

Retailer of the Year 2024

Για 2^η
συνεχόμενη
χρονιά



Και το 2024 είναι η χρονιά μας
με **26 βραβεία** στα **Supermarket Awards!**

Στη Lidl Ελλάς προσπαθούμε να γινόμαστε καλύτεροι κάθε μέρα, κάθε χρόνο.
Η προσπάθειά μας αυτή αναγνωρίστηκε στα **Supermarket Awards 2024**,
καθώς **αναδειχθήκαμε Retailer of the Year, για 2^η συνεχόμενη χρονιά.**
Η εταιρική υπευθυνότητα, τα καινοτόμα συστήματα και δράσεις, καθώς και
οι επικοινωνιακές ενέργειες, σε συνδυασμό με τον προσανατολισμό μας
στο προσωπικό και τα προϊόντα, ξεχώρισαν με **26 διακρίσεις.**
Και το 2024 είναι η χρονιά μας!




lidl-hellas.gr



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
TotalFoodService
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΤΕΤΑΡΤΗ 16 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2024
ΤΕΥΧΟΣ 1976



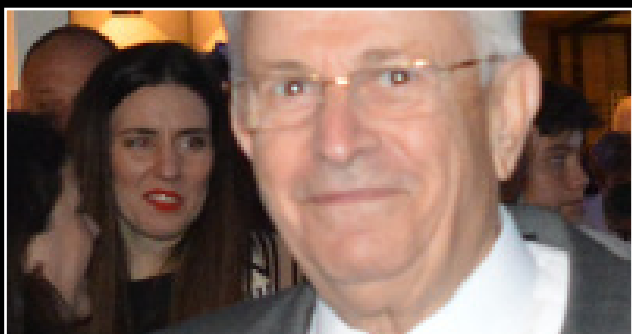
• ΜΗΤΣΟΠΟΥΛΟΣ

Τα σχέδια για επενδύσεις €21 εκατ. έως το 2027 και το νέο εργοστάσιο παραγωγής προψημένων προϊόντων



• BASF HELLAS

Στόχος να σπάσει το φράγμα των €200 εκατ. φέτος



• INTERTAN

Τα νέα προϊόντα και η επένδυση στην Γλύφα - Εστιάζει σε Ευρώπη και προμηθευτές από Ασία



• ΤΡΟΦΙΚΟ

Μπαίνει σε τυποποιημένη ελιά και ελαιόλαδο με επενδύσεις €13 εκατ.

EDITORIAL: Αρκεί να το θέλουμε...

SECRET RECIPE: Μύλοι Λούλη: Θεσμικοί και insiders σκουπίζουν τις μετοχές

Το
FNB SERVED
DAILY.
Food for thought... every day!

στην
SHAL 2024
INSPIRE FOOD BUSINESS

Ενημερωθείτε καθημερινά
για όσα συμβαίνουν, από τις
19 έως και τις 23 Οκτωβρίου,
στη No 1 έκθεση τροφίμων
και ποτών:

- Η παρουσία των ελληνικών επιχειρήσεων
- Οι νέες τάσεις στον κλάδο παγκοσμίως
- Καινοτόμα προϊόντα
- Συνεντεύξεις

ΜΕΤΑΔΙΔΟΥΝ:



Νεκτάριος
Β. Νώτης



Μάκης
Αποστόλου



Στέλλα
Αυγουστάκη

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Μαρία Μίλτου, maria@notice.gr

POWERED BY

ExportGate
EUROBANK

μασούτης

PROMO
SOLUTION
EXHIBIT. CREATE.

BIKOS®

MADE IN GREECE
— expro.

Theofylaktos

• 7-ELEVEN

ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΝΑ ΜΠΛΟΚΑΡΕΙ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ COUCHE-TARD

Σε ταχείες αλλαγές θα προχωρήσει η ιαπωνική Seven & i Holdings, ώστε να αποφύγει την εξαγορά της από την канаδική Couche-Tard, έναντι \$47 δισ. Τα πάντα θα εξαρτηθούν από την ικανότητα της εταιρείας να αναπτύξει μια νέας μορφής καταστήματα στην Ιαπωνία και να βελτιώσει τα περιθώρια κέρδους στο εξωτερικό, αναφέρουν αναλυτές και γνώστες του κλάδου.

ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ

Η Seven & i σχεδιάζει να αποσπάσει τη λειτουργία των super market και άλλων 30 περίπου "μη βασικών" μονάδων σε μια εταιρεία χαρτοφυλακίου ονόματι York Holdings. Παράλληλα, θα μετονομαστεί σε 7-Eleven Corp για να τονίσει τη νέα της εστίαση, ενώ στόχος είναι να βρεθούν στρατηγικοί επενδυτές για την York, ώστε τελικά να εισαχθεί στο χρηματιστήριο.

Η εν λόγω αναδιάρθρωση δείχνει την αποφασιστικότητα της Seven & i να απαλλαγεί από τα προβλήματα των τελευταίων ετών, μεταξύ των οποίων οι κακές επιδόσεις στα super market, που κατέστησαν την εταιρεία ως στόχο για προσφορά εξαγοράς από την Alimentation Couche-Tard

Inc, στην οποία ανήκει η Circle-K. Υπενθυμίζεται ότι η канаδική εταιρεία ανακοίνωσε μια προκαταρκτική προσφορά για την Seven & i τον Αύγουστο. Πηγές ανέφεραν ότι την περασμένη εβδομάδα την αύξησε κατά 22% σε περίπου \$47 δισ. Εάν η συμφωνία προχωρήσει, θα είναι η μεγαλύτερη εξαγορά ιαπωνικής εταιρείας από το εξωτερικό που έχει γίνει ως τώρα.

"ΑΝΑΠΟΦΕΥΚΤΗ ΑΠΟΦΑΣΗ"

Δεδομένης της πίεσης της Couche-Tard, η Seven & i πήρε μια "αναπόφευκτη απόφαση", να διασπάσει την επιχείρηση, δήλωσε ο βετεράνος ανεξάρτητος αναλυτής, Akihito Nakai.

Από την πλευρά της, η Seven & i έχει θέσει βραχυπρόθεσμους στόχους ανάπτυξης, συμπεριλαμβανομένου της επίτευξης κερδών \$670 εκατ. για το επόμενο οικονομικό έτος για τη μονάδα York.

Παρ' όλα αυτά, δεν είναι σαφές κατά πόσο καιρό οι μέτοχοι θα είναι πρόθυμοι να περιμένουν, καθώς στο παρελθόν οι Artisan Partners και ValueAct Capital είχαν ζητήσει από την εταιρεία να απαλλαγεί από την "περιττή διόγκωση".



Editorial

Αρκεί να το θέλουμε...

Εν αναμονή της επικείμενης συνόδου, COP 29, στο Μπακού του Αζερμπαϊτζάν, τον επόμενο μήνα, θυμήθηκα ότι, στην περυσινή, 28η ετήσια Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για την Κλιματική Αλλαγή, σχεδόν 200 χώρες δεσμεύτηκαν να βοηθήσουν να φτάσουμε στο "καθαρό μηδέν" (net zero) - το σημείο στο οποίο ο ανθρώπινος πολιτισμός δεν θα εκπέμπει πλέον αέρια του θερμοκηπίου - μέχρι το 2050.

Και διαβάζοντας μια πολύ ενδιαφέρουσα ανάλυση του Bloomberg, θυμήθηκα ότι, για να γίνει αυτό, απαιτούνται πάνω από \$215 τρισεκατομμύρια!

Οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας - ιδιαίτερα η ηλιακή και η αιολική - χαρακτηρίζονται ως το σημερινό αστέρι της μετάβασης. Όμως, οι πρόσφατες πρόοδοί μας αποτελούν μονάχα κλάσμα της αύξησης που απαιτείται.

Πρέπει να αξιοποιήσουμε την ηλιακή και την αιολική ενέργεια με πρωτοφανή ταχύτητα, τριπλασιάζοντας την παραγωγή μέχρι το τέλος της δεκαετίας.

Η ηλιακή ενέργεια αντιπροσώπευε τα τρία τέταρτα της νέας ανανεώσιμης ενέργειας, που προστέθηκε στο παγκόσμιο δίκτυο πέρυσι. Ωστόσο, ο Διεθνής Οργανισμός Ενέργειας συγκρίνει τον ρυθμό, που απαιτείται έως το 2030, με την εγκατάσταση του ισοδύναμου ενός από τους μεγαλύτερους υπάρχοντες σταθμούς ηλιακής ενέργειας στον κόσμο, όπως το πάνελ πολλών εκατομμυρίων, Bhadla Solar Park, μεγάλους Μανχάταν, στη βορειοδυτική Ινδία, σχεδόν κάθε μέρα.

Η παγκόσμια βιομηχανία αιολικών πάρκων είχε την καλύτερη χρονιά της το 2023, προσθέτοντας δυναμικό 117 δισεκατομμυρίων watt, ισοδύναμο με την ηλεκτρική ενέργεια, που χρησιμοποιούν 30 εκατομμύρια αμερικανικά νοικοκυριά.

Η ίδια ανάλυση αναφέρει ότι, σε έξι χρόνια από τώρα, η ετήσια αύξηση πρέπει να ισούται με την ισχύ που χρησιμοποιούν 80 εκατομμύρια σπίτια. Μια τέτοια έκρηξη των ΑΠΕ είναι εφικτή, αλλά θα κοστίζει περισσότερο από 1 τρισεκατομμύριο δολάρια ετησίως.

Πεδίο δόξης λαμπρό για να βρούμε ό,τι χρειάζεται, θα πω εγώ.

Αρκεί να το θέλουμε.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Μύλοι Λούλη: Θεσμικοί και insiders σκουπίζουν τις μετοχές

Αίσθηση προκαλεί στην αγορά η ισχυρή ανοδική αντίδραση που παρατηρείται στην Μύλοι Λούλη. Η εταιρεία, καταγράφει τέσσερις συνεχόμενες ανοδικές συνεδριάσεις, τραβώντας τα βλέμματα στη μικρή κεφαλαιοποίηση. Σε μια περίοδο, μάλιστα, που ο Γενικός Δείκτης του Χρηματιστηρίου Αθηνών κινείται εντός ενός στενού εύρους τιμών. Πληροφορίες αναφέρουν πως ανάμεσα στους αγοραστές είναι ένας θεσμικός και στελέχη της εταιρείας που βλέπουν τις προοπτικές ανάπτυξης.

To



FNB SERVED
DAILY.

Food for thought... every day!



μεταδίδει LIVE από το Παρίσι

SHAL **LiveTV**

INSPIRE FOOD BUSINESS

Αναλύσεις, συνεντεύξεις, σχολιασμός
Καθημερινά, στις 18:30, ζωντανά,
από την κορυφαία έκθεση
τροφίμων και ποτών

Στο **YouTube** κανάλι της
Notice Content & Services



Κάντε *subscribe*
για να ενημερώνεστε
πρώτοι

Από τις 19 έως και τις 23 Οκτωβρίου

Μεταδίδουν



**Νεκτάριος
Β. Νώτης**



**Στέλλα
Αυγουστάκη**

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Μαρία Μίλτου • maria@notice.gr

POWERED BY

ExportGate
EUROBANK

μασούτης
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

BIKOS

MADE IN GREECE
— expro.

Theofylaktos

• **KRAFT HEINZ**

ΕΠΟΜΕΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΤΟ HORECA ΜΕ ΟΠΛΟ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Στην κατανάλωση των προϊόντων της εκτός σπιτιού ποντάρει η Kraft Heinz, καθώς θεωρείται "αναπόσπαστο στρατηγικό στοιχείο" για την ανάπτυξή της και την αύξηση της ανταγωνιστικότητάς της. Ως εκ τούτου, ενώ η κέτσαπ και τα υπόλοιπα προϊόντα της εταιρείας είναι εδώ και δεκαετίες κομμάτι συνυφασμένου με τα νοικοκυριά, το επόμενο στοίχημα είναι να γίνει κάτι αντίστοιχο εκτός σπιτιού.

ΤΟ ΠΛΑΝΟ

Η στρατηγική της Kraft Heinz για τα γήπεδα, τα ξενοδοχεία, τα νοσοκομεία και άλλους χώρους ήταν μέχρι πρότινος απροσδιόριστη και χωρίς σαφές πλαίσιο, όπως επισήμανε ο πρόεδρος του τμήματος Away From Home της Kraft Heinz στην Βόρεια Αμερική, Peter Hall.

Πλέον, στην εν λόγω δραστηριότητα θα προστεθούν περισσότεροι υπάλληλοι, θα ενισχυθεί η ανάλυση δεδομένων, ενώ δόθηκε έμφαση στην έρευνα και ανάπτυξη.

ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ

Αντί απλώς να "πουλάει περισσότερα πράγματα", ο Hall δήλωσε ότι η Kraft Heinz αναγνώρισε τη συμβολή του foodservice για να αυξήσει το πελατολόγιό της και την ανταγωνιστικότητα του εμπορικού σήματος για ορισμένες από τις εμβληματικές προτάσεις της, όπως η Heinz Ketchup και το Philadelphia Cream Cheese.

"Ποντάρουμε πολλά και θα συνεχίσουμε να ποντάρουμε πολλά στον χώρο αυτό", δήλωσε ο Hall, εξηγώντας ότι "βλέπουμε τον ορίζοντα αυτής της δραστηριότητας για τα επόμενα 10 χρόνια, όχι μόνο εδώ στην Βόρεια Αμερική, αλλά και σε παγκόσμια κλίμακα, ως έναν ορίζοντα που αφορά την ανάπτυξη και τη διάθεση των εμπορικών σημάτων μας στα χέρια των ανθρώπων σε καθημερινή βάση".

ΟΡΑΤΑ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Φαίνεται πως η νέα στρατηγική έχει ήδη αποδώσει, αφού οι πωλήσεις του αρμόδιου τμήματος της εταιρείας αυξήθηκαν κατά 14% πέρυσι, ενώ ενισχύθηκε το μερίδιο αγοράς στην Βόρεια Αμερική και παγκοσμίως. Παράλληλα, η εταιρεία ανέφερε ότι τους τελευταίους 6 μήνες, κέρδισε "πολλά εκατομμύρια" σε νέες επιχειρήσεις. Η Kraft Heinz στοχεύει σε ανάπτυξη 2% έως 3% κατά τη διάρκεια της επόμενης δεκαετίας.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η επιτυχία της εταιρείας στον τομέα της εστίασης βασίζεται εν μέρει στην εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά, νωρίτερα από τις τάσεις. Για παράδειγμα, κυκλοφόρησε τα πρώτα από τα περιορισμένης διάρκειας Sauce Drops - συμπεριλαμβανομένων των Yuzu Wasabi, Creamy Chimichurri και Hatch Chili Ranch - σε εστιατόρια.

Η Kraft Heinz καινοτόμησε επίσης στα δοχεία καρυκευμάτων της, ώστε να είναι πιο εύχρηστα και να ανταποκρίνονται καλύτερα στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών.

Για παράδειγμα, το Heinz Remix επιτρέπει στους καταναλωτές να φτιάξουν τις δικές τους γευστικές δημιουργίες συνδυάζοντας τα αγαπημένα τους καρυκεύματα και παρουσιάστηκε το 2023 μετά από μόλις έξι μήνες ανάπτυξης.

Την ίδια χρονιά, η Kraft Heinz έκανε το ντεμπούτο της Heinz Tap, μιας συσκευής που διαθέτει 7 δοχεία δίπλα-δίπλα για να μοιράζει καρυκεύματα ξεχωριστά, όπως μαγιονέζα, μουστάρδα, κέτσαπ- γεγονός που την καθιστά εύχρηστη για τους καταναλωτές σε ένα στάδιο ή τους εργαζόμενους σε ένα εστιατόριο.



ΣΕ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ

Πάντως, η Kraft Heinz αναζητά περισσότερες ευκαιρίες για να επεκταθεί πέρα από τα εστιατόρια, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των δραστηριοτήτων της στον τομέα της εστίασης έχει πραγματοποιηθεί.

Σχεδόν τα 2/3 των προϊόντων που πουλά η Kraft Heinz εκτός σπιτιού είναι μάρκες που γνωρίζουν οι αγοραστές των super markets, όπως η εμβληματική κέτσαπ, το Kraft Mac & Cheese και το τυρί Philadelphia. Τα υπόλοιπα είναι προϊόντα, όπως η σούπα και μια σειρά ντομάτας σε κονσέρβα υψηλής ποιότητας με την ονομασία Escalon, τα οποία πωλούνται αποκλειστικά στην εστίαση.

• **ΒΙΚΟΣ**

ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟ 4th HEALTH RUN 2024 ΓΙΑ ΔΕΥΤΕΡΗ ΧΡΟΝΙΑ

Μεγάλος υποστηρικτής στη φιλανθρωπική εκδήλωση του "4th Health Run 2024" είναι για 2η χρονιά το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος.

Η διοργάνωση θα πραγματοποιηθεί το Σάββατο 19 Οκτωβρίου 2024 στο ΟΑΚΑ με σκοπό να στηρίξει τον Σύλλογο "Η Πίστη" που βρίσκεται στο πλευρό παιδιών με καρκίνο και των οικογενειών τους, καθώς μέρος τον εσόδων θα διατεθεί στον σύλλογο.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ

Το 4ο Health Run 2024 έχει ως στόχο να ευαισθητοποιήσει το κοινό και τους επίσημους φορείς για τις σοβαρές ελλείψεις που αντιμετωπίζουν τα παιδιά με καρκίνο, καθώς και να αναδείξει τις αδιάκοπες προσπάθειες των γιατρών, του νοσηλευτικού προσωπικού και των γονιών που στηρίζουν αυτά τα παιδιά στην καθημερινή του μάχη ενάντια στη νόσο.



INTERNATIONAL EXPO



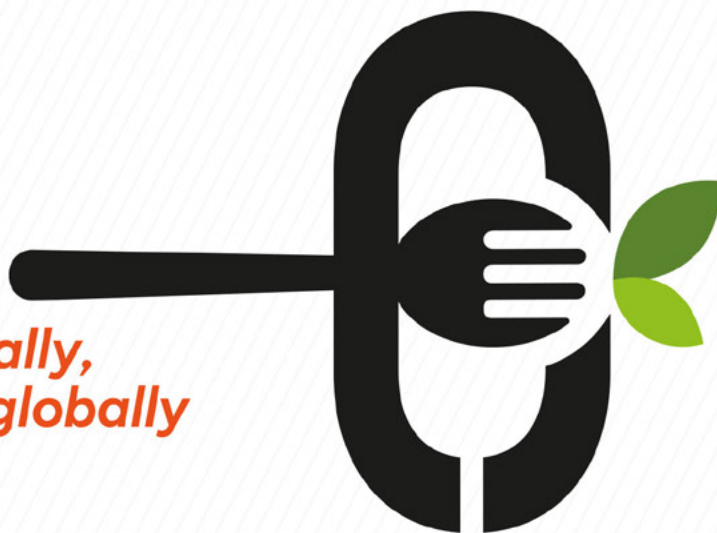
FOOD & DRINKS

by **Detrop** **HELEXPO**

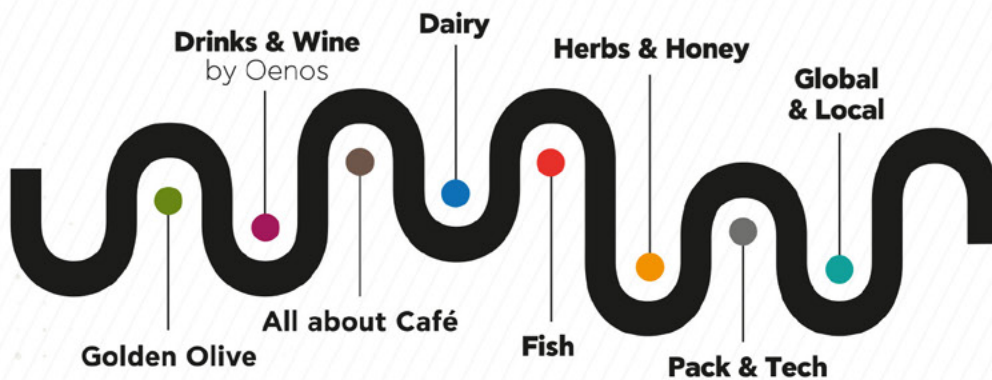
ΔΙΕΘΝΗΣ
ΕΚΘΕΣΗ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ &
ΠΟΤΩΝ

1-3.11.2024

ΔΙΕΘΝΕΣ
ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ
& ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ



*Eat locally,
think globally*



foodanddrinks-expo.gr

ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ
(ΥΠΟΒΡΑΧΙΟΝΟΜΕΝΟΙ - ΕΠΙΧΑΡΕΙΣ)



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ



ΔΗΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ
HELEXPO

ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ
ALL ABOUT CAFE



Η ΤΡΑΠΕΖΑ
ΤΗΣ ΔΕΘ-HELEXPO



ΕΠΙΣΗΜΟΣ
ΠΑΡΟΧΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ



ΕΠΙΣΗΜΟΣ ΧΟΡΗΓΟΣ
ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ



ΕΠΙΣΗΜΟΣ ΤΗΛΕΠΙ-
ΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΠΑΡΟΧΟΣ



OFFICIAL DATA CENTER
INTERNET PROVIDER



ΕΠΙΣΗΜΟΣ ΠΑΡΟΧΟΣ
ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΩΝ



Η ΜΠΥΡΑ ΜΑΣ

5 HOPS LAGER BEER



• **INTERTAN**

ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΓΛΥΦΑ - ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΕ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΑΠΟ ΑΣΙΑ

Η διατήρηση της ανοδικής της πορείας και του μεριδίου που κατέχει στην αγορά είναι ο στόχος της Intertan για τη φετινή χρονιά, επιδιώκοντας παράλληλα την περαιτέρω επέκταση στο εξωτερικό – με εξαγωγές σε περισσότερες από 25 χώρες - και κυρίως σε νέες αγορές της Ευρώπης όπου ήδη έχει παρουσία, σε Ην. Βασίλειο, Σκανδιναβία, Αυστρία, Μάλτα κ.ά.

Όπως σημειώνεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, "το άνοιγμα της εταιρείας μας πρωτίστως στην ευρωπαϊκή αγορά αποτελεί μονόδρομο, καθώς και η διατήρηση και αύξηση των φερέγγυων προμηθευτών μας, κυρίως της Άπω Ανατολής, για την προμήθεια εμπορευμάτων στο χαμηλότερο δυνατό κόστος, ώστε να έχουμε συγκριτικό πλεονέκτημα μείωσης κόστους έναντι των ανταγωνιστών μας".

Η ΚΙΝΗΣΗ ΤΟΥ 2022

Παράλληλα, σημειώνει ότι η αγορά ακινήτου και η μετατροπή του σε υπερσύγχρονο κέντρο μεταφόρτωσης και διακίνησης εμπορευμάτων θα δώσει άλλη δυναμική στην εξέλιξη της εταιρείας. Η συγκέντρωση όλων των παραρτημάτων και αποθηκών σε μία κεντρική βάση θα μειώσει τα κόστη και θα αυξήσει την ανταγωνιστικότητα με πολλαπλασιαστικά οφέλη.

Θυμίζουμε ότι το 2022 η εταιρεία είχε προχωρήσει σε επένδυση €6 εκατ., σε νέες κτιριακές εγκαταστάσεις στη θέση Γλύφα Χαλκίδας, αποκτώντας ένα συγκρότημα εγκαταστάσεων σε έκταση 412 στρεμμάτων, όπου στο παρελθόν λειτούργησαν διαδοχικά τα "Σωληνουργεία Αθηνών" και τα "Ελληνικά Σωληνουργεία".

Ο αρχικός προγραμματισμός της διοίκησης έκανε λόγο για επενδύσεις επιπλέον €10 εκατ. για τα νέα γραφεία, τις μονάδες παραγωγής και ένα υπερσύγχρονο κέντρο logistics ευρωπαϊκών προδιαγραφών, με το οποίο θα καλύψει όχι μόνο τις υπάρχουσες ανάγκες της εταιρείας σε χώρους αποθήκευσης και διακίνησης προϊόντων, αλλά και τα μελλοντικά της σχέδια επέκτασης.

ΠΡΟΦΙΛ

- Αποθήκες: 3 (Χαλκίδα, Λαμία, Αγρίνιο)
- Συνολική έκταση: 250.000 τ.μ.
- Στεγασμένος χώρος: 40.000 τ.μ.
- Παλέτες: 26.000
- Οχήματα (φορτηγά και επιβατικά): 18
- Ηλεκτρικά περνοφόρα ανυψωτικά: 12
- Van: 85
- Ανυψωτικά οχήματα: 15



Λευτέρης Τανιακίδης, CEO, Intertan

PORTFOLIO

Η Intertan της οικογένειας Τανιακίδη, η οποία έχει ιστορία μεγαλύτερη των 100 ετών, εισήλθε το 2010 στην αγορά των αναλώσιμων ειδών συσκευασίας τροφίμων και ποτών, πραγματοποιώντας εισαγωγές από μεγάλες παραγωγικές μονάδες παγκοσμίως. Μάλιστα, από το 2015 διαθέτει την ολοκληρωμένη σειρά φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων συσκευασίας Tessera Bio Products.

Στο portfolio της περιλαμβάνονται οι προϊόντικές σειρές:

- Tessera Sustainable Packaging
- Tani Professional
- Βρώσιμα καλαμάκια Sorbos
- Intertan Protect (για τον Ιατροτεχνολογικό και Προστατευτικό Εξοπλισμό)



ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ

Κατά το φετινό φθινόπωρο η εταιρεία λάνσαρε:

- Νέο πιατάκι 18 cm 4 Kids elements της παιδικής σειράς Tessera 4 Kids
- Χάρτινη αντικολλητική φόρμα ψησίματος Tani Home για φριτέζα αέρος (air fryer)
- Αντικολλητικά χαρτιά για επαγγελματικές κουζίνες
- Κολωνάτα ποτήρια PS της σειράς Tani Professional
- Σκεύη μικροκυμάτων 1.700 ml και 2.500 ml



Είχαν προηγηθεί την άνοιξη και το καλοκαίρι τα ακόλουθα λανσαρίσματα:

- καπάκια και κυπελάκια από ζαχαροκάλαμα στην γκάμα προϊόντων Tessera Sustainable Packaging
- αντικολλητικό χαρτί ψησίματος της σειράς Tani Home
- kraft μπωλ με χωρητικότητα γεύματος 1.300 ml
- τρίγωνο κουτί για κρέπες/πίτσες στη σειρά Tani Professional
- νέα μεγέθη στα κουτιά Enjoy και Kraft της σειράς Tani Professional
- τετράγωνα deli boxes
- νέα κουτιά kraft & metalised pet ζαχαροπλαστικής

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2023

Η περυσινή χρονιά έκλεισε με μια μικρή κάμψη της τάξης του 1,9% στις πωλήσεις, στα επίπεδα των €50 εκατ., με το μικτό αποτέλεσμα να είναι βελτιωμένο κατά 14,6% σε σχέση με το 2022. Ωστόσο, η μεγάλη αύξηση στα έξοδα (40% στα έξοδα διοίκησης και 21% στα έξοδα διάθεσης) οδήγησε σε μείωση κατά 34% των προφώρων κερδών της εταιρείας, στα €2,77 εκατ.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	2023: 50.058
	2022: 51.026
	2021: 38.485
Μικτό αποτέλεσμα	2023: 16.233
	2022: 14.166
	2021: 10.482
Κέρδη προ φόρων	2023: 2.770
	2022: 4.202
	2021: 3.536

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• HALLOWEEN

ΤΟ ΑΚΡΙΒΟ ΚΑΚΑΟ ΦΕΡΝΕΙ ΛΙΓΟΤΕΡΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΦΕΤΟΣ

Στροφή στις καραμέλες και τα ζαχαρωτά επιχειρούν στο φετινό Halloween η σοκολατοβιομηχανία Hershey και άλλοι παραγωγοί, επιχειρώντας να αντισταθμίσουν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στον εφοδιασμό τους με κακάο. Να σημειωθεί ότι οι τιμές του κακάο έχουν διπλασιαστεί από τις αρχές του 2024, κάτι που έχει οδηγήσει σε αυξημένες τιμές και τα αντίστοιχα προϊόντα. Οι τιμές αναμένεται να παραμείνουν υψηλές τουλάχιστον μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2025, σύμφωνα με την Wells Fargo. Ως αποτέλεσμα, οι κατασκευαστές γλυκών τροποποιούν τα συστατικά και τις ποσότητες στα προϊόντα τους, ώστε να βασίζονται λιγότερο στο κακάο.

ΚΑΚΕΣ ΚΑΙΡΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ

Σύμφωνα με την έκθεση που δημοσίευσε το αγροδιατροφικό ινστιτούτο της Wells Fargo, το κακάο βρίσκεται σε επίπεδα ρεκόρ λόγω της αλλαγής των καιρικών συνθηκών στη δυτική Αφρική, την κύρια περιοχή παραγωγής του, κάτι που έχει προκαλέσει αντιστοίχως μειωμένες ποσότητες παραγωγής. Η φετινή περίοδος καλλιέργειών ήταν ξηρότερη από την αναμενόμενη, σύμφωνα με την έκθεση, καθώς χτυπήθηκε από το El Niño και ανέμους που έφεραν σκόνη στην περιοχή, η οποία μπλόκαρε το φως που χρειάζονται οι λοβοί του κακάο για να αναπτυχθούν. Άλλωστε, η ιδιαιτερότητα του κακάο σε σχέση με άλλες καλλιέργειες, είναι ότι απαιτεί έναν πολύ συγκεκριμένο τύπο καιρικών συνθηκών για την παραγωγή του. Ως εκ τούτου, οι παραγωγοί δεν είναι σε θέση να συμβαδίσουν με την αυξανόμενη ζήτηση χωρίς να αυξήσουν τις τιμές.

ΣΕ ΧΑΜΗΛΟ 50 ΕΤΩΝ ΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ

"Τα αποθέματα βρίσκονται σε χαμηλό 50 ετών, μειώνονται τους τελευταίους 15 μή-

νες. Η χαμηλότερη παραγωγή έχει προκαλέσει αναταραχή στην αγορά, με αποτέλεσμα να βλέπουμε τις τιμές των προθεσμιακών συμβολαίων να εκτοξεύονται στα ύψη τα τελευταία 2 χρόνια, επειδή η ζήτηση για σοκολάτα, για γεύσεις κακάο και γλυκίσματα, εξακολουθεί να αυξάνεται ετησίως", δήλωσε ο David Branch για την Wells Fargo και συμπλήρωσε ότι "η κατάσταση έχει γίνει πολύ άσχημη".

Ενδεικτικά, η παραγωγή κακάο στην Ακτή Ελεφαντοστού προβλέπεται να είναι κατά 22,4% χαμηλότερη το 2024 σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Σύμφωνα με τον Branch, υπάρχουν διαφορές στον τρόπο που οι παραγωγοί γλυκών αντιδρούν στις αυξήσεις των τιμών του κακάο. Για παράδειγμα, οι παραγωγοί σοκολάτας υψηλότερων προδιαγραφών θα συνεχίσουν να χρεώνουν περισσότερο.

Από την άλλη, οι παραγωγοί πιο προσιτής σοκολάτας, όπως η Hershey, η Nestlé και η Mars, πλήττονται σημαντικά και επικεντρώνονται στην ενίσχυση των γλυκισμάτων που δεν απαιτούν κακάο. Ο Branch έφερε ως παράδειγμα τις νέες καραμέλες που λανσάρονται αυτή την περίοδο του Halloween, συμπεριλαμβανομένης της Hershey's Shaq-A-Licious, οι οποίες παρασκευάζονται σε συνεργασία με τον θρύλο του NBA, Shaquille O'Neal. Επίσης, φέτος λανσαρίστηκε μια μπάρα Kit Kat με γεύση κανέλας, η οποία δεν περιέχει σοκολάτα.

"Ουσιαστικά μειώνουν την ποσότητα σοκολάτας και επιχειρούν να ενισχύσουν τις πωλήσεις προϊόντων που δεν περιέχουν σοκολάτα", δήλωσε ο Branch, συμπληρώνοντας ότι στη θέση της σοκολάτας αυξάνονται οι ποσότητες άλλων ειδών, όπως οι ξηροί καρποί.



• ΟΥΖΟ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ ΠΡΕΣΒΕΥΤΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ TAX FREE WORLD ASSOCIATION

Γεύση από ελληνικό καλοκαίρι απόλαυσαν όσοι βρέθηκαν στο περίπτερο του Ούζου Πλωμαρίου που συμμετείχε και φέτος στην έκθεση Tax Free World Association στις Κάννες. Η ποτοποιία υποδεχόταν τους επισκέπτες με ένα δροσερό ούζο, ενώ η καμπάνια "window to Greece" κέρδισε τις εντυπώσεις.

Στο ειδικό stand του περιπτέρου του Ούζου Πλωμαρίου, που φέτος γιορτάζει τα 130 του χρόνια, υπήρχε η συλλεκτική επετειακή του φιάλη και η επετειακή συσκευασία, με πρωταγωνιστή το σύμβολο του Ούζου Πλωμαρίου, που θα διατίθεται για όλο το 2024 στις χώρες του εξωτερικού.

Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Στη σχετική ανακοίνωση αναφέρεται ακόμη ότι, "η έκθεση αποτέλεσε την ευκαιρία να πραγματοποιηθούν μια σειρά από σημαντικές συναντήσεις με νέους και υπάρχοντες πελάτες που αναμένεται να συμβάλουν στην ανάπτυξη καινούριων σημαντικών συνεργασιών".

Στην Γαλλία ήδη δρομολογείται η τοποθέτηση του Ούζου Πλωμαρίου σε δίκτυο από κάβες της χώρας, ενώ έντονο ήταν φέτος το ενδιαφέρον από το Μαυροβούνιο, όπου σύντομα θα δρομολογηθεί η τοποθέτηση του Ούζου Πλωμαρίου, στην εγχώρια αγορά και στα duty free.

Αυτή τη στιγμή το Ούζο Πλωμαρίου βρίσκεται ήδη σε καταστήματα αφορολογητών ειδών στο εξωτερικό, σε χώρες όπως οι:

- Γερμανία
- Βουλγαρία
- Ισραήλ
- Τουρκία
- Ντουμπάι
- Κύπρος
- Ιράκ
- Εσθονία
- Φινλανδία



• **BASF HELLAS**
ΣΤΟΧΟΣ ΝΑ ΣΠΑΣΕΙ ΤΟ ΦΡΑΓΜΑ ΤΩΝ €200 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ

Το φράγμα των €200 εκατ. σε τζίρο επιδιώκει να ξεπεράσει φέτος η BASF στην Ελλάδα, η οποία πέρυσι έκλεισε τη χρήση με κύκλο εργασιών €170 εκατ., όπως πληροφορείται το FNB Daily. Η εταιρεία ανήκει στην ομώνυμη πολυεθνική που δραστηριοποιείται στον κλάδο των προϊόντων φυτοπροστασίας και λοιπών χημικών.

HUB Η ΕΛΛΑΔΑ ΓΙΑ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΜΗΤΡΙΚΗΣ

Στην Ελλάδα η εταιρεία έχει αναλάβει την εισαγωγή και εμπορία μιας εκτενούς γκάμας προϊόντων από τον κλάδο χημικών του BASF Group, αλλάζοντας το επιχειρηματικό μοντέλο που λειτουργούσε μέχρι εκείνη τη στιγμή. Στη χώρα μας διαθέτει μια εγκατάσταση συσκευασίας στη ΒΙ.ΠΕ. Σίνδου, όπου επενδύει συνεχώς προκειμένου να ενισχύσει τη δυναμικότητα της, καθώς από εκεί εξάγει σε όμορες χώρες (κυρίως Βαλκάνια) όπου

η Basf διαθέτει θυγατρικές εταιρείες, λειτουργώντας ως hub.

Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, οι επενδύσεις στην εγκατάσταση στην Ελλάδα είναι προσανατολισμένες στην ασφάλεια αλλά και στο να είναι φιλικές προς το περιβάλλον, έχοντας ως στόχο την αειφορία.

ΜΕΙΩΣΗ ΑΝΘΡΑΚΙΚΟΥ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ

Αυτός είναι και ο πυρήνας της στρατηγικής της μητρικής, δηλαδή το να μειώσει δηλαδή το ανθρακικό της αποτύπωμα, παράγοντας προϊόντα που να είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Μέχρι στιγμής αυτό το έχει επιτύχει σε σημαντικό βαθμό, επιδιώκοντας σε ακόμα περισσότερη μείωση σε μέλλον. Στο πλαίσιο αυτό έχει μπει και στην παραγωγή πράσινης ενέργειας, δημιουργώντας αιολικά πάρκα στην Γερμανία σε συνεργασία και με άλλες εταιρείες.



Βασίλης Γούναρης, Διευθύνων Σύμβουλος, BASF Ελλάς

• **DARDANEL GREECE**
ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΖΙΡΟΥ ΚΑΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ ΤΟ 2024

Χρονιά σταθεροποίησης είναι το 2024 για την Dardanel Greece, όσον αφορά τον κύκλο εργασιών και την κερδοφορία της, με τη διοίκηση να δίνει έμφαση στο αναπτυξιακό της πλάνο με σκοπό την επίτευξη στρατηγικών συνεργασιών με προμηθευτές και προϊόντα προστιθέμενης αξίας. Προτεραιότητα για την εταιρεία είναι ο εξορ-

θολογισμός του λειτουργικού της κόστους και η βελτίωση των υποδομών και των συστημάτων, τα οποία αναβαθμίζει συνεχώς, καθώς και στην εκπαίδευση του προσωπικού της.

ΑΥΞΗΣΗ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΑΓΟΡΑΣ

Φέτος φαίνεται ότι οι πωλήσεις στην κατηγορία των τροφίμων (νωπά και κατεψυγμέ-

να προϊόντα) σταθεροποιούνται, ενώ τα προϊόντα που διαχειρίζεται η εταιρεία συνεχίζουν να κερδίζουν μερίδιο αγοράς.

Ωστόσο, η διοίκηση υπογραμμίζει πως οι απειλές από την παγκόσμια ενεργειακή κρίση καθιστούν ευάλωτες οποιοσδήποτε προβλέψεις κύκλου εργασιών και εσόδων.

Ο κλάδος των τροφίμων δείχνει αντοχές όσον αφορά το υπάρχον χαρτοφυλάκιο και οποιαδήποτε εκτίμηση, όμως, για το συγκεκριμένο οικονομικό έτος είναι παρακινδυνευμένη με βάση το περιβάλλον και τη χαμηλή καταναλωτική εμπιστοσύνη.



Osman Niyazi
Open, Πρόεδρος
ΔΣ, Διευθύνων
Σύμβουλος,
Dardanel Greece

DATA (σε €χιλ.)	
<u>Κύκλος εργασιών</u>	
2023:	8.132
2022:	3.180
Μεταβολή:	155,76%
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>	
2023:	839
2022:	800
Μεταβολή:	4,80%
<u>Αποτέλεσμα προ φόρων</u>	
2023:	(3.678)
2022:	5.367

• GRUNE WOCHE ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΙΣ ΠΥΛΕΣ ΤΗΣ ΣΤΙΣ 17 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ

Τις πύλες της θα ανοίξει και πάλι στο Εκθεσιακό Κέντρο του Βερολίνου από τις 17 έως τις 26 Ιανουαρίου 2025 η Διεθνής Έκθεση Τροφίμων και Αγροτικών Παραδοσιακών Προϊόντων με απευθείας πώληση στον τελικό καταναλωτή, Grüne Woche, την οποία αντιπροσωπεύει στην Ελλάδα το Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο.

Η Grüne Woche, εστιάζοντας σε επίκαιρα κοινωνικά θέματα, όπως η προστασία του κλίματος, η κυκλική οικονομία, η διατήρηση των πόρων και η βιώσιμη διαχείριση των γεωργικών εκτάσεων, αποτελεί την κορυφαία διεθνή εμπορική έκθεση για τα τρόφιμα, τη γεωργία και την κηπουρική.

ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ

- γερμανικές περιφέρειες
- world-Tour
- πράσινο στην καθημερινότητα,
- ανθοκομική
- οικόσιτα ζώα
- streetfood
- κήπος
- σπίτι & αυλή
- event Farm

ΦΟΡΟΥΜ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Επιπλέον, η έκθεση φιλοξενεί το Παγκόσμιο Φόρουμ για τα Τρόφιμα και τη Γεωργία (GFFA) που διοργανώνεται από το

Ομοσπονδιακό Υπουργείο Τροφίμων και Γεωργίας της Γερμανίας και αποτελεί το κορυφαίο διεθνές συνέδριο για βασικά ζητήματα που αφορούν το μέλλον της παγκόσμιας γεωργίας και της βιομηχανίας τροφίμων. Στο πλαίσιο του GFFA λαμβάνει χώρα και η διάσκεψη, περισσότερων από 70, διεθνών Υπουργών Γεωργίας.

Η Διεθνής Πράσινη Εβδομάδα, κατά τις δέκα ημέρες διεξαγωγής της, προσφέρει στους εκθέτες από τη διεθνή κοινότητα τη δυνατότητα δικτύωσης, ανταλλαγής ιδεών και παρουσίασης ενός ευρέος φάσματος προϊόντων στους επισκέπτες.

ΤΑ FACTS ΤΗΣ ΦΕΤΙΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ

Στη διοργάνωση του 2024 συμμετείχαν 1.400 εκθέτες από 61 χώρες, καλύπτοντας εκθεσιακή επιφάνεια 118.000 τ.μ., ενώ την έκθεση επισκέφτηκαν 300.000 διεθνείς επισκέπτες, οι οποίοι ενημερώθηκαν για τη σύγχρονη γεωργία και τη βιομηχανία τροφίμων, τις γεωστρονομικές τάσεις και θέματα που αφορούν τη βιωσιμότητα.

Οι δηλώσεις συμμετοχής γίνονται μέσω της επίσημης ιστοσελίδας της έκθεσης, ενώ για περισσότερες πληροφορίες ο κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να απευθύνεται στο Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο και στην ειδική ιστοσελίδα του για τις εκθέσεις.



• ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΣΤΗΝ ΤΑΙΝΙΑ FLOW ΤΟ ΒΡΑΒΕΙΟ ΚΟΙΝΟΥ FISCHER ΣΤΟ 30ο ΔΙΕΘΝΕΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

Η ταινία "Flow" του Γκιντις Ζιλμπαλόντις κέρδισε το Βραβείο Κοινού Fischer στην τελετή λήξης του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας "Νύχτες Πρεμιέρας", όπου για 6η διαδοχική χρονιά η Fischer έδωσε την ευκαιρία στους θεατές να αναδείξουν την κινηματογραφική προτίμησή τους.

"ΧΡΥΣΗ ΑΘΗΝΑ"

Μάλιστα, το "Flow" απέσπασε και το Βραβείο Καλύτερης Ταινίας "Χρυσή Αθηνά". Η πιο σινεφίλ μπίρα, ήταν εκεί για να υποστηρίξει το Φεστιβάλ που έκλεισε 30 χρόνια, δίνοντας την ευκαιρία στο κοινό να ψηφίσει την ταινία που ξεχώρισε μεταξύ των 13 συμμετοχών στο διαγωνιστικό τμήμα του Φεστιβάλ. Περισσότεροι από 6.000 θεατές συμμετείχαν στην ψηφοφορία για το Βραβείο Κοινού δίνοντας φωνή στους λάτρεις της 7ης τέχνης.

ΤΙ ΠΡΕΣΒΕΥΕΙ ΤΟ BRAND

Στην τελετή λήξης, το βραβείο ανένευσε η Marketing Manager Fischer & International Brands της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας, Πνεελόπη Ζαούδη, η οποία δήλωσε ότι "για εμάς, στη Fischer είναι σημαντικό που είμαστε παρόντες σε αυτήν τη σπουδαία γιορτή, καθώς αυτό που προσβέβουμε ως μάρκα είναι η αναζήτηση ευκαιριών για να απολαμβάνουμε τη ζωή και το φετινό Φεστιβάλ μας έδωσε άπλετες, καθώς στις κινηματογραφικές αίθουσες περιηγηθήκαμε σε άλλους κόσμους, βιώσαμε ιστορίες που μας συγκίνησαν, μας προκάλεσαν να σκεφτούμε και μας άνοιξαν νέους ορίζοντες".



• ΤΡΟΦΙΚΟ

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΕ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΕΛΙΑ ΚΑΙ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €13 ΕΚΑΤ.

Σε τροχιά υπέρβασης των €8 εκατ. κύκλου εργασιών για τη φετινή χρονιά βρίσκεται η Τρόφικο ΑΕ, με τη διοίκηση να έχει κυκλώσει τα €10 εκατ. ως στόχο για το τέλος της ερχόμενης πενταετίας.

Σύμφωνα με τον Θεόδωρο Τσόμπο, εκ των ιδιοκτητών της εταιρείας που εδρεύει στο Αγρίνιο και έχει ως βασικό αντικείμενο την επιτραπέζια ελιά, ο στόχος αυτός είναι απόλυτα εφικτός, αν ληφθούν υπόψη όχι μόνο οι οικονομικές επιδόσεις των τελευταίων ετών (ενδεικτικά, αύξηση σχεδόν 160% στο τζίρο και 177% στο EBITDA το 2022, σύμφωνα με τον τελευταίο δημοσιοποιημένο ισολογισμό) αλλά και η στρατηγικού χαρακτήρα στροφή που υλοποιεί την τελευταία εξαετία.

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ RETAIL

"Μέχρι το 2018, πουλούσαμε αποκλειστικά bulk (χύδην) επιτραπέζιες ελιές σε πλαστικούς περιέκτες σε αγοραστές από Ευρώπη, ΗΠΑ και Αυστραλία οι οποίοι τα μεταπωλούσαν είτε στη χονδρική είτε, αφού πρώτα τα ανασυσκευάζαν, στη λιανική", αναφέρει στο FNB Daily.

Σε εκείνο το χρονικό σημείο αποφάσισαν να μπουν στην επιχείρηση οι δύο αδελφοί του, Δημήτρης και Αλέξανδρος, αυξάνοντας τη δύναμη πυρός και ξεκινώντας ένα πρόγραμμα επενδύσεων άνω των €12 εκατ., που εκτείνεται μέχρι σήμερα, με το μεγαλύτερο μέρος να προέρχεται από ίδια κεφάλαια. Ο στόχος ήταν η Τρόφικο να εισέλθει με αξιώσεις στο κανάλι του retail.

"Έχει υλοποιηθεί σχεδόν το 90% του επενδυτικού πλάνου, το οποίο αφορά κτιριακά αλλά και νέα μηχανήματα", αναφέρει ο κ. Τσόπος, εξηγώντας ότι στην ιδιόκτητη έκταση των 30 στρεμμάτων στο 6ο χλμ της Ε.Ο. Αγρινίου – Αντιρρίου οι εγκαταστάσεις επεκτάθηκαν από 1.600 τ.μ. σε 10.000 τ.μ.

ΣΤΟ 20% ΦΕΤΟΣ ΟΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΕΛΙΕΣ

Στο σκέλος του εξοπλισμού, αγοράστηκαν μηχανήματα παστερίωσης αλλά και συσκευαστικές για την τυποποίηση ελιάς σε διάφορες μορφές (βαζάκια, σακουλάκια, για σνακ κ.ά.). Εδώ και λίγους μήνες η Τρόφικο διαθέτει επιτραπέζιες ελιές είτε με το δικό της brand, είτε ως private label, με τον κ. Τσόμπο να εκτιμά ότι φέτος το τυποποιημένο προϊόν θα αντιστοιχεί στο 20% των πωλήσεων, με την προοπτική το ποσοστό αυτό να ανέλθει



στο 50% μέσα στην επόμενη πενταετία.

Το πελατολόγιό της προέρχεται ως επί το πλείστον από την Κεντρική Ευρώπη (Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Βέλγιο κ.α.), τα Βαλκάνια και τις ΗΠΑ, ωστόσο έχει καταφέρει να διεισδύσει και σε κάποιες καινούργιες και ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες αγορές όπως η Νότια Κορέα η Σαουδική Αραβία και η Αφρική, όπως επισημαίνει ο επιχειρηματίας. Εκτός από τις επιτραπέζιες ελιές, μέρος των επενδύσεων κατευθύνθηκε και στο ελαιόλαδο, μια καινούργια, για την Τρόφικο, δραστηριότητα που ωστόσο δεν ξεκίνησε με τις καλύτερους οιωνούς. "Προμηθευθήκαμε εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας, ανοξείδωτα δοχεία, φίλτρα, γραμμές εμφιάλωσης, δημιουργώντας μια μονάδα δυναμικότητας 3.000 μπουκαλιών την ώρα. Όταν όμως ξεκίνησε να λειτουργεί, η τιμή του ελαιόλαδου είχε φτάσει στα €10/κιλό", σημειώνει ο κ. Τσόπος.

ΔΕΝ ΒΙΑΖΕΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Εκείνη την περίοδο που άπαντες αναζητούσαν ελαιόλαδο, την πόρτα της Τρόφικο χτύπησαν ουκ ολίγοι έμποροι προκειμένου να προμηθευτούν χύμα προϊόν. "Επιλέξαμε όμως να αρνηθούμε, καθώς συνειδητή απόφασή μας είναι να πουλάμε αποκλειστικά τυποποιημένο ελαιόλαδο, ει δυνατόν με τη δική

μας μπράντα, όπως έχουμε κάνει ως τώρα σε λίγες ποσότητες. Στη χειρότερη περίπτωση, θα μπορούσαμε να κάνουμε και ιδιωτική ετικέτα σε ένα ποσοστό, όμως σε κάθε περίπτωση επιθυμία μας είναι να δώσουμε στο ελαιόλαδο την υπεραξία που του αξίζει", τονίζει ο κ. Τσόπος.

Άλλωστε, όπως συμπληρώνει ο ίδιος, ο στόχος είναι μακροπρόθεσμο το ελαιόλαδο να αποτελέσει βασικό προϊόν στο χαρτοφυλάκιο της εταιρείας. "Έχουμε την πολυτέλεια να το περιμένουμε και προτιμούμε η ανάπτυξη του να γίνει αργά αλλά σωστά", τονίζει.

ΝΕΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ

Με τον τζίρο ήδη από τον Αύγουστο να έχει ξεπεράσει εκείνον για το σύνολο του 2023, η εταιρεία έχει καταρτίσει ένα νέο επενδυτικό πλάνο άνω του €1 εκατ. με ορίζοντα διετίας για νέες γραμμές συσκευασίες και μηχανήματα ελέγχου της ποιότητας και της ασφάλειας.

Όπως εξηγεί ο κ. Τσόπος, ο εξοπλισμός αυτός είναι απαραίτητος λόγω των αυστηρών και ειδικών απαιτήσεων ασφαλείας που έχουν ορισμένες αγορές, όπως το Ην. Βασίλειο, οι ΗΠΑ και η Ιαπωνία.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΜΗΤΣΟΠΟΥΛΟΣ

ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €21 ΕΚΑΤ. ΕΩΣ ΤΟ 2027 ΚΑΙ ΤΟ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΨΗΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Σε αύξηση του κύκλου εργασιών και αύξηση κερδοφορίας στοχεύει για την τρέχουσα χρήση η Μητσόπουλος. Με σκοπό την ενίσχυση του τζίρου της, διευρύνει το δίκτυο διανομής των προϊόντων της, μέσω ανάπτυξης νέων καναλιών πώλησης. Η εταιρεία ισχυροποιεί τη θέση της στην αγορά και καταγράφει σταθερά ανοδική πορεία.

Σημειώνεται πως στο σύνολο τους οι δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με την εταιρεία (σε όλο το φάσμα της καθετοποιημένης παραγωγής κρέατος), αλλά και εταιρείες συνδεδεμένες μετοχικά με τη διοίκηση, αθροίζουν κύκλο εργασιών που προσεγγίζει τα €70 εκατ.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2023

Αναφορικά με την πορεία του 2023, η περυσινή ανάπτυξη του 8,5% κατανέμεται ανά κανάλι διανομής ως εξής:

- 3,5% στα super markets
- 3% στο κανάλι HoReCa
- 2% σε key account customers

Η μεταβολή αυτή οφείλεται τόσο στην αποδοχή των προϊόντων της εταιρείας σε σχέση με τη ζήτηση της αγοράς, όσο και στην περαιτέρω ανάπτυξη δεσμών εμπιστοσύνης με την πελατεία της.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2023: 51.073

2022: 47.254

Μικτό αποτέλεσμα

2023: 3.603

2022: 1.927

EBITDA

2023: 2.323

2022: 978

Αποτέλεσμα προ φόρων

2023: 287

2022: (794)



ΑΝΟΙΞΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΑΣ

Φέτος οι πωλήσεις του εξωτερικού για την Μητσόπουλος εμφανίζονται ενισχυμένες σε σχέση με το 2023. Κύριες χώρες προορισμού των εξαγωγών της εταιρείας αποτελούν:

- Αγγλία (η οποία συσιτά και νέα αγορά στην οποία εισήλθε)
- Γερμανία
- Ολλανδία
- Βέλγιο
- Κύπρος

Ο στρατηγικός σχεδιασμός της εταιρείας είναι τέτοιος, ώστε οι παραπάνω εμπορικές συναλλαγές να συνεχιστούν και να αναπτυχθούν σε μεγαλύτερο βαθμό.

Σκοπός είναι και το άνοιγμα νέων αγορών σε Σκανδιναβία, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Γαλλία και Ισπανία, με απώτερο στόχο οι εξαγωγές να κυμανθούν σε διψήφιο ποσοστό ως προς τον συνολικό της τζίρο. Σύμφωνα με την εταιρεία, πρόκειται για στόχο που θεωρείται επί του παρόντος απόλυτα εφικτός.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η Μητσόπουλος από το 2022 έως και σήμερα έχει ολοκληρώσει επενδύσεις €9 εκατ., ενώ σχεδιάζονται επενδυτικά προγράμματα €21 εκατ. έως το 2027. Εντός του έτους η εταιρεία προχώρησε στην έναρξη λειτουργίας φωτοβολταϊκού πάρκου ισχύος 3.000 kWp με στόχο την ενεργειακή αυτονομία των μονάδων της και την απομείωση του ανθρακικού της αποτυπώματος. Παράλληλα, σχεδιάζει την ανάπτυξη ενός ακόμα πάρκου, αντίστοιχης ισχύος, με

στόχο την πλήρη ενεργειακή της αυτονομία. Φέτος, εγκαταστάθηκε στο εργοστάσιο μια νέα smart γραμμή συσκευασίας, προσδίδοντας νέες παραγωγικές δυνατότητες με σύγχρονο σύστημα επισήμανσης. Ήδη, το πρόγραμμα που υλοποιεί στοχεύει στην αντικατάσταση εξοπλισμού παραγωγής παλαιότερης γενιάς με νέο σύγχρονο "eco" εξοπλισμό.

ΤΑ ΠΛΑΝΑ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ

Η εταιρεία σχεδιάζει και αναπτύσσει νέο σύγχρονο εργοστάσιο παραγωγής προ ψημένων προϊόντων, πλησίον των σημερινών εγκαταστάσεών της. Η νέα μονάδα θα είναι σχεδιασμένη και πιστοποιημένη στα πρότυπα Halal και Coser, ενώ θα διαθέτει υπερσύγχρονες γραμμές παραγωγής. Παράλληλα, η διοίκηση της Μητσόπουλος έχει βάλει στόχο να είναι το πρώτο εργοστάσιο κρέατος που θα εφαρμόζει ένα πλήρες ρομποτικό σύστημα σε ολόκληρη την αλυσίδα της παραγωγής στα τμήματα κοπής, συσκευασίας, ετικετοποίησης, ελέγχου τελικού προϊόντος, κιβωτοποίησης και παλετοποίησης. Στο πλαίσιο ολιστικής επένδυσης στην αλυσίδα παραγωγής, υλοποιεί επενδυτικό σχέδιο ολικής αναβάθμισης των εγκαταστάσεων στο Καλέντζι Κορινθίας με στόχο τη βελτίωση της ευζωίας των ζώων. Αξίζει να αναφερθεί ότι η εταιρεία συμμετέχει σε ερευνητικά προγράμματα για νέα, καινοτόμα προϊόντα κρέατος σε συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, αλλά και με το Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr