

Θέλει αρετή και τόλμη το... τραγούδι.
Σταύρος Ξαρχάκος

Κυριακή 26 Σεπτεμβρίου

Ωδείο Ηρώδου του Αττικού



Ερμηνεύει η

Ηρώ Σαΐα



Γιορτάζουμε
μαζί με όλη
την Ελλάδα

Προπώληση

 viva.gr


HEALTHYDIET
 AWARDS 2022

 Recognizing Innovative
 Products & Services

 ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ
Παρασκευή 22 Οκτωβρίου 2021

FOODReporter

ΦΡΕΣΚΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

www.healthydietawards.gr

Μασούτης: Ο στόχος για το EBITDA των 60 εκατομμυρίων


 Γιάννης Μασούτης, Διευθύνων Σύμβουλος,
 Δ. Μασούτης Α.Ε.


Στο +6,3% κινήθηκε η Μασούτης το 2020, αυξάνοντας σημαντικά και την κερδοφορία της κατά την ίδια χρονική περίοδο.

Η αλυσίδα με έδρα τη Βόρεια Ελλάδα εξασφάλισε τα συγκεκριμένα αποτελέσματα αφενός λόγω αύξησης του τζίρου της, αφετέρου και από την αύξηση παροχών μέσω των συμφωνιών που διατηρεί.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός πάντως ότι ενώ τα έξοδα της Μασούτης αυξήθηκαν λόγω της πανδημίας, παρόλ' αυτά κατάφερε να παρουσιάσει αυξημένη κερδοφορία.

Ο επιπλέον τζίρος ήρθε παρά τα αυξημένα κόστη λειτουργίας, ενώ η εταιρεία έκανε επιπλέον 600 προσλήψεις για να καλύψει τις νέες ανάγκες που δημιουργήθηκαν εν μέσω πανδημίας. Τα έξοδα διάθεσης από 217,15 εκατ. ευρώ το 2019, ανήλθαν σε 230,4 εκατ. ευρώ, ενώ τα έξοδα διοίκησης από 28,87 εκατ. ευρώ σε 30,87 εκατ. ευρώ το 2020. Σε ό,τι αφορά τον δείκτη κυκλοφοριακής ταχύτητας υποχρεώσεων διαμορφώθηκε στις 117 ημέρες το 2020 από 127 ημέρες το 2019.

Στόχος της Μασούτης για το 2021 είναι να διατηρηθεί το EBITDA σε επίπεδα

άνω των 60 εκατ. ευρώ που ήταν το 2020, προσβλέποντας ταυτόχρονα στην ενίσχυση των ιδίων κεφαλαίων και της ρευστότητας.

Την περασμένη χρονιά ο δείκτης Γενικής Ρευστότητας παρουσίασε βελτίωση κατά 15,3% - 0,54 κατά στο τέλος του 2020 από 0,47 στο τέλος του 2019 – και πρόκειται για τον λόγο που αντιστοιχεί στο σύνολο των κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων προς το σύνολο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων. Ο συνολικός μακροπρόθεσμος δανεισμός στο τέλος του 2020 ήταν 73,63 εκατ. ευρώ και ο βραχυπρόθεσμος δανεισμός 78,01 εκατ. ευρώ.

Κοντά στο 1% το οκτάμηνο του '21

Σε ό,τι αφορά το 2021, στο οκτάμηνο κινείται σύμφωνα με πληροφορίες θετικά κοντά στο 1%, σε σύγκριση με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του 2020. Θυμίζουμε ότι φέτος η εταιρεία δημιούργησε τέσσερα νέα καταστήματα, ενώ είναι προγραμματισμένες και 20 ανακαινίσεις καταστημάτων. Στις προτεραιότητες της επιχείρησης είναι η περαιτέρω ενίσχυση του δικτύου της στην Αττική, ενώ και η Πελοπόννησος βρίσκεται αμέσως μετά στον χάρτη

προτεραιοτήτων ανάπτυξης του δικτύου της, με την αρχή να έχει ήδη γίνει από την Πάτρα.

Σε κάθε περίπτωση πάντως εκτός από την οργανική ανάπτυξη της αλυσίδας και το ενδεχόμενο μίας εξαγοράς δεν αποκλείεται, δεδομένου ότι η Μασούτης διερευνά και αυτόν τον δρόμο με στόχο να επεκτείνει ταχύτερα την παρουσία της στο εγχώριο οργανωμένο λιανεμπόριο. Η Μασούτης διατηρεί είτε ιδιότητα είτε με χρηματοδοτική μίσθωση ακίνητα, τα οποία έχουν συνολική αξία 301,44 εκατ. ευρώ. Το συνολικό επενδυτικό πλάνο της φετινής χρονιάς έχει προϋπολογιστεί στα 20 εκατ. ευρώ.

Γιώργος Λαμπήρης

BARCODE

Κύκλος εργασιών
 2020: 882,46 εκατ. ευρώ
 2019: 829,81 εκατ. ευρώ
 Μεταβολή: 6,3%
 EBITDA
 2020: 60,08 εκατ. ευρώ
 2019: 57,45 εκατ. ευρώ
 Μεταβολή: 4,6%
 Κέρδη μετά από φόρους
 2020: 9,9 εκατ. ευρώ
 2019: 8,26 εκατ. ευρώ



GENIUS

ΜΠΙΦΤΕΚΙ

Απόφοιτος Χαροκοπείου το 2019
Βραβευμένη ιδιοφυΐα το 2020



Παράγονται στην Ελλάδα



Veganact veganactgr www.veganact.gr

Με την εγγύηση



Το ελληνικό γιαούρτι στη Γερμανία αντιμέτωπο με τα... μαϊμού «Greek-style»

Σταθερά ισχυρές τάσεις καταγράφονται τα τελευταία χρόνια για τις ελληνικές εξαγωγές γιαουρτιού στη Γερμανία, με ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες να έχουν σημαντική παρουσία στη μεγαλύτερη οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, ο ανταγωνισμός από τα κατώτερης ποιότητας, αλλά πολύ φθηνότερα γερμανικά γιαούρτια «ελληνικού τύπου», έχει αναγκάσει τους παραγωγούς να μειώσουν τις τιμές τους, όπως προκύπτει από στοιχεία που παρουσιάζει το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων στο Μόναχο σε μελέτη του για τον κλάδο του γιαουρτιού στη Γερμανία.

Ειδικότερα, σύμφωνα με επίσημα στατιστικά στοιχεία, οι εξαγωγές γιαουρτιού της Ελλάδας προς τη Γερμανία ανήλθαν το 2020 σε 7,9 εκατ. ευρώ, έναντι 6,5 εκατ. ευρώ το 2016, καταγράφοντας την τελευταία πενταετία αύξηση +21%, ενώ σε βάθος δεκαετίας η αύξηση είναι ακόμα μεγαλύτερη, καθώς το 2011 οι ελληνικές εξαγωγές δεν ξεπερνούσαν τα 5 εκατ. ευρώ. Αντίθετη είναι ωστόσο η πορεία της αξίας των ελληνικών εξαγωγών ως προς την ποσότητά τους: το 2011 η αξία αυτή



ανερχόταν σε 2,32 ευρώ ανά κιλό, όμως το 2020 υποχώρησε στα 2,02 ευρώ ανά κιλό, μία πτώση της τάξεως του 12,9%, η οποία αποδίδεται στην προσπάθεια των Ελλήνων παραγωγών να ανταγωνιστούν τα φθηνότερα γερμανικά «Greek-style» γιαούρτια.

«Ελληνικού τύπου» γιαούρτι made in... Germany

Αξιόλογη παρουσία στη γερμανική αγορά γιαουρτιού διαθέτουν μεταξύ άλλων οι ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες Κολιός, Κρι-Κρι, Μεβγάλ, Ελληνικά Γαλακτοκομεία και Φάγε, ενώ αξίζει να σημειωθεί και η περίπτωση του Greco, το οποίο παράγεται στην Ελλάδα από την SHM Hellas Pelion, η οποία έχει εξαγοραστεί από τον γαλλικό όμιλο Lactalis. Στον πίνακα παρατίθεται ενδεικτικός κατάλογος με τις τιμές και τα

καταστήματα στα οποία πωλούνται τα προϊόντα τους στη Βαυαρία. Πέρα όμως από τα ελληνικά προϊόντα, σε καταστήματα λιανικής πώλησης και μεγάλες αλυσίδες τροφίμων θα βρει κανείς πολλά γιαούρτια με σήμανση «ελληνικού τύπου», τα οποία έχουν στις συσκευασίες τους στοιχεία που παραπέμπουν στην Ελλάδα (π.χ. αρχαίους ναούς, μαιάνδρους, εικόνες από τη Σαντορίνη, ελληνικές σημαίες), όμως παράγονται στη Γερμανία. Κι αυτό γιατί οι σχεδόν όλες οι μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες της χώρας, αναγνωρίζοντας τις μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης του προϊόντος, έχουν εντάξει στο χαρτοφυλάκιό τους «ελληνικού τύπου» γιαούρτια, προκειμένου να αποκτήσουν μερίδιο στην αγορά αυτή. Πέραν αυτού, οι πωλήσεις του ελληνικού γιαουρτιού περιορίζονται και από παρόμοια προϊόντα τα οποία παρουσιάζουν ταχεία ανάπτυξη, όπως το γιαούρτι «Skyr» με υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες και τα ιδιαίτερα δημοφιλή ξινά γαλακτοκομικά προϊόντα, όπως το κεφίρ, το βουτυρόγαλα και τα προβιοτικά γιαούρτια.

Σπύρος Πιστικός

Εταιρεία	Ονομασία	Κατάστημα	Τιμή (€)	Τιμή (€/κιλό)
Κολιός	Griechischer Joghurt natur, 10% λιπαρά, 150 γρ.	Hamberger (χονδρική)	0,58	3,87
Κρι-Κρι	My authentic Greek Jogurt, 10% λιπαρά, 170 γρ.	Rewe	1,09	6,41
Κρι-Κρι	My authentic Greek Jogurt, 10% λιπαρά, , πρόβειο γάλα, 170 γρ.	Rewe	1,09	6,41
ΜΕΒΓΑΛ	Original Griechischer Sahne Joghurt, 10% λιπαρά, 200 γρ.	Käfer Delikatessen	1,90	9,50
ΜΕΒΓΑΛ	Original Griechischer Schafmilchjoghurt, 6% λιπαρά, πρόβειο γάλα, 200 γρ.	Edeka	1,19	5,95
ΜΕΒΓΑΛ	Original Griechischer Sahne Joghurt, 10% λιπαρά, 200 γρ.	Edeka	1,19	5,95
Όλυμπος	Griechischer Joghurt, 10 % λιπαρά, 200 γρ.	Metro (χονδρική)	1,03	5,15
ΦΑΓΕ	Griechischer Joghurt, 0,2% λιπαρά, 170 γρ.	Edeka	1,29	7,59
ΦΑΓΕ	Griechischer Joghurt, 5% λιπαρά, 200 γρ.	Edeka	1,39	6,95
ΦΑΓΕ	Griechischer Joghurt, 5% λιπαρά, 500 γρ.	Rewe	2,89	5,78
ΦΑΓΕ	Griechischer Joghurt, 0,2% λιπαρά, 500 γρ.	Rewe	2,99	5,98
ΦΑΓΕ	Griechischer Joghurt, 0,2% λιπαρά, 170 γρ.	Rewe	1,29	7,59
ΦΑΓΕ	Griechischer Joghurt, 2% λιπαρά, 170 γρ.	Rewe	1,29	7,59
ΦΑΓΕ	Griechischer Joghurt, 5% λιπαρά, 200 γρ.	Rewe	1,45	7,25
Greco (SHM Hellas Pelion/Lactalis)	Original Griechischer Sahne Joghurt, 10% λιπαρά, 450 γρ.	2,59	5,76	



Greece




Η Enterprise Greece θα διοργανώσει και φέτος το εθνικό περίπτερο στην Anuga, μία από τις κορυφαίες εμπορικές εκθέσεις στον χώρο της βιομηχανίας τροφίμων.

Ενενήντα πέντε (95) εξέχουσες ελληνικές εξαγωγικές εταιρείες θα παρουσιάσουν τα προϊόντα τους σε 5 αίθουσες:

 Fine Food 10.2	 Frozen Food 4.2	 Dairy 10.1	 Bread & Bakery 2.2	 Drinks 8.1
---	--	---	---	---

Τριάντα (30) ακόμη ελληνικές εταιρείες θα συμμετάσχουν ψηφιακά μέσω της πλατφόρμας Anuga@home.

Πληροφορίες για την ελληνική συμμετοχή:

→ www.enterprisegreece.gov.gr/anuga-2021



Τυροκομείο Χρυσάφη: Το ΠΟΠ Καλαθάκι Λήμνου που έχει βρει τον δρόμο των ξένων αγορών



Μιχάλης Χρυσάφης, πρόεδρος, τυροκομείο Χρυσάφη

Νέα προϊόντα και επενδύσεις σε επίπεδο παραγωγικών εγκαταστάσεων περιλαμβάνουν τα μελλοντικά σχέδια του τυροκομείου Χρυσάφη στην Λήμνο, το οποίο αποτελεί μια από τις περίπου 4 με 5 τυροκομικές επιχειρήσεις του νησιού που παράγουν ΠΟΠ Καλαθάκι Λήμνου από τοπικό αιγοπρόβριο γάλα.

Εκτός, όμως, από το φημισμένο λευκό τυρί άλμης, η οικογενειακή εταιρεία, η οποία

κλείνει περίπου 40 χρόνια λειτουργίας, παράγει και φέτα ΠΟΠ καθώς και άλλα τοπικά τυριά όπως το μελίχλωρο και το κασκαβάλι.

«Το όνομα Χρυσάφη είναι σχεδόν συνώνυμο με το Καλαθάκι Λήμνου», επισημαίνει στο FOODReporter ο πρόεδρος της εταιρείας, Μιχάλης Χρυσάφης και συνεχίζει λέγοντας: «Στην ελληνική αγορά είναι διαθέσιμο στο δίκτυο των καταστημάτων της My Market σε συσκευασία των 400 γρ. καθώς και σε μια σειρά από μικρότερα καταστήματα λιανικής και delicatessen όπως για παράδειγμα στα Περί Λέσβου και στο Παντοπωλείο Μεσογειακής Διατροφής ενώ πωλείται και στο πάγκο κοπής της Κρητικής».

Το 20% της συνολικής παραγωγής διοχετεύεται εκτός ελληνικών συνόρων

Μπορεί οι κωδικοί που παράγονται στο τυροκομείο να διατηρούν όλα αυτά τα χρόνια τον τοπικό και παραδοσιακό τους χαρακτήρα, ωστόσο έχουν βρει τον δρόμο τους και στις αγορές του εξωτερικού με κυριότερους προορισμούς αγορές όπως της Γαλλίας, του Βελγίου, της Γερμανίας, της Αυστραλίας και της Αμερικής. «Περίπου το 20% της συνολικής παραγωγής διοχετεύεται εκτός ελληνικών συνόρων», επισημαίνει ο κ. Χρυσάφης, τονίζοντας παράλληλα ότι είναι σημαντικό όλες οι τυροκομικές επιχειρήσεις με ΠΟΠ προϊόντα να προστατεύουν με τις ενέργειές τους το συγκεκριμένο σήμα και να μην «υποκύπτουν στο παιχνίδι των χαμηλών τιμών που θέλουν να επιβάλουν τόσο οι εγχώριες όσο και οι ξένες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, γεγονός που έχει για παράδειγμα οδηγήσει στην υποβάθμιση της αξίας της ελληνικής φέτας».

Όπως λέει ο κ. Χρυσάφης θα μπορούσε να είχε μια πολύ καλή τιμή μόνο από το γεγονός ότι είναι η φέτα αλλά «ο αγώνας στον οποίο επιδόθηκαν οι βιομηχανίες για το ποια θα την προσφέρει φθηνότερα όλα αυτά τα χρόνια, έχει οδηγήσει σε φαινόμενα νοθείας του προϊόντος».

Να σημειωθεί ότι η φέτα αντιπροσωπεύει μόλις περίπου το 10% της παγκόσμιας κατανάλωσης λευκών τυριών, ποσοστό το οποίο θα μπορούσε να ενισχυθεί ακόμη περισσότερο

Ματίνα Χαρκοφτάκη



editorial



Σε αυτή την αγορά υπάρχουν λογίων λογίων επιχειρήσεις. Κάποιες στέλνουν μήνυμα στους συνεργάτες – «riders»(sic), για να προχωρήσουν μαζί τους σε σύμβαση με μπλοκάκι μετά τη λήξη της υπάρχουσας τρίμηνης σύμβασης. Άλλες επιχειρήσεις πάλι αποφάσισαν στρατηγικά να μην ανοίγουν τις Κυριακές. Δεν το διαφήμισαν. Μιλάω αφενός για την efood, αφετέρου για τον Σκλαβενίτη. Ποια είναι η σχέση της efood με τον Σκλαβενίτη; Απολύτως καμία. ...Η μάλλον η μοναδική σχέση των δύο είναι η μεταξύ τους συνεργασία που ξεκίνησε εν μέσω πανδημίας. Σε κάθε περίπτωση η πολυεθνικών συμφερόντων πλατφόρμα διανομής φαγητού αλλά και εσχάτως προϊόντων λιανικής, ξεκίνησε με άλλες προδιαγραφές, με αξιοπρεπείς μισθούς, δώρα, αποζημίωση μοτοσυκλέτας του διανομέα για τη χρήση και service, συμβάσεις αορίστου χρόνου. Έδειχνε ότι πρεσβεύει κάτι διαφορετικό στην πιάτσα. Ο Σκλαβενίτης πάλι έμεινε πιστός σε αυτό που ξεκίνησε από την πρώτη στιγμή. Σας προκαλώ να κάνετε ένα μικρό γκάλοπ και να δείτε τι σημαίνει ευχαριστημένος εργαζόμενος στη μία και στην άλλη περίπτωση. Το ερώτημα που τίθεται τελικά, είναι πώς μπορεί να είναι ένας εργαζόμενος αποδοτικός σε κλίμα ανασφάλειας και αστάθειας; Αποψή μου: η αποδοτικότητα χτίζεται, κερδίζεται, δεν εκβιάζεται. Κάτι σαν τον σεβασμό.

Γιώργος Λαμπίρης

Efood: Το μήνυμα, η κατακραυγή και η άτακτη υποχώρηση

Σε επικοινωνιακό λάθος αποδίδει η efood το ζήτημα που ανέκυψε με τις συμβάσεις των διανομέων της, μετά την κατακραυγή που ξέσπασε στα κοινωνικά δίκτυα κατά της εταιρείας.

Το χρονικό της υπόθεσης

Οι αντιδράσεις κατά της efood άρχισαν όταν έγινε γνωστό ότι δεκάδες εργαζόμενοι με σχέση εξαρτημένης εργασίας, των οποίων οι συμβάσεις λήγουν σε σύντομο χρονικό διάστημα, έλαβαν μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, το οποίο τους ενημέρωνε ότι για να συνεχιστεί η συνεργασία μαζί τους θα πρέπει να γίνουν freelancers, δηλαδή αυτοαπασχολούμενοι. Στο μήνυμα αναφερόταν μεταξύ άλλων: «Σε αντίθετη περίπτωση δεν υπάρχει δυνατότητα ανανέωσης της υπάρχουσας σύμβασης». Πρακτικά, αυτό θα σήμαινε ότι στο εξής θα πληρώνονταν ανά παραγγελία, έχοντας ευελιξία ωραρίου, αλλά χωρίς επιδόματα άδειας και δώρα, με δική τους επιβάρυνση για την ασφάλισή τους και χωρίς κάλυψη σε περίπτωση ατυχήματος. Πολλοί ήταν αυτοί που εξέφρασαν θυμό για την κίνηση αυτή στα social media, κατηγορώντας την efood για αχαριστία απέναντι στους διανομείς που τη βοήθησαν να γιγαντωθεί



στη διάρκεια της πανδημίας, με τον τζίρο της το 2020 να καταγράφει αύξηση της τάξεως του 50%. Ορισμένοι μάλιστα προχώρησαν σε απεγκατάσταση της εφαρμογής efood από τα κινητά τους τηλέφωνα.

Η απάντηση της εταιρείας

Σε ανακοίνωσή της, η efood έκανε λόγο για «λανθασμένη διατύπωση της πρόσφατης επικοινωνίας που έγινε προς 115 διανομείς των οποίων η σύμβαση λήγει στις 30 Σεπτεμβρίου 2021», η οποία «δεν εκφράζει τη φιλοσοφία και τη κουλτούρα της εταιρείας και σε καμία περίπτωση δεν ήταν εκβιαστική». Η

εταιρεία υποστηρίζει ακόμα ότι «ουδεμία πρόθεση είχε να δημιουργήσει κλίμα ανασφάλειας στους διανομείς, αλλά αντιθέτως να προσφέρει, σε όσους το επιθυμούν και λήγει η σύμβασή τους, έναν νέο τρόπο συνεργασίας με την εταιρεία που θα λειτουργήσει θετικά προς τις δύο πλευρές». Μετά από την ανακοίνωση αυτή, η εταιρεία επικοινωνήσε ξανά με τους 115 διανομείς, ενημερώνοντάς τους ότι στη λήξη της σύμβασής τους θα έχουν την επιλογή είτε να ανανεώσουν τη σύμβασή τους με τους ίδιους όρους, είτε να γίνουν freelancers.

Σπύρος Πιστικός



TASTE THE FUTURE



09-13.10.2021

Το **FOODReporter**
στην Anuga 2021

Από 9 έως και 13 Οκτωβρίου το FOODReporter θα βρίσκεται ξανά σε ένα από τα σημαντικότερα εκθεσιακά γεγονότα για τον χώρο των τροφίμων και των ποτών

Καθημερινή ανταπόκριση και ενημέρωση από την Κολωνία

ΧΟΡΗΓΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ:



ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: Πέτρος Τσάτσος | **T.** 2106617777 (388) **E:** ptsatsis@boussias.com

Metro AEBE: Αναδείχθηκε Top National Retailer στα SuperMarket Awards



Η ομάδα των στελεχών της Metro με τον διευθύνοντα σύμβουλο της εταιρείας Αριστοτέλη Παντελιάδη

Με επτά Gold, πέντε Silver και τις τρεις κορυφαίες διακρίσεις τιμήθηκε η Metro στα SuperMarket Awards 2021.

Gold

- Ηλεκτρονικό Σούπερ Μάρκετ με την υποψηφιότητα eshop My market: Εμπιστοσύνη και διαρκής Καινοτομία
- Στρατηγική Social Media με την υποψηφιότητα: My market Instagram Campaign 2020
- Direct Διαφήμιση & Προώθηση με την

υποψηφιότητα: Συνδυάζοντας την γνώση με την τεχνολογία: Μία νέα σχέση της εταιρείας με τους στρατηγικούς της συνεργάτες

- Πρότυπο Κατάστημα με την υποψηφιότητα: Η πιο σύγχρονη και απολαυστική εμπειρία αγορών, στο ανανεωμένο My market Κηφισιάς.
- Καινοτόμες Πρακτικές Ψηφιακής Επικοινωνίας με την υποψηφιότητα: «Πετυχαίνουμε Μαζί με τα METRO Cash & Carry» - Συμβουλευτικό Πρόγραμμα για επαγγελματίες
- Κοινές Ενέργειες CSR με την υποψηφιότητα: Αφιερώματα για Σταδιοδρομία, από την Ελαΐς- Unilever Hellas και τα My market!
- Αποτελεσματική Ενεργειακή Διαχείριση με την υποψηφιότητα: Σύστημα Ενεργειακής Διαχείρισης - Metro

Silver

- Private Label (Προϊόντα / Σειρές PL) με την υποψηφιότητα: My market: Νέα, eco-friendly είδη μίας χρήσης!
- Αποτελεσματικές Προωθητικές Ενέργειες με την υποψηφιότητα: Find My Santa
- Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού με την υποψηφιότητα: METROLearn: Η δύναμη της γνώσης στο χέρι σου! (σε συνεργασία με την εταιρεία FLEX Learn)
- Αριστεία στην Εφοδιαστική Αλυσίδα με την υποψηφιότητα: METROConnect: Άμεση και Online ενημέρωση στην υπηρεσία της Εφοδιαστικής Αλυσίδας
- Ψηφιακές Τεχνολογίες & Συστήματα με την υποψηφιότητα: Το myDATA Hub του ομίλου Epsilon Net η λύση διασύνδεσης της Metro AEBE με την ΑΑΔΕ (συμμετοχή στην υποψηφιότητα του ομίλου Epsilon Net)

Παράλληλα, η Metro, σε συνεργασία με την Ελαΐς-Unilever Hellas, απέσπασαν το Platinum βραβείο της διοργάνωσης με την υποψηφιότητα ΑΦΕΤΗΡΙΑ για Σταδιοδρομία. Η εταιρεία έλαβε ένα ακόμη τιμητικό βραβείο, το Top Rated Project για το έργο eshop My market: Εμπιστοσύνη και διαρκής Καινοτομία που έλαβε την υψηλότερη βαθμολογία στην 1η Ενότητα: Λιανεμπόριο / Σούπερ Μάρκετ ενώ η αλυσίδα αναδείχθηκε και ως Top National Retailer της χρονιάς.



Κρητικός: Διπλή βράβευση στα SuperMarket Awards 2021

Με δύο βραβεία τιμήθηκε στη φετινή τελετή απονομής των SuperMarket Awards 2021 η Κρητικός. Η αλυσίδα απέσπασε χάλκινο βραβείο στην κατηγορία Re-Branding Εταιρείας για τη νέα εταιρική εικόνα των καταστημάτων και

ασημένιο βραβείο στην κατηγορία στην Κατηγορία Re-Branding Εταιρείας για τα Ονοματεπώνυμα Προϊόντα Ελλήνων Παραγωγών «Θησαυροί της Ελλάδας».

ΤΑ ΝΕΑ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

powered by **Retail**



Δυσοίωνες προβλέψεις για το κυπριακό κρασί

Η κλιματική αλλαγή και ο νέος προσανατολισμός

Μειωμένη αναμένεται, σύμφωνα με τις προβλέψεις του Κλάδου Αμπελουργίας και Οινολογίας, η συγκομιδή σταφυλιού, σε σχέση με άλλες χρονιές ή με τον μέσο όρο προηγούμενων ετών. Όπως ανέφερε στο Retail ο Ανώτερος Γεωργικός Λειτουργός, Δρ Γιώργος Νεοφύτου, αυτό αποδίδεται σε σύμπλεγμα παραμέτρων και κυρίως των χαμηλών βροχοπτώσεων που είχαμε και σε λιγότερο βαθμό σε άλλες παραμέτρους, όπως οι παρατεταμένες ψηλές θερμοκρασίες, οι οποίες επηρέασαν, κυρίως, ποιοτικά χαρακτηριστικά του σταφυλιού. Συγκεκριμένα, οι ενδείξεις δείχνουν ότι η παραγωγή σταφυλιού θα είναι μειωμένη κατά 20% με 40%, ανάλογα με την ποικιλία, την τοποθεσία και εάν ο αμπελώνας είναι αρδύσιμος ή όχι. «Σε περίπτωση που προκύψει μειωμένη παραγωγή οίνου κατά τη φετινή περίοδο, αυτό δεν μπορεί να ερμηνευτεί αποκλειστικά στη μειωμένη παραγωγή σταφυλιών, καθώς άλλοι παράμετροι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην παραγόμενη ποσότητα οίνου, όπως είναι τα αποθέματα».

Ο κ. Νεοφύτου πρόσθεσε ότι λαμβάνοντας υπόψη τις ήδη αυξημένες θερμοκρασίες και τις προβλέψεις των ειδικών για ακόμη ψηλότερες τις επόμενες δεκαετίες, τότε τα πράγματα αναμένεται να είναι δυσκολότερα. Διαβάστε ολόκληρο το άρθρο στο **Retail**.

BOUSSIAS presents



HEALTHYDIET AWARDS 2022

Recognizing Innovative Products & Services

Τα **Healthy Diet Awards** είναι τα βραβεία που για 3η χρονιά έχουν στόχο να αναδείξουν και να επιβραβεύσουν την αριστεία και την καινοτομία σε προϊόντα και υπηρεσίες των εταιρειών που προάγουν την ισορροπημένη και υγιεινή διατροφή.

Διοργανώνονται από τη Boussias Communications και υποψηφιότητες μπορούν να καταθέσουν όλες οι εταιρείες που διαθέτουν τρόφιμα και ποτά ή παρέχουν υπηρεσίες, οι οποίες εξυπηρετούν ένα ισορροπημένο μοντέλο διατροφής και τα τελευταία 2 χρόνια έχουν να επιδείξουν καινοτόμες πρακτικές.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ

Παρασκευή 22 Οκτωβρίου 2021

www.healthydietawards.gr



Πληροφορίες: Άννα Μαρία Παπίρη, T: 210 6617777 (εσωτ.377), M: 6945753004, E: ampapiri@boussias.com
Υποψηφιότητες: Έλενα Καλογρίτσα, T: 210 6617777 (εσωτ. 122), M: 6947 897798, E: ekalogritsa@boussias.com

Official Publication

FOODReporter

Κατά 42,4% αυξήθηκαν τα έσοδα από ΦΠΑ για αλκοόλη και οινοπνευματώδη το α' έτος

Συνεχίζουν ωστόσο να υστερούν σε σχέση με το 2019 και 2018

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν για το α' εξάμηνο του 2021, τα έσοδα από τον ΦΠΑ για την αλκοόλη και τα οινοπνευματώδη ποτά, καταγράφουν θετική μεταβολή 27,65 εκατ ευρώ (+42,4%), σε σχέση με το α' εξάμηνο του 2020. Επιπλέον όσον αφορά γενικά τα οινοπνευματώδη ποτά (μπύρα, οίνος, αλκοολούχα) τα έσοδα από τους ειδικούς φόρους κατανάλωσης (ΕΦΚ) καταγράφουν επίσης αύξηση κατά 23,6 εκατ. ευρώ (+17%) σε σχέση με το αντίστοιχο α' εξάμηνο 2020 (που είχαν τεθεί σε ισχύ μέτρα καθολικού lockdown).

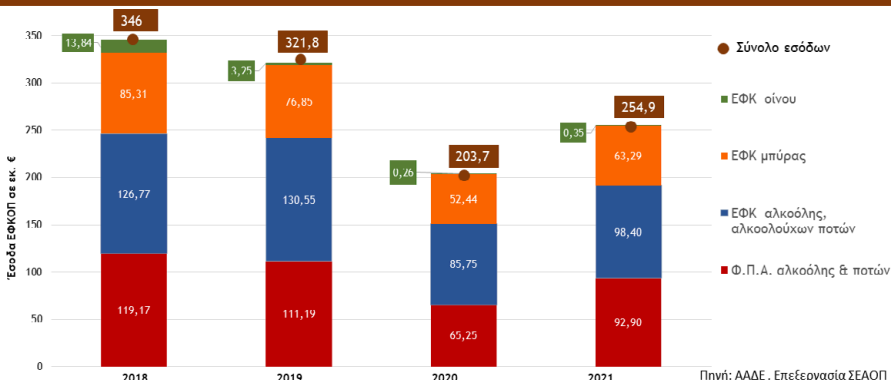
Συνεχίζουν ωστόσο να υστερούν σε σχέση με το 2019 και 2018

Ειδικότερα για τον κλάδο των αλκοολούχων ποτών τα έσοδα από τους ΕΦΚ εμφανίζουν αύξηση κατά 12,65 εκατ ευρώ σε σύγκριση με το 2020. Αν και παρουσιάζεται αύξηση στα έσοδα ΕΦΚ, ΦΠΑ συγκριτικά με το 2020, χάρη στην ανάκαμψη της εσωτερικής αγοράς, εξακολουθούν να υστερούν σε σχέση με την προ πανδημίας εποχή. Πιο αναλυτικά, τα έσοδα ΕΦΚ είναι σημαντικά μειωμένα σε σύγκριση με το αντίστοιχο εξάμηνο του 2019 & του 2018 (-23,1% και -28,3% αντίστοιχα), λόγω της πανδημίας της Covid-19 και των περιορισμών που επέβαλε (lockdown με ταυτόχρονο κλείσιμο της εστίασης).

ΣΕΑΟΠ: Ζητά μείωση του ΕΦΚ στο 13%

Ο ΣΕΑΟΠ, επισημαίνει την ανάγκη θεσμοθέτησης μέτρων από την πλευρά της πολιτείας που θα οδηγήσουν στη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και στην διασφάλιση της σταθερότητας των σχετικών δημοσίων εσόδων, ώστε αυτά να επανέλθουν στα επίπεδα με το 2019 και το 2018. Για την στήριξη και επανεκκίνηση του κλάδου εστίασης, ήδη έχει θεσμοθετηθεί αντίστοιχο μέτρο για τα μη αλκοολούχα και τον καφέ. Ο ΣΕΑΟΠ με δεδομένη τη σταδιακή προσπάθεια επανεκκίνησης της εστίασης, υποστηρίζει την οριζόντια μείωση του ΦΠΑ, στο 13% εντάσσοντας σε αυτή και τα αλκοολούχα ποτά. Επιπλέον, υποστηρίζει τη μείωση του συντελεστή Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης (ΕΦΚ) αλκοολούχων ποτών στο επίπεδο του ευρωπαϊκού μέσου όρου (από €25,5/λίτρο αιθυλικής αλκοόλης σε €18) με σκοπό να επιταχύνει την ανάκαμψη της νόμιμης αγοράς με υγιή τρόπο, μειώνοντας σημαντικά το κόστος πρώτων υλών και τις ανάγκες κεφαλαίου για την επαναλειτουργία της επιτόπιας κατανάλωσης και διευκολύνοντας τη μόνιμη μετακίνηση ικανού όγκου πωλήσεων από το παράνομο στο νόμιμο εμπόριο. Τέλος, ο ΣΕΑΟΠ στηρίζει τη δυνατότητα ρύθμισης ΕΦΚ & ΦΠΑ που καταβάλλεται στα Τελωνεία, σε δόσεις, και έκπτωσης 25% για εμπρόθεσμη καταβολή ΦΠΑ στα Τελωνεία.

Υστερούν τα έσοδα 2020, ΕΦΚ & ΦΠΑ συγκριτικά με το 2019 & 2018



Σύγκριση έτη (2018-2021) εσόδων Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης & ΦΠΑ οινοπνευματωδών ποτών



Condito: Διάκριση για την σειρά The Green Line στα SuperMarket Awards

Για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, η Condito διακρίνεται με την σειρά vegan σαλατών Condito The Green Line, λαμβάνοντας το bronze βραβείο στην Ενότητα: Υγιεινή Διατροφή – Vegan, Vegetarian Προϊόντα/Σειρές στα φετινά SuperMarket Awards. Οι plant-based σαλάτες ρωσική, κηπουρού, αγγουρέζα, μελιτζανοσαλάτα και χούμους δίνουν γευστικές επιλογές σε όλο το καταναλωτικό κοινό που επιθυμεί να ακολουθήσει μια plant-based διατροφή. Είναι πιστοποιημένες από τη V-Label, κατάλληλες για νηστεία και δεν περιέχουν αυγό, γλουτένη και γλυκαντικά.

Βίκος®

Βίκος: Συνεργασία με την Mamatsita με επίκεντρο την υγιεινή διατροφή

Η Βίκος ενώνει τις δυνάμεις της με την food blogger Mamatsita ή κατά κόσμον Γωγώ Παπαδιονυσίου, για να αναδείξουν από κοινού την αξία της ισορροπημένης διατροφής, αλλά και τον πλούτο της ελληνικής γης. Το πρώτο βίντεο powered by Βίκος, θα βγει στον «αέρα» στις 23 Σεπτεμβρίου, ενώ η συγκεκριμένη συνεργασία, θα διαρκέσει μέχρι τον Δεκέμβριο του 2021.

ΣΕΚ: Οινογνώσια στο Παρίσι για την προώθηση κρητικών ΠΟΠ & ΠΓΕ κρασιών



Στο πλαίσιο του προγράμματος προώθησης οίνων ΠΟΠ και ΠΓΕ EU Quality Wines που υλοποιεί ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κρήτης ο σε συνεργασία με τον σύνδεσμο Asociatia Profesionala Vitivinicola Terasale Dunarii Ostroń από τη Ρουμανία, διοργανώθηκε οινογνώσια στο Παρίσι και πιο συγκεκριμένα στο εστιατόριο Eni Evane. Κατά τη διάρκεια της ο sommelier Γιώργος Ιωαννίδης παρουσίασε

στους προσκεκλημένους (αγοραστές, δημοσιογράφους, wine bloggers κ.α.) τα κρασιά της Κρήτης και του ρουμάνου εταίρου. Στη δράση συμμετείχαν από την Κρήτη το Κτήμα Τοπλού με τα ΠΓΕ Λασιθι Ληνός και Γερτό, το οινοποιείο Ευφροσύνη με το ΠΟΠ Δαφνές Μικρή Ευγενική και το ΠΓΕ Κρήτη Lumicino και το οινοποιείο Μηλιαράκη με τα ΠΓΕ Κρήτη Κτήμα Μηλιαράκη και 2 Φαραγγία. Το πολύ-πρόγραμμα EU Quality Wines, έχει διάρκεια ενός χρόνου και συγχρηματοδοτείται από την Ε.Ε., έχει σκοπό τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιλέξιμων οίνων, καθώς και την αύξηση της αναγνώρισης του ενωσιακού συστήματος ΠΟΠ και ΠΓΕ για τα κρασιά.

PepsiCo: Στόχος να λανσαριστούν εντός του 2022 τα νέα προϊόντα με την Beyond Meat



Ramon Laguarta, διευθύνων σύμβουλος, PepsiCo

Η PepsiCo ελπίζει να λανσάρει τα καινούργια plant-based σνακ και ποτά που έχουν δημιουργηθεί μέσα από την κοινοπραξία της με την Beyond Meat στις αρχές του 2022. Θυμίζουμε ότι Pepsi και Beyond ανακοίνωσαν τον σχηματισμό της κοινοπραξίας με την ονομασία The PLANet τον περασμένο Ιανουάριο. Από την πλευρά της η Pepsi ενισχύει περαιτέρω τις επενδύσεις της στην κατηγορία των plant based προϊόντων.

ΣΤΟΝ ΠΥΘΜΕΝΑ

Μία εταιρεία στο κρασί, που κάποτε γνώρισε μεγάλες δόξες όπως και πολλές άλλες γνωστές και κραταιές δυνάμεις του χώρου της. Και που σήμερα κάνει βήματα μπροστά. Προσπαθεί τουλάχιστον. Τίποτα όμως δεν δείχνει ότι μπορεί να φτάσει ξανά εκεί που βρισκόταν κάποτε. Δυστυχώς το κρασί της πάλινσε, αλλά με τα χρόνια βγήκε ξινό.



Κώστας Μπουγιούρης, σεφ και ιδιοκτήτης του εστιατορίου «Ηλιοβασιλέμα» στη Σύρο, Στέφανος Μαραγκός, σεφ του εστιατορίου «Μαραθιά» στην Τήνο, Νικολέτα Δεναζά, ιδιοκτήτρια του «Grandma's» στην Ίο, Χαρίλαος Τζανετάκης, Upfield Professional Lead Greece & Cyprus.

Upfield Hellas: Χορηγός για πρώτη φορά στους Χρυσούς Σκούφους

Χορηγός στον θεσμό των ελληνικών βραβείων γαστρονομίας «Χρυσοί Σκούφοι» ήταν φέτος για πρώτη φορά η Upfield Hellas.

Η εταιρεία βρέθηκε στην τελετή απονομής με τα επαγγελματικά προϊόντα της Upfield Professional, τα οποία, όπως και τα φυτικά προϊόντα επάλειψης και τα φυτικά προϊόντα εναλλακτικά του τυριού (100% vegan), έδωσαν το «παρών» και στο φετινό dîner de gala, το μενού του οποίου επιμελήθηκε ο Έκτορας Μποτρίνι.

Επιπλέον, η Upfield Hellas βρέθηκε και στην τελετή απονομής των Βραβείων Ελληνικής Κουζίνας, στηρίζοντας τον θεσμό με το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο «Άλτις».

Ο Γενικός Διευθυντής της εταιρείας, Νίκος Λαβίδας, απένειμε τα βραβεία στα καλύτερα εστιατόρια ελληνικής κουζίνας των Δωδεκανήσων.

Αρχισυντάκτης:

Γιώργος Λαμπίρης
εσωτ: 389, e-mail: glampiris@boussias.com

Σύνταξη - Επιμέλεια:

Χριστίνα Παπαγιάννη
email: cpapagianni@boussias.com

Σπύρος Πιστικός

εσωτ: 289, e-mail: spistikos@boussias.com

Ματίνα Χαρκοφτάκη

εσωτ: 392, e-mail: mharkoftaki@boussias.com

Υπεύθυνος Διαφήμισης:

Πέτρος Τσάτσος
εσωτ: 388, e-mail: ptsatsis@boussias.com

Υπεύθυνη Συνδρομών:

Βίκυ Θεοδωρίδου
εσωτ: 101, e-mail: vtheodoridou@boussias.com

Σελιδοποίηση: Εύη Μπάβα

Στοιχεία επικοινωνίας:

T: 210 6617777, F: 210 6617778,
Δ: Κλεισθένους 338, 153 44 Γέρακας
www.boussias.com

BOUSSIAS

Εκδότης: Μιχάλης Μπούσιας

Διευθύντρια Ημερήσιων Εκδόσεων:
Αντωνία Κατσουλιέρη

Creative Director: Γιώργος Τριχιάς

Find us on   

Τιμή ετήσιας συνδρομής: 224€ + ΦΠΑ