρουσιάζουμε συγκριτικά προωθητικά στοιχεία, μερίδια προωθητικών ενεργειών στο σύνολο ή μέρος της αγοράς, και πλήθος αναλύσεων, απαραίτητων για κάθε επαγγελματία στον χώρο των FMCGs.



ΤΙΜΟΛΗΨΙΑ

Καταγραφή τιμών για το σύνολο των κωδικών της κατηγορίας, σε κύριους retailers της ελληνικής αγοράς. Μέσω της υπηρεσίας, ενημερώνεστε για τις τιμές ραφιού ανά αλυσίδα, εβδομαδιαία ή μηνιαία, παρακολουθείτε το ιστορικό μεταβολής τιμών ραφιού, τη μέση προωθητική τιμή και τη μέση τιμή πώλησης βάσει ενεργειών ανά κωδικό.

Part of



Business solutions for FMCG companies & retailers

Μάθετε περισσότερα στο pockeesuite.com
τηλ: 210 3007070
email: info@pockee.com

Ξανά σε πλειστηριασμό ακίνητο της Sotris με κατάστημα Lidl στο Αιγάλεω



Για δεύτερη φορά μέσα σε διάστημα δύο μηνών θα βγει σε ηλεκτρονικό πλειστηριασμό ένα ακίνητο της Sotris που στεγάζει μεταξύ άλλων κατάστημα σούπερ μάρκετ της αλυσίδας Lidl στο Αιγάλεω. Πρόκειται για ένα οικοπέδο συνολικού εμβαδού 7.206,10 τ.μ. στη συμβολή της Ιεράς Οδού με την οδό Πέτρας, που περιλαμβάνει καταστήματα, γραφεία και αποθήκες,

τα οποία εκπλειστηριάζονται σε εννέα ξεχωριστούς πλειστηριασμούς, όπως ακριβώς έγινε και στις 19 Απριλίου, όπου όμως η διαδικασία ματαιώθηκε ελλείψει ενδιαφερόμενων πλειοδοτών. Πλέον, η διαδικασία επαναλαμβάνεται στις 16 Ιουνίου, ενώ σημειώνεται ότι επισπεύδουσα είναι η εταιρεία ABS Metexelixis ειδική διάδοχος των απαιτήσεων της Attica Bank, για οφειλές της Sotris προς την τράπεζα.

Στα 3.046.899 ευρώ η τιμή πρώτης προσφοράς για το κατάστημα της Lidl

Μεταξύ των εννέα (υπαρχουσών και μελλοντικών) ιδιοκτησιών που εκπλειστηριάζονται, ξεχωρίζει αναμφίβολα το κατάστημα της Lidl, για το οποίο η τιμή πρώτης προσφοράς παραμένει αμετάβλητη στα 3.046.899 ευρώ, όταν οι άλλες ιδιοκτησίες κυμαίνονται ανάμεσα στα 40.000 και τα 337.000 ευρώ. Το εν λόγω κατάστημα, σύμφωνα με την έκθεση του εκτιμητή, είναι επιφάνειας 1442,90 τ.μ. (1.520,08 τ.μ. βάσει μισθωτηρίου που είχε προσκομισθεί σε παλαιότερη εκτίμηση) κι σε αυτό ανήκουν επιπλέον:

- Το δικαίωμα αποκλειστικής χρήσης τμήματος του ακαλύπτου του οικοπέδου επιφάνειας 1.007 τ.μ.
- Συνολικά 54 θέσεις στάθμευσης, ενώ επιπλέον στην αποκλειστική χρήση του καταστήματος θα ανήκουν και οι επιπλέον θέσεις στάθμευσης που τυχόν δημιουργηθούν στον περιβάλλοντα χώρο του ακινήτου, μέχρι της συμπλήρωσης των 100 θέσεων στάθμευσης.
- Το δικαίωμα αποκλειστικής χρήσης του χώρου φορτοεκφόρτωσης και τροφοδοσίας επιφάνειας 403,35 τ.μ.

Οι άλλες ιδιοκτησίες επί του ακινήτου που βγαίνουν σε ξεχωριστούς πλειστηριασμούς

Πέρα από το κατάστημα της Lidl, οι άλλες ιδιοκτησίες επί του ακινήτου που εκπλειστηριάζονται είναι οι εξής:

- Αποθήκη υπογείου 185.78 τ.μ. (τιμή πρώτης προσφοράς: 61.667 ευρώ)
- Αποθήκη υπογείου 167.34 τ.μ. (τιμή πρώτης προσφοράς: 55.546 ευρώ)
- Γραφείο α' ορόφου 192.31 τ.μ. (τιμή πρώτης προσφοράς: 199.434 ευρώ)
- Γραφείο α' ορόφου 170.13 τ.μ. (τιμή πρώτης προσφοράς: 176.433 ευρώ)
- Μελλοντικό ισόγειο κατάστημα 1.110,62 τ.μ. (τιμή πρώτης προσφοράς: 336.862 ευρώ)
- Μελλοντικό γραφείο α' ορόφου 1096.11 τ.μ. (τιμή πρώτης προσφοράς: 265.969 ευρώ)
- Μελλοντικό γραφείο β' ορόφου 170.13 τ.μ. (τιμή πρώτης προσφοράς: 6.664 ευρώ)
- Μελλοντικό γραφείο β' ορόφου (τιμή πρώτης προσφοράς: 41.282 ευρώ)

Σπύρος Πιστικός



Από την Delifrance Hellas στο Switz Group ο Γιάννης Ρούδας

Καθόκοντα Head of Frozen Business του ομίλου Switz Group έχει αναλάβει εδώ και λίγο καιρό ο Γιάννης Ρούδας, ο οποίος όπως είχατε διαβάσει στο **FOODReporter** είχε παραιτηθεί στα τέλη του περασμένου Φεβρουαρίου από τη θέση του γενικού διευθυντή της Delifrance Hellas, στην οποία υπηρετούσε επί δέκα και πλέον χρόνια, από τον Δεκέμβριο του 2012. Στο πλαίσιο των νέων του καθηκόντων, ο κ. Ρούδας έχει αναλάβει ως Regional Director όλες τις εταιρείες κατάψυξης σε Ελλάδα, Κύπρο, Τουρκία, Βαλκάνια για το Switz Group, που μεταξύ άλλων έχει επενδύσει στις εταιρείες New Bake, Κρητών Άρτος, Artizan και Κουλουράδες.

Ένας χρόνος Nespresso on the go

Η Nespresso γιόρτασε τα πρώτα γενέθλια του Nespresso On The Go, το Σάββατο 13 Μαΐου με ένα street party μπροστά από την Boutique της Γλυφάδας, όπου περαστικοί και καλεσμένοι της Nespresso δοκίμασαν ροφήματα καφέ με τις μουσικές επιλογές του παραγωγού Σπύρου Παγιατάκη του En Lefko 87.7. Όσοι βρέθηκαν εκεί, δοκίμασαν, επίσης, τα Nespresso Spritzers με γκρέιπφρουτ, μάνγκο και passion fruit. Σημειώνεται ότι στην ανανεωμένη Boutique της Γλυφάδας οι καταναλωτές μπορούν να δοκιμάσουν από τις κλασικές επιλογές, μέχρι τα ζεστά και κρύα Latte με καραμέλα, πραλίνα, αμύγδαλο και μαστίχα ή φρουτένια Spritzer.

Το FOODReporter στη London Wine Fair

Οινοποιείο Διαμαντάκης: Άμεσος στόχος η αύξηση των εξαγωγών



Με νέα προϊόντα συμμετείχε στο φετινό London Wine Fair, από τις 15 έως τις 17 Μαΐου 2023, το Οινοποιείο Διαμαντάκης. Συγκεκριμένα, παρουσίασε τον νέο ροζέ ξηρό οίνο 75cl, από την γηγενή ποικιλία σταφυλιού Λιάτικο 100%, με το όνομα Διαμαντόπετρα Ροζέ 2022, το οποίο έρχεται να συμπληρώσει την premium σειρά κρασιών της επιχείρησης, που αποτελείται από την Διαμαντόπετρα

Λευκή 2022 και την ΔΙΑΜΔιαμαντόπετρα Ερυθρή 2019. Αναφορικά με τις πωλήσεις του Οινοποιείου Διαμαντάκης, εκείνες έδειξαν ανάπτυξη μέσα στο πρώτο πεντάμηνο του 2023, με τη ζήτηση να είναι μεγαλύτερη από ό,τι το 2022. Σχετικά με τις επενδύσεις του Οινοποιείου Διαμαντάκης που έχουν ξεκινήσει ήδη να υλοποιούνται, η επιχείρηση προχωρά στην ανάπτυξη των υπάρχοντων χώρων του οινοποιείου της, καθώς και στην επέκτασή του, με την δημιουργία νέων χώρων. Μεταξύ άλλων, σε αυτούς τους χώρους συμπεριλαμβάνεται νέος επισκέψιμος χώρος, όπου θα πραγματοποιούνται γευστικές δοκιμές των κρασιών του οινοποιείου.

Ανοδική χαρακτηρίζεται η πορεία των εξαγωγών της επιχείρησης, με εξαίρεση την περίοδο 2020-2022, λόγω πανδημίας. Καθώς η αύξηση των εξαγωγών αποτελεί άμεσο στόχο της επιχείρησης, μέσα από την συμμετοχή της σε διεθνείς εκθέσεις, επιδιώκει να επικεντρωθεί σε αυτόν, έχοντας ήδη ξεκινήσει τη συνεργασία της με εισαγωγικές εταιρείες στην Μάλτα και την Αυστραλία για την διάθεση των προϊόντων της εντός του προσεχούς διαστήματος.

Επίσης, μέσα στους στόχους της επιχείρησης είναι και η επέκταση των συνεργασιών της σε Βέλγιο και Ολλανδία

Οινοποιείο Ντουράκη: Με μοντέρνα εκδοχή του μαρουβά στο Λονδίνο



Τον παραδοσιακό μαρουβά σε μία πιο μοντέρνα και εκλεπτυσμένη εκδοχή του παρουσιάζει το Οινοποιείο Ντουράκη στο London Wine Fair 2023. Ειδικότερα, «το Ρωμέικο» είναι ένα κρασί φτιαγμένο από την ομώνυμη ποικιλία ρωμέικο και έχει ωριμάσει σε δρύινα 600 lt βαρέλια για 12 μήνες υπό ελεγχόμενο οξειδωτικό περιβάλλον, ώστε η ποικιλία και το κρασί να αναδείξουν το

χαρακτήρα του παραδοσιακού μαρουβά.

Σχετικά με τις άμεσες προγραμματισμένες επενδύσεις της επιχείρησης μόλις ολοκληρώθηκε μια μεγάλη επένδυση στις εγκαταστάσεις της στον Αλίκαμπο Αποκορώνου. Συγκεκριμένα, δημιουργήθηκε μια υπόγεια κάβα 300 τ.μ. με στόχο την καλύτερη παλαίωση των κρασιών και ταυτόχρονα έγινε μια ριζική ανακαίνιση του χώρου πωλήσεων, καθώς και του εξωτερικού χώρου γευσιγνωσίας. Σημειώνεται ότι η επόμενη επένδυση θα γίνει στα αμπέλια του οινοποιείου μέσα από την προσθήκη ενός νέου ενιαίου αμπελώνα με τοπικές ποικιλίες. Όσον αφορά στις εξαγωγές της επιχείρησης, εκείνες έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Το Οινοποιείο Ντουράκη αναμένει να βρει τη δίοδο σε αγορές όπως την Αγγλία και τις ΗΠΑ, δύο από τις σημαντικότερες σε αξία και όγκο αγορές για το ελληνικό κρασί.



Τα συμπεράσματα του 1ου Διεθνούς Γαστρονομικού και Πολιτιστικού Συμποσίου στην Κρήτη

Η ανάγκη καλλιέργειας σωστής διατροφικής κουλτούρας από μικρή ηλικία αναδείχθηκε ως συμπέρασμα στο 1ο Διεθνές Γαστρονομικό και Πολιτιστικό Συμπόσιο, που διοργανώθηκε στο Ηράκλειο Κρήτης, από τις 3 έως τις 5 Μαΐου. Ταυτόχρονα, υποστηρίχθηκαν τα πλεονεκτήματα της κρητικής δίαιτας, η οποία κρίθηκε ότι αποτελεί τη βάση για τη μεσογειακή διατροφή. Το Συμπόσιο διοργανώθηκε από το αμερικανικό Πανεπιστήμιο του Γέιλ, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Κρήτης, την Περιφέρεια Κρήτης και το δήμο Ηρακλείου Κρήτης. «Η μεσογειακή διατροφή τα τελευταία χρόνια έχει μετεξελιχθεί από μια υγιεινή διατροφή σε ένα βιώσιμο διατροφικό πρότυπο, καθώς είναι κυρίως φυτική. Χωρίς ελιά, μεσογειακή διατροφή δεν υπάρχει και η μεσογειακή διατροφή προάγει τη βιωσιμότητα», τόνισε η ομότιμος καθηγήτρια Διατροφής και Προληπτικής Ιατρικής, Αντωνία Τριχοπούλου.

Ο Πρίσκο Πρισκιτέλι, πρόεδρος της εκπαίδευσης υγείας και βιώσιμης ανάπτυξης της Unesco, υποστήριξε ότι «μπορεί κάθε χώρα να "υιοθετήσει" μεσογειακή δίαιτα, ενσωματώνοντας στο διατροφικό μοντέλο της τοπικά προϊόντα πλούσια σε πολυφαινόλες, φυτικές ίνες και "καλά" λιπαρά. Ο καθηγητής Βιολογίας, Στέργιος Πιρίντσος, ο καθηγητής Εργαστηριακής Ενδοκρινολογίας του Πανεπιστημίου Κρήτης, Ηλίας Καστανάς, αμφότεροι στο Πανεπιστήμιο Κρήτης, μαζί με τον συγγραφέα Νίκος Ψιλάκης ανέλυσαν τις ευεργετικές ιδιότητες του ελαιόλαδου.



Επιβράβευση αριστείας σούπερ μάρκετ & προμηθευτών

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ



**Καθ. Γεώργιος
Δουκίδης**
Καθηγητής
στο Οικονομικό
Πανεπιστήμιο Αθηνών
και Πρόεδρος του
Ινστιτούτου Έρευνας
Λιανεμπορίου
Καταναλωτικών
Αγαθών



**Σταμάτης
Ανδριανόπουλος**
Executive Consultant,
PLANNING AE



Αντώνης Ζαΐρης
Αντιπρόεδρος,
ΣΕΛΠΕ



Βασίλης Ζεϊμπέκης
Πρόεδρος ΔΣ, Ελληνική
Εταιρεία Logistics, Επικ.
Καθηγητής, Παν. Αιγαίου



Στέλιος Ηλιάκης
General Manager,
Sleed



Γεώργιος Καρανίκας
Πρόεδρος, Ελληνική
Συνομοσπονδία Εμπορίου και
Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ)



Λευτέρης Κιοσές
Γενικός Διευθυντής Έρευνας,
Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου
Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ)



Στέφανος Κομνηνός
Ιδρυτικός Εταίρος,
Netrino



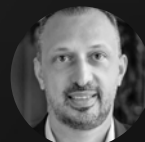
**Παναγιώτης
Μπορέτος**
Διευθύνων Σύμβουλος,
IRI Hellas



Δρ. Γιώργος Ξηρογιάννης
Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής,
Σύνδεσμος Επιχειρήσεων
και Βιομηχανιών (ΣΕΒ)



**Βάσω
Παπαδημητρίου**
Γενική Διευθύντρια,
ΣΕΒΤ



**Βασίλης
Παπακώστας**
Director, Business
Consulting, EY



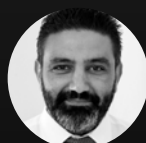
Άγις Πιστόλας
Πρόεδρος,
ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ



Αλεξάνδρα Πίττα-Χαζάπη
Αντιπρόεδρος, Πανελλήνιος Σύνδεσμος
Εξαγωγέων, Μέλος του Δ.Σ. του ΕΒΕΑ
& Πρόεδρος του Εξαγωγικού
του Τμήματος



**Μιχάλης
Φανδριδής**
Γενικός Γραμματέας,
ECR HELLAS



**Αλέξανδρος
Φλώρος**
Διευθυντής Υψηλαίων
Λιανεμπορίου,
NielsenIQ



**Δρ. Κατερίνα
Φραιδάκη**
Πρόεδρος ΔΣ GR.EC.A./
eCommerce Coordinator
-ELTRUN/ΟΠΑ



**Ευάγγελος
Χόμπις**
Products Client
Account Lead,
Accenture

ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑ

ΥΠΟΒΟΛΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ
ΕΩΣ ΤΗΝ

Παρασκευή 16-06-2023

ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙΤΕ ΚΑΙ ΥΠΟΒΑΛΕΤΕ
ΤΙΣ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΕΣ ΣΑΣ ΣΤΟ:

www.supermarketawards.gr

BOUSSIAS
events

Υποψηφιότητες: Κατερίνα Μπουσιμπουκέα, Τ: 210 661 7777 (εσωτ. 128),
E: kbousboukea@bouscias.com | Χορηγίες: Έλενα Καλογρίτσα, Τ: 210 6617777 (εσωτ. 122),
Κ: 694 7897798, E: ekalogritsa@bouscias.com

Official Publication
σελφ σέρβις

Το πρώτο διοικητικό συμβούλιο της Ελληνικά Οινοποιεία ΑΕ



Ηλίας Γεωργιάδης, Vice Director, Sterner Stenhus Real Estate - Θωμάς Γεωργιάδης, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος, Ελληνικά Οινοποιεία

Πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Ελληνικά Οινοποιεία ΑΕ ανέλαβε ο Θωμάς Γεωργιάδης, ο οποίος αποτελεί τον οικονομικό διευθυντή και μέλος του διοικητικού συμβουλίου του σουηδικού Ομίλου real estate, Sterner Stenhus που βρίσκεται πίσω από την εξαγορά της Μπουτάρης Οινοποιεία για λογαριασμό της Ελληνικά Οινοποιεία ΑΕ. Στο διοικητικό συμβούλιο της Ελληνικά Οινοποιεία ΑΕ εντάχθηκε την

Τετάρτη 3 Μαΐου 2023 και η Αλεξία Μπακογιάννη, λαμβάνοντας θέση μέλους. Ο Θωμάς Γεωργιάδης ασκεί καθήκοντα προέδρου και στην Μπουτάρης Οινοποιεία ΑΕ, όπου διευθύνων σύμβουλος είναι ο Νίκος Σπέντζας. Η Αλεξία Μπακογιάννη αποτελεί από την Παρασκευή 3 Μαρτίου 2023 ενεργό μέλος και στο διοικητικό συμβούλιο της Μπουτάρης Οινοποιεία ΑΕ. Η Μπουτάρης Οινοποιεία ΑΕ έχει αναθέσει τις υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων και εταιρικής επικοινωνίας στην εταιρεία AIA Relate, στην οποία η Αλεξία Μπακογιάννη διατελεί πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος, με ολιγόμηνες διακοπές, από τον Αύγουστο του 2011.

Τα κοινά μέλη με τη διοίκηση της Μπουτάρης Οινοποιεία

Υπενθυμίζεται ότι η Ελληνικά Οινοποιεία ΑΕ ιδρύθηκε την Τετάρτη 12 Φεβρουαρίου 2020 ως μονοπρόσωπη ΑΕ με την ονομασία Sterner Stenhus Greece Management και έδρα την Ηλιούπολη Αττικής, πριν μετακινηθεί στα Κουντουριώτικα των Αμπελοκήπων, στην οδό Δορυλαίου 10-12 και κατόπιν, στη λεωφόρο Βασιλίσσης Σοφίας 59, στο Κολωνάκι, όπου βρίσκεται η τωρινή της έδρα. Εκπροσωπείτο μέχρι πρόσφατα από τον σύμβουλο - διαχειριστή Παναγιώτη Μπαρκονίκο, ο οποίος τελικά δεν έλαβε μέρος στο πρώτο διοικητικό συμβούλιο της εταιρείας. Με την ανακήρυξη διοικητικού συμβουλίου, η εταιρεία έπαψε να είναι μονοπρόσωπη και εξάλλου, είχε μετονομαστεί σε Ελληνικά Οινοποιεία ΑΕ τη Δευτέρα 12 Δεκεμβρίου 2022. Τα υπόλοιπα μέλη του πρώτου διοικητικού συμβουλίου της Ελληνικά Οινοποιεία ΑΕ είναι ο Φρανκ Ροσίν, ως αντιπρόεδρος και ο Καρλ - Μίκαελ Μπέργκενταλ, ως απλό μέλος. Ο Φρανκ Ροσίν ασκεί καθήκοντα μη εκτελεστικού αντιπροέδρου και στην εταιρεία Μπουτάρης Οινοποιεία ΑΕ, όπου απλό μέλος είναι και ο Ιωάννης Βογιατζής. Ο πατέρας του τελευταίου, Χαρίσης Βογιατζής, απεβίωσε φέτος τον Μάρτιο, σε ηλικία 93 ετών.

Κωνσταντίνος Βορίλας

Yalco: Εγκρίθηκε η πώληση των εγκαταστάσεων της στο Καλοχώρι

Την πώληση των κτιριακών εγκαταστάσεων της Yalco, που βρίσκονται στο Καλοχώρι Θεσσαλονίκης, ενέκριναν οι μέτοχοι της εταιρείας. Αγοράστρια είναι η συνδεδεμένη εταιρεία Δέλτα Κάππα Οικιακά ΑΕΒΕ, που ταυτόχρονα θα τις μισθώσει προς την Yalco. Το τίμημα της πώλησης ανέρχεται στο ποσό των 3.000.000 ευρώ και θα χρησιμοποιηθεί για την ενίσχυση της ρευστότητας της Yalco, για την χρηματοδότηση της δραστηριότητας και την εξυπηρέτηση των λοιπών υποχρεώσεων της.

Mondelēz International: Δημιουργεί μπάρες σοκολάτας Cadbury φυτικής προέλευσης

Η Mondelēz International ανακοίνωσε τα νέα της πλάνα για την Cadbury στο Ηνωμένο Βασίλειο, τα οποία θα περιλαμβάνουν εναλλακτικές λύσεις φυτικής προέλευσης σε μια προσπάθεια μείωσης έως και 75% της ζάχαρης. Ο Dirk van de Put, διευθύνων σύμβουλος της Mondelēz, δήλωσε στα βρετανικά μέσα ενημέρωσης, μεταξύ άλλων, ότι το εν λόγω πλάνο θα αναπτύσσεται αργά και σταδιακά, καθώς πρέπει να διατηρηθεί στην αγορά. Σύμφωνα με το Confectionery News, ο ίδιος ανέφερε ότι η Βρετανία έχει γίνει μία αρκετά δύσκολη αγορά για τις επιχειρήσεις λόγω Brexit, καθώς η εταιρεία πρέπει να αναπροσαρμόσει την παραγωγή της λόγω του πρόσθετου κόστους.

Φ. Αποστόλου

Ανταγωνιστική συμφωνία Metro Cash & Carry και Bel Hellas για επαγγελματικές συσκευασίες

Φθηνότερα κατά 20% προσφέρονται οι επαγγελματικές συσκευασίες των προϊόντων της Bel Hellas από τα καταστήματα χονδρικής Metro Cash & Carry. Η συγκεκριμένη προσφορά ισχύει για ολόκληρο το μήνα Μάιο. Πρόκειται για τις τετράγωνες μερίδες La Vache qui Rit, τα στρογγυλά τυράκια Mini Babybel, την συσκευασία αλειφόμενου τυριού La Vache qui Rit ενός κιλού και το τυρί τσένταρ σε φέτες La Vache qui Rit. Σημειώνεται ότι οι επαγγελματικές συσκευασίες προϊόντων της Bel Hellas υπό τα σήματα La Vache qui Rit και Babybel προορίζονται για ξενοδοχεία, εστιατόρια και καταστήματα γρήγορης εξυπηρέτησης γενικότερα.

BOUSSIAS
events

Με τη Συνεργασία



AWARDS '23 Packaging

Sustainability • Technology • Design • Labelling

Ξανάρχονται για να αναδείξουν τις πιο επιτυχημένες συσκευασίες της χρονιάς και τις ομάδες που τις δημιούργησαν!

ΒΡΑΒΕΙΑ
ΤΗΣ ΧΡΟΝΙΑΣ
2023

- Brand of the Year
- Packaging Company (Supplier) of the Year
- Packaging Design of the Year
- Printing Leader of the Year

Οι εταιρείες που διακρίνονται στα **Packaging Awards** έχουν τη δυνατότητα να λάβουν μέρος και να εκπροσωπήσουν την Ελλάδα στον κορυφαίο παγκόσμιο θεσμό βραβείων συσκευασίας, **World Star Packaging Awards 2024**, που διοργανώνονται από τον **World Packaging Organization**.

ΜΗΝ ΧΑΝΕΤΕ ΣΤΙΓΜΗ!

Διεκδικήστε τους κορυφαίους τίτλους της 7ης διοργάνωσης και μπείτε στη λίστα με τους Νικητές!

ΥΠΟΒΟΛΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ ΕΩΣ

19.05.23

#PIAwardsgr

www.packagingawards.gr

ΧΟΡΗΓΟΣ

**Θ. Δημητρουλάκος
A.B.E.E.**BOUSSIAS
events

Πληροφορίες: Μαρία Γαβριλάκη, T: 210 6617777 (ext: 131), M: +30 6946 777 954,
E: mgavrilaki@boussias.com, Χορηγίες: Χρήστος Τέγος, T: 210 6617777 (ext:198),
E: ctegos@boussias.com

Official Publications

Marketing
Weekσελφ
σέρβις

Manufacturing

Dunapack: Αύξησε τζίρο και κέρδη το 2022



Σημαντική αύξηση 38,14% παρουσίασε το 2022 ο κύκλος εργασιών της Dunapack Packaging, σε σχέση με το 2021. με τη διοίκηση της εταιρείας να εμφανίζεται αισιόδοξη και για τη φετινή χρονιά, παρά τις προκλήσεις που έχει δημιουργήσει ο εν εξελίξει πόλεμος στην Ουκρανία. Ειδικότερα, σύμφωνα με τις οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας για

το 2022, η Dunapack έκλεισε τη χρονιά με τζίρο 63,31 εκατ. ευρώ, έναντι 45 εκατ. το 2021 (+38,14%), ενώ και τα μικτά κέρδη αυξήθηκαν κατά 22,92%, από τα 11,97 εκατ. ευρώ στα 14,71 εκατ., ωστόσο τα μικτά κέρδη ως ποσοστό επί του κύκλου εργασιών υποχώρησαν στο 23,24%, έναντι 26,12% το 2021.

Εντυπωσιακή ήταν εξάλλου η αύξηση της κερδοφορίας της εταιρείας κατά το περασμένο έτος: τα κέρδη προ φόρων αυξήθηκαν κατά 38,75% σε ετήσια βάση, φτάνοντας τα 8,01 εκατ. ευρώ, ενώ τα κέρδη μετά από φόρους έφτασαν τα 7,36 εκατ. ευρώ, αυξημένα κατά 64,46% σε ετήσια βάση. Εντός του 2022 η Dunapack προχώρησε σε νέο μακροπρόθεσμο δανεισμό από την τράπεζα Unicredit Bank Austria, ποσού 6.250.000 ευρώ, για τη χρηματοδότηση επενδυτικού σχεδίου συνολικού κόστους 15,45 εκατ. ευρώ. Ο συνολικός βραχυπρόθεσμος δανεισμός της εταιρείας για το 2022 ανήλθε στα 13,04 εκατ. ευρώ και αντίστοιχα ο συνολικός μακροπρόθεσμος δανεισμός ανήλθε στα 2,5 εκατ. ευρώ, με ημερομηνία αποπληρωμής των μακροπρόθεσμων δανείων την 31η Δεκεμβρίου 2024.

Οι τρεις λόγοι που γεννούν αισιοδοξία για το 2023

Αναφορικά με το 2023, η διοίκηση της εταιρείας εκτιμά πως οι εξελίξεις στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα, ο στασιμοληθωρισμός που προκλήθηκε από τον πόλεμο στην Ουκρανία και η ενεργειακή κρίση δεν θα επηρεάσουν την ανοδική πορεία της Dunapack, τονίζοντας πως, ακόμα και σε δυσμενή σενάρια σχετιζόμενα με την διάρκεια του πολέμου στην Ουκρανία, μπορεί να αντεπεξέλθει και να στηρίξει τη δραστηριότητά της για τους εξής λόγους:

- Η εταιρεία διαθέτει ισχυρή ρευστότητα
- Ο όμιλος στον οποίο ανήκει η εταιρεία (Prinzhorn Group) είναι σε θέση να καλύπτει πλήρως τις υποχρεώσεις του.
- Υφίστανται διαθέσιμα πιστωτικά όρια που μπορεί να χρησιμοποιηθούν σε περίπτωση που κριθεί αναγκαίο, ενώ ο όμιλος διαθέτει στην εταιρεία γραμμή πίστωσης αναλόγως των αναγκών.

Περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες

Η εταιρεία έχει προχωρήσει σε μία σειρά από ενέργειες με στόχο τη μείωση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος. Μεταξύ άλλων, έχει προχωρήσει σε αντικατάσταση των υγραεριοκίνητων περνοφόρων οχημάτων με ηλεκτρικά, περιορίζοντας τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, ενώ τα αποκόμματα χάρτου κατά την παραγωγική διαδικασία συλλέγονται μέσω συστήματος αέρος και ιμάντων, τεμαχίζονται και καταλήγουν στην πρέσα αποκομμάτων, η οποία τα διαμορφώνει σε δέματα για να προωθηθούν στις χαρτοβιομηχανίες για ανακύκλωση. Εξάλλου, οι μη σπασμένες παλέτες επαναχρησιμοποιούνται και οι σπασμένες δίδονται προς ανακύκλωση, ενώ τα βαρέλια/δεξαμενές είτε επιστρέφονται στον προμηθευτή για επαναχρησιμοποίηση, είτε δίδονται σε εταιρείες ανακύκλωσης.

Σπύρος Πιστικός

Metro ΑΕΒΕ: Πρωτοβουλία για στήριξη σε υπογόνιμα ζευγάρια

Την υποστήριξη του σωματείου Be-Live, που προσφέρει την ελπίδα για οικογένεια σε υπογόνιμα ζευγάρια που προσπαθούν να κάνουν παιδί μέσω εξωσωματικής γονιμοποίησης, ανέλαβε η Metro ΑΕΒΕ. Με αφορμή τις Παγκόσμιες Ημέρες της Μητέρας στις 14 Μαΐου 2023 και του Πατέρα στις 18 Ιουνίου 2023, η εταιρεία αποφάσισε να αναλαμβάνει πλήρως το κόστος της συγκεκριμένης θεραπείας, για τρεις εργαζομένους της, οι οποίοι θα επιλεγθούν και θα ενταχθούν στο πρόγραμμα. Τα τρία ζευγάρια θα επιλεγθούν με βάση ιατρικά, οικονομικά και κοινωνικά κριτήρια που έχει ορίσει η Be-Live, μέσα από διάφανη και αξιόπιστη διαδικασία. Βασικό κριτήριο ένταξης ζευγαριού στο πρόγραμμα είναι ένας από τους δύο συζύγους να ανήκει στο ανθρώπινο δυναμικό της Metro ΑΕΒΕ. Συμμετοχή μπορεί να δηλώσει κάθε εργαζόμενος και εργαζόμενη της εταιρείας σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Λουξ: Χρυσός χορηγός του 19ου Final Four του Κυπέλλου Ανδρών Handball λουξ free

Για μια ακόμα χρονιά, η Λουξ ήταν χρυσός χορηγός ονομασίας στο 19ο Final Four του Κυπέλλου ανδρών Handball λουξ free που πραγματοποιήθηκε στο ΔΑΚ Αγίας Τριάδας Ναυπλίου. Η Λουξ ήταν στο πλευρό των αθλητών, των προπονητών και του φίλαθλου κοινού, προσφέροντάς τους τη λουξ free η οποία δεν διαθέτει ζάχαρη, χωρίς συντηρητικά, χωρίς ανθρακικό, μόνο με φυσικά γλυκαντικά. Αξίζει να σημειωθεί, ότι την ημέρα διεξαγωγής του τελικού Κυπέλλου Handball, η Ομοσπονδία Χειροσφαίρισης Ελλάδας βράβευσε την εταιρεία για τη χρόνια στήριξή της στη διοργάνωση. Επιπλέον, εκπρόσωπος της εταιρείας απένειμε τιμητικό βραβείο στον MVP του τελικού.

Ουγγαρία: Συνεχίζονται οι παραβιάσεις ΠΟΠ Φέτας - Κυκλοφορεί γερμανικό λευκό τυρί που παραπέμπει σε «ελληνικό»



Στην αγορά τροφίμων της Ουγγαρίας εξακολουθούν να κυκλοφορούν, με πολύ χαμηλότερες τιμές από την αυθεντική φέτα, λευκά τυριά με παρεμφερή ονομασία, σύμφωνα με ενημέρωση του Γραφείου ΟΕΥ Βουδαπέστης. Ενδεικτικά, το Γραφείο ΟΕΥ σημειώνει ότι η λιανική τιμή 200 γραμμαρίων συσκευασμένου προϊόντος λευκού τυριού με την επωνυμία

FITAKI, το οποίο παράγεται από γερμανική εταιρεία στην Γερμανία, ανέρχεται στα 999 ουγγρικά φιορίνια (περί τα 2,67 ευρώ) όταν η αυθεντική φέτα της ελληνικής εταιρείας Αρβανίτη (συσκευασία 150 γραμμαρίων) ανέρχεται στα 2.699 φιορίνια (περί τα 7,21 ευρώ). Επιπρόσθετα, το Γραφείο ΟΕΥ αναφέρει ότι, με δεδομένη την πάγια θέση του Τμήματος Προστασίας του Καταναλωτή της αρμόδιας Κυβερνητικής Διεύθυνσης εποπτευόμενης από το Υπουργείο Τεχνολογίας και Βιομηχανίας στην Ουγγαρία: «Δεν ακολουθείται ανέντιμη εμπορική πρακτική απέναντι στους καταναλωτές», εφόσον στη συσκευασία του προϊόντος αναγράφεται ολογράφως και σε εμφανές σημείο, η χώρα παραγωγής ή ο τόπος προέλευσης του, όπως άλλωστε προβλέπουν σχετικοί κανονισμοί. Αναφορικά με τις φωτογραφίες και τα σύμβολα στη συσκευασία προϊόντων λευκού τυριού που ουδεμία σχέση έχουν με την φέτα, αλλά παραπέμπουν στο ελληνικό στοιχείο, η ανωτέρω υπηρεσία υποστηρίζει ότι πρέπει να συνεκτιμούνται από τους καταναλωτές, με τα αναγραφόμενα στοιχεία που αφορούν στην εταιρεία παραγωγής τους.

Ποιες φέτες ελληνικής προέλευσης κυκλοφορούν στην ουγγρική αγορά
Τέλος, στην ουγγρική αγορά συναντάμε τυροκομικά προϊόντα ελληνικής προέλευσης με την ένδειξη φέτα των εταιρειών, Αρβανίτης Α.Ε., Κολιός Α.Ε., Λύτρας Σ.Τ., & ΥΙΟΙ Ο.Ε και Χώτος Α.Ε. και Δωδώνη, καθώς και των ελληνικών πιστοποιημένων τυροκομικών (ΠΟΠ), που διακινούνται από αλυσίδες λιανικού εμπορίου, Epidanous, Milbona (LIDL), Lyttos (ALDI), Feta Cheese (TESCO) και Feta Creca (Interspar).

Φωτεινή Αποστόλου

Στο δίκτυο της Wolt μπαίνουν και τα Ιωάννινα

Στο χάρτη με τις πόλεις όπου δραστηριοποιείται η Wolt προστίθενται τα Ιωάννινα, με το σύνολο τους να φτάνει πλέον τις 11, καθώς η εταιρεία συνεχίζει το δυναμικό πλάνο γεωγραφικής επέκτασής της στην Ελλάδα Έτσι, από την Πέμπτη 11 Μαΐου 2023, οι καταναλωτές της πόλης έχουν τη δυνατότητα να κάνουν τις αγορές τους μέσα από την εφαρμογή της Wolt, από τον υπολογιστή ή το κινητό τους, επιλέγοντας ανάμεσα σε πάνω από 70 επιχειρήσεις όλων των κατηγοριών που είναι διαθέσιμες στην εφαρμογή.

Σημειώνεται ότι ο αριθμός των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων εστίασης αναμένεται να αυξηθεί σταδιακά, ενώ παράλληλα στην πλατφόρμα, οι χρήστες μπορούν να κάνουν τις αγορές τους και από επιλεγμένες επιχειρήσεις λιανικής. Επισημαίνεται ότι η Wolt διαθέτει συνεργασία με τα σούπερ μάρκετ AB Βασιλόπουλος και Μασούτης.



Σερβία: Υποχωρεί σε εξαγωγές ντομάτας η Ελλάδα

Μεγάλη μείωση στις εξαγωγές ελληνικής ντομάτας στη Σερβία έχει σημειωθεί την τελευταία τετραετία, σύμφωνα με στοιχεία που παρουσίασε το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων του Βελιγραδίου: Από τους 2.837 τόνους, που εξήγαγε η χώρα μας το 2018, εξήγαγε μόνο 1.853 το 2022. Το 2018, η Ελλάδα ήταν ο τρίτος μεγαλύτερος εξαγωγέας ντομάτας προς τη Σερβία, πίσω από την Αλβανία και τη Βόρεια Μακεδονία. Το 2022, η Ελλάδα υποχώρησε στην πέμπτη θέση, καθώς την προσπέρασαν Ισπανία και Τουρκία, παρότι η άλλοτε αδιαμφισβήτητη πρωτιά της Αλβανίας έχει αρχίσει να κλονίζεται: Η Βόρεια Μακεδονία την πλησιάζει, από 6.937 τόνους έναντι 16.381 το 2018, σε 7.323 έναντι 9.690 το 2022. Οι 2.837 τόνοι εξαγωγών της Ελλάδος προς τη Σερβία είχαν αποδώσει 1,95 εκατ. ευρώ το 2018, ενώ οι 1.853 τόνοι του 2022, δηλαδή οι μειωμένες εξαγωγές κατά 34,7%, απέδωσαν πέρσι 2,54 εκατ. ευρώ, δείγμα της μεγάλης αύξησης τιμής στην ντομάτα εντός Σερβίας. Η μεγάλη άνοδος της τιμής αποτελεί, άλλωστε, έναν από τους εν δυνάμει λόγους που η συγκεκριμένη υποαγορά οπωροκηπευτικών στη χώρα έχει κατακερματιστεί ως προς τις χώρες εισαγωγής, με όλο και περισσότερους εθνικούς «παίκτες» να προστίθενται. Στα αγγούρια, αντίθετα, η Ελλάδα κατατάχθηκε δεύτερη κατά τα έτη 2021 και 2022, ξεπερνώντας Ισπανία και Κροατία, σταθερά πίσω από την πρώτη Αλβανία. Το 2021, η Ελλάδα εξήγαγε προς τη Σερβία 1.669 τόνους αγγουριών έναντι 1,95 εκατ. ευρώ και το 2022, 1.506 τόνους, έναντι 2,36 εκατ. ευρώ.

Κ. Βορίλας

18



**Ελληνικό
Συνέδριο Κορυφής
στην Εξυπηρέτηση
Πελατών**

**08.06
2023**

Αμφιθέατρο
OTEAcademy

Transforming Customer Service in a rapidly changing world

Παρακολουθήστε ζωντανά τη must attend
συνεδριακή εμπειρία, μάθετε πρώτοι για όλα
τα megatrends που μεταμορφώνουν
την Εξυπηρέτηση Πελατών!



KEYNOTE SPEAKERS



George Baltas
*Athens University
of Economics & Business*



Dimitris Dimitriadis
*Institute for the Futures
and Foresight Research*



Peter Economides
Felix BNI



Daniel Ord
*OmniTouch
International*

SPEAKERS

- **Frank Thibaut**, ΕΙΕΠ
- **Κέλλυ Δημητρούλια**, Piperitsa Farm
- **Στέλλα Κάσδαγλη**, Women On Top
- **Γιώργος Κασκαρέλης**, Goodfairy
- **Νίκη Σμυρνή**, Travelgems

JOIN NOW

LEARN MORE



ΧΟΡΗΓΟΙ



VENUE SPONSOR



**BOUSSIAS
events**

Συμμετοχές: Βασίλης Κουτσαβλής, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 129), **E:** vkoutsavlis@boussias.com
Χορηγίες: Σπύρος Λεοντάρης, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 215), **E:** sleontaris@boussias.com
Περιεχόμενο: Χρύσα Δέμη, **T:** 210 6617777 (εσωτ. 171), **E:** cdemi@boussias.com

Official Publication
**Marketing
Week**

Bake Hellas: Σε 9,5 μήνες κατασκευάστηκε η νέα μονάδα παραγωγής στο Σχηματάρι

Συνεργασία με τη Frigo Stahl, για έργο “one-stop-shop”



Σε περισσότερους από 50 τόνους αρτοσκευασμάτων ημερησίως ορίζεται τελικά η παραγωγική δυναμικότητα της νέας μονάδας της Bake Hellas στο Σχηματάρι Βοιωτίας. Οι στεγασμένοι χώροι γραφείων, παραγωγής, ψύξης και βοηθητικών χώρων της νέας μονάδας της Bake Hellas εκτείνονται σε εμβαδόν περίπου 5.100 τ.μ. και φιλοξενούν καθημερινά

90 εργαζόμενους της εταιρείας.

Σύμφωνα με τη Frigo Stahl, οι εργασίες κατασκευής της νέας εργοστασιακής μονάδας διήρκεσαν 9,5 μήνες. Παράλληλα, η Frigo Stahl διαβεβαίωσε ότι, παρά τις συνθήκες αστάθειας (ελλείψεις βασικών υλικών, απρόβλεπτες αυξήσεις τιμών πρώτων υλών και άλλους αστάθμητους παράγοντες) που προκάλεσε ο πόλεμος στην Ουκρανία, η συμφωνία της εταιρείας με την Bake Hellas για την κατασκευή του σύνθετου βιομηχανικού έργου με σύστημα “one-stop-shop” – “με το κλειδί στο χέρι” «τηρήθηκε στο ακέραιο, τόσο ως προς την ποιότητα και τις προδιαγραφές, όσο και ως προς το κόστος και το χρονοδιάγραμμα, δημιουργώντας ιδιαίτερους δεσμούς εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας μεταξύ των δύο εταιρειών».

«Κάθε ψωμάκι που θα συσκευάζεται πριν βρει το δρόμο του για το καλάθι του καταναλωτή και κάθε βαθμός ψύξης που θα εξασφαλίζει την ποιότητα Bake Hellas στους συνεργάτες της, θα μας γεμίζει ικανοποίηση για την ταχύτητα, την ποιότητα και τις συνθήκες υπό τις οποίες η ομάδα μας ανταποκρίθηκε στην πρόκληση», δήλωσε ο Project Leader της Frigo Stahl για το συγκεκριμένο έργο, Βασίλης Μπαρκαμπάς.

ΣΤΟΝ ΠΥΘΜΕΝΑ

Όταν η συνεργασία για τη διανομή των προϊόντων της δεν είναι αποκλειστική, αλλά πλασάρεται ως «αποκλειστική», δεν αντιδρά. Όταν όμως προστίθενται και προϊόντα άλλης εταιρείας στη διανομή και παύει η δήθεν αποκλειστικότητα, δεν είναι αναίτιο συνεπώς να ταράζεται;



Elite: Επεκτείνεται στα αλμυρά σνακ και στα κρουτόν με νέα προϊόντα

Στις κατηγορίες των αλμυρών σνακ και των κρουτόν επεκτείνεται με νέα προϊόντα η Elite. Πρόκειται για τα προϊόντα Elite Kritis-Snack Μεσογειακά και Elite Croustons.

Δίνοντας έμφαση στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή, αλλά και τις αξίες της μεσογειακής και ισορροπημένης διατροφής, η Elite παρουσιάζει τη νέα σειρά κριτσίινών Elite Kritis-Snack «Μεσογειακά», με ντομάτα και ρίγανη, με σουσάμι, λιναρόσπορο και παπαρουνόσπορο και με ελαιόλαδο και δενδρολίβανο. Το ίδιο ισχύει και για την κατηγορία των κρουτόν, με το λανσάρισμα της νέας σειράς, Elite Croustons, στην οποία επεκτείνεται με τρεις γεύσεις: Σταρένια, ολικής άλεσης και με γεύση σκόρδου και μείγμα μυρωδικών με ελαιόλαδο. Πρόκειται για ιδανικές επιλογές για νόστιμες σαλάτες και απολαυστικές σούπες.

Ταυτόχρονα, η Elite ανανεώνει τη σειρά των Elite Crackers «Μεσογειακά» με δύο νέες, απολαυστικές γεύσεις: Με γεύση παρμεζάνα και με πατάτα και θυμάρι.

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

