

A matter of choice



Ανακάλυψε την απaráμιλλη γεύση του.
Ένας πραγματικά αυθεντικός ιταλικός espresso.
Ο espresso που θα επιλέξεις.

HO.RE.CA.
OPEN

Powered by
FnB Daily



FNB SERVED
DAILY.

Food for thought... every day!

Η καθημερινή έκδοση με όλες τις ειδήσεις, τάσεις, αναλύσεις και συνεντεύξεις με τους πρωταγωνιστές από το μεγαλύτερο εκθεσιακό event της Ελλάδας

#03

ΚΥΡΙΑΚΗ 12 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2023

HO|RE|CA|
Hotel
Restaurant
Cafe 2023

ΒΙΚΟΣ
Οι νέες premium συσκευασίες στη HORECA
- Έμφαση στο Pink Grapefruit

NESPRESSO PROFESSIONAL
Στο +20% η υπηρεσία ανακύκλωσης

IKEA
Παρουσιάζει το Ikea For Business
- Νέες υπηρεσίες για τους επαγγελματίες

DELIFRANCE
Νέες προτάσεις στα premium αλμυρά snacks, ψωμί & γλυκό
- Σκέψεις και για s/m

Μεταδίδουν
ΟΙ



Νεκτάριος
Β. Νιώτης



Μάκης
Αποστόλου



Στέλλα
Αυγουστάκη



Ελευθερία
Πιπεροπούλου



Γιώτα
Παναγιώτου

POWERED BY



Coca-Cola Τρίτη Έμφων

πλαίσιο



Diwa

THREE
ARTISANAL



CENTS
BEVERAGES

EST. 2014

3Ε

Coca-Cola Τρία Έψιλον



ΡΟΔΟΥΛΑ

Με νέα προϊόντα σε όλες τις κατηγορίες στην HORECA - Νέες συνεργασίες στο εξωτερικό

Νέα προϊόντα, για την καινούρια σεζόν, σε όλες τις κατηγορίες της -με ναυαρχίδες το ψωμί και το γλυκό- παρουσιάζει στην έκθεση HORECA 2023 η Ροδούλα, δίνοντας έμφαση στο κομμάτι του ξενοδοχείου, του εστιατορίου και του catering, με στόχο να προσφέρει νέες προτάσεις και λύσεις στους επαγγελματίες.

ΝΕΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΣΤΑΣ

Στο κομμάτι του γλυκού, η Ροδούλα παρουσιάζει, μεταξύ άλλων, τρεις νέες κατηγορίες πάστας:

- Πάστα εκλέρ style: σε σχήμα εκλέρ αλλά με μους σοκολάτα, σε διάφορες γεύσεις
- Πάστα – Baroque: πρόκειται για ένα καινούριο στυλ μακρόστενης πάστας
- Πάστα Fantasy: μια νέα τεχνοτροπία με μους

ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΕ ΤΙΣ PRECUT ΤΟΥΡΤΕΣ

Επίσης, η εταιρεία παρουσιάζει νέα κέικ γεμιστά, μπάρες και τάρτες, ενώ έχει εμπλουτίσει την κατηγορία της Precut τούρτας, καθώς απευθύνεται σε όλα τα είδη μαζικής εστίασης. Παράλληλα, λάνσαρε αρκετές νέες γεύσεις, όπως μους φιστίκι και Oreo Madness με επικάλυψη καραμέλας και μια νέα τεχνοτροπία.

ΚΑΙΝΟΥΡΙΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΟΥΒΕΡ

Στο κομμάτι του ψωμιού, η εταιρεία έχει λανσάρει τις κατηγορίες Housky και Kaiser Roll ως προς την κατηγορία του κουβέρ, καθώς και νέες προτάσεις burger και brioche, ενώ παρουσιάζει διάφορες προτάσεις με χαρούπι.

Στο κομμάτι της ζύμης, παρουσιάζει κάποιες καινούριες γεύσεις στην κατηγορία mini, όπως Ανεβατό και Κατίκι Δομοκού.



ΑΝΟΔΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ

Η Ροδούλα κατέγραψε σημαντικά ανοδική πορεία το 2022, με τον κύκλο εργασιών της να κλείνει πέρυσι περίπου στα €26 εκατ., από €19 εκατ. το 2021.

Πρόσφατα, η Ροδούλα ολοκλήρωσε μια σημαντική επένδυση, ύψους €1 εκατ., σε καινούρια κτίρια στην Βαρυμπόμπη, έκτασης 5.000 τ.μ., με τις συνολικές τις εγκαταστάσεις να έχουν φτάσει πλέον τα 15.000 τ.μ. Οι νέες εγκαταστάσεις περιλαμβάνουν χώρους logistics και τα κεντρικά γραφεία

της εταιρείας, που συνεχώς εμπλουτίζονται με νέου εξοπλισμούς.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η Ροδούλα δίνει μεγάλη έμφαση και στην διεύρυνση της παρουσίας της στο εξωτερικό, κάνοντας πρόσφατα είσοδο με καινούριο αντιπρόσωπο στην Σαουδική Αραβία. Επίσης, ξεκίνησε μια καινούρια συνεργασία στην Αυστραλία, ενώ εμπλουτίζει συνεχώς τις συνεργασίες της στην Αμερική.

πλαισιο PRO

Για την απόλυτη εμπειρία

HORECA

δε χρειάζεσαι κράτηση



Ανακάλυψε **νέες τάσεις, προϊόντα & υπηρεσίες αιχμής**
που θα εκσυγχρονίσουν την επιχείρησή σου

Ψυχαγωγία & Επικοινωνία

με TVs, Συστήματα Ήχου & Digital Signage

Αναβάθμιση Εξοπλισμού

με σύγχρονες Λευκές Συσκευές & Μικροσυσκευές

Smart Πολυτέλεια

με Συστήματα Υψηλής Τεχνολογίας & Hospitality Robots

Tech Ευελιξία

με προηγμένο εξοπλισμό νέας γενιάς

Ηλεκτροκίνηση

με eco-friendly Οχήματα & Φορτιστές

Πού;

METROPOLITAN EXPO

Hall 2 | Περίπτερο D24

Πότε;

10-13 Φεβρουαρίου

10:00-19:00

K2B – BUSINESS EMPOWERMENT BY KOTSOVOLOS**Προϊόντα τελευταίας τεχνολογίας, ολοκληρωμένες λύσεις για επιχειρήσεις εστίασης & ξενοδοχεία**

Προϊόντα τελευταίας τεχνολογίας, ολοκληρωμένες λύσεις για επιχειρήσεις εστίασης και ξενοδοχεία παρουσιάζει στην φετινή HORECA η K2B – Business Empowerment by Kotsovolos, όπως αναφέρει ο Head Of Sales Operations, Κωτσόβολος - Dixons South East Europe, Γιώργος Αντωνίου.

Ειδικότερα η παρουσιάζονται τα εξής:

- Σύστημα διαχείρισης ξενοδοχειακών τηλεοράσεων "HotelTV 2 Serve"
- Σύστημα διασφάλιση ποιότητας αέρα "Air 2 Breathe"
- Λύσεις Smart Room
- Ψηφιακή σήμανση "Signage 2 Display"
- Σύστημα αυτόματης παραγγελιοληψίας "Orders 2 automate"
- Ηλεκτρονικές ετικέτες "E-Labels 2 Inform"
- Υπηρεσία Διαχείρισης Μουσικής "Sound 2 Impress"
- Υπηρεσία Καταμέτρησης Επισκεψιμότητας

ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΩ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

"Πρωταρχική ανάγκη των σύγχρονων επαγγελματιών είναι η ψηφιοποίηση της επιχείρησής τους μέσω της τεχνολογίας", τονίζει ο κ. Αντωνίου. Συμπληρώνει ότι η ψηφιακή μετάβαση είναι πλέον μονόδρομος και η Κωτσόβολος είναι εδώ για να υποδείξει τη σωστή κατεύθυνση με τη βοήθεια των ψηφιακών εργαλείων που προσφέρει και των ολοκληρωμένων τεχνολογικών λύσεων που προτείνει.

"Με την ψηφιοποίηση και τη χρήση της τεχνολογίας αυξάνεται η παραγωγικότητα της επιχείρησης και γίνεται πιο ανταγωνιστική. Με πυξίδα την ενδυνάμωση του σύγχρονου επιχειρηματία, λοιπόν, προτρέπουμε την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στην επαγγελματική του καθημερινότητα και οδηγούμε την επιχείρηση σε άλλο επίπεδο, ακούγοντας και κατανοώντας τις ανάγκες της".

ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗΣ ΣΤΟ HORECA

Ερωτηθείς για το πως σχεδιάζει να διεισδύσει το K2B - Business empowerment



by Kotsovolos στο κανάλι HoReCa, ο κ. Αντωνίου τονίζει ότι αυτό θα γίνει μέσω:

- προσωποποιημένης εξυπηρέτησης από εξειδικευμένους συμβούλους
- υψηλής τεχνογνωσίας στην ανεύρεση λύσεων, με σκοπό την κάλυψη οποιασδήποτε ανάγκης της επιχείρησης
- ευέλικτων τρόπων πληρωμής, που συνθέτουν ένα μοντέλο το οποίο μιλά στη λογική του σύγχρονου επιχειρηματία

"Η εταιρεία εξασφαλίζει προσωποποιημένη υποστήριξη με 18 K2B Spots σε Ελλάδα και Κύπρο, με την εξειδικευμένη ομάδα B2B συνεργατών για ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση, με το ηλεκτρονικό κατάστημα αποκλειστικά για πελάτες B2B, παρέ-

χοντας τη δυνατότητα online αγορών από την άνεση του γραφείου του και φυσικά με την ειδική τηλεφωνική γραμμή για πελάτες B2B, με περισσότερους από 100 Call Agents έτοιμους για δράση και άμεση εξυπηρέτηση. Επιπλέον, η εμπειρία μας στον κλάδο του ξενοδοχείου και της εστίασης και η αμεσότητα στις παραδόσεις, κάνουν το K2B – Business empowerment by Kotsovolos τον απόλυτο technology partner που κάθε επαγγελματίας θα ήθελε να έχει στο πλευρό του".

INFO
Hall 2
Stand: A06-B05



ΓΕΥΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΤΑΓΕΣ ΚΑΦΕ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΑΣ
ΜΕ ΤΟ ΠΑΤΗΜΑ ΕΝΟΣ ΚΟΥΜΠΙΟΥ



Hall 1
Stand B05

www.nespresso-pro.gr

NESPRESSO
PROFESSIONAL



ΒΙΚΟΣ

Οι νέες premium συσκευασίες στη HORECA - Έμφαση στο Pink Grapefruit

Στο roll out των νέων συσκευασιών στα αναψυκτικά από γυαλί και αλουμίνιο (can) έχει εστιάσει η Βίκος τις οποίες και παρουσιάζει στη φετινή HORECA, με κεντρικό μήνυμα το "Cans are here, let's raise our glasses" με όχημα την Pink Grapefruit Soda.

Ο Chief Marketing Officer της Βίκος Κωνσταντίνος Σεπετάς, μιλώντας στο Fnb Daily τόνισε ότι η εταιρεία δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην κατηγορία του pink grapefruit, λέγοντας πως, σχεδόν ένα χρόνο μετά το επίσημο launch στην αγορά, έχει καταφέρει να κατακτήσει σημαντικό μερίδιο της κατηγορίας.

"Το Pink Grapefruit είναι η απάντηση της Βίκος στην νέα τάση της αγοράς, η οποία ήρθε να καλύψει το κενό που υπήρχε στην αγορά για ένα εναλλακτικό αναψυκτικό. Η Pink Grapefruit Soda της Βίκος πήγε πάρα πολύ καλά το καλοκαίρι στο κανάλι του super market", επισήμανε.

ΤΡΕΧΕΙ ΤΟ PINK ΣΤΑ SUPER MARKET

Αξίζει να αναφέρουμε ότι η κατηγορία του Pink Grapefruit έτρεξε το 2022 με ανάπτυξη πωλήσεων σε αξία της τάξεως του 38% (37,9%) και €4.749 χιλ συγκρητικά με το 2021, όπως προκύπτει από στοιχεία της IRI για το κανάλι του super market.

Εξίσου ανοδικά κινήθηκε και ο όγκος πωλήσεων του ίδιου καναλιού που έκλεισε για το 2021 στο 47,1%.

ΤΟ ΜΕΓΑΛΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ

Μεγάλο στοίχημα της Βίκος Α.Ε., η οποία τέλος του 2022 έκανε ισχυρό scale up up στην παραγωγική της δυναμικότητα, εγκαινιάζοντας το νέο βιομηχανοστάσιο στο Καλπάκι Ιωαννίνων, επένδυση €22 εκατ. είναι η αγορά της Αττικής και για το κανάλι HoReCa.

Ο κ. Σεπετάς εξήγησε ότι η εταιρεία, που είναι η δεύτερη μεγαλύτερη εταιρεία μη



αλκοολούχων ποτών, έχει ξεκινήσει δυναμικά την τοποθέτηση των όλων των νέων συσκευασιών και του portfolio στο επαγγελματικό κανάλι και θα δοθεί έμφαση στις τουριστικές περιοχές, θέλοντας να ενισχύσει περαιτέρω το μερίδιο της Βίκος τη νέα σεζόν.

DELIFRANCE

Νέες προτάσεις στα premium αλμυρά snacks, ψωμί & γλυκό - Σκέψεις και για s/m

Νέες προτάσεις στην κατηγορία των premium αλμυρών snacks στο ψωμί και στο γλυκό παρουσιάζει στην έκθεση η Delifrance.

INFO - ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Snacks

Croissants

Brioches

Mini muffins

Ψωμί

Μπαγκέτες Feel Good με κινόα – χαρούπι – βρώμη - tritordeum
Ψωμιά από την γκάμα Panitaly, με ζύμη 16ωρης ωρίμανσης

Γλυκό

Mini Muffins

Loafcakes

Donuts

ΕΞΑΓΩΓΕΣ & ΕΛΛΗΝΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΦΕΡΝΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο διευθύνων σύμβουλος της ελληνικής θυγατρικής, Ιωάννης Ρούδας, εξήγησε ότι η ανάπτυξη της Delifrance Hellas θα έρθει αφενός μέσα από συνεργασίες με Έλληνες παραγωγούς και αφετέρου από την εξαγωγική δραστηριότητα.

"Πιστεύω ότι τα επόμενα 2 χρόνια ο χάρτης της αγοράς HORECA θ' αλλάξει άρδην. Θα αλλάξουν οι ισορροπίες της λιανικής αλλά και οι δυνάμεις-συμμαχίες της βιομηχανίας. Έτσι και εμείς ετοιμαζόμαστε και σχεδιάζουμε τον δικό μας ρόλο στις εξελίξεις".

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΚΑΙ ΣΤΟ SUPER MARKET

Επιπλέον, επισήμανε ότι έχοντας ωριμάσει αρκετά η παρουσία της εταιρείας στο HORECA έχει έρθει η ώρα να επενδύσει

και στο super market και αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να ενισχυθεί σημαντικά ο τζίρος εντός της επόμενης τριετίας.

"Ήδη το πλάνο μας για το 2023 είναι τα €13 εκατ. σε τζίρο.. με τα κρουασάν να ξεπερνούν τα €5,5 εκατ, οπότε πιστεύω ότι στην επόμενη τριετία θα καταφέρουμε να αγγίξουμε τα €20 εκατ."

ΓΙΑΤΙ ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΕ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΜΥΛΟΥΣ ΚΡΗΤΗΣ

Ερωτηθείς για την πορεία των συνεργασιών, ο κ. Ρούδας επισήμανε ότι αρχικά υπάρχει η προαναγγελθείσα συμφωνία συνεργασίας με τους Μύλους Κρήτης, μια συμφωνία που καθυστέρησε να υλοποιηθεί λόγω προτεραιοτήτων και timing.

Πρόσθεσε, δε, ότι υπάρχει μια πολύ δυνατή συμφωνία που αφορά σε ανάπτυξη προϊόντων για λογαριασμό της μητρικής για τις αγορές Ιταλίας, Γαλλίας, Ισπανίας, χωρίς, ωστόσο να αποκαλύπτει περισσότερα, λόγω εμπιστευτικότητας. "Αυτή τη στιγμή είμαστε στη φάση που τεστάρουμε τα προϊόντα σε αυτές τις αγορές και καλώς εχόντων των πραγμάτων τον Σεπτέμβριο θα τα λανσάρουμε", επισήμανε.



ΝΗΣΟΣ

Πακέτα εμπορικών προτάσεων για το HoReCa – Είσοδος στην αγορά της Ιταλίας

Με το σύνολο του υφιστάμενου χαρτοφυλακίου της συμμετέχει στην HORECA 2023 η Νήσος, ενώ ειδικά για τους πελάτες που θα επισκεφθούν το περίπτερό της, η εταιρεία προσφέρει διάφορα πακέτα εμπορικών προτάσεων, ειδικά για τον κλάδο HoReCa.

Η εταιρεία ενδυναμώνει την παρουσία της στο εξωτερικό, έχοντας εισέλθει πρόσφατα στην αγορά της Ιταλίας.

ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΚΟΡΙΝΘΙΑ

Όπως δήλωσε στο FNB Daily ο Αλέξανδρος Κουρής, ιδρυτής και ιδιοκτήτης της Νήσος, αυτή την περίοδο βρίσκεται σε εξέλιξη η επένδυση των €4 εκατ. στην ορεινή Κορινθία, όπου η εταιρεία δημιουργεί νέα μονάδα παραγωγής μπίρας. Όπως εκτίμησε, η κατασκευή αναμένεται να έχει ολοκληρωθεί μέσα στους επόμενους 12 μήνες.

Πρόκειται για ένα ιδιαίτερου τύπου ζυθοποιείο για τα δεδομένα της Ελλάδας, που στοχεύει σε πράσινη παραγωγή, όπως έχει πει παλαιότερα ο ίδιος, ενώ η επένδυση έχει ενταχθεί στον Αναπτυξιακό Νόμο.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΦQ

Αξίζει να σημειωθεί ότι πρόσφατα η Νήσος έλαβε το Ευρωπαϊκό Σήμα πιστοποίησης ποιότητας ΑΦQ της FOODOXYS για τις μπίρες της, οι οποίες πιστοποιήθηκαν για τη βιοδραστικότητα της σύστασής τους προς όφελος της ανθρώπινης υγείας και ευεξίας.

Πρόκειται για ένα νέο σύστημα βαθμολόγησης και κατάταξης της ποιότητας των αγροτικών προϊόντων και τροφίμων.

Η ΓΚΑΜΑ

Η γκάμα της εταιρείας αποτελείται από τα εξής προϊόντα:

- Νήσος Greek Island Pilsner
- Νήσος All-Day Βιολογική, Gluten Free
- Νήσος Θολή
- 7 Μποφόρ
- Νήσος Αποκαλυψη
- Νήσος Pure Lager
- Coffee Cold Brew Beer (σε συνεργασία με την Coffee Island)



IKEA

Παρουσιάζει το Ikea For Business - Νέες υπηρεσίες για τους επαγγελματίες

Νέες υπηρεσίες που απευθύνονται σε επαγγελματίες, που στόχο έχουν την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη, παρουσιάζει στην HORECA 2023 η IKEA.

Ειδικότερα, όπως δήλωσε ο Βαγγέλης Περδικάρης, New Business Executive της εταιρείας, η IKEA συμμετέχει στην HORECA εδώ και δέκα χρόνια, εστιάζοντας στην παροχή περισσότερων υπηρεσιών στον επαγγελματία, ειδικά στον κλάδο της φιλοξενίας. Όπως ανέφερε ο ίδιος, η εταιρεία έχει συστήσει συγκεκριμένα τμήματα μέσα στα καταστήματα, που εξυπηρετούν επαγγελματίες, ενώ οι πελάτες εξυπηρετούνται και από απόσταση.

Επιπλέον, παρέχει καλύτερα προνόμια, που έχουν να κάνουν με καλύτερες τιμές και προσφορές σε επίπεδο παραγγελίας.

ΤΡΕΙΣ ΝΕΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- Στη φετινή HORECA, η IKEA λάνσαρε το νέο πρόγραμμα πιστότητας αποκλειστικά για επαγγελματίες, το Ikea For Business, το οποίο διαφοροποιείται από το Ikea Family, καθώς αφορά αποκλειστικά έκδοση τιμολογίων. Πρόκειται για ένα ανταποδοτικό σύστημα που εξασφαλίζει καλύτερες προσφορές στους επαγγελματίες.
- Επίσης, λανσάρε και μια νέα υπηρεσία παροχής συμβουλών σχεδίασης αποκλειστικά για επαγγελματίες. Ειδικότερα, η εταιρεία μπορεί να σχεδιάσει ένα δωμάτιο ξενοδοχείου με τη μορφή που θέλει ο πελάτης, ανάλογα με τις ανάγκες του.
- Τέλος, εισήγαγε φέτος και το "Δάνειο στη Στιγμή", που προς το παρόν απευ-

θύνεται μόνο σε ελεύθερους επαγγελματίες και ατομικές επιχειρήσεις, ενώ σε λίγο καιρό θα είναι διαθέσιμο και για νομικά πρόσωπα και μεγάλες εταιρείες. Στο περίπτερο της IKEA, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να δει τέσσερις διαφορετικές προτάσεις για δωμάτιο boutique ξενοδοχείου με δύο style group, καθώς και έναν outdoor χώρο και μία πρόταση για lobby ξενοδοχείου.



ΜΕΓΑΛΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΟ HORECA

Σύμφωνα με τον κ. Περδικάρη, ο κλάδος του hospitality αντιστοιχεί περίπου στο 30% των συνολικών πωλήσεων στο κομμάτι των τιμολογίων, από το οποίο το 75% αφορά ξενοδοχεία και το 25% εστιατόρια-καφέ.

Στο κομμάτι του τιμολογίου, ένα μεγάλο κομμάτι της IKEA αφορά επίσης γραφειακούς και retail χώρους.

ΕΠΟΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ

Όπως δήλωσε ο κ. Περδικάρης, το Ikea for Business αποτελεί μεγάλο βήμα για την εταιρεία, μέσα από το οποίο θα προσπαθήσει να προσεγγίσει με ειδικές κλαδικές προσφορές τους πελάτες της.

Όπως τόνισε, το συγκεκριμένο loyalty πρόγραμμα πρόκειται για "μεγάλο στοίχημα", πάνω στο οποίο θα προστεθούν και άλλες υπηρεσίες, κυρίως digital εφαρμογές και λύσεις, με στόχο τη διευκόλυνση του τρόπου παραγγελιών και παραλαβών για τους πελάτες.

ΜΕΤΑΚΙΝΕΙΤΑΙ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ

Υπενθυμίζεται ότι στα άμεσα πλάνα της εταιρείας βρίσκονται 3 νέα φυσικά καταστήματα: στην Πάτρα, στο Ηράκλειο Κρήτης και στο νέο εμπορικό πάρκο που θα αναπτυχθεί στο Ελληνικό, με τα δύο πρώτα να έρχονται να καλύψουν ένα μεγάλο κενό που είχε η εταιρεία σε αυτές τις περιφέρειες.

Επίσης, θα υπάρξει μια μετακίνηση του καταστήματος της Κομοτηνής στην Αλεξανδρούπολη, το οποίο θα ξεκινήσει να λειτουργεί από τις αρχές Μαΐου.



NESPRESSO PROFESSIONAL Στο +20% η υπηρεσία ανακύκλωσης

Έμφαση στην υπηρεσία της ανακύκλωσης της κάψουλας που προσφέρει στους επαγγελματίες του HoReca δίνει, μεταξύ άλλων η Nespresso Professional στην έκθεση. Συγκεκριμένα, η εταιρεία αναφέρει στο FNB Daily ότι στόχος είναι να προωθήσει περαιτέρω το πρόγραμμα ανακύκλωσης για τις κάψουλες ενισχύοντας την υπεύθυνη ανακύκλωση και δημιουργώντας θετικό αντίκτυπο όχι μόνο στις επιχειρήσεις αλλά και στην κοινωνία.

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ

“Το αλουμίνιο μπορεί να κομποστοποιηθεί και η εταιρεία ενισχύει σημαντικά τους επαγγελματίες, αναλαμβάνοντας το κόστος ανακύκλωσης. Έτσι, εξασφαλίζει το ότι πράγματι γίνεται ανακύκλωση”.

Συμπληρώνουν, δε, ότι στην Ελλάδα η υπηρεσία υποστηρίζεται και από τη συνεργασία που διατηρεί με μεγάλο εργοστάσιο ανακύκλωσης στον Ασπρόπυργο. Μάλιστα το rating ανακύκλωσης το 2022 ήταν το διπλάσιο από ότι το 2021.

“Το 2022 το ποσοστό ανακύκλωσης έκλεισε στο 20% και στόχος είναι το 2023 να αυξηθεί περαιτέρω και να κλείσει σε ακόμα υψηλότερα επίπεδα”.



ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΥΨΗΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Επιπλέον, η εταιρεία παρουσιάζει τις βιώσιμες και λύσεις υψηλής ποιότητας που προσφέρει στους επαγγελματίες και τις τελευταίες προϊόντικές καινοτομίες της, δίνοντας έμφαση και στους οργανικούς καφέδες που έχει στο portfolio της, όπως είναι οι Colombia, Peru και Congo.

Καφέδες όπως οι India και Guatemala προέρχονται από ποικιλίες μοναδικής προέλευσης, ενώ η επεξεργασία του καφέ γίνεται με συγκεκριμένους τρόπους από τις τοπικές αγροτικές κοινότητες των αντίστοιχων χωρών.

Επίσης, παρουσιάζει την ευρεία γκάμα που διαθέτει σε κάψουλες από βιώσιμες καλλιέργειες καφέ.



BEVERAGE WORLD

Λανσάρι premium craft cider την Μηλίτσα - Στο 75% του τζίρου το HoReCa

Η Beverage World επέλεξε στη φετινή διοργάνωση να παρουσιάσει νέα brands, καθώς επίσης και μερικές από τις premium επιλογές από την πλούσια γκάμα των προϊόντων της.

Συγκεκριμένα, η εταιρεία θα έχει νέα προϊόντα στις κατηγορίες της μπύρας και του καφέ, αλλά και μια νέα κατηγορία, αυτή του μηλίτη. "Πρόκειται για προϊόντικές κατηγορίες που γνωρίζουν ιδιαίτερη άνθηση σε παγκόσμιο και τοπικό επίπεδο, τόσο σε κατανάλωση όσο και σε καινοτομία. Έτσι φέτος, οι επισκέπτες της HoReCa έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν την γνωστή craft beer Voreia της Siris, η οποία έρχεται από τις Σέρρες με ανανεωμένη μοντέρνα εμφάνιση, η οποία θα την κάνει ακόμα πιο ξεχωριστή στο ράφι και στο τραπέζι", αναφέρει στο FNB Daily ο Γιώργος Μακρυγιαννάκης, General Manager της Beverage World.

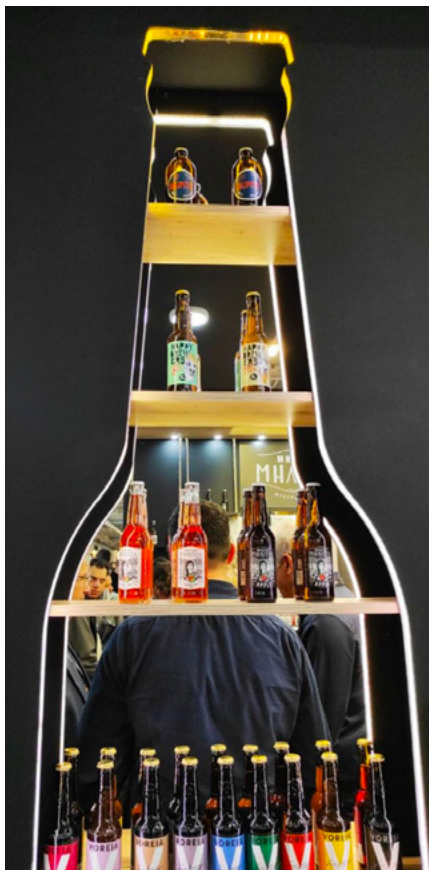
PREMIUM CRAFT CIDER

Επίσης, η εταιρεία στην έκθεση λανσάρει και το νέο προϊόν της - και προϊόν του Ομίλου - την "Μηλίτσα", η οποία εντάσσεται στην κατηγορία premium craft cider και απαντά τόσο στην παγκόσμια τάση του craftsmanship, αλλά και στη στρατηγική επιλογή της για ανάπτυξη της συνεχώς αναπτυσσόμενης κατηγορίας των low and non alcoholic drinks.

NEO BRAND ΣΤΗΝ LAVAZZA

Παράλληλα, στην κατηγορία του καφέ, παρουσιάζεται για πρώτη φορά το νέο blend της Lavazza, "La Reserva de Tierra: Cuba", που αποτελείται από κόκκους washed Arabica και Robusta και αποτελεί επιβεβαίωση της προσήλωσης του ιταλικού οίκου στο πρόγραμμα βιωσιμότητας.

Η μοναδική αυτή εμπειρία καφέ προκύπτει μέσα από τη συνεργασία του οίκου με φάρμες που προωθούν τον οργανικό καφέ από την Κούβα και φροντίζουν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Παράλληλα, στο ίδιο περίπτερο οι επισκέπτες μπορούν να βρουν και 3 κύριες κατηγορίες blend της Lavazza (La Reserva de Tierra, Paulista & Specials), όπως και οι κάψουλες OCS για επαγγελματική χρήση.



ΣΤΟ 75% ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΟΥ HORECA

Ερωτηθείς για τη στρατηγική διείδυση της Beverage World στην ελληνική αγορά HoReCa, ο κ. Μακρυγιαννάκης αναφέρει ότι είναι γνωστή στην αγορά ως εταιρεία που χτίζει brands στο κανάλι της HoReCa, καθώς στο παρελθόν με τα spirits, και πλέον με άλλες δύο κατηγορίες, μπύρα-μηλίτη, και τον καφέ.

"Λόγω της φύσης του portfolio μας, έχουμε premium brands τα οποία εστιάζουν και χτίζονται κυρίως στα επαγγελματικά κανάλια του Τουρισμού και της Εστίασης. Το ποσοστό του Horeca στο portfolio μας, ανέρχεται γύρω στο 75%", εξηγεί.

ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΤΟΥ 2023

Όσον αφορά το 2023, το επενδυτικό πλάνο της Beverage World περιλαμβάνει την ενδυνάμωση της δομής πωλήσεων με νέα εργαλεία, αλλά και ανθρώπινο δυναμικό, με στόχο την ακόμα καλύτερη κάλυψη του καναλιού HoReCa και την παρουσίαση καινοτομίας, μέσα από νέα



προϊόντα σε όλες τις κατηγορίες - πάνω από 10 νέα brands στα Spirits - δυναμικό επαναλανσάρισμα για την craft Voreia και την Λατίνα, λανσάρισμα στην κατηγορία του μηλίτη, με τα brands Μηλίτσα και Galipette και λανσάρισμα με το χαρμάνι "La Reserva de Tierra: Cuba", στην κατηγορία του καφέ", εξηγεί.

ΟΛΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟ 2022

Επιπλέον, ο κ. Μακρυγιαννάκης εξήγησε ότι το 2022, παρά το δύσκολο κλίμα, κατόρθωσε να κλείσει για την κατηγορία του καφέ ξεπερνώντας τις εκτιμήσεις κατά πολύ στον τομέα του Retail, καθώς κατάφερε να διατηρήσει τα υψηλά μερίδια αγοράς και την ηγετική θέση στο R&G, αλλά στην κατηγορία των NCCs πέτυχε υψηλά μερίδια, που κατατάσσουν την Beverage World 3ο παίκτη. Στο Traditional Trade, ανέπτυξε σε μεγάλο βαθμό την πελατειακή βάση, πετυχαίνοντας υψηλά αποτελέσματα, σε όλες τις συσκευασίες, ενώ στο Food Service επέκτεινε σημαντικά το δίκτυο των σημείων της, αυξάνοντας το μερίδιό της στο segment.

Επιπλέον, συνέχισε το premiumisation του μείγματος των χαρμανιών που προσφέρει στον καταναλωτή, διατηρώντας ανταγωνιστικό το δίκτυο των συνεργατών / Sub Distributors για τον καφέ. "Στην κατηγορία των spirits πετύχαμε, τη μεγαλύτερη κάλυψη και διανομή που έχουμε πετύχει ποτέ ως εταιρεία, εμπλουτίσαμε δυναμικά και θα συνεχίσουμε να επενδύουμε στη διεύρυνση του portfolio. Με την απόκτηση διεθνών και τοπικών συνεργασιών και μαρκών, με επενδύσεις σε δικά μας premium προϊόντα, όπως η μπύρα Voreia, ώστε να υλοποιήσουμε τη στρατηγική μας All around the clock beverage provider".

REGINA – ΚΟΥΡΑΝΤΙΔΗΣ

Relabeling σε μαρμελάδες & μέλι – Μέχρι το καλοκαίρι μπαίνει στο νέο εργοστάσιο

Τις νέες συσκευασίες στις τυποποιημένες μαρμελάδες και στο μέλι παρουσιάζει στην HoReCa 2023 η Regina, η οποία εστιάζει στη σύναψη συνεργασιών με... νόημα για το κανάλι HoReCa.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο ιδιοκτήτης, Νίκος Κουραντίδης, η εταιρεία προχώρησε σε rebranding – relabeling των παραπάνω συσκευασιών, οι οποίες είναι ήδη διαθέσιμες στην αγορά.

Η εταιρεία θα εστιάσει φέτος στην ανάπτυξη και την περαιτέρω διεξόδυση, τόσο των νέων συσκευασιών όσο και του συνολικού χαρτοφυλακίου, στην αγορά, ενώ δεν θα προχωρήσει στη δημιουργία νέων κωδικών.

"Μέσα στο 2023 δεν θα έχουμε νέα προϊόντα, θα δοθεί έμφαση στα ήδη υπάρχοντα", εξήγησε ο κ. Κουραντίδης.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Τα προϊόντα της Regina εξάγονται σε περίπου 70 χώρες και εντός του 2023 στόχος είναι η διατήρηση των συνεργασιών και η επέκταση σε ορισμένες χώρες οι οποίες είναι κομβικής σημασίας για την εταιρεία. Συγκεκριμένα, σχεδιάζει περαιτέρω επέκταση στις χώρες της Ασίας αλλά και είσοδο στη Νότια Αμερική.

ΑΝΟΔΟΣ 8% ΤΟ 2022

Το 2022 έκλεισε με άνοδο του τζίρου της τάξεως 8%, με την εταιρεία να έχει προχωρήσει σε ελάχιστες, όπως ανέφερε ο κ. Κουραντίδης, ανατιμήσεις, κυρίως στα προϊόντα μαρμελάδας. "Δεν θέλαμε να επιβαρύνουμε τους καταναλωτές, και λόγω του πληθω-



ρισμού αλλά και λόγω του ανταγωνισμού. Αντιθέτως, στόχος μας ήταν να τους διευκολύνουμε και αυτό θα κάνουμε και φέτος".

Το καλοκαίρι του 2023 η εταιρεία θα μεταστεγαστεί στο νέο εργοστάσιο στη Βόρεια Ελλάδα. Αυτήν την περίοδο ολοκληρώνεται η παραλαβή του μηχανολογικού εξοπλισμού και μέχρι το καλοκαίρι θα έχει μπει σε πλήρη λειτουργία.

ΠΑΣΣΑΛΗΣ

Παρουσιάζει το HoReCa portfolio για Tyson & Caruto – Ανάπτυξη 18% το 2022

Σε νέες στρατηγικές συνεργασίες αλλά και επέκταση της γκάμας των προϊόντων της σε ήδη υπάρχουσες κατηγορίες για το κανάλι HoReCa, εστιάζει η Γ. & Ι. Πασσαλής. Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο ιδιοκτήτης της εταιρείας, Βαγγέλης Πασσαλής, το 2023 θα δοθεί έμφαση στο επαγγελματικό κανάλι, το οποίο απορροφά το 40% του ετήσιου κύκλου εργασιών της.

"Σχεδιάζουμε να εμπλουτίσουμε το portfolio μας με νέα προϊόντα και μέσα στη χρονιά θα αναζητήσουμε μεγάλες συνεργασίες για το HoReCa, το οποίο θα ενισχύσουμε", εξηγεί ο κ. Πασσαλής.

ΤΟ HORECA PORTFOLIO

Συγκεκριμένα, η εταιρεία θα παρουσιά-

σει τα προϊόντα των εταιρειών Tyson και Caruto, τα οποία εισάγει και διανέμει στην ελληνική αγορά.

Για την Tyson παρουσιάζει την γκάμα προϊόντων κοτόπουλου με διάφορες γεύσεις και κοπές, που αναμένεται να εμπλουτιστεί στο μέλλον και με νέα προϊόντα.

Σε ό,τι αφορά την Caruto, η Γ. & Ι. Πασσαλής παρουσιάζει εξειδικευμένα άλευρα, περίπου 15 κωδικούς σε διάφορες συσκευασίες, για πίτσα, ζαχαροπλαστική και αρτοποιία.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 4 ΧΩΡΕΣ ΑΠΟ ΕΛΛΑΔΑ

Αξίζει να αναφερθεί ότι η χρονιά έκλεισε για την εταιρεία με αύξηση του κύ-



κλου εργασιών της κατά 18% συγκριτικά με το 2021, φθάνοντας στα επίπεδα των €32 εκατ.

Σημειώνεται ότι η Γ. & Ι. Πασσαλής εξάγει σε:

- Κύπρο
- Σερβία
- Σκόπια
- Αλβανία