

Retail TODAY

Πλαίσιο: 50 χρόνια δημιουργίας και εξέλιξης

Ραγδαία ανάπτυξη του Tax Free Shopping

Πώς «έτρεξαν» το 2018 τα γαλακτοκομικά

ΑΝΟΔΟΣ ΣΤΟΝ ΚΥΚΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΚΑΤΑ 5%

Θετικό πρόσημο για τον κλάδο χρωμάτων το 2018

Σε ανοδικούς ρυθμούς κινείται ο κλάδος των χρωμάτων στη χώρα μας, μετά την ελεύθερη πτώση της οικοδομικής και κατασκευαστικής δραστηριότητας την περίοδο της κρίσης. Σύμφωνα με τον **Πάνο Σκαρλάτο**, διευθυντή της **Πανελληνίας Ένωσης Βιομηχανιών Χρωμάτων Βερνικιών και Μελανιών**, η αύξηση του κύκλου εργασιών το 2018 ανέρχεται στο 5%. Ενδεικτικό στοιχείο της πορείας των εγχώριων βιομηχανιών είναι ότι τα προηγούμενα χρόνια ο κύκλος εργασιών του υποχώρησε κατά 42%,

με χειρότερη χρονιά το 2012. Παρά τα θετικά αποτελέσματα των δύο τελευταίων ετών, δεν αναμένεται επιστροφή στα προ της κρίσης μεγέθη. Για το 2019 εκτιμάται ότι θα υπάρξει περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου λόγω του τουρισμού, των ανακαινίσεων, της κατασκευής νέων ξενοδοχειακών μονάδων και των έργων εξοικονόμησης ενέργειας στα κτίρια. Η εξαγωγική δραστηριότητα του κλάδου αντιστοιχεί στο 8% των πωλήσεων, ενώ τα προϊόντα των ελληνικών βιομηχανιών καλύπτουν το 95% της εγχώριας ζήτησης.

Η ΜΑΡΚΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μετά τη Γαλλία ήρθε και στη χώρα μας η πρωτοβουλία «**Μάρκα του Καταναλωτή**», που αφορά τη δημιουργία προϊόντων με τη συνεργασία καταναλωτών και παραγωγών. Σκοπός του εγχειρήματος είναι οι καταναλωτές να αποφασίζουν για τις προδιαγραφές, την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων, στηρίζοντας τους Έλληνες παραγωγούς με δίκαιες τιμές. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές μπορούν να ορίσουν τα προϊόντα και τις προδιαγραφές τους, μέσα από την online πλατφόρμα **imarkatoukataloti.gr**. Συμπληρώνοντας τα στοιχεία που θεωρεί απαραίτητα για κάθε προϊόν, ο καταναλωτής θα μπορεί με κάθε του επιλογή να βλέπει και το αντίκτυπο της στην τελική τιμή λιανικής. Όπως δήλωσε στο **RetailToday** ο **Λάμπης Κώτσου**, που «τρέχει» τη συγκεκριμένη πρωτοβουλία στην ελληνική αγορά, ενδιαφέρον από τους Έλληνες καταναλωτές υπάρχει για το γάλα και ακολουθεί το ελαιόλαδο, ενώ ήδη πραγματοποιούνται συζητήσεις με συνεταιρισμούς παραγωγών γάλακτος και βιομηχανίες για το λανσάρισμα του πρώτου κωδικού γάλακτος.

Ψιθυρίζεται...

Την είσοδό της στην ελληνική αγορά λιανικής (σούπερ μάρκετ) μέσα στην τρέχουσα χρονιά προετοιμάζει η **BIOTYP**, σύμφωνα με στελέχη της που συμμετείχαν στην **Tuttofood** στο Μιλάνο...



Ο Χάρης Κονίνης ΣΤΗΝ DEUTSCHE TELEKOM

Ο **Χάρης Κονίνης**, μέχρι πρότινος Διευθυντής Marketing Communications Strategy του ομίλου **OTE**, μετακινήθηκε στο γκρουπ της **Deutsche Telekom**, ως Marketing Europe για όλες τις θυγατρικές του γερμανικού ομίλου στην Ευρώπη. Σημειώνεται ότι ο κ. Κονίνης εντάχθηκε στον Όμιλο **OTE** πριν από σχεδόν 17 χρόνια.

METRO
ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΗΝ
ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ

BY BEST VALUE
ΓΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ