

● SUPERMARKET

## Βερόπουλος: Πτήση με... Jumbo στη Βουλγαρία



Καταστήματα Vero και Jumbo  
στα Σκόπια

Με το βλέμμα στα Βαλκάνια κινείται πλέον ο Νίκος Βερόπουλος. Μετά την απόχωρησή του από την ελληνική αγορά, που σηματοδότησε η πώληση της εν Ελλάδα αλυσίδας στη METRO της οικογένειας Παντελιάδη, ο επιχειρηματίας έχει στρέψει το ενδιαφέρον του στην ενδυνάμωση της παρουσίας της Vero στη Σερβία και στα Σκόπια, όπου ήδη αριθμεί 17 καταστήματα (11+6).

Σε αυτό το πλαίσιο, ο ίδιος έχει ήδη προαναγγείλει επενδύσεις 50 εκατομμυρίων ευρώ, ώστε να προσθέσει ακόμα 16 σημεία πώλησης (από οκτώ σε κάθε χώρα), στα επόμενα πέντε χρόνια.

### ΣΥΝ JUMBO ΚΑΙ ΧΕΙΡΑ ΚΙΝΕΙ...

Παράγοντας-κλειδί στην υλοποίηση αυτών των σχεδίων φαίνεται ότι αποτελεί η αλυσίδα του Απόστολου Βακάκη, με την οποία υπάρχει στενή συνεργασία. Υπενθυμίζουμε ότι ο Βερόπουλος έχει τα δικαιώματα franchise του Jumbo για τις δύο αυτές χώρες (ήδη στα Σκόπια υπάρχει παρουσία). Μάλιστα, στόχος είναι, όπου αυτό είναι εφικτό, τα πολυκαταστήματα να ανοίγουν στην ίδια έκταση με τα supermarket.

#### DATA 2015 - Ο ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ ΣΤΑ ΒΑΛΚΑΝΙΑ

ΕΣΟΔΑ 110 εκ. ευρώ +5%

ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ 7 εκ. ευρώ

ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ 14 εκ. ευρώ

### ...ΚΑΙ ΣΤΟ ΒΑΘΟΣ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

Και, μπορεί ο Νίκος Βερόπουλος να αποκλείει κατηγορηματικά κάθε ενδιαφέρον του για παρουσία και σε τρίτη χώρα στην περιοχή, πληροφορίες όμως αναφέρουν ότι συζητήσεις έχουν υπάρξει ώστε η σχέση με την πλευρά Βακάκη να λειτουργήσει και αντίστροφα. Δηλαδή, η πλευρά Jumbo να στρώσει το χαλί στη Vero, σε κράτη, όπου έχει παρουσία μόνο η πρώτη. Και, η πρώτη εξ αυτών είναι η Βουλγαρία.

### ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΑ CARREFOUR

Η συγκυρία, πάντως, είναι ευνοϊκή, για τη δρομολόγηση άμεσων εξελίξεων, με δεδομένη την πώληση του hypermarket Carrefour στο mall της Σόφιας από την πλευρά Μαρινόπουλου... διαδικασία, οι προσφορές για την οποία είναι δεκτές μέχρι σήμερα. Με δεδομένη την απόφαση της οικογένειας Μαρινόπουλου να αποεπενδύσει από τη χώρα (να θυμίσουμε το deal με την Piccadilly, για το σύνολο των καταστημάτων εκεί, που τελικά ναυάγησε).

Οι ίδιες πηγές αναφέρουν ότι το δίκτυο αυτό (με 22 καταστήματα) μόνο αδιάφορο δεν αφήνει τους κυρίους Βερόπουλο και Βακάκη.

### Editorial

Και, ξαφνικά, προέκυψε θέμα επιβολής φόρου και στον καφέ. Μαζί με την αύξηση του φόρου στην μύρα. Έτσι αναφέρει, τουλάχιστον, το προσχέδιο της συμφωνίας. Μιλήσαμε χθες με πολλούς από τους δύο κλάδους. Δεν ήθελαν να τοποθετηθούν ακόμα. Στη φωνή τους, όμως, άκουγες την αγωνία και την παγωμάρα. Διότι όλοι γνωρίζουν τι σημαίνουν τέτοια μέτρα: Αύξηση τιμών ή/και μείωση του περιθωρίου κέρδους, πτώση της κατανάλωσης, του τζίρου, των θέσεων εργασίας... Αυτό, που πραγματικά δεν καταλαβαίνω, είναι πώς η ίδια η Τρόικα αποδέχεται ξανά μέτρα, που θα γονατίσουν κι άλλο την αγορά. Και δεν απαιτεί μεταρρυθμίσεις και περικοπές δαπανών εκεί, που ακόμα υπάρχει λίπος στο Κράτος. Περιμένω να αλλάξει γνώμη και να πιέσει στη σωστή κατεύθυνση.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios.notis@fnbdaily.com](mailto:nectarios.notis@fnbdaily.com)

### ● SECRET RECIPE

#### Τα πανηγύρια άρχισαν πάλι, αλλά τα δάνεια τρέχουν...

Άρχισαν πάλι τις προετοιμασίες για χορούς και πανηγύρια. Ετοιμάζονται να ανακοινώσουν "επενδυτική συμφωνία, σημαντική για την ελληνική οικονομία". Αναμφισβήτητα, θα πρόκειται για επιτυχία, με βάση τα όσα έχουμε μάθει. Δεν είναι λίγοι, όμως, αυτοί, που απορούν: Πώς γίνεται αυτό, όταν υπάρχουν πολλά και ανοιχτά θέματα εντός συνόρων; Για τα οποία, μάλιστα, οι ίδιοι οι πανηγυρίζοντες αναζητούν μετ' επιτάσεως λύση, γιατί τα περιθώρια είναι ασφυκτικά. Και πρέπει να αντιμετωπιστούν άμεσα. Οι ίδιοι οι απορούντες - και έντονα ανησυχούντες - θυμίζουν ακόμα ότι και άλλες διεθνείς και πολυδιαφημιζόμενες περιπέτειες του ίδιου επιχειρηματικού σχήματος είχαν άδοξο τέλος. Για να δούμε...

## Marketing strategy: Να παράγω νέο προϊόν ή να αλλάξω το παλιό;



Να δημιουργείτε κάτι νέο ή να αναδιαμορφώνετε την υπάρχουσα επιχειρηματική σας στρατηγική; Πώς θα μπορούσατε να παραμερίσετε τις ιδιομορφίες της βιομηχανίας τροφίμων, και να ξεπεράσετε τα εμπόδια που παρουσιάζονται;

Ποια είναι τα υπέρ και τα κατά στην περίπτωση, που αναβαπτίσετε ένα προϊόν ή στην περίπτωση, που φέρετε στα ράφια κάτι εντελώς καινούργιο; Ίδου μερικά, σύμφωνα με μελέτη του Eurimonitor:

### ΑΝΑΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ

#### ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Εάν η φίρμα είναι ήδη γνωστή, οι επιχειρηματίες γνωρίζουν ότι κρατούν στα χέρια τους ένα μέρος της επιτυχίας. Εμίστε τα κενά και αναβαθμίστε τη συνταγή, αντανακλώντας τις υγιείς τάσεις της σύγχρονης βιομηχανίας. Η συγκεκριμένη πολιτική σας προσφέρει μείωση κόστους και να παρουσιάσετε ένα ανανεωμένο προϊόν στην αγορά.

#### ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ωστόσο, δεν είναι πάντοτε η ευκολότερη επιλογή. Λόγω της πολυδιάστατης λειτουργίας των συστατικών, επηρεάζοντας τη γεύση, την υφή, την εμφάνιση, την ασφάλεια και την τιμή, συχνά θα χρειαζόταν πολύς καιρός για τις επιχειρήσεις, ώστε να μπορέσουν να βρεθούν στο δρόμο της έρευνας και της ανάπτυξης.

Αντ' αυτού, οι μεγάλες εταιρείες, όπως η General Mills, προέβησαν σε αλλαγές, επιλέγοντας προϊόντα από συγκεκριμένες κατηγορίες προς αναβάθμιση, παρά να προχωρήσουν σε αλλαγές ολόκληρης της γκάμας τους. (Η Mars αποτέλεσε εξαίρεση μέχρι στιγμής).

Χαρακτηριστικό είναι ότι η General Mills δεσμεύτηκε για εκτεταμένες αλλαγές σε συστατικά προϊόντων του χαρτοφυλακίου της, συμπεριλαμβανομένης της κατάργησης τεχνητών γεύσεων και χρωστικών στα δημητριακά της από το 2017. Η Kraft Heinz, από την πλευρά της, απέδειξε ότι κάθε άλλο παρά αδύνατη είναι η... μεταρρύθμιση. Τον προηγούμενο Απρίλιο, ανακοίνωσε την προγραμματισμένη αναδιατύπωση του προϊόντος της «Μακαρόνια με Τυρί», με σκοπό να αφαιρέσει τα τεχνητά χρώματα και συστατικά.

Ωστόσο, στη συνέχεια, χωρίς τυμπανοκρουσίες, κυκλοφόρησε το αναδιαμορφωμένο προϊόν το Δεκέμβριο, ανακοινώνοντας τελικά το Μάρτιο ότι τα συστατικά είχαν αλλάξει μερικούς μήνες πριν, χωρίς να το έχουν αντιληφθεί ακόμα και οι πιο πιστοί της πελάτες.

### ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΝΕΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

#### ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Ο επιχειρηματίας απευθύνεται σε μία νέα μερίδα καταναλωτών
- Προσθήκη νέων πωλήσεων
- Αλλαγή της συνολικής εικόνας της επιχείρησης από υποβαθμισμένο παίκτη σε καινοτόμο επιχείρηση
- Το νέο προϊόν δεν κουβαλάει καμία από τις αποσκευές, που έχουν απομείνει από προϋπάρχοντα προϊόντα
- Εάν ένα εμπορικό σήμα snack θεωρείται ήδη ανθυγιεινό από την πλειοψηφία των καταναλωτών, μια "υγιής" αναδιατύπωσή του δε θα μπορούσε να του προσφέρει την ίδια ώθηση, όπως ένα εντελώς καινούργιο υγιεινό snack

#### ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Σε κάθε περίπτωση, η διαγραφή της ταυτότητας των υπαρχόντων προϊόντων θα μπορούσε να είναι η καταστροφή για ένα καινούργιο.

"Ο επιχειρηματίας ξεκινάει από το μηδέν. Νέο marketing, ενδεχομένως νέα δεδομένα καταναλωτών, μηδενικές πωλήσεις υφιστάμενων προϊόντων", δηλώνει ο Eric Penicka του Euromonitor.

Όπως ο ίδιος υποστηρίζει, μία εντελώς νέα ετικέτα μπορεί σε τελική ανάλυση να κοστίσει περισσότερο από την αναθεώρηση της ήδη υπάρχουσας.

# SUPPLY.gr

Ο 1ος Online Οδηγός για τον κλάδο  
της Φιλοξενίας και της Μαζικής Εστίασης

Γνωρίστε τον!



# ... ΚΑΙ ΚΑΡΤΕΣ ΔΕΧΟΜΑΙ

\* αφορά κάρτες χρεωστικές, πιστωτικές και προπληρωμένες με το σήμα MasterCard, VISA, Maestro & JCB.



## Εσείς... τότε θα βάλετε i-bank POS;

Αν είστε επαγγελματίας, η Εθνική Τράπεζα σας δίνει τη δυνατότητα να αυξήσετε την ανταγωνιστικότητά σας και να βελτιώσετε το επίπεδο εξυπηρέτησης της πελατείας σας, αξιοποιώντας το σύγχρονο τρόπο πληρωμής i-bank POS.

Το τερματικό της Εθνικής Τράπεζας που δέχεται κάρτες όλων των τραπεζών\*.

Υποβάλετε την αίτησή σας στην Εθνική Τράπεζα και σε λίγες μέρες το τερματικό i-bank POS θα είναι δικό σας, έτοιμο να δεχθεί τις συναλλαγές σας. Για εύκολες, απλές και ασφαλείς πληρωμές!

Πληροφορίες στα Καταστήματα της Εθνικής Τράπεζας και στο [www.nbg.gr](http://www.nbg.gr)



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

## Παπαδημητρίου: Στα Εμιράτα με Carrefour, Spinneys και Waitrose



Χρήστος Παπαδημητρίου, CEO Παπαδημητρίου ABET

Από 1η Ιουνίου ξεκινά και επισήμως η τοποθέτηση των προϊόντων της εταιρείας Kalamata Papadimitriou στην αγορά των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων και συγκεκριμένα στο Ντουμπάι, όπως είχε προαναγγείλει σε δημοσίευσμά του το Fnb Daily.

Η συμφωνία αφορά στους οκτώ πιο ταχυκίνητους κωδικούς βαλσαμικού ξιδιού και κρέμας βαλσαμικού, που παράγει η εταιρεία.

### ΓΙΑ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΚΡΕΜΑ ΒΑΛΣΑΜΙΚΟΥ ΣΤΑ ΕΜΙΡΑΤΑ

Όπως σημειώνει ο CEO της εταιρείας, Χρήστος Παπαδημητρίου, με την είσοδο στη συγκεκριμένη αγορά,

ανοίγει για πρώτη φορά η εξαγωγή προϊόντων κατηγορίας κρέμας βαλσαμικού στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα.

Η αρχική διάθεση των κωδικών θα ξεκινήσει σε 22 καταστήματα της αλυσίδας Carrefour, σε 15 της αλυσίδας Spinneys και σε 3 καταστήματα Waitrose.

### ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ OMAN

Ο ίδιος αποκαλύπτει ότι αυτή τη στιγμή βρίσκονται σε προχωρημένο στάδιο συζητήσεις για τοποθέτηση των προϊόντων της εταιρείας του στο Ομάν.

Θυμίζουμε ότι, μέχρι στιγμής, η Παπαδημητρίου ABET έχει ενεργή παρουσία σε 34 χώρες του κόσμου, με παραγωγική της αιχμή τις ποικιλίες κρέμας βαλσαμικού.

Η παραγγελία για την πρώτη τοποθέτηση αφορά σε 2 containers, όπως σημειώνει ο κύριος Παπαδημητρίου, ενώ η διάθεση των προϊόντων στη συνέχεια θα εξαρτηθεί από την πορεία των κωδικών.

### CARREFOUR, SPINNEYS, WAITROSE... ΜΕ ΜΙΑ ΜΑΤΙΑ

Σημειώνουμε ότι τα καταστήματα Carrefour στο Ντουμπάι ανήκουν, υπό καθεστώς franchise, στον όμιλο Majid Al Futtaim, ο οποίος - για το 2015 - κατέγραψε κύκλο εργασιών 6,7 δισ. ευρώ, ενώ τη διανομή των προϊόντων έχει αναλάβει η SensationTrading.

Τα Spinneys έχουν ως κύρια δραστηριότητα τη λιανική πώληση. Αυτή τη στιγμή διαθέτουν 51 καταστήματα λιανικής πώλησης στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, εκ των οποίων τα 30 είναι supermarket και τα 21 λειτουργούν ως παντοπωλεία. Η αλυσίδα δραστηριοποιείται σε Ντουμπάι, Άμπου Ντάμπι, Αϊμάν, Σάρτζα και Ρας αλ Καϊμά.

Σε ό,τι αφορά τη Waitrose, διαθέτει περισσότερα από 340 καταστήματα στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ αποτελεί τον έκτο μεγαλύτερο παίκτη στη βρετανική αγορά, με μερίδιο 5,1% και συνολικό κύκλο εργασιών 7,7 δισ. ευρώ το 2015.

#### DATA - ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ

>70% σε εξαγωγές  
2014: 8,7 εκ. ευρώ  
2015: Στα επίπεδα του 2014

Γιώργος Λαμπίρης  
[giorgos.lampiris@fnbdaily.com](mailto:giorgos.lampiris@fnbdaily.com)

## PHBOTTLE: Φτιάχνοντας συσκευασίες από απόβλητα χυμών



Και το όνομα αυτού, PHBOTTLE.

Πρόκειται για ένα νέο project, από Ευρωπαίους επιστήμονες, που δημιούργησαν ένα πρωτότυπο για ένα νέο, βιοπλαστικό υλικό συσκευασίας ποτών, προερχόμενο από τα απόβλητα της επεξεργασίας χυμών.

Το PHBOTTLE φτιάχνεται από ένα βιοδιασπώμενο βιοπλαστικό, που χρησιμοποιεί τη συμπύκνωση σακχάρων ζύμωσης, τα οποία υπάρχουν στα συγκεκριμένα απόβλητα. Εκτιμάται ότι, μόλις οι ερευνητές τελειοποιήσουν τη διαδικασία παραγωγής, τα κόστη του PHBOTTLE και των συμβατικών πλαστικών μπουκαλιών θα είναι συγκρίσιμα.

### ΤΟ ΤΕΡΠΝΟΝ ΜΕΤΑ ΤΟΥ ΩΦΕΛΙΜΟΥ...

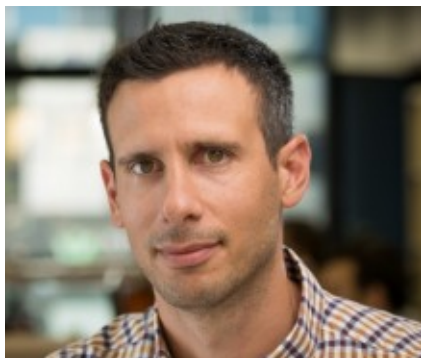
Τεχνολογίες, όπως η PHBOTTLE, μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις και τους παραγωγούς να βρουν λύσεις μείωσης των αποβλήτων ή επαναχρησιμοποίησής τους. Στην ουσία, μπορούν να προσφέρουν οικονομική ώθηση σε μια επιχείρηση, πλέον της βελτιωμένης βιωσιμότητας, ακόμα και μέσω της μεταπώλησης των αποβλήτων.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της premium brand νερού, AquaBotanical, που δημιουργήθηκε από το νερό, το οποίο αποσπάται από φρούτα και λαχανικά, όταν αυτά συμπυκνώνονται, και μετά καθαρίζεται. Τέτοιου είδους εγκαταστάσεις υφίστανται ήδη, όπως στο Μεξικό, από μεγάλες πολυεθνικές.



## ● E-COMMERCE

# ΚΡΙ ΚΡΙ, Ήπειρος και KERRYGOLD στην πλατφόρμα Rockee



Ζήσης Τσαϊρέλης, ιδρυτής Rockee

τους με καινοτόμες καμπάνιες προώθησης, μέσω του πλέον δυναμικού μέσου επικοινωνίας - του smartphone.

Οι προσφορές των προϊόντων KERRYGOLD και Ήπειρος είναι ήδη διαθέσιμες από τον Απρίλιο για τους χρήστες, ενώ οι αντίστοιχες της ΚΡΙ ΚΡΙ θα είναι διαθέσιμες μέσα στο Μάιο.

Πλέον, η υπηρεσία είναι διαθέσιμη και από το διαδίκτυο, στο rockee.com, χωρίς να χρειάζεται χρήση smartphone, ενώ έχει εμπλουτιστεί με επιπλέον λειτουργίες, όπως η δημιουργία λίστας αγορών με δυνατότητα άμεσου υπολογισμού του χρηματικού οφέλους, κοινής χρήσης με κοντινά πρόσωπα και πολλά ακόμα χαρακτηριστικά.

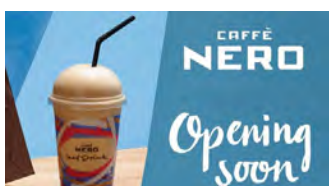
### DATA

Καλύπτει δίκτυο 1.800 καταστημάτων  
Περισσότεροι από 160.000 χρήστες

Αυτή τη στιγμή, το Rockee καλύπτει τις μεγαλύτερες αλυσίδες σούπερ μάρκετ αλλά και ευρύ δίκτυο καταστημάτων πώλησης ειδών πρώτης ανάγκης. Σε ό,τι αφορά τη λειτουργία του, δίνει τη δυνατότητα στα συγκεκριμένα brands να προσεγγίσουν τους καταναλωτές

## ● FNB IN CYPRUS

# Νέο Caffè Nero στην Ορόκλινη



Το Caffè Nero, μετά από τρία χρόνια παρουσίας στην παραλία Μακένζυ στη Λάρνακα, ετοιμάζει το δεύτερό του café στην πόλη του Ζήνωνα και το όγδοο συνολικά σε όλη την Κύπρο. Το καινούριο κατάστημα της γνωστής αλυσίδας αναμένεται να ανοίξει τις πόρτες του μέσα στις επόμενες εβδομάδες και θα βρίσκεται στην τουριστική περιοχή της Ορόκλινης.

Σε σχετική ανακοίνωση τονίζεται: «Η ομάδα που βρίσκεται πίσω από όλα τα εντυπωσιακά Caffè Nero σχεδιάζει πολύ προσεχτικά την κάθε λεπτομέρεια ενός ολοκαίνουριου και άνετου χώρου. Ετοιμαστείτε να απολαύσετε πολυβραβευμένο ιταλικό εσπρέσο πλάι στη θάλασσα και να γευτείτε λαχταριστά γλυκά και ολόφρεσκα σνακ. Είμαστε σίγουροι ότι το νέο Caffè Nero στη Λάρνακα θα γίνει αγαπημένο σημείο πολλών από εμάς!».

Καταληκτικά σημειώνεται: «Στο μεταξύ, αν θέλετε να γίνετε μέρος της μεγάλης ομάδας του Caffè Nero, μπορείτε να αποστείλετε το βιογραφικό σας στο recruitment@caffenero.com.cy».

Με τη συνεργασία του [inbusinessnews.com](http://inbusinessnews.com)



**FNBdaily - Καθημερινό newsletter για τον κλάδο τροφίμων και ποτών**  
Εκδότης - Διευθυντής: Νεκτάριος Νώτης  
Θεμιστοκλέους 49B, 16674, Γλυφάδα  
e-mail: [press@fnbdaily.com](mailto:press@fnbdaily.com)

## ● E.K.E.

# Σε εξέλιξη το ΒΙΚΟΣ TENNIS TOURNAMENT 2016

Σε εξέλιξη βρίσκεται το ΒΙΚΟΣ TENNIS TOURNAMENT 2016 σε συνεργασία με το DROSIA TENNIS CLUB - Salonica Club House, στη Θέρμη Θεσσαλονίκης.



"Η ΒΙΚΟΣ Α.Ε., ως αποκλειστικός και ονομαστικός χορηγός, για ακόμη μία φορά στηρίζει έμπρακτα τη σημασία του αθλητισμού και του ομαδικού πνεύματος, δίνοντας το παρών σε μία ακόμη μεγάλη διοργάνωση", αναφέρει σε ανακοίνωσή της η εταιρεία.

Στο ΒΙΚΟΣ TENNIS TOURNAMENT 2016 συμμετέχουν γυναίκες και άνδρες από όλες τις ηλικίες, ενώ θα διεξαχθούν και διπλοί αγώνες ανδρών και μεικτοί.

Οι αγώνες θα διεξαχθούν στο Salonica Club House, ενώ η τελετή λήξης, καθώς και οι απονομές, θα πραγματοποιηθούν στις 15 Μαΐου.

### ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

Σιτάρι	Ιουλ. 16	463,6	+0,40
Καλαμπόκι	Ιουλ. 16	377,4	+3,60
Σόγια	Ιουλ. 16	1034,6	+22,40
Σογιάλευρο	Ιουλ. 16	342,8	+6,00
Σογιέλαιο	Ιουλ. 16	33,06	+0,80
Βρώμη	Ιουλ. 16	193,0	+0,40
Rough Rice	Ιουλ. 16	11,410	+0,035
Spring Wheat	Ιουλ. 16	535,0	+3,20
Canola	Ιουλ. 16	510,50	+10,80
Live Cat le	Ιουν. 16	120,725	+1,100
Feeder Cat le	Μαι. 16	147,375	-0,575
Lean Hogs	Ιουν. 16	81,275	-1,050
Γάλα	Μαι. 16	12,87	0,00
Βαμβάκι	Ιουλ. 16	61,83	+0,04
Χυμός πορτοκ.	Ιουλ. 16	140,60	+3,70
Καφές	Ιουλ. 16	124,50	+3,00
Ζάχαρη	Ιουλ. 16	15,74	-0,10
Κακάο	Ιουλ. 16	3,074	-84,00
Ξυλεία	Μαι. 16	296,50	+0,10

Τιμή συνδρομής: 300€ + ΦΠΑ/έτος

Πληροφορίες: 210-3634061

[sales@fnbdaily.com](mailto:sales@fnbdaily.com)